

飲食店における受動喫煙防止対策の実態と禁煙化による 経営への影響についての考察

ウサミ タケン イナバ アキホ ヨシダ ヒロシ
宇佐美 毅* 稲葉 明穂* 吉田 宏*
イカリ アキラ トミナガ スケタミ
五十里 明* 富永 祐民^{2*}

目的 本研究の目的は、飲食店における受動喫煙防止対策の現状とともに、飲食店禁煙化が経営に与える影響について明らかにすることである。

方法 愛知県全域（ただし、名古屋市、豊橋市、豊田市、岡崎市を除く）の飲食店8,558店舗を対象として、調査員の訪問調査により、受動喫煙対策の実施状況、禁煙後の来客数と売り上げの変化等を調べた。調査期間は、平成21年11月1日から平成22年2月末までとした。

結果 質問に回答した店舗は7,080店舗(82.7%)で、受動喫煙対策の実施状況は禁煙店舗が16.4%、分煙店舗が20.2%であり、残りの63.4%の店舗では受動喫煙対策は未実施であった。

飲食店の業種別にみると、カレー専門店、ファストフード店、などでは禁煙が進んでおり、バー、焼肉店、居酒屋、お好み焼き店などではほとんど禁煙化が進んでおらず、飲食店の受動喫煙対策は二極化していることが判明した。また、禁煙店舗については禁煙化後の来客数と売り上げは約95%の店舗で変化がなく、来客数と売り上げが増えた店舗が1.5%、減った店舗が3.9%であった。

結論 愛知県で行われた大規模な、飲食店における受動喫煙対策の実態と禁煙化による経営に関する調査によると、禁煙化による顧客数や売り上げの減少など影響は少ないと考えられた。

Key words : 受動喫煙, 禁煙, 飲食店, たばこ, 売り上げ, 来客数

I はじめに

わが国では、平成15年の健康増進法の施行ならびに平成17年のたばこ規制枠組み条約の発効を契機として、受動喫煙対策が進んでいる。平成22年には神奈川県で受動喫煙防止条例が施行された。しかし、小規模飲食店では、喫煙室の設置に費用がかかること、禁煙化により喫煙している顧客が他の飲食店へ逃げてしまう懸念などの理由により、受動喫煙対策が進んでいない。

一方、法律によって飲食店の喫煙を規制している諸外国における飲食店禁煙化の経営への影響を調べた調査では、禁煙化が経営に影響を与えない¹⁾、あるいは利益をもたらす²⁾との結論が出ているが、わが国でもこのような調査について報告されているものの、その殆どがアンケート調査であることから回答率が約30%と低く信頼性について疑問がある。

そこで、今回飲食店の禁煙化の実態把握、禁煙化による顧客・売り上げの変化を調べるために、行政調査として愛知県下の飲食店を対象にした大規模な訪問調査を行い、わが国の禁煙化による経営への影響について検証したので報告する。

II 研究方法

平成21年8月末時点で、愛知県全域の食品営業施設のうち、飲食店業（一般食堂・レストラン等）に分類された店舗のすべて10,944店（ただし、政令指定都市（名古屋市）、中核市（豊田市・豊橋市・岡崎市）4市内のおよそ22,000店は、愛知県の所管外であり、飲食店営業許可台帳を管理していないため含まない）を調査対象とした。

1. 調査期間

平成21年11月1日から平成22年2月末まで

2. 調査員

調査員は、ハローワーク、シルバー人材センターを通じて採用した新規雇用22人を含む、23人とし、県内を11地区に分け、調査員を割り当てた。事前に接遇、たばこの害、禁煙・分煙定義を含む受動喫煙

* 愛知県健康福祉部

^{2*} 元愛知県がんセンター

連絡先 〒442-0068 愛知県豊川市諏訪三丁目237
豊川保健所 宇佐美毅

防止対策の考え方について研修を調査員に受講させた後に、対象店舗の訪問調査を行った。

3. 面接方法

あらかじめ調査員から電話により各店舗へ訪問の日程と時間を調整し、調査協力の同意が得られた各店舗への訪問を実施した。各調査員には県発行の調査員証を携行させた。訪問時には調査員証を提示の上、調査の目的、健康増進法の趣旨、たばこの害、受動喫煙の害、受動喫煙防止対策などについて説明を行った上で、経営者または施設管理者からの聞き取りおよび目視により調査を行った。

4. 調査方法

調査内容は、主な客層、営業時間、客席数、禁煙・分煙実施状況、健康増進法の認知状況、従業員に対するたばこの健康影響に対する情報提供の状況、従業員の喫煙率、たばこの販売状況、禁煙実施中の店舗に対しては禁煙化後の来客数、売り上げ、客層の変化等の項目を含む22項目とした。

5. 用語の定義

1) 禁煙・分煙

本調査の中で使用される禁煙・分煙の用語については、次のいずれかの条件を満たすものと定義した。

(1) 禁煙

- 敷地内禁煙
- 店舗（建物）内禁煙（出入り口付近に灰皿スタンド等なし）
- 店舗（建物）内禁煙（出入り口付近に灰皿スタンド等あり）

(2) 分煙

- 全席禁煙で店内もしくは施設内に隔離された喫煙コーナーを設けている。
- 完全空間分煙：喫煙席と禁煙席が別空間
- 時間・曜日禁煙：特定の曜日や時間帯に全席禁煙としている。
- 喫煙席と禁煙席が同一空間

2) 業種の分類

本調査の中で使われる業種分類は日本標準産業分類（第12回改定）の飲食業の分類区分を参考に一部改変したものを使用した。

Ⅲ 研究結果

1. 受動喫煙対策の実施状況

表1は調査対象の回答率を示したものである。調査対象10,944店中、存在が確認できた店舗が8,558店、そのうち調査に協力が得られた店舗7,080店から回答が得られ、有効回答率は82.7%であった。業種別にはその他が35.7%、バーが61.0%の順に低かったが、それ以外の業種は80%以上の回答率であっ

表1 業種別回答率

種別	店舗数	回答数	回答率
和食	1,458	1,291	88.5%
洋食	597	500	83.8%
中華（ラーメン）	1,042	884	84.8%
喫茶・カフェ	2,430	2,151	88.5%
バー	82	50	61.0%
居酒屋	426	361	84.7%
ファミリーレストラン	187	175	93.6%
ファストフード	240	208	86.7%
そば・うどん	555	512	92.3%
寿司	53	50	94.3%
焼肉	334	291	87.1%
レストラン	221	181	81.9%
カレー専門店	75	66	88.0%
お好み焼き	96	88	91.7%
その他	762	272	35.7%
合計	8,558	7,080	82.7%

た。

表2は禁煙・分煙の実施状況を業種別に示したものである。全体の禁煙実施率は16.4%であり、業種別ではカレー専門店、ファストフード店などで禁煙実施率が高く（68-74%）、バー、焼肉店、居酒屋、お好み焼き店などでは低い結果となった（0-2%）。全体の分煙実施率は、20.2%であり、業種別ではファミリーレストランが高く、バー、寿司、居酒屋、カレー専門店などで低い結果となった。また、禁煙・分煙のどちらも実施していない店舗は63.4%であった。

表3は、業種別にみた分煙実施状況の内訳を示したものである。「全席禁煙で店内もしくは施設内に隔離された喫煙コーナーを設けている」店舗は、その他、レストラン、ファストフードなどの業種で多い結果となった。完全空間分煙を実施している店舗は、ファストフード、和食などで多い結果となった。一方、時間・曜日禁煙は、寿司、中華（ラーメン）、居酒屋で多く、喫煙席と禁煙席が同一空間となっている店舗割合は、カレー専門店、お好み焼き店、焼肉店で多い結果となった。

図1は、客席規模別の禁煙・分煙の店舗数・割合を調べた結果である。禁煙実施率は、客席規模に関係なくほぼ一定の率となっているが、分煙実施率

表2 業種別禁煙・分煙実施状況

種別	受動喫煙防止対策実施率						未実施		合計
	禁煙		分煙		計		店舗数	%	店舗数
	店舗数	%	店舗数	%	店舗数	%			
和食	156	12.1%	269	20.8%	425	32.9%	866	67.1%	1,291
洋食	145	29.0%	168	33.6%	313	62.6%	187	37.4%	500
中華(ラーメン)	132	14.9%	173	19.6%	305	34.5%	579	65.5%	884
喫茶・カフェ	235	10.9%	329	15.3%	564	26.2%	1,587	73.8%	2,151
バー	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	50	100.0%	50
居酒屋	3	0.8%	20	5.5%	23	6.4%	338	93.6%	361
ファミリーレストラン	12	6.9%	127	72.6%	139	79.4%	36	20.6%	175
ファストフード	141	67.8%	47	22.6%	188	90.4%	20	9.6%	208
そば・うどん	118	23.0%	123	24.0%	241	47.1%	271	52.9%	512
寿司	16	32.0%	2	4.0%	18	36.0%	32	64.0%	50
焼肉	2	0.7%	40	13.7%	42	14.4%	249	85.6%	291
レストラン	57	31.5%	53	29.3%	110	60.8%	71	39.2%	181
カレー専門店	49	74.2%	6	9.1%	55	83.3%	11	16.7%	66
お好み焼き	2	2.3%	10	11.4%	12	13.6%	76	86.4%	88
その他	95	34.9%	60	22.1%	155	57.0%	117	43.0%	272
合計	1,163	16.4%	1,427	20.2%	2,590	36.6%	4,490	63.4%	7,080

は、客席数が増加するに従い増加し、未対策の店舗の割合は客席数が増加に伴い減少する傾向という関係がみられた。

2. 禁煙化後の来客数と売り上げの変化

表4、表5は禁煙実施店舗1,163店に対し禁煙化後の状況(来客数および売り上げ)を聞いた結果を業種ごとにまとめたものである。来客数については、来客数が「増えた」18店(1.5%)、「変化なし」1,100店(94.6%)、「減った」45店(3.9%)であった。売り上げについては、「増えた」17店(1.5%)、「変化なし」1,101店(94.7%)、「減った」45店(3.9%)であった。

業種別にみると、従来禁煙化が難しいとされ、禁煙実施率が低い業種の居酒屋(3店舗)、焼肉店(2店舗)、お好み焼き店(2店舗)のいずれの店舗においても、来客数・売り上げの減少はなかったとの回答であった。

表6は、禁煙化後の客層の変化について業種ごとにまとめたものである。客層の変化は、「変化なし」1,135店(97.6%)、「変わった」28店(2.4%)となった。

IV 考 察

1. 調査方法

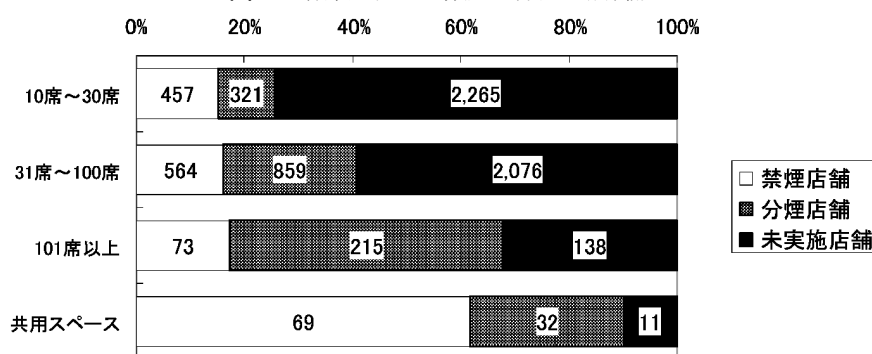
東京都³⁾、大阪府⁴⁾、神奈川県⁵⁾、横浜市⁶⁾などにおいても飲食店の受動喫煙対策について調査を行っているが、アンケート調査によるものが多く、回答率は30%台にとどまっている。また神奈川県⁵⁾の調査では、禁煙化による売り上げの変化予測も行っているが、将来予測であり、実測値ではない。

今回愛知県で実施した調査では、愛知県下の8,558店舗に対し訪問調査を行い、受動喫煙対策の実施状況や禁煙化の影響を調べたところ、回答率が82.7%と高率であった。本調査の長所としては、訪問調査を行ったために回答率が高かったこと、悉皆調査により多数の店舗を対象としていることが上げられるが、短所としては、政令指定都市と中核市が除かれているため、地域の偏りがあること、また、売り上げや、来客数については、経営情報であり実数を得ることが難しく、店舗の経営者や店長の感覚の聞き取り調査によったため、回答者の主観的なデータとなっていることがあげられる。

表3 業種別分煙の内訳

種別	全席禁煙で店内もしくは施設内に隔離された喫煙コーナーを設けている		完全空間分煙		時間・曜日禁煙		喫煙席と禁煙席が同一空間		合計 店舗数
	店舗数	%	店舗数	%	店舗数	%	店舗数	%	
和食	32	11.9%	60	22.3%	66	24.5%	111	41.3%	269
洋食	9	5.4%	30	17.9%	57	33.9%	72	42.9%	168
中華（ラーメン）	17	9.8%	14	8.1%	75	43.4%	67	38.7%	173
喫茶・カフェ	23	7.0%	48	14.6%	47	14.3%	211	64.1%	329
バー	0	—	0	—	0	—	0	—	0
居酒屋	0	0.0%	3	15.0%	8	40.0%	9	45.0%	20
ファミリーレストラン	6	4.7%	14	11.0%	15	11.8%	92	72.4%	127
ファストフード	8	17.0%	12	25.5%	4	8.5%	23	48.9%	47
そば・うどん	15	12.2%	21	17.1%	36	29.3%	51	41.5%	123
寿司	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	1	50.0%	2
焼肉	0	0.0%	7	17.5%	2	5.0%	31	77.5%	40
レストラン	10	18.9%	3	5.7%	10	18.9%	30	56.6%	53
カレー専門店	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	5	83.3%	6
お好み焼き	0	0.0%	0	0.0%	2	20.0%	8	80.0%	10
その他	12	20.0%	12	20.0%	11	18.3%	25	41.7%	60
合計	132	9.3%	225	15.8%	334	23.4%	736	51.6%	1,427

図1 客席規模別の禁煙・分煙の店舗数



2. 調査結果

禁煙の実施率は、業種により影響を受けるが、客席の規模との関連性は認められなかった。一方、分煙の実施率は、業種や客席の規模に大きく関係し、客席数が増えるに従い分煙の実施率が高くなった。さらに、分煙であっても、その内容は業種により大きく違いがあることが判明した。これらのことにより禁煙は客の来店目的（食事中心か、飲酒や談話中心か）の違いなどが、分煙はこれに加え、物理的に喫煙スペースが確保できるかどうかその実施内

容に大きく影響していると推察する。

禁煙化と経営への影響については、禁煙店における禁煙化後の来客数・売り上げ・客層について変化がなかったことから、禁煙化が従来からの客からも支持を受けていると推察される。この禁煙化後の売り上げの変化については、大阪府でも調査⁴⁾が行われている。

大阪府の調査では、回答の選択肢として本県調査にはない「最初から終日全面禁煙」、「わからない」が設定されているが、「最初から終日全面禁煙」の

表4 業種別禁煙化後の来客数の変化(店舗数・%)

種 類	禁煙店数	来 客 数					
		減 少	%	不 変	%	増 加	%
和食	156	5	3.2%	148	94.9%	3	1.9%
洋食	145	7	4.8%	136	93.8%	2	1.4%
中華(ラーメン)	132	6	4.5%	124	93.9%	2	1.5%
喫茶・カフェ	235	5	2.1%	229	97.4%	1	0.4%
バー	0	0	—	0	—	0	—
居酒屋	3	0	0.0%	3	100.0%	0	0.0%
ファミリーレストラン	12	0	0.0%	12	100.0%	0	0.0%
ファストフード	141	4	2.8%	134	95.0%	3	2.1%
そば・うどん	118	7	5.9%	106	89.8%	5	4.2%
寿司	16	1	6.3%	15	93.8%	0	0.0%
焼肉	2	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%
レストラン	57	2	3.5%	54	94.7%	1	1.8%
カレー専門店	49	4	8.2%	45	91.8%	0	0.0%
お好み焼き	2	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%
その他	95	4	4.2%	90	94.7%	1	1.1%
合 計	1,163	45	3.9%	1,100	94.6%	18	1.5%

表5 業種別禁煙化後の売り上げの変化(店舗数・%)

種 類	禁煙店数	売 り 上 げ					
		減 少	%	不 変	%	増 加	%
和食	156	6	3.8%	148	94.9%	2	1.3%
洋食	145	7	4.8%	137	94.5%	1	0.7%
中華(ラーメン)	132	6	4.5%	125	94.7%	1	0.8%
喫茶・カフェ	235	5	2.1%	227	96.6%	3	1.3%
バー	0	0	—	0	—	0	—
居酒屋	3	0	0.0%	3	100.0%	0	0.0%
ファミリーレストラン	12	0	0.0%	12	100.0%	0	0.0%
ファストフード	141	4	2.8%	133	94.3%	4	2.8%
そば・うどん	118	7	5.9%	107	90.7%	4	3.4%
寿司	16	1	6.3%	15	93.8%	0	0.0%
焼肉	2	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%
レストラン	57	2	3.5%	54	94.7%	1	1.8%
カレー専門店	49	3	6.1%	45	91.8%	1	2.0%
お好み焼き	2	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%
その他	95	4	4.2%	91	95.8%	0	0.0%
合 計	1,163	45	3.9%	1,101	94.7%	17	1.5%

表6 業種別客層の変化
(店舗数・%)

種類	禁煙 店舗数	客層			
		変化	%	不変	%
和食	156	5	3.2%	151	96.8%
洋食	145	5	3.5%	140	96.6%
中華(ラーメン)	132	1	0.8%	131	99.2%
喫茶・カフェ	235	3	1.3%	232	98.7%
バー	0	—	—	—	—
居酒屋	3	0	0.0%	3	100.0%
ファミリーレス トラン	12	0	0.0%	12	100.0%
ファストフード	141	4	2.8%	137	97.2%
そば・うどん	118	3	2.5%	115	97.5%
寿司	16	1	6.3%	15	93.8%
焼肉	2	0	0.0%	2	100.0%
レストラン	57	2	3.5%	55	96.5%
カレー専門店	49	3	6.1%	46	93.9%
お好み焼き	2	0	0.0%	2	100.0%
その他	95	1	1.1%	94	99.0%
合計	1,163	28	2.4%	1,135	97.6%

店舗は、調査時まで経営を継続できていたという点で、少なくとも調査時点では経営が成り立っていると考えられるため、これを分母に含めて売り上げが減った店舗の割合をみると9.8%となり、本県の3.9%と比べ6ポイント高くなっている。これは、大阪府調査では、政令指定都市、中核市など都市部を含む広い地域を対象地域としていることが影響しているものと推察されるが、本県、大阪府のいずれの調査結果においても、9割以上は禁煙化の売り上げへの影響は無いという結果を示しており、地域性に関係なく、禁煙化後売り上げの変化がない事が推察される。

飲食店の立場からは、受動喫煙対策を推進するにあたり、禁煙化による客離れの懸念から、喫煙スペースを確保できる場合は、第一選択として分煙を選択するケースが多いと考えられる。しかし、飲食店においては、完全に隔離された喫煙場所を設けた場合であっても従業員がたばこ煙に暴露し、従業員の健康を害するおそれがあることが指摘されている⁷⁾ことから、禁煙化が経営的にも影響を与えないことを併せて考えると、完全禁煙化が広い業種にわたり

最善の選択であると考えられる。

V 結 語

今回の調査で、飲食店の禁煙化は最善の選択であることを示すことが出来た。しかし、飲食店禁煙化が成功する要因を調べることは出来なかった。今後は、「5年後の禁煙・喫煙可営業継続率」追跡調査などで、禁煙営業を成功させる要因を解明し、飲食店への支援方法を検討する必要があると考える。

本調査は国の緊急雇用創出事業臨時特例交付金を財源とする緊急雇用創出事業基金を活用して実施された。また、本調査を実施するにあたり、ご協力いただいた禁煙スタイル主宰岩崎拓哉氏を始め関係各位に厚く感謝の意を表したい。

(受付 2011. 7.14)
(採用 2012. 4.25)

文 献

- 1) Scollo M, Lal A, Hyland A, et al. Review of the quality of studies on the economic effects of smoke-free policies on the hospitality industry. *Tobacco Control* 2003; 12(1): 13-20.
- 2) Alamar BC, Glantz SA. Smoke-free ordinances increase restaurant profit and value. *Contemporary Economic Policy* 2004; 22(4): 520-525.
- 3) 東京都福祉保健局. 平成20年度 飲食店の受動喫煙防止対策に関する実態調査結果. 2009. http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/kenko_zukuri/tk_jouhou/j_kitsuen/insyokuentaisaku/conclusion/index.html (2012年6月11日アクセス可能)
- 4) 大阪府健康医療部保健医療室健康づくり課. 「飲食店における受動喫煙防止に関するアンケート」調査結果. 2010. <http://www.pref.osaka.jp/attach/2440/00099432/innsyokutenntyousakekka.doc> (2012年6月11日アクセス可能)
- 5) 神奈川県商工労働部商業観光流通課. 受動喫煙防止対策に関する飲食店及び宿泊施設に対する意識調査の結果について. 2008. <http://www.pref.kanagawa.jp/prs/p33575.html> (2012年3月26日アクセス可能)
- 6) 横浜市健康福祉局保健事業課. 平成22年度 横浜市内飲食店における受動喫煙防止対策アンケート調査. 2011. <http://www.city.yokohama.lg.jp/kenko/kinen/pdf/insyokuten.pdf> (2012年3月26日アクセス可能)
- 7) 大和 浩, 井上智博, 本多 融, 他. 受動喫煙防止の法規制の戦略的実現とその効果検証に関する研究. 平成22年度厚生労働科学研究費補助金(第3次対がん総合戦略研究事業)総括・分担研究報告書 発がんリスクの低減に資する効果的な禁煙推進のための環境整備と支援方策の開発ならびに普及のための制度化に関する研究(主任研究者 中村正和) 2011; 70-78.

A survey examining the countermeasures taken by restaurants to prevent passive smoking and an analysis of the economic impact of smoking prohibition in restaurants

Takeshi USAMI*, Akiho INABA*, Hiroshi YOSHIDA*, Akira IKARI* and Suketami TOMINAGA^{2*}

Key words : passive smoking, non-smoking, restaurants, tobacco, sales, number of customers

Objectives This study examines the countermeasures taken by restaurants to prevent passive smoking and the impact of smoking prohibition on both the number of customers and sales volume in restaurants.

Methods An interview-based survey was administered to 8,558 restaurant managers in Aichi prefecture. The survey questions concerned the countermeasures taken against passive smoking within each restaurant and the effect of the prohibition of smoking on both the number of customers and sales volume between November 1, 2009, and February 26, 2010.

Results Seven thousand and eighty managers responded to the survey (response rate 83%). The proportion of managers of restaurants with a complete smoking ban was 16.4%, of restaurants with a smoking and non-smoking room or section was 20.2%, and of restaurants where no countermeasures were taken was 63.4%. The results showed that among the restaurants with a complete smoking ban, the number of customers and sales volume increased in 1.5%, decreased in 3.9%, and did not change in 95%. Differences in countermeasures were seen according to the type of restaurant. A high proportion of restaurants with a complete ban were curry shops and fast food restaurants, while few such restaurants were bars or Izakaya (Japanese style bars) and Yakiniku (Korean style BBQ) restaurants.

Conclusion The results of this large-scale survey in Aichi prefecture suggest that the economic impact of smoking prohibition in restaurants, in terms of the number of customers and sales volume, is small.

* Department of Health and Public Welfare, Aichi Prefecture,

^{2*} Ex Aichi Cancer Center