2026 年 11 月 5 日

マーケティング・リサーチをご利用の企業・団体の皆様

インターネット調査の持続可能性と品質向上に向けた ご理解・ご協力のお願い

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会
会長　　五十嵐　幹
副会長　佐々木　徹
副会長　鈴木　文雄
副会長　髙山　佳子

拝啓

平素はマーケティング・リサーチをご活用いただくとともに、当協会の活動にご理解、ご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）は、2026 年 10 月 20 日、「インターネット調査サステナブル宣言」を発表いたしました。

■ 背景と直面する課題：モニターパネルと調査品質の危機

インターネット調査は、生活者の声を企業や団体の意思決定につなげる重要な調査手法ですが、その基盤となるモニターパネルの維持が若年層を中心に厳しい状況にあります。

JMRA インターネット調査品質委員会のモニタリング（2024～2025 年）では、10 代・20 代の新規登録モニターの 1 年後の継続率は 5%未満にとどまっています。既存モニター全体の脱落率も高まっており、このままの状況が続くと、10 年後にはアクティブモニター数が 1/10 にまで減りかねません。脱落の大きな要因となっているのが、設問数の多さや回答方法の複雑さ等による「過度な回答負荷」です。回答負荷は、回答途中の脱落による回収不足や回答者の偏り、無回答の増加、自由回答の記述量の減少など、調査データの品質低下にもつながります。

■ 調査の未来を守るために：皆様へのご協力のお願い

「良い体験が、良いデータを生み、信頼を育てる」――AI 時代においても、生活者から直接得られる一次データは重要です。その基盤となるモニターの皆様に継続してご協力いただくためには、調査会社だけでなく、マーケティング・リサーチをご利用の皆さまとの協働が欠かせません。

当協会は、同宣言に基づき、回答者の負荷に配慮した調査票のご提案やモニターの回答体験の改善に取り組んでまいります。皆様におかれましても、何卒本宣言の趣旨をご理解いただき、生活者目線を考慮した調査の設計（次ページの具体検討事項をご参照ください）へのご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

敬具

【参考】回答負荷軽減と品質向上のための具体的な取り組みとお願い事項

1. 回答負荷に配慮した調査設計

調査目的の達成に必要な設問に絞り、回答者にとって分かりやすく、負担の少ない調査票とすることのご検討をお願いいたします。同宣言では、**本調査の設問数は 30 問以内を推奨し、50 問を上限**としています。選択肢やマトリクスについても、スマートフォンの 1 画面で表示できる数に収めることを推奨しています。

2. スクリーニング調査の適正化

モニターが回答するアンケートの約 9 割はスクリーニング調査です。同宣言では、**スクリーニング調査は 10 問以内を原則**とし、純粋想起や意識・態度項目など、対象者の抽出に使用しない設問は本調査で聴取することとしています。スクリーニング調査の設計にあたり、ご配慮をお願いいたします。＊定性調査のリクルーティングなど必要項目で 10 問を超える場合は、調査会社にご相談ください。

3. スマートフォンを前提とした調査票の確認

インターネット調査では、スマートフォンでの回答を前提とした設計が重要です。調査票の完成時には、調査会社だけでなく、ご担当者様ご自身にも**実際にスマートフォンからテスト回答**していただき、質問文や選択肢の分かりやすさ、回答時間、操作性などをご確認いただきますようお願いいたします。

4. 調査会社との「品質対話」

調査の企画段階から、調査目的とともに、調査品質や回答者の負荷についても調査会社と共有し、適切な調査設計について協議いただくことをお願いいたします。定点調査・継続調査についても、回収状況や回答品質を確認し、必要に応じて設問数、調査票、回収条件（割付）等を調査会社とともに見直していただければ幸いです。

参考

「インターネット調査サステナブル宣言－調査の未来を守るために－」（2026 年 10 月 20 日発表）
https://www.jmra-net.or.jp/Portals/0/rule/guideline/20261020_001.pdf