

## 製造たばこに係る広告を行う際の指針(案)

近年のたばこと健康をめぐる国民の意識の高まり、世界保健機関(WHO)におけるたばこ規制枠組条約の採択、主要国のたばこに関する規制の状況など、喫煙をめぐる環境は大きく変化している。

これらの点を踏まえ、製造たばこに係る広告(以下、「たばこ広告」という。)を行う者が、より一層、未成年者の喫煙防止及び製造たばこ(以下、「たばこ」という。)の消費と健康との関係に配慮するとともに、たばこ広告を過度にわたらないように行うことを目的として、旧指針を改正し、ここに新たな指針を定めるものである。

### 1. 全体的指針

たばこ広告を行う際には、未成年者の喫煙防止に十分配慮し、広告が過度にわたり幅広く積極的に喫煙を勧めることのないよう留意しなければならない。また、たばこの健康に及ぼす悪影響に関する情報を適切に提供することにより、個人が自己責任において喫煙を選択するか否かを判断するための環境整備に資するよう心がけなければならない。

このような考え方にに基づき、以下の点に沿ってたばこ広告等を行うものとする。

#### (1) 未成年者の喫煙防止への配慮

未成年者の喫煙防止の必要性を十分勘案した上で広告場所を選ぶなど、広告方法に配慮すること。また、たばこ広告の内容についても未成年者の注意を惹くものでないなど、未成年者を対象としないとともに、未成年者の喫煙が禁止されていることについて注意を喚起すること。

#### (2) たばこの消費と健康との関係についての配慮

たばこが健康に及ぼす悪影響に関して誤解を招かないよう配慮するとともに、喫煙と健康との関係に関して適切な情報提供を行うこと。

#### (3) たばこ広告が過度にわたらないことへの配慮

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等を避けること。

#### (4) その他

たばこ広告以外の喫煙を促進させるような販売促進活動等に関しても、本指針の趣旨を踏まえて配慮すること。また、情報通信手段の進展等に伴い、たばこ広告等が国境を越えて伝達される可能性が高まることに留意すること。

### 2. 媒体別指針

1. に掲げる指針を踏まえた上で、以下の点に沿って媒体別のたばこ広告等を行うものとする。

#### (1) テレビ、ラジオ、インターネット等におけるたばこ広告

成人のみを対象とすることが技術的に可能な場合を除き、行わないこと。

#### (2) 新聞紙、雑誌その他の刊行物におけるたばこ広告

主として成人の読者を対象としたものに行うこととし、その場合においても、日刊新聞紙については、その影響力に鑑み、広告方法等に配慮すること。

(3) ポスター、看板及び建物その他の工作物等（電車、自動車等を含む。）に掲出され又は表示されるたばこ広告

たばこの販売場所及び喫煙所において行う場合を除き、公共性の高い場所では行わないこと。

(4) 見本たばこ、チラシ、カタログ、パンフレット等の配布

成人に限定して行うとともに、公共性の高い場所では行わないこと。

(5) 販売促進企画（催し等の実施、販売促進物品の提供及び懸賞キャンペーンの実施等をいう。）

成人を対象としたものに限定して行うこと。

(6) 後援（スポンサーシップ）

出場者及び運営に従事する者がすべて成人であり、かつ主として成人を対象とした催し等に限定して行うこと。また、放送されることを目的とした催し等に対しては、行わないこと。

### 3．喫煙と健康との関係に関する適切な情報提供の指針

たばこ広告の中には、以下の(1)から(5)に掲げるたばこの消費と健康との関係に関して注意を促す文言を、明瞭に、読みやすいよう表示するものとする。ただし、面積が著しく小さい広告その他の(1)から(5)に掲げる文言の全部を表示することが困難な広告については、この限りでない。

(1) 「喫煙は、あなたにとって肺がんの原因の一つとなり、心筋梗塞・脳卒中の危険性や肺気腫を悪化させる危険性を高めます。」

(2) 「未成年者の喫煙は、健康に対する悪影響やたばこへの依存をより強めます。周りの人から勧められても決して吸ってはいけません。」

(3) 以下に掲げる文言のうちの1つ

「妊娠中の喫煙は、胎児の発育障害や早産の原因の一つとなります。」

「たばこの煙は、あなたの周りの人、特に乳幼児、子供、お年寄りなどの健康に悪影響を及ぼします。喫煙の際には、周りの人の迷惑にならないように注意しましょう。」

「人により程度は異なりますが、ニコチンにより喫煙への依存が生じます。」

(4) たばこ事業法施行規則第36条第2項の規定により同規則別表第3に掲げる文言

(5) たばこ事業法施行規則第36条の2第1項の規定により表示される文言

### 4．本指針の対象に含まれない広告

喫煙を促進しないような、企業活動の広告、喫煙マナー及び未成年者喫煙防止等を提唱する広告については、本指針の対象に含まれない。