

確定拠出年金の運用商品に関する調査2015 調査報告書（サマリー）

<調査概要>

調査対象：確定拠出年金企業型年金承認規約代表企業4,454社（2014年5月末現在）のうち、アンケート発送が可能な企業3,881社の企業型確定拠出年金（DC）担当者及び企業型確定拠出年金（DC）を導入している企業364社の労働組合の年金担当者

調査方法：郵送留置調査・インターネット調査

調査期間：2015年4月中旬～5月中旬

有効調査票回収数：788票

調査主体：特定非営利活動法人確定拠出年金教育協会

集計分析：特定非営利活動法人確定拠出年金教育協会

分析協力：タワーズワトソン株式会社
タワーズワトソン・インベストメントサービス株式会社

※調査報告書のデータ母数はアンケート回収数788

※「複数回答」とグラフ等に掲載しているものを除き、回答は全て単一回答

NPO401k教育協会
特定非営利活動法人 確定拠出年金教育協会



TOWERS WATSON



本調査の目的と活用について

1. 本調査は確定拠出年金法改正の閣議決定を受け（平成27年5月末時点）、法改正(案)のうち運用商品に関する次の事項について、実施事業主の現状と考え方を集計・分析させていただくことを目的としています。
 - (1) 運用商品が除外できるようになった場合の選択基準（※商品除外規定の整備関連）
 - (2) 元本確保型商品に関連する事項（※多様な商品の提示を促進するための措置関連）
 - (3) デフォルト商品の設定状況とデフォルトに関する意識（※指定運用方法の仕組み関連）
 - (4) 加入者が運用商品を識別し選択できると思われる本数（※商品提供数の抑制関連）
2. 今後、加入者の運用商品に関する「理解や意識」を更に高める方法として、次の内容を確認させていただき、運営管理機関や運用会社等にメッセージとして発信します。
 - (1) 商品に関する情報を加入者に伝える方法として効果的と思われる内容
 - (2) パンフレットや実績データ等が、加入者により活用されるために必要と思われる改善事項
 - (3) 運用商品を提供している機関に（拡充を）求めるサービスの内容

本調査結果（サマリー）は、ご回答いただきました実施事業主に優先還元させていただくとともに、厚生労働省や運営管理機関等の関係機関に提示し、確定拠出年金が「加入者・実施事業主にとって」更に使い勝手のよい制度になるためのデータとして利用させていただきます。

※回答データ等は厳密に管理いたしております。関係機関等へのデータ開示にあたり企業名等が特定できるような情報は開示いたしません。

本調査実施時点の法改正（案）内容【運用商品部分抜粋】

1. 商品除外規定の整備関連

※厚生労働省法改正（案）～商品除外要件を商品選択者の一定割合（3分の2）以上の同意とする（A）

※施行日前に納付した掛金の運用方法として提示された商品の除外については、従来通り全員同意の取得を要するものとする。

2. 多様な商品の提示を促進するための措置関連

※厚生労働省改正（案）～現行（①少なくとも三つ以上の運用商品の提供②一つ以上の元本確保型商品の提供）を「リスク・リターン特性の異なる三つ以上の運用商品を提供」に改正（B）

※元本確保型商品については、提供義務から労使の合意に基づく提供に変更。

3. 指定運用方法の仕組み関連

※厚生労働省改正（案）～①指定運用方法の設定は運営管理機関・事業主（以下「運営等」）の任意。②運営等は、あらかじめ運用商品の中から一の商品を指定運用方法と（以下略）（C）

4. 商品提供数の抑制関連

※厚生労働省改正（案）～商品提供数について一定の制限を設けることにより運用商品の厳選を促す（D）

※具体的な数は政令で定める。

※施行日前に納付した掛金の運用方法として提示された商品については、制限の対象外とする。

DCの運用の改善 ①

□ DCの運用については、DCの運用自体を困難に感じている者がいる等の状況。
□ 加入者の投資知識等の向上を図るとともに、運用商品提供数の抑制等の措置を講ずることにより、運用商品をより選択しやすい環境を整備。

<投資教育>

事業主 → 投資教育 → 加入者 → 商品選択 → 商品A、商品B、商品C

制度導入時最初の投資教育（導入時投資教育）⇒ 努力義務
制度導入後に繰り返し実施する投資教育（継続投資教育）⇒ 配慮義務

加入者の投資知識等の向上

投資教育実施率（2013年度）
導入時 概ね100%
継続 55.2%

⇒投資知識を継続的に得る機会に乏しい加入者が一定数存在。

継続投資教育の努力義務化
現行、配慮義務となっている継続投資教育について努力義務とすることにより、投資教育の継続実施を促す。

運用商品提供数の抑制

平均提供数は増加傾向

2007年度 15.1
2010年度 16
2013年度 17.4

半数以上の企業では商品提供数が16本以上

31本以上 0.1%
26～30本 4.4%
21～25本 14.9%
16～20本 36.7%
11～15本 30.7%
6～10本 8.9%
4～5本 1.0%
3本 0.1%
1～2本 3.8%

・運用商品提供数は増加傾向にあり、加入者が個々の商品内容を吟味しつつ、より良い商品選択を行うことができる程度に商品選択数を抑える必要。

・現行では、運用商品を除外する際は商品選択者全員の同意が必要で、商品の入れ替えが事実上極めて困難。

(D) 商品提供数の抑制
商品提供数について一定の制限を設けることにより運用商品の厳選を促す。
※具体的な数は政令で定める。
※施行日前に納付した掛金の運用方法として提示された商品については、制限の対象外とする。

(A) 商品除外規定の整備
商品除外要件を商品選択者の一定割合（3分の2）以上の同意とする。
※施行日前に納付した掛金の運用方法として提示された商品については、制限の対象外とする。

DCの運用の改善 ②

□ 現行の①少なくとも三つ以上の運用商品の提供義務、②一つ以上の元本確保型商品の提供義務について、分散投資を促すため、リスク・リターン特性の異なる三つ以上の運用商品の提供義務に一本化。
□ また、選択の失念等により運用商品を選択しない者が一定数いることを踏まえ、「あらかじめ定められた指定運用方法（いわゆるデフォルト商品による運用）」に係る規定を整備。

<多様な商品の提示を促進するための措置>

・DC運用では分散投資を推奨。
・DBとDC（企業型）の運用資産構成を比較すると、DCでは運用資産に偏りが存在。
・加入者が分散投資を選択できる環境を確保する必要。

運用資産構成における国内外の株式・債券比率	
DB	DC（企業型）
70.6%	27.6%
	※元本確保型商品は約60%

(B)

現行	改正後
①少なくとも三つ以上の運用商品の提供	リスク・リターン特性の異なる三つ以上の運用商品の提供 ※元本確保型商品については、提供義務から労使の合意に基づく提供に変更。
②一つ以上の元本確保型商品の提供	

(C) <指定運用方法の仕組み>

指定運用方法の概要

- ①指定運用方法の設定は運営管理機関・事業主（以下「運営等」）の任意。
- ②運営等は、あらかじめ運用商品の中から一の商品を指定運用方法として指定し、加入者に加入時に指定運用方法の内容を周知。
- ③加入者が商品選択を行わない場合、運営等は加入者に商品選択を行うよう通知。
- ④通知してもなお商品選択を行わず一定期間経過した場合、自動的に指定運用方法を購入

※ 加入者は、自ら望む場合は指定運用方法の購入前・購入後にかかわらずいつでも別の商品に変更可能。
※ 指定運用方法について、長期的な運用に資するため、複数商品を組み合わせる等によりリスクが分散された運用方法の指定を事業主に促すため、法令において一定の基準を設定。
※ 施行日前に納付した掛金については対象外。

1-1. 運用商品が除外できるようになった場合の選択基準・・・P4

- (1) 運用商品の採用本数について
- (2) 運用商品の除外要件に関する法改正と商品除外の判断基準

1-2. 元本確保型商品に関連する事項・・・P6

加入者の元本確保型商品選択率について

1-3. デフォルト商品の設定状況とデフォルトに関する意識・・・P7

- (1) デフォルト商品についての法改正と設定意向
- (2) デフォルトにふさわしいと思う投資信託商品

1-4. 加入者が運用商品を識別し選択できると思われる本数・・・P9

加入者は運用商品の特性を理解し識別できているか

2. 加入者の運用商品に関する「理解や意識」を高める方法(1)(2)・・・P10

<参考> 回答会社の諸属性(1)(2)・・・P12

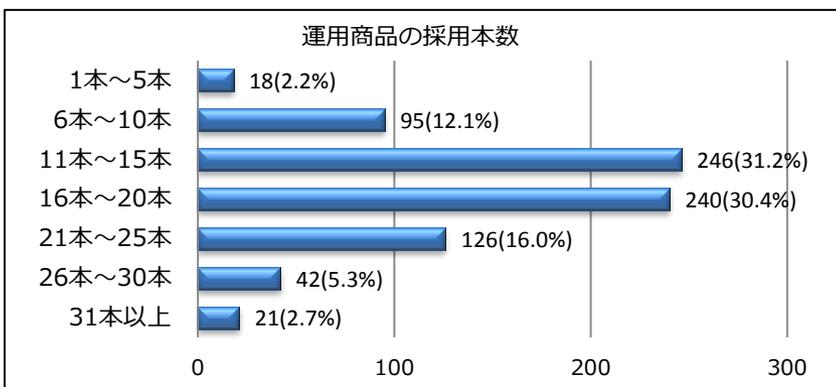
1-1 . 運用商品が除外できるようになった場合の選択基準

(1)運用商品の採用本数について

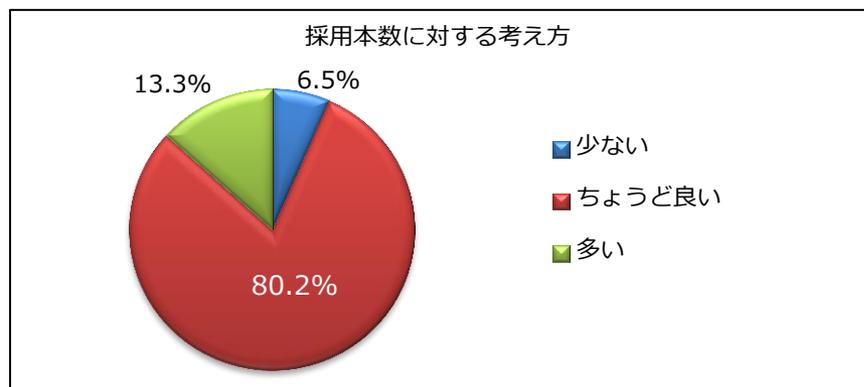
<現状の採用本数で「ちょうどよい」と回答した企業が80.2%と大多数>

- ◆ 商品採用本数の中央値（幅）は「16-20本」、最頻値（幅）は「11-15本」
- ◆ 採用本数が多くなればなるほど、現在の採用本数で「ちょうどよい」の割合は減少し、多いと考える先が増加
- ◆ 採用本数で「多い」と考えている先は104社（全体の13.3%）で、同先の商品採用本数の最頻値（幅）は「21-25本」

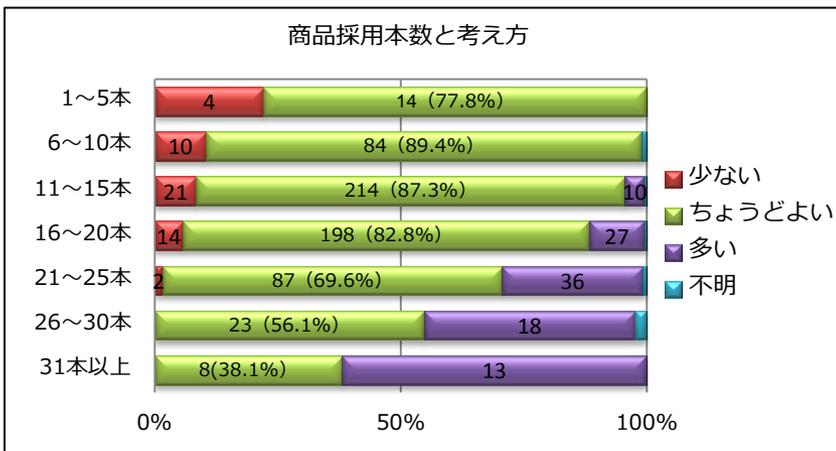
Q. 貴社における運用商品の採用本数を教えてください（グラフ1）



Q. 採用本数についてどのようにお考えですか（グラフ2）



Q. 商品採用本数と商品採用本数についての考え方の傾向（グラフ3）



<コメント>

- ・現在の商品採用本数で「ちょうどよい」と回答した企業が全体の約8割を占め（グラフ2）、採用本数と採用本数についての考え方（グラフ3）では、採用本数6~10本の89.4%、11~15本の87.3%が「ちょうどよい」と回答しています。
- ・26本以上商品を採用している先は「採用本数が多い」と回答する割合が高く、これらの先は加入者が採用商品を識別し、運用指図できているか？が重要となります。
- ・個別状況等にもよりますが、運用商品の選定・提示はもっぱら加入者の利益を優先すべしとするDC法の規定があることから、商品の除外・入替えに係る法整備の円滑導入が期待されます。

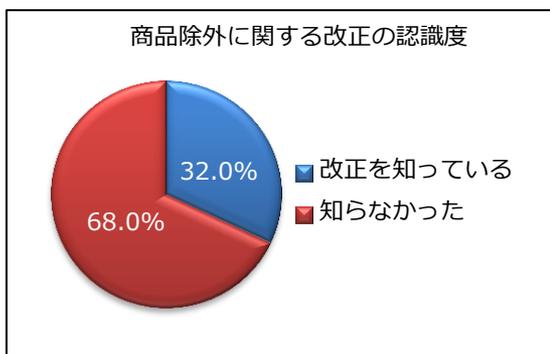
1-1 . 運用商品が除外できるようになった場合の選択基準

(2) 運用商品の除外要件に関する法改正と商品除外の判断基準

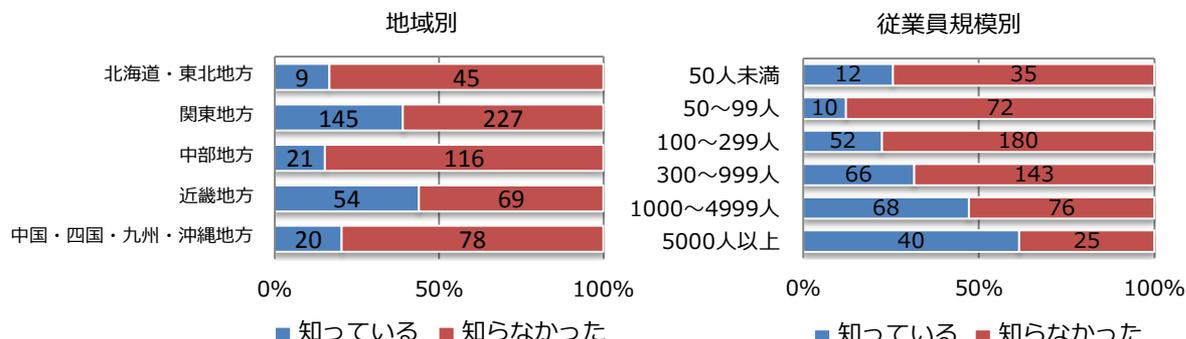
<運用商品の除外要件が緩和される法改正については約70%が「知らなかった」>

- ◆ 一定割合の同意により商品除外が可能となる法改正について、調査時点では「3割程度」の認識度合い
- ◆ 除外要件緩和に係る法改正の認識度合いは地域・従業員規模によりバラツキが見られ、幅広い情報発信が必要
- ◆ 商品除外や入替えを検討する際の重要な判断基準としては「運用実績」「カテゴリ内の重複・バランス改善」

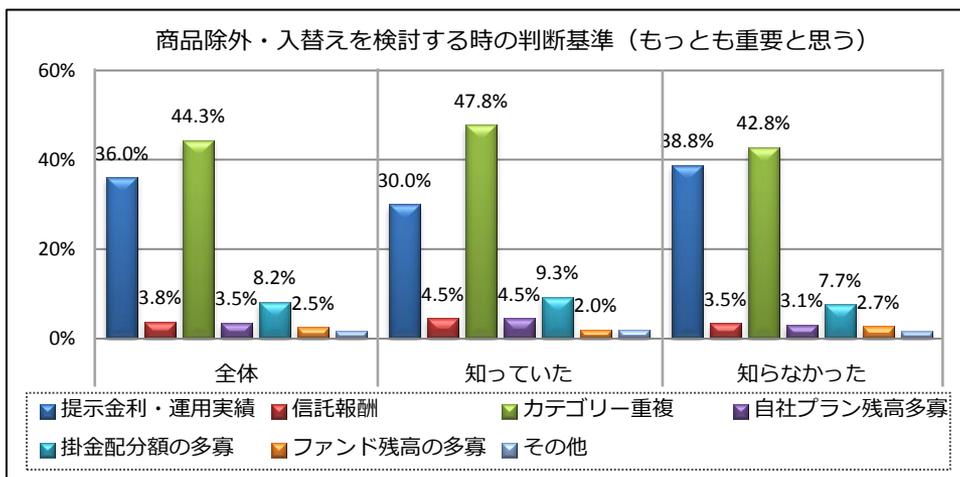
Q. 運用商品の除外要件緩和についてご存知ですか (グラフ4)



Q. 従業員規模別・地域別の商品除外に関する改正の認識度 (グラフ5)



Q. 商品除外や入替えを検討する際には何を基準に判断したら良いと思いますか (グラフ6)



<コメント>

- ・ 運用商品の除外要件緩和に関する法改正の認識度は全体で32%と低めですが(グラフ4)、決定・詳細が明確でない状況では相応の認識度とされます。
- ・ 法改正の認識度バラツキ(グラフ5)は、改正に関する説明会等を開催する場所等に影響しますが、隔たりない幅広い情報発信を関係機関に期待するところです。
- ・ 運用商品除外・入替えを検討する時の最も重要と思う判断基準は「提示金利・運用実績」と「カテゴリ重複」が多数を占めます(グラフ6)。

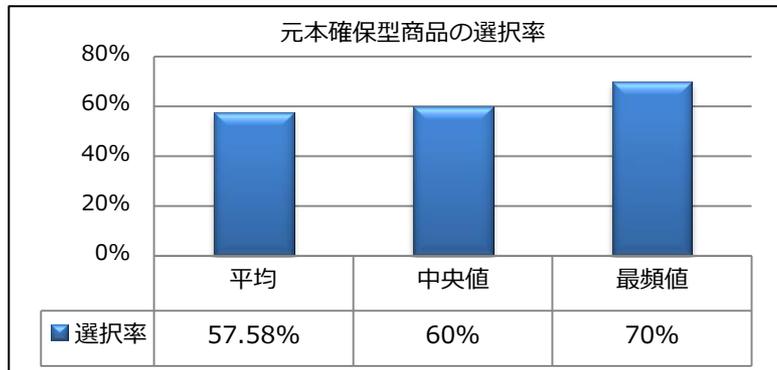
1-2 . 元本確保型商品に関連する事項

加入者の元本確保型商品選択率について

<加入者の元本確保型商品選択率は概ね「60%」>

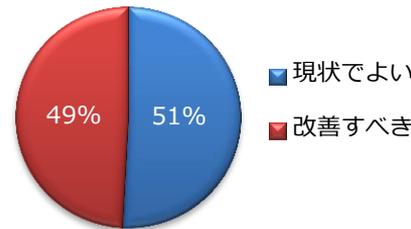
- ◆ 現状（本調査）における加入者の元本確保型商品の選択率は平均で57.6%（中央値60% 最頻値70%）
- ◆ 選択率の分布から、加入者の元本確保型商品選択率を「50%以上80%未満」と回答した先が47%あることが見てとれる
- ◆ 元本確保型商品の残高が多い状況については「よい51%:改善49%」が拮抗し、改善と回答した先の選択率がやや高め

Q. 加入者の元本確保型の選択率は概ねどのくらいですか（グラフ）



Q. 現状の元本確保型商品の残高が多く占める状況をどう思いますか

元本確保型商品の残高が多い状況をどう思いますか（グラフ8）



元本確保型の選択率に係る考えと元本確保型商品の選択割合（9）



【回答した理由：自由回答（抜粋）】

<現状でよい>

- ・ 本人の選択であり、個人の自由、自己責任であるため
- ・ 社員に無理強いするものではない
- ・ 元本確保型も運用選択の1つであり、貯蓄の考えが大きいと思う

<改善すべき>

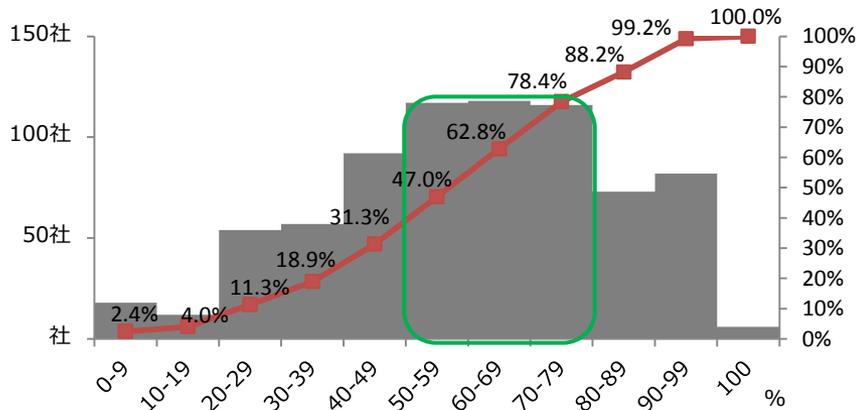
- ・ 想定利回り達成のためには運用が必要なため
- ・ 老後資産形成として機能しないため（長期運用・インフレ対策）
- ・ DCを導入した会社の意向を反映していないため

<コメント>

- ・ 分析1のグラフから加入者の元本確保型商品選択率50%～79%の先は47.3%（78.4%－31.3%）のシェアと見てとれます。
- ・ 加入者の積極的意思に基づく選択の結果なのか、それともデフォルトファンドに元本確保型商品を設定している企業が多いからなのか、加入者調査の必要性を感じます。

<分析1：元本確保型商品選択率のヒストグラムと累積相対度数>

元本確保型商品選択率（度数分布と累積相対度数）



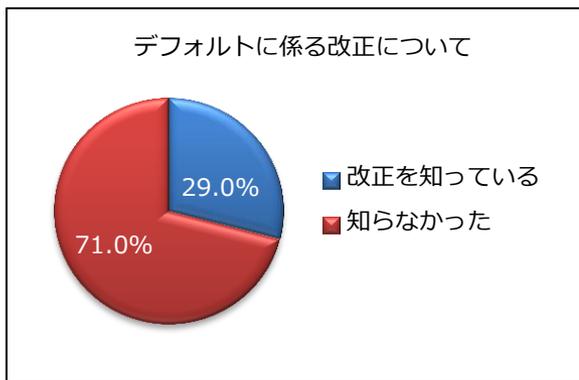
1-3 . デフォルト商品の設定状況とデフォルトに関する意識

(1)デフォルト商品についての法改正と設定意向

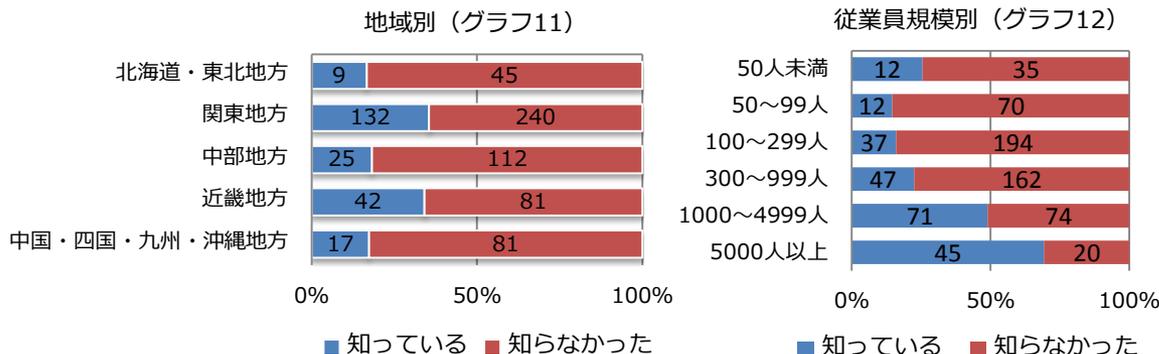
<デフォルトについての法整備（改正）についても約70%が「知らなかった」>

- ◆ 商品除外の改正と同様にデフォルト整備についての認識度も低く、運用商品に係る法改正（案）の認識は「これから」
- ◆ デフォルトという考え自体も広く事業主に浸透しておらず、法改正後の対応については「様子見」の状況と言える

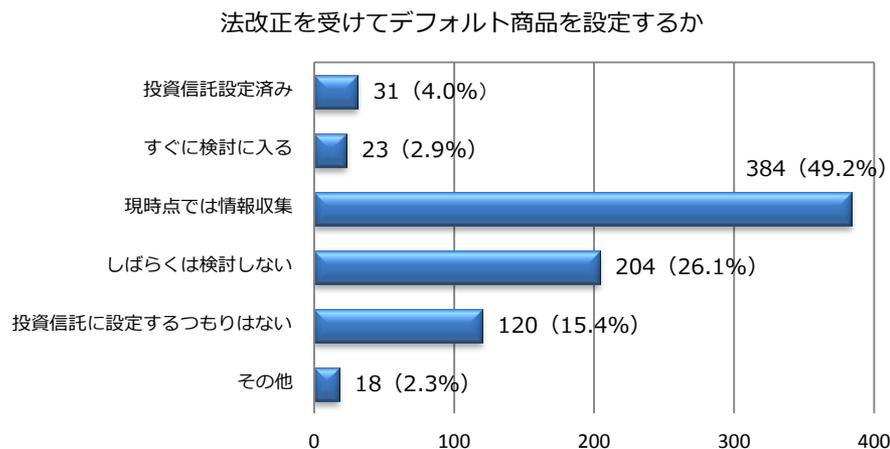
Q. デフォルトについての法整備（改正）をご存知ですか（グラフ10）



Q. 従業員規模別・地域別のデフォルトに関する法改正認識度



Q. 法改正された場合、投資信託をデフォルトに設定しますか（グラフ13）



<コメント>

- ・デフォルトに係る法整備（改正）の認識度にもバラツキがみられ、幅広い情報提供が引き続き必要と思われます。
- ・法改正された場合の対応として、「現時点では情報収集」との回答が半数を占め（グラフ13）、現時点では様子見の判断となっていると言えます。
- ・また、デフォルト商品の設定について、既に投資信託に設定済が4%、すぐに検討するが3%と回答がある反面、投資信託に設定するつもりはないと回答した先も15.4%と多く、デフォルトの定義や改正の目的について、事業主にまだまだ認識されていないのが現状だと思われます。

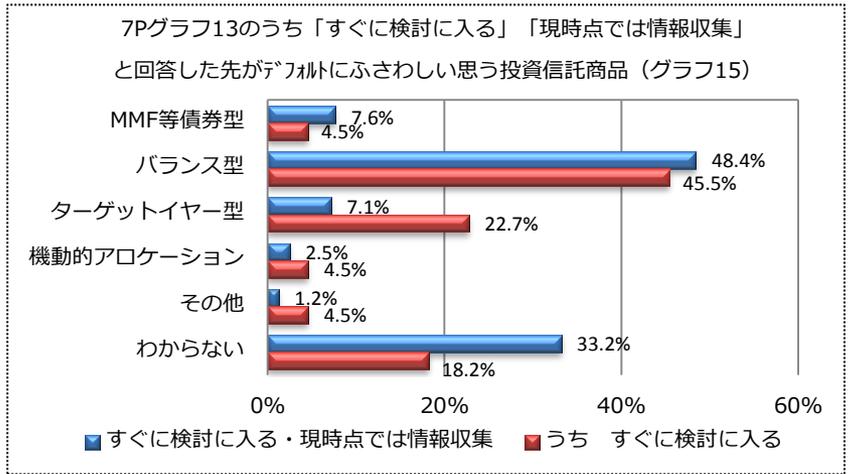
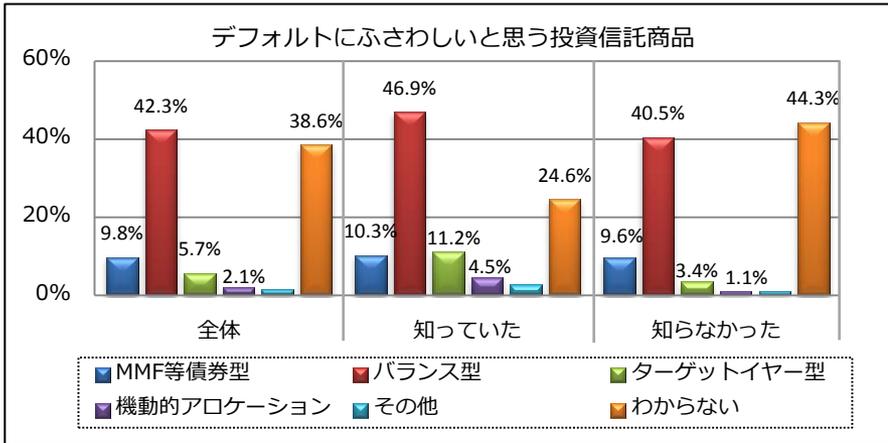
1-3 . デフォルト商品の設定状況とデフォルトに関する意識

(2)デフォルトにふさわしいと思う投資信託商品

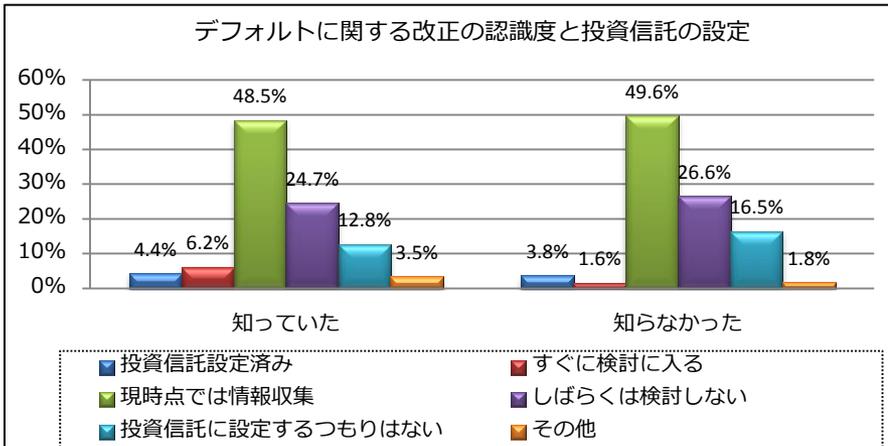
<デフォルトにふさわしいと思う商品は「バランス型（資産配分固定型）」との回答が4割を超える>

- ◆ デフォルト商品に「ふさわしい商品」はバランス型と回答した先が4割を超え、他の選択肢と比べ高い割合にある
- ◆ デフォルトについての法改正を「知っていた先」では、ターゲットイヤー型の選択がMMFを超えた割合となる

Q. デフォルト商品に投資信託を設定する場合、どんな商品がふさわしいと思いますか (グラフ14)



Q. デフォルトに関する改正の認識度と投資信託の設定 (グラフ16)



<コメント>

- ・デフォルトに関する法改正を知っていた先と知らなかった先で、デフォルトにふさわしいと思う投資信託が「わからない」の回答割合が大きく異なります (グラフ14)。
- ・すぐに検討する先では「ターゲットイヤー型」を選択する割合も多くなっています (グラフ15)。
- ・改正を知っていた先と知らなかった先の「投資信託の設定」では、全体で傾向相違は見られないものの (グラフ16)、知っていた先は「すぐに検討に入る」割合が高く、改正の周知により検討を促すきっかけになると思われます。

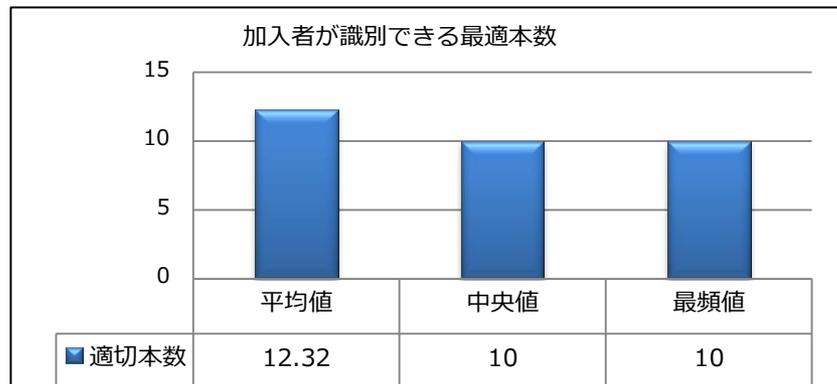
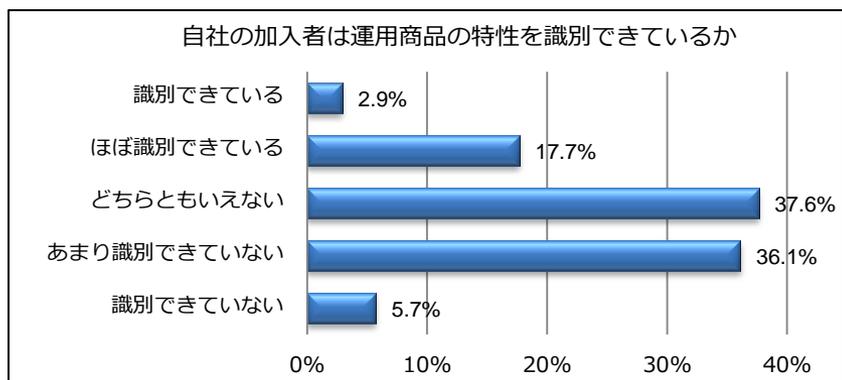
1-4 . 加入者が運用商品を識別し選択できると思われる本数

加入者は運用商品の特性を理解し識別できているか

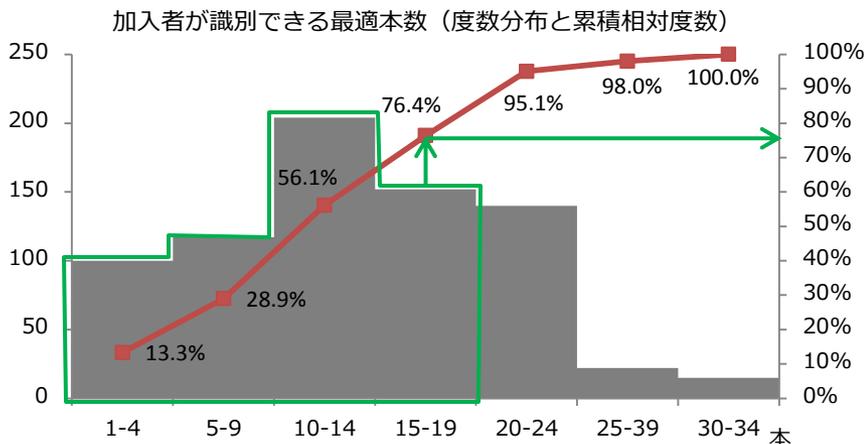
<加入者が運用商品の特性を識別・理解していると回答した先は「20.6%」>

- ◆ 加入者の商品識別・理解度については、約20%が「できている」「ほぼできている」と回答する反面、「あまりできていない」「できていない」と回答した割合は約42%と多い
- ◆ 加入者が商品を識別し選択できる本数として適切な本数は「中央値」「最頻値」ともに10本

Q. 加入者は運用商品の特性を理解し識別できていると思うか (グラフ17) Q. 加入者が運用商品を識別し選択できる最適な本数は (グラフ18)



<分析2：加入者が識別できる最適本数（運用商品の上限）>



<コメント>

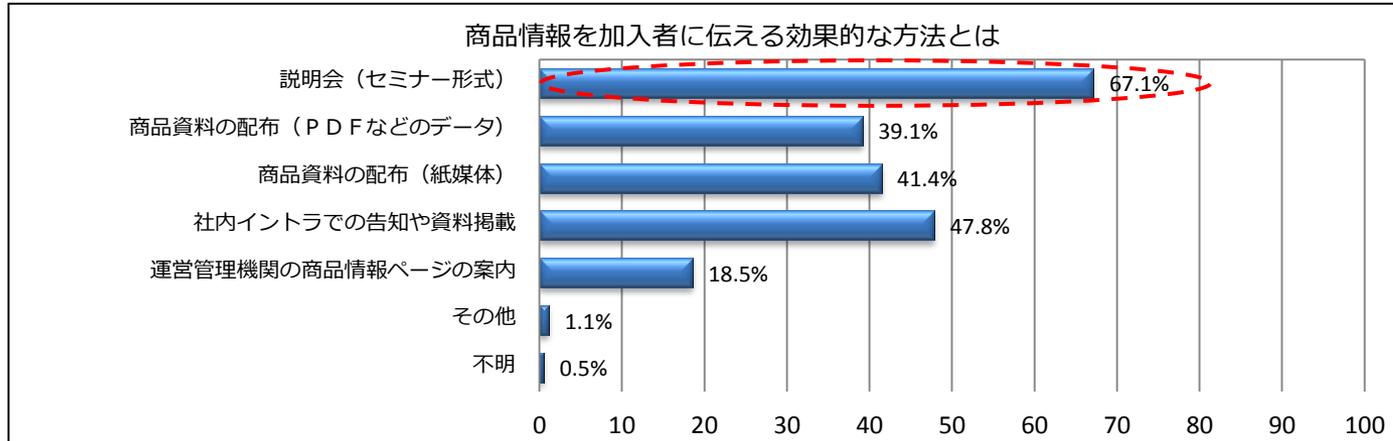
- ・ 加入者の商品識別・理解は「どちらとも言えない」が37.6% 「あまり識別できていない」が36.1%回答と、加入者による運用商品の理解は高くないと言わざるを得ません（グラフ17）。
- ・ また、識別できる最適本数は中央値・最頻値で10本、平均で12.3本ですが（グラフ18）、分析2のヒストグラムから全体の8割弱が「20本未満が望ましい」と思っていると見てとれます。
- ・ 加入者の商品識別・理解については、引き続き、継続教育等の実施・徹底が求められるでしょう。

2. 加入者の運用商品に関する「理解や意識」を高める方法(1)

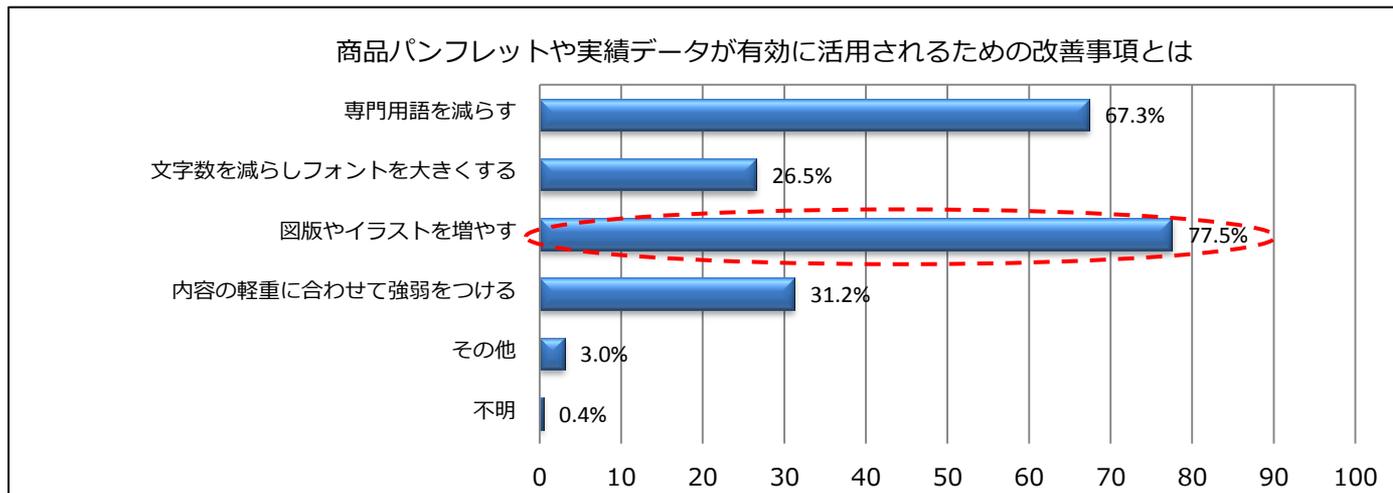
＜商品情報を効果的に加入者に伝えるには「説明会（セミナー形式）」＞

- ◆ 商品情報を加入者に伝える方法としては「説明会が効果的」と回答した割合が67.1%と高い
- ◆ 商品情報や実績データには「もっと図版やイラスト」（77.5%）を増やし、「専門用語を減らす」改善が必要

Q. 商品追加の際などに、商品情報を加入者にどのような方法で伝えるのが効果的だと思いますか：複数回答（グラフ19）



Q. 商品パンフレットや実績データに関して、加入者により活用されるためにはどのような改善が必要だと思いますか：複数回答（グラフ20）

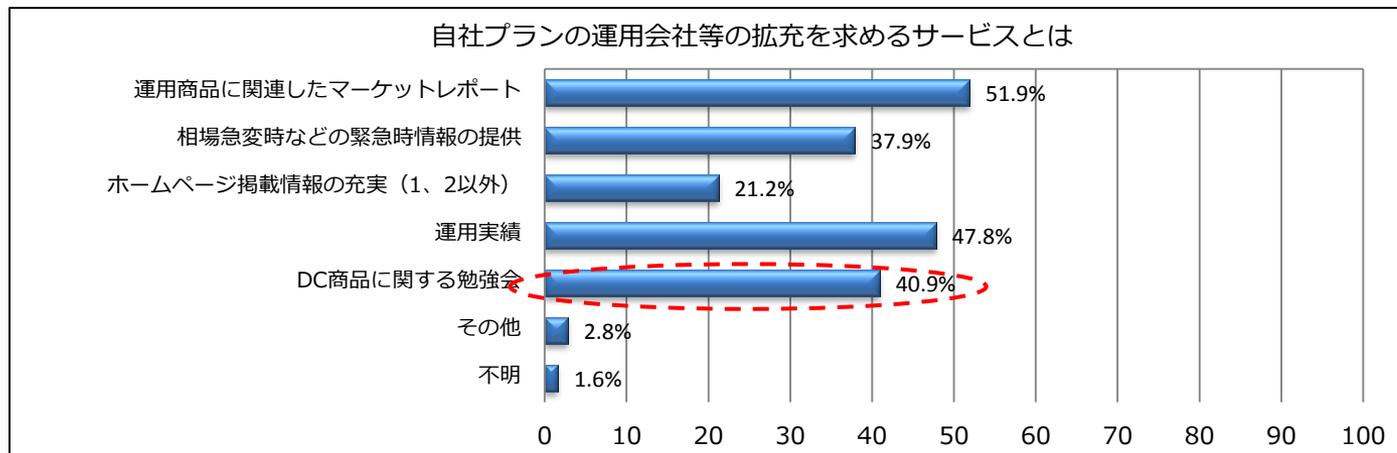


2. 加入者の運用商品に関する「理解や意識」を高める方法(2)

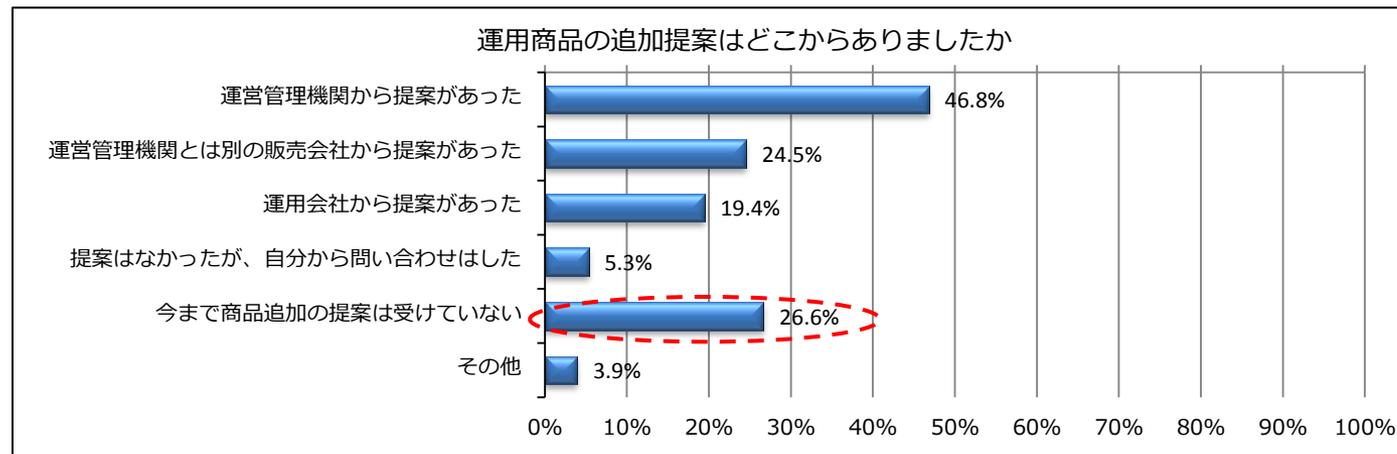
<運用会社等に拡充を求めるサービスは「レポート」と「運用実績」>

- ◆ 運用会社等に拡充してほしいサービスは「レポート」と「運用実績」、次いで「DC商品に関する勉強会」
- ◆ 商品の追加提案は運営管理機関からが多いが、全体の26.6%（約200社）は「今まで提案を受けていない」と回答

Q. 自社プランに運用商品を提供している運用会社等に拡充を求めるサービスはどのようなものですか：複数回答（グラフ21）



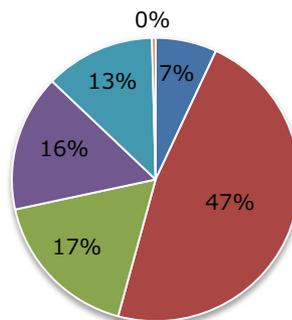
Q. 運用商品追加の提案はどこからありましたか：複数回答（グラフ22）



<参考> 回答会社の諸属性(1)

回答会社 本社所在地域

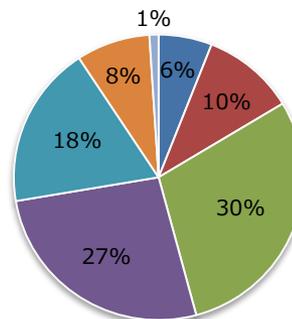
カテゴリ	件数
北海道・東北地方	54
関東地方	373
中部地方	137
近畿地方	123
中国・四国・九州・沖縄地方	98
不明	3



- 北海道・東北地方
- 関東地方
- 中部地方
- 近畿地方
- 中国・四国・九州・沖縄地方

回答会社 従業員数

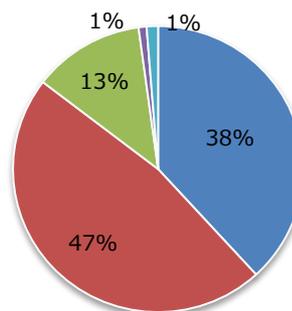
カテゴリ	件数
50人未満	47
50~99人	82
100~299人	232
300~999人	209
1000~4999人	145
5000人以上	65
不明	8



- 50人未満
- 50~99人
- 100~299人
- 300~999人
- 1000~4999人
- 5000人以上
- 不明

回答会社 レコードキーパー

カテゴリ	件数
J I S & T	301
N R K	372
損保ジャパン日本興亜DC証券	98
S B I ベネフィットシステムズ	7
不明	10

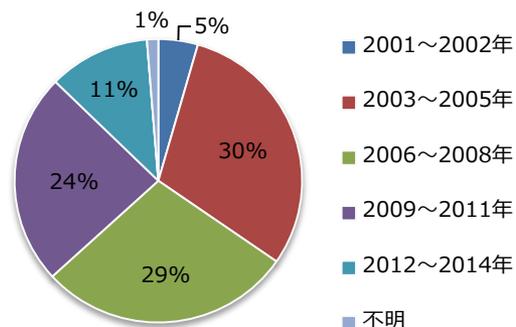


- J I S & T
- N R K
- 損保ジャパン日本興亜DC証券
- S B I ベネフィットシステムズ
- 不明

<参考> 回答会社の諸属性 (2)

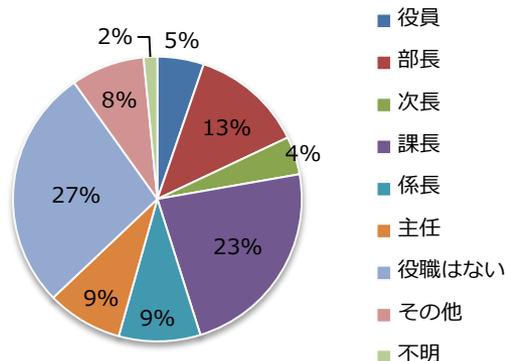
回答会社 DC導入時期

カテゴリ	件数
2001～2002年	35
2003～2005年	238
2006～2008年	225
2009～2011年	190
2012～2014年	90
不明	10



回答会社 回答者役職

カテゴリ	件数
役員	41
部長	100
次長	34
課長	181
係長	72
主任	67
役職はない	216
その他	65
不明	12



回答会社 回答者担当業務 : 複数回答

カテゴリ	件数
すべての業務	385
制度 (企画・運営)	189
継続教育	186
事務	223
その他	27
不明	7

