

Продажи сигарет упали вдвое: продукты из нагреваемого табака и опыт Японии

Введение

Как и в большинстве стран с высоким уровнем доходов, показатели курения в Японии в последние десятилетия падали, но появление продуктов из нагреваемого табака (ПНТ) в сочетании с благоприятным законодательным климатом ускорило это падение. За последние десять лет миллионы японских взрослых курильщиков начали использовать ПНТ, что привело к беспрецедентному во всём мире 52% падению продаж сигарет, и в настоящем Кратком справочнике изучается история этого стремительного перехода.

Какова история потребления табака в Японии?

Принято считать, что табак добрался до берегов Японии к концу XVI века. По традиции табак в этой стране курили с использованием кисэру, длинной тонкой трубки, в которую его набивали в форме мелконарезанных листьев. Сигареты появились в стране во второй половине XIX века и быстро стали популярными.

Ежегодный национальный опрос о курении в Японии, охватывающий разные слои и группы населения, показывает, что показатели курения среди мужчин достигли своего пика в 1970 году, когда курили 79% от их общего числа в возрасте от 20 до 29 лет.ⁱ Самые высокие показатели курения среди женщин наблюдались в 2000 году, когда курили 23% от общего числа женщин в возрасте от 20 до 29 лет.

Что собой представляют продукты из нагреваемого табака?

Когда обычную сигарету поджигают и курят, табак в ней горит при температуре свыше 800°C. В результате сгорания табака высвобождается никотин и целый коктейль вредных химических веществ, заключённых в дыме, который вдыхает человек.

В отличие от обычных сигарет продукты из нагреваемого табака представляют собой работающие на батарейке электронные устройства, которые нагревают табак до температуры не более 350°C. Нагревание табака до такой температуры приводит к высвобождению никотина в форме пара, вдыхаемого пользователем устройства, но табак при этом не сгорает. Это значит, что уровень токсичных химических веществ в образуемом паре значительно меньше, чем в сигаретном дыме.

Кокрейновский обзор ПНТ обнаружил «умеренной степени достоверности доказательства того, что пользователи продуктов из нагреваемого табака подвергаются воздействию меньшего уровня токсинов/ канцерогенов, чем курильщики сигарет».ⁱⁱ Этот систематический обзор включал только рандомизированные контролируемые испытания, но поскольку они были оплачены табачными компаниями, его авторы подняли вопрос о необходимости проведения независимо финансируемых исследований.

Как давно продукты из нагреваемого табака доступны в Японии?

ПНТ были завезены в Японию в 2014 году, когда компания Philip Morris International (PMI) решила протестировать свой продукт IQOS в Нагое перед тем, как развернула его продажи по всей стране двумя годами позже. За IQOS вскоре последовали другие продукты, среди которых были несколько лидирующих брендов, включая Ploom TECH, запущенный в марте 2016 года компанией Japan Tobacco, и glo от American Tobacco, который завезли в страну в декабре 2016 года.ⁱⁱⁱ

Что сделало японский рынок таким отзывчивым к продуктам из нагреваемого табака?

Япония предоставила производителям ПНТ уникальные возможности по разным причинам. Хотя к моменту появления в продаже ПНТ показатели курения в этой стране неуклонно падали, в 2016 году всё ещё курили 29,7% мужчин и 9,7% женщин.^{iv} Это означало, что в стране существовал огромный потенциальный рынок потребителей, которые могли захотеть перейти с курения на использование более безопасных никотиновых продуктов (БНП), которые снизили бы вред, связанный с потреблением табака. А учитывая то, что никотиновые вейпы (электронные сигареты) в Японии были фактически запрещены, других БНП, способных конкурировать с ПНТ, там не было. Эта страна также предложила производителям ПНТ дружественный по отношению к табаку бизнес-климат, что отчасти объяснялось тем, что её правительство владеет третью акций компании Japan Tobacco Inc. На самом деле табачная промышленность была государственной монополией до 1985 года, а японские меры по борьбе против табака считаются более мягкими, чем в других странах с высоким уровнем доходов.^v

В Японии также имелся ряд социальных и культурных факторов, которые давали основания полагать, что ПНТ могут добиться там успеха. Японцы с удовольствием осваивают новые технологии. Ими также движет желание сократить своё воздействие на сограждан, сохраняя при этом высокие стандарты гигиены. Поэтому было достаточно вероятно, что они захотят попробовать новый электронный гаджет, который не производит ни дыма, связанного со сжигаемыми сигаретами, ни запаха, ни пепла.^{vi}

Что люди в Японии говорят об их решении начать использовать ПНТ?

Опрос «Глобальное состояние курения – 2019», проведённый Фондом за мир без курения, показал, что самой распространённой причиной, по которой японские курильщики переходили с сигарет на ПНТ, было опасение за риски для здоровья окружающих, связанные со вторичным дымом (у 40% опрошенных).^{vii} Ещё 36% опрошенных указали в качестве причины то, что ПНТ, возможно, не настолько опасны для их здоровья, а ещё 35% заявили, что перешли на ПНТ потому, что имеют возможность использовать его в местах, где не разрешено курение, что представляет собой другой путь к двойному потреблению (одновременному использованию ПНТ и сигарет).

В рецензируемых научных исследованиях также оценивались причины того, почему и нынешние, и бывшие курильщики используют БНП. Одно из исследований показало, что наиболее значимым фактором было убеждение в том, что ПНТ менее вредны как для самих

пользователей (у 90,6% исследуемых), так и для окружающих людей (у 86,7% исследуемых).^{viii} Далее по шкале значимости факторов следовала личная удовлетворённость пользователей (у 76,5% опрошенных), а 74,4% опрошенных сказали, что использование ПНТ более социально приемлемо, чем курение сигарет. Среди нынешних курильщиков 55,1% сообщили, что использовали ПНТ в надежде на то, что те помогут им бросить курить.

Однако как независимые, так и спонсируемые промышленностью исследования показали, что большинство пользователей ПНТ в Японии также курят сигареты.^{ix} × Одно из исследований показало, что двум третям этих двойных потребителей использование ПНТ позволило сократить количество выкуриваемых ими сигарет.^{xi} Но для многих из этой группы потребителей полный переход на ПНТ не был их конечной целью: по данным того же самого исследования, 52% людей, использующих ПНТ, сказали, что заменили часть выкуриваемых ими сигарет с помощью ПНТ, чтобы не отказываться от курения полностью. Таким образом, двойное использование играет важную роль в снижении показателей курения, наблюдаемом в Японии.

Сколько людей используют ПНТ и как это использование повлияло на показатели курения?

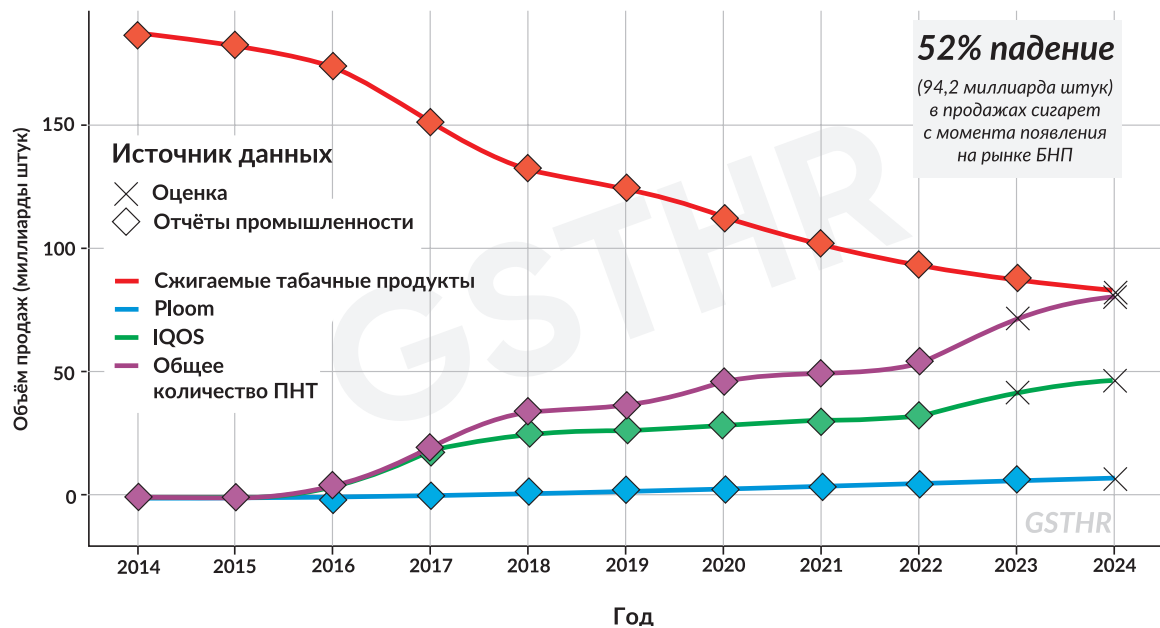
Рост потребления продуктов из нагреваемого табака в Японии был значительным и стремительным. В феврале 2018 года, лишь через два года после того, как они стали доступны по всей стране, одно исследование показало, что в стране насчитывалось 5,23 миллионов пользователей ПНТ.^{xii} Это число было равно одной четвёртой всех японских потребителей табака и означало, что потребителями ПНТ в стране были 8,3% мужчин (4,21 млн) и 1,9% (1,02 млн) женщин. Для сравнения: в том же году действующими курильщиками были 22% мужчин и 7,5% женщин (по сравнению с 29,7% мужчин и 9,7% женщин по состоянию на 2016 год). К 2022 году число пользователей ПНТ более чем удвоилось: более безопасный продукт использовали 17,9% мужчин и 6% женщин.^{xiii}

Как было отмечено ранее, показатели курения в Японии падали на протяжении нескольких лет, но после появления ПНТ скорость этого падения увеличилась. Сокращение продаж сигарет в период между 2016 и 2019 годами было в пять раз большим, нежели сокращение в период между 2011 и 2015 годами.^{xiv}

Другое исследование показывает, что общее использование IQOS, Ploom, и glo в период между 2015–2016 и 2017–2018 годами выросло в десять раз.^{xv} Это исследование показало, что к 2018 году использовать ПНТ стал каждый третий действующий курильщик, желавший бросить курить, а также каждый четвёртый действующий курильщик, не имевший намерения бросать. Оно также показало, что потребление ПНТ резко выросло во всех исследованных подгруппах за исключением тех, – и это самое главное – что никогда не курили.

В нашем собственном исследовании проекта «Глобальное состояние снижения вреда от табака», в котором сравниваются объёмы продаж, дополнительно подчёркивается изменение природы потребления сигарет и ПНТ. Оценив данные по рынкам, представленные в годовых и квартальных отчётах компаниями Philip Morris International и Japan Tobacco, можно сказать, что в 2015 году, когда продукты из нагреваемого табака начали становиться более широкодоступными, продажи сигарет составляли 182,34 миллиарда штук в год. К 2023 году это число упало на 52%, то есть до 88,1 миллиарда штук в год (падение на 94,2 миллиарда штук в год), в то время как продажи табачных стиков, используемых в ПНТ, менее чем за десять лет достигли уровня в 72 миллиардов штук в год.

Размер рынка Японии в торговых точках



Источник данных: годовые и квартальные отчёты о прибыли компаний JT и PMI за 2014-2023 годы.

Как правительство Японии регулирует более безопасные никотиновые продукты?

Тогда как ПНТ, и снюс могут легально продаваться в рамках Закона «О табачной промышленности» как немедицинские табачные продукты,^{xvi} никотиновые вейпы и никотиновые подушечки являются предметом другого законодательного регулирования. Никотин и препараты на его основе с концентрацией в десять и более процентов согласно Закону «О контроле за ядовитыми и вредными веществами» обозначаются в Японии как яды.^{xvii} Ещё более низкие концентрации никотина регулируются согласно Закону «О лекарственных средствах и медицинских изделиях», и сами устройства для вейпинга являются предметом регулирования этого же закона.^{xviii} Это значит, что перед тем, как они поступят в производство и продажу, им требуется получение разрешения, но на данный момент ни одна жидкость или устройство для вейпинга не было допущено к продаже в Японии.

Поскольку и вейпы, и никотиновые подушечки содержат никотин, но не содержат листьев табака, их рассматривают как фармацевтические препараты. Если бы они содержали табак, они могли бы подпасть под действие Закона «О табачной промышленности» и легально продаваться в качестве немедицинских табачных продуктов. Этот регуляторный абсурд привёл к тому, что производители стали добавлять в никотиновые подушечки листья табака лишь для того, чтобы выпустить их на японский рынок без необходимости получать разрешение со стороны органов, регулирующих фармацевтические препараты и медицинские изделия.^{xix}

Регулирование ПНТ в Японии осуществляется в целом тем же образом, что и регулирование сгораемых сигарет, хотя действия правительства в отношении продуктов из нагреваемого табака были, как правило, более благосклонными. Ни один из этих продуктов не может продаваться лицам младше 20 лет, но есть некоторые существенные различия в законах, регулирующих

места их потребления. С 2019 года, согласно правкам, внесённым в Закон «Об укреплении здоровья», и сигареты, и ПНТ запрещены к продаже в больницах, школах и правительственных учреждениях.^{xx} С 2020 года на фабриках, в офисах и ресторанах курение сигарет разрешено только в специальных комнатах для курения, используемых исключительно курильщиками для курения и не для чего более. Однако пользователи ПНТ, хотя они также ограничены специальными комнатами для курения в таких учреждениях, могут заниматься в этих комнатах и другими видами деятельности, например, есть и пить.

Существуют различия и в том, как оба продукта налогооблагаются. В 2021 году акциз на сигареты был более чем вдвое больше, чем на ПНТ: 284,9 йены за пачку сигарет в сравнении с 131,03 йены за пачку ПНТ.^{xxi} Однако следует добавить, что, согласно исследованию, 85% продаваемых в стране ПНТ имели цену на уровне премиум брендов сигарет, а один из опросов показал, что нынешние и бывшие курильщики, начавшие использовать ПНТ, сделали это не для того, чтобы сэкономить деньги.

В национальном законодательстве Японии нет ограничений на рекламу табака и табачных продуктов. Это означает, что производители ПНТ в стране могут заявлять, что их продукты являются «менее вредными» альтернативами сжигаемым сигаретам. Но, несмотря на недостатки в законодательстве, промышленность сама устанавливает некоторые добровольные ограничения посредством саморегулирования, например, стимулируя компании к нацеливанию своего маркетинга исключительно на взрослых. Итак, хотя им следует воздерживаться от рекламы в «очень людных местах», таких как ТВ, радио, интернет, газеты или журналы, они могут рекламировать свои продукты на постерах, билбордах или на стенах зданий, где можно приобрести табак.^{xxii}

Основные выводы

Успех продуктов из нагреваемого табака в снижении в Японии продаж сигарет на 52% даёт ценную информацию о потенциале БНП в сокращении числа курильщиков по всему миру. Возможно, в Японии существуют некоторые социальные и культурные факторы, сделавшие её исключительно подходящей для ПНТ, такие как открытость новым технологиям и желание ограничить индивидуальное влияние на окружающих, но преимущественно этот переход был обусловлен беспокойством потребителей за здоровье – своё или окружающих.

Ситуация в Японии показывает, что если БНП сделать широкодоступным и разрешить рекламировать взрослым курильщикам в качестве более безопасной альтернативы курению, тогда многие курильщики осуществят этот переход или сократят своё потребление сигарет посредством двойного использования, а общественное здравоохранение в свою очередь получит все вытекающие отсюда преимущества. Также следует отметить, что в отличие от Великобритании, чьё правительство активно поддерживало использование никотиновых вейпов для прекращения курения, эти стремительные и не имеющие аналогов перемены произошли в стране, чьи политические лидеры ни противостояли, ни выступали в поддержку ПНТ.

За дополнительной информацией о работе проекта «Глобальное состояние снижения вреда от табака» или по вопросам, поднятым в настоящем Кратком справочнике ГССБТ, обращайтесь, пожалуйста, на почту info@gsthr.org

О нас: **Knowledge•Action•Change** (К•А•С) (Знание•Действие•Перемены) продвигает снижение вреда как основную стратегию общественного здравоохранения, основанную на правах человека. Команда организации имеет более чем сорокалетний опыт работы по снижению вреда в контексте употребления наркотиков, ВИЧ, курения, сексуального здоровья и тюрем. К•А•С осуществляет руководство проектом **Глобальное состояние снижения вреда от табака** (ГССВТ), который отображает ситуацию с развитием снижения вреда от табака, употреблением, доступностью и регулированием БНП, а также с распространённостью курения и связанной с ним смертности в более чем 200 странах и регионах по всему миру. Для просмотра всех публикаций и оперативных данных посетите <https://gsthr.org>

Финансирование: Проект ГССВТ реализуется при поддержке гранта от фонда **Foundation for a Smoke Free World**, (Фонд за мир без курения), американской некоммерческой (код 501(c)(3)) независимой глобальной организации. Проект и его результаты, по условиям соглашения о предоставлении гранта, редакционно независимы от Фонда.

-
- 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>, pp. 1949–2010.
 - 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} Результаты ежегодного опроса, проводимого компанией Japan Tobacco Inc., показывают, что курильщиками являются 19,3% взрослого населения Японии. Результаты опроса доступны онлайн: https://www.jt.com/media/news/2016/pdf/20160728_E02.pdf (данные по состоянию на 16 сентября 2020 года).
 - ^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, October 24). PMI Science. <https://www.pmisceience.com/content/pmisceience/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} Закон №68 от 1984 года. Закон «О табачном бизнесе». <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, July 14). 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} Очерк Закона «О частичном пересмотре Закона «Об укреплении здоровья»» (№ 78 от 2018 года).
<https://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/health/dl/201904kenko.pdf>
- ^{xxi} State of Smoking in Japan. (2023, July 28). *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>.