



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

株式会社ロッテホールディングス
2026年6月1日(月)

ロッテ参画のCCNC、 「みんなで減CO2（ゲンコツ）プロジェクト2026」を開始 ～エコラベルを探して、脱炭素に配慮した購買行動を考える～

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、生活者の脱炭素への意識・行動変容を促すことで企業の脱炭素の取り組みを加速させ、脱炭素社会を構築することを目指して、株式会社日本総合研究所（東京都品川区、代表取締役社長：内川淳、以下「日本総研」）が主催する「チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム（Challenge Carbon Neutral Consortium）」（以下「CCNC」／注1）に2024年度から参画しています。当社を含むメーカーや小売流通など民間企業21社で構成するCCNCは、この度、全国の16自治体・団体と連携して、生活者に対して脱炭素行動変容を促す「みんなで減CO2（ゲンコツ）プロジェクト2026」（以下「本プロジェクト」）を始動しましたので、お知らせいたします。

（注1）参画企業の一覧や活動内容の詳細は下記URLをご覧ください。

チャレンジ・カーボンニュートラル・コンソーシアム特設ウェブサイト

<https://www.greenmarketing-lab.com/ccnc/index.html>

■本プロジェクトの概要

昨年度の活動では、エコラベルやカーボンフットプリント（CFP）に関する学習コンテンツと、店舗での環境配慮商品の販促キャンペーンを通じて、以下の示唆を得ることができました。

- 「教育啓発」と「販促購買」を組み合わせることで、割引や還元に頼らなくても「学び」が動機となって、普段の買い物からエコラベルを確認する「目利き」ができる生活者を増やせる
- 環境配慮商品の目印となるエコラベルに係る教育啓発を通じて、来店誘導から環境配慮商品の認知につながり、さらにはそうした商品の初回購入率や、単価・個数、継続購買率が高まる

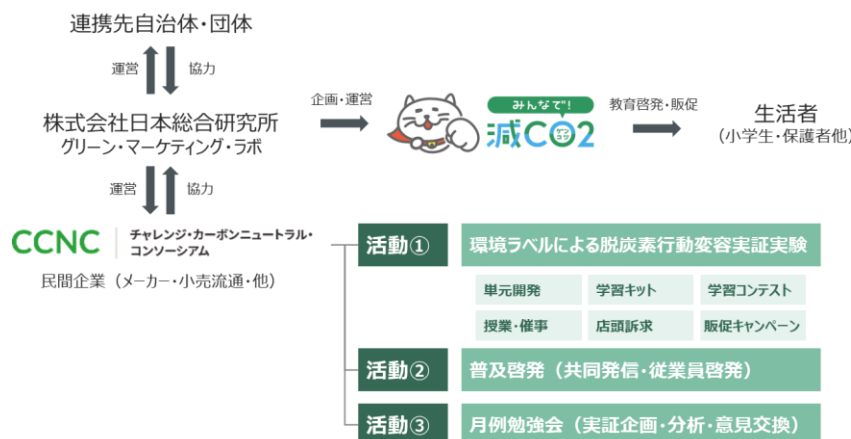
この成果を更に発展させるべく、本プロジェクトは、①学習サポートハンドブック＆コンテスト「エコラベルハンター 1.5℃大作戦」の規模拡大による社会的なムーブメント形成の加速、②学びの質の追求による行動変容の拡大と定着、③広範な購買行動データ等の分析を通じた脱炭素行動変容に関する理解の深化、を注力施策として展開します。

本日これらの施策の一つとして、児童が楽しみながら脱炭素を学べる学習サポートハンドブック＆コンテスト「エコラベルハンター 1.5℃大作戦」の特設ウェブサイトを公開し、応募受付を開始しました。

「エコラベルハンター 1.5℃大作戦」特設ウェブサイト

<https://www.greenmarketing-lab.com/genco2/event/2026ecolabel/index.html>

図表 本プロジェクトの全体像





社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

■ ロッテの役割

ロッテは脱炭素に向けた活動の一環として、パッケージにおける環境配慮の取り組みをお客さまにわかりやすくお伝えする「スマイルエコラベル」を展開しています。本プロジェクトでは、スマイルエコラベルを表示している「コアラのマーチ」などを展開し、普及啓発を図ります。国の脱炭素政策においては、バリューチェーン全体の脱炭素化が進められる中、特に消費者をはじめとする需要側への対応に注目が集まっています。本プロジェクトを通じて国の政策が目指す脱炭素製品の需要創出の実現に努めてまいります。

■ 独自の環境配慮マーク「スマイルエコラベル」



ロッテでは、パッケージにおける環境配慮の取り組みをお客さまにわかりやすくお伝えするため、「スマイルエコラベル」を対象製品のパッケージに表示しています。パッケージの環境配慮設計に関する独自の環境配慮基準を制定し、基準をクリアした製品に順次表示しています。

2026年3月には特設サイト「ロッテ スマイルエコ」を開設し、パッケージ等を通じた環境配慮の取り組みを紹介しています。

<https://www.lotte.co.jp/corporate/sustainability/smile-eco/>