

## 第2部 調査の結果<一般飲食店>



# 1 回答者の属性

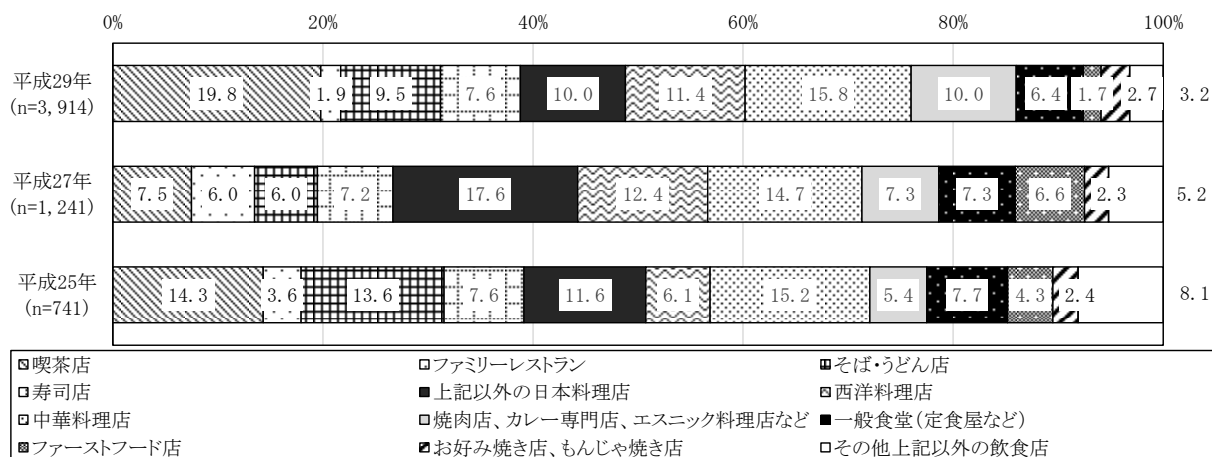
## (1) 業種<問1>

平成29年の一般飲食店の業種は、「喫茶店」(19.8%)、「中華料理店」(15.8%)、「西洋料理店」(11.4%)が上位を占めている。平成27年に比べて、「喫茶店」の構成比は高くなり(12.3ポイント)、「ファミリーレストラン」、「上記以外の日本料理店」、「ファーストフード」は低下している。

表1 業種(平成29年:n=3,914 平成27年:n=1,241、平成25年:n=741)

	平成29年		<参考>平成27年		<参考>平成25年		
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	
一般飲食店 平成29年 (n=3,914) 平成27年 (n=1,241) 平成25年 (n=741)	喫茶店	774	19.8%	93	7.5%	106	14.3%
	ファミリーレストラン	75	1.9%	75	6.0%	27	3.6%
	そば・うどん店	373	9.5%	74	6.0%	101	13.6%
	寿司店	298	7.6%	89	7.2%	56	7.6%
	上記以外の日本料理店 (てんぷら料理、うなぎ料理、 かに料理、牛丼、鍋料理、 しゃぶしゃぶなど)	391	10.0%	218	17.6%	86	11.6%
	西洋料理店 (フランス料理、イタリア料理 など)	445	11.4%	154	12.4%	45	6.1%
	中華料理店 (ラーメン店を含む)	618	15.8%	183	14.7%	113	15.2%
	焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	390	10.0%	90	7.3%	40	5.4%
	一般食堂 (定食屋など)	251	6.4%	91	7.3%	57	7.7%
	ファーストフード店	65	1.7%	82	6.6%	32	4.3%
	お好み焼店、もんじゃ焼店	107	2.7%	28	2.3%	18	2.4%
	その他上記以外の飲食店 (たこ焼き屋、甘味処など)	127	3.2%	64	5.2%	60	8.1%
一般飲食店計	3,914	100.0%	1,241	100.0%	741	100.0%	

図1 業種(平成29年:n=3,914、平成27年:n=1,241、平成25年:n=741)



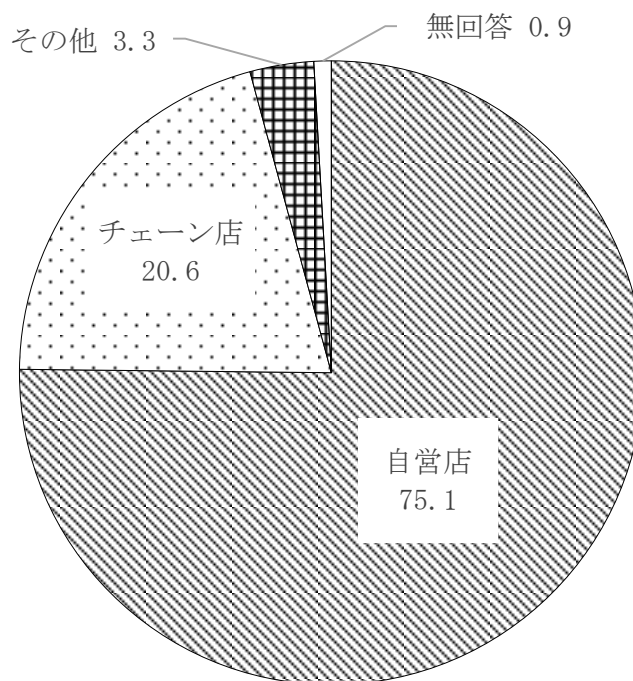
## (2) 経営形態<問2>

一般飲食店の経営形態では、「自営店」が75.1%と7割台半ばを占め、「チェーン店」は20.6%と約2割である。

表 2-1 経営形態 (n=3,914)

	件数	構成比
自営店	2,940	75.1%
チェーン店	806	20.6%
その他	131	3.3%
無回答	37	0.9%
合計	3,914	100.0%

図 2-1 経営形態 (n=3,914 単位：%)



## 《経年比較》

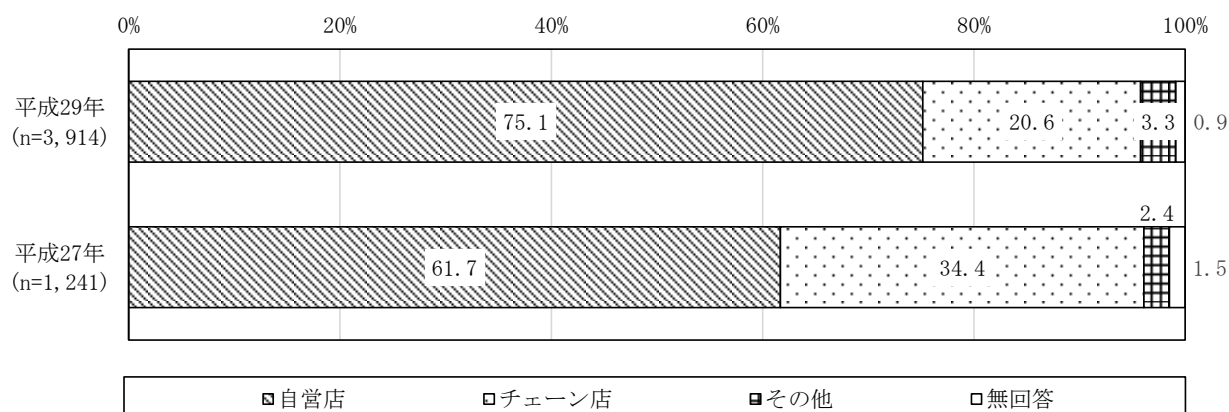
経営形態の構成比を平成27年と比べると、「自営店」が13.4ポイント高くなり、一方、「チェーン店」は13.8ポイント低くなっている。

表 2-2 経営形態（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
自営店	2,940	75.1%	766	61.7%
チェーン店	806	20.6%	427	34.4%
その他	131	3.3%	30	2.4%
無回答	37	0.9%	18	1.5%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

＜参考＞

図 2-2 経営形態（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）



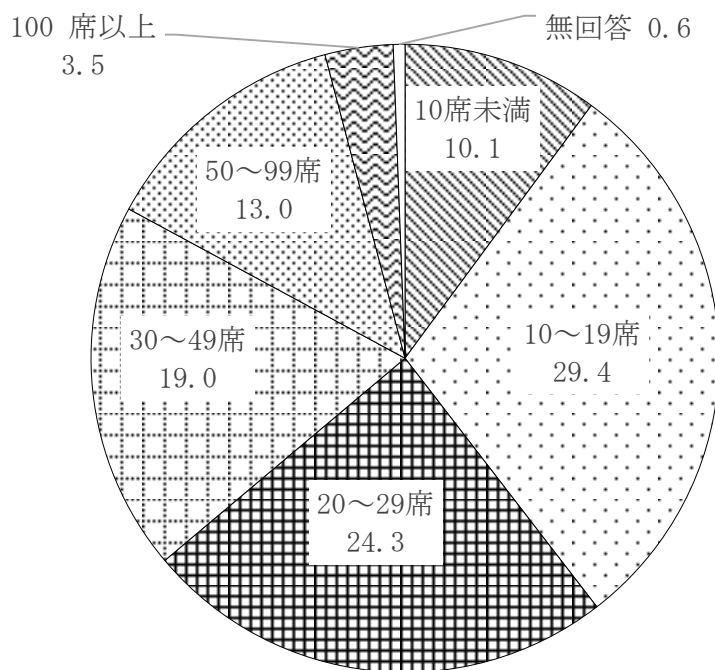
### (3) 客席数<問3>

一般飲食店の客席数をみると、「10～19席」(29.4%)が約3割と最も多く、「20～29席」(24.3%)、「30～49席」(19.0%)が2割前後と多くなっている。

表 3-1 客席数 (n=3,914)

客席数	件数	構成比
10席未満	396	10.1%
10～19席	1,151	29.4%
20～29席	950	24.3%
30～49席	745	19.0%
50～99席	509	13.0%
100席以上	138	3.5%
無回答	25	0.6%
合計	3,914	100.0%

図 3-1 客席数 (n=3,914 単位: %)



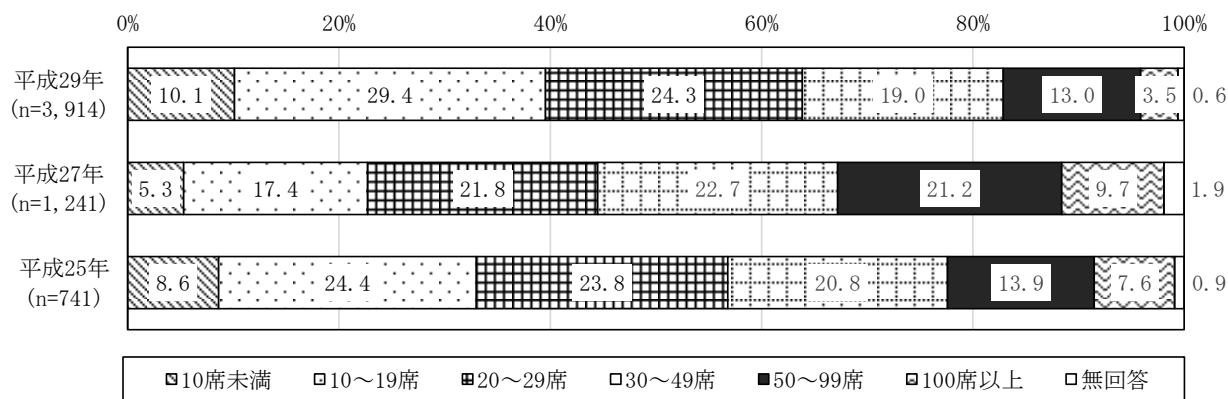
## 《経年比較》

平成27年に比べると、「10～19席」が12ポイント高くなっている一方、「50～99席」が8.2ポイント、「100席以上」も6.2ポイント低くなっている

表3-2 客席数（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241、平成25年：n=741）

平成29年			平成27年		平成25年	
客席数	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
10席未満	396	10.1%	66	5.3%	64	8.6%
10～19席	1,151	29.4%	216	17.4%	181	24.4%
20～29席	950	24.3%	271	21.8%	176	23.8%
30～49席	745	19.0%	282	22.7%	154	20.8%
50～99席	509	13.0%	263	21.2%	103	13.9%
100席以上	138	3.5%	120	9.7%	56	7.6%
無回答	25	0.6%	23	1.9%	7	0.9%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%	741	100.0%

図3-2 客席数（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241、平成25年：n=741）



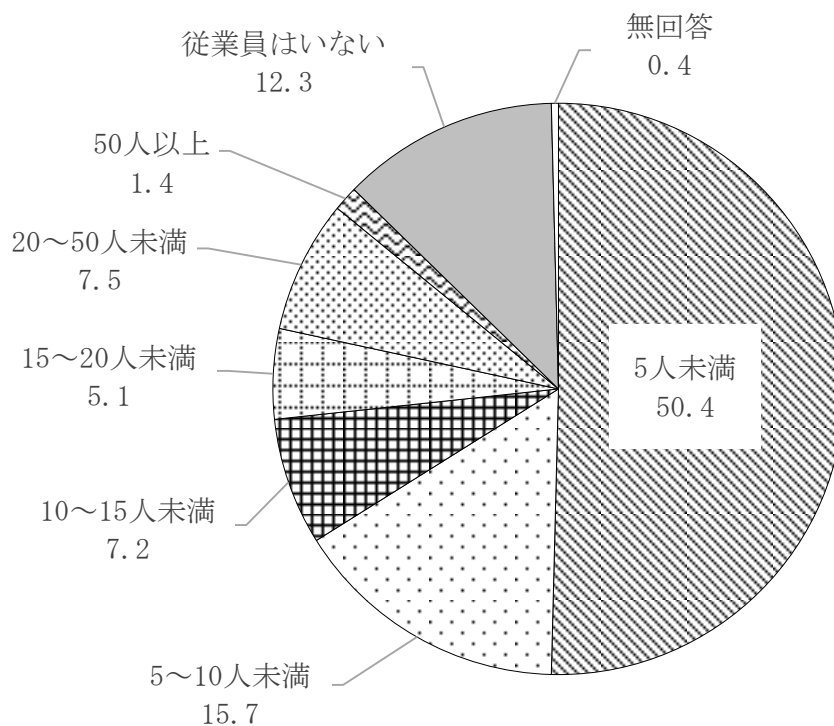
#### (4) 従業員数<問4>

従業員数は、「5人未満」が50.4%と5割を占めており、「5～10人未満」(15.7%)を含めた10人未満で66.1%と、全体の7割弱となっている。

表 4-1 従業員数 (n=3,914)

	件数	構成比
5人未満	1,972	50.4%
5～10人未満	616	15.7%
10～15人未満	282	7.2%
15～20人未満	198	5.1%
20～50人未満	292	7.5%
50人以上	56	1.4%
従業員はいない	482	12.3%
無回答	16	0.4%
合計	3,914	100.0%

図 4-1 従業員数 (n=3,914 単位: %)



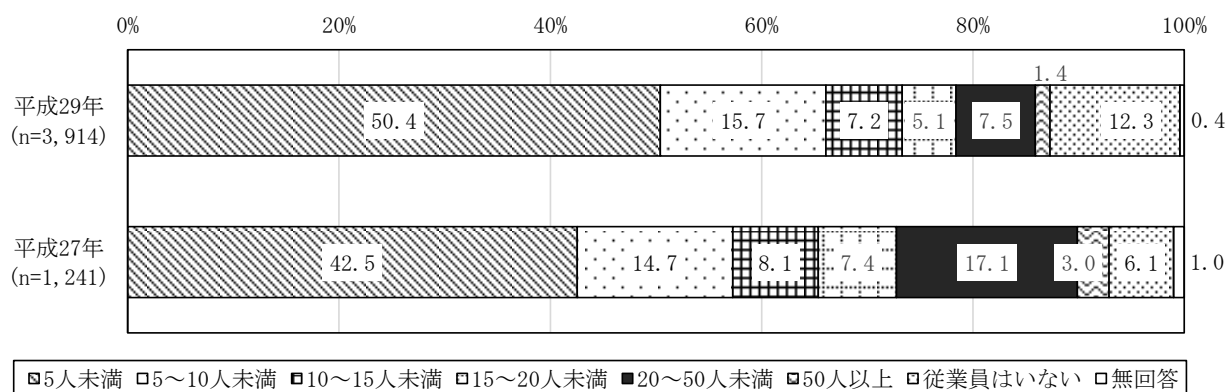
## 《経年比較》

平成27年に比べ、「5人未満」の割合が7.9ポイント高くなり、「20～50人未満」が9.6ポイント低くなっている。

表4-2 従業員数（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）

平成29年			平成27年		
	件数	構成比	件数	構成比	
5人未満	1,972	50.4%	528	42.5%	
5～10人未満	616	15.7%	182	14.7%	
10～15人未満	282	7.2%	101	8.1%	
15～20人未満	198	5.1%	92	7.4%	
20～50人未満	292	7.5%	212	17.1%	
50人以上	56	1.4%	37	3.0%	
従業員はいない	482	12.3%	76	6.1%	
無回答	16	0.4%	13	1.0%	
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%	

図4-2 従業員数（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）



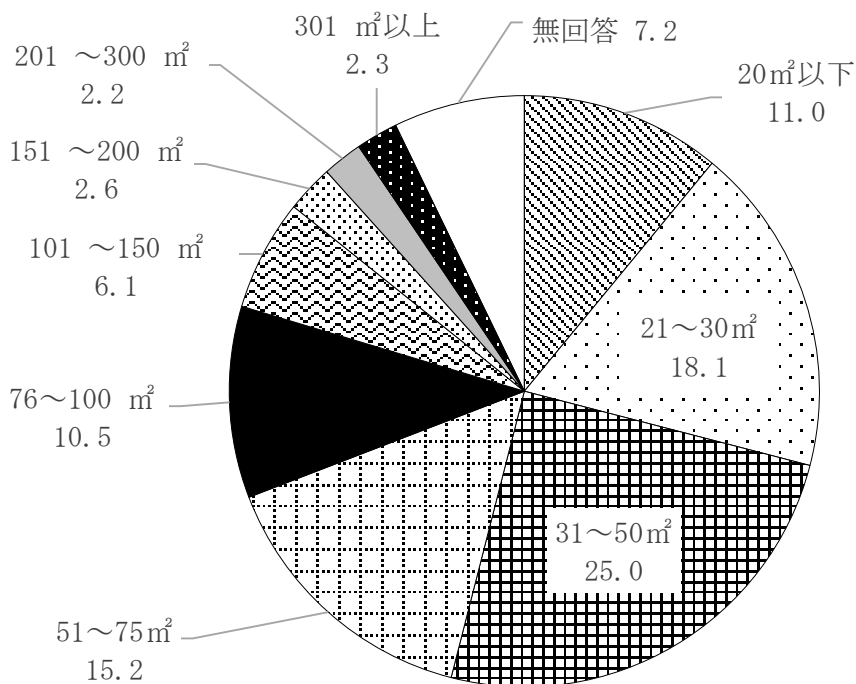
### (5) 店舗面積<問5>

店舗面積は、「31～50㎡」(25.0%)が最も多くなっている。次いで「21～30㎡」(18.1%)、「51～75㎡」(15.2%)の順である。

表5-1 店舗面積 (n=3,914)

	件数	構成比
20㎡以下	429	11.0%
21～30㎡	708	18.1%
31～50㎡	977	25.0%
51～75㎡	593	15.2%
76～100㎡	410	10.5%
101～150㎡	238	6.1%
151～200㎡	102	2.6%
201～300㎡	87	2.2%
301㎡以上	90	2.3%
無回答	280	7.2%
合計	3,914	100.0%

図5-1 店舗面積 (n=3,914 単位：%)



## 《経年比較》

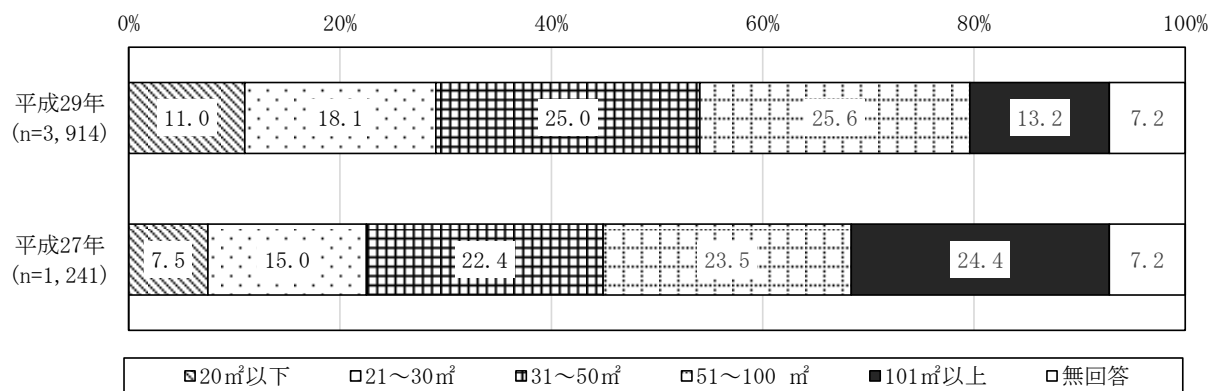
平成27年に比べ、「101㎡以上」の割合が11.2ポイント低くなっている。それ以下の面積の店舗が、それぞれ2～3%ずつ高くなっている（注：経年比較では、前回調査と比べやすくするために、一部の項目を合算している）。

表5-2 店舗面積（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
20㎡以下	429	11.0%	93	7.5%
21～30㎡	708	18.1%	186	15.0%
31～50㎡	977	25.0%	278	22.4%
51～100㎡	1,003	25.6%	292	23.5%
101㎡以上	517	13.2%	303	24.4%
無回答	280	7.2%	89	7.2%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

<参考>

図5-2 店舗面積（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）



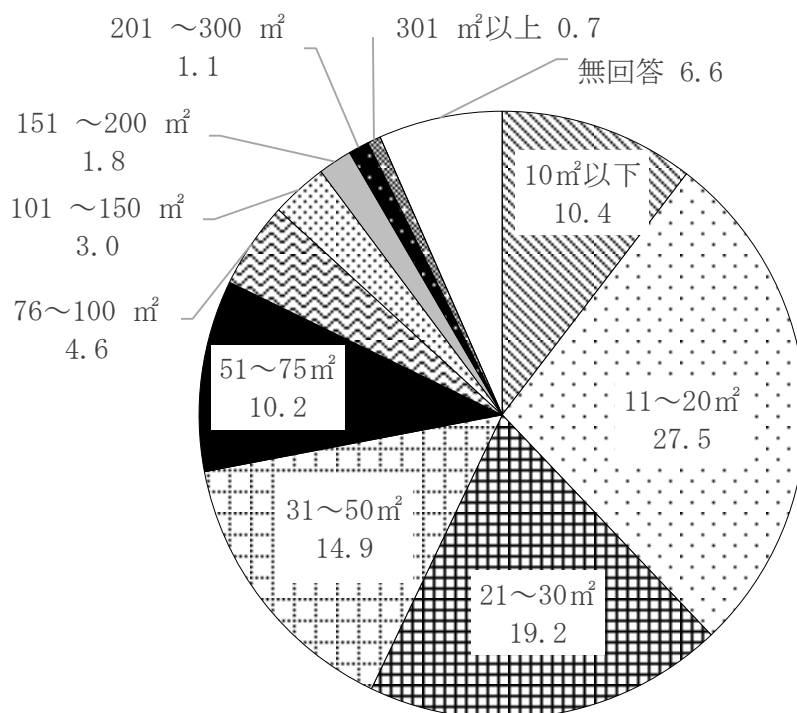
## (6) 客席面積<問6>

客席面積は、「11～20㎡」(27.5%)が最も多く、次いで「21～30㎡」(19.2%)、「31～50㎡(14.9%)」の順となっている。

表 6-1 客席面積 (n=3,914)

	件数	構成比
10㎡以下	407	10.4%
11～20㎡	1,075	27.5%
21～30㎡	751	19.2%
31～50㎡	583	14.9%
51～75㎡	399	10.2%
76～100㎡	180	4.6%
101～150㎡	117	3.0%
151～200㎡	69	1.8%
201～300㎡	44	1.1%
301㎡以上	29	0.7%
無回答	260	6.6%
合計	3,914	100.0%

図 6-1 客席面積 (n=3,914 単位: %)



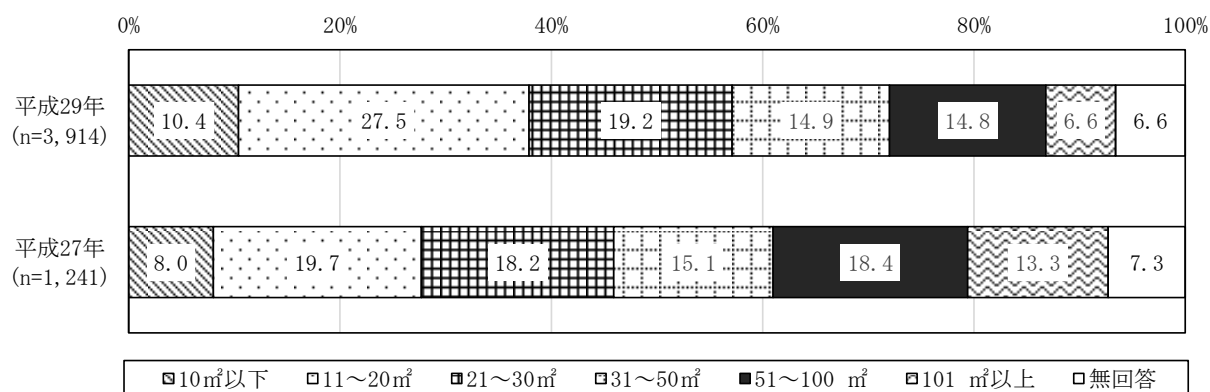
## 《経年比較》

平成27年に比べ、「11～20㎡」の割合が7.8ポイント高くなっており、「101㎡以上」の割合が6.7ポイント低くなっている。（注：経年比較では、前回調査と比べやすくするために、一部の項目を合算している）。

表 6-2 客席面積（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
10㎡以下	407	10.4%	99	8.0%
11～20㎡	1,075	27.5%	245	19.7%
21～30㎡	751	19.2%	226	18.2%
31～50㎡	583	14.9%	187	15.1%
51～100㎡	579	14.8%	228	18.4%
101㎡以上	259	6.6%	165	13.3%
無回答	260	6.6%	91	7.3%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

図 6-2 客席面積（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241）



## 2 受動喫煙に関する知識

### (1) 健康への影響の認知度〈問7〉

受動喫煙が健康に影響することを「知っている」のは97.2%と大半であるが、「今回のアンケートで初めて知った」ものも2.5%と少数ではあるがみられる。

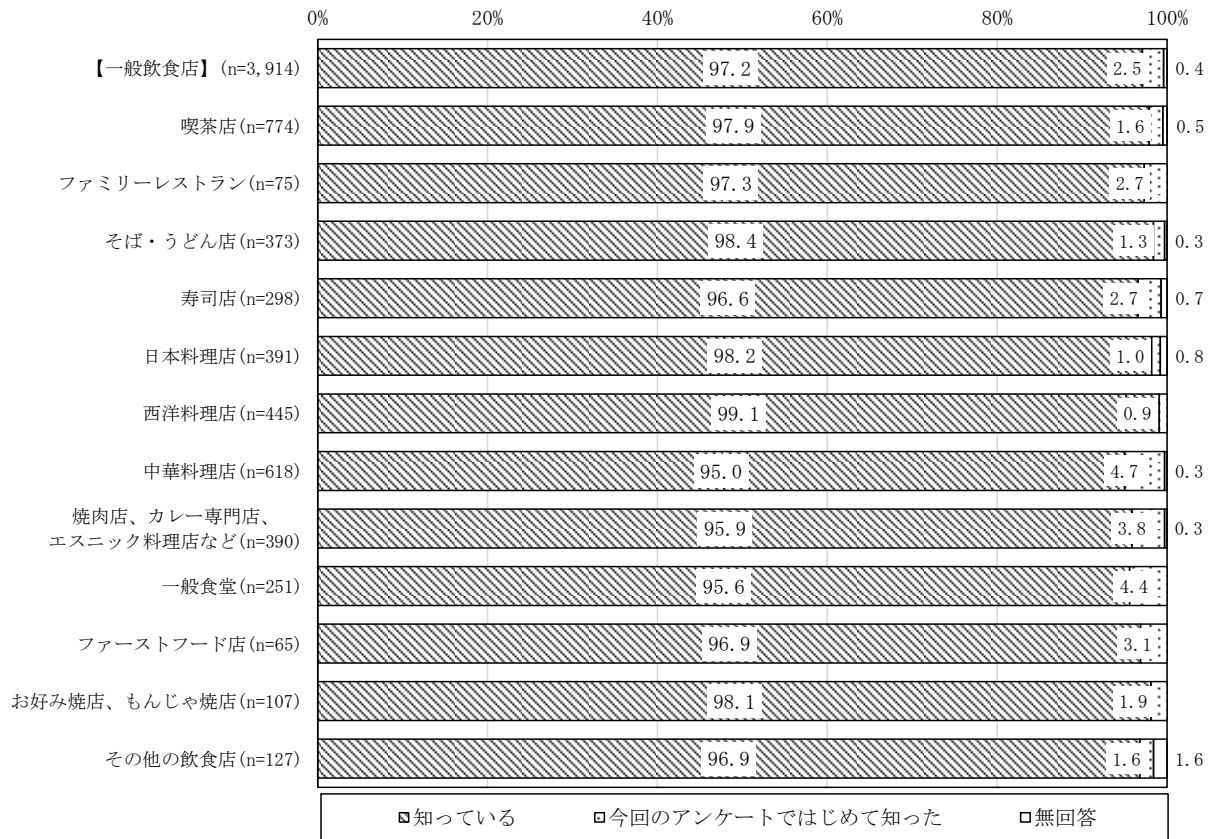
業種別にみても、全ての業種で概ね認知度は95%を超えており、高い認知状況となっている。

表7-1 健康への影響の認知度 (n=3,914)

上段：件数  
下段：構成比

	知っている	今回のアンケート ではじめて知った	無回答	合計
【一般飲食店】	3,803 (97.2)	96 (2.5)	15 (0.4)	3,914 (100.0)
喫茶店	758 (97.9)	12 (1.6)	4 (0.5)	774 (100.0)
ファミリーレストラン	73 (97.3)	2 (2.7)	-	75 (100.0)
そば・うどん店	367 (98.4)	5 (1.3)	1 (0.3)	373 (100.0)
寿司店	288 (96.6)	8 (2.7)	2 (0.7)	298 (100.0)
日本料理店	384 (98.2)	4 (1.0)	3 (0.8)	391 (100.0)
西洋料理店	441 (99.1)	4 (0.9)	-	445 (100.0)
中華料理店	587 (95.0)	29 (4.7)	2 (0.3)	618 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	374 (95.9)	15 (3.8)	1 (0.3)	390 (100.0)
一般食堂	240 (95.6)	11 (4.4)	-	251 (100.0)
ファーストフード店	63 (96.9)	2 (3.1)	-	65 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	105 (98.1)	2 (1.9)	-	107 (100.0)
その他の飲食店	123 (96.9)	2 (1.6)	2 (1.6)	127 (100.0)

図 7-1 健康への影響の認知度 (n=3,914)



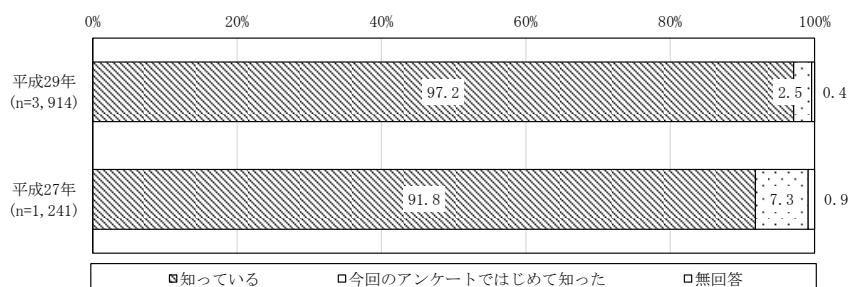
《経年比較》

平成27年に比べ、認知度は5.4ポイント高くなっている。一方、「今回のアンケートではじめて知った」が4.8ポイント低下し、健康への影響についての認知が27年よりも浸透している。

表 7-2 健康への影響の認知度 (平成29年 : n=3,914、平成27年 : n=1,241)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
知っている	3,803	97.2%	1,139	91.8%
今回のアンケートではじめて知った	96	2.5%	91	7.3%
無回答	15	0.4%	11	0.9%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

図 7-2 健康への影響の認知度 (平成29年 : n=3,914、平成27年 : n=1,241)



## (2) 健康増進法上の努力義務の認知度<問8>

健康増進法で、飲食店の営業者にも受動喫煙の防止への努力義務が規定されたことを「知っている」ものは64.6%と6割台半ば、「今回のアンケートで初めて知った」ものは33.3%と3割強である。

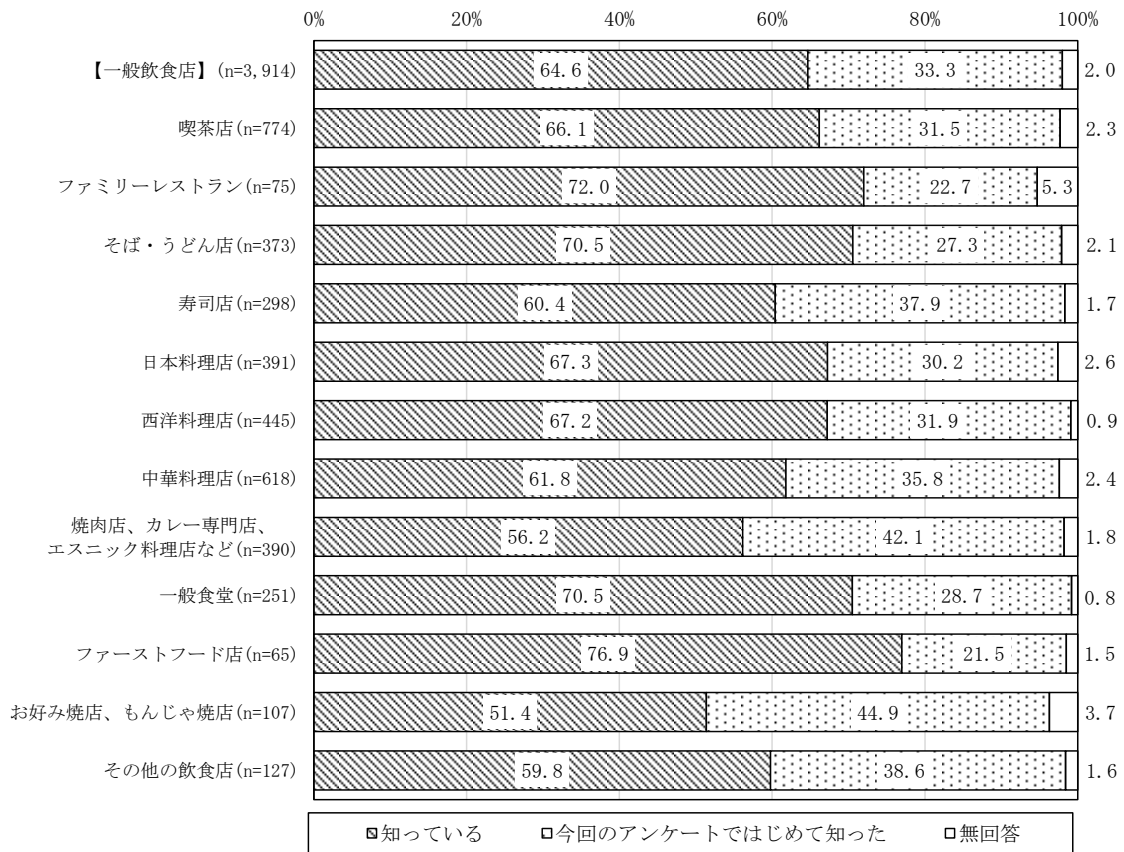
業種別にみると、認知度が高いのは<ファーストフード店> (76.9%) や<ファミリーレストラン> (72.0%) である。一方、低い業種は<お好み焼店、もんじゃ焼店> (51.4%)、<焼肉店、カレー専門店、エスニック料理店など> (56.2%) などである。

表 8-1 健康増進法上の努力義務の認知度 (n=3,914)

上段：件数  
下段：構成比

	知っている	今回のアンケート ではじめて知った	無回答	合計
【一般飲食店】	2,530 (64.6)	1,304 (33.3)	80 (2.0)	3,914 (100.0)
喫茶店	512 (66.1)	244 (31.5)	18 (2.3)	774 (100.0)
ファミリーレストラン	54 (72.0)	17 (22.7)	4 (5.3)	75 (100.0)
そば・うどん店	263 (70.5)	102 (27.3)	8 (2.1)	373 (100.0)
寿司店	180 (60.4)	113 (37.9)	5 (1.7)	298 (100.0)
日本料理店	263 (67.3)	118 (30.2)	10 (2.6)	391 (100.0)
西洋料理店	299 (67.2)	142 (31.9)	4 (0.9)	445 (100.0)
中華料理店	382 (61.8)	221 (35.8)	15 (2.4)	618 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	219 (56.2)	164 (42.1)	7 (1.8)	390 (100.0)
一般食堂	177 (70.5)	72 (28.7)	2 (0.8)	251 (100.0)
ファーストフード店	50 (76.9)	14 (21.5)	1 (1.5)	65 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	55 (51.4)	48 (44.9)	4 (3.7)	107 (100.0)
その他の飲食店	76 (59.8)	49 (38.6)	2 (1.6)	127 (100.0)

図 8-1 健康増進法上の努力義務の認知度 (n=3,914)



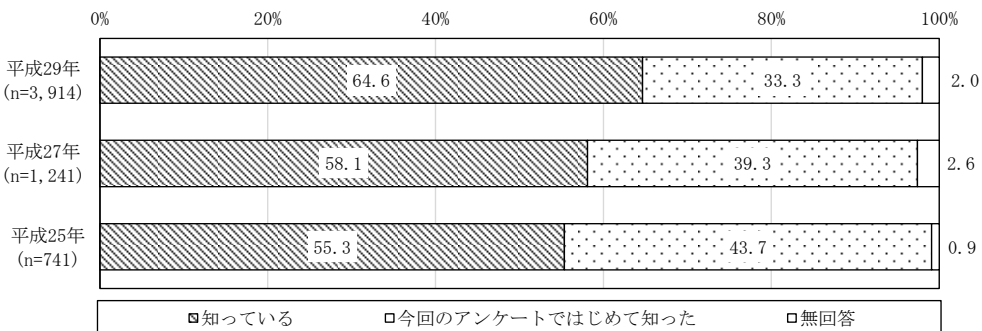
《経年比較》

健康増進法上の努力義務の認知度は、平成 25、27 年に比べ上昇傾向が認められる。

表 8-2 健康増進法上の努力義務の認知度 (平成 29 年 : n=3,914、平成 27 年 : n=1,241、平成 25 年 : n=741)

平成29年			平成27年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
知っている	2,530	64.6%	721	58.1%	410	55.3%
今回のアンケートではじめて知った	1,304	33.3%	488	39.3%	324	43.7%
無回答	80	2.0%	32	2.6%	7	0.9%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%	741	100.0%

図 8-2 健康増進法上の努力義務の認知度 (平成 29 年 : n=3,914、平成 27 年 : n=1,241、平成 25 年 : n=741)



### (3) 受動喫煙防止対策の具体的な内容についての認知度<問9>

[問8で「1」「健康増進法を知っている」と回答した飲食店]

受動喫煙防止対策の具体的な内容について、「知っている」ものは健康増進法上の努力義務認知者のうち68.3%と7割弱、28.3%が「今回のアンケートで初めて知った」としている。

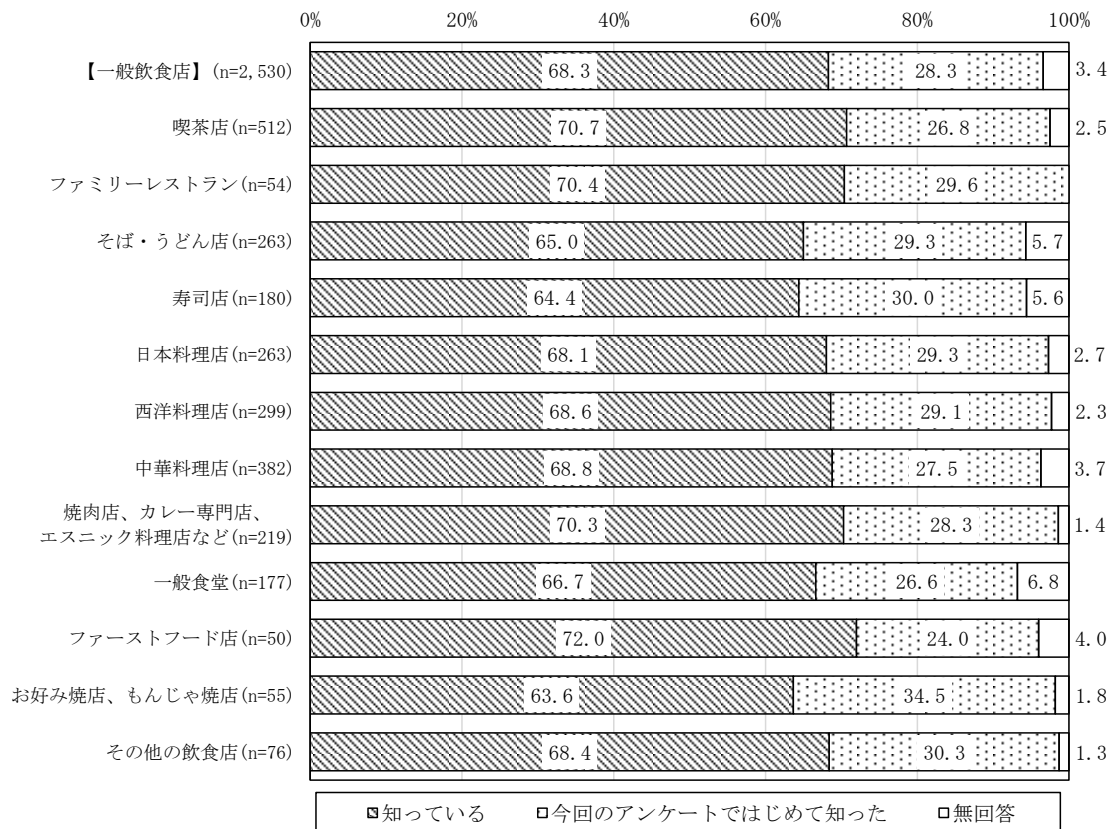
業種別にみると、認知度が高い業種は<ファーストフード店> (72.0%) や<喫茶店> (70.7%) などが上位に挙がる。一方、低い業種は<お好み焼店、もんじゃ焼店> (63.6%)、<寿司店> (64.4%) などである。

表9-1 受動喫煙防止対策の具体的な内容の認知度 (n=2,530)

上段：件数  
下段：構成比

	知っている	今回のアンケート ではじめて知った	無回答	合計
【一般飲食店】	1,729 (68.3)	716 (28.3)	85 (3.4)	2,530 (100.0)
喫茶店	362 (70.7)	137 (26.8)	13 (2.5)	512 (100.0)
ファミリーレストラン	38 (70.4)	16 (29.6)	- -	54 (100.0)
そば・うどん店	171 (65.0)	77 (29.3)	15 (5.7)	263 (100.0)
寿司店	116 (64.4)	54 (30.0)	10 (5.6)	180 (100.0)
日本料理店	179 (68.1)	77 (29.3)	7 (2.7)	263 (100.0)
西洋料理店	205 (68.6)	87 (29.1)	7 (2.3)	299 (100.0)
中華料理店	263 (68.8)	105 (27.5)	14 (3.7)	382 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	154 (70.3)	62 (28.3)	3 (1.4)	219 (100.0)
一般食堂	118 (66.7)	47 (26.6)	12 (6.8)	177 (100.0)
ファーストフード店	36 (72.0)	12 (24.0)	2 (4.0)	50 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	35 (63.6)	19 (34.5)	1 (1.8)	55 (100.0)
その他の飲食店	52 (68.4)	23 (30.3)	1 (1.3)	76 (100.0)

図9-1 受動喫煙防止対策の具体的な内容の認知度 (n=2,530)



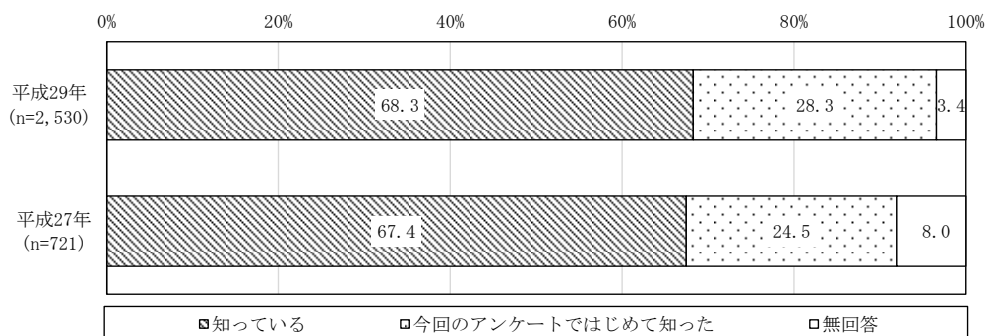
《経年比較》

受動喫煙防止対策の具体的な内容の認知度は、平成27年とほぼ同率となっている。

表9-2 受動喫煙防止対策の具体的な内容の認知度 (平成29年：n=2,530、平成27年：n=721)

平成29年			<参考>	
	件数	構成比	平成27年	
			件数	構成比
知っている	1,729	68.3%	486	67.4%
今回のアンケートではじめて知った	716	28.3%	177	24.5%
無回答	85	3.4%	58	8.0%
合計	2,530	100.0%	721	100.0%

図9-2 受動喫煙防止対策の具体的な内容の認知度 (平成29年：n=2,530、平成27年：n=721)

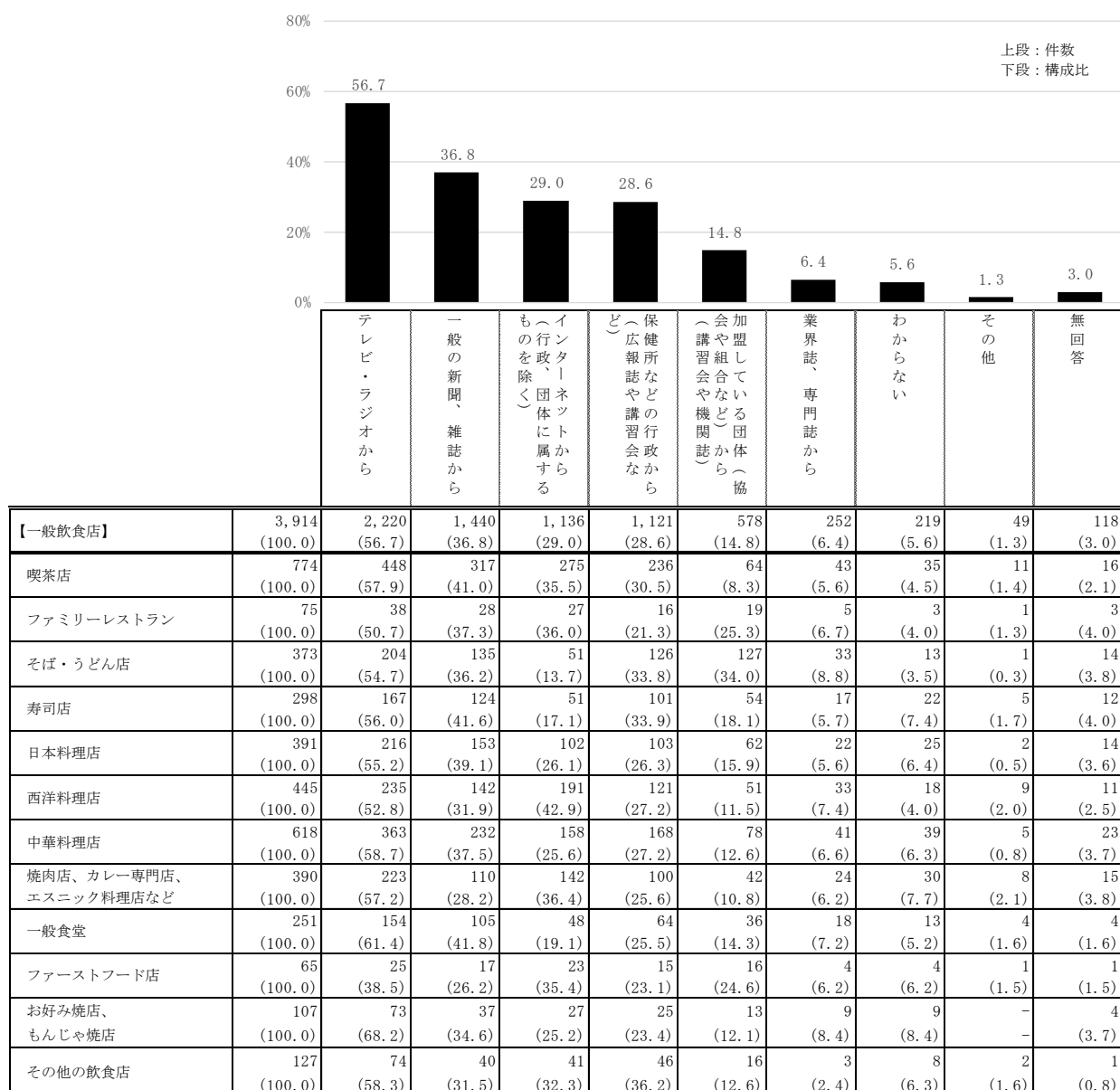


#### (4) 受動喫煙に関する情報の入手方法<問10>

受動喫煙に関する情報の入手方法は、「テレビ・ラジオから」(56.7%)が最も多く、「一般の新聞、雑誌から」(36.8%)、「インターネットから」(29.0%)、「保健所などの行政から(広報誌や講習会など)」(28.6%)が続いている。

業種別にみると、<ファミリーレストラン><そば・うどん店>では、「加盟している団体(協会や組合など)から」が他の業種よりも高く、<西洋料理店>では「インターネットから」(42.9%)が他の業種よりも高くなっている。

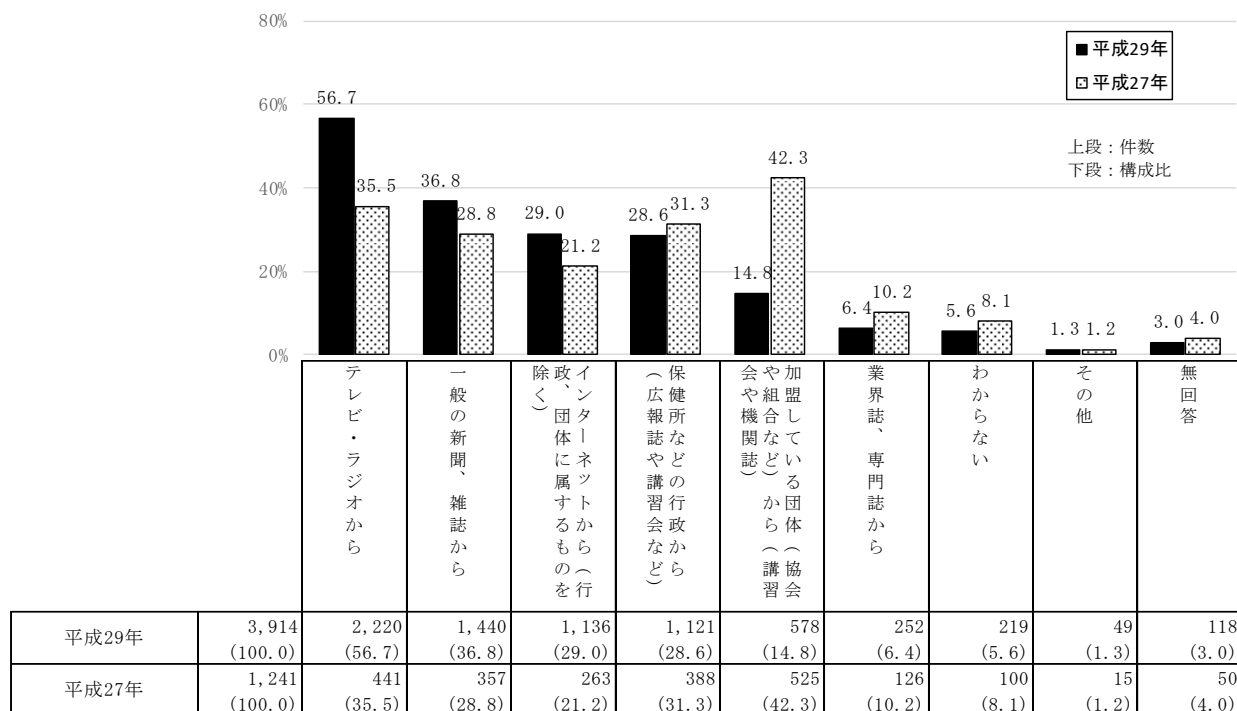
図 10-1 受動喫煙に関する情報の入手方法 (n=3,914 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年と比較すると、「テレビ・ラジオから」が21.2ポイントと大幅に高くなり、一方、「加盟している団体から」が27.5ポイントと大幅に低下している。

図 10-2 受動喫煙に関する情報の入手方法（平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241 複数回答）



### 3 禁煙・分煙対策の状況

#### (1) 禁煙・分煙の状況<問11-1>

「全面禁煙にしている」(44.7%)が最も多く、次いで「禁煙や分煙の対策はしていない」(35.7%)、「分煙にしている」(19.3%)の順となっている。

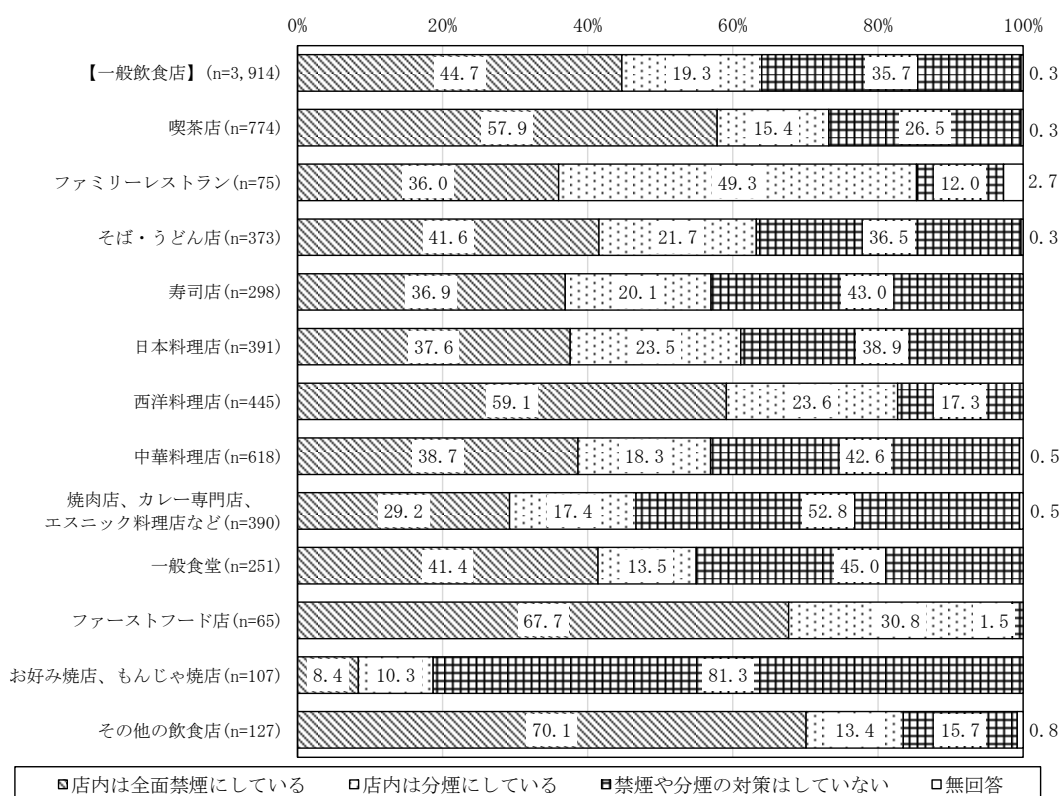
業種別にみると、<ファーストフード店>(67.7%)や<西洋料理店>(59.1%)、<喫茶店>(57.9%)では「全面禁煙」が多い。一方、<お好み焼店、もんじゃ焼店>(81.3%)では「禁煙や分煙の対策はしていない」が多くなっている。「分煙にしている」が多いのは<ファミリーレストラン>(49.3%)などで、業種によって対策に差がみられている。

表 11-1-1 禁煙・分煙の状況 (n=3,914)

上段：件数  
下段：構成比

	店内は全面禁煙にしている	店内は分煙にしている	禁煙や分煙の対策はしていない	無回答	合計
【一般飲食店】	1,749 (44.7)	757 (19.3)	1,397 (35.7)	11 (0.3)	3,914 (100.0)
喫茶店	448 (57.9)	119 (15.4)	205 (26.5)	2 (0.3)	774 (100.0)
ファミリーレストラン	27 (36.0)	37 (49.3)	9 (12.0)	2 (2.7)	75 (100.0)
そば・うどん店	155 (41.6)	81 (21.7)	136 (36.5)	1 (0.3)	373 (100.0)
寿司店	110 (36.9)	60 (20.1)	128 (43.0)	-	298 (100.0)
日本料理店	147 (37.6)	92 (23.5)	152 (38.9)	-	391 (100.0)
西洋料理店	263 (59.1)	105 (23.6)	77 (17.3)	-	445 (100.0)
中華料理店	239 (38.7)	113 (18.3)	263 (42.6)	3 (0.5)	618 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	114 (29.2)	68 (17.4)	206 (52.8)	2 (0.5)	390 (100.0)
一般食堂	104 (41.4)	34 (13.5)	113 (45.0)	-	251 (100.0)
ファーストフード店	44 (67.7)	20 (30.8)	1 (1.5)	-	65 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	9 (8.4)	11 (10.3)	87 (81.3)	-	107 (100.0)
その他の飲食店	89 (70.1)	17 (13.4)	20 (15.7)	1 (0.8)	127 (100.0)

図 11-1-1 禁煙・分煙の状況 (n=3,914)



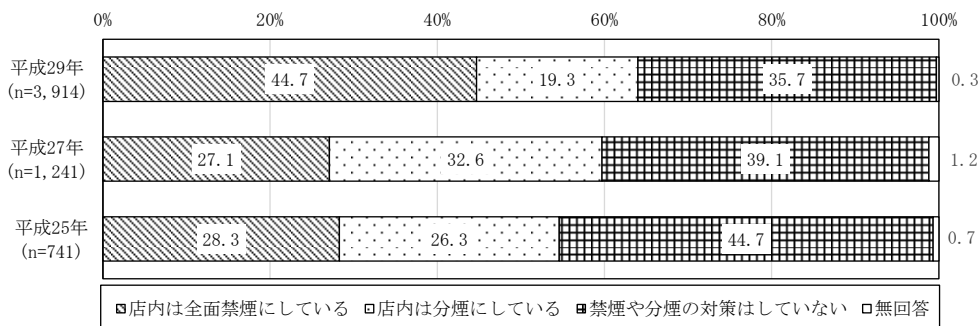
《経年比較》

「全面禁煙」は平成27年（27.1%）より17.6ポイント高くなり、「分煙」は13.3ポイント低くなっている。「禁煙や分煙の対策はしていない」は平成27年よりも3.4ポイント低くなり、低下傾向である。

表 11-1-2 禁煙・分煙の状況 (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241、平成25年：n=741)

平成29年			〈参考〉平成27年		〈参考〉平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
店内は全面禁煙にしている	1,749	44.7%	336	27.1%	210	28.3%
店内は分煙にしている	757	19.3%	405	32.6%	195	26.3%
禁煙や分煙の対策はしていない	1,397	35.7%	485	39.1%	331	44.7%
無回答	11	0.3%	15	1.2%	5	0.7%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%	741	100.0%

図 11-1-2 禁煙・分煙の状況 (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241、平成25年：n=741)



## (2) 分煙の種類<問 11-2>

[問 11-1 で「2 店内は分煙にしている」と回答した飲食店]

分煙の種類では、「空間分煙のみをしている」(38.7%)と「時間分煙のみをしている」(37.3%)が約4割、「空間分煙と時間分煙を両方している」(19.2%)が約2割となっている。

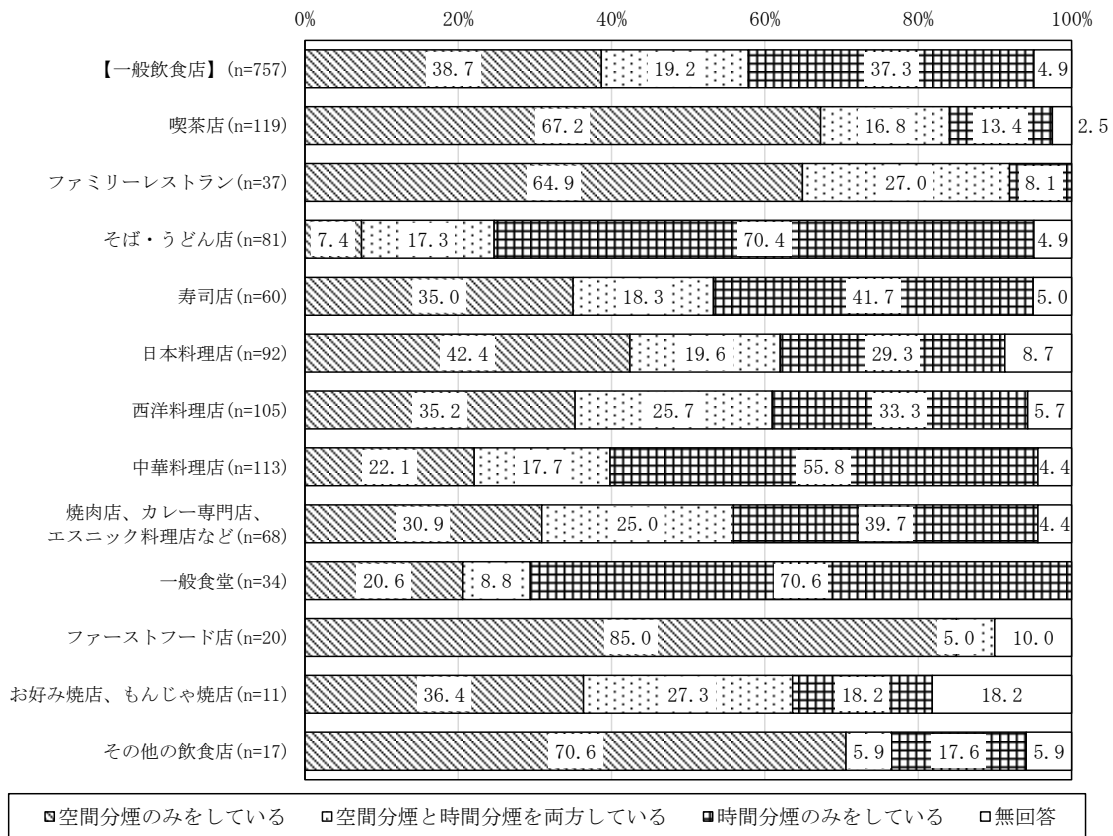
業種別にみると、「空間分煙のみ」では<喫茶店>(67.2%)や<ファミリーレストラン>(64.9%)が多く、「時間分煙のみ」では<一般食堂>(70.6%)や<そば・うどん店>(70.4%)が多くなっている。「空間分煙と時間分煙を両方」は<ファミリーレストラン>(27.0%)や<西洋料理店>(25.7%)、<焼肉店、カレー専門店、エスニック料理店など>(25.0%)が多い。

表 11-2-1 分煙の種類 (n=757)

上段：件数  
下段：構成比

	空間分煙のみ をしている	空間分煙と時間分 煙を両方している	時間分煙のみ をしている	無回答	合計
【一般飲食店】	293 (38.7)	145 (19.2)	282 (37.3)	37 (4.9)	757 (100.0)
喫茶店	80 (67.2)	20 (16.8)	16 (13.4)	3 (2.5)	119 (100.0)
ファミリーレストラン	24 (64.9)	10 (27.0)	3 (8.1)	-	37 (100.0)
そば・うどん店	6 (7.4)	14 (17.3)	57 (70.4)	4 (4.9)	81 (100.0)
寿司店	21 (35.0)	11 (18.3)	25 (41.7)	3 (5.0)	60 (100.0)
日本料理店	39 (42.4)	18 (19.6)	27 (29.3)	8 (8.7)	92 (100.0)
西洋料理店	37 (35.2)	27 (25.7)	35 (33.3)	6 (5.7)	105 (100.0)
中華料理店	25 (22.1)	20 (17.7)	63 (55.8)	5 (4.4)	113 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	21 (30.9)	17 (25.0)	27 (39.7)	3 (4.4)	68 (100.0)
一般食堂	7 (20.6)	3 (8.8)	24 (70.6)	-	34 (100.0)
ファーストフード店	17 (85.0)	1 (5.0)	-	2 (10.0)	20 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	4 (36.4)	3 (27.3)	2 (18.2)	2 (18.2)	11 (100.0)
その他の飲食店	12 (70.6)	1 (5.9)	3 (17.6)	1 (5.9)	17 (100.0)

図 11-2-1 分煙の種類 (n=757)



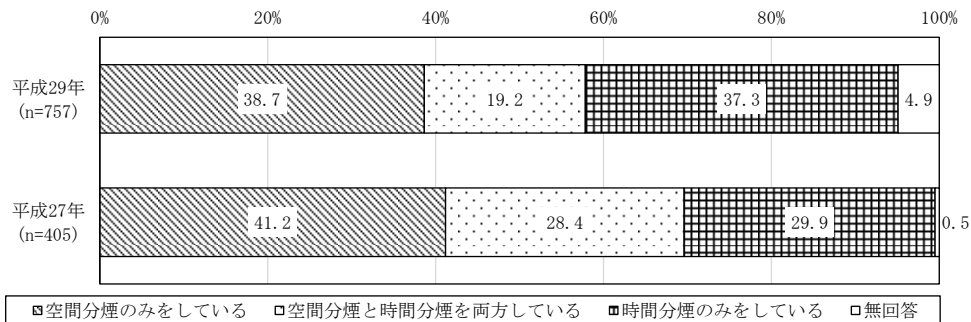
《経年比較》

「空間分煙と時間分煙を両方している」店舗は平成27年（28.4%）よりも9.2ポイント低下し、「時間分煙のみをしている」店舗は7.4ポイント増加している。

表 11-2-2 分煙の種類 (平成29年：n=757、平成27年：n=405)

平成29年			<参考>	
	件数	構成比	平成27年	構成比
空間分煙のみをしている	293	38.7%	167	41.2%
空間分煙と時間分煙を両方している	145	19.2%	115	28.4%
時間分煙のみをしている	282	37.3%	121	29.9%
無回答	37	4.9%	2	0.5%
合計	757	100.0%	405	100.0%

図 11-2-2 分煙の種類 (平成29年：n=757、平成27年：n=405)



### (3) 空間分煙の内容<問 11-3>

[問 11-2 で「1 空間分煙のみをしている」または「2 空間分煙と時間分煙の両方をしている」と回答した飲食店]

空間分煙の内容では、「喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を行っている」が47.9%と5割弱、「仕切り壁を設けて煙が流れないようにしている（煙は屋外に排気）」（20.5%）、「同じフロアに喫煙室を設けている（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気）」（14.8%）、「喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分けている（禁煙階には煙は流れない）」（11.2%）がそれぞれ1割から2割となっている。

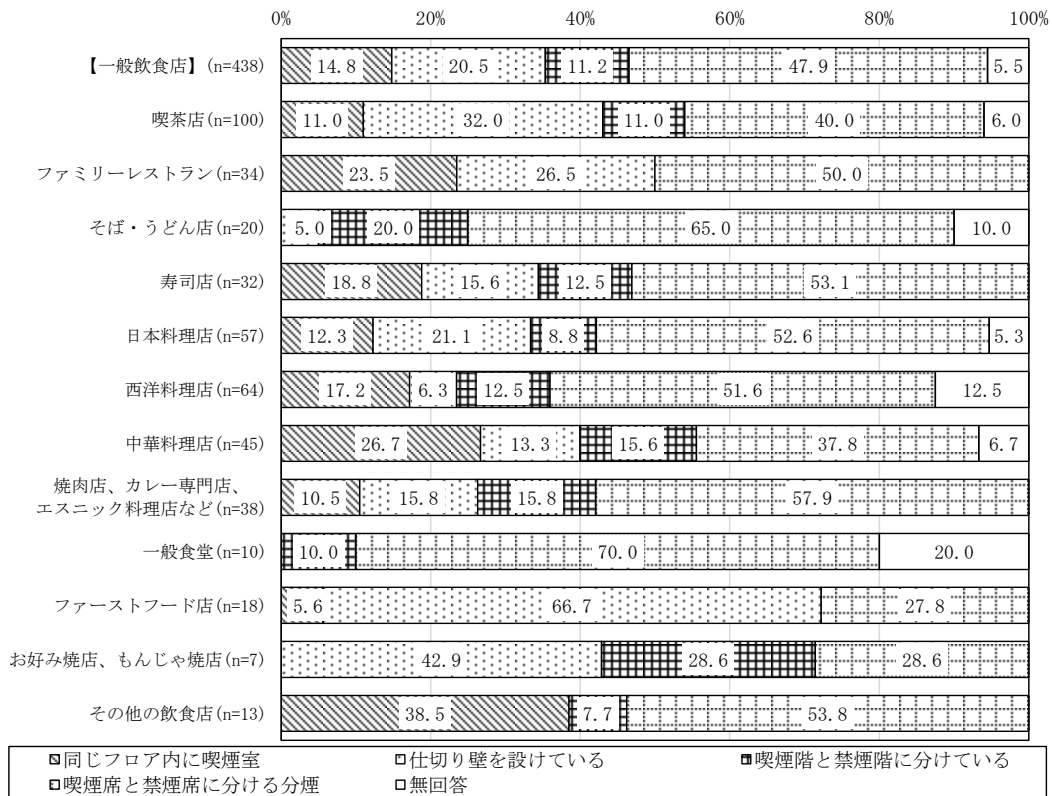
業種別にみると、「喫煙席と禁煙席に分ける分煙」が高いのは<焼肉店、カレー専門店、エスニック料理店など>（57.9%）など、「仕切り壁を設けて分煙」は<喫茶店>（32.0%）や<ファミリーレストラン>（26.5%）など、「喫煙室を設けている」は<中華料理店>（26.7%）などで高い。

表 11-3-1 空間分煙の内容 (n=438)

上段：件数  
下段：構成比

	同じフロアに喫煙室を設けている（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気）	仕切り壁を設けて煙が流れないようにしている（煙は屋外に排気）	喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分けている（禁煙階には煙は流れない）	喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を行っている	無回答	合計
【一般飲食店】	65 (14.8)	90 (20.5)	49 (11.2)	210 (47.9)	24 (5.5)	438 (100.0)
喫茶店	11 (11.0)	32 (32.0)	11 (11.0)	40 (40.0)	6 (6.0)	100 (100.0)
ファミリーレストラン	8 (24.0)	9 (27.0)	-	17 (50.0)	-	34 (100.0)
そば・うどん店	-	1 (5.0)	4 (20.0)	13 (65.0)	2 (10.0)	20 (100.0)
寿司店	6 (18.8)	5 (15.6)	4 (12.5)	17 (53.1)	-	32 (100.0)
日本料理店	7 (12.3)	12 (21.1)	5 (8.8)	30 (52.6)	3 (5.3)	57 (100.0)
西洋料理店	11 (17.2)	4 (6.3)	8 (12.5)	33 (51.6)	8 (12.5)	64 (100.0)
中華料理店	12 (26.7)	6 (13.3)	7 (15.6)	17 (37.8)	3 (6.7)	45 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、エスニック料理店など	4 (10.5)	6 (15.8)	6 (15.8)	22 (57.9)	-	38 (100.0)
一般食堂	-	-	1 (10.0)	7 (70.0)	2 (20.0)	10 (100.0)
ファーストフード店	1 (5.6)	12 (66.7)	-	5 (27.8)	-	18 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	-	3 (42.9)	2 (28.6)	2 (28.6)	-	7 (100.0)
その他の飲食店	5 (38.5)	-	1 (7.7)	7 (53.8)	-	13 (100.0)

図 11-3-1 空間分煙の内容 (n=438)



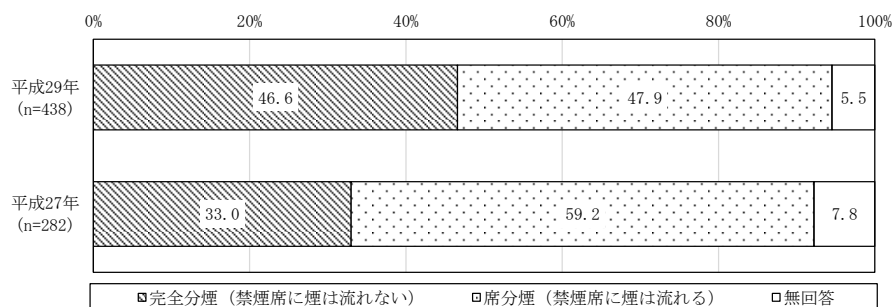
《経年比較》

平成27年と比較すると、「完全分煙」が13.6ポイント高くなり、一方、「席を分ける分煙」が11.3ポイント低下した（注：経年比較では、前回調査と比べやすくするために、「同じフロア内に喫煙室」「仕切り壁を設けている」「喫煙階と禁煙階に分けている」を合算して「完全分煙」としている）。

表 11-3-2 空間分煙の内容 (平成29年：n=438、平成27年：n=282)

	平成29年		平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
完全分煙 (禁煙席に煙は流れない)	204	46.6%	93	33.0%
席を分ける分煙 (禁煙席に煙は流れる)	210	47.9%	167	59.2%
無回答	24	5.5%	22	7.8%
合計	438	100.0%	282	100.0%

図 11-3-2 空間分煙の内容 (平成29年：n=438、平成27年：n=282)



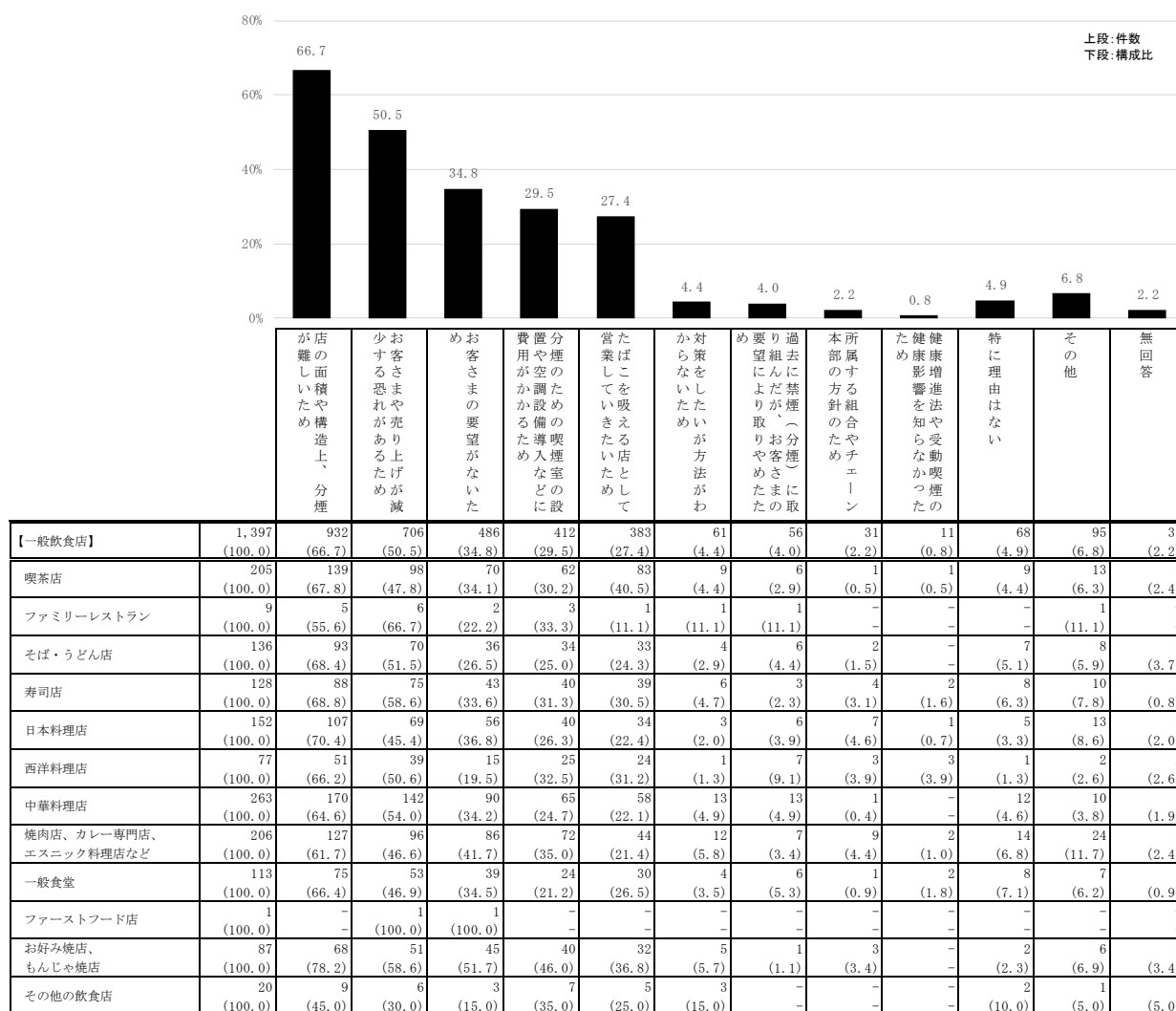
#### (4) 対策をしていない理由<問 12-1>

[問 11-1 で「3 禁煙や分煙の対策はしていない」と回答した飲食店]

「店の面積や構造上、分煙が難しいため」が66.7%で最も多くなっている。次いで「お客さまや売り上げが減少する恐れがあるため」(50.5%)、「お客さまの要望がないため」(34.8%)、「分煙のための喫煙室の設置や空調設備導入などに費用がかかるため」(29.5%)、「たばこを吸える店として営業していきたいため」(27.4%)の順である。

業種別にみると、<喫茶店>では「たばこを吸える店として営業していきたいため」が約4割と、他の業種よりも高い特徴がみられる。

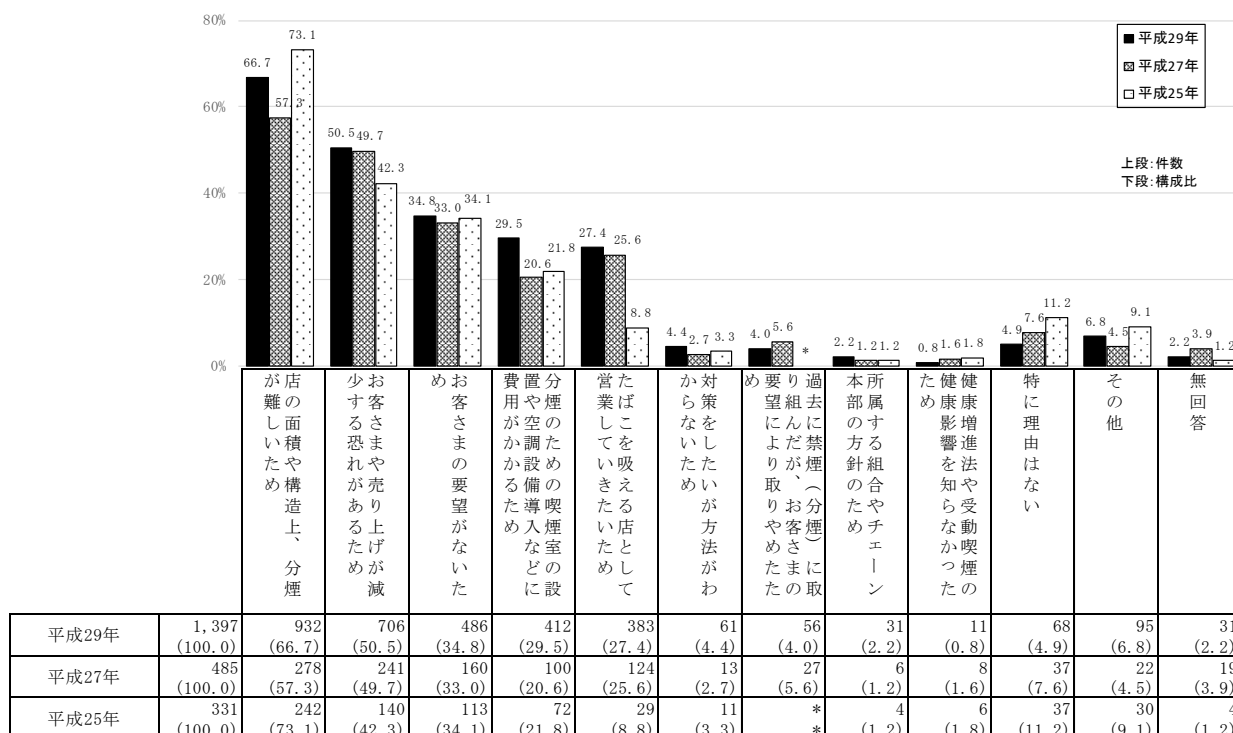
図 12-1-1 対策をしていない理由 (n=1,397 複数回答)



## 《経年比較》

「お客さまや売上げが減少する恐れがあるため」という理由の割合が上昇傾向をみせている（42.3%→49.7%→50.5%）。また「たばこを吸える店として営業していきたいため」も、同様に上昇傾向にある（8.8%→25.6%→27.4%）。

図 12-1-2 対策をしていない理由（平成 29 年：n=1,397、平成 27 年：n=485、平成 25 年：n=331 複数回答）



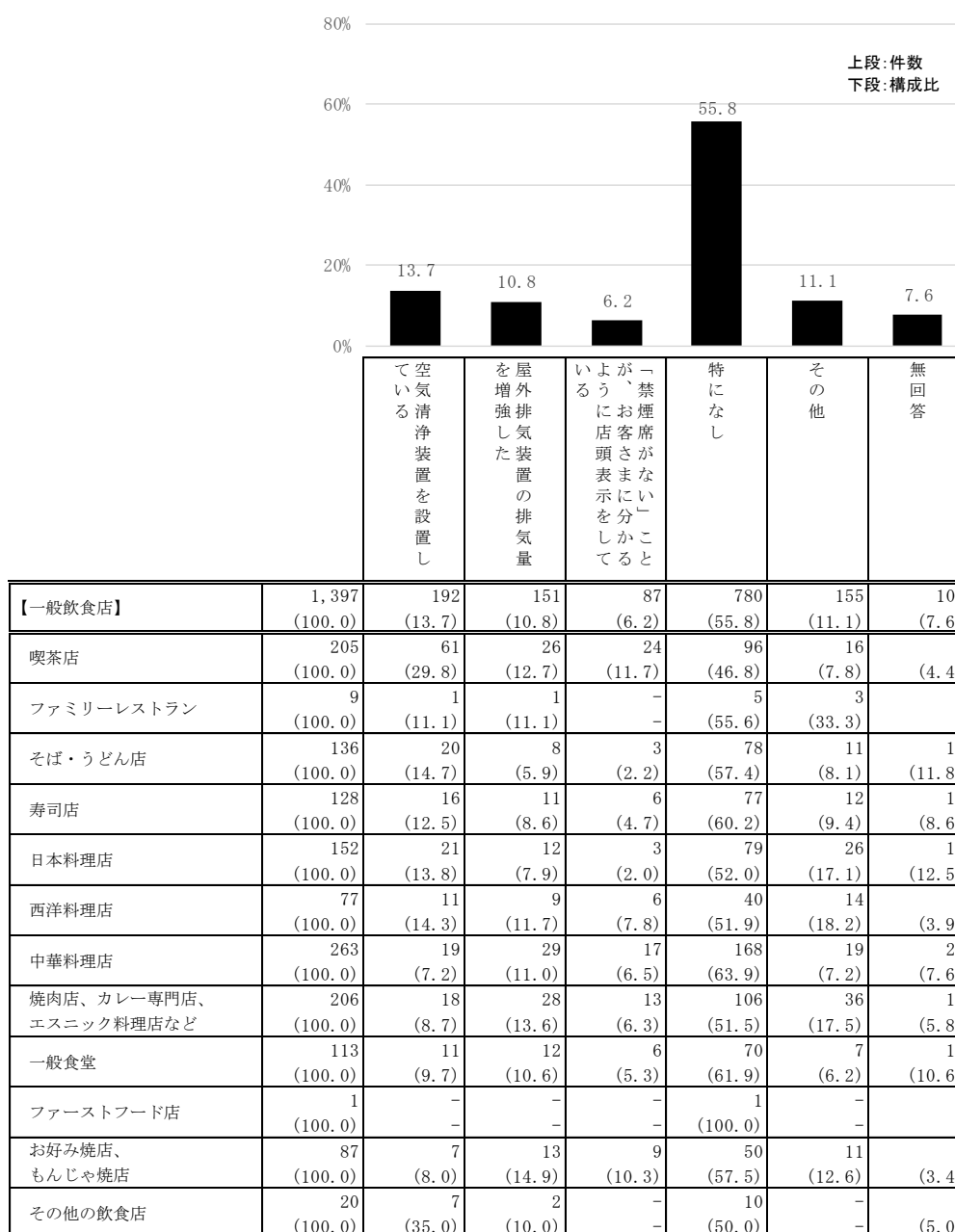
## (5) 対策はしていないが、客への配慮としての取組内容<問 12-2>

〔問 11-1 で「3 禁煙や分煙の対策はしていない」と回答した飲食店〕

対策はしていないが、客への配慮として取り組んでいる内容としては、「空気清浄装置を設置している」が13.7%と多くなっている。次いで「屋外排気装置の排気量を増強した」が10.8%、「禁煙席がないことが、お客さまに分かるように店頭表示をしている」が6.2%となり、「特になし」とする店舗は55.8%と5割を超えている。

業種別にみると、<喫茶店>では「空気清浄装置を設置している」が29.8%と高くなっている。

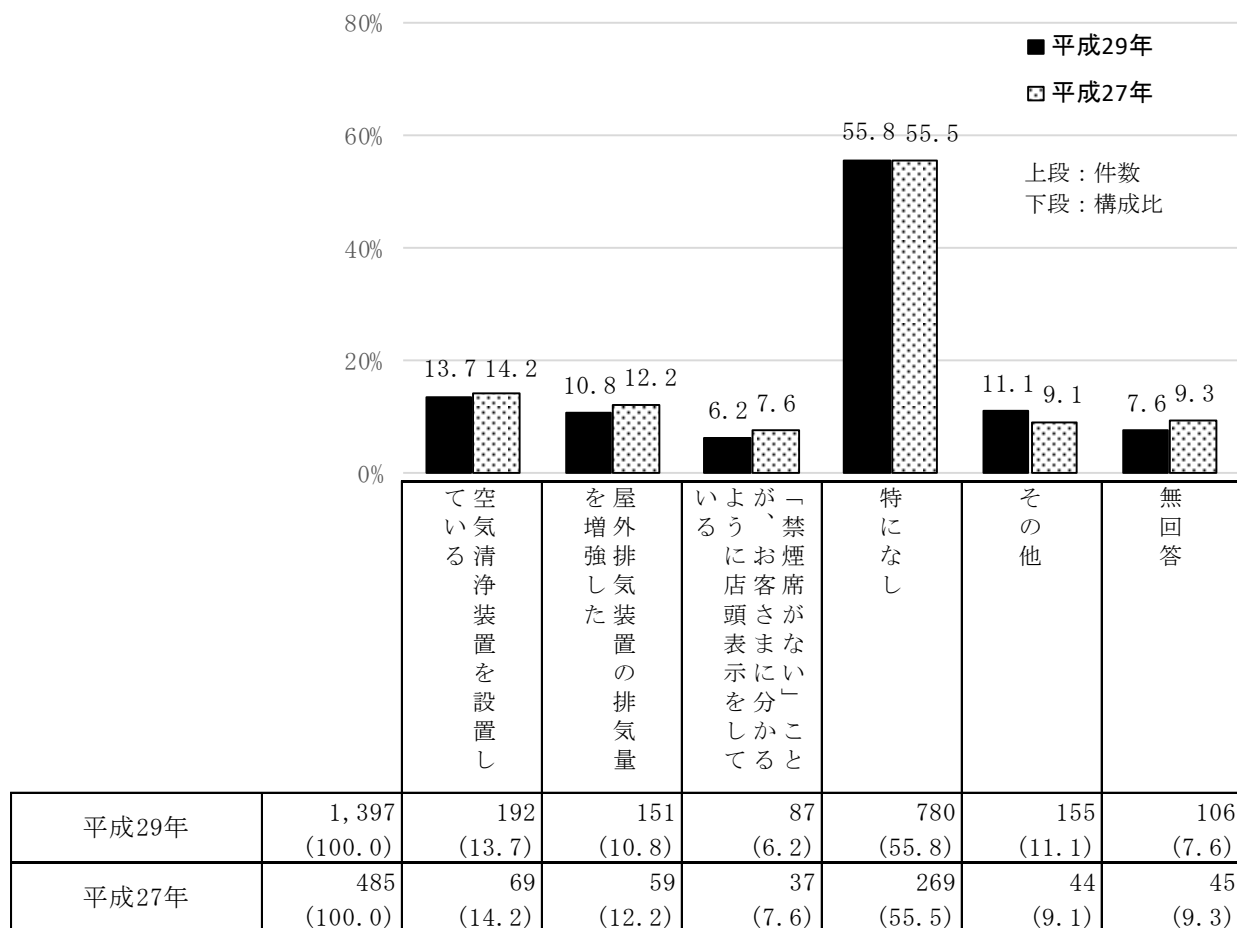
図 12-2-1 客への配慮としての取組内容 (n=1,397 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年と比較すると、大きな変動はみられない。

図 12-2-2 客への配慮としての取組内容（平成29年：n=1,397、平成27年：n=485 複数回答）



## (6) 受動喫煙防止の取組を行っている理由<問13-1>

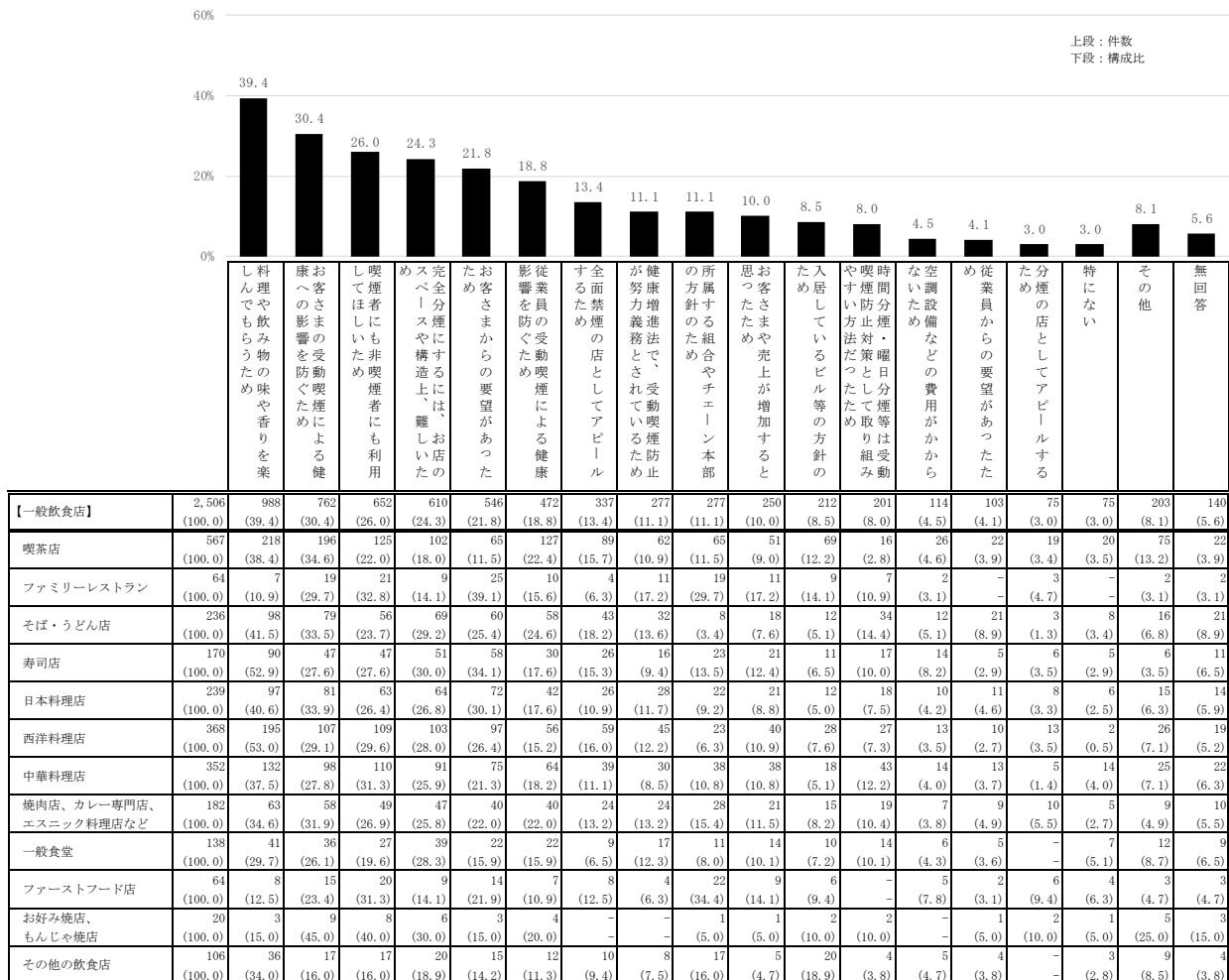
### ① 全体

[問11-1で「1 店内は全面禁煙にしている」または「2 店内は分煙にしていると回答した飲食店」]

「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」が39.4%で最も高く、これに「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」(30.4%)、「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」(26.0%)、「完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため」(24.3%)「お客さまからの要望があったため」(21.8%)が上位に続いている。

業種別にみると、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」ではく西洋料理店>(53.0%) やく寿司店>(52.9%) で高く、「お客さまからの要望があったため」ではくファミリーレストラン>(39.1%) やく寿司店>(34.1%) が高い。<ファミリーレストラン>は「所属する組合やチェーン本部の方針のため」(29.7%) という理由も高い。

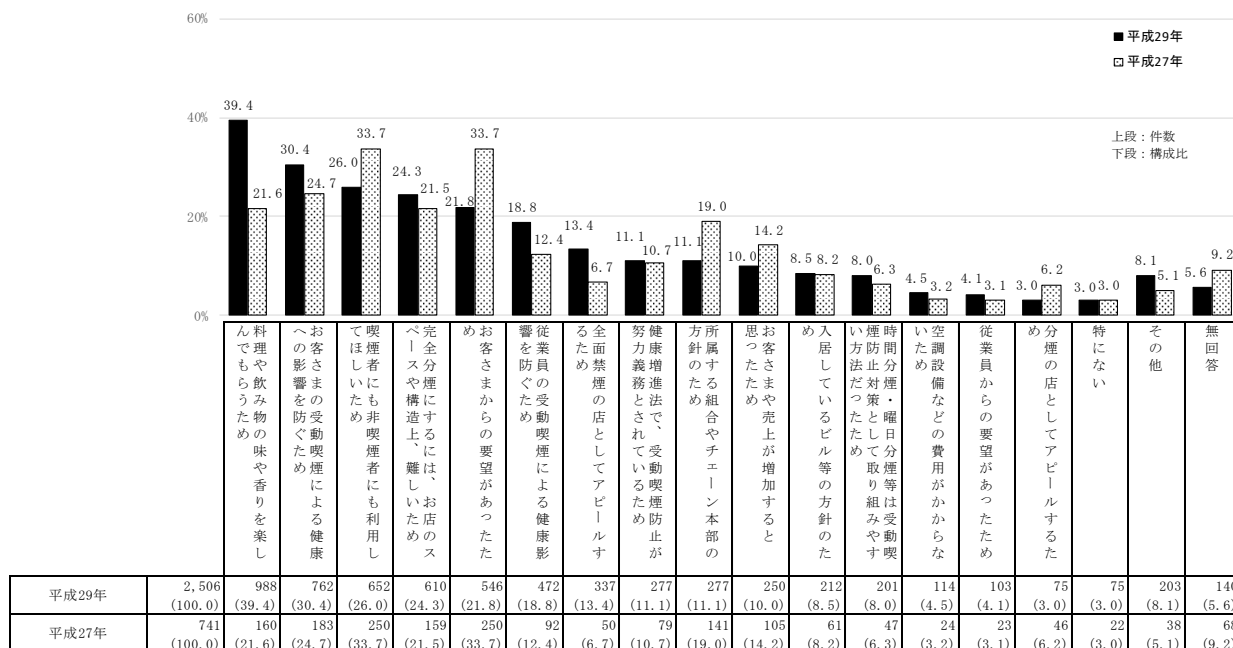
図13-1-1 受動喫煙防止の取組を行っている理由 (n=2,506 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」「全面禁煙の店としてアピールするため」「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」が高くなっている（それぞれ17.8ポイント、6.7ポイント、6.4ポイント）。低下したのは「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」「お客さまからの要望があったため」「所属する組合やチェーン本部の方針のため」などである。

図 13-1-2 受動喫煙防止の取組を行っている理由（平成29年：n=2,506、平成27年：n=741 複数回答）



## ② 全面禁煙とした理由

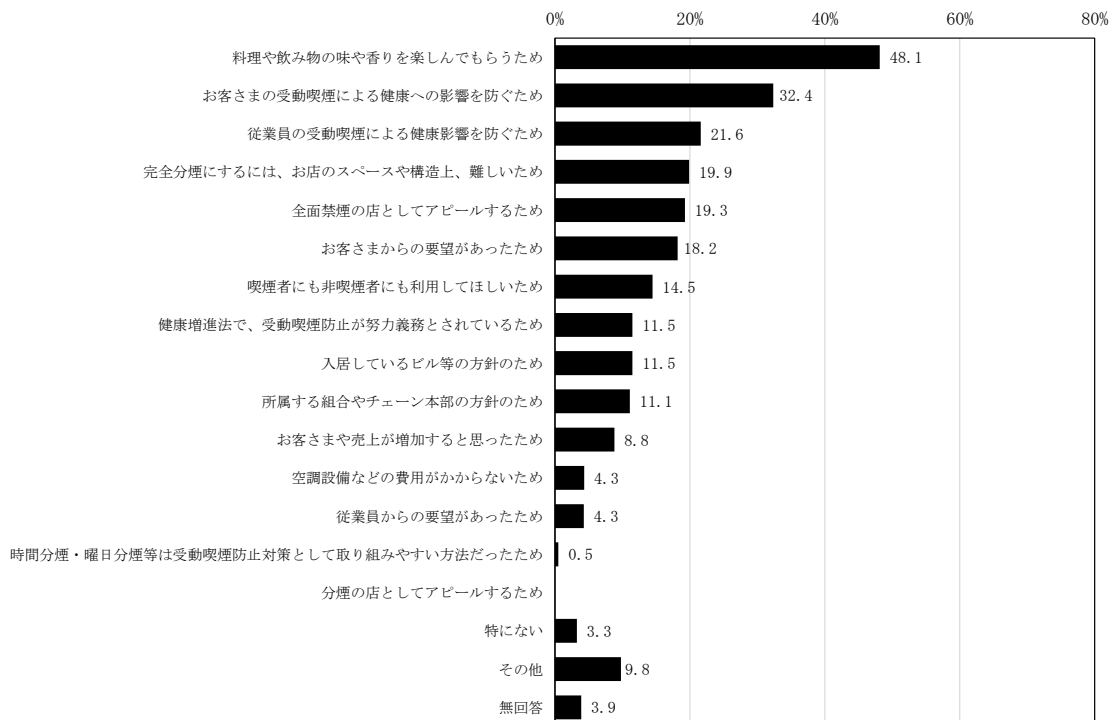
[問 11-1 で「1 店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店]

全面禁煙とした理由は、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」が48.1%と最も多く、次いで「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」(32.4%)、「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」(21.6%)の順となっている。

表 13-1-1 全面禁煙とした理由 (n=1,749 複数回答)

	件数	構成比
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	842	48.1%
お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため	566	32.4%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	378	21.6%
完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため	348	19.9%
全面禁煙の店としてアピールするため	337	19.3%
お客さまからの要望があったため	318	18.2%
喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため	253	14.5%
健康増進法で、受動喫煙防止が努力義務とされているため	201	11.5%
入居しているビル等の方針のため	201	11.5%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	194	11.1%
お客さまや売上が増加すると思ったため	154	8.8%
空調設備などの費用がかからないため	76	4.3%
従業員からの要望があったため	75	4.3%
時間分煙・曜日分煙等は受動喫煙防止対策として取り組みやすい方法だったため	9	0.5%
分煙の店としてアピールするため	-	-
特にない	57	3.3%
その他	171	9.8%
無回答	68	3.9%

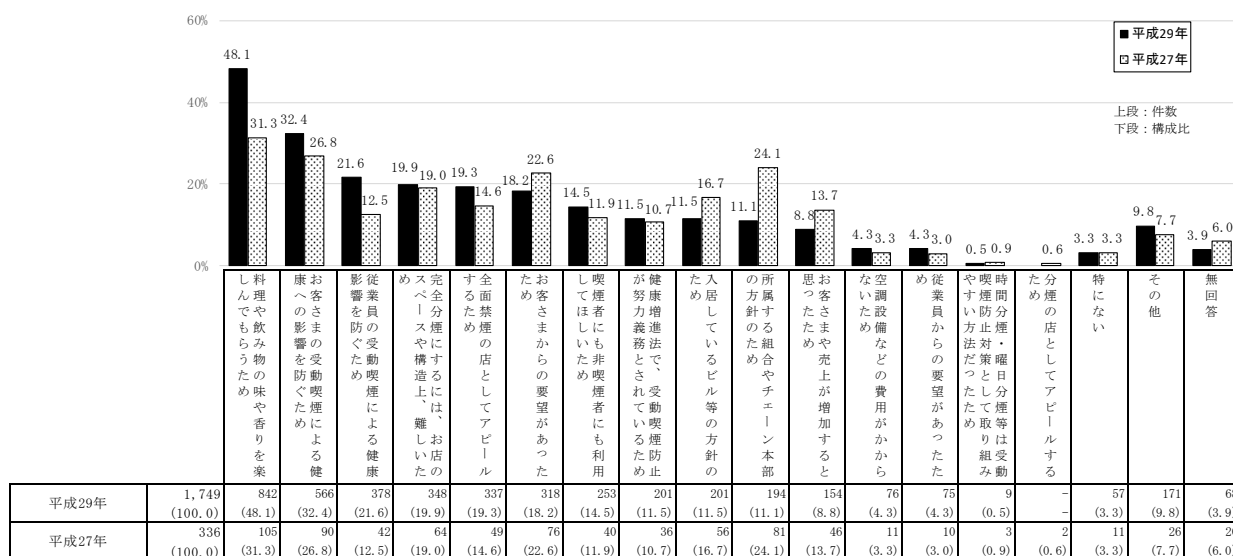
図 13-1-3 全面禁煙とした理由 (n=1,749 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年と比べると、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」及び「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」が特に高まっており、「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」「全面禁煙の店としてアピールするため」も比較的高くなっている（それぞれ16.8ポイント、9.1ポイント、5.6ポイント、4.7ポイント）。一方、低下が目立つのは「所属する組合やチェーン本部の方針のため」をはじめ、「入居しているビル等の方針のため」「お客さまや売上が増加すると思ったため」「お客さまからの要望があったため」などである。

図 13-1-4 全面禁煙とした理由（平成29年：n=1,749、平成27年：n=336 複数回答）



### ③ 完全分煙とした理由

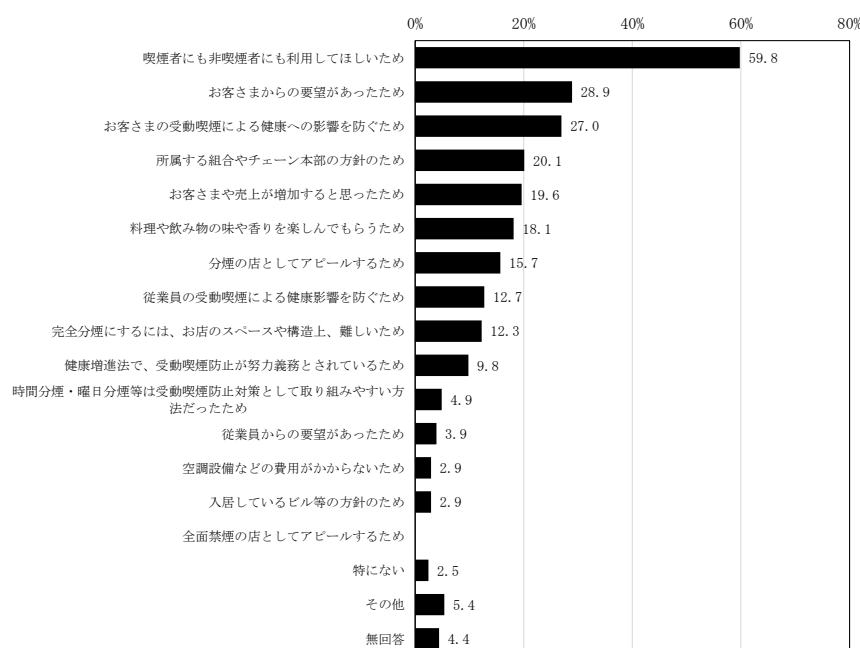
[問 11-3 で「1 同じフロアに喫煙室を設けている（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気）」「2 仕切り壁を設けて煙が流れないようにしている（煙は屋外に排気）」「3 喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分けている（禁煙階には煙は流れない）」と回答した飲食店]

完全分煙とした理由は、「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」が59.8%で最も多く、「お客さまからの要望があったため」が28.9%、「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」が27.0%で続いている。

表 13-1-2 完全分煙とした理由 (n=204 複数回答)

	件数	構成比
喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため	122	59.8%
お客さまからの要望があったため	59	28.9%
お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため	55	27.0%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	41	20.1%
お客さまや売上が増加すると思ったため	40	19.6%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	37	18.1%
分煙の店としてアピールするため	32	15.7%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	26	12.7%
完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため	25	12.3%
健康増進法で、受動喫煙防止が努力義務とされているため	20	9.8%
時間分煙・曜日分煙等は受動喫煙防止対策として取り組みやすい方法だったため	10	4.9%
従業員からの要望があったため	8	3.9%
空調設備などの費用がかからないため	6	2.9%
入居しているビル等の方針のため	6	2.9%
全面禁煙の店としてアピールするため	-	-
特になし	5	2.5%
その他	11	5.4%
無回答	9	4.4%

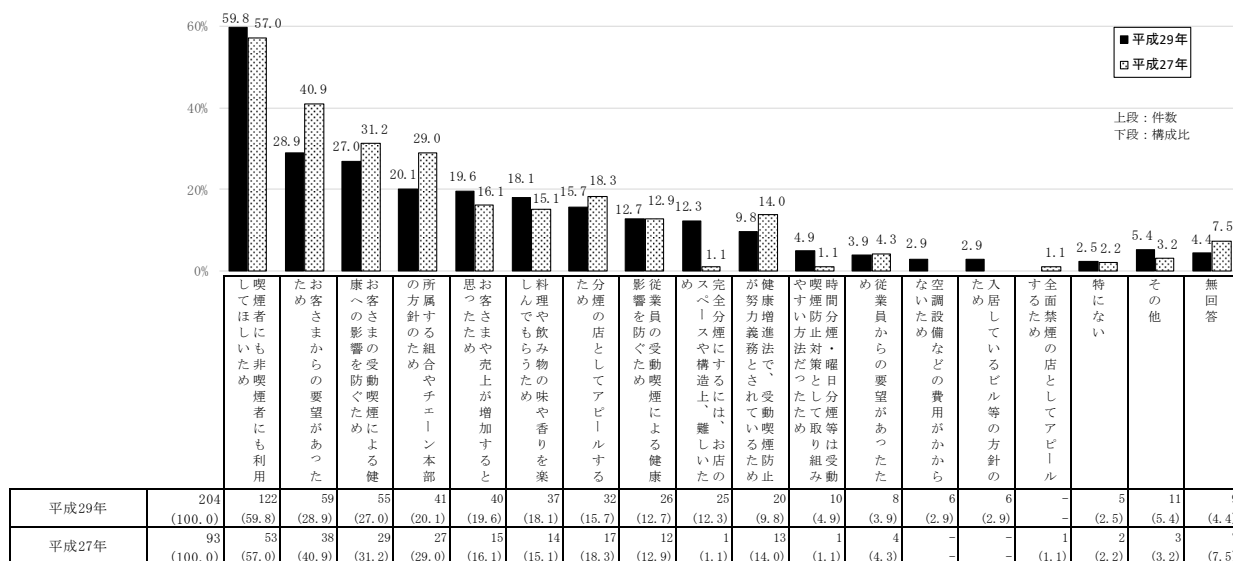
図 13-1-5 完全分煙とした理由 (n=204 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて、「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」、「お客さまや売上が増加すると思ったため」、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」が、それぞれわずかに上昇している。一方、「お客さまからの要望があったため」「所属する組合やチェーン本部の方針のため」の低下が目立っている。

図 13-1-6 完全分煙とした理由（平成29年：n=204、平成27年：n=93 複数回答）



#### ④ 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由

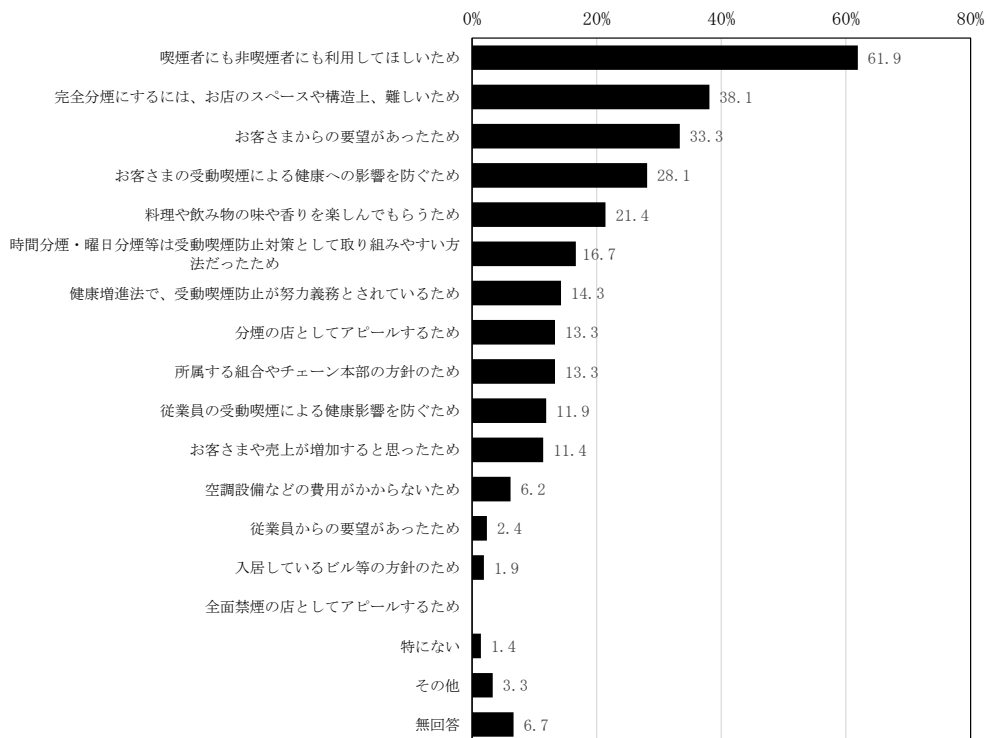
[問 11-3 で「4 喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を行っている」と回答した飲食店]

席を分ける分煙とした理由は、「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」が61.9%で最も多く、次いで「完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため」（38.1%）、「お客さまからの要望があったため」（33.3%）の順となっている。

表 13-1-3 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由（n=210 複数回答）

	件数	構成比
喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため	130	61.9%
完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため	80	38.1%
お客さまからの要望があったため	70	33.3%
お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため	59	28.1%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	45	21.4%
時間分煙・曜日分煙等は受動喫煙防止対策として取り組みやすい方法だったため	35	16.7%
健康増進法で、受動喫煙防止が努力義務とされているため	30	14.3%
分煙の店としてアピールするため	28	13.3%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	28	13.3%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	25	11.9%
お客さまや売上が増加すると思ったため	24	11.4%
空調設備などの費用がかからないため	13	6.2%
従業員からの要望があったため	5	2.4%
入居しているビル等の方針のため	4	1.9%
全面禁煙の店としてアピールするため	-	-
特にない	3	1.4%
その他	7	3.3%
無回答	14	6.7%

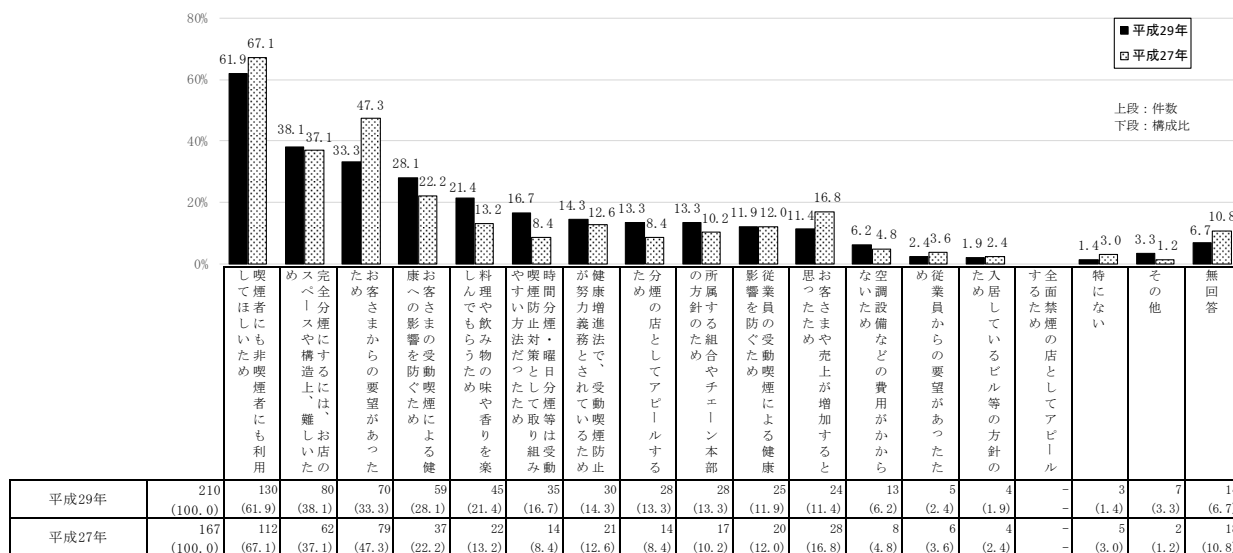
図 13-1-7 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由（n=210 複数回答）



## 《経年比較》

平成27年に比べて、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」、「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」の高まりが、それぞれ8.2ポイント、5.9ポイントと目立つ。一方、「お客さまからの要望があったため」は14ポイントと大きく低下している。

図 13-1-8 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由（平成29年：n=210、平成27年：n=167 複数回答）



### ⑤ 時間分煙とした理由

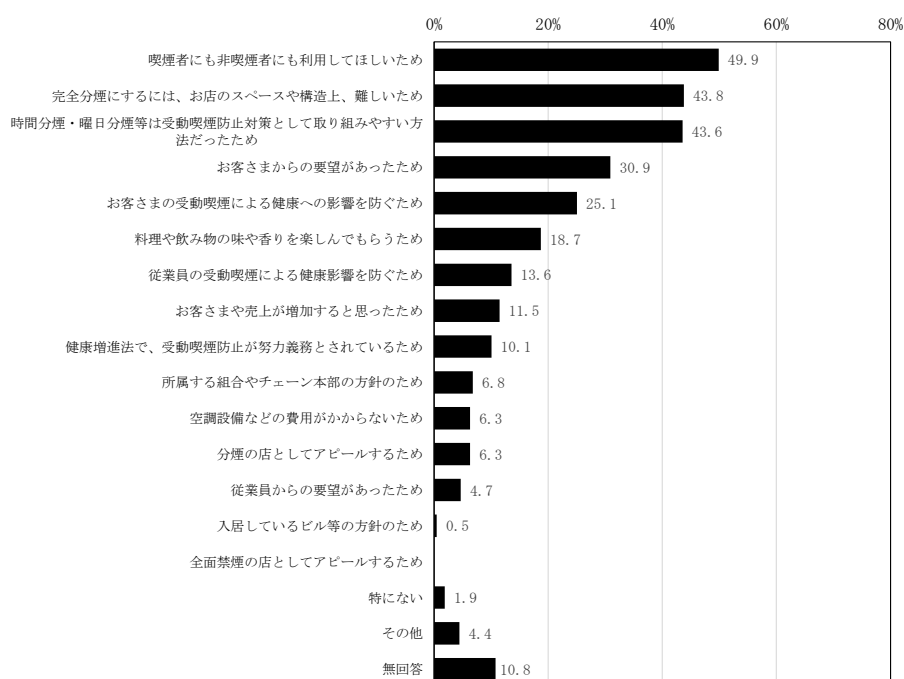
[問 11-2 で「2 空間分煙と時間分煙を両方している」または「3 時間分煙のみをしている」と回答した飲食店]

時間分煙とした理由では、「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」が49.9%と最も多くなっている。次いで「完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため」(43.8%)、「時間分煙・曜日分煙等は受動喫煙防止対策として取り組みやすい方法だったため」(43.6%)が4割を超えている。

表 13-1-4 時間分煙とした理由 (n=427 複数回答)

	件数	構成比
喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため	213	49.9%
完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため	187	43.8%
時間分煙・曜日分煙等は受動喫煙防止対策として取り組みやすい方法だったため	186	43.6%
お客さまからの要望があったため	132	30.9%
お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため	107	25.1%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	80	18.7%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	58	13.6%
お客さまや売上が増加すると思ったため	49	11.5%
健康増進法で、受動喫煙防止が努力義務とされているため	43	10.1%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	29	6.8%
空調設備などの費用がかからないため	27	6.3%
分煙の店としてアピールするため	27	6.3%
従業員からの要望があったため	20	4.7%
入居しているビル等の方針のため	2	0.5%
全面禁煙の店としてアピールするため	-	-
特になし	8	1.9%
その他	19	4.4%
無回答	46	10.8%

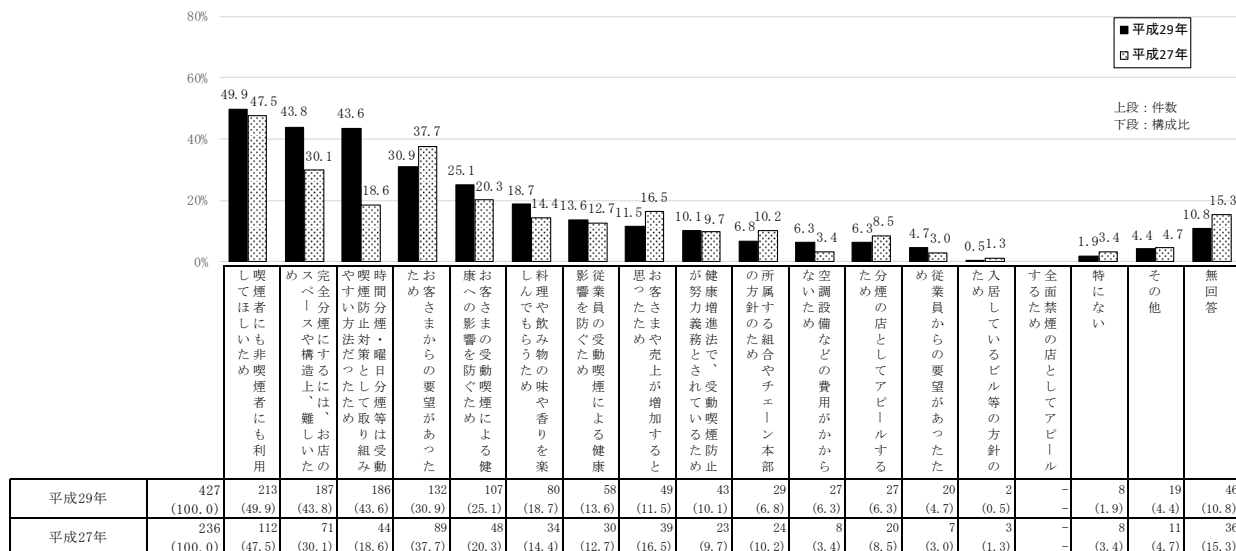
図 13-1-9 時間分煙とした理由 (n=427 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて、「時間分煙・曜日分煙等は受動喫煙防止対策として取り組みやすい方法だったため」「完全分煙にするには、お店のスペースや構造上、難しいため」がそれぞれ25ポイント、13.7ポイントと大幅に高まっているが、反面、「お客さまからの要望があったため」は6.8ポイントと低下が目立っている。

図 13-1-10 時間分煙とした理由（平成29年：n=427、平成27年：n=236 複数回答）



## (7) 取組開始時期<問 13-2>

[問 11-1 で「1 店内は全面禁煙にしている」または「2 店内は分煙にしている」と回答した飲食店]

取組の開始時期は「開店当初から」が55.0%、「途中から」が41.1%で「開店当初から」が多い。

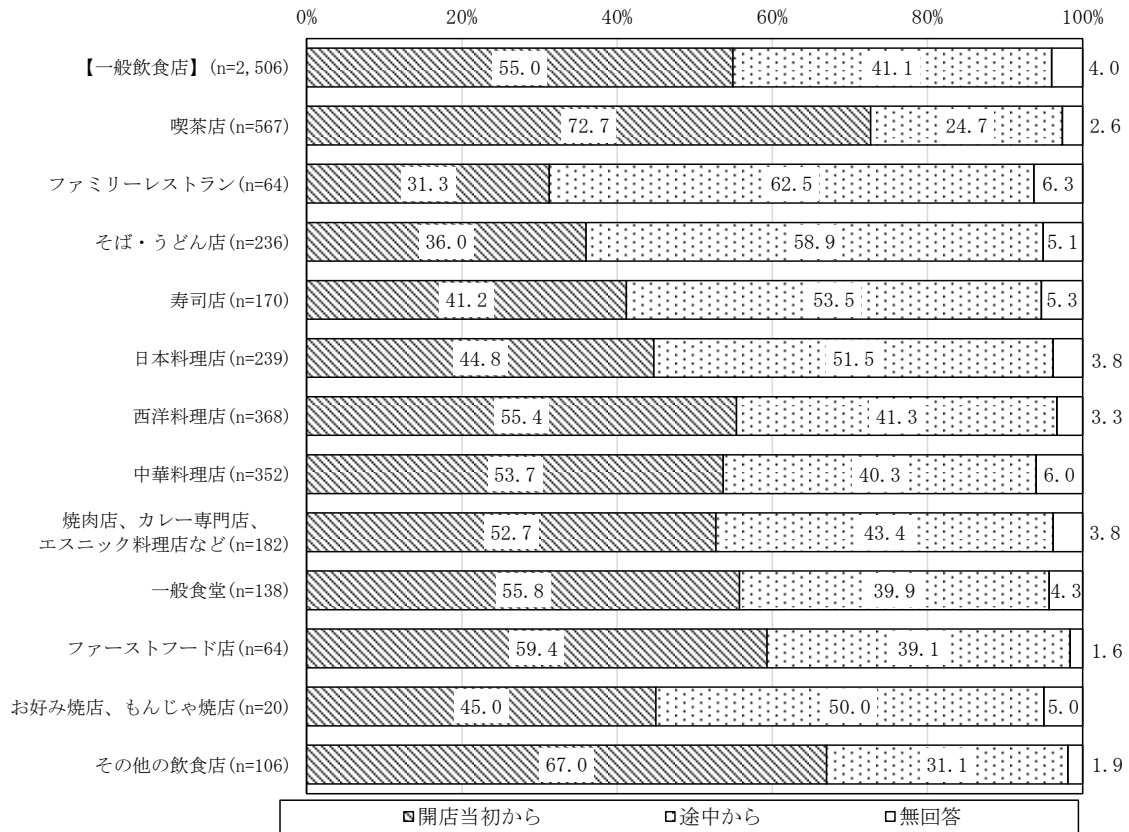
業種別には、「開店当初から」は<喫茶店> (72.7%) など、「途中から」は<ファミリーレストラン> (62.5%) や<そば・うどん店> (58.9%)などで高くなっている。

表 13-2-1 取組開始時期 (n=2,506)

上段：件数  
下段：構成比

	開店当初から	途中から	無回答	合計
【一般飲食店】	1,378 (55.0)	1,029 (41.1)	99 (4.0)	2,506 (100.0)
喫茶店	412 (72.7)	140 (24.7)	15 (2.6)	567 (100.0)
ファミリーレストラン	20 (31.3)	40 (62.5)	4 (6.3)	64 (100.0)
そば・うどん店	85 (36.0)	139 (58.9)	12 (5.1)	236 (100.0)
寿司店	70 (41.2)	91 (53.5)	9 (5.3)	170 (100.0)
日本料理店	107 (44.8)	123 (51.5)	9 (3.8)	239 (100.0)
西洋料理店	204 (55.4)	152 (41.3)	12 (3.3)	368 (100.0)
中華料理店	189 (53.7)	142 (40.3)	21 (6.0)	352 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	96 (52.7)	79 (43.4)	7 (3.8)	182 (100.0)
一般食堂	77 (55.8)	55 (39.9)	6 (4.3)	138 (100.0)
ファーストフード店	38 (59.4)	25 (39.1)	1 (1.6)	64 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	9 (45.0)	10 (50.0)	1 (5.0)	20 (100.0)
その他の飲食店	71 (67.0)	33 (31.1)	2 (1.9)	106 (100.0)

図 13-2-1 取組開始時期 (n=2,506)



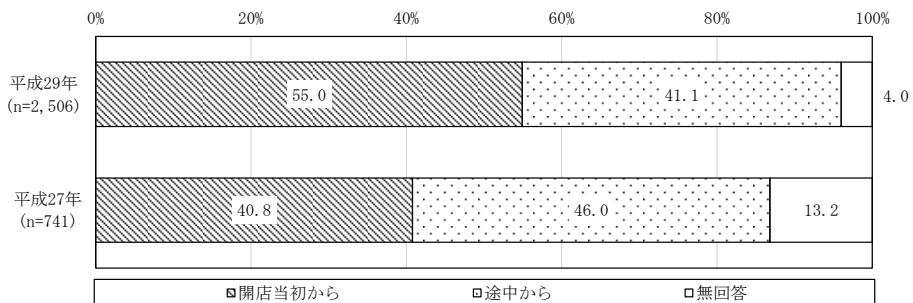
《経年比較》

「開店当初から」が平成27年よりも非常に高い (14.2ポイント)。

表 13-2-2 取組開始時期 (平成29年 : n=2,506、平成27年 : n=741)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
開店当初から	1,378	55.0%	302	40.8%
途中から	1,029	41.1%	341	46.0%
無回答	99	4.0%	98	13.2%
合計	2,506	100.0%	741	100.0%

図 13-2-2 取組開始時期 (平成29年 : n=2,506、平成27年 : n=741)



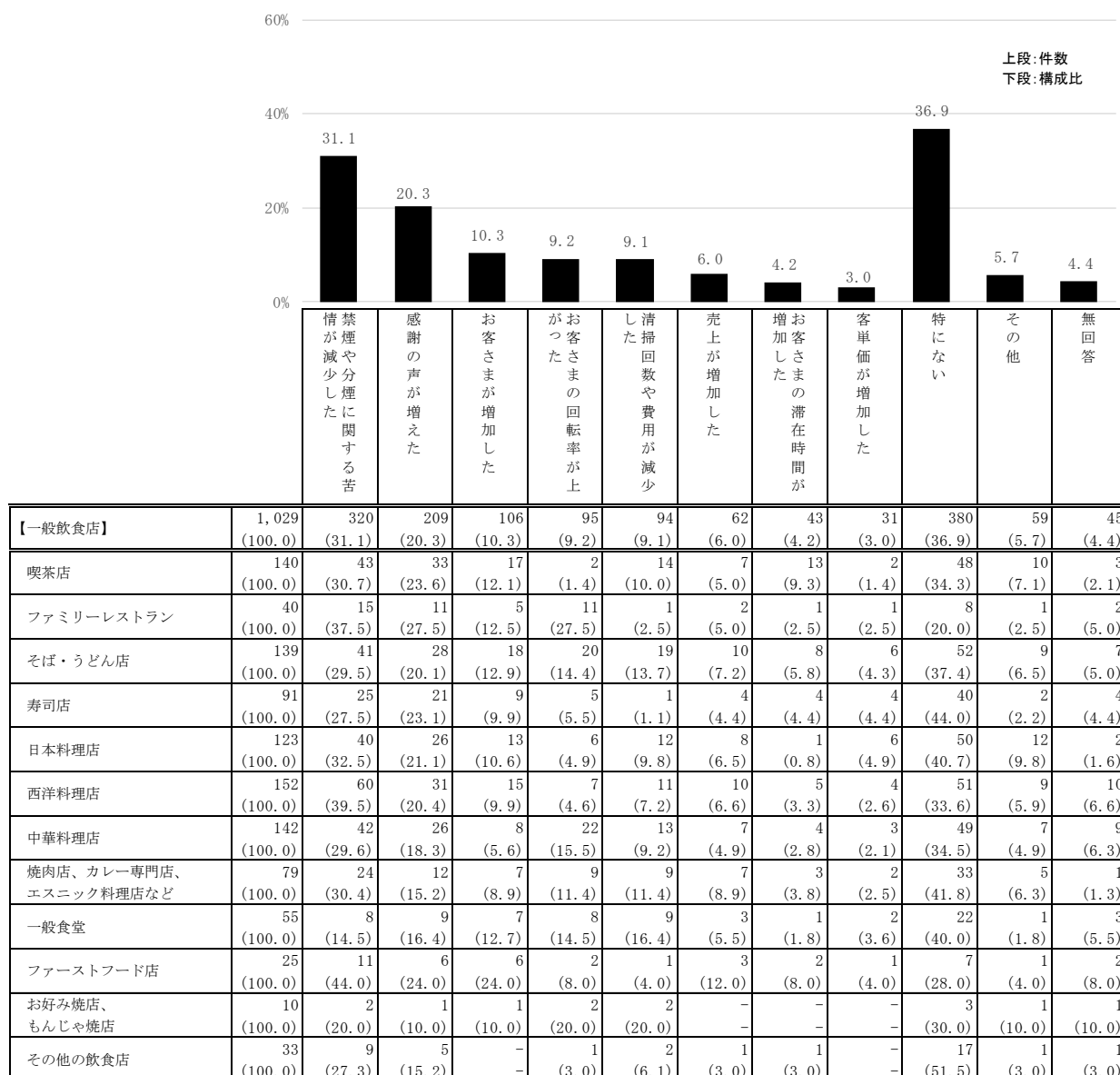
## (8) 取組を実施したことによるメリット<問 13-3>

[問 13-2 で「2 途中から」と回答した飲食店]

取組を実施したことによるメリットとしては、「禁煙や分煙に関する苦情が減少した」が 31.1%で最も多く、「感謝の声が増えた」(20.3%) が 2 割台で続いている。

業種別にみると、<ファミリーレストラン>では「お客さまの回転率が上がった」が高くなっている。

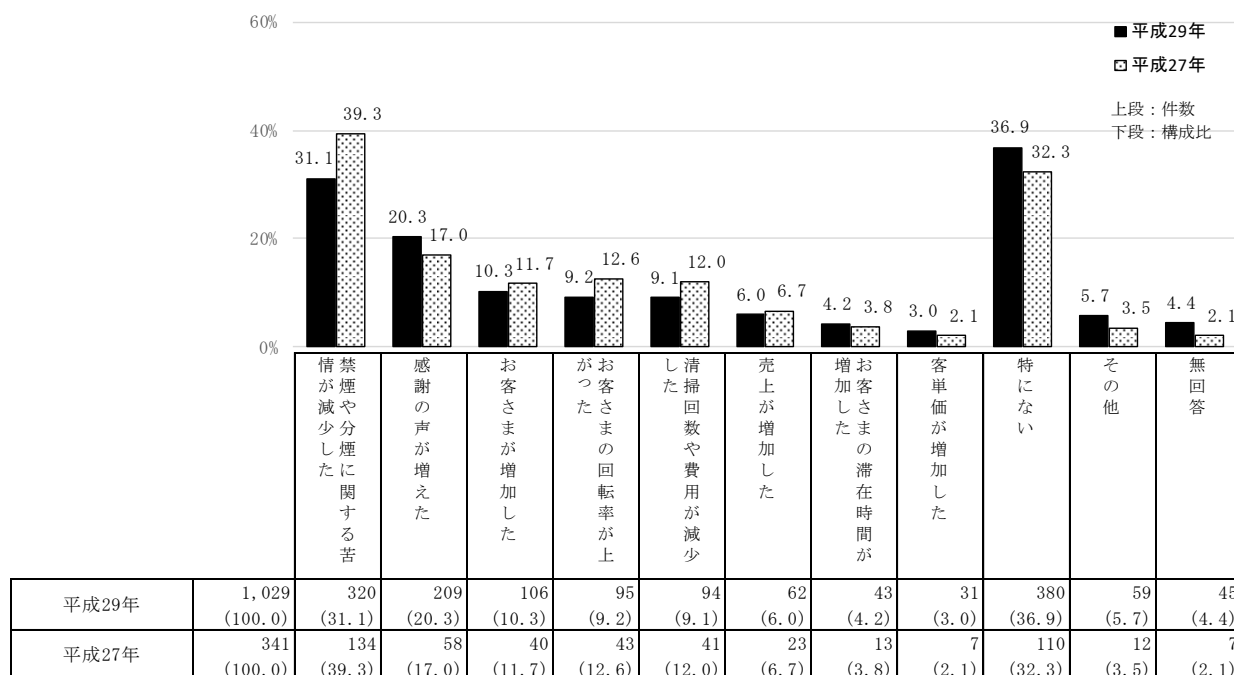
図 13-3-1 受動喫煙防止の取組のメリット (n=1,029 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて「感謝の声が増えた」が3.3ポイント高くなり、一方、「禁煙や分煙に関する苦情が減少した」は8.2ポイント低下している。

図 13-3-2 受動喫煙防止の取組のメリット（平成29年：n=1,029、平成27年：n=341 複数回答）

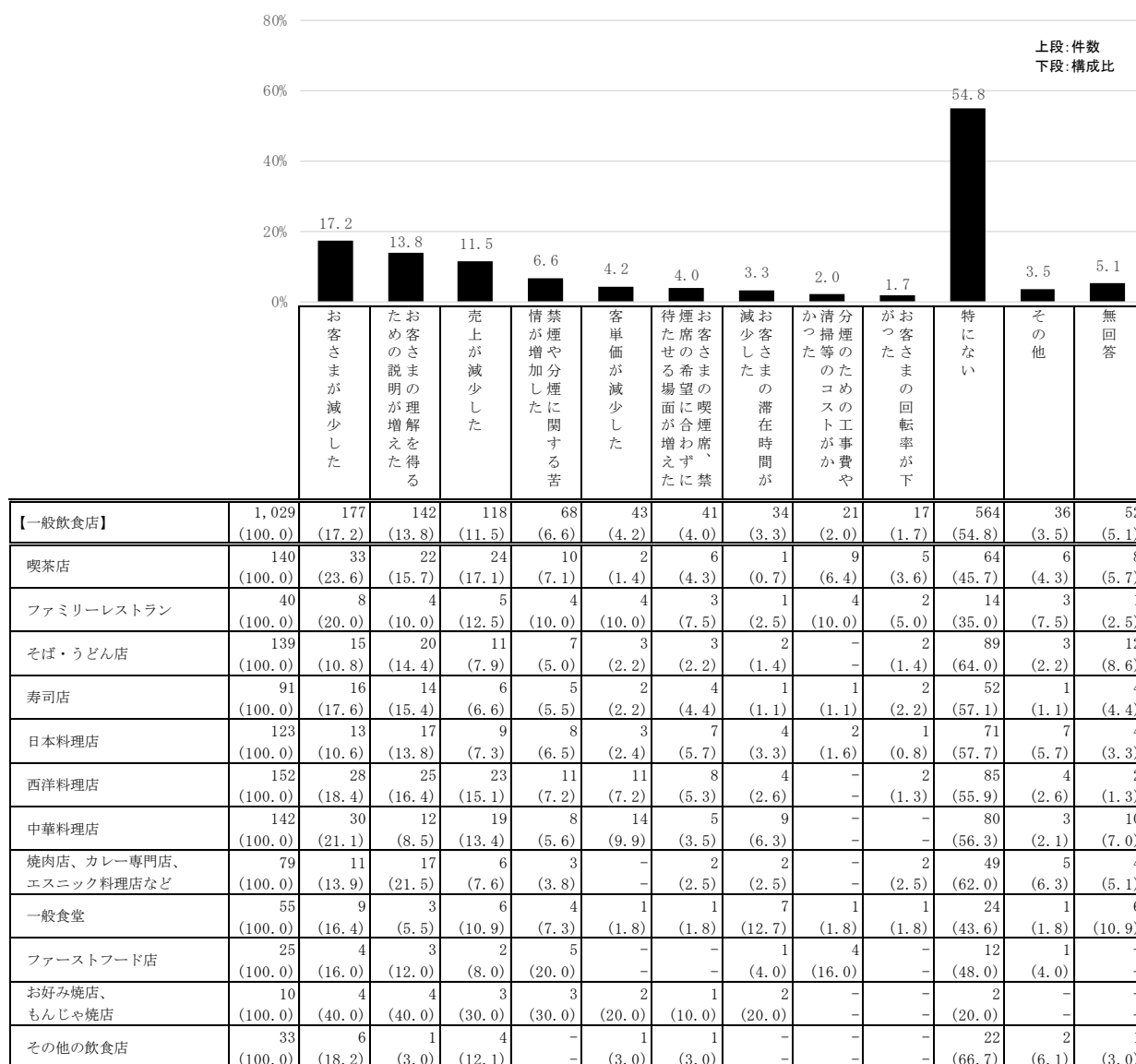


## (9) 取組を実施したことによるデメリット<問13-4>

[問13-2で「2 途中から」と回答した飲食店]

「特にない」が54.8%と多いが、デメリットの内容としては、「お客さまが減少した」(17.2%)、「お客さまの理解を得るための説明が増えた」(13.8%)、「売上が減少した」(11.5%)の順となっている。

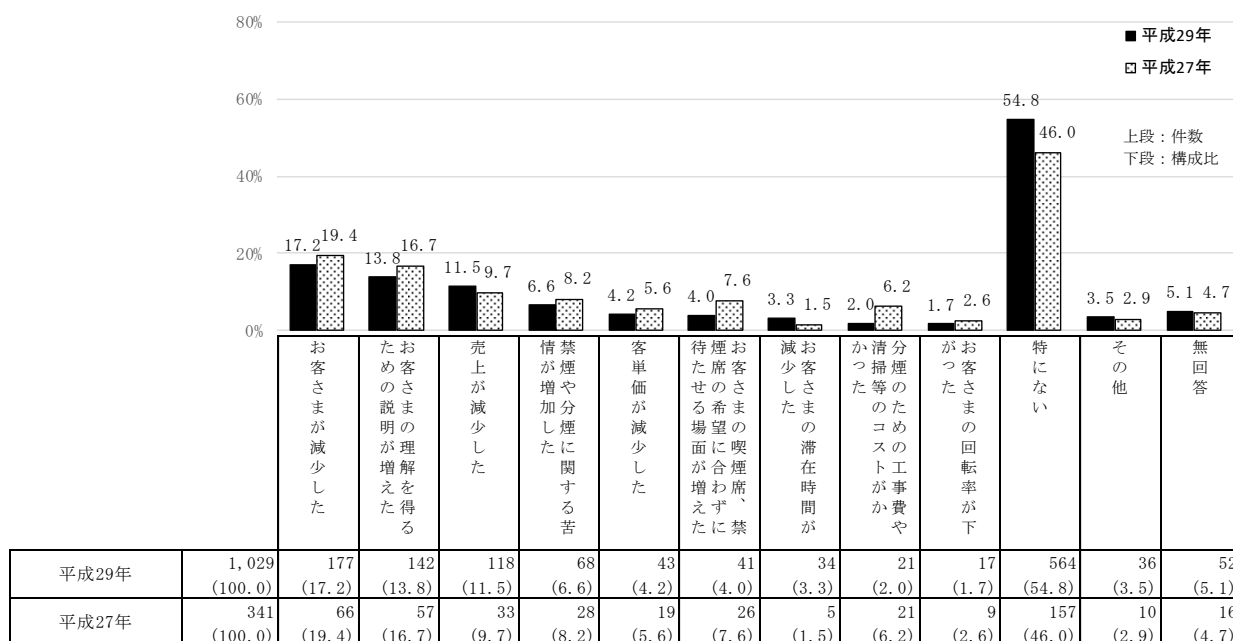
図13-4-1 受動喫煙防止の取組のデメリット (n=1,029 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年よりも「特にない」が8.8ポイント高くなっているほかは、大きな変動はみられない。

図 13-4-2 受動喫煙防止の取組のデメリット（平成29年：n=1,029、平成27年：n=341 複数回答）



## (10) 取組への客の反応<問13-5>

[問13-2で「2 途中から」と回答した飲食店]

「好意的な意見が多い」が46.6%と多くなっているが、「特に反応はない」も41.9%となっている。

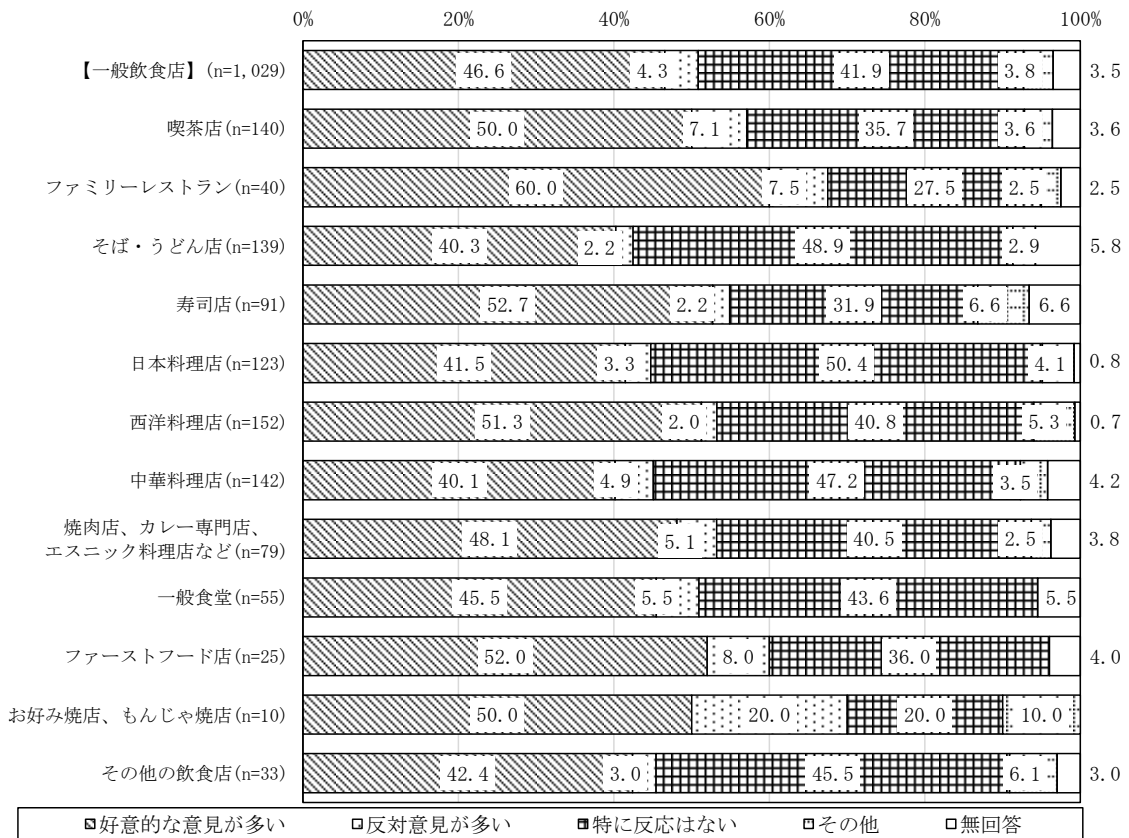
業種別にみると、<ファミリーレストラン>で「好意的な意見が多い」(60.0%)が高い。

表 13-5-1 取組への客の反応 (n=1,029)

上段：件数  
下段：構成比

	好意的な 意見が多い	反対意見が 多い	特に反応は ない	その他	無回答	合計
【一般飲食店】	479 (46.6)	44 (4.3)	431 (41.9)	39 (3.8)	36 (3.5)	1,029 (100.0)
喫茶店	70 (50.0)	10 (7.1)	50 (35.7)	5 (3.6)	5 (3.6)	140 (100.0)
ファミリーレストラン	24 (60.0)	3 (7.5)	11 (27.5)	1 (2.5)	1 (2.5)	40 (100.0)
そば・うどん店	56 (40.3)	3 (2.2)	68 (48.9)	4 (2.9)	8 (5.8)	139 (100.0)
寿司店	48 (52.7)	2 (2.2)	29 (31.9)	6 (6.6)	6 (6.6)	91 (100.0)
日本料理店	51 (41.5)	4 (3.3)	62 (50.4)	5 (4.1)	1 (0.8)	123 (100.0)
西洋料理店	78 (51.3)	3 (2.0)	62 (40.8)	8 (5.3)	1 (0.7)	152 (100.0)
中華料理店	57 (40.1)	7 (4.9)	67 (47.2)	5 (3.5)	6 (4.2)	142 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	38 (48.1)	4 (5.1)	32 (40.5)	2 (2.5)	3 (3.8)	79 (100.0)
一般食堂	25 (45.5)	3 (5.5)	24 (43.6)	-	3 (5.5)	55 (100.0)
ファーストフード店	13 (52.0)	2 (8.0)	9 (36.0)	-	1 (4.0)	25 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	5 (50.0)	2 (20.0)	2 (20.0)	1 (10.0)	-	10 (100.0)
その他の飲食店	14 (42.4)	1 (3.0)	15 (45.5)	2 (6.1)	1 (3.0)	33 (100.0)

図 13-5-1 取組への客の反応 (n=1,029)



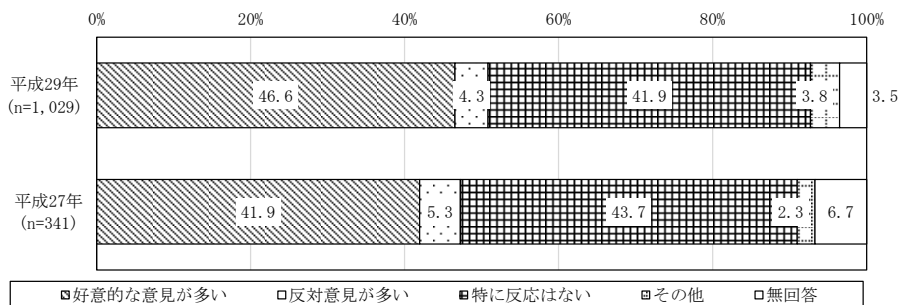
《経年比較》

平成27年よりも「好意的な意見が多い」が4.7ポイント高くなっている。

表 13-5-2 取組への客の反応 (平成29年：n=1,029、平成27年：n=341)

	平成29年		平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
好意的な意見が多い	479	46.6%	143	41.9%
反対意見が多い	44	4.3%	18	5.3%
特に反応はない	431	41.9%	149	43.7%
その他	39	3.8%	8	2.3%
無回答	36	3.5%	23	6.7%
合計	1,029	100.0%	341	100.0%

図 13-5-2 取組への客の反応 (平成29年：n=1,029、平成27年：n=341)

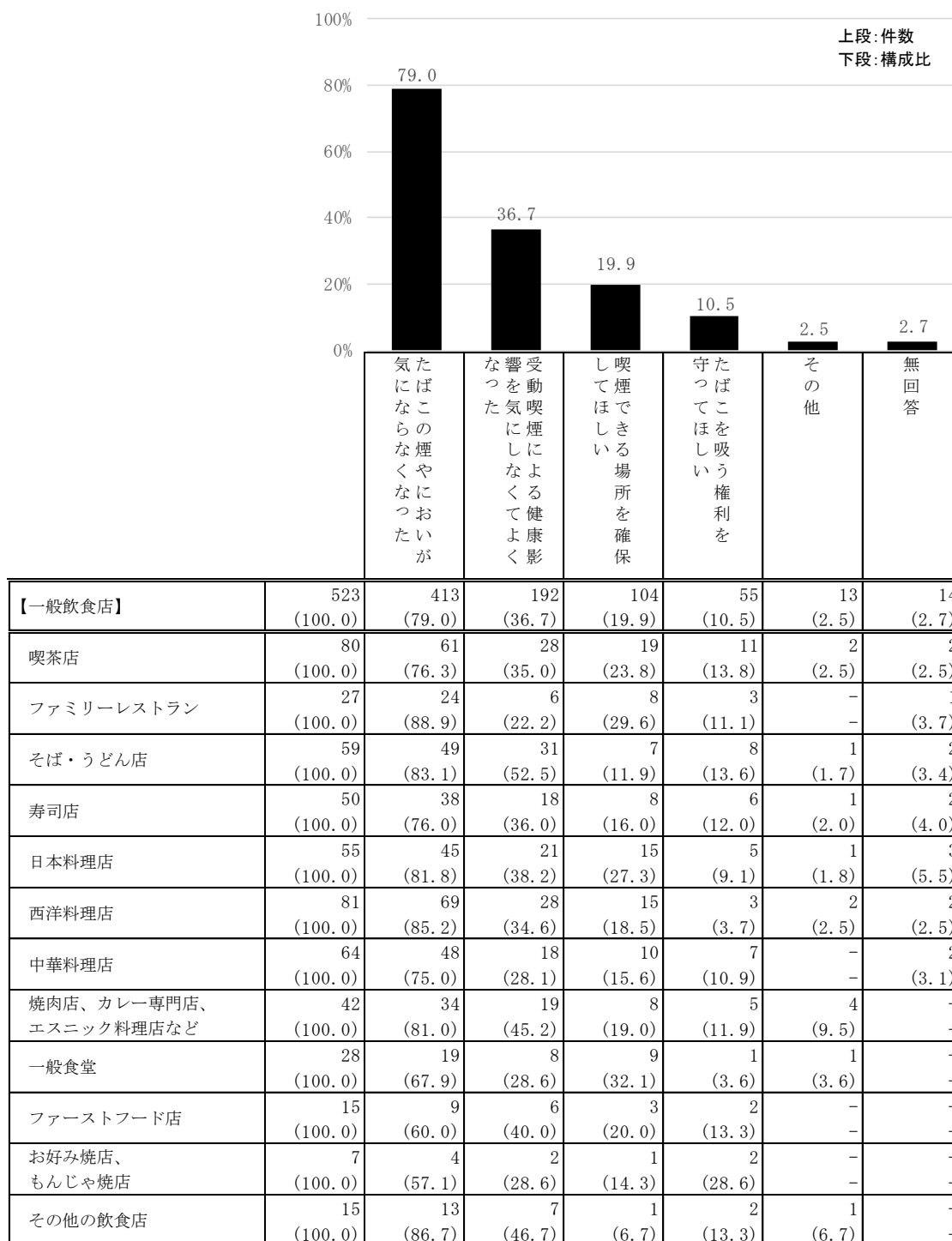


## (11) 客の反応の具体的な内容<問13-6>

[問13-5で「1 好意的な意見が多い」または「2 反対意見が多い」と回答した飲食店]

客の具体的な反応としては、「たばこの煙やにおいが気にならなくなった」(79.0%)と極めて好評であり、「受動喫煙による健康影響を気にしなくてよくなった」(36.7%)とする意見も比較的多くあげられている。

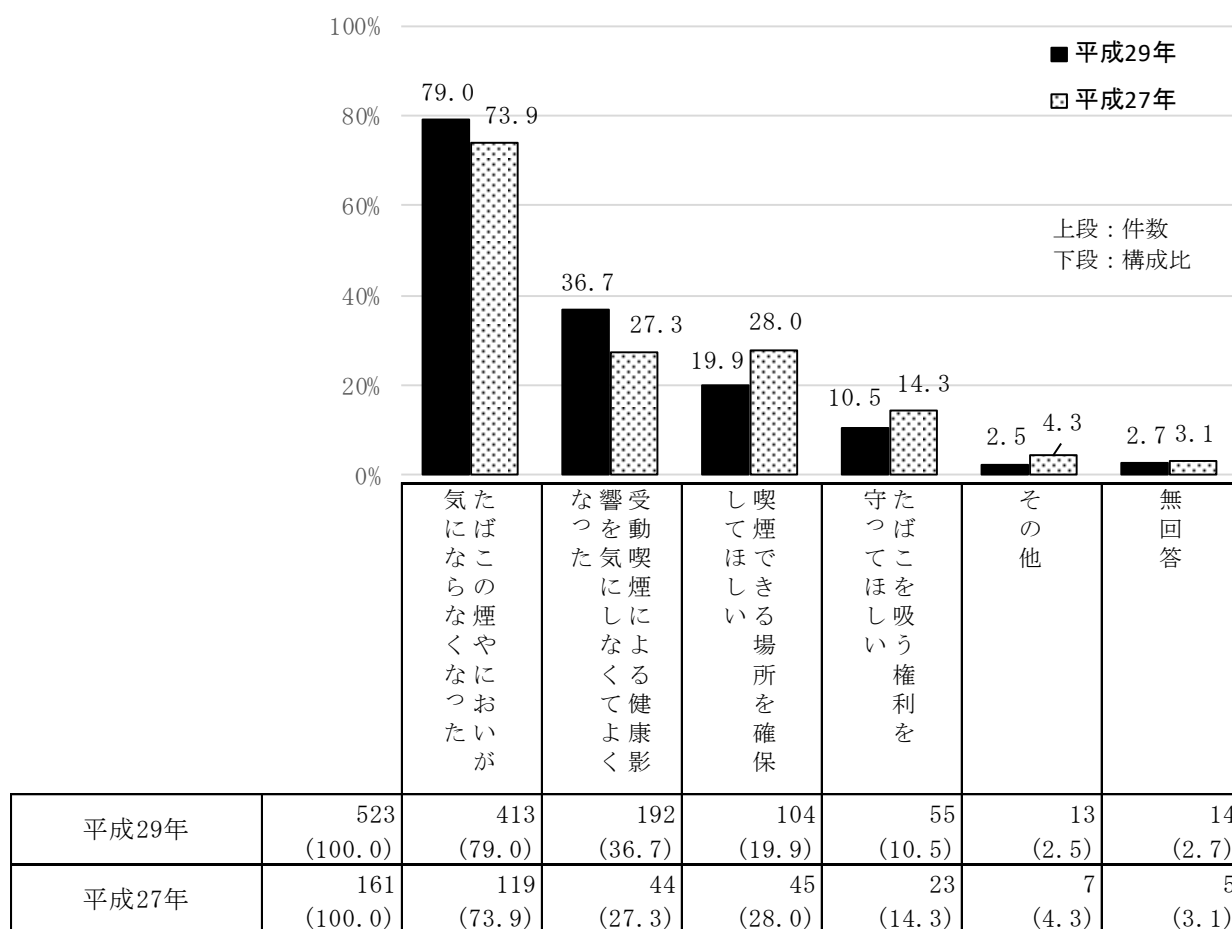
図13-6-1 客の具体的な意見 (n=523 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて「受動喫煙による健康影響を気にしなくてよくなった」が9.4ポイント高くなっている。「たばこの煙やにおいが気にならなくなった」という意見も5.1ポイント高くなっている。一方、「喫煙できる場所を確保してほしい」「たばこを吸う権利を守ってほしい」という意見は低くなっている。

図 13-6-2 客の具体的な意見（平成29年：n=523、平成27年：n=161 複数回答）



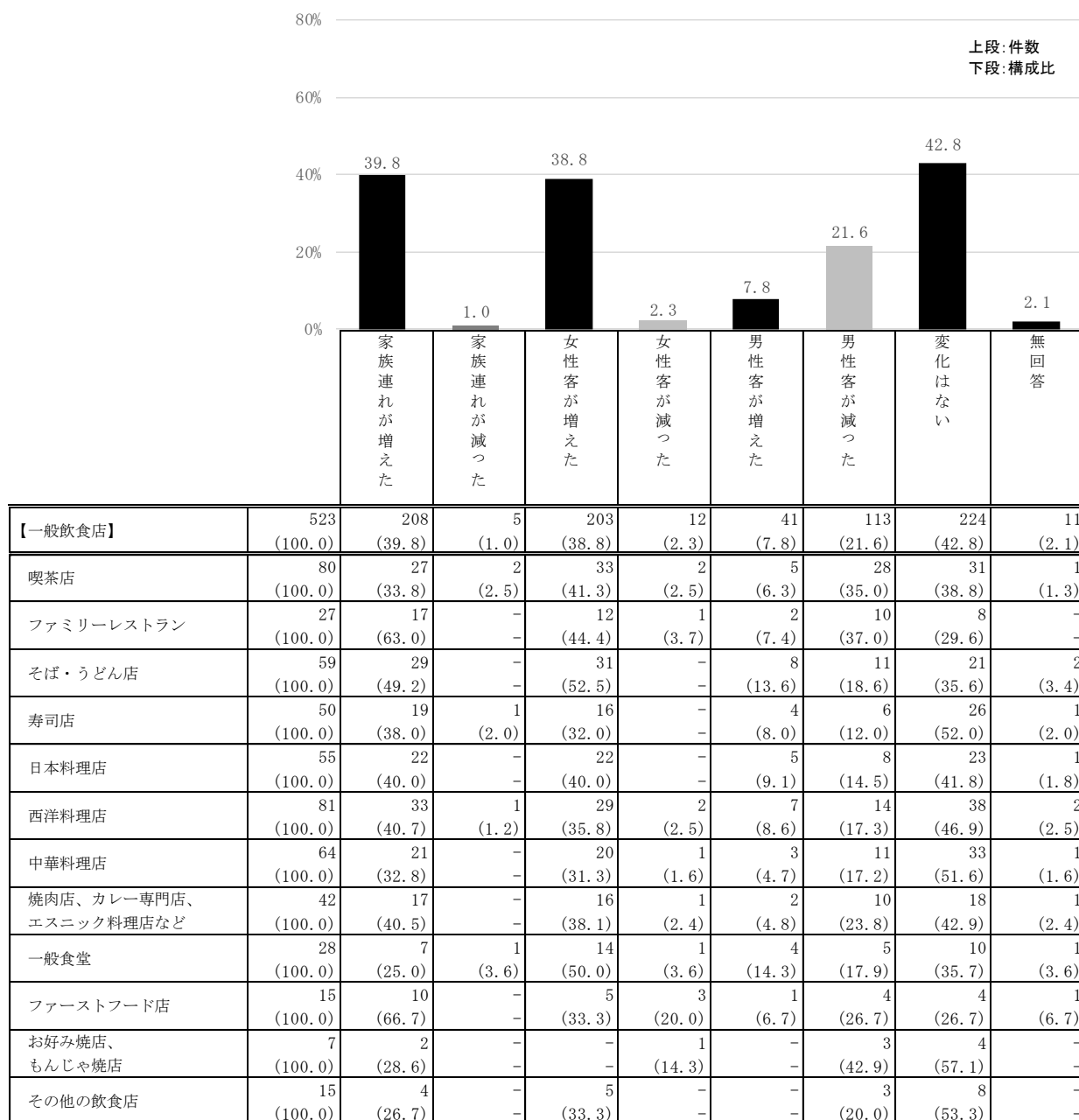
## (12) 取組を実施したことによる客層の変化<問 13-7>

[問 13-5 で「1 好意的な意見が多い」または「2 反対意見が多い」と回答した飲食店]

客層の変化としては、「家族連れが増えた」(39.8%)、「女性客が増えた」(38.8%)が目立つが、「男性客が減った」も21.6%となっている。

業種別にみると、<そば・うどん店>では「女性客が増えた」(52.5%)が高く、また<喫茶店>では「男性客が減った」(35.0%)が高い。

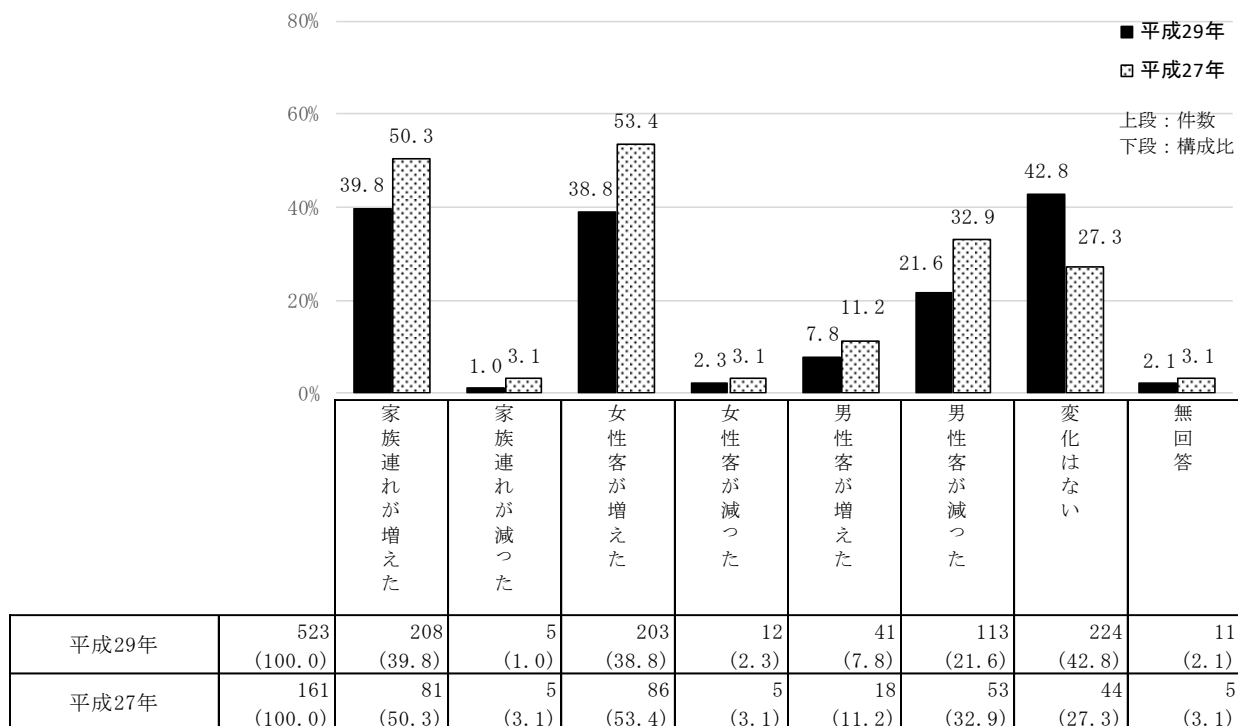
図 13-7-1 客層の変化 (n=523 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて「家族連れが増えた」「女性客が増えた」「男性客が減った」という意見がそれぞれ10.5ポイント、14.6ポイント、11.3ポイント低下している。

図 13-7-2 客層の変化（平成29年：n=523、平成27年：n=161 複数回答）



### (13) 今後の受動喫煙防止対策の予定<問14>

#### ① 全体

全体でみると、「現行取組を継続する」とする店舗は61.5%と6割強、「今後も対策の予定はない」が19.8%と約2割を占めており、何らかの対策を取ろうとしている店舗は9.5%と1割程度である。

図 14-1 今後の受動喫煙防止対策予定 (n=3,914)

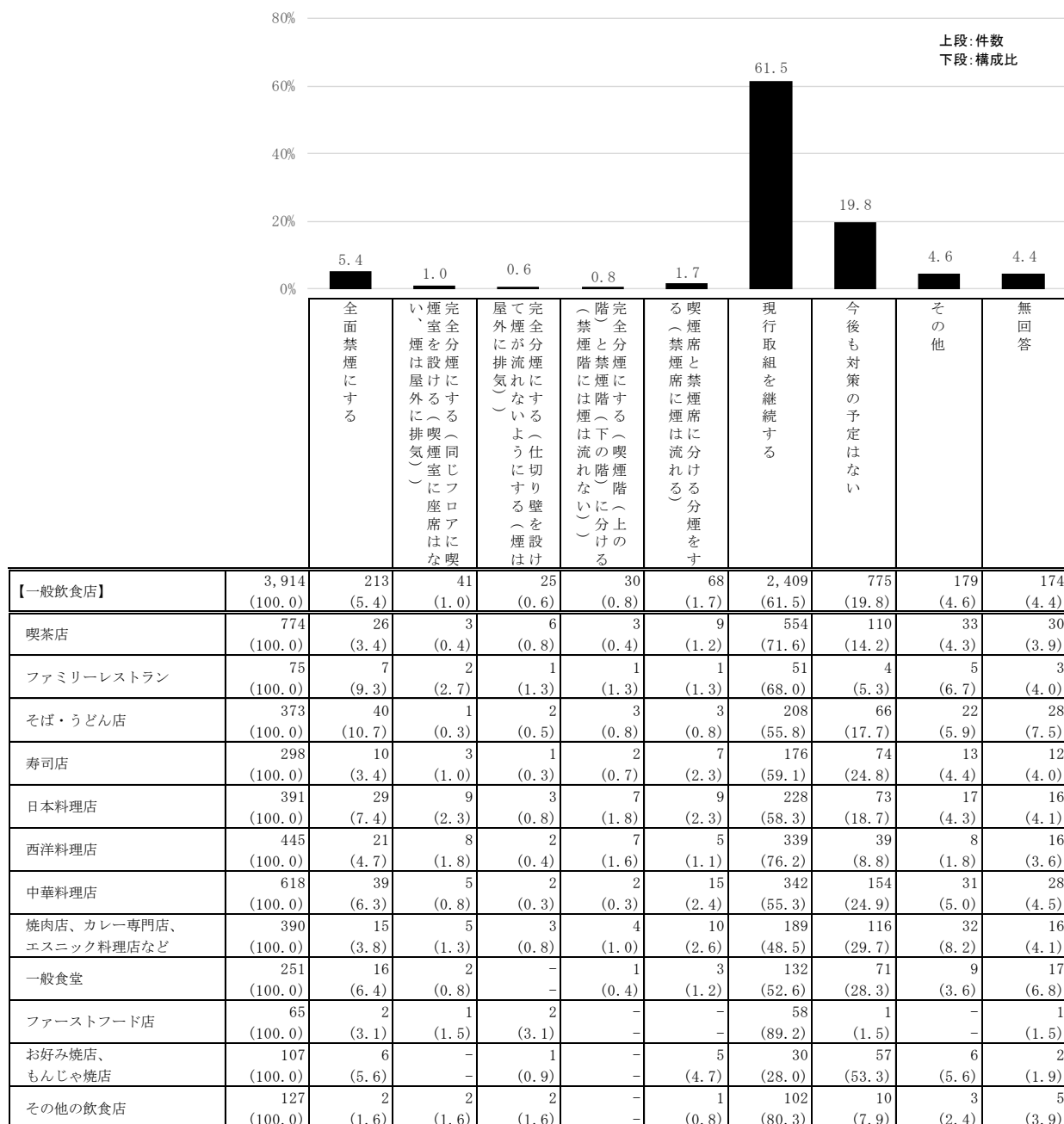
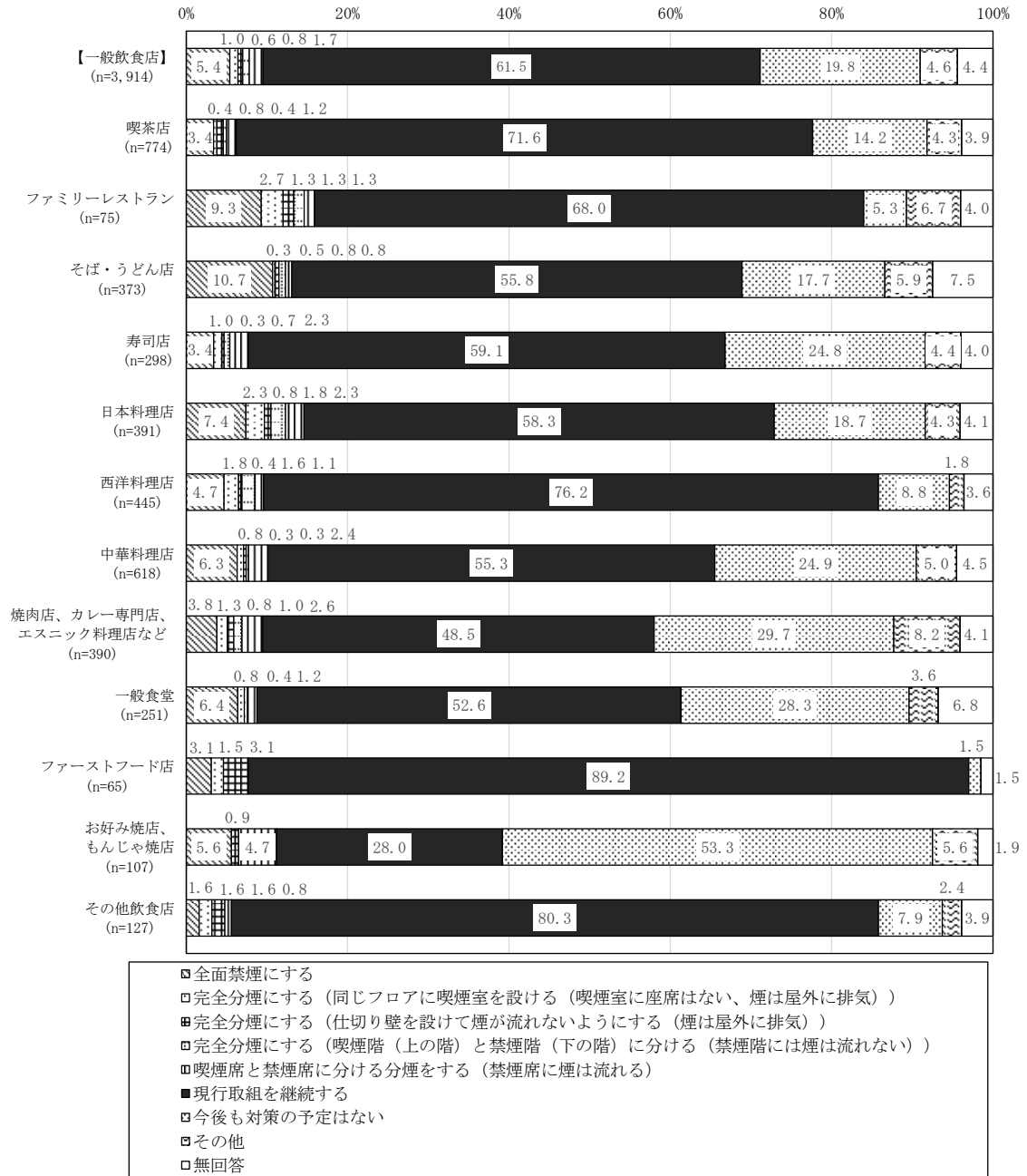


図 14-2 今後の受動喫煙防止対策予定 (n=3,914)



② 全面禁煙をしている飲食店の今後の予定

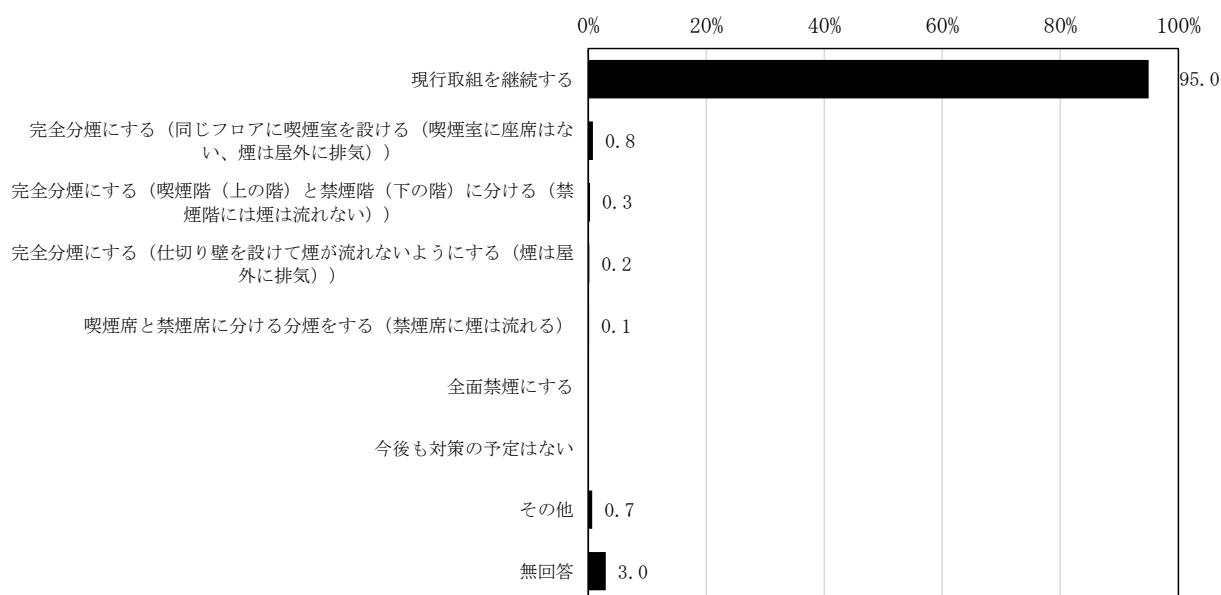
[問 11-1 で「1 店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店]

概ね「現行取組を継続する」と回答している。

表 14-1 全面禁煙の飲食店の今後の予定 (n=1,749)

	件数	構成比
現行取組を継続する	1,661	95.0%
完全分煙にする（同じフロアに喫煙室を設ける（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気））	14	0.8%
完全分煙にする（喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分ける（禁煙階には煙は流れない））	5	0.3%
完全分煙にする（仕切り壁を設けて煙が流れないようにする（煙は屋外に排気））	3	0.2%
喫煙席と禁煙席に分ける分煙をする（禁煙席に煙は流れる）	2	0.1%
全面禁煙にする	-	-
今後も対策の予定はない	-	-
その他	12	0.7%
無回答	52	3.0%
合計	1,749	100.0%

図 14-3 全面禁煙の飲食店の今後の予定 (n=1,749)



### ③ 完全分煙をしている飲食店の今後の予定

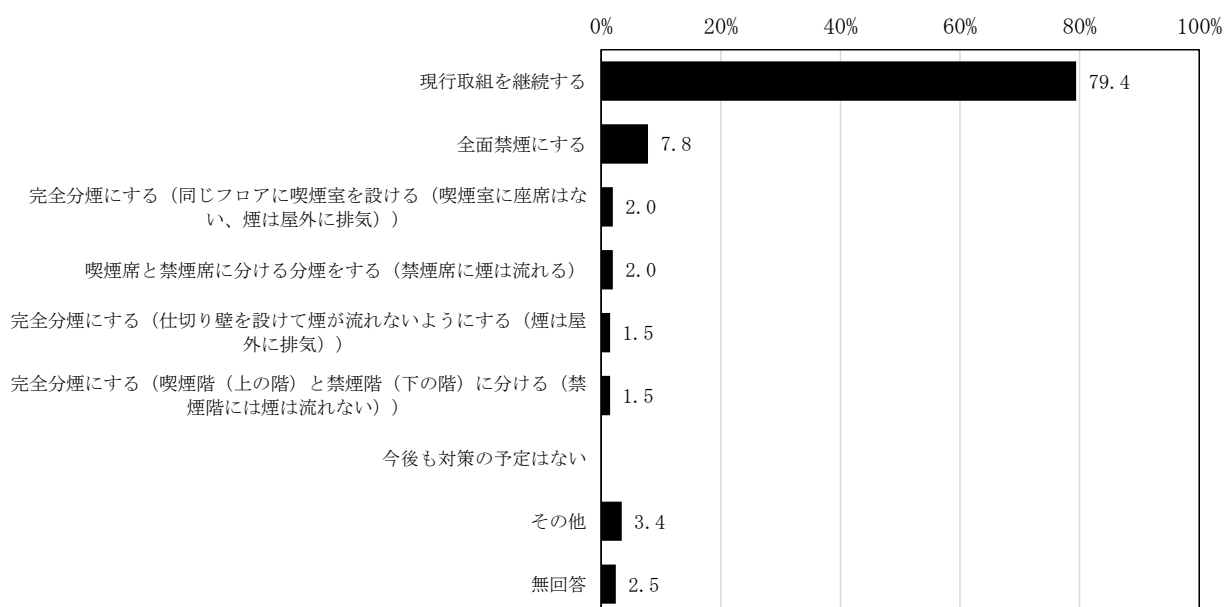
[問 11-3 で「1 同じフロアに喫煙室を設けている（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気）」、「2 仕切り壁を設けて煙が流れないようにしている（煙は屋外に排気）」または「3 喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分けている（禁煙階には煙は流れない）」と回答した飲食店]

「現行取組を継続する」とする店は79.4%と高水準。具体的な予定を挙げている店舗では「全面禁煙にする」が7.8ポイントと多くなっている。

表 14-2 完全分煙の飲食店の今後の予定 (n=204)

	件数	構成比
現行取組を継続する	162	79.4%
全面禁煙にする	16	7.8%
完全分煙にする（同じフロアに喫煙室を設ける（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気））	4	2.0%
喫煙席と禁煙席に分ける分煙をする（禁煙席に煙は流れる）	4	2.0%
完全分煙にする（仕切り壁を設けて煙が流れないようにする（煙は屋外に排気））	3	1.5%
完全分煙にする（喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分ける（禁煙階には煙は流れない））	3	1.5%
今後も対策の予定はない	-	-
その他	7	3.4%
無回答	5	2.5%
合計	204	100.0%

図 14-4 完全分煙の飲食店の今後の予定 (n=204)



④ 喫煙席と禁煙席を分ける分煙をしている飲食店の今後の予定

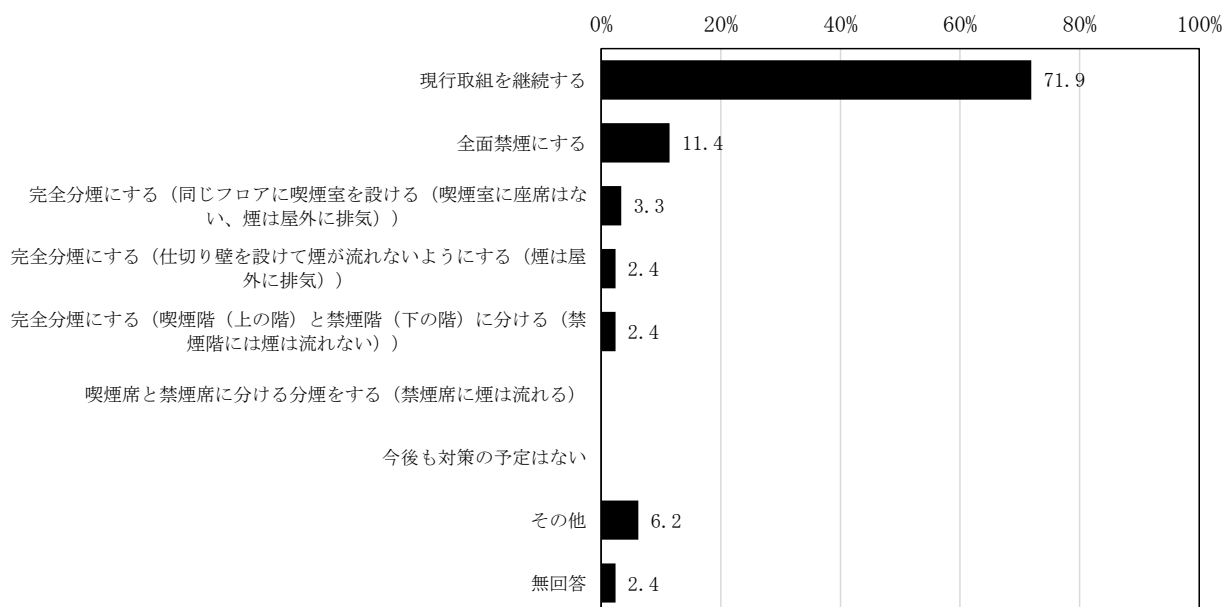
[問 11-3 で「4 喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を行っている」と回答した飲食店]

「現行取組を継続する」とする店が71.9%と大半だが、全面禁煙に轉換しようとしている店舗も11.4%と約1割みられる。

表 14-3 席を分ける分煙の飲食店の今後の予定 (n=210)

	件数	構成比
現行取組を継続する	151	71.9%
全面禁煙にする	24	11.4%
完全分煙にする（同じフロアに喫煙室を設ける（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気））	7	3.3%
完全分煙にする（仕切り壁を設けて煙が流れないようにする（煙は屋外に排気））	5	2.4%
完全分煙にする（喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分ける（禁煙階には煙は流れない））	5	2.4%
喫煙席と禁煙席に分ける分煙をする（禁煙席に煙は流れる）	-	-
今後も対策の予定はない	-	-
その他	13	6.2%
無回答	5	2.4%
合計	210	100.0%

図 14-5 席を分ける分煙の飲食店の今後の予定 (n=210)



⑤ 時間分煙をしている飲食店の今後の予定

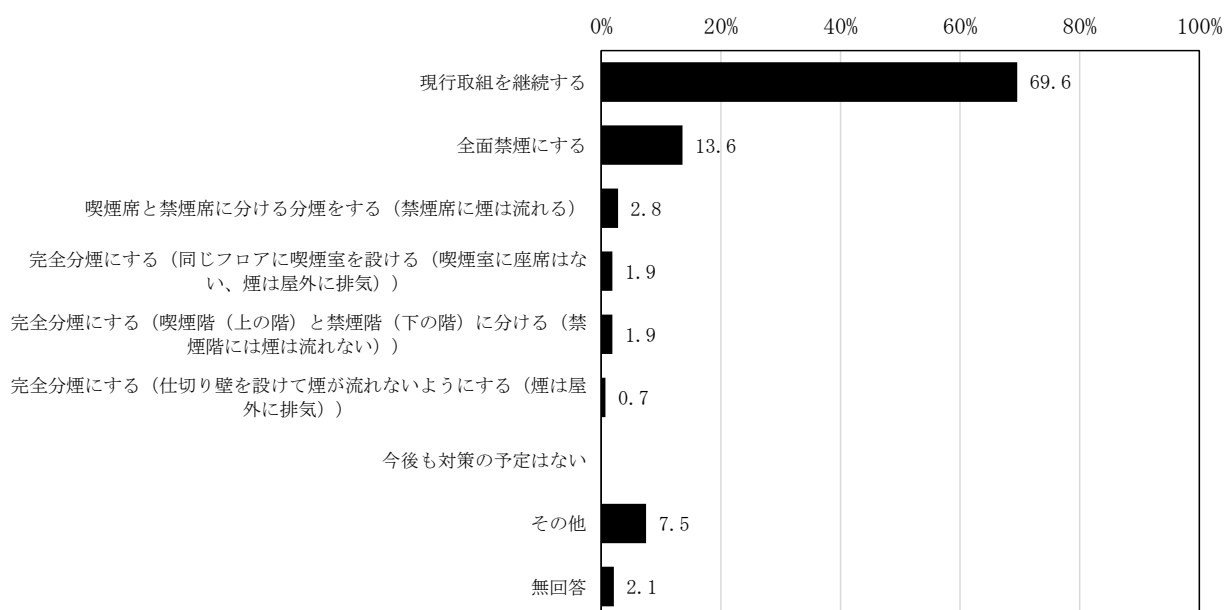
[問 11-2 で2空間分煙と時間分煙を両方している]または「3 時間分煙のみをしている」と回答した飲食店]

「現行取組を継続する」とする店が69.6%と大半だが、全面禁煙に転換しようとしている店舗も13.6%と1割強みられる。

表 14-4 時間分煙の飲食店の今後の予定 (n=427)

	件数	構成比
現行取組を継続する	297	69.6%
全面禁煙にする	58	13.6%
喫煙席と禁煙席に分ける分煙をする（禁煙席に煙は流れる）	12	2.8%
完全分煙にする（同じフロアに喫煙室を設ける（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気））	8	1.9%
完全分煙にする（喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分ける（禁煙階には煙は流れない））	8	1.9%
完全分煙にする（仕切り壁を設けて煙が流れないようにする（煙は屋外に排気））	3	0.7%
今後も対策の予定はない	-	-
その他	32	7.5%
無回答	9	2.1%
合計	427	100.0%

図 14-6 時間分煙の飲食店の今後の予定 (n=427)



⑥ 対策をしていない飲食店の今後の予定

[問11-1で「3 禁煙や分煙の対策はしていない」と回答した飲食店]

「今後も対策の予定はない」が55.3%と多いが、一方で全面禁煙を検討している店も9.0%となっている。業種別にみると、<そば・うどん店>では「全面禁煙」(18.4%)が高くなっている。

図 14-7 対策をしていない飲食店の今後の予定 (n=1,397)

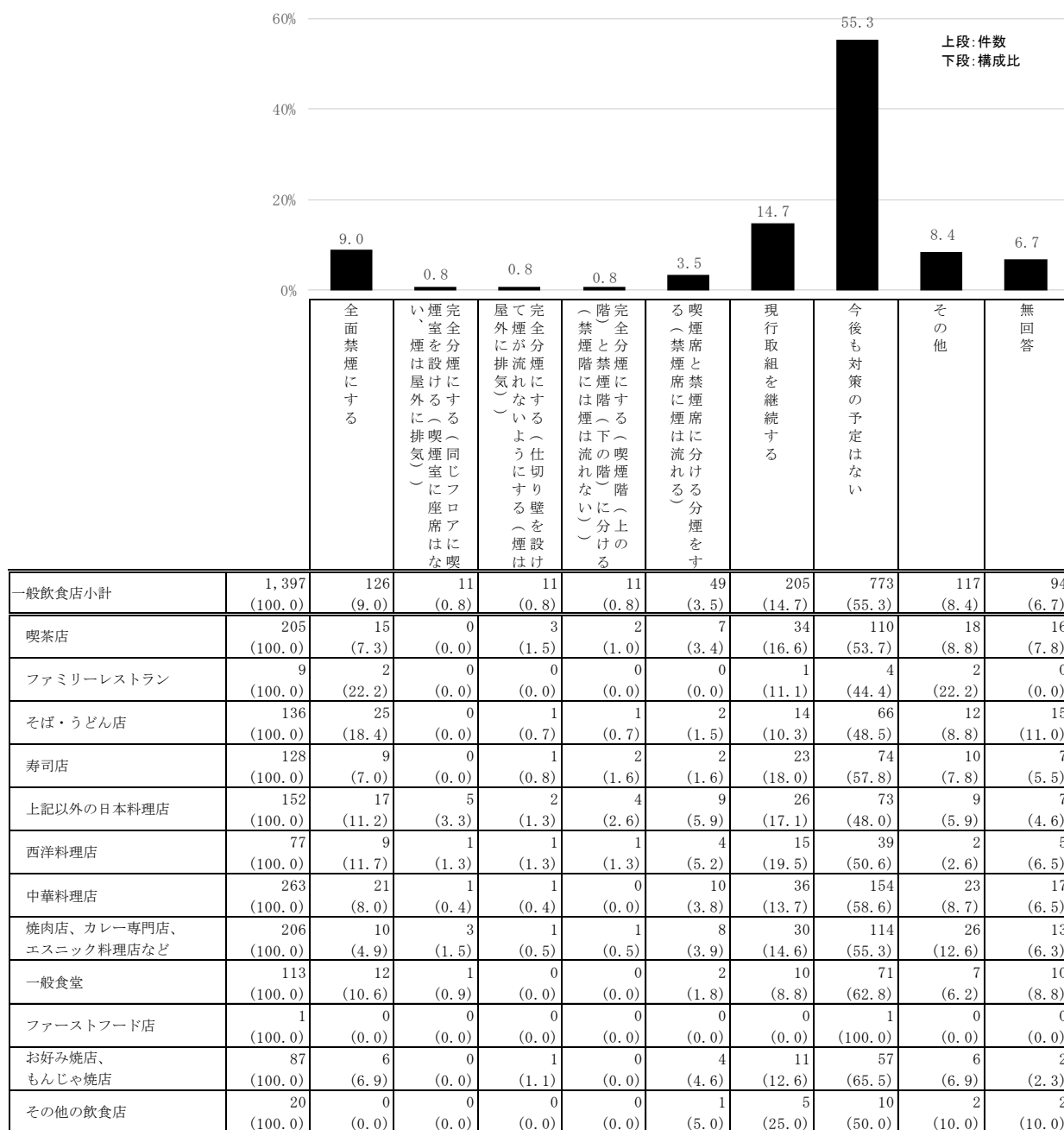
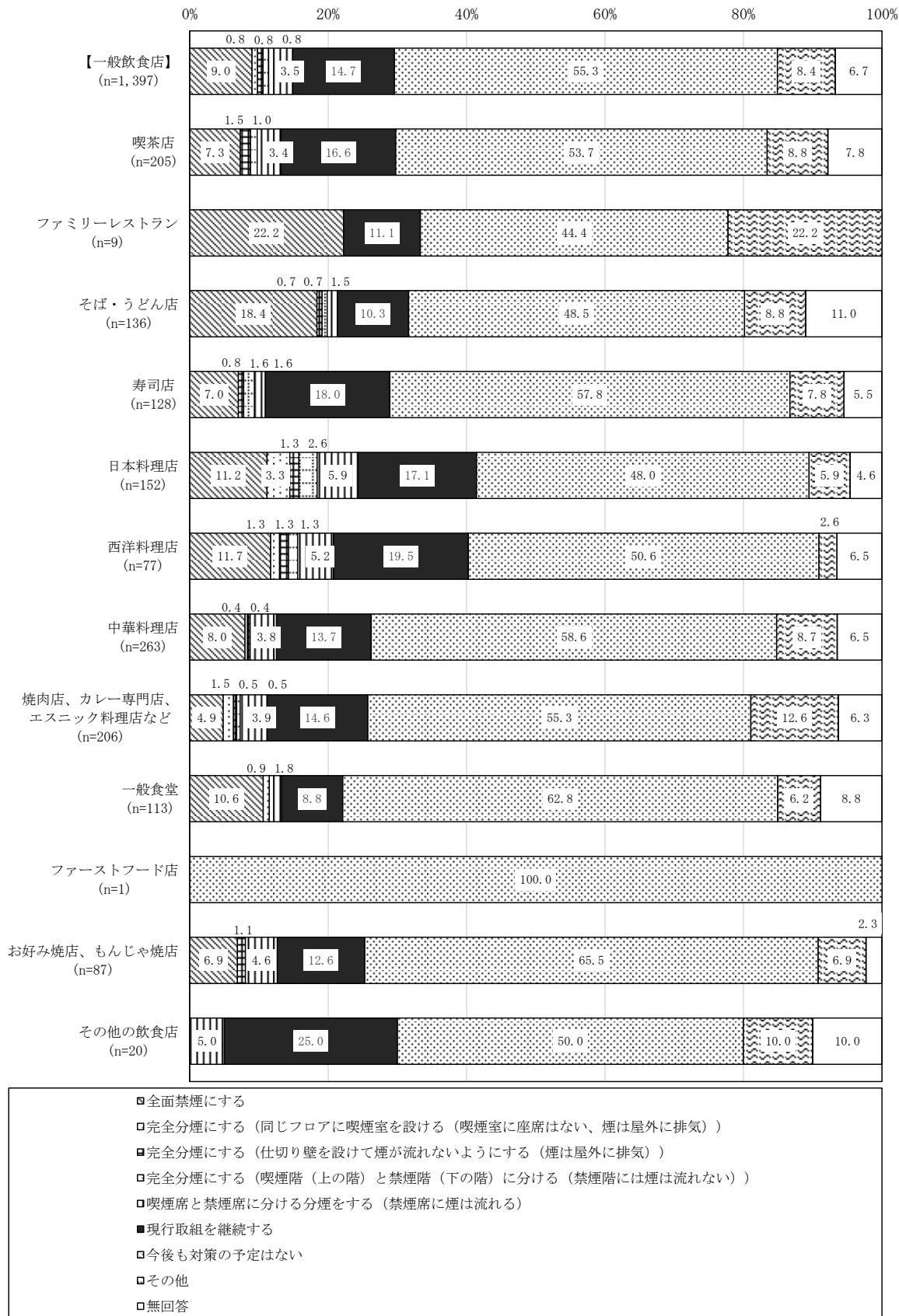


図 14-8 対策をしていない飲食店の今後の予定 (n=1,397)



#### (14) 屋外喫煙所の状況<問15>

「屋外に喫煙場所を設置」(19.7%)、「屋外に喫煙席がある(テラス席・屋上の席、等)」(7.3%)を合わせて屋外の喫煙場所がある店舗は27.0%になっている。屋外の喫煙場所が「ない」は6割を超えている。

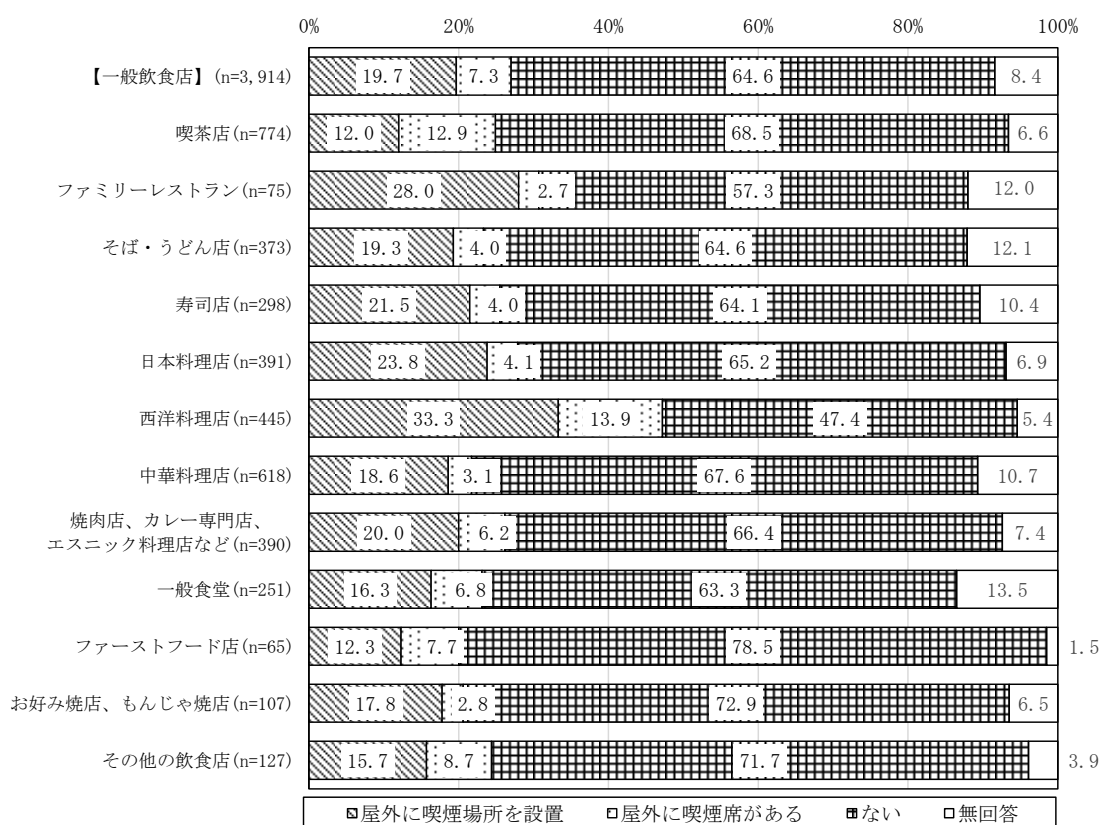
業種別にみると、<西洋料理店>では、屋外の喫煙スペースが多く設けられている。

表 15-1 屋外喫煙所の状況 (n=3,914)

上段：件数  
下段：構成比

	屋外に喫煙場所を設置	屋外に喫煙席がある	ない	無回答	合計
【一般飲食店】	772 (19.7)	286 (7.3)	2,527 (64.6)	329 (8.4)	3,914 (100.0)
喫茶店	93 (12.0)	100 (12.9)	530 (68.5)	51 (6.6)	774 (100.0)
ファミリーレストラン	21 (28.0)	2 (2.7)	43 (57.3)	9 (12.0)	75 (100.0)
そば・うどん店	72 (19.3)	15 (4.0)	241 (64.6)	45 (12.1)	373 (100.0)
寿司店	64 (21.5)	12 (4.0)	191 (64.1)	31 (10.4)	298 (100.0)
日本料理店	93 (23.8)	16 (4.1)	255 (65.2)	27 (6.9)	391 (100.0)
西洋料理店	148 (33.3)	62 (13.9)	211 (47.4)	24 (5.4)	445 (100.0)
中華料理店	115 (18.6)	19 (3.1)	418 (67.6)	66 (10.7)	618 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	78 (20.0)	24 (6.2)	259 (66.4)	29 (7.4)	390 (100.0)
一般食堂	41 (16.3)	17 (6.8)	159 (63.3)	34 (13.5)	251 (100.0)
ファーストフード店	8 (12.3)	5 (7.7)	51 (78.5)	1 (1.5)	65 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	19 (17.8)	3 (2.8)	78 (72.9)	7 (6.5)	107 (100.0)
その他の飲食店	20 (15.7)	11 (8.7)	91 (71.7)	5 (3.9)	127 (100.0)

図 15-1 屋外喫煙所の状況 (n=3,914)



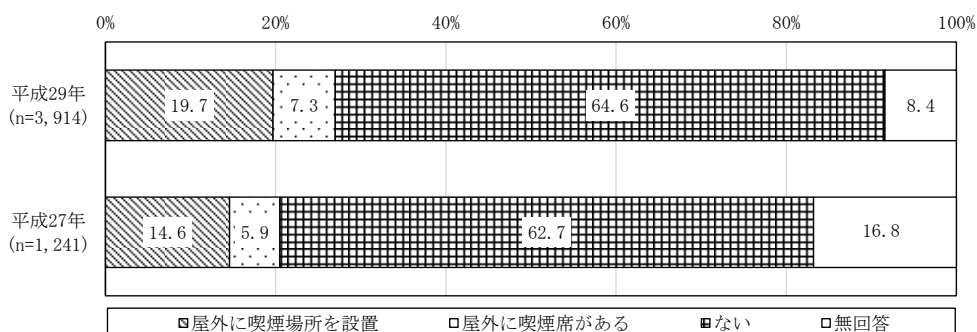
《経年比較》

平成27年に比べて「屋外に喫煙場所を設置」が5.1ポイント高くなっている。

表 15-2 屋外喫煙所の状況 (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
屋外に喫煙場所を設置	772	19.7%	181	14.6%
屋外に喫煙席がある	286	7.3%	73	5.9%
ない	2,527	64.6%	778	62.7%
無回答	329	8.4%	209	16.8%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

図 15-2 屋外喫煙所の状況 (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)



## 4 禁煙・分煙の取組の表示

### (1) 表示状況<問 16>

#### ◆禁煙や分煙の対策を行っている飲食店の表示状況

[問 11-1 で「1 店内は全面禁煙にしている」または「2 店内は分煙にしている」と回答した飲食店]

禁煙・分煙対策の対策を行っている飲食店の取組の表示状況を見ると、「表示している」が46.3%で、「表示していない」(52.9%)を下回っている。

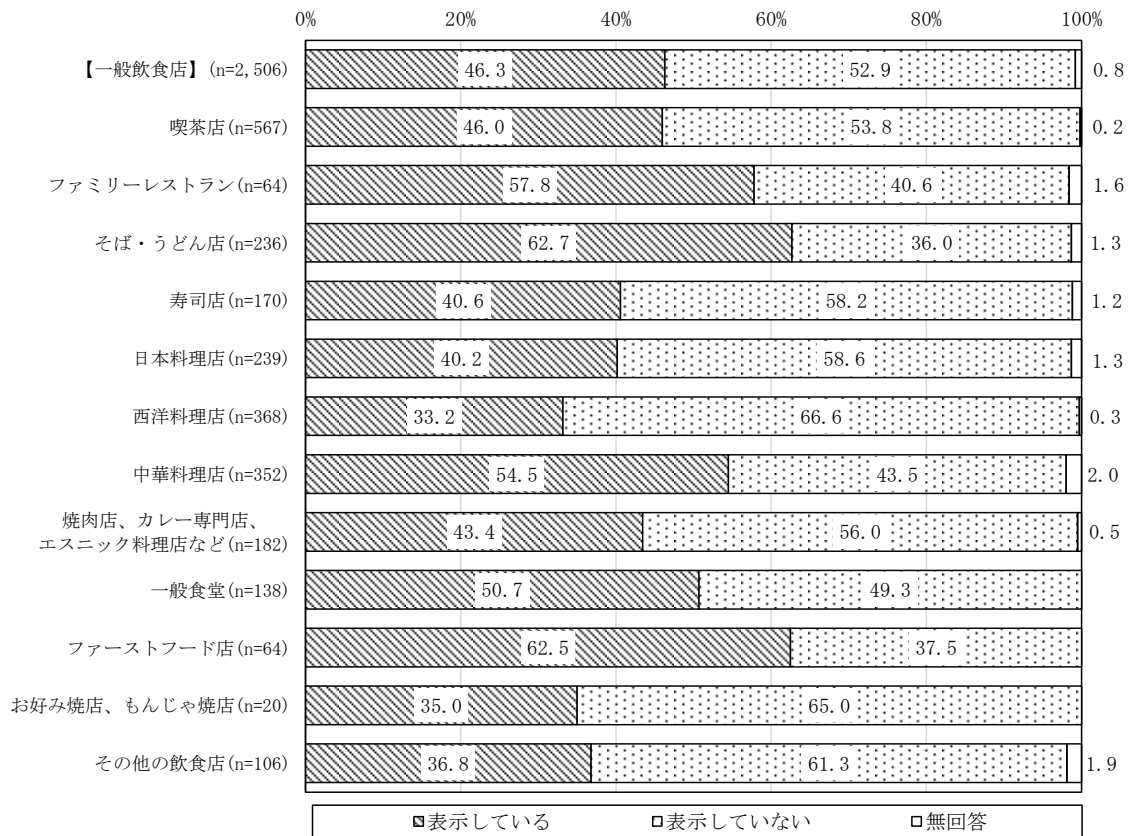
「表示している」が高いのは、<そば・うどん店>(62.7%)と<ファーストフード店>(62.5%)がほぼ同率となったほか、<ファミリーレストラン>(57.8%)<中華料理店>(54.5%)<一般食堂>(50.7%)などで5割以上となっている。

表 16-1-1 表示状況 (n=2,506)

上段：件数  
下段：構成比

	表示している	表示していない	無回答	合計
【一般飲食店】	1,160 (46.3)	1,325 (52.9)	21 (0.8)	2,506 (100.0)
喫茶店	261 (46.0)	305 (53.8)	1 (0.2)	567 (100.0)
ファミリーレストラン	37 (57.8)	26 (40.6)	1 (1.6)	64 (100.0)
そば・うどん店	148 (62.7)	85 (36.0)	3 (1.3)	236 (100.0)
寿司店	69 (40.6)	99 (58.2)	2 (1.2)	170 (100.0)
日本料理店	96 (40.2)	140 (58.6)	3 (1.3)	239 (100.0)
西洋料理店	122 (33.2)	245 (66.6)	1 (0.3)	368 (100.0)
中華料理店	192 (54.5)	153 (43.5)	7 (2.0)	352 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	79 (43.4)	102 (56.0)	1 (0.5)	182 (100.0)
一般食堂	70 (50.7)	68 (49.3)	-	138 (100.0)
ファーストフード店	40 (62.5)	24 (37.5)	-	64 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	7 (35.0)	13 (65.0)	-	20 (100.0)
その他の飲食店	39 (36.8)	65 (61.3)	2 (1.9)	106 (100.0)

図 16-1-1 表示状況 (n=2,506)



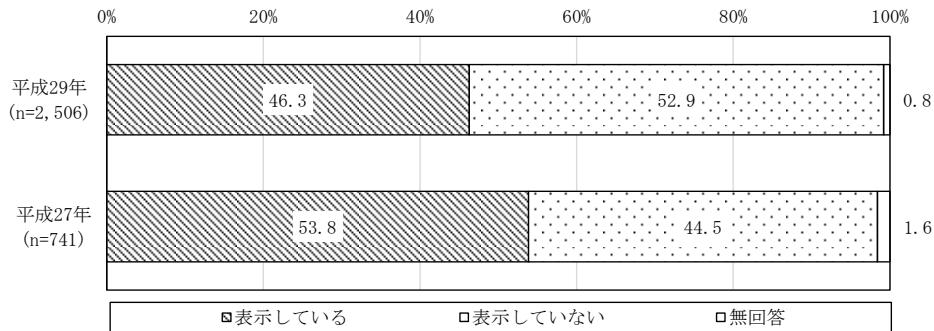
《経年比較》

平成27年と比較して、「表示している」が7.5ポイント低くなっている。

表 16-1-2 表示状況 (平成29年 : n=2,506、平成27年 : n=741)

平成29年			<参考>	
	件数	構成比	平成27年	構成比
表示している	1,160	46.3%	399	53.8%
表示していない	1,325	52.9%	330	44.5%
無回答	21	0.8%	12	1.6%
合計	2,506	100.0%	741	100.0%

図 16-1-2 表示状況 (平成29年 : n=2,506、平成27年 : n=741)



◆禁煙や分煙の対策を行っていない飲食店の表示状況

[問11-1で「3 禁煙や分煙の対策はしていない」と回答した飲食店]

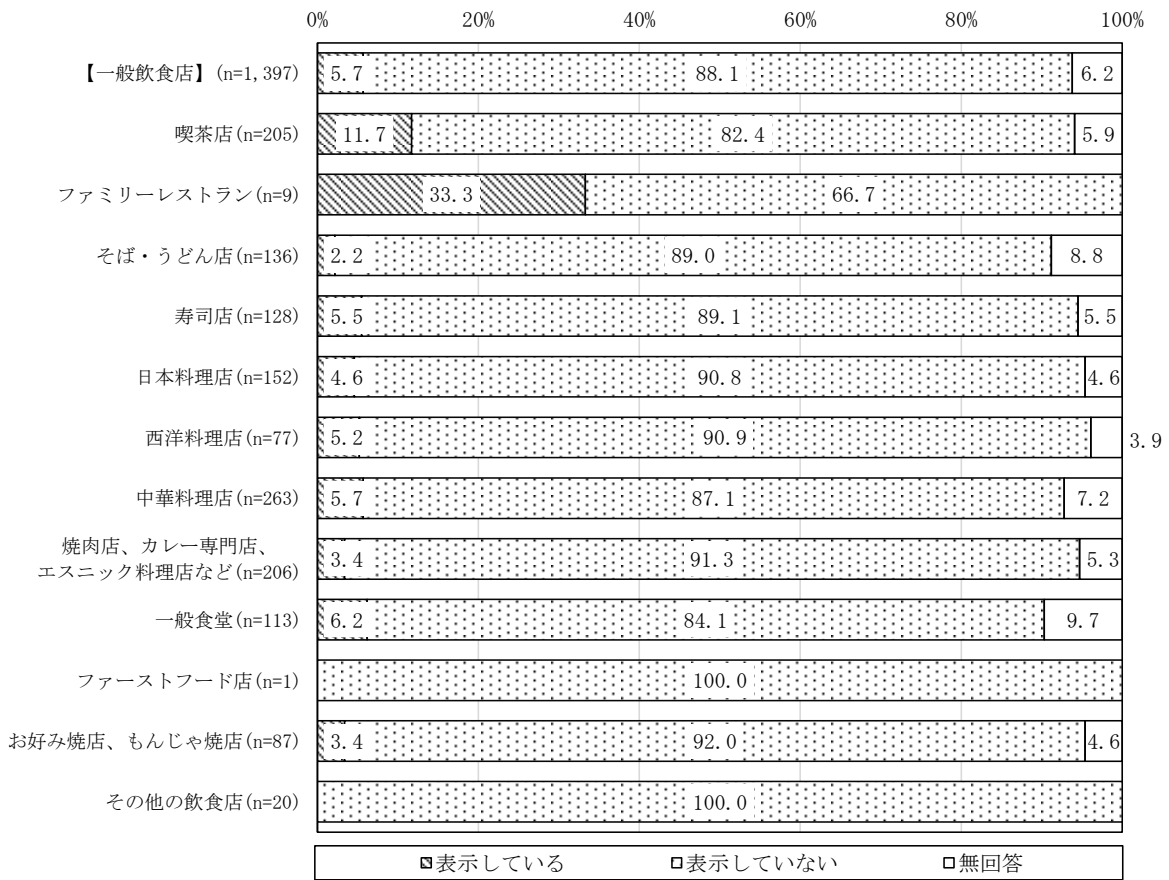
禁煙・分煙対策の対策を行っていない飲食店の取組の表示状況をみると、「表示している」が5.7%で、「表示していない」(88.1%)を大きく下回っている。

表 16-2-1 表示状況 (n=1,397)

上段：件数  
下段：構成比

	表示している	表示していない	無回答	合計
【一般飲食店】	80 (5.7)	1,231 (88.1)	86 (6.2)	1,397 (100.0)
喫茶店	24 (11.7)	169 (82.4)	12 (5.9)	205 (100.0)
ファミリーレストラン	3 (33.3)	6 (66.7)	-	9 (100.0)
そば・うどん店	3 (2.2)	121 (89.0)	12 (8.8)	136 (100.0)
寿司店	7 (5.5)	114 (89.1)	7 (5.5)	128 (100.0)
日本料理店	7 (4.6)	138 (90.8)	7 (4.6)	152 (100.0)
西洋料理店	4 (5.2)	70 (90.9)	3 (3.9)	77 (100.0)
中華料理店	15 (5.7)	229 (87.1)	19 (7.2)	263 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	7 (3.4)	188 (91.3)	11 (5.3)	206 (100.0)
一般食堂	7 (6.2)	95 (84.1)	11 (9.7)	113 (100.0)
ファーストフード店	-	1 (100.0)	-	1 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	3 (3.4)	80 (92.0)	4 (4.6)	87 (100.0)
その他の飲食店	-	20 (100.0)	-	20 (100.0)

図 16-2-1 表示状況 (n=1,397)



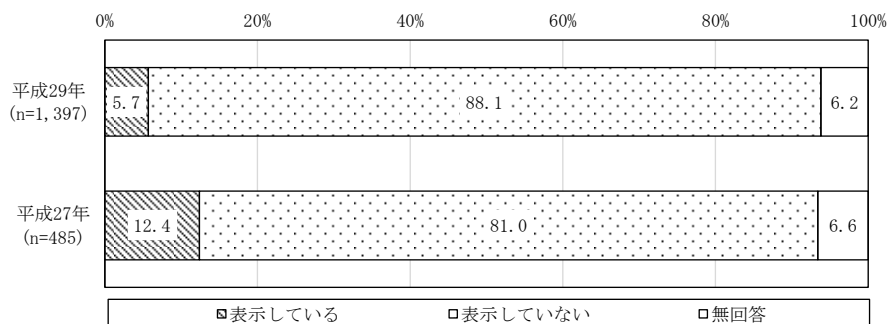
《経年比較》

平成27年と比較して、「表示している」が6.7ポイント低くなっている。

表 16-2-2 表示状況 (平成29年 : n=1,397、平成27年 : n=485)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
表示している	80	5.7%	60	12.4%
表示していない	1,231	88.1%	393	81.0%
無回答	86	6.2%	32	6.6%
合計	1,397	100.0%	485	100.0%

図 16-2-2 表示状況 (平成29年 : n=1,397、平成27年 : n=485)



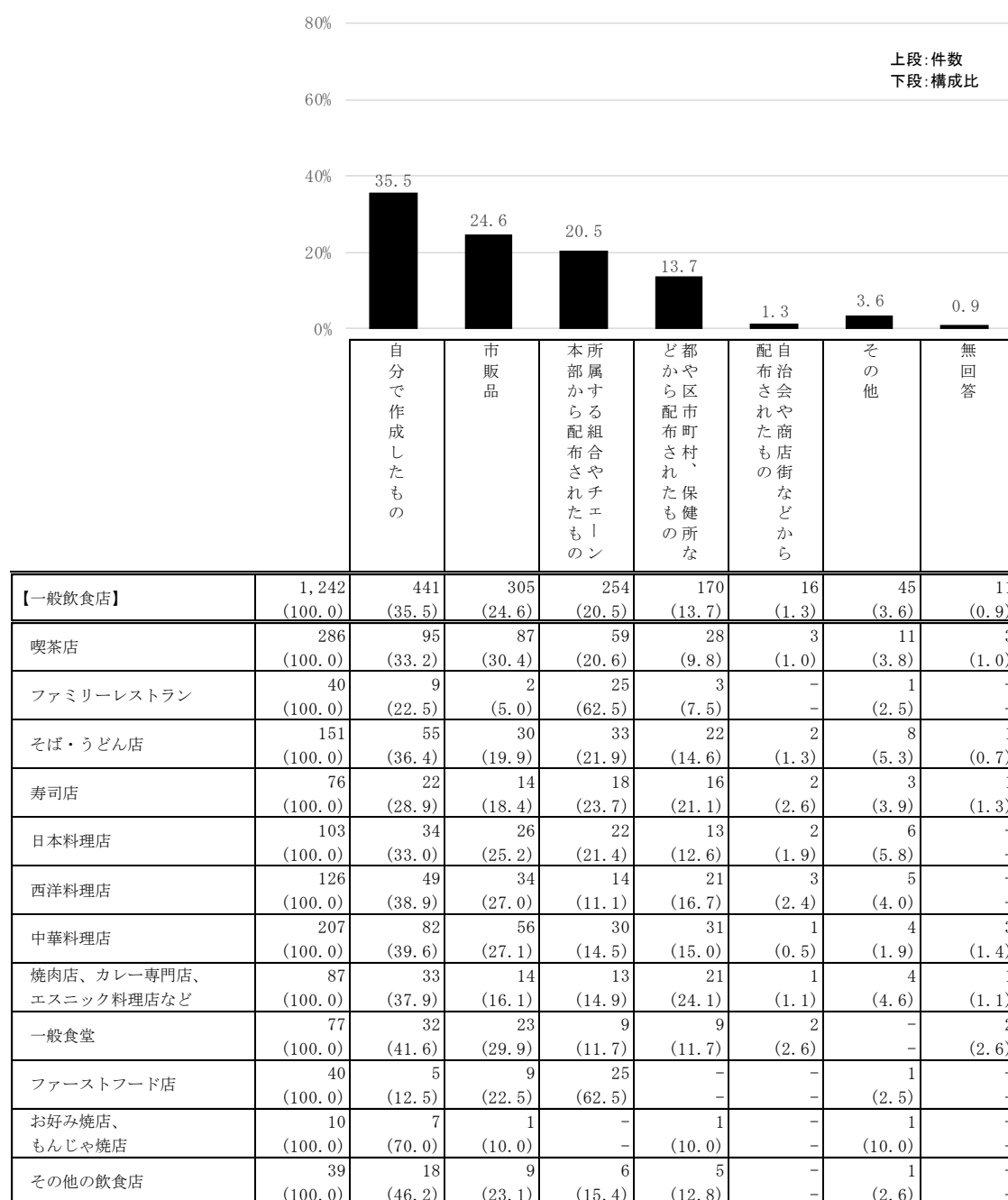
## (2) 表示物の入手経路<問 17-1>

[問 16 で「1 表示している」と回答した飲食店]

表示物の入手経路としては、「自分で作成したもの」が35.5%で最も多く、「市販品」が24.6%、「所属する組合やチェーン本部から配布されたもの」が20.5%と続く。

業種別にみると、「所属する組合やチェーン本部から配布されたもの」は<ファミリーレストラン><ファーストフード店>（各62.5%）で高い。また<焼肉店、カレー専門店、エスニック料理店など>では「都や区市町村、保健所などから配布されたもの」（24.1%）が高い。

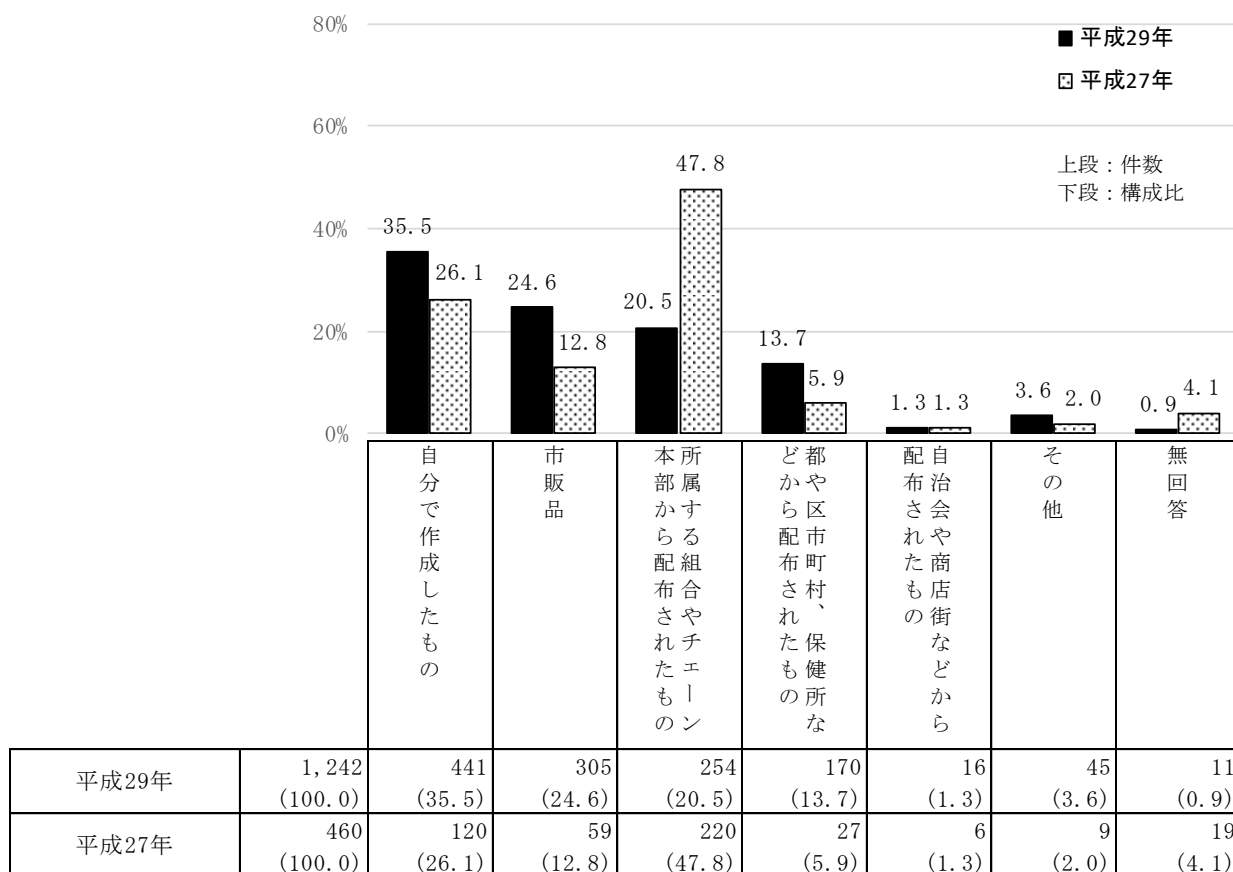
図 17-1-1 表示物の入手経路 (n=1,242)



## 《経年比較》

平成27年に比べて「自分で作成したもの」「市販品」が高くなり（それぞれ9.4ポイント、11.8ポイント）、一方、「所属する組合やチェーン本部から配布されたもの」が27.3ポイント低くなっている。

図 17-1-2 表示物の入手経路（平成29年：n=1,242、平成27年：n=460）



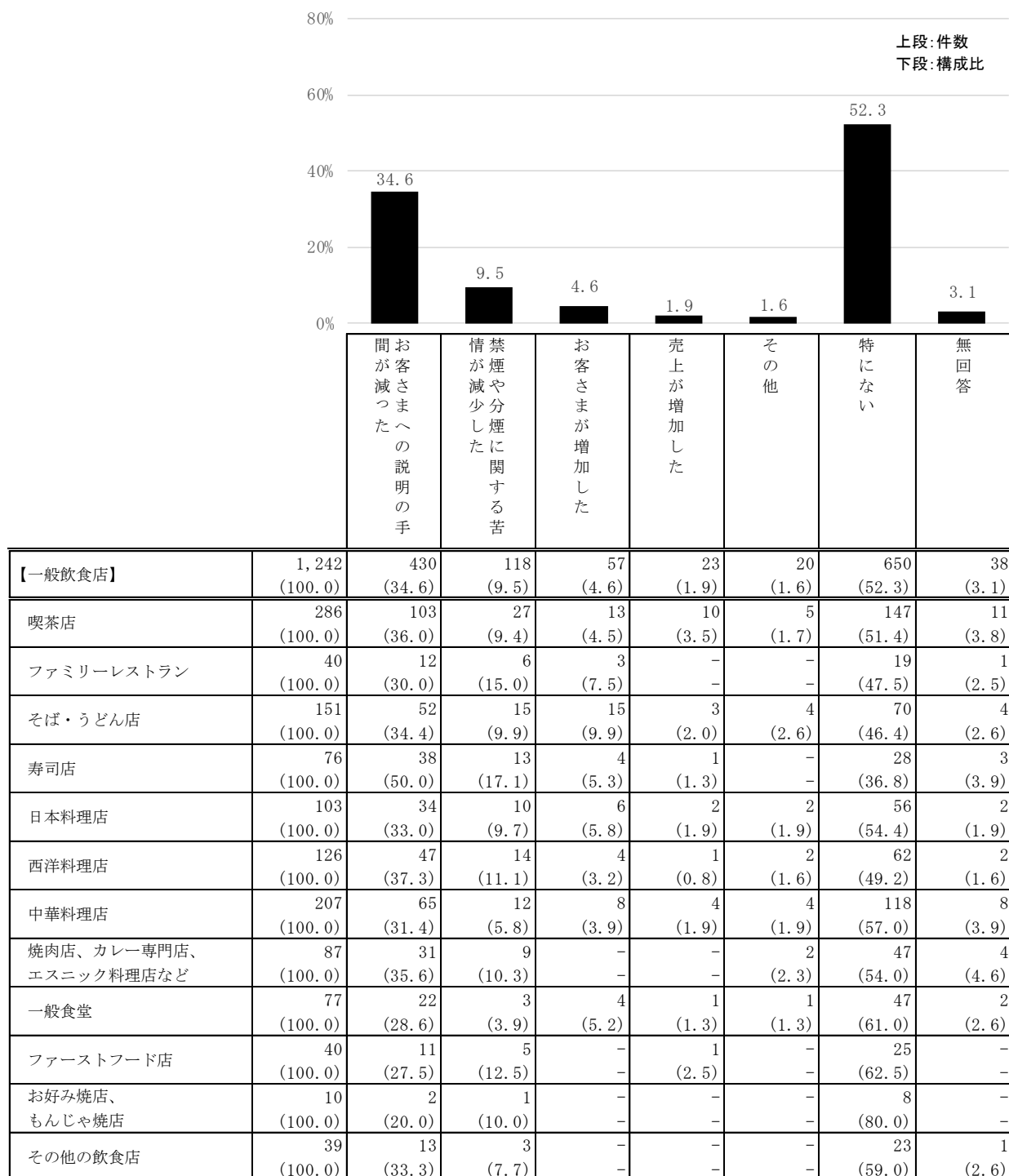
### (3) 表示によるメリット<問17-2>

[問16で「1表示している」と回答した飲食店]

「お客さまへの説明の手間が減った」が34.6%と多い。ただし、「特にない」が52.3%で半数を超えている。

業種別にみると、<寿司店>では「お客さまへの説明の手間が減った」(50.0%)が高い。

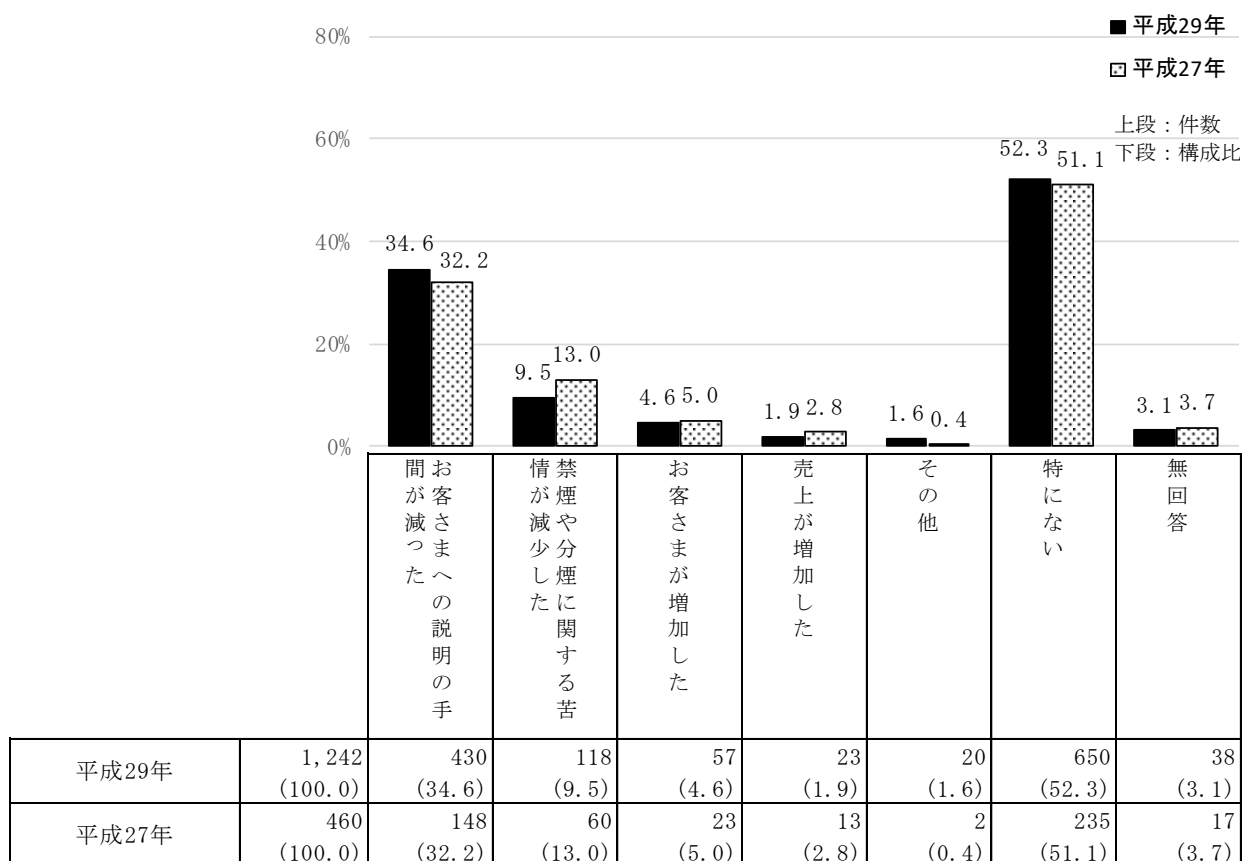
図 17-2-1 表示によるメリット (n=1,242 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて、「お客さまへの説明の手間が減った」が2.4ポイント高くなっており、「禁煙や分煙に関する苦情が減少した」は3.5ポイント低くなっている。

図 17-2-2 表示によるメリット（平成29年：n=1,242、平成27年：n=460 複数回答）



#### (4) 表示場所<問 17-3>

[問 16 で「1 表示している」と回答した飲食店]

表示の場所としては、「店頭のみに表示している」が34.9%、「店内のみ（壁・座席・メニューなど）に表示している」が31.2%、「店頭と店内に表示している」が30.4%の順になっている。

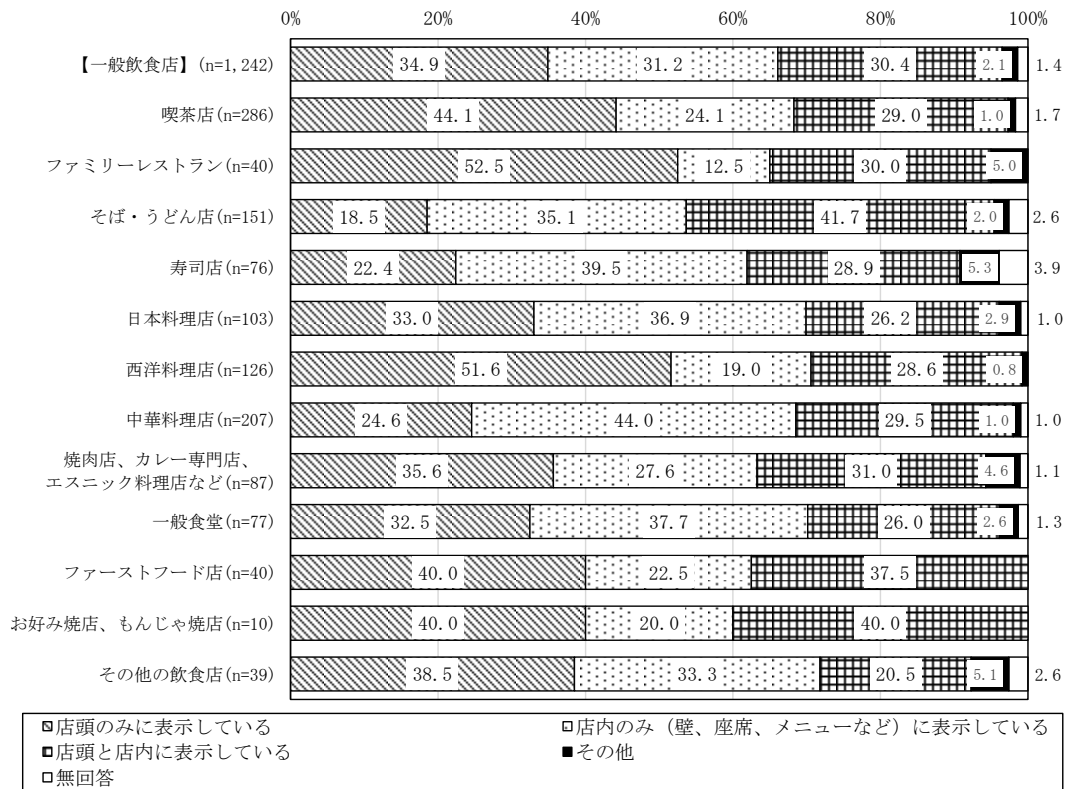
業種別にみると、「店頭にのみ表示している」は<ファミリーレストラン>（52.5%）や<西洋料理店>（51.6%）で高く、「店内にのみ表示している」は<中華料理店>（44.0%）や<寿司店>（39.5%）で高い。「店頭と店内に表示している」は<そば・うどん店>（41.7%）や<ファーストフード店>（37.5%）などで高くなっている。

表 17-3-1 表示場所 (n=1,242)

上段：件数  
下段：構成比

	店頭のみに表示している	店内のみ（壁、座席、メニューなど）に表示している	店頭と店内に表示している	その他	無回答	合計
【一般飲食店】	433 (34.9)	387 (31.2)	378 (30.4)	26 (2.1)	18 (1.4)	1,242 (100.0)
喫茶店	126 (44.1)	69 (24.1)	83 (29.0)	3 (1.0)	5 (1.7)	286 (100.0)
ファミリーレストラン	21 (52.5)	5 (12.5)	12 (30.0)	2 (5.0)	-	40 (100.0)
そば・うどん店	28 (18.5)	53 (35.1)	63 (41.7)	3 (2.0)	4 (2.6)	151 (100.0)
寿司店	17 (22.4)	30 (39.5)	22 (28.9)	4 (5.3)	3 (3.9)	76 (100.0)
日本料理店	34 (33.0)	38 (36.9)	27 (26.2)	3 (2.9)	1 (1.0)	103 (100.0)
西洋料理店	65 (51.6)	24 (19.0)	36 (28.6)	1 (0.8)	-	126 (100.0)
中華料理店	51 (24.6)	91 (44.0)	61 (29.5)	2 (1.0)	2 (1.0)	207 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	31 (35.6)	24 (27.6)	27 (31.0)	4 (4.6)	1 (1.1)	87 (100.0)
一般食堂	25 (32.5)	29 (37.7)	20 (26.0)	2 (2.6)	1 (1.3)	77 (100.0)
ファーストフード店	16 (40.0)	9 (22.5)	15 (37.5)	-	-	40 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	4 (40.0)	2 (20.0)	4 (40.0)	-	-	10 (100.0)
その他の飲食店	15 (38.5)	13 (33.3)	8 (20.5)	2 (5.1)	1 (2.6)	39 (100.0)

図 17-3-1 表示場所 (n=1,242)



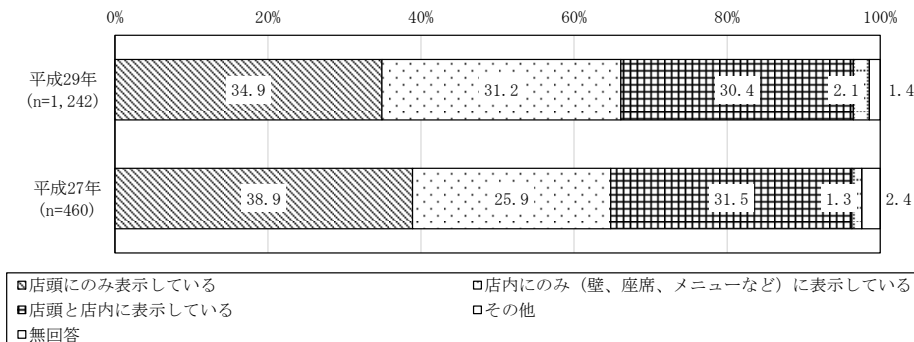
《経年比較》

平成27年に比べて、「店内にのみ（壁、座席、メニューなど）に表示している」が5.3ポイント高くなっている。

表 17-3-2 表示場所 (平成29年 : n=1,242、平成27年 : n=460)

	平成29年		平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
店頭のみに表示している	433	34.9%	179	38.9%
店内のみ（壁・座席・メニューなど）に表示している	387	31.2%	119	25.9%
店頭と店内に表示している	378	30.4%	145	31.5%
その他	26	2.1%	6	1.3%
無回答	18	1.4%	11	2.4%
合計	1,242	100.0%	460	1.0%

図 17-3-2 表示場所 (平成29年 : n=1,242、平成27年 : n=460)



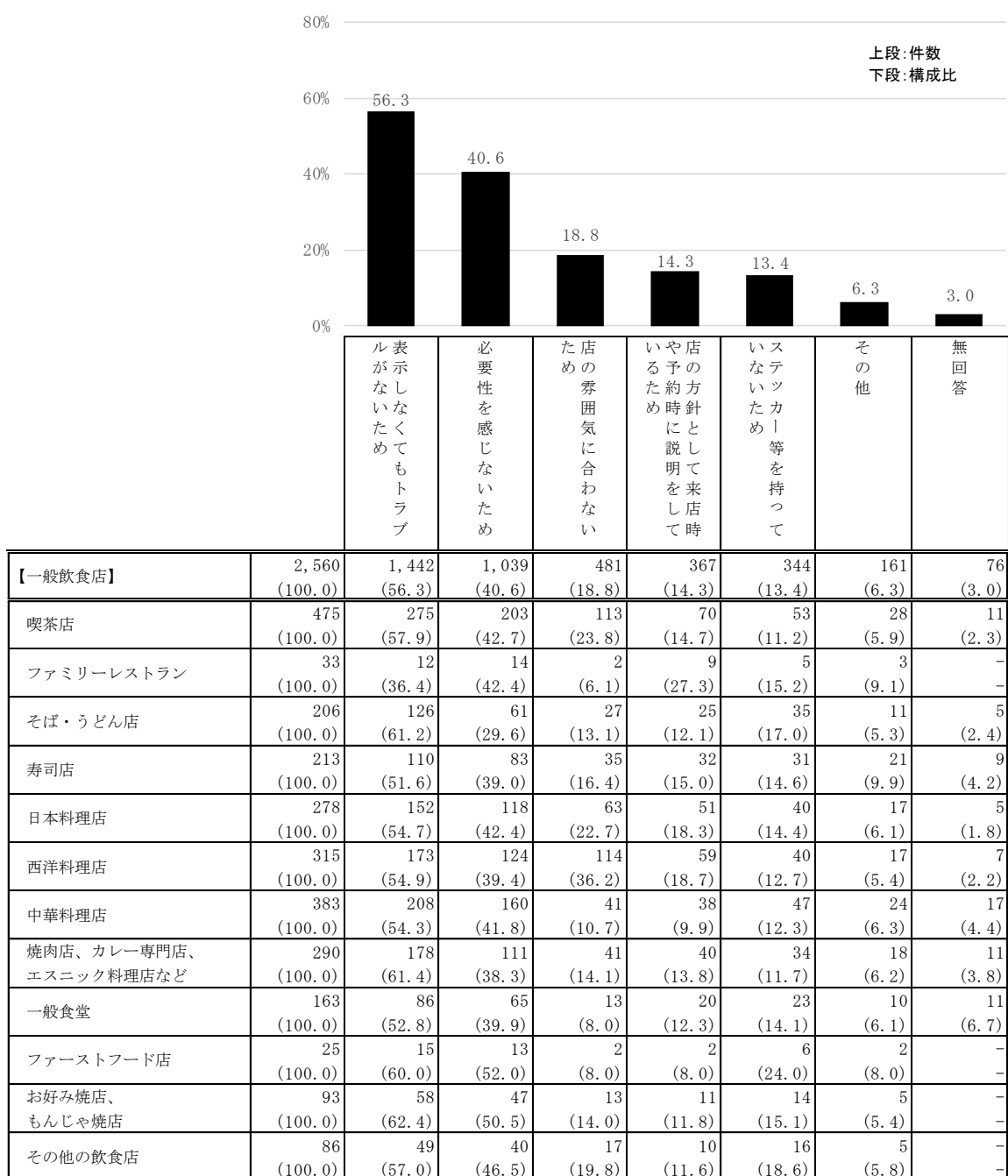
## (5) 非表示理由<問 18>

[問 16 で「2 表示していない」と回答した飲食店]

取組状況を表示していない理由としては、「表示しなくてもトラブルがないため」が56.3%と最も多く、「必要性を感じないため」が40.6%で続く。

業種別にみると、<ファミリーレストラン>では、「店の方針として来店時や予約時に説明をしているため」(27.3%) が他の業種より高くなっている。また<西洋料理店>では「店の雰囲気合わないため」(36.2%) が高い理由となっている。

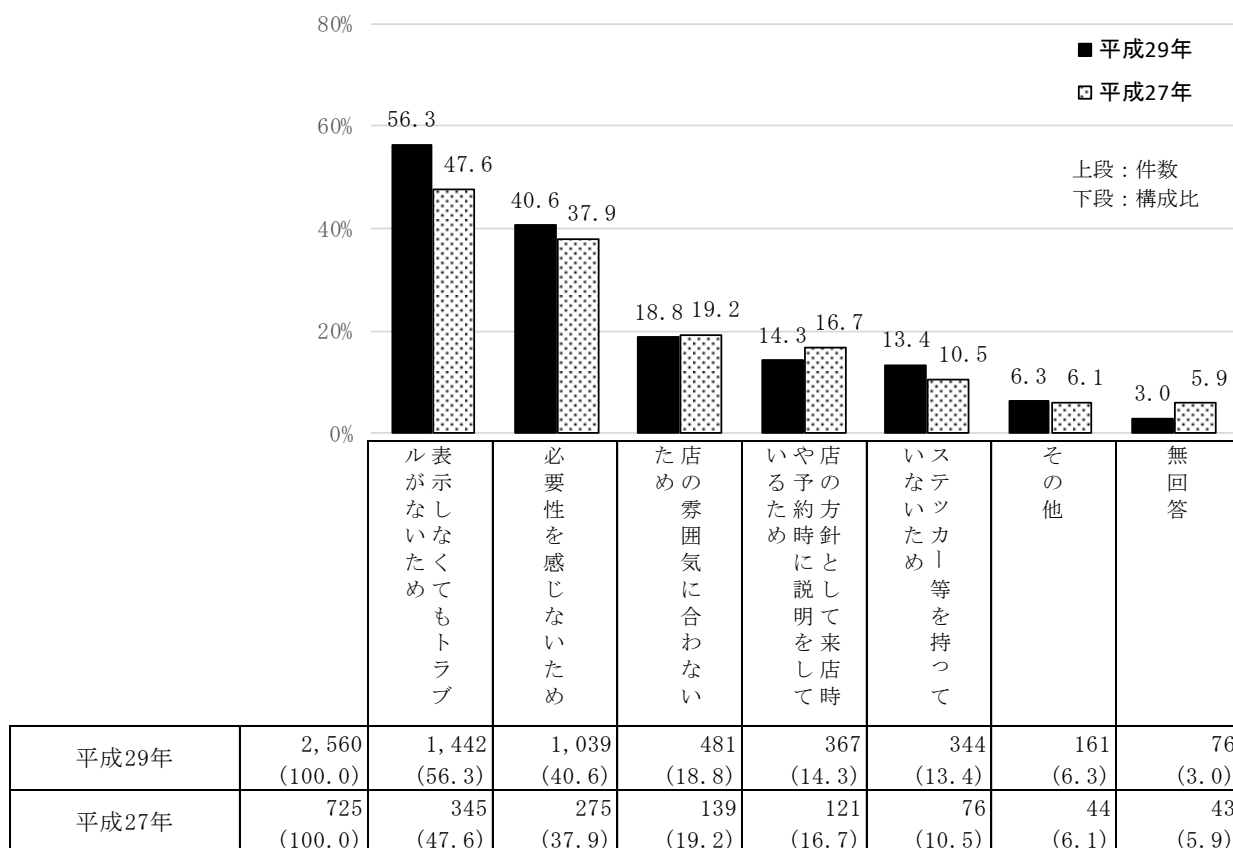
図 18-1 非表示理由 (n=2,560 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年に比べて「表示しなくてもトラブルがないため」が8.7ポイント高くなっている。

図 18-2 非表示理由（平成29年：n=2,560、平成27年：n=725 複数回答）



## 5 従業員に対する受動喫煙対策について

### (1) 経営者・管理者の喫煙習慣<問 19>

経営者・管理者は、「喫煙習慣がある」が34.7%、「喫煙習慣はない」が62.2%となっている。

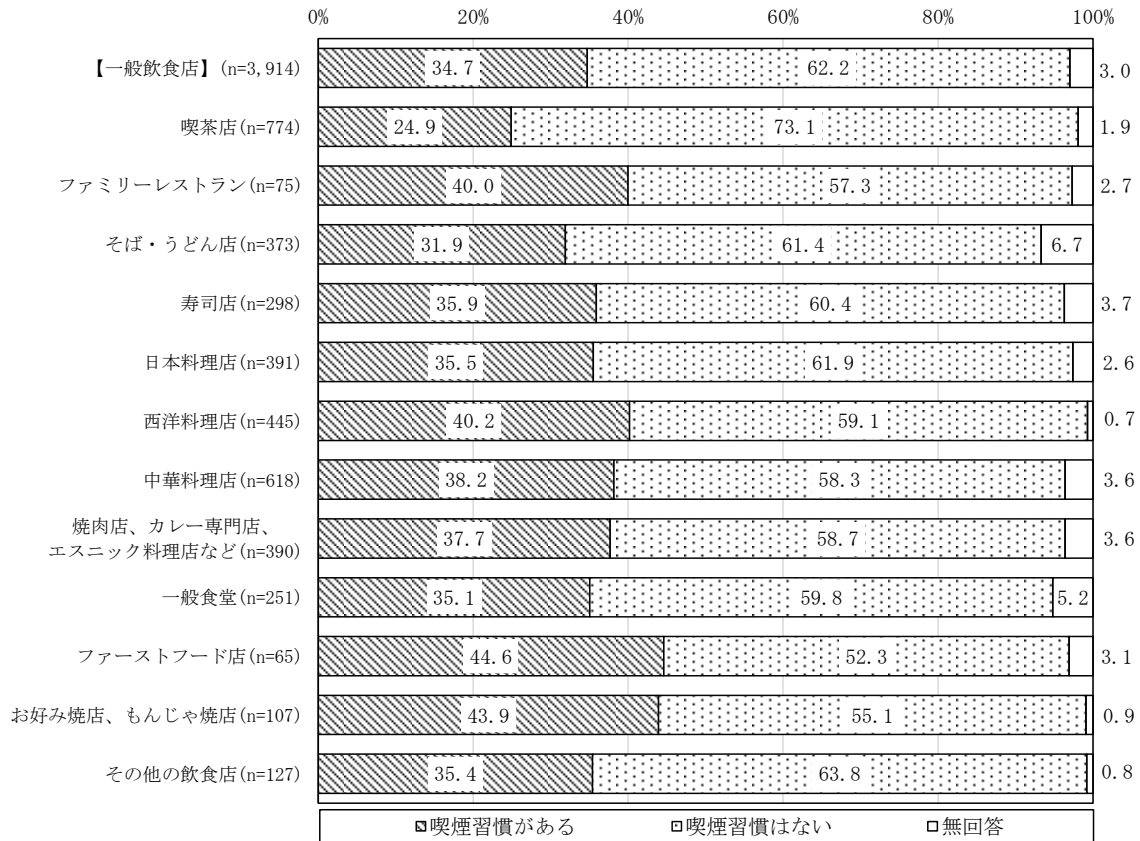
業種別にみると、「喫煙習慣がある」は<ファーストフード店> (44.6%)、<お好み焼店、もんじゃ焼店> (43.9%)、<西洋料理店> (40.2%)、<ファミリーレストラン> (40.0%) で高くなっている。

表 19-1 経営者・管理者の喫煙習慣 (n=3,914)

上段：件数  
下段：構成比

	喫煙習慣がある	喫煙習慣はない	無回答	合計
【一般飲食店】	1,359 (34.7)	2,436 (62.2)	119 (3.0)	3,914 (100.0)
喫茶店	193 (24.9)	566 (73.1)	15 (1.9)	774 (100.0)
ファミリーレストラン	30 (40.0)	43 (57.3)	2 (2.7)	75 (100.0)
そば・うどん店	119 (31.9)	229 (61.4)	25 (6.7)	373 (100.0)
寿司店	107 (35.9)	180 (60.4)	11 (3.7)	298 (100.0)
日本料理店	139 (35.5)	242 (61.9)	10 (2.6)	391 (100.0)
西洋料理店	179 (40.2)	263 (59.1)	3 (0.7)	445 (100.0)
中華料理店	236 (38.2)	360 (58.3)	22 (3.6)	618 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	147 (37.7)	229 (58.7)	14 (3.6)	390 (100.0)
一般食堂	88 (35.1)	150 (59.8)	13 (5.2)	251 (100.0)
ファーストフード店	29 (44.6)	34 (52.3)	2 (3.1)	65 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	47 (43.9)	59 (55.1)	1 (0.9)	107 (100.0)
その他の飲食店	45 (35.4)	81 (63.8)	1 (0.8)	127 (100.0)

図 19-1 経営者・管理者の喫煙習慣 (n=3,914)



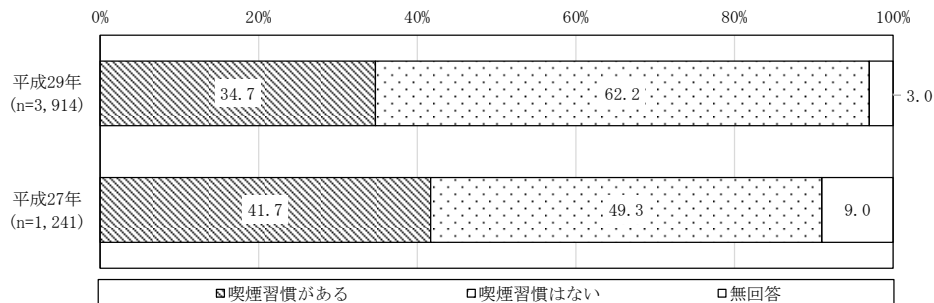
《経年比較》

経営者・管理者の喫煙習慣は、平成27年（41.7%）に比べて大幅に低下している。

表 19-2 経営者・管理者の喫煙習慣 (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
喫煙習慣がある	1,359	34.7%	517	41.7%
喫煙習慣はない	2,436	62.2%	612	49.3%
無回答	119	3.0%	112	9.0%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

図 19-2 経営者・管理者の喫煙習慣 (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)



## (2) 従業員の喫煙の有無（経営者や管理者を除く）＜問 20＞

[問 4 で「1～6」従業員がいると回答した飲食店]

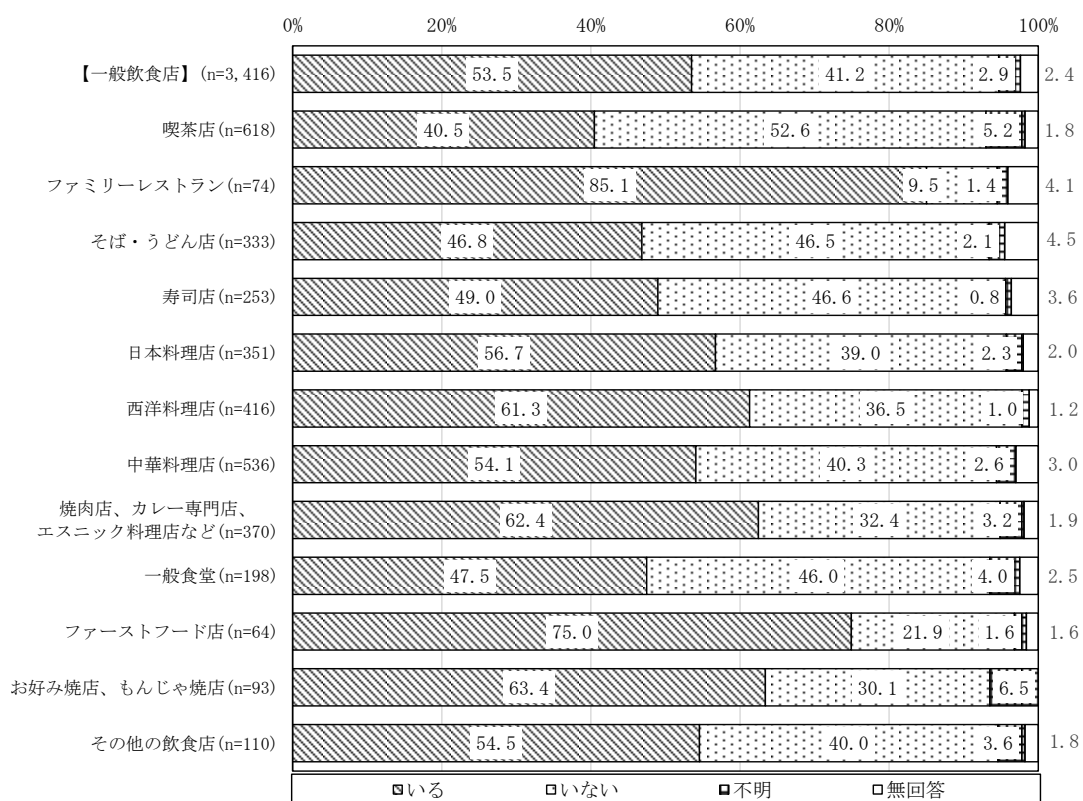
従業員に喫煙者がいるかどうかの設問では、「いる」が53.5%で、「いない」は41.2%である。業種別にみると、「いる」は＜ファミリーレストラン＞（85.1%）、＜ファーストフード店＞（75.0%）で高くなっている。

表 20-1 従業員の喫煙の有無（n=3,416）

上段：件数  
下段：構成比

	いる	いない	不明	無回答	合計
【一般飲食店】	1,829 (53.5)	1,407 (41.2)	99 (2.9)	81 (2.4)	3,416 (100.0)
喫茶店	250 (40.5)	325 (52.6)	32 (5.2)	11 (1.8)	618 (100.0)
ファミリーレストラン	63 (85.1)	7 (9.5)	1 (1.4)	3 (4.1)	74 (100.0)
そば・うどん店	156 (46.8)	155 (46.5)	7 (2.1)	15 (4.5)	333 (100.0)
寿司店	124 (49.0)	118 (46.6)	2 (0.8)	9 (3.6)	253 (100.0)
日本料理店	199 (56.7)	137 (39.0)	8 (2.3)	7 (2.0)	351 (100.0)
西洋料理店	255 (61.3)	152 (36.5)	4 (1.0)	5 (1.2)	416 (100.0)
中華料理店	290 (54.1)	216 (40.3)	14 (2.6)	16 (3.0)	536 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	231 (62.4)	120 (32.4)	12 (3.2)	7 (1.9)	370 (100.0)
一般食堂	94 (47.5)	91 (46.0)	8 (4.0)	5 (2.5)	198 (100.0)
ファーストフード店	48 (75.0)	14 (21.9)	1 (1.6)	1 (1.6)	64 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	59 (63.4)	28 (30.1)	6 (6.5)	-	93 (100.0)
その他の飲食店	60 (54.5)	44 (40.0)	4 (3.6)	2 (1.8)	110 (100.0)

図 20-1 従業員の喫煙の有無 (n=3,416)



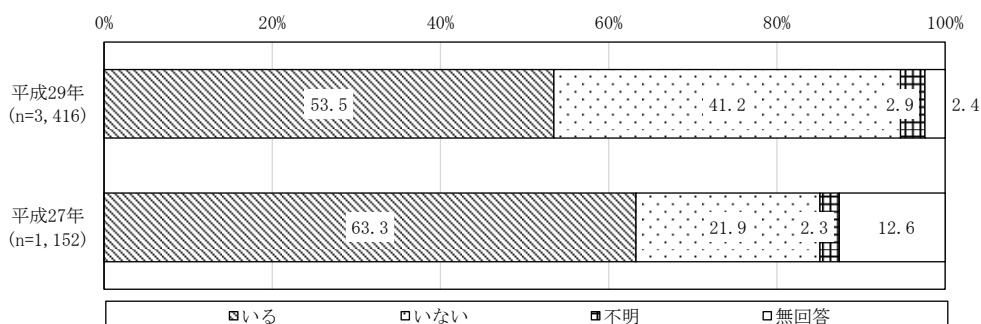
《経年比較》

従業員に喫煙者が「いる」という割合は、平成27年（63.3%）よりも9.8ポイント低くなっている。先に見た経営者の結果と同傾向である。

表 20-2 従業員の喫煙の有無 (平成29年：n=3,416、平成27年：n=1,152)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
いる	1,829	53.5%	729	63.3%
いない	1,407	41.2%	252	21.9%
不明	99	2.9%	26	2.3%
無回答	81	2.4%	145	12.6%
合計	3,416	100.0%	1,152	100.0%

図 20-2 従業員の喫煙の有無 (平成29年：n=3,416、平成27年：n=1,152)



### (3) 募集・採用時での店の禁煙・分煙・喫煙状況の説明有無<問 21>

[問4で「1~6」従業員がいると回答した飲食店]

募集・採用時点で店の禁煙・分煙・喫煙等の状況を「説明している」店は25.5%であるのに対し、「説明していない」店は60.1%となっている。

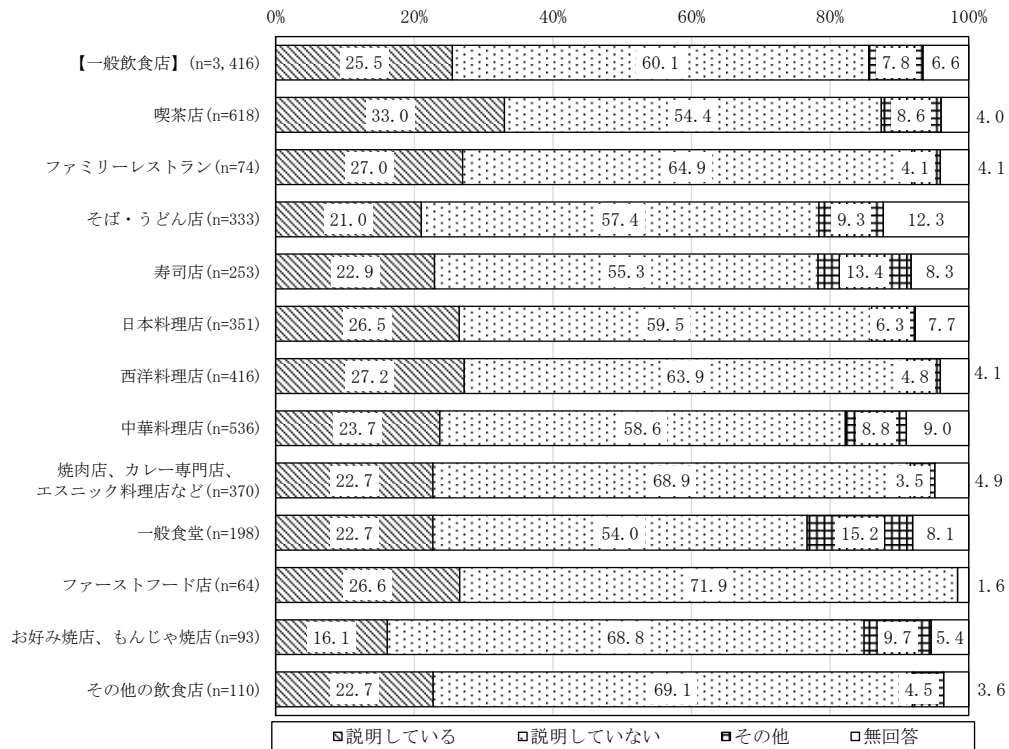
業種別にみると、「説明している」では、<喫茶店> (33.0%)、<西洋料理店> (27.2%)、<ファミリーレストラン> (27.0%)などで高くなっている。

表 21-1 募集・採用時での店の禁煙・分煙・喫煙状況の説明の有無 (n=3,416)

上段：件数  
下段：構成比

	説明している	説明していない	その他	無回答	合計
【一般飲食店】	871 (25.5)	2,052 (60.1)	267 (7.8)	226 (6.6)	3,416 (100.0)
喫茶店	204 (33.0)	336 (54.4)	53 (8.6)	25 (4.0)	618 (100.0)
ファミリーレストラン	20 (27.0)	48 (64.9)	3 (4.1)	3 (4.1)	74 (100.0)
そば・うどん店	70 (21.0)	191 (57.4)	31 (9.3)	41 (12.3)	333 (100.0)
寿司店	58 (22.9)	140 (55.3)	34 (13.4)	21 (8.3)	253 (100.0)
日本料理店	93 (26.5)	209 (59.5)	22 (6.3)	27 (7.7)	351 (100.0)
西洋料理店	113 (27.2)	266 (63.9)	20 (4.8)	17 (4.1)	416 (100.0)
中華料理店	127 (23.7)	314 (58.6)	47 (8.8)	48 (9.0)	536 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	84 (22.7)	255 (68.9)	13 (3.5)	18 (4.9)	370 (100.0)
一般食堂	45 (22.7)	107 (54.0)	30 (15.2)	16 (8.1)	198 (100.0)
ファーストフード店	17 (26.6)	46 (71.9)	- -	1 (1.6)	64 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	15 (16.1)	64 (68.8)	9 (9.7)	5 (5.4)	93 (100.0)
その他の飲食店	25 (22.7)	76 (69.1)	5 (4.5)	4 (3.6)	110 (100.0)

図 21-1 募集・採用時での店の禁煙・分煙・喫煙状況の説明の有無 (n=3,416)



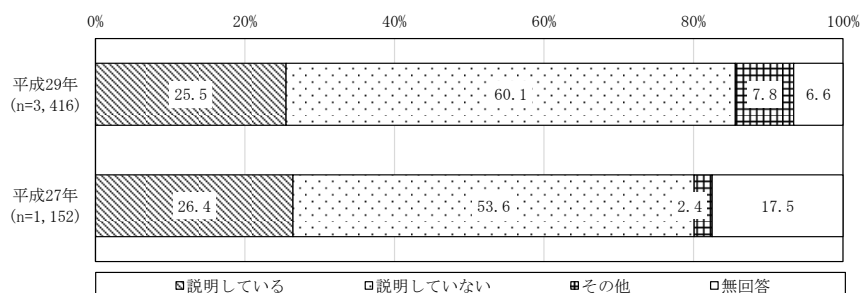
《経年比較》

募集・採用時点に「説明していない」店舗は、平成27年（53.6%）よりも6.5ポイント高くなっている。

表 21-2 募集・採用時での店の禁煙・分煙・喫煙状況の説明の有無  
(平成29年：n=3,416、平成27年：n=1,152)

	平成29年		平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
説明している	871	25.5%	304	26.4%
説明していない	2,052	60.1%	618	53.6%
その他	267	7.8%	28	2.4%
無回答	226	6.6%	202	17.5%
合計	3,416	100.0%	1,152	100.0%

図 21-2 募集・採用時での店の禁煙・分煙・喫煙状況の説明の有無  
(平成29年：n=3,416、平成27年：n=1,152)

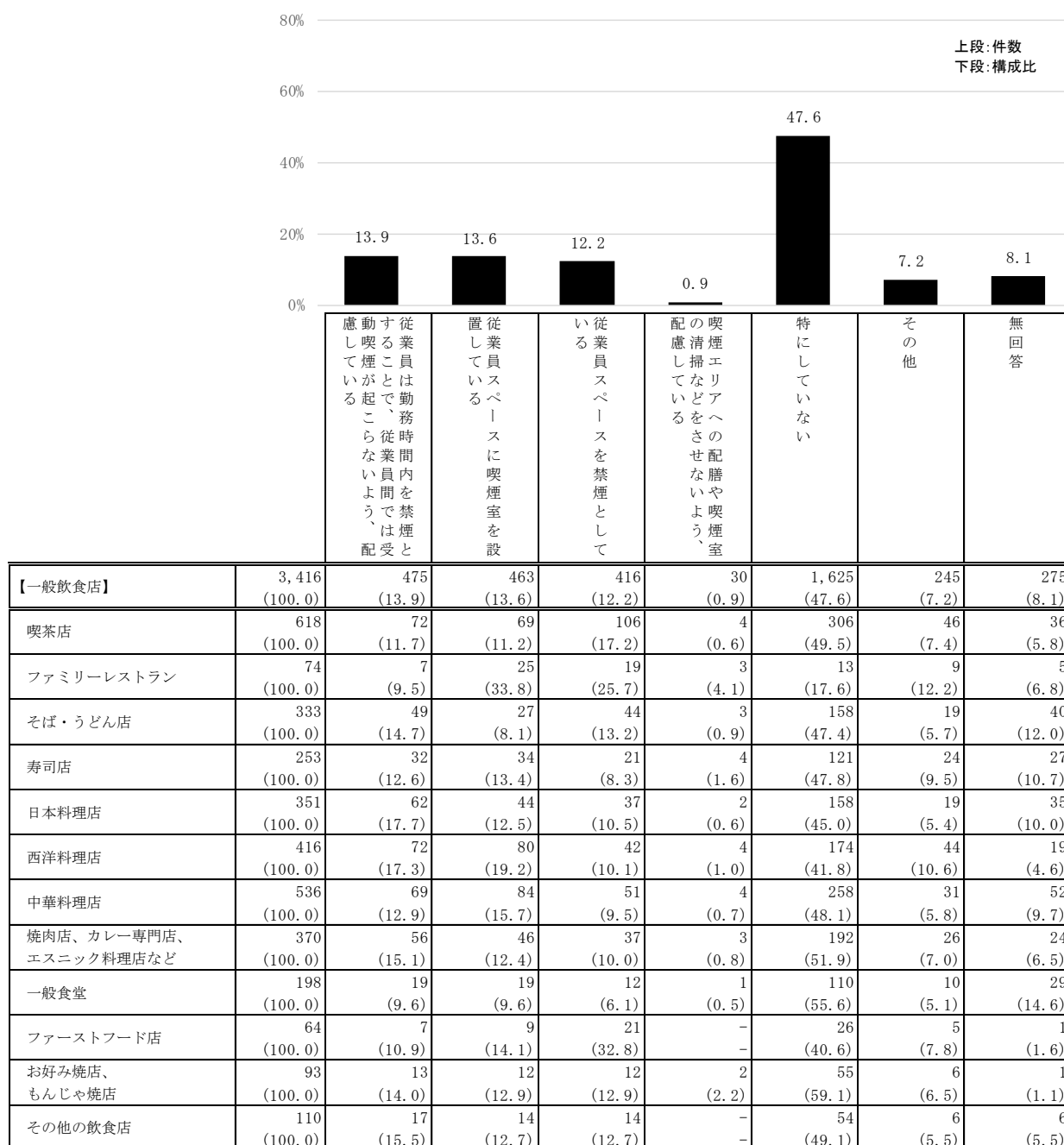


#### (4) 従業員に対する受動喫煙防止対策の内容<問 22>

[問4で「1~6」従業員がいると回答した飲食店]

「特にしていない」が47.6%と5割弱になっている。対策内容としては、「従業員は勤務時間内を禁煙とすることで、従業員間では受動喫煙が起こらないよう、配慮している」(13.9%)、「従業員スペースに喫煙室を設置している」(13.6%)、「従業員スペースを禁煙としている」(12.2%)などがあげられている。

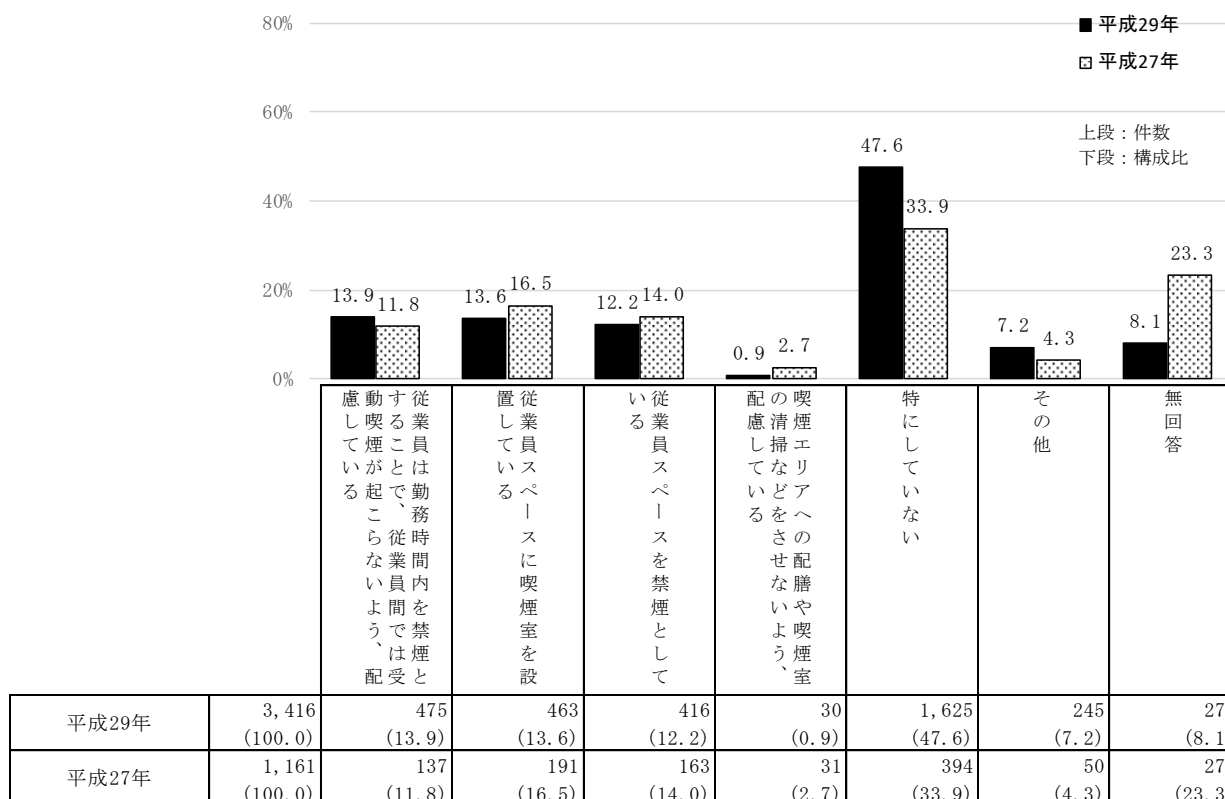
図 22-1 従業員に対する受動喫煙防止対策の内容 (n=3,416 複数回答)



## 《経年比較》

平成27年と比較すると、「特にしていない」が13.7ポイント高くなっている。

図 22-2 従業員に対する受動喫煙防止対策の内容（平成29年：n=3,416、平成27年：n=1,161 複数回答）



## (5) 未成年従業員に対する受動喫煙防止対策<問 23> 自由回答のまとめ

[「従業員がいる」飲食店] (自由回答の回答者)

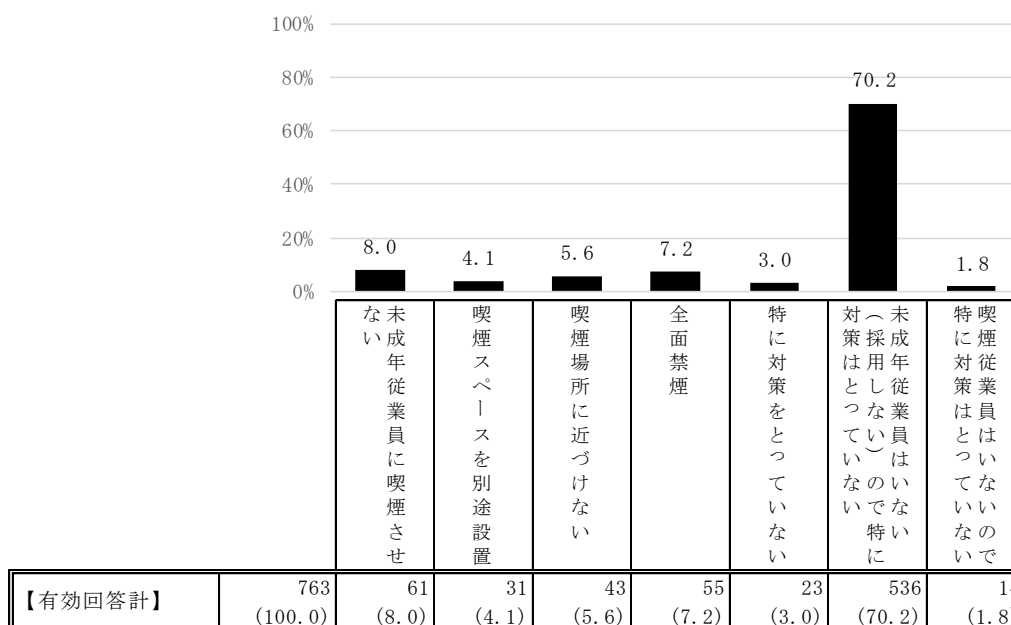
自由回答を集計した結果、「未成年従業員はいない（採用しない）ので特に対策はとっていない」（70.2%）と対策をとっていない店舗が7割を占める。

対策内容としては、「未成年従業員に喫煙させない」（8.0%）とする法規定上当然の施策のほか「全面禁煙」（7.2%）、「喫煙場所に近づけない」（5.6%）などが上位にあげられている。

表 23 未成年従業員に対する受動喫煙防止対策（n=763）

	件数	構成比
未成年従業員に喫煙させない	61	8.0%
喫煙スペースを別途設置	31	4.1%
喫煙場所に近づけない	43	5.6%
全面禁煙	55	7.2%
特に対策をとっていない	23	3.0%
未成年従業員はいない（採用しない）ので特に対策はとっていない	536	70.2%
喫煙従業員はいないので特に対策はとっていない	14	1.8%
合計	763	100.0%

図 23 未成年従業員に対する受動喫煙防止対策（n=763）

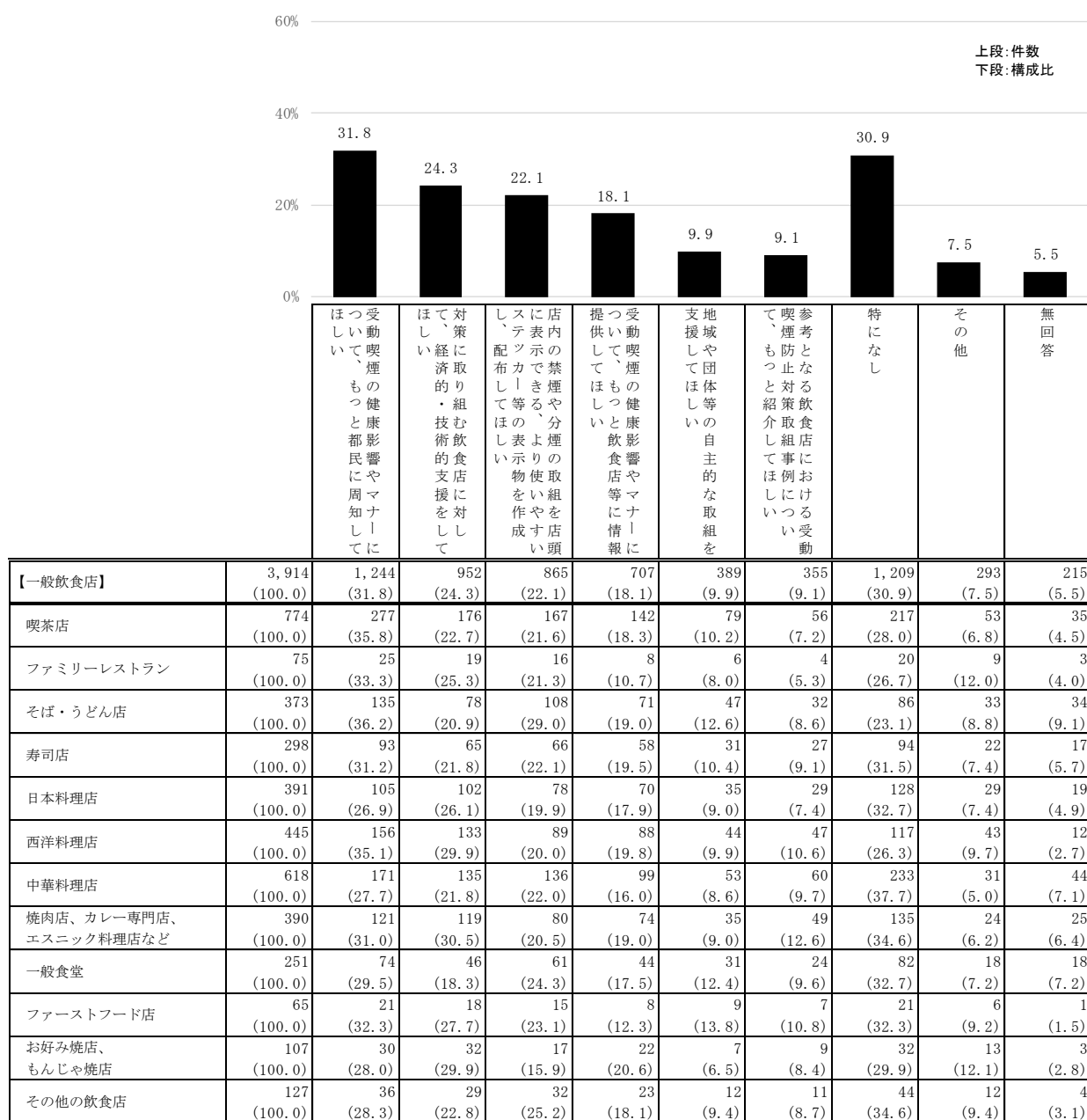


## 6 東京都への要望<問 24>

「受動喫煙の健康影響やマナーについて、もっと都民に周知してほしい」が31.8%で最も多い。次いで「対策に取り組む飲食店に対して、経済的・技術的支援をしてほしい」(24.3%)、「店内の禁煙や分煙の取組を店頭に表示できる、より使いやすいステッカー等の表示物を作成し、配布してほしい」(22.1%)、「受動喫煙の健康影響やマナーについて、もっと飲食店等に情報提供してほしい」(18.1%)などが続く。

業種別にみると、「対策に取り組む飲食店に対して、経済的・技術的支援をしてほしい」は、<西洋料理店>(29.9%)や<焼肉店、カレー専門店、エスニック料理店など>(30.5%)、<お好み焼店、もんじゃ焼店>(29.9%)などで強く望まれている。

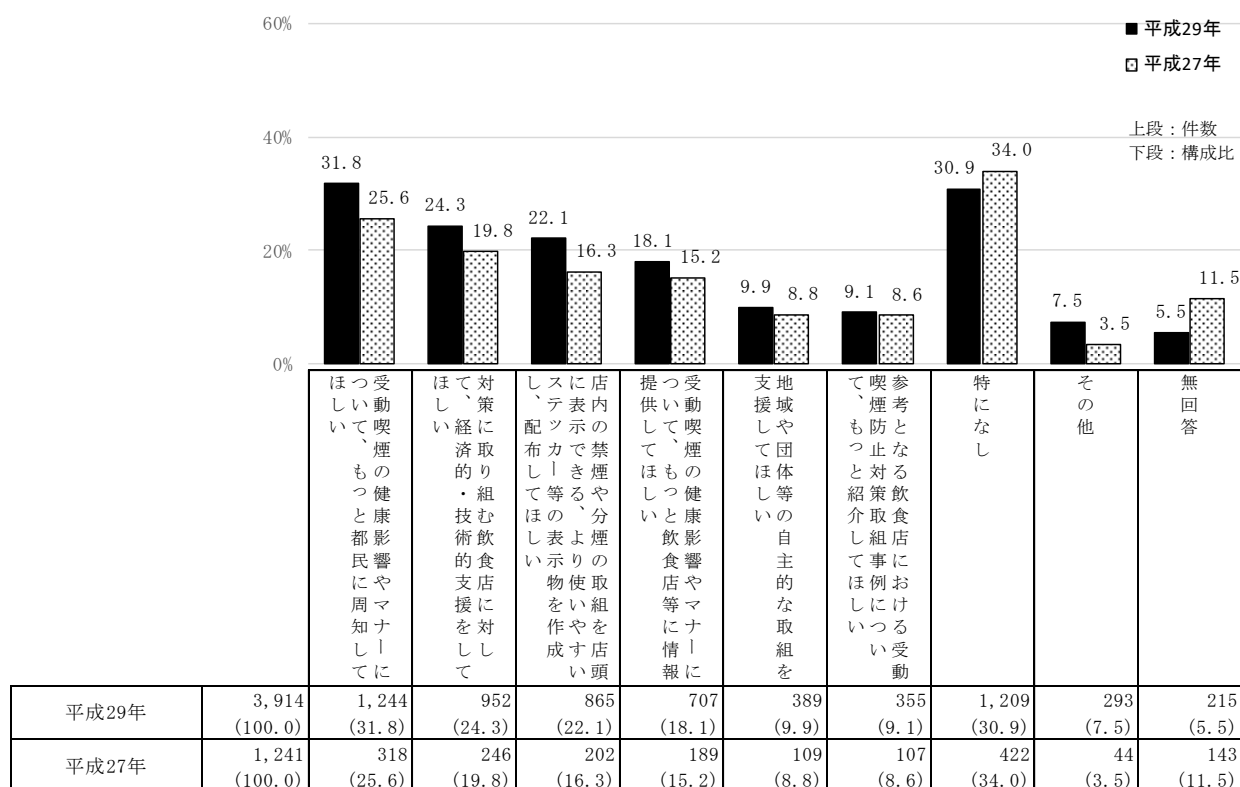
図 24-1 東京都への要望 (n=3,914 複数回答)



## 《経年比較》

「受動喫煙の健康影響やマナーについて、もっと都民に周知してほしい」「対策に取り組む飲食店に対して、経済的・技術的支援をしてほしい」「店内の禁煙や分煙の取組を店頭に表示できる、より使いやすいステッカー等の表示物を作成し、配布してほしい」などが、いずれも平成27年に比べて高くなり、一方、「特になし」は低下している。

図 24-2 東京都への要望（平成 29 年：n=3,914、平成 27 年：n=1,241 複数回答）



## 7 法律や条例に関する考え方

### (1) 受動喫煙防止対策における国の法律による全国統一的な規制について<問 25-1、問 25-2>

#### ① 規制への意見<問 25-1>と具体的な規制内容<問 25-2>

[具体的な規制内容は、問 25-1 で「1 法律による規制がある方が良い」と回答した飲食店]

全国統一的な規制については、「法律による規制がある方が良い」が47.5%で、「法律による規制はしてほしくない」(46.0%)をわずかながら上回っている。

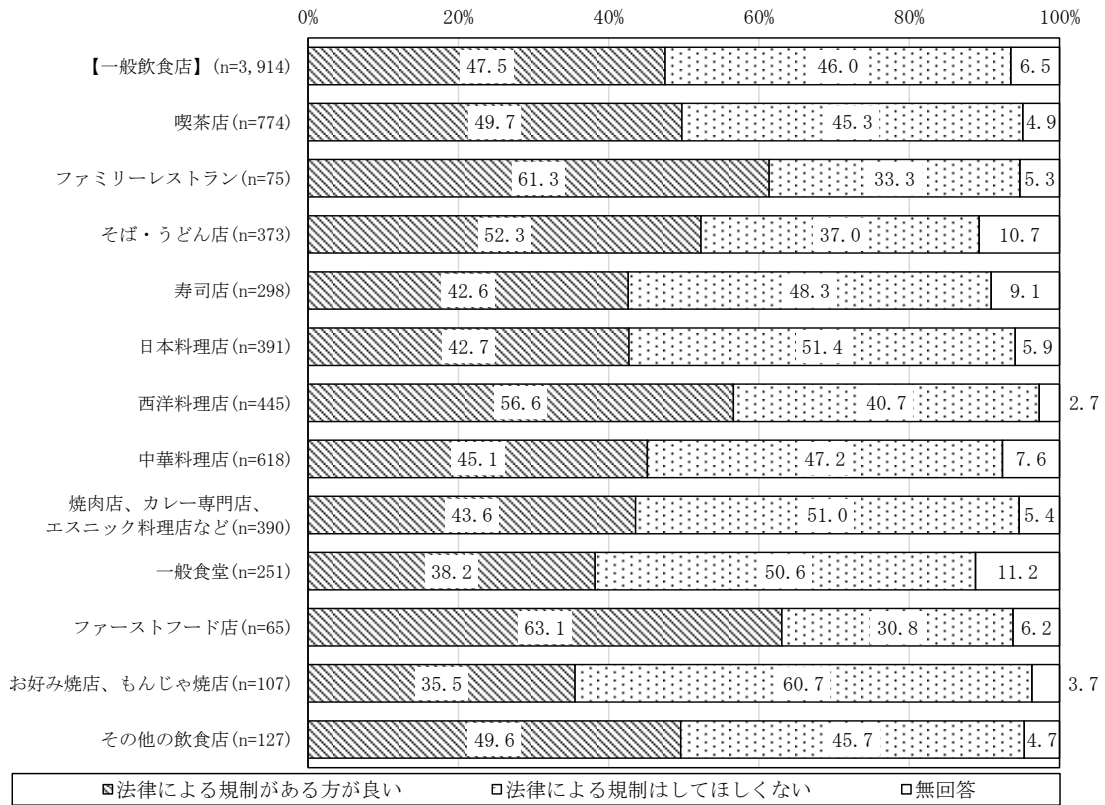
業種別にみると、「法律による規制がある方が良い」は<ファーストフード店>(63.1%)や<ファミリーレストラン>(61.3%)、<西洋料理店>(56.6%)などで高くなっている。

表 25-1-1 国の法律による規制について (n=3,914)

上段：件数  
下段：構成比

	法律による規制がある方が良い	法律による規制はしてほしくない	無回答	合計
【一般飲食店】	1,859 (47.5)	1,801 (46.0)	254 (6.5)	3,914 (100.0)
喫茶店	385 (49.7)	351 (45.3)	38 (4.9)	774 (100.0)
ファミリーレストラン	46 (61.3)	25 (33.3)	4 (5.3)	75 (100.0)
そば・うどん店	195 (52.3)	138 (37.0)	40 (10.7)	373 (100.0)
寿司店	127 (42.6)	144 (48.3)	27 (9.1)	298 (100.0)
日本料理店	167 (42.7)	201 (51.4)	23 (5.9)	391 (100.0)
西洋料理店	252 (56.6)	181 (40.7)	12 (2.7)	445 (100.0)
中華料理店	279 (45.1)	292 (47.2)	47 (7.6)	618 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	170 (43.6)	199 (51.0)	21 (5.4)	390 (100.0)
一般食堂	96 (38.2)	127 (50.6)	28 (11.2)	251 (100.0)
ファーストフード店	41 (63.1)	20 (30.8)	4 (6.2)	65 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	38 (35.5)	65 (60.7)	4 (3.7)	107 (100.0)
その他の飲食店	63 (49.6)	58 (45.7)	6 (4.7)	127 (100.0)

図 25-1-1 国の法律による規制について (n=3,914)



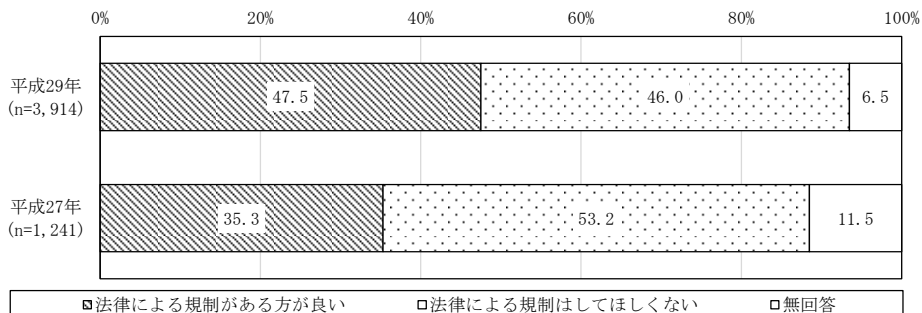
《経年比較》

「法律による規制がある方が良い」は、平成27年（35.3%）に比べて12.2ポイント高くなっている。

表 25-1-2 国の法律による規制について (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)

平成29年			＜参考＞ 平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
法律による規制がある方が良い	1,859	47.5%	438	35.3%
法律による規制はしてほしくない	1,801	46.0%	660	53.2%
無回答	254	6.5%	143	11.5%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

図 25-1-2 国の法律による規制について (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)



具体的な規制内容については、「国が罰則付き法律を制定する」が51.0%でトップ、「国が罰則なしの法律を制定する」が26.1%でこれに次ぐ。「国が適用除外施設を設けた罰則付き法律を制定する」は20.1%となっている。

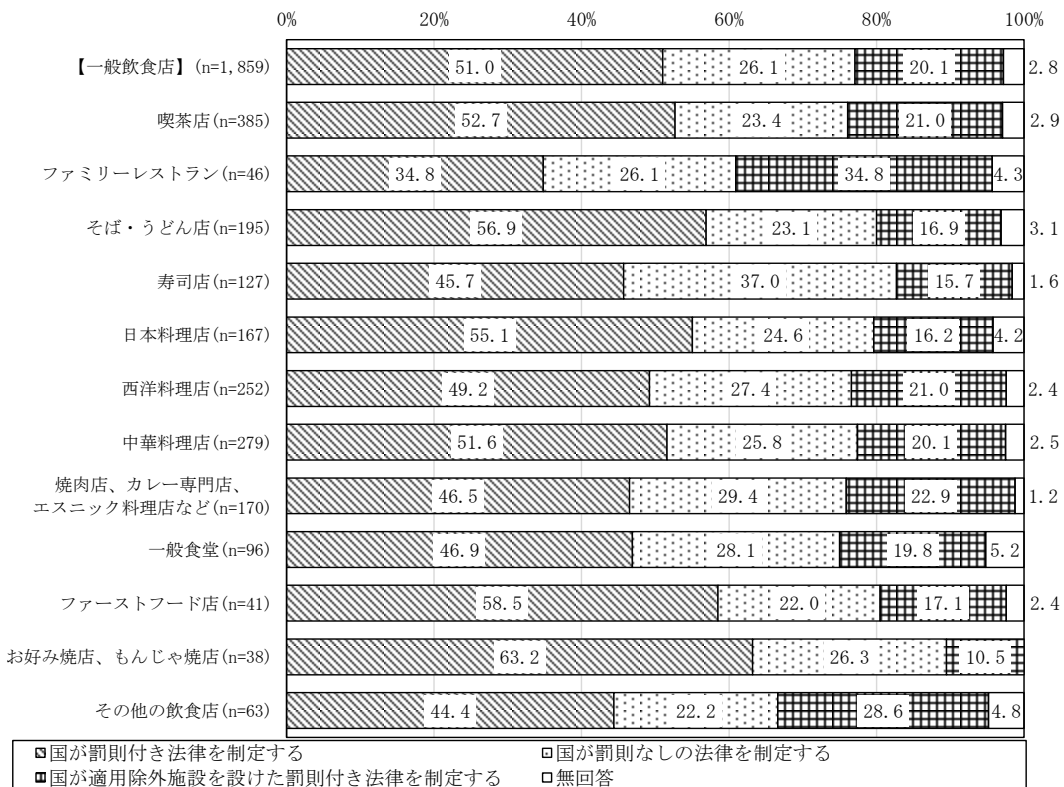
業種別にみると、「国が罰則付き法律を制定する」は<お好み焼店、もんじゃ焼店> (63.2%) や<ファーストフード店> (58.5%)、<そば・うどん店> (56.9%) で高くなっている。

表 25-2-1 具体的な規制内容 (n=1,859)

上段：件数  
下段：構成比

	国が罰則付き法律を制定する	国が罰則なしの法律を制定する	国が適用除外施設を設けた罰則付き法律を制定する	無回答	合計
【一般飲食店】	948 (51.0)	486 (26.1)	373 (20.1)	52 (2.8)	1,859 (100.0)
喫茶店	203 (52.7)	90 (23.4)	81 (21.0)	11 (2.9)	385 (100.0)
ファミリーレストラン	16 (34.8)	12 (26.1)	16 (34.8)	2 (4.3)	46 (100.0)
そば・うどん店	111 (56.9)	45 (23.1)	33 (16.9)	6 (3.1)	195 (100.0)
寿司店	58 (45.7)	47 (37.0)	20 (15.7)	2 (1.6)	127 (100.0)
日本料理店	92 (55.1)	41 (24.6)	27 (16.2)	7 (4.2)	167 (100.0)
西洋料理店	124 (49.2)	69 (27.4)	53 (21.0)	6 (2.4)	252 (100.0)
中華料理店	144 (51.6)	72 (25.8)	56 (20.1)	7 (2.5)	279 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	79 (46.5)	50 (29.4)	39 (22.9)	2 (1.2)	170 (100.0)
一般食堂	45 (46.9)	27 (28.1)	19 (19.8)	5 (5.2)	96 (100.0)
ファーストフード店	24 (58.5)	9 (22.0)	7 (17.1)	1 (2.4)	41 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	24 (63.2)	10 (26.3)	4 (10.5)	-	38 (100.0)
その他の飲食店	28 (44.4)	14 (22.2)	18 (28.6)	3 (4.8)	63 (100.0)

図 25-2-1 具体的な規制内容 (n=1,859)



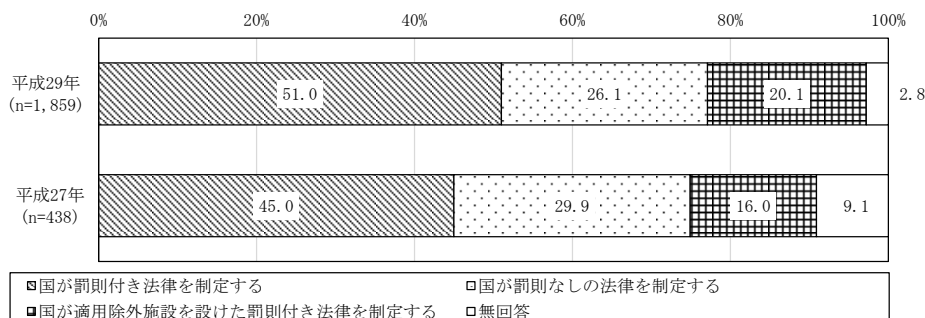
《経年比較》

「国が罰則付き法律を制定する」が平成27年よりも6ポイント、また「国が適用除外施設を設けた罰則付き法律を制定する」が4.1ポイント高くなっている。

表 25-2-2 具体的な規制内容 (平成29年：n=1,859、平成27年：n=438)

平成29年			平成27年		
	件数	構成比	件数	構成比	
国が罰則付き法律を制定する	948	51.0%	197	45.0%	
国が罰則なしの法律を制定する	486	26.1%	131	29.9%	
国が適用除外施設を設けた罰則付き法律を制定する	373	20.1%	70	16.0%	
無回答	52	2.8%	40	9.1%	
合計	1,859	100.0%	438	100.0%	

図 25-2-2 具体的な規制内容 (平成29年：n=1,859、平成27年：n=438)



(2) 受動喫煙防止対策における東京都及び区市町村の条例による独自の規制について<問 26-1、問 26-2>

① 規制への意見<問 26-1>と具体的な規制内容<問 26-2>

[具体的な規制内容は、問 26-1 で「1 法律による規制がある方が良い」と回答した飲食店]

東京都及び区市町村の条例による独自の規制については、「条例による規制があるほうが良い」が50.4%となり、「条例による規制はしてほしくない」(42.3%)を上回る結果となっている。

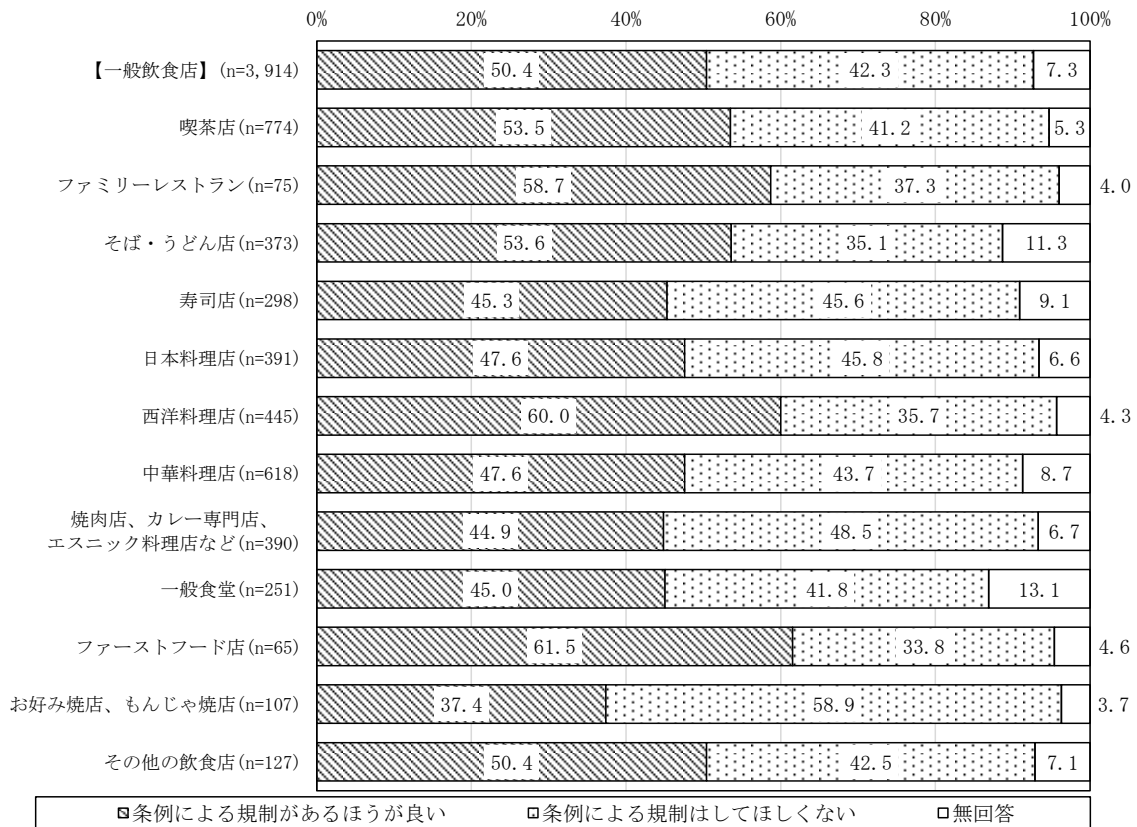
業種別にみると、「条例による規制があるほうが良い」は<ファーストフード店>(61.5%)や<西洋料理店>(60.0%)、<ファミリーレストラン>(58.7%)などで高い。先に見た「国の法律による規制」の結果と同傾向である。

表 26-1-1 東京都及び区市町村の条例による規制について (n=3,914)

上段：件数  
下段：構成比

	条例による規制がある方が良い	条例による規制はしてほしくない	無回答	合計
【一般飲食店】	1,972 (50.4)	1,655 (42.3)	287 (7.3)	3,914 (100.0)
喫茶店	414 (53.5)	319 (41.2)	41 (5.3)	774 (100.0)
ファミリーレストラン	44 (58.7)	28 (37.3)	3 (4.0)	75 (100.0)
そば・うどん店	200 (53.6)	131 (35.1)	42 (11.3)	373 (100.0)
寿司店	135 (45.3)	136 (45.6)	27 (9.1)	298 (100.0)
日本料理店	186 (47.6)	179 (45.8)	26 (6.6)	391 (100.0)
西洋料理店	267 (60.0)	159 (35.7)	19 (4.3)	445 (100.0)
中華料理店	294 (47.6)	270 (43.7)	54 (8.7)	618 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	175 (44.9)	189 (48.5)	26 (6.7)	390 (100.0)
一般食堂	113 (45.0)	105 (41.8)	33 (13.1)	251 (100.0)
ファーストフード店	40 (61.5)	22 (33.8)	3 (4.6)	65 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	40 (37.4)	63 (58.9)	4 (3.7)	107 (100.0)
その他の飲食店	64 (50.4)	54 (42.5)	9 (7.1)	127 (100.0)

図 26-1-1 東京都及び区市町村の条例による規制について (n=3,914)



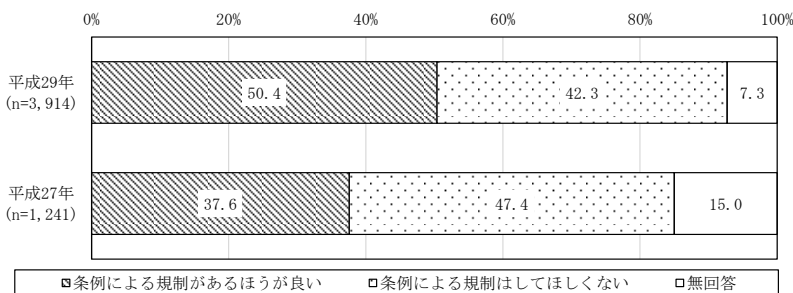
《経年比較》

「条例による規制があるほうが良い」は、平成27年(37.6%)に比べて12.8ポイント高くなっている。(注：平成27年調査では、「東京都の条例による規制」の賛否を聞いており、「区市町村」は含まれていない)。

表 26-1-2 東京都及び区市町村の条例による規制について (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
条例による規制があるほうが良い	1,972	50.4%	467	37.6%
条例による規制はしてほしくない	1,655	42.3%	588	47.4%
無回答	287	7.3%	186	15.0%
合計	3,914	100.0%	1,241	100.0%

図 26-1-2 東京都及び区市町村の条例による規制について (平成29年：n=3,914、平成27年：n=1,241)



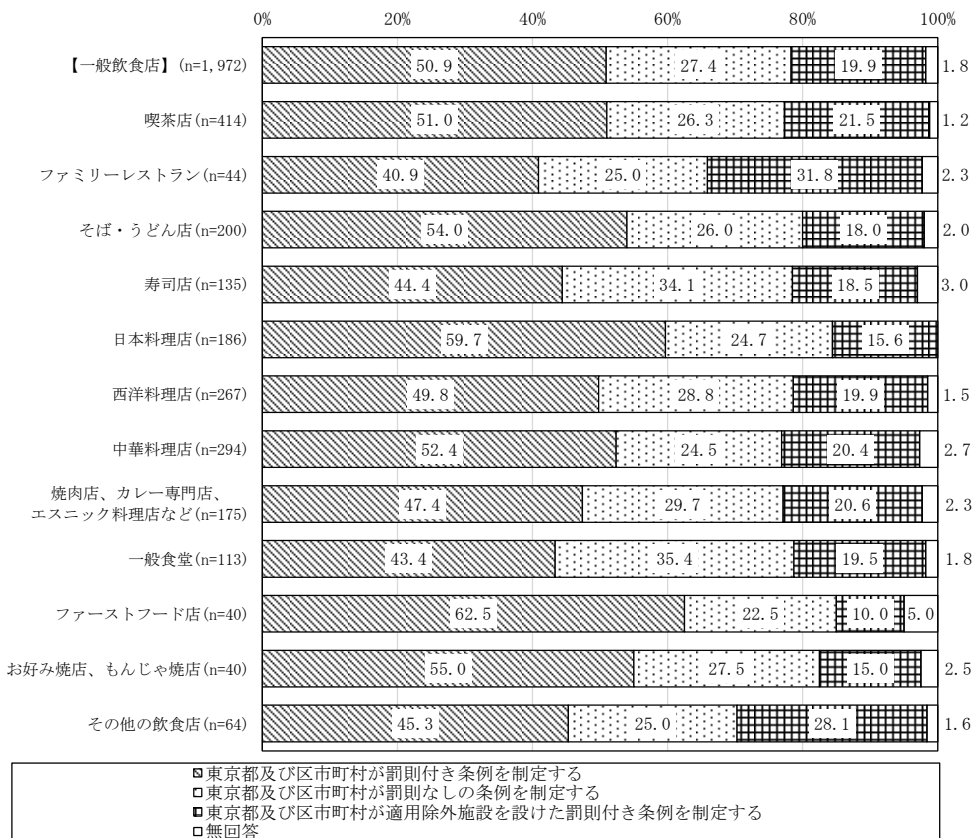
具体的な規制内容については、「東京都及び区市町村が罰則付き条例を制定する」が50.9%でトップとなっている。次いで「東京都及び区市町村が罰則なしの条例を制定する」が27.4%、「東京都及び区市町村が適用除外施設を設けた罰則付き条例を制定する」は19.9%となっている。

表 26-2-1 具体的な規制内容 (n=1,972)

	東京都及び区市町村が罰則付き条例を制定する	東京都及び区市町村が罰則なしの条例を制定する	東京都及び区市町村が適用除外施設を設けた罰則付き条例を制定する	無回答	合計
【一般飲食店】	1,003 (50.9)	541 (27.4)	392 (19.9)	36 (1.8)	1,972 (100.0)
喫茶店	211 (51.0)	109 (26.3)	89 (21.5)	5 (1.2)	414 (100.0)
ファミリーレストラン	18 (40.9)	11 (25.0)	14 (31.8)	1 (2.3)	44 (100.0)
そば・うどん店	108 (54.0)	52 (26.0)	36 (18.0)	4 (2.0)	200 (100.0)
寿司店	60 (44.4)	46 (34.1)	25 (18.5)	4 (3.0)	135 (100.0)
日本料理店	111 (59.7)	46 (24.7)	29 (15.6)	-	186 (100.0)
西洋料理店	133 (49.8)	77 (28.8)	53 (19.9)	4 (1.5)	267 (100.0)
中華料理店	154 (52.4)	72 (24.5)	60 (20.4)	8 (2.7)	294 (100.0)
焼肉店、カレー専門店、 エスニック料理店など	83 (47.4)	52 (29.7)	36 (20.6)	4 (2.3)	175 (100.0)
一般食堂	49 (43.4)	40 (35.4)	22 (19.5)	2 (1.8)	113 (100.0)
ファーストフード店	25 (62.5)	9 (22.5)	4 (10.0)	2 (5.0)	40 (100.0)
お好み焼店、もんじゃ焼店	22 (55.0)	11 (27.5)	6 (15.0)	1 (2.5)	40 (100.0)
その他の飲食店	29 (45.3)	16 (25.0)	18 (28.1)	1 (1.6)	64 (100.0)

上段：件数  
下段：構成比

図 26-2-1 具体的な規制内容 (n=1,972)



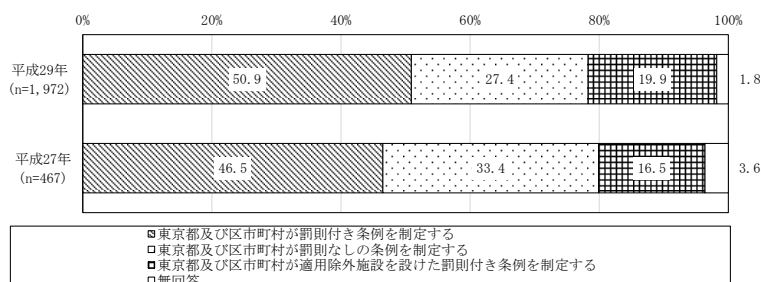
《経年比較》

「東京都及び区市町村が罰則付き条例を制定する」が平成27年よりも4.4ポイント高くなり、一方「東京都及び区市町村が罰則なしの条例を制定する」が6ポイント低くなっている（注：平成27年調査では、「東京都の条例による規制」の賛否を聞いており、「区市町村」は含まれていない）。

表 26-2-2 具体的な規制内容 (平成29年：n=1,972、平成27年：n=467)

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
東京都及び区市町村が罰則付き条例を制定する	1,003	50.9%	217	46.5%
東京都及び区市町村が罰則なしの条例を制定する	541	27.4%	156	33.4%
東京都及び区市町村が適用除外施設を設けた罰則付き条例を制定する	392	19.9%	77	16.5%
無回答	36	1.8%	17	3.6%
合計	1,972	100.0%	467	100.0%

図 26-2-2 具体的な規制内容 (平成29年：n=1,972、平成27年：n=467)



### (3) 受動喫煙防止対策強化のための望ましい規制内容<問 27>

「喫煙可、分煙、禁煙はお店が選択し、喫煙を認める場合は喫煙、分煙の店頭表示を義務化」(29.7%) が最も多く、「建物内禁煙(喫煙室設置不可)を義務化」(22.5%)、「建物内完全分煙(喫煙室設置可)を義務化」(12.9%)が続いている。一方「規制は不要」も21.8%と多くなっている。

業種別にみると、<ファミリーレストラン>では「建物内完全分煙(喫煙室設置可)を義務化」という意見が高く(26.7%)、その他については、大きな差はみられない。

図 27-1 受動喫煙防止対策強化のための望ましい規制内容 (n=3,914)

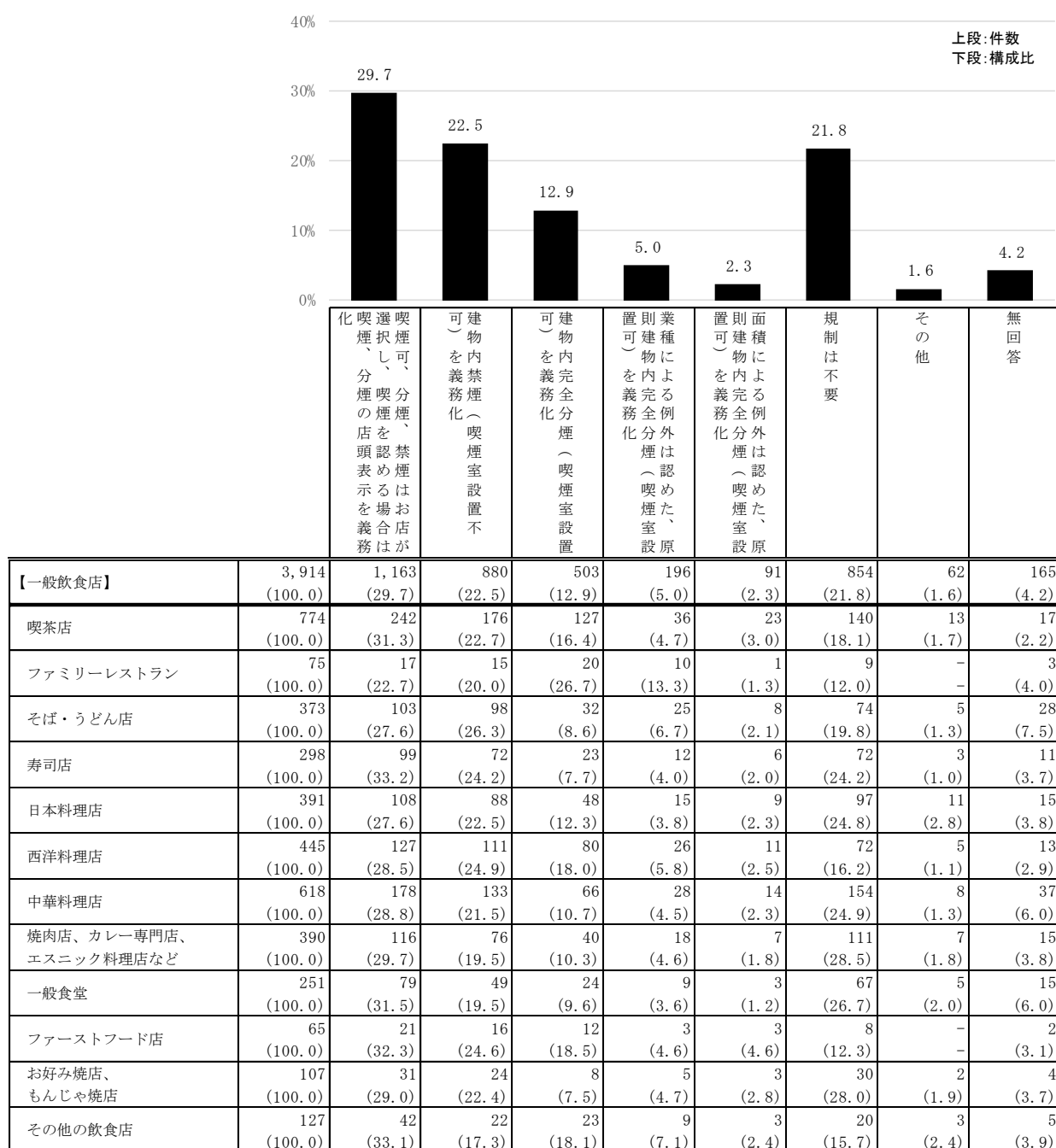
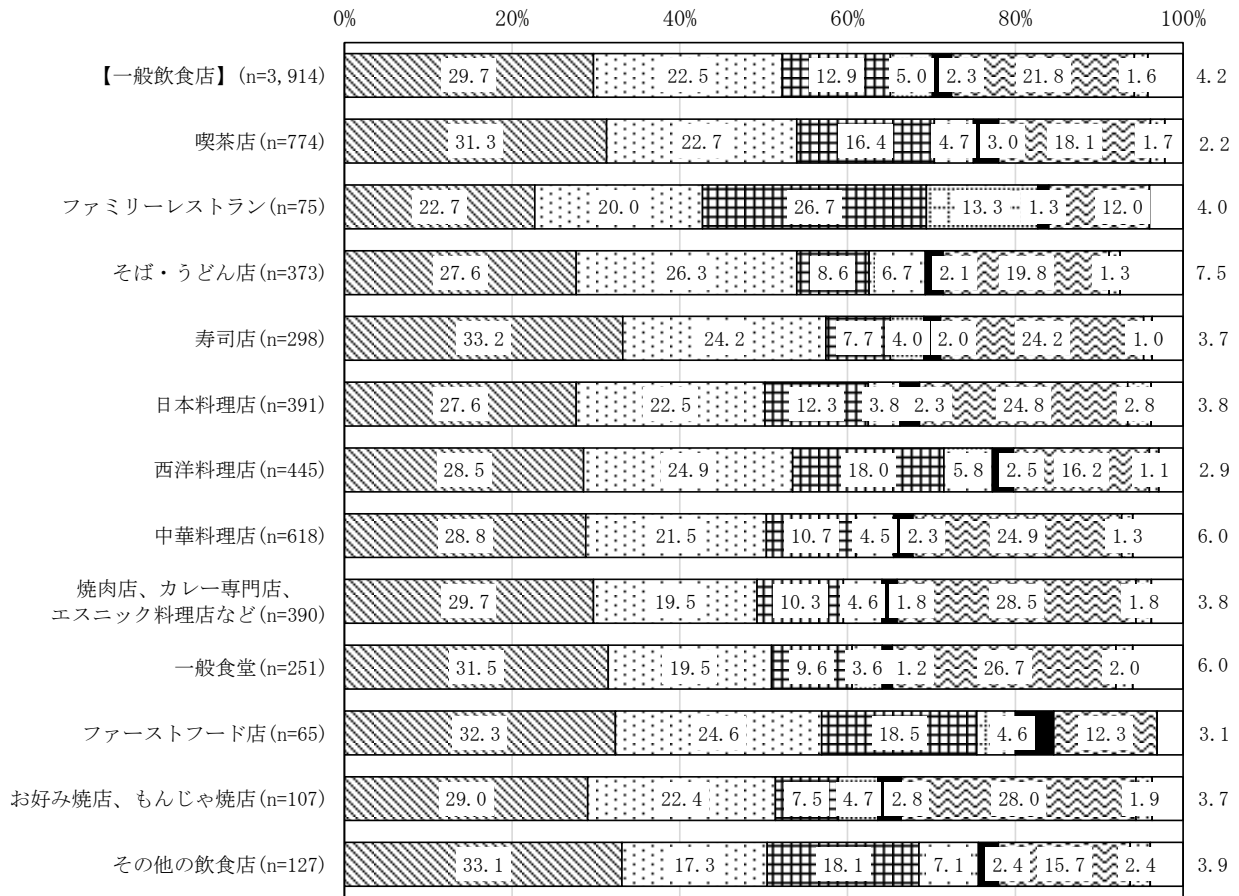


図 27-2 受動喫煙防止対策強化のための望ましい規制内容 (n=3,914)



- 喫煙可、分煙、禁煙はお店が選択し、喫煙を認める場合は喫煙、分煙の店頭表示を義務化
- 建物内禁煙 (喫煙室設置不可) を義務化
- 建物内完全分煙 (喫煙室設置可) を義務化
- 業種による例外は認めた、原則建物内完全分煙 (喫煙室設置可) を義務化
- 面積による例外は認めた、原則建物内完全分煙 (喫煙室設置可) を義務化
- 規制は不要
- その他
- 無回答

#### (4) 建物内禁煙又は建物内完全分煙の義務化による店舗経営への影響<問 28>

建物内禁煙（喫煙室設置不可）又は建物内完全分煙（喫煙室設置可）を義務化する規制が導入された場合の、店舗の経営への影響を聞いたところ、「売上に影響はない」という意見が36.2%と最も多く、「わからない・どちらともいえない」が34.5%でこれに続く。「売上が減少する」は24.2%、「売上が増加する」は2.7%にとどまった。

業種別にみると、「売上が減少する」という見方は<お好み焼店、もんじゃ焼店>（42.1%）で高い。「売上に影響はない」は<ファーストフード店>（49.2%）や<喫茶店>（45.9%）、<西洋料理店>（43.1%）などで高い。

表 28-1 規制が導入された場合の経営への影響（n=3,914）

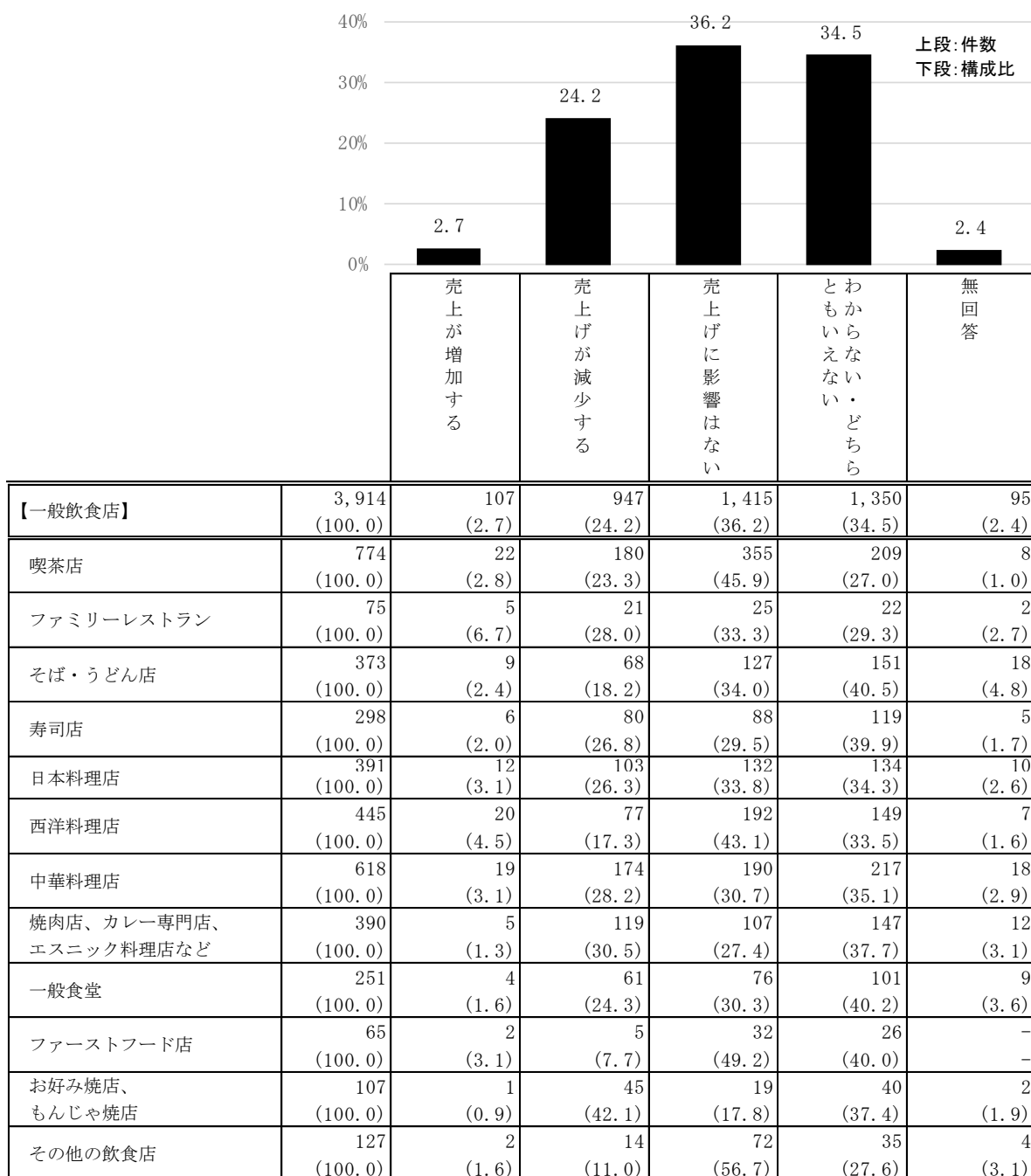


図 28-2 規制が導入された場合の経営への影響 (n=3,914)

