

# TOBACCO CONTROL

A monthly review and analysis of global tobacco control trends

# ISSUE REPORT



미성년자의 담배판매 및 구매 금지,  
국제적인 노력과 그 실효성은?



## Infographic

국내 청소년 흡연실태

## Monthly Updates

이 달의 정책

이 달의 연구

## Monthly Highlights

FCTC 제16조 미성년자의 담배판매 및 구매  
국내현황

## Monthly Keyword

금연구역, 금연광고

Vol. 15, July 2014

# Tobacco Control Issue Report

## Contents

### Infographic

03 국내 청소년 흡연실태

### Monthly Updates

04 이 달의 정책

06 이 달의 연구

### Monthly Highlights

08 FCTC 제16조 미성년자의 담배판매 및 구매

10 국내현황

### Monthly Keyword

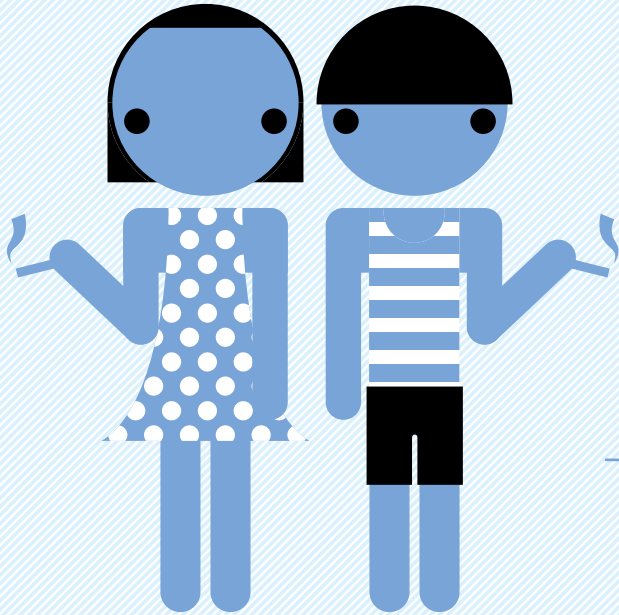
14 금연구역, 금연광고

기획총괄 오유미  
편집·구성 김혜정 이정은 장영림 양유선

# 국내 청소년 흡연실태

TCIR INFORGRAPHIC No.15

A monthly review and analysis of global tobacco control trends



## 현재흡연율

※ 정의 : 최근 30일 동안 1일 이상 흡연한 사람의 비율



14.4%



7.6%

## 처음흡연경험연령

※ 정의 : 평생 흡연 경험자 중에서 처음으로 담배를 한 두 모금 피워본 연령의 평균



12.6 세



12.6 세

## 담배구매율

※ 정의 : 현재 흡연자 중에서 최근 30일 동안 자신이 피운 담배를 편의점이나 가게 등에서 직접 구매한 사람의 비율



48.9%



40.4%

## 평생전자담배 경험률

※ 정의 : 지금까지 전자담배를 피워본 적이 있는 사람의 비율



11.7%



2.9%

## 이 달의 정책

### 영국, 소매점에서의 청소년 전자담배제품 구매 실태 보고서 발표

영국 Public Health England는 소매점에서 18세 미만 청소년이 전자담배 및 관련제품을 구매하려고 시도했을 때, 얼마나 구매가 가능한지 그 실태를 조사해 발표했다. 현행법상 전자담배 혹은 관련 제품에 대한 청소년의 접근을 규제하고 있지 않으나, ‘아동가족법(Children and Families Act 2014)’이 새로 제정됨에 따라 향후 이를 규제할 수 있게 된다. 실험은 13세 이상 17세 이하 청소년들이 잉글랜드 지역의 약국, 주류 판매점(off-licence), 주유소 매점 형태의 소매점 574개에서 전자담배나 혹은 관련 제품을 사는 방식으로 이루어졌다. 실험 결과, 제품의 80%에 ‘18세 미만 판매 금지’가 부착되어 있었음에도, 총 227개 소매점(약 40%)에서 청소년에게 전자담배를 판매하였으며, 판매한 곳 대부분은 개인이 운영하는 약국이나 가판대였다.

### 호주, 흡연율·흡연양 점점 줄고, 흡연시작연령 상승 추세

호주 보건복지부가 ‘2013년 전국 약물관리 가구조사(2013 National Drug Strategy Household Survey)’ 결과를 토대로 호주 내 흡연율이 지속적으로 떨어지고 있다고 밝혔다. 14세 이상 인구의 매일 흡연율은 2010년 15.1%에서 2013년 12.8%로 감소했으며, 이는 1991년 흡연율의 거의 절반에 이르는 것이다. 또한, 흡연자들의 흡연양 역시 조금씩 줄고 있는데, 2010년 일주일 평균 흡연량이 담배 111개비였던데 반해, 2013년에는 일주일 평균 96개비로 약 15개비 정도 줄어든 것으로 나타났다. 흡연시작연령도 늦어지고 있었다. 1995년 평균 흡연시작연령이 14.2세였는데, 그 연령대가 점점 상승해 2013년 현재 15.9세까지 상승했다. 이 밖에 12세에서 17세 사이 청소년 중 흡연 경험이 전혀 없는 비율은 95%에 이르며, 18세에서 24세 사이의 흡연 비경험자는 2010년 72%에서 2013년 77%로 5% 포인트 상승한 것으로 나타났다

### 스리랑카, 2015년부터 담뱃갑 경고그림 시행

2015년 1월부터 스리랑카에서도 담뱃갑 경고그림을 도입한다. 지난 7월 11일 스리랑카 대법원은 내년부터 담뱃갑 앞뒷면의 60%에 달하는 면적의 경고그림을 부착하도록 결정했다. 정부에서는 지난 2013년부터 담뱃갑의 80%를 차지하는 면적을 경고그림으로 채우고자 많은 노력을 기울여 왔지만, BAT의 자회사인 실론 토바코 컴패니(Ceylon Tobacco Company)의 방해로 인해 이를 실행하지 못했다. 2002년부터 10년이 넘는 기간 동안 담뱃갑 경고그림 도입을 위해 힘써온 스리랑카 금연운동협회의 올cott 구나세케라(Olcott Gunasekera) 박사는 “이웃국가인 네팔과 태국도 각각 75%와 85%에 달하는 경고그림을 도입했는데, 이에 못 미치는 60% 수준이라는 것에 조금 실망스럽다”면서도 “경고그림 도입을 계기로 향후 무광고 포장과 담배에 대한 종반전(tobacco endgame)을 지속적으로 전개해나갈 것”이라고 굳은 의지를 표명했다.

### WHO TFI, 흡연과 치매에 관한 간추린 정보 제공

WHO의 담배규제부서인 TFI(Tobacco Free Initiative)에서 '담배사용과 치매(Tobacco Use and Dementia)'를 주제로 한 요약보고서를 발간하였다. 이 내용에 따르면, 직접적으로 흡연을 하는 것 뿐 아니라 담배연기에 노출되는 간접흡연 역시 치매를 유발하는 위험 요인인 것으로 알려졌다. 또한, 전 세계 알츠하이머의 14% 정도는 잠재적으로 흡연에 의한 것으로 보고 있다. 현재로서 치매에 대한 치료법이나 그 진행속도를 늦추는 방법은 알려진 바가 없기 때문에 최대한 치매를 유발할 수 있는 위험요인을 파악하고 이를 예방하는 것이 중요하다. 보고서는 이를 위해서 각국 정부는 담배규제기본협약을 적극적으로 이행해야하며, 특히 금연구역, 금연지원서비스와 관련된 조항을 이행할 것을 주문하고 있다.



보고서 원문보기  
[http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/128041/1/WHO\\_NMH\\_PND\\_CIC\\_TKS\\_14.1\\_eng.pdf?ua=1&ua=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/128041/1/WHO_NMH_PND_CIC_TKS_14.1_eng.pdf?ua=1&ua=1)

## 이 달의 연구

신종 무연담배제품 사용에 대한 흡연자 태도변화를 위한 메시지 실험

Testing messages to reduce smokers' openness to using novel smokeless tobacco products

Lucy Popova et al.(2014)

Tob Control, 23:313-321(2014)

doi:10.1136/tobaccocontrol-2012-050723

스누스와 같은 신종 무연담배제품의 공격적인 홍보활동에 대응하여, 대중의 건강보호를 위한 효과적인 방안이 절실하다. 본 연구는 현재 흡연자 및 과거 흡연자들이 무연담배와 껌담배를 동시에 사용하는 이중사용자가 되는 것을 억제하기 위한 카운터마케팅 메시지를 시험하기 위해 실시되었다. 미국 전역에서 선별한 1,836명의 현재흡연자 혹은 최근 담배를 끊은 과거 흡연자를 대상으로 사전사후실험(pretest-post-test experiment)을 실시했다. 세 그룹으로 나누어 스누스 광고를 보기에 앞서 각각 1) 6개의 무연담배 반대광고(antismokeless tobacco ads) 중 하나를 보여주거나, 2) 규제광고(control ad) 1개를 보여주거나, 3) 규제광고 2개를 보여주었다. 인지된 광고의 효과성과 스누스에 대한 태도 및 개방성의 실제적 변화를 분석한 결과 무연담배의 건강상 부정적인 영향을 묘사하는 광고가 가장 효과적일 것이라고 여겨졌지만, 실제로 스누스에 대한 호감도를 현저하게 낮춘 것은 반-담배업계(antitobacco industry)를 주제로 한 광고였다. 또한, 무연담배를 사용해왔던 흡연자들에게는 건강상의 효과를 주제로 하거나, 메시지의 성격이 유머러스하거나 혹은 자기고백적인(testimonial) 광고가 효과적인 것으로 나타났다.

흡연과 자살의 연관성: 담배규제정책이 자살위험에 영향을 미치는가?

Probing the Smoking - Suicide Association: Do Smoking Policy Interventions Affect Suicide Risk?

Richard A. Grucza et al.(2014)

Nicotine Tob Res(2014)

doi: 10.1093/ntr/ntu106

흡연자들은 자살에 대한 높은 위험성을 보인다. 본 연구는 1990년대부터 2000년대 초반까지 진행된 담뱃세 인상, 금연구역 강화 등 국가 수준의 정책 개입이 자살위험을 감소시켰는가를 알아보기 위해 진행되었다. 연구진은 1990년부터 2004년까지의 미국 사망원인조사보고서(U.S. Multiple Cause of Death files)에 나타난 자살사망에 대한 자료와 각 주(州)별 상주인구, 해당 주(州)의 담배 소비세 및 금연구역정책을 분석하였다. 그 결과, 담배 소비세 인상 정책과 금연구역 정책, 그리고 이 두 정책을 함께 시행하는 것은 모두 자살 예방효과와 연관성이 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 흡연연구에 대해 개입하는 것이 이들의 자살위험을 줄일 수 있음을 보여준다.

### 금연효과 비교 : 바레니클린 및 니코틴 대체요법 병행 vs. 바레니클린 단독 사용 Efficacy of Varenicline Combined With Nicotine Replacement Therapy vs Varenicline Alone for Smoking Cessation: A Randomized Clinical Trial

Coenraad F. N. Koegelenberg et al. (2014)  
JAMA. 2014;312(2):155-161.  
doi:10.1001/jama.2014.7195.

흡연자의 금연에 도움을 주는 대표적인 방법인 행동요법과 약물치료에 대해서는 그 효과성이 입증은 되었지만, 니코틴 대체요법과 바레니클린을 병행할 시의 효과성과 안전성에 대한 연구는 그다지 많지 않다. 본 연구는 이 둘을 병행할 때와 바레니클린만 단독적으로 사용했을 때를 비교 연구해보았다. 2011년 4월부터 2012년 10월까지 남아프리카에 위치한 7개 센터에서 446명의 흡연자를 무작위로 선별해 이를 관찰하였다. 치료기간은 총 12주였고, 그 이후 12주간 추가적인 사후관찰(follow-up)이 시행되었다. 니코틴 패치 혹은 위약패치(placebo patch)치료는 금연 목표일(a target quit date, TQD) 2주 전 부터, 바레니클린은 1주 전부터 시작하여 이를 모두 12주간 계속 사용하였으며, 13주째부터 그 양을 서서히 줄여갔다. 금연 목표일에 일산화탄소를 측정하고 그 이후 4주 간격으로 24주 간 이를 측정하는 방식으로 연구가 진행되었다.

연구 결과 12주간의 치료이후 6개월간 금연 성공을 살펴보았을 때, 바레니클린만 사용한 것보다 니코틴 대체요법과 병행했을 때의 금연 효과가 더 뛰어난 것으로 확인되었다.

### 무료 금연치료약물 접근성의 영향력 평가: 동기부여의 역할에 대한 임상실험

#### Evaluating the Effect of Access to Free Medication to Quit Smoking: A Clinical Trial Testing the Role of Motivation

Bianca F. Jardim et al. (2014)  
Nicotine Tob Res 16 (7): 992-999 (2014)  
doi: 10.1093/ntr/ntu025

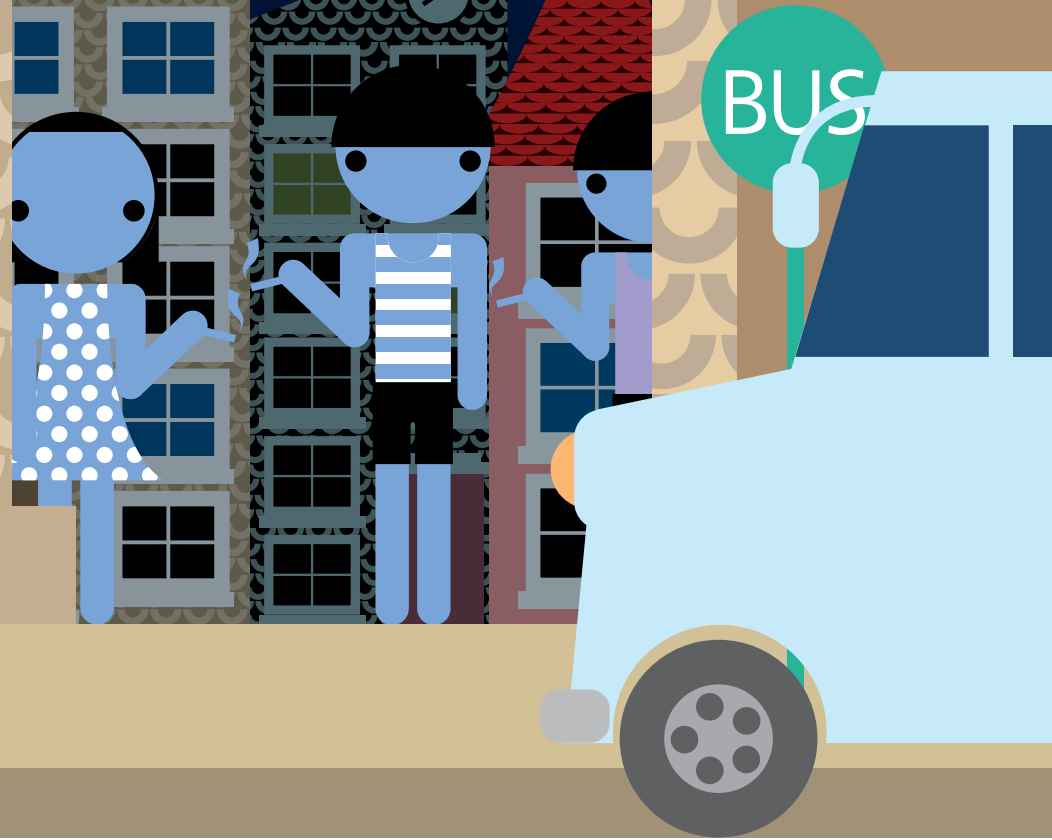
대부분의 흡연자들이 금연에 대한 양가감정(ambivalent)을 가지고 있지만, 금연동기(motivation)가 없는 흡연자들을 위한 치료법은 거의 없다. 대부분의 현존하는 치료법들은 금연의사가 있는 흡연자들에게만 적극적인 치료를 적용해야 한다는 믿음에 바탕하고 있으나, 사실 실험으로 증명된 바는 없다. 본 연구는 157명의 임상실험자를 대상으로, 30일 내에 금연할 의사가 있는 흡연자에게 2주간의 니코틴대체요법과 금연상담전화로의 연계를 병행(그룹1)하였고, 금연의사가 없는 흡연자들은 무작위로 그룹1과 같은 치료를 적용하거나(그룹2), 금연상담전화 하나만을 연결(그룹3)해주었다. 모든 참여자들은 금연실천과 흡연감소 파약을 위해 3개월 간 전화로 추적 관찰되었다.

실험 결과, 니코틴대체요법은 금연동기 여부에 상관없이 흡연행동과 관련해 긍정적인 변화를 유도한 것으로 나타났다. 결과적으로, 흡연자의 금연동기 여부는 금연치료에서 필수적인 선행조건은 아니라는 것이 밝혀진 셈이다.

July 2014

## Monthly Highlights

이 달의 이슈



‘하지 말라고 하면 더 하고 싶은’ 심리는 청소년기의 특징이다. 아무리 담배가 나쁘다고 얘기한들 담배를 향한 호기심만 증폭시킬 뿐이니, 그 심리를 증명이라도 하듯 흡연청소년 2명 중 1명은 담배를 직접 구매하는 것으로 드러났다. 과연, 미성년자의 담배판매 및 구매를 금지하기 위한 노력은 효과가 있는 것인지, 국내외 현황과 새롭게 대두되는 문제점을 살펴보자.



# Monthly Highlights

이 달의 이슈

## 담배규제기본협약(FCTC) 제16조 미성년자의 담배판매 및 구매

WHO 담배규제기본협약(FCTC)은 크게 담배의 수요 감소 조치(Measures relating to the reduction of demand for tobacco)와 공급 감소 조치(Measures relating to the reduction of the supply of tobacco)로 구성되어 있는데, 제16조 미성년자의 담배판매 및 구매(Sales to and by minors)는 담배 공급 감소 조치에 해당한다. 즉, 기본적으로 미성년자의 담배 사용은 금지되어야 하므로 담배에 대한 접근 자체를 차단하고, 사전에 예방하고자 하는 데에 목적이 있다고 볼 수 있다. 협약 제16조의 주요 내용은 다음과 같다.

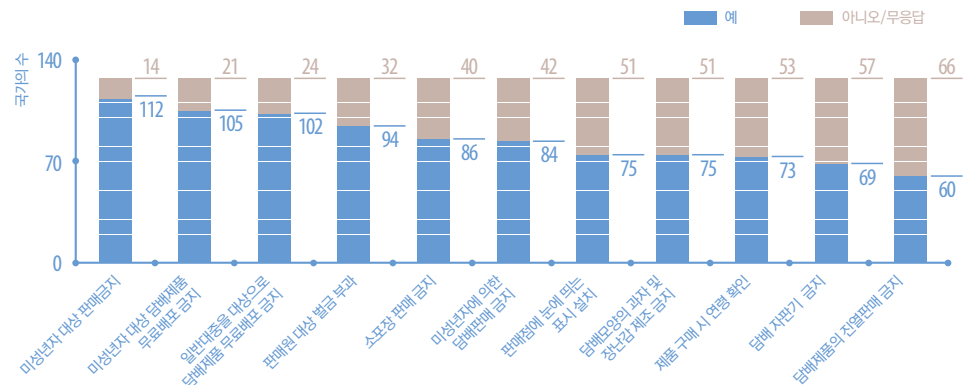
### <WHO FCTC 제16조 주요 내용>

- 국내법이 규정한 연령 또는 18세 미만인 자에게 담배제품의 판매를 금지하기 위하여 정부 차원의 다음과 같은 효과적인 조치의 채택·시행
  - 모든 담배제품 판매업자는 미성년자에 대한 담배 판매를 금지한다는 명확하고 눈에 잘 띄는 표지를 담배 판매점 내부에 설치
  - 구매자의 연령이 의심스러운 경우에는 구매자에게 법정 연령에 도달하였음을 증명하는 적절한 증명서를 제시하도록 요구
  - 상점의 진열 선반과 같이 담배제품에 대한 직접 접근이 가능한 모든 방식의 판매 금지
  - 미성년자의 흥미를 끌 수 있는 사탕, 과자, 장난감, 기타 물건의 형태로 된 담배제품의 제조 및 판매를 금지
  - 자국의 관할 하에 있는 담배 자판기에 미성년자가 접근할 수 없도록 하며, 담배 자판기가 미성년자에 대한 담배제품의 판매촉진에 이용되지 않도록 보장
- 특히 미성년자에 대한 담배제품의 무료 배포를 금지하거나 그 금지를 촉진
- 미성년자의 권력 구매 가능성을 높이는 날개 판매 또는 소량 포장 판매 금지 노력
- 자국의 관할 하에 있는 담배 자동판매기의 도입 금지
- 담배 판매업자 및 유통업자에 대한 처벌을 포함하는 효과적인 조치를 채택·시행
- 국내법으로 규정한 연령 또는 18세 미만의 사람이 담배제품을 판매하는 것을 금지하기 위한 조치를 채택·시행

### 국제적 이행현황

2012년에 126개 협약 당사국을 대상으로 조사한 바에 따르면, 협약 제16조의 전 세계 평균 이행률은 68%로 제8조 담배연기기의 노출로부터 보호(83%)와 제12조 교육, 의사소통, 훈련 및 대중인식제고(70%) 다음으로 높은 이행수준을 기록하였다. 협약 제16조에서 요구하는 세부조치별 국제적 이행현황을 살펴보면 아래와 같다.

제16조의 이행을 보고한 당사국의 수(총 126개국)



\*출처 : WHO, Global Progress Report 2012

# Monthly Highlights

이 달의 이슈

## 주요 국가들의 미성년자 대상 규제내용

국가명	미성년자 담배 판매, 구매 또는 사용 제한
네덜란드	18세 미만 대상 담배판매 금지
뉴질랜드	18세 미만 대상 담배판매 금지
대한민국	19세 미만 대상 담배판매 금지
덴마크	18세 미만 대상 담배판매 금지
독일	18세 미만 대상 담배판매 금지 18세 미만의 공공장소에서의 담배사용 금지
미국	18세 미만 대상 담배판매 금지
불가리아	18세 미만 대상 담배판매 및 사용(consumption) 금지
스리랑카	21세 미만 대상 담배판매 금지
스페인	18세 미만 대상 담배판매 금지 18세 미만의 담배구매 금지
아랍에미리트	18세 미만 대상 담배판매 금지
아일랜드	18세 미만 대상 담배판매 금지
에스토니아	18세 미만 대상 담배판매 금지 18세 미만의 담배제품(궐련, 무연담배) 구매 및 사용 금지 18세 미만의 미성년자의 담배제품 입수 또는 소지 금지, 담배제품 전달과 관련된 업무에의 미성년자 채용 금지 등
영국	18세 미만 대상 담배판매 금지
오스트리아	16세 미만 대상 담배판매 금지 16세 미만의 담배구매 금지
인도	18세 미만 대상 담배판매 금지
일본	20세 미만 대상 담배판매 금지
중국	18세 미만 대상 담배판매 금지
체코	18세 미만 대상 담배판매 금지
쿠웨이트	21세 미만 대상 담배판매 금지
태국	18세 미만 대상 담배판매 금지
프랑스	18세 미만 대상 담배판매 금지
헝가리	18세 미만 대상 담배판매 금지 18세 미만 공공장소에서의 담배사용 금지
호주	18세 미만 대상 담배판매 금지

## 주요 국가 사례

### 캐나다 온타리오(Ontario) 주

온타리오 주에서는 1994년에 통과된 Tobacco Control Act에 따라 19세 미만에게 담배를 판매하는 것이 금지되어왔다. 2006년 5월 31일, 기존의 Tobacco Control Act보다 강력한 담배판매 및 흡연에 대한 규제 조치를 담고 있는 Smoke-Free Ontario Act가 통과되면서, 담배판매업자들은 25세 이하로 보이는 소비자가 담배 구입을 원할 경우 신분확인을 반드시 하여야 한다. 즉, 법적으로 담배를 구매할 수 있는 나이로 할지라도 25세 이하라면(혹은 외관상 그렇게 보인다면) 담배구매를 위해 반드시 신분증을 제시해야 한다는 것이다. 이러한 규제의 효율적인 집행과 모니터링을 위하여 온타리오 주 보건당국은 매년 최소 2회에 걸쳐 담배판매소를 점검하고 있다.

### 인도

인도는 2003에 제정된 Cigarette and Other Tobacco Products (Prohibition of Advertisement and Regulation of Trade and Commerce, Production, Supply and Distribution) Act, 일명 COTPA에 의해 담배제품의 소비와 판매를 규제하고 있다. 국가의 특성상 인도의 담배규제법은 일반궐련담배 뿐만 아니라 무연담배까지 규제대상에 포함하고 있다. 2003년 제정 당시 COTPA에서는 미성년자를 대상으로 하는 담배판매만을 금지하고 있었으나(COTPA Section 6), 2006년에 FCTC 제16조의 내용을 반영한 개정작업을 통하여 현재는 미성년자에 의한 담배판매 역시 금지하고 있다. 개정된 COTPA는 미성년자의 담배 접근성을 제한하기 위하여 자동판매기에 의한 담배판매를 전면금지하고 담배제품의 진열 또한 금지

# Monthly Highlights

## 이 달의 이슈

하고 있다. 판매자는 18세 미만에게 담배판매가 금지되어 있다는 표시를 판매점에 배치하여야 하며, FCTC 제16조에서 한발 더 나아가 모든 교육기관의 반경 100야드(약 91.44미터) 내에서 담배제품의 판매를 금지하는 조치도 포함하고 있다.

### 미국

미국 식품의약국(US Food and Drug Administration, 이하 FDA)에서는 Family Smoking Prevention and Tobacco Control Act에 의거, 궤련담배와 무연담배로부터 아동과 청소년을 보호하기 위하여 Regulations Restricting the Sale and Distribution of Cigarettes and Smokeless Tobacco to Protect Children and Adolescents를 2010년에 제정하였다. 해당 법령은 연방정부 차원에서 궤련담배와 무연담배제품의 판매, 유통 및 판촉을 제한하여 아동 및 청소년의 담배 접근성 및 관심도를 낮추게 하려는 목적을 가지고 있는데, 이러한 목적을 달성하기 위한 세부 조치에는 다음과 같은 내용이 포함되어 있다.

- 27세 미만으로 보이는 궤련 및 무연담배 구매자 대상 신분증 확인
- 18세 미만 대상 궤련 및 무연담배의 판매 금지
- 궤련담배 1갑 당 20개비 미만 판매 금지
- 궤련 및 무연담배 자판기 금지 및 셀프서비스와 같은 무연판매방식에 의한 판매 금지(매우 제한적인 경우 예외)
- 궤련담배의 무료배포 금지 및 무연담배의 무료배포 제한
- 모든 운동, 음악 또는 기타 사회·문화적 행사에 담배브랜드명을 표시하며 후원하는 것 금지
- 라디오 광고(Audio ads)에는 음악이나 음향효과 사용 금지
- 궤련 및 무연담배브랜드나 로고가 삽입된 물품(모자, 티셔츠 등)의 판매 및 배포 금지

특히, 미국의 경우에는 주(州)마다 담배판매제한 연령이 다르게 규정되어 있는데, FDA의 연방법 기준인 18세 보다 더 엄격하게 19세 미만 대상 담배판매를 제한하고 있는 지역도 많으며, 뉴욕시의 경우에는 최근 21세 미만으로 판매제한 연령을 규정하여 가장 강력하게 미성년자의 담배 접근성을 규제하고 있다.

### 호주 웨스턴오스트레일리아 주(Western Australia)

호주의 모든 주에서는 18세 미만 미성년자에게 담배를 판매하는 것이 금지되어 있는데, 이러한 조치는 90년대 초반 웨스턴오스트레일리아(Western Australia)와 뉴사우스웨일즈(New South Wales)에서부터 시작되었다. 웨스턴오스트레일리아에서는 Tobacco Products Control Act 2006을 통해 미성년자의 담배판매를 규제하고 있는데, 여기에는 판매점에서 미성년자에게 궤련담배를 판매하는 것뿐만 아니라 성인이 미성년자에게 담배를 제공하는 것 혹은 미성년자 대신 담배를 구매해 주는 것까지도 포함한다. 미성년자가 부모님으로부터 담배구매에 관한 허가를 받았다는 증거가 있다 하더라도, 판매자는 미성년자에게 담배를 팔았다는 행위만으로 벌금을 내야한다. 벌금은 개인의 경우 첫 위반 시 최고 10,000달러(한화 약 965만원), 그 이후에는 20,000달러(한화 약 1,930만원)가 부과되며 도소매업자의 경우에는 첫 위반 시 최고 40,000달러(한화 약 3,860만원) 그 이후에는 80,000달러(한화 약 7,720만원)가 부과된다. 담배 자동판매기는 허가받은 장소에서만 사용이 가능하며, 궤련의 날개 판매, 1갑당 20개비 미만 판매 및 담배와 유사한 형태의 제과 및 장난감 판매 역시 금지대상이다.

### 유럽연합 (European Union)

유럽연합의 회원국은 Tobacco Products Directive(TPD)를 기준으로 자국의 담배규제 정책을 추진 및 이행하고 있는데, TPD에서는 미성년자를 대상으로 하는 담배제품의 판매를 방지하기 위한 연령제한을 둘 것을 요구하고 있으며 기준연령은 15~18세에 걸쳐 국가마다 상이하게 규정되어 있다. 대부분 18세 미만 대상 담배판매를 금지하고 있으며, 미성년자가 담배를 구매하는 행위나 흡연하는 행위까지도 금지 대상에 포함하고 있는 국가도 있다. 가장 최근에는 이탈리아(2013)와 네덜란드(2014)가 담배판매 제한 연령을 16세 미만에서 18세 미만으로 높이며 미성년자의 담배 접근성 규제를 강화하는 조치를 이행한 바 있다.

# Monthly Highlights

## 이 달의 이슈

### 국내현황

앞서 살펴보았듯, FTC 제16조에 대한 협약 당사국들의 이행률은 전체 조항 중 세 번째로 높다. 이는 곧 담배제품에 대한 미성년자의 접근을 사전에 차단하여 흡연연구로의 진입을 억제하는 것이 중요함을 방증한다. 우리나라 역시 단일법에 의한 것은 아니지만, FTC 제16조와 관련된 국내법을 동원하여 만 19세 미만인 미성년자의 담배판매 및 구매금지를 이행하고 있다.

우리나라는 대부분의 항목을 이행하고 있으나, 일반대중 대상 담배제품 무료배포 금지, 소포장 판매 금지, 담배제품 진열판매 금지에 대한 법적 근거가 미비하며, 담배자판기 설치의 제한적으로 허용하고 있는 실정이다. 항목별 이행현황과 법적 세부내용을 살펴보면 아래 표와 같다.

항목	이행	근거법	세부내용
미성년자 대상 담배판매 금지	○	청소년 보호법 제28조 (청소년유해약물 등의 판매·대여 등의 금지)	<b>제1항</b> 누구든지 청소년을 대상으로 청소년유해약물 등을 판매·대여·배포하거나 무상으로 제공하여서는 아니 된다.
미성년자 대상 담배제품 무료배포 금지	○	상동	상동
일반대중 대상 담배제품 무료배포 금지	X	-	-
판매원 대상 벌칙 부과	○	담배사업법 제17조(소매인 지정의 취소 등) ※ 판매원 대상은 아니지만, 주류·담배 등 청소년유해약물을 대리 구매하여 청소년에게 제공한 자는 청소년보호법 제28조 제2항, 제59조 제7호에 의하여 2년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.	<b>제1항</b> 시장·군수·구청장은 소매인이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 지정을 취소하여야 한다. 7. 청소년에게 담배를 판매한 경우
소포장 판매 금지	○	담배사업법 제20조 (다른 담배 포장지의 사용 금지 등)	누구든지 담배의 포장 및 내용물을 바꾸어 판매해서는 아니 된다.
미성년자에 의한 담배판매 금지	X	※ 미성년자에 의한 담배판매를 전면 금지하는 법적 근거는 없으나, 담배사업법 제14조에 의하여 미성년자는 담배수입판매업 또는 담배도매업의 등록을 할 수 없다.	
판매점에 미성년자 대상 담배 판매 금지표시 부착	○	청소년 보호법 제28조 (청소년유해약물 등의 판매·대여 등의 금지)	<b>제4항</b> 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 자가 청소년유해약물 중 주류나 담배(이하 "주류등"이라 한다)를 판매·대여·배포하는 경우 그 업소에 청소년을 대상으로 주류 등의 판매·대여·배포를 금지하는 내용을 표시하여야 한다. 2. 담배사업법에 따른 담배소매업의 영업자
담배모양의 과자 및 장난감 제조 금지	○	어린이 식생활안전관리 특별법 제9조(정서저해 식품 등의 판매 금지 등)	<b>제1항</b> 식품의약품안전처장은 어린이 기호식품 중 다음 각 호와 같이 사행심을 조장하거나 성적인 호기심을 유발하는 등 어린이의 건전한 정서를 해할 우려가 있는 식품이나 그러한 도안이나 문구가 들어있는 식품에 대하여 판매나 판매 목적의 제조·가공·수입·조리·저장·운반 및 진열을 금지할 수 있다. 1. 돈·화투·담배 또는 술병의 형태로 만든 식품
담배제품 구매 시 연령확인	○	청소년 보호법 제28조 (청소년유해약물 등의 판매·대여 등의 금지)	<b>제3항</b> 청소년 유해약물 등을 판매·대여 배포하고자 하는 자는 그 상대방의 나이를 확인하여야 한다.
담배자판기 설치 금지	X 제한적 허용	국민건강증진법 제9조 (금연을 위한 조치)	<b>제2항</b> 담배사업법에 의한 지정소매인 기타 담배를 판매하는 자는 대통령령이 정하는 장소 외에서 담배자동판매기를 설치하여 담배를 판매하여서는 아니된다. <b>제3항</b> 제2항의 규정에 따라 대통령령이 정하는 장소에 담배자동판매기를 설치하여 담배를 판매하는 자는 보건복지부령이 정하는 바에 따라 성인인증장치를 부착하여야 한다.
담배제품의 진열 판매 금지	X	-	-

# Monthly Highlights

## 이 달의 이슈

### 청소년 담배구매 실태

이러한 조치에도 불구하고 우리나라 청소년의 흡연율은 2013년 기준으로 남자 14.4%, 여자 7.6%에 달한다. 그러나 더욱 심각한 것은 청소년들이 직접 담배를 구매할 수 있다는 점이다. 질병관리본부가 실시한 2013년 청소년 건강행태 온라인조사 결과에 따르면, 청소년 현재 흡연자 중에서 최근 30일 동안 본인이 피운 담배를 편의점이나 가게 등에서 직접 구매한 사람의 비율을 나타내는 '담배 구매율'은 남녀 각 48.9%, 40.4%로 나타났다. 담배를 피우는 청소년 2명 중 1명은 직접 담배를 사서 피운다는 얘기다. 또한, 담배 구매 시도자 중에서 최근 30일 동안 편의점이나 가게 등에서 담배를 사려고 했을 때 노력 없이도 쉽게 살 수 있었다고 답한 비율이 76.5%에 이른다. 청소년 보호법에 엄연히 관련 규정이 있음에도 불구하고 청소년들의 담배 구매는 그다지 어려운 일이 아니다.

이와 관련하여, 최근 여성가족부가 서울 및 수도권 등 40개 시·군·구 지역에서 실시한 합동 점검 단속 결과에 따르면, 청소년에게 유해약물(담배)을 판매한 35개 업소가 적발되었다. 이들 업소는 신분증 확인 절차 없이 청소년에게 직접 담배를 판매한 것으로 드러났다. 한편, 이번 단속에서 중학생의 부탁을 받아 담배를 대리 구매해주며 거스름돈을 챙긴 성인 1명도 적발되었는데 이 경우 2년 이하의 징역 또는 1천만 원 이하의 벌금에 처해진다.

청소년의 담배제품 구매와 관련해 최근 대두되고 있는 문제점은 온라인을 통한 불법구매이다. 우리나라는 기본적으로 담배사업법 제12조(담배의 판매) 제4항에 근거하여, 담배의 우편판매와 전자거래를 금지하고 있다. 그러나 실제로 온라인 상의 담배판매 현황을 모니터링해본 결과, 총 23개의 사이트에서 담배를 판매하고 있었다. 이러한 사이트는 국내에서 해외로 담배를 배송해주는 구매대행 사이트로 운영되고 있으며, 대다수가 법인보다는 개인이 운영하는 것으로 드러났다. 한편, 이들 사이트가 법적으로 공지해야 하는 사항은 두 가지인데, 담배사업법에 따라 국내 우편배송이 불가하다는 것과 청소년 보호법에 따라 청소년은 담배를 구매할 수 없다는 것이다. 그러나 국내 우편배송 불가에 대한 것은 96%가 공지하고 있었으나 청소년 구매 불가에 대해서는 57%가 공지하지 않고 있었다. 이러한 온라인 담배판매가 청소년 담배구매에 직접적인 영향을 미치기도 하지만, 누구나 접속이 가능한 온라인에서 담배제품에 대한 광고와 판촉활동이 벌어지고 있다는 점에서 더욱 심각하다. 청소년들이 무분별하게 담배제품 광고이미지를 접할 수 있는 창구인 셈이다.

### 전자담배 포함한 신종담배 규제관리 시급

담배에 대한 청소년의 접근성을 억제하기 위한 다양한 법적 근거와 조치사항들이 있지만 실제 그 효력은 미지수다. 왜냐하면 위법사항에 대한 단속이나 적발이 어렵기 때문이다. 특히, 최근에는 전자담배를 비롯한 각종 신종담배가 여전히 규제 법망의 사각지대에서 청소년들의 손길이 닿고 있다. 이 때문에 전자담배에 대한 청소년의 접근성도 신속한 대처가 필요하다. 질병관리본부의 조사에 따르면, 전자담배를 한 번이라도 피워본 적이 있는 청소년이 남녀 각각 11.7%, 2.9%로 나타났다. 다행인 것은 최근 전자담배를 담배제품에 포함하여 기존 담배 제품과 동일한 법적 규제를 받도록 했다는 점이다. 국제적으로 전자담배를 법적으로 담배제품에 포함시킨 사례는 아직 드물기 때문에 국내의 이러한 정책이 선제적이기는 하나, 실질적인 규제관리는 더 두고 볼 일이다.

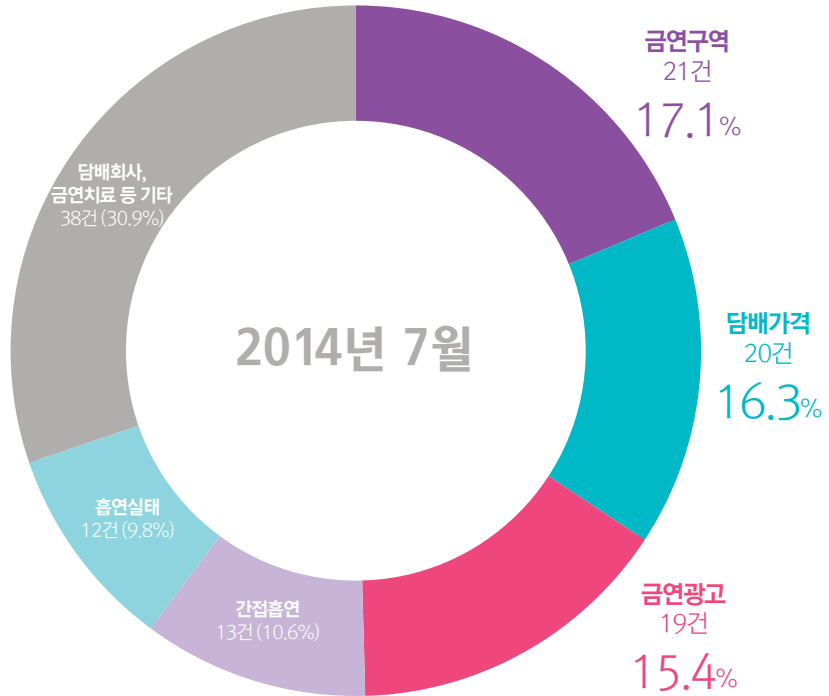
각 국가도 규제관리의 실효성을 고민하느라 다양한 시도를 하고 있다. 미국은 아예 담배 소매점의 가장 큰 비중을 차지하는 편의점에서 담배를 판매하지로 않기로 했으며, 영국은 2000년 이후 출생자들은 평생 담배를 살 수 없도록 하는 조치가 논의되기도 했다. 모두 청소년 금연캠페인의 일환으로 시작된 움직임이다. 우리나라도 청소년들의 흡연인구 진입을 효과적으로 막을 수 있는 조치를 더 고민해봐야 할 때이다.

# Monthly Keyword

Monthly Keyword에서는 언론보도를 통해 우리가 접하는 다양한 금연이슈를 심층 분석하여 키워드로 풀어봅니다. 한 달 동안 어떤 이슈들이 제기되었고, 여론이 가장 관심을 가졌던 이슈는 또 무엇인지 살펴볼 수 있습니다.

## 이 달의 언론 이슈 키워드는 ‘금연구역’, ‘담배가격’, ‘금연광고’

2014년 7월, 국내 주요언론사의 총 123건의 보도기사를 분석한 결과, 금연구역 21건 (17.1%), 담배가격 20건(16.3%), 금연광고 19건(15.4%)가 주요 주제로 보도되었다. 그밖에 간접흡연, 흡연실태, 담배회사 및 금연치료 등의 다양한 주제가 그 뒤를 이었다.



소셜네트워크에 나타난 키워드와 함께 종합적으로 살펴보면, 담배가격 인상이 최저임금과 비교되어 ‘최저임금 인상, 담배가격 인상반대’의 메시지가 다수 나타났으며, 2014년 보건복지부 금연광고(뇌졸중)에 대해 ‘불편하다’, ‘충격적이다’, ‘놀라다’ 등의 반응을 보이며 뇌졸중의 두려움이 금연에 도움이 될 것이라는 긍정적인 메시지가 나타났다.

# Monthly Highlights

## 참고자료

한국건강증진재단. WHO 담배규제기본협약 10주년 기념자료집 All About FCTC, 2014. 질병관리본부. 제9차(2013년) 청소년건강행태온라인조사.

여성가족부. 보도자료(2014.06.20). 신분증 확인 없이 청소년에게 담배 판매 35개소 적발.

한국건강증진재단. 담배광고, 판촉, 후원활동의 문제점과 효과적 대응방안 세미나 자료집, pp.41~55(2014.06.19). 온라인 담배광고 및 판촉활동 : WHO FCTC 제13조를 중심으로.

한국경제 온라인기사(2014.02.06). 美 편의점 담배판매 중단... 오바마 “cvs 결정은 굉장한 사례”.

The Ontario Tobacco Research Unit. Strategies Affecting Tobacco Vendor Compliance with Youth Access Laws. A Review of the Literature. October 2013. [http://otru.org/wp-content/uploads/2013/10/special\\_vendor\\_compliance.pdf](http://otru.org/wp-content/uploads/2013/10/special_vendor_compliance.pdf)

Public Health Foundation in India, Ministry of Health & Welfare, A Comparative Analysis of WHO Framework Convention on Tobacco Control and the Indian laws regulating tobacco, July 2008. <http://www.phfi.org/our-activities/research-a-centres/key-areas/health-system-and-policy/238-a-comparative-analysis-of-who-framework-convention-on-tobacco-control-fctc-and-the-indian-laws-regulating-tobacco>

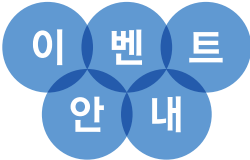
U.S. Food and Drug Administration. Regulations Restricting the Sale and Distribution of Cigarettes and Smokeless Tobacco. <http://www.fda.gov/TobaccoProducts/ProtectingKidsfromTobacco/RegsRestrictingSale/default.htm>

Health Promotion Agency. History of Tobacco in New Zealand. <http://smokefree.org.nz/history-tobacco-new-zealand-0>

OxyGen. Smarter and Smoking Fact Sheet. Tobacco and the law in Australia. [http://www.oxygen.org.au/downloads/New\\_StS\\_FS/Tobacco\\_and\\_the\\_law\\_in\\_Australia.pdf](http://www.oxygen.org.au/downloads/New_StS_FS/Tobacco_and_the_law_in_Australia.pdf)

National Project Group for the Protection of Children and Minors (BAJ). Protection of minors; Smoking in public. <http://www.protection-of-minors.eu/en/cat7.php>

Wikipedia. Smoking age. [http://en.wikipedia.org/wiki/Smoking\\_age#cite\\_note-12](http://en.wikipedia.org/wiki/Smoking_age#cite_note-12)



## “금연이슈리포트”를 추천해주세요!”당첨자 발표

지난 5월 30일부터 7월 20일까지 진행되었던 창간 1주년 기념 이벤트에 참여해주신 여러분들께 감사드립니다.

앞으로도 더 좋은 내용과 유익한 정보를 담을 수 있도록 노력하겠습니다.

※ 당첨되신 모든 분들께 축하드리며, 상품수령과 관련한 안내는 이메일과 유선을 통해 개별 연락을 드릴 예정입니다.

구분	상품	이름	이메일 ID		
1등	원액기	이유*	lettucemint		
		황지*	wisegirl		
2등	공기순환기	조영*	yw0628		
		김보*	bbobborori		
		김정*	xellos88		
		문세*	munmun0419		
		김연*	hanisister		
3등	영화관람권(1인2매)	주수*	sujju		
		권기*	kiran237		
		한상*	ssangkap		
		송의*	spacequest		
		이단*	whitest2000		
		염원*	tensy72		
		4등	음료기프티콘	김국*	pooh0114
		권말*		malsuk9526	
		이승*		sengmi21	
		김유*		axers7th	
신준*	jsysbc				
안정*	nayagi11				
노현*	8558486				

8

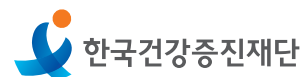
**[8월호 예고]**  
 8월호에는 담뱃갑 경고그림을 주제로 흡연의 위험성을 알리는 데 시각적 표현이 얼마나 효과적인지, 실제 해외 주요 국가의 도입 경향과 그 영향을 살펴봅니다.

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

J U L Y 2 0 1 4

# Tobacco Control Issue Report

A monthly review and analysis of  
global tobacco control trends



150-868 서울시 영등포구 국회대로 76가길 14, 4-5층  
Tel. 02-3781-3500 Fax. 02-3781-3583 www.khealth.or.kr

## [ 구독신청 ]

매월 Tobacco Control Issue Report 구독을  
원하시는 분은 아래 메일주소로 소속, 성명을  
기재하여 신청해주시요.

※ 홈페이지 주소 : [www.khealth.or.kr](http://www.khealth.or.kr)

※ 구독신청 이메일 주소 :

한국건강증진재단금연팀 [tcir@khealth.or.kr](mailto:tcir@khealth.or.kr)