



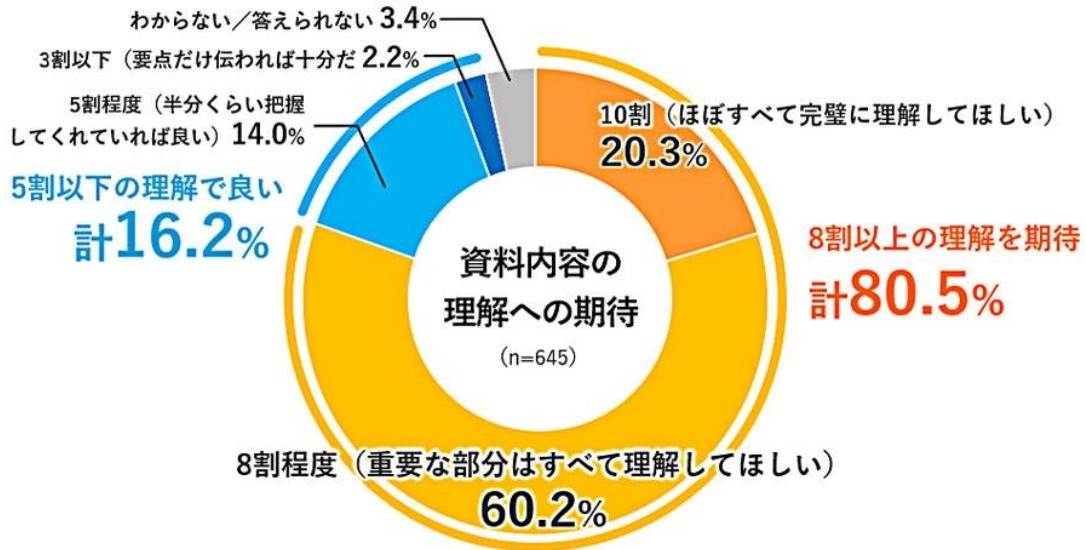
■調査結果(抜粋)

1. 期待と実態の乖離: 送り手は「理解される前提」、受け手は「読みきれない」

送り手の 80.5%が、配布した資料について「8割以上理解してほしい」と期待しています。一方で、テキスト主体(10ページ以上)の長文資料を受け取った際、受け手の 58.2%が「読むのが苦痛だと感じる」と回答しており、送り手の期待と受け手の実態との間に認識ギャップが存在していることが明らかになりました。

情報発信をする立場の方向け質問:

Q. 配布した資料は、相手に何割程度「理解してほしい」と期待していますか？

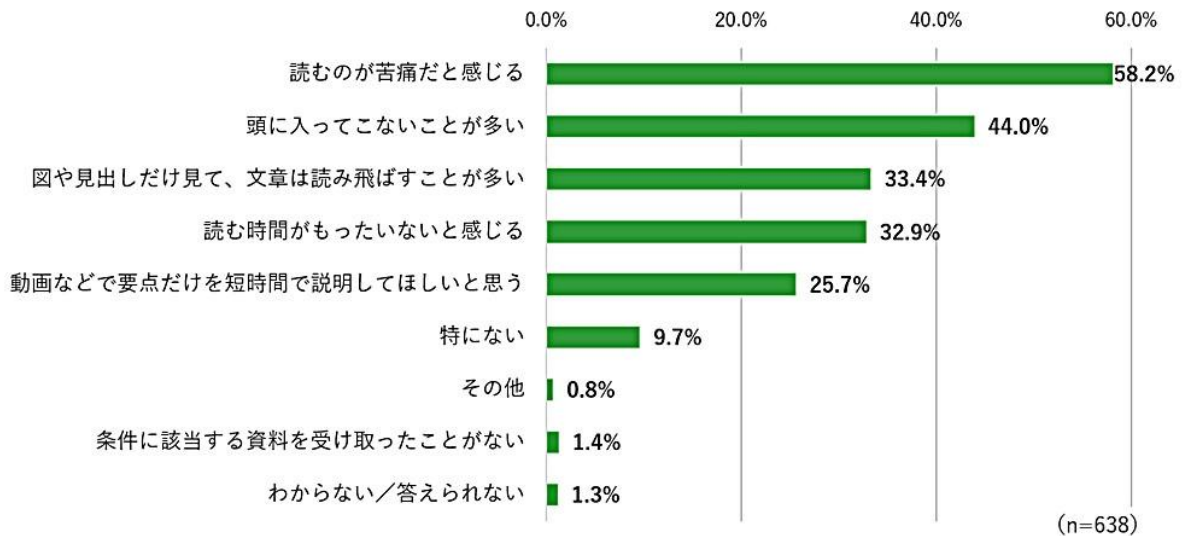


「送り手」と「受け手」の情報共有ギャップ《2026年3月調査》



情報を受け取る立場の方向け質問:

Q. 10ページ(または10スライド)以上のテキスト主体の資料を渡されたとき、どう感じますか？(複数回答可)



「送り手」と「受け手」の情報共有ギャップ《2026年3月調査》



## 2. 認識ギャップが生む非効率:再質問が常態化し、送り手の9割が負担

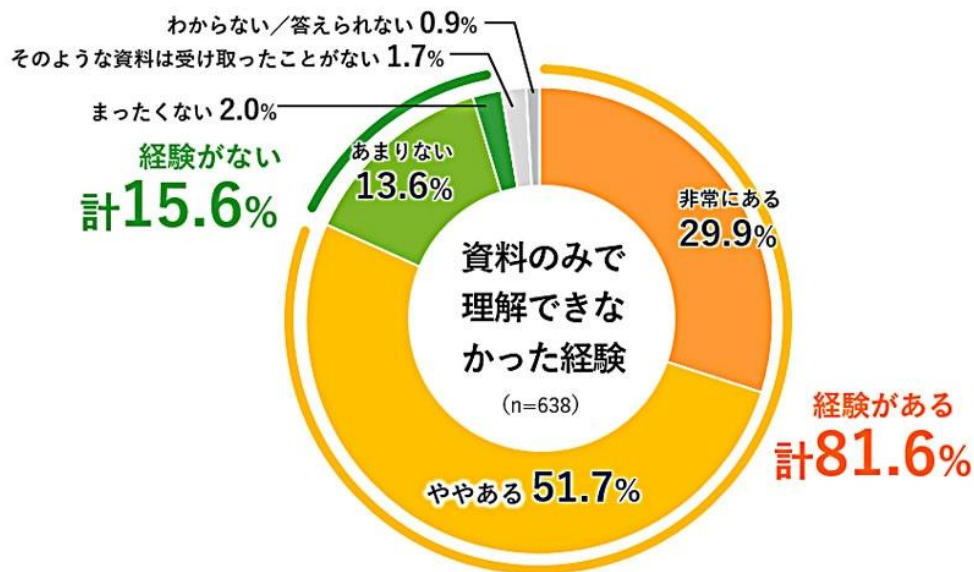
受け手の81.6%が資料だけでは理解できず、後で質問し直した(または理解を諦めた)経験があると回答しています。その結果、送り手の55.7%が読めば分かるはずの内容への再質問を受けており、こうした再説明に対して、送り手の91.1%が負担を感じていることが分かりました。

本来は資料で完結するはずの情報伝達が、結果として追加のコミュニケーションを生み、業務非効率の一因となっている実態が浮き彫りとなりました。

情報を受け取る立場の方向け質問:

### Q. 難しい商材や複雑な制度について、資料だけで理解しようとした結果

「よく分からず、後で誰かに質問し直した(または理解を諦めた)」経験はありますか？

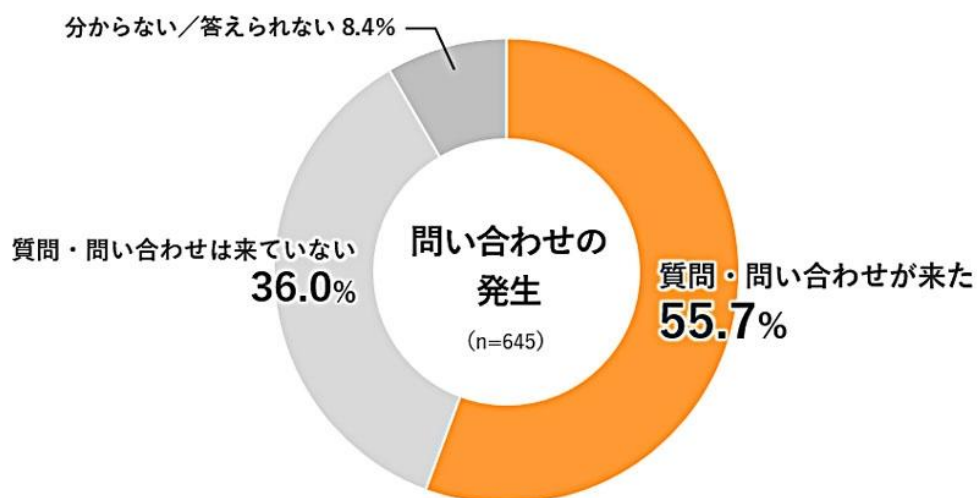


「送り手」と「受け手」の情報共有ギャップ《2026年3月調査》



情報発信をする立場の方向け質問:

### Q. 直近1か月中、資料配布後に「読めば分かるはずの内容」について質問や問い合わせが来ましたか？



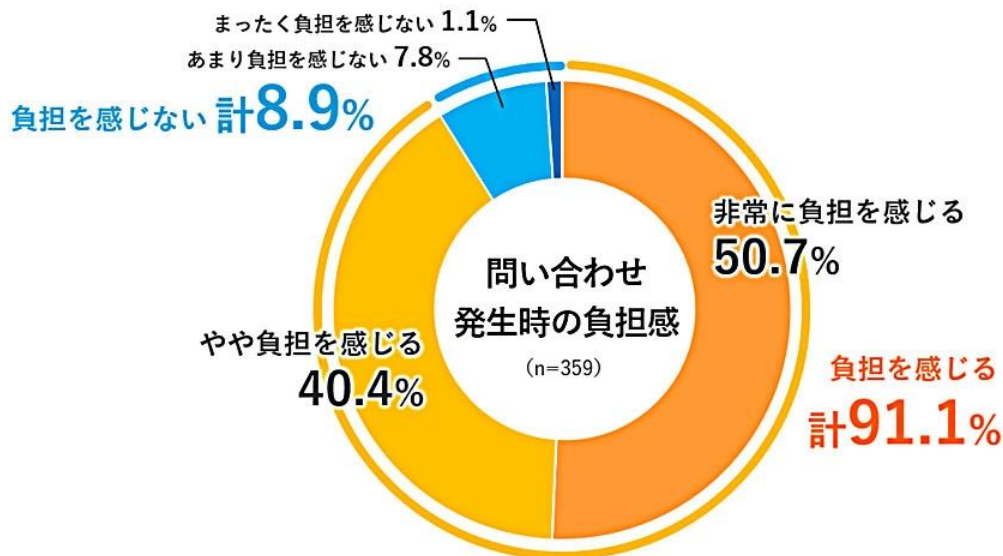
「送り手」と「受け手」の情報共有ギャップ《2026年3月調査》



情報発信をする立場の方向け質問:

Q. 資料配布後に「読めば分かるはずの内容」について

補足説明や再度の問い合わせが来た際、どの程度の負担を感じますか？



「送り手」と「受け手」の情報共有ギャップ《2026年3月調査》



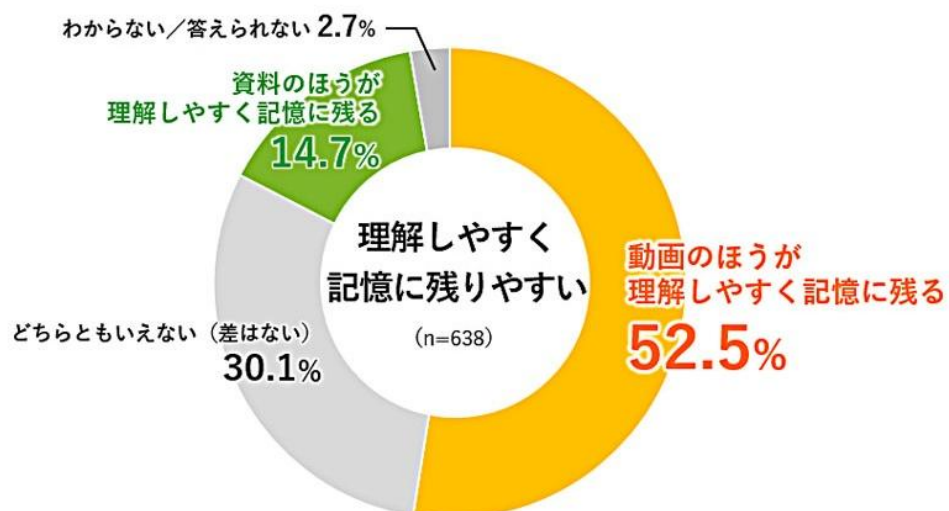
### 3. 補足的な示唆として“動画活用”の有効性: 受け手の5割超が動画による理解を支持

「ナレーション付き説明動画」と「詳細な資料」を比較したところ、受け手の52.5%が「動画のほうが理解しやすく記憶に残る」と回答し、資料派(14.7%)を大きく上回りました。また、内容を後から振り返る際にも、「動画を見る」ほうが「資料を読み返す」より心理的ハードルが低いと回答した割合が上回っており、視覚・聴覚を活用した情報伝達フォーマットの有効性が示唆されています。

情報を受け取る立場の方向け質問:

Q. 「ナレーション付き説明動画」と「詳細なパワーポイント資料」では、

どちらがより理解しやすく、記憶に残りやすいと感じますか？

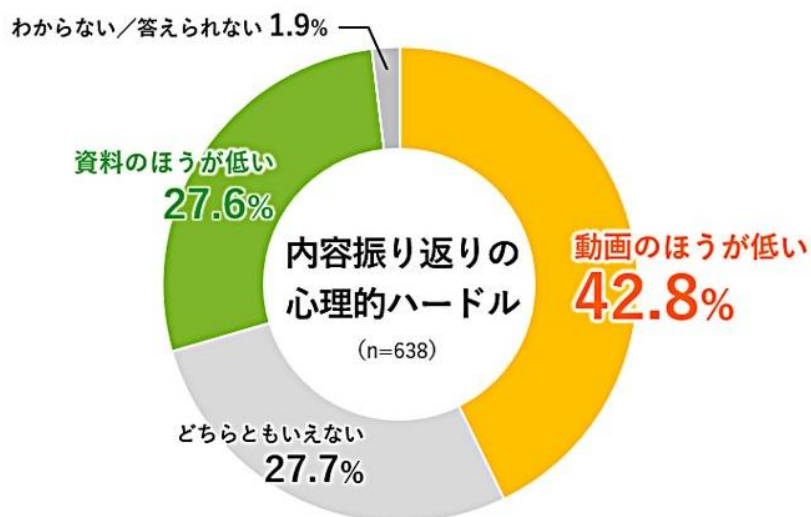


「送り手」と「受け手」の情報共有ギャップ《2026年3月調査》



情報を受け取る立場の方向け質問:

Q. 後で内容を振り返る際、「ナレーション付き説明動画を見る」と「資料を読み返す」のでは、どちらがより心理的ハードルが低いですか？



「送り手」と「受け手」の情報共有ギャップ 《2026年3月調査》



#### ■調査結果から見た示唆

送り手の「伝わりやすく網羅した丁寧な資料」が、受け手にとっては情報過多となり「読み飛ばし」や「理解不足による再質問」を招いていることが分かりました。背景には、「網羅性」と「可読性」のトレードオフが存在していると考えられます。テキスト主体の情報共有には限界があり、動画などの視覚・聴覚を用いたフォーマットへ転換することが、情報浸透の加速と現場の再説明負担の軽減につながると考えられます。

調査資料では以下の内容をご確認いただけます。

情報発信をする立場の方向け質問	情報を受け取る立場の方向け質問
<ul style="list-style-type: none"><li>資料作成時に意識するポイント</li><li>資料内容の理解への期待</li><li>問い合わせの発生</li><li>問い合わせ時の負担感</li><li>説明の標準化・均質化のリスク認識</li><li>情報更新に関する課題</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>長文資料への印象</li><li>資料の読み込み割合</li><li>資料のみで理解できなかった経験</li><li>資料読み飛ばしによる支障</li><li>説明動画の有用性(理解・記憶)</li><li>振り返り時の心理的ハードル</li></ul>

調査の全項目をまとめた資料を配布しております。

すべての調査結果をご覧になりたい方は、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-72802/>

## ■調査概要

- ・調査手法:インターネット調査
- ・調査対象・サンプル:
  - ・情報発信をする立場の方… 645 名  
(事前アンケートで「業務上、他者(社内・社外問わず)に対して、週に数回以上、資料を用いた説明・提案・情報共有を行う機会がある」と回答。20 歳～59 歳男女、会社員。)
  - ・情報を受け取る立場の方… 638 名  
(事前アンケートで「業務上、週に数回以上、他者が作成した資料を受け取ったり、説明を受けたりする機会がある」と回答。20 歳～59 歳男女、会社員。)
- ・調査期間:2026 年 3 月

## ■関連サービスのご紹介(解決手段の一例)

AI 動画生成クラウドサービス

# EQ Presentation Cloud

あなたに代わってAIが資料を説明



こうした課題に対する解決手段の一つとして、Jストリームでは、AI を活用した説明動画生成・共有クラウドサービス「EQ Presentation Cloud」を提供しています。EQ Presentation Cloud は、パワーポイント資料をアップロードするだけで、AI がナレーション付きの説明動画を自動生成し、共有・分析までを一貫して行えるクラウドサービスです。説明業務の負担軽減や、情報伝達の標準化を支援します。

EQ Presentation Cloud 詳細 <https://www.stream.co.jp/service/presentation-cloud/>

## ■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/>