



140003 000001

スモークフリー

ムービー:

証拠から行動へ



World Health
Organization

SMOKE-FREE MOVIES

スモークフリームービー

FROM EVIDENCE TO ACTION

証拠はそろった。さあ、映画から喫煙シーンなくそう！

3RD edition

第3版

本文ダウンロード元

http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/190165/1/9789241509596_eng.pdf?ua=1

一般社団法人 日本禁煙学会 松崎道幸理事・訳



目次

| | |
|---|----|
| 謝辞 | 3 |
| はじめに | 4 |
| 1 映画の喫煙シーン:なぜ問題か? | 6 |
| 1.1 映画は全世界の人々が見ます | 7 |
| 1.2 喫煙シーンを見るとタバコが吸いたくなります | 8 |
| 1.3 映画の問題はタバコ規制対策から漏れていました | 18 |
| 2 若者を映画の喫煙シーンから守るための対策 | 22 |
| 2.1 喫煙シーンのない映画とWHO タバコ規制枠組み条約 | 23 |
| 2.2 主目的と対策の基本 | 24 |
| 2.3 推奨すべき対策 | 24 |
| 2.4 過去の作品の取り扱い | 31 |
| 2.5 効果の限定的な対策 | 32 |
| 2.6 推奨できない対策 | 32 |
| 3 各国の取り組み | 34 |
| 3.1 中国 | 35 |
| 3.2 インド | 37 |
| 3.3 イギリス全体および構成国の経験 | 43 |
| 3.4 米国 | 45 |
| 4 結論 | 48 |
| 4.1 学ぶべき教訓 | 48 |
| 4.2 研究の必要な分野 | 48 |
| 4.3 対策を前進させましょう | 49 |
| 参考文献 | 50 |
| 付属書 1 映画の喫煙シーン視聴状況 | 63 |
| 付属書 2 タバコ使用シーンを含む最高興行収入映画作品に対する公的援助の状況(2010-2013) | 65 |

謝辞 (略)

はじめに

訳注: 翻訳にあたり、motion pictures, films, movies を映画と訳した。この報告書は、劇場で上映される映画だけでなく、テレビやインターネットで配信される作品についても検討対象としている

映画は、タバコ使用を肯定的に見せるという誤った印象を広め続けている。タバコ使用シーンは、若者が喫煙に手を出すきっかけの一つであることが明らかにされている。2008 年、米国国立がん研究所(NCI)は次の結論を出した:

横断調査と追跡調査、実験的調査の成績を総合的に評価した結果、社会的影響の視点に基づく高度の理論的妥当性を以て、映画の喫煙シーン曝露が若者の喫煙開始と因果関係を持って関連することが明らかになった(1)。

2012 年、米国公衆衛生長官は、NCI 報告がまとめた若者の喫煙に関する経験的知見をレビューした結果、同様の結論に到達した:

映画の喫煙シーン視聴と若者の喫煙開始の間には因果関係があると十分な根拠を以て言うことができる。(2)

WHO タバコ規制枠組み条約(以下 WHO FCTC)締約国には、条約第 13 条に基づき、タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動を包括的に禁止する義務が課せられている。(3) 第 13 条施行ガイドラインには、映画のタバコ使用シーンはとりわけ若者にタバコ使用を勧奨する機能がある(4)、本報告書で詳しく述べられている諸対策を実行するよう勧告がなされている。いくつかの国では、タバコ使用シーンを含む若者向け映像作品の多くが政府から補助金をもらっているという現実がある。こうした補助金はメディアを通じたタバコ使用促進活動を間接的に援助していることになるから、WHO FCTC 第 13 条とそのガイドライン違反である。この問題については後段で詳述する。

(訳注: WHO FCTC 第 13 条施行ガイドライン和訳は日本禁煙学会の Hp からダウンロードできる:
http://www.nosmoke55.jp/data/cop3_13_200811.pdf)

昔から、映画は紙巻きタバコ等のタバコ製品を社会に広げるための重要なメディアでだった¹(5, 6)。ひとつはタバコ製品自体の宣伝のために、そして、もう一つは、喫煙を一般大衆に広める社会学

¹ 昔から、タバコ製品と言えばほとんど紙巻きタバコの事であったため、本報告書では、映画における喫煙シーンに限定して議論する。最近主要なタバコ会社は、スモークレスタバコ会社を買収して、紙巻きタバコブランド名を付けたスモークレスタバコを販売するようになった。さらに、電子タバコの宣伝も上映時に同時に行うようになってきている。政策立案者は、このようなタバコ製品市場の現状をしっかりと把握して、映像メディアにおけるタバコ製品プロモーション活動の規制を行う必要がある。

習戦略として²(7)。映画産業の盛んな国々では、映画を通じて喫煙の売り込みが図られてきたし、今も続いている。小児や若者向け映画においても、喫煙シーンが挿入されている。

映画の喫煙シーンを自粛するというタバコ産業との自主規制協定は、これまで効果がなかったし、問題解決にはなりえない。なぜならば、公衆の健康を守る側とタバコ産業の利害が真っ向から対立するために信頼原則が成り立たないからである。1990年代初めに、米国の大タバコ産業は映画の喫煙シーン露出に対する金銭の支払いを制限する自主規制に合意したが、10年経っても、映画の紙巻きタバコブランド出現シーンは減らなかった。1998年の米国における Master Settlement Agreement(米国内タバコ産業が、喫煙の健康被害の代償として巨額の賠償金を払うという米国司法長官との合意)には、映画に対するプロダクトプレイスメント(金を払って、喫煙シーンやタバコ製品を画面に露出させること)の禁止条項がもうけられ(8)、のちに司法長官によって執行された(参考文献 1、付属書 10C、422 ページなどを参照されたい)。この措置により、Master Settlement Agreement 実施後、映画のタバコ製品の露出は短期間で大きく減少し、1999年以前のタバコ製品の露出の3分の1は、金を払ったうえでのプロダクトプレイスメントだったことが明らかになった。しかし当時タバコ産業は、そのようなプロダクトプレイスメントを行わないという自主規制を明言していたのだが(9)。しかし、その後のトレンドを見ると、Master Settlement Agreement のような取り決めでは、映画の喫煙シーンを十分に減らすことが不可能であることが明らかになった。映画の喫煙シーンは1998年の合意の実施後に公開された映画作品から徐々に増え始め、2005年にピークに達した。その後2010年にかけて再び減少し、2011年からまた増加に転じた。2014年時点で、映画の喫煙シーンの分量は2010年のレベルを維持している(10, 11)。

実行可能な対策を実施することによってすべての映像作品の喫煙シーンを大きく減らすことが可能なことは科学的に証明されている。WHO FCTC 第13条ガイドラインに呈示されている喫煙シーンを減らす対策と、喫煙シーンのある作品に対する公的補助金を停止する措置を実施するなら、映画の視聴によって若者の喫煙が促進されることはなくなる。強力で徹底可能な政策を実施するためには、一般市民、政策立案者、映像作品制作会社に対して、若者にタバコの映像を見せなくなることによって得られる利益をしっかりと認識させることが必要である。

本報告書では、映画の喫煙シーン放映の現状と喫煙シーンを見ることによって生ずる悪影響を減らすために行われている現在の対策および将来必要とされる対策をまとめて示す。本報告書の目的は、映画の喫煙シーンを減らす対策が必要である根本的理由を各国政府に説明し理解を得ることにある。これにより、WHO FCTC の締約国が第13条施行ガイドラインで述べられている映画の喫煙シーンに関する対策の勧告を実行する援助が可能となる。本報告書は、WHO FCTC の非締

² バンデューラの社会学習理論(7)では、ステータスの高いロールモデルの行動、態度、感情を観察し模倣することの重要性が強調されている。映画のスターは世界中に名を知られており、彼らのお気に入りの自動車、時計、香水は瞬く間に世の中に流行する。若者は映画館を出た後も、スターの好きな物に関心を持ち続け、真似をするようになる。

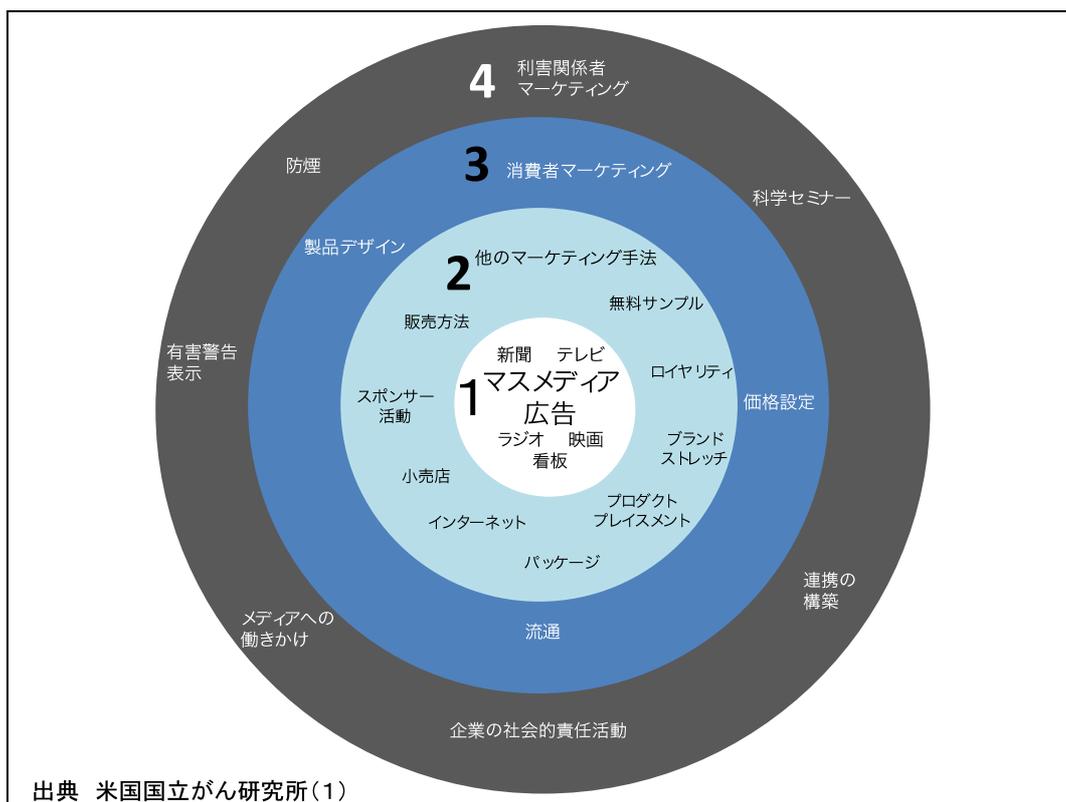
約国が、タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動を包括的に禁止する上での重要な対策の一つである映画の喫煙シーンの規制を実行するうえでも助けになると信ずる。

1. 映画の喫煙シーン:なぜ問題か?

20世紀初頭、タバコ産業は現在の価値で数百万ドルをつぎ込んで、映画に喫煙シーンを入れた(12)。タバコ会社は、映画製作者に資金を提供して特定のタバコブランドを画面に出すようにさせた。それだけでなく、封切り映画と出演する映画スターの宣伝の費用を負担した。タバコの商業手段が徐々に制限される中で、映画は一層重要な喫煙奨励ツールとなってきた。図1に示すように、こうした投資³は、マスメディアにおけるプロダクトプレイスメント戦略とスポンサー活動戦略と同様、タバコ使用を是とする社会通念を醸成するための幅広く、より手の込んだ戦略の一環となっていた。映画は、喫煙を是とする社会通念を形成するうえで核心的なマスメディアなのである。なぜならば、映画の中で喫煙が行われても、観客は、それをタバコの宣伝とは思わず、喫煙を「自然の事」と受けとめるようになるからである。

図1 タバコ販売促進活動における宣伝、販売促進活動、利害関係者の相関図

³ 1979-1994年間に、タバコ産業がハリウッドの映画製作者に支出していたプロダクトプレイスメント費用の詳細は以下に詳しい：<http://www.smokefreemovies.ucsf.edu/problem/bigtobacco.html>
2014年、ウォールストリートジャーナル誌はカナダの電子タバコメカが米国の映画作品に金を渡してプロダクトプレイスメントを行っていたことを報道した(13)。



英国医師会(9)、米国がん研究所(1)、米国 CDC(7)等は、映画の喫煙シーンが公衆の健康に対する脅威であると認識する理由を次のように語っている：①映画は世界中いたるところで視聴される、②映画の喫煙シーンは喫煙の奨励効果が大き、③映画の喫煙シーンの規制はまだほとんど実行されていない。しかし、公衆保健の研究者と研究機関はこの重要な問題に注意を注ぎつつある。例えば、2012年に、米国 CDC は米国の人気映画中の喫煙シーンの状況を健康指標(14)の一つとして取り上げ、ネットで公開している(15)。また、中国、ヨーロッパ、インド、ラテンアメリカ諸国では映画の喫煙シーンの監視活動を開始している。さらに、180か国が加盟したWHO FCTCは、映画の喫煙シーンが、間接的なタバコの販売促進活動であるという認識に基づいて対策の必要性を強調している。

1.1 映画は全世界の人々が見ます

2014年に50カ国で公開された長編映画(多くは直接ビデオとして販売される)は6500本を超える。うち1966本(30%)はインド、1603本(25%)は欧州連合、707本(11%)は米国、618本(10%)は中国、615本(9%)は日本、248本(3%)は韓国で制作されたものである(16)。制作本数は少ないが、米国製映画は全世界の映画制作費と配給費の半分を占め(17)、興行収入の60%以上を稼いでいる(18, 19)⁴。ドイツの若者の喫煙シーンばく露の80%はハリウッド映画によるものだったという(20)。2002年から

⁴ 2014年、米国の6大映画会社は136本の映画を制作し、世界中の映画興行収入364億ドルのうち225億ドル(62%)を稼いでいる。これには海外での260億ドルの映画収入のうち141億ドル(54%)が含まれる。

2013年に、米国映画は、アルゼンチン、ブラジル、メキシコ(21-23)の興行収入上位作品100本の75-85%を占めていた。この傾向は2014年も同様だった(16)。2014年に自国制作映画が興行収入の多くを占めていた国はわずか7カ国に過ぎなかった:イラン99%、米国95%、インド83%、トルコ59%、日本58%、中国54%、韓国50%(16)。

タバコ産業は、映画が人間性に訴えかけるもっとも普遍的な娯楽であることを認識している。映画視聴への支出は、2017年に世界中で1000億ドルを超えると予測されている。中でも中国での増加は、日米欧の既存の市場よりも急速になると予測される。映画を視聴する場所も変化している。2013年、世界の映画視聴収入の40%は映画館、DVDやブルーレイなどのホームビデオで40%、インターネット、オンデマンド配信、ストリーミングなどで20%となっていた。2018年までに、デジタル映写機が何倍にも増え、通信衛星を使った高速データ配信が進むため、映画収入の45%は映画館、インターネット配信ホームビデオ30%、レンタルあるいは購入によるホームビデオ視聴25%になるとの予測がなされている(24)。カナダと米国には40160スクリーン(全世界の142215スクリーンの28%)の映画館があり、2014年の映画館興行収入の29%を稼いでいる。そのほかは、アフリカ、欧州、中東の映画館で29%、アジア太平洋地域で34%、ラテンアメリカで8%となっている(16, 19)。国別観客数は、インド19億人(2014年)、米国12億人、中国8.3億人、メキシコ2.4億人だった(16)。2020年までに、全世界の世帯の4分の1が衛星放送アンテナを持ち、半数の世帯がインターネットでテレビやビデオを視聴できるようになると予測(25, 26)。現在世界の全世帯の45%がインターネット環境を持ち、このうち3分の1は発展途上国世帯である。世界人口の3人に1人はスマートフォン契約をしている。これは2008年の5倍の数である(27)。分化と経済の違いを越えて、映画館以外で映画を視聴できるマルチメディア環境が急速に整備されてきたため、映画館をベースとした調査だけでは、喫煙シーンへの曝露状態を過小評価するおそれがある。



1.2 喫煙シーンを見るとタバコが吸いたくなります

映画の喫煙シーンが喫煙者を増やすという事実は、おどろくにはあたらない

子どもと若者は社会環境の影響を大きく受ける。若者は、社会の様子をしっかりと見つめている。若者は、素晴らしいと思う人々に惹かれ、彼らと同じことをやろうとする(7)。映画スターは、観客のすぐそばに居るといふ幻影を振りまき、野望、憧れ、変身実現のための社会の疑似代理人となる。彼らは夢と希望を映画の中に表現する。映画は、世界的に有名なスターと疑似社会的関係を作り上げるだけでなく、人生を素晴らしいものとして表現する。若者が映画の世界の魅力あるエキサイティングなライフスタイルにあこがれると、スターと同じことをやろうとする(29)。このように、映画は、タバコ産業のために、タバコというひどく有害な商品を、高いステータスと自立した個人のシンボルに作り変えてしまう。昔からのタバコCMと違い、ハリウッドやボリウッド等の映画スタジオから生み出された作品は、喫煙が「とても良いものである」という強力なメッセージを発信する。若者は正義のヒーローの真似をするだけではない。どちらかというと、タバコを吸う「悪者」の方に強くあこがれを持つ

可能性も指摘されている(30)。

ハリウッド映画の半数に喫煙シーン、そのうち 3 分の 1 は若者向け映画

2002-2014 年に米国の興行収入の 95%を稼ぎ出した 1800 作品以上の映画を調査すると、子どもが視聴可能な作品(G: 視聴に年齢制限なし、PG: 大人の同伴で視聴可能、PG-13: 13 歳以下は大人の同伴必要)にも、成人指定(R)の映画の両方に喫煙シーンが含まれていた。興行成績の最高作品⁵の 59%(11)に喫煙やタバコ製品の映像が含まれていた。成人指定映画の 78%、PG-13 の 60%、G と PG の 25%に喫煙シーンが含まれていた。まとめると、2002-2014 年に米国で上映された興行収益の最高レベルの映画に 35500 か所の喫煙あるいはタバコ関連シーン⁶が含まれていた。これらの喫煙シーンの 57%は成人向き映画(R)、39%は 13 才以下成人同伴必要映画(PG-13)、4%は視聴制限無し(G)あるいは親の同伴で視聴可能(PG)に出現していた(古の米国のレーティング制度については Box1 を参照)。喫煙シーンは 2005 年に 3960 とピークに達したあと、2010 年に 1825 となった(10)が、その後また増加した。2014 年の PG-13 の喫煙シーン数はこの 10 年間で最多のレベルとなった(11)。

2013 年の PG-13 作品には 5 分間以上の喫煙シーンがしばしば見られた。たとえば作品番号 42 では、9 分間の喫煙シーンがあった。

Box1

米国の映画作品レーティング制度

1968 年以降、米国では、主要な映画スタジオの業界団体米国映画協会と、National Association of Theatre Owners が、Classification and Rating Administration という組織を作り、映画のレーティングを決定してきた。この組織に映画作品を提出してレーティングを受けることは映画制作者の義務ではなく、映画劇場とビデオ業者もそれに従う義務はないが、ポルノグラフィではない通常の商業的映画とビデオ作品のほとんどすべてはこのレーティングを受けている。

米国映画協会の分類

- G: General audiences: all ages admitted 視聴に年齢制限無し
- PG: Parental guidance suggested: some material may not be suitable for children 親の付き添いが望ましい。小児にふさわしくない内容の可能性あり
- PG-13: Parents strongly cautioned: some material may not be suitable for children under 13 親の付き添いが必要。小児にふさわしくない内容の可能性あり。

⁵ 「top-grossing 興行収益最高」作品とは、カナダと米国の映画チケットの売り上げが封切りから 1 週間以上にわたり、上位 10 位以内に入った作品のことである。2002-2008 年に封切られた作品の 83%がこれに該当し、チケットの全売り上げの 96%を占めていた。

⁶ 「喫煙(タバコ)関連シーン」の数は、喫煙シーンの前後関係を考慮して、二つの方法でカウントした。一つは米国ダートマス大学のカウント方法で、映画の一場面で一人の登場人物が喫煙している場合、カメラが喫煙者と非喫煙者を何度も交互に写しても、それを 1 シーンとカウントした。二つ目の方法は、Thumbs Up! Thumbs Down! Project (<http://www.scenesmoking.org>) と米国 CDC が用いた方法で、喫煙場面が写る毎に 1 シーンとカウントする。後者は前者の 3-4 倍のカウント数となっていたが、相関関係はきわめて良好だった。いずれの方法によっても、喫煙シーンの増減を追跡する上で妥当な結果が得られた。この二つの方法に関する詳しい検討結果は付属書 1 を参照のこと。

- R: Restricted: children under 17 must be accompanied by a parent or adult guardian 18 才未満児の視聴は、親あるいは成人の保護者の付き添いが必須

- NC-17: No one under 17 admitted 18 才未満の視聴禁止(32)

2002-2014 年に、米国で公開された映画の 21%は G あるいは PG、45%は PG-13、33%は R で、NC-17 は皆無に近かった(11)。

イギリスのレーティング制度

イギリスの映画のレーティングは、イギリス全体の映画レーティングを統一して行うために 1912 年に設立された独立の民間組織「全英映像等級審査機構」が行っている。この機構のレーティングは、上映許可を与える地方評議会に対する単なる助言にすぎない。したがって、映画上演に関する法的権限は地方評議会が持っており、この機構がいかなるレーティングを行おうとも、それが地方評議会によって却下される可能性もある(148)。地方評議会はおおむね全英映像等級審査機構のレーティングを追認してきたが、それを否定する地方自治体は多い。2014 年 11 月現在、この機構の“18”指定(米国の R に匹敵)のクライテリアは次の通りである：

本機構が、個人あるいは社会に対して有害影響を及ぼすと判定した物あるいは行為、たとえば、公衆の健康やモラルに対して有害な影響をもたらす暴力的あるいは危険な行為を詳しく描くあるいは違法薬物を使用する内容である場合。

2003 年の調査で、直近の 5 年間に公開された映画 532 本に 3830 の喫煙シーンがあった。これらの映画を見た米国の若者は 60 億回以上⁷喫煙シーンにさらされた(33)。最高売上の映画 1 作品当たり 1 億回以上、最も人気のある俳優一人当たり 5 千万回の喫煙シーンばく露がもたらされていた。全俳優の 1.5%が喫煙シーンの 4 分の 1 に関わっていた。

若者の喫煙シーン曝露量は、映画館の観客の年齢構成と興行収益という公表された資料からも推定できる。米国の 12-17 歳の若者が自宅とモバイルスクリーンで視聴する映画の本数は毎年 20 本であり、彼らはよく映画館に行く階層としても知られている。この年齢層の若者は米国民のわずか 8%に過ぎないが、映画観客の 15%を占めている。これらの若者は年に 11 回映画館に行っており、2008 年には、よく映画館を利用する観客の 2 割を占めている(34)。2014 年に、18-24 才の米国の若者は、それ以外の年齢層の 2 倍の頻度で映画館に通っている(35)。

2005-2006 年の調査では、米国の映画館の G と PG 指定映画の 30%近く、PG-13 指定映画の 20%以上、R 指定の 10%以上を若者が視聴していた(36)。2005-2006 年に、12-17 歳の若者は 42 億回

⁷ 喫煙シーンの曝露回数は一作品当たりの喫煙シーン数に映画の有料視聴者数を掛けて算出した。例えば、10 回の喫煙シーンのある映画を 500 万人が見たとすれば、5 千万回、50 回の喫煙シーンのある映画を 300 万人が見た場合 1 億 5 千万回の喫煙シーンの曝露があったと計算する。視聴者数は、映画が公開された年の興行収入を平均入場料金で割って概算した。米国の National Association of Theatre Owners が平均入場料金を決めている(<http://www.nato-online.com>)。年齢群別の喫煙シーン曝露数は、レーティングに基づいた観客の年齢構成から推計した。

喫煙シーンに曝露されたが、そのうち 18%は G と PG 指定作品、57%は PG-13 指定作品、25%は喫煙シーンの多い R 指定作品視聴によるものだった。映画館における喫煙シーンの 19%は若者に向けて放映されていた。一方、6-11 歳の子どもへの曝露量は 8%、18 億回だった。

2005-2014 年に、喫煙シーンの減った時期があった(10)。G と PG 指定の作品の喫煙シーンの減少が目立っていた。2005-2006 年の若者向けと成人向けの作品視聴の年齢層分布を 2013-2014 年に当てはめると、この時期に米国の若者は 31 億回の喫煙シーンに曝露されたことになる。内訳は、G と PG 作品から 1%、PG-13 作品から 46%、R 指定の成人向け作品から 52%である。若者は映画館における喫煙シーンの 16%、6-11 歳時は 3%(7 億回)を視聴していた。しかし、今後、子どもと若者の喫煙シーン曝露が増えるのか減るのかは予測が難しい。何故なら、映画を見る場所が映画館から、インターネットなど多様なメディアに急速に移行しつつあるからである。

134 人の大学生にモバイルを渡して、どれだけ喫煙やタバコ使用を奨励する情報に遭遇したかを 21 日間記録させたところ、タバコの小売店におけるものが 66%と一番多かったが、テレビや映画の喫煙シーンに遭遇したと答えも 20%あった(37)。

映画の予告編も若者に喫煙のメッセージを届けている。2001 年にテレビで放送された 216 の映画予告編の 14%に喫煙シーンがあった(38)。その年に、若者は 2 億 7 千万回予告編の喫煙シーンを見せられたことになる。若者に予告編の喫煙シーンに対する感想をたざしたところ、タバコを吸う俳優の方が魅力的に見えたと答えるものが多かったという(39)。

喫煙シーンのあるハリウッド映画は、タバコの宣伝と販売促進を強力的に禁止している国々を含め全世界で毎年数十億ドルも稼いでいる(米国製映画の喫煙シーンの世界への拡散状況については Box2 参照)。例えば、2014 年、中国では米国映画「Transformers: Age of Extinction」は、3 億 1 万ドルの利益をあげたが、中国の観客は 26 億回の喫煙シーンを見せられた⁸(31)。

米国以外で作られた映画でも、ハリウッド映画以上に喫煙シーンがある

ハリウッド映画以上に喫煙シーンの多い映画を作る国もある。例えば、欧州 6 개국(ドイツ、アイスランド、イタリア、ポーランド、オランダ、イギリス)および中南米 2 国(アルゼンチン、メキシコ)の最高興行収入を上げた映画の喫煙シーンを調べると、明らかな地域の特徴が浮かび上がった(40)。アイスランドとアルゼンチンの映画全体の 94%、若者向け映画の 88%に喫煙シーンがあった。それ以外の国々の映画の喫煙シーン出現率は米国映画と同じ(オランダ、イギリス)かそれよりも多かった(ドイツ、アイスランド、イタリア、メキシコ、ポーランド)。これらの国々の若者向け映画の喫煙シーンは米国映画よりも多かった。

⁸ 映画中の喫煙シーン出現回数(<http://www.scenesmoking.org>)に平均的入場料金(<http://www.hollywoodreporter.com>)を掛けて算出。

映画のレーティング制度が若者の喫煙シーン曝露を左右する

米国で R 指定とされている映画を若者向けとレーティングする国ほど、若者の喫煙シーン曝露が多くなる。2004-2015 年に、カナダオンタリオ州と米国で人気のあった映画について調査すると、米国で R 指定を受けた映画の 3 分の 2 がオンタリオ州では 18 歳以下の子どもが保護者の付添なしに、自由に見てよいレーティングに指定されていた。その結果、喫煙シーンのある映画の 86% はオンタリオ州では子どもが制限なく見ても良いとされていた。一方米国ではその割合は 55% にとどまっていた⁹(41)。2001-2006 年のイギリスでは、米国で R 指定を受けた映画の 79% が、制限なしに子どもが見ても良いレーティングになっていた。その結果、イギリスにおける映画の喫煙シーン放映の 93% は子どもが制限なく視聴可能な映画を通じて行われていた。それにより、イギリスの子どもは米国よりも 28% 多く映画の喫煙シーンにさらされていた(42)。カナダとイギリスでは、子どもと若者向け映画が喫煙シーンの主要な曝露源となっていた(図 2)。

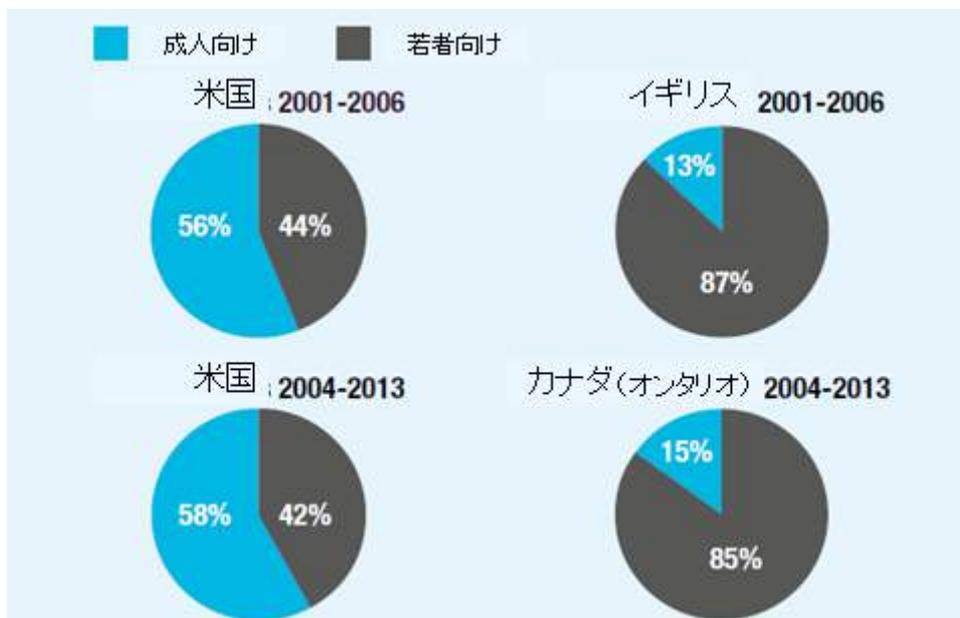


図 2: 映画の喫煙シーン曝露源。米英 2001-06 年、米加 2004-13 年。出典: Anderson et al, 2010

2004-2009 年に欧州と米国で上映された 464 本の映画の 69% に喫煙シーンがあり、喫煙シーンのある映画の 85% は欧州では若者向けに指定されていたが、米国でその割合は 67% だった(43)。同様に 2002-2009 年に米国で売り上げの多かった成人向け映画は、アルゼンチン、ブラジル、メキシコでは若者視聴可となっていた(21)。喫煙シーンのある人気映画のうち、若者視聴可となっていた割合は、アルゼンチン 75%、ブラジル 76%、メキシコ 87% であり、米国の 62% よりも明らかに多かった。

⁹ カナダの他の州でも事態は同様だった。 http://www.smoke-free.ca/pdf_1/2010/tobaccovector.pdf

映画の喫煙シーンには若者の喫煙を増やす働きがある:その証拠

NCI(1)(2008年)、米国厚生長官(2)(2012年)は、映画の喫煙シーンが若者の喫煙を増やしているとの結論を出した。これらの報告書の発表後も、この結論を補強する幅広い証拠が集まっている。

- 多くの若者が映画の喫煙シーンを見ている
- 映画の喫煙シーンが若者の喫煙開始促進メカニズムを持つ事には強力な理論的根拠がある
- 住民対象の科学的調査により、様々な社会文化的背景を越えて、映画の喫煙シーン視聴が若者の喫煙と因果関係を持って関連することが明らかにされている
- 間接的科学的調査でも、映画の喫煙シーンが若者の喫煙開始と関連する事が証明された
- 全年齢層および若者の喫煙率は映画の喫煙シーンの増減と並行して変動する
- 無作為化実験研究で、映画の喫煙シーンをみるほど喫煙開始意欲が増えること、そして映画の喫煙シーン視聴前に、反喫煙CMを見ると、前記の効果が減ることが示されている
- 喫煙者に喫煙シーンを見せると喫煙者の脳の快楽を感じずる領域と手を動かす領域の活動が亢進した。このことは、喫煙シーンが喫煙行動促進効果があることを示している。
- 映画館の出口で喫煙者を調査すると、喫煙シーンを見た喫煙者の方がより喫煙渴望が強いことが分かった。

■ 住民対象の科学的調査により、喫煙シーンを見ると若者の喫煙開始が増加することが示された

電話を通じて若者を調査した研究が数多くある。彼らが見た映画の題名、喫煙習慣と喫煙量をつかみ、彼らがどれだけ映画の喫煙シーンを見たかを推計する手法である。このような調査のほとんどで、映画の喫煙シーン見る回数が多いほど、常習喫煙者になっていたことが量反応関係を以て明らかにされている。

実施された研究は、国別、方法別(ある時点での状態を調べる断面調査、映画の喫煙シーンを見た若者の喫煙開始の状況を長期間追跡する調査)、喫煙状態(例:喫煙開始率、常習喫煙率など)別にまとめられ検討された(図3)。映画の喫煙シーン視聴が喫煙開始を促進するかどうかの断面調査は、米国(29, 44, 45)、イギリス(46, 47)、メキシコ(48)、大陸欧州諸国(49, 50)、インド(51)で行われた。

米国の調査(45)では、映画の喫煙シーン視聴が増えるほど若年成人の喫煙率が高まっており、映画の喫煙シーン視聴の影響が未成年者だけにとどまらないことを示していた。ハリウッド映画が、西欧世界の若者の映画を通じた喫煙シーンの主なばく露源となっていた。インドでは、インド映画が映画の喫煙シーン視聴の大部分を占めていたため、ハリウッド映画の問題だけにとどまらない注意が必要である。

図3 映画の喫煙シーン視聴が若者の喫煙開始を増やしていることが明らかになった国、地域(グ

レイで表示)



映画の喫煙シーン視聴が若者の喫煙開始を増やしていることが明らかになった国、地域は以下の通りである¹⁰：

- 香港
- ドイツ
- アイスランド
- インド
- イタリア
- メキシコ
- オランダ
- ニュージーランド
- ノルウェー
- ポーランド
- タイ
- イギリス(イングランド・スコットランド)
- 米国
- ザンビア

追跡調査(縦断調査)成績をまとめると、タバコを吸ったことのなかった者が映画の喫煙シーンを見るほど、その後喫煙を開始する確率が高いことがわかった。映画の喫煙シーン視聴とその後の喫煙開始率の関係を明らかにするための追跡調査は、米国(52-57)、メキシコ(58)、欧州(20, 49)で実施された。2010年に、ドイツ、アイスランド、イタリア、オランダ、ポーランド、イギリスの9987名の学生生徒を対象に大規模調査が行われた(49)。追跡開始から1年後、17%が喫煙を始めていた。年齢、性、家族環境、学業成績、テレビ視聴時間、性格、友人・親・兄弟姉妹の喫煙習慣を調整した結果、喫煙に関連した映像ばく露が1000回増える毎に喫煙開始リスクが13%増加していた。

映画の喫煙シーン視聴が喫煙開始にとどまらず、常習喫煙につながる指標に影響を及ぼすかどうかに関する調査も行われた。具体的には、過去30日間の喫煙(58, 59)、生涯喫煙本数100本超(60-63)と映画の喫煙シーン視聴との関連の検討である。10-14才時(すべての子どもに喫煙歴無し)に映画の喫煙シーン視聴歴が多いほど、8年後の常習喫煙率が増加する事が報告されている(61)。映画の喫煙シーン視聴量の4分位最多群が8年後に常習喫煙者になる割合は、最少群の2

¹⁰ 詳細は右記参照：<http://smokefreemovies.ucsf.edu/research>

倍にのぼっていた。映画の喫煙シーンを多く見るほど、喫煙への肯定感が増えていたことを明らかにした研究も複数報告されている(64-66)。映画の喫煙シーン視聴が喫煙行動を増やす理由の一つとして、喫煙への否定感が減ったことを指摘する研究も多い(45, 48, 65-67)。現在までに 24 件の研究が公表されているが、若者の映画の喫煙シーンばく露がその後の喫煙開始と関連しないという結論が出されたのは、スコットランドにおける断面調査一件¹¹(68)だけで、残り 23 研究はすべて若者の喫煙シーン視聴が喫煙開始を促進するという一致した結果となっていた。

したがって、映画の喫煙シーン曝露が若者の喫煙開始を増やすことは、調査のデザインが異なっても、多くの交絡因子が介在していても、調査対象の若者の属する国、地域、年齢層が異なっても、視聴する映画がハリウッドであろうと、ボリウッドであろうと、自国のものであろうと、一貫して示されている。映画の喫煙シーン視聴と若者の喫煙の関連が強力でゆるぎない証拠によって示されたため、映画の喫煙シーン曝露は喫煙する友人(peer)を持っていることに匹敵する喫煙開始の危険因子であると云うことができる。この意味で、若者の行動に影響を与えるマスメディアの力の源は、「super peer」としての映画スターの存在であるという主張もなされている(69)。

2012 年に米国で行われた住民対象調査の結果、映画の喫煙シーン視聴が若者の喫煙開始の 37%(95%信頼区間 25-52)に関与していることが明らかになった(70)。喫煙シーンの視聴源は主に若者向け映画だったが、米国の若者の長期間追跡調査によれば、喫煙シーンのある作品を若者視聴可能作品から除外すると(すなわち、喫煙シーンのある映画を R 指定とする)、米国の若者の喫煙率が 18%減るだろうと推計されている(71)。米国の映画作品は世界中で視聴されており、米国で R 指定の作品でも、外国では視聴制限が緩和されることが多いので、若者が喫煙シーンを見る機会は増えるという現実がある。したがって、米国の若者向け映画から喫煙シーンをなくすなら、他の国々の若者喫煙開始予防に大きく貢献することになる。

■ **他の喫煙開始促進因子がない若者ほど映画の喫煙シーンに大きな影響を受ける**
他の喫煙開始促進因子がない若者(つまり、学業成績が良好で、経済的に恵まれており、リスク行動志向性がなく、親がタバコを吸わないなど)ほど、映画の喫煙シーンに大きな影響を受けることがいくつかの研究で明らかになっている。例えば、ドイツと米国の若者は、親がタバコを吸っていない場合、映画の喫煙シーン視聴により喫煙するリスクが高くなっていた(20)。また、刺激を求める性向の低い米国子どもほど、映画の喫煙シーン視聴によりタバコに手を出しやすくなっていた(60)。これらの知見から、映画などのメディアは政治 CM と似ているという見解も出されている。つまり、ある行動を実行するかどうか心を決めていない者は、何かに反抗したりこだわりを持つ者よりも、映画などのメディアの影響を受けやすいという考え方である(72)。

¹¹ このスコットランド研究では、回答者の多くが毎日喫煙者であり、喫煙常習化の根本原因が(映画の喫煙シーン曝露よりも)ニコチン依存症にあると考えられる。

人種や民族の違いを検討した調査もある。欧州連合の子どもについては、映画の喫煙シーン視聴の影響が民族や人種によって異なる事はなく(73)、映画の影響に関する人種や民族差はないと思われる。米国での調査では、映画の影響が、白人と高収入階層の子どもに強く(75)、黒人の子どもでは弱かった(72)。この点をさらに詳しく調査すると、黒人の子どもが強く影響されるのは、黒人の俳優の喫煙時あるいは黒人向けの内容である場合だけだった(57)。

自分と同じ文化的背景を持つ者が喫煙するシーンに強い影響を受ける事も明らかにされている。従って、世界のどここの国でも、自国の俳優が、同じ文化的環境のもとで喫煙を行っている映画ほど、若者の喫煙開始に強い影響を与え得ると言える。先に述べたように、ラテンアメリカ(アルゼンチン、ブラジル、メキシコ)と欧州(ドイツ、アイスランド、イタリア、オランダ、ポーランド、イギリス)の映画には米国映画よりも多くの喫煙場面が含まれていた(40)。これらの国々の若者は自国の映画作品視聴によって、喫煙シーンをより多く視聴したことになる。

■ 喫煙シーンばく露を間接的に評価した研究

映画の喫煙シーンばく露を間接的に評価した研究からも、喫煙シーンばく露量を直接的に評価した研究と一致した成績が得られている。親から大人向け映画の視聴を制限されている子どもほど喫煙率が低いことが多くの研究で明らかにされている(75-80)。お気に入りの俳優に喫煙者が多い若者ほど、喫煙率あるいは喫煙受容度が高い事を明らかにした研究も 2 件ある。映像メディアの喫煙シーンにどれくらい気がついているかを尋ねるだけの調査研究もある(81-88)。香港、タイ(82, 83, 89)、ザンビア(88)の若者で映画の喫煙シーンを多く見たと答えた若者ほど喫煙率が高かった。米国 CDC、Prevention National Youth Tobacco Survey、Global Youth Tobacco Survey が共同して、タバコの宣伝へのばく露度を評価する質問に次の項目を追加した:「テレビ、ビデオ、映画を見ているとき、俳優が喫煙している場面をそれぞれ何回見ましたか?」(90) その結果、低~中所得国 30 か国の若者では、映画がもっとも喫煙場面が多いことがわかった。「時々」あるいはそれ以上の頻度と答えた若者は、レソトで 78.4%、ベリーズで 97.8%だった。2012 年に米国 CDC と Prevention Youth Tobacco Survey が行った調査では、喫煙する俳優の目撃率とタバコへの関心度が相関していた(86)。

■ 映画の喫煙シーンが減ると若者の喫煙率も減った

2009 年に、1990-2007 年の米国の人気映画年間上位 25 作品中の喫煙シーンの量と若者の喫煙率のトレンドを比較した Monitoring the Future survey という調査の結果が発表された(91)。1996 年以降、平均喫煙シーン量の低下に伴い、若者の喫煙率が低下していた。この両者の低下トレンドには多くの要因が働いていたと思われるが、この二つの指標が並行して低下したことは、映画が若者喫煙の促進因子であるという仮説を裏付けるものである。1950-2006 年というより長期的のスパ

で、年間収益上位 30 作品中の喫煙シーン量との関連を検討した研究がある(92)。1964 年以降、映画の喫煙シーンが減るとともに、米国成人の一人あたり喫煙本数も減った。このような事実もありながら、映画の喫煙シーンは若者にとって主要な喫煙促進因子である。

■ 無作為化試験

これらの一般集団対象疫学調査成績と合致する結果が、実験的研究から得られている。映画の喫煙シーンを見た子どもでは喫煙の受容性が高まるというものである(93)。しかし、以前の実験的研究では、疫学調査結果と十分に合致する結果は得られていなかった。8-10 才の小児 101 人に喫煙シーンのあるマンガやファミリー向け映画を見せても、その後の喫煙志向度の上昇は観察されず、わずかに、喫煙に関する社会通念の認識だけが有意に変化したにとどまっていた(94)。同じ研究チームが行った二つの調査では、映画の喫煙シーンの影響を計測するために、喫煙者に喫煙シーンのある映像とない映像を見せ、視聴中は自由に喫煙してよいことにした。大人の喫煙者を対象にした実験では、映像の内容に興味を持たない喫煙者ほど、喫煙シーンを見た後喫煙をする者が有意に多かった(95)。しかし、同じ実験を若者の喫煙者で行うと、喫煙シーン視聴直後に喫煙する者が増えることは観察されなかった(96)。後述する映画館出口調査の結果と異なり、喫煙映像を見せられている最中あるいは終了直後でも、成人喫煙者の喫煙渴望が増加しなかったという実験結果が二つの研究で示されている(97, 98)。若年成人喫煙者に喫煙シーンを組み込んだ映像を見せると、喫煙シーンのない映像を見せられた時よりも、休憩時間中と視聴終了後に喫煙を行う頻度が高まったという(55)。米国の中学生を対象にした実験によると、喫煙シーンの内容が将来の喫煙行動に影響することが分かった。特別な理由や動機がなくタバコを吸う場面を見たこともよりも、タバコを吸うと大人になった気がするとかストレスが解消されるというストーリーの映像を見せられたこどもの方が、将来常習喫煙者になるリスクが高いことが分かった(99)。

■ 注意バイアスと脳機能研究

喫煙者は喫煙シーンに注目しやすいのか、あるいは喫煙者の脳は喫煙シーンに反応しやすいのかを明らかにする研究が行われてきた。視線追跡装置を使って、映像のどこを見ているかを調べた調査がある(100)。非喫煙者と比べて、喫煙者は喫煙映像をより早く補足し、長時間追いつけることが分かった。右手利きの喫煙者に喫煙関連映像を見せると(56)、渴望を示す大脳領域と、右手の運動を司る前頭葉前領域の活動が亢進した。これは、タバコを吸う俳優を見た喫煙者が、それに反応してタバコに火をつける動作の準備をしたことを意味する。この刺激-反応研究によって、とりわけ喫煙者は、喫煙映像を見せられることで、喫煙行動が励起促進されるという生物学的メカニズムが働くことが明らかになった。

■ 映画館出口調査(および上映前の禁煙 CM 視聴がもたらす影響)

ドイツで大きなシネコンから出てきた 536 名の観客に喫煙渴望を質問する研究が行われた(101)。視聴した映画のレーティング、年齢、性、前回の喫煙からの経過時間、喫煙依存指数(0~6 点)を調

整した結果、映画の喫煙シーン視聴が喫煙渴望指数(0~10)を0.81有意に増加させることが示された。ちなみに、喫煙依存指数が0から3に増えると、喫煙渴望指数が2増加していた。

喫煙シーン視聴が喫煙を促進するならば、喫煙シーン視聴前に反喫煙メッセージを見せると、その効果が減殺されるという可能性がある。若者に反喫煙CMを見せておくと、その後の喫煙シーン視聴の影響が帳消しになるかどうかを実験した研究がある(102)。その結果、喫煙シーンを見た若者は、タバコを吸うと社会的地位が高くなり、喫煙をしたいという気持ちが高まるが、事前に反喫煙CMを見た場合、そのような喫煙促進効果が消去されていた。オーストラリアから、映画の喫煙シーン視聴による若者の喫煙受容性と喫煙開始意向が反喫煙CMの事前視聴でどのように変化するかを調査した研究が2件報告されている(103,104)。いずれの研究でも、非喫煙者では、反喫煙CMが映画の喫煙シーンについて同意しない反応を示したが、喫煙者では、反喫煙CMの効果は観察されなかった。ドイツで4週間にわたりシネコンの観客4073名を対象とした調査が行われた。1週目と3週目の観客に対しては、喫煙の健康影響と禁煙勧奨のCMを事前に放映した(介入群)。2週目と4週目の観客に対してはそのようなCM放映は行わなかった(105)。性別調整後、反喫煙CMを事前視聴した観客は、視聴しない観客よりも、映画の喫煙シーンをよく覚えていたが、喫煙シーンに対する共感はなく、喫煙そのものに対する親和性も低かった。喫煙者では、映画の喫煙シーンを見ると、喫煙への渴望が増えており、事前に禁煙CMを見ても見なくとも違いが無かった。これらの3つの実験結果は、映画の上演前に禁煙CMを放映すると、非喫煙者の喫煙志向を防ぐ効果があったことを証明しており、この喫煙防止対策が有効である証拠となっている(106)。

映画の喫煙シーンが、タバコを吸うことが社会的に普通の事かそうでないかどうかの認識形成(94)と、喫煙の有用性・有害性の認識、そして自分自身がタバコを吸うかどうかの選択に影響することが実験的および観察的研究で明らかにされている(48, 64,102)。映画の喫煙シーンは現実世界とは全く違う。一番喫煙率が高いのは低社会階層であるが、映画の登場人物は、社会階層が高く、タバコを吸うという設定になっている(107)。おまけに、喫煙による悲惨な健康影響の事はほとんど描かれない(107-110)。若い人々は、セレブのような人物、仲間になって自己確認をしたいと願うものである。映画は、自分のアイデンティティを確立したいと願っている若者に、ルックス、態度、行動のサンプルに加え、魅力的な奴は必ずタバコを吸っているという架空の現実も提供してきた。

1.3 映画の問題はタバコ規制対策から漏れていました

伝統的なタバコ宣伝は規制されてきたが、映画を通じたタバコの宣伝を規制する政策はほとんどなかった

タバコの宣伝、販促、スポンサー活動規制に関するWHO FCTCガイドラインは、映画、劇場、スポーツ試合などの娯楽メディアにタバコが露出することそのものがタバコの宣伝販促であると言明して

いる。にもかかわらず、映画におけるタバコ出現シーンはほとんど規制がなされてこなかった。

米国ではテレビやラジオを通じたタバコ製品の宣伝が禁止された 1978-1982 年期の後でも、米国の 4 代タバコ企業は、映画へのプロダクトプレイスメントの契約を確立した(111)。1994 年には、映画産業と共同することも文書で確認された。1998 年に米国の州検事総長と国内タバコ産業の間で締結された Master Settlement Agreement は、18 歳以下の子どもがアクセス可能な娯楽メディアにおけるタバコ製品のプロダクトプレイスメントの禁止を打ち出した(112)。

トラディショナルなメディアを通じたタバコの宣伝ができなくなったため、タバコ産業は、インドの映画状況を調査して、新たな宣伝手法を見出した。2004 年にインドのすべてのメディアを通じたタバコ宣伝が禁止されたが、その代わりに、ボリウッド映画にヒンズー語によるタバコ銘柄の挿入を爆発的に増やした。プレミアムシガレットの広告枠は、BAT およびそのインドにおけるパートナーのインディアンタバコカンパニーと、競争相手のフィリップモリスインターナショナルグループの間でほぼ折半された。自由貿易協定締結によるインド市場へのこの競争相手の参入は、インドのタバコ宣伝禁止法成立と同時期だった(113)。

タバコの広告宣伝が禁止された国々でさえ、映画におけるタバコの露出は放置され、喫煙を奨励する誤ったメッセージが送り続けられていた。イギリスでは、ほとんどのタバコ宣伝が法律で禁止されたが、2001-2006 年にイギリス基準で若者視聴可能とされた米国映画の 87%に喫煙シーンの露出があった(42,114)。オーストラリアでは、2008 年に、人気映画の 70%に喫煙シーンがあった。そのうち 75%は PG 分類映画だった(115)。カナダオンタリオ州では、2004-2013 年に、若者視聴可の映画の 85%と年齢制限なしと PG 分類の映画の 3 分の 1 に喫煙シーンが含まれていた(41)。他の宣伝メディアを通じたタバコの宣伝が効果的に禁止された国々では、映画を通じた喫煙シーンが若者に対するタバコ宣伝の主流となった。タバコの直接的売り込みが禁止されると、映画を通じた喫煙イメージの拡散が増加し、映画を含む娯楽メディアがマスメディアを通じた若者への喫煙イメージの普及を担う主要なルートとなった。このように、直接的伝統的タバコ宣伝が禁止されるにつれて、映画を通じた喫煙イメージの拡散がタバコ宣伝の上で相対的に大きな比重を占めるようになった。

喫煙シーンを含む映画に国が補助金を出している

国は、映画作品の流通と振興の目安のために、視聴条件の分類を行うだけでなく、国内と外国映画の振興のために、補助金や免税措置を行っている。国内映画の保護あるいは、特定言語による映画製作を支援するという目的でこれらの措置を行うこともある。多額の予算を要する国際的な映画製作に対する公的補助金は、自国でのロケを獲得するために、あるいは間接的に自国の映画会社を支援するために支出されることもある。2010-2014 年に、15 の国と地域が、681 作品のうち 86%を制作するプロデューサーに 51 億ドルの補助金を提供した。多くは米国の制作会社であり、その映画はカナダと米国の最高収益を稼いでいる。この補助金を受けた映画の 53%に喫煙シーン

が含まれていた。5年以上の間に、税額控除後24億ドルの補助金を受けた映画作品の上映により、3250億回の喫煙シーン視聴が世界中で行われたことになる¹²。

2010-2014年の喫煙シーンを含む最高収益映画への補助金の94%はオーストラリア、カナダ(政府、州)、フランス、ニュージーランド、イギリス、米国(州)から支出されていた。米国(州)から補助金総額の56%(13億ドル)が喫煙シーンのあるトップヒット映画に支出されていた¹³。この結果、米国の諸州が2010-2014年に喫煙シーンを含む最高収益映画に給付した補助金総額は、同期間のタバココントロール予算総額(13億ドル)に匹敵していた(117)。(付属書2)

政府からも補助金をもらっている国内の小さな映画会社について論ずる。Argentine National Institute of Cinema and Audiovisual Artsは国内の映画会社に補助金を出している(年50-70作品)(22)。メキシコの大部分の映画作品はMexican Institute of Cinematographyの補助を受け、制作、配給、上映コストの補填にあてている。さらに、メキシコの映画会社に投資した企業は減税してもらえる。この組みがあるため、メキシコの映画産業と様々な製品を作る企業との関係が緊密となってきた(23)。巨額の制作費と宣伝費用を使うインドや米国の映画に押されて、観客獲得に苦労している国内の映画産業にとって、政府の補助金は不可欠である。図4に2010-2013年に最高収益作品に補助金を出している国と地域を示した。(グレイ表示)

図4 2010-2013年に最高収益作品に補助金を出している国と地域

¹² カナダと米国における視聴者数(12.7億人)と海外における視聴者数(52.8億人)に基づいて、海外市場における米国映画のシェアを勘案して算出した。

¹³ 補助金額は、公表された映画制作費に補助率17.5%をかけて算出した。補助率は地域によって20-40%の幅で異なり、それぞれの補助金制度毎に、受領に「該当」「認定」とされた制作費を基準に算定される。公表された映画制作費を、補助に該当する「認定」費用額総計と比較した結果、公表された映画制作費の補助率を17.5%とすることが妥当と考えられた。ただし、2010-2014年にカリフォルニアで制作され、州の補助の対象外とされたアニメ作品34点(6%に喫煙シーン)と7500万ドル以上の制作費がかけられた24作品(17%に喫煙シーン)は計算から除外した。2010-2014年にカリフォルニア州の補助金を受けたトップヒット映画90点の60%に喫煙シーンが含まれていた。



グレイ表示されているのは、米国映画に補助金を出している国・地域である。ハリウッド映画、ポリウッド映画以外にも、国内の映画産業に補助金を出している国は表示していない。

映画会社「喫煙シーンが不可欠な場合がある」という映画会社の主張と表現の自由の問題

映画会社の代表は、しばしば、映画のシナリオ上、喫煙シーンが不可欠な場合もあると述べる。WHO FCTCは、タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動の包括的禁止に当たって、合法的な表現・言論を阻害してはならないと述べている。しかし、映画における喫煙シーンは、現実とは裏腹の、紙巻きタバコの宣伝と大差ないイメージで表現されており、タバコ使用がもたらす悲惨な健康被害を正しく表現したものではない。映画の喫煙シーンを制限することが表現の自由の侵害であると懸念を示す人々はタバコ産業の内外にいる事は事実である。しかし、これらの懸念の大半は、映画における喫煙シーンを減らすための方針提言の誤解に基づくものである。

Box2

米国映画のタバコのイメージは世界全体に影響

米国の会社が作った映画の喫煙シーンは世界中に広がる。2010-2014年の毎年の売上上位75作品の97%はアメリカで作られたものである。米国映画の収益は、国内39%(417億ドル)、国外61%(666億ドル)である(www.boxofficemojo.com)。欧州連合での2014年の売上高上位25作品のうち、米国映画が23作品を占め、入場料収入の63%を稼いでいた。この数字は、ロシア連邦で71%、カナダで89%、ラテンアメリカ諸国で89%、オーストラリアとニュージーランドで88%だった。アジアでも米国映画のシェアは高く、中国、インド、日本、韓国では40%にのぼった(www.obs.coe.int)。2010-2014年に、米国映画は、全世界で2250億回の喫煙シーンを世界中に拡散した。この数字は、米国映画が国内で放映した喫煙シーンの2.5倍にあたる。(試算の詳細は脚注13を参照の事)

中国とインドは他の地域とは異なった状況にある。インドは世界最も多く映画を作る国で、海外映画のシェアは10%以下で、20の言語で映画を作っている。2014年、日本での最高売上映画20作品中米国映画は6作品に過ぎない(16)。中国とインドの保健専門家と政策立案者は、国境を越えて、ホームビデオやモバイルで視聴できる映画作品のオンデマンド配信と国内映画における喫煙シーンを問題にしている。

2. 若者を映画の喫煙シーンから守るための 対策

映画の喫煙シーンは、若者の喫煙開始を促進するという利益をタバコ産業にもたらしている。したがって、WHO FCTCが実行を求めている包括的タバコ対策戦略の一環として、映画の喫煙シーンを規制することが必要である。

映画の喫煙シーンがタバコ売込み戦略の主柱となっているという差し迫った状態に至ってはいないとしても(12,111)、映画の喫煙シーンがきわめて多くの若者に視聴されている実情を見ると、若者に対する映画の喫煙シーン曝露を大きく継続的に減らす対策を実施する必要がある。スポーツや音楽イベントにおけるタバコ産業の後援活動を禁止する国が広がっているが、映画は、青少年に喫煙シーンを広めているにもかかわらず何の規制も受けていない最後の領域となっている。タバコの販売促進業界(118)は、ブランド品であろうとなかろうと、映画の喫煙シーンによって利益を得ている。当時のフィリップモリス・インターナショナル会長で、のちにフィリップモリス社(のちにアルトリアに社名変更)のCEOとなったHamish Maxwell氏は、このことを1983年に認識していた。喫煙が社会から追い出されないための方策について彼はこう述べた。「大事なことは、映画に紙巻きタバコが映るように新手を考えることだ。」(119)

政策立案者は、メディアの進歩の急速なことをしっかり考慮して、タバコ製品や喫煙シーンの視聴を可能とする新たなプラットフォームがこれ以上増えないように「将来にわたって大丈夫な解決策」を準備する必要がある。2005年から2013年までに、インターネットの出来る家庭は18%から40%と2倍以上に増え、2013年時点で4人に1人以上はスマホを所有するようになった(26)。インターネット環境は世界人口の7%(2000年)から、40%(2013年)をカバーするまでに増えた。携帯電話所有率は2000年12%、2013年93%と増え、4人に1人以上はスマホでビデオを見ることができるようになった(27)。映画スクリーン数は2009年から2013年までに12%増えた。中国では40%増、ロシア連邦では13%増だった。デジタルあるいは3D映写機台数は2009年に10万台以下だったが、2013年には、9割以上がデジタル映写機となった(24)。世界規模で、ハイグレードな映像の映画をインターネットで手軽に、お好み次第でダウンロードできる時代になり、映画をいつ、どこで、どのようなメディアで見るとしてバラエティのある選択が可能な状態に突入しつつある。



2.1 喫煙シーンのない映画とWHOタバコ規制枠組み条約

WHO FCTCは2005年2月27日に発効した。2015年9月までに、180か国が条約締約国となっている(3)。WHO FCTC第13条では、締約国に、条約批准後5年以内に、タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動の包括的禁止を実行するよう義務付けている。第13条では、国境を越えたタバコの宣伝を禁止することも義務付けている。この措置によって、宣伝と販売促進を国内法で禁止した国の領域内に、他国からタバコの宣伝が流入することを防ぐことができる。2008年11月、WHO FCTC第3回締約国会議において、第13条施行ガイドラインが採択されている(4)。

WHO FCTC第1条の定義によれば、タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動の包括的禁止とは、タバコ製品とタバコ製品の使用を促進するあるいは、促進する結果をもたらす可能性のある、直接的、間接的な、あらゆる形の商業的情報伝達、勧奨、活動、イベントを意図的に推進することを禁止するという意味である。映画は商業的情報伝達機能を持っており、前記の定義からするならば、映画の喫煙シーンはWHO FCTCが義務付けている包括的禁止事項に当然含まれることになる。さらに、第13条ガイドラインは、包括的禁止の対象を、伝統的なメディア(印刷物、テレビ、ラジオ)に限定せず、インターネット、モバイルフォンをはじめとした新たなテクノロジーを用いたメディア、そして映画もカバーするよう述べている。

また、第13条第4項(e)には、「ラジオ、テレビジョン、印刷媒体及び適当な場合には他の媒体(例えば、インターネット)におけるタバコの広告、販売促進及び後援について、五年以内に、包括的な禁止を行い、又は自国の憲法若しくは憲法上の原則のために包括的な禁止を行う状況にない締約国の場合には、制限すること」とあり、憲法上の誓約で「禁止」できない国においても「制限」あるいは規制を行うことがWHO FCTCの条約上の義務となっている。

また、第13条4項(a)には「虚偽の、誤認させる若しくは詐欺的な手段又はタバコ製品の特性、健康への影響、危険若しくは排出物について誤った印象を生ずるおそれのある手段を用いることによってタバコ製品の販売を促進するあらゆる形態のタバコの広告、販売促進及び後援を禁止すること」と書かれており、映画の喫煙シーンは、まさにこの条文に違反していることになる。ちなみに、1999年以降の米国映画で喫煙シーンのある950作品の中で、喫煙するキャラクターがタバコ関連疾患で苦しむ内容は極めて少なかった。稀有な例として「Constantine」(Time Warner社制作, 2005年, R指定)と「The constant gardener」(英独合作, 2005年, R指定)の2作があり、両方とも、喫煙する人物が肺がんを患っているという設定である。映画の中で、喫煙人物に向かって、タバコがからだに悪いと呼びかけるシーンがあるが、無視されたり、そんなことはないだろうと喫煙者が返事をするとどまっている。

次のセクションで、メディア環境や政府の政策の違いを考慮した、効果の実証された対策と実行の勧告について述べる。



2.2 主目的と対策の基本

対策を進めるに当たり、国内の状況と国際的展望を考慮する必要がある。証拠に基づき、しっかりデザインされ公衆保健対策を実行することで、自国と全世界の人々の健康を改善することができる。映画の喫煙シーンを減らす活動の第一目的は、子どもと若者への喫煙シーン曝露を継続的にしっかり減らすことである。この目的の実現に合致するように、政策の実行可能性、合法性、持続可能性、コストを評価検討する必要がある。その際、二つの原則に沿って検討する必要がある。

- **原則1: 「源から変える」の対策を目指す**

映画産業のモチベーションを変えて、有害なコンテンツを作らないように誘導すること(「上流対策」)。有害なコンテンツを避ける義務(「下流対策」)を映画を見る若者と親に押し付けないこと。映画の喫煙シーンを見ると、喫煙開始が促進される。したがって、喫煙開始という健康リスクを子どもに押し売りをして儲けを得ている映画産業には、このような健康リスクを押し売りせずに営業を行う義務がある。

- **原則2: 国内の対策を梃子にして、世界全体を変えることを目指す**

ひとつの国で映画の喫煙シーンをなくする対策が実現すると、世界中の若者の健康を守ることにつながる。子どもや若者視聴可の米国映画の喫煙シーンが大幅に減るなら、ハリウッド映画の人気が高い国々でも、子どもや若者の喫煙シーン曝露が大きく減る。フランス、インド、イギリスなど映画作品の輸出の多い国々で、国産映画の喫煙シーンが減ると、同じ効果が世界中にもたらされる。ハリウッド映画の輸出先である国々で、映画のレーティングが喫煙シーンの有無で大きく変更されるようになったり、喫煙シーンのある映画は補助の対象としない等の米国映画の製作配給に大きな影響を与える対策が実行されたなら、ハリウッドをはじめとした映画製作会社は、これらの国の要請に沿って映画の喫煙シーンをなくすことが公益に叶うと判断するようになるだろう。この意味で、映画製作大国の中国とインドには、このような対策を実行する先駆的役割を果たすことが期待される。さらに、国際的取り組みが進めば、映画市場が大きくないためにメジャーな映画会社にはたらし掛けることの難しい国々の映画の無煙化が促進されるだろう。



2.3 推奨すべき対策

WHO FCTC第13条が、映画の喫煙シーンを、タバコの宣伝と販売促進行為であると指摘しているが、第13条施行ガイドラインでは、タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動の包括的禁止は、か

ならずも、合法的な報道、芸術、学問活動における表現の自由の侵害になるとは言えないと述べている。合法的な表現の自由がタバコ産業の利潤追求行為によって損なわれないようにするために、そして、若者の健康が、娯楽メディアの喫煙シーン視聴によって損なわれることを防ぐために、第13条のガイドラインは次のように述べている：

締約国は娯楽メディア作品におけるタバコの表現に関する特別な対策を実行すること。すなわち、タバコを描くことによる利益供与を受けていないことを証明させる、タバコのブランドやそれを連想させる表現を禁止する、上映の前の反タバコ広告義務化、タバコの表現を考慮した作品の格付け、分類システムを作ることなどである。(4)

賄賂をうけとっていないことを証明させる

第13条4項(d)は「包括的な禁止を行っていない場合には、まだ禁止されていない広告、販売促進及び後援へのタバコ産業による支出について関連する政府当局に対し開示することを要求すること。当該政府当局は、国内法に従い、当該支出の額を公衆に開示すること及び第二十一条の規定に従い締約国会議に開示することを決定することができる。」と述べている(3)。プロダクトプレイスメントという手法で映画を通じたタバコ製品の販売促進を行っていないことをタバコ産業に証明させるために、第13条ガイドラインは以下の事項を締約国に勧告している：

娯楽メディアの作品が種類を問わずタバコ製品それ自体、あるいはその使用を連想させる表現を行う場合、その娯楽作品の製作、頒布、上演に携わる企業の責任ある幹部に、その表現と引き換えに、いかなる金品の受領、無料宣伝、無利子ローンの供与、タバコ製品、広告宣伝をはじめとした利益供与も受けていないことを誓わせる義務を課す仕組みを作ること。(4)

タバコ使用シーンのある映画のエンドクレジットに、作品中にタバコ製品を露出させた見返りとして、製作スタッフが、いかなる金品(現金、無料タバコ、プレゼント、無料宣伝、無利子ローン供与等)も受け取っていないことを記載させるよう義務付ける必要がある。図5は、最低限の事項を入れたエンドクレジットの見本である。

図5: タバコ産業からのわいろ受領を否定するエンドクレジットの例



NO PERSON OR ENTITY INVOLVED IN THIS
MOTION PICTURE ACCEPTED ANYTHING FROM ANY
TOBACCO COMPANY, ITS AGENTS OR FRONTS.

「本映画の製作にかかわったいかなる個人と部門も、タバコ産業、その代理人あるいは偽装団体から何も受領していない」

タバコ産業から金や便宜を受け取っていないことを証明するには、映画の製作と配給に関与したすべての会社からの宣誓供述書を添付させる必要がある。その宣誓書は然るべき当局が公開文書として保存すべきである。この証明書は、企業内の透明性の確保された内部手続きを経て保存し、きちんと遵守されているかどうかを確認できるようにしておく必要がある。そうなれば、偽証あるいは不正に対する罰則があり得ることを以て、映画製作者がタバコ産業の影響を拒否するように管理当局が指導するようになるだろう。証明制度があると、映画製作に対して、ひそかに海外からタバコ産業が投資するとか、低金利資金の便宜を図るなどの行為は抑制されるだろう。この証明書は、法的な書類であり、映画のエンドロールよりもずっと長文で、技術的な作業が必要であるため、法律の専門家のアドバイスを受けて作成する必要がある¹⁴。映画製作者、雇用者、そして俳優自身が裏取引を行った場合は、それを証明することは困難である。したがって、映画から喫煙シーンやタバコの映像をなくすことが、映画製作会社にとっても、法的嫌疑を免れる確実な方法である。

映画にタバコのシーンがあるかどうかを確かめるプロセスが必要であり、それについても証明が必要である。この認証作業はカテゴリーに分けて行う必要がある。つまり、その作品にタバコ使用場面があるか、あるいはそれを示唆する場面があるか、それは一般的なタバコ製品化、特定のブランド化、などである。多くの国では、地方への配給前に映画作品を、登録してレーティングする自主的あるいは公的な制度がある。セクション1.3で述べたように、各国政府は、国内と海外の映画製作会社に、資金提供、減税措置、経費割引、製作費用の支援、配給経費の補填などを行っている。これらの資金援助の仕組みを変えて、タバコや喫煙シーンを含む作品を作る映画とテレビ番組製作会社を資金援助の対象から除外する必要がある。輸入映画の配給に際して、減税や資金的支援を行っている国においては、タバコのシーンを含む映画を配給する条件として、タバコのわいろを受領していない旨の証明書の提出を義務付けるように、制度を変える必要がある。

外国映画の比重が大きい国では、国内配給許可の条件として、タバコのわいろをもらっていないという証明書添付を必須とすべきである。その国の政府は、映画配給会社に対して、タバコの宣伝を禁止しているその国の政策に違反していないという証明書を要求するだけで済む。利益を提供する代わりに映画にタバコのシーンを露出させるという「プロダクトプレイスメント」を禁止するた

14 カリフォルニア大学サンフランシスコ校タバココントロール研究教育センターが209年に、米国の娯楽産業専門弁護士に作成させた証明書のひな形はこうである：「[米国あるいは他の地域に住所のある] 本映画の企画、製作、資金確保、配給、公開、販売促進およびそれ以外のあらゆる形の支援活動に関与した人物あるいは部門が、(金銭、商取引、宣伝、広等の機会、内容の如何にかかわらない考慮あるいは利益誘導などの)価値のあるものを受け取ったり、前記の事項に関して、本映画作品中におけるタバコの、使用、描写、映り込み、あるいは、示唆をするなどの何らかの契約、理解あるいは約束を受け取っていない」

めの語法は、あらゆる形の「考慮」もカバーできるようにする必要がある。贈り物、交換条件(無料宣伝など)、割引サービス、販売促進取決め、家や自動車の貸与、個人あるいは会社に対する現金・クレジットの贈与などがそれにあたる。

タバコのブランドがわからないようにする

映画の映像にタバコのブランドネームが映っている場合、WHO FCTC第1条が定義するところの明らかなタバコの宣伝、販売促進行為となる。また、タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動を包括的に禁止した第13条の施行ガイドラインでは、タバコのブランド名の描写も、第13条違反であるとされている。映画のようなメディアに対しても、この条項を適用する必要がある。

多くの商品広告は目まぐるしく変わるが、映画の中のタバコのブランドは様々なメディアを通じて繰り返し視聴される。タバコのブランドの寿命は数十年単位である。このように、一目でタバコの銘柄が分かるような「トレードドレス」あるいは「トレードドレス」的な物¹⁵あるいはタバコのブランドの画像(看板など)が映像に出ないようにする必要がある。司法長官の圧力を受けて、米国に本社を置くタバコ会社は、ハリウッド映画のスタジオに、映画でタバコのトレードマークを使わないように要請する書簡を送った。しかし、すでにトレードマークが映画で使われたあとの要請であり、映画会社が勝手にタバコのトレードマークをつかったにもかかわらず、タバコ会社は何ら、無断使用に対する法的救済措置を講ずることはなかった。映画スタジオ側は、タバコのトレードマーク使用にあたって、事前に許可を得るようなことはしないと公言している。裏取引によって世界的に有名なタバコのブランドが映画のシーンに出ないようにするための単純かつ実施が容易な規則を定める必要がある。ブランドが分かるような映像描写を完全に禁止することが最もストレートな対策である。

強力な反喫煙CM放映を義務づけること

WHO FCTC第13条第4項(b)は「あらゆるタバコの広告並びに適当な場合にはタバコの販売促進及び後援に当たり健康に関する警告若しくは情報又は他の適当な警告若しくは情報を付することを要求すること。」と述べている。第13条施行ガイドラインは「…娯楽作品の上映の前の反タバコ広告義務化」をすべきであると勧告している(4)。

教室(102)と映画館(103-105)における実験では、喫煙シーンのある映画を見る前に反喫煙CMを見せておくと、若者に対する映画の喫煙推進効果が中和できるという結果が得られた。強力な反喫煙CM(タバコ産業の製作監修を受けていないもの)を、タバコや喫煙シーンを含む映像作品(レーティングに関係なく)放映前に視聴させることを義務化する必要がある。この反喫煙CMは様々な文化環境あるいは言語や読解力の異なる視聴者にしっかり理解できるように作る必要がある(120)。こ

¹⁵ 「トレードドレス trade dress」とは、知的所有物の一種であり、消費者が見てすぐにその製品であることが分かる視覚的特徴を備えたものである。米国の映画とテレビ番組では、人気のあるタバコブランドの箱に似せてレタリングを変えただけの紙巻きタバコパッケージをよく使用していた。

のようなスポット情報に伝達は重要である。なぜなら、若者視聴可能とレーティングされた映画作品から喫煙シーンが消えても、子どもや若者は、新たなデジタル環境で、成人限定の映画を視聴できるようになる可能性が高いからである。ちなみに米国の若者の映画の喫煙シーン視聴の半分は成人指定の映画を見たことによって生じている(33)。米国で成人指定だった映画の多くが若者視聴可能と分類される仕組みになっている国々では、若者の喫煙シーン曝露はずっと多くなる。すべてのメディアがデジタルテクノロジーの活用を進める方向を目指しているため、多くの国の若者が、ホームビデオ、ケーブルテレビ、衛星放送、オンデマンド配信、インターネットダウンロードを通じて映画にアクセスするときに必ず、効果的な反喫煙CMを本編の始まり前に流すことを義務化する必要がある。

世界肺協会のウェブサイト(<http://www.worldlungfoundation.org/>)には、世界の様々な国で使われ、実際に効果があることが証明された様々な反喫煙CM(121)がアップされている。American Legacy Foundationの「truthキャンペーン」のスポット(<http://www.thetruth.com/archive/>)と、カリフォルニア州が製作したテレビCM(<http://www.tobaccofreeca.com/ads.html>)などが、若者の喫煙開始を防ぐうえで有効であると証明されている(122-124)。

この種の対策介入を実行する際、管理が重要である。反喫煙CMの製作と選択、効果の検証、製作資金の手当て、「audience fatigue見慣れたための効果低下」を防ぐための複数のCMの作成(図6)などがそれにあたる。また、配給とモニタリング手続きに関する取り決めも必要である。

図6: 政府が製作した反タバコスポットは、喫煙シーンのある映画に添付され、定期的に更新される。インド向け(左)と米国向け(右)



この本編上映前の反喫煙CM放映という対策は、現状をほとんど変えずに実行できるだけでなく、映画産業は企業の社会的責任(CSR)活動の一環であるという大義名分を提供するため実現可能性が高い。反喫煙CMの放映で映画の内容に対する観客の評価が変わることはないという調査結

果がある一方、反喫煙CM自体は観客に迷惑がられる可能性が大きいので、なるべく喫煙シーンのない映画を作る方向に映画製作者を誘導する効果があると考えられる。

インドでは、2012年以降、喫煙シーンのある映画には、「新たな公共の場の喫煙禁止法が作られた」等々の、インド政府製作の反喫煙アナウンスメントが流されることになった。2008年から喫煙シーンのあるDVD作品に自主的に反喫煙メッセージを挿入するようになった米国の映画スタジオも複数存在する(カリフォルニア州)。映画館では挿入されていないが。

喫煙シーンのある映画は成人指定とすべきである

映画の喫煙シーン視聴が量反応関係を以て、若者の喫煙開始を促進することが明らかになっているため、若者の喫煙シーン視聴のレベル(曝露量)を減らすことが取り組みのカギとなる目標である。映画の視聴制限を年齢別に定めているレーティングシステムは、これを実現するうえで役に立つ。なぜならば、映画からタバコや喫煙シーンを減らすと、若者が制限なく視聴可能であるとレーティングされる作品が増え、営業収益が増えるので、映画製作者のインセンティブとなるためである。

米国厚生長官は、喫煙シーンのある映画を良識を以てR指定とするならば、米国の若者の喫煙率を18%減らすことができ、それにより、現在の子どもや若者のうち100万人が将来タバコ関連死亡から救われると断言している(125,126)。米国でR指定されている喫煙シーンの沢山ある映画を、年齢制限を緩めたレーティングに変更している国々で、そのような映画をあらためてR指定とするならば、大きな健康増進効果がもたらされるだろう(43)。

映画のレーティングとジャンル分けは、すべての年齢層の観客の映画視聴に、映画の内容と選択のための情報を与えるものであるため、それらは、映画製作者(映画スタジオ)と配給者がどのような観客に見てもらいたいかという意向にも影響を与える。映画の内容がどのようなものかの手がかりとして「成人向け」¹⁶とレーティングされた映画を一般の人々がどのように受け取っているかは、チケット売り上げの順位を見ればよくわかる。例えば、米国ではR指定の映画の入場料収入は、G、PG、PG-13映画の半分に過ぎない¹⁷。このような状況があるので、R指定映画の公開が減る結果となっている。2001-2013年に全国公開された最高売上映画のうち、R指定作品はわずか3分の1に過ぎなかった¹⁸。

¹⁶ 「成人向け adult rating」とは、18才未満の者の視聴を制限することである。絶対的な視聴禁止と、保護者同伴で視聴可能とする場合に分かれる。

¹⁷ 2007-2013年に100万ドル以上の興行収益をあげた、若者視聴可能映画(G, PG or PG-13)804作品と成人指定映画(R, NC-17)514作品の比較。総興行収益は若者向け6630万ドル、成人向け3350万ドル。同期間にカナダと米国で100万ドル以上の興行収益をあげた映画の40%は米国のR指定映画だったが、総収益はR指定172億ドル(25%)、若者向け706億ドル(75%)だった。R指定映画は市場は小さいのだが、製作費や宣伝費用が少なく済むわりに収益が多いという理由で、製作が続けられている。それだけでなく、投資先としてハイリスクなだけ、ハイリターンを求める投資家がいるという理由もある。

¹⁸ 2002-2013年の最高収益ヒット映画1709作品中、Gは57(3%)、PGは307(18%)、PG-13は775(45%)、Rは570(33%)。

映画作品の総収益のうち映画館の入場料は20%であり、残りの80%は海外配給、インターネット配信を含むビデオ、配信サービスを通じた視聴等の「下流」での収益である(129)。その結果、映画プロデューサーは、見てもらいたい観客層に合わせたレーティングをもらう前に、予想収益の流れに乗るように映画の内容を調整する。映画のレーティングが収益の多少に影響するため、映画配給業者は、しばしば、映画製作者に対して、それ以上の視聴制限がかからないように、スタジオに提出する最終完成作品に「ミニマム・レーティング」の遵守を要求する(130)。もし望んだレーティングが得られない場合、プロデューサーは再編集して再提出することもある¹⁹(35,131)

映画のレーティング、観客の年齢構成、映画会社の利益との関係を見ると、成人向けレーティングになると子どもや若者の視聴が減って、収益が減るため、R指定を忌避したいという方向に映画製作者を誘導するようになることが分かった(2, 132)。喫煙シーンのある映画をR指定にせよと主張しても、R指定の映画が増えることにはならないだろう。おそらく世界中で、喫煙シーンを含む映画の製作や配給が減ると予想される。タバコのシーンは、映画プロデューサーが見せたいと思う観客層を想定したストーリーに合った内容表現(暴言、薬物中毒、野蛮な暴力、ヌード、性的シーン)に追加される「刺身のツマ」に過ぎなくなるだろう。成人向け映画を見る子どもや若者はさらに少なくなるから、年齢による映画視聴制限のレーティング制度は、映画の内容に干渉することなく、若者の喫煙シーン視聴を減らす効果的な手段となる。将来、タバコ使用が健康に有害なことを明確に描いた作品、あるいは、喫煙者だった歴史上の人物を描く場合を除き、タバコのシーンを含む映画作品は、すべて成人指定とされる必要がある。旧作のレーティングは見直す必要はない。

成人年齢は国によって異なるが、概していえば、「成人」向けレーティングと言え、ある年齢(多くの国では18才としている)未満の者がその映画を見ることはできないか、保護者同伴でなければ視聴できないことを意味する。米国では、R指定(17歳以下の者は親類は成人の保護者同伴でなければ視聴できない)は成人年齢と非常に近い年齢に設定されている。「成人」以前の年齢で設定されている視聴制限クライテリアは、13-15才である(米国のPG-13)(133)。喫煙シーンのある映画をR指定にするというルールがなければ、喫煙シーン視聴により喫煙開始リスクの高い12-17才の若者が「効果的に」映画の喫煙シーンに曝露されることになる。したがって、喫煙シーンを含む映画には、適切な視聴制限(例えばR-18つまり18禁)レーティングを付与すべきである。

映画視聴の年齢制限は、通常、その国の言論の自由に対する考え方と、矛盾しないように設定されている。したがって、現存の映画レーティング制度が言論の自由を侵すとか、検閲だという批判は当たらない。

¹⁹ 米国のレーティング機関である米国映画協会は、2010-2013年に1%(32/2904)のレーティングの再審査申請が寄せられた。申請の91%はR指定とNC-17をより視聴制限の少ないレトにというものだった。

若者の喫煙シーン視聴を減らそうとして、そのような視聴が完全になくすることを目標としたレーティング制度を作る必要はない。メジャーな映画会社が、若者視聴制限のないレーティングを求めて、喫煙シーンの入った映画作りを減らす方向をとるなら、若者への喫煙シーンばく露は自ずから減るようになるだろう。

喫煙シーンを含む作品を制作する映像メディアには補助金を支給しない決まりを作る こと

若者の喫煙開始を促進する内容の作品を作る映像制作会社に対する補助金支給は、WHO FCTC第13条違反である。映像メディアの制作会社から支持され、また、会社のためになる対策は、それが、文化の保存のためであろうと、商業的競争のためであろうと、タバコ使用の推進活動から一般市民を守るという公衆保健上の基本的目標とWHO FCTC第13条に合致する内容でなければならない。定義から言って、補助金制度とは、公衆の利益を増進するために、私的企業に金銭的援助を行うことである。したがって、補助金支給対象メディアを、この制度の趣旨に合うように取捨選択できるように法令が制定されているのが普通である。これらの補助プログラムを修正して、タバコ使用、タバコ製品の露出、非医療的ニコチン投与製品、タバコブランド、トレードマーク、タバコ用具などタバコ使用に関連する画像を含む映像作品に対しては、その作品の発案、製作、宣伝、配給事業を公的資金で支援する、奨励金、貸与、投資、割引、免税などの優遇税制を含む、いかなる形の公的援助の対象としないことが必要である。



2.4 過去の作品の取り扱い

映画には封切りから数十年経っても人気不衰作品もある。そのような旧作のDVDやビデオに禁煙メッセージを記載した警告ラベルを貼ることも可能かもしれない。しかし、過去の作品の多くはどんどん時代遅れになって忘れ去られるため、過去の作品の中で若者を喫煙シーンに曝露させる可能性のある作品はごく少数である。したがって、過去の作品のレーティングを変更することは実際的な必要措置とは言えない。

タバコシーンのある映画作品の輸入を禁止するという対策も考えられるが、年齢による視聴制限を通じて喫煙シーン視聴を減らす対策を掘り崩す実情(大半がビデオで見られる、大量の海賊版がある、レーティングされていない)があるため、やはり現実的な対策とは言えない。しかし、輸入作品の流通に先立って、本編開始前に強力な禁煙CMを挿入し、エンドロールにタバコシーンの代わりに何らの利益供与も受けていない旨の宣誓文を挿入する取り決めを行う必要がある。そして、そのような映画はすべて、成人指定とすべきである。



2.5 効果の限定的な対策

ビデオの画像にぼかしを掛ける技術がある。これは、もともと検閲の手法の一つである。紙巻きタバコの映像にモザイクを掛けても、視聴者は、そのキャラクターが喫煙しているとわかってしまうため、解決策としては不完全である。また、本編開始前の禁煙CMとは異なって、タバコをぼかしても、視聴者はタバコについてマイナスイメージを与えることにはならない。このことが正しいかどうかの研究調査成績は出されていないが、論理的に考えて、画像をぼかすことによってかえってタバコへの興味を掻き立てる可能性があるだろう。(ただ単に喫煙シーンをなくするのではなく)タバコの映像をブロックすることによって、若者たちにタバコ使用が反抗の象徴として受け止められるという正反対の結果をもたらすことになろう。

ビデオ購入後の対策としては、タバコ映像にぼかしを入れるとか、定型的な有害警告文やシンボルを画像に埋め込むよりも、効果があることが証明された禁煙CMを本編視聴前に流すことの方が望ましい。



2.6 推奨できない対策

有効な対策の条件は、明確でわかりやすいメッセージを、公明正大な方法で実行することである。例えば、(ウィンストン・チャーチルのような)実際に喫煙していた歴史上の人物の喫煙シーンを、例外として容認する規則を設けることは簡単である。しかし「歴史上の人物の喫煙」を無限定に容認すると、映画の喫煙シーンをなくする対策が骨抜きにされるおそれがある。“gratuitous smoking無報酬の喫煙”，“pervasive smoking蔓延する喫煙”，“glamourized smoking魅力的な喫煙”，“positive images of smoking喫煙のポジティブイメージ”，“imagery that condones smoking喫煙を見逃す映像”，“editorially justified smoking編集上正当化される喫煙”，“historically appropriate smoking歴史の文脈上適切な喫煙” and “justified smoking正当化された喫煙”という表現は、定義のしようがない言葉である。映画製作会社やレーティング機関は、どの言葉が映画の中の喫煙シーン対策に合致するのかわからないのかについて、皆目見当がつかなくなる。このようなアプローチは、憶測を呼び、透明性を欠くため、徹底が不十分となる。

そのためのガイドラインを示すことなしに、レーティング機関は、映画における喫煙を単に「考慮」すればよいという必要条件もまた、同様に問題をはらんでいる。このような不明確な方針に基づく対策が若者の喫煙シーン曝露をまったく減らさなかったという米国の経験があるからである(134)。2007年5月、米国映画協会は、ストーリーを弱めることなしに、「pervasive smoking」や「glamourized

smoking」などの言葉をレーティングの記述子に付け加えることを検討していると述べていた²⁰。
(135,136)。

しかし、このようなコンテンツ記述子では、映画の喫煙シーンの有害影響をレーティングに反映させることはできない。若者に対する映画の喫煙シーンの影響は、一つ一つの映画作品中の喫煙シーンの量でなく、視聴した全映画作品の喫煙シーンの総量によって左右されるからである。従って、カテゴリに関係のない除外条件を含む、主観的なタバコレーティング基準にそって判別することは、推奨されない。

Box3.

映画の喫煙シーンに対するWHOの以前の認識：2003年世界禁煙デー

WHOは、映画の喫煙シーンをしっかり取り組むべき重要課題と認識していた。WHOは「Tobacco Free Film, Tobacco Free Fashion」を2003年の世界禁煙デーのテーマとした。WHOはファッション業界と映画業界に対して、多くの命を奪うタバコ使用を促進しないように呼びかけた。Smoke Free Movies project(下記参照)が実施された。ハリウッドとボリウッズの代表が招待され、世界中で映画の喫煙シーンを減らすための協力を要請した。

<http://www.who.int/tobacco/communications/events/wntd/2003/en/index.html>.

²⁰ 2010年1月1日現在、米国映画協会と National Association of Theatre Owners は、レーティング・ルールに「tobacco」「smoking」「cigarettes」という言葉を入れていない。

3. 各国の取り組み

2013年までに、いくつかの国で映画、DVD、ケーブルテレビ、衛星放送を通じた映画視聴を通じた喫煙シーンばく露を防ぐ取り組みが開始されている。これらの国における取り組み箱のセクションで紹介するが、WHO FCTC第13条施行ガイドラインの勧告への適合状況に関する評価は付さない。

タバコ規制のこの分野に対する関心は国レベルでも地方レベルでも急速に高まりつつある。多くの場合、問題提起は、映画の喫煙シーン規制がタバココントロール活動できわめて遅れた分野となっていると認識し、規制の前進のために活動を行うNGOなどの市民組織からなされている。政府がこの問題の分析を始めた国もある。

- カナダでは、2005年から、連邦政府とオンタリオ、ブリティッシュコロンビア、ケベックの各州政府、そしてしばしば地方の保健当局の参加も得て、映画内容の調査、レーティング状況、喫煙シーンのある映画に対する補助金支給状況の調査を行い、ベストプラクティスを後押ししている(137)。彼らは、映画のレーティングと課税制度の見直しに関心のある政府の政策立案者にこの問題への取り組みを要請し、政策の変更を求めて、世論調査と情報伝達キャンペーンに取り組んでいる(138)。
- 中国では、北京のNGOが映画の喫煙シーンに関する数次にわたる調査を公開した(139)後、2011年に、中央政府が映画とテレビ番組における一定範囲の喫煙シーンを禁止して、映画とテレビ番組制作者に対して、喫煙シーンの放映を制限するよう強く要請する指令を発出した。中国のNGOは、国内の映像メディアの喫煙シーンの調査を続けるとともに、政策立案者に対して、外国映画の喫煙シーンとタバコブランドの売り込みについての問題提起を行った。この対策の実行と相俟って、喫煙シーンのない中国映画の比率は三倍化して36%となった。また、2007年に10%に過ぎなかった喫煙シーンのないテレビドラマの比率は、2013年には50%前後まで増えた。
- 2012年10月、インド政府は国内映画、外国映画、テレビ番組におけるタバコ製品、特定のタバコブランド、タバコ使用シーンの描写に関して新たな規則を定めた。プロダクトプレイスメントによるブランドが分かるような映像は禁止された。それだけでなく、新作においてタバコ使用シーンを用いる場合は、納得できる理由の提示を義務付けられた。タバコ使用シーンのある映画とテレビ番組放映に際しては、政府が提供する100秒間の反タバココマーシャルと有害警告文言の併映と、タバコ使用画面の下に、有害警告文表示を義務付けた。
- ケニアでは、Kenya Film Classification Boardが映画の公開、配給、放映に関する規制を行っ

ている。この組織では、タバコ使用シーンの頻度と内容が若年層の視聴にとって適当かどうかを優先的に検討している。ただし、タバコ使用シーンのある映画が最終的にどのようなレーティングになるかについての基準は明らかでない。2007年にケニアで施行されたタバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動包括的禁止対策の一つとして、この組織は、ケニアの娯楽作品におけるタバコ使用場面と特定のタバコブランドの描写を明確に禁止した。

- マレーシアでは、2011年の世界禁煙デーに際して、子どもと若者を守るために国内映画におけるタバコ使用シーンの描出を避けるように映画製作者に対して勧告を行った。
- ビデオ制作では、当該地域のトップであるナイジェリアの上院は、2011年に「映画(および)プロダクトプレイスメント」をはじめとするあらゆるメディアにおいて、タバコ製品の呈示を禁止する法律を可決した(141)。
- 2009年に、タバコの宣伝、販促、スポンサー活動の包括的禁止の一環として、南アフリカ政府は、すべての娯楽メディアにおける、金品と引き換えのタバコ製品、タバコブランドそのものあるいはそれを示唆する映像の呈示を禁止した。自国民向けでない輸出用の映画、ビデオ作品については、そのような禁止は適用されない。
- イギリスでは、2009年に、国内最高の肺がん罹患率を示すリバプールでは市議会が喫煙シーンのある映画レーティングと成人指定映画に関する動議を検討した。2011年に、市議会は、同年7月に発表される映画の喫煙シーンと若者の喫煙の関連についての新たなエビデンスが明らかになるまで、具体的な政策変更は控えると決定した。この2011年初頭のリバプールの決定に半ば影響され、イギリス政府は、映画の喫煙シーンに関する全国的な討議を開始した。
- 2009年に、米国は主要なNGOの支援を受けて、CDCが若者の喫煙シーン曝露をモニターすると声明を出し(142)、そのモニター結果を2010年と2011年にMorbidity and Mortality Weekly Report(死亡率罹患率週報)に公表した(10,142)。米国保健省は若者に対する映画の喫煙シーン曝露低減を2010年の反タバコ政策の優先課題に設定した(143)。2011年、CDCは本報告書でWHOが提起した4大解決策(喫煙シーンのある映画をR指定にすることを含む)を支援すると声明した。さらに、CDCは、公衆保健政策の目標との合致を図るために、タバコ使用シーンを含む映画を州の補助対象から除外することを求めた(10)。



3.1 中国

世界最多の喫煙者の暮らす中国では、映画やテレビ番組の喫煙シーンを減らす取り組みが行われてきた。2006年に、State Administration of Radio, Film and Television (SARFT: 国家廣播電影電視總局=ラジオ・映画・テレビ監督庁)は、映画のシナリオと制作についての規則を決めた。その規則では、「excessive過度の」喫煙シーンはカットしたり、作り替える必要があるとしている。SARFTのFilm Review Committeeは、レビューした映画作品の許可あるいは修正の権限を持っている(144)。2008年に、SARFTは2006年発表の映画レビュー基準に関する見直しを行い、上映許可の必要条

件を改定した。この基準は、2009年にさらに改訂され、SARFTは、テレビドラマにおける喫煙シーンの継続時間を減らし、子どもの出演する場面での喫煙を禁止し、タバコのコマーシャルを禁止する旨の通知を発出した。多くの喫煙シーンを含むテレビドラマは、SARFTの「excellent assessment activities優秀作品」という評価を受けることができないようになっていた。

2011年に、SARFTは2009年の通知を改訂して、映画とテレビドラマの喫煙シーンを厳しく規制するようになった。この通知は、喫煙シーンが一般公衆とりわけ子どもに悪影響があり、政府のタバコ使用を減らすという国家目標の実現を妨げるという認識を土台にして出された。この通知では、タバコ使用や喫煙シーンを含む設定や場面をできるだけ減らし、芸術上の目的あるいは人物設定上必要な場合だけに喫煙シーンを認めるというものである。映画とテレビドラマのタバコに関するそれ以外の対策通知を以下に示す：

- 特定のタバコブランドの描写。それを想起させる映像あるいはタバコの宣伝を想起させる映像も禁止
- 禁煙とされている施設での喫煙あるいは、禁煙表示の出ている場所での喫煙シーンの禁止
- 子どもがタバコを吸っているあるいはタバコを買っている場面の禁止。大人が喫煙している場面への出演禁止
- 映画とテレビドラマの喫煙シーンの長さや出現回数の規制
- SARFTとその地方部局は、映画とテレビドラマの喫煙シーンの出現回数制限基準を設定する点について検討を始める事とする

この通知は、映画とテレビドラマ制作者に、喫煙シーン無しでの映像表現の工夫を勧奨したり、すでに制作された喫煙シーンをできるだけ短くするように編集することも勧奨している。

この通知は、地方のラジオテレビ管理当局、中国中央電視台、人民解放軍一般政治局宣伝部門芸術事務所(People's Liberation Army General Political Department Propaganda Division Art Office)に対して、管理下のプロデューサーに喫煙シーンのないテレビドラマを作るように、監督と俳優に、喫煙シーンを撮らないように管理監督する責任を課している。地方の映画レビュー当局とテレビドラマ放送協会には、映画とテレビドラマをレビューして、発表前に喫煙シーンをカットしたり減らしたりするよう義務付けている(145)。

ハリウッドのヒット作品なども中国で公開されているが、2011年の通知では、輸入映画について特に言及していない。中国で公開される外国の映画作品については、「2006年映画シナリオ登録ならびに映画管理法」第23条の規定に従うこととされている。この法律では、この法律第三章に沿って輸入映画を点検することになっており、喫煙シーンの規制は、輸入映画についても行われていることになる。

ここで、この問題に関する世論喚起を行って、このようなSARFTの活動を支えてきたChinese Association on Tobacco Control(中国タバココントロール連合)の活動を紹介する。この連合は、中国の映画とテレビドラマに喫煙シーンがきわめて多いことを示すデータを戦略的に活用してきた。タバココントロール連合は記者会見を開き、映画スターなどのセレブを招き、映画の喫煙シーン減らす活動への支援を広げた。タバココントロール連合の呼びかけに答えて、多くの映画監督が喫煙シーンを減らすことへの協力を表明した。2010年に、タバココントロール連合はSARFTに書簡を送り、映画の喫煙シーン禁止を請願した。2011年の指令発表に際して、タバココントロール連合は記者会見を行い、喫煙シーンを減らす取り組みの意義と取り決めの詳細を説明した。SARFTはこの指令を見直して、より具体的な施行ガイドラインを提出できるようにすると述べた。

2013年に、SARFTは中华人民共和国新闻出版总署(中国新聞出版総監督局)および国家版權局を併合して、State Administration of Press, Publications, Radio, Film and Television(中国新聞出版ラジオ映画テレビ総監督局)となった。この機関は、映画のタバコシーンの規制通知の変更は行わず、子どもと若者向けの映画とテレビ番組におけるタバコのブランドの映像と喫煙シーンの呈示の禁止に力を入れた。映像制作者は、創造活動上の理由なしに喫煙シーンを呈示することのないように通知された。

中国タバココントロール連合の調査によれば、中国の毎年の人気映画とテレビ番組(2007年映画30作品、テレビドラマ20作品; 2009年以降毎年、映画40作品、テレビドラマ30作品)における喫煙シーンの状況は以下の様だった:

- 喫煙シーンのない中国映画は2007年に13%だったが、2013年には36%に3倍増
- 喫煙シーンのない中国ドラマは2007年に10%だったが、2013年には50%に増加
- 同期間中に映画の喫煙シーン出現件数は28%減少(23.2から16.6)
- 同期間中にテレビドラマの喫煙シーン出現件数は71%減少(5.2から1.5)
- 同期間中に喫煙映像の露出時間は、映画で61%、テレビドラマで73%減った

2013年に、タバココントロール連合は、政策立案者に対して、フォーミュラ・ワンレースのテレビドラマ「Rush」(イギリス、ドイツ、米国 2013年)にマルボロブランドが頻繁に出現していることに注意を喚起した。SARFTは、ドラマプロデューサーに対して、中国への輸出許可条件としてブランドイメージを消すように要請した。2014年11月の時点で、このドラマは中国に輸入されていない。



3.1 インド

2003年に、インド政府は包括的タバコ規制法、Cigarette and Other Tobacco Products (Prohibition of Advertisement and Regulation of Trade and Commerce, Production, Supply and Distribution) Actを施行した。この法律は、タバコ製品の販売促進、タバコ製品の直接および間接広告の禁止

(162)、タバコ業者によるイベント後援活動禁止をうたっている。インドには巨大な映画製作産業があるため、WHOはタバコとインドの国内映画産業の関係について2003年に調査を行った。その結果は以下の様である(163):

- 1990-2002年の最高売上映画395作品中76%にタバコ使用シーンが含まれていた
- これらの作品中、主演俳優がタバコ使用している映画は1991年の22%から、2002年の51%に増加した
- タバコ使用場面でブランドが分かる場合は全体の3%以下だったが、2002年の時点で、それらの半数はBritish American Tobaccoの古くからのパートナーであるIndian Tobacco Companyのブランドで占められていた。その直後にタバコの宣伝が法律で禁止され、フィリップモリス・インターナショナルがインド市場に全面的に参入した。

2004年に、先に述べた法律が映画以外のメディアにおけるタバコの宣伝を禁止したのちに調査をすると、ハリウッド映画におけるタバコシーン出現の変化が観察された(164):

- 2004-2005年に製作されたヒンドゥー語映画110作品中89%にタバコ使用シーンが含まれていた
- それらの76%で、主演俳優が喫煙していた
- 2004-2005年に発表されたタバコシーンを含む映画(全体の41%)の46%でタバコのブランドが分かるような映像が含まれていた
- タバコのブランドが分かるシーンのある2004-2005年発表映画の85%は、BAT/Indian Tobacco Company(58%)とフィリップモリス・インターナショナル(27%)で占められていた。マルボロの映像は、制作予算の高額な映画において多く見られた。

この法律の成立前に行われた調査では、南インドと北インドの両方で人気のある映画は同じように、米国製のタバコ使用シーンを含む映画であり、若者の喫煙に対する態度への影響を含め同様だった。この法律の成立後の調査では、ブランド視認も含め、他のメディアにおけるタバコの広告の禁止後、タバコシーンの視聴が明らかに増加したことが分かった。

2005年に、映画の喫煙シーンを減らすため、この法律の改正が行われた。タバコの宣伝、販売促進、スポンサー活動禁止条項が施行されると、タバコ産業は、それをすり抜ける新たな販売促進戦略を実行した。保健省が目指したタバコ宣伝禁止条項違反は、映画における喫煙とタバコブランドのシーンが増えたことである。その結果、2005年5月、インドは、法律を完全に守らせる措置として、禁止項目を明確にした。この法律の改正により、タバコ製品とその使用の様子を映画とテレビの映像に出すことが全面的に禁止された:

- 映画とテレビ番組に出演する人物あるいはキャラクターがタバコ製品を示したり、それを使用するシーンを放映してはならない。この通知の発出以前に製作され、タバコの使用以外の喫煙シーンを含む映画とテレビ番組については、映画スクリーンあるいはテレビ画面の下端に白地にはっきりとした黒字で有害警告文を表示しなければならない。その文章は喫煙に対して

は「喫煙はがんの原因である」「喫煙は命取り」、紙タバコ、無煙タバコの場合は「タバコはがんを起こす」「タバコは命取り」とする。有害警告文の言語は、映画あるいはテレビ番組に使用したものと同一とする。

- タバコのブランド名やロゴが、印刷物、屋外掲示物、電子メディアの画面に露出している場合は、すべて、除去あるいはカバーを行い、ブランド名やロゴが見えないようにすること(165)。

これらの規則は、Ministry of Information and Broadcasting(情報放送省)が施行することになっていった。しかし情報放送省は、柔軟性が必要であるということ、そして、娯楽産業の表現の自由を侵害しないようにとの立場を主張した。

省庁間の話し合いの中で、十分な創作上の正当な理由がある場合は、タバコ使用映像を許可しようという意見が出された。この映像作品には、India's Central Board of Film Certification(インド映画中央検定局)が「A」(成人向け)レーティングを付与し、18歳未満の観客の視聴を禁止するというものである。2006年10月に、数多くの話し合いの末、保健家族福祉省は、例外のない禁止措置を緩めて、一定の条件を満たした場合タバコシンの上映を承認した。その場合、タバコ使用時のスクリーンに有害警告文の表示を義務付けた。

- 「喫煙はがんの原因である」「喫煙は命取り」「タバコはがんを起こす」「タバコは命取り」という文章をタバコ使用シーンの際にスクリーンに表示すること
- 本法律改正前に製作された国内及び外国映画上映およびテレビドラマ放映の前後と中間に30秒以上の禁煙スポットを挿入すること。ただし、以下の場合を例外とする：
 - タバコ使用の危険性と深刻な被害を明確に表現したタバコ使用シーンを含む国内あるいは外国で制作されたドキュメンタリー、公共スポットを映画館あるいはテレビで見る場合。
 - テレビでライブ放映されたニュース、インタビュー、集会、スポーツ、文化イベントに映り込んだ「まったく偶然で意図的でない」タバコ使用場面
- 国内または外国の映画あるいはテレビ番組で、創作表現上必然性のある場合、ならびに、タバコを使用していた歴史上の人物を描く場合、「A」(成人指定)レーティングを付与し、以下の事項を義務付けること：
 - タバコ使用場面を演じた俳優にタバコ使用が健康に有害であることを述べさせる
 - タバコ使用シーン開始の60秒前から終了後60秒まで禁煙メッセージを画面にスクロールさせる

インド政府が行った法律改正に対して、ボリウwoodsの映画製作者が、高等裁判所に訴訟を提起した。2008年2月、二人の裁判官の評決が分かれた。2009年1月、高等裁判所は、インド国内で制作される映画における喫煙シーンの禁止を定めた規則を違法と判断した。政府は、公衆の健康を守るために、合理的で妥当な制限を行うことは憲法に違反しないと主張して、2009年最高裁に上告した。最高裁は、高裁の決定を停止し、2012年、訴訟の最終決着がつくまで、永久停止となった。

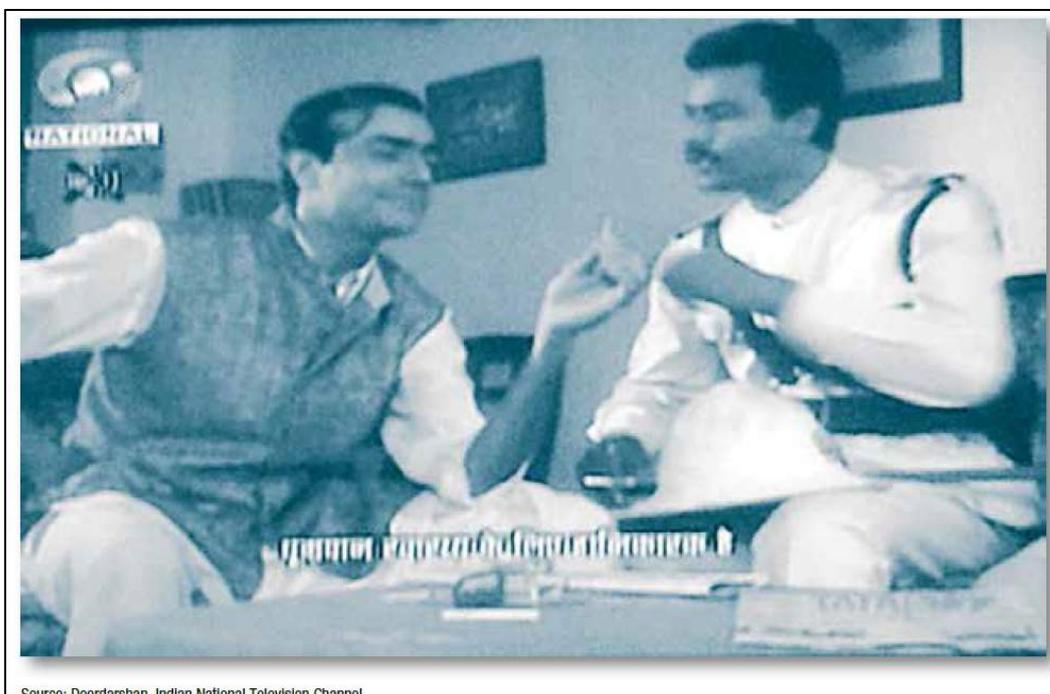
それにより、保健家族福祉省はこの規則を通知する権限を得た。最終的に、情報放送省と交渉を行った結果、施行をより実際に即したものに換え、政府はSmoke-free Movies Rulesを改訂して通知した。

保健家族福祉省は、改訂規則を2011年10月に通知した。しかし情報放送省は、その規則が、映画制作者にとって難題となると主張して、施行を控えていた。多くの検討の結果、保健家族福祉省は、映画とテレビ番組におけるタバコ製品とその使用シーンの規制を2012年9月から開始することを通知した。この規則は、すべてのインド国内と輸入映画およびテレビ番組に適用される。

2012年10月2日以前に制作され、認可を受けたタバコ製品とその使用シーンを含む映画とテレビ番組は、次の点を遵守することを義務付けられる：

- 政府が作成した反タバコ健康スポット(最低30秒間)を映画上映あるいはテレビ放映の前と中間²¹に入れること
- タバコ製品あるいは使用シーンの映っている間、画面の下に静止画像で、目立つ有害警告文を挿入すること(図7)

図7: インドではすべての映画スクリーンとテレビ画面に、「喫煙はがんの原因である」「喫煙は命取り」「タバコはがんを起こす」「タバコは命取り」というメッセージが表示される



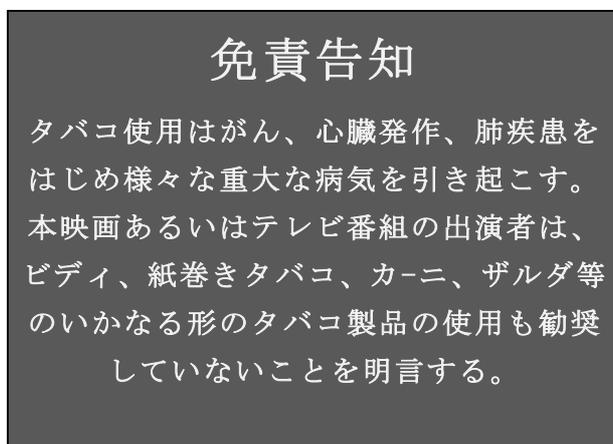
2012年10月1日以降に制作された映画とテレビ番組におけるタバコ製品あるいはその使用場面の

²¹ インドの映画館では中間休憩があるのが普通である。

映像については、次の条件が課せられる：

- 制作者は、レーティングを決定するインド映画中央検定局に対して、タバコ製品あるいはその使用場面を適切に編集したものを提出する必要がある
- 政府の制作した反タバコ健康スポット(最低30秒以上)を放映前と中間に上映すること
- タバコ製品あるいは使用シーンの映っている間、画面の下に静止画像で、目立つ有害警告文を挿入すること
- タバコ使用の有害性を明確に述べた最低20秒以上の免責コメント(disclaimer)を、上映前と中間に、ビデオで流すこと(図8)

図8: インドでは、タバコ使用場面を含む映画とテレビ放映時にはスクリーンいっぱいの大きさの「免責コメント」が2回表示される



出典: インド保健家族福祉省

2011年に施行されたこの規則では次の事項も禁止している：

- タバコ製品のプロダクトプレイスメント
- 映画とテレビ番組宣伝のためのポスター、広告、販売促進アイテムにタバコ製品あるいはその使用画像を掲載すること
- タバコのブランド名あるいはロゴを印刷物や電子画像に表示すること
- 映画とテレビ番組をはじめとしたすべてのメディアで、タバコ製品あるいはそのパッケージを大写しにすること

反タバコ健康スポットとビデオによる免責告知は保健家族福祉省が提供する。同省はNational Tobacco Control Programmeに沿ってそれらの内容を科学的根拠に基づいて定期的に更新する。これらの規則が実施されるなら、インド中のきわめて多くの映画とテレビの視聴者に、タバコ使用の有害性についての幅広い健康教育が施されることになる。

2012年に発表された改正規則は、施行が徹底され、映画興行者、放送会社、映画中央検定局に

遵守義務を課した。従わない場合、興行免許や放送免許の保留や取り消しなどの制裁が科せられる可能性がある。現在この規則に対して再び訴訟が起こされているが、効力は続いている。

2013年10月、本規則施行1周年に当たり、保健省は主要な全国紙と地方紙に、映画業界とテレビ会社に対して、規則への協力を感謝する宣伝記事を掲載した(図9)。世界肺協会の技術援助を受けながら、保健省は、タバコ使用予防に役立つオンライン資料の配布サービスを始めた。映画とテレビ業界は17か国語で作られた高精度の反タバコ健康スポットを映画上映および番組放映用にダウンロードできるようになった(www.ntcptobaccocontrolpsa.in)。

図9: インドの映画とテレビ禁煙規則施行1周年記念政府広告

TOBACCO USE IS NOT GLAMOUROUS! **TOBACCO KILLS**

ON-SCREEN TOBACCO USE INFLUENCES YOUTH

TOWARDS A TOBACCO-FREE FUTURE

"You must be the change you wish to see in the world!"
— Mahatma Gandhi

In the interest of public health,
India is the first country to regulate depiction of tobacco products or their use in films and television programmes

Commemorating ONE YEAR of enforcement of these Rules today

The Government of India would like to thank the Indian film and television fraternity for their support

All Indian and foreign films and television programmes certified/produced on or after October 2, 2012 must

- Have a strong editorial justification explaining the necessity of displaying tobacco products or their use
- Have anti-tobacco health spots of minimum 30 seconds and an audio-visual disclaimer of minimum 20 seconds at the beginning and middle of the broadcast
- Have static anti-tobacco health warning prominently at the bottom of the screen during display of tobacco use/products in the film and television programme

All Indian and foreign films and television programmes certified/produced before October 2, 2012 must

- Have anti-tobacco health spots of minimum 30 seconds duration each at the beginning and middle of the screening
- Have static anti-tobacco health warning prominently at the bottom of the screen during display of tobacco use/products

Total ban on tobacco product placement and depiction of tobacco use in promotional materials and posters of films and television programmes

The Rules are applicable only to films and television programmes that depict tobacco products or their use

For details on the rules please refer to G.S.R. No. 708 (E) dated 21.09.2012

Ministry of Health & Family Welfare, Government of India

Issued in public interest

出典: インド保健家族福祉省

タバコ使用映像を含むすべての映画とテレビ番組に、行政からの広報文、免責告知文、静止画像メッセージを添付して、タバコ使用の有害性警告文を広めることができるようになったため、インド政府は、公衆の健康を増進するメッセージをマスメディアを通じて広める大きな機会を手に入れ、タバココントロールの啓発を大きく推進することができるようになった。WHOと世界肺協会は、映画作品について、この規則の遵守状況の調査を企画し、観客の出口調査を行い、その結果を分析して、この政策の周知と施行を推進する資料としている。



3.3 イギリス全体および構成国の経験

2011年に、グレートブリテンおよび北アイルランド連合王国(訳注:いわゆるイギリスのこと。イギリスはいくつかのNationが連合して構成されている。外交上の正式名称は連合王国、略称UKである)政府は、リバプールで始められた、映画の喫煙シーンを減らす取り組みを受けて、対策を練り始めた。

イギリスのタバコ宣伝販売促進規制法により、2003年に、印刷メディア、看板、ダイレクトメールによるタバコ製品の宣伝が、2005年にスポンサー活動が禁止された。しかし、映画は、若者にタバコを良いものであるようにアピールする重要な手段として残っていた。

イングランドのノッティンガム大学タバココントロール研究センターは、イギリス全体で若者が映画の喫煙シーンにどれくらいばく露されているかを調査した。インド、イギリス、米国で制作され、イギリス国内で広く公開された映画の喫煙シーン量と、過去の公表された映画入場収益データから、若者向け(18歳未満視聴可)映画が、イギリスにおけるタバコ使用シーンの90%近くを占めていることが分かった(42)。1989-2008年の年間興行収入上位15作品の70%にタバコ使用シーンがあり、それらの56%は、15歳未満の子供視聴可、92%が18歳未満視聴可にレーティングされていた。タバコブランドの描写は、イギリス国内制作(外国との共作を含む)作品で2倍多かった。すべての映画作品の9%に、特定のブランドが描かれており、15歳未満視聴可の作品でその比率は最も多かった(146)。

2010年に、イギリス政府はイングランドにおけるタバココントロール戦略を発表した。その重点目標は、「若者が喫煙者になることを防ぐ」ことである(147)。この戦略の一環として、政府は「創作上の必要性必然性が強く存在する場合を除き、15歳未満の小児が視聴可能な映像作品に喫煙シーンを含むことを禁止する」ことを勧告した。そして、「創作上の必要性がないのに、18歳未満の若者が多く視聴する映像作品において、喫煙を容認したり、推奨したり、魅力的に表現することを禁止する」とした。しかし、喫煙を「推進あるいは魅力的に見せる」とか「創作上の理由で正当化できる強力な理由」というあいまいな表現だったため、映画の喫煙シーンを減らす効果が得られなかった。

2011年に、政府は、新たなタバココントロール戦略を発表した。それにおいては、「メディアの監督機関と娯楽産業が、映像メディアの喫煙シーンを減らすために必要な対策について話し合うための働きかけ」を行うことが表明された(146)。

映画の喫煙シーン視聴と若者の喫煙開始を促進するという憂うべき科学的証拠が明らかになり、全英映像等級審査機構(British Board of Film Classification)に対して喫煙を映画の視聴制限基準

に組み込む必要が明らかになったとして、リバプールの公衆保健と市民団体は、スモークフリー・リバプール(SmokeFree Liverpool)という組織を立ち上げ(150)、この課題を実現するために先進的に活動を始めた。この共同組織は、北西イングランドの、ヘルスケア団体、公共団体、NGO、社会奉仕事業団体など10組織が集まって作られ、地方当局に、リバプールで上映される喫煙シーンのある映画には「18禁」とするよう働きかけるように運動を進めた。スモークフリー・リバプールは、全英映像等級審査機構がすでに喫煙シーンを含む映画に18歳未満視聴制限をかけていると強く主張した。

スモークフリー・リバプールネットワークの戦略は、要求の内容を記録し、国内外の組織と協力し、若者に働きかけて、若者の健康を守り全世界の映画産業を変えるために、イギリスの映画産業に対してレーティングの改正を迫ると言うものだった。取り組みの始めに、スモークフリー・リバプールとその地域協力団体は、地方とイギリス全体の協力団体に簡潔な説明書と参考資料を送り、情報共有を行い、同意を集め、戦略を練った。リバプール市は、イギリス全土と、他のヨーロッパ諸国、米国の代表を招き、2008年2月に世界最初の喫煙シーンのない映画カンファランスを主催した。そこでは、若者の運動(Liverpool's D-MYST, New York's Reality Check等)がコミュニティ教育と運動支援に果たす役割、喫煙シーンのない映画を求める運動がイギリスの喫煙予防活動に占める位置ならびに世界の映画から喫煙シーンをなくす運動に果たす役割が討議された。

全英映像等級審査機構が今後制作される喫煙シーンのある映画を18禁とせよというD-MYSTの要求を拒否したため、スモークフリー・リバプールは、地元で、喫煙シーンのある映画の18禁化の実現性について検討を行った。これらの活動において、スモークフリー・リバプールは、国のレーティングを上回るレーティングを喫煙シーンのある映画に付与する権利を行使して、地域の住民の健康を守り、(大部分がイギリスと米国の映画会社にコントロールされている)地方の映画制作者と配給者の振る舞いをただそうと目論んだ。米国製映画の主要な輸出先国たるイギリスにとって、このイギリス国内における運動は、米国映画配給業者にとって重要な意味を持っていた。つまり、喫煙シーンのない映画が増えると、若者向け映画を増やすことができ、(その結果若者の観客が増え)営業利益が増えるからである。

スモークフリー・リバプールは、一般市民と利害関係者に、この対策の意義と利益をはっきりと伝え、デマに反論し、市民からの広い理解と支持を得ることが重要であると認識していた。2008年7月に英国医師会が、全英映像等級審査機構に対して、映画の喫煙シーンを映画のレーティングの考慮事項に入れるべきであると、支持を表明してから、この運動に一層勢いが増した(151)。英国医師会の支持は、映画における喫煙シーンを規制すべきだという地域住民の意向を一気に高めた。

これを受けて、スモークフリー・リバプールはこの取組を推進するためのコミュニケーションプランを実施した。その内容は以下の通りである：

- ニュース報道、有料の屋外看板、巡回宣伝などを通じてこの問題についての一般市民の関心

を高める

- 戸別訪問を通じてこの対策に対する賛成署名を集め、全英映像等級審査機構と地方当局に民意を示す
- リバプールの若者によるタバココントロール団体D-MYSTの活動を支援し、若者を集め、タバコ産業が若者を食い物にしている状況を告発してもらう
- 全英映像等級審査機構に対して喫煙シーンを含む新たな映画作品を18禁とするよう要求するファクトシートと地元と全国あての有料の公開書簡をつくり、地方自治体が対策を講ずるよう求める
- 全英映像等級審査機構(全国)に対する働きかけが不調に終わった場合に備えて、リバプール市評議会に対する申立の準備をする

リバプールでは喫煙シーンを含む映画を成人指定とすべきであるという申立は2009年半ばにリバプール市評議会に提起された。評議会は、3か月間の審議予定を立てた。しかし、2009年末までの評議会の期間中、それは行われなかった。その代り、イングランドとリバプール市に対して調査を行うよう要請を行っていた。2011年夏に、政府は、映画の喫煙シーンの対策に関する審議を行ったが、その後の進展はない。



3.4 米国

米国の映画産業とタバコ産業は、第一次瀬世界大戦後急成長を遂げた。1920年代の終わりまでに、映画スタジオは、映画スターと紙巻きタバコメーカーのスポンサー契約を仲介していた。タバコ会社はその見返りに、映画の全国キャンペーンの資金を出した。1950年代にタバコ会社はテレビ会社の方に多く金を出すようになったが、1970年代に米国政府がテレビでのタバコ製品コマーシャルを禁止するようになってから、映画へのタバコ製品のプロダクトプレイスメントを系統的に行うようになった。

1989年に、ハリウッド映画におけるプロダクトプレイスメントに関する報告書が公表されると、米国議会でタバコ産業の広告宣伝費に関するより詳細な報告を求める主張が高まった。このデータは米国通商委員会の紙巻きタバコ販売促進費の監査の改善に使われるはずだった。しかし、タバコ産業は、タバコ産業は映画のプロダクトプレイスメントをやっていないと言い張り、1990年代の半ばまで、ハリウッドの代理人に対する金の受け渡しを明かさない会社も複数あった。

それに対して、健康推進勢力は、映画産業の「創造的な仕事をする人々」(作家、監督、俳優)に対して、映画の喫煙シーンがもたらす有害な影響について教育を行った。しかしこれらの活動は、基本的に効果を上げることはできなかった。1998年に、連邦法務長官と米国の5大タバコ会社の間にMaster Settlement Agreementが結ばれた。この合意こそが、娯楽メディアにおけるタバコ製品

のプロダクトプレイスメントの禁止をもたらしたのである。この合意は米国内のタバコ会社とのものであり、海外の子会社はそれに縛られなかった(112)。

2002年に、Smoke Free Moviesプロジェクトが開始された。これはカリフォルニア州立大学サンフランシスコ校のCenter for Tobacco Control Research and Education(当時WHO提携センター)が本部となり、ウェブ(<http://www.smokefreemovies.ucsf.edu>)を立ち上げ、娯楽産業専門誌に有料の広告を連載した。これらの広告は、若者視聴可の映画に喫煙シーンが存在する理由は次の二つのうちのいずれかであると述べている:「賄賂をもらっているから。そうならそれは墮落。何ももらわないでタバコ産業の汚れ仕事を進んで手伝っているだけ。そうならそれはお馬鹿さん。」(152)。Smoke Free MoviesとNGOの協力団体は、映画の内容に立ち入らずに若者の喫煙シーン視聴を実質的に減らす4つの効果が確かめられた対策を提案し推進してきた。これらはセクション2.3で述べた選択可能な諸対策の基本となっている(153)。

米国映画協会に加盟する主要な映画スタジオは、米国の健康専門家と諸機関が推進する対策を完全に無視した。しかしNGOは、個別のスタジオの記録を調査して、映画の喫煙シーンと若者の喫煙開始の関係を明らかにしてきた。その結果米国議会は公聴会を開催することになった。30州以上の法務長官が大きなスタジオを持つ映画会社に、意図的に喫煙シーンを見せることによって、子どもたちの健康を傷つけているとした書簡を送付した。ハリウッドスタジオがあるロサンゼルス市では、2002年に、郡保健サービス局が先に述べた4つの対策目標に対する支持を全米で初めて表明した公共保健機関となった。それ以降、局が主催する啓蒙イベントとメディア向け資料は全世界から注目されるようになった。2004年と2007年に米国議会の公聴会が開かれ、問題解決が進められた。その結果、3つの大きな映画スタジオが若者向け映画における喫煙シーン低減の方針を発表するに至った。主要な映画スタジオの系列会社が集まるニューヨーク州の保健長官は、ニューヨークタイムズなどに全面広告を出して、スタジオの代表者に対して行動を起こすように要求した(154)。他の州の保健局もこれに続いて呼びかけを出した。例えば、2011年に、カリフォルニア州Tobacco Education and Research Oversight Committeeの委員長は、ロサンゼルス保健局長と共同で、喫煙シーンのある映画をカリフォルニア州の映画制作補助金の対象から除外するようアピールを出した(155)。

全米レベルでは、国立科学アカデミーの医学研究所(Institute of Medicine)(156)、国立がん研究所(1)、CDC(10, 14, 126, 142, 157-160)が、映画産業に対して是正を求めた。2012年に、連邦厚生長官(2)が、米国の映画産業とタバコ産業の提携の歴史と映画の喫煙シーンの有害影響に関する科学的証拠をまとめ、喫煙シーンを含む映画をR指定にするように要求した報告書を発表した。2014年に、米国厚生長官は、映画の喫煙シーン問題に対する米国の映画会社の対策は不十分であり、今後公開される喫煙シーンを含む映画をR指定とする熟慮された良心的な対策により、米国の若者の喫煙率を18%減らすことができると結論を述べている。CDCは、映画の喫煙シーン視聴により、

2014年現在生きている子どもたちの中から毎年600万人以上の若者が喫煙を始めるようになっており、将来そのうち200万人がタバコ関連疾患で死亡するが、R指定により、そのうち100万人の命が救われると推計した(126)。

2007年に、米国映画協会はレーティングに喫煙を「考慮するconsider」と表明した。しかし、実のところ、協会は喫煙シーンを含む映画のレーティングを上げずに、全米公開がなされない「独立系」の映画のレーティングラベルに「喫煙シーンあり」と表示するにとどめ、協会加盟各社が自分のスタジオで制作した喫煙シーンのある若者向け映画の大部分を「考慮外」として、何の規制も実施されなかった(135)。2008年に、協会加盟の映画スタジオは、反タバコスポットの事前上映を承諾した。しかしその措置は、米国と、カナダで発売される喫煙シーンのある若者向けDVDに限られた。2013年までに、協会加盟のすべての映画制作-配給会社が、若者向け映画におけるタバコシーンをなくす意志があると表明した。自社が製作し配給した映画の喫煙や他のタバコシーンを包括的になくする方針を持っているスタジオはなかった。このような状況に対して、CDCは次のように断じた：

ほとんどすべての若者向け映画(G/PG/PG-13)で、ほとんどタバコシーンのない映画を作っている大きなスタジオが複数あるという事実は、喫煙や他のタバコ使用シーンを含まない種類の映画の製作が可能であることを示している。しかし、映画産業全体に蔓延している矛盾した営業活動により、若者の喫煙開始の主要な原因である喫煙シーンを若者向け映画作品からなくする取り組みの成功を脅かしている。3大映画スタジオが先進的方針を採用したことにならない、米国映画協会が喫煙シーンを含む映画をR指定にすると決断したなら、公平な競争が確保され、これまでの前進が後戻りさせられないことの保証につながる(10)。

個々の会社は、G、PG、PG-13という若者視聴可の映画からすべての喫煙シーンをなくすることはよいことだと表明してきたが、次の年、PG-13映画に喫煙シーンが再登場するようになった。若者向け映画の喫煙シーンは2005年から減り始め2010年に最低になった後、2013年末には2005年のレベルに戻った。GとPG映画の喫煙シーンは現在のところ皆無となっており、喫煙シーンを含むPG-13作品の比率も着実に低下しているが、喫煙シーンを含むPG-13映画の平均喫煙シーン数は、R指定映画と同じレベルになっている(11)。

米国では、公衆保健を推進するコミュニティが保健医療専門団体、若者組織、政策立案者、法令施行担当者、企業投資家、国・州・自治体レベルの保健担当者に働きかけて運動を作った。この運動の目的は、若者向け映画に喫煙シーンを入れることが企業イメージを損なうこと、喫煙シーンを副映画を作った会社が将来蒙るおそれのある製造物責任訴訟のリスクを減らすための一連の対策を提案することだった。政策立案者は、タバコ対策に支出される州予算と喫煙シーンのある映画に対する補助金支出が矛盾することを強調した。2011年に、CDCは州の政策立案者の「タバコシーンのない映画だけに補助金を出すことによって、週のタバココントロール対策と映画補助金の間の

矛盾を解消する」という政策提案に賛同を表明した(10)。

4. 結論



4.1 学ぶべき教訓

タバコの宣伝と販売促進活動があるメディアで制限されても、別のメディアを通じた宣伝販促が盛んになる(ことによって骨抜きになる)というのがこれまでの経験の教訓である。米国では、他のメディアのタバコ宣伝が規制されると、映画の喫煙シーンが増えた。インドでも同様の事が起きた。若者はたくさん映画を見るため、映画の喫煙シーンが醸し出す臨場感は若者を喫煙に引き込む強力なパワーを持っている。タバコの宣伝と販売促進活動の禁止あるいは規制を進めたいと思っている国では、映画の喫煙シーンが公衆保健上の強大なリスクであることを十分認識する必要がある。若者という、最も外からの影響を受けやすい年代層を現代のグローバル化経済が推進するもっとも強力な娯楽メディアから発信される喫煙シーンに曝露させることを、直ちに止めさせなければならない。これが、映画の喫煙シーンをなくするために戦う包括的なアプローチが必要とされる理由である。

WHO FCTC第13条施行ガイドラインに述べられている個々の対策を実行することにより、若者の喫煙開始を促進する映画の喫煙シーンを減らすことができる。この対策は、とりわけ低、中所得国で増加しているタバコ使用の被害を減らす大きな力を持っている。



4.2 研究の必要な分野

映画の喫煙シーンと若者の喫煙開始の因果関係は十分立証されてきたが、実施した対策の効果に関してはさらに研究を進めることが望ましい。以下に必要な研究テーマを挙げる：

対策と企業

タバコ使用と成人指定

- 地域的映画をどのようにレーティングするか(例:映画の内容と制作経過を勘案したレーティング、検閲)、そして、これらの規制を改善するためにどのような機会があるのか？
- タバコシーンを含む映画を成人指定とするための強力なロビー活動を、どのような国のどのような監督機関対して行うべきか？

多国籍タバコ産業は、映画の喫煙シーン挿入のためにどこに重点的に働きかけているのか？

- 映画の製作と配給に関して、映画配給者、スポンサー、宣伝会社、プロデューサー、公的補助金、税務当局とどのような取り決めが行われているのか？どのような経済的取り決めが、映画の喫煙シーン制限に活用できるか？

世界の若者の喫煙シーン曝露状況

- 国あるいは地域で人気のある映画の国産／輸入比と視聴法(映画館、ビデオ、衛星放送、インターネットストリーミング等)
- 国産映画におけるタバコシーンの量
- 国産映画視聴によるタバコシーン曝露量の適切な測定法
- 若者視聴可映画の喫煙シーン量
- 成人指定により減らせた喫煙シーン曝露量(国別)
- 若者の喫煙開始要因である映画の喫煙シーンモニターを要請できる保健当局はあるか
- 若者に喫煙シーンを曝露させるうえでテレビ番組はどれくらいの影響を持っているか

喫煙シーンの曝露と喫煙開始

- Global Youth Tobacco Surveyなどの国際調査に、映画の喫煙シーン視聴という質問項目を追加することで、映画による喫煙シーン曝露状況が明らかになるか？
- 発展途上国における映画の喫煙シーンと若者の喫煙開始の関連は？映画制作会社のある中所得国ではどうか？
- 喫煙シーン視聴の影響は、国産映画と人気海外映画で異なるか？
- 喫煙シーン視聴の影響は、テレビと映画で異なるか？



4.3 対策を前進させましょう

タバコは現在毎年600万人の命を奪っている。タバコは、正しく使用した消費者の半数を殺す唯一の合法的商品である。まぎれもなく有毒で依存性のある商品であるタバコには、映画の中に存在できる余地はない。世界中で毎日10万人の若者が喫煙を開始している現状(161)に対して、WHO FCTC第13条施行ガイドライン(タバコの宣伝、販促、スポンサー活動禁止)で述べられているベストプラクティスと認定された勧告に沿って活動を進めることが望まれる。

これまでの経験をまとめると、自主的あるいは自発的対策には効果がないことが証明されている。喫煙シーンのある映画を成人指定とすること、上映前に反喫煙メッセージの放映を義務付ける、映画のタバコ露出に金品などの利益供与がない旨の誓約をさせる、の3点の対策は、いくつかの国ですでに広い支持を受けている。世界中で視聴される人気映画の喫煙シーンを規制すると、大幅な公衆保健の改善が期待される。このように、国全体だけでなく、地方レベルの対策を進めること

によっても、世界全体に積極的な効果が期待できる。映画の喫煙シーンを減らすうえで、国際協力は不可欠である。

(本文終)

参考文献

1. The role of the media in promoting and reducing tobacco use (Tobacco Control Monograph 19). Bethesda, Maryland: National Cancer Institute; 2008.
2. Preventing tobacco use among youth and young adults—a report of the Surgeon General. Atlanta, Georgia: Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 2012.
3. Framework Convention on Tobacco Control. Geneva: World Health Organization. Available at: <http://www.who.int/fctc/en/>, accessed 10 August 2015.
4. WHO Framework Convention on Tobacco Control. Guidelines for implementation. Geneva: World Health Organization; 2011. Available at: http://www.who.int/fctc/protocol/guidelines/adopted/guidel_2011/en/index.html, accessed 6 June 2011.
5. Grana RA, Glantz SA, Ling PM. Electronic nicotine delivery systems in the hands of Hollywood. *Tob Control* 2011;20:425–6.
6. Sargent JD, Tickle JJ, Beach ML, Dalton MA, Ahrens MB, Heatherton TF. Brand appearances in contemporary cinema films and contribution to global marketing of cigarettes. *Lancet* 2001;357:29–32.
7. Bandura A. Social foundations of thought and action: a social cognitive theory. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall; 1986.
8. Brandt A. The cigarette century: the rise, fall and deadly persistence of the product that defined America. New York: Basic Books; 2007.
9. Bergamini E, Demidenko E, Sargent JD. Trends in tobacco and alcohol brand placements in popular US movies, 1996 through 2009. *JAMA Pediatr* 2013;167:634–9.
10. Glantz SA, Mitchell S, Titus K, Polansky JR, Kaufmann RB, Bauer UE. Smoking in top-grossing movies—United States, 2010. *Morb Mortal Wkly Rep* 2011;60:910–3.
11. Polansky JR, Titus K, Atayeva R, Glantz SA. Smoking in topgrossing US movies 2014. San Francisco, California: UCSF Center for Tobacco Control Research and Education; 2015. Available at: <http://escholarship.org/uc/item/5d5348rs>, accessed 10 August 2015.
12. Lum KL, Polansky JR, Jackler RK, Glantz SA. Signed, sealed and delivered: “big tobacco” in Hollywood, 1927–1951. *Tob Control* 2008;17:313–23.
13. Schwartzel E. Coming soon to theaters near you: e-cigarettes: SmokeStik’s product placement in “Cymbeline” has far-reaching implications for Hollywood and Big Tobacco. *Wall Street Journal*, 1 September 2014. Available at: <http://online.wsj.com/articles/coming-soon-to-theaters-near-you-e-cigarettes-1410748204>,

accessed 10 August 2015.

14. McAfee T, Tynan M. Smoking in movies: a new Centers for Disease Control and Prevention core surveillance indicator. *Prev Chronic Dis* 2012;9:E162.

15. Smoking in the Movies. Atlanta, Georgia: Centers for Disease Control and Prevention. Available at: http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/fact_sheets/youth_data/movies/index.htm, accessed 10 August 2015.

16. Focus 2015: World Film Market Trends. Strasbourg: European Audiovisual Observatory; 2015. Available at: <http://www.obs.coe.int/>, accessed 10 August 2015.

17. Top 20 countries ranked by production investment in feature films: 2008–2010. Sydney, New South Wales: Screen Australia; 2011. Available at:

<http://www.screenaustralia.gov.au/research/statistics/archcompinvestment.aspx>, accessed 10 August 2015.

18. McClintock P. Fox breaks industry record for global box office. *The Hollywood Reporter*, 5 January 2015. Available at:

<http://www.hollywoodreporter.com/news/fox-breaks-industry-record-global-761129>, accessed 10 August 2015.

19. Global sales total from Motion Picture Association of America. *Theatrical Market Statistics*, 2014. Washington DC: Motion Picture Association of America; 2014. Available at:

<http://www.mpa.org/wp-content/uploads/2015/03/MPAA-Theatrical-Market-Statistics-2014.pdf>, accessed 10 August 2015.

20. Hanewinkel R, Sargent JD. Exposure to smoking in internationally distributed American movies and youth smoking in Germany: a cross-cultural cohort study. *Pediatrics* 2008;121:e108–17.

21. Thrasher JF, Sargent JD, Vargas R, Braun S, Barrientos-Gutierrez T, Seigny EL, et al. Are movies with tobacco,

alcohol, drugs, sex, and violence rated for youth? A comparison of rating systems in Argentina, Brazil, Mexico, and the United States. *Int J Drug Policy* 2014;25:267–75.

22. Mejía R, Braun S, Morello P, Peña L, Kollath-Cattano C, Sargent J, et al. El cine y tabaquismo en Argentina: Análisis de las películas más taquilleras del 2004 al 2012. [Cinema and tobacco use in Argentina: Analysis of the highest box office films in 2004–2012.] Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y Sociedad; 2014. Available at: <http://www.cedes.org/tabacoycine/wp-content/uploads/2014/09/Tabaquismoycineenmexico.pdf>, accessed 10 August 2015.

23. Arillo-Santillán E, Barrientos I, Pérez-Hernández R, Kollath-Cattano C, Sargent J, Thrasher J. Tabaquismo y cine en México: Análisis de las películas más taquilleras del 2004 al 2012. [Tobacco use and cinema in Mexico: Analysis of the highest box office films in 2004–2012.] Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública; 2014. Available at:

<http://www.cedes.org/tabacoycine/taquismo-y-cine-en-mexico-analisis-de-las-peliculas-mastaquilleras-del-2004-al-2012.php>, accessed 10 August.

24. Filmed entertainment: key insights at a glance. London: PricewaterhouseCoopers; 2015. Available at: <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/segment-insights/filmed-entertainment.jhtml>, accessed 10 August 2015.
25. Satellite TV revenues to reach \$100 billion. Press release 23 July 2014. Harrow, Middlesex: Digital TV Research; 2014. Available at: <http://www.digitaltvresearch.com/ugc/press/92.pdf>, accessed 1 November 2014, is no longer live.
26. OTT to reach nearly half the world's TV households by 2020. Press release 9 September 2014. Harrow, Middlesex: Digital TV Research; 2014. Available at: https://www.digitaltvresearch.com/ugc/OTT%20HH%202014%20TOC_toc_105.pdf, accessed 10 August 2015.
27. The world in 2014: ICT facts and figures. Geneva: International Telecommunications Union; 2014. Available at: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2014-e.pdf>, accessed 10 August 2015.
28. Horton D, Wohl RR. Mass communication and para-social interaction; observations on intimacy at a distance. *Psychiatry* 1956;19:215–29.
29. Sargent JD, Beach ML, Dalton MA, Mott LA, Tickle JJ, Ahrens MB, et al. Effect of seeing tobacco use in films on trying smoking among adolescents: cross sectional study. *BMJ* 2001;323:1394–7.
30. Tanski SE, Stoolmiller M, Dal Cin S, Worth K, Gibson J, Sargent JD. Movie character smoking and adolescent smoking: who matters more, good guys or bad guys? *Pediatrics* 2009;124:135–43.
31. Coonan C. China box office: local sensation 'Tiny Times 3.0' knocks 'Transformers 4' off top spot. *The Hollywood Reporter*, 22 August 2014. Available at: <http://www.hollywoodreporter.com/news/china-box-office-local-sensation-720189>, accessed 10 August 2015.
32. Theatrical market statistics 2010. Age group proportion of total population, moviegoers and tickets sold. Washington DC: Motion Picture Association of America; 2011. Available at: <http://www.census.gov/popest/national/asrh/2009-nat-res.html>, accessed 9 June 2011, is no longer live.
33. Sargent J, Tanski S, Gibson J. Exposure to movie smoking among US adolescents aged 10 to 14 years: a population estimate. *Pediatrics* 2007;119:e1167–76.
34. How teens use media: a Nielsen report on the myths and realities of teen media trends. New York: The Nielsen Company; 2009. Available at: <http://www.universitycircle.org/downloads/How%20Teens%20Use%20Media.pdf>, accessed 10 August 2015.

35. Theatrical market statistics, 2012. Washington DC: Motion Picture Association of America; 2013. Available at:
<http://www.mpa.org/wp-content/uploads/2014/03/2012-Theatrical-Market-Statistics-Report.pdf>,
accessed 10 August 2015.
36. Nielsen cinema audience reports, 24 June 2005–22 June 2006. Chicago, Illinois: Nielsen Media Research; 2006.
Available at: <https://web.archive.org/web/20080215190634/http://www.screenvision.com/m/audience/>,
accessed 10 August 2015.
37. Shadel WG, Martino SC, Setodji C, Scharf D. Exposure to pro-smoking media in college students: does type of media channel differentially contribute to smoking risk? *Ann Behav Med* 2013;45:387–92.
38. Heaton CG, Watson-Stryker ES, Allen JA, Vallone DM, Messeri PA, Graham PR, et al. Televised movie trailers:
undermining restrictions on advertising tobacco to youth. *Arch Pediatr Adolesc Med* 2006;160:885–8.
39. Hanewinkel R. Cigarette smoking and perception of a movie character in a film trailer. *Arch Pediatr Adolesc Med* 2009;163:15–8.
40. Barrientos I, Kollath-Catano C, Hanewinkel R, Mejía R, Arillo-Santilán E, Sargent J, et al. Tobacco and alcohol use in nationally-produced films from Europe and Latin America, in review.
41. Babayan A, Luk R, Schwartz R. Exposure to onscreen tobacco in movies among Ontario youth, 2004–2013. Toronto, Ontario: Ontario Tobacco Research Unit; 2014. Available at:
<http://otru.org/exposure-onscreen-tobacco-movies-among-ontario-youth-2004-2013/>, accessed 10 August 2015.
42. Anderson S, Millett C, Polansky JR, Glantz SA. Exposure to smoking in movies among British adolescents 2001–2006. *Tob Control* 2010;19:197–200.
43. Hanewinkel R, Sargent JD, Karlsdottir S, Jonsson SH, Mathis F, Faggiano F, et al. High youth access to movies that contain smoking in Europe compared with the USA. *Tob Control* 2013;22:241–4.
44. Sargent JD, Beach ML, Adachi-Mejia AM, Gibson JJ, Titus-Ernstoff LT, Carusi CP, et al. Exposure to movie smoking: its relation to smoking initiation among US adolescents. *Pediatrics* 2005;116:1183–91.
45. Song AV, Ling PM, Neilands TB, Glantz SA. Smoking in movies and increased smoking among young adults. *Am J Prev Med* 2007;33:396–403.
46. Hunt K, Henderson M, Wight D, Sargent JD. Exposure to smoking in films and own smoking among Scottish adolescents: a cross-sectional study. *Thorax* 2011;66:866–74.
47. Waylen AE, Leary SD, Ness AR, Tanski SE, Sargent JD. Cross-sectional association between smoking

depictions

in films and adolescent tobacco use nested in a British cohort study. *Thorax* 2011;66:856–61.

48. Thrasher JF, Jackson C, Arillo-Santillan E, Sargent JD. Exposure to smoking imagery in popular films and adolescent smoking in Mexico. *Am J Prev Med* 2008;35:95–102.

49. Morgenstern M, Poelen EA, Scholte R, Karlsdottir S, Jonsson SH, Mathis F, et al. Smoking in movies and adolescent smoking: cross-cultural study in six European countries. *Thorax* 2011;66:875–83.

50. Hanewinkel R, Sargent JD. Exposure to smoking in popular contemporary movies and youth smoking in Germany. *Am J Prev Med* 2007;32:466–73.

51. Arora M, Mathur N, Gupta VK, Nazar GP, Reddy KS, Sargent JD. Tobacco use in Bollywood movies, tobacco promotional activities and their association with tobacco use among Indian adolescents. *Tob Control* 2012;21:482–7.

52. Dalton MA, Sargent JD, Beach ML, Titus-Ernstoff L, Gibson JJ, Ahrens MB, et al. Effect of viewing smoking in movies on adolescent smoking initiation: a cohort study. *Lancet* 2003;362:281–5.

53. Farrelly MC, Kamyab K, Nonnemaker J, Crankshaw E, Allen JA. Movie smoking and youth initiation: parsing smoking imagery and other adult content. *PLoS One* 2012;7:e51935.

54. Titus-Ernstoff L, Dalton MA, Adachi-Mejia AM, Longacre MR, Beach ML. Longitudinal study of viewing smoking in movies and initiation of smoking by children. *Pediatrics* 2008;121:15–21.

55. Wilkinson AV, Spitz MR, Prokhorov AV, Bondy ML, Shete S, Sargent JD. Exposure to smoking imagery in the movies and experimenting with cigarettes among Mexican heritage youth. *Cancer Epidemiol Biomarkers Prev* 2009;18:3435–43.

56. Dal Cin S, Stoolmiller M, Sargent JD. When movies matter: exposure to smoking in movies and changes in smoking behavior. *J Health Commun* 2012;17:76–89.

57. Dal Cin S, Stoolmiller M, Sargent JD. Exposure to smoking in movies and smoking initiation among black youth. *Am J Prev Med* 2013;44:345–50.

58. Thrasher JF, Sargent JD, Huang L, Arillo-Santillan E, Dorantes-Alonso A, Perez-Hernandez R. Does film smoking promote youth smoking in middle-income countries?: A longitudinal study among Mexican adolescents. *Cancer Epidemiol Biomarkers Prev* 2009;18:3444–50.

59. Hanewinkel R, Sargent JD. Longitudinal study of exposure to entertainment media and alcohol use among German adolescents. *Pediatrics* 2009;123:989–95.

60. Sargent JD, Stoolmiller M, Worth KA, Dal Cin S, Wills TA, Gibbons FX, et al. Exposure to smoking depictions in movies: its association with established adolescent smoking. *Arch Pediatr Adolesc Med* 2007;161:849–56.

61. Dalton MA, Beach ML, Adachi-Mejia AM, Longacre MR, Matzkin AL, Sargent JD, et al. Early exposure to movie smoking predicts established smoking by older teens and young adults. *Pediatrics* 2009;123:e551–8.
62. Hanewinkel R, Blohmke S, Sargent JD. Rauchen in Filmen und Etablierung des Rauchens im Jugendalter. [Smoking in movies and established smoking in adolescence]. *Gesundheitswesen* 2012;74:476–84.
63. Primack BA, Longacre MR, Beach ML, Adachi-Mejia AM, Titus LJ, Dalton MA. Association of established smoking among adolescents with timing of exposure to smoking depicted in movies. *J Natl Cancer Inst* 2012;104:549–55.
64. Sargent JD, Dalton MA, Beach ML, Mott LA, Tickle JJ, Ahrens MB, et al. Viewing tobacco use in movies: does it shape attitudes that mediate adolescent smoking? *Am J Prev Med* 2002;22:137–45.
65. Wills TA, Sargent JD, Stoolmiller M, Gibbons FX, Worth KA, Cin SD. Movie exposure to smoking cues and adolescent smoking onset: a test for mediation through peer affiliations. *Health Psychol* 2007;26:769–76.
66. Wills TA, Sargent JD, Stoolmiller M, Gibbons FX, Gerrard M. Movie smoking exposure and smoking onset: a longitudinal study of mediation processes in a representative sample of US adolescents. *Psychol Addict Behav* 2008;22:269–77.
67. Tickle JJ, Hull JG, Sargent JD, Dalton MA, Heatherton TF. A structural equation model of social influences and exposure to media smoking on adolescent smoking. *Basic Appl Soc Psychol* 2006;28:117–29.
68. Hunt K, Sweeting H, Sargent J, Lewars H, Cin SD, Worth K. An examination of the association between seeing smoking in films and tobacco use in young adults in the west of Scotland: cross-sectional study. *Health Educ Res* 2009;24:22–31.
69. Brown JD, Halpern CT, L'Engle KL. Mass media as a sexual super peer for early maturing girls. *J Adolesc Health* 2005;36:420–7.
70. Glantz S. Updated attributable risk for smoking due to movies: 37%. San Francisco, California: University of California at San Francisco, Center for Tobacco Control Research and Education; 2012. Available at: <http://tobacco.ucsf.edu/updated-attributable-risk-smoking-due-movies-37>, accessed 10 August 2015.
71. Sargent JD, Tanski S, Stoolmiller M. Influence of motion picture rating on adolescent response to movie smoking. *Pediatrics* 2012;130:228–36.
72. Tanski SE, Stoolmiller M, Gerrard M, Sargent JD. Moderation of the association between media exposure and youth smoking onset: race/ethnicity, and parent smoking. *Prev Sci* 2012;13:55–63.
73. Morgenstern M, Sargent JD, Engels RC, Florek E, Hanewinkel R. Smoking in European adolescents: relation between media influences, family affluence, and migration background. *Addict Behav* 2013;38:2589–95.

74. Soneji S, Lewis VA, Tanski S, Sargent JD. Who is most susceptible to movie smoking effects? Exploring the impacts of race and socio-economic status. *Addiction* 2012;107:2201–9.
75. Dalton MA, Adachi-Mejia AM, Longacre MR, Titus-Ernstoff LT, Gibson JJ, Martin SK, et al. Parental rules and monitoring of children’s movie viewing associated with children’s risk for smoking and drinking. *Pediatrics* 2006;118:1932–42.
76. de Leeuw RN, Sargent JD, Stoolmiller M, Scholte RH, Engels RC, Tanski SE. Association of smoking onset with R-rated movie restrictions and adolescent sensation seeking. *Pediatrics* 2011;127:e96–105.
77. Sargent JD, Beach ML, Dalton MA, Ernstoff L, Gibson J, Tickle JJ, et al. Effect of parental R-rated movie restriction on adolescent smoking initiation: a prospective study. *Pediatrics* 2004;114:149–56.
78. Dalton MA, Ahrens MB, Sargent JD, Mott LA, Beach ML, Tickle JJ, et al. Relation between parental restrictions on movies and adolescent use of tobacco and alcohol. *Eff Clin Pract* 2002;5:1–10.
79. Laugesen M, Scragg R, Wellman RJ, DiFranza JR. R-rated film viewing and adolescent smoking. *Prev Med* 2007;45:454–9.
80. Thompson EM, Gunther AC. Cigarettes and cinema: does parental restriction of R-rated movie viewing reduce adolescent smoking susceptibility? *J Adolesc Health* 2007;40:e181–6.
81. Albert S. Movie stars and the distribution of financially successful films in the motion picture industry. *J Cultural Econ* 1998;22:249–79.
82. Goldberg M. American media and the smoking-related behaviors of Asian adolescents. *J Advertising Res* 2003;2–11.
83. Goldberg M, Baumgartner. Cross-country attraction as a motivation for product consumption. *J Business Res* 2002;55:901–6.
84. Henriksen L, Feighery EC, Wang Y, Fortmann SP. Association of retail tobacco marketing with adolescent smoking. *Am J Public Health* 2004;94:2081–3.
85. McCool JP, Cameron LD, Petrie KJ. The influence of smoking imagery on the smoking intentions of young people: testing a media interpretation model. *J Adolesc Health* 2005;36:475–85.
86. Portnoy DB, Wu CC, Tworek C, Chen J, Borek N. Youth curiosity about cigarettes, smokeless tobacco, and cigars: prevalence and associations with advertising. *Am J Prev Med* 2014;47(Suppl 1):S76–86.
87. Viswanath K, Ackerson LK, Sorensen G, Gupta PC. Movies and TV influence tobacco use in India: findings from a national survey. *PLoS One* 2010;5:e11365.

88. Zulu R, Siziya S, Muula AS, Rudatsikira E. Associations of advertisement–promotion–sponsorship-related factors with current cigarette smoking among in-school adolescents in Zambia. *Ann Afr Med* 2009;8:229–35.
89. Prag J, Casavant J. An empirical study of the determinants of revenues and marketing expenditures in the motion picture industry. *J Cultural Econ* 1994;18:217–35.
90. Agaku IT, Adisa AO, Akinyamaju AO, Agboola SO. A cross-country comparison of the prevalence of exposure to tobacco advertisements among adolescents aged 13–15 years in 20 low and middle income countries. *Tob Induc Dis* 2013;11:11.
91. Sargent JD, Heatherton TF. Comparison of trends for adolescent smoking and smoking in movies, 1990–2007. *JAMA* 2009;301:2211–3.
92. Jamieson PE, Romer D. Trends in US movie tobacco portrayal since 1950: a historical analysis. *Tob Control* 2010;19:179–84.
93. Dal Cin S, Gibson B, Zanna MP, Shumate R, Fong GT. Smoking in movies, implicit associations of smoking with the self, and intentions to smoke. *Psychol Sci* 2007;18:559–63.
94. Lochbuehler K, Sargent JD, Scholte RH, Pieters S, Engels RC. Influence of smoking cues in movies on children’s beliefs about smoking. *Pediatrics* 2012;130:221–7.
95. Lochbuehler K, Peters M, Scholte RH, Engels RC. Effects of smoking cues in movies on immediate smoking behavior. *Nicotine Tob Res* 2010;12:913–8.
96. Lochbuehler K, Kleinjan M, Engels RC. Does the exposure to smoking cues in movies affect adolescents’ immediate smoking behavior? *Addict Behav* 2013;38:2203–6.
97. Lochbuehler K, Engels RC, Scholte RH. Influence of smoking cues in movies on craving among smokers. *Addiction* 2009;104:2102–9.
98. Lochbuehler K, Verhagen M, Munafo MR, Engels RC. Lack of association of DRD4 exon 3 VNTR genotype with reactivity to dynamic smoking cues in movies. *Drug Alcohol Depend* 2013;132:324–8.
99. Shadel WG, Martino SC, Haviland A, Setodji C, Primack BA. Smoking motives in movies are important for understanding adolescent smoking: a preliminary investigation. *Nicotine Tob Res* 2010;12:850–4.
100. Lochbuehler K, Voogd H, Scholte RH, Engels RC. Attentional bias in smokers: exposure to dynamic smoking cues in contemporary movies. *J Psychopharmacol* 2011;25:514–9.
101. Sargent JD, Morgenstern M, Isensee B, Hanewinkel R. Movie smoking and urge to smoke among adult smokers. *Nicotine Tob Res* 2009;11:1042–6.
102. Pechmann C, Shih C. Smoking scenes in movies and antismoking advertisements before movies: effects on

- youth. *J Marketing* 1999;63:1–13.
103. Edwards C, Harris W, Cook D, Bedford K, Zuo Y. Out of the smokescreen: does an anti-smoking advertisement affect young women's perception of smoking in movies and their intention to smoke? *Tob Control* 2004;13:277–82.
104. Edwards C, Oakes W, Bull D. Out of the smokescreen II: will an advertisement targeting the tobacco industry affect young people's perception of smoking in movies and their intention to smoke? *Tob Control* 2007;16:177–81.
105. Hanewinkel R, Isensee B, JD S, Morgenstern M. Effect of an antismoking advertisement on cinema patrons' perception of smoking and intention to smoke: Quasi-experimental study. *Addiction*. 2010;105:1269–77.
106. Glantz SA. Commentary on Hanewinkel et al. (2010): Anti-smoking advertisements vaccinate movie viewers against effects of on-screen smoking. *Addiction* 2010;105:1278–9.
107. Stern S, Morr L. Portrayals of teen smoking, drinking, and drug use in recent popular movies. *J Health Commun* 2013;18:179–91.
108. Hazan AR, Glantz SA. Current trends in tobacco use on prime-time fictional television. *Am J Public Health* 1995;85:116–7.
109. Dalton MA, Tickle JJ, Sargent JD, Beach ML, Ahrens MB, Heatherton TF. The incidence and context of tobacco use in popular movies from 1988 to 1997. *Prev Med* 2002;34:516–23.
110. Calliser M, Coyne SM, Robinson T, Davies JJ, Near C, Valkeburg LV, et al. "Three sheets to the wind": Substance use in teen centered film from 1980 to 2007. *Addiction Res Theory* 2012;20:30–41.
111. Mekemson C, Glantz SA. How the tobacco industry built its relationship with Hollywood. *Tob Control* 2002;11(Suppl 1):i81–91.
112. National Association of Attorneys General. Master Settlement Agreement. 1998. Available at: <http://publichealthlawcenter.org/topics/tobacco-control/tobacco-control-litigation/master-settlement-agreement>, accessed 10 August 2015.
113. Goswami H, Kashyap R. Tobacco in movies and impact on youth. Chandigarh: Burning Brain Society; 2006. Available at: <http://www.angelfire.com/sc3/burningbrain/tobaccoinmovies/index.html>, accessed 10 August 2015.
114. Distefan JM, Gilpin EA, Sargent JD, Pierce JP. Do movie stars encourage adolescents to start smoking? Evidence from California. *Prev Med* 1999;28:1–11.
115. Australian Medical Association. Take smoking out of kids' movies. *Med News Today*, 19 March 2008.

Available at:

<http://www.medicalnewstoday.com/releases/101011.php>, accessed 10 August 2015.

116. Heatherton T, Sargent J. Does watching smoking in movies promote teenage smoking? *Curr Dir Psych Sci* 2009;18:63–7.
117. Millett C, Polansky JR, Glantz SA. Government inaction on ratings and government subsidies to the US film industry help promote youth smoking. *PLoS Med* 2011;8:e1001077.
118. The tobacco atlas, 3d edition. American Cancer Society and World Lung Association; 2009. Available at: http://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=3&ved=OCDAQFjACahUKEwjkiMDX057HAhXXlCwKHT96Aus&url=http%3A%2F%2Fwww.afro.who.int%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D2376&ei=gKvIVeTIOMqpsgG_9InYDg&usq=AFQjCNGrm7-Cc6aUlKHwZ_gwiUZSIjuOog&bvm=bv.99804247,d.bGg, accessed 10 August 2015.
119. Philip Morris. Draft speech for Hamish Maxwell, marketing meeting, 24 June 1983. Available at: <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/nyz24e00>. Accessed 10 August 2015.
120. Kachroo S, Etzel CJ, Wilkinson AV. Do current government policies sufficiently regulate the interaction between viewing smoking in movies and adolescent smoking behavior? *Am J Addict* 2007;16:532–3.
121. Tobacco control mass media resource. New York: World Lung Foundation; 2011. Available at: <http://67.199.72.89/mmr/english/index.html>, accessed 10 August 2015.
122. Farrelly MC, Davis KC, Duke J, Messeri P. Sustaining “truth”: changes in youth tobacco attitudes and smoking intentions after 3 years of a national antismoking campaign. *Health Educ Res* 2009;24:42–8.
123. Farrelly MC, Davis KC, Haviland ML, Messeri P, Heaton CG. Evidence of a dose–response relationship between “truth” antismoking ads and youth smoking prevalence. *Am J Public Health* 2005;95:425–31.
124. Goldman LK, Glantz SA. Evaluation of antismoking advertising campaigns. *JAMA* 1998;279:772–7.
125. The health consequences of smoking—50 years of progress: a report of the Surgeon General. Atlanta, Georgia: Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 2014.
126. Smoking in the movies (fact sheet). Atlanta, Georgia: Centers for Disease Control and Prevention; 2014. Available at: http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/fact_sheets/youth_data/movies/index.htm, accessed 10 August 2015.
127. Karniouchina E, Carson S, Moore W. A note on revenue versus profitability as indicators of motion picture performance. *Soc Sci Res Network*; 2010. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1712088> or <http://www>.

researchgate.net/publication/228280751_A_Note_on_Revenue_Versus_Profitability_as_Indicators_of_Motion

Picture_Performance, accessed 10 August 2015.

128. Lucini B. Analyzing the ROI of independently financed films: Are there many more 'slumdogs' than millionaires?

New York: The Leonard N. Stern School of Business, Gluksman Institute for Research in Securities Markets; 2010. Available at:

https://www.stern.nyu.edu/sites/default/files/assets/documents/uat_024304.pdf, accessed 10 August 2015.

129. Young S, Gong J, Van der Stede W. The business of making money with movies. *Strategic Finance* 2010.

Available at:

[http://eprints.lse.ac.uk/27040/1/The_business_of_making_money_in_the_movies\(lsero\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27040/1/The_business_of_making_money_in_the_movies(lsero).pdf),

accessed 10 August 2015.

130. Cones J. Dictionary of film finance and distribution: a guide for independent filmmakers. New York: Algora Publishing; 2013.

131. Friedman A. The art of appealing MPAA film ratings. *Law J Newsl* 2011. Available at:

http://www.kattenlaw.com/files/48494_Friedman_EntLawFin_ArtofAppealing.pdf, accessed 10 August 2015.

132. Glantz SA, Iaccopucci A, Titus K, Polansky JR. Smoking in top-grossing US movies, 2011. *Prev Chronic Dis* 2012;9:120170. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23017248>, accessed 10 August 2015.

133. Motion picture rating system. Wikipedia Available at:

http://en.wikipedia.org/wiki/Motion_picture_rating_system, accessed 10 August 2015.

134. Polansky JR, Mitchell S, Glantz SA. Film-flam: How MPAA/NATO movie labels hide the biggest media risk to

kids. San Francisco, California: University of California at San Francisco, Center for Tobacco Control Research and Education; 2010. Available at: <http://escholarship.org/uc/item/8hn866tt>, accessed 10 August 2015.

135. Film rating board to consider smoking as a factor. Press release, 10 May 2007. Washington DC: Motion Picture

Association of America; 2007. Available at: <http://www.mpa.org/resources/9d558a6b-9e9a-41d2-9ac8-d7b2361ef965.pdf>, accessed 17 June 2011, is no longer live.

136. Classification and rating rules. Effective as revised 1 January 2010. Sherman Oaks, California: National Association of Theater Owners and Washington DC: Motion Picture Association of America; 2010. Available at:

http://www.filmratings.org/filmRatings_Cara/downloads/pdf/ratings/cara_rating_rules.pdf, accessed 10 August 2015.

137. Polansky JR. Tobacco vector: How American movies, Canadian film subsidies and provincial rating practices will kill 43,000 Canadian teens alive today—and what Canadian governments can do about it. Ottawa, Ontario:

Physicians for a Smoke-free Canada; 2010. Available at:

http://www.smoke-free.ca/pdf_1/2010/Tobaccovector.pdf, accessed 10 August 2015.

138. Ontario doctors tell Hollywood to butt out. *Hollywood Reporter*, 31 May 2011. Available at: <http://www.hollywoodreporter.com/news/ontario-doctors-tell-hollywood-butt-193328>, accessed 10 August 2015.
139. Movies and TV shows slammed for smoking. *China Daily*, 9 May 2011. Available at: <http://english.peopledaily.com.cn/90001/90776/7384843.html>, accessed 10 August 2015.
140. Malaysian health minister calls for non-smoking films. *Xinhua*, 2011. Available at: <http://english.peopledaily.com.cn/90001/90777/90851/7397090.html>, accessed 10 August 2015.
141. A Bill for an Act to Repeal the Tobacco (Control) Act 1990 Cap. T16 Laws of the Federation and to Enact the National Tobacco Control Bill 2008 to Provide for the Regulation or Control of Production, Manufacture, Sale, Advertising, Promotion and Sponsorship of Tobacco or Tobacco Products in Nigeria and for Other Related Matters (SB.221). Abuja: National Assembly of the Federal Republic of Nigeria; 2008. Available at: http://apps.who.int/fctc/implementation/database/sites/implementation/files/documents/other/TOBACCO_CONTROL_BILL.pdf, accessed 10 August 2015.
142. Glantz SA, Titus K, Mitchell S, Polansky JR, Kaufmann R. Smoking in top-grossing movies—United States, 1991–2009. *Morbidity and Mortality Weekly Report* 2010;59:1014–7. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23017248>, accessed 10 August 2015.
143. Ending the tobacco epidemic: a tobacco control strategic action plan, 2010. Washington DC: Department of Health and Human Services; 2010. Available at: <http://www.hhs.gov/ash/initiatives/tobacco/tobaccostrategicplan2010.pdf>, accessed 10 August 2015.
144. China's broadcasting watchdog to limit smoking scenes. *Xinhua*, 5 October 2007. Available at: http://news.xinhuanet.com/english/2007-10/05/content_6832026.htm, accessed 10 August 2015.
145. China moves to reduce smoking scenes in films and TV dramas. *Xinhua*, 12 February 2011. Available at: http://news.xinhuanet.com/english2010/2011-02/12/c_13729362.htm, accessed 10 August 2015.
146. Lyons A, McNeill A, Chen Y, Britton J. Tobacco and tobacco branding in films most popular in the UK from 1989 to 2008. *Thorax* 2010;65:417–22. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20435863>, accessed 10 August 2015.
147. A smokefree future: a comprehensive tobacco control strategy for England. London: Department of Health; 2010. Available at: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20130107105354/http://www.dh.gov.uk/prod_consum_dh/groups/dh_digitalassets/@dh/@en/@ps/documents/digitalasset/dh_111789.pdf, accessed 10 August 2015.
148. FAQs. London: British Board of Film Classification; 2011. Available at: <http://www.bbfc.co.uk/about-bbfc/faqs>, accessed 10 August 2015.
149. "18". London: British Board of Film Classification; 2014. Available at:

<http://www.bbc.co.uk/what-classification/18>, accessed 10 August 2015.

150. Liverpool research proves smoking in movies increases youth take-up. Liverpool: Smokefree Liverpool; 2009.

Available at:

<http://www.smokefreeliverpool.com/index.php/news-archive/46-news-archive/85-liverpool-research-proves-smoking>, accessed 18 June 2011, is no longer live.

151. Forever cool: the influence of smoking imagery on young people. London: British Medical Association Board of Science; 2008. Available at: http://bmaopac.hosted.exlibrisgroup.com/exlibris/aleph/a21_1/apache_media/EP3ASUAF4E5FNN96GPXLUETHL2H4XK.pdf, accessed 10 August 2015.

152. Now who wants smoking out of kid-rated movies? The kind of shareholders who kept investment out of apartheid

South Africa. San Francisco, California: University of California at San Francisco Smoke Free Movies; 2004.

Available at: <http://smokefreemovies.ucsf.edu/sites/default/files/smokeout23.pdf>, accessed 10 August 2015.

153. The solution. San Francisco, California: San Francisco, California: University of California at San Francisco Smoke Free Movies; 2011. Available at: <http://smokefreemovies.ucsf.edu/solution/index.html>, accessed 10 August 2015.

154. State Health Commissioner enlists public to help eliminate smoking in movies and save the lives of New York

children (Press release 24 March 2008). New York: New York State Department of Health; 2008. Available at:

http://www.nyhealth.gov/press/releases/2008/2008-03-24_commissioner_enlistes_public_to_eliminate_smoking_in_movies.htm, accessed 10 August 2015.

155. California's health experts fault state's \$100 million movie subsidy. San Francisco, California: San Francisco, California: University of California at San Francisco Smoke Free Movies (press release 23 February 2011); 2011. Available at: <http://internationalentertainmentnews.blogspot.ch/2011/02/california-health-experts-fault-states.html>, accessed 10 August 2015.

156. Ending the tobacco problem: a blueprint for the nation. Washington DC: Institute of Medicine. National Academies Press; 2007. Available at:

<http://www.nap.edu/catalog/11795/ending-the-tobacco-problem-a-blueprint-for-the-nation>, accessed 10 August 2015.

157. Centers for Disease Control and Prevention. Trends in cigarette smoking among high school students—United States, 1991–2001. *Morbidity and Mortality Weekly Report* 2002;51:409–12. Available at:

<http://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/mm5119a1.htm>, accessed 10 August 2015.

158. Centers for Disease Control and Prevention. Cigarette use among high school students—United States, 1991–2003. *Morbidity and Mortality Weekly Report* 2004;53:499–502. Available at:

<http://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/mm5323a1.htm>, accessed 10 August 2015.

159. Centers for Disease Control and Prevention. Cigarette use among high school students—United States, 1991–2005. *Morbidity and Mortality Weekly Report* 2006;55:724–6. Available at: <http://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/mm5526a2.htm>, accessed 10 August 2015.
160. Centers for Disease Control and Prevention. Tobacco use, access, and exposure to tobacco in media among middle and high school students—United States, 2004. *Morbidity and Mortality Weekly Report* 2005;54:297–301. Available at: <http://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/mm5412a1.htm>, accessed 10 August 2015.
161. *Curbing the epidemic: governments and economics of tobacco control*. Washington DC: World Bank; 1999. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/1999/05/437174/curbing-epidemic-governments-economics-tobacco-control>, accessed 10 August 2015.
162. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India, 2003. *The Cigarettes and Other Tobacco Products (Prohibition of Advertisement and Regulation of Trade and Commerce, Production, Supply and Distribution) Act, 2003*. Available at: <http://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/India/India%20-%20COTPA%20-%20national.pdf>, accessed 11 August 2015.
163. ‘Bollywood’: Victim or Ally? A WHO study on the portrayal of tobacco in Indian Cinema, 2003. Available at: <http://www.who.int/tobacco/wntd/2003/en/bollywood-exesum.pdf?ua=1>, accessed 12 August 2015.
164. Ministry of Health and Family Welfare, Government of India, 2005. *Prohibition of Advertisement and Regulation of Trade and Commerce, Production, Supply and Distribution Act (Second Amendment) Rules, 2005*. New Delhi, Available at: http://www.pfnai.com/Gazette%20pdfs/075_698.pdf, accessed 11 August 2015.
165. Burning Brain Society, NGO (2006). “Tobacco In Movies and Impact On Youth”, 2006. Available at: <http://www.angelfire.com/sc3/burningbrain/tobaccoinmovies/authors.htm>, accessed 12 August 2015.

付属書 1. 映画の喫煙シーン視聴状況

映画の喫煙シーンへのばく露とタバコ広告へのばく露の測定方法は似ている。調査対象の人々の個々の映画の視聴率と、その映画の喫煙シーンの分量が分かれば、調査対象の人々の喫煙シーン曝露が正確に推計できる(1)。

若者がよく視聴する映画を調べて、その映画におけるタバコシーンの頻度と持続時間を計測するのが良く行われている方法である。若者は1年以内に見た映画なら90%以上の確率で正確に思い出すことができることが分かっている。すべての若者にどの映画を見たかをたずねることはできな

いから、最近のヒット映画(500-600作品)からランダムに選んだ作品リスト中の映画の視聴歴を回答してもらうという方法で調査する(1)。この方法によって、比較的膨大な数の映画作品の視聴率を作品ごとに推計することが可能となる。ただし、数百作品といえども、家庭のビデオ、テレビ放映、オンデマンド視聴、インターネットダウンロード等で視聴される映画作品の一部にすぎないから、この手法で得られる喫煙シーンへのばく露率(視聴率)には過小評価のおそれが付きまとう。Sargent氏らのグループは、この手法で6500名以上の若者を対象にして調査を行った結果、米国の10-14才児は、1998-2003年に、139億回映画の喫煙シーンを見ており、その半数は若者向け映画からであるということが分かった(2)。

映画の切符売り上げデータから特定の年齢層の視聴率を調べる方法もある。毎年の特典映画の興行収入を平均入場料金で割れば、視聴人数が割り出せる。その映画中の喫煙シーン出現回数に視聴人数を掛けると、タバコシーン曝露回数が求められる。この方法により、Titus、Polansky、Glantz氏等(3)は、1991-2008年の米国とカナダにおける人気映画1700作品以上から全年齢層の観客が6500億回の喫煙シーンを視聴したこと、映画館だけで、毎年平均340億回の喫煙シーンが視聴されたと報告している。より最近の調査では、映画館における喫煙シーンの放映回数は2010年までに140億回まで減ったがその後2013年には230億回に再増加したという(4, 5)。この結果を、観客の平均的年齢構成に沿って再分析すると、12-17才の米国の若者は、2002-2013年に、米国とカナダ市民が視聴した喫煙シーンの19%、つまり40億回以上のタバコシーンに毎年曝露されていることになる。

アンダーソンら(6)は、同じ手法で、イギリスの人気映画上位572作品における若者の喫煙シーン曝露量を推計した。その結果、イギリスの若者は、米国よりも28%多く喫煙シーンを見ていることが分かった。これは、米国で成人指定となっているため若者の視聴率が少ない映画が、イギリスでは、誰でも見ても良いレーティング指定されているためである。著者らは、2001-2006年に、イギリスで若者視聴可とされている映画が7-17才の年齢層の子どもに10億回以上の喫煙シーンを見せていると推計している。

これらの研究調査の手法は同じではないが、推計値はそのオーダー(10億回レベル)で一致している。もっともこの数字は実態を大きく過小評価していると思われるが。伝統的なタバコの広告宣伝(テレビCM等)と比べて、数十億回のレベルで放映される映画の喫煙シーンには、ドラマチックかつリアルに若者をタバコ使用に誘う強力なメッセージ性がある。WHO FCTCの施行によってタバコのイメージ宣伝が多くの国で禁止されたため、映画の喫煙シーンは世界中で若者にタバコを吸うことをそそのかす媒体となっている。

参考文献

1. Sargent JD, Worth KA, Beach M, Gerrard M, Heatherton TF. Population-based assessment of exposure to risk

- behaviors in motion pictures. *Commun Meth Meas* 2008;2:134–51. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2613355/>, accessed 10 August 2015.
2. Sargent JD, Stoolmiller M, Worth KA, Dal Cin S, Wills TA, Gibbons FX, et al. Exposure to smoking depictions in movies: its association with established adolescent smoking. *Arch Pediatr Adolesc Med* 2007;161:849–56. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17768284>, accessed 10 August 2015.
3. Titus K, Polansky JR, Glantz S. Smoking presentation trends in US movies 1991–2008. San Francisco, California: University of California San Francisco Center for Tobacco Control; 2009 Research and Education. Available at: <http://escholarship.org/uc/item/30q9j424>, accessed 10 August 2015.
4. Polansky JR, Titus K, Lanning N, Glantz SA. Smoking in topgrossing US movies 2013. San Francisco, California: UCSF Center for Tobacco Control Research and Education; 2014. Available at: <http://www.escholarship.org/uc/item/1n74f4x1>, accessed 10 August 2015.
5. Smoking in the movies (fact sheet). Atlanta, Georgia: Centers for Disease Control and Prevention; 2014. Available at: http://www.cdc.gov//tobacco/data_statistics/fact_sheets/youth_data/movies/index.htm, accessed 10 August 2015.
6. Anderson S, Millett C, Polansky JR, Glantz SA. Exposure to smoking in movies among British adolescents 2001–2006. *Tob Control* 2010;19:197–200. Available at: <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2010/02/27/tc.2009.034991.full.pdf>, accessed 10 August 2015.

付属書 2. タバコ使用シーンを含む最高興行収入映画作品に対する公的援助の状況(2010–2013)

| 国 | 作品本数 ^a | 喫煙シーンのある映画の比率 | 映画補助金(100万米ドル) ^b | 喫煙シーンのある映画に対する補助(100万米ドル) | 映画館での喫煙シーン放映回数(100万回) ^c |
|------------|-------------------|---------------|-----------------------------|---------------------------|------------------------------------|
| オーストラリア(州) | 10 | 5 | 156 | 61 | 6217 |

| | | | | | |
|----------|-----|-----|------|------|--------|
| オーストリア | 1 | 0 | 8 | 0 | 0 |
| カナダ(国・州) | 62 | 20 | 680 | 219 | 3007 |
| チェコ共和国 | 1 | 1 | 12 | 12 | 694 |
| フランス | 7 | 5 | 73 | 37 | 5700 |
| ドイツ | 6 | 5 | 61 | 57 | 772 |
| ハンガリー | 4 | 3 | 70 | 30 | 33 |
| アイルランド | 2 | 1 | 5 | 5 | 32 |
| イタリア | 4 | 4 | 35 | 35 | 732 |
| メキシコ | 3 | 3 | 3 | 3 | 163 |
| ニュージーランド | 7 | 6 | 191 | 175 | 8892 |
| 南アフリカ | 3 | 0 | 29 | 0 | 0 |
| スペイン(地方) | 2 | 2 | 17 | 17 | 195 |
| イギリス | 47 | 25 | 876 | 322 | 12582 |
| 米国(州) | 310 | 172 | 2460 | 1201 | 79883 |
| 合計 | 469 | 252 | 4676 | 2174 | 118984 |

- a. 映画公開後に興行収入上位10位に入った国内制作映画(カナダ、米国)。2010年1月1日～2013年12月31日。
- b. 補助金額を推計するために、公開された興行収入上位映画の製作費に補助率20%を掛けた。名目補助率は地域によって20-40%の幅で異なり、それぞれの補助金制度毎に、受領に「該当」「認定」とされた制作費を基準に算定すると、20%という補助率が最も妥当な補助率であると考えられた。補助金総額の推計に際して、2010-2013年の作品サンプルから、カリフォルニアで制作されたが州の補助金プログラムの対象から除外されたアニメ30作品(7%に喫煙シーンあり)と、7500万米ドル以上の制作費のかかった19ライブアクション作品(21%に喫煙シーンあり)を除外した。2010-2013年にカリフォルニア州の補助金を受けた、全米の補助金総額推計に組み入れられたヒット映画75作品のうち60%は喫煙シーンを含んでいた。
- c. 映画の喫煙シーンばく露回数。米国製の映画とそれ以外の国制作の映画のマーケットシェアを調整し、カナダと米国の映画館客数(13億4千万人)と世界のそれ以外の地域の観客数(22億5千万人)の比率をもとに推定(1)。

参考文献

1. Focus 2014: world film market trends. Strasbourg: European Audiovisual Observatory; 2014. Available at: <https://book.coe.int/eur/en/european-audiovisual-observatory/6010-focus-2014-world-film-market-trends.html>, accessed 10 August 2015.