



Japan Society for Tobacco Control

日本禁煙学会

<http://www.jstc.or.jp/> E-mail desk@nosmoke55.jp
〒162-0063 東京都新宿区市谷薬王寺町 30-5-201
Tel 03-5360-8233 FAX 03-5360-6736

アイコス論文集

Prof Stanton Glantz、UCSF 筆

日本禁煙学会 理事 松崎道幸訳

Karma KcKelvey 氏らは、「アイコスのラベルは消費者を誤解させる」と題した論文で、フィリップモリス・インターナショナル (PMI) が、modified risk tobacco product (MRTP: リスクを低減したタバコ製品)とのうたい文句で、害の少ない製品と称して FDA に提出したアイコスの販売申請の内容が消費者にどのように受け止められているかを詳細に分析した。著者らは、(販売申請理由の眼目である) 紙巻きタバコ喫煙者がすべてアイコスを使用するようになるという PMI の主張にしっかりした根拠がないと結論付けた。さらに、アイコスが「害を低減したタバコ製品」であるという PMI の主張が、消費者は PMI の販売促進活動に誤導されてはいけないという FDA の基準を満たしていないと述べている。

PMI は FDA に対してアイコスが害の少ないタバコ製品であると主張したが、中立的な研究論文は、この主張は消費者を誤導するものであると述べている。Sherine El-Toukhy らは「害の少ないタバコという主張が米国の成人と若者にどのような影響を与えているか」と題した論文で、全米の調査結果によれば、アイコスはシガレットよりも有害物質の量が少ないので健康被害も少ないという主張が、米国の成人と若者に浸透していることが明らかにされた。つまり、PMI の提出した証拠が誤りであっても、FDA がアイコスの有害物質量はシガレットよりも少ないという本質的に誤りである主張を認めて販売を許可したなら、「軽いタバコは害が少ない」というタバコ産業の歴史的な大ウソに加担する轍を踏むことになる。

Amy Nyman 氏らは、アメリカ国内ではアイコスの販促活動が禁止されているにもかかわらず、2016~2017年に、加熱式タバコ製品の認知度が増加し、使用率が倍増していることを報告した。「2016~2017年における米国の加熱式タバコの認知度と使用率」と題した論文では、成人男性と若者に加熱式タバコがよく知られており、特に非白人系住民での使用率が高いと述べている。

PMI が国外でアイコスをどのように販促しているかを知ることは、タバコ対策に非常に有意義である。Elizabeth Hair らは、「加熱式タバコアイコスはどう思われているか：日本とスイスにおける調査」と題した論文で、アイコスが、クリーンで、シックで、ピュアな製品であるという押し出しで宣伝されており、秩序、清潔、他人への思いやりを尊ぶという日本人の価値観と合致していることを指摘している。すなわち、非喫煙者との共存のためにシガレットの代わりにアイコスを吸うというわけである。面白いことに、日本とスイスの調査対象者は、アイコスのタバコ製品としての満足度はシガレットよりも劣っていると感じ、害が少ないという実感もそれほど持っていないが、パッケージは魅力的だと感じているようである。著者らは、アイコスが若者世代を惹きつけている点に注意を喚起している。

さて、韓国の Jinyoung Kim 氏らは「韓国の若者における加熱式タバコ製品アイコスの認識度、使用経験、使用率」と題した論文で、韓国の若い世代のアイコス認識度、使用率が、日本の若者より高いことを報告した。注目されるのは、現在アイコスを使用している若者は、同時にシガレットといわゆる電子タバコも使用する「トリプル・ユーザー」となっており、シガレット使用者はアイコスに乗り換える（からシガレットの禁煙が大きく進むはずだ）というフィリップモリス・インターナショナルの主張が否定されていることである。

これらの論文の知見は、フィリップモリス・インターナショナルが、米国 FDA をはじめ世界中の保健当局に対して述べている、アイコスはシガレット喫煙を減らす役割を果たすという主張を否定する強力な根拠となっている。フィリップモリス・インターナショナル自身が提出したデータをはじめとした調査結果から考えると、もし、(FDA が：訳者追加) アイコスの有害物質排出量がシガレットよりも少ないという主張を承認したなら、アイコスによる健康被害の危険も少ないと世論を誤導することになるだろう。

(もしアメリカで：訳者追加) アイコスの販売が許可された場合、減りつつあるタバコ使用率とタバコによる健康被害が再び増加するだろう。

McKelvey K, Popova L, Kim M, et al

IQOS labelling will mislead consumers. (アイコスのラベルは消費者を惑わす)

Tobacco Control Published Online First: 29 August 2018.

背景：PMI は常にニコチン供給製品の多様化を進めている。PMI は 2016 年 12 月に FDA に、①タバコ関連疾患のリスクを減らし、②有害物質の吸引を減らし、③シガレットから乗り換えることで健康被害を減らすことをうたい文句とした「アイコス」という modified risk tobacco product (MRTP)販売の申請を行った。「シガレットからアイコスに完全に乗り換える」という表現は消費者を惑わせる恐れがある。

方法：アイコスは MRTP であると証明するために PMI が FDA に提出した申請書を精査した。特にシガレットからアイコスに替えると、健康被害が減るといという主張を検証した。

結果：われわれは、①喫煙者は「(シガレットからアイコスに)完全に乗り換える」という言葉の真の意味を理解するはずだ、②アイコスの使用が可能となることによってシガレットを止めようとする意欲がそがれることはない、③シガレットからアイコスに乗り換えた喫煙者は喫煙を完全にやめるはずだという PMI の主張を証明するに足る十分な証拠を提示していないことを見出した。PMI の研究と測定には、方法論上の欠陥があり、研究成績には信用が置けない。

結論：消費者は、シガレット使用者がすべてアイコス使用者となり、健康被害が軽減するという PMI の主張を理解しないだろう。害が減るとい主張はアイコスに害がないと誤解させる恐れがある。

El-Toukhy S, Baig SA, Jeong M, et al.

Impact of modified risk tobacco product claims on beliefs of US adults and adolescents. (害の少ないタバコ製品という主張が米国の若い世代の認識にもたらしている影響)

Tobacco Control Published Online First: 29 August 2018.

目的：米国の法制度では、人々に誤解を与えない限り、有害物質の排出が少ないあるいは健康被害が少ないと主張してタバコ製品の販売促進を行うことが許されている。害が少ないタバコ製品（MRTP）という宣伝が人々にもたらす影響について検討を行った。

方法：われわれは、米国を代表する集団を形成するサンプリング法で成人 4797 名と若者 969 名を抽出した。彼らに加熱式タバコとスヌースに関する情報を伝達し認識がどのように変化するかを調査した。実験 1：MRTP とシガレットの健康被害比較情報伝達。実験 2：MRTP とシガレットの有害物質排出量比較情報伝達。

成績：アイコスなどの MRTP の方が健康被害が少ないという情報を伝えられた場合、成人も未成年者も、MRTP は有害物質の量が少なく、健康被害も少ないという印象を多く持っていた ($p < 0.05$ 、実験 1)。このような印象を持つ大人では MRTP 使用意向が有意に多かった ($p < 0.05$)。MRTP の方が有害物質の量が少ないと伝えられた場合も、MRTP は有害物質の量が少なく、健康被害も少ないという印象であるという回答が有意に多かった ($p < 0.05$)。しかし、この場合、MRTP 使用意向の有意な増加はみられなかった (実験 2)。スヌースについては、加熱式タバコあるいはいわゆる電子タバコなどの MRTP よりも有害物質が多く、健康被害が大きいと回答する者が多かった (実験 1, 2)。

考案：MRTP では有害物質の量が少ないあるいは健康被害が少ないという情報は、MRTP に対する評価に同様の影響を与えていた。健康被害が少ないという情報全くない場合でも、有害物質の量が少ないという情報は、人々に健康被害も少ないという誤解をもたらしていた。これは米国の法律下では許されない事態である。

Nyman AL, Weaver SR, Popova L, et al.

Awareness and use of heated tobacco products among US adults, 2016–2017. (2016～2017 年における米国の加熱式タバコの認知度と使用率)

Tobacco Control Published Online First: 29 August 2018.

背景：加熱式タバコ (HTP) は過去 30 年間にわたり消長を繰り返してきた (Premier, Eclipse, Accord などの銘柄) が、シガレットに替わる製品となることは出来なかった。しかし、最近、新製品が開発され、消費者の嗜好とタバコ製品市場の動向が変化し、健康被害をより少なくしたタバコ製品であれば、米国でも諸外国で流通している HTP の販売を許可する可能性があるという新たな状況が生まれている。本研究では、米国における HTP の認知度と、どのような人々が HTP に関心を持ち、使用経験があるかを調査した。

方法：2016-2017 年期の Tobacco Products and Risk Perceptions Survey に参加した成人およそ 1 万 2 千名を対象として、HTP の認知度と使用経験率を χ^2 乗検定および回帰分析により検討した。

結果：この期間に米国成人の HTP 認知率は 9.3% から 12.4%、使用経験率は 1.4% から 2.2%、現在使用率は 0.5% から 1.1% と有意に増加した。45 歳以下の男性の HTP 認知度は、女性および 45 歳以上の男性より高かった。HTP 使用率は非白人成人、シガレット使用者、ニコチン入り電子タバコ経験者で高かった。

結論：米国人の HTP 認知率、使用率は増加中である。男性と若者、特に人種的マイノリティでこの傾向が強い。HTP の入手が容易となり、健康影響が少ないという言説が広まりつつある現在、喫煙者と非喫煙者における HTP 認知度と使用率の監視が必要である。

Hair EC, Bennett M, Sheen E, et al.

Examining perceptions about IQOS heated tobacco product: consumer studies in Japan and Switzerland. (加熱式タバコアイコスはどう思われているか：日本とスイスにおける調査) Tobacco Control Published Online First: 15 May 2018.

目的：アイコスに対する消費者の印象、態度、行動を調査する。また、若者向けの販売促進戦略を分析する。

方法：Flamingo とのコラボの一環として Truth Initiative が、専門家の意見を収集し、アイコスのパッケージと宣伝マテリアルの記号論的分析を行い、スイス（19-44 歳。2016 年 6 月 6-9 日）と日本（20-39 歳。2016 年 6 月 22-24 日）の 12 の対象群（両国 68 名ずつ）からインタビューを行った。

結果：専門家の意見およびアイコスのパッケージと宣伝マテリアルの分析から、この製品が、クリーン、シック、ピュアを訴求点として売り込んでいることが明らかになった。この戦略は、秩序、清潔、他人への思いやりを尊ぶという日本人の価値観と合致していた。日本では非喫煙者と円滑に付き合うためにアイコスを使うと答えたものが多かった。日本とスイスの調査対象者は、アイコスのタバコ製品としての満足度はシガレットよりも劣っていると感じているが、パッケージは魅力的だと感じていた。アイコスの長所と欠点についていくつかの評価が寄せられていたが、シガレットよりも健康に良いと感じている者はほとんどいなかった。

結論：アイコスは、洗練されたハイテクの魅力的な製品として売り込まれていた。若い世代はこのような立ち位置の商品に関心を示しやすいので、若者にアピールするという点については注意が必要である。アイコスのメッセージの受容度は文化的因子に左右されることが多いため、国によって使用率に差が出ると予想される。

Kim J, Yu H, Lee S, et al.

Awareness, experience and prevalence of heated tobacco product, IQOS, among young Korean adults. (韓国の若者における加熱式タバコ製品アイコスの認識度、使用経験、使用率) Tobacco Control Published Online First: 29 August 2018.

背景：PMI は 2017 年 6 月に韓国でアイコスの販売を始めた。韓国の若者のアイコス使用状況を明らかにするために、認知率、経験率、現在使用率を調査した。

方法：アイコスの販売開始から 3 か月後に、19-24 歳の若者 228 名にインターネット調査を行った。

結果：87 名 (38.1%) がアイコスを知っており、13 名 (5.7%) は使用経験があり、8 名 (3.5%) は使用中であった。アイコス使用者の全員が、シガレットと他の種類の電子タバコを使っている「トリプル・ユーザー」だった。アイコスだけを使用している者はおらず、使用経験のある者のうち一人は、非タバコ製品の喫煙者だった。8 名のアイコス使用者は平均 1 日 9.1 本のシガレットを吸っており、4 名はアイコスのヒートスティックを毎日 10-20 本吸っていた。アイコスを始めた理由は、シガレットより安全だから、あるいはシガレット使用をやめるためであった。シガレット喫煙者は非喫煙者の 4.496 倍アイコス認知率が高く、11.649 倍アイコス使用者となりやすかった。

結論：韓国の若者のアイコス認知率、経験率、使用率は日本よりも比較的高かった。アイコスユーザーはトリプルユーザーとなっており、喫煙者の多くがシガレットを止めてアイコスに乗り換えるようになるというタバコ産業の主張を否定していた。加熱式タバコに関する確固とした結論が得られるまで、政府は加熱式タバコの販売促進活動と害が少ないという主張の流布を制限すべきである。

2018 年 9 月 25 日