

# WHO담배규제기본협약 비준국 국제교류 및 국내담배관련법의 제도정비

The Results and Implications from the Third Conference of  
the Parties to the WHO FCTC and System Improvement of  
Tobacco Related Regulation (Law) in South Korea

**보건복지가족부**

Ministry for Health, Welfare and Family Affairs

**한국보건사회연구원**

Korea Institute for Health and Social Affairs



## 제 출 문

보건복지가족부장관 귀 하

이 보고서를 “WHO담배규제기본협약비준국 국제교류 및 국내담배관련  
법의 제도정비” 과제의 결과보고서로 제출합니다.

2008 . 12. 30.

총괄주관기관 : 한국보건사회연구원

연구책임자 : 최 은 진

연 구 원 : 서 미 경

연 구 원 : 이 영 미

연 구 원 : 노 정 미

연 구 원 : 박 현 진

자문 : 보건복지가족부

건강정책국장 : 류 호 영

건강증진과장 : 신 승 일

사무관 : 백 수 현

법제도 개선 연구기관 : 한양대학교

연구책임자 : 황 성 기

연 구 원 : 이 희 정

연 구 원 : 정 호 경

연 구 원 : 이 현 욱



# 목 차

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| Abstract .....                   | 1   |
| 요 약 .....                        | 7   |
| 제1부 : WHO담배규제기본협약 비준국 국제교류 ..... | 43  |
| 제1장 서 론 .....                    | 45  |
| 제1절 연구의 필요성 및 목적 .....           | 45  |
| 제2절 연구의 내용 .....                 | 48  |
| 제3절 연구의 방법 .....                 | 49  |
| 제4절 연구의 기대효과 .....               | 50  |
| 제2장 담배규제기본협약의 경과 .....           | 51  |
| 제1절 WHO 담배규제기본협약(FCTC)의 역사 ..... | 51  |
| 제2절 제3차 당사국총회 .....              | 54  |
| 제3절 제3차 총회에서 완료된 가이드라인 .....     | 64  |
| 제3장 협약 이행 평가도구 및 이행현황 .....      | 83  |
| 제1절 협약이행보고서의 도구 .....            | 83  |
| 제2절 당사국의 FCTC 이행 현황 .....        | 85  |
| 제3절 주요 국가의 담배규제 동향과 시사점 .....    | 91  |
| 제4절 우리나라의 주요 협약이행 현황 .....       | 124 |

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 제4장 결론 .....                                           | 134 |
| 제1절 제3차 당사국총회의 성과 .....                                | 134 |
| 제2절 향후 비준국 국제교류의 방향 .....                              | 135 |
| 참고문헌 .....                                             | 138 |
| 부    록 .....                                           | 139 |
| 제2부 : 담배규제관련 국내법 제도 정비 및 지원: (가칭)‘담배규제법’시안을 중심으로 ..... | 245 |
| 담배규제법(안)의 내용 및 해설 .....                                | 247 |
| 제1절 담배규제 및 금연법령의 체계적 정비 필요성 .....                      | 247 |
| 제2절 담배 규제 및 금연 법령의 체계적 정비방안 .....                      | 248 |
| 제1장 총칙 .....                                           | 251 |
| 제2장 담배의 제조 및 유통 규제 .....                               | 266 |
| 제3장 담배의 포장 및 표시 규제 .....                               | 293 |
| 제4장 광고·판매촉진 및 후원의 제한 .....                             | 306 |
| 제5장 금연을 위한 각종 조치 .....                                 | 319 |
| 제6장 벌칙 .....                                           | 328 |

## 표 목 차

|          |                                        |     |
|----------|----------------------------------------|-----|
| 〈표 2- 1〉 | 담배규제기본협약, 의정서, 가이드라인 개발 현황 .....       | 65  |
| 〈표 3- 1〉 | 협약이행보고를 위한 1차도구 및 2차도구의 비교 .....       | 83  |
| 〈표 3- 2〉 | 국가별 금연구역 확대 정책 비교 .....                | 97  |
| 〈표 3- 3〉 | 주요 국가의 그림경고 도입 현황 .....                | 99  |
| 〈표 3- 4〉 | 국가별 흡연경고 비교 .....                      | 105 |
| 〈표 3- 5〉 | 국가별 담배 광고·후원 규제에 관련된 법적 조항 비교 .....    | 110 |
| 〈표 3- 6〉 | 국가별 국제담배가격 및 담배세율 비교 .....             | 112 |
| 〈표 3- 7〉 | 국가별 금연지원프로그램 비교 .....                  | 117 |
| 〈표 3- 8〉 | 지속가능한 정책적 개입의 유형(MPOWER1)를 중심으로) ..... | 122 |
| 〈표 3- 9〉 | 연도별 대상자별 금연캠페인(2005~2008) .....        | 128 |
| 〈표 3-10〉 | 우리나라의 FCTC 이행관련 법제도 비교 .....           | 130 |
| 〈표 3-11〉 | 우리나라 금연정책과 성인흡연을 변화 .....              | 133 |





## Abstract

### The Results and Implications from the Third Conference of Parties to the WHO FCTC and System Improvement of Tobacco Related Regulation (Law) in South Korea

The purpose of this report was to analyze the World Health Organization's Framework Convention on Tobacco Control and draw implications for policy development in Korea. It is to provide policy recommendations to Korean policy makers that deal with tobacco control policy, anti-smoking program providers and health professionals.

This report consisted of two parts. The first part of this report included summary of the results of the third Conference of the Parties(COP3) of the FCTC, and implications for the Korean tobacco control policy. Authors reviewed draw implications from tobacco control policies in foreign countries.

The second part of this report included review of tobacco related laws and regulations in Korea. Authors reviewed principles of the constitution, tobacco related laws and cases related to tobacco litigation in Korea. They suggested a harmonized legal system to implement the FCTC more effectively.

The Republic of Korea signed the Framework Convention on Tobacco Control on July 21, 2003, and ratified the FCTC on May 16, 2005. The Korean government has the obligation of implementing the FCTC. The following summary includes the recent achievements the Korean tobacco control policy has made.

## A. Legal and Institutional Achievements

### \* National Health Promotion Act enacted (1995)

The Korean smoke-free policy has been actively promoted since the 1995 enactment of the National Health Promotion Act. Article 8 of the Act stipulates, 'Central and local governmental organizations shall educate and inform the public about the negative impact of direct / second hand smoke and excessive drinking on their health <revised on Sep. 27, 2006>.' The Tobacco Business and Youth Protection Acts concern tobacco control laws.

### \* A comprehensive smoke-free plan established (2001)

Since the president ordered the establishment of a comprehensive smoke-free plan, the government's interest in 'no smoking' has increased. Korea Tobacco and Ginseng Corp. became a private company in 2001 and has labeled tar and nicotine content on the tobacco package since 2002. No-smoking areas were further expanded in April 2003, and an adult verification system was installed in cigarette vending machines in 2004.

### \* Cigarette prices increased for tobacco control (2004)

By signing the treaty of FCTC, the Korean government increased cigarette prices in December 2004 for the tobacco control purpose, not the tax revenue purpose. As a part of its aggressive pricing policies, the government has decided to stop selling tax-free cigarettes for soldiers by 2009.

### \* Smoking-free areas expanded (2006)

The smoke-free areas have been expanded to small offices, factories, and local government buildings due to the revision of the Enforcement Regulations of the National

Health Promotion Act in 2006. It has been recommended for facilities that are not yet designated as 'smoke-free areas', smoking areas should be separated using partition or screen.

\* Cancer-causing ingredients to be labeled on tobacco packages (2008)

Besides the tobacco health warning label, labeling the cancer-causing ingredients have been required on tobacco packages as of December, 2008. The sentence - 'Cigarette smoke contains cancer-causing substances such as naphthylamine, nickel, benzene, vinyl chloride, arsenic and cadmium' - is clearly written on the front and back of the cigarette pack (Since December 15, 2008).

B. Education, Communication, and Public Awareness Campaigns

○ Smoke-Free Campaign

- 2005

The stop-smoking campaign was promoted through the mass media based on IMC strategy in consideration of the influential factors on smoking by gender, age and occupation.

- 2006

Slogans have been in use since 2006 to propose major guidelines in smoke-free projects

○ Celebrity Marketing

- 2006

With the celebrity marketing strategy, great attention was drawn from the public and a

message was delivered to the target consumers more efficiently.

- Social Network Marketing

The first smoke-free support club (mostly college students) was formed in 2007, and the smoke-free support culture has been more specified and better organized by recruiting members of the second smoke-free support club in 2008. The establishment of a social network is significant in that the smoke-free movement can now be promoted by a private organization as well as by the central government.

- The Secondhand Smoke Awareness Campaign

Nationwide anti-smoking campaigns informing the public about the risk of the secondhand smoke through TV commercials started in 2007. In 2008, the 'Say NO!' campaign which aims to make non-smokers speak out and be active against the secondhand smoke was launched.

- Culture Marketing

A smoke-free message was delivered based on cultural approaches such as development of creative stories and animation for the prevention of smoking (2005), women quit-smoking center (2007) and the anti-smoking theme park (2008).

### C. Smoke-free policy based on treatment and counseling

- Operation of stop-smoking clinics in 254 public health centers nationwide

Since 2005, the Korean government has provided free anti-smoking counseling and treatment in 246 public health centers nationwide (254 public health centers as of 2008). A total of 300,000 smokers (as of 2008) have annually received free anti-smoking

counseling and treatment services (ex: Nicotine replacement therapy, bupropion therapy) for 6 months.

D. Smoke-free policy through collaboration: Smoke-free policy in cooperation with civil anti-smoking organizations

The efficiency of anti-smoking policy has been improved and assisted by civil anti-smoking organizations. In addition, the smoking cessation participation rates have increased because smoking cessation has been satisfied participants' needs through variety of anti-smoking programs.

- Collaboration of no-smoking projects between the central government and the local government - No-smoking campaigns through public health centers

Public health centers have promoted a variety of anti-smoking activities such as the creation of an anti-smoking environment and facilitation of smoke-free campaigns and education as well as the operation of anti-smoking clinics. The Korean government has also promoted effective anti-smoking policies by cooperative network between the central government and the local organizations.

- Portal-based online network:

The on-line No-Smoke Guide is Korea's most famous anti-smoking web portal that provides a variety of anti-smoking related information and online programs. To provide useful information and services in an efficient and systematic way, the anti-smoking website has been operated since January 2002. (<http://www.nosmokeguide.or.kr>)

#### E. Future direction

- The Korean government has been successful in decreasing tobacco use among male adults during the past decade. However, recent statistics and researches have shown that female smokers and adolescent smokers are increasing in addition to the slow decrease in male adult smoking. Still many young people have been exposed to secondhand smoke. It was anticipated that we needed strengthened measures and new measures for the changing tobacco epidemic.

## 요 약

### 제1절 서론

#### 1. 연구의 배경

- ☐ 담배규제기본협약(Framework Convention on Tobacco Control; 이하 FCTC)은 World Health Organization가 주관하는 첫번째 조약임. 높은 수준의 건강권을 확보하려는 근거중심의 조약이며, 약물의 중독성 문제만을 제기하는 것이 아니라 공급과 수요의 감소를 중요시한다는 데 의의가 있음.
- ☐ 흡연인구증가에 영향을 주는 주된 요인을 담배회사의 초국가적인 마케팅전략에서 찾고, 담배회사의 초국경 광고 및 판촉, 국제적 마케팅, 자유무역, 투자방식의 변화, 담배의 불법거래 등을 포함함.
- ☐ 담배규제기본협약은 2차례의 실무회의와 6차례의 협상회의를 거쳐 2003년 5월 21일 제53차 보건총회(World Health Assembly)에서 192개 WHO 회원국의 만장일치로 채택되었음. 2004년 11월 30일 협약 발효의 필요조건인 40개국이 비준함으로써 2005년 2월 27일부터 발효되었음. 2008년 11월 28일 기준 담배규제기본협약에는 168국이 서명하고, 161개국이 비준하였음.
- ☐ 우리나라는 2003년 7월 21일 협약에 서명하였으며, 2005년5월 비준하였음. 우리나라가 비준국이 됨에 따라 비준일 기준 90일 이후부터 FCTC 이행의무가 부여되었음. 담배규제기본협약에 따라 국내법제도를 수정하여야 함.
  - 제11조 담배제품의 포장 및 라벨에 대한 규제 : 협약 발효 3년 이내 ⇒ 2008년
  - 제13조 담배제품의 광고, 판촉 및 후원에 대한 전면적 금지 또는 규제 : 협약

발효 후 5년 이내 ⇒ 2010년까지

- 제21조 이행보고서 제출 : 협약 비준 후 2년, 5년차, 8년차에 제출(우리나라는 2007년 첫번째 이행보고서 제출, 2010년 두번째 이행보고서 제출예정)

## 2. 연구의 목적

본 과제는 FCTC 비준국으로서 협약이행과 총회를 지원하고, 국내법제도의 개선방안을 연구하는 데 목적이 있음. 세부목표는 다음과 같음.

- ☐ 담배규제기본협약안을 분석하고, 협약의 이행과 더불어 요구되는 정책과 법제도의 개선방안을 마련함.
  - 당사국총회의 의제를 분석하고, 관련된 국내외 동향을 분석함.
- ☐ 세계보건기구의 담배규제기본협약과 관련하여 새로이 개발되는 가이드라인에 대한 우리 정부의 입장을 분석하고, 이행방안의 개발을 지원함.
- ☐ 담배규제기본협약의 국내 적용을 위하여 우리나라의 담배 관련 제반 법령들을 검토하고, 국내외 법제도 개선현황을 분석하여, 우리나라의 법제도의 개선방안을 제시하고자 함.

## 제2절 연구사업의 내용

- ☐ WHO 담배규제기본협약의 이행 관련 국내외 동향을 분석함.
  - 제3차 당사국총회 관련 의제에 대한 우리 정부의 대응방안 개발을 지원함.
  - 해외 협약 이행국가들의 협약이행수준을 검토하고 사례를 수집하고 분석함.
  - 세계보건기구의 담배규제기본협약과 관련하여 새로이 제기되는 현안에 대한 우리 정부의 입장을 분석하고, 이행방안의 개발을 지원함.



- 담배규제기본협약의 이행을 위해 필요한 법제도의 개선방안을 연구함.
  - 담배규제기본협약의 기본내용에 대한 법리적 해석
  - 담배규제 관련 국내법령의 현황 및 문제점 분석
  - 국민건강증진법과 담배사업법 등 담배규제기본협약 이행과 관련된 법제도의 검토를 통해 협약과 관련한 국내 담배 규제 정책의 현황을 고찰
  - 담배규제 관련 주요 해외 법제도 현황 분석
  - 담배규제기본협약의 제시하는 기준에 부합하는 단일의 (가칭)‘담배규제기본법(안)’ 제시

### 제3절 연구의 방법

- 관계 공무원 및 전문가로 구성된 담배규제기본협약(FCTC) 자문위원회를 구성하여 운영함.
  - 법제도, 교육과 홍보, 상담치료 등 분야별로 담배규제기본협약의 내용을 분석하고, 담배규제기본협약의 내용이 국민건강에 미칠 영향을 분석하여 대책을 개발함.
  - 협약에 대한 우리정부의 대응방안을 개발함.
  - FCTC 회의에서 분야별 회의에서 우리 정부측의 입장을 정리함.
- 관련 연구자료 및 국내외 금연정책자료의 수집 및 분석
  - WHO가 제공하는 각종 문헌과 관련 사이트 분석
  - 당사국 총회 참석 등을 통해 국내외 담배 관련 제도 및 정책 자료수집

## 1. FCTC 협약의 경과

### □ FCTC 협약 개발의 역사

- 1995년 제48차 World Health Assembly에서 담배규제를 위한 국제적인 도구 제안
- 1996년 제49차 World Health Assembly 사무총장으로 하여금 WHO Framework Convention on Tobacco Control 개발을 요청(WHA49.17)
- WHO 사무총장인 Dr Gro Harlem Brundtland가 국제적인 담배규제를 제안한 뒤 1년 후에 1999년부터 본격적인 담배규제기본협약의 개발이 시작됨.
- 1999년 5월 제52차 World Health Assembly 에서 담배규제기본협약의 추진을 제안하였고, 국가간협상체, Technical Working Group 설치
- 2000년 10월 제1차 국가 간 협상회의(first session of the Negotiating Body)
- 2001년 4~5월: 제2차 국가 간 협상회의 및 첫번째 초안 개발 11월: 제3차 국가 간 협상회의 및 초안수정
- 2002년 3월: 제4차 국가간협상회의 새로운 의장초안 작성(new Chair's text)  
7~8월: UN headquarters(New York, USA)에서 담배불법무역에 대한 국제회의개최(international technical conference on illicit trade in tobacco products)  
10월: 제5차 국가 간 협상회의 협상주제는 광고, 판촉, 후원, 재정 자원, 불법 무역, 책임과 보상문제, 포장 및 라벨, 무역과 건강 등임.
- 2003년 2~3월: 제6차 최종 국가 간 협상회의 및 제56차 세계보건총회에 제출  
5월: 56th World Health Assembly 에서 만장일치로 채택  
6월: 회원국의 서명을 받기 시작함(one year signature period)  
7월: 담배와 건강 국제회의(World Conference on Tobacco or Health, Helsinki)에서 이종욱 사무총장이 모든 국가의 협약서명을 촉구함.

#### □ 당사국 총회 연혁

- 첫 번째 당사국 총회는 2006년 2월 6일~2월 17일 스위스 제네바에서 개최함.
- 두 번째 당사국 총회는 2007년 6월 29일~7월 6일 태국 방콕에서 개최함. 제3차 당사국총회는 2008년 11월 17일~22일 남아프리카 공화국 더반에서 개최됨. 1차에서 3차 총회까지는 매년 개최되었으나, 이후 총회부터는 2년마다 개최될 예정이다. 제4차 총회는 2010년 하반기에 우루과이에서 개최될 예정임.

#### □ 담배규제기본협약의 구성

- 구성: 기본협약인 모조약에는 기본적인 원칙만을 포함하고 의정서, 부속서, 별도의 약정, 국내법에서 구체적인 이행사항 규정 등이 포함되어 있음.
- 담배규제기본협약의 내용은 총11장 38조항으로 구성되어 있음. 주요 내용은 담배규제기본협약의 목적, 담배수요감소조치, 담배공급감소조치, 환경 및 건강보호조치 등을 포함하고 있고, 조약의 형태는 여타 다자조약과 비슷한 구성을 하고 있음.
- 내용 : 총 38개 조항
  - 일반의무 원칙(1~5조)
  - 담배수요감소조치(6~14조) : 가격조정, 금연구역, 담배제품의 성분, 포장 및 라벨, 교육 및 훈련, 담배광고, 금연상담 및 치료
  - 담배공급감소조치(15~17조) : 불법거래, 미성년자담배판매 및 구매, 대체활동지원
  - 기타조치 (18~22조) : 환경보호, 책임과 보상, 과학기술협력과 정보교류
  - 제도적장치 및 절차(23~38조) : 당사국총회, 기구 간 조정, 재원, 협약의 발전 등

#### □ 의정서 개발 및 협약의 이행을 위한 가이드라인 개발

- FCTC 사무국에서는 협약의 이행을 보조하기 위하여 의정서개발 및 가이드라인

인 개발을 추진해 왔음.

〈표 1〉 담배규제기본협약, 의정서, 가이드라인 개발현황의 개요

|                     | 조항        | 주요 내용                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 의정서 및 가이드라인 개발 또는 승인 현황                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 제1장 도입              | 제1조~제2조   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 협약의 주요 개념과, 이 협약과 기타 협정 및 법적 문서와의 관계 규정</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 제2장 목적, 기본원칙 및 일반의무 | 제3조~제5조   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 담배규제기본협약의 목적</li> <li>• 당사국이 지침으로 따라야 하는 기본원칙 및 포괄적인 일반의무 규정</li> </ul>                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제5.3조 가이드라인 (3차 총회에서 승인)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                   |
| 제3장 담배 수요 감소 조치     | 제6조~제14조  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 가격 및 조세 조치(제6조)</li> <li>• 비가격조치(제7조)</li> <li>• 금연구역 설치(제8조)</li> <li>• 담배성분의 조사(제9조)</li> <li>• 담배성분의 공개(제10조)</li> <li>• 담배제품의 포장 및 라벨 규제(제11조)</li> <li>• 교육·훈련(제12조)</li> <li>• 광고·판촉·후원 규제(제13조)</li> <li>• 금연 프로그램 활성화(제14조)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제8조 가이드라인 (2차 총회에서 승인)</li> <li>• 제9조 및 10조 (가이드라인 개발을 위한 작업반 운영)</li> <li>• 제11조 가이드라인 (3차 총회에서 승인)</li> <li>• 제12조 (가이드라인 개발을 위한 작업반 운영, 아국참여)</li> <li>• 제13조 가이드라인 (3차 총회에서 승인)</li> <li>• 제14조 (3차 총회에서 가이드라인 개발을 위한 작업반 신설, 아국참여 예정)</li> </ul> |
| 제4장 담배 공급 감소 조치     | 제15조~제17조 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 담배제품의 불법거래(제15조)</li> <li>• 미성년자의 담배 판매 및 구매(제16조)</li> <li>• 담배공급의 변화로 인하여 경제적 불이익을 받게 되는 노동자, 경작자 등에 대한 대체활동 지원(제17조)</li> </ul>                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제15조 관련 의정서 개발 중</li> <li>• 제17조 및 18조 (3차 총회에서 가이드라인 개발을 위한 작업반 신설)</li> </ul>                                                                                                                                                                       |
| 제5장 환경 및 건강 보호      | 제18조      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 담배 경작 및 제조와 관련 있는 환경을 보호하고 그 환경과 관련 있는 사람의 건강을 보호</li> </ul>                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 제6장                 | 제19조      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 형·민사상 책임 문제 관련 각 당</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                     | 조항        | 주요 내용                                                                                                                                                                                          | 의정서 및 가이드라인 개발 또는 승인 현황 |
|---------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 책임과 관련된 문제          |           | 사국이 재량적으로 입법상의 조치 및 기존 법률축진의 필요성을 판단할 수 있도록 규정                                                                                                                                                 |                         |
| 제7장 과학·기술 협력과 정보 교류 | 제20조~제22조 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 개도국과 체제전환국의 특수한 상황을 고려한 과학·기술 협력과 정보교류에 대하여 규정</li> </ul>                                                                                             |                         |
| 제8장 제도적 장치 및 재원     | 제23조~제25조 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 당사국 총회(제23조), 사무국(제24조), 당사국 총회와 국제기구간의 관계(제25조) 및 재원에 관한 규정</li> </ul>                                                                               |                         |
| 제9장 분쟁해결            | 제27조      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 당사국간 분쟁이 발생하는 경우, 관련 당사국은 교섭, 주선, 중개, 조정 등의 방법을 활용하여 분쟁의 해결을 도모</li> </ul>                                                                            |                         |
| 제10장 협약의 발전         | 제28조~제29조 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 향후 분야별로 구체적인 이행에 관한 의정서를 채택하거나, 기술적인 사항에 관하여 부속서를 추가할 수 있음을 규정하고 있음.</li> </ul>                                                                       |                         |
| 제11장 최종조항           | 제30조~제38조 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 유보(제30조), 탈퇴(제31조), 투표권(제32조), 의정서(제33조), 서명(제34조), 비준, 수락, 승인, 공식확인, 가입(제35조), 협약의 발효(제36조), 수탁자(제37조), 정본(제38조), 서명자, 채택장소에 관하여 기술하고 있음.</li> </ul> |                         |

## 2. FCTC의 제3차 총회의 결과

### □ 당사국 총회의 경과

- 첫 번째 당사국 총회는 2006년 2월 6일~2월 17일 스위스 제네바에서 개최되었고, 두 번째 당사국 총회는 2007년 6월 29일~7월 6일 태국 방콕에서 개최되었으며, 제3차 당사국총회는 2008년 11월 17~22일 남아프리카 공화국 더반에서 개최됨.
- Rules of Procedure의 Rule 제4항에 따라 1차에서 3차 총회까지는 매년 개최되었으나, 이후 총회부터는 2년마다 개최된다. 제4차 총회는 2010년 하반기(4/4분기)에 개최될 예정임.

### □ 제3차 총회의 개요

- 일시 및 장소 : 2008년 11월 17~22일, 남아프리카 공화국 더반
- 참석자 현황 : 당사국 130개국, 참관기관(비당사국 7개국, 정부 간 및 비정부 기관 15개 기관) 등 전체 670명의 대표 참석
- 주요 의제
  - － 의제 1. 개회 및 의제채택
  - － 의제 2. FCTC의 참관인 자격검토
  - － 의제 3. 협약사무국의 보고
  - － 의제 4. 제2차총회의 결정사항 점검
    - 4.1 제2차총회의 담배불법무역에 대한 정부간협상작업결과
    - 4.2 제5.3조항(담배업계로부터 금연정책의 보호)의 이행을 위한 가이드라인의 개발
    - 4.3 제9조항(담배제품성분규제) 및 제10조항(담배제품의 공개)의 이행을 위한 가이드라인의 개발 & 작업반의 진행보고서 검토

- 4.4 제11조항(담배제품의 포장 및 라벨)의 이행을 위한 가이드라인의 개발
- 4.5 제12조항(교육, 의사소통, 훈련, 일반인인식)의 이행을 위한 가이드라인의 개발 & 작업반의 진행보고서 검토
- 4.6 제13조항(담배광고, 판촉, 후원)의 이행을 위한 가이드라인의 개발
- 4.7 제14조항(담배의존과 금연에 관한 보고서 검토)
- 4.8 제17조(경제적으로 지속가능한 대체활동지원) 및 제18조(환경 및 인간의 건강보호)

－ 의제 5. 기타 FCTC의 조항 및 의사결정 관련 안건들

- 5.1 재정 자원과 보조의 매커니즘
- 5.2 FCTC에 관한 TFI(Tobacco Free Initiative)의 활동보고
- 5.3 보고 및 정보교환에 관한 사항
  - 5.3.1 국가별로 제출된 보고서 및 진행사항
  - 5.3.2 보고서 작성도구 (제1그룹 질문항목을 위한 수정된 포맷)
  - 5.3.3 보고서 작성도구 – 제2그룹 질문항목
- 5.4 FCTC의 로고 검토

－ 의제 6. 국가 간 회의의 예산 및 프로그램

- 6.1 2006~2007년도 예산 및 사업계획을 위한 성과보고서
- 6.2 2008~2009년도 예산 및 사업계획을 위한 중간성과보고서
- 6.3 이후 예산 및 사업계획

－ 의제 7. 제4차 총회에 관한 사항

- 7.1 날짜 및 장소
- 7.2 의장단 선출

－ 의제 8. 폐회

## □ 제3차 총회의 의사결정 내용 개요

제3차 총회의 의제는 다음의 세가지 요소로 축약될 수 있음.

- 1) 협약의 도구 : 의정서 및 가이드라인의 개발 결과 담배회사의 상업적 행위로부터 공중보건정책의 보호(제5.3조), 담배제품의 포장 및 라벨 규제(제11조), 광고·판촉·후원 규제(제13조) 등 세가지 가이드라인 승인
- 2) 이행 및 보고 : 첫 번째 및 두 번째 보고 항목 수정 및 승인
- 3) 제도 및 예산 : 차기 사업계획 및 예산 승인, 차기 회장단 및 총회장소와 시기결정

## □ 제3차 당사국 총회의 핵심 쟁점사항

① 담배규제협약이행을 위한 가이드라인<sup>1)</sup>의 성격 규정(협약 제5.3조 가이드라인)

- 담배규제 노력을 저해하거나 방해하려는 담배업계의 시도에 대한 경계 필요성과 담배규제 노력에 부정적인 영향을 초래할 수 있는 담배업계의 활동 등을 인지하며, 공중보건정책을 담배업계의 이익으로부터 보호하도록 규정함.
- 일본 및 중국 등 국가에서 담배규제 가이드라인 완화 요구

| 당초(안)   | 수정                                         | 비고                                                    |
|---------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| (추가 신설) | • 당사국은 국내법에 따라 가능한 한 담배규제 가이드라인을 이행할 것을 권고 | • 일본 및 중국에서 담배규제 가이드라인이 각국의 국내법과 저촉되는 경우 국내법에 따르도록 요청 |

## ② 담배규제의 주무부처 및 최종의사 결정권(협약 제11조 가이드라인)

- 담배갑 포장 및 라벨링 규제 관련 일본, 중국 등 이견제시

1) 담배규제기본협약의 이행을 위한 가이드라인은 legal binding 되거나 obligation이 없는 권고사항이며, Best Practice 또는 Recommendation의 형태로 제시되어 있음.



- 당초 가이드라인 안에는 담배규제의 의사결정권한이 있는 주무부처를 보건부처로 규정하였으나 각국의 국내법 현실을 반영하여 관련 부처로 규정하고, 보건부처의 의견을 듣도록 수정하였음.

| 당초(안)                                                                                                                                                                     | 수정                                                                                                       | 비고(수정사유)                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 보건부처</li> <li>• 타부처 담당 시               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 보건부처가 정보제공은 물론 최종의사결정권 소유</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련부처</li> <li>• 주무부처가 보건부처가 아닌 경우 보건부처의 의견을 반영하도록 함.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일부 국가에서 보건부처가 아닌 타 부처에서 담당하는 각국의 국내법 현실을 반영</li> </ul> |

### ③ 담배제품의 합법성 여부(협약5.3조 가이드라인)

- 담배제품의 합법성을 인정한 기본원칙에 대해 NGO에서 강력하게 반발하여 삭제
- 담배제품이 치명적임을 인정한 기본원칙에는 일본, 중국 등에서 이견을 제시하여 삭제

| 당초(안)                                                                               | 수정                                                                                                             | 비고(수정사유)                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 원칙 1: 담배제품은 합법적이지만 치명적인 특성이 있음.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 원칙 1: 담배업계의 이윤추구방향과 공중보건정책의 관심사 간에는 근본적이고 타협할 수 없는 갈등이 있음.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본, 중국 등 일부 국가 및 NGO 단체 이견</li> </ul> |

### ④ 담배회사의 사회적 책임(협약 제5.3조 가이드라인)

- 대다수 국가 및 NGO는 타 산업과 담배회사를 동일하게 인정해서는 안되며, 이를 강력하게 규제해야 한다는 입장임.
- 일본, 중국은 국내법에 따를 수 있도록 규제완화 입장제시

| 당초(안)                                                                                | 수정                                                                                                                                                               | 비고(수정사유)             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| • 담배업계에 의한 기업의 사회적 책임경영( <i>corporate social responsibility</i> )을 비정규화하고 규제하도록 권고함. | • 담배업계의 사회적으로 책임있는 ( <i>socially responsible</i> ) 것으로 설명되는 활동을 가능한 범위 내에서 비정규화하도록 권고하며, 여기에는 기업의 사회적 책임경영( <i>corporate social responsibility</i> )도 포함시킬 수 있음. | • 일본, 중국, EU 등 일부 이견 |

### □ 제3차 당사국 총회의 결정사항

#### ① 협약이행을 위한 가이드라인의 채택

- 협약 제5.3조(담배업계로부터 금연정책의 보호) 이행을 위한 가이드라인에 대한 전체적인 수정작업을 마쳤고, 최종 승인함.
- 협약 제11조(담배제품의 포장 및 라벨)의 이행을 위한 가이드라인 승인 및 웹사이트 구축 추진결정
- 협약 제13조(담배광고, 판촉, 후원)의 이행을 위한 가이드라인 승인

#### ② 추가적인 가이드라인(안) 관련 Working group 구성·운영

- 협약 제9조(담배제품성분규제) 및 제10조(담배제품의 공개)의 이행을 위한 가이드라인개발 working group 지속 운영
- 협약 제12조(교육, 의사소통, 훈련, 일반인인식)의 이행을 위한 가이드라인 개발 working group 지속 운영 및 아국이 계속 참여할 예정
- 협약 제14조(담배의존과 금연)이행을 위한 가이드라인 개발 working group을 신설 및 운영
  - ※ 이 협약 관련 새로운 working group에 아국 참여예정
- 협약 제17조(경제적으로 지속가능한 대체활동지원) 및 제18조(환경 및 인간의 건강보호)이행을 위한 가이드라인 개발을 위해 working group을 구성하여 운영 예정

- 초국경 광고 판촉 후원금지 의정서의 주요 요소 권고안에 대해 주목하고, 협약13조 가이드라인을 보충하도록 함. 초국경 광고 판촉 후원금지 정책 권고안에 대해 4차 총회에서 더 검토하기로 함.
- 담배제품의 불법무역에 대한 의정서 INB(Intergovernmental Negotiating Body) 보고서에 대한 결정 :
  - 당사국총회간의 활동지속이 필요하다는 INB의 요구를 인정하며 세 번째 INB는 2009년 6월 28일에서 7월5일간 제네바에서 열릴 예정임. 담배제품 불법무역에 대한 의정서초안을 제4차 당사국총회에 제출하기 위하여 당사국총회 사무국에서 2010년 4번째 INB 회의의 날짜와 장소를 정하도록 할 것임.

### ③ 2010~2011 예산규모 확정

- 2010~2011년의 예산규모는 US\$ 12,880,000(2008~2009년도 예산 규모로 동결)
- 2010~2011년간의 당사국의 분담금 예상규모는 US\$ 8,747,727
  - 한국 분담금 규모(10위): US\$246,332(2.77%)/08~09년도 분담금: US\$ 246,292
  - ※ 일본(1위) US\$ 1,762,200(21.24%), 독일, 영국, 프랑스, 이태리, 캐나다, 중국, EU, 멕시코, 한국 순으로 160개국 분담금 부담(2008. 11현재 160개국 기준)

### ④ 보고 및 정보의 교환 관련 보고서 양식의 확정

- 1차보고서 및 2차 보고서의 양식을 확정하였고, 협약사무국은 웹사이트를 통해서 보고서작성 지침을 제공하도록 함.
- 협약사무국은 당사국들이 보고서 제출 의무의 이행을 기술지원.

### ⑤ 제4차 당사국 총회 개최국 선정

- 개최지 및 시기 : 우루과이, 2010년 4/4분기
- 의장국 : 남아프리카 공화국
- President 당선자: 남아프리카공화국 Mr. Thami Mseleku, the Director

General of the South African Health Department

※ 1차 총회에서는 칠레가 선출, 2차 총회에서는 태국이 선출됨.

－ 부의장국: 사우디아라비아, 팔라우, 방글라데시, 페루, 네덜란드 대표(5개국)

□ 제3차 총회결과의 국내 제도관련 시사점

① 담배경고문구 표기면적 확대검토

- FCTC 가이드라인: 협약 11조 1의 b(iv)항에서는 경고문구의 크기가 50%이상일 것을 권고하며, 30%미만이 되지 않도록 의무화하고 있고, 11조 가이드라인에서 50%이상으로 할 것을 권고함.
- 야국 입장 : 현재 30% 경고문구를 의무화하여 시행하고 있음.
  - － 당사국의 이행 현황(회의참석 확인결과): 멕시코, 호주 등 4개국은 60% 이상으로 시행, 캐나다 등 22개국은 50%이상으로 시행하고 있으며, 노르웨이 등 4개국에서는 40%이상으로 시행하고 있음.
- 제도개선 검토방향
  - － 표시면적을 최소한 40%이상으로 확대할 필요가 있음(국민건강증진법 시행규칙 개정사항)

② 타르, 니코틴 성분표기 폐지 검토

- FCTC 가이드라인 : 타르, 니코틴 성분함량표기가 국민인식을 오도할 수 있으므로 표기하지 않도록 권고함.
  - － “적게 방출하는 담배”가 “많이 방출하는 담배”보다 덜 해로운 것처럼 암시하여 소비자 등 오해 가능성이 있음.
- 우리나라는 2002년부터 니코틴, 타르 함량을 담뱃갑 측면 표기중
- 제도개선 검토방향

- FCTC 제3차 총회에서 가이드라인(11조) 채택으로 국내에서도 폐기문제를 검토할 필요가 있음(담배사업법 개정사항).
- 일본의 경우 FCTC의 원칙에 동의하나, 자국 내 이견이 있어 당분간 국내법 개정이 어려운 것으로 확인됨.

### ③ 경고그림 표시 검토

#### ○ FCTC 가이드라인

- 그림 경고문구가 더 효과적인 점을 감안하여 담배갑 양면에 표기할 것을 권고함.
- 그림경고문구 표시를 위한 Pre-test 실시 필요. 문화적 수용성을 고려해야 함.
  - ※ '08년도까지 18개국에서 완료하였고, '10년도까지 7개국에서 도입예정
- 그림경고의 저작권은 당사국 정부에서 소유하도록 권고함.

#### ○ 아국 입장: 그림경고문구 제도화 추진중(국회에서 계류중)

### ④ 담배회사의 광고, 판촉, 후원 등에 대한 포괄적 금지

#### ○ FCTC 협약

- 협약13조(담배회사의 광고, 판촉, 후원)와 관련하여 광고, 판촉, 후원을 포괄적으로 금지(Comprehensive Ban)할 것을 권고함.
  - ※ 아국은 2010년까지 협약13조에 따른 국내법 수정의 의무가 있음.

#### ○ 우리나라의 규제현황

- 잡지광고 : 품종군별 연간 60회(회당 2페이지)
  - 담배의 품명·종류 및 특징을 알리는 정도로 제한
  - 흡연권장 또는 유도, 여성·청소년 인물묘사 금지
- 여성·청소년 대상 행사후원 금지
  - 후원자 명칭 사용만 허용, 제품광고 금지

### ⑤ 협약이행보고서 관련 세부적인 국내 정책지표의 개선 필요

- FCTC 협약: 당사국 간에 비교 가능한 지표를 생산할 수 있도록 보고서 양식을 정교화 하여 당사국의 이행정도를 상세히 파악할 수 있고, 국제적인 비교가 가능하도록 함.

※ 아국은 2010년까지 이행상황에 대한 보고의무가 있음.

- 아국 입장 : 협약제5조(일반적 의무), 제11조(담배갑 포장 및 라벨링), 제13조(담배 광고, 판촉, 후원) 관련 이행의 경과를 보여줄 수 있는 정책지표개발과 자료의 구축이 필요.
- 국가 간 불법거래, 담배경작의 전환 문제 : 관련 부처 참여필요
  - 대표단 구성 시 법무부, 관세청 등도 포함할 필요가 있음.

### □ 제3차 당사국총회의 성과

- 이번 총회에서 우리나라 대표단은 적극적으로 아국의 높은 관심과 지지를 표명하여 한국의 이미지를 제고하였음. 전체회의, Committee 회의, 서태평양 지역 회의 참석 등을 통해 아국의 금연정책을 소개하고, 가이드라인에 대한 적극적 입장을 제시하였음. 각국의 대표를 만나 우리나라 금연정책홍보책자(영문판)<sup>2)</sup>를 설명·전달하고, FCTC에 대한 우리나라의 높은 관심을 표명하였음.
- FCTC 사무국과의 총 3회에 걸친 간담회의를 통해 아국의 금연정책에 관한 높은 관심과 지지를 유도함. 간담회의 주요내용은 ① 경고그림 도입방안 ② 타르, 니코틴 함량 표기 폐지방안 ③ 담배광고, 판촉, 후원에 관한 포괄적 금지방안 등임. 이 주제들은 향후에 국내정책개선에 계속 이슈가 될 것으로 전망됨.

2) Ministry for Health, Welfare and Family Affairs, Republic of Korea, Action for Smoke-Free Korea 2008, Directed by Ho Young Ryu, Director General for Health Policy; Advisers : Mee Kyung Suh & Eun Jin Choi, November 14, 2008.

## 제4절 담배규제 관련 국내외 동향과 시사점

### □ OECD 회원국 등 주요 선진국

- OECD 국가의 평균흡연율은 2005년 기준 31.2%(남자 36.8%, 여자 25.5)였음.
- 담배갑의 경고문 표기는 캐나다에서는 50%의 면적을 의무화하고 있고, 대부분 국가에서 30%선을 의무화하고 있음.
- 담배세의 비율은 대부분 국가에서 50~60%를 넘고 있음.
- 담배광고규제는 대부분의 국가에서 직접광고 금지를 하고 있으며, 국영TV 및 라디오, 지역잡지 및 신문, 게시판 및 실외 광고 등이 규제대상임. 스웨덴에서는 비담배상품에 담배상품명 사용을 금지하고 있음.
- 미국, 영국, 독일, 프랑스, 일본, 캐나다, 이탈리아, 러시아 등 G8 국가 중 러시아, 일본, 독일을 제외하면 남성 흡연율이 30%를 넘지 않고, 남녀흡연율 차이가 크지 않음.
- 금연구역은 러시아를 제외하면 대부분 정부시설, 건강관리시설, 교육시설, 실내사무실 등을 금연구역화 하고 있음. 이탈리아 경우는 건강관리시설, 교육시설, 정부시설, 실내사무실, 식당, 술집 등을 금연구역으로 의무화하고 있음.
- 캐나다, 이탈리아 등에서는 오도성 문구금지를 제도화 하고 있다. 흡연자를 위한 금연서비스는 미국, 영국, 독일, 프랑스 캐나다, 이탈리아 등에서 금연상담전화, 니코틴대체치료제 판매, 금연상담, 등을 공통되게 제공하고 있음.

### □ Brics 국가

- 브라질, 인도, 러시아, 중국 등은 모두 FCTC 비준국이지만 흡연율이 높은 편이며, 남성흡연율이 모두 60%를 넘는 국가들임. 브라질의 건강경고면적은 50%를 의무화하고 오도성 용어사용을 금지하고 있음. 인도도 건강경고면적을 50%로 의무화하고, 오도성 용어의 사용을 금지하고 있음. 브릭스 국가 모두 국영 TV 및 라디오에서 직접적인 담배광고를 금지하고 있음. 담배세의 비율은 인도는 58%이지만 다른 국가들은 30%를 넘지 않고 있음.

## ○ 금연구역 정책 비교

| 구분               | 국가             | 금연구역       |                |          |           |    |    |              |          |
|------------------|----------------|------------|----------------|----------|-----------|----|----|--------------|----------|
|                  |                | 건강관리<br>시설 | 교육시설<br>(대학포함) | 정부<br>시설 | 사무실<br>실내 | 식당 | 술집 | 기타 사업장<br>실내 | 실외<br>지역 |
| G7국가             | 미국             | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | ○            | ○        |
|                  | 영국             | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | -            | -        |
|                  | 독일             | -          | -              | ○        | ○         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 프랑스            | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | -            | -        |
|                  | 일본             | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 캐나다            | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | ○            | ○        |
|                  | 이탈리아           | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | -            | -        |
| 브릭스(BRICs)<br>국가 | 브라질            | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 러시아            | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 인도             | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | -            | -        |
|                  | 중국             | -          | ○(대학제외)        | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
| 추가 비교 국가         | 싱가폴            | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | -  | ○            | -        |
| OECD국가<br>(23개국) | 한국             | -          | ○(대학제외)        |          |           | -  | -  | -            | -        |
|                  | 폴란드            | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 멕시코            | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 호주             | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | ○            | ○        |
|                  | 뉴질랜드           | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | ○            | -        |
|                  | 스페인            | ○          | ○              | ○        | ○         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 터키             | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 오스트리아          | ○          | ○              | ○        | ○         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 벨지움            | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | -  | ○            | -        |
|                  | 덴마크            |            | ○              | ○        | -         | -  | -  | ○            | -        |
|                  | 아이슬랜드          | ○          | ○              | ○        | ○         | -  | -  | ○            | -        |
|                  | Czech Republic | -          | ○              | ○        | -         | -  | -  | ○            | -        |
|                  | 핀란드            | ○          | ○              | ○        | ○         | -  | -  | ○            | -        |
|                  | 그리스            | -          | -              | -        | -         | -  | -  | ○            | -        |
|                  | 헝가리            | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 아일랜드           | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | ○            | -        |
|                  | 룩셈부룩           | ○          | ○              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 네덜란드           | ○          | ○              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |
|                  | 노르웨이           | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | ○            | -        |
|                  | 포르투갈           | ○          | ○              | ○        | ○         | -  | -  | ○            | -        |
|                  | 슬로바키아          | ○          | ○              | ○        | ○         | -  | -  | ○            | -        |
|                  | 스웨덴            | ○          | ○              | ○        | ○         | ○  | ○  | ○            | -        |
|                  | 스위스            | -          | -              | -        | -         | -  | -  | -            | -        |

주: ‘-’ 보고가 되지 않거나 없는 경우

자료: WHO, MPOWER, WHO REPORT ON THE GLOBAL TOBACCO EPIDEMIC, 2008



## ○ 담배갑 경고 정책비교

|    | 국가    | 시작년도           | 경고그림 크기<br>평균(앞면/뒤면)   | 내용                                              |
|----|-------|----------------|------------------------|-------------------------------------------------|
| 1  | 캐나다   | 2000.12        | 50% (50%/50%)          | - 매 2년 순환, 그림경고 16개사용, 상단 위치, 영어/<br>불어 표기      |
| 2  | 브라질   | 2002.2         | (앞, 뒷면 중 한<br>면 100%)  | - 매 2년 순환, 10개 그림경고 사용                          |
| 3  | 싱가폴   | 2004.7         | 50% (50%/50%)          | - 매 2년 순환, 6개 그림경고 사용, 상단 위치                    |
| 4  | 베네주엘라 | 2005.1         | (한 면이 100%)            | - 10개 그림경고 사용                                   |
| 5  | 요르단   | 2005.1         | 60% (30%/30%)          | - 1개 경고 사용, 하단 위치                               |
| 6  | 태국    | 2005.3         | 50% (50%/50%)          | - 매 2년 순환, 9개 그림경고 사용, 상단 위치                    |
| 7  | 호주    | 2006.3         | 60% (30%/90%)          | - 매년순환(2개 set(각세트 7개 포함), 상단 위치                 |
| 8  | 우루구아이 | 2006.4         | 50% (50%/50%)          | - 8개 그림경고 사용, 하단 위치                             |
| 9  | 칠레    | 2006.11        | 50% (50%/50%)          | - 위치: 하단                                        |
| 10 | 인도    | 2007.2         | 50% (50%/50%)          | - 4개의 그림경고 사용, 하단 위치                            |
| 11 | 벨기에   | 2007.4-6       | 56%(48%/63%,경<br>계선포함) | - 14개 경고그림 사용, 하단 위치, 독어, 불어, 플레미<br>쉬 3개 국어 표기 |
| 12 | 홍콩    | 2007.10.27     | 50%( 50%/50%)          | - 매년순환(6개 메시지 각각), 상단위치, 영어/중국어<br>표기           |
| 13 | 루마니아  | 2008.7.1       | 50%(50% /50%)          | - 14개의 그림경고 사용                                  |
| 14 | 뉴질랜드  | 2008.2         | 60% (30%/90%)          | - 14개 그림 사용, 상단 위치, 영어/마오리족어 표기                 |
| 15 | 영국    | 2008.10.1      | ( /, 경계선 포함)           | - 15개 건강경고 사용                                   |
| 16 | 파나마   | 2008년<br>법제화   | 50% (50%/50%)          |                                                 |
| 17 | 스위스   | 2010년<br>발효 예정 | 56%(48%/63%,<br>경계선포함) |                                                 |

자료: Physician's smoke-free Canada

## ○ 국가별 흡연경고 비교

| 구분                   | 국가             | 흡연경고               |           |                     |                 |                      |    |          |
|----------------------|----------------|--------------------|-----------|---------------------|-----------------|----------------------|----|----------|
|                      |                | 오도성<br>용어<br>사용 금지 | 경고        |                     |                 |                      |    |          |
|                      |                |                    | 면적        | 각<br>담배갑/라<br>벨에 표시 | 흡연<br>위해성<br>묘사 | 문구의 가시성<br>(크고 분명하게) | 순환 | 표기<br>언어 |
| G7국가                 | 미국             | -                  | 경고문구 비의무적 |                     |                 |                      |    |          |
|                      | 영국             | -                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 독일             | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 프랑스            | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 일본             | -                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 캐나다            | ○                  | 50%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 이탈리아           | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
| 브릭스(BRICs)<br>국가     | 브라질            | ○                  | 50%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 러시아            | -                  | 4%        | -                   | -               | -                    | -  | -        |
|                      | 인도             | ○                  | 50%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 중국             | 경고문구 비의무적          |           |                     |                 |                      |    |          |
| 추가 비교 국가             | 싱가폴            | ○                  | 50%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
| OECD<br>국가<br>(23개국) | 한국             | -                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 폴란드            | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 멕시코            | -                  | 25%       | -                   | -               | -                    | -  | -        |
|                      | 호주             | ○                  | 60%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 뉴질랜드           | -                  | 60%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 스페인            | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 터키             | ○                  | 30%       | -                   | -               | -                    | -  | -        |
|                      | 오스트리아          | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 벨지움            | ○                  | 35%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 덴마크            | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 아이슬란드          | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | Czech Republic | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 핀란드            | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 그리스            | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 헝가리            | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|                      | 아일랜드           | ○                  | 30%       | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |

| 구분 | 국가    | 흡연경고               |     |                     |                 |                      |    |          |
|----|-------|--------------------|-----|---------------------|-----------------|----------------------|----|----------|
|    |       | 오도성<br>용어<br>사용 금지 | 경고  |                     |                 |                      |    |          |
|    |       |                    | 면적  | 각<br>담배갑/라<br>벨에 표시 | 흡연<br>위해성<br>묘사 | 문구의 가시성<br>(크고 분명하게) | 순환 | 표기<br>언어 |
|    | 룩셈부르크 | ○                  | 30% | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|    | 네덜란드  | ○                  | 30% | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|    | 노르웨이  | ○                  | 30% | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|    | 포르투갈  | ○                  | 30% | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|    | 슬로바키아 | ○                  | 30% | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|    | 스웨덴   | ○                  | 30% | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |
|    | 스위스   | ○                  | 30% | ○                   | ○               | ○                    | ○  | 모국어      |

주: ‘-’ 보고가 되지 않거나 없는 경우

자료: WHO, MPOWER, WHO REPORT ON THE GLOBAL TOBACCO EPIDEMIC, 2008.

#### ○ 국가별 담배 광고·후원 규제에 관련된 법적 조항 비교

| 구분                   | 국가   | 담배 직접 광고 금지                  |                              |                            |                                 |                     |                         |                        | 담배 홍보 및 후원 금지         |                                    |                                     |                                        |                     |
|----------------------|------|------------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------------------|---------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------|---------------------|
|                      |      | 국영<br>TV/라<br>디오<br>광고<br>금지 | 지역잡<br>지 및<br>신문<br>광고<br>금지 | 게시판<br>및<br>실외<br>광고<br>금지 | 국제<br>잡지<br>및<br>신문<br>광고<br>금지 | 인터<br>넷<br>광고<br>금지 | 판<br>매<br>점<br>광고<br>금지 | 무<br>료<br>배<br>포<br>금지 | 홍보성<br>가격<br>인하<br>금지 | 담배<br>이름을<br>가진<br>비담배<br>상품<br>금지 | 담배<br>상품에<br>비담배<br>브랜드<br>사용<br>금지 | TV/<br>영화<br>에<br>담배<br>상품<br>표현<br>금지 | 이벤<br>트<br>후원<br>금지 |
| G7국가                 | 미국   | ○                            | ○                            | -                          | -                               | -                   | -                       | -                      | -                     | -                                  | -                                   | -                                      | -                   |
|                      | 영국   | ○                            | ○                            | ○                          | -                               | -                   | -                       | ○                      | ○                     | ○                                  | ○                                   | ○                                      | ○                   |
|                      | 독일   | ○                            | -                            | -                          | -                               | -                   | -                       | -                      | -                     | -                                  | -                                   | -                                      | -                   |
|                      | 프랑스  | ○                            | ○                            | ○                          | -                               | -                   | -                       | -                      | -                     | -                                  | -                                   | -                                      | -                   |
|                      | 일본   | -                            | -                            | -                          | -                               | -                   | -                       | -                      | ○                     | -                                  | -                                   | -                                      | -                   |
|                      | 캐나다  | ○                            | -                            | ○                          | -                               | -                   | ○                       | ○                      | -                     | -                                  | -                                   | -                                      | ○                   |
|                      | 이탈리아 | -                            | -                            | -                          | -                               | -                   | -                       | -                      | -                     | -                                  | -                                   | -                                      | -                   |
| 브릭스<br>(BRICs)<br>국가 | 브라질  | ○                            | ○                            | ○                          | -                               | ○                   | -                       | ○                      | -                     | ○                                  | -                                   | -                                      | ○                   |
|                      | 러시아  | ○                            | -                            | -                          | -                               | -                   | -                       | -                      | -                     | -                                  | -                                   | ○                                      |                     |
|                      | 인도   | ○                            | ○                            | ○                          | ○                               | ○                   | ○                       | ○                      | ○                     | ○                                  | ○                                   | ○                                      | ○                   |
|                      | 중국   | ○                            | ○                            | ○                          | ○                               | -                   | -                       | -                      | -                     | -                                  | -                                   | -                                      | -                   |

| 구분                       | 국가             | 담배 직접 광고 금지     |                 |                |                 |           |           | 담배 홍보 및 후원 금지 |              |                     |                      |                    |           |
|--------------------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------|-----------|---------------|--------------|---------------------|----------------------|--------------------|-----------|
|                          |                | 국영 TV/라디오 광고 금지 | 지역잡지 및 신문 광고 금지 | 게시판 및 실외 광고 금지 | 국제잡지 및 신문 광고 금지 | 인터넷 광고 금지 | 판매점 광고 금지 | 무료 배포 금지      | 홍보성 가격 인하 금지 | 담배 이름을 가진 비담배 상품 금지 | 담배 상품에 비담배 브랜드 사용 금지 | TV/영화에 담배 상품 표현 금지 | 이벤트 후원 금지 |
| 추가국가                     | 싱가폴            | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | ○             | ○            | ○                   | -                    | -                  | ○         |
| OECD<br>국가<br>(23<br>개국) | 한국             | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | ○             | ○            | -                   | -                    | -                  | -         |
|                          | 폴란드            | ○               | ○               | ○              | ○               | -         | ○         | -             | -            | ○                   | ○                    | ○                  | ○         |
|                          | 멕시코            | ○               | -               | -              | -               | -         | -         | -             | -            | -                   | -                    | -                  | -         |
|                          | 호주             | ○               | ○               | ○              | ○               | -         | -         | ○             | ○            | -                   | ○                    | -                  | ○         |
|                          | 뉴질랜드           | ○               | ○               | ○              | ○               | ○         | ○         | ○             | ○            | ○                   | ○                    | -                  | ○         |
|                          | 스페인            | ○               | ○               | ○              | ○               | -         | ○         | -             | -            | ○                   | -                    | -                  | -         |
|                          | 터키             | ○               | ○               | ○              | -               | -         | -         | -             | -            | ○                   | -                    | -                  | -         |
|                          | 오스트리아          | ○               | -               | ○              | -               | -         | -         | ○             | ○            | -                   | -                    | ○                  | ○         |
|                          | 벨지움            | ○               | ○               | ○              | ○               | -         | ○         | ○             | ○            | -                   | -                    | ○                  | ○         |
|                          | 덴마크            | ○               | ○               | ○              | -               | -         | -         | ○             | ○            | -                   | -                    | -                  | ○         |
|                          | 아이슬랜드          | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | ○             | ○            | -                   | -                    | -                  | ○         |
|                          | Czech Republic | ○               | ○               | ○              | -               | -         | -         | ○             | -            | -                   | -                    | -                  | -         |
|                          | 핀란드            | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | ○             | ○            | ○                   | ○                    | ○                  | ○         |
|                          | 그리스            | ○               | -               | -              | -               | -         | -         | -             | -            | -                   | -                    | ○                  | -         |
|                          | 헝가리            | ○               | ○               | ○              | -               | -         | -         | -             | -            | ○                   | ○                    | -                  | -         |
|                          | 아일랜드           | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | ○             | ○            |                     | -                    | -                  | ○         |
|                          | 룩셈부르크          | ○               | -               | ○              | -               | -         | ○         | -             | -            | ○                   | -                    | -                  | -         |
|                          | 네덜란드           | ○               | ○               | ○              | -               | -         |           | ○             | ○            | -                   | -                    | -                  | ○         |
|                          | 노르웨이           | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | ○             | ○            | ○                   | ○                    | ○                  | ○         |
|                          | 포르투갈           | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | -             | -            | -                   | -                    | ○                  | ○         |
|                          | 슬로바키아          | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | -             | -            | -                   | -                    | -                  | -         |
|                          | 스웨덴            | ○               | ○               | ○              | -               | -         | ○         | ○             | -            | ○                   | -                    | ○                  | ○         |
|                          | 스위스            | ○               | -               | -              | -               | -         | -         | -             | -            | -                   | -                    | -                  | -         |

주: ‘-’ 명시되지 않았거나 없는 경우

자료: WHO, MPOWER, WHO REPORT ON THE GLOBAL TOBACCO EPIDEMIC, 2008.

## ○ 국가별 국제담배가격 및 담배세율 비교

| 구분            | 국가             | 담배가격과 세금              |                            |
|---------------|----------------|-----------------------|----------------------------|
|               |                | 국제담배가격<br>(20개 담배 1갑) | 담배세 비율<br>(20개 담배 1갑의 소매가) |
| G7국가          | 미국             | * \$ 3.89             | 10%                        |
|               | 영국             | * \$ 8.68             | 63%                        |
|               | 독일             | * \$ 5.01             | 62%                        |
|               | 프랑스            | * \$ 5.73             | 64%                        |
|               | 일본             | * \$ 2.46             | 60%                        |
|               | 캐나다            | -                     | 20%                        |
|               | 이탈리아           | * \$3.91              | 58%                        |
| 브릭스(BRICs) 국가 | 브라질            | * \$1.29              | 32%                        |
|               | 러시아            | * \$1.53              | 27%                        |
|               | 인도             | * \$ 7.04             | 58%                        |
|               | 중국             | * \$1.92              | 21%                        |
| 추가 비교 국가      | 싱가폴            | -                     | 69%                        |
| OECD 국가(23개국) | 한국             | -                     | 54%                        |
|               | 폴란드            | -                     | -                          |
|               | 멕시코            | * \$ 3.28             | 64%                        |
|               | 호주             | * \$ 2.10             | 53%                        |
|               | 뉴질랜드           | -                     | 58%                        |
|               | 스페인            | -                     | 64%                        |
|               | 터키             | * \$2.87              | 36%                        |
|               | 오스트리아          | * \$ 4.31             | 59%                        |
|               | 벨지움            | -                     | 58%                        |
|               | 덴마크            | -                     | 55%                        |
|               | 아이슬랜드          | -                     | 47%                        |
|               | Czech Republic | -                     | 51%                        |
|               | 핀란드            | -                     | 57%                        |
|               | 그리스            | -                     | 58%                        |
|               | 헝가리            | -                     | 58%                        |
|               | 아일랜드           | -                     | 60%                        |
|               | 룩셈부르크          | -                     | 57%                        |
|               | 네덜란드           | -                     | 57%                        |
|               | 노르웨이           | -                     | 56%                        |
|               | 포르투갈           | -                     | 61%                        |
|               | 슬로바키아          | -                     | 54%                        |
|               | 스웨덴            | -                     | 49%                        |
|               | 스위스            | -                     | 55%                        |

주: “-” 보고가 되지 않거나 없는 경우

자료: WHO, MPOWER, WHO REPORT ON THE GLOBAL TOBACCO EPIDEMIC, 2008

## ○ 국가별 금연지원프로그램 비교

| 구분                   | 국가             | 무료금<br>연전화 | 금연치료             |                |                   |        |        |       |
|----------------------|----------------|------------|------------------|----------------|-------------------|--------|--------|-------|
|                      |                |            | 니코틴<br>대체제<br>제공 | 부프<br>로펜<br>제공 | 금연상담              |        |        |       |
|                      |                |            |                  |                | 건강클리닉<br>(1차건강관리) | 병원     | 진료실    | 지역사회  |
| G7국가                 | 미국             | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | ○(일부) |
|                      | 영국             | ○          | ○                | ○              | ○(대부분)            | ○(대부분) | ○(대부분) | -     |
|                      | 독일             | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | -      | -     |
|                      | 프랑스            | ○          | ○                | ○              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 일본             | -          | ○                | -              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 캐나다            | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | ○(일부) |
|                      | 이탈리아           | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
| 브릭스<br>(BRICs)<br>국가 | 브라질            | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | ○(일부) |
|                      | 러시아            |            | ○                | -              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 인도             | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 중국             | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  |        | ○(일부) |
| 추가 비교<br>국가          | 싱가폴            | ○          | ○                | ○              | ○(대부분)            | ○(대부분) | ○(일부)  | ○(일부) |
| OECD<br>국가<br>(23개국) | 한국             | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | -      | -     |
|                      | 폴란드            | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | -      | -     |
|                      | 멕시코            |            | ○                | ○              | ○(대부분)            | ○(일부)  | ○(일부)  | ○(일부) |
|                      | 호주             | ○          | ○                | ○              | ○(대부분)            | -      | ○(대부분) | ○(일부) |
|                      | 뉴질랜드           | ○          | ○                | ○              | -                 | ○(일부)  | ○(일부)  | ○(일부) |
|                      | 스페인            | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | ○(일부) |
|                      | 터키             | -          | -                | -              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 오스트리아          |            | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 벨지움            | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 덴마크            | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 아이슬랜드          | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | Czech Republic | ○          | ○                | ○              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 핀란드            | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 그리스            |            | ○                | ○              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 헝가리            | ○          | ○                | -              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 아일랜드           | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 룩셈부르크          | -          | -                | -              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 네덜란드           | ○          | ○                | ○              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 노르웨이           | ○          | ○                | ○              | ○(일부)             | ○(일부)  | ○(일부)  | -     |
|                      | 포르투갈           | ○          | ○                | ○              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 슬로바키아          | ○          | ○                | ○              | -                 | -      | -      | -     |
|                      | 스웨덴            | ○          | ○                | ○              | ○(대부분)            | ○(대부분) | ○(일부)  | ○(일부) |
|                      | 스위스            | ○          | ○                | ○              | -                 | -      | -      | -     |

## ○ 지속가능한 정책적 개입의 유형(MPOWER를 중심으로)

|             | 정치적 측면                                                                                                              | 기술적 측면                                                                                                                        | 제도적 측면                                                                                                                       | 재정적 측면                                                                | 사회문화적 측면                                                                                                    |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| M<br>(모니터링) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부, 민간의 협조</li> <li>• 법 제도의 강화</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 중장기 계획하에 종합적인 감시체계 수립</li> <li>• 동향 파악, 사업 평가, 최선의 사업 정보 교환 등</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 담배규제 정책을 만성질환예방정책과 통합</li> </ul>                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 담배규제를 위한 충분한 예산확보</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 흡연자 뿐만 아니라 비흡연자, 정치적 지도자 등에게도 애드보커시 필요</li> </ul>                  |
| P<br>(간접흡연) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정치적 지도력의 지원과 협조가 필요함.</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 법적인 범위 설정을 위해 공공의 인식 조사를 실시함.</li> </ul>                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년에게 투자하고, 애드보커시 훈련에 투자함.</li> <li>• 공무원과 민간, 지역사회가 참여하는 인프라와 커니즘을 제공함.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 필요한 예산을 제공함.</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 법 실행에 지역사회의 참여가 필요함.</li> <li>• 공공에 대한 교육을 통해서 공공의 지원확보</li> </ul> |
| O<br>(금연사업) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부로 부터의 지원이 필요함.</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 접근성을 증대함.</li> <li>• 임상에서 금연진료 과정을 개선함.</li> <li>• 금연율을 계산할 때 중도포기자를 고려함.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 금연사업을 보건관리 사업의 일환으로 통합유도</li> </ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 저렴한 약물요법을 사용함.</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회문화적 수용 가능한 대체요법 개발</li> </ul>                                    |
| W<br>(경고문)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 이해관계자와의 커뮤니케이션 필요</li> <li>• 협력적인 사업관계 필요</li> <li>• 정치적인 의지 필요</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경고문을 다양화함.</li> <li>• 영향을 모니터링하고 평가함.</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정기적인 검토와 개선</li> </ul>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 충분한 예산 지원</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회문화적 수용 가능한 효과적인 경고채택</li> </ul>                                  |

|              | 정치적 측면                                                                                      | 기술적 측면                                                                                  | 제도적 측면                                                                                                                      | 재정적 측면                                                                             | 사회문화적 측면                                                                                            |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| E<br>(광고 금지) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 순응을 위해 강력한 추진</li> <li>• 불이행에 대한 강력한 조치</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 감시체계 개발</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경찰이나 세관과 같은 관련 기관과 협조</li> </ul>                                                   | -                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 미디어 특성에 대한 인식 필요</li> <li>• 공중의 인식을 지속시킴.</li> </ul>       |
| R<br>(세금 인상) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 강력한 정치적 지원</li> <li>• 다른 부처와 협력</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가가 WTO나 다른 자유무역 메카니즘에 가입되는 것에 대비함.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 담배에 소비세로 부과</li> <li>• 인플레이션을 고려 세금증가를 계산함.</li> <li>• 금연 유도를 위한 인상분 책정</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 담배 규제를 위한 건강증진 재단과 같은 메카니즘의 설치</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 세금 인상이 정부의 세입을 증가시키면서 담배사용을 감소시킬 수 있다는 것을 강조 홍보</li> </ul> |

## 제5절 담배규제 관련 국내 법제도 개선방안

### 1. 담배규제 및 금연법령의 체계적 정비 필요성

- 우리나라는 2005년 2월 말부터 발효한 WHO 담배규제기본협약(Framework Convention on Tobacco Control)의 비준국으로서, 동 협약 상의 각종 담배규제 및 금연정책을 준수일정에 따라 법제화하여 추진하여야 할 국제법상의 의무를 부담하고 있음.
- 현재 우리나라의 담배관련법령은 기획재정부가 집행하는 담배사업법과 보건복지가족부가 집행하는 국민건강증진법으로 이원화되어 있음. 기획재정부의 담배사업법은 담배를 국가의 전매물품으로 하던 시기에 그 연혁적 기원을 두고 있고, 기본적으로 영업규제법으로 기능함. 하지만 담배의 유해성으로 인한 각종 규제에 대해서도 근거를 둬으로써 사실상 국민건강증진법과의 관계에서 담배유해성관련



규제와 동일한 내용이 중복적으로 규정되어 있거나(담배갑 및 광고에 대한 경고 문구 표시의무), 관련규정이 두 법률에 산재해 있는 상태임(예: 담배성분표기규정은 담배사업법, 발암물질 표기는 국민건강증진법에 규정됨).

- 담배규제기본협약의 이행이나 우리나라의 금연정책의 강화필요성의 측면에서 볼 때, 담배규제는 단지 흡연자에 대한 정보제공 뿐만 아니라 담배경작자의 전업지원, 담배유통구조의 투명화 등 담배의 생산에서 소비에 이르는 전체 사이클을 통해 이루어져야 하는 것임. 현재와 같이 복수의 법률과 집행기관으로 규제권한이 분산되어 있는 상태에서는 이러한 종합적·포괄적 접근이 이루어지기 어려움.
- 한편으로는 담배제조유통업이 더 이상 국가의 전매사업이 아니고, 민영화된 KT&G의 제조독점을 해소하기 위해 담배제조업허가제가 도입되어 신규진입을 위한 경쟁여건을 조성하여 담배산업의 국제경쟁력을 향상시키기 위한 정책이 수행되고 있는 상황에서, 다른 한편으로는 이러한 정책과 그 효과에 있어서는 상충되는 측면이 있다고 할 담배산업종사자의 업종전환정책 추진이나 각종 금연정책 등을 수행하여야 하므로, 국가가 전체적으로 조율된 정책을 추진할 필요는 더욱 커지고 있음.

## 2. 담배 규제 및 금연 법령의 단일화된 법령(안)

- 단일법을 추진하는 경우 그 집행권한의 분장문제가 제기될 것인 바, 현재 KT&G가 민영화되었고, 그 독점을 해소하기 위해 담배사업허가제를 통해 신규진입을 허가하여 경쟁을 도입하고자 하는 정책이 시행 중인데, 이는 그 효과면에서는 강력한 금연정책의 실시와 상충되는 측면이 있음. 따라서 이러한 정책 상호간의 모순을 조율하고, 일관된 정책을 집행하고자 할 때, 단일기관이 총괄하는 경우와 복수의 기관이 각각 이를 담당하는 경우 장단점이 있음.
  - 단일기관이 총괄하는 경우 영업규제와 담배유해성규제에 있어서 일관된 방향을 정하여 전체적인 규제수준을 조정할 수 있는 반면, 상충된 이익을 추구하다보면 어느 하나의 이익을 더 우선하는 정책방향을 추진하게 될 수도 있다.

- 복수의 기관이 이를 분담하면 상충되는 이익을 각자 최대한 추구하는 과정에서 기관간 조율이 이루어짐으로써 어느 이익도 소홀히 되지 않을 수는 있으나, 결과적으로 모순된 정책집행으로 정책효과가 떨어질 수 있음. 따라서 법제의 정비 못지않게 중요한 것은 이러한 권한분장문제를 해결하는 것임.
- 단일한 담배규제법의 제정이 어렵다고 판단되는 경우에는 최소한 담배유해성 관련 규정들은 「담배사업법」에서 삭제하고 「국민건강증진법」으로 일원화하여 보건복지가족부에서 통일적으로 집행하는 방안을 검토할 수 있음. 그 경우, 내용은 ‘담배의 제조·수입·판매업에 대한 진입규제’ 관련내용 등을 제외한 나머지 규정을 국민건강증진법에 규정하는 방식이 될 것임.
- 본 보고서에서는 제1안을 전제로 해서 단일의 담배규제법(안)을 그 내용 및 취지를 중심으로 설명하고 있음. 담배의 제조·수입과 그 유통 그리고 소비행위에 이르는 각 단계에서의 규제권한을 체계화시키는 단일법률로서의 ‘담배규제법’을 신설하는 방안으로서, 동 법률에 포함될 주요 내용은 아래와 같음.
  - 제1장: 총칙
    - 헌법상 기본권인 흡연권을 국민의 담배로부터 보호받을 권리의 기초로 명시하여, 담배사업자의 영업의 자유 및 흡연자의 자유권에 대한 규제의 목적을 명확히 하고, 이를 위한 국가, 지방자치단체와 담배사업자의 책무를 규정.
    - 담배규제를 위한 기본계획, 연차별계획, 연차별 담배규제정책의 평가, 관계기관의 협조 등을 규정함으로써, 담배규제를 위한 추진체계를 정비함.
  - 제2장: 담배의 제조·수입 및 판매에 관한 사항
    - 담배제조업의 진입규제등에 있어서 장래 담배에 대한 사회일반의 관념변화 및 사정변경에 대한 탄력적 대응을 가능케 하는 장치들 둜.
    - 담배사업(제조, 수입, 판매업)의 진입규제, 양도, 허가 취소 등 관련 규정을 둜.
    - 청소년 보호 등을 위한 판매금지, 자동판매기를 통한 판매 규제 등 담배

## 판매업의 영업활동에 대한 각종 규제

- 제3장: 담배의 포장 및 표시 규제
  - － 경고문구와 발암물질 표시규정(도화의 표시의무 포함)·담배성분표시 규정 등 담배소비자에 대해 담배의 유해성 관련 정보제공을 위한 규제
  - － 원산지과 판매지역 등의 표기의무를 신설하는 등 담배제품 불법거래를 막기 위한 표시의무 신설 등
- 제4장: 광고·판매촉진 및 후원의 제한
  - － 담배 광고·판매행위의 금지, 제한, 담배사업자의 후원금지 등에 대한 규제
- 제5장: 금연을 위한 각종 조치
  - － 공공장소에 대한 금연시설 지정 및 금연구역 지정의무 등
  - － 담배부담금 관련 규정 등
- 제6장: 벌칙 : 각종 벌칙규정의 합리화

## ○ 담배규제기본협약 의무사항 관련 개선법령시안

| 의무조항                                                                                                                         | 국내 법령개선안                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 제11조 담배제품의 포장 및 라벨                                                                                                           | 제29조 (담배에 관한 경고 및 발암물질 표시)                                                                                                                                                                                         |
| 1. 각 당사국은 이 협약이 자국에 효력을 발생하는 시점으로부터 3년 이내에 국내법에 따라 다음 각호를 보장하기 위한 효과적인 조치를 채택·시행한다.                                          | ① 담배제조업자와 담배수입판매업자는 담배의 갑포장지에 흡연이 폐암 등 질병의 원인이 될 수 있다는 경고내용을 문자 및 도화로 표시하여야 한다.                                                                                                                                    |
| 가. 담배제품의 포장 및 라벨은 허위·오도·기만적이거나, 제품의 특성, 건강에 대한 영향, 위험성 또는 배출물에 관한 잘못된 인상을 조장할 개연성이 있는 방법을 사용하여 담배제품을 홍보하여서는 아니 되며, 여기에는 특정 담 | ② 담배제조업자와 담배수입판매업자는 담배의 갑포장지에 다음 각호의 발암성물질이 담배연기에 포함될 수 있음을 표시하여야 한다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 나프틸아민</li> <li>2. 니켈</li> <li>3. 벤젠</li> <li>4. 비닐 클로라이드</li> <li>5. 비소</li> <li>6. 카드뮴</li> </ol> |
|                                                                                                                              | ③ 담배제조업자 또는 담배수입판매업자가 제1항 및 제2항의 규정에 의한 표시의무를 위반한 경우 보건복지가족부장관                                                                                                                                                     |

| 의무조항                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 국내 법령개선안                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>배제품이 다른 담배제품보다 덜 유해하다는 잘못된 인상을 직·간접적으로 조장하는 용어·문구·상표·형상 또는 기타 표시가 포함된다. “저타르”·“라이트”·“울트라 라이트” 또는 “마일드” 등의 용어가 이에 포함될 수 있다.</p> <p>나. 담배제품의 각 갑포장·묵음포장·기타 외부 포장 및 라벨도 담배사용의 유해성을 기술하는 건강에 관한 경고문구를 포함하여야 하며, 기타 적절한 전달문구를 포함할 수 있다. 이러한 경고문구 및 전달문구는 다음 각목을 충족하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 권한 있는 국내 당국의 승인</li> <li>(2) 문구의 교체</li> <li>(3) 넓은 면적, 명시성, 가시성 및 판독성</li> <li>(4) 원칙적으로는 주요 표시면들의 50% 이상 크기가 요구되나, 적어도 반드시 주요 표시면들의 30% 이상 차지</li> <li>(5) 사진이나 그림의 형식, 또는 이의 일부 포함이 가능</li> </ol> <p>2. 담배제품의 각 갑포장·포포장·기타 외부 포장 및 라벨은 이 조의 제1항 나호에 기술된 경고문구 이외에도 국내 당국이 규정한 담배제품의 관련 성분 및 배출물에 관한 정보를 포함한다.</p> <p>3. 각 당사국은 이 조의 제1항나호 및 제2항에 기술된 경고문구 및 기타 문자정보가, 그 당사국의</p> | <p>은 각각 당해 담배의 수입 또는 판매를 제한하는 등 시정에 필요한 명령 또는 조치를 할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>④ 담배도매업자 또는 담배소매업자가 제1항 및 제2항의 규정에 의한 표시의무를 위반한 담배를 판매하는 경우 시장·군수·구청장은 각각 당해 담배의 판매를 제한하는 등 시정에 필요한 명령 또는 조치를 할 수 있다.</li> <li>⑤ 제1항 및 제2항의 규정에 의한 표시의 내용, 방법 등에 관하여 필요한 사항은 보건복지가족부령으로 정한다.</li> </ol> <p>제30조 (담배연기성분의 표시)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 담배 1개비의 연기 중에 포함된 주요성분과 그 함유량을 담배의 갑포장지 및 대통령령이 정하는 광고에 표시하여야 한다.</li> <li>② 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 매 분기마다 분기 개시 후 1월 이내에 보건복지가족부장관이 지정하는 측정기관에 판매중인 담배에 대하여 품목별로 담배연기 중 위 제1항의 규정에 의한 성분의 함유량 측정을 의뢰하여야 한다.</li> <li>③ 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 제2항의 규정에 의한 담배연기 성분의 측정 후 15일 이내에 그 측정 결과 나온 자료를 보건복지가족부장관에게 제출하여야 한다.</li> <li>④ 제1항의 규정에 의하여 표시하여야 할 성분의 종류, 측정기준, 측정기관의 지정, 표시방법 및 허용오차의 범위, 성분표시의 생략 그 밖에 성분의 표시에 관하여 필요한 사항은 담배연기 중 포함된 성분이 국민건강에 미치는 영향, 측정기술의 수준, 영업비밀의 보호필요성 등을 고려하여 대통령령으로 정한다.</li> <li>⑤ 제1항의 규정에 의한 성분과 그 함유량의 표시가 없거나 표시된 성분의 함유량이 허용오차의 범위를 초과하는 경우에 보건복지가족부장관은 제조업자 및 수입판매업자에 대하여 각각 당해 담배의 수입 또는 판매를 제한하는 등 시정에 필요한 명령 또는 조치를 할 수 있다.</li> <li>⑥ 담배도매업자 또는 담배소매업자가 제1항의 규정에 의한 성분과 그 함유량의 표시가 없거나 표시된 성분의 함유량이 허용오차의 범위를 초과하는 담배를 판매하는 경우 시장·군수·구청장은 각각 당해 담배의 판매를 제한하는 등 시정에 필요한 명령 또는 조치를 할 수 있다.</li> </ol> <p>제32조 (오도성 문구 사용의 금지) 담배 제조업자 또는 담배수입판매업자는 담배가 건강에 미치는 영향이나 위험을 경시하</p> |

| 의무조항                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 국내 법령개선안                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>단일 또는 복수의 주요 언어로, 담배제품의 각 갑포장·포포장·기타 외부 포장 및 라벨에 기재되도록 요구한다.</p> <p>4. 이 조항의 목적상, 담배제품과 관련한 “외부 포장 및 라벨”이라는 용어는 제품의 소매 판매에 사용되는 외부 포장 및 라벨에 적용된다.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>도록 오도할 가능성을 피하기 위해 다음 각 호의 1에 해당하는 정보를 담배의 갑포장지에 표기해서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품명과 상관없이 “라이트“, “울트라라이트“, “마일드“, “저 타르“, “슬림” 등의 용어</li> <li>2. 기타 보건복지가족부령으로 정하는 사항</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>제13조 담배광고, 판촉 및 후원</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 당사국은 광고·판촉 및 후원의 포괄적 금지가 담배제품의 소비를 감소시킬 것임을 인식한다.</li> <li>2. 각 당사국은 자국의 헌법 또는 헌법상 원칙에 따라 모든 담배광고·판촉 및 후원에 대한 포괄적인 금지조치를 시행한다. 자국의 이용 가능한 법적 환경과 기술적 수단에 따르는 것을 조건으로 하지만, 이 조치는 자국 내에서 발원하는 초국경적 광고·판촉 및 후원에 대한 포괄적인 금지조치를 포함한다. 이와 관련하여, 각 당사국은 이 협약이 자국에 효력을 발생하는 시점으로부터 5년 이내에 적절한 입법·집행·행정 및/또는 기타 조치를 시행하고, 제21조에 따라 이를 보고한다.</li> <li>3. 자국의 헌법 또는 헌법상 원칙으로 인하여 포괄적인 금지조치를 시행할 수 없는 당사국은 모든 담배광고·판촉 및 후원에 대한 제한조치를 시행한다. 자국의 이용 가능한 법적 환경과 기술적 수단이 허용하는 한, 이 조치는 자국 내에서 발원하는 초국경적</li> </ol> | <p>제34조 (담배광고의 금지·제한)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담배에 관한 광고는 다음 각호의 방법에 한하여 이를 할 수 있다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 담배만을 전문적으로 판매하는 영업소 내부에서 보건복지가족부령이 정하는 광고물을 전시 또는 부착하는 행위. 다만, 영업소 외부에 그 광고내용이 보이게 전시 또는 부착하는 것을 제외한다.</li> <li>2. 품종군별로 연간 4회 이내(1회당 2쪽 이내)에서 청소년보호법 제2조제3호의 규정에 의한 청소년유해매체물로 고시된 잡지[「신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률」에 따라 등록된 월 1회 이하 정기적으로 발행되는 제책된 정기간행물과 「출판 및 인쇄진흥법」에 따른 외국간행물로서 동일한 제호로 연 1회 이상 정기적으로 발행되는 것(이하 “외국정기간행물”이라 한다)을 말하며, 여성 또는 청소년을 대상으로 하는 것을 제외한다]에 한하여 광고할 수 있다.</li> </ol> </li> <li>② 제1항에 따른 광고 또는 그에 사용되는 광고물 등은 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 흡연자에게 담배의 품명·종류 및 특징을 알리는 정도를 넘지 아니할 것</li> <li>2. 비흡연자에게 직접 또는 간접적으로 흡연을 권장 또는 유도하지 아니할 것</li> <li>3. 여성 또는 청소년의 인물을 묘사하지 아니할 것</li> <li>4. 제29조제1항에 따라 표기하는 흡연경고문구·그림의 내용 및 취지에 반하는 내용 또는 형태가 아닐 것</li> <li>5. 담배에 관하여 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하는 등 허위·과장의 광고가 아닐 것<sup>3)</sup></li> <li>6. 담배에 관한 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 광고하는 등 기만적인 광고가 아닐 것<sup>4)</sup></li> </ol> </li> </ol> |

| 의무조항                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 국내 법령개선탄                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>효과를 가지는 광고·판촉 및 후원에 대한 제한 또는 포괄적인 금지조치를 포함한다. 이와 관련하여, 각 당사국은 적절한 입법·집행·행정 및/또는 기타 조치를 시행하고, 제21조에 따라 이를 보고한다.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>7. 기타 보건복지가족부장관이 고시하는 사항을 위반하지 아니할 것</p> <p>③ 제1항의 광고에는 제29조, 제30조, 제31조를 준용한다.</p> <p>④ 제1항과 제2항에 위반한 광고에 대하여 보건복지가족부장관은 광고물의 제거 등 시정에 필요한 명령 또는 조치를 할 수 있다.</p> <p>제35조 (담배판촉행위의 금지·제한)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p>4. 각 당사국은 자국의 헌법 또는 헌법상 원칙에 따라 최소한 다음 각호를 행한다.</p> <p>가. 허위·오도·기만적이거나, 제품의 특성, 건강에 대한 영향, 위험성 또는 배출물에 관한 잘못된 인상을 조장할 개연성이 있는 방법을 사용하여 담배제품을 홍보하는 모든 유형의 광고·판촉 및 후원을 금지</p> <p>나. 모든 담배광고를 비롯하여, 적절한 경우에는 판촉 및 후원에 대해서도 건강이나 기타 적절한 내용의 경고 또는 전달문구를 포함시키도록 요구</p> <p>다. 일반인의 담배제품 구매를 촉진할 수 있는 직·간접적 유인책의 사용을 제한</p> <p>라. 포괄적 금지조치가 시행되지 아니한 경우에는 아직 금지되지 아니한 광고·판촉 및 후원을 위한 담배업계의 지출금액을 관련 정부당국에 공개하도록 요구. 당국은 국내법이 허용하는 한, 그 지출금액을 일반인에게, 그리고 이 협약 제21조에 따라 당사국 총회에 공개하도록 결정 가능</p> | <p>① 담배제조업자, 담배수입판매업자 및 담배도매업자는 담배소매업자나 소비자에게 담배의 판매를 촉진하기 위하여 다음 각호의 1에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <p>1. 담배 또는 그 포장에 선전·홍보할 목적으로 공공장소 등에 전시하거나 진열하는 행위</p> <p>2. 금품, 향응 기타 재산상 이익을 공여하는 행위</p> <p>3. 공중행사 등에 담배를 직·간접적으로 공급하는 행위</p> <p>4. 공중에게 담배를 무상으로 배포하는 행위</p> <p>5. 기타 대통령령이 정하는 행위</p> <p>② 제1항의 규정에 의해 금지되지 아니하는 판촉행위의 경우에도 제29조에 의한 경고문구를 반드시 표시하여야 한다.</p> <p>제36조 (담배사업자의 후원행위의 금지·제한) - 제1안(모든 후원행위를 금지하는 안)</p> <p>① 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 사회·문화·음악·스포츠 등의 국내 및 국제 행사에 대한 직·간접 후원을 하여서는 아니된다.</p> <p>② 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 그 명칭에 불구하고 사회·문화·음악·스포츠 등과 관련된 단체나 법인을 소유하거나 운영하여서는 아니된다.</p> <p>③ 제1항의 규정에 의해 금지되지 아니하는 후원행위의 경우에도 제29조에 의한 경고문구를 반드시 표시하여야 한다.</p> <p>④ 제1항 및 제2항의 규정에 위반하는 경우에는 보건복지가족부장관은 시정에 필요한 명령 또는 조치를 할 수 있다.</p> <p>제36조 (담배사업자의 후원행위의 금지·제한) - 제2안(연구지원에 대한 후원은 허용하는 안)</p> <p>① 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 담배의 성분 및 담배의 소비억제·금연 등에 관한 연구에 대한 지원 이외에 사회·문화·음악·스포츠 등의 국내 및 국제 행사에 대한 직·</p> |

| 의무조항                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 국내 법령개선안                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>마. 라디오·텔레비전·인쇄매체 및 적절한 경우, 인터넷 같은 기타 매체를 통한 담배광고·판촉 및 후원을 포괄적으로 금지하되, 자국의 헌법 또는 헌법상 원칙으로 인하여 포괄적 금지를 시행할 수 없는 당사국의 경우에는 이에 대한 제한조치를 5년 이내에 시행</p> <p>바. 국제적 행사·활동 및/또는 그 참가자에 대한 담배후원을 금지하되, 자국의 헌법 또는 헌법상 원칙으로 인하여 금지조치를 시행할 수 없는 당사국의 경우에는 이에 대한 제한조치를 시행</p> <p>5. 당사국은 제4항에서 규정된 의무 이상의 조치를 시행하도록 권장된다.</p> <p>6. 당사국은 초국경적 광고의 근절을 촉진하는데 필요한 기술 및 기타 수단을 개발하는데 협력한다.</p> <p>7. 특정한 유형의 담배광고·판촉 및 후원을 금지한 당사국은, 자국영토로 들어오는 그와 동종의 초국경적 광고·판촉 및 후원을 금지하고, 자국의 영토에서 발생하는 국내 광고·판촉 및 후원에 대하여 적용되는 동일한 처벌을 국내법에 따라 부과할 수 있는 주권적 권리를 가진다. 이 조항은 특정한 처벌을 인정 또는 승인하는 것이 아니다.</p> <p>8. 당사국은 초국경적 광고·판촉 및 후원의 포괄적 금지를 위하여 국제적 협력이 필요한 적절한 조치에 대하여 규정하는 의정서의 작성을 검토한다.</p> | <p>간접 후원을 하여서는 아니된다.</p> <p>② 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 그 명칭에 불구하고 사회·문화·음악·스포츠 등과 관련된 단체나 법인을 소유하거나 운영하여서는 아니된다.</p> <p>③ 제1항의 규정에 의해 금지되지 아니하는 후원행위의 경우에도 제29조에 의한 경고문구를 반드시 표시하여야 한다.</p> <p>④ 제1항 및 제2항의 규정에 위반하는 경우에는 보건복지가족부장관은 시정에 필요한 명령 또는 조치를 할 수 있다.</p> <p>제37조 (담배광고 등의 지출금액 신고·공개)</p> <p>① 담배제조업자 및 담배수입판매업자는 결산일부터 5월 이내에 직전 회계연도의 담배광고 등에 관한 다음 각호의 사항을 보건복지가족부장관에 신고하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 담배광고 및 판촉에 대한 지출금액</li> <li>2. 사회·문화·음악·스포츠 등의 행사에 대한 직·간접 후원금액</li> </ol> <p>② 보건복지가족부장관은 제1항의 규정에 따른 신고사항을 검증·공개하여야 한다.</p> <p>③ 제1항 및 제2항의 신고·검증 및 공개에 관한 구체적인 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>제38조 (담배제조업자, 담배수입판매업자의 담배관련 공익사업 참여)</p> <p>① 보건복지가족부장관은 제36조에도 불구하고 담배제조업자 또는 담배수입판매업자로 하여금 그가 판매하는 담배 중 궐련에 대하여 대통령령이 정하는 금액의 범위 안에서 보건복지가족부령이 정하는 바에 따라 흡연예방·치료, 금연운동 등과 직접적으로 관련된 공익사업을 직접 행하게 하거나 이들 사업을 하는 자에게 출연하도록 할 수 있다.</p> <p>② 보건복지가족부장관은 제1항의 규정에 의하여 담배제조업자 또는 담배수입판매업자가 행하는 사업에 관한 기본적인 사항에 관하여 관계중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.</p> |

## 제6절 향후 담배규제정책방향

### 1. FCTC 협약의무사항에 대한 조속한 제도개선

#### ○ 담배갑 포장 및 라벨 관련 규제 개선(11조)

- 경고문구의 표기면적 확대 : 현행 30%를 40%이상으로 확대 추진
- 그림경고의 도입 추진 : 국내 사회문화적 수용성 검토 및 효과적 그림경고의 도입 추진 필요
- 타르, 니코틴 성분표기 폐지 추진
- 오도성 문구의 금지 추진 : low tar, light, ultra-light, mild 등 국민의 인식을 오도할 수 있는 문구 사용금지

#### ○ 담배회사의 광고, 판촉, 후원 등에 대한 포괄적 금지 추진(13조)

- 현행 잡지광고 제한(품종군별 연간 60회, 최당 2페이지) 및 여성 청소년대상 후원 금지 등에 대한 규정이 있으나 포괄적인 금지를 위한 점진적 규제강화
- 헌법적 원칙 및 기존 법령개선과 부처 간 이해관계의 조율 필요

### 2. 협약이행 관련 법제도 및 정책 강화

#### ○ 담배사업법, 국민건강증진법 등의 담배규제 관련 법 개선 및 강화

#### ○ 협약의 가이드라인에서 권고하는 사항에 대한 체계적 도입방안 검토

#### ○ 이행 보고와 관련하여 효과적인 정책평가의 지표 개발 및 적용

---

3) 표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령 제3조(부당한 표시·광고의 내용) ① 법 제3조 제1항 제1호의 규정에 의한 허위·과장의 표시·광고는 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것으로 한다.

4) 표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령 제3조(부당한 표시·광고의 내용) ② 법 제3조 제1항 제2호의 규정에 의한 기만적인 표시·광고는 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 것으로 한다.



### 3. 효율적 협약이행을 위한 국가적 핵심역량강화

- 국내 금연정책 관련 근거의 확보: 데이터, 통계 표준화된 정책 개발
- 인프라구축 : 감시체계, 교육과 훈련, 프로그램
- 네트워크 및 리더쉽 강화 : 국가금연정책수립, 국가간 기술지원, 정보교류를 위한 워크숍 등

### 4. 종합적 제언

- 담배규제기본협약의 의무조항 관련하여 국내 사회적 문화적 상황에 맞는 단계적인 도입이 필요함.
- 제3차 총회의 결과(협약5.3조 담배산업으로부터 공중보건정책의 보호)와 관련하여 향후 국내 담배업계에 대한 정부의 입장정리가 필요할 것으로 예상되며 이와 관련된 연구가 필요함.
- 효과적이고 지속가능한 정책마련을 위하여 담배규제와 관련된 공공 및 민간부문의 조직 및 네트워크 개선이 필요함.