

<< 北品川禁煙通信 >>

第10号：オーストラリアの快挙

世界初のブレインパッケージ法制化



今年(2012)の12月1日から、オーストラリアでは世界で初めて国内で販売されるすべてのタバコの包装(パッケージ)が上の写真のような『ブレインパッケージ』になります。

ブレインパッケージとは、以前の禁煙通信(第6号)でも取り上げましたが、タバコのパッケージからブランドイメージを排除しそこにタバコの害を警告する写真入りメッセージを加えたものです。ブランドの排除とはすなわちそのタバコ製品特有の色使い・画像・ロゴそしてトレードマークなどを使わないことであり、製品の名前は上の写真のように決められた位置に決められた大きさとフォントで印刷されるのみです。つまり消費者はこの部分のみで銘柄の判別をするわけです。

ブレインパッケージの歴史

そもそもは1989年のニュージーランドでこの概念は生まれたと言われています。1990年代にはカナダにおいて議会がその有効性を認めてたばこ消費減少の手段として導入を検討しましたが、この時はタバコ産業の妨害工作によって議案が流れてしまいました。今回オーストラリア政府がこのブレインパッケージを法制化しようとした時も再びタバコ産業が立

ちふさがり今度は裁判に打って出ましたがオーストラリアの連邦最高裁はタバコ産業側の訴えを棄却したのです。こうして世界で初めてブレインパッケージがオーストラリアで実現することになりました。

ブレインパッケージのねらい

ブレインパッケージはまだ世界中のどの国でも実施されていませんのでその効果は現時点では不明です。しかし、次の事が期待されています。

1. 喫煙者を禁煙に導く
2. 未成年を喫煙から守る
3. 受動喫煙を減少させる

現在喫煙している人は、タバコを取り出すたびにタバコの害を伝えるシリアスな画像を否が応にも目に入るわけですから止めようという気持ちが起こりやすくなるでしょう。また、こうした冴えないパッケージに対するネガティブなイメージがひいては喫煙に対する悪い印象を増幅するでしょうし、このパッケージを人前で出すのが恥ずかしいと思えば吸うのが面倒くさいと思うようになるかも知れません。

多くの研究やタバコ産業の内部資料から明らかになっていることは、人目を引く華やかなタバコパッケージは重要な販売促進の手段であるということです。「タバコによる健康被害で早死にしてゆく大人による販売減は未成年で埋め合わせる」これがタバコ産業の基本戦略です。未成年の目には大人になることへの憧れをこうしたタバコに重ね合わせる傾向があるためタバコ産業はカッコいいパッケージデザインに力を入れてきました。今後、それが出来ないとすれば若者のタバコへの印象はカッコ悪いものへと変わるかもしれません。また、可愛いパッケージで女性層の取り込みを図っているどこかの国のタバコ会社のようなマネはもう出来ないという事です。(コンビニのレジの前に行けば分かります)

こうした負のイメージを負ったパッケージならば人前で出すのはばかられることでしょうから周囲の人の受動喫煙の

健康被害も減少することが期待されます。

以上のように、ブレインパッケージにすることで喫煙者の行動に変化をもたらし、結果的にたばこ消費の減少につながる事が期待できるというわけです。

一方で、当然タバコ産業からはブレインパッケージに対して猛烈な反発があり、商品販売の自由を奪う不当な法律であるとか不正なタバコの売買が増加するなどの批判が寄せられてきました。その最たるものが冒頭でご紹介したオーストラリアの訴訟でした。しかし、オーストラリアの最高裁はタバコ産業の利益よりも国民の健康を優先させたのです。

今後の展開

今回のオーストラリアの決定を、欧米特にカナダ・ニュージーランド・アメリカ・イギリス、もちろんオーストラリアの各メディアはトップ級の扱いで報じました。そしていま、世界中の国々がこの結果に注目し、追随しようとしています。

カナダ・ノルウェイ・インドでは今年の 8 月の時点でブレインパッケージの導入を検討中であり、イギリスでは 'Plain Packs Project' や 'The Answer Is Plain' などの政府のキャンペーンが昨年より展開されています。EU では今年の末までには何らかの動きがありそうです。

タバコ産業にとって、今回のオーストラリアの最高裁の決定は大変重要な意味を持ちます。彼らは戦々恐々としているでしょう。なぜなら、このブレインパッケージが全世界に広がる可能性があるからです。もちろん、これまでも法的拘束力を持つタバコ規制は WHO のタバコ規制枠組み条約 (FCTC) に則りいろいろと実施されてきました。しかし、それらは主として先進国での話であり、たばこ産業はそうした先進国の規制を逃れて途上国でのビジネスをしたたかに加速させています。今回のブレインパッケージの導入にはインドが含まれていることに注目してください。インドは世界有数のタバコ生産及び消費国でありいわゆる「途上国」と見なされてきましたが、このブレインパッケージの動きに敏感なのです。もし、インドでもブレインパッケージが実現すればこの流れはアフリカ諸国など他の途上国でも広がる可能性があるという事であり、タバコ産業にとってそれは脅威です。もちろん、日本において

も遅から早かれブレインパッケージ化への流れが起こるでしょう。

しかし、その前にまず、電力の無駄遣いでしかないタバコの自動販売機の撤廃やコンビニでの派手なタバコの陳列禁止、そして町中に溢れる JT 灰皿の設置阻止など我々がやらなければならないことは少なくありません。禁煙運動をしているしていないに関わらず、まず一般市民としてこうしたタバコの現実についてもっと関心を持つべきです。そして、未来を担う次の世代をタバコ被害から守るべきなのです。

JT の NPO 助成事業は国際条約違反！

JT (日本たばこ産業) はこれまで数々の FCTC 違反をやらかしていますが、これもその一つです。もう何年も前から『より良い社会を築いていくために』と称して全国の NPO 団体に一団体当たり 150 万円までの助成を行っています。因みに 2012 年度は 45 の団体に現金の供与が行われていますが、その対象はほとんどが小中学生を中心とした未成年です。表向きには『次世代の人材を育成する』などと言いながら実は喫煙予備軍の育成を行いたいのです。実際にこれらの NPO 活動に JT はどのように関わっているのでしょうか。2011 年度に沖縄の NPO が行ったサンゴの保護活動の例では、活動に JT 沖縄支店の社員が 3 人参加しており、子供たちと一緒にサンゴ苗の植え付けを行うと同時にその苗の横に JT のロゴ入りのプレートを置いていくというとてもない事を行います。金だけ出して口も手も出さないというのならいざ知らず、これは紛れもなく助成と言う名を借りた宣伝行為・洗脳行為です。我々国民はこうしたことも知らされていないのです。こうした JT の悪行を叩くマスコミがないからです。そのかわりに国民が見せられるのは、『ひとのときを想う』などという体裁のいい CM ばかりです。ここに、私が禁煙通信を発効するひとつの理由があります。

JT が本当に地球環境や次世代の人材の事を想うなら、タバコを売らないことが一番です。