

담배규제
팩트시트

No. 63

최종 작성/수정일
2026. 6.발행처
금연정책기획부문의
02-3781-3534담배규제정책에 대한
국민 인식과 수용성

우리나라는 세계보건기구(WHO) 담배규제기본협약(FCTC)에 기반하여 2019년 금연종합대책을 마련하고, 담뱃갑 건강경고 표시, 금연홍보 및 캠페인, 금연구역 확대, 담배광고·판촉 규제, 국가금연지원서비스 제공 등 포괄적인 담배규제정책을 추진해 왔다. 그 결과 성인 흡연율이 지속적으로 감소하는 성과를 거두었으나, 최근 신종담배의 등장과 담배업계의 마케팅 전략으로 인해 전자담배 사용은 오히려 증가하는 추세이다.

이러한 변화에 대응하기 위해 2026년 4월 24일 「담배사업법」 개정안이 시행되면서, 담배의 정의가 기존 '연초의 잎'에서 '연초 또는 니코틴'으로 확대되었다. 이에 따라 그간 규제 사각지대에 있던 합성니코틴 액상형 전자담배도 담배 규제 대상에 정식으로 포함되어 광고·판촉 행위 제한, 가향 표시 금지, 건강경고 표시 의무 등의 규제가 적용되고 있다. 본 팩트시트는 이처럼 변화하는 정책 환경 속에서 담배규제정책 및 담배 위해성에 대한 국민의 인식과 정책 수용성을 살펴보고, 향후 담배규제정책 추진을 위한 시사점을 제시하고자 한다.



담배 사용 및 규제 환경 변화

[표 1]

연도별 담배
판매량·반출량

■ 국내 담배 시장의 급속한 변화¹⁾

- 국내 담배 시장은 전통적인 궐련 중심에서 전자담배 중심으로 구조적 변화를 보임
- 2024년 기준 궐련 판매량은 28.7억 갑으로 전년 대비 감소하였으며, 2020년 이후 지속적인 감소세를 나타냄
- 반면, 궐련형 전자담배의 2024년 판매량은 6.6억 갑으로 전년 대비 증가하였으며, 전체 담배 판매량에서 차지하는 비중은 국내에서 판매되기 시작한지 8년 만에 2.3%에서 18.4%까지 대폭 확대됨
- 이러한 구조적 변화는 액상형 전자담배 수입량의 지속적 증가에서도 확인할 수 있음
- 특히 전자담배를 중심으로 하는 시장의 구조적 변화는 흡연자의 담배 사용 행태가 변화하고 있음을 보여주며, 전자담배에 대한 국민 인식 파악 및 규제정책 추진의 중요성을 시사함

※ 원 자료의 기존값을 기준으로 산출하여 반올림한 아래의 표와 차이가 있을 수 있음

구분	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24	비교	
												전년 대비	'14년 대비
판매량(억 갑)	43.6	33.3	36.6	35.2	34.7	34.5	35.9	35.9	36.3	36.1	35.3	△2.2%	△19.0%
궐련담배	43.6	33.3	36.6	34.4	31.4	30.6	32.1	31.5	30.9	30.0	28.7	△4.3%	△34.2%
궐련형 전자담배 등	-	-	-	0.8	3.3	3.8	3.8	4.4	5.4	6.1	6.6	8.3%	순증
반출량(억 갑)	45.0	31.7	37.3	34.0	35.8	33.6	36.4	35.6	36.1	35.8	35.9	0.3%	△20.2%

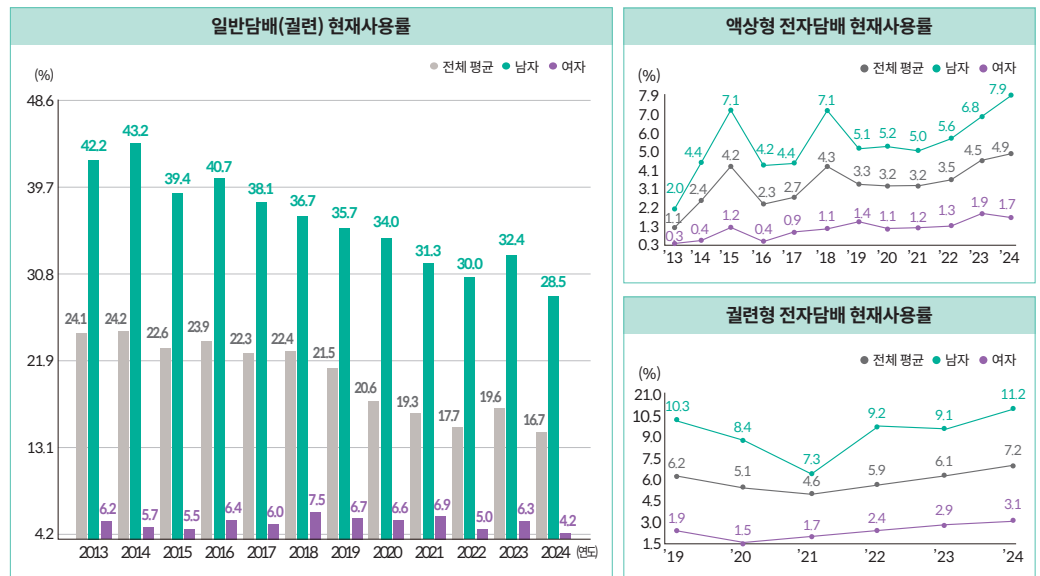
※ 자료원 : 기획재정부. (2025). 2024년 담배 시장 동향. 기획재정부 보도자료.

■ 흡연행태 및 성인 흡연율 변화

- 우리나라 성인의 궐련 흡연율은 지속적으로 감소하고 있으나, 전자담배 사용률은 꾸준히 증가하는 추세를 보여 담배 사용 행태의 변화가 나타나고 있음

[그림 1]

우리나라 성인의
담배제품 사용률
추이



※ 자료원 : 질병관리청. (2025). 국민건강영양조사 결과.

1) 기획재정부. (2025). 2024년 담배 시장 동향(2025. 04. 18. 보도자료).

담배규제정책 인식조사 주요 결과 2

[그림 2]
전자담배 제품
사용의 위험성
인식 결과

■ 담배규제정책 인식조사 개요

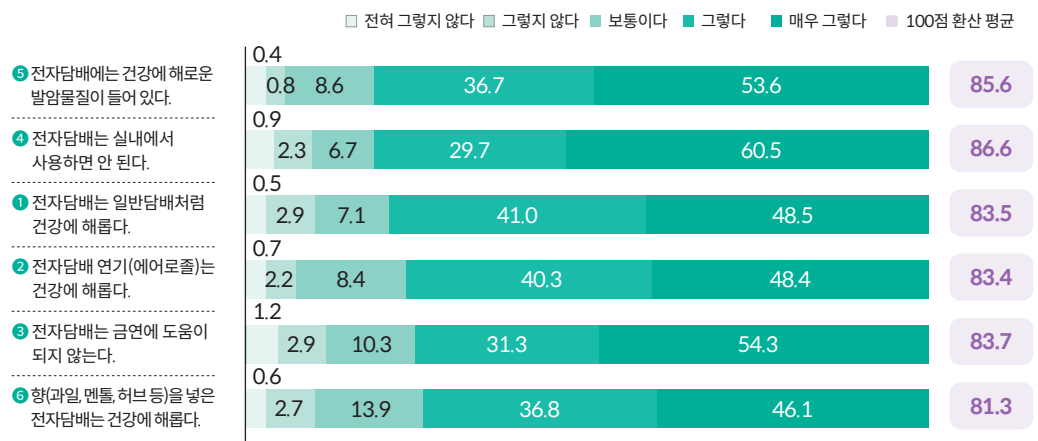
- 담배규제정책 및 전자담배 위해성에 대한 국민 인식과 정책 수용성을 파악하기 위해 온라인 조사를 실시함

- 조사대상 : 전국 19세 이상 성인 1,200명
- 조사기간 : 2025. 11. 18.(화) ~ 12. 4.(목)
- 조사방법 : 온라인 조사
- 조사내용 : 담배규제정책 인식 및 수용성, 전자담배 위해성 인식 등

■ 전자담배 위해성 인식

• 전자담배 제품 사용 위험성 인식

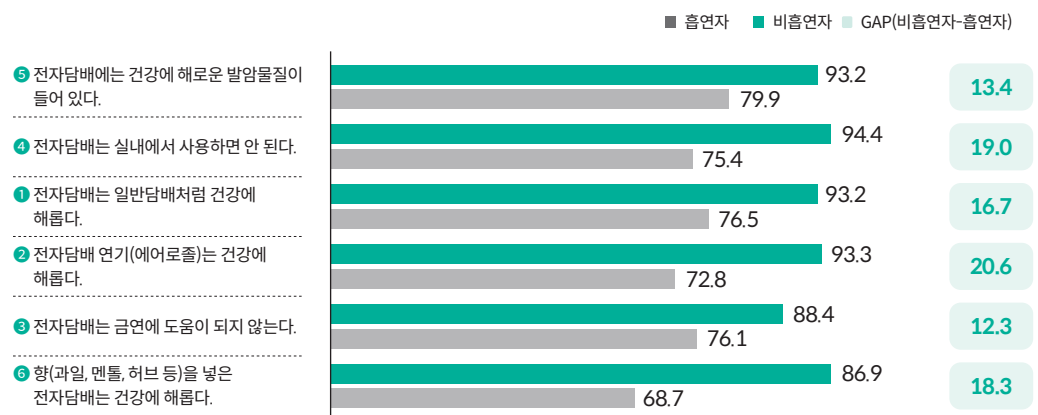
- 국민들은 전반적으로 전자담배가 건강에 유해하다고 인식하고 있으며, 특히 유해물질 함유(85.6점)와 실내 사용 제한 필요성(86.6점)에 대한 인식이 높게 나타남



[BASE: 전체(n=1,200) / 단위: % 점(100점 환산 평균)]

• 흡연 여부에 따른 전자담배 사용 위험성 인식

- 흡연여부에 따른 위험성 인식 비교 결과, 비흡연자의 위해성 인식이 높게 나타났으며, 실내 사용 제한(19.0%p) 및 에어로졸 위해성(20.6%p) 항목에서 인식 차이가 두드러짐



[BASE: 흡연자(n)=268, 비흡연자(n)=932 / 단위: %('그렇다' + '매우 그렇다' 비율)]

[그림 3]
흡연 여부에
따른 전자담배
제품 사용의
위험성 인식 결과

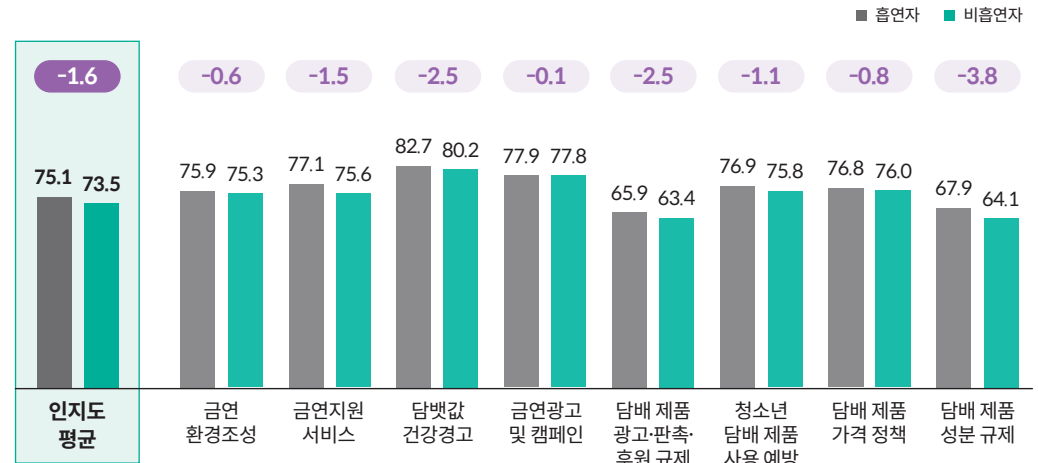
2 한국건강증진개발원. (2025). 2025년 담배규제정책 인식 및 성과도 조사 결과

[그림 4]
흡연 여부에 따른
담배규제정책
인지도

■ 담배규제정책 인식 및 수용성

• 담배규제정책 인지도

- 담배규제정책 인지도는 각 정책에 대해 인지하는 정도를 5점 척도로 조사함

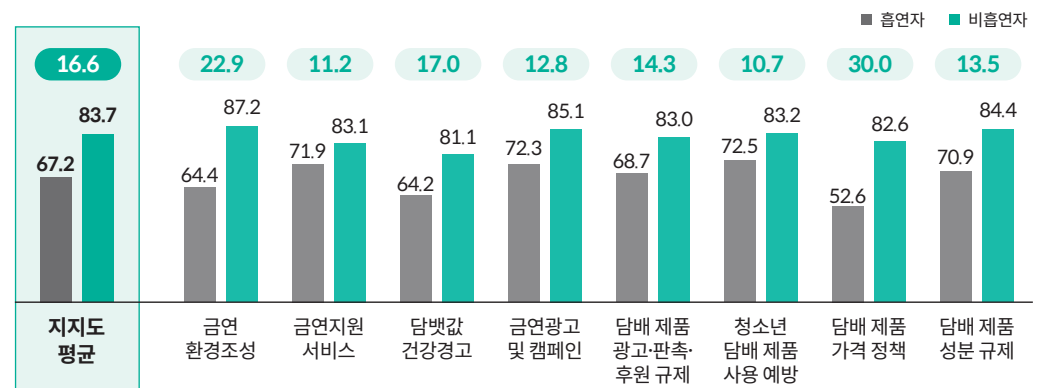


※ 차이: 비흡연자-흡연자

- 조사 결과, '담뱃갑 건강경고' 항목에 대한 인식이 가장 높게 나타나, 경고그림 및 경고문구를 담뱃갑에 표시하고 주기적으로 교체하는 정책의 시각적·직접적 메시지 전달 방식과 일상생활 속 높은 노출 빈도가 정책 인지도에 영향을 주는 것으로 해석됨
- 또한, 흡연자의 전반적인 담배규제정책 인지도가 비흡연자 대비 높게 나타남에 따라, 담배규제정책이 주요 타겟층인 흡연자에게 효과적으로 도달하고 있음을 보여줌

• 담배규제정책 지지도

- 담배규제정책 지지도는 각 정책에 대한 동의 수준을 5점 척도로 조사하였음



※ 차이: 비흡연자-흡연자

[BASE: 흡연자(n)=268, 비흡연자(n)=932 / 단위: 점(100점 환산 평균)]

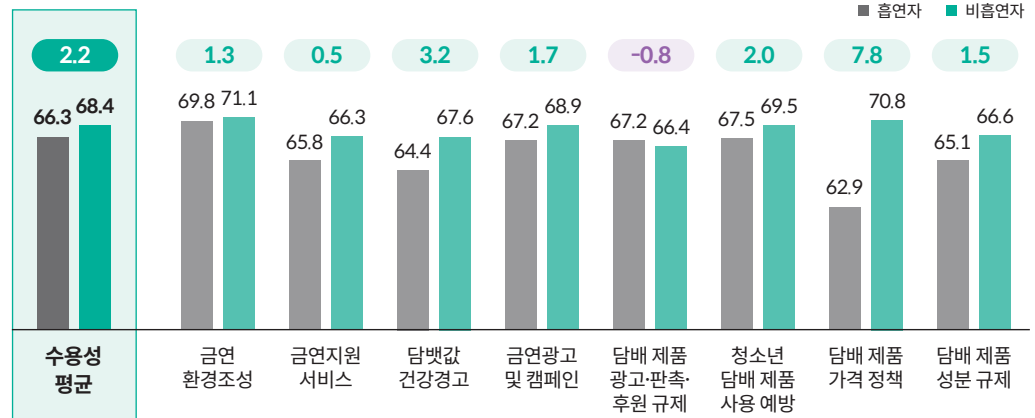
- 세부 항목별로는 금연 광고 및 캠페인에 대한 지지도가 가장 높게 나타나 흡연 예방과 금연 문화 확산에 대한 국민적 공감대가 높은 것으로 나타남
- 흡연 여부에 따른 응답자 간 지지도 차이가 가장 큰 정책은 담배 제품 가격 정책으로, 그 격차는 2023년 25.3점에서 2025년 30.0점으로 확대된 것으로 나타남

[그림 5]
흡연 여부에 따른
담배규제정책
지지도 결과

[그림 6]
흡연 여부에 따른
담배규제정책
수용성

• 담배규제정책 수용성(흡연/비흡연)

- 정책 수용성은 각 정책에 대한 인지도, 도움 정도 및 만족도를 종합하여 산출함



※ 차이: 비흡연자-흡연자

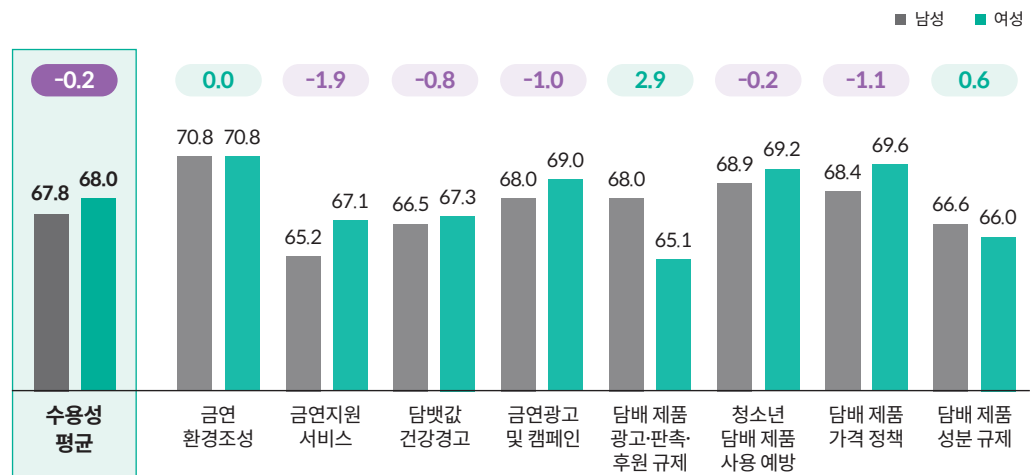
[BASE: 흡연자(n)=268, 비흡연자(n)=932 / 단위: 점(100점 환산 평균)]

- 조사 결과, ‘금연 환경 조성’ 정책의 수용성이 가장 높게 나타나 금연구역 확대 등 금연 환경 조성 정책에 대한 국민의 긍정적 평가가 확인됨

- 특히 ‘담배 제품 광고·판촉·후원 규제’ 항목에서 흡연자의 수용도가 비흡연자 대비 높게 나타났으며(0.8점 차이), 이는 흡연자 스스로도 담배 마케팅 및 노출 규제에 대해서는 그 필요성과 요구도를 높게 인식하고 있음을 보여줌

[그림 7]
성별에 따른
담배규제정책
수용성

• 담배규제정책 수용성(성별)



※ 차이: 남성-여성

[BASE: 남성(n)=593, 여성(n)=607 / 단위: 점(100점 환산 평균)]

- 대부분의 항목에서 여성의 정책 수용도가 근소하게 높게 나타난 반면, ‘담배 제품 광고·판촉·후원 규제’ 항목에서는 남성(68.0점)이 여성(65.1점)보다 높게 나타남. 이는 상대적으로 높은 남성의 흡연율을 고려할 때, 담배규제정책의 주요 타겟층인 남성이 마케팅 및 광고 활동에 대한 규제 필요성을 더욱 강하게 체감하고 있음을 보여줌

결론 및 제언

■ 결론

- 우리나라의 궤련 흡연율은 지속적으로 감소하고 있으나 전자담배 사용은 증가하는 추세를 보이며, 담배시장의 구조적 변화에 따라 담배 사용 행태도 변화하고 있음
- 국민들은 전반적으로 전자담배의 건강위해성을 인식하고 있으나, 흡연자와 비흡연자 간 위해성 인식 수준에는 상당한 차이가 나타남
- 담배규제정책에 대한 국민의 인식과 수용성은 전반적으로 높은 수준으로 나타났으며, 특히 금연광고 및 캠페인, 금연환경 조성 정책에 대한 긍정적 평가가 높게 나타남

■ 정책적 시사점

- 전자담배 건강위해성에 대한 인식은 전반적으로 높은 수준이나, 흡연자와 비흡연자 간 인식 격차가 크게 나타난 만큼 전자담배 에어로졸의 건강위해성 등에 대한 정확한 정보 제공과 정책 홍보를 강화할 필요가 있음
- 합성니코틴 액상형 전자담배에 대한 규제가 새롭게 적용됨에 따라, 제도의 안정적인 이행을 위해 국민적 공감대를 지속적으로 확대하고 정책 수용성을 유지·강화하기 위한 노력이 필요함
- 특히 합성니코틴 액상형 전자담배에 널리 사용되는 가향 물질은 제품의 매력도를 높여 흡연 시작에 영향을 미칠 수 있는 요인인 만큼, 가향 물질 규제의 필요성에 대한 국민 이해와 수용성을 높이기 위한 홍보 및 소통이 필요함