

〔本報告書を読む際の注意〕

- 1 Nは質問に対する回答者数で、100%が何人の回答に相当するかを示す比率算出の基数である。  
なお、特に数字を示していない場合はN=6,528人（有効回収数）である。
- 2 標本誤差は回答者数（N）と得られた結果の比率によって異なるが、単純任意抽出法（無作為抽出）を仮定した場合の誤差（95%は信頼できる誤差の範囲）は下表のとおりである。

各回答の 比率 N	10% (又は90%)	20% (又は80%)	30% (又は70%)	40% (又は60%)	50%
6,528	±0.7	±1.0	±1.1	±1.2	±1.2
5,000	±0.8	±1.1	±1.3	±1.4	±1.4
3,000	±1.1	±1.4	±1.6	±1.8	±1.8
1,000	±1.9	±2.5	±2.8	±3.0	±3.1
500	±2.6	±3.5	±4.0	±4.3	±4.4
100	±5.9	±7.8	±9.0	±9.6	±9.8

なお、本調査のように層化2段抽出法による場合は標本誤差が若干増減することもある。また、誤差には調査員のミスや回答者の誤解などによる計算不能な非標本誤差もある。

- 3 結果数値（%）は表章単位未満を四捨五入してあるので、内訳の合計が計に一致しないことがある。
- 4 統計表等に用いた符号は次のとおりである。  
0.0：表章単位に満たないが、回答者がいるもの  
－：回答者がいないもの  
M.T.：Multiple Totalの略で、回答数の合計を回答者数（N）で割った比率のこと。  
1回答者が2以上の回答をすることができる質問では、通常その値は100%を超える。

- 5 本報告書で結果を引用した前回調査の概要は次のとおりである。

【消費者意識基本調査】

調査時期	調査対象	調査方法	標本数	有効回収数	有効回収率
平成25年1月24日～ 2月17日	全国の満15歳以上の 日本国籍を有する者	訪問留置・ 訪問回収法	10,000人	6,690人	66.9%