

・当社は親会社からの転籍社員を半数近く擁する会社であり、減少しつつあるもの、これ等の者は適格年金を保持するので、確定拠出年金制度はプロパー社員のみを対象として導入したものである。

・出来るだけ多くの社員に確定拠出年金の内容を熟知してもらい導入に取り組むため、当初から組合常任部と会社側10名程度での検討会を設定した。検討会は、結果として2年半で専門家を講師として招請して開催されたものが10回程度、組合と会社側との自主的な勉強会形式のものが10回程度実施され、非常に細部にまで問題点突き詰められ、導入を図ることが出来た。当初から労使協調して取組んだこの検討会は、確定拠出年金制度を新設する上で大変効果のあるものであった。

・退職一時金を確定拠出年金と退職一時金に分割するに際しては、

イ. 導入時点においては、移行者各人の導入前退職一時金の額を低下しないよう算定する

ロ. 当社の資格等級制は15等級に分けられており、15段階の等級全体は同率で等級ごと1人当たり退職引当金を算出して、この引当金を下回らない掛け金を見出す

ハ. 上限額は法令に基づいて定める

というようことから、確定拠出年金と退職一時金との比率もほぼ固定した。

・資格等級ごとへの掛け金は、各等級の給与を均等に算出し、その算出額に401kではないが、米国のマネーパートナーズプランの実質的な拠出率を適用し算定した。

・資格等級は、業績評価により昇格が決定されるものであり、資格等級に合致した掛け金とすることにより、各人の業績成果はより明確なものとなった。

・加入対象社員はプロパー社員であるが、導入に際しては、50歳以上のプロパー社員以外は全員加入者とした。14年7月の導入時、740名の50歳未満の社員と50歳以上で加入を選択した者が9名おり、750名ほどの加入者となった。50歳以上の社員を選択制にしたのは、60歳までの運用期間が短いことを考慮し、退職一時金と確定拠出年金の選択制としたわけであるが、ほぼ半数が確定拠出年金を選択した。確定拠出年金を選択した者は、未だ50歳を越えて僅かな年数を経た者であるが、確定拠出年金制度への関心の強さを示していた。

・過去の移換資産については、導入年度の14年度を含めて8年間に亘り分割移行することとした。

④ 導入した確定拠出年金の仕組み

・対象者：導入時点で当社の社員を大きく分ければ、

プロパー社員

出向社員

転籍社員

になるが、出向社員と転籍社員は親会社の適格年金を保持しているため、確定拠出年金制度の対象外とし、プロパー社員の50歳未満の者及び50歳以上で確定拠出年金を選択する者を対象とした。

・掛け金の算出方法：資格等級別1人当たり平均退職引当金を算出し、上限額を維持し

得るのは退職一時金の何%かを算定し枠を設定した。

1等級から15等級までの等級間給与較差を算出し、その額にマナーチャェスプランの実質的な拠出率である5%を乗じたものが同等の等級間差額を決定した。1等級の給与額を基準に15等級まで上記同額差で上積み算定したものが各等級の掛け金である。しかし、

○上限額は上回らない

○掛け金が退職引当金からの移行額を下回らない

ことと若年層社員への将来性を考慮し、掛け金に会社から若干のプラス α 分が加味された。

- ・業務委託の状況：投資教育の設計、投資教育における制度説明は自社で行い、運用方法（商品）の選定については運営管理機関と協議し委託、投資教育の実施、コールセンター、web、資産管理等は下記に委託する。

運営管理機関：第一生命保険相互会社

記録関連運営管理機関：JIS&T

運用関連運営管理機関：確定拠出年金サービス（株）

資産管理機関：資産管理サービス信託銀行（株）

・運用商品の数：預金（元本確保型1・それ以外0）

生命保険（元本確保型1・それ以外0）

投資信託（元本確保型0・それ以外8）

3. 投資教育について

- ① 企業における投資教育に対する基本的考え方（運営管理機関との役割分担、事業主として実施する事項等に関する企業としての考え方を含む。）
 - ・導入時や導入後の投資教育は、これまで関心の無かった加入者に必要で適切な情報提供を行い、確定拠出年金の重要性、必要性を理解させて会社として目指していた目的を達成するために当然のこと、また重要な責務であると考ええる。
 - ・社員が一律に理解するということは無理な話であるが、どの程度まで理解しているかを察知し、その程度によって全員集合説明会形式で行うか、関心の低い者・確定拠出年金に関しての知識レベルが低い者のみを集めて行うか、その手法を変えて実施することが、実行側からは容易な方法となるであろう。
 - ・一方、確定拠出年金においては、自己責任・自助努力による資産形成が導入に大きな理由を置いており、その積極性が資産のプラス・マイナスを左右すると言っていることからすると、加入者本人の自己研鑽が大きな意義をもっている。
 - ・しかし、確定拠出年金に無関心・無知な者が確定拠出年金を始めようとしても着手できないであろうし、関心の度合い・知識レベルを高めることが難しい。そのためには、直に接したある段階までの投資教育によるレベルアップを図り、そこから加入者本人の自己研鑽も可能性を帯びてこよう。
 - ・事業者の責務、加入者本人の自己研鑽、加入者の関心の度合い・知識レベル等を考慮すると、スイッチング等を全く行わない無関心層・知識の低レベル層に対する投

投資教育の全員集合形式での実施、ある程度の関心をもった者・知識をもった者に対する選択制での集合形式による投資教育、強い関心をもった者・高レベル層に対する確定拠出年金情報、金融情報、商品情報等の送付による自己研鑽を期待する等の段階をもったものも基本的考えの一つと思う。

② 投資教育の具体的取組

・投資教育の内容 (イ) 制度導入時

対象の殆どの者が、金融、投資に関しては無頓着であると捉えたが、説明会のテキスト配布等の事前準備を実施することとした。したがって、投資教育受講者が内容について無頓着であればあるだけに事前準備をしても見逃される可能性は強いと考えたが、導入から2ヶ月ほど前の確定拠出年金制度導入の周知、社内報による概略説明と数種のテキスト配布等を行い、本人がその気になっておらずとも、周囲の雰囲気からある程度準備に立ち向うよう投資教育の環境作りを取組んだ。

○説明会

- ・全プロパー社員を対象に1ヵ月半ほどの間に12事業所で22回実施。
休職中の者も最寄の事業所に向いて聴講しており、対象者で受講できなかった者は入院中の1名のみ。
- ・投資教育の時間は、2時間半から3時間程度としていたが、実際の説明会は毎回午後1時半から5時半くらいまでは要しており、これでも時間が不足した場合には質問者だけが残って講師と対談。4時間以上に及んだ説明会は半数以上。
- ・講師は最初の3～4回は人も変わっていたが、その後当社として望ましい講師として運用関連運営管理機関に依頼し、同一講師に統一してのご説明を願った。制度導入時の投資教育は対象者には無関心を予想させるものであったが、誰一人眠気を見せることも無く、真実に取組んでいた。
- ・説明会の内容としては、初期段階におけるＤＣの仕組み、資産運用等の知識習得に当るためＤＣを物語るビデオで全貌を把握。
当社の対象者には若年層社員が多いため、ライブプランを十分に理解させ、対象者各自に自ら試算させてＤＣ制度の必要性を強く意識させると共に、当社のＤＣ制度に適合したモデルを設定して、各自が加入した場合の受給額を想定させた。また、この制度、モデルの説明については、投資教育を開始する以前に社内報に掲載し、若干関心を高めたと共に功を奏したことがある。

○その他

- ・上記のように、導入以前に社内報にモデルによる受給額が10、20、30年後の対象者などのようになるかを想定したものを掲載したが、その後はコールセンター、webを継続している。

(ロ) 新規加入時

○説明会

- ・新卒入社者及び中途入社者約30～50名を対象に実施。

- ・ 4月の新入社員研修時点においては、確定拠出年金関係で遺漏してはならないポイントのみを指示。
- ・ 10月の会社業務に馴染んできた時点を見計らって、3時間ほどの投資教育説明会を実施。
- ・ 投資教育メニュは導入教育時と同様なものであるが、対象者は20歳前後の者であるだけに説明内容は簡易なものとなる。しかし、若年層であるだけにライフプランに対しては関心をもたせる詳しい説明が必要であった。
- ・ この説明会は2日間行った研修会の中で開催したものであるが、全員関心をもって取組んでいたと感じられる。

(ハ) 継続時

○説明会

- ・ ①の考え方で申し上げたように、スイッチング等を全く行わない無関心層・知識の低レベル層に対する投資教育の集合形式での実施、ある程度の関心をもった者・知識をもった者に対する選択制での集合形式による投資教育等を実施すべきだと考えているが実施に移せないでいる。

○情報の提示（対象者全員に送付）

- ・ 各人の確定拠出年金取引状況のお知らせ（定期的）
- ・ 確定拠出年金のてびき
- ・ 確定拠出年金Q&A
- ・ 確定拠出年金制度用語集
- ・ コールセンターやwebの利用案内

○コールセンター・web

- ・ 制度導入当初、コールセンターやwebの利用回数は1ヶ月300件を超えていたものが、2年半を経た現在では50件程度となり、全体的に関心の薄れてきていることが明白である。
- ・ そのため、情報提示の一つにコールセンターやwebの利用案内も入れていく状況にある。

・ 投資教育の課題、その他

○投資教育の法制化

- ・ 導入時の投資教育は、その道理からして実施することの必要性を誰にも知らしめるものであるが、継続教育の努力義務となると思考力は高くとも実行力は低下してしまう。条件を付けた投資教育の法制化を考えるとどうか。
- 導入時には、加入すれば間もなく専業主婦を迎えるような人たちも投資教育に参加していたが、希望をもって臨ませなかった。

以上

「トヨタ自動車株式会社」の投資教育の事例について

1. 企業のプロフィール

名称：トヨタ自動車株式会社
設立年月日：昭和12年8月28日
業種：自動車製造業
従業員数：平成16年12月31日現在
78,080名（管理していないため男女別の人数回答は不可）
平均年齢：38.7歳

2. 導入している年金制度等について

① 企業年金等の導入状況（平成16年12月31日現在）：

	〔給付費の割合〕	〔加入者数〕
・退職一時金	37.5%	68,414名
・確定拠出年金	12.5%	58,568名
・企業年金基金	50%	68,414名

② 確定拠出年金制度の導入理由：

- ・主な導入理由は、公的年金縮小への備えと、社員の自努力・自己責任による資産形成のサポート。

（退職給付債務の削減に関しては、移行割合が小さいことから、会計上影響は小）

<導入にあたって苦労した点>

- i) 労働組合との交渉
 - ・当初、労働組合は、今すぐ導入することに強い疑問を示した。しかし、話し合いを進める中で、公的年金の縮小は既に始まっている事、できるだけ早い時期からの制度の準備が必要である事、社員にとっても有利な制度である事、を説明、ついに合意に至ったという苦労があった。
 - ・このため、条件面で、移行割合を低めに抑えたり、極力リスクをとらない選択肢ができるようにしたり、きめ細かい社員教育を行っていくこと等が議論の中心となった。
- ii) 従業員への説明
 - ・6万人を超える社員が世界各地で勤務しており、導入教育には時間とコストを要した。
 - ・また、投資に関する関心度の低さ、抵抗感の強さなどもあり、理解活動には時間をかけることとなった。

③ 導入前後の体系図及び制度改定の考え方

[導入前]

退職一時金 (50%)	
(旧)基金の加算年金 (50%)	

[導入後]

確定拠出年金 (12.5%)	
退職一時金 (37.5%)	
(現)企業年金基金 (50%)	

・ 現行の退職金制度を維持することを前提とした。従って、確定拠出年金への掛金額を退職金から控除していき、最終的に割引額の累計を退職金から控除する方法とした。

④ 導入した確定拠出年金の仕組み

対象者：・原則として、全ての社員。

・ 導入時の特別対応として、(2002年7月1日時点で)55歳以上であった社員については、従来の制度(退職一時金)との選択制を適用。

(定年退職まで5年未満という運用期間の短さを考慮。実際、55才以上で加入した人はごく少数。)

掛金の算出方法：・資格に応じたDC基礎給をいったん設定し、これに対して定率で掛金を設定。

・ 掛金額は、最低が1,000円/月から始まり、部長クラスで17,000円と、(04/10改定前)の法定範囲内で設定。

・ 技能職のほぼ全員が最終到達する資格(EX級)をモデルとして、約400万円程度が貯まるよう、退職金カーブ等を考慮しながら設定。(平成6年年金制度改革による老齢厚生年金の支給開始年齢引上げに伴う、定額部分の減額分に相当)

業務委託の状況：・運営管理業務のうち、運用商品の選定と提示、加入者教育については自社が実行。それ以外の運営管理業務については、野村年金サポート&サービス(当時、野村DCプランニング)に委託。

・ 当社との窓口は、野村年金サポート&サービスに一本化した上で、同社から記録関連業務はJIS&Tに再委託。コールセンター運営は野村ファンドネット証券(現在は野村年金サポート&サービスに統合)に再委託。

・ 資産管理機関は、基金の業務との一元性を考慮して、三井アセット信託銀行とした。

運用商品の数：・運用商品選択では、有利で信頼性高い運用商品で、分かり

易く、分散投資しやすいシンプルな商品構成となるよう留意して、下記3つの観点から判断。

- ・コスト(信託報酬等)
 - ・品質(トラッキングエラー、運用手法等)
 - ・安全性(資産規模、格付等)
 - ・併せて、中立性を重視。会社(トヨタ自動車)本体が運営管理機関として、労使で検討して決定。
 - ・運用商品は合計7本。
 - ・定期預金は2本。ペイオフを考慮して2つの銀行を留意。
 - ・MMFは1本。
 - ・インデックス型投資信託は4本。
(国内債権、国内株式、海外債権、海外株式、各々より1本ずつ決定)。
- 特性の違う4つのマーケットのパッシブ商品のみを留意して、加入者自らがそれらを組み合わせる方針とした。既製のバランス型商品を採用することに比べて、この方法によりコストは相当安くなった。また、この方法の方が分散投資の意味もわかりやすいと思われる。

3. 投資教育について

①投資教育に対する考え方：

- ・自己責任、自助努力と言っても殆どの従業員にとって投資は初めてであり、仕組みの理解、会社からのメッセージ、従業員への期待をしっかりと理解していただくために、必要と思われる項目について、分かりやすいツール整備を心がけ、きめ細かい教育となるよう配慮した。
- ・投資教育については、主催・企画とも会社が実施。
- ・運営管理業務の委託先からは、主に教育ツール(テキスト・ビデオ等)作成で支援を受けた。

<主要項目>

- ・確定拠出年金制度の具体的内容
- ・運用商品の仕組みと特徴
- ・資産運用の基礎知識
- ・時期に応じた手続き(加入時、運用期間中、退職時)

②投資教育の具体的取組：

(1)制度導入時：

<概要>

- ・資産運用未経験者が、導入商品に対し自分の資産配分ができるレベルを目標に導入教育を実施。

・2001年11月にプレ教育の位置付けで制度概要をパンフレットにしたDCガイドブックを全社員に配布することより、制度導入教育をスタート（制度導入は2002年7月）。

・具体的な進め方としては、拠点ごとに配置している人事担当者の中から「DC担当者」を登録してもらい、事前に勉強会を実施。DC担当者は各拠点の所属長を集めて説明を行い、所属長が自らの職場のメンバーに説明会を開催する方式とした。

<説明会>

・導入教育のメインとなる説明会は、労使合意後の2002年2月から3月にかけて、テキスト・ビデオを中心教材として約10人ごとの職場単位で開催。2002年3月頃に、全社で延べ約5,000回開催。

〔主要項目〕

（制度） 導入の目的、DCの仕組み、運営体制。

（商品） 商品ごとの特性

（資産運用の基礎） リスクとリターン、分散投資

（その他） 退職金との関係

<テキスト>

・構成は、制度編、運用知識編、解説編、手続編。パッケージとして配布。

<ビデオ>

・説明者によるバラツキを防ぐため、ビデオを活用しQ&Aも用意して、約1時間の内容をパッケージ化して実施した。

・職場単位で配布。内容は制度編、運用知識編のテキスト内容の説明ビデオ。

<その他>

・説明会終了後も、運用に関する資料等として、運用商品パンフレット、資産配分モデル（資産配分の具体例）を配布、継続的に情報が流れるようにした。

・加入者からの問合せ窓口として、2002年1～3月は人事部が、同年4月以降は再委託先コールセンターが対応。

<導入にあたって工夫した点>

・当時は日本の確定拠出年金自体が新しい仕組みであり、大半の従業員が投資の経験がないこともあり、教材作成は、分かり易くなるよう気を使った。教材は当社と教育機関が共同で作り上げていった。

・テキスト作成では、運用未経験者が、「見る気になる・理解できる」ように考慮した。基本的事項は、絵・図・表でイメージし、文字を極力減らした。また、経済用語、専門用語は分かりやすい表現に置き換えた。

(D)新規加入時：

・入社時に約60分の説明会を実施。現在も随時実施中。

・内容は、制度導入時の教育と同様。

・従来、制度編、運用知識編の説明ビデオを上映していたが、とかく難しいと言われる年金制度(DC制度)について短時間での説明には困難な点が多い。また、

制度導入時の教育ほどの期間を確保しにくい面もあり、教育ツールの改善を図りつつ、より分かりやすい(新規加入時)教育を検討することが必要と思われる。

(ハ) 継続時：

<概要>

- ・継続教育は、主に、ニューズレターとインターネットホームページの2本立。
- ・2002年にはセミナー形式の継続教育を設けていたが、これは、確定拠出年金だけで行っても、なかなか理解が難しい面もあり、2003年以降はライブランセミナーの一つの項目として位置付けて進めている。
- ・各配布物やホームページの位置付けを明確化して、知識の底上げを図る。

<配布物>

- ・「お取引状況のお知らせ」：商品ごとの運用実績報告（半年毎に配布）
- ・「DC ニュースレター」：加入後もDCを意識する機会を確保するために、漫画を使ったDCのトピックスなどを掲載。
毎月1回、社内で配布。
- ・「こうせいNEWS」：福利厚生情報を掲載した社内冊子。
初心者向け基礎的内容を継続的に説明。

<ホームページ>

- ・“TOYOTA DC DRIVE”：DC制度のホームページ。インターネット上のウェブサイト。
DC口座番号とパスワードにより管理。
2004年には、DC制度を分かり易くするツールとして、基礎的内容について見直し。
但し、ホームページの情報量は多く、制度に詳しい上級者も活用可能。

(ニ) 投資教育の課題：

- ・制度導入以降の教育は、加入者の資産運用に関するレベル差も開いてくるため加入者全員を強制参加とする説明会形式の教育実施は、大きな効果を期待しにくい。
- ・一方で、レベル毎の教育の設定は事業主の負担が大きい。
- ・当社の場合、現在は基本的な情報提供に重点をおいて実施中。
目に付きやすい資料を、初心者レベルの内容で定期的に発行。
ホームページでは、上級者にも便利な、最新・詳細の商品情報を掲載。
- ・継続教育については、セミナー形式は必要性を見極めつつ、コールセンター、ホームページの更なる活用策が課題。
- ・制度定着後は、加入者の関心、知識も高まり、徐々に質問の内容も多岐に渡り専門的になることは予想される。今後、一定期間経過後、継続教育の内容や商品の追加選定などの検討も必要となると思われる。
- ・また、トヨタグループ連合型DC制度を2003年1月より導入。連合で運営することにより、運営管理機関、資産管理機関、運用商品、投資教育テキスト等の

共通化がもたらすコスト低減や、各社の特徴に応じた柔軟な制度設計が可能となるメリットを享受することを狙いとした。徐々に参加企業が増えることで、メリットをより拡大できればと考えている。

以上