

## 推計値の精度について

- ・「消費者意識基本調査」（2019 年度）において、標本誤差は 95%の確率で、約 0.77%（下式参照。）。

$$\begin{aligned}\text{標本誤差} &= 1.96 \times \sqrt{\frac{(\text{回答割合}) \times (1 - (\text{回答割合}))}{\text{有効回答数}}} \\ &= 1.96 \times \sqrt{\frac{0.1053 \times (1 - 0.1053)}{6173}} \\ &\approx 0.77\%\end{aligned}$$

- ・標本誤差を考慮すると、「消費者意識基本調査」の結果から、我が国全体（15 歳以上）で消費者被害・トラブルの経験が「ある」者の割合は、約 9.76～11.30% と考えられる。
- ・本推計においては、被害金額規模ごとに分けて推計したり、高齢者の潜在被害への補正を行ったりしているため、消費者被害・トラブル経験の割合と「消費者被害・トラブル額」については、必ずしも比例するものではないが、単純化のため、仮に比例していると想定した場合、「消費者被害・トラブル額（既支払額（信用供与を含む。）ベース）」は、約 4.4～5.1 兆円の幅で示されると考えられる。