



医師を中心とした禁煙キャンペーンのあり方（523）

## たばこ事業法は天下の悪法である(2)…JTの戦略

広島市立安佐市民病院名誉院長 岩森 茂

### 1. 葉たばこ農家との関係

たばこ事業法では、国産葉たばこを原則全量を買うことが定められている。詳しくは知らないが、国産葉たばこの買い入れコストは、外国産に比べて3倍くらい高いとされている。これは民営化と同時にJTが安い外国産たばこ葉を購入するようになれば、葉たばこ農家は廃業するか転作するしか道はなくなる。また、葉たばこの収穫が気候などで低下した時はどうなるのか？この点事業法は完全に葉たばこ農家を庇護することになっている。

たばこ規制枠組条約のその第17条をみると、たばこ事業関係者への経済的に可能な転業支援を促進する旨規定されていて、現に減反政策と耕作者の高齢化によって耕作人員、面積、生産量すべて民営化当時より大幅に減少している。JTは個々の農家の事情を勘案して救済策を講じたり、耕作農家の利権について大いに気を遣っているようである。私が禁煙関係の会合で、たばこ生活協同組合の人々の話を聞くことがあるが、彼らの常に口にする言葉は、「われわれは零細企業の集まりであり、たばこを国民に吸ってもらわないと生きていけない…したがって、禁煙運動には絶対反対であると声高に訴えている。

一方では喫煙ルームは必要ならば建ててあげますよ」とうそぶいている。いずれにしろ国や政治家は約13,000人（2007年度）の耕作者の利権維持を一途に考えるよりも、たばこ害による国益の損失の大きい事実注目して、耕作による収益を上回る転作、転業支援金を支給することにより、彼らの生活に悪影響が出ないように考えるべきではなからうか？附随する事項としても葉たばこ作業によるアレルギーの問題、葉たばこ乾燥に必要な火力の問題など考えても、外国産の葉たばこ利用も考える時期にきているのではなからうかと考えるのである。

### 2. たばこ事業法とたばこ広告

たばこ事業法第40条をみると「製造たばこに係る広告を行う者は、未成年者の喫煙防止及び製造たばこの消費と健康との関係に配慮するとともに、その広告が過度にわたることがないように努めなければならない」と定められている。ここでいう過度という言葉を実際に考えるJT側の人々はいない。すでにアメリカの大たばこ会社の内部資料は映画化もされ、彼らは喫煙者がニコチン依存によって一生顧客になってもらうことをうそぶいているごとく、アメリカ産たばこの輸入されていなかった時代と異なり、アメリカ産たばこのシェアが大きくなると大々的な広告合戦が繰り広げられた。国の規制によってこの広告合戦はピークを越えたが、なお未成年を対象とした週刊誌などへの広告は続いており、FCTCの条約批准によって大きく規制が加えられたが、依然として全面禁止に至らず、例外かどうかと構えた広告は場末のあちこちにまだまだみられる。

日本たばこ協会は自主基準を設け、①新聞はたばこ会社1社当たり年2回まで、スポーツ新聞は制限なし、②雑誌は例外が多いがかつてより減少している、③公共の場での広告は行わないが、たばこ販売所（自動販売機を含む）、喫煙所での広告は野放し状態である。

注 新聞広告であるが、三大新聞での広告は禁煙運動家の目が光っており、現在のところみられないが、先日は中国新聞が大々的に1面を割いてJTの幹部との対談形式のPRを行っていたが、いわゆる教育紙として宣伝しているNIEのグループとして恥ずかしい限りであった。また、コンビニの店内や自販機そのものは大きいPR用広告塔ともいえよう。

以下次号。