

推計値の精度について

- ・「消費者意識基本調査」(2015 年度)において、標本誤差は 95%の確率で、約 0.73% (下式参照。)

$$\begin{aligned}\text{標本誤差} &= 1.96 \times \sqrt{\frac{\text{回答割合} \times \{1 - (\text{回答割合})\}}{\text{(有効回答数)}}} \\ &= 1.96 \times \sqrt{\frac{0.101 \times (1 - 0.101)}{6513}} \\ &\approx 0.73\%\end{aligned}$$

- ・標本誤差を考慮すると、「消費者意識基本調査」の結果から、2015 年の我が国全体(15 歳以上)で消費者被害・トラブルの経験が「ある」割合は、約 9.37～10.83%と考えられる。
- ・本推計においては、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、必ずしも比例していないが、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)」約 6.1 兆円は、約 5.7～6.5 兆円の幅で示されると考えられる。