A monthly review and analysis of
global tobacco control trends

금연 이슈리포트

TOBACCO CONTROL
ISSUE REPORT

www.khealth.or.kr

규격화 무(無)광고 포장, Plain Packaging

흡연율 감소를 가져오다

MAY 2016
Vol. 34
5

한국건강증진개발원
한국건강증진개발원 국가금연지원센터

CONTENTS

2 Infographic
규격화 무(無)광고 포장 02

4 Monthly Updates
이 달의 정책 04
이 달의 연구 06

8 Monthly Highlights
규격화 무(無)광고 포장이란? 08
규격화 무광고 포장의 효과 10
세계의 규격화 무광고 포장 도입 11
우리나라의 담뱃갑 포장규제 13
담뱃갑, 더 이상 담배회사의 광고판이 되어서는 안 된다 15

16 Monthly Index
성인 전자담배 사용률 16

TOBACCO CONTROL ISSUE REPORT Vol.34, May 2016
발행인 정기혜 **기획총괄** 안문영 · 오유미
편집 · 구성 이선영 · 김지혜 · 이정은 · 김채린 · 임용우

INFOGRAPHIC No.34

담뱃갑 디자인의 새로운 기준

규격화 무(無)광고 포장 PLAIN PACKAGING

1 담배 규격화 무광고 포장(Plain Packaging)이란?

담배 제품 포장에 정해진 색깔과 글꼴로 브랜드 이름만을 표기하고 그 외 로고, 색상, 상표, 브랜드 이미지, 판촉 정보 등을 사용하는 것을 금지 또는 제한하는 규제 조치. Plain packaging 또는 Standardised packaging(표준포장, 포장규격화) 이라고 함.

BRAND INFO

로고, 색상, 브랜드 이미지 또는 기타 판촉성 정보 사용 금지

UNATTRACTIVE

담뱃갑 색상은 법에서 정한 색으로 통일

AAA BBB CCC

브랜드 및 제품명은 법에서 정한 글자체와 색상으로 통일

CAUTION

담배의 폐해를 알려주는 경고문구와 경고그림

담뱃갑 포장의 매혹도 감소

담배광고 및 판촉 근절

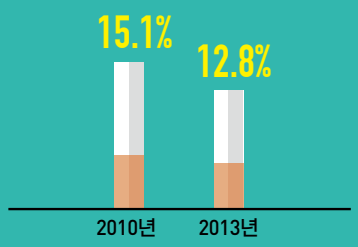
라이트 Cool 저타르

담뱃갑 포장의 오도 효과 제한

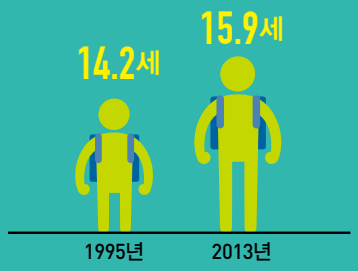
담배 건강경고의 효과 증가

2 호주의 규격화 무광고 포장 도입 효과

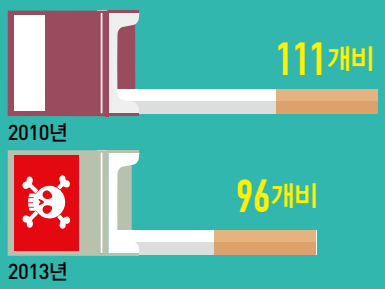
14세 이상 인구의 매일 흡연율이 15.1%(2010년)에서 12.8%(2013년)로 감소



흡연시작 연령은 1995년 평균 14.2세에서 2013년 15.9세로 상승



흡연자들의 일주일 평균 흡연량이 담배 111개비(2010년)에서 96개비(2013년)로 약 15개비 감소



흡연자들의 일주일 평균 흡연량

15개비 감소

3 우리나라 담뱃갑 포장 규제 추진 경과

포장규제 시작!

1976

WHO의 권고로 담뱃갑에 건강경고 표기 시작

1987

담뱃갑 경고 문구 표기를 법적으로 의무화

1988

담뱃갑 옆면에 경고문구 표시 등 표기방법 지정

1989

경고문구 크기를 담뱃갑 옆면 면적의 3분의 1 이상으로 강화

1995

담뱃갑 앞뒷면 면적의 20% 이상 크기의 경고문구를 하단에 표기

1999

담뱃갑 뒷면에 19세 미만 청소년에게 판매 금지 표시

2003

담배에 포함된 타르와 니코틴의 함유량을 담뱃갑 옆면에 기재

2004

경고문구 크기를 앞뒷면 면적의 30% 이상으로 강화

2008

경고문구에 발암성 물질 표기

2012

금연상담전화번호 등 경고문구 내용 추가

2014

전자담배, 머금는 담배 등 담배 종류별 경고문구 신설

2015

"라이트", "마일드" 등 오도문구 사용 제한

2016

그림 (30%) + 문구 (20%)

담뱃갑 경고그림 도입 결정 (2015)

경고그림 크기는 앞뒷면 면적의 30% 이상, 문구는 20% 이상 (총 50% 이상)

담뱃갑 경고그림 부착

2016년 12월 23일부터 출하되는 모든 담뱃갑에 새로운 건강경고 부착

?

규격화 무(無)광고 포장 또는 포장규격화 도입

- 2012년 호주 세계 최초로 시행
- 2016년 5월 영국, 프랑스, 아일랜드 시행
- 캐나다, 뉴질랜드, 노르웨이, 터키, 헝가리, 스웨덴 등 도입 검토

※ 출처
- WHO.(2016). World No Tobacco Day 2016: Get ready for plain packaging.
  http://www.who.int/campaigns/no-tobacco-day/2016/event/en/
- The Cancer Council Victoria. (2015). Questions and answers on plain packaging in Australia. Facts sheet no. 1: What has been the impact of legislation to standardise the packaging of tobacco products in Australia?
- Australian Institute of Health and Welfare.(2014). National Drug Strategy Household Survey detailed report 2013.

2016. 5.
Monthly Updates

이 달의 정책

이달의 정책에서는 최근 한 달간 담배규제 정책의 도입 및 이행과 관련하여 발생한 국내외 소식을 전합니다.
세계의 금연정책을 가장 빠르고 정확하게 모니터링 하여 담배규제 분야의 최신 경향을 알아봅니다.

한국, 비가격 금연정책 추진 방안 발표

한국 정부는 5월 10일 담배로부터 청소년들을 보호하고 흡연율을 낮추기 위해 '비가격 금연정책 추진 방안'을 발표하였다. 이는 전자담배에 대한 제세 부담금 체계 개편 방안, 학교 주변 50m 내에서 소매점 내부 담배 광고 금지, 20개비 미만 소포장 담배 판매 금지, 가향물질 첨가 규제 방안 등을 포함한다. 정부는 이를 추진하기 위해 담배사업법, 국민건강증진법 등 관련 법률을 개정할 계획이다. 전자담배는 현재 니코틴 용액의 부피에 따라 세금을 부과하고 있으나 세금 부담을 줄이기 위해 니코틴 용액과 용액에 첨가하는 향료를 따로 판매하거나 구입하는 경우가 발생함에 따라 이를 니코틴 함량에 따라 세금을 물리는 식으로 제세 부담금 체계를 개편한다. 또한, 전자담배에 대한 성분표시 검증 체계와 니코틴 액상의 보호포장제도를 마련할 방침이며, 전자담배 및 물담배, 씹는 담배와 같은 신종 담배에도 경고그림을 부착하고 광고를 규제할 예정이다. 청소년들에게 영향을 미칠 가능성이 높은 학교 절대정화구역 내 소매점 담배광고도 전면 금지하여 해당 소매점의 내부 및 외부에 관련 판촉물을 게시할 수 없도록 하는 내용도 포함되어 있다. 정부는 올해 담배사업법을 개정해 한 갑에 20개비 이하 소포장 담배의 판매를 금지할 계획이며 가향담배 역시 청소년 흡연에 미칠 수 있는 영향 등을 고려하여 유해성에 대한 연구를 진행하고 2018년에 규제 방안을 마련할 전망이다.

캐나다, 멘톨담배 금지 법안 도입을 위한 온라인 공청 실시

캐나다 보건부가 멘톨담배의 판매를 금지하는 법안을 추진하기 위하여 온라인 공청(Online public consultation)을 시작하였다. 캐나다 연방정부는 2010년부터 초콜렛, 과일향, 바닐라 등이 포함된 가향담배의 판매를 금지하는 조치를 시행하였으나 멘톨은 금지 대상에서 제외되었다. 이에 2015년 노바스코샤 주(州)를 시작으로 앨버타, 온타리오, 퀘벡, 뉴브런스윅 주에서 개별적으로 멘톨담배 판매금지가 시행되고 있다. 캐나다 내 멘톨담배 판매는 지난 5년간 지속적으로 증가하였는데, 조사 결과 2014년 멘톨담배의 사용은 2008년에 비해 14% 더 높은 것으로 나타났다. 또한, 청소년 흡연 조사에 따르면 캐나다 청소년 흡연자 중 37%가 지난 30일간 멘톨담배를 사용한 적이 있다고 응답했다. 이에 대해 제인 필포트(Jane Philpott) 캐나다 보건부 장관은 "25세 이하의 연령층에서 인기가 높은 멘톨담배를 금지함으로써 젊은이들이 담배 사용을 시작하게 되는 것을 억제할 수 있다."고 설명하였다.

유럽사법재판소, EU 담배규제법(Tobacco Products Directive) 효력 인정

담배회사들이 유럽연합의 새로운 담배규제를 저지하는 데 실패함에 따라, 유럽연합(European Union, 이하 EU) 28개국에서 2016년 5월 20일부터 담뱃갑 앞, 뒷면 65%를 차지하며 그림을 포함하는 건강경고를 부착하게 된다. 필립모리스(Phillip Morris International)와 브리티시아메리카토바코(British America Tobacco) 등 담배회사는 EU 회원국에 담뱃갑 건강경고 부착, 가향담배 판매 금지 및 전자담배 제품 규제 등의 의무를 부과하고 있는 담배규제법(EU Tobacco Products Directive)이 회원국의 자치권을 침해하고 EU의 권한을 넘어선 것이라고 주장하며 제소한 바 있다. 이에 대해 유럽 최고 법원인 유럽사법재판소는 지난 4일, 담뱃갑에 흡연 폐해에 대한 경고를 명백하게 알릴 수 있도록 포장 규제 준수를 의무화한 EU 담배규제법이 합당하고 법적 효력이 있다고 판시했다. 재판부는 EU의 규정이 흡연과의 싸움 및 공중보건 보호라는 원칙에 부합하며 이를 달성하기 위한 적절성과 필요성이 인정된다고 판단하였다. 이번 판결에 따라, EU 회원국 전역에서 5월 20일부터 제작되는 담뱃갑에는 앞 · 뒷면 65% 크기의 경고그림 및 문구가 부착되어야 한다.

미국 식품의약국(FDA), 18세 미만 미성년자에게 전자담배 등 모든 종류의 담배 판매 금지 발표

미국 식품의약국(Food and Drug Administration, 이하 FDA)은 18세 미만 미성년자에게 일반 담배부터 전자담배에 이르는 모든 종류의 담배 판매를 금지하는 규제안을 발표하였다. 새 규제안에 따르면, 앞으로 FDA는 전자담배를 비롯한 모든 담배제품은 물론 향후 개발될 신종 담배에 대해서도 규제 권한을 갖게 된다. 특히 이번 규제안은 18세 미만 미성년자에게 어떠한 종류의 담배도 판매할 수 없으며, 모든 형태의 담배 판매 시 구입자의 신분증 확인을 의무화한다. 온라인 또한 규제 대상에 포함되며 자동판매기 역시 연령 확인 장치를 장착하여 18세 미만인 사람이 작동할 수 없게 만들거나 미성년자가 출입할 수 없는 곳에만 설치해야 한다. 이번 규제 조치는 공청회 등 의견 수렴 과정을 거친 뒤 8월 8일부터 발효될 예정이다.

호주, 내년 9월부터 4년간 담배 소비세를 매년 12.5%씩 올릴 예정

호주 정부는 2016-17(2016.7~2017.6) 회계년도 예산안을 통해 내년 9월부터 4년간 매년 12.5%씩 담배 소비세를 인상할 것을 발표하였다. 이번 담배 소비세 인상 계획에 따르면, 현재 25호주달러(약 21,500원)정도 하는 담배 한 갑의 가격이 2020년에는 약 40호주달러(약 34,000원)까지 인상되며 세금이 담배 가격의 75%를 차지하게 될 전망이다. 호주 정부는 자료를 통해 "담배 가격 인상은 흡연을 막는 가장 효율적인 방법 중 하나이며, 지난 20년간 이뤄진 담배 소비세 인상은 흡연 인구의 감소에 크게 기여했다"라고 설명했다. 이와 더불어 담뱃값 인상으로 인한 담배 밀수 방지를 위하여 향후 2년 동안 770만 호주달러(약 66억원)를 투입할 예정이다.

2016. 5.
Monthly Updates

이 달의 연구

이 달의 연구에서는 최근 한 달간 발간된 담배규제 분야 학술자료 및 연구보고서의 주요 내용을 정리합니다.
근거 기반의 담배규제 추진을 위한 전 세계의 노력을 연구 내용과 주요 결과 분석을 통해 살펴봅니다.

가정 내 간접흡연에의 노출이 아동의 정신건강에 미치는 영향

Alicia Padrón, Iñaki Galán, Esther García-Esquinas, Esteve Fernández, Montse Ballbè, Fernando Rodríguez-Artalejo. (2016). Exposure to secondhand smoke in the home and mental health in children: a population-based study. *Tob Control* 2016;25:307-312 doi:10.1136/tobaccocontrol-2014-052077

본 연구는 가정 내 간접흡연에의 노출과 아동의 정신건강 간의 연관성을 알아보기 위하여 2011년 7월부터 2012년 6월까지 4세에서 12세 사이의 스페인 아동 2,357명을 대상으로 면접조사를 하는 횡단적 단면연구를 수행하였다. 아동의 가정 내 간접흡연 노출 시간은 부모 또는 법적 보호자가 응답하였으며, 잠재적 정신질환 여부는 부모용 '소아 행동에 관한 질문표(parental version of the Strengths and Difficulties Questionnaire)'의 점수가 백분위 90퍼센트를 초과한 경우로 정의하였다. 연구진은 사회인구학적 요인, 라이프스타일, 이웃 환경 및 부모의 정신건강을 포함한 가족 특성에 대하여 보정하고 로지스틱회귀분석을 실시하였다. 그 결과 실험 참여자의 6.9%(95% CI, 5.7%–8.0%)가 하루에 한 시간 미만 가정에서 간접흡연에 노출되어 있으며, 4.5%(95% CI, 3.5%–5.5%)는 하루에 한 시간 이상 노출되는 것으로 나타났다. 습관적으로 간접흡연에 노출되지 않는 아동과 비교하였을 때, 일일 한 시간 미만 간접흡연에 노출되는 아동의 잠재적 정신질환은 1.49(95% CI, 1.38–5.41)배 높았고, 일일 한 시간 이상 노출된 아동인 경우 2.73(95% CI, 1.38–5.41)배 높았다. 주의력결핍 과잉행동장애(Attention–Deficit Hyperactivity Disorder, ADHD)의 경우 일일 한 시간 미만 노출 아동은 노출되지 않은 아동에 비해 2.18(95% CI, 1.30–3.64)배 높았고, 한 시간 이상 노출 아동은 3.14(95% CI, 1.63–6.04)배 높게 나타났다. 연구 결과 가정 내 간접흡연 노출이 아동 정신 건강에 영향을 미치고 특히 한 시간 이상 간접흡연 노출인 경우 ADHD 위험이 높은 것으로 보아 가정 내 간접흡연 노출 감소를 위한 정책적 접근이 필요함을 뒷받침하고 있다.

흡연율과 의료비 지출에 관한 연구: 미국, 1992-2009 패널 데이터 측정

Lightwood, J., & Glantz, S. (2016) Smoking Behavior and Healthcare Expenditure in the United States, 1992-2009: Panel Data Estimates. *PLOS Medicine*. DOI:10.1371/journal.pmed.1002020

본 연구는 미국 애리조나주와 캘리포니아주의 흡연율 감소와 일 인당 의료비 지출 감소 패널 데이터를 바탕으로, 51개 주의 흡연율 변화가 의료비 감소에 얼마나 영향을 미쳤는지 알아보고자 하였다. 연구는 50개 주와 컬럼비아 특별구의 1992년부터 2009년까지의 흡연 및 의료 관련 종단적 시계열 데이터(Cross-sectional time series data)를 사용하였고 회귀모델(Regression model)을 통해 인구통계학적 변인들을 통제하였다. 연구 결과, 1%의 흡연율 감소와 일 인당 사용 담뱃갑의 감소가 각각 0.118%, 0.108%의 일 인당 의료지출 감소와 관련이 있는 것으로 나타났다. 이러한 수치는 향후 1~2년을 예측할 때 저평가 될 수 있지만, 장기적으로 보았을 때 사망에 이르기까지 만성적 치료비용을 감소시켜 전체 의료비용을 크게 절약할 수 있을 것으로 보인다.

전자담배 사용 패턴, 이유, 구입 장소에 관한 조사: 호주 뉴사우스웨일스주 흡연자 대상

Dunlop, S., Lyons, C., Dessaix, A., & Currow, D. (2016). How are tobacco smokers using e-cigarettes? Patterns of use, reasons for use and place of purchase in New South Wales. *The Medical Journal of Australia*, 204(9). doi: 10.5694/mja15.01156

본 연구는 호주 뉴사우스웨일스주의 흡연자와 최근 금연자가 전자담배를 어떻게, 왜 이용하는지와 구입 방식 등을 조사하였다. 연구는 2014년 1월부터 2015년 6월까지 횡단 전화조사를 통하여 평균 일주일에 40명, 총 2,966명의 흡연자와 최근 금연자를 인터뷰하였으며 (1) 현재 전자담배 사용여부; (2) 사용 이유; (3) 구입 장소 등을 질문하였다. 조사 결과, 응답자의 9%가 현재 전자담배를 사용하고 있다고 답하였고 18~29세 사이 사람들의 전자담배 사용률이 16%로 가장 높게 나타났다. 사용 빈도에 있어서는 주 1회 미만 이용하는 비율(57%)이 일주일에 한 번 이상 사용하는 비율(43%) 보다 더 높게 나타났다. 이때, 일주일에 한 번 이상 사용하는 경우는 나이가 많을수록, 그리고 현재 흡연자보다 금연자가 더 높게 나타났다. 전자담배를 사용하는 이유의 경우 30세 이상 응답자는 "금연을 돕기 위해서"(42%), "흡연을 줄이기 위해서"(35%)로 답하였고 30세 이하의 경우에는 "궐련만큼 유해하지 않기 때문에"(25%)가 주요 요인인 것으로 나타났다. 전자담배를 구입하는 장소는 인터넷(29%), 담배 가게(27%)였다. 연구 결과, 전자담배의 금연보조 효과에 대한 실증적 근거가 없음에도 불구하고 전자담배가 금연 도구로 사용되고 있다는 것을 보여주었다. 이는 전자담배의 사용이 보다 철저하게 규제되어야 하며, 특히 금연보조제로서의 역할에 대한 연구와 조사가 면밀히 이루어져야 함을 시사한다.

2016. 5.
Monthly Highlights

이 달의 이슈

이 달의 이슈에서는 담배규제 분야 주요 이슈를 선정, 국내외 동향과 정책 현안을 다룹니다. 담배규제를 둘러싼 다양한 쟁점을 국외 사례와 학술자료를 바탕으로 분석하고 국내 금연 정책에의 시사점을 도출합니다.

규격화 무(無)광고 포장 PLAIN PACKAGING

2016년은 우리나라 담배규제 역사상 가장 의미 있는 시기 중 하나가 될 것이다. 비로소 담배사용에 따른 폐해를 한눈에 보여주는 경고그림이 담뱃갑 앞 · 뒷면에 부착되기 때문이다. 담뱃갑에 경고문구가 등장한 지 40년 만에 이룬 쾌거이지만, 아직도 우리나라의 담뱃갑 포장규제가 갈 길은 멀기만 하다. 이미 세계 10여개 국가에서 담뱃갑 디자인에 광고효과가 있는 모든 요소의 사용을 금지하고 모양, 색상, 글자체까지 법적으로 규정하는 표장규격화, 이른바 규격화 무(無)광고 포장(Plain packaging)을 도입하거나 도입을 검토하고 있기 때문이다. 담뱃갑 포장의 새로운 기준으로 등장한 규격화 무광고 포장. WHO가 2016년 세계 금연의 날 주제로 “규격화 무광고 포장 도입을 준비하자!”고 외치는 이유가 바로 여기에 있다.

규격화 무광고 포장이란 ?

규격화 무(無)광고 포장(Plain Packaging)이란, 담배 제품 포장에 정해진 색깔과 글꼴로 브랜드 이름만을 표기하고 그 외 담배회사 로고, 색상, 상표, 브랜드 이미지, 판촉 정보 등의 사용을 금지 또는 제한하는 조치를 말하며, 표준포장 혹은 포장규격화(Standardised Packaging)라고도 한다.

담뱃갑 포장은 담배회사가 광고와 판촉을 위해 전략적으로 사용하는 수단이다. 더욱이 담배회사가 담뱃갑 포장에 넣는 로고, 색깔, 이미지 등은 담배에 대한 매혹도를 증가시키고, 경고문구와 경고그림 등 건강경고에 대한 주목도를 떨어뜨려 경고효과를 상쇄시킨다. 또한 담배의 건강 폐해에 대한 왜곡된 인식을 전달하기도 한다. 예를 들면, 담배회사는 수많은 색상과 디자인의 담뱃갑으로 시장조사를 실시하여, 소비자들이 담뱃갑 속 담배가 '부드럽거나 강도가 약하다'고 인식하게 하는 담뱃갑 디자인을 정한다. 따라서 WHO 담배규제기본협약(Framework Convention on Tobacco Control, 이하 FCTC)에서는 '담배제품의 포장 및 라벨 규제'에 대한 제11조 가이드라인뿐 아니라 '담배광고, 판촉 및 후원 규제'에 대한 제13조 가이드라인에서도 다음과 같이 규격화 무광고 포장 도입을 권고하고 있다.

FCTC 제11조 이행을 위한 가이드라인

규격화 무(無)광고 포장

46. 당사국은 담배제품 포장에 브랜드 이름 이외의 로고, 컬러, 브랜드 이미지, 판촉 정보 등의 사용을 제한 또는 금지하고 표준화된 색상과 글꼴의 제품명을(규격화 무광고 포장) 표시하는 조치를 채택하는 것에 대해 고려해야 한다. 이는 건강경고 및 메시지의 주목성과 효과성을 증대시킬 수 있고 담배제품의 포장으로 인한 주의분산을 예방할 수 있으며 일부 제품의 경우 다른 제품보다 덜 해롭다고 암시하는 담배업계의 포장 기술을 대처할 수 있다.

FCTC 제13조 이행을 위한 가이드라인

포장 및 제품 표식

16. 포장에 의한 광고 및 판촉 효과는 규격화 무광고 포장(Plain packaging)을 통하여 근절할 수 있다. 규격화 무광고 포장에는 흑백 또는 국가기관에 의해 지정된 두 가지 대조되는 색상, 브랜드명 외에 표시금지, 제품명 및/또는 제조자명, 연락처와 한 갑당 제품 수, 건강경고 외 어떠한 로고 또는 형태 표시금지, 납세필인지 또는 기타 정부가 의무화한 정보 혹은 표시, 지정된 글꼴과 크기, 정해진 모양, 크기 및 재질 사용 등이 포함된다. 담뱃갑의 안팎 또는 담배개비나 기타담배제품에 광고나 판촉의 요소가 부착되어서는 아니된다.

호주, 세계 최초로 규격화 무광고 포장(Plain Packaging) 도입

호주는 담뱃세 인상, 담뱃갑 경고문구 및 경고그림 도입, 판매점 담배광고 금지 등 다양한 담배규제 조치로 일정수준까지 흡연율을 감소시키는 데 성공했다. 그러나 2008년을 전후로 흡연율 감소 추세가 정체되었고, 이를 극복하기 위해 호주 정부는 2010년 포괄적인 담배규제 조치(Anti-Smoking Action Package)를 공표하는데 그중 핵심이 되는 조치가 바로 '규격화 무광고 포장'이다. 2011년 호주는 다음의

목적을 달성하기 위해 "규격화 무광고 포장법(The Tobacco Plain Packaging Act)"을 제정했다.

호주의 규격화 무광고 포장 도입 목적

1. 담배제품의 매혹도 감소
2. 담뱃갑 포장의 유해성에 대한 소비자 오도성 제한
3. 건강경고의 효과 및 가시성 증대

호주 보건부는 해당 법의 세부 규정을 결정하는 과정에서, 과학적인 근거를 기반으로 정책의 목적을 달성하고 효과를 극대화할 수 있는 기준을 마련했다. 먼저, 담뱃갑 앞면의 경고그림 면적을 30%에서 75%로 확대하고 새로운 건강경고를 개발했다. 연구를 통해 기존의 앞면 크기의 30%인 경고보다 시선을 회피할 가능성이 낮고, 가시성이 높은 크기와 경고그림을 고른 것이다. 또한 건강경고를 제외한 모든 면적의 색깔은 암갈색(drab dark brown)으로 규정했다. 연구 결과에 따르면, 암갈색이 가장 매혹도가 낮고, 담배 폐해에 대한 오도 가능성이 가장 낮으며, 건강경고의 효과를 증가시키는 것으로 나타났기 때문이다. 마찬가지로 담배의 제품명과 브랜드는 정해진 위치(경고그림 하단 중앙)에, 정해진 글자체(Lucida Sans Font)와 크기, 규정된 색상(Pantone Cool Gray 2C)으로만 표기할 수 있도록 규정하였다. 뿐만 아니라, 심지어 담배 각 개비에도 로고 및 디자인을 자율적으로 할 수 없도록 하는 등 호주 정부는 담배회사가 마케팅 전략을 펼칠 수 있는 여지가 없도록 매우 철저한 규정을 만들었다.

동일한 담배제품의 규격화 무광고 포장 도입 전 후

※출처 : Scollo, M., et al. (2015).

규격화 무광고 포장 도입 전(앞면, 뒷면)

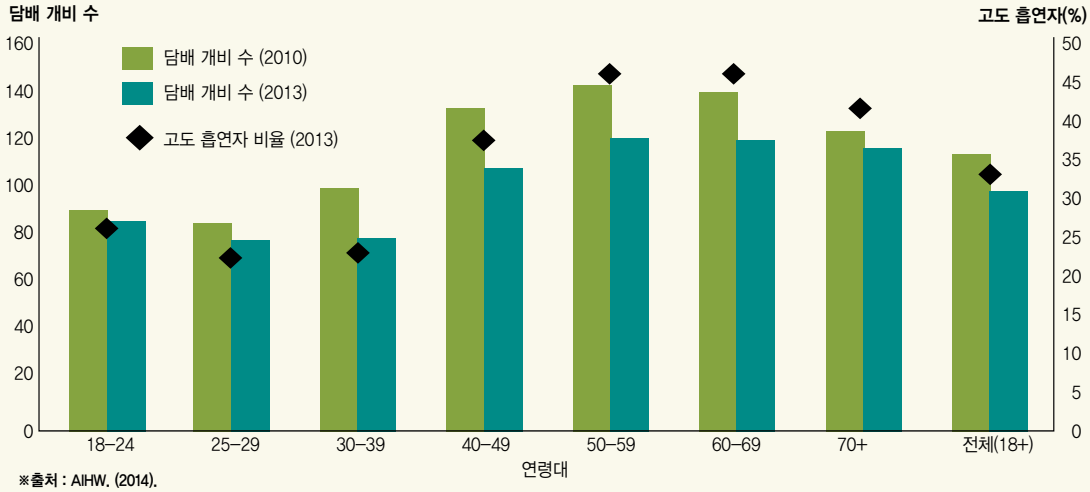
규격화 무광고 포장 도입 후(앞면, 뒷면)

규격화 무광고 포장의 효과

과학적인 근거에 입각하여 세부 기준을 규정하고, 총체적인 정책 홍보 전략을 동원하여 시행한 규격화 무광고 포장 정책, 그 효과는 어떻게 나타났을까.

한 연구에 따르면, 18세 이상 성인을 대상으로 조사한 결과 정책 도입 전과 비교하여 도입 후에 담뱃갑의 매혹도에 대해 부정적으로 대답하는 비율이 증가했다. 더불어, 정책을 도입한 후 '담뱃갑의 경고그림을 보니 금연해야겠다'라고 인지한 응답자 비율이 높아져 경고그림의 효과성도 증가했다. 성인뿐 아니라, 청소년(12–17세)도 담뱃갑에 대한 부정적 인식이 증가했으며, 담배 브랜드별 매혹도 차이를 인지하는 비율이 줄어든 것으로 나타났다.

이와 같은 정책의 세부전략 성공은 담배에 대한 수요 감소로 이어졌다. 2013년 약물관리 가구조사(National Drug Strategy Household Survey)에 따르면, 호주 내 14세 이상 인구의 매일 흡연율이 정책 도입 전 15.1%(2010년)에서 도입 후 12.8%(2013년)로 2.3%p 감소했다. 또한 흡연자의 일주일 평균 흡연량도 111개비(2010년)에서 96개비(2013년)로 약 15개비 감소했으며, 14–24세 흡연자의 흡연 시작 연령은 1995년 평균 14.2세에서 2013년 15.9세로 높아졌다.



※출처 : AIHW. (2014).

규격화 무광고 포장 도입 전후(2010년, 2013년) 흡연자의 일주일 평균 흡연량

물론 이러한 담배 수요의 감소 효과를 규격화 무광고 포장 정책만의 효과로 보기는 어려울 수 있다. 동일한 시기에 담뱃세 인상 등 포괄적인 담배규제 정책이 추진되었기 때문이다. 그러나, 보다 엄밀하게 규격화 무광고 포장만의 순효과를 분석한 호주 정부의 보고서에 따르면, 규격화 무광고 포장 조치가 없었다면 2012년 12월부터 2015년 9월 기간의 흡연율이 '0.55%p 더 높았을 것'이라 말한다. 다시 말해 해당 기간의 흡연율 감소폭 2.2%p(19.4%에서 17.2%로 감소)의 약 1/4이 규격화 무광고 포장의 순수한 효과라는 것이다. 덧붙여, 해당 보고서는 다음과 같이 결론을 맺는다. "이 효과는 과소추정되었을 가능성이 높으며, 효과는 시간이 흐를수록 증가할 것이다."

세계의 규격화 무광고 포장 도입

세계 최초로 규격화 무광고 포장을 도입한 호주의 성공사례는 즉각 다른 국가에 영향을 주게 되었다. 2016년 현재, 세계 곳곳에서 규격화 무광고 포장(Plain packaging) 또는 포장규격화(Standardised packaging) 정책의 도입이 발 빠르게 추진되고 있는데, 이미 10개국 이상이 규격화 무광고 포장 도입을 결정하거나 도입 추진을 위한 정식 검토 단계에 접어든 상황이다.

영국, 프랑스, 아일랜드 : 2016년 5월부터 규격화 무광고 포장 시행

영국은 호주에 이어 세계에서 두 번째, 그리고 유럽에서는 첫 번째로 규격화 무광고 포장이 시행되는 나라가 되었는데, 2015년 3월에 규격화 무광고 포장에 관한 법률을 통과시켜 2016년 5월 20일부터 영국 전역에서 시행된다. 영국 정부가 규격화 무광고 포장 도입을 검토하기 시작한 것은 2010년으로, 그로부터 4년 뒤인 2014년이 되어서야 규격화 무광고 포장 도입에 관한 법률 초안이 완성된 셈이다. 법률 도입에 앞서 영국 정부가 실시한 대국민 설문에 따르면 영국 성인의 61%가 규격화 무광고 포장

도입에 찬성하며, 정책 도입에 대한 비용편익분석 결과 규격화 무광고 포장의 순편익이 250억 파운드(약 43조1,515억원) 가량인 것으로 나타났다.

프랑스 역시 2015년에 규격화 무광고 포장 도입을 위한 법안을 채택하고, 2016년 5월 20일부터 시행된다. 프랑스 정부는 2014년에 발표한 국가담배 규제전략(Programme National de Reduction du Tabagisme)에서 신규 흡연자, 특히 청소년의 흡연을 예방하기 위한 첫 번째 전략으로 규격화 무광고 포장 도입을 강조하였으며, 이후 1년간 규격화 무광고 포장에 관한 법안을 개발 · 검토하여 의회에서 정식 채택하게 되었다. 이에 따라 2016년 5월 20일부터 제조되는 담배제품은 모두 규격화 무광고 포장 디자인으로 통일되어야 하며, 그 전에 제조된 제품의 경우에도 2016년 말까지만 판매가 허용된다.

아일랜드는 2013년 11월 보건부 장관이 발표한 규격화 무광고 포장 도입 법안이 약 1년 반의 공청 및 국회 검토를 거쳐 2015년 3월 10일에 대통령의 승인을 받게 되었다. 포장규격에 관한 공중보건법(The Public Health (Standardised Packaging of Tobacco) Bill)은 2016년 5월 20일 이후 제조되는 모든 담배제품이 법에서 규정한 포장방식을 준수할 것을 명시하고 있다. 한편, 아일랜드 보건부는 정부 구성 지연으로 인하여 규격화 무광고 포장 시행일이 올 여름으로 지연될 가능성이 있음을 발표한 바 있으나, 2017년 5월 20일부터 규격화 무광고 포장을 적용하지 않은 담배제품에 대한 판매 적발 시 위법행위로 간주한다는 당초 계획에는 변함이 없다고 강조하였다.

각국 보건부가 발표한 규격화 무광고 포장 시안
(왼쪽부터 영국, 프랑스, 아일랜드)

캐나다, 뉴질랜드, 싱가포르 등 9개국 : 규격화 무광고 포장 도입 검토

영국, 프랑스, 아일랜드와 같이 규격화 무광고 포장의 시행을 위해 법안 도입을 검토하기 시작한 나라 또한 적지 않다. 세계 최초로 경고그림을 도입한 **캐나다**는 이미 1994년에 규격화 무광고 포장 도입의 필요성을 국가 차원에서 논의한 바가 있으며, 2015년 11월에는 저스틴 트루도(Justin Trudeau) 캐나다 수상이 보건부 장관에게 규격화 무광고 포장의 도입을 최우선 과제(top priority)로 삼을 것을 요청하였다. **노르웨이**는 2015년 3월 규격화 무광고 포장 도입 법안에 관한 대국민 공청을 실시하고 5월에는 유럽연합 집행위원회에 규격화 무광고 포장 도입 의사를 공식적으로 전달하였다. **뉴질랜드** 역시 2013년부터 규격화 무광고 포장 도입 검토를 시작하여 현재 의회에서 논의하고 있는데, 존 키(John Key) 수상은 올해 말에는 규격화 무광고 포장 법안이 통과될 것으로 예측한 바 있다. 한편 **싱가포르** 보건부는 2015년 12월 규격화 무광고 포장 도입을 포함하는 국가 담배규제 전략

강화에 대한 대국민 공청을 실시하면서, 싱가포르 정부가 규격화 무광고 포장 도입을 위한 연구를 수행 중임을 밝힌 바 있다.

그 밖에 **핀란드**와 **터키**는 국가 담배규제 실행계획에 규격화 무광고 포장 도입을 포함하였고 **헝가리, 스웨덴, 남아프리카공화국**은 규격화 무광고 포장 도입에 대하여 보건부 장관이 매우 강력한 도입 의지를 표명하였다. 유럽연합 28개 회원국의 담배규제 정책 근간을 이루는 **EU 담배규제법(Tobacco Products Directive)** 역시 2014년에 개정되면서 담뱃갑 앞 · 뒷면 면적의 65%에 해당하는 크기의 경고그림 및 문구의 부착 의무화와 동시에 각국이 규격화 무광고 포장의 도입을 고려할 수 있음을 명시하고 있어 향후 규격화 무광고 포장 도입의 세계적 추세는 지금보다 더 빠르게 움직일 것으로 예상된다.

우리나라의 담뱃갑 포장규제

담뱃갑 포장규제는 사실상 우리나라에서 시행된 최초의 담배규제라고 볼 수 있다. 1976년 WHO의 권고로 담뱃갑에 경고 문구를 표기하면서 우리나라 담뱃갑 규제가 시작되었는데, 1986년이 되어서야 권고 사항이던 경고문구 표기가 당시 담배전매법이 개정되면서 법적으로 의무화되었다. 이후 문구의 위치,

우리나라 담뱃갑 포장 및 라벨 규제 역사(~ 2016)

연도	주요 내용	관련규정	시행일 (개정일)
1976년 7월	■ 처음으로 담뱃갑에 건강 경고를 표기(WHO의 권고)	–	–
1986년 12월	■ 담뱃갑 경고 문구 표기를 법적으로 의무화	담배전매법 제29조	1987.4.1 (1986.12.26)
1988년 7월	■ 경고문구의 표기 방법 지정 – 소비자가 쉽게 알아볼 수 있는 색상 및 크기 – 담배의 갑포장지의 경우에는 옆면에, 광고물 등의 경우 눈에 잘 띄는 곳에 표시	담배전매법 시행규칙 제14조	1988.7.4
1989년 1월	■ 경고문구의 표기 방법 강화 – 갑 포장지 한쪽 옆면에 위치 – 옆면 면적의 3분의 1 이상 크기 – 사각형 및 경고문구의 색상은 갑 포장지와 보색관계에 있는 색상 사용	담배사업법 시행규칙 제18조제1항	1989.1.24
1995년 9월	■ 경고문구 크기 및 위치 강화 – 갑포장지 앞뒷면 하단에 위치 – 앞뒷면 면적의 100분의 20 이상의 크기	국민건강증진법 시행규칙 제4조제1항	1995.9.11
1999년 6월	■ 19세 미만 청소년에게 판매를 금지한다는 내용의 문구 표시 – 갑포장지 뒷면 5분의 1 이상 크기의 사각형 안에 표기 – 색상은 갑 포장지 바탕색과 보색 사용	청소년보호법 시행령 제25조제2항	1999.7.1. (1999.6.30.)
2002년 1월	■ 담배의 주요 성분과 함유량을 담뱃갑 포장지에 기재 – 성분의 종류 : 타르, 니코틴 – 담뱃갑 포장지 양 옆면 중 한 면에 기재	담배사업법 제25조의2	2003.1.1 (2002.1.26)
2004년 6월	■ 경고문구 크기 및 위치 강화 – 앞뒷면 면적의 100분의 30 이상의 크기 ■ 경고문구의 내용 강화 – 경고문구를 3개 이상 정하고 각각 2년씩 순환하여 표기	담배사업법 시행규칙 제15조제1항	2004.7.1 (2004.6.29)
2007년 12월	■ 발암성 물질 경고문구 표시 – 나프틸아민, 니켈, 벤젠, 비닐 크롤라이드, 비소, 카드뮴	국민건강증진법 제8조제3항	2008.12.15 (2007.12.14)
2011년 6월	■ 경고문구 내용 추가 – 타르 흡입량은 흡연습관에 따라 다르다는 내용 – 금연상담전화번호 표시	국민건강증진법 제9조의2	2012.12.8 (2011.6.7)
2014년 1월	■ 오도문구 사용제한	담배사업법 제25조의5	2015.1.22 (2014.1.21)
2014년 5월	■ 전자담배, 머금는 담배 등 담배 종류별 경고문구 신설	국민건강증진법 제9조의2 동법 시행령 제16조의2	2014.11.21 (2014.5.20)
2015년 6월	■ 담뱃갑 경고그림 도입, 면적 확대(30%→50%)	**국민건강증진법 제9조의2**	**2016.12.23 (2015.6.22)**

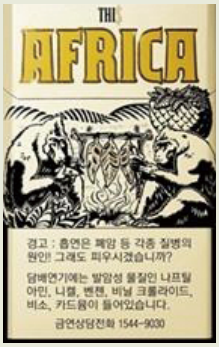
색상, 크기 등 표기 방법이 세부적으로 지정되면서 지금의 담뱃갑 건강경고 형태로 변화하기에 이르렀다.

1994

담뱃갑 경고문구 표기의 가장 초기 형태로, **옆면의 1/3**을 차지하는 크기의 문구 표기

2000

'95년 국민건강증진법, '99년 청소년보호법 시행으로 경고문구가 **담뱃갑 앞 · 뒷면 하단**으로 이동하였으며, 뒷면에는 **19세 미만 담배판매 금지** 표시



2005

경고문 크기 **30% 이상으로 확대,** 옆면에는 **타르와 니코틴 함량 표기**

2009

발암성물질에 관한 정보를 경고문에 포함

2013

금연상담전화번호 (1544-9030) 담뱃갑 앞 · 뒷면에 추가, **타르 흡입량은 흡연습관에 따라 달라질 수 있다**는 내용 옆면에 추가

2016 (예정)

담뱃갑 앞 · 뒷면 **면적 30% 크기의 경고그림, 20% 크기의 경고문구 추가**하여 건강경고 크기 확대, 경고그림과 문구의 위치는 **앞 · 뒷면 상단**

※1994년 및 2000년 포갑지는 대한민국 역사박물관 소장자료, 2005년, 2009년, 2013년 담뱃갑은 인터넷 검색자료임

끊임없는 정책 개선의 노력에도 불구하고, 우리나라는 WHO가 요구하는 담뱃갑 포장규제의 최소요건을 겨우 충족하는 수준에 머물러 있었다. 담배사용의 폐해를 보다 직관적이고 명확하게 전달할 수 있는 경고그림 없이 문구만 표기하였으며, 그 크기 역시 WHO 기준 최소 수준인 담뱃갑 주요 면적의 30%에 그쳤던 것이다. 1995년 국민건강증진법 제정 이후, 경고그림 도입을 위한 법 개정 시도는 11번이나 있었지만 번번이 실패하였고, 2015년이 되어서야 우리나라에서도 담뱃갑에 경고그림 도입의 법적 기반이 마련되었다.

경고그림 표기 의무화 내용을 담은 국민건강증진법 개정안은 2015년 5월 29일 국회 본회의에서 통과되어 올해 12월 23일 시행을 앞두고 있다. 새롭게 도입될 담뱃갑 건강경고는 담뱃갑 앞 · 뒷면 면적의 30% 이상에 해당하는 크기의 경고그림과 20% 이상에 해당하는 크기의 경고문구를 표기해야 하며, 이 때 경고그림과 문구의 위치는 기존의 앞 · 뒷면 하단에서 상단으로 변경되어야 한다.

담뱃갑, 더 이상 담배회사의 광고판이 되어서는 안 된다

2016년 WHO가 발표한 세계금연의 날 주제는 "규격화 무광고 포장을 준비하자(Get Ready for Plain Packaging)"이다. 담뱃갑 포장규제 분야 후발주자인 우리나라 입장에서는 다소 거리감이 느껴질 수 있는 메시지일지도 모르지만, 이는 단순히 각국에게 보다 강력한 담뱃갑 포장규제를 도입하라는 의미가 아니다. 담배회사의 최후의 마케팅 수단을 근절하자는, 담배회사에 대한 선전포고와 같은 메시지이다. 일각에서는 담뱃갑 포장의 바탕색까지 국가가 지정을 하고 담배회사 고유의 로고도 사용하지 못하게 하는 것은 지나친 규제이자 대부분의 나라에서 헌법으로 보장하고 있는 표현의 자유를 침해하는 정책이라고 비난하기도 한다. 그럼에도 불구하고 각국이 앞다투어 경쟁을 하듯 경고그림의 크기를 늘리고 규격화 무광고 포장 도입을 서두르는 것은 그 어떠한 가치보다 인간의 건강과 생명을 보호하는 것이 중요하기 때문이다. 더 이상 담배회사가 담뱃갑을 '걸어다니는 광고판'으로 만들 수 없도록, 광고 없는 담뱃갑이 담뱃갑 포장의 새로운 기준이 되어야만 하는 이유이다.

2016. 5.
Monthly Index

이 달의 지표

이 달의 지표에서는 담배 규제와 관련된 주요지표에 대해 소개하고, 해당 지표의 최신내용을 전달하여 금연 정책에 대한 보다 전문적이고 폭넓은 이해를 도모하고자 합니다. 매월 선정되는 담배 규제 지표의 의의와 최신 데이터를 살펴 보고 국내외 금연정책의 동향을 한눈에 알아봅니다.

성인 전자담배 사용률

Prevalence of e-cigarette use in the adult population

지표의 개요 및 의의

2004년 처음 등장한 전자담배는 최근 급속도로 성장하고 있는 담배제품 중 하나이다. 세계적 시장조사기관인 유로모니터(Euromonitor)가 발표한 바에 따르면, 2014년 전 세계 전자담배 시장규모는 약 60억 달러(약 7조 700억원)에 이르며 전 세계 사용자 수도 1,300만명 이상으로 추산된다. 반면, 전자담배가 궐련(cigarette)과 전자담배를 동시에 사용하는 '이중사용(Dual use)'을 유도하여 니코틴 중독을 조장한다는 연구결과가 발표되는 만큼, 전자담배에 대한 효과적인 규제방안을 마련하기 위해서는 사용 현황에 대한 지속적인 모니터링이 중요하다.

※ 전자담배 규제에 관한 보다 자세한 내용은 2015년 금연이슈리포트 10월호("전자담배, 담배의 또 다른 이름인가 새로운 금연보조제인가") 참고

용어 정의

전자담배는 보다 정확하게 "전자식니코틴전달체(Electronic Nicotine Delivery System; ENDS)"로 정의되며, 니코틴이 함유된 액상을 기화시켜 사용자가 흡입할 수 있도록 만들어진 전자기기를 말한다. 일반적으로 궐련담배(cigarette)의 사용을 기준으로 산출하는 흡연율을 전자담배 사용에 적용하여 산출한다.

| 전자담배 평생사용률

일반적으로 '평생동안, 즉 현재까지 전자담배를 피워본 경험이 있는 사람'을 전자담배 평생사용(경험)자로 정의하며, 전자담배 평생사용률은 조사대상자 100명 당 전자담배 평생사용(경험)자 수로 산출한다.

| 전자담배 현재사용률

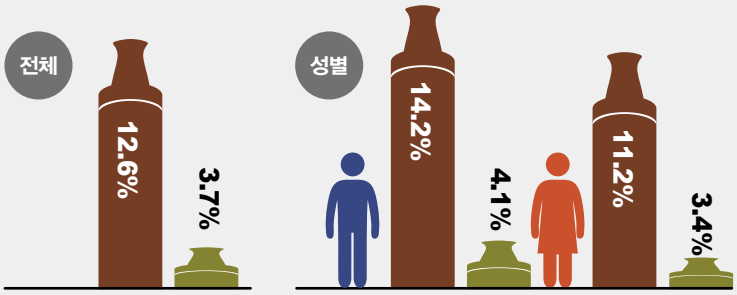
전자담배 현재사용자는 보통 '현재 전자담배를 사용하고 있는 사람'을 말하며, 현재사용 여부의 기준은 조사에 따라 '최근 한달 내 사용한 적이 있는지' 또는 '매일 혹은 가끔(간헐적으로) 사용하고 있는지' 등으로 정의된다. 전자담배 현재사용률은 조사대상자 100명 당 전자담배 현재사용자 수로 산출된다.

국내외 최신동향

| 세계 성인 간접흡연 노출현황

미국 성인의 전자담배 평생사용률은 12.6%, 현재사용률은 3.7%로, 두 지표 모두 여성보다 남성이, 연령대가 낮을수록 높은 경향을 보인다. 영국의 전자담배 평생사용률은 17.0%, 현재사용률은 5.4%로 미국과 비교했을 때, 다소 높은 것을 확인할 수 있다.

미국 성인 전자담배 사용률(2014)



연령

연령(세)	전자담배 평생사용률	전자담배 현재사용률
18–24	21.6	5.1
25–44	16.6	4.7
45–64	10.2	3.5
65+	3.7	1.4

전자담배 평생사용률 : 평생동안 한 번 이상 전자담배를 피워본 경험이 있는 사람의 분율
전자담배 현재사용률 : 전자담배를 매일 혹은 가끔 피우는 사람의 분율
※출처 : Schoenborn, CA & Gindi, RM. (2015).

영국 성인 전자담배 사용률(2015)

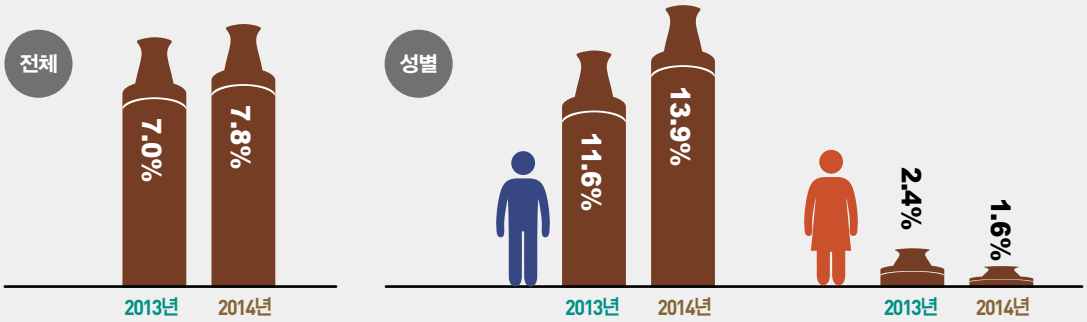
전자담배 평생사용률 : 평생동안 전자담배를 피워본 경험이 있는 사람의 분율
전자담배 현재사용률 : 한달에 한 번 이상 사용하는 사람의 분율
※출처 : McNeill, A., Brose, L. S., Calder, R., Hitchman, S. C., Hajek, P., & McRobbie, H. (2015).

전자담배 평생사용률 전자담배 현재사용률

| 우리나라 성인 전자담배 사용률

우리나라 전자담배 사용률은 만 19세 이상 성인을 대상으로 질병관리본부에서 매년 수행하는 '국민건강영양조사'에서 찾아볼 수 있다. 기존에는 궐련담배 관련 문항만 조사를 진행했으나, 전자담배 사용에 대한 모니터링 필요성이 대두되면서 2013년부터 전자담배 사용에 대한 문항을 신설하여 사용률을 조사하고 있다.

우리나라 성인 전자담배 사용률(2013, 2014년)



연령

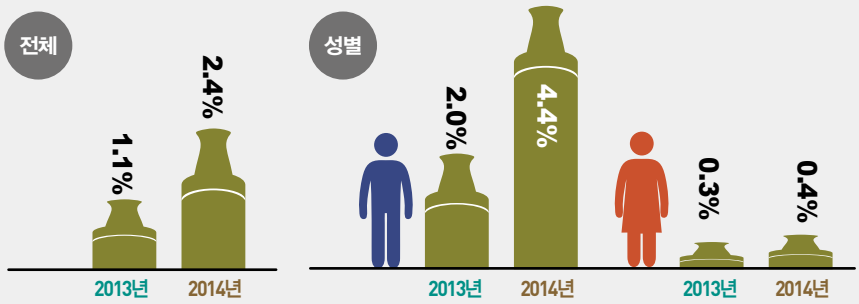
연령(세)	2013년(단위 : %)	2014년(단위 : %)
19–29	8.5	10.2
30–39	9.4	11.6
40–49	6.8	8.5
50–59	4.9	3.6
60–69	4.9	2.5
70+	2.0	1.1

전자담배 평생사용률 : 지금까지 전자담배를 사용한 적이 있는 분율
*2005년 추계인구로 연령 표준화
※출처 : 보건복지부 · 질병관리본부. (2015).

2013년 2014년

성인의 전자담배 평생사용률은 2014년 기준 7.8%로 전년과 거의 동일하게 나타났지만, 연령별 평생사용률을 살펴보면 높은 연령대와 달리 낮은 연령대에서 1.7%p~2.2%p 증가한 것을 알 수 있다. 또한 남성(13.9%)이 여성(1.6%)보다 12.3%p 높게 나타났으며, 그 격차가 전년(9.2%p)보다 증가한 것을 알 수 있다.

성인 전자담배 현재사용률



연령

연령(세)	2013년(단위 : %)	2014년(단위 : %)
19–29	0.8	3.2
30–39	1.7	4.6
40–49	1.4	2.2
50–59	1.4	0.4
60–69	0.2	0.2
70+	0.5	0.1

전자담배 현재사용률 : 최근 한 달 동안 전자담배를 사용한 적이 있는 분율
*2005년 추계인구로 연령 표준화
※출처 : 보건복지부 · 질병관리본부. (2015).

2013년 2014년

2014년 기준으로 성인 전자담배 현재사용률은 2.4%로 나타났으며, 전년대비 1.3%p 증가했다. 평생사용률과 마찬가지로 남성이 여성보다 높게 나타났으며(4%p), 연령대가 낮을수록, 특히 30대 그룹에서 현재사용률이 가장 높게 나타났다. 또한 평생사용률과 마찬가지로, 높은 연령대와는 달리 낮은 연령대에서 0.8%p~2.9%p 증가한 것을 확인할 수 있다.

참고문헌

한국건강증진재단. (2014) WHO 담배규제기본협약 10주년 기념자료집.

AFP. (December 2015). Cigarette Plain Packaging Lawsuit Fails. ENCA. Retrieved May, 2016, from https://www.enca.com/life/cigarette-plain-packaging-lawsuit-fails

Australian Institute of Health and Welfare. (2014). Report on the 2013 National Drug Strategy Household Survey.

Canadian Cancer Society. (2016). Plain Packaging – International Overview

Department of Health, Australia Government. Tobacco Plain Packaging in Australia.

Department of Health, Australia Government. (2016). Post-Implementation Review Tobacco Plain Packaging 2016.

Dunlop, S. M., Dobbins, T., Young, J. M., Perez, D., & Currow, D. C. (2014). Impact of Australia's introduction of tobacco plain packs on adult smokers' pack-related perceptions and responses: results from a continuous tracking survey. BMJ open, 4(12), e005836.

First ministerial meeting on plain tobacco packaging. (2015). Plain packaging of tobacco product: a worldwide movement to address a global challenge.

Scollo, M., Lindorff, K., Coomber, K., Bayly, M., & Wakefield, M. (2015). Standardised packaging and new enlarged graphic health warnings for tobacco products in Australia—legislative requirements and implementation of the Tobacco Plain Packaging Act 2011 and the Competition and Consumer (Tobacco) Information Standard, 2011. Tobacco control, 24(Suppl 2), ii9-ii16.

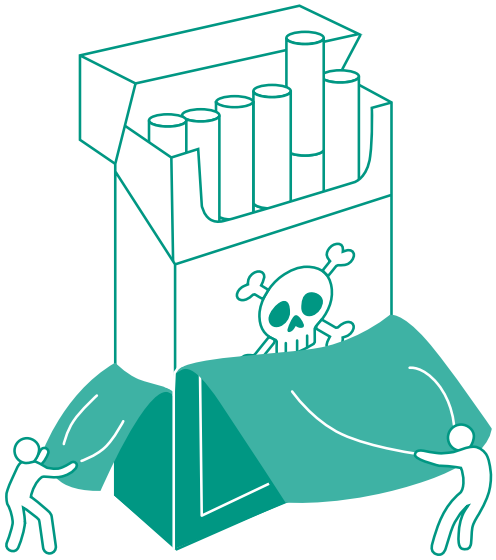
Tobacco plain packaging likely to be law by end of year – John Key. 2016.02.15. http://www.stuff.co.nz/national/politics/76917027/Tobacco-plain-packaging-likely-to-be-law-by-end-of-year-John-Key

UK Department of Health.(2015) Impact Assessment on Standardised packaging of tobacco products https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/403493/Impact_assessment.pdf

Wakefield, M., Morley, C., Horan, J. K., & Cummings, K. M. (2002). The cigarette pack as image: new evidence from tobacco industry documents. Tobacco Control, 11(suppl 1), i73-i80.

White, V., Williams, T., & Wakefield, M. (2015). Has the introduction of plain packaging with larger graphic health warnings changed adolescents' perceptions of cigarette packs and brands?. Tobacco control, 24(Suppl 2), ii42-ii49.

※자료 사용에 도움을 주신 대한민국 역사박물관에 다시 한번 감사 드립니다.



한국건강증진개발원 한국건강증진개발원 국가금연지원센터

100-705 서울시 중구 퇴계로 173 남산스퀘어빌딩 24층

문의 TEL 02-3781-3500 FAX 02-3781-2299

행복한
대한민국을 여는
정부 3.0
[개방 · 공유 · 소통 · 협력]

구독신청

매월 〈금연이슈리포트〉 구독을 원하시는 분은 아래 메일주소로 소속, 성명을 기재하여 신청해주십시오.

홈페이지 : www.khealth.or.kr

구독신청 이메일 주소 :
한국건강증진개발원 국가금연지원센터
tcir@khealth.or.kr

6월호 예고

2016년 6월호 〈금연이슈리포트〉에서는 담배규제의 새로운 이슈로 주목받고 있는 가향담배에 관한 최신 국내외 현황을 다룹니다. 비흡연자, 특히 청소년의 흡연 시작을 조장하는 것으로 알려진 가향담배를 둘러싼 각국의 정책 전략과 이에 대응하는 담배 업계의 끝나지 않는 싸움을 통하여 향후 국내 가향 담배 규제가 나아가야 할 방향을 논의합니다.