

GUCHILAB. 第0回実証レポート

GUCHILAB. 第0回 実証レポート

愚痴から、社会と組織を理解する。

2026年5月22日

SPACES博多

参加者：7名

GUCHILAB.

なぜ、愚痴を 観察するのか。

愚痴は、単なる不満ではなく、
人や組織を理解する入口になり得る
のではないか。

GUCHILAB.は、愚痴を単なる不満や悪口として扱うのではなく、
人や組織、社会を理解する入口として活用できないかを検証する**実
験**です。

居酒屋や日常会話で語られる愚痴には、その人が大切にしている**価
値観**や、社会・組織に対する**違和感**が隠れているのではないか。

第0回では、まず最初の仮説として「人は愚痴をテーマに集まるの
か」を確かめることを目的に開催しました。

第0回で 確かめたかったこと

- 人は愚痴をテーマに集まるのか
- 愚痴をテーマにすると場は荒れるのか
- 愚痴を起点に対話は生まれるのか
- 愚痴は考察テーマになり得るのか

小さな違和感を、否定せずに拾い上げる。そこから観察と問いが始まる。

4つの仮説は、 どう検証されたか。

第0回では、4つの仮説をもとに場を設計しました。

GUCHILAB. 第0回実証レポート

仮説 1

人は愚痴をテーマに集まる
か

仮説 1

人は愚痴をテーマに集まるか
YES

YES



仮説 2

愚痴をテーマにすると荒れる
のか

仮説 2

愚痴をテーマにすると荒れるのか
NO

NO



仮説 3

仮説 3

愚痴を起点に対話は生まれる
か

仮説 3

YES



YES

仮説 4

仮説 4

愚痴は考察テーマになるか

愚痴は考察テーマになるか

YES



YES

- 7名が参加し、テーマそのものへの興味も見られた

- 参加者同士の意見交換が自然に発生した

- 他者批判や対立ではなく、経験や考えを共有する場になった

- 社会構造や価値観の違いについて考える流れが生まれた

愚痴は、**問い**に変わった。

当日は、日常の違和感から、社会や組織を考える対話が生まれました。

対話 1

男女格差と
「平等」の問い
直し

女性専用車両や女性専用喫煙ブースを起点に、「なぜ男性専用はないのか」という素朴な違和感が共有されました。

見えた問い

平等とは、同じ扱いをすることなのか。
それとも、異なる背景に配慮することなのか。

対話 2

消費者行動の
見えない制約

「コンビニのストロー付き飲料が少なくて困る」という声から、化粧をしている人にとって直接飲み口に口をつけにくいという背景が共有されました。

見えた問い

日常の小さな不便は、
まだ見えていない需要ではないか。

対話 3

経営者の孤独と
「ただ聞く」価値

「アドバイスも評価もしない。ただ話を聞く」というサービスの事例から、経営者には安心して話せる相手が少ないのではないか、という議論が生まれました。

見えた問い

人は、解決より先に、
理解を求めているのではないか。

最大の発見は、愚痴ではなく「問い」だった。

問いの立て方によって、集まる声の質が変わる。

最大の発見

成果は、愚痴が集まったことではなく、問いの立て方が変わったこと



「愚痴をください」と依頼すると、参加者は無意識に“立派な愚痴”を探そうとします。その結果、社会制度や男女格差など、抽象度の高いテーマが集まりやすくなりました。

一方で、本当に観測したかったのは、もっと小さな感情の揺らぎでした。

- 最近、少しモヤっとしたこと
- 言おうとして飲み込んだこと
- 仕事で流れが止まった瞬間
- なんとなく違和感を覚えたこと

GUCHILAB.は、愚痴を集めたいのではありません。
本当に知りたいのは、**人が止まる理由**です。

第0回から得られた 5つの示唆

第0回の実証を通じて、GUCHILAB.が今後も大切にすべき5つの示唆が見えてきました。

示唆 1

人は**安心**できると対話する

否定や批判のない場では、自然な対話が生まれます。

示唆 2

愚痴は悪口ではなく、**価値観**の表出である

愚痴は感情のゴミではなく、価値観の手がかりです。

示唆 3

問いの設計によって、得られる情報が変わる

問いの粒度と言葉の選び方が、観測できる声の深さを左右します。

示唆 4

人は**理解**されることを求めている

「分かってもらった」という体験が、対話の継続を生みます。

示唆 5

組織でも同じ現象が起きている可能性がある

言いづらさや聞いてもらえない声は、組織構造の問題かもしれません。

安心

価値観

問い

理解

組織

社会の違和感から、 組織の違和感へ。

現場の違和感を、 経営判断に使える言葉へ。

第0回GUCHILAB.では、愚痴や違和感を起点に、対話生まれ、価値観が見え、問いが深まることが確認されました。この現象は、企業組織の中でも起きている可能性があります。

会議で発言が出ない

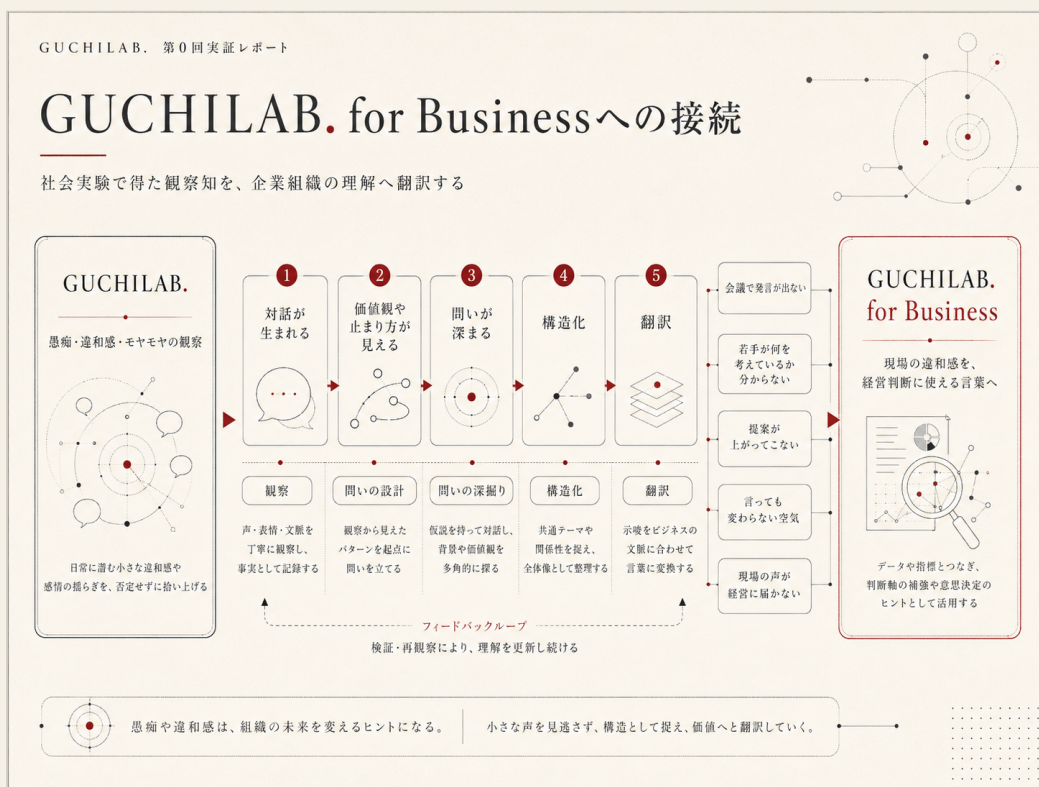
若手が何を考えているか分からない

提案が上がってこない

相談しづらい空気がある

「言っても変わらない」と感じている

経営に現場の声が届いていない



GUCHILAB. for Businessは、社員の愚痴や違和感をそのまま経営に渡すものではありません。

個人攻撃にならない形で構造化し、
経営者が判断できる言葉へ翻訳するプログラムです。

人はなぜ、 止まるのか。

まだ言葉になっていない違和感が、
組織の中にもあるかもしれません。

第0回は、最初の一步でした。GUCHILAB.は、愚痴や違和感を通じて、
それらを少しずつ観察し、考え続ける実験です。

- 人はなぜ立ち止まるのか
- なぜ言えなくなるのか
- なぜ動けなくなるのか
- 何があると、また前に進めるのか

まずは30分、壁打ちから。

組織の中で、どこで流れが止まっているのか。
一緒に整理させてください。

GUCHILAB.

<https://guchilab.jp>

contact@guchilab.jp

