

# DC商品に関する企業のガバナンス状況等に関する調査2024 調査結果（サマリー版）



## 1. 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(2024年2月末現在)のうち、アンケート発送企業6,484社の確定拠出年金制度担当者

調査方法: 郵送留置調査・インターネット調査

調査期間: 2024年9月初め~10月上旬

調査票回収数: 1,250票(うち有効調査票回収数: 1,117票)

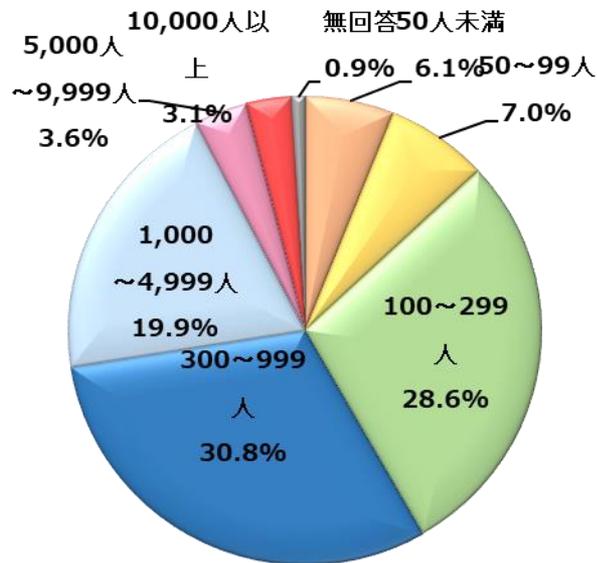
調査主体: 特定非営利活動法人確定拠出年金教育協会

集計分析: 特定非営利活動法人確定拠出年金教育協会

協賛企業: 野村アセットマネジメント株式会社

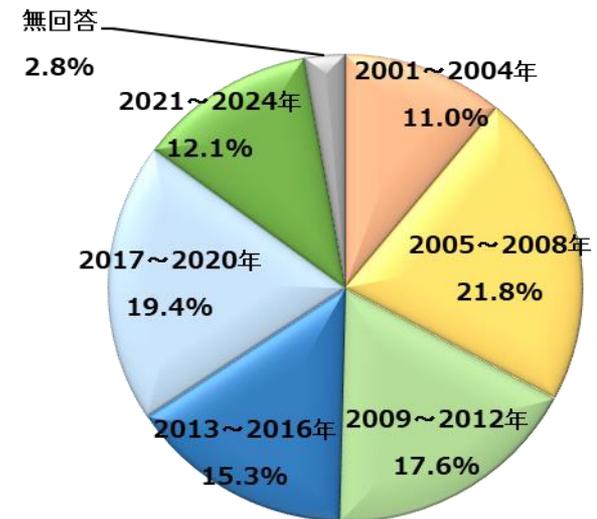
## 2. 回答事業主属性

従業員数



300人未満	466社(41.7%)
300人以上	641社(58.3%)

導入時期



# なぜDC商品に関する企業のガバナンス状況等に関する調査を実施したか？

2

## 背景

企業型確定拠出年金(DC)を導入している事業主、担当者のDC商品のモニタリングや追加商品の選定などに対する役割が拡大していくことが予想される状況

### 金融商品取引法等の一部を改正する法律

顧客等の最善の利益を勘案しつつ、顧客等に対して誠実かつ公正に業務を遂行する義務※1

### 資産運用立国実現プラン※2

適切な商品選択に向けた制度改善  
加入者のための運用の見える化の充実

## 調査

現時点での企業のDC商品に関するガバナンス状況等の実態を確認

## 活用

- ・適切な運営につながるよう関係機関への提言、及び情報提供を行っていく
- ・DC商品に関するガバナンス状況、商品に関する情報収集状況などを共有いただき、各社のDC商品の選定・モニタリング等に関する体制整備の参考にしていただく

※1 最善利益勘案義務

金融サービスを提供する事業者及び企業年金などの実施者に対して、横断的に、顧客等の最善の利益を勘案しつつ、顧客等に対して誠実かつ公正に業務を遂行する義務

※2 「資産運用立国実現プラン」とは

・内閣官房の「新しい資本主義実現会議」に設置された「資産運用立国分科会」が取りまとめたものです。

・5つの項目のうち、企業型確定拠出年金(DC)に関する部分は、「2. アセットオーナーシップの改革」のうち「②企業型確定拠出年金(DC)の改革」として示されている上記2点です。

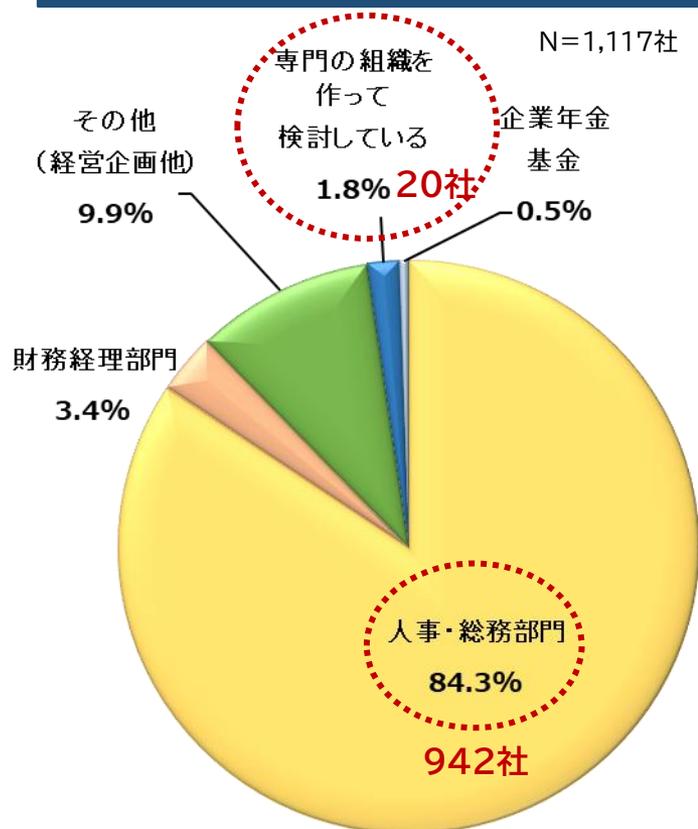
- ① DC商品のガバナンスとDC商品モニタリング
- ② 加入者のDC商品理解
- ③ DC商品に関する「情報」
- ④ DC商品に関する「提案」
- ⑤ DC商品の「見直し」

## 調査結果① DC商品のガバナンスとDC商品モニタリング

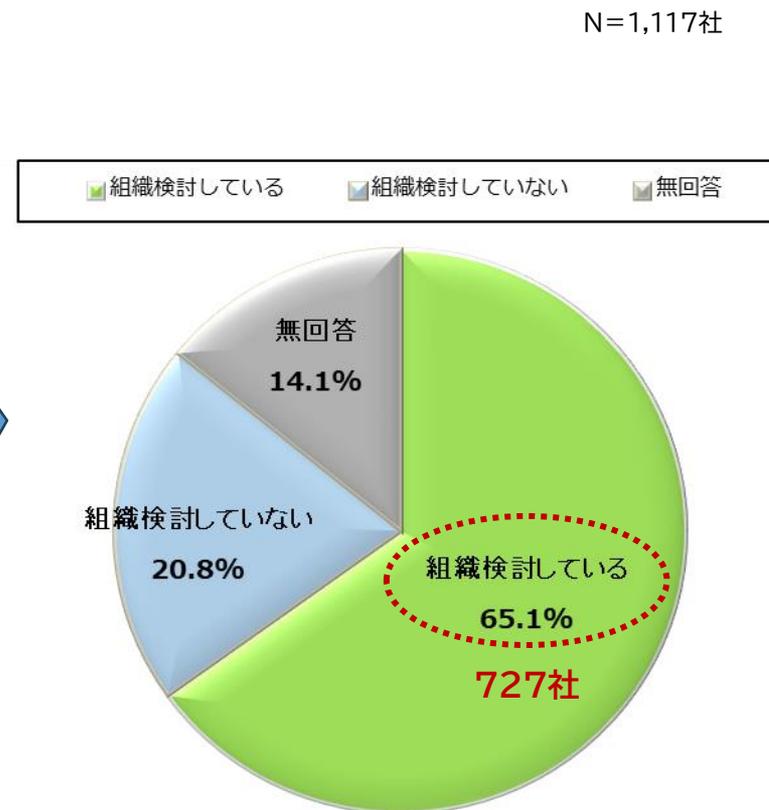
# DC商品に関する検討を担当する部署・部門 及び 組織検討の有無

- ・DC商品を検討する主体は人事・総務部門が中心(全体の84.3% 942社)
- ・「組織」でDC商品の検討を行っている企業は全体の65.1%(727社)
- ・専門の組織(委員会等)を作って検討している企業は少数派(全体の1.8% 20社)

## DC商品に関する検討を担当する部署・部門



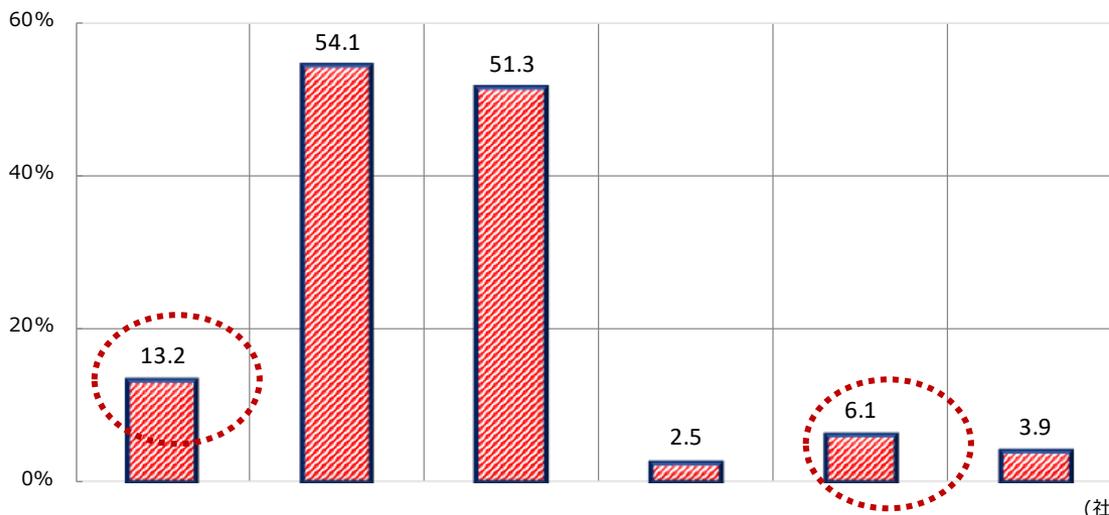
## 組織検討の有無



# 組織で検討している場合(727社)の検討部門と構成メンバーの所属部署

- ・構成メンバーに財務部が含まれている企業は13.2%
- ・労働組合(加入者の代表)がメンバーに含まれている企業は6.1%
- ・専門の組織(委員会等)を作って検討している企業は、幅広い部署が構成メンバー

構成メンバーの所属部署



N=727社

DC商品を組織で検討している場合の構成メンバー

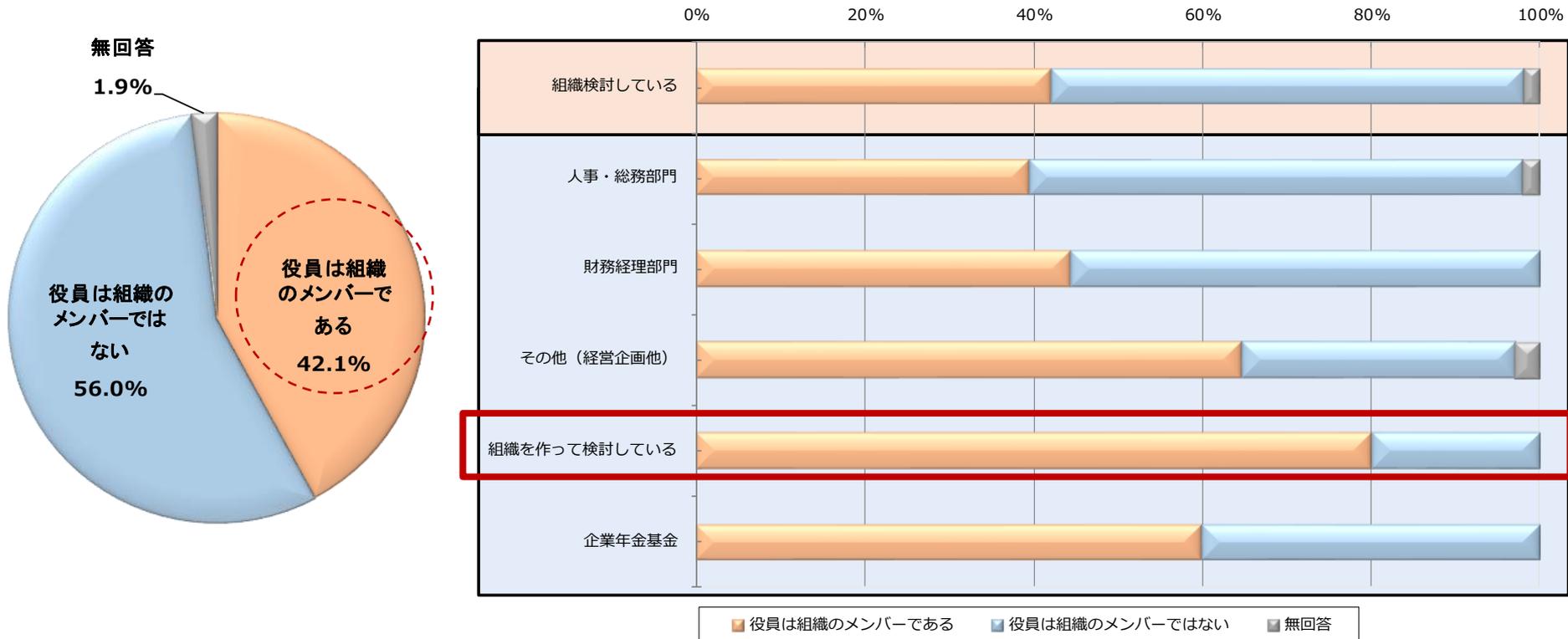
		社数	財務部	人事部	総務部	基金	労働組合	その他部署
<b>組織検討している</b>		<b>727</b>	<b>96</b>	<b>393</b>	<b>373</b>	<b>18</b>	<b>44</b>	<b>28</b>
検討部門別	人事・総務部門	641	52	358	358	7	33	10
	財務経理部門	27	26	-	8	-	1	-
	その他(経営企画他)	34	1	18	2	1	-	12
	組織を作って検討している	20	17	17	5	5	10	6
	企業年金基金	5	-	-	-	5	-	-

# 組織で検討している場合(727社)の役員の構成メンバーとしての参画状況

- ・役員が組織の構成メンバーである企業は42.1%
- ・専門の組織(委員会等)を作って検討している企業では80.0%

## 役員の参画状況

N=727社

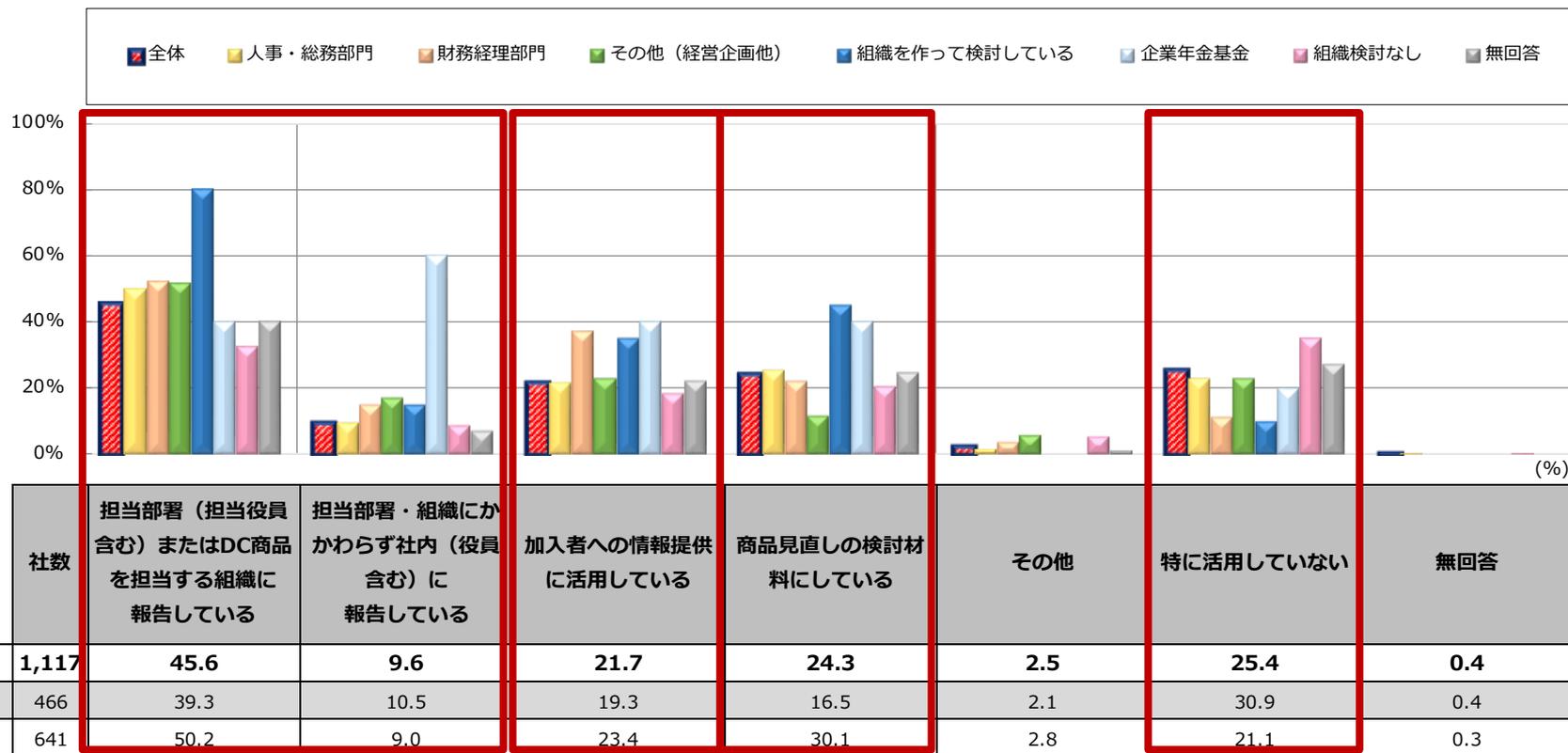


# DC商品運用モニタリング報告書の活用状況

- ・役員を含む担当部署・組織に報告している企業は45.6%
- ・加入者への情報提供に活用してる企業は21.7%
- ・商品見直しの検討材料としている企業は24.3%
- ・特に活用していない企業は25.4%

## DC商品運用モニタリング報告書の活用状況

N=1,117社

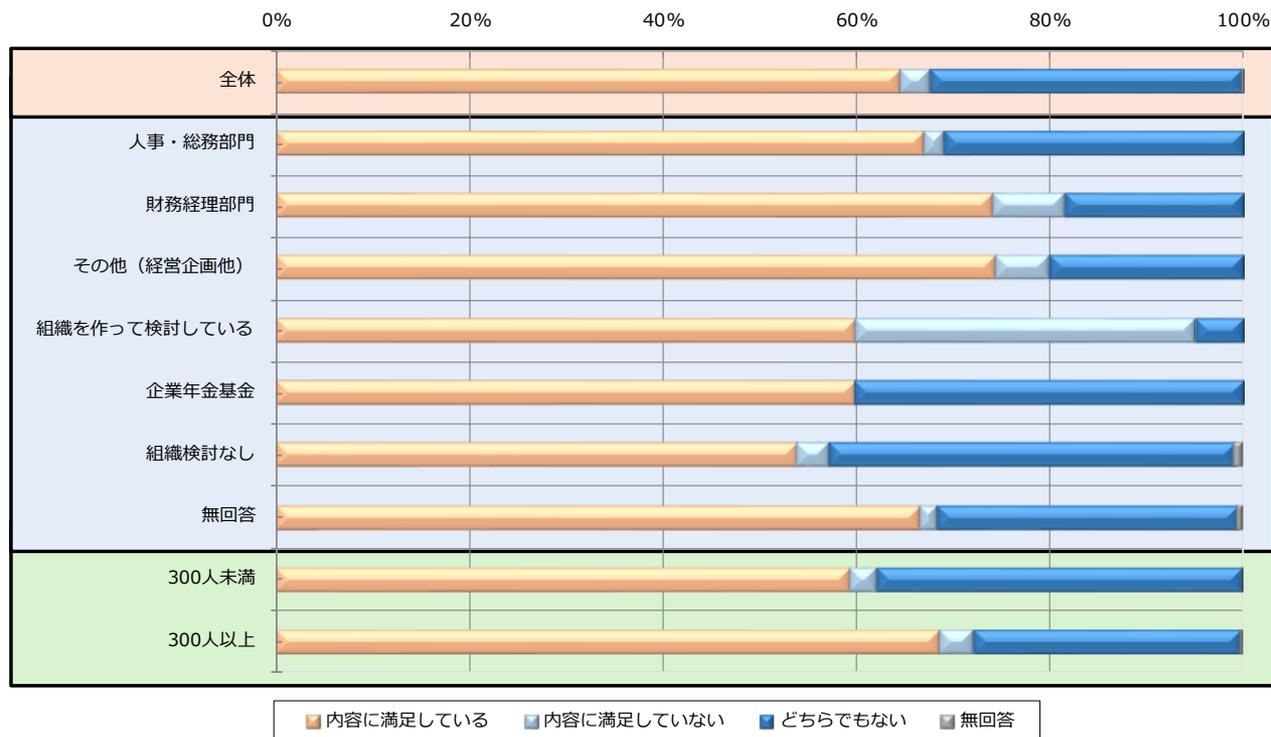
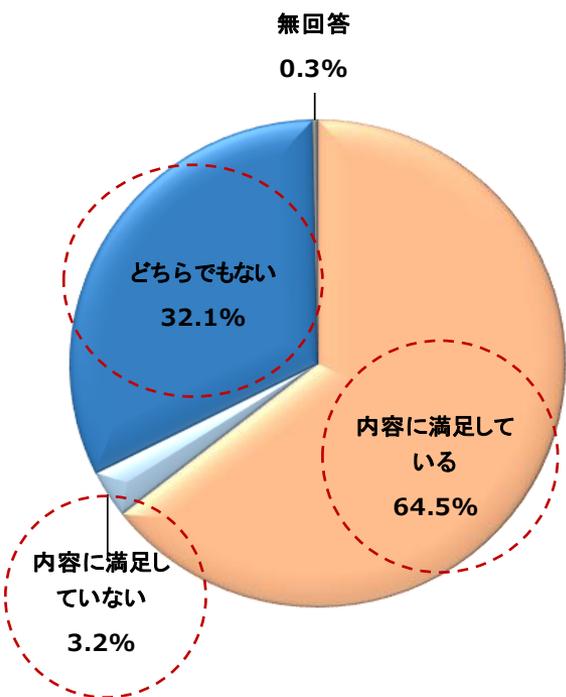


- ・「内容に満足している」との回答は64.5% (知りたい情報がわかりやすく提示されている)
- ・「内容に満足していない」との回答は3.2% (専門的な用語が多く理解しづらい)
- ・「どちらでもない」との回答は32.1% (活用方法がわからない、あまり見ていない)

(注) ( )内は回答理由についての主なフリーコメント

## DC商品運用モニタリング報告書 内容の満足度

N=1,117社



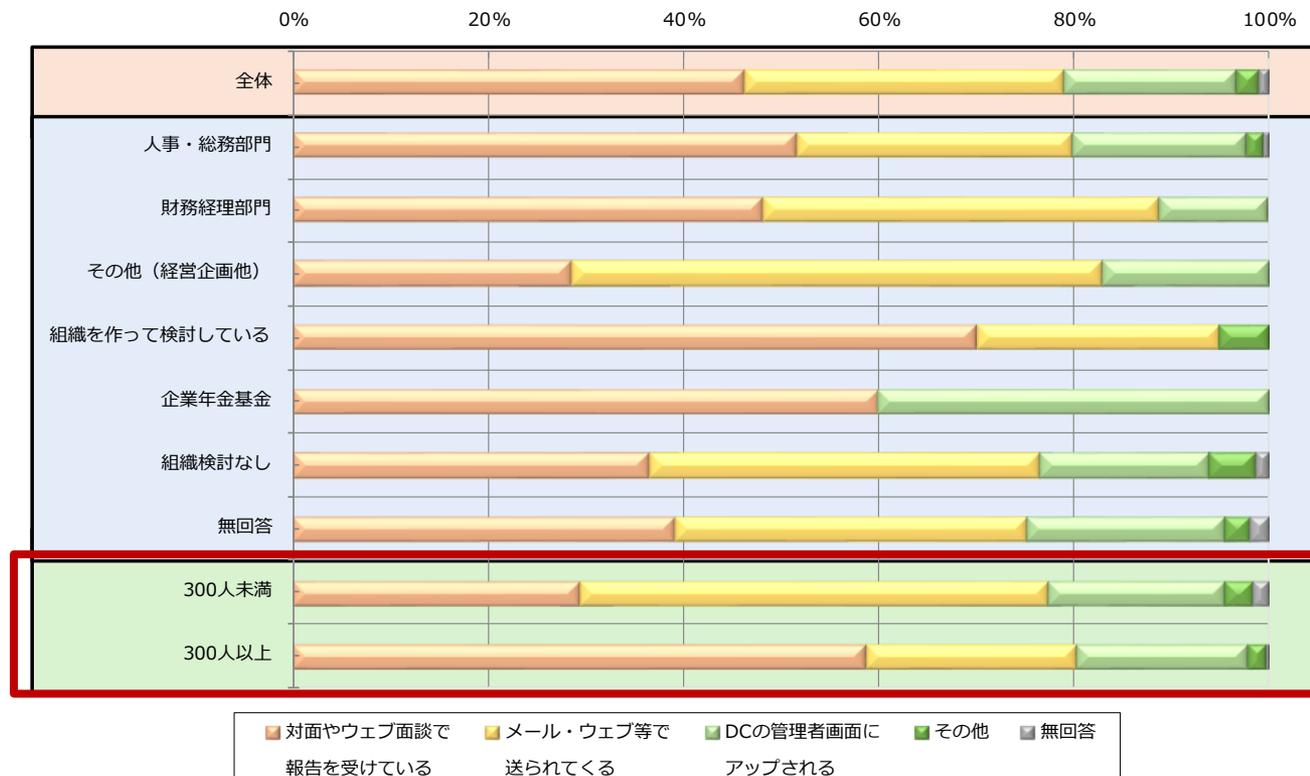
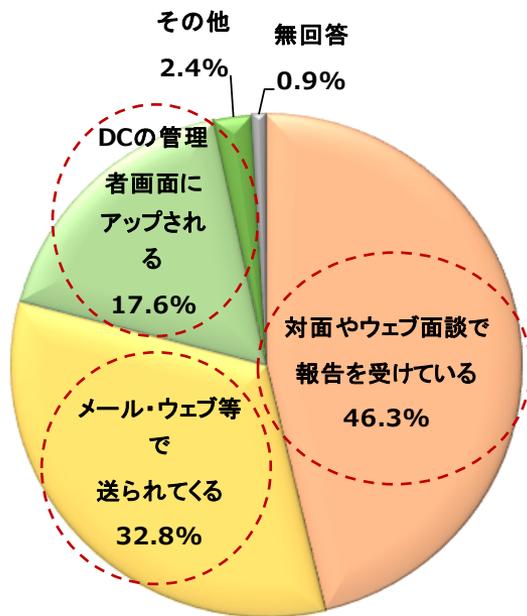
■ 内容に満足している
 ■ 内容に満足していない
 ■ どちらでもない
 ■ 無回答

# DC商品運用モニタリング報告書の受け取り方法

- ・対面、ウェブ面談で説明を受けている企業は46.3%
- ・メール・ウェブなどで送られてくる企業32.8%、DCの管理者画面にアップされる企業17.6%、合計は50.4%
- ・従業員数300人以上、未満で受け取り方に差がある

## DC商品運用モニタリング報告書の受け取り方法

N=1,117社



■ 対面やウェブ面談で報告を受けている
 ■ メール・ウェブなどで送られてくる
 ■ DCの管理者画面にアップされる
 ■ その他
 ■ 無回答

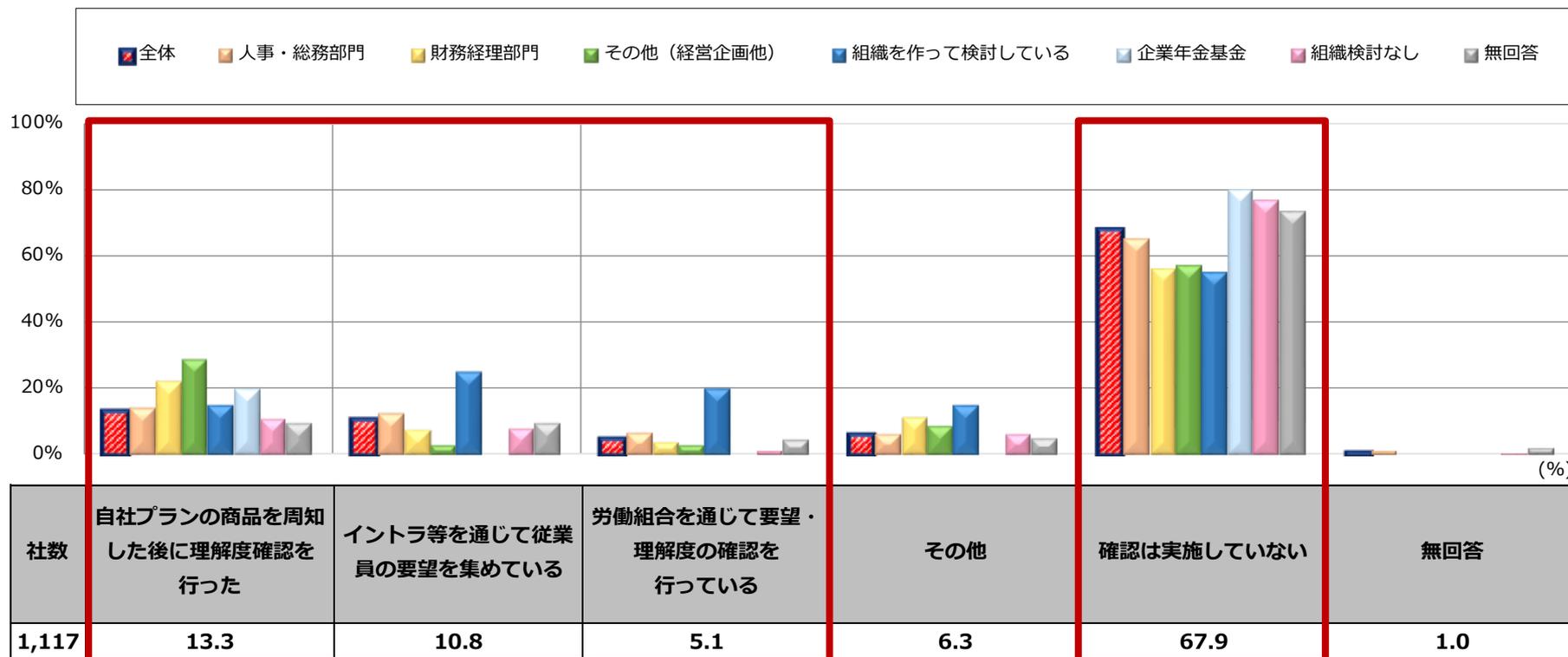
## 調査結果② 加入者へのDC商品理解

# 従業員の自社プランのDC商品への要望・理解度の確認方法

- ・自社プランのDC商品について理解度の確認を実施している企業、及び加入者のDC商品に関する要望を集めている企業は限定的
- ・DC商品に関する確認は実施していない企業は67.9%

## 従業員の自社DCプランのDC商品への要望・理解度の確認方法

N=1,117社

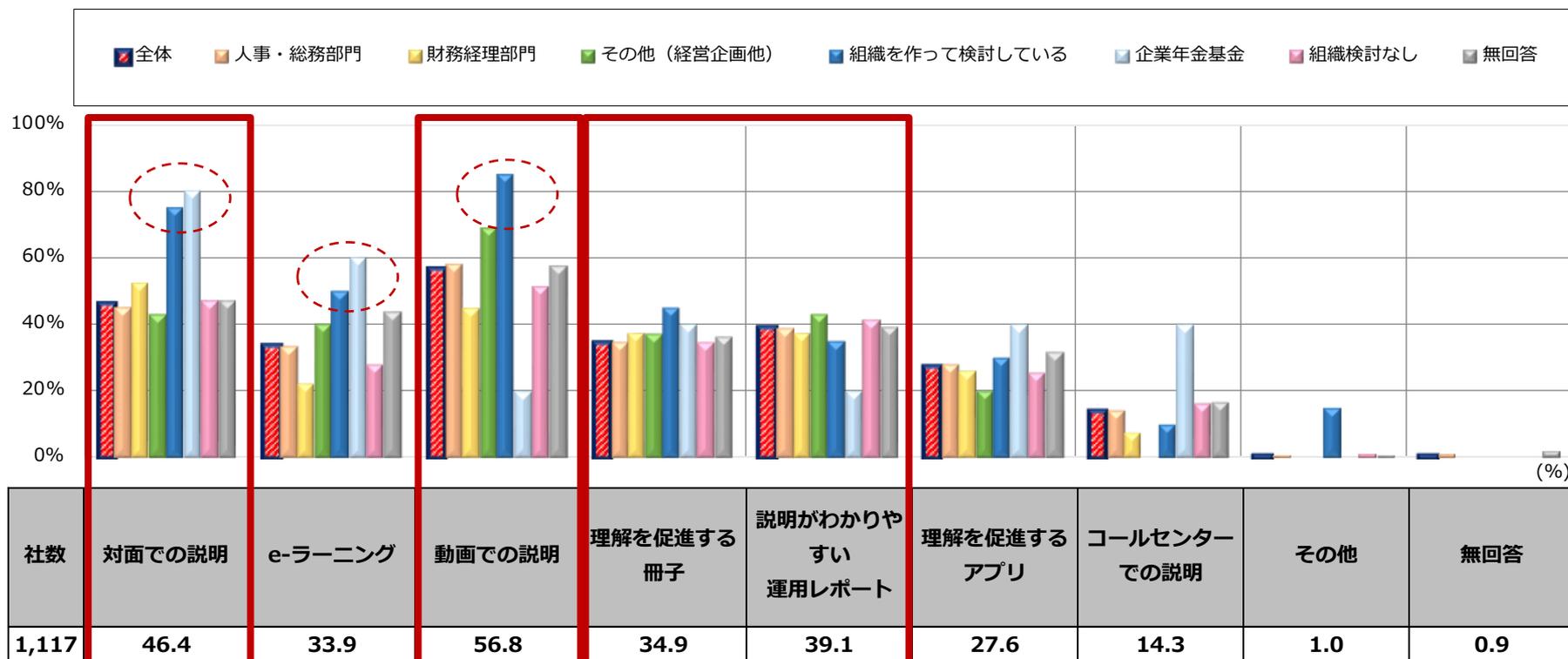


# 加入者が個別商品を理解するために効果的だと思う手法

- ・「動画での説明」が最も回答数が多く56.8%
- ・2番目に回答数が多いのが「対面での説明」が46.4%
- ・次いで「説明がわかりやすい運用レポート」「理解を促進する冊子」「e-ラーニング」の順
- ・専門の組織(委員会等)を作って検討している企業の回答は全体比率より高い傾向

## 加入者が個別商品を理解するために効果的だと思う手法

N=1,117社



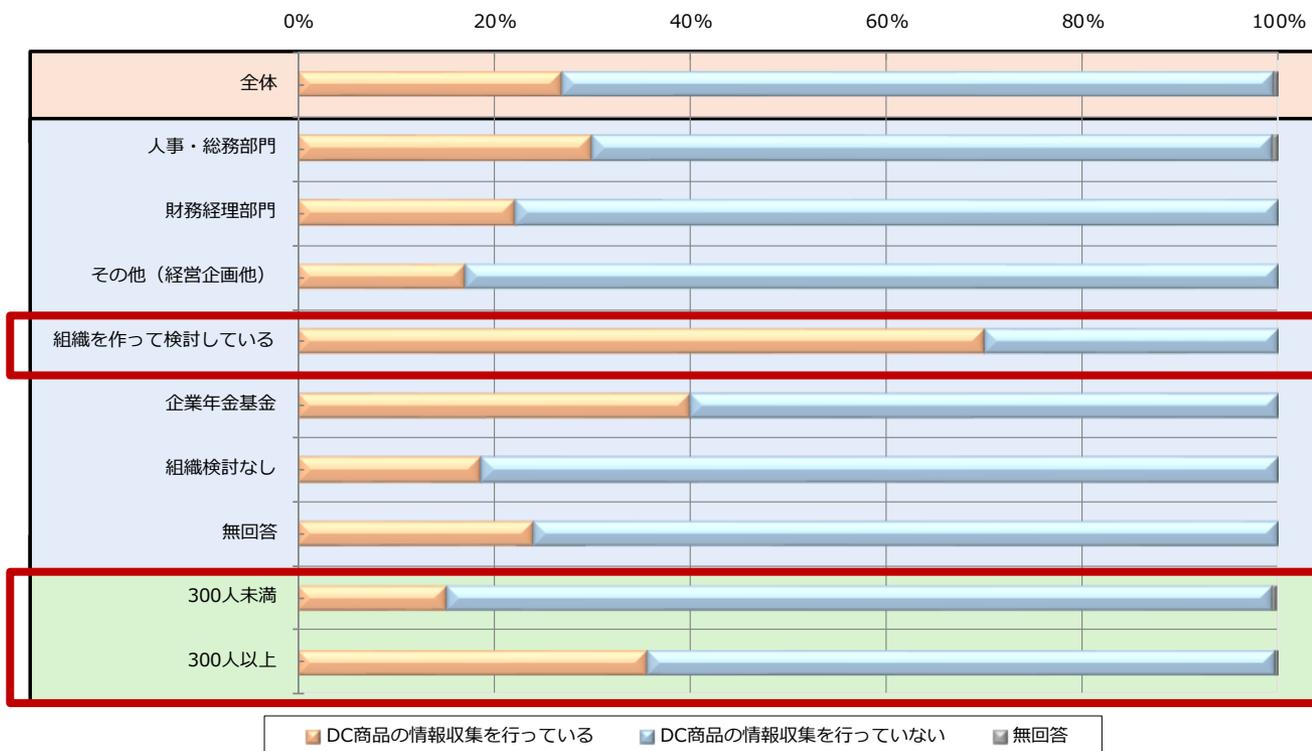
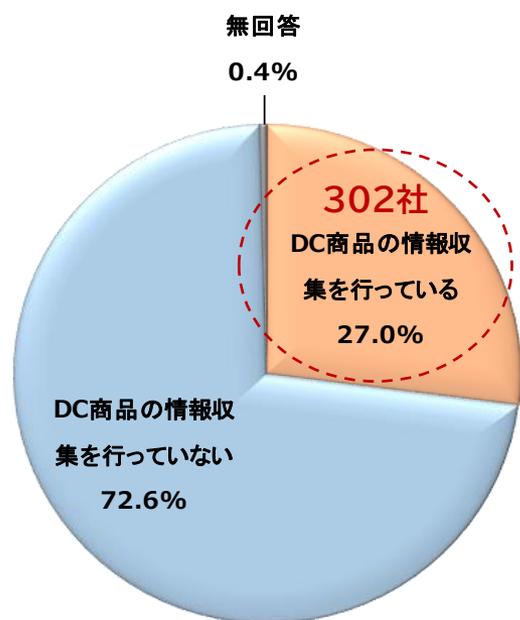
## 調査結果③ DC商品に関する「情報」について

# 採用していないDC商品の情報収集の実施状況

- ・現在採用していないDC商品の情報収集を行っている企業は27.0%(302社)
- ・従業員数規模300名以上・未満ではその差は大きい
- ・専門の組織(委員会等)を作って検討している企業の場合は、情報収集を行っている比率が70.0%と高い

## 採用していないDC商品の情報収集の実施状況

N=1,117社



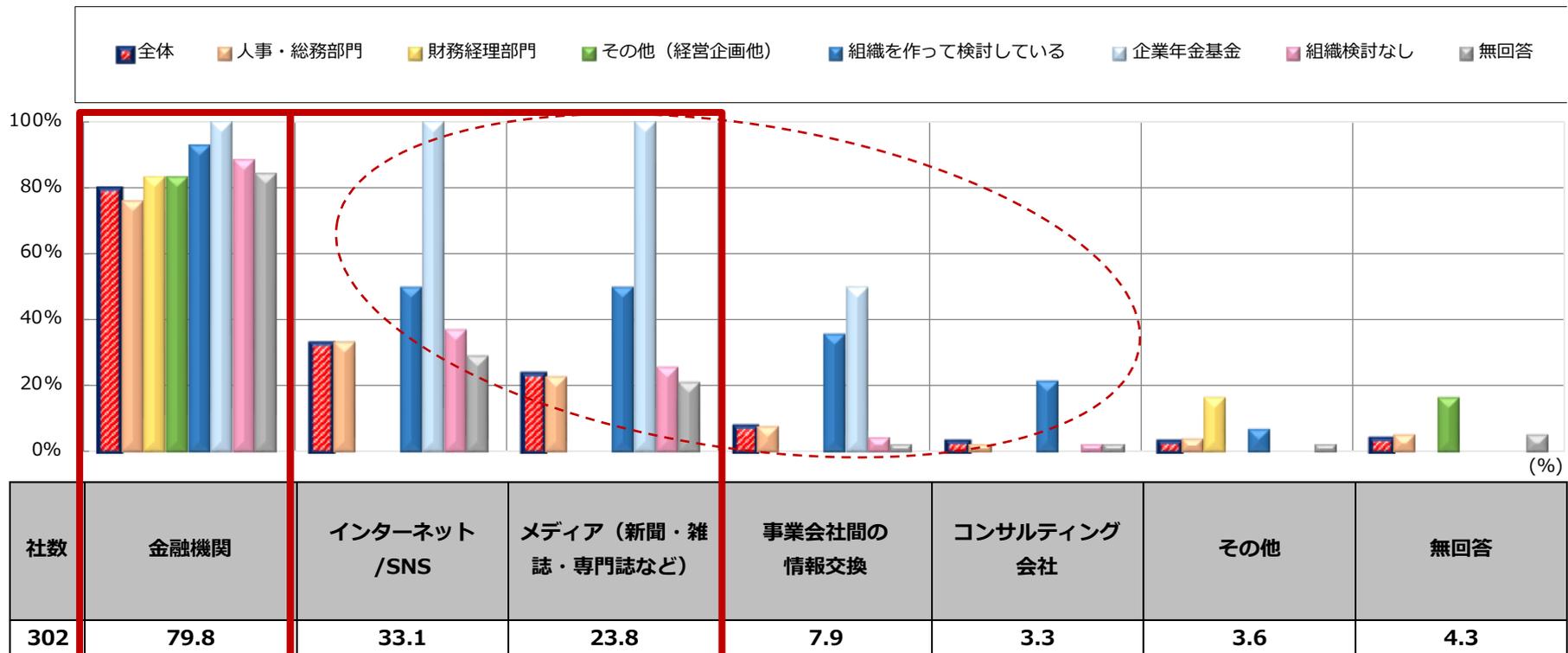
■ DC商品の情報収集を行っている ■ DC商品の情報収集を行っていない ■ 無回答

# 採用していないDC商品の情報をどこから入手しているか

- ・情報収集を行っている企業(302社)の情報収集先は金融機関が圧倒的に多い
- ・次いでインターネットやSNS、各種メディアからの情報収集を行っている
- ・専門の組織(委員会等)を作って検討している企業、企業年金基金では、事業会社間の情報交換やコンサルティング会社も含め、幅広く情報収集を行っている

N=302社

## 採用していないDC商品の情報をどこから入手しているか

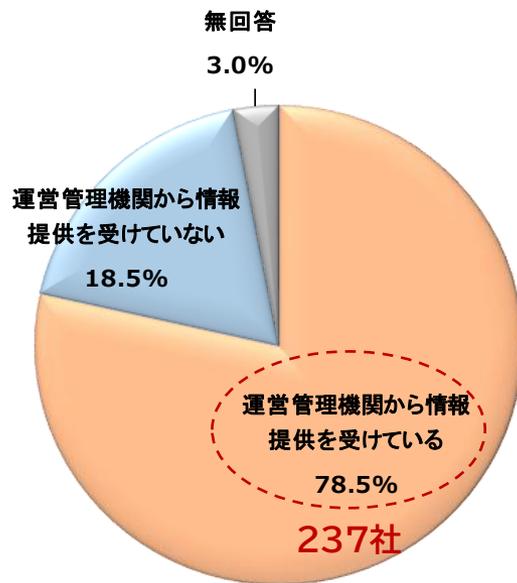


# 運営管理機関 からの採用していないDC商品に関する情報提供

- ・情報収集を行っている企業(302社)において、運営管理機関から自社が採用していないDC商品についての情報提供を受けている企業は78.5%(237社)
- ・回答結果に、組織検討の有無、従業員数の差による違いは見られない

## 運営管理機関からの採用していないDC商品に関する情報提供

N=302社



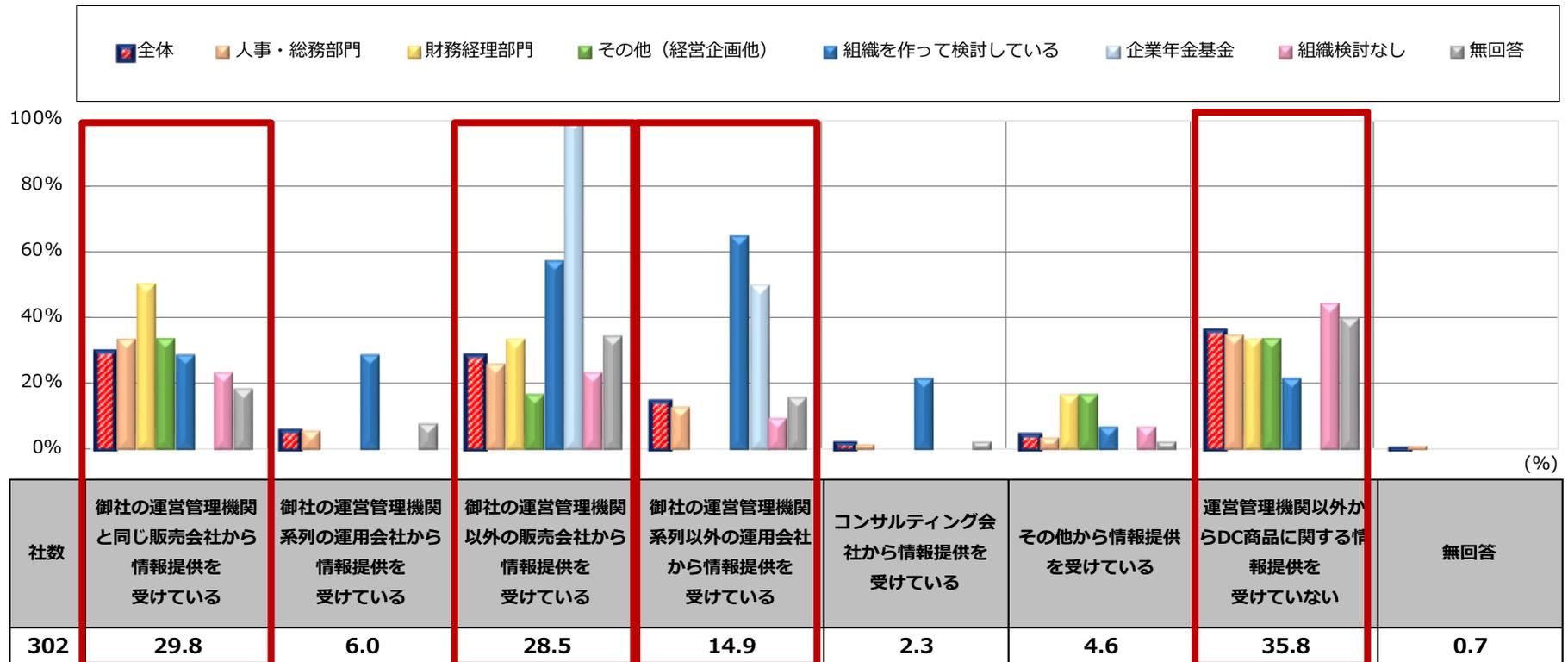
■ 運営管理機関から情報提供を受けている
 ■ 運営管理機関から情報提供を受けていない
 ■ 無回答

# 運営管理機関以外 からの採用していないDC商品に関する情報提供

- ・情報収集を行っている企業(302社)において、運営管理機関以外で情報提供を受けているのは、販売会社が最も多い
- ・次いで運営管理機関以外の運用会社から情報提供を受けている企業が多い
- ・運営管理機関以外からDC商品に関する情報提供を受けていない企業は35.8%

## 運営管理機関以外からの採用していないDC商品に関する情報提供

N=302社



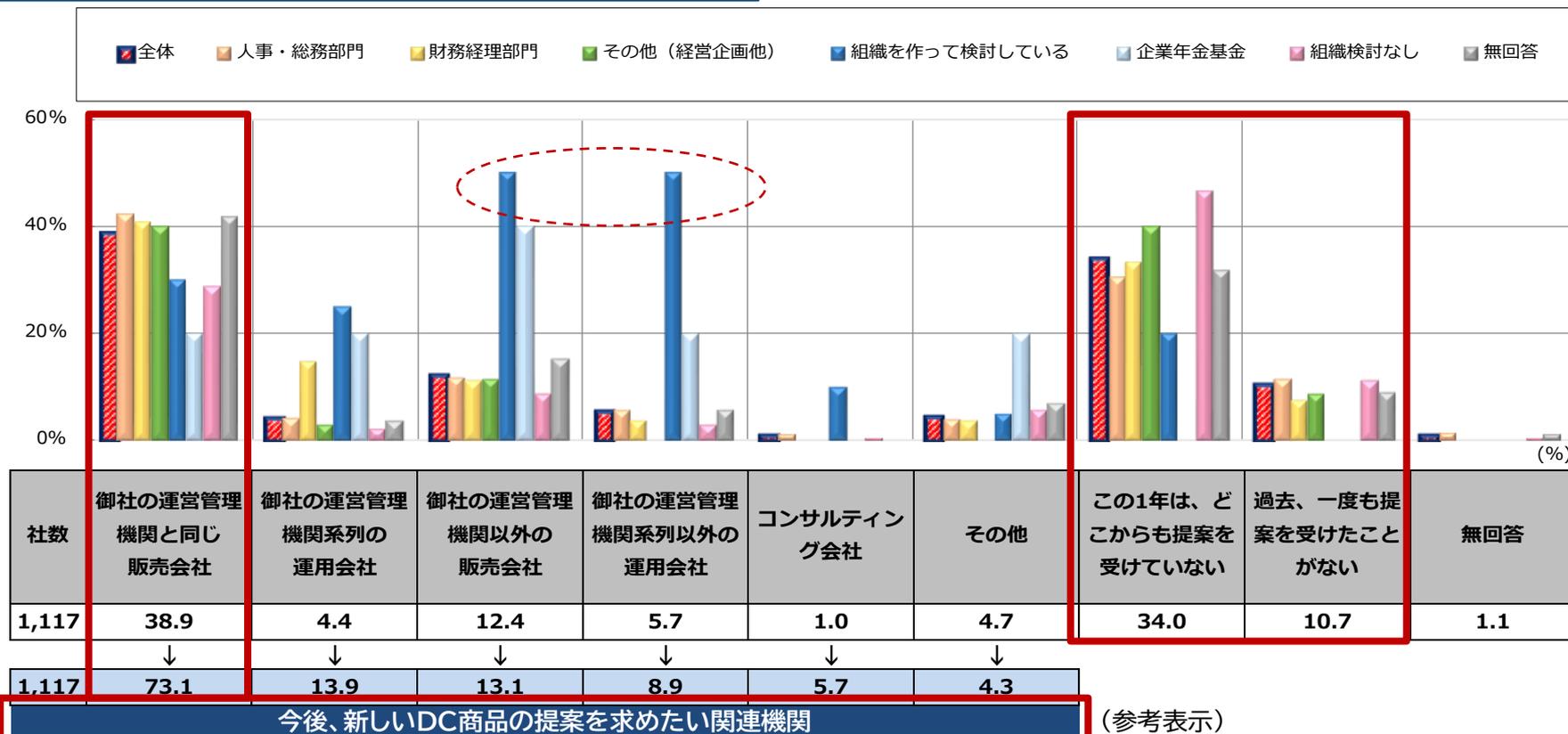
## 調査結果④ DC商品に関する「提案」について

# 直近1年間に新しいDC商品の提案を受けた金融機関等

- ・運営管理機関係列の販売会社が最も多く38.9%(今後の提案も求めている)
- ・一方でこの1年間提案を受けたことがない企業は34.0%、過去一度も提案を受けたことがない企業は10.7%
- ・専門の組織(委員会等)を作って検討している企業は、幅広く提案を受けている

## 直近1年間に新しいDC商品の提案を受けた金融機関等

N=1,117社



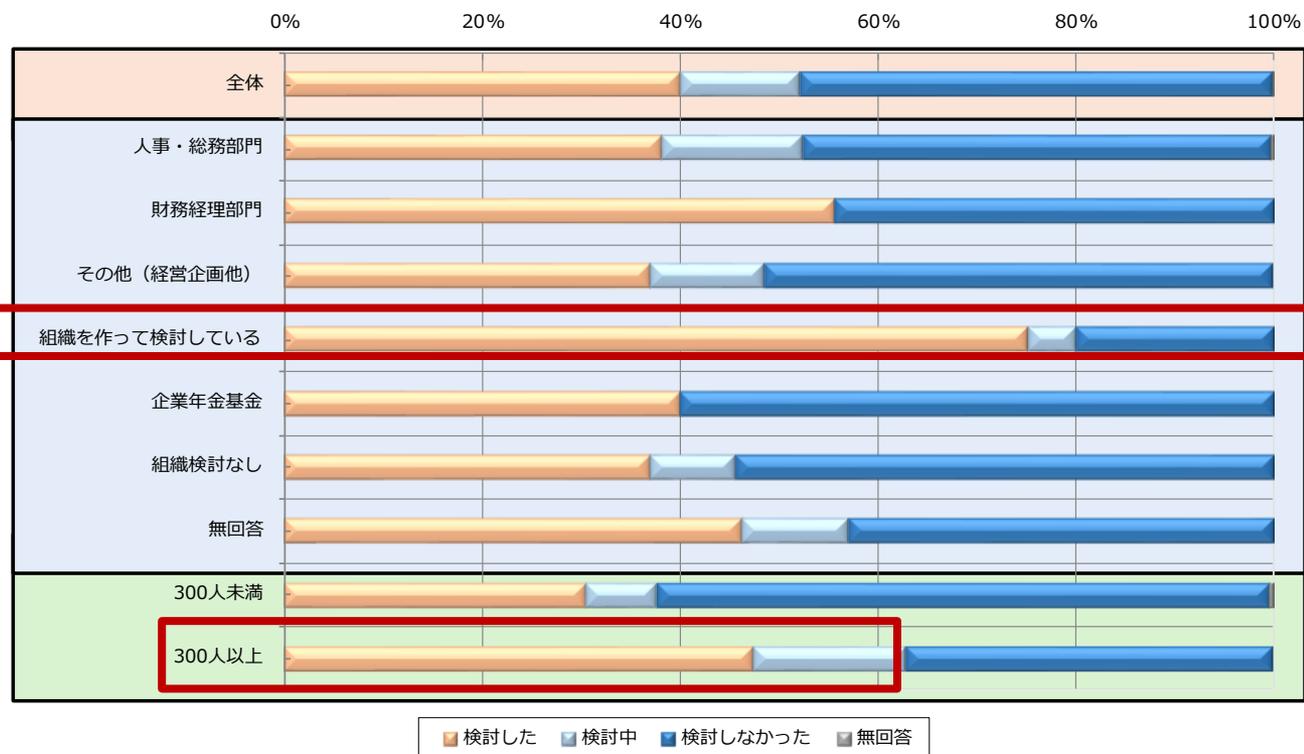
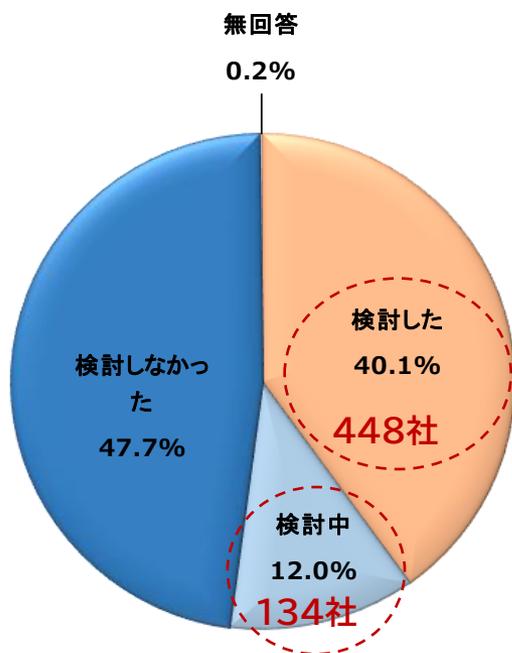
## 調査結果⑤ DC商品の「見直し」について

# この3年間の商品の見直し検討状況について

- 商品見直しを検討した企業は40.1%(448社)、検討中の企業は12.0%(134社)
- 専門の組織(委員会等)を作って検討している企業では、検討+検討中合計で80.0%
- 従業員数で差があり、300名以上の企業は検討+検討中合計で62.8%

## この3年間の商品の見直し検討状況について

N=1,117社

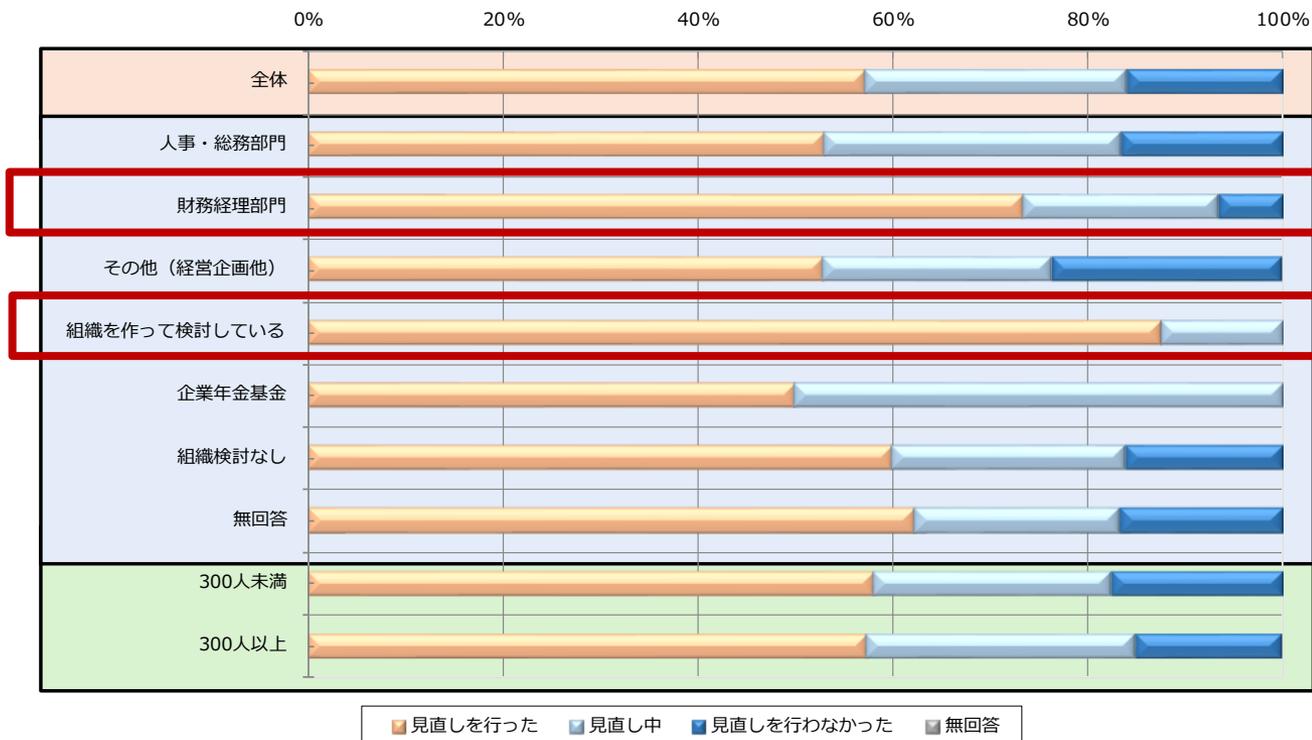
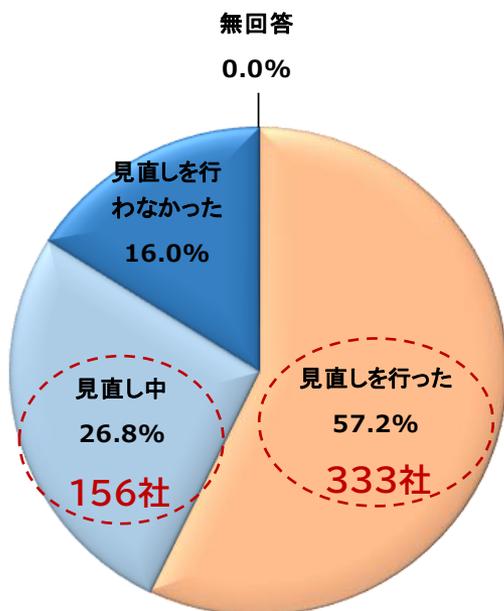


# 商品見直し検討の結果について

- ・過去3年間で商品見直しを検討した又は検討中と回答した企業582社のうち、実際に見直しを行った企業は57.2%(333社)、見直し中の企業は26.8%(156社)
- ・財務経理部門、専門の組織(委員会等)を作って検討している企業は商品見直しの実施率高い

## 商品見直し検討の結果について

N=582社



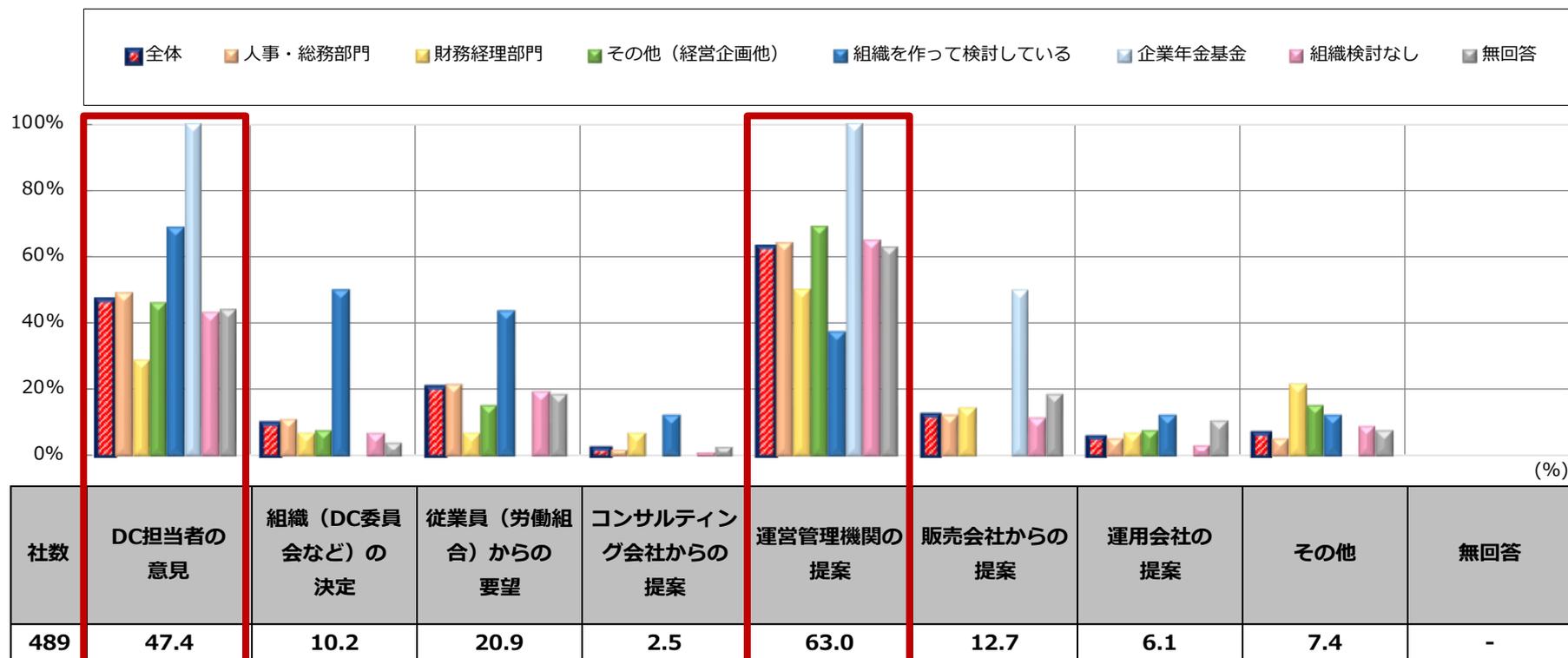
■ 見直しを行った ■ 見直し中 ■ 見直しを行わなかった ■ 無回答

# 商品見直しのきっかけ

・実際に見直しを行った企業333社、及び見直し中の企業156社が商品見直しを行ったきっかけは、「運営管理機関からの見直し提案」が最も多く63.0%、次いで「DC担当者の意見」が47.4%

N=489社

## 商品見直しのきっかけ

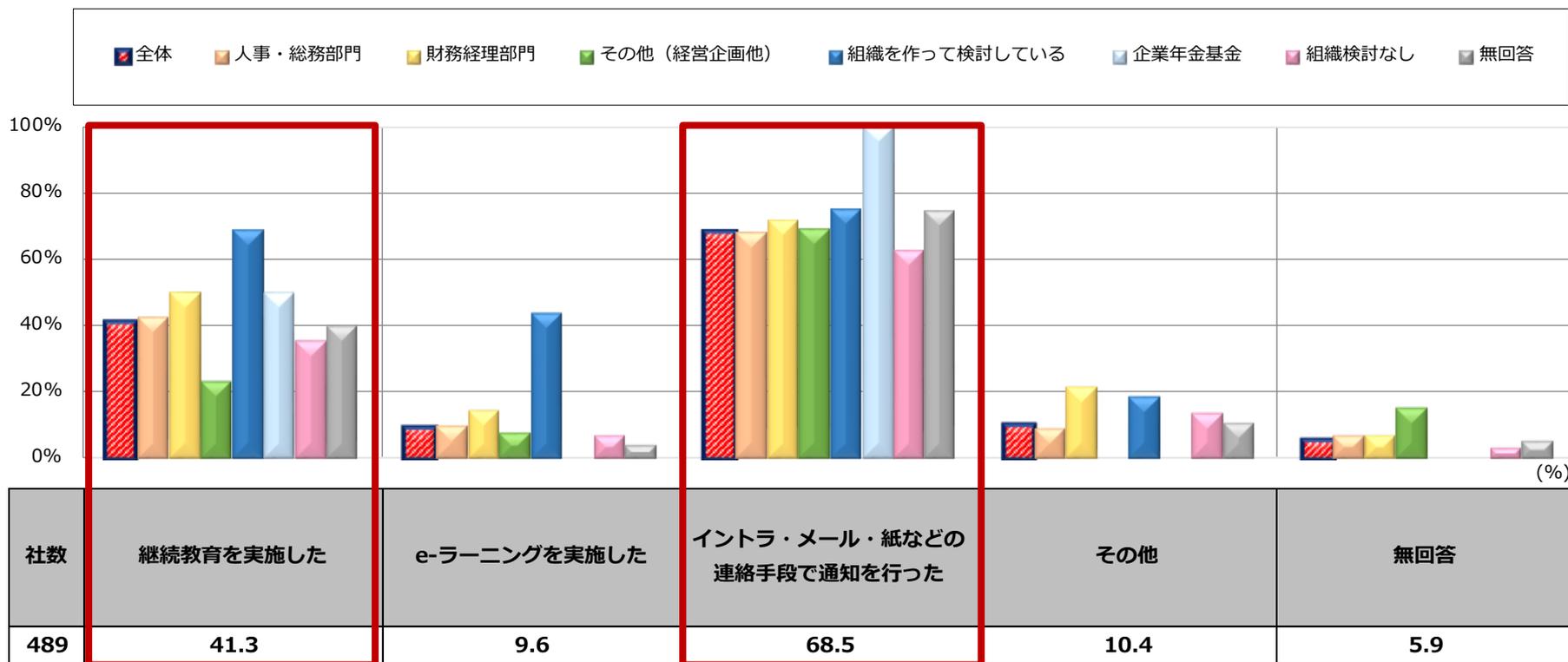


# 商品見直し後の従業員への周知方法

・実際に見直しを行った企業333社、及び見直し中の企業156社が、商品見直しの内容を従業員に周知した方法(または予定の方法)は、「イントラ・メール・紙などの連絡手段で通知を行った」が最も多く68.5%、次いで継続教育の実施が41.3%

## 商品見直し後の従業員への周知方法

N=489社

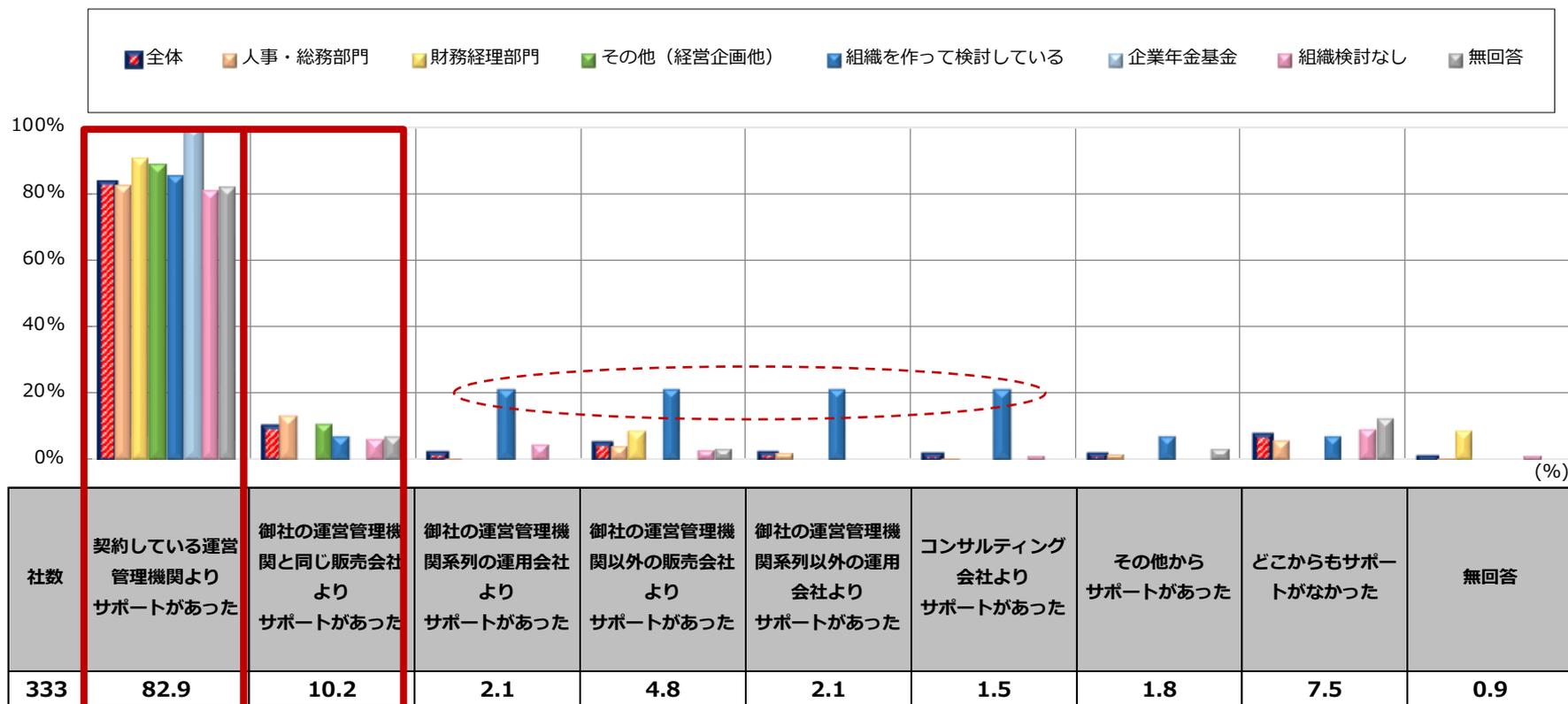


# 見直しを行った企業：商品見直し後の従業員周知へのサポート状況

- ・実際に見直しを行った企業333社において、従業員周知のサポートを受けたのは運営管理機関が圧倒的に多く82.9%、次いで運営管理機関と同じ系列の販売会社が10.2%
- ・専門の組織(委員会等)を作っている企業は幅広くサポートを受けている

## 商品見直し後の従業員周知へのサポート状況

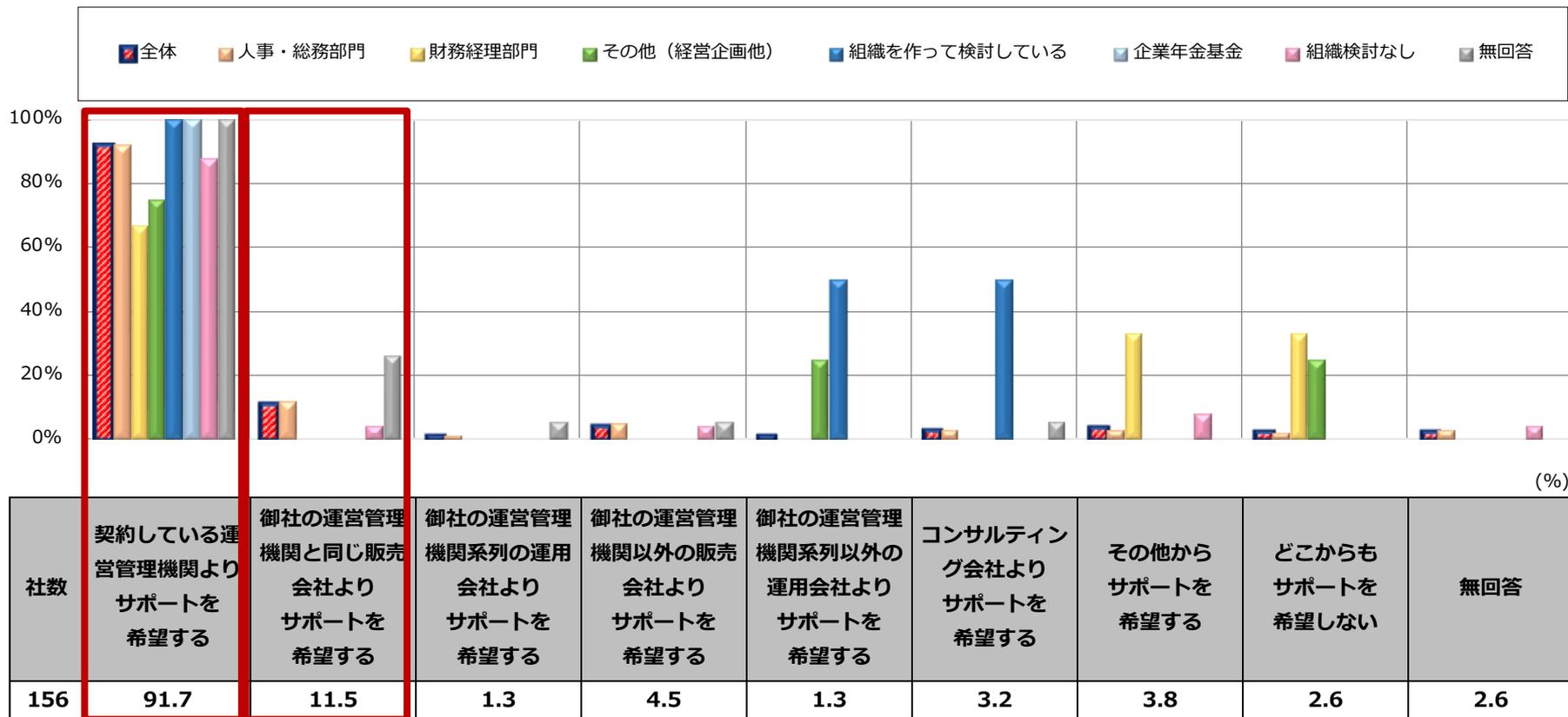
N=333社



# 現在見直し中：商品見直し後に従業員周知のサポートを期待する関連機関 <sup>27</sup>

・現在見直し中の企業156社が、商品見直し後に従業員周知のサポートを希望するのは、運営管理機関が圧倒的に多く91.7%、次いで運営管理機関と同じ系列の販売会社が11.5%

## 商品見直し後に従業員周知のサポートを期待する関連機関



(%)

## 調査結果の総括

# 調査結果の総括

## 調査結果の総括

・「DC商品に関するモニタリング、見直し・追加・入替等の検討」について、運営の主体となっている部署・部門は大多数が「人事・総務」となっています。企業におけるガバナンス体制を充実していくには、担当部署・部門を中心としたレベルアップが必要ですが、企業内の他部署・部門の協力を得て、商品や運用に関する知見、情報などを加えることや、労働組合や加入者代表を通じて加入者の要望を確認することも必要と思われます。

・DC商品の「情報・提案・加入者サポート」に関する回答では、現状、かなりの企業が「運営管理機関」に頼っている状況ですが、金融商品取引法等の一部を改正する法律における「最善利益勘案義務」や資産運用立国実現プランにおける「適切なDC商品選択」の取組などをレベルアップしていくためには、個別のDC商品の詳細情報を持つ販売会社や運用会社からの商品情報の取得、コンサルティング会社等の専門家のサポート、企業年金コミュニティなどを通じた他社の取組状況の確認等、幅広いチャネルからの情報収集に取り組むことも必要であると考えます。

・全体に占める比率は低いものの「専門の組織(委員会等)を作って検討している企業」の取組(調査回答)は、DC商品に関するガバナンス体制や商品に関する情報収集の取組などをレベルアップするためのロールモデルとして、参考にしていただくと良いと思います。