



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

2018年8月31日

財務大臣 麻生太郎様
総務大臣 野田聖子様
外務大臣 河野太郎様

一般社団法人 日本禁煙学会 理事長 作田 学

タバコ規制枠組み条約（FCTC）の趣旨にのっとり タバコの宣伝、広告は禁止するべきです（再）

記

昨年7月19日に、塩崎恭久厚生労働大臣（当時）は、「日本ではJTのテレビCMが平気で流れている。これは世界から見ればびっくりする話なんです。タバコそのものの宣伝はしていませんが、喫煙ルームを映していますから、事実上タバコの宣伝と同じです。これは条約違反と言わざるを得ません。条約を仕切っている外務省が、きちっと、タバコ業界の監督官庁である財務省に言わなければいけないんだと思います」と、述べています。

【出典】ビジネスジャーナル 2017年8月18日

http://biz-journal.jp/2017/08/post_20234.html

タバコ規制枠組条約（FCTC）は、まず目的と一般的な原則のみを決めて締結し、その細目はコンセンサス方式で議定書や付属書・ガイドラインによって決定し、これによって各国を法的に拘束するものであります。もちろん、ガイドラインは日本政府も同意しており、条約と一体のものであります。しかし、外務省はガイドラインを翻訳すらしていません。

世界の各国は、日本を除き、FCTCのガイドラインを守っています。ちなみに、第13条のガイドラインには、タバコ宣伝、販売促進、スポンサー行為の包括的禁止として、以下のものがあげられています。

- ・すべての宣伝、販売促進、ならびにスポンサー行為（例外は認めない）
- ・直接的ならびに間接的な宣伝、販売促進、スポンサー活動
- ・販売促進を目的とした行為、ならびに販売促進効果をもたらすあるいはそのおそれのある行為
- ・タバコ製品ならびにタバコ使用行為の奨励
- ・営利を目的とした情報伝達ならびに奨励、活動
- ・あらゆるイベント、活動あるいは個人に対するあらゆる形の寄贈
- ・タバコブランドネームやタバコ産業そのものの売り込みのための宣伝ならびにプロモーション活動
- ・従来からある情報提供手段(印刷・テレビ・ラジオ)およびインターネット、携帯電話、映画を含むあらゆる形のニューテクノロジーを用いた情報提供手段

最近、JTはテレビコマーシャルとして子どもたちも見ると同時に、あたかもタバコを吸うかのようなコマーシャルを出しており、大変問題であると考えております。タバコ会社の宣伝・広告は、自主規制のみのままですが、政府でしっかり禁止すべき時期でしょう。それがFCTCの求めているところです。

- 外務省・財務省は、現在のタバコ広告の正当性を、次のように主張しています。
- ・日本は憲法上の原則のために、タバコ広告に包括的な禁止を行える状況にない
 - ・憲法第22条で「営業の自由」、第21条で「表現の自由」を保障しているからだ
 - ・FCTC13条は「自国の憲法又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は、あらゆるたばこの広告、販売促進及び後援に制限を課する」としており、日本は「包括的禁止」ではなく「制限を課す」だけで良いはずだ
 - ・日本は、きちんと「制限を課している」

しかし、「制限を課している」と主張されますが、しっかり制限されておられません。現在テレビで流されているCMは、財務省告示や自主基準にも違反しています。

①財務省告示

- ・「未成年者の注意を惹くことがなく」に違反
- ・「たばこが健康に及ぼす悪影響に関して誤解を招かない」に違反
- ・「幅広く積極的に喫煙を勧めるような広告内容や広告方法」に違反
- ・「成人のみを対象とすること」に違反

②自主基準

- ・「特定の製品及びブランドを想起させる」に該当し違反：
「火を使わない」「煙の出ない」と言い、またCMで手にしている「tomorrow」の長さは通常の紙巻シガレットより明らかに長く、特定の製品「Ploom Tech」を想起させる。
<https://m.youtube.com/watch?feature=share&v=JOiQ7DAUsZ0>
- ・テレビ媒体を用いて、上記の宣伝・広告を行っていること 等々

上記のごとく、本件が財務省告示・自主基準に違反していることは明白であり、たばこ事業法40条3項「勧告」・4項「公表」の対象として、勧告などの行政上の対応、速やかな改善を求めます。

日本のタバコ広告はこのように「制限を課している」とは、到底言えない状況であり、たばこ事業法の勧告や公表では、規制として足りず不十分であります。

自主規制に任せているだけでは、国民の健康と命を守ることはできず、タバコ規制枠組条約（FCTC）の趣旨にのっとり、タバコの宣伝・広告は速やかに禁止すべきです。

これは昨年8月24日にお送りしましたが、また再送いたします。

以上