

흡연자 37% ‘일반→전자담배’...“냄새 없고 덜 해로워서”

10세이동 있는 가정 흡연자 42% 전자담배로 교체
 전자담배 흡연자, 일반담배보다 1.3개비 더 피기도
 복지부 “전자담배가 덜 해롭다 생각 잘못된 인식”
 내년부터 흡연 기기에도 경고그림 의무 부착 예정



미국 전자담배 시장 점유율 75%를 기록하며 인기를 얻고 있는 액상형 전자담배 ‘줄(JUUL)’이 24일 국내에 정식 출시된 가운데 이날 오전 서울 중구의 한 편의점에서 줄이 판매되고 있다.



케이티앤지(KT&G)가 27일부터 판매를 시작한 액상형 전자담배 ‘릴 베이퍼’(Lil Vapor). 릴베이퍼는 지난 24일 국내 출시된 미국 전자담배 업계 1위 제품인 줄랩스(JUUL LABS)의 ‘줄’(JUUL) 대항마격인 제품이다.

흡연자 10명 중 4명이 최근 1년 사이 일반담배에서 전자담배로 바꾼 것으로 나타났다. 주된 이유는 냄새가 없어서였는데 전자담배가 건강에 덜 해로운 거란 인식도 상당수였다.

보건당국은 이런 잘못된 인식이 흡연을 부추기고 금연 시도 의지를 꺾는다고 보고 내년부터 전자담배 기구에도 경고그림 부착을 의무화

하는 등 규제 강도가 약했던 전자담배 관리를 강화하기로 했다.

28일 한국보건사회연구원원의 ‘담배 규제 및 체계적 관리에 관한 정책 연구’ 보고서에 따르면 지난해 11월 진행한 온라인 인식조사 결과 흡연자 3221명 중 37.3%인 1200명이 ‘최근 1년간 일반담배에서 전자담배나 쉐어링형 전자담배(가열담배)로 바꾼 적이 있다’고 답했다.

이런 경험은 남성 흡연자 가운데서 38.1%로 집계돼 여성(37.3%)보다 많았으며, 연령대별로는 30대가 43.6%로 20대(36.8%), 40대(31.3%)보다 많았다. 비정규직(29.3%)보다 정규직(40.4%)에서, 대학원 졸업 이상(44.9%)에서 전자담배로 바꾸는 경향을 보였다.

가족 구성과 관련해서 미혼·별거 등에 비해 기혼자(38.8%)일수록 전자담배로 바꾼 비율이 높았으며 10세 미만 아동이 있는 집에서 사는 사람 가운데 42.3%가 전자담배로 바뀌었다.

전자담배로 바꾼 이유로 절반이 넘는 56.1%(673명)가 ‘냄새가 없을 것 같아서’라고 답했는데 ‘건강에 해가 덜할 것 같아서’ 일반담배 대신 전자담배를 피웠다는 응답률도 30.1%(361명)나 됐다. 11.5%(138명)는 ‘항기(맛) 때문에’ 전자담배를 택했다.

다른 사람, 특히 어린 아이와 함께 사는 가정의 흡연자일수록 일반담배에서 전자담배로 바꾸는 비율이 높았는데 이는 냄새가 덜 나거나 건강에 덜 해로운 거란 인식과 무관하지 않은 것으로 보인다.

연구진은 “새로운 담배가 출시될 때 심사하고 허가하는 조치에 대한 강도를 높여서 진입을 차단하는 기전이 필요하다”면서 “가열담배의 인체영향에 대한 연구가 지속되어 확실한 근거를 마련해야 한다”고 조언했다.

보고서에서 흡연량을 조사한 결과 하루평균 전자담배 흡연자들은 13.8개비를 피워 일반담배 흡연자(12.5개비)보다 1개비 이상 더 피우고 있었다.

보건당국은 쉐어링형 전자담배 등 이른바 신종 담배가 금연의 수단이거나 덜 해로운 담배라는 인식은 잘못된 인식으로 판단하고 있다.

지난해 6월 식품의약품안전처와 보건복지부는 국내 판매 중인 쉐어링형 전자담배 배출물에 포함된 니코틴, 타르 등 11개 유해성분 분석 결과 전자담배에서도 포름알데히

드·벤젠 등 인체발암물질이 검출됐다. 니코틴 함유량은 일반담배와 비슷했고 타르 함유량은 더 많았다.

하지만 이런 결과 등에도 전자담배 인기는 꺾일 줄 모른다.

기획재정부가 발표한 담배시장 동향에 따르면 올해 1분기 전자담배 판매량은 9200만갑으로 1년전(6880만갑)보다 33.6% 증가했다. 2017년 전체 담배 판매량의 2.2%에 불과했던 시장점유율은 지난해 9.6%에 이어 올해 1분기 현재 11.8%를 차지했다.

이에 복지부는 21일 발표한 ‘흡연을 조장하는 환경 근절을 위한 금연종합대책’에서 국민건강증진법을 개정해 내년부터 전자담배나 쉐어링형 전자담배 흡연 시 사용하는 ‘흡연 전용기구’에도 경고그림과 문구 부착을 의무화한다.

담배규제협약(FCTC)에선 신종 담배제품 사용을 위해 디자인된 기기장치에도 일반담배와 마찬가지로 FCTC 조항 적용을 권고하고 있다.

온라인 사이트나 판매점에서 각종 할인판매, 블로그 판촉 등 형태로 이뤄지고 있는 다양한 전자담배 광고·판촉행위도 금지하기로 했다.

복지부 관계자는 “(전자담배 흡연 전용기구)는 현재 여성가족부에서 청소년 유해물질로 관리하고 있지만 공산품이라 관할이 없다”며 “건강증진법에서 담배와 유사한 규제를 할 수 있도록 복지부가 직접 관리할 계획”이라고 말했다.

나아가 24일 국내에 출시된 액상형 전자담배 ‘줄’(JUUL)에 대해선 청소년 대상 판매 행위 등을 집중 단속하기로 했다.

줄은 미국 고등학교 전자담배 흡연율이 2017년 11.7%에서 지난해 20.8%로 급상승(미국 질병통제예방센터)하는 데 주요 원인으로 꼽힌다. ‘줄을 피운다’는 ‘줄링(JUULING)’이라는 신조어가 등장하기도 했다.

이미 여성가족부를 통해 지난 22일 전국 지방자치단체에 편의점 등 담배소매점에서의 전자담배 기기장치류 판매행위 집중 점검·단속 공문이 내려간 상태다. 지자체별로 청소년유해환경감시단 경찰, 금연지도원 등이 단속에 참여하고 소매점 대상 계도·홍보 활동을 펼친다.

학교와 가정 내에서도 청소년의 신종담배 사용을 인지하고 지도·



통제할 수 있도록 학교와 학부모에게 신종담배 특징과 유해성 정보를 제공할 계획이다. 금연구역 내 지도·단속 때도 7

월말까지 신종 액상형 전자담배 흡연 행위를 집중적으로 들여다보도록 했다.

뉴스1

부풀리고 조작된
 가짜뉴스는
 사라져야 합니다



가짜뉴스가 사회를 혼란스럽게 하고 있습니다.

자극적이거나 의심스러운 뉴스는
 공신력있는 기관을 통해 한번 더 검증해보는 현명함으로
 가짜뉴스를 근절시켜 정직하고 바른사회를 만들어 갑시다.