

# 국가별 무광고 표준담뱃갑 정책의 비교 분석: 담뱃갑과 담배 개비의 디자인 요소를 중심으로

양진욱<sup>1</sup> | 권경희<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> 동국대학교

\* 교신저자: 권경희  
(khkwon@dongguk.edu)

## 초 록

보건복지부에서는 담뱃갑과 담배 개비의 색상과 디자인 등을 표준화하여 광고 및 판촉 효과를 억제하는 무광고 표준담뱃갑 정책의 도입 추진을 2019년에 발표하였다. 이에 본 연구에서는 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입한 국가 중 호주, 영국, 뉴질랜드, 캐나다의 관련 법령 및 가이드라인을 토대로 국가별 규제 요소를 비교하였다. 연구 결과, 각 국가에서는 담뱃갑 포장의 색, 개폐 방식, 크기, 표시 정보의 기재 방법, 개비의 길이와 지름, 개비에 기재하는 정보의 유형 등을 서로 유사하게 규제하고 있다. 하지만, 일부 규제 요소의 경우 국가별 규제 수준에 분명한 차이가 있어 우리나라에 적용 시 면밀한 검토가 필요하다. 특히, 시간이 지남에 따라 정책의 효과를 높이기 위한 규제 요소들이 추가·변경되고 있어 정책 입안 과정에서 최신 규제 동향을 충분히 검토해야 한다. 본 연구의 결과는 향후 정책 도입 시 법령 제정의 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

**주요 용어:** 담뱃갑, 담배 개비, 무광고 표준담뱃갑, 플레인 패키징, 금연 정책

## 알기 쉬운 요약

**이 연구는 왜 했을까?** 보건복지부에서는 2019년 담뱃갑과 담배 개비의 디자인을 표준화하는 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입하기로 발표하였다. 담배 제품의 매력도를 낮추고, 담뱃갑 포장 등에 의한 광고 효과를 줄여 궁극적으로는 흡연인구를 감소시키기 위함이다. 우리나라보다 이 정책을 먼저 도입한 호주, 영국, 뉴질랜드, 캐나다에서는 담뱃갑과 담배 개비의 디자인을 어떻게 규제하는지 살펴 보았다.

**새롭게 밝혀진 내용은?** 해외에서는 담뱃갑 포장의 색, 포장을 여닫는 방법, 포장의 크기, 포장에 표시된 정보의 기재 방법, 개비의 길이와 지름, 개비에 표시하는 정보의 유형 등을 규제한다. 규제하는 요소는 국가별로 서로 비슷하지만, 규제 수준에는 일부 차이가 있다. 특히 이 정책이 호주에서 처음 도입된 2012년 이후 흡연율을 낮추고자 하는 목적을 달성하기 위해 국가별로 여러 규제 요소들이 새롭게 개발되었다.

**앞으로 무엇을 해야 하나?** 우리나라 국민의 흡연율을 낮추기 위해 무광고 표준담뱃갑 정책은 필요하다. 하지만 우리나라에 도입하기 전에 해외 사례를 충분히 검토하고 국내 현황 조사도 시행해야 한다. 이를 기반으로 우리나라에 적합한 정책을 만들고, 정책에 대한 국민의 의견을 충분히 수렴해야 한다. 또한, 경고 문구, 경고 그림 등 기존 금연 정책의 효과가 감소하지 않도록 검토하여 추진해야 한다.

본 연구는 보건복지부의 「국내 실정에 맞는 플레인패키징 도입방안 마련 연구」의 지원을 받아 수행된 연구로 연구 결과 일부를 재구성하였음.

- 투 고 일: 2021. 04. 26.
- 수 정 일: 2021. 06. 30.
- 게재확정일: 2021. 07. 06.

## I. 서론

2019년 5월, 보건복지부에서는 흡연을 조장하는 환경 근절을 위한 금연종합대책을 발표하였다. 이 대책에는 다양한 비가격 정책들이 포함되었는데, 그중 하나가 담배 광고·판촉행위 제한을 강화하기 위한 무광고 표준담뱃갑(Plain Packaging) 제도를 2022년부터 시행하겠다는 것이다(보건복지부, 2019, p.6).

무광고 표준담뱃갑 제도는 담배규제기본협약(WHO Framework Convention on Tobacco Control, FCTC) 제11조에서 도입하도록 권고하는 방안 중 하나로 호주, 뉴질랜드, 영국, 프랑스, 아일랜드, 헝가리 등 다양한 국가에서 채택하여 이미 시행 중인 제도다(World Health Organization, 2018, p.4). 제도의 주요 목적은 담배 제품의 매력도를 떨어뜨리고 담뱃갑에 의한 광고 및 판촉 효과를 방지하기 위하여 담뱃갑의 색상과 디자인 등을 표준화·규격화하는 것이다(World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control, 2013a, 2013b). 이를 위해 담뱃갑 포장의 색상, 글자 크기 및 글씨체, 브랜드명 표시 방법, 소재, 크기뿐만 아니라 켈런의 길이, 지름, 색상 등 다양한 요소를 규격화한다.

무광고 표준담뱃갑이 흡연 시작을 저해하고, 금연을 독려하며, 담배를 끊었던 전(全) 흡연자가 다시 흡연하는 것을 억제하는 데 효율적임을 밝히는 다수의 국외 연구가 존재한다. 이러한 담뱃갑을 사용할 경우, 담뱃갑 경고그림 및 문구의 가시성과 효과성을 높이고(Shankleman, Sykes, Mandeville, Di Costa & Yarrow, 2015, pp.40-41), 흡연 욕구를 줄이며, 담배에 대한 공포를 유발하고 흡연욕구 및 포장에 대한 긍정적 감정을 줄이며(Andrews, Netemeyer, Burton & Kees, 2016, pp.e123-e124), 일부 담배 제품이 다른 담배 제품에 비해 덜 위험할 수 있다는 오해를 일으키지 않게 만든다(Leas, Pierce, Dimofte, Trinidad & Strong, 2018, pp.e121-e122). 또한, 담배 제품의 위험성에 대한 자각을 높이고 담배의 사회적 수용성을 낮추기도 한다(El-Khoury Lesueur, Bolze, Gomajee, White & Melchoior, 2019, pp.e33-e34). 이는 켈런뿐만 아니라 스누스와 물담배 등 켈런 외 담배 제품에서도 브랜드 간 매력도 차이를 줄이고(Halkjelsvik & Scheffels, 2019, pp.1417-1418) 경고그림 및 문구의 가시성과 효과를 높이는 것으로 나타났다(Mostafa et al., 2018, pp.5-6).

우리나라의 무광고 표준담뱃갑 연구 사례를 살펴보면, 조홍

준(2013, p.2)과 김진영, 이성규, 김희진, 지선하(2018, p.174)의 연구를 통해 무광고 표준담뱃갑이 우리나라 담배규제정책에 제시하는 합의와 제도 도입의 필요성이 논의된 바 있다. 이일호(2018, p.413)는 무광고 표준담뱃갑을 둘러싼 지식재산권 관련 법적 논쟁을 TRIPS(Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) 협정 중심으로 다뤘으며, 김경우(2020, p.93)는 호주의 무광고 표준담뱃갑 제도에 관한 패널보고서를 기반으로 담배규제기본협약(FCTC) 가이드라인의 국제 표준 가능성을 연구하였다. 상기 언급한 연구를 볼 때, 우리나라의 무광고 표준담뱃갑 연구는 정책의 필요성 및 합의를 언급하는 수준에 그쳐 초기 단계에 머물러 있거나, 제도의 법적 쟁점만을 다뤄 연구의 범위가 다양하지 못하다. 특히, 보건복지부가 2022년 무광고 표준담뱃갑 정책의 도입을 예고하였음에도 해당 제도를 도입한 국가들의 정책 사례를 분석한 연구는 현재까지 이루어진 바 없다. 2012년 무광고 표준담뱃갑 제도를 호주에서 세계 최초로 도입한 이후 이 제도를 도입한 국가마다 서로 다른 사회·경제·문화적 환경을 기반으로 정책이 수립·운영되었다. 따라서, 정책 입안자의 관점에서 볼 때, 우리나라 상황에 적합한 효과적인 제도 도입 및 법령안을 도출하기 위한 시발점으로 무광고 표준담뱃갑 제도의 해외 도입 사례를 면밀하게 검토하는 것은 반드시 필요한 단계다.

본 연구에서는 2022년부터 무광고 표준담뱃갑 제도를 도입하려는 우리나라 정책 입안자가 도입 세부 방향을 결정할 때 참고할 수 있도록 타 국가들의 규정을 비교·분석하여 공통점과 차이점을 도출하였다. 특히, 담배 제품에 의한 광고 및 판촉 효과를 방지하고자 하는 정책목표에 부합하도록 담뱃갑과 담배 개비의 디자인 요소 등 핵심 규제 사항을 중심으로 분석을 수행하였다. 본 연구의 결과는 향후 무광고 표준담뱃갑 제도 도입 시 법령 제정의 기초자료로 활용될 것으로 기대된다.

## II. 연구 방법

본 연구에서는 무광고 표준담뱃갑 제도를 도입한 해외 국가의 법령 및 가이드라인을 분석하였으며, 분석한 국가별 규정의 목록을 <표 1>에 제시하였다. 분석 대상 국가는 총 4개국으로, 2012년 첫 번째로 무광고 표준담뱃갑 제도를 도입한

표 1. 국가별 비교를 위해 사용된 규정 목록

국가	검토 규정
호주	Tobacco Plain Packaging Act 2011 Tobacco Plain Packaging Regulations 2011 Tobacco Plain Packaging - your guide (2014)
영국	The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015 Tobacco Packaging Guidance 2016
뉴질랜드	Smoke-free Environments and Regulated Products Act 1990 Smoke-free Environments Regulations 2017
캐나다	Tobacco and Vaping Products Act Tobacco Products Regulations (Plain and Standardized Appearance)

호주, 유럽의 Directive 2014/40/EU 개정안에 따라 2016년 3번째로 제도를 도입한 영국, 그리고 비교적 최근인 2018년과 2019년에 제도를 도입한 뉴질랜드와 캐나다의 규정을 분석하였다. 연구 대상 국가들은 공통의 목적을 기반으로 서로 다른 연도에 제도를 도입하였으므로, 시간이 지남에 따라 정책 세부 사항의 변화 추이를 분석하기에 적절하다. 각 국가의 규제기관 웹사이트에서 제공하고 있는 최신 법령과 가이드라인을 중심으로 문헌 조사를 수행하였으며, 무광고 표준담뱃갑 정책의 목표를 달성하기 위하여 규정에 명시한 담뱃갑과 담배 개비의 디자인 요소를 중점적으로 비교 분석하였다. 이에 따라 담뱃갑의 경우 포장에 사용하는 색, 포장의 구조(개폐 방식 등), 담뱃갑 크기 제한, 브랜드명·세부 브랜드명·담배의 수량·제조업자 정보 등 담뱃갑 포장에 표시하는 정보의 표시 방법, 포장지 등 기타 이와 관련한 규제 항목을 조사하였다. 담배 개비의 경우, 개비의 길이와 지름, 개비에 기재하는 정보의 유형과 기재 방법, 그 밖에 개비 디자인을 제한하는 규정을 분석하였다. 또한, 본 연구에서 조사한 4개 국가가 공통으로 규제하는 쉼련을 중심으로 국가별 규정을 비교·분석하였다.

### III. 연구 결과

#### 1. 담뱃갑의 디자인 요소

##### 가. 담뱃갑 포장 색

담배규제기본협약 제11조에서는 담배 제품의 포장에 사용하는 색을 규제하도록 권고하고 있다. 이에 따라, 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입한 국가에서는 담뱃갑의 매력도를 낮출 수

있는 특정한 색만을 포장에 사용하도록 규정하였다. 사용할 수 있는 색의 종류는 포장의 유형 및 면의 위치에 따라 서로 다르다. 우선, 본 연구의 대상인 4개 국가 모두 담배 제품의 외부포장(outer packaging) 바깥 면에는 Pantone 448C라는 칙칙한 갈색을 사용해야 한다. 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입하기 전 호주에서 수행된 연구에 따르면, Pantone 448C 색을 적용한 담뱃갑 포장을 본 소비자들은 이 담배에 대해 전반적인 매력도가 가장 낮아 보이며, 품질이 가장 떨어지고, 건강에 가장 해로우며 중독성이 강해 가장 끊기 어려운 담배가 들어있을 것 같다고 평가하였다(GfK bluemoon, 2011, p.10). 즉, Pantone 448C 색은 담뱃갑 포장에 적용되었을 때 소비자들이 담배에 대해 부정적인 감정을 연상하는 색으로 선정되었으며, 이러한 연구 결과를 기반으로 무광고 표준담뱃갑에 적용되고 있다. 외부포장의 안쪽 면의 경우 영국과 캐나다에서는 바깥 면과 같이 Pantone 448C 색을 사용해야 하지만, 호주에서는 흰색을 사용하도록 규정하였다. 한편, 내부포장(internal packaging) 바깥 면에 사용하는 색은 국가마다 서로 다르다. 호주와 뉴질랜드, 캐나다에서는 반드시 Pantone 448C 색을 사용해야 하나, 영국에서는 Pantone 448C 색뿐만 아니라 흰색도 사용할 수 있다. 내부포장의 안쪽 면의 경우, 호주에서는 흰색, 영국에서는 흰색 또는 Pantone 448C 색을 사용하며, 캐나다에서는 Pantone 448C 색을 사용해야 한다. 뉴질랜드의 경우, 담뱃갑 포장의 안쪽 면에 사용하는 색을 규정으로 따로 명문화하지 않으나, Smoke-free Environments and Regulated Products Act 1990의 섹션 83(4)(a)에서 포장의 모든 면에 일관되게 무광택의 칙칙한 갈색을 사용하도록 제시하였다. 이를 통해 포장의 안쪽 면에도 Pantone 448C를 사용해야 함을 유추할 수 있다.

## 나. 담뱃갑의 구조

무광고 표준담뱃갑 제도를 도입한 국가에서는 담뱃갑의 구조를 규제하고 있으며, 이와 관련한 규제 요소는 담뱃갑의 모양, 개봉 방식 및 모서리의 형태로 구분할 수 있다. 본 연구에서 조사한 국가들은 모두 직육면체 모양의 담뱃갑만을 사용하도록 제한하고 있다. 하지만, 개봉 방식의 경우 국가마다 이에 관한 규정이 서로 다르다. 우선, 호주와 뉴질랜드에서는 담뱃갑에 일반적으로 많이 사용되는 밀어 올리는 뚜껑(flip-top lid) 방식만을 사용할 수 있다. 밀어 올리는 뚜껑은 담뱃갑 뒷면에 고정 부위인 힌지(hinge)가 있으며 앞면 중 일부를 들어 올리는 형태다. 하지만 영국에서는 밀어 올리는 뚜껑뿐만 아니라 솔더 박스 뚜껑(shoulder box hinged lid)도 사용할 수 있다. 솔더 박스 뚜껑은 밀어 올리는 뚜껑과 같이 담뱃갑 뒷면에 고정 부위가 있으나, 앞면 전체를 들어 올리는 개봉 방식이다. 뚜껑을 개봉했을 때 앞면에 표시된 경고문구와 경고그림이 보이지 않는다는 점에서 밀어 올리는 뚜껑과 차이가 있다. 담뱃갑에 사용된 뚜껑의 유형에 따라 제품에 대한 소비자의 인식이 달라질 수 있는데, 보편적으로 사용되는 밀어 올리는 뚜껑 외 다른 형태의 개봉 방식을 사용할 경우, ‘혁신적임’, ‘독특함’과 같은 긍정적인 브랜드 이미지를 심어주는 것으로 확인된 바 있다(Kotnowski & Hammond, 2013, p.1662). 한편, 캐나다에서는 담뱃갑 포장에 슬라이드 앤 셸(slide and shell)이라는 개봉 방식만을 사용하도록 규정하였다. 이는 내부포장을 옆으로 밀어서 담배를 꺼낼 수 있는 구조다. 이러한 구조를 이용한 담뱃갑 포장은 밀어 올리는 뚜껑을 적용했을 때보다 가로 길이가 더욱 길어서 표면적이 넓으므로 경고그림을 더욱 크게 표시할 수 있다. 또한, 담배를 피우기 위해 담뱃갑의 뚜껑을 밀어 올릴 때 뚜껑에 표시된 경고그림이 잘리거나 보이지 않는다는 단점을 보완하여 경고그림의 가시성을 높일 수 있다.

국가별로 담뱃갑 포장에 사용할 수 있는 모서리의 형태도 서로 다르다. 호주, 뉴질랜드, 캐나다에서는 포장의 면이 서로 직각 형태로 만나 모서리가 직선이 되도록(straight-edged) 제작할 것을 요구하고 있다. 반면, 영국에서는 모서리가 직선인 포장뿐만 아니라 곡면의 형태(bevelled-edged)를 띤 모서리도 담뱃갑 포장에 사용할 수 있도록 허용하고 있다. 이러한 형태의 모서리는 직선 형태의 모서리에 비해 더욱 고급스럽고 세련된 느낌을 주며, 사용하기 편리하고 심미적 관점에서 긍정

적으로 평가된다는 사실이 소비자 대상 연구를 통해 확인되었다(Kotnowski & Hammond, 2013, p.1662; Borland, Savvas, Sharkie & Moore, 2013, pp.99-100). 반면, 직선 형태의 모서리는 곡면 형태의 모서리에 비해 덜 매력적이고 낮은 품질을 가진 담배일 것이라는 인식을 심어준다(Borland, Savvas, Sharkie & Moore, 2013, pp.99-100; Mucan & Moodie, 2018, p.633). 이처럼 포장의 다양성을 일부 허용한다는 관점에서 볼 때, 영국은 다른 나라와 비교하여 담뱃갑의 구조에 대해서는 비교적 완화된 규제를 적용하고 있음을 확인할 수 있다.

## 다. 담뱃갑의 크기

담뱃갑 포장의 크기, 즉 너비와 높이, 두께의 길이도 무광고 표준담뱃갑 제도의 규제 요소 중 하나다. 이에 따라 호주와 뉴질랜드, 캐나다에서는 담뱃갑 포장의 크기를 특정 수치의 범위로 제한하여 관리하고 있다. 예를 들어, 호주의 법령에서는 담뱃갑 포장을 너비 55mm 이상 82mm 이하, 높이 85mm 이상 125mm 이하, 두께 20mm 이상 42mm 이하로 제작하도록 규정하고 있다. 뉴질랜드의 법령에서는 호주의 법령과 비교했을 때 각 수치의 하한선은 같으나 상한선을 더 낮게 명시하였다. 뉴질랜드에서 준수해야 하는 담뱃갑 포장의 치수는 각각 너비 55mm 이상 72mm 이하, 높이 85mm 이상 98mm 이하, 두께 20mm 이상 30mm 이하이다.

캐나다의 경우, 호주 및 뉴질랜드와 마찬가지로 담뱃갑 포장의 각 수치에 대하여 상한선과 하한선을 지정하여 관리하고 있다. 하지만, 앞서 언급한 두 국가와 다르게 슬라이드 앤 셸 개봉 방식만을 사용하도록 요구하는 캐나다에서는 담뱃갑 구조의 특성을 고려하여 담뱃갑을 표준 크기(Regular size)와 대형 크기(King size)로 구분하고, 각각의 수치를 서로 다르게 지정하였다. 우선, 표준 크기에 해당하는 담뱃갑은 너비 81mm 이상 106mm 이하, 높이 72mm 이상 77mm 이하, 두께 15mm 이상 18mm 이하로 제작해야 한다. 대형 크기인 담뱃갑은 표준 크기에 해당하는 담뱃갑보다 높이를 더욱 길게 하여 만들 수 있다. 너비와 두께는 표준 크기의 담뱃갑과 동일하나 높이 규정은 84mm 이상 89mm 이하로 표준 크기보다 12mm 크게 제작할 수 있다. 호주와 뉴질랜드 법령과 비교해볼 때, 캐나다에서 대형 크기로 명시한 담뱃갑 포장의 높이 허용 범위가 앞서 언급한 두 국가의 포장 높이 규정과 유사한 수치를 보인다. 즉, 캐나

다에서는 일반적인 크기의 포장뿐만 아니라 이보다 높이가 짧은 소형 담뱃갑에 관한 규정도 갖추고 있다고 볼 수 있다.

영국에서는 담뱃갑 포장의 너비와 높이, 두께의 수치를 직접 규제하지 않는다. 하지만, 유럽에서 담배 및 담배 관련 제품의 판매와 판매 촉진에 대해 제한을 두는 지침인 Tobacco Products Directive 2014/40/EU에 의거하여, 담뱃갑의 앞면과 뒷면에 표시하는 경고그림과 경고문구 등을 총칭하는 복합 경고사항(combined health warnings)의 최소 크기와 표시 면적 대비 비율을 규정하였다. 이에 따라 복합경고사항의 최소 높이는 44mm, 너비는 52mm 이상이어야 하며, 담뱃갑 포장 앞면과 뒷면 면적의 65% 이상의 크기로 표시해야 한다. 담뱃갑 포장 옆면에는 일반경고문구(general warnings)와 정보 문구(information messages)를 표시해야 하며, 이러한 표시사항은 최소 20mm의 너비로 표시 면의 최소 50%를 차지하도록 표시해야 한다. 이처럼 경고그림과 경고문구 등 표시사항의 크기와 표시면 대비 비율을 지정함으로써 담뱃갑 포장의 크기를 간접적으로 규제하고 있다. 한편, 앞서 언급한 규정은 밀어 올리는 뚜껑을 가진 담뱃갑 포장에 한정된 것이다. 영국에서 사용할 수 있는 또 다른 형태의 포장인 솔더 박스 담뱃갑의 경우, 포장의 앞면과 뒷면의 거리가 최소 16mm가 되도록 규정에서 명시하고 있다.

## 라. 담배의 수량 표시 방법

각 국가에서는 쉘런 담뱃갑 포장에 넣을 수 있는 담배 개비의 최소 개수를 제한하거나, 정해진 규격에 따라서만 넣을 수 있도록 규정하고 있다. 예를 들어, 호주와 영국, 캐나다에서는 담뱃갑 안에 최소 20개비의 담배 개비를 넣어야 한다. 뉴질랜드의 경우, 담뱃갑 안에 20개비 또는 25개비만 넣을 수 있다. 이러한 규제의 목적은 포장 안에 들어있는 개비의 수가 다양한 담배 제품을 이용하여 소비자들이 담배의 가격 대비 가치를 판단하고 이를 제품의 선택 요인 중 하나로 활용할 수 있도록 하는 담배 회사의 마케팅 전략을 제한하는 것이다 (Persoskie, Donaldson & Ryant, 2019, p.367).

또한, 담배 회사는 담뱃갑 안에 들어있는 담배 개비의 개수를 규정에서 정하는 바에 따라 표준화된 방식으로 담뱃갑 포장에 표시해야 한다. 이를 위하여 각 국가에서는 수량 정보의 표시 위치와 글꼴, 글자 크기, 글자 색 등을 규정에 명시하였다. 예를 들어, 호주에서는 포장의 앞면, 뒷면, 아랫면 중 2곳

에만 한 번씩 수량에 관한 정보를 표시할 수 있다. 일반적인 굵기의 Lucida Sans 서체를 이용하며, 글자 크기는 10포인트 이하, 글자 색은 Pantone Cool Gray 2C를 사용해야 한다. 영국의 경우, 수량을 나타내는 숫자 뒤에 반드시 “Cigarettes”라는 단어를 함께 기재해야 한다. 직육면체 담뱃갑의 6개 면 중 1개 면에 한 번만 수량에 관한 정보를 기재할 수 있으며, 경고문구가 표시된 면에 이 정보를 표시하는 경우 경고문구 표시 방향과 같은 방향으로 표시해야 한다. 이때, 일반적인 굵기의 Helvetica 서체를 이용하며, 글자 크기는 10포인트 이하, 무광택의 Pantone Cool Gray 2C 색으로 표기하도록 규정하였다. 뉴질랜드에서는 브랜드명이 표시된 면에 수량에 관한 정보를 표시하도록 하였다. 담뱃갑 포장의 앞면과 가장 작은 2개 면에 브랜드명을 표시할 수 있으므로, 수량을 표시하는 면은 최대 3개 면이다. 해당 면에 기재된 정보와 같은 방향으로 숫자만을 이용하여 표시한다. 일반적인 굵기의 Lucida Sans 서체를 사용해야 하며, 글자 크기와 글자 색은 앞서 언급한 국가들과 동일하다. 마지막으로 캐나다의 경우, 담뱃갑 포장 중 Consumer Packaging and Labelling Regulations의 하위섹션 2(2)에서 정하는 주표시면(principal display panel)에 한 번씩만 수량에 관한 정보를 기재할 수 있다. 수량 정보의 표시 위치도 지정하였는데, 정보의 마지막 글자가 포장의 아래 모서리와 오른쪽 모서리에서 5mm 떨어지도록 표시해야 한다. 글자 크기는 8포인트보다 크게 표시해서는 안 되며, 기울임 없이 일반적인 굵기의 Lucida Sans Serif 서체를 이용하여 무광택의 검은색 또는 회색으로 정보를 표시하도록 규정하였다.

## 마. 브랜드명 및 세부 브랜드명 표시

담배규제기본협약 제11조에서는 담배 제품의 포장에 브랜드명(brand name)과 세부 브랜드명(variant name)을 기재할 때 표준화된 색과 글꼴 등 각 국가에서 규정하는 바에 따라 표시할 것을 권고하고 있다. 이에 따라 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입한 국가에서는 브랜드명과 세부 브랜드명을 표시할 때 표시 위치, 글꼴, 글자 색, 글자 크기 등에 대해 규정에서 정해진 바를 따르도록 요구하고 있다.

브랜드명 및 세부 브랜드명 표시 방법에 관한 규정은 국가별로 서로 유사한 점이 많다. 예를 들어, 호주와 뉴질랜드, 영국 모두 브랜드명의 글자 크기는 14포인트 이하, 세부 브랜드명의 글자 크기는 10포인트 이하로 표시해야 한다. 또한, 브랜

드명과 세부 브랜드명의 글자 색은 모두 Pantone Cool Gray 2C로 지정하였다. 브랜드명과 세부 브랜드명을 한 면에 같이 적는 경우, 세부 브랜드명은 브랜드명 아래에 적어야 하며, 두 가지 명칭 모두 한 줄을 넘어가지 않도록 기재해야 한다. 또한, 두 가지 명칭 모두 표시해야 하는 면의 중앙에 기재해야 한다. 브랜드명과 세부 브랜드명을 표시할 수 있는 포장 면의 위치도 유사하다. 우선, 호주의 경우 브랜드명은 포장의 앞면, 윗면, 아랫면에 한 번씩만 표시 가능하며, 세부 브랜드명은 포장의 앞면과 가장 작은 2개 면에 한 번씩만 표시할 수 있다. 뉴질랜드에서는 브랜드명과 세부 브랜드명 모두 포장의 앞면과 가장 작은 2개 면에 한 번씩만 표시하도록 규정하였다. 영국에서는 포장의 앞면, 포장의 가장 작은 면 중 하나, 또 다른 가장 작은 면에 브랜드명과 세부 브랜드명을 한 번씩 기재할 수 있다. 위의 3개 국가에서 규정에 명문화한 방식은 서로 다르나, 일반적인 직육면체 모양의 담뱃갑 포장을 고려해볼 때 각 국가에서 브랜드명과 세부 브랜드명을 표시하는 면의 위치는 서로 비슷하다. 글꼴의 경우 국가마다 약간의 차이가 있는데, 호주와 뉴질랜드에서는 Lucida Sans 글꼴, 영국에서는 Helvetica 글꼴을 사용해야 한다.

한편, 본 연구에서 조사한 국가 중 가장 최근에 무광고 표준 담뱃갑 제도를 도입한 캐나다의 제품명 기재 규정은 앞서 언급한 3개 국가와 다르다. 우선, 캐나다에서는 브랜드명만 기재할 수 있으며, 세부 브랜드명을 사용할 수 없다. 또한, 브랜드명에 색이나 필터의 특징을 연상시키는 단어를 사용하지 못하도록 규제하고 있다. 이는 브랜드명 또는 세부 브랜드명을 담배 회사의 마케팅 전략으로 이용하지 못하도록 억제하기 위함이다. 호주의 무광고 표준담뱃갑 정책은 세부 브랜드명을 이용하여 소비자의 수요를 맞춤형으로 충족하는 시장 세분화 전략을 거의 억제하지 못하여 담배 판매에 긍정적 영향을 미쳤다는 점이 기존의 연구에서 밝혀진 바 있다(Greenland, 2015, p.70). 또한, 담뱃갑 포장의 색이 표준화되었음에도 브랜드명 또는 세부 브랜드명에 서로 다른 색의 명칭을 사용하였을 때 흡연자는 이름에 특정 색이 포함된 담배의 위험성이 낮다고 인식하기도 한다(Wakefield, Coomber, Zacher, Durkin, Brennan & Scollo, 2015, p.ii23). 상기 언급한 선행 문헌의 연구 결과를 볼 때, 캐나다의 새로운 규제 방향은 무광고 표준담뱃갑 제도의 목적을 충족하며 타당성이 높은 것으로 보인다. 또한, 브랜드명의 표기 방법도 함께 규정하고 있다. 브랜드명은 무광택의 회색으로 표시해야 하며, 14포인트의 글

자 크기로 Lucida Sans Serif 글꼴만을 사용하여 기재해야 한다. 직육면체 포장인 경우, 6면 각각에 한 번씩만 기재할 수 있다. 알파벳을 사용하여 한 줄이 넘어가지 않게 기재하는 것은 호주, 뉴질랜드, 영국의 규정과 동일하나, 단어 사이의 공간이 4mm를 넘어가지 않도록 규제하는 등 다른 나라와 비교하여 다소 엄격한 제품명 기재 규정을 갖추고 있다.

## 바. 제조업자 등의 표시

담뱃갑 포장에는 제조업자, 수입자 또는 생산자 등에 대하여 그 명칭과 주소, 소비자 상담번호 등을 기재할 수 있으며, 국가별로 정보의 기재 방법을 표준화하여 규정에 명시하였다. 예를 들어, 호주에서는 제조업자의 명칭과 주소, 소비자 상담번호를 포장의 옆면 중 경고문구가 기재되지 않은 면에 한 번만 표시할 수 있다. 일반적인 굵기의 Lucida Sans 서체를 사용해야 하며, 글자 크기는 10포인트 이하, 글자 색은 Pantone Cool Gray 2C를 사용해야 한다. 한편, 소비자 상담번호를 기재할 때는 숫자 또는 숫자와 붙임표, 괄호를 조합하여 표시하도록 규정하였다. 번호 앞에는 “Phone:” 또는 “Ph.” 중 하나를 사용해야 하며, 전체 포장 중 한 번만 표시할 수 있다. 또한, 소비자 상담번호를 통해 특정 담배 제품이 다른 담배 제품보다 덜 위험하다는 잘못된 인식을 직·간접적으로 심어주거나, 타르·니코틴·일산화탄소 등 담배 제품의 배출 성분에 관한 정보를 제공하거나, 담배 제품의 브랜드명 또는 세부 브랜드명과 관련한 정보를 전달하지 못하도록 규정하여 소비자가 어떠한 정보를 통해서도 담배의 위험성을 잘못 이해하지 않도록 제한하였다.

영국의 경우, 담배 생산자를 기재할 때 생산자의 명칭, 주소, 이메일 주소, 전화번호에 관한 정보를 전부 기재하거나, 이 중 일부를 기재하는 방식으로 정보를 제공할 수 있다. 전체 포장에 걸쳐 한 번만 기재할 수 있으며, 담뱃갑 앞면에는 이를 표시할 수 없다. 일반적인 굵기의 Helvetica 서체를 사용하며, 10포인트 이하의 글자 크기로 표시해야 한다. 한편, 정보의 표시 위치에 따라 사용할 수 있는 글자 색이 다르다. 외부포장에 이를 기재하는 경우, 무광택의 Pantone Cool Gray 2C로 표시해야 하나, 내부포장에 기재하는 경우 무광택의 Pantone Cool Gray 2C, Pantone 448C, 검은색 중 한 가지를 사용할 수 있다. 알파벳, 숫자 또는 앰퍼샌드 기호(&), 이메일 주소 작성 시 사용하는 @ 기호를 제외한 다른 문자는 사용할 수

없으며, 정보 기재 시 “The producer’s contact details are:”이라는 문구를 붙여 일관된 형식으로 관련 정보가 전달될 수 있도록 하였다.

뉴질랜드에서는 제조업자 또는 수입자에 관한 정보를 표시할 때 그러한 회사의 명칭, 주소, 이메일 주소 또는 전화번호, 제조 또는 수입한 국가, 담배 제품의 원산지를 구별할 수 있는 영숫자 코드에 관한 정보를 전부 기재하거나, 이러한 정보 중 일부만을 기재할 수 있다. 정보의 표시 위치는 포장의 뒷면 또는 바코드가 표시된 면이다. 이때, 바코드가 표시된 면은 일반적으로 포장의 옆면 중 하나를 의미한다. 일반적인 굵기의 Lucida Sans 서체를 사용하며, 글자 크기는 10포인트 이하, 글자 색은 Pantone Cool Gray 2C 색을 사용해야 한다. 또한, 영국과 마찬가지로 정보를 기재할 때, 알파벳, 숫자, 앰퍼샌드 기호(&), 이메일 주소 작성 시 사용하는 @ 기호를 제외한 다른 문자는 사용할 수 없도록 규정하고 있다.

캐나다에서는 제조업자에 관한 정보와 사업장 주소를 기재할 때 포장의 옆면 중 한쪽 면에만 한 번 표시할 수 있다. 일반적인 굵기의 Lucida Sans Serif 서체를 이용하며, 기울임체를 사용해서는 안 된다. 글자 크기와 글자 색은 다른 나라와 유사하게 10포인트 이하, 무광택의 회색을 각각 사용해야 한다. 또한, 해당 정보를 표시하려는 면에 표시된 다른 정보와 평행하게 같은 방향으로 표시하도록 규정에서 명시하고 있다.

## 사. 담뱃갑 포장지

담뱃갑을 둘러싸는 셀로판 포장도 무광고 표준담뱃갑 정책의 규제 요소 중 하나다. 담배를 구매하는 시점에 담뱃갑에 표시된 경고문구와 경고그림, 그 밖에 담뱃갑의 매력도를 낮추는 요소를 가릴 수 있기 때문이다. 이에 따라 호주, 뉴질랜드, 영국, 캐나다의 규정에서는 담뱃갑의 셀로판 포장에 반드시 투명해야 하며, 색이나 마크(mark), 질감이나 장식이 있어서는 안 되고, 규정에서 정하는 것 외의 상표명이나 기타 표시를 할 수 없도록 명시하였다. 따라서, 셀로판 포장에는 브랜드와 관련된 판촉 요소 등을 사용할 수 없다. 한편, 셀로판 포장을 쉽게 뜯을 수 있도록 개봉 테이프를 붙여서 사용할 수 있다. 단, 이러한 개봉 테이프 또한 각 국가에서 규정하는 조건을 충족해야 한다. 우선, 개봉 테이프는 색이나 마크가 없는 투명한 띠를 사용해야 한다. 색이 들어간 띠를 사용할 수 있으나, 사용할 수 있는 색은 국가마다 서로 다르다. 호주와 영국

에서는 검은색, 뉴질랜드에서는 Pantone 448C 색, 캐나다에서는 규정에서 정하는 색이 들어간 개봉 테이프도 사용할 수 있다. 투명한 띠를 사용하는 경우, 호주와 영국에서는 개봉 테이프 시작점을 의미하는 길이 15mm 이하의 검은색 단일 띠를 개봉 테이프에 사용할 수 있다. 이러한 개봉 테이프는 연속적인 일직선이어야 하고, 담뱃갑의 너비에 해당하는 가로 모서리와 평행해야 한다. 개봉 테이프의 너비도 규정하고 있다. 호주와 뉴질랜드, 영국의 경우 개봉 테이프의 너비는 3mm를 넘을 수 없으며, 캐나다의 경우 이를 3.5mm로 규정하였다. 이 밖에도 담뱃갑의 셀로판 포장지에 바코드를 인쇄하는 경우 바코드에 사용할 수 있는 색과 바코드의 특징을 규정하는 등 셀로판 포장에 담뱃갑에 표시된 규제 사항을 가리지 않고 판촉의 요소로 활용될 수 없도록 구체적인 규제 요소를 정하여 관리하고 있다.

## 아. 담뱃갑 포장의 기타 디자인

상기 명시한 담뱃갑 포장의 디자인 요소를 비롯하여 국가별로 담뱃갑 포장의 매력도를 줄이기 위해 추가로 규제하는 다양한 디자인 요소를 아래 <표 2>에 비교하여 제시하였다. 우선, 본 연구에서 조사한 4개 국가 모두 담뱃갑의 포장에 사용할 수 있는 재료를 규정으로 명시하였다. 호주와 뉴질랜드, 캐나다는 뱃뱃한 판지만을 담뱃갑 포장 재료로 사용할 수 있지만, 영국에서는 뱃뱃한 판지와 부드러운 재질을 모두 사용할 수 있다. 또한, 4개 국가 모두 담뱃갑 포장을 제작할 때 포장의 표면이 매끄럽고 평평해야 하며, 굴곡이나 장식, 양각, 기타 표면이 고르지 않은 면 등이 없도록 제작할 것을 요구하고 있다.

그 밖에도, 본 연구에서 조사한 국가들의 규정에 따르면 담뱃갑 포장에는 담배의 광고나 홍보 등에 사용되어 담배 제품을 더 많이 사용하도록 유도할 수 있는 인위적인 소리나 향을 담뱃갑 포장에 넣거나, 이를 만들어내는 포장을 제작해서는 안 된다. 담배에서 날 수 있는 자연스러운 담뱃잎 향은 규제 대상이 아니다. 소비자에게 담배가 판매된 후 포장이 변경될 수 있는 요소를 사용하는 것 또한 제한된다. 예를 들어, 열 활성화 잉크, 시간이 지나면서 나타나는 잉크 또는 장식, 특정 빛에서 형광을 띄는 잉크, 제거할 수 있는 탭, 접었다 펴는 면 등을 포장에 사용할 수 없다. 캐나다에서는 뚜껑을 개봉하지 않아도 내용물을 볼 수 있는 투명한 창도 포장에 이용하지

못하도록 명시하였다. 이처럼 무광고 표준담뱃갑 규정에서는 정책의 목적 달성을 저해할 수 있는 다양한 디자인 요소를 규

제하고 있으며, 국가별 규정이 적용된 필연 담뱃갑의 사례를 [그림 1]에 제시하였다.

표 2. 국가별 무광고 표준담뱃갑 정책에 따른 담뱃갑 포장 관련 규정 비교표

구분		호주	영국	뉴질랜드	캐나다		
제도 도입연도		2012	2016	2018	2019		
담뱃갑 외부포장 색	외부	Pantone 448C	Pantone 448C	Pantone 448C	Pantone 448C		
	내부	흰색	Pantone 448C	Pantone 448C	Pantone 448C		
담뱃갑 내부포장 색	외부	Pantone 448C	흰색 또는 Pantone 448C	Pantone 448C	Pantone 448C		
	내부	흰색	흰색 또는 Pantone 448C	Pantone 448C	Pantone 448C		
담뱃갑 포장 개폐 방식(뚜껑)		밀어 올리는 뚜껑 (Flip-top lid)	밀어 올리는 뚜껑(Flip-top lid) 또는 숄더 박스 (Shoulder-box)	밀어 올리는 뚜껑 (Flip-top lid)	슬라이드 앤 셸 (Slide and Shell)		
담뱃갑 포장 재료		뾰뾰한 판지	뾰뾰한 판지 부드러운 재질 가능	뾰뾰한 판지	뾰뾰한 판지		
담뱃갑 포장 모서리		직각 형태	직각, 둥근 형태	직각 형태	직각 형태		
포장 크기 제한	너비	상한	82mm	72mm	Regular	King	
		하한	55mm	복합경고사항 (CHW)의 크기와 표시면 대비 비율로 포장 크기 규제	55mm	106mm	106mm
	높이	상한	125mm	98mm	98mm	81mm	81mm
		하한	85mm	85mm	85mm	77mm	89mm
	두께	상한	42mm	30mm	30mm	72mm	84mm
		하한	20mm	20mm	20mm	18mm	18mm
브랜드명 표시 규정	표시 위치	앞면, 윗면, 아랫면	앞면, 포장의 가장 작은 면, 또 다른 가장 작은 면	앞면 및 가장 작은 2개면	직육면체 각 6개 면		
	글자 크기	14pt 이하	14pt 이하	14pt 이하	14pt		
	글꼴	Lucida Sans	Helvetica	Lucida Sans	Lucida Sans Serif		
세부 브랜드명 표시 규정	표시 위치	앞면, 가장 작은 2개 면	앞면, 포장의 가장 작은 면, 또 다른 가장 작은 면	앞면, 가장 작은 2개면	세부 브랜드명을 표시할 수 없음		
	글자 크기	10pt 이하	10pt 이하	10pt 이하			
	글꼴	Lucida Sans	Helvetica	Lucida Sans			
제조업자 등 표시 규정	표시 위치	옆면 중 경고문구 미표시면	앞면을 제외한 면	뒷면 또는 바코드가 표시된 면	옆면 중 한쪽 면		
	글자 크기	10pt 이하	10pt 이하	10pt 이하	10pt 이하		
	글꼴	Lucida Sans	Helvetica	Lucida Sans	Lucida Sans Serif		
기타 규제 요소	포장지	규제함	규제함	규제함	규제함		
	개봉 테이프	규제함	규제함	규제함	규제함		

자료: <표 1>의 국가별 검토 규정 참조



그림 1. 국가별 무광고 표준담뱃갑 사례



자료: 저자가 직접 촬영

## 2. 담배 개비의 디자인 요소

### 가. 담배 개비의 길이와 지름

담뱃갑 포장뿐만 아니라 담배 개비도 무광고 표준담뱃갑 정책에서 규제하는 핵심 요소 중 하나이다. 특히, 담배 개비의 길이와 지름을 규제하는 것은 일반적인 담배 개비보다 가늘고 긴 슬림형 담배 개비의 제조를 제한하기 위함이다. 담배 개비의 유형에 따라 담배 제품 매력도 및 흡연에 대한 인식 등이 어떻게 달라지는지 조사한 선행 연구 결과에 따르면, 슬림형 담배는 일반 담배와 비교하여 화려하고 여성스러운 느낌을 주고(Doxey & Hammond, 2011, p.357) 담배의 위험성에 대한

인식을 낮추는 것으로 확인되었다(Carpenter, Wayne & Connolly, 2005, pp.842-843). 또한, 청소년 흡연자와 비흡연자들은 가늘고 긴 슬림형 담배가 더욱 매력적이며 위험이 적다고 평가하기도 하였다(Ford, Moodie, MacKintosh & Hastings, 2013, pp.466-467).

본 연구의 대상인 4개 국가 중 비교적 최근에 무광고 표준담뱃갑 제도를 도입한 뉴질랜드와 캐나다에서만 담배 개비의 길이와 지름을 규제하고 있다. 뉴질랜드의 경우, 담배 개비 길이는 95mm 이하여야 하며, 하한선에 관한 규정은 없다. 반면, 캐나다에서는 담배 개비 길이의 상한선과 하한선을 모두 규정하고 있으며, 이를 표준 크기와 대형 크기로 구분하여 각각에 대해 길이를 제한하고 있다. 이에 따라 표준 크기는 70.0mm

이상 73.0mm 이하, 대형 크기는 82.0mm 이상 85.0mm 이하로 개비의 길이를 규제하였다. 한편, 개비의 지름에 대해서는 뉴질랜드와 캐나다 모두 상한선과 하한선을 정하여 관리한다. 뉴질랜드에서는 담배 개비의 지름이 7mm 이상 9mm 이하여야 하며, 캐나다에서는 7.65mm 이상 8.0mm 이하여야 한다.

### 나. 담배 개비에 기재할 수 있는 정보

담배 개비에 기재할 수 있는 정보의 종류와 글자 크기, 글꼴, 표시 위치 등을 제한함으로써 담배 개비의 디자인을 표준화하기도 한다. 우선, 영국에서는 담배 개비에 브랜드명과 세부 브랜드명을 기재할 수 있다. 그러나, 호주와 뉴질랜드, 캐나다에서는 이를 금지하고 있으며, 담배 개비에 오직 영숫자 코드만을 기재하도록 규정하였다. 이는 담배 개비를 통해 담배의 제품명을 상기시켜 광고나 판촉 요소로 활용될 수 있는 여지를 차단하기 위함이다. 기재 가능한 영숫자 코드의 기준도 제시하고 있다. 예를 들어, 호주에서는 담배 개비에 표시된 영숫자 코드가 담배 광고나 판촉 또는 이에 접근할 수 있는 수단을 제공해서는 안 되며, 담배의 특징, 건강에 미치는 영향, 담배의 위해성, 독성물질 배출량 등에 관한 잘못된 정보를 심어줘서는 안 된다고 규정하고 있다. 뉴질랜드에서는 유통되는 담배 제품을 추적하는 데 필요한 영숫자 코드만 기재할 수 있도록 정하고 있으며, 그 외 어떠한 정보도 영숫자 코드를 통해

소비자에게 전달되어서는 안 된다. 캐나다에서도 이와 유사하게 담배 개비에 기재하는 영숫자 코드가 담배 제품의 특징이나 배출량에 관한 정보, 담배 제품의 브랜드 요소 등을 상기시키지 않도록 규정하였다.

담배 개비에 기재하는 브랜드명과 세부 브랜드명 또는 영숫자 코드 모두 국가별로 정하는 표시 방식에 따라 기재해야 한다. 예를 들어, 정보의 글자 크기는 4개 국가 모두 8포인트 이하여야 하며, 일반적인 굵기를 사용해야 한다. 표시 위치와 글자 색, 글꼴은 국가마다 서로 차이가 있다. 호주와 영국, 캐나다에서는 이러한 정보를 붙에 붙지 않도록 설계된 담배 개비의 끝부분으로부터 38mm보다 멀리 떨어지지 않은 위치에 표시하도록 규정하였다. 반면, 뉴질랜드에서는 담배 개비의 필터에서 10mm 안쪽에 영숫자 코드를 기재해야 하며, 필터가 없는 경우 개비의 한쪽 끝에 기재해야 한다. 글자 색의 경우, 호주와 영국, 캐나다에서는 검은색으로 규정하지만, 뉴질랜드에서는 무광택의 Pantone 448C 색으로 표시하도록 하였다. 국가마다 사용하는 글꼴에도 차이가 있다. 호주와 뉴질랜드에서는 Lucida Sans 글꼴, 영국과 캐나다에서는 Helvetica 글꼴을 사용하여 기재한다.

### 다. 담배 개비의 기타 디자인

본 연구에서 조사한 4개 국가 모두 담배 개비를 감싸는 쉘

표 3. 국가별 무광고 표준담뱃갑 정책에 따른 담배 개비 관련 규정 비교표

구분	호주		영국	뉴질랜드	캐나다	
	상한	규제하지 않음	규제하지 않음	95mm	Regular	King
담배 개비의 길이	하한	규제하지 않음	규제하지 않음	규제하지 않음	73.0mm	85.0mm
	상한	규제하지 않음	규제하지 않음	9mm	8.0mm	
담배 개비의 지름	하한	규제하지 않음	규제하지 않음	7mm	7.65mm	
	필터지	흰색	흰색	흰색	흰색	
담배 개비 특징	필터 종이	흰색 또는 코르크와 비슷한 색	흰색 또는 코르크와 비슷한 색	흰색 또는 코르크와 비슷한 색	흰색 또는 코르크와 비슷한 색	
	글자 크기	8pt 이하	8pt 이하	8pt 이하	8pt 이하	
담배 개비 기재 정보 특징	글꼴	Lucida Sans	Helvetica	Lucida Sans	Helvetica	
	글자 색	검은색	검은색	Pantone 448C	검은색	
	정보 종류	영숫자 코드	브랜드명, 세부 브랜드명	영숫자 코드	영숫자 코드	

자료: <표 1>의 국가별 검토 규정 참조

련지는 반드시 흰색이어야 하고, 필터를 감싸는 종이는 흰색 또는 코르크와 유사한 색의 종이로 제작하도록 규정하였다. 뉴질랜드나 캐나다와 같이 최근 관련 규정을 갖춘 국가의 경우, 담배 개비의 디자인에 대해 더욱 구체적으로 명시하고 있다. 예를 들어, 뉴질랜드의 경우 담배 개비는 원통형이고, 끝 부분이 평평해야 하며, 필터 팁에는 어떠한 종류의 인쇄나 장식도 사용하지는 안 된다. 캐나다의 경우, 담배 개비는 매끄러운 질감이어야 하며, 볼록 솟은 부분이나 장식, 기타 균일하지 않은 특징을 가져서는 안 된다. 이처럼 담배 개비를 제조할 때 의무적으로 준수해야 하는 외형적 특징들을 규정함으로써, 담배 개비가 흡연자 또는 비흡연자들에게 홍보 및 판촉의 요소가 되지 않도록 하여 제품의 매력도를 낮출 수 있도록 제한하고 있다. 국가별 무광고 표준담뱃갑 정책에 따라 담배 개비에 대해 규제하는 디자인 요소를 <표 3>에 제시하였다.

#### IV. 고찰 및 결론

본 연구에서는 무광고 표준담뱃갑 정책을 서로 다른 해에 도입한 호주, 영국, 뉴질랜드, 캐나다의 관련 법령 및 가이드라인 등을 조사하여 국가별로 규제하는 담뱃갑과 담배 개비의 디자인 요소를 분석하였다. 이를 통해 무광고 표준담뱃갑 정책의 도입 목적인 담배 제품의 매력도 저하, 광고 및 판촉 효과 억제 등을 위해 고안된 제도적 장치들을 파악하였다. 위 4개 국가에서는 담뱃갑 포장과 담배 개비의 다양한 디자인 요소를 표준화된 형식으로 제작하도록 요구하여 규정의 목적을 달성하고 있으며, 각 국가에서 규제하는 담뱃갑 및 담배 개비의 디자인 요소는 서로 유사하다. 하지만, 규제하는 디자인 요소는 동일하더라도 국가별 상황에 따라 규제의 수준에 차이가 있다. 예를 들어, 담뱃갑의 개폐 방식을 밀어 올리는 뚜껑으로만 한정하는 호주와 뉴질랜드와 다르게 영국에서는 솔더 박스 뚜껑도 사용할 수 있도록 하여 다양한 개폐 방식을 허용하고 있다. 담뱃갑 포장의 크기, 담배 개비의 길이 및 지름의 규제 방식 또한 국가 간에 차이가 있다. 호주와 뉴질랜드, 캐나다에서는 담뱃갑 포장의 너비, 높이, 두께의 길이 제한을 수치로 법령 등에 명문화하여 직접 규제하는 반면, 영국에서는 경고 그림 및 경고문구 등 표시사항의 크기와 표시면 대비 비율을 정하는 방식으로 포장의 크기를 간접적으로 규제한다. 뉴질랜드와 캐나다에서는 담뱃갑 포장의 크기 규격뿐만 아니라 제조

가능한 담배 개비의 길이와 지름의 길이도 명시하여 슬림형 담배의 제조를 엄격하게 관리하고 있다. 즉, 무광고 표준담뱃갑 제도를 비교적 최근에 도입한 국가일수록 담뱃갑의 포장 크기, 담배 개비의 길이 및 지름의 상한선과 하한선 수치를 모두 세세하게 규정하여 제도의 사각지대를 좁히고 있다.

우리나라의 흡연율은 감소하는 추세지만 최근 감소 폭이 둔화하고 있으며 OECD 회원국 중 성인 남성 흡연율은 특히 높은 실정이므로(보건복지부, 2019, p.1) 담배규제정책을 지속하여 강화할 필요가 있다. 이러한 상황에서 비가격 정책의 일환인 무광고 표준담뱃갑 정책을 우리나라에 도입할 경우 국내 흡연율 감소에 유의미한 영향을 미칠 것임을 유추할 수 있는 선행연구가 다수 존재한다. 그 근거로, 흡연에 대한 인식과 담배 선택 기준에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 검증한 선행 연구 결과에 따르면 흡연자들은 담뱃갑 색깔을 포함한 담뱃갑 디자인을 기준으로 담배의 맛과 해로운 정도를 예측하고 매력도를 판단하는 것으로 확인되었다(백혜진, 2018, pp.317-319). 담뱃갑 포장에 대나무 디자인을 사용하여 몸에 덜 해롭고 건강할 수 있음을 함축적으로 나타내거나, 연령대와 관계없이 담뱃갑의 색깔이 특정 담배 제품 선택의 주요 요인으로 작용하는 등 담배 회사의 마케팅 전략이 우리나라 흡연자에게 성공적인 효과를 보이고 있음을 알 수 있다(백혜진, 2018, pp.321-322). 국내에서 판매되는 다양한 컬러 담뱃갑의 포장을 분석한 연구도 수행되었다. 우선, KT&G의 더 원담배 브랜드는 담뱃갑 포장에 흰색을 사용하여 깨끗한 느낌을 표현하고 타르 함량이 낮은 담배임을 암시하는 전략을 활용한다(Dewhirst & Lee, 2012, p.585). 필립 모리스에서 판매한 말보로 블랙 멘솔 담배의 경우, 검은색 포장을 이용하여 고급스러움, 우아함, 권위 있음을 표현하였으며, 가격이 비싼 프리미엄 담배의 가치를 부여하였다(Dewhirst, 2018, p.240). 한편, 경고문구의 배경색과 담뱃갑 포장의 전반적인 배경색을 동일하게 적용하여 경고문구의 가시성과 효과성을 떨어뜨리는 사례도 발견되었다(Hwang & Cho, 2019, p.2). 담배규제기본협약(FCTC) 제11조뿐만 아니라 「국민건강증진법 시행령」(대통령령 제31013호) 별표 1의2에서도 경고문구에 사용되는 색상은 그 포장지와 보색 대비로 선명하게 표기하도록 규정하고 있으나, 제대로 준수되고 있지 않은 실정이다(Hwang & Cho, 2019, p.2). 이러한 상황에서 담뱃갑 포장 등의 디자인 요소를 표준화하는 무광고 표준담뱃갑 정책이 도입되면 담뱃갑 포장을 이용한 담배 회사의 광고 전략을 효과

적으로 억제하고, 경고그림 및 경고문구의 가시성과 효과성도 함께 높일 수 있을 것으로 사료된다. 보건복지부에서도 담배 광고 및 판촉행위의 제한을 강화하는 취지에서 무광고 표준담뱃갑 정책을 2022년부터 도입할 예정이다. 이미 여러 국가에서 이 정책을 도입하여 시행하고 있으나, 우리나라 국민에게 적합한 제도를 수립하기 위해서는 다양한 요소를 종합적으로 검토해야 한다. 본 연구에서 분석한 호주, 영국, 뉴질랜드, 캐나다의 정책 사례를 토대로 우리나라의 사회·경제·문화적 환경에 적합한 정책을 입안할 수 있도록 아래의 사항을 제언한다.

첫 번째로, 담뱃갑 포장 및 담배 개비의 규격화 대상이 매우 다양하므로 이를 세밀하게 분류하여 모든 규제 요소를 정책에 반영해야 한다. 이미 호주와 캐나다 등 여러 국가에서 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입하기 전 규격화 대상과 규제 수준 등에 대한 조사를 수행하였으며, 연구 결과를 바탕으로 정책이 제정되었다. 정책을 도입한 국가에서 공통으로 규제하는 요소들에 주목하고, 우리나라 국민에게 흡연 억제 효과를 극대화하는 규제 요소를 선정하여 표준화해야 한다. 또한, 담뱃갑 포장 및 담배 개비의 표준 규격을 제시하는 정책안은 과학적 근거를 기반으로 진행되어야 하므로, 우리나라 국민을 대상으로 규제 효과를 사전에 측정할 필요가 있다. 예를 들어, 모든 무광고 표준담뱃갑 정책 도입 국가에서는 담뱃갑 포장의 색으로 Pantone 448C 색을 사용하고 있으나, 우리나라 국민을 대상으로 이 색이 담배 제품의 매력도 저하 등에 어느 정도로 효과적인지 분석해야 하며, 이러한 연구 결과를 기반으로 국민 의견을 수렴하기 위한 충분한 시간을 확보해야 한다.

두 번째로, 같은 규제 요소라도 국가마다 서로 다른 규제 수준을 적용하고 있으며, 이러한 규제 요소는 더욱 신빙성 있는 과학적 근거를 기반으로 우리나라 국민에게 적합하게 적용되어야 한다. 예를 들어 담뱃갑 크기, 담배 개비의 길이와 지름, 브랜드명 및 세부 브랜드명의 기재 여부 및 기재 방법, 등근 모서리 및 부드러운 포장 재료의 사용 여부, 담배 개비에 표시하는 정보의 유형 등이 그렇다. 무광고 표준담뱃갑 정책은 담배 회사의 담뱃갑 포장을 이용한 판매 전략을 무력화시키는 규제이며, 이를 도입할 경우 담배 회사의 반발이 상당할 것으로 예상된다. 국가마다 차이가 있는 규제 요소의 경우, 규제 수준에 대한 과학적 근거가 분명하지 않으면 강력한 수준의 규제를 적용하기 어려울 수 있다. 선행연구 결과를 기반으로 정책 수용성을 높이기 위한 단계별 도입 전략 및 이에 대한

사회적 합의와 공감대 형성이 더욱 중요한 이유다.

세 번째로, 호주에서 2012년 무광고 표준담뱃갑 제도를 처음으로 도입한 이후 10년에 가까운 시간이 지남에 따라 이후 제도를 도입한 국가에서는 일부 요소에 대해 기존과 차별화된 방식으로 규제하고 있으므로, 무광고 표준담뱃갑 정책의 효과를 극대화하는 최신 연구 결과를 반영한 법안이 마련되어야 할 것이다. 그 예로, 캐나다에서는 호주와 달리 기존 담뱃갑 포장에서 보편적으로 사용하는 밀어 올리는 개폐 방식이 아니라 슬라이드 앤 셀 방식을 채택하였다. 가로 길이가 더욱 긴 포장을 이용해 경고그림의 면적을 확대하였고, 담배를 꺼낼 때도 경고그림이 온전히 유지되는 방식을 이용하여 경고그림의 가시성을 극대화하고 있다. 또한, 캐나다에서는 담뱃갑 포장 안에 건강정보문구(Health Information Messages), 즉 담배의 독성물질배출 및 흡연했을 때 건강에 미치는 위험성 등 규정에서 정하는 정보를 일정한 형식에 따라 전달하는 첨부문을 넣어 제공할 수 있다. 이러한 정보 제공 방식은 이미 여러 선행연구 결과를 통해 그 효과성을 입증한 바 있다(Thrasher et al., 2015; Thrasher et al., 2016; Moodie, 2016, 2018). 이처럼 무광고 표준담뱃갑 정책의 각 규제 요소가 소비자에게 미치는 영향을 분석하는 다양한 연구가 수행되면서, 정책을 앞서 도입한 국가의 규정에는 존재하지 않던 요소가 추가되는 등 정책 목적을 달성하기 위한 규제 요소들은 점진 진화를 거듭하고 있다.

마지막으로, 향후 무광고 표준담뱃갑 제도가 도입되면 기존의 담뱃갑 경고그림 및 경고문구와 무광고 표준담뱃갑 정책이 서로 상쇄하거나 모순되는 점이 없는지 확인하고, 상호 보완하며 통합적으로 추진될 수 있어야 한다. 예를 들어, 소비자를 대상으로 담뱃갑 포장에 표시하는 경고그림과 경고문구를 개발할 때 반드시 무광고 표준담뱃갑 제도에서 요구하는 포장의 디자인 요소를 함께 고려해야 할 것이다. 무광고 표준담뱃갑 디자인 내에서 경고그림과 경고문구의 가시성과 효과성을 극대화하기 위하여 필요하다면 정보의 표시 위치 및 면적의 조정이 필요할 수 있다. 우리나라에서는 「국민건강증진법」(법률 제17773호) 제9조의2 제2항, 「국민건강증진법 시행령」(대통령령 제31013호) 제16조 및 별표 1의2에 따라 담뱃갑 포장지의 앞면과 뒷면 상단에 경고그림과 경고문구를 표시하며, 경고그림은 각 면의 넓이의 30% 이상, 경고문구는 각 면의 넓이의 20% 이상에 해당하는 크기로 표시한다. 경고그림과 경고문구를 상단부터 순서대로 표시하는 것이 일반적이나, 포장

앞면의 밑에 올리는 뚜껑 면적보다 경고그림 표시 면적이 더욱 커서 포장을 열 때 경고그림이 잘리는 경우가 발생할 수 있다. 이 경우, 해외의 사례를 참고하여 경고문구, 경고그림 순서로 바꾸어 표시하는 등 정책적 유연성이 적절히 반영되어야 할 것이다. 또한, 우리나라에서는 「담배사업법」(법률 17142호) 제25조의2 제1항, 「담배사업법 시행령」(대통령령 30509호) 제9조의3 제1항에 따라 담뱃갑 포장에 타르와 니코틴 함량을 표시하도록 허용하고 있으나, 정보 표기로 인하여 담배 제품의 위험성을 오도할 가능성이 있으므로(Paek, Dewhirst & Hove, 2020, p.994) 담배규제기본협약(FTC) 제11조와 제13조에서는 이를 권고하고 있지 않다. 향후 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입할 때 타르와 니코틴 정보 기재 여부에 관한 재검토가 필요하며, 현행과 같이 담뱃갑에 해당 정보를 표시할 경우 표시 위치 및 표기 방법에 대한 논의가 추가로 필요하다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가진다. 우선, 본 연구에서 분석한 국가 중 가장 최근에 무광고 표준담뱃갑 규정을 도입한 국가인 캐나다도 2019년에 제도를 도입하였으므로, 이보다 최신의 규제 동향을 추가로 검토할 필요가 있다. 예를 들어, 캐나다에 이어 슬로베니아, 벨기에, 이스라엘, 싱가포르, 네덜란드에서 2020년에 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입하였다(Campaign for Tobacco-Free Kids, 2021, p.1). 앞서 제도를 도입한 국가들과 비교하여 변경된 규제 요소들을 충분히 검토한 후 정책을 입안해야 할 것이다. 또한, 본 연구에서는 담배 제품 중 여러 국가에서 공통으로 규제하는 껴련에 관한 규정에 한정하여 연구를 수행하였으나, 국가마다 무광고 표준담뱃갑 정책을 적용하는 담배 제품의 유형이 다르다. 예를 들어, 호주, 뉴질랜드, 아일랜드에서는 모든 담배 제품이 무광고 표준담뱃갑 정책의 대상인 반면, 영국과 프랑스에서는 껴련과 각련에 대해서만 규제하고 있다(World Health Organization, 2018, p.11). 껴련 외 담배 제품에 이 정책을 적용하였을 때 규제하는 요소가 어떻게 다른지, 정책의 효과성이 높고 타당

한지 기존의 사례를 면밀히 검토한 후 우리나라의 규제 대상 품목을 결정해야 할 것이다. 이러한 제한점에도 불구하고 본 연구는 서로 다른 연도에 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입한 4개 국가의 규정을 분석하여 규제 요소의 공통점과 차이점, 정책 세부 사항의 변화 추이를 파악하였으며, 이를 기반으로 추후 우리나라에 무광고 표준담뱃갑 정책을 도입할 때 나아가야 할 방향을 제시한 연구라는 점에서 의의가 있다.

이미 보건복지부에서는 2019년 4월 「국내 실정에 맞는 플레인패키징 도입방안 마련 연구」 연구용역을 발주하여 연구를 수행하였다. 선행문헌 고찰 및 해외 시행사례를 조사하여 한국형 무광고 표준담뱃갑 모델을 제시하고 이에 대해 우리나라 국민과 전문가, 이해관계자 등을 대상으로 의견을 수렴하는 것이 목적이다. 정책의 초안을 사전에 마련하고 우리나라 국민을 대상으로 효과를 평가했다는 점에서 국민 정서 등을 반영한 수용성 높은 정책이 마련된다는 점은 매우 고무적이거나, 입법 과정에서 담배 회사의 반발이 예상되므로 반대 논리에 대응할 수 있는 전략이 함께 수립되어야 할 것이다. 과학적 근거와 국민의 사회적 공감대를 기반으로 도입되는 무광고 표준담뱃갑 정책이 우리나라 국민의 흡연율을 낮추고 국민건강을 수호하는 전환점이 되길 기대한다.

양진옥은 동국대학교 약학과에서 사회약학전공 박사과정을 수료하였다. 주요 관심분야는 의약품 및 담배 제품의 표시 기재, 의약품의 안전관리 체계 등이며, 현재 첨단바이오의약품 안전관리 체계, 의약품 규제업무(RA) 교육 평가 등에 관한 연구를 진행하고 있다.

(E-mail: univpharm@dongguk.edu)

권경희는 미국 Philadelphia College of Pharmacy & Sciences에서 박사학위를 받았으며, 현재 동국대학교 약학과에서 교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 마약류 등 의약품의 안전관리 체계 구축, 담배 제품 관리, 약사 교육, 제약산업 육성 등이며, 현재 첨단바이오의약품 안전관리 체계 구축, 의약품 규제업무(RA) 교육 평가, 백신의 사전적격성 평가 등에 관한 연구를 수행 중이다.

(E-mail: khkwon@dongguk.edu)

## 참고문헌

- 김경우. (2020). 담배 규제기본협약 가이드라인의 국제표준 가능성에 대하여: 담배 Plain Packaging 사건을 중심으로. *국제경제법연구*, 18(2), pp.91-134.
- 김진영, 이성규, 김희진, 지선하. (2018). 담뱃갑 무광고규격화포장의 국내 도입 필요성. *대한의사협회지*, 61(3), pp.173-180.
- 백혜진. (2018). 커뮤니케이션 수단으로서의 담뱃갑 포장: 저타르와 가향 담배의 인식과 선택을 예측하는 포장 요인 연구. *보건사회연구*, 38(3), pp.303-330.
- 보건복지부. (2019). 흡연을 조정하는 환경 근절을 위한 금연종합대책 (안). [https://www.mohw.go.kr/react/al/sal0301vw.jsp?PAR\\_MENU\\_ID=04&MENU\\_ID=0403&CONT\\_SEQ=349504](https://www.mohw.go.kr/react/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&CONT_SEQ=349504)에 서 2021. 4. 25. 인출.
- 이일호. (2018). 담배의 단순포장(plain packaging)을 둘러싼 국제적 논란에 관하여. *저스티스*, 166, pp.392-430.
- 조홍준. (2013). '민무늬' 담뱃갑(plain cigarette packaging): 현황과 우리나라 담배규제정책에의 함의. *대한금연학회지*, 4(1), pp.1-9.
- Andrews, J. C., Netemeyer, R. G., Burton, S., & Kees, J. (2016). Effects of plain package branding and graphic health warnings on adolescent smokers in the USA, Spain and France. *Tobacco Control*, 25(e2), pp.e120-e126.
- Borland, R., Savvas, S., Sharkie, F., & Moore, K. (2013). The impact of structural packaging design on young adult smokers' perceptions of tobacco products. *Tobacco Control*, 22(2), pp.97-102.
- Campaign for Tobacco-Free Kids. (2021). *Standardized or plain tobacco packaging: International developments*. <https://www.tobaccofreekids.org/plainpackaging/tools-resources/policy/international-developments>에서 2021. 6. 25. 인출.
- Carpenter, C. M., Wayne, G. F., & Connolly, G. N. (2005). Designing cigarettes for women: new findings from the tobacco industry documents. *Addiction*, 100(6), pp.837-851.
- Dewhirst, T. (2018). Into the black: Marlboro brand architecture, packaging and marketing communication of relative harm. *Tobacco Control*, 27(2), pp.240-242.
- Dewhirst, T., & Lee, W. B. (2012). Cigarette advertising in the Republic of Korea: a case illustration of The One. *Tobacco Control*, 21(6), pp.584-588.
- Doxey, J., & Hammond, D. (2011). Deadly in pink: the impact of cigarette packaging among young women. *Tobacco Control*, 20(5), pp.353-360.
- El-Khoury Lesueur, F., Bolze, C., Gomajee, R., White, V., & Melchior, M. (2019). Plain tobacco packaging, increased graphic health warnings and adolescents' perceptions and initiation of smoking: DePICT, a French nationwide study. *Tobacco Control*, 28(e1), pp.e31-e36.
- Ford, A., Moodie, C., MacKintosh, A. M., & Hastings, G. (2013). Adolescent perceptions of cigarette appearance. *European Journal of Public Health*, 24(3), pp.464-468.
- GfK bluemoon. (2011). *Market Research to Determine Effective Plain Packaging of Tobacco Products*. Canberra: Department of Health and Ageing.
- Greenland, S. J. (2015). Cigarette brand variant portfolio strategy and the use of colour in a darkening market. *Tobacco Control*, 24, pp.e65-e71.
- Halkjelsvik, T., & Scheffels, J. (2019). Standardised snus packaging reduces brand differentiation: a web-based between-subject experiment. *BMC Public Health*, 19(1), pp.1414-1420.
- Hwang, J. & Cho, S. (2019). Tobacco packaging strategies aimed at undermining graphic health warnings. *Tobacco Induced Diseases*, 17(July), 54.
- Kotnowski, K., & Hammond, D. (2013). The impact of cigarette pack shape, size and opening: evidence from tobacco company documents. *Addiction*, 108(9), pp.1658-1668.
- Leas, E. C., Pierce, J. P., Dimofte, C. V., Trinidad, D. R., & Strong, D. R. (2018). Standardised cigarette packaging may reduce the implied safety of Natural American Spirit cigarette. *Tobacco Control*, 27(e2), pp.e118-e123.
- Moodie, C. (2016). Novel ways of using tobacco packaging to communicate health messages: Interviews with packaging and marketing experts. *Addiction Research & Theory*, 24(1), pp.54-61.
- Moodie, C. (2018). Adult smokers' perceptions of cigarette pack inserts promoting cessation: a focus group study. *Tobacco Control*, 27(1), pp.72-77.
- Mostafa, A., Mohammed, H. T., Hussein, W. M., Elhabiby, M., Safwat, W., Labib, S. et al. (2018). Plain packaging of waterpipe tobacco? A qualitative analysis exploring waterpipe smokers' and non-smokers' responses to

- enhanced versus existing pictorial health warnings in Egypt. *BMJ Open*, 8, e023496.
- Mucan, B., Moodie, C. (2018). Young adult smokers' perceptions of plain packs, numbered packs and pack inserts in Turkey: a focus group study. *Tobacco Control*, 27(6), pp.631-636.
- Paek, H. J., Dewhirst, T., & Hove, T. (2020). Can removing tar information from cigarette packages reduce smokers' misconceptions about low-tar cigarettes? An experiment from one of the world's lowest tar yield markets, South Korea. *Nicotine & Tobacco Research*, 22(6), pp.990-996.
- Persoskie, A., Donaldson, E. A., & Ryant, C. (2019). How tobacco companies have used package quantity for consumer targeting. *Tobacco Control*, 28(4), pp.365-373.
- Shankleman, M., Sykes, C., Mandeville, K. L., Di Costa, S., & Yarrow, K. (2015). Standardised (plain) cigarette packaging increases attention to both text-based and graphical health warnings: experimental evidence. *Public Health*, 129(1), pp.37-42.
- Thrasher, J. F., Osman, A., Abad-Vivero, E. N., Hammond, D., Bansal-Travers, M., Cumming, K. M. et al. (2015). The use of cigarette package inserts to supplement pictorial health warnings: An evaluation of the Canadian policy. *Nicotine & Tobacco Research*, 17(7), pp.870-875.
- Thrasher, J. F., Swayampakala, K., Cumming, K. M., Hammond, D., Anshari, D., Krugman, D. M. et al. (2016). Cigarette package inserts can promote efficacy beliefs and sustained smoking cessation attempts: A longitudinal assessment of an innovative policy in Canada. *Preventive Medicine*, 88, pp.59-65.
- Wakefield, M., Coomber, K., Zacher, M., Durkin, S., Brennan, E., & Scollo, M. (2015). Australian adult smokers' responses to plain packaging with larger graphic health warnings 1 year after implementation: results from a national cross-sectional tracking survey. *Tobacco Control*, 24, pp.ii17-ii25.
- World Health Organization. (2018). *Tobacco plain packaging: global status update*. <https://www.who.int/publications/i/item/WHO-NMH-PND-NAC-18.9>에서 2021. 4. 10. 인출.
- World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control. (2013a). *Guidelines for implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Packaging and labelling of tobacco products)*. [https://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_11.pdf?ua=1](https://www.who.int/fctc/guidelines/article_11.pdf?ua=1)에서 2021. 4. 19. 인출.
- World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control. (2013b). *Guidelines for implementation of Article 13 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Tobacco advertising, promotion and sponsorship)*. [https://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_13.pdf?ua=1](https://www.who.int/fctc/guidelines/article_13.pdf?ua=1)에서 2021. 4. 19. 인출.

# A Comparative Analysis of Foreign Plain Packaging of Tobacco Products:

Focusing on the Design Features of Conventional Cigarette Packaging and Sticks

Yang, Jinwook<sup>1</sup> | Kwon, Kyenghee<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Dongguk University

---

## Abstract

In 2019, the Ministry of Health and Welfare introduced a plain packaging policy for standardizing the color and design of conventional cigarette packs to suppress the effects of advertisements and promotions. In this study, the relevant laws and guidelines of Australia, the United Kingdom, New Zealand and Canada were searched on the website of each country's regulatory agency. The regulatory elements of these countries were then compared. The results showed that each country similarly regulates the color, structure, and size of conventional cigarette packs, labeling information, the length and diameter of conventional cigarette sticks, the type of information labeled on the stick, and so on. However, some regulatory elements showed clear differences in the level of regulation by country. Thus, a close review is required when applying such elements to Korea. In particular, over time, regulatory elements to increase the effectiveness of the policies are being added or changed. Therefore, the latest regulatory trends must be thoroughly reviewed in the policy-making process. The results of this study are expected to be used as basic data for the enactment of laws and regulations in Korea when introducing policies in the future.

**Keywords:** Cigarette Packaging, Cigarette Stick, Plain Packaging, Tobacco Control