

推計値の精度について

- ・「消費者意識基本調査」(2018年度)において、標本誤差は95%の確率で、約0.73%(下式参照)。

$$\begin{aligned}\text{標本誤差} &= 1.96 \times \sqrt{\frac{(\text{回答割合}) \times (1 - (\text{回答割合}))}{\text{有効回答数}}} \\ &= 1.96 \times \sqrt{\frac{0.0920 \times (1 - 0.0920)}{6053}} \\ &\approx 0.73\%\end{aligned}$$

- ・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8.47~9.93%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5.0~5.9兆円の幅で示されると考えられる。