



加入者の疑問に寄り添い「自分ごと化」行動変容とKPI改善につなげる

TISI株式会社

人事部 人事第1部
セクションチーフ
木村 奈央氏

人事部 人事第1部
セクションチーフ
工 勝幸氏

●会社概要

本社：東京都新宿区
業種：情報・通信
加入者数：5,962名

2026年7月、インテックとの合併に伴いTISから社名変更した総合システムインテグレーターのTISI。健康経営の一環に企業型確定拠出年金（DC）を位置づけ、教育サイクルを深化させた結果、投資信託比率やマッチング拠出利用率の着実な伸長につなげている。加入者の関心を引き付ける施策の工夫を聞いた。

健康経営の柱にDCを位置づけ、継続教育サイクルを深化

当社の退職給付制度は2005年1月に導入したDCと前払い退職金の選択制です。「全額DCコース」「半額DCコース」「DC1,000円コース」「全額前払いコース」の4つから選択でき、全額前払いコースを除く3コース合計でDC加入率は97%に上ります。DC運営業務については、制度運営から継続教育、モニタリングまで人事部が一体となって

担っています。

当社では多様な人材が生き生きと活躍できる社会を目指す行動の一環として健康経営を推進しており、その柱の1つである「生活力の向上」にDCを結び付け、継続教育を組み込んでいます（図）。DCによる資産形成を通じて社員の経済的な不安が軽減され、心の余裕につながりパフォーマンスを発揮しやすくなるとの考えから、従前よりファイナンシャル・ウェルビーイングの向上に注力してきました。

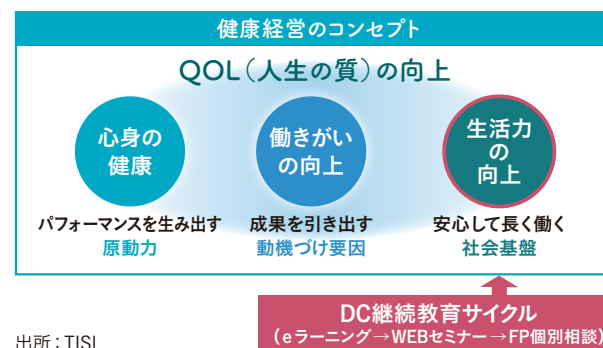
継続教育は年間サイクルに基づいて毎年創意工夫を重ねながら実施しています。10月に全員必須のeラーニング、マッチング拠出申込月にあたる11月にWEBセミナー、そして通年にわたり希望者向けのファイナンシャル・プランナー（FP）個別相談を開催。基礎的な理解から深掘り、個別最適化へと段階的に学べる体系を整えてきました。

資料をスライド5枚に厳選、短時間で要点を押さえる工夫

情報セキュリティやコンプライアンス関連など、当社の社員はDC以外の分野においても日ごろから多様な研修を受ける必要があります。そこで一人ひとりの負荷を考慮し、DCのeラーニングについては思い切ってスライドを上限5枚、時間にして5分程度に厳選しました。内容を絞り込む上では、マッチング拠出や運用商品選択など加入者自身が判断できる領域に焦点を当てるようにしています。少なくとも年に1回程度は自身の選択を見直すことの大切さを強調し、加入者の関心が高い制度改正の話題も盛り込みました。その上でもっと深く知りたい人に向け、長期・積立・分散投資の基礎や運用商品ラインアップ、加入者サイトへのリンクを記載したアペンディクス（参考資料）を用意しています。

eラーニングの受講率は9割を突破していますが、その理由は研修の充実・効率化に向けた施策に加え、エンジニアを中心とした学習し続ける習慣が根付いた風土・社風も背景にあると考えています。受講後アンケートでは理解度83%、役立ち度88%と前年を上回る結果に結び付きました。短時間で要点を押さえられる構成が加入者の好評を得たと分析しています。自由記述欄に

図 健康経営におけるDC継続教育の位置づけ



出所：TISI

もポジティブな回答が集まり、手応えを実感しました。

話題のテーマを自社流に解説、体験型の施策が好評

希望者参加型のWEBセミナーでは「老後2000万円問題解決法」や「金融経済教育」など時流に合わせて関心を引きやすいテーマを設定。一般論を語るだけではどうしても興味を持ってもらいにくいいため、それぞれのテーマを「自社流」として当社の制度に落とし込んで解説することで、一人ひとりの加入者に「自分ごと化」を促すよう工夫しています。

そのために意識したのが体験型コンテンツの導入です。実際のシステムにログインしてその場で運用商品のスイッチングをしてもらったり、加入者から質問のあった話題のオールカントリー（全世界株式）商品について、既存のラインアップを組み合わせることで実質的にその運用を実現する方法を解説したりと、実践的な内容が好評を得ました。

なお、DC担当者の悩みの1つに加入者への情報伝達があると思います。当社ではセミナーの次のステップとしてFP個別相談を用意していますが、実は

3回まで無料で利用できることが加入者にうまく伝わっていませんでした。そこで案内文を赤字にして強調するなど工夫を施した結果、セミナー受講から上手く橋渡しすることができ、参加者の増加に

つながりました。

相談内容の傾向は、DC資産の受取時期が近くなった加入者からの悩みが多くはありますが、最近は中堅社員が住宅ローンの資料を持参して相談に来るケースも増えています。eラーニングやWEBセミナーを通じて幅広い世代の加入者がDCを自分ごととして捉え、相談への一歩を踏み出しやすくなった証と考えています。

諦めない取り組みで行動変容を促進 DCは小さく始めて地道に育てる

こうした取り組みは徐々に結果に結びついています。投資信託比率は制度導入時の2018年には43%でしたが、2025年には72%に達しました。マッチング拠出利用率も同様に18%から30%へ拡大し、「行動なし&元本確保型のみ」の層は23.4%から17.1%まで低下しており、継続教育の成果が着実に現れています。一方で、一度設定を変更した後、そのまま放置している中間層の動きが課題として浮上してきました。数年前に運用商品の大幅な入れ替えを実施した後、「会社のDC制度の変更はいったん落ち着いた」と認識した加入者の動向が結果的に放置につながって

いるのではないかと分析しています。

DCは長期運用が基本であり、必ずしも頻繁にチェックをする必要はありません。しかし私たちの役割は、加入者が「意図的に寝かせている」のか、あるいは「受動的に一度設定しただけで放置している」のかを見極めること。その上で一人ひとりに合ったDCの活用法を伝え、望ましい行動への変化を後押ししていくことだと考えています。仮に投資信託を保有しつつも加入者サイトへのアクセスがない社員が増えているとすれば、自発的な理由なく放置している状況が広がっていると推測できるため、詳細な分析を進めていく予定です。多くの企業において効果的な継続教育を推進するにあたり、経営層を巻き込むことが重要課題とされているでしょう。当社では健康経営のコンセプトの1つである生活力の向上という方針とDC施策との関係性を説明し、加入者データの改善推移を伝えることで経営層と認識共有を図ってきました。

継続教育に大切なことは最初から完璧を目指さず、できることから小さく始めて地道に育てていくことだと実感しています。「自社では無理」と諦めず、必要に応じて社外の専門家の力なども借りてはいかがでしょうか。小さな疑問に寄り添い改善を積み重ねることで、加入者に喜ばれる継続教育が実現できると確信しています。当社ではグループ会社の合併に伴い、退職金制度の再設計に着手する予定です。この機を前向きに捉え、適切な情報発信を通じて加入者の自律的な行動をサポートする取り組みに一層注力していきたいと考えています。



工 勝幸氏（左）、木村 奈央氏（右）