

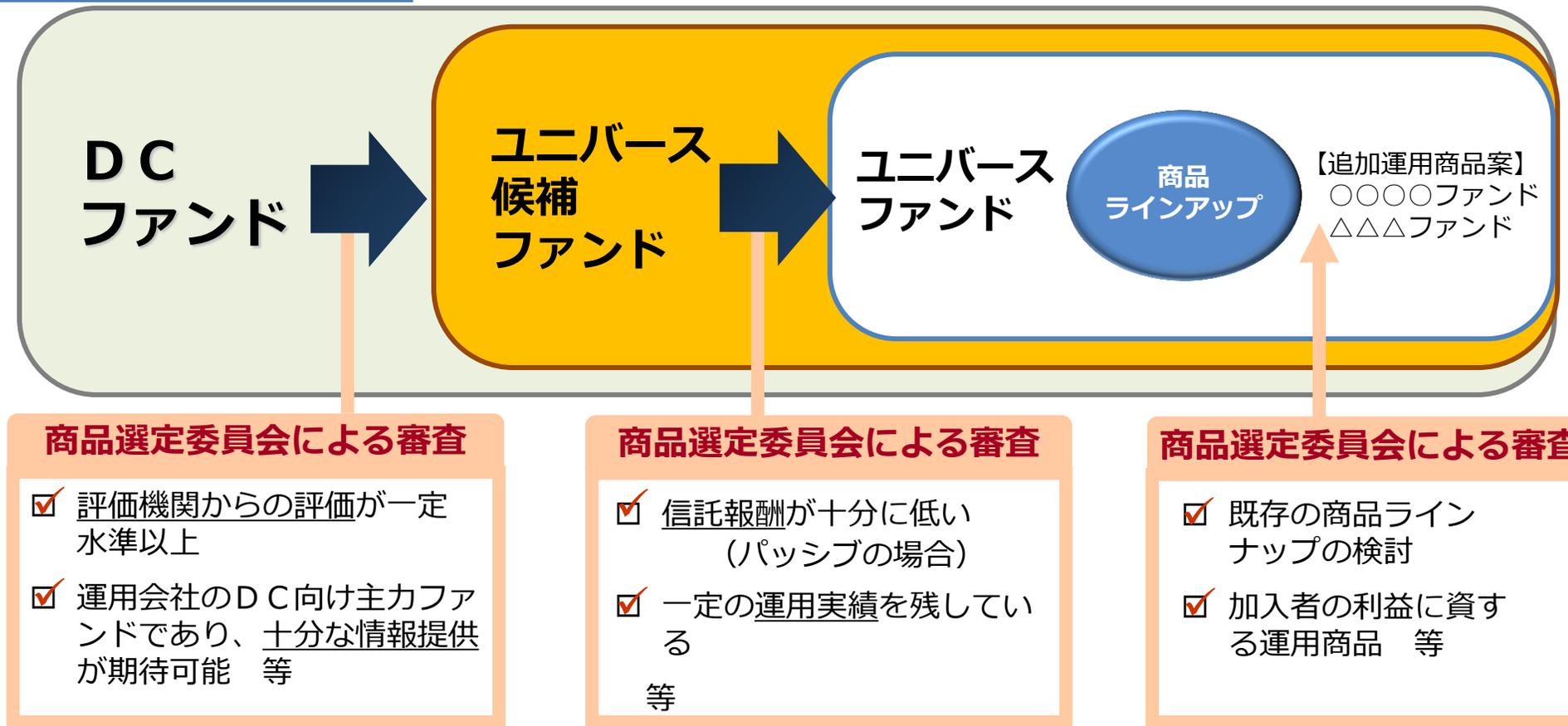
運用商品提供数の上限および 指定運用方法の基準に関して

運営管理機関連絡協議会

現在の運用商品選定数や構成の決定にあたっての基準・考え方、考慮要素①

- 受託者責任に基づき、長期にわたる資産形成に相応しい商品を選定・提示

野村証券受託の際の例



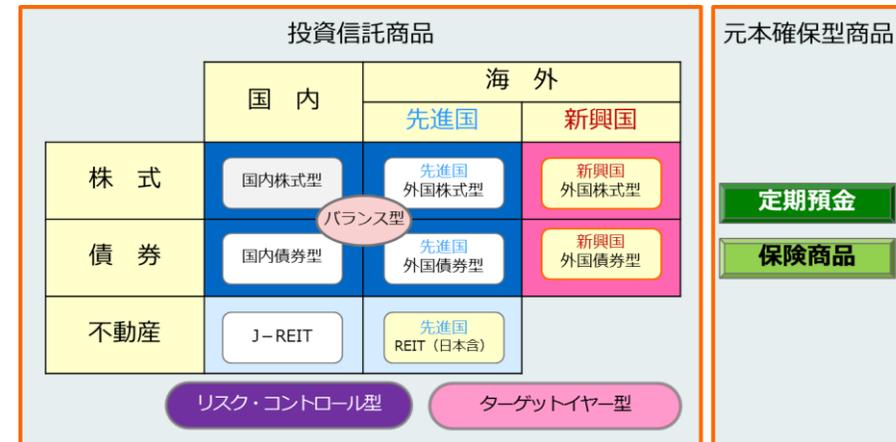
現在の運用商品選定数や構成の決定にあたっての基準・考え方、考慮要素②

- ① 法的要件である元本確保型商品（ペイオフの関係もあり複数の金融機関を提示したり、満期の異なる商品を複数提示するプランが多い）
- ② 分散投資を実施するために、国内株式、国内債券、外国株式、外国債券のカテゴリのパッシブ型ファンド
- ③ 1つの商品を選択するだけで分散投資が実践できるバランス型ファンドをシリーズで提示
（多くの運営管理機関が①～③をラインナップの基本としている）

さらに、事業主や加入者代表の意向等に基づき下記のような選択肢も適宜提示。

- ④ 上記4資産カテゴリのアクティブ型ファンド
- ⑤ ③とはスタイルの異なるバランス型ファンド
- ⑥ 新興国株式、新興国債券、国内外のREITなどを投資対象とするファンド

多彩な選択肢を提供した上で、投資初心者にも選択しやすい工夫ができることが第一義と史料。



ラインナップ全体をどう説明しているか（対事業主、個人）①

- 資産運用の基礎知識、各運用商品の仕組み・特徴を説明後、ラインナップを包括的に紹介

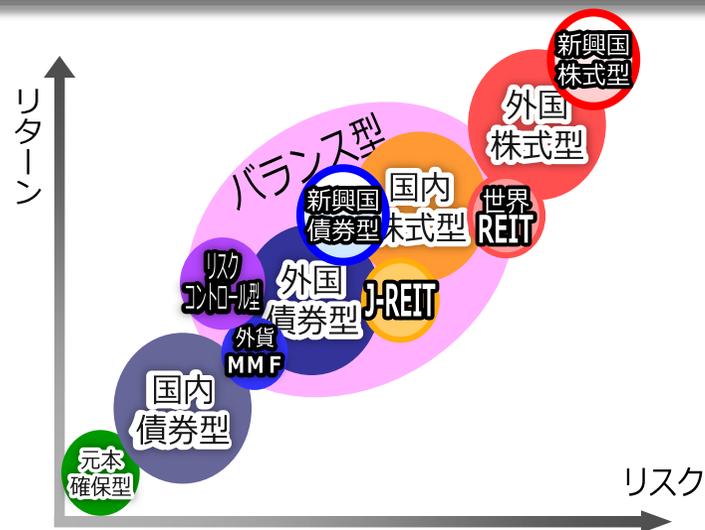
野村証券受託の際の例

元本確保型	
運用商品の種類	商品数
定期預金	X
保険商品	X

投資信託	
運用商品の種類	商品数
国内株式型	X
国内債券型	X
外国株式型	X
外国債券型	X
不動産投信	X
リスクコントロール型	X
バランス型	X

どこ（国内・海外）の？
何に投資している？
 （株式・債券など）

リスク・リターン
 が
 異なる



ラインナップ全体をどう説明しているか（対事業主）②

運用商品の「見せ方」を工夫している例も多いようだが、逆にただ羅列するだけのものもあるのか

- 多くの運営管理機関においては、商品をただ羅列することはなく投資対象別にカテゴリ分けして提示するのが通常。
- ただし、提示自体は個別商品の推奨とならないように均一に表示しているため、本数に関わらず分かりにくく感じる加入者も存在することは事実。
- なお、カテゴリ分けして提示するだけでなく、加入者の商品選択に資するよう、個別商品の推奨とならない範囲で工夫して提示している例もある。（具体例はスライド8）

ラインナップ全体をどう説明しているか（対事業主、個人）③

例1：野村のiDeCoの商品ラインナップ

	投資対象	商品名	運用会社
1	リスクコントロール	野村DC運用戦略ファンド（マイルド）【愛称：ネクスト10マイルド】	野村アセットマネジメント
2		野村DC運用戦略ファンド【愛称：ネクスト10】	野村アセットマネジメント
3	バランス型	マイターゲット2050（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント
4		マイバランスDC30	野村アセットマネジメント
5		マイバランスDC50	野村アセットマネジメント
6		マイバランスDC70	野村アセットマネジメント
7	国内株式型	リサーチ・アクティブ・オープン（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント
8		野村DC国内株式インデックスファンド・TOPIX	野村アセットマネジメント
9		野村日経225インデックスファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント
10	国内債券型	野村DC国内債券インデックスファンド・NOMURA-BPI総合	野村アセットマネジメント
11	外国株式型	キャピタル世界株式ファンド（DC年金用）	キャピタル・インターナショナル
12		フィデリティ・グローバル・エクイティ・オープンB（為替ヘッジなし） （確定拠出年金向け）	フィデリティ投信
13		野村DC外国株式インデックスファンド・MSCI-KOKUSAI	野村アセットマネジメント
14		野村新興国株式インデックスファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント
15	外国債券型	野村DC外国債券インデックスファンド	野村アセットマネジメント
16		野村新興国債券インデックスファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント
17	不動産投信	野村J-REITファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント
18		野村世界REITインデックスファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント
19	定期預金	セブン銀行確定拠出年金専用定期預金5年	セブン銀行

ラインナップ全体をどう説明しているか（対事業主、個人）④

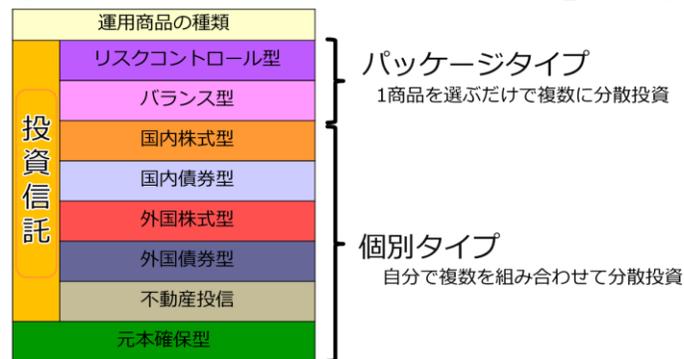
例2：SBI証券個人型確定拠出年金の商品ラインナップ

商品分類	商品名	委託会社	商品分類	商品名	委託会社	商品分類	商品名	委託会社	
国内株式	DCニッセイ日経225インデックスファンドA	ニッセイアセットマネジメント	国際株式	シュローダー-BRICs株式ファンド	シュローダー・インベストメント・マネジメント	バランス	SBI資産設計オープン（資産成長型）（愛称：スゴ6）	三井住友トラスト・アセットマネジメント	
	ニッセイ日経225インデックスファンド	ニッセイアセットマネジメント		ハーベスト アジア フロンティア株式ファンド	SBIアセットマネジメント		DCニッセイ/パトナム・グローバルバランス（債券重視型）（愛称：ゆめ計画（確定拠出年金））	ニッセイアセットマネジメント	
	朝日ライフ 日経平均ファンド（愛称：にいにいGo）	朝日ライフアセットマネジメント	国内債券	三菱UFJ 国内債券インデックスファンド（確定拠出年金向け）	三菱UFJ国際投信		野村DC運用戦略ファンド（愛称：ネクスト10）	野村アセットマネジメント	
	日経225ノードオープン	アセットマネジメントOne		野村日本債券ファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント		セブライフ・ストーリー2025	SBIアセットマネジメント	
	三井住友・DC日本株株式インデックスファンドS	三井住友アセットマネジメント	国際債券	三井住友・DC外国債券インデックスファンド	三井住友アセットマネジメント		セブライフ・ストーリー2035	SBIアセットマネジメント	
	MHAM TOPIXオープン	アセットマネジメントOne		野村外国債券インデックスファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント		セブライフ・ストーリー2045	SBIアセットマネジメント	
	SBI TOPIX100・インデックスファンド<DC年金>	SBIアセットマネジメント		EXE-i 先進国債券ファンド	SBIアセットマネジメント		セブライフ・ストーリー2045	SBIアセットマネジメント	
	野村DC・JPX日経400ファンド	野村アセットマネジメント		インデックスファンド海外債券ヘッジあり（DC専用）	日興アセットマネジメント		セブライフ・ストーリー2055	SBIアセットマネジメント	
	ひふみ年金	レオス・キャピタルワークス	国内REIT	SBI-PIMCOジャパン・ベターインカム・ファンド（愛称：ベタイン）	SBIボンド・インベストメント・マネジメント	コモディティ	三菱UFJ 純金ファンド（愛称：ファインゴールド）	三菱UFJ国際投信	
	三井住友・バリュー株式年金ファンド	三井住友アセットマネジメント		グローバル・ソブリン・オープン（DC年金）	三菱UFJ国際投信		ダイワ/“RICI*”コモディティ・ファンド	大和証券投資信託委託	
	DCグッドカンパニー（社会的責任投資）	三井住友トラスト・アセットマネジメント		三菱UFJ DC新興国債券インデックスファンド	三菱UFJ国際投信				
	SBI中小型開発成長株ファンド ジェイリバイブ<DC年金>	SBIアセットマネジメント		国際REIT	DCニッセイJ-REITインデックスファンドA	ニッセイアセットマネジメント	商品分類	商品名	運用会社
	フィデリティ・日本成長株・ファンド	フィデリティ投信			DCニッセイJ-REITインデックスファンド	ニッセイアセットマネジメント	定期預金	スルガ確定拠出年金スーパー定期1年	スルガ銀行
	みのりの投信（確定拠出年金専用）	ポートフォリア			MHAM J-REITアクティブファンド<DC年金>	アセットマネジメントOne	年金積立 保険	SMIセイの積立年金保険（5年）	住友生命
国際株式	DCニッセイ外国株式インデックス	ニッセイアセットマネジメント	三井住友・DC外国リートインデックスファンド	三井住友アセットマネジメント	第一のつみたて年金保険（5年）	第一生命			
	DC外国株式インデックスファンド	三井住友トラスト・アセットマネジメント	バランス	野村世界REITインデックスファンド（確定拠出年金向け）	野村アセットマネジメント				
	EXE-i 先進国株式ファンド	SBIアセットマネジメント		EXE-i グローバルREITファンド	SBIアセットマネジメント				
	IFree NYダウ・インデックス	大和証券投資信託委託		DCインデックスバランス（株式20）	日興アセットマネジメント				
	EXE-i グローバル中小型株式ファンド	SBIアセットマネジメント		DCインデックスバランス（株式40）	日興アセットマネジメント				
	インデックスファンド海外株式ヘッジあり（DC専用）	日興アセットマネジメント		DCインデックスバランス（株式60）	日興アセットマネジメント				
	ラッセル・インベストメント外国株式ファンド（DC向け）	ラッセル・インベストメント	DCインデックスバランス（株式80）	日興アセットマネジメント					
	キャピタル世界株式ファンド（DC年金用）	キャピタル・インターナショナル	IFree 8資産バランス	大和証券投資信託委託					
	朝日Nvest グローバル バリュー株オープン（愛称：Avest-E）	朝日ライフアセットマネジメント	eMAXIS 最適化バランス（マイゴールキーパー）	三菱UFJ国際投信					
	三菱UFJ DC新興国株式インデックスファンド	三菱UFJ国際投信	eMAXIS 最適化バランス（マイディフェンダー）	三菱UFJ国際投信					
EXE-i 新興国株式ファンド	SBIアセットマネジメント	eMAXIS 最適化バランス（マイミッドフィルダー）	三菱UFJ国際投信						
		eMAXIS 最適化バランス（マイフワード）	三菱UFJ国際投信						
		eMAXIS 最適化バランス（マイストライカー）	三菱UFJ国際投信						

ラインナップ全体をどう説明しているか（対事業主、個人）⑤

<見せ方の工夫例1>

1 商品を選択するのみで分散投資を実践したい人向けの「パッケージタイプ」と自らが配分割合を決定したい人向けの「個別タイプ」に分類。



<見せ方の工夫例2>

運用商品のガイドブック等で運用商品を一覧化し、同一カテゴリに複数商品が並んでいる場合の比較を可能としている。

なお、いきなり商品を選択させるのではなく、「リスク許容度を測定し、それに合わせた資産配分を考え、個別の商品を選択する」という方法を説明することで商品選択を容易にする工夫も行っている。

<見せ方の工夫例3>

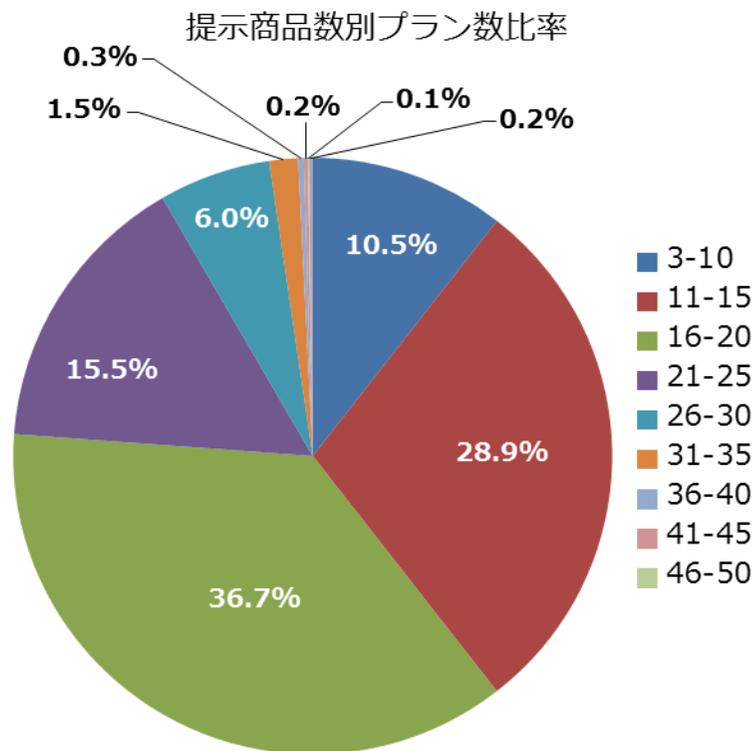
投資信託を「自分で分散投資するための基本商品*1・応用商品*2」および「運用会社が分散投資を行うパッケージ商品」という3つに分類。

*1 基本4資産のパッシブファンド

*2 「基本4資産のパッシブファンド」および「運用会社が分散投資を行うパッケージ商品」以外のファンド

実際に提示している商品の実態（本数含む）

- 企業型および個人型の提示商品数*1別のプラン数分布状況は、以下の通り
（2016年12末現在、4RK*2合算値）



商品数	プラン数	比率
3-10	622	10.5%
11-15	1,705	28.9%
16-20	2,165	36.7%
21-25	912	15.5%
26-30	356	6.0%
31-35	91	1.5%
36-40	18	0.3%
41-45	13	0.2%
46-50	4	0.1%
51以上	11	0.2%

合計 5,897 プラン

平均： 18本
中央値： 19本

*1 商品数の数え方は、シリーズものも各々1本とカウント
（例：バランス型ファンド30,50,70は3本とカウント）

*2 NRK、JIS&T、SJNKDC、SBIベネフィット・システムズの4社

ほぼ同じような商品を複数並べる場合その理由はなにか

- ▶ **定期預金**においては、満期の異なるものや、同じ満期であっても**ペイオフ対応の観点**から異なる商品提供機関の定期預金をラインナップすることがある。また、同一の商品提供機関であっても、固定金利型と変動金利型など、商品性が異なる場合はラインナップする場合がある。
- ▶ **保険商品**についても定期預金と同様に商品提供機関の違い、商品性の違いにより、複数の運用商品をラインナップすることがある。また、年金受取のバリエーションを増やすための生保商品が提示されることもある。
- ▶ 投資信託等の価額変動商品においては、原則として、同一のベンチマークをもったパッシブ型ファンド等同じような商品を複数並べることはない。同一カテゴリでは、**ベンチマーク**の別、パッシブ・アクティブ等**運用方針**の別、大型株・中小型株等**投資対象**の別など、**合理的な理由**に基づき、異なる性質の運用商品をラインナップすることがある。
- ▶ ただし、**現状では運用商品の除外が困難**なため、同一のベンチマークでありながら、信託報酬が低い新しい運用商品が設定された場合などは、加入者の利便性・利益に資するよう、**例外的に同じような運用商品をラインナップすることがある**。
- ▶ **企業合併**があった場合にも、同様の商品性を持った商品を複数並べざるを得ない場合がある。

個別商品についての説明時間を投資教育セミナー全体の中でどれくらい取っているか？

- ▶ ご質問の件に関しては、運営管理機関によって異なっている。

＜スタンダードなセミナー例＞

運営管理機関A：

投資教育セミナー全体（90分～120分程度）では、ライフプラン、制度、運用の考え方、商品等を説明。個別の商品については、通常、カテゴリ毎の運用商品の特徴等を30分程度で説明。

運営管理機関B：

特徴的な商品（年齢により購入制限がある等）については個別説明を行うが、一般的には、運用商品のカテゴリやリスクについてのご説明のみ。（説明会は時間が限られることもあり、補完的な情報提供チャネルとしてWEBやコールセンターを活用することで、十分な情報提供に努めている。）

運営管理機関C：

金融商品の特性等の説明、及びプランに含まれる該当商品がどのような商品カテゴリに含まれるか等の説明については、概ね2時間のセミナーにおいて1時間弱の時間をかけている。

運営管理機関D：

所要時間が1.5時間～2時間のセミナーの場合で、資産運用の基礎知識に関する説明30分～40分、個別商品に関する説明20分～30分程度。

運営管理機関E：

全体90分の説明会の中で15分程度。

個別商品についての説明時間を投資教育セミナー全体の中でどれくらい取っているか？

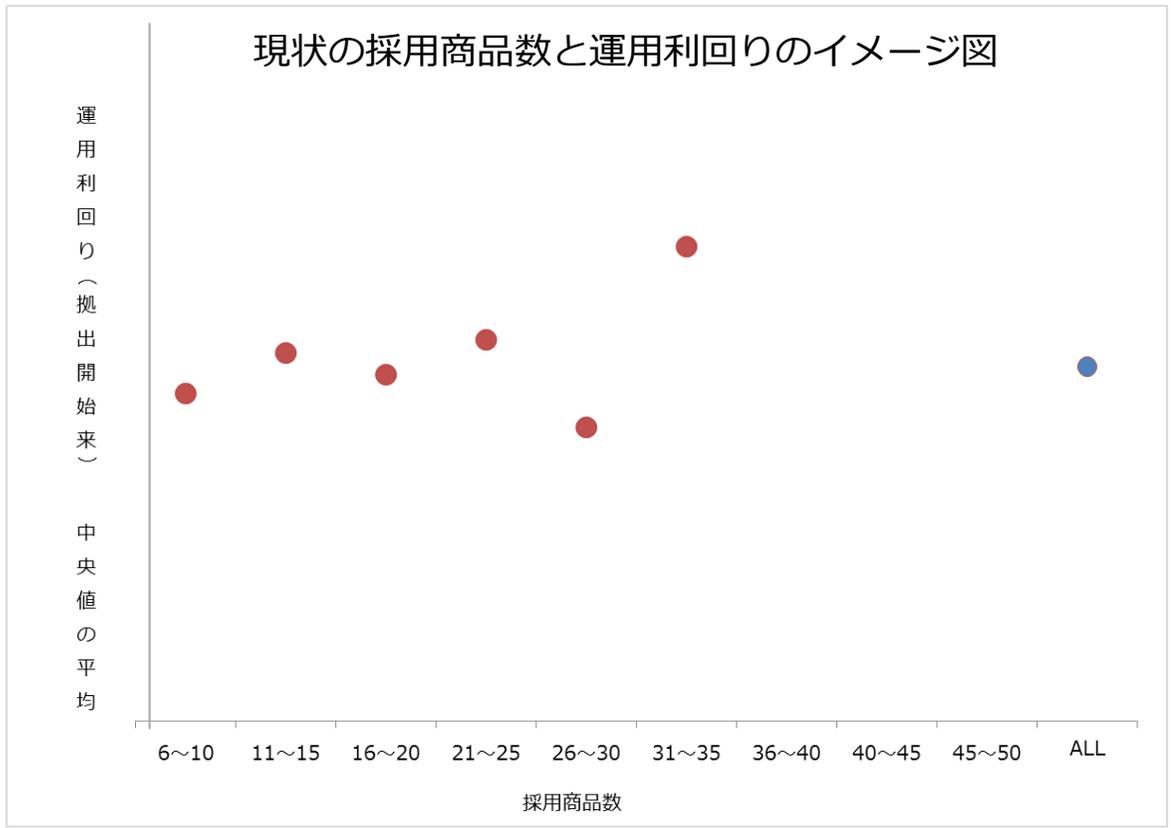
- また、事業主の意向・やり方によっても時間配分は変わってくる。
 - 事業主の要望に応じて、資産運用や個別商品説明の時間配分を増やす、オプションで運用セミナーを開催し詳細説明を行う等の対応も実施
 - セミナーを制度編・運用編のように分割開催するケース、同時開催であっても個別商品毎に特徴・過去実績・費用等を詳細に説明するケースなど、コストや業務への影響を勘案して、独自の教育展開する場合もある。

- 投資教育セミナーでの上記情報の提供にあたっては、運用商品一覧、運用商品概要説明資料、運用実績などの紙媒体資料をあわせて配布することが多い。

- 個別商品の説明にあたっては、特定の運用商品の推奨とならないよう、強弱・濃淡が無いよう留意している。

商品数の多寡による加入者の運用利回りの中央値に、有意な差が見られるかどうか

- 運用商品数の多寡により、加入者の運用利回りには有意な差はみられない
(野村証券受託分のみならず、他大手運営管理機関でも同様の結果)



運用商品の追加のフローは一般的にどうなっているのか

- プランの定期モニタリング報告等を通じて、事業主と加入者等の投資行動の変化（「運用利回り分布」、「分散投資状況」等）を共有、また新規設定のDC用ファンドのトレンドに関する情報提供も行い、運用商品の追加の可能性を議論している運営管理機関が多い。
- 運営管理機関から運用商品を追加提案する場合は、既存の商品とは特徴の違う商品を中心に、最適な商品ラインナップとなるよう工夫している。
- 上記提案を受けて、事業主は商品追加を労使協議・検討を行い、追加決定に至っているプランが多い。
- 商品追加決定後は、追加商品の情報を反映した運用商品ガイドブックの提供や継続教育を提案、加入者WEBやイントラ、コールセンターでの情報提供などで加入者への周知を行っている。
- また、セミナーやEラーニング等の継続教育実施を提案する運営管理機関も多い。

同じ商品を追加した場合、信託報酬など低くなっており、知らないままだと不利になることも多い。お知らせ方法はどのようにされているのか運営管理機関によって異なると思うが、指導などは

- 基本的には、これまで採用されていないカテゴリ、採用されていない商品を追加。合理的理由なく、**類似商品は追加しない**。
- 例外的に同一ベンチマークで**信託報酬が低い場合**などは、商品追加する場合あり。
- また、**企業合併等の事情**により類似ファンドを追加する場合も散見されている。
- ご質問のような「同様の商品性で信託報酬が低い商品が並ぶ」場合があるが、**切り替えを推奨することは特定の運用方法の推奨に当たるため**、どの運営管理機関も実施していない。
- 現状では、継続的な情報提供・投資教育を実践し、加入者の金融リテラシーの向上を通じて、合理的な選択を行えるように努めている。

商品除外に関して想定される問題点は何か①

- 商品除外を行うことで、ニューマネーの受入が停止されることとなり、当該商品を購入していた加入者の継続投資が阻害される（DCの特性であるドル・コスト平均法の実践が困難になる）。
- 除外対象商品の選定基準*が不明確なため、該当商品保有者の納得を得難く、加入者説明や照会対応の負荷が重くなる可能性がある。

*いずれも投資適格な商品かつ、一定数の加入者が保有している場合、どの商品を除外するのか

- 除外の通知・同意書の発送、回収、結果の通知などの事務手続き、および加入者説明や照会対応にかかる実務負荷・コストが大きい。コストについては、事業主に負担いただくことも考えられる。
- 個人情報保護の観点から、除外対象者の情報を運管から事業主に開示できないことも負荷増大の要因。
- 除外による運用中断で顕在化する運用損や、除外商品のパフォーマンス改善等による将来の利益機会の損失について、責任の所在が法令等に明確に記載されていないため訴訟に発展する恐れがある。
- いずれも運営管理機関は投資適格と判断している商品にも関わらず、上限超過しているAプランでは除外対象となり、超過していないBプランでは継続投資可能という状況は、加入者の理解を得難い。（AプランからBプランへの転職を想定）

商品除外に関して想定される問題点は何か②

前項に加えての課題

- 同意が取得できず上限本数を超過した場合、法的にどのような扱いとなるのかが不明（例えば、規約変更手続きが認められるか等）
- 同意取得に関する実務について不明点が多く、今後明確化が必要（例えば、どの時点の保有者数を使って同意比率を判定するのか等）

MMFが償還ということだが、どれぐらいの事務負担が生じているのか①

野村DCMMF償還に至るまでのスケジュール

2016年1月	日本銀行がマイナス金利導入
2016年2月	野村MMF（窓販用）購入申込受付一時停止
2016年3月	野村MMF（窓販用）償還を行うとの一部報道
2016年6月	野村MMF（窓販用）信託期間の有期限化を含む重大な約款変更連絡
2016年7月	野村DCMMF 信託期間の有期限化を含む約款変更連絡（事業主等への案内開始）
	野村MMF（窓販用）信託約款変更の連絡（信託期間を2016/8/31迄とする）
2016年8月	野村MMF（窓販用）償還
2016年10月	野村DCMMF 重大な約款変更 公告（日本経済新聞） 異議申立期間開始
	野村DCMMF 商品取り扱い終了連絡（加入者等向け案内開始）
2016年11月	野村DCMMF 異議申立期間期限
2017年2月	野村DCMMF 他の運用商品からのスイッチングによる購入最終日
2017年3月	野村DCMMF 毎月の掛金による商品配分変更最終日
2017年5月	野村DCMMF 保有残高の最終売却日
	野村DCMMF 保有残高の指定商品への切替日
2017年5月31日	野村DCMMF 償還日

DCにおける償還は、一義的な受益者である資産管理機関に同意を得て行っている（購入者（運用指図を行っている者）の同意は不要）。

DCにおける商品除外では購入者の同意が必要となる。

MMFが償還ということだが、どれぐらいの事務負担が生じているのか②

野村AMのDCMMF償還に伴う対応には約1年の期間を要し、営業部門・事務部門・RK等多岐にわたる組織による対応となり、非常に高い業務負荷がかかった。

その際の対応の流れは以下の通り。

- 営業部門による対象企業への説明（文書作成、営業部門への説明）
- 企業による代替商品の選定
- 加入者向けWEB・企業イントラ等で加入者宛告知（償還案内・手続き案内）
- RKとの調整（償還までの手続きスケジュール協議等）
- 加入者向けツールセットへの注意喚起文書差し込み（文書作成、企業連絡）・社内WEBシステム変更登録
- RKへの各種申請

このほか、当該DCMMFをデフォルト商品としていた際には、デフォルト商品変更に伴う負荷（新たなデフォルト商品の決定・加入者等への周知徹底、規約の修正等）がある。

MMFが償還ということだが、どれぐらいの事務負担が生じているのか③

DCMMFの償還に向かった現状

- DCMMFは終了のタイミングによる損益が発生しないため、影響は限定的だが、運営管理機関、事業主共に社内外のツールを使って事実周知に努めているが、償還まで約2か月であるものの自発的に商品変更に至っている加入者等は現状1割程度。
- これらを勘案すると、今後変動商品も含めて商品除外を行うことになれば、かなりの混乱が予想され、また、労力・コストがかかることが予想される。

現在のいわゆるデフォルト商品の選定にあたっての基準・考え方、考慮要素

- 何らかの事情で運用指図しない加入者の受け皿となる商品として「資産の名目価値を長期的に保持するため、元本割れしづらい商品かどうか」という観点や、「商品特性が加入前に既に理解されている」という理由で決定されていることが大半。
- 実務的な観点として、想定利回り等プランの個別事情を踏まえつつ労使合意を進める上で、従業員側の理解を得られやすい商品である点も考慮している。
- 一方で、**インフレリスクへの対応や更なる運用利回りの享受等を考慮し**、法令解釈通知にあるような「株式や債券など複数の資産の組み合わせによりリスクが分散され、**資産分散効果や時間分散効果が得られる運用方法**」を未指図商品に選ぶプランも**徐々に増加**してきている。

実際に提示しているデフォルト商品の実態

受託先プランにおけるデフォルト商品の状況 (2016年12末現在、3RK*合算値)

- 現状では、元本確保型をデフォルト商品とするプランが96%超。

デフォルト商品の 運用の方法の種類	採用率
預貯金	64.1%
生命保険商品	5.2%
損害保険商品	27.0%
投信・金銭信託	3.7%

注：プラン数を分母としている（加入者数基準でない）

*JIS&T、SJNKDC、SBIベネフィット・システムズの3社

NRKについてはシステム上、デフォルトファンドの設定がないため当該データに含まれず

- 現状デフォルト商品を元本確保型としている主な要因

- ① 商品性が加入者に理解されやすい。
- ② 一時的な措置*1ということで元本確保型をデフォルト設定しているプランもあり。
- ③ 制度の個別事情*2等を勘案して元本確保型をデフォルト設定している場合もあり。

*1 休職等のやむを得ない事情により投資教育を受けられない、又は自ら手続きをすることができない加入者が運用指図をできるまでの対応

*2 「0%の想定利回り」、「加入者のリスク許容度が低いと事業主が感じている」等

デフォルト適用に関するRK別のフローの実態①

NRK陣営に対して、全員が必ず指図しなければならないのでデフォルト設定はないという風に聞いているが、現実には全員から指図を受け入れるのは困難ではないかと思料。その場合に実際にはどのように対応しているのか

- 実務上では、NRKにおいてもデフォルト設定があるプランとないプランが存在。
- 基本的に加入者全員からの指図を取り付ける運営を実施。ただし、休職等で運用指図のできない加入者が発生する恐れのあるプランについては、デフォルトファンドを設定している場合もある。
- 現行のNRKのシステムは「加入登録時の運用商品登録を必須としている」ため、加入登録時点で運用商品を選択していない加入者については、デフォルト商品を仮登録し、初回入金までに運用指図を促す事務フローとしている。
- 公布後2年以内案件施行時における指定運用方法及び未指図管理資産に関するシステム開発は、これまでにない大規模な開発となり、開発が完了するまでの期間、出来る限り運用指図を呼びかけるなどの運営を実施する必要があるため、制度運営に大きな支障が生じる。

デフォルト適用に関するRK別のフローの実態②

JIS&T陣営での現状対応

- 何らかの事情で運用指図しない加入者の掛金・制度移行金、他制度からの移換金の受け皿としてデフォルト商品を必須で設定
- デフォルト商品が変更になると、ある時点から自動的に切り替わることとなるため、周知徹底において丁寧な対応が必要

デフォルト適用になっている加入者に対して（運管や事業主が）行っている働きかけ

大手運営管理機関の実施例

- WEBやコールセンターでの運用指図を促し、配分指定の必要性を説明した資料、運用商品の選択方法を記載した資料、配分指定書等の書面等の配布・回収を行うことにより未指図者率の減少に努めている。
- 半年毎に配分登録を促進してもらうためのメール配信を実施。
- デフォルト商品を選択する場合としない場合の手順等を解説したビラを加入時に全員に配布し、加入時教育の中でも説明を実施。また、加入者の商品分布や想定利回りとマーケット環境を踏まえて、事業主と相談し、例えば、デフォルト商品に預けたままになっており、想定利回りに達しない加入者が多い場合等は、継続教育を実施。
- 残高の通知とあわせて運用の指図を行なうことができることを連絡

<ご参考> デフォルト運用者が出てこないようにする工夫例

- 新規加入時にデフォルト運用者が発生しないよう十分な投資教育を行い、配分指定書はWEBでなく紙で手交しており、かつ全件回収を目標に取り組んでいる。

企業型における運営管理機関と企業との間の調整の実態①

(加入者属性の把握、当該企業におけるDCの位置づけ等々を踏まえて、どのように商品を決めているのか、事業主とどのような対話をしているのか)

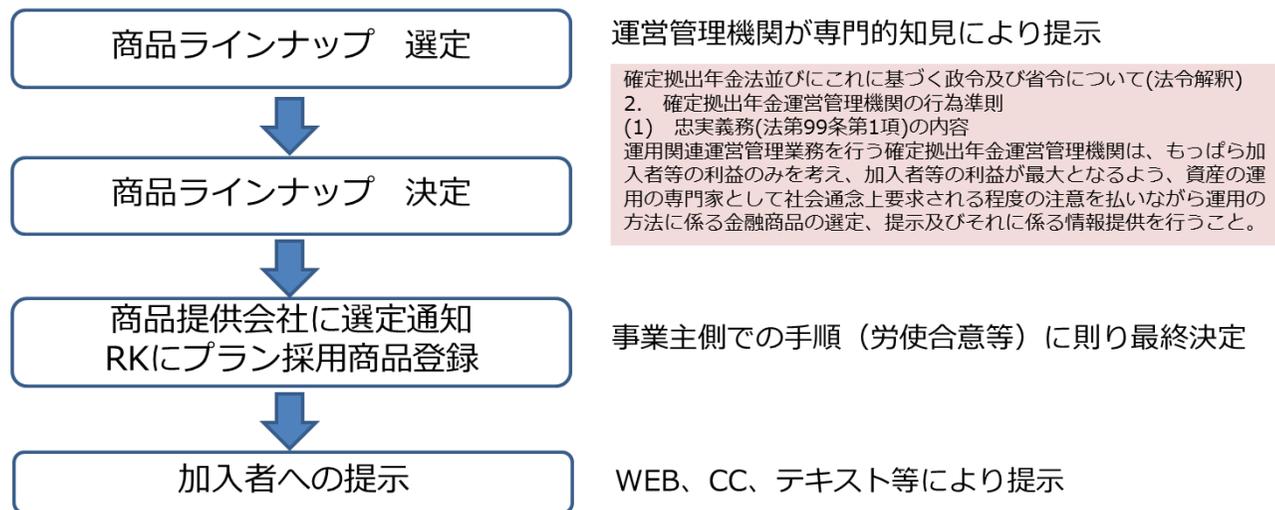
運営管理機関Aの場合：

- 加入者特性（年齢層、運用に関する知識など）や制度の位置付け（他退職制度の有無、求める利回りなど）を踏まえて選定提示を行っている。

【具体例】年齢が若い従業員が多い金融機関で投資に関する知識が高く、自ら運用することに積極的であることから、できるだけ多くのラインアップにしたい意向があり、特徴の違う商品をフルラインナップで決定（金融業：35本）

野村証券受託の際の例

商品選定～加入者への提示までの流れ



企業型における運営管理機関と企業との間の調整の実態②

(加入者属性の把握、当該企業におけるDCの位置づけ等々を踏まえて、どのように商品を決めているのか、事業主とどのような対話をしているのか)

運営管理機関Bの場合：

- DCの位置づけについては、以下の点を考慮して目標利回り・リスク許容度を判断
 - ①退職金制度か・福利厚生制度（加入者の任意加入）か →後者の方がリスク許容度が高い傾向
 - ②退職金制度全体に占める割合 →割合が低いほどリスク許容度が高い傾向
 - ③想定利回り →高いほど目標リターンが高い傾向 等

- 加入者属性については、以下の点を事業主よりヒアリングしてリスク許容度を判断
 - ①業種（金融関連の有無等）、②事業内容（海外展開度等）、③年代別構成・平均勤務年数（リスク許容度）、④男女別構成（リスク選好度）、⑤勤務形態・職種（事務系か否か等）※事業主の希望により、加入者に対するWEBアンケートを実施し加入者属性を把握することにも対応

- 上記情報に基づきベースとなる商品構成（主要4資産パッシブファンド、リスク調整用の元本確保型、運用に不慣れな方向けのバランス型商品）を決定し、目標利回りやリスク許容度に応じて、以下の商品の選定も必要に応じて検討。
 - ①主要4資産以外の資産カテゴリー（為替ヘッジ付外債・外株、国内外リート、新興国債券・株式等）
 - ②リスク・リターン水準が高めのバランス型
 - ③アクティブファンド

企業型DCにおける運営管理機関の手数料体系（特に提示運用方法の数と手数料との関係）

- 基本的に運用商品について運営管理機関が信託報酬等を受取ることは出来ず、運営管理サービスとして独立した料金体系。
- 企業型DCは相対契約であり、**プラン毎に運営管理報酬を決定**。
- 大手運営管理機関においては、**提示商品数と運営管理手数料に概ね相関は見られない**。
- 企業型DCにおける費用は基本的に事業主負担。企業型運用指図者となった際には、運営管理報酬が個人負担となるプランもある（プランによって異なる）。

投資教育のゴール・投資教育の効果検証

- 確定拠出年金における投資教育のゴールは、金融リテラシーの向上を通じた資産形成である。
- 投資教育の成果は、長期、（資産・時間）分散投資が継続的に行われているかが第一義。よって、加入者動向等の定量的な検証は可能。
- また、投資教育（継続教育）の成果の一つとして、加入者の行動実績や資産配分の変化があげられる。これは投資教育前後でWebのアクセス率やコールセンターへの問い合わせの変化といった定量的なデータで観測可能であり、事業主に対して定期的に情報を還元している。
- 事業主と相談の上、プラン特性に合わせた個別具体的な測定方法を設定している例もあり。

総合型プランの商品例

			A社	B社	C社	D社その1	D社その2	E社その1	E社その2
元本確保型		預金	1	2	3(1)	2	3	1	1
		生保商品	0	0	1	1	2(1)	2(1)	1
		損保商品	0	0	0	0	0	0	0
価額変動商品	バランス型	パッシブ	1	3(1)	5(2)	3(1)	6(2)	3(1)	3(1)
	バランス型	アクティブ	6(4)	0	2	0	1	4(2)	4(2)
	国内株式	パッシブ	2	1	2	1	1	1	1
	国内株式	アクティブ	1	3	3	0	2	2	1
	国内債券	パッシブ	1	1	0	1	1	0	1
	国内債券	アクティブ	0	0	2	0	0	1	1
	外国株式	パッシブ	1	1	0	1	1	0	1
	外国株式	アクティブ	1	0	1	0	1	1	1
	外国債券	パッシブ	1	1	0	1	1	0	1
	外国債券	アクティブ	1	0	1	0	0	2	1
	新興国株式	パッシブ	1	0	1	0	1	1	0
	新興国債券	パッシブ	1	0	1	0	1	0	0
	国内REIT	パッシブ	1	0	1	0	1	0	1
	外国REIT	パッシブ	1	0	0	0	0	0	0
	その他		0	0	0	0	0	0	0
合計提示商品数*			20(18)	12(10)	23(18)	10(8)	22(17)	18(13)	18(14)

*カッコ内数値はシリーズ商品を1本としてカウントした場合の本数