

2024年「卒業研究」

東京経済大学コミュニケーション学部 山田晴通ゼミ

松本 滉生「たばこ広告とたばこ規制

この論文では、たばこ広告とたばこ規制について述べる。そして、以下の三つの点に焦点を当てる。第一に、たばこ広告規制が喫煙行動に与える影響を明らかにする。第二に、たばこ税が喫煙抑制や社会経済に与える影響を分析する。そして第三に、これら二つの政策手段を統合的に検討し、より効果的な規制の在り方を提案することである。これにより、公衆衛生の向上を目指す政策設計に貢献することを目指す。結論として、これらの提言を述べることとする。

第1章では、たばこ広告の歴史とその社会的影響を検討する。日本のたばこ広告は日本たばこ業界によって規制されている。広告規制は、20歳未満に対しての規制であり、たばこのCMでは「たばこがかっこいい、ダンディ」のイメージをいかにも表しているようだった。広告は若者の喫煙行動に影響があると考えられ、また、映画の喫煙シーンが若者の喫煙を促進していることも分かった。加えて、紙巻きたばこは広告規制されているが、加熱式たばこは喫煙具として認識されており、インターネット広告は紙巻たばこのような規制されていないと判明した。

第2章では、たばこ税の役割とその経済的・社会的影響を分析する。たばこ税は喫煙率の低下と、公衆衛生の向上を目的としている。さらに喫煙率は年々下がっているが、たばこ税は毎年2兆円を超えることが分かった。このため、喫煙者が減少するとたばこ税が上がり、と予想される。さらに、たばこが原因だと考えられる病気にかかり医療費が約1兆6900億円かかっており、たばこ税の引き上げによってこのコストを下げるができることと考える。

第3章では、日本の現状を踏まえた規制政策の課題と提言を示す。加熱式たばこは喫煙具として認識されていることや、海外と比べると日本のたばこ税が低いことも明らかになった。さらに、日本は受動喫煙対策があいまいであり、海外の受動喫煙対策では厳しい対策を取っている国があることがわかった。日本の禁煙対策では、禁煙治療後のフォローアップがないことなどが課題として見つかった。

結論と提言では、本論文のまとめを述べるとともに、提言を述べる。まとめとして、たばこ広告規制と第一に、たばこ広告規制を強化、第二にたばこ税の引き上げ、第三に受動喫煙防止対策をさらに強化、加熱式たばこなどの対応を強化、最後に国際協力を強化などが提言として述べている。本研究により、たばこによる健康被害を最小化し、社会全体の福祉を向上させる持続可能な社会の実現に寄与することが期待される。本研究がその一助となることを願っている。