

継続教育実施ガイド

パートA 投資教育の企画と実施

(目次)

ア) 投資教育の企画から実施まで (総論)

1. 投資教育の企画
2. 投資教育の実施形式の検討
3. 投資教育の媒体の検討
4. 投資教育委託先の選定／自ら実施する場合の準備
5. 投資教育のプログラム検討

イ) 集合研修 (セミナー形式) の投資教育

6. 資料の作成
7. 実施の準備 (会場確保、日程調整、告知の工夫等)
8. 実施当日の留意点

ウ) 集合研修 (セミナー形式) 以外の投資教育

9. Eラーニングやビデオ教材を利用する場合
10. 社内報やイントラネットにコラムを掲載する場合
11. 小冊子を配布する場合
12. コールセンター、個別相談等

エ) 投資教育実施後の検証とPDCAサイクルの継続

13. 投資教育の実施後評価とフォローアップ

ア) 投資教育の企画から実施まで（総論）

1. 投資教育の企画

(1) 継続教育の企画から実施までの一般的な流れ

ここでは、事業主がより主体的に取り組むことの多い継続教育について、その企画から実施についての留意点やヒントを紹介していく。

継続教育の企画から実施については、一般的に下記の流れで行われる。

- ア) 自社のDC制度の利用実態を把握する
- イ) 課題を整理し、課題解消のための継続教育を企画する
- ウ) 媒体を検討し、委託先を検討（あるいは自ら実施することを決定）する
- エ) 教育内容を検討し、準備を行う
- オ) 継続教育を実行する
- カ) アンケートやDC利用実態を収集し、取り組みの評価を行う
- キ) 次期の継続教育の企画につなげていく

それぞれ、基本的な留意点は以下のとおりである（詳細は次項以降で解説していく）。

ア) 自社のDC制度の利用実態を把握する

- ・まずDC制度の利用実態について、運営管理機関から入手できる情報、加入者や労働組合からヒアリングできる情報を収集する。



イ) 課題を整理し、課題解消のための継続教育を企画する

- ・加入者のDC制度利用実態を分析し、継続教育のニーズや課題がどこにあるか整理を行う。その充足または解消を目的として継続教育の企画を行う。



ウ) 媒体を検討し、委託先を検討（あるいは自ら実施することを決定）する

- ・課題や目的に合致した継続教育媒体を検討し選択する。また、その委託先を決定する（あるいは自ら実施することを決定する）



エ) 教育内容を検討し、準備を行う

- ・継続教育に盛り込む内容を検討し、プログラムの内容を決定する。媒体の特性に応じて会場確保、印刷準備、告知動員等を行う。



オ) 継続教育を実行する

- ・ 継続教育を実行する。講師の手配や会場準備、印刷物配布、イントラネットへの情報掲載などを行い、利用を促進する。



カ) アンケートやDC利用実態を収集し、取り組みの評価を行う

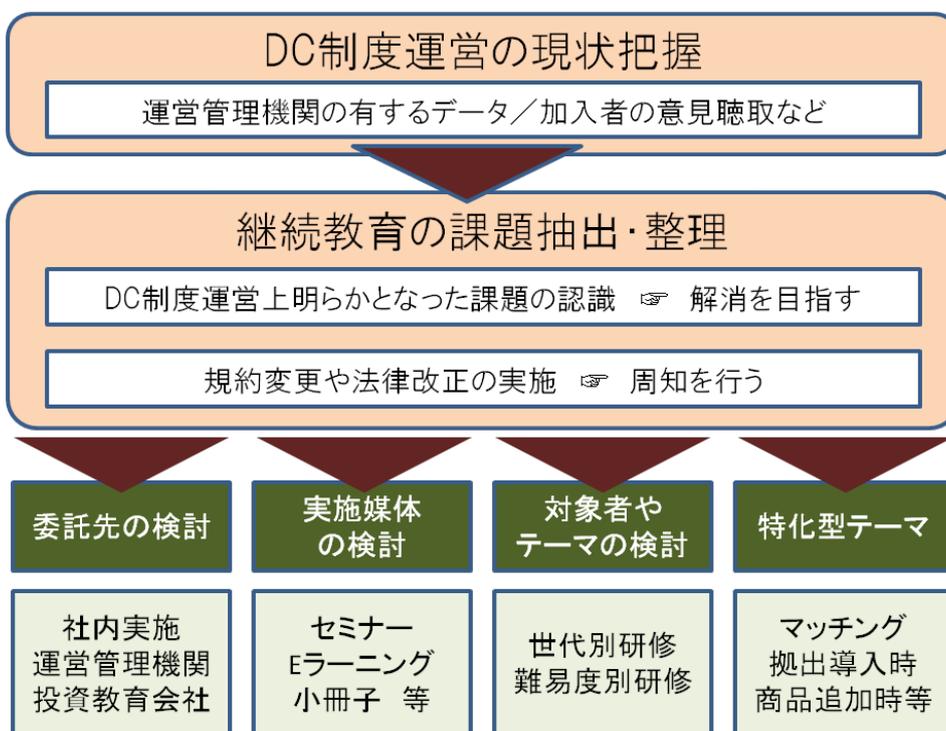
- ・ 可能な範囲で受講者のアンケートを取ったり、利用実態の変化について運営管理機関からデータを収集するなどして、教育の効果について分析と評価を行う。



キ) 次期の継続教育の企画につなげていく

- ・ 積み残した課題や次回取り組むべき新しいテーマなどを整理し、単発の取り組みに終わらせず、次期以降の継続教育につなげていく。

(検討から企画のイメージ (例))



(2) 自社のDC制度の利用実態を把握する

投資教育の実施に当たっては、まず自社のDC制度の利用実態、現状を把握することが必要である。現状の認識を踏まえ、課題を抽出、その解消のための企画につなげていく必要がある。

実態の把握は、法令解釈通知が指摘している「加入者等の知識水準やニーズ等も踏まえつつ、加入者等が十分理解できるよう、必要かつ適切な投資教育を行わなければならない」という投資教育の要請に応えるためにも必要と考えられる。

DC制度の利用実態については、運営管理機関の有するデータを分析する方法と加入者サイドに直接的にヒアリングをかける方法の2側面が考えられる。

(3-a) 運営管理機関からの利用実態把握

運営管理機関は、加入者の投資実態、Webやコールセンターの利用実態等の多くのデータを有しており、制度運営の大きな参考となる可能性が高い。定期的な業務報告の際には制度運営に関するレポートを提出することが多いが、こうしたレポートにとどまらず、必要と考えられる情報の開示を求めていくとよい。具体的には、下記のようなデータの利用が考えられる（実際に提供される項目は運営管理機関ごとに異なる場合がある）。

なお、個人ベースの投資実態は個人情報保護の見地から事業主は取得することができない（運営管理機関に求めてはいけない）。全加入者の平均的実態を手がかりに実態把握を行うことになる。

i. 加入者の投資実態

- ・ 投資信託と元本確保型の割合
（掛金の割合と個人別管理資産額全体の割合の2面がある。以下同様）
- ・ 運用商品ごとの保有割合（シェア）
- ・ 元本確保型商品100%の加入者の割合
- ・ 運用商品数（1本だけの者、X本の者）
- ・ 運用利回り（一定期間の利回り、制度設定来の年平均利回り）
- ・ 元本割れしていない加入者の割合
- ・ 想定利回りに達している加入者の割合 等

ii. Webやコールセンターの利用実態

- ・ コールセンターの利用状況（件数、年齢、相談内容等）
- ・ Webのアクセス件数（件数、加入者の利用率等）
- ・ Webの利用件数（掛金配分指定変更、スイッチング等）
- ・ 中途退職者の移換状況（脱退一時金の受取、自動移換の割合）
- ・ 定年退職者の受給状況（年金選択率等） 等

データは単なる数字を捉えるだけでなく、複眼的な把握と分析に努めることで制度運営実態が明らかになる。例えば、

- ・ 月次ベースで分析する視点（時期による変動はないか）

- ・事業所単位で分析する視点（地域や本社・工場で差異はないか）
- ・年齢（世代）別あるいは男女別に分析する視点

などの観点からデータを分析するとよい。グラフ化など視覚化してみるのもよい。もちろん、運用状況のデータなども取得しておく効果的である。

(3-b) 加入者や労働組合からの利用実態把握

加入者の声を直接吸い上げ投資教育に反映させる手段としてヒアリングやアンケートを実施する方法が考えられる。運営管理機関のデータだけでは読みとれない意見を拾い上げることが可能となる。特に「投資教育してほしい事項」を質問したり「投資理解度」を簡単なテストで把握したりするなどの情報は、投資教育のコンテンツ検討や難易度の設定に役に立つ。

加入者から直接声を拾い上げることが難しい場合は、労働組合に意見の集約を依頼する方法も考えられる。労働組合もDC制度の導入と運営に関わる当事者のひとりであり、組合員の声を会社に届けていくことは、組合員の満足度向上にも役立つ取り組みと考えられる。会社には直接話せない本音の意見が届くことも期待できる。

連合会調査では、運営管理機関からのデータ収集は多くのDC規約で実施されているものの（実施率 81.6%）、加入者からの情報収集は進んでいない（実施率 17.3%）ことが明らかになっている。片方のデータだけで実態を分析するのではなく、できる限り双方のデータを収集して継続教育の企画に役立てたい。

【事例リンク】

事例 9,18,27,28,29,30

(4) 課題の抽出、整理を行う

DC制度の運用実態、利用実態を明らかにすることで、継続教育において取り組むべき課題や問題意識が見えてくる。具体的な投資教育の方法を検討したり、プログラムを検討したりする際においても、最初に課題や問題意識を明確にしておくことで、その判断基準もブレの生じることなく企画実施が行えるようになる。具体的には

「データから見えてきた現状」→「課題（問題意識）」→「改善する方向」

のように、ロジックを整理しながら、どのような継続教育を実施していくのか検討を重ねていくとよい。

以下に継続教育の課題と改善の方向について、いくつか例を示すので参考にしてください。

- ・ **DC制度に対する無関心、無理解の解消をはかる**

加入者のDC制度の理解度が十分でないことが明らかであれば、基礎的な制度の再学習などが教育テーマとして考えられる。無関心者や理解が浅い者を対象者に設定することが考えられる。
- ・ **Webやコールセンターの利用率向上を目指す**

Webやコールセンターの利用率が低いことが課題に現れている場合、利用促進を促す取り組みが考えられる。IDやパスワードの再発行なども取り組みの一環として考えられる。
- ・ **Webやコールセンターのメニューの周知を行う**

Webやコールセンターの利用率が低い一因として、具体的に「何ができるのか」知られていないことが原因であれば、セミナー形式に限らず具体的な活用事例を社内報で紹介することなどが考えられる。
- ・ **低すぎる投資比率や投資意欲の向上を目指す**

自己責任として納得のいく資産配分が行われている状況にないと見なされる場合、投資の理解度向上がなければ加入者の投資行動に変化が生じることは難しい。難易度は低めに、投資の基礎を学ばせる方法が考えられる。
- ・ **分散投資の状況が十分ではないため改善を促す**

特定の投資対象に加入者の資産が偏っている（1本ないし数本の資産で運用されている）場合、分散投資の重要性や具体的投資方法などを解説するプログラムが考えられる。具体的なスイッチング方法も説明する必要がある。
- ・ **世代による利用状況の違いについて改善を目指す**

世代別の利用状況に差異が見られ、特に違いが合理的理由によらない場合（若い世代が極端に保守的な投資行動であるなど）、世代別研修によって、より具体的な教育を行うことが考えられる。
- ・ **DC加入率（DC制度の加入選択制がある場合）を高める**

DC加入が選択制であり、定期的に参加申請時期を設けている場合、加入申請の時期に研修や情報発信を行い、制度の魅力をPRする方法が考えられる。通常の継続教育へ未加入者の参加を促す方法もある。
- ・ **マッチング拠出の利用率を高める**

マッチング拠出の利用率が低く、利用率向上が課題のひとつとして掲げられている場合、マッチング拠出制度の意義やメリットをPRするプログラムが考えられる。利用申請時期が設けられている場合、直前が効果的である。
- ・ **より高度な運用知識の要望に応える**

加入者の一部により高度なプログラムのリクエストがある場合、複数のコース設定に基づく投資教育が考えられる。この際、声をあげない大多数は理解の浅い加入者であることも忘れないことが必要である。

- ・ **規約改正があるため、周知をはかる（マッチング拠出導入など）**

マッチング拠出の導入など規約の変更や制度の環境が変化する時期は大々的に継続教育を行う好機でもあり、また必要性も高い。変更周知のみにとどまらず付加的に教育プログラムを設定していくとよい。

- ・ **運用商品の追加を行ったため、周知をはかる**

新しい運用商品が追加された場合、その周知を図るための説明会などが企画されるが継続教育も同時に実施されるのが一般的である。加入者の理解状況に応じた投資教育を行うとよい。

(5) 目標設定の重要性

投資教育の実施にあたっては、企業のプロジェクトがそうであるように、何らかの目標設定を求められることがほとんどである。

しかし、DCの投資教育に求められるのは学習機会の提供であって、具体的な投資行動強制ではないことに留意して目標設定をする必要がある。また、DC制度は個人の自己責任による投資行動が基本であることも思い起こす必要がある。

例えば、「全加入者の平均的な投資信託保有比率を20%向上させる」というような、過度な目標設定は適当ではないと考えられる。このような目標の場合、現状より投資を行うことのみを是として、それを押しつけるようなプログラムになる懸念がある。目標をクリアするためのプログラムになるようでは、本末転倒であるといわざるをえない。同様に、「参加者のスイッチング実行を促す」というような目標により、短期的な売買を促すような投資教育となるのも、本来のねらいから外れる恐れがあり注意すべきである。

目標設定においては、運営管理機関のWebサービスやコールセンターの利用度向上、IDやパスワードの再発行依頼の件数増加（紛失者の減少）、スイッチングや配分指定の件数の一定増などについて、運営管理機関や投資教育会社の助言も得つつ、適切な水準を設定するとよいのではないかと。

加入者の投資に対するスタンスが消極的すぎるのが課題として存在し、これに変化を促すことが投資教育のミッションであるため、投資比率向上を目標とするなど、目標設定には合理性を持たせるべきである。また、法令解釈通知においても「資産形成期に過度に元本確保型の比率が高い状態や年金資産額を確定していく時期に過度に元本確保型の比率が低い状態とならないよう計画的に元本確保型の比率を設定するよう説明するのが望ましい」と指摘をしており、世代によって異なる目標を設定することは考えられよう。ただし、投資比率を強制することはできないし、するべきでないことはあくまで注意すべきである。

2. 投資教育の実施形式の検討

(1)参加対象者の範囲（全員参加か、任意参加か）を決定する

継続教育の企画・実施にあたっては、対象者をどう設定するか検討する必要がある。設定しない場合は「加入者全員を対象」として企画・実施を行うことを意味する。

対象者を絞り込む場合も、そうでない場合も、対象者の設定はプログラムの内容や動員等に影響を及ぼすため、対象者をどう考えるかは重要な課題のひとつである。

i. 加入者全員を対象とした研修

継続教育は、一般的には加入者全員を対象に行われている。企業年金連合会調査（DC実態調査。2014年12月公表）では、全員参加で実施した研修の割合は63.0%である（全員参加と希望者のみ参加の双方を同時実施した場合を含む）。

DC制度導入からあまり時間がたっていない、あるいは加入者のほとんどが基礎的な教育を必要としている場合、全員参加とすることで、効率的に加入者全体の理解度向上を図ることができる。

また、継続教育の機会をもっとも幅広く提供できるのも加入者全員を対象とした研修ということになる。この場合、事業主の投資教育義務をもっとも明確に果たすことになる。

なお、加入者全員を対象とする場合であっても、コアターゲットを想定することは有用である。なんとなく全員を対象としたプログラムを組むのではなく、加入者の理解度等のイメージを想定しながら企画・実施を図ることが効果的である。

ii. 加入者の一部を対象とした研修

加入者の一部を対象に継続教育を企画・実施する場合がある。連合会調査では、希望者のみ参加の形式を採用したケースは54.8%と全員参加の形式に拮抗している（全員参加と希望者のみ参加の双方を同時実施した場合を含む）。また、導入時教育が全員参加を原則としていることとも対象的である。

対象者をしぼることはメリットとデメリットがあり、双方を考慮の上、企画・実施をする必要がある。一般的なメリット・デメリットは下記のとおりである。

（メリット）

ターゲットを絞り込むことにより、

・受講者に最適化したプログラムの提供が可能になる。

（専門的なプログラム、難易度の低いプログラムなど）

・研修効果が高まることが期待できる。

・受講者にフィットした教育を提供することができ、受講満足度が高まることが期待できる。

（デメリット）

- ・対象外となる加入者について、次回以降の教育機会でもフォローする、もしくはEラーニング等でフォローする等の配慮が必要である。
- ・企画にあたって何らかの情報収集と分析を行い、ターゲティングを行う必要がある（これは全員対象であっても必要ではあるが）。
- ・参加対象者となる一部の加入者に対する参加案内通知を行う労が生じる。
- ・会場によっては対象者が少なくなるため、場合によっては受講者が数名になる可能性がある（支社や支店など）。

(2)任意参加とする場合の研修受講対象の検討と工夫

加入者の一部を対象とした研修のアプローチとしては、さらに以下のような手法が考えられる。

i. 世代別研修の考え方の採用

投資教育すべき項目としてセカンドライフを視野に入れたリタイアメントプランニングが法令解釈通知（投資教育ガイドライン）に組み込まれている。また、「退職時期を意識しリスク管理を行うことが一般的であり、老後までに時間がある若年層は比較的リスクが取りやすく、老後を間近に控える高年層には、リスクを抑えるといった投資の基本的な考え方を意識付けることが望ましい」と指摘し、一般には世代ごとにリスク許容度が異なることを踏まえ、投資計画もまた異なってくることを教育すべき事項として指摘されている。

これを効果的に実施するアプローチとしては世代別の研修が考えられる。例えば20～30代と50代のプログラムを分けることで、資産形成をスタートさせたばかりの20代と給付を間近に控えた50代は異なる説明をするなど、投資教育はより踏み込んだ内容で実施が可能になる。

とはいえ、DCの継続教育単体で世代別セミナーを企画することは負担が多く、実施が難しい場合が多い。もし人事部等が世代別の各種研修を行っているのであれば、これにDC投資教育を組み込むことも方法のひとつである。

例えば「入社X年研修（例：25歳研修）」のような研修に若い世代向けのプログラムを織り込んだり、「50歳キャリアプラン研修」「55歳リタイアメントプランニング研修」のような機会にリタイアを意識した資産管理等のプログラムを織り込んだりすることで、受講対象別に教育内容の絞り込みを行うことが考えられる。営業研修や技術研修など、従業員が定期的に集合する機会を捉えて、継続教育を行う例もある。

企業の現場においては、ライフプランを踏まえた人事メッセージを発する機会として世代別研修に取り組む例が増えている。受講者の多くも30代ないし40代において退職給付制度も含めた研修を受けることを好意的に受け止めることが多い。

社内の人事研修等と連携を図ることで、企業は毎年度継続教育を実施し続けることが可能となり、社員は一定年月の経過に従い、いずれかの研修機会ですべて投資教育も受講することになるので、確実な受講機会の提供につながることを期待できる。

【事例リンク】

事例 5,11,16

ii. 理解度に応じた参加者の絞り込み

次に多く実施されているカテゴリー分けの手法としてあげられるのは、加入者の理解度に着目した絞り込みである。

理解度の近い加入者をグルーピングすることができれば、より受講者のニーズにフィットした投資教育が可能となり、理解度の向上も効果的になることが期待できる。例えば「投資無理解に近い加入者層」「運用指図未経験者層」「投資意識が高い層」などを定義することが考えられる。

投資教育を行う時間は限られており、まんべんなく投資教育の内容を提供することは難しく、理解度に応じてテーマを絞り込むことは重要である。特に投資初心者についてはそうした配慮が重要となってくる。

なお、理解度に応じたテーマ設定を行う場合、そのターゲットに適合した加入者の参加を促す工夫もあわせて重要になってくる。絞り込んだテーマと適合しない受講者が多かった場合、むしろ受講した加入者の満足度が下がる恐れもあるので、注意が必要である。

iii. 開催会場（事業主）による参加者の絞り込み

グループ会社などが一つの規約に入っている場合などは、各社ごとに継続教育を企画・実施することも多い。人事制度などが異なる場合は、同一規約であっても、企業単位で継続教育を実施する方法が考えられる。この場合は、各社の担当者が主体的に企画・実施を行うようアドバイスを行うとよい。本社あるいは代表事業主のDC担当者は必要に応じて運営管理機関との橋渡しなども行うべきである。

同一社内であっても、すべての事業所で同一年度に継続教育を実施することが不可能である場合において、事業所単位で企画・実施を行うことも考えられる。ただし、この場合は支店や支社で教育機会に著しい不公平が生じないような配慮が必要である。例えば、本社は毎年度継続教育が行われているが、支社では研修機会はゼロである、というようなことのないよう配慮が必要である。

(3) 実施時間の設定（業務時間内か時間外か）

投資教育の企画に際して重要な検討事項となるのは、実施時間である。

実施時間の問題は「何分程度の研修とするか」という課題と、「業務時間内開催とするか、時間外開催とするか」という2つの問題に整理することができる。

i. 開催時間の長さの検討

- ・ 継続教育研修の時間は60～90分程度が一般的である。これは集中力が持続する時間に納める必要のあること、業務時間内開催であれば業務に支障がない時間にとどめる必要のあること、業務時間外開催であれば長時間の開催は参加率に影響すること、などが理由としてあげられる。実施者にとっても、60～90分程度の時間であれば、1泊2日研修ほどの準備もかからず、実施しやすいといえる。
- ・ あまりに時間が短いと話す内容が収まりきらず消化不良になることが多い。開催の都合により30分あるいは45分など短い時間で実施する場合は、テーマをしっかりとしぼりこむなど準備を入念に行う必要がある。
- ・ 「短時間で開催し」、「内容はふんだんに盛り込み」、かつ「理解も求める」ような継続教育は現実的に困難である。開催時間の設定は、プログラムのボリュームなどとも連動して検討、決定する必要がある。

【事例リンク】

事例 6,12,22,28

ii. 業務時間内開催、業務時間外開催の検討

- ・ 継続教育については業務時間内、時間外開催のどちらも広く行われていることが連合会調査でも明らかになっている。法令上も時間外開催を禁止する条文はない。企業の現場で判断すべき項目である。業務時間内開催、時間外開催のメリットおよびデメリットは一般的に以下のとおりである。
- ・ 業務時間外開催の場合は、「任意参加」の形式を取ることが多い。また、何度か開催機会を確保するなど加入者の日程選択の余地を与えることが望ましい。

ア. 業務時間内での実施

(メリット)

- ・ 動員が比較的容易である。
- ・ 講師の派遣も行いやすい(宿泊等が生じにくい)。
- ・ 同日に複数回開催するような設定も可能である。

(デメリット)

- ・ 業務上の支障が生じる恐れがある。工場などではラインを止める必要などもあり、日程調整や時間調整をしっかりと行う必要がある(時間延長も難しいことが多い)。
- ・ 営業あるいは契約先企業へ常勤の社員などが参加しにくい可能性がある。

イ. 業務時間外での実施

(メリット)

- ・業務に支障を与えず開催が可能である。
- ・週末の開催時間設定ができれば、家族参加型セミナーも設定できる。

(デメリット)

- ・一般に、参加率が高まりにくい。
- ・アフターファイブの個人的事情により参加したくても参加できない加入者が出る(例えば、育児や介護などの事情は時間変更が困難であることが多い)。
- ・時間外開催の研修の参加が実質的に強制参加であった場合、残業代支給の問題が生じる点に配慮が必要である。

(4) 計画的な企画と実施の必要性

導入時教育は制度導入のタイミングで行うため、実施時期が明確であるが、継続教育は導入後いつどのように行うかは企業の裁量に委ねられる。

DC法は実施時期や頻度について明示を行っておらず、法令解釈通知に「第2 2. 加入時及び加入後の投資教育の計画的な実施について」として項目をあげ、「実施に当たっての目的を明確にし、加入後の教育を含めた計画的な実施に努めること」と「全般の計画の中で、加入者等が的確かつ効果的に習得できるよう、その内容の配分に配慮する必要がある」ことを指摘している。

法令の要請にかかわらず、継続教育の実施がさみだれであるとの批判を避けるためにも、計画的な企画と実施が重要になる。特に労使間でコンセンサスを得ていくためにも、計画的な企画と実施が欠かせない。また、実施予算の安定的確保を図る点からも予め複数年度の計画を示しておくことが効果的である。

【事例リンク】

事例 2,5,16

(5) 複数年度にわたる研修計画の例

複数年度にわたる研修計画を建てる際、いくつかの方法が考えられる。下記に参考例を紹介する。

i. 複数テーマをローテーションして用いる例

一般的な複数年度にわたる研修計画では、複数テーマを段階的に設定し、受講者のステップアップを企図するプログラムとして、順次実施することをローテーションさせることが多い。

もっとも単純なパターンは「初心者向け→中級者向け→中上級者向け」のようにステップアップするプログラムを複数年度で実施し、一巡後また初心者向けからリスタートするものである。

難易度はあまり変えず、テーマを変えるような例では「初心者向けDC基礎→投資商品の理解を深める基礎講座→Webの使いこなし講座→運用報告書の読み方講座→投資理論の基礎講座」のようにローテーションするような例も考えられよう。

法令の改正が行われたり、規約の変更（マッチング拠出の導入等）や商品数の追加などが行われたりすれば、そうした内容を反映させることで、ローテーションしつつステップアップを行うこともできる。規約変更等そのものをテーマとしてスポットで追加のプログラムをセットすることも考えられる。

毎年度、オリジナルの投資教育プログラムをデザインし続けることはネタ切れにも陥りやすく、無理なく継続的な教育実施を行うためにも、ローテーションの工夫は有効と考えられる。

ローテーションを行っていく中で、運営管理機関から新たなプログラムが提案され、さらなるバリエーションの多様化につながる例もある。

ii. 同一テーマを複数年度用いる例

同一テーマをプログラムとして準備し、単年度ではなく複数年度用いる方法が考えられる。

この場合、同一事業所について複数年度開催を行う場合がまず考えられる。同一事業所で未受講者が多く存在する場合、また、受講スケジュールの調整がつかなかった受講者に受講機会を再度提供する意味でも、同一テーマの反復開催は有効である。ただし、既受講者の「飽き」が生じて参加率が低下することに配慮する必要がある。同じ受講者は「復習」になるとはいえ何度も同じ話を聞くことは考えにくい。むしろ未受講者の参加を促す等の工夫が必要になる。

また、同一プログラムを用いて事業所や支店・営業店等を回っていくことも考えられる。全国規模で工場や事業所が点在している場合には単年度ですべての拠点で教育を実施することは困難であり、北海道・東北、関東・甲信越、中部・関西、中国・九州などにブロック分けして同一プログラムを用いて巡業していくような方法が有効である。この場合は企業としては毎年度投資教育を行うわけだが、同一プログラムを複数年度用いることで準備負担が軽減・平準化される。加入者にとっては、数年に一度は教育機会が提供されることになる。ただし、次回の研修機会まで数年以上の期間が空くこともあり、受講機会を逃さないような告知や参加動員の工夫が重要である。

【事例リンク】

事例 5,7,28

(6) 労働組合（加入者）の意見聴取を行うことが好ましい

継続教育は形式的に実施すればよいものではなく、加入者等の理解度や興味・関心にこたえる形で実施されなければならない。これは法令解釈でも指摘されている。

・法令解釈通知第2 3. (2)①

・運用商品に対する資産の配分、運用指図の変更回数等の運用の実態、コールセンター等に寄せられた質問等の分析やアンケート調査により、対象となる加入者等のニーズを十分把握し、対象者のニーズに応じた内容となるよう、配慮する必要がある。

加入者の運用実態や研修ニーズの把握については、運営管理機関からデータを収集する方法と、加入者自身からヒアリングをする方法が考えられ、双方をバランスよく情報収集することが効果的である。特に加入者の声に耳を傾ける取り組みは、事業主の取り組みの是非を将来問われた際に、加入者のニーズを踏まえた投資教育を実施したことを証明する有力な証拠となると考えられる。

加入者から個別のアンケートをとる方法もあるが、加入者を代表する労働組合があるなら労働組合を通じて加入者の声を拾い上げる方法も考えられる。制度に無関心である加入者も含めた意見を聴取するチャンスとしても、労働組合からの意見聴取は有用と考えられる（個別アンケートでは無関心層が未回答となり実態把握ができないことがある）。

また、こうしたコミュニケーションに際しては、継続教育の実施計画について説明を行い中長期的な取り組みについてコンセンサスを得たり、具体的なプログラムの内容について意見を求めたりすることで、労使が一体となって実りある投資教育を実現するきっかけを得られる。

ある企業では、実際の継続教育モデルを労働組合執行部にテスト受講させ意見を求めることで、加入者に分かりやすいプログラムとなっているか検証を行い、プログラムや話法の改善に役立てている。企業内担当者（人事部等）の目線だけでは気がつきにくい部分に異なる視点から意見を求めることは有効である。

DC制度や継続教育について厳しい意見が寄せられることもあるが、それも継続教育に求められている期待を本音ベースで収集する機会と捉えてみるといい。

なお、労働組合については、継続教育の実施においても協力を求めることが考えられる。動員や告知について労働組合の支援を得られている企業の場合、特に工場での任意参加セミナーなどの参加率向上につながったという事例もある。

継続教育については、労働組合と衝突するのではなく協調して取り組むべきテーマであるし、協調することはひいては加入者（組合員）のメリットでもある。積極的にコミュニケーションを図ってみたいところである。

【事例リンク】

事例 4,15

(7) DC未加入者への対応

DC制度への加入が選択制である場合において、未加入者である社員に対して、DC加入を検討するよう制度説明等を行うケースが考えられる。

入社当初はキャリアやライフプランニングを描けていないなどの理由によりDC制度の加入を行わなかった者がある場合、一定期間後に情報発信を行うことでDC制度の加入につながることを期待できる。制度の基礎的な仕組みの紹介や積立モデル例などを示すことにより、未加入者向けの研修を行うことは効果的である。

未加入者のみを対象とした研修を行わない場合であっても、DC制度加入者への継続教育に、DC未加入者の参加を促すことも考えられる。DC加入者に対して再復習の機会として設定された継続教育においては、DC制度の魅力や税制メリットを説明することが多い。入社時点で未加入であった者に対する研修にもなりうる効果的なアプローチのひとつである。

なお、DC制度の利用促進は法令上の義務ではないが、制度の趣旨および社員の老後の生活安定を図る観点からも、可能な範囲で未加入者向けの取り組みは図られることが望ましい。企業にとっても、会社が行う老後資産形成制度の理解と活用が図られることは、従業員のモラル向上にもつながる効果が期待できよう。

【事例リンク】

事例 2,3,6,9

(8) マッチング拠出と投資教育

マッチング拠出制度は一定の普及が進んでおり、27.6%の規約（2015年1月末、厚生労働省調べ）で採用されている。事業主が拠出する掛金だけでなく、加入者が自ら追加の掛金拠出をできることは、投資教育においても一定の配慮を必要とするものと考えられる。

i. マッチング拠出の理解度向上

まず、マッチング拠出の理解度向上は投資教育の内容として検討に値する。マッチング拠出を行っていない者はもちろん、利用者についても制度のメリット再確認を行うことが考えられる。これにより、マッチング拠出制度を利用開始する者が増えたり、増額する者が増えたりすることが期待できる。マッチング拠出の利用開始は本人の申し出が必ず必要であることから、研修時には申込書なども配布しておくとともに利用率の向上につながるであろう。

ii. マッチング拠出を反映した投資教育

次に、マッチング拠出者を意識した投資教育プログラムが考えられる。マッチング拠出をする場合、自分の資産から拠出される掛金と会社拠出分の掛金は一体となって運用されることになる。マッチング拠出分は安定運用を、会社拠出分は積極運用を、といっ

た別管理は行えない。そうした希望を持つ者に対して掛金の配分指定やスイッチングなどの方法などを説明することも考えられる。

また、マッチング拠出を行った場合、手元で行っていた個人資産の積立の一部をDC口座に移動することとなり、DC内の資産配分にも影響を及ぼすことになる。個人の資産全体で検討するポートフォリオについて、あるいは手元の個人資産とDC資産それぞれのポートフォリオをどう考えるか、といったプログラムが考えられる（ただし、これらは中～上級者向けテーマであろう）。

【事例リンク】

事例 4,10,14,15

(9) マッチング拠出未利用者への対応

マッチング拠出については、これからマッチング拠出を行うため説明会を行い、あわせて継続教育も行うような例が多く見受けられる。これからマッチング拠出を開始する場合についてもう少し詳述しておく。

i. マッチング拠出導入済み企業の場合

マッチング拠出を採用している企業においては、マッチング拠出の利用率向上も投資教育に関するテーマのひとつといえる。マッチング拠出の利用は強制できないが利用は個人の資産形成上大きなメリットをもたらす老後のゆとりをもたらす。

マッチング拠出の利用率向上を目指すことがひとつテーマとして掲げられるのであれば、投資教育の項目にもマッチング拠出の説明やメリット解説、手続き案内などが含まれることになる。こうしたテーマは繰り返し行うことによって利用率の向上が期待できる（利用者にもメリットの再確認となる）。

実際に、継続教育の取り組みがマッチング拠出の利用率向上につながった企業の事例が報告されている。

ただし、研修機会が9月で申込時期は翌年3月というように、時間が離れてしまうと利用率の向上には結びつきにくい。申込時期を一定時期に限っている場合は、教育の実施時期にも配慮したい。

ii. マッチング拠出導入と同時に継続教育を実施する企業の場合

マッチング拠出を導入することとなった時点で説明会の開催が必要となるため、継続教育をあわせて実施することが多い。こうした機会は継続教育の取り組みとして有効活用したいところである。

継続教育の研修機会の有無によって、マッチング拠出の利用率にも大きな違いが出るのが指摘されている。ある企業では「人事部からのお知らせ」をイントラネットに開示したのみにとどめたところ、マッチング拠出の利用率は数%にしかならなかったが、

ある企業では継続教育も同時に強力に開催したところ、人事部の想定を上回る 20~30% の利用率に達したという。

マッチング拠出制度のメリットや手続き方法などについて分かりやすく解説することは利用率向上にも役立つと考え、丁寧な説明を心がけたい。

3. 投資教育の媒体の検討

(1) 投資教育に用いる媒体や開催形式を検討する

DC法上の投資教育は、その形式を集合研修（セミナー）にのみ限定しているわけではない。DC法には開催形式や媒体についての明記はなく、法令解釈通知においても、加入者等への具体的な提供方法として「投資教育の方法としては、例えば資料やビデオの配布（電磁的方法による提供を含む。）、説明会の開催等があるが、各加入者等ごとに、当該加入者の資産の運用に関する知識及び経験等応じて、最適と考えられる方法により行うこと。」としており、セミナーのみを投資教育としているわけではない。

業種あるいは職種によっては必ずしもセミナーの開催が効果的でない場合もある。24時間営業の小売業や、顧客先に常駐する勤務形態などはその一例で、集合研修を行うより、他の投資教育形式を検討の方が効率的な場合もある。

セミナー開催が困難であることを理由に投資教育を未実施とする企業も少なくないが、投資教育に用いる媒体や開催形式によって教育の特性、費用水準、費用対効果などが異なることを意識し、効果的实施につながる方式を選択することが継続教育においては重要である。

投資教育チャンネルとして一般的に用いられるのは下記の媒体や開催形式である。

(2-a) 集合研修（セミナー）

（メリット）

- ・ もっとも利用されている投資教育実施手法は、加入者等を集めてセミナー形式によって集合研修を行うパターンである。
- ・ セミナー形式の最大のメリットは出席者に確実に教育受講をさせることが可能な点である。また、1対多数で効率的に研修を行うことが可能である。
- ・ 実際に講師と受講者がフェイスツーフェイスでつながっていることにより理解が進みやすい点もメリットとしてあげられる（講師は反応をみながら難易度やペースを調整することができ、受講者は不明な点は質問することができる）。
- ・ 一般には、基本的な事項の習得、特に理解度が浅い者に対する教育効果が高いとされる。

- ・講師がリアルタイムで講義することが難しい場合は、加入者等を集めてビデオを上映したり、ライブ配信の映像を活用したりする方法もある。

(デメリット)

- ・集合研修を行う場合、開催日程の確保、開催場所の確保、講師の確保（謝礼および交通費等も生じる）、使用する資料など様々な準備が必要になる。
- ・講師にかかる費用等は受講人数にかかわらず発生するため、受講率が低い場合、特に受講者が1ケタにとどまった場合などは、コストパフォーマンスが悪い研修となってしまうこともある。受講率を向上させるために動員の工夫が必要になる。
- ・病気や業務上の都合、あるいは私用などにより、開催日に受講しえない加入者が生じることに配慮する必要がある。複数回開催する、あるいは次年度以降にも研修機会を与えるなどの工夫が求められる。
- ・セミナー特有の問題として、プログラムや講演が練れていない場合に参加者が居眠りをしてしまうような問題、繰り返し同テーマで開催した場合に、受講者の「飽き」が生じる問題などがある。

【事例リンク】

事例 7,28,30

(2-b) Webコンテンツ、Eラーニング

(メリット)

- ・運営管理機関のサイトには豊富な投資学習コンテンツが掲載されていることが多い。シミュレーション等の試算機能を有するものもある。こうしたコンテンツを加入者が利用可能としていることは投資教育の一環として考えることができる。
- ・WEBコンテンツおよびEラーニングコンテンツは、いつでも興味関心を持った加入者に学習機会を提供することができることに大きなメリットがある
- ・また、社内でEラーニングシステムを有する場合、DCの学習コンテンツや確認テスト等を掲載することで、集合研修の場に居合わせなくてもオフィスのPCやケースによっては自宅から学習することもできる。
- ・セミナーを何十回開催するようなケースと比較すると、一式のコンテンツを長期的に利用することができ、コストパフォーマンスが高くなることが多い。

(デメリット)

- ・WebコンテンツやEラーニングコンテンツは、いつでも利用できる半面で、ほとんど誰も利用しないままになる恐れもあるため、利用を促す工夫が必要になる（Eラーニングシステムでは未受講者に期間中の受講完了を促すシステムが組み込まれていることが多いので利用したい）。

- ・ 運営管理機関のサイトの学習コンテンツについては、社員全体のアクセス数等は閲覧できても、個人情報に紐付けられた利用情報を取得できないことが多く、受講者の正確な捕捉が難しいこともある。
- ・ 社内にEラーニングシステムがない場合、新規にシステム導入を行う必要があり、初期コストがかかる（外部のシステムを利用することで費用低減は可能）。
- ・ 外部のEラーニングシステムを利用する場合は個人情報の取り扱いに留意する必要がある（業者の監督を含めて）。
- ・ 一般にEラーニングコンテンツを利用できるのはデスクワークが主体となっている社員に限られる。ひとり1台のPCがない職場環境においては他の形式を模索する必要がある。

【事例リンク】

事例 17,18,19,20,21

(2-c) 読み物（社内報やイントラネット）

（メリット）

- ・ DC制度の理解を高めたり、投資の基礎知識を学んだりするために、コラム的読み物や連載記事などを掲載し加入者に読んでもらうことも投資教育の方法のひとつとして考えられる。
- ・ 媒体として社内報やイントラネットに掲載し閲覧してもらう方法がある。各社の実情に応じた掲載場所を選択するとよい。多くの社員の目に触れやすい点がメリットである。
- ・ 内容は一般的な難易度とすることで、DC担当者でも原稿作成が可能となる。自ら印刷コスト等を負担せずに済む点と合わせて、コスト面でもメリットがある。社員にも同じ目線で書かれた読み物が好評を博すことも多い。
- ・ イントラネットの場合、掲載記事がストックされていくことにより、コンテンツが徐々に集積されていくことになる。まとまったボリュームを一気に作ることが難しくても時間をかけて量のあるコンテンツが作成できる。

（デメリット）

- ・ コラムを誰かが作成する必要がある。クオリティに問題が生じ得る場合は、専門的な立場からの第三者チェックが必要になる。
- ・ 定期的な発刊を行う場合、書き続ける必要が生じる。ネタ切れなどで苦勞することもある。
- ・ イントラネットについては情報量が多すぎて読み流されてしまう心配もある。掲載位置や掲載タイミングなどの工夫も必要である。

【事例リンク】

事例 13,22,23,25

(2-d)小冊子（4～8 頁程度の配布物）

（メリット）

- ・ DB制度や厚生年金基金では、予算・決算や運用状況のディスクロージャーとして「基金だより」のような4～8ページ程度の小冊子を作成し配ることが多い。こうした手法をDC制度においても利用することが考えられる。
- ・ ページ数が薄いため、軽く読んでもらいやすい点、タイムリーな記事提供が行える点、社内報よりはボリュームある情報掲載が可能である点などがメリットである。
- ・ ひとりひとりの手元に形のある媒体が届くことで、制度利用の実感を得やすい。
- ・ 近年では、運営管理機関が汎用的な小冊子を作成し事業主に供していることが多い。カラフルで読みやすい紙面であったり、クオリティが高い記事であったりするため、加入者が興味を持つ可能性が高い。

（デメリット）

- ・ 作成費用、印刷費用、配布費用が生じることになる。
- ・ 運営管理機関作成の小冊子を利用した場合、企業ごとの特化型の記事ではなく一般的な説明になることが多い（個別規約に対応した記事、各規約で採用された運用商品に対応した記事は難しい）。カスタマイズを行う、あるいは別途のフォローが必要である。
- ・ 加入者や労働組合はこれを投資教育の一環であるとみなしていない可能性がある。労働組合などには投資教育の一環であることを説明し理解を得ておきたい。

【事例リンク】

事例 12,25

(2-e)ガイドブック（数十～100 頁程度の配布物）

（メリット）

- ・ 制度発足時には加入者キットのような形でボリュームのある冊子を配布することが多いが、規約内容の周知を行うための資料として、あるいは基本的事項を網羅して説明する資料として有効である。
- ・ 紙の資料の可読性の高さ、持ち運びやすさは資料の電子化が進んでも大きなメリットであり、制度理解が浅い加入者ほど重宝する。困ったときにすぐ確認ができる資料として長期にわたって役に立つ。
- ・ ページ数に余裕がある場合、ライフプランに関するコラム等を追加することで、最低限度の投資教育要求以外のニーズも満たすコンテンツになる。

（デメリット）

- ・ せっかく配布した資料が引き出しに死蔵されていたり、紛失されてしまったりすることがある。適宜活用の促進などを行うとよい。

- ・印刷物であるため、機動的な情報の加除が難しい。余剰在庫の保管管理や改定・増刷に伴う負担が生じる。
- ・ボリュームが大きいコンテンツについては、新入社員などがじっくり読みこむことを期待することは難しい。必要に応じてセミナー等を並行して実施することが好ましい。
- ・規約の改定などを行うと配布した情報が陳腐化するため、更新（再配布）にコストがかかる。

(2-f) コールセンター、個別相談等

直接的に投資教育と位置付けられるものではないが、投資教育を補完するサポートメニューとしてコールセンターの活用や個別相談などが考えられるため、ここに紹介する。

(メリット)

- ・運営管理機関やレコードキーピング会社は、コールセンターを用意しているが、これらの利用により個別具体的な質問項目の多くを解決することができる。一般的な投資教育チャネルと呼ぶかは議論が分かれるが、加入者にとっては教育を受けるチャネルとして機能し得る。
- ・会社のDC担当者や外部のアドバイザーが制度の説明や商品の基礎的な説明を行うような個別相談も、集合的な投資教育では補えない個人の理解度向上のためのチャネルといえる。
- ・口頭で会話をしながら理解度を深められるため、コールセンターや個別相談の体制は投資初心者や制度理解が浅い者に役立つ。
- ・特にコールセンターは離職者の質問先として重要である。離職した会社に質問しにくい場合、コールセンターのあることで自動移換等を回避できる。

(デメリット)

- ・一般にコールセンターは利用時間が限られており、24時間対応しているわけではない。Webの活用を並行してアナウンスしておくといよい。
- ・一般にコールセンターでは、IDやパスワードを紛失している加入者の相談を受けないため、紛失者には再発行の手続きを促す必要がある。
- ・個別相談は集合研修に比べて効率性は劣ることはやむを得ない。ひとりの相談のために何時間も費やすこともあり、相談に応じられる体制確保が必要である。
- ・個別相談については、投資助言の領域に踏み込まないよう、一般的な制度理解や商品の基礎的理解などとどめておく必要がある（投資助言を行うためには、投資助言業者として金融庁への登録が必要になる）。

【事例リンク】

事例 6,12,26

4. 投資教育委託先の選定／自ら実施する場合の準備

(1) 投資教育をどこに委託するか（自ら実施するか）

投資教育の企画・実施にあたって最初に検討すべき項目のひとつとして、実施者は誰か、という問題がある。

投資教育は必ず運営管理機関に委託すると定められているわけではない。

しかし、事業主の担当者が必ずしも専門的知見を有している訳ではなく、アウトソースを検討することが多い。運営管理機関は投資教育を委託する有力な選択肢である。

一般的には運営管理機関に実施委託することが多い（ただし、投資教育の委託先決定は、加入者の利益を最優先として行われなければならない。これは法令解釈通知 第6 1. (1)②でも指摘されている事項である）。

また、投資教育の専門会社に委託を行うこともある。社内の人材を活用し、自ら資料作成や講師を担うことも少なくない。それぞれのメリット・デメリットや注意点は下記のとおりである。

(2-a) 自ら投資教育を担う場合

（メリット）

- ・ 社内の人件費以上の費用が発生せず、実施コストが抑えられる。
- ・ 社内の人材が社員に説明を行うため、外部講師に比べ親しみやすい。
- ・ DC担当者自身が継続教育とその内容に習熟する機会にもなる。
- ・ 講師担当者が各地域ブロックごとの基礎的な相談窓口として機能することがある。

（デメリット）

- ・ 講師として不慣れであるため、分かりにくい研修となる心配がある。
- ・ 必ずしも専門家ではないため、誤った講義を行ってしまう恐れがある。

（注意点）

- ・ 付け焼刃での資料作成や説明により、誤った教育が行われると受講者全員が誤った投資知識を身につけることとなり、正確性には十分に配慮すべきである。
- ・ 講師担当者が話し方についての外部研修を受けるなどの工夫も有効である。

【事例リンク】

事例 4,11,16

(2-b) 投資教育を委託する場合：運営管理機関へ委託

（メリット）

- ・ 自社のDC制度設計についてもっとも理解が深い委託先である。
- ・ 運営管理機関やレコードキーピング会社のHPの内容も熟知している。
- ・ 受託している他社の事例などから多様な提案をしてくれる可能性がある。

(デメリット)

- ・ 運営管理機関内のコンプライアンス等の理由により、資料のカスタマイズに一定の制限があることが多い。
- ・ 講師の日当が生じる場合、開催回数によって高コストになる場合がある。
- ・ 東京から講師派遣をすることが多く、地方開催時に交通費が負担となる場合がある。

(注意点)

- ・ 運営管理機関に委託することは法定義務とはされていないが、委託する場合には加入者の利益が最大になるか、という観点から委託先は選定されなければならない。
- ・ 投資教育の実施主体は事業主であり、あくまで運営管理機関は委託先であることを理解の上、委託するべきである。

【事例リンク】

事例 3,19,24

(2-c) 投資教育を委託する場合：投資教育会社へ委託

(メリット)

- ・ 複数の会社から、自社にあった業者を選ぶことができる。
- ・ テキストづくりや講義内容の希望に柔軟に対応してくれることが多い。
- ・ 一般的に費用が低廉である（カスタマイズすると高額になることもある）。
- ・ 全国に講師を有する会社の場合、交通費等のコスト削減になる場合がある。

(デメリット)

- ・ 運営管理機関以外の業者に委託することとなり、契約や費用負担が別途生じる。
- ・ DC制度への理解や投資教育の経験などを評価し業者選定する負担が生じる。
- ・ 自社の制度設計や商品内容、運営管理機関のHPなどの説明が必要になる。
- ・ 講師のクオリティ等については会社ごとの差異がある。

(注意点)

- ・ 投資教育専門の会社に委託する場合には、専門性に期待できる一方で事業主サイドがしっかりクオリティをコントロールする必要もあり、バランスをもった企画と実施が重要になる。

【事例リンク】

事例 13,20

(2-d) 投資教育の実施を委託と自ら実施の双方で行う場合

- ・ 全面的な外部委託を行うには費用が十分でない場合など、外部の専門性を活かしつつも内製化を一部図ることでコストを抑えることができる。
- ・ 例えば、資料作成の部分のみ運営管理機関や投資教育会社の専門性を活用すれば、作成資料の誤りが生じるような問題を回避できる。

- ・また、参加者が多い会場の講師（本社など）については、運営管理機関や投資教育会社の専門性を活用し、そこで講義方法を学び地方は自ら講師となることで、交通費のかかる地方開催等の負担軽減を行うような事例もある。
- ・同一プログラム内で複数の講演がある場合、社内人材が説明すべき項目と外部講師が説明した方が望ましい項目を講師分けすることで満足度が向上することがある。

(3) 投資教育委託先の比較選定、見積もりの取り方

一般的には現在委託している運営管理機関に投資教育の相談をし、提案を求めることで投資教育の企画がスタートする。仮に、投資教育に関して評価が高い運営管理機関であったとしても、運営管理業務を委託されていない企業から投資教育を引き受けることは原則としてない。

比較選定を検討する場合には、委託先の運営管理機関と外部の投資教育会社（可能な複数）を比較することになる。

投資教育会社については業者の数は多くないものの実績を有する会社はいくつかある。実績や経験も参考情報としつつ、取り組みの内容を評価し選定するとよい。

見積もりを取得する際には、企画料、資料作成費用（印刷費用は含まれるかどうか）、講師謝金、交通費等が同等の条件で比較されているか項目を確認する。

プレゼン等を求める場合には、企画の内容が希望するニーズに合致しているか、企業が負担する費用だけでなく加入者のメリットが最大となるかという点を重視し業者の比較選定を行うことが重要である（忠実義務の見地からも明らかである）。

委託先の決定に際してコンペを行う場合、労働組合の代表者も参加させ意見を求めたり一票を与えたりすることで、加入者の意見を求め、また委託先決定にも関わってもらったことになる。

【事例リンク】

事例 20

(4) 投資教育委託先との打ち合わせの留意点

打ち合わせに際しては、外部の専門的知見を最大限引き出すことが重要であるが、そのためには企画に必要な情報を提供することもまた重要である。

「アイデアがないから出して欲しい」という姿勢だけではなく、あいまいな形でもよいので「こういう問題意識がある」「こういう教育をすべきではないかと思っている」「ある社員はこう言っていた」といった情報を、投資教育を委託する先に積極的に投げかけてみたい。そうしたところからよい企画につながることもある。

投資教育委託先が経験豊富であれば、他社の事例を聞くのも一つの方法である。しかし、自社に最適かどうかは別問題であり、それが自社にとっては有用か、という視点で情報を判断することが必要である。

委託先より資料提供を求められた場合、それが投資教育のプログラムを洗練させるために必要であれば、可能な限り提供することで内容がクオリティアップする。例えば下記の資料提供が考えられる。

「就業規則」

「給与規程」

「退職金規程」

「企業年金規約（DB制度のある場合）」

「DC規約」

「グループ保険や持ち株会などの福利厚生制度の案内」 等

もちろん、社外秘情報の取り扱いなどは契約を交わしておくことが必要である。

5. 投資教育のプログラム検討

(1) 法令を意識した教育プログラムの検討

DC法においては、具体的な投資教育の内容を規定していない。法が事業主に求めているのは以下の点である（DC法第22条）。

- ・ 事業主は、企業型年金加入者等に対し、運用の指図に資するため、資産の運用に関する基礎的な資料の提供その他の必要な措置（いわゆる投資教育）を講ずるよう努めなければならないこと
- ・ 投資教育等は継続的に実施するとともに、企業型年金加入者等の資産の運用に関する知識を向上させ、かつ運用の指図に有効に活用することができるよう配慮するものとする

具体的な投資教育の内容については、法令解釈通知に例示されているが、「加入者等の知識水準やニーズ等も踏まえつつ、加入者等が十分理解できるよう、必要かつ適切な投資教育を行わなければならないものであること。（法令解釈通知 第2-1. 基本的な考え方(1)）」としており、実効性のあるプログラムの検討を求めている。

法令解釈通知では、投資教育の「具体的な内容」として下記4項目をあげ、それぞれ項目を例示している（法令解釈通知第2-2. (3)）。

- ① 確定拠出年金制度等の具体的な内容
- ② 金融商品の仕組みと特徴
- ③ 資産の運用の基礎知識
- ④ 確定拠出年金制度を含めた老後の生活設計

これらの4項目を整理すれば「規約内容、制度内容の周知」「金融商品の理解」「投資理論の基礎的理解」「リタイアメントプランニングの知識」ということになる。これらの4項目は、投資教育プログラムの検討において、どれを盛り込むか検討する際の参考になる。

各項目と、どのような内容を教育すると適当であるかについては、後半のパートで詳述しているので参照されたい。ここでは以下、プログラムの企画における検討のヒントを紹介する。

(2) 1回あたりのテーマを幅広く設定するケース（浅く広く型）

一般に、導入時教育に際しては法令解釈に指摘された項目のすべてを取り上げることが多い。これに加え、具体的な金融商品の説明を運営管理機関等の責務として行うことになるが、時間的制約から十分に理解を得られないケースも見受けられる。

継続教育については「加入時に基本的な事項が習得できていない者に対する再教育の機会として、また、制度に対する関心が薄い者に対する関心の喚起のためにも極めて重要である」と法令解釈も指摘している（法令解釈通知 第2 2. (2)）とおり、重要な「再教育機会」であることを考えると、導入時教育のプログラムを参考としつつ、「浅く広く」投資教育テーマを取り上げる方法が考えられる。

「浅く広く型」のメリットは、ひとつの継続教育プログラムで、投資教育すべき内容が網羅できることにある。特に継続教育に初めて取り組む場合や一定年月が空いてしまった後に実施する場合においては、一通りのプログラムを盛り込むニーズがある（再教育の機会として考えても）。一方で、詰め込み型になるおそれ、ひとつひとつのテーマは深く掘り下げる余裕のない点などに留意する必要がある。

企画にあたっては、次項の「テーマをしばりこんで実施するケース（特化型）」も比較検討し、どちらが自社の継続教育に望ましいか企業ごとに判断することが大切である。単なる導入時教育の焼き直しにとどまり、何度やっても時間的制約から理解度向上が得られないのでは本末転倒である。

(3) 1回あたりのテーマをしばりこんで実施するケース（特化型）

継続教育においては、必ずしもすべてのテーマを一度のプログラムに盛り込まなければならないわけではなく、むしろ法令も計画的な実施を求めており、中長期的に継続教育を実施していく中で、投資教育すべき事項を加入者が習得していくことを目指していければよいものと考えられる。

ひとつの教育プログラムに投資教育すべき事項をすべて盛り込んだ教育プログラムを実行すると、限られた時間で詰め込み教育を行うことになってしまい、理解度が十分に高まらないこともしばしば指摘されている。

継続教育のニーズや目的の整理、計画的な実施のビジョンを設定して、「規約内容、制度内容の周知」「金融商品の理解」「投資理論の基礎的理解」「リタイアメントプランニングの知識」といった大項目の一部ないし複数を探りあげるにより、全部の項目を充足することにこだわらないプログラム、より踏み込んだプログラム作成が可能になる。いわば「特化型」のプログラムである。

「特化型」プログラムの強みは、テーマをしぼりこむことにより深い学習理解が期待できることにある。メリハリがつけられる、といってもいい。例えば、「リタイアメントプランニングの知識」をメインテーマに設定した場合、「金融商品の理解」「投資理論の基礎的理解」に多くの時間を割かず、老後のための資産形成の計画に注力した方が学習効果も満足度も向上するであろう。

一方、「特化型」のデメリットは、採りあげていないテーマについてはほとんど触れられないため、加入者のニーズが異なっていた場合、不満足に終わる懸念のあること、また将来的に異なるテーマで実施する継続教育の開催を視野に入れておく必要のあること、などがあげられる。計画的な継続教育実施の中で適宜フォローする必要がある。

なお、「特化型」のアレンジとして「複数コース（異なる難易度）の設定」「データを活用した教育」が考えられる。次項以降で詳述しているので合わせて確認の上、検討されたい。

(4)異なる難易度のプログラムを設定するケース（コース設定）

法令解釈通知第2 3. (2)②では、「特に、加入後の投資教育においては、次のような項について配慮すること」として、「基本的な事項が習得できていない者に対しては、制度に対する関心を喚起するよう十分配慮しながら、基本的な事項の再教育を実施すること。また、加入者等の知識及び経験等の差が拡大していることから、より高い知識及び経験を有する者にも対応できるメニューに配慮することが望ましい。」と指摘している。これはコース別設定も検討すべきことを示している。

コース設定は「特化型」のプログラム検討のひとつといえる。テーマではなく「難易度」で絞り込みを行うアプローチである。一般的には「初心者コース」「中級者コース」「上級者コース」などのような設定が行われる。

「初心者コース」は、再教育を念頭にDCの基本からの学習プログラムとなり、「中級者コース」あるいは「上級者コース」の場合、マーケットの振り返りや投資商品のレポートなども読み解くような高度な学習プログラムとなることが多い。この場合、「初心者コース」は「広く浅く型」の様相を帯び、「上級者コース」は難易度も高い「特化型」にすることも考えられる（もちろん初級者コースについて1テーマに絞り込みじっくり行うことも考えられる）。なお、「上級者コース」が短期的相場観を養い、短期的トレーディングスキルを身につける研修となる必要はないので、プログラム内容には留意する必要がある。

コース設定を行う場合、同一年度において複数コースを同時開催するか、別の年度に改めて開催をするか検討が必要になる。同一年度に行う場合、すべての加入者を対象にできるものの、事務局の準備負担は倍増する（さらに同日開催の場合、講師も複数人手配する必要が生じる）。別の年度に設定し直す場合、ある年度には参加を希望するが自分にちょうどいいプログラムが用意されていない加入者が生じることになる。いずれを採用するか、事務局として検討の上、プログラム設定を行う必要がある。

(5) データを振り返るプログラムを設定するケース

法令解釈通知第2 3. (2)③では、「特に、加入後の投資教育においては、次のような事項について配慮すること」として、「具体的な資産配分の事例、金融商品ごとの運用実績等の具体的なデータを活用すること等により、運用の実際が実践的に習得できるよう配慮することが効果的である。」と指摘している。これはマーケットのデータや運用商品の投資実績データ、また資産配分が奏功した事例などを活かしたプログラムも検討すべきことを示している。

資産運用のスキルアップを目指していく中で、リスク性商品の価格変動要因として重要なマーケットの騰落の要因を知ること、商品選択において参考となる各金融商品の運用実績の読み解き方を知ることなどは有効と考えられ、また、加入者が一定程度の投資知識を身に付けた以降は、このような学習プログラムで応えていくことが考えられる。特に中級～上級者向けプログラムではニーズも高いメニューと考えられる。

ただし、経済データや個別商品の実績データを用いるプログラムについては、留意すべき点がある。

- ・まず、将来の相場の予想について触れることは慎むべきである。不確実な事項について断定的な判断を提供することは金融商品取引法でも禁止行為とされているほど回避すべき事項である。DC制度の投資教育は金融商品取引業者が行う販売行為ではないが、事業主がそうしたリスクを負う必要はないと考えられる。
- ・また、個別の商品について運用の指図を行うこと、行わないことを勧めることは事業主の禁止行為（DC法施行規則第23条第3号）である。つまり、「〇〇投資信託がよい」というようなところに踏み込まないよう注意が必要である。比較を行う場合においては、事実にもみ基づき行い、事業主が購入を推奨したと誤解されないよう慎重な説明を行うようにしたい。
- ・プログラムの準備、特に資料の作成に際して、誤った説明とならないよう十分な準備が必要である。もし、内製化した資料の内容を十分に検証できない場合は、外部の専門家のチェックを受けることが無難である。内容が難易度を増す以上、講師サイドも高度な知識が求められるのは当然のことであり、自社内で講師を担当する場合、あるいは外部に委託する場合のいずれにおいても、講師の力量の確保は重要な課題である。
- ・必ず、運用結果は自己責任であることを確認しておきたい。どのような投資教育であっても、運用結果を保証するものではない。

(6) ツールの使いこなし（リテラシー）を高めるプログラムを設定するケース

どのような有意義な教育を受講したとしても、加入者が自分の実際の運用状況を確認し、必要に応じて配分指定変更やスイッチングを行わなければ、教育の実際の効果は生じないことになる（事業主の責務は果たしたといえるかもしれないが）。

このとき、まったく利用したことのないツールについてのガイダンスを行うことは、ツール利用の心理的ハードルを引き下げることとなり、利用率向上が期待できる。

企業年金連合会「投資教育ハンドブック」においても、投資教育すべき項目として基本的な知識を整理し、「4 制度を活用していくに当たって必要な知識」として5点を指摘している。

- ・規約等のルールへアクセスする方法
- ・コールセンターやWebへアクセスする方法
（パスワード等を再発行するための手続き方法）
- ・社内の問い合わせ窓口
- ・運用指図の具体的手順
- ・口座残高、運用記録等へのアクセス方法およびその読み方 等

コールセンターのサービスメニューの一覧ややり取りのパターンなどを紹介し、「こんなこともコールセンターで答えてくれるのですよ」というような学習内容を盛り込むことは、加入者のコールセンターサービス認知度向上になり、利用率の向上が期待できる。ひいては事業主の負担軽減につながることも期待できる。

実際にブラウザの画面を表示するなどして、DCのWebサービスのガイダンスを行うことは、下記の情報やサービスの利用方法が認知され、利用率向上が期待できる。

- ・自らの個人別資産管理額の現在の運用残高の確認方法
（利回りが分かれば利回りも）
- ・運用している各商品の運用状況の確認方法
- ・選択できる金融商品のリストや商品説明資料の閲覧方法
- ・掛金の配分指定変更の方法や受付期日
- ・資産残高全体のスイッチング（売買）の方法や受付期日
（スイッチングそのものは無料だが、売買手数料が生じ得ることも教えること）
- ・投資学習コンテンツの内容や利用方法
- ・シミュレーションコンテンツの内容や利用方法
- ・その他、Webで利用できるサービスの紹介

ツールの使いこなしを高めるプログラムは、Webやコールセンターの利用率の低い現状において有用な投資教育コンテンツのひとつである。また、その内容は投資理論等の学習に比べて理解が容易であり、講師も負担が低く済むため、社内講師であっても教育に従事しやすいこともメリットである。一般的には受講者の満足度も高いと指摘されている。

プログラムの最後などに時間を割いて、使いこなしガイダンスを行う、あるいは時間の多くを割いてガイダンスを行うことも、投資教育プログラムとして検討に値するし、受講者にも喜ばれることであろう。

イ) 集合研修（セミナー形式）の投資教育

6. 資料の作成

(1) 運営管理機関や投資教育会社に作成してもらう場合

一般には、継続教育に使用する資料は委託先の業者が作成することが多い。運営管理機関や投資教育会社が作成する場合、ただ丸投げするのではなく、内容が継続教育のプログラムに合致し、受講者が分かりやすい資料となっているか、事業主もチェックすることが大切である。

場合によっては、何度かの打ち合わせの中で資料をブラッシュアップしていくプロセスを踏む必要もある。期待している内容あるいはクオリティでない場合、事業主は投資教育の責任を負う立場であることを忘れず、満足のいく水準に到達するまで手直しを求めべきである。

一般にセミナーで使用する資料には、

- ・汎用的な印刷物資料（カラーの場合が多い）
- ・プレゼン資料と同一の印刷物（レジメ形式）
- ・記入シート形式の資料

などがあるが、費用も意識しつつ、研修の効果が高まるような準備を行いたい。

講師の希望により、投影資料と配布資料が異なる場合もある。書き込み式の記入欄があるケースなどがこれに該当する。この場合は講師の意図がうまく機能すれば、効果的な研修になることが多い。誤って印刷配布することのないよう注意したい（工場や支社にデータ送付し現地での印刷を依頼する場合は、ファイル名などで明確に区別がつくようにするなど工夫をしておきたい）。

資料の印刷・配布を委託先に頼むか、企業サイドで行うかは個々のケースによるが、企業サイドで印刷（場合によっては会場への配送を含む）を行う場合は、余裕をもったスケジュールで使用する資料を確定させておくことが重要である。遅くとも一週間前には資料が確定しているようにしたい。

(2) 企業サイドからの資料提供の必要性

資料作成の際には、企業サイドから委託先へ資料提供を行う必要がある。また、運営管理機関や投資教育会社の方から資料提供を求めてくることもある。投資教育の効果を高められるならば、資料提供に応じるべきである。

例えば、下記のような資料を提供することが教育資料のクオリティアップに役立つと考えられる。

- ・就業規則、賃金規則、退職金規定 等
 - ・DB規約（DBがある場合）
 - ・福利厚生関連の情報（教育に含まれる場合）
- （投資教育会社に委託する場合は下記資料も含まれる）

- ・DC規約
- ・運営管理機関のWebやコールセンターのマニュアル
- ・運営管理機関から得られる加入者レポート
- ・運用商品リスト

資料によっては、社外秘の内容を含む場合がある。慎重な取り扱いが行われるよう予め契約書等で確認をしておくことも必要である。

(3) 自ら資料を作成する場合の留意点

講師を自ら務める場合、説明資料についても自ら作成することがある。この場合、必ずしも投資の専門家ではないことから、誤りのないよう資料作成には十分に配慮する必要がある。誤った資料をもとに投資教育が実施された場合、取り返しのつかないことになる。クロスチェックを行うなどでミスを避けることになる。

講師を自ら務める場合であっても、資料作成については運営管理機関等の協力を仰ぐ方法は一考に値する。この場合、資料作成費用のみ支払えばよく、資料の内容については安心して継続教育に用いることができる。また、加入時に配布した加入者キットのような資料を継続教育に援用することも考えてみるといい。例えば、脱退一時金受け取りについて説明したチャートなどは、そのまま継続教育においても分かりやすい資料となる。

【事例リンク】

事例 4,8,11

7. 実施の準備（会場確保、日程調整、告知の工夫等）

複数回の開催を行う場合、全体の開催回数を設定、エリアごとの開催回数の配分を行い、各地の担当者のリスト等を作成していくことになる。実施の準備については、プログラム作成に勝るとも劣らぬ重要事項である。継続教育を成功させるための要因の多くは、実施準備プロセスにあるといっても過言ではない。ここでは会場確保、日程調整、告知の工夫などをまとめる。

(1) 会場の確保

本社、支社、工場など継続教育を開催する会場を選定したのち、会場の確保が必要になる。講師の日程を押さえたが、会議等で既に会場が埋まっていた、ということのないよう並行して会場の確保を行うことが必要である。

継続教育担当者がすべての支社や工場の会場環境について詳しくない場合もある。こう

した場合は現地の状況を知る同僚などの協力も受けながら会場の広さ、施設環境（マイクやPC、プロジェクターの有無など）を一覧表などで把握しておくといよい。日程調整、会場調整が容易になり、次回以降の継続教育実施にも役立つ資料となる。

会場確保の問題は、参加者の見込みともセットである。一般には参加者数の見込みをやや上回る会場を確保する。広い会場を用意した場合は、動員にも力点を置く必要がある。大講堂を会場確保したが参加者は数名というようなミスマッチが起こらないようバランスをもった会場確保を考えておく。

一般には社内会議室等で開催することが多く、会場の使用料が発生しないことが多いが、会場の使用料が発生する可能性があれば、予算上も織り込んでおく必要がある。また、外部の会場を利用する場合は、可能な限り会場は事前に下見ができると望ましい。

【事例リンク】

事例 3,5,7,30

(2) 日程の調整

日程の調整は、複数個所での開催を本社担当者サイドでスケジュールリングする問題、現場の都合によって生じるスケジュールリングの制約の問題、全社的な繁忙期を避けるスケジュールリングの制約の問題などがあり、継続教育企画者の調整の苦労が大きい項目のひとつである。

一般には一定期間（7～9月に開催など）を継続教育の集中的実施期間にあてることが多い。これは担当者サイドが通年で継続教育に携われないことが多いため生じるスケジュールリングの問題といえる。担当者が人事部内で採用や株主総会の運営も兼務していればそうした時期を避ける日程調整が必要になる。またこの段階で、全社的な業務上の繁忙期を避けることも当然に意識されることになる。一般的には、季節的な多忙期がある場合や決算直前期などは参加率も低下するため避ける方がよい。

日程の調整に一考の価値がある要素としては、運営管理機関側から送付される運用報告書が到着する時期がある。自分自身の運用状況が紙媒体で確認できる機会として、加入者の興味関心が高まりやすい時期でもあり、参加率や理解度にもポジティブな影響があるとされる。運用報告書を持参させて読み方を教えるようなプログラム設定も行える。年1～2回の配布時期に合うような日程調整を行うことも検討の余地がある。

一定の実施期間候補を設定した後、各会場の担当者の都合（会場の都合もここに重なる）による日程調整を行うことが一般的である。この場合、現地の担当者も多忙なため返信が来ないということがしばしばある。また、希望する日程が重なってしまう場合もある。積極的にコンタクトをとって日程調整を速やかに行うことが効果的である。

【事例リンク】

事例 12,23

(3)参加率を高めるための告知の工夫

任意参加で実施する場合、あるいは業務時間外で開催する場合、参加率の向上は重要な課題である。動員を軽視すればせっかくのプログラムも、数人のみを対象に開催することにもなりかねない。

参加率向上については、告知の努力や集客の努力が必要になる。各社ができる範囲で動員の工夫を行うことが重要である。例えば下記のような事例がある。

- ・工場や支店等の現場の責任者に動員を依頼する（朝礼等で案内してもらう）
- ・管理職に対して部下の参加を促すよう依頼する
- ・労働組合に集客の協力を依頼する
- ・イントラネットの掲示板等で何度も告知を行う
- ・掲示板や食堂などにポスターを掲出する
- ・社員の気を引くキャッチコピーを考える
- ・個別のメール等で案内を行う など

数人の参加でも50人の参加であっても、一度の継続教育開催には変わりがないわけで、せっかくならば、多くの受講者が継続教育の機会を得られることが望ましい。プログラムの準備だけでなく、PRの部分にも一定のリソースを割くことが効果的である。

【事例リンク】

事例 1,6,10,15,22,28

8. 実施当日の留意点

(1)当日の設営、講師の接遇等

事務局は開催の数時間前には会場に到着し、設営や講師接遇を行うのが原則である。事務局担当者が不在ではセミナーを始めることは不可能であり、余裕をもった会場入りを行いたい。支社や営業店へ足を運ぶ場合は、電車の遅延等が生じるリスクなどを考え、なおさら余裕をみた日程を考えて移動を行う必要がある。

会場入りしたら、下記の施設チェックを行い、不備がないか確認をする。また会場のセッティングを行う。もし不調があれば、施設担当者に調整を速やかに依頼する。

- ・照明
- ・プロジェクターとPCの接続、投影テスト
- ・マイクチェック
- ・指示棒ないしポインターのチェック
- ・ホワイトボードの準備とマーカーのチェック（用いる場合）

- ・講師のお茶の準備
- ・テーブルや椅子の配置
- ・資料の確認、配布
- ・受付（参加者チェックをする場合）の設置 など

講師控室の用意は必須ではないが、用意できるなら外部講師のために一室用意するとよい。このとき上司等の日程が合えば挨拶等を行うことが多い。必要に応じて時間調整をしておく。

いうまでもないが講師の遅刻がないよう、余裕をもった会場入りを依頼することと、会場の分かりやすい地図等を提供することも忘れてはいけない。

(2) 企業担当者は同席すべきか

継続教育を行う際に、担当者ないし上司が最初の挨拶を行うことが一般的である。継続教育の企画趣旨を説明したり、自社の制度概要や沿革を簡単に説明したり、講師の紹介を行うことで、スムーズに継続教育の内容に入ることができる。

会場によっては挨拶を行う人を誰に頼むかが適任者選びに配慮を要することもある。現場の担当者とも相談の上、人選を行うとよい。

また、企業担当者が同席する必要がある理由として、質疑応答が生じた場合に、運営管理機関の講師が回答しにくいケースに対応できる点もあげられる（人事制度についての問い合わせなど）。

実際の講演状況を確認し、講師のクオリティや会場の反応をチェックする観点からも企業担当者は同席をする方がよいだろう。複数会場にわたる場合も分担して誰かが同席するように心掛けることが望ましい。

支社や工場の開催でどうしても同席できない場合は、現場の担当者に依頼しておくことも忘れず行いたい（後日連絡をし、お礼を述べるとともに意見をうかがう）。現場に同席できない場合、会場の設営も含めて現場にお願いすることになり、設営のマニュアルのようなものも用意しておくとうい。

(3) 参加者名簿を取るかどうか

動員のかげかたや参加の告知にも関連するが、参加者名簿を取るかどうかは継続教育の位置付けにも関連してくる項目である。

ある企業では参加者の名簿を作成し、履歴として作成保存している。現場で参加者を把握する方法と事前申し込みして名簿化する方法があるが、参加者把握を将来の教育にも活かすアプローチである（例えば不参加者に次回以降は参加を促すなど）。

参加者名簿をとらないことも考えられる。受講者数が多い場合（講堂で工場の労働者は原則全員参加とするケースなど）では参加者名簿を作ることが困難であることも多いし、

むしろ名簿を取得することは企業として不要であると判断することも考えられる。

参加者名簿については、どちらかのスタンスを明確にして、すべての会場において、また次回以降の継続教育においても継続した取扱いとすることが多い。特に初回にあたってはどちらのスタンスで臨むか議論をしておくといい。

(4) アンケートの準備と項目の設定

「13. 投資教育の実施後評価とフォローアップ」でも触れているが、アンケートの準備をしておき当日回収することで、PDCAサイクルでいうところの検証（Check）につながる資料を得られる。どのようなアンケートを行うかは準備時点での悩みどころである。

当日の教育内容についての感想や理解度について質問することはもちろん、今後の希望などもヒアリングしておく、将来の継続教育企画にも役立つ示唆が得られることは間違いない。

とはいえ、研修終了後に回答してもらうことになるわけだから、簡単に回答をできるボリュームが望ましい。どんな設問にするか、議論をしておきたい。

また、運営管理機関や投資教育会社の過去の経験から設問内容にアドバイスを求めてもいいだろう。（運営管理機関サイドもアンケートを希望することが多い）

(5) IDパスワードの再発行書類の準備

継続教育受講者が自らのIDやパスワードを紛失していることも考えられる。自分のIDやパスワードがなければ、運営管理機関のサイトにアクセスして資産残高のチェックや運用指図を行うこともできず、教育の効果が実際の投資行動に反映されないことになる。

この対策として、IDやパスワードの再発行書類を用意しておき、受講後希望者には提出させる方策が考えられる。多くの現場で利用されている継続教育ノウハウのひとつであり、教育の効果があつた会場では受講者の半数以上が書類提出したケースもあるという。

後日、再発行請求を行うことも可能であるが、時間をあければあけるほど実行される可能性は低くなる。「鉄は熱いうちに打て」の例えどおり、関心をもっとも高まっているタイミングで加入者を後押ししてあげる取り組みとして、再発行書類は多めの枚数を準備しておき、その場での記入を強く促しておくといいだろう。

【事例リンク】

事例 12,15,21

ウ) 集合研修（セミナー形式）以外の投資教育

9. Eラーニングやビデオ教材を利用する場合

(1) Eラーニングシステムを用いる場合

Eラーニングシステムの基本的なメリット・デメリットについては「2. 投資教育の実施形式の検討」で他の投資教育チャンネルと比較しつつ概説しており参照いただきたい。ここでは実際の投資教育を行う際の留意点をまとめている。

Eラーニングシステムを使った投資教育を行う場合、システムそのものをどこかに設置する必要がある。一般的には（a）社内システムの活用、もしくは（b）運営管理機関等のシステムの活用、のいずれかになる。システム導入には一定のコストがかかるため、DCの投資教育のためだけにEラーニングシステムを購入することはほとんど行われていない。逆にいえば、既にあるシステムを活用することで教育コストを低減させることが可能ともいえる。

(2-a) 社内システムの活用

社内に既に設けられているEラーニングシステムを利用する場合、運営上も多くのメリットがある。例えば、

- ・ 個人情報保護の問題はあまり生じない……既に人事研修制度としてルールが定まっているため、受講状況を個人単位で把握すること、フィルタリングして受講完了を促すこと、受講状況を保存することなどができる。
- ・ 社員も既に何度も利用済みである……既に他の研修等で社員はシステムを利用しているので、利用ガイダンス等の負担がほとんど不要となる。

といった点で使い勝手がある。

一般的には学習スライド（あるいは動画）、確認テストを作成し、Eラーニングシステムに掲載することで加入者等の学習に供することができる。この場合、「スライドの内容が適切であること（例えば投資理論や商品説明に錯誤がないこと）」「確認テストの内容、難易度が適切であること」に配慮する必要がある。

学習スライドの内容そのものに誤りがあれば、学習効果そのものがミスリードになってしまうため、資料の作成には細心の注意を払う必要がある。必要に応じて専門家の支援も得るべきである。

確認テストについては、内容そのもの適切さに配慮するとともに、難易度が高すぎず低すぎず受講者の確認にちょうどいいバランスとなるよう調節しなければ、受講内容の達成状況が把握できなくなってしまう。

確認テストの結果はデータとして取得できるメリットがある。統計的に分析するなどして、理解度の進捗や今後の研修テーマの検討に役立てることが重要である。

Eラーニングテストの点数が一定水準に満たない場合、あるいは未受講の場合、セミナー研修の参加を促す企業の例もある。PCとセミナーをうまく組み合わせる例といえるだろう。

【事例リンク】
事例 2,18,21,28

(2-b) 運営管理機関等のシステムの活用

運営管理機関が提供するコンテンツはボリュームも多く、また、ビジュアルや説明が工夫されており、分かりやすく楽しめる作りになっていることが多い。

シミュレーション機能が用意されていることも多いのが運営管理機関の教育コンテンツの特徴とメリットである。資産配分のシミュレーションや、拠出の継続と複利効果を考慮した資産形成のシミュレーションなどがあることで、資産運用計画やリタイアメントプランをより具体的なものとできる。セミナー形式では対応できない高度な内容が含まれていることもある。

運営管理機関のシステムを活用する場合、一般的には個人情報や会社情報をフィードバックすることが難しい。受講者リスト、未受講者リスト、受講結果の達成度などを取得することができない場合は、社内のEラーニングシステムとは異なる活用法を考える必要がある。

しかし、運営管理機関の用意した豊富なコンテンツを加入者に供していることは投資教育の一環であることも間違いない。個人の理解度等を取付できないとしても、コンテンツには大きな魅力があり、そうしたコンテンツ提供について、加入者や労働組合に理解を得ておくことが必要である。セミナーの継続教育において追加学習の機会としてWeb利用をアナウンスするのも有効である。

投資教育会社やNPO等が投資教育コンテンツを事業主に提供していることもある。この場合は、個人情報のデータ取り扱いなどについてどこまで可能か、費用対効果として適当かどうかなどを比較検討の材料と検討してみるとよい。

【事例リンク】
事例 4,5,9,17,19,20,26

(3) ビデオ教材の作成、配布を行う場合

継続教育の内容をビデオ収録し、継続教育機会の提供に用いることがある。必ずしも受講対象者のすべてが指定された日時に集合可能ではないことを考えれば、こうした機会提供によって、受講率の向上に役立つことになる。また、未受講者のみならず、海外駐在者等に教育機会を与えることができるメリットもある。

ただし、ビデオ素材の作成が必要になる。収録の方法には、スタジオ等で専用のビデオ教材を作成するものと、実際の集合研修を教室後方から録画し使用するものに大別できる。一般には専用素材としてスタジオなどで収録する方が予算は高くなるが、講師の声が聞き取りやすい、レジメスライド等を適宜画面表示させるなど見やすい素材となる点にメリットがある。

ビデオ素材は、自社のDC継続教育に特化して作成されるものだけではなく、汎用的な投資学習ビデオを活用したり、運営管理機関が用意している汎用的なDC投資教育ビデオを活用したりする方法もある。この場合、自社に特有の情報（規約の詳細や個別商品の内容など）はテキスト等で補足する必要があるが、相対的にリーズナブルにビデオ素材を入手することができる。

ビデオ教材の提供方法についてはオンデマンド方式（サーバーに置いてインターネットを介して閲覧する）ものと、DVD等を配布する方法がある。オンデマンド方式の場合、いつでも利用可能であることにメリットがあり、地方や海外に送付する負担も軽減される。しかし、オンデマンド方式のシステムが必要となり、社内に研修システムとして既に設置されている場合でなければ、ゼロから準備することは難しいであろう。

DVD等については、コピーの作成と配布の負担が生じる。全社員に配布するより、主要な営業拠点に配布、海外勤務者や休業取得中の社員に送付するなど配布枚数をしぼることが一般的である。同一コンテンツを新入社員の導入時教育に用いる例もある。

またこれらの類似形式として、集合研修を同時配信する手法もある。本社で開催したセミナーについて、インターネットを介して支社等に同時配信することで、全国の従業員が同時に同一のコンテンツで学習することも可能である。もちろんシステムが必要であり、社内インフラを利用できる場合、実施負担は大きく軽減されることになる。

【事例リンク】

事例 2,23,28

10. 社内報やイントラネットにコラムを掲載する場合

(1) 社内報やイントラネットへのコラム等掲載のメリット

社内報やイントラネットに投資やDC制度の学習に資する読み物等を掲載し、投資教育の一環とする取り組みは広く行われている。

こうした媒体のメリットは、社員の多く（つまり加入者の多く）の目に触れる媒体であり、教育コンテンツも目に触れる可能性が高い点あげられる。また、社内報やイントラネットといった既にある媒体を活用することで、印刷費用等の負担も求められずに教育コンテンツを提供できるのもメリットである。

以下、ここではこうしたコンテンツの作成に関する方法と留意点をまとめる。

(2-a) 運営管理機関等にコンテンツ提供を求める方法

何らかのデータ、読み物を用意し掲載する必要がある。社内で内製化できない場合は、運営管理機関や投資教育会社にコンテンツ提供を求める方法が考えられる。外部に制作を依頼したり、コンテンツを借りたりすることで、専門性があり、過誤のない読み物を提供することができる。関心と呼ぶコンテンツになる可能性も高いであろう。

ただし、テーマの検討から丸投げするのではなく、どのような読み物が加入者に喜ばれるか、どのようなテーマで依頼するかなどをディスカッションしながら、事業主も主体的にコンテンツ制作に参加していくべきである。むしろコラムとして提供すべきテーマは社内にニーズが眠っていることが多い。必要に応じて社内に意見を募ってみるのも有効である。

運営管理機関や投資教育会社にコンテンツ提供を求める場合は、費用負担が生じることが一般的である。また著作権については配慮することが必要である。

【事例リンク】

事例 13

(2-b) 自らコラム等を執筆する方法

外部への作成費用を捻出できない、あるいは社内の担当者の業務としてコンテンツ作成を命じている場合などは、社内の担当者が自らコラム等を執筆することとなる。

社内でコラムを連載するような形式をとることのメリットとして、同じ社員目線でのコンテンツ作成になることがあげられる。社員目線の分かりやすさ、社内独特の用語や人事制度を踏まえた解説などは外部に期待することが難しく、内部で作成したコラムが好評を博すことも少なくない。コラムを書くために制度について学び直すことは、DC担当者が制度について習熟するチャンスにもなり、担当者の研鑽機会ともなる。

一方で、社内で作成するコンテンツが誤った内容とならないよう、十分に配慮する必要がある。作成中に疑問が生じた場合、一般的な制度内容の質問は運営管理機関の担当者が応じるはずで、不明な点などは確認の上コンテンツの作成を行いたい。また、投資やライフプランニングに関する書籍等を購入の上、学習しコンテンツ作成するなど、適切な説明となるよう表現内容には注意したい。

一般に向けた読み物や書籍に有用な項目があり、掲載範囲は社内にとどまるからと、丸ごと転載を行う例や、一部改変して掲載を行う例があるが、これらは引用にも該当せず、著作権を侵害するおそれがあるため、注意が必要である（下記項目参照）。

【事例リンク】

事例 5,6,13,23

(3) DBが配布する「基金だより」に掲載してもらう方法

自社が確定給付企業年金（DB）を実施しており、企業年金基金が「基金だより」「年金ニュース」等を定期的に発刊しているようであれば、これらの媒体にスペースをもらい、コラムや制度案内を行うのもひとつの方法である。

加入者にとっては、DBでもDCでも自分が受け取る退職給付であることには変わりがなく、情報チャンネルもひとつにまとまっている方が望ましい。こうした学習機会も可能であれば、セットで行うことを検討してみるのも一考である。

一般には、決算および運用報告を秋口～冬にかけて行う基金だよりが発行され、必要に応じて年2回発行されることもある（予算や運用計画の案内など）。こうした発行状況と確保できる紙面ボリュームを確認の上、DCコンテンツの提供も考えてみたい。

【事例リンク】

事例 5

(4) 著作権、引用についての注意

社内掲載だからといって、外部のコンテンツを自由に改変したり、使用したりしてよいわけではない。著作権にも留意する必要がある。投資教育会社や運営管理機関から有償で提供を受けるコンテンツには彼らの著作権がある。コンテンツ提供の契約に際しては、利用について著作権法上の了承も得ていることが一般的であるが、当初契約の範囲を超えての転載利用や改変については予め了承を得るべきである。

（著作権）

原稿を買い取る、というイメージがあるかもしれないが、これはコンテンツを使用する許諾であって、著作権を譲渡したものとみなさないのが一般的である。著作者人格権は著作者だけが有する。特に同一性保持権（本人の意に反して改変されない権利）などはコンテンツの改変にあたって配慮すべき著作権のひとつである（公益社団法人著作権情報センターHP等参照）。

（引用）

引用とは、著作権法に定める範囲で認められているもので、許諾を得ずに行うことができる。一般には以下の要件を満たした場合に認められる（著作権法第32条、文化庁HP等参照）。

- ・ 引用部分とそれ以外の部分の主従関係が明確であること
- ・ カギカッコなどにより引用部分が明確になっていること
- ・ 引用を行う必然性があること
- ・ 引用先について「出所の明示」を行うこと など

これは、主たるコンテンツは自分の作成した方にあり、その傍証や参考情報として引用情報を用いることを意味する。数行程度コメントを付して、コラムを丸ごと転載するようなものは引用とは呼べず、著作権法上の問題や原稿使用料の問題が発生する恐れがある。

著作権について不明な場合は、社内の法務担当者などとも確認するとよい。

(リンク)

インターネットの外部コンテンツを紹介するような形でリンクを貼ることもある。一般には外部のコンテンツにリンクを貼ることは著作権を侵害するものにあらず、差し支えないとされる（公益社団法人著作権情報センターHP等参照）。

ただし、社内のルールにより外部コンテンツへのリンク掲載の基準がある場合などは、これに従う必要がある。また、外部コンテンツに移動しイントラネットから離れること、そこからは加入者の判断で閲覧、理解をすること、などを注記しておくといいたいだろう。

11. 小冊子を配布する場合

(1) 小冊子を配布する基本的な考え方

社内報やイントラネットでは、短い読み物を単発で掲載することが多い。多角的な情報提供を行いたい、あるいは豊富な情報を提供したいという場合、4～8ページ程度の小冊子を作成して配布するケースが考えられる。

DBあるいは厚生年金基金においてはディスクロージャーの必要性などから「基金だより」のような小冊子を定期的作成・配布していることが多い。似たような媒体としては「健保だより」のようなものがあるが、どちらも「制度の周知理解」「財政状況のディスクロージャー」「コーヒープレークの読み物」などから成り立っている。

DCにおいても同様の小冊子を作成、配布することで加入者とコミュニケーションを図り、もって投資教育の一環とすることが考えられる。

なお、これらの取り組みについては、これがDC法の要請である投資教育の一環であることについて労使でコンセンサスを得ておくことがよい。費用をかけて配布した冊子が、加入者や労組にとって投資教育の一部を構成するものと認識されないのはもったいない話である。

(2) 印刷配布かPDF配布か

小冊子を作成した場合、印刷配布を行うことが一般的であるが、電磁的な方法、特にPDFの形式を活用してイントラネットに掲示し閲覧できるようにすることも考えられる。

電磁的な方法を活用するメリットは、「印刷費用が生じない」「配布費用が生じない」「紛失されない」「ストックしていつでもバックナンバーを閲覧可能とする」等のメリットがある。

一方で、電磁的な方法については下記のデメリットもあり、活用については配慮を必要とする。例えば「紙媒体の一覧性（ぱらぱらめくってざっとみるような特性）はない」「本人がクリックしなければ目に届かない（読まれない恐れがある）」「PCが利用できない社

員や外出が多い社員などは閲覧できない可能性がある」「自宅に持ち帰ることができない」といった面については印刷配布の方が利便性は高くなる。

状況に応じて併用も検討してみるとよい。ある企業では、本社はPCでPDF閲覧を主体にしつつ、工場などではPDFを印刷し掲示板に掲出したり、小冊子を少数印刷して食堂に置いたりする工夫を行っている。

(3-a) 運営管理機関等提供の小冊子（汎用）を使う方法

運営管理機関の多くは、加入者サービス、事業主の取り組み支援の目的から、定期的に小冊子を発行していることが多い。半期ごとあるいは四半期ごとに発行されることが多いが、こうした小冊子を利用することも考えられる。

運営管理機関等が制作をしてくれることになるため、企業の負担が大きく軽減されるほか、専門性と正確性に期待したコンテンツを得ることができる。フルカラーであったり、ビジュアル的にも美しい紙面であったりすることが多い。社内担当者ひとりでは難しい多様性のあるコンテンツ提供も期待できる。

一方で、運営管理機関としては顧客すべてに同一の印刷物を配布することが多く、汎用的なコンテンツ作成となる。これはやむを得ないことではある。むしろ不足しているテーマや情報についてはセミナー開催を検討したり、社内報等のコラム掲載で補ったりすることで相互補完が期待できる。

(3-b) オリジナルの小冊子を作成する方法

各企業のDC規約の内容に沿った内容で小冊子を作成したい場合は、オリジナルの小冊子を作成することになる。この場合、印刷業者（DTP編集業者）の選定、企画の検討、原稿の作成、校正等のやりとり、印刷と印刷費用の負担、配布と配布コストの負担などが生じることになる。

DC担当者に求められる負担は汎用的資料と比べると大きくなるが、その分自社のDC規約にのっとったオーダーメイドの小冊子を作成・配布できることになる。社員の満足度も高くなることが期待できる。

【事例リンク】

事例 12

12. コールセンター、個別相談等

(1) コールセンターの活用とマネジメント

運営管理機関が提供する標準的なサポートサービスのひとつにコールセンターがある。加入者が制度について不明な点、あるいは運用商品について確認したい点があれば、電話を通じて納得のいく説明を受け、自らの投資判断に役立てることができる。これを一対一

の学習機会と考えれば投資教育チャネルの一部と捉えることもできる。

コールセンターは加入者に特別の利用料金がかからない（通信費用を除く。これもフリーダイヤルであれば無料になる場合もある）が、オペレーターは運営管理機関各社のトレーニングを受けた専門的人材が担当しているため、回答のクオリティには期待することができる。制度について不明な点や運用商品についての質問などがある場合、加入者に積極的な利用を促してみるとよい。

ただし、せっかくのコールセンターも利用率はそれほど高くなく、中途退職者や定年退職者の手続き案内にのみ用いられているようでは宝の持ち腐れである。加入者がコールセンターを認知し、活用するようPRすることも事業主の工夫のしどころである。例えば、

- ・コールセンターの電話番号
- ・コールセンターの利用時間
- ・本人確認のため予め用意すべき情報
- ・どのような質問ができるか
- ・よくある質問の例

などをセミナー形式の継続教育や社内報等へのコラム掲載などで紹介することで、利用率が向上することが期待できる。他の継続教育の取り組みの際に積極的に利用促進しておくことが効果的である。

また、コールセンターの利用状況については定期的なフィードバックを受け、今後の制度運営や継続教育の参考とすることも心がけたい（ただし、個人名と紐付けられた相談内容ではなく、無記名あるいは統計的データとしてフィードバックを受けること）。

もし、コールセンターの応答率が悪かったり、回答のクオリティが低下していたりすることが加入者からクレームとして事業主に届いたら、運営管理機関に対し速やかに改善を求めるとも必要である。

(2) 個別相談の留意点

ファイナンシャルプランナーあるいは社内の相談員等が、加入者の個別相談に応じることがある。これは直接的には投資教育といえないかもしれないが、加入者個人の制度理解や投資理解を深め、納得のいく資産運用を行うことに資すると考えられる。

また、相談時に個人の理解度やライフプランの状況に応じた説明やアドバイスができる点では個人相談は加入者の満足度の高いサービスとなりうる。ただし、説明に誤りがないように慎重に対応するとともに、アドバイスの内容が適当なものとなるよう注意する必要がある。自社内の人材が担当する場合も、外部に委託する場合も、相談対応者の能力についてしっかりマネジメントしていく必要がある。

外部に委託する場合、一般的なDC制度の説明、家計の見直しや中長期的な家計プランの作成、アセットクラス単位での資産配分などにとどまるのであれば、投資助言葉とはみなされないため、金融商品取引業者としての登録などは不要であるが、個別商品の売買の

可否や数量、価格に対する助言などに踏み込まないように注意することが必要である（金融商品取引法に定める投資助言に該当するおそれがある）。個別相談の内容まで事業主が知る必要はないが、業務報告等を受けるなど契約した相談業者のマネジメントが重要である。

また、外部に委託したファイナンシャルプランナーが金融商品（生命保険や有価証券）の販売代理を行っている場合がある。この場合、相談内容は中立的に行われ、利益相反が起きないように契約時および契約後の監督を行うこともあわせて重要である。

【事例リンク】

事例 5,6,12,15,18,22,26

(3) 事務局が相談に応じる際の留意点

企業内のDC担当者が加入者からの相談に応じることは当然のことである。この場合、担当者が誤った回答を行っては相談の意味がないばかりか、加入者が誤った投資行動を取ることもある。慎重に相談に対応することが必要である。

退職給付制度の内容、例えば掛金算定に用いられるポイント制などは企業内担当者が正確に回答すべき項目であろう。また、DC規約の内容や、投資教育で行われた程度の一般的な投資知識、商品知識は担当者が相応の能力を有しているのであれば回答して差し支えないであろうし、対応できる人材を社内に確保したいところである。

中途退職者の退職後の手続き、定年退職者の年金受け取り手続きなどは、企業内の担当者も正確に説明できるようにしておきたい。支社や営業店の説明担当者も均一の説明が行えるようマニュアル等を整備しておくのもひとつの方法である。「年金受取の仕組みが分からないため、一時金受取を選択してしまった」と言われることのないようにサポートできることが望ましい。

また、個別商品に対する照会、例えば運用方針が分からないとか、どうしてこうした値動きになっているのか、といった質問についてはコールセンターを紹介することが適当である。商品説明は運営管理機関の責務であり（DC法第24条）、またコールセンターのオペレーターはそうした回答の専門的知識を有している。無理に担当者が回答する必要がない部分である。

また、投資助言に属する相談は社内担当者が応じる必要はないと考えられる。商品の良し悪しや安い高いといった相談への回答は個別商品の推奨・非推奨を事業主に禁じる法令にも反する恐れが高く、慎むべきであろう。

業務報告の観点からも、相談の回答履歴は残しておくことが望ましい。回答内容について上司がクロスチェックする体制なども整えることが理想的である。

社内に相談すべき相手がいない、あるいはどこに相談すればいいかわからないという状態は避けるべきである。社内担当者は自己研鑽に努めるなかで、無理のない範囲で加入者の相談に対応したいところである。

【事例リンク】

事例 28

エ) 投資教育実施後の検証とPDCAサイクルの継続

13. 投資教育の実施後評価とフォローアップ

(1) 継続教育実施後の評価や分析が重要

継続教育の取り組みを単発で終わらせることのないよう、また、PDCAサイクルを回していくためにも、投資教育実施後の評価や効果検証が必要である。

今回の取り組みの課題や次回への目標などを見極めることで、投資教育の取り組みをより洗練されたものにしていくことができ、また、加入者の満足度を高めた取り組みが可能となる。

投資教育の評価や検証を行うことは、委託した業者の評価を行うことでもある。今回契約した業者に今後も委託し続けるのか考える上でも、評価や分析を行っていくことが重要である。

評価や検証の実施は、ドキュメントに残しておくことが望ましい。これは取り組みの履歴を保存する意味においても重要であるし、担当者の異動が生じた場合の引き継ぎ資料にもなる。

(2) 実施直後に加入者にアンケートを行う

実施後評価のひとつの方法として考えられるのは、受講者に直接意見聴取を行う方法である。セミナー終了後にアンケートを回収する、あるいは後日アンケートを送付し回答を求めるなどの方法が考えられる。

アンケートについては無記名とするか記名とするか、まず検討をしてみる。無記名にすれば正直な回答を期待できる一方、参加者を把握する一助にはならないことに留意する必要がある（事前に参加者受付を行い予め名簿を作成する方法もある）。

アンケートの設問内容については、下記のような項目が考えられる。

- ・ 今回の研修内容についての評価
- ・ 今回の研修内容についての理解度
- ・ 今後の投資教育に期待する内容
- ・ 今後の投資教育の実施方法について希望（時間帯など） など

回答の形式は、○×やチェックのみで記入できる項目（よい・まあまあよい・普通・やや悪い・悪い、の5択あるいは複数の設問にチェックさせるなど）と自由記入欄をバランスよく設定するとよい。

自由記入欄については具体的な回答が期待できる一方、ごく一部の際立った意見が取り

上げられる可能性もあるので、内容を精査しながら活用するとよい。

開催後、労働組合から意見を求める、また、労働組合に組合員の意見とりまとめを求めることも方法のひとつである。手厳しい意見もあるだろうが、一般的な従業員目線からの意見が期待できる。

(3) Web利用状況やスイッチング状況等をデータで確認する

受講者の実際の投資行動に変化がみられたかどうか、継続教育の効果をみるひとつの方法である。運営管理機関の事業主向けWebサービスあるいは定期的に発行される事業報告レポートなどから、加入者の投資行動を理解することができる。

例えば以下のような情報を得ることで、データを通じて投資教育の効果をみることができる。

- ・ Webのアクセス状況
- ・ コールセンターの利用件数
- ・ スwitchingの件数
- ・ 掛金の運用指図や資産配分の変化状況 など

時系列、すなわち前月比や前年度同月比でデータを比較したりしながら、継続教育が実際の投資行動に変化をもたらしたかどうか検証をしてみる。また、市場の騰落によってデータの変化が生じるので（例えば株価が上昇すれば継続教育と無関係にコールセンターの照会件数が増え、株式投資信託の時価ウエートが高まることがある）、教育以外の影響については、他のデータ変動などと比較して運営管理機関から意見を求めることも考えられる。

(4) 今後の課題を整理し、フォローアップにつなげる

加入者からの意見、運営管理機関からのデータ等を総合的に分析し、また、実施主体として自ら継続教育の評価を行い、今後の課題を抽出していくことが大切である。

今回の継続教育で評価できる部分あるいは課題となる部分を整理し、次回以降の継続教育計画につなげていく。特に課題点としては、

- ・ 教育内容の理解状況は十分であったか
- ・ 参加率は十分であったか
- ・ 投資教育の効果が生じたか

などを整理することが、自ずと次回の投資教育のテーマ設定や動員の工夫などに役立つであろう。未達成の課題があれば次回以降の重点課題となるし、未実施のテーマがあれば次

回以降の検討課題となりうる。加入者からの要望も検討して反映してみると好評を得るであろう。

継続教育は単発の取り組みで終了するものではない。

既存の加入者についても、一度の研修などですべてを理解できるわけではないし、提供しきれない教育項目も多い。時間の経過によって加入者の年齢が変化したことでリスク許容度が増え、投資教育の受け止め方が変わってくることも考えられる。

また、新入社員、中途入社する社員も常に存在することから、フレッシュな投資教育メニューを必要とする層も常に増え続けることになる。

企業においても、一度の投資教育機会ですべての達成度を目指すことは非現実的であり、複数年度、中長期的視点から加入者のDC資産運用の能力を養っていく姿勢とそのための継続教育プランが求められる。

ビジネスプロジェクトにおいてはPDCAサイクルの重要性が指摘されるが、継続教育においてもそれは同様である。ひとつの投資教育の終了を、次の投資教育のプロジェクトのスタートにつなげていくことが重要である。

【事例リンク】

事例 28,30

継続教育実施ガイド

パートB 投資教育の具体的な項目

(目次)

はじめに 投資教育すべき事項

1. 法令解釈通知の示す投資教育すべき事項
2. 企業年金連合会「投資教育ハンドブック」の整理

ア) 確定拠出年金制度の基礎知識

1. 確定拠出年金制度の理解（規約の理解）
2. 制度を活用していくに当たって必要な知識

イ) 金融商品の基礎知識

1. アセットクラスの基本的理解
2. 株式の基礎的な理解
3. 債券の基礎的な理解
4. 為替の基礎的な理解
5. 投資信託の基礎的な理解
6. 元本確保型商品（預貯金、保険商品）の理解
7. インデックスの基礎的理解
8. 金融機関が破綻した場合の取扱い
9. デフォルト商品について

ウ) 投資理論の基礎知識

1. リターン表記のしかた（率、年利でそろえる）
2. アセットクラスごとの期待リターンやリスクの大きさ、相関
3. リスクの種類と内容、標準偏差としてのリスクの理解
4. 長期運用の考え方と効果（ドルコスト平均法・複利効果）
5. 分散投資の考え方と効果（分散投資理論）
6. 積立投資の有効性（特に長期で行う積立）
7. 投資にかかる費用（コスト）の差
8. リスク許容度の考え方と資産配分との関係
9. アセットアロケーションの考え方、検討プロセス
10. 運用目標と想定利回り
11. 市況や投資指標等の知識

エ) リタイアメントプランの基礎知識

1. ライフプラン、リタイアメントプランの知識
2. 発展的に組み入れると好ましいライフプラン、リタイアメントプラン教育テーマ
3. ライフプラン、リタイアメントプラン教育に役立つ統計データ

はじめに 投資教育すべき事項

1. 法令解釈通知の示す投資教育すべき事項

DC法では、投資教育の具体的内容について記載はなく、法令解釈通知「第2 資産の運用に関する情報提供(いわゆる投資教育)に関する事項」の「3 法第22条の規定に基づき加入者等に提供すべき具体的な投資教育の内容(3) 具体的な内容」で大きく4つのテーマをあげ、以下のとおり示されている。

① 確定拠出年金制度等の具体的な内容

- ア わが国の年金制度の概要、改正等の動向及び年金制度における確定拠出年金の位置づけ
- イ 確定拠出年金制度の概要(次の(ア)から(キ)までに掲げる事項)
 - (ア) 制度に加入できる者とその拠出限度額(企業型年金加入者掛金を導入している事業所には、企業型年金加入者掛金の拠出限度額とその効果を含む)
 - (イ) 運用商品(法第23条第1項に規定する運用の方法をいう。以下同じ。)の範囲、加入者等への運用商品の提示の方法及び運用商品の預替え機会の内容
 - (ウ) 給付の種類、受給要件、給付の開始時期及び給付(年金又は一時金別)の受取方法
 - (エ) 加入者等が転職又は離職した場合における資産の移換の方法
 - (オ) 拠出、運用及び給付の各段階における税制措置の内容
 - (カ) 事業主、国民年金基金連合会、運営管理機関及び資産管理機関の役割
 - (キ) 事業主、国民年金基金連合会、運営管理機関及び資産管理機関の行為準則(責務及び禁止行為)の内容

② 金融商品の仕組みと特徴

- 預貯金、信託商品、投資信託、債券、株式、保険商品等それぞれの金融商品についての次の事項
- ア その性格又は特徴
 - イ その種類
 - ウ 期待できるリターン
 - エ 考えられるリスク
 - オ 投資信託、債券、株式等の有価証券や変額保険等については、価格に影響を与える要因等

③ 資産の運用の基礎知識

- ア 資産の運用を行うに当たっての留意点(すなわち金融商品の仕組みや特徴を十分認識した上で運用する必要があること)
- イ リスクの種類と内容(金利リスク、為替リスク、信用リスク、価格変動リスク、インフレリスク等)
- ウ リスクとリターンの関係
- エ 長期運用の考え方とその効果
- オ 分散投資の考え方とその効果

④ 確定拠出年金制度を含めた老後の生活設計

- ア 老後の定期収入は現役時代と比較し減少するため、資産形成は現役時代から取り組むことの必要性
- イ 平均余命などを例示することで老後の期間が長期に及ぶものであること及び老後に必要な費用についても長期にわたり確保する必要があること。
- ウ 老後に必要となる一般的な生活費の総額を例示しつつ、公的年金や退職金等を含めてもなお不足する費用(自身が確保しなければならない費用)の考え方
- エ 現役時代の生活設計を勘案しつつ、確定拠出年金や退職金等を含めた老後の資産形成の計画や運用目標の考え方
- オ 加入者等が運用商品を容易に選択できるよう運用リスク度合いに応じた資産配分例の提示

また、法令解釈通知では、以下のテーマについても、確定拠出年金制度に対する関心を喚起するのに効果的として挙げている(法令解釈通知 第2 4 (1) ③)。

- ・ 公的年金制度の改革の動向
- ・ 他の退職給付の内容等の情報提供
- ・ 自らのライフプランにおける確定拠出年金の位置づけ

2. 企業年金連合会「投資教育ハンドブック」の整理

企業年金連合会では「投資教育ハンドブック」を提供しているが、具体的な投資教育については「基礎的な知識」と「望ましい知識」に分けて整理を試みている。

「基礎的な知識」では、法令解釈通知に示された項目について、より具体的に教育内容を例示している(例えば、法令解釈通知で「リスクの種類と内容」と示した内容について、「リターンの概念と投資対象ごとに期待できるリターンのレベル」「リスクの概念と投資対

象ごとの具体的リスク（例：標準偏差）のレベル」と示している）。

また、Webやコールセンターの使いこなしに関する知識として「4）制度を活用していくに当たって必要な知識」を掲げているのも特徴の一つである。

「望ましい知識」では、事業主の欠かせない義務とまではいえないものの、投資教育の高度化あるいは広く金銭教育を行う観点から付加的に教育すると効果的と考えられる事項を例示している。例えば、「個人資産も含めたトータルアセットアロケーション検討の重要性」や「会社が行っている自助努力支援制度（財形、持ち株会等）」などの情報提供を行うことで、より主体的で効率的な老後資産形成としてDCが活用できることとなる。

（投資教育ハンドブックより引用）

a) 基本的知識

- ・ 適切な運用指図ができる能力を加入者が持つために最低限必要で、受託者責任の見地からも必ず提供すべき「基本的知識」がある。
- ・ 事業主に求められる「投資教育に関する義務」は第一義的にこの基本的知識の提供にあると考えられ、事業主はこれを確実にこなしていくことが求められる（初めて継続教育に取り組む事業主は、制度の再教育をはかる意味でも基本的知識の提供から取り組みをスタートするとよい）。
- ・ 確定拠出年金制度の理解（制度教育）については、「基本的知識」と考え、できる限り理解を促すべき項目であると考えられる。法令解釈通知第2 3(3)①においても、投資教育の一範囲として認識されているが制度の認識が磐石になって初めて、投資を効率的に行うことが可能になると考えられるため、重要性が高い項目と捉えるべきであろう。
- ・ 「基本的知識」として例示しうるのは以下のようなテーマである。（※の項目は法令解釈通知で例示されているものを含む）

1) 確定拠出年金制度の理解（規約の理解）

- ・ 確定拠出年金制度の特徴（自ら運用指図を行い自己責任であること）
- ・ 加入対象者※
- ・ 掛金額とその決定方法（マッチング拠出含む）
- ・ 運用商品の選択肢※
- ・ 運用商品の預け替え機会と変更の方法※
- ・ 給付の種類、受給要件、開始時期、受取方法※
- ・ ポータビリティの仕組みとその方法※
- ・ 脱退一時金を受けられるケースと受取りの方法
- ・ 短期離職者の事業主返還規定がある場合、その内容
- ・ 税制措置※

- ・ マッチング拠出制度のメリットと活用法
（マッチング拠出を導入している場合）
- ・ その他実施事業所に固有の仕組み（例：確定拠出年金の掛金と前払い退職金の割合を変更できる場合の条件や手続き方法） 等

2) 投資を行うに当たって必要な知識

- ・ 運用商品の種類と特徴（預貯金、保険商品、投資信託等）※
- ・ アセットクラスの種類と特徴（株式、債券、為替等）※
- ・ リターンの概念と投資対象ごとに期待できるリターンのレベル※
- ・ リスクの概念と投資対象ごとの具体的リスク（例：標準偏差）のレベル※
- ・ 分散投資の重要性と効果（アセットアロケーション）※
- ・ 長期投資の意義と複利効果※
- ・ 定期的な積立投資の意義と効果
- ・ リスク許容度の概念と考え方※

3) リタイアメントプランニングに必要な知識

- ・ 老後の資産形成は現役時代に取り組む必要のあること※
- ・ 現役時代のライフプランを勘案すると、老後資産形成は早期かつ長期で取り組むべきこと※（住宅ローン返済や子の学費負担終了後に老後の準備を行うのでは時間が不足）
- ・ 男女それぞれのリタイア後の年齢の平均余命は一般的想定より長いこと※
- ・ 標準的な公的年金水準と受給開始年齢※
（退職直前の平均的収入と比較するとなお効果的）
- ・ 標準的なセカンドライフの家計支出水準※
（標準的な公的年金の水準では老後の家計に不足の生じること）
- ・ 公的年金は終身給付であること（どれほど長生きしても公的年金の給付は受け続けられ老後の大きな支えとなること）
- ・ 老後の期間、不足額等を勘案して求められる資産形成の必要額
（DCおよび他の制度を用いて計画的に資産形成すべきこと）

4) 制度を活用していくに当たって必要な知識

- ・ 規約等のルールへアクセスする方法
- ・ コールセンターやWebへアクセスする方法
（パスワード等を再発行するための手続き方法）
- ・ 社内の問い合わせ窓口
- ・ 運用指図の具体的手順

・口座残高、運用記録等へのアクセス方法およびその読み方 等

- ・「4）制度を活用していくに当たって必要な知識」は法令解釈通知に示されているものではないが、Webやコールセンターを使いこなすリテラシーの教育も投資教育の重要な一部であると考えられるため、ここに掲げているものである。

b) 望ましい知識

- ・必ずしも事業主の義務とはいえないが、確定拠出年金を活用していく上で役立つものを、ここでは「望ましい知識」と定義づける。
- ・「望ましい知識」を提供する意義としては以下の点が考えられる。
 1. 加入者が確定拠出年金制度をより深く理解するきっかけになり、また確定拠出年金を自身のライフプランに位置づけ、活用していく効果が期待できる。
 2. 確定拠出年金制度を通じて運用の知識を提供することによって、確定拠出年金以外の自己の資産運用に役立てることができ、加入者の自助努力や自立意識の向上に効果がある。
 3. 加入者各自の運用目標（例：想定利回り）を達成することの支援が行える。
- ・「望ましい知識」については、すべてを必ず教育しなければならないわけではないが、事業主が投資教育義務を積極的に果たしていることのアピールにつながることも考えられる。
- ・望ましい知識の内容は、加入者の理解度や関心に応じて選択的に組み入れられていくものであろうが、以下のようなテーマが例示できる。（※の項目は法令解釈通知で例示されているものを含む）
 - ・市況（マーケット）の見方
 - ・個々のアセットクラスごとの価格変動要因とその例示
 - ・ライフプランニング（主に現役時代のマネープラン）※
 - ・リタイアメントプランニング（主に老後の家計管理や資産管理の方法）
 - ・個人資産も含めたトータルアセットアロケーション検討の重要性
 - ・セカンドライフにおける資産管理方法
 - ・公的年金や社会保障制度に関する知識※
 - ・確定拠出年金以外の退職給付制度※
 - ・会社が行っている自助努力支援制度（財形、持ち株会等） 等

本テキストでは、これらの投資教育すべき事項について、事業主の担当者が少なくとも理解しておきたいレベルを念頭に解説を行っている。初めて学習する者にはやや難易度が高いかもしれないが、数学的知識がなくても理解できる水準にとどめている。

自ら投資教育の講師を担当しないことも多いが、投資教育の委託先と打ち合わせを行う

際にも基礎的な投資知識は必要であり、本テキストを参考にしていきたい。また、自ら投資教育を担当する場合には、ここに記載した知識を担当者が有し、それを加入者に分かりやすく説明をしていくと一般的な投資教育になると考えられるレベルを念頭に記述をしている。難易度の設定は適宜調整していきたい。

ア) 確定拠出年金制度の基礎知識

1. 確定拠出年金制度の理解（規約の理解）

DC制度における継続教育は「投資教育」と呼ぶことが多いため、資産運用の知識習得のみが投資教育すべきテーマであるように思える。しかし、法令解釈通知も「確定拠出年金制度等の具体的な内容」を投資教育すべき事項のひとつとして掲げているとおり、自らが加入しているDC制度の適切な理解が大前提である。規約の周知については事業主の義務として法令事項でもある（DC法第4条第3項）。

法令解釈通知を踏まえ、企業年金連合会「投資教育ハンドブック」では、より具体的に下記の項目について理解をさせていくことを例示している。

- ・ 確定拠出年金制度の特徴（自ら運用指図を行い自己責任であること）
 - ・ 加入対象者※
 - ・ 掛金額とその決定方法（マッチング拠出含む）
 - ・ 運用商品の選択肢※
 - ・ 運用商品の預け替え機会と変更の方法※
 - ・ 給付の種類、受給要件、開始時期、受取方法※
 - ・ ポータビリティの仕組みとその方法※
 - ・ 脱退一時金を受けられるケースと受取りの方法
 - ・ 短期離職者の事業主返還規定がある場合、その内容
 - ・ 税制措置※
 - ・ マッチング拠出制度のメリットと活用法
（マッチング拠出を導入している場合）
 - ・ その他実施事業所に固有の仕組み（例：確定拠出年金の掛金と前払い退職金の割合を変更できる場合の条件や手続き方法） 等
- （※は、法令解釈通知でもほぼ同様の例示がある項目）

基本的にはDC法と規約の定める範囲で、その解説を行っていくことになる。導入時教育（新入社員の新規加入時教育）に用いる標準テキストなどを適宜援用するとよい。

特に、税制優遇は運用の結果にも大きく影響がある項目である。また、原則として60歳以降受取が求められており、中途解約が難しいことなどはライフプラン上も理解しておくべき項目である（退職後の独立開業資金とするような資金ニーズに用いることはできない）。こうした項目は、単なる制度周知と考えず、他の投資教育項目とも連動させながら理解を深めていくとよい。

世代別の研修を行う場合などは、「定年直前者あるいは50代向けセミナーなので、老齡

給付金の受取方法について具体的な説明を行う」というように、説明項目のメリハリをつけることも考えられる。受講者の関心の高いテーマをじっくり説明することは、満足度向上にもつながる。

2. 制度を活用していくに当たって必要な知識

DC制度における継続教育について、法令解釈通知の事項について採りあげていくことは重要であるが、知識のみがあれば足りるというわけではない。実際にWebにアクセスして残高を確認し、スイッチング等の運用指図を行うような行動が伴う必要がある。こうした「制度を活用していくに当たって必要な知識」も適宜、投資教育に盛り込んでいくとよい。

企業年金連合会「投資教育ハンドブック」では、具体的に下記の項目について理解をさせていくことを例示している。

- ・規約等のルールへアクセスする方法
- ・コールセンターやWebへアクセスする方法
(パスワード等を再発行するための手続き方法)
- ・社内の問い合わせ窓口
- ・運用指図の具体的手順
- ・口座残高、運用記録等へのアクセス方法およびその読み方 等

必要に応じて情報を収集し、また自己責任にもとづく運用指図を行っていくための方法なども投資教育のプログラムとなり得る。実際に運営管理機関のサポートホームページをプロジェクターで投影し、残高把握や運用指図を行うまでのWebガイダンスを行ったところ、実際の利用率向上につながった例もある。

Webガイダンスなどは、投資教育として難易度が高いわけではないため、社内担当者が継続教育に取り組む際には好適のテーマのひとつである。「この画面で自分の残高が確認できる」とか「この画面で運用商品レポートが読める／シミュレーションができる／スイッチングができる」といった説明を行うことで講師経験を積み、講義内容も徐々にステップアップを図っていくとよい。

また、IDやパスワードを再発行する必要性を伝え、具体的な手続きを促すことも投資教育内で案内すると、IDの紛失割合が減少し、ひいてはWebアクセス数向上につながるため、合わせて取り組むとよい。

イ) 金融商品の基礎知識

1. アセットクラスの基本的理解

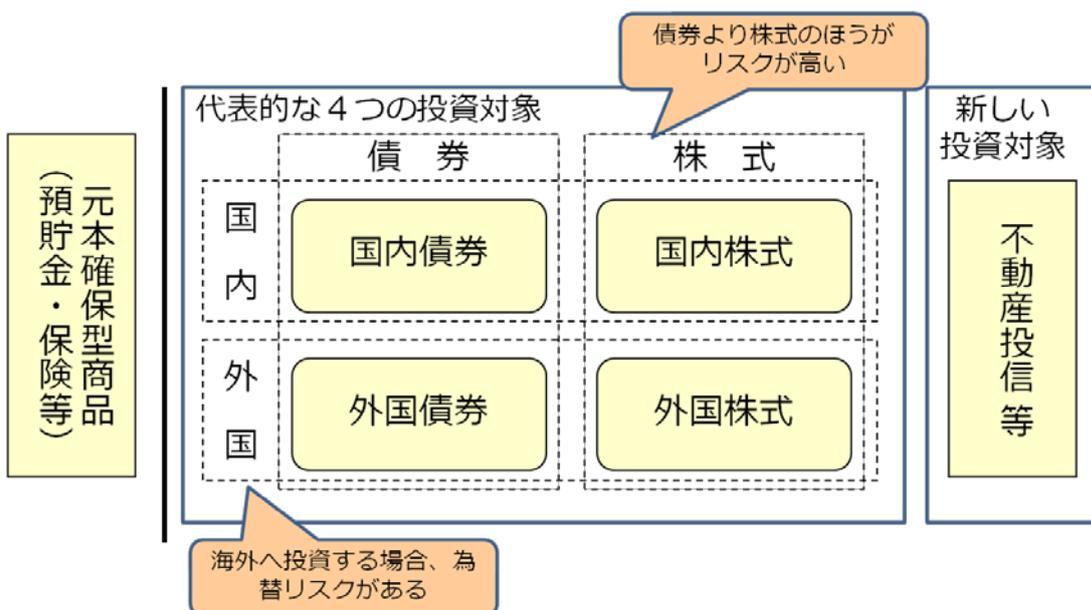
資産運用に当たって、投資対象を似たような値動きをするグループごとに整理することで教育が容易になり、また、加入者の理解も容易になる。

一般的には、アセットクラス（投資対象）を「国内株式（日本株式）」「国内債券」「外国株式」「外国債券」の4つに分けて整理することが多い。これらは代表的な投資対象であり、また、値動きの方向性（相関）、大きさの異なる投資対象であるため、相関係数の低い（値動きの方向性が逆の）アセットクラスを組み合わせることで分散投資の効果が生じる。

DCにおいては、投資信託を通じてこれらのアセットクラスに投資を行うことになる。一般的には、アセットクラスごとに1～3本程度の投資信託が採用されている。（→5. 投資信託の基礎的な理解）

現預金もリスク管理の観点から、ひとつのアセットクラスといえる。一定割合の安全性資産を保有することで、資産全体のリスクを抑える働きが生まれる。DCにおいては「元本確保型商品」がこれに該当する運用商品となっている。満期まで保有すると元本と利回りが支払われるタイプの金融商品である。（→6. 元本確保型商品（預貯金、保険商品）の理解）

（説明図版の例）



その他「新興国株式や債券」、「不動産投資（国内・外国）」、「コモディティ投資（現物商品）」などがDB制度の年金運用において採用されている。DC制度においては、必ずしも

こうしたアセットクラスが含まれているとは限らない。しかし、こうした投資対象を含む投資信託などが運用商品として採用されている場合は、伝統的4資産と異なる値動きをする資産として、アセットクラスの説明に加える必要がある。

2. 株式の基礎的な理解

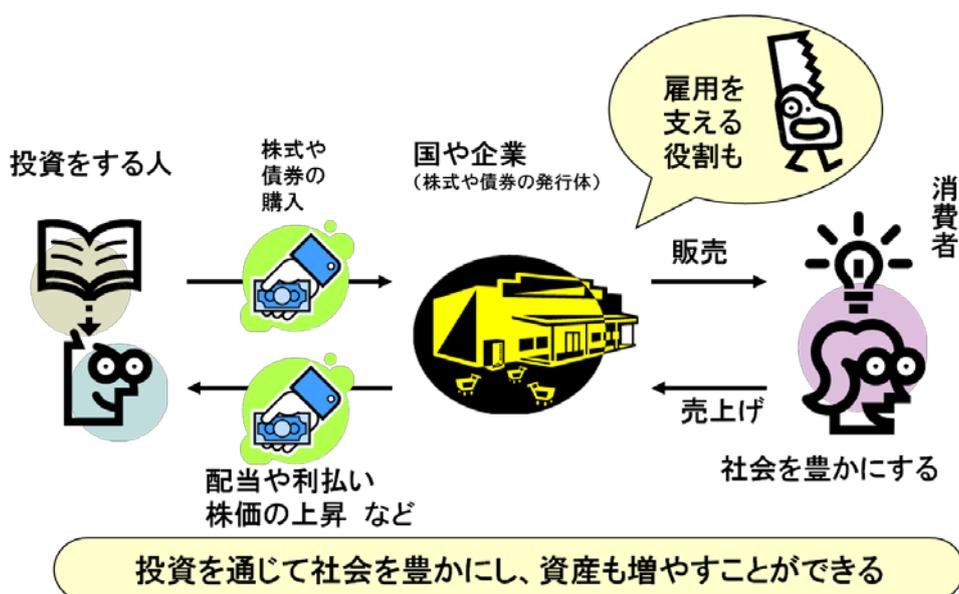
株式は債券と並んで主要な投資対象のひとつである。株式会社はその資本を株式という形で発行し出資を募る。株式を取得した者は、株主として企業の意思決定に関わることができる（株主総会において保有株式数に比例して議決権を有する）。

また、利益が生じた場合に配当を請求する権利、企業が解散した場合に残余財産の分配を請求する権利を保有株式数に比例して有する。

株価はその企業の価値を示しており、理論的には、企業の価値を株式数で割ったものが株価となる。企業が成長すれば株価も上昇することになる。ただし、企業の価値は実資産に限られるものではなく、信用や将来の成長性なども勘案して株価形成がなされるため、様々なニュースや情報に基づいて日々株価は変動していくこととなる。

株式に投資をするということは、企業の経済活動を資金面から支援し、社会に有用な商品やサービスを提供する一助を担うことでもある。また、当該企業が従業員を雇用することを可能とする。企業の成長がなされれば、株価の上昇や配当金による利益を得るだけでなく、社会全体も利益を得るプラスサムの仕組みである。

（説明図版の例）



一方で、株主が負う責任は出資した資金を超えることはなく、有限責任の仕組みとなっていることで、一定の損失リスクの範囲内で企業の経済活動に参加することができる仕組み

みとなっている。

ただし、DC制度においては個別株を保有するのではなく、投資信託を通じて株式運用を行うことが一般的である。

3. 債券の基礎的な理解

債券は株式と並んで主要な投資対象のひとつである。債券は、企業や国、あるいは地方公共団体等が発行し、資金を借り入れる手段である。借り入れをした主体（債券の発行元）は満期（償還という）までに元本と約束した利息を支払う。

債券の利回りは、その国の金利動向と発行元の信用力によって決定される。海外の高金利の国で発行された債券は、国内の債券に比して高利回りであったりする。また、信用の低い企業は資金調達が容易ではないため、信用力の高い企業に比べ高利回りを提示する

債券は発行元が破綻した場合に、元金の支払いが履行されない場合があり、これを信用リスクという。信用リスクを判断する参考情報として、格付情報会社が公表する格付情報がある。

債券は株式よりリスクが低い投資対象であるが、株式よりリターンも低い関係がある（リスクとリターンのトレードオフ）。

債券は満期まで保有すれば元本とクーポン（利息）が受けられるが、時価を考えたとき金利上昇局面では価格が下落する関係がある。よって、債券運用であっても、マイナス運用になることがあり得る点に注意が必要である。

ただし、DC制度においては個別企業や国債を直接保有するのではなく、投資信託を通じて債券運用を行うことが一般的である。

4. 為替の基礎的な理解

2国間の通貨を介して投資を行う場合、為替の問題が生じる。世界のほとんどの国は変動相場制であるため、2国間の経済状況の差や通貨の安定性、経済政策の違いなどを基に日々為替レートは変動する。

相手国の通貨（例：米ドル）と自国通貨（円）との換算レートについて、1ドル=100円だったものが110円になった場合を円安、90円になった場合を円高という。円安の場合、同じ外貨で得られる日本円が増えている、つまり円の力が弱くなっていることを意味する。円高はその逆であり、円の力が強くなっていることになる。

投資スタート時より円安に推移した場合、投資資金を円貨に戻した際に外国の投資先のリターンとは別に為替差益が生じる。円高に推移した場合は逆に為替差損が生じる。

為替は一般にゼロサムであり、為替そのものが成長して経済的利益をもたらすわけではないことに注意が必要である（誰かが為替で儲ける、ということは誰かが為替で損をした、

ということである)。

為替リスクをヘッジした投資信託等で外国資産へ投資を行うこともできる(条件は商品説明書類に示されている)。この場合為替リスクを負わなくてすむが、2国間の金利差に相当するヘッジ手数料が生じるため、為替リスクなく海外の高金利だけ享受するような運用はできないことに注意が必要である。

5. 投資信託の基礎的な理解

(基本的な仕組み)

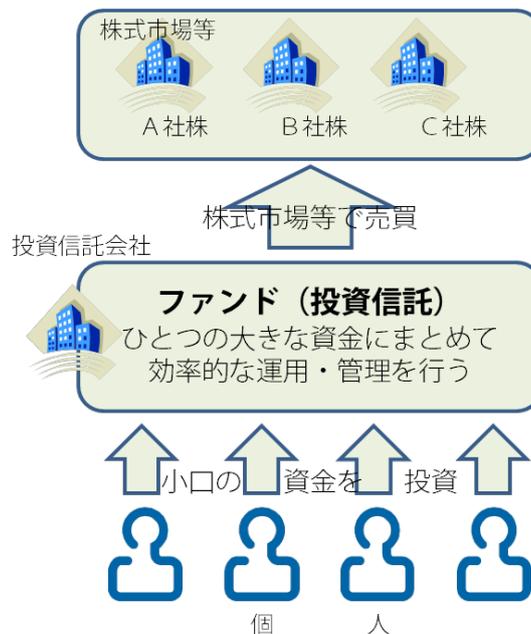
投資信託は個人が手軽に資産運用を行う有力な選択肢のひとつであり、DC制度においてもリスクを分散して投資する金融商品として広く利用されている。

投資信託は多くの投資家の小口の資金をとりまとめ、大きな資産(ファンド)とすることで、効率的な資金運用を可能とする仕組みである。これにより少額から資産運用を行えることに大きなメリットがある。

個人が資産運用を行う場合、現物株式を複数保有しようとする多額の資金が必要となり、十分な分散投資が行いにくい。投資信託の運用では小口の資金をとりまとめたファンドを通じて複数の銘柄への投資を行うため、ひとりひとは少額の投資であっても多くの銘柄に分散投資を行えることもメリットである。

→(ウ 5. 分散投資の考え方と効果(分散投資理論))も参照

(説明図版の例)



(※株式に投資する投資信託の例)

また、投資信託会社のファンドマネージャーが運用担当者としてその売買を行うため、個人の投資家が個別の投資判断等を行わなくても資産運用を行える点も大きなメリットである。もっとも、運用の実績や今後の運用方針などを各種報告書等で確認しながら、その投資信託での運用を続けるか否かについて自ら判断する必要があることはもちろんである。

(種類や特徴)

投資信託は多様な投資対象、投資スタイルの商品が多数設定されている。運用方針等は予め定められており、下記のような情報を投資前に入手し購入の判断が行える。

- ・投資対象……どのようなアセットクラスで投資するか
 - ・日本株式、外国債券のように特定のアセットクラスでのみ運用される投資信託と、複数のアセットクラスを運用計画に示された割合で組み合わせて運用する投資信託（バランス型という）がある。
- ・投資スタイル……どのような運用スタイルで投資されるか
 - ・パッシブ(インデックス)運用とアクティブ運用が代表的な投資スタイルである。
 - ・パッシブ運用はベンチマークとして採用された指標に連動する値動きを目指す。例えば、TOPIXに連動する日本株式のインデックスファンドの場合、TOPIXに含まれる銘柄を保有し運用を行う。TOPIXが10%値上がりするとその投資信託も約10%値上がりすることになる。
 - ・アクティブ運用はベンチマークとして採用された指標を上回る投資成果を目指して運用される。一般にパッシブ運用より手数料は割高となるが、運用結果が必ずベンチマークを上回るとは限らないことは理解しておく必要がある。

投資信託の価格は基準価額により示される。基準価額はそれぞれの投資信託の設定来の価格推移を示しているものであり、設定時を1口あたり10,000円とすることが多い(DCでは1円単位での購入を行うため10,000円=10,000円とすることが多い)。購入にあたっては基準価額と購入額によって購入口数を計算する。

(例：基準価額が10,000円あたり10,000円の投資信託を5,000円分購入した場合、5,000口を取得したことになる。同じ投資信託の基準価額が5,000円に下落した場合に5,000円分購入した場合、10,000口を取得したことになる。)

すでに保有している投資信託については、保有口数に基準価額を乗じることで、時価残高を把握することができる。

基準価額はそれぞれの投資信託の価格水準の変化をみることができる数値であるが、異なる投資対象や投資方針の投資信託の基準価額を比較しても意味がないことや、同じ投資対象や投資方針の投資信託であっても、設定時期が異なれば基準価額の単純比較には意味がないことに注意する。

投資信託にかかる手数料は予め提示される。一般的には下記の手数料が生じる。

- ・購入時……購入時手数料(DCではかからないことも多い)

- ・保有期間中……運用手数料として運用管理費用（信託報酬）が引かれる。
投資対象や投資方針によって手数料が異なるが、手数料が高いことが高い運用成績を保証するわけではないことに注意が必要である（特に加入者は誤解しやすい）。
日々の基準価額は信託報酬を日割りで控除済みの数字である
- ・解約（売却）時……解約時の手数料に相当するものとして信託財産留保額が引かれる（DCでは引かれないことも多い）
通常の投資では譲渡益に課税されるがDCでは非課税である

その他、投資信託は運用成果（時価）について、基準価額として日々開示されるほか、投資信託運用会社のHPなどで運用報告書が開示されるなどしているので、運用状況を定期的にチェックすることができる。これにより保有資産の時価を把握することができる。

6. 元本確保型商品（預貯金、保険商品）の理解

DC制度については元本確保型と認められる金融商品が例示されており、以下の商品等が元本確保型商品とされる（DC法23条、施行令15条、16条）。

- ・銀行等の預金または貯金
- ・信託銀行の金銭信託
- ・国債、地方債、特別法人の発行する債券等
- ・生命保険会社の保険商品
- ・損害保険会社の保険商品

国債等を直接DCで買うことはほとんどなく、投資信託を通じて購入されるのが一般的である。ただし、国債等で運用する投資信託はここでいう元本確保型商品とならないことに注意が必要である。預貯金に類似する商品としてMMF（低リスクであるが低リターン投資信託）等があるがこれも元本確保型商品ではない。銀行、生損保が元本確保型商品を提供する主体となっている。

元本確保型商品は、契約時（預け入れ時）に金利や満期期間が提示される。満期まで保有した後、特に預け替えをしない場合は、新たな金利が提示され自動的に預け替えられる。

一般に、満期までの期間が長いほど金利が高くなり、解約の要件が厳しい商品ほど金利が高く提示される。

DC制度においては元本確保型商品を選択できることにより、運用の選択肢が大きく広がることになる。まず、ひとりひとりのリスク許容度に応じて投資信託と元本確保型商品の保有比率を検討し、リスクを調整した資産運用が行える。元本確保型商品の保有割合を高めることで、安全性の高い運用が行えることになる（その分期待リターンは下がる）。定年退職直前者などは元本確保型商品の保有割合を高めることで、退職直前に市場が急落した場合などの価格変動に備えることができる。

また、リスクを取り過ぎている状態においてリバランス等を行う際には、投資信託の一部を元本確保型商品にスイッチングすることで、リスクを抑えた適切な資産配分とするとともに、将来改めてスイッチングを行い、リスクを取る原資とするような役割も果たす。

近年は超低金利が続いているが、高金利局面の終盤では、あえて元本確保型商品を満期まで保有することで、高金利の利息を中長期に維持することも可能である。

元本確保型商品の適切な活用も、投資教育における課題のひとつである。

なお、元本確保型商品とは、満期まで保有することで元本と予め提示された金利に基づく利息が支払われる金融商品を指している。つまり、中途解約時には必ずしも元本が保証されているわけではないことの理解が必要である。

一般に、銀行等の預金商品は中途解約時に解約金利を適用（低い金利で解約）するため、元本割れにならないことが多い。生損保のGIC（利率保証型保険商品）は解約手数料（解約控除）を徴収することが多いため、金利状況や預入期間によっては元本割れとなる可能性がある。こうした条件は金融商品ごとの説明書類に記載がされている。

破綻時の取り扱いについては「8. 金融機関が破綻した場合の取り扱い」をあわせて参照のこと。

7. インデックスの基礎的理解

投資信託のベンチマークとして、あるいは運用手法としても、インデックスの仕組みや値動きについて理解していくことが必要である。

代表的なアセットクラスには、それぞれ代表的なインデックスが存在し、それぞれのアセットクラスの騰落状況を把握する指標として機能している。

インデックスがあることにより、個人投資家は「現在の市況の水準把握」、「過去の市況の騰落の推移の理解」、「相対的な運用評価を行う指標」、「期待リターンやリスクの検討材料」等を得ることができる。

例えば、企業年金連合会の資産運用においては、

国内債券 バークレイズ日本総合インデックス

外国債券 シティ世界国債インデックス（日本を除く、円換算）

国内株式 TOPIX（配当込み）

外国株式 MSC I-KOKUSA I（円換算・配当再投資・Net）

といったインデックスをベンチマークとし運用評価を行っている。

同じ投資対象をもつインデックスであっても、銘柄選択、算定方式の違いなどにより値動きが異なることもある。（例えばTOPIXと日経平均225は採用銘柄数、算定方式などが異なる。同じ日であっても異なる騰落率を示すことがある）

異なる投資対象をもつインデックスを横比較することはあまり意味がないので、利用に当たっては注意が必要である（むしろ値動きの大小や方向性が異なるからこそ分散投資を

する意義が生じる)。

それぞれのアセットクラスの期待リターン等については「ウ 2. アセットクラスごとの期待リターンやリスクの大きさ、相関」を参照。

8. 金融機関が破綻した場合の取扱い

金融機関が破綻したとき、DCの資産がどうなるか理解しておく必要がある。

まず、運用関連運営管理機関、記録関連運営管理機関が破綻した場合、これらの機関は加入者の個人別管理資産に触れる立場にないので、資産が損なわれる心配はない。

資産管理機関を担う信託銀行等は、自己の資産と分別管理できることが要件であるため、その破綻に際して、DCの個人別管理資産が損なわれることもない。

DCの運用商品については元本確保型商品といえども、提供元の破綻時には全額保全されるわけではないことを理解する必要がある。

銀行等が提供する定期預金などは、預金保険制度の対象となっている場合、「1 金融機関ごとに預金者 1 人当たり元本 1,000 万円までと破綻日までの利息」が保護されることとなる。

個人が有する預貯金とDC内の定期預金等は名寄せされるが、DCの資産は優先順位が低くなっている（手元の定期預金等が優先して保護される）ため、元本 1,000 万円を超える部分については必ずしも保証されないことがある。

保険商品については、生命保険契約者保護機構、損害保険契約者保護機構が破綻時の保証を行う。破綻時点の責任準備金等の 90%を保証する仕組みとなっている。

なお、投資信託等のリスク資産については、信託銀行が加入者の資産を分別して預かっているため、投資信託運用会社や販売会社の破綻で資産が損なわれることはない。

9. デフォルト商品について

加入者等の運用の指図のない状態を回避する方法として、運用の指図が行われるまでの間、あらかじめ定められた運用方法を企業型DC規約において設定することができる。これを「デフォルト商品」と一般的に呼ぶ（ここでいうデフォルトは破綻の意味ではなく「初期設定」の意味である）。デフォルト商品を設定する場合、規約に定める必要があるだけでなく、投資教育にも影響を及ぼすので、ここで解説を行っておく。

法令解釈通知では、事業主または運営管理機関は、デフォルト商品を定めている場合、下記の説明を行うこととしている。

- ・事業主又は運営管理機関は、加入者等に対し、あらかじめ定められた運用方法による運用を開始する前に、加入者等から運用の指図がない場合は当該運用方法により

運用を行うことと、当該運用方法に係る具体的な金融商品の仕組みや特徴(期待できるリターン、考えられるリスク等)について十分説明すること。

- ・当該説明に関する書類を交付すること又は当該説明に関する電磁的方法による情報提供を行うこと。

また、事業主または運営管理機関は、デフォルト商品を設定した場合には、「その後の運用の指図が不要であるとの誤解を招くことのないよう、次に掲げる事項を定期的に情報提供する」ものとしている。

- ① あらかじめ定められた運用方法を規約に設定する目的
- ② 当該運用方法により運用を行っている者に対し、運用の指図を行うことができる期日
- ③ 当該運用方法により損失が生じた場合には、その責任は加入者等本人が負うこと。

デフォルト商品を設定している場合、その周知を行うことは規約の承認基準等に係る通知上も求められている。また、デフォルト商品の状態で運用を何年も継続している加入者は、自らの意図していない運用となっている可能性があることに留意が必要である(未指図が加入者の過失によるものであったとしても)。デフォルト商品の内容については、規約の理解あるいは投資教育の中で触れていくべき事項のひとつである。

継続教育の機会は、デフォルト商品に対する注意喚起のタイミングとして最適といえる。一方、実務的には、「デフォルト商品の状態で運用を行っているが、その運用指図の状態に不満もなく納得している加入者」を区別することは外見的に難しい(この場合、運用指図を自ら行わなくても問題はないことになる)。あるいは「デフォルト商品で運用している加入者かそうでないか」を外見的に区別することも難しい(対象者だけに教育することが困難である)。

そこで、他の投資教育テーマについて触れつつ、関連した情報として提供していくなどの方法が有効であろう。例えば、資産配分の重要性について触れるなか、「デフォルト商品のままの人は…」というように数分程度の補足説明をしていくようなアプローチが考えられる。

デフォルト商品については、バランス型の投資信託を採用することで未指図者にも分散投資が図られるようにする動きがある(世界的にはそれが主流である)。しかし、デフォルト商品を投資信託とした場合であっても、投資教育義務が軽減されるわけではないことに留意が必要である。

ウ) 投資理論の基礎知識

1. リターンの表記のしかた（率、年利でそろえる）

リターンについては異なる商品の実績について比較検討できることが必要である。そのために2つの表記を「そろえる」必要がある。

まず、「年利」に換算して表記するのが原則である。異なる期間の運用実績について比較するのは正確ではない。同じ「期間」でそろえることで正しく比較できるようになる。運用実績を一覧にする場合などは、複数の商品の運用実績について四半期ないし年（年度）などの期間もそろえて比較を行う。

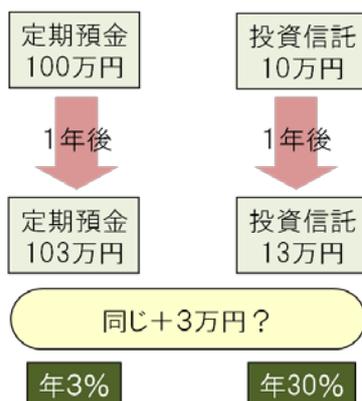
また、「率」で表記することが原則である。金額で比較をすると、投資金額の多少に影響されるため、正確な比較をすることができない。率で表記をすることで、金額の多少によらず、運用実績を把握することができる。

「率」と「年利」をそろえてリターンを表記していることなどは、一度解説をしておけばその後の理解の基礎となる。投資の基本的事項として教育に盛り込んでみるといい。

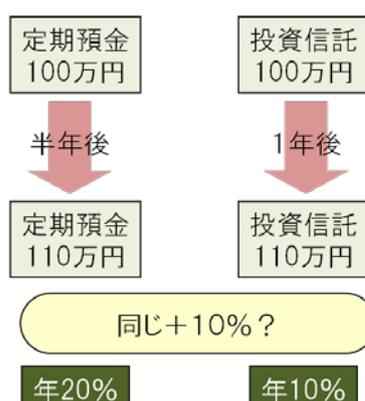
ちなみに、手数料等も同様に年率で表記することが原則である。例えば、投資信託の運用管理費用（信託報酬）は年率で表記されるが、実際には日割りしたものが日々徴収される。

（説明図版の例）

・「率」で揃えること



・「年」で揃えること



2. アセットクラスごとの期待リターンやリスクの大きさ、相関

投資対象ごとに期待リターンやリスクの大きさ、またその方向性が異なるため、どの程度の価格変動可能性があるか、その概要をつかんでおくことが必要である。

アセットクラスごとの期待リターンやリスク、相関係数については様々なデータがある

が、一般に入手しやすい資料としてGPIF（年金積立金管理運用独立行政法人。国の年金運用を担う独立行政法人）の検証資料がある。これによれば各アセットクラスの期待リターン、リスクは下記のとおりである（2014年10月31日公表「年金積立金管理運用独立行政法人 中期計画の変更について」より）。

| アセットクラス | 期待リターン | リスク（※年率換算） |
|---------|--------|------------|
| 国内債券 | 2.0% | 4.7% |
| 国内株式 | 5.2% | 25.1% |
| 外国債券 | 3.5% | 12.6% |
| 外国株式 | 6.2% | 27.3% |
| 短期資産 | 1.0% | 0.5% |

※ http://www.gpif.go.jp/topics/2014/pdf/1031_midterm_plan_henkou.pdf

（期待リターンは、名目リターン（実質的なリターン＋名目賃金上昇率）、市場基準ケースを引用）

これをみると、債券よりも株式、国内投資よりも海外投資の方が、リターンが大きくなる関係性があることが見てとれる（リスクも大きくなる）。

各アセットクラスの年度別の騰落率をみると、すべての投資対象が同方向の値動きをしているわけではなく、特定のアセットクラスが急騰した年度には他のアセットクラスが下落するような関係性があることも分かる（今後も同様の動きとなるかどうかは分からないが、過去20年間の市場の実績では、4アセットクラスがすべてマイナスであった年はない）。

2つのアセットクラスの値動きの関係を数値で示したものに相関係数がある。相関係数は-1～+1までの数値であらわされ、-1がまったく逆の値動きを、0が無相関（まったく関係がない値動き）、+1がまったく同じ値動きをする意味になる。

例えば、国内債券と国内株式はマイナスの相関関係にあるため、組み合わせることにより分散投資の効果が期待できることになる（一方で、グローバル化と金融システムの高度化などにより国内外の相関が高まっている傾向にあることも事実であり、踏み込んだ教育においてはそうした事例も紹介していくとよいだろう）。

3. リスクの種類と内容、標準偏差としてのリスクの理解

一般にリスクの語義は「危ない」であるが、投資においては理解を一步進めていく必要がある。まず、リスクとは「上方あるいは下方に触れる不確実性」のことである。上下のブレ幅、といってもいい。そのうえで「リスクのいろいろな種類」の理解と、「数値化したリスク（標準偏差）」の理解とに分けて学習していくとよい。

値動きの要因として商品説明等で求められるのが「XXリスク」の理解（特に損失が発

生ずる可能性について説明されることが多い) である。

法令解釈においても下記リスクについては投資教育すべき項目として例示している

「金利リスク」……金利の変動によって、価格変動の生じること

「為替リスク」……為替の変動によって、価格変動の生じること

「信用リスク」……投資先の企業、債券発行元の破綻が生じた場合に元本割れが生じるリスクのあること

「価格変動リスク」……市場の騰落等によって、価格変動の生じること

「インフレリスク」……インフレーションが生じた際に貨幣価値の下落等が生じ実質的価値が低下すること

また、リスクを数値化したものとして「標準偏差」の理解も必要となっている。標準偏差は期待リターンと同様に「% (年率)」で表記され、「期待リターンからのブレ幅」を示す。1標準偏差の場合、確率的には約68%でこの範囲にブレ幅が集約されることを意味する。たとえば期待リターン5%、リスク10%ということは期待リターンのブレが-5%~+15%の範囲に68%の確率で収まる、ということの意味している。

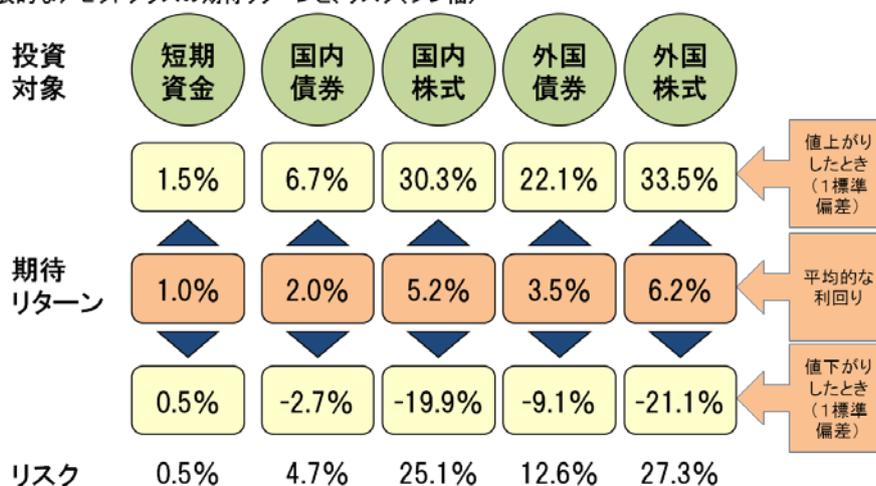
より高い確率で値動きの範囲を知りたい場合は2標準偏差(標準偏差の値を2倍にする)で把握する方法もある。先ほどの例でいえば期待リターン5%に対しプラスマイナス20%、つまり-15%~+25%の範囲に96%の確率で収まることを意味する。

リスクを具体的な数値で捉えることにより、リスクを単なる「元本割れの可能性」ではなく、価格変動のイメージとしてつかめるようになる。

前項目で説明した期待リターンとリスクの関係を図示すると、それぞれのアセットクラスの値動きの大小がつかみやすくなる。

(説明図版の例)

代表的なアセットクラスの期待リターンと、リスク(ブレ幅)



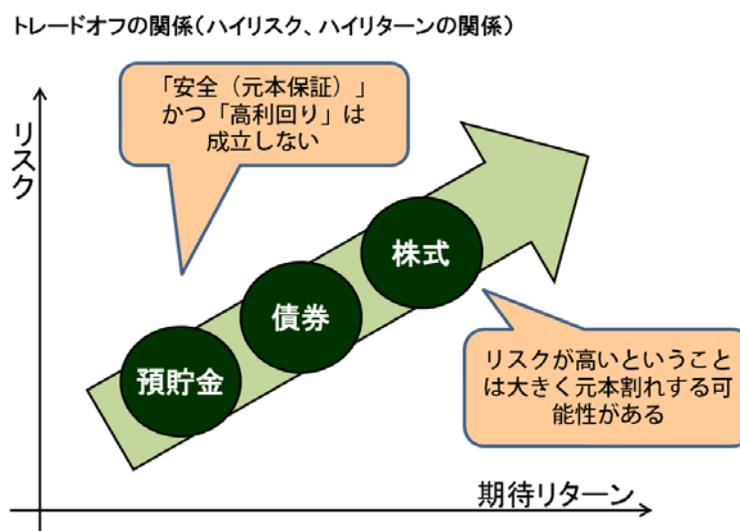
GPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)資料より作成

(2014年10月31日公表「年金積立金管理運用独立行政法人 中期計画の変更について」より)

リスクを理解することにより、より合理的な投資行動を取るための判断材料を得られることになる。もし、合理的な投資家であれば、同じ期待リターンの商品が2種類あり、リスク（標準偏差）が異なる場合は、リスクの低い商品の方が選好される。また、同じリスクの商品が2種類あって、期待リターンが異なる場合は、期待リターンの高い商品の方が選好されることになる。

一般に、高いリスクを得なければ高いリターンを得ることはできない（結果として高いリスクをとったが低いリターンとなる場合もあるが）。こうしたリスクとリターンの関係を「トレードオフの関係」があるという

（説明図版の例）



4. 長期運用の考え方と効果（ドルコスト平均法・複利効果）

DC制度においては、60歳に達するまで資産運用を継続していくことが原則である（受取期間を加味すれば、それ以降も運用を行うことがある）。

長期にわたって資産運用を行う場合、「6. 積立投資の有効性（特に長期で行う積立）」で述べる積立投資により資産形成を行うことのできるメリットと、ドルコスト平均法により市場の騰落に左右されずに資産形成できるメリット、複利効果による資産形成が図られるメリットが生じる。

（ドルコスト平均法による投資）

「定期的」に「一定額」を「同一商品」に購入し続ける投資方法をドルコスト平均法という。「ドル」といっても、外貨や外国のアセットクラスへ投資する必要はない。定額の積

立投資の意味である（一般にドルコスト平均法という場合は、積立定期預金のような安全資産の積立ではなく、リスク資産の積立を指すことが多い）。

DCにおける配分指定（毎月の掛金の購入指図）において投資信託を指定することは、リスク資産の定額購入の継続を意味しており、自然とドルコスト平均法を実行していることになる。

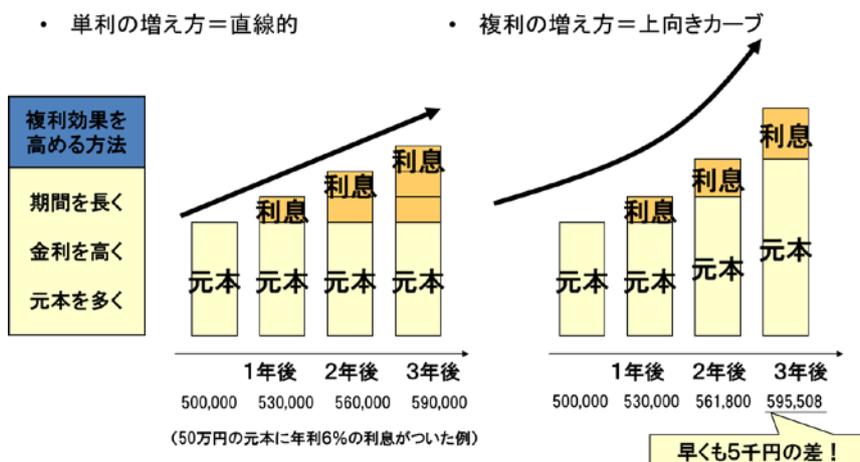
ドルコスト平均法によって投資を行う場合、市場価格が上下動した場合にも、同額の投資を継続することになるため、市場が高騰している場合は口数を少なく、市場が下落している場合は口数を多く購入することになる（購入金額が一定で投資信託を1円単位で購入できるようになっているため、購入口数で調整する）。これにより、市場の騰落に投資心理が左右されたり、非合理的な投資行動に陥ったりすることなく、資産形成が継続することが期待できることになる。

なお、ドルコスト平均法については、運用の必勝法のような説明をしすぎるものではないよう注意が必要である。期待リターンがこれによって向上することを保証するものではないし、長期にわたって運用を行えば無条件でリスクが軽減されるかのような説明を行うことも、誤解を与える恐れがあるので留意が必要である（年率換算したリスクは軽減されるが、運用結果の差は長期で投資を行えば拡大していくことになる）。

（複利効果による投資）

また、長期にわたって投資を継続していくことにより「複利効果」が生じることも長期投資のメリットのひとつである。利息をその都度受け取る運用方法は「単利」の運用であるが、利息や運用益を次期の運用元本に繰り越していくことで、資産形成のスピードが加速される効果が生まれる。これを複利効果という。

（説明図版の例）



複利効果は、「初期元本を高額にして投資すること」、「高い運用利回りを獲得すること」、

「投資期間を長く取ることの3つで効果を高めること」ができる。DCにおいては、特に中途解約に制限があり、定年退職までの間、運用を長期で継続することになるため、複利効果が生じやすい。投資期間を長く持つことで必ず効果が生じる点は、誰にでも得られる複利効果のメリットとして魅力的である。また、譲渡益非課税のメリットを再投資に用いることで、さらにDCは複利効果を効率的に得ることができる。法令解釈通知においても「長期投資の考え方とその効果」が説明項目にあげられている。

5. 分散投資の考え方と効果（分散投資理論）

（銘柄の分散等）

資産運用においては、分散投資がリスクを下げる効果のあることが知られている。例えば、同一のアセットクラスにおいて単一の企業にのみ投資をした場合と比べ、業種の異なる2銘柄に投資を行う方が個別企業の業績悪化等の影響を軽減することができる。

複数の銘柄を保有するだけでなく、複数の業種、複数の地域、複数のアセットクラスへ投資を行うことで運用のリスクが軽減されることとなる。それぞれ、業種分散、地域分散、投資対象の分散などという。

DCにおいては単一の銘柄にのみ投資する運用商品はほとんどなく、投資信託を通じて特定のアセットクラスへ投資を行うことが多い。この場合、運用方針にもよるが特定のアセットクラス内においては複数の銘柄を保有しており、銘柄の分散が図られていることがほとんどである（アクティブ運用を行う投資信託においては、特定の銘柄に絞り込み集中投資を行う投資信託もある。この場合、運用方針等で予め明示されている）。また、複数のアセットクラスを組み入れたバランス型の投資信託などでは銘柄分散だけでなく、アセットクラスの分散もひとつの商品内で行われていることになる。

（分散投資の理論）

企業年金運用においては、リスクを抑えつつ、できるだけ高いリターンを得られる運用方針の検討が求められる。分散投資の考え方は、効率的な資産運用を検討する上での方法論のひとつである

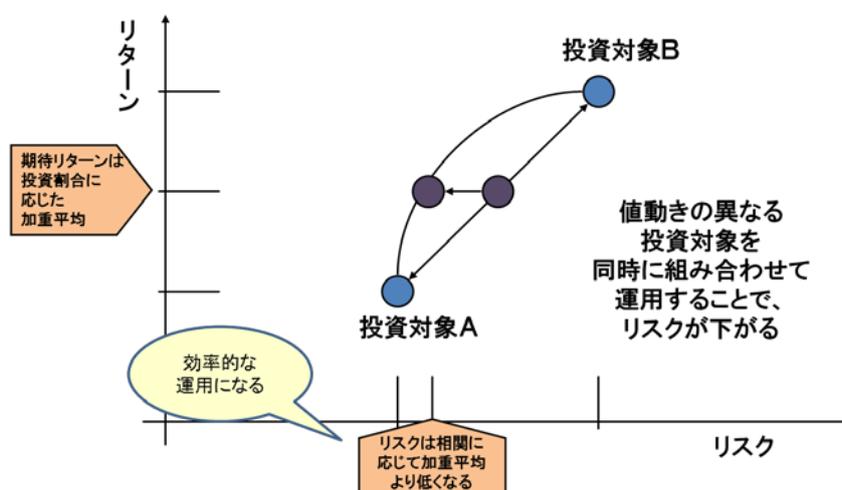
分散投資を行うと、期待リターンは保有割合に応じてそれぞれの期待リターンを加重平均したものとなる。しかし、リスクは保有割合に応じてそれぞれのリスクを加重平均したものより低くなる。つまり、値動きの異なる投資対象を組み合わせることで保有することにより、よりリスクを抑えられるという点がポイントである。これはマーコヴィッツの現代ポートフォリオ理論（MPT）として、現代において一般的に用いられている考え方である。

分散投資は「元本割れしない投資テクニック」ではないことに注意が必要である。分散投資をした結果がプラスになる可能性が高いのは、それぞれの投資対象の期待リターンがいずれもプラスであるためであり、分散投資によってもたらされるものではない。

リスクを抑えるということは、大きく負けない運用戦略を意味する。中長期にわたって、老後の大切な資産形成を行うDCの資産運用においては、分散投資の考え方を説明することは有用と考えられる（法令解釈においても「分散投資の考え方とその効果」が説明項目にあげられている）。

（説明図版の例）

分散投資の基本的な考え方



また、説明に当たっては「分散投資が期待リターンを上げる」わけではないことも注意が必要である。リスクを抑えることが分散投資のねらいであるが、一般的には誤解しやすいところである。

加入者のよくある誤解として、「同一アセットクラスの異なる投資信託を保有したことで分散投資している」、「すべての投資信託を10%ずつ10本購入したので効率的な分散投資である」、「リスクの異なる3つのバランス型投資信託があるが、低リスクのバランス型投信と高リスクのバランス型投信を同時保有して分散している（中間型のバランス型投信を1つもてばよい）」というような例もみかける。いずれもあまり意味がない。説明の対象者が投資の理解度が浅い者であることに留意が必要である。

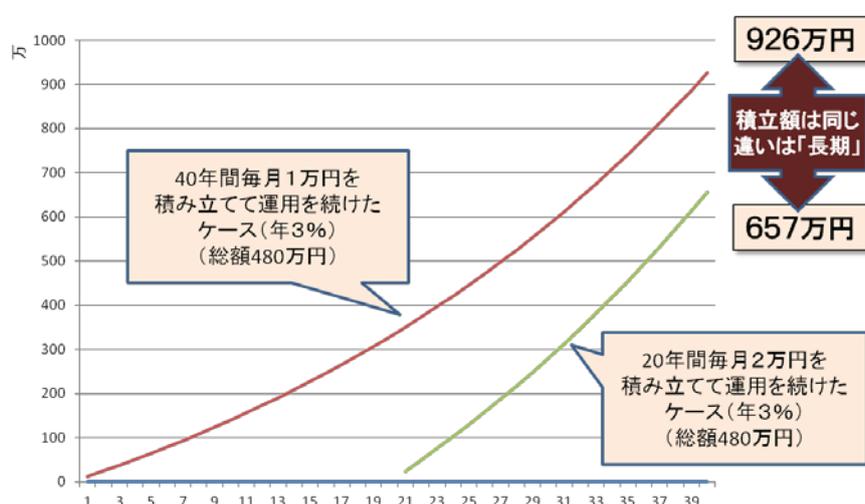
6. 積立投資の有効性（特に長期で行う積立）

DC制度においては、毎月定期的な掛金拠出が行われ、自動的に積立投資を行う制度である。長期にわたって運用を行う効果は「4. 長期運用の考え方と効果（ドルコスト平均法・複利効果）」でも説明している。

長期投資の有効性については複利効果があげられるが、複利効果は定期的な拠出金の追加によってさらに効果が高まる。

仮に、毎月1万円を40年積み立てる場合と、毎月2万円を20年積み立てる場合を想定した場合、拠出した掛金総額（480万円）はどちらも同じであるが、長期にわたって積立を行った方が最終的な受取額は大きくなる。どちらも年利3%の実質利回りが得られたとすれば、最終受取額は40年積立の場合926万円、20年積立の場合657万円となり、約270万円もの差が生じる。この差は運用成績ではなく、長期積立と複利効果によってのみ生じたものであり、少額であっても長期にわたった積立を行う重要性が理解できる。老後資産形成については、他のマネープランと並行することが多いため、少額からの長期積立が重要だが、積立投資はその努力を活かす仕組みといえる。

（説明図版の例）



なお、積立投資の重要性は非課税拠出、運用益も非課税となるDCにおいてはさらに効果が高まる。マッチング拠出については、個人の資産形成上のメリットが目に見えて分かりやすい。例示を行うなどしながら教育を行うことが効果的と考えられる。

また、一般の加入者の場合、資産運用において、追加の掛金拠出の重要性を軽視し、売り買いによってのみ資産を増加させるものと考えがちである。積立投資の効果（つまり事業主が定期的に掛金拠出することの重み）について理解を促す教育も重要と考えられる。

7. 投資にかかる費用（コスト）の差

資産運用において必ず生じる「費用（コスト）」について意識を持つことはきわめて重要である。運用成果は必ず得られるとは限らないが、運用にかかる費用は必ず発生することになり、手元に残る運用成果を押し下げる要因のひとつであるからである。

運用に費用がかかることそのものがおかしいわけではない。例えば、車の修理が必要となってランプの交換やタイヤの交換を行う際に、カーディーラーやサービスマンに費用を

払うことをおかしいこととは考えない。同様に、投資を代行してもらう費用を投資信託運用会社に支払うことと考えるとよい。

しかし、同じサービスを受けるのであれば、よりリーズナブルな修理工場を探すように、投資においても同水準の運用を行うのであれば、より低廉なコストで運用を委託できる方が合理的である（投資においては運用費用が高いことが、高い運用成績に結び付くことは約束されていない）。

投資コストの差は、最終的な運用成果にも大きな影響を及ぼす。例えば毎月1万円の積立を40年行った場合に、投資信託の手数料の差により「実質年3%」の利回りであった場合と「実質年2.5%」の利回りであった場合を比較してみると、最終的な受取額はおよそ100万円もの差がつく。これがもし同一の投資対象で運用したものであったならば、費用の差が退職給付の受取額に大きな差を生じさせていることになり、コストの問題についてもよく理解の上、投資を行うことが重要であることが分かる。

なお、投資信託については予めかかる費用が示されており、購入前に確認することができる。また、DCにおいては売却時の譲渡益課税が非課税であることから、より有利に資産形成が行えることも教育において説明しておくといいたいだろう。

(説明図版の例)



ところで、預貯金や保険商品などの元本確保型商品はコストがかからない商品のように見えるが、実際には手数料に相当するコストが含まれた上で、預入利率等が提示されている仕組みともいえる。投資信託の仕組みの理解において、しばしば「費用がかかることがイヤだから購入しない」というような反応がみられる。コストの理解を深めていくため説明の工夫をしてみるとよいだろう。

8. リスク許容度の考え方と資産配分との関係

法令解釈通知において「資産の運用を行うに当たっての留意点（すなわち金融商品の仕組みや特徴を十分認識した上で運用する必要があること）」を投資教育すべき項目（「第23(3)③ 資産の運用の基礎知識」のア）として掲げているが、自ら取り得るリスクの範囲内で資産運用を行うことが重要である。これは自己責任原則を求める上でも重要である。

次項のように資産配分を検討する上でも、加入者ひとりひとりが自らのリスク許容度を理解し、適切なリスクを取ることが必要である。

リスク許容度については明確な数値化等を行う統一的ルールがあるわけではないが、金融機関ごとにリスク許容度に関する質問を行い、異なるリスクのポートフォリオを複数提示することが一般的に行われている（複数のポートフォリオ例示の場合、元本確保型100%のポートフォリオを含む必要がある）。

一般にリスク許容度が高いとされる（つまりリスクをとりやすい）とされるのは以下のようなケースである（逆の場合、リスク許容度が低いことになる）。

- ・ 年齢が若い（投資期間が長くとれる）
- ・ 健康である（本人および家族を含む）
- ・ 資産を高額保有している
- ・ 所得が高い
- ・ ローンがない（少ない）
- ・ 投資経験、投資理解がある など

ただし「年齢が若い資産はほとんどない」というように、リスク許容度を一概には断定できないことが多く、リスクをもっと取らせるための誘導として、安易に用いることのないよう注意が必要である。

リスク許容度が高い場合、資産運用上のリスク割合を高めやすいといえ、リスク許容度が低い場合、資産運用上のリスク割合を抑えるべきといえる。

一般には、若年層はリスク許容度が高く、定年時期が近づくにつれ、リスク許容度は下がっていくことになる。法令解釈通知においても、

「退職時期を意識しリスク管理を行うことが一般的であり、老後までに時間がある若年層は比較的风险が取りやすく、老後を間近に控える高年層には、リスクを抑えるといった投資の基本的な考え方を意識付けることが望ましい。例えば、老後の資産形成の目標も踏まえ、資産形成期に過度に元本確保型の比率が高い状態や年金資産額を確定していく時期に過度に元本確保型の比率が低い状態とならないよう計画的に元本確保型の比率を設定するよう説明するのが望ましい。」

と示し、加入者ひとりひとりにリスク許容度を考えさせ、自ら適切なリスク資産保有割合を考えさせるような投資教育の実施を求めている。

資産運用が自己責任の判断で行われるべきであることは言うまでもないが、若年層が過度にリスク回避的であることで思ったような資産形成につながらないことを避けたり、定年退職直前者が過剰なリスクを取り続けて定年直前に相場の急落に巻き込まれたりすることのないよう世代別の情報提供を行っていくことが有効と考えられる。

ところで、個人の保有資産とDC資産とを一体として捉え、資産配分を最適化することも考えられる（資産の置き場所という意味合いでアセット・ロケーションともいう）。DCの資産内に限らず、リスク許容度の判断や最適な資産配分検討を試みるのもひとつの方法である（これは一步ステップアップした投資教育の内容と考えられる）。

9. アセットアロケーションの考え方、検討プロセス

加入者が具体的な運用計画を検討するにあたっては、一般的に下記のプロセスを踏む。

「自身のリスク許容度の認識」

→「投資対象ごとの期待リターンやリスク、相関の分析」

→「アセットクラス（投資対象）ごとの資産配分割合の決定」

→「決定した資産配分割合に合った運用商品の決定」

このとき、個人の資産運用の感覚においては、個別の商品選定を先に行う傾向があり、自覚せず偏ったリスクを取ることがあるため、上記ステップを留意して教育することが望ましい。また、行動ファイナンスの知見によれば、提示した商品数が商品選択に影響を及ぼすともいわれている（例えば商品数15本中、10本が元本確保型である場合、元本確保型商品が多いため保有割合にも影響するなど）。投資教育において、こうしたバイアス（偏り）が生じないように配慮する必要がある。

アセットアロケーション（資産配分）については、複雑な計算が必要となり個人には困難である。シミュレーションツールがあればそうした計算ソフトの活用が考えられる。ただし、あくまでシミュレーションであることにも留意して利用案内を行うとよい。

シミュレーションツールがない場合であっても、少なくとも「リスクを取る割合（つまり投資信託の保有割合）」と「元本確保型商品の保有割合」程度は加入者に考えさせる教育を行いたい。

なお、ポートフォリオのモデルを加入者に提示する際には必ず、元本確保型商品のみで運用した場合のモデルを提示する必要がある（法令解釈通知）。また、2013年3月の法令解釈通知改定において、「加入者等が運用商品を容易に選択できるよう運用リスク度合いに応じた資産配分例の提示」を投資教育する項目として追加している。

また、資産運用においては、アセットアロケーションを硬直的に維持するものではない。PDCAになぞらえれば、Plan-Doの部分だけでなく検証（Check）のプロセスが重要であり、

定期的に自身の運用状況をチェックし、必要に応じて見直すこと（Action）が求められる。

運用計画の見直しにおいては、運用計画と実際の運用状況の乖離について修正を行う考え方（リバランス）と、運用計画そのものから見直しを行う考え方（リアロケーション）がある。

リバランスは、目標としていた運用計画と実際の運用状況が乖離している場合、目標としていた運用計画の資産配分に復する売買を行うことで、リスク管理を行うとともに、値上がりしている資産の部分的売却や今後値上がりが期待できる割安資産の部分的購入を行う投資行動である。一般個人の投資心理としては「儲かっているのだからまだ売りたいくない」とか「こんなに値下がりしているのだから買いたくない」と判断してしまいがちであるが、リバランスは企業年金運用や公的年金運用でも用いられている基本的な投資行動である。

DCにおいては、複数のアセットクラスをひとつの投資信託に組み入れたバランス型の投資信託が採用されていることが多い。バランス型の投資信託は、予め資産配分を含めた運用方針を提示しており、その資産配分から乖離した場合は、売買等を行い資産配分比率の修正を行う。つまり、投資信託の中でリバランスを自動的に行う仕組みが内包されているといえる。また、ターゲットデートファンドのようなバランス型投資信託はさらに、数十年に及ぶ資産配分比率の見直しも運用方針に含まれている。こちらはリバランスのみならずリアロケーションをも内包した仕組みともいえる。

10. 運用目標と想定利回り

確定拠出年金の資産運用は、個人ごとに運用目標を設定していくことが原則である。また、公的年金や企業年金の水準、個人の保有する他の資産の状況、年齢等に応じて運用目標も変化していくため、投資教育で画一に資産運用の助言をしていくことは困難であることに留意が必要である。むしろ、こうした他の要因により変化していくことを学ばせることが重要と言える。

継続教育において「想定利回り」についてどう取り扱うかは、教育内容の企画を行う場合にしっかり検討したい項目のひとつである。企業型DC制度では、退職金や確定給付企業年金から確定拠出年金に移行する際に、移行前後の制度が等価となる換算利率として制度設計上設定されることが多い。また、想定利回りに基づいて掛金水準が決定されることとなる。確定拠出年金導入後に想定利回りと同水準で運用することにより、変更前の給付額水準を維持できる。制度導入時の投資教育では理解を求める必要がある項目のひとつである。

想定利回りについては、元本確保型商品のみを保有した場合、これに到達することは難しい金利情勢にあり、商品の利回り実績などを例示するなどして、想定利回りに運用実績が達しない可能性が高いことも伝えていくことが必要である。

DC制度の採用割合が高い企業においては、DC制度の運用実績そのものが個人の退職給付受取額に直結する。想定利回りの説明と連動して、運用成績が将来の受取額に及ぼす影響の大きさについて説明をしておく、運用に対する意識・自覚が醸成される。

ただし、想定利回りを安易に運用目標にするべきではなく、投資教育においても取扱いを留意すべきである。運用目標は個人ごとに自らのライフプランと取り得るリスク許容度に基づき設定するものである。従前の退職金水準を目標とするために、本人のリスク許容度を無視した投資計画（過度にリスク資産割合が高いなど）を押し付ける教育は好ましいものではない。また、インフレ率の推移についても目を配り、実質的な資産価値が目減りしていくことのないよう配慮する必要がある。

想定利回りの説明のあり方については、企業ごとに異なる解があっても当然である（想定利回りを採用していないDC規約も少なくない）。労使で話し合い、投資教育へどう盛り込むかを検討してみることがよいだろう。

また、運用目標を設定する場合、期待リターンに基づく平均額に注目してしまうが、期待リターンを高くすればするほどリスクは拡大し、ブレ幅も大きくなる。特に運用がうまくいかなくなったときの積立金が大きく下がる恐れがあることも、教育しておくことが望ましい。

11. 市況や投資指標等の知識

マーケットの動向については、法令解釈通知等でも投資教育すべき項目としていない。また、将来の見通しを断定的に述べてはならない点には注意が必要である。しかし、過去の市況の振り返りなどを解説するようなプログラムを投資教育に盛り込むことは考えられるし、投資理解を深める上では有用である。

代表的なインデックスの種類や性格の違い、推移などは担当者としても知っておきたい内容のひとつである

例えば、日本株式に関する代表的な指標としてTOPIX（東証株価指数）と日経平均株価（日経225）などがあるが、算定方式、カバーする企業数、数値の大きさなどに違いがある（ア-7参照）。DCにおいてはTOPIXを採用したインデックスファンドが主流であるが、一般的な知名度、ニュースでは日経平均に分がある。教育に際して使い分けの工夫などを行うとよい。

経済指標（たとえば日銀短観等）について理解を深めることは投資に役立つが、一般個人が経済指標の予測を行い、売買判断を細かく行うことまでDC制度の資産運用で必ずしも必要とはいえない（DCではリアルタイム売買は行われない）。

どこまで経済指標の理解を深めるかは、投資教育の企画に際して対象者のニーズを見極めながら判断していくとよいだろう（上級者向けセミナーにおいては触れるが、初心者向けセミナーでは扱わないなど濃淡をつける工夫も考えられる）。

エ) リタイアメントプランの基礎知識

1. ライフプラン、リタイアメントプランの知識

DCにおける投資教育は単なる投資理論や金融商品知識だけで完結するものではない。リスク許容度等を踏まえた資産配分を行う必要があり、必要に応じてライフプランニング、あるいはリタイアメントプランニングの知識も必要となる。

特に現役時代の中長期にわたって老後資産形成を行うことを考えれば、現役時代の資金ニーズを見据えた資産管理計画（ライフプランニング）とセカンドライフの資金ニーズを見据えた資産形成計画（リタイアメントプランニング）が必要となってくる

2013年3月の法令解釈通知見直しにおいて、投資教育すべき具体的な内容として「確定拠出年金制度を含めた老後の生活設計」が追加され、下記5点が示された。

- ア 老後の定期収入は現役時代と比較し減少するため、資産形成は現役時代から取り組むことの必要性
- イ 平均余命などを例示することで老後の期間が長期に及ぶものであること及び老後に必要な費用についても長期にわたり確保する必要があること。
- ウ 老後に必要となる一般的な生活費の総額を例示しつつ、公的年金や退職金等を含めてもなお不足する費用（自身が確保しなければならない費用）の考え方
- エ 現役時代の生活設計を勘案しつつ、確定拠出年金や退職金等を含めた老後の資産形成の計画や運用目標の考え方
- オ 加入者等が運用商品を容易に選択できるよう運用リスク度合いに応じた資産配分例の提示

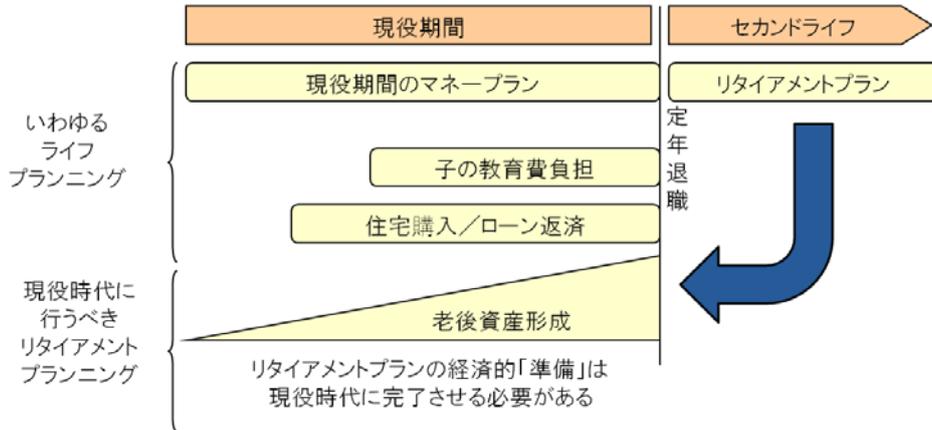
セカンドライフの資産準備は現役時代に行わなければならないこと、公的年金だけではゆとりあるセカンドライフに十分ではないと思われること、老後のゆとりを実現するため計画的に資産形成を行うべきことなどを理解させることで、DCの投資教育の必要性や関心を高める効果が期待できる。

「リタイアメントプランニング」というと、老後に考えることとイメージをしてしまいがちである。しかし、経済的備えについて充実を図る部分は現役時代に行わなければならない。老後資産形成という課題は眼前のマネープラン（住宅ローン返済や子の教育資金準備等）と同時並行で取り組まなければならないことを意識する必要がある。そうした意識変化を促すことを継続教育において工夫してみるとよい。

DC制度については、現役時代から計画的に老後資産形成を行う仕組みのひとつである。中途解約を原則として行えない点では確実な老後資産形成の一柱を担っている。これを軸に、自助努力も含めて個人の老後資産形成に向けて主体的に計画できるようになれば、さ

らに理想的である。

(説明図版の例)



2. 発展的に組み入れると好ましいライフプラン、リタイアメントプラン教育テーマ

企業年金連合会「投資教育ハンドブック」では、必ずしも事業主の責務とまではいえな
いものの、投資教育に組み入れることで加入者の理解を高めていくことができるテーマを
「望ましい知識」としているが、下記のようなライフプラン、リタイアメントプランに役
立つ教育テーマをあげている。

- ・ ライフプランニング（主に現役時代のマネープラン）※
 - ・ リタイアメントプランニング（主に老後の家計管理や資産管理の方法）
 - ・ 個人資産も含めたトータルアセットアロケーション検討の重要性
 - ・ セカンドライフにおける資産管理方法
 - ・ 公的年金や社会保障制度に関する知識※
 - ・ 確定拠出年金以外の退職給付制度※
 - ・ 会社が行っている自助努力支援制度（財形、持ち株会等） 等
- （※は、法令解釈通知でもほぼ同様の例示がある項目）

それぞれ簡単に解説する。

- ・ **ライフプランニング（主に現役時代のマネープラン）** ……老後資産形成に取り組む
ためにも眼前の家計改善を図ったり、住宅購入や子の学費準備を計画的に行うこと
が必要である。老後資産形成と一見無関係なテーマであっても、実際には地続きで
あることが多い。また現役世代の関心事からスタートし老後資産形成につなげてい
くことで高い関心を得ることもできる。
- ・ **リタイアメントプランニング（主に老後の家計管理や資産管理の方法）** ……定年退
職直前者向けのセミナーにおいては、具体的な給付方法の案内とともにセカンドラ

イフの家計管理方法などもアドバイスするとより具体的なプログラムになる。継続雇用もこうした家計管理の一部である。セカンドライフのやりくり術の中にDCの資産をどう活用するか考えさせるとよい。

- ・ **個人資産も含めたトータルアセットアロケーション検討の重要性**……個人においては、手元の資産管理とDC内の資産管理は一体として検討することが本来は重要である。特に税制優遇があるDC制度を活用するなら期待リターンの高い投資対象をDC制度内で厚く保有し、期待リターンの低い投資対象は手元で厚く保有する方が合理的である。近年「アセットアロケーション（資産の置き場）」の効率化はファイナンシャルプランナーの議論の対象ともなっており、セミナーのテーマたり得る。
- ・ **セカンドライフにおける資産管理方法**……年金生活に入ると隔月の公的年金収入を軸に生活をし、ボーナス給付は受けられなくなる。退職金等の資産を計画的に取り崩すような感覚を養う必要がある。また必要に応じて不動産を担保にした借り入れ（リバースモーゲージ）を活用したり、相続について計画的な生前贈与を行うことも考えていく必要がある。
- ・ **公的年金や社会保障制度に関する知識**……公的年金については給付水準の引き下げが行われており、最新の情報を踏まえた老後資金準備が必要である。また、健康保険や介護保険制度の見直しによる負担増、消費増税による自己負担増なども中長期的に意識しておく必要がある。
- ・ **確定拠出年金以外の退職給付制度**……DC制度以外に退職一時金ないし確定給付企業年金制度を有している場合、会社に頼める老後資産形成の枠が存在するということでもある。制度の概要、給付の形式、モデル給付水準などをアナウンスすることで、より計画的な老後資産形成の取り組みが可能になる。
- ・ **会社が行っている自助努力支援制度（財形、持ち株会等）**……DC制度以外に、自助努力による資産形成を支援する会社の諸制度を紹介するのも効果的である。また、NISAも税制優遇がある。

企業型DCの理解にとどまらない項目も含まれているが、個人のマネープランにおいては隣接したお金の知識を広げていくことがきわめて有用であり、受講者の関心も得やすい。下記関連情報なども参考にテーマを検討してみるのも一考である。

※金融広報中央委員会 金融リテラシーマップ

<http://www.shiruporuto.jp/teach/consumer/>

<http://www.shiruporuto.jp/> には金融教育に関する豊富な情報、リンクがある。

※NPO法人日本FP協会 パーソナルファイナンス教育スタンダード

http://www.jafp.or.jp/personal_finance/

3. ライフプラン、リタイアメントプラン教育に役立つ統計データ

現役時代に取り組みリタイアメントプランニングについては具体的な数値、データを示すことで実感を持たせやすくなる。

統計データとしては下記のような資料が活用できる。

ア. 65歳時点の平均余命（厚生労働省 平成25年簡易生命表）

男 19.08年、女 23.97年

※セカンドライフは20年以上におよぶ可能性が高いこと、
平均寿命より長くなることなどを説明するとよい
生存率を紹介することも考えられる（90歳生存率 男性 23.1%、女性 47.2%）

厚生労働省ホームページに掲載あり（例年7月下旬頃公表）

<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/seimei/list54-57-02.html>

イ. 老後の一般的な生活費（総務省 家計調査年報 平成26年 年平均）

50代（2人以上の勤労者世帯） 支出 47万3,922円

（支出は消費支出 35万4,119円、非消費支出 11万9,803円の合計）

高齢夫婦無職世帯 支出 26万8,907円 社会保障収入 19万800円

（支出は消費支出 23万9,485円、非消費支出 2万9,422円の合計）

高齢単身無職世帯 支出 15万3,724円 社会保障収入 10万3,767円

（支出は消費支出 14万3,263円、非消費支出 1万461円の合計）

※現役世代と比較すると生活コストは減少することを理解する

子の教育費負担、住宅ローン負担、税・社会保険料負担の軽減などが理由

総務省統計局ホームページに掲載あり（年平均結果が例年2月下旬頃公表）

<http://www.stat.go.jp/data/kakei/>

ウ. モデル年金額（厚生労働省 平成27年度）

厚生年金〔夫婦2人分の老齢基礎年金を含む〕 22万1,507円

〔老齢基礎年金（満額）：1人分〕 月額 6万5,008円

※公的年金は年金生活コストの多くをまかなう水準にあるものの、
生活コストが現役時代と比して減少してもなお、公的年金だけでは
十分ではないことを理解させ、DCおよび他制度を活用させ資産形成の
計画を考えさせる

厚生労働省ホームページに掲載（例年1月下旬頃報道発表される）

<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000072678.html> （2015年度の例）

おわりに

我が国において確定拠出年金がスタートしたのは2001年10月で、既に13年以上の歳月が経過した。この間、行政を中心として様々な制度の見直しや拡充のための取組みが行なわれてきたが、企業年金連合会においては事業主に対しての研修活動だけでなく、有識者も交えた検討会を経ていくつかの実践的なマニュアルを作成してきた。

本書は平成20年3月に刊行された「確定拠出年金投資教育ハンドブック」、翌21年12月に出された「企業型確定拠出年金制度運営ハンドブック」に続いて、より一層具体的な事業主の制度運営への取り組み事例を網羅したものであり、言わば前二作と併せて三部作とも言うべき位置づけとなっている。

前二作からは少し年月が経っている分、その間における事業主の制度運営に対する努力の成果がより明確に表れたものとなっており、多くの事業主が求める「具体的な事例」が豊富に紹介されている。

企業型確定拠出年金制度は我が国においては企業が運営する退職給付制度の一つであり、その第一義的な目的は従業員が定年を迎えた後、豊かな老後をおくれるようにすることであることは言を俟たない。であるならば、確定拠出年金における投資教育というものは、単に“投資知識”や“投資手法”を学ぶ場ということではなく、豊かな老後に向けたトータルなライフプランを学ぶための場でなければならない。ややもすれば、確定拠出年金は、事業主が退職給付債務を負う確定給付型の企業年金制度に比べて、ガバナンスが軽視されがちである。しかしながら、従業員が自ら意識して年金資産を管理していかなければならない制度である分、事業主が果たすべき役割はより大きなものではないかと考える。

本書に紹介された30社の事例はいずれもそうした高い意識を持ちながら投資教育を中心とした制度運営に腐心されてきた事業主の具体的な取り組みが紹介されており、確定拠出年金を導入する多くの事業主にとって制度運営の参考になるべきものであると確信する。併せて本書においては関連する法令や従来のハンドブックにおける記述の整理がされており、初めてこの業務に着任された新任の担当者にとっても良きマニュアルとなるであろう。

最後に不肖の座長でありながら、本書が刊行にこぎつけられたのは、本検討会の委員、オブザーバーの皆様、そして事務局の方々の多大なるご努力のたまものであることは言うまでもない。この場を借りて皆様に深い感謝の意を表すると共に、制度の更なる健全な発展を祈念するものである。

継続教育事例集（仮称）作成検討会 座長 ㈱オフィス・リベルタス代表 大江英樹

資料

1. 継続教育事例集（仮称）作成検討会名簿

（平成 27 年 1 月 26 日現在）

| 所 属 組 織 | 役 職 | 氏 名 |
|--|---|-----------|
| 運 営 管 理 機 関 連 絡 協 議 会 | 日本確定拠出年金コンサルティング株式会社 企 画 業 務 部 長 | 岩 片 健 |
| ジ ャ パ ン ・ ペ ン シ ョ ン ・ ナ ビ ゲ ー タ ー 株 式 会 社 | 執 行 役 員 | 上 田 憲 一 郎 |
| タ ワ ー ズ フ ト ソ ン | 年 金 事 業 部 長 | 浦 田 春 河 |
| ◎ 株 式 会 社 オ フ ィ ス ・ リ ベ ル タ ス | デ ィ レ ク タ ー | 大 江 英 樹 |
| 国 民 年 金 基 金 連 合 会 | 代 表 取 締 役 | 重 元 博 道 |
| L I F E M A P 合 同 会 社 | 確 定 拠 出 年 金 部 長 | 竹 川 美 奈 子 |
| 株 式 会 社 野 村 資 本 市 場 研 究 所 | 代 表 / フ ァ イ ナ ン シ ャ ル ・ ジ ャ ー ナ リ ス ト | 野 村 亜 紀 子 |
| ○ N P O 活 動 法 人 確 定 拠 出 年 金 総 合 研 究 所 | 研 究 部 主 任 研 究 員 | 野 村 亜 紀 子 |
| | 理 事 長 | 秦 穰 治 |
| 日 本 電 気 株 式 会 社 （ N E C 企 業 年 金 基 金 ） | 人 事 部 | 鵜 浦 啓 司 |
| J P ア ク チ ュ ア リ ー コ ン サ ル テ ィ ン グ 株 式 会 社 | 代 表 取 締 役 | 黒 田 英 樹 |
| 株 式 会 社 リ コ ー | 日 本 統 括 本 部 人 事 部 ダ イ バ ー シ テ ィ 推 進 グ ル ー プ リ ー ダ ー | 児 玉 涼 子 |
| カ ゴ メ 株 式 会 社 | 兼 統 括 部 企 業 年 金 グ ル ー プ 人 事 総 務 部 | 佐 藤 雅 訓 |
| 株 式 会 社 ア サ ツ ー デ ィ ・ ケ イ | 人 事 グ ル ー プ 課 長 | 島 田 大 介 |
| 株 式 会 社 伊 藤 園 | 人 事 局 | 鈴 木 寛 |
| ト ヨ タ 自 動 車 株 式 会 社 （ ト ヨ タ 自 動 車 企 業 年 金 基 金 ） | 人 事 部 企 画 室 | 廣 田 利 幸 |
| イ オ ン 企 業 年 金 基 金 | 担 当 部 長 | 福 本 充 伸 |
| 野 村 證 券 株 式 会 社 | 事 務 長 | 細 井 泰 典 |
| 損 害 保 険 ジ ャ パ ン 日 本 興 亜 株 式 会 社 | 人 事 企 画 部 課 長 | 吉 田 彰 |
| | 人 事 部 リ ー ダ ー | |

◎は座長、○は副座長

（18名）

（オブザーバー）

| | | |
|--|--|---------|
| 金 融 広 報 中 央 委 員 会 | 事 務 局 次 長 / 日 本 銀 行 情 報 サ ー ビ ス 局 参 事 役 | 前 川 瑞 穂 |
| N P O 法 人 金 融 ・ 年 金 問 題 教 育 普 及 ネットワーク | 副 代 表 理 事 | 宮 本 一 弘 |

2. 継続教育事例集（仮称）作成検討会開催の経緯

| | 開催年月日 | 議題 |
|-----|---------------|---|
| 第1回 | 平成27年2月3日（火） | 1. 座長及び副座長の選任について 2. 検討会の今後の審議の進め方と検討会を実施するまでの経緯について 3. 継続教育事例集（仮称）の構成及び総論について 4. 継続教育事例集（仮称）の事例（サンプル）について |
| 第2回 | 平成27年2月26日（木） | 1. 継続教育事例集（仮称）の事例について 2. 継続教育事例集（仮称）の総論について 3. 継続教育事例集（仮称）の題名について |
| 第3回 | 平成27年3月26日（木） | ○ 継続教育事例集の取りまとめについて |

3. 事例集掲載企業一覧

(五十音順)

曙ブレーキ工業株式会社
株式会社アサツーディ・ケイ
アステラス企業年金基金
アプライド マテリアルズ ジャパン株式会社
株式会社伊藤園
大崎電気工業株式会社
OKI 企業年金基金
カゴメ株式会社
カルビー株式会社
グンゼ株式会社
佐島電機株式会社
大日本住友製薬株式会社
武田薬品工業株式会社
株式会社ダスキン
TIS 株式会社
東レ株式会社
トヨタアドミニスタ株式会社
株式会社仲臺事務センター
中西金属工業株式会社
ニチュ物流株式会社
日本電気株式会社
日本出版販売株式会社
富士ゼロックス企業年金基金
株式会社リコー
社名非公開 6社

本ハンドブックを作成するにあたって、お忙しい中、数多くの企業のDC担当の皆様より、快くインタビューに応じていただくとともに、貴重なアドバイス等を賜り厚く御礼申し上げます。

また、個別事例掲載企業の中で社名を公表していない企業様がございます。さらには、紙面の制約等の理由でやむなく紹介できなかった企業様もございます。改めて、インタビュー等のご協力いただきましたことを深く御礼申し上げます。

継続教育事例集（仮称）作成検討会（事務局）－2015年3月末現在－

| | | |
|---------|------------|-------|
| 企業年金連合会 | 審議役 | 井上 誠一 |
| 会員センター | 次長 | 山田 伸二 |
| 会員センター | 企画・数理情報課長 | 金原 一生 |
| 会員センター | 調査役 | 山崎 俊輔 |
| 会員センター | 調査役 | 堀内 夏樹 |
| 会員センター | DC担当 | 堤 裕而 |
| 会員センター | 企画・数理情報課係長 | 松田 隆雄 |
| 会員センター | 企画・数理情報課主査 | 永井 敏信 |
| 会員センター | 企画・数理情報課主査 | 徳岡 良治 |
| 会員センター | 企画・数理情報課 | 二村 泰弘 |

企業型確定拠出年金 継続教育実践ハンドブック

2015年4月発行

編集／発行 企業年金連合会 会員センター

〒105-0011 東京都港区芝公園 2-4-1 芝パークビルB館 10階

電話 03-5401-8712（企業年金連合会 会員センター 代表）

本書の全部または一部の複写・複製・転載および磁気または光記録媒体への入力等を禁じます。これらの許諾については企業年金連合会までご照会ください。