



제418회국회(정기회)
제 9차 보건복지위원회

국민건강증진법 일부개정법률안

검 토 보 고

《 담배 광고 금지 또는 제한 규정에 흡연전용기구 포함 등 》

■ 전진숙의원 대표발의(의안번호 제2204672호)

2024. 11.

보 건 복 지 위 원 회

전문위원 정경윤

목 차

I . 개요	1
--------------	---

II . 검토의견	3
-----------------	---

※ 참고자료	10
--------------	----

1. 전자담배 부착 경고그림 및 경고문구	10
------------------------------	----

2. 담배 광고에 동물 캐릭터, 만화·영화 등장인물 등 활용 사례	11
--	----

I. 개요

1. 제안경위

(1) 제 안 자 : 전진숙의원 등 10인

(2) 제 안 일 : 2024. 10. 11.

(3) 회 부 일 : 2024. 10. 14.

2. 제안이유

최근 쉐련형 전자담배 판매량이 급속하게 증가한 데에 이어, 액상형 전자담배까지 국내에 출시됨에 따라 전자담배 사용률이 빠르게 높아지고 있음. 특히, 청소년건강행태조사에 따르면 청소년의 전자담배 사용률은 2018년 2.7%에서 2023년 3.1%로 증가하고 있어 신종 담배의 확산으로 인한 흡연을 증가 우려가 큰 실정임.

그런데 이러한 신종 담배는 전자담배 기기장치 등 흡연전용기구를 사용하는데, 현행법령상 담배갑 포장지에 대하여만 경고문구 및 경고그림을 부착할 의무를 부여하고 있으며, 담배 광고 제한 규정의 대상에도 흡연전용기구가 포함되어 있지 않아 규정의 사각지대가 존재함.

또한, 담배 광고를 할 때에 비흡연자의 흡연을 권장하거나 유도하지 않고 여성 또는 청소년의 인물을 묘사하지 않도록 제한을 두고 있으나, 최근 만화나 영화의 등장인물이나 동물 캐릭터 등을 활용한 광고가 행해져 청소년들의 담배에 대한 흥미를 유발할 우려가 있음.

이에 흡연전용기구, 담배광고 등과 관련하여 현행법 규정을 정비함

으로써 규제의 사각지대를 축소하고 신종 담배의 유행에 효과적으로 대응하려는 것임.

3. 제안이유

가. 전자담배 등 대통령령으로 정하는 담배뿐만 아니라 전자담배의 전자장치 등 담배의 흡연에 사용되는 흡연전용기구에 부착해야 할 경고그림 및 경고문구에 대해서도 대통령령으로 규정하도록 함(안 제9조의2제4항).

나. 흡연전용기구 또한 담배 광고 제한 규정의 대상에 포함되도록 하고, 청소년에게 흡연에 대한 흥미를 유발할 수 있는 동물의 사진이나 캐릭터, 만화나 영화의 등장인물 등을 담배 광고에 사용하지 않도록 규정함(안 제9조의4).

II. 검토의견

가. 개정안의 주요 내용

- 개정안은 전자담배의 전자장치 등 흡연전용기구에 부착해야 할 경고그림 및 경고문구에 대해서도 대통령령으로 규정하도록 하고, 흡연전용기구 또한 담배 광고 제한 규정의 대상에 포함되도록 하며, 청소년에게 흡연에 대한 흥미를 유발할 수 있는 동물이나 동물 캐릭터, 만화 등의 등장인물을 담배 광고에 사용하지 않도록 규정하려는 것임(안 제9조의2제4항 및 제9조의4 등).

현행	개정안
제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 1. ~ 6. (생략) <u><신설></u>	제2조(정의) ----- -----. 1. ~ 6. (현행과 같음) 7. “담배”란 「담배사업법」 제2조제1호에 따른 담배를 말한다.
제9조의2(<u>담배</u> 에 관한 경고문구 등 표시) ① ~ ③ (생략) ④ 제1항부터 제3항까지의 규정에도 불구하고 전자담배 등 대통령령으로 정하는 <u>담배</u> 에 제조자등이 표기하여야 할 경고그림 및 경고문구 등의 내용과 그 표기 방법·형태 등은	제9조의2(<u>담배등</u> 에 관한 경고문구 등 표시) ① ~ ③ (현행과 같음) ④ ----- ----- ----- <u>담배</u> 및 <u>흡연전용기구(니코틴이 포함된 용액 또는 연초 고형물을 호흡기를 통하여 체내에 흡입하는</u>

대통령령으로 따로 정한다.

제9조의4(담배에 관한 광고의 금지 또는 제한) ① 담배에 관한 광고는 다음 각 호의 방법에 한하여 할 수 있다.

1. ~ 4. (생략)

② (생략)

③ 제1항에 따른 광고 또는 그에 사용되는 광고물은 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 흡연자에게 담배의 품명·종류 및 특징을 알리는 정도를 넘지 아니할 것

2. (생략)

<신설>

3.·4. (생략)

데에 이용되는 전자담배의 전자장치 등 담배의 흡연에 사용되는 기구로서 대통령령으로 정하는 기구를 말한다. 이하 같다)에

-----.

제9조의4(담배등에 관한 광고의 금지 또는 제한) ① 담배 및 흡연전용기구(이하 이 조에서 “담배등”이라 한다)-----

-----.

1. ~ 4. (현행과 같음)

② (현행과 같음)

③ -----

-----.

1. -----담배등-----

2. (현행과 같음)

2의2. 동물이나 동물 캐릭터, 만화나 영화 등의 등장인물을 광고에 사용하지 아니할 것

3.·4. (현행과 같음)

④ 제조자들은 <u>담배</u>에 관한 광고가 제1항 및 제3항에 위배되지 아니하도록 자율적으로 규제하여야 한다. ⑤ (생략) 제31조의2(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다. 1. ~ 3. (생략) 4. 제9조의4를 위반하여 <u>담배</u>에 관한 광고를 한 자 5.·6. (생략)	④ -----<u>담배등</u>----- ----- ----- -----. ⑤ (현행과 같음) 제31조의2(벌칙) ----- ----- ----- -----. 1. ~ 3. (현행과 같음) 4. -----<u>담배등</u>----- ----- 5.·6. (현행과 같음)
--	---

나. 주요 검토 사항

□ 최근 전자담배 확산이 우려되는 상황에서 담배 흡연과 밀접한 관련이 있는 전자담배 흡연전용기구에 대한 광고는 온라인 매체 등을 통해 급속히 유포되고 있으나 현행법에는 이를 규율하는 규정이 없어 법의 사각지대에 놓여 있다는 지적이 있는바, 일부 담배 광고에서 동물 캐릭터, 만화나 영화의 등장인물 등을 활용함에 따라 청소년들의 담배에 대한 호기심을 유발하는 등 청소년 흡연을 조장한다는 의견도 제기되고 있음.

□ 참고로, 전체 담배 판매량 중 전자담배 판매 비중은 2017년 2.3%에서 2023년 16.9%로 지속적으로 증가하고 있는 가운데, 청소년 전자담배(액상형) 사용률을 보면 전체적으로는 3.0% 내외로, 특히 여학생의 경우 매년 증가하는 추세를 보이고 있는데 2023년의 경우 2.4% 수준임.

<담배 판매량 및 제품별 판매 비중>

구 분	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
판매량(억 갑)	35.2	34.7	34.5	35.9	35.9	36.3	36.1
궐련담배	34.4	31.4	30.6	32.1	31.5	30.9	30.0
궐련형 전자담배	0.8	3.3	3.8	3.8	4.4	5.4	6.1
궐련형 전자담배 판매비중(%)	2.3	9.5	11.0	10.6	12.3	14.9	16.9

자료: 보건복지부

< 청소년 전자담배 사용률 >

(단위: %)

구 분		'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
액상형 전자담배 현재 사용률 ¹	전체	2.2	2.7	3.2	1.9	2.9	3.3	3.1
	남자	3.3	4.1	4.7	2.7	3.7	4.5	3.8
	여자	0.9	1.1	1.5	1.1	1.9	2.2	2.4
궐련형 전자담배 현재 사용률 ²	전체	-	-	2.6	1.1	1.4	2.3	2.1
	남자	-	-	4.0	1.6	1.8	3.2	2.7
	여자	-	-	1.2	0.5	0.8	1.3	1.4

1. 액상형 전자담배 현재 사용률: 최근 30일 동안 1일 이상 액상형 전자담배를 사용한 사람의 비율

2. 궐련형 전자담배 현재사용률 최근 30일 동안 1일 이상 궐련형 전자담배(궐련담배, 예아이코스, 글로, 릴 등을 사용한 사람의 비율

- 개정안은 전자담배의 전자장치(흡연전용기구)에 대해서도 경고그림 및 경고문구를 표기하도록 함과 아울러, 청소년에게 호기심과 친근한 이미지를 줄 수 있는 동물 캐릭터 등을 담배광고에 쓰기 못하도록 하여 담배 규제의 사각지대를 해소하려는 것이라는 점에서 의미 있는 입법조치라 하겠음.
- 첫째, 안 제9조의2제4항에서는 경고문구 및 경고그림 표기 대상에 흡연전용기구를 포함하면서, 흡연전용기구의 범위 내지 정의와 관련하여서는 대통령령으로 정하도록 하고 있으나, 「청소년 보호법」에 따라 청소년 유해물건을 구체화한 여성가족부의 고시(「전자담배 기기장치류 청소년 유해물건 결정 고시」)에서 전자담배 기기장치류는 ‘니코틴 용액 등 담배성분을 흡입할 수 있는 전자장치 및 그 부속품(배터리·무화기·카트리지 등)’으로 규정하고 있는데, 동 규정을 활용하는 것도 가능한 것으로 보임.
- 둘째, 안 제9조의4제3항제2호의2에서는 광고물 준수사항에 동물이나 동물 캐릭터, 만화나 영화 등의 등장인물을 광고에 사용하지 않도록 하는 내용을 추가하고 있음.

< 현행 광고물 준수사항(제9조의4제3항) >

1. 흡연자에게 담배의 품명·종류 및 특징을 알리는 정도를 넘지 아니할 것
2. 비흡연자에게 직접적 또는 간접적으로 흡연을 권장 또는 유도하거나 여성 또는 청소년의 인물을 묘사하지 아니할 것
3. 제9조의2에 따라 표기하는 흡연 경고문구의 내용 및 취지에 반하는 내용 또는 형태가 아닐 것
4. 국민의 건강과 관련하여 검증되지 아니한 내용을 표시하지 아니할 것. 이 경우 광고 내용의 사실 여부에 대한 검증 방법·절차 등 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

□ 개정안에서는 ‘만화나 영화 등의 등장인물’로 정하고 있으나, 음악이나 드라마와 같은 TV 프로그램도 포함하는 개념으로 해석될 수 있는바, 중요한 행위 제한으로서 담배 광고 기준을 위반한 경우 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처하도록 하는 만큼 그 범위를 구체화할 필요도 있겠음.

□ 그 외, 개정안(제2조제7호)에서는 정의 규정에 “담배란 「담배사업법」 제2조제1호에 따른 담배를 말한다”고 규정함. 이와 관련하여 현행 「국민건강증진법」(제9조의2제1항1) 등)에서는 「담배사업법」에 따른 담배를 의미하고 있는 가운데, 국민건강증진부담금의 부과·징수에 관한 규정(제23조²⁾)을 보면 「담배사업법」상의 담배 개념보다 넓은 「지방세법」에 따른 담배 규정을 활용하여 부담금을 부과·징수하고 있어, 법률의 정합성 관점에서 보면 개정안과 같은 정의 규정을 둘 필요성이 크지는 않다고 보임.

< 「담배사업법」상 담배와 「지방세법」상 담배 정의 비교 >

「담배사업법」상 담배(제2조제1호)	「지방세법」상 담배(제47조제1호)
연초(煙草)의 잎을 원료의 전부 또는 일부로 하여 피우거나, 빨거나, 증기로 흡입하거나, 씹거나, 냄새 맡기에 적합한 상태로 제조한 것(제2조제1호)	1. “담배”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다. 가. 「담배사업법」 제2조에 따른 담배 나. 가목과 유사한 것으로서 연초(煙草)의 잎이 아닌 다른 부분을 원료의 전부 또는 일부로 하여 피우거나, 빨거나, 증기로 흡입하거나, 씹거나, 냄새 맡기에 적합한 상태로 제조한 것 다. 그 밖에 가목과 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것

- 1) 제9조의2(담배에 관한 경고문구 등 표시) ① 「담배사업법」에 따른 담배의 제조자 또는 수입판매업자(이하 “제조자등”이라 한다)는 담배갑포장지 앞면·뒷면·옆면 및 대통령령으로 정하는 광고(판매촉진 활동을 포함한다. 이하 같다)에 다음 각 호의 내용을 인쇄하여 표기하여야 한다. 다만, 제1호의 표기는 담배갑포장지에 한정하되 앞면과 뒷면에 하여야 한다.
- 2) 제23조(국민건강증진부담금의 부과·징수 등) ① 보건복지부장관은 「지방세법」 제47조제4호 및 제6호에 따른 제조자 및 수입판매업자가 판매하는 같은 조 제1호에 따른 담배(같은 법 제54조에 따라 담배소비세가 면제되는 것, 같은 법 제63조제1항제1호 및 제2호에 따라 담배소비세액이 공제 또는 환급되는 것은 제외한다. 이하 이 조 및 제23조의2에서 같다)에 다음 각 호의 구분에 따른 부담금(이하 “부담금”이라 한다)을 부과·징수한다.

□ 개정안에 대하여 보건복지부는 청소년의 흡연 예방 측면에서 개정안 취지 및 방향성에 공감하나, ‘담배’의 정의를 「담배사업법」에 의한 것으로 한정할 경우 현행 「국민건강증진법」상 건강증진부담금 부과·징수에 관하여 「지방세법」의 담배 정의를 따른 조항도 존재하여 규정 간 상충이 우려되고, ‘흡연전용기구’는 별도로 대통령령의 위임 없이 「청소년 보호법」 및 그에 근거한 고시 등을 참고하여 법률에서 명확히 정의하는 것이 바람직하다는 입장임.

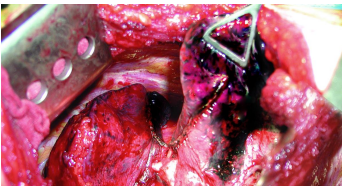
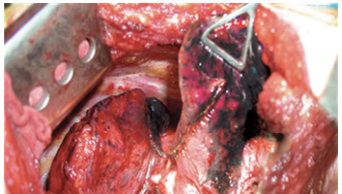
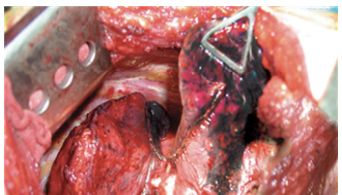
<관계 부처 및 단체 의견 >

기관명	개정안에 대한 의견
보건복지부	· 청소년의 흡연 예방 측면에서 개정안 취지 및 방향성에 공감하나, ‘담배’의 정의를 「담배사업법」에 의한 것으로 한정할 경우 현행 「국민건강증진법」에 「지방세법」의 담배 정의를 기준으로 건강증진부담금을 부과·징수하도록 한 규정 등과 상충이 우려되고, 흡연전용기구는 별도의 대통령령 위임 없이 「청소년 보호법」 및 그에 근거한 고시 등을 참고하여 법률에서 명확하게 정의하는 것이 바람직하다는 입장임.
담배협회	· 흡연전용기구는 「담배사업법」에 따른 담배가 아니므로, 경고그림 부착 및 광고제한 등 담배와 동일한 규제를 적용하는 것은 불합리함. · 담배광고를 제한하면 소비자가 제품의 안전한 사용을 위해 필요한 정보를 얻을 수 없으며, 경고그림 부착으로 인해 흡연전용기구가 자체적으로 건강에 유해하다는 오해를 줄 수 있음. · 전자담배 제품의 경우 이미 담뱃갑에 경고그림 및 경고문구가 부착되어 있어, 또다시 경고그림 및 경고문구를 부착하는 것은 중복규제로 신중한 접근이 필요함.

문 의 처

02)6788-5500

【참고1】	전자담배 부착 경고그림 및 경고문구
-------	---------------------

구분	경고그림 (상단표기)	경고문구		
		앞면 (상단표기)	뒷면	옆면
[제4기 담뱃갑 경고그림 및 경고문구] ※ 2024. 10. 현재 시행 중				
1. 전자담배 (니코틴이 포함된 용액)		니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	전자담배에는 포름알데히드와 같은 발암물질이 포함되어 있습니다.
2. 전자담배 (궤련형 및 기타유형)		니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	전자담배에는 포름알데히드와 같은 발암물질이 포함되어 있습니다.
[제5기 담뱃갑 경고그림 및 경고문구] ※ 2024. 12. 23. 시행 예정				
1. 전자담배 (니코틴이 포함된 용액)		니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	전자담배에는 포름알데히드와 같은 발암물질이 포함되어 있습니다.
		니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	전자담배에는 포름알데히드와 같은 발암물질이 포함되어 있습니다.
2. 전자담배 (궤련형 및 기타유형)		니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	전자담배에는 포름알데히드와 같은 발암물질이 포함되어 있습니다.
		니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	니코틴 중독, 발암물질 노출! 금연상담전화 1544-9030	전자담배에는 포름알데히드와 같은 발암물질이 포함되어 있습니다.

【참고2】	담배 광고에 동물 캐릭터, 만화·영화 등장인물 등 활용사례
-------	----------------------------------

구분	사례1	사례2
퀄런 (담배광고에 동물 캐릭터 활용)		
퀄런 (포장지에 동물 캐릭터 활용)		
전자담배 (포장지에 동물 캐릭터 활용)		
전자담배 (제품에 만화, 영화 등장인물 활용)		

구분	사례 1	사례 2
		
	* (출처) https://blog.naver.com/vemasss/223059984385	