

금연 이슈리포트

TOBACCO CONTROL
ISSUE REPORT

www.khealth.or.kr

청소년의
담배 구매,

79.3%가
성공한다



SEPTEMBER 2016
Vol. 38

9

금연 이슈리포트

TOBACCO CONTROL
ISSUE REPORT

www.khealth.or.kr

청소년의
담배 구매,

담배
접근성을
주목하라!



SEPTEMBER 2016
Vol. 38

9

C O N T E N T S

Infographic

02

- 청소년 담배 구매,
담배 접근성을 주목하라! 02

Monthly Updates

04

- 이달의 정책 04
- 이달의 연구 06

Monthly Highlights

08

- 만 12.7세, 담배를 처음 접하는 나이 09
- 청소년의 담배 접근성을 높이는 요인 10
- 청소년의 담배 접근성을 차단하기 위한
조치 11
- 우리나라의 청소년 담배 접근성 관련
정책 현황 13
- 미래세대를 담배로부터 보호하기
위하여 15

Monthly Index

16

- 금연시도율 16



청소년 담배 구매, 담배 접근성을 주목하라!

※ 출처
- 관세청, (2016).
- 보건복지부·질병관리본부·교육부, (2015).
- Institute of Medicine, (2015).
- WHO, (2014).

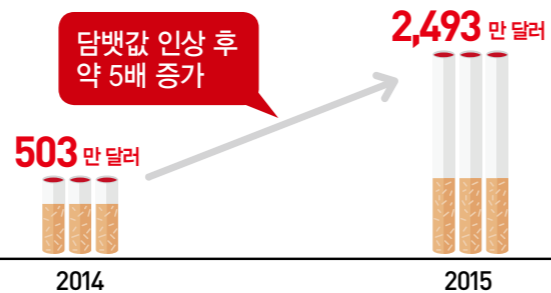
청소년의 담배 구매 접근성을 높이는 요인

제조 단계

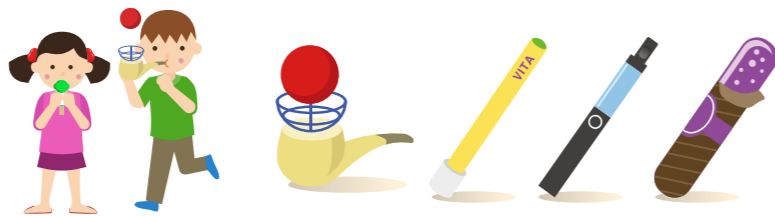
소포장 담배



우리나라 소포장 및 저가 담배제품 수입액 현황



사탕, 제과, 장난감 등 담배 모양의 제품



판매시점 단계

STORE

담배 진열 및 광고

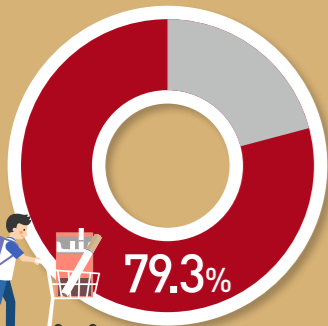


미성년자 대상 담배 판매

자동판매기를 통한 담배 판매



담배 구매 시도 중·고교생의 구매 용이성

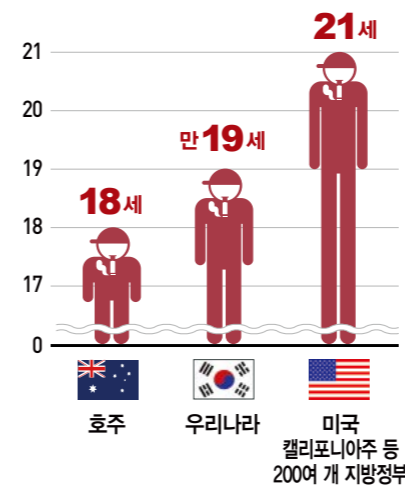


*최근 30일 동안 편의점이나 가게 등에서 담배 구매가 가능했던 중·고교생의 비율

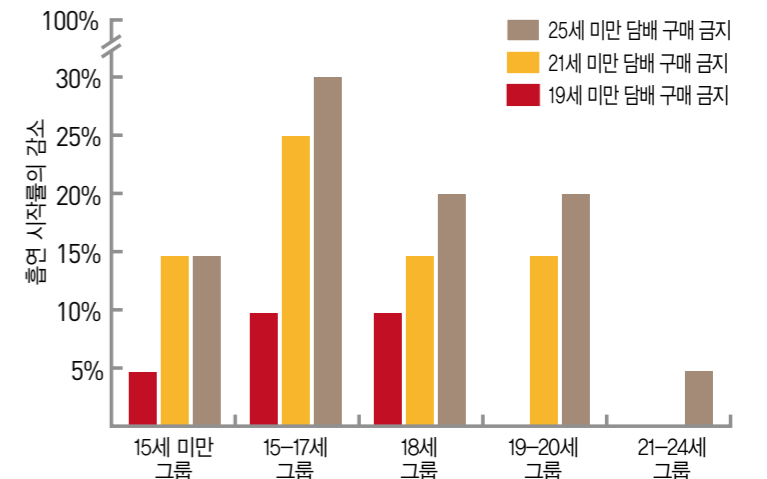
현재 흡연 중인 중·고교생이 담배를 구하는 방법

구분	전체
편의점, 가게 등에서 구매	50.4%
친구, 선배에게 얻음	33.1%
집, 친구 집에 있는 담배	9.2%
주변(길거리 등)에서 주움	4.1%
성인으로부터 얻음	3.2%

담배 구매 법적 허용 연령



법적 허용 연령의 흡연 시작률 감소 효과



2016. 9.
Monthly Updates

이달의 정책



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



대한민국, 공동주택 금연구역 지정 신청 절차 시행

대한민국에서 이달 3일부터 아파트, 연립주택 등 공동주택을 거주세대의 과반수 동의를 얻어 금연구역으로 지정할 수 있게 되었다. 개정된 국민건강증진법의 시행에 따라 공동주택의 복도, 계단, 승강기 및 지하주차장의 전부 또는 일부를 금연구역으로 지정하여 줄 것을 신청하면 시장·군수·구청장은 그 구역을 금연구역으로 지정하고, 이를 알리는 안내표지를 설치하여야 한다. 또한, 해당 금연구역에서 흡연할 경우 10만 원의 과태료가 부과된다. 이로 인해 공동사용 공간에서의 흡연으로 인한 피해를 자치적으로 감소시키는 효과가 예견되고 있는 반면, 정책의 주된 목적인 간접흡연 예방 효과에 대한 한계도 제기되고 있다. 실제로, 2015년 서울의료원 환경건강연구실이 서울시내 아파트 연립주택 거주 세대를 대상으로 조사한 결과에 따르면 담배연기의 주된 유입경로는 베란다·창문이 73.1%로 가장 많았고, 그 다음으로는 화장실·현관문 순이었다. 이에 따라, 베란다 및 화장실 등 사적 공간까지 금연구역 신청 대상에 포함시켜 정책의 실효성을 강화하는 내용의 법안이 이달 말에 발의되기도 하였으나, 흡연자의 권리 제한이 어디까지 허용될 것인가에 대한 논란도 적지 않은 상황이다.



케냐, 담배규제법 합헌 판결로 담뱃갑 경고그림 등 시행

케냐가 담뱃갑 경고그림을 포함한 담배규제법을 이달부터 시행할 수 있게 되었다. 지난 2014년 12월 케냐 정부가 해당 법을 공포한 이후, 케냐 담배 시장의 약 77%를 점유하고 있는 브리티쉬아메리카토바코(British American Tobacco, 이하 BAT)는 이에 대하여 위헌 소송을 제기하였다. 긴 소송 공방 끝에 법원은 지난 3월 내려진 판결에서 해당 담배규제법이 위헌이 아니며, 당국이 비준한 WHO 담배규제기본협약(Framework Convention on Tobacco Control, 이하 FCTC)을 이행할 의무가 있으므로 법을 시행해야 한다고 강조하였다. 이에 따라 법률에 규정된 거의 모든 조항들의 효력이 인정되어, 담뱃갑 경고그림, 담배 성분 공개, 도로 및 보도의 금연구역 지정, 담배의 날개 포장 판매 금지 등을 이달부터 시행하게 되었다. 또한, 담배업계와 보건 공무원 및 기타 공무원의 교류가 제한되며, 담배업계는 연간 담배 판매량을 공개하고, 금연지원 및 담배관련 연구를 위해 매년 제조·수입한 담배제품 당 2%의 담배규제기금을 납부해야 한다. 해당 사례는 WHO FCTC 당사국들이 담배규제 정책을 시행하는 데 있어서 담배업계의 저해 활동에 FCTC 이행 의무를 근거로 대응할 수 있는 선례가 될 것으로 예상된다.



폴란드, 청소년 대상 전자담배 판매 및 광고 금지

폴란드가 전자담배를 일반 담배와 동등한 대상으로 분류하여 18세 미만의 청소년들에 대한 판매를 금지한다. 이에 따라, 이월부터 청소년이 어떤 장소에서든 전자담배를 사용하는 것은 불법이 되며, 자동판매기 또는 온라인을 통한 전자담배 판매 및 광고도 금지된다. 이는 지난 2014년 발표된 폴란드 청소년들의 전자담배 사용률이 급격히 증가하였다는 조사 결과를 바탕으로 전자담배의 무분별한 확산에 대한 우려를 배경으로 한다. 실제로, 폴란드 청소년들을 대상으로 실레시아 의과대학(Medical University of Silesia)과 고니이츠(Goniewicz) 박사가 공동으로 진행한 연구 결과에 따르면, 전자담배를 한 번이라도 사용해 본 적이 있는 학생의 비율은 16.8%(2010-2011년)에서 61.1%(2013-2014년)로 3배가량 증가하였으며, 조사 당시 전자담배를 사용 중인 비율도 5.5%에서 29.9%로 약 6배 증가하였다. 뿐만 아니라, 전자담배와 일반 담배를 함께 사용하는 청소년의 비율도 65.3%(2010-2011년)에서 72.4%(2013-2014년) 증가한 것으로 나타나 해당 조치의 필요성을 강력하게 뒷받침하였다.



대만, 타이베이 상업 지구에 보행자 금연구역 지정

대만의 수도 타이베이 상업 지구에서 보행자 도로 금연구역이 최초로 시행된다. 타이베이 환경보호부와 보건부는 유동인구가 많은 대형 쇼핑몰 세 곳 주위의 보행자 도로뿐만 아니라, 백화점 건물 앞의 개방 공간까지 흡연을 금지했다. 보행자 도로가 금연구역으로 지정된 사례는 이전에도 존재하였으나, 지하철역 또는 버스정류장 부근에 한정되었으며, 상업 지구가 지정된 경우는 이번이 최초이다. 타이베이 환경보호부는 이번 조치에 대하여 '상업 지구는 많은 사람들이 빈번하게 왕래하는 곳이므로, 이러한 새로운 조치는 담배공초의 투기를 줄일 뿐 아니라, 간접흡연의 위험성을 감소시키기 위함'이라고 밝혔다. 이에 따라 상업지구 내 보행자 도로의 금연구역에서 흡연할 경우 2천 대만달러에서 1만 대만달러의 벌금(약 7-35만 원)이 부과되며, 담배공초를 투기하는 경우에도 1천 5백 대만달러에서 5천 대만달러의 벌금(약 5-17만 원)이 부과된다. 타이베이 시는 감시원을 배치하여 해당 구역에서 흡연하는 자들을 단속할 예정이며, 다수의 인원이 밀집하는 상업지구인 만큼 해당 조치가 간접흡연 피해 감소는 물론 환경 개선에도 효과가 있을 것으로 예상하고 있다.



이스라엘 법원, 철도회사에 금연구역 단속 소홀로 약 20억 원 벌금 및 배상액 판결

2014년에 이스라엘 철도 이용객 두 명이 이스라엘 철도회사를 상대로 소송을 제기하였다. 그들은 열차 플랫폼을 포함한 공공장소에서의 흡연이 2012년부터 금지됐음에도 불구하고 열차 플랫폼에서 간접흡연에 노출되었으며, 이는 역무원이 법 위반자들에게 흡연을 중단할 것을 지시할 뿐 아무런 제재도 가하지 않는 등 단속에 소홀했기 때문이라고 주장했다. 이를 뒷받침하는 근거로 원고 측 변호사는 53개 역에서 자유롭게 담배를 피우는 사람들의 모습이 담긴 자료를 제출하였다. 이에 대해 철도회사는 담뱃불을 붙이고 역으로 진입하는 사람들을 제지하였으며 금연 표지판을 역사 안에 설치하는 등 최대한의 조치를 취하였다고 주장했으나, 법원은 그것만으로는 "상당한 조치(reasonable action)"를 취했다고 보기 어렵다고 판단하였다. 결국 법원은 이스라엘 철도회사에 6백만 뉴이스라엘세켈(약 17억 원)의 벌금을 부과하여 이를 금연교육을 위한 특별 기금으로 사용하라고 결정하였으며, 원고 측 변호사와 원고들에게 120만 뉴이스라엘세켈(약 3억 6천만 원)을 지급 및 배상할 것을 판결하였다.

이달의
연구



이달의 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.



한국 남녀 대학생과 성인 직장인 현재 흡연자의 멘톨담배 사용 관련요인

김희진 외. (2016). *대한금연학회지*, 7(2):74-83.

‘멘톨(mentol, L-Menthol)’은 페퍼민트 또는 박하유에서 얻어지거나 합성으로 제조되는 유기화합물로서, 가향담배에 사용되는 대표적인 향이다. 가향담배는 청소년을 신규 흡연자로 유치하기 위한 목적으로 개발, 마케팅 되고 있어 미국, 캐나다, 브라질 등 여러 국가는 청소년을 이로부터 보호하기 위해 규제 정책을 시행하고 있다. 이에 맞춰 한국에서도 규제가 필요하다는 주장이 제기되어, 현재 규제 정책 개발이 진행되고 있다. 그러나 한국인의 멘톨담배 사용 양상은 아직 잘 알려져 있지 않는 상황이다. 따라서 본 연구는 2015년 4-7월 서울 3개 건강검진센터를 방문한 직장인 남성 400명과 전국 14개 대학 남녀 학생 2,174명을 대상으로 설문을 실시하고, 현재 흡연자로서 멘톨담배를 주로 사용한다고 답한 총 601명(직장인 128명, 대학생 473명)을 분석하였다. 연구 결과, 현재 흡연자 중 주로 멘톨담배를 사용한다고 응답한 흡연자는 총 220명(36.6%)이었으며, 대학생 중에서는 42.0%(남 37.6%, 여 66.2%, $P < 0.0001$), 직장인 남성 중에서는 16.4%(21명)였다. 멘톨담배 사용자는 18-21세 현재흡연 남성 중 48.3%, 여성 65.5%, 22-24세 남성의 31.8%, 여성의 71.4%였으며, 남성 25-39세와 40세 이상에서는 각각 22.0%, 17.7%였다. 연령군, 흡연량, 성별, 흡입 깊이, 니코틴 의존도, 금연의향, 천명과 기침 증상, 전자담배 사용 여부를 보정하였을 때, 멘톨담배를 사용할 오즈비는 40세 이상에 비해 22-24세가 2.1(95% CI=1.1-4.0), 18-21세가 3.4(95% CI=1.8-6.6), 여성이 2.4(95% CI=1.3-4.4)로 높았다. 또한, 하루 10개비 미만 흡연자에 비해 10개비 이상 흡연 시 멘톨담배 사용 위험이 낮았다(OR=0.5, 95% CI=0.3-0.7). 결론적으로, 현재 흡연자 중에서 젊은 연령과 여성은 멘톨담배 사용과 더 크게 관련되어 있었다. 멘톨담배의 급속한 증가 추세와 국제 규제 동향을 고려하여, 향후에는 청소년을 포함한 전체 흡연자를 대상으로 한국인의 멘톨담배 사용 현황과 건강 위험을 밝히고 적절한 규제정책을 개발해야 할 것이다.



담뱃갑 디자인에 대한 담배업계 연구 문건의 함의

Lempert, L. K., & Glantz, S. A. (2016). Implications of tobacco industry research on packaging colors for designing health warning labels. *Nicotine & Tobacco Research*. doi:10.1093/ntr/ntw127

본 연구는 담배업계 문건을 통해 담배업계가 담뱃갑 포장의 디자인을 위해 수행한 연구결과들을 분석하였다. 2013년부터 2015년 9월까지 담배업계 내부분문건데이터베이스(UCSF Truth Tobacco Industry Documents Library)를 통해 담뱃갑 포장의 색상과 디자인이 담뱃갑의 시각적 주목도와 소비자들의 위해성에 대한 인식에 주는 영향을 연구한 20개의 문건을 분석하였다. 분석 결과에 의하면, 검은색이 가장 시각적 주목도가 높았으며, 보색 대비가 시각적 주목도를 높이는 핵심 요인인 것으로 나타났다. 특히, 검은색 배경에 밝은 색 요소를 배치하는 것보다 밝은 색 배경에 검은색 요소를 배치하는 것이 더 시각적으로 이목을 집중시키는 것으로 나타났다. 또한, 노란색은 가장 신속하고 효과적으로 소비자들의 이목을 집중시키고 '경고 또는 위험'의 의미를 전달하는 반면, 흰색은 '건강과 안전'이라는 의미를 주는 것으로 나타났다. 해당 연구 결과는 담뱃갑의 건강경고 정책을 시행하는 데 있어 중요한 가이드 역할을 하며, 담배제품의 위험성을 보다 효과적으로 알리는 데 도움이 될 수 있을 것이다.



전자담배 광고가 아동들의 흡연에 대한 인식에 미치는 영향 : 실험 연구

Petrescu, D. C., Vasiljevic, M., Pepper, J. K., Ribisl, K. M., & Marteau, T. M. (2016). What is the impact of e-cigarette adverts on children's perceptions of tobacco smoking? An experimental study. *Tobacco Control*. doi:10.1136/tobaccocontrol-2016-052940.

본 연구는 전자담배 광고 노출이 흡연에 대한 인식에 미치는 영향을 살펴보기 위해 실험연구를 실시하였다. 먼저 궤련이나 전자담배를 한 번도 사용한 적 없는 11-16세 아동 411명을 대상으로 세 집단 중 1개의 집단으로 무작위 배정하였고, 집단별로 전자담배 광고 이미지 노출을 달리한 후 인터뷰를 실시하였다. 2개의 집단은 각각 10개의 전자담배 광고 이미지를 노출하고, 1개의 집단은 전자담배 광고를 전혀 노출시키지 않았다. 사용된 총 20개의 전자담배 광고는 예비조사 결과에 따라, '멋진', '유행을 선도하는' 등의 단어를 사용하여 '매력'을 강조한 10종과 금연보조제제품으로써의 역할 등 '안전과 건강'을 강조한 10종으로 분류되어 배정되었다. 전자담배 광고 이미지 노출 여부를 달리한 후, 아동들에게 본인이 느낀 흡연의 장점, 유해성, 매력 등을 평가하는 인터뷰를 진행한 결과, 전자담배 광고는 아동들에게 기존에 그들이 가지고 있던 흡연의 장점 또는 매력에 대한 인식에 영향을 주지는 않았다. 그러나 전자담배 광고를 접한 두 개의 집단은 광고를 접하지 않은 통제 집단에 비해 1-2개비 정도의 궤련이 건강에 해롭다는 인식이 더 낮게 나타났다. 결론적으로, 본 연구는 전자담배 광고가 아동들의 흡연이 건강에 유해한 영향을 끼칠 수 있다는 인식을 감소시킨다는 점을 밝혔으며, 이는 전자담배 광고가 아동들의 향후 흡연 진입 장벽을 낮추고, 국가의 담배규제 노력을 약화시킬 가능성을 가지고 있다는 점을 시사한다.

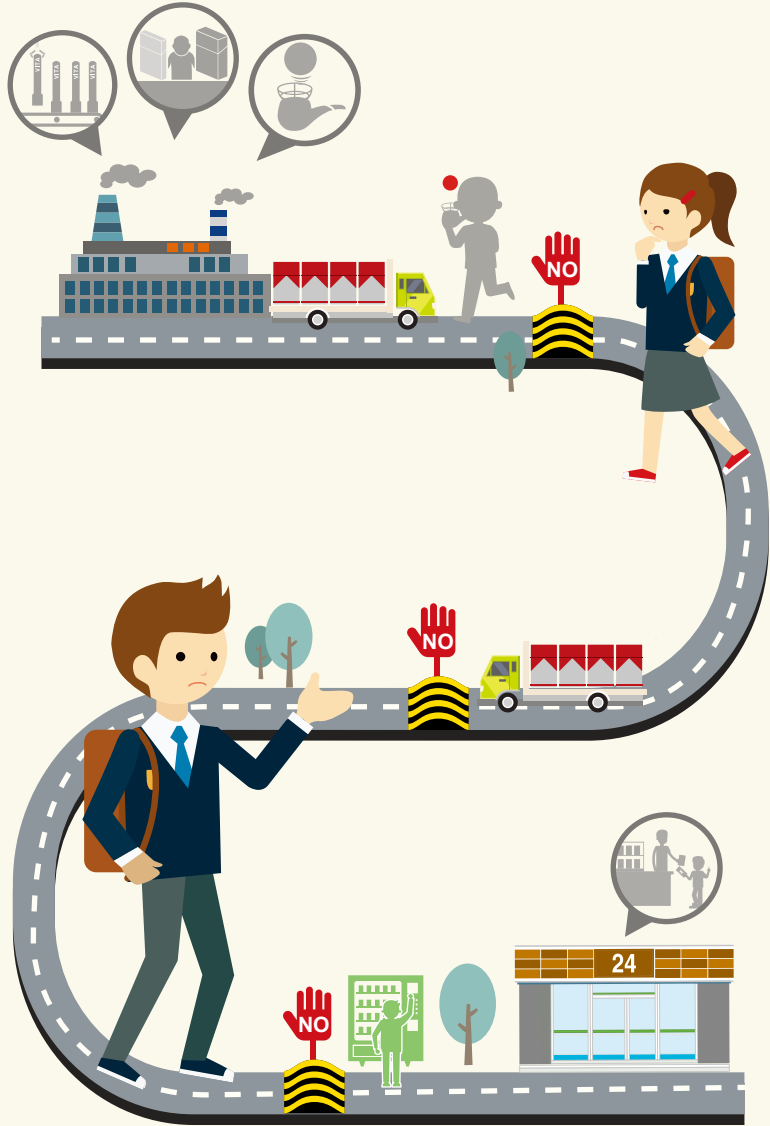
2016. 9.
Monthly Highlights

이달의
이슈

이달의 이슈에서는 담배규제 분야 주요 이슈를 선정, 국내·외 동향과 정책 현안을 다룹니다. 담배규제를 둘러싼 다양한 쟁점을 국외 사례와 학술지료를 바탕으로 분석하고 국내 금연 정책에의 시사점을 도출합니다.



청소년 담배 접근성 감소 조치의 중요성



담배 구매를 시도한 중·고등학생 중에서 약 80%가 구매를 성공했다고 응답했다. 미성년자임에도 불구하고 대부분의 청소년이 마음만 먹으면 담배를 구매할 수 있는 것이다. 그들을 담배로부터 보호하기 위해 필요한 정책적 노력은 무엇일까? 해답의 실마리는 바로 청소년의 담배 구매 접근성에 있다.

만 12.7세, 담배를 처음 접하는 나이

우리나라는 청소년보호법에 따라 담배 구매 법적 허용 연령이 만 19세로 청소년 대상 담배 판매가 금지되어 있으며, 이를 어길 시 2년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금이 부과된다. 담배사업법에서는 청소년에게 담배를 판매한 소매인에게 1년 이내의 영업 정지를 명령할 수 있는 조항도 있다. 담뱃갑 뒷면에도 19세 미만에게 담배 판매를 금지한다는 경고문구가 번듯하게 표기되어 있다.

그러나 실상은 너무나 다르다. 2015년 기준 우리나라 중·고등학생의 현재흡연율은 7.8%이며, 흡연을 경험해 본 경우 처음으로 담배를 피운 나이의 평균이 만 12.7세로 조사되었다. 더군다나, 중·고등학생들이 매일 담배를 피우기 시작한 연령은 점차 낮아져 어느새 만 13.6세에까지 이르렀다. 즉, 갓 중학교에 입학한 나이부터 담배를 매일 피우게 된다는 것이다. 게다가, 흡연 여부를 막론하고 담배 구매를 시도한 적이 있는 중·고등학생의 80% 가량이 “노력만 하면” 혹은 “노력 없이도” 편의점이나 가게에서 담배를 직접 구매하는 데에 성공했다고 응답한 것으로 나타났다. 현재 흡연자 역시 편의점이나 가게에서 직접 구매했다고 응답한 비율이 50%에 달해, 직접 구매하는 것이 담배를 구하는 가장 “흔한” 방법이라고 응답한 것으로 나타났다.

중·고교생 현재 흡연자의 담배를 구하는 방법

(단위 : %)

구분	편의점, 가게 등에서 구매	친구, 선배에게 얻음	집, 친구 집에 있는 담배	주변(길거리 등)에서 주움	성인으로부터 얻음
전체	50.4	33.1	9.2	4.1	3.2
남학생	51.0	32.9	8.8	4.3	3.0
여학생	48.0	34.0	10.9	3.2	4.0

*현재 흡연자의 최근 30일 동안, 본인이 피운 담배를 구하는 방법

중·고교생 구매 시도자의 담배 구매 용이성

(단위 : %)

구분	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15
전체	83.9	86.5	84.1	81.3	80.5	80.9	81.0	80.9	76.5	76.9	79.3
남학생	84.4	86.3	84.2	80.9	80.1	81.4	80.9	81.2	76.8	77.4	79.5
여학생	83.1	86.9	83.9	82.2	81.3	79.6	81.4	80.2	75.4	75.2	78.6

*조사대상자: '05년 중1-고2, '06년 이후 중1-고3

※출처: 보건복지부·질병관리본부·교육부, (2015).

*구매 시도자 중에서 최근 30일 동안 편의점이나 가게 등에서 담배를 사려고 했을 때 '많이 노력', '조금만 노력' 또는 '노력 없이도 쉽게' 살 수 있었던 사람의 비율

청소년 흡연이 문제인 이유는 단순히 법적으로 금지되어 있어서가 아니다. 청소년 흡연이 문제인 진짜 이유는 이 시절의 호기심에서 시작된 담배 사용이 니코틴의 중독성에 의해 나중에는 담배를 끊고 싶어도 끊을 수 없는 성인 흡연으로 이어지기 때문이다. 니코틴 중독은 특히 아동일 때 더 급진적으로 이루어지는 것으로 알려져 있다. 영국의 왕립의사협회(Royal College of Physicians)에 따르면, 호기심에 시작한 니코틴 사용이 중독으로 이어질 가능성이 헤로인이나 코카인과 같은 다른 중독 물질에 비해 더 크고, 사용자 중의 중독자의 비율 역시 니코틴이 다른 중독 물질에 비해 더 높다. 특히, 어린 연령대의 경우 매우 적은 양의 담배를 사용하고도 니코틴 중독 경향을 보이는데, 영국의 한 연구에서는 11세 아동이 단 한 개비의 껌을 피우는 것만으로도 향후 정기적 흡연자가 될 가능성이 높아지며, 이는 3년 이상의 기간이 지난 후에도 여전히하다는 것이 확인되기도 하였다.

청소년의 담배 사용을 원천적으로 차단해야 한다는 이러한 과학적·규범적 근거에 따라, 많은 국가에서 청소년 대상 담배 판매 또는 청소년의 담배 사용을 법적으로 금지하고 있다. 문제는 지금과 같이 단순히 청소년 대상 담배 판매를 금지하고 청소년의 담배 사용을 사회·문화적으로 금지하는 것이 청소년의 담배 사용 근절에 얼마나 실효적이나 하는 점이다. 그리고 이러한 의문이 제기되는 이유는 제조 단계에서부터 청소년을 잠재적 고객으로 노리고 있는 담배제품의 변화무쌍함에 있다.

청소년의 담배 접근성을 높이는 요인

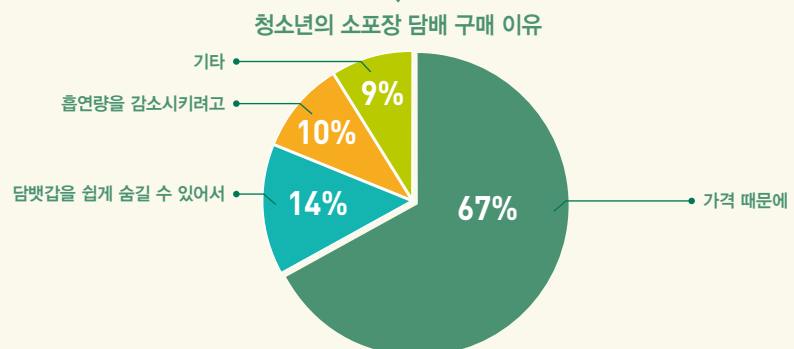
담배, 제조 단계에서부터 청소년을 노리다

담배가 제조 단계에서부터 청소년을 노린다는 것은, 말 그대로 **제품이 만들어질 때 이미 청소년의 호기심을 자극하고 청소년이 보다 쉽게 담배에 접근할 수 있도록 제품이 디자인된다**는 것이다. 가장 전통적인 예가 바로 **담배 모양의 과자, 초콜릿 또는 장난감으로 청소년이 담배제품에 정서적으로 친밀하게 접근할 수 있도록 하는 것**이다. 1990년대 미국의 연구에 따르면, 담배 모양의 제과류를 산 아동이 실제 껴련을 시도할 확률이 4배 가까이 높게 나타났다. 담배 모양의 제과류는 아이들이 스스로를 반항이나 어른이 된 기분을 만들어 주어 만족감을 주고 흡연 행위를 모방하게 만든다. 더 최근의 연구에서는 어린 시절에 담배 모양의 제과를 소비한 성인들이 그렇지 않은 성인들에 비해 성인이 되어 흡연할 가능성이 2배 가까이 높은 것으로 나타났다.

담배를 닮은 모양뿐만 아니라, 담배를 포장하는 방식도 문제다. **담배 소포장, 즉 보통의 담배 한 갑에 비해 크기가 작거나 아예 개비 수를 줄이는 방법의 담배 포장**이 바로 그것이다. 작은 크기의 담뱃갑이 청소년에게 인기가 많은 이유는 숨기기도 쉽고, 개비 수가 적은 만큼 가격도 보통 담배보다 저렴하기 때문이다. 실제로 1980년 후반에 필립모리스는 호주에서 한 갑에 15개비짜리 소포장 담배를 판매한 적이 있는데, 가격도 다른 큰 크기의 담배제품의 절반 수준으로 책정하였다. 소포장 담배 판매 직후 조사된 결과에 따르면 실제로 이 제품이 특히 십대 흡연자들에게 인기를 끌었다는 것이 나타난다.

호주 소포장 담배 관련 조사 결과

구분	청소년(14-15세)	성인
소포장 담배 구매율	56.3%	8.8%



※출처 : Wilson, D. H., et al. (1987).

담배 판매시점, 그 순간에도 청소년은 유혹된다

청소년의 담배 구매 접근성을 높인 요인은 여기에서 그치지 않는다. 가장 기본적인 문제는 **청소년 대상 담배 판매 금지 조치의 실효성이 보장되기 어렵다**는 것에 있다. 청소년에게 담배를 판매하는 그 시점에 대한 단속 및 적발이 쉽지 않으며, 원칙적으로는 담배를 판매할 때 소비자의 신분증 등을 통해 연령을 확인하는 것이 맞지만, 이것을 100% 감시하고 단속하는 것에는 막대한 행정 비용이 소요되고 매우 비효율적인 정책이 될 수밖에 없다. 게다가, 담배를 쉽게 구할 수 있다고 인식하는 청소년이 그렇지 않은 청소년에 비해 흡연자가 될 가능성이 높다는 연구 결과를 고려한다면 연령 제한 제도의 낮은 실효성은 훨씬 더 심각한 문제가 될 수 있다.

여기에, **편의점과 가게를 화려하게 장식하고 있는 담배제품 진열장**은 담배에 대한 청소년의 호기심을 자극하는 데 한 몫 한다. 호주에서 수행된 연구에 따르면, 판매시점에서의 담배 광고 및 제품 진열이 청소년으로 하여금 담배가 구하기 쉬운 제품이라는 인식을 주며, 미국에서 11-14세 청소년을 대상으로 진행한 연구에서도 담배 광고 및 진열에 노출된 경우에 흡연을 시도할 가능성이 더 높은 것으로 나타나는 등 판매 장소에서 제품 자체에 노출되는 환경 또한 청소년의 담배 사용에 적지 않은 영향을 주고 있다.

같은 맥락에서 **담배 자동판매기** 역시 판매시점 또는 판매 장소로서 청소년의 담배 접근과 구매를 용이하게 하는 요인으로 볼 수 있다. 자동판매기만큼 실제 구매 행위를 관리·감독하기 어려운 판매 방식이 없을뿐더러, 성인 인증장치가 있다 하더라도 자동판매기에서도 판매가 가능한 만큼 담배가 구하기 쉬운 제품이라는 인식을 심어주는 것 자체가 청소년의 담배 사용 여부에 영향을 줄 수 있기 때문이다.

청소년의 담배 접근성을 차단하기 위한 조치

전 세계 180개국의 담배규제 정책의 틀을 제공하고 있는 **WHO 담배규제기본협약(Framework Convention on Tobacco Control, 이하 FCTC) 제16조**에서는 앞서 살펴본 담배 유통 과정에서의 다양한 요소들을 고려하여 미성년자의 담배 사용을 근절할 수 있는 정책 조치들을 열거하고 있다.

WHO FCTC 제16조(미성년자의 담배 판매 및 구매) 핵심 지표 및 세계 이행 현황

전체 평균 이행률	핵심 지표	세계 평균 이행률
73%	-미성년자에게 담배 판매 금지	91%
	-모든 담배 판매 장소에서 미성년자 대상 담배 판매금지표시 부착	69%
	-담배 구매자에게 법적 연령의 확인 의무 부과	66%
	-누구나 담배를 쉽게 살 수 있도록 진열하는 것을 금지	55%
	-미성년자를 유인하기 위해 담배 모양의 사탕, 제과, 장난감의 판매 금지	62%
	-자판기를 통한 담배 판매 금지	62%
	-일반인 대상 담배제품 무료제공 금지	84%
	-미성년자 대상 담배제품 무료제공 금지	87%
	-담배의 날개 판매 또는 소포장 판매 금지	68%
	-판매 관련 규정 위반 시 벌금 부과	82%
	-미성년자가 담배를 판매하는 행위 금지	76%

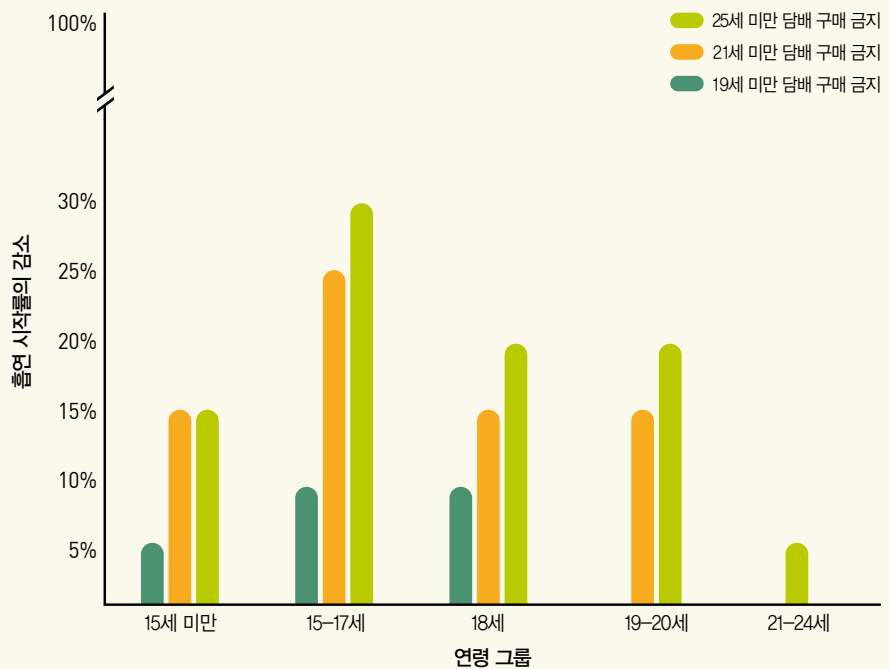
※출처 : WHO, (2014).

제16조는 2014년 기준 전체 평균 이행률이 73%로 비교적 준수한 조항 이행률을 보이고 있는데, 그 중에서도 미성년자에 대한 담배 판매 금지를 이행하고 있는 국가는 118개국(91%)에 이른다. 미성년자의 호기심을 자극하는 담배 모양의 제품 판매 금지 역시 전체 응답국의 62%(80개국)가 이행하고 있는 조치이며, 개비담배나 소량 판매를 금지하는 국가도 68%(88개국)에 달한다. 그 밖에도 담배 자동판매기를 전면 금지하는 국가도 당사국의 2/3 수준이며 자동판매기를 통한 판매를 보다 엄격히 규제하려는 노력이 두드러지게 나타나고 있다.

미성년자를 규정하는 연령 기준은 국가별로 상이하지만 보통 만 16세에서 20세 정도이며, 최근에는 단속·처벌 강화 등 제도의 실효성을 높이기 위한 노력과 함께, 더 나아가 담배 구매 법적 연령을 상향하는 움직임도 적지 않게 발견되고 있다. 대표적으로 미국을 꼽을 수 있는데, 하와이 주와 캘리포니아 주는 올해부터 법적 허용 연령을 기존 만 18세에서 만 21세로 상향 조정하여 시행하고 있으며, 뉴욕 시, 시카고, 보스턴 등을 포함한 최소 200여 개 지방정부가 해당 조치를 단행한 것으로 집계되고 있다. 이미 판매점 담배제품 진열 금지('17년 시행 예정) 등 다양한 담배규제 정책을 단행한 싱가포르 역시 흡연 허용 연령을 현행 18세에서 21세로 상향 조정하는 방안을 추진하고 있으며, 담배없는세대(Tobacco-free generation) 구현을 위해 '2000년 이후 출생자 대상 담배 판매 금지 방안'을 검토 중이기도 한 호주 태즈메이니아 주 또한 현행 18세에서 21세 혹은 25세까지 허용 연령을 높이는 정부 계획(Healthy Tasmania Five Year Strategic Plan)을 발표한 바 있다.

법적 연령을 상향하는 움직임은 청소년의 흡연 시작 연령을 늦춰 결국 흡연율을 감소시킬 것이라는 근거를 기반으로 하고 있다. 21세까지 담배를 피우지 않으면 이후 흡연시작 가능성이 낮아진다는 WHO 보고서의 결과와, 많은 흡연자가 정기적인 매일 흡연자로 전환되는 시기가 바로 18세에서 21세 사이라는 근거도 이러한 정책 동향을 뒷받침한다. 또한, 2015년에 발표된 미국의 국립의학연구소(Institute of Medicine)가 발표한 정책 효과 예측 연구에 의하면, 흡연 허용 연령을 만 21세로 상향 조정하면 흡연시작률이 18-20세에서 15%, 15-17세에서 25%가 감소하는 것으로 분석되었다. 더 나아가 25세 미만으로 담배 구매 연령을 조정할 경우에는 흡연시작률이 최대 30%까지 감소하는 것으로 나타났다.

담배 구매 법적 허용 연령의 흡연 시작률 감소 효과



※출처 : Institute of Medicine, (2015).

또한, 소포장 담배를 규제하고 있는 주요국 사례를 살펴보면, **호주, 캐나다, 싱가포르**는 **결련 제품 한 갑을 20개비로 규정하고 그 미만으로 포장된 담배 판매를 금지**하여 업계의 구매 접근성 제고 전략에 대응하고 있음을 알 수 있다. 뿐만 아니라, 유럽연합(EU)과 뉴질랜드는 결련과 함께 말아피우는 담배도 최소 중량을 정하여 자국의 담배 사용 양상을 고려한 적극적인 정책을 시행하고 있다.

소포장 담배 국외 규제 사례

국가	소포장 관련 규제 내용
유럽연합(EU)	-모든 결련 제품은 한 갑에 최소 20개비 이상 포함해야 함 -말아피우는 담배(roll-your-own tobacco)는 최소 30g 이상의 담배(잎)를 포함해야 함
호주	-모든 결련 제품은 한 갑에 최소 20개비 이상 포함해야 함
캐나다	-모든 결련, 소형 엽결련 등 제품은 한 갑에 20개비 미만으로 포장하여 판매할 수 없음
뉴질랜드	-모든 결련 제품은 한 갑에 20개비 미만으로 포장하여 판매할 수 없음 -말아피우는 담배(loose tobacco)는 최소 30g 이상의 담배(잎)를 포함해야 함
싱가포르	-모든 결련 제품은 한 갑에 20개비 미만으로 포장하여 판매할 수 없음

우리나라의 청소년 담배 접근성 관련 정책 현황

서두에서 언급했듯이 우리나라 역시 「청소년보호법」 제2조 제1호에서 “청소년이란 만 19세 미만의 사람을 말한다”고 정하고 있으며, 이에 근거해 청소년 유해약물로 지정된 담배를 만 19세 미만에게 판매할 수 없다. 그러나 약 80%의 청소년들이 담배 구매가 용이했다고 응답한 국가 조사 결과는 제도의 실효성에 대한 의구심을 갖게 한다. 실제로, 서울시에서 올해 3~4월 편의점 1,300개소를 대상으로 만 19세 미만 청소년을 투입하여 모니터링한 결과에 따르면 1/3 가량(31.2%)의 편의점에서 **청소년에게 담배를 판매한 것으로 나타나 제도의 실효성 제고 방안이 필요함을 보여주었다. 특히, 학교 밖 청소년을 투입한 평일 오전에 가장 높은 비율인 거의 절반의 업소(49.3%)가 담배를 판매한 사실은 중·고등학생만을 대상으로 실시된 국가 조사 결과가 실제보다 과소평가되었을 가능성이 높음을 시사한다.**

서울시 청소년 대상 담배 판매 모니터링 결과

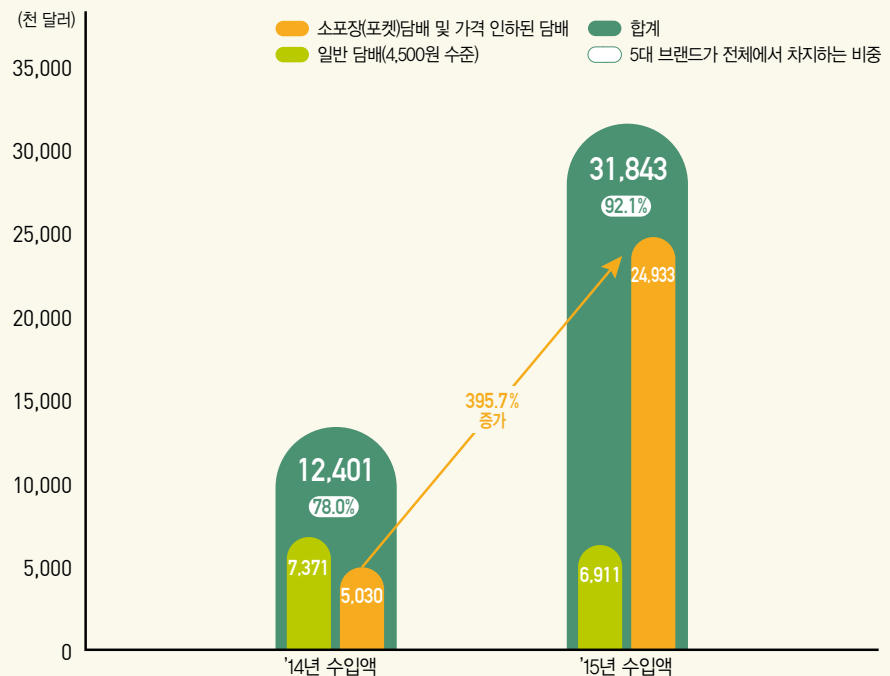
구분	조사 대상 업소	청소년 대상 담배 판매 업소	청소년 대상 담배 불법 판매율
평일	오전(13시 이전)	223 개소	110 개소 49.3%
	오후(13~20시)	468 개소	116 개소 24.8%
	총 계	691 개소	226 개소 32.7%
주말 및 공휴일	오전(13시 이전)	173 개소	49 개소 28.3%
	오후(13~20시)	436 개소	131 개소 30.0%
	총 계	609 개소	180 개소 29.6%
전체	1,300 개소	406 개소	31.2%

※출처 : 서울특별시청, (2016).

게다가 2001년부터 “다만, 만 19세가 되는 해의 1월 1일을 맞이한 사람은 제외한다”라는 단서조항이 청소년 정의에 추가됨에 따라, **만 19세가 되지 않았음에도 불구하고 미성년자에 포함되지 않는 연령대가 존재하게 되었다.** 문제는 담배회사가 이러한 점을 놓치지 않고 주목하고 있다는 것에 있는데, 2014년 KT&G 사업보고서에는 ‘**청소년 보호연령 조정으로 96년생은 2015년 1월 1일에 청소년 보호대상에서 모두 제외된다**’는 내용이 명시되어 있는 것으로 밝혀졌다. 담배업계가 이러한 법적 허점을 이용하여 마케팅 전략을 펼칠 가능성이 높은 만큼 연령 제한 제도에 대한 면밀한 재고가 필요한 지점이 아닐 수 없다.

규제가 전무한 **소포장 담배** 또한 주목해야 한다. 「담배사업법」 제20조(다른 담배 포장지의 사용 금지 등)에 따라 날개로 담배를 판매하는 것은 금지되고 있으나, **담배의 포장 개비 수량에 대한 별도의 규정은 없다**. 이러한 제도적 공백을 이용하여 일부 **담배회사들은 기존 20개비의 일반 담배보다 낮은 가격으로 14개비 제품을 판매**하고 있다. 특히, 담배업계는 2015년에 담배가격이 2,500원에서 4,500원으로 80% 인상된 후, 감소된 구매 접근성을 상쇄하기 위한 전략으로 소포장 담배 카드를 꺼내 들었는데, 실제로 상위 5대 브랜드 담배제품 수입액을 살펴보면, **담배가격이 인상된 후 일반 담배 수입액은 6.2% 감소한 반면, 소포장 및 저가 담배제품은 395.7% 증가한 것으로** 나타났다. 이에 따라, 담배로부터 청소년을 보호하고 청소년의 건강권을 보장하는 것을 목적으로 소포장 담배 금지 법률개정안이 최근 의원 발의되기도 하였다.

소포장 및 저가 담배제품 수입액 현황



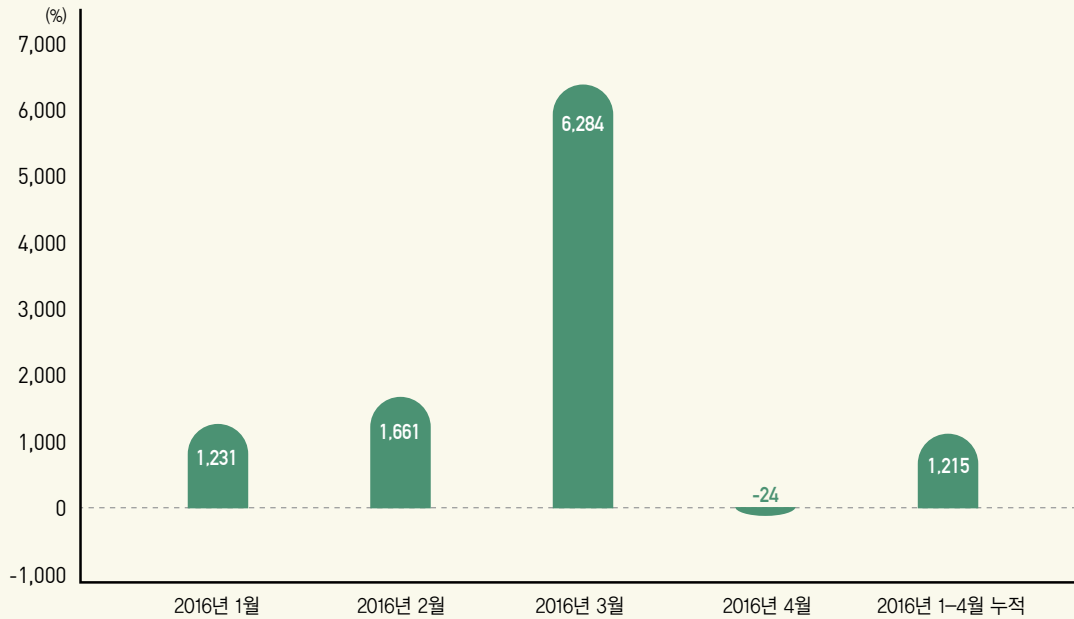
*상위 5대 브랜드

*소포장(포켓)담배 : 1갑에 14개비 수준으로 가격은 2,500원 내외

※출처 : 관세청, (2016).

덧붙여, 「어린이 식생활안전관리특별법」 제9조(정서저해식품 등의 판매 금지 등)는 '담배 형태로 만든 식품'의 제조·판매를 규제하고 있으나, **담배와 유사한 모양의 그 외 기타 제품들에 대한 법적 규제는 전무한 실정이다**. 이러한 틈을 타 새로운 복병으로 등장한 것이 바로 **피우는 비타민**이다. 비타민 스틱이라고도 불리는 피우는 비타민은 담배와 유사한 형태이지만 니코틴이 포함되어 있지 않으며, 오히려 건강에 유익한 비타민 성분을 증기화해 흡수하는 기기장치라는 설명으로 적극 광고·판매되고 있다. 유해성이나 성분에 대한 논쟁을 차치하고서라도, 피우는 비타민과 같이 전자담배와 사용 방법이나 모양새가 매우 유사한 기기장치가 청소년의 호기심을 자극하고 담배에 대한 친숙한 이미지를 갖게 만드는 데 전혀 관계가 없다고 보긴 힘들 것이다. 실제로, 한 소셜커머스 업체 판매량 집계에 따르면 **'V브랜드 피우는 비타민'만 하더라도 1~4월 누적판매량이 지난해 같은 기간보다 13배(1,215%) 급증한 것으로** 나타나, 이에 대한 규제 방안 마련이 시급함을 시사하고 있다.

'V브랜드 피우는 비타민' 전년 동기 대비 판매 증가율



*소셜커머스 W업체 자료

※출처 : 이데일리. (2016).

피우는 비타민 사용 모습



입으로 흡입하면 끝 부분에 불빛이 들어오며 연기가 나는 모습이 담배와 매우 유사함



※출처 : MBC. (2016).

이밖에도 편의점에서 담배제품이 소위 파워월(powerwall)이라고 불릴 정도로 제품 판매에 큰 영향을 미치는 계산대 뒤편에 빼곡히 진열·광고되고 있는 실정과 장소 제한 및 성인인증장치에만 의존하여 설치가 허용되고 있는 **담배 자동판매기**는 우리나라 담배규제의 허점을 여실히 보여주고 있다.

미래세대를 담배로부터 보호하기 위하여

담배업계가 미래 고객으로 삼고 있는 대상이 청소년인 만큼, 청소년은 많은 유혹에 노출되어 있다. 청소년의 담배에 대한 호기심을 자극하고 구매 접근성을 높이는 요인들이 담배를 제조할 때부터 판매하는 시점 그 순간까지 도처에 존재하고 있기 때문이다. 그러나 그들은 담배업계의 미래이기 전에 국가의 미래이다. 국가적으로 현 세대뿐 아니라 청소년의 흡연이 주요한 문제인 이유가 바로 여기에 있을 것이다. 미래세대를 담배로부터 보호하기 위하여 청소년 흡연예방교육으로 인식을 개선하는 담배수요 감소조치도 중요하지만, 청소년의 구매 접근성을 차단하여 담배 공급을 감소시키기 위한 정책적 노력이 필요한 시점이 아닐 수 없다.



이달의 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 국내·외 금연정책의 동향을 한눈에 알아봅니다.

금연시도율

Attempts to quit smoking



지표의 개요 및 의의

흡연은 중단될 경우 금단증상을 수반하는 만큼, 흡연자들이 금연을 성공하기까지 몇 차례의 금연 시도가 필수적으로 선행된다는 것이 여러 연구결과에서 밝혀진 바 있다. 따라서 인구집단이 금연을 얼마나 시도하고 있는지를 파악하는 것은 해당 인구집단의 흡연 양상을 파악하는 데 있어서 중요한 지표가 된다. 뿐만 아니라, 국가적 차원에서 흡연자의 금연을 지원하고 촉진하는 것이 주요한 담배규제 정책인 만큼 금연지원서비스 및 프로그램의 성과를 평가하기 위해서도 금연시도율은 의미 있는 척도라 할 수 있다.

용어 및 지표 정의

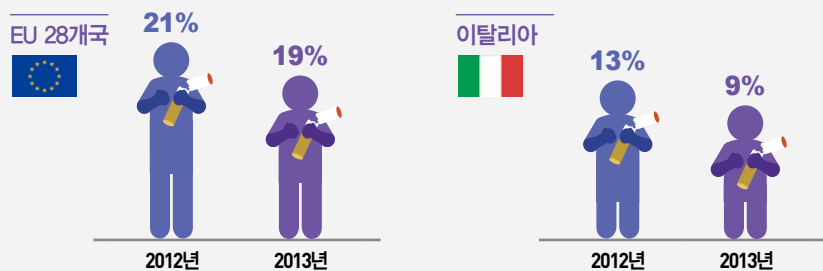
금연시도율은 흡연자 중에서 일정 기간 내에 금연을 시도한 경험이 있는 금연 시도자의 비율로 산출한다. 조사방법론에 따라 현재 흡연자 또는 과거 흡연자(현재 비흡연자)를 함께 포함하여 금연 시도 경험을 물으며, 일반적으로 최근 1년(12개월) 내에 금연을 시도한 적이 있다고 응답한 자들을 기준으로 지표를 산출한다. 덧붙여, 하루(24시간) 이상 금연한 것으로 한정하여 조사하는 등 엄밀한 기준으로 금연을 정의하기도 한다.

국내·외 최신동향

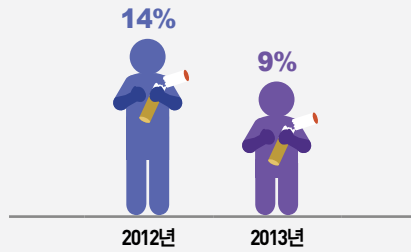
| 세계의 금연시도율

유럽연합(EU) 유로바로미터 보고서에 따르면, EU의 2013년 기준 금연시도율은 최소 9%(이탈리아, 포르투갈)에서 최대 38%(덴마크)의 범위로 나타났으며, EU 28개국의 평균 금연시도율은 19%임을 알 수 있다. 이는 2012년과 비교하여 2%p 감소한 것인 반면, 스웨덴(13%p 상승)과 네덜란드(12%p 상승)는 금연시도율이 눈에 띄게 증가한 것을 확인할 수 있다.

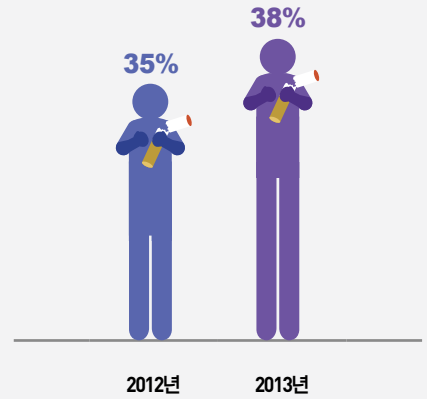
유럽연합(EU) 금연시도율



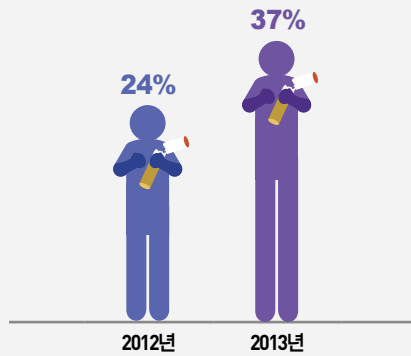
포르투갈



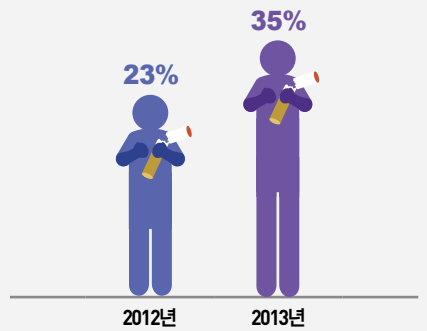
덴마크



스웨덴



네덜란드



(단위 : %)

국가	2012년	2013년	국가	2012년	2013년	국가	2012년	2013년
오스트리아	8	10	크로아티아	-	17	리투아니아	23	23
불가리아	12	10	스페인	24	19	룩셈부르크	16	23
그리스	11	11	폴란드	22	19	라트비아	23	26
체코	14	14	키프로스	20	20	핀란드	32	29
독일	19	15	루마니아	31	20	몰타	25	31
슬로베니아	15	16	벨기에	20	21	영국	33	32
슬로바키아	20	16	프랑스	18	22	아일랜드	33	34
헝가리	17	17	에스토니아	28	22			

※출처 : EU, (2015).

*15세 이상 현재 흡연자 중 최근 1년 내에 금연을 시도한 분을
*일부 가용 데이터 부재

세계성인흡연조사(Global Adult Tobacco Survey)의 경우 22개국 대상으로 현재 흡연자와 과거 흡연자의 금연시도율을 산출하였다. 결과에 따르면, 남성은 최소 14.4%(중국)에서 최대 55.6%(베트남), 여성은 최소 18.6%(중국)에서 최대 57.4%(멕시코)로 나타나 4개 국가(방글라데시, 말레이시아, 태국, 베트남)를 제외하고 여성이 남성보다 높은 것을 알 수 있다.

세계성인흡연조사(GATS) 실시 국가 금연시도율(2013년)

(단위 : %)

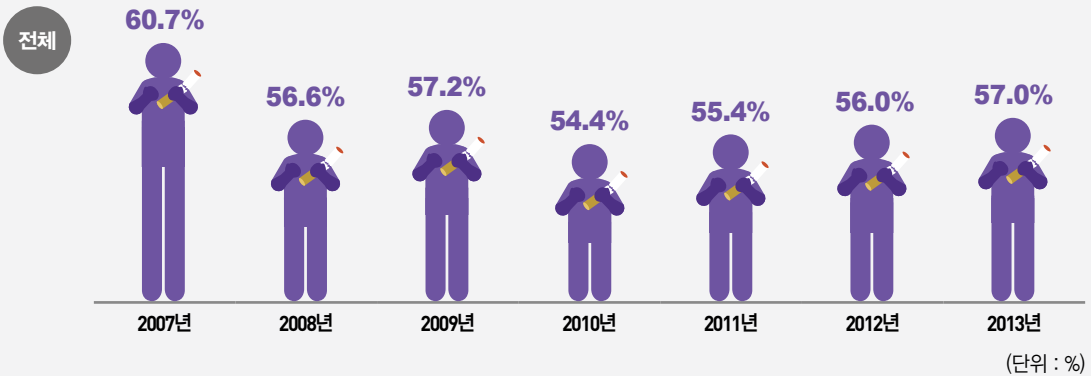
국가	전체	남성	여성	국가	전체	남성	여성
중국	14.4	14.4	18.6	나이지리아	45.4	45.8	-
그리스	18.9	16.9	22.7	브라질	45.6	43.0	49.5
인도네시아	30.4	29.8	44.6	터키	46.0	45.1	48.8
러시아	32.1	29.4	38.1	방글라데시	47.3	47.8	31.5
폴란드	35.1	34.7	35.5	필리핀	47.9	46.7	53.9
루마니아	37.8	36.1	41.2	말레이시아	48.6	48.7	45.7
카타르	38.2	37.7	41.3	우루과이	48.6	48.4	48.9
인도	38.4	38.3	38.9	아르헨티나	48.6	47.9	49.6
우크라이나	40.5	39.1	45.6	태국	49.8	49.9	47.4
이집트	41.1	41.1	44.4	멕시코	49.9	47.2	57.4
파나마	45.2	44.4	48.2	베트남	55.3	55.6	44.4

*15세 이상 현재 흡연자와 과거 흡연자 중 최근 1년 내에 금연을 시도한 분을(해당 표본 수 부족으로 일부 산출 불가)
*2008-2013년 데이터 중 최근 데이터 사용

| 우리나라 금연시도율

우리나라는 성인을 대상으로 국민건강영양조사에서, 중·고등학생을 대상으로 청소년건강행태온라인 조사에서 금연시도율을 정기적으로 산출하고 있다. 성인 현재 흡연자의 경우 2013년 기준 금연시도율은 57.0%로 나타났으며, 우리나라 역시 여성(60.7%)이 남성(56.5%)보다 4.2%p 높은 것을 알 수 있다. 이는 남성의 흡연율이 여성보다 더 높은 것을 감안할 때 남성 흡연자의 금연 시도를 보다 더 제고할 수 있는 방안이 마련되어야 함을 시사한다. 한편, 2015년 기준으로 현재 흡연 중인 중·고교생 중 71.7%가 금연을 시도한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 남학생이 71.5%, 여학생이 72.1%로 성인에 비해 성별의 차이가 비교적 크지 않음을 알 수 있다. 종합적으로 두 지표 모두 2010-2011년 이후 지속적으로 증가 추세를 보이고 있으며, 이는 국가 담배규제, 특히 금연지원 및 금연 교육 측면의 노력이 반영된 결과로 유추해볼 수 있다.

성인 금연시도율

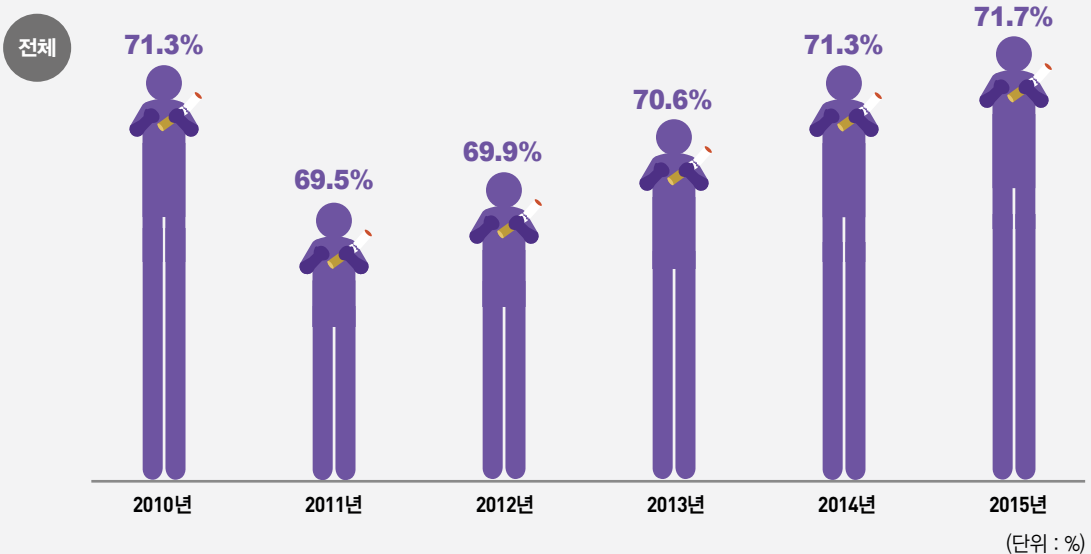


성별

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
남성	59.8	56.9	57.4	53.5	56.3	55.2	56.5
여성	67.9	56.5	57.8	63.3	50.5	60.1	60.7

*현재 흡연자 중 최근 1년 동안 담배를 끊고자 하루(24시간) 이상 금연을 시도한 분율, '13년 이후 3년마다 순환조사 ※출처: 보건복지부·질병관리본부, (2013).
*여성은 일부 연령대별 해당 표본 수 부족으로 연령 비표준화 결과 제시

중·고교생 금연시도율



성별

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
남성	71.6	69.1	69.8	70.7	71.3	71.5
여성	70.3	70.7	70.1	70.5	71.4	72.1

*현재 흡연자 중에서 최근 1년 동안 담배를 끊으려고 시도한 분율 ※출처: 보건복지부·질병관리본부·교육부, (2015).



참고문헌

- KT&G. (2015). 2014년 사업보고서.
- MBC. (2016). [이슈클릭] 담배처럼 피우는 '비타민 스틱', 흡연 조장 논란. 정준희. http://imnews.imbc.com/replay/2016/nwdesk/article/3899817_19842.html
- 관세청. (2016). [보도자료] 2015년 담배 수입 동향.
- 로아슈. (2016). 최도자, '소포장 담배 판매금지' 담배사업법 개정안 발의. 김주현. http://www.lawissue.co.kr/news/articleView.html?idxno=20160907111816269385101_12
- 보건복지부 · 질병관리본부 · 교육부. (2015). 제11차(2015년) 청소년건강행태온라인조사 통계.
- 서울특별시청. (2016). [보도자료] 서울시 편의점 청소년 담배 불법판매율 크게 낮아져.
- 이데일리. (2016). "담배는 아닌데" 피우는 비타민 청소년 유행에 보건당국 골머리. 김기덕. <http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?SCD=JG11&newsid=01190646612681064&DCD=A00701&OutLnkChk=Y>
- 조성일 등. (2015). 국가 담배규제정책 및 금연사업 중장기 전략 수립. 한국건강증진개발원.
- 주간동아. (2016). 선거권 가져야 음주 연기도 가능. 류경환. <http://weekly.donga.com/3/all/11/531972/1>
- 헤럴드 경제. (2016). 소량포장 담배 청소년 흡연조장...세계 96개국 판매금지, 한국은 아직. 김대우. <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160910000001>
- Campaign for Tobacco-Free Kids. (2016). INCREASING THE MINIMUM LEGAL SALE AGE FOR TOBACCO PRODUCTS TO 21. Available from: <https://www.tobaccofreekids.org/research/factsheets/pdf/0376.pdf>
- Campaign for Tobacco-Free Kids. (2016). STATES AND LOCALITIES THAT HAVE RAISED THE MINIMUM LEGAL SALE AGE FOR TOBACCO PRODUCTS TO 21. Available from: https://www.tobaccofreekids.org/content/what_we_do/state_local_issues/sales_21/states_localities_MLSA_21.pdf
- Doubeni, C., et al. (2008). Perceived Accessibility as a Predictor of Youth Smoking. *Annals of Family Medicine* 16(1):137-45. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2478499/>
- Fidler JA, Wardle J, Henning Brodersen N, Jarvis MJ and West R. (2006). Vulnerability to smoking after trying a single cigarette can lie dormant for three years or more. *Tobacco Control* 2006;15(3):205-9. Available from: <http://tc.bmjournals.com/cgi/content/abstract/15/3/205>
- Henriksen L, Schleicher N, Feighery E and Fortmann S. (2010). A longitudinal study of exposure to retail cigarette advertising and smoking initiation. *Pediatrics* 2010;126(2):232-8. Available from: <http://pediatrics.aappublications.org/cgi/reprint/peds.2009-3021v1>
- Institute of Medicine. (2015). Public Health Implications of Raising the Minimum Age of Legal Access to Tobacco Products. Report brief. Available from: https://www.nationalacademies.org/hmd/-/media/Files/Report%20Files/2015/TobaccoMinAge/tobacco_minimum_age_report_brief.pdf
- Klein J, Forehand B, Oliveri J, Patterson C, Kupersmidt J and Strecher V. (1992). Candy cigarettes: do they encourage children's smoking? *Pediatrics* 1992;88:27-31. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/1728016>
- Klein J, Thomas R and Sutter E. (2007). History of childhood candy cigarette use is associated with tobacco smoking by adults. *Preventive Medicine* 2007;45(1):26-30. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17532370>
- Reuters. (2015). Hawaii becomes first U.S. state to raise smoking age to 21. Nick Macfie. Available from: <http://www.reuters.com/article/us-usa-hawaii-tobacco-idUSKBN0P006V20150620>
- Sargent J and DiFranza J. (2003). Tobacco control for clinicians who treat adolescents. *CA A Cancer Journal for Clinicians* 2003;53(2):102-23. Available from: <http://caonline.amcancersoc.org/cgi/reprint/53/2/102>
- Scollo, MM and Winstanley MH. (2012). Tobacco in Australia: Facts and Issues.
- Straitstimes. (2015). Proposal to raise smoking age from 18 to 21. Aw Cheng Wei &
- Straitstimes. (2015). Proposal to raise smoking age from 18 to 21. Aw Cheng Wei & Ng Huiwen. Available from: <http://www.straitstimes.com/singapore/health/proposal-to-raise-smoking-age-from-18-to-21>
- UK Department of Health. (2012). Impact Assessment for the prohibition on the sale of tobacco from vending machines.. Available from: <https://www.gov.uk/government/publications/the-prohibition-on-the-sale-of-tobacco-from-vending-machines-impact-assessment>
- Wakefield M, Germain D, Durkin S and Henriksen L. (2006). An experimental study of effects on schoolchildren of exposure to point-of-sale cigarette advertising and pack displays. *Health Education Research* 2006;21:338-47. Available from: <http://her.oxfordjournals.org/cgi/reprint/21/3/338>
- WHO. (2008). WHO report on the Global Tobacco Epidemics. Available from: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/43818/1/9789241596282_eng.pdf
- WHO. (2014). 2014 Global Progress Report. Available from: <http://www.who.int/fctc/reporting/2014globalprogressreport.pdf>
- WHO. (2016). CORE QUESTIONNAIRE OF THE REPORTING INSTRUMENT OF WHO FCTC. Available from: http://apps.who.int/fctc/implementation/database/sites/implementation/files/documents/reports/australia_2016_report_0.pdf
- Wilson, D. H., et al. (1987). 15's: they fit in everywhere—especially the school bag: a survey of purchases of packets of 15 cigarettes by 14 and 15 year olds in South Australia. *Community Health Studies*, 11(S1), 16-s. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/3495401>



한국건강증진개발원



한국건강증진개발원
국가금연지원센터

04554 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 신청해주시시오.

홈페이지 : www.khealth.or.kr

구독신청 이메일 주소 :

한국건강증진개발원 국가금연지원센터

tcir@khealth.or.kr

📖 10월호 예고

2016년 10월호 금연이슈리포트에서는 담뱃갑 경고그림 정책에 관하여 알아봅니다. 우리나라 담뱃갑 경고그림 도입 경과 및 관련 쟁점에 대해 알아보고, 해당 정책의 국외 도입 현황 및 효과성 등 관련한 주요 이슈에 대하여 자세히 살펴봅니다.