



「CLUB CEO」 放送情報

【180回放送】 Earth hacks株式会社 関根 澄人 代表取締役社長 CEO

経営者とZ世代をつなぐ未来創造番組「CLUB CEO」（interfm 毎週日曜日朝7:00放送 パーソナリティ：弊社代表五十嵐彰）にEarth hacks株式会社から関根 澄人 代表取締役社長 CEOにご出演いただきました。番組の概要は下記のとおりとなります。



※1枚目 左から関根社長、五十嵐。後列左から学生ゲスト早川さん、SMBCCF畑瀬さん、学生ゲスト宮城さん
2枚目 左から関根社長、五十嵐。



放送日 : 2025年9月7日(日) 7:00～7:55

放送局 : interfm (FM897)

出演者 : 関根 澄人 (せきね すみひと) さん

(Earth hacks株式会社 代表取締役社長 CEO)

略歴>

1983年 埼玉県所沢市生まれ

2009年3月 東京科学大学大学院 (旧：東京工業大学)
生命理工学研究科生体システム専攻を修了

2009年4月 株式会社博報堂に入社 (中部支社)

2018年11月 博報堂従業員組合 中央執行委員長に就任

2020年4月 三井物産株式会社エネルギーソリューション本部に出向

2023年5月 Earth hacks株式会社に出向し、代表取締役社長CEO (現職) に就任

Z世代 : 宮城 彬良さん(桜美林大学 教育探究科学群 3年生)

活動>高校時代から防災・地方創生・教育分野で活動を開始。教育プログラム立ち上げを経て桜美林大学 教育探究科学群に進学。新規事業の立ち上げに関わり、現在はZ世代のトレンド発信と高校生向け教育プログラム開発に取り組む。

Z世代 : 早川千鶴さん(早稲田大学 創造理工学部 環境資源工学科 3年生)

活動>理系出身でアナウンサーを志望。学生リポーターや学生キャスターとして、取材や情報発信の活動に取り組む。

放送内容：生活者主導で脱炭素社会をつくる——Earth hacksの挑戦

Earth hacksは、博報堂グループと三井物産が共同で立ち上げた合弁会社です。その目的は明快で、「国や企業主体ではなく、生活者一人ひとりのアクションによって脱炭素社会を推進する」ことにあります。博報堂が掲げる「正解より別解」、三井物産の「志で世界を動かせ」というスローガンを背景に、両社の強みを融合させながら、環境問題に新たな切り口で取り組んでいます。

日本の暮らしはすでに環境に優しい

Earth hacksが重視しているのは、日本固有の暮らしや文化に根差した価値です。日本人の食生活は旬の食材を旬に食べ、魚や野菜中心の和食を重んじてきたため、欧米に比べてCO₂排出量が半分程度と少ないです。また、伝統工芸品のように「長く使うこと」を前提にしたものづくりも、環境に配慮した生活習慣として根付いています。「海外に追いつく」発想ではなく、「日本らしい生活こそが環境に優しい」という点を再認識することが重要であるとしています。

日本人の特徴を活かす「欲望刺激型」のアプローチ

同社のもう一つの視点は、日本人の行動特性にあるといいます。調査によると、海外では「責任感」や「愛国心」で社会課題に取り組む人が多いのに対し、日本では「楽しい」「得する」といった理由が行動の原動力になることが多いそうです。関根社長は「それは弱点ではなく、強みにできる」と話し、脱炭素を「義務感」でなく「楽しさ」や「得」と結びつけることで、生活者の自然な行動変容を促すと説明しています。これを同社は「欲望刺激型」と呼び、日常の中にある環境に良い行動を見つけて褒め、広げていくことをコンセプトにしています。

数字を「%オフ」で示す「デカボスコア」

欲望刺激型の考え方を具体化したサービスが「デカボスコア」です。LCA（ライフサイクルアセスメント）*注の手法を用い、製品やサービスのCO₂排出量を数値化し、それを「何%オフ」と表現します。

日本人が「80%オフ」「カロリーオフ」といった表示に敏感であることに着目し、環境負荷も同じように直感的に理解できる形で伝えていきます。例えば「この商品は60%オフ」と表示されていれば、「なぜ？」と関心を持ち、その背景にある環境価値を自然と理解できる仕組みです。

現在、この「デカボスコア」は260社以上の企業に導入され、1,000アイテム以上で活用されています。「環境にいいからやる」ではなく「楽しいからやる」「得だからやる」という欲望に寄り添うアプローチで、生活者が主役となる新しい脱炭素社会の形を描いています。



出典：デカボスコア公式サイト
[デカボスコアって？](#) | [デカボスコア](#)



出典：「CanWe?」公式オンライン
(<https://canwe.base.shop/>)

デカボスコア導入商品
myame「CanWe?」

*注：製品やサービスの原料調達から廃棄までの全過程における環境負荷を評価する手法。

デカボスコア公式サイト：[デカボスコア | 商品を選ぶ新しい基準のひとつに](#)

未来創造会議テーマ『社会問題の理想と現実』（Z世代→経営者）

宮城さん：私は高校生向けの教育プログラムを作る活動をしているのですが、同世代が社会問題に対してあまり関心を持っていないと感じます。どうすれば関心を持てるのかを考えたいです。

早川さん：私は環境学科にいるので周囲は関心が高いですが、相対的に見ると他の人たちの関心は低いと思います。

関根社長：Z世代は社会課題や環境問題が大切だという理解はあります。ただ関心を引く対象が多すぎて、優先順位が下がってしまっているのが現実だと思います。重要なのは「入口の工夫」です。最初から脱炭素やサステナビリティを前面に出すのは難しいので、若者が夢中になれることを入口にして、その先で環境の学びにつなげていくことが有効です。

具体的には「デカボmyスコア」というサービスがあります。Web上で、食事・ショッピング・自宅・移動の4分野における年間のCO₂排出量を、5分程度のアンケートで算出できます。スポーツチームと連携し、選手に先にスコアを出してもらい、最もスコアが近いファンにサイン入りグッズをプレゼントするイベントを実施しました。

その結果、「推しに近づきたい」という動機でファンが参加し、自分のCO₂排出量を測定するようになります。イベントでは900人を超える参加があり、自然に環境意識を高めてもらえています。

デカボmyスコア公式サイト：[あなたは〇〇トン！？デカボmyスコア](#)

宮城さん・早川さん：それぞれ3.8トン、5.78トンでした。

関根社長：日本人の平均は年間7～8トンですが、政府は2030年までに46%削減を目標にしています。皆さんの数値を見ると、普段の生活を少し工夫するだけで実現可能だと分かります。ぜひ多くの方にチャレンジしていただきたいですね。

未来創造会議テーマ『今一番夢中になっていること』（経営者→Z世代）

関根社長：欲望刺激型といっているのも、皆さんが一番夢中になっていることを聞いてみたいです。

宮城さん：私はこの春からフィルムカメラを始めました。スマホやデジタル一眼で撮るのは便利ですが、面白みに欠けると感じていました。フィルムは撮影してもすぐに見られず、現像して初めて分かる点や、36枚しか撮れない制約の中で何を撮るかを選ぶ楽しさがあります。

早川さん：私はカフェ巡りに夢中です。特に、自分一人で作業に集中できる静かで快適なカフェを探すのが好きで、毎月の支出もそこに最もかかっています。コンセントやWi-Fiの有無、雰囲気などをチェックしながら、自分の「カフェリスト」を更新していくのが楽しみです。渋谷の穴場カフェなど、意外と知られていない場所を見つけて作業することが特に面白いです。

番組を通じてZ世代の感想

宮城さん：脱炭素は本当に実現できるのだろうかと考えていましたが、欲望を刺激して行動に結びつけるという考え方が非常に腑に落ちました。

早川さん：個人の行動で脱炭素にどれほど影響があるのか不安でしたが、デカボスコアのように、1人ひとりの行動がどれだけCO₂削減につながるかを可視化できる仕組みがあると、行動するきっかけになりますし、将来に対しても期待が持てました。

関根さんにとって、「デカボスコアとは？」

> 『欲望刺激型の新しい社会課題解決のソリューション』

- 選曲：1曲目）1/3の純情な感情(SHAM SHADE)※関根さん
2曲目）欲望に満ちた青年団(ONE OK ROCK)※関根さん
3曲目）友達の唄(BUMP OF CHICKEN)※宮城さん
4曲目）若者のすべて(suis from ヨルシカ)※早川さん

企業情報：Earth hacks株式会社

設立：2023年5月16日

代表者：代表取締役社長CEO 関根澄人

所在地：東京都渋谷区渋谷3丁目6-15

事業：環境に配慮した商品又はサービスの提供

資本金：8.5億円（資産準備金8.5億）

社員数：20人

～SMBCグループ協力～

『お金とくらしのトリセツ』

講 師 : SMBCコンシューマーファイナンス株式会社 畑瀬 文哉さん

テーマ : 「SDGs」

内 容 : SDGsとは

SDGsは、日本語で「持続可能な開発目標」といいます。これは、人間の生活と地球環境の持続可能性に関わる幅広い課題に取り組むことを目指した、2030年までの国際目標です。全世界の国々が一体となって取り組むべき、17の目標と169のターゲットから構成されています。

エシカル消費とは

個人の取り組みとしてできることも多くあります。その一つが、私たちの日常生活や日々の消費活動に関わる「エシカル消費」です。

エシカル消費は、具体的に次の三つに分類されます。

1. 人・社会への配慮(例：フェアトレードの商品を選ぶこと)
2. 地域への配慮(例：被災地で作られたものを選ぶこと)
3. 環境への配慮(例：エコ商品を選ぶこと、マイバッグやマイボトルを使用すること、食品ロスを減らすこと、ゴミの分別を徹底すること)

SDGsの達成には、私たち一人ひとりの行動が大切です。日常生活の中での消費活動について、少し視点を変えて考えてみると、自分にできることがたくさん見つかるかもしれません。

<収録の様子>



※ゲストCEOとZ世代ゲストとの収録の様子。

なお、この番組の放送に収まらなかった完全版はSpotifyでお聴きいただけます。

・ Spotify公式ページ：<https://open.spotify.com/show/1dPcAQmGV7umMpM6xd7Yuh?si=50a38c5253a148dd>

さらに、CLUB CEO番組公式のYouTubeチャンネルでは、就活・起業を目指す学生に、このチャンネルでしか聞けない経営者の生の声を配信しています。

CLUB CEOのYouTubeチャンネルをチェックしてみてください！

・ 公式Youtubeチャンネル：<https://www.youtube.com/@CLUBCEO-rm9kx>

・ Earth hacks株式会社 関根社長：[\[こちらからご視聴いただけます\]](#)

■ Steenz（スティーENZ）とは？ (<https://steenz.jp/>)

多様性の時代を生きる10代がもつ「自分らしさ」にフォーカスし、その生き様を賞賛し、個性を磨き続けられる社会を実現させるためのメディア・プロジェクト。

■ CLUB CEOとは？

「経営者とZ世代をつなぐ未来創造番組」をコンセプトに、毎週日本を彩る『真の』経営者をゲストにお迎えし、経営者の人柄や事業内容に迫るだけではなく、小学館が運営する10代向けメディアコミュニティ『Steenz（スティーENZ）』ならびに幼児から中高生・社会人まで教育サービスを総合的に展開する株式会社ウィザスと連携し、Z世代が持つ「価値観」や「社会課題」を経営者と一緒に考え学んでいく番組です。

<番組概要>

番組名 : 「CLUB CEO」
放送局 : interfm (FM897)
放送日 : 毎週日曜日 AM7:00-7:55
進行 : ナビゲーター五十嵐彰
(株式会社CMerTV代表取締役社長)

