

# 健康増進法の見直しに関する考え方

## ～「望まない受動喫煙の防止」と 外食産業の持続的発展の両立～

厚生労働省受動喫煙対策専門委員会 ヒアリング提出資料

2026年3月10日



# 食団連

一般社団法人日本飲食団体連合会

## 食の文化を未来につなぐ

一般社団法人日本飲食団体連合会は日本の食産業の未来を真剣に考え、活動し、声を届ける団体として誕生しました。

外食・食関連産業の発展に向けて、各種団体を横断的に束ね、一つの大きな声としてとりまとめ、食文化を未来へつなぐことを目的としています。

設立

**2021年**

会員団体内店舗数

**90,000店舗～**

会員団体数

**69団体**

会員団体内従業員数

**1,000,000人～**

オフィシャルパートナー数

**76社**

地域支部数

**17拠点**

## コロナ禍で顕在化した外食産業の危機

### issue 01

#### 新型コロナによる 業界崩壊の危機

- 営業時間短縮・規制の長期化で中小飲食店の倒産が急増
- 老舗店の廃業・技術継承の断絶
- 協力金制度が実態に合わず、関連事業者（酒屋・生産者等）に支援が届かない

### issue 02

#### 「声が届かない」 構造的課題

- 個別の陳情では政策に反映されない
- 政府と意見交換する文化・政治力の不足
- 他産業との支援格差（Go Toトラベル vs Go To イート）（軽減税率）
- 個店～中堅を代表する統合組織の不在

### issue 03

#### 団体設立への 決断と始動

- 2021年6月：飲食18団体が合同記者会見を実施
- 2021年12月22日：一般社団法人 日本飲食団体連合会 設立
- 2022年1月：緊急記者会見・本格始動

コロナ禍の爪痕に加え、歴史的な物価高騰により経営状況は厳しく、  
これ以上の過度な規制強化は存続を脅かす死活問題となります

## 経営環境の悪化

(コスト構造の変化)

- 原材料価格の世界的な高騰
- 円安による輸入食材コストの増大
- 天候不順、不作による供給不安定

## 人手不足の深刻化

(リソースの枯渇)

- 労働人口減少に伴う慢性的な欠員
- 人件費上昇
- 教育コストの増大と離職率の課題

## 消費行動の変化

(市場需要の変容)

- 生活防衛意識による外食頻度の減少
- 節約志向に伴う「価格転嫁」の難しさ
- 中食・デリバリーへの需要分散

## 制度・社会環境の変化

(コンプライアンス対応)

- HACCP等の高度な衛生管理基準
- 改正健康増進法（受動喫煙防止対策）
- 食品表示法、インボイス制度等の法順守

社会要請への理解と協力はしてきましたが、  
制度の公平性と法令順守店舗の適切な保護を望みます

## 「望まない受動喫煙の防止」への賛同

目的自体に異論はなく、  
社会の要請として真摯に受け止めています



## 法改正の趣旨理解と協力

制度の周知や表示（喫煙可能標識の掲出等）  
にこれまでも継続して協力してきました



## 公平かつ経営の選択が担保された制度の支持

新規参入店舗と既存店舗で喫煙環境に関する  
ハードルが異なる現状は、競争上不公平と考  
えます



## 法令順守店舗の適正な保護

違法な選択（ルールの無視や不適切な表示）  
をした店舗が有利になる市場形成は望みませ  
ん



# 飲食店内の喫煙環境についての見解

- 標識掲示の誤りや不掲示により「望まない受動喫煙」が発生していることが問題と認識
- 標識掲示率の向上により「望まない受動喫煙」は改善可能と思料

類型	現状認識	課題
喫煙専用室	<ul style="list-style-type: none"><li>• 技術的基準など要件が明確であり分かりやすい</li><li>• 面積が広い店では有用だが、施工費が高額</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 標識の掲示がされていないこともある</li></ul>
加熱式たばこ専用喫煙室	<ul style="list-style-type: none"><li>• 利用者増加に伴い「既存特定飲食提供施設（室）」や「喫煙目的施設（室）」をベースとして、運用上加熱式たばこのみとしている店舗も多い</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 喫煙専用室と技術的基準は同様だが、認識されていないことも多い</li></ul>
既存特定飲食提供施設（喫煙可能店（室））	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2020年4月1日までに営業開始という時期制約がある</li><li>• 資本金や客席面積による制約がある</li><li>• 喫煙目的施設との違いが分かりにくく、誤った標識が掲示されていることもある</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 新規参入店舗が喫煙環境を提供できず、競争上不平等であり、経営の自由を制限している</li></ul>
喫煙目的施設（室）	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2020年4月1日以降に出来た飲食店は喫煙目的施設を選択しなくては客席で喫煙可能な店舗運営が不可能</li><li>• 喫煙可能店（室）との違いが分かりにくく、誤った標識が掲示されていることもある</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 酒類提供をする飲食店では喫煙目的での来店客も多いため、実態での判断が必要</li></ul>

# 望まない受動喫煙の防止のために ~ 食団連の今後の取組について

- ハード規制（設備や法令）よりも**ソフト面（情報の可視化）が重要**
- 入店前に判断が可能となり、「入ったら煙たかった」という**ミスマッチの未然防止が重要**

## ⚠ 現状認識・課題

- 喫煙環境のある店舗のみの掲示義務
  - 禁煙店に掲示義務はなく、「掲示なし = 禁煙」の誤認発生
- デジタル情報の精度不足
  - グルメサイトやGoogleマップ等での情報不掲載や誤りによる情報の不整合
- 一部事業者の制度理解不足
  - 自店舗の施設類型を正しく把握できていないケース

## 💡 解決策

- 禁煙店を含めた「全店掲示」の推進
  - 利用者の誤認を未然に防ぎ、入店前のマッチング最適化
- デジタル・アナログ両面での可視化
  - 店頭標識に加えてweb媒体での情報発信を強化する仕組みを構築
- 現行制度の周知・徹底を最優先
  - 新たな規制よりも、まずは現行ルールの浸透を推進



これ以上の規制強化は、真面目に取り組んでいる事業者の首を絞めると認識しています  
現行法の周知徹底（啓蒙活動）を優先し取り組みを強化します

## 1. 定期会合での周知・ステッカー配布

- 主催する総会やサミット等の定期会合での継続的な啓発を実施します
- 食団連ステッカーの自主製作と配布を検討します

## 2. デジタル広報の強化（webサイト）

- 食団連HPにて啓発コンテンツを掲出し、  
正しい知識の普及に努めます

## 3. グルメサイト企業との連携

- 食団連に加盟する主要グルメサイト運営企業と連携し、  
入店前に「望まない受動喫煙を防止」する仕組みを検討します

# 望まない受動喫煙の防止のために ~ 食団連の今後の取組について

- アナログ周知の取り組みは一定の成果（**標識掲示率82.7%**）
- デジタル周知を活用した外部からの可視化の促進がカギ



## 会員周知

- ✓ 地域支部を通じた情報提供
- ✓ 食団連HPでの厚生労働省HP掲出
- ✓ 総会や展示会での分煙ブース展示



## 勉強会の実施

- ✓ 健康増進法について、各支部で勉強会や説明会を開催



## デジタル連携

- ✓ 入店前の可視化を目指す新フェーズ
- ✓ 主要グルメサイト企業と連携し、デジタル周知の拡充へ

## 今後の取組

私たちは、望まない受動喫煙が発生しない社会の実現を、  
外食産業の担い手として心から望んでいます

## 1. 現行法の周知徹底と運用の徹底

新たな規制を導入するよりも、「**現行法の浸透**」及び「**運用の徹底**」を**最優先**すべきです  
既存のルール of 形骸化を防ぎ**実効性を高める取り組み**を要望します

## 2. 標識のアナログ・デジタル両面での可視化推進

**利用者と事業者の適切なマッチングにより、望まない受動喫煙の発生は未然に防げます**  
店頭標識の視認性向上（アナログ） / グルメサイト等との情報連携（デジタル）

## 3. 現行法の維持・運用改善に関する具体的な要望 - 公平かつ経営の選択が担保された制度設計 -

- ✓ **時期制約の見直し（新規参入と既存店舗の競争条件の公平化）** ✓ **利用者・事業者双方に分かりやすい類型・制度**
- ✓ **「喫煙目的施設」要件の維持（業態ではなく実態を重視した運用）**