

DCにおける投資教育の重要性

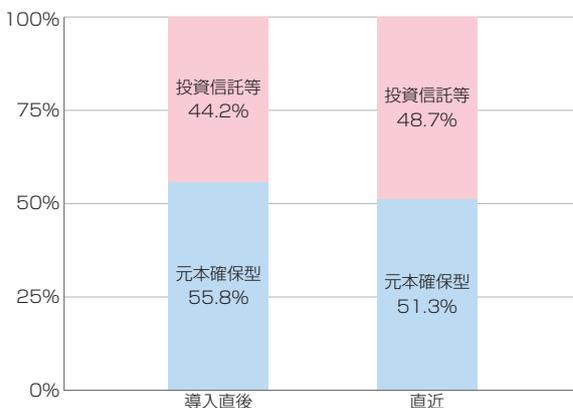
調査結果によると、企業型DCでは加入者の制度理解状況は芳しくなく、元本確保型の比率が高止まりしている。このような状況を改善するために、投資教育が重要な役割を果たすのではないだろうか。

確定拠出年金（以下、DC）制度では、加入者は自己責任において、定期預金などの元本確保型、あるいは投資信託などの運用商品を選択しなければならない。そのため、DC導入企業は加入者へ投資教育を実施し、加入者の年金資産運用に関するリテラシーを高めるように努めている。しかし、どれほどの投資教育が、実効性を持って実施されているのであろうか。本稿では、今年3月に企業年金連合会より公表された「2007年度確定拠出年金に関する実態調査（第2回）報告書」をもとに、DC導入企業の投資教育における取り組み、加入者の投資状況の実態から見た課題について紹介する。

加入者の投資状況

図表1は、加入者の商品選定状況を掛金ベースで見たものである。直近の投資信託などの運用比率は導入直後と比較して4.5%上昇しているものの、元本確保型の投資比率は未だに高く、50%を超えている。元本確保型の代表的商品である5年定期預金を選択した場合、平均

図表1 加入者の商品選定状況（掛金ベース）



（出所）企業年金連合会資料

的な利回りは0.7%台（2008年2月時点）である。多くのDC導入企業では、想定利回り¹⁾を1.5%~2.5%に設定しており²⁾、運用商品として元本確保型を選択すると、この想定利回りを達成することは難しい。もし加入者が合理的な投資家であるのならば、短期的には元本割れの可能性があるとしても、中長期的には元本確保型を上回る収益の望める投資信託への投資比率を高める選択をするはずである。

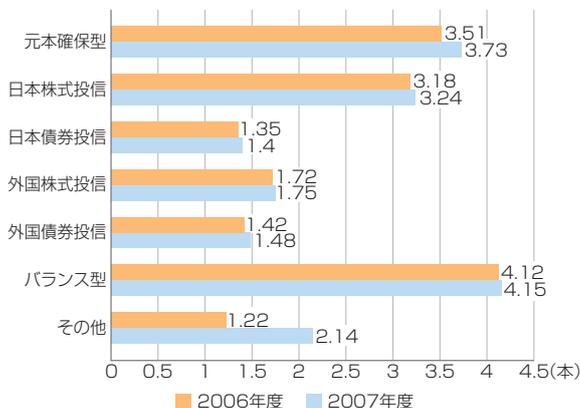
DC制度では、自身のライフプランやキャリアプランに沿った年金資産運用を考えられるようにすることが重要である。しかし、自身の年金資産運用をきちんと考えられている加入者は少ないのが現実と言えよう。

運用商品ラインアップ

加入者の商品選定状況における元本確保型の比率が高止まりしている中、運営管理機関が提供している商品ラインアップはどのようになっているだろうか。

図表2は、DC実施企業における平均的な運用商品ラ

図表2 運用商品ラインアップ



（出所）企業年金連合会資料よりNRI作成

NOTE

- 1) 他の退職給付制度からDC制度に移換した場合、どの程度の運用利回りを確保すれば、元の退職給付制度と同水準の給付を得られるかを表したもの
- 2) 2007年度確定拠出年金に関する実態調査（第2回）報告書
- 3) 確定拠出年金における投資教育のあり方に関する検討会 報告書 2008年3月
- 4) DC制度の加入者が運用商品を決めなかった場合、自動的に掛金が振り向けられる運用商品
- 5) 年金情報、2008年3月3日
- 6) 日本経済新聞、2008年4月3日

インアップである。これらの運用商品を見ると、ラインアップ合計17～18本のうち、元本確保型は3～4本に過ぎない。すなわち、用意されている商品は、投資信託などの方が多いにもかかわらず、加入者は元本確保型を選択している傾向が高いということになる。

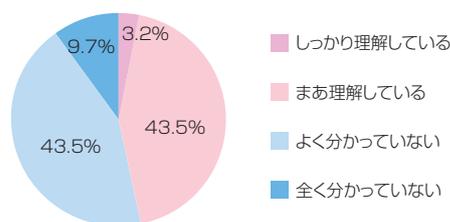
**加入者の制度理解につながる
継続的投資教育が必要**

前述のようにDC制度では、加入者自身が制度の理解を深めることが重要であり、そのためDC実施企業や運営管理機関では、加入者への投資教育を制度導入時に行っている。導入後も継続的に投資教育を実施しているところも少なくない。ところが、加入者にDC制度の仕組みを理解しているかどうかを聞くと、「分かっていない」層が53.2%にも上る（図表3）。加入者の制度理解状況は好ましい結果とはなっていない。

この理由については、事業主側が提供する投資教育が、加入者の「DC制度の理解状況」や「投資理解、継続教育の要望」、「資産運用の状況」を十分に把握しきれないままなされていることが大きいのではないかと思われる。このことは、事業主が加入者に対して、「DC制度の利用実態の調査を直接行ったことがない」という比率が、80%にも上ることからも推測できる。

一方で、古くからDC制度を導入している米国では、行動ファイナンスの研究成果から、どんなに投資教育を行っても、加入者全員が合理的な投資家になることは難しく、投資教育の限界が示唆されている³⁾。米国で2006年に制定された年金保護法では、この考えを取り入れ、DC導入企業がリスクのある商品をデフォルト商品⁴⁾として加入者に提供できるように見直しを行った。

図表3 制度の理解状況



(出所) 企業年金連合会資料

米国の先進的な動向に追随するかのようにも、最近、一部の企業で、デフォルト商品として元本確保型以外のものを設定する動きがあった⁵⁾。また、厚生労働省では、デフォルト商品の設定の見直しを後押しするようにルールを明確化した⁶⁾。

デフォルト商品に関する議論を見ると、投資教育は不要だと考える人も出てくるかもしれない。しかし、デフォルト商品に投資信託を設定できるようになったからと言って、投資教育が不要になったという訳ではない。日本では、継続的に投資教育を実施している企業は41%と半数に満たない水準であり、投資教育が十分に浸透しているとは言いがたく、投資教育の限界を語るのは早過ぎる。

継続的なDC実態調査を通じて、加入者の投資状況の実態や課題をモニタリングし、それを受けて投資教育の内容に反映させる仕組みをつくるなど、投資教育で試せることはまだまだ多いのではないだろうか。

Writer's Profile



黒田 勇介 Yusuke Kuroda
 金融ITイノベーション研究部
 副主任研究員
 専門は投資信託動向
 focus@nri.co.jp