

1割の企業が401k型年金の導入に前向き

- 「ニッセイ景況アンケート調査結果」より -

経済産業調査部門

はじめに

日本版金融ビッグバンがスタートしてほぼ1年が経過した。98年4月に改正外為法が施行され、同12月には銀行、保険会社による投資信託の販売が解禁されるなど金融機関を巡る環境が大きく変わった1年であった。こうしたなかで、外国金融機関の日本進出が活発化し、また金融機関同士による提携や資本参加等の動きが相次いだ。このような変動期にあって、企業と金融機関との関係にはどのような変化が見られたのであろうか。

日本生命保険とニッセイ基礎研究所では、今年1月中旬から2月末にかけて行ったニッセイ景況アンケート調査(98年度下期調査)のなかで「金融ビッグバンスタート後の企業の金融機関との取引変化」に関する調査を実施し、同時に昨今注目を集めている401k型年金に対する企業の意識などについても聞いてみた。今回のアンケート調査では、中堅中小企業を中心に全国の5,373社から回答を得た。ここでは、アンケート結果に基づいて、この1年の企業からみた金融機関の対応ぶりや、企業の金融機関に対する取引方針、401k型年金に対する意識などを簡単に紹介する。

1. 金融機関からのアプローチ状況

(1) 4社に1社が投信販売のアプローチを受ける

98年12月から銀行・保険会社にも投資信託の販売が解禁されたが、4社に1社が投資信託に関する何らかのアプローチを受けていると回答している。なかでも都市銀行からのアプローチを受けた企業の割合が17.0%と最も多く、地方銀行の6.2%がこれに続いている。解禁からアンケート調査時点まで2ヶ月余りしか経過していない状況を考慮すると、都市銀行が積極的に投信販売を勧めている状況がうかがわれる(図表-1)。

図表-1 投資信託販売の金融機関別アプローチ状況

(複数回答：%)

	都市銀行	地方銀行	生保員保	信託銀行	その他	なし
全産業	17.0	6.8	5.7	5.4	2.1	74.2
製造業	18.2	7.6	5.9	5.9	2.5	72.9
非製造業	16.5	6.3	5.8	5.2	1.8	75.0
規模別						
大企業	28.6	9.4	10.2	10.2	2.3	64.4
中堅企業	21.7	8.4	6.3	8.1	2.3	68.6
中小企業	14.5	6.1	5.2	4.1	2.1	76.8

(注) 地方銀行には第二地銀を含む。複数回答のため合計は100にならない

企業規模別に見ると、企業規模が大きいほどアプローチを受けており、特に大企業では35.6%の企業がいずれかの金融機関からアプローチを受けている。地域別では、東海、関東、近畿でアプローチを受けた企業の割合が多いが、特に近畿、関東では都市銀行からのアプローチがいずれも20%を超えている。

(2)活発化する外資系金融機関からのアプローチ

この1年は外国金融機関の日本進出や日本企業との提携、資本参加等が相次いだ。アンケート結果では全体の2割の企業がこの1年間に外資系金融機関から何らかのアプローチを受けたと回答している。

具体的には「投資信託等の運用商品」を勧められたとする企業が全体の1割強(10.5%)あった。その他では7.4%の企業が「生命保険商品」、6.1%が「損害保険商品」のアプローチを受けたとしている(図表-2)。

図表-2 外資系金融機関からのアプローチ

(複数回答：%)

	運用商品 (投信等)	生命保険	損害保険	融資	その他	特に受けていない
全産業	10.5	7.4	6.1	2.7	1.8	80.2
製造業	12.2	7.6	6.7	3.3	1.9	78.9
素材型	9.6	5.9	5.3	3.0	1.1	82.8
加工型	13.6	8.5	7.4	3.4	2.3	76.9
非製造業	9.3	7.1	5.6	2.2	1.8	81.4
規模別						
大企業	28.9	4.7	7.3	10.2	7.3	61.5
中堅企業	15.0	5.5	4.2	2.9	1.9	78.8
中小企業	7.5	8.2	6.6	2.0	1.3	82.3

(注)複数回答のため合計は100にならない

業種別に見ると、「運用商品」、「生命保険」、「損害保険」ともに加工型製造業で割合が高くなっている。企業規模別では「運用商品」は大企業ほどアプローチされた割合が高いが、「生

命保険」は企業規模が小さいほど割合が高くなっている。また、大企業では「融資」のアプローチを受けた企業が10.2%あった。

地域別に見ると、「運用商品」は東海(12.4%)、「生命保険」は近畿(8.9%)でそれぞれアプローチされた割合が高くなっている。

外資系金融機関による企業へのアプローチは運用商品や保険商品を中心に、今後も高まって行くことが予想される。

2. 金融機関との取引の変化

(1) 1割以上の企業で取引金融機関が増加

この1年間の金融機関との取引関係の変化については、およそ3割の企業が何らかの変化があったとしている。具体的には全体の12.8%の企業が「取引金融機関の増加」を、12.1%が、「特定の金融機関との取引関係の深化」を挙げ、「取引金融機関の減少」(8.0%)がこれに続いている(図表-3)。

図表-3 この1年間の金融機関との取引変化

(複数回答：%)

	取引金融機関 の増加	特定の金融機関 との取引深化	取引金融機関 の減少	メソッド の変更	特に変化し ない
全産業	12.8	12.1	8.0	1.9	71.4
製造業	10.6	11.4	8.0	1.5	73.8
素材型	10.6	10.9	10.0	1.6	72.2
加工型	10.6	11.7	7.0	1.5	74.6
非製造業	14.7	12.7	8.2	2.2	69.4
運輸倉庫	13.6	12.6	10.1	2.2	67.8
卸売	12.4	12.2	9.0	2.5	70.7
小売	15.7	14.7	7.3	2.4	67.5
サービス	18.7	13.3	6.4	1.3	67.4
規模別					
大企業	14.3	14.6	15.2	1.7	64.4
中堅企業	13.2	12.4	7.9	1.3	71.8
中小企業	12.5	11.8	7.4	2.0	72.0

(注)複数回答のため合計は100にならない

業種別では、「取引金融機関の増加」はサービス（18.7%）、「特定の金融機関との取引関係の深化」は小売（14.7%）で割合が高くなっている。地域別では北海道地域では取引変化があった企業の割合が6割以上に達し、「メインバンクの変更」が34.1%、「取引金融機関の増加」が26.4%と、全国でも際だって高い割合になっている。

(2)約1割の企業が取引金融機関の見直しを検討中

今後の金融機関との取引に対する考え方としては「今のままでよい」とする企業が65.6%と最も多いが、「特定金融機関との関係を深めたい」が11.1%、「取引金融機関を見直したい」とする企業が9.5%あった（図表 - 4）。

業種別では、「特定金融機関との関係を深めたい」はサービス（14.5%）、「取引金融機関を見直したい」は小売（10.7%）で割合が高くなっている。

企業規模別に見ると、大企業では「取引金融機関を見直したい」が14.0%と高い割合になっている。地域別では北海道では「取引金融機関の見直し」が、東北では「特定金融機関との取引深化」を挙げる割合が全国の中でも高くなっ

ている。

上記(1)(2)からは、企業は特定の金融機関との関係を深めたいとの意向が強いものの、取引金融機関の増加や、見直し意向を挙げる企業も同程度の割合である結果になった。これは、主に以下のような背景が考えられる。

- ・金融機関の貸出態度が依然厳しい中で、短期的に取引金融機関を増やしている
- ・金融ビッグバンに伴い金融機関から様々なアプローチを受けている企業が、サービス内容を比較する目的もあって取引先を増やしたり、見直したりしている

すなわち、金融ビッグバンがスタートして金融機関の企業に対するサービスが変化する中で、企業にとっても最良の取引金融機関を見極めようとする過渡期にあると考えられる。

3. 金融機関同士の提携等への期待

(1)多くの企業が競争促進によるサービス向上に期待

金融ビッグバンのスタート以降、国内の金融

図表 - 4 今後の金融機関との取引意向 (構成比：%)

	今のままでよい	特定金融機関 との取引を深め たい	金融機関を 見直したい	金融機関数を 増やしたい	金融機関数を 減らしたい	メインバンクを 再検討したい
全産業	65.6	11.1	9.5	5.9	5.6	1.5
製造業	67.3	10.4	9.3	4.4	6.6	1.5
素材型	68.4	11.9	8.1	3.2	6.4	1.8
加工型	66.6	9.6	9.9	5.0	6.6	1.4
非製造業	64.6	11.4	9.8	7.1	4.8	1.5
運輸倉庫	72.6	5.7	8.5	5.4	4.7	2.2
卸売	65.9	10.7	10.0	5.4	5.7	1.9
小売	64.7	12.8	10.7	5.9	4.5	1.0
サービス	60.1	14.5	9.2	9.4	4.6	1.2
規模別						
大企業	59.5	10.2	14.0	5.5	9.3	0.6
中堅企業	64.6	11.3	11.1	4.4	6.9	1.3
中小企業	66.6	11.1	8.7	6.4	4.8	1.7

機関同士や、海外金融機関との提携等が活発化している。そこで、こうした動きに対して企業はどのような期待感を持っているのかを聞いてみた。最も多かったのは提携等によって「競争が促進され、サービスが良くなる」というもので、41.7%の企業が挙げている。次いで「一つの金融機関から融資、預金、保険、証券など多様な金融サービスが受けられる」を挙げる企業が12.2%あった。「高利回りの運用商品が期待できる」とする企業は全体の1.5%にとどまった。また、36.8%の企業が「現状とあまり変わらない」と答えている（図表 - 5）。

図表 - 5 金融機関同士の提携への期待

（複数回答：％）

	競争によるサービスの向上	多様な金融サービスの提供	低利の融資プランなど資金調達	高利回りの運用商品提供	現状とあまり変わらない
全産業	41.7	12.2	6.3	1.5	36.8
製造業	43.2	13.3	5.7	1.7	35.1
素材型	44.6	13.9	4.4	1.6	34.5
加工型	42.5	12.9	6.4	1.7	35.5
非製造業	40.7	11.3	6.7	1.4	38.0
建設設備工事	43.6	12.2	5.0	2.5	35.3
卸売	41.6	11.2	5.5	1.4	39.4
小売	40.4	11.0	7.0	1.4	37.9
サービス	41.6	11.9	7.9	1.0	35.5
規模別					
大企業	50.4	13.1	5.5	1.2	28.9
中堅企業	42.2	12.9	7.0	1.3	35.5
中小企業	40.8	11.8	6.1	1.6	37.9

（注）複数回答のため合計は100にならない

企業規模別に見ると、「競争によるサービス向上」、「多様な金融サービスの提供」を挙げる企業の割合はともに企業規模が大きいほど高くなっている。業種別では情報サービス、エネルギー、出版・印刷などで、「競争によるサービス向上」を挙げる企業の割合が50%を超えている。

金融機関同士の提携や合併については企業は金融サービスの向上を期待している企

業が多いものの、「利回りの高い運用商品」への期待はほとんどないと結果になった。これは、現在の厳しい運用環境を企業も一定程度認識していることの現れと考えられよう。

4.4.01k型年金に対する意識

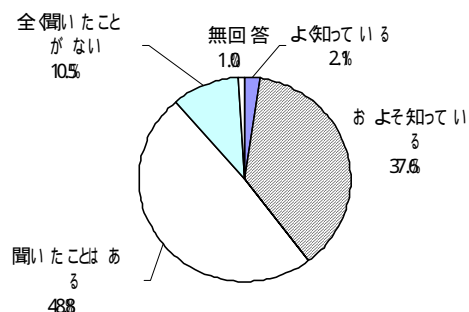
(1) ほぼ4割の企業がおおよその内容を認知

わが国でも金融機関や大手企業を中心に401k（確定拠出）型年金の導入に向けた動きが活発化しているが、企業の認知度合いを探ってみた。

認知度については、「よく知っている」とする企業は2.1%にとどまったが、「おおよその概要は知っている」（37.6%）を加えると、全体のほぼ4割の企業がおおよその内容を認知しているとの結果になった。「全く聞いたことがない」という企業の割合は10.5%であり、401k型年金は中堅中小企業でも、ある程度認識されている状況がうかがわれる（図表 - 6）。

ただ、企業規模別にみると規模が大きいほどやはり認知度は高く、大企業では「よく知っている」「おおよそ知っている」の合計が66.2%に達している。地域別には関東や近畿の企業の認知度が高くなっている。

図表 - 6 401k型年金の認知度合い



(2)企業負担が増えないメリットに期待

401k型年金のメリットとして企業が最も関心のあるものとしては、「企業の負担が最初に決めた拠出額を超えない点」を挙げる割合が29.1%と最も高く、「運用対象を従業員が選択する自己責任原則」(12.7%)がこれに続いている。(図表-7)

企業規模別にみると大企業ではほぼ4割の企業が「企業拠出額が増えない」メリットを挙げている。反面、企業規模が小さいほどメリットを挙げる企業の割合が少なく、中小企業では約4割がメリットは「わからない」と答えている。

401k型年金の認知度との関係では、「よく知っている」「およその概要は知っている」と答えた企業では、その半数近くが「企業拠出額が増えない」メリットを挙げている。(図表-8)

図表-7 401k型年金のメリット (構成比：%)

	企業が負担する拠出額が増えない点	運用対象を従業員が選択する自己責任原則	企業拠出金の拠出額が年金加入の総額に達しない点	年金は値上がりや光増額が可能な点	拠出額をあらかじめ決定しない点	従業員拠出金の所得控除の総額	わからない
全産業	29.1	12.7	5.1	4.4	4.1	9.9	37.1
大企業	31.2	12.9	5.9	4.9	4.9	9.8	34.7
中小企業	27.9	12.8	5.2	4.5	3.8	1.9	38.8

【注】 若干の誤差があるため合計は100にならない。

図表-8 401k型年金のメリット (その2) (構成比：%)

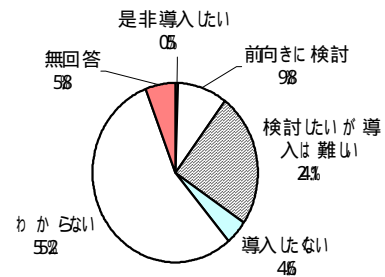
	企業が負担する拠出額が増えない点	運用対象を従業員が選択する自己責任原則	拠出額をあらかじめ決定しない点	企業拠出金の拠出額が総額に達しない点
よく知っている	49.8	18.2	17.1	5.4
およその概要は知っている	48.4	21.4	5.9	4.3
聞いたことはある	19.8	9.7	3.1	8.4
全く聞いたことがない	2.6	1.1	9.4	2.8

【注】 若干の誤差があるため合計は100にならない。

(3)全体の1割の企業が導入に前向き

401k型年金の導入意欲については、導入に前向きな企業(「是非導入したい」「導入を前向きに検討したい」)の割合は10.3%となっている。「わからない」とする企業が55.2%で全体の半数余りを占めているものの、「導入したくない」とする企業の割合は4.6%にとどまっている(図表-9)。

図表-9 401k型年金の導入意欲



大企業では2割強の企業が導入に前向きであり、業種別では非製造業よりも製造業の方が導入にやや積極的である。製造業では電気機械や化学、非製造業では情報サービス業が導入に前向きである。地域別では導入に前向きな企業は関東や東海に多く、北海道や中国では少なくなっている。

また、401k型年金を「良く知っている」と答えた企業では、38.7%が導入に前向き(「導入したい」+「前向きに検討したい」)な意向を示している。「およその概要を知っている」企業では、「検討はしたいが、導入は難しいと思う」とする回答が37.5%あった。401k型年金のメリットとの関係では、「年金給付額を予め決定しない点」をメリットとして挙げる企業が導入に最も前向きであるとの結果になっている。(図表-10)

図表-10 401k型年金の導入意欲(その2)

	是非導入 したい	前向きに 検討	検討したが 導入困難	導入したく ない	わからない
全産業	0.5	9.8	24.1	4.6	55.2
製造業	0.6	10.8	24.5	4.6	53.8
非製造業	0.3	9.0	24.1	4.6	56.2
規模別					
大企業	0.9	20.1	24.8	1.7	47.2
中堅企業	0.2	13.0	26.0	3.0	53.2
中小企業	0.5	7.8	23.4	5.3	56.5
認知度					
良く認知	3.6	35.1	26.1	9.9	25.2
おおよそ認知	0.8	18.1	37.5	4.5	37.2
聞いたことあり	0.2	4.4	18.8	4.6	66.2
全く知らない	0.0	0.5	2.8	3.7	79.9
導入理由					
企業規定	1.0	19.9	36.0	3.1	39.0
給与変動	1.8	20.8	33.9	5.4	37.6
運用の自己責任	0.4	11.8	41.2	5.4	40.2
口座の移設	0.8	15.5	37.7	4.6	40.6

(構成比: %)

(注) 若干の無回答があるため合計は100にならない。

今回のアンケートでは、日本版ビッグバンがスタートして1年が経過するなかで、企業と金融機関の関係には徐々に変化の兆しがみられることがわかった。これまでは特定の業態に限られていた投資信託や保険商品などを外資系を含む複数の金融業態が企業にアプローチしている一方、上述したように、企業側では最良の金融取引先を見極めようとする姿勢がうかがわれる。

また、401k型年金についての企業の認知度合いは比較的高く、内容やメリットを認識している企業ほど、今後の導入に前向きであるといえる。

.....
景況アンケート分析チーム(窪谷、吉久、松尾、久保、山梨)

〔ニッセイ景況アンケート・調査概要〕

調査時点：1999年1月中旬～2月末

回答企業数：5,373社

回答企業の属性：

企業規模別状況

	社数(社)	構成比(%)
企業	343	6.4
中堅企業	1,190	22.1
中小企業	3,828	71.2
無回答その他	12	0.2
計	5,373	100.0

(注) 企業規模の区分

大企業：従業員数1,000名超

中堅企業：同300名超～1,000名以下

中小企業：同300名以下

地域別状況

	社数	構成比
北海道	91	1.7
東北	333	6.2
関東	1,114	20.7
甲信越北陸	536	10.0
東海	813	15.1
近畿	1,263	23.5
中国	410	7.6
四国	178	3.3
九州	498	9.3
無回答その他	137	2.5
合計	5,373	100.0

- ・ 本レポート記載のデータは各種の情報源から入手、加工したものです。その正確性と完全性を保障するものではありません。
- ・ 本レポート内容について、将来見解を変更することもありえます。
- ・ 本レポートは情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、契約の締結や解約を勧誘するものではありません。なお、ニッセイ基礎研究所に対する書面による同意なしに本レポートを複写、引用、配布することを禁じます。

Copyright c ニッセイ基礎研究所 1996 All Rights Reserved