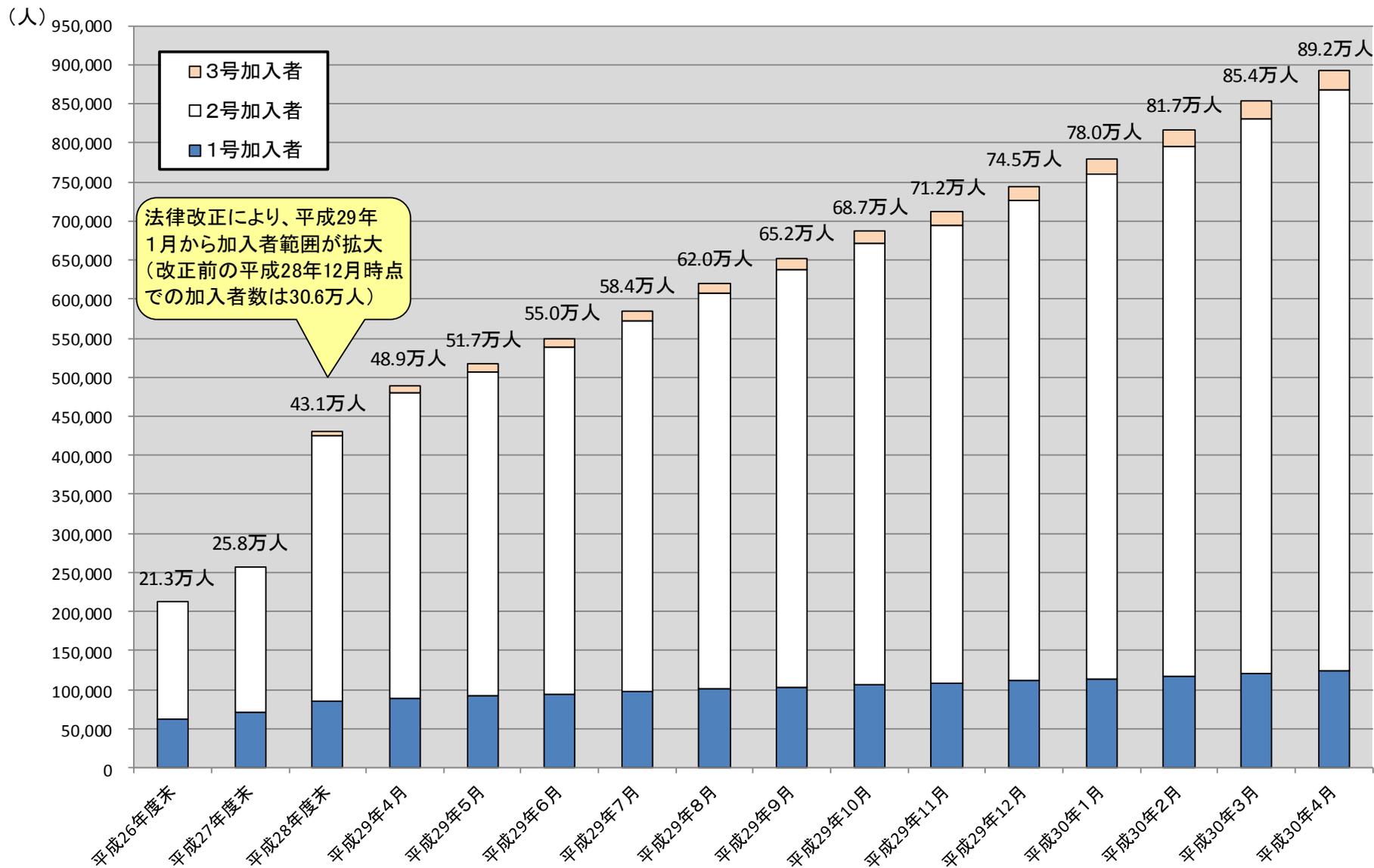


# iDeCo (個人型確定拠出年金) の 普及推進の取組状況

# iDeCo（個人型確定拠出年金）加入者数の推移



# 2017年度 iDeCo 広報事業

○2017年1月からのiDeCoの加入者範囲の拡大を踏まえ、2017年度においては、確定拠出年金普及・推進協議会内に「iDeCo広報実行委員会」(以下、「実行委員会」という。)を設置し、実行委員会が主体となり、趣旨に賛同する団体・企業からの協賛金によって、広報事業を実施。

媒体	概要
テレビ広告	<ul style="list-style-type: none"><li>・ターゲット:30~49歳男女(有職者)</li><li>・8月上旬(8/1~7)及び1月上旬(1/4~10)で各一週間、日本テレビ系列、フジテレビ系列にて、平日の朝夜の時間帯及び、土日の全時間帯を対象に、15秒CMを全国エリアで実施</li></ul>
インターネット広告	<ul style="list-style-type: none"><li>・7月~3月の9ヶ月間、Google及びYahoo!におけるバナー広告、YouTubeにおける動画広告等を実施</li><li>※テレビ広告実施時期にあわせて、バナー等の登場回数を多く実施</li></ul>
シンポジウム ・新聞広告	<ul style="list-style-type: none"><li>・開催エリアの地方新聞社との共催事業としてシンポジウムを開催</li><li>・日時・場所:大阪(9/24(土))、福岡(9/30(日))、札幌(10/1(日))各13:00~15:15</li><li>・定員:大阪300名、福岡、札幌200名(事前申込み制)</li><li>・内容:<ul style="list-style-type: none"><li>・ゲストによるトークショー</li><li>・ファイナンシャルプランナー、ゲスト、厚労省職員によるトークセッション</li></ul></li><li>・広告:新聞紙面によるシンポジウムの事前告知と事後報告をiDeCoの啓発広告と合わせて実施</li><li>・シンポジウム終了後、協賛各社による個別相談会も実施</li></ul>

## 《政府広報を活用した取組み》

媒体	内容
ラジオ番組	TOKYO-FMなど38局ネット「秋元才加のWeekly Japan!!」内の「政府からのお知らせ」にて、iDeCoの概要について周知。(1月6日、7日)
インターネットバナー広告	Yahoo!におけるバナー広告を掲載。(1月15日～21日)
モバイル端末広告	フィーチャーフォン向けのニュースサイト(News Cafe)に、iDeCo概要を掲載。(1月8日～14日)

## 《その他の取組み》

- 内閣人事局との共催で、中央省庁職員を対象とした「霞が関iDeCoセミナー」を開催。  
(10月25日、1月17日)
- 国民年金基金連合会と連携し、iDeCoのパンフレットやチラシを作成し、パンフレットを金融機関や関係団体へ配布するとともに、チラシについても地方自治体や関係団体等に向けた周知を実施。
- 事業主の事務手続きについて、全国社会保険労務士会連合会の機関誌や、厚労省、国民年金基金連合会のHP等に掲載し、事業主向けの周知を実施。
- 広報誌「厚生労働」2018年4月号において、iDeCoの中小事業主掛金納付制度等に関する特集記事を掲載。
- 各種メディアにiDeCoを取り上げてもらえるよう働きかけを実施。  
【掲載事例等】・リビング新聞(首都圏版)6月3日号、同(大阪圏版)11月25日号 各1面、LIVING福岡・北九州Webサイト(11月6日)  
(上記のPRもあり、リビング新聞社が毎年実施している「助かりました大賞」の一般・サービス部門に、iDeCoが入賞)  
・ラジオ大阪「ほんまもん! 原田年晴です」に電話出演。
- 自治体に対し、自治体職員向けのiDeCoセミナーの実施について働きかけを実施。  
(東京都においては、3月8日に職員向けセミナーを実施)



霞が関iDeCoセミナーの様子(10/25)



iDeCoパンフレット(抜粋)

# 今後の iDeCo 周知広報活動の方針

- 今後の周知広報活動は、以下の基本的な方針に基づき、実施する。
- 2018年度は、国民年金基金連合会が中心となり、以下の基本的な方針を踏まえた具体的な計画を策定し、確定拠出年金普及・推進協議会等と連携して取り組む。

## <基本的な方針>

### ① 「理解」に重点を置いた取組

これまでの取組では、まずはiDeCoを「認知」してもらうことに重点を置いていたが、今後は、より「理解」してもらうことに重点を置いた取組を実施する。

### ② 関心が高い層・必要性の高い層への取組

加入実績や各種調査結果等からより関心の度合いが高いと思われる層に対して積極的にアプローチするとともに、相対的に上乗せ年金の必要性が高い1号被保険者や企業年金のない2号被保険者へも効果的なアプローチを行う。

### ③ 属性やライフステージに応じた取組

対象者の属性（被保険者別、年代別、性別、地域別等）やライフステージ（入社、結婚、出産、転・退職等）に対応したiDeCoのメリットを整理し、効果的なアプローチを行う。

### ④ 運営管理機関をはじめとする関係機関との連携

個々の運営管理機関が独自に行う広告等と最大限の連携を図るとともに、ファイナンシャルプランナーや社会保険労務士等の職能団体とも連携を深める。

### ⑤ メディアの活用

メディアの活用には予算上の制約がある一方で、テレビを始めとしたメディアの影響力は大きいことから、今後は、予算を使わないメディアの活用にも積極的に取り組む。

- 厚生労働省としても、2018年5月施行の「簡易型DC制度」や「中小事業主掛金納付制度」について、中小企業への普及を推進するため、2018年度予算を活用し、制度周知のためのパンフレットの作成等を行い、周知広報を実施する。