

もっと素敵な伝え方を。



株式会社Jストリーム

News Release

所在地 ▶ 東京都港区芝2-5-6
代表者 ▶ 代表取締役社長 石松 俊雄
東証グロース 証券コード: 4308

2026年4月20日

製薬会社主催のWeb講演会、医師の年間参加回数がこの1年で50%増加 ～視聴行動の4分類から見た、情報提供の在り方を考える視点～

株式会社Jストリーム(東証グロース:4308 代表取締役社長:石松 俊雄、以下Jストリーム)は、2026年2月に、製薬会社主催のWeb講演会に関する医師向けインターネット調査を実施しました。医師のWeb講演会への年間参加回数は前回調査(2025年2月)の平均14.6回から50%増となる21.9回へと伸びており、Web講演会が医師にとって一過性の施策ではなく、重要な情報収集手段の一つとして活用されている実態がうかがわれます。

一方で本調査では、Web講演会の「視聴の仕方」や「講演内容の活用度」が医師ごとに違っていることも確認されました。こうした状況を踏まえ、本調査では医師のWeb講演会への関与度や活用の仕方に応じて、4つの視聴行動モデルとして整理しました。

**Web講演会における
4つの視聴行動モデル**

製薬会社主催の講演会に対する医師の評価
《2026年2月調査》

アクション少 → アクション多
関心:低 ← 関心:高

全編視聴傾向 (A, B)
部分視聴傾向 (C, D)

能動層 (A, B)
受動層 (C, D)

調査資料ダウンロードはこちら <https://www.stream.co.jp/download/dl-73442/>

■調査実施の背景

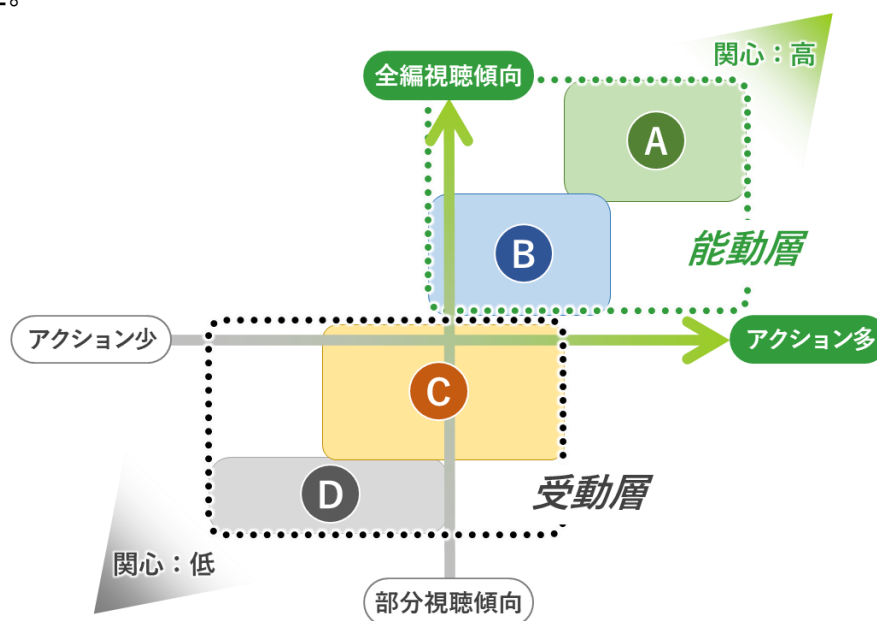
近年、医師の働き方改革やデジタル活用の進展を背景に、Web講演会の開催機会や医師の参加回数は着実

に増加してきました。その結果、Web 講演会は現在、医師にとって重要な情報収集手段の一つとして定着しています。そうして定着を経た今、Web 講演会には量的な拡大に加えて、「どのように活用されているのか」という質の側面がより強く求められ始めています。

こうした背景を踏まえ、本調査は単なる参加状況にとどまらず、医師の視聴行動や情報の活用実態を可視化し、Web 講演会の価値をより高めるための示唆を得ることを目的として実施しました。

■Web 講演会における、医師の4つの視聴行動モデル

Web 講演会への参加回数が増加する一方で、医師によって視聴の仕方や講演内容の活用度には明確な違いが見られました。本調査を元に、視聴中の行動や視聴後のアクションを分析し、医師の視聴行動を以下の4つに分類しました。



製薬会社主催の講演会に対する医師の評価《2026年2月調査》



【A】 Engaged Deep Learners

講演内容を主体的に診療へ組み込んだり、他の医師へ伝える層

【B】 Efficient Information Seekers

講演内容を情報収集・理解補強に効率よく活用する層

【C】 Passive Viewers

講演内容への関心はあり視聴しているが、ながら視聴が中心で集中度は低い層

【D】 Low-Interest Low-Engagement

関心・集中度ともに低く、内容の定着が相対的に低い層

■調査結果(抜粋)

本調査の主な結果は以下の通りです。

- 医師の Web 講演会への年間参加回数の増加(平均 21.9 回、50%増)
- 視聴の仕方や講演内容の活用度に基づく、主体的な層と受動的な層の分化
- 医師の限られた時間を前提とした、情報提供設計の重要性

● 医師の Web 講演会への年間参加回数の増加(平均 21.9 回、50%増)

製薬企業の実施する講演会・イベントのリアルと Web 別の参加回数において、今回調査ではリアル講演会・Web 講演会ともに増加傾向にありました。特に Web 講演会では、前回調査の平均 14.6 回から、今回調査では 50%増の平均 21.9 回となりました。

医師の講演会参加状況 平均参加回数

前回調査 (n=219) (回答対象期間：2024年4月～2025年1月)				今回調査 (n=213) (回答対象期間：2025年4月～2026年1月)			
リアル講演会		Web講演会		リアル講演会		Web講演会	
n	平均	n	平均	n	平均	n	平均
967	4.42	3,193	14.6	1,038	4.9	4,669	21.9

※設問では、リアルとWebの講演会の参加回数を本社と支社別に確認。
 ※ n は1回以上参加した人の人数。平均は1回以上の参加した人の参加回数を人数で割った数値である。
 ※ 平均値は0回を除き算出。

Web講演会の平均
50%増

製薬会社主催の講演会に対する医師の評価《2026年2月調査》



● 視聴の仕方や講演内容の活用度に基づく、主体的な層と受動的な層の分化

4つのセグメントは、視聴デバイスや求めるフォローアップ形式において鮮明なコントラストを示しています。特にセグメントA/Bの『能動層』とセグメントC/Dの『受動層』では、Web講演内容の視聴の仕方や活用度において、明確な違いが示されています。

医師のWeb講演会視聴、4つのセグメント概要

	セグメントA Engaged Deep Learners	セグメントB Efficient Information Seekers	セグメントC Passive Viewers	セグメントD Low-Interest Low-Engagement
	臨床展開	情報取得	ながら視聴	関心低・ながら視聴
	能動層		受動層	
主な視聴環境	ノートPC・集中視聴	ノートPC・部分視聴	デスクトップPC・並行業務	スマホ・ながら視聴
認知経緯	MRからの紹介	医療系Webメディア	医療系Webメディア	医療系Webメディア
視聴の決め手	講演者	開催時間帯	講演タイトル	企画内容
事後アクション	MRへの問い合わせ 講演者への質問	関連ガイドライン確認	特になし	特になし
処方影響度	3.7	3.6	3.6	3.0

製薬会社主催の講演会に対する医師の評価《2026年2月調査》

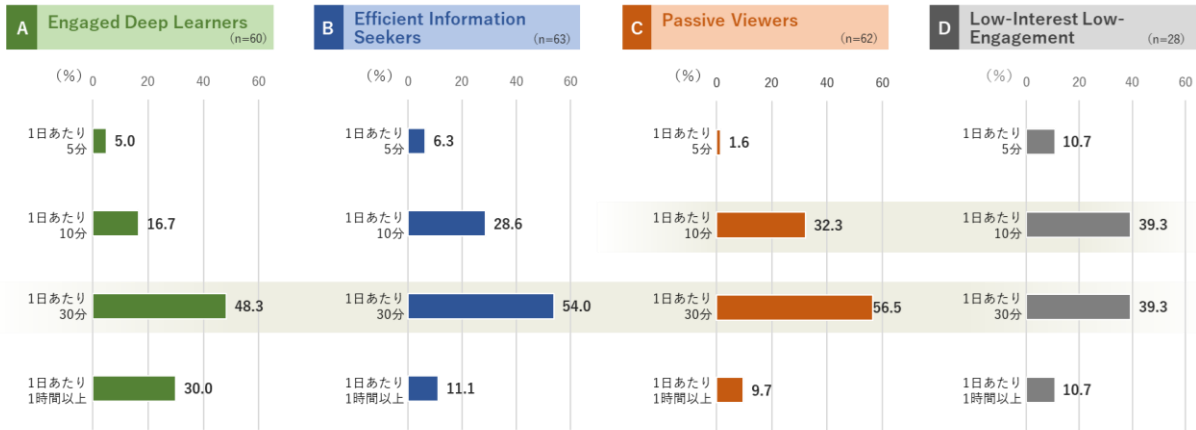


● 医師の限られた時間を前提とした、情報提供設計の重要性

1日の中で情報収集にかけられる時間をセグメントごとに比較すると、いずれのセグメントも「1日あたり30分」が最も多い結果となりました。ながら視聴が多いと考えられるC:Passive Viewersや内容の定着が薄いD:Low-Interest Low-Engagementは「1日あたり10分」が他セグメントよりも10～20pt程度多い結果でした。

C、Dのセグメントに属する医師は1日にかけられる情報収集時間が短く、短時間で理解できる情報へのニーズが高いことが示唆されます。

一日の中で情報収集にかけられる時間（セグメント別）



製薬会社主催の講演会に対する医師の評価《2026年2月調査》



※D:Low-Interest Low-Engagementはn=28のため参考情報

■一律の情報提供から、届く設計への必要性

Web講演会が医師にとって重要な情報収集手段として定着する一方、医師の視聴行動が分化し、すべての医師に同じ形式・同じ内容で情報を届ける手法には限界が生じています。主体的に視聴する層には、理解を深める補足資料やフォローアップが有効である一方、受動的な層には、短時間で要点を押さえられる構成や視覚的な工夫が求められます。

本調査は、Web講演会が「開催すること自体」に価値があった段階から、「誰に、どのように届けられれば理解と活用につながるのか」を設計する段階へと移行していることを示しています。

調査資料では以下の内容をご確認いただけます。

<p>調査結果詳細① 参加状況・処方への影響度 に関して</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医師の講演会参加状況 平均参加回数 ・ 医師の講演会参加状況 製薬企業別 ・ 医師の講演会参加状況 製薬企業別 平均参加回数 ・ 過去1年間で新しく講演会・イベントに参加したその他の製薬会社 ・ 処方に有用な情報源 ・ Web講演会による処方への影響度
---	---

調査結果詳細② 参加しやすさや 認知経路に関して	<ul style="list-style-type: none"> ・ Web講演会の参加しやすい時間帯 ・ Web講演会の適当な時間の長さ ・ Web講演会の認知経緯 ・ 会員登録をしているメディア ・ 一日の中で情報収集にかけられる時間 ・ 最適な情報収集時間帯
調査結果詳細③ 視聴の決め手や 内容に関して	<ul style="list-style-type: none"> ・ Web講演会に参加する動機 ・ Web講演会・イベント開催を視聴する決め手 ・ Web講演会の申し込み時、魅力に感じる視聴特典 ・ Web講演会・イベントのテーマで印象に残ったもの ・ 新薬の情報がWeb講演会で参加するイベントのテーマとして印象に残った理由
調査結果詳細④ 視聴中のスタイル・ 参加する際の課題に関して	<ul style="list-style-type: none"> ・ Web講演会を全体でどの程度視聴しているか ・ Web講演会の主な視聴スタイル ・ Web講演会の視聴時に使用するデバイス ・ Web講演会の視聴中に、どのようなツールで関連情報を調べるか ・ Web講演会視聴中に医療情報収集する際の生成AIの信頼度 ・ Web講演会視聴中に医療情報収集する際の生成AIを信頼できない理由 ・ Web講演会視聴中の医療情報収集において生成AIを使わない理由 ・ Web講演会の視聴中や視聴後に行ったことのある行動 ・ Web講演会であったら便利だと思う機能 ・ Web講演会へ参加する際の課題
調査結果詳細⑤ フォローアップや 講演会後に関して	<ul style="list-style-type: none"> ・ 講演会参加後の製薬企業のフォローアップニーズ ・ フォローアップの満足度 ・ フォローアップの不満足の原因 ・ Web講演会後に望ましいコンテンツ ・ Web講演会の視聴後に受け取りたい具体的なフォーマット ・ Web講演会の終了後に受領したいレポート資料の形式 ・ Web講演会の終了後に受領するレポート資料の利用意向 ・ Web講演会終了後、ダイジェスト版として適している動画の長さ ・ Web講演会終了後に視聴したい形式

調査の全項目をまとめた資料を配布しております。

詳細な調査結果については、下記リンクより資料をダウンロードのうえご確認ください。

調査資料ダウンロードはこちら <https://www.stream.co.jp/download/dl-73442/>

■調査概要

調査手法 : 医師向けインターネットアンケート
調査対象 : 200床以上の規模の病院の勤務医
有効回答数 : 213名
調査期間 : 2026年2月

■株式会社Jストリーム(東証グロース:4308)について

Jストリームは1997年の設立以来、動画配信を主軸に事業展開を続けております。

自社で保有・運営する独自のコンテンツ配信ネットワーク(CDN)を活用した動画配信に加え、これまで積み上げてきたノウハウを活かした動画の企画・制作・運用やWebサイト制作、システム開発、動画広告による収益化支援まで総合的なサービスとソリューションを提供することで、年間1,200社・10,000案件以上の企業活動における動画活用を支援しています。

社名(商号) : 株式会社Jストリーム (英語表記: J-Stream Inc.)
設立 : 1997年5月
代表者 : 代表取締役社長 石松 俊雄(いしまつ としお)
URL : <https://www.stream.co.jp/>

■本件に関する報道関係お問い合わせ先

株式会社Jストリーム 管理本部 法務・広報部

Tel 03-5765-7744

Email 用コンタクト URL: <https://www.stream.co.jp/contact/contact-32213/>