GLOBAL STATE OF TOBACCO HARM REDUCTION 2024

UN INFORME DE SITUACIÓN

Sección cuatro

JAPÓN

4

Resumen del informe

The Global State of Tobacco Harm Reduction 2024 (Estado mundial sobre la reducción del daño del tabaco 2024): Un informe de situación es una publicación multicomponente, agrupada en dos partes, ***Perspectivas mundiales*** y ***Percepciones regionales*** y nacionales. La medida en que los productos de nicotina más seguros están reemplazando y sustituyendo los productos de tabaco combustibles y orales riesgosos es la idea central.

Perspectivas mundiales utiliza la evidencia más reciente y los nuevos proyectos de datos para informar sobre la situación mundial actual de la reducción del daño del tabaco y su potencial para reducir rápidamente la carga de la enfermedad y la mortalidad asociada con el consumo de tabaco riesgoso. Midiendo los cambios en la adopción, la política y la regulación de los productos de nicotina más seguros, considera la manera en que estos factores se interrelacionan para apoyar o socavar el progreso.

Capítulo uno: Epidemia mundial de tabaquismo y papel de la reducción del daño del tabaco.
Capítulo dos: Evidencia de la reducción del daño del tabaco.
Capítulo tres: Progreso mundial en la reducción del daño del tabaco.
Capítulo cuatro: Regulación y control mundial.
Capítulo cinco: Retos de la reducción del daño del tabaco.
Capítulo seis: Conclusiones

Percepciones regionales y nacionales considera el estado del consumo de tabaco y la reducción del daño del tabaco a nivel regional o nacional. El documento que está a punto de leer, ***Las ventas de cigarrillos se redujeron a la mitad: los productos de tabaco calentado y la experiencia japonesa***, es uno de cuatro perfiles de países que han permitido que la reducción del daño del tabaco disminuya los índices de tabaquismo. También están disponibles perfiles similares para ***Nueva Zelanda, Noruega*** y ***Reino Unido***. Se aplica un enfoque regional más amplio a ***Latinoamérica*** y ***Europa Oriental y Asia Central***.

GLOBAL STATE OF TOBACCO HARM REDUCTION 2024

UN INFORME DE SITUACIÓN

Sección cuatro

Japón

Sección cuatro

Las ventas de cigarrillos se redujeron a la mitad: los productos de tabaco calentado y la experiencia japonesa

Introducción

Como sucede en la mayoría de los países de ingresos altos, los índices de tabaquismo en Japón han estado descendiendo en las últimas décadas, pero la introducción de los productos de tabaco calentado (HTP, por sus siglas en inglés), a la par de un clima legislativo favorable, ha acelerado esa reducción. Durante los últimos 10 años, millones de fumadores adultos en Japón han empezado a usar los productos de tabaco calentado, llevando a una caída sin precedentes a nivel mundial del 52 % en las ventas de cigarrillos, y este perfil de país explora la historia que hay detrás de esta rápida transición.

¿Cuál es la historia del consumo de tabaco en Japón y qué impacto ha tenido?

Se acepta generalmente que el tabaco llegó a Japón a fines del siglo XVI. El método tradicional de fumar tabaco implicaba el uso de un kiseru, que es un tubo largo y delgado al cual podía agregarse picadura de tabaco fina. Los cigarrillos se introdujeron al país en la segunda mitad del siglo XIX y rápidamente se volvieron populares.

Una encuesta nacional transversal, anual, sobre el tabaquismo en Japón muestra que los índices de tabaquismo alcanzaron su punto máximo en 1970, cuando el 79 % de quienes tenían entre 20 y 29 años fumaban.[1] Los índices más elevados en las mujeres se produjeron en 2000, cuando el 23 % de las que tenían entre 20 y 29 años fumaban.

los cigarrillos se introdujeron en el país en la segunda mitad del siglo XIX y rápidamente se hicieron populares

•

en 2021, el tabaco ocupó el segundo lugar en la lista de factores de riesgo que provocaron la mayoría de las muertes y discapacidad combinadas en Japón

•

la industria tabacalera fue un monopolio estatal hasta 1985, y se considera que las políticas de control del tabaco de Japón son más débiles que las de otros países de altos ingresos

El impacto del tabaquismo en Japón ha sido considerable en las últimas décadas. En 1990, el número total de muertes por todas las causas atribuidas al tabaquismo fue de 126,240.[2] Para 2021, esta cifra había aumentado a 132,467, aunque otras fuentes afirman que hasta 211,000 personas murieron a causa del tabaquismo en 2019.[3] Lo anterior significaba que el 23.5 % de las muertes de los hombres japoneses se podía atribuir al consumo de tabaco ese año, y esta cifra fue de 6.4 % para la mujeres.

Un estudio de personas nacidas entre 1920 y 1945 encontró que, con respecto a quienes continuaron fumando, habiendo comenzado antes de los 20 años, su esperanza de vida se redujo en un promedio de 10 años.[4] En 2021, el tabaco ocupó el segundo lugar en la lista de factores de riesgo que provocaron la mayoría de las muertes y discapacidad combinadas en Japón.[5] También se encontró que el tabaco era responsable del 78.9 % de todas las muertes por cáncer de pulmón y del 62.9 % de todas las muertes por enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC).[6] El costo económico del tabaquismo y el consumo de tabaco en Japón cada año se estima en 6,988,987,105,280 yenes (alrededor de $48 mil millones).[7]

¿Cuánto tiempo llevan los productos de tabaco calentado en Japón?

Los productos de tabaco calentado llegaron a Japón en 2014 cuando Philip Morris International (PMI) decidió probar su producto IQOS en Nagoya, antes de desplegarlo en todo el país dos años después. Pronto IQOS fue seguido por otros productos, entre los que se encontraban algunas de las marcas líderes como Ploom TECH, lanzada en marzo de 2016 por Japan Tobacco, y Glo de British American Tobacco, que llegó al país en diciembre de 2016.[8]

¿Qué hizo que Japón fuera un mercado receptivo para los productos de tabaco calentado?

Japón presentaba una oportunidad única para los fabricantes de productos de tabaco calentado por una variedad de razones. Aun cuando los índices de tabaquismo habían estado bajando constantemente durante algún tiempo cuando llegaron los productos de tabaco calentado, el 29.7 % de los hombres y el 9.7 % de las mujeres todavía fumaban en 2016.[9] Lo anterior significaba que había un gran mercado potencial de consumidores a quienes les gustaría dejar de fumar y cambiar a un producto de nicotina más seguro (SNP, por sus siglas en inglés) que reduciría el daño asociado a su consumo de tabaco (ver en el capítulo 2 de este informe más detalles sobre la seguridad relativa de los productos de tabaco calentado en comparación con el tabaquismo). Y, como los vapeadores de nicotina (cigarrillos electrónicos) estaban prohibidos eficazmente en Japón, no había otros productos de nicotina más seguros que compitieran con los productos de tabaco calentado. El país también ofrecía un entorno empresarial favorable al tabaco, en parte debido al hecho de que el gobierno es propietario de una tercera parte de Japan Tobacco Inc. De hecho, la industria tabacalera fue un monopolio estatal hasta 1985, y las políticas de control del tabaco de Japón se consideran más débiles que las de otros países de ingresos altos.[10]

También había una serie de factores sociales y culturales que significaban que los productos de tabaco calentado podrían tener éxito en el país. A los japoneses les entusiasma adoptar nuevas tecnologías. También están motivados por un deseo de reducir el impacto que tienen en sus conciudadanos, en tanto que mantienen altos niveles de higiene. Por consiguiente, era razonablemente probable que quisieran probar un nuevo dispositivo electrónico que no produjera el humo asociado con los cigarrillos combustibles, ni tampoco el olor y la ceniza.[11]

¿Qué dicen los japoneses de su decisión de empezar a usar productos de tabaco calentado?

La encuesta Global State of Smoking (Estado mundial del tabaquismo) de 2019, que llevó a cabo la Fundación para un Mundo Libre de Humo, descubrió que la razón más común por la que los fumadores japoneses cambiaban de los cigarrillos a los productos de tabaco calentado era su preocupación por los riesgos para la salud de otros, asociados al hecho de ser fumadores pasivos (40 %).[12] A lo anterior siguió el 36 % que dijo que es posible que los productos de tabaco calentado no sean tan malos para su propia salud, y el 35 %, que mencionó que podían consumir productos de tabaco calentado en lugares en los que no se permitía fumar: otra cara del doble consumo.

La investigación científica con revisión de pares también ha evaluado los motivos por los que tanto los fumadores como los exfumadores adultos están consumiendo productos de tabaco calentado. Un estudio encontró que la creencia de que los productos de tabaco calentado son menos nocivos, ya sea para ellos mismos (90.6 %) o para otros (86.7 %), fue el factor más importante.[13] A lo anterior siguió el gozo personal (76.5 %), mientras que el 74.4 % dijo que el consumo de productos de tabaco calentado era más aceptable socialmente que fumar cigarrillos. Entre los fumadores actuales, el 55.1 % señaló que consumían productos de tabaco calentado con la esperanza de que los pudieran ayudar a dejar de fumar.

No obstante, las investigaciones tanto de estudios independientes como de los patrocinados por la industria han revelado que la mayoría de los consumidores de productos de tabaco calentado en Japón también fuman cigarrillos.[14,15,16,17] Un estudio mostró que a dos terceras partes de estos consumidores duales, el uso de productos de tabaco calentado les permitió reducir el número de cigarrillos que fumaban.[18] Pero, para muchos de este grupo, cambiar completamente no era su objetivo final, y el mismo estudio descubrió que el 52 % de los que usaban productos de tabaco calentado indicaron que sustituyeron algunos de los cigarrillos que consumían con productos de tabaco calentado, de modo que no tuvieran que dejar de fumar por completo. Por consiguiente, el consumo dual está asumiendo un papel importante en la reducción del tabaquismo que se ve en Japón.

entre los fumadores actuales, 55.1 % dijeron que consumían productos de tabaco calentado con la esperanza de que los pudiera ayudar a dejar de fumar

•

el alza en el consumo de productos de tabaco calentado en Japón ha sido significativo y rápido

•

los índices de tabaquismo habían estado cayendo durante varios años en Japón, pero la velocidad de este descenso se aceleró después de la introducción de los productos de tabaco calentado

¿Cuántas personas están consumiendo productos de tabaco calentado y de qué manera se han visto afectados los índices de tabaquismo?

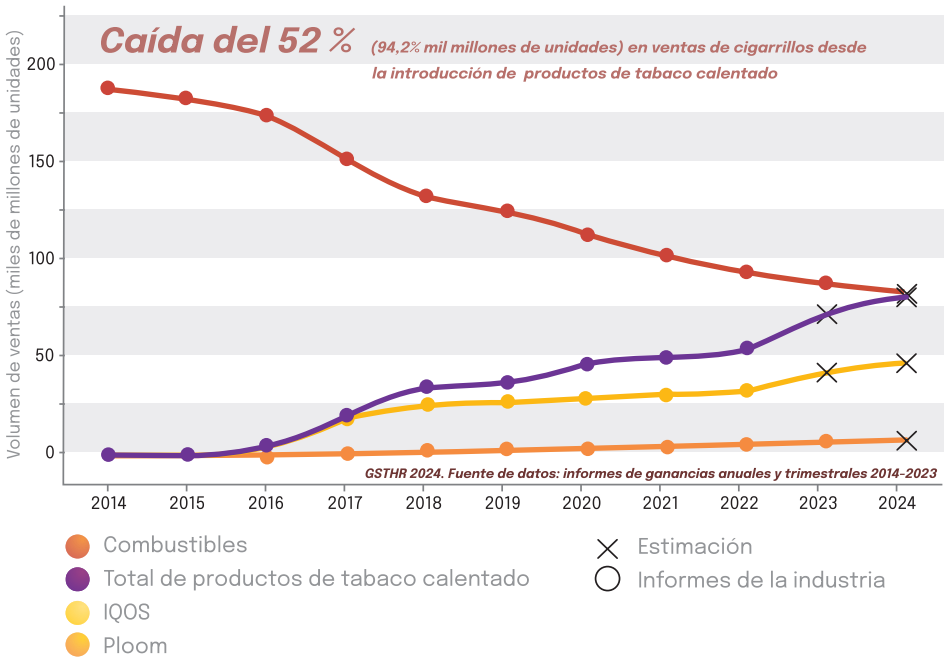
El alza en el consumo de productos de tabaco calentado en Japón ha sido considerable y rápido. Para febrero de 2018, solo dos años después de que estuvieron disponibles en todo el país, un estudio encontró que había 5.23 millones de consumidores de productos de tabaco calentado en Japón.[19] Esta cifra equivalía a uno de cada cuatro de todos los consumidores de tabaco japoneses y significaba que el 8.3 % de los hombres (4.21 millones) y el 1.9 % de las mujeres (1.02 millones) en el país eran consumidores de productos de tabaco calentado. En comparación, el 22 % de los hombres y el 7.5 % de las mujeres eran fumadores de cigarrillos actuales ese año (una reducción del 29.7 % de los hombres y el 9.7 % de las mujeres en 2016). Para 2022, el número de usuarios de productos de tabaco calentado se había más que duplicado, de los cuales el 17.9 % de hombres y el 6 % de mujeres usaban el producto de nicotina más seguro.[20]

Como se observó anteriormente, los índices de tabaquismo habían estado cayendo por varios años en Japón, pero la velocidad de esta disminución se aceleró después de la introducción de productos de tabaco calentado. La reducción en las ventas de cigarrillos de 2016 a 2019 fue cinco veces superior a la caída de 2011 a 2015.[21]

Otras investigaciones muestran que el uso combinado de IQOS, Ploom, y Glo aumentó 10 veces de 2015 a 2016 y de 2017 a 2018.[22] Estas investigaciones encontraron que para 2018, el consumo de productos de tabaco calentado se había extendido a uno de cada tres fumadores de cigarrillos actuales que querían dejarlo, pero también a uno de cada cuatro de los fumadores actuales que no tenían intención de dejar de fumar. Además, reveló que el consumo de productos de tabaco calentado había aumentado drásticamente en todos los subgrupos que evaluaron, salvo, significativamente, en aquéllos que nunca habían fumado.

Nuestra investigación de Global State of Tobacco Harm Reduction, que compara los volúmenes de ventas, destaca además la naturaleza cambiante del cigarrillo y el consumo de productos de tabaco calentado. De acuerdo con los datos del mercado publicados en informes anuales y trimestrales por Philip Morris International y Japan Tobacco, las ventas de cigarrillos individuales fueron de alrededor de 182,000.34 millones de unidades cuando los productos de tabaco calentado empezaron a estar más ampliamente disponibles en 2015. Para 2023, había caído 52 % a tan solo 88,000.1 millones de unidades, es decir, una caída de 94,000.2 millones de unidades, mientras que la venta de barras de tabaco usadas en los productos de tabaco calentado ese año se había elevado a 62,000 millones de unidades en menos de 10 años.

Tamaño del mercado japonés en unidades comerciales



¿Cómo regula el gobierno japonés los productos de nicotina más seguros?

Aun cuando los productos de tabaco calentado y los snus pueden venderse legalmente en el marco de la Ley de las Industrias Tabacaleras como productos de tabaco no medicinales,[23] los vapeadores de nicotina y las bolsas de nicotina están sujetas a una regulación diferente. La nicotina y sus preparaciones en concentraciones del 10 % o más se designan como venenos conforme a la Ley de Control de Sustancias Venenosas y Nocivas de Japón.[24]

Incluso las concentraciones de nicotina inferiores se regulan conforme a la Ley de Dispositivos Farmacéuticos y Médicos, y los dispositivos de vapeo mismos están sujetos a la misma Ley.[25] Lo anterior significa que necesitan aprobación antes de ser fabricados y vendidos, pero a la fecha, no se han aprobado líquidos de nicotina ni dispositivos de vapeo para venta en Japón. approval before they can be manufactured and sold, but to date, no nicotine liquids or vaping devices have been approved for sale in Japan.

En virtud de que tanto los vapeadores como las bolsas de nicotina contienen nicotina pero no hojas de tabaco, se tratan como productos farmacéuticos. Si contuvieran tabaco, estarían regidos por la Ley de Industrias Tabacaleras y podrían venderse legalmente como productos de tabaco no medicinales. Esta peculiaridad regulatoria ha dado lugar a que los fabricantes le agreguen hoja de tabaco a las bolsas de nicotina, simplemente como una manera de ponerlos en el mercado japonés sin la necesidad de obtener la aprobación farmacéutica.[26]

Los productos de tabaco calentado por lo general se regulan de manera similar a la de los cigarrillos combustibles en Japón, aun cuando las acciones del gobierno han tendido a tratar los productos de tabaco calentado de forma más favorable. Ninguno de los productos puede venderse a ninguna persona que tenga menos de 20 años, pero existen algunas diferencias cruciales en las leyes que rigen dónde se pueden utilizar. Desde 2019, conforme a las revisiones efectuadas a la Ley de Promoción de la Salud, tanto los cigarrillos como los productos de tabaco calentado están prohibidos en los hospitales, escuelas y oficinas de gobierno.[27] Desde 2020, el consumo del cigarrillo en las fábricas, oficinas generales y restaurantes, solo se ha permitido en salones de tabaco especiales que usan exclusivamente los fumadores nada más para fumar. No obstante, los consumidores de productos de tabaco calentado, aun cuando también están restringidos a salones especiales dentro de estos lugares, pueden realizar otras actividades en estos espacios; por ejemplo, comer y beber.

También hay diferencias en la manera en que se gravan ambos productos. En 2021, el impuesto especial sobre cigarrillos total era de más del doble del de los productos de tabaco calentado, que es de ¥284.9 por cajetilla en comparación con ¥131.03 por los productos de tabaco calentado.[28] Cabe añadir, no obstante, que según las investigaciones, el 85 % de los productos de tabaco calentado vendidos en el país tenían el mismo nivel de precios que los cigarrillos de las marcas de lujo, y una encuesta encontró que los fumadores actuales y los exfumadores que habían empezado a consumir productos de tabaco calentado no lo hacían para ahorrar dinero.[29]

la nicotina y sus preparaciones en concentraciones de 10 % o más se denominan venenos de conformidad con la Ley de Control de Sustancias Venenosas y Nocivas de Japón

•

los productos de tabaco calentado se regulan normalmente de manera similar a los cigarrillos combustibles en Japón

•

no hay restricciones en la publicidad del tabaco conforme a la ley nacional

No hay restricciones sobre la publicidad del tabaco conforme a la ley nacional. Esto significa que los fabricantes de productos de tabaco calentado en Japón pueden afirmar que sus productos son alternativas “menos nocivas” de los cigarrillos combustibles. Pero, a pesar de la falta de legislación, la industria misma sí impone algunos límites voluntarios a través de la autorregulación, por ejemplo, alentando a las compañías a que dirijan su mercadotecnia solo a los adultos. Por tanto, aun cuando deben abstenerse de hacer la promoción en ‘lugares muy públicos’, como la televisión, la radio, internet, los periódicos o revistas, pueden anunciar sus productos en carteles, vallas publicitarias, o en edificios en donde puede comprarse tabaco.[30]

Conclusiones clave

El éxito de los productos de tabaco calentado en la reducción del 52 % de la venta de cigarrillos en Japón, ofrece una perspectiva valiosa en el potencial que tienen los productos de nicotina más seguros para reducir el número de fumadores en todo el mundo. Puede haber algunos factores sociales y culturales que hicieron que Japón fuera especialmente adecuado para los productos de tabaco calentado, como su apertura a la nueva tecnología y el deseo de limitar el impacto que tiene una persona en otras, pero esta transición ha sido impulsada abrumadoramente por la preocupación de los consumidores por la salud, no importa si es la propia o la de otros.

La situación de Japón demuestra que si los productos de nicotina más seguros están ampliamente disponibles y se pueden promover a los fumadores adultos como una alternativa más segura de fumar, entonces muchos fumadores harán ese cambio, o reducirán su consumo de cigarrillos mediante el uso dual, con todos los beneficios que aporta a la salud pública. También cabe hacer notar que, a diferencia del Reino Unido cuyo gobierno ha apoyado activamente el uso de los vapeadores de nicotina como herramientas para dejar de fumar, este rápido cambio sin igual ha tenido lugar en un país cuyos dirigentes políticos ni se opusieron al cambio ni se pronunciaron enérgicamente a favor de los productos de tabaco calentado.

Referencias del capítulo

1 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.

2 *Number of deaths from tobacco smoking*. (2021). Our World in Data. https://ourworldindata.org/grapher/number-of-deaths-from-tobacco-smoking?tab=table.

3 *Japan*. (s. f.). Tobacco Atlas. Recuperado 15 de octubre de 2024, de https://tobaccoatlas.org/factsheets/japan/.

4 Sakata, R., McGale, P., Grant, E. J., Ozasa, K., Peto, R., & Darby, S. C. (2012). Impact of smoking on mortality and life expectancy in Japanese smokers: A prospective cohort study. *BMJ*, *345*, e7093. https://doi.org/10.1136/bmj.e7093.

5 *Health research by location*. (s. f.). Recuperado 15 de octubre de 2024, de https://www.healthdata.org/research-analysis/health-by-location/profiles.

6 *Japan. Tobacco and Health Around the World*. (s. f.). Global Action to End Smoking. Recuperado 15 de octubre de 2024, de https://globalactiontoendsmoking.org/research/tobacco-around-the-world/japan/.

7 *Japan*, s. f.

8 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.

9 *Japan Smoking Rate Survey: Results of the 2016 Survey*. (2016). [Annual Survey Report]. Japan Tobacco Inc. https://www.jt.com/media/news/2016/pdf/20160728_E02.pdf.

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

11 *The story of THS in Japan, an interview with Tomoko Iida*. (2022, octubre 24). 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.

12 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/.

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

14 *Transforming Tobacco. Sustainability Report 2018*. (2018). British American Tobacco (BAT). https://www.bat.com/group/sites/UK__9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOAWWEKR/$file/Sustainability_Report_2018.pdf.

15 Kim, J., Yu, H., Lee, S., & Paek, Y.-J. (2018). Awareness, experience and prevalence of heated tobacco product, IQOS, among young Korean adults. *Tobacco Control*, *27*(Suppl 1), s74–s77. https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2018-054390.

16 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.

17 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.

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

19 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.

20 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.

21 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.

22 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.

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

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

25 *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.

26 TobaccoIntelligence. (2021, julio 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/.

27 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

28 State of Smoking in Japan. (2023, julio 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/.

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

30 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.

Fotos: depositphotos.com