

第3部 調査の結果〈遊興飲食店〉

1 回答者の属性

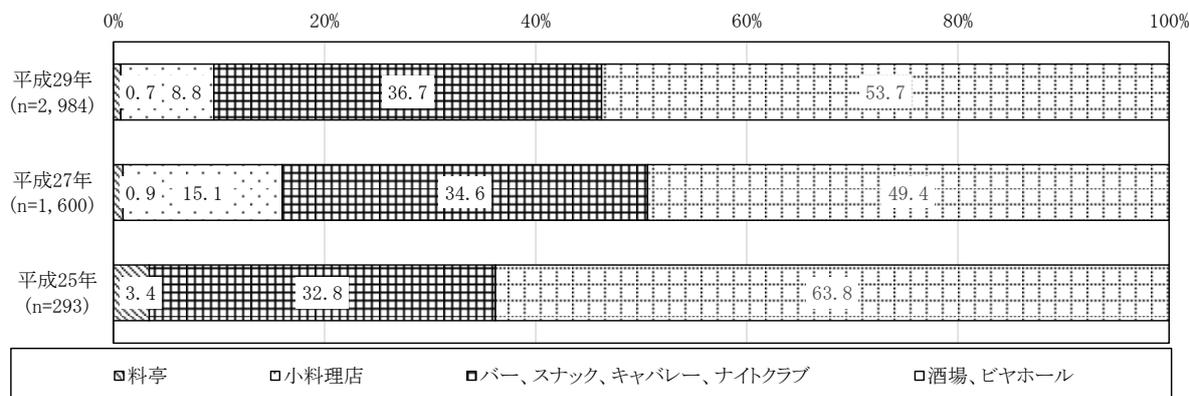
(1) 業種<問1>

平成29年の遊興飲食店の業種は、「酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）」（53.7%）、「バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ」（36.7%）が上位を占めている。平成27年に比べて、「小料理店」の構成比が低下している。

表1 業種（平成29年：n=2,984 平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）

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
遊興飲食店 平成29年 (n=2,984) 平成27年 (n=1,600) 平成25年 (n=293)	料亭	22	0.7%	14	0.9%	10	3.4%
	小料理店	263	8.8%	242	15.1%	-	-
	バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	1,096	36.7%	554	34.6%	96	32.8%
	酒場、ビヤホール（居酒屋、焼 鳥屋、ダイニングバーなど）	1,603	53.7%	790	49.4%	187	63.8%
遊興飲食店計		2,984	100.0%	1,600	100.0%	293	100.0%

図1 業種（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）



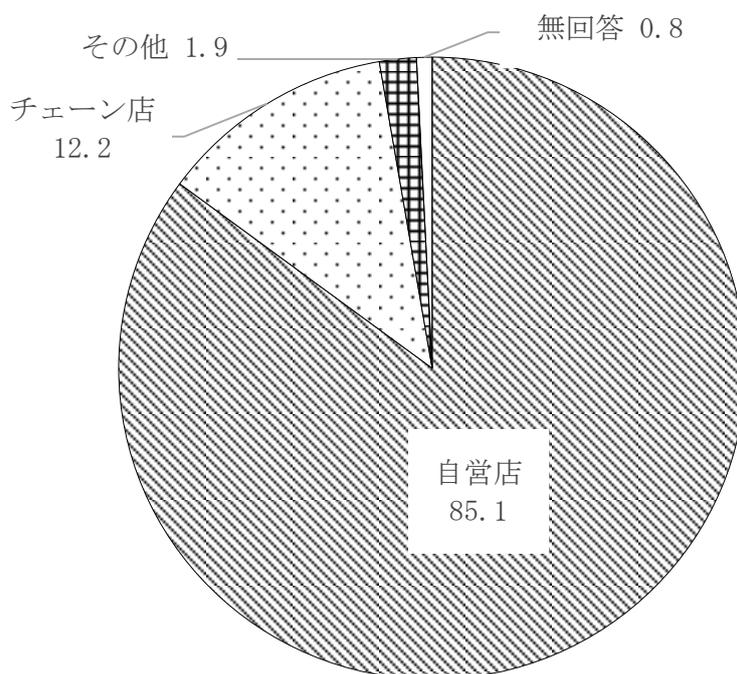
(2) 経営形態<問2>

遊興飲食店の経営形態では、「自営店」が85.1%と8割台半ばを占め、「チェーン店」は12.2%である。

表2-1 経営形態 (n=2,984)

	件数	構成比
自営店	2,539	85.1%
チェーン店	365	12.2%
その他	56	1.9%
無回答	24	0.8%
合計	2,984	100.0%

図2-1 経営形態 (n=2,984 単位: %)



《経年比較》

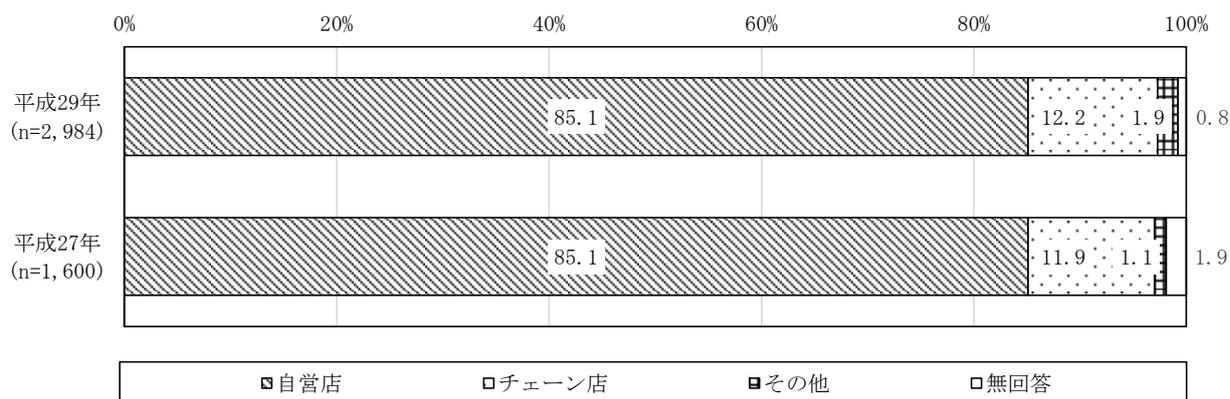
平成27年に比べると、遊興飲食店の経営形態の構成比は、大きな変動はみられない。

表2-2 経営形態（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

平成29年			平成27年		
	件数	構成比	件数	構成比	
自営店	2,539	85.1%	1,361	85.1%	
チェーン店	365	12.2%	191	11.9%	
その他	56	1.9%	17	1.1%	
無回答	24	0.8%	31	1.9%	
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%	

＜参考＞

図2-2 経営形態（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



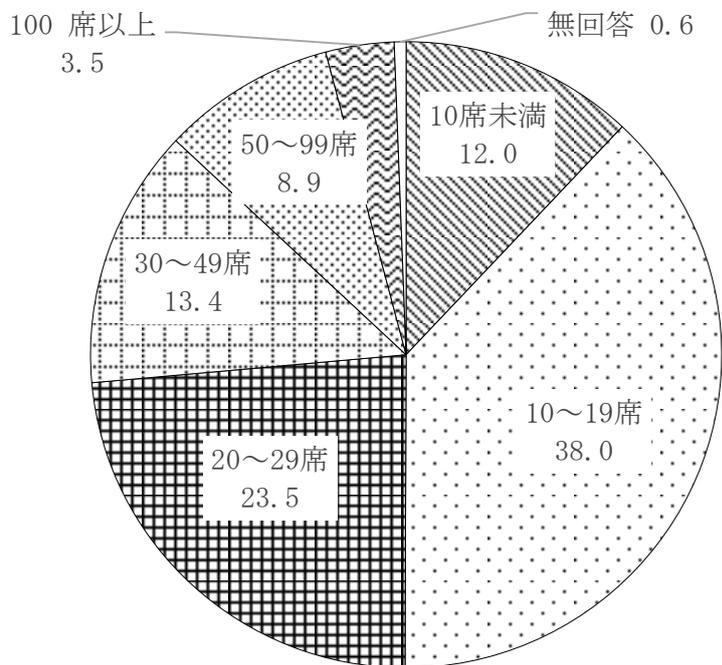
(3) 客席数<問3>

遊興飲食店の客席数をみると、「10～19席」(38.0%)が約4割と最も多く、「20～29席」(23.5%)、「30～49席」(13.4%)、「10席未満」(12.0%)の順となっている。

表3-1 客席数 (n=2,984)

客席数	件数	構成比
10席未満	359	12.0%
10～19席	1,134	38.0%
20～29席	702	23.5%
30～49席	401	13.4%
50～99席	266	8.9%
100席以上	105	3.5%
無回答	17	0.6%
合計	2,984	100.0%

図3-1 客席数 (n=2,984 単位: %)



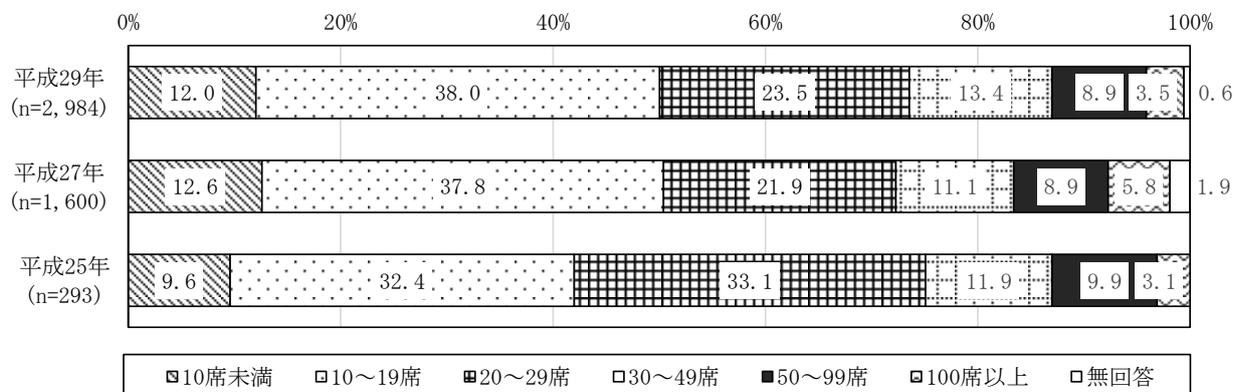
《経年比較》

平成27年に比べると、回答した遊興飲食店の客席数の構成比は、大きな変動はみられない。

表3-2 客席数（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）

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	359	12.0%	201	12.6%	28	9.6%
10～19席	1,134	38.0%	605	37.8%	95	32.4%
20～29席	702	23.5%	351	21.9%	97	33.1%
30～49席	401	13.4%	178	11.1%	35	11.9%
50～99席	266	8.9%	142	8.9%	29	9.9%
100席以上	105	3.5%	93	5.8%	9	3.1%
無回答	17	0.6%	30	1.9%	-	-
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%	293	100.0%

図3-2 客席数（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）



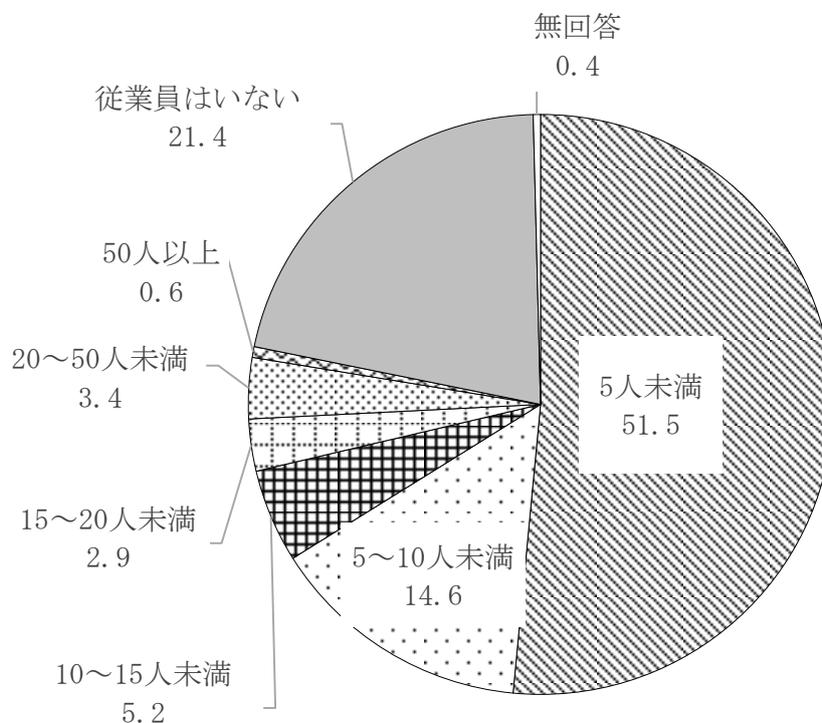
(4) 従業員数<問4>

従業員数は、「5人未満」が51.5%と5割強を占めており、「5～10人未満」(14.6%)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=2,984)

	件数	構成比
5人未満	1,537	51.5%
5～10人未満	436	14.6%
10～15人未満	155	5.2%
15～20人未満	86	2.9%
20～50人未満	100	3.4%
50人以上	19	0.6%
従業員はいない	640	21.4%
無回答	11	0.4%
合計	2,984	100.0%

図4-1 従業員数 (n=2,984 単位: %)



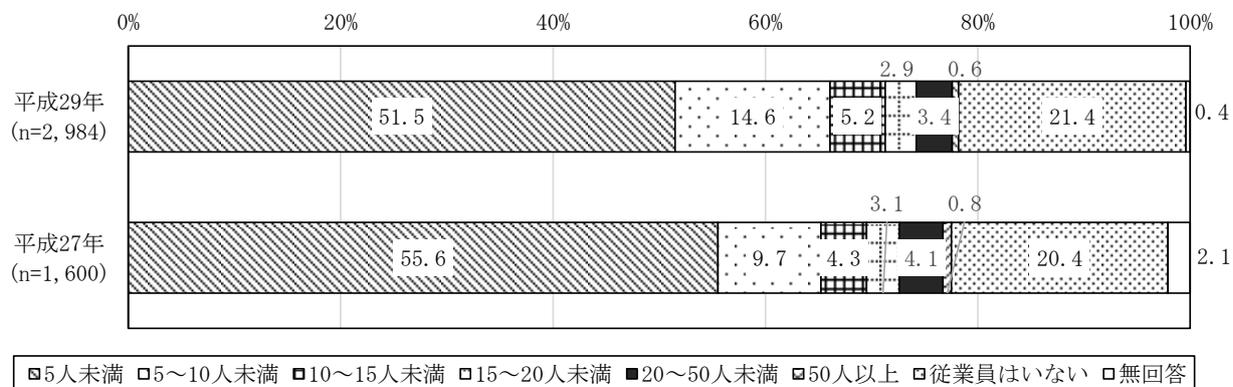
《経年比較》

平成27年に比べ、「5～10人未満」の割合が4.9ポイント高くなり、「5人未満」が4.1ポイント低くなっている。

表4-2 従業員数（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

平成29年			平成27年		
	件数	構成比		件数	構成比
5人未満	1,537	51.5%		890	55.6%
5～10人未満	436	14.6%		155	9.7%
10～15人未満	155	5.2%		68	4.3%
15～20人未満	86	2.9%		49	3.1%
20～50人未満	100	3.4%		66	4.1%
50人以上	19	0.6%		13	0.8%
従業員はいない	640	21.4%		326	20.4%
無回答	11	0.4%		33	2.1%
合計	2,984	100.0%		1,600	100.0%

図4-2 従業員数（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



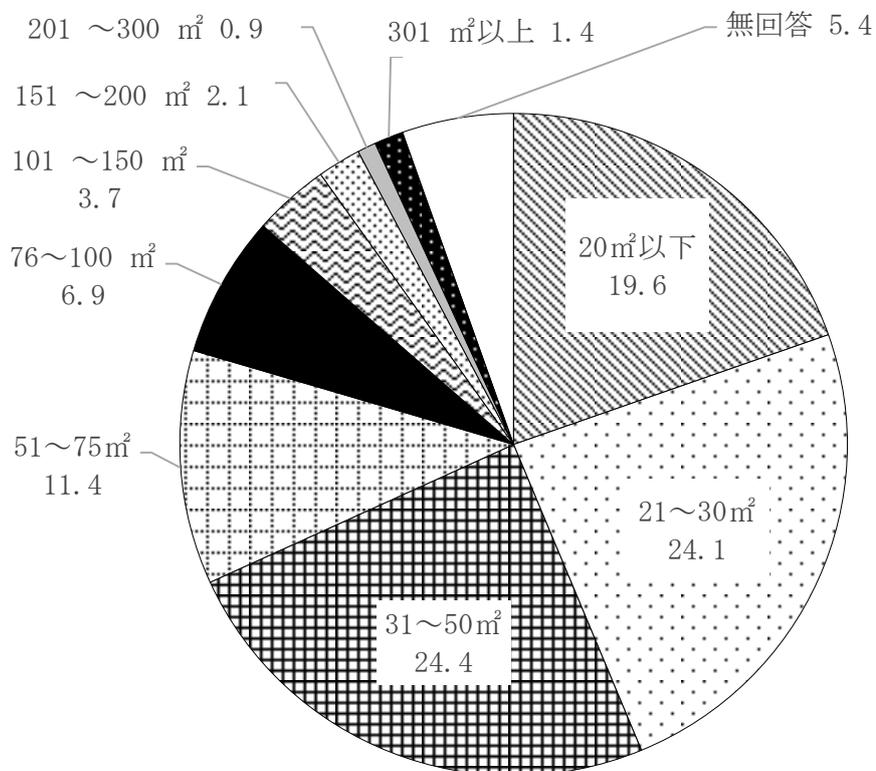
(5) 店舗面積<問5>

店舗面積は、「31～50㎡」(24.4%)が最も多く、「21～30㎡」(24.1%)、「20㎡以下」(19.6%)がこれに続いている。

表5-1 店舗面積 (n=2,984)

	件数	構成比
20㎡以下	586	19.6%
21～30㎡	720	24.1%
31～50㎡	728	24.4%
51～75㎡	341	11.4%
76～100㎡	205	6.9%
101～150㎡	111	3.7%
151～200㎡	63	2.1%
201～300㎡	28	0.9%
301㎡以上	42	1.4%
無回答	160	5.4%
合計	2,984	100.0%

図5-1 店舗面積 (n=2,984 単位：%)



《経年比較》

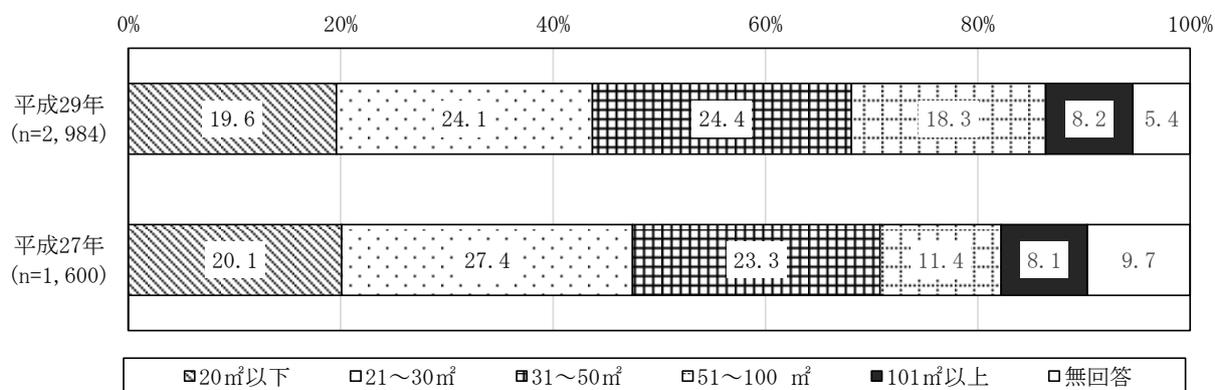
平成27年に比べ、「51～100㎡」の割合が6.9ポイント高く、また「21～30㎡」がやや低くなっている（注：経年比較では、前回調査と比べやすくするために、一部の項目を合算している）。

表5-2 店舗面積（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
20㎡以下	586	19.6%	321	20.1%
21～30㎡	720	24.1%	439	27.4%
31～50㎡	728	24.4%	372	23.3%
51～100㎡	546	18.3%	183	11.4%
101㎡以上	244	8.2%	130	8.1%
無回答	160	5.4%	155	9.7%
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%

＜参考＞

図5-2 店舗面積（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



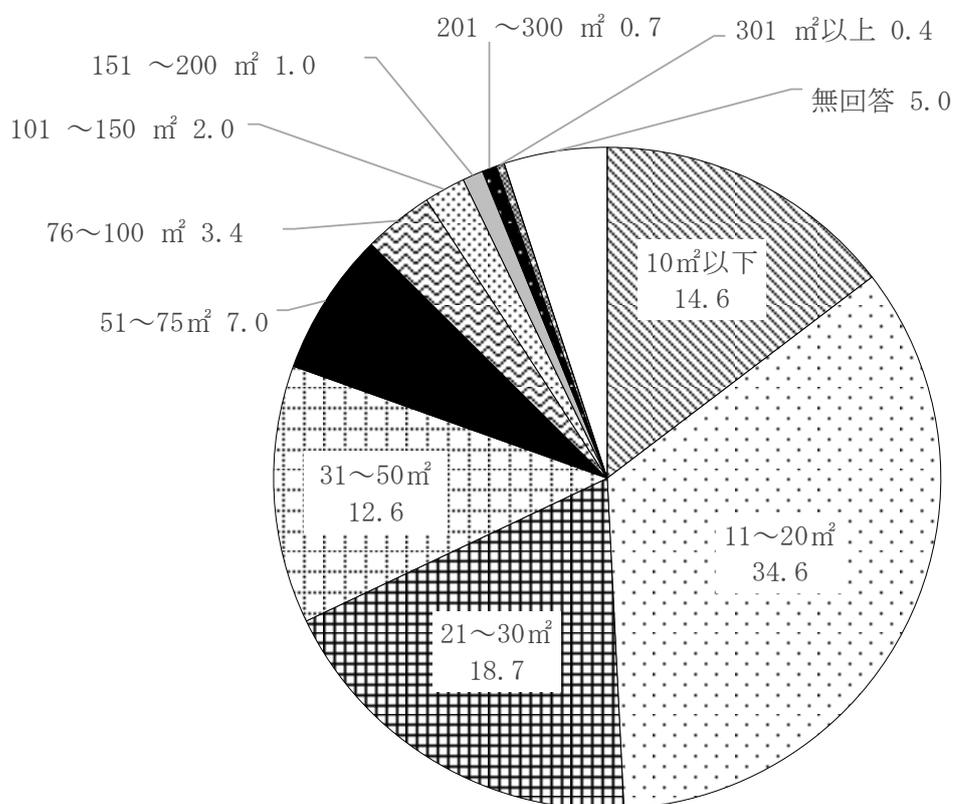
(6) 客席面積<問6>

客席面積は、「11～20㎡」(34.6%)が最も多く、次いで「21～30㎡」(18.7%)、「10㎡以下」(14.6%)の順となっている。

表6-1 客席面積 (n=2,984)

	件数	構成比
10㎡以下	437	14.6%
11～20㎡	1,031	34.6%
21～30㎡	557	18.7%
31～50㎡	376	12.6%
51～75㎡	210	7.0%
76～100㎡	101	3.4%
101～150㎡	59	2.0%
151～200㎡	31	1.0%
201～300㎡	20	0.7%
301㎡以上	13	0.4%
無回答	149	5.0%
合計	2,984	100.0%

図6-1 客席面積 (n=2,984 単位: %)



《経年比較》

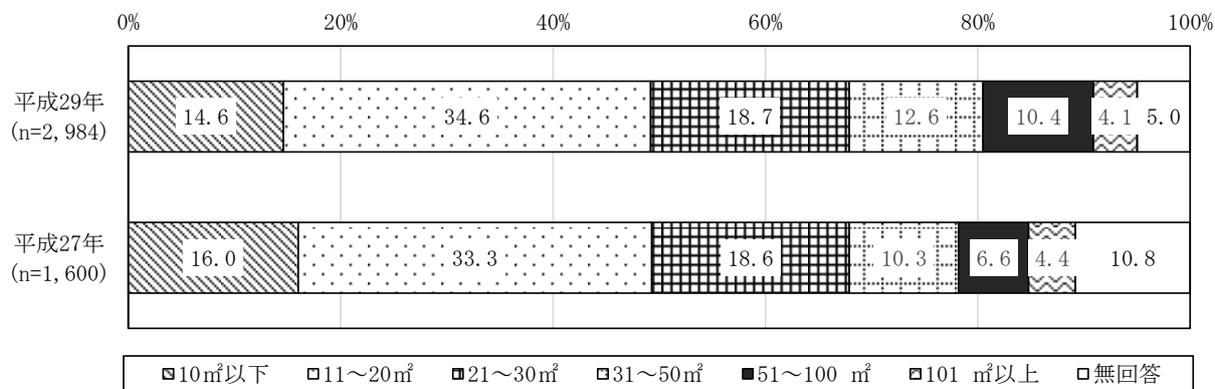
平成27年に比べ、「51～100㎡」の割合がやや高くなっている（注：経年比較では、前回調査と比べやすくするために、一部の項目を合算している）。

表6-2 客席面積（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
10㎡以下	437	14.6%	256	16.0%
11～20㎡	1,031	34.6%	533	33.3%
21～30㎡	557	18.7%	298	18.6%
31～50㎡	376	12.6%	164	10.3%
51～100㎡	311	10.4%	106	6.6%
101㎡以上	123	4.1%	71	4.4%
無回答	149	5.0%	172	10.8%
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%

<参考>

図6-2 客席面積（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



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」ものは96.4%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3.1%と少数ではあるがみられる。

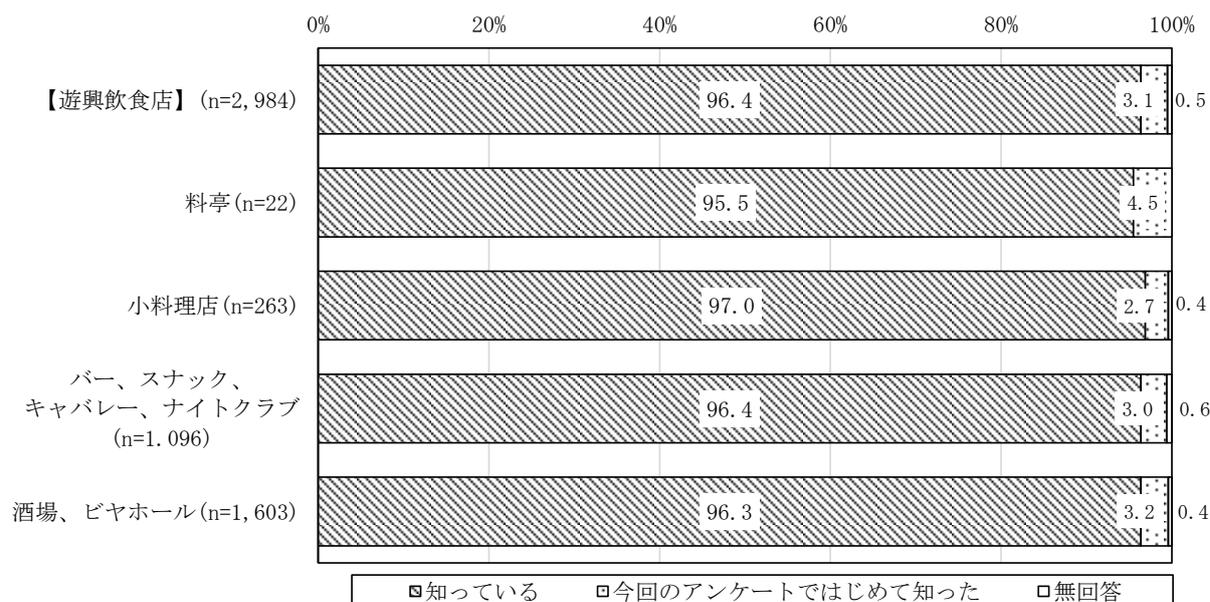
業種別にみても、全ての業種で概ね認知度は95%を超えており、高い認知状況となっている。

表7-1 健康への影響の認知度 (n=2,984)

	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
【遊興飲食店】	2,876 (96.4)	93 (3.1)	15 (0.5)	2,984 (100.0)
料亭	21 (95.5)	1 (4.5)	-	22 (100.0)
小料理店	255 (97.0)	7 (2.7)	1 (0.4)	263 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	1,056 (96.4)	33 (3.0)	7 (0.6)	1,096 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど)	1,544 (96.3)	52 (3.2)	7 (0.4)	1,603 (100.0)

上段：件数
下段：構成比

図7-1 健康への影響の認知度 (n=2,984)



《経年比較》

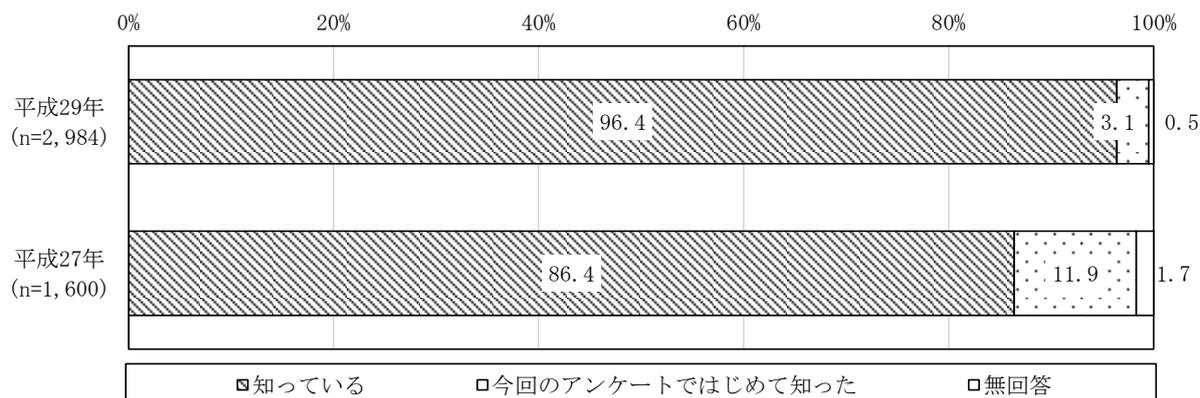
平成27年に比べ、認知度は10ポイント高くなった。一方「今回のアンケートではじめて知った」が大幅に低下し、健康への影響についての認知が浸透している様子がうかがえる。

表7-2 健康への影響の認知度（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
知っている	2,876	96.4%	1,382	86.4%
今回のアンケートではじめて知った	93	3.1%	191	11.9%
無回答	15	0.5%	27	1.7%
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%

〈参考〉

図7-2 健康への影響の認知度（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



(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59.0%と約6割、「今回のアンケートで初めて知った」ものは39.0%と約4割である。

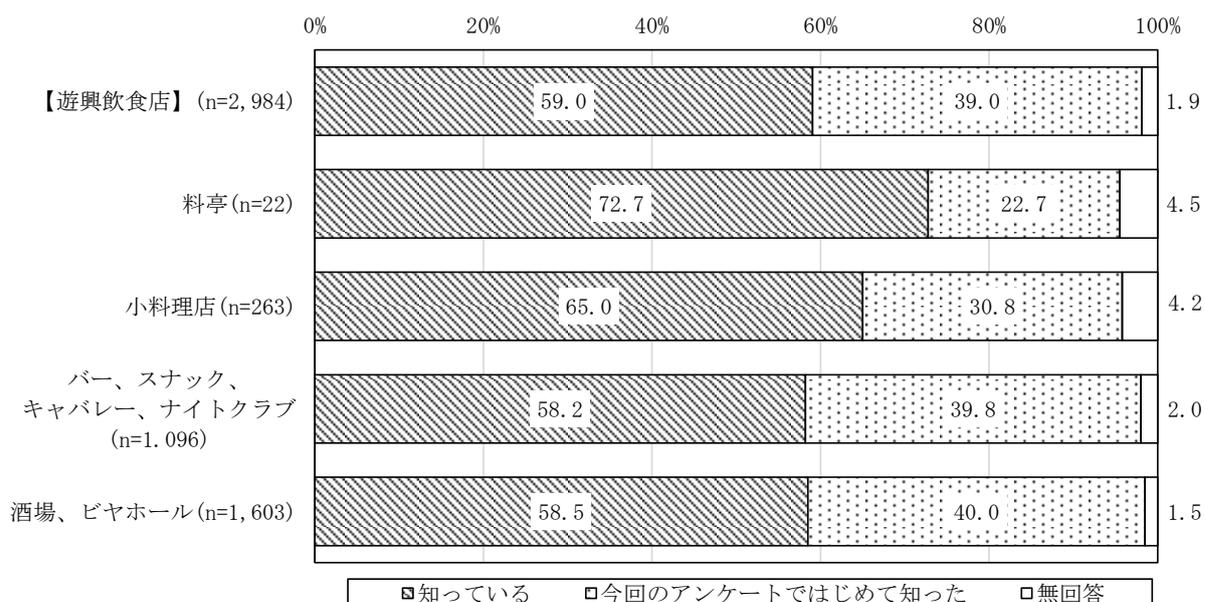
業種別にみると、<小料理店>は<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ><酒場、ビヤホール>よりも認知度がやや高い。

表8-1 健康増進法上の努力義務の認知度 (n=2,984)

	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
【遊興飲食店】	1,762 (59.0)	1,164 (39.0)	58 (1.9)	2,984 (100.0)
料亭	16 (72.7)	5 (22.7)	1 (4.5)	22 (100.0)
小料理店	171 (65.0)	81 (30.8)	11 (4.2)	263 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	638 (58.2)	436 (39.8)	22 (2.0)	1,096 (100.0)
酒場、ビヤホール (居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど)	937 (58.5)	642 (40.0)	24 (1.5)	1,603 (100.0)

上段：件数
下段：構成比

図8-1 健康増進法上の努力義務の認知度 (n=2,984)



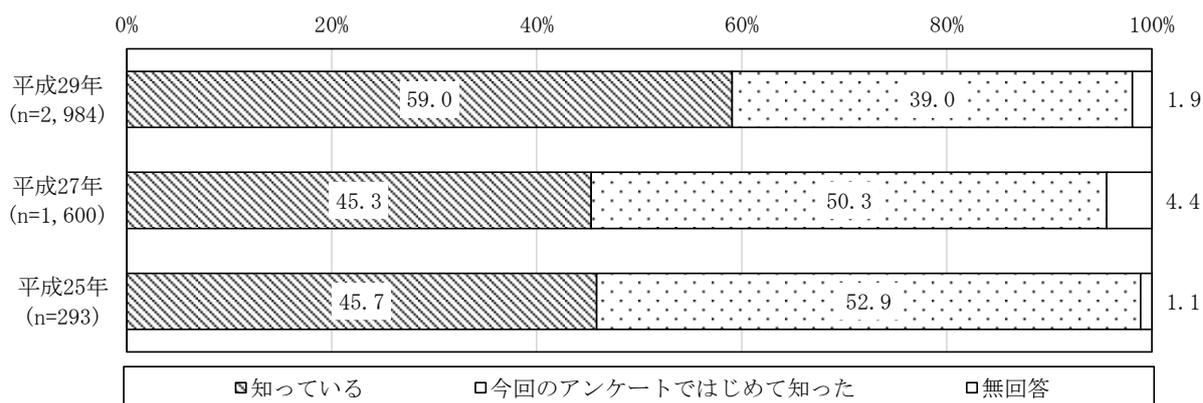
《経年比較》

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=2,984、平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）

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
知っている	1,762	59.0%	725	45.3%	134	45.7%
今回のアンケートではじめて知った	1,164	39.0%	805	50.3%	155	52.9%
無回答	58	1.9%	70	4.4%	4	1.1%
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%	293	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=2,984、平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）



(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67.1%と7割弱、28.8%が「今回のアンケートで初めて知った」としている。

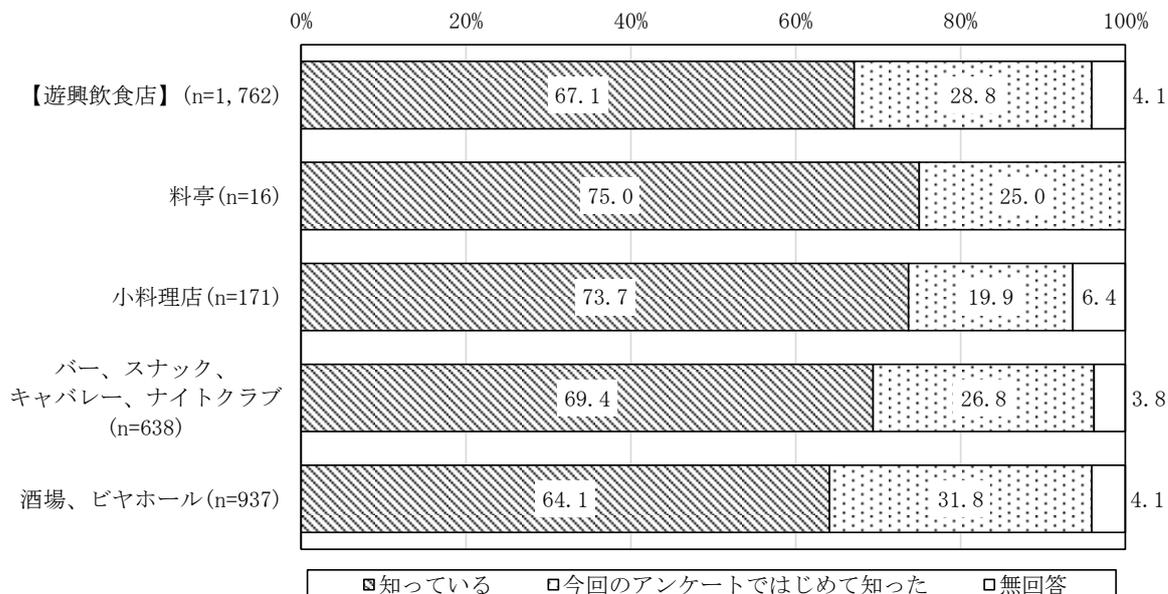
業種別にみると、<小料理店>の認知度が他の業種よりもやや高い。

表9-1 受動喫煙防止対策の具体的な内容についての認知度 (n=1,762)

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
【遊興飲食店】	1,182 (67.1)	507 (28.8)	73 (4.1)	1,762 (100.0)
料亭	12 (75.0)	4 (25.0)	- -	16 (100.0)
小料理店	126 (73.7)	34 (19.9)	11 (6.4)	171 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	443 (69.4)	171 (26.8)	24 (3.8)	638 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）	601 (64.1)	298 (31.8)	38 (4.1)	937 (100.0)

図9-1 受動喫煙防止対策の具体的な内容についての認知度 (n=1,762)



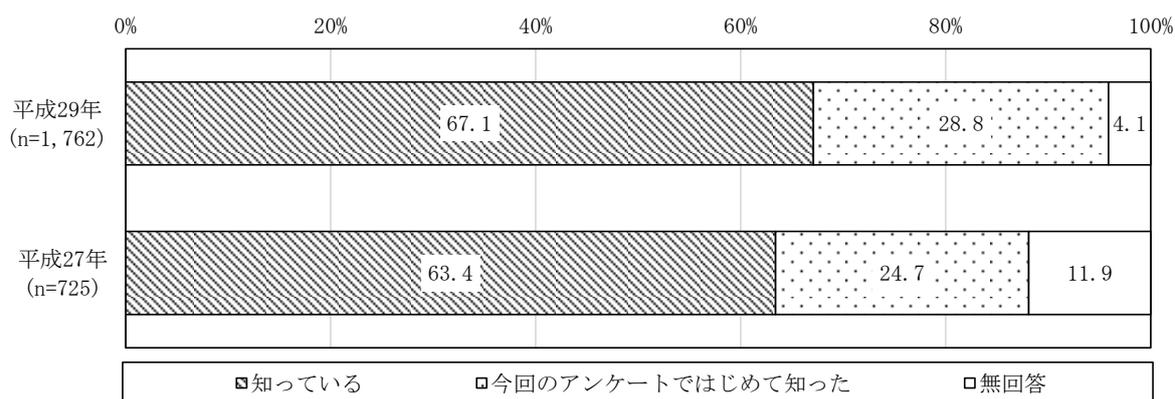
《経年比較》

受動喫煙防止対策の具体的な内容の認知度は、平成27年に比べ、やや高くなっている。

表9-2 受動喫煙防止対策の具体的な内容についての認知度（平成29年：n=1,762、平成27年：n=725）

平成29年			＜参考＞ 平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
知っている	1,182	67.1%	460	63.4%
今回のアンケートではじめて知った	507	28.8%	179	24.7%
無回答	73	4.1%	86	11.9%
合計	1,762	100.0%	725	100.0%

図9-2 受動喫煙防止対策の具体的な内容についての認知度（平成29年：n=1,762、平成27年：n=725）

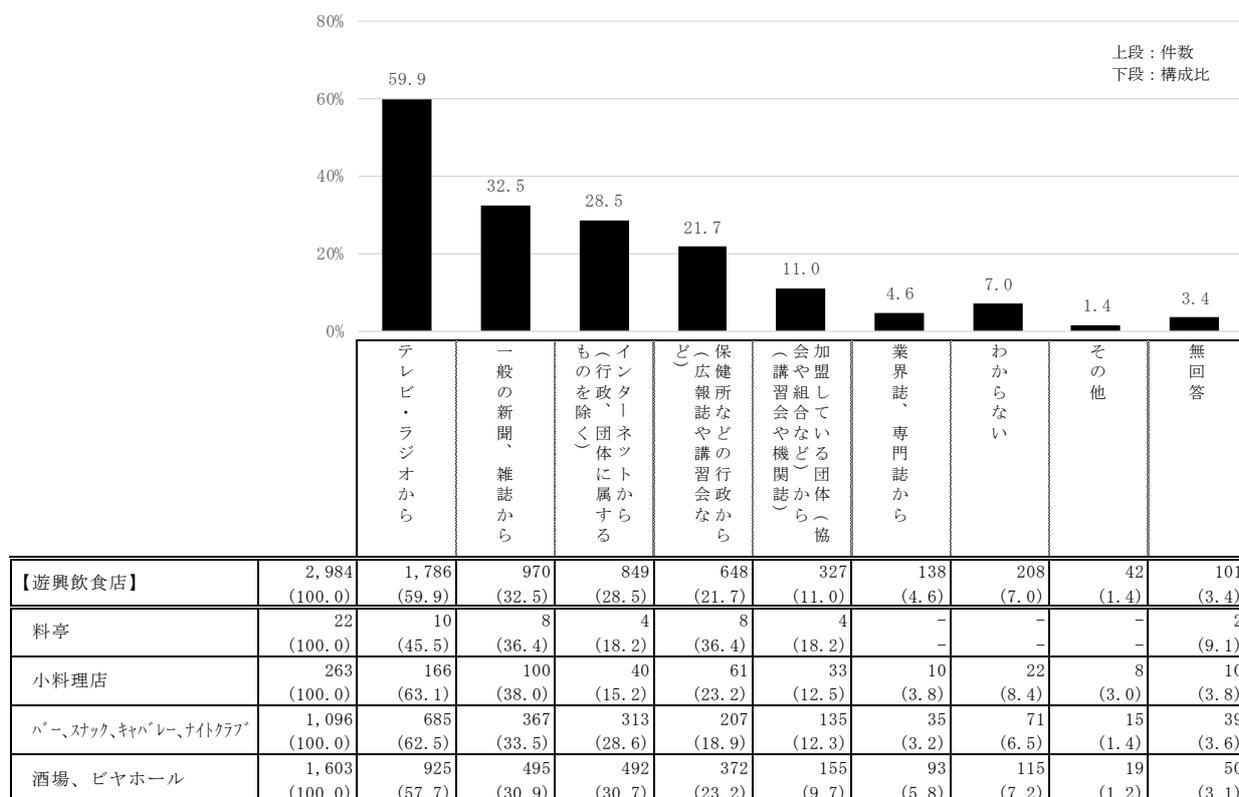


(4) 受動喫煙に関する情報の入手方法<問 10>

受動喫煙に関する情報の入手方法は、「テレビ・ラジオから」(59.9%)が最も多く、「一般の新聞、雑誌から」(32.5%)、「インターネットから」(28.5%)、「保健所などの行政から(広報誌や講習会など)」(21.7%)が続いている。

業種別にみると、<小料理店>では「テレビ・ラジオから」「一般の新聞、雑誌から」に次いで「保健所などの行政から」が高く、一方、「インターネットから」は低い。

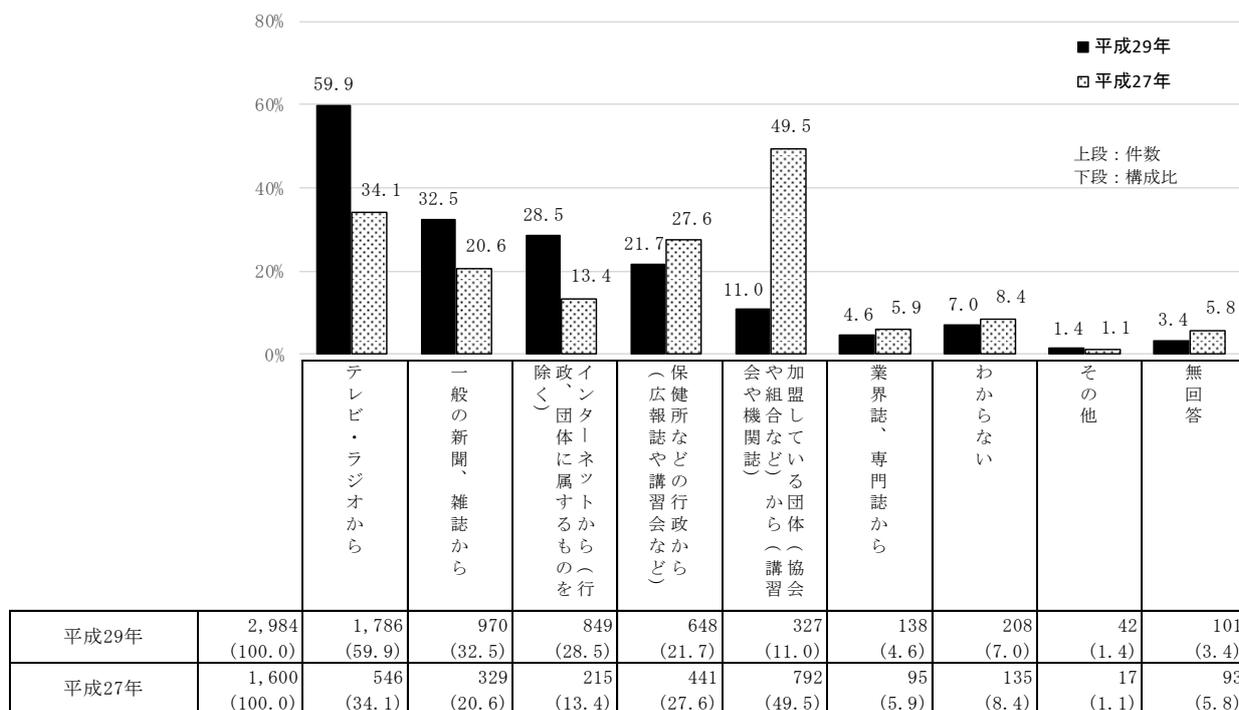
図 10-1 受動喫煙に関する情報の入手方法 (n=2,984 複数回答)



《経年比較》

平成27年と比較すると、「テレビ・ラジオから」「インターネットから」「一般の新聞、雑誌から」が大幅に高くなり、「加盟している団体から」は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=2,984、平成27年：n=1,600 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>

「禁煙や分煙の対策はしていない」が78.2%と全体の約8割弱を占め、「分煙にしている」(12.6%)と「全面禁煙にしている」(8.9%)がそれぞれ1割前後となっている。

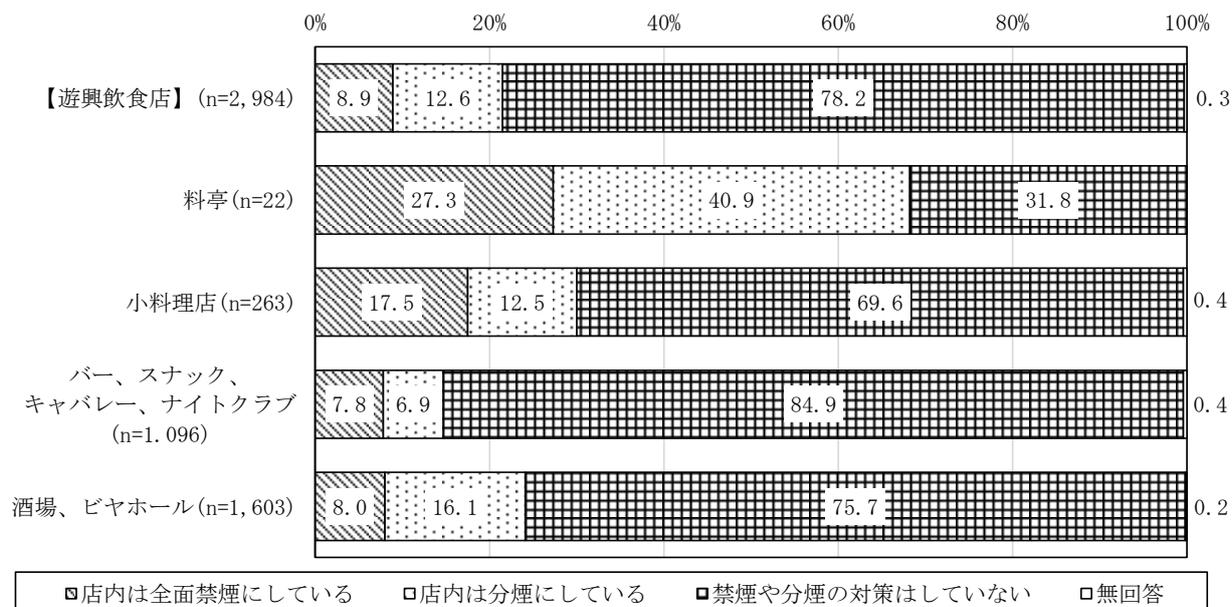
業種別にみると、「全面禁煙」は<小料理店>(17.5%)が高く、「禁煙や分煙の対策はしていない」が高いのは<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ>で84.9%となっている。

表 11-1-1 禁煙・分煙の状況 (n=2,984)

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
【遊興飲食店】	267 (8.9)	376 (12.6)	2,333 (78.2)	8 (0.3)	2,984 (100.0)
料亭	6 (27.3)	9 (40.9)	7 (31.8)	-	22 (100.0)
小料理店	46 (17.5)	33 (12.5)	183 (69.6)	1 (0.4)	263 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	86 (7.8)	76 (6.9)	930 (84.9)	4 (0.4)	1,096 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど)	129 (8.0)	258 (16.1)	1,213 (75.7)	3 (0.2)	1,603 (100.0)

図 11-1-1 禁煙・分煙の状況 (n=2,984)



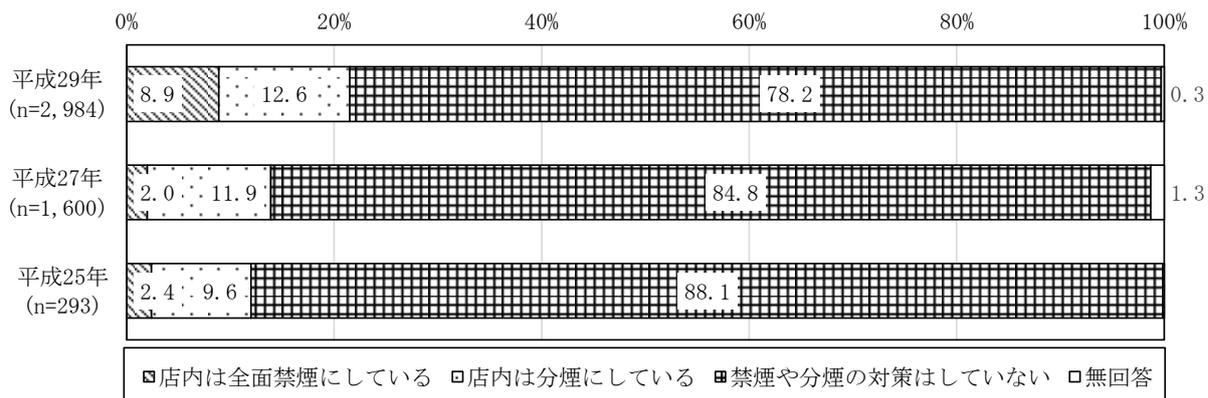
《経年比較》

「禁煙や分煙の対策はしていない」は低下傾向であり、禁煙・分煙対策を実施している店舗は増加傾向である。

表 11-1-2 禁煙・分煙の状況（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）

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		
店内は全面禁煙にしている	267	8.9%	32	2.0%	7	2.4%
店内は分煙にしている	376	12.6%	191	11.9%	28	9.6%
禁煙や分煙の対策はしていない	2,333	78.2%	1,357	84.8%	258	88.1%
無回答	8	0.3%	20	1.3%	-	-
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%	293	100.0%

図 11-1-2 禁煙・分煙の状況（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600、平成25年：n=293）



(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」が41.8%と約4割、次いで「時間分煙のみをしている」(37.0%)と「空間分煙と時間分煙を両方している」(14.6%)となっている。

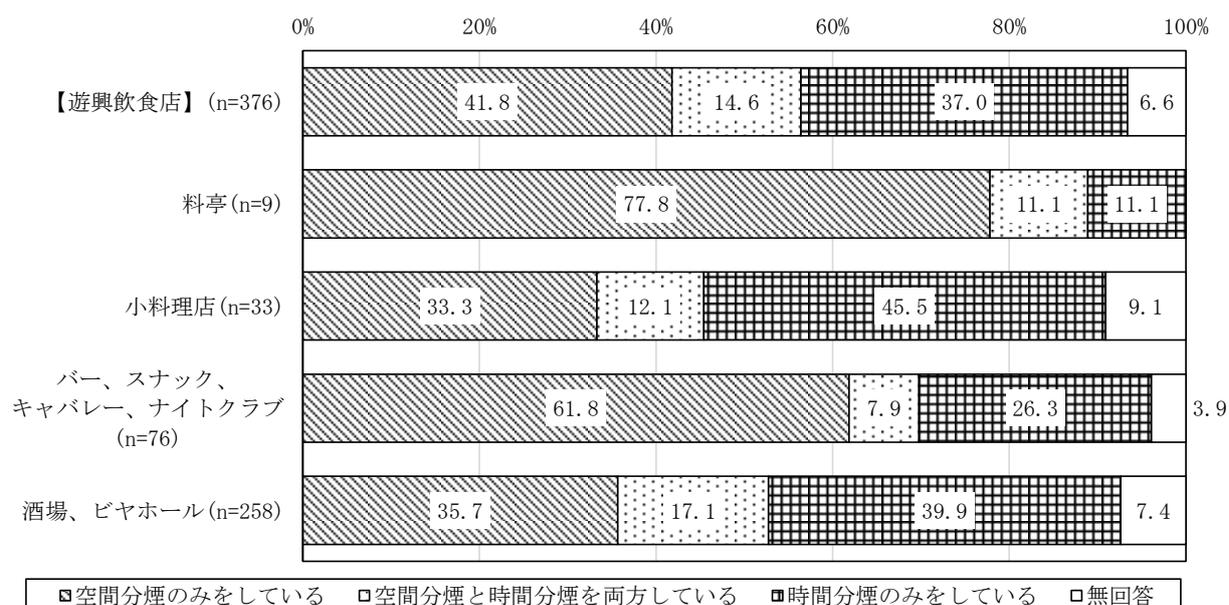
業種別にみると、「空間分煙のみ」は<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ>が61.8%で高い。<小料理店>では「空間分煙のみ」が全体よりもやや低く(33.3%)、一方、「時間分煙のみ」(45.5%)がやや高い。

表 11-2-1 分煙の種類 (n=376)

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
【遊興飲食店】	157 (41.8)	55 (14.6)	139 (37.0)	25 (6.6)	376 (100.0)
料亭	7 (77.8)	1 (11.1)	1 (11.1)	-	9 (100.0)
小料理店	11 (33.3)	4 (12.1)	15 (45.5)	3 (9.1)	33 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	47 (61.8)	6 (7.9)	20 (26.3)	3 (3.9)	76 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど)	92 (35.7)	44 (17.1)	103 (39.9)	19 (7.4)	258 (100.0)

図 11-2-1 分煙の種類 (n=376)



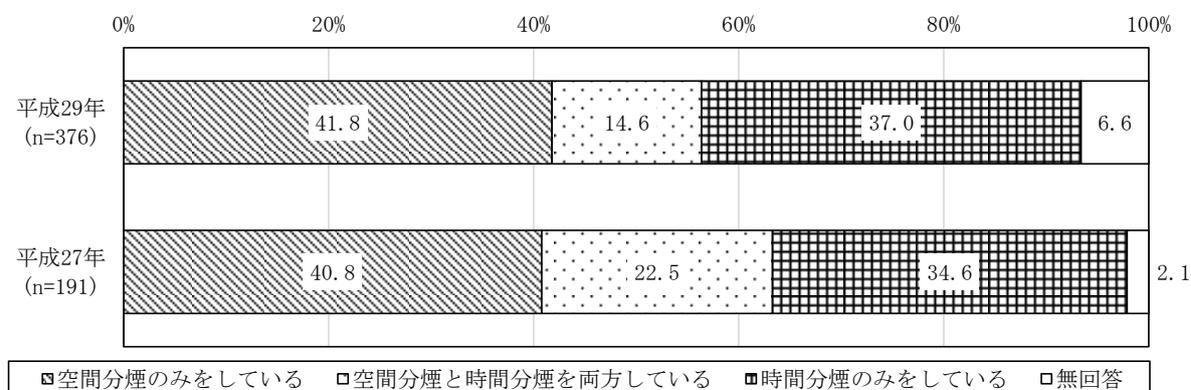
《経年比較》

「空間分煙と時間分煙を両方している」とする店舗は14.6%と平成27年(22.5%)よりも7.9ポイント低下しており、「空間分煙のみをしている」、「時間分煙のみをしている」はわずかに増加している。

表 11-2-2 分煙の種類 (平成29年 : n=376、平成27年 : n=191)

平成29年			<参考>	
	件数	構成比	平成27年	
			件数	構成比
空間分煙のみをしている	157	41.8%	78	40.8%
空間分煙と時間分煙を両方している	55	14.6%	43	22.5%
時間分煙のみをしている	139	37.0%	66	34.6%
無回答	25	6.6%	4	2.1%
合計	376	100.0%	191	100.0%

図 11-2-2 分煙の種類 (平成29年 : n=376、平成27年 : n=191)



(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59.0%と約6割を占め、「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）」（13.7%）、「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）」（12.3%）、「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）」（7.5%）がそれぞれ1割前後となっている。

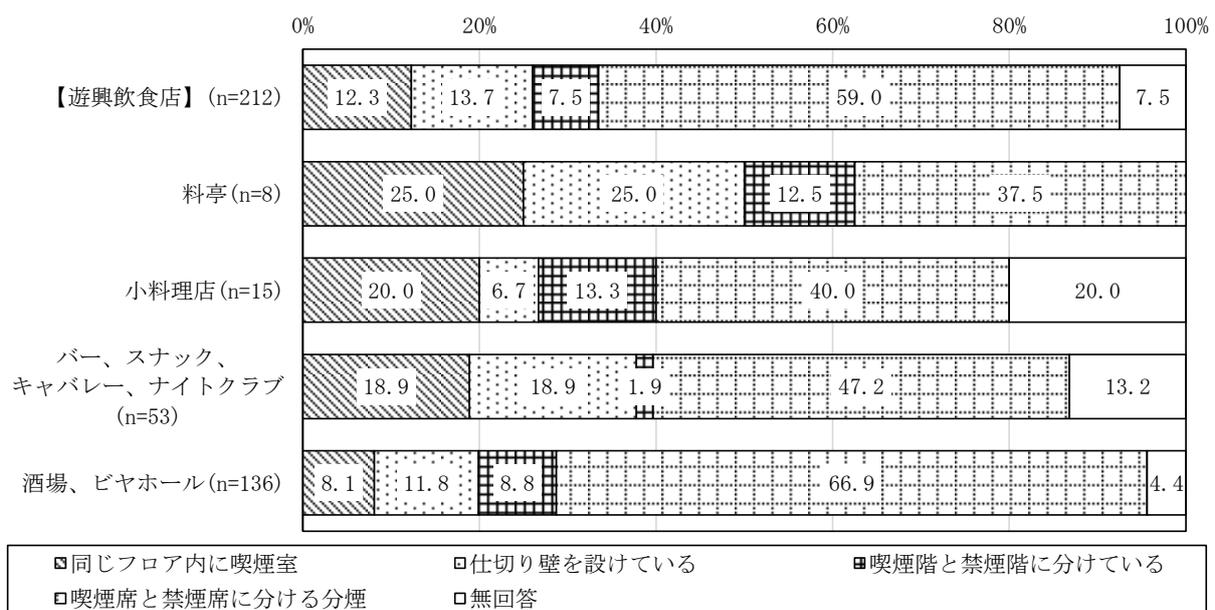
業種別にみると、<酒場、ビヤホール>では「喫煙席と禁煙席に分ける分煙」が66.9%と高くなっている。

表 11-3-1 空間分煙の内容 (n=212)

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
【遊興飲食店】	26 (12.3)	29 (13.7)	16 (7.5)	125 (59.0)	16 (7.5)	212 (100.0)
料亭	2 (25.0)	2 (25.0)	1 (12.5)	3 (37.5)	-	8 (100.0)
小料理店	3 (20.0)	1 (6.7)	2 (13.3)	6 (40.0)	3 (20.0)	15 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	10 (18.9)	10 (18.9)	1 (1.9)	25 (47.2)	7 (13.2)	53 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）	11 (8.1)	16 (11.8)	12 (8.8)	91 (66.9)	6 (4.4)	136 (100.0)

図 11-3-1 空間分煙の内容 (n=212)



《経年比較》

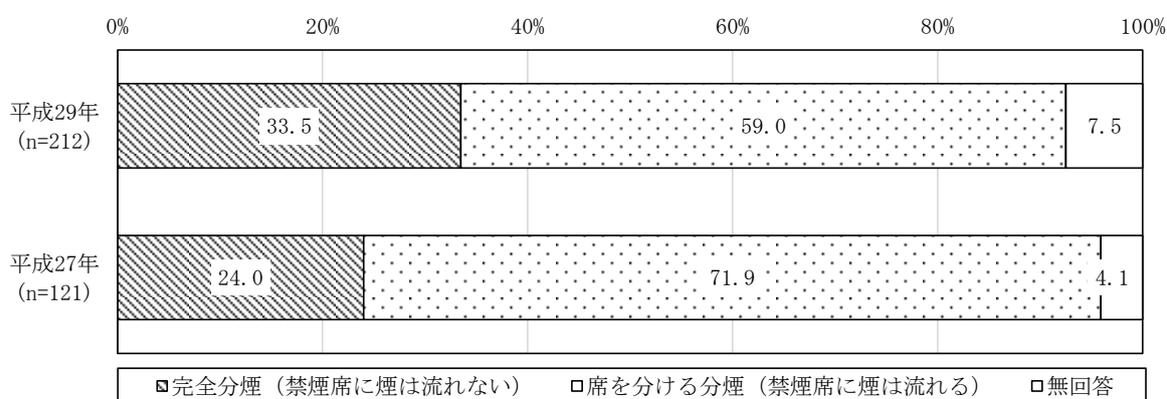
平成27年と比較すると、「完全分煙」が9.5ポイント高くなり、一方、「席を分ける分煙」が12.9ポイント低下した（注：経年比較では、前回調査と比べやすくするために、「同じフロア内に喫煙室」「仕切り壁を設けている」「喫煙階と禁煙階に分けている」を合算して「完全分煙」としている）。

表 11-3-2 空間分煙の内容（平成29年：n=212、平成27年：n=121）

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）	71	33.5%	29	24.0%
席を分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）	125	59.0%	87	71.9%
無回答	16	7.5%	5	4.1%
合計	212	100.0%	121	100.0%

<参考>

図 11-3-2 空間分煙の内容（平成29年：n=212、平成27年：n=121）



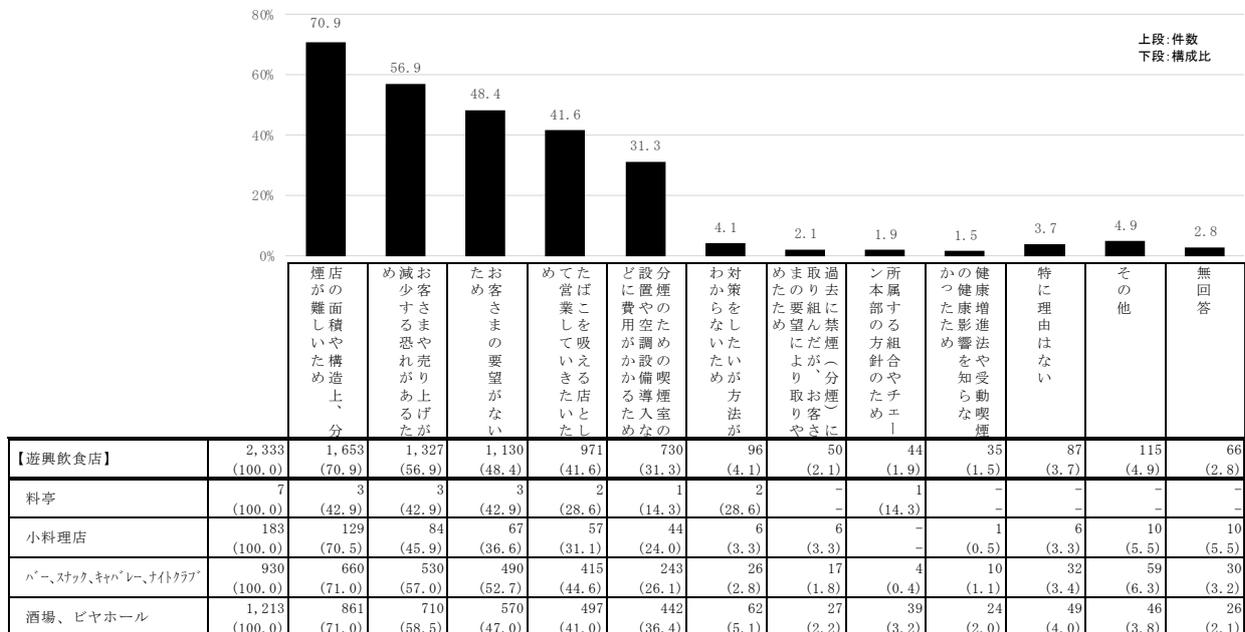
(4) 対策をしていない理由<問 12-1>

[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70.9%で最も多くなっている。次いで「お客さまや売りが減少する恐れがあるため」(56.9%)、「お客さまの要望がないため」(48.4%)、「たばこを吸える店として営業していきたいため」(41.6%)、「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」(31.3%)の順である。

業種別にみると、<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ><酒場・ビヤホール>では「お客さまや売りが減少する恐れがあるため」が5割台で<小料理店>よりも高くなっている。

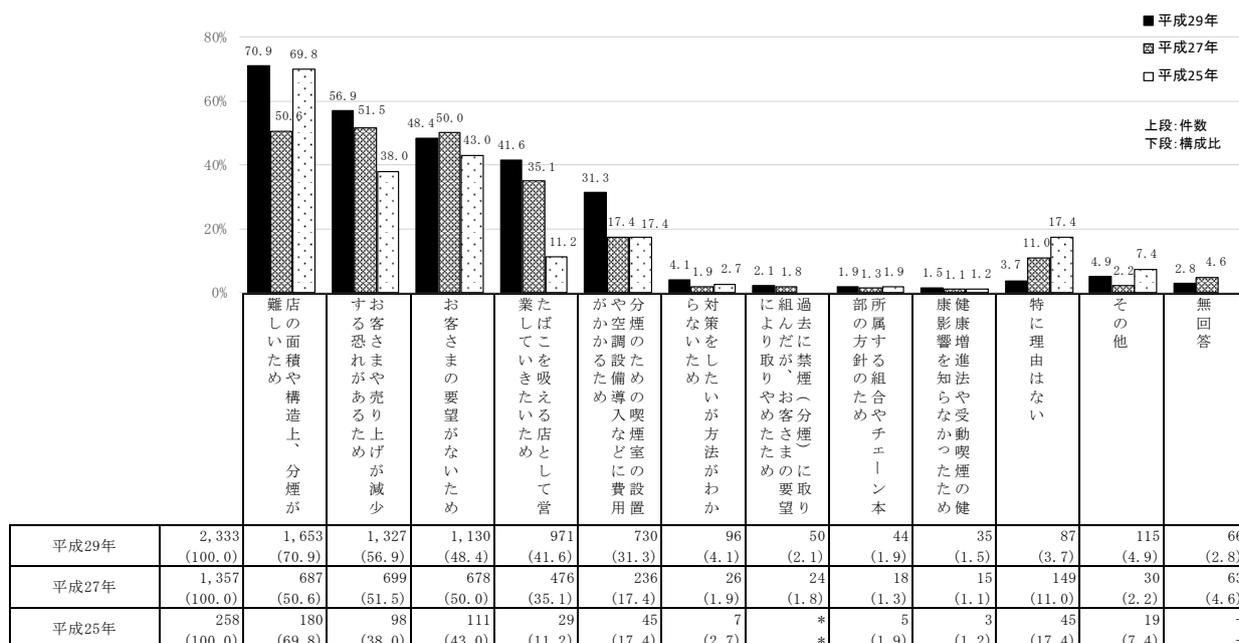
図 12-1-1 対策をしていない理由 (n=2,333 複数回答)



《経年比較》

「お客さまや売り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。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。

図 12-1-2 対策をしていない理由（平成 29 年：n=2,333、平成 27 年：n=1,357、平成 25 年：n=258 複数回答）



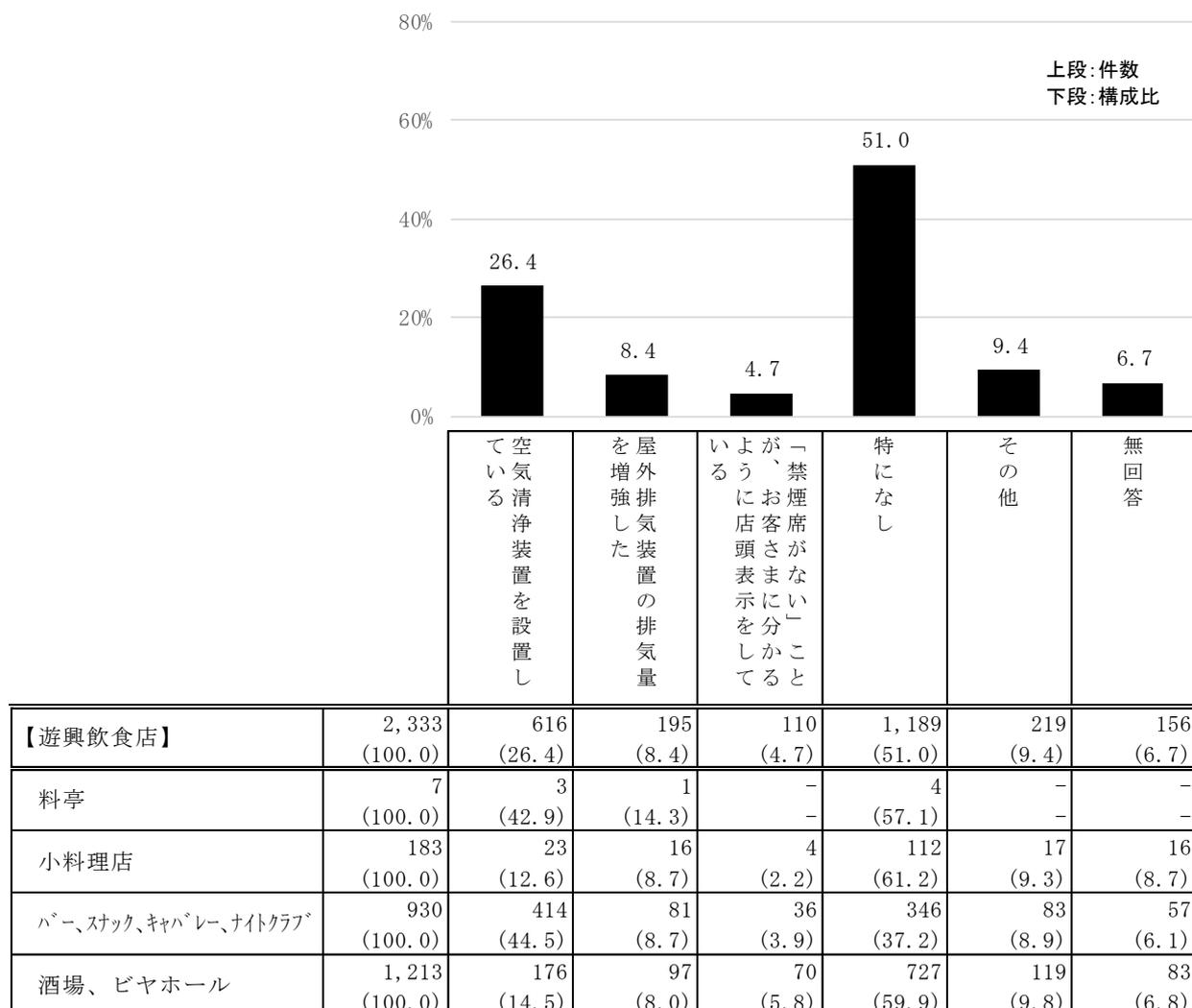
(5) 対策はしていないが、客への配慮としての取組内容<問 12-2>

〔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26.4%と多くなっている。次いで「屋外排気装置の排気量を強化した」が8.4%となっている。一方、「特になし」とする店舗は51.0%と半数を超えている。

業種別にみると、<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ>では「空気清浄装置を設置している」が44.5%と高くなっている。

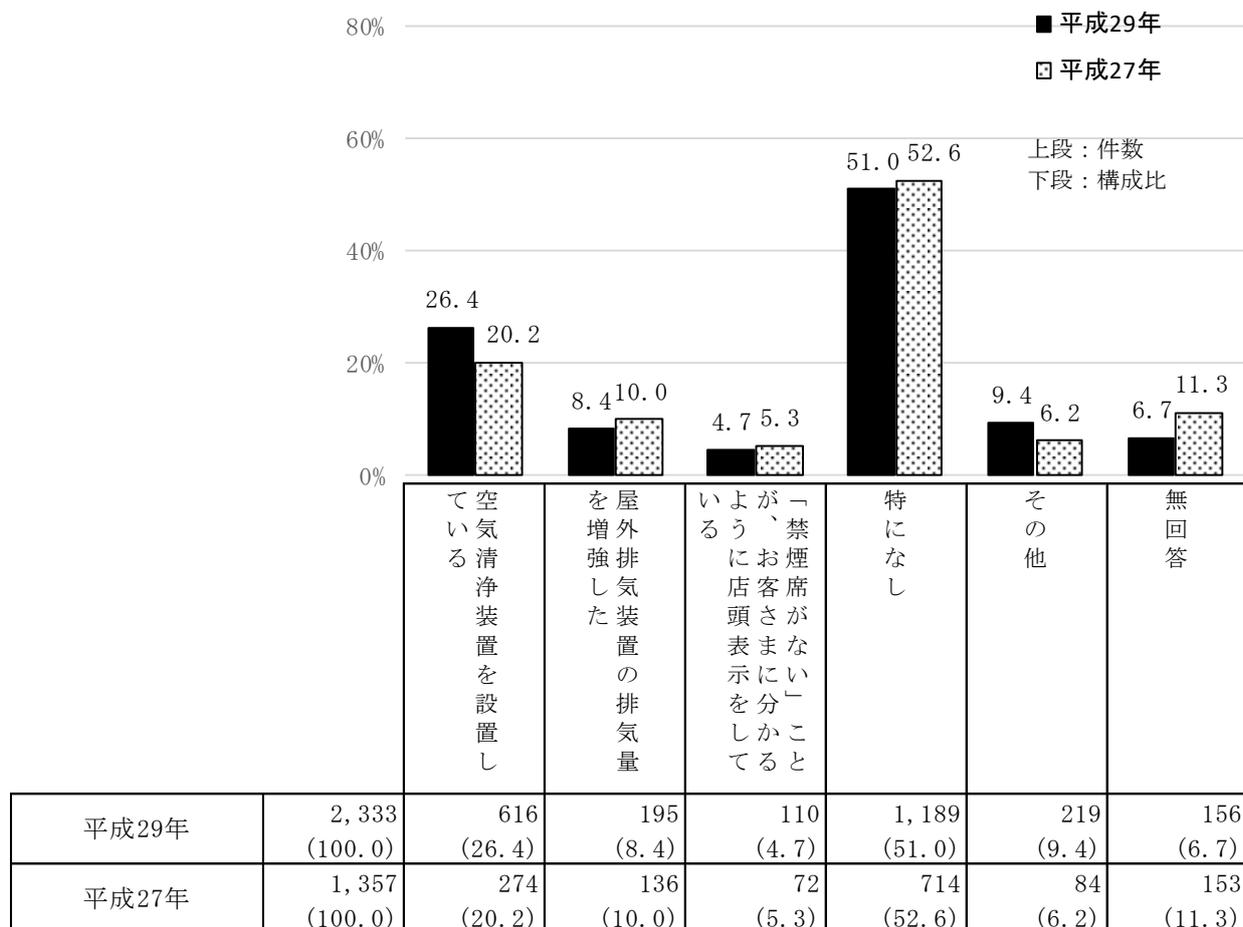
図 12-2-1 客への配慮としての取組内容 (n=2,333 複数回答)



《経年比較》

平成27年と比較すると、「空気清浄装置を設置している」が6.2ポイント高くなっている。

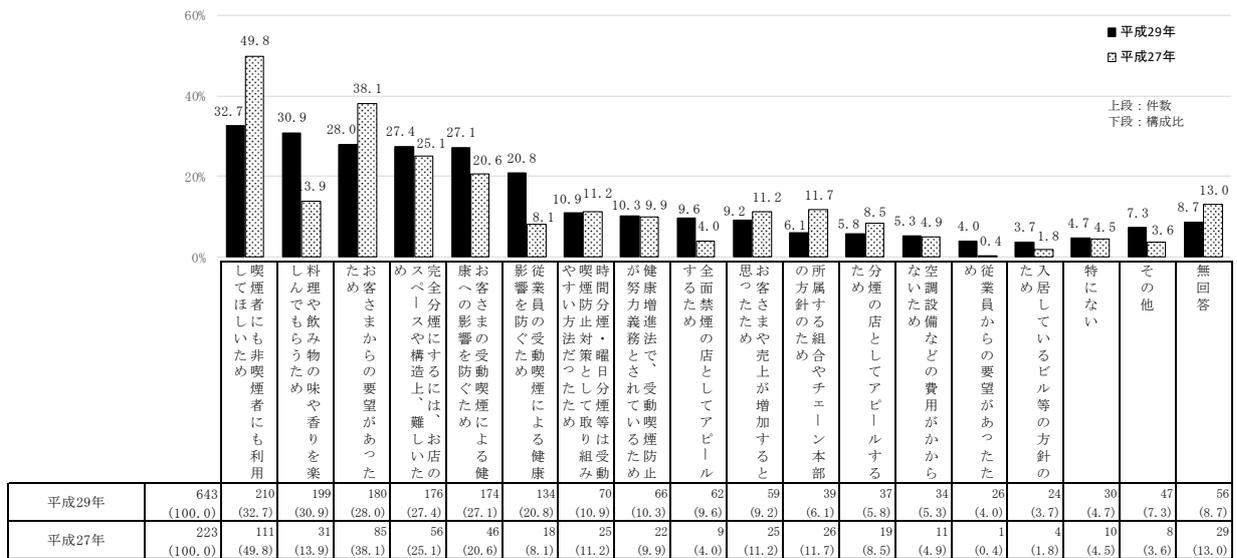
図 12-2-2 客への配慮としての取組内容（平成29年：n=2,333、平成27年：n=1,357 複数回答）



《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」「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」が大幅に高くなり（それぞれ17ポイント、12.7ポイント）、「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」は大幅に低下している。

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=643、平成27年：n=223 複数回答）



② 全面禁煙とした理由

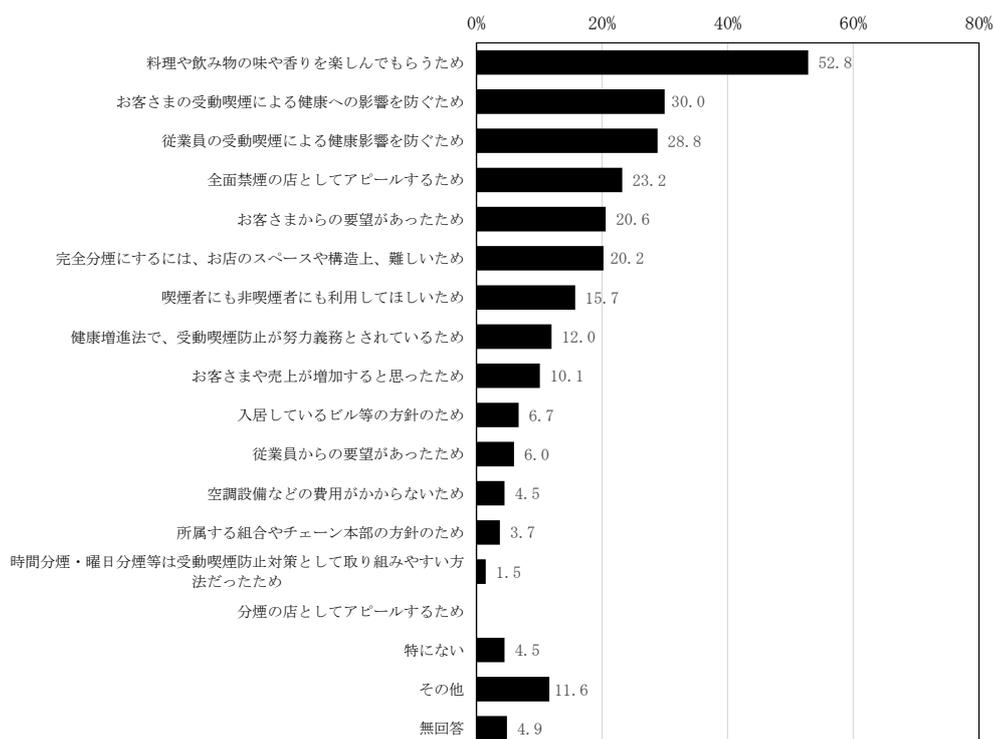
[問 11-1 で「1 店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店]

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52.8%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」(30.0%)、「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」(28.8%)の順となっている。

表 13-1-1 全面禁煙とした理由 (n=267 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	141	52.8%
お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため	80	30.0%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	77	28.8%
全面禁煙の店としてアピールするため	62	23.2%
お客さまからの要望があったため	55	20.6%
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	54	20.2%
喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため	42	15.7%
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	32	12.0%
お客さまや売上が増加すると思ったため	27	10.1%
入居しているビル等の方針のため	18	6.7%
従業員からの要望があったため	16	6.0%
空調設備などの費用がかからないため	12	4.5%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	10	3.7%
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	4	1.5%
分煙の店としてアピールするため	-	-
特にない	12	4.5%
その他	31	11.6%
無回答	13	4.9%

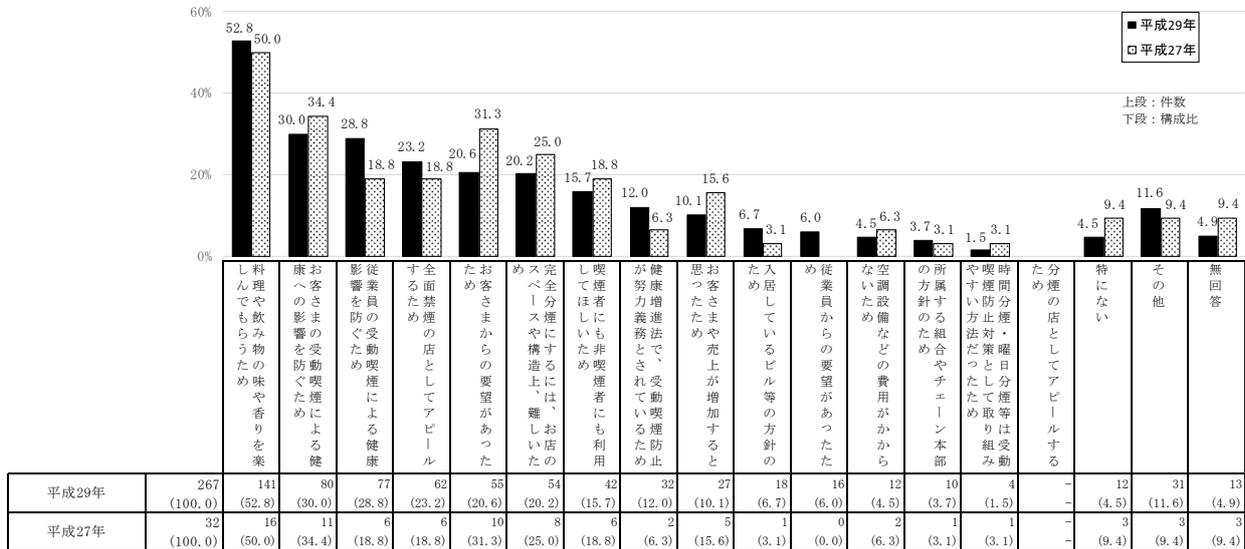
図 13-1-3 全面禁煙とした理由 (n=267 複数回答)



《経年比較》

平成27年に比べて、「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」が10ポイントと大幅に高くなり、「お客さまからの要望があったため」は大きく低下している。

図 13-1-4 全面禁煙とした理由（平成29年：n=267、平成27年：n=32 複数回答）



③ 完全分煙とした理由

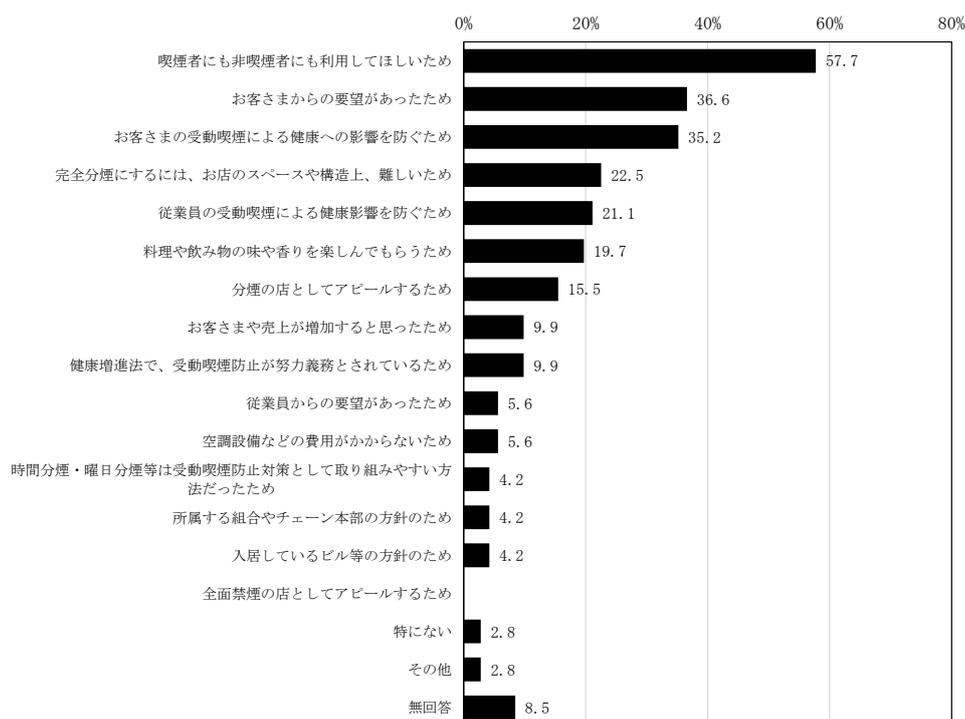
〔問 11-3 で「1 同じフロアに喫煙室を設けている（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気）」、「2 仕切り壁を設けて煙が流れないようにしている（煙は屋外に排気）」または「3 喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分けている（禁煙階には煙は流れない）」と回答した飲食店〕

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57.7%で最も多く、「お客さまからの要望があったため」が36.6%、「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」が35.2%で続いている。

表 13-1-2 完全分煙とした理由 (n=71 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	41	57.7%
お客さまからの要望があったため	26	36.6%
お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため	25	35.2%
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	16	22.5%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	15	21.1%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	14	19.7%
分煙の店としてアピールするため	11	15.5%
お客さまや売上が増加すると思ったため	7	9.9%
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	7	9.9%
従業員からの要望があったため	4	5.6%
空調設備などの費用がかからないため	4	5.6%
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	3	4.2%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	3	4.2%
入居しているビル等の方針のため	3	4.2%
全面禁煙の店としてアピールするため	-	-
特にない	2	2.8%
その他	2	2.8%
無回答	6	8.5%

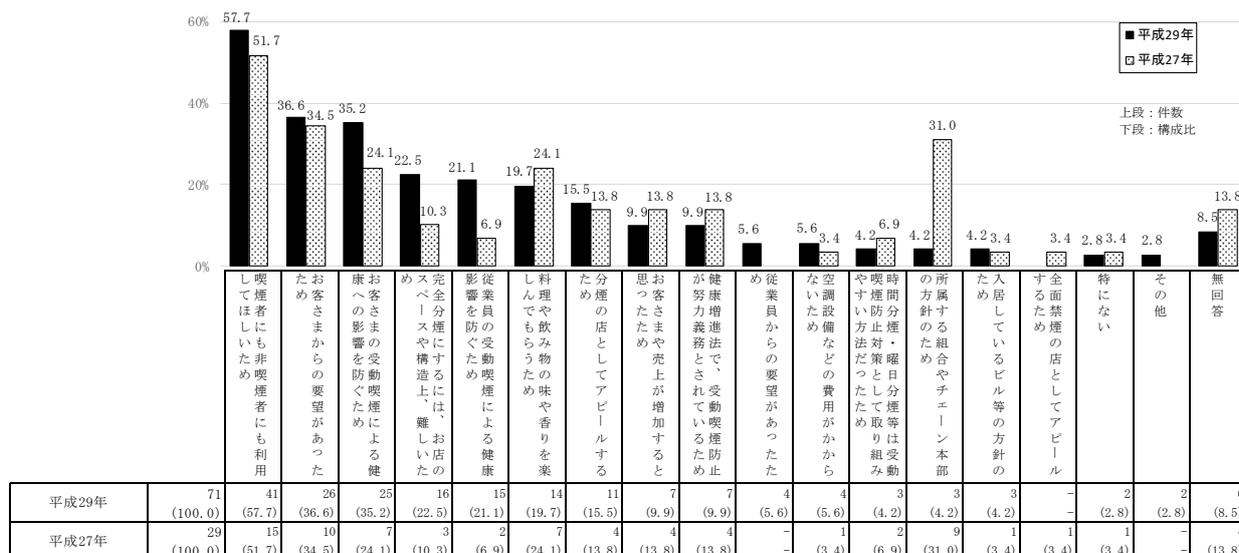
図 13-1-5 完全分煙とした理由 (n=71 複数回答)



《経年比較》

平成27年と比べて、「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」が高くなり（それぞれ14.2ポイント、11.1ポイント）、「所属する組合やチェーン本部の方針のため」は低下している。

図 13-1-6 完全分煙とした理由（平成29年：n=71、平成27年：n=29 複数回答）



④ 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由

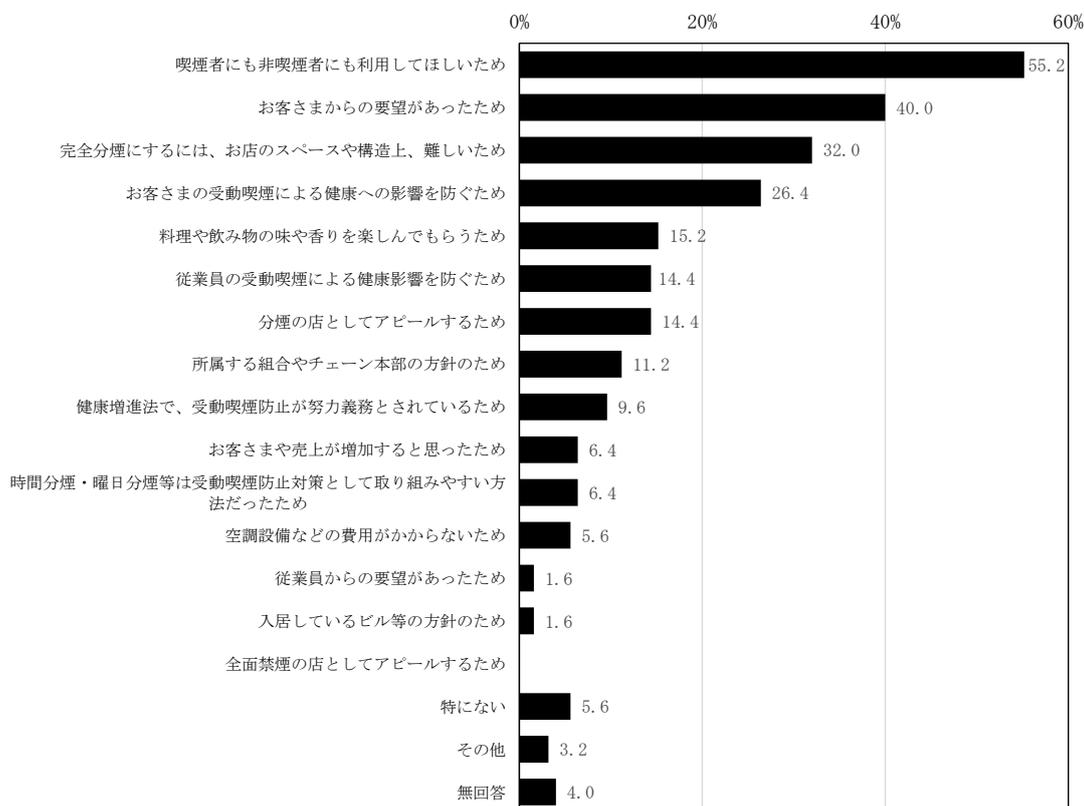
[問 11-3 で「4 喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を行っている」と回答した飲食店]

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55.2%で最も多く、次いで「お客さまからの要望があったため」(40.0%)、「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」(32.0%)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=125 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	69	55.2%
お客さまからの要望があったため	50	40.0%
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	40	32.0%
お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため	33	26.4%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	19	15.2%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	18	14.4%
分煙の店としてアピールするため	18	14.4%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	14	11.2%
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	12	9.6%
お客さまや売上が増加すると思ったため	8	6.4%
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	8	6.4%
空調設備などの費用がかからないため	7	5.6%
従業員からの要望があったため	2	1.6%
入居しているビル等の方針のため	2	1.6%
全面禁煙の店としてアピールするため	-	-
特になし	7	5.6%
その他	4	3.2%
無回答	5	4.0%

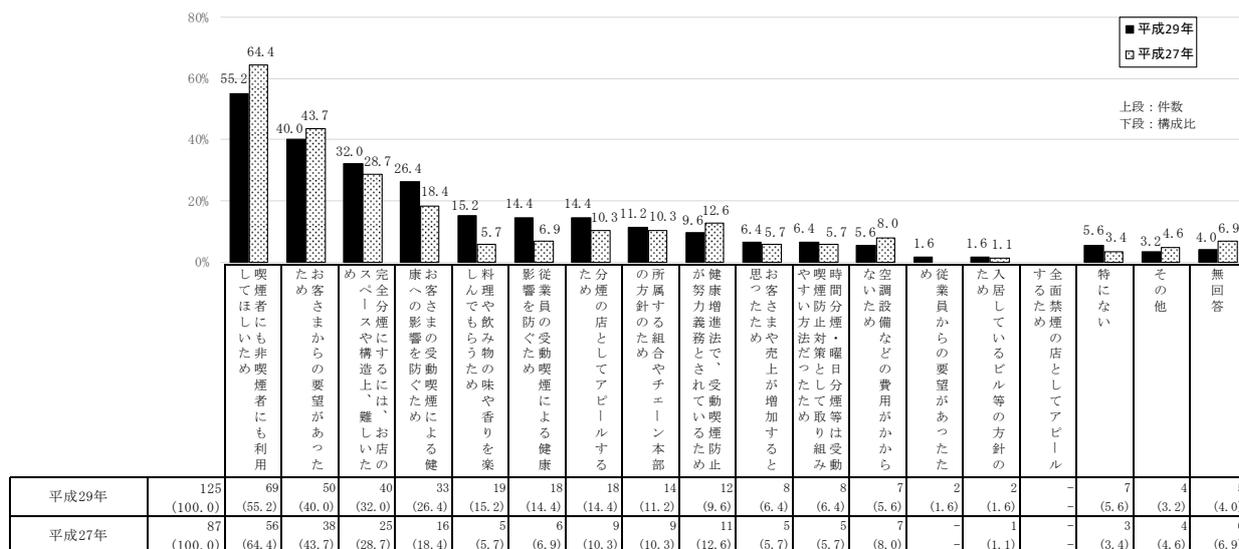
図 13-1-7 喫煙席と禁煙席に分ける分煙とした理由 (n=125 複数回答)



《経年比較》

平成27年と比べて、「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」「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」が高くなり（それぞれ9.5ポイント、8.0ポイント、7.5ポイント）、「喫煙者にも非喫煙者にも利用してほしいため」は低下が目立っている。

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=125、平成27年：n=87 複数回答）



⑤ 時間分煙とした理由

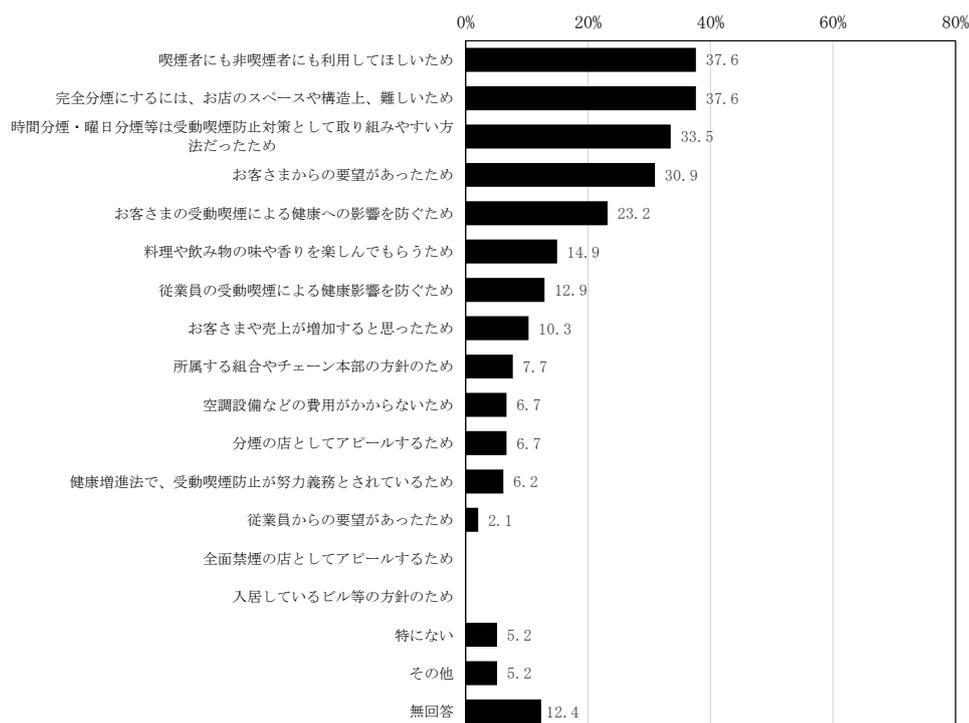
[問 11-2 で「2 空間分煙と時間分煙を両方している」または「3 時間分煙のみをしている」と回答した飲食店]

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」「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37.6%と同率で最も多くなっている。次いで「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」(33.5%)、「お客さまからの要望があったため」(30.9%)の順となっている。

表 13-1-4 時間分煙とした理由 (n=194 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	73	37.6%
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	73	37.6%
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	65	33.5%
お客さまからの要望があったため	60	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	45	23.2%
料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため	29	14.9%
従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため	25	12.9%
お客さまや売上が増加すると思ったため	20	10.3%
所属する組合やチェーン本部の方針のため	15	7.7%
空調設備などの費用がかからないため	13	6.7%
分煙の店としてアピールするため	13	6.7%
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	12	6.2%
従業員からの要望があったため	4	2.1%
全面禁煙の店としてアピールするため	-	-
入居しているビル等の方針のため	-	-
特になし	10	5.2%
その他	10	5.2%
無回答	24	12.4%

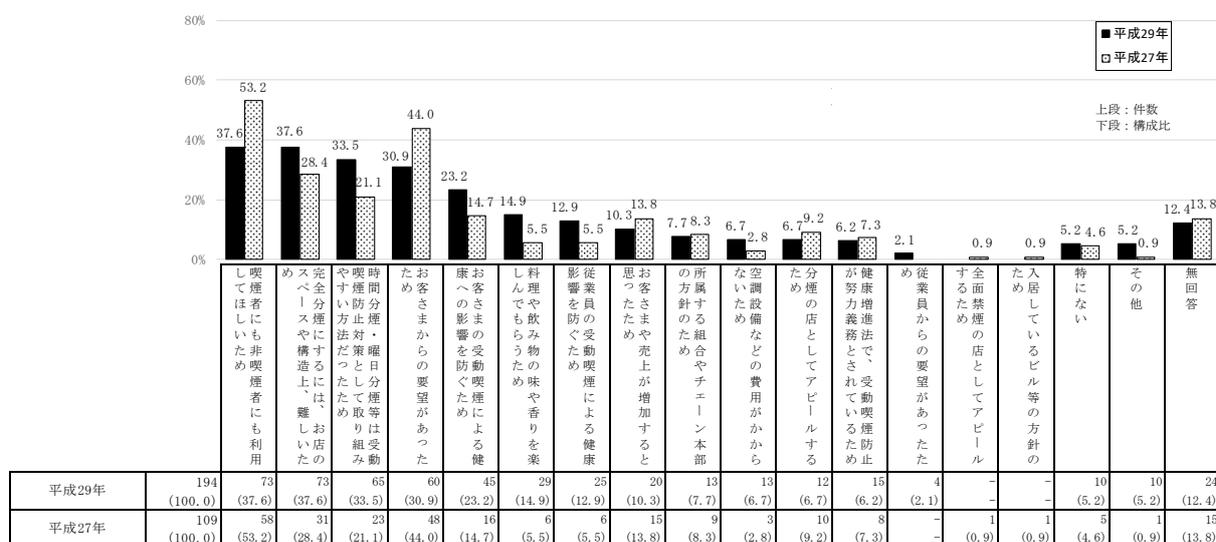
図 13-1-9 時間分煙とした理由 (n=194 複数回答)



《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」「料理や飲み物の味や香りを楽しんでもらうため」「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」「お客さまの受動喫煙による健康への影響を防ぐため」「従業員の受動喫煙による健康影響を防ぐため」などが高まり（それぞれ12.4ポイント、9.4ポイント、9.2ポイント、8.5ポイント、7.4ポイント）、一方、「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」は大幅に低下している。

図 13-1-10 時間分煙とした理由（平成29年：n=194、平成27年：n=109 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46.8%、「途中から」が47.4%となっている。

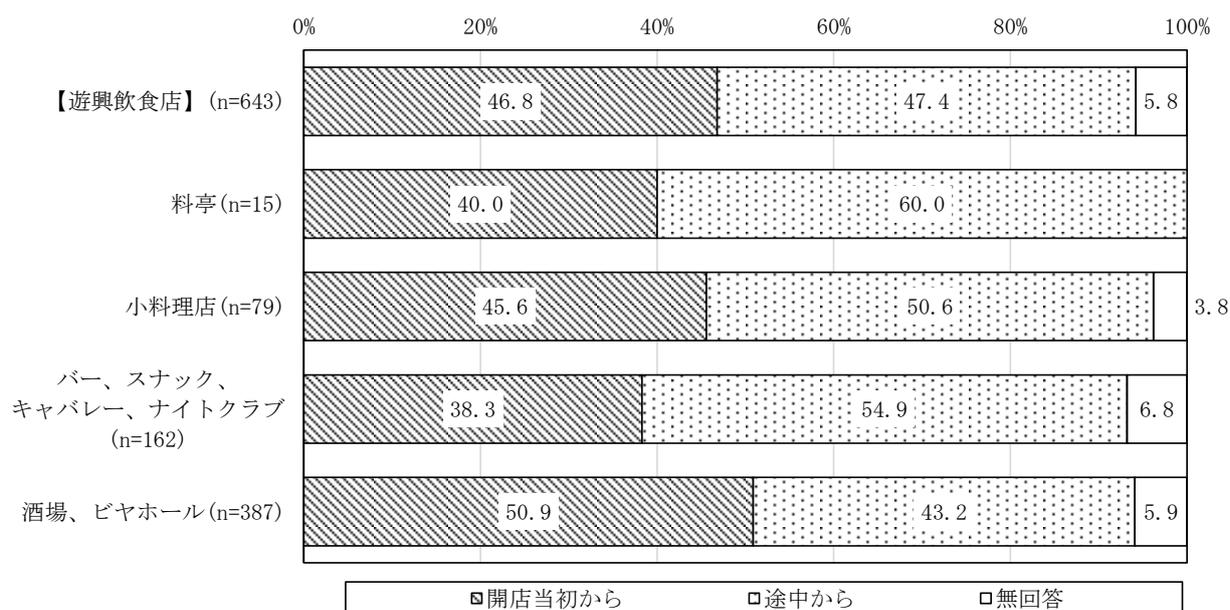
業種別には、「開店当初から」は、<酒場、ビヤホール> (50.9%) で高くなっている。

表 13-2-1 取組開始時期 (n=643)

	開店当初から	途中から	無回答	合計
【遊興飲食店】	301 (46.8)	305 (47.4)	37 (5.8)	643 (100.0)
料亭	6 (40.0)	9 (60.0)	- -	15 (100.0)
小料理店	36 (45.6)	40 (50.6)	3 (3.8)	79 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	62 (38.3)	89 (54.9)	11 (6.8)	162 (100.0)
酒場、ビヤホール (居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど)	197 (50.9)	167 (43.2)	23 (5.9)	387 (100.0)

上段：件数
下段：構成比

図 13-2-1 取組開始時期 (n=643)



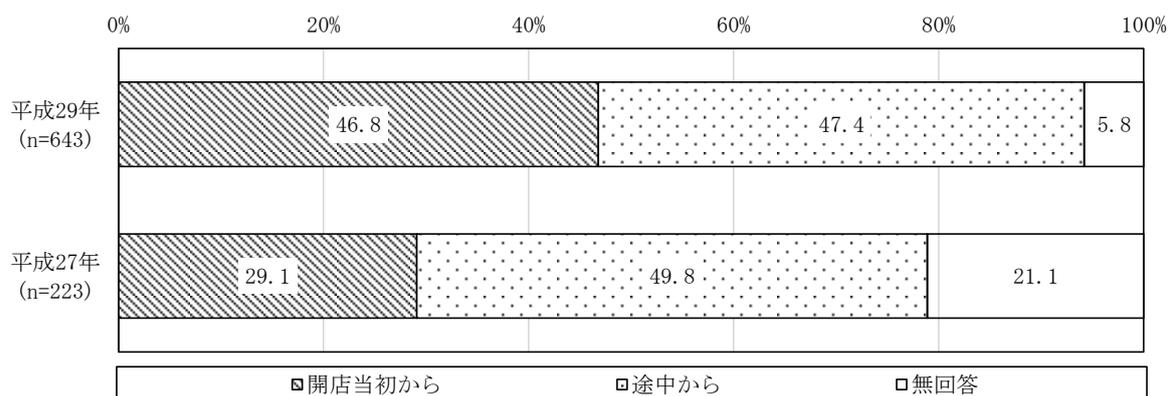
《経年比較》

「開店当初から」が平成27年よりも17.7ポイント高くなっている。

表 13-2-2 取組開始時期（平成29年：n=643、平成27年：n=223）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
開店当初から	301	46.8%	65	29.1%
途中から	305	47.4%	111	49.8%
無回答	37	5.8%	47	21.1%
合計	643	100.0%	223	100.0%

図 13-2-2 取組開始時期（平成29年：n=643、平成27年：n=223）

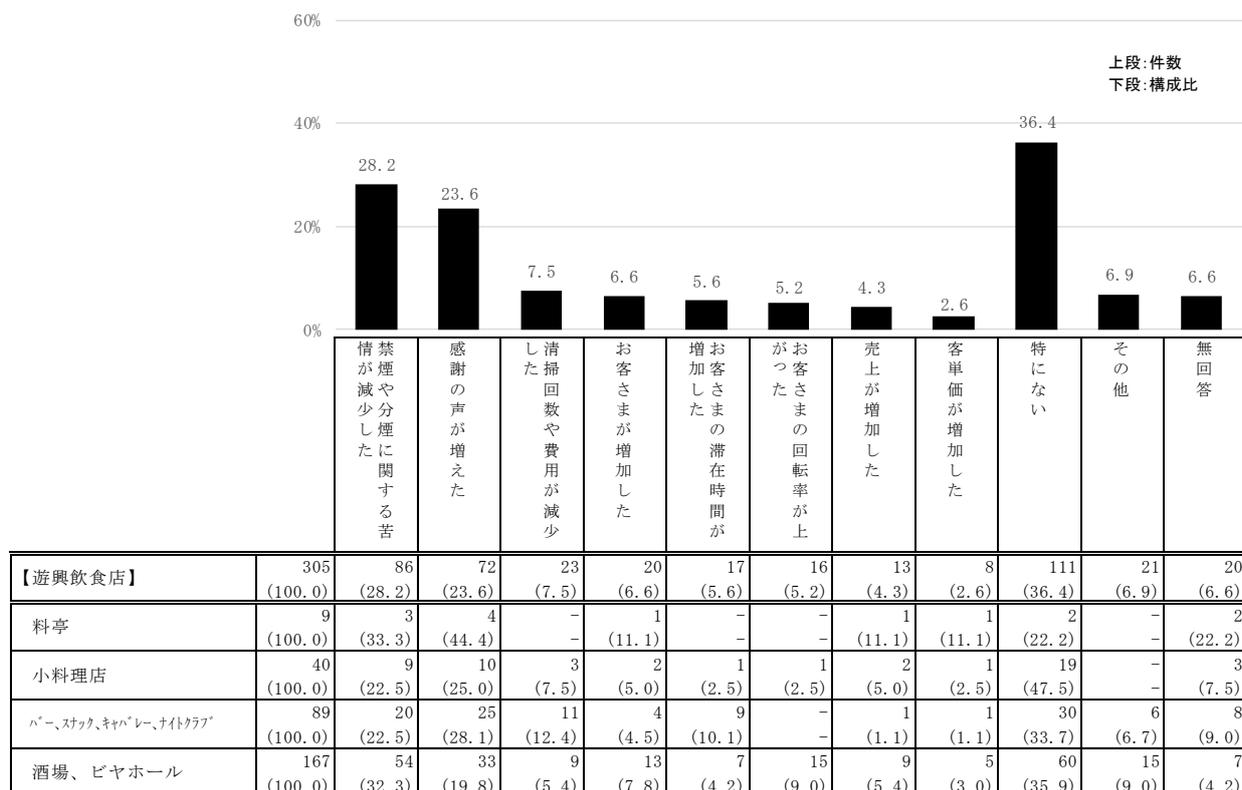


(8) 取組を実施したことによるメリット<問 13-3>

[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 28.2%で最も多く、「感謝の声が増えた」(23.6%) が 2 割台で続いている。

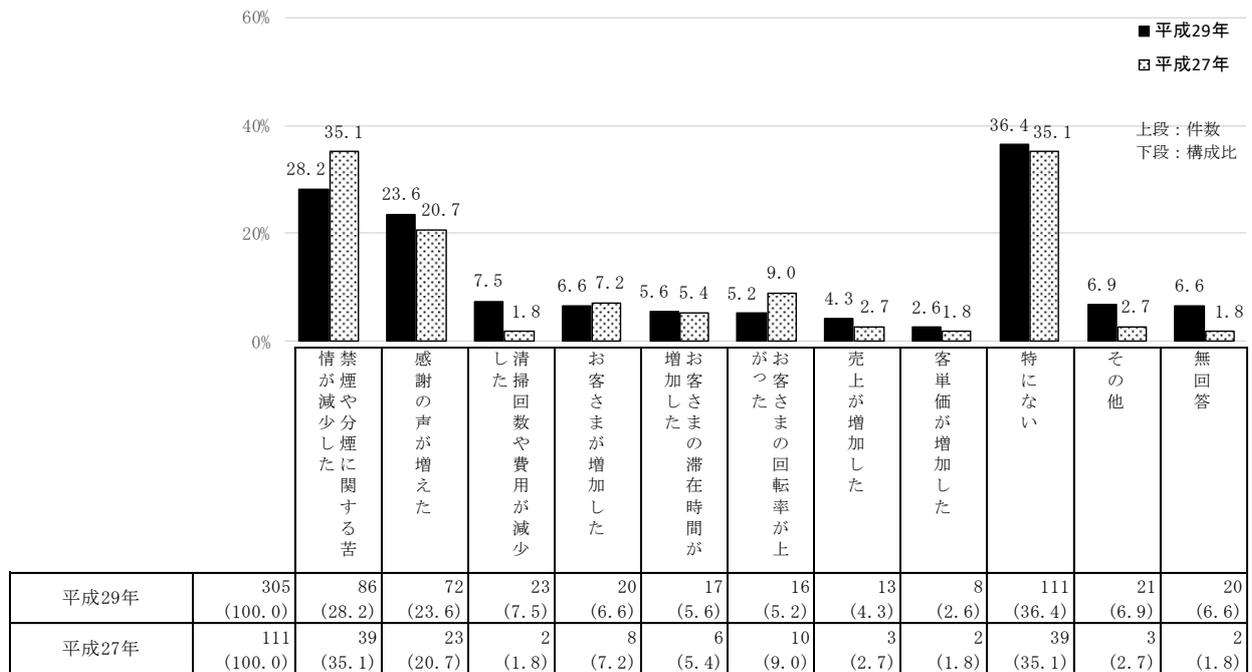
図 13-3-1 受動喫煙防止の取組のメリット (n=305 複数回答)



《経年比較》

平成27年に比べて「清掃回数や費用が減少した」が5.7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6.9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=305、平成27年：n=111 複数回答）



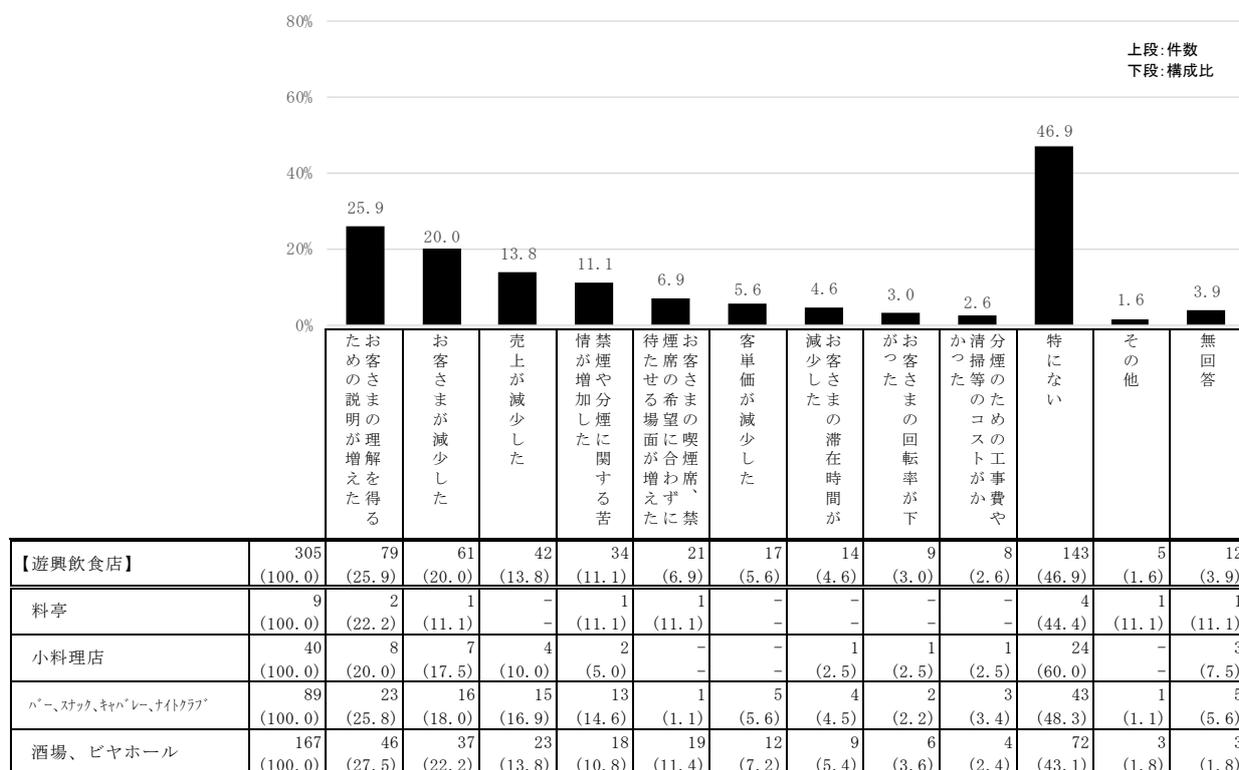
(9) 取組を実施したことによるデメリット<問 13-4>

[問 13-2 で「2 途中から」と回答した飲食店]

「特にない」が46.9%と多いが、デメリットの内容としては、「お客さまの理解を得るための説明が増えた」(25.9%)、「お客さまが減少した」(20.0%)、「売上が減少した」(13.8%)の順となっている。

業種別にみると、<小料理店>では「特にない」が60.0%と高くなっている。

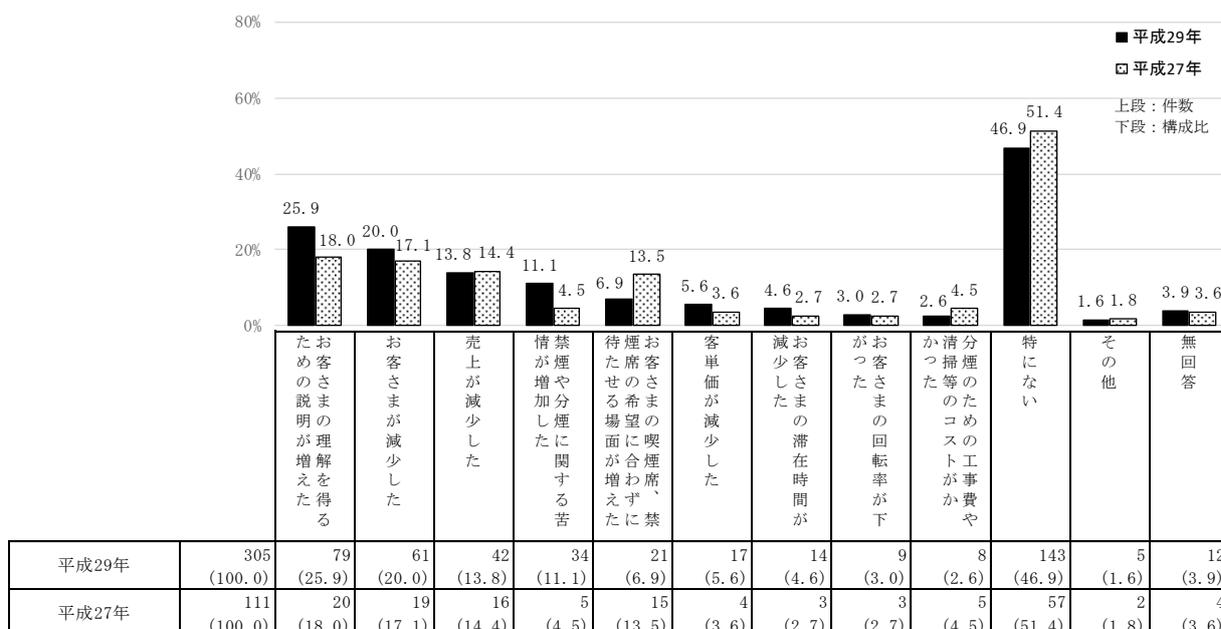
図 13-4-1 受動喫煙防止の取組のデメリット (n=305 複数回答)



《経年比較》

平成27年よりも「お客さまの理解を得るための説明が増えた」で7.9ポイント高くなり、「禁煙や分煙に関する苦情が増加した」でも6.6ポイント高くなっている。

図 13-4-2 受動喫煙防止の取組のデメリット（平成29年：n=305、平成27年：n=111 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]

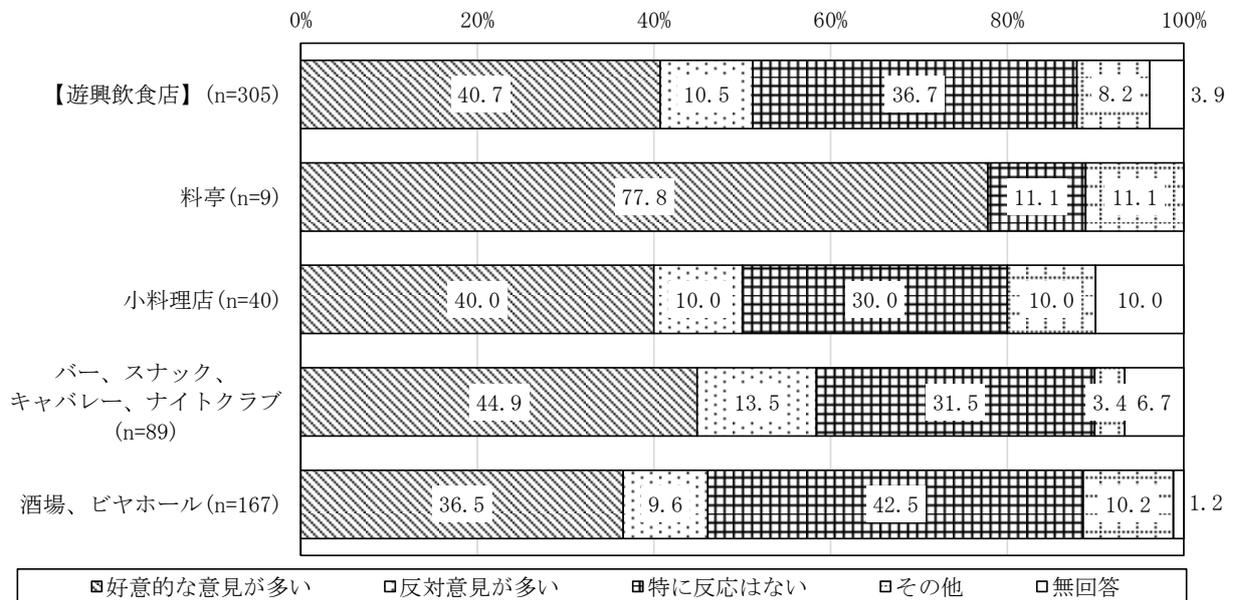
「好意的な意見が多い」が40.7%と高くなっているが、「特に反応はない」も36.7%となっている。

表 13-5-1 取組への客の反応 (n=305)

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
【遊興飲食店】	124 (40.7)	32 (10.5)	112 (36.7)	25 (8.2)	12 (3.9)	305 (100.0)
料亭	7 (77.8)	- -	1 (11.1)	1 (11.1)	- -	9 (100.0)
小料理店	16 (40.0)	4 (10.0)	12 (30.0)	4 (10.0)	4 (10.0)	40 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	40 (44.9)	12 (13.5)	28 (31.5)	3 (3.4)	6 (6.7)	89 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）	61 (36.5)	16 (9.6)	71 (42.5)	17 (10.2)	2 (1.2)	167 (100.0)

図 13-5-1 取組への客の反応 (n=305)



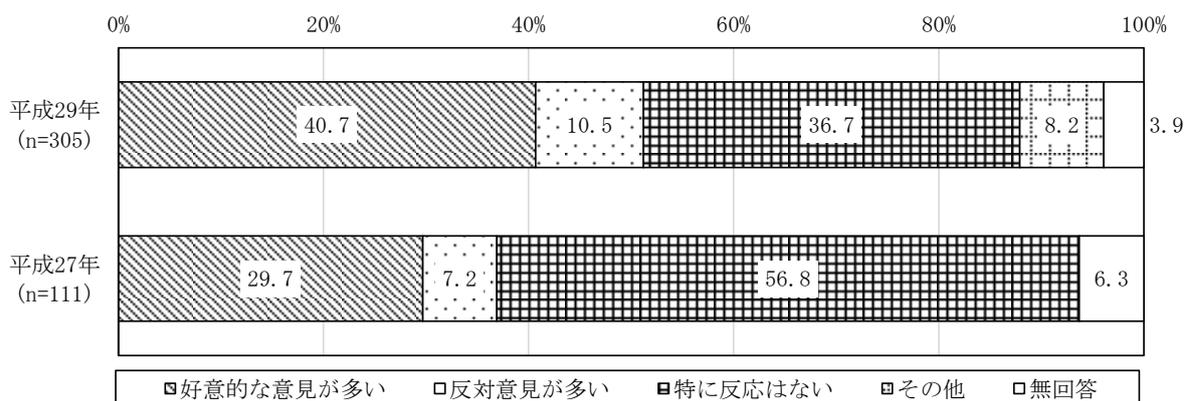
《経年比較》

平成27年よりも「好意的な意見が多い」が11ポイント高くなっている。一方、「特に反応はない」が20.1ポイント低下している。

表 13-5-2 取組への客の反応（平成29年：n=305、平成27年：n=111）

平成29年			<参考>	
	件数	構成比	平成27年	
			件数	構成比
好意的な意見が多い	124	40.7%	33	29.7%
反対意見が多い	32	10.5%	8	7.2%
特に反応はない	112	36.7%	63	56.8%
その他	25	8.2%	-	-
無回答	12	3.9%	7	6.3%
合計	305	100.0%	111	100.0%

図 13-5-2 取組への客の反応（平成29年：n=305、平成27年：n=111）

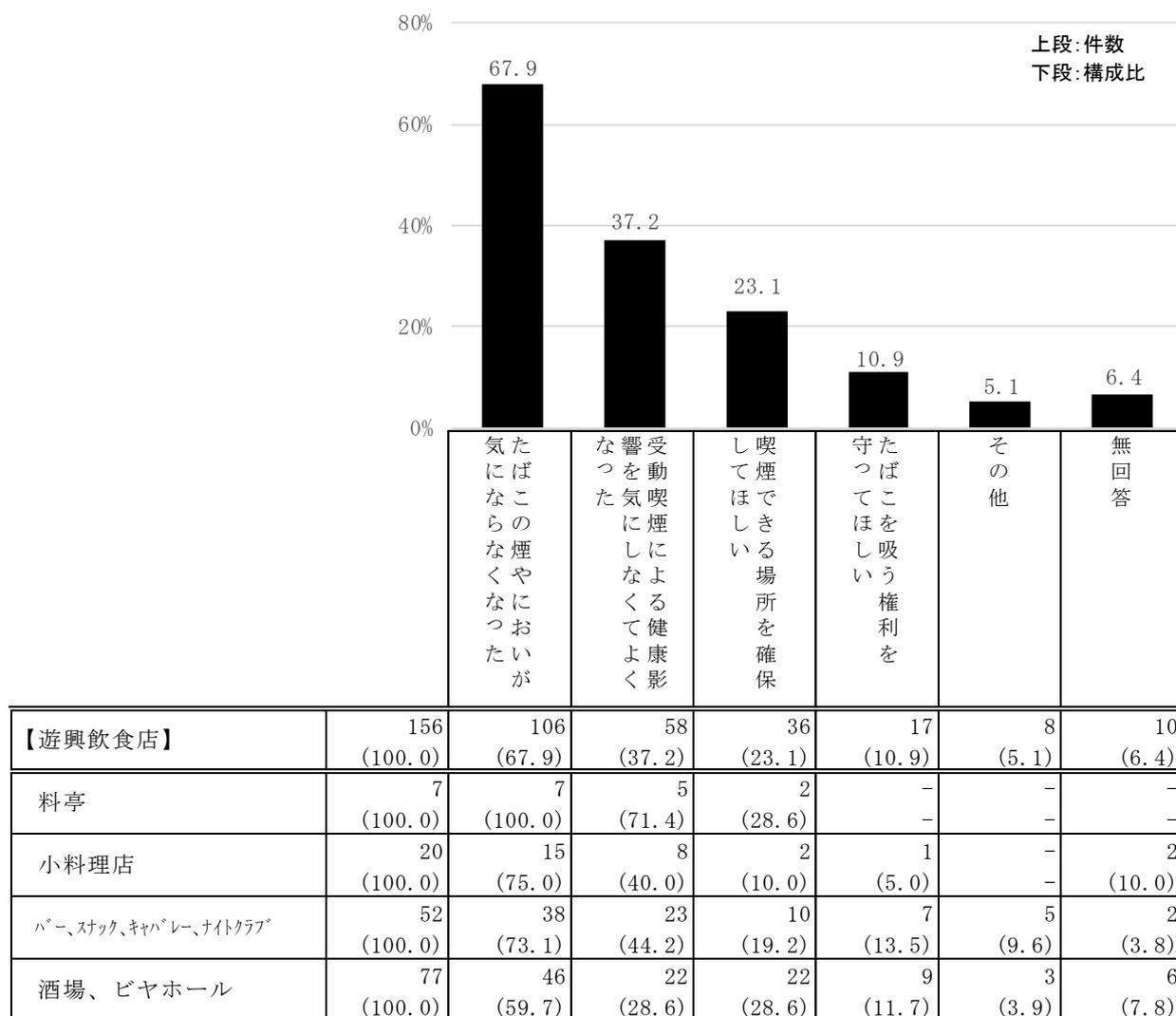


(1 1) 客の反応の具体的な内容<問 13-6>

[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」(67.9%) と好評であり、「受動喫煙による健康影響を気にしなくてよくなった」(37.2%) とする意見も比較的多くあげられている。

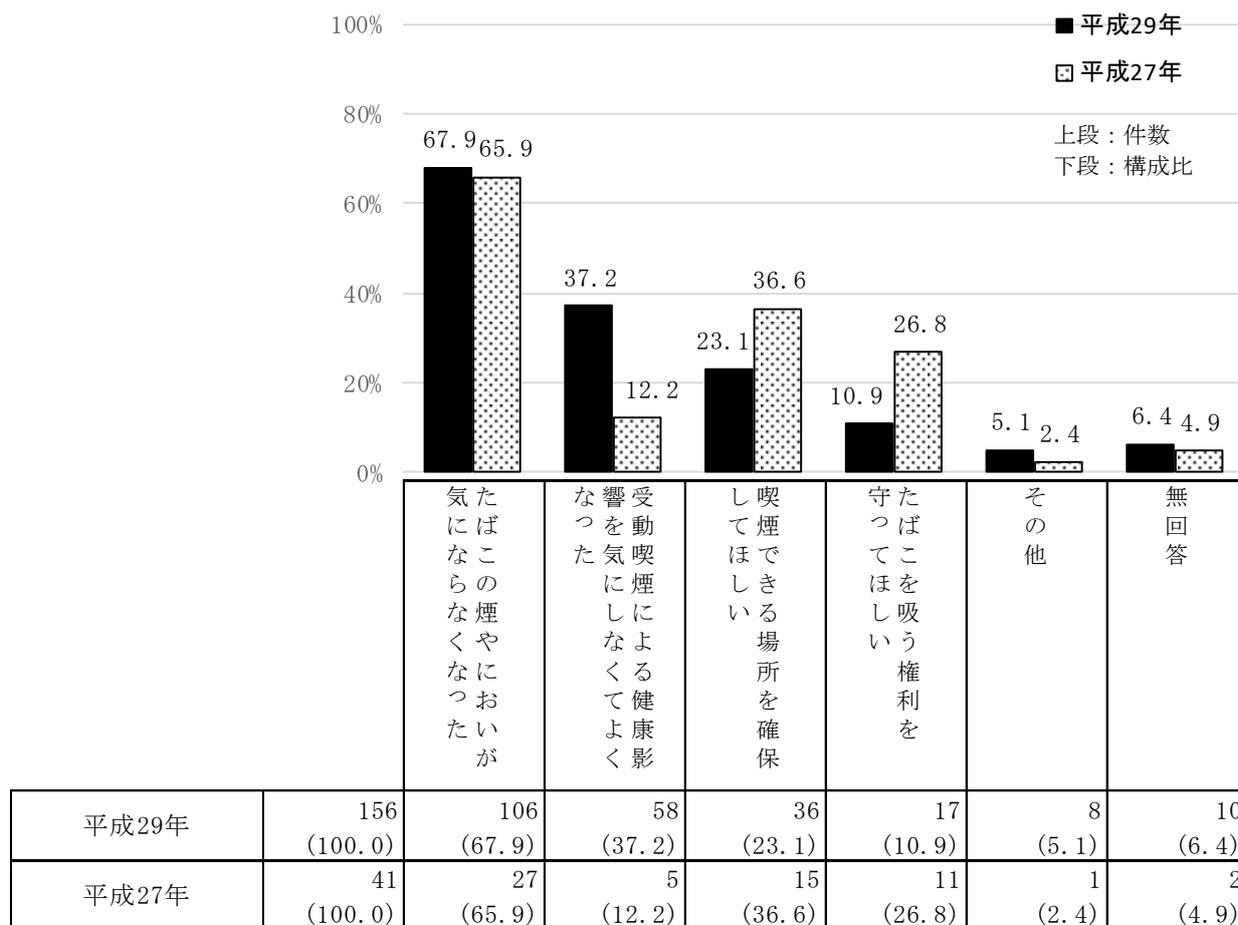
図 13-6-1 客の具体的な意見 (n=156 複数回答)



《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25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」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=156、平成27年：n=41 複数回答）



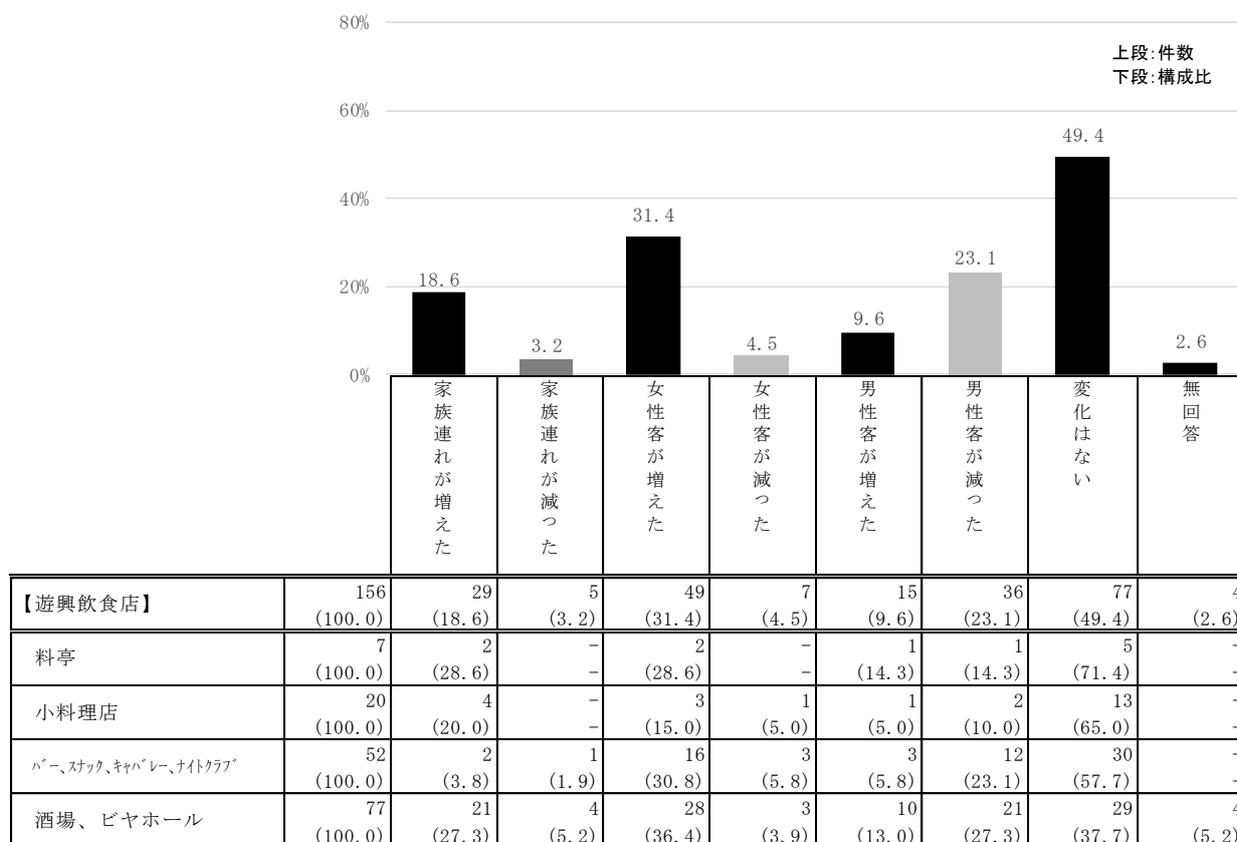
(12) 取組を実施したことによる客層の変化<問 13-7>

[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、「女性客が増えた」(31.4%)、「家族連れが増えた」(18.6%)が多いが、「男性客が減った」も23.1%となっている。

業種別にみると、<酒場・ビヤホール>で「家族連れが増えた」(27.3%)、「女性客が増えた」(36.4%)が高い。

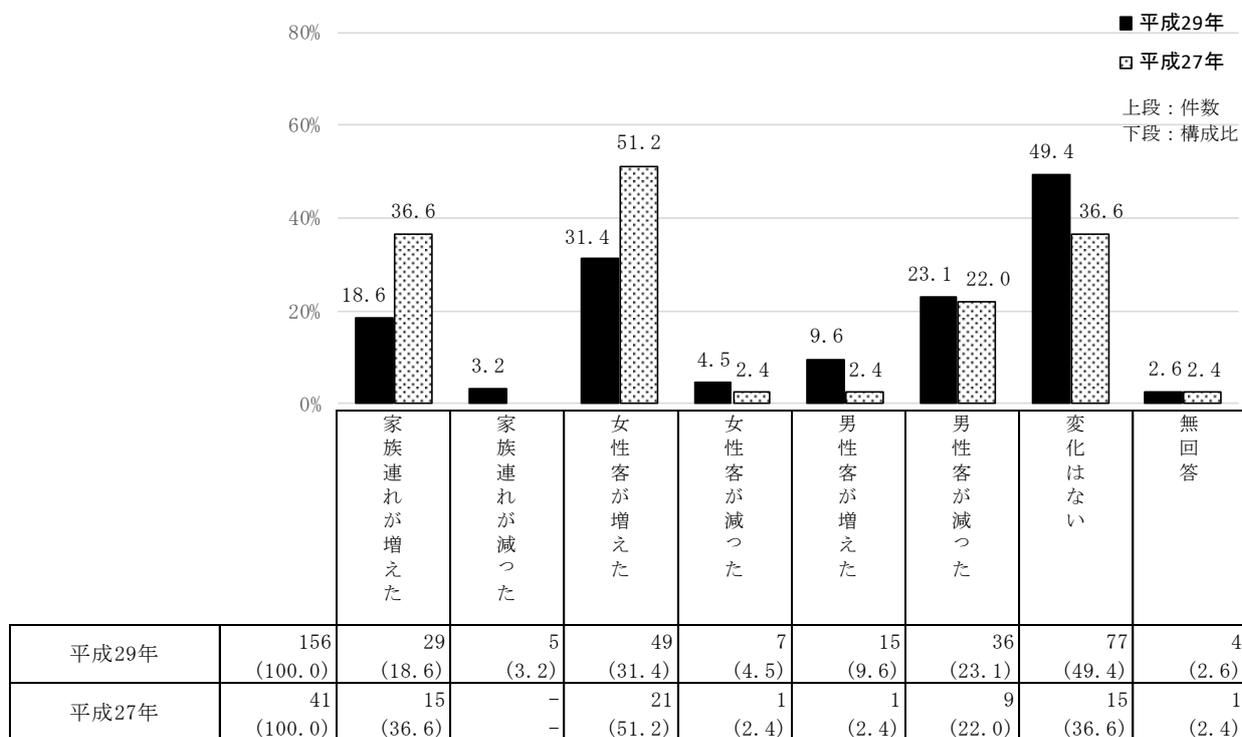
図 13-7-1 客層の変化 (n=156 複数回答)



《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」が低下している。

図 13-7-2 客層の変化（平成29年：n=156、平成27年：n=41 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、「今後も対策の予定はない」とする店舗は51.0%と5割強、「現行取組を継続する」が28.9%と約3割を占めている。一方、何らかの対策を取ろうとしている店舗は9.1%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=2,984)

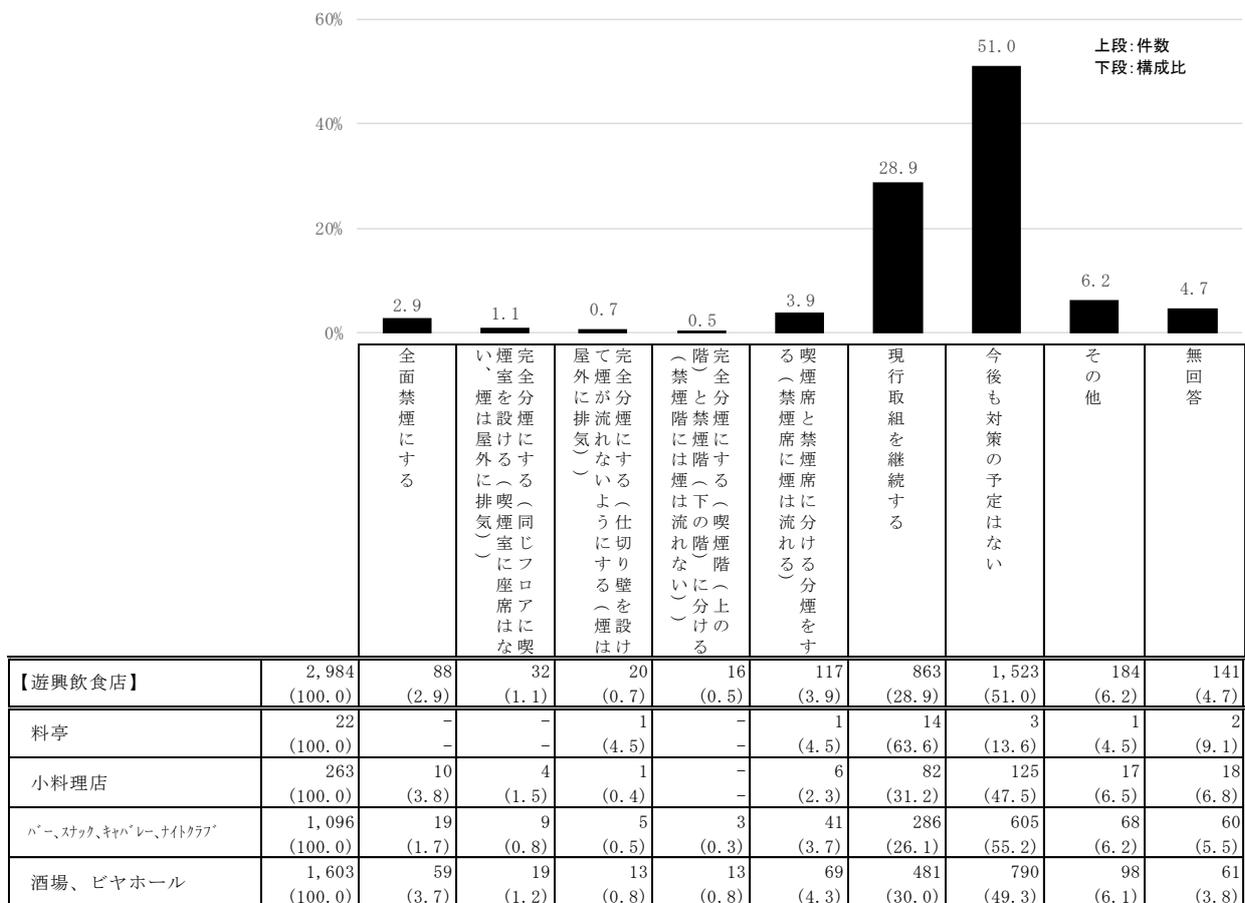
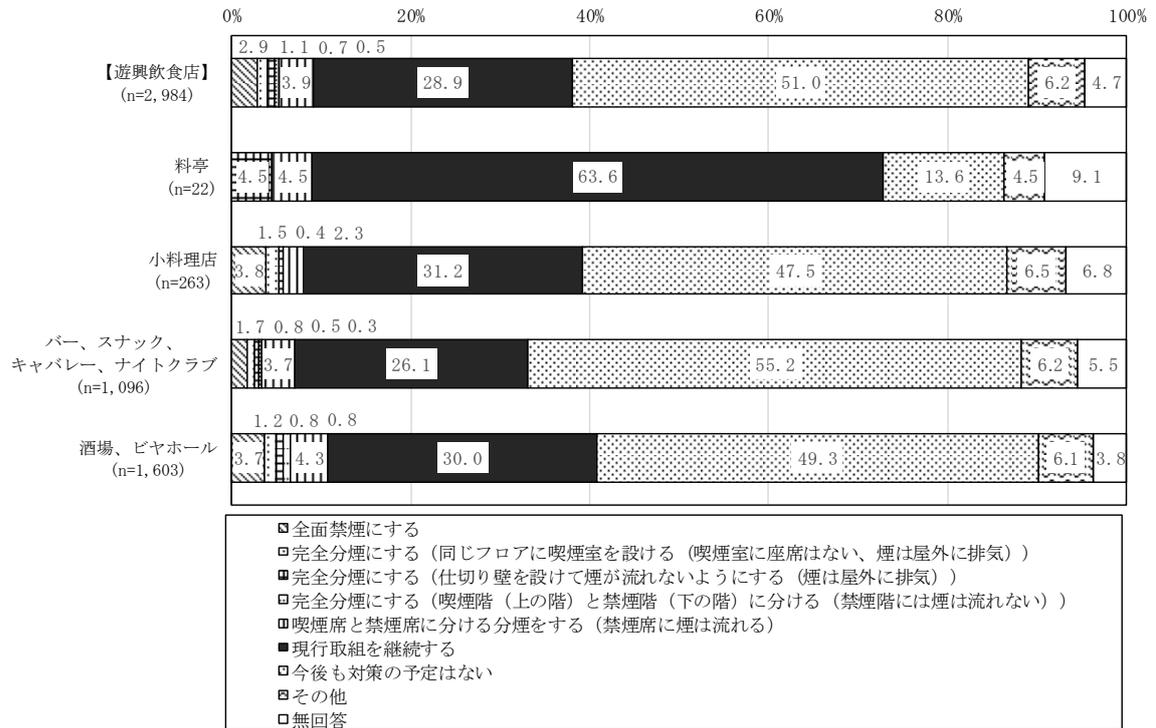


図 14-2 今後の受動喫煙防止対策予定 (n=2,984)



② 全面禁煙をしている飲食店の今後の予定

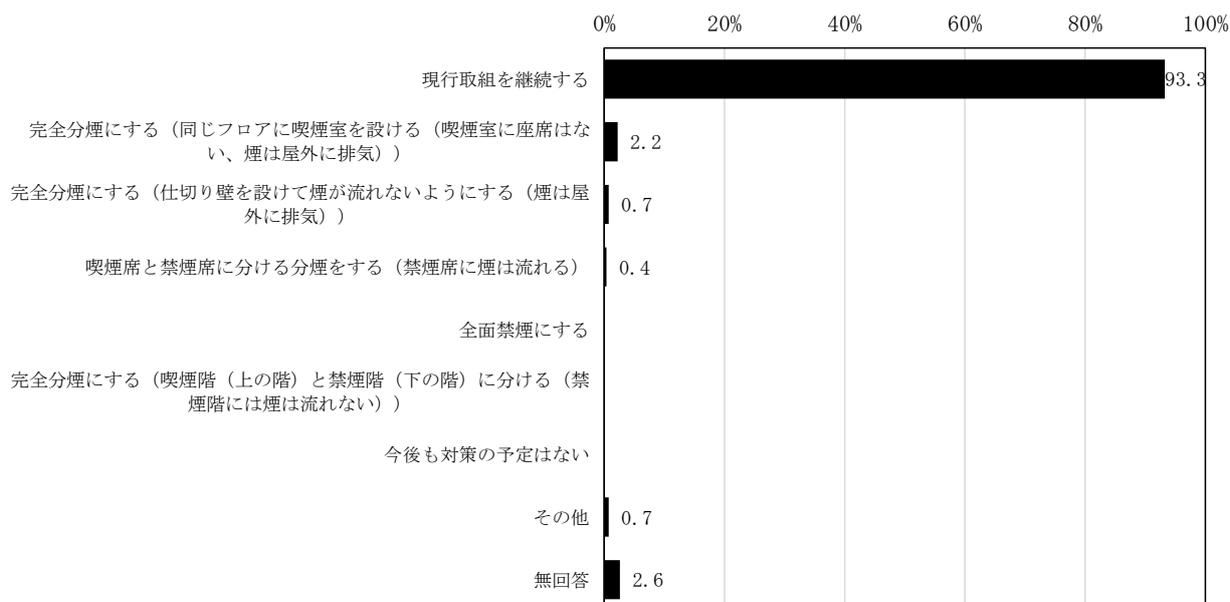
[問 11-1 で「1 店内は全面禁煙にしている」と回答した飲食店]

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=267)

	件数	構成比
現行取組を継続する	249	93.3%
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））	6	2.2%
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））	2	0.7%
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）	1	0.4%
全面禁煙にする	-	-
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））	-	-
今後も対策の予定はない	-	-
その他	2	0.7%
無回答	7	2.6%
合計	267	100.0%

図 14-3 全面禁煙の飲食店の今後の予定 (n=267)



③ 完全分煙をしている飲食店の今後の予定

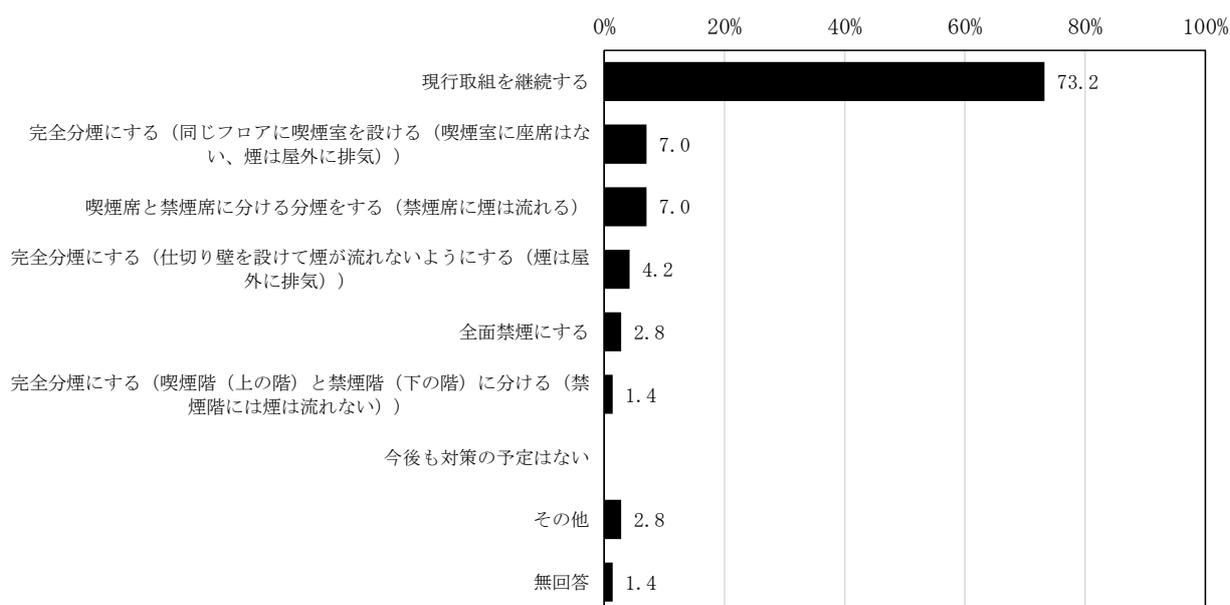
[問 11-3 で「1 同じフロアに喫煙室を設けている（喫煙室に座席はない、煙は屋外に排気）」、「2 仕切り壁を設けて煙が流れないようにしている（煙は屋外に排気）」または「3 喫煙階（上の階）と禁煙階（下の階）に分けている（禁煙階には煙は流れない）」と回答した飲食店]

「現行取組を継続する」とする店は73.2%と大半である。

表 14-2 完全分煙の飲食店の今後の予定 (n=71)

	件数	構成比
現行取組を継続する	52	73.2%
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））	5	7.0%
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）	5	7.0%
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	4.2%
全面禁煙にする	2	2.8%
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））	1	1.4%
今後も対策の予定はない	-	-
その他	2	2.8%
無回答	1	1.4%
合計	71	100.0%

図 14-4 完全分煙の飲食店の今後の予定 (n=71)



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

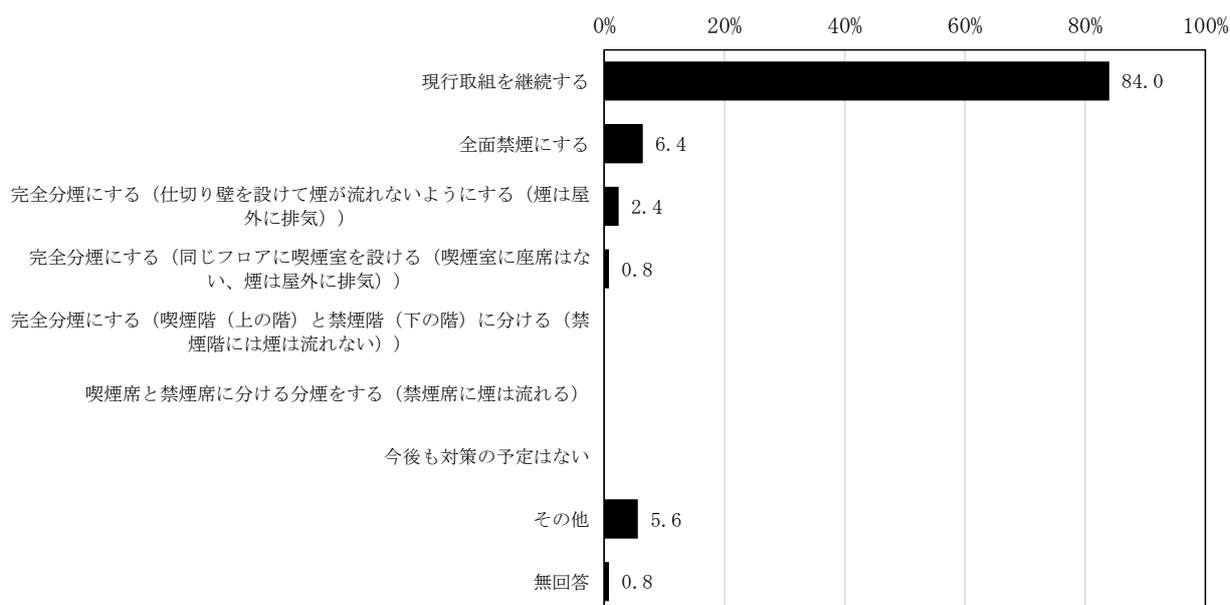
[問 11-3 で「4 喫煙席と禁煙席に分ける分煙（禁煙席に煙は流れる）を行っている」と回答した飲食店]

「現行取組を継続する」とする店が84.0%と大半だが、全面禁煙に轉換しようとしている店舗も6.4%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=125)

	件数	構成比
現行取組を継続する	105	84.0%
全面禁煙にする	8	6.4%
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	2.4%
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））	1	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））	-	-
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	7	5.6%
無回答	1	0.8%
合計	125	100.0%

図 14-5 席を分ける分煙の飲食店の今後の予定 (n=125)



⑤ 時間分煙をしている飲食店の今後の予定

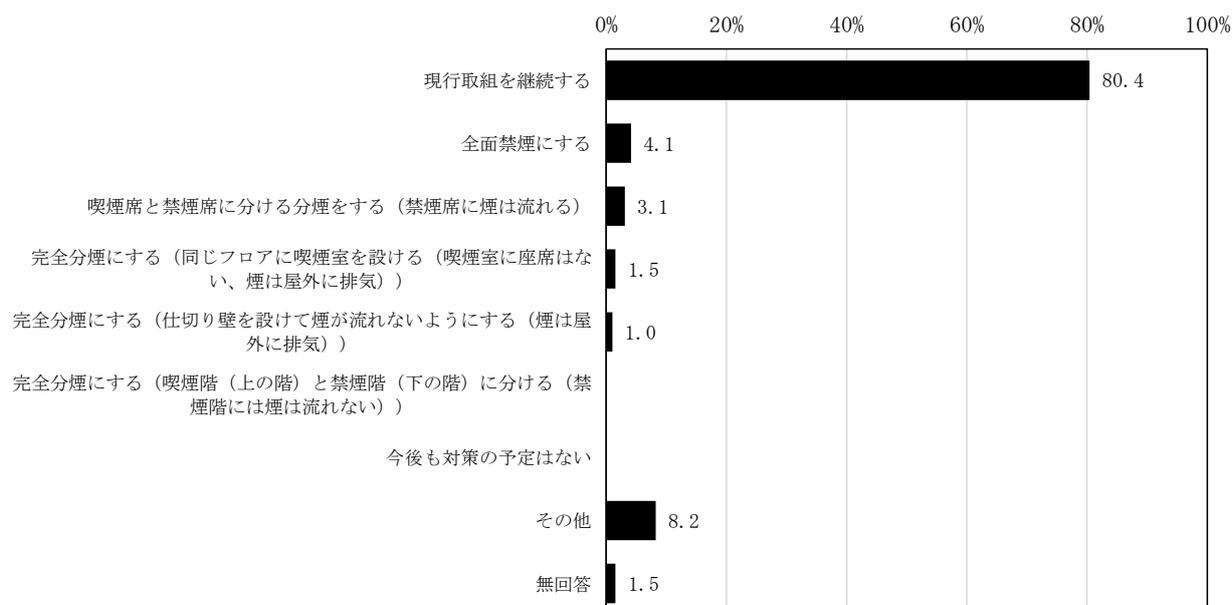
[問 11-2 で「2 空間分煙と時間分煙を両方している」または「3 時間分煙のみをしている」と回答した飲食店]

「現行取組を継続する」が80.4%と大半を占めている。

表 14-4 時間分煙の飲食店の今後の予定 (n=194)

	件数	構成比
現行取組を継続する	156	80.4%
全面禁煙にする	8	4.1%
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）	6	3.1%
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））	3	1.5%
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））	2	1.0%
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））	-	-
今後も対策の予定はない	-	-
その他	16	8.2%
無回答	3	1.5%
合計	194	100.0%

図 14-6 時間分煙の飲食店の今後の予定 (n=194)



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65.3%と多いが、一方で席を分ける分煙を検討している店が4.5%、また全面禁煙を検討している店も2.8%となっている。

図14-7 対策をしていない飲食店の今後の予定 (n=2,333)

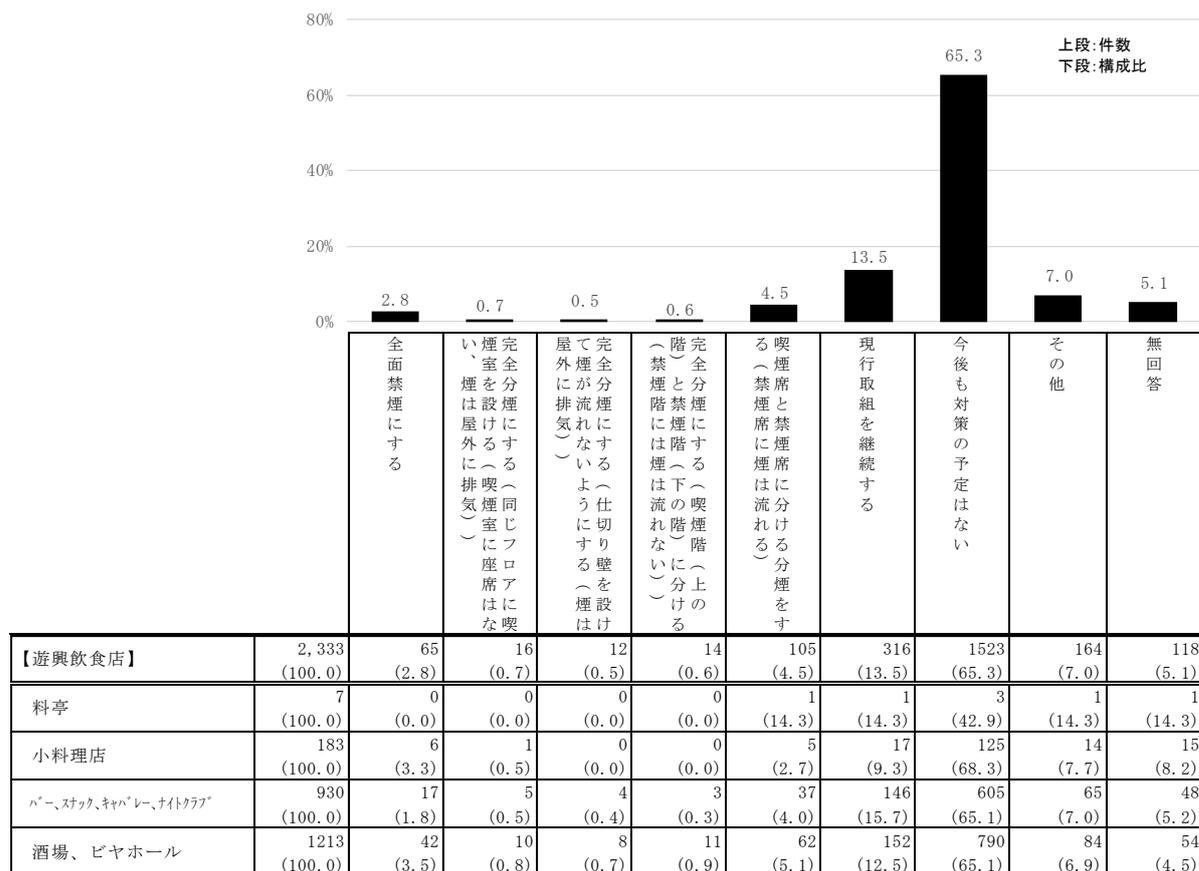
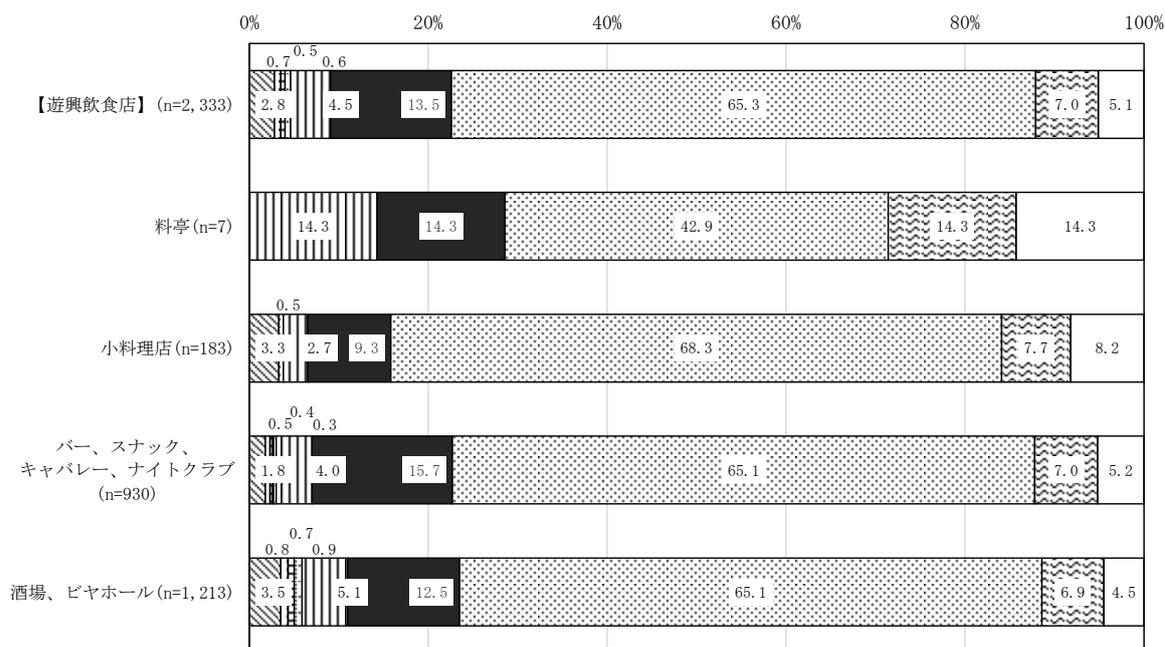


図 14-8 対策をしていない飲食店の今後の予定 (n=2,333)



- 全面禁煙にする
- 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))
- 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))
- 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))
- 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)
- 現行取組を継続する
- 今後も対策の予定はない
- その他
- 無回答

(14) 屋外喫煙所の状況<問15>

「屋外に喫煙場所を設置」(12.1%)、「屋外に喫煙席がある(テラス席・屋上の席、等)」(3.9%)を合わせ屋外の喫煙場所がある店舗は16.0%となっている。一方、屋外の喫煙場所が「ない」が7割強となっている。

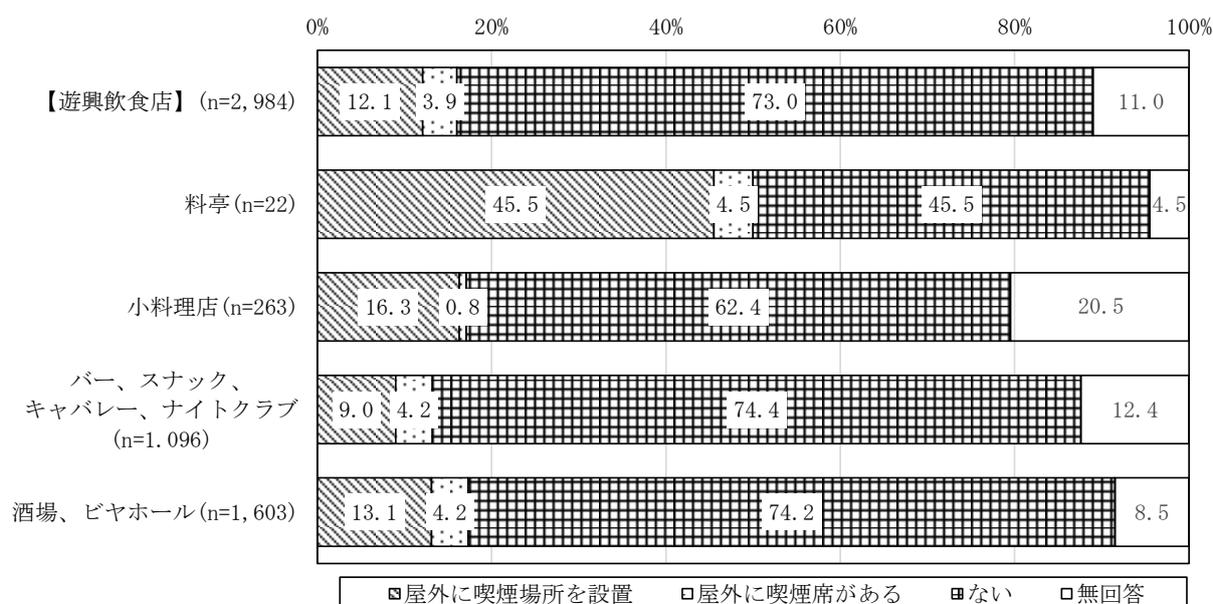
業種別にみると、<小料理店>では、「屋外に喫煙場所を設置」(16.3%)がやや高い。

表 15-1 屋外喫煙所の状況 (n=2,984)

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
【遊興飲食店】	362 (12.1)	117 (3.9)	2,178 (73.0)	327 (11.0)	2,984 (100.0)
料亭	10 (45.5)	1 (4.5)	10 (45.5)	1 (4.5)	22 (100.0)
小料理店	43 (16.3)	2 (0.8)	164 (62.4)	54 (20.5)	263 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	99 (9.0)	46 (4.2)	815 (74.4)	136 (12.4)	1,096 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど)	210 (13.1)	68 (4.2)	1,189 (74.2)	136 (8.5)	1,603 (100.0)

図 15-1 屋外喫煙所の状況 (n=2,984)



《経年比較》

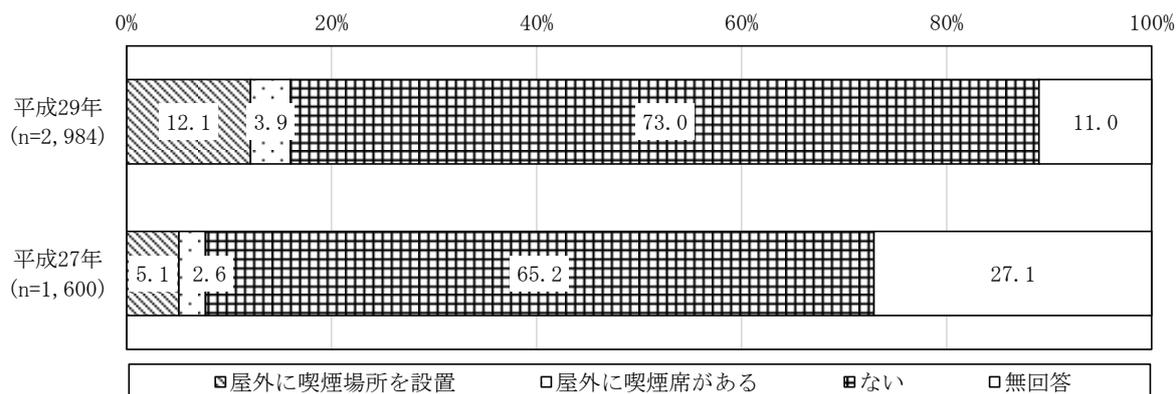
平成27年に比べて「屋外に喫煙場所を設置」が7ポイント高くなっている。

表 15-2 屋外喫煙所の状況（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

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	362	12.1%	82	5.1%
屋外に喫煙席がある	117	3.9%	42	2.6%
ない	2,178	73.0%	1,043	65.2%
無回答	327	11.0%	433	27.1%
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%

<参考>

図 15-2 屋外喫煙所の状況（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



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]

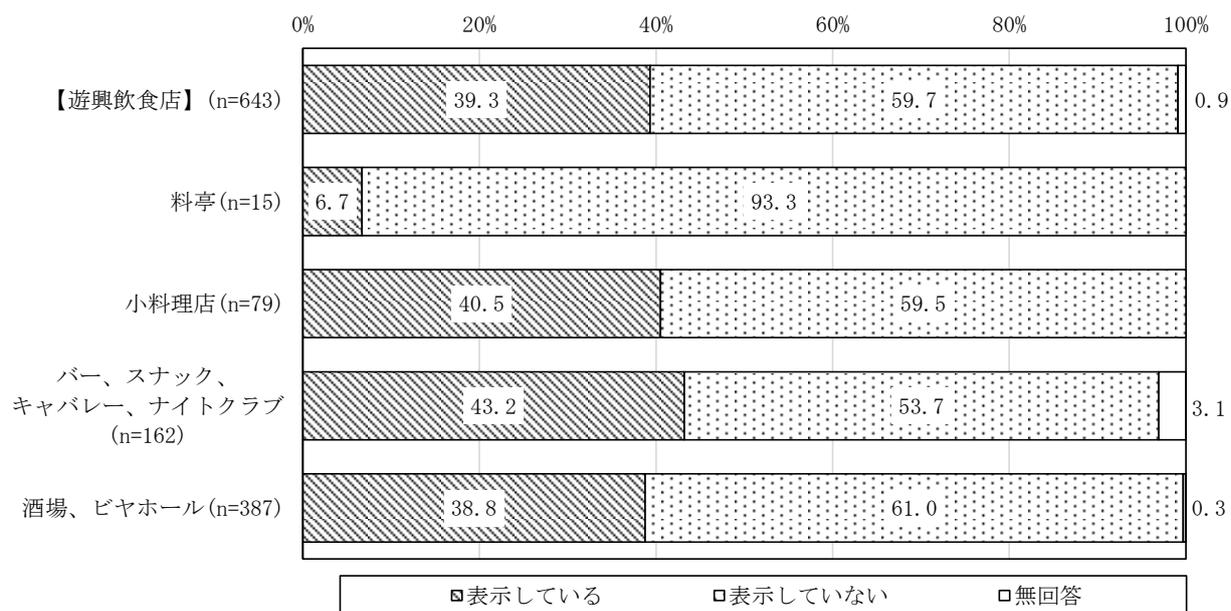
禁煙・分煙対策の対策を行っている飲食店の取組の表示状況を見ると、「表示している」が 39.3%で、「表示していない」(59.7%)を大きく下回っている。

表 16-1-1 表示状況 (n=643)

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
【遊興飲食店】	253 (39.3)	384 (59.7)	6 (0.9)	643 (100.0)
料亭	1 (6.7)	14 (93.3)	-	15 (100.0)
小料理店	32 (40.5)	47 (59.5)	-	79 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	70 (43.2)	87 (53.7)	5 (3.1)	162 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど)	150 (38.8)	236 (61.0)	1 (0.3)	387 (100.0)

図 16-1-1 表示状況 (n=643)



《経年比較》

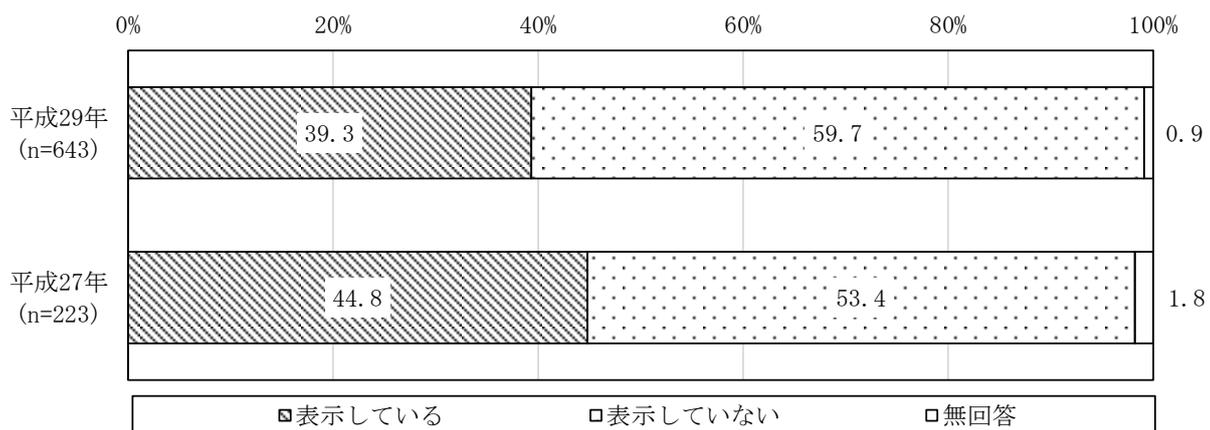
平成27年と比較して、「表示している」は5.5ポイント低くなっている。

表 16-1-2 表示状況（平成29年：n=643、平成27年：n=223）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
表示している	253	39.3%	100	44.8%
表示していない	384	59.7%	119	53.4%
無回答	6	0.9%	4	1.8%
合計	643	100.0%	223	100.0%

＜参考＞

図 16-1-2 表示状況（平成29年：n=643、平成27年：n=223）



◆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]

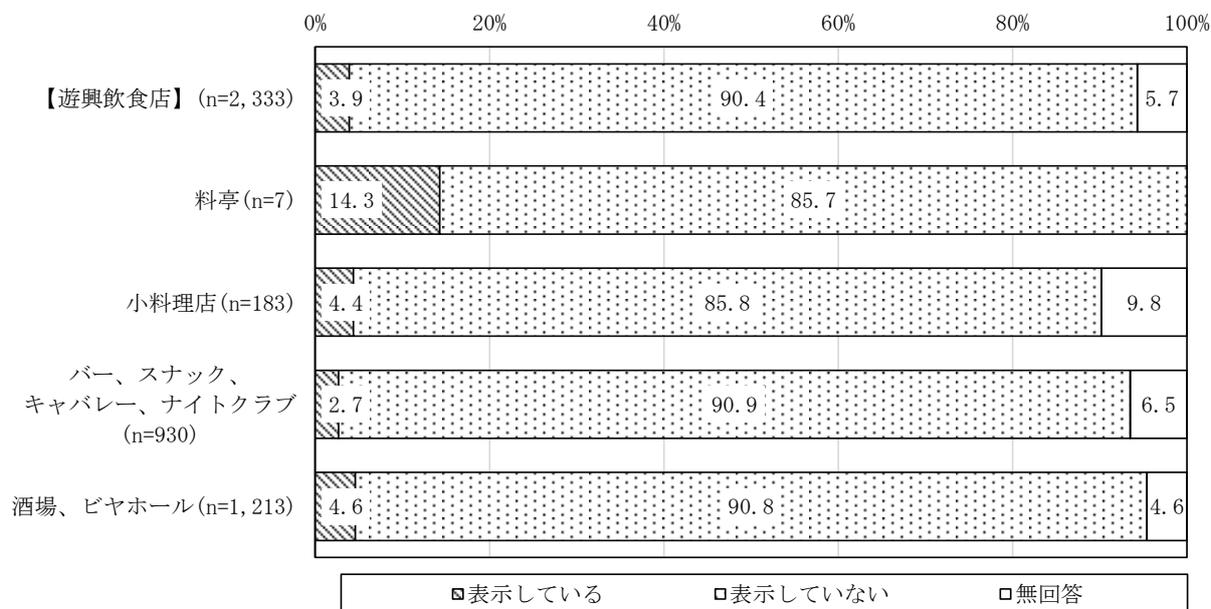
禁煙・分煙の対策を行っていない飲食店の取組の表示状況をみると、「表示している」が3.9%で、「表示していない」(90.4%)を大きく下回っている。

表 16-2-1 表示状況 (n=2,333)

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
【遊興飲食店】	90 (3.9)	2,109 (90.4)	134 (5.7)	2,333 (100.0)
料亭	1 (14.3)	6 (85.7)	- -	7 (100.0)
小料理店	8 (4.4)	157 (85.8)	18 (9.8)	183 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	25 (2.7)	845 (90.9)	60 (6.5)	930 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど）	56 (4.6)	1,101 (90.8)	56 (4.6)	1,213 (100.0)

図 16-2-1 表示状況 (n=2,333)



《経年比較》

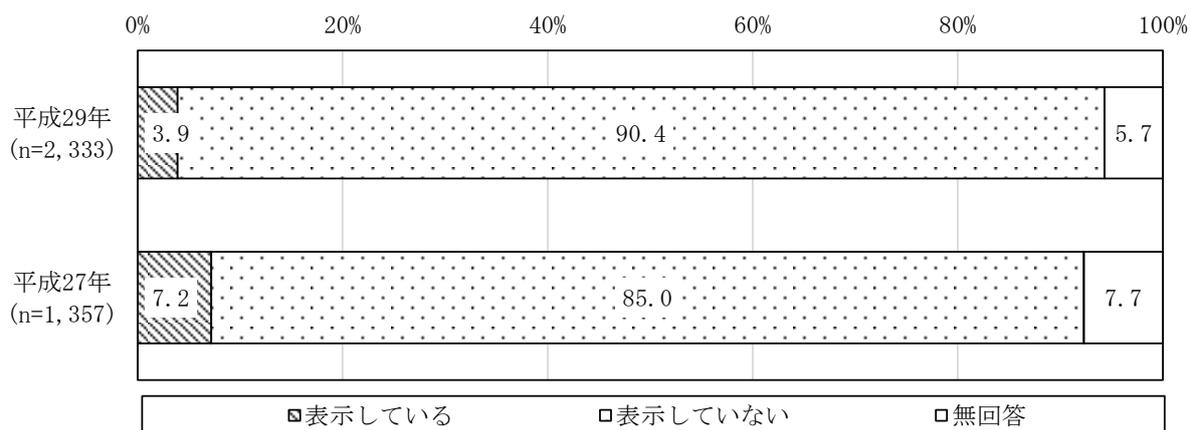
平成27年と比較して、「表示している」は3.3ポイント低くなっている。

表 16-2-2 表示状況（平成29年：n=2,333、平成27年：n=1,357）

平成29年			平成27年	
	件数	構成比	件数	構成比
表示している	90	3.9%	98	7.2%
表示していない	2,109	90.4%	1,154	85.0%
無回答	134	5.7%	105	7.7%
合計	2,333	100.0%	1,357	100.0%

＜参考＞

図 16-2-2 表示状況（平成29年：n=2,333、平成27年：n=1,357）



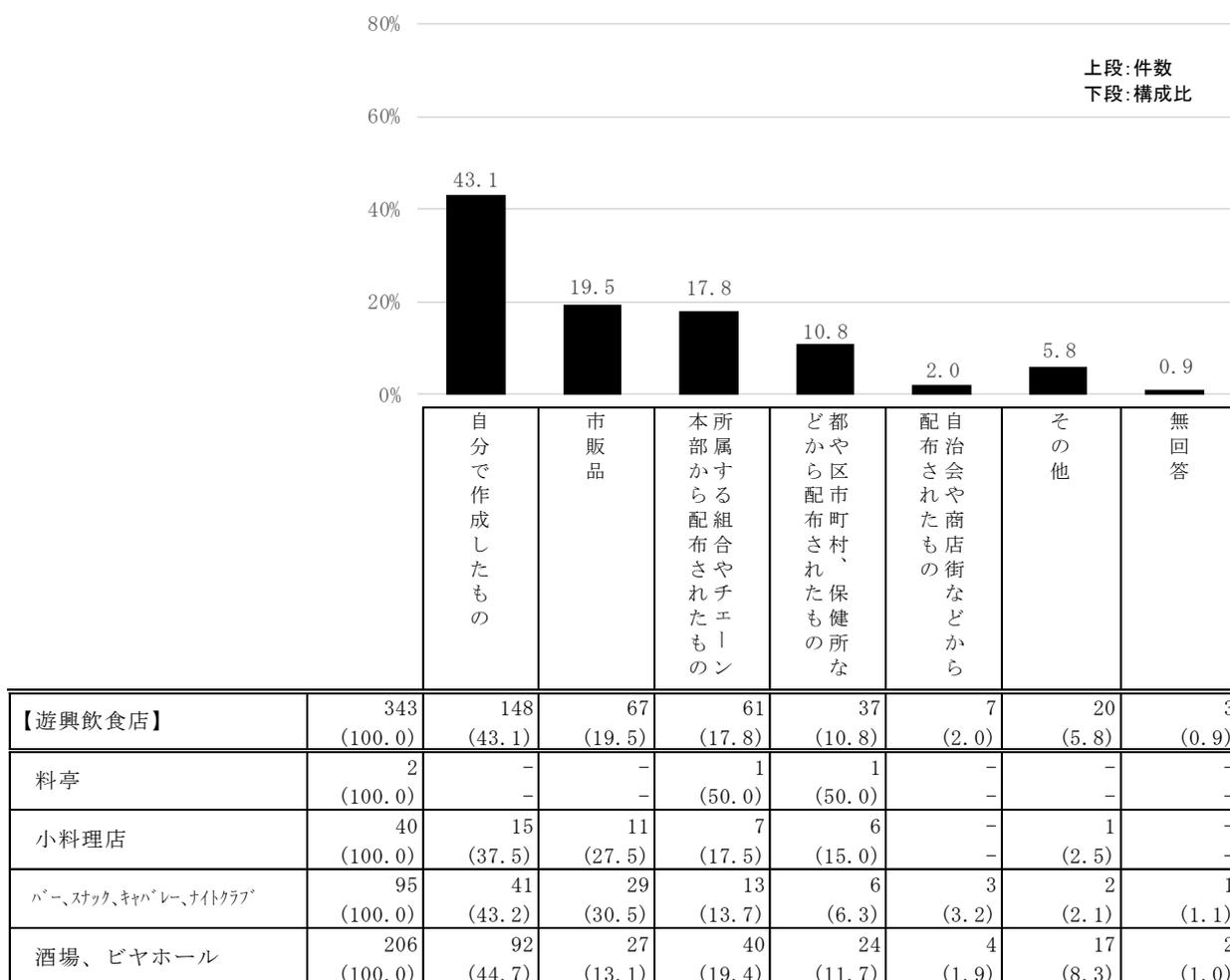
(2) 表示物の入手経路<問 17-1>

[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43.1%で最も多く、「市販品」が19.5%、「所属する組合やチェーン本部から配布されたもの」が17.8%と続いている。

業種別にみると、「市販品」の利用率が<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ> (30.5%)、<小料理店> (27.5%) で高くなっている。

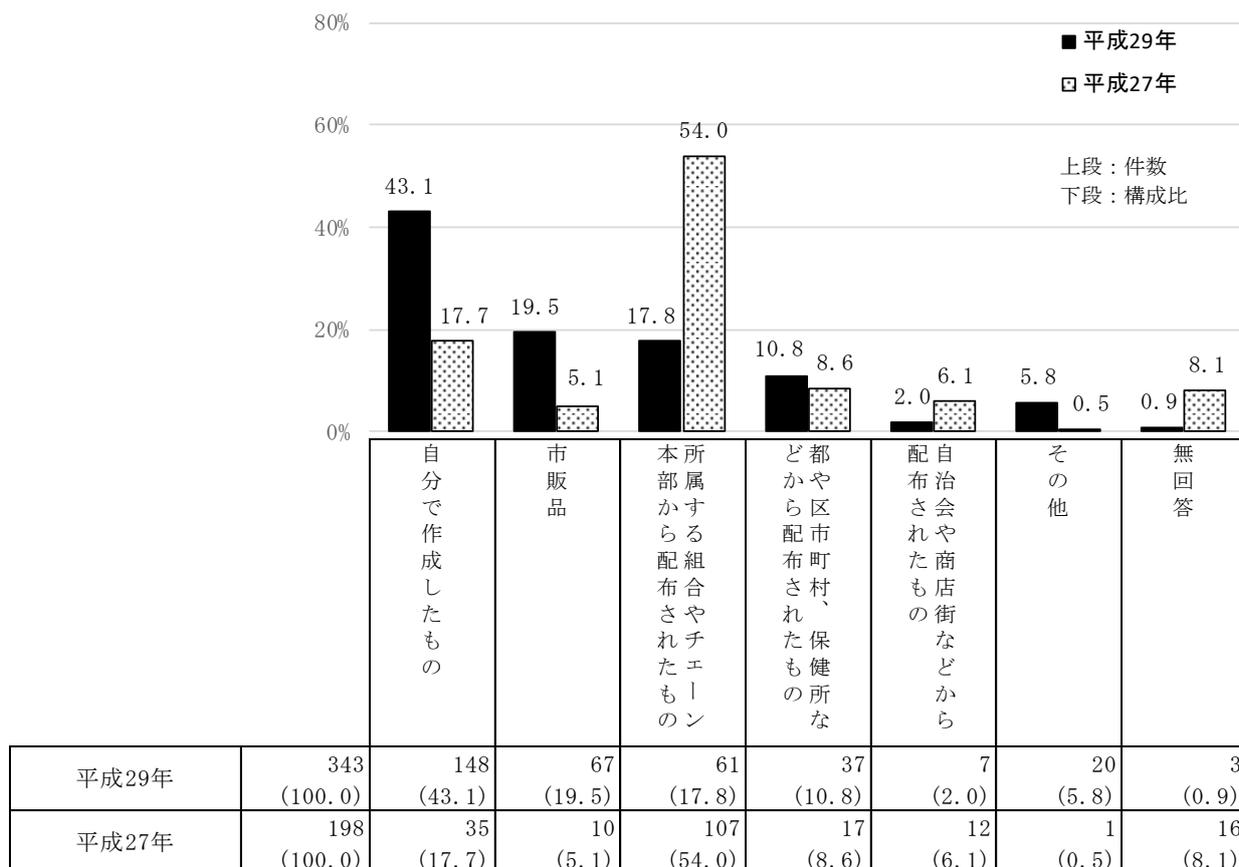
図 17-1-1 表示物の入手経路 (n=343)



《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25.4ポイント、14.4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」は大幅に低くなっている。

図 17-1-2 表示物の入手経路（平成29年：n=343、平成27年：n=198）



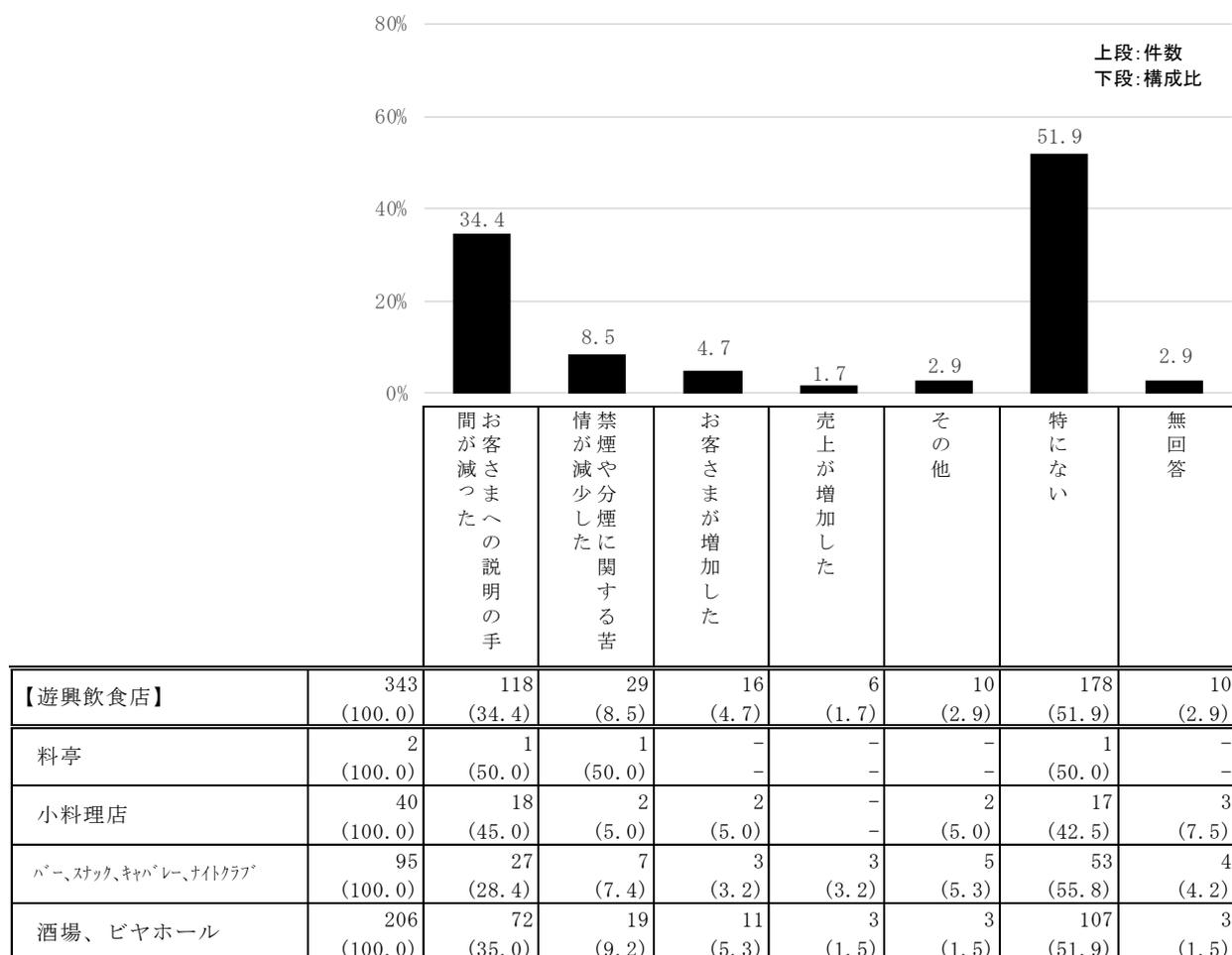
(3) 表示によるメリット<問 17-2>

[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34.4%と多い。ただし、「特にない」が51.9%で半数を超えている。

業種別にみると、<小料理店>では「お客さまへの説明の手間が減った」(45.0%)が高くなっている。

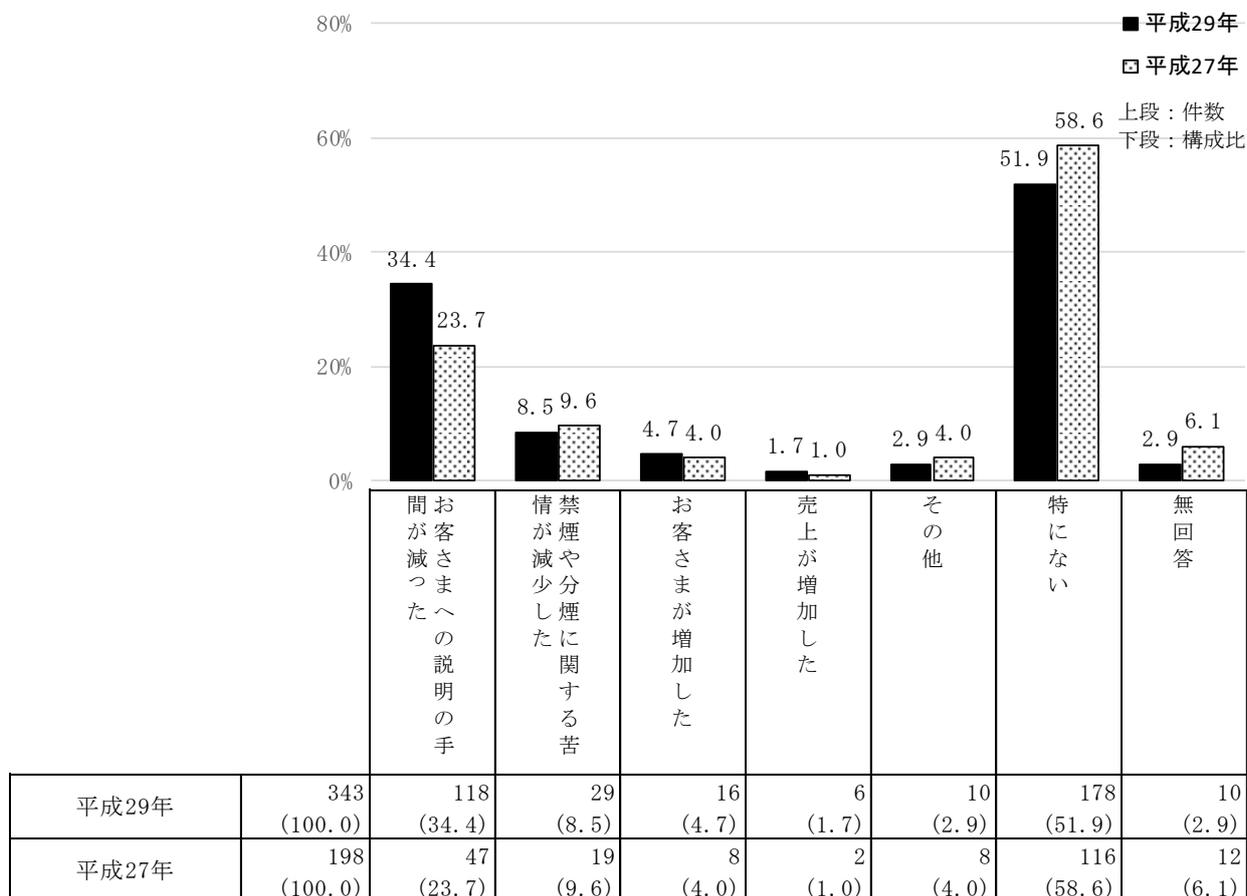
図 17-2-1 表示によるメリット (n=343 複数回答)



《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10.7ポイント高くなっている。

図 17-2-2 表示によるメリット（平成29年：n=343、平成27年：n=198 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35.9%、「店内のみ（壁・座席・メニューなど）に表示している」が32.7%、「店頭と店内に表示している」が28.3%の順になっている。

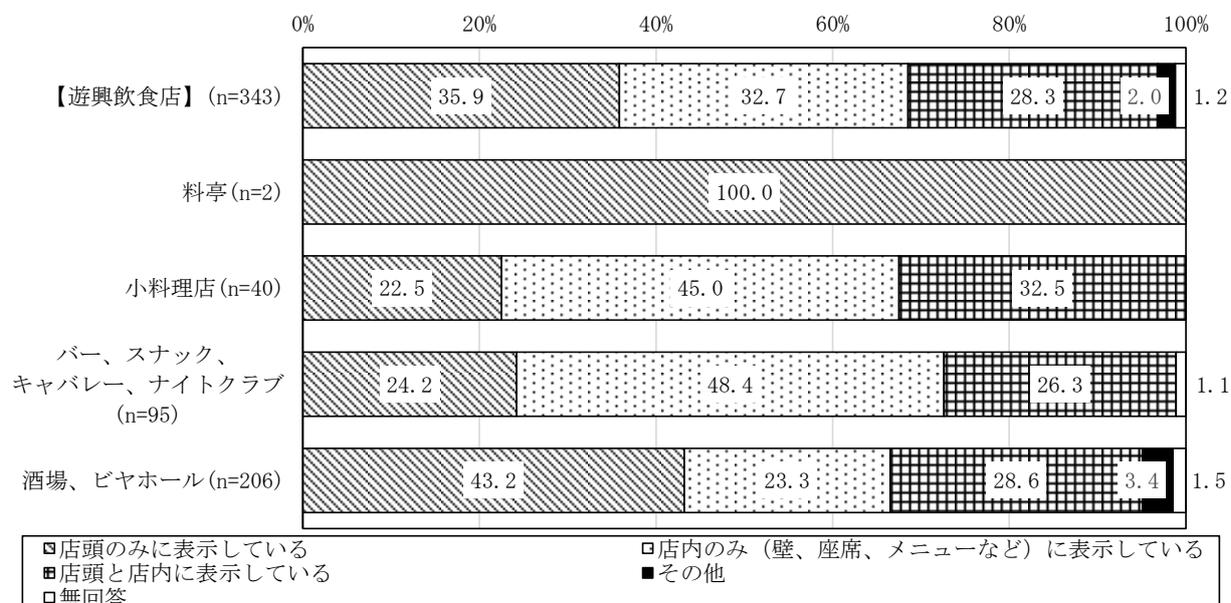
業種別にみると、「店頭のみに表示している」は<酒場・ビヤホール>（43.2%）で高く、一方、「店内にのみに表示している」は<酒場・ビヤホール>は23.3%と低くなっている。

表 17-3-1 表示場所 (n=343)

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
【遊興飲食店】	123 (35.9)	112 (32.7)	97 (28.3)	7 (2.0)	4 (1.2)	343 (100.0)
料亭	2 (100.0)	-	-	-	-	2 (100.0)
小料理店	9 (22.5)	18 (45.0)	13 (32.5)	-	-	40 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	23 (24.2)	46 (48.4)	25 (26.3)	-	1 (1.1)	95 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）	89 (43.2)	48 (23.3)	59 (28.6)	7 (3.4)	3 (1.5)	206 (100.0)

図 17-3-1 表示場所 (n=343)



《経年比較》

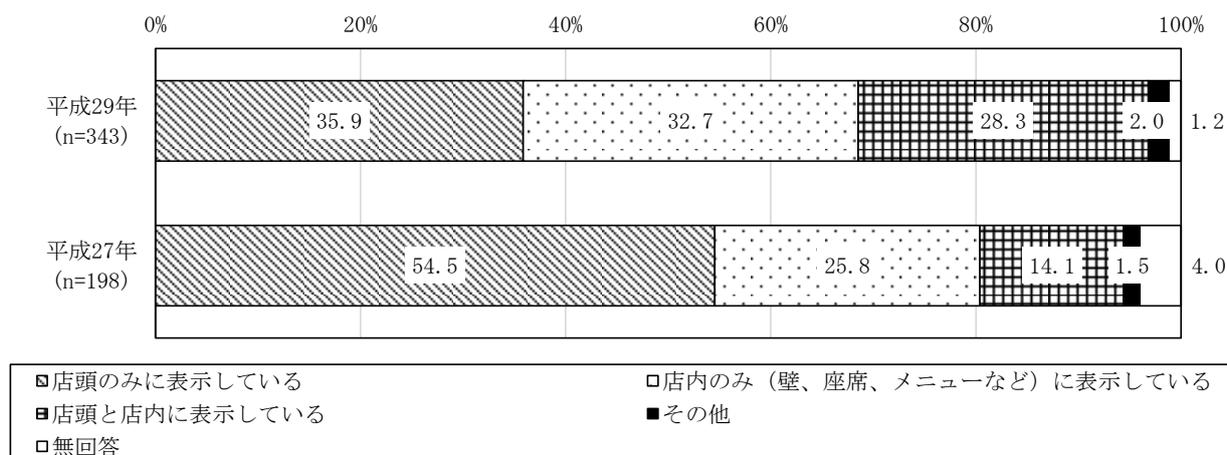
平成27年に比べて、「店頭と店内に表示している」「店内にのみ（壁、座席、メニューなど）に表示している」が、それぞれ14.2ポイント、6.9ポイント高くなっている。

表 17-3-2 表示場所（平成29年：n=343、平成27年：n=198）

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	123	35.9%	108	54.5%
店内のみ（壁・座席・メニューなど）に表示している	112	32.7%	51	25.8%
店頭と店内に表示している	97	28.3%	28	14.1%
その他	7	2.0%	3	1.5%
無回答	4	1.2%	8	4.0%
合計	343	100.0%	198	100.0%

＜参考＞

図 17-3-2 表示場所（平成29年：n=343、平成27年：n=198）



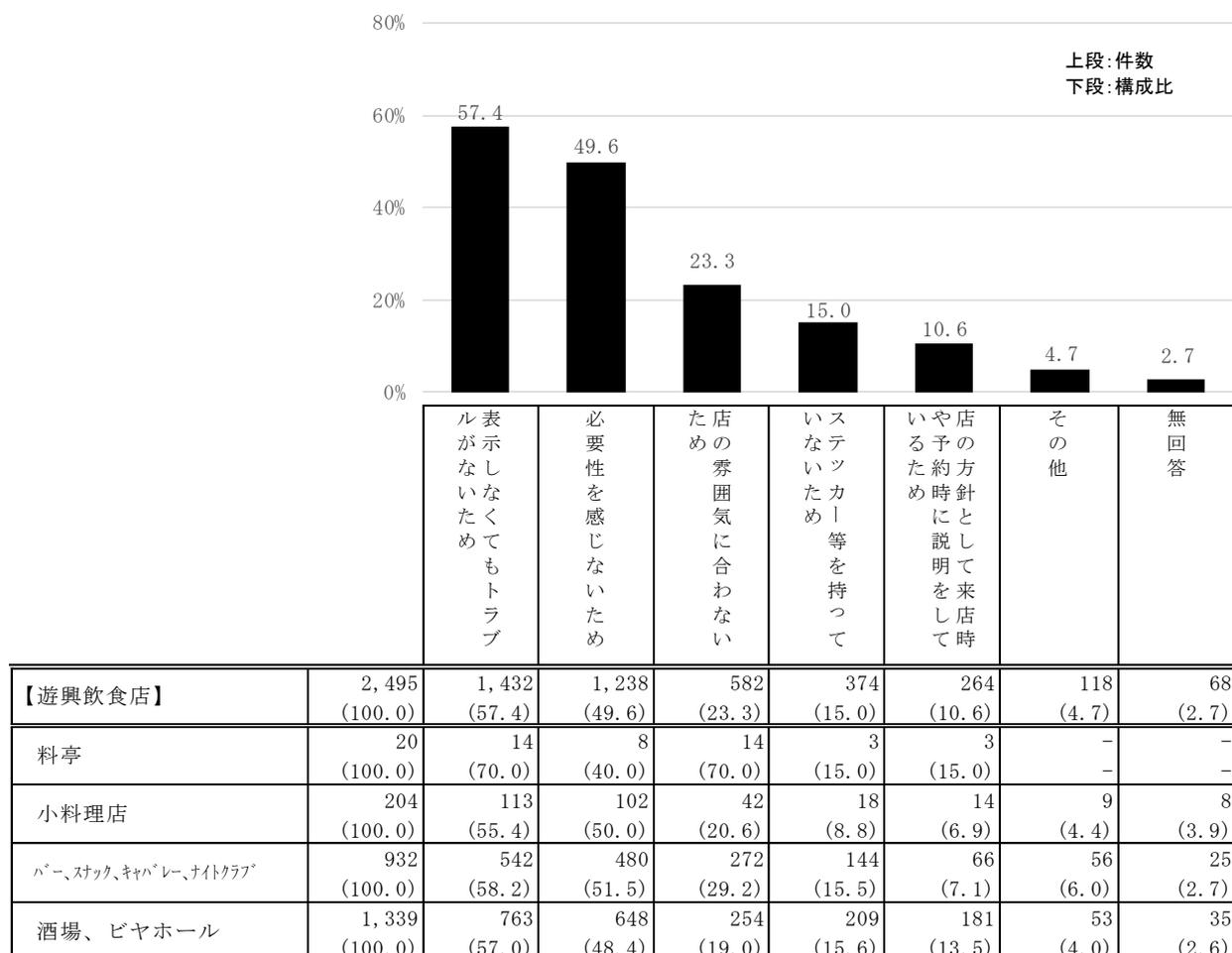
(5) 非表示理由<問 18>

[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57.4%と最も高く、「必要性を感じないため」が49.6%で続いている。

業種別にみると、<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ>では、「店の雰囲気合わないため」(29.2%)が他の業種より高くなっている。

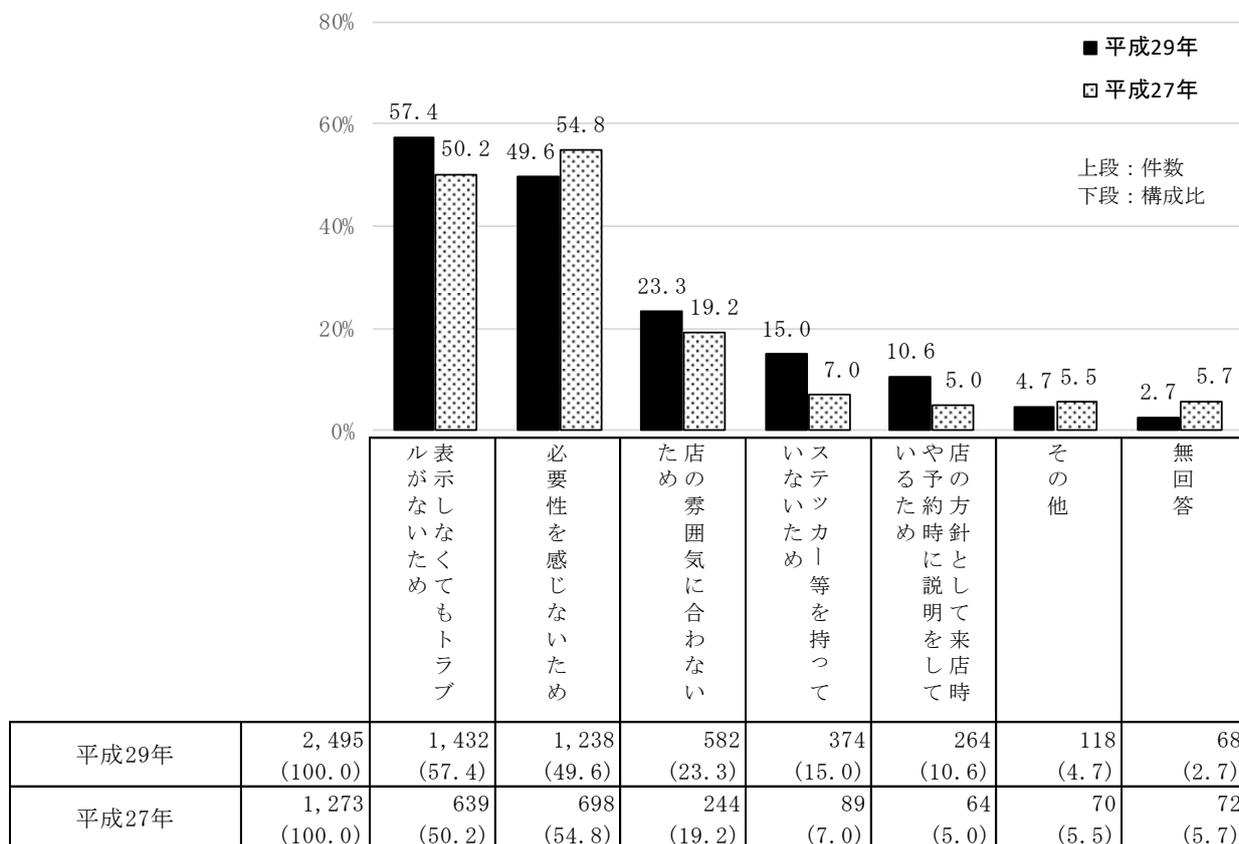
図 18-1 非表示理由 (n=2,495 複数回答)



《経年比較》

平成27年に比べて「必要性を感じないため」が5.2ポイント低くなっている。

図 18-2 非表示理由（平成29年：n=2,495、平成27年：n=1,273 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>

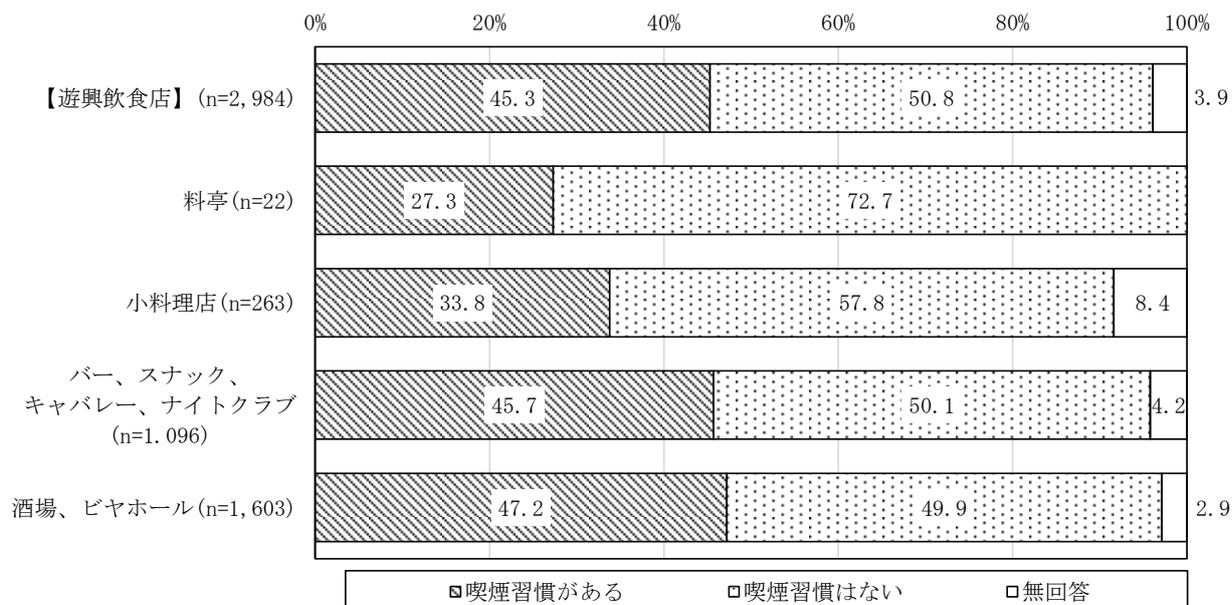
経営者・管理者は、「喫煙習慣がある」が45.3%、「喫煙習慣はない」が50.8%となっている。
業種別にみると、経営者の喫煙率は<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ><酒場、
ビヤホール>では45.7%、47.2%となり、<小料理店>の33.8%よりも高い。

表 19-1 経営者・管理者の喫煙習慣 (n=2,984)

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
【遊興飲食店】	1,352 (45.3)	1,517 (50.8)	115 (3.9)	2,984 (100.0)
料亭	6 (27.3)	16 (72.7)	- -	22 (100.0)
小料理店	89 (33.8)	152 (57.8)	22 (8.4)	263 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	501 (45.7)	549 (50.1)	46 (4.2)	1,096 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど）	756 (47.2)	800 (49.9)	47 (2.9)	1,603 (100.0)

図 19-1 経営者・管理者の喫煙習慣 (n=2,984)



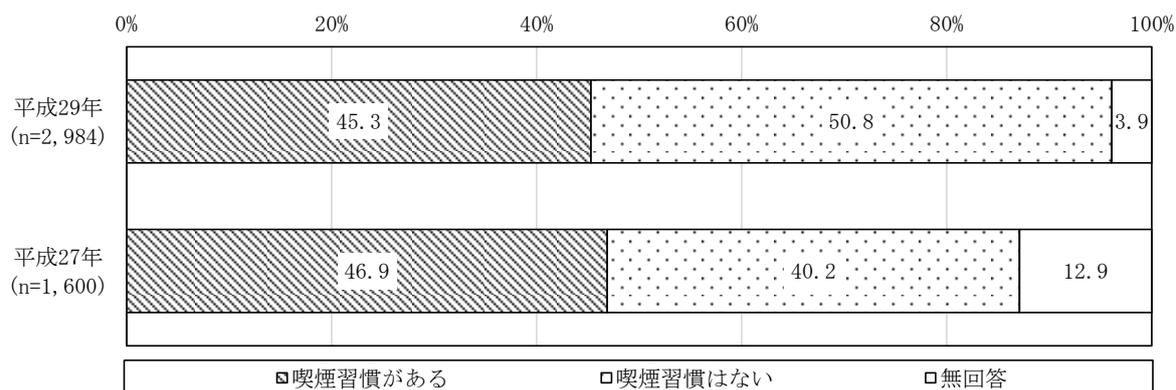
《経年比較》

経営者の喫煙習慣は、平成27年（46.9%）と大きな変動は見られない。

表 19-2 経営者・管理者の喫煙習慣（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

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	1,352	45.3%	750	46.9%
喫煙習慣はない	1,517	50.8%	643	40.2%
無回答	115	3.9%	207	12.9%
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%

図 19-2 経営者・管理者の喫煙習慣（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



(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67.0%で、「いない」の28.6%を大幅に超えている。

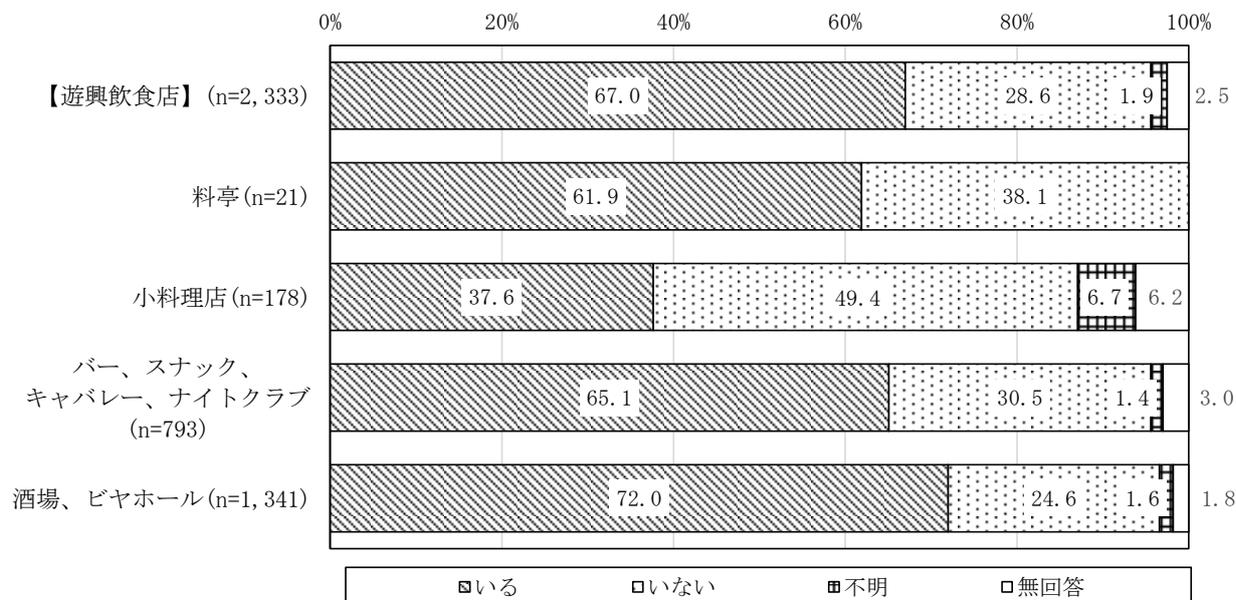
業種別にみると、＜バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ＞＜酒場、ビヤホール＞の従業員の喫煙率は65.1%、72.0%となり、＜小料理店＞の37.6%よりも高い。

表 20-1 従業員の喫煙の有無（n=2,333）

上段：件数
下段：構成比

	いる	いない	不明	無回答	合計
【遊興飲食店】	1,562 (67.0)	668 (28.6)	44 (1.9)	59 (2.5)	2,333 (100.0)
料亭	13 (61.9)	8 (38.1)	- -	- -	21 (100.0)
小料理店	67 (37.6)	88 (49.4)	12 (6.7)	11 (6.2)	178 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	516 (65.1)	242 (30.5)	11 (1.4)	24 (3.0)	793 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど）	966 (72.0)	330 (24.6)	21 (1.6)	24 (1.8)	1,341 (100.0)

図 20-1 従業員の喫煙の有無（n=2,333）



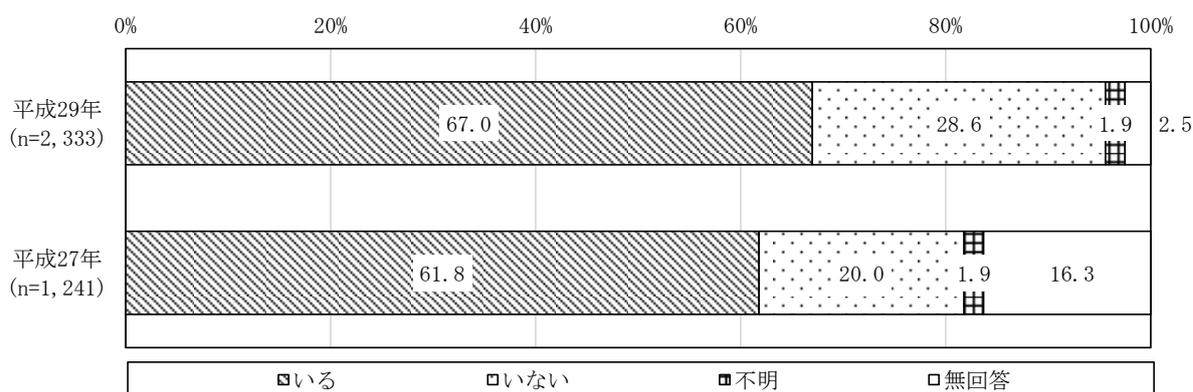
《経年比較》

従業員に喫煙者が「いる」という割合は、平成27年（61.8%）よりも5.2ポイント高くなっている。

表 20-2 従業員の喫煙の有無（平成29年：n=2,333、平成27年：n=1,241）

平成29年			<参考>	
	件数	構成比	平成27年	
			件数	構成比
いる	1,562	67.0%	767	61.8%
いない	668	28.6%	248	20.0%
不明	44	1.9%	24	1.9%
無回答	59	2.5%	202	16.3%
合計	2,333	100.0%	1,241	100.0%

図 20-2 従業員の喫煙の有無（平成29年：n=2,333、平成27年：n=1,241）



(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]

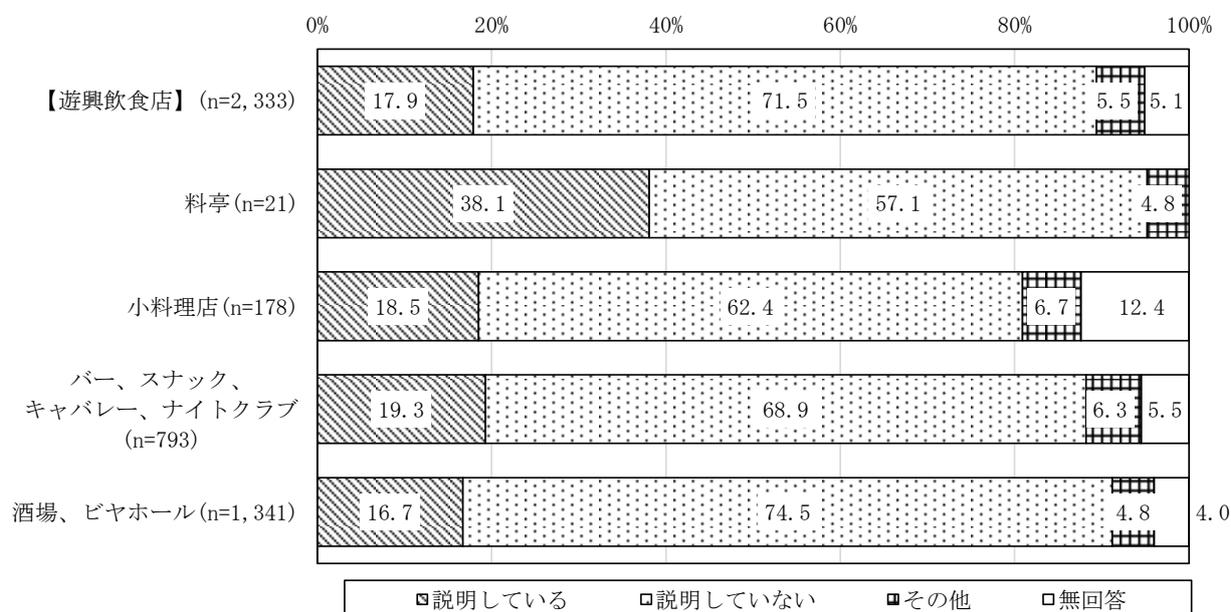
募集・採用時点で店の禁煙・分煙・喫煙等の状況を「説明している」店は17.9%であるのに対し、「説明していない」店は71.5%と7割強になっている。

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=2,333)

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
【遊興飲食店】	418 (17.9)	1,668 (71.5)	128 (5.5)	119 (5.1)	2,333 (100.0)
料亭	8 (38.1)	12 (57.1)	1 (4.8)	- -	21 (100.0)
小料理店	33 (18.5)	111 (62.4)	12 (6.7)	22 (12.4)	178 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	153 (19.3)	546 (68.9)	50 (6.3)	44 (5.5)	793 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど）	224 (16.7)	999 (74.5)	65 (4.8)	53 (4.0)	1,341 (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=2,333)



《経年比較》

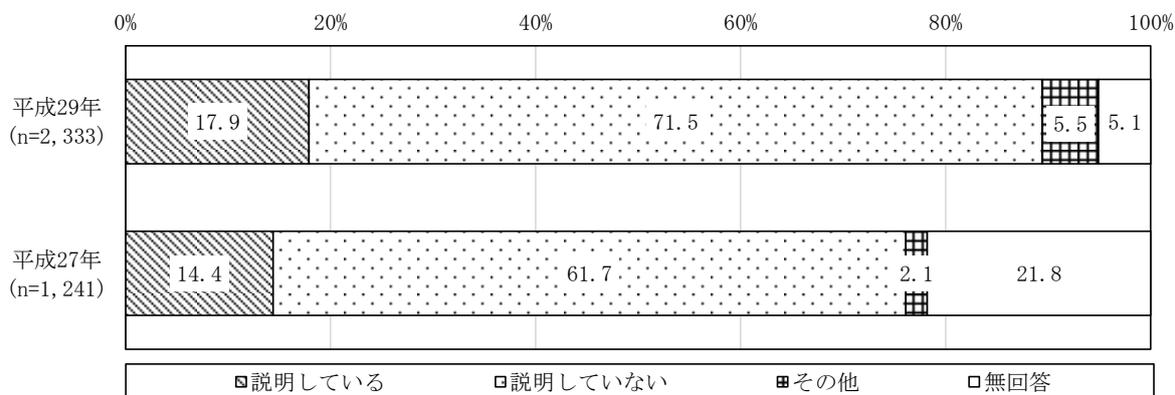
平成27年と比較すると、募集・採用時点に「説明している」割合は、3.5ポイント、「説明していない」割合は、9.8ポイント高くなっている。

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=2,333、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
説明している	418	17.9%	179	14.4%
説明していない	1,668	71.5%	766	61.7%
その他	128	5.5%	26	2.1%
無回答	119	5.1%	270	21.8%
合計	2,333	100.0%	1,241	100.0%

＜参考＞

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=2,333、平成27年：n=1,241）

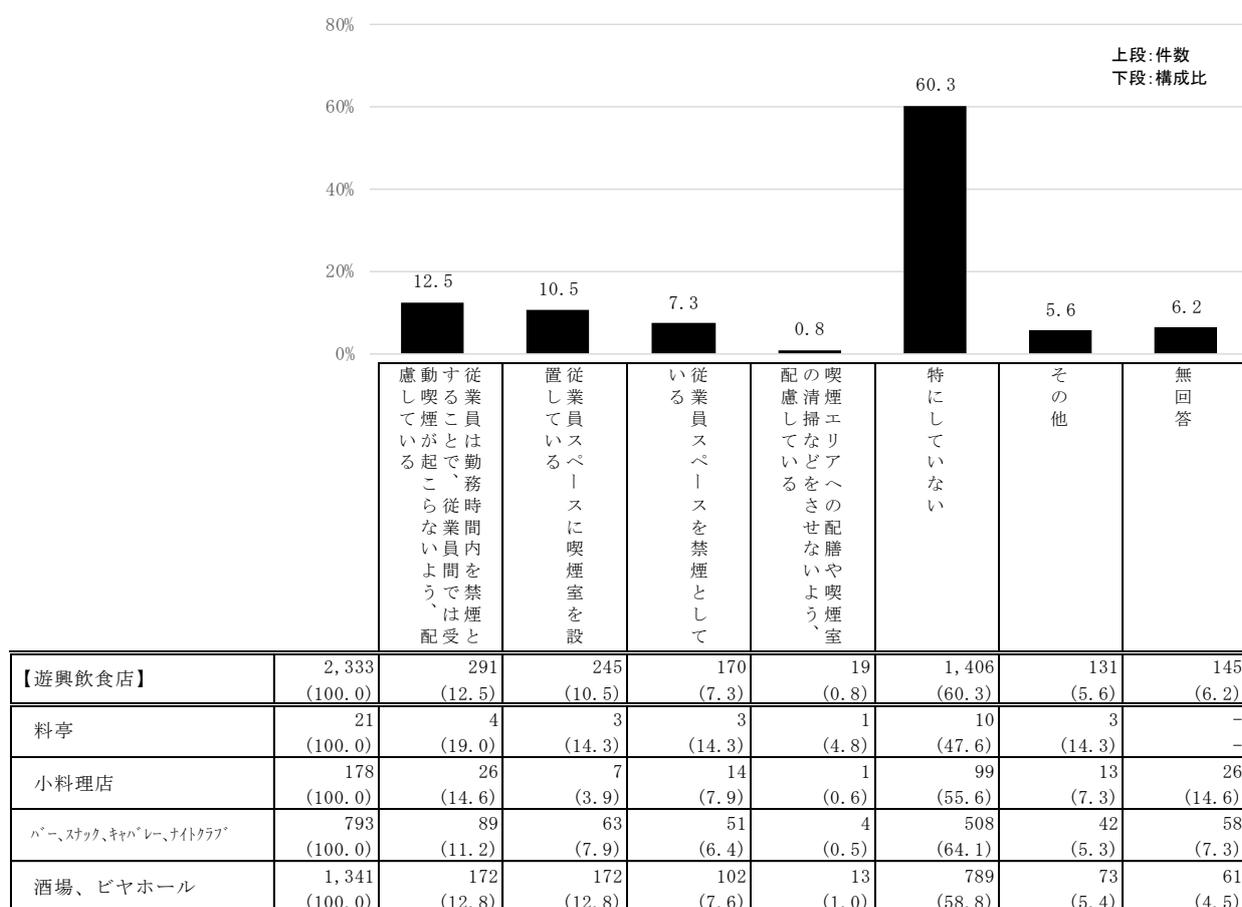


(4) 従業員に対する受動喫煙防止対策の内容<問 22>

[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60.3%と約6割になっている。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」(12.5%)、「従業員スペースに喫煙室を設置している」(10.5%)、「従業員スペースを禁煙としている」(7.3%)があげられている。一方、「特にしていない」は、<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ>(64.1%)で高い。

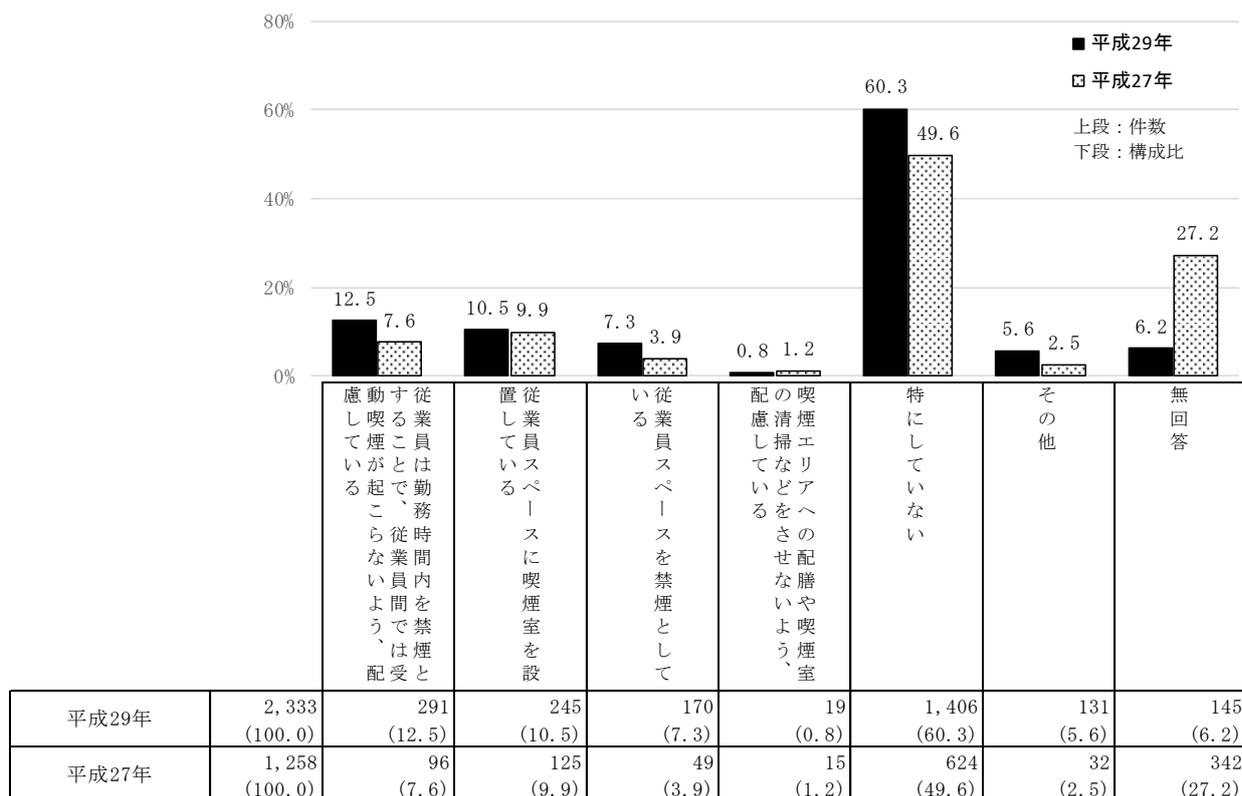
図 22-1 従業員に対する受動喫煙防止対策の内容 (n=2,333 複数回答)



《経年比較》

平成27年と比較すると、「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」が4.9ポイント、「特にしていない」が10.7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=2,333、平成27年：n=1,258 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)

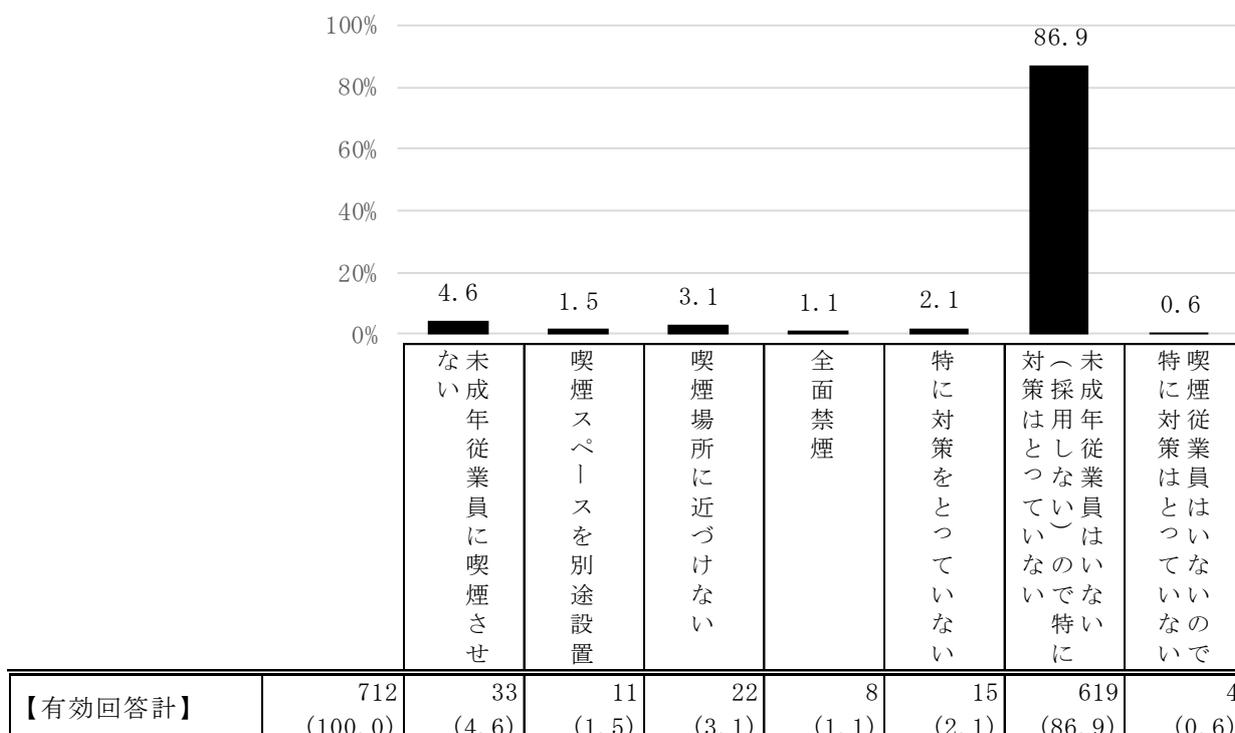
自由回答を集計した結果、「未成年従業員はいない(採用しない)ので特に対策はとっていない」(86.9%)と対策をとっていない店舗が8割を超えている。

対策内容としては、「未成年従業員に喫煙させない」(4.6%)とする法規規定上当然の施策のほか「喫煙場所に近づけない」(3.1%)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=712)

	件数	構成比
未成年従業員に喫煙させない	33	4.6%
喫煙スペースを別途設置	11	1.5%
喫煙場所に近づけない	22	3.1%
全面禁煙	8	1.1%
特に対策をとっていない	15	2.1%
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	619	86.9%
喫煙従業員はいないので特に対策はとっていない	4	0.6%
合計	712	100.0%

図 23 未成年従業員に対する受動喫煙防止対策 (n=712)

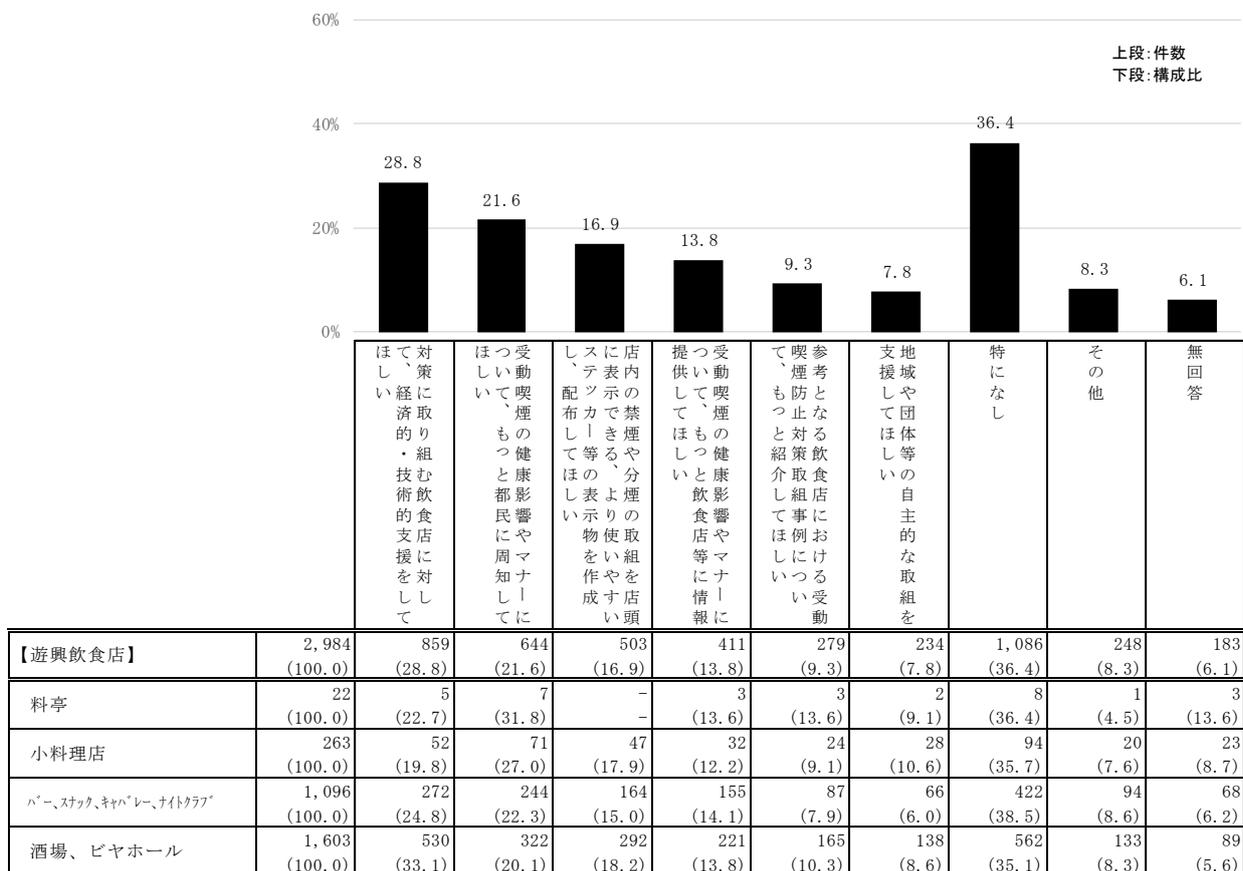


6 東京都への要望〈問 24〉

「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」が28.8%で最も多い。次いで「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」(21.6%)、「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」(16.9%)、「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」(13.8%)などが続く。

業種別にみると、「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」では<小料理店>(27.0%)が最も高くなっている。「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」では<酒場・ビヤホール>(33.1%)が、他の業種よりも強く望まれている。

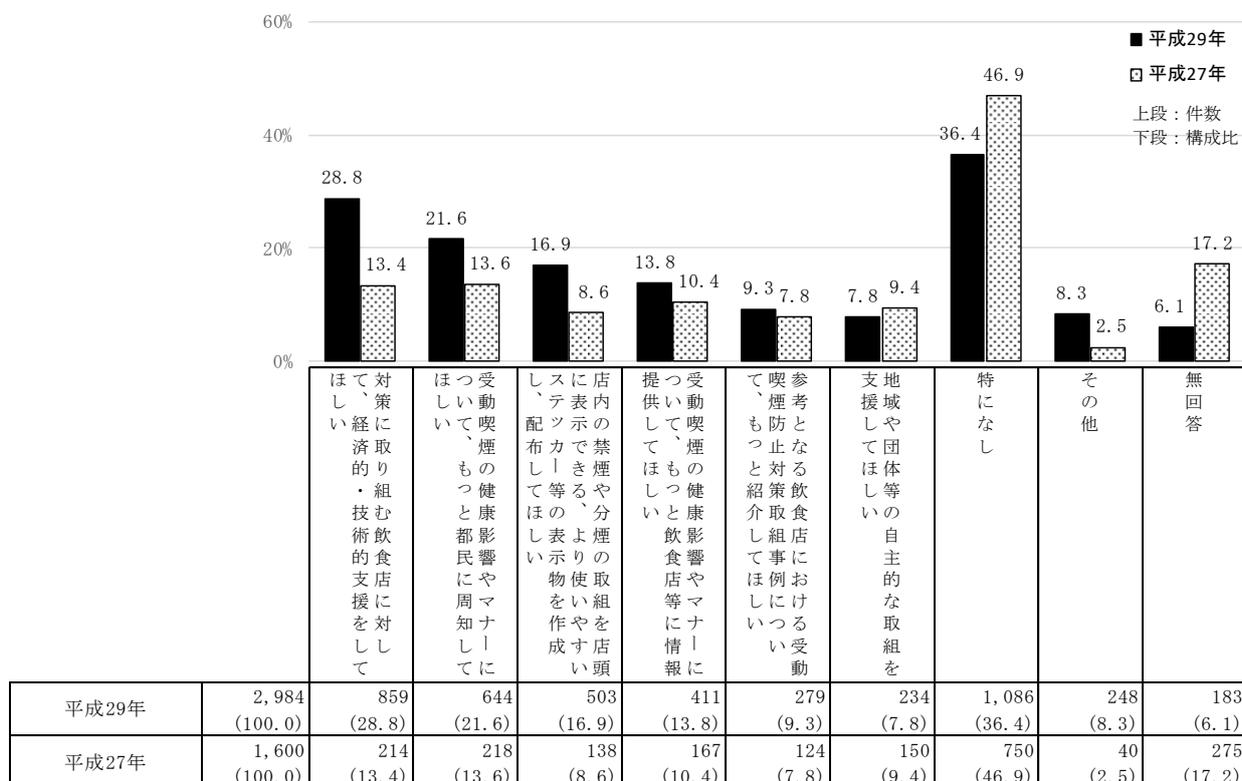
図 24-1 東京都への要望 (n=2,984 複数回答)



《経年比較》

「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」「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」「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」が、いずれも平成27年に比べて非常に高くなっている。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=2,984、平成 27 年：n=1,600 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、「法律による規制はしてほしくない」(65.7%)が「法律による規制がある方が良い」(27.6%)を大きく上回っている。

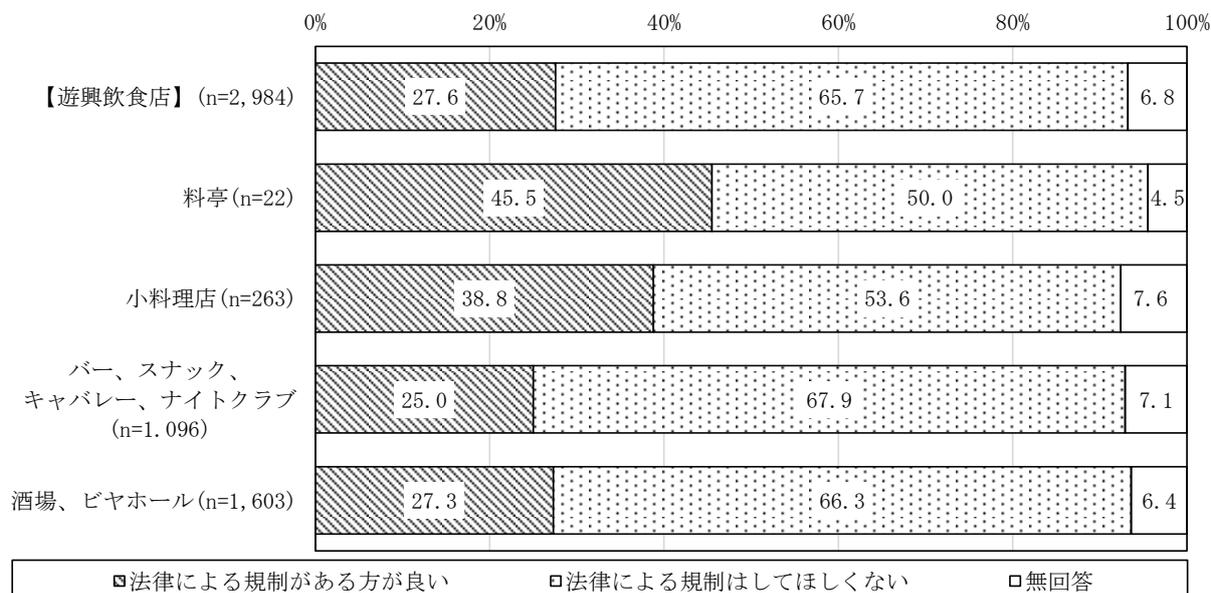
業種別にみると、「法律による規制がある方が良い」は〈小料理店〉(38.8%)で高くなっている。

表 25-1-1 国の法律による規制について (n=2,984)

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
【遊興飲食店】	823 (27.6)	1,959 (65.7)	202 (6.8)	2,984 (100.0)
料亭	10 (45.5)	11 (50.0)	1 (4.5)	22 (100.0)
小料理店	102 (38.8)	141 (53.6)	20 (7.6)	263 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	274 (25.0)	744 (67.9)	78 (7.1)	1,096 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど)	437 (27.3)	1,063 (66.3)	103 (6.4)	1,603 (100.0)

図 25-1-1 国の法律による規制について (n=2,984)



《経年比較》

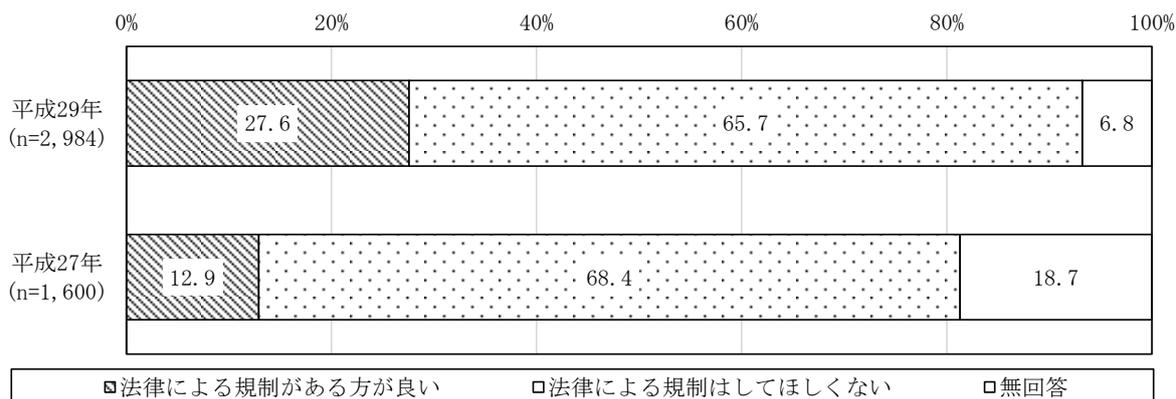
「法律による規制がある方が良い」は、平成27年（12.9%）に比べて14.7ポイント高くなっている。

表 25-1-2 国の法律による規制について（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）

平成29年			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	823	27.6%	206	12.9%
法律による規制はしてほしくない	1,959	65.7%	1,095	68.4%
無回答	202	6.8%	299	18.7%
合計	2,984	100.0%	1,600	100.0%

＜参考＞

図 25-1-2 国の法律による規制について（平成29年：n=2,984、平成27年：n=1,600）



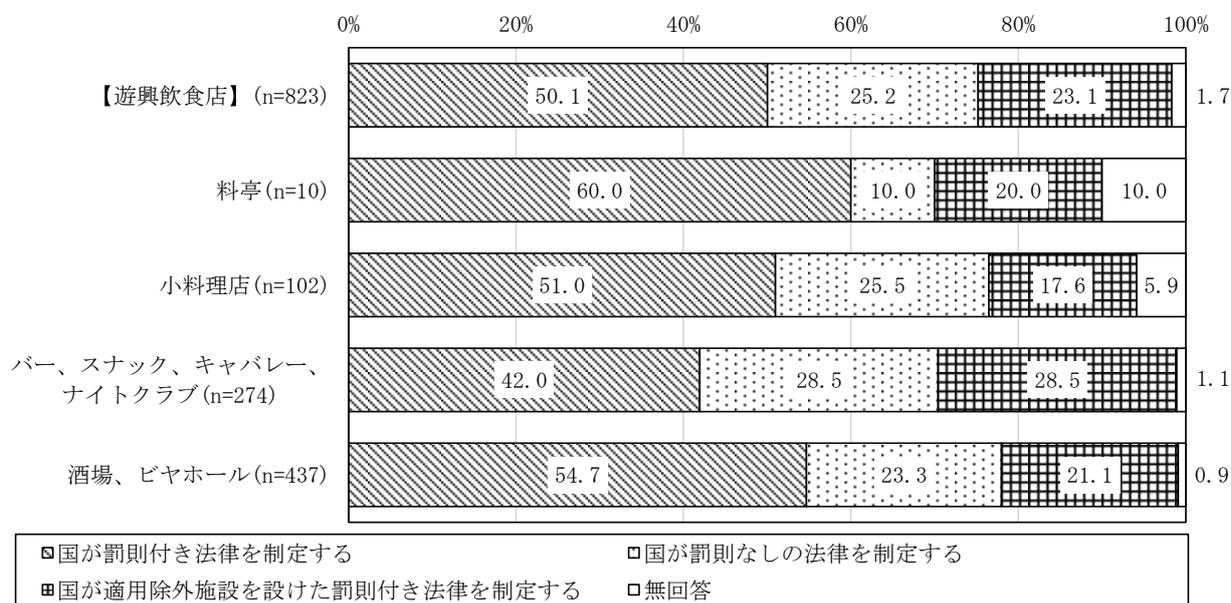
具体的な規制内容については、「国が罰則付き法律を制定する」が50.1%でトップとなっている。次いで「国が罰則なしの法律を制定する」が25.2%、「国が適用除外施設を設けた罰則付き法律を制定する」は23.1%となっている。

表 25-2-1 具体的な規制内容 (n=823)

	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
【遊興飲食店】	412 (50.1)	207 (25.2)	190 (23.1)	14 (1.7)	823 (100.0)
料亭	6 (60.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	1 (10.0)	10 (100.0)
小料理店	52 (51.0)	26 (25.5)	18 (17.6)	6 (5.9)	102 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	115 (42.0)	78 (28.5)	78 (28.5)	3 (1.1)	274 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど)	239 (54.7)	102 (23.3)	92 (21.1)	4 (0.9)	437 (100.0)

上段：件数
下段：構成比

図 25-2-1 具体的な規制内容 (n=823)



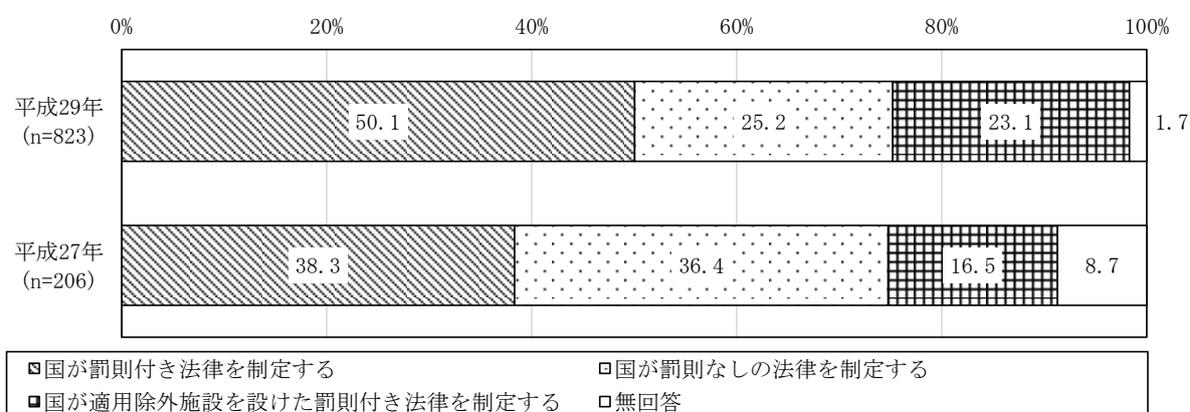
《経年比較》

「国が罰則付き法律を制定する」が平成27年よりも11.8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6.6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=823、平成27年：n=206）

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	412	50.1%	79	38.3%
国が罰則なしの法律を制定する	207	25.2%	75	36.4%
国が適用除外施設を設けた罰則付き法律を制定する	190	23.1%	34	16.5%
無回答	14	1.7%	18	8.7%
合計	823	100.0%	206	100.0%

図 25-2-2 具体的な規制内容（平成29年：n=823、平成27年：n=206）



(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 条例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、「条例による規制はしてほしくない」(64.2%)が「条例による規制があるほうが良い」(28.3%)を大きく上回っている。

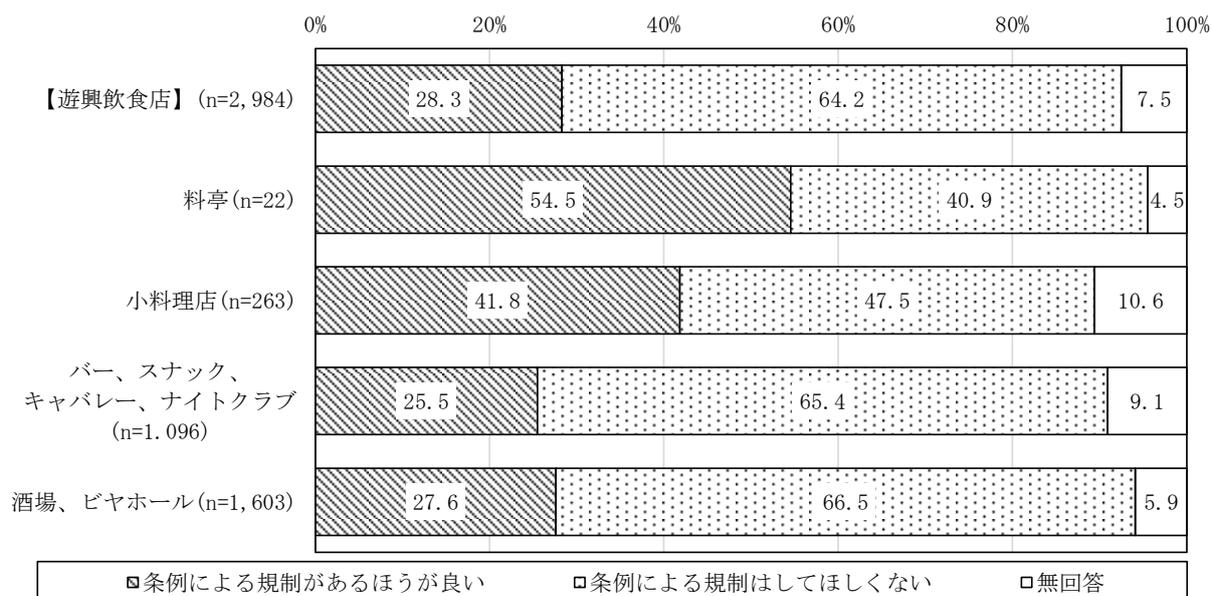
業種別にみると、「条例による規制があるほうが良い」は<小料理店>(41.8%)で高くなっている。

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=2,984)

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
【遊興飲食店】	843 (28.3)	1,917 (64.2)	224 (7.5)	2,984 (100.0)
料亭	12 (54.5)	9 (40.9)	1 (4.5)	22 (100.0)
小料理店	110 (41.8)	125 (47.5)	28 (10.6)	263 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、 ナイトクラブ	279 (25.5)	717 (65.4)	100 (9.1)	1,096 (100.0)
酒場、ビヤホール(居酒屋、 焼鳥屋、ダイニングバーなど)	442 (27.6)	1,066 (66.5)	95 (5.9)	1,603 (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=2,984)



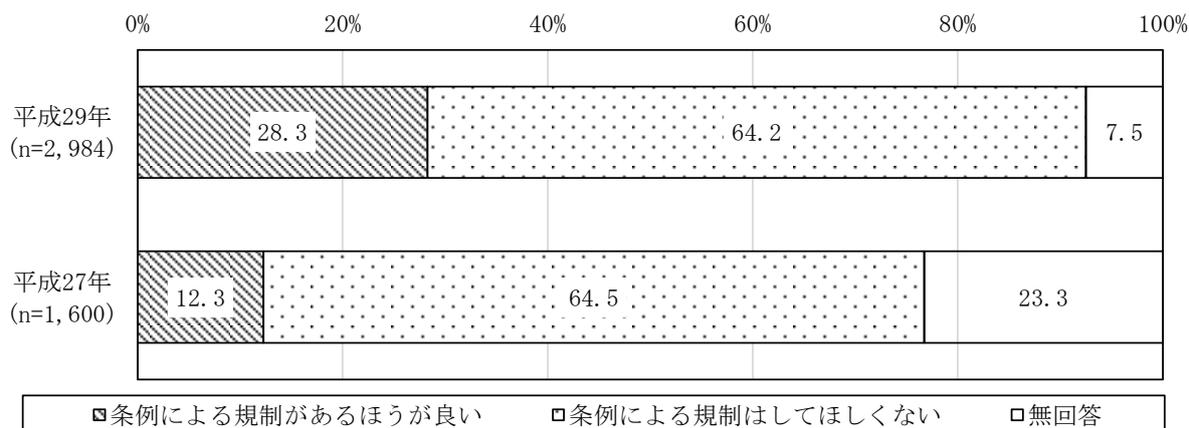
《経年比較》

「条例による規制があるほうが良い」は、平成27年（12.3%）に比べて16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=2,984、平成27年：n=1,600）

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	843	28.3%	196	12.3%
条例による規制はしてほしくない	1,917	64.2%	1,032	64.5%
無回答	224	7.5%	372	23.3%
合計	2,984	100.0%	1,600	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=2,984、平成27年：n=1,600）

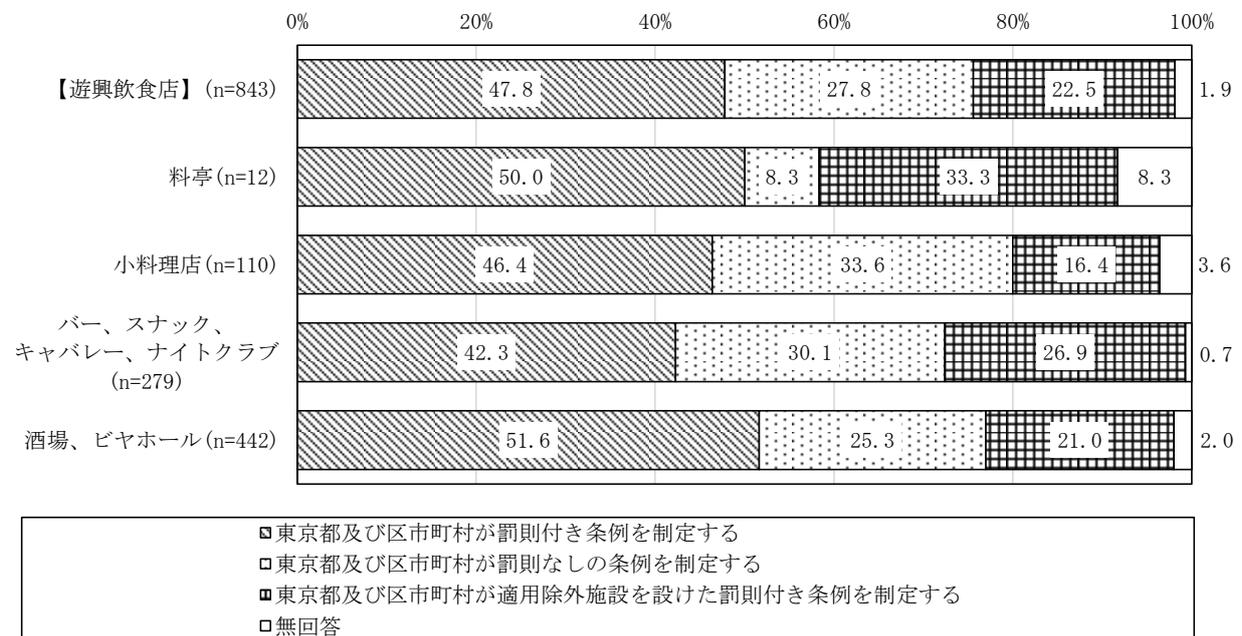


具体的な規制内容については、「東京都及び区市町村が罰則付き条例を制定する」が47.8%でトップとなっている。次いで「東京都及び区市町村が罰則なしの条例を制定する」が27.8%、「東京都及び区市町村が適用除外施設を設けた罰則付き条例を制定する」は22.5%となっている。

表 26-2-1 具体的な規制内容 (n=843)

	上段：件数				合計
	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	
【遊興飲食店】	403 (47.8)	234 (27.8)	190 (22.5)	16 (1.9)	843 (100.0)
料亭	6 (50.0)	1 (8.3)	4 (33.3)	1 (8.3)	12 (100.0)
小料理店	51 (46.4)	37 (33.6)	18 (16.4)	4 (3.6)	110 (100.0)
バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ	118 (42.3)	84 (30.1)	75 (26.9)	2 (0.7)	279 (100.0)
酒場、ビヤホール（居酒屋、焼鳥屋、ダイニングバーなど）	228 (51.6)	112 (25.3)	93 (21.0)	9 (2.0)	442 (100.0)

図 26-2-1 具体的な規制内容 (n=843)



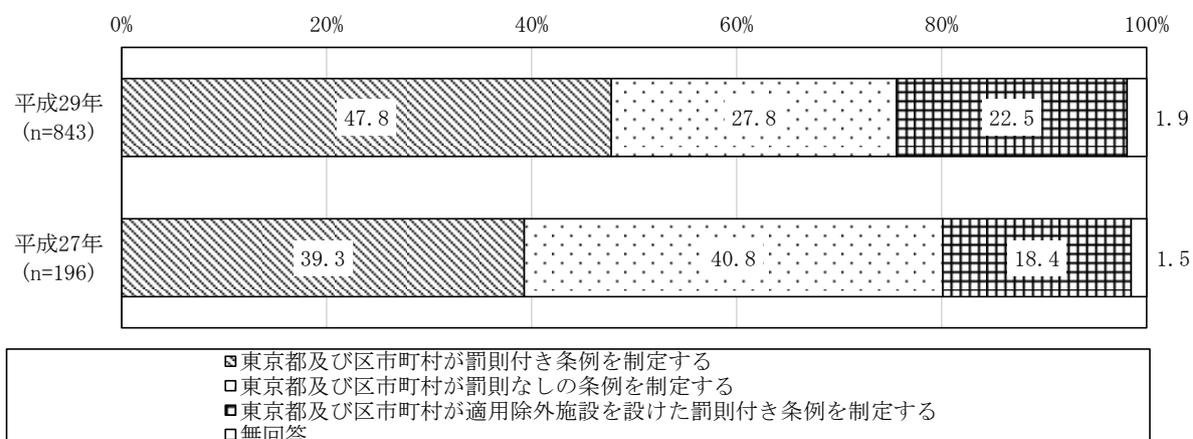
《経年比較》

「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8.5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13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=843、平成27年：n=196）

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	403	47.8%	77	39.3%
東京都及び区市町村が罰則なしの条例を制定する	234	27.8%	80	40.8%
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	190	22.5%	36	18.4%
無回答	16	1.9%	3	1.5%
合計	843	100.0%	196	100.0%

図 26-2-2 具体的な規制内容（平成29年：n=843、平成27年：n=196）



(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」(34.1%) が最も多く、「建物内禁煙(喫煙室設置不可)を義務化」(11.9%)が続いている。一方「規制は不要」も34.0%と多くなっている。

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=2,984)

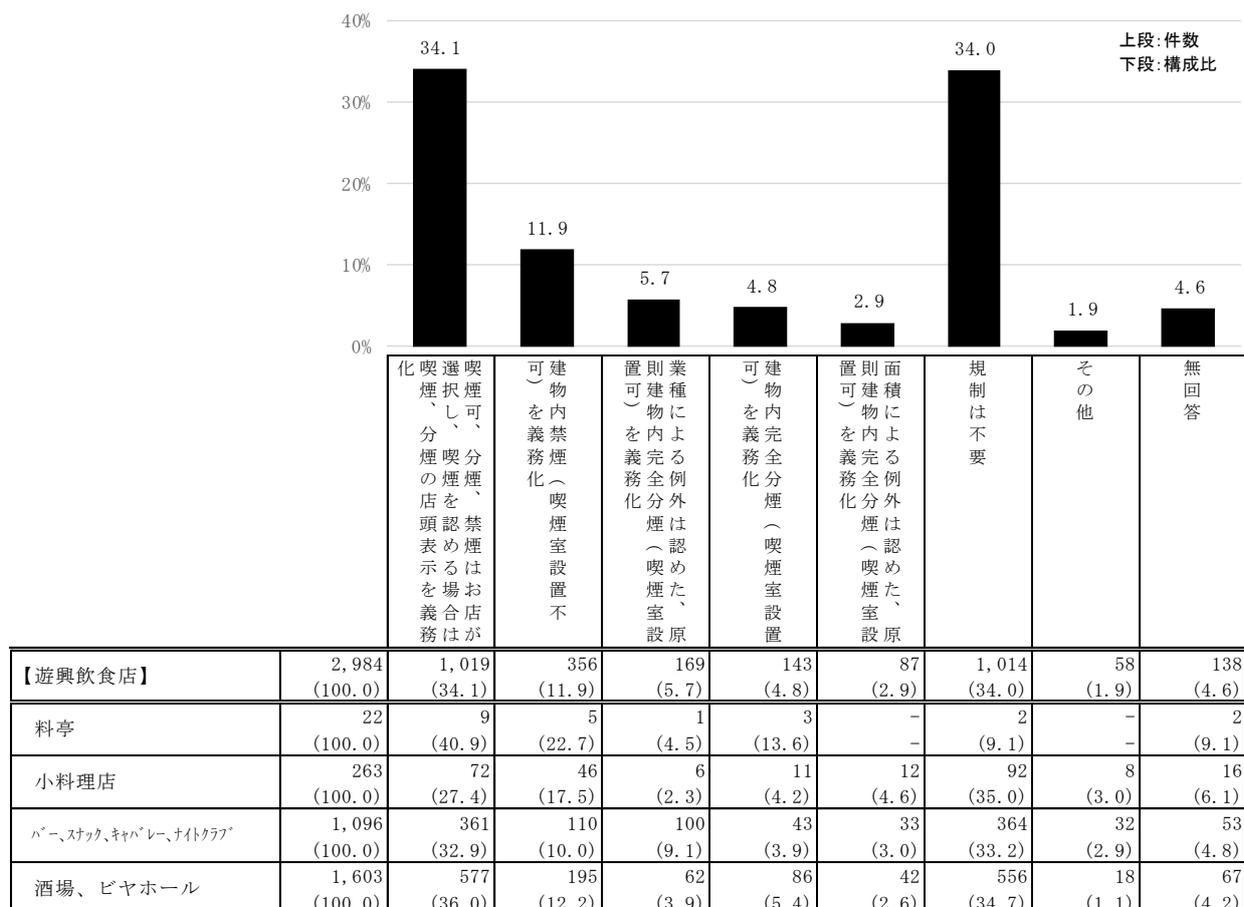
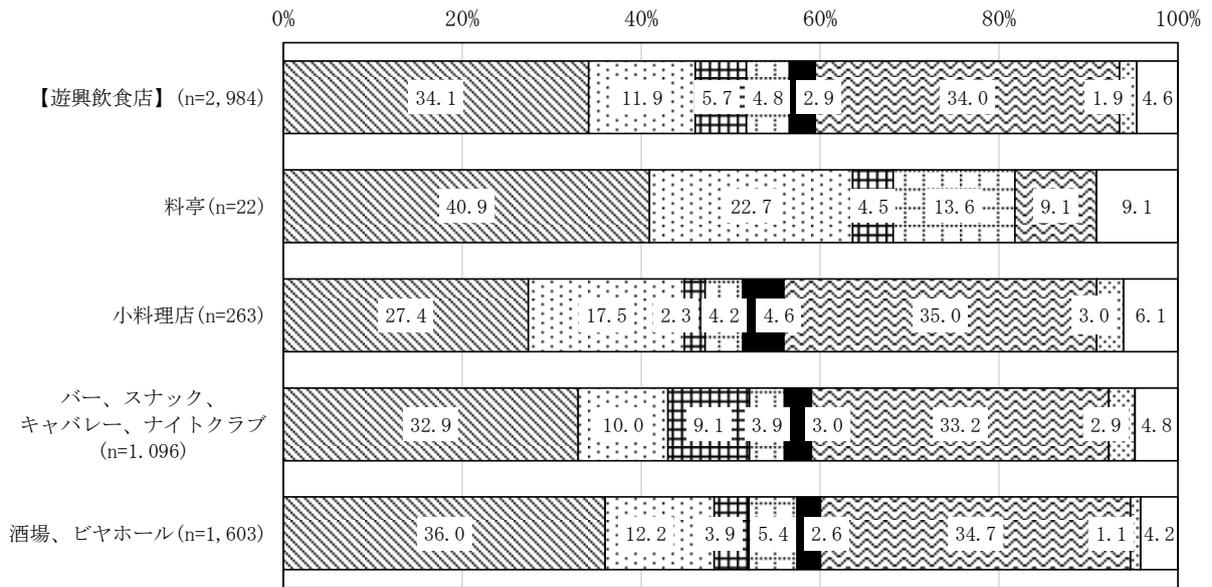


図 27-2 受動喫煙防止対策強化のための望ましい規制内容 (n=2,984)



- ▣ 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
- ▣ 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
- 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
- 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
- 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、「売上が減少する」という意見が最も多く、55.5%と半数を超えている。次いで、「わからない・どちらともいえない」（27.7%）、「売上げに影響はない」（12.8%）の順となっている。

業種別にみると、「売上が減少する」という見方は<バー、スナック、キャバレー、ナイトクラブ>（60.7%）や<酒場・ビヤホール>（54.7%）で高く、<小料理店>（40.7%）では低い。

図 28-1 規制が導入された場合の経営への影響（n=2,984）

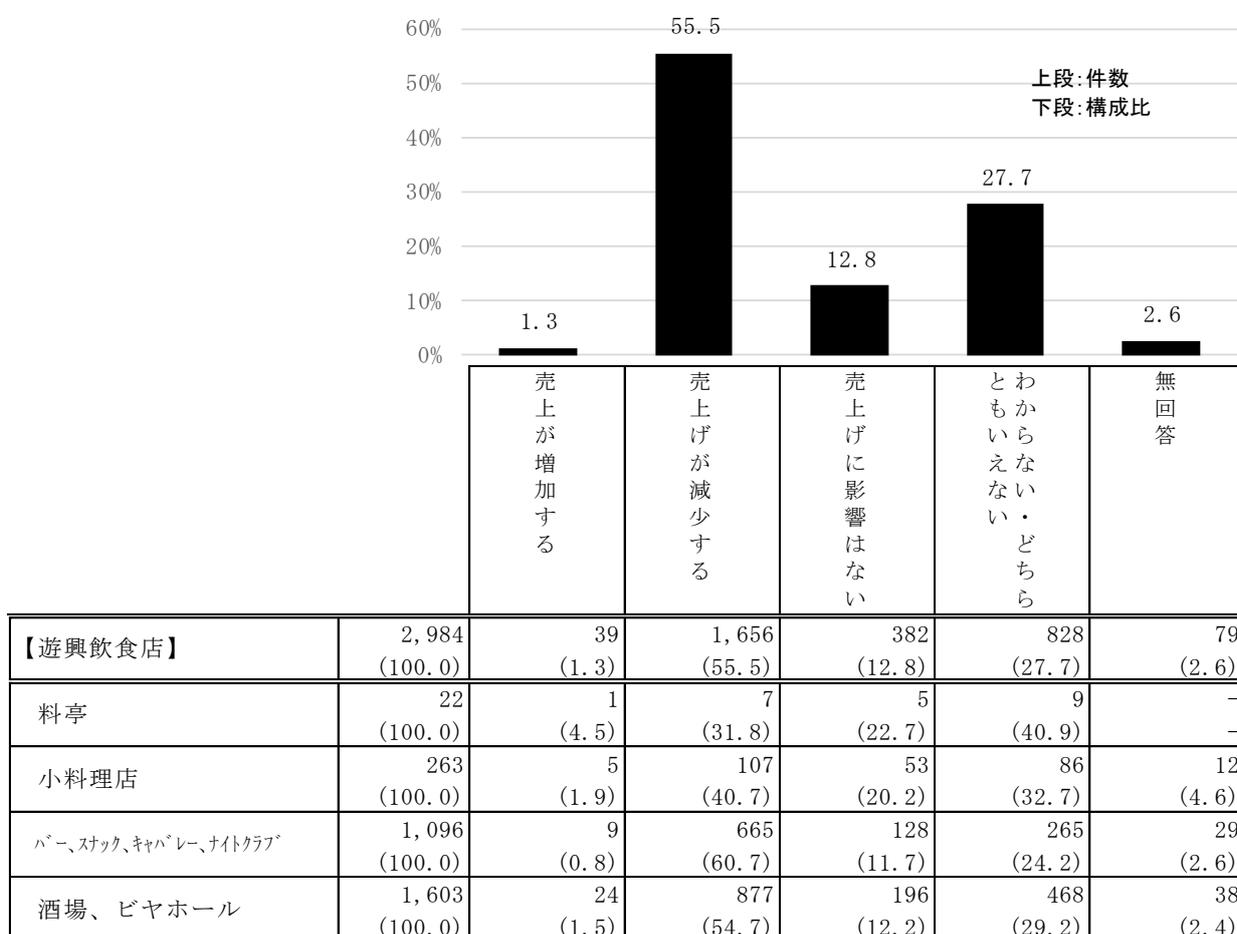


図 28-2 規制が導入された場合の経営への影響 (n=2,984)

