

R 5 年度 生物多様性保全に関する就活生意識等調査について

(1)：大学生・大学院生の就活意識調査

(2)：体験の有無による生物多様性関連行動の実践度合いの違い調査

2024年3月

環境省 生物多様性主流化室

(調査実施者：株式会社サイバー創研、株式会社電力シェアリング)

調査の目的

○調査1：大学生・大学院生の就活意識

大学生・大学院生を対象とし、企業ウェブサイトを題材に、就職先の選定において環境や生物多様性保全がどの程度“効く”かを調査するもの。

○調査2：体験の有無による生物多様性関係の行動の実践度合いの違い

大学生・大学院生を対象とし、いきものアプリ（環境省がイベントでコラボしているバイオームを想定）の利用経験の有無や新宿御苑や代々木公園などでの環境イベントの直近1年以内の参加の有無などの違いで、環境配慮行動の実践度合いの違いが生まれるか、等を調査するもの。その他、こどものときの原体験（海や川で遊んだことがある）や、現在の趣味としてキャンプをしていることなどでも違いが生じるか、比較。

実施方法(1/10)

■実施方法

属性として以下①～⑦の質問を含め、大学生・大学院生の学生モニタ3,000名から回答を回収する。

割付		群1	群2	合計
男性	20-29歳	796	796	1592
女性	20-29歳	704	704	1408
合計		1,500	1,500	3,000

- ① 大学生・大学院生の学生モニタ（就職をしたことがない人に限定、高校生、短大、高専は除外）
- ② 出身都道府県（これまでで一番長く住んだ都道府県）
- ③ 住まいの都道府県
- ④ 所属学部（選択肢プラス自由記入）
- ⑤ 今気になっている・受けてみたいと思う業界・職種
- ⑥ 入社する企業に求めること（上位3つ。企業・役所の就活サイトの見せ方に関する調査があるので、大学・研究機関に進む学生は除外したほうが良いのかもしれないが、今回は除外しない）
- ⑦ 就職活動を始めているか（採用プロセスに実際にエントリーしたことがあるのみならず、インターンや就職説明会への参加も含む）

実施方法(2/10)

○調査1：大学生・大学院生の就活意識（設問：1/4）

あなたが志望する業種で事業の内容や規模、待遇などに違いのない2つの企業「A社」と「B社」があるとします。それぞれの企業のウェブサイトのトップページが以下のようにになっている場合、就職先としてどちらにより魅力を感じますか。



(A) 事業紹介をTOPページに掲げている企業



(B) 環境に配慮した取り組みをTOPページに掲げている企業

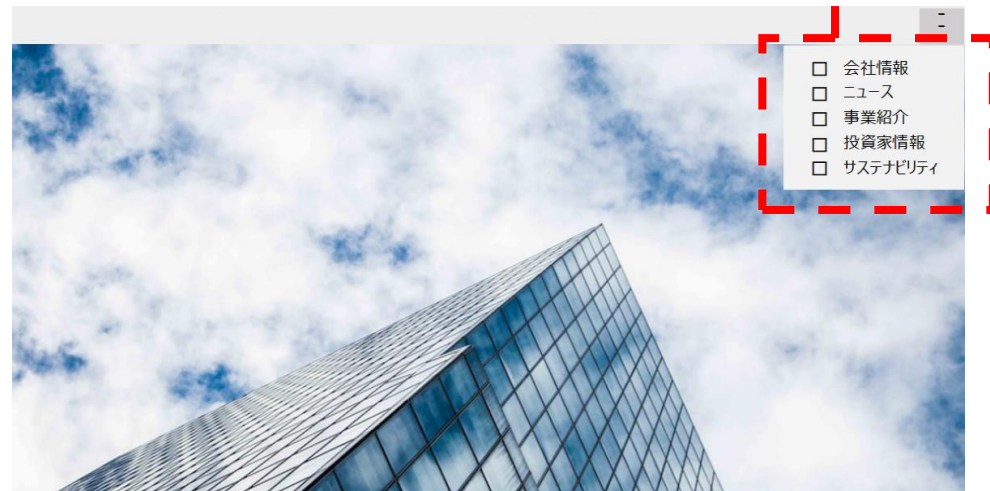
実施方法(3/10)

○調査 1：大学生・大学院生の就活意識（設問：2/4）

以下のような企業サイトがあったときに、あなたは就職先としてこの企業に魅力を感じますか。

表示パターンP1～P5（「サステナビリティ」の出現位置を変えた5パターンを、600人ずつにランダムに表示）

P1		P2		P3		P4		P5	
<input type="checkbox"/> 会社情報		<input type="checkbox"/> 会社情報		<input type="checkbox"/> 会社情報		<input type="checkbox"/> 会社情報		<input type="checkbox"/> サステナビリティ	
<input type="checkbox"/> ニュース		<input type="checkbox"/> ニュース		<input type="checkbox"/> ニュース		<input type="checkbox"/> サステナビリティ		<input type="checkbox"/> 会社情報	
<input type="checkbox"/> 事業紹介		<input type="checkbox"/> 事業紹介		<input type="checkbox"/> サステナビリティ		<input type="checkbox"/> ニュース		<input type="checkbox"/> ニュース	
<input type="checkbox"/> 投資家情報		<input type="checkbox"/> サステナビリティ		<input type="checkbox"/> 事業紹介		<input type="checkbox"/> 事業紹介		<input type="checkbox"/> 事業紹介	
<input type="checkbox"/> サステナビリティ		<input type="checkbox"/> 投資家情報		<input type="checkbox"/> 投資家情報		<input type="checkbox"/> 投資家情報		<input type="checkbox"/> 投資家情報	



- 1 とても魅力を感じる
- 2 やや魅力を感じる
- 3 あまり魅力を感じない
- 4 まったく魅力を感じない

○調査 1：大学生・大学院生の就活意識（設問：3/4）

以下のように、「生物多様性保全の取り組み」をしている企業があります。このような取り組みをしている企業に対して、あなたは、就職先として魅力を感じますか。

■群 1 に表示



- | | | |
|-----------------------|---|-------------|
| <input type="radio"/> | 1 | とても魅力を感じる |
| <input type="radio"/> | 2 | やや魅力を感じる |
| <input type="radio"/> | 3 | あまり魅力を感じない |
| <input type="radio"/> | 4 | まったく魅力を感じない |

生物多様性保全の取り組みをしている企業企業サイト

○調査1：大学生・大学院生の就活意識（設問：4/4）

以下のように、「環境に配慮した取り組み」をしている企業があります。このような取り組みをしている企業に対して、あなたは、就職先として魅力を感じますか。

■群2に表示

環境配慮への取り組み
全社を挙げて活動に取り組んでいます

環境配慮への取り組み

「地球温暖化対策・環境の豊かさ」に配慮した活動

地球温暖化が年々進行する中、夏の時期の節電に貢献するグリーンカーテンを行っています。社員の発案により2021年より全国4拠点で開始し、毎年継続して活動を行っています。

7 エネルギー効率を向上させること
13 気候変動に具体的な対策を
15 海の豊かさを守ろう

「環境に配慮した用紙」の使用

無給紙し冊子の印刷において環境に配慮した「FSC®認証用紙」を取り扱っています。当社製造工場においても加工・流通の工程にてFSC®認証（CoC認証）を取得しており、条件を満たす印刷物にはFSCロゴマークを付けることが可能です。消費者はFSCが入った製品を購入することで世界の森林保全を支援できる仕組みとなっています。

12 つくる責任
つかう責任
13 気候変動に具体的な対策を
15 海の豊かさを守ろう

FSC
www.fsc.org
責任ある森林管理のマーク
FSC® C020174

-
-
-
-

- 1 とても魅力を感じる
- 2 やや魅力を感じる
- 3 あまり魅力を感じない
- 4 まったく魅力を感じない

環境に配慮した取り組みをしている企業企業サイト

○調査2：体験の有無による生物多様性関係の行動の実践度合いの違い

(設問：1/6)

あなたは「Biome (バイオーム) -いきものAI図鑑」というアプリを使用したこと
がありますか。



- 1 はい
- 2 いいえ

○調査第2：体験の有無による生物多様性関係の行動の実践度合いの違い

(設問：2/6)

あなたは、新宿御苑や代々木公園、展示場などで開催されるような環境イベントに、1年以内で参加したことがありますか。

- ・GTFグリーンチャレンジデー、アプリイベント「母と子の森の冬のいきものたち」、新宿御苑アートギャラリー『福島、その先の環境へ。』展、など @新宿御苑
- ・エコライフ・フェア、アースデイ東京、オーシャンフェスティバル、など @代々木公園



1

はい

2

いいえ

○調査2：体験の有無による生物多様性関係の行動の実践度合いの違い (設問：3-4/6)

あなたが小さいときから中学生になる前までによく遊んでいた場所はどこですか。
あてはまるものをお答えください。(複数回答可)

- | | | | | | |
|-----------------------|---|------------|-----------------------|---|------------|
| <input type="radio"/> | 1 | 海、川、池などの水辺 | <input type="radio"/> | 5 | 学校の校庭 |
| <input type="radio"/> | 2 | 山、森、雑木林 | <input type="radio"/> | 6 | 田畑 |
| <input type="radio"/> | 3 | 公園、自然公園 | <input type="radio"/> | 7 | どれもあてはまらない |
| <input type="radio"/> | 4 | 空き地 | | | |

あなたの一番好きなアウトドアの趣味はなんですか。(複数回答可)

- | | | | | | |
|-----------------------|---|-------------|-----------------------|----|------------------|
| <input type="radio"/> | 1 | ランニング | <input type="radio"/> | 8 | サーフィン、スキューバダイビング |
| <input type="radio"/> | 2 | サイクリング | <input type="radio"/> | 9 | スノボ、スキー |
| <input type="radio"/> | 3 | ドライブ | <input type="radio"/> | 10 | 登山、ハイキング |
| <input type="radio"/> | 4 | 釣り | <input type="radio"/> | 11 | 海水浴 |
| <input type="radio"/> | 5 | 旅行 | <input type="radio"/> | 12 | 天体観測 |
| <input type="radio"/> | 6 | 温泉巡り、食べ歩き | <input type="radio"/> | 13 | その他() |
| <input type="radio"/> | 7 | キャンプ、グランピング | <input type="radio"/> | 14 | アウトドアの趣味がない |

○調査 2：体験の有無による生物多様性関係の行動の実践度合いの違い

(設問：5/6)

あなたの普段の行動についてお聞きします。
この1ヶ月の間に実施したことがありますか。(お答えはそれぞれ1つ)


		 回答方向	はい	いいえ
		↓表側はブロックランダム表示 (ブロック内もランダム表示)		
Q17_1	たべよう	旬の野菜や果物を食べた	○1	○2
Q17_2		地元産の旬の野菜や果物を食べた	○1	○2
Q17_3		オーガニックの野菜や果物を食べた	○1	○2
Q17_4		豆類、穀物、海藻、きのこ類を食べた	○1	○2
Q17_5		牛肉、ラム肉、山羊肉ではなく、植物性タンパク質、鶏肉を食べた	○1	○2
Q17_6	ふれよう	水族館を訪ね、生きものにふれた	○1	○2
Q17_7		動物園を訪ね、生きものにふれた	○1	○2
Q17_8		植物園を訪ね、自然にふれた	○1	○2
Q17_9		山、海、川へ行き、自然や生きものにふれた	○1	○2
Q17_10		ペットと暮らし始めた	○1	○2
Q17_11	つたえよう	自然の風景や生き物の写真を撮って家族や友人に伝えた	○1	○2
Q17_12		自然の風景や生き物の絵を描いて家族や友人に伝えた	○1	○2
Q17_13		旅行や出先で感じた自然の素晴らしさをSNSに投稿した	○1	○2
Q17_14	まもろう	お住まいの地域の河川や湖や海などの保全を目的とする環境団体に参加した	○1	○2
Q17_15		使い捨ての皿、サララップ、ジップロック等をやめて、何度でも使えるものを揃えた	○1	○2
Q17_16		海岸や河川敷での清掃活動に参加した	○1	○2
Q17_17		電気の使用量を減らした	○1	○2
Q17_18		自動車や飛行機での移動を控えた	○1	○2
Q17_19	えらぼう	エコマークが付いた環境に優しい商品を選び購入した	○1	○2
Q17_20		プラスチックフリーな商品を選び購入した	○1	○2
Q17_21		動物実験を行わずにつくられた商品を選び購入した	○1	○2
Q17_22		再利用できる商品を選び購入した	○1	○2
Q17_23		オーガニック商品を選び購入した	○1	○2

実施方法(10/10)

○調査 2：体験の有無による生物多様性関係の行動の実践度合いの違い

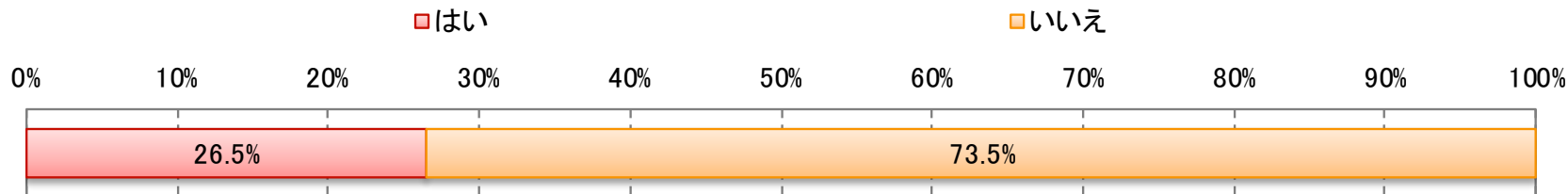
(設問：6/6)

あなたの普段の省エネ/CO2削減行動についてお聞きします。あてはまるものをお選びください。(お答えはそれぞれ1つ)

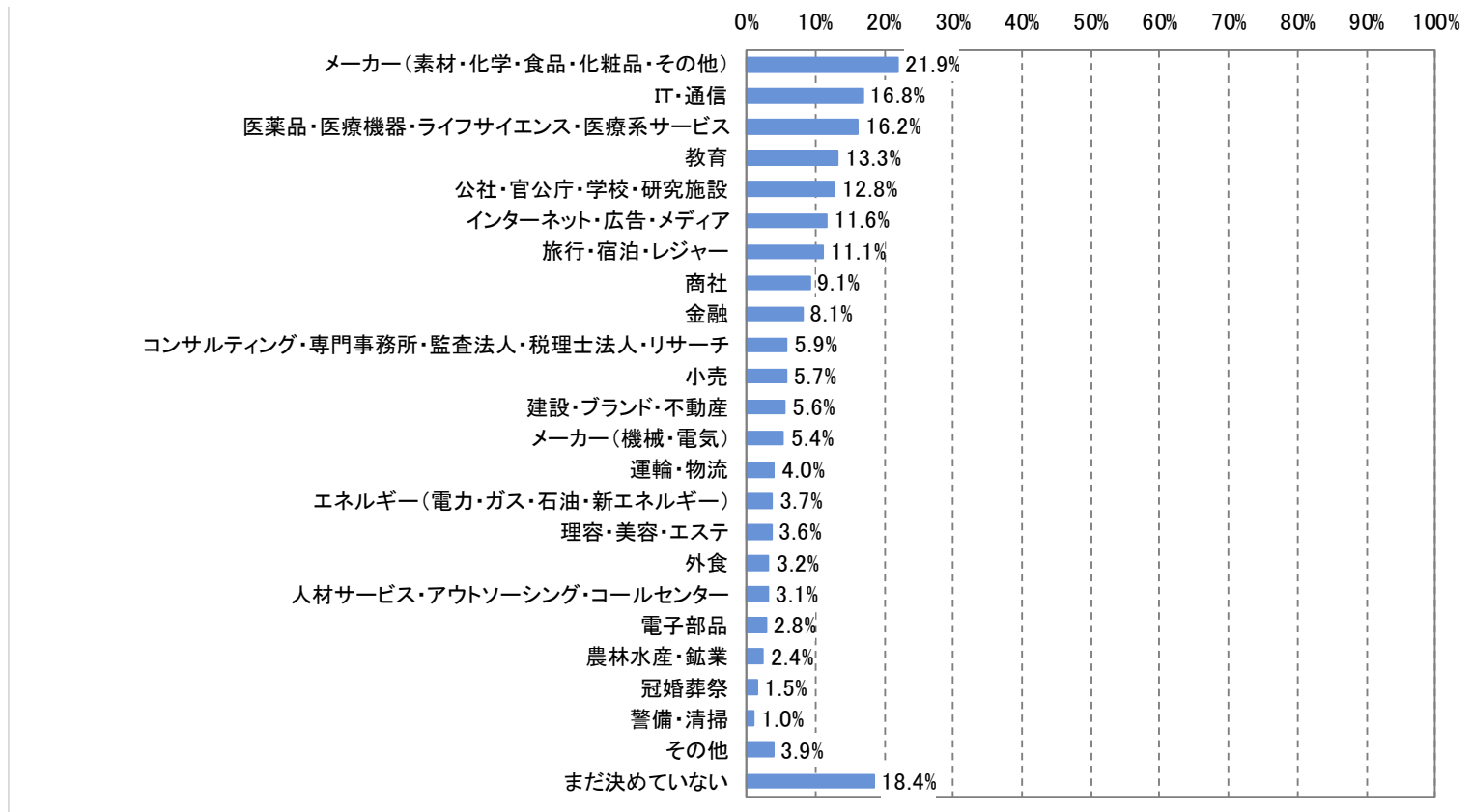
 ↓表側はブロックランダム表示 (ブロック内もランダム表示)			い つ も し て い る	と き ど き し て い る	あ ま り し な い (し た こ と は あ る)	ま っ た く し て い な い (し た こ と が な い)
Q18_1_1	エネルギーの節約	クールビズ・ウォームビズ (気候に合わせた快適で機能的な服装) を行う	○1	○2	○3	○4
Q18_1_2		テレビを見ていないときは消す	○1	○2	○3	○4
Q18_1_3		使っていない場所の照明を消す	○1	○2	○3	○4
Q18_1_4		地域の公共施設等の利用でクールシェア/ウォームシェアする	○1	○2	○3	○4
Q18_1_5		宅配ボックスや置き配、日時指定の活用などで宅配便を1回で受け取る	○1	○2	○3	○4
Q18_1_6	移動	自動車等の利用を控え、公共交通機関・徒歩・自転車で移動する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_7		カーシェアリングサービスを利用する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_8		ゼロカーボン・ドライブやゼロカーボン・ツアーに参加する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_9	食事	食べ残さずに食べる	○1	○2	○3	○4
Q18_1_10		旬の食材・地元の食材を購入する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_11	衣類	リサイクルショップや衣料品店で衣類の回収に協力する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_12	ごみ削減	レジ袋をもらわずにマイバッグを利用する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_13		マイボトル、マイ箸、マイストローなどを利用する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_14		ごみをしっかり分別し、使用済み容器包装の回収へ協力する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_15	買い物・投資	より簡易な包装の商品、詰め替え製品、環境配慮のマークが付いた商品、カーボンオフセット・カーボンクレジット	○1	○2	○3	○4
Q18_1_16		地域の脱炭素・低炭素への取組みをクラウドファンディング等で支援する	○1	○2	○3	○4
Q18_1_17	環境活動	植林やごみ拾いなど地域の環境の活動に参加する	○1	○2	○3	○4

回答者属性(抜粋)

● あなたは現在、就職活動をしていますか

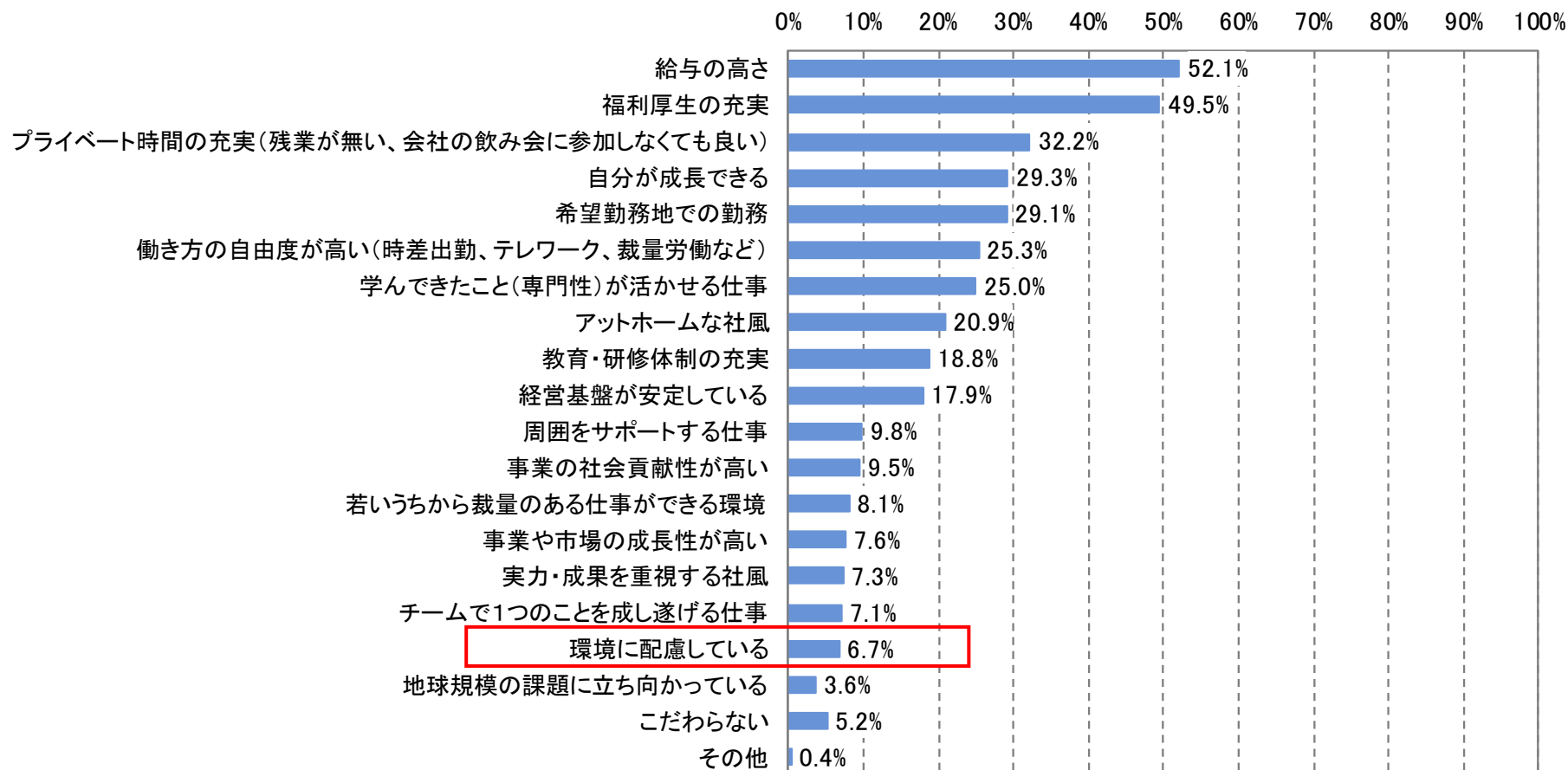


● 今気になっている・受けてみたいと思う業界 (MA)



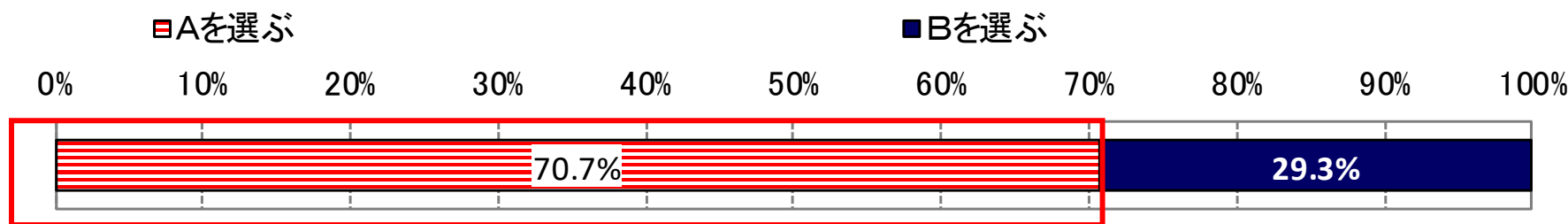
大学生・大学院生の就活意識(0/5, 属性調査の一環)

●入社する企業に求めることは何ですか（上位5つまで）



大学生・大学院生の就活意識(1/5)

- **事業紹介**をTOPページに掲げている企業と、**環境に配慮した取り組み**をTOPページに掲げている企業とで、「**就職先としてどちらにより魅力を感じるか**」を聞いたところ、**約7割が、事業紹介**をTOPページに掲げている企業を選んだ。
- この傾向は、性別、年齢等によってほぼ変わらなかった。
- あなたが志望する業種で事業の内容や規模、待遇などに違いのない2つの企業「A社」と「B社」があるとします。それぞれの企業のウェブサイトのトップページが以下のようにになっている場合、就職先としてどちらにより魅力を感じますか



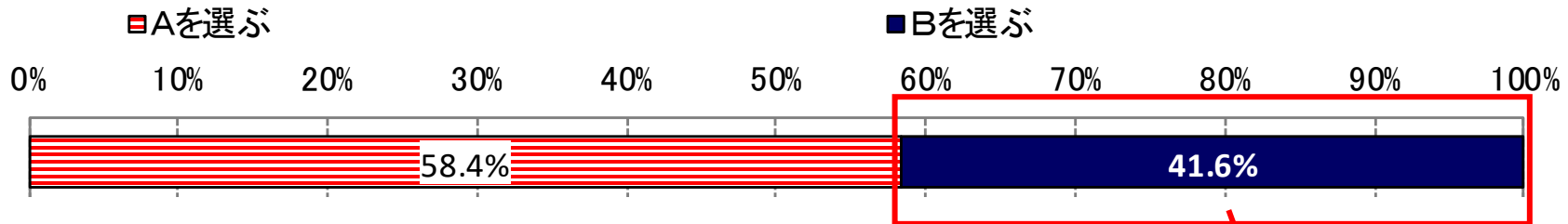
(A) 事業紹介をTOPページに掲げている企業



(B) 環境に配慮した取り組みをTOPページに掲げている企業

大学生・大学院生の就活意識(2/5)①

- 入社する企業に求めることが「環境に配慮している」である者のみに限定して、事業紹介をTOPページに掲げている企業と環境に配慮した取り組みをTOPページに掲げている企業とで「就職先としてどちらにより魅力を感じるか」をみると、約4割が、環境に配慮した取り組みをTOPページに掲げている企業を選んでいた。(cf.全体では約3割)
- あなたが、志望する業種で事業の内容や規模、待遇などに違いのない2つの企業「A社」「B社」があるとします。それぞれの企業のウェブサイトのトップページが以下のようにになっている場合、就職先としてどちらにより魅力を感じますか。



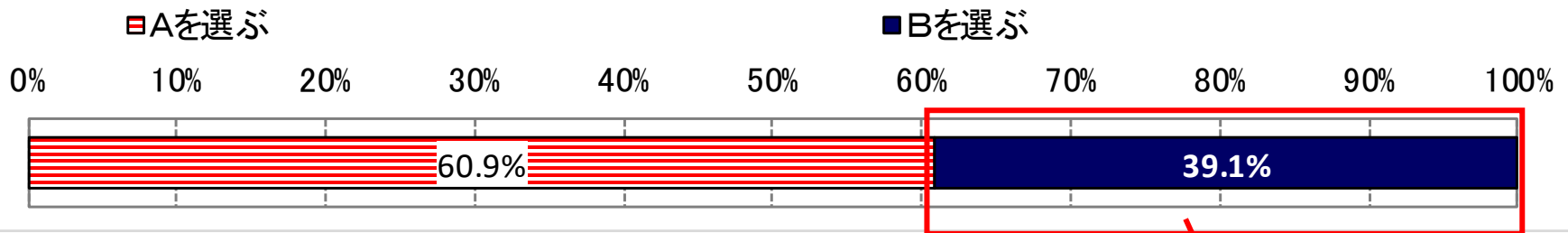
(A) 事業紹介をTOPページに掲げている企業



(B) 環境に配慮した取り組みをTOPページに掲げている企業

大学生・大学院生の就活意識(2/5)②

- 入社する企業に求めることが「地球規模の課題に立ち向かっている」である者のみに限定して、**事業紹介**をTOPページに掲げている企業と**環境に配慮した取り組み**をTOPページに掲げている企業とで「**就職先としてどちらにより魅力を感じるか**」をみると、**約4割**が、**環境に配慮した取り組み**をTOPページに掲げている企業を選んでいた。(cf.全体では約3割)
- あなたが、志望する業種で事業の内容や規模、待遇などに違いのない2つの企業「A社」「B社」があるとします。それぞれの企業のウェブサイトのトップページが以下のようにになっている場合、就職先としてどちらにより魅力を感じますか。



(A) 事業紹介をTOPページに掲げている企業



(B) 環境に配慮した取り組みをTOPページに掲げている企業

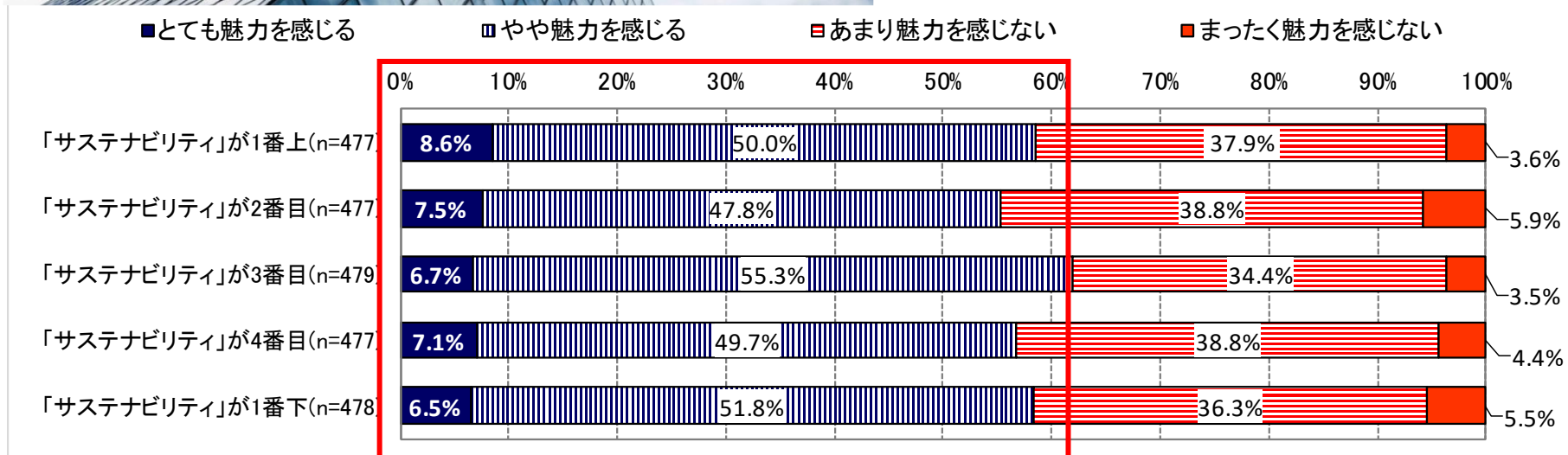
大学生・大学院生の就活意識(3/5)

- 企業サイトで情報の表示順を変えた場合に、「就職先として魅力を感じるか」を聞いたところ、表示順により魅力度に差はみられなかった。
- この傾向は、性別、年齢等によってほぼ変わらなかった。

● 以下のような企業サイトがあったときに、あなたは就職先としてこの企業に魅力を感じますか。

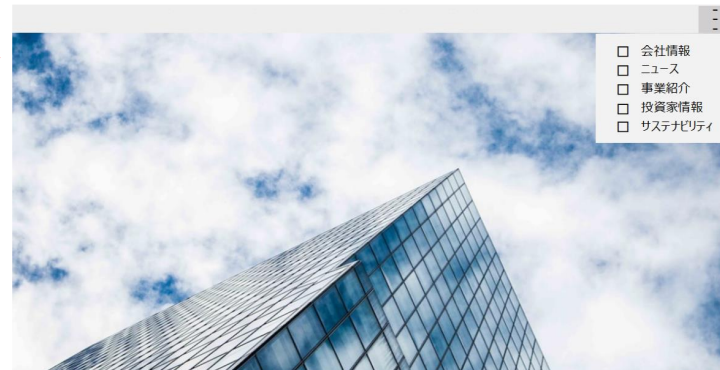


これらの表示順を変えて魅力度を調査



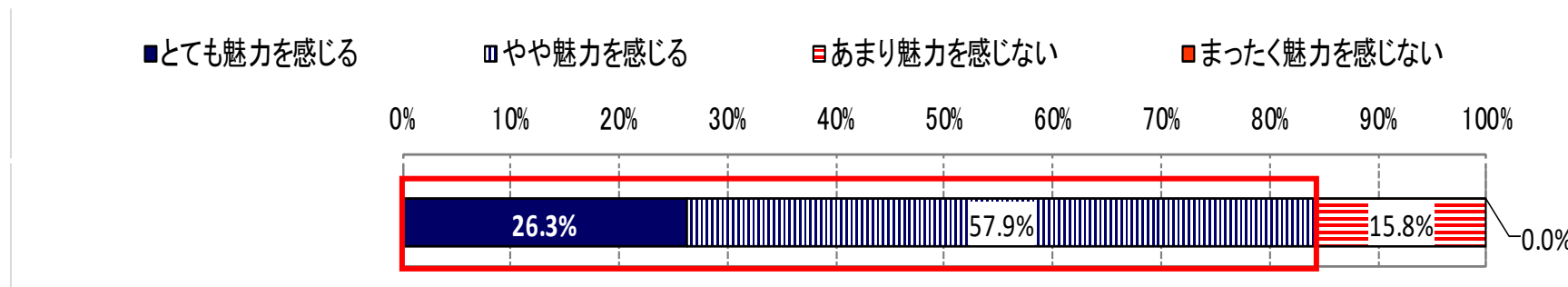
大学生・大学院生の就活意識(4/5)

■ バイオーム使用者のみ、あるいは、環境イベント参加者のみに限定して、この企業サイトに対して「就職先として魅力を感じるか」をみると、全般的に「とても魅力を感じる」や「やや魅力を感じる」と答えた者の割合が大きかった。



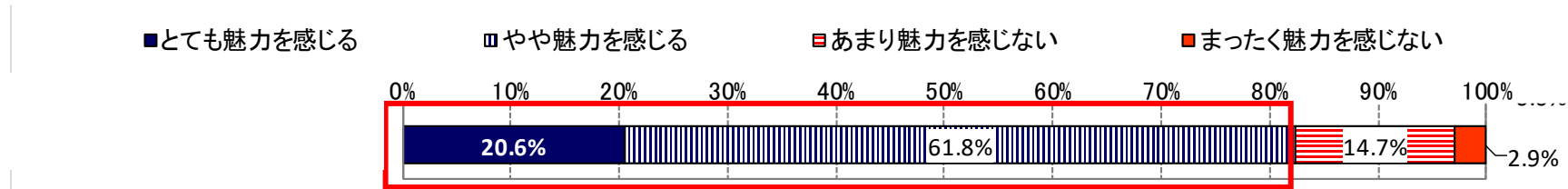
● バイオーム使用者のみ (※サステナビリティ下段表示 n=48)

上記のような企業サイトがあった時に、あなたは就職先としてこの企業に魅力を感じますか。



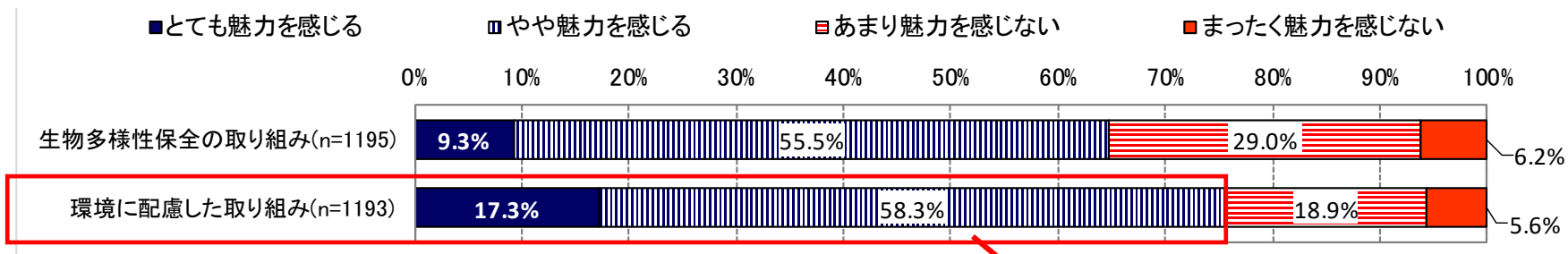
● 環境イベント参加者のみ (※サステナビリティ下段表示 n=40)

上記のような企業サイトがあった時に、あなたは就職先としてこの企業に魅力を感じますか。



大学生・大学院生の就活意識(5/5)

- 企業サイトにおける企業の取り組み紹介として、「**生物多様性保全の取り組み**」を紹介するか、あるいは、「**環境に配慮した取り組み**」を紹介するか、どちらが「**就職先として魅力を感じるか**」を聞いたところ、「**環境に配慮した取り組み**」を紹介する方が**魅力度が高かった**。（ただし色やデザインが異なる点に留意が必要。）
- この傾向は、性別、年齢等によってほぼ変わらなかった。
- 以下のような取組をしている企業に対して、あなたは、就職先として魅力を感じますか。



生物多様性保全の取り組みをしている企業企業サイト



環境に配慮した取り組みをしている企業企業サイト

体験の有無と環境親和行動の実践(1/41)：結果一覧（まとめ）

■ 体験の有無による、生物多様性関連行動や省エネ／CO2削減行動の実践度の違いをまとめると下表のようになることが示された。

	体験																				
	バイ オーム 使用	環境イ ベント 参加	小さいときの遊び場所						アウトドアの趣味												
			公園、 自然公 園	学校の 校庭	海、川、 池など の水辺	山、森、 雑木林	空き地	田畑	旅行	温泉巡 り、食べ 歩き	ドライ ブ	ランニ ング	サイク リング	スノー ボ、ス キー	キャン プ、グ ラン ピング	天体観 測	登山、 ハイキ ング	釣り	海水浴	サーフィ ン、ス キュー パダイ ビング	
生物多様性関連行動																					
旬の野菜や果物を食べた			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
地元産の旬の野菜や果物を食べた	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
オーガニックの野菜や果物を食べた	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
豆類、穀物、海藻、きのこ類を食べた			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
牛肉、ラム肉、山羊肉ではなく、植物性タンパク質、鶏肉を食べた	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
水族館を訪ね、生きものにふれた	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
動物園を訪ね、生きものにふれた	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
植物園を訪ね、自然にふれた	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
山、海、川へ行き、自然や生きものにふれた	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ペットと暮らし始めた	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
自然の風景や生き物の写真を撮って家族や友人に伝えた	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
自然の風景や生き物の絵を描いて家族や友人に伝えた	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
旅行や出先で感じた自然の素晴らしさをSNSに投稿した	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
お住まいの地域の河川や湖や海などの保全を目的とする環境団体に参加した	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
使い捨ての皿、サランラップ、ジップロック等をやめて、何度でも使えるものを揃えた	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
海岸や河川敷での清掃活動に参加した	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
電気の使用量を減らした	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
自動車や飛行機での移動を控えた	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
エコマークが付いた環境に優しい商品を選び購入した	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
プラスチックフリーな商品を選び購入した	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
動物実験を行わずにつくられた商品を選び購入した	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
再利用できる商品を選び購入した	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
オーガニック商品を選び購入した	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
省エネ／CO2削減行動																					
クールビズ・ウォームビズ(気候に合わせた快適で機能的な服装)を行う			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
テレビを見ていないときは消す			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
使っていない場所の照明を消す			○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○
地域の公共施設等の利用でクールシェア／ウォームシェアする	○	○			○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
宅配ボックスや置き配、日時指定の活用などで宅配便を1回で受け取る		△	△	△	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○
自動車等の利用を控え、公共交通機関・徒歩・自転車移動する					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○
カーシェアリングサービスを利用する	○	○			○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ゼロカーボン・ドライブやゼロカーボン・ツアーに参加する	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○
食べ残さずに食べる			○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○
旬の食材・地元産の食材を購入する	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	△	○	○	○
リサイクルショップや衣料品店で衣類の回収に協力する	○	○			○	○	○	○	△	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
レジ袋をもらわずにマイバッグを利用する			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
マイボトル、マイ箸、マイストローなどを利用する	△	○			○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ごみをしっかり分別し、使用済み容器包装の回収へ協力する			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○
より簡易な包装の商品、…、環境配慮のマークが付いた商品、…を購入する	○	○			○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
地域の脱炭素・低炭素への取組みをクラウドファンディング等で支援する	○	○			○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○
植林やごみ拾いなど地域の環境の活動に参加する	○	○			○	○	○	○	○	○	△	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

(注) 「○」は、体験がある方が、当該行動を「いつもしている」者の割合が有意に大きくなる行動を示す。
 (注) 「△」は、体験がある方が、当該行動を「いつもしている」「ときどきしている」者の割合が優位に大きくなる行動を示す。