

第Ⅲ部 企業調査の結果

1 アンケート調査

(1) 受動喫煙防止の取組方針

① 取組方針の内容

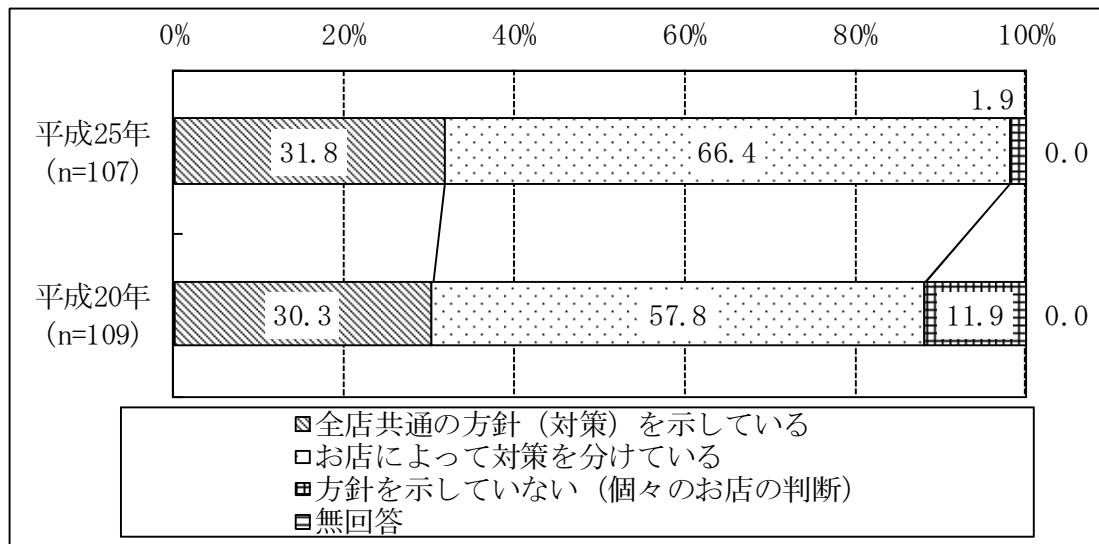
ホテル・百貨店・外食産業の、飲食店における受動喫煙防止の取組方針は、「お店によって対策を分けている」が66.4%で最も多く、次いで「全店共通の方針(対策)を示している」が31.8%、「方針を示していない(個々のお店の判断)」が1.9%の順となっている。

平成20年に比べ、「方針を示していない(個々のお店の判断)」が10ポイント減り、「お店によって対策を分けている」が8.6ポイント増加している。

表 3-1 取組方針の内容 (平成20年：n=109、平成25年：n=107)

取組方針の内容	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
全店共通の方針(対策)を示している	33	30.3%	34	31.8%
お店によって対策を分けている	63	57.8%	71	66.4%
方針を示していない(個々のお店の判断)	13	11.9%	2	1.9%
無回答	0	0.0%	0	0.0%
合計	109	100.0%	107	100.0%

図 3-1 取組方針の内容 (平成20年・平成25年)



②-1 全店共通の取組方針の内容

〔(1)①で「全店共通の方針（対策）を示している」と回答した企業のみ回答〕

「全面禁煙」は、47.1%で最も多く、次いで「空間分煙（喫煙席と禁煙席を分けているが、煙は禁煙席に流れる状態）」が29.4%、「時間分煙（ランチタイム禁煙など、禁煙の時間帯を設けている）」が17.6%の順となっている。

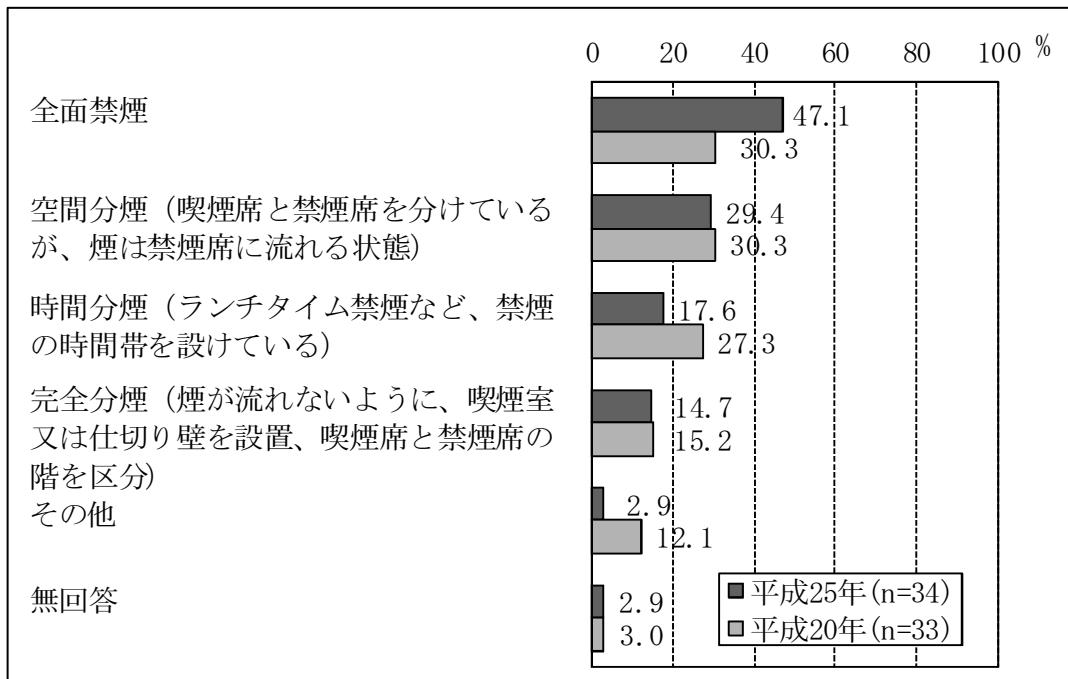
平成20年に比べ、「全面禁煙」が16.8ポイント増加している。

表 3-2 全店共通の取組方針の内容

（平成20年：n=33、平成25年：n=34：複数回答）

全店共通の取組方針の内容	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
全面禁煙	10	30.3%	16	47.1%
空間分煙（喫煙席と禁煙席を分けているが、煙は禁煙席に流れる状態）	10	30.3%	10	29.4%
時間分煙（ランチタイム禁煙など、禁煙の時間帯を設けている）	9	27.3%	6	17.6%
完全分煙（煙が流れないように、喫煙室又は仕切り壁を設置、喫煙席と禁煙席の階を区分）	5	15.2%	5	14.7%
その他	4	12.1%	1	2.9%
無回答	1	3.0%	1	2.9%

図 3-2 全店共通の取組方針の内容（平成20年・平成25年：複数回答）



②-2 全店共通の取組方針の理由

〔(1)①で「全店共通の方針（対策）を示している」と回答した企業のみ回答〕

「お客様からの要望や苦情に対応するため」、「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」、「受動喫煙による健康への影響を防ぐため」が60%を超えている。

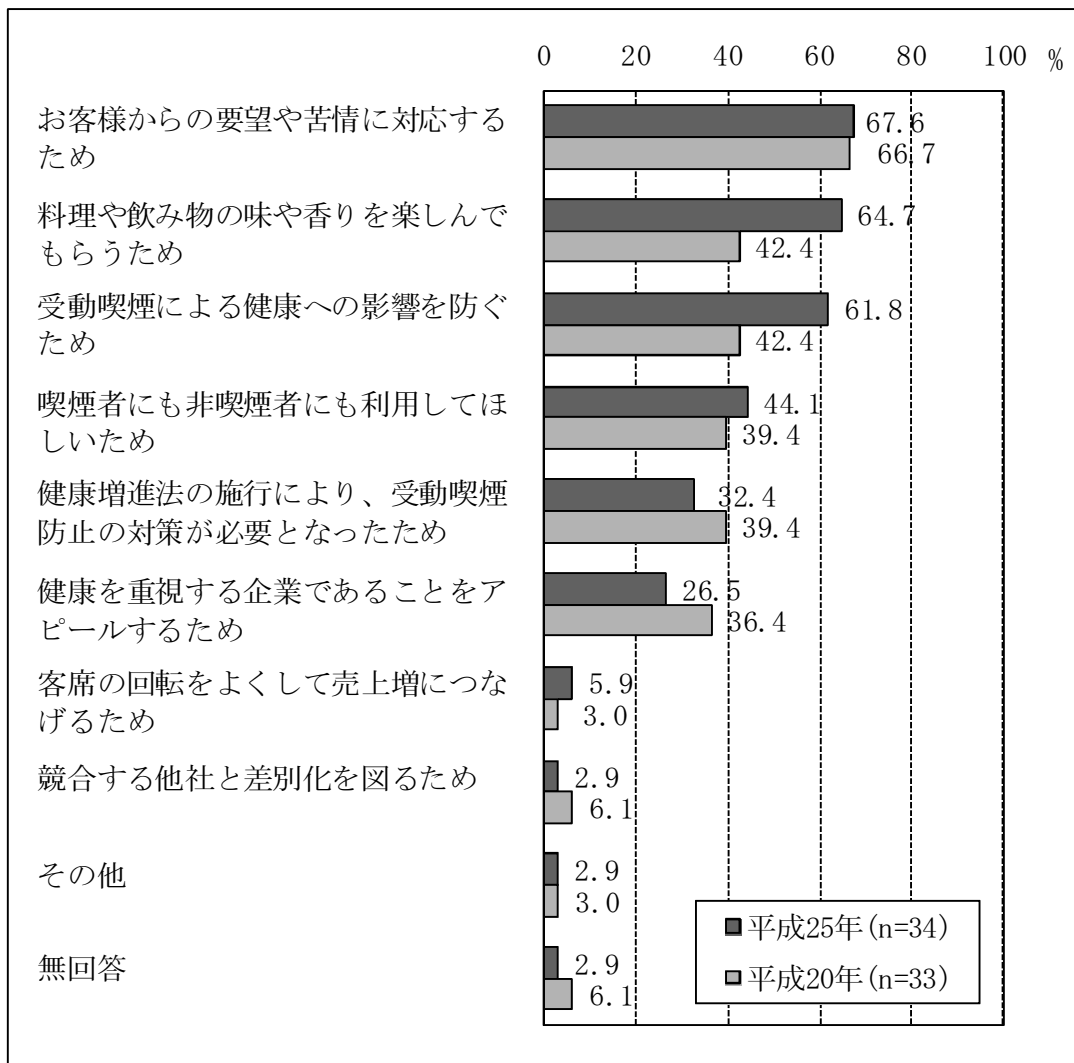
「受動喫煙による健康への影響を防ぐため」は、平成20年は42.4%であったのに対し、平成25年は61.8%となっており、19.4ポイント増加している。

表 3-3 全店共通の取組方針の理由

(平成20年：n=33、平成25年：n=34：複数回答)

全店共通の取組方針の理由	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
お客様からの要望や苦情に対応するため	22	66.7%	23	67.6%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	14	42.4%	22	64.7%
受動喫煙による健康への影響を防ぐため	14	42.4%	21	61.8%
喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため	13	39.4%	15	44.1%
健康増進法の施行により、受動喫煙防止の対策が必要となったため	13	39.4%	11	32.4%
健康を重視する企業であることをアピールするため	12	36.4%	9	26.5%
客席の回転をよくして売上増につなげるため	1	3.0%	2	5.9%
競合する他社と差別化を図るため	2	6.1%	1	2.9%
その他	1	3.0%	1	2.9%
無回答	2	6.1%	1	2.9%

図 3-3 全店共通の取組方針の理由（平成 20 年・平成 25 年：複数回答）



③ 店ごとの対策の決定の理由

〔(1)①で「お店によって対策を分けている」と回答した企業のみ回答〕

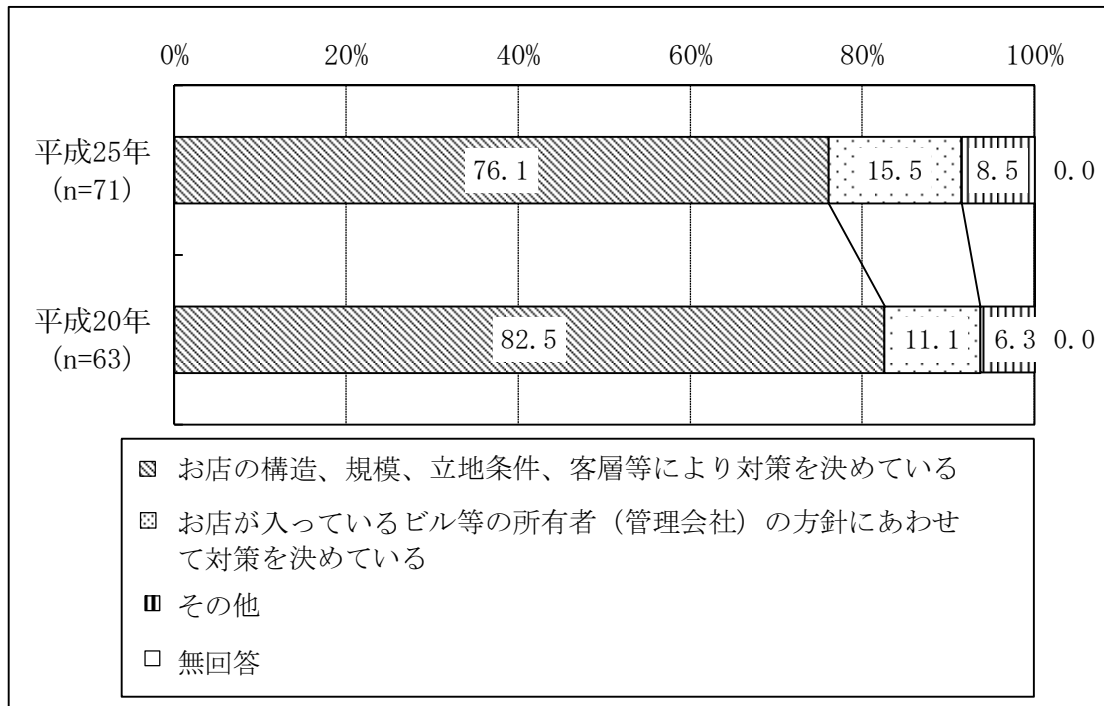
「お店の構造、規模、立地条件、客層等により対策を決めている」が76.1%で最も多い。

次いで、「お店が入っているビル等の所有者（管理会社）の方針にあわせて対策を決めている」は15.5%となっており、平成20年の11.1%から4.4ポイント増加している。

表 3-4 店ごとの対策の決定の理由（平成20年：n=63、平成25年：n=71）

店ごとの対策の決定の理由	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
お店の構造、規模、立地条件、客層等により対策を決めている	52	82.5%	54	76.1%
お店が入っているビル等の所有者（管理会社）の方針にあわせて対策を決めている	7	11.1%	11	15.5%
その他	4	6.3%	6	8.5%
無回答	0	0.0%	0	0.0%
合 計	63	100.0%	71	100.0%

図 3-4 店ごとの対策の決定の理由（平成20年・平成25年）



④ 取組方針を決定する予定

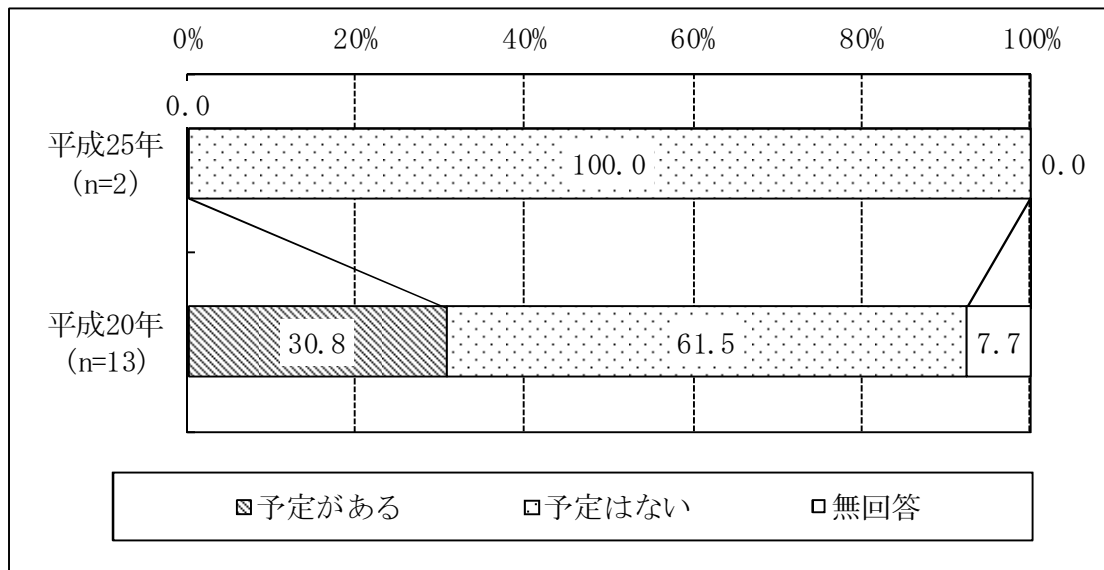
〔(1)①で「方針を示していない（個々のお店の判断）」と回答した企業のみ回答〕

全回答者が「予定はない」と答えている。
平成20年は、「予定がある」が30.8%であった。

表 3-5 取組方針を決定する予定（平成20年：n=13、平成25年：n=2）

取組方針を決定する予定	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
予定がある	4	30.8%	0	0.0%
予定はない	8	61.5%	2	100.0%
無回答	1	7.7%	0	0.0%
合 計	13	100.0%	2	100.0%

図 3-5 取組方針を決定する予定（平成20年・平成25年）



(2) 禁煙や分煙の取組の表示

① 表示の方針の有無

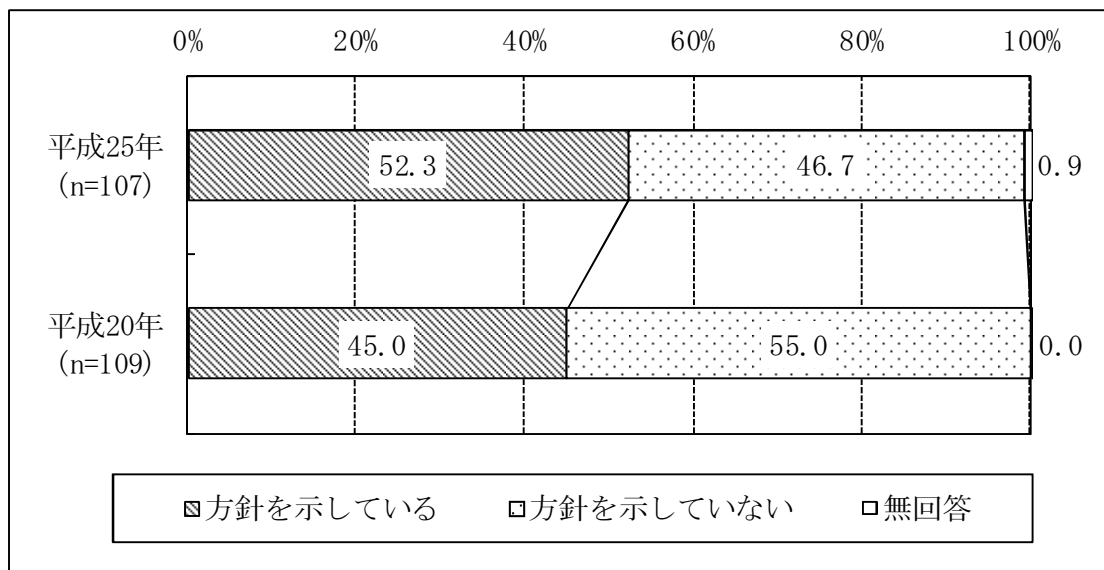
「方針を示している」が52.3%であった。

平成20年は45.0%であり、7.3ポイント増加している。

表 3-6 表示の方針の有無（平成20年：n=109、平成25年：n=107）

表示の方針の有無	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
方針を示している	49	45.0%	56	52.3%
方針を示していない	60	55.0%	50	46.7%
無回答	0	0.0%	1	0.9%
合計	109	100.0%	107	100.0%

図 3-6 表示の方針の有無（平成20年・平成25年）



② 表示しているステッカーなど

〔(2)①で「方針を示している」と回答した企業のみ回答〕

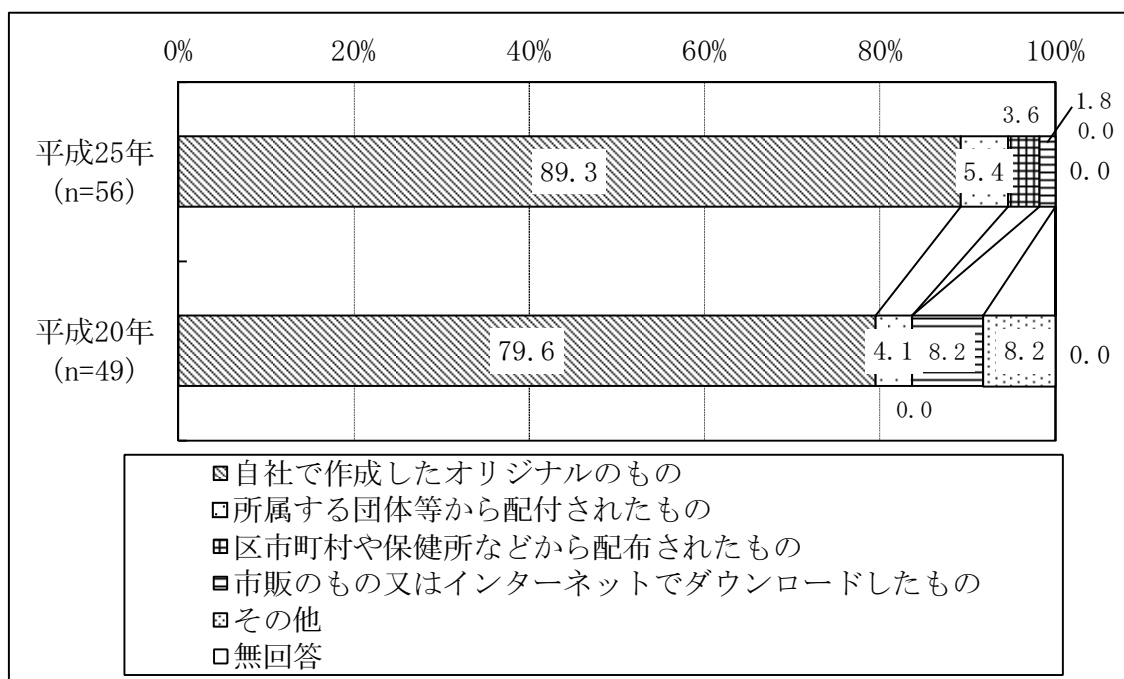
「自社で作成したオリジナルのもの」が89.3%で最も多く、次いで「所属する団体等から配付されたもの」が5.4%、「区市町村や保健所などから配布されたもの」が3.6%の順となっている。

平成20年、平成25年ともに、「自社で作成したオリジナルのもの」を使用している企業が多い。

表3-7 表示しているステッカーなど（平成20年：n=49、平成25年：n=56）

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
自社で作成したオリジナルのもの	39	79.6%	50	89.3%
所属する団体等から配付されたもの	2	4.1%	3	5.4%
区市町村や保健所などから配布されたもの	0	0.0%	2	3.6%
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	4	8.2%	1	1.8%
その他	4	8.2%	0	0.0%
無回答	0	0.0%	0	0.0%
合 計	49	100.0%	56	100.0%

図3-7 表示しているステッカーなど（平成20年・平成25年）



③ 今後表示する場合の表示物

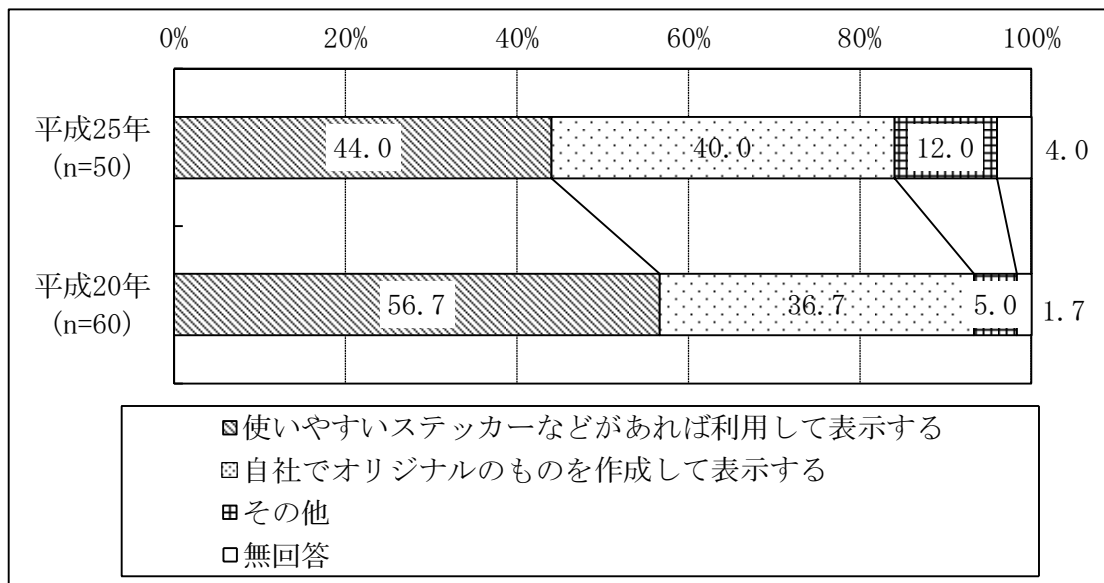
〔(2)①で「方針を示していない」と回答した企業のみ回答〕

平成20年、平成25年ともに、「使いやすいステッカーなどがあれば利用して表示する」が最も多く、次いで、「自社でオリジナルのものを作成して表示する」であった。

表 3-8 今後表示する場合の表示物（平成20年:n=60、平成25年 n=50）

今後表示する場合の表示物	平成20年		平成25年	
	件数	構成比	件数	構成比
使いやすいステッカーなどがあれば利用して表示する	34	56.7%	22	44.0%
自社でオリジナルのものを作成して表示する	22	36.7%	20	40.0%
その他	3	5.0%	6	12.0%
無回答	1	1.7%	2	4.0%
合 計	60	100.0%	50	100.0%

図 3-8 今後表示する場合の表示物（平成20年・平成25年）



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
 - ・当初の方針からの変更の有無
- ② 方針の内容と課題等
 - ・禁煙又は分煙の対策方針
 - ・禁煙又は分煙の表示方針
 - ・現在の対策方針に関する課題
- ③ 今後の方針等
 - ・現在の方針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21の企業の内訳は、以下のとおりである。

(21企業のうち2企業は、「(3) 参考事例」に記載)

取組方針の内容		百貨店	ホテル	外食チェーン、フランチャイズ等	合計	参考事例
全 店 共 通	全面禁煙	1	1	3	5	2
	空間分煙(完全分煙)	2		3	5	
	空間分煙(喫煙席と禁煙席に分ける分煙)と時間分煙	1			1	
	時間分煙					
お店毎に対策を分ける		1	2	7	10	1
合 計		5	3	13	21	

(3) 参考事例

参考事例 1

1. 概要

- ◆ 種 別 : 外食チェーン、フランチャイズ等
- ◆ 対 策 の 内 容 : 店舗ごとの状況などに応じた対策
- ◆ 表示の方針の有無 : 方針を示している

2. 店ごとの状況に応じた対策の内容等

- ・ 店舗の状況は以下のとおり。

店舗 A : ちゃんぽん

時間分煙 open~14:00, open~22:00 (店舗により異なる)

店舗 B : とんかつ・和食

全面禁煙

※ランチタイムは全店で全面禁煙。(統一)

3. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・ 健康増進法の施行を契機として、分煙から禁煙へと進んだ。
- ・ 集客力の減少が生じたが、入れ替わりの顧客で集客力は復活した。
- ・ 喫煙者の顧客が多い一部の店舗では、喫煙ブースの設置も行われた。

4. 方針の内容と課題等

- ・ 店頭で時間分煙の表示をしている。
- ・ 喫煙者に対する配慮も必要であると考え、一部の店舗では外に喫煙ブースの設置等を行うことで対応している。

5. 今後の方針等

- ・ 現行の対策を継続。



店頭で時間分煙の表示

参考事例 2

1. 概要

- ◆ 種 別 : 外食チェーン、フランチャイズ等
- ◆ 対 策 の 内 容 : 全店共通、全面禁煙
- ◆ 表示の方針の有無 : 方針を示している

2. 禁煙・分煙の対策実施のきっかけや経緯

- ・お客様からの要望や苦情に対応するため、2002年から全面禁煙とした。

3. 方針の内容と課題等

- ・店頭で全面禁煙の表示をしている。
- ・当初は、禁煙を知らずに喫煙する方もおり少しトラブルがあったが、現在は定着している。

4. 今後の方針等

- ・快適に食事をしてもらうため、全面禁煙を続ける。



店頭で全面禁煙の表示