

A stylized illustration of three people in profile, facing right. The person on the left has short black hair and is wearing a bright yellow top. The person in the middle has long black hair and is wearing a light green top. The person on the right has long black hair and is wearing a brown top. Their faces are rendered in a solid light pink color. The background is a solid light olive green.

Harch Impact Report

はじめに

ハーチ株式会社は、2015年12月の創業以来、“Publishing a better future(よりよい未来をみんなに届ける)”をミッションに、社会をもっとよくするアイデアや解決策を発信するデジタルメディアの運営、企業や自治体の皆様とともに解決策そのものを創りあげていくサステナビリティ・サーキュラーエコノミー支援の2つを軸に事業を展開してまいりました。いつも様々な形で弊社を支えてくださっているパートナーの皆様、取引先の皆様、そして読者の皆様には、この場を借りて弊社一同改めて深く感謝申し上げます。いつも多大なるご支援をいただき、誠にありがとうございます。

2025年12月に創業10周年を迎えたハーチは、現在を第二創業期と位置づけています。気候危機やAIなどにより地球環境や社会をめぐる状況が激変するなか、2025年には持続

可能な経営のためにメディア事業の選択と集中を行いました。また、世界の不確実性が高まり、複数の未来シナリオがありうることを前提となるなか、従来の「発信する(届ける)」「受信する」という硬直的なメディアのあり方から脱却し、読者の皆様とともに現実世界の絡まり合った様々な問題の糸を丁寧にほどきながら、より望ましい未来へと編み直していくという意志を込め、ミッションを“Rewrite Our Futures(ほしい未来に、編みなおす)”へと刷新しました。

弊社自身が次の10年に向けたトランジション(移行)の最中にあり、これからの時代に求められる真のB Corp像やメディアのあり方を模索し、事業や組織の再構築に取り組んでいます。このタイミングでインパクトレポートを出すことにしたのは、よい部分だけではなく課題や足りない部分も含めて私たちの

現在地をありのままにお伝えすることで、ステークホルダーの皆様から率直なご意見をいただき、より望ましい未来の実現に向けた対話のきっかけをつくりたかったためです。本レポートでは、ハーチのこれまでの歩みに加え、現在進行形の試行錯誤のプロセスを共有することで、複合危機の時代にメディアが社会に対して果たしうる役割や価値について、皆様との対話を重ねていきたいと思っています。

まだまだ未熟な私たちではありますが、優しさとワクワクがめぐりあい、誰もが希望に包まれて生きられる社会の実現に向け、これからも真っ直ぐに進んでいく意思は変わりません。本レポートが、そのための対話の出発点となれば嬉しいです。ぜひレポートをお楽しみください。

ハーチ一同

はじめに 01

Rewrite Our Futures 05

存在意義 / Value 07

社会課題と地域のかかわり 09

B Corp 13

対談01 15

よい会社とは何かを問い続ける。
真のB Corpになるための意志と倫理

事業内容 19

ハーチが創出する社会的インパクト 21

これまでのあゆみ 23

対談02 25

メディアの役割は、ファシリテーションになる。
プロセスそのものが価値になる時代

2025年のハイライト 29

対談03 31

「手触り感」が社会を動かす。
AI時代に人間性を取り戻すための
クリエイティブ・コンフィデンス

社内の体制 35

対談04 37

志が生むつながりが、セーフティーネットに。
目の前のことを積み重ねた先にある未来

Our Media デジタルメディア運営 41

IDEAS FOR GOOD 45

Circular Economy Hub 49

Zenbird 51

Circular Yokohama 53

ハーチ欧州 55

Livhub / Life Hugger 57

IDEAS FOR GOOD
Business Design Lab 59

三菱地所株式会社 / TOPPAN株式会社 63

花王株式会社 / 東京都 65

三井住友信託銀行 / 神奈川大学 67

対談05 69

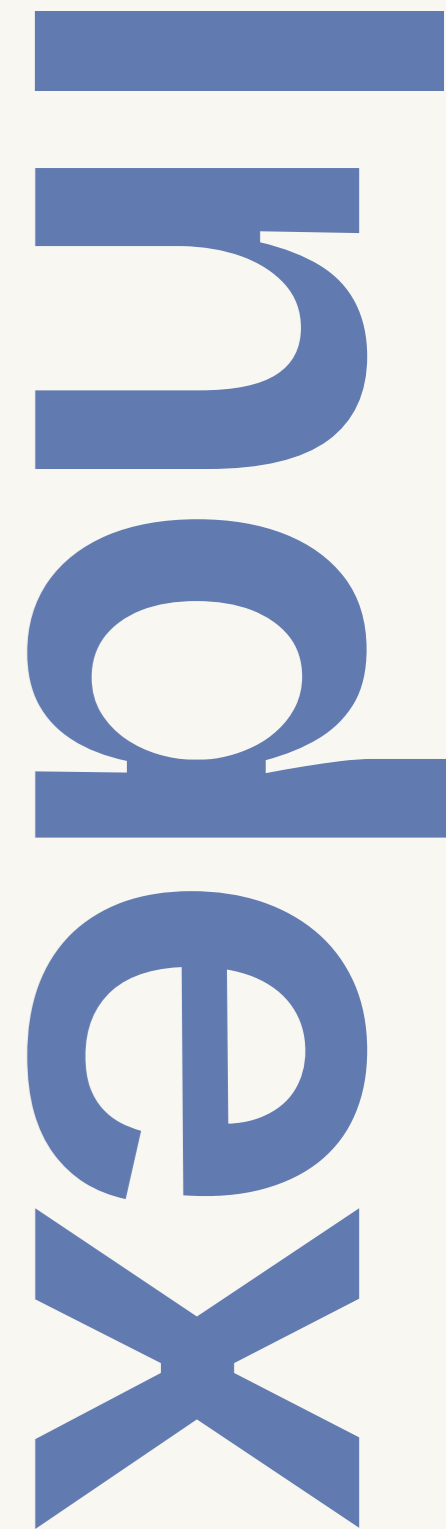
現場の熱量を、メディアのカへ。
世界に散らばるメンバーが語る「インパクト」の生み出し方

Collective Initiatives 73

ハーチのこれから 81

描きたいOur Futures 83

より望ましい未来への移行に向けて 85



Rewrite Our Futures

Rewrite Our Futures

存在意義

ほしい未来に、編みなおす。

2015年の創業以来、私たちは数多くのパートナーや取引先の皆様に支えられ、複数のメディアを通じて創造的に社会課題解決に取り組む方々の挑戦を応援し、発信してきました。また、情報発信するだけでなく自らも解決策の一部になると、実践者として様々な企業や自治体の皆様と連携しながら現場のプロジェクトに取り組んできました。

それでもなお、世界では気候変動が加速し、生物多様性は失われ、紛争は絶えることはありません。また、そんな時代のなかで、誰もが人には言えない悩みや不安、困難を抱えながら、なんとか足元にある小さな希望をかき集めて毎日を必死に生きているという状況ではないでしょうか。

私たちはコンストラクティブ(建設的)・ジャーナリズムを掲げる企業として、たとえそのような状況にあっても希望を探し、見つけ、伝え続けたい。もし見つからないのなら、自らが実践者となり、誰かにとっての希望をつくり続けたい。そう思って日々仕事に取り組んでいます。

希望とは、現実そのものではなく現実の認識に宿るものだと思います。「たとえいまは困難な状況にあるとしても、私や私たちの力でこの世界はもっと素敵な場所にできるし、未来も修復できる。」そのような創造的自信を一人ひとりが持つようになることが、私たちの願いです。

私たちが実現したいのは、優しさとワクワクがめぐりあい、誰もが希望に包まれて生きられる社会です。問題ばかりに思える世界にも、見方や聴き方、触り方を変えればきっと多くの希望が見つかるはず。だからこそ、お互いに強みで助けあい、弱みで愛されながら、絡まった糸を切るのではなく丁寧にほどこいていく。そして、ともに対話を重ねながら、もう一度ほしい未来へと編み直していく。その旅路のプロセスこそが、ハーチという会社の存在意義であり、価値だと思っています。ぜひ、ステークホルダーの皆様とともに、これからも“Rewrite Our Futures”を合言葉に旅路を歩んでいければ幸いです。

Value



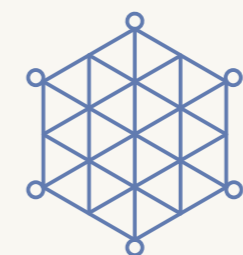
やさしく Be Kind

感謝し、感謝されよう



楽しく Be Playful

楽しみ、楽しませよう



かっこよく Be Cool

美しく、調べよう



創造的に Be Creative

あるもので、何とかしよう



大胆に Be Bold

緊張を、愛そう

社会課題と 事業のかかわり

ハーチでは、事業活動を通じて環境をよりよくし、社会につながりが生まれる再生的なビジネスモデルの構築を目指しています。自社メディア等での情報発信や、地域・企業との共創事業といった「本業を通じたポジティブインパクトの創出」と、組織としての「サステナブルな運営」の両輪を回すため、「People(社会)」「Planet(環境)」「Prosperity(経済)」の3つの軸に沿って5つの重点テーマを策定しています。



People

ウェルビーイング

●多様な働き方の推進

誰もがライフスタイルやライフステージに合わせて能力を発揮できるよう、フルリモートワーク、フレックスタイム、ワーケーション休暇、時短正社員制度など、柔軟な制度を導入・運用しています。

●ピアボーナス制度「GIFT」の運用

ブロックチェーンを活用した独自のピアボーナス(社員同士が感謝のコメントと共にボーナスを送りあう仕組み)制度「GIFT」を運用。お互いに贈り合うコメントを通じて自分の「GIFT(才能)」を発見してほしいという思いが込められています。

課題

フルリモートワークが中心となる中で、偶発的なコミュニケーションの減少を防ぐための仕組みづくりや、メンバーのきめ細やかなメンタルヘルスケアが引き続きの課題です。

地域社会と教育

●学校教育への貢献・次世代育成

メディア運営の知見を活かし、小中高大など多様な教育機関と連携しながら授業やフィールドワークを通じてサステナビリティやサーキュラーエコノミーについて学ぶ機会を積極的に提供。次世代への教育支援を行っています。

●地域社会とのつながり・多様な人材との共創

地域コミュニティ拠点(星天qlay内「qlytion gallery」等)の運営やサステナブルツーリズムのプラットフォーム「Experience for Good」の開催、共創スペースの運営などを通じ、日本各地において地域との関わりを築いてきました。また、キズキビジネスカレッジと連携し(2026年5月時点停止中)、発達障がいを持つ方々との記事づくりを通じた翻訳・執筆スキルアップ支援といった共創にも取り組んできました。

課題

教育機関からの講義依頼や、地域社会における場づくりのニーズが高まる一方で、それらの期待に継続的に対応していくための社内リソース確保や体制構築が課題となっています。

Planet

カーボンニュートラル

●デジタル領域のゼロカーボンの推進

デジタルメディア運営に伴う環境負荷低減のため、サーバー使用電力の再エネ化をはじめ、「サステナブル・ウェブデザイン」のガイドラインに基づくサイト構築・運用を推進しています。

●在宅勤務の再エネ補助とスコープ3への算入

社員の多くが在宅勤務であることを踏まえ、自宅での再エネ導入補助を実施。また、在宅勤務分のエネルギー使用量もスコープ3に盛り込み、リモート環境下における脱炭素化も進めています。

●メディアを通じた脱炭素の啓発と受賞

「Circular Yokohama」などを通じた脱炭素への啓発活動（本業を通じた貢献）が評価され、2026年2月に「第2回 かながわ脱炭素大賞（普及・促進部門）」を受賞しました。

課題

事業の脱炭素化に向けて、メディアやプラットフォーム運営を超えてさらに何ができるのか、具体的な打ち手や可能性を模索しています。

サーキュラーエコノミー

●事業を通じた循環経済・循環都市への移行

「Circular Yokohama」では、地域での地道な活動が評価され、2025年1月に「第31回横浜環境活動賞」企業の部・大賞を受賞したほか、サーキュラーシティ移行ガイドやサーキュラーシティ移行指標の開発などを通じ、循環経済・循環都市への移行を推進しています。

●循環型の展示装飾と備品調達ポリシー

イベント出展や展示においては、テーマもさることながらできる限りゼロ・ウェイストを目指して循環型の展示装飾・空間デザインに取り組んでいます。また、社内の備品調達においてもできる限りカーボンフットプリントの少ない選択を優先する調達ポリシーを運用しています。

課題

ワークショップで使用する模造紙・付箋など、日々の業務からどうしても細かな廃棄物が出てしまい、可燃ごみの完全な「ゼロウェイスト」達成の難しさを痛感しています。

Prosperity

事業を通じた社会課題解決

●情報のダイベストメント&エンゲージメント

自社デジタルメディアへの情報や広告掲載にあたっては、ESG（環境・社会・ガバナンス）視点を考慮した編集方針に基づいて掲載可否判断を行っており、広告主の皆様との対話も積極的に実施しています。また、社会に対してポジティブなインパクト創出を目指す企業や個人の取り組みは積極的に情報発信し、活動を支援しています。

●読者のアクションを寄付に変える「UU Fund」

運営メディアのUU（ユニークユーザー）につき0.1円をNPO団体等に寄付する取り組みです。「読者のあなた（You）」と「寄付先のあなた（You）」をつなげ、記事を読むだけで社会貢献ができる仕組みを構築しています。

課題

発信した情報が読者の具体的な行動変容や課題解決にどこまで繋がっているのか、メディア事業が生み出しているアウトカムの正確な効果測定が難しいことが課題です。また、サステナビリティと経済性をどのように両立・融合させていくかについても常に試行錯誤が続いています。

公益性の高い企業に与えられる 国際認証「B Corp™」

ハーチは2023年4月に、社会や環境に配慮した公益性の高い企業に与えられる国際的な民間認証「B Corporation™ (B Corp™)」を取得しました。総合スコアは「101.3」を獲得しており、現在は新基準(2026年3月より審査開始となった新しいB Corp認証要件)での再審査に向け、改めて自社のB Corpとしてのあり方や、より深いインパクト創出の道筋を見つめ直しています。

B Corp取得において評価されたポイント

特に高く評価されたのは「Community(コミュニティ:37.5点)」と「Workers(従業員:34.8点)」の領域です。

Community(コミュニティ):地域密着型のプラットフォーム「Circular Yokohama」を通じた横浜市でのサーキュラーエコノミー推進や、地域の人々・多様なステークホルダーを巻き込んだ共創活動、ローカル経済への貢献が高く評価されました。

Workers(従業員):フルリモートワークやフレックスタイムなど、一人ひとりのライフスタイルに合わせた柔軟な働き方の推進、および独自のピアボーナス制度などによるフラットで自律的な組織文化の醸成がスコアに繋がりました。

Overall B Impact Score

Based on the B Impact assessment, Harch Inc. earned an overall score of 101.3. The median score for ordinary businesses who complete the assessment is currently 50.9.

- 101.3 Overall B Impact Score
- 80 Qualifies for B Corp Certification
- 50.9 Median Score for Ordinary Businesses



Governance
14.1

Workers
34.8

Community
37.5

Environment
10.9

Customer
3.8

国内外のB Corpコミュニティと連帯し、ムーブメントを広げていくこと、そして同じ志を持つ企業と事業を通じて具体的なアクションを起こすことを大切にしています。

メディアでの発信

日本におけるB Corpムーブメントを推進する公式パートナー「B Market Builder Japan(BMBJ)」の立ち上げに際し、自社メディア「IDEAS FOR GOOD」にて共同代表のインタビュー記事を公開。メディアという本業の強みを活かし、日本国内におけるB Corp認知向上やコミュニティ形成支援を行っています。また、国内外の先進的なB Corpの事例を継続的に取材・発信しています。



国内外B Corpとの 事業を通じた緊密な連携

記事を通じた情報発信にとどまらず、事業やクライアント向けサービスにおいても、国内外のB Corpと積極的に協働を行っています。

海外B Corpから学ぶサステナブルな事業づくり

デジタル領域の環境負荷低減(サステナブルウェブデザイン)を推進するため、同分野のバイオニアでありイギリスのB CorpであるWholegrain Digital社を講師に招き、社内ワークショップを実施。グローバルなB Corpネットワークを活用し、自社のサステナビリティ実装に向けた知見を深めています。

サステナビリティ視察ツアー・企業研修での連携

弊社が主催・企画するサステナビリティ研修プログラムにおいて、石井造園株式会社や株式会社ファーマンステーションといった国内のB Corpと連携し、参加者がB Corpの実践例や循環型ビジネスの現場に直接触れられる機会を提供しています。さらに、プログラム中の食事やイベント・ケータリング等でも食のサステナビリティを追求するB Corp、株式会社Innovation Designの運営レストランを利用するなど、事業活動のあらゆるプロセスでB Corpコミュニティのネットワークを活用しています。



ハーチは2023年に国内で10社目としてB Corpを取得しましたが、2026年2月現在、国内76社、グローバルでは6000社にも及びます。B Corpの数が増加する今、新たな局面を迎えています。「真のB Corp」とはどんな存在なのでしょう。不確実な時代において、「よい会社」であり続けるために、何と向き合い、価値を届けるべきなのでしょう。

B Corp認証の取得支援コンサルタントとして日本のB Corpコミュニティを牽引する岡望美さんとの対話を通じ、理想的なB Corpのあり方と現実とのあいだで模索し続けるハーチの現在地を明らかにしました。

B Corp™認証取得支援コンサルタント
岡 望美

日本企業がB Corp認証を取得できるよう伴走型の支援を行う。外資系及び政府系投資銀行、国内メーカー、スタートアップと、幅広い経験と知見を活かし、国内様々な業種・規模の企業のB Corp認証取得推進に加え、認知促進のため情報提供や講演、大学講師、B Corpコミュニティでの協業活動、自治体との事業などに携わる。

ハーチ株式会社 代表取締役
加藤 佑

ハーチ株式会社 サステナビリティ経営推進担当執行役員
松田 共代

よい会社とは何かを問い続ける。 真のB Corpになるための意志と倫理

**B Corpは性善説。
認証の限界があるからこそ、
自主性が求められる。**

Q. ハーチとの出会いと、B Corp認証取得までの道のりについてお聞かせください。

岡: 所属していたスタートアップでサステナビリティ担当として情報収集する中で「IDEAS FOR GOOD」をよく目にしていました。その後、B Corpについて調べていると、ハーチさんが勉強会をされている記事を見つけて。「この会社、絶対B Corp目指してる!」と気づいたんです(笑)。ちょうど私がB Corp支援の事業を立ち上げた頃で、営業しようとしていたら、ハーチさんから連絡をもらいました。まさに両思いでしたね。
松田: 認証取得のプロセスは本当に手探りで、最初は点数が全然足りなくて…。なんとか自力でやりながらどうすればいいかわからず、岡さんに助けられました。

岡: 前例がほとんどないポリシーをご自身で作られていて、すごいと感じたのを覚えています。「前例がないと難しい」となりがちですから。

加藤: 岡さんはとにかく「もっと取れるよ、もっと取れるよ」と励ましてくれましたよね(笑)。

Q. B Corpの数は日本でも増えていますが、この変化をどう受け止めていますか。

岡: 一社一社増えるたびに、責任をすごく感じます。支援した企業の認証が確定すると「飛行機が離陸したな」という気持ちになるのですが、同時に肩に荷が積み上がっていく感覚です。認証を取る企業の多くは、社会の流れに逆行しながらもマーケットを生み出そうと頑張っている。その努力



が報われるような、学び合えるコミュニティを作っていかなければいけないと常に思っています。

加藤: 本当に、B Corpはみんな岡さんに支えられていますよね。

岡: いえいえ。初期の企業はもともとB Corpらしい会社が飛び立っていくフェーズでしたが、これからは「普通」の会社がB Corpのように変わっていくことが大事だと思っています。一方で、B Corpの審査は性善説で成り立っているなども感じます。基準は厳しいですが、審査の方も外部からの視点では企業が抱える課題を全て理解できるわけではなく、限界だなと感じるところもあります。

松田: 審査員の方も人間味のある方だなと思いました。

岡: そうなんです。B Corpは意外と草の根的で、本当に自助努力で成り立っているんですよ。B Corpのコミュニティもバタゴニアのような存在がいることで「ちゃんとやらなきゃ」という意識が動いていますが、多くは自主性に委ねられていますよね。

真のB Corpとは、 「B Corp」の価値を超える存在

Q. そのなかで、「真のB Corp」とはどのような企業だとお考えですか。企業としての体力や、意識を高く持ち続けるモチベーションの維持も不可欠だと感じます。

岡: まさに「社内浸透」はみんなの課題ですよ。B Corp認証は担当者が奮闘することが多いので、取得した瞬間に全社員が理解するのはなかなか難しい。結局のところ、「真のB Corp」とは、一人ひとりが当事者意識を持ち、疑問を持ち続ける個人の集まり、ということなのかもしれません。

加藤: 組織の根幹にある「オーナーシップ(所有権)」のあり方





もB Corpを考える上で重要な論点だと考えています。つまり、会社が誰に所有されており、生まれた利益が誰に分配されるのか、という組織のデザインです。

理想的には、もし企業の株主が社会の中でより本当にお金を必要としている人々や自然保護・保全団体なのだとすれば、Business as a force for GoodというB Corpの理念通り、私たちは真の意味でビジネスを社会をより良くするための道具として活用できると思います。

例えば、社会的マイノリティの方々が大株主だとすれば、事業内容がどのようなものであれ、利益が生まれれば結果としてマイノリティの方々に利益が分配される形となります。その逆に、いくら事業ではよいことをしているように見えても、その企業が一部の裕福な資本家に所有されているとしたら、それは本当の意味で社会をよくする仕組みだと言い切れるでしょうか。

ハーチが事業を通じて社会をよりよくしていくためには、事業内容だけではなく、所有や利益分配の構造設計もセットで考える必要があると考えています。しかし、そこにはジレンマもあります。株式会社というシステムの根本にある、リスクとリターンの考え方です。投資家や創業者がリスクに見合ったリターンを得ることがなければ、誰も社会を変えるような新しいチャレンジをしないかもしれません。また、リスクがあるということは、努力や挑戦に関わらず、リターンが得られない可能性もあることを意味しています。先ほどの例でいけば社会的マイノリティの方々ที่そうしたリスクを取れるのかといえ、そうではないこともあります。リスクをとれる人と、より本質的にリターンを必要としている人とが異なるのです。結果として、私たちも現在は経営陣が主要な株主となっていますが、この状態が最良なオーナーシップのデザインだとは思っていませんし、B Corpのスコアリングでも、ガバナンスの評価では常にこの問いを突きつけられているように感じます。株式会社という制限ある仕組みの中でこのジレンマとどう向き合うかは、常に考えています。

岡：一方で、B Corpはオーナー企業が圧倒的に多数で、経営と株主を兼ねているからこそ、事業で良いことをしたい、という思考が働きやすいですね。オーナーシップも事業のデザインも、両方のバランスを取ることが大事だと思います。

加藤：そうですね。経営と株主が一体化しているからこそ、長期思考で取り組みやすいという点はあると思います。また、B Corpの数が増えることはそれ自体素晴らしいことである反面、認証取得企業の視点からすれば、認証自体の価値が相対的に下がってしまう可能性もありますよね。この問題を克服するためには、「B Corpをとれる企業 = 価値がある」というB Corpブランドに依存した方程式から脱却し、「あの会社がB Corpをとっているということは、B Corpは価値があるのだ」と思われるように、個々の企業が認証のブランドを超えて評価される状態を目指さないといけない。それが「True B Corp(真のB Corp)」の姿なのだと思います。

最後は「やる意志」と「やらない倫理」が 投げ所になる

Q. 「よい会社」とは、どのように定義できるでしょうか？

加藤：究極的には、未来世代や人間以外の存在も含めたあらゆるステークホルダーから必要とされる会社かどうか、ということだと思います。でも、それを事実として示すのは簡単ではありませんし、多様な価値観が入り込む部分でもあります。だからこそ、最後に投げ所になるのは、アウトプットや

インパクト以上に「なぜそれをやっているのか」というウィル(意志)や、「なぜやらないのか」というエシックス(倫理)ではないかと思います。「本当に自分たちがやっていることは良いことなのか」とクリティカルに問い続けることをやめたら、その時点でだめなのだろうなと。

岡：本当にそう思います。それが真のB Corpだと思います。特に日本人は、正解を教えられる教育で育っているわけじゃないですか。私も答えが一つしかない勉強が得意な子どもでしたが(笑)。社会に出ると、あまり役に立たないなと感じていて。正解を探すのではなく、ウィルを持って「何がより良いか」を問い続けるほうが今の世の中でははるかに大事ですよ。

加藤：「問い続ける」ということは、自分たちがやっていることを信じるという「自信」と、それが常に正解だとは思わないという「謙虚さ」を併せ持つことだと思います。常に「これは違うかもしれない」という矛盾も丸ごと抱え込みながら生きていく、というか。

岡：答えの出ない問いについて、結論はでなくとも、対話し続ける。そういう時間がとても大切なのかもしれないと思いました。



SUSTAINABILITY



DESIGN



MEDIA

サステナビリティ・デザイン・メディアという3つの強みを活かし、
複数領域におけるデジタルメディアの運営および、
企業・自治体向けサステナビリティ・サーキュラーエコノミー支援事業を展開。

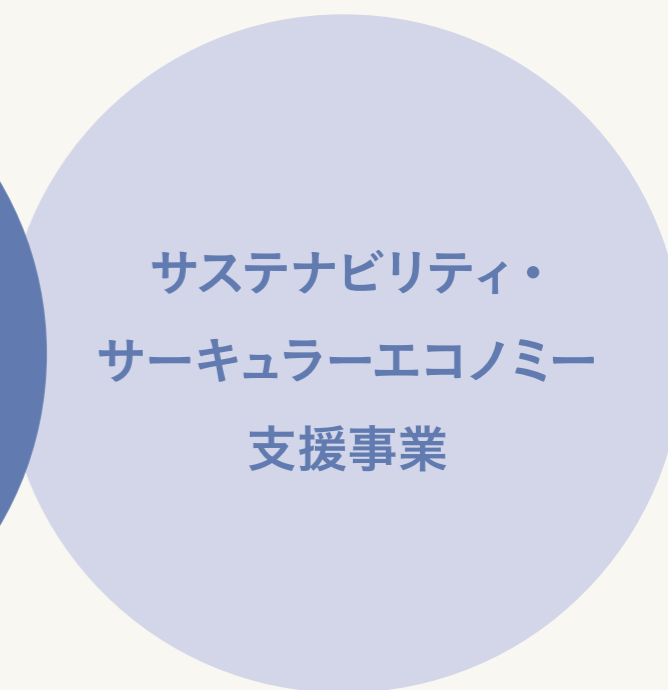
Spreading Good Ideas

よいアイデアを広げる。



Taking Ideas into Action

アイデアを形に変える。



+ IDEAS FOR GOOD
Business Design Lab

Harchが創出する社会的インパクト



Rewrite Our Futures ほしい未来に、編みなおす



これまでのあゆみ

2015年12月
創業



2016年10月
IDEAS FOR GOOD 創刊



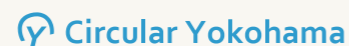
2019年4月
Zenbird 創刊



2015年～

2020年3月

Circular Economy Hub 創刊・
Circular Yokohama 開始



2020年3月

IDEAS FOR GOOD Business
Design Lab ローンチ



2020年7月

IDEAS FOR GOOD
ジャーナリズムX (エックス)
アワード受賞



2020年～

2021年12月

Harch Europe (ハーチ欧州)
設立・事業開始



パリとロンドンに移住したメンバーが立ち上げました

2023年4月

B Corp認証 取得



Learn more at
bcorp.com

B Corp取得の背景や真のB CorpについてはP.15

2021年～

2024年1月

「横浜市SDGs認証制度“
Y-SDGs”」スーペリア認定



2024年4月

東京都との協働により実施される
サーキュラーエコノミー領域に特化
したスタートアップ企業の創業支援
プログラム「CIRCULAR STARTUP
TOKYO(CST)」



取り組みのインパクトについてはP.66

2024年5月

横浜市・ヨコハマSDGs
デザインセンター事業に関する
協働契約締結



2024年～

2024年5月

有限責任事業組合
「社会藝術舎」を設立・共同出資



社会藝術舎の詳細についてはP.79

2024年9月

大阪・梅田の体験型共創拠点
「PLAT UMEKITA」に
共創パートナーとして参画



2024年10月

IDEAS FOR GOOD
初のドキュメンタリー
「The Repair Cafe」上映開始



リペアカフェ等のインパクトについての対談はP.69

2025年1月

第31回横浜環境活動賞・
企業の部「大賞」



2025年2月

IDEAS FOR GOOD
「Media is Hope AWARD 2024」
ソリューションジャーナリズム賞を
受賞



2025年10月

株式会社フューチャーセッションズ
との連携を開始

代表 有福さんとの対談はP.25

2025年10月

京都市との連携により「Circular
BusinessDesign School Kyoto」
開始



※Photo by 山川 真士

2026年2月

第2回かながわ脱炭素大賞「大賞」



※神奈川県提供

2025年～

メディアの役割は、ファシリテーションになる。 プロセスそのものが価値になる時代

人柄や事業上の シナジーこそが共創の根幹

Q. ハーチとの出会いと、当初の印象について教えてください。

有福：最初の接点は、2020年に IDEAS FOR GOOD Business Design Labの合宿で社員の皆さんと直接お会いしたことです。元々、環境問題に関心がありメディアでの活動経験もあったため、取り組みには注目していました。サステナビリティに向き合い、ビジネスとして成立させようとするポジティブな姿勢に感銘を受け、「社会を前向きに変える原動力がある会社だ」と感じました。



神奈川県・大磯で行われたIDEAS FOR GOOD Business Design Labの合宿(2020年)

加藤：その合宿で有福さんと交わした「一緒にやりましょう」という言葉から、サーキュラーエコノミーとデザイン思考を掛け合わせたプログラム「サーキュラーデザインプリント」(*)が生まれ、金沢大学のCOI-NEXTをはじめ、様々な仕事で一緒にやるきっかけになりました。そのプロセスの中で、自然に協働関係が築かれていったように感じます。

有福：お互いに「やりたい」という根幹の思いがなければ、なかなか共創は形になりません。そこには人柄や事業上のシナジーがあってこそだと思います。

Q. 今回の事業提携は、どのような背景から実現に至ったのでしょうか。

有福：私は前職で環境ウェブマガジンを運営していましたが、情報発信だけでは人々の行動変容に繋がらないという壁に直面しました。FSSでは「対話」を通じて個人の内側から気づきを促していますが、対話の質は、一人ひとりが社会をどう捉え、物事をどう見るかにかかっています。

そこで不可欠なのが、「メディア」の役割です。メディアが多様な視点を提供し、それをもとに対話の場で相互理解を深めていく。この「メディア」と「対話」がセットになることで、社会にどう向き合うべきか、自分たちはどうありたいのかを考えるきっかけになります。この両輪こそが、これからの社会に必要なシステムだと考えています。

加藤：まさに。これからはメディアに求められる役割も「ファシリテーションそのもの」になっていくと考えています。社会を少しでもよりよい方向へと変えていくプロセスそのものが読者体験となり、一方的に世界観を押し付けるのではなく、ともに方向性を形作っていく。それはまさにフューチャーセッションのありかたです。ですね。

メディアを通して、 対話をしながら「納得解」をつくる

Q. 「メディアがファシリテーションそのものになる」について詳しく教えてください。

加藤：例えば、IDEAS FOR GOODでは「For Good」を掲げてはいるものの、私たちは何がGood(善いこと)なのかという問いに対する絶対的な答えを持っているわけではありません。ある時代のGoodが未来もGoodだとは限らない。だからこそ、「これがGoodだ」と提示するのではなく、「そもそもこのGoodは誰にとってのGoodなのだろう。そのGoodのためにどこかの誰かにBadは生まれていないだろうか」といった問いを立てる。そして、複雑に絡まり合った現状を紐解いた後で、多様な方々とともに少しでもBetterだと思える方向へと未来を編み直していく。こうしたプロセスをデザインすることがメディアの役割であり、これはまさに対話によって合意形成



両社で共催した「共創を拡張する“Mediator”の役割とは？」共創総会#5の様子(2025年)

2025年10月、ハーチと株式会社と株式会社フューチャーセッションズ(以下、FSS)はAI時代における新しいサステナビリティ・コミュニケーションの形を模索・実装するための事業連携を開始しました。

対話による共創プロジェクトの推進を強みとするFSSと、サステナビリティをテーマとするメディア運営・情報発信を強みとしてきたハーチはどのように相乗効果を生み出し、よりよい未来を描くのか。FSSの代表を務める有福英幸さんをゲストに招き、「メディア」と「対話」という両社の提携により目指す、持続可能な社会システムへの移行について伺いました。

株式会社フューチャーセッションズ 代表取締役社長
有福 英幸

前職、広告会社にてブランディングに従事。Cannesなど広告賞を多数受賞。新規事業として環境ウェブマガジンを発刊し編集長として運営。より社会的なインパクトを創出すべく、2012年株式会社フューチャーセッションズ創設。

ハーチ株式会社 代表取締役
加藤 佑



を促すファシリテーションそのものだと感じています。

有福: よく分かります。前職で環境ウェブマガジンの編集方針を立てるときに現時点での正しさを断定することの「傲慢さ」を感じていました。我々としては「本当に正しいか分からないから、皆と一緒に合意を作る」というやり方しかないのではと思っています。メディアを通して、対話をしながら「納得解」を作っていくものなのかもしれません。

加藤: まさにですね。AIの進展によりプロセスが省かれ、すぐに結果を出力できる時代になりました。だからこそ、結果という完成品を与えられるよりも、よりよい方向に向かうプロセスに参加できること自体がより贅沢で、幸せな時間になっていくのだと思います。記事といった完成品だけでなく、それらがどのように作られるのかというプロセス自体を価値として提供していけるといいですね。

有福: プロセスに参加するのは結構大事なことだと感じます。誰かに選択肢を与えられている状態って、ある種受動的なんですよね。

「より良い社会にするための3つの方法から、どれを選びますか?」ではなく、「自分たちでどう4つ目・5つ目の選択肢を作るのか」と、新しい選択肢を自ら作り出す行為こそが重要です。手間はかかりますが、そのプロセスに社会の一員として参加し続ける。そのきっかけとなる開かれたメディアと、合意形成を行う対話の場。これは両社だからこそできる、新しい社会システムなのではないかと思っています。

何ができるかわからない連携が、ワクワクを生む

Q. 新しい社会システムへの移行に向けて、ハーチとFSSはどのように連携していけるでしょうか。

有福: 困難な状況から立ち上がり、よりよい未来へ向かう原動力は、最終的には楽観的ともいえる「ワクワク」や「希望」からしか生まれえないと思うのです。ハーチさんのメディアは、まさに人間の根源的な「より良くありたい」という願いに光を当てている。

私たちはこの願いを対話を通じて引き出そうとしてきました。

なので、本質的には同じ方向を目指しているなと思います。ハーチさんとはそれぞれ得意な分野で混ざり合いながらやっていけばいいのではないのでしょうか。

個人的には役割分担は、新たな分断を生み出すので良くないと思っています。「何ができるかわからないけど、一緒にやる」という未来への期待を持つことが、そのワクワクを生み出すのに大事だと思っています。それでは動きにくいと社員に怒られそうですけど(笑)

加藤: 連携というはまだ分かれている感じがしますが、曖昧に融合している状態が理想ですね。ハーチとFSSが気づいたらお互いの仕事をやってもおかしくないくらい、自然に協働することで、新しい選択肢を生み出していきたいですね。

*1: サークュラーデザイン思考を身に着けるための公開型ワークショップ「Circular Design Sprint」
<https://bdl.ideasforgood.jp/product/cds/>



2025年のハイライト

いま知りたい「プルリバース」とは？
【多元世界をめぐる】

6月01, 2023 by IDEAS FOR GOOD 編集部 in コラム

デジタルメディア事業

ハーチが運営するデジタルメディアの読者数

3,522,061人

イベント参加者数

2,062人



ソリューション提供

企業

教育機関

自治体

232社 7校 6自治体

Sustainable Media Futures



Circular Business Design School Kyoto

CBDS
KYOTO

京都から持続可能な循環型の実業を創出する。
実践型ワークショップ/セミナー事業開発プログラム

プログラムの詳細を見る

すべて新しい記事

公開した記事数

2,153本

主催イベント数

64回



ReFi Ecosystem Report

再生可能な経済に向けた
世界のReFiプロジェクト100選



【特集】幸せなお金のありかたって、
なんだろう？今こそ問い直す、暮らし
と社会の前提

6月20, 2025 by IDEAS FOR GOOD 編集部 in コラム

The Repair Cafe

リペアカフェ

修理したいのはモノだけじゃなかった。

SUSTAINABLE EXPERIENCE DESIGN LAB

日本的な精神性や
文化様式の知恵に
根ざしたデザイン
アプローチとは？



AIによる効率化が加速し、ビジネスの世界でも『手触り感』のある体験や人間的なつながりが希薄化しつつある現代。アップサイクルを核に、廃材から新たな価値を生み出し人々の「クリエイティブ・コンフィデンス(創造的自信)」を育む株式会社RINNEと、社会を良くするアイデアに光を当てるハーチは、この潮流に独自の視点で向き合っています。そんな時代だからこそ、「遊び心」や「五感を通じた体験」は、ビジネスや社会にどのようなインパクトをもたらすのでしょうか。RINNE代表の小島幸代さんを迎え、両社の出会いから共創の未来までを語り合います。

株式会社RINNE 代表取締役

小島 幸代

大学でデザインを学んだ後、クリエイティブに特化した人事コンサルティングに16年従事。国家資格キャリアコンサルタント。“不要になったものをアイデアや想像力で楽しく活かす思考”が環境や社会を良くするという考えのもと、現在は企業や行政、教育機関の「捨てる/捨てないデザイン」講師、ファシリテーション、プロジェクト・アドバイザー、クリエイティブディレクションを手がける。

ハーチ株式会社 最高執行責任者

天野 貴博

ハーチ株式会社 最高エンゲージメント責任者

原 裕

「手触り感」が社会を動かす。 AI時代に人間性を取り戻すための クリエイティブ・コンフィデンス

始まりは出会いの熱量。
本質的な共感が事業を加速させる

Q. まずは、RINNEさんとハーチの出会いからお伺いできますか。非常に印象的な出会いだったそうですね。

小島: 2021年の年末、コロナ禍で立ち上げた「Rinne.bar」を続けるか迷っていた時期でした。あるアワードに応募したのですが、審査員だった(加藤)佑さんが私たちの取り組みを気に入ってくださったようで。後日、突然お店に予約メールが来たんです。今の奥様と一緒にいらしたんですけど、彼は一人だけ夢中になって「これはどういうことなんですか?」とものすごく熱心に聞いてくださって。そこで初めて、彼がIDEAS FOR GOODの方だと知りました。もともと憧れのメディアだったので驚きましたね。「アワードで推薦したかった」と直接伝えてくれて、そこから私たちの取り組みに深く共感してくださるようになりました。取材の前にさまざまな分野の方を連れてきてくださって、周りを気に留めないほど私たちの話に深く耳を傾けてくださり、常に私たちの事業の本質を理解しようという姿勢が伝わってきました。最終的には記事だけでなく、動画やポッドキャストまで制作して多角的に発信してくださり、その熱量には本当に驚きました。



Q. 出会ってから5年ほど経ちますが、ハーチの印象は変わりましたか?

小島: いえ、そこは本当に変わらないですね。「これはいい」と思ったら、深くのめり込んで取材してくれる。私たちがどういう哲学でやっているのか、その本質を徹底的に深掘りしてくれ



るんです。その姿勢は、孤独な挑戦をしている私たちにとって大きな励みであり、私たちの取り組みに社会的な価値を見出し、光を当ててくれる力を持っていると感じています。

なぜ今「手触り感」なのか。
AI時代に人間性を取り戻すために

原: 改めて、小島さんはどうして「手触り感」や「五感」を重視する事業を始められたのでしょうか?

小島: 16年ほどクリエイターの組織作りに関わる中で、デザインが画面越しで完結し、ハンズオン(実践)の体験から離れていることに課題を感じていました。本来クリエイティブにあるはずの手触り・肌触りを取り戻すため、遊びながら五感で創造できる場所を作りたいです。

そのヒントとなったのが、アメリカで出会った「クリエイティブ・リユースセンター」です。これは、企業や家庭から出る廃材や不要品を回収し、アートや教育のための素材として安価に提供する施設で、その文化に深く感銘を受けました。ただ、日本では子どもの遊びで終わってしまう。だから、大人が本気で楽しめる「バー」という形にしたんです。

原: よくわかります。AIが進化する中で、人間に残されるのはまさにその手触りの部分ですよね。その感覚がないと、AIに仕事を奪われるだけになってしまう。

天野: 僕もワークショップで米袋の廃材から名刺入れを作りましたが、すごく良い体験でした。Rinne.barの空間は、壁に飾られている端材や作品を見るだけで「何か作りたい」というインスピレーションが湧いてくる。デジタルだけでは、この感覚は絶対に生まれません。

小島：私たちは知らず知らずのうちに固定観念に縛られています。姪っ子が小さい頃は自由に絵を描いていたのに、小学生になったら「リンゴは赤」と描くようになったのを見て、悲しくなりました。その蓋を外してあげることが、すごく大事だと思っています。

NYで見つけた確信。 「人間らしさ」への回帰は世界的な潮流

Q. その「手触り感」への回帰は、世界的な動きなのでしょう。

小島：はい、先日ニューヨークで確信しました。NYはビジネスのスピードが非常に速くAI活用も進んでいますが、その一方で人々はデジタルな繋がりに飽き、「リアルに会うこと」の価値が高まっているんです。ブルックリンには、私たちがやっているようなクラフトバーや陶芸教室がたくさんありました。忙しすぎるからこそ、人々は手触り感や何かを作る体験に癒やしを求めている。ビジネスのスピードが速すぎるからこそ、人間的な感覚に「戻ってきている」んだなと感じましたね。

原：なるほど。テクノロジーを使い果たしたからこそ、次に来るのが人間的なものだと。

小島：そうですね。そして、それは自分のアイデンティティを再確認する行為でもあります。アメリカでは「自分は何者か」が重要視されるので、アートで自分を表現することが求められる。同調圧力が強い日本は、このアイデンティティを発信する力が弱まっている。これは危うい状況だと感じています。

「儲かるの？」の先へ。 共感が駆動する新しいビジネスの形

Q. 新しい価値観をビジネスにする上では、「儲かるのか？」という既存の物差しとの衝突もあるかと思えます。

小島：私たちの事業価値は、短期的な利益や売上といった従来型の経済指標だけでは測ることができません。そのため、「儲かるのか？」という問いがその指標のみを前提としている場合、その議論の土俵に上がることは、私たちの本質的な価値を見失うことに繋がってしまいます。私たちがやっているのは、そういう計算方式では測れない価値なんです。2025年に実施したクラウドファンディングは、まさに「共感の可視化」でした。ファンの方々が自ら広めてくれる姿を見て、お金だけじゃない、この繋がりがこそが私たちの「資産」だと実感しました。

原：これからのビジネスは、株主のようにお金で繋がるだけでなく、気持ちや価値観を一緒に育てていくモデルが重要になりますよね。

天野：そう思います。これまでのビジネスは、自社や直接の取引先がどれだけ儲かるかという視点が中心でした。しかしこれからは、顧客、地域社会、そして地球環境といった、事業

に関わるあらゆるステークホルダーを幸せにできるか、という広い視野が不可欠です。その上で、自社の経済的な持続性も確保できるのであれば、それは実行すべき事業だ、という考え方にシフトしています。そういう利他的な想いがあればあるほど、ビジネスは強くなれると感じています。

未来への共創。日本から「カルチャー・オペレーティング・システム」を

Q. 最後に、これからハーチと共にどのような未来を創っていきたいですか。

小島：ハーチさんのような、社会にいいことをする挑戦者に光を当ててくれる媒体の存在は、私たちにとって希望そのものです。そして、ぜひ一緒に共創していけたらという気持ちです。私たちの目標は、誰もが創造力を発揮できる「クリエイティブリユースセンター」を日本に作ることにあります。これは一人ではできません。ハーチさんのように、想いに共感し、仲間を見つけてきてくれる存在と一緒に、この大きな夢を実現したい。日本独自の「もったいない」という素晴らしいアイデンティティを、クリエイティブな力で世界に発信する「カルチャー・オペレーティング・システム(OS)」を、ぜひ一緒に作っていきたいです。



社内の体制

Internal system

インパクト創出の仕組みと現在の課題

ハーチのインパクトは、組織としての仕組みと、メンバー一人ひとりの主体的な活動によって生み出されます。ハーチの社内体制と、変革期にある組織として現在向き合っている課題についてレポートします。

定期的な対話によるパーパスの再確認

ハーチでは、組織と個人のパーパスの接続を目的とし、定期的に全社でのワークショップを実施しています。

2025年4月には、「なぜ自分はここにいるのか?」「この場所で、自分は何を担っていくのか?」といった問いをテーマに、オフサイトミーティングを行いました。

また、同年11月には、自社のインパクトを言語化するワークショップを開催。このワークショップは、直接的な読者やクライアントだけでなく、その先にいる人々や、より長期的な時間軸での自社活動のインパクトを可視化することを目的に実施しました。参加したメンバーからは、「自身の仕事を持つ意味の広がりや再認識できた」といったフィードバックを得られました。これらの対話は、日々の業務における判断や行動の指針を再確認する機会となっています。



ナレッジシェアを促進する「ハーチ大学」

「みんなが先生、みんなが生徒」をテーマに、一人ひとりのメンバーが講師となって自らの得意分野を講義する社内研修制度「ハーチ大学」を開催しています。この研修では、プロジェクトマネジメントやコミュニケーションといった汎用的なスキルから、写真撮影やイベント運営といった各メンバーが持つ専門知識まで、多様なテーマを扱います。

また、メンバーが外部イベントで登壇した際の映像や資料は、アーカイブとして保管するだけでなく、社内wikiに蓄積。他のメンバーがいつでもその知見にアクセスし、自身の業務に活用できる仕組みを整えています。これは、個人の持つ経験やノウハウを、組織全体で共有・活用できる知識へと転換する取り組みの一つです。



多様な働き方と、外部知見の活用

ハーチのメンバーは、国内各地および海外に拠点を置いています。私たちは、多様な場所での暮らしや経験がもたらす新しい視点が、組織の創造性を高める上で不可欠な要素だと考えています。

また、メンバーの中には副業やプロボノといった社外での活動を行っている人もいます。例えば、週1日地域活動に携わるメンバーが、その経験を自治体との共創プロジェクトに活かすなど、社外で得た知見や視点をハーチの事業に還元することを推奨しています。

組織として現在向き合っている課題

一方で、変革期にあるハーチは、複数の課題に直面しています。個人の働きやすさや意思を尊重する方針と、組織としての一体感をどう両立させるか、日々、試行錯誤を続けています。

現在、特に議論の対象となっているのは以下の点です。

● 出社とリモートワークのバランス

全社一律のルールを設けるのではなく、各チームがプロジェクトの目的や性質に応じて最適な働き方を検討しています。

● 非同期コミュニケーションの質の向上

リモートワークやフレックスタイム制に伴うコミュニケーションの齟齬を軽減するため、情報共有ツールの活用方法の見直しなどを試みています。

● 組織内ナレッジの共有とアクセス性

メンバー間の業務の可視性を高め、具体的な相談や連携を促進するため、プロジェクトの背景やプロセスを共有する仕組みの構築を進めています。

● ライフステージの変化への柔軟な対応

育児や介護といったライフステージの変化に対し、一人ひとりの状況に応じた、より柔軟で持続可能な働き方を模索しています。

こうした試行錯誤のプロセスもまた、社会にとって有益な情報となり得ると考え、今後もこれらの取り組みの過程を開示していく予定です。



ハーチでは、2020年からサーキュラーエコノミーに関わる事業を本格的にスタートしました。その背景には、「サーキュラーエコノミー実践 オランダに探るビジネスモデル(学芸出版社)」の著者として知られ、欧州や京都、東京などを拠点にサーキュラーエコノミーの実践と発信を続けている安居昭博さんとの出会いがありました。2019年当時はまだ黎明期にあった日本のサーキュラーエコノミーは今、新たな局面を迎えています。本稿では、安居さんとともに、目の前の実践を一つひとつ積み重ねていくことの価値、同志とのつながりが増えることで生まれる豊かさについて語りました。不確実な時代に求められる、未来への向き合い方は？

Circular Initiatives&Partners株式会社 代表取締役
安居 昭博

京都市委嘱 成長戦略推進アドバイザー。ドイツ・キール大学Sustainability, Society and the Environment修士課程卒業。「青年版国民栄誉賞(TOYP2021)」にて「内閣総理大臣 奨励賞」受賞。建築・食・ファッション・イベント業界等に、企画・ディレクション・アドバイザーとして関わる。著書に『サーキュラーエコノミー実践』

ハーチ株式会社 代表取締役
加藤 佑

ハーチ株式会社 最高デザイン責任者
永野 祐子

志が生むつながりが、セーフティネットに。 目の前のことを大切に積み重ねた先にある未来

サステナビリティはビジネスの根幹。 同志との出会い

Q. ハーチとの出会いのきっかけについて教えてください。

安居：もともとサーキュラーエコノミーに関心を持ち始めた私の原体験は、母の手料理の温かさと、学生時代にアルバイト先で目の当たりにしたフードロスの現実がありました。その衝撃からNPO活動に参加しましたが、継続の難しさに直面し、どんなに良い活動であっても常に一人で取り組まざるを得ない状況が続きました。こうした孤独感は、サステナビリティを学ぶために留学したドイツでも変わりませんでした。そんな中、2019年にイベントで加藤さんと出会い、サステナビリティはNPOやボランティアにとどまるものではなく、ビジネスの根幹にあるという考えを言葉にせずとも深く共有できたことを覚えています。これまで一人で向き合ってきたからこそ、「仲間」や「同志」と呼べる存在に出会えたことが、心から嬉しく感じられました。



出会いのきっかけとなった2019年のイベント
「自分も世界も幸せになる、サステナブルな暮らしのはじめかた。」(画像出典: IDEAS FOR GOOD)

加藤：安居さんのことは、知り合う以前から素晴らしいビデオグラファーとして存じ上げていました。IDEAS FOR GOODでは2019年に「欧州サーキュラーエコノミー特集」をテーマに1ヶ月ほど欧州に滞在し、取材を実施したのですが、その際はオランダの現地でご一緒させていただき、アムステルダムのご自宅が開かれていた「サステナブルネットワークングディナー」にも参加させていただきました。日本人である安居さんが、異国の地であれだけ多様な方々を自宅に集められるその求心力が本当にすごいなと思ったのをよく覚えています。あのときの様々な出会いや特集記事がなければ、今のハーチのサーキュラーエコノミーに関する取り組みは絶対に存在しません。

安居：当時から加藤さんは、私が感覚的に話すことを、豊富

な知見で体系立てて「これってこういうことですよ」と支えてくれました。とても心強い同志だと感じました。



安居さんの自宅(アムステルダム)でのホームパーティの様子(2019年11月)

国内の課題を解決するために、 世界を見る

Q. 世界の事例を見てこられた安居さんから見て、メディアであるハーチに今後どのような役割を期待しますか。

安居：日本の中だけで議論していても、国内の課題は解決されないと感じています。コロナ禍を経てパスポート取得率が低くなり、海外に出る人が減っている今だからこそ、日本から世界への発信や、海外とのネットワーキングがより重要になります。特にこれからは、欧米だけでなくアジアにも目を向けたいと考えています。その点で、ハーチさんが海外とどう接続していくのかは、非常に気になっています。

加藤：大事な視点ですね。私たちも海外との接続は重視していて、2021年からは「ハーチ欧州」という事業組織を発足しました。また、最近はアジアにおける海外連携にも力を入れており、台湾デザイン研究院との活動に加え、2025年には台湾のサーキュラーエコノミー支援企業 REnato labと共同でプログラムを作りました。欧州から学ぶことはもちろん多いですが、その上で「日本はどうするのか」を考える上では、台湾を含むアジアの多様なレンズを通すことで考えられることが増えると感じています。

安居：他の国を見ることで、日本の良さを客観的に捉え直す(メタ認知する)ことができますよね。先週台湾に行っていたのですが、台北の地価は東京より高い上に古い物件が多いそうで、友人から東京が羨ましいと言われました。東京のスクラップアンドビルドは好きではありませんでしたが、それがあったからこそ、ある程度の家賃で綺麗な家に住めるという側面もある。そうした日本では得られない視点を、海外に行かない方々にも感じてもらえたらと思います。…と、ここまででは



2025年10月に台湾・台北で開催されたAsia Pacific Circular Economy Roundtable & Hotspotの様子 (Image via Circular Taiwan Network)

期待をお話ししましたが、逆に質問させてください。ハーチの「2050年ビジョン」について、社内でのどのように考えられていますか。

2050年のハーチ。 辛いときこそ支えられる会社に

加藤: 創業当初から思っているのは、誰かが誰かの支えが必要になったとき、安心して支え合えるような組織や社会をつくりたい、ということです。人生には山もあれば谷もありますが、大変なときでも支えになるセーフティネットのような会社でありたい。人は年を重ねれば誰もが弱者になると思い、そうでなくても自分が弱い立場に置かれたときに「もういらぬ」と言われたら悲しいですね。そのため、そうした会社をつくることは、自分を守るためでもあります。一方で、誰かを支えるためにはお金も必要ですし、優しさだけでは足りず、強さも必要となります。難しいなと思いつつも、その理想はいつも持っています。

安居: 誰か一人が強いのではなく、みんなが出せる時に強さを発揮する。組織全体でバランスが取れていければいい、ということですね。2050年の規模としては、今と比べて増えているか、同じぐらいか、考えることはありますか？

加藤: 30人から50人ぐらいの組織で、世界中にメンバーがいる状態がよいなと思っています。ただ、私やメンバーの状況ややりたいことも変わっていくと思いますし、社会もどんどん変わっていくと思いますので、固定的な未来像があるというよりは、一回きりの人生のどこかのタイミングで会社に関わって



くれた人が、たとえハーチを辞めたとしてもその先で幸せになってくれたらよいな。また、「ワクワクする気持ち」はずっと持っていたいですよね。それがなくなったときに、会社の終わらだないつも思っています。

永野: 私は、未来に希望が持てるようになりたいと思いハーチに入りました。IDEAS FOR GOODは「もうちょっとこの環境、良くなるかも」と希望を持たせてくれました。「共感」を生み、自分の未来に「愛着」を持つきっかけをくれる。ハーチが、未来を良くしたいと願うクリエイターが集まる場所になれば嬉しいです。



つながりが、セーフティネットになる

安居: 採用面という、真摯な取り組みをしている企業には、それに共感した学生や転職者が集まります。若手の社員ほどサステナブルなビジネスをやりたいという人が多いので、そういう環境を用意することが、優秀な人材の確保に繋がる。それがグリーンウォッシュの歯止めになっているというのが面白いな。本質的なサーキュラーは採用に効いているな。

永野: 企業は、学生が持つそういう夢を潰さないようにしないといけないですね。

安居: 真摯に行っている事業は、収支で見たときに報われるかは分かりませんが、人のつながりとして報われないことはないんじゃないかなと思います。ハーチさんで働きたいという方が集まってきたりする。それは、先ほどの2050年のセーフティネットの話とすごく相性がよいのではないかと思います。

加藤: まさに。人と人とのつながり、関係資本はとても重要ですね。今の金融資本主義では資産として計上されることはありませんが、今の仕事は友達も仲間もどんどん増えていくし、それが自分の人生にとてもプラスになっていると感じます。それをどのように組織として経済的に成り立たせることができるかをずっと探究していますね。

目の前のことに全力で。 その積み重ねの先にある未来

安居: いまハーチさんに2050年についてお聞きしましたが、私自身、10年後、20年後のビジョンを尋ねられても答えられず、以前はコンプレックスでした。でも今は、なくて良いのではないかと。目の前にやりたいことがたくさんあり、それに全力



を注ぐ。その積み重ねの先に、理想の未来が見えてくるのではないかと考えています。

安居: 最近お会いした面白い物理学者の方のお話とちょっと通ずるところがあるなと思いました。その方は量子力学の専門家なのですが、タロット占いをやられているんです。なぜかという、当たりすぎるからだと。今は解明されていないけれども、理想ややりたいことを強く思うと現実になるというのが物理学で解明されるかもしれないとおっしゃっていました。目に見えないけれども波動というものが本当にちゃんとあって、やりたいことやビジョンを強くイメージすると、目には見えないものが共鳴し合って実現されると。

加藤: 人生は必ず思い通りになる。なぜなら、思い通りになると思っている人は思い通りになるし、思い通りにならないと思っている人は、その思い通り、思い通りにはならないからだという話を思い出しました(笑)。結局、人は自分がなりたい自分になるのだと思います。つながった同志とともに、よりよい未来を強く願い、目の前のことを積み重ねていった先に、セーフティネットとなる社会があるのだと改めて思いました。

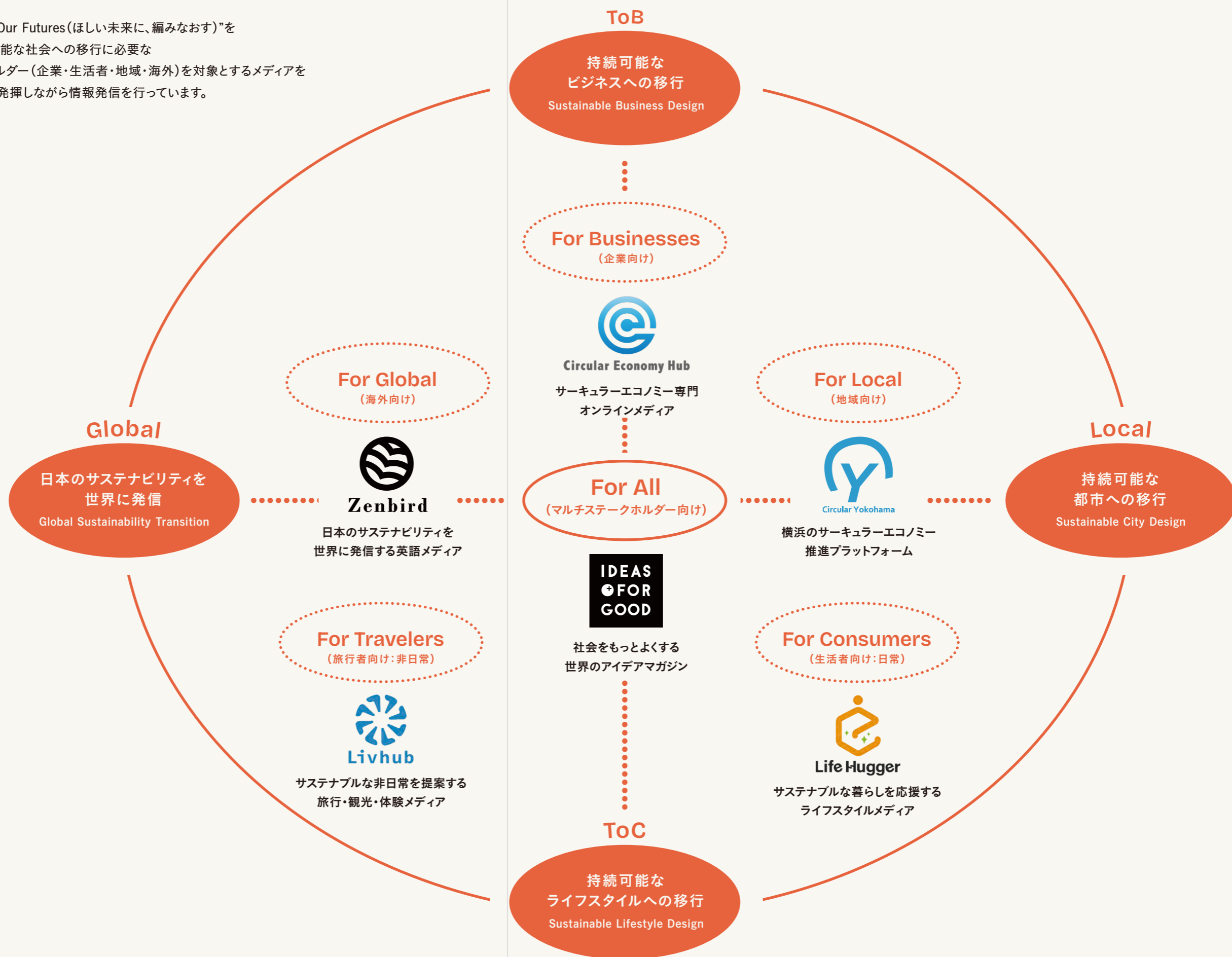


Our Media

デジタルメディア運営

Our Media

私たちは、「Rewrite Our Futures(ほしい未来に、編みなおす)」をミッションに、持続可能な社会への移行に必要なあらゆるステークホルダー(企業・生活者・地域・海外)を対象とするメディアを運営し、相乗効果を発揮しながら情報発信を行っています。



IDEAS FOR GOOD

What's IDEAS FOR GOOD?

IDEAS FOR GOODは、社会を「もっと」よくする世界のアイデアを発信するウェブマガジンです。課題そのものではなくクリエイティブな解決策に光を当て、読者の皆様にインスピレーションと行動のきっかけを届けています。また、複雑に絡まり合った社会問題に対し「どんな未来を選びたいのか」という問いを提示し、ひとつの答えを押しつけるのではなく、読者とともに対話を重ねながら現実を「ほしい未来」へと編み直していくことを大切にしています。

過去の受賞実績
2020年：第1回ジャーナリズムXアワード「ジャーナリズムZ賞」受賞
2024年：Media is Hope AWARD 2024「ソリューションジャーナリズム賞」受賞

<https://ideasforgood.jp>



Data for Impact

取材記事公開

103本

イベント開催

24回

イベント参加者数

1,416人

Topics

初のクラウドファンディング実施。 読者とともに「新しいメディアのかたち」 を創る挑戦

創刊10周年を前に、初めてのクラウドファンディングに挑戦。370名以上の支援者の皆様とともに、単なる情報発信源ではなく対話を通じてともに未来を「編む」メディアとして進化すべく、歩みを進めています。

IDEAS FOR GOOD 2.0

危機を希望に。
読者とともに「新しいメディアのかたち」をつくりたい



「ソリューション・ジャーナリズム」から 「クエスチョン・ジャーナリズム」への転換

AIが何でもすぐに答えてくれる時代だからこそ、プロセスを大切に、現場の微かな声に耳を傾け、感情に寄り添い、発信力よりも受信力を高めます。また、多角的視点から新しい思考を促す問いを投げかけ、読者の皆様との対話を通じてより望ましい未来への移行を模索する独自の編集方針を強化しています。



オリジナルドキュメンタリー映画 「リペアカフェ」制作・上映

2024年制作のドキュメンタリー「The Repair Cafe (リペアカフェ)」は、日本および欧州にて1年間で100回以上放映され、視聴イベントには2,000名超が参加しました。cinemo(ユナイテッドピープル社運営)でも上映が始まるなど、国内外で修理文化の新たな広がりを生んでいます。



IDEAS FOR GOOD

Voice



以前、IDEAS FOR GOODさんにイベントの開催背景や、プロジェクトのビジョンまで「このプロジェクトがどう社会を変えていくのか」とも丁寧にご取材していただき、嬉しかった記憶が今でも残っています。こうして丁寧に、奥深くまで関心を寄せていただき、社会への橋渡しとなる言葉に変えてくれるメディアがあること自体が、コンテキストを持つ企画を立ち上げる立場からしてとても心強く、勇気づけられています。(取材企業)

10年前、ゼロ・ウェイストの取り組みの最新情報はすべて口コミでした。今でも現場からの言葉が最もビビッドであることに変わりはないけれど、当時実践者のネットワークにいないと入ってこなかった世界中の事例は、大抵IDEAS FOR GOODに載っています。圧倒的に日本語での情報アクセスに閉じてしまっている日本社会に、ソーシャルアクション実践のアイデアという門戸を広く開いてくれたのです。

そんなメディアがAI時代にどんな次なる扉を開くのか。個人的にはそれが、インフォメーションだけではないインサイト、そこから生まれるインスピレーションを届けることなのかもしれないと思い、ワクワクしています。実践者でもあるメディアほど強い存在はないのだから。(パートナー)



すべてAIに答えを聞くような安易な世の中でなく、対話をやめない、あきらめない世界であるために、IDEAS FOR GOODはあるのだと思います。(クラウドファンディング支援者)



社会をもっとよくする世界のアイデアマガジン



言葉の力で世界は変えられる。そんなワクワクする未来を切り開くような挑戦を、心から応援します。(クラウドファンディングの「みんなの応援コメント」より)

IDEAS FOR GOODのおかげで色んな学びが得られ、そして視野が広がっています。これかも楽しみにしています!(クラウドファンディングの「みんなの応援コメント」より)



IDEAS FOR GOODの記事にいつも励まされてきました。私の活動の原動力となっています。これからもたくさんの人の行動を後押し(応援する)メディアであってほしいです。(クラウドファンディングの「みんなの応援コメント」より)



これまで「解決策」で社会に希望を届けてきましたが、いまAIの台頭や社会の分断という危機に直面しています。AIが答えを出す時代だからこそ、効率性の中で置き去りにされる小さな声を丁寧に記録し、次世代へつなぐことが私たちの役割です。読者と共創する理想と情報の提供者に留まる現実のギャップに悩みつつも、もっと泥臭く、編集部をひらきながら体験を通じたつながりを強めていきたいです。(富山恵梨香)

Editor's Voice

Circular Economy Hub

What's Circular Economy Hub?

Circular Economy Hub(サーキュラーエコノミーハブ)は、サーキュラーエコノミーに特化したメディア・プラットフォームです。欧州および日本を拠点とするエディター陣がサーキュラーエコノミーに関する国内外の最新情報やインサイトを発信するほか、毎月の定例イベントや体験型プログラム、リサーチ、オンラインコミュニティの運営などを通じ、国内外の企業や官公庁・自治体、大学の皆様とも連携しながらサーキュラーエコノミー、サーキュラーシティへの移行を推進しています。

<https://cehub.jp/>



Data for Impact

記事公開

943本

イベント開催

16回

個人・法人会員数

301人

※2025年12月末時点

Topics

循環型未来を思索するイベントシリーズ「Refuturing(リフューチャリング)」

2026年2月から、Circular Xとして毎月開催してきた月例オンラインイベントを“Refuturing(リフューチャリング)”へとリブランディング。多様な視点から直線的な成長の物語を問い直し、人間と自然、現在と未来との関係性を編み直すサーキュラーデザインのあり方を探索しています。



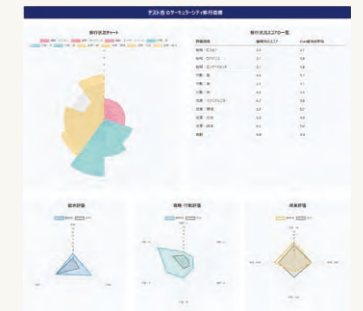
国際連携による「Gamagori Data Explorer」の公表

オランダに拠点を置くグローバルなインパクト組織 Circle Economy および蒲郡市と連携し、日本初となる、循環型雇用指標ダッシュボード「Gamagori Data Explorer」を開発。蒲郡市における循環経済への移行状況を雇用の視点から分析しました。URL: <https://www.circularity-gap.world/gamagori>



自治体向け「サーキュラーシティ移行指標」の開発

2024年10月に三井住友信託銀行株式会社、慶應義塾大学・COI-NEXTリスペクトでつながる『共生アップサイクル社会』共創拠点と連携して公表した「サーキュラーシティ移行ガイド」の発展的な取組みとして、2025年12月には「サーキュラーシティ移行指標」をローンチ。独自の移行フレームワークに基づき、データに基づくサーキュラーシティ政策の立案・推進を支援しています。URL: <https://ccti.cehub.jp/>



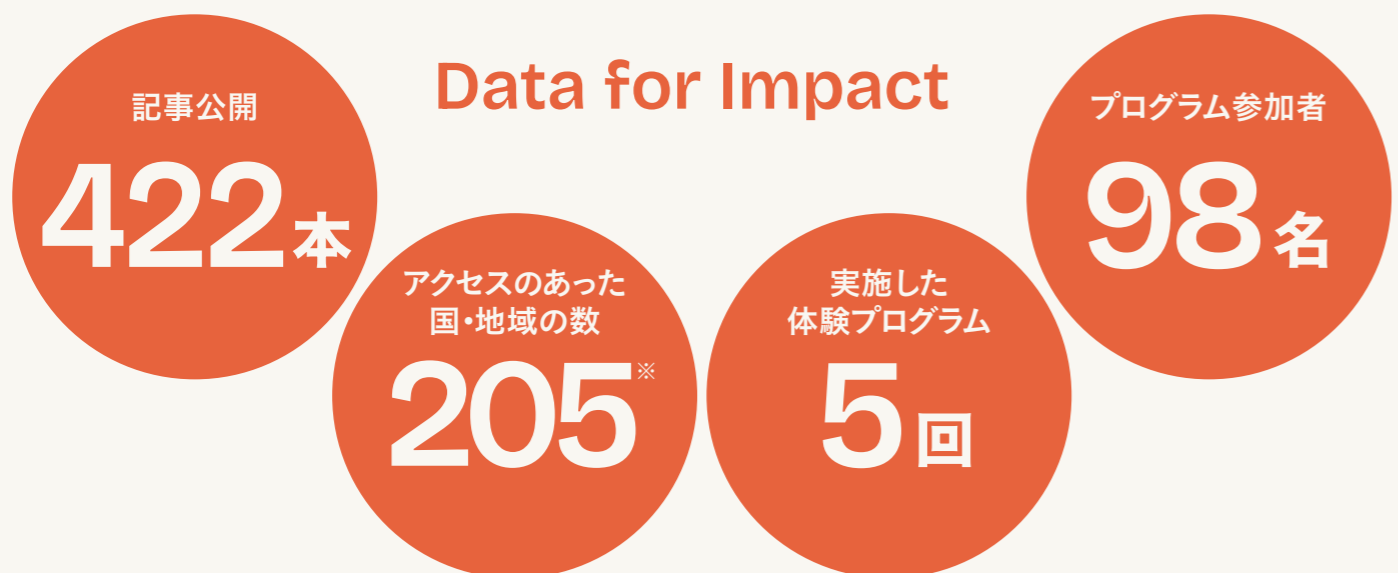
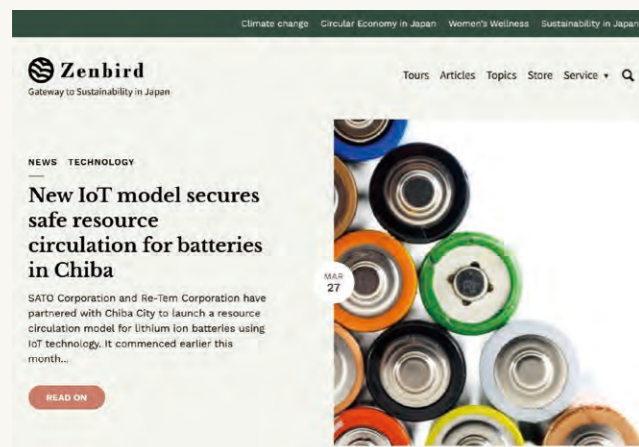
2020年の始動以来、日本のCE移行に寄与すべく、情報還元や組織支援に注力してまいりました。AI普及期の今、Circular Economy Hubには独自の価値発揮が求められています。編集部がCE視点で「現場」と「実現したい未来」双方の解像度を高め、いかに世の中へ価値を付加していけるかが喫緊の課題です。CEプラットフォームとしての社会的責任を自覚し、各メンバーがオーナーシップを持った発信を追求してまいります。(那須清和)

Editor's Voice

What's Zenbird?

Zenbird (ゼンバード) は、日本各地のソーシャルグッドなアイデアや取り組みを英語で発信するウェブマガジンです。社会課題に挑む企業や地方創生の事例、日本文化に根ざしたサステナブルな暮らしの知恵を紹介しています。日本の「善(Zen)」が鳥(Bird)のように羽ばたき、日本の魅力を世界に届けることを目指しています。

<https://zenbird.media/>



※Google Analytics 4の地理データ(IPベース)に基づく。主権国家に加え、一部地域を含む。

Zenbird

Topics

日本が誇るサステナブルな文化・実践を記事で発信

日本各地のサステナブルなアイデアや取り組みを、英文記事で発信。企業や地域の事例、日本文化に根ざした持続可能な知恵を取材・リサーチで掘り下げ、背景や文脈とともに、海外読者にわかりやすく紹介しています。



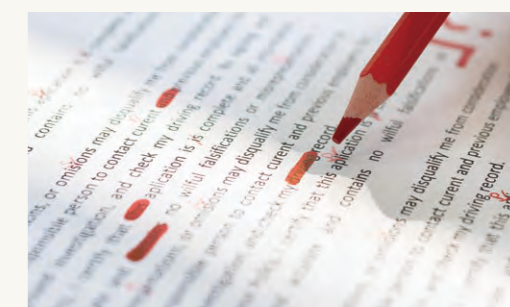
サステナビリティ&サーキュラーエコノミー体験プログラム

サステナビリティやサーキュラーエコノミーをテーマとした体験型学習プログラムを、参加者のニーズに合わせて設計。地域や事業者の実践に触れながら、持続可能な社会の仕組みを体感できる機会を提供しています。



サステナビリティ&サーキュラーエコノミー特化の英日・日英翻訳

サステナビリティ・サーキュラーエコノミー分野の知見をもとに、文脈や意図を踏まえた英日・日英翻訳を提供。編集者視点で「伝わる表現」に整え、専門知識を持つネイティブチェックを経て、信頼性の高い翻訳を実現しています。



持続可能な事業主やゼロウェイストの先駆者、サーキュラーエコノミーの専門家との交流を通じて、日本には世界と共有できる独自の視点や知恵があることを改めて実感しました。Zenbirdは今後も、人々の暮らしをより良くし、未来を守るためのアイデアやマインドセットを発信し続けてまいります。(ロジャー)

Editor's Voice

Circular Yokohama

What's Circular Yokohama?

Circular Yokohama(サーキュラーヨコハマ)は、横浜のサーキュラーシティ(循環都市)への移行を推進するメディア・プラットフォームです。公式サイトでは横浜市内で展開されているサーキュラーエコノミープロジェクトの最新情報やデータベース、活動拠点をまとめたサーキュラーマップなどを掲載しているほか、横浜市や市内企業、大学や市民団体とも連携しながら、産官学民連携により複数のサーキュラーエコノミープロジェクトを展開しています。

<https://circular.yokohama/>



掲載している
横浜市内のプログラム

53件

Data for Impact

公開したレポート記事

24本

YOKOHAMA
CIRCULAR DESIGN
MUSEUM 出展回数

7回

衣料品回収量
(3カ月間)

171kg

Topics

横浜市のサーキュラーシティ 国際ブランディング支援

横浜市のサーキュラーシティとしての取り組みを世界へ発信するため、記事や動画コンテンツの整備、海外機関・メディアとの連携、イベントを通じた接点創出を一体的に推進。サーキュラーシティとしての国際プレゼンス向上やアジアの都市間連携に向けた発信基盤を構築しました。



横浜らしい衣類循環の実現を目指す YOKOHAMA CIRCULAR FASHION PROJECT

2027年の横浜国際園芸博覧会(GREEN×EXPO)に向け、地域での衣類回収・循環プロジェクトを推進しました。さらに大学での講義や市民参加型のイベントを展開し、メディアで得た知識を実際の行動(エクスペリエンス)へと繋げ、地域に根ざしたサーキュラーカルチャーの醸成に貢献しています。



Creative Circular City(創造循環都市)の実現に向け、新たな循環文化発信拠点「Sta.R」を開設

2025年10月から、横浜市との連携により相鉄線「星川」駅構内にあるスペースの運営事業を開始。循環と芸術をテーマとする地域イベント「星めぐる芸術祭」を2年連続開催しています。現在は創造・循環・文化をテーマとする新拠点「Sta.R(ステーション・アール)」開設に向けて準備を進めています(2026年7月開業予定)。



世界規模で課題になっている環境・社会問題にローカルな立場から向き合い、行政・企業・NPO・教育機関・市民などと密に連携を取り、メディアに留まらない様々な活動を行ってきました。地域の活動が、地域の人の力になることはもちろん、それが一部の都市だけで収まることなく、市外の誰かの力になっていくことを目指し、今後も歩みを続けてまいります。(丸山桃加)

Editor's Voice

Harch Europe

What's Harch Europe?

ハーチ欧州は、2021年に設立された欧州在住メンバーによる事業組織です。現地の最新の知見を居住者の視点から発信し、日本で暮らす皆さんとともにこれからのサステナビリティの可能性を探り、また日本の知見や事例を欧州へ届けることで、双方の学びをつなぎ、新しいアイデアの創出に貢献しています。

Topics

欧州各国の国際会議取材。イベントや記事を通じて発信

気候ビジネスが集まるフランスの ChangeNOW、創造的な行政の仕組みを考えるドイツの Creative Bureaucracy Festival、脱成長を考えるノルウェーの学会ISEEなどに参加。それらをいち早く IDEAS FOR GOOD やイベントで発信しています。



日本企業の欧州視察に同行

オフィスのインテリアデザインと働き方を考えるための英国視察、クリエイティブなまちづくりの仕掛けをめぐるフランス視察、ドイツ・オランダの重工業視察などを企画し、現地で開催しました。



PPWR (EU包装・包装廃棄物規則) に関するイベントを開催

三井化学、メンバーズとともにオンラインイベントを開催。591件のお申し込みがあり、行政・メーカー・生活者それぞれの視点から、欧州の新規制についてディスカッションを行いました。



Data for Impact

視察対応件数

4件

イベント開催

4回

欧州関連イベントの参加者数合計

719名

Voice

現地在住者ならではの最新情報や取材経験を存分に感じご紹介・ご案内をいただき、ありがとうございました。おかげさまで見るだけではわからない現地事情やパリ市民の考え方などを伺うことができ、理解がとて深まった次第です。(視察クライアント)

企業、現地生活者、大学研究者と色々な視点でPPWRを議論して頂き、企業人としての視点しか無かったので、とても新鮮に感じました。(イベント参加者)

これまでロンドンやパリ、アムステルダムを中心に現地の取り組みを取材してきました。今後は西欧に限らず、東欧や北欧、南欧など、まだ触れていない地域の事例にも足を運び、欧州全体の多様なサステナビリティの可能性を皆さんと一緒に探っていきたいと思っています。(伊藤恵)

Editor's Voice

Livhub

What's Livhub?

Livhub(リブハブ)は、サステナブルツーリズムで世界をつなぐ旅マガジンです。良質な旅の機会をより多くの人に開き、旅を通して世界を明るい方向に導くべく活動しています。サステナブル・リジェネラティブな旅や体験の情報を中心に、新しい生き方のきっかけとなるユニークな体験をご紹介します。

<https://livhub.jp/>



Topics

全国各地のサステナブルな旅取材し、レポート記事を通じて発信

高知・愛媛のものづくり現場を巡る「オープンファクトリー」、愛知の離島での「ワーケーション」、広島のリジェネラティブツーリズム、隠岐の循環を学ぶ「GREEN ACADEMY」などのツアーに編集部が実際に参加。地域の課題解決や魅力再発見につながる新しい旅の形を読者に届けました。



世界が分断と不確実性を増す中で、人が移動し出会うことの価値はあらためて見直されています。Livhubは、サステナブルツーリズムの実践を通じて、訪れた場所と人との関係性を丁寧に紡ぐ旅を届けてきました。これからも、旅をきっかけに人と社会との関係を編み直す視点を発信していきたいと思います。(石塚和人)

Editor's Voice

Life Hugger

What's Life Hugger?

Life Hugger(ライフハガー)は、自分にも地球にも優しいサステナブルなライフスタイルを支援するウェブメディアです。日々の生活に欠かせない衣・食・住をはじめ、子育てやウェルネス、ゼロウェイスト、家事サポートなど、様々な切り口からサステナブルな暮らしを実現するためのヒントやアイデアをご紹介します。

<https://lifehugger.jp/>



Topics

自治体や地域イベントとの連携を通じて、エシカルなアクションを推進

「TOKYOエシカル」のパートナー企業や、京都市観光協会のメディアパートナーとして参画し、自治体と協働してサステナブルな情報を発信。また、「Meguro Snow Christmas 2025」などの地域イベントとも連携し、記事や取材を通じてエシカルな暮らしの輪を広げています。



サステナビリティの社会実装には生活者の行動変容が不可欠です。日々忙しい読者の現実に寄り添い、完璧ではなくても取り入れられる選択肢を提示していくことがLife Huggerの使命です。これまで行ってきた商品やサービスの紹介にとどまらず、今後は一歩踏み込み、読者コミュニティを育みながら、企業や自治体との共創プロジェクトを通じてエシカルな実践の場を作っていきたいと考えています。(松田共代)

Editor's Voice

IDEAS FOR GOOD

Business Design Lab

サステナビリティ・サーキュラー
エコノミー支援事業

Make Sustainability Desirable.



<https://bdl.ideasforgood.jp/>

サステナビリティに、
ワクワクを。

IDEAS FOR GOOD Business Design Labは、
人材育成からリサーチ、事業開発、発信までを一気通貫で伴走し、
サステナビリティやサーキュラーエコノミーを社会に実装するチームです。

国内外にあふれるサステナブルでクリエイティブなアイデアを、
多様な立場の人々と学び合い、活かし合うことで、アクションの連鎖を生み出します。

心がもっとワクワクする未来を創りたい。
それが私たちの想いです。



支援企業・自治体数

支援企業数: **79**件 支援自治体数: **3**件

ソリューション提供数

Inspire

社内セミナー: **32**件
ドキュメンタリー: **26**件
展示企画: **5**件

Research

リサーチレポート: **10**件
視察・フィールドワーク: **11**件

Communicate

イベント企画: **58**件
メディアプロモーション: **32**件
コンテンツ制作: **178**件

Design

ワークショップ: **22**件
プロジェクト伴走: **10**件

これらは成果の一部にすぎません。私たちは、数字の裏にある変化を大切にしています。

Data for Impact

集い、学び、
つなげる場をつくる

「PLAT UMEKITA」展示とコミュニティ

TOPPAN株式会社

駅前の公園という開かれた場で、サステナビリティとの「続く関係性」を育てることに挑戦したプロジェクトです。大阪・梅田の生活者と企業をつなぐ体験型共創拠点「PLAT UMEKITA」を舞台に、展示やコミュニティの取り組みを展開しました。

背景には、関心を持つ人は存在するものの、継続的に関われるリアルな拠点が不足しているという課題がありました。大阪という商業都市から、新たな価値観を提示する意義も感じていました。

本プロジェクトでは、「正しさ」や「啓発」を前面に出しすぎないことを重視し、「体験」や「問い」を起点とした展示・イベント・スクールプログラムを設計しました。また、取組みが単発で終わらないように、継続的に関われるコミュニティ運営も行っています。現在、コミュニティには約70名が参加し、実践共有や情報交換が続いています。行動変容を定量的に測る段階には至っていませんが、「一過性ではない関係性」が生まれ始めていることは重要な変化だと捉えています。



三菱地所株式会社

グループ横断で次世代のサステナビリティ推進人材を育成することを目的に、約3か月間のスクールプログラムを企画・運営しました。背景には、部門ごとに専門分野の知見はあるものの、全社的な意識や推進体制が十分に整っていないという課題がありました。

ハーチは、講義中心の学習ではなく、フィールドワークや実践者との対話を通じて「頭での理解」と「身体的な実感」を行き来する設計を行いました。さらに、参加者同士が自ら問いを立て、議論し合う場を重視し、「仲間」とともに学ぶ構造をつくりました。

その結果、スクール後のアンケートでは参加者の95%が「大変良かった／良かった」と回答し、サステナビリティへの理解や重要性の認識が高まったと答えています。修了後には社内外のプロジェクトに挑戦する動きも生まれ、グループ横断のネットワーク形成にもつながっています。

今後は、スクールで生まれた学びと関係性を一過性で終わらせず、実践と継続的なコミュニティ形成へと発展させていくことが課題です。



「体験」と「仲間」で
自分事化する

次世代サステナ経営人材育成スクール

循環型イノベーションの 土壌をつくる

サーキュラースタートアップ創業支援

東京都

東京都のサーキュラーエコノミー推進に向け、スタートアップ創出とエコシステム形成を目的とした創業支援プログラムを企画・運営しました。背景には、資源循環分野への関心の高まりがある一方で、事業化や資金調達、企業との連携を包括的に支援する仕組みが十分ではないという課題がありました。

ハーチは、良質なインプット提供・循環型事業開発支援・メンタリング・企業や金融機関とのネットワーキング・メディア発信・資金調達機会を一体で設計。単なるセミナーではなく、構想から実装・実証まで伴走する設計を重視し、メンター約43名・パートナー企業約29社が関わるエコシステムの形成にも取り組みました。

第1期・第2期あわせて32組・44名が参加し、創業2社・資金調達額約1億・業務提携6件のほか、自治体実証や助成金獲得などの成果が生まれました。

一方で、短期プログラムであるがゆえに、事業の継続的な成長支援やエコシステムの定着には課題も残ります。今後は、培った専門家ネットワークと支援ノウハウを活かし、東京発の循環型イノベーションをさらに広げていくことが求められます。

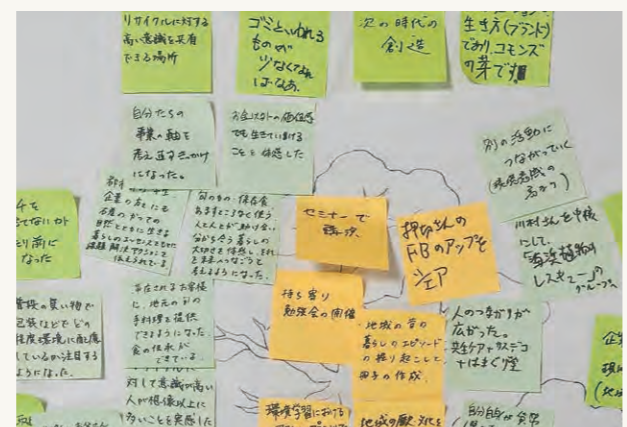


花王株式会社

花王株式会社が取り組んできた「リサイクリエーション」(使用済みつめかえパックの回収・再生利用活動)の価値や成果を可視化するプロジェクトです。本プロジェクトは、石巻市における10年間の活動を対象とした「社会的インパクトの可視化」に加え、「リサイクリエーションモデルの体系化」、および「企業価値向上貢献度の可視化」の3本柱で実施されました。背景には、活動の輪が広がる一方で、「回収量」という実績だけでは、地域への波及効果や企業にとっての本質的な意義が伝わりづらいという課題がありました。

石巻でのインパクト可視化において、ハーチは連携企業とともに、アンケートや関係者とのワークショップを通じてアウトカムとインパクトを整理しました。目指す姿を言語化し、活動のストーリーや価値を一枚の「インパクトビジョン」として表現。単なる実績紹介ではなく、「地域にどのような変化が生まれたか」を軸に再構成した点が特徴です。

本案件で得た「試行錯誤しながら整理するプロセス」そのものを価値として捉える視点は、今後のさまざまなプロジェクトのインパクト可視化支援にも活かしていきたいと考えています。



つめかえパックの リサイクル活動

「リサイクリエーション」のインパクト可視化

持続可能な都市の
未来をともに
デザインする

サーキュラーシティ移行ガイド

三井住友信託銀行株式会社

2024年10月に三井住友信託銀行株式会社、慶應義塾大学 COI-NEXT「リスペクトでつながる『共生アップサイクル社会』共創拠点」(コンテンツ協力)と共同で、自治体のサーキュラーシティへの移行を支援するガイド「サーキュラーシティ移行ガイド(循環都市移行ガイド)」を制作・発行しました。

本ガイドは、ハーチが強みを持つ欧州のサーキュラーシティ推進機関とのネットワークや取材から得た知見、国内の複数自治体との連携プロジェクトにおける実務経験、そして金融機関・大学の専門的知見を組み合わせ制作したものです。サーキュラーシティへの移行を目指す自治体や地域の課題解決に向けて、移行プロセスをPrepare・Plan・Promoteの3段階・10ステップに分け、先進自治体の具体事例なども交えながら地域ごとの特性に応じた移行プロセスについて解説しています。

現在、本ガイドを活用した自治体とのディスカッションを進めています。未だ国内においてサーキュラーシティ政策を掲げている自治体の数は限られています。より多くの自治体の皆様と連携の裾野を広げていけるよう、引き続きガイドの改善および普及推進に尽力していきます。



神奈川大学

2021年より、神奈川大学と連携し、サーキュラーデザインを体系的に学び、実践につなげる場づくりに取り組んできました。経営学部ゼミへの伴走や社会人向け講座の企画・講師、学内ファブラボとの「循環ガチャ」制作などを通じ、産官学民が交わる共創の機会を設計しています。

当時、国内でCEを専門的に学べる場はまだ限られており、大学としてどの学部がどう扱うべきかという基準も明確ではありませんでした。その中で、社会連携センター主導で「まずはゼミやイベントで実践する」という柔軟な一歩を踏み出したことが本プロジェクトの出発点です。

ハーチは「Playful Circularity(循環を、あそぼう)」を掲げ、ワクワクする事例選定を重視しました。一方で、先行事例が少ない中、学生たちは環境・社会・経済それぞれの“正しさ”の狭間で、何が真にサーキュラーなのかという問いに向き合い続けました。

これまでに累計100名以上へ学びを提供し、2024年度横浜環境活動賞の受賞にもつながりました。5年に及ぶ継続的な連携は成果の一つですが、講義後のアクションを支える仕組みづくりには課題も残ります。学生との対話から得た柔軟な視座を、今後の共創にも活かしていきたいと考えています。



正解のない問いに挑む
学びの場をひらく

サーキュラーデザイン共創プロジェクト



サステナビリティやサーキュラーエコノミーへの関心が世界的に高まる一方、その実践は多くの壁に直面しています。ハーチでは、国内外のリアルな現場で実践に関わるメンバーと、常に世界中の最先端の事例を収集・取材し、メディアとして発信するメンバーが所属するため、両者の知見や経験を行き来しながら価値を生み出せるというユニークな特徴を持ちます。社会を動かす「インパクト」とは、一体どのように生まれるのか。アムステルダム、ロンドン、横浜、そして法人案件の最前線に立つ4名の対話から、ハーチらしいインパクトの源泉と、これからのメディアが担うべき役割を明らかにします。

IDEAS FOR GOOD Business Design Labチーム
千葉県市川市在住
大石 竜平

IDEAS FOR GOODチーム
ロンドン在住
伊藤 恵

クリエイティブ・ディレクター
オランダ・アムステルダム在住
瀬沢 正人

Circular Yokohamaチーム
神奈川県横浜市在住
室井 梨那

(左から)

現場の熱量を、組織の力へ。 世界に散らばるメンバーが語る 「インパクト」の生み出し方

メディアが生む「逆輸入」と、 当事者の価値の再発見

Q. 今日世界各地で活動する皆さんに、それぞれの現場で感じているインパクトについて伺います。まずは、アムステルダム在住の瀬沢さんから実感されていることを教えてください。

瀬沢: アムステルダム地域映画祭等でハーチが制作した映画「リペアカフェ」が上映されたときのことが印象的です。参加したボランティアの方が、「自分たちの活動が、日本の作り手による映像作品として可視化され、価値を再認識できた」と喜んでくださいました。日本のメディアが作ったものが、リペアカフェ発祥のオランダで評価される。そんな「逆輸入」の循環が生まれたことは嬉しいインパクトでした。

大石: 素敵ですね。メディアには、広く発信する「外向き」の矢印と、当事者が自分たちの価値を再発見する「内向き」の矢印があると思います。今のお話は、まさに後者。当事者の自信やエンパワーメントにつながるメディアのあり方も重要だと思います。

瀬沢: まさにそうですね。短期滞在で表面的に取材して終わるのではなく、コミュニティとの関係性を丁寧に築くことを意識しました。撮影させていただいた方に、お礼としてその日一番の笑顔の写真をお渡しするといった、感謝を循環させていく行動を重ねるうちに、少しずつ心の扉を開いてくれるようになりました。そうして生まれたコンテンツが、また見る人の心を動かしていく。これこそがハーチらしいメディアのあり方だと思っています。

境界線を溶かし、心を動かす。 国内の現場で起きる化学反応

Q. そのドキュメンタリーのインパクトは、国内の現場ではどのように作用しているのでしょうか？

室井: このドキュメンタリーは、国内でも大きな化学反応を起こしていると感じます。私が担当する「Circular Yokohama (CY)」は、横浜において循環都市への移行を推進するプラットフォームです。普段、行政や大企業の皆さんとお話していると、映画のような情緒的なコンテンツとの間に少し距離があるように感じますが、いざ上映すると、普段は真面目なビジネスマンの方がすごく柔らかな表情になっていたりするんです。頭ではなく心に直接届いているのを感じますね。

伊藤: 私自身は横浜の活動には関わっていないのですが、客観的に見ても、ハーチの中で特に目に見える変化が出ているのはCYだな、というイメージがあります。横浜市が自らアジアの先頭に立ってアジア循環型都市宣言 (ACCD) を立ち上げたといった大きな動きの背景にも、室井さんたちのこれまでの地道な活動があったのだらうな、と感じています。



「自分たちの手柄」ではない。 謙虚さの根源にあるもの

室井: 横浜でもサーキュラーエコノミーという言葉が浸透してきており、地域や社会が変わっているという実感はあります。でも、それを「自分たちのインパクトだ」として主張するのは違うと思っています。社会はみんなのものであり、私たちはその一部でしかありません。常に自分たちの立ち位置を見失わずにいたいという想いです。

大石: 社会の変化は原因と結果を特定するのが難しいですよ。でも、室井さんが話してくれた「普段はあまり表情を崩さない方が笑った」のような、目の前の人と人との関係性の変化は、仕事の中でも手触り感がある部分です。クライアントさんから「あのときの言葉が刺さりました」といった声を聞くと、少しは力になれたのかな、と感じる瞬間はありますね。

瀬沢: 皆さんのお話を聞いて、メディアは「媒介」することで価値が生まれる、という立ち位置を改めて実感しました。私たちのインパクトは、映画を撮らせていただいたコミュニティがあったこと、そして上映を一生懸命してくださった方々がいらしたこと、そういった主体の間に私たちがいるからこそ生まれるものです。だからこそ、関わってくださる方への感謝とリスペクトを忘れないことが、室井さんの言う「謙虚さ」につながるのだと思います。

メディアに求められる、 現場との適切な距離感

Q. ただ、ハーチも企業や自治体とのプロジェクトが増えてきているなかで、メディアの編集部としては現場とどう適度な距離を保つのか、という葛藤もあるのではないのでしょうか？

伊藤: そうですね。最近、メディアと実践者の距離が近くなっていると感じます。かつてはメディアが社会にとって新しい概念をリードするということもありましたが、今は「現場で起きていることが一番面白い」とも思います。そのため、私たちもプロジェクトの中に入り込んで取材することが増えてきましたが、その中で本来メディアが持つべき客観性を保つのが難しいこともあるんですよ。また、現場に近づきすぎると、傍観していることが無責任のように思えてしまうときがあるんです。かといって、距離があるからこそ見えるものもあるはずで……。対極の意見もインプットしてバランスを取るように模索しています。

大石: 私は企業向けのセミナーなどでサステナビリティにワクワクしてくれる「仲間」を増やすことはできている実感はあります。でも、「じゃあ具体的にどう事業にするの？」というフェーズになると、まだファシリテートしきれない、という課題感がありますね。

伊藤: 「で、これお金になるの？」という言葉は、2020年のBusiness Design Labの立ち上げ当初から変わらず投げかけられる、根深い問いですね。それを打破するのが事例紹介なのか、ワークショップなのか……。まだ答えは見えていません。

大石: 本当にそうですね。でも、だからこそ、人として真摯でありたい。スバットと答えを見い出せないときでも、クライアントとともに探し続ける。難しさやモヤモヤまで共有できる関係性でいることが、今できることなのかな、と思っています。



個人の熱量を、組織の力へ。 ハーチらしいインパクトの源泉

Q. 様々な葛藤があるなかで、ハーチらしいインパクトの源泉はどこにあるのでしょうか？

室井: 私は地域密着で仕事をしているので、常に顔の見える個人として真摯であることが何より大事だと考えてきました。



オランダでの上映の様子

でも、皆さんの話を聞いて、ハーチにはメディアとして「面」でインパクトを捉える視点と、「個人」として点で捉える視点の両方があるのだと気づきました。

大石: 熱量が生まれるのって「人と人」の関係性からですよ。思いが生まれる瞬間は、いつも関係性の中にある。そこは大事にしたいです。

瀬沢: ハーチは個人が自立して動きやすい組織ですが、個人だけで突き進むとミスリードのリスクも生まれます。だからこそ、現場で得たものを「組織」に持ち帰り、多様な視点で徹底的に揉む。そのプロセスがコンテンツの質を担保するのだと思って

います。映画の試写会で100以上の改善点を洗い出したときは正直絶望しそうになりましたが(笑)、そうしたプロセスを経るからこそ、世の中に本当に良いものを届けられる。

室井: メディアがあるからこそ、ですね。現場での個人の活動を記事やレポートとしてアウトプットするときに、必ず編集という「叩かれる」作業があります。そこでクオリティや組織としての視点が保たれる。この「個人(現場)」と「組織(メディア)」を行ったり来たりできる仕組みこそが、ハーチの強みなのかもかもしれません。現場で生まれる熱量を、組織に持ち帰って多様な視点で磨き上げ、再び社会へと還元する。この循環の中こそ、インパクトの源泉があると思います。まだできていないことも多いですが、メディアと現場の両方を持つ組織だからこそその価値創造に挑戦していきたいですね。



Collective Initiatives

日蘭サーキュラーエコノミー交流プログラム with 駐日オランダ王国大使館

駐日オランダ王国大使館と連携し、サーキュラーエコノミーをテーマとする日蘭交流プログラムを2023年から3年間にわたり実施。オランダへの視察ツアーや、日本各地における視察対応、Expo2025 大阪・関西万博におけるカンファレンスなどを通じて、両国の知見共有・ネットワーキング機会を創出しました。

本取り組みをきっかけに、オランダ初の建材の循環デジタル基盤「Madaster」の日本展開、オランダを舞台とするドキュメンタリー「リベアカフェ」の制作など、両国をまたぐ具体的な共創プロジェクトが多数生まれています。これまでに構築されたネットワークを基盤に、今後も日本国内、アジア、世界全体のサーキュラーエコノミーをさらに推進させていきます。



日本視察団によるオランダ・サーキュラーエコノミー視察時の様子



日本視察団によるオランダ・サーキュラーエコノミー視察時の様子

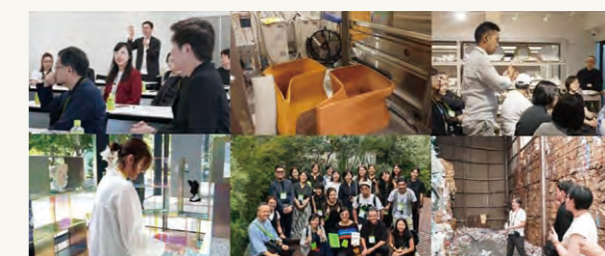


駐日オランダ王国大使館における 日蘭CE交流イベント

日台サーキュラーデザイン交流プログラム with 台湾デザイン研究院 / REnato Lab

2023年より、政府系のデザイン振興機構「台湾デザイン研究院(TDRI)」および台湾のサーキュラーデザイン・コンサルティング会社「REnato lab」と連携し、日台間のサーキュラーエコノミー・サーキュラーデザイン交流を推進しています。台湾の先進事例をめぐる視察ツアー「Repair Our Futures」などを通じて、両国の実践者が顔の見える関係性を築き、国際的な共創の土台を育ててきました。視察ツアー参加団体のDesign Innovation OkinawaとTDRIによる共創プロジェクトが始まるなど、具体的な成果につながっています。

2025年にはTDRIとともにサーキュラーデザインをテーマとする台湾企業の日本視察を企画・実施したほか、REnato labとの共創により企業の循環型移行をリードする「CCO (Chief Circularity Officer: 最高循環責任者)」育成を目指す日台合同学習プログラム「CCO Leadership Program」を共同実施、メディアパートナーとして「Asia Pacific Circular Economy Roundtable & Hotspot 2025」へ参画するなど、より日台間の親交・人材交流を深めています。今後も、アジア太平洋地域におけるサーキュラーエコノミーのハブとして国際連携をさらに加速させていきます。



TDRI主催のサーキュラーデザイン視察をコーディネート



台湾視察ツアー「台湾のサーキュラー・ソーシャルデザインに会いに行く旅『Repair Our Futures〜つなぎ直す未来〜』の様子

Climate Creative with 株式会社メンバーズ

「気候危機に創造力で立ち向かう」をコンセプトに、人々にワクワクや新しい視点をもたらす創造的なアイデアやデザイン、コミュニケーション、デジタルテクノロジーやビジネスモデルの創出を目指す共創プロジェクト「Climate Creative」。その中核をなすのが、2023年から開催している対話イベントシリーズ「Climate Creative Cafe」です。

本イベントは、国内外の多様な業界や立場の方が集い、気候危機に対処するための創造的なアプローチを共有する場を提供します。単なる知識のインプットに留まらず、対話を通じて新たな視点を獲得し、具体的なアクションへと繋がるきっかけを創出することを目指しています。新たな協働の可能性を育むコミュニティとしても機能しており、今後も継続的に創造的なアクションを生み出すエコシステムの構築を目指します。



Planetary Questions: AIは気候危機をどう変える？
創造的対話をもたらす「問い」のデザインワークショップの様子



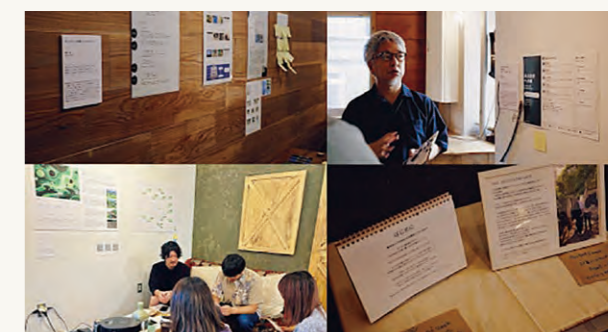
Climate Creative主催ワークショップの様子

Sustainable Experience Design Lab with 一般社団法人Ecological Memes

一般社団法人 Ecological Memes との連携により、持続可能かつ再生型の社会に向けた体験デザインの可能性を探る7ヶ月間の探索プログラム「Sustainable Experience Design Lab」を実施しました。本ラボは、産業システム側だけでなく、暮らしや生活者側からの変革を促すことを目的としています。

プログラムでは、デザイン人類学やリジェネラティブデザインなど各分野の専門家による講義と、参加者自身の内なる問いを起点としたフィールドワークやプロトタイピングを往復。明確な答えを急がず、あえて「分からなさ」にあえて留まったり、既存のフレームを打ち破る「手作りの方法論」を見出したり、さまざまなありたい姿を探究しました。

最終的には、参加者それぞれの探究の軌跡を「応答」として展示。見る者との対話を促す開かれた問いかけとして、持続可能な未来に向けた体験デザインの新たな可能性を提示しました。



探索プログラム最終成果である展示の様子



プログラム最終展示発表会「SXD Lab Exhibition2025」展示準備の様子



探索プログラムの参加者が触れた問い



プログラム最終展示発表会「SXD Lab Exhibition2025」のトークセッションの様子

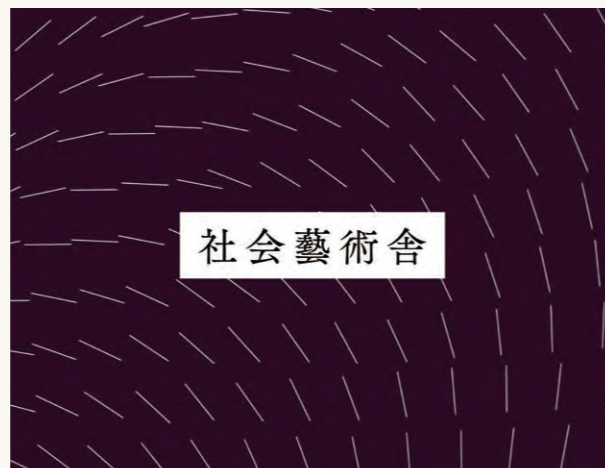
社会藝術舎

with 株式会社アンドパブリック/ひとしずく株式会社/ 株式会社フューチャーセッションズ

対話設計を専門とするフューチャーセッションズ、PRパートナーのひとしずく、メディアのハーチ、社会的インパクトマネジメントのアンドパブリックという、ソーシャル領域でそれぞれの専門性を磨いてきた4社が共同出資し、2024年5月に設立した事業組合「社会藝術舎」。本組合は、各社の機能補完だけでなく、価値観の共鳴から生まれる「共奏」を目的としています。

具体的な活動としては、「誰にも教えたことがない授業」をテーマに、各社・各メンバーが自らの知見を共有する対話イベント「雑学校」のほか、共同でのソリューション開発やプロジェクト共創を進めています。この連携は、事業の浮き沈みを支え合うセーフティネットとしても機能しており、各社がより大きな社会的インパクトの創出に挑戦するための基盤となっています。

今後も、ソーシャルインパクトをもたらす新たな共創プロジェクトの創出を目指していきます。



4社対談の様子

ハーチのこれから

描きたい Our Futures

ハーチメンバーにどんな未来を描きたいかを聞いてみたら、多様な答えが返ってきました。

大人も子どもも
好奇心を持って
探究する未来

未来が奪われる
ことのない未来

誰もが、
大事な人と
笑って1日を
終わられる未来

戦争が無い世界
War is over if you want it.

すべての命が
尊重される未来

恩の巡る
未来

みんなのほしい未来が調和した未来

Ethics of Memory.
過ちを越え、あらゆる命に安らぎを

誰もが何度でも
立ち上げられる世界

またこうありたいと
思える未来

困りごとに耳が
傾けられる未来

より望ましい 未来への移行に向けて

持続可能な社会への移行を加速させるため、ハーチでは従来のメディアや事業のあり方を再定義、再構築し、多様なステークホルダーとともに新たな価値の創造に挑戦していきます。

1. 読者とともにほしい未来へと編み直す、「問い」のジャーナリズム

AIが「瞬時」に「答え」を提示する時代だからこそ、私たちは「プロセス」と「問い」の価値を信じます。弊社が運営する「IDEAS FOR GOOD」は、本質的な問いを通じて、複雑に絡まり合った複数形の「正しさ」を丁寧にひも解(ほど)き、多様な人々とともに現実をより望ましい未来へと編みなおしていくプラットフォームへと進化します。ソリューション(解決策)より前に、問題の前提や根本から問い直す「クエスチョン・ジャーナリズム」を追求します。

2. 「対話」を促す、移行に向けた共創プロセスのファシリテーション

デジタル上に情報が溢れ、正解も分からない時代におけるメディアの役割とは？ 私たちは、2025年10月から「対話」による共創を強みとする株式会社フューチャーセッションズとの連携を深めてきました。さらに、2026年2月からはオフィスもシェアし、メディアの「発信力」と対話の「共創力」をますます融合させています。対話の場やプロセスそのものを「メディア」として捉え、より望ましい未来への移行に向けたファシリテーションに挑戦します。

3. リアルな場から、優しさとワクワクがめぐる循環文化を創造する

アイデアを社会実装するためには、顔の見える関係性や身体的体験を伴うリアルな「場」が不可欠です。私たちは、2026年7月から横浜・星川駅に新たな循環文化創造拠点「Sta.R(ステーション・アール)」を開設します。拠点のミッションは、「まちに関わる一人ひとりの創造性を活かして優しさとワクワクをめぐらせることで、どんな資源も人も大切にされる文化をつくる」こと。リアルな空間と芸術や文化の力で、創造循環都市の実現に向けて一歩を踏み出します。

ともに未来を編みなおす、同志のみなさまへ

第二創業期となる私たちの挑戦は、まだ始まったばかり。より望ましい未来への移行に向けたプロセスをともに歩んでくださる多様なステークホルダーの方々との連携を求めています。世界を今より「もっと」素敵なお場所にしたい企業、自治体、クリエイター、そして市民の皆様。私たちの同志としてこの旅に加わってくださる方のご連絡を、心からお待ちしています。

<https://harch.jp/contact>

o o o o H a r c h

Harch Impact Report 2025

企画・制作

ハーチ株式会社 サステナビリティ経営推進室

松田 共代

宮木 志穂

内海 有祐美

杉山 千秋

対談協力

有福 英幸 (株式会社フューチャーセッションズ 代表取締役社長)

岡 望美 (B Corp™認証取得支援コンサルタント)

小島 幸代 (株式会社RINNE 代表取締役)

安居 昭博 (Circular Initiatives&Partners株式会社 代表取締役)

ニッコー株式会社

アートディレクション

永野 祐子 (ハーチ株式会社)

デザイン

石塚 未咲 (株式会社スパイス)

吉ヶ崎 成実 (株式会社スパイス)

撮影

伊藤 由圭

中村 貫太

芙蓉堂

石塚 和人 (ハーチ株式会社)

発行日 2026年5月21日

発行元 ハーチ株式会社

会社名 ハーチ株式会社 (英文表記 Harch Inc.)

設立年月日 2015年12月17日

代表者 代表取締役 加藤 佑

資本金 20,000,000円

事業内容 サステナビリティ・メディア運営事業
企業向けサステナブル/
サーキュラービジネスデザイン事業
自治体向けサステナブル/
サーキュラーシティデザイン事業

従業員数 30名 (業務委託を除く) ※2026年4月現在

株主 経営陣、個人投資家

認証 B Corp 認証、横浜市“Y-SDGs”認証 Superior

加盟団体 一般社団法人インパクト・スタートアップ協会、
City Lab Ventures、Wellbeing Economy Alliance

関連団体 有限責任事業組合 社会藝術舎 (LLP)

※本レポート内の定量的な数値データについて、集計期間は2025年1月～12月となります