

## 平成30年度広報戦略

年金積立金管理運用独立行政法人(以下「管理運用法人」という。)の平成30年度広報戦略を次のとおり定める。

### 第1 広報の目的

- 我が国の公的年金制度(厚生年金保険及び国民年金)は、そのときの現役世代の保険料負担で、そのときの高齢者世代を支える「世代間扶養」の考え方を基本として運営されている。しかし、少子高齢化が進む中で、現役世代の保険料のみで年金給付を賄うこととすると、その負担が大きくなりすぎることから、一定の積立金を保有し、急激な負担増とならないようにしている。積立金はいわば「緩衝材」の役割を担っている。
- 年金積立金の運用は、年金積立金が被保険者から徴収された保険料の一部であり、かつ、将来の年金給付の貴重な財源となるものであることに留意し、専ら被保険者の利益のために長期的な観点から安全かつ効率的に行うことにより、将来にわたって年金事業の運営の安定に資するよう行うこととされている。
- 管理運用法人の広報は、こうした公的年金制度及びその一部である年金積立金運用の目的や仕組み、年金積立金の管理及び運用実績の状況、管理運用法人の主要な取組などについて、事実関係を正確かつ公正・公平に開示し、また、データの分析やグラフ・図表等を用いて分かりやすく情報提供することにより、現役の被保険者のみならず、将来の被保険者である若者や年金受給者を含む国民全体からより高い信頼を獲得することを目的とする。

### 第2 現状認識

- 平成26年10月の基本ポートフォリオの変更を境に、管理運用法人に関する報道が大きく増加するなど国民の関心が高まっている。また、運用の多様化、高度化や国際化に伴い、より分かりやすい説明が求められている。加えて、150兆円という大きな資金規模を持ち、長期的な観点から世界中の企業に幅広く投資するユニバーサル・オーナーとしての社会的責任が大きくなっている。
- 平成29年度における管理運用法人に関する報道の傾向をみると、同年度は10～12月期

まで運用益が続いたため運用実績に関する報道は減ったが、秋口に東京株式市場の株価が21年ぶりの高値を記録した際や、平成30年1月以降に株価が急落した局面では、短期的な運用損を指摘する論調や管理運用法人を「官製相場」の担い手として位置付ける論調が目立った。一方、全国紙ではESG投資を中心とする運用内容関連が半数に達し、インターネット報道においてもESG投資関連が2割を占めるなど管理運用法人に対する報道傾向に変化も見られる。<sup>1</sup>

- テレビ報道に関しては、平成29年度は10～12月期まで運用益が続いたこともあり、オンエア時間は大きく減った。運用実績の認知経路におけるテレビの存在感は平成28年度と比べて相対的に低下し、新聞や管理運用法人のホームページ・ツイッターを経由した認知が高まった。<sup>2</sup>
- 平成29年度から始めた管理運用法人に関する SNS 投稿の分析によると、「衆院選前の株価連騰時に管理運用法人が買い支えることで株高を演出している」といった投稿など、事実に基づかない投稿が増える傾向が見られた。<sup>3</sup>
- 運用実績に関するメディア報道が減ったこともあり、平成29年度の管理運用法人に対する認知度は28年度に比べて低下したが、信頼度や評価は上昇した。なかでも30歳代を中心に、比較的若い世代の信頼度が高い傾向がみられる。<sup>2</sup>

### 第3 平成29年度の広報施策の振り返り

#### (1)メディア

- 国内メディアに対しては、一般国民向けに、短期の運用実績の評価に偏らないバランスの取れた認知度の向上を図るため、ESG 指数の採用など長期投資家としてスチュワードシップ責任を果たす一環で新たに取り組んでいる ESG 関連の取り組みを積極的にアピールした結果、ESG 投資に関する大手5紙の報道件数は2年前に比べて4倍以上に増えた。一方、一般国民の間での管理運用法人が行うESG 投資の認知度は2割近くにとどまっており、経済系メディア以外への露出を増やす必要がある。<sup>2</sup>
- 海外メディアに対しては、日本語とタイムラグのない英語での情報公開や問い合わせへの迅速な対応を強化した結果、海外メディアでの平成29年度の報道件数は前年度に比べて4割増えた。また、報道内容も前年度までは運用実績が中心だったが、平成29年度は ESG やオルタナティブ投資、実績連動報酬の導入など運用高度化に関するものが多くを占め、国内外の運用業界でのレピュテーションの向上につながった。<sup>4</sup>

<sup>1</sup> 出所:「報道テーマ分析」(2018年4月)

<sup>2</sup> 出所:「広報効果測定調査」(2018年3月)

<sup>3</sup> 出所:「SNS投稿分析」(2017年11月)

<sup>4</sup> 出所:Google検索などをもとに管理運用法人調べ

## (2)個人投資家

- 現役世代における管理運用法人に対する認知度を高めて信頼の向上を図るための取り組みとして、長期分散投資を実践し、投資初心者などにも訴求力のある個人投資家向けイベントに広報責任者が登壇し、長期分散投資家としての管理運用法人の知名度を高めた。また、ツイッターで累積収益やインカムゲインなど長期分散投資の成果を示す情報発信を強化した結果、ツイッターのフォロワー数は平成29年度末で2万2000人余りとなり、1年間で2.7倍に増えた。

## (3)取引先

- 役職員間のコミュニケーションを活発化し、日頃、運用機関と接する職員が管理運用法人の業務に対する理解を深め、組織への愛着を高めることにより、管理運用法人の信頼性を向上させ、優秀な人材の採用にもつなげる観点から、平成29年度は職員のロングインタビューを中心に据えた社内報を計6回発行し、第6号は役職員110人が閲覧するなど、役職員の意思疎通の円滑化に貢献した。

## (4)その他

- テキストの羅列が目立つ従前のホームページについて、直近の運用実績を分かりやすく表示するとともに、SNS(YouTube、Twitter)の内容をリアルタイムで表示するように改修したことにより、直感的な状況把握を可能とするなどユーザーインターフェースの改善を図った。また、その改修に併せ、コーポレートアイデンティティ(企業の統一されたイメージを発信し、社会と共有することで企業価値を高める企業戦略)を強化するため、新たなロゴマークの使用を始めた。
- 長期分散投資家としての管理運用法人を紹介する約2分の映像と、職員採用のための約5分のプロモーション映像を制作した。紹介映像は管理運用法人の受付や役員の講演、YouTubeチャンネルで放映し、国民、運用受託機関など取引先、投資先企業、職員などステークホルダーに対する管理運用法人の認知度向上を図った。採用PR映像は職員による等身大のコメントを盛り込み、職員採用活動における認知度向上に貢献した。

## 第4 戦略の基本的な方向性

- 国民から信頼される組織となるため、管理運用法人の広報に当たっては、次に掲げるイメージを得ていくことを目指す。
  - ① 長期運用のプロフェッショナルである
  - ② 高度で先進的な専門知識を持っている
  - ③ 高い責任感・使命感を持っている
  - ④ 長い目で確実に増やす・守る
  - ⑤ グローバルなアセット・オーナーとして責任を果たす

- 公正・公平な情報開示を前提としつつ、上記のイメージを確立するため、ターゲットを定め、効果的に取り組む。

| ターゲット       | 平成30年度                                            | 次年度以降                     |
|-------------|---------------------------------------------------|---------------------------|
| メディア        | 新聞・通信社、金融メディア、記者クラブ所属メディア、経済誌以外の媒体、ネットメディア、海外メディア | テレビ情報番組、週刊誌など             |
| 個人投資家       | 資産運用に関心を持ち始めた現役層                                  | 年金に関心が高いシニア層、管理運用法人に懐疑的な層 |
| オピニオンリーダー   | 一般層への訴求力が高い運用機関トップやFPなど                           | エコノミスト、経済評論家、大学教授など       |
| その他ステークホルダー | 運用受託機関、企業など                                       | 運用業界など                    |

## 第5 平成30年度の主な取り組み

### (1) ホームページの利便性向上(対象:すべてのステークホルダー)

- 管理運用法人の認知度調査においてホームページの存在感が増していることを踏まえ、秋を目途にホームページを全面的に刷新し、CMS 機能を導入して資料掲載を迅速化するとともに、利用者アクセスの利便性を向上させる。
- 誤解の多い年金積立金の役割について、年金財政において積立金の占める役割は1割であることなどを図表を使って説明するコーナーを作り、年金制度の一翼を担う管理運用法人の位置付けをホームページで分かりやすく解説する。
- 海外メディアや海外取引先から英語での問い合わせが増えていることを踏まえ、ホームページや業務概況書で英文情報の発信を強化する。

### (2) 長期分散投資の効用を解説するホームページコンテンツの充実(対象:個人投資家)

- ツイッターで管理運用法人の累積収益やインカムゲインなど「長期分散投資の成果」に関する投稿に大きな反響があることを踏まえ、その背景にある「分散投資の効果」「長期投資の効果」について分かりやすく伝えるホームページのコンテンツを拡充し、国民の金融リテラシーを高め、管理運用法人の運用に対する正確な理解を深めてもらう。

### (3) ESG 投資に関するホームページコンテンツの充実(対象:個人投資家、メディア)

- ESG 投資について認知や理解をさらに高めるため、アニメーションの活用などホームページのコンテンツを充実させる。

### (4) 運用高度化に関するアカウンタビリティをさらに拡大(対象:メディア)

- 7月発行の業務概況書でオルタナティブ投資に関する開示を進めるのを機に、オルタナティブ投資についてメディアに正確な報道を働きかける。

- ESG投資に関しては初のESGレポートや今年度選定予定のグローバル環境指数を活用し、環境や女性活躍推進の視点など経済媒体以外での露出を強化する。

## 第6 広報活動の評価

- 四半期ごとの運用状況の公表時及び業務概況書の公表時に広報活動の効果測定を行う。

以上