

# タバコ産業の活動実態と問題点

石田 雅彦

フリーランスライター

## 略歴

昭和 34 (1959) 年、北海道生まれ。法政大学経済学部卒業。横浜市立大学大学院にて医科学修士 (Master of Medical Science)。現在、横浜市立大学大学院医学研究科博士課程在学中。近代映画社から独立後ネットメディア編集長、紙媒体の商業誌編集長などを経験。株式会社醍醐味エンタープライズ代表。作家、サイエンス・ライター、書籍編集者、出版プロデューサー。Yahoo! ニュース個人執筆者。日本医学ジャーナリスト協会会員。禁煙・受動喫煙防止対策を推進する神奈川会議・常任理事。



## 1 改正健康増進法の全面施行と新型コロナパンデミック

2020年4月1日より改正健康増進法が全面施行されましたが、同じころ、新型コロナウイルス感染症のパンデミックが拡大し続け、行政や飲食店はタバコ対策に取り組めない状況になりました。一方、タバコ産業は外出自粛や在宅勤務など、喫煙者の生活変化に合わせ、より一層のPR活動を進めました。喫煙所問題にも介入し、あるいは喫煙可能店への抜け道の指南、コロナ対策の名を借りた行政やNPOなどへの支援活動、新型タバコの広告宣伝などです。そうしたパンデミック下でのタバコ産業の活動を紹介し、その戦術・戦略、そして問題点を分析します。

## 2 タバコ産業の広告戦略と新型タバコが果たす役割

いうまでもなくタバコ規制枠組み条約 (FCTC) では、タバコ会社の広告宣伝は強く規制されています。一方、日本では業界の自主規制のもとで大手マスメディアにタバコ会社のテレビコマーシャルや新聞広告が続けられています。また、新型タバコのアイコス、新製品イルマのスティックには金属片が入れられています。このことを知らない喫煙者も多く、在宅勤務が多くなった環境変化で子どもが手に取りやすい場所にタバコ製品が置かれることも増え、より危険性が増しています。イルマに代表されるように、タバコ産業は新型タバコの新製品、新技術を市場へ投入し続けています。タバコ対策はこうした攻勢に後手後手にまわりかねません。タバコ産業のマスメディアへの浸透状況の分析、そして新型タバコにおける問題点を考えます。

本講演では大きく上記、2項目についてお話したいと考えております。