

2-4.実施コンテンツ

ギャル式街歩き

次に、札幌時計台に向かいました。

札幌時計台では、実際に施設内に入り自分がいいと思ったポイントを写真におさめていきました。「札幌市役所から徒歩5分の位置にあるものの、身近すぎるからこそ、気づけなかった良さがあった。ギャルちゃんたちとのコミュニケーションで気づいた」などのコメントが出てきました。



ギャル式街歩き

最後に向かったのは、札幌テレビ塔。テレビ塔では、各々撮った写真をシェアしながら「〇〇の撮った写真いいね〜」「このポイント撮るんだ！意外！」など、積極的にやり取りし合う姿が多く見られました。

ギャルとの街歩きを通して、これまで「当たり前」「見慣れた場所」と考えていた札幌市のスポットに対して改めて熟考し、若者視点を新たに装着することの必要性を体感していただきました。



2-4.実施コンテンツ

自分的アゲを解明してみると？

ギャル式街歩きを経て、2日目はメインコンテンツであるギャル式ブレストを実施しました。1日目より顔の表情が柔らかくなった参加者は、撮影したアゲ（＝自分軸）とその背景を発表し合うワークを行いました。自身のアゲを深ぼることで、自分達の心動く源泉を見つけることを意図しました。

発表の中では「自分は『人の優しさ』にアゲを感じました」や「『レトロっぽさ』にキュンとしました」などの意見が出てきました。



2-4.実施コンテンツ（一部抜粋）

札幌時計台に展示されていた石



「'NHKに出演した石'と大きく記載されていて、じわった（＝面白かった）」

道路に設置されていた すべり止め用砂



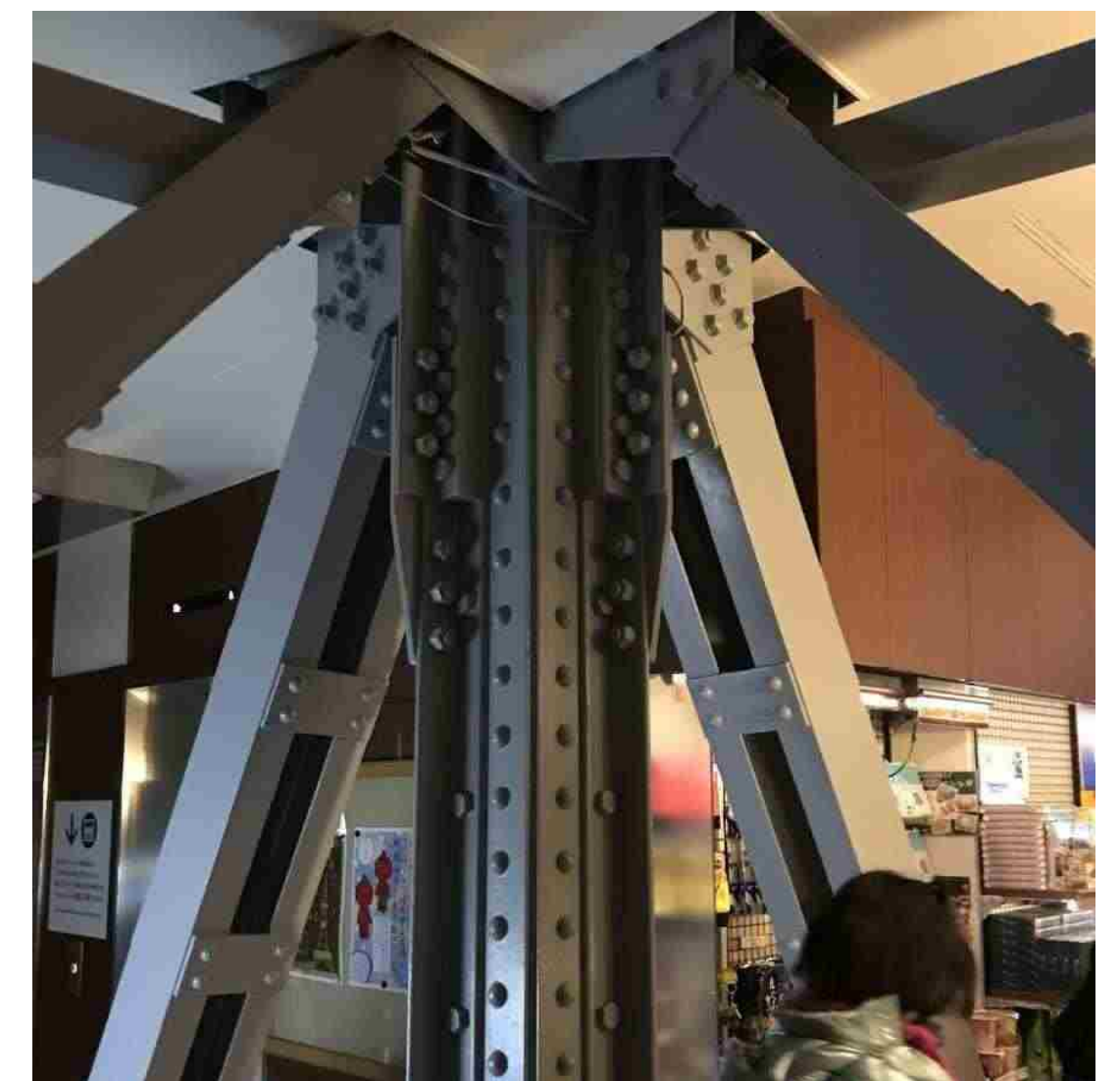
「メルカリに出品されてもおかしくないのに無料で砂を配るなんて、優しすぎる！」

雪にハマってしまった車を みんなが助けている様子



「みんなが車から出てきて助け合っている姿を見て感動！東京だったらあり得ない光景」

札幌市内の鉄骨



「（自分が撮った写真が鉄骨ばかりだったのに気がつき）自分が鉄骨好きって初めて気がつきました」

2-4.実施コンテンツ

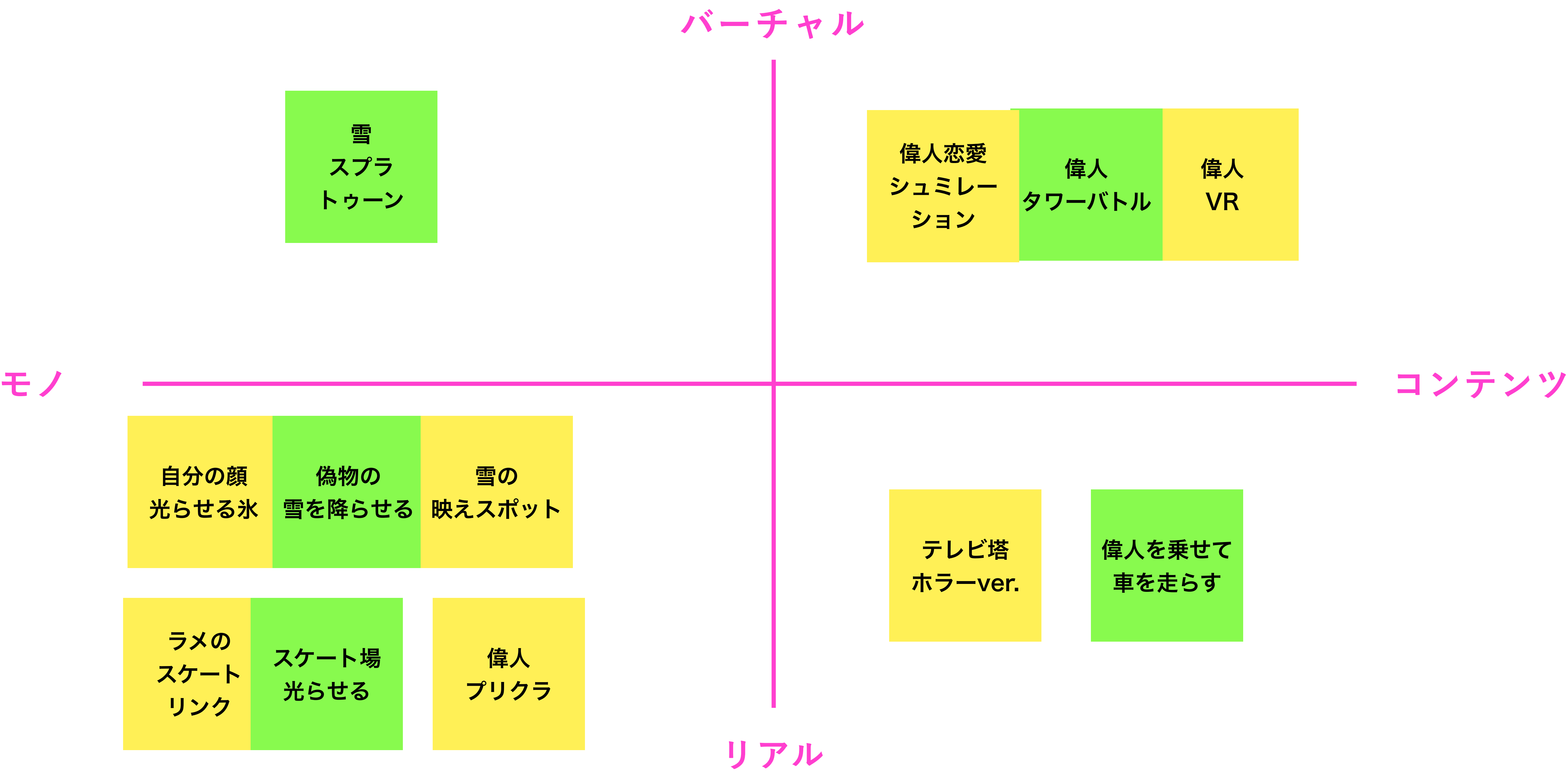


札幌市のアゲをどうやって シェアハピできる？

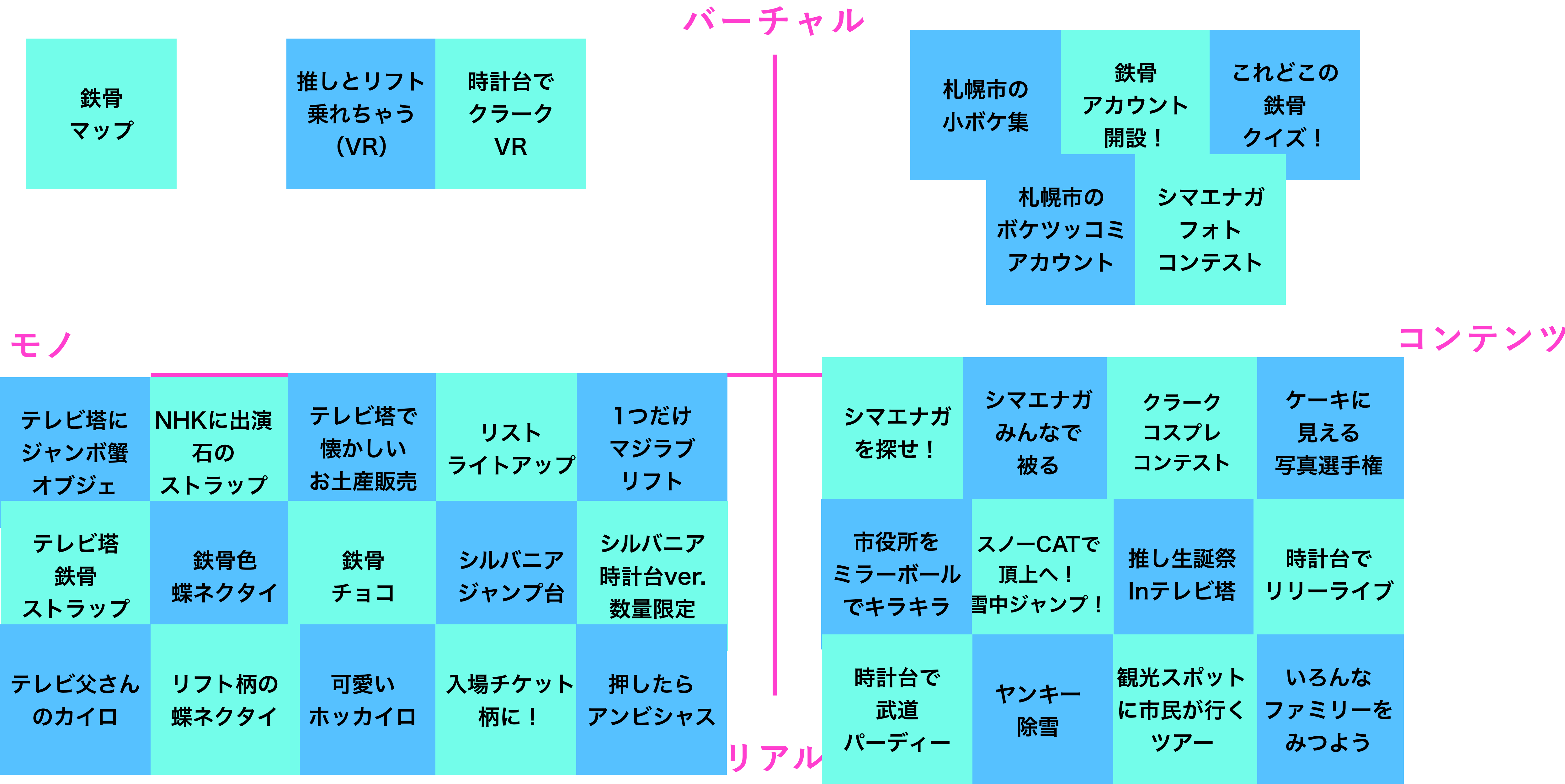
自分の主観性に基づいき、札幌市のプロモーション施策をポストイットなどを用いてブレストしました。ギャルを含め参加者全員が、アイディアを出し、互いに聞くことで、アイディアを出しやすい環境を作り上げ、さらなるディスカッションへと繋げていくことができました。アイディアの創出において大事なことは、「実現可能かどうか」ということを念頭に置いて出すのではなく、直感的に「こうだったら面白い」というアイデアを出すことです。



2-5.ギャル式ブレストから生まれたアイデア__ルノアール team.



2-5.ギャル式ブレストから生まれたアイデア_かに team.



2-4.実施コンテンツ

全体発表では、各グループの代表者が発表を行いました。

「偉人プリクラ」「テレビ塔での推し生誕祭」など飛躍的なアイデアが誕生しました。また、自分のアゲを中心としたアイデア（「鉄骨アカウントの開設」「シマナガエを探せ！」など）も創出されました。

初めはアイデアをみんなの前で発表することに躊躇が見られた参加者でしたが、ギャルちゃんたちのポジティブなリアクションによって、最終的には全員がその場でアイデアを出すことができました。



2-4.実施コンテンツ



もしもウチらが札幌PR大使になったら？

今までのワークを基に、それぞれがPR大使になったと仮定し、PR施策を記入しました。「リアルスプラトゥーン」「テレビ塔お化け屋敷」などの独自の視点からのアイデアがアウトプットされました。



2-5. ギャル式ブレストから生まれたアイデア

