

# 神奈川県「受動喫煙防止条例」 経済損失3カ年で237億円の試算が！

——様々な産業に打撃。全国に波及すれば487.9億円の損失に

昨年4月に神奈川県で「公共的施設における受動喫煙防止条例」が施行されてから1年が経とうとしている。同条例が多く飲食店の売上にマイナス影響を及ぼしていることは、小誌2010年10月号掲載のレポートでも明らかにしたが、その影響は飲食店だけにとどまらない。同条例による経済損失は3カ年で237億円になると試算されており、他の産業にも影響が広がっているようだ。

## 調査対象の産業を幅広く 選定して影響金額を算出

神奈川県で施行された「公共的施設における受動喫煙防止条例」は、飲食店だけでなく、宿泊施設や関連産業にも影響を与えている。同条例は、受動喫煙を防ぐという点では一定の評価を得ているものの、経済面においてはプラスよりもマイナスの影響が大きく、多大な経済損失になると試算された。

（株）富士経済の試算によれば、神奈川県「受動喫煙防止条例」の県内における経済波及効果は2010年がマイナス54億8800万円、

2011年が同106億4800万円、2012年が同76億円。3カ年合計の経済損失は237億3600万円にも及ぶ（表1）。神奈川県にある横浜スタジアムの入場料収入が年間30億円程度と言われるが、その約8年分がわずか3年で損失する計算になる。

経済波及効果の試算には、「外

食」だけでなく「宿泊施設」や「商業施設」、さらに「分煙機器」、「後付分煙工事、喫煙ルーム」など、条例の影響を受けると思われる産業を幅広く調査対象として選定。調査対象産業の企業に売上の推移（2010年見込み、2011年—2012年予測）、条例施行によって生じた需要および損失などをヒアリング調査し、業界全体の影響金額を推計した（表2）。

さらに、選定した各産業の需要変化が関連産業に与える影響金額も算出。例えば、飲食店の売上が減少して仕入れの量が減れば、食品や飲料をはじめとする関連産業にも影響が及ぶ。

そうした関連産業の影響金額は、総務省が公表している全国版産業連関表をもとに、三菱UFJ

リサーチ&コンサルティングがオリジナルの算出モデルを構築。算出モデルに調査結果の数字をインプットし、関連産業を含む社会全体への経済波及効果を算出した。それが先述した表1の経済波及効果の数字だ。

## 「外食」だけでなく、 「宿泊施設」にも打撃

産業別の影響金額を見ると、やはり損失額が大きいのが「外食」。小誌10月号で紹介した神奈川県の飲食店の調査結果でも、条例基準内の分煙や禁煙に変更した多くの店で売上減少が見られた。例えば、条例施行後に条例基準内に店舗の喫煙環境を変更した外食チェーン企業では、64社中27社、約42%の



表3 条例が「外食」産業に及ぼす影響金額(2010年) (百万円)

神奈川県	FF	FR	喫茶	料飲店	専門店
-7,650	-100	-2,300	-300	-3,300	-1,650

●算出の考え方

	影響を受けた業態	影響が発生したパターン	影響度合
FF	ハンバーガー、ドーナツ	「全席喫煙又はエリア分煙」→「全席禁煙」	1%～4%ダウン
FR	バイキングレストランを除きほぼ全ての業態	「全席喫煙又はエリア分煙」→「全席禁煙」	4%～6%ダウン ※一部の店舗：1～2%ダウン
喫茶	セルフ型(セルフ注文) コーヒーショップ、喫茶・珈琲専門店(テーブル注文)	「全席喫煙又はエリア分煙」→「全席禁煙」	約5%ダウン
料飲店	居酒屋・バー・ビアレストラン	「全席喫煙」→「エリア分煙又は完全分煙又は全席禁煙」	15%～20%ダウン
専門店	客単価が高い・接待需要・アルコール比率が高い・滞在時間が長い業態店(すし、そば・うどん、天ぷら、割烹他)	「全席喫煙」→「エリア分煙又は完全分煙又は全席禁煙」	数%～20%ダウン

外食企業へのヒアリング調査結果をもとに、影響を受けた各業態の「影響度合」を設定。各チェーンの平均店舗売上高や条例対象店舗数、影響度合、影響期間(月数)などをもとに影響金額を算出。

表1 神奈川県「受動喫煙防止条例」の経済波及効果 (百万円)

	2010年	2011年	2012年	合計
神奈川県	-5,488	-10,648	-7,600	-23,736
全国波及時	-104,274	-210,174	-173,535	-487,983

※表1～3ともに富士経済調べ

一部産業ではプラスの影響があるものの、「外食」や「宿泊施設」、関連する諸産業へのマイナス影響が大きく、3ヵ年合計で237億円超の経済損失という試算に。「全国波及時」の数字は、同様の条例が仮に全国に波及した場合の影響金額の推計値。

機器」も2000万円のプラスとなった。条例の対象となった飲食店やその他の施設が、分煙工事や喫煙ルームの設置、分煙機器の導入を行なった結果だ。しかし、それでも表2の2010年の総計はマイナス35億7000万円。それ

だけ「外食」や「宿泊施設」の損失額が大きいということだ。しかも、分煙に関わる工事については条例が施行された2010年のうちに終わっているケースも多いため、「後付分煙工事、喫煙ルーム」の2011年の影響金額は

一方、新たな需要が生じたのが「分煙機器」と「後付分煙工事、喫煙ルーム」の産業。特に「後付分煙工事、喫煙ルーム」の2010年の影響金額の試算はプラス50億8000万円にもなる。「分煙

分煙工事などでプラスの影響も出たが…

企業で売上が減少。個人飲食店では、条例基準内に変更した店の56%が売上減少となった。今回の試算では、ヒアリング調査の結果から各業態の影響金額を表3のように推計。2010年の「外食」の影響金額はマイナス76億5000万円と試算された。そして「外食」だけでなく「宿泊施設」にも影響が出ている。宿泊部門においては、従来から喫煙室と禁煙室の分煙が行なわれていたが、ホテルなどに併設されているバーやラウンジなどで売上が減少。客単価が高いこともあり、禁煙化により利用客の中心である富裕層が店離れた影響は甚大だったという。試算では「宿泊施設」の2010年の影響金額は、マイナス10億2000万円となっている。

「後付分煙工事、喫煙ルーム」の2010年の影響金額は50億円を超えるプラスに。しかし、それ以上に「外食」や「宿泊施設」のマイナス影響が大きい。尚、調査時点において明確な影響が把握できなかった産業の影響金額は記載無しとなっている。影響金額の発生要因としては、「外食」でも「宿泊施設」でも、条例にともなう喫煙環境を変更したことによる喫煙客離れが大きな要因に。

＜影響金額の発生要因＞

産業名	要因
外食	業態によって影響度に強弱があるが、喫煙可能なスペースが減少もしくはなくなったことにより喫煙客離れが見られ、売上への影響が発生している。
宿泊施設	宿泊部門への影響はほとんど見られなかったが、アルコールを提供する料飲部門では喫煙客離れが見られ、売上への影響が発生している。
分煙機器	条例施行にともない、分煙を行なっている飲食店で分煙機やエアカーテンの導入が発生。ただし、需要の発生は限られた範囲となっている。
後付分煙工事、喫煙ルーム	条例施行にともない、飲食店にて分煙を目的として仕切り等の内装後付工事及びボックス型喫煙所の需要が発生している。

表2 条例が各産業に及ぼす影響金額

産業名	2010年影響額	2011年影響額	2012年影響額
外食	-7,650	-6,200	-2,880
宿泊施設	-1,020	-1,580	-1,650
商業施設	—	—	—
分煙機器	20	5	—
後付分煙工事、喫煙ルーム	5,080	1,495	25
たばこ	—	—	—
禁煙補助剤	—	—	—
禁煙グッズ	—	—	—
菓子	—	—	—
総計	-3,570	-6,280	-4,505

14億9500万円に減少。2011年の総計はマイナス額が62億8000万円に膨らむ。そして、これら総計の金額から関連産業を含む社会全体への経済損失を算出すると、表1のように損失金額はさらに大きく膨らむことになる。神奈川県「受動喫煙防止条例」の経済波及効果の試算結果から、一部の産業にとってはプラスとなるもののそれは一過性で、マイナスの影響を受けた産業のダメージだけがしばらく続くという状況が読み取れる。飲食店や宿泊施設を始め、様々な関連産業においては大きな痛みと言わざるをえない。

全国に波及すれば経済損失は莫大になると試算

この試算は都道府県別にも行なっており、例えば、同様の条例を検討していると言われる兵庫県の場合は、3ヵ年合計の経済損失が234億100万円。ちなみに試算で損失額が最も大きい東京都は3ヵ年合計で約554億2500万円と試算されている。あくまで試算とは言え、これだけの経済損失になる条例が、神奈川県以外にも波及したらどうなるのか。飲食店だけでなく、様々な産業に与えるマイナス影響の面からも改めて考えさせられる。

神奈川県「受動喫煙防止条例」が4月から飲食店などにも適用

神奈川県「受動喫煙防止条例」は昨年4月に施行されたが、飲食店などの第2種施設に罰則が適用されるまでには1年の猶予があった。しかし、その1年が過ぎようとしている。床面積100㎡超(調理場を除く)の飲食店は、今年4月から罰則が適用される。条例に違反すると施設管理者は「5万円以下の過料処分」の罰則を受けることとなる。また、条例に違反した施設管理者が勧告に従わない場合、その施設の名前などを公表することもあるとされている。条例である以上、遵守しなければならぬことは分かっている。「禁煙にすれば売上が減るし、分煙対策を行なうお金もない」という飲食店がいまも少なくない。そうした飲食店が、厳しい選択を迫られる状況だ。



# 受動喫煙防止条例の全国波及へ 反対の機運高まる

## 外食店には死活問題

神奈川県が「公共的施設にお

ける受動喫煙防止条例」を施行したのが、昨年4月。全国初となる屋内の喫煙環境を規制する条例により、飲食店や宿泊施設までも禁煙または分煙を義務付けられることとなり、県内のホテルやレストランは苦しい対応を迫られてきた(床面積100㎡以下の飲食店、床面積700㎡以下の宿泊施設は努力義務にとどまっている)。そして、丸1年を経過した今年4月からは、いよいよ条例違反者への罰則適用が開始。条例の基準に従わない施設管理者には5万円以下、喫煙禁止区域でたばこを吸った個人には2万円以下の過料が課されることになる。

このたび、この条例が及ぼした経済影響について調査会社の株式会社経済が調査を実施し、その損失総額を公表した。条例の影響を受けたと思われる産業に属する企業に対し、富士経済がヒアリング調査を実施して各産業の条例影響額を推計。ある産業の需要が変動すると、それに連動して仕入れを担当する産業など関連産業への影響も発生することを加味し、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)が作成した算出モデルをもとに経済全体への影響額を試算した。それによると、条例が施行された2010年4月から3年間の経済損失は、237億円にもものぼる(表1参照)。条例の基準を満たす分煙への移行に伴い、後付け分煙工事などの産業はプラスの影響を享受した一方、外食産業や宿泊産業は分煙化・禁煙化により売り上げが激減し、マイナスの影響は甚大。前者への影響は一時的であるが、後者への影響は継続することも損失額の増大につながって

いる(表2参照)。

最もマイナス影響の大きい外食産業の中でも、特にアルコールを提供する業態では喫煙者率が高いこともあり、料飲店では多くの店舗で15〜20%も売り上げが減少するなど、損失額は3年間で90億円にも及ぶ(表3参照)。宿泊産業でも、主に富裕層が利用するラグジュアリーバーやラウンジなどにおいて客離れが進んでおり、3年間で40億円以上の損失と推定されている。

神奈川県内の老舗シティホテルでは「メインバーを禁煙にしたから売り上げが大幅に落ちた」と話しており、ほかにも、「バー・ラウンジを禁煙としたが、客足が落ちたため分煙に戻した」というホテルもある。

神奈川県条例が全国に波及した場合、外食・宿泊産業にお

ける減少傾向はさらに拡がることになるだろう。(株)富士経済では、全国で同様の条例が施行されたと仮定した場合の経済損失額についても試算している。

それによると、2010年から3年間で、外食産業で約2300億円、宿泊産業では約1700億円、関連産業までを含めた経済損失の合計は約5000億円となる(表1参照)。

現在、兵庫県が「受動喫煙防止対策検討委員会」を設けて条例化に向けた検討を行なっているほか、いくつかの都道府県において条例制定を視野に入れた動きが活発化してきている。逆に、外食や宿泊に関連する企業・団体からは「条例化反対」の声が拡がっているほか、個人飲食店では「条例化は死活問題につながる」と悲痛な叫びが聞かれる。

社会においてたばこへの関心が高まる中、非喫煙者に対して十分な配慮がなされることは重要だ。しかし、今回の調査結果を踏まえ、条例によって一律に規制を強いることは必ずしも賢明な策とは言えず、施設管理者がそれぞれの施設の利用目的・実態に応じた対策を行なっていくことが望ましいのではないだろうか。

外食・宿泊施設への影響は大きく、神奈川県では条例施行後の3年間で、237億円の経済損失が試算されている。また、全国にこの条例が波及したと仮定した場合、同じく3年間で実に4879億円の損失が試算されている。

### 影響金額の発生要因

産業名	要因
外食	業態によって影響度に差があるものの、全体としてマイナス影響を受けている。特に、喫煙ニーズの高い料飲店などにおいて顕著な喫煙客離れが見られている。
宿泊施設	宿泊部門への影響は見られなかったが、ラグジュアリーホテルのバーやラウンジで売上が減少している。
分煙機器	条例施行前から、エアカーテンなどの分煙機器の導入が進んでおり、条例施行に伴う需要が発生している。
後付け分煙工事、喫煙ルーム	分煙のための内装工事やボックス型喫煙ルームの設置など、アルコールを提供する飲食店を中心に需要が発生している。

### 各県の動きは

兵庫県:「受動喫煙防止対策検討委員会」を立ち上げ条例化に向けた検討を進めている

愛知県:飲食店の禁煙化推進を目的に、店舗の実態調査や禁煙化実験を実施している

表1 受動喫煙防止条例による経済損失 (百万円)

	2010年	2011年	2012年	合計
神奈川県	△5,488	△10,648	△7,600	△23,736
全国波及時	△104,274	△210,174	△173,535	△487,983

表1~3ともに株式会社経済調べ

表2 条例による影響金額(神奈川県) (百万円)

	2010年	2011年	2012年	合計
外食	△7,650	△6,200	△2,880	△16,730
宿泊施設	△1,020	△1,580	△1,650	△4,250
商業施設	—	—	—	—
分煙機器	20	5	—	25
後付け分煙工事/喫煙ルーム	5,080	1,495	25	6,600
たばこ	—	—	—	—
禁煙補助財	—	—	—	—
禁煙グッズ	—	—	—	—
菓子	—	—	—	—

受動喫煙防止条例による影響が予測される市場として、4カテゴリ11産業の神奈川県における条例影響金額を推計。やはり、外食・宿泊産業でのマイナス影響が大きく、3年間の合計で209億8000万円に及んでいる。この結果をもとに、三菱UFJリサーチ&コンサルティングが構築したモデルを用いて算出した経済波及効果額が表1となる。

表3 外食~条例による影響金額~ (百万円)

神奈川県	FF	FR	喫茶	料飲店	専門店	合計
2010年	△100	△2,300	△300	△3,300	△1,650	△7,650
2011年	△50	△200	△150	△3,900	△1,900	△6,200
2012年	△30	△100	△50	△1,800	△900	△2,880
合計	△180	△2,600	△500	△9,000	△4,450	△16,730

### 算出の考え方

影響を受けた業態	影響が発生したパターン	影響度合
FF	ハンバーガー、ドーナツ	「全席喫煙又はエリア分煙」→「全席禁煙」 1%~4%ダウン
FR	バイキングレストランを除きほぼ全ての業態	「全席喫煙又はエリア分煙」→「全席禁煙」 4%~6%ダウン ※一部の店舗:1~2%ダウン
喫茶	セルフ型(セルフ注文)コーヒーショップ、喫茶・コーヒー専門店(テーブル注文)	「全席喫煙又はエリア分煙」→「全席禁煙」 約5%ダウン
料飲店	居酒屋・バー・ビアレストラン	「全席喫煙」→「エリア分煙又は完全分煙又は全席禁煙」 15%~20%ダウン
専門店	客単価が高い接待需要・アルコール比率が高い滞在時間が長い業態(すし、そば・うどん、天ぷら、割烹他)	「全席喫煙」→「エリア分煙又は完全分煙又は全席禁煙」 数%~20%ダウン

外食産業へのヒアリング調査結果から業態別の「影響度合」を推定し、各チェーンの平均的店舗売上高や条例対象店舗数、影響度合、影響期間などを基に影響金額を算出した。





# 神奈川県「受動喫煙防止条例」によって 様々な産業に大打撃!

## 経済損失3カ年で237億円の試算、 全国に波及すれば4880億円もの損失に

「昨年4月に公共的施設における受動喫煙防止条例が施行されて禁煙にしたところ売上が激減。1年経ちますが、売上回復のめどがたちませんが、多くのは神奈川県下の喫煙店のオーナー。同条例は喫煙店をはじめ多くの飲食店の売上に大きな打撃をあたえている。そして、その影響は飲食店にとどまらず、様々な産業にも広がっているようだ。同条例による神奈川県の経済全体に与える損失は3カ年で約237億円。全国に波及すれば約4880億円の損失という驚くべき試算がでている。」

### 条例施行による売上激減を訴える喫煙店オーナー

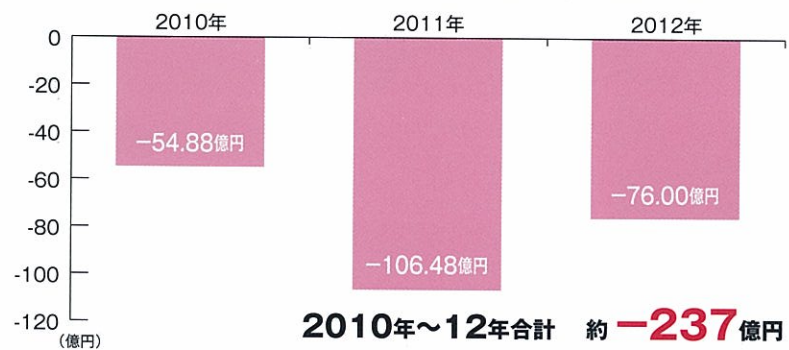
「昨年4月に受動喫煙防止条例が施行され、うちの店では全面禁煙になりました。床面積が40坪くらいあり分煙も考えましたが、構造的に無理でしたし、仮に莫大な費用をかけて分煙の店づくりをしても、それに見合った売上は到底望めないと判断してあきらめました。全面禁煙の影響は大変大きく、たばこを吸う常連のお客様が離れてしまい売上は30%もダウン。もうすぐ1年近くになるのに売上は減ったままです。条例で決まったことですからコンプライアンスという観点から守らなければなり

ませんが、先行きどうなるか不安です。それにより、真面目に商売している正直者が馬鹿を見るような条例はどうかと思います」と窮状を訴えるのは神奈川県川崎市中原区新丸子東で「まりも」を経営する成田勝治代表。

「まりも」は、現在の場所に店舗を構え48年もの長きにわたって地元の人たちに愛されている喫煙店。その店が、開業以来これまで経験したことのない大ピンチにたたさされている。

小田原市中里にある「Cafe M's Club ダイナシティウエスト店」も、同じような苦境にたたさされている店の1つだ。「デパートのオーブンスペースにあり、これまでは喫煙OKで営業してきました。しかし、昨年の条例施行により全面禁煙になりました。これにより売上が20%ダウン。まったく売上は回復しません。そのうちの20%のダウンということ、1200万円の売上がなくなつたということ、これは大きいです。店舗構造上、分煙は不可能です。このままでは経営が成り立ちません。県には私たちのような小さな店が、これからも商売を続けていける方策をぜひ考えてほしいと思います」と代表の鈴木睦雄さんは言う。

表1 神奈川県「受動喫煙防止条例」の経済波及効果



は、喫煙店をはじめとする飲食店だけではない。宿泊施設や関連産業にも、その影響が広がっている。

**神奈川県内の経済損失は3カ年で237億円**

(株)富士経済が今年2月に公表したレポートによると、神奈川県「受動喫煙防止条例」の県内における施行後3年間の経済波及効果は次のよう

な数字になる(表1)。

- 2010年マイナス約55億円
- 2011年マイナス約106億円
- 2012年マイナス76億円

2010年～2012年の3カ年の経済損失の合計は、マイナス約237億円にもなる。

この経済波及効果の試算には、条例の影響を受けるとされる産業を幅広く選定して調査した結果を用いており、それらの産業への影響金額を、経済波及効果算出モデルにより解析の上、試算したものが冒頭の経済波及効果の数字だ。なお試算には、総務省が公表している全国版産業連

関表をもとに、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)が構築したオリジナルの算出モデルを使用している。

調査対象産業の詳細は、  
① 条例対象産業/外食、宿泊施設、商業施設  
② 店舗設備関連産業/分煙機器、後付分煙工事・喫煙ルーム

③ 喫煙・禁煙関連産業/たばこ、禁煙グッズ、禁煙補助剤、菓子

①～③の産業に属する企業に対して、売上の推移(2010年見込み、2011年・2012年予測)、条例施行によって生じた需要および損

表2 神奈川県の条例が各産業に及ぼす影響金額 (百万円)

産業名	2010年	2011年	2012年
外食	-7,650	-6,200	-2,880
宿泊施設	-1,020	-1,580	-1,650
商業施設	-	-	-
分煙機器	20	5	-
後付分煙工事、喫煙ルーム	5,080	1,495	25
たばこ	-	-	-
禁煙補助剤	-	-	-
禁煙グッズ	-	-	-
菓子	-	-	-
総計	-3,570	-6,280	-4,505

失などをヒアリング調査し、業界全体の影響金額を推計した。①の条例対象産業の影響金額は、外食、宿泊施設において、喫煙客の減少により次のようなマイナス影響となつて現れている(表2)。

### 〈外食〉

- 2010年マイナス約77億円
  - 2011年マイナス62億円
  - 2012年マイナス約29億円
- 〈宿泊施設〉
- 2010年マイナス約10億円
  - 2011年マイナス約16億円
  - 2012年マイナス約17億円
- ②の店舗設備関連産業は、主に外食店で発生する分煙・改装投資に

よつてプラス影響となつた。また、③の喫煙・禁煙関連産業は、今回の調査時点では明確な影響は把握できなかった。

産業別の影響金額を見ると、損失額が際立って大きいのが外食であるが、この損失額を業態別に分析したのが表3である。

これによると、2010年～2012年の3カ年を通して一番マイナス影響額が大きいのは飲食を伴い喫煙客の割合が多い料飲店。2番目以下は、年度によって異なり、2010年はFR(ファミリーレストラン)、2011年と2012年は専門店となっている。

表3 条例が「外食」の各業態に及ぼす影響金額 (百万円)

	2010年	2011年	2012年
F F <sup>※1</sup>	-100	-50	-30
F R <sup>※2</sup>	-2,300	-200	-100
喫 茶	-300	-150	-50
料飲店	-3,300	-3,900	-1,800
専門店	-1,650	-1,900	-900
合計	-7,650	-6,200	-2,880

※1.FF … ファーストフード  
※2.FR … ファミリーレストラン



★3カ年で約4880億円  
 その経済損失は、  
 仮に、神奈川県と同じような条例が全国で施行された場合、どのくらいの影響があるのか。それについても試算されているが、ここでも驚くべき数字がでている(表4)。

全国に波及すると3カ年で4880億円の経済損失

表4 神奈川県「受動喫煙防止条例」の経済波及効果(全国波及時)

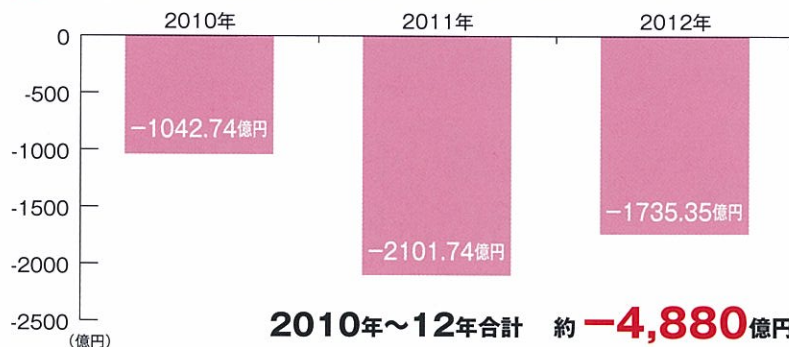


表5 「受動喫煙防止条例」が全国で施行された場合に各産業に及ぼす影響金額 (百万円)

産業名	2010年	2011年	2012年
外食	-103,400	-86,100	-40,000
宿泊施設	-42,500	-65,830	-68,750
商業施設	-	-	-
分煙機器	210	50	-
後付分煙工事、喫煙ルーム	75,130	22,150	270
たばこ	-	-	-
禁煙補助剤	-	-	-
禁煙グッズ	-	-	-
菓子	-	-	-
総計	-70,560	-129,730	-108,480

また条例が全国に波及した場合の外食と宿泊施設への影響金額は、次のような数字がでている(表5)。  
 〈外食〉  
 ●2010年マイナス1034億円  
 ●2011年マイナス861億円  
 ●2012年マイナス400億円  
 〈宿泊施設〉  
 ●2010年マイナス425億円  
 ●2011年マイナス658億円  
 ●2012年マイナス約688億円  
 試算は都道府県別にも行っており、参考までにその一部を紹介する。例えば、同じような条例の制定を検討している兵庫県においては、3カ年

でおよそ234億円の経済損失が見込まれている。  
 全国の中で一番経済損失が大きいのは東京都で、3カ年合計で約554億円の経済損失があると試算されている。  
 以上紹介したのはあくまでも試算ではあるが、決して無視できるものではない。ここまで具体的な数字として、「受動喫煙防止条例」が与える影響の大きさが見えてきたことを、行政はどのように受け止めるのか。今後もその動向を注視していく必要がある。

4月から飲食店などにも神奈川条例の罰則が適用

神奈川県の「受動喫煙防止条例」は昨年4月に施行されたが、飲食店などの第2種施設に罰則が適用されるまでには1年の猶予があった。しかし猶予期間も、終了が目前に迫っている。床面積100㎡超(調理場を除く)の飲食店は、今年4月から罰則が適用され、条例に違反すると、施設管理者は「5万円以下の過料処分」の罰則を受けることになる。また、条例に違反した施設管理者が勧告に従わない場合、その施設の名称などを公表することもあるとされている。





養老乃瀧(株) 首都圏本部 営業部 マネージャー・吉岡慎治氏

首都圏本部の営業部マネージャーとして、首都圏の養老乃瀧グループ店の店舗運営を管理。分煙の取り組みに関しては、「居酒屋業態での分煙は容易でない面がありますが、今回の調査結果などをとらえ、よりよい形を考えていきたい」と語る。

### ●喫煙環境の変更による〈利用意向〉と〈喫煙環境賛成度〉の変化

喫煙環境の変更		店舗	利用意向			喫煙環境賛成度		
before	after		before	after	b/a増減	before	after	b/a増減
エリア分煙	喫煙ルーム(テスト)	A店	全体	70.0% ⇒ 55.1%	-14.9	71.8% ⇒ 57.3%	-14.5	
			喫煙	71.1% ⇒ 31.1%	-40.0	68.0% ⇒ 28.2%	-39.8	
			非喫煙	69.3% ⇒ 72.5%	+3.2	74.3% ⇒ 78.4%	+4.1	
全席喫煙	喫煙ルーム	B店	全体	65.9% ⇒ 67.1%	+1.3	47.1% ⇒ 63.6%	+16.6	
			喫煙	88.5% ⇒ 37.5%	-51.0	76.0% ⇒ 34.4%	-41.6	
			非喫煙	49.5% ⇒ 88.6%	+39.1	26.1% ⇒ 84.8%	+58.7	
全席喫煙	仕切り分煙	C店	全体	74.9% ⇒ 81.6%	+6.6	60.3% ⇒ 76.8%	+16.4	
			喫煙	89.8% ⇒ 80.0%	-9.8	89.2% ⇒ 73.6%	-15.6	
			非喫煙	59.3% ⇒ 83.2%	+23.9	29.9% ⇒ 80.0%	+50.1	
エリア分煙	仕切り分煙(エアカーテン)	A店	全体	70.0% ⇒ 81.9%	+11.9	71.8% ⇒ 88.8%	+16.9	
			喫煙	71.1% ⇒ 82.7%	+11.6	68.0% ⇒ 88.5%	+20.5	
			非喫煙	69.3% ⇒ 81.5%	+12.2	74.3% ⇒ 88.9%	+14.6	

※(株)マーケティングセンター調べ

### ●「喫煙ルーム」に変更したA店・B店の入店拒否数

店舗	平日/休日	入店拒否数	
		平日平均	休日平均
A店	平日平均	入店拒否組数 6	入店拒否者数 13
	休日平均	入店拒否組数 5	入店拒否者数 11
B店	平日平均	入店拒否組数 3	入店拒否者数 4
	休日平均	入店拒否組数 6	入店拒否者数 8

ちいしく聞く必要もないが、それ以上にデメリットが大きかったのだ。「今回導入してみて、分煙対策の一つである喫煙ルームの設置ではお客様のニーズに応えるのは難しいことが分かりました。喫煙ルームを設置するために席数を6席減らしたことで、その売上損失もあります。今後、喫煙ルームの導入は控えるかもしれません」(吉岡マネージャー)

「仕切り分煙」でCS上昇、ただし「コストの問題が…」 今回の調査店舗では、C店とA店が「仕切り分煙」に変更。その結果、C店とA店ではともに全体のCSが上昇した。喫煙客に限ったCSも、「全席喫煙」から「仕切り分煙」に変更したC店では低下したものの、もと「エリア分煙」を行っていたA店の場合には上昇。これは、「仕切りがあることで、より気兼ねなくタバコを吸える」という喫煙客の心理によるもので、CS面では居酒屋において「仕切り分煙」が有効であるという結果になっている。

「仕切り分煙」は多大な設備コストの問題がある。条例基準を満たす必要がある神奈川県では望ましい分煙形態と言えそうだが、その費用対効果を考えると、居酒屋での「仕切り分煙」が経営面で有効かどうかは、さらなる検証も必要だろう。養老乃瀧の吉岡マネージャーも、「他県の店舗での仕切り分煙の導入は、現時点では考えていない」という。

「仕切り分煙」でCS上昇、でもかなり高い満足度 設置した店舗で喫煙客のCSが大幅に低下したことは、「エリア分煙」から「喫煙ルーム」に変更したA店は喫煙客の〈利用意向〉と〈喫煙環境賛成度〉がともに約40%下がり、非喫煙客を含む全体でも約15%低下。「喫煙ルーム」にしたA店、B店は、居酒屋の利用客にとっては、やはり客席でお酒を飲みながら一服するのも楽しみの一つであり、それができなくなる「喫煙ルーム」の設置ではCSが大幅に下がる。さらに、例えば2人客のうち1人が喫煙ルームにたばこを吸いに行くと、残りの1人が客席にとり残される。居酒屋は友人・知人との語らいの場でもあるが「喫煙ルーム」はその魅力を低下させることにもなる。居酒屋においては、客席を「禁煙化」する「喫煙ルーム」は客数減少のリスクが大きいのだ。

### 特別レポート

## 養老乃瀧グループ店(一部)の分煙に関するCS調査で注目の結果が!

# 「居酒屋」の「禁煙化」は客離れの影響大 客席分煙は有効でも喫煙ルームはNG!?

「居酒屋」では客席の分煙は有効でも、客席を「禁煙化」する喫煙ルームの設置は客数減の影響が大きい——。実際に喫煙環境を変更した居酒屋店舗の調査で、そんな結果が明らかになった。喫煙客の比率が高い居酒屋で分煙を進めるとしたら、どんな形態がよいのかを考える上で大いに参考になるデータだ。

### 喫煙環境の変更前後で顧客のCS変化を調査

ここ数年、「分煙」を行なう店が増えたが、業態ごとの分煙のあり方はまだまだ模索中と言える。分煙による顧客満足(Customer Satisfaction)は業態ごとに異なり、集客面への影響や、設備コストの費用対効果を充分検討する必要があるからだ。

中でも、お酒を提供する居酒屋は喫煙客の比率が高く、分煙の取り組みが難しいと言われる。居酒屋における分煙のあり方は、これからの大きなテーマだ。

そうした中、注目の調査が行われた。養老乃瀧グループの一部の店舗において、実際に喫煙環境を変更

した場合の、顧客の事前・事後のCS調査を行ったものだ(調査/株式会社マーケティングセンター)。

CSの変化を調査するために、調査店舗では喫煙客と非喫煙客の両方に〈利用意向〉と〈喫煙環境賛成度〉を質問。〈利用意向〉はこの喫煙環境で今後も利用したいと思うかどうかを、〈喫煙環境賛成度〉はこの喫煙環境に賛成か反対かを聞いた。その結果を表にまとめたのが次頁の「喫煙環境の変更による〈利用意向〉と〈喫煙環境賛成度〉の変化」だ。

調査結果を紹介した養老乃瀧グループの3店舗はすべて神奈川県内に立地。昨年4月に施行された神奈川県「公共施設における受動喫煙防止条例」にともない、喫煙環境を変更した店舗だ。「全席喫煙」から「喫煙ルーム」又は「仕切り分煙」へ、「エリア分煙」から「喫煙ルーム」又は「仕切り分煙」へと変更した店舗で調査が行われた。

(※表のA店はテスト的に「喫煙ルーム」を設置した後、エアカーテンを活用した「仕切り分煙」に変更)

### 客席を「禁煙化」し、「喫煙ルーム」設置でCSが大幅低下

その結果でまず注目されるのは、客席を「禁煙化」し、「喫煙ルーム」

を設置した店舗で喫煙客のCSが大幅に低下したことは、「エリア分煙」から「喫煙ルーム」に変更したA店は喫煙客の〈利用意向〉と〈喫煙環境賛成度〉がともに約40%下がり、非喫煙客を含む全体でも約15%低下。「喫煙ルーム」にしたA店、B店は、

居酒屋の利用客にとっては、やはり客席でお酒を飲みながら一服するのも楽しみの一つであり、それができなくなる「喫煙ルーム」の設置ではCSが大幅に下がる。さらに、例えば2人客のうち1人が喫煙ルームにたばこを吸いに行くと、残りの1人が客席にとり残される。居酒屋は友人・知人との語らいの場でもあるが「喫煙ルーム」はその魅力を低下させることにもなる。居酒屋においては、客席を「禁煙化」する「喫煙ルーム」は客数減少のリスクが大きいのだ。

養老乃瀧(株)首都圏本部 営業部・吉岡慎治マネージャーも、「喫煙ルーム」は、当初考えていたよりもデメリットが大きかった」と語る。

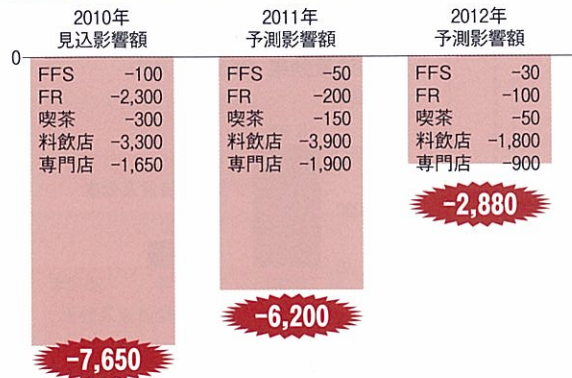
「喫煙ルーム」の設置は、大掛かりな改装や換気設備が必要な「仕切り分煙」に比べると費用が安く済む場合がある。また、客席の分煙と違って入店客に禁煙席・喫煙席の希望をい

果を見ると、喫煙環境変更前でも顧客のCSは高かった。「エリア分煙」の時でも全体の〈利用意向〉と〈喫煙環境賛成度〉はともに70%を超え、非喫煙客に限っても70%前後と高い数値だったのだ。仕切りのない「エリア分煙」でも顧客はかなり満足しており、「本来、居酒屋ではエリア分煙で十分なのではないか」と思える結果が出ている。



「公共的施設における受動喫煙防止条例」施行にともなう外食産業への影響

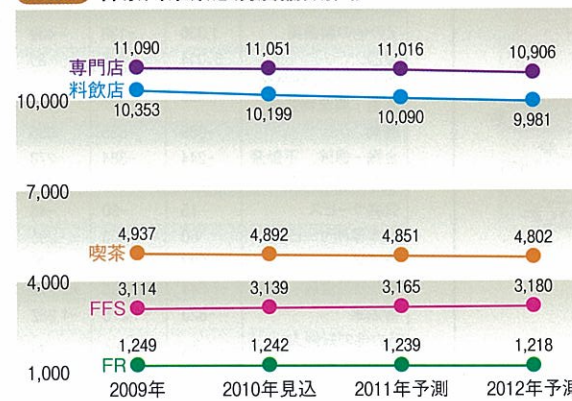
資料3 神奈川県業態別影響額推移 (単位: 百万円)



資料4 神奈川県業態別市場規模推移 (単位: 百万円)



資料5 神奈川県業態別店舗数推移 (単位: 店)



資料2 受動喫煙防止条例が関連市場におよぼす影響の発生要因

産業名	受動喫煙防止条例の影響と発生要因
FFS	◆店舗の多くが禁煙へと移行している状況にあり、喫茶利用するサラリーマンの喫煙客離れが見られた。 ◆影響額はハンバーガー業態を中心に発生しており、喫煙環境を変更した店舗では、条例施行前と比較して最大で売上げが4%減、多くのチェーンで1~3%減となっている。
FR	◆条例への対応を比較的早期に行なっており、店舗規模や利用客層に応じて、条例施行後はエリアで分けた分煙や喫煙ルームの設置、禁煙化を行なっている。そのためランチやディナーといった食事がメインとなる時間帯での影響は軽微に留まっているが、モーニングやアイドルタイム、深夜といった滞在時間も長く、喫茶需要のある時間帯では喫煙客離れが発生している。 ◆影響額は喫茶や深夜も営業している店舗と食事中心の店舗で異なっており、条例施行前の売上げと比較すると、前者は4~6%、後者は1~2%減少している。
外食	◆喫煙者の喫煙ニーズと非喫煙者の分煙ニーズが高かったため、大規模チェーンでは条例施行以前から分煙を行なっている店舗が多いため、条例施行後に新たに分煙・禁煙化する店舗はほとんど見られなかった。 ◆一部のチェーンだけが禁煙・分煙化へと移行しており、その際の影響は条例施行前と比較して5%程度の売上げの減少が見られた。
喫茶	◆利用客の半数以上が喫煙客というチェーンもあることから非常に喫煙ニーズの高い業態であり、また滞在時間も他の業態と比較すると長いこと条例対応にともなう分煙・禁煙化の影響をもっとも受けることとなった。
料飲店	◆喫煙ルームの設置や店頭での灰皿設置では、喫煙するために席を立つ必要があり会話が途切れてしまうため、当該業態での導入障害は大きい。 ◆影響額は、条例への対応を進めている上位チェーンで顕著に見られており、喫煙環境を変更した多くの店舗で売上げが最大30%減少し、多くの店舗で喫煙環境変更前と比較して売上げが15%~20%程度減少している。
専門店	◆飲酒をともない利用客の滞在時間が長く、客単価の高い店舗では接待や宴会といったシーンで分煙や禁煙の店舗が敬遠される傾向にあり、禁煙・分煙化後の影響は売上げが最大で20%減、影響があった多くの店舗では数%程度減少している。
宿泊施設	◆宿泊部門への影響は見られなかったが、料飲部門ではラグジュアリーホテルのバーやスカイラウンジで禁煙・分煙化にともなう影響が見られた。 ◆1施設当たり売上げが5000万円程度減少しており、影響が発生しているラグジュアリーホテルのうちバーやスカイラウンジを有している施設数は、県内に約20施設ある。
分煙機器	◆分煙ニーズの高い施設に関しては、条例施行以前から分煙機器の導入が進んでいたため条例施行にともなう需要の発生は一部に留まっている。 ◆もっとも需要発生が期待されていた外食店に関しては、高価な分煙機器とのコスト面での折り合いがつかないため、期待されたほどの需要は発生しておらず、問い合わせは数多く寄せられているものの受注には至っていない。
後付分煙工事、喫煙ルーム	◆100㎡超の条例対象外食店のうち41.4%がエリア分煙の意向を示しており、エリア分煙、ボックス型喫煙ルームを設置する100㎡超の外食店が本産業のメインターゲットとなっている。 ◆1店舗当たりの需要発生額は、分煙工事で約200万円、ボックス型喫煙ルーム設置は約70万円となっている。

緊急企画

# 神奈川県「受動喫煙防止条例」がもたらす経済波及効果を検証

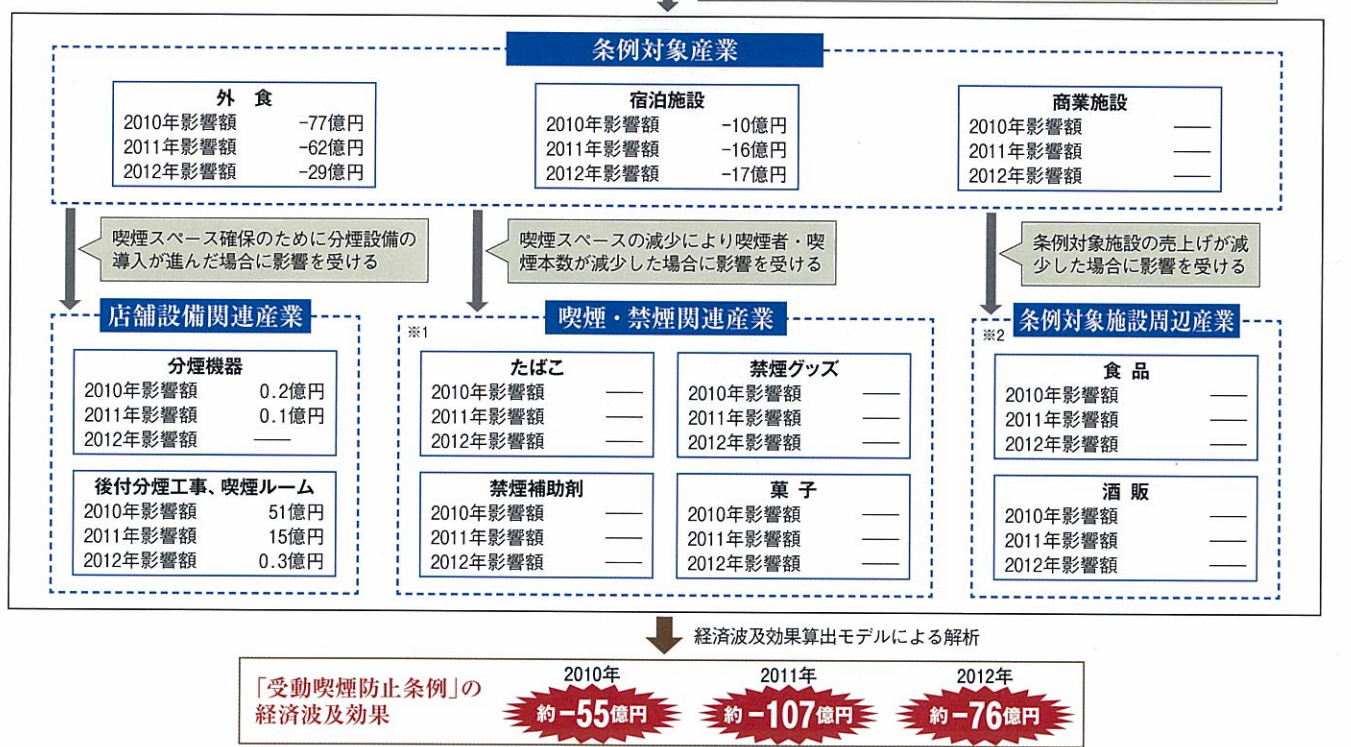
2010年4月に神奈川県で「公共的施設における受動喫煙防止条例（以下、受動喫煙防止条例）」が施行され、県内にある飲食店の多くが客数減に見舞われ頭を悩ませている。本企画ではそうした実態を踏まえて、(株)富士経済が11年2月に公表した「受動喫煙防止条例がもたらす需要変動の実態」のデータをもとに、条例が関連市場に与えた影響をレポート。今後のたばこ対策を考えるための一助としていただきたい。

※資料はすべて(株)富士経済調べ

## 資料1 受動喫煙防止条例が神奈川県の関連市場におよぼす影響

### 公共的施設における受動喫煙防止条例

※1 調査で明確な影響が把握できなかったため記載なし  
※2 食品と酒類は外食の内数となるため含んでいない



算している。さらに11年には62・9億円、12年には45・6億円のマイナス影響が生じると見られている。

その発生要因について詳述したのが資料2で、外食や宿泊施設では喫煙客離れが主な要因となっている。

資料3は外食市場への影響額を業態別に算出したものだ。これによると、10年では料飲店の損失額が約33億円と最も大きく、次いでファミリーレストラン(FR)が約23億円の損失になると見込んでいる。

神奈川県における09~12年の外食市場規模と店舗数の推移を示したのが資料4と5である。ファストフード(FFS)の市場規模は対前年比101~102%で成長するとの予測であるのに対し、その他の業態は対前年比95~99%に縮小する見込みだ。その市場縮小額と比較すると、条例影響額(資料3)は料飲店で約5割、FRは約3割に相当し、条例によるマイナス影響の大きさが見て取れる。

### 3年間で約76億円の経済損失

資料6は条例による影響が見込まれる11産業が、関連市場にもたらす経済波及効果算出したものだ。冒頭でも触れたように、これによる経済波及効果額は10~12年でそれぞれ約55億円、約106億円、約76

(株)富士経済が2011年2月に公表した「受動喫煙防止条例がもたらす需要変動の実態」では、条例による経済損失は10年に約55億円になるとされている。また11年には同約106億円、12年には約76億円になると算出しており、3年で合計237億円の損失になる見込みだ。

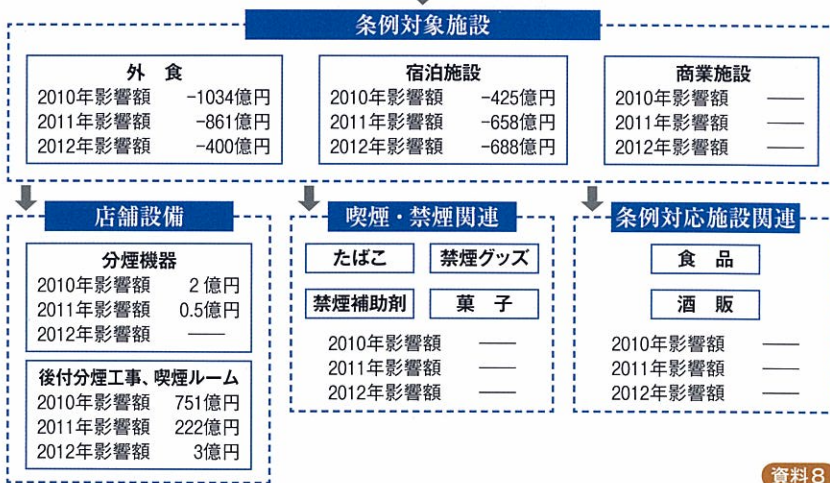
この調査は、条例による直接的な影響が予想される11の産業を対象とし、10年6月~12月にかけて行なわれた。調査方法は面談などのヒアリングを中心とし、それをもとに有価証券報告書などの公的データを参考にして富士経済が影響金額を推計。さらに三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)が総務省公表の「産業連関表」をもとに構築した算出モデルに、その経済影響額を当てはめて経済波及効果を試算した。

本企画では、その中でとくに注目したいデータを資料1~8として掲載しているが、まずご覧いただきたいのが資料1である。ここでは条例による経済影響額を産業別に掲載しているが、データによると、条例が神奈川県の外食産業に与える経済影響は10年でマイナス77億円、宿泊産業はマイナス10億円を見込んでいる。一方で店舗設備産業は51・2億円増になり、それらを合算した経済影響額は35・8億円のマイナスになると計



# 受動喫煙防止条例が全国に波及した場合の影響

## 公共的施設における受動喫煙防止条例

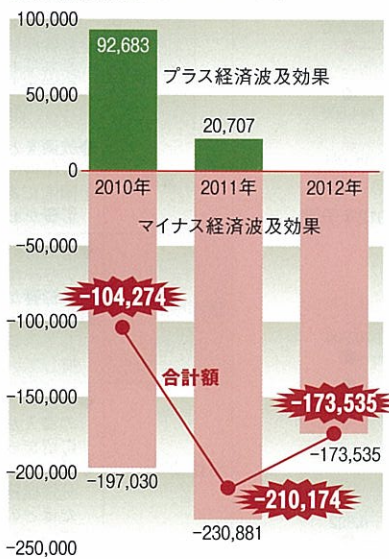


資料8

## 「公共的施設における受動喫煙防止条例」が全国に波及した場合の経済波及効果

	2010年	2011年	2012年
農林水産業、鉱業	-6,501	-7,683	-5,412
菓子類	-696	-650	-397
その他食料品	-17,336	-16,565	-10,306
酒類	-5,369	-5,003	-2,954
その他の飲料	-2,559	-2,345	-1,422
飼料・有機質肥料	-512	-606	-427
たばこ	0	0	0
医薬品	-34	-92	-79
民生用電気機器(除エアコン)	208	43	-7
その他の製造工業製品(※)	-83	-187	-152
その他の製造業	18,190	-5,315	-10,376
建設	74,221	20,664	-965
電力・ガス・熱供給、水道・廃棄物処理	-7,840	-9,784	-7,735
商業	-11,132	-15,906	-11,651
金融・保険、不動産	-5,020	-8,407	-7,143
運輸、情報通信	-5,080	-12,302	-10,985
公共サービス	64	-1,068	-1,053
対事業所サービス	75	-6,919	-6,629
喫茶店	-3,999	-2,000	-663
その他外食店	-95,166	-80,551	-37,683
宿泊業	-34,306	-53,138	-55,495
その他の対個人サービス	-1,397	-2,360	-1,998
<b>合計</b>	<b>-104,274</b>	<b>-210,174</b>	<b>-173,535</b>

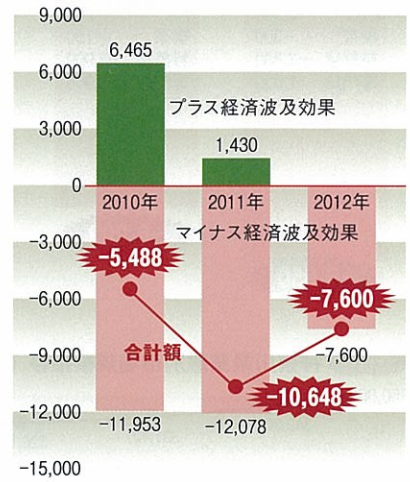
経済波及効果 (単位: 百万円)



資料6

## 「公共的施設における受動喫煙防止条例」の経済波及効果

経済波及効果 (単位: 百万円)



	2010年	2011年	2012年
農林水産業、鉱業	-404	-424	-252
菓子類	-46	-39	-20
その他食料品	-1,139	-978	-517
酒類	-363	-309	-159
その他の飲料	-170	-141	-73
飼料・有機質肥料	-32	-33	-20
たばこ	0	0	0
医薬品	-2	-5	-3
民生用電気機器(除エアコン)	19	5	0
その他の製造工業製品(※)	-5	-10	-7
その他の製造業	1,336	-133	-439
建設	5,034	1,425	-25
電力・ガス・熱供給、水道・廃棄物処理	-425	-461	-300
商業	-689	-885	-556
金融・保険、不動産	-244	-384	-278
運輸、情報通信	-206	-561	-438
公共サービス	15	-50	-46
対事業所サービス	60	-338	-295
喫茶店	-293	-146	-49
その他外食店	-7,044	-5,798	-2,712
宿泊業	-823	-1,275	-1,332
その他の対個人サービス	-68	-109	-79
<b>合計</b>	<b>-5,488</b>	<b>-10,648</b>	<b>-7,600</b>

神奈川県のような条例による一律的な規制は、条例の影響を直接受けると思われる産業だけでなく、さまざまな関連産業にも大きな経済損失を招く可能性がある。顧客が介在する施設の喫煙環境は、顧客のニーズに合わせて慎重に決定していくことが肝要であり、政府や自治体による規制には関連産業の賛同も得ながら、業界をあげて断固とした姿勢を示すことも必要だろう。

一方、資料7と8は、神奈川県受動喫煙防止条例が仮に全国に波及した場合の経済波及効果を算出したもの。その場合の10年の影響額は外食産業でマイナス1034億円にのぼり、約13兆円の市場規模に対して約0・8%の減少となる。店舗設備関連産業についてはプラスの影響を享受するものの、経済波及効果は10〜12年の3年間で約4880億円の損失になる計算だ。

億円の損失となる見込みである。関連する22産業のうち「その他の外食店」における経済損失額がマイナス約70億円ともっとも大きく、「その他の食料品」は10年でマイナス約11億円、「商業」は同マイナス約7億円、「農林水産業・工業」および「酒類」は同マイナス約4億円(いずれも10年ベース)など、多くの産業に負の影響がおよんでいる。



# 神奈川県「受動喫煙防止条例」により 3年間で237億円の経済損失!

図表① 神奈川県における各産業影響金額

産業名	2010年 影響額	2011年 影響額	2012年 影響額
外食	-7,650	-6,200	-2,880
宿泊施設	-1,020	-1,580	-1,650
商業施設	-	-	-
分煙機器	20	5	-
後付分煙工事 ／喫煙ルーム	5,080	1,495	25
たばこ	-	-	-
禁煙補助剤	-	-	-
禁煙グッズ	-	-	-
菓子	-	-	-
食品	-	-	-
酒販	-	-	-
総計	-3,570	-6,280	-4,505

単位:百万円

外食	飲食店の分煙・禁煙化により、喫煙客離れが発生し、特に喫煙需要やアルコール需要の高い店舗で売上げが減少している。
宿泊施設	宿泊部門への影響は見られなかったが、料飲部門ではラグジュアリーホテルのバーやラウンジで分煙・禁煙化に伴う影響が見られた。 1施設当たり5000万円程度の売上げが減少しており、影響が発生しているラグジュアリーホテルのうちバーやラウンジを有している施設数は、県内に約20施設ある。
分煙機器	分煙ニーズの高い施設に関しては、条例施行以前から分煙機器の導入が進んでいたため条例施行に伴う需要の発生は一部にとどまっている。 最も需要発生が期待されていた飲食店に関しては、高価な分煙機器とのコスト面での折り合いがつかないため、期待されたほどの需要は発生しておらず、問い合わせは数多く寄せられているものの受注には至っていない。
後付分煙工事 喫煙ルーム	条例施行に伴い、仕切りやボックス型喫煙ルームを導入する100㎡超の飲食店がメインターゲットとなっている。1店舗当たりの需要発生額は、分煙工事は約200万円、ボックス型喫煙ルーム設置は約70万円。

図表② 条例が外食産業に及ぼす影響

●条例による影響金額(2010年)

神奈川県	FF	FR	喫茶	料飲店	専門店
-7,650百万円	-100	-2,300	-300	-3,300	-1,650

●条例による影響金額(2011年)

神奈川県	FF	FR	喫茶	料飲店	専門店
-6,200百万円	-50	-200	-150	-3,900	-1,900

●条例による影響金額(2012年)

神奈川県	FF	FR	喫茶	料飲店	専門店
-2,880百万円	-30	-100	-50	-1,800	-900

FF 多くの店舗が禁煙に移行している状況にあり、喫煙目的のサラリーマン客の減少が見られた。分煙・禁煙化した店舗では、最大で売上げ4%減となった。

FR 条例への対応を比較的早期に行っており、食事利用がメインとなる時間帯での影響は軽微。朝、アイドルタイム、深夜など、滞在時間が長く喫煙利用が多い時間帯は喫煙客離れが発生している。影響額は、喫茶や深夜も営業している店で4~6%減、食事中心の店舗で1~2%減。

喫茶 大規模チェーン店舗の多くでは条例施行以前から分煙対策を実施。分煙・禁煙に移した一部のチェーンで5%程度の売上減が見られた。

料飲店 居酒屋やバーなど、アルコールを提供する料飲店ではもともと喫煙者の比率が高いため、分煙・禁煙化による客離れの影響が最も大きかった。影響額は、条例への対応を進めている上位チェーンに顕著に見られ、喫煙環境を変更した店舗で最大30%減、多くの店舗で15~20%減。

専門店 料飲店同様アルコール類を提供する専門店では、特に客単価の高い店舗における接待や宴会といった利用シーンで、分煙や禁煙の店舗が敬遠される傾向が見られ、条例による影響は大きかったといえる。条例施行前と比べて売上げは数%~20%程度の減少となっている。

FF・FRは、それぞれファストフード・ファミリーレストランの略

図表③ 条例の経済波及効果

	神奈川県	全国波及時
2010年	-5,488	-104,274
2011年	-10,648	-210,174
2012年	-7,600	-173,535
条例施行後 3年間の 合計	-23,736	-487,983

単位:百万円

表をもとに、今回の調査目的に合わせたオリジナルの経済波及効果算出モデルを作成した。このモデルに、ヒアリングから推計された影響金額を与え、経済全体への影響を試算した。

調査対象に選んだ4カテゴリ(1~4) 11産業(①~⑪)とは、以下の通り。

1 条例対象産業

①外食 ②宿泊施設 ③商業施設

2 店舗設備関連産業

④分煙機器 ⑤後付分煙工事／喫煙ルーム

3 喫煙・禁煙関連産業

⑥たばこ ⑦禁煙補助剤 ⑧禁煙グッズ ⑨菓子

4 条例対象施設周辺産業

⑩食品 ⑪酒販

同条例のマイナス影響を最も強く受けたのが外食産業である。神奈川県内では、2010年はマイナス76億5000万円、2012年までの3年間でマイナス167億3000万円という甚大な損失が発生している(図表①)。

宿泊施設においても、バーやラウンジなど料飲部門の売上げが大きく落ち込み、3年間で42億5000万円のマイナスとなっている。

一方で、店舗設備関連産業(分煙

機器産業、後付分煙工事／喫煙ルーム産業)は、一部の飲食店が分煙への移行に伴い設備投資を行なったことにより、プラスの影響を受けている。分煙投資が集中する2010年は2産業合計で51億円、2011年は15億円と、大きなプラス。しかし、投資が完了した2012年は2500万円と、影響は一時的なものにとどまっている。

また、喫煙・禁煙関連産業では、本調査時点での明確な影響は把握できなかった。

なお、2010年~2012年における条例の外食産業への影響を業態別に細分化して見てみると、中でもマイナスの影響が深刻なのは、アルコール類の売上げ比率の高い居酒屋、バーなどの「料飲店」のカテゴリである。他のカテゴリと比べてもともと喫煙者の比率が高い業態であるため、分煙・禁煙化による喫煙者の客離れが顕著に見られ、多くの店舗で15~20%、最大で30%ほど売上げが減少している。

次いで、「専門店」のカテゴリでの高客単価の店舗で影響が大きく、接待や宴会利用の際に分煙・禁煙の店舗が敬遠される傾向が見られた。そのため、条例の施行前と比べて数%~20%の売上げ減となった(図表

神奈川県では、2010年4月に「公共的施設における受動喫煙防止条例」を施行した。これは、不特定または多数の人々が入り出す施設において、受動喫煙を防止するためのルールを定めた条例である。

この条例では、公共的施設のうち、病院、学校、劇場、交通機関などを第1種施設として禁煙を義務付け、飲食店、宿泊施設、ゲームセンターなどを第2種施設として、禁煙か分煙(厳しい基準が設けられている)を選択することを義務付けた。飲食店のうち、調理場を除く床面積が100㎡以下の小規模店は、特例第2種施設として、この条例による規制は努力義務とされている(施行から3年間)。

さらに今年4月1日からは、1年間猶予されていた第2種施設での罰則(条例に違反した施設管理者には5万円以下、喫煙者には2万円以下の過料)も適用されるようになった。

同条例の施行によって、神奈川県内の飲食業界はどのような影響を受けているのだろうか。そして経済全体にはどれくらいの影響を及ぼしているのだろうか。

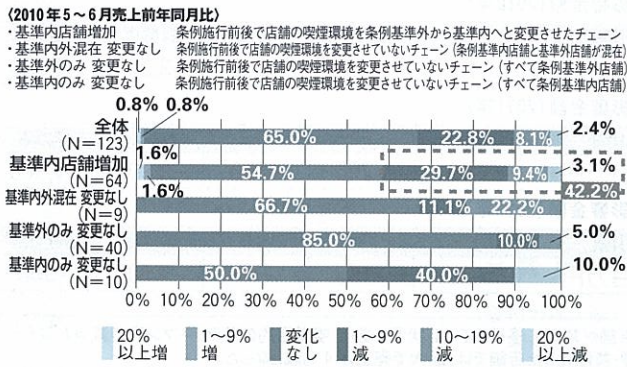
その2010~12年の経済効果を試算して示したのが、今年2月17日に株式会社富士経済が発表した「受動喫煙防止条例がもたらす需要変動の実態」と題する調査レポートである。

神奈川県の外食産業は3年間で167億円のマイナス影響

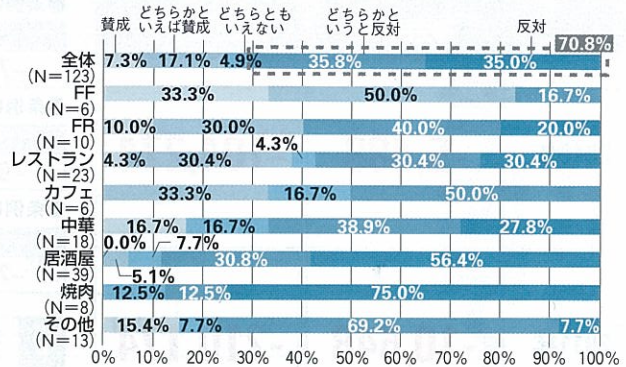
同調査では、この条例による影響が予想される4カテゴリ11産業を対象に、市場規模や動向に関するヒアリング調査を実施し(2010年6~12月)、各産業への影響金額を推計。この影響金額が経済全体にもたらす波及効果を算出するため、三菱UFJリサーチ&コンサルティングが、総務省の平成17年度産業連関



図表⑥ 神奈川県外食チェーン企業 条例施行前後の売上変化



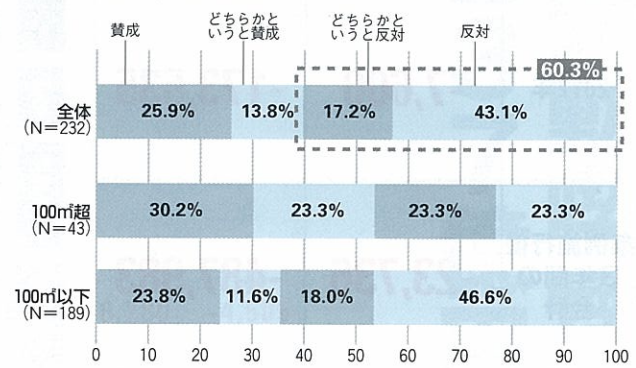
図表④ 神奈川県外食チェーン企業 条例への賛否



図表⑦ 神奈川県個人経営店 喫煙環境変化に伴う売上変化

喫煙環境の変化	該当店舗数	売上変化		客数変化		投資額						
		増加	減少	増加	減少	0円	1~10万円未満	10~50万円未満	50万円以上			
19店舗中12店舗で売上減												
100㎡超 N=43	基準外→基準内	19	0	12	7	0	9	10	14	1	2	2
	基準外→基準内分煙	10	0	6	4	0	4	6	6	0	2	2
	基準外→禁煙(灰皿あり)	5	0	4	1	0	3	2	5	0	0	0
	基準外→禁煙(灰皿なし)	4	0	2	2	0	2	2	3	1	0	0
100㎡以下 N=189	基準外→基準内	17	0	8	9	0	7	10	6	7	4	0
	基準外→基準内分煙	3	0	2	1	0	2	1	0	1	2	0
	基準外→禁煙(灰皿あり)	10	0	4	6	0	4	6	4	4	2	0
	基準外→禁煙(灰皿なし)	4	0	2	2	0	1	3	2	2	0	0

図表⑤ 神奈川県個人経営店 条例への賛否



### 売上げにマイナス影響を及ぼす 条例に飲食店から反対の声も

本調査に先立ち、富士経済では2010年6～7月に、神奈川県内の外食チェーン企業123社、個人経営店232店を対象に、条例への賛否、施行後の売上げの増減に関するアンケート調査を行なった。その時点で、同条例に「反対」「どちらか」というと反対」と回答した外食チェーン企業は70.8%に達し(図表④)、個人経営店でも60.3%を占めた(図表⑤)。また、外食チェーン企業のうち、店舗の喫煙環境を条例基準内に変更した店舗が増えた64社のうち、42.2%が前年同月比で売上げ減となった(図表⑥)。また、条例基準を満たすように変更した個人経営店19店のうち、12店で売上げが減少した(図表⑦)。

②  
神奈川県が全国に波及すれば3年で5000億円の経済損失  
これらの影響金額をもとに、前述の算出モデルを用いて試算した経済波及効果金額は、2010年がマイナス55億円、2011年がマイナス106億円、2012年がマイナス76億円と、条例施行後の3年間で、実にマイナス237億円にもなる(図表③)。さらに、仮に同様の条例が全国に波及した場合、3年間で約5000億円もの経済損失が発生すると推定されている。

望まない受動喫煙の対策を講じることは重要な課題であろう。しかしながら、今回の調査レポートから考えると、禁煙・分煙の法的な規制は、飲食店はもちろん経済全体に大きな損失を招くことになり、必ずしも理想的な解決策ではないと言えそうだ。弊誌でもこれまで紹介してきたように、分煙環境を整えるために自主的な努力をしている飲食店が多い。法で強制的に喫煙環境を縛るのではなく、その努力についてはきちんと評価をすると同時に、飲食店にとっても経済全体にとっても有益となる方策を再考する必要があるのではないだろうか。



2011年4月1日からついに罰則適用が開始

# 神奈川県受動喫煙防止条例 喫茶店・カフェへの影響が深刻に!

神奈川県受動喫煙防止条例が昨年施行され、今年4月1日より第2種施設において罰則の適用が始まった。実質的に条例がスタートした神奈川県内の喫茶店・カフェは、いまだどのような状況になっているのか。神奈川県内の喫茶組合に加入する店舗へのアンケート調査をもとに、県内にある喫茶店・カフェの現状をレポートする。

## 受動喫煙防止条例で 飲食店は禁煙か分煙に

昨年4月に神奈川県で施行された「神奈川県公共施設における受動喫煙防止条例」は、屋内の喫煙環境を規制した、全国初の条例。その内容は、公共的空間を「第1種施設」と「第2種施設」に分け、学校や病院、劇場、金融機関などの「第1種施設」には全面禁煙を義務づけ、飲食店やホテル、旅館などの「第2種施設」には、禁煙または条例の基準を満たした分煙を義務づけるというものだ。ただし、「第2種施設」の飲食店の中で、調理場を除いた店舗面積の合計が100㎡以下の小規模店は「特例第2種施設」とし、条例の規制対象からは外して努力義務を課す、としている(表1参照)。同条例が昨年4月1日に施行されたことで、神奈川県内にある100㎡を超える喫茶店やカフェは、「全席喫煙可」の営業ができなくなり、禁煙にするか、分煙措置を取らなければならなくなった。

猶予期間を経て、今年4月1日より罰則の適用が始まった。罰則の内容は、100㎡を超える飲食店が、禁煙、または表2にある基準を満たした分煙措置をとらなかつた場合、事業者や施設責任者は5万円以下の過料処分となる。さらに、条例違反の店は施設名や店名を公表することもあるという。また、喫煙禁止区域内で喫煙した客にも2万円以下が科される。

表2 ■ 第2種施設(調理場を除く床面積が100㎡を超える飲食店)を対象とした分煙措置と罰則内容

<p>●分煙のために必要な措置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・喫煙禁止区域にたばこの煙が流れないように、喫煙区域との間に仕切りを設ける。仕切りは、壁、ガラス、パーテーションなど、たばこの煙を通さない構造や材質であること</li> <li>・喫煙区域から出たたばこの煙を屋外に排出するための排気設備を設ける</li> <li>・仕切りに開口部がある場合は、喫煙禁止区域から喫煙区域へ毎秒0.2m以上の空気の流れをつくる</li> </ul>
<p>●事業者・施設管理者の義務</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・店の入口に規則で定める禁煙・分煙等の表示を行なう</li> <li>・分煙を選択した場合は、喫煙禁止区域の面積をおおむね1/2以上とするよう努める</li> <li>・喫煙区域や喫煙所に未成年者(従業員等を除く)を立ち入らせない</li> <li>・喫煙禁止区域で喫煙をしている人には、喫煙中止または退出を促す</li> </ul>
<p>●義務を果たさない場合の罰則内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・喫煙禁止区域で喫煙した個人には2万円以下、施設管理者が必要な義務を果たさない場合は5万円以下の過料処分の対象になる</li> <li>・条例に違反した事業者・施設管理者が勧告に従わない場合、その施設名などを公表することもある</li> </ul>

表1 ■ 飲食店が含まれる施設区分

第2種施設 禁煙または分煙	飲食店、宿泊施設、ゲームセンター、カラオケボックスなどの娯楽施設ほか
特例第2種施設 条例による規制は努力義務	調理場を除く床面積が100㎡以下の小規模飲食店、床面積が700㎡以下の宿泊施設、パチンコ店、マージャン店などの風営法対象施設

## 個人経営の店では 条例への対応に難航

条例の施行から1年以上が経過し、罰則が適用となった現在、県内の喫茶店やカフェはどのような状況にあるのか。今回、カフェ&レストラン編集部では、「神奈川県喫茶飲食生活衛生同業組合」(以下神奈川県喫茶組合)が所属する「神奈川県生活衛生同業組合」のうち7組合に協力を頂き、組合に加入する店のオーナーを対象に、同条例の

対応状況や経営への影響に関する緊急アンケートを実施した。今回行ったアンケートの主な質問内容は以下の通り。

- ・現在のお店の喫煙環境は?
- ・同条例施行後、お店の喫煙環境を変えたか?
- ・平成23年4月の売上の前年同月比は?
- ・4月1日から罰則が適用になったことで、お客からの反応は?
- ・条例施行について、オーナーからの意見

このアンケート調査から、神奈川県喫茶組合に加入する喫茶店・カフェ100店舗のアンケート結果をグラフにまとめた(図1・図2)。

神奈川県喫茶組合に加入する店の多くは、100㎡以下の小規模店である。そのため、アンケートに答えた100店舗のうち96店は条例の適用は努力義務となっており、87店が「喫煙可」のまま営業している(図1)。

「条例施行後、喫煙環境を変えたか」という質問では、変えていない店が100店舗中89店と、大半を占める結果が出た(図2)。喫煙環境を変えない理由は、「常連の多くは喫煙客。たばこを吸うのを楽しみに通ってくれているのに、いきなり禁煙したら常連客に申し訳ないし、何より売上が激減するのは目に見えている」「分煙しようと思っても、仕切りを設けるスペースも資金もない」と、主に経営面での不安で条例に対応できないというものがほとんどであった。

条例施行後に店の喫煙環境を変えたのは、100㎡超の店舗を含めてわずか5店。これらの店も、喫煙環境を変えられなかった。100㎡超の「第2種施設」に該当する、神奈川県・藤沢の「DAI NING BAR」「BEAT BAR」「BECK」のゼネラルマネージャー・小野田賢司さんは、条例への対応の経緯と店の現状を、次のように話す。

図1 ■ 現在のお店の喫煙環境を教えてください

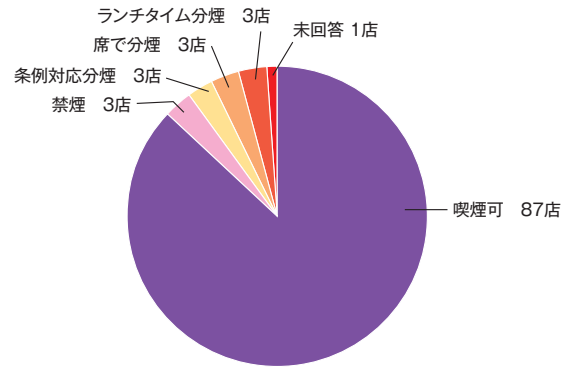
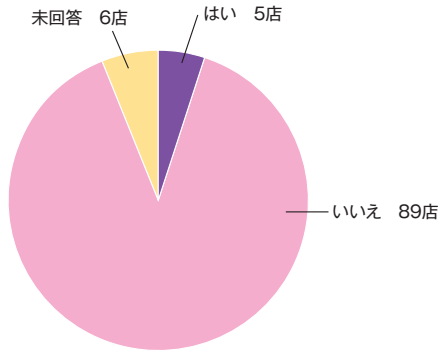


図2 ■ 神奈川県受動喫煙防止条例施行後、お店の喫煙環境を変えましたか?



神奈川県内のサービス業・飲食業・販売業からなる「神奈川県生活衛生同業組合」17組合のうち、「神奈川県喫茶飲食生活衛生同業組合」「神奈川県焙煎商生活衛生同業組合」「神奈川県麺類生活衛生同業組合」「神奈川県中華料理業生活衛生同業組合」「神奈川県社交飲食生活衛生同業組合」「神奈川県料理業生活衛生同業組合」の7組合の組合加入店を対象に、今年5月、株式会社「カフェ&レストラン」編集部にてアンケート調査を実施。そのうち、「神奈川県生活衛生同業組合」に加入している喫茶店やカフェから回答があった100店舗のアンケート結果をまとめたもの。

**アンケート基礎データ**  
【100店舗の内訳】  
100㎡超の店舗:4店  
100㎡以下の店舗:96店

「罰則適用までの猶予期間中、試験的に窓際の4テーブルを禁煙エリアにしてみました。ところが、うちのようないアルコール主体のバーは禁煙席を希望するお客様がほとんどいなくて、禁煙エリアの席が埋まらず、稼働率が非常に悪くなってしまったのです。窓際の席が空いているのは見た目にもよくないということで、結局パーティー用の個室を禁煙席にして、なんとか条例に対応しています。飲食店にもいろいろな業態や規模の店があり、ひとくりにされてうちのようになっている店はたくさんあるはずですよ」。



表3 ■ 「神奈川県生活衛生同業組合」に所属する7組合から募ったアンケートでの主なコメント

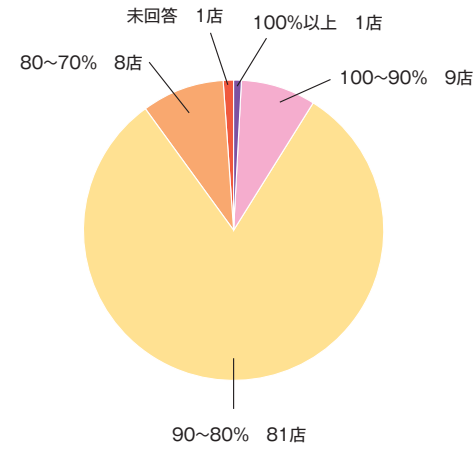
100m以下の店舗からのコメント

- たばこという嗜好品に対して行政が介入すること自体に疑問を感じる。受動喫煙する人をタテに取ったような条例には納得がいかない。「酒やたばこは飲食にはつきもの」という考え方は古いのか？ 古いものは悪と決めつけてよいのか？ 他の有害物質との比較はどうか、納得のいくデータを示して欲しい(寿司店)
- ランチタイムのみ禁煙にしている。喫煙可の時間帯も、喫煙客はカウンター内の板前や他のお客様に気を配ってくれているので、今のところ特にクレームはない(寿司店)
- 県の条例に一応配慮し、喫煙可からエリア分煙に変えたが、個人店は公共の場ではなく、個人店主の個店であると考えている。行政がそこまで禁煙を叫ぶなら、国の政策で売っていたたばこそのものを売らない政策をとるのが本当ではないか。たばこが買える以上、喫煙の自由を認めるべき。禁煙店と同等に、喫煙店もあって当然ではないか(レストラン)
- 現状では喫煙可のまま営業しています。今のところ喫煙に関するクレームはなく、お客様は店に来て喫煙してホッと、ストレスを解消されている様子です(居酒屋)
- 条例施行後、一応喫煙可からエリア分煙に変更した。ただでさえ売上が落ちており条例に対応した設備にお金はかけられないし、全面禁煙にしたらますます売上が大幅減になってしまうのは目に見えている(一般食堂)
- 喫煙可のまま営業しているが、条例施行後、喫煙客が来店しなくなった。神奈川のすべての飲食店が、たばこを吸えなくなったと思っている人は案外多いのではないかと(某業種)
- 条例に即した分煙ができる空間がなく、エリア分煙やランチタイム分煙に対応していますが、震災の影響が強く、たばこまで考えがまわらないのが現状です。条例は根つきつつあると感じますが、受動喫煙はマナーで解決すればいい話で、ルールを強制するのはどうかと思います(寿司店)
- 条例施行後、店の外に灰皿を置いて店内を禁煙としました。店の空気はきれいになったと思いますが、食事の後の一服が外で…となったため、喫煙客からはクレームが。売上もかなり下がっています(某業種)
- 条例に従って一時的に禁煙にしてみました。喫煙客からのクレームがあまりに多く、客数にも影響が出始めたので元の喫煙可に戻しました(某業種)
- うちは努力義務の店ですが、条例施行後、「この店は吸っても大丈夫ですか?」と聞く人が増えた。たばこが吸える・吸えないは、経営者に選択権があるべきだ。(某業種)
- 喫煙環境について、行政が関与すること自体がおかしい。自分の店のことは自分で考える。それが商売であると思う(某業種)

100m超の店舗からのコメント

- 条例に従って禁煙にしたが、売上は前年に比べて3割以上の減少。喫煙客からのクレームも多くなった。飲食店という場所は、喫煙者にとって大切な休憩所の一つになっているのだと、改めて思い知らされた(某業種)
- 分煙するスペースもないので禁煙にしましたが、売上は3割減。たばこのルールを飲食店に強制するのは難しいのではないかと(某業種)
- 以前から禁煙の店です。お客様には飲食店の禁煙が徐々に浸透してきていると感じます(某業種)
- 資金不足でまだ条例に対応した分煙はできていないが、売上はすでに30%以上も減った。行政に対しては、「中途半端なことはしない」と言いたい。個々の裁量とするか、県内全面禁煙にするか、どちらかにしないと店が一番困る(某業種)

図3 ■ 平成23年4月の売上状況について、前年同月比を教えてください



また、その他の店舗も「罰則の対象になり、分煙設備にお金がかからないからしかたなく禁煙にした」など、条例への対応に苦慮していることがアンケートからわかった。

**努力義務の店でも喫煙客離れが**

また、同じアンケート調査にて経営的な影響について、「売上金額の前年同月比は?」

という質問をしたところ、実に8割以上もの店が「90%」と回答。「100%~90%」「80~70%」も合わせて「売上が減少した」と回答のあった店が100店中98店と、圧倒的な数を占めた(図3)。

個人経営の店にとって、売上が10%以上減少するというのは、経営を揺るがす危機的な状況にあるはずだ。

売上減少の理由に同条例が大きく関係していることは、神奈川県喫煙茶組合の関係者から聞いた、以下のオーナーたちの話からうかがい知れる。「罰則の適用開始時期に合わせ、駆け込みで分煙設備を整えようとしたが、震災後の客数減の影響もあって資金不足に陥り、分煙対策が間に合わなかった。しかたなく禁煙にしたが、常連客への事前の告知が充分にできず、たばこが吸えると思って来店した顧客がほとんど離れている」

「罰則の適用で店を禁煙にせざるを得なかったが、予想通りたばこを吸いに来ていた客が激減。震災の影響もあって売上は大幅に落ち込み、来月も店が存続しているか不安」

同条例に震災の影響も重なって売上がこれまでに大きく減少し、大変な危機に陥っていると、オーナーはみな口を揃えて言っているという。

一方、罰則の対象ではない「特例第2種施設」の小規模店からも、条例の影響による客数の減少を訴える声が組合に数多く集まっているという。

「うちは小規模店なので今のところ喫煙可にしているが、罰則の適用外であることが県

民に周知徹底されておらず、喫煙客の中に来店を控える人が増えている」

「できる限り条例に沿うよう、空気清浄機などを導入して努力しているが、飲食店すべてが条例対象とされているお客もいて、禁煙を求める客からクレームが増えて困っている。これも一種の風評被害だ」

こうした、厳しい実状を訴える声が挙がっているという。

今回、7組合からのアンケート調査で集まった意見やお客からの反応を、表3にまとめた。喫煙店やカフェ以外の業態でも、同条例に困窮している実態が見て取れる。

**大手は条例に対応済み 片や個人店は対応に苦戦**

同条例により、多くの個人店が苦戦を強いられている一方で、大手チェーン店の条例への対応状況はどのようになっているのだろうか。

大手ファストフードチェーン「ファーストキッチン」の担当者は、「公共施設では禁



だ客席を喫煙と禁煙に分けただけ」という店がほとんどで、それが精一杯。県の調査では条例基準を満たす第2種施設は80%以上との報道もあるが、日本全体が混乱期にあるいま、分煙に多額の投資ができるとは到底思えない。県内の個人店はみな、罰則を含んだ条例の施行に悲鳴を上げている状況です」という。

**小規模店も店頭表示等で努力を示すことが重要**

では、今後、同条例が神奈川県の喫煙店やカフェに与える影響として、どのようなことが考えられるか。フードビジネスコンサルタントの永嶋万州彦氏は、「飲食店の許認可申請を行なう保健所の管轄は各都道府県にあり、今後は、許可基準の一つにこの条例が加わる可能性もある」と懸念する。もし加わった場合、禁煙か分煙措置がとられていなければ、新規開店の際に営業許可が得られず、更新の際も営業停止になってしまうという。

さらに、努力義務の小規模店も2年後(条例施行から3年後)の条例の見直しで、罰則の対象になる可能性もある。もし、すべての飲食店が条例の対象になるような事態になれば、即座に閉店を余儀なくされる店が多数出ることも予想される。小規模店にどんな防御策があるのか。前出の永嶋氏は、「まず、いち早く店の喫煙環境を知らせるステッカーを店頭に掲げる。その上で、店内をなるべく明るく清潔にし、換気にも努めてお客様からのクレームを防ぐ。こうした、今すぐできることから取り組むことです」とアドバイスする。今以上にたばこに対する規制が進展しないためにも、受動喫煙防止に努力しているというアクションを起こしていくことが重要だ。

受動喫煙防止条例が神奈川県、東京都でも同じような条例の検討が着々と進められている。喫煙業界は強い危機感を持ち、情報収集や対応に取り組むことが急務となっている。



表1 喫煙環境の変更による「利用意向」と「喫煙環境賛成度」の変化～ファストフード編～

改装タイプ	屋号 店舗名		利用意向			喫煙環境賛成度				
			before	after	b/a 増減	before	after	b/a 増減		
エリア分煙	店舗R	全体(WB)	79.9%	⇒	88.2%	+8.3	79.7%	⇒	87.0%	+7.3
		喫煙	88.1%	⇒	87.0%	-1.1	90.8%	⇒	87.0%	-3.8
		非喫煙	75.2%	⇒	88.9%	+13.7	73.4%	⇒	87.0%	+13.6
	店舗S	全体(WB)	65.6%	⇒	79.4%	+13.8	70.8%	⇒	78.6%	+7.8
		喫煙	89.6%	⇒	82.4%	-7.2	84.9%	⇒	80.6%	-4.3
		非喫煙	50.5%	⇒	76.9%	+26.4	61.9%	⇒	76.9%	+15.0
	店舗T	全体(WB)	82.0%	⇒	86.8%	+4.8	76.6%	⇒	86.0%	+9.4
		喫煙	90.7%	⇒	83.3%	-7.4	83.2%	⇒	87.3%	+4.1
		非喫煙	78.7%	⇒	88.3%	+9.6	74.1%	⇒	85.4%	+11.3
フロア分煙	店舗U	全体(WB)	90.1%	⇒	84.0%	-6.1	94.0%	⇒	77.7%	-16.3
		喫煙	91.3%	⇒	31.3%	-60.0	98.3%	⇒	17.4%	-80.9
		非喫煙	89.6%	⇒	92.2%	+2.6	92.2%	⇒	87.0%	-5.2
エリア分煙	店舗V	全体(WB)	72.1%	⇒	62.6%	-9.5	78.5%	⇒	73.7%	-4.8
		喫煙	87.0%	⇒	30.4%	-56.6	93.9%	⇒	34.8%	-59.1
		非喫煙	63.5%	⇒	72.2%	+8.7	69.6%	⇒	85.2%	+15.6

(株)マーケティングセンター調べ

【調査の概要】

〈表1〉〈表2〉のデータは、(株)マーケティングセンターが首都圏のファストフード5店舗、カフェ4店舗を対象に、各店舗の利用客のうち喫煙者、非喫煙者それぞれ約100名から、店舗での直筆アンケートにより得た有効回答をまとめたもの。調査期間は2009年11月～2011年5月までの間、喫煙環境変更前後の平日と休日、それぞれ2日間実施。

～ファストフードチェーンの声～

【LOTTERIA】

分煙か禁煙かによって、客数の増減にどう影響するかは、当社にとっても最大の関心事です。喫煙における環境が厳しくなっている現状と、お客様の「休憩したい(喫煙できる)」という店舗利用動機のパランスを図る上で、今回の調査データは参考になりました。

ファストフード店は社会的影響が大きく、喫煙環境には慎重な判断・対応をしていく責任があると感じています。重要なのは、お客様の視点に立った喫煙・非喫煙の市場ニーズをスピーディーかつ、的確に捉えた展開を行なうことです。現在は、エリア分煙や喫煙ルームの設置、時間帯別分煙などで対応していますが、将来的には完全分煙を目指し、喫煙されるお客様のニーズも大切にしながら、緩やかな対応を実施していく方針です。

URL/ <http://lotteria.jp/>



「全席禁煙」に変更した店舗U、  
「ルーム分煙」に変更した店舗Vの入店拒否数と入店拒否率

店舗	平日/休日	入店拒否数		入店拒否率
		入店拒否組数	入店拒否者数	
店舗U	平日平均	入店拒否組数	120	23.6%
		入店拒否者数	141	19.3%
	休日平均	入店拒否組数	117	19.1%
		入店拒否者数	155	15.9%
店舗V	平日平均	入店拒否組数	125	16.8%
		入店拒否者数	140	15.4%
	休日平均	入店拒否組数	56	12.6%
		入店拒否者数	68	10.6%

※入店拒否者にテイクアウト利用客は含まない

「全席禁煙」に変更した店舗と、「エリア分煙」から客席を禁煙化して喫煙ルームを設ける「ルーム分煙」に変更した店舗のCSの変化を見ると、いずれの数値も減少。「全席禁煙」に変更した店舗の喫煙客のCSは著しく低下し、「利用意向」は60ポイント、「喫煙環境賛成度」は約80ポイントもダウンした。特に、受動喫煙防止条例が施行されている神奈川県内の店や、路上喫煙禁止条例のある自治体の店では、喫煙客はファストフード店にも「喫煙席のある店」を求めて

大手チェーン利用客へのアンケート調査で明らかに

# 客席の禁煙化は客数減少や顧客満足度低下を招く恐れが!

「店の喫煙環境を変更する前と後で、顧客満足はどのように変化するか」。大手ファストフードチェーンとカフェチェーンの利用客を対象に、こうしたテーマのアンケート調査が実施された。顧客の喫煙率が高いといわれる喫茶店・カフェ態勢の分煙問題に一石を投じる、注目の調査結果を紹介する。



喫煙環境の変更前と後で顧客満足は変わるか?

飲食店の利用客にとって店の喫煙環境は、今や店選びの条件の一つにもなっていると言っている。店の喫煙環境への関心が高まるのに伴い、分煙に取り組む店も増加している。しかし、喫煙環境に対する顧客のニーズは業態ごとに異なり、「分煙対策については目下、試行錯誤中」という店舗も少なくない。

喫煙客の比率が高いといわれている喫茶店やカフェも、分煙への取り組みが難しい業態の一つ。喫煙環境の選択次第では、経営を揺るがす事態にも発展しかねないため、店の喫煙環境をどうするか、慎重に検討している店も数多く見受けられる。

喫煙環境を整える上で店側が最も知りたいのは、やはり顧客の声であろう。喫煙客、非喫煙客のそれぞれが、自分の店に対してどのような喫煙環境を求めているかだ。そんな中、喫茶店やカフェのオーナーにとって興味深いアンケート調査が行なわれ

た。大手ファストフードチェーン、大手カフェチェーンの利用客を対象にした、喫煙環境に関する調査である(調査/ (株)マーケティングセンター)。

これは、店の喫煙環境を変更したとき、利用客の事前・事後の顧客満足(Customer Satisfaction、以下CS)はどのように変化するか、アンケートをとったもの。調査対象は、首都圏近郊のファストフードチェーン5店舗とカフェチェーン4店舗で、各店舗とも、「エリア分煙」または「フロア分煙」から「仕切り分煙」「全席禁煙」「ルーム分煙」のいずれかへ変更している。環境を変える前と後に、これらの店舗で喫煙客と非喫煙客の両者に対し、アンケート調査を実施した。

主な質問内容は、「この喫煙環境で今後も店を利用したいと思うか」という「利用意向」と、「この喫煙環境に賛成か反対か」という「喫煙環境賛成度」。これらの結果を表にまとめたのが「喫煙環境の変更による利用意向と喫煙環境賛成度の変化」である。ファストフ

ードチェーンの結果を65ページの表1に、カフェチェーンの結果を66ページの表2に示している。

ファストフード店では

「仕切り分煙」でCSが上昇  
「全面禁煙」「ルーム分煙」は低下

まず、表1にあるファストフードチェーンの調査結果を見ると、「エリア分煙」から「仕切り分煙」へ移行した店舗の利用者全体のCSは、「利用意向」「喫煙環境賛成度」とともに向上している点が目玉される。特に、非喫煙客のCSは高い上昇を示し、ほぼ8割の非喫煙者は、仕切りがあればおむね喫煙を容認していることが見て取れる。

また「仕切り分煙」に変更する前の「エリア分煙」でのCSを見ても、約70%と高い数値を獲得している。仕切りがなく、ゆるやかに店内を分煙した「エリア分煙」でも、十分高いCSを得られていたことがわかる。

一方、例えば1階を喫煙、2階を禁煙などフロアで喫煙環境を変える「フロア分煙」から



～カフェチェーンの声～

「PRONTO」

当社は全国にチェーン展開していますが、店舗の喫煙環境を決める要因は、立地によるところが大きいといえます。たばこを規制する条例のある地域などは、喫煙場所自体が少ないこともあって喫煙可の要望が強いですが、ファミリー層の多い郊外では禁煙のニーズがある。今回調査に協力した店舗は、受動喫煙防止条例が施行されている神奈川県内の店舗だったため、全席禁煙にしてCSが下がったことは当然ともいえるでしょう。

当社が目指すのは、すべての客層に使い勝手のよい店舗です。そのための取り組みとして、新規オープン店は完全分煙化し、既存店でも順次、全面改装に合わせ仕切りを設けた完全分煙店への移行を進めています。そうして、喫煙するお客様、喫煙されないお客様の双方の快適度を高め、みなさんに喜ばれる店づくりを行なっています。

URL / <http://www.pronto.co.jp/>



株式会社  
フロントコーポレーション  
フロント・イルパル事業部  
スーパーバイザー  
今井 剛史 氏



また、変更前の「エリア分煙」に対するCSも、ファストフード店と同じく高い数値を示した。「仕切り分煙」に変更すれば、よりCSは向上するが、「エリア分煙」でも十分なCSを獲得できることが、この結果から読み取れる。

一方で、「エリア分煙」から「全席禁煙」へ変更した店の入店拒否数を見てみると、1日に100名を超える拒否者が出るなど、入店拒否率27.3%という驚くべき結果が出た。この調査はファストフード店の場合と同様、喫煙環境の変更を行なうことを店内ポ

スターにて事前に告知している。つまり、実験期間中に来店を控えたヘビィユーザーもいると考えられ、その数も考慮すると、全体の約3割を優に超える入店拒否者が出たことが予想できる。チェーン店の調査結果とはいえ、非常に大きな損失である。

FF、カフェともに、「禁煙」への移行は厳しく「仕切り分煙」が有効

以上のように、ファストフード店とカフェで実施した今回の調査結果を見ると、ほぼ同じような内容のデータが出

た。双方を合わせてまとめると、次のように分析できる。

まず、「仕切り分煙」は、喫煙客・非喫煙客ともにCSが高

表2 喫煙環境の変更による「利用意向」と「喫煙環境賛成度」の変化 ～カフェ編～

改装タイプ	屋号 店舗名		利用意向		b/a 増減	喫煙環境賛成度		b/a 増減
			before	after		before	after	
エリア	仕切り分煙	店舗W	全体(WB)	84.7% ⇒ 85.6%	+0.9	80.5% ⇒ 88.0%	+7.6	
			喫煙	97.3% ⇒ 94.7%	-2.6	93.8% ⇒ 93.9%	+0.1	
			非喫煙	80.4% ⇒ 82.8%	+2.4	75.9% ⇒ 86.2%	+10.3	
		店舗X	全体(WB)	77.6% ⇒ 95.4%	+17.8	73.2% ⇒ 92.7%	+19.5	
			喫煙	96.3% ⇒ 98.1%	+1.8	90.7% ⇒ 94.3%	+3.6	
			非喫煙	64.2% ⇒ 93.4%	+29.2	60.6% ⇒ 91.5%	+30.9	
	店舗Y	全体(WB)	83.4% ⇒ 94.4%	+11.0	79.6% ⇒ 92.5%	+12.9		
		喫煙	97.3% ⇒ 94.5%	-2.8	90.2% ⇒ 90.9%	+0.7		
		非喫煙	71.1% ⇒ 94.3%	+23.2	70.2% ⇒ 93.4%	+23.2		
全席禁煙	店舗Z	全体(WB)	73.2% ⇒ 81.4%	+8.3	78.2% ⇒ 74.8%	-3.4		
		喫煙	89.5% ⇒ 28.6%	-60.9	90.4% ⇒ 14.3%	-76.1		
		非喫煙	61.6% ⇒ 90.4%	+28.8	69.6% ⇒ 85.1%	+15.5		

(株)マーケティングセンター調べ

「全席禁煙」に変更した店舗Zの入店拒否数と入店拒否率

店舗	平日/休日	入店拒否数		入店拒否率
		入店拒否組数	入店拒否者数	
店舗Z	平日平均	入店拒否組数	69	33.5%
		入店拒否者数	103	31.9%
	休日平均	入店拒否組数	86	30.6%
		入店拒否者数	139	27.6%

※入店拒否者にテイクアウト利用客は含まない

いるようだ。

喫煙席ではなく、飲食のできない喫煙ルームを設けた「ルーム分煙」への変更は、喫煙客のCSが大幅にダウン。「グループで入店した場合、喫煙ルームへたばこを吸いにく」と会話のとぎれてしまう」といった声も聞かれ、喫煙客だけでなく非喫煙客からもそれほど歓迎されていないようである。

このように、禁煙化に対して大半の喫煙客からは「今後この店を利用したくない」「禁煙には反対」という意見が集中。そのため、利用者全体のCSは低下する結果となった。

さらに、喫煙環境を変更したことによって発生した「入店拒否数」を見ると、店頭で全席禁煙になっていることを知り、来店客の約20%が入店を拒否した日もあり、大量の客数を逃していることがわかる。この調査は事前に喫煙環境の変更を告知しているため、ヘビィユーザーは実験期間中に来店しなかったことも考えられ、実際にはこの入店拒否数を超える客数減も予想される。

このように、ファストフー

ド店の調査では「仕切り分煙」が喫煙客・非喫煙客の双方から支持され、「禁煙化」はCSの低下を招いて入店拒否者を増加させる結果が出た。子ども連れのファミリー層や未成年者も多く訪れるファストフード店という業態でも、禁煙化は店にとって大きなリスクを伴うことがわかった。

カフェの「全席禁煙」は入店拒否者が大量に発生CSも大幅に低下

次に、表2にあるカフェチェーンでの調査結果を見ると、「エリア分煙」から「仕切り分煙」への変更は、ファストフード店にも増してCSの向上が見られ、非喫煙客だけでなく喫煙客のCSも若干だが数値が上がった。この点から、カフェを利用する喫煙客は、非喫煙客に気兼ねせずたばこが吸える環境を歓迎している傾向が見て取れる。また、「仕切り分煙」への変更で非喫煙客のCSは、3店舗とも上昇し、ファストフード店と同様、「仕切り分煙」は双方から支持されていることがわかる。



表① ファミリーレストランのCSアンケート調査結果

改装タイプ	屋号 店舗名		利用意向			喫煙環境賛成度			b/a 増減	
			before	after	b/a 増減	before	after	b/a 増減		
全席禁煙	店舗①	全体 (WB)	81.8%	⇒	83.4%	+1.7	75.8%	⇒	79.9%	+4.1
		喫煙	47.1%	⇒	86.5%	+39.4	40.4%	⇒	80.8%	+40.4
		非喫煙	92.3%	⇒	82.5%	-9.8	86.5%	⇒	79.6%	-6.9
	店舗②	全体 (WB)	89.0%	⇒	70.5%	-18.4	84.1%	⇒	68.9%	-15.2
		喫煙	46.7%	⇒	65.0%	+18.3	22.4%	⇒	74.0%	+51.6
		非喫煙	93.2%	⇒	71.2%	-22.0	90.3%	⇒	68.3%	-22.0
	店舗③	全体 (WB)	84.8%	⇒	77.9%	-7.0	79.9%	⇒	80.4%	+0.6
		喫煙	52.9%	⇒	90.4%	+37.5	32.7%	⇒	87.5%	+54.8
		非喫煙	91.3%	⇒	75.0%	-16.3	89.4%	⇒	78.8%	-10.6

表②

改装タイプ	屋号 店舗名		利用意向			喫煙環境賛成度			b/a 増減		
			before	after	b/a 増減	before	after	b/a 増減			
エリア分煙	仕切り分煙	店舗①	全体 (WB)	87.4%	⇒	90.7%	+3.3	85.4%	⇒	83.7%	-1.7
			喫煙	86.9%	⇒	90.6%	+3.7	91.6%	⇒	87.7%	-3.9
			非喫煙	87.6%	⇒	90.7%	+3.1	83.2%	⇒	82.4%	-0.8
		店舗②	全体 (WB)	67.7%	⇒	82.9%	+15.2	79.1%	⇒	87.2%	+8.1
			喫煙	90.0%	⇒	70.3%	-19.7	95.0%	⇒	81.2%	-13.8
			非喫煙	61.3%	⇒	87.4%	+26.1	74.5%	⇒	89.3%	+14.8
	店舗③	全体 (WB)	84.6%	⇒	87.2%	+2.6	88.5%	⇒	90.9%	+2.4	
		喫煙	83.3%	⇒	78.8%	-4.5	87.5%	⇒	82.7%	-4.8	
		非喫煙	84.9%	⇒	88.9%	+4.0	88.7%	⇒	92.6%	+3.9	
	ルーム分煙	店舗④	全体 (WB)	71.6%	⇒	70.0%	-1.6	75.2%	⇒	73.5%	-1.7
			喫煙	85.6%	⇒	37.4%	-48.2	89.2%	⇒	43.0%	-46.2
			非喫煙	65.8%	⇒	80.7%	+14.9	69.4%	⇒	83.5%	+14.1
		店舗⑤	全体 (WB)	77.4%	⇒	77.7%	+0.3	75.0%	⇒	81.9%	+6.9
			喫煙	85.0%	⇒	51.0%	-34.0	90.3%	⇒	58.0%	-32.3
			非喫煙	74.5%	⇒	83.0%	+8.5	69.1%	⇒	86.6%	+17.5
	全席禁煙	店舗⑥	全体 (WB)	83.9%	⇒	82.0%	-2.0	85.6%	⇒	78.6%	-7.0
			喫煙	89.8%	⇒	45.4%	-44.4	87.0%	⇒	30.6%	-56.4
			非喫煙	82.4%	⇒	90.0%	+7.6	85.2%	⇒	89.1%	+3.9
店舗⑦		全体 (WB)	80.3%	⇒	80.8%	+0.5	81.8%	⇒	77.4%	-4.4	
		喫煙	83.6%	⇒	33.3%	-50.3	89.1%	⇒	26.9%	-62.2	
		非喫煙	79.1%	⇒	89.7%	+10.6	79.1%	⇒	86.9%	+7.8	

表③

平日	休日	屋号 店舗名		利用意向			喫煙環境賛成度			増減	
				エリア	時間帯禁煙	増減	エリア	時間帯禁煙	増減		
エリア分煙	時間帯禁煙	店舗①	全体 (WB)	66.6%	⇒	63.9%	-2.8	63.1%	⇒	57.9%	-5.2
			喫煙	72.1%	⇒	45.7%	-26.4	64.7%	⇒	31.4%	-33.3
			非喫煙	65.1%	⇒	68.0%	+2.9	62.7%	⇒	64.0%	+1.3
		店舗②	全体 (WB)	80.6%	⇒	71.0%	-9.6	74.0%	⇒	61.3%	-12.7
			喫煙	83.3%	⇒	40.0%	-43.3	79.2%	⇒	36.7%	-42.5
			非喫煙	79.8%	⇒	77.8%	-2.0	72.6%	⇒	66.7%	-5.9

その後、喫煙席と禁煙席をガラスの仕切りとエアカーテンなどで区分けした分煙（仕切り分煙）に変更する措置を講じた。

このように喫煙環境を変更することによって、CSはどのように変化したのだろうか。

神奈川県内のサイゼリヤ3店舗で利用客の満足度調査を行った結果が表①だ。この3店舗は、いずれも条例の施行時にいったん全席禁煙としたが、喫煙者の来店が減って売上減となったこともあり、その後、仕切り分煙に変更した店舗である。

全席禁煙時と改装後の仕切り分煙時の利用客全体のCSを比較すると、①店では利用意向、喫煙環境賛成度ともに若干の向上が見られたが、②店、③店では利用意向がマイナスとなり、評価を落とす結果となった。たばこが吸えるようになり、喫煙者の利用意向は大幅に改善した（プラス40・4〜54・8%）一方で、人数の多い非喫煙者の利用意向が低下した（マイナス6・9〜22・0%）ことが要因である。

いったん全席禁煙に踏み切ってしまうと、その後分煙に転換しても、店から足が遠ざかった喫煙者に、再び足を運んでもらうことは容易ではなく、また一度全席禁煙の環境に慣

業態別  
アンケートが  
実証!

# CSの低下を招く全席禁煙化に 慎重な対応が必要

ファミレス、居酒屋、ファストフード、カフェ業態、計25店舗を实地調査、喫煙環境の変更前、変更後で利用意向・賛成度は、どう変わる？

今や飲食店の経営者にとって店舗の喫煙環境は、店づくりを行う上で非常に重要な要素の一つとなっている。お店を利用する喫煙客・非喫煙客の双方に心地よい空間を提供することで、来店客数や顧客満足度（Customer Satisfaction）、以下「CS」の向上が期待できるからだ。

とはいえ、業態や客層、店舗の立

地などによって、お客が求める喫煙環境は異なるであろう。例えば、食事がメインのお店では禁煙のニーズがある一方、お酒を楽しむお店では喫煙のニーズが高いと推測される。また、家族連れの多いお店では禁煙が求められるが、サラリーマンの多いお店では喫煙の要望が強いと思われる。

とはどのようなものであろうか？ 今回の特集では、大手外食チェーンの利用客を対象に行われた喫煙環境に対する賛成度や、今後の店舗利用意向といったCSのアンケート調査結果（調査会社：マーケティングセンター）を基にして、業態ごとの理想的な喫煙環境について考察していく。

5月にかけて、ファミリーストラ、居酒屋、ファストフード店、カフェの各業態の大手チェーン店舗で実施された。

各店とも喫煙客、非喫煙客のおの100人に対し、喫煙環境を変更した前後で、それぞれ4日間（平日2日間、休日2日間）調査を行い、各店におけるCSの変化を数値で示している。

## ファミリーストラ

全席禁煙化に一度踏み切ると元の分煙には簡単に戻せない

ワンコインで食べられるパスタやドリア、新鮮なサラダ、ドリンクバーなどをそろえ、高校生からファミ

リ、ビジネスマン、OL、高齢者まで幅広く集客している「サイゼリヤ」は、11年6月末現在で全国に871店舗を展開するカジュアルイタリアンチェーンである。

神奈川県内には100店舗以上を

出店しており、同県の受動喫煙防止条例の施行に際して、各店で条例の基準を満たす分煙対策を講じた。一部の店舗では、10年4月の同条例施行時から、当面は全席禁煙とする対応を取った。

「全席禁煙にしたことにより、店舗の売上げが落ち込むケースもありました」と、サイゼリヤ執行役員、総務部長の東明氏は営業成績を分析する。そのため同チェーンでは、県内ですべて全席禁煙にした店舗も、



居酒屋チェーンのバイオニア  
養老乃瀧



エアカーテンを用いて  
分煙している店内



養老乃瀧食品本部営業部の  
吉岡博治マネージャー

表④ 居酒屋のCSアンケート調査結果

改装タイプ	屋号 店舗名		利用意向		b/a 増減	喫煙環境賛成度		b/a 増減
			before	after		before	after	
自由喫煙	店舗①	全体(WB)	74.9% ⇒ 81.6%	+6.6	60.3% ⇒ 76.8%	+16.4		
		喫煙	89.8% ⇒ 80.0%	-9.8	89.2% ⇒ 73.6%	-15.6		
		非喫煙	59.3% ⇒ 83.2%	+23.9	29.9% ⇒ 80.0%	+50.1		
	店舗②	全体(WB)	71.5% ⇒ 78.6%	+7.1	50.1% ⇒ 76.1%	+26.0		
		喫煙	96.0% ⇒ 80.4%	-15.6	83.2% ⇒ 73.2%	-10.0		
		非喫煙	55.8% ⇒ 76.9%	+21.1	28.8% ⇒ 78.7%	+49.9		
エリア分煙	店舗③	全体(WB)	70.0% ⇒ 81.9%	+11.9	71.8% ⇒ 88.8%	+16.9		
		喫煙	71.1% ⇒ 82.7%	+11.6	68.0% ⇒ 88.5%	+20.5		
		非喫煙	69.3% ⇒ 81.5%	+12.2	74.3% ⇒ 88.9%	+14.6		
	店舗④	全体(WB)	70.0% ⇒ 55.1%	-14.9	71.8% ⇒ 57.3%	-14.5		
		喫煙	71.1% ⇒ 31.1%	-40.0	68.0% ⇒ 28.2%	-39.8		
		非喫煙	69.3% ⇒ 72.5%	+3.2	74.3% ⇒ 78.4%	+4.1		

表⑤ 喫煙ルーム設置による入店拒否について

店舗	平日/休日	入店拒否数		入店拒否率
		入店拒否組数	入店拒否者数	
店舗④	平日平均	入店拒否組数	6	22.4%
		入店拒否者数	13	13.4%
	休日平均	入店拒否組数	5	13.8%
		入店拒否者数	11	10.6%

# 居酒屋

「店内の喫煙環境の変更は、慎重に行うべきですね。3店の結果を見ると、最初から分煙にできればよかったと思います」（東氏）

禁煙化は投資もいらず簡単な選択に思えるが、客数やCSに大きな影響が出ることを考慮すると、全席禁煙への移行には慎重な判断が必要だと言えそう。

なお、同チェーンは、ファミリーレストランとして利用されることも多いが、夜はワインとともに前菜、

「昔からお酒とたばこはセットで楽しむものという感覚がありますから、レストランで食事をするなら、最後は食後酒とたばこでくつろぎたいというお客さまもいらっしゃると思います。今後は喫煙席のある店舗では店頭の「喫煙席あり」のマークをより大きくし、分煙の姿勢をお客さまに



幅広い客層の支持を得て成長を続けるサイゼリヤチェーン



仕切り分煙により喫煙・非喫煙双方のお客に快適な環境をつくる

アピールしていきたいと考えています」（同社資材部長の岩崎英男氏）

## 喫煙者の利用意向が全席禁煙化で半分以下に激減

同調査は、サイゼリヤ以外のファミリーレストランチェーン7店舗でも実施している（表②）。うち5店舗が神奈川県内の店舗であり、以前から喫煙席と禁煙席をエリアで分けた分煙（エリア分煙）を実施していたが、受動喫煙防止条例施行を境に、仕切り分煙、喫煙ルーム設置（客席は全席禁煙）、全席禁煙など、それぞれ条例基準に適切した環境に変更している。

その結果、仕切り分煙に改装した3店舗では、利用客全体のCS変化にプラス傾向があり、おむね支持を獲得していることが分かった。

一方、喫煙ルームを設置した2店舗、全席禁煙に変更した2店舗では、店舗全体でのCSには大きな変化はないが、喫煙者の利用意向が店舗によつては半分以下まで低下するなど、喫煙者のCSの落ち込みが激しい。

それにより、喫煙客の店離れが進み、来店客数にも影響を及ぼしかねない。もともとのエリア分煙でも評価が高かったことに鑑みると、喫煙席と禁煙席がきちんと分かれていれば、

非喫煙者のお客からも十分に満足は得られるとも解釈できそう。

## 時間帯禁煙を実施しても非喫煙者の満足度は向上せず

また、さらに別のチェーンの2店舗では、終日エリア分煙としている平日と、ランチタイム禁煙を導入している休日と、それぞれCSを比較した（表③）。予想通り、ランチタイム禁煙となる休日は、平日よりも喫煙者の利用意向および喫煙環境賛成度は大幅に低くなる結果となった。

一方、非喫煙者の満足度が向上するかというと、必ずしもそうではない。ほとんど変化が見られないことが明らかになった。このことから、喫煙タイムと禁煙タイムに分ける分煙よりも、喫煙席と禁煙席を分ける分煙の方が、よりお客を満足させられる選択であるとも考えられる。

以上の調査結果をまとめると、ファミリーレストランでは、エリア分煙でも十分な評価は得られるが、仕切り分煙への改装により、利用客全体の満足度をさらに向上させることができることが分かった。しかし、全席禁煙や時間帯禁煙の導入は、喫煙者の来店に影響を与える可能性が高く、慎重な判断が求められるといえるだろう。

## 全席禁煙+喫煙ルーム設置はお客様のニーズに答えられない

職場や交通機関、路上などで喫煙場所が減少する中、「仕事帰りに居酒屋でくつろぐときくらいはゆつくりとたばこを吸いたい」と言うサラリーマンは少なくない。飲食店の中でも特に居酒屋は、喫煙需要の高い業態と言えるだろう。

今回調査を実施した養老乃瀧もサラリーマンを主要顧客に持ち、たばこをくゆらしながらお酒を楽しむことができる飲食の場を半世紀以上にわたって提供している老舗居酒屋チェーンである。

調査は神奈川県内の「養老乃瀧」「だんまや水産」計4店舗で実施。受動喫煙防止条例施行に伴い、自由喫煙から仕切り分煙に変更した2店舗（①店、②店）の他、③店はエリア分煙であった店舗を仕切り分煙に変更、④店はエリア分煙であった店舗を全席禁煙として喫煙ルームを設置した。これらの喫煙環境変更によつてCSがどのように変化してきたかを表④に示している。

まず、①店、②店については、喫

煙席が減少したことにより喫煙者からの評価が下がったものの、禁煙席の設置により非喫煙者からの評価が高まった結果、店全体のCSが向上した。

③店については、以前のエリア分煙においても店全体のCSは7割以上と高水準であったが、仕切りを導入することにより8割超と一層の高評価を記録している。

非喫煙者の満足度が上がるうえ、禁煙席との境界に仕切りが設けられることで心置きなくたばこが吸えるようになるためか、喫煙者からの評価も向上している。

他方、④店については評価を落とす結果となった。席でたばこを吸いながらお酒を楽しむことができなくなるにより、喫煙者の満足度が下がることは想定できるのだが、全席禁煙になつても非喫煙者からの満足度にほとんど変化がないことが分かる。

「それまでの客席を6席減らして店内に喫煙ルームを試験的に設置してみました。予想よりもデメリットが大きかったです。客席を全席禁煙にして喫煙ルームを設けるとい



表6 ファストフード店のCSアンケート調査結果

改装タイプ	屋号 店舗名		利用意向			喫煙環境賛成度			b/a 増減
			before	after	b/a 増減	before	after	b/a 増減	
エリア分煙	仕切り分煙	店舗①	全体 (WB)	79.9% → 88.2%	+8.3	79.7% → 87.0%	+7.3		
			喫煙	88.1% → 87.0%	-1.1	90.8% → 87.0%	-3.8		
			非喫煙	75.2% → 88.9%	+13.7	73.4% → 87.0%	+13.6		
		店舗②	全体 (WB)	65.6% → 79.4%	+13.8	70.8% → 78.6%	+7.8		
			喫煙	89.6% → 82.4%	-7.2	84.9% → 80.6%	-4.3		
			非喫煙	50.5% → 76.9%	+26.4	61.9% → 76.9%	+15.0		
店舗③	全体 (WB)	82.0% → 86.8%	+4.9	76.6% → 86.0%	+9.4				
	喫煙	90.7% → 83.3%	-7.4	83.2% → 87.3%	+4.1				
	非喫煙	78.7% → 88.3%	+9.6	74.1% → 85.4%	+11.3				
フロア分煙	全席禁煙	店舗④	全体 (WB)	90.1% → 84.0%	-6.1	94.0% → 77.7%	-16.3		
			喫煙	91.3% → 31.3%	-60.0	98.3% → 17.4%	-80.9		
			非喫煙	89.6% → 92.2%	+2.6	92.2% → 87.0%	-5.2		
エリア分煙	ルーム分煙	店舗⑤	全体 (WB)	72.1% → 62.6%	-9.5	78.5% → 73.7%	-4.8		
			喫煙	87.0% → 30.4%	-56.6	93.9% → 34.8%	-59.1		
			非喫煙	63.5% → 72.2%	+8.7	69.6% → 85.2%	+15.6		

表7 全席禁煙化や喫煙ルーム設置による入店拒否について

店舗	平日/休日	入店拒否数		入店拒否率
		入店拒否組数	入店拒否者数	
店舗④	平日平均	120	141	23.6%
	休日平均	117	155	19.1%
店舗⑤	平日平均	125	140	16.8%
	休日平均	56	68	12.6%

さらに全席禁煙を開始する前の数日間、禁煙化の告知を店内で行っていたため、告知を見たヘビーユーザーは来店を拒んだことが想定される。このことから、実際には禁煙化による客数減分はこれより多いものと思われる(表7)。

「全席禁煙化や喫煙ルームの設置においては『客数の増減に影響するのかが最大の関心事です。弊社の顧客アンケートによって顕在化しただけでも、利用動機の中で喫煙が約1割という大きなシェアを占めています。お客さまの視点に立ち、喫煙者、非喫煙者の両方のニーズをスピーディかつ的確に捉えることが非常に重要だと思っています」(同社)

なお禁煙であることを知ったうえで入店した喫煙者のCS低下も著しい。非喫煙者のCSは喫煙者のCSは⑤店では向上したが、もともとフロアで分煙されていた④店で

吸う人・吸わない人のニーズに柔軟に対応するロッテリア



全席禁煙・喫煙ルーム設置で入店拒否者が多数発生

子どもから熟年層まで幅広い客層が利用するファストフード店は店内

ファストフード店

の喫煙環境を考えるうえで「たばことともに一休みしたい」という大人の利用動機を満たしていくと同時に中高生など未成年の受動喫煙に対する配慮も求められる業態である。ファストフードチェーン大手のロッテリアでは、各店の立地や入居している施設の規則等に合わせ、多様な喫煙ルールを設けている。

「現在はエリア分煙の他、店内もしくは店外での喫煙ルームの設置、曜日や時間帯による禁煙など、状況に応じてさまざまな対応を取っています」と、同社は説明する。

ファストフード店では喫煙環境の変更によってどのようなCSの変化

が見られるのか。今回、神奈川県店舗を含む首都圏のロッテリア計5店舗で調査を実施した(表6)。

①③店はいずれもエリア分煙から仕切り分煙への変更である。④店は、通常は喫煙フロアと禁煙フロアを分ける形で分煙している店舗を調査時のみ全て禁煙フロアとした。⑤店は、通常エリア分煙で営業している店舗を調査時のみ全席禁煙として店の中央に喫煙ルームを設置した。

①③店については、ファミリレストランや居酒屋でエリア分煙から仕切り分煙に変更した場合と同様、店全体の利用意向はおしなべてアップする結果(プラス4・9〜13・8

%)となった。特にエリア分煙時に非喫煙者からの満足度が高くなかった②店において、仕切りの導入によるCS向上が顕著に見られている。

一方、④店、⑤店については環境変更に伴い、店全体のCSが低下した。また、来店したお客に対して全席禁煙となっていることを店頭で説明すると、多くの喫煙者が入店を取りやめた。その数は④店では平日、休日共に100人を上回り、⑤店でも平日は100人超であった。全席禁煙に占める入店拒否者の割合は15〜20%となり、禁煙席が増えたことによる非喫煙者の入店増を意味している。大幅な客数減となっている。

喫煙フロアをなくすことで喫煙環境賛成度がダウンするという現象も見られる。フロアで分けられている喫煙者も全フロア禁煙までは求めていないというところ。非喫煙者の評価が高まらなかった結果、店全体のCSも低下している。

**喫煙ニーズへのきめ細かい対応が不可欠**

以上より、ファストフード店においては喫煙を重要な利用動機と考えているお客が少なくないことが分かる。であるならフロア分煙や仕切り分煙、エリア分煙を店舗の状況に応じて選択していくのが良いと言えるかもしれない。全席禁煙化に際しては、立地や客層(利用客のほとんどが学生であるなど)を考慮した上で慎重な検討を行う必要があるだろう。

同社に今後の展望を聞いた。

「将来的には仕切りやフロアで分ける『完全分煙』を目指しています。その中で、都心、地方都市、駅前、ショッピングセンター内、オフィス街、ドライブスルーなど店舗の立地特性を考慮し、幅広い年齢層の方に満足いただけるよう、店舗ごとにきめ細かく喫煙ニーズに対応していくことが不可欠だと考えています」

分煙方法は特に当社のような居酒屋業態では難しいのかもしれない」

養老乃瀬首都圏本部営業部の吉岡慎治マネージャーはこのように調査結果を分析する。

居酒屋を利用する際には仲間との会話が楽しみの一つであり、重要な利用動機でもある。しかし、喫煙者がたばこを吸いたいときにその都度席を立て喫煙ルームに向かうのは、喫煙を寸断されることにもなり、喫

煙者自身にとっても客席に取り残される非喫煙者にとっても心地よいものではないのだろう。

さらに、来店時に従業員から全席禁煙であることを知らされ入店を取りやめる喫煙者や喫煙者を含むグループも少なくない。今回の調査では、禁煙にしたことにより平日、休日共に1割以上のお客を失っている(表6)。

「禁煙にすることによってこれだ

け入店をやめられるお客さまがいらっしゃると思いますと、売上げへの影響も無視できないと思います」(吉岡氏)

以上の結果から、居酒屋業態において、客席を禁煙にして喫煙ルームを設置する分煙方法は、客席減による売上損失に加え、入店拒否による機会損失を発生させる可能性を持つと言える。

逆に、居酒屋ではエリア分煙の顧客満足度が比較的高く、さらに仕切

り分煙にすることで満足度はより向上することが分かった。非喫煙者のお客にとっては「禁煙席がある」ことが重要であり、必ずしも全席を禁煙にすることまで求められているわけではないのかもしれない。

なお仕切りの導入は店にとっては新たな設備投資が必要になる場合もあるため、費用対効果については店舗の状況に合わせて検証し、導入の可否判断をしていくべきであろう。



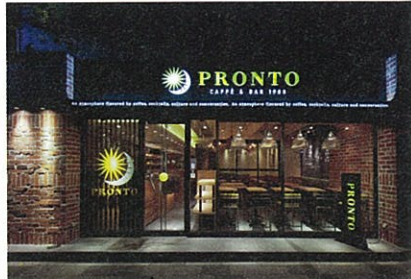
改装の時期に合わせて  
分煙環境を順次整備

以上の結果から考えると、カフェにおいては、立地や客層に応じて喫煙席と禁煙席の最適な席数配分を勘

で、喫煙者のCSの激しい落ち込みが相殺されたためである。「ファミリ層が多い店舗などですと、例えば禁煙エリアを広げても、ここまでの入店拒否者の出現や喫煙者の顧客満足度の低下にはつながらないと思います。しかし、サラリーマンが多い店舗などでは影響は甚大です。立地や客層によって歴然と違いが表われてくるのだというのが、今回の調査結果の率直な感想です」(今井氏)



プロントコーポレーションの今井剛史氏



カフェ業態として昼と夜のニーズにきめ細かく対応



仕切り分煙により夜のアルコール需要にも幅広い客層を集客する

案した上で、エリア分煙や仕切り分煙を行っていくことが望ましいと言えるだろう。

「今回の調査で、全席禁煙にする」と、非喫煙者の利用意向や喫煙環境賛成度は上がっています。これはこれで見逃せないデータです。一方で、入店をやめる方が多くいらしたことから分かるように、喫煙のお客さまは離れてしまっています。全てのお客さまにお食事を楽しんでいただける環境を提供するためには、ゆったりと喫煙ができる環境とたばこの煙が流れて来ない環境の両方を、1つの店舗の中にきちんとそろえることが重要であるとあらためて感じました」

と語るの、同社経営企画室、経営企画・広報グループ長の羽入隆之氏。

表⑧ カフェ店のCSアンケート調査

改装タイプ	屋号	店舗名	利用意向		b/a 増減	喫煙環境賛成度		b/a 増減
			before	after		before	after	
エリア分煙	仕切り分煙	店舗①	全体 (WB)	84.7% ⇒ 85.6%	+0.9	80.5% ⇒ 88.0%	+7.6	
			喫煙	97.3% ⇒ 94.7%	-2.6	93.8% ⇒ 93.9%	+0.1	
			非喫煙	80.4% ⇒ 82.8%	+2.4	75.9% ⇒ 86.2%	+10.3	
		店舗②	全体 (WB)	77.8% ⇒ 95.4%	+17.8	73.2% ⇒ 92.7%	+19.5	
			喫煙	96.3% ⇒ 98.1%	+1.8	90.7% ⇒ 94.3%	+3.6	
			非喫煙	64.2% ⇒ 93.4%	+29.2	60.6% ⇒ 91.5%	+30.9	
	店舗③	全体 (WB)	83.4% ⇒ 94.4%	+11.0	79.6% ⇒ 92.5%	+12.9		
		喫煙	97.3% ⇒ 94.5%	-2.8	90.2% ⇒ 90.9%	+0.7		
		非喫煙	71.1% ⇒ 94.3%	+23.2	70.2% ⇒ 93.4%	+23.2		
	全席禁煙	店舗④	全体 (WB)	73.2% ⇒ 81.4%	+8.3	78.2% ⇒ 74.8%	-3.4	
			喫煙	89.5% ⇒ 28.6%	-60.9	90.4% ⇒ 14.3%	-76.1	
			非喫煙	61.6% ⇒ 90.4%	+28.8	69.6% ⇒ 85.1%	+15.5	

表⑨ 全席禁煙化による入店拒否について

店舗	平日/休日	入店拒否数		入店拒否率
		入店拒否組数	入店拒否者数	
店舗④	平日平均	入店拒否組数	69	33.5%
		入店拒否者数	103	31.9%
	休日平均	入店拒否組数	86	30.6%
		入店拒否者数	139	27.6%

1970年代の喫茶店全盛時代から、コーヒーとたばこは相性の良い組み合わせとして認知され、幅広い層に受け入れられてきた。昨今、店内全席禁煙を独自のスタンスとして打ち出しているカフェチェーンもあるが、多く

のチェーンでは喫煙者、非喫煙者が共に心地よく過ごせるように店舗の分煙環境を整えている。今回、あるカフェチェーンの3店舗で、いずれもエリア分煙から仕切り分煙に変更した際のCS変化を調査した(表⑧)。店舗によって変化の幅にバラツキはあるが、軒並み店舗全体のCSが向上する結果となっている。特に喫煙エリアとの境界付近の席に座った非喫煙者からの評価が高まったそうだ。そもそもエリア分煙でも8割前後のお客が賛成しており十分な対応とも考えられるが、仕切り分煙はその評価をさらに高める効果があると言えそうだ。

来店者の約3割が  
全席禁煙と知り入店拒否

また大手カフェチェーン「プロント」では、通常は喫煙席と禁煙席をおよそ半々に分けたエリア分煙としている神奈川県横浜市の店舗で、全席禁煙とした場合のCS変化を調査した。昼はカフェ、夜はバーとして営業しているが、調査はカフェの営

業時間帯(17時まで)のみ実施した。この結果、ファストフード店の全席禁煙時と同様、多くの入店拒否者が発生。平日、休日共に、来店者の約3割を占める100人超の喫煙者または喫煙者を含むグループが、禁煙であることを店頭で告げられ、入店を取りやめた(表⑨)。

「立地によってはランチ時のピークタイムを全席禁煙にしている店舗はありますが、17時までのカフェタイムを通しての全席禁煙実験は初めてだったので、この調査結果は興味深いです。入店拒否者の多さは、立地による影響が大きいかもしれません。この店舗の周辺は路上喫煙が禁止されていますし、喫煙所やカフェも少なく、たばこを吸える場所が非常に限られているので、プロントで一服しようという喫煙者の常連客が少なくないのではないかと思います」と、プロントコーポレーションの広報・イルバール事業部スーパーバイザー今井剛史氏は語る。また、店全体としてのCSには大きな変化は見られていない。多くの喫煙者が入店を諦めた結果、多数派となった非喫煙者のCS向上の影響

立地や客層に合わせた  
最適な分煙環境の整備が必要

以上4業態における調査結果をまとめると、いずれの業態においても、喫煙環境がCSに少なからず影響を及ぼしていることが分かる。

「仕切り分煙」は、4業態全てで、喫煙者からも非喫煙者からも高い評価を受けており、ファミリレストランやカフェでは店全体の利用意向が9割を超えるケースも見られた。また、「エリア分煙」でも、喫煙者

はもちろん非喫煙者からも評価は低くないことから、仕切りの設置がスペース面や費用面で難しい場合には、1つの選択肢として考えられるだろう。

一方、「ルーム分煙」は、非喫煙者からの評価は高いものの、喫煙者

からの評価が激しく落ち込むと同時に、入店拒否者が数多く発生することが分かった。特に、居酒屋やファストフード店ではその傾向が顕著に見られ、それだけ食事を楽しみながらの喫煙が重要な利用動機になっていることの裏付けとも捉えられるだろう。

「全席禁煙」についても同様であり、非喫煙者からの賛同が得られると同時に、喫煙者の反発を招いてしまう。今回調査したカフェでは全席禁煙時に約3割の入店拒否者を出しており、禁煙化が客数減を招く可能性があることを如実に示している。「全席禁煙」や「ルーム分煙」への移行は慎重な検討が求められると言えそうだ。

とはいえ、喫煙環境は、業態だけでなく、立地や客層、その店のコンセプトなど、さまざまな要素を加味した上で決めていくべきである。「仕切り分煙」が望ましい店もあれば、「全席禁煙」が望ましい店もあるだろう。

大切なことは、自身の店に最適な喫煙環境について真剣に考え、喫煙客と非喫煙客の双方が納得できる、快適な環境を整えるよう努めることである。その際に、この調査結果報告は参考の一つになるのではないだろうか。