



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”の登場人物
「シャルロッテ」

株式会社ロッテ
2026年6月25日(木)

全国各地に涼める居場所を提供し、暑すぎる夏の外出・屋外体験のアップデートを目指す

ロッテ、「クールシェルタープロジェクト」を始動

夏の長期化・酷暑化で約7割が外出を制限、屋外体験機会が失われる「体験格差」も懸念。

渋谷・MIYASHITA PARK、神奈川・片瀬西浜海水浴場、大阪・なんば駅前広場、埼玉・熊谷に大型シェルターやパラソルの設置、MIYASHITA PARKでは期間限定でアイス1万個の提供

株式会社ロッテ（東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：中島英樹、以下ロッテ）は、微細氷を使用した代表的なアイスブランド「クーリッシュ」「爽」を通じて、長期化・酷暑化する日本の夏において、人々が涼しく過ごせる体験や場所を増やし、“日本の夏をアップデートする”「クールシェルタープロジェクト」を本年7月23日(木)より始動いたします。

本プロジェクトでは、第一弾として渋谷のMIYASHITA PARK、神奈川県のパラソル海水浴場などに“涼スポット”を展開するほか、専門家や社会団体、企業と連携する推進組織「クールシェルター評議会」を発足し、暑さを我慢するだけではない、新しい夏の過ごし方を社会全体に広げてまいります。



※画像はイメージです

「クールシェルタープロジェクト」実施背景

近年、日本では春と秋が短くなり、夏と冬が長期化による「二季化」が進行。さらに本年から最高気温が40度以上となる日の名称として新たに「酷暑日」が設けられるなど、記録的な暑さと夏の長期化が社会課題になっています。三重大学が行った研究では、1982年から2023年までの42年間で夏の期間が約3週間伸びたことが明らかに。2024年の夏の期間は133日間と1年の3分の1を超える長さになっていたことがわかりました。

また、過酷な暑さや夏の長期化により、夏祭りやイベントの開催時期を春や秋へ変更する動きが広がるなど、日本の夏の風景は変わりつつあります。さらに、外気温の高まりにより、子どもたちが屋外で遊ぶ機会も制限され、夏ならではの原体験や学びの機会が失われる「体験格差」の拡大も懸念されています。

本プロジェクトの始動にあたり、ロッテは全国の10～50代男女2,000名を対象に、夏の長期化や暑さによる行動制限の実態を明らかにする独自調査を実施。暑さによる外出や屋外体験への影響について聞いたところ、「真夏の暑さが厳しくて外出をやめたり、外出時間を短くすることが直近2～3年で増えている」と回答した人は70.9%という結果に。また、暑さを理由に諦めた夏の行動が「増えている」と回答した人も64.9%という結果から、暑さが単なる不快感にとどまらず、実際の行動変容として表れていることがうかがえます。

こうした状況を受け、ロッテは、これまで冷たさや爽快感といった「涼体験」を提供してきた、代表的なアイスブランドである「クーリッシュ」と「爽」を通じて、アイスという「商品」を届けるだけでなく、人々が涼しく過ごせる「体験」や「場所」を増やすことも、アイスブランドだからこそできる取り組みであると考え、本年より「クールシェルタープロジェクト」を新たに始動いたします。



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”の登場人物
「シャルロッテ」

「クールシェルタープロジェクト」の取り組みについて

夏の期間中、厳しい暑さの影響を受けやすいスポットや施設と連携し、「涼スポット」に変える取り組みを展開いたします。第一弾として7月下旬より渋谷にあるMIYASHITA PARK、新江ノ島水族館の裏に位置する神奈川県片瀬西浜海水浴場にて大型シェルターやパラソルなど涼スポットの展開いたします。長年親しまれている「クーリッシュ」や「爽」のパッケージをイメージした、爽やかなブルーのシェルターで涼やかな休憩時間をお過ごしいただけます。8月からは、大阪府のなんば駅前広場や埼玉県熊谷でも展開予定です。



※画像はイメージです

MIYASHITA PARK 実施概要

開催場所：MIYASHITA PARK 4階 渋谷区宮下公園内 芝生ひろば、スケート場（東京都渋谷区渋谷1-26-5）

開催期間：2026年7月23日（木）～8月19日（水）

参加費用：無料

実施内容：

- ・芝生ひろばおよびスケート場内に大型シェルターやクッションの設置
- ・「クーリッシュ」「爽」1万個の無償配布 ※7月24日（金）～7月25日（土）の2日間限定

片瀬西浜海水浴場 実施概要

開催場所：片瀬西浜海水浴場 新江ノ島水族館横 クラゲ広場前砂浜エリア（神奈川県藤沢市片瀬海岸2丁目）

開催期間：2026年7月24日（金）～9月13日（日）

実施内容：

- ・クールシェルタープロジェクト展開エリアにてオリジナルデザインの有償パラソルの貸し出し
 - ・「クーリッシュ」「爽」の提供 ※オリジナルデザインのパラソル利用者のみへの提供となります。
- ※詳細については7月末に発表を予定しております。

千葉ロッテマリーンズ BSW×クールシェルタープロジェクトグッズ販売

商品概要：BLACK SUMMRE WEEK 2026とコラボした、
フード付きクールタオルと日よけカバーの販売

価格(税込)：フード付きクールタオル¥2,500、日よけカバー¥2,200

【先行予約販売】

販売場所：マリーンズオンラインストア

販売期間：2026年6月26日（金）～7月5日（日）

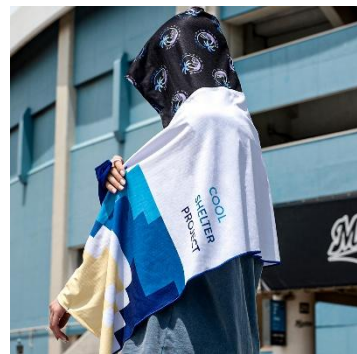
【通常販売】

販売場所：マリーンズオンラインストア、マリーンズストア ミュージアム店

販売期間：2026年8月4日（火）～

※詳細は千葉ロッテマリーンズ公式サイトをご確認ください。

<https://www.marines.co.jp/>



「クールシェルター評議会」を発足

専門家、企業、社会団体とも連携し、持続可能な日本の夏へ

二季化が進む中、日本社会全体が夏との向き合い方を見直す必要があると考え、気象学や公衆衛生学の専門家の方々や企業・社会団体と連携した推進組織として「クールシェルター評議会」を新たに設立いたします。中長期的なプロジェクトとして、子どもたちの屋外体験や地域のにぎわいを守るための取り組みを広げていきます。

構成メンバー一覧（五十音順）

- ・企業：株式会社ロッテ、三井不動産株式会社
- ・有識者：三重大学 大学院 生物資源学研究科 教授 立花義裕氏、東京科学大学 大学院歯学総合研究科 公衆衛生学分野 教授 藤原武男氏
- ・社会団体：一般社団法人アツいまち



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”の登場人物
「シャルロッテ」



三重大学 大学院 生物資源学研究科 教授 立花義裕氏

わかりやすい解説には定評があり、「羽鳥慎一モーニングショー」をはじめニュース番組等に多数出演し、異常気象や気候危機の情報を精力的に発信。札幌南高校卒。ワシントン大学等を経て、現職。2025年の新語・流行語大賞で「二季」がトップテン受賞。2024年東海テレビ文化賞受賞。日本気象学会理事、日本雪氷学会理事。一般向けの著書「異常気象の未来予測」(ポプラ新書2025年発行)。

今年の夏も直近2～3年と同様、過去平均で見る“例年”を上回る暑さになる可能性があります。冷夏は見込みにくく、9月・10月まで暑さが長引くことも考えられます。特に、体が暑さに慣れていない初夏や、梅雨明けなど急に気温が上がる時期は暑さ対策への注意が必要です。外出先で日差しを避け、休みながら過ごせるクールシェルターのような場所は、これからの夏に重要な備えになると期待しています。



東京科学大学 大学院歯学総合研究科 公衆衛生学分野 教授 藤原武男氏

2000年東京医科歯科大学医学部卒。2004年東京医科歯科大学大学院医歯学総合研究科博士課程修了(医学博士)。2006年ハーバード公衆衛生大学院修了(公衆衛生学修士)。国立保健医療科学院生涯保健部行動科学室長、国立成育医療研究センター研究所社会医学研究部長等を経て、2016年より東京医科歯科大学公衆衛生学分野教授。2023年4月より2023年3月までサバティカルでジョンス・ホプキンス大学公衆衛生大学院Visiting Scholar。2024年10月、大学統合により大学名が東京科学大学と変更、現在に至る。

子どもは大人に比べて暑さの影響を受けやすく、外での活動時間や場所も大人の判断に左右されます。暑さによって外で過ごす時間が減ることは、単に遊びの機会が減るというだけでなく、子どもたちの健やかな成長に関わる問題として捉える必要があります。暑い時期でも、日差しを避けて休みながら外で過ごせる環境を整えることは、これからのまちづくりにとって大切な視点だと考えます。

三井不動産株式会社

さあ、街から未来をかえよう



三井不動産
MITSUI FUDOSAN

渋谷区立宮下公園の運営に宮下公園パートナーズとして携わる中で、近年の猛暑を踏まえ、誰もが快適に屋外空間を楽しめる環境づくりの重要性を強く感じています。これまでも打ち水など様々な暑熱対策に取り組んでまいりましたが、本プロジェクトは来園者の皆様にさらなる快適な滞在体験を提供できる大変意義のある取り組みであると考えております。

MIYASHITA PARKは、公園・商業施設・ホテルが一体となった複合施設として、多様な人々が集い、交流する場を目指してまいりました。

今回の取り組みにより、夏季においてもより多くの方が安心して滞在し、渋谷らしい屋外体験を楽しんでいただけることを期待しております。今後も新たな価値創出を通じて、魅力ある都市空間づくりに取り組んでまいります。

調査概要

調査名 : 夏の長期化と暑さによる行動変化に関する実態調査

調査人数 : 2000名

調査手法 : インターネット調査

日時 : 2026年5月24日(日)～5月26日(火)

調査対象 : 全国10代～50代男女

調査実施企業 : ロッテ

※引用、転載の際は出典元として『ロッテ』の明記をお願いします。