

2021

衣料品ロス削減を目的とした 消費者教育教材の開発 研究報告書



令和3年度とくしま政策研究センター委託調査研究

令和4年3月 国立大学法人 鳴門教育大学

目次

I 概要	1
調査研究の要約	1
調査研究の目的・期待される効果	1
調査研究の実施内容	1
調査研究概念図	3
調査研究推進体制	3
検討会議の実施	4
教材開発手順	4
II 制作動画の内容	6
1. 衣服ロス問題を知ろう:7分02秒	6
2. 出す・分ける:4分57秒	9
3. しまう:13分36秒	11
4. 選び方:6分22秒	14
5. 買い方:14分33秒	16
III 効果の検証	18
IV 今後の普及啓発に向けて	26

I 概要

本事業はとくしま政策研究センターによる令和3年度委託調査研究における消費者教育推進のための実証的共同研究として実施したものである。公募による審査を経て鳴門教育大学の事業が採択され、徳島県より委託を受けて事業を実施した。

調査研究の要約

家庭における衣料品ロスの削減を目的とし、消費者個人が適正な量の衣料品を保有し、手に入れた物を最大限に活用できるようにするための動画教材を開発する。昨年度に実施したアクション・リサーチにより明らかとなった、衣料品ロスの実態や購入行動の変容に関する知見を活かした教材とし、無駄の少ない衣料品の選択・購入や保有する衣料品の有効活用を促す。

調査研究の目的・期待される効果

目的: 家庭における衣料品ロスの実態調査の結果をふまえ、衣料品にまつわる環境問題、購入計画や収納方法を学べる動画教材を開発し、家庭において消費者個人が衣料品ロスの発生を削減できるようにすることが本研究の目的である。

期待される効果: 実態調査をふまえた家庭での持続可能な消費をうながすための具体的な方法を提示することにより、Think Globally Act Locally を実践できる消費者を増やし、個人々の消費活動における環境負荷の低減につなげてゆく効果が期待できる。

調査研究の実施内容

①調査研究の着眼点・手法などの特徴

家庭における衣料品ロス削減に着目し、行動変容ステージモデルを枠組みとした実態調査に基づいた知見をふまえて教材を開発することが着眼点の特徴である。意識高揚、実態認識、学習、習慣の改善というステージに応じた効果を得るための内容であり、多くの人ができるだけ気軽に取り組める教材とする。

②調査研究の課題・背景

アパレル産業は石油産業に次ぐ地球環境負荷の高い産業であり、衣料品の製造過程では、天然資源や水の大量使用、化学物質の使用による土壌や河川の汚染が深刻である(国連 2019)。一方、日本における衣類廃棄量は、年間約 100 万トン、およそ 33 億着と膨大であり、うち 9 割はリサイクルされることなく埋め立てまたは焼却処分される(独立行政法人中小企業基盤整備機構 2010)。衣料品ロス削減により、多くの人々が消費活動における環境負荷の低減に取り組むことは喫緊の課題といえる。

③課題の解決方法(取組方法)など

1)教材開発

片付け・収納や衣料品選びに関する有資格の専門家3名と共同で、昨年実施の行動変容ステージモデルを枠組みとしケーススタディの知見をふまえ、各ステージに応じた計45種類の動画教材を作成する。構成は以下のとおりである。

【意識高揚】

衣料品製造に携わる人々の労働環境、衣料品製造に使われる大量の水や化学薬品と水質汚染、化学薬品による健康被害、大量の衣料品の廃棄について学び、衣料品ロスを削減しようという意識を高め、削減のメリットを理解できる動画。

【実態把握】

定期的に手持ちの衣料すべてを見直し、活用度に応じた分類を行うこと、着ない衣類は手放す判断の大切さとその方法を学習できる動画や確認シート。

【具体的知識】

骨格診断やカラー診断といった個々人に似合う衣服の特徴を大まかに把握する診断方法や、定番と流行の考え方など購入の満足度を高める方法、予算・購入計画の立て方、および現在の収納の問題点を客観視し多様な収納方法を学ぶなど衣類の管理や活用に関する具体的知識を学習する動画。

2)効果検討

以下の2つの方法で、動画教材の効果を検証する。

【有識者ヒアリング調査】

消費者庁新未来創造戦略本部の職員および客員主任研究官、家庭科を専門とする有識者に公開前の動画の視聴を依頼し、電子メールにて感想や改善点について自由回答形式でコメントを得る。

【視聴者へのアンケート調査】

動画視聴者に対し、視聴後に以下の調査を行うことで効果の検討を行う。

調査対象者:徳島県在住者を中心とした高校生以上の男女。

標本抽出:知人を通じたスノーボールサンプリング。

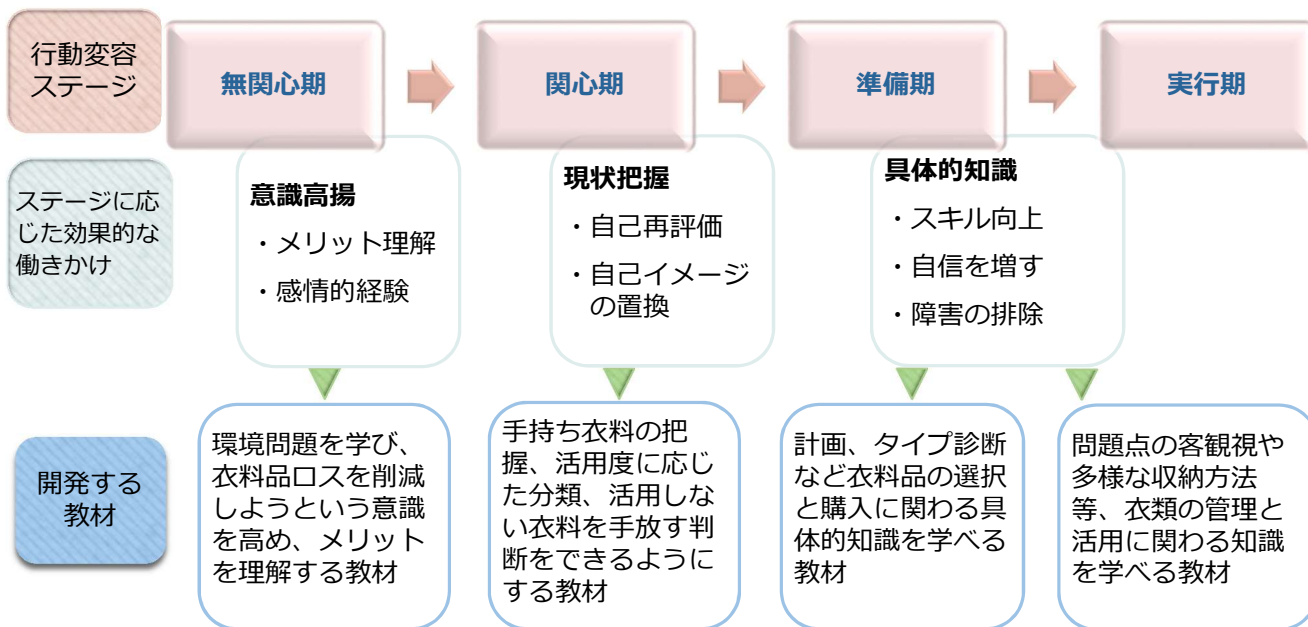
配布回収:インターネット調査。動画教材とアンケート回答のURL利用を記載したメールを送付し、ウェブフォーム上から回答を収集。

調査内容:視聴した教材、教材への評価(形式・内容)、衣料品の収納・管理の知識や意識について、属性。

調査研究概念図

調査研究の内容は、以下概念図に示すとおりである(図表 1-1)。行動変容ステージモデルを枠組みとし、それぞれのステージに応じた教材を作成する。

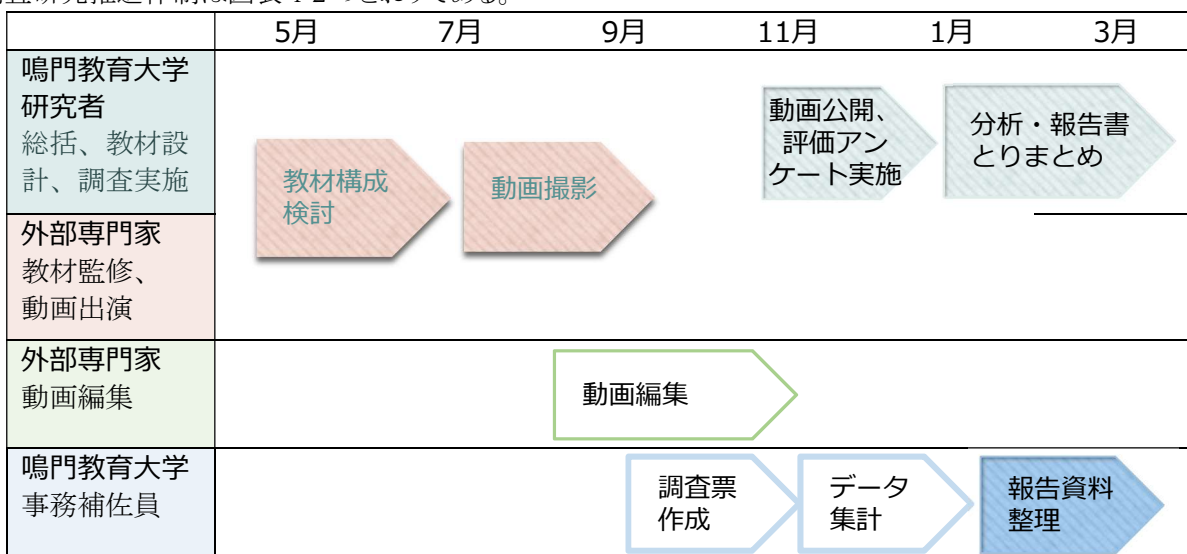
【行動変容ステージモデル】



図表 1-1 調査研究概念図

調査研究推進体制

調査研究推進体制は図表 1-2 のとおりである。



図表 1-2 調査研究推進体制概念図

メンバー

研究代表者 国立大学法人 鳴門教育大学大学院生活・健康系コース(家庭) 坂本 有芳
研究協力者 徳島お片付けラボ ライフオーガナイザー 今柴 知子 竹内 真理 藤原 百理

検討会議の実施

図表 1-3 検討会議および撮影日程

日程	場所	出席者
令和3年8月20日(金) 13時～15時	オンライン:鳴門教育大学 C2会議室(自然棟7階)	学内:坂本准教授 学外:竹内真理氏
令和3年8月24日(火) 10～12時、13～16時	スタジオ エクリュプラス	学内:坂本准教授 学外:竹内真理氏、藤原百理氏
令和3年8月27日(金) 13時～16時	スタジオ エクリュプラス	学内:坂本准教授 学外:竹内真理氏、藤原百理氏
令和3年9月6日(金) 13時～18時30分	スタジオ エクリュプラス	学内:坂本准教授 学外:竹内真理氏、藤原百理氏

教材開発手順

1. 既存動画の検討

クローゼット収納等を扱っている視聴回数が多い動画の収集を行い、内容を分析し問題点の洗い出しを行った。8月3日～10日の間に、合計36本の動画を収集した。内容を分析した結果は以下のとおりである。

- ・ 白い収納ボックスやケースを多用し、見た目だけの整え方を紹介しているものが多い
- ・ メーカーやインフルエンサーによる収納用品の宣伝の場合も多い
- ・ 畳み方なども見た目重視であり、日々の生活での継続性の視点が不足している
- ・ 全部出す、分けるなど基本を扱った動画もあるが、なぜそのようにするのかといった必要性を伝えていない

収納を扱っている動画は、視聴回数が多いものでも、単に収納用品を宣伝しているだけであったり、収納用品に収めて見た目を整えただけであったりといった内容が多く、日常生活で継続的に実施できる方法という観点は弱いものが多かった。また、整理収納の専門家による動画では、専門家が考えた方法に忠実に従うことが求められるような内容が目立った。専門家がしゃべっている様子が撮影されているだけで、実際の収納方法や場所が動画で確認できないといった問題点もあった。

そこで本研究で開発する動画では、1)日常生活で無理なく実施できる方法を扱うこと、2)特定の方法にこだわるのではなく自分自身で快適な方法を考え創り上げる楽しさや大切さを伝える、3)収納方法は、具体的に分かるよう動画で実演や実例を収録して解説するという3点を重視することにした。

2. 動画の構成と内容の検討

1) 構成

- ・ 意識高揚:ファストファッションの問題点、現状把握:手持ち衣服の把握(出す・分ける)、具体的知識:クローゼット収納(しまう)、計画・予算、無駄の出ない選択(えらぶ)の5構成とする。
- ・ 導入部分など、漫画イラストで2名が意見交換する様子を入れる。
- ・ パワーポイントの解説資料を作り、それぞれ専門のところを解説した動画を撮影する。
- ・ たたみ方は、実演の動画を撮影、しまい方はオーガナイズの実例を多くの写真で紹介する。

2) コンテンツの検討

意識高揚(ファストファッションの問題点)

- 漫画イラストで2名が意見交換する様子を中心に作成する。
- 環境省の資料やラナプラザ崩落事故の写真など入れ、具体的に問題が伝わるようにする。

手持ち衣服の把握(出す・分ける):

- 既存のオーガナイズ写真を入れ、全部出すという意義を強調して説明する。

クローゼット収納(しまう)

- ロールケーキ畳み、ショップ畳み、前開き衣類の畳み方の実演動画とする。
- 棚収納の紹介など、引き出しやハンガー収納以外の方法があることを示す。

無駄の出ない選択(えらぶ)、買う

- 骨格診断やカラー診断は基本を少し紹介する程度に。バリエーションを抑え、定番を作ることなどを強調する。
- 買う前に、オーガナイズをする重要性を繰り返し強調する。
- 計画・予算の具体的な立て方を紹介する。月当たり予算を5,000円とした例で簡単な内容にする。

II 制作動画の内容

制作したそれぞれの動画の内容は次のとおりである。

1. 衣服ロス問題を知ろう:7分02秒

服を最大限に活用する
エシカル・オーガナイズ

1 衣服ロス問題を知ろう

鳴門教育大学 坂本有芳
徳島お片付けラボ
ライフオーガナイザー
竹内真理
藤原百理
今柴知子

とくしま政府研究センター
「令和3年度委託調査研究における消費者教育推進のための実証的民間研究」



衣服ロスって?

衣服（ファッション）ロスを減らそうという動きが本格的になってきたんだよ。

知ってる?

え？ファッションもロスがあるの？

カル子

エシ子

腐っちゃうとかないけど？

衣服ロスって?

「ロス」って、「作ったのに、買ったのに、活用されない」ってこと。

つまり無駄になっている・・・

ぎくつ!

クローゼットでぎゅうぎゅう詰めになって眠っている洋服なんて、たくさんあるかも・・・



#SUSTAINABLEFASHION

1年間1回も着られていない服が一人あたり25枚もあります。



循環型ファッションの推進には家庭にしま込まれている服の活用が課題です。

環境省
Ministry of the Environment

環境省が出している資料なんだけど・・・

かる〜25枚はあるわ・・・



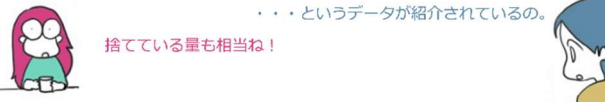
・・・というデータが紹介されているの。

捨てている量も相当ね!

1人あたり（年間平均）の衣服消費・利用状況


購入枚数	手放す服	着用されない服
約18枚	約12枚	25枚

（出典）環境省HP「SUSTAINABLE FASHION これからのファッションを持続可能に」
https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/



#SUSTAINABLEFASHION


平均すると1日あたり大型トラック約130台分の服が焼却・埋立処分されています。



服って次々新しいのが出てくるし、最近は何段も手ごるだから、なんだか使い捨てみたいになっちゃったんだね。


日本の家庭で廃棄される服は、年間約48万トン。廃棄量の削減が課題です。

環境省
Ministry of the Environment



#SUSTAINABLEFASHION

日本で売られている衣服の約98%が海外からの輸入です。



日本のファッション産業によるCO²排出量は、原材料調達および製造段階で90%以上を占めており、ファッション産業を持続可能にする為には海外での環境負荷の実態把握とその削減が重要です。

環境省
Ministry of the Environment

手ごるな値段で洋服が作られる裏側の闇は深い

服が安い=作り手の人件費や労働環境のための費用を抑えてるってこと

ベトナムとかバングラデシュとかが生産国だよな。

そうだね..

2013年「ラナプラザの悲劇」

といわれる大事故がバングラデシュで起こって

1300人も犠牲になったんだけど..

犠牲って、死亡したってこと？






倒壊したビルの下敷きになって亡くなった労働者が1300人

負傷者はその倍近くいる

ラナプラザだけじゃなくて

危険な縫製工場で大変な火災に巻き込まれる事故とか

たくさん起こってきたの。




そんな犠牲の上で、日本の消費者が安い服を手に入れて喜んでいるなんて...



「エシカル消費」って、なに？


エシカル (ethical) とは、倫理的、道徳的という意味の英語

エシカル消費とは、自然環境、人や社会、地域などに配慮して作られた商品やサービスを、積極的に選ぶことです。消費を通じて持続可能な、よりよい社会づくりに貢献できます。

たとえばこのような例があります

環境への配慮	人への配慮	地域への配慮
<ul style="list-style-type: none"> グリーン購入 自然エネルギー利用 エコマーク等付き商品 有機農産物、国産材等の地球環境を思いやる消費など 	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者が作った商品 寄付金付き商品 地域紛争や児童労働といった人権問題等の解決に寄与する商品を消費など 	<ul style="list-style-type: none"> 被災地への応援消費 産地地消 (伝統文化・産業等) 地域資源・人材活躍等地方創生に資する消費など

私たちが消費しているモノの生産背景を知るが大切です。



地球環境への負荷も半端ない

ファッション産業は石油産業に次ぐ、地球汚染産業と言われているの。

コットンの生産では膨大な農薬が使われて人々の健康が害されるだけじゃなくて、土壌も汚染されている。





綿の布にする過程では大量の水が使われるし漂白剤や染色などの化学物質による汚染もある。



#SUSTAINABLEFASHION

服の作られ方に目を向けてサステナブルファッション



CO²排出量の45%以上が原材料調達によるもの。オーガニックコットンや再生原料などサステナブルな素材を選択することで環境負荷を削減できます。

環境省
Ministry of the Environment

遠くの国から原料を運ぶには輸送費もいる。





服って毎日着るし、意識してなかったけど、**世界の問題と深くつながっているんだ。**

地球環境問題と、世界の経済格差や貧困の問題

少しでも改善できるような服との付き合い方をしてゆきたいね。

本当に行動を変えられる？



服って減らしたいけど

新しい服も着たいし

センスに自信ないけど

おしゃれに見られたいし

うん・・・でも・・・

何だかそう簡単ではないと思うな・・・

Let's エシカル・オーガナイズ

オーガナイズを学ぶことで、エシカル消費を本当に実践できるようになっていくと思う。

シリーズ動画、見てみてくださいね！

- 1.衣服ロスの問題
- 2.出す・分ける
- 3.しまう
- 4.選び方
- 5.買い方



2. 出す・分ける: 4分 57秒

服を最大限に活用するエシカル・オーガナイズ
2
出す・分ける

鳴門教育大学 坂本有芳
徳島お片付けラボ
ライフオーガナイザー
竹内真理
藤原百理
今柴知子



とくしよ政策研究センター「令和3年度委託調査研究における消費者教育推進のための実証的共創研究」

徳島お片付けラボの先生方に「エシカル・オーガナイズ」の方法を教えてください。

エシカル・オーガナイズ!

すごい! 研究で開発された方法だなんて...

カル子

エシ子

徳島お片付けラボが、ロスを減らす効果的な方法を鳴門教育大学との共同研究で開発したの。

一気に“全部”出します。

自分の持ち物の量と傾向を把握する。
場所の使い方をリセットする。



全部出しただけで、うんざりしてきました...




ここから、どうしたらよいの~!?

最も頭を使うところです!
分け方もいろいろあります。


全部出したら分けます

- アイテム別 (ボトムス・トップス・・・)
- 季節別に。
 - ・ 春秋・夏・冬
- 使い道によって。
 - ・ 通学・仕事用、スポーツ用、リラックスウェア etc.
- ◆ 最後に、活用度によって分けます。
 - ➔ 次のスライドで詳しく説明します!



たとえば、こんな3分類に

よく着る (一軍)	たまに着る (二軍)	ほとんど着ない (保管/捨てる)
--------------	---------------	---------------------



分け方は決まりがあるわけではない

こんな4分類もあります

好きかどうか	好きで着る	好きだが 着ていない
	好きじゃないけど 着ている	好きでもないし 着ていない
	よく着るかどうか	

自分の言葉で分け方を考える (3-4分類)
“使わない=捨てるべき”ではない。

振り返ろう 「よく着る」服の特徴は？

- 多かった形は？
- どんな色が多い？
- 同じような服を重ねて持っていなかった？
- 「よく着る」に入ったのは、1シーズンあたり何枚？
- あなたのお気に入りの1枚、お気に入りの全身コーディネートは？

エシカル・オーガナイズ 最大のポイント

活用できなかった服、なぜ？

- 好きで買ったけど、自分にはマッチしていない。
- 服は可愛いけど、着てゆく場所がない。
- 手持ちの服と、うまく組み合わせられない
- サイズが合っていない。丈が短い/長い、きつい/ゆるい・
- すぐシワが目立つ、洗ったらアイロンが必要。
- 色が自分に合っていない。このシーンでは違和感のある色。
- 実用的じゃない (汚れが目立つ、裾が長すぎる、袖が邪魔ど・・・)
- すぐヨレヨレに、毛玉が目立つ、シミが取れない。

失敗を繰り返さないよう、細かい点までよく振り返ろう！

よく着る服だけで、使いやすく

- クローゼットに戻すのは、よく着る (= 1軍) の服だけに。
- 今の季節の、1軍の服は、とっておきの使いやすい場所に。
- 2軍 (よくは着ない服) は衣装ケースや袋に入れるなどします。
 - 着たい場合には、取り出してきOK
- こうしてしばらく暮らすことで、改めて感じたり考えたりします。
 - 遊びやすい、気分が盛り上がる、新しい買い物が考えやすくなる

厳選されていると
管理が楽に！

自分が活用できる服
が分かってくる！

3. しまう:13 分 36 秒



服を最大限に活用する
エシカル・オーガナイズ
3
しまう

専門教育大学
阪本有芳
徳島お片付けラボ
ライフオーガナイザー
竹内貴理
藤原直理
今案知了

とくしま政策研究センター
「令和3年度委託調査研究における消費者教育推進のための実証的共同研究」

全部出して、分けてみてどうだった？

自分が想像していたより
たくさんの服を持っていたわ。

似たような服も
けっこうあって...

カル子

エシ子

ひと目で持っている服が分かるクローゼットだったら
重複買いは防げると思うけどね・・・



お片付けの本
動画

いろいろ見て
知ってるよ。

こうやってきちんと畳んで、
立てて、引き出しに入れると
持っている衣類が全部わかるって。

家に帰ったら
即シャワー浴びたいし

ただ現実には、服って・・・

椅子の上にも山積みになったり

引き出しで迷子になったりするよね・・・

それはしまい方に問題があると思う。

しまい方って、1つだけじゃないよ。

服の収納、自分に合った方法を
探してみるといいんじゃないかな？

振り返ってみよう！

服が出しっぱなしになる理由

- ズバリ、たたむのが面倒臭い！
- 引き出しを引き出してから戻すのも面倒。
引き出しがパンパン、入る余地なし！
引き出しがのっぺり開けにくい（引っかかる、動かない）
→ 面倒臭さ倍増。
- 高い場所／低い場所で使にくい。
ハンガーパイプ／引き出し
の前に、物がたくさん。

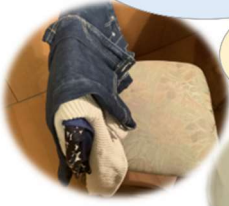


服を出しっぱなしにしたい理由

すぐに洗濯しないけど、今日の汗を飛ばしたい

たんで引き出しに入れておくと、シワになりそう

(ニット類など)ハンガーに掛けたら、伸びそうで嫌



近年よく見られる収納パターン ハンガー+引き出し



畳んだ服を棚に平置きする方法もお勧め



シヨツプたたみ



取り出し方



カーディガンのたたみ方



ロールケーキたたみ



事例から学ぶ

様々なしまい方

無理なく続く仕組みづくり



この収納のポイント

- ◆ 布の分量が小さく、シワにならない肌着はロールケーキたたみに。
- ◆ ゴールデンゾーンの高さに浅い引き出しを設置。
- ◆ 仕切りを作って乱れを防ぐ！



片付けの正解はいくつもある。
自分に合った片付けって？
利き脳を調べてみよう！

インプット脳を調べる
・下になっている親指

アウトプット脳を調べる
・下になっている腕

【右右脳】感性豊かな芸術家タイプ

- カゴなどを使ったぎっくり収納。
- ワンアクション収納。
- 中が見える、吊るだけなど簡単収納。
- 色で分けるのもおススメ。

【右左脳】頼れるリーダータイプ

- 完璧を求めすぎないよう注意。
- 見栄え重視。見えないところは適当でもOK。
- 好きなもの、好きな場所から始める。

【左右脳】個性派の研究者タイプ

- 自分だけのルールを見つけること（ここに入るだけしか持たない等）が成功への道。
- 好きにやってよいと伝える。
- 片付けに困ったら、簡単収納（吊るだけ、置くだけ）にする。

【左左脳】論理的な実務家タイプ

- 従来型の片付けに向いている。
- 四角い収納用品が好き。
- ラベルやリストなど活用。
- 使用頻度で「残す・残さない」を分けられる。
- 捨てるに注意。

個性は人それぞれ。
1つのやり方にとらわれず、その人に合った方法を考えよう！

自分に合った方法を**考えて**、服を最大限に活用できるしまい方を創ろう！

4. 選び方:6分22秒

服を最大限に活用する
エシカル・オーガナイズ
4
選び方

経済政策大学院 坂本直秀
徳島お茶付けっか
フイフオーガナイザー

竹内真理
藤原由理
考案女子

とくしま政策研究センター「令和3年度委託調査研究における消費者教育推進のための実証的共同研究」



“一軍”の服を活用しやすくしたけど、
限られた枚数で
毎日違うコーディネートにするって
ほぼ無理な感じがするわ・・・

カル子

え、毎日違うコーディネート？

バリエーションの呪いだ！

エシ子



え？呪い！！

日常生活にも、色々なバリエーションが必要って
私たちは思わされすぎてるよ。

毎日違った流行の服を着るなんて
無理だし必要ないよ。

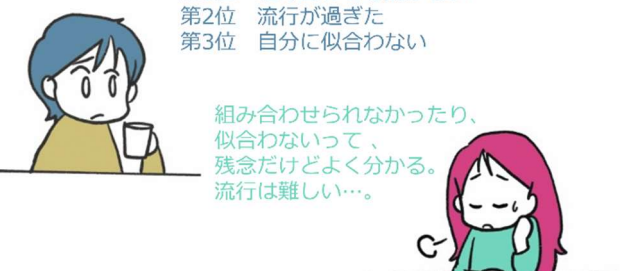
言われてみれば、素敵な人って
ファッションに統一感があるね。



消費者が服をすぐに着なくなってしまうのは、
こんな理由が多いんだって。

第1位 組み合わせる服がない
第2位 流行が過ぎた
第3位 自分に似合わない

組み合わせられなかったり、
似合わないって、
残念だけどよく分かる。
流行は難しい・・・



#SUSTAINABLEFASHION

私たちの4人に1人は
「安く買い、流行のシーズンが終わったら処分する
サイクルを見直したい」と感じています。

もし衣服の供給量を25%減らすことができれば
約20万トン分の服を作らずに済みます。
これは東京タワー約50棟分の重さに相当します。

環境省の資料に
あるように・・・

環境省
Ministry of the Environment



#SUSTAINABLEFASHION

買わないことも
サステナブルファッション

「つられて新しい服を買ってしまっ
けど、活用できずに捨ててしまっ」
の繰り返しは、
本当にやめる必要があると思う！

2019年に約35億着の衣服が供給されました。
買わないだけでも
大量生産を見直すアクションとなります。

環境省
Ministry of the Environment



全部出して 分けて しまい直したら

安いとか流行とかって
そんなに活用できない服を増やすだけって
よくわかった。


私も自分に似合う服を



最高に活用できるようになりたい!

あなたのファッションの軸を作ろう

- 着ていて周りからの評判のよい服は?
- あなたが快適な気持ちで過ごせる服は?
- 週に2,3日着ている服は?
- 週に何回も使いたいボトムスはどれ?
- 何色が顔映りがよい?
- どこで着る服が必要?



カラー診断

春	夏
秋	冬



骨格診断

自分に似合う質感やシルエットの方向性を確認

ストレート	ウェーブ	ナチュラル
		





服の買い過ぎを防止!

選ぶときのチェックリスト例

- 組み合わせられる手持ちの服が2-3着ある。
- どこに、いつ着てゆくのかわかる、サツと思いつくかぶ(苦し紛れに作るのはNG)。
- 少しでもサイズに違和感があったら買わずに諦める
- 質感や色味、形など絶対に妥協しない。
- お店の照明や鏡に注意!
- 一緒に行く友人・家族は、本音でアドバイスをくれる人に限定!
- 今まで試したことのないブランド、メーカーは慎重に!
 - サイズ感やデザインのテイストが違う

新しく買おうとする服は、あら探しを徹底的にして、クリアしたものだけ入手!

Let's! エシカル・オーガナイズ



Think Globally, Act Locally.
地球規模の問題に対し、片づけを通じて考え、具体的な一歩を踏み出そう!



こういうことって教わったことなかったけど
自分の特徴をいろいろと考えてそれに合った服を選べばいいんだ

何だかできそうな気がする!

そうそう
情報があふれているけど
振り回されないことが大事。



自分に合った服を選んで、大切に着てゆきたいね!

5. 買い方:14分33秒



服を最大限に活用する
エシカル・オーガナイズ
5
買い方

専門教育大学 坂本有芳
徳島お片付けラボ
ライフオーガナイザー
竹内良輝
藤原百輝
今架知子

とくしま政策研究センター
〔令和3年度委託調査研究における消費者教育推進のための実証的・共同研究〕

クローゼット、オーガナイズしてどうだった？

すぐに着なくなってしまった服って
考えてみたら、何か同じような理由だったわ。

うんうん
分かる分かる

カル子 エシ子

今回、活用できない服は思い切って手放したの。

すごい、決断したじゃない。
すっきりしたでしょ？

うん、クローゼットはすっきりしたよ。

でも・・・
えーん・・・

私って、活用できない服のお陰で
一体、何円ムダにしたんだろう・・・

#SUSTAINABLEFASHION

家庭から手放される衣服の量は年間約75万トン、
うち約50万トンがごみとして廃棄されています。

再資源化	5%	24,000t
焼却・埋め立て	95%	484,000t

可能・不燃ごみに出される
衣服の総量
508,000t


ごみに出された衣服が
再資源化される割合はたった5%ほど。
服を資源として再活用することが求められています。

環境省
Ministry of the Environment

お金もそうだけど、
環境負荷も相当だしね。

#SUSTAINABLEFASHION

家庭から手放される衣服のうち、
リユース・リサイクルされる割合は約34%
残りはごみとして処分されます。



リユース・リサイクル
もどんどん進めなきゃ。

もし残りの全ての衣服が回収され、
リサイクルを経て原材料に再供給された場合、
最大で年間約2,500万トンのCO²排出量が削減できます。
これは東京都における年間のCO²排出量の
約4割に相当します。

環境省
Ministry of the Environment

わかるわかる

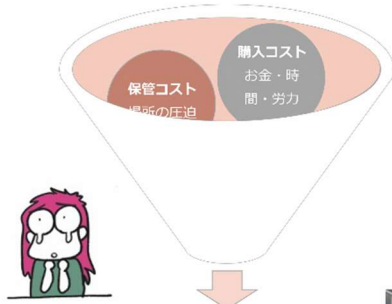
私も自治体のリサイクルに出したよ。 今のところ・・・

でも、ものすごい量で、処理が追いつかないから、結局は焼却処分みたい。

だから

不要な衣類を買わないのがとにかく大事だ
ってことが、痛いほど分かった。

衣服のロスを出さない！



活用できない服、不要なものを
買うと、全てが無駄に・・・

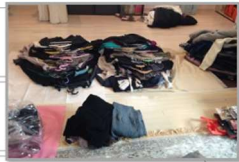


振り返ろう 衣服のオーガナイズ



買い物前に、オーガナイズ！ 以下を確保してとりかかろう！

1. 気力・体力
2. 時間 半日～1日
3. 場所 床、ベッドの上など



確実に成果を上げるには、
専門家に支援してもらう方法も！



衣服の買い物：計画しよう！

買い物の失敗による
資源の無駄からの卒業

- ・ 買う前によく考えることが、失敗を防ぐ最大のポイント！
- ・ 新しい洋服を買った嬉しさは、何日間続く？
 - ・ 買う楽しみよりも、計画する楽しさを
- ・ 3回くらい「こういうときに、この服に合わせて着られる〇〇が欲しい」と思った服を買い物リストに入れる。
- ・ ウィンドウショッピングやネット上などで、「欲しい」「いいな」と思った服は、購入候補リストに書き留めておく。
 - ・ スマホのメモ機能を活用。専用のアプリも。
- ・ 年間予算を立ててみよう。
 - ・ 1カ月あたり5,000円なら年間で60,000円、10年間で60万円を洋服に使うことになる。



予算の立て方

計画を考える時間は楽しい！

①これから1年間の方針
(例) 忙しいので、シフになりにくく、手入れしやすい服を増やす。コーディネートも簡単にできる、組み合わせが利く服を中心にする。

②予算 (例) 年額で 60,000 円 (ひと月あたり 5,000 円)

春・秋物		夏物		冬物	
合計	20,000 円	合計	18,000 円	合計	22,000 円
(内訳)		(内訳)		(内訳)	
グレーのカーディガン	8,000円	半袖Tシャツ2枚	5,000円	フリースジャケット	8,000円
黒ロングパンツ	9,000円	リネンスカート	7,000円	ベージュのセーター	5,000円
長袖カットソー	3,000円	サンダル	6,000円	ブーツ	9,000円

今後30回以上着ると思う服だけを買うお！



服選び ネットショップは難しい



- ・ 信頼できるブランド・メーカーに限定するのが賢明。
 - ・ サイズ感や品質が分かる、イメージが統一される
- ・ サイズの確認は慎重に！同じメーカーでも、流行によってサイズが違う。
- ・ サイズは数字で確認する。
 - ・ 自分のパンツの丈、袖丈、着丈、肩幅、欲しいスカートの長さなど、手持ちの服を測ってスマホにメモ！
- ・ イメージ違いも多い。着ないと思う服は手間と費用をかけてでも返品する。
 - ・ 返品可能な商品かどうか、確認しておく必要がある。
 - ・ 返品しなくてよいよう、真剣に選ぶ。

最大限に活用できる服だけを手に入れよう！



地球上の自然も、人々の幸せな暮らしも 守っていけるような消費行動

オーガナイズも予算も、できるようになるよ。

こういう勉強って
大事！



自分なりの方法で
取り組んでみて
くださいね！

Ⅲ 効果の検証

動画の効果を、有識者ヒアリング調査と視聴者へのアンケート調査の2つの方法を通じて検証した。実施方法および結果は以下のとおりである。

1. 有識者ヒアリング調査

消費者庁新未来創造戦略本部の職員および客員主任研究官、家庭科を専門とする有識者に公開前の動画の視聴を依頼し、電子メールにて感想や改善点について自由回答形式でコメントを得た。1)親しみやすく分かりやすい内容としている点、2)動画教材の構成、3)実演や写真など具体的な情報が掲載されている点への好意的なコメントが中心であった。具体的なコメントは以下のとおりである。

- 親近感の湧くアニメーションと、解説の構成が分かりやすく、面白かったです。
- 個人的には「続けられるしくみ」が印象に残りました！！また、冒頭に世界的な問題点をガツンと持ってくるのもいいなあと思いました。
- 片付けられない人の視点に立って解説してくださっているので、とても楽しく拝見しましたし、先生の実演も役立ちました。
- 服のたたみ方、分類の仕方は大変勉強になり、すぐに取り入れられそうだと思います。
- ビフォーアフターの写真を見て、「自宅の片づけ意欲」が刺激されました。
- 通販サイトをあさってストレス解消している私にはまさに重要な動画でした。
- とても作り方が上手で、興味深く見られます。ぜひ、学校の現場や市民講座などで活用したいですね。衣料問題のエンカル行動喚起は、身近なSDGsの問題でもありますから、大いに学びたいと思います。
- 素晴らしいです。大学の仕事は「教育・研究・普及」だと家政学原論で学んだことを思い出しました。アメリカの大学ではこのようなサイトを多く公開しています。

2. 視聴者へのアンケート調査

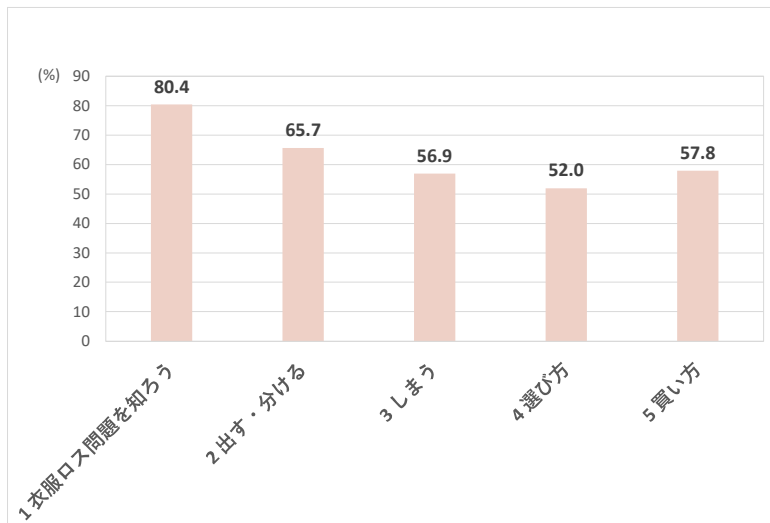
アンケート調査の方法は図表 3-1 のとおりである。回答者は 102 名であった。

図表 3-1 調査の概要

調査の種類	横断調査
調査対象	徳島県在住者を中心とした高校生以上の男女
標本抽出方法	スノーボールサンプリング
調査方法	インターネット法
調査時期	2021年12月7日から2022年1月24日
サンプルサイズ	有効回収数 102人

3. 動画に対する評価

1) 視聴した動画

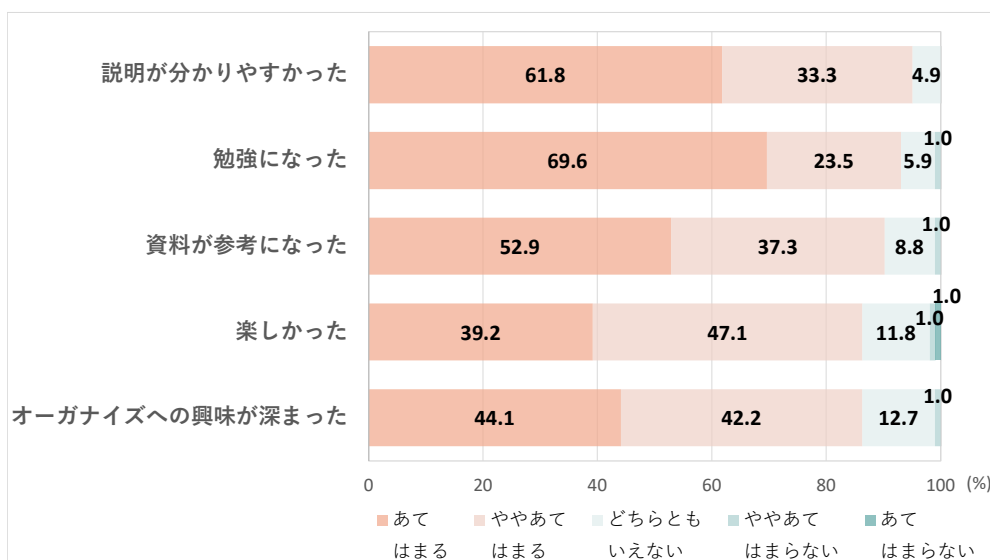


図表 3-2 視聴した動画

どの動画を視聴したかをたずねた(図表 3-2)。「1 衣服ロス問題を知ろう」が 80.4%と最も多く、次いで「2 出す・分ける」の 65.7%であった。

最初の動画、「衣服ロス問題を知ろう」の視聴が他よりも多く、「しまう」「選び方」など具体的知識の視聴が少なかったのは残念な点である。5 本を一度に公開したため、全てを観るには時間が掛かってしまう点がネックになったように思う。

2) 動画の内容に対する評価

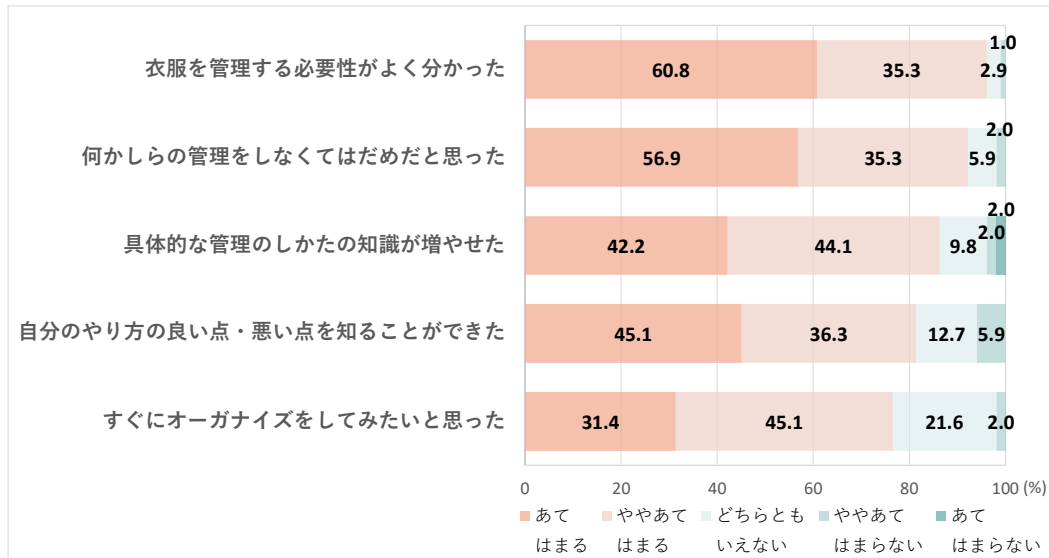


図表 3-3 動画の内容に対する評価

動画の内容についてたずねた(図表 3-3)。「説明が分かりやすかった」は「あてはまる」が 61.8%、「ややあてはまる」が 33.3%であった。「勉強になった」は「あてはまる」が 69.6%、「ややあてはまる」が 23.5%であった。

特に「勉強になった」という点で「あてはまる」が 7 割近くであったことは、多くの人にとって新しい知識を伝えられたと解釈できるだろう。

3) 衣服の管理に対する意識・知識の変化



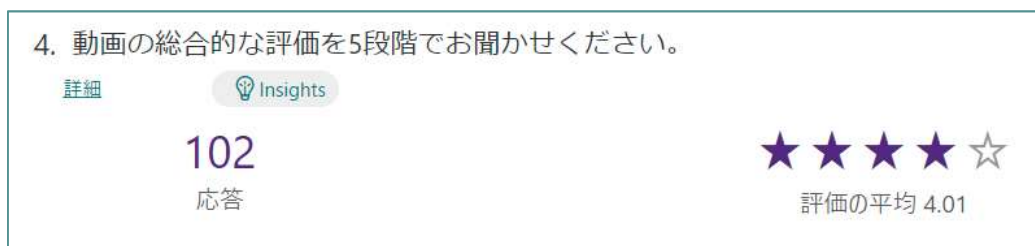
図表 3-4 衣服の管理に対する意識・知識の変化

衣服の管理における意識・知識変化についてたずねた(図表 3-4)。「衣服を管理する必要性がよく分かった」は「あてはまる」が 60.8%、「ややあてはまる」が 35.3%であり、合計すると 9 割を大きく上回った。「何かしらの管理をしなくてはだめだと思った」は「あてはまる」が 56.9%、「ややあてはまる」が 35.3%の合計も 9 割を超えた。

視聴された動画で最も多かったものが「衣服ロス問題を知ろう」であったこともあり、一連の動画全体では、具体的な知識のしかたよりも、衣服を管理する必要性を伝える点で効果が大きかったといえる。

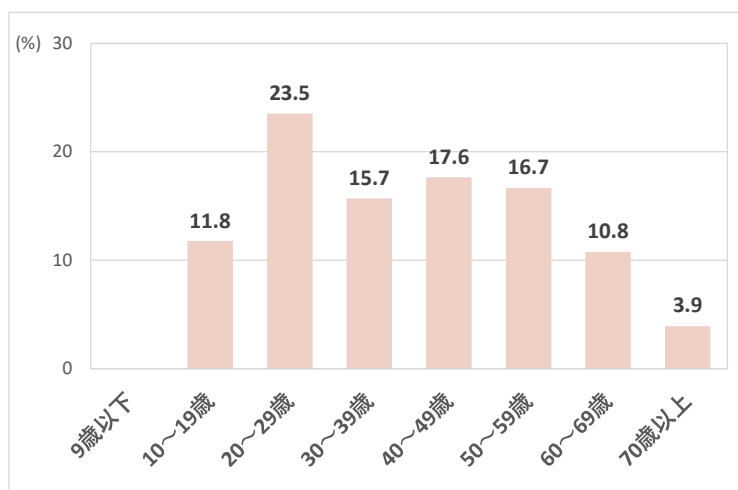
4) 動画に対する総合的な評価

動画の総合的な評価を星の数で 5 段階にてたずねた。評価の平均は、4.01 であった(図表 3-5)。



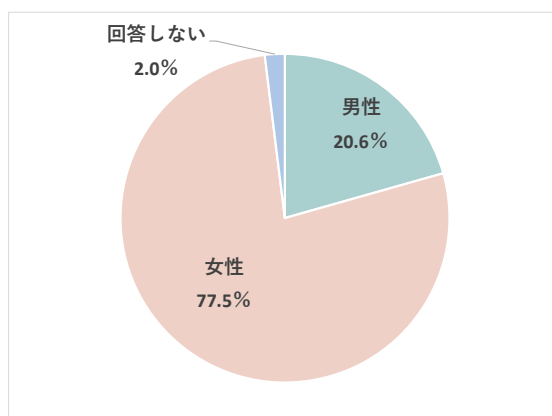
図表 3-5 動画の総合的な評価

4. 回答者の属性



図表 3-6 回答者の年齢分布

年齢についてたずねた(図表 3-6)。「20~29 歳」が 23.5%と最も多く、次いで「40~49 歳」が 17.6%、「50~59 歳」が 16.7%であった。学生に視聴とアンケート回答を呼び掛けたこともあり、20 歳代が最も多かったが、幅広い年代が視聴し、回答に応じていただけた。



図表 3-7 回答者の性別

性別についてたずねた(図表 3-7)。「女性」が 77.5%、「男性」が 20.6%であった。女性を想定した内容となったが、男性にも視聴いただけた。

5. 自由記述欄の分析

回答欄の最後に設けた自由記述欄(回答は任意)に記されたコメント、および自由回答記述より読み取れる評価から一般化できる内容をまとめる。

意識の高揚

衣服の管理の必要性認識し、ロスを減らせるような効果的な管理方法を実践しようという意識が高まったことを述べるコメントが多く見られた。特定の方法のみを推奨するのではなく、多くの方法を紹介し、視聴者の選択や自主性に委ねるスタンスが功を奏した様子が浮かび上がった。実際に記されたコメントは以下のとおりである。

- なるほどと納得する事柄がたくさんあった。眠っている服をどう活用しようかと考えている。新しく買う時に、もう一度考えてみることをしようと思った。(60代男性)
- 衣服ロスやエシカル・オーガナイズという言葉は初めて聞いたので驚いた。私は元々たくさんの服を買う訳ではないけれど、たまに衝動買いしてあまり着ていない服があったので気をつけたいと思った。服を畳むのが面倒だとか、ニット生地のはハンガーにかけると伸びそうだとか、すごく共感できることだったので、その不満を解消できる方法があるのは嬉しいと思った。実践してみようと思う。(10代女性)
- 服のトレンドを考えて使わなくなることが多いと考えてしまいがちですが、実際使っている洋服は長く使っているということがあります。計画を立てた服のオーガナイズ方法を考えながら買い物をしていきたいと思いました。(20代女性)
- 自身の持っている服について管理できていないものも多くあるので、今回学んだものを参考に整理(断捨離)を行いたいと思いました。ありがとうございました。(30代女性)
- 実生活に結び付く内容なので、これからの時代を生きる若い世代の人たちにもこの動画を見ることで、毎日着ている衣服についての視野を広げ、意識の変化を図るきっかけにできると思います。(40代女性)
- 安い服を買ってワンシーズンで捨てるスパイラルから脱出しようと思いました(50代男性)
- すぐに洋服を全部出してみたいと思いました。(50代女性)
- 無駄に衣類を買っている事に気づかされました！(40代女性)
- すぐに実践したいと思います。(30代女性)
- 断捨離の大切さがわかりました。(50代女性)
- 片付けが苦手なので、個人的に大変参考になりました！年末年始に実行してみたいと思います。(30代男性)
- 捨てる！という動画ではなく、無理なくエシカルをしようという動画だったため、実践してみようと思えた。(20代女性)
- 数の楽しさよりも、素敵な着こなしを楽しむために、まずはクローゼット整理をしていきたいです。(20代女性)
- とてもいいですね。啓発されてエシカルやろうと思います。でも毎日動画見ないと駄目かも。(60代女性)

環境問題への認識

衣服ロスが環境問題と深く結びついていることに対する気づきを記したコメントも目立った。統計的データや生産現場の写真を入れるなど、根拠とともに事実を伝えた点が効果的だったのではないだろうか。実際に記されたコメントは以下のとおりである。

- 衣服ロス問題が非常に参考になりました。動画の作成、お疲れさまでした。(60代男性)
- 安く洋服を購入することが、環境に与える影響があると、考えが及びませんでした。今後は環境に配慮できるように、洋服を計画的に購入したいと思います。(50代女性)
- 普段何気なく過ごしている部分に、色々問題を感じさせられるビデオであった。(60代男性)
- 衣服を作る過程で起きる環境問題を知れてよかった。(20代男性)

内容の有用性

説明の分かりやすさ、新しい知識を得られ勉強になる内容という点では好意的なコメントを多く得ることができた。こちらが狙いとして定め、留意して作成した点については高い評価が得られたと考えられる。今回、含めることができなかった廃棄やリメイクについて、今度の課題として取り組むことが重要といえる。実際に記されたコメントは以下のとおりである。

- 参考になりました。また他の動画も見たいと思います。(50代女性)
- たいへん楽しく拝見し、勉強になりました。どうもありがとうございます。(40代女性)
- 内容について勉強になる事ばかりでした。(2)(10代女性2人)
- 大変参考になりました！(2)(60代男性、50代女性)
- 詳しい資料や専門家の意見なども取り入れられていたので、具体的で分かりやすく、実践に結び付けやすい内容になっていたと思います。(40代女性)
- 「衣服ロス」という着眼点での取り組み、大変勉強になりました。ありがとうございました。(50代女性)
- 私自身の意識の変化としては、すでに実践していることでもあったので大きな変化はなかったのですが、改めてエシカル・オーガナイズについて楽しく学ぶことができ、認識を深めることができた実感しています。(40代女性)
- 説明がとてもわかりやすい動画でした。(40代男性)
- 短くまとめられていて、とてもわかりやすい動画でした。ありがとうございました。(20代女性)
- 全体を通して、非常に参考になり、わかりやすく、視聴して良かったです。(30代女性)
- 内容は面白かったです(50代女性)
- もともとほとんど服を買わない、持っていないので私にはあまり参考にはなりませんでしたが、若い人や女性には参考になると思います。(40代男性)
- たたみ方は参考になった。いい動画でした。(60代男性)
- 服を処分する際の環境に配慮した方法やリメイクについても紹介があると良いと思いました。(40代男性)

今後の教材活用

今後の教材活用のためのアイデアを記したコメントも見られた。動画を公開するのみならず、学校の授業や公共施設での視聴を可能とする、配布しやすいよう印刷可能な資料を用意するなど、より活用させるための具体的な案を寄せていただいた。今後の普及啓発に活かすことが重要である。実際に記された活用のアイデアは以下のとおりである。

- 学校教材としての使い方の提案もあると良いかと思いました。(40代女性)
- 温暖化、貧富の格差、リサイクルの観点から、この動画を積極的にアピールすべき。例えば、公立図書館とコラボして、関連書籍の書架に本動画のQRコードを掲示し、関連書籍とのハイブリット方式で利用者に対して啓蒙すると良いと思います。また、ここ昨今のギガスクール構想でタブレット端末が配布されている機会に、この動画を学校教育の現場で活用すべきと思いました。(50代男性)
- スライドの資料をPDFなどで配布していただくと、あとから見返して実生活に活用しやすくなると感じました。(10代女性)
- 授業の中にも、このような視点を取り入れていくことで、より自分ごととして考え、実践に結び付けることができるのではないかと思います。(40代女性)

技術的内容

ナレーションのテンポや聞き取りやすさなどで、厳しいコメントがいくつか見られた。親しみやすさを心掛けたものの、淡々とした説明でよかったのかも知れない。また高性能のマイクの使用など、細かな点でも気配りをして技術的にも高い動画を作成しないと、多くの視聴者に受け入れられないと感じさせられた。具体的なコメントは以下のとおりである。

- 動画の順序など工夫されていると思いました(50代女性)
- 動画のスライド1つ1つがとても見やすかったです。(10代女性)
- 動画を見るのにかかる時間を表示したら良い(60代男性)
- 動画の長さが丁度よく、視聴者個々のニーズに応じて見られるのがよいと思いました。可愛い喋り方で説明をされている箇所がありましたが、この点については、好みがわかるかもしれません(50代女性)
- 声や喋り方で無理をしてキャラクターをわけるより、字幕の色をキャラごとに変えた方がどちらが喋っているのかわかりやすいのではないかと思います。(10代女性)
- コメントの喋り方が耳ざわり。もう少しテンポ良く話せば良いと思う(3)(20代女性、30代女性、70代女性)
- 会話の部分がマイクを通した音ではないので、雑音が少し気になりました。(30代女性)
- ナレーションがやや聞き取りにくい方がいました。その方の個性だとも思うので、難しいですが…(40代女性)

その他

その他、衣服の購入、管理、収納、片付けについて記されたコメントは以下のとおりである。今回の動画視聴や調査への回答が衣服の管理について改めて考える契機となったことがうかがえよう。

- 季節ごとに新しく欲しくなってしまう服ですが、選ぶ時は「長く着たいか」どうかを大切にしたいです。また、服のリメイクもしてみたいと思います。今は、エコバッグが買い物時の必需品なので、着ない服をエコバッグにしたいです。(20代女性)
- 歳を重ねて、服選びは自分に似合って嬉しい気持ちか決めてるので、それぞれの服にベスト、タイツなど加えて雰囲気変えて着ます。全体をイメージできています。新しく買いません。着ない服はリサイクルに出します。ありがとう～(70歳以上女性)

- いつも思うのですが、結局片付けるためには、棚のような道具を新しく買わなければいけないのか？あるもので活用するには他の人の視点があるのかを悩んでしまいます。(60代女性)
- 衣服に限らず、整理整頓の生活習慣を親が見せていること、ゴミ屋敷になったり、買い物依存など、鬱や自律神経の乱れなど精神状態がよくなければできないなど、単にハウツーだけでは解決できない問題もあると思います。(40代女性)
- ショップたたみは少し手間がかかるため、面倒くさがるの自分にはちょっと敷居が高いかなと思いました。(30代女性)

IV 今後の普及啓発に向けて

本事業では整理収納の専門家と消費者教育、生活経営学の専門的知見より「行動変容ステージモデル」をベースとした構成で動画教材を作成した。視聴者の反応により効果を検証し、効果的な動画教材のあり方に関する知見を一般化するとともに、今後の普及啓発に向けた課題を述べる。

動画のコンセプト

クローゼット収納等を扱っている視聴回数が多い動画の収集を行い、内容を分析し問題点の洗い出しを行ったうえで、本事業で作成する動画教材では、以下の3点を重視することにした。

- 1)日常生活で無理なく実施できる方法を扱う
- 2)特定の方法にこだわるのではなく自分自身で快適な方法を考え創り上げる楽しさや大切さを伝える
- 3)収納方法は、具体的に分かるよう動画で実演や実例を収録して解説する

「非常に勉強になった」というコメントの多さからも、これらのコンセプトをふまえた動画が受け手の自身の生活に役立つ内容になっていたことがうかがえた。ロールケーキ畳み、ショップ畳み、前開き衣類の畳み方の実演動画や、棚収納の紹介など主流以外の収納方法があることを写真で示したことも、「分かりやすかった」「勉強になった」という評価につながったと考えられる。エシカルな消費のために「こうしなければいけない」という価値観の押し付けではなく、「情報を知ってもらった上で、どうすればいいかひとりひとりが自発的に考える」というスタンスをとったことも、多くの人に内容を受け入れ、理解してもらうために重要であることがうかがえた。

環境問題や社会問題は、自分の生活とはかけ離れた世界のもののように受け取られたり、衣服ロス削減に取り組むには高額のエシカルブランド製品を買わなければいけないというイメージが先行していたりする面がある。身近な暮らしを整える事がエシカルな行動につながるという今回の動画のメッセージは、動画を見た人に「自分にもできる事がある」という勇気とやる気を起こすことに効果があったのではないだろうか。多くの自由回答コメントを通じ、衣服ロス問題を知ってもらうことの重要性、そして誰もが出来る衣服の片付けから行動を起こし、意識を変えてゆくということが可能であることを感じさせられた。

動画の構成

「意識高揚:ファストファッションの問題点」、「現状把握:手持ち衣服の把握(出す・分ける)」、「具体的知識:クローゼット収納(しまう)」、「無駄の出ない選択(えらぶ)」、「計画・予算(買い方)」の5構成としたことは、多くの視聴者に問題を知ってもらう上で効果があったといえよう。最初の世界の環境・人権問題を扱った動画での意識変化をきっかけとし、続いて個人レベルで日常生活に実践でき、自分事として行動、習慣化できることを示す動画構成を評価するコメントも多く得られた。昨年度の調査研究でも、無関心期から関心期への意識変化が0から1への変化であり、行動変容を導く上で重要な点であることが見いだされている。

衣料品ロスや環境問題は一個人にはどうしようもないスケールの大きなことに捉えられがちであるものの、環境や人権の問題を扱わず、意識変化が無いまま方法論や準備だけ伝えても、持続可能な消費の実践が一過性のものや流行のものとなってしまう、消費者の行動を本質的に変えることは難しいだろう。環境省の資

料やラナプラザ崩落事故の写真など入れ、具体的に問題が伝わるようにすることは、多くの理解を得ることにつながったのではないだろうか。

ただし、動画教材では「無駄の出ない選択(えらぶ)」の視聴数が少なかった点で課題が残った。骨格診断やカラー診断の紹介、バリエーションを抑え定番を作ることなどを強調する内容であり、動画の尺も短いのだが、概要を事前に効果的に伝えることができなかったと考えられる。サムネイル画像でイメージを伝える、キーワードや概要を短い文章で示しておくなど、事前に内容が想像できるような工夫が必要だったといえる。

なお、今回は一度に5本の動画を公開したが、1週間程度の時間を置くなどして、1本ずつ公開したほうが、観る人は時間を確保しやすいこともうかがわれた。またナレーションのテンポや音質など、技術的な面にも気を配ることが、多くの人に受け入れられる動画とする上で重要な点であることを認識させられた。

今後の普及啓発活動に向けて

昨年度に実施した、対象者にライフオーガナイズを実際に経験してもらうアクション・リサーチという手法での調査研究は、わずか3ケースではあるものの、消費行動の変化という点では大きな効果を持つことを感じさせられるものであった。昨年度の成果をふまえ、今年度は自分が保有する物の管理方法、購買行動の癖などを客観的に見つめ直す機会を、マンツーマン指導以外の方法で作り出すという方針で動画を作成し、公開することができた。動画による働きかけも、意識を高め、具体的な知識を伝える上で一定の効果があることを調査により明らかにしてゆくことができたといえる。

今後の普及啓発活動に向けた課題としては、動画を視聴してもらえるような機会を積極的に作ることが挙げられる。動画はアンケート調査終了後も公開中であり、視聴数は少しずつ増えてはいるものの、爆発的に増えるような状況ではない。調査の自由記述欄にも記されていたように、学校教育で扱うことで、特に若い世代に見てもらえるようにしてゆくことが重要であろう。10代の視聴者からの感想は、いずれも「勉強になることばかりであった」というものであったことも考えると、自身の消費行動が未確立の段階で衣服ロスをはじめとする大量消費にまつわる問題や、物と空間の管理のための具体的知識を得ることが、エシカルな消費行動に導く上で効果が大きいといえよう。

今回の動画を活用することで、“片付けをすることで自分の持ち物を把握して重複買いを防ぐ”、また“捨てるモノにもきちんと意識を向ける事で自分が陥りがちな「買い物の癖」や「失敗のパターン」をつかむ事が出来る大切さ”を伝え、様々な場で具体的に実践できるエシカルな行動を多くの人に取り入れてもらえるようにすることが必要である。知識や掛け声で終わりではなく、生活での実践に確かにつながり、持続可能な暮らしが持続するような具体性を持った働きかけを、“Think Globally, Act Locally”を合言葉に、継続して実施してゆくことが重要である。

【参考文献】

- 1 坂本有芳『衣料品ロス削減を目的とした消費者教育に関する研究調査研究報告書』令和2年度とくしま政策研究センター委託調査研究報告書, 2021年

【用語説明】

ライフオーガナイズ:アメリカ発のお片付け術。思考の整理を重視し、一人一人それぞれに合う収納方法や、改善すべきポイントをヒアリングにより導き出す「コンサルティング支援型」片付けサービスのこと。「こうすべき」という方法論を押し付けることなく、本人の自発的な「気付き」を促し行動に変化をもたらすようサポートするのが特徴。

一軍:ライフオーガナイズの基本的分類法として、※全出したものを「四つに分ける」という方法があるが、そのうちの「一番よく使うモノ」「一番好きなモノ」にあたるカテゴリーのことをここでは総称して「一軍」と表現している。

二軍:上記の「一軍」同様、四分類のうちの一つのカテゴリー。「たまに使うこともある。」「好んで使いたいわけではないが、何らかの理由で捨てられないから努力して使うつもり」等に当てはまるモノを指す。自分以外の価値観で選ばれたもの(いただきもの)や、買ったものの失敗したと感じているものなどがここに当てはまりやすい。四分類のカテゴリーの中では、そのほかに「他の場所に移動」「廃棄」等がある。

全出し:ライフオーガナイズの基本的作業の一番初めのステップ。収納スペースの中のものを、ひとつ残らず全て出し切ること。

ゴールデンゾーン:腰から肩の高さまでの、立位の状態で楽に物を出し入れできる範囲のこと。使用頻度の高いものをこの範囲に収めることが片付けの基本となる。