انخفاض مبيعات السجائر بمقدار النصف: منتجات التبغ الحرارية والتجربة اليابانية.

مقدمة

انخفضت معدلات التدخين في اليابان خلال العقود الأخيرة كما هو الحال في معظم البلدان ذات الدخل المرتفع، ويرجع ذلك إلى إدخال منتجات التبغ الحرارية مع توفير المناخ التشريعي الملائم والذي ينظم استخدامها، الأمر الذي تسبب في تسريع هذا الانخفاض. على مدار السنوات العشر الماضية، بدأ الملايين من المدخنين البالغين في اليابان في استخدام منتجات التبغ الحرارية، مما أدى إلى انخفاض غير مسبوق عالميًا بنسبة 52٪ في مبيعات السجائر، ويستكشف هذا التقرير الموجز القصة وراء هذا التحول السريع.

ما هو تاريخ التبغ في اليابان؟

اتفق المؤرخون على أن التبغ وصل إلى اليابان بحلول نهاية القرن السادس عشر. كان استخدام الـ"كيسيرو" يعد الطريقة التقليدية لتدخين التبغ، وهو أنبوب طويل ورفيع يضاف إليه التبغ المطحون جيدًا والذي يشبه الشعر، بينما دخلت السجائر بمفهومها المعروف إلى البلاد في النصف الأخير من القرن التاسع عشر وسرعان ما حصدت شعبية واسعة.

أظهر استطلاع سنوي -مقطعي- حول موضوع التدخين في اليابان أن معدلات التدخين بين الرجال بلغت ذروتها في عام 1970، عندما كان 79٪ من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و29 عامًا مدخنين،[i] كما ظهرت أعلى المعدلات بين النساء في عام 2000، عندما كان 23٪ من النساء اللاتي تتراوح أعمارهن بين 20 و29 عامًا مدخنات.

ما هي منتجات التبغ الحرارية؟

عند إشعال السجائر التقليدية وتدخينها، يحترق التبغ عند درجات حرارة تزيد عن 800 درجة مئوية. يؤدي احتراق التبغ إلى إطلاق النيكوتين ومزيج من المواد الكيميائية الضارة في الدخان، الذي يستنشقه المستخدم.

وعلى النقيض، تتضمن منتجات التبغ الحرارية أجهزة إلكترونية تعمل بالبطاريات، والتي تقوم بتسخين أعواد التبغ إلى درجة حرارة لا تزيد عن 350 درجة مئوية. يؤدي تسخين التبغ إلى هذا المستوى إلى إطلاق النيكوتين في البخار الذي يستنشقه المستخدم، لكن دون وصول التبغ إلى درجة الاحتراق، مما يعني أن مستوى المواد الكيميائية السامة في البخار الناتج أقل بكثير من دخان السجائر.

في إحدى مراجعات منظمة كوكرين حول منتجات التبغ الحرارية، وجدت أن "هناك أدلة معتدلة على أن مستخدمي منتجات التبغ الحرارية هم أقل عُرضة للمواد السامة/المسرطنة مقارنة بمدخني السجائر". تضمنت هذه المراجعة المنهجية فقط تجارب عشوائية محكومة، ولكن بما أن شركات التبغ هي التي تحملت أغلب تكاليفها، فقد أثار مؤلفوها الحاجة إلى أبحاث ممولة بشكل مستقل.[ii]

متى ظهرت منتجات التبغ الحرارية في اليابان؟

ظهرت منتجات التبغ الحرارية في اليابان خلال عام 2014 عندما قررت شركة فيليب موريس العالمية (PMI) اختبار جهاز IQOS الخاص بها في ناغويا، قبل طرحه في جميع أنحاء البلاد بعد عامين، والذي سرعان ما تبعه منتجات أخرى طرحتها بعض أشهر العلامات التجارية الرائدة بما في ذلك جهاز Ploom TECH، والذي أطلقته شركة تبغ اليابان الدولية في مارس 2016، وجهاز Glo من الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ، وقد وصلت هذه الأجهزة إلى البلاد في ديسمبر من عام 2016.[iii]

ما الذي جعل من اليابان سوقًا ناجحًا بالنسبة لمنتجات التبغ الحرارية؟

مثلت اليابان فرصة مميزة لمصنعي منتجات التبغ الحرارية لعدة أسباب. على الرغم من انخفاض معدلات التدخين بشكل مطرد لبعض الوقت عند ظهور منتجات التبغ الحرارية لأول مرة، فإن 29.7٪ من الرجال و9.7٪ من النساء كانوا لا يزالون يدخنون السجائر التقليدية حتى عام 2016.[iv] وهذا يعني أن هناك سوقًا كبيرًا محتملاً للمستهلكين الذين قد يرغبون في التحول من التدخين التقليدي إلى منتجات النيكوتين الأكثر أمانًا -ويُشار إليها اختصارًا بالأحرف الإنجليزية (SNP) والتي من شأنها أن تقلل الضرر الواقع عن استخدام التبغ. ومع الحظر التام لأبخرة النيكوتين (السجائر الإلكترونية) في اليابان، لم يكن هناك أي نوع آخر من منتجات النيكوتين التي يمكنها منافسة منتجات التبغ الحرارية. كما وفرت البلاد أيضًا بيئة أعمال صديقة للتبغ، ويرجع ذلك جزئيًا إلى حقيقة أن الحكومة تمتلك ثلث شركة تبغ اليابان الدولية، حتى أن صناعة التبغ كانت حكرًا على الدولة حتى عام 1985، واعتُبرت سياسات مكافحة التبغ في اليابان أضعف مقارنة بتلك الموجودة في البلدان الأخرى ذات الدخل المرتفع.[v]

بالإضافة إلى ما سبق، كانت هناك أيضًا مجموعة من العوامل الاجتماعية والثقافية التي رشحت نجاح منتجات التبغ الحرارية بنسبة كبيرة في البلاد، بما في ذلك سعي الشعب الياباني لتبني التقنيات الجديدة، بالإضافة إلى خوفهم على المحيطين بهم وحرصهم على تقليل تأثيرهم الضار كمدخنين على من حولهم، إلى جانب اهتمامهم بالحفاظ على أعلى معايير النظافة البيئية. لذلك، كانت هناك فرصة كبيرة فيما يتعلق برغبتهم في تجربة أداة إلكترونية جديدة لا تنتج الدخان، أو الرماد، أو الرائحة المرتبطة بالسجائر القابلة للاحتراق.[vi]

ما هو رأي اليابانيين في قرارهم بشأن استخدام منتجات التبغ الحرارية؟

أظهر استطلاع حالة التدخين العالمية لعام 2019، والذي تجريه مؤسسة عالم بلا تدخين أن السبب الرئيس وراء تحول اليابانيين من استخدام السجائر التقليدية إلى منتجات التبغ الحرارية هو حرصهم الشديد على عدم نشر الضرر بين الأفراد المحيطين بالشخص المدخن، وقد استحوذ هذا السبب منفردًا على 40٪ من نتائج الاستطلاع[vii]، وهي النسبة الأكبر بين كافة الأسباب التي أعرب عنها المشاركون. وفي المركز الثاني، وبنسبة 36٪، جاء إيمان اليابانيين بفكرة أن منتجات التبغ الحرارية تعد أقل ضررًا على صحتهم الشخصية مقارنة بغيرها من منتجات التبغ، بينما جاء في المركز الثالث بنسبة 35٪، قابلية استخدام منتجات التبغ الحرارية حتى في تلك الأماكن التي يُحظر فيها التدخين.

هناك أيضًا عدد من الأبحاث العلمية المراجَعة من قبل النظراء والتي قيمت الأسباب التي تدفع المدخنين البالغين الحاليين والسابقين لاستخدام منتجات التبغ الحرارية، إذ وجدت إحدى الدراسات أن الاعتقاد بأن منتجات التبغ الحرارية أقل ضررًا على الصحة الشخصية (90.6٪) أو الآخرين (86.7٪) كان العامل الأكثر أهمية.[viii] وتلا ذلك الاستمتاع الشخصي (76.5٪)، بينما قال 74.4% أن استخدام منتجات التبغ الحرارية مقبول اجتماعيًا أكثر من تدخين السجائر. ومن بين المدخنين الحاليين، قال 55.1٪ أنهم استخدموا منتجات التبغ الحرارية على أمل أن تساعدهم مثل هذه المنتجات في الإقلاع عن التدخين.

ومع ذلك، كشفت كل من الأبحاث المستقلة وتلك التي تُجرى تحت رعاية المصنعين أن معظم مستخدمي منتجات التبغ الحرارية في اليابان يدخنون السجائر أيضًا.[ix] [x] أظهرت إحدى الدراسات أنه بالنسبة لثلثي هؤلاء المستخدمين المزدوجين، سمح لهم استخدام منتجات التبغ الحرارية بتقليل عدد السجائر التي يدخنونها.[xi] وبالنسبة للكثيرين ضمن هذه المجموعة، لم يكن التحول الكامل هو هدفهم النهائي، حيث وجدت نفس الدراسة أن 52٪ من أولئك الذين يستخدمون منتجات التبغ الحرارية أعربوا عن استبدالهم لبعض السجائر التي يستهلكونها بمنتجات التبغ الحرارية حتى لا يضطروا إلى الإقلاع عن التدخين تمامًا. ولذلك، يلعب الاستخدام المزدوج دورًا مهمًا في الحد من التدخين في اليابان.

كم يبلغ عدد مستخدمي منتجات التبغ الحرارية؟ وكيف تأثرت معدلات التدخين نتيجة لذلك؟

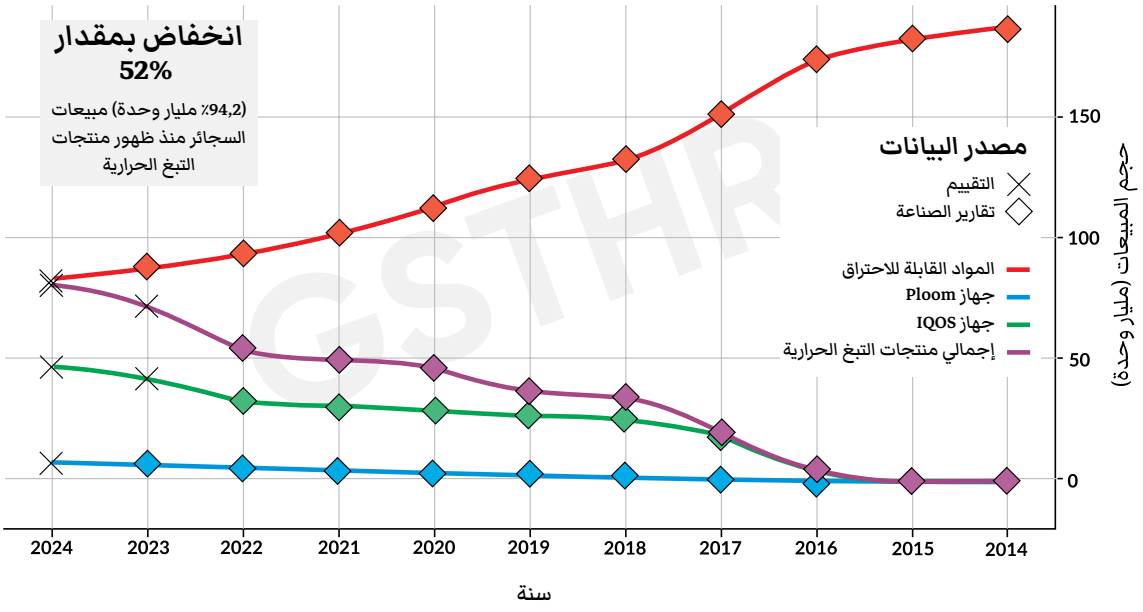
لقد كان الارتفاع في استخدام منتجات التبغ الحرارية في اليابان كبيرًا وسريعًا. فبحلول فبراير 2018، أي بعد عامين فقط من توفرها في جميع أنحاء البلاد، أظهرت إحدى الدراسات أن هناك 5.23 مليون مستخدم لمنتجات التبغ الحرارية في اليابان،[xii] وهو ما يعادل واحدًا من كل أربعة مستخدمين للتبغ في اليابان، ما يعني أن 8.3٪ من الرجال (4.21 مليون) و1.9٪ من النساء (1.02 مليون) في البلاد كانوا مستهلكين لمنتجات التبغ الحرارية. وبالمقارنة، كان 22٪ من الرجال و7.5٪ من النساء مدخنين حاليين للسجائر في ذلك العام (انخفاضًا من 29.7٪ من الرجال و9.7٪ من النساء في عام 2016). وبحلول عام 2022، ارتفع عدد مستخدمي منتجات التبغ الحرارية إلى أكثر من الضعف، حيث يستخدم 17.9٪ من الرجال و6٪ من النساء منتجات النيكوتين الأكثر أمانًا.[xiii]

كما ذُكر سابقًا، فقد كانت معدلات التدخين تنخفض على مدار عدة سنوات في اليابان، لكن هذا الانخفاض قد تسارع بشكل كبير بعد إدخال منتجات التبغ الحرارية، وكان الانخفاض في مبيعات السجائر بين عامي 2016-2019 أكبر بخمس مرات من الانخفاض بين عامي 2011-2015.[xiv]

أظهرت أبحاث أخرى أن استخدام أجهزة IQOS، وPloom، وglo، قد زاد بمقدار 10 مرات بين عامي 2015 /2016 و2017 /2018،[xv] كما توصل ذات البحث إلى أنه بحلول عام 2018، بلغ استخدام منتجات التبغ الحرارية إلى نسبة واحد من كل ثلاثة مدخنين حاليين يرغبون في الإقلاع عن التدخين، إلى جانب واحد من كل أربعة مدخنين حاليين ليس لديهم نية للإقلاع عن التدخين، وكشف كذلك أن استخدام منتجات التبغ الحرارية قد زاد بشكل كبير في جميع المجموعات الفرعية التي تم تقييمها، باستثناء، وهو الأهم، أولئك الذين لم يدخنوا قط.

وتؤكد دراستنا للحالة العالمية للحد من أضرار التبغ، والتي تقارن أحجام المبيعات، على التغيير القائم في استهلاك السجائر منتجات التبغ الحرارية. ووفقًا لبيانات السوق المذكورة في التقارير السنوية والربع سنوية الصادرة عن شركتي فيليب موريس العالمية وتبغ اليابان الدولية، فقد بلغت مبيعات السجائر الفردية حوالي 182.34 مليار وحدة عندما بدأت منتجات التبغ الحرارية في الظهور على نطاق أوسع خلال عام 2015. وبحلول عام 2023، انخفض هذا الرقم بنسبة 52% ليصل إلى 88.1 مليار وحدة فقط، بانخفاض قدره 94.2 مليار وحدة، في حين ارتفعت مبيعات أعواد التبغ المستخدمة في منتجات التبغ الحرارية في ذلك العام إلى 72 مليار وحدة في أقل من 10 سنوات.

حجم السوق الياباني في أماكن البيع بالتجزئة



مصدر البيانات: تقارير الأرباح السنوية والربع سنوية شركتي فيليب موريس العالمية وتبغ اليابان الدولية للأعوام 2014-2023.

كيف تنظم الحكومة اليابانية استخدام منتجات النيكوتين الأكثر أمانًا؟

تخضع السجائر الإلكترونية وأكياس النيكوتين لقوانين تنظيمية تختلف عن تلك التي تنظم استخدام منتجات التبغ الحرارية والسنوس والتي تخضع بشكل قانوني لإطار صناعات التبغ كمنتجات تبغ غير طبية.[xvi] يُصنف النيكوتين ومستحضراته بتركيزات 10٪ أو أكثر على أنها سموم بموجب قانون مراقبة المواد السامة والضارة في اليابان،[xvii] بينما تُنظم التركيزات الأقل من النيكوتين بموجب قانون الأجهزة الصيدلانية والطبية، وتخضع السجائر الإلكترونية أيضًا لنفس القانون.[xviii] وهذا يعني أنها تحتاج إلى موافقة قبل أن تصنيعها وبيعها، ولكن حتى الآن، لم يوافَق على بيع أي سوائل نيكوتين أو أجهزة السجائر الإلكترونية في اليابان.

يتم التعامل مع كل من السجائر الإلكترونية وأكياس النيكوتين على أنها منتجات صيدلانية نظرًا لأنها تحتوي على النيكوتين بينما لا تتضمن أوراق التبغ؛ فإذا كانت تحتوي على التبغ، فستخضع لقانون صناعة التبغ ويمكن بيعها بشكل قانوني كمنتجات تبغ غير طبية، وقد دفعت هذه القوانين التنظيمية الغريبة نوعًا ما الشركات المصنعة إلى إضافة أوراق التبغ لأكياس النيكوتين، كوسيلة لطرحها في السوق اليابانية دون الحاجة إلى الحصول على موافقة دوائية.[xix]

تُنظم منتجات التبغ الحرارية بشكل عام بطريقة مشابهة للسجائر القابلة للاحتراق في اليابان، على الرغم من أن الإجراءات التي اتخذتها الحكومة تميل إلى معاملة منتجات التبغ الحرارية بشكل أكثر إيجابية. لا يمكن بيع أي من المنتجين لأي شخص يقل عمره عن 20 عامًا، ولكن هناك بعض الاختلافات الحاسمة في القوانين التي تحكم مكان استخدامهما. منذ عام 2019، وبموجب التعديلات على قانون تعزيز الصحة، حُظرت السجائر ومنتجات التبغ الحرارية من المستشفيات، والمدارس، والمصالح الحكومية،[xx] كما صدر قانون باستخدام السجائر في غرف التبغ المخصصة لهذا الغرض فحسب، وذلك في المصانع، والمكاتب العامة، والمطاعم بداية من عام 2020. وعلى الرغم من خضوع مستخدمي منتجات التبغ الحرارية لهذا القانون أيضًا، إلا أنه يُسمح لهم بممارسة أنشطة أخرى في هذه الأماكن، مثل تناول الطعام والشراب.

تشمل الاختلافات أيضًا طريقة فرض الضرائب على كلا المنتجين. في عام 2021، كان إجمالي الضريبة غير المباشرة على السجائر أكثر من ضعف الضريبة على منتجات التبغ الحرارية، حيث بلغت 284.9 ين لكل علبة مقارنة بـ 131.03 ين لمنتجات التبغ الحرارية.[xxi] ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى ما توصلت إليه الأبحاث أن 85٪ من منتجات التبغ الحراري قد تم تسعيرها بنفس مستوى السجائر ذات العلامات التجارية المتميزة، حيث وجدت إحدى الدراسات الاستقصائية أن المدخنين الحاليين أو السابقين الذين استخدموا منتجات التبغ الحرارية لم يفعلوا ذلك بدافع توفير المال.

ليس ثمة قيود على الإعلان عن التبغ بموجب القانون الوطني، مما يعني أن مصنعي منتجات التبغ الحرارية في اليابان يمتلكون مطلق الحرية في نشر فكرة أن منتجاتهم تعد بدائل "أقل ضررًا" للسجائر القابلة للاحتراق. ولكن على الرغم من عدم وجود قيود تشريعية، فإن الصناعة نفسها تفرض بعض الحدود الطوعية من خلال التنظيم الذاتي، على سبيل المثال من خلال تشجيع الشركات على توجيه تسويقها للبالغين فقط. لذلك، في حين يجب عليهم الامتناع عن الترويج للأمر في "الوسائل العامة للجميع"، مثل التلفزيون، أو الراديو، أو الإنترنت، أو الصحف، أو المجلات، يمكنهم الإعلان عن منتجاتهم على الملصقات أو اللوحات الإعلانية أو على المباني حيث يمكن شراء التبغ.[xxii]

أهم النقاط المستنتجة من التقرير

لقد أثبت نجاح منتجات التبغ الحرارية في خفض مبيعات السجائر بنسبة 52٪ في اليابان قدرة منتجات النيكوتين الأكثر أمانًا (SNP) على تقليل عدد المدخنين حول العالم. قد تكون هناك بعض العوامل الاجتماعية والثقافية التي جعلت اليابان مناسبة بشكل كبير لانتشار منتجات التبغ الحرارية، بما في ذلك الانفتاح على التكنولوجيا الجديدة، والرغبة في الحد من تأثير الفرد على الآخرين، ولكن هذا التحول كان مدفوعًا بشكل كبير بمخاوف المستهلكين بشأن صحتهم، سواء كانت صحتهم الشخصية أو صحة الآخرين.

توضح تجربة اليابان قابلية العديد من المدخنين للقيام بهذا التحول أو على الأقل سيقللون من استهلاكهم للسجائر من خلال الاستخدام المزدوج إذا تم توفير منتجات النيكوتين الأكثر أمانًا (SNP) على نطاق واسع وسُمح بالترويج لها بين المدخنين البالغين كبديل أكثر أمانًا للتدخين، الأمر الذي يعزز بدوره من الصحة العامة. تجدر الإشارة أيضًا إلى أنه على عكس المملكة المتحدة، التي أيدت حكومتها استخدام السجائر الإلكترونية التي تحتوي على النيكوتين كأدوات للإقلاع عن التدخين، فقد حدث هذا التغيير السريع الذي لا مثيل له في بلد لم يعارض قادته السياسيون منتجات التبغ الحرارية كما لم يناصروها بقوة أيضًا.

لمزيد من المعلومات حول الجهود العالمية للحد من أضرار التبغ GSTHR، أو النقاط التي أثيرت في هذه المذكرة الإعلامية، يرجى التواصل على info@gsthr.org

من نحن: K•A•C (Knowledge·Action·Change) هي منظمة تسعى للحد من الأضرار الصحية وتعزيز الصحة العامة كاستراتيجية رئيسية تركز على حقوق الإنسان. يتمتع الفريق بأكثر من أربعين عامًا من الخبرة في مجال الحد من الأضرار الصحية في مجالات تعاطي المخدرات، وفيروس نقص المناعة البشرية، والتدخين، والصحة الجنسية، والسجون. تُصدر منظمة K • A • C تقرير الجهود العالمية للحد من أضرار التبغ (GSTHR) الذي يدرس تطور جهود الحد من أضرار التبغ، بالإضافة إلى الاستجابات التنظيمية لمنتجات النيكوتين الأكثر أمانًا ومدى استخدامها وتوافرها، فضلاً عن انتشار التدخين والوفيات المرتبطة به، في أكثر من 200 دولة ومنطقة حول العالم. للاطلاع على المنشورات والبيانات المباشرة، يمكنك بزيارة الموقع الإلكتروني https://gsthr.org

مصدر التمويل: تقدم مؤسسة عالم بلا تدخين "Foundation for a Smoke Free World" منحة مالية مساعِدة لمشروع GSTHR، وهي منظمة عالمية مستقلة غير ربحية من النوع 501 (3) (c) محددة الهدف في الولايات المتحدة، إلا أن المشروع ومخرجاته يعد مستقلًا تحريريًا عن مؤسسة التمويل.

i Funatogawa, I., Funatogawa, T., & Yano, E. (2013). Trends in smoking and lung cancer mortality in Japan, by birth cohort, 1949–2010. *Bulletin of the World Health Organization, 91(5), 332–340.* https://doi.org/10.2471/BLT.12.108092, 2010–1949 ص

ii Tattan-Birch, H., Hartmann-Boyce, J., Kock, L., Simonavicius, E., Brose, L., Jackson, S., Shahab, L., & Brown, J. (2022). Heated tobacco products for smoking cessation and reducing smoking prevalence. *The Cochrane Database of Systematic Reviews, 1,* CD013790. https://doi.org/10.1002/14651858.CD013790.pub2.

iii Xu, S. S., Meng, G., Yan, M., Gravely, S., Quah, A. C. K., Ouimet, J., O'Connor, R. J., Sutanto, E., Yoshimi, I., Mochizuki, Y., Tabuchi, T., & Fong, G. T. (2020). Reasons for Regularly Using Heated Tobacco Products among Adult Current and Former Smokers in Japan: Finding from 2018 ITC Japan Survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(21),* 8030. https://doi.org/10.3390/ijerph17218030.

iv Japan Tobacco Inc. JT's Annual Survey Finds 19.3% of Japanese Adults Are Smokers. Available online: https://www.jt.com/media/news/2016/pdf/20160728_E02.pdf (accessed on 16 September 2020).

v Xu, Meng, Yan, Gravely, Quah, Ouimet, O'Connor, Sutanto, Yoshimi, Mochizuki, Tabuchi, & Fong, 2020.

vi *The story of THS in Japan, an interview with Tomoko Iida.* (2022, 24 أكتوبر). PMI Science. https://www.pmiscience.com/content/pmiscience/language-master/en/news-events/scientific-update-magazine/the-story-of-ths-in-japan--an-interview-with-tomoko-iida-.html.

vii Key Takeaways from the 2019 Global Poll, Individual Country Reports—Japan. (2019). *Foundation for a Smoke-Free World.* https://www.smokefreeworld.org/global-state-of-smoking-poll-2019/individual-country-reports-japan/.

viii Xu, Meng, Yan, Gravely, Quah, Ouimet, O'Connor, Sutanto, Yoshimi, Mochizuki, Tabuchi, & Fong, 2020.

ix Kubota, T., Minami, N., Kimura, Y., & Kakehi, A. (2019). Use behaviour patterns in Japanese novel tobacco vapour product (NTV) users. CORESTA. https://www.coresta.org/abstracts/use-behaviour-patterns-japanese-novel-tobacco-vapour-product-ntv-users-32852.html.

x Sutanto, E., Miller, C., Smith, D. M., O'Connor, R. J., Quah, A. C. K., Cummings, K. M., Xu, S., Fong, G. T., Hyland, A., Ouimet, J., Yoshimi, I., Mochizuki, Y., Tabuchi, T., & Goniewicz, M. L. (2019). Prevalence, Use Behaviors, and Preferences among Users of Heated Tobacco Products: Findings from the 2018 ITC Japan Survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 16*(23), 4630. https://doi.org/10.3390/ijerph16234630.

xi Xu, Meng, Yan, Gravely, Quah, Ouimet, O'Connor, Sutanto, Yoshimi, Mochizuki, Tabuchi, & Fong, 2020.

xii Kinjo, A., Kuwabara, Y., Fujii, M., Imamoto, A., Osaki, Y., Minobe, R., Maezato, H., Nakayama, H., Takimura, T., & Higuchi, S. (2020). Heated Tobacco Product Smokers in Japan Identified by a Population-Based Survey. *Journal of Epidemiology, 30* (12), 547–555. https://doi.org/10.2188/jea.JE20190199.

xiii Odani, S., & Tabuchi, T. (2022). Prevalence and denial of current tobacco product use: Combustible and heated tobacco products, Japan, 2022. *Preventive Medicine Reports, 30,* 102031. https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2022.102031.

xiv Cummings, K. M., Nahhas, G. J., & Sweanor, D. T. (2020). What Is Accounting for the Rapid Decline in Cigarette Sales in Japan? *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17* (10), 3570. https://doi.org/10.3390/ijerph17103570.

xv Hori, A., Tabuchi, T., & Kunugita, N. (2023). The spread of heated tobacco product (HTP) use across various subgroups during 2015–16 and 2017–18 in Japan. *Environmental Health and Preventive Medicine,* 28, 5. https://doi.org/10.1265/ehpm.22-00219.

xvi Act No. 68 of 1984. Tobacco Business Act. https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=359AC0000000068.

xvii *Poisonous and Deleterious Substances Control Act—Japanese/English—Japanese Law Translation.* (1950). https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3387.

xviii *Act on Securing Quality, Efficacy and Safety of Products Including Pharmaceuticals and Medical Devices—Japanese/English—Japanese Law Translation. (1960).* https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3213.

xix TobaccoIntelligence. (2021, 14 يوليو). Japanese health ministry denies plan to widen access to tobacco-free pouches. *TobaccoIntelligence.* https://tobaccointelligence.com/japanese-health-ministry-denies-plan-to-widen-access-to-tobacco-free-pouches/.

xx Outline of the Act on the Partial Revision of the Health Promotion Act (No. 78 of 2018). https://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/health/dl/201904kenko.pdf

[xxi] State of Smoking in Japan. (2023, 28 يوليو). *Foundation for a Smoke-Free World.* https://www.smokefreeworld.org/health-science-research-2/health-science-technology-agenda/data-analytics/global-state-of-smoking-landscape/state-smoking-japan/.

[xxii] Craig, L. V., Yoshimi, I., Fong, G. T., Meng, G., Yan, M., Mochizuki, Y., Tabuchi, T., Thrasher, J. F., Xu, S. S., Quah, A. C. K., Ouimet, J., Sansone, G., & Chung-Hall, J. (2020). Awareness of Marketing of Heated Tobacco Products and Cigarettes and Support for Tobacco Marketing Restrictions in Japan: Findings from the 2018 International Tobacco Control (ITC) Japan Survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17* (22), 8418. https://doi.org/10.3390/ijerph17228418.