

～ 抄 録 ～

〔論 説〕

テスト・マーケティング研究(1)

陸 正

テスト・マーケティングについては、新製品の市場導入前の最終ステップとしてその重要性はきわめて高いが企業秘密に属することが多く、そのケースが公表されることは少ない。

そのため研究論文も少なく、この分野の理論化は進んでない。筆者は、花王（株）在籍中に日米でテスト・マーケティングを経験した。これらの事例を通して日米比較研究を行うことにより、今後の研究の進展にいくらかでも寄与したいと考えている。

本稿ではテスト・マーケティングを「新製品開発のプロセス」の中のテスト段階の最終ステップとしてとらえ「新製品市場導入のための意思決定ツリー」としてその位置づけを明らかにした。次稿以降、具体的な事例を中心に新製品開発のプロセスから市場導入、ブランドの確立までをテスト・マーケティングの視点からレビューし、テスト・マーケティングの意義を明らかにしたいと考えている。

クローン人間禁止法の政治過程

— 生命倫理問題の決定の選択肢を探る —

田 村 充 代

2001年に日本において、いわゆる「クローン人間禁止法」が成立した。クローン羊ドリーの誕生や、その後のクローン人間産生への世界の動きに対して迅速な対応であったと評されるが、その立法過程や背景は明らかにされていないように思われる。

脳死、安楽死などの生命倫理問題は、「その他の社会問題」として扱われ、議会においても優先順位の低い問題であり、社会科学の分野における研究が深まることはなかった。公共政策という観点からも、また政治学の観点からも見過ごされてきたこの生命倫理に関する問題群を研究対象として改めて発見し、功利主義や実用主義によっては根拠を与えることのできない問題をどのように決定することができるのか、という可能性を論じたい。

この論文においては、まず日本でクローン人間を産生することを禁じる規制がどのような過程で形成されたのか、という事実関係を明らかにする。その上で、諸外国の規制の状況を俯瞰し、その立法課程、あるいは規制の成立過程を調査することによって、国際比較を行う。

日本における生命倫理、特にクローン人間問題に関する決定のアクターは誰なのか、どのような構造的問題があるのか、文化的背景はクローン人間問題に影響するのか、諸外国における規制にはどれほどの差異があるのか、国家の枠組みを超えた決定は可能か、などといった問題に取り組み、できる限りの解答を出したいと考えている。

この問題を対象に政治学的な考察を行うことによって、どのような決定を行うべきか、という行為を論じることはできないが、倫理問題に対してどのような決定方法があり得るか、という多様な選択肢の提示をすることができると思う。

特殊な問題の取り上げ方ではあるが、その分析視覚や決定方法の多様性についてこの分野における議論を活性化させ、新しい問題群を政策過程研究の場に定着させたいと望んでいる。

〔研究ノート〕

厚生年金制度の抜本的改革

石 山 嘉 英

日本の公的年金制度は、崩壊の危機に瀕している。その理由は、保険料の引き上げと年金給付の削減が際限なくつづいており、若い世代の負担が上がりつづけるという見通しになっていることである。04年6月には年金改革法が成立したが、これは公的年金への不信を解消するものではなかった。

厚生年金と国民年金とは給付面のみで一元化されており、保険料負担の方式は異なる。真の一元化は不可能であろうから、分けて改革していくしかない。ここでは厚生年金のみの改革を考察する。

負担した保険料が年金として戻ってくるのが信頼を回復するための基本である。しかし、これまで保険料を負担してきた40歳以上の人は、保険料を上回る年金をもらっているか、あるいはそうなる予定である。したがって、40歳以下の人がある程度それを税として負担せざるをえない。

そこで、厚生年金の改革は、少なくとも本来の保険料（年金として戻ってくる部分）と税の部分をはっきり分けるべきである。本来の保険料からは負担に比例する年金を給付すべきである。それが低い人には税の部分から上乘せを行い、最低保証年金の水準まで引き上げる。これによって保険料率を引き下げる、あるいは上昇を抑制することが可能となろう。