

週刊 タバコの正体

前回、タバコのフィルターには、ニコチンやタールの量を低くするための細工がされている事を紹介しましたね。「このタバコは、軽くて身体に優しいですよ」という印象を与えようとしているかのようです。さらにパッケージは人目をひくようなデザインになっていて、名前もカッコいい響きを意識しています。

吸えば吸うほど健康を害する商品なのに、タバコ会社は、より多く販売しようとしています。自社の製品を宣伝するのは、企業として当然の行動なのですが、ガンの原因になる商品をより多く販売しようとするのは、ちょっと「いかがなものか」と思いますよね。人の命を脅かす商品なのに、どうしてこんな事が許されるのか。

それは、「たばこ事業法」という法律があるからだという事を1学期に紹介しました。覚えてくれているでしょうか。「我が国たばこ産業の健全な発展をはかり……」というのが目的ですから、堂々とタバコを販売できるのです。

それはさておき、「このタバコは、軽くて身体に優しいですよ」という印象を与えるのには、タバコの名前が大きく影響します。その証拠に日本でよく売れているタバコに「マイルドセブン」という名前のものがあります。味や煙が“マイルド”のように感じます。そしてこの「マイルドセブン」には「マイルドセブン・ライト」「マイルドセブン・スーパーライト」「マイルドセブン・エクストラライト」というシリーズがあり、日本たばこ協会の発表によると、これらの売上は上位を独占しています。

これらのタバコが売れるのは「少しでも身体に優しい方がいい」という心理が働くからでしょうね。それなら、「タバコなんか吸わなければいいのに」と思うのですが、一度ニコチン依存症になってしまうとそういうわけにはいかないのが悲しいところです。

さて、問題はそこにあるのです。いかにタバコは魅力的な商品であるかをアピールし、何回かタバコを吸ってもらえれば、その人が“ニコチン依存症”になってしまいます。一度ニコチン依存症になると、今度は簡単にタバコをやめられなくなり、本当はやめたいけどやめられないので「少しでも身体に優しい」と思うタバコを買うのでしょ。それも一生買い続ける人が多いのです。

タバコの販売自体が「いかがなものか」と感じるのに、人々の心理を利用して売上を伸ばそうとする姿勢には、不信感がわきませんか。

もうわかっているとは思いますが、タバコに手をだしてはいけません。

産業デザイン科 奥田 恭久