

2004年 企業型確定拠出年金の加入者実態調査

NPO法人確定拠出年金教育協会／フィデリティ投信

～継続教育に向けて～

<ご報告>

2004年12月14日

特定非営利活動法人

確定拠出年金教育協会

代表 齋藤順子

1. 調査目的

確定拠出年金の加入者に対してコミュニケーション実態と商品に関する意識調査を実施し、加入者の認知・理解、制度に対する受容と関与の状況を把握する。

2. 調査設計

1) 調査対象企業及び配布数、回収数:

確定拠出年金を導入してから1年以上経過している企業5社のDCの加入者 7,227名。

回収率 60.6%、有効回答数4,381名から層化抽出を行い、2,480名で集計。

2) 調査時期 : 2004年6月中旬～7月下旬

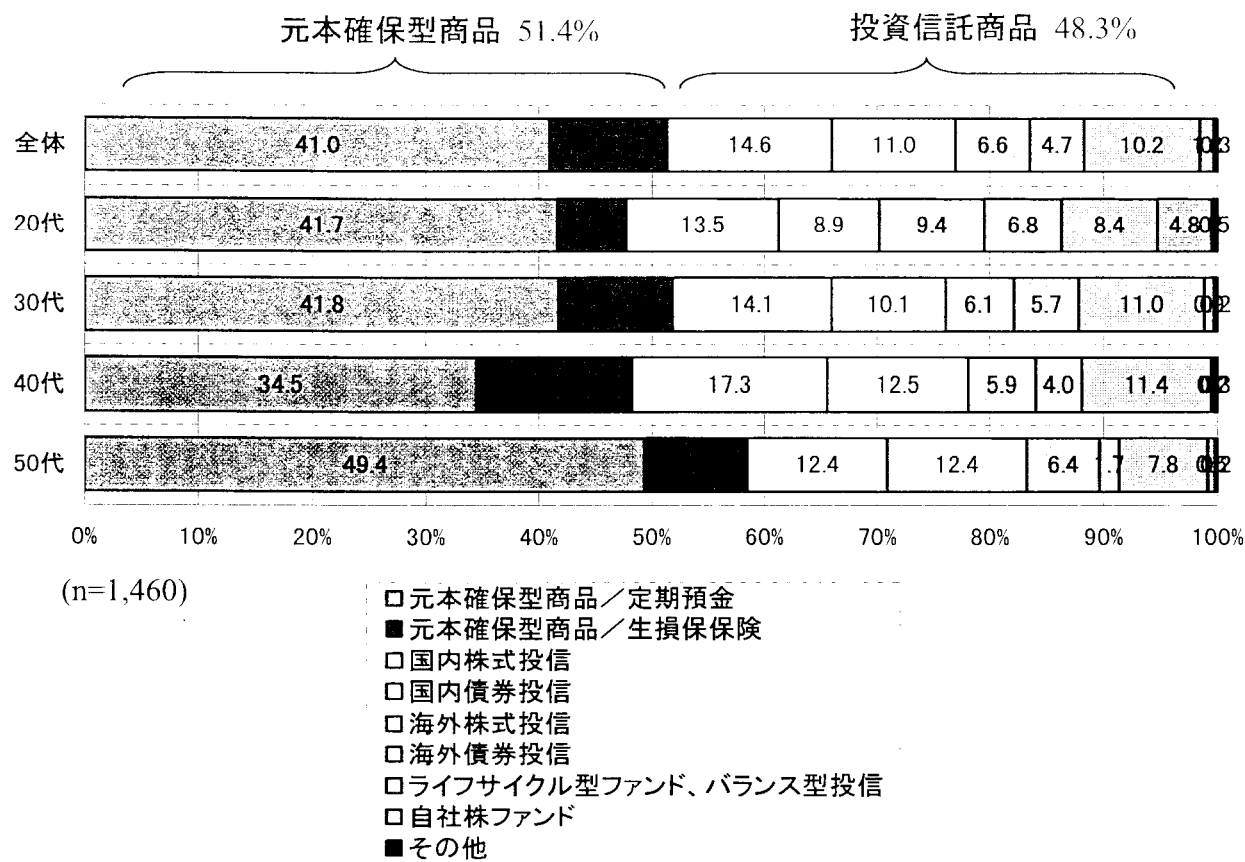
3) 調査方法 : 対象各社の総務・人事関連部にて配布回収する一括管理の社内または自宅留置による自記入アンケート方式

4) 調査実施 : 確定拠出年金教育協会 / フィデリティ投信

5) 集計分析 : 確定拠出年金教育協会 <http://www.npo401k.org>

加入者の資産残高比率

- ◆各年代層ともに元本確保型商品の選択割合が高い
- ◆50代の元本確保型志向が強い
- ◆40代の商品選択割合に特徴あり



質的格差のある層に分類

◆運用商品の選択状況によって2派に特徴づけられる

●2派の区分定義

「投資信託派(投信派)」: 投資信託の配分割合が50%以上

「元本確保派(元本派)」: 元本確保型商品の配分割合が50%以上



●それぞれの特徴

投信派

→ 投資志向があるというより、

「革新派」/ 環境変化への適応力

元本派

→ 単に保守的というより、

1. 「無党派」/ 無関心、無理解(特に女性)

2. 「確信的保守派」/ 特に50代男性

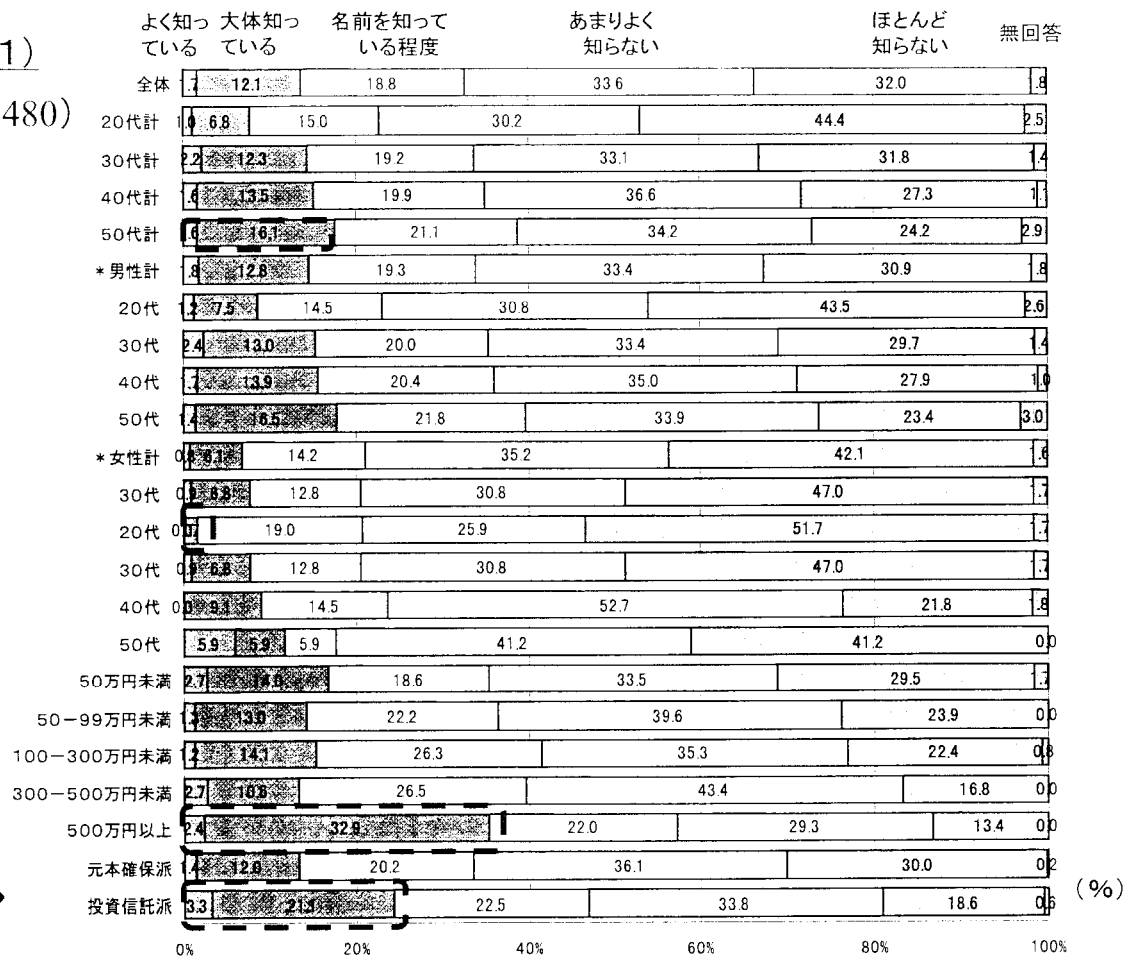
投資信託に対する理解度の認識状況

◆「元本派」と「投信派」間で投資信託の商品特性に対する理解度認識

元本派 13.4% < 24.4% 投信派
 「よく知っている」「大体知っている」

投資信託の理解度認識(Q11)

(n=2,480)

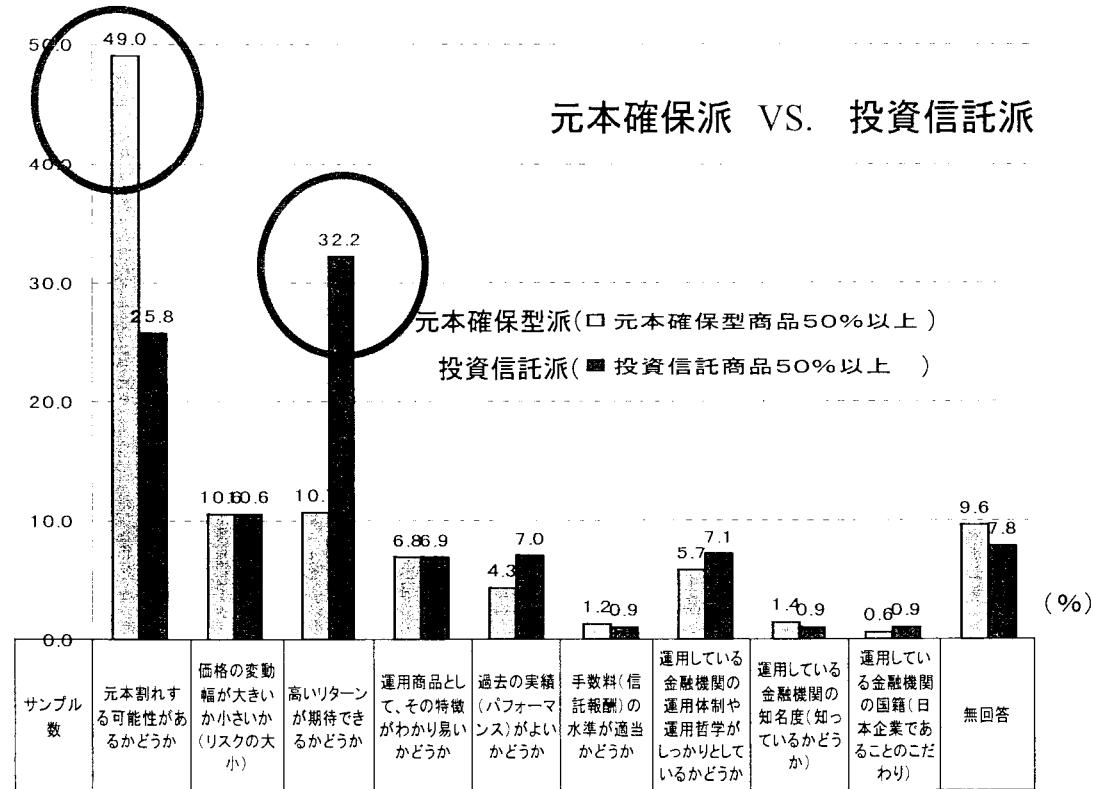


モチベーション特性

◆「元本派」と「投信派」間では、商品選択のモチベーションにも格差

	元本派		投信派
「元本割れする可能性があるかどうか」	49.0%	>	25.8%
「高いリターンが期待できるかどうか」	10.7%	<	32.2%

商品選定時での最重視項目(Q2 SQ1) [限定1項目]



(n=2,480)

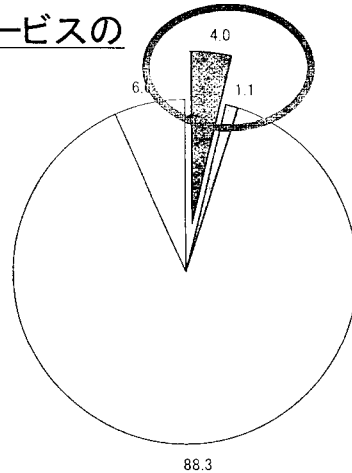
情報環境の利用状況

◆情報環境の利用状況においては職種、年齢による差が認められる

◆「加入社レポートを見た覚えがない」20代(25.9%)

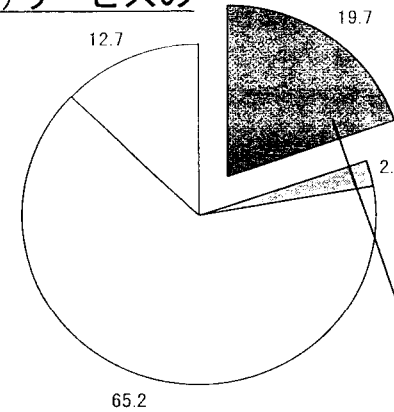
コールセンター(CC)サービスの利用状況(Q6)

- 利用したことがある
- 利用したくともできなかった
- 利用したことがない
- 無回答



インターネット(Web)サービスの利用状況(Q6)

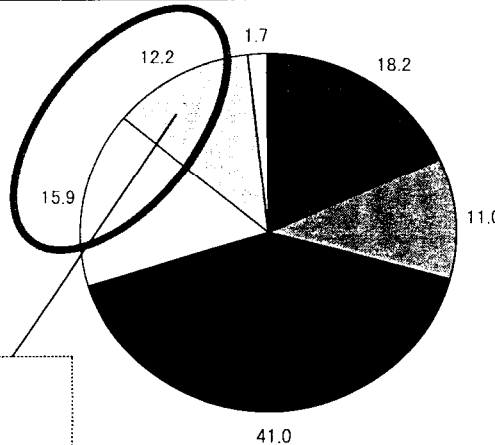
- 利用したことがある
- 利用したくともできなかった
- 利用したことがない
- 無回答



加入者レポート／資産残高明細書の評価(Q7)

閲覧状況

- 毎回よく目を通している
- 一部に目を通している程度
- ざっと目を通している程度
- ほとんど目を通していない
- 目を通した覚えがない
- 無回答

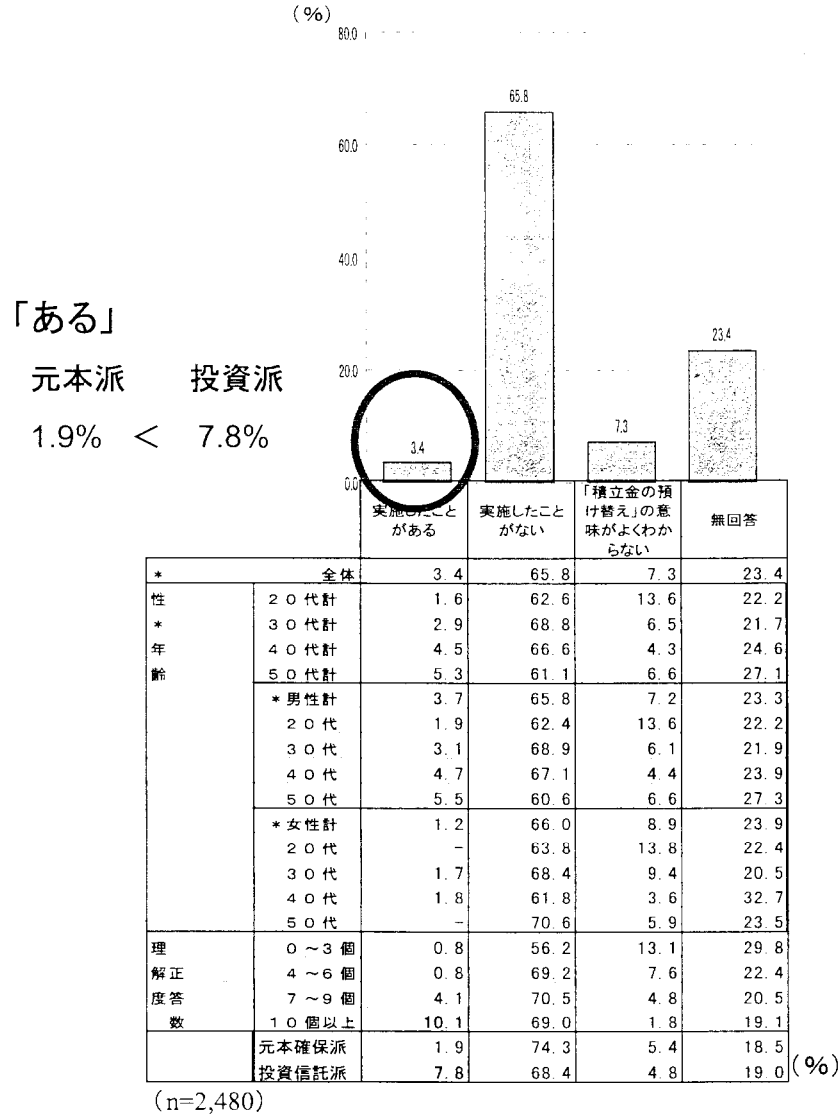


「目を通した覚えがない」
・20代 25.9% / 50代 5.0%

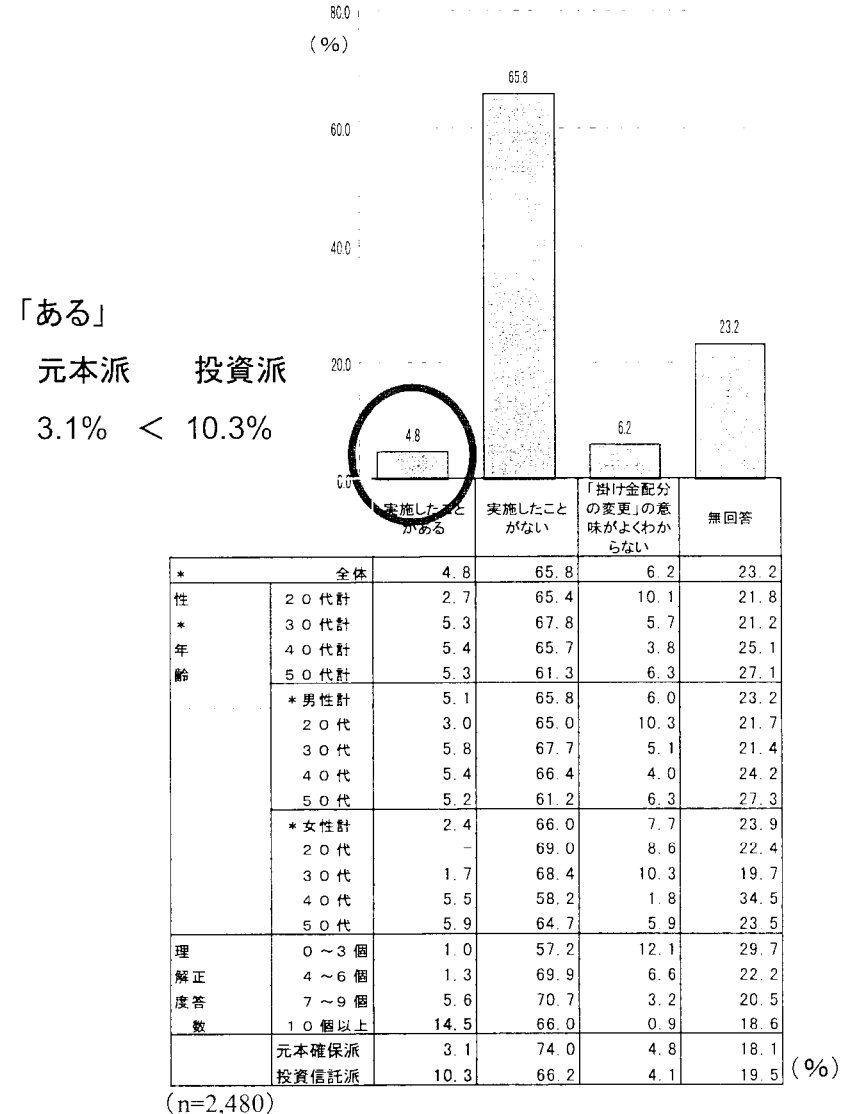
「利用したことがある」
・販売・営業 11.7% / 研究開発 50.0%
・元本派 15.8% / 投信派 37.4%

資産配分変更の実施状況

スイッチングの有無(Q4)



毎月の掛け金の配分変更の有無(Q4)

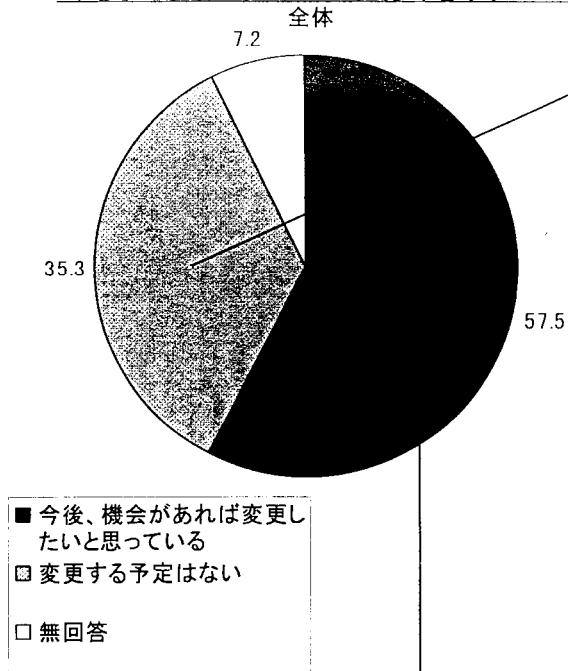


資産配分変更の意向状況

◆ 資産配分の変更意向は、およそ6割の人が持っている

◆ 変更を行わない理由は、「リスク商品をよく知らないから」(31.8%)

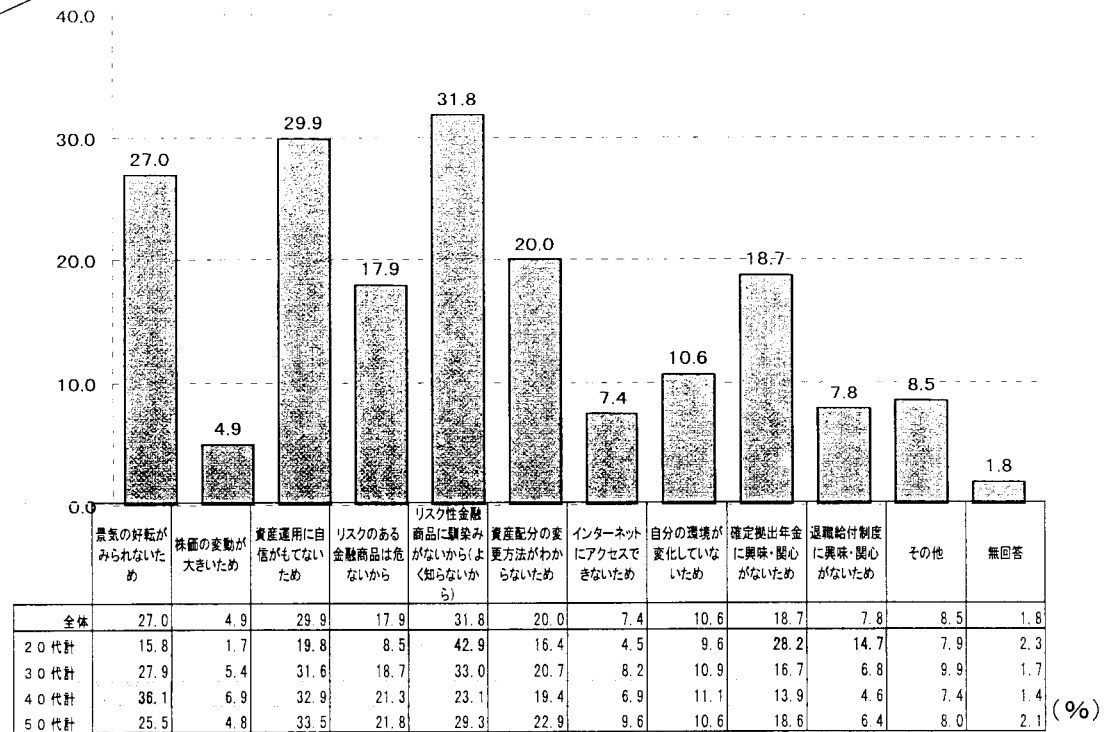
今後の資産配分の変更意向(Q5)



「今後、機会があれば変更したい」

元本派 投資派
54.5% < 71.9%

資産配分変更を行わない理由(Q5 SQ1)

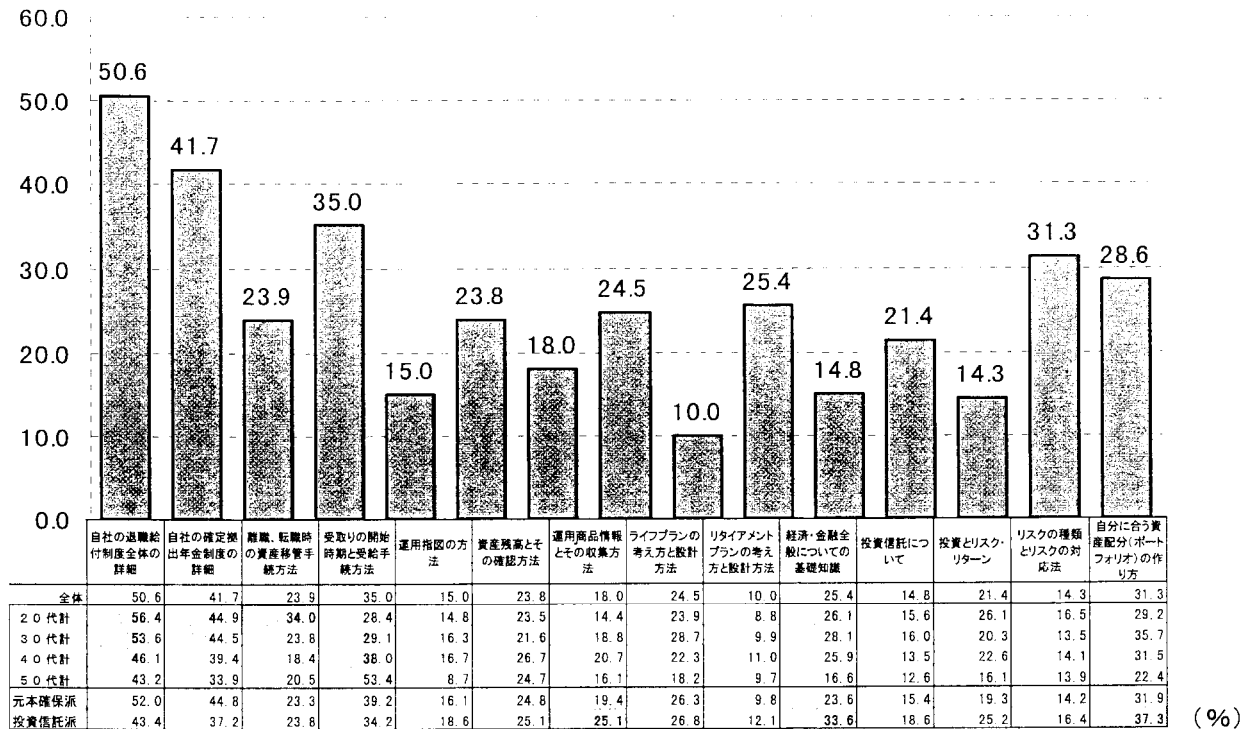


(n=875)

入手欲求が高い情報

- ◆ 全体で高いのは「自社の退職給付制度全体の詳細」といった基本情報
- ◆ 投信派は、運用実践面の情報欲求が高い

今後、入手欲求が高い情報項目(Q9)



(n=2,480)