

職域での確定拠出年金（DC）に関する 情報提供・教育のあり方についての考察 ～企業の実施率と個人の認識率のギャップにみる課題と対策～

大江 加代

株式会社オフィス・リベルタス取締役／NPO 法人確定拠出年金教育協会理事

【 記 事 情 報 】

掲載誌：年金研究 No.17 pp. 33-60 ISSN 2189-969X

オンライン掲載日：2022 年 2 月 25 日

掲載ホームページ：<https://www.nensoken.or.jp/publication/nenkinkenkyu>

DOI：http://doi.org/10.20739/nenkinkenkyu.17.0_33

要旨

企業型確定拠出年金を導入している企業における継続的な情報提供・教育については、各種の調査で 7 割近い実施率が報告されていることから、企業型確定拠出年金に加入している者の大半が必要な情報提供を継続的に受けている、と認識されてきた。しかし、年金シニアプラン総合研究機構(2022)の調査結果からは継続教育を受けたと認識している加入者は 1 割程度と非常に低かった。企業が実施したつもりでも、ここまで加入者がそれを認識できていないとすれば情報提供や教育が適切になされているとは言い難い。そこで、加入者が継続教育を実施してもらっていると認識する要因について、個人と企業の 2 つの側面から分析を試み、効果的な継続教育の実施手法探っていくことを試みた。

その結果、対面研修による教育は受講認識が高く、満足度も高いことが分かった。コロナ禍において、動画掲載による継続教育の機会提供が広がっているが、単に動画視聴が可能な状態になっているだけで加入者が情報提供してもらったというような認識を持つかは疑問を抱かざるを得ない。

確定拠出年金は加入者自身の運用次第で老後に受取る額が大きく変わる制度である。必要なことを理解しないまま過ぎてしまった時間によって失った運用機会は決して取り戻すことはできない。関心が低い加入者に、情報を受け取ってもらうのは簡単なことではないが、そのための工夫と負担こそが確定拠出年金法第 22 条に定められた事業主としての責務を果たすためには不可欠といえるだろう。

1 企業型確定拠出年金における継続教育の位置づけ

企業型 DC は加入者が 2021 年 3 月時点で 750 万人を超え、民間企業に勤める被用者

の6人に一人を占めるまでになっている。企業型DCは事業主が掛金を出し（マッチング制度が導入されている企業では加入者本人も掛け金を拠出することが可能）、その掛け金を加入者本人が提示されている商品から一つまたは複数を選び配分することで運用を行い、60歳以降にその運用の結果である資産を年金または一時金で受け取る制度である。運用の結果責任を加入者に負ってもらう制度であるがゆえに、導入している事業主に対して確定拠出年金法は加入者等に対して適切な資産運用を行うことができるだけの情報や知識の提供を加入時のみならず加入後も継続的に行うことを義務付けている。具体的に伝えるべき内容として法令解釈通知¹の中で挙げられているのは下記の4項目である。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">① 公的年金制度および確定拠出年金制度の内容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 |
|---|

いずれも企業型DC加入者に限らず、知っておけば資産形成、特に老後資産の形成においては役立つものばかりである。これが職場という働く世代の人を多数カバーできる場で提供されることは意義深い。さらに勤務先が同じ場合、同じ給与体系・同じ退職金制度という収入面での情報が絞られるため、一般論ではなく個別具体的な情報が届けられるという利点もある。筆者は資産形成に関する講演をする機会が多いが、処遇や制度が同じであればあるほど、具体的な情報提供・課題解決提案ができるため、制度とその活用方法について理解してもらうことができ、必要な行動を起こしてもらうアクションにつながる比率が高い。確定拠出年金制度は自らが年金資産を運用するという制度である。制度の仕組みはまだしも運用するに足る金融商品や資産運用に関する知識は、一度聞いただけで60歳まで変化し続ける経済情勢・資産残高・運用期間に対応できるような内容を身に付ける事は困難である。だからこそ、加入後も折に触れ継続的に情報提供が実施されることは、企業型DCの適切な制度運営に不可欠である。企業型DCを通じて、自分の老後資産形成、資産運用、資産管理に取り組むことは750万人以上の被用者が現役時代から60歳以降も安心して暮らしていくためには大変重要なことである。

2 企業アンケートからみる継続的な情報提供・継続教育に関する実態

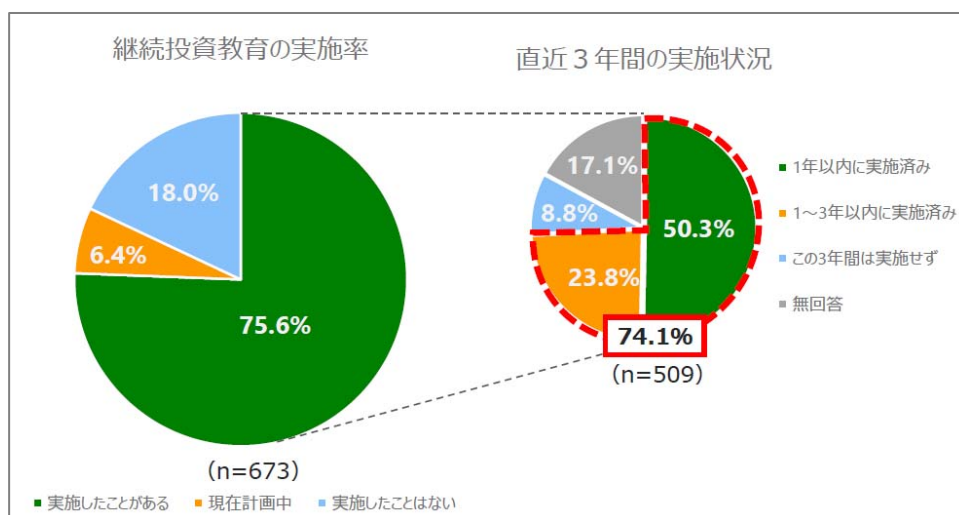
法令解釈通知に「資産運用に関する情報提供（いわゆる投資教育）」とあるので、一般的に「投資教育」と言われることが多いが、伝えるべき内容は「投資」に限ったものでもなく、「教育」よりももう少し範囲が広い情報提供も含まれるので、ここでは「継続的

¹ 確定拠出年金法並びにこれに基づく政令及び省令について（法令解釈）
第3 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
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

な情報提供・教育」と呼ぶこととする。継続的な情報提供・教育の実施率については、これまで複数の団体が企業への調査したものが公表されている。企業年金連合会の 2020 年度調査では 75.6%(図表 1)、NPO 法人確定拠出年金教育協会の 2021 年度調査では 57.5%(図表 2)との数値が報告をされている。

この数値からは、企業型 DC を導入している事業主は、確定拠出年金法第 22 条に定められた事業主の責務をある程度果たしているように見える。さらに図表 2 の NPO 法人確定拠出年金教育協会の調査によれば、従業員数 50 人未満の企業では過去 3 年以内に継続教育を実施しているのは 43.4%であり過去 3 年以内に継続教育を実施していない企業の割合が過半数を超えているが、従業員数が多くなるにつれ実施率が高くなり、従業員数 5,000 人以上の企業では実施しているとの回答が 7 割を超えている。従業員数が多い企業で実施されていることから、加入者全体でみれば相当数が必要な情報提供を継続的に受けているというように認識をしていた。

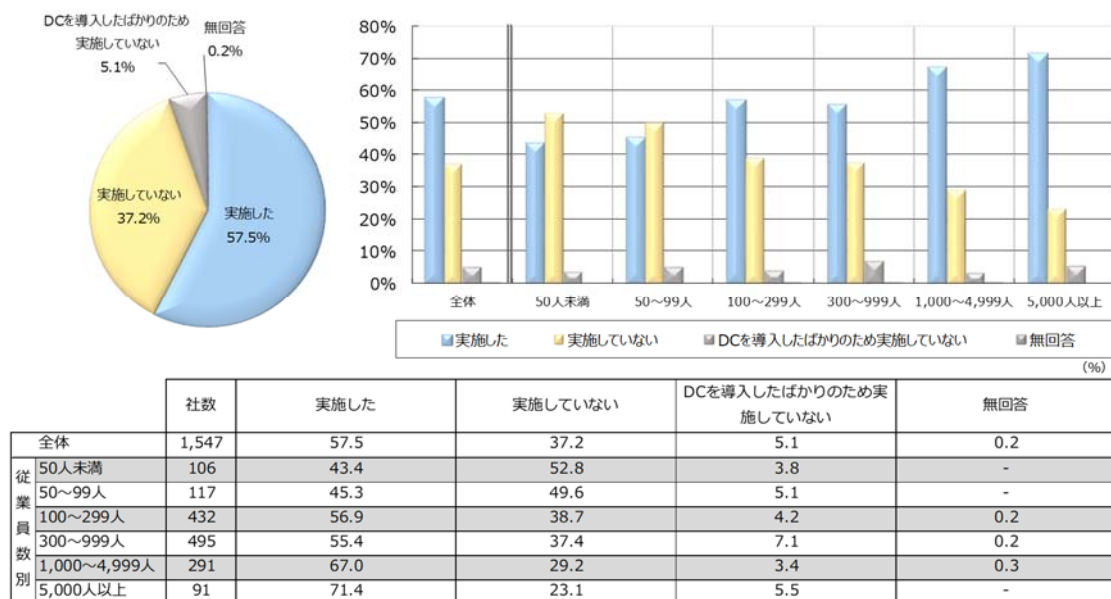
図表 1 継続教育の実施率（2020） 企業年金連合会



調査対象：企業型年金の代表事業主 2,000 件
 調査方法：郵送調査法
 調査期間：2020 年 12 月 7 日～2021 年 1 月 8 日
 調査票回収数：684 件

出所：企業年金連合会「2019（令和元）年度決算 確定拠出年金実態調査」

図表2 過去3年の継続的な情報提供・教育の実施状況（2021）



調査対象：確定拠出年金企業型年金承認規約代表企業 6,571 社（2021 年 2 月末現在）のうち、

アンケート発送企業 6,352 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：2021 年 6 月上旬～7 月末

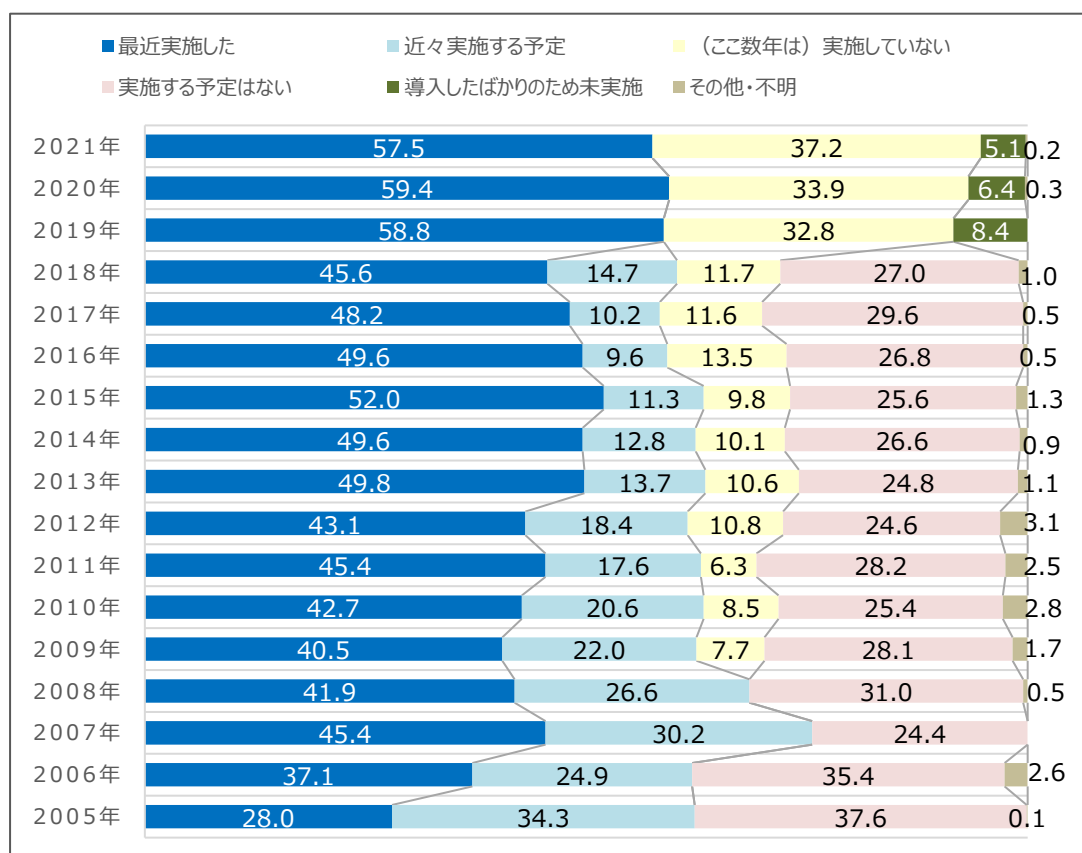
調査票回収数：1,819 票（うち有効調査票回収数：1,547 票）

集計分析：NPO 法人確定拠出年金教育協会

出所：NPO 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査 2021 年」

この 2 つの団体は企業に継続教育の実施の有無を問う調査を長年実施しており、図表 2 の NPO 法人確定拠出年金教育協会の過去のデータをたどてみると「過去 3 年に継続教育をした」（「近々実施する予定である」を含む）との回答は 6 割前後で過去 15 年ほぼ変わっていない。（図表 3）。

図表3 過去3年の継続的な情報提供・教育の実施状況の推移（2005年～2021年）



出所：NPO 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査」
2005年～2021年

3 加入者アンケートからみる継続的な情報提供・教育に関する実態

年金シニアプラン総合研究機構(2022)（以下、「本研究会調査」という。）では加入者個人に対しての調査が行われた。その中で企業型 DC に加入していると回答のあった 3,350 名の方に事業主からの情報提供・教育実態について聞いている。

「確定拠出年金（DC）制度に関して、会社や企業年金基金が主催する教育・研修を受けましたか。または会社などから資料の配布を含めて何らかの情報提供を受けましたか。」という設問に対して、「加入時のみ教育を受けた」が 45.8%を占め、「継続的に何回か受けた」という回答は 11.9%にとどまった。（図表4）「教育・研修が実施されていたが受講しなかった」と回答した 3.8%を加えたとしても 15.7%となっており、加入者側から見た継続的な情報提供および継続教育の機会提供認識率は 15%程度にとどまっている。

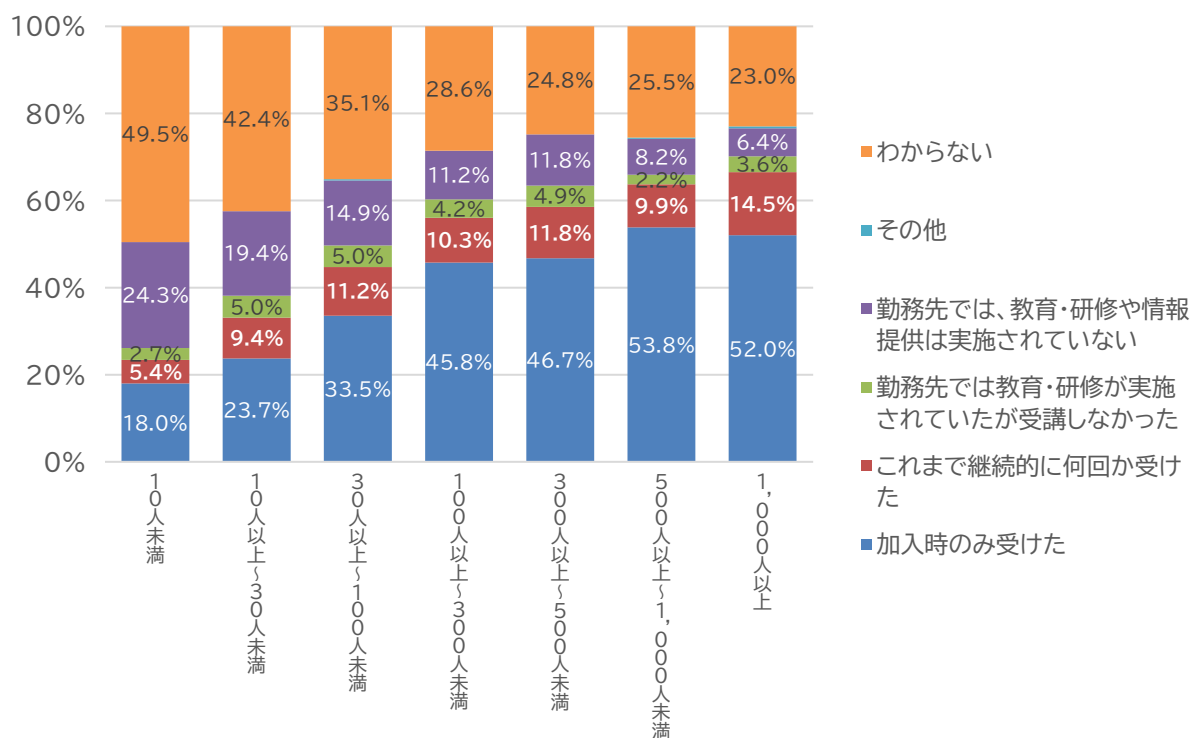
勤務先の規模別でみると、規模が大きくなるほど「わからない」「勤務先では、教育・研修や情報提供は実施されていない」との回答率が減り、「加入時のみ教育を受けた」との回答比率は明らかに増え、従業員規模 1000 人以上では「加入時のみ教育を受けた」と

の回答比率が 52.1%と半数以上を占める。事業主への調査では継続教育実施率が 7 割近い従業員規模 1000 人以上の規模でみても、加入者の半数以上が、事業主から継続的な情報提供や教育フォローを受けたという認識を持っていないことが明らかになった。

図表 4 従業員規模別 情報提供・継続教育の受講状況

(人)

勤務先の従業員数規模	計	10人未満	10人以上 ～30人未 満	30人以上 ～100人 未満	100人以上 ～300 人未満	300人以上 ～500 人未満	500人以上 ～1,000 人未満	1,000人 以上	官公庁	わからない
全体	3,350	111	139	322	448	246	364	1,568	8	144
加入時のみ受けた	1,533	20	33	108	205	115	196	816	1	39
これまで継続的に何回か受けた	398	6	13	36	46	29	36	227		5
勤務先では教育・研修が実施されていたが受講しなかった	126	3	7	16	19	12	8	57		4
勤務先では、教育・研修や情報提供は実施されていない	324	27	27	48	50	29	30	101		12
その他	9			1			1	7		
わからない	960	55	59	113	128	61	93	360	7	84



出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

「継続的に何回か受けた」という回答は従業員規模が大きくなるにつれ増えてはいるものの、従業員規模 1,000 人以上の規模でも 14.5%に留まる。従業員規模 1,000 人以上は企業に対する調査では実施率が約 7 割に対して、加入者の受講認識は大変低い。さらに、「教育・研修が実施されていたが受講しなかった」3.6%を加えた機会提供認識も

18.1%と、2割にも届かない結果となっている。企業側から見た実施率約7割と加入者側から見た機会提供認識は、大きなギャップが存在する。

そこで、加入者側から見て継続的な情報提供や教育がなされていると認識している加入者が加入者全体でどの程度が推測することを試みた。NPO 法人確定拠出年金教育協会の調査回答企業の規模別の件数(図表5)を参考に勤務先の従業員数ウェイトを算出し、本研究会調査の従業員規模別の情報提供・教育の受講状況(図表4)を使って加入者全体での継続教育受講認識率を算出したところ「継続的に何回か受けた」との回答は加入者全体の12.5%、「教育・研修が実施されていたが受講しなかった」を含めた企業の継続教育の機会提供の認識率は16.0%であった。企業型DC加入者の8人に1人しか継続的な情報提供・教育を受けたという認識がなく、6人のうち5人は継続的に学ぶ機会を提供してもらっていないというように認識していることが推測される。人数ベースでいえば、企業型DC加入者750万人のうち「継続的に何回か受けた」と認識しているのは93万人にとどまり、625万人が継続的に学ぶ機会を事業主から与えられていないと認識しているという厳しい結果になった。

ただし、本研究会調査の設問では「会社または企業年金基金が主催」または「会社が配布」という表現をしているため、事業主が外部の専門会社やFPなどに講師を委託して実施している教育や社内のキャリア研修やライフプラン研修などに織り込んでなされている情報提供を会社が行っているように捉えられていない回答者がなかにはいる可能性は否定できないが、それでも「加入時のみ教育をうけた」、つまり加入後はフォローしてもらっていないという回答が8割以上はあることは課題として認識すべき事項である。

図表5 従業員規模別 加入者数推測値の割合

従業員数	回答企業数	推測値		
		従業員数の中間値	加入者数の推測値 (回答企業数×従業員数の中間値)	回答加入者全体に占める 加入者数推測値の割合
50人未満	106	25	2650	0%
50～99人	117	75	8775	0%
100～299人	432	200	86400	4%
300～999人	495	650	321750	15%
1,000～4,999人	291	3000	873000	40%
5,000人以上	91	10000	910000	41%

出所：NPO法人確定拠出年金教育協会の調査結果をもとに筆者推計

4 継続的な情報提供・教育を加入者が認識する要因

企業が実施していると回答しているほど、加入者側は情報提供を受けているとの認識されていないのだとすると、その要因は何か。個人と企業の2つの側面から加入者が受講した、または受講機会を提供されたと認識する要因を探る。

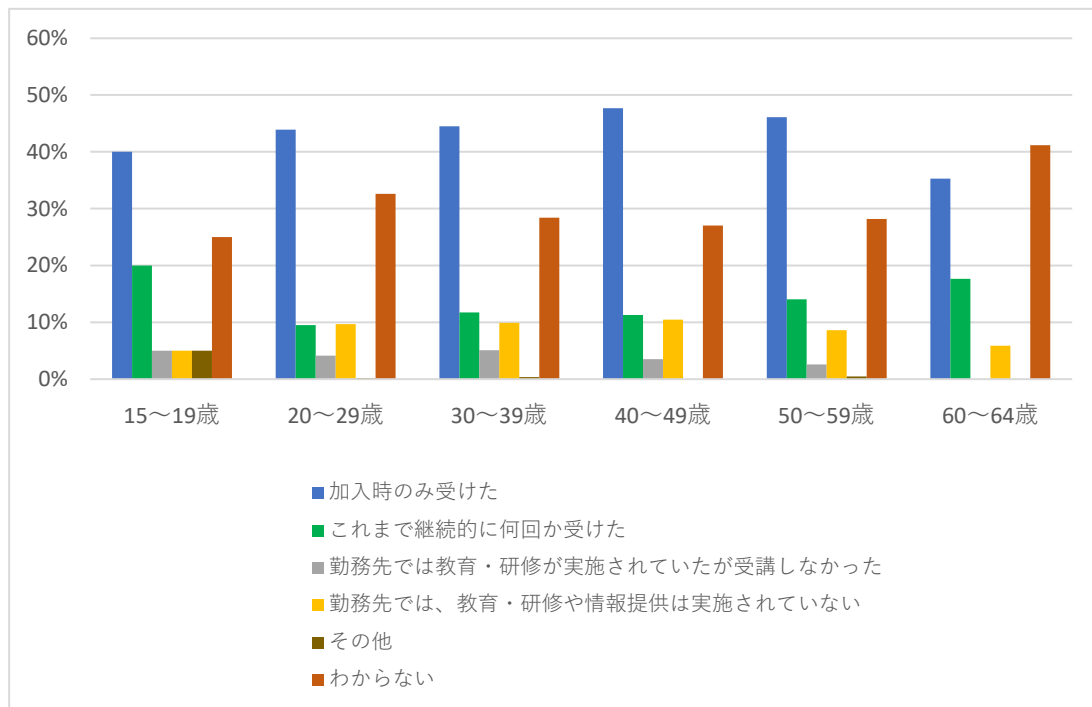
4.1 個人の属性によって継続的な情報提供・教育の受講機会提供の認識に影響があるか

4.1.1 年代別

年代別の継続教育認識状況で見ると、これまでに継続的に何回か受けたという比率は15歳から19歳と60歳から64歳が他の年代に比べて高く20%ほどとなっている。年齢が上がるごとに老後への関心が高まり、DCへの関心も高まることで継続教育の受講認識があがることを期待したが、そのような傾向はみられなかった。(図表6)

60歳から64歳の受講認識率が高いのは多くの企業で定年退職時または定年退職直前に、退職金や企業年金の額・受け取り方法や税の扱い・手続きに関する説明会を行うことが起因していると思われる。

図表6 年代別 情報提供・継続教育の受講状況

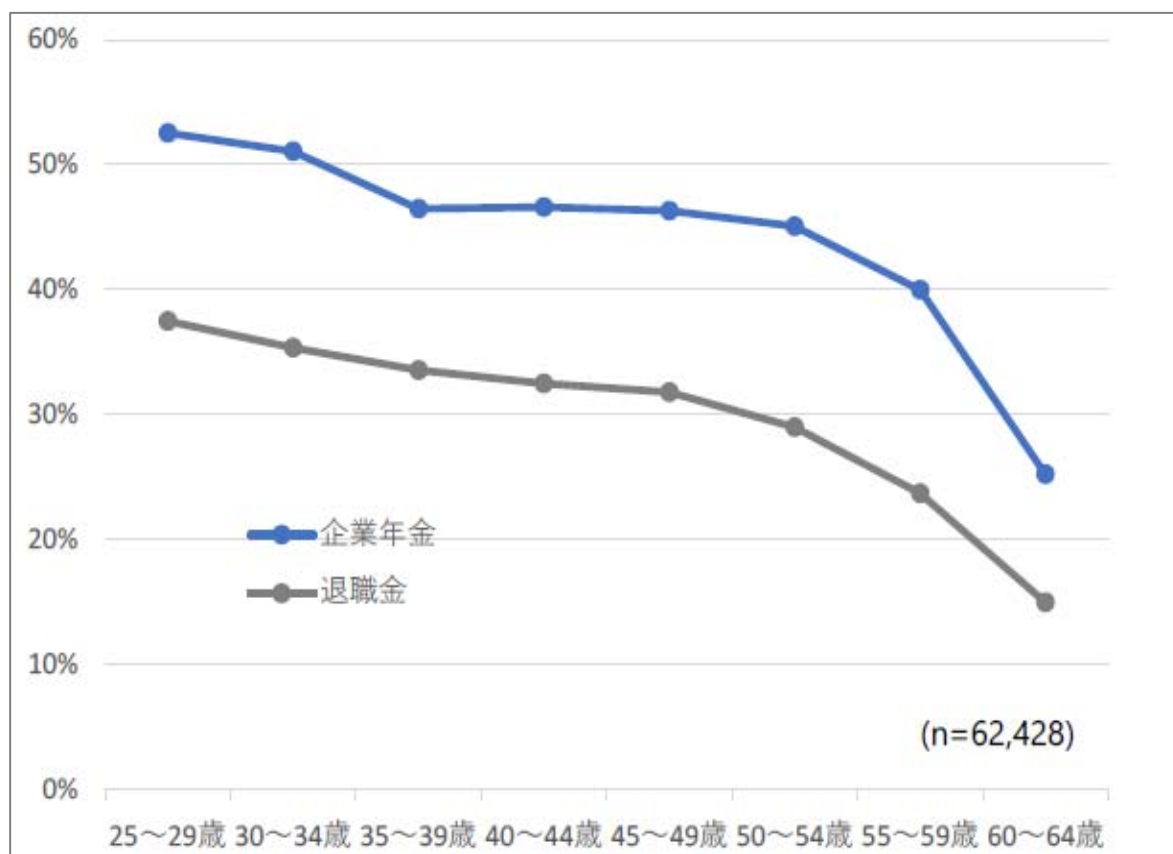


出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

この定年時または定年直前の説明会においては、本人に定年時に支払われる退職金または企業年金として受け取る見込額をひとりひとりに書面など渡して伝えることが多い。サラリーマンが自分の退職金・企業年金についてこの時点でようやく認識する傾向にあることは、野村総合研究所の「積立に関するアンケート調査(2020年3月)」でも明らかになっている。この調査によればサラリーマンの約4割が企業型DCを含む企業年金については50代後半になっても、自分の受取見込額がわからないという状態であり、それが60歳になると2割近くまで低下する(図表7)。個人としては一般論としての制度の説明をされるよりも自分が実際にいくらもらえるのかという自分にとって大変重要な情報を提供してもらったことが強く認識され、継続教育も実施してもらったというよう

に認識をするのではないかと推測をする。このあたりは本研究会調査の 50 代以上の部分で「勤務先では教育研修や情報提供は実施されていない」という比率が低下するところとも一致する。

図表 7 受取見込額が分からない人の割合（年齢階層別）



民間企業の会社員（契約社員・派遣社員を含む）、公務員等 62,428 人を対象に調査

出所：野村総合研究所「積立に関するアンケート調査（2020 年 3 月）」

15 歳から 19 歳での継続教育の受講認識比率が高いのは企業型 DC の新入社員への説明の手法が影響しているのではないかと推測する。入社時の新人研修は時間が限られる中で非常に多くの情報提供、つまり研修メニューが詰め込まれる。企業型 DC の説明は他の研修メニューとの競争の中で多くは劣後し、十分な時間がとれないことが多い。そのため最近では入社前に企業型 DC のテキストや資料を渡して予習しておくように伝え、研修では短時間で重要なポイントにのみ絞って説明し、より詳しい説明は動画コンテンツでカバーする、というような取り組みをするケースが増えている。その結果、入社時であっても研修後のフォローアップ動画を含めて複数回の情報提供されていること、さらに新人であるため会社から見るように指示された情報については自分の関心の有無にかかわらず、すべてきちんと見なければいけないというような意識が高いことも容易に想像される。このようなことが入社直後の若い世代で「これまでに継続的に何回か教育を

受けた」という回答が高いことにつながっていると推測をする。

4.1.2 掛金別

次に掛金が多くなると、継続的な情報提供・教育を受けたという認識が高まるのかどうかという点について分析をしてみたところ一定の関係が確認できた（図表8）。

先ほどの年齢別と違い、会社から掛金として毎月拠出してもらっている額が不明な加入者もいるため、分析対象は掛金額の回答があった2245名(3350名の67.0%)である。

図表8 掛金額別 情報提供・継続教育の受講状況

企業型DCの 事業主掛金月額	回 答 人 数	企業型確定拠出年金（DC）に関して、会社や企業年金基金が主催する教育・研修を受けましたか。または会社などから資料の配布を含めて何らかの情報提供を受けましたか。					
		加入時のみ 受けた	これまで継続的 に何回か受けた	勤務先では教 育・研修が実施 されていたが受講 しなかった	勤務先では、教 育・研修や情報 提供は実施され ていない	その他	わからない
1～5,000円	530	59.4%	9.4%	2.6%	9.4%	0.6%	18.5%
5,001～10,000円	675	51.1%	14.1%	4.6%	8.6%	0.3%	21.3%
10,001～15,000円	387	51.7%	17.8%	6.7%	7.0%	0.3%	16.5%
15,001～20,000円	265	44.5%	20.0%	3.8%	9.1%	0.0%	22.6%
20,001～25,000円	154	46.1%	22.7%	5.2%	10.4%	0.0%	15.6%
25,001～30,000円	160	50.0%	20.0%	3.8%	3.8%	0.6%	21.9%
30,001～35,000円	16	68.8%	25.0%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%
35,001～40,000円	18	61.1%	11.1%	5.6%	11.1%	5.6%	5.6%
40,001～45,000円	7	42.9%	42.9%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%
45,001～50,000円	13	46.2%	7.7%	15.4%	15.4%	0.0%	15.4%
50,001～55,000円	20	55.0%	10.0%	5.0%	20.0%	0.0%	10.0%
計	2245	52.2%	15.4%	4.4%	8.5%	0.4%	19.2%

出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

事業主の掛金月額が3万円以上と回答した人数は非常に少なく、データサンプルとしては適切ではない可能性が高いため、それを除いた3万円までのデータを見てみると「これまでに教育・研修を何回か受けた」との回答が5000円以下の9.4%から掛金額が多くなるにつれて上がり、掛金額が2万円を超えるケースでは20%以上となっている。企業型DCにおける事業主掛金額が多いとDCの資産額が大きくなり関心が高まり、会社から発される情報・教育機会提供への関心も強くなることが推測される。

企業型DCの事業主掛金額が高くなるケースは退職金制度に占める企業型DCの割合が高い、または同じ勤務先でも一般的に勤続年数を含む会社貢献が高い社員ほど事業主掛金額が高く設定されているのでそのような対象になっている場合の2つが考えられる。後者のケースは、4.1.2の分析から年齢と継続的な情報提供・教育認識率の関係が薄かったこと、日本においてははまだ勤続年数と年齢はある程度比例していることから、背景要因としては弱いと考える。一方、前者は企業としても、企業型DCでの本人の運用の運用結果が、将来の退職金、ひいては社員の老後生活に甚大な影響を及ぼすため、継続教育を熱心に行う傾向があり、もしかするとそのことがこの数値の要因になっているか

もしれない。

4.1.3 個人の資産形成への関心・行動別

次に継続的な情報提供・教育の受講ならびに機会提供認識は個人の資産運用への関心・経験が影響するのかどうかという点を「つみたて NISA」の利用と「資産形成のために保有している金融商品」という切り口で確認する。

まずはつみたて NISA であるが、「これまでに教育・研修を何回か受けた」加入者のつみたて NISA の利用率は 24.6%、教育研修が実施されていたが受講しなかった加入者のつみたて NISA 利用率は 26.2%と他の回答に比べてつみたて NISA の利用率は高かった（図表 9）。やはり運用に関心がある人ほど企業型 DC の継続教育に関してもアンテナが高くその認識が高いとは言える。

図表 9 つみたて NISA 利用有無別 情報提供・継続教育の受講状況

現在、iDeCo以外に、個人で税制優遇措置のある制度を活用していますか。つみたてNISA	回答人数	企業型確定拠出年金(DC)に関して、会社や企業年金基金が主催する教育・研修を受けましたか。または会社などから資料の配布を含めて何らかの情報提供を受けましたか。						
		加入時のみ受けた	これまで継続的に何回か受けた	勤務先では教育・研修が実施されていたが受講しなかった	勤務先では、教育・研修や情報提供は実施されていない	その他	わからない	計
利用している	671	20.5%	24.6%	26.2%	18.5%	11.1%	17.1%	20.0%
利用していない	2679	79.5%	75.4%	73.8%	81.5%	88.9%	82.9%	80.0%
計	3350	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

保有金融資産の種類と継続的な情報提供・教育の受講ならびに機会提供認識について確認をすると、「これまでに教育・研修を何回か受けた」と回答している加入者は保有している金融商品の種類がやはり多い傾向がある（図表 10）。

図表 10 保有金融商品別 情報提供・継続教育の受講状況

現在、資産形成のためご利用されている商品はどれですか。あてはまる商品を全てお選びください。	企業型確定拠出年金(DC)に関して、会社や企業年金基金が主催する教育・研修を受けましたか。または会社などから資料の配布を含めて何らかの情報提供を受けましたか。						計
	加入時のみ受けた	これまで継続的に何回か受けた	勤務先では教育・研修が実施されていたが受講しなかった	勤務先では、教育・研修や情報提供は実施されていない	その他	わからない	
何か利用している者の割合	89.8%	95.0%	90.5%	84.3%	100.0%	72.2%	84.9%
何か利用している者の利用商品種類数の平均	2.5	2.7	2.3	2.2	2.3	2.2	2.4
預貯金	1092	296	81	211	8	524	2212
株式・REIT	580	185	47	91	2	186	1091
国債・社債等	102	58	21	19		55	255
投資信託・ETF	466	128	33	75	4	151	857
外貨預金	143	55	11	25		75	309
生命保険(個人年金保険は除く)	448	130	29	77	3	210	897
損害保険	126	34	10	26		87	283
個人年金保険	397	117	23	66	4	185	792
その他(不動産投資、仮想通貨、金、FX等)	45	14	2	10		17	88
何もしていない	157	20	12	51		267	507
計	1533	398	126	324	9	960	3350

出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

またどの金融商品も選ばず、「何もしていない」と回答した 507 名に注目してみると、教育・研修についても「わからない」と回答している人が 267 名（52.7%）と半数以上となっている。資産形成・資産管理と言うこと自体に関心がない層は企業型 DC の教育・研修についてもなかなか認識してもらえないという厳しい現実がここに現れていると言えるかもしれない。

4.1.4 個人の保有資産額別

次に金融資産額と継続的な情報提供・教育の受講ならびに機会提供認識について見てみると 500 万円以上の金融資産では「これまでに教育研修を何回が受けた」との回答割合がやや高くなっている。逆に、金融資産 100 万円から 500 万円未満の層では「教育・研修や情報提供はされていない」との回答比率が高く、金融資産なし、と金融資産 100 万円未満の層では「わからない」「教育・研修・情報提供されていない」との回答比率が高かった（図表 11）。一定の資産を持つ人は資産管理・資産運用の一環として企業型 DC も認識し企業からの情報提供に対しても一定の関心を払っていることが推測される。

図表 11 保有資産額別 情報提供・継続教育の受講状況

あなたが現在保有している預貯金や株、債券、投資信託、REITなどの金融資産額はおよそいくらですか。	企業型確定拠出年金(DC)に関して、会社や企業年金基金が主催する教育・研修を受けましたか。または会社などから資料の配布を含めて何らかの情報提供を受けましたか。						
	加入時のみ受けた	これまで継続的に何回か受けた	勤務先では教育・研修が実施されていたが受講しなかった	勤務先では、教育・研修や情報提供は実施されていない	その他	わからない	計
回答人数総数	1533	398	126	324	9	960	3350
「わからない。答えたくない」との回答	276	60	18	57	2	348	761
金融資産額に回答のあった人数	1257	338	108	267	7	612	2589
なし	8.7%	6.2%	9.3%	11.6%	—	21.1%	11.6%
100万円未満	17.4%	13.0%	18.5%	21.3%	28.6%	20.3%	18.0%
100万円以上～500万円未満	28.3%	24.6%	24.1%	30.0%	—	22.2%	26.3%
500万円以上～1000万円未満	15.9%	21.3%	19.4%	16.9%	—	14.7%	16.5%
1000万円以上～2000万円未満	16.2%	15.7%	14.8%	10.1%	28.6%	9.6%	13.9%
2000万円以上～5000万円未満	9.9%	13.0%	8.3%	7.9%	42.9%	7.0%	9.5%
5000万円以上	3.5%	6.2%	5.6%	2.2%	—	5.1%	4.2%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

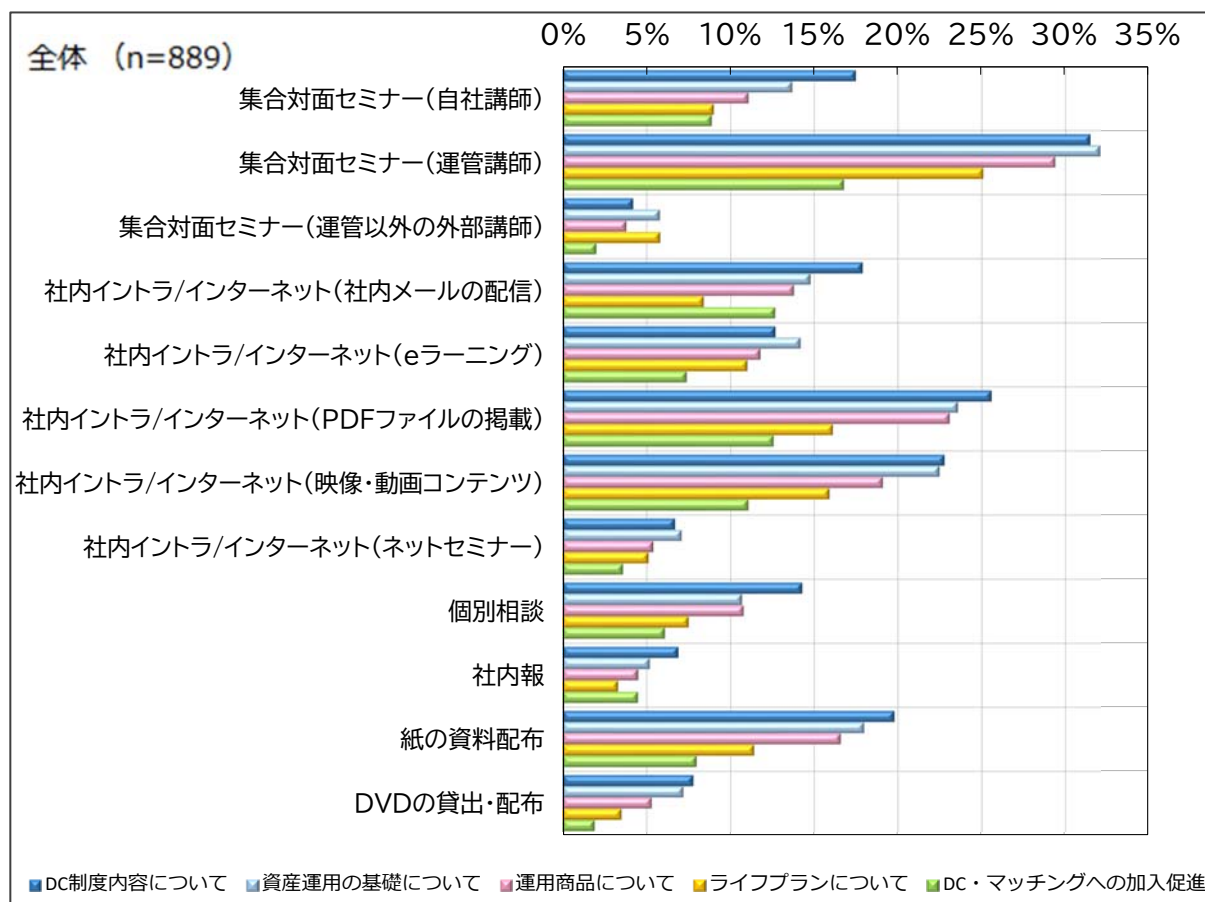
以上の分析から個人の属性による継続的な情報提供・教育の受講・機会提供認識は事業主掛金額が高いこと、資産運用への関心が高いこと、保有資産額が多いことは、一定の関係性はみられたが、決定的な要因といえるほどではなかった。

4.2 企業の教育手法等で継続教育の受講機会提供の認識に影響があるか

4.2.1 継続的な情報提供・教育手段

企業が継続的な情報提供・教育を実施する手段はその職場・勤務形態等に合わせて、多種多様な方法が用いられているが、最も多くの企業で実施されているのが対面セミナーである。(図表 12) これは、コロナ禍に見舞われるまで日本企業の社員向けの研修が主に集合研修で実施されていたため、確定拠出年金についても研修の一環として導入時(加入時)ならびに継続教育についてもまずは対面での集合研修が検討される流れになっていたためである。そして、集合することが困難な職場環境の方にはセミナーを収録したビデオや CD-ROM を配布するといった代替措置が取られることが多かった。その後、社内での情報伝達、情報格納手段がデジタルが普及していくにしたがって、DCに関する情報提供手段もメールを通じた情報提供や、イントラネットに PDF を格納しておいて参照してもらうといった方法が増えてきた。さらに、情報提供をするセミナー講師やコンテンツ作成も運営管理機関や外部の専門家にすべて頼るのではなく一部またはすべてを内製化する企業も出てきている。

図表 12 過去 3 年以内実施した継続的な情報提供・教育の手法と内容（複数回答）

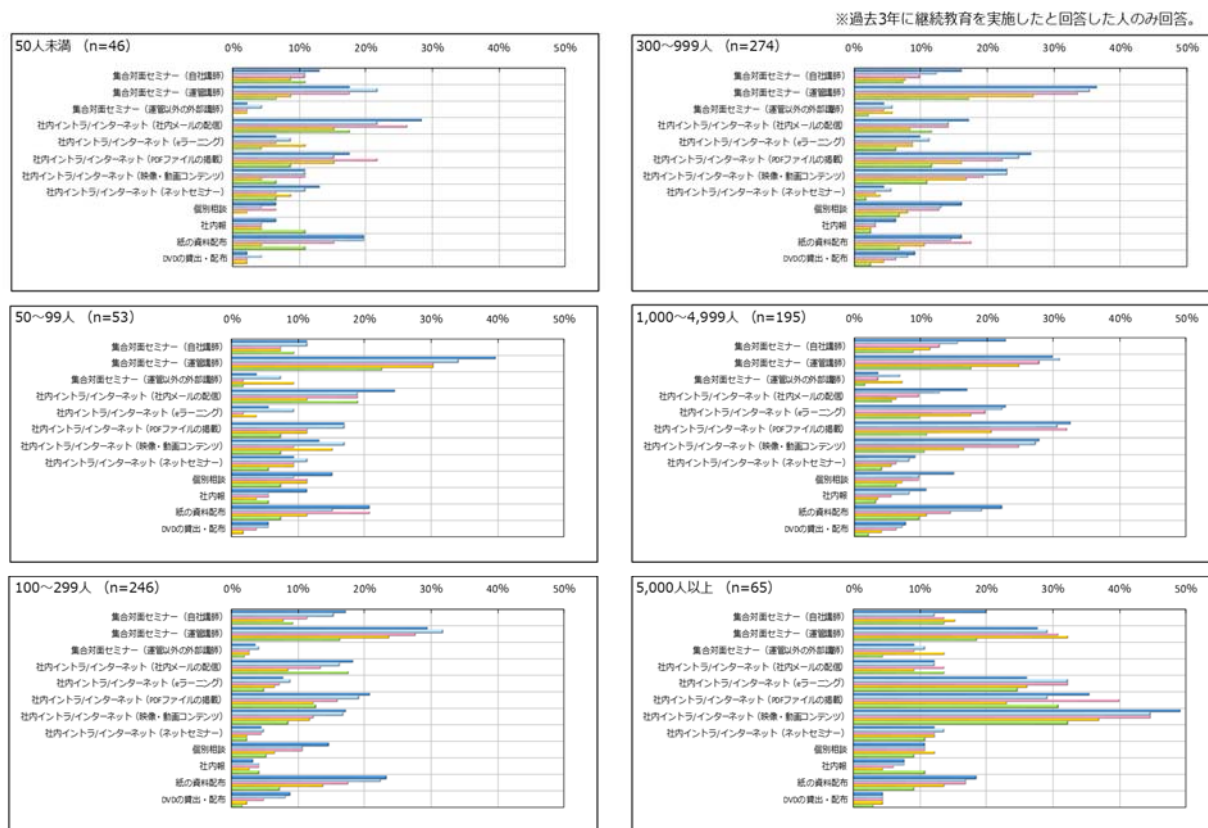


出所：NPO 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査 2021 年」

実施されている手法を企業規模別に見てみると、企業規模が大きくなるにつれて、ほとんどの手法において実施率が高くなっている。つまり、ひとつの企業でいくつかの手法を並行して実施しているということである。従業員数が多くなると、職場や勤務形態が多様になるため、業務上必要な情報を伝達する手法もいろいろ整えられ活用されている。確定拠出年金の情報提供においてもそれらを活用し、手法ごとの特長を活かしながら多くの加入者に広く情報を届ける努力が行われているといえる。従業員 300 人以上の複数の拠点を持つと思われる規模の企業では映像・動画コンテンツの掲載が多く、従業員数 5000 人以上の企業では集合対面セミナーを凌ぐ実施率となっている。（図表 13）

これは、コロナ禍による影響が大きく、大企業ほど対面でのセミナーや研修の代替としてセミナーを WEB で実施したり、映像・動画掲載を行うように変化している。（図表 14）

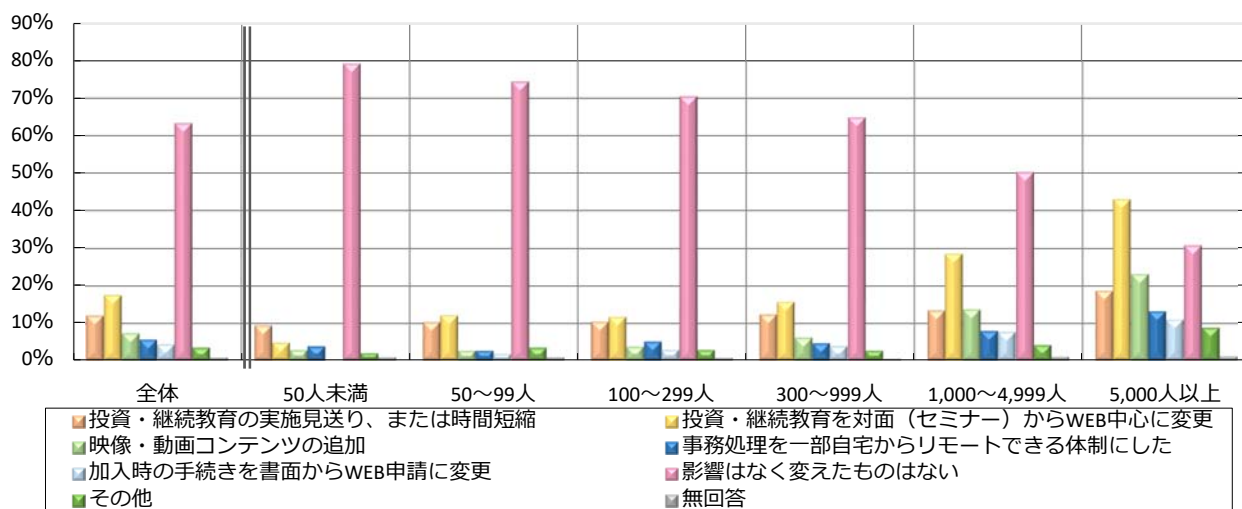
図表 13 継続的な情報提供・教育の手法と内容（複数回答）



出所：NP0 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査 2021 年」

図表 14 With コロナの環境下で確定拠出年金において変化したこと（複数回答）

(N=1547)



出所：NP0 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査 2021 年」

情報提供・教育手法ごとの特徴をまとめると図表 15 のようになる。

図表 15 継続的な情報提供・教育手法ごとの特長と課題

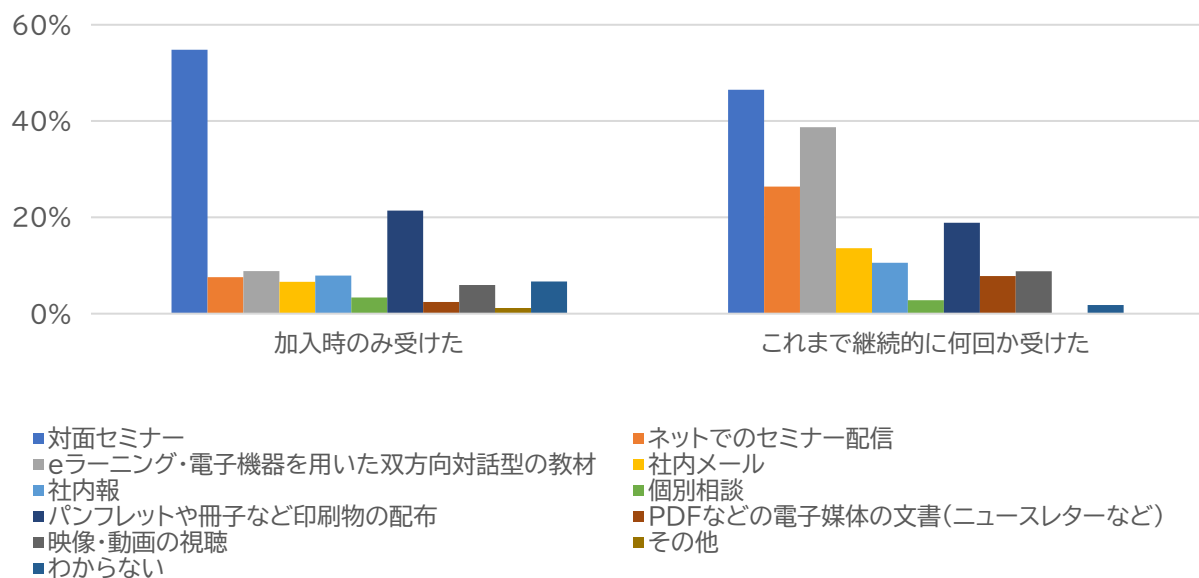
手法	特長	課題となる点
セミナー (対面)	・ 受講する場に赴き、他の人と一緒に講師から説明を受ける場に身を置くことになるため教育を受けたと実感しやすい ・ 1時間から90分といったまとまった時間で実施されることが多い。(他の研修やライフプランセミナーへ組み込む形ではなく単体で行われる場合)そのため、事例を交えた豊富な情報提供が可能	・ 時間と場所の制約がある。 ・ 設営と運営コストの負担が高めである ・ 質問が出にくい
セミナー (WEB)	・ 対面に比べ、場所・人数に制約がなく、安いコストで多くの加入者に受講機会を提供できる。 ・ 複数回・機動的に実施しやすい。 ・ 対面よりも比較的基本的な内容を含めて質問が出やすく、理解の底上げにつながりやすい。 ・ 教育を受けたという実感も対面ほどではないが高い。	・ 対面よりは長時間集中して聴講しにくい ・ 参加者が慣れたWEBツールでないと運営負担がある
PDF の掲載	・ 均質な内容を、日時・勤務地等を問わず情報提供することが可能 ・ 動的ではないが豊富な情報を掲載し、提供することが可能	・ 関心が高い人が関心を持った時以外は見てもらえない ・ 多くの情報を掲載した場合該当情報に辿り着きにくい
動画配信	・ 均質な内容を、日時・勤務地等を問わず情報提供することが可能	・ 受講時に疑問が解消されない ・ 視聴または、早送りせず視聴したか確認ができない
e-ラーニング (確認テスト付き 動画配信)	・ 同じ内容を、日時を問わず情報提供することが可能 ・ 確認テストによって受講確認や理解レベルの把握が可能	・ 受講時に疑問が解消されない ・ 形式上の受講になる可能性がある
社内報(紙)	・ 広く同じ情報を届けられる。 ・ 手元に届き、アクセスの手間もないため、関心が低い人も目にしてもらえる可能性が高い ・ 身近な話題が掲載されている媒体のため手に取ってもらいやすい	・ 配布の手間やコストがかかる ・ 誌面の都合上、掲載できる情報量が限られることが多い
メール	・ 対象者に一斉に必要な情報をコンパクトな形で届けられる ・ 対象となる人絞って情報を届けることもできる	・ 関心がない人は開かないため情報を届けたことにならない ・ 1回の情報量は限られる

4.2.2 受講認識別

事業主から加入時またはその後継続して教育を受けたという加入者にどのような形式のものを受講したのか聞いてみると対面セミナーを上げた加入者が 53.1%と過半数を占めた。次に多かったのがパンフレットや写真などの印刷物の配布で 20.9%であった（図表 16）。

図表 16 受講認識のある情報提供・教育手法

	対面セミナー	ネットでのセミナー配信	eラーニング・電子機器を用いた双方向対話型の教材	社内メール	社内報	個別相談	パンフレットや冊子など印刷物の配布	PDFなどの電子媒体の文書（ニュースレターなど）	映像・動画の視聴	その他	わからない	計
全体	1025	221	289	155	163	62	403	68	126	18	109	1931
	53.1%	11.4%	15.0%	8.0%	8.4%	3.2%	20.9%	3.5%	6.5%	0.9%	5.6%	100.0%
加入時のみ受けた	840	116	135	101	121	51	328	37	91	18	102	1533
	54.8%	7.6%	8.8%	6.6%	7.9%	3.3%	21.4%	2.4%	5.9%	1.2%	6.7%	100.0%
これまで継続的に何回か受けた	185	105	154	54	42	11	75	31	35		7	398
	46.5%	26.4%	38.7%	13.6%	10.6%	2.8%	18.8%	7.8%	8.8%	0.0%	1.8%	100.0%



出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

これを加入時のみ教育を受けたという方と継続的に何回か教育を受けたという方に分けてその手法をみると傾向に大きな違いがある。

「加入時のみ教育を受けた」と回答している企業型 DC 加入者は「対面セミナー」が 54.8%と圧倒的に多い。「継続的に教育を何回か受けた」とする回答者が挙げている手段も「対面セミナー」が 46.5%と最も多いものの、その他の手法も高い比率で認識がされていることが確認できる。継続教育を受講したと認識しているような意識の高い加入者だからこそ、企業がいろいろな形で情報提供していることも認識している側面があるか

もしれないが、継続教育が色々な手法の組み合わせで実施されていることが加入者の目線からもある意味実証できたといえる。

継続教育の手法として対面セミナーに迫る割合で挙げられていたのは e-ラーニング（電子機器を用いた双方向対話型の教材）38.7%である。加入時の情報提供・教育手法としては 8.8%とあまり使われていない。e-ラーニングは利用するにあたって費用がそれなりにかかるものの、対面セミナーと違って物理的にセミナー会場を確保したり、参加する社員を参集したりといった運営上の手間はなく、社員の勤務場所や勤務形態にかかわらず受講の機会を提供できる。さらに、動画視聴の後のアンケートや理解度の確認テストを通じて加入者のニーズや理解度を把握することができる点も優れている。一般的に加入者ごとの理解・関心は導入後の経過年数とともに差が広がっていくため同じ教育コンテンツでは加入者ニーズを満足させることが難しくなる。しかし、e-ラーニングであれば様々なコンテンツを掲載することが可能であるため、関心や理解レベルに合わせたコンテンツの受講を促すようなひと工夫ができれば、カスタマイズされた学びが可能となる。

4.2.3 満足度別

受講した教育情報提供について役に立ったかどうかを聞き、その回答者があげている情報提供・教育手段を見てみると大変役に立ったという回答者の 67.7%が「対面セミナー」を挙げており、他の手段とは格段の差がある。対面によるコミュニケーションは伝達感が高いとされている先行研究（杉谷(2010)）に合致した結果となった。

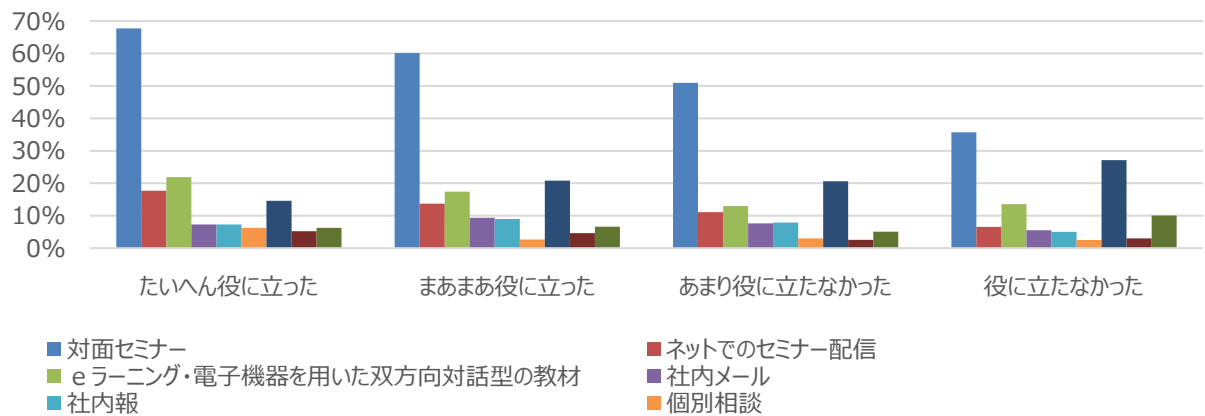
次に満足度の高い手法として挙げられているのが、継続教育の手法として対面セミナーの次に認識されていた「e-ラーニング」、「ネットでのセミナー配信」が約2割となっている。

「役に立たなかった」と回答した者の 35.7%も「対面セミナー」を挙げているものの、「パンフレットや刷新など印刷物の配布」が 27.1%と、高かった。パンフレットや冊子などの印刷物は「情報を届けた」という意味では実証しやすく、均質な情報を関心がない人にも届けると言う意味では有効な手段ではある。しかしながら紙面には限りがあり、資産運用など比較的多くの情報ソースとともに伝えるべき内容は取り上げにくい面がある。そして、文字量の多い原稿は関心が相当高い人以外にはなかなか読んでもらえないため、事務的な連絡や簡単な手続きなどを案内する情報伝達にとどまることが多い。

以上のことから幅広く実施されている「対面セミナー」という手法は加入者が教育や情報提供を受けたという認識を持ちやすく、また「大変役に立った」というという非常にポジティブな印象や感想を持ちやすい教育・情報提供手法といえる。

図表 17 受講した教育・研修別の満足度

受講した教育・研修の方法	たいへん役に立った	まあまあ役に立った	あまり役に立たなかった	役に立たなかった	わからない	その他	計
全体	96	970	432	199	232	2	1931
対面セミナー	65	583	220	71	85	1	1025
ネットでのセミナー配信	17	133	48	13	9	1	221
eラーニング・電子機器を用いた双方向対話型の教材	21	169	56	27	16		289
社内メール	7	91	33	11	13		155
社内報	7	87	34	10	25		163
個別相談	6	26	13	5	12		62
パンフレットや冊子など印刷物の配布	14	202	89	54	43	1	403
PDFなどの電子媒体の文書（ニュースレターなど）	5	45	11	6	1		68
映像・動画の視聴	6	64	22	20	14		126
その他		14	1	1	2		18
わからない	3	17	23	16	50		109



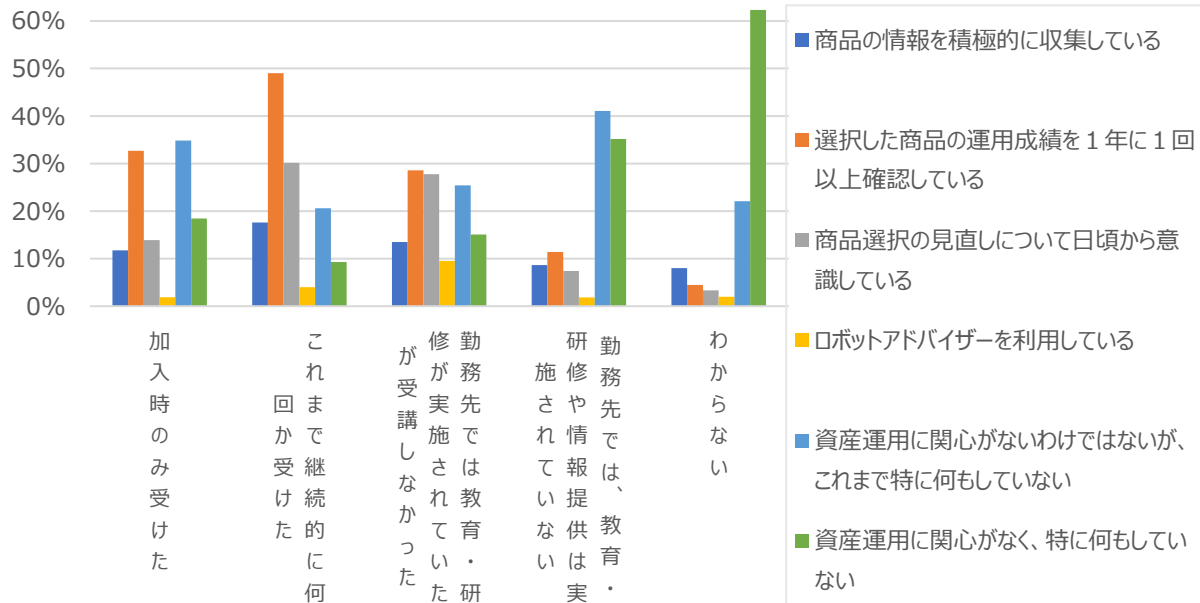
出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

5 教育・情報提供を受けることの効果

5.1 自らの年金資産の運用

教育・情報提供を受けることによって企業型 DC 加入者が実際に自らの年金資産の運用について行動がなされているかについて確認する。(図表 18)

図表 18 情報提供・継続教育の受講と資産運用行動



出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

「これまでに継続的に何回か教育を受けた」と回答したグループでは「選択した商品の運用成績を一年に一回以上確認している」の回答比率が 49.0%と半数に上っており他のグループとは大きく異なっている。継続教育によって長期の資産運用をする上で大切な「自らの年金資産の運用状況の確認」が身についていることが実証された。また「商品選択の見直しについて日頃から意識している」との回答も 30.2%あり、企業型 DC の資産運用・運用商品に関心をもつ比率が高くなっている。

「加入時のみ教育を受けた」というグループでは最も多いのは「資産運用に関心がないわけではないがこれまで特に何もしていない」との回答で 34.8%、「資産運用に関心がなく特に何もしていない」が 18.5%、合わせて 53%の回答者が「特に何もしていない」との回答になっている。「継続的に何回か情報提供・教育を受けた」場合でもこれらの回答は 20.6%、9.3%とそれなりの比率であるものの、大きな差があり、加入時のみ教育では行動に移せなかった人が、継続的に教育・情報提供をうけることによって運用の現況確認といった具体的な行動できるようになっているといえる。このことから、自らの運用経験に加えて継続的な教育・情報提供が行われることの意義・効果は高い。

「勤務先では教育・研修が実施されていたが受講しなかった」というグループを見ると「商品選択の見直しについて日頃から意識している」が 27.8%と高い数値となっている。業務などが忙しくて受講には至らなかったが会社から教育機会提供をされていることを認識しているような人は自分の企業型 DC の資産運用にそれなりの関心をもつ

ており、その検討に「ロボアドバイザーを利用している」が 9.5%と他のグループに比べて極めて高い傾向がある。いくつかの質問に答えると具体的な資産配分提案をしてくれるロボアドバイザーは DC への関心がないわけではなく研修にも出たいが出られない人の資産配分サポートの一翼を担っているようである。

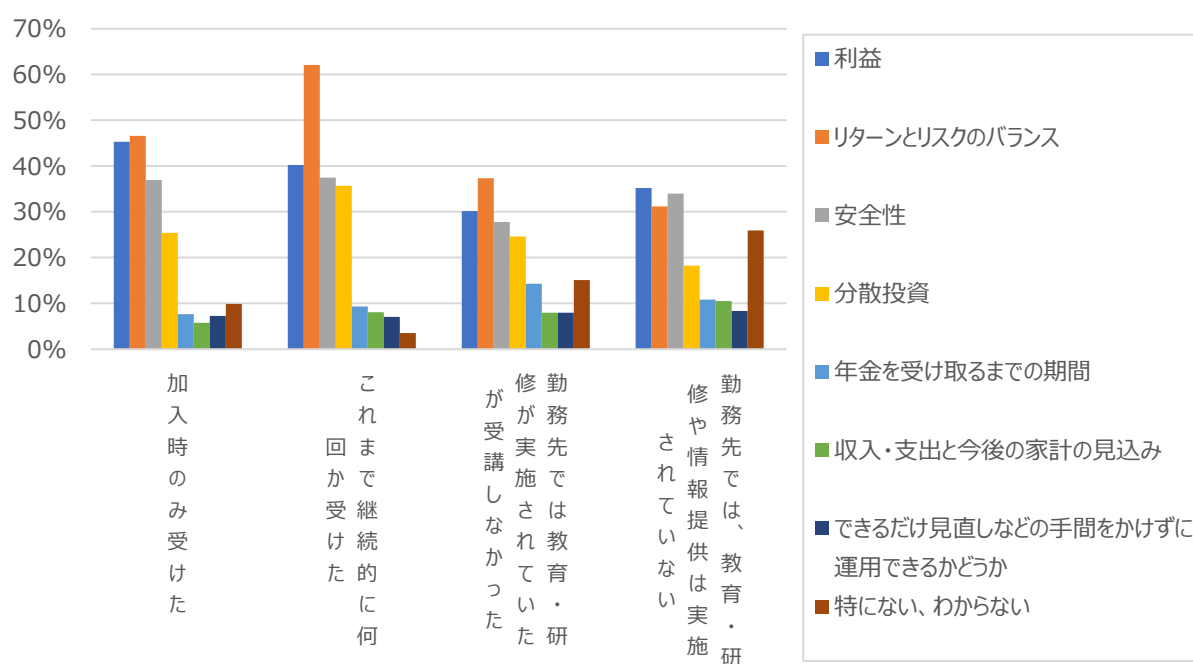
「教育・研修や情報提供は実施されていない」と回答したグループでは「資産運用に関心がないわけではないがこれまで特に何もしていない」との回答が 41.0%「資産運用に関心がなく特に何もしていない」35.2%、合わせて 76.2%の人が「特に何もしていない」と回答している。

「わからない」と回答しているグループでは、「資産運用に関心がなく特に何もしていない」が筆頭となり 62.3%、「資産運用に関心がないわけではないがこれまで特に何もしていない」22.1%と合わせて 84.5%が「特に何もしていない」との回答になっている。

5.2 資産配分を考える上での変化

教育・情報提供を受けることによって企業型 DC 加入者が資産の配分（選択する商品の構成）を考えるとときに重視することに変化が見られるのか確認をしてみる（図表 19）。

図表 19 情報提供・継続教育の受講と資産配分において重視すること



出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

教育で必ず伝えられる「リターンとリスクのバランス」を重視する比率は「これまで継続的に何回か情報提供・教育を受けた」と回答したグループが 62.1%と他のグループに比べると極めて高い。「加入時のみ教育を受けた」46.6%も高いため、この点は研修・教育によって伝わっていることがうかがえる。「利益」「安全性」についても、加入

時または継続教育を受講したグループにおいては重視する傾向が高い。

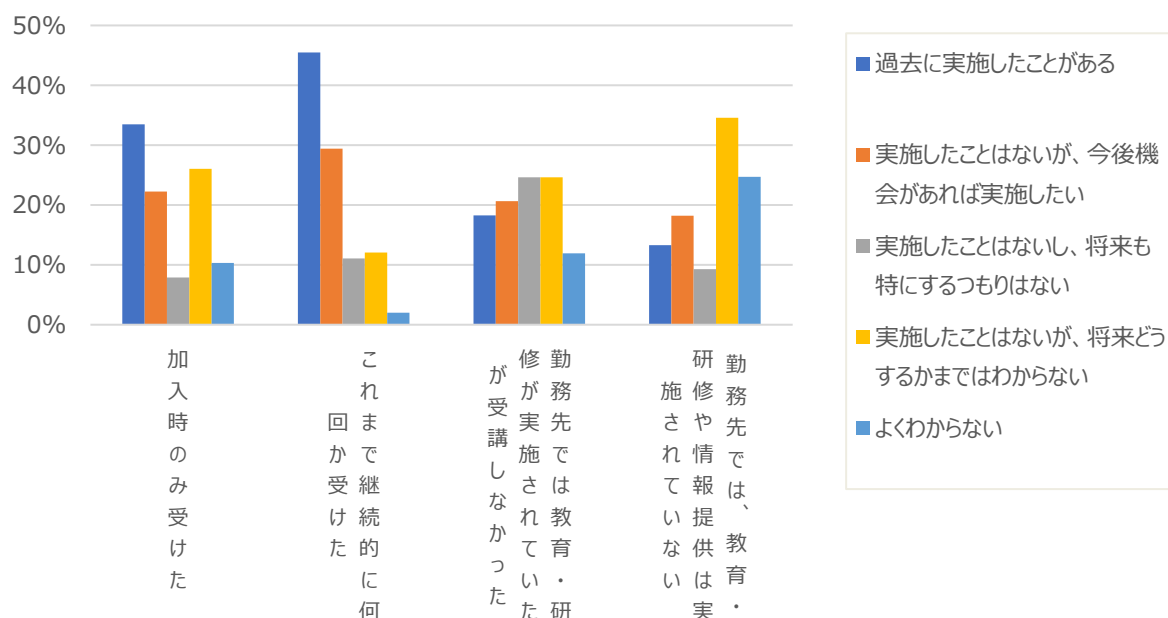
「分散投資」については「これまでに継続的に教育を何回か受けた」グループで重視する傾向が比較的高い。「分散投資」という概念は加入後に実際に運用の経験をしたうえで情報提供を受けることで行動に移せるレベルで理解がなされているようだ。安定的な資産運用をする上ではとても大切な「分散投資」を理解し、自分ごととして、自分の資産配分に活かしていくためには、加入後の情報提供・教育を継続的に行うことが不可欠であるといえる。

「年金を受け取るまでの期間」は「教育・研修が実施されていたが、受講しなかった」グループがほかのグループに比べて高い。先の設問で「教育・研修が実施されていたが、受講しなかった」グループはロボアドバイザーを利用している比率の高かった。ロボアドバイザーは本人のリスク許容度診断の設問に必ず、運用期間、つまり「年金を受け取るまでの期間」についての設問がある。そのことが、資産配分を決めるうえで重要なファクターであると認識させていることが推測される。

5.3 資産配分変更の実施経験

教育・情報提供を受けた認識と企業型 DC の資産配分変更の実施経験有無を確認してみる（図表 20）。

図表 20 情報提供・継続教育の受講と資産配分変更の有無



出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

「これまでに継続的に何回か教育を受けた」と回答したグループは「資産配分の変更を実施したことがある」45.5%と資産配分経験比率が他のグループに比べて1割以上高い結果となっている。また「実施したことはないが、今後機会があれば実施したい」との

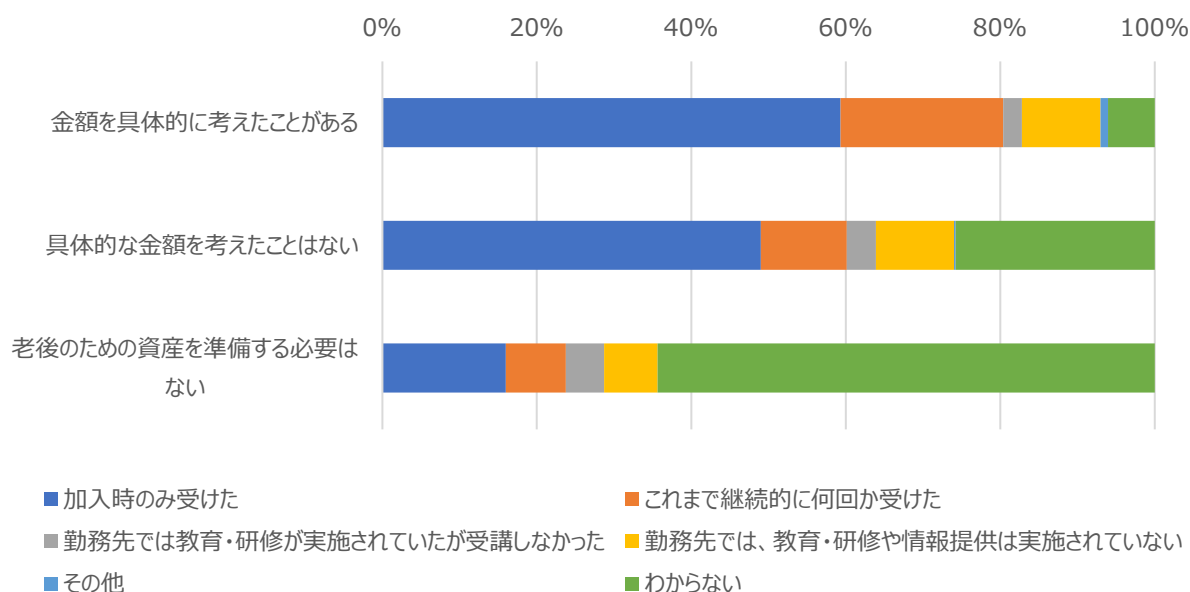
意向も 29.4%と高い。さらに「よくわからない」との回答が 2.0%と大変低いことも特長である。継続的な教育・情報提供によって「資産配分の変更」という日常生活には必要ではない知識も理解が進んでいることが明らかである。

5.4 老後に必要な資産準備

教育・情報提供を受けたことが老後資産準備に寄与しているかどうかを確認するため、「自身の老後のためにどの程度の額の資産を準備する必要があるか、具体的に考えたことがあるか」ということと継続的な教育・情報提供の認識の関係性について確認した(図表 21)。

図表 21 情報提供・継続教育の受講と老後準備資産の検討

	金額を具体的に 考えたことがある	具体的な金額を 考えたことはない	老後のための資産 を準備する必要 はない	その他	計
加入時のみ受けた	245	1211	74	3	1533
これまで継続的に何回か受けた	87	275	36		398
勤務先では教育・研修が実施されていたが受講しなかった	10	93	23		126
勤務先では、教育・研修や情報提供は実施されていない	42	250	32		324
その他	4	5			9
わからない	25	637	298		960
計	413	2471	463	3	3350



出所：年金シニアプラン総合研究機構(2022)をもとに作成

全体としては、老後資産形成については不安を感じつつも「具体的な金額を考えたことはない」が 2471 名（73.8%）と圧倒的多数を占め、「金額を具体的に考えたことがある」のは 413 名（12.3%）とごく少数派であった。しかし、その「金額を具体的に考えたことがある」と回答された方は、「加入時のみ教育を受けた」と「これまで継続的に何

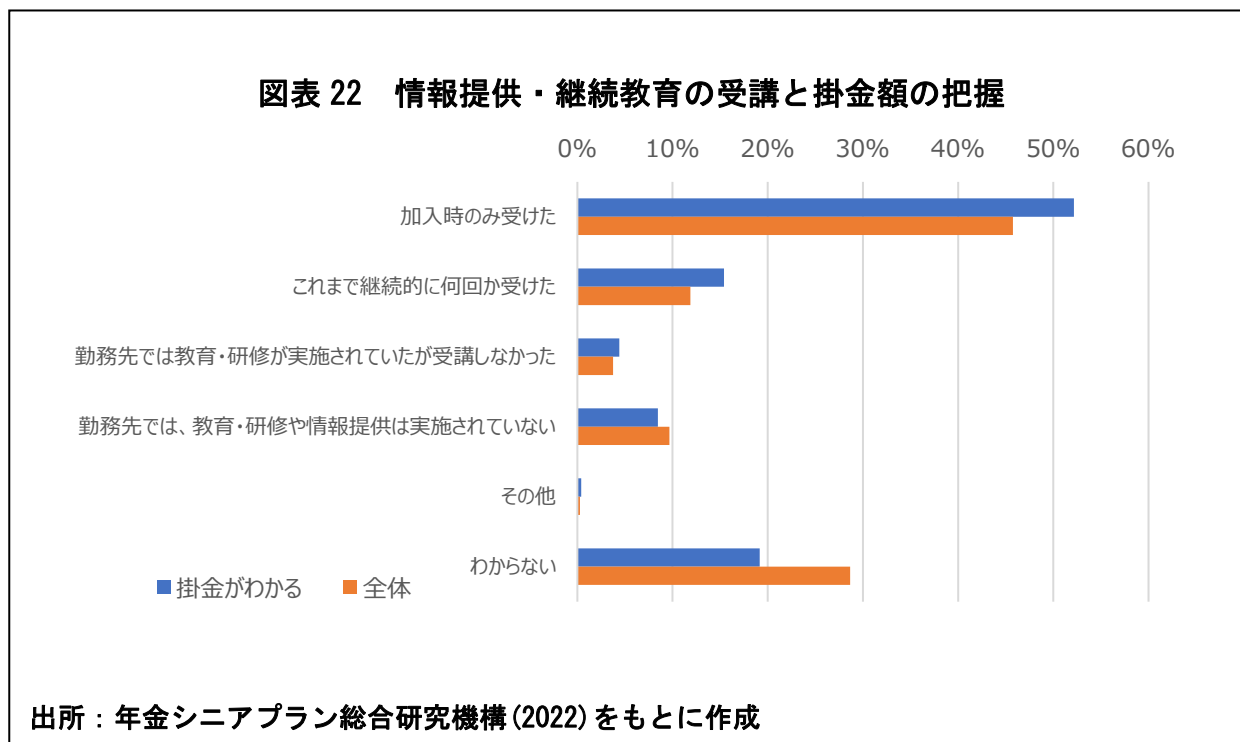
回か受けた」を合わせて 80.3%となり、教育を受けたという認識を持っている方が大勢を占める。一方で、「老後のための資産を準備する必要はない」と回答された方における「加入時のみ教育を受けた」「これまで継続的に何回か受けた」を合わせた教育受講認識のある人の割合は 23.8%であった。継続的な情報提供・教育と個人が老後資金について具体的に考えることは関係性があるといえる。継続的な情報提供・教育によって「老後資金について具体的に考える」ことになったのか、個人が具体的な老後資金を具体的に考えられるような情報・教育内容であったために継続的な情報提供・教育を受けたという認識につながったのか、という因果関係を明らかにすることは今回の調査ではできないが、「自身の老後のためにどの程度の額の資産を準備する必要があるか」をイメージできるような情報提供・教育を行うことは、受講認識のアップには有効と思われる。

また、家計の金融行動に関する世論調査によれば2020年は老後の生活資金源として公的年金に加えて「就業による収入」「企業年金、個人年金、保険金」を挙げる比率が増し²ており、企業年金を老後収入として正確に理解してもらうことの重要性は増しているといえる。

「生活設計をたてている」世帯が二人以上の世帯 43.4%（2019年 35.1%）単身世帯 29.8%（2019年 26.7%）と大きく増えている。コロナ禍の影響もあると思うが、将来に向けて計画的に備える意識自体が高まっている。

5.5 事業主掛金の認知

事業主が拠出している掛金額の把握と継続教育の受講・機会提供の認識についても分析をした（図表 22）。



² 「家計の金融行動に関する世論調査（2020年）」金融広報中央委員会
<https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/yoron/>

確認する帳票見本などがなくても「掛け金がわかる」と回答した人は 67%だった。加入時を含めて教育や情報提供を受けたと回答した人の方が掛金額の認識率が高い傾向はあるが、顕著な差ではない。このことから、情報提供・教育の中で「掛金額」は伝えるべき重要な情報として取り扱われていないことが窺える。しかしながら、来年 2022 年 10 月以降は法改正により企業型 DC と iDeCo の同時加入が認められるようになり、その場合の iDeCo の掛け金限度額は個人ごとの企業型 DC 掛金額によって変わるため極めて重要な情報となる。法改正によって、「掛金額」は伝えるべき情報に格上げすべき時期に来ている。

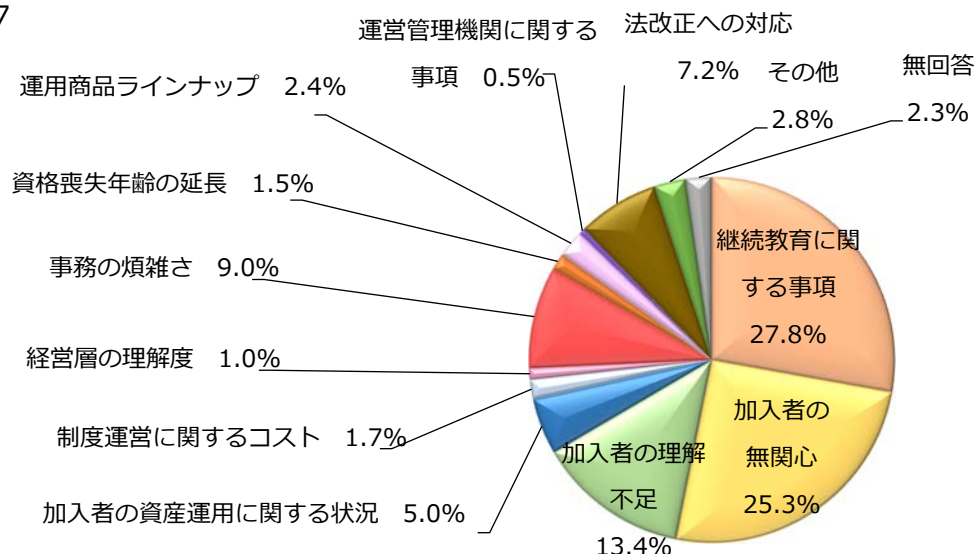
6 情報提供・継続教育における事業主の悩み

企業型 DC の担当者が制度運営における一番の悩みは「継続教育に関する事項」「加入者の無関心」「加入者の理解不足」と続き合わせて約 7 割の担当者が継続的な情報提供・教育をどうすべきか悩んでいる。(図表 23)

そして継続教育を実施している担当者が、「効果がなかった・困っている」のが「一方通行の情報発信となっており、結果の検証ができない」(37.9%) であった。(図表 24)

図表 23 企業型 DC の制度運営における一番の悩み

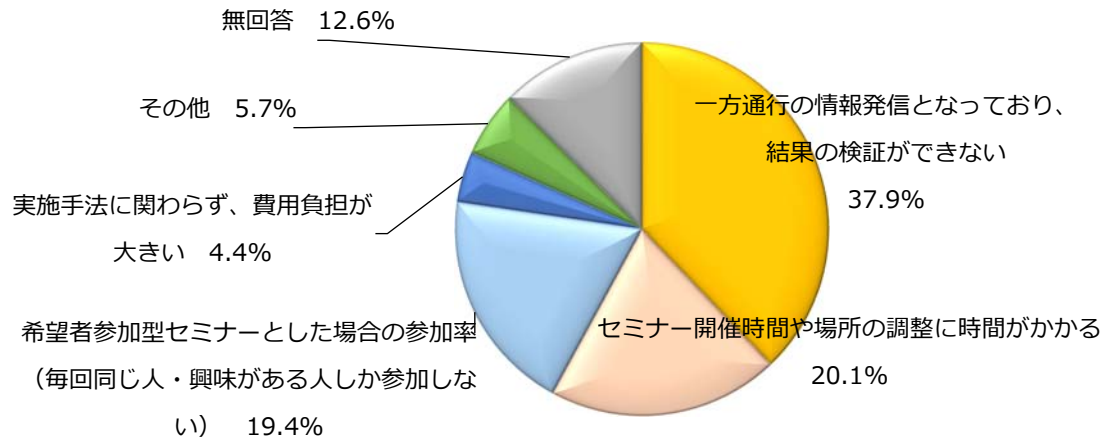
N = 1547



出所：NPO 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査 2021 年」

図表 24 継続教育を実施して効果がなかったと感じること・困っていること

(n=961)



出所：NPO 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査 2020 年」

そこで、実施している情報提供・教育手法と効果検証ができていないという悩みに関係性があるかどうかを確認するため、実施している手法別に、効果検証ができていないという悩みを持つ事業主がどれぐらいの比率を占めるのか確認してみた。それによると、「社内メール」「社内報」「PDF ファイルの掲載」「映像・動画コンテンツ掲載」の比率が 4 割を超えており高かった。一方で最も低かったのがネットセミナーであった。（図表 25）

図表 25 継続教育の手法と「効果検証」の関係

n=961	「一方通行の情報発信となっており、結果の検証ができない」と回答した事業主数(a)	継続教育実施事業主数(b)	(a)/(b)
集合対面セミナー(自社講師)	75	228	32.9%
集合対面セミナー(運管講師)	88	401	21.9%
集合対面セミナー(運管以外の外部講師)	23	107	21.5%
社内イントラ/インターネット(社内メールの配信)	132	294	44.9%
社内イントラ/インターネット(eラーニング)	37	123	30.1%
社内イントラ/インターネット(PDFファイルの掲載)	128	303	42.2%
社内イントラ/インターネット(映像・動画コンテンツ)	74	185	40.0%
社内イントラ/インターネット(ネットセミナー)	4	25	16.0%
個別相談	54	157	34.4%
社内報	45	108	41.7%
紙の資料配布	92	237	38.8%
DVDの貸出・配布	31	89	34.8%

出所：NPO 法人確定拠出年金教育協会「企業型確定拠出年金（DC）担当者の意識調査 2020 年」

7 おわりに

今回の調査分析によって企業型 DC 導入企業における継続教育実施率について企業側が 6 割または 7 割が実施していると回答しているにもかかわらず、加入者側の受講ならびに受講機会を提供されているという認識は 1 割程度と大きなギャップがあることが明らかになった。

情報提供・教育機会の提供を受けていない、または受けているかどうかさえ分からない方々は大半が自らの DC 資産の運用について「特に何もしていない」との回答であった。「何もしていない」という判断が企業型 DC は自らの運用結果によって将来受け取れる年金額が異なること、現状の資産配分のままで 60 歳以降に受け取れる資産見込額を理解し、その前提に基づいて必要な老後資産の準備等が行われていけばよいのだが、そのような理想的な状況は見込めず非常に気がかりである。マーケットというのは安定的に上がることは決してないため、投資信託など価格変動する金融商品を利用して運用するのであれば一定の運用期間がないと期待するような収益は見込みにくい。時間は巻き戻せないで、「特に何もしていない」まま時間が過ぎれば過ぎるだけ、運用できる期間を刻一刻と捨てていることになる。この現実を正しく認識してもらった上で「何もしない」という判断をしてもらう必要がある。事業主としては、3 割程度存在すると見込まれる「情報提供や教育が実施されているかどうかさえ分からない」加入者にこそ継続的に情

報提供を行い、60 歳を迎え受け取るタイミングで「必要な教育・情報提供が行われなかったために、このような結果になってしまった」と言われないように注意を払う必要がある。

加入者が教育・情報提供を受けているという認識には、掛金額や個人の資産運用への関心などが影響する面も一定程度認められたが、実施されている教育の手法による違いが大きかった。対面セミナーが最も受講認識が高く、また受講した加入者の満足度も高かった。しかしながら、この方式はコロナ禍で 1 割以上減っている。一方でコロナ禍で急速に増えているのが映像・動画コンテンツの掲載である。こちらは事業主や運営管理機関としては広く加入者に情報取得の機会を提供したつもりではあっても、加入者としては情報提供されたという認識も、受講の満足度も低いのが実態である。このため、企業側と加入者の情報提供・教育機会提供認識ギャップがますます広がる懸念がある。

従来主流であった対面セミナーは加入者の認識率は高いものの、実施する上で手間と費用がかかるだけでなく、コロナ禍によって様変わりした場所や時間を問わない働き方の流れにそぐわない面があることも事実だ。今後は、場所と時間の制約がないネット環境での情報提供・教育に、リアルタイムでの質疑応答や受講や理解度の確認テストを組み合わせることによって加入者が教育・情報提供してもらったと認識しやすいしかけを組み込むことを模索すべきである。さらに、できれば加入者にアンケートを実施し、事業主として行っている情報提供・教育・研修機会がどのように受け止められているか、そして継続的に繰り返し伝えることによって大事なことが理解されていっているのかを確認することが望ましい。ここで大きなギャップがあるとすれば、その要因を検証し、ひとつひとつ埋めていくことが最も効果的な継続教育手法の確立につながるであろう。

事業主として、「誰に」「どこまで」届けることができたかを把握し、その記録を残していくことは、受託者責任をしっかりと果たして制度運営を実施していると証明する上でも欠かせないものになるのではなかろうか。

加入者に運用責任を負わせる制度であるからこそ、事業主は DB 以上にガバナンスを効かせ、もっぱら加入者の利益のみを考慮した商品の提示と自ら運用できるための情報提供を行っていく必要がある。今回のこの調査・分析がそのきっかけとなれば幸いである。

参考文献

杉谷陽子 (2010) 「インターネット・コミュニケーションと対面コミュニケーションにおける情報の伝わり方の際についての意見書」

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/kaikaku/dai3/siryou3_2_2.pdf

年金シニアプラン総合研究機構(2022)「厚生年金加入者における企業型確定拠出年金と iDeCo に関する調査 (2021 年 5 月調査)」