

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」

株式会社ロッテホールディングス
2026年8月26日（水）



日本初^{*1}、視覚に頼らず、触ることで商品情報へのアクセスを可能にするしくみ 「ココヨム」を開発

企業や関係団体の垣根を越えた共通のしくみ化を目指す、新たなインクルーシブデザイン

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、障がい者の視点を活かしたコンサルティングを手掛ける株式会社ミライロ（本社：大阪府大阪市、代表取締役：垣内俊哉、以下ミライロ）の開発協力を得て、日本初となる^{*1} 商品名や賞味期限等の位置を触って把握できるしくみ「ココヨム」を新たに開発し、導入した商品を2026年9月より発売します。

ココヨムは、パッケージの特定の箇所に四角い溝を設けることで、視覚障がい者の方々をはじめ、多くのお客様が賞味期限やアレルギー情報などの知りたい^{*2} 商品情報へスムーズにアクセスできるように開発されたものです。おいしさや楽しさといった魅力を届けるだけでなく、使いやすいパッケージを通じてすべての方に「愛」を届けるという、コーポレートメッセージ「お口の恋人」の体現として、一部商品から導入をスタートし、今後は企業や関係団体の垣根を越えた共通のしくみ化を目指してまいります。

^{*1} 自社による公開情報の調査に基づく 2026年5月26日時点

^{*2} 視覚障がいを持つ当事者へのインタビュー結果より（自社調べ）

さわって、
みつけて、
ココよんで。
ココヨム



日本初^{*1}!

知りたい商品情報がどこにあるか
さわって、わかるしくみはじめます!

四角い溝を
手がかりに!



■ 開発背景：「読み上げアプリ」普及の裏にある、「かざす位置が分からない」という課題

現在、視覚障がい者の方々の間では、スマートフォンのカメラでテキストを音声で読み取る「音声読み上げアプリ」が広く普及しており、日常生活のサポートツールとして欠かせないものとなっています。一方で、様々な商品のパッケージには情報が多く表示されており、「賞味期限やアレルギーといった、知りたい商品情報がパッケージのどこに書かれているのかが分からず、カメラをどこにかざしていいか分からない」という大きな課題がありました。本取り組みは当初、視覚障がい者の方々向けのアクセシビリティ向上を目的として開発をスタートしました。

詳細はこちら：<https://lotte-hd.com/groupstory/articles/detail/20260826153000.html>

■ 対象の広がり：視覚障がい者の課題解決が、すべての人への利便性向上へ

開発を進める中で、「どこに知りたい商品情報が書かれているか」を視覚以外の「触覚」で容易に把握できることは、より多くの方に役立つことに気がつきました。例えば、加齢により視力が落ちてきた方が拡大鏡や音声読み上げアプリで商品情報にアクセスする際の一助となり、記載箇所を素早く発見できるようになるなど、多くの方々にとって商品情報へのアクセスがスムーズになることが期待されます。



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」

■しくみと特長：指で触って知りたい商品情報の位置が分かる溝加工

ココヨムは、箱パッケージの特定の箇所に、指で触ってすぐに認識できる四角い溝を設けており、その同一面に商品名や賞味期限、アレルギー情報、アルコール使用などの商品情報を記載しています。これにより、視覚に頼らなくても知りたい商品情報が記載されている場所を特定でき、視覚障がい者の方々が普段から使用している「音声読み上げアプリ」を起動し、スマートフォンのカメラをこの溝がある付近にかざすだけで、賞味期限やアレルギー情報などの知りたい商品情報にアクセスすることができます。

■今後の展望：企業の垣根を超えた「共通のしくみ化」を目指して

当事者の方々の利便性を真に向上させるためには、企業の垣根を超えた共通のしくみとなることが不可欠です。ロッテは自社商品への展開に留まらず、この理念に共感いただける企業様にも広く導入を呼びかけてまいります。また、この溝をパッケージに設けるために特別な技術や設備投資、包材としての追加コストは必要なく、様々な紙箱パッケージに実装が可能なくみです。まずは紙箱パッケージから導入し、今後は紙箱パッケージ以外の商品にも導入できるしくみの構築を目指します。将来的には、2030年までに共創の輪を広げ、社会実装を国内外で加速させていきます。その後、日本国内においてココヨムが定着し、2050年には世界のあらゆるパッケージにココヨムが導入されることを目指して取り組んでまいります。

■ミライロとの協業と、視覚障がい者からの高い評価

本パッケージの開発にあたり、障がい者と企業をつなぐことに深い知見を持つミライロの全面的な協力のもと、視覚障がい者の方々の意見を幾度もヒアリングし、検証を重ねてまいりました。調査時に視覚障がい者の方々からは「非常に便利で素晴らしい」「どこにかざしたらよいかパツとわかって、とても時短になるのでありがたい」「中身が何なのかわかるので、安心して選べる」と大変高い評価をいただきました。

■ココヨム導入商品

＜新商品＞

商品名	プレミアムガーナ 濃厚ショコラ	プレミアムガーナ ナッツショコラ＜キャンディング ヘーゼルナッツ＞	プレミアムガーナ フルー ツショコラ＜濃熟ブラッド オレンジ＞	プレミアムガーナ ティーショ コラ＜芳醇アールグレイ＞
発売日	2026年9月15日（火）		2026年10月13日（火）	



プレミアムガーナ 濃厚ショコラ



プレミアムガーナ ナッツショコラ
＜キャンディングヘーゼルナッツ＞



プレミアムガーナ フルーツショコラ
＜濃熟ブラッドオレンジ＞



プレミアムガーナ ティーショコラ
＜芳醇アールグレイ＞



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」

＜既存商品＞

商品名	チョコパイ	カスタードケーキ
発売日	2026 年 9 月より順次自然切り替え	2026 年 9 月 29 日（火） ※リニューアル



チョコパイ



カスタードケーキ

■ ロッテのコーポレートメッセージ「お口の恋人」の体現として

ロッテは、コーポレートメッセージであり、ステークホルダーの皆様との永遠の約束として「お口の恋人」を掲げています。これは、「永遠に愛される存在になるためにこれから先も、『愛』を届ける」ことを意味しています。「ココヨム」の取り組みは、まさにこの「お口の恋人」の体現です。おいしさや楽しさといった魅力を届けるだけでなく、知りたい商品情報への容易なアクセスや使いやすいパッケージに取り組むことも「お口の恋人」の重要な使命であると考え、インクルーシブデザインを推進しています。

使いやすいパッケージの開発：<https://www.lotte.co.jp/corporate/sustainability/society/packaging/#kokoyomu>

■ 開発担当者コメント

ロッテ 中央研究所 研究情報戦略部 パッケージ研究課

インクルーシブデザインチーム リーダー 本村 あかね

「自力で情報を得ることは諦めている。でも本当は自分で選びたい。」そんな視覚障がい者の方の切実な声に触れ、何としても力になりたいと思いました。着想から 2 年。困難な道のりでしたが、結果として視覚障がい者の方はもちろん、当事者のご家族・支援者・高齢者など、多くの方に喜んでいただけるしくみができたと思います。検証の中で当事者の方から、「ロッテ商品だけでなく、すべての商品に同じようにココヨムが導入されてほしい」という言葉を頂きました。今回の導入はスタート地点です。企業や国の垣根を越えて幅広く導入を呼びかけ、誰もがすぐに知りたい商品情報へアクセスできる社会を「当たり前」にしていきたいと考えています。



■ ミライロ コメント

代表取締役社長 垣内 俊哉

障がいのある当事者の視点からパートナーとして開発に協力させていただきました。晴眼者がパッケージを見て味や賞味期限を確認するように、視覚障がい者もそういった情報を必要としています。カメラを向けてテキスト情報を読み上げる技術が普及した現代でも、情報の記載場所が分からず、当事者モニター調査では「形が同じだと何味か分からなくなる」「商品名だけでは中身が想像できない」など、日常生活での判別の難しさが数多く寄せられました。このような課題に対し、商品名や賞味期限等の情報の位置を、溝加工によって触覚で特定できる「ココヨム」は、迷わず瞬時にカメラをかざすべき場所へ導く画期的なしくみです。今後、このしくみが企業の垣根を超えた業界標準へと発展し、誰もが等しく情報を得られるインクルーシブ社会の共通インフラとなることを願っています。



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」



■株式会社ミライロについて

障害＝バリアを取り除き、新たな価値＝バリューに転換することを意味する「バリアバリュー」を企業理念とし、インフラやソリューションを提供しています。主に、障害のある当事者の視点を活かしたユニバーサルデザインに関するリサーチ・コンサルティングや、デジタル障害者手帳「ミライロ ID」の開発・運営、ユニバーサルマナーに関する教育研修の企画・開催・運営などを行っています。



■「ココヨム」導入をご検討中の企業担当者様からのお問い合わせ先

ロッテは自社商品への展開に留まらず、ココヨムに共感いただける企業様などにも広く導入を呼びかけてまいります。導入をご検討中の企業担当者様からのお問い合わせも承っておりますので、お気軽にお問い合わせください。

ココヨム HP : <https://www.lotte.co.jp/corporate/sustainability/society/packaging/#kokoyomu>

お問い合わせ先 : <https://forms.gle/wixWC4VJimtQPcMv6>

※お問い合わせフォームが確認できない場合は、指定のメールアドレスよりお問い合わせください。

E-mail : kokoyomu@lotte.co.jp

ロッテは「お口の恋人」として、独創的なアイデアとこころ動かす体験で人と人をつなぎ、世界中の人々のしあわせな未来に貢献します。