

大学生対象／参加費無料

大学の学びのその先へ。

顧客価値共創プログラム

KOBE-CVCC

KOBE-Customer Value Co-Creation

あなたの「やりたい」を、
企業と共に“顧客の感動”に変える8週間。

第2期 参加者募集

参加費 無料

2026年10月 開講

1人1企画

オンライン中心

8週間で手に入る、3つの武器。

— 就活でも、その先でも使える —

01

価値を創造する “頭の使い方”

誰に・どんな価値を・
どう成り立たせるか。

02

自分の 「やりたいこと」

議論の中で、漠然とした
Wishが企画になる。

03

社会実装の 経験

選ばれた企画は、
企業と一緒に実現へ。

第2期プロジェクト

(株)みなと銀行 ／ (株)OGA ／ (株)いづよね ／ (株)パソナグループ／
三井住友海上火災保険(株)／フードプロセス(株) ／
(株)ローソンエンタテインメント ／ (株)ディアーズ・ブレイン

対象 ： 神戸市内でのプログラムに参加可能な大学生（学部・学年・専攻不問）

募集人数：1プロジェクトあたり3～5名（応募多数の場合は選考）

申込フォーム



エントリーは5～10分。あなたの“やりたい”を4つの質問で聞きます

申込締切 2026年10月9日(金) 12:00

KOBE-CVCCサイト：kobe-cvcc.jp

お問合せ：KOBE-CVCC事務局 masahiro.gakuhari@kando-inc.com

<https://forms.gle/7H2jUgYNDdmVUk3m7>

1人1企画。8週間で、企業に“効く”企画をつくる。

ビジネスのプロがコーチとして毎週伴走し、企業のリアルな課題に対してあなた自身の企画を立てます。
グループワークの“分担”ではなく、最初から最後まで自分の企画に責任を持つ。だから、力がつきます。

01 何をするプログラムか

STEP 1

企業のリアルな課題
オリエンで直接インプット

STEP 2

1人1企画をつくる
講師と毎週90分の議論

STEP 3

企業へプレゼン
担当者から直接講評

STEP 4

選抜・社会実装
6ヶ月の伴走支援へ

02 8週間の進め方

週1回90分×全8回。3つのフェーズで「方針 → 企画 → 伝え方」を積み上げます。

① 方針を固める

第1～3回 | 誰のどんな課題に向き合うか

第1回

対面

講師と企業からのオリエンテーション

第2回

Zoom

方針の「4つのW」を考える

第3回

Zoom

議論を通じて方針の「解像度」を上げる

② 企画に落とす

第4～6回 | 価値を事業の形にする

第4回

Zoom

企画の「2W2H」を考える

第5回

Zoom

議論を通じて企画の「解像度」を上げる

第6回

Zoom

「ビジネス構造」と「収支構造」を出す

③ 伝えて動かす

第7～8回 | 相手をハッとさせ、提案する

第7回

Zoom

相手をハッとさせる「伝え方」を磨く

第8回

対面

企業へのプレゼンテーション&担当者からの講評

※4つのW=Who / What / Why / wish 2W2H=4W+Where / When / How / How much

※本プログラムはKANDO社の「Roles®」（理想・現実・推進の3つの知性）をベースに設計されています。

03 “頭の使い方”の内容

顧客起点で構想する力

「誰に・どんな価値を」から発想し、
企画の芯を決められるようになる。

事業に落とし込む力

アイデアをビジネス構造・収支構造まで
具体化できるようになる。

人を動かす伝え方

相手をハッとさせる論理と表現で、
提案を通せるようになる。

04 伴走する講師（一例）

ビジネスの第一線で価値を創ってきたプロが、あなたの企画に毎週伴走します。



高橋 輝行

KANDO株式会社
代表取締役

東京大学理学修士。博報堂でブランディングに従事、経営共創基盤で「ぴあ」の経営再建を主導。2010年KANDO創業。中堅・中小企業100社超の新商品・新事業開発を推進。著書『会議の強化書』。



覚張 正浩

CVCC講師／
Roles®推進役

1967年東京生まれ。明治学院大学法学部卒。エンタテインメント企業2社で営業・戦略企画・新規事業開発・経営企画・人事などを幅広く担当。近年はプロジェクトマネジメントと研修の企画運営に従事。



森 浩昭

CVCC講師／
埼玉エリアRM

1967年生まれ、川越市出身。早稲田大学法学部卒、1990年博報堂入社。2004年NY One Showデザイン部門金賞。TBWA HAKUHODO China COOとして中国赴任後、マッキンゼーエリクソン東京CEO。日米中での経営経験を活かし企業を支援。



富岡 淳

CVCC講師／
中小企業診断士

1961年東京生まれ。早稲田大学法学部卒業後、鐘紡に入社しカネボウ化粧品グループで24年間、営業マーケティング・経理・海外事業・ブランド事業に従事。2008年に独立し、中小企業の問題解決と人材育成を支援。

開催期間

2026年10月～12月

1回あたり

90分／週1回

開催形式

オンライン中心
初回・最終回のみ対面

定員・費用

1プロジェクト3～5名
参加費無料

KOBE-CVCC第1期（バリュープランニング／六甲バター）は、2026年8月～9月に開催。
プログラムの詳細・全国のCVCCの実績は、CVCCブランドサイトへ

www.cvcc-program.jp



「兵庫で働きたい」を、 「兵庫で働く」に変える。

Presented by 株式会社みなと銀行

学生目線で考える「ワクワクする就活企画」を 県内企業へ提案しよう！

兵庫県の大学生の約7割（※1）が「県内で就職したい」。でも実際に県内で就職するのは3割弱（※2）。

このギャップの理由は「知られていない」だけではありません。あなたが「ここで働いてみたい」と思うのは、どんな企業との出会いや体験があったときでしょうか？その答えを、企業ではなく学生のあなたが出してください。

※1 実際に県内で就職したい割合は65.5%。「2019年度 県内大学生の就職意識等に関するアンケート調査」引用

※2 実際に県内に就職する割合は28.2%。2023年実績「第3期兵庫県地域創生戦略（2025-2029）」引用

このプロジェクトについて

みなと銀行は会員企業とともに、企業研究会や学生交流スペース「Mカフェ」など、学生と企業の接点づくりに取り組んでいます。一方、兵庫県内には、学生には知られていない優れた企業が数多くあります。

だからこそ、必要なのは接点を増やすことではなく、学生が「ここで働きたい」と思える出会いや魅力をどのようにつくり、伝えるか。企業の「伝えたい」ではなく、学生であるあなたの視点から「これなら行きたい」と思える企画を提案してください。



学生向け企業研究会



学生交流スペース「Mカフェ」

こんな方を求めています

- 就活・採用のあり方に「もっとこうなれば」を持っている方
- 兵庫・神戸で働くこと、地域の仕事づくりに関心がある方
- 企画を0→1で構想し、企業を動かすことに挑戦したい方

企画のヒント

「みなと採用応援パック」6つのサービス

① 学生向け企業研究会への出展

兵庫県内に拠点を置く会員企業がブース出展

② 学生交流スペース「Mカフェ」

学園都市店・鳴尾店。学生と企業の情報交換の場

③ 企業向け採用支援セミナー

採用活動の最新情報を知る企業向けセミナー

④ 内定者向け教育サポート

内定者への教育プログラムの提供

⑤ 大学キャリアセンターとの交流

大学と企業の人事担当者との交流会を開催

⑥ 企業PRサイトへの掲載

特設サイトに会員企業の個別ページを掲載

開催日程

期間 2026年 10月28日(水) ～ 12月16日(水)

時間 毎週 水曜 18：30 ～ 20：00

第1回	10/28	対面	第2回	11/4	Zoom	第3回	11/11	Zoom	第4回	11/18	Zoom
第5回	11/25	Zoom	第6回	12/2	Zoom	第7回	12/9	Zoom	第8回	12/16	対面

※PROJECT 06「フードプロセス」ーシルクスイート「夢シルク」のペーストから、大阪発のさつまいもブランドを創ろう！ーと同期間・同時間での並行開催です

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回「KOBE Co CREATION CENTER（三宮）」 第8回「KIITO／デザイン・クリエイティブセンター神戸（三宮）」を予定

会社概要

株式会社みなと銀行

兵庫県神戸市に本店を置く地域金融機関。りそなグループの一員として地域企業の経営支援に取り組む。会員企業向けの採用支援ネットワークを運営し、企業研究会やMカフェを通じて県内企業と学生の接点づくりを進めている。

プロジェクト担当者からの一言



私たちみなと銀行は、兵庫県内企業に就職する割合が3割弱という地域課題を解消するため、会員企業向けの採用支援サービスを運営しています。私たち企業側には、気づけていないことがきつとあると思います。だからこそ、学生の皆さんのリアルな声と自由な発想が必要です。「こんな会社なら働いてみたい！」と思う瞬間を、ぜひ教えてください。学生ならではの視点から、兵庫の就活を変える企画を一緒につくりましょう！

株式会社みなと銀行
地域戦略部

食卓は、ひとつじゃない。 30年目へ、新しい価値の創造。

Presented by 株式会社OGA

「鬼平コロッケ」を起点に、
"それぞれの食卓"に届く新しい商品・サービス・体験を創ろう！



「日本一の食卓応援カンパニー」。それが目標です。

「食卓」と聞いて、思い浮かぶのは誰のどんなシーンでしょうか。家族が囲むテーブル。一人暮らしの部屋。職場のデスク。食卓は、ひとつではありません。震災後の神戸・長田で「うまくて安いものをお客様へ」と生まれた鬼平コロッケは、2027年に30年を迎えます。買って帰って食べる「中食」の市場は11兆円を超え(※)、いまだ伸び続けています。30年を積み重ねてきた鬼平コロッケが次に応援すべきは、誰の、どんな食卓でしょうか。

(※惣菜市場規模は、日本惣菜協会『2025年版惣菜白書』(2024年実績)より)

このプロジェクトについて

鬼平コロッケは、小中高生に学割で1個60円でコロッケを売っています。いつか懐かしく思い出し、また食べたくなる「思い出の味」になってほしいからです。思い出になってほしいのは、味だけに限りません。新しい商品、新しいサービス、新しい体験でも構いません。誰の、どんな食卓に、何を届けるか。若者のあなたの視点から、将来につながる新しい価値を提案してください。



神戸市内に13店舗を展開



コロッケ以外にも様々な商品をラインナップ

こんな方を求めています

- 「食べること」「食卓」の未来に興味がある方
- まだ世の中にない“食べ方”“届け方”を考えてみたい方
- 自分のアイデアを、企業と一緒に実現させてみたい方

企画のヒント

「鬼平コロッケ」の強み

- ① 産地と直接つながるじゃがいも
畑まで足を運んで農家と契約。100%北海道・十勝産
- ② 神戸のご当地素材「ぼっかけ」
「神戸長田といえば」の牛すじ煮込み。神戸セレクト ション2020選定
- ③ 毎日買える価格
保存料・着色料不使用で、低価格を守り続けている
- ④ 学校給食も手がける製造拠点
衛生管理の行き届いた自社工場で、日々の量産に対応
- ⑤ 神戸市内に広がる売場
商店街・市場・商業施設に展開。
- ⑥ 冷凍・ECでの全国発送
神戸の味を家庭へ直接届けるルート

開催日程

期間 2026年 10月27日(火) ～ 12月15日(火)

時間 毎週 火曜 16:30 ～ 18:00

第1回	10/27	対面	第2回	11/3	Zoom	第3回	11/10	Zoom	第4回	11/17	Zoom
第5回	11/24	Zoom	第6回	12/1	Zoom	第7回	12/8	Zoom	第8回	12/15	対面

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回「KOBE Co CREATION CENTER (三宮)」 第8回「KIITO／デザイン・クリエイティブセンター神戸 (三宮)」を予定

会社概要

株式会社OGA

神戸市長田区に本社を置く惣菜メーカー。震災後の長田で生まれた「鬼平コロッケ」を神戸市内で展開し、2027年に30年を迎える。「日本一の食卓応援カンパニー」を掲げる。

プロジェクト担当者からの一言



これからの食卓に新しい笑顔と価値を届けたいと考えています。皆さんの自由な発想と若い感性を、私たちが培ってきた商品づくりや店舗運営の力と掛け合わせ、まだ世の中にない商品・サービス・体験を一緒に創造していきましょう！

株式会社OGA
CMO 永田 卓

一杯のごはんを、 日本中の笑顔に変える。

Presented by 株式会社いづよね

「たまに」から「毎日」へ。
玄米を広める、新しい商品・売り方を一緒につくろう！



玄米が体にいいことは、知られています。

それなのに、食卓に並ぶことはあまりありません。日本人1人が1年に食べるお米は、この60年ほどで118.3kgから53.4kgへ半分以下。食べる人が減れば、つくる人も続けられません。「体にいいから」だけではなく「おいしいから」手が伸びる玄米。食べる人・つくる人・売る人、三つの笑顔がそろう玄米は、どのようなものでしょうか。

このプロジェクトについて

いづよねは、全国の生産者と直接取引した無農薬・特別栽培米を扱う米屋です。五ツ星お米マイスターが目利きした玄米を主軸に、良質な米を店頭とネットショップで届けています。玄米は「体にいい」イメージがある一方、「硬い」「炊くのが面倒」などのイメージで、日常に入り込めていません。玄米そのものでも、加工品でも、届け方や体験でも構いません。若い世代が"たまに"ではなく"毎日"食べたくなる商品や仕組みを、一緒に考えてみませんか。



店内は寄席をイメージした明るい内装



社員9名・平均年齢26.5歳。

企画のヒント

「いづよね」の強み

① 五ツ星お米マイスターの目利き

兵庫県に13名の有資格者のうち4名が在籍

② 玄米に特化した品揃えと精米技術

1分づき～無洗米まで、その場で精米。「食べやすい玄米」を設計できる

③ 生産者と直接つながる仕入れ

産地を訪ね、顔の見える米を仕入れる。米価が動いても続く売り方を一緒に考えられる

④ おにぎりから広がる加工品

急速冷凍機を自社保有。おにぎりの冷凍化を試験中

⑤ 自社ネットショップとSNS発信

通販サイト・Instagram・YouTubeを自社運営

⑥ 意思決定の速さ

試して、直して、また試せる規模の会社

こんな方を求めています

- お米・ごはんや、日本の農業のこれからの関心がある方
- よいものを世に広めるマーケティングに興味がある方
- 自分のアイデアを、小さくても実現させてみたい方

開催日程

期間

2026年 10月27日(火) ～ 12月15日(火)

時間

毎週 火曜 18：30 ～ 20：00

第1回 10/27

対面

第2回 11/3

Zoom

第3回 11/10

Zoom

第4回 11/17

Zoom

第5回 11/24

Zoom

第6回 12/1

Zoom

第7回 12/8

Zoom

第8回 12/15

対面

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回「KOBE Co CREATION CENTER（三宮）」 第8回「KIITO／デザイン・クリエイティブセンター神戸（三宮）」を予定

会社概要

株式会社いづよね

明治22年創業、神戸市灘区の米屋。全国の生産者から無農薬・特別栽培米を直接仕入れ、五ツ星お米マイスターが玄米を主軸に販売。店舗と自社通販で全国へ届けている。

プロジェクト担当者からの一言



創業137年、四代目。米屋の息子だった私が、背骨にバイ菌が入り死にかけた時、命を助けてくれたのは玄米でした。「このままではダメだ。お米に恩返しをしないと」。その想いが、今の私の原点です。玄米の新しい未来を、皆さんと一緒に作りたくたいです。

株式会社いづよね
代表取締役 川崎恭雄

淡路島の滞在価値を高める、 淡路島1泊2日の旅を創造しよう。

Presented by 株式会社パソナグループ

淡路島に「泊まりたくなる」旅のプランとプロモーションを大募集。 あなたの企画で、淡路島を1泊2日以上旅行先にしよう！

淡路島の観光客は年間約1,200万人。でも、その多くは「日帰り」です（※）。

淡路島は神戸・大阪から車やバスで1時間ほど。明石海峡大橋を渡ればすぐ行ける近さが魅力ですが、その近さゆえに「日帰りで十分」と思われがちで、宿泊客数は年間120～130万人泊にとどまっています。「泊まってでも味わいたい」と思える淡路島の旅とは、どんなものでしょうか。その答えを、企画にしてください。

※兵庫県「淡路島総合観光戦略」より。観光入込客数 約1,278万人、宿泊客数 約130万人泊（いずれも2016年度）

このプロジェクトについて

パソナグループは2020年、「BCP」「真に豊かな生き方・働き方の実現」「夢のある新産業の創造」を掲げ、本社機能の一部を淡路島に移転しました。現在は2,000人を超える社員が淡路島で働き、ニジゲンノモリ、HELLO KITTY SMILE、青海波、禅坊 靖寧、GRAND CHARIOT 北斗七星135°など、観光・食・エンターテイメント・ウェルネスの施設を淡路島内各地で運営。2026年6月には「Japanese Longevity」を提唱する新たな滞在型リトリート施設「THE PASONA natureverse retreat」も開業、そして昨年のお阪・関西万博で出展したパビリオン「PASONA NATUREVERSE」を淡路島に移設予定。一方で、淡路島は「近いからこそ日帰り」になりがちなスポットです。

このプロジェクトでは、20代のあなたの視点から旅行先として淡路島を選び、1泊2日以上滞在したくなる旅のプランと、それをターゲットに届けるプロモーションの企画を募集します。パソナグループの施設だけでなく、淡路島全体の観光地をプランに盛り込み、淡路島にしかない観光資源や淡路島でしか味わえない体験を創りましょう！

観光の専門知識は要りません。必要なのは「このようなプランがあれば泊まる」を正直に企画にする力です。

【最終アウトプット】

淡路島に1泊2日以上滞在する旅のプラン＆プロモーション企画書（企画名／誰に／どんな旅程／なぜ泊まりたくなるのか／どう広げるのか／実施イメージ）



アニメテーマパーク「ニジゲンノモリ」



和モダンウェルネスステイ「洗心和方」

こんな方を求めています

- 地域資源を活かした地方創生に興味がある方
- マーケティングやブランディングに興味がある方
- 既存のものを活用した地域の滞在価値を高める考え方を学びたい方

開催日程

期間

2026年 10月28日(水) ～ 12月16日(水)

時間

毎週 水曜 16：30 ～ 18：00

第1回 10/28

対面

第2回 11/4

Zoom

第3回 11/11

Zoom

第4回 11/18

Zoom

第5回 11/25

Zoom

第6回 12/2

Zoom

第7回 12/9

Zoom

第8回 12/16

対面

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回「KIITO／デザイン・クリエイティブセンター神戸（三宮）」 第8回「ユメールラボ（三宮）」を予定

会社概要

株式会社パソナグループ

「社会の問題点を解決する」を企業理念に、人材派遣・人材紹介・BPOといった総合人材サービスに加え、地方創生など幅広い事業を展開するソーシャルソリューションカンパニー。淡路島での地方創生は2008年から農業分野でスタート。2020年には本社機能の一部を淡路島に移転し、観光・食・宿泊・ウェルネス・文化芸術・教育の施設や事業を淡路島内で展開。人材誘致による地方創生に取り組んでいる。

プロジェクト担当者からの一言



淡路島にはたくさん魅力があります。しかしそれらは一日で味わいきれぬものではありません。でも、神戸や大阪から近いからこそ、多くの方が日帰りで帰ってしまいます。

「せっかくなら宿泊しよう」「宿泊して二日目以降も楽しみたい」そのように思ってもらうには、何が足りないのか。どのような場所・体験があれば、多くの方がこの島に泊まりたくなるのか。淡路島にしかない「天の利」「食の利」「地の利」を最大限活かした宿泊プランを一緒に考えましょう！

**株式会社パソナグループ HR本部 グループ採用部
新卒採用チーム 盛次凌輔**

神戸を守る「防災って、カッコいい」を、 神戸の20代の新・常識にする。

Presented by 三井住友海上火災保険株式会社

若い世代が「参加したくなる防災のイベント・取組」を大募集。 あなたの企画で、若い世代の防災意識を高めよう！

神戸市民の約半数は、阪神・淡路大震災を経験していません（※）。

大震災が発生したときには、被災した人たちを受け入れるために、速やかに避難所を開設することがとても重要です。今、地域で避難所を開ける役割を担っているのは、多くが70歳以上の方々。若い世代が防災に参加する入り口が、ほとんどありません。「防災は大事」と分かっているのに動けない自分たちが、「これなら参加したい」「これならやりたい」と思える防災は、どんな形でしょうか。その答えを、企画にしてください。

※神戸新聞「阪神・淡路大震災を経験していない神戸市民は増えている」2021年推計

このプロジェクトについて

三井住友海上は、神戸市と包括連携協定を結び、地域防災力の向上に取り組んでいます。今年の夏には避難所開設セミナーを開催し、多くの市民の方に避難所の開設手法を体験いただきました。次の取り組みとして、地域の防災の担い手を増やす「防災パートナー制度」の創設を進めています。現在、地域防災を担っているのは、ほとんどが70歳以上。若い世代に参加してほしいのに、参加したくなる入り口がないのです。

このプロジェクトでは、20代のあなたの視点から、若い世代が「防災に関わりたくなる」「参加したくなる」イベントや制度の企画を募集します。大学や街を舞台にしたイベント、SNSで広がる仕掛け、参加すると得られる資格やコミュニティ、防災パートナー制度の若者向けの入り口——形式は自由です。ヒントとして三井住友海上が神戸で進めている防災の取組を紹介しますが、まったく別の切り口でも構いません。

防災の専門知識は要りません。必要なのは「自分ならこれなら行く」を正直に企画にする力です。

【最終アウトプット】

若い世代が参加したくなる防災のイベント・取組の企画書

(企画名／誰に／何をする／なぜ参加したくなるのか／どう広がるのか／実施イメージ)

※兵庫支店の若手社員も同じ世代として参加し、一緒に考えます。



避難所開設セミナー（2026年夏）



避難所開設の体験（神戸市内）

こんな方を求めています

- 「防災は大事」と分かっているのに自分は何もしていない—その理由を正直に言える方
- イベント・SNS・動画・デザインなど、同世代を動かす「得意」を1つ持っている方
- 防災を「義務」ではなく「カッコいい」「たのしい」に変えてみたい方

企画のヒント

三井住友海上が神戸で進めている防災の取組

① 避難所開設セミナー（8月開催）

神戸市危機管理局より神戸市の防災対策の現状を案内。神戸市独自の「避難所開設キット」を使って避難所を「開ける側」を体験するセミナー。神戸大学の学生3名も参加。

② 防災パートナー制度（創設予定）

三井住友海上がハブとなり、自治体、地域の企業、住民、学生らと連携し、災害に備えることで地域防災力を向上させるネットワークです。

③ 損害保険会社のデータと知見

災害・事故の被害調査や保険金支払いを通じて蓄積したリスクデータ、ハザード情報、独自の防災教育プログラム。損害保険会社ならではの知見を生かし、地域防災の高度化に貢献します。

開催日程

期間

2026年 10月29日(木) ～ 12月17日(木)

時間

毎週 木曜 18：30 ～ 20：00

第1回

10/29

対面

第2回

11/5

Zoom

第3回

11/12

Zoom

第4回

11/19

Zoom

第5回

11/26

Zoom

第6回

12/3

Zoom

第7回

12/10

Zoom

第8回

12/17

対面

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回、第8回ともに「KIITO／デザイン・クリエイティブセンター神戸（三宮）」を予定

会社概要

三井住友海上火災保険株式会社

MS&ADインシュアランスグループの中核損害保険会社。2027年4月にあいおいニッセイ同和損害保険株式会社と統合し、「三井住友海上あいおい損害保険株式会社」となります。

事故や災害の補償に加え、災害を未然に防ぎ被害を減らす取組に力を入れる。神戸市と包括連携協定を締結し、神戸市防災力向上委員会に参画。避難所開設セミナーの開催、市内10か所での避難所開設実証、防災パートナー制度の創設など、地域防災力の向上に取り組んでいる。

プロジェクト担当者からの一言



神戸市と「地域の防災力を高めるには何が必要か」を話し合う中で、ひとつはっきりわかったことがあります。それは、今、地域の防災を支えているのが70歳を超えた方々だということです。その姿には本当に頭が下がります。でも同時に、「次に自分が住んでいる街の防災を担うのは誰なんだろう？」という問いも見えてきました。その答えは、きっと私たちです。ただ、「防災に参加してください」と呼びかけるだけでは、なかなか人は集まりません。じゃあ、どうすれば防災が若い世代にとって「ちょっとカッコいい」「なんか楽しそう」と思えるものになるのか。それを考えて、変えていけるのは、私たちの世代だと思います。神戸の防災の次の主役を、一緒につくりませんか？

三井住友海上火災保険株式会社
兵庫支店 椿 真結子 志儀 貴文

大阪のさつまいもに、 “買う理由”をつくる。

Presented by フードプロセス株式会社

シルクスイート「夢シルク」のペーストから、 大阪発のさつまいもブランドを創ろう！

「大阪産のさつまいも」を、食べたことがありますか？

甘くてなめらかなさつまいも「シルクスイート」が、大阪の畑で育っています。その名も「夢シルク」。知名度はまだまだ低いですが、南河内～泉南地区で青果品を中心に有名になりつつあります。「夢シルク」の美味しさや生産者、その想いを「誰に・どう届けるか」。「これなら買いたい！」を、あなたの企画でつくってください。

このプロジェクトについて

フードプロセスは、大阪若手農家集団「オオサカポテト」が大阪の畑で育てるさつまいもの「夢シルク」(品種：シルクスイート)を、無添加のペーストに加工しています。甘みとなめらかさは折り紙つきで、素材としての実力は十分。一方で「大阪産のさつまいも」の市場での認知はまだ限定的です。あなたが考える「夢シルクペースト」を使った、「ほしい！買いたい！」と思える新しい商品・新しい売り方で、大阪産・大阪発の“さつまいもの物語”を一緒に創りましょう。



ペースト加工工場



「夢シルク」皮なしペースト／皮つきペースト

こんな方を求めています

- 食べること・つくることが好きで、商品の企画・開発に興味がある方
- 地域ブランドや、地域の農業・食・フードロスに関心がある方
- 自分が考えた商品が、お客さまに届くところまで見届けたい方

企画のヒント

「フードプロセス」の強み

① 生産者とのつながり

大阪若手農家集団オオサカポテトとの連携

② 無添加のペースト加工

素材の味をそのまま活かした、菓子・パン等の原料になるペーストづくり

③ 用途に合わせた加工形態

ペースト・ダイス・粉末など、用途に応じて形を変える

④ 規格外品を価値に変える設計

小芋・傷もの・形不良も加工に回し「捨てない」をつくる

⑤ BtoBの販路

パン屋・菓子メーカー・量販店等へ、原料や商品として届けるルート

開催日程

期間 2026年 10月28日(水) ～ 12月16日(水)

時間 毎週 水曜 18：30 ～ 20：00

第1回	10/28	対面	第2回	11/4	Zoom	第3回	11/11	Zoom	第4回	11/18	Zoom
第5回	11/25	Zoom	第6回	12/2	Zoom	第7回	12/9	Zoom	第8回	12/16	対面

※PROJECT 01「みなと銀行」－学生目線で考える「ワクワクする就活企画」を県内企業へ提案しよう！－と同期間・同時間での並行開催です

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回「KIITO／デザイン・クリエイティブセンター神戸（三宮）」 第8回「ユメールラボ（三宮）」を予定

会社概要

フードプロセス株式会社

大阪市港区に本社を置き、2004年設立。大手小売向けに生鮮・総菜の加工から包装・検品までを一括受託する、食品加工のプロフェッショナル。40年培った技術を武器に、さつまいもブランド「夢シルク」の加工を担うべく、初めて自社工場を構えた。

プロジェクト担当者からの一言



食品加工に特化したフードプロセス。精肉・鮮魚・農産・惣菜などの製造ノウハウを活かし、昨年10月にグループ初の食品メーカーとして、さつまいもペーストの製造を開始。現在は新商品の企画・開発にも挑戦しています。皆さんの斬新な発想を活かし、一緒に新しい商品をつくりませんか？

フードプロセス株式会社
特販事業部 部長 前山 亮

チケットから、 新しい「体験したい」をつくる。

Presented by 株式会社ローソンエンタテインメント

イベントに行く人に、 新しいエンタメサービスを届けよう！



グッズも、配信も、遠征も。サービスは、チケットのまわりで動いています。

「ローチケ」は、音楽・スポーツ・演劇など年間数多くのイベントチケットをお客さまへ届けています。ファンがイベントに使うお金は、チケット代だけではありません。グッズ、配信、遠征…。チケット購入者が「これなら買いたい！」と思えるサービスは、どんなものでしょうか。

このプロジェクトについて

ローソンエンタテインメントは、全国のイベント主催者や会場とのつながりで、お客さまにチケットを届けています。あなたがイベントへ行ったとき、何にお金を使いましたか。あったら払っていたのに存在しなかったものは。「ローチケ」は、売って終わりではない仕組みをつくれます。誰に、どんな感動を、どんな場面で届けるか。あなた自身が「あったらいい！」と思えるサービスを考えてください。



イベント会場では、チケット以外にも様々な体験や消費が生まれています



イベント前後にも、デジタル技術やサービスでもっと便利で楽しい体験をつくれるかもしれません

こんな方を求めています

- イベントに足を運ぶのが好きな方
- エンタメの新しいビジネスを考えてみたい方
- 自分がほしいサービスを形にしたい方

企画のヒント

「ローチケ」の強み

- ① チケット購入者との接点
購入から来場まで、お客さまとの関係がすでにある
- ② 購入者が見えるデータ基盤
会員情報・購買情報を保有している
- ③ 多ジャンルのイベントラインアップ
音楽・スポーツ・演劇・お笑いなど、様々な顧客がいる
- ④ エンタメ業界との幅広い接点
主催者・会場・制作会社など様々な関係者とつながっている
- ⑤ エンタメを支える多様な事業
チケットだけでなく、旅行、グッズ制作&販売、映画館など幅広いサービスを展開している

開催日程

期間 2026年 10月26日(月) ～ 12月14日(月)

時間 毎週 月曜 18:30 ～ 20:00

第1回	10/26	対面	第2回	11/2	Zoom	第3回	11/9	Zoom	第4回	11/16	Zoom
第5回	11/23	Zoom	第6回	11/30	Zoom	第7回	12/7	Zoom	第8回	12/14	対面

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回「ユメールラボ（三宮）」 第8回「NEXUS三宮（三宮）」を予定

会社概要

株式会社ローソンエンタテインメント

「ローソンチケット（ローチケ）」を運営するエンタテインメント企業。音楽・スポーツ・演劇などのイベントチケットを販売し、ローソングループの店舗網とともに、お客さまとエンタメをつないでいる。

プロジェクト担当者からの一言



コンサートや観劇、スポーツ観戦には、チケットを手にする前からイベント終了後まで、たくさんの楽しみや体験があります。私たちは、そんな様々な場面で、もっとエンタメを楽しめるサービスを生み出したいと考えています。皆さんならではの視点から、新しいエンタメ体験の可能性を一緒に考えられることを楽しみにしています。

株式会社ローソンエンタテインメント
新規事業開発部

盛らなくても、 選ばれる就活へ。

Presented by 株式会社ディアーズ・ブレイン

『キャリア仲人』を全国へ。 人材事業の常識を覆す企画を考えよう！

いい仕組みでも、広がらなければ変わらない。

結婚式づくりの現場で、学生と接してきました。いつも頑張ってくれている学生を、1番近くで見ている私たちだからこそその応援がしたい。その想いから生まれたのが『キャリア仲人』です。次に挑むのは、学生だけでなく学校や企業をも巻き込み、新しい就活インフラとして定着させること。何を足せば、それは「当たり前」になるのでしょうか。

このプロジェクトについて

ディアーズ・ブレインは、新設した人材事業室で『キャリア仲人』を運営しています。学生と企業をつなぐ、生まれたばかりのサービスです。あなたが就活で「これがあれば」と思ったものは何でしょうか。学校も企業も巻き込むには、どんな付加価値が要るのでしょうか。機能を足すのではなく、価値を乗せる。現状の枠を超え、爆発的に広がる一手を、あなたの企画で描いてください。



ほどけない水引の握手・絆で、人生にずっと寄り添う



「ゲストハウス」でのサービス説明会

こんな方を求めています

- いまの就活に違和感を持っている方
- 0→1より1→100の価値創造に挑みたい方
- 使う側から創る側へ視座を上げたい方

企画のヒント

『キャリア仲人』を動かすポイント

- ① 生まれたての新規事業
拡大の設計を、これから描く段階
- ② 学生の立案に本気で答える文化
新規事業立案インターンで、代表が直接フィードバック
- ③ 人材コンサルタント職という土台
人を見極め、送り出す職種を新卒から抱えている
- ④ ブライダル現場で培った人材力
創業以来の強みを、そのままサービス側に転用できる
- ⑤ 専任の人材事業室
室長がPMを兼ね、事業に専念できる体制
- ⑥ スケールを前提にした議論の場
小さな改善ではなく、全国規模の構想を歓迎

開催日程

期間 2026年 10月26日(月) ～ 12月14日(月)

時間 毎週 月曜 16:30～18:00

第1回	10/26	対面	第2回	11/2	Zoom	第3回	11/9	Zoom	第4回	11/16	Zoom
第5回	11/23	Zoom	第6回	11/30	Zoom	第7回	12/7	Zoom	第8回	12/14	対面

※各回の内容はP.2「8週間の進め方」をご覧ください。

※対面会場は、第1回「ユメールラボ（三宮）」 第8回「NEXUS三宮（三宮）」を予定

会社概要

株式会社ディアーズ・ブレイン

2004年からゲストハウス型結婚式場を地域密着で運営するブライダル企業。「OPEN DOORS!!」を理念に掲げ、創業以来の強みである人材力を軸に、新規事業「キャリア仲人」を立ち上げた。

プロジェクト担当者からの一言



人材力で拡大してきた当社が立ち上げた新規事業『キャリア仲人』。学生を1番近くで見えてきた私たちだからこそできる応援を、社会のインフラにしていきたいと思っています。就活の現状を変える事業視点で、常識にとらわれない熱いアイデアと一緒に描いてみませんか。

株式会社ディアーズ・ブレイン
人材事業室 室長 野竹 智恵美

多くの先輩たちが社会で活躍しています！

起業：ネイル整形サロン 「VISOK」

医療×ビジネスを組合わせて「足のケアサロン」を開業



私は大学院に入る前、足専門の看護師の仕事をしていて、自分の看護師の技術を活かしたビジネスをしたいと思って参加しました。CVCCでは、数字を元に儲かるビジネスを考えることの難しさを痛感しましたが、自分の強みを活かして、顧客や提供価値を突き詰めることの面白さを実感しました。ビジネスの本当のコアなところのエンユーザー視点を学ぶことができて、それを原点として今も毎日思い出しながら事業をやっています。

【アドバイス】

私と同じように、自分の強みを活かしてビジネスをしたい人は絶対に参加された方がいいと思います。売上や儲けを考えるよりも先に、顧客の感動体験を突き詰めることがビジネスの原点、働くことの本質だと気付けます。そこに早いうちに気付けるかどうかで、その先自身の強みの磨き方が大きく変わるような気がします。

蔭西訓子さん

大阪公立大学大学院 看護学研究科博士前期課程1年(受講当時)
「大阪公立大学CVCC」第1期生

社会実装：井筒八ツ橋本舗 「Yatsuken」

井筒八ツ橋本舗の店頭に並ぶ商品を社会実装



もともとパッケージデザインに興味があって、募集テーマと合致したので応募しました。他の人との意見交換や、産学協働で学べる機会が貴重だと感じたことも大きな理由です。CVCCでは、週一回のミーティングでプレゼンを行い、実際の顧客をイメージしながら、お菓子やパッケージデザインを具体化するのが初めての経験で苦労しましたが、自分の大きな成長に繋がりました。

【アドバイス】

恐れずに挑戦してみることが大事だと思います。私はお菓子が好きで、その魅力を人々に届けたいという思いがモチベーションになりました。好きなことと得意なことが重なると力が発揮しやすく、結果にもつながりやすいと思います。いろんな人が参加して、新しい価値がもっと世の中に生まれていったらいいなと思います。

金澤夏那さん

大阪芸術大学 デザイン学科グラフィックデザインコース3年(受講当時)
「大阪公立大学CVCC」第2期生

全国のCVCC大学生の声

このプログラムに参加して、毎週の発表を通して自分の考えがどんどん深まっていくだけでなく、他の参加者の考えもどんどん深まっていくのを見てよい刺激をもらいながら、参考になる部分を真似したりしてたくさんのことを学ぶことができました。

(広島大学 教育学部 1年)

どのようにビジネスを始めていくかのプロセスについては、このプログラムで大きな学びを得られたと思う。今まではビジネスと言えば、大きく社会を巻き込んでやるものだ、という先入観があったが、本来のあるべき姿とは「欲しいが買い手が存在する」といういわば商人の姿であり、それは必ずしもたくさんの買い手を必要とするわけではなく、むしろ小さなところから始めていくことが大事だと感じた。

(大阪大学 経済学部 2年)

正直、学業との両立は簡単ではありませんでしたが、だからこそ最後までやり切れたことに大きな達成感があります。講義を重ねるごとに、自分のアイデアの解像度が少しずつ上がっていき、最終的には自信を持って企業の方々の前で発表できるところまで形にすることができました。普段の学生生活では得られない、実践的で濃い経験を積むことができ、本当に参加して良かったと感じています。

(立命館大学 薬学部 3年)

日々の仕事と育児と家事、修士論文を書き進めながら毎回の課題は負担が大きく、正直仕事を理由に辞めようかと数回思いをよぎることがありました。しかし、同じ受講生の学生さんの真っすぐな熱意、資料作り、毎週改善される内容に非常に励まされ修了することができました。本当にメンバーに助けてもらいました。

(大阪公立大学 都市経営研究科 2年)

選抜された先輩たちが、社会実装に向けて挑戦しています！
次は、あなたの番です。



応募はかんたん3ステップ

STEP 1

申込フォームに
アクセス



<https://forms.gle/7H2jUgYNDdmVUk3m7>

>

STEP 2

必要事項を入力

5～10分
あなたの"やりたい"を
4つの質問で聞きます。

>

STEP 3

結果をメールで
お知らせ

2026年10月16日（金）までに
全員へご連絡します。

定員を超えた場合は、下記「主な選考基準」により、KANDO・企業・神戸市の3者で選考します。
企業と1対1で向き合うプログラムのため、8週間走り切れる方のご応募をお願いします。

申込・参加の際の注意事項

申込期限

2026年
10月9日（金）
12:00

主な選考基準

1) 本プログラムで実現したいこと
2) 実現したいことのタイトル
3) その理由（想い、原体験）
4) 熱中したい／突き詰めたい／
成し遂げたいこと（ひとつ）

最終アウトプット

企画書の提出
+企業担当者への
プレゼンテーション

※主な声掛け対象校：兵庫県立大学／神戸大学／神戸学院大学／神戸市外国語大学／関西学院大学／甲南大学 ほか。
上記以外の大学に在籍の方もご応募いただけます。

よくある質問

- Q. ビジネスの知識がなくても参加できますか？

A. 大丈夫です。知識より「やってみたい」という熱意を重視します。講師が基礎から伴走します。

Q. 神戸市外の大学に通っていますが応募できますか？

A. 神戸市内で開催する初回・最終回に参加できる方であれば応募いただけます。

Q. 複数のプロジェクトに応募・参加できますか？

A. 参加は1人1プロジェクトです。申込フォームでは第3希望までお伺いしますので、参加希望プロジェクトをお選びください。
- Q. 就職活動やアルバイトと両立できますか？

A. 第1期の参加者も両立しています。週1回90分＋個人ワーク1～2時間が目安で、全8回中6回はオンラインです。

Q. 参加すると、何が残りますか？

A. 企業に提案した企画書と担当者からの講評。就活でも語れる「本物の実践経験」が残ります。

Q. 対面回の交通費は出ますか？

A. 交通費は自己負担となります。対面は第1回・第8回の2回のみで、いずれも三宮周辺での開催です。

神戸市からのメッセージ



大学の学びのその先へ。神戸の地で価値創造へ挑戦！
大学での学びを、社会で活かす一步を踏み出しませんか？本プログラムは、神戸の未来を担う人材を育成するプロジェクトです。企業が直面するリアルな課題に向き合い、プロの講師や仲間と徹底的に議論を重ねることで、大学の講義だけでは得られない一生モノの「課題解決力」と「最高の経験」が身につきます。「何かを変えたい」「自分のアイデアを形にしたい」という熱意こそが最大の応募資格です。神戸市は皆さんの挑戦を全力でバックアップします。あなたの手で、新しい価値を創り出してください！

お問合せ

KOBE-CVCC 事務局：担当 覚張 masahiro.gakuhari@kando-inc.com
主催：神戸市 / 企画運営：KANDO株式会社
kobe-cvcc.jp