

従業員のファイナンシャル・ウェルビーイング実現に向けた企業の対応策とは

三井住友トラスト・資産のミライ研究所 研究員
ウェルビーイング学会 ファイナンシャル・ウェルビーイング分科会 副座長
清永 遼太郎

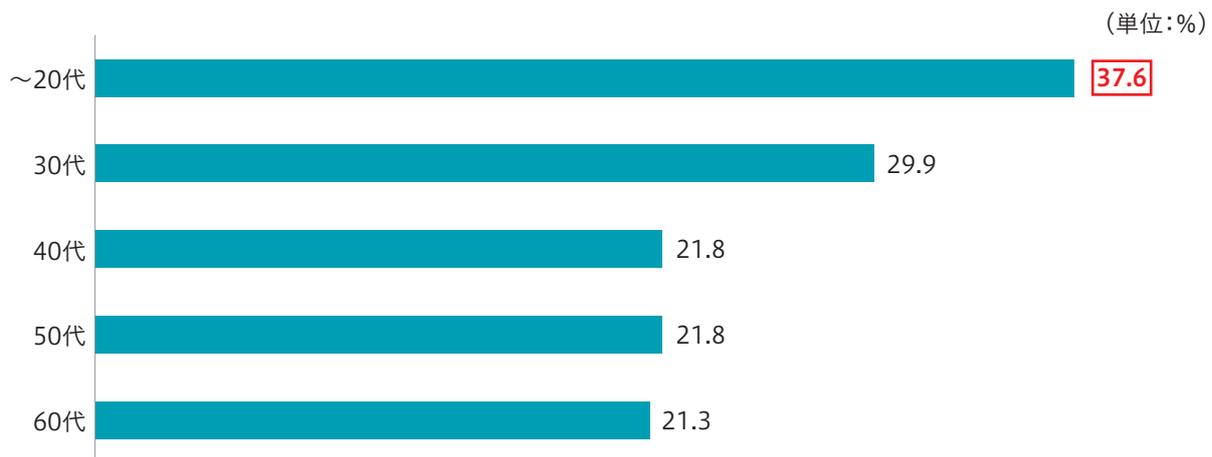
1. 令和は「従業員が企業に資産形成支援を求める時代」

三井住友トラスト・資産のミライ研究所(以下、ミライ研)では、従前より「職場」におけるファイナンシャル・ウェルビーイング(以下、FWB)に関する調査・研究に取り組んでいます。2022年に行った全国1万人を対象としたアンケート調査において、会社員・公務員に対し「あなたが就職先を選んだ際に、企業の福利厚生制度※の充実度は影響があったか」をたずねましたが、その結果が興味深いものとなっています【図表1】。

調査結果をみると、「影響があった」と回答した比率が、20代では37.6%、30代では29.9%となっており、若い世代ほど、就職先の選定に際して「資産形成をサポートしてくれる福利厚生制度※の充実」を重視している傾向が確認できました。

<※財形貯蓄や企業年金、持株会、社内預金など、貯蓄・運用のための制度>

【図表1】資産形成に会社制度の充実度が就職先を選ぶ際に影響があった割合



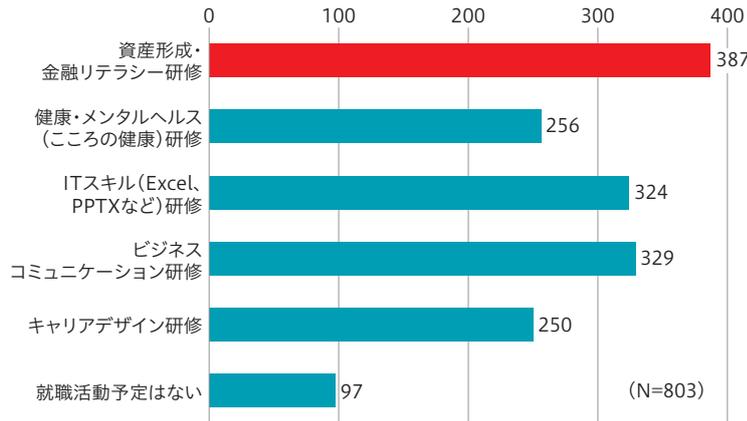
出所:三井住友トラスト・資産のミライ研究所「住まいと資産形成に関する意識と実態調査」(2022年)

このような傾向は、金融庁の調査でも示唆されています。【図表2】をみると、大学生が職場を選ぶ際に「資産形成や金融リテラシーに関する研修」の提供への期待度が高いことが分かります。また、その研修の充実度が志望度合いに影響すると答えた割合は約8割に上っています。

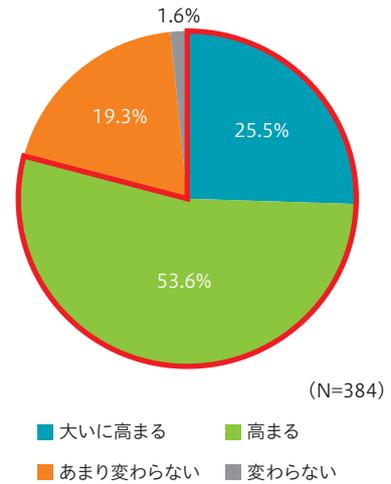
こういったデータから、若い世代にとって「職場において家計の資産形成支援(FWB向上のサポート)」が提供されるか否かが企業を選択するうえで重要な動機になってきていると考えられます。

【図表2】職域教育の重要性(学生による企業選択のポイント)

企業や職場を選ぶ際、用意してくれたら良いと思う研修は次のうち何ですか(複数回答可)



「資産形成や金融リテラシー研修」について、企業が、こうした研修を積極的に導入している場合、あなたの志望度合いはどの程度変わりますか



出所:2023年11月~12月に金融庁が行った大学生向け授業でのアンケート結果及び2023年9月~2024年2月に金融経済教育推進会議が行った大学連携講座でのアンケートより金融庁作成

2.「人的資本投資」の中で「従業員のFWB向上への支援」を考える

FWBとは、「自らの経済状況を管理し、必要な選択をすることによって、現在及び将来にわたって、経済的な観点から一人ひとりが多様な幸せを実現し、安心感を得られている状態」のことを指しますが、上記のデータからは、「従業員のFWB向上支援」が人材確保の面で一定の効用が期待できることを示しています。ここからは、企業経営の観点でFWB支援の効用をさらに考察していきます。

現在、企業経営において「人的資本経営」が注目されています。「人的資本経営」とは、従業員を「資本」と捉えて積極的に投資することで企業価値を高めていく経営手法です。昨今、労働力が希少な社会になりつつある中で、良質な人材の確保や従業員のパフォーマンス向上が、どの企業においても喫緊の課題となってきたことが背景となっています。

戦略的な人材への投資は、従業員一人ひとりの生産性アップやエンゲージメントの向上に寄与しますが、これは「スキルの向上」と「やる気の向上」に大別できます。リスクリングやアップスキリングなどの取り組みは、従業員の「スキル」を向上させるための施策といえます。例えば、DX(デジタル・トランスフォーメーション)やGX(グリーン・トランスフォーメーション)などの社会環境への対応に向けて、従業員のスキルを向上させるための資本投下(教育機会提供)などです。

一方で、「やる気の向上」のために、従業員の「ウェルビーイング」に着目した取り組みを行っている企業が増えていきます。厚生労働省はウェルビーイングを「個人の権利や自己実現が保障され、身体的、精神的、社会

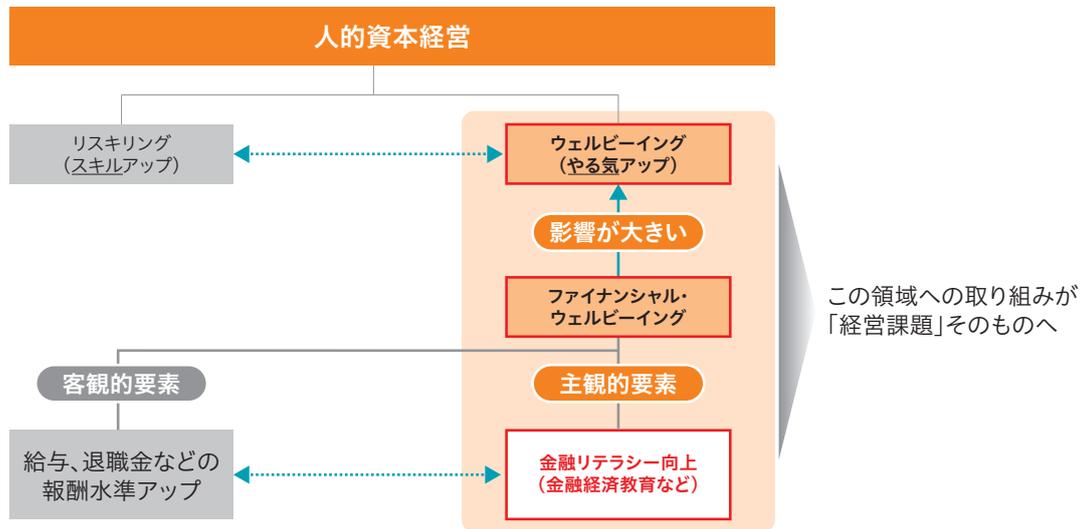
的に良好な状態にあること」と定義しており、ウェルビーイングの向上が、労働者一人ひとりの能力発揮を促すことで企業の生産性向上に寄与するといわれています。

米国のギャラップ社は職場のウェルビーイングを高める普遍的な要素として、「キャリア」「ソーシャル」「フィジカル」「コミュニティ」「ファイナンシャル」の5つを挙げています。この中で、ウェルビーイング全体に大きな影響を与えるのが「経済面での充足度」、つまりFWBです。したがって、FWBに対する支援は、従業員にとって重要、かつ従業員に安心して働いてもらう企業の目線でも重要です。

経済的な満足度を向上させる取り組みとしてわかりやすいのは、給与や退職金制度などの報酬水準を上げることでしょう。しかしながら、ウェルビーイングに寄与するのは、報酬額などの「客観水準」に加えて「今の収入で十分やっつけられる」という「主観的な感情」が大きなウェイトを担っていることが判明しています。

これをふまえると、従業員がキャリアプランだけでなくライフプランについても主体的に考え、老後資金への不安が解消し、資産形成が進むことにより、経済的側面での充足度が高まること、ひいては従業員のウェルビーイングにつながるといえそうです【図表3】。実際に、FWBに関する施策を経営の重要アジェンダととらえて取り組み、有価証券報告書や統合報告書などで投資家に開示している企業も増えてきています。

【図表3】人的資本経営におけるウェルビーイング／ファイナンシャル・ウェルビーイングの位置づけ



出所：井戸 照喜『ファイナンシャル・ライフ・エンジニアリング ―したたかに“楽しむ”！洗練された「人生の経営者」を目指して』
(一般社団法人 金融財政事情研究会)

3. 従業員のFWB向上に対する「企業型DCの効用」を考察する

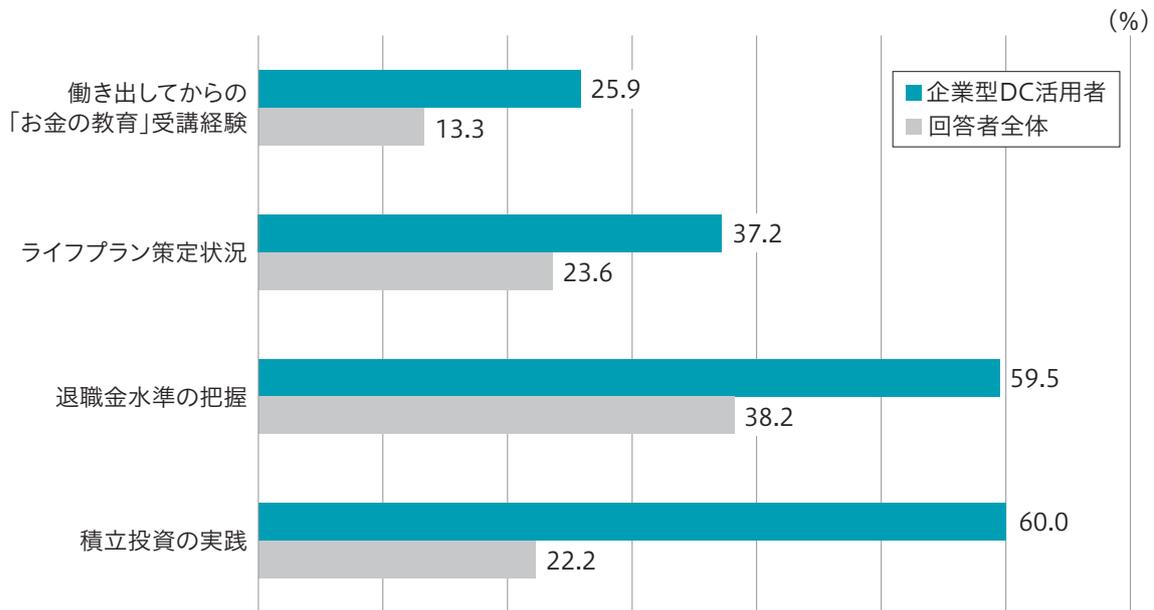
職場において従業員のFWBをサポートする仕組みの代表的なものとして、確定拠出年金(DC)制度があります。企業型DCを導入している企業は着実に増えており、2024年3月末時点で5万2千社に達し、加入者数も830万人を超えています。

企業型DCは、将来受け取るDCの資産を従業員自身が運用する制度です。このため、本制度を導入している企業では、法令上、従業員に向けて必要かつ適切ないわゆる「投資教育」を実施することが「事業主の責務」とされています。

【図表4】は、ミライ研の1万人アンケート調査において、「DCを活用している」と答えた767人と回答者全体を比較したものです。これを見ると、DCを利用している人の方が、社会人になってから「金融教育を受けた」という割合が高く、自身の「ライフプラン策定」も進んでいます。また、「自分の退職金額の把握」にもつながって

いるうえ、世間平均の約3倍の方が「積立投資を実践している」と回答しています。これらのデータから、企業型DCがDC加入者の「金融リテラシー向上」と「資産形成の実践」を促進していることが確認できます。

【図表4】企業型DC活用者の金融に関する意識・行動の特徴



出所：三井住友トラスト・資産のミライ研究所「住まいと資産形成に関する意識と実態調査」(2024年)

従業員に対して企業が提供している資産形成の支援策としては、DCを筆頭に、財形貯蓄、給与天引きでの積立投資制度、職場積立NISA、持株会など様々です。これらの制度の特徴は「積立てが給与天引き」であり、従業員サイドの手間がかからない形になっていることです。資産形成の基本は、収入からあらかじめ資産形成に回すお金を先取りし、残りのお金で家計のやりくりをする「先取り貯蓄」ですが、これらの制度は先取り貯蓄を仕組み化した有効な資産形成手段といえます。

4.職場における金融教育で生じている『ミスマッチ』とは？

会社制度として企業型DCや各種積立制度を導入し、従業員の資産形成を実践する制度(ハード)と、金融リテラシーを向上させ行動変容を促す投資教育(ソフト)を両面でサポートすることは非常に効果的であることが確認できました。一方で、人的資本経営における本質的なFWBの向上支援を目指すのであれば、“制度の導入のみ”では十分な効果が期待できないことも留意点として浮かび上がってきます。

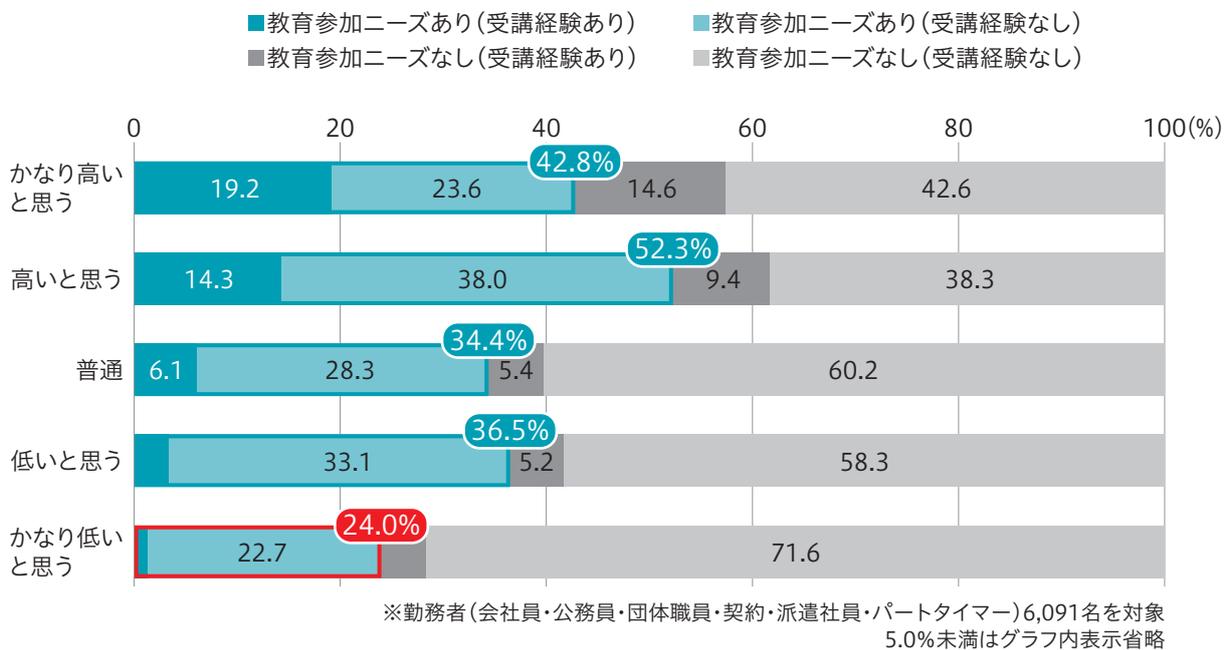
【図表5-1】は、ミライ研の2024年調査において、回答者自身についての金融リテラシー度の評価と、金融教育に関するニーズをクロス分析したものです。「自分は金融リテラシーが高い」と自認している人と、「低い」と感じている人を比較すると、「かなり低い」人における金融リテラシーセミナーの受講ニーズが一番小さいことが確認できました。また、お金に関するアドバイスニーズに関しても、金融リテラシーが「かなり低い人」のアドバイスニーズが一番小さいという結果となりました【図表5-2】。

一般的には、金融リテラシーが低いと自認している人であればあるほど、足りないことを認識しているため、金融リテラシーについて情報を自ら求めたり、お金に関してのアドバイスを第三者に求めたりするのではないかと想像しますが、上記の結果からは「金融リテラシーが低いと思っている人ほど、金融リテラシー

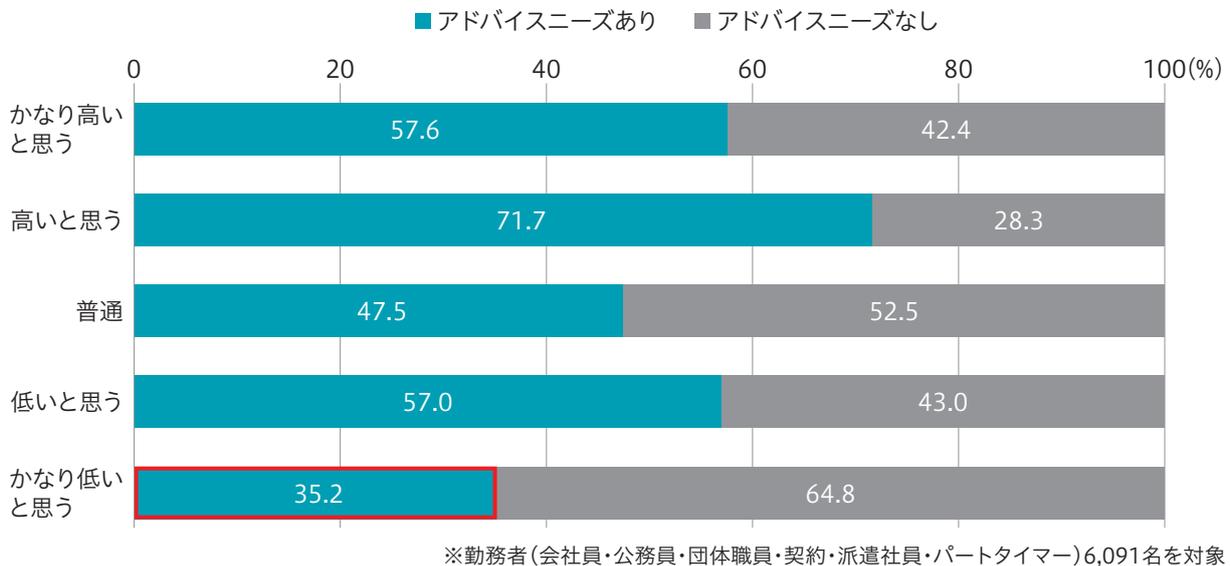
を求めない、第三者にお金に関するアドバイスも求めない」という傾向があるということです。

この傾向は、企業が従業員のFWBの向上支援策を講じる際に大きな“ミスマッチ”を犯してしまうリスクを示唆しています。具体的には、企業が従業員に向けた金融教育を実施すると、金融リテラシーの高い層の参加は期待できる一方で、本来「是非受講してほしい」と企業側が願っている金融リテラシーが低い層は、そもそものニーズが低いことから参加率が低くなり、本当に金融教育を届けるべき従業員にリーチできないという“ミスマッチ”が生じる可能性があるということです。また、教育内容の観点では、低リテラシー層の「金融リテラシーの底上げ」を図る狙いで、「初めの一步」的なプログラムを提供しても、参加した高リテラシー層にとっては、「こんな初歩的なことは十分に理解している」とレベル感の“ミスマッチ”が生じて、今後の金融教育への参加の妨げになるおそれもあります。

【図表5-1】金融リテラシー自己評価別 金融リテラシーセミナーへの参加ニーズと過去参加経験



【図表5-2】金融リテラシー自己評価別 お金に関するアドバイスニーズ



出所:三井住友トラスト・資産のミライ研究所「住まいと資産形成に関する意識と実態調査」(2024年)

これらの“ミスマッチ”には、どのように対応すればよいのでしょうか。

この点に関しては、OECD/INFE(金融教育に関する国際ネットワーク)が2022年に公表した“Policy handbook on financial education in the workplace”(「職域における金融教育の実施手引」)の、「職域における金融教育を開発・実施するための実践的アプローチの提案」にある下記の総括の中にヒントがあります。

▼職域における金融教育への戦略的・協調的アプローチを促進する

- 協調的・戦略的金融リテラシー・フレームワークのターゲットグループに従業員を含めることを検討する
- 従業員や職域を対象とする金融教育の開発を支援する協調メカニズムを作る
- 複数の関係者の意見を統合することで、政策立案や金融教育プログラムの設計において雇用者と従業員双方の希望やニーズが考慮されるようにする

▼雇用者の関与を支援する

- 雇用者に対し従業員に金融教育を提供している実践例を強調する
- 企業における社会的責任や競争意識(public champions)を活用する
- ガイダンスやツールの提供を通じて雇用者に協力する
- 公的機関の従業員向けプログラムを実施することで先事例とする

▼従業員の参加を促す

- 金融教育に対する関心と意欲を高めるための優れたコミュニケーション施策を設計する
- 報酬や修了証などのインセンティブを提案する
- 個人の経済的な問題について話し合うための安全な環境を作り、同僚間のサポートを強調する

▼金融教育プログラムの設計と実施・完結型とし、エビデンスを重視

- ニーズアセスメント診断を実施し、金融教育のニーズと従業員内の経済的脆弱層を特定する
 - 本格導入前にテスト運用を行う
 - プログラムの影響と効果を評価する
- 従業員の行動変容を優先したプログラムの組み合わせを提供する
 - 様々な金融教育手法を活用する
 - 行動の変化を支援するために、金融教育に行動インサイト(behavioural insights)を活用する

この手引きは、OECD加盟国において、職域での金融教育の設計と実施に関心を持つ政策立案者や関係者に向けた提案であり、重要な示唆を含んだものです。

具体的に、手引きの中の【従業員の参加を促す】を企業の取り組みで考えてみますと、研修参加に腰が重い層に参加してもらうために、新入社員や一定年齢の方を対象とした研修など「参加必須」の研修プログラムに金融教育を組み込む、会社の人事関連の研修などに位置づけ自己啓発プログラムの単位認定をする、社内でお金について気軽に相談できる窓口を設置し周知する、スマートフォンなどを活用した金融教育の実施といった「取り組みやすい環境の整備」を行う、など、様々なアイデアがイメージできます。

また、制度面におけるFWB支援の工夫として、各種積立制度や持株会に対する奨励金の付与による“積立インセンティブの付与”や、株式報酬制度の活用による、「所属している企業の持続的成長」が「従業員自身の資産形成」にプラスになるのだという意識の醸成策などが考えられます。株式報酬制度は、従業員が

企業の成長に直接関与する意識が高まることにより、従業員エンゲージメント向上やリテンションの観点でも効果が期待されます(※)。

(※) 日本経済団体連合会 2024年1月16日付「役員・従業員へのインセンティブ報酬制度の活用拡大に向けた提言」より

なかでも企業型DCは、資産形成面の税制優遇がある“優れた器”であることに加え、事業主による投資教育の提供やDCコールセンターへの個別相談も利用できることから、FWBの向上支援に大変適した枠組みだといえます。しかし、DC投資教育においても、任意参加による“この指止まれ”型の開催方法では、「教育を受けてほしい従業員」の参加促進する点では十分とはいえないかもしれません。各従業員の金融リテラシー度や家計のコンディションが様々であることを考慮のうえ、複層的に教育プログラムを提供し、「受講してほしい従業員」に教育機会が行き届くためのプログラムの策定・実施が一層重要になってくるものと考えられます。

5.おわりに ～FWB向上に向けた取り組み～

ミライ研の2024年調査において、「お金に関して(第三者への)アドバイスを求めている人」にその理由をたずねたところ、回答者のうち「金融リテラシーが低い人」が挙げた理由のトップは「お金の使い方や貯蓄・投資に関心がないから」となり、これまで述べてきたことを裏付ける結果でした。一方で、第2位は「アドバイスを受けることが面倒だから」、第3位は「どこに(誰に)問い合わせればいいのかわからないから」という、“心理的なハードル”や“迷い”の声が多くありました【図表6】。

昨今、金融に関する情報が溢れている一方で投資詐欺や金融トラブルは増加傾向にあります。こういった潮流においては、「自分で金融情報を取得し行動に移せる人」と「そうではない人」のギャップはますます拡大していくものと考えられます。

「職場」という心理的に安心できるエリアにおいて、健全かつ正確な「金融リテラシー」や「お金のアドバイス」が受けられる体制を整え、それを気軽に従業員が利用できる環境が提供されることは、企業がサポートしたいと考える「金融リテラシーが低いと感じている従業員」のFWB向上に大きく寄与するものと考えています。

【図表6】金融機関やファイナンシャルアドバイザーからアドバイスを受けたいと思わない理由

	金融リテラシーが高いと思っている人(253名)	金融リテラシーが低いと思っている人(1,202名)
1位	自身で必要な情報を集めて判断ができるから(59.3%)	お金の使い方や貯蓄・投資について関心がないから(41.2%)
2位	アドバイスを受けることが面倒だから(19.0%)	アドバイスを受けることが面倒だから(28.2%)
3位	お金の使い方や貯蓄・投資について関心がないから(17.4%)	どこに(誰に)問い合わせればいいのかわからないから(18.0%)

※勤務者のうち、金融機関やファイナンシャルアドバイザーからアドバイスを受けたいと“思わない”と答えた対象者を分析

出所:三井住友トラスト・資産のミライ研究所「住まいと資産形成に関する意識と実態調査」(2024年)

(了)