

ユースモ！inとよなか 「豊中市で働く人のショート動画制作事業」

企画提案書

豊中しごとテレビ | 山口・西村

2025年9月30日

原点は、一本のドキュメンタリーでした。

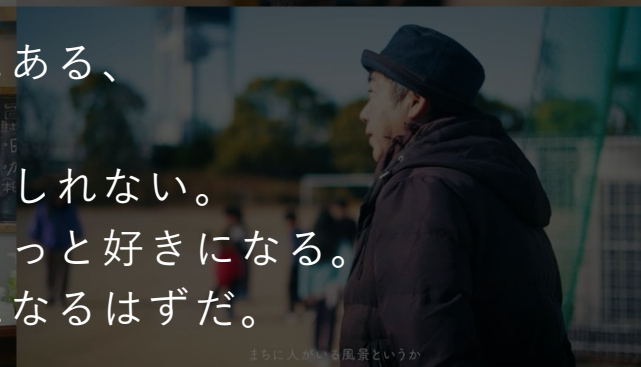
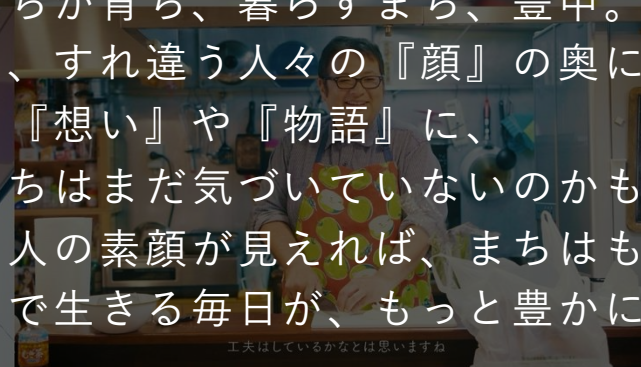
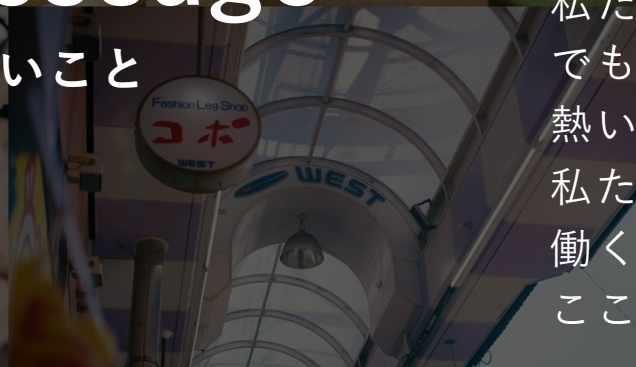
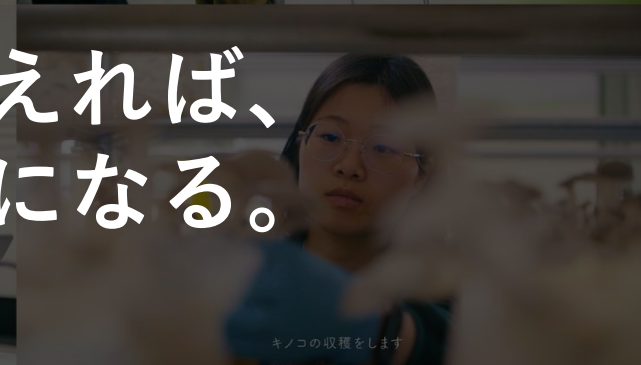
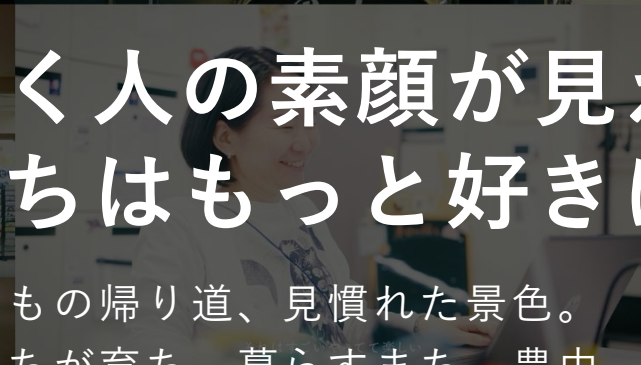
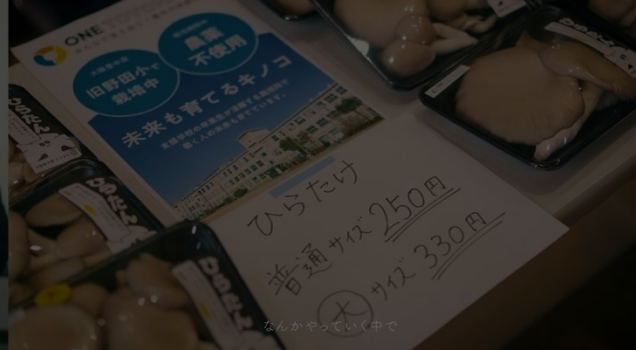


Our message

最初に伝えたいこと

働く人の素顔が見えれば、
まちはもっと好きになる。

いつもの帰り道、見慣れた景色。
私たちが育ち、暮らすまち、豊中。
でも、すれ違う人々の『顔』の奥にある、
熱い『想い』や『物語』に、
私たちはまだ気づいていないのかもしれない。
働く人の素顔が見えれば、まちはもっと好きになる。
ここで生きる毎日が、もっと豊かになるはずだ。



INDEX

目次

0 1 豊中しごとテレビの紹介

0 2 豊中市の現状と課題

0 3 企画内容

0 4 実施体制

0 5 スケジュール

0 6 豊中しごとテレビの展望

01

豊中しごとテレビの紹介

豊中市で働く人々の「リアル」を動画で発信するローカルメディア

背景・経緯

- とよなか地域創生塾2024（第8期）の参加をきっかけに、「地元・豊中を盛り上げたい」という想いと、「動画制作」のスキルを掛け合わせ、豊中市で働く人々の「リアル」を動画で発信するローカルメディア「豊中しごとテレビ」を2025年3月に発足しました。
- 豊中市で働く人に焦点を当て、仕事のやりがいや個人の想い、時には仕事の裏側にある苦労や葛藤まで含めた「リアル」を、取材・密着動画を通じて発信しています。



目指す姿

START

① 豊中の仕事を知る

- 子どもから大人まで、（子どもには未来の選択肢として、大人には地域の再発見として）地域にある多様な仕事の存在とその魅力を「知る」機会を提供します。
- 働く人の「顔」と「想い」が見えることで、視聴者と地域との間に、単なるサービス提供者と消費者ではない、人間的な「つながり」を創出します。

「顔の見える関係性」をつくりながら

GOAL

② 具体的な行動を促す

地域雇用の促進

- 「この人の下で働きたい」という想いを起点に、地域企業への就職・転職を促進し、人材が地域内で活躍する流れを生み出します。

地域経済の活性化

- 共感を起点とした「応援消費」を促し、お金が地域内で循環する仕組みを後押しすることで、地域経済の活性化に貢献します。

豊中市で働く人々のドキュメンタリー動画（10分程度）をこれまで制作



豊中市庄内コラボセンター 館長
橋本 慶 さん



↑動画はこちら



特定非営利団体活動法人
とよなかESDネットワークさん



↑動画はこちら

02

豊中市の現状と課題

「住みやすいまち」の一方で、ベッドタウンならではの「地域経済」の課題

豊中市の「光」

住みやすいベッドタウンとしての魅力

- 大阪府豊中市は、住みやすさランキングで常に上位に名を連ね、紛れもなく「ベッドタウン」としての評価を確立しています。
- この高い評価の背景には、大阪都心部への交通アクセス、大阪国際空港を擁する広域交通の利便性、そして服部緑地などに代表される豊かな自然環境と住宅街が両立する優れた住環境があります。
- その特性は、人口データにも表れており、豊中市の夜間人口（市内に住んでいる人）に対し、昼間人口（市内で活動している人）の割合を示す昼夜間人口比率は85.7%（2020年国勢調査）となっており、多くの市民が日中は市外へ通勤・通学していることがわかります。

豊中市の「影」

ベッドタウンが抱える地域経済の課題

- 一方で、ベッドタウンという特性は、市民の多くが市外で就業するため、市内での消費が生まれにくいという地域経済の課題を内包しています。
- 実際に、豊中市の15歳以上就業者のうち、市内に従業者の割合は32.8%（2020年国勢調査）にとどまり、約3分の2が大阪市をはじめとする市外で働いています。
- この「職」と「住」の分離は、地域内での経済循環を弱めるだけでなく、地元就職への関心の希薄化にもつながります。
- 若い世代が市内の企業や仕事の魅力を知る機会が少ないまま市外へ目を向ける傾向が強まれば、将来的な地域産業の担い手不足を招く可能性があります。

方策

- 市の総合計画では、現在約40万人の人口が2025年頃をピークに減少に転じると推計されています。この人口減少は、将来の税収減や地域産業の担い手不足を招き、まちの活力を削ぐ要因となります。
- そうした未来を見据えた時、市外経済への依存するのではなく、市内で雇用や消費を生み出すことが重要であり、そのために、まず市民自身が「地元でどのような仕事があるのか」を知ることが第一歩となります。

03

企画内容
(新規プロジェクト)

市内で働く 5～7 名の人々のリアルな魅力を、5つの動画フォーマットで切り取り、最大35本の縦型ショート動画を制作・発信

5つの動画フォーマット

(詳細はP11-15参照)

①あなたの仕事、なんですか

②プロフェッショナルのとある1日

③職業あるある3選

④なんのために、働くのか

⑤おつかれさまの一杯

5～7人の出演者

(詳細はP16参照)

豊中市で働く
様々な業種の人々

25本～35本の
縦型ショート動画
を制作・発信

※制作した動画は、TikTok・
YouTube Shorts・Instagram
リールに投稿

POINT 1

若者世代ならではの "今"に響く動画制作

ショート動画のトレンドや視聴者のインサイトを熟知したZ世代の私達だからこそ、若者の心に響き、共感と呼ぶ「バズる」コンテンツを企画・制作できます。

POINT 2

多様な"豊中の仕事"の 魅力を発信

市内で働く様々な職種の方々に焦点を当てることで、これまで光が当たらなかった仕事の魅力や、多様な働き方の価値を市内外の多くの人々へ届けます。

POINT 3

豊中出身の2人が描く 次なるステップ

豊中出身の私達が、地域への貢献と自身の成長をかけて挑むプロジェクトです。これまでの実績を土台に、本企画をさらなる飛躍へのステップと位置づけて取り組みます。

動画フォーマット①「あなたの仕事、なんですか？」

豊中しごとテレビ

【動画イメージ（参考）】



出典：https://vt.tiktok.com/ZSACcf8xG/

企画名 (フォーマット名)	あなたの仕事、なんですか？
概要	街ゆく人に「あなたの職業、なんですか？」と路上インタビューを実施。さらに、その方の職場に同行させてもらい、仕事内容の一部を覗かせてもらう企画。視聴者の「普段は見られない仕事の裏側を見てみたい」という好奇心を刺激する。
動画の長さ	60秒
構成案	・ 起 (0-15秒)：街頭でのキャッチーな声かけシーンからスタート。「すみません、今からお仕事ですか？」など。ターゲットとなる人物の魅力的な第一印象を捉え、視聴者の興味を引く。 ・ 承 (15-30秒)：「どんなお仕事なんですか？」という問いかけに、「〇〇を幸せにする仕事です」のように、あえて職業名を伏せて答えてもらう。 ・ 転 (30-45秒)：「もしよければ、今から少しだけ仕事場を見せて頂けませんか？」という交渉シーン。承諾を得て、実際に職場へ移動する。移動しながら、仕事の簡単な内容や経歴などを聞き出す。 ・ 結 (45-60秒)：職場でのハイライトシーンを数秒間でテンポよく見せる。仕事時の真剣な表情、象徴的なものを映し出し、最後に「私の仕事は〇〇です」という被写体の一言で締めくくる。
狙い	偶然の出会いから生まれる「発見の喜び」と、普段は見るできない多種多様な仕事の裏側を覗き見る「ワクワク感」を提供する。

企画名 (フォーマット名)	プロフェッショナルのとある1日
概要	特定の職業に就く人物の1日に密着。出勤から退勤まで、仕事の1日を追いかけ、その職業ならではのライフスタイルをVLOG（ビデオブログ）形式で紹介。「あの職業の人の1日ってどんな感じなんだろう？」という興味に応える企画。
動画の長さ	60秒
構成案	・ 出勤(0-10秒)：出社し、デスクでコーヒーを淹れるなど、仕事モードに入るための「ルーティーン」からスタート。メールチェックや今日のタスク確認など、1日の始まりをテンポよく見せる。 ・ 午前(10-25秒)：午前中の業務に没頭する姿を追う（例：クライアントとの打ち合わせ、現場確認など）プロならではのスキルやテクニックが光る瞬間を切り取る。 ・ 昼休憩(25-35秒)：同僚とのランチや、一人でリフレッシュする時間。仕事の合間のリラックスした表情を見せることで、ON/OFFの切り替えを表現する。 ・ 午後(35-50秒)：会議でのプレゼン、集中して作業に取り組む姿など、午後の業務のハイライトをテンポよく見せる。プロとしての専門性が最も発揮される時間帯。 ・ 退勤(50-60秒)：オフィスを後にする姿に、「今日の仕事で得た最大の学びは…」といった、その日を象徴する一言を乗せ、物語を完結させる。
狙い	ある職業の具体的な仕事内容や1日の流れをリアルに知ることができる。プロフェッショナルのストイックな姿や、充実した1日を見ることで、視聴者の仕事へのモチベーションを高める。

【動画イメージ（参考）】



出典：https://vt.tiktok.com/ZSAXeKtAc/

企画名 (フォーマット名)	職業あるある3選
概要	特定の職業で働く人々が「わかる！」と思わず膝を打つような、職業特有の習慣、口癖、出来事をショートコント形式で3つ紹介。共感を軸にした、エンターテインメント性の高い企画。
動画の長さ	60秒
構成案	・ オープニング (0-5秒)：キャッチーな音楽と共に「〇〇あるある3選！」のように、テーマとなる職業を大きく表示。 ・ あるある① (5-20秒)：1つ目の「あるある」をテロップで大きく提示。短い再現VTRでその状況をコミカルに表現する。 ・ あるある② (20-35秒)：2つ目の「あるある」を同様の形式でテンポよく再現。 ・ あるある③ (35-50秒)：3つ目の「あるある」を提示。3つの中では最も共感性が高い、あるいは最も意外性のあるネタを配置し、満足度を最大化する。 ・ エンディング (50-60秒)：「あなたのあるあるも、コメントで教えて！」と視聴者に能動的なアクションを促す。
狙い	同じ職業の視聴者には「わかる！」という強い連帯感と共感を、異なる職業の視聴者には「そうなんだ！」という新しい発見とエンターテインメント性を提供する。

【動画イメージ（参考）】



出典：https://vt.tiktok.com/ZSAXLJcKa/

企画名 (フォーマット名)	なんのために、働くのか？
概要	「あなたは何のために働いていますか？」— このシンプルな問いをテーマに、一人の働く人物の人生を深く掘り下げるショートドキュメンタリー。仕事への情熱、乗り越えた壁、そしてその先に見つけた“働く意味”を発信。
動画の長さ	120秒
構成案	• 第一幕 (0-20秒)：現在の輝かしい仕事ぶりを提示し、「しかし、彼が『働く意味』を見出すまでには、大きな壁があった」といったナレーションで問いを投げかけ、視聴者の興味を引く。 • 第二幕 (20-80秒)：キャリア最大の困難と葛藤を、インタビューで語ってもらう。挫折の瞬間から、それをいかにして乗り越えたのか、そのプロセスを見せる。 • 第三幕 (80-120秒)：困難を乗り越えたからこそ語れる「何のために、働くのか」という問いへの、現時点での“答え”を語ってもらう。希望に満ちた表情で未来を見つめる姿を映し、視聴者自身の心にも光を灯すようなフィナーレを迎えます。
狙い	一人の物語を通して、視聴者自身が「自分は何のために働くのか」とキャリアや人生を見つめ直すきっかけを提供する。逆境を乗り越えて見出した答えから、進むべき道を見つけるためのヒントを得る。



出典：https://vt.tiktok.com/ZSAX2tU4d/

企画名 (フォーマット名)	おつかれさまの一杯
概要	1日の仕事を終えた方に同行し、行きつけのお店で「仕事飯」を共にしながら、リラックスした雰囲気ですインタビューを行う。美味しい食事とお酒の力を借りて、今日の取材の感想や、“働く人のリアルな本音”を引き出す、グルメ×アフタートーク企画。
動画の長さ	90秒
構成案	- 導入 (0-15秒)：「一日、お疲れ様でした！」という乾杯のシーンからスタート。その日の密着ハイライト映像を数秒インサートし、視聴者の記憶を呼び覚ます。 - 振り返り (15-50秒)：「今日一日、カメラが回ってみてどうでしたか？」という問いから、撮影の素直な感想や、特に印象的だった仕事の場面について語ってもらう。食事を美味しく楽しむ自然な様子を挟み込み、リラックスした雰囲気を演出する。 - 深掘り (50-80秒)：「実は、会議でのあの発言、本当はどう思っていました？」など、密着中には聞けなかった一歩踏み込んだ質問を投げかける。仕事の緊張から解放されたからこそ出てくる、よりパーソナルな価値観や本音を引き出す。 - 結び (80-90秒)：「明日からも応援しています」といった聞き手からのエールと共に、被写体の晴れやかな表情で締めくくる。視聴後、温かい気持ちになれるエンディングを目指す。
狙い	「仕事」と「食」という、誰もが共感できるテーマを掛け合わせることで、幅広い視聴者層にアプローチする。またフォーマルなインタビューでは聞けないような、飾らない言葉や人間味あふれるエピソードを引き出す。

【動画イメージ（参考）】



出典：https://vt.tiktok.com/ZSAXkXw8D/

市内で活躍する5～7名の多様な仕事の「リアル」を届ける



豊中市長
長内 繁樹 さん



(株)ルカコ 代表取締役
仙田 忍 さん

出演OK



(株)JUMPLIFE 代表取締役
黒野 寛馬 さん

出演OK



(株)RFC 代表取締役
伊吹 美里 さん

出演OK

04

实施体制

豊中市出身の二人が力を合わせて挑戦



山口 泰生 (やま)

まちづくり会社勤務 4 年目
豊中しごとテレビ 発起人

平成9年生まれ。大阪府豊中市出身。どんな時でも機嫌が良いのが取り柄で、人と関わることが好き。大学時代に都市開発やまちづくりを学び、ボランティア活動を通じて地域と深く関わることの楽しさを知る。現在はまちづくりの会社に勤務し、地域の産業や観光に関する調査や事業に携わる。今年から、趣味の動画制作を活かして「豊中しごとテレビ」を立ち上げ、地元＝豊中を盛り上げる活動を開始。最近の悩みは健康診断の結果。大好きな甘いものやジュースを抑える日々を送っている。ちなみにコーヒーは飲めない。



西村 夏乃 (なっちゃん)

関西学院大学 総合政策学部 2 年
こみゅかふえサークル 代表

平成17年生まれ。大阪府豊中市出身。人と関わることが好き。チャームポイントは笑顔。高校生の頃に地域共生に関する課外活動を行い、地域と関わることの面白さを知る。大学では政策学を専攻。現在は宝塚市で世代を超えた関わりを生み出すことを目的としたコミュニティカフェを企画・運営している。休日は1人で喫茶店に行くことが好き。美味しいものを食べると何でもできるが、お腹が空いていると本当に何もできない。甘いものとコーヒーの相性を超えるものはないと思っている。コーヒーはブラック派。

05

スケジュール

無理のないスケジュールで活動を円滑に推進

項目	10月			11月				12月					1月				2月				3月				
	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29	5	12	19	26	2	9	16	23	2	9	16	23	30
1. 出演アポ→撮影・編集																									
	出演アポ→撮影							編集～確認～校了					公開												
	<ポイント①> 年内までに出演者の撮影を 全て完了させる							<ポイント②> 年末・年始に集中的に 動画編集を行う																	
2. 活動報告会																	報告会の実施								

06

豊中しごとテレビの展望

情報発信で終わらない。リアルな交流で豊中をもっと面白く。

- ユースモが終了後も、「豊中しごとテレビ」の活動は継続し、豊中市で働く様々な職種の方を撮影し、動画を制作していきます。
- その一方で、単なる情報発信で終わるのではなく、動画を起点としながらも、リアルな交流を促進していきたいと考えています。
- 具体的には、①イベント開催や、②コミュニティづくりなど、さまざまな事業に挑戦しようと考えており、豊中市のすべての働く人々と共に、このまちの未来をより面白くしていきます。

①イベント開催

仕事の現場を一斉公開する「オープンファクトリーイベント」の開催

<事例> ファクトリズム

- 大阪の八尾市、東大阪市、堺市、門真市などを中心とした関西エリアで開催される、日本最大級のオープンファクトリー（工場見学）イベントです。
- 「こうばはまちのエンターテイメント」を合言葉に、普段は見るできないものづくりの現場を一般に開放し、職人の技術や製品に込められた想いを体験・体感してもらうことを目的としています。



出典：ファクトリズム ホームページ

②コミュニティづくり

地域で同期をつくる、若手社会人のためのコミュニティの創出

<事例> ルーキーズカレッジ

- 「ルーキーズカレッジ」は、主に地方都市で実施されている、入社1～3年目の若手社会人を対象とした合同研修プログラムです。
- 特定の企業や団体が全国展開している単一のサービスではなく、岩手県宮古市、山形県最上地域、長野県塩尻市など、各地のNPO法人や商工会議所が主体となって運営しています。



出典：Idea partners ホームページ