

## 第Ⅱ部 飲食店調査の結果

---



# 1 アンケート調査

## (1) 回答者の属性

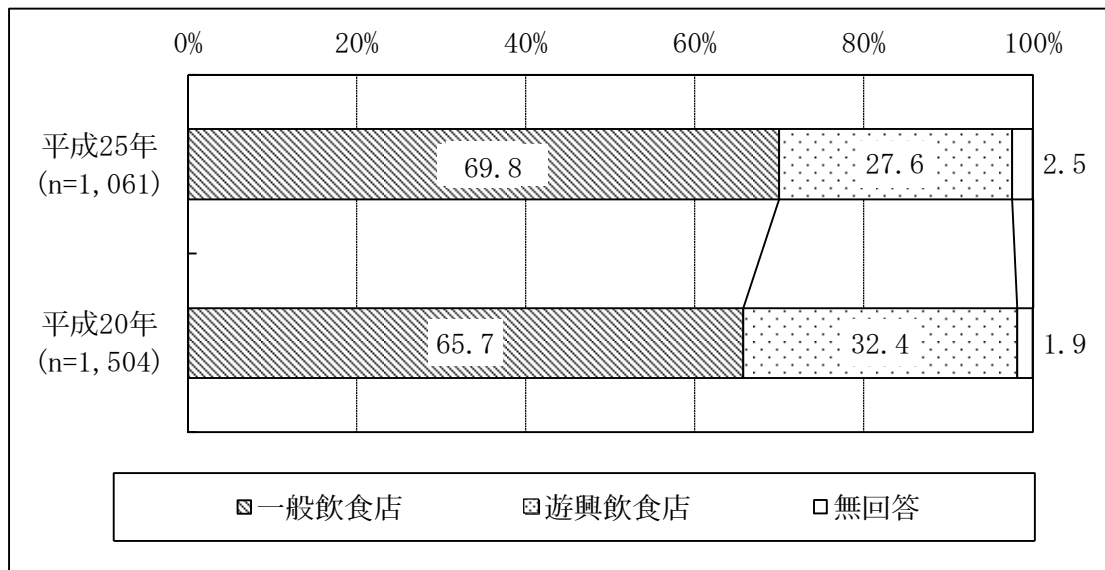
### ① 業種

「酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）」が 17.6% で最も多く、次いで「中華料理店（ラーメン店を含む）」が 10.7%、「喫茶店」が 10.0%の順となっている。

表 2-1 業種（平成 20 年：n=1,504、平成 25 年：n=1,061）

業 種		平成 20 年		平成 25 年	
		件数	構成比	件数	構成比
一般飲食店  平成 20 年 (n=988)  平成 25 年 (n=741)	中華料理店（ラーメン店を含む）	171	11.4%	113	10.7%
	喫茶店	159	10.6%	106	10.0%
	そば・うどん店	125	8.3%	101	9.5%
	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）	143	9.5%	86	8.1%
	一般食堂（定食屋など）	84	5.6%	57	5.4%
	すし店	91	6.1%	56	5.3%
	西洋料理店（フランス料理、イタリア料理など）	73	4.9%	45	4.2%
	焼肉店、カレー専門店、エスニック料理店など	50	3.3%	40	3.8%
	ファーストフード店	25	1.7%	32	3.0%
	ファミリーレストラン	17	1.1%	27	2.5%
	お好み焼店、もんじゃ焼店	22	1.5%	18	1.7%
	その他上記以外の飲食店（たこ焼き屋、甘味処など）	28	1.9%	60	5.7%
	遊興飲食店  平成 20 年 (n=487)  平成 25 年 (n=293)	酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）	278	18.5%	187
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ		203	13.5%	96	9.0%
料亭		6	0.4%	10	0.9%
無回答		29	1.9%	27	2.5%
合 計		1,504	100.0%	1,061	100.0%

図 2-1 業種（平成 20 年・平成 25 年）



※ 平成 20 年の調査時は「一般飲食店」及び「遊興飲食店」と分類していたものが、「飲食店」に包含された。本調査においては、平成 20 年の調査との比較のために、飲食店のうち「酒場、ビヤホール」、「バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ」及び「料亭」を「遊興飲食店」と掲載している。

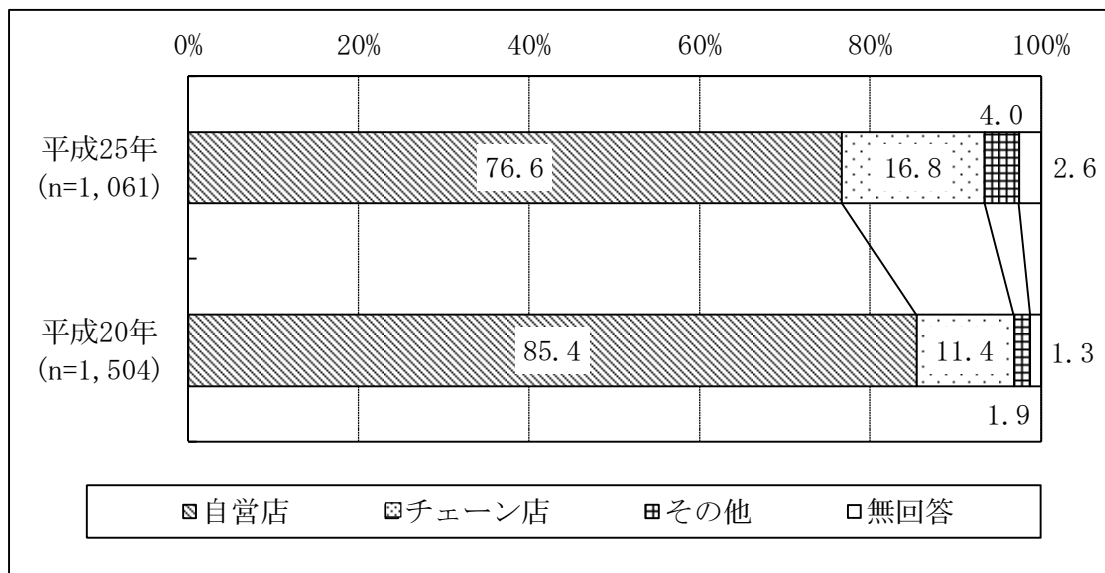
② 経営形態

「自営店」が76.6%で最も多く、次いで「チェーン店」が16.8%であった。

表 2-2 経営形態（平成20年 n = 1,504、平成25年 : n=1,061）

経営形態	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
自営店	1,284	85.4%	813	76.6%
チェーン店	172	11.4%	178	16.8%
その他	28	1.9%	42	4.0%
無回答	20	1.3%	28	2.6%
合 計	1,504	100.0%	1,061	100.0%

図 2-2 経営形態（平成20年・平成25年）



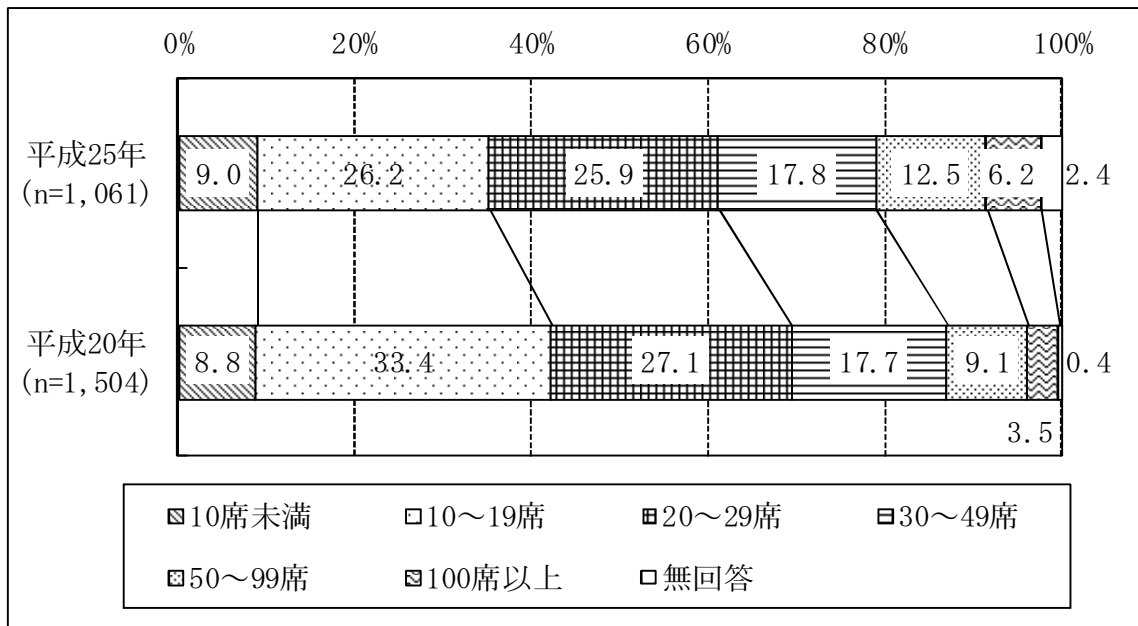
③ 客席数

「10～19席」が26.2%で最も多く、次いで「20席～29席」が25.9%、「30～49席」が17.8%の順となっている。

表 2-3 客席数（平成20年：n=1,504、平成25年：n=1,061）

客席数	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
10席未満	133	8.8%	95	9.0%
10～19席	503	33.4%	278	26.2%
20～29席	407	27.1%	275	25.9%
30～49席	266	17.7%	189	17.8%
50～99席	137	9.1%	133	12.5%
100席以上	52	3.5%	66	6.2%
無回答	6	0.4%	25	2.4%
合計	1,504	100.0%	1,061	100.0%

図 2-3 客席数（平成20年・平成25年）



《客席数（一般飲食店・遊興飲食店別）》

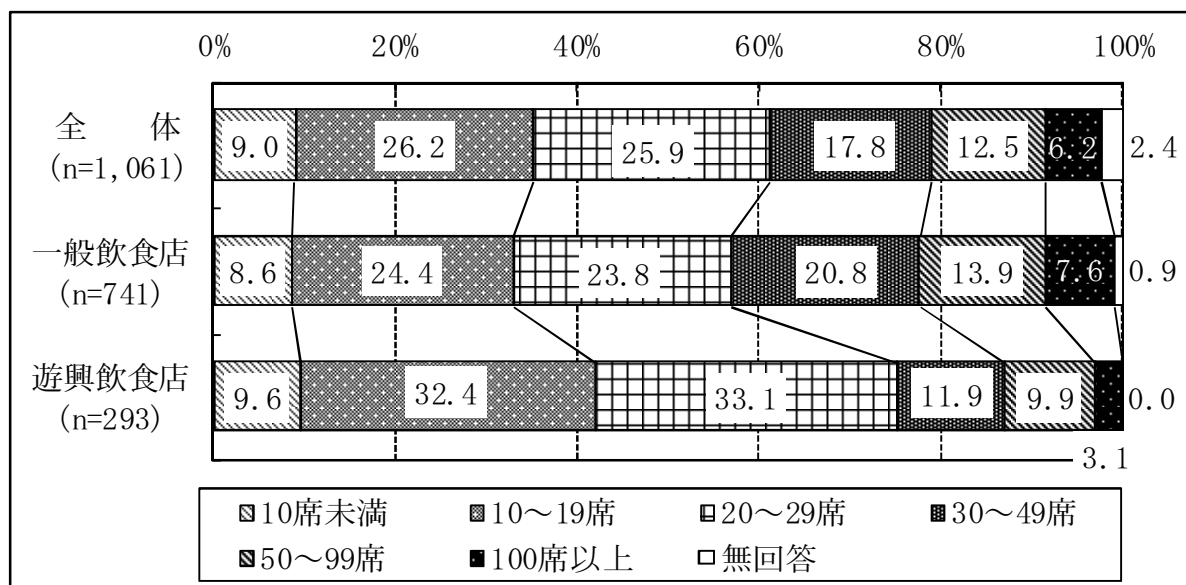
遊興飲食店は一般飲食店に比べて、客席数の少ない飲食店の割合が多い。

表 2-4 客席数（一般飲食店・遊興飲食店別）

(n=1,061、括弧内は%)

	10席未満	10～19席	20～29席	30～49席	50～99席	100席以上	無回答	合計
全 体	95 (9.0)	278 (26.2)	275 (25.9)	189 (17.8)	133 (12.5)	66 (6.2)	25 (2.4)	1,061 (100.0)
一 般 飲 食 店	64 (8.6)	181 (24.4)	176 (23.8)	154 (20.8)	103 (13.9)	56 (7.6)	7 (0.9)	741 (100.0)
遊 興 飲 食 店	28 (9.6)	95 (32.4)	97 (33.1)	35 (11.9)	29 (9.9)	9 (3.1)	0 (0.0)	293 (100.0)

図 2-4 客席数（一般飲食店・遊興飲食店別）



(2) 受動喫煙に関する知識

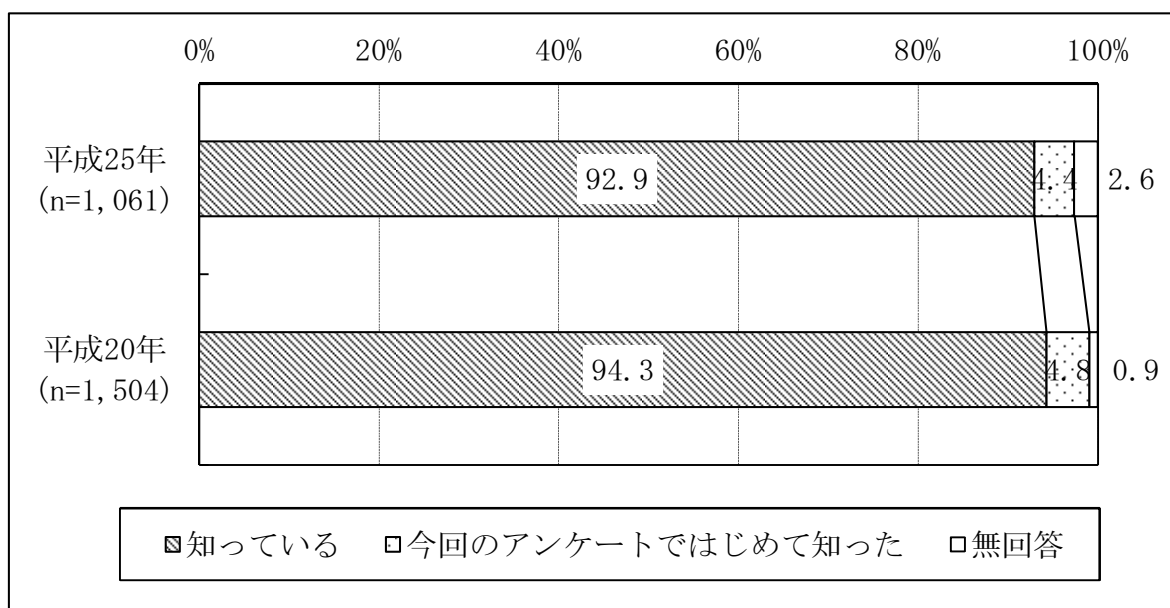
① 健康への影響の認知度

受動喫煙の健康への影響については、「知っている」が92.9%、「今回のアンケートではじめて知った」は4.4%となっている。平成20年はそれぞれ、94.3%、4.8%であった。

表 2-5 健康への影響の認知度（平成20年：n=1,504、平成25年：n=1,061）

健康への影響の認知度	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
知っている	1,419	94.3%	986	92.9%
今回のアンケートではじめて知った	72	4.8%	47	4.4%
無回答	13	0.9%	28	2.6%
合 計	1,504	100.0%	1,061	100.0%

図 2-5 健康への影響の認知度（平成20年・平成25年）



② 健康増進法上の努力義務の認知度

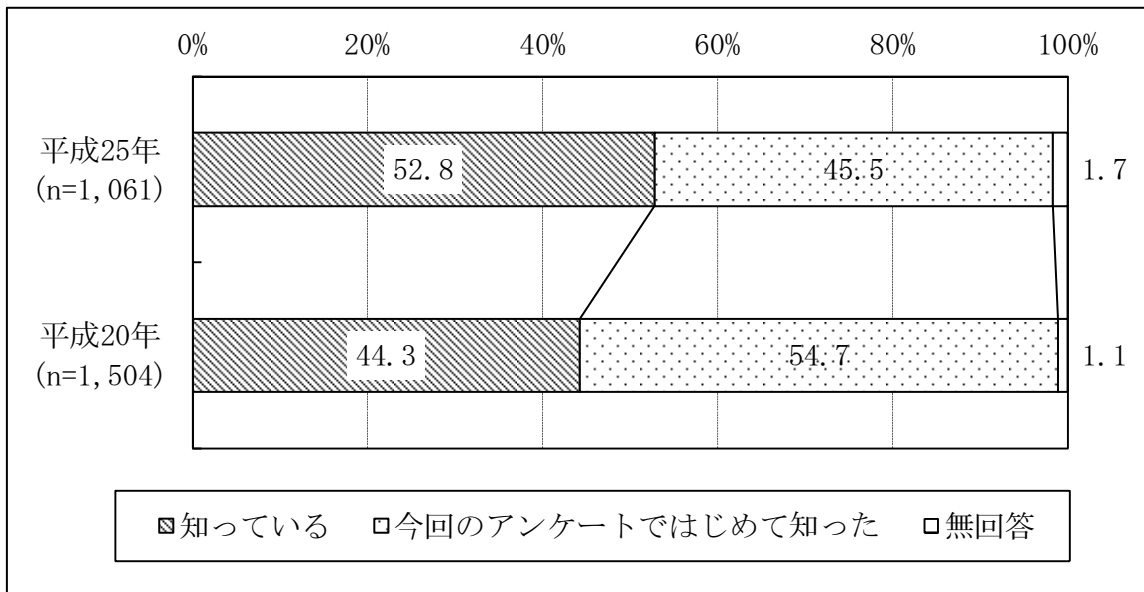
健康増進法上の努力義務については、「知っている」が52.8%であった。平成20年は44.3%であり、8.5ポイント増加している。

表 2-6 健康増進法上の努力義務の認知度

(平成20年：n=1,504、平成25年：n=1,061)

健康増進法上の努力義務の認知度	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
知っている	666	44.3%	560	52.8%
今回のアンケートではじめて知った	822	54.7%	483	45.5%
無回答	16	1.1%	18	1.7%
合 計	1,504	100.0%	1,061	100.0%

図 2-6 健康増進法上の努力義務の認知度 (平成20年・平成25年)



《参考 健康増進法（抜粋）》

第25条 学校、体育館、病院、劇場、観覧場、集会場、展示場、百貨店、事務所、官公庁施設、飲食店その他の多数の者が利用する施設を管理する者は、これらを利用する者について、受動喫煙（室内又はこれに準ずる環境において、他人のたばこの煙を吸わされることをいう。）を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

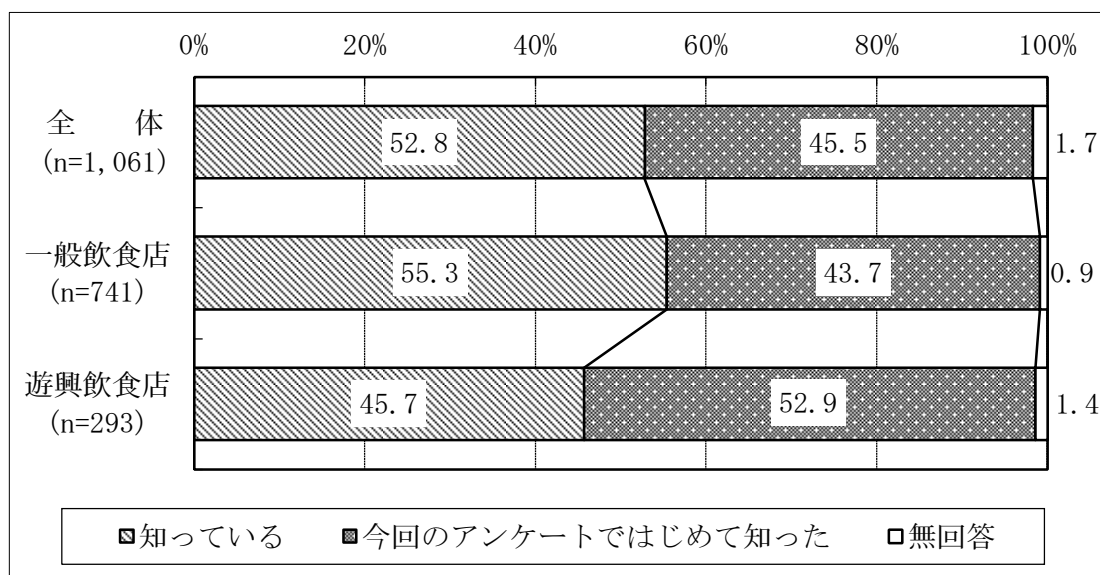
《健康増進法上の努力義務の認知度（一般飲食店・遊興飲食店別）》

遊興飲食店は一般飲食店に比べて、健康増進法上の努力義務を知っている割合が少ない。

表 2-7 健康増進法上の努力義務の認知度（一般飲食店・遊興飲食店別）  
（n = 1,061、括弧内は%）

	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
全 体	560 (52.8)	483 (45.5)	18 (1.7)	1,061 (100.0)
一般飲食店	410 (55.3)	324 (43.7)	7 (0.9)	741 (100.0)
遊興飲食店	134 (45.7)	155 (52.9)	4 (1.4)	293 (100.0)

図 2-7 健康増進法上の努力義務の認知度（一般飲食店・遊興飲食店別）



《健康増進法上の努力義務の認知度（経営形態別）》

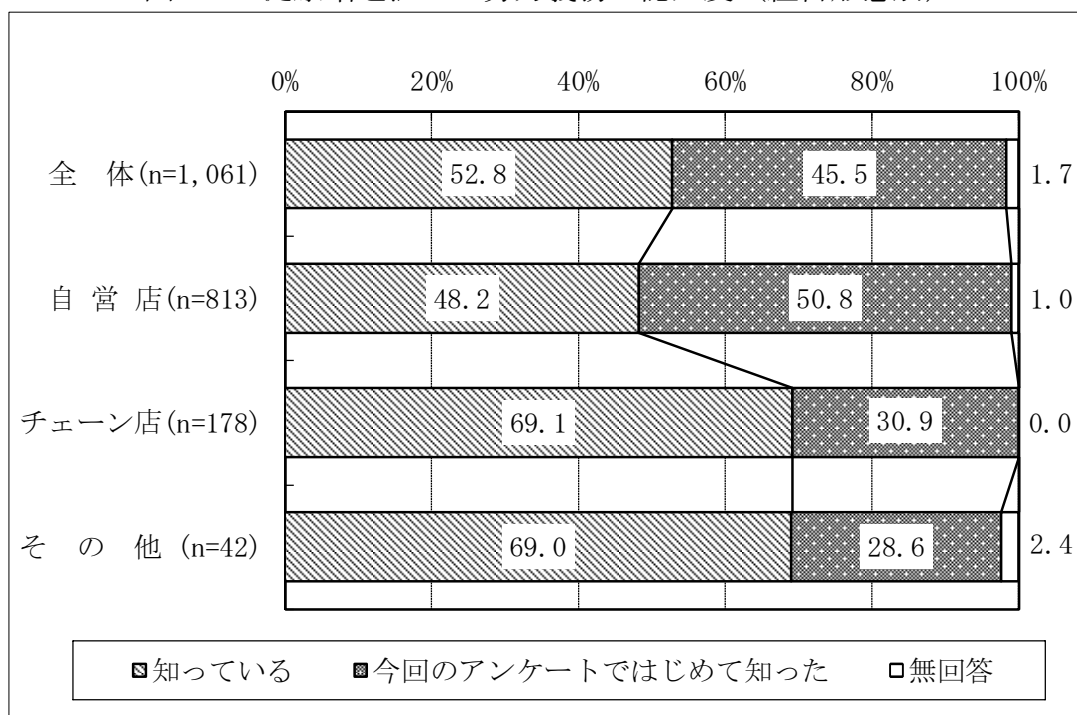
チェーン店は自営店に比べて、健康増進法上の努力義務を知っている割合が多い。

表 2-8 健康増進法上の努力義務の認知度（経営形態別）

(n=1,061、括弧内は%)

	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
全 体	560 (52.8)	483 (45.5)	18 (1.7)	1,061 (100.0)
自営店	392 (48.2)	413 (50.8)	8 (1.0)	813 (100.0)
チェーン店	123 (69.1)	55 (30.9)	0 (0.0)	178 (100.0)
その他	29 (69.0)	12 (28.6)	1 (2.4)	42 (100.0)

図 2-8 健康増進法上の努力義務の認知度（経営形態別）



《健康増進法上の努力義務の認知度（客席数別）》

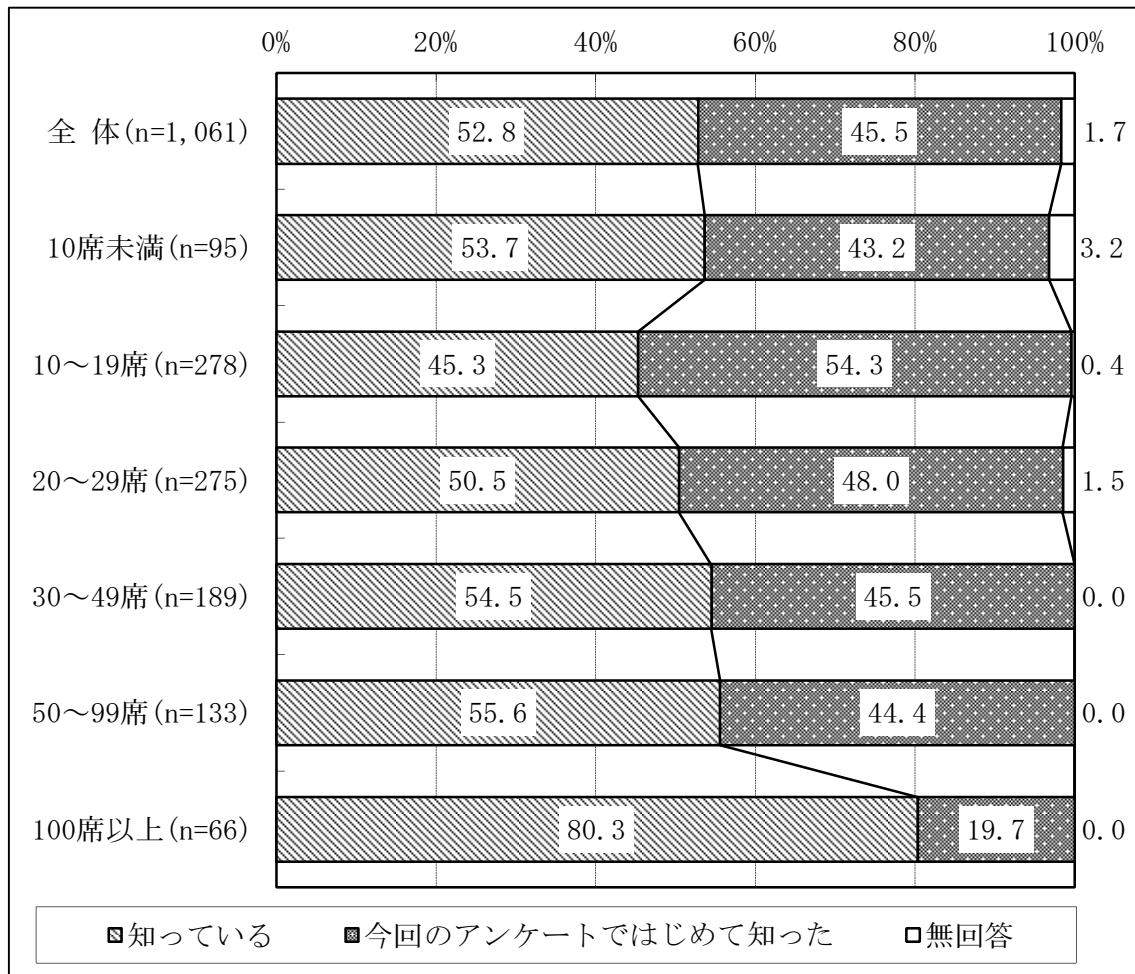
客席数 100 席以上の飲食店は、99 席以下の飲食店よりも、健康増進法上の努力義務を知っている割合が多い。

表 2-9 健康増進法上の努力義務の認知度（客席数別）

(n=1,061、括弧内は%)

	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
全体	560(52.8)	483(45.5)	18(1.7)	1,061(100.0)
10 席未満	51(53.7)	41(43.2)	3(3.2)	95(100.0)
10～19 席	126(45.3)	151(54.3)	1(0.4)	278(100.0)
20～29 席	139(50.5)	132(48.0)	4(1.5)	275(100.0)
30～49 席	103(54.5)	86(45.5)	0(0.0)	189(100.0)
50～99 席	74(55.6)	59(44.4)	0(0.0)	133(100.0)
100 席以上	53(80.3)	13(19.7)	0(0.0)	66(100.0)

図 2-9 健康増進法上の努力義務の認知度（客席数別）



### ③ 厚生労働省健康局長通知の認知度

[(2)②で「知っている」と回答した飲食店のみ回答]

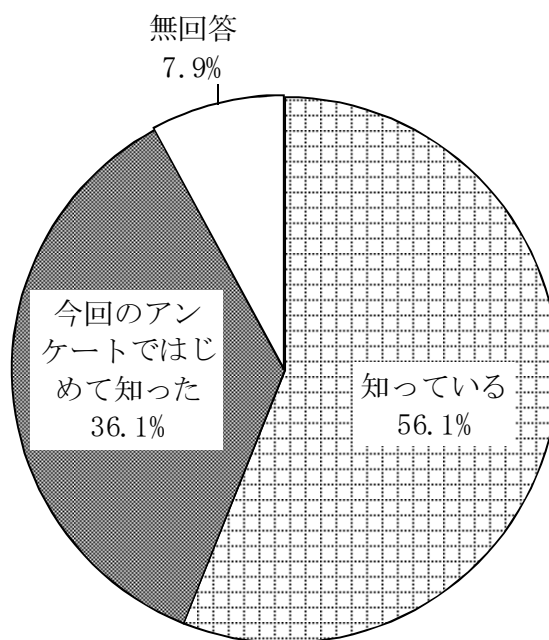
健康増進法上の努力義務を「知っている」飲食店のうち、厚生労働省健康局長通知（平成 22 年 2 月 25 日付健発 0225 第 2 号）の内容を「知っている」割合は 56.1%であった。

表 2-10 厚生労働省健康局長通知の認知度

(n=560、括弧内は%)

	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
全体	314(56.1)	202(36.1)	44(7.9)	560(100.0)

図 2-10 厚生労働省健康局長通知の認知度



#### 《参考 厚生労働省健康局長通知》

平成 21 年 3 月に「受動喫煙防止対策のあり方に関する検討会報告書」が取りまとめられたことを踏まえ、今後の受動喫煙防止対策の基本的な方向性等について示されたもの。具体的には、法第 25 条の規定の制定の趣旨や同条の規定の対象となる施設、今後の受動喫煙防止対策の基本的な方向性、受動喫煙防止措置の具体的方法等について明記されている。(参考資料参照)

《厚生労働省健康局長通知の認知度（経営形態別）》

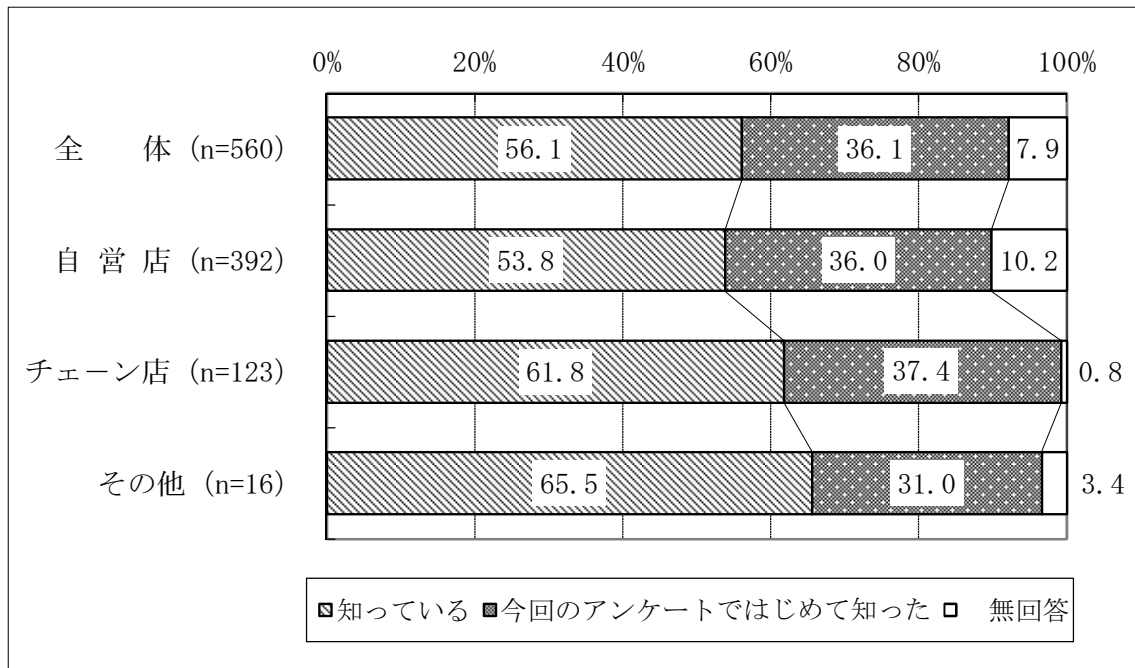
チェーン店は自営店に比べ、「知っている」割合が多い。

表 2-11 厚生労働省健康局長通知の認知度（経営形態別）

(n = 1,061、括弧内は%)

	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
全 体	314 (56.1)	202 (36.1)	44 (7.9)	560 (100.0)
自営店	211 (53.8)	141 (36.0)	40 (10.2)	392 (100.0)
チェーン店	76 (61.8)	46 (37.4)	1 (0.8)	123 (100.0)
その他	19 (65.5)	9 (31.0)	1 (3.4)	29 (100.0)

図 2-11 厚生労働省健康局長通知の認知度（経営形態別）



### (3) 受動喫煙に関する情報の入手方法

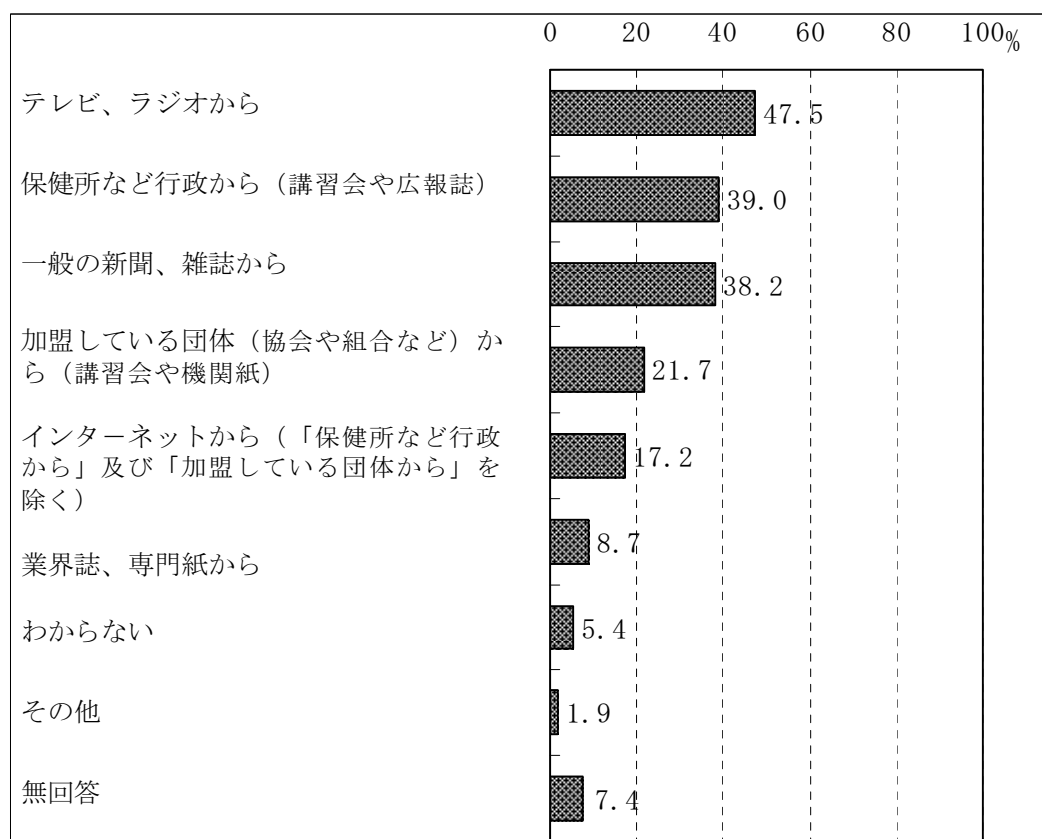
受動喫煙に関する情報を入手しやすいと思うものは、「テレビ、ラジオから」が47.5%と最も多く、次いで「保健所など行政から（講習会や広報誌）」が39.0%、「一般の新聞、雑誌から」が38.2%の順となっている。

表 2-12 受動喫煙に関する情報を入手しやすいと思う方法

(n=1,061：複数回答)

受動喫煙に関する情報の入手方法	件数	構成比
テレビ、ラジオから	504	47.5%
保健所など行政から（講習会や広報誌）	414	39.0%
一般の新聞、雑誌から	405	38.2%
加盟している団体（協会や組合など）から（講習会や機関紙）	230	21.7%
インターネットから（「保健所など行政から」及び「加盟している団体から」を除く）	183	17.2%
業界誌、専門紙から	92	8.7%
わからない	57	5.4%
その他	20	1.9%
無回答	79	7.4%

図 2-12 受動喫煙に関する情報を入手しやすいと思う方法 (n=1,061:複数回答)



(4) 禁煙・分煙の状況

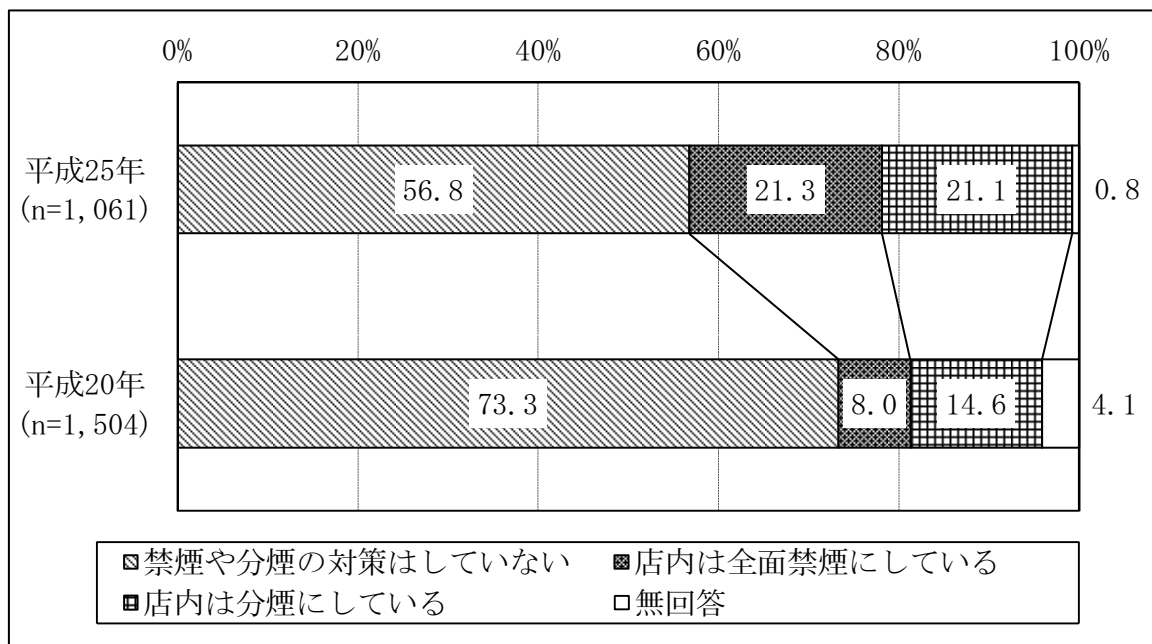
① 禁煙・分煙の状況

「禁煙や分煙の対策はしていない」が56.8%で最も多い。「店内は全面禁煙にしている」と「店内は分煙にしている」を合わせて42.4%であり、平成20年の22.6%より19.8ポイント増加した。

表 2-13 禁煙・分煙の状況（平成20年：n=1,504、平成25年：n=1,061）

禁煙・分煙の状況	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
禁煙や分煙の対策はしていない	1,102	73.3%	603	56.8%
店内は全面禁煙にしている	120	8.0%	226	21.3%
店内は分煙にしている	220	14.6%	224	21.1%
無回答	62	4.1%	8	0.8%
合計	1,504	100.0%	1,061	100.0%

図 2-13 禁煙・分煙の状況（平成20年・平成25年）



《禁煙・分煙の状況（一般飲食店・遊興飲食店別）》

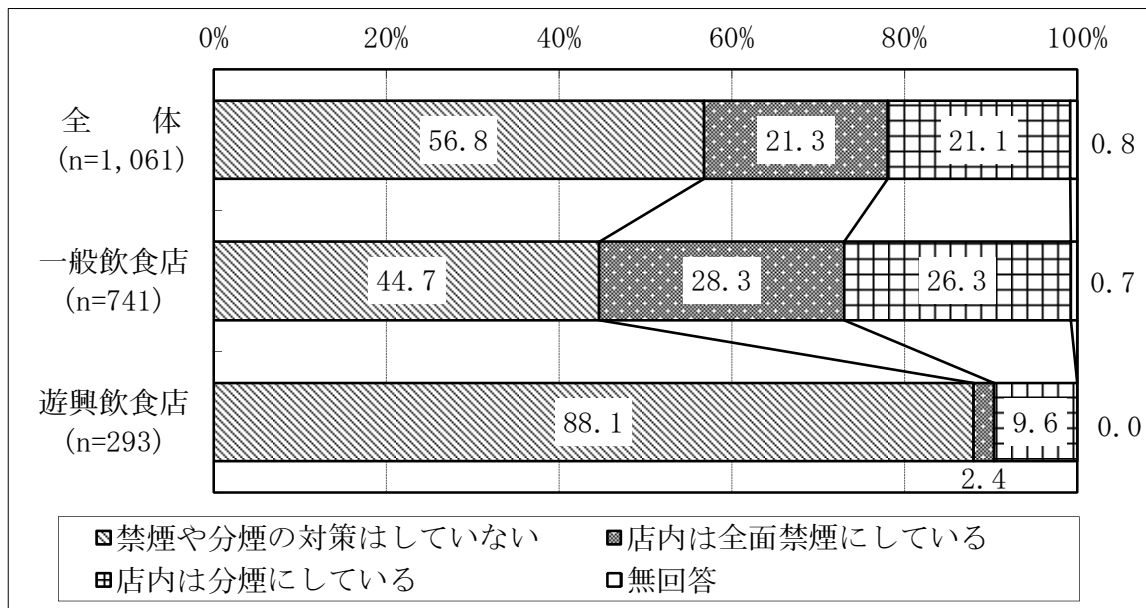
「禁煙や分煙の対策はしていない」は一般飲食店で44.7%、遊興飲食店で88.1%となっている。

表 2-14 禁煙・分煙の状況（一般飲食店・遊興飲食店別）

(n=1,061、括弧内は%)

	禁煙や分煙の対策はしていない	店内は全面禁煙にしている	店内は分煙にしている	無回答	合計
全 体	603 (56.8)	226 (21.3)	224 (21.1)	8 (0.8)	1,061 (100.0)
一般飲食店	331 (44.7)	210 (28.3)	195 (26.3)	5 (0.7)	741 (100.0)
遊興飲食店	258 (88.1)	7 (2.4)	28 (9.6)	0 (0.0)	293 (100.0)

図 2-14 禁煙・分煙の状況（一般飲食店・遊興飲食店別）



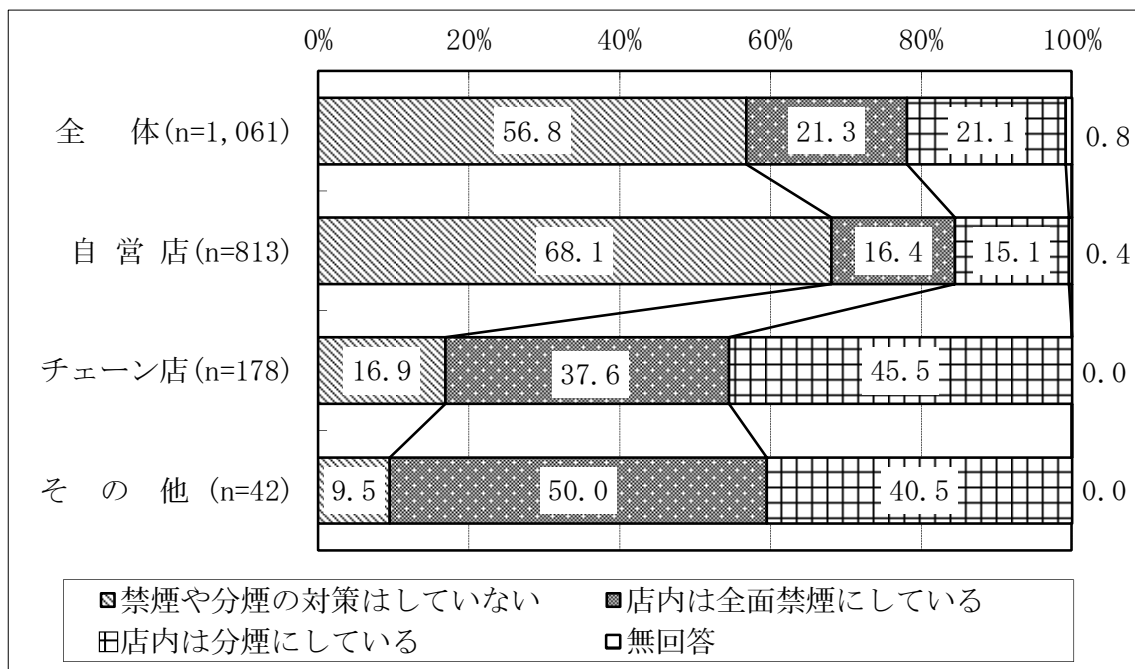
《禁煙・分煙の状況（経営形態別）》

チェーン店は、「店内は全面禁煙にしている」が37.6%、「店内は分煙にしている」が45.5%であり、自営店等に比べて、対策を実施している割合が多い。

表 2-15 禁煙・分煙の状況（経営形態別）（n=1,061、括弧内は%）

	禁煙や分煙の 対策はしてい ない	店内は全面 禁煙にして いる	店内は分煙 にしている	無回答	合 計
全 体	603 (56.8)	226 (21.3)	224 (21.1)	8 (0.8)	1,061 (100.0)
自営店	554 (68.1)	133 (16.4)	123 (15.1)	3 (0.4)	813 (100.0)
チェー ン店	30 (16.9)	67 (37.6)	81 (45.5)	0 (0.0)	178 (100.0)
その他	4 (9.5)	21 (50.0)	17 (40.5)	0 (0.0)	42 (100.0)

図 2-15 禁煙・分煙の状況（経営形態別）



《禁煙・分煙の状況（客席数別）》

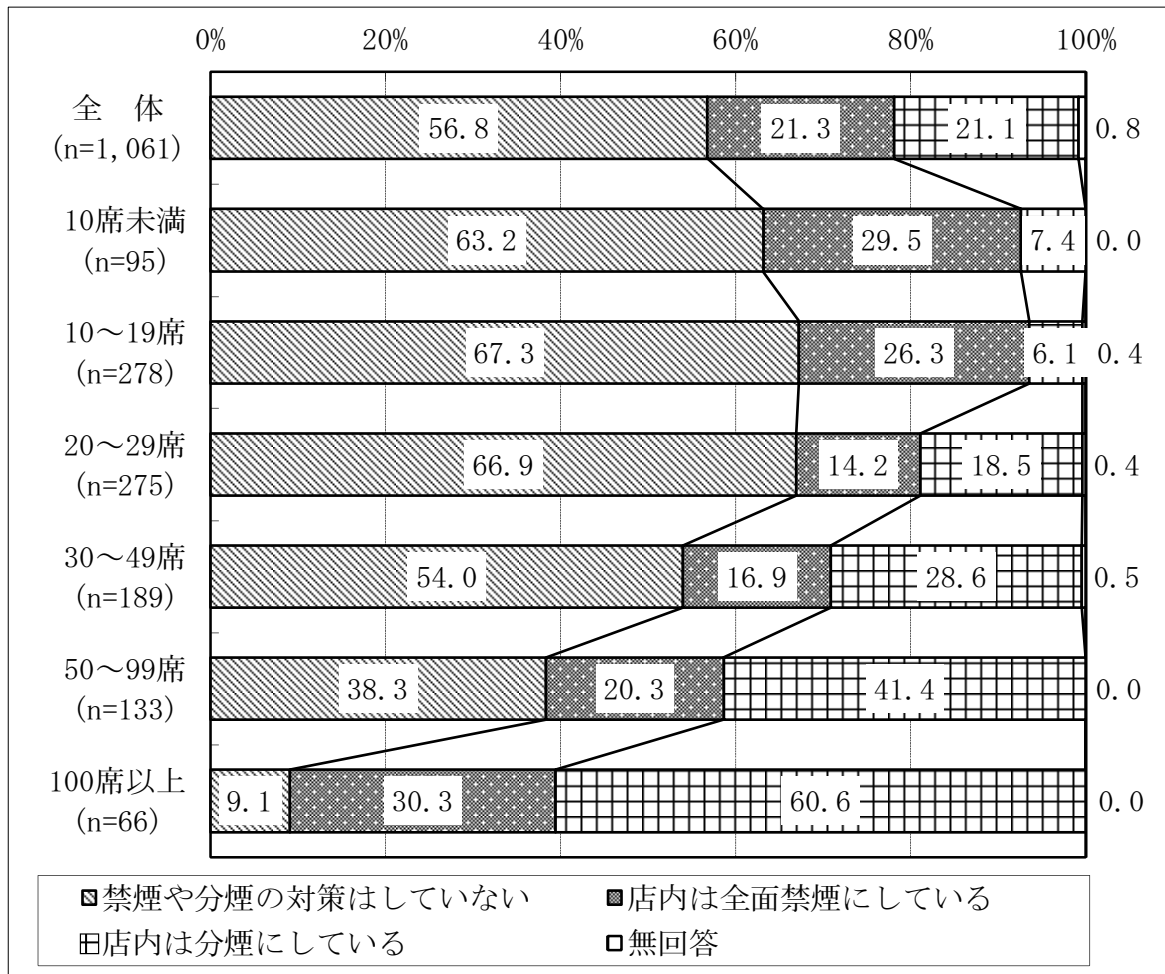
「店内は全面禁煙にしている」又は「店内は分煙にしている」飲食店は、「30～49席」の45.5%、「50～99席」の61.7%、「100席以上」の90.9%となっている。10席以上では、客席数が多い店ほど全面禁煙又は分煙としている割合が多い。

表 2-16 禁煙・分煙の状況（客席数別）

(n=1,061、括弧内は%)

	禁煙や分煙の対策はしていない	店内は全面禁煙にしている	店内は分煙にしている	無回答	合計
全体	603(56.8)	226(21.3)	224(21.1)	8(0.8)	1,061(100.0)
10席未満	60(63.2)	28(29.5)	7(7.4)	0(0.0)	95(100.0)
10～19席	187(67.3)	73(26.3)	17(6.1)	1(0.4)	278(100.0)
20～29席	184(66.9)	39(14.2)	51(18.5)	1(0.4)	275(100.0)
30～49席	102(54.0)	32(16.9)	54(28.6)	1(0.5)	189(100.0)
50～99席	51(38.3)	27(20.3)	55(41.4)	0(0.0)	133(100.0)
100席以上	6(9.1)	20(30.3)	40(60.6)	0(0.0)	66(100.0)

図 2-16 禁煙・分煙の状況（客席数別）



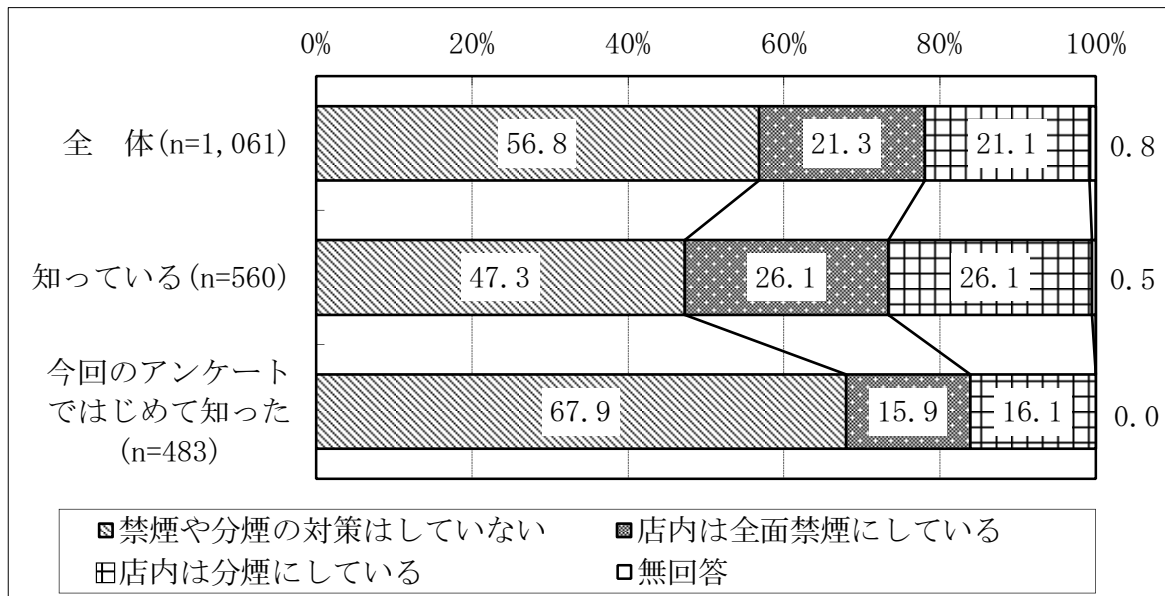
《禁煙・分煙の状況（健康増進法上の努力義務の認知度別）》

健康増進法上の努力義務を「知っている」飲食店は、「今回のアンケートではじめて知った」飲食店よりも対策を実施している割合が多い。

表 2-17 禁煙・分煙の状況（健康増進法上の努力義務の認知度別）  
（n=1,061、括弧内は%）

	禁煙や分煙の対策はしていない	店内は全面禁煙にしている	店内は分煙にしている	無回答	合計
全体	603 (56.8)	226 (21.3)	224 (21.1)	8 (0.8)	1,061 (100.0)
知っている	265 (47.3)	146 (26.1)	146 (26.1)	3 (0.5)	560 (100.0)
今回のアンケートではじめて知った	328 (67.9)	77 (15.9)	78 (16.1)	0 (0.0)	483 (100.0)

図 2-17 禁煙・分煙の状況（健康増進法上の努力義務の認知度別）



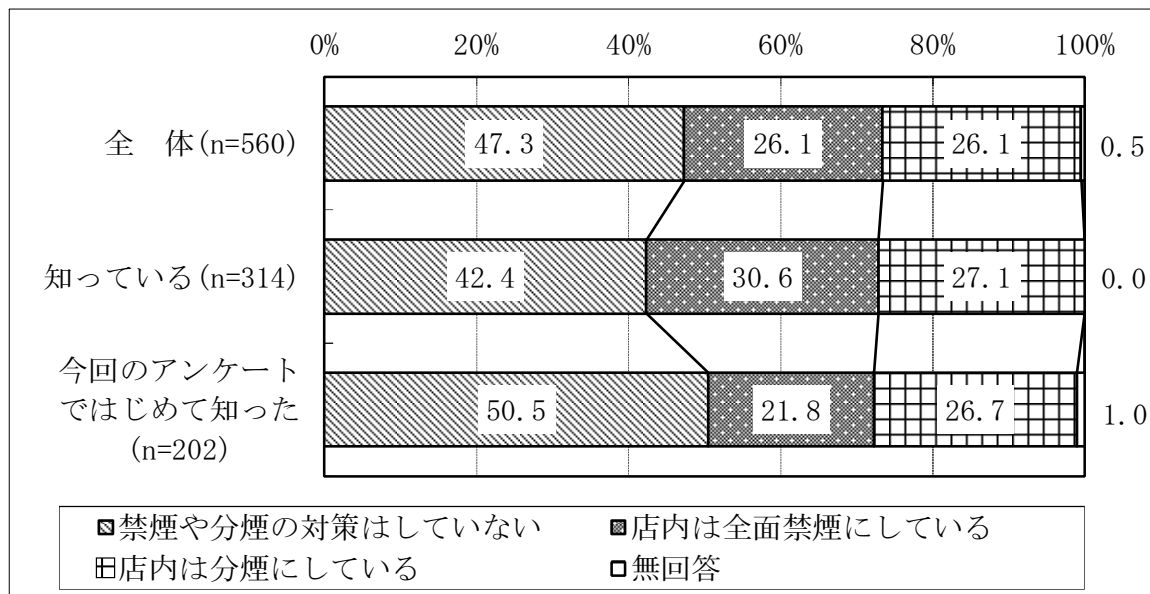
《禁煙・分煙の状況（健康増進法・厚生労働省健康局長通知の認知度別）》

健康増進法上の努力義務及び厚生労働省健康局長通知（平成22年2月25日付健発0225第2号）の内容を「知っている」飲食店は、健康増進法は知っているが通知は「今回のアンケートではじめて知った」飲食店よりも、対策を実施している割合が多い。

表 2-18 禁煙・分煙の状況（健康増進法・厚生労働省健康局長通知の認知度別）  
（n=560、括弧内は%）

	禁煙や分煙の対策はしていない	店内は全面禁煙にしている	店内は分煙にしている	無回答	合計
全体	265 (47.3)	146 (26.1)	146 (26.1)	3 (0.5)	560 (100.0)
健康増進法も通知も知っている	133 (42.4)	96 (30.6)	85 (27.1)	0 (0.0)	314 (100.0)
健康増進法は知っているが通知は今回のアンケートではじめて知った	102 (50.5)	44 (21.8)	54 (26.7)	2 (1.0)	202 (100.0)

図 2-18 禁煙・分煙の状況（健康増進法・厚生労働省健康局長通知の認知度別）



## ②-1 対策をしていない理由

[ (4)①で「禁煙や分煙の対策をしていない」と回答した飲食店のみ回答 ]

「お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため」が 72.0%で最も多く、次いで「お客様や売上が減少すると思ったため」が 40.5%、「お客様からの苦情や要望がないため」が 38.3%の順となっている。

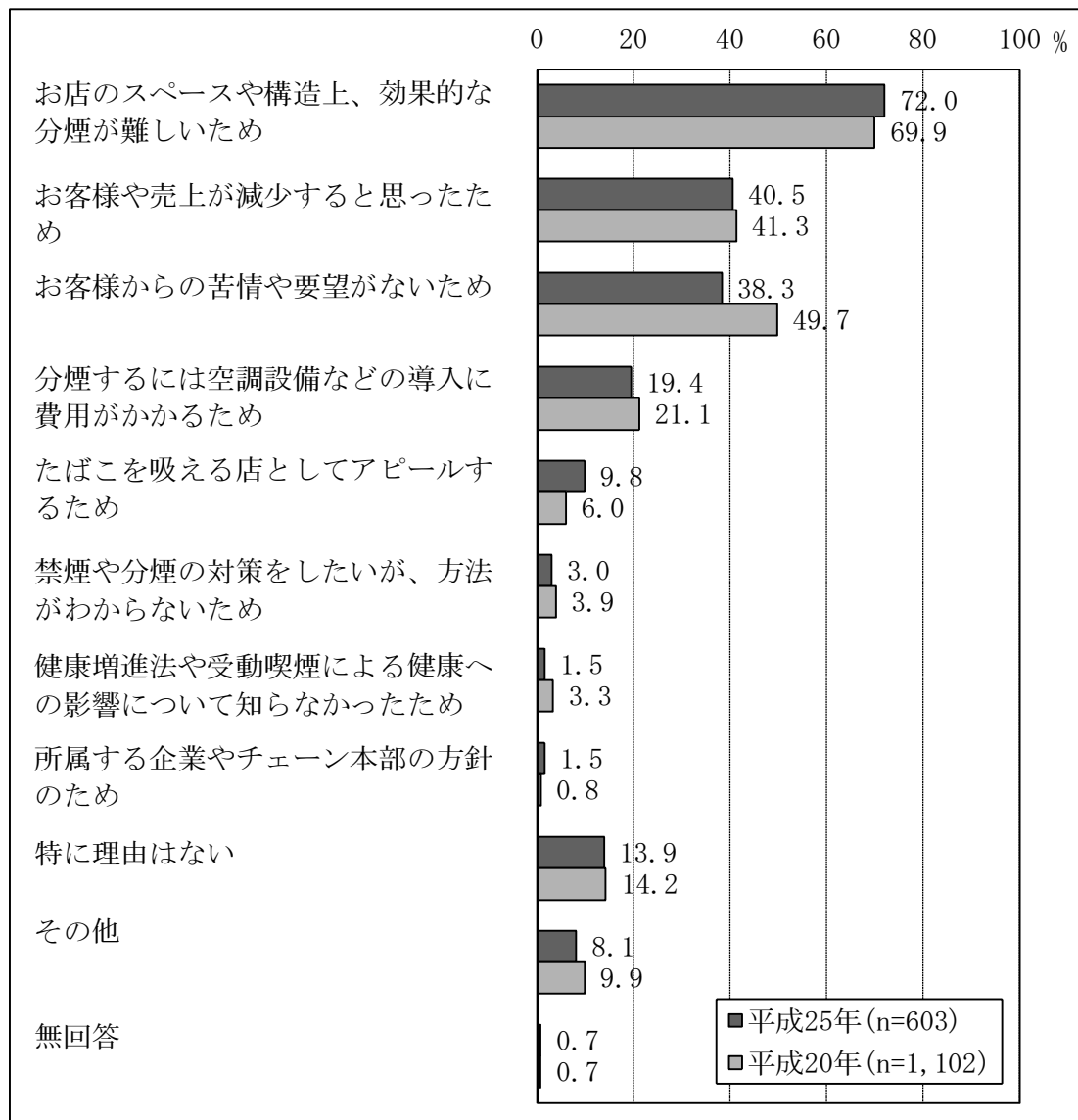
平成 20 年は、「お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため」は 69.9%で平成 25 年と同規模であるが、次いで「お客様からの苦情や要望がないため」が 49.7%、「お客様や売上が減少すると思ったため」が 41.3%の順となっている。

表 2-19 対策をしていない理由

(平成 20 年 : n=1,102、平成 25 年 : n=603 : 複数回答)

対策をしていない理由	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため	770	69.9%	434	72.0%
お客様や売上が減少すると思ったため	455	41.3%	244	40.5%
お客様からの苦情や要望がないため	548	49.7%	231	38.3%
分煙するには空調設備などの導入に費用がかかるため	233	21.1%	117	19.4%
たばこを吸える店としてアピールするため	66	6.0%	59	9.8%
禁煙や分煙の対策をしたいが、方法がわからないため	43	3.9%	18	3.0%
健康増進法や受動喫煙による健康への影響について知らなかったため	36	3.3%	9	1.5%
所属する企業やチェーン本部の方針のため	9	0.8%	9	1.5%
特に理由はない	156	14.2%	84	13.9%
その他	109	9.9%	49	8.1%
無回答	8	0.7%	4	0.7%

図 2-19 対策をしていない理由（平成 20 年・平成 25 年：複数回答）



《対策をしていない理由（一般飲食店・遊興飲食店別）》

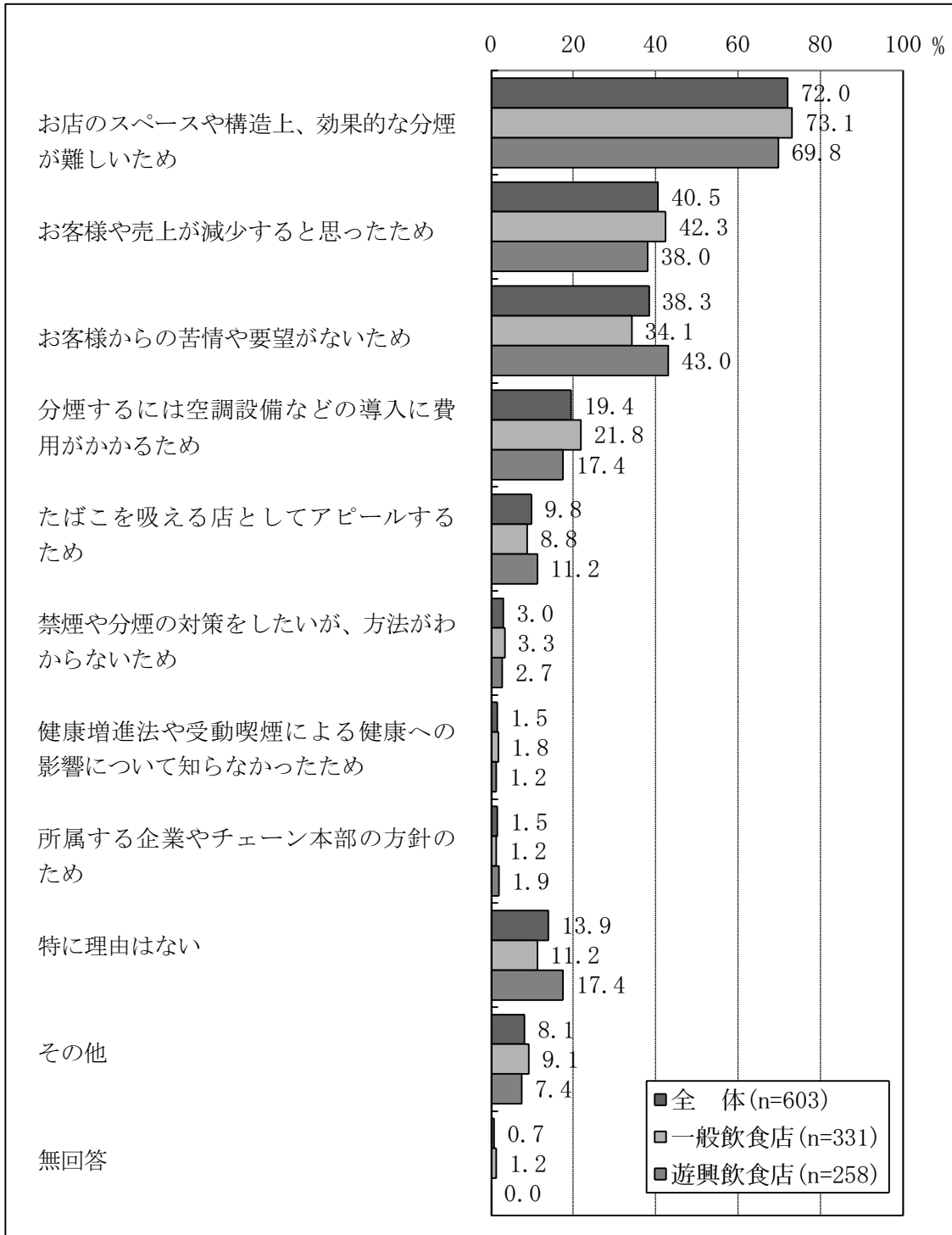
一般飲食店、遊興飲食店ともに「お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため」が最も多い。

表 2-20 対策をしていない理由（一般飲食店・遊興飲食店別）

（n = 603：複数回答、括弧内は%）

対策をしていない理由	全 体	一般飲食店	遊興飲食店
	603 (100.0)	331 (100.0)	258 (100.0)
お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため	434 (72.0)	242 (73.1)	180 (69.8)
お客様や売上が減少すると思ったため	244 (40.5)	140 (42.3)	98 (38.0)
お客様からの苦情や要望がないため	231 (38.3)	113 (34.1)	111 (43.0)
分煙するには空調設備などの導入に費用がかかるため	117 (19.4)	72 (21.8)	45 (17.4)
たばこを吸える店としてアピールするため	59 (9.8)	29 (8.8)	29 (11.2)
禁煙や分煙の対策をしたいが、方法がわからないため	18 (3.0)	11 (3.3)	7 (2.7)
健康増進法や受動喫煙による健康への影響について知らなかったため	9 (1.5)	6 (1.8)	3 (1.2)
所属する企業やチェーン本部の方針のため	9 (1.5)	4 (1.2)	5 (1.9)
特に理由はない	84 (13.9)	37 (11.2)	45 (17.4)
その他	49 (8.1)	30 (9.1)	19 (7.4)
無回答	4 (0.7)	4 (1.2)	0 (0.0)

図 2-20 対策をしていない理由（一般飲食店・遊興飲食店別）



## ②-2 対策をしていない飲食店の今後の予定

[ (4)①で「禁煙や分煙の対策をしていない」と回答した飲食店のみ回答 ]

「今後も対策の予定はない」が66.5%で最も多い。時間分煙、全面禁煙、喫煙席と禁煙席に分ける分煙、完全分煙のいずれかを検討すると回答した飲食店は、合わせて20.1%であった。

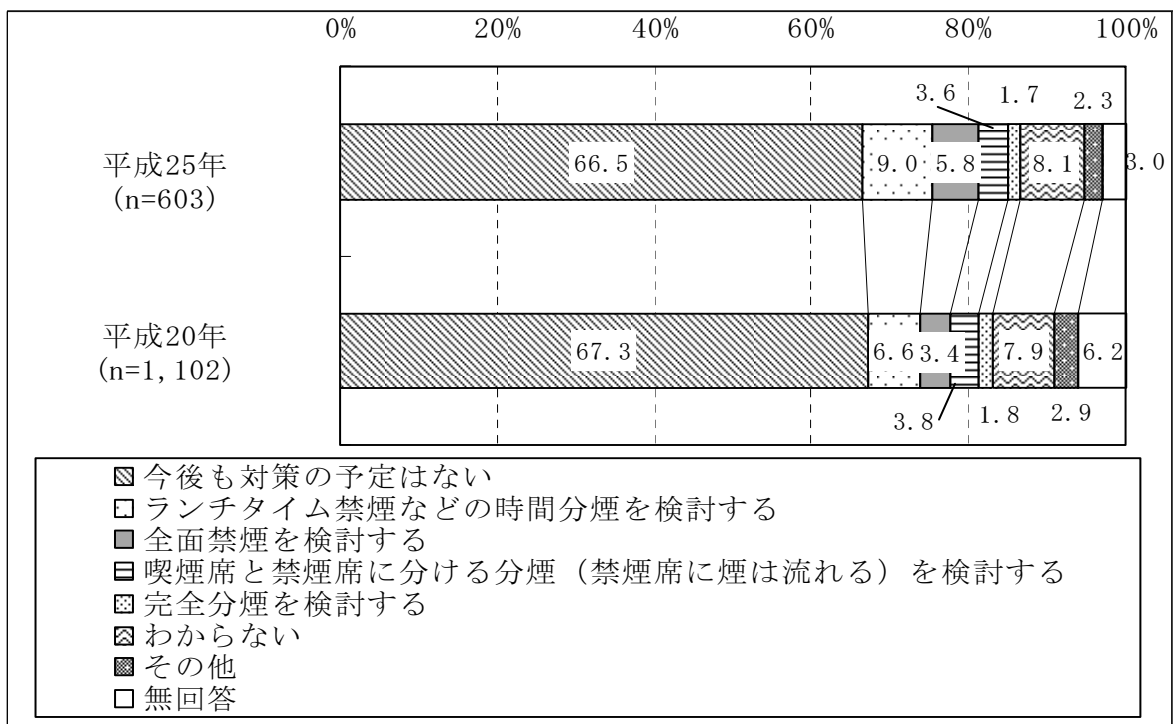
平成20年は、「今後も対策の予定はない」は67.3%であり、禁煙、分煙のいずれかを検討するが合わせて15.6%であった。

表 2-21 対策をしていない飲食店の今後の予定

(平成20年：n=1,102、平成25年：n=603)

対策をしていない飲食店の今後の予定	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
今後も対策の予定はない	742	67.3%	401	66.5%
ランチタイム禁煙などの時間分煙を検討する	73	6.6%	54	9.0%
全面禁煙を検討する	38	3.4%	35	5.8%
喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を検討する	42	3.8%	22	3.6%
完全分煙を検討する	20	1.8%	10	1.7%
わからない	87	7.9%	49	8.1%
その他	32	2.9%	14	2.3%
無回答	68	6.2%	18	3.0%
合 計	1,102	100.0%	603	100.0%

図 2-21 対策をしていない飲食店の今後の予定



《対策をしていない飲食店の今後の予定（経営形態別）》

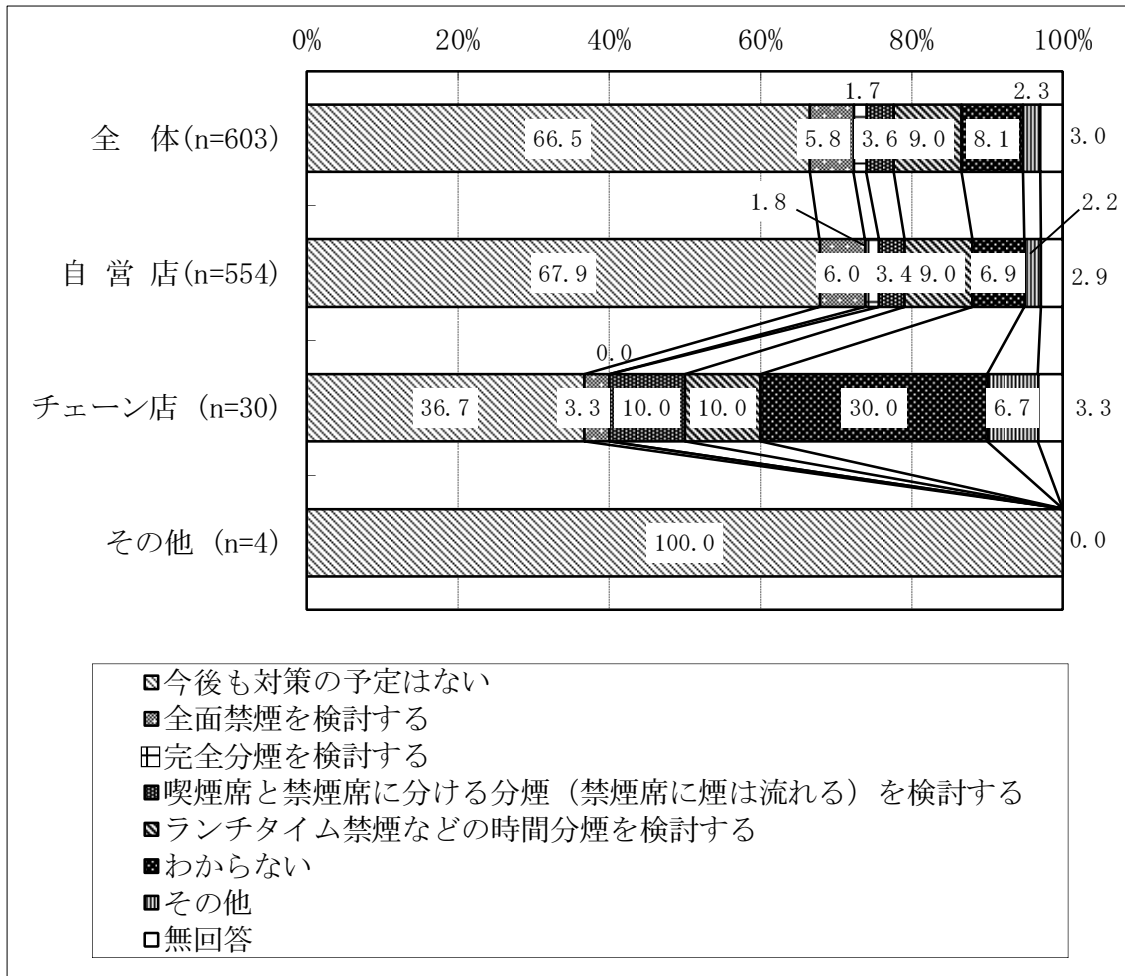
自営店の67.9%は「今後も対策の予定はない」としている。一方、チェーン店の23.3%は、全面禁煙、喫煙席と禁煙席に分ける分煙、時間分煙のいずれかを検討するとしている。

表 2-22 対策をしていない飲食店の今後の予定（経営形態別）

(n=603、括弧内は%)

	今後も対策の予定はない	全面禁煙を検討する	完全分煙を検討する	喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を検討する	ランチタイム禁煙などの時間分煙を検討する	わからない	その他	無回答	合計
全 体	401 (66.5)	35 (5.8)	10 (1.7)	22 (3.6)	54 (9.0)	49 (8.1)	14 (2.3)	18 (3.0)	603 (100.0)
自営店	376 (67.9)	33 (6.0)	10 (1.8)	19 (3.4)	50 (9.0)	38 (6.9)	12 (2.2)	16 (2.9)	554 (100.0)
チェーン店	11 (36.7)	1 (3.3)	0 (0.0)	3 (10.0)	3 (10.0)	9 (30.0)	2 (6.7)	1 (3.3)	30 (100.0)
その他	4 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)

図 2-22 対策をしていない飲食店の今後の予定（経営形態別）



《対策をしていない飲食店の今後の予定（客席数別）》

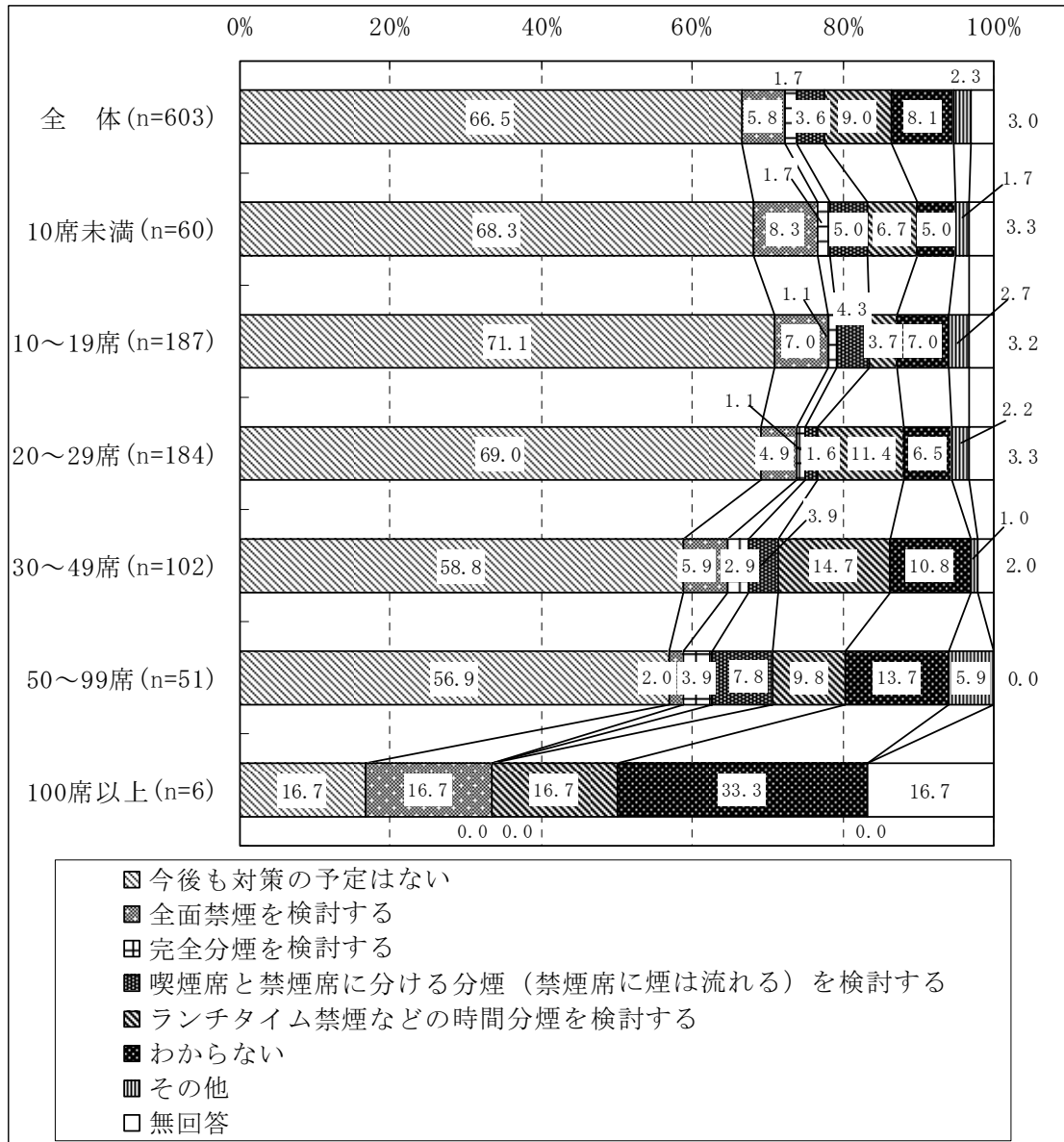
客席数が19席未満の小規模の飲食店においては、「全面禁煙を検討する」と回答した割合が多い。

表 2-23 対策をしていない飲食店の今後の予定（客席数別）

（n=603、括弧内は%）

	今後 も対策の 予定は ない	全面 禁煙を 検討す る	完全 分煙を 検討す る	喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を検討する	ランチタイム禁煙などの時間分煙を検討する	わから ない	その 他	無回 答	合 計
全体	401 (66.5)	35 (5.8)	10 (1.7)	22 (3.6)	54 (9.0)	49 (8.1)	14 (2.3)	18 (3.0)	603 (100.0)
10 席 未満	41 (68.3)	5 (8.3)	1 (1.7)	3 (5.0)	4 (6.7)	3 (5.0)	1 (1.7)	2 (3.3)	60 (100.0)
10 ～ 19 席	133 (71.1)	13 (7.0)	2 (1.1)	8 (4.3)	7 (3.7)	13 (7.0)	5 (2.7)	6 (3.2)	187 (100.0)
20 ～ 29 席	127 (69.0)	9 (4.9)	2 (1.1)	3 (1.6)	21 (11.4)	12 (6.5)	4 (2.2)	6 (3.3)	184 (100.0)
30 ～ 49 席	60 (58.8)	6 (5.9)	3 (2.9)	4 (3.9)	15 (14.7)	11 (10.8)	1 (1.0)	2 (2.0)	102 (100.0)
50 ～ 99 席	29 (56.9)	1 (2.0)	2 (3.9)	4 (7.8)	5 (9.8)	7 (13.7)	3 (5.9)	0 (0.0)	51 (100.0)
100 席以 上	1 (16.7)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	2 (33.3)	0 (0.0)	1 (16.7)	6 (100.0)

図 2-23 対策をしていない飲食店の今後の予定（客席数別）



### ③-1 全面禁煙とした理由

[ (4)①で「店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店のみ回答 ]

「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」が 42.0%で最も多く、次いで「受動喫煙による健康への影響を防ぐため」が 36.7%、「お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため」が 36.3%の順となっている。

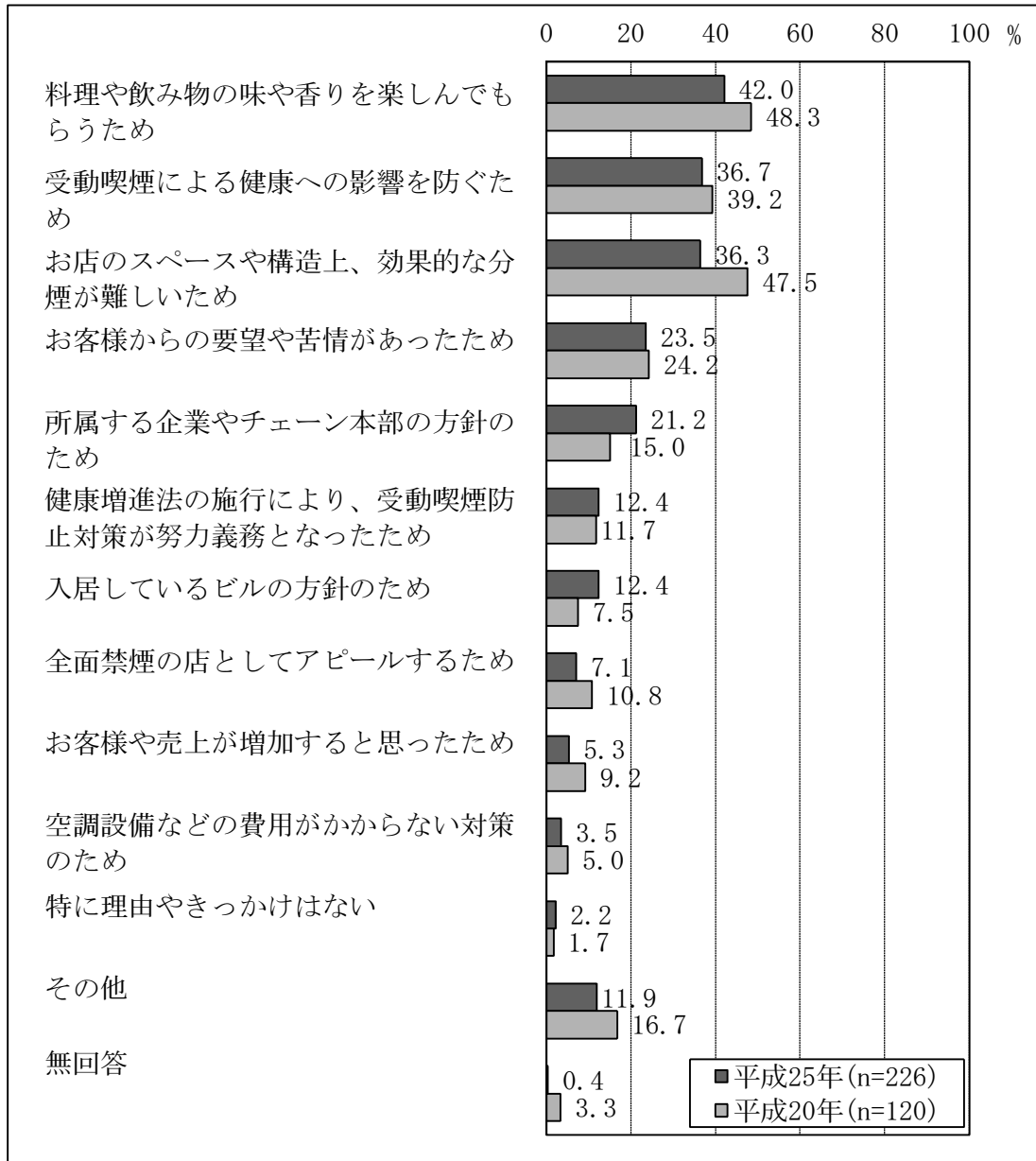
平成 20 年は、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」が 48.3%、「お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため」が 47.5%であった。

表 2-24 全面禁煙とした理由

(平成 20 年 : n=120、平成 25 年 : n=226 : 複数回答)

全面禁煙とした理由	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	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	58	48.3%	95	42.0%
受動喫煙による健康への影響を防ぐため	47	39.2%	83	36.7%
お店のスペースや構造上、効果的な分煙が難しいため	57	47.5%	82	36.3%
お客様からの要望や苦情があったため	29	24.2%	53	23.5%
所属する企業やチェーン本部の方針のため	18	15.0%	48	21.2%
健康増進法の施行により、受動喫煙防止対策が努力義務となったため	14	11.7%	28	12.4%
入居しているビルの方針のため	9	7.5%	28	12.4%
全面禁煙の店としてアピールするため	13	10.8%	16	7.1%
お客様や売上が増加すると思ったため	11	9.2%	12	5.3%
空調設備などの費用がかからない対策のため	6	5.0%	8	3.5%
特に理由やきっかけはない	2	1.7%	5	2.2%
その他	20	16.7%	27	11.9%
無回答	4	3.3%	1	0.4%

図 2-24 全面禁煙とした理由（平成 20 年・平成 25 年：複数回答）



### ③-2 全面禁煙のメリット

〔(4)①で「店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店のみ回答〕

「開店時から禁煙にしているが特に問題はない」が 32.7%で最も多く、次いで「特にメリットはない」が 27.9%、「苦情が減少した」、「清掃回数や費用が減少した」はともに 14.6%となっている。

「感謝の声が増えた」は 13.7%であり、平成 20 年に比べて 10.5 ポイント減少している。

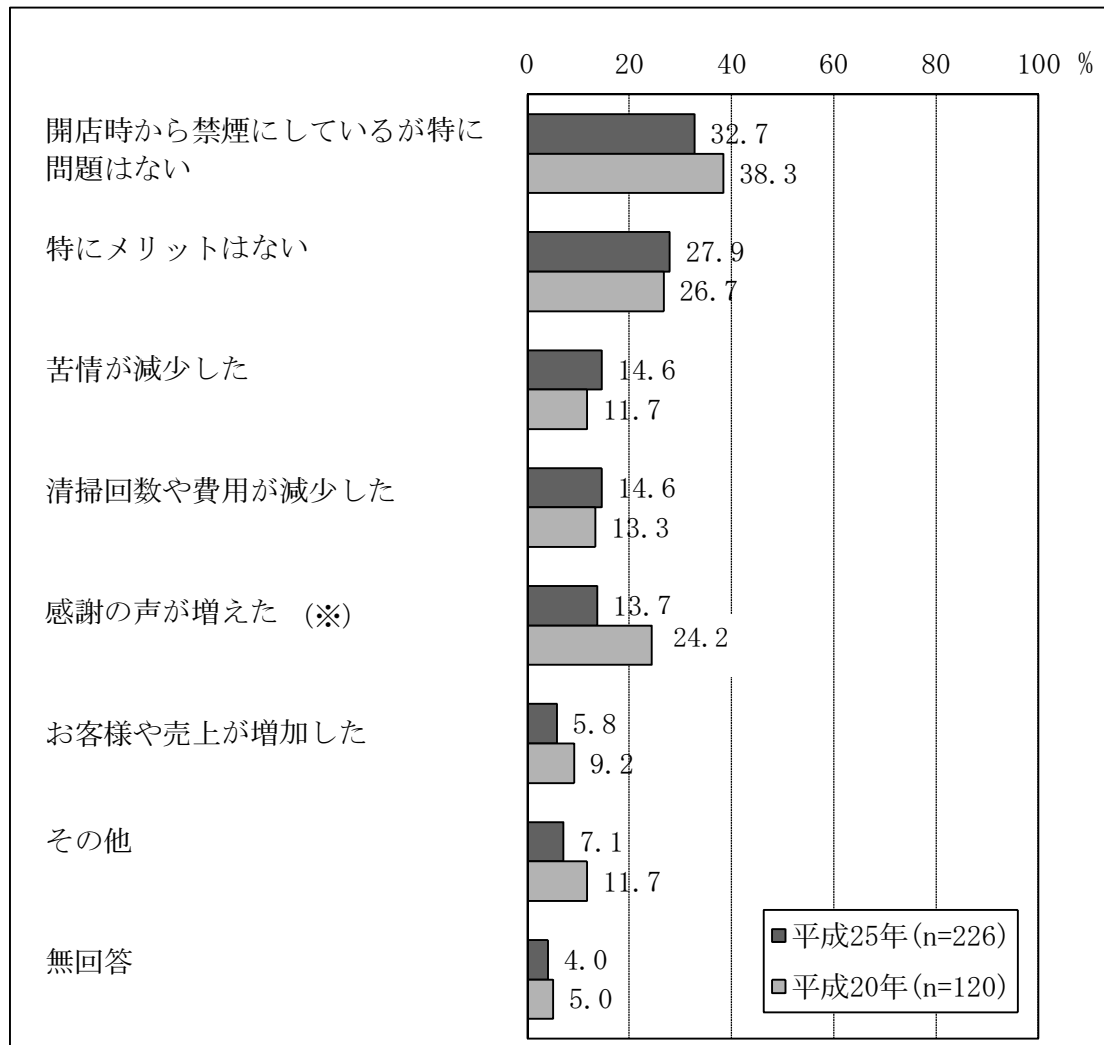
表 2-25 全面禁煙のメリット

(平成 20 年：n=120、平成 25 年：n=226：複数回答)

全面禁煙のメリット	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
開店時から禁煙にしているが特に問題はない	46	38.3%	74	32.7%
特にメリットはない	32	26.7%	63	27.9%
苦情が減少した	14	11.7%	33	14.6%
清掃回数や費用が減少した	16	13.3%	33	14.6%
感謝の声が増えた(※)	29	24.2%	31	13.7%
お客様や売上が増加した	11	9.2%	13	5.8%
その他	14	11.7%	16	7.1%
無回答	6	5.0%	9	4.0%

※平成 20 年調査では、「取組を評価する声が増えた」として回答項目を設定

図 2-25 全面禁煙のメリット（平成 20 年・平成 25 年：複数回答）



※ 平成 20 年調査では、「取組を評価する声が増えた」の回答項目として設定

### ③-3 全面禁煙のデメリット

〔(4)①で「店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店のみ回答〕

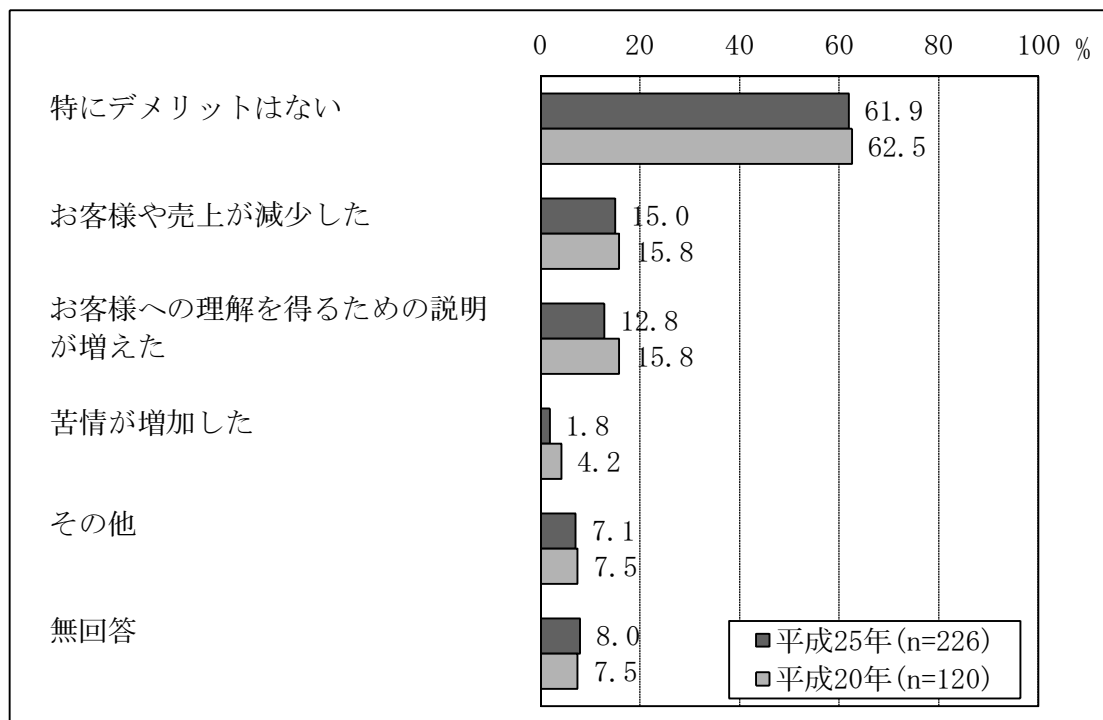
「特にデメリットはない」が61.9%で最も多く、次いで、「お客様や売上が減少した」が15.0%、「お客様への理解を得るための説明が増えた」が12.8%の順となっている。この傾向は、平成20年とほぼ同様であった。

表 2-26 全面禁煙のデメリット

(平成20年：n=120、平成25年：n=226：複数回答)

全面禁煙のデメリット	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
特にデメリットはない	75	62.5%	140	61.9%
お客様や売上が減少した	19	15.8%	34	15.0%
お客様への理解を得るための説明が増えた	19	15.8%	29	12.8%
苦情が増加した	5	4.2%	4	1.8%
その他	9	7.5%	16	7.1%
無回答	9	7.5%	18	8.0%

図 2-26 全面禁煙のデメリット (平成20年・平成25年：複数回答)



### ③-4 全面禁煙の飲食店の今後の予定

[ (4)①で「店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店のみ回答 ]

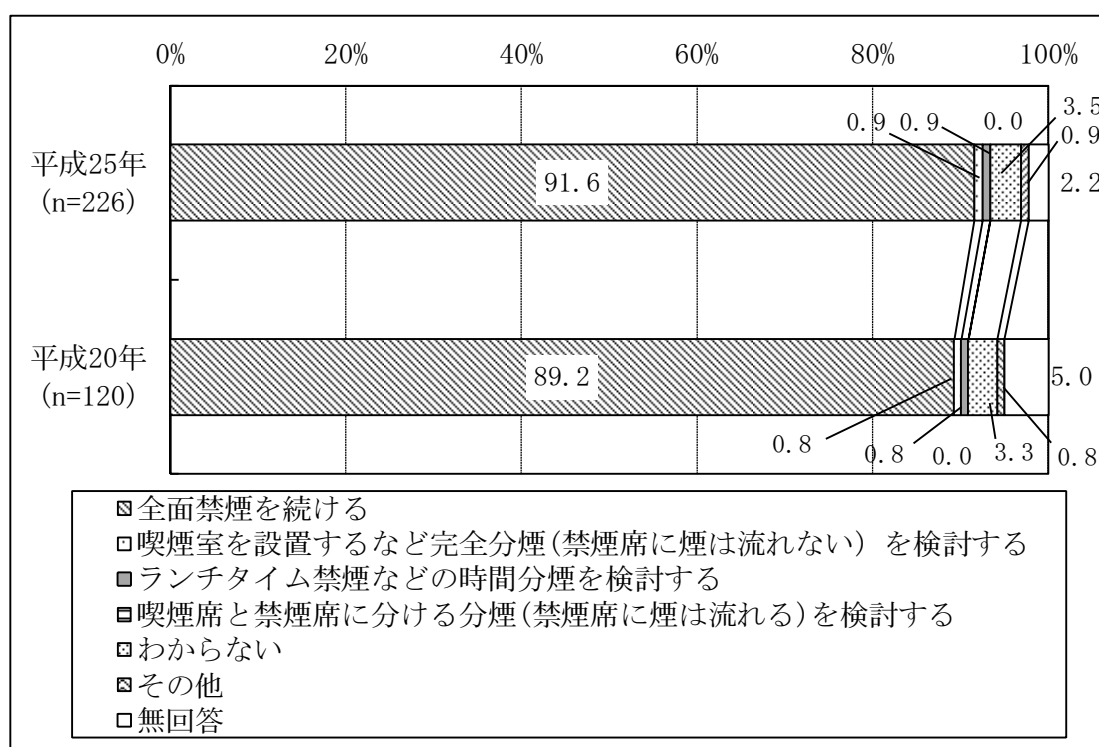
平成20年、平成25年ともに、「全面禁煙を続ける」が約90%であり、継続して取り組むとする飲食店が多い。

表 2-27 全面禁煙の飲食店の今後の予定

(平成20年：n=120、平成25年：n=226)

全面禁煙の飲食店の今後の予定	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
全面禁煙を続ける	107	89.2%	207	91.6%
喫煙室を設置するなど完全分煙(禁煙席に煙は流れない)を検討する	1	0.8%	2	0.9%
ランチタイム禁煙などの時間分煙を検討する	1	0.8%	2	0.9%
喫煙席と禁煙席に分ける分煙(禁煙席に煙は流れる)を検討する	0	0.0%	0	0.0%
わからない	4	3.3%	8	3.5%
その他	1	0.8%	2	0.9%
無回答	6	5.0%	5	2.2%
合計	120	100.0%	226	100.0%

図 2-27 全面禁煙の飲食店の今後の予定 (平成20年・平成25年)



#### ④ 分煙の種類

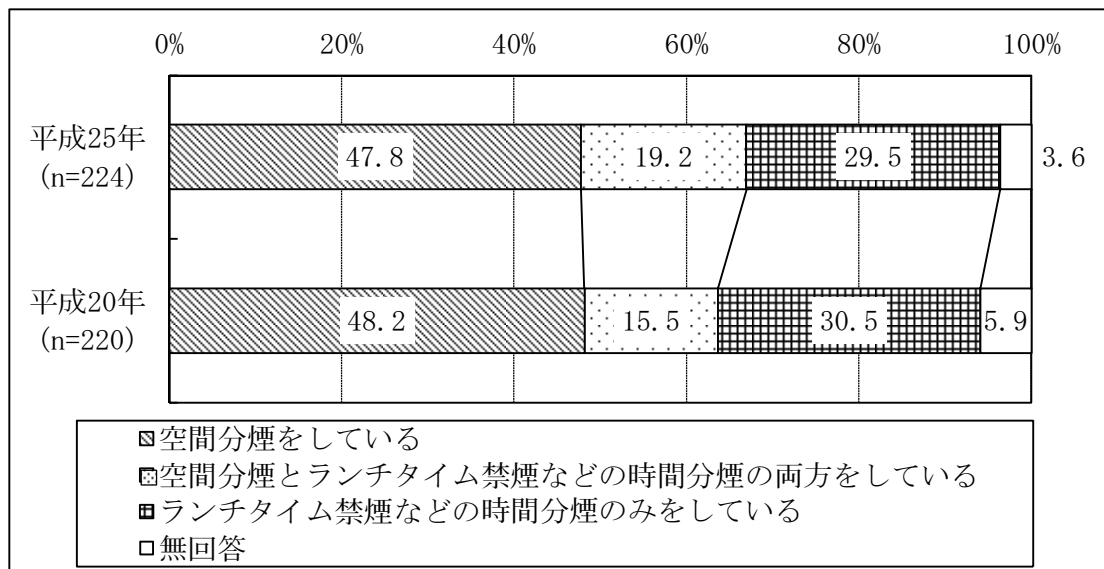
〔(4)①で「店内は分煙にしている」と回答した飲食店のみ回答〕

「空間分煙をしている」が47.8%で最も多く、次いで「ランチタイム禁煙などの時間分煙のみをしている」が29.5%、「空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている」が19.2%の順となっている。この傾向は、平成20年と同様であった。

表2-28 分煙の種類（平成20年：n=220、平成25年：n=224）

分煙の種類	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
空間分煙をしている	106	48.2%	107	47.8%
空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている	34	15.5%	43	19.2%
ランチタイム禁煙などの時間分煙のみをしている	67	30.5%	66	29.5%
無回答	13	5.9%	8	3.6%
合計	220	100.0%	224	100.0%

図2-28 分煙の種類（平成20年・平成25年）



⑤ 空間分煙の内容

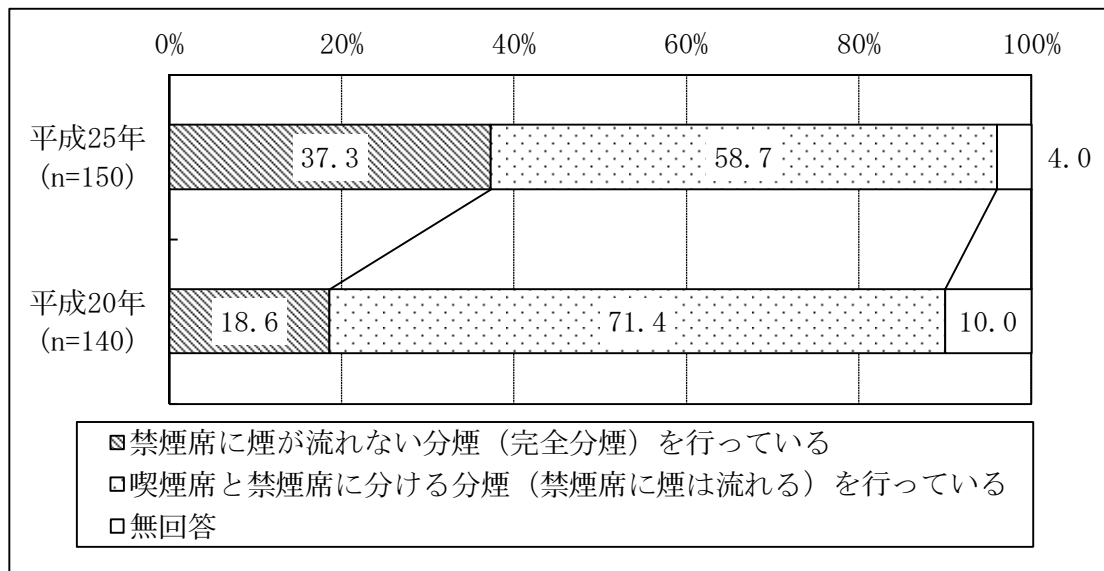
[ (4)④で「空間分煙をしている」又は「空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている」と回答した飲食店のみ回答]

「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」は58.7%であり、平成20年の71.4%から減少している。一方、「禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている」が、平成20年の18.6%から平成25年は37.3%と18.7ポイント増加している。

表 2-29 空間分煙の内容（平成20年：n=140、平成25年：n=150：複数回答）

空間分煙の内容	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている	26	18.6%	56	37.3%
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	100	71.4%	88	58.7%
無回答	14	10.0%	6	4.0%
合 計	140	100.0%	150	100.0%

図 2-29 空間分煙の内容（平成20年・平成25年：複数回答）



《空間分煙の内容（健康増進法・厚生労働省健康局長通知の認知度別）》

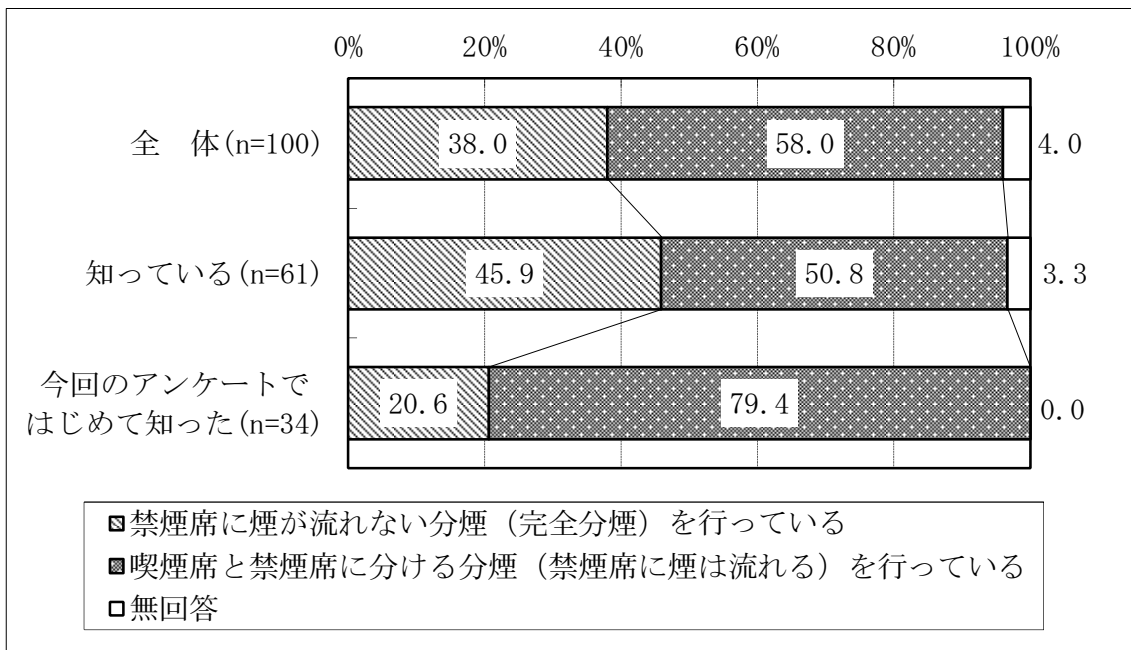
〔(4)④で「空間分煙をしている」又は「空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている」と回答した飲食店のみ回答〕

「禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている」のは、健康増進法上の努力義務及び厚生労働省健康局長通知（平成22年2月25日付健発0225第2号）の内容を「知っている」は45.9%となっているが、通知を「今回のアンケートで初めて知った」は20.6%となっている。

表 2-30 空間分煙の内容（健康増進法・厚生労働省健康局長通知の認知度別）  
（n=100、括弧内は%）

	禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている	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
全体	38(38.0)	58(58.0)	4(4.0)	100(100.0)
健康増進法も通知も知っている	28(45.9)	31(50.8)	2(3.3)	61(100.0)
健康増進法は知っているが通知は今回のアンケートではじめて知った	7(20.6)	27(79.4)	0(0.0)	34(100.0)

図 2-30 空間分煙の内容（健康増進法・厚生労働省健康局長通知の認知度別）



### ⑥-1 完全分煙とした理由

〔(4)⑤で「禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている」と回答した飲食店のみ回答〕

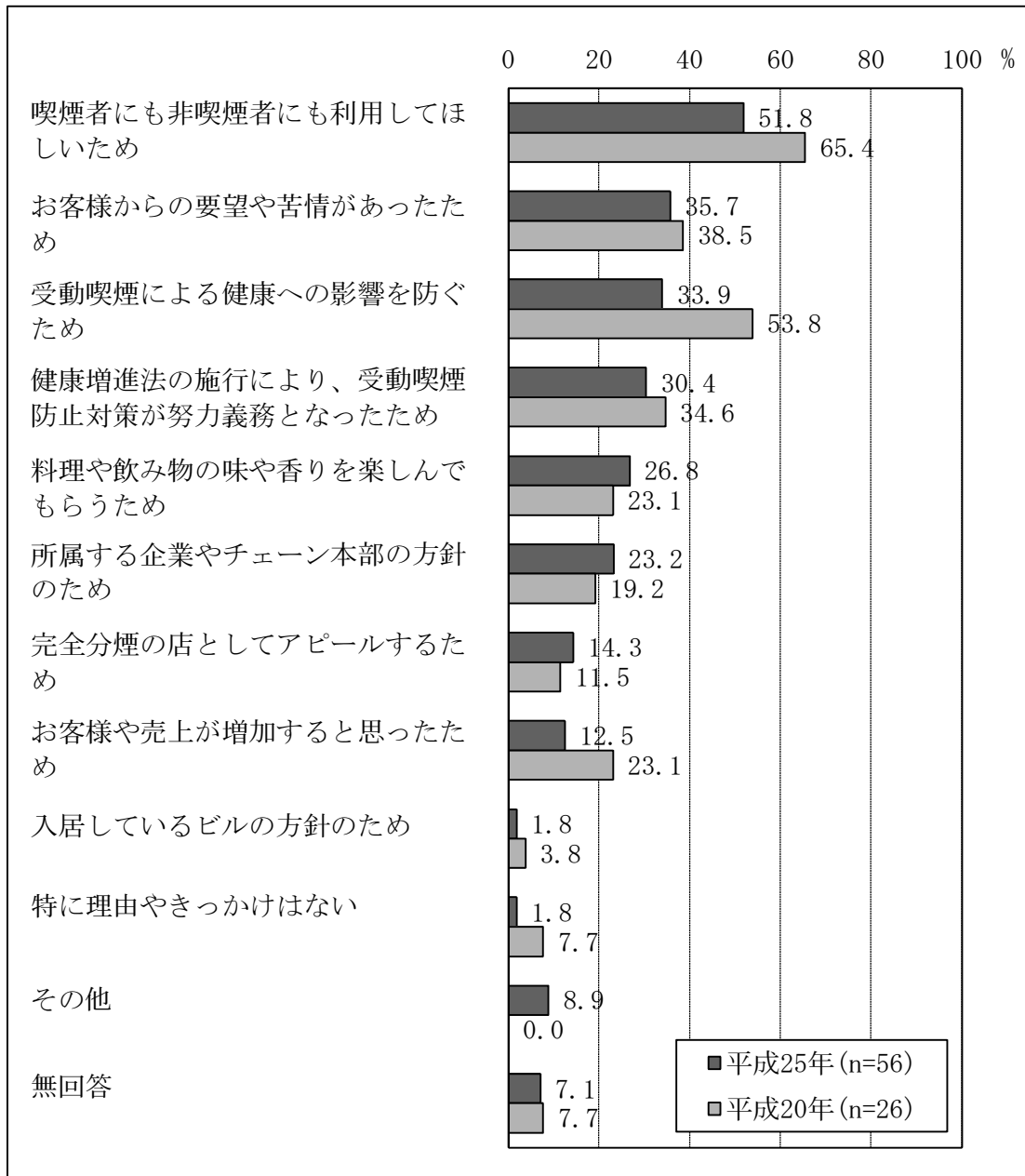
「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」が 51.8%で最も多く、次いで「お客様からの要望や苦情があったため」が 35.7%、「受動喫煙による健康への影響を防ぐため」が 33.9%の順となっている。

平成 20 年は、「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」が 65.4%だったが、平成 25 年には 13.6 ポイント減少している。

表 2-31 完全分煙とした理由（平成 20 年：n=26、平成 25 年：n=56：複数回答）

完全分煙とした理由	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	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	17	65.4%	29	51.8%
お客様からの要望や苦情があったため	10	38.5%	20	35.7%
受動喫煙による健康への影響を防ぐため	14	53.8%	19	33.9%
健康増進法の施行により、受動喫煙防止対策が努力義務となったため	9	34.6%	17	30.4%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	6	23.1%	15	26.8%
所属する企業やチェーン本部の方針のため	5	19.2%	13	23.2%
完全分煙の店としてアピールするため	3	11.5%	8	14.3%
お客様や売上が増加すると思ったため	6	23.1%	7	12.5%
入居しているビルの方針のため	1	3.8%	1	1.8%
特に理由やきっかけはない	2	7.7%	1	1.8%
その他	0	0.0%	5	8.9%
無回答	2	7.7%	4	7.1%

図 2-31 完全分煙とした理由（平成 20 年・平成 25 年：複数回答）



## ⑥-2 完全分煙のメリット

〔(4)⑤で「禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている」と回答した飲食店のみ回答〕

「特にメリットはない」が32.1%で最も多く、次いで「苦情が減少した」が30.4%、「感謝の声が増えた」が23.2%となっている。

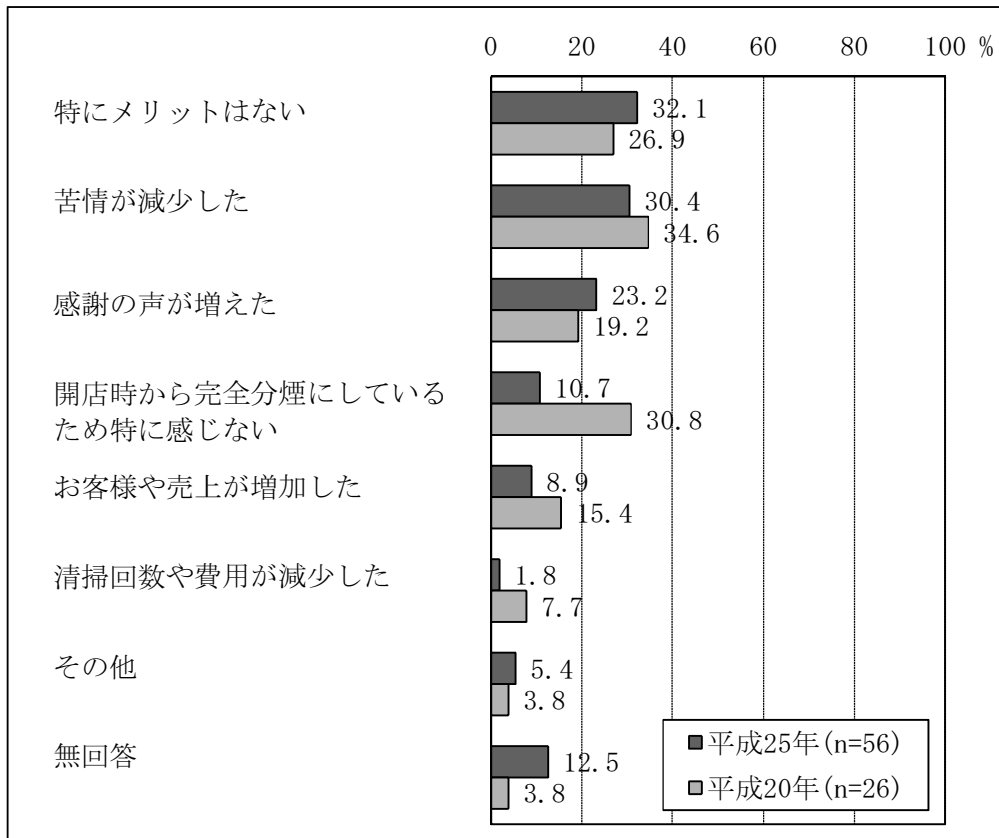
平成20年は、「苦情が減少した」（34.6%）が高い傾向にあったが、平成25年では4.2ポイント減少している。

表 2-32 完全分煙のメリット（平成20年：n=26、平成25年：n=56：複数回答）

完全分煙のメリット	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
特にメリットはない	7	26.9%	18	32.1%
苦情が減少した	9	34.6%	17	30.4%
感謝の声が増えた(※)	5	19.2%	13	23.2%
開店時から完全分煙にしているため特に感じない	8	30.8%	6	10.7%
お客様や売上が増加した	4	15.4%	5	8.9%
清掃回数や費用が減少した	2	7.7%	1	1.8%
その他	1	3.8%	3	5.4%
無回答	1	3.8%	7	12.5%

※平成20年調査では「取組を評価する声が増えた」として回答項目を設定

図 2-32 完全分煙のメリット（平成20年・平成25年：複数回答）



### ⑥-3 完全分煙のデメリット

〔(4)⑤で「禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている」と回答した飲食店のみ回答〕

平成20年、平成25年ともに、「特にデメリットはない」と回答する店舗が多い。

平成20年は、「お客様の喫煙席、禁煙席の希望に合わずに待たせる場合が増えた」が30.8%であったのに対し、平成25年は11.2ポイント減少している。

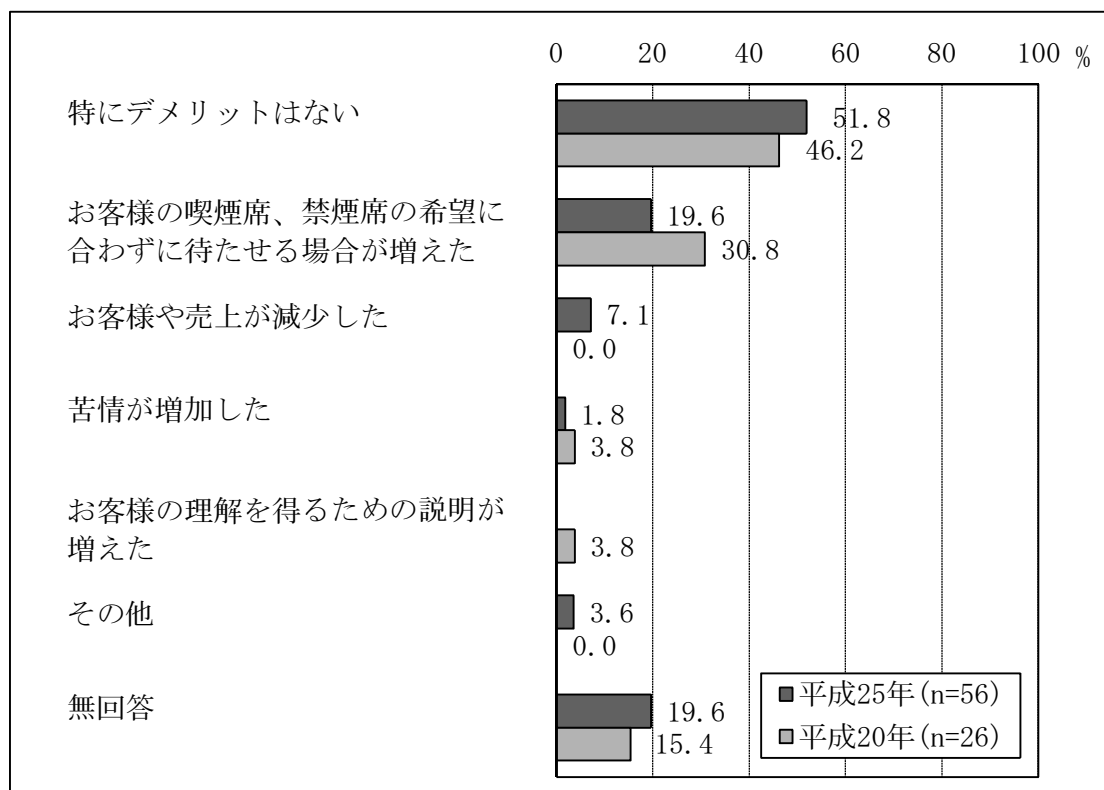
表 2-33 完全分煙のデメリット

(平成20年：n=26、平成25年：n=56：複数回答)

完全分煙のデメリット	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
特にデメリットはない	12	46.2%	29	51.8%
お客様の喫煙席、禁煙席の希望に合わずに待たせる場合が増えた	8	30.8%	11	19.6%
お客様や売上が減少した	0	0.0%	4	7.1%
苦情が増加した	1	3.8%	1	1.8%
お客様の理解を得るための説明が増えた	1	3.8%	-	-
その他	0	0.0%	2	3.6%
無回答	4	15.4%	11	19.6%

※平成25年調査は「お客様の理解を得るための説明が増えた」の回答項目を設けていない。

図 2-33 完全分煙のデメリット (平成20年・平成25年：複数回答)



### ⑥-4 完全分煙の飲食店の今後の予定

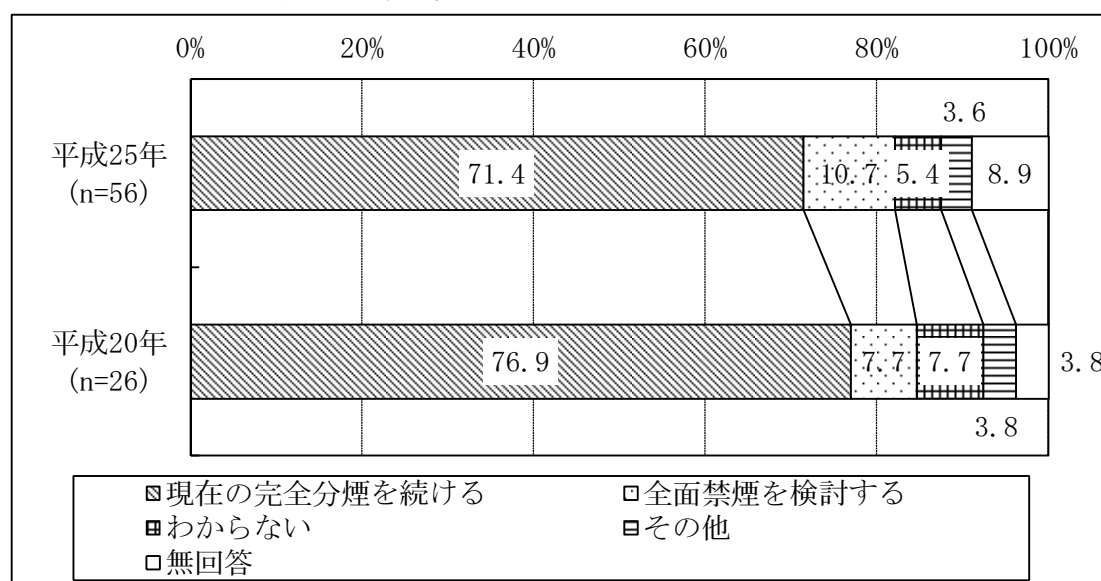
〔(4)⑤で「禁煙席に煙が流れない分煙（完全分煙）を行っている」と回答した飲食店のみ回答〕

平成 20 年、平成 25 年ともに、「現在の完全分煙を続ける」が 70% を超えている。

表 2-34 完全分煙の飲食店の今後の予定（平成 20 年：n=26、平成 25 年：n=56）

完全分煙の飲食店の今後の予定	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
現在の完全分煙を続ける	20	76.9%	40	71.4%
全面禁煙を検討する	2	7.7%	6	10.7%
わからない	2	7.7%	3	5.4%
その他	1	3.8%	2	3.6%
無回答	1	3.8%	5	8.9%
合 計	26	100.0%	56	100.0%

図 2-34 完全分煙の飲食店の今後の予定（平成 20 年・平成 25 年）



### ⑦-1 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由

〔(3)⑤で「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」と回答した飲食店のみ回答〕

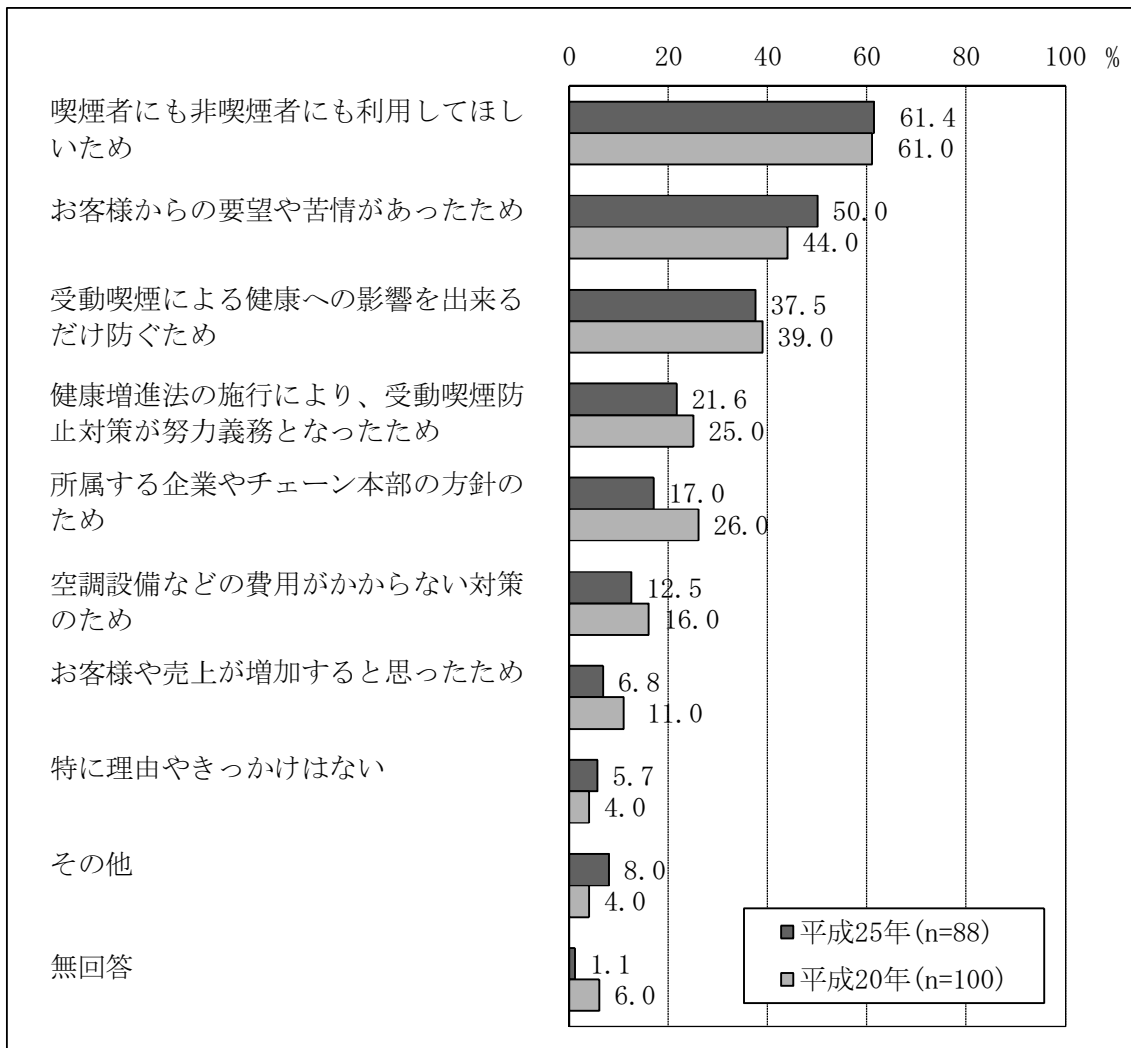
「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」が 61.4%で最も多く、次いで「お客様からの要望や苦情があったため」が 50.0%、「受動喫煙による健康への影響を出来るだけ防ぐため」が 37.5%の順となっている。この傾向は、平成 20 年と同様であった。

表 2-35 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由

(平成 20 年：n=100、平成 25 年：n=88：複数回答)

喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	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	61	61.0%	54	61.4%
お客様からの要望や苦情があったため	44	44.0%	44	50.0%
受動喫煙による健康への影響を出来るだけ防ぐため	39	39.0%	33	37.5%
健康増進法の施行により、受動喫煙防止対策が努力義務となったため	25	25.0%	19	21.6%
所属する企業やチェーン本部の方針のため	26	26.0%	15	17.0%
空調設備などの費用がかからない対策のため	16	16.0%	11	12.5%
お客様や売上が増加すると思ったため	11	11.0%	6	6.8%
特に理由やきっかけはない	4	4.0%	5	5.7%
その他	4	4.0%	7	8.0%
無回答	6	6.0%	1	1.1%

図 2-35 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由  
(平成 20 年・平成 25 年：複数回答)



⑦-2 喫煙席と禁煙席に分ける分煙のメリット

〔(4)⑤で「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」と回答した飲食店のみ回答〕

「特にメリットはない」が43.2%で最も多い。

平成20年は、「苦情が減少した」（33.0%）、「特にメリットはない」（31.0%）、「開店時から現在の分煙にしているが特に問題はない」（29.0%）の順であった。

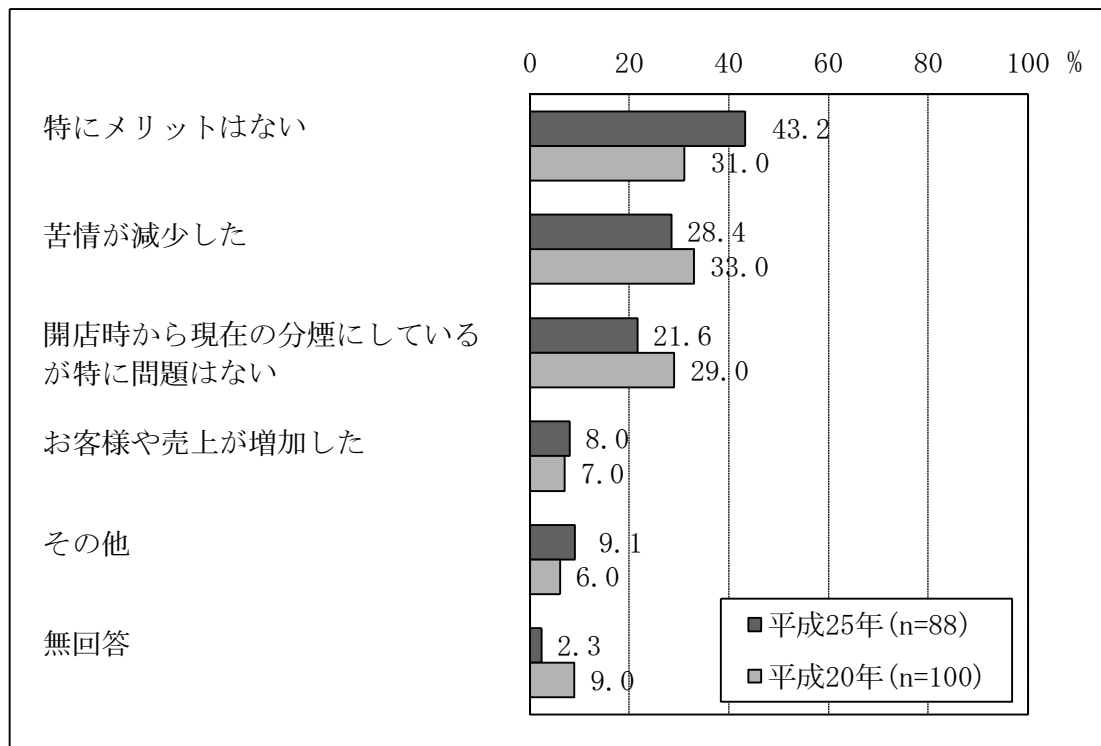
表 2-36 喫煙席と禁煙席に分ける分煙のメリット

（平成20年：n=100、平成25年：n=88：複数回答）

喫煙席と禁煙席に分ける分煙のメリット	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
特にメリットはない	31	31.0%	38	43.2%
苦情が減少した	33	33.0%	25	28.4%
開店時から現在の分煙にしているが特に問題はない	29	29.0%	19	21.6%
お客様や売上が増加した	7	7.0%	7	8.0%
その他	6	6.0%	8	9.1%
無回答	9	9.0%	2	2.3%

図 2-36 喫煙席と禁煙席に分ける分煙のメリット

（平成20年・平成25年：複数回答）



### ⑦-3 喫煙席と禁煙席に分ける分煙のデメリット

〔(4)⑤で「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」と回答した飲食店のみ回答〕

「お客様の喫煙席、禁煙席の希望に合わずに待たせる場合が増えた」が31.8%で最も多く、次いで「特にデメリットはない」が29.5%、「お客様の理解を得るための説明が増えた」が28.4%の順となっている。

平成20年は、「特にデメリットはない」が47.0%と最も多かった。

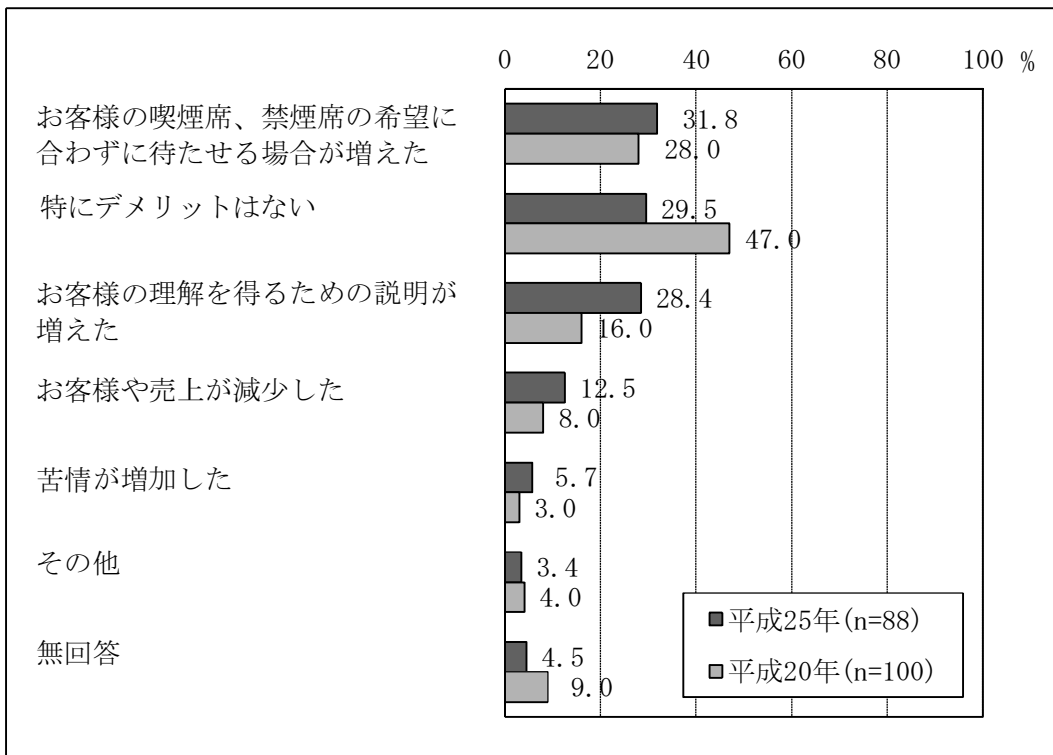
表 2-37 喫煙席と禁煙席に分ける分煙のデメリット

(平成20年：n=100、平成25年：n=88：複数回答)

喫煙席と禁煙席に分ける分煙のデメリット	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
お客様の喫煙席、禁煙席の希望に合わずに待たせる場合が増えた	28	28.0%	28	31.8%
特にデメリットはない	47	47.0%	26	29.5%
お客様の理解を得るための説明が増えた	16	16.0%	25	28.4%
お客様や売上が減少した	8	8.0%	11	12.5%
苦情が増加した	3	3.0%	5	5.7%
その他	4	4.0%	3	3.4%
無回答	9	9.0%	4	4.5%

図 2-37 喫煙席と禁煙席に分ける分煙のデメリット

(平成20年・平成25年：複数回答)



#### ⑦-4 喫煙席と禁煙席に分ける分煙の飲食店の今後の予定

〔(4)⑤で「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」と回答した飲食店のみ回答〕

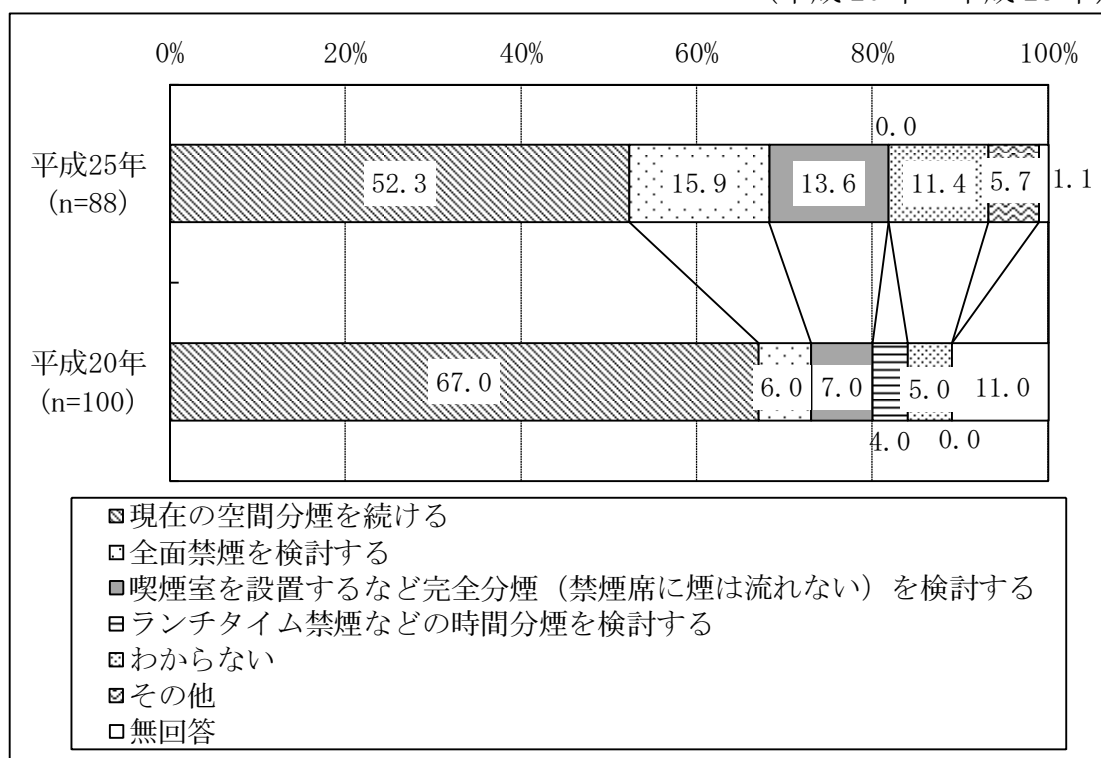
「現在の空間分煙を続ける」が52.3%で最も多いが、全面禁煙、完全分煙のいずれかを検討するとの回答が合わせて29.5%となっている。

平成20年は、「現在の空間分煙を続ける」が67.0%であり、全面禁煙、完全分煙のいずれかを検討するが合わせて13.0%であった。

表 2-38 喫煙席と禁煙席に分ける分煙の飲食店の今後の予定  
(平成20年：n=100、平成25年：n=88)

喫煙席と禁煙席に分ける分煙の飲食店の今後の予定	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
現在の空間分煙を続ける	67	67.0%	46	52.3%
全面禁煙を検討する	6	6.0%	14	15.9%
喫煙室を設置するなど完全分煙（禁煙席に煙は流れない）を検討する	7	7.0%	12	13.6%
ランチタイム禁煙などの時間分煙を検討する	4	4.0%	0	0.0%
わからない	5	5.0%	10	11.4%
その他	0	0.0%	5	5.7%
無回答	11	11.0%	1	1.1%
合計	100	100.0%	88	100.0%

図 2-38 喫煙席と禁煙席に分ける分煙の飲食店の今後の予定  
(平成20年・平成25年)



### ⑧-1 時間分煙とした理由

〔(4)④で「空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている」又は「ランチタイム禁煙などの時間分煙のみをしている」と回答した飲食店のみ回答〕

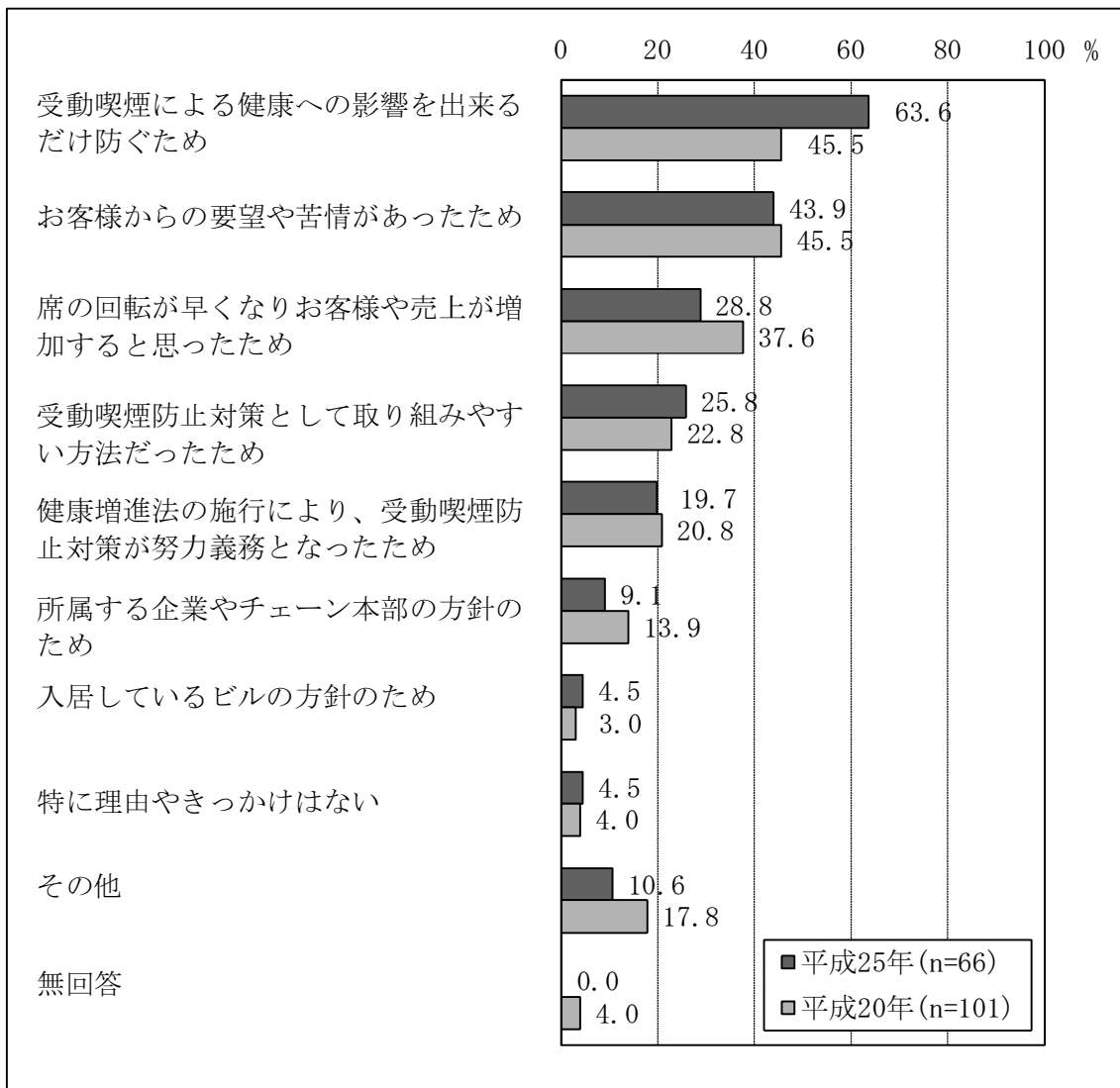
「受動喫煙による健康への影響を出来るだけ防ぐため」が63.6%で最も多く、次いで「お客様からの要望や苦情があったため」が43.9%、「席の回転が早くなりお客様や売上が増加すると思ったため」が28.8%の順となっている。

平成20年は、「受動喫煙による健康への影響を出来るだけ防ぐため」と、「お客様からの要望や苦情があったため」が、ともに45.5%で最も多かった。

表 2-39 時間分煙とした理由（平成20年：n=101、平成25年：n=66：複数回答）

時間分煙とした理由	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
受動喫煙による健康への影響を出来るだけ防ぐため	46	45.5%	42	63.6%
お客様からの要望や苦情があったため	46	45.5%	29	43.9%
席の回転が早くなりお客様や売上が増加すると思ったため	38	37.6%	19	28.8%
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	23	22.8%	17	25.8%
健康増進法の施行により、受動喫煙防止対策が努力義務となったため	21	20.8%	13	19.7%
所属する企業やチェーン本部の方針のため	14	13.9%	6	9.1%
入居しているビルの方針のため	3	3.0%	3	4.5%
特に理由やきっかけはない	4	4.0%	3	4.5%
その他	18	17.8%	7	10.6%
無回答	4	4.0%	0	0.0%

図 2-39 時間分煙とした理由（平成 20 年・平成 25 年：複数回答）



## ⑧-2 時間分煙のメリット

[ (4)④で「空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている」又は「ランチタイム禁煙などの時間分煙のみをしている」と回答した飲食店のみ回答]

「特にメリットはない」が 43.9%で最も多く、次いで「苦情が減少した」が 33.3%、「席の回転が早くなり、お客様や売上が増加した」が 25.8%の順となっている。

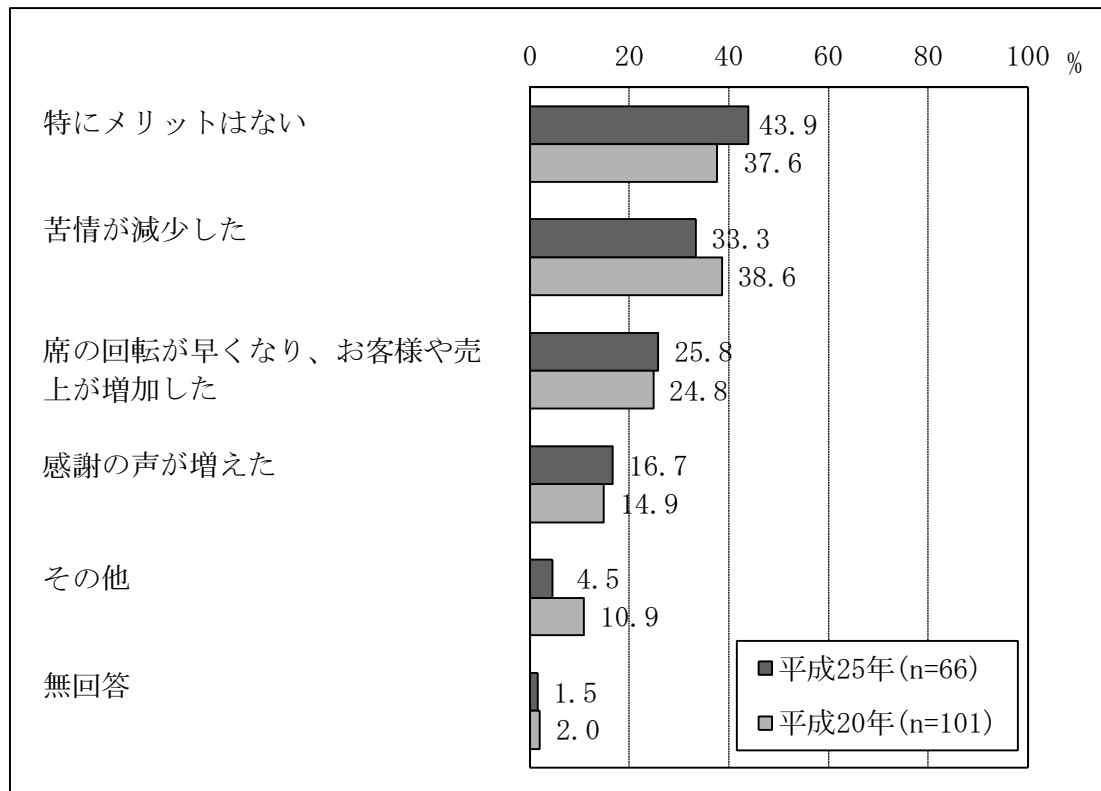
平成 20 年は、「苦情が減少した」が 38.6%であった。

表 2-40 時間分煙のメリット (平成 20 年 : n=101、平成 25 年 : n=66 : 複数回答)

時間分煙のメリット	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
特にメリットはない	38	37.6%	29	43.9%
苦情が減少した	39	38.6%	22	33.3%
席の回転が早くなり、お客様や売上が増加した	25	24.8%	17	25.8%
感謝の声が増えた(※)	15	14.9%	11	16.7%
その他	11	10.9%	3	4.5%
無回答	2	2.0%	1	1.5%

※平成 20 年調査は、「取組を評価する声が増えた」として回答項目を設定

図 2-40 時間分煙のメリット (平成 20 年・平成 25 年 : 複数回答)



### ⑧-3 時間分煙のデメリット

[ (4)④で「空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている」又は「ランチタイム禁煙などの時間分煙のみをしている」と回答した飲食店のみ回答]

「特にデメリットはない」が62.1%で最も多く、次いで「お客様や売上が減少した」「お客様の理解を得るための説明が増えた」がともに15.2%の順となっている。

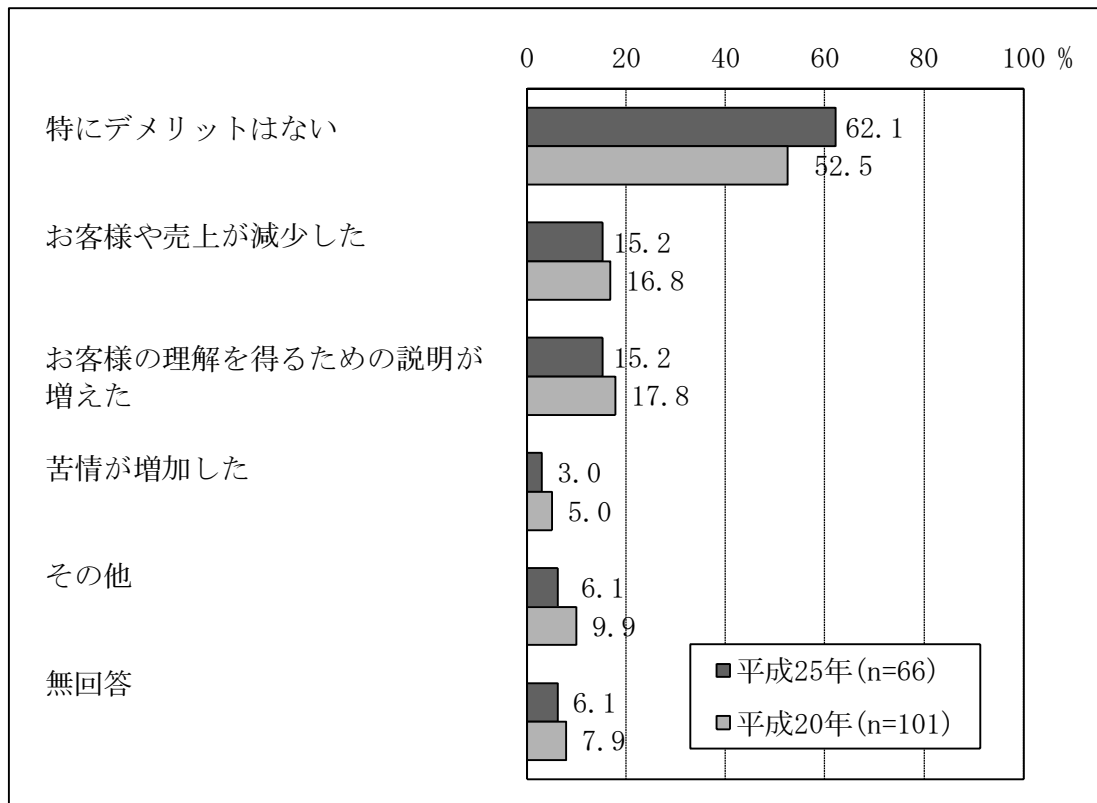
平成20年は、「特にデメリットはない」が52.5%であった。

表 2-41 時間分煙のデメリット

(平成20年：n=101、平成25年：n=66：複数回答)

時間分煙のデメリット	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
特にデメリットはない	53	52.5%	41	62.1%
お客様や売上が減少した	17	16.8%	10	15.2%
お客様の理解を得るための説明が増えた	18	17.8%	10	15.2%
苦情が増加した	5	5.0%	2	3.0%
その他	10	9.9%	4	6.1%
無回答	8	7.9%	4	6.1%

図 2-41 時間分煙のデメリット (平成20年・平成25年：複数回答)



### ⑧-4 時間分煙の飲食店の今後の予定

〔(4)④で「空間分煙とランチタイム禁煙などの時間分煙の両方をしている」又は「ランチタイム禁煙などの時間分煙のみをしている」と回答した飲食店のみ回答〕

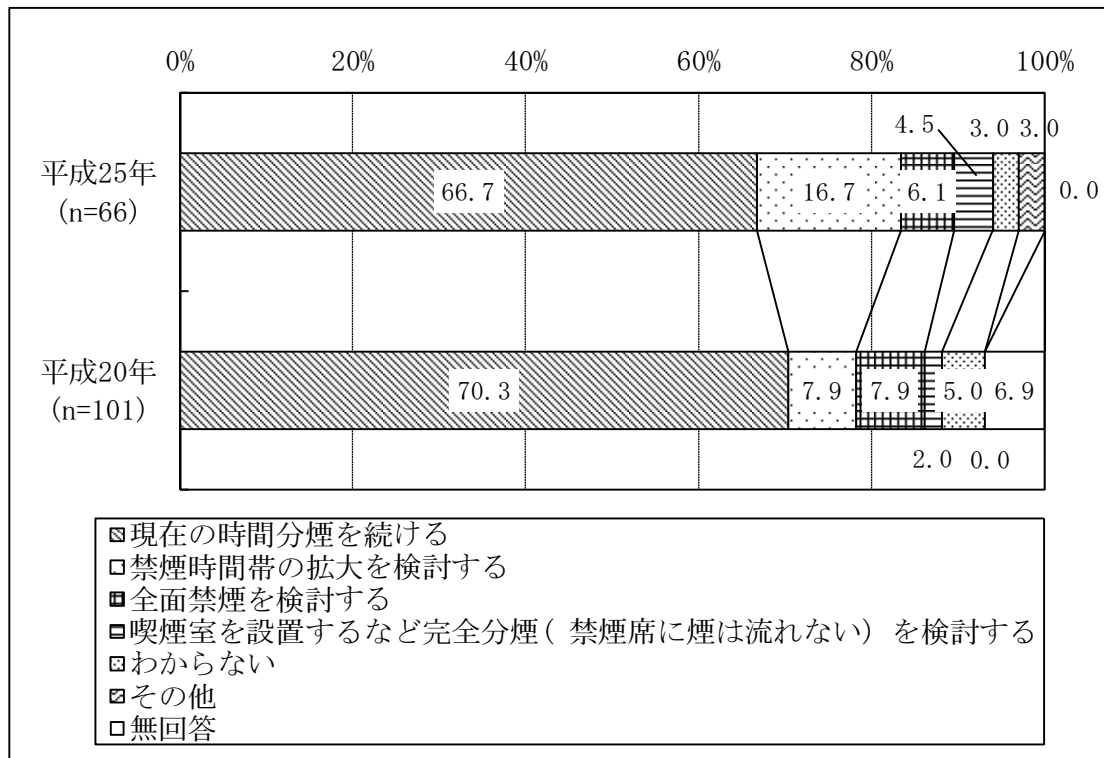
「現在の時間分煙を続ける」が 66.7%で最も多く、次いで「禁煙時間帯の拡大を検討する」が 16.7%、「全面禁煙を検討する」が 6.1%の順となっている。

平成 20 年は、「現在の時間分煙を続ける」が 70.3%であった。

表 2-42 時間分煙の飲食店の今後の予定（平成 20 年：n=101、平成 25 年：n=66）

時間分煙の飲食店の今後の予定	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
現在の時間分煙を続ける	71	70.3%	44	66.7%
禁煙時間帯の拡大を検討する	8	7.9%	11	16.7%
全面禁煙を検討する	8	7.9%	4	6.1%
喫煙室を設置するなど完全分煙（禁煙席に煙は流れない）を検討する	2	2.0%	3	4.5%
わからない	5	5.0%	2	3.0%
その他	0	0.0%	2	3.0%
無回答	7	6.9%	0	0.0%
合 計	101	100.0%	66	100.0%

図 2-42 時間分煙の飲食店の今後の予定（平成 20 年・平成 25 年）



(5) 禁煙・分煙の取組の表示

①-1 禁煙や分煙のステッカー等による表示の状況

〔(4)①で「店内は全面禁煙にしている」又は「店内は分煙にしている」と回答した飲食店のみ回答〕

平成 20 年、平成 25 年ともに、店頭や店内に「表示している」が 50%を超えている。

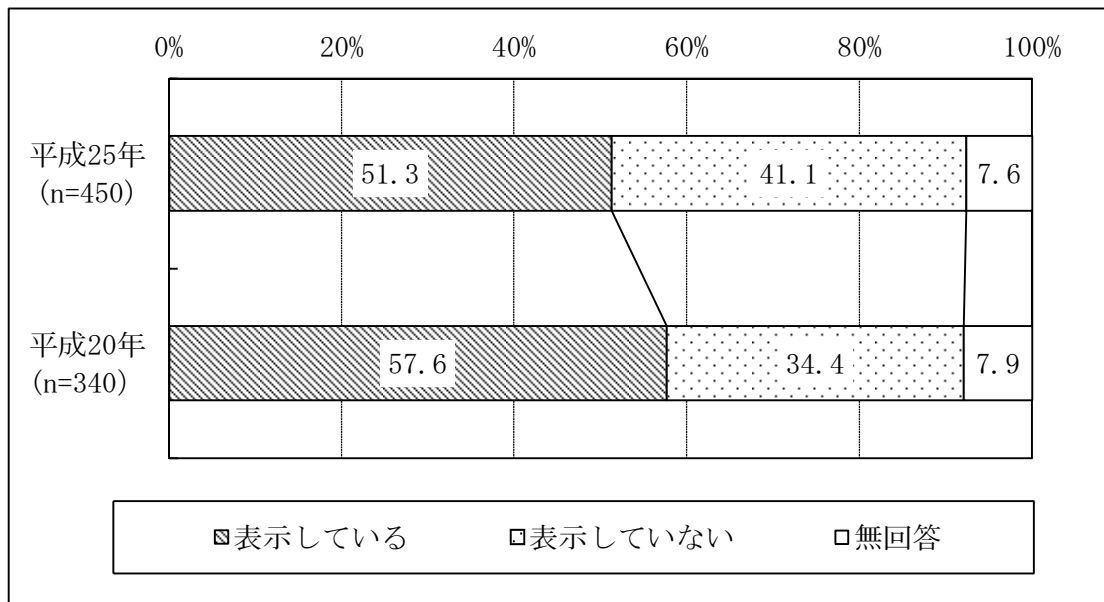
平成 20 年は、「表示していない」が 34.4%であったのに対し、平成 25 年は 6.7 ポイント増加している。

表 2-43 禁煙や分煙のステッカー等による表示の状況

(平成 20 年：n=340、平成 25 年：n=450)

禁煙や分煙のステッカー等による表示の状況	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
表示している	196	57.6%	231	51.3%
表示していない	117	34.4%	185	41.1%
無回答	27	7.9%	34	7.6%
合 計	340	100.0%	450	100.0%

図 2-43 禁煙や分煙のステッカー等による表示の状況 (平成 20 年・25 年)



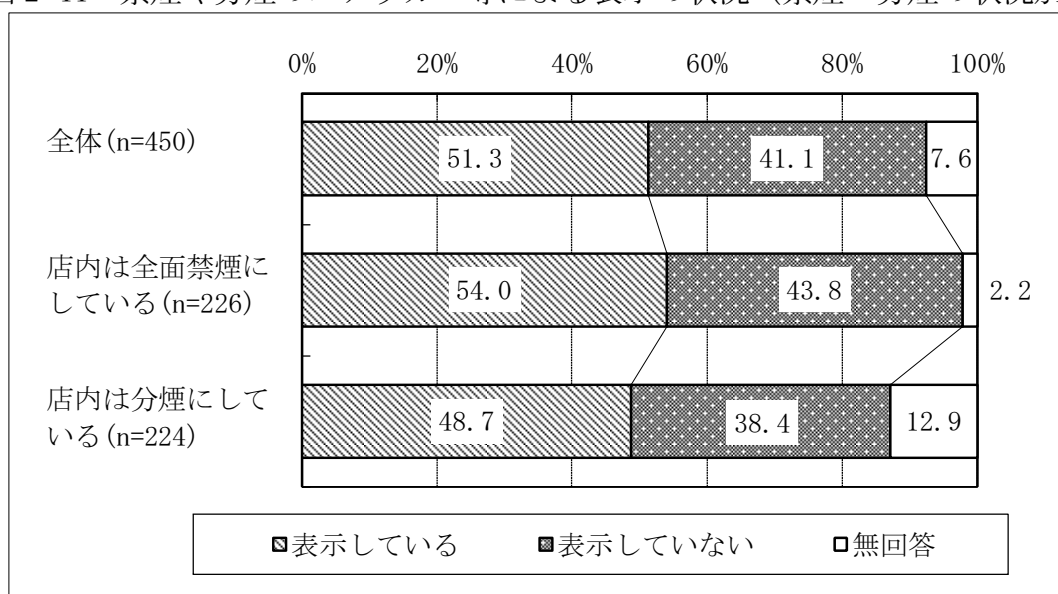
《禁煙や分煙のステッカー等による表示の状況（禁煙・分煙の状況別）》

全面禁煙は分煙よりも表示を行っている割合が多い。

表 2-44 禁煙や分煙のステッカー等による表示の状況（禁煙・分煙の状況別）  
（n=450、括弧内は%）

	表示している	表示していない	無回答	合計
全 体	231 (51.3)	185 (41.1)	34 (7.6)	450 (100.0)
店内は全面禁煙に している	122 (54.0)	99 (43.8)	5 (2.2)	226 (100.0)
店内は分煙にして いる	109 (48.7)	86 (38.4)	29 (12.9)	224 (100.0)

図 2-44 禁煙や分煙のステッカー等による表示の状況（禁煙・分煙の状況別）



### ①-2 表示の場所

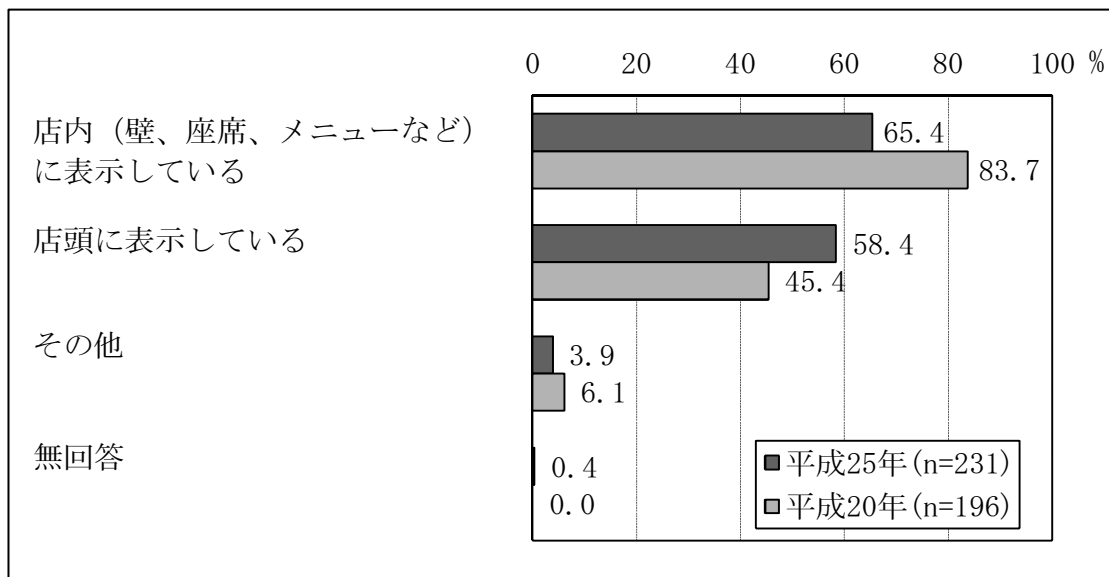
[ (5)①-1 で「表示している」と回答した飲食店のみ回答 ]

「店内（壁、座席、メニューなど）に表示している」が 65.4%、「店頭に表示している」が 58.4%となっている。平成 20 年に比べて、店内表示の割合が減少し、店頭に表示している店舗が増えた。

表 2-45 表示の場所（平成 20 年：n=196、平成 25 年：n=231：複数回答）

表示の場所	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
店内（壁、座席、メニューなど）に表示している	164	83.7%	151	65.4%
店頭に表示している	89	45.4%	135	58.4%
その他	12	6.1%	9	3.9%
無回答	0	0.0%	1	0.4%

図 2-45 表示の場所（平成 20 年・25 年：複数回答）



### ①-3 表示しているステッカーなど

[ (5)①-1 で「表示している」と回答した飲食店のみ回答 ]

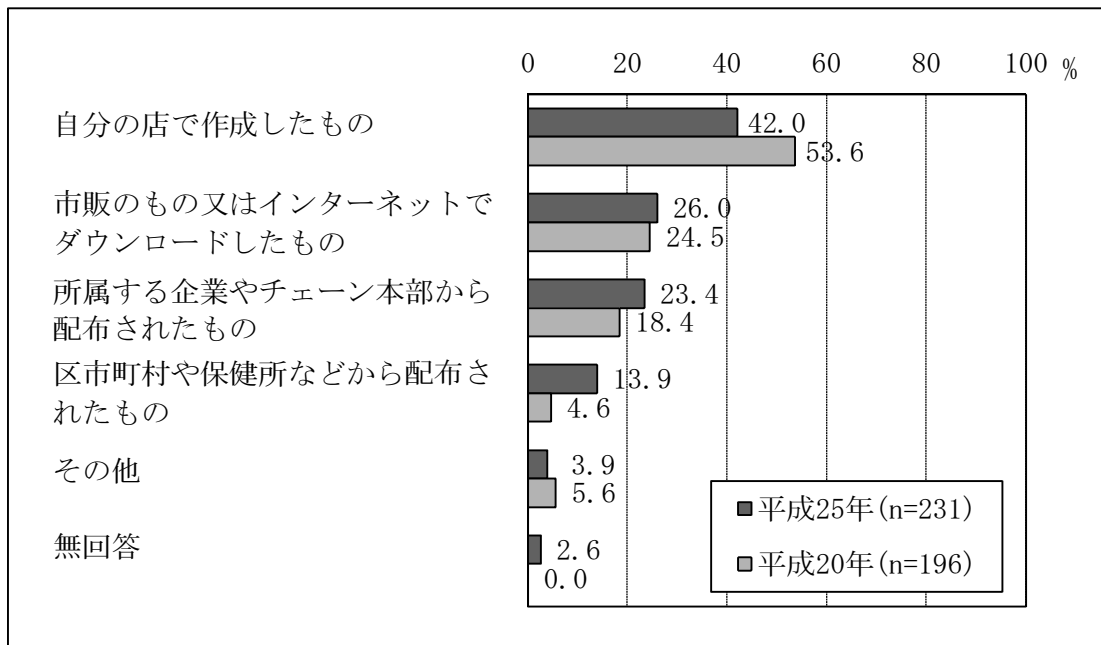
平成 20 年、平成 25 年ともに、「自分の店で作成したもの」が最も多く、次いで「市販のもの又はインターネットでダウンロードしたもの」、「所属する企業やチェーン本部から配布されたもの」の順となっている。

表 2-46 表示しているステッカーなど

(平成 20 年：n=196、平成 25 年：n=231：複数回答)

表示しているステッカーなど	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
自分の店で作成したもの	105	53.6%	97	42.0%
市販のもの又はインターネットでダウンロードしたもの	48	24.5%	60	26.0%
所属する企業やチェーン本部から配布されたもの	36	18.4%	54	23.4%
区市町村や保健所などから配布されたもの	9	4.6%	32	13.9%
その他	11	5.6%	9	3.9%
無回答	0	0.0%	6	2.6%

図 2-46 表示しているステッカーなど (平成 20 年・25 年：複数回答)



### ①-4 表示によるメリット

〔(5)①-1で「表示している」と回答した飲食店のみ回答〕

「お客様に説明する手間が減った」が44.2%で最も多く、次いで「特にメリットはない」が42.4%、「苦情が減少した」が13.4%の順となっている。

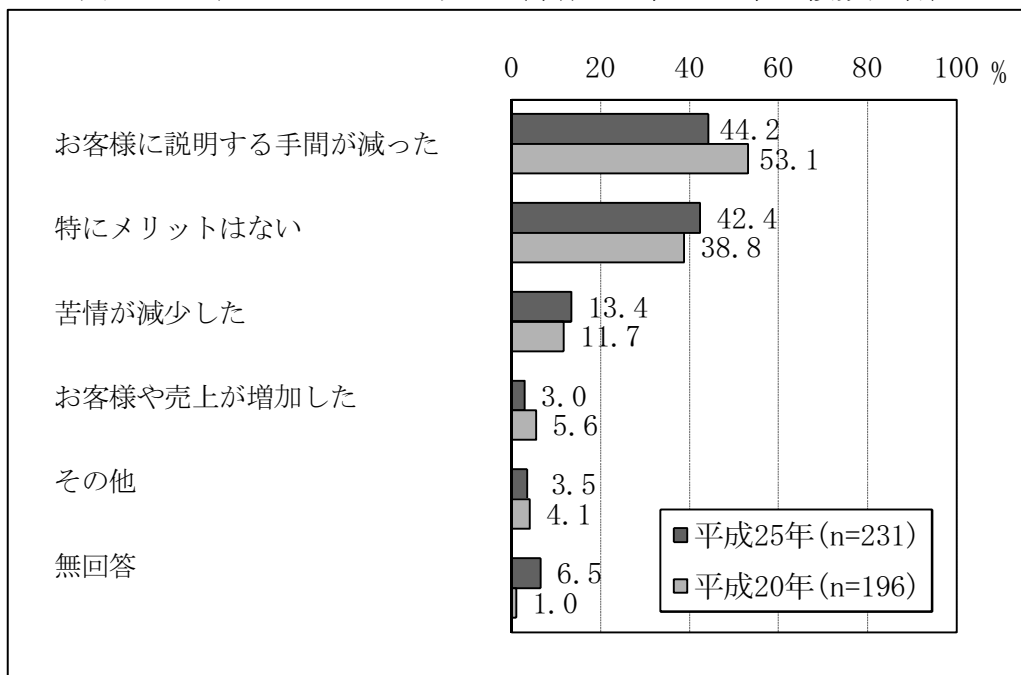
平成20年に比べ、「苦情が減少した」が1.7ポイント増加している。

表 2-47 表示によるメリット

(平成20年：n=196、平成25年：n=231：複数回答)

表示によるメリット	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
お客様に説明する手間が減った	104	53.1%	102	44.2%
特にメリットはない	76	38.8%	98	42.4%
苦情が減少した	23	11.7%	31	13.4%
お客様や売上が増加した	11	5.6%	7	3.0%
その他	8	4.1%	8	3.5%
無回答	2	1.0%	15	6.5%

図 2-47 表示によるメリット (平成20年・25年：複数回答)



①-5 禁煙や分煙のホームページ等での紹介

〔(5)①-1で「表示している」と回答した飲食店のみ回答〕

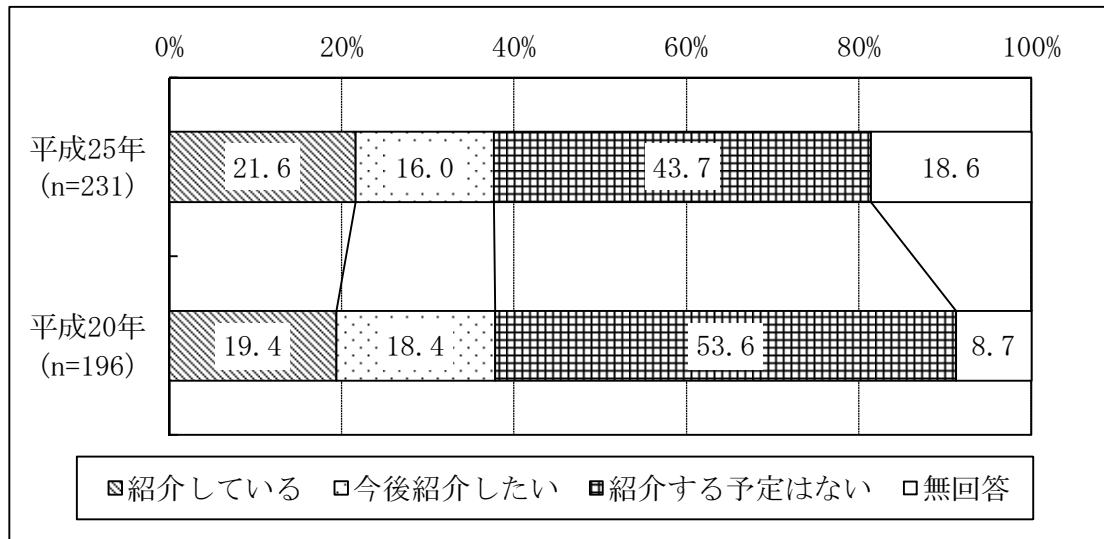
「紹介する予定はない」が43.7%で最も多く、次いで「紹介している」が21.6%、「今後紹介したい」が16.0%の順となっている。この傾向は、平成20年と同様であった。

表 2-48 禁煙や分煙のホームページ等での紹介

(平成20年：n=196、平成25年：n=231)

禁煙や分煙のホームページ等での紹介	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
紹介している	38	19.4%	50	21.6%
今後紹介したい	36	18.4%	37	16.0%
紹介する予定はない	105	53.6%	101	43.7%
無回答	17	8.7%	43	18.6%
合計	196	100.0%	231	100.0%

図 2-48 禁煙や分煙のホームページ等での紹介 (平成20年・25年)



## ②-1 表示していない理由

〔(5)①-1で「表示していない」と回答した飲食店のみ回答〕

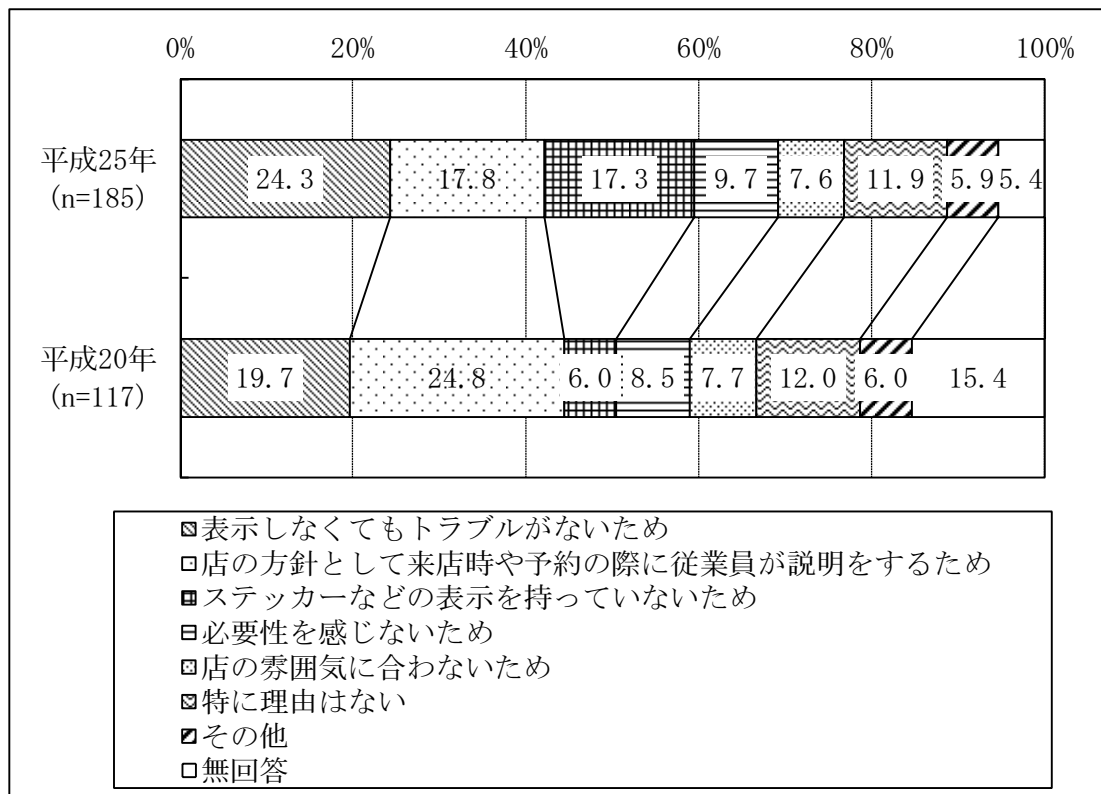
「表示しなくてもトラブルがないため」が24.3%で最も多く、次いで「店の方針として来店時や予約の際に従業員が説明をするため」が17.8%、「ステッカーなどの表示を持っていないため」が17.3%の順となっている。

平成20年は、「店の方針として来店時や予約の際に従業員が説明をするため」が24.8%であった。

表2-49 表示していない理由（平成20年：n=117、平成25年：n=185）

表示していない理由	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
表示しなくてもトラブルがないため	23	19.7%	45	24.3%
店の方針として来店時や予約の際に従業員が説明をするため	29	24.8%	33	17.8%
ステッカーなどの表示を持っていないため	7	6.0%	32	17.3%
必要性を感じないため	10	8.5%	18	9.7%
店の雰囲気合わないため	9	7.7%	14	7.6%
特に理由はない	14	12.0%	22	11.9%
その他	7	6.0%	11	5.9%
無回答	18	15.4%	10	5.4%
合計	117	100.0%	185	100.0%

図2-49 表示していない理由（平成20年・25年）



## ②-2 今後表示する予定

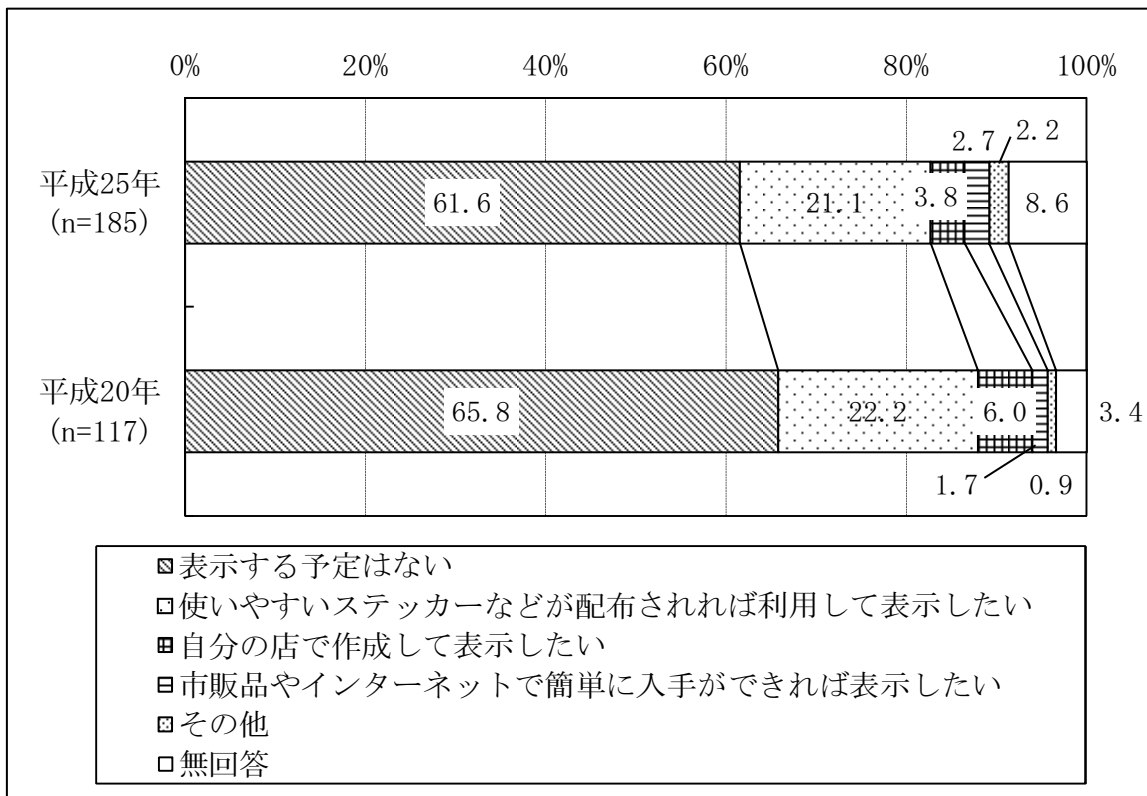
〔(5)①-1で「表示していない」と回答した飲食店のみ回答〕

「表示する予定はない」が61.6%で最も多いが、平成20年に比べ、4.2ポイント減少している。

表 2-50 今後表示する予定（平成20年：n=117、平成25年：n=185）

今後表示する予定	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
表示する予定はない	77	65.8%	114	61.6%
使いやすいステッカーなどが配布されれば利用して表示したい	26	22.2%	39	21.1%
自分の店で作成して表示したい	7	6.0%	7	3.8%
市販品やインターネットで簡単に入手ができれば表示したい	2	1.7%	5	2.7%
その他	1	0.9%	4	2.2%
無回答	4	3.4%	16	8.6%
合計	117	100.0%	185	100.0%

図 2-50 今後表示する予定（平成20年・25年）



(6) 東京都作成の店頭表示用ステッカーについて

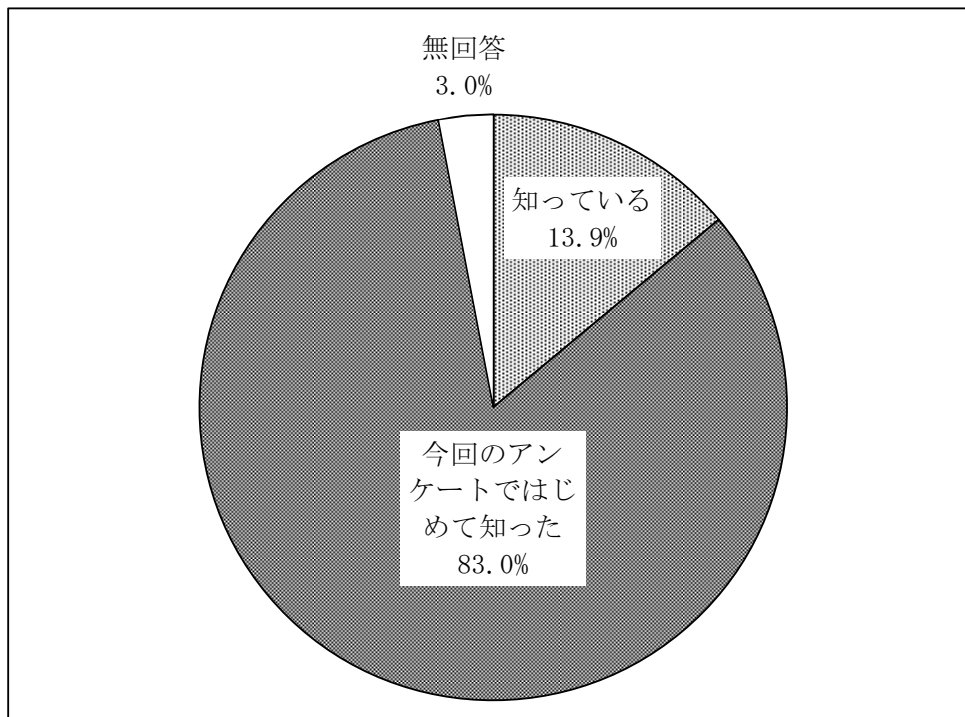
① 店頭表示用ステッカーの認知度

東京都で作成している禁煙、分煙の店頭表示用ステッカーを配布していることについて、「今回のアンケートではじめて知った」は83.0%となっている。

表 2-51 店頭表示用ステッカーの認知度 (n=1,061)

店頭表示用ステッカーの認知度	件数	構成比
知っている	148	13.9%
今回のアンケートではじめて知った	881	83.0%
無回答	32	3.0%
合 計	1,061	100.0%

図 2-51 店頭表示用ステッカーの認知度 (n=1,061)



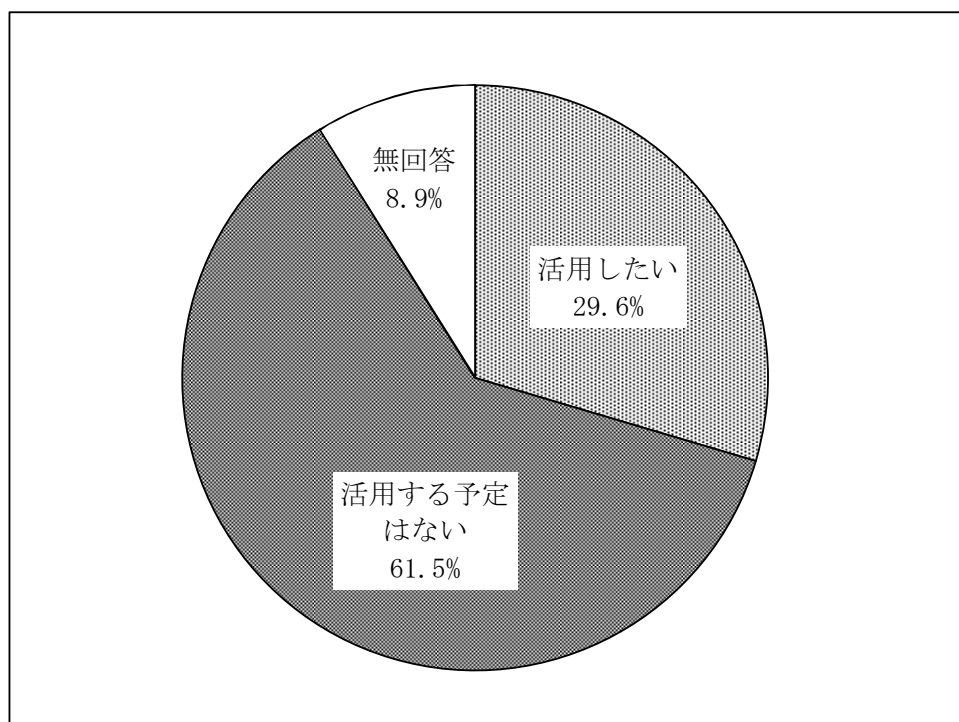
② 店頭表示用ステッカーの活用希望

店頭表示用ステッカーを「活用したい」は29.6%となっている。

表 2-52 店頭表示用ステッカーの活用希望 (n=1,061)

店頭表示用ステッカーの活用希望	件数	構成比
活用したい	314	29.6%
活用する予定はない	653	61.5%
無回答	94	8.9%
合 計	1,061	100.0%

図 2-52 店頭表示用ステッカーの活用希望 (n=1,061)



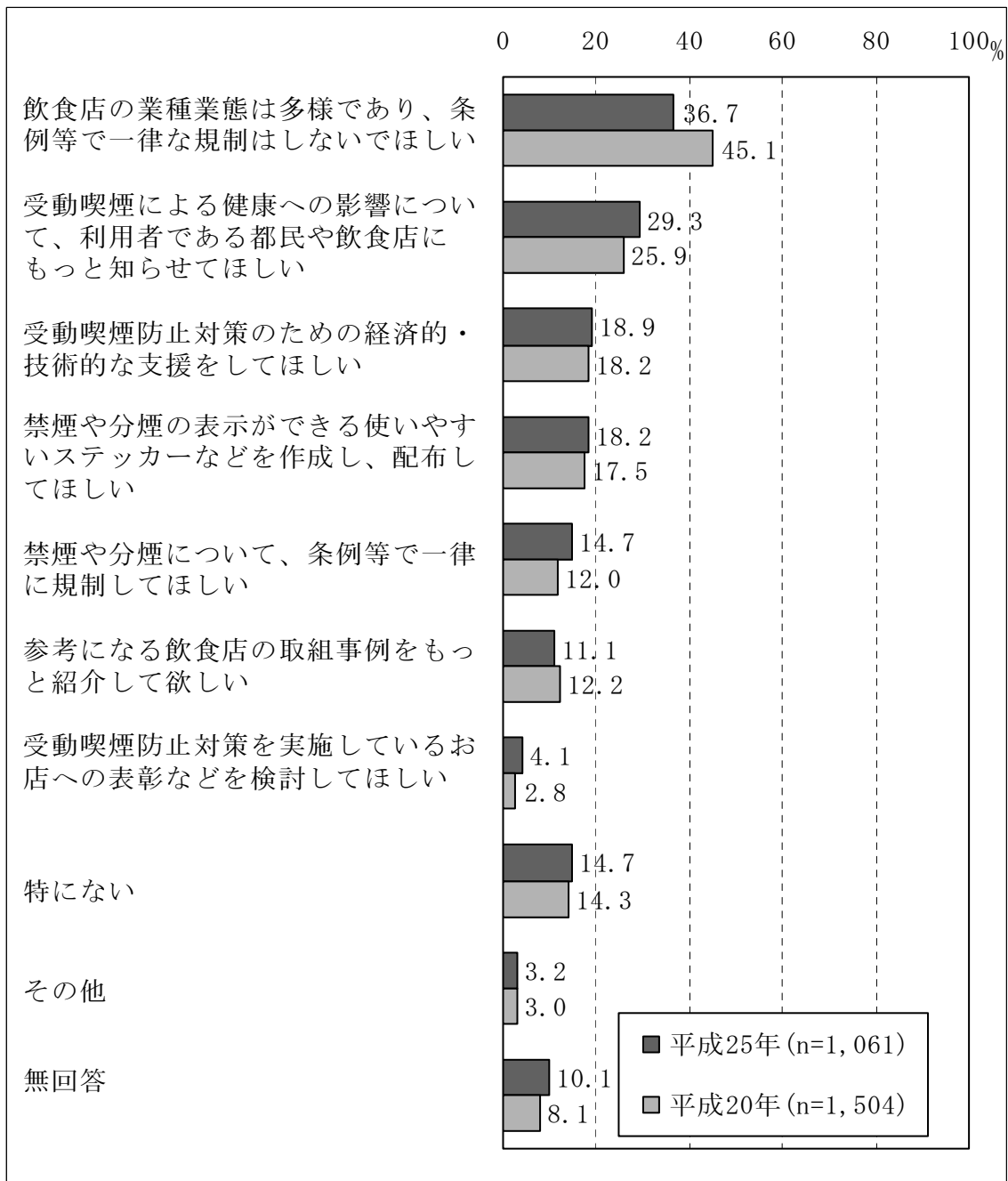
(7) 東京都への要望

平成 20 年、平成 25 年ともに、「飲食店の業種業態は多様であり、条例等で一律な規制はしないしてほしい」と回答する店舗が最も多く、次いで「受動喫煙による健康への影響について、利用者である都民や飲食店にもっと知らせてほしい」、「受動喫煙防止対策のための経済的・技術的な支援をしてほしい」の順となっている。

表 2-53 東京都への要望  
(平成 20 年：n=1,504、平成 25 年：n=1,061：複数回答)

東京都への要望	平成 20 年		平成 25 年	
	件数	構成比	件数	構成比
飲食店の業種業態は多様であり、条例等で一律な規制はしないほしい	679	45.1%	389	36.7%
受動喫煙による健康への影響について、利用者である都民や飲食店にもっと知らせてほしい	389	25.9%	311	29.3%
受動喫煙防止対策のための経済的・技術的な支援をしてほしい	273	18.2%	200	18.9%
禁煙や分煙の表示ができる使いやすいステッカーなどを作成し、配布してほしい	263	17.5%	193	18.2%
禁煙や分煙について、条例等で一律に規制してほしい	181	12.0%	156	14.7%
参考になる飲食店の取組事例をもっと紹介してほしい	183	12.2%	118	11.1%
受動喫煙防止対策を実施しているお店への表彰などを検討してほしい	42	2.8%	44	4.1%
特にない	215	14.3%	156	14.7%
その他	45	3.0%	34	3.2%
無回答	122	8.1%	107	10.1%

図 2-53 東京都への要望（平成 20 年・25 年：複数回答）



## (8) その他の意見〔合計 169 件〕

### ① 現在実施している対策に関する意見〔43 件〕

#### (7) 全面禁煙している (9 件)

- ・店内は全面禁煙ですが、庭や玄関先では吸えるようにしています。その様な場合の、もっと分かりやすい効果的なステッカーがほしい。(一般飲食店、自営)
- ・自社の社員食堂は全面禁煙なので良いのですが、他のレストラン等で喫煙席を設けているのに禁煙席まで煙が臭うことがあり、不快なのでもう少しきちんと分けてほしい。分煙している意味がないと思います。(一般飲食店、その他)

#### (4) 分煙している (5 件)

- ・全面禁煙にしたいのですがまだ無理があるようです。早く飲食店では禁煙があたりまえになることを希望します。(空間分煙、一般飲食店、自営)
- ・まだまだ喫煙者が多く、売上を左右する。分煙だが、臭いが残っているため、完全とは言えない。(空間分煙、一般飲食店、チェーン店)

#### (ウ) 対策は実施していない (29 件)

- ・分煙にしている店では、ほとんどが喫煙と変わらないくらいタバコの臭いがする。分煙は難しいと思う。禁煙・分煙していないお店は、特に換気の充実を図ってほしい。(一般飲食店、自営)
- ・居酒屋を始めて 2014 年 4 月で満 40 周年を迎えます。40 年前は煙でモコモコしていましたが、現在は 1 割くらいの方が喫煙しています。皆様、健康に注意しているようです。店の中はスッキリして気分良いです(一般飲食店、自営)
- ・このようなアンケートをもっと取ればやる気が出るかもしれません。禁煙・分煙の対策についてのアイデアが欲しいです。(一般飲食店、自営)
- ・私の店はカウンター、客席、洗い場が向かい合っていて、お客さんの煙を直接、喫ってしまうことがあります。禁煙席にしたのですが、お客さんはカウンターの席に座りたがります。禁煙席にしたら、お客さんの座る所がなく、仕方なく、喫煙が自由になってしまいました。私達には、言いづらいので、吸う人も、もっとタバコの臭いなどを気にしてほしい。(遊興飲食店、自営)
- ・フランチャイズを展開している会社の直営店です。会社として、対応

に統一性がありません。各店舗によって、本社が直接働きかけるような動きがないと対応できないのが現状です。(遊興飲食店、チェーン店)

## ② 条例等による一律の規制に関する意見〔41件〕

### (7) 条例等による禁煙や分煙など一律の規制を要望する (24件)

- ・飲食店は子供連れのお客様やタバコの煙が嫌いな人も来店されるので、思い切って禁煙にして欲しいというのが私の考えです。当店では外で吸ってもらっています。(全面禁煙、一般飲食店、自営)
- ・飲食店での喫煙が「禁止」なら、はっきり条例をつくって欲しい。代わりに喫煙できる店は許可制にして、タバコをガンガン吸える店として運営すれば良いと思います。(空間分煙、遊興飲食店、自営)
- ・若い主婦などが、平気で幼児園児や小学生を連れて喫煙席へ行く現状は変えたい。条例で未成年連れの喫煙席入場は規制すべきと考えます。(空間分煙、一般飲食店、チェーン店)
- ・法律で規制して全面禁止になれば従わざるを得ないと思います。罰則を定めないと難しいと思います。(対策未実施、一般飲食店、自営)

### (4) 禁煙や分煙など、条例等による一律の規制には反対である (9件)

- ・今まで喫煙で急に禁煙は難しい。小さな店の場合は、条例等で規制されては問題がある。(対策未実施、遊興飲食店、自営)
- ・店舗の構造上分煙ができないので、条例で一律にはしてほしくありません。時間的な分煙は考えています。(対策未実施、一般飲食店、自営)
- ・煙草を吸える店・吸えない店があると良いと思う。選択は、個人の自由であり、お店も自由であるべきである。条例で規制するなど考えることはナンセンスだと思う。(全面禁煙、一般飲食店、自営)
- ・接待飲食業の場合、喫煙される方とされない方で席を分けると、会話にならなくなってしまい、支障が出てしまうので条例等は一律に規制しないでほしい。そのグループの中で座る席は配慮しています。(対策未実施、遊興飲食店、自営)

### (ウ) お店のみによる受動喫煙対策や分煙ルールの周知徹底などは、現実的には困難なため、条例等による一律の規制を要望(許容)する (8件)

- ・禁煙店にすべくタイミングを見計らっていますが、当店は小規模店であり、しかも業態からも客層が工事関係あるいは職人さんが多く、喫煙者の割合が高くて、現在は禁煙に踏み込めていませんが条例等で規制して広く告知して頂ければと思います。(対策未実施、一般飲食店、自営)
- ・禁煙にしたいと思っていますが、吸っている常連のお客様からの苦情が

気になるので、東京都で飲食店での禁煙の条例をつくってほしい。(空間分煙、一般飲食店、自営)

③ 禁煙や分煙など受動喫煙対策は困難との意見〔30件〕

(7) 店が狭い(18件)

- ・小規模で且つ喫煙者の常連客の多い店では、禁煙や分煙は困難である。同様の店ではどのようにしているのか、情報があれば知りたい。(対策未実施、一般飲食店、自営)
- ・受動喫煙が体に悪いことは知っているが、条例をつくる等より、もっと小さな個人経営の事情も分かって欲しいと思う。分煙は無理です。(対策未実施、一般飲食店、自営)
- ・15名位の客席ですので分煙となると分けなければならず、その様なスペースが無い。なるべく空気の流れの良い方に吸わない方のお席をしていますが、小さな店ではむずかしいのが現状です。(対策未実施、遊興飲食店、自営)
- ・全面禁煙にしたいのだが、1グループあたり2~3時間の滞在時間で、10坪のお店だと禁煙ですとは言いがたい。もっと強く広報していただけると喫煙者にも理解いただけるのではないかと思います。(対策未実施、一般飲食店、自営)

(4) 喫煙する客が多いから(6件)

- ・駅構内のため、通勤者から「一服したい」との希望が多く、現在は無理です。(対策未実施、一般飲食店、その他)
- ・ほとんどのお客様が喫煙されるため、禁煙席を設置できません。ランチも夜も禁煙は不可能と思います。(対策未実施、その他、自営)

(ウ) 禁煙にすると客足や売上げが減るから(4件)

- ・禁煙にすることで客足が減ると、中小の店舗では大きな問題となる。それに対する対策が無ければ非常に厳しいと思います。(対策未実施、一般飲食店、チェーン店)
- ・禁煙にしたらお店が成り立たない。禁煙にするのであれば、全国でタバコの販売を禁止すべき。(対策未実施、遊興飲食店、自営)

(I) 費用がかかる(2件)

- ・自営業で禁煙にすることはなかなか難しいと思う。費用、利益など厳しい状態になる。(対策未実施、一般飲食店、自営)
- ・飲食店では、難しい問題だと思います。食事の後に吸いたい人、飲み

ながら吸いたい人はいますし、完全分煙も個人店では予算の都合上厳しい。(対策未実施、一般飲食店、自営)

④ 喫煙できる飲食店に関する意見〔10件〕

- ・今やお客様の方が気を使って、周りの方や店側にも一声かけてくださる方が多くなっています。吸う・吸わないは個人の認識で、マナーを守れば良いと思う。(対策未実施、一般飲食店、自営)
- ・当店のような小さなお店では、お客様同士の譲り合いや心づかいで喫煙については対応するしかできません。禁煙希望が高まれば店としても対応していけますが、まだまだ割合は喫煙者が多いので難しいと思う。(対策未実施、一般飲食店、自営)
- ・当店は換気扇で対応していますが、タバコを吸っている方は気を遣いながら吸っています。仕事を終え、酒を飲みながらの一杯は美味しいようです。健康の上では良くないことは知っているようです。禁煙にすると、小さな飲み屋さんには仕事がなくなると思う。(対策未実施、遊興飲食店、自営)

⑤ 飲食店が実施すべき受動喫煙対策に関する意見〔4件〕

- ・飲食店での禁煙は、お客様からは普通だと思います。(全面禁煙、一般飲食店、自営)
- ・自店では、元々、店内は禁煙ですが、喫煙するお客様のために屋外に喫煙スペースを設け、飲食には影響のない分煙が可能となっております。他の飲食店にもこのような分煙が広まって欲しいと思っております。(全面禁煙、一般飲食店、チェーン店)

⑥ 店の規模等に応じた受動喫煙対策が望ましいとの意見〔3件〕

- ・グループで20店ほどあり、その地域に応じて、対応はバラバラです。フロアで1日中分けているところもあります。(全面禁煙、一般飲食店、自営)
- ・業態やお客様のニーズ、様々なシチュエーション等で禁煙が難しい店があると思います。(空間分煙、遊興飲食店、自営)

⑦ その他の意見(たばこ関連)〔38件〕

(7) 受動喫煙防止に関する普及啓発について(5件)

- ・タバコを吸っている人の方が、タバコで受ける悪影響のことを知らなかったり、他人に迷惑をかけていると感じていない現状、もっと喫煙者に自覚してもらう必要がある。(対策未実施、遊興飲食店、チェーン店)

(イ) 喫煙者のマナーやモラルについて (8件)

- ・歩きタバコは絶対に止めてほしい。(対策未実施、遊興飲食店、自営)
- ・喫煙者の道徳心及び相手に対する思いやりの気持ちを育成する指導を行うことが必要だと思います。(対策未実施、一般飲食店、自営)

(ウ) 喫煙者にも配慮すべき (4件)

- ・タバコが体に良くないことは分かっていますが、ストレス解消になっていたりと、人によっては良きものになっている。(対策未実施、遊興飲食店、自営)
- ・タバコを販売している以上、なかなか難しいことかと思います。歩きタバコをしている方からも受動することが多いのは、吸える場所が少ないことが、逆に大きく影響しているのではないかと思います。(全面禁煙、一般飲食店、チェーン店)

(エ) たばこの販売、価格、税について (13件)

- ・禁煙を徹底するならタバコを販売しなければいい。(対策未実施、遊興飲食店、自営)
- ・タバコ税を上げて一箱 1,000 円以上にするなど、オーストラリアに行くと高いです。(対策未実施、一般飲食店、自営)

(オ) その他 (8件)

- ・体に悪いものに税をかけて販売するのか、逆にお聞きしたいです。店舗に義務を負わせるより、国や公共団体ですべからく禁ずればどうですか。(対策未実施、遊興飲食店、自営)
- ・健康への悪影響を全面に出しアピールするよりも、寝タバコ等、火災の原因やポイ捨てなど公共に悪影響を及ぼすことに、もっと力を注いで下さい。(対策未実施、一般飲食店、自営)

## 2 ヒアリング調査

### (1) ヒアリング調査の主な質問項目

- ① 対策を実施したきっかけや経緯
  - ・禁煙又は分煙の対策を開始した時期、きっかけ
  - ・対策実施に当たっての課題
  - ・当初の対策からの変更の有無
- ② 対策を実施したことによる影響等
  - ・対策を実施したことによる客数や客層の変化、メリット・デメリット
  - ・成果やお客様の反応
- ③ 実施に当たっての対応、工夫
  - ・段階的な実施や対策の組み合わせ等
- ④ 今後の取組予定等
  - ・現在の対策の継続や変更の予定

### (2) ヒアリング調査対象

ヒアリング調査を行った50店の内訳は、以下のとおりである。

(50店のうち10店は、「(4)参考事例」に記載)

#### 《全面禁煙店》

業種	席 数						合 計	参考事例
	10 席 未満	10 ～ 19 席	20 ～ 29 席	30 ～ 49 席	50 ～ 99 席	100 席～		
一般 飲食 店	喫茶店		5	1	2	1	9	10
	そば・うどん店		1	1	4		6	
	すし店			1			1	7
	そば・うどん店、すし店以外の日本料理店		1				1	2, 6
	西洋料理店		2	1	1	1	5	1, 5
	中華料理店	1	4			1	6	3
	一般食堂		2		1		1	4
遊興 飲食 店				1	1		2	8, 9
合 計		1	15	5	9	3	34	

《空間分煙（完全分煙）》

業種	席 数							合計	参考事例
	10席未満	10～19席	20～29席	30～49席	50～99席	100席～			
一般 飲食 店	喫茶店						1	1	
	すし店					1		1	
	中華料理店				1			1	
	小 計				1	1	1	3	
遊興 飲食 店	酒場、ビヤホール		1					1	
	小 計		1					1	
合 計			1		1	1	1	4	

《空間分煙（喫煙席と禁煙席に分ける分煙）と時間分煙》

業種	席 数							合計	参考事例
	10席未満	10～19席	20～29席	30～49席	50～99席	100席～			
一般 飲食 店	そば・うどん店			1		1		2	
	西洋料理店				1			1	
合 計				1	1	1		3	

《時間分煙》

業種	席 数							合計	参考事例
	10席未満	10～19席	20～29席	30～49席	50～99席	100席～			
一般 飲食 店	喫茶店								
	そば・うどん店			2				2	
	すし店				1			1	
	そば・うどん店、すし店以外の日本料理店			1	1			2	
	西洋料理店		1	1				2	
	中華料理店	1			1			2	4
	一般食堂								
合 計		1	1	4	3			9	

### (3) ヒアリングでの主な意見等

#### ① 対策を実施したきっかけや理由

##### (7) 新規開店や改装

- ・オープン当初からの方針とした。(時間分煙、一般飲食店)
- ・開店時当初から禁煙とした。オープンしたての頃は、灰皿を要求されたことも度々あったが、現在は禁煙が定着している。(全面禁煙、遊興飲食店)
- ・店のリニューアルにあわせて行ったので、お客様の協力を得られた。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・店舗の改装(ビル自体の改装)を機に店内を全面禁煙とした。(全面禁煙、一般飲食店)

##### (4) お客様からの要望や苦情への配慮

- ・妊婦と喫煙者が合席になり吸われた時、全面禁煙にしなければと決断をした。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・お客様からの苦情がきっかけである。飲食を楽しんでもらうため、気持ちよく店内で過ごしてもらうために全面禁煙とした。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・お客様から苦情がでたのがきっかけで、ランチタイムのみ全面禁煙とした。(時間分煙、一般飲食店)
- ・1年前までタバコを吸える店を売りにしてきたが、お客様からの苦情があり、店舗スペースも広いことから、空間分煙を実施した。(空間分煙、一般飲食店)
- ・馴染みの女性から、煙草の煙で料理がまずくなると言われたのがきっかけ。(全面禁煙、一般飲食店)

##### (ウ) 料理や飲み物の味や香りを重視

- ・店内が狭いため、混みあっている時間帯に隣で煙草を吸われると、食事がまずくなると思い、店内を時間帯禁煙にした。(時間分煙、一般飲食店)
- ・煙草を吸われると、味や香りが落ちてしまう。飲食を楽しんでもらうため、全面禁煙とした。(全面禁煙、一般飲食店)

##### (イ) お客様の変化

- ・お客様の禁煙や分煙に対する意識が高まってきたから。また、店舗の周囲は地域柄若い女性客も多く禁煙のニーズも高かった。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・煙草を嫌いな人が増えているので、禁煙は必要だと感じた。(時間分煙、一般飲食店)
- ・お客様に煙草を吸う人が少なくなってきた。時代の流れであり、社会の方向性だと感じた。(空間分煙、一般飲食店)

##### (オ) 禁煙等に関する他店の対応に配慮

- ・商店街自体喫煙できる店が少ないので、禁煙にしても問題なかった。

店の空気がよくなり、気持ちよく食事をしてもらえる。(全面禁煙、一般飲食店)

- ・2011年に、区で条例が施行されたことにより、周りの飲食店が自主的に分煙や禁煙を始めたことがきっかけになった。(時間分煙、一般飲食店)

#### (カ) その他

- ・オーナー自身が、かつては喫煙者だったが禁煙した。それ以来禁煙を推進する立場に回り、煙草は良くないという思いから、お店も禁煙にした。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・知人二人が相次いで肺がんで亡くなり、喫煙の怖さを知った。スタッフ(妻)が吸わないため、かわいそうになり、全面禁煙とした。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・副流煙の怖さをアンケートで今回はじめて知った。スタッフの健康、お客様の健康を考え、全面禁煙の実施に踏み切った。(全面禁煙、一般飲食店)

### ② 対策実施の成果やお客様の反応等

#### (7) お客様や売上の増加

- ・地域柄家族での来店者も多く、今まで敬遠していたお客様も来店するようになり、売上が増加した。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・タバコを吸わないお客様が、全面禁煙としたことにより、昼も夜も増えた。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・一時期売上が減少したが、理解してくれるお客様も多く、比較的スムーズに移行できた。(全面禁煙、遊興飲食店)
- ・当初は客の減少を心配したが、少しの減少に留まり、逆に売上増になった。またお客様からの感謝の声が増えた。(全面禁煙、遊興飲食店)

#### (4) お客様の評価

- ・禁煙することに関して、予想以上にお客様の理解が得られたことに驚いた。(時間分煙、一般飲食店)
- ・子供連れのお客様に喜ばれている。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・感謝の声が増えた。(全面禁煙、一般飲食店)
- ・家族連れに好評であり、家族連れが増えた。(全面禁煙、一般飲食店)

#### (ウ) 清掃や内装の経費が減少

- ・清掃回数が減り、空気もきれいになった。(全面禁煙、一般飲食店)

### ③ 実施に当たっての対応、工夫

#### (7) ランチタイム禁煙から全面禁煙へ移行する等段階的に対策を実施

- ・ランチタイム禁煙は以前から行っていた。混み合っている時は、ランチタイムを過ぎても、引き続き禁煙を続けていた。お客様からの

苦情もなかったので、1年前に全面禁煙に踏み切った。人々の意識も変わってきている。(全面禁煙、一般飲食店)

- ・短時間禁煙からランチタイム禁煙、段階に応じて全面禁煙とした。実施開始当初は、創業からのお客様の中には喫煙者も多かったので懸念したが、協力してもらっている。段階的に完全禁煙としたことにより、お客様への協力を得られた。煙草を吸わないお客様が、全面禁煙としたことにより、昼も夜も増えた。(全面禁煙、一般飲食店)

(イ) その他

- ・喫煙客には店の外で吸ってもらっている。その場合は携帯用の灰皿を貸している。(全面禁煙、遊興飲食店)
- ・灰皿を置かないことで、禁煙の意思表示はお客様に伝わっている。(全面禁煙、一般飲食店)

#### (4) 参考事例

##### 参考事例 1

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：カレー専門店・自営店
- ◆ 主な提供物：カレー、ハヤシライス
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：テナントビル、仕切りなどは無い、100席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 2013年10月から禁煙とした。
- ・ 以前からランチタイムは禁煙にしていた。混み合っている間はランチタイムを過ぎても引き続き禁煙を続けていた。お客様の不満もないので、昨年全面禁煙に踏み切った。
- ・ お客様も禁煙を希望する人が増えてきたと感じていた。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 特にデメリットも無く、スムーズに移行できた。
- ・ 全面禁煙を問題なく実施できたことに驚いている。灰皿をかたずける手間もなくなり、食事の後ゆっくりと煙草を吸う人もいなくなったので、お客様の回転率も良くなった。

### 4. 今後の取組等

今後も現在の全面禁煙を継続する。

	
<p>店頭で禁煙表示。</p>	<p>店頭表示拡大。店主手書きのポップを掲示している。</p>

## 参考事例 2

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：牛丼専門店・自営店
- ◆ 主な提供物：牛丼、カレー
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：一軒家、仕切りなどは無い、10～19席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 2009年から禁煙とした。
- ・ 店舗が狭いため、隣で煙草を吸われると食事がまずくなると思った。
- ・ 近隣の大学生が多く来店することから、道徳上全面禁煙とした。
- ・ 大学生の健康面も考え、最善の方法であると考えた。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 問題なく移行できた。
- ・ 苦情が減少し、感謝の声が増加した。
- ・ 清掃回数や費用が減少した。

### 4. 今後の取組等

学校関係の来店者が多いため、道徳上、また、健康管理上、全面禁煙を続けていく。



## 参考事例 3

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：ラーメン専門店・自営店
- ◆ 主な提供物：ラーメン、餃子、チャーハン
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：一軒家、仕切りなどは無い、12席
- ◆ 禁煙等の表示：店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 2013年4月から禁煙とした。
- ・ 常連客で喫煙者が3名程度であったため、店内環境を整えることにし、全面禁煙を行った。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

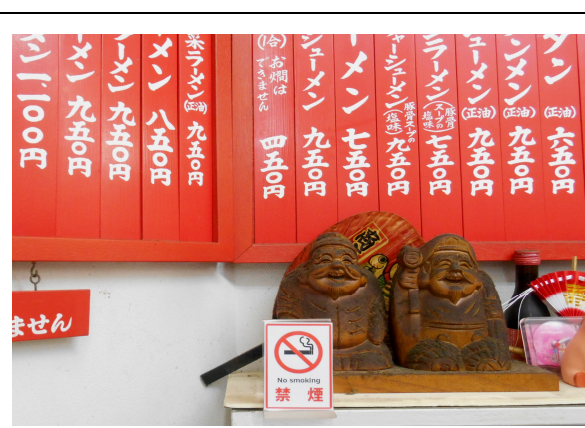
- ・ 地域柄家族での来店者も多く、今まで敬遠していたお客様も来店するようになった。
- ・ 売り上げが増加した。
- ・ 特段のデメリットは無く、スムーズに移行できた。

### 4. 今後の取組等

今後も食事を楽しんでもらうため、現在の全面禁煙を継続する。



店内表示。客席には4箇所禁煙の表示がある。



店内表示。一番目立つメニューの下にも禁煙表示を置いている。

## 参考事例 4

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：ラーメン専門店・チェーン店
- ◆ 主な提供物：ラーメン、餃子、チャーハン
- ◆ 受動喫煙対策：時間分煙（ランチタイム禁煙）
- ◆ 店舗の状況：テナントビル、仕切りなどは無い、44席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 2006年からランチタイムのみ、時間分煙とした。
- ・ お客様からの意見や社会の動向から、禁煙、分煙の必要性を感じた。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 11時から15時の時間分煙への移行は、特に問題なく実施できた。
- ・ 予想以上にお客様の理解が得られたことに驚いた。
- ・ デメリットは特段ない。時代の流れとして、早くからやってよかったと思っている。

### 4. 今後の取組等

現在の時間分煙は継続する。喫煙者の比率が下がれば夜の分煙も検討する。

世の中で受動喫煙が起こってしまう場所が、少しでも減っていけば良いと願っている。



## 参考事例 5

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：ステーキ専門店・自営店
- ◆ 主な提供物：ステーキ、海鮮焼、コース料理
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：テナントビル、仕切りなどは無い、17席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 2003年から全面禁煙とした。
- ・ お客様からの苦情がきっかけ。
- ・ 飲食を楽しんでもらうため、また、気持ちよく店内で過ごしてもらうために、全面禁煙とした。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 当初は、喫煙者からの苦情もあり、一時的に売上が減少した。
- ・ 店主からの丁寧な説明で理解を得て、食事を楽しんでもらう場を作り上げた。
- ・ 感謝の声も多くなった。
- ・ 清掃回数が減り、店の空気もきれいになった。

### 4. 今後の取組等

食事を楽しんでもらうため、今後も全面禁煙の方針を変えることはない。

	
<p>お手洗いの入り口に全面禁煙表示。以前はお手洗いで吸ってしまう人もいた。</p>	<p>店内表示。自治体発行のステッカーを一番目にするメニューの横に貼っている。説明する手間が省けて効果がある。</p>

## 参考事例 6

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：日本そば専門店・自営店
- ◆ 主な提供物：日本そば
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：一軒家、仕切りなどは無い、40席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 1994年から全面禁煙とした。
- ・ お客様から苦情があり、まだ近隣店舗は禁煙・分煙の意識がない時期に、店主の指示により、翌日から全面禁煙とした。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 当時は禁煙や分煙の意識が薄く、なぜ吸えないのかと苦情も多かった。
- ・ 売上に影響した時期もあったが、店主の強い意志により店内全面禁煙を継続した。
- ・ 一服されると少なくとも4～5分程度席から離れないので、禁煙にしてその時間がなくなり、回転率が上がった。

### 4. 今後の取組等

20年前から取組を行っているので、現在は禁煙が当たり前になっている。喫煙者も来店するが、問合せや苦情等はない。今後も現在の全面禁煙を継続する。

	
<p>店頭表示。店主直筆のポップを掲示しており、温かみと趣きがある。</p>	<p>店内表示。店頭と同様に手作りのポップを掲示。店主の考えにより、市販のものではなく温かみを感じてもらえるよう手作りとした。</p>

## 参考事例 7

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：すし店・自営店
- ◆ 主な提供物：すし
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：テナントビル、仕切りなどは無い、26席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

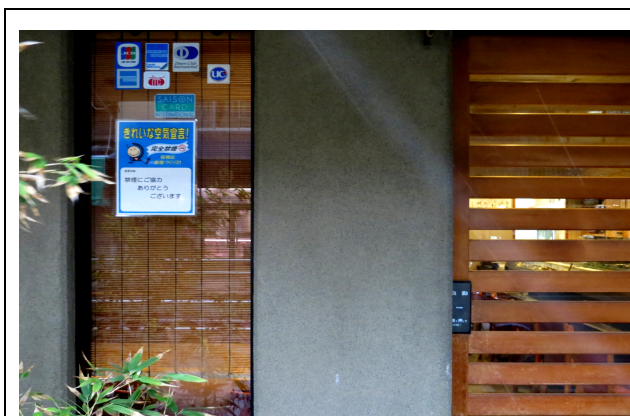
- ・ 2008年から全面禁煙とした。
- ・ お客様からの要望や苦情があり、非喫煙者のために、また食材に煙草の臭いが映らないようにと全面禁煙にした。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

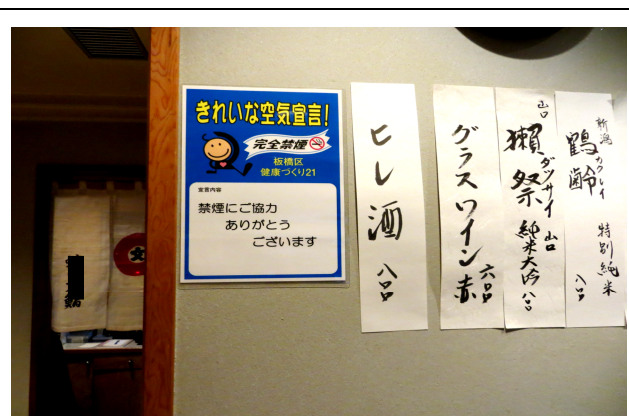
- ・ 今まで来店していたお客様が来なくなったが、煙草を吸わないお客様が増えた。
- ・ お客様への理解を得るための説明が増えたが、苦情は減少し、感謝の声もいただいている。

### 4. 今後の取組等

時代の流れで、いずれは禁煙の店が増えていくと思う。今後も現在の全面禁煙を継続する。



店頭表示。入口の横に完全禁煙のポスターを表示している。



店内表示。店の奥の壁に表示している。区が実施している「健康づくり21」で配布された禁煙ポスターを貼っている。

## 参考事例 8

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：居酒屋・自営店
- ◆ 主な提供物：鯛焼き、煮物、焼物、ビール、日本酒
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：一軒家、仕切りなどは無い、8席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

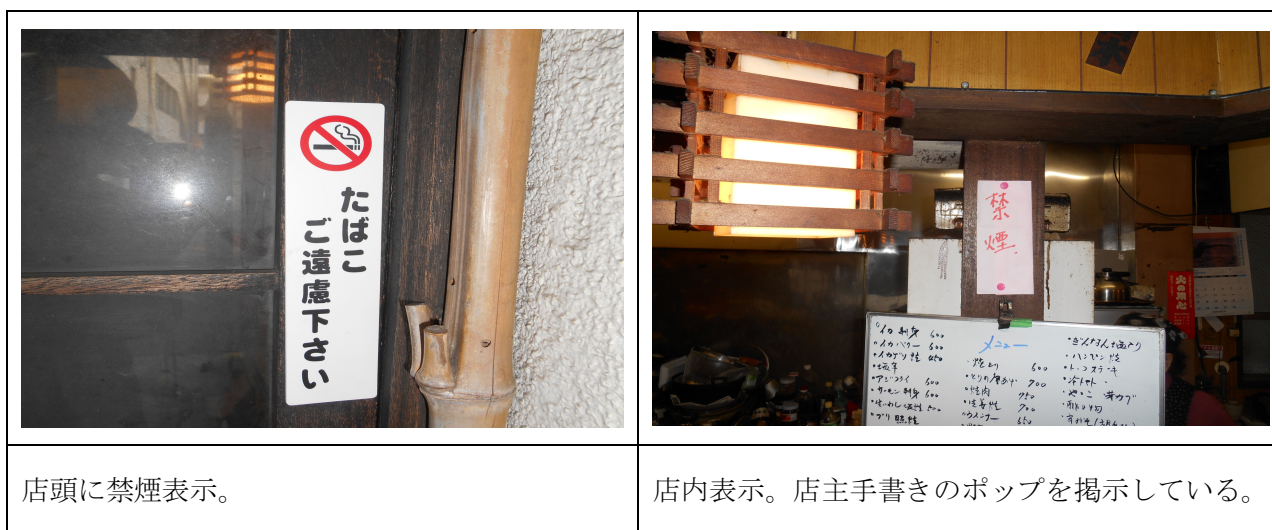
- ・ 2011年から全面禁煙とした。
- ・ 店主が喘息で、体調を維持するために全面禁煙とした。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 店内の空気が良くなった。
- ・ 一時期売上が減少したが、理解してくれるお客様も多く、比較的スムーズに移行できた。
- ・ 新規客への説明が増えたが、デメリットは感じていない。

### 4. 今後の取組等

今後も全面禁煙を続ける。客層も高齢化しており、健康を維持してもらうためにも継続する。



## 参考事例 9

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：居酒屋・自営店
- ◆ 主な提供物：魚料理、日本酒
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：テナントビル、仕切りなどは無い、7席（カウンター席のみ）
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 2012年1月開店当初から全面禁煙とした。
- ・ 店主は煙草が嫌いであり、また、喫煙者も少ない中、非喫煙者をターゲットにしたほうが良いと考えた。
- ・ 日本酒、料理は香りが重要である。一人でも喫煙すれば全ての雰囲気は壊れてしまう。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 近隣に禁煙の酒場が無いので、禁煙の人が好んで来てくれる。
- ・ 開店当初から禁煙のため、客が離れることもない。今では、禁煙でお酒が飲める店として、定着してきている。

### 4. 今後の取組等

今後も禁煙を継続し、お酒と食事を香りと一緒に楽しんでもらうことに努めていく。

	
<p>店頭に1箇所、禁煙の表示がある。ステッカーと店主による手書きの表示を利用。</p>	<p>店内表示。都提供ステッカーをメニューの下に表示。店内にはこの他、棚の上や壁にも禁煙の表示をしている。</p>

## 参考事例 10

### 1. 店舗の概要

- ◆ 業種・経営形態：コーヒー専門店・自営店
- ◆ 主な提供物：コーヒー、ケーキ、軽食
- ◆ 受動喫煙対策：全面禁煙
- ◆ 店舗の状況：テナントビル、仕切りなどは無い、22席
- ◆ 禁煙等の表示：店頭、店内

### 2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 2008年から2009年にかけてコーヒー豆が急騰した時期に、店頭価格に転嫁しなければならず、店のプレミアムをもたらすため全面禁煙とした。

### 3. 対策を実施したことによる影響等

- ・ 実施当初は説明する機会も増えたが、店のリニューアルに合わせて行ったのでお客様の協力を得られた。
- ・ 顧客、売上が増加した。
- ・ 清掃回数や費用が減少した。

### 4. 今後の取組等

味や香りを楽しんでもらう意味でも、全面禁煙は継続していく。

	
<p>店頭表示。店頭にはこの他、メニューの下にも表示をして、目立つようにしている。</p>	<p>店内表示。店内は3箇所に禁煙表示をしている。</p>