



疫情冲击下的日本产业经济形态： 办公模式变化与远程办公 的相关商机



作者：李玲飞 盘古智库高级研究员、东北亚研究中心副主任

疫情暴发后，尤其是“紧急事态宣言”期间对工作出勤的“自肃要请”，使远程办公成为日本全社会最流行的工作模式。一年以来，远程办公的普及不仅改变了企业和个人的工作方式、管理方式与生活方式，所带来的新办公需求也催生出大量的商机，推动着诸多相关行业化“危”为“机”，在创新中谋求生存与发展。疫情改变世界，就远程办公而言，疫情过后，变革仍将继续。

新冠疫情出现前，日本政府主推的“远程办公普及行动”进展缓慢。

日本远程办公协会根据场所不同，将狭义的远程办公划分为“居家办公”（在宅勤務）、“移动办公”和“异地办公”三种形式，本文讨论的远程办公即为上述三种形式的狭义概念（日本官方称为“雇佣型远程办公”），而不包括自雇或自由职业者采用的自营型远程办公形态。

远程办公对于企业而言，可以提升生产运营的计划性与效率性，节省办公成本，减少员工由于孕产、育儿等原因离、辞职造成的工作中断。对于员工而言，可以减少上下班通勤带来的身心负担，通过时间和日程的合理规划和灵活安排，有益于实现工作与生活的平衡和兼顾。对于整个社会而言，可以缓解城市交通拥堵问题，促进节能减排，增加女性与高龄者就业的机会。基于这样的认识，从2003年推出“e-Japan 战略II”开始，日本政府就将远程办公作为国家IT发展战略的重要组成部分，由总务省（干事省）、厚生劳动省、国土交通省和经济产业省四大部门联手推进。

然而,从 KPI 上看,远程办公战略的普及情况一直没有达到预期目标:

“e-Japan 战略 II”的 KPI 显示,2010 年远程办公人口占比达到两成,实际上,到 2018 年,这一比例才勉强突破 10%。“未来投资战略 2018”的 KPI 是到 2020 年采用远程办公的企业比例达到 2012 年(11.5%)的三倍,结果 2019 年时占比仅为 20.2%,与目标(34.5%)差距之大,很难在一年之内实现飞跃性突破。

新冠疫情的暴发,从外力上迫使企业“在宅勤務”。疫情有所缓和后,多数行业逐渐恢复以往的办公模式,但信息通信、制造业等行业仍维持了较高等度的远程办公实施率。

2020 年 2 月末,当新冠疫情尚未在日本本土出现暴发势头时,日本政府就将“大力推广远程办公”作为疫情对策的基本方针之一。之后,随着疫情扩散、全国范围进入“紧急事态”,以“在宅勤務”(居家办公)为主要形式的远程办公成为企业办公的“常态”。

据日本政府统计,2019 年 12 月,日本远程办公实施率为 10.3%,本土疫情出现后迅速增长,并在“紧急事态”实施期间(4~5 月)达到了 27.7% 的高峰,2020 年末虽有回落,仍然维持在 21.5% 的高位。在疫情比较严重的东京、大阪等地区,增幅则更为明显(详见图 1)。

图1. 疫情期间日本各地区远程办公实施率

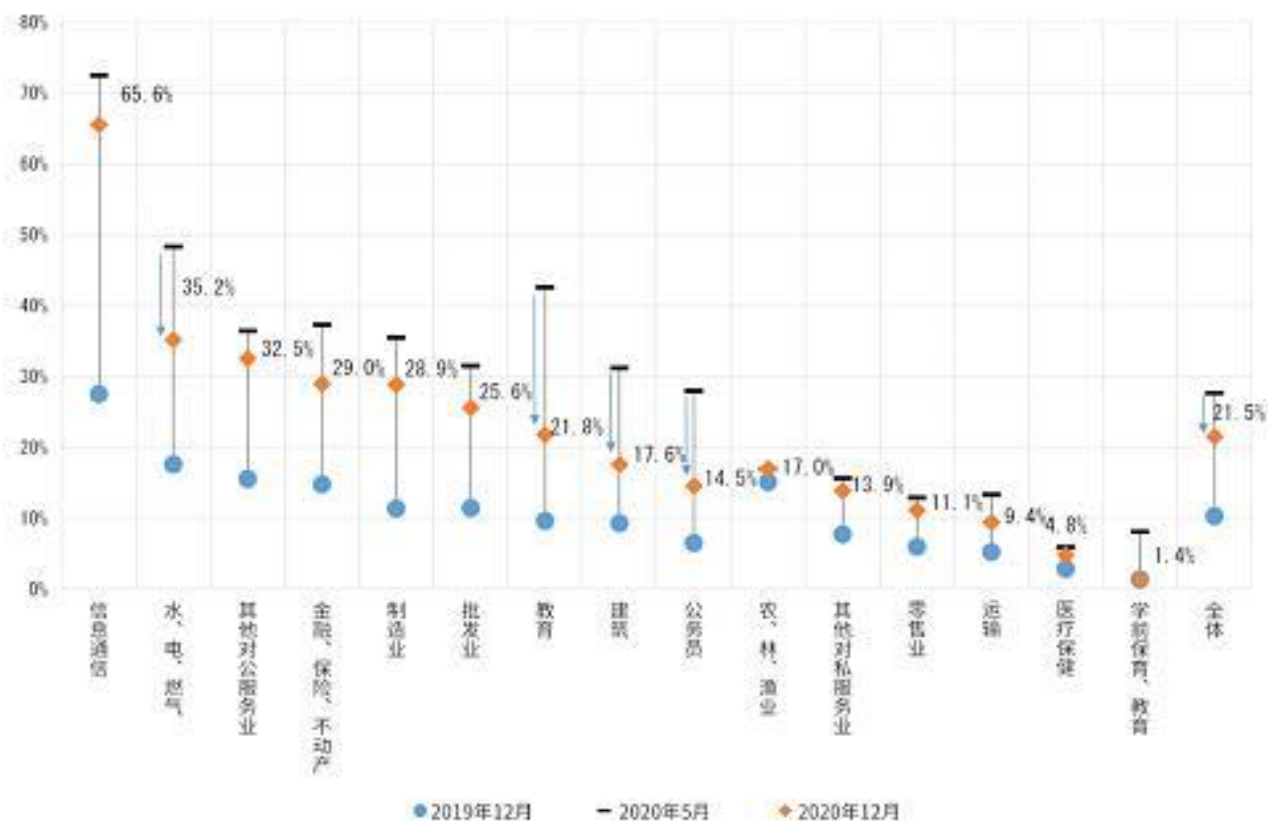


来源：内閣府「第2回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」，2020年12月24日。

不同领域相比较，原本远程办公普及率就领先的信息通信业是应变速度最快、实施率最高的行业。如 NTT，由于在中国武汉设有办事处，早在 2020 年 1 月份就已经在公司内部做好临机应变、远程办公的准备，2 月 17 日便宣布全体员工（不限正式或外来）原则上居家办公的方针。实施全国紧急事态期间，信息通信业的远程办公实施率超过了 70%。

水、电、燃气等公共服务业在疫情期间实施远程办公的积极性也比较高。各大公司普遍暂停了一些“对面业务”而改为通过电话或者邮件联系客户，只保留基本的维护施工等必要服务，因此远程办公的实施率一度接近 50%。

图2. 疫情出现前后不同行业远程办公实施率变化情况



来源：内閣府「第2回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」，2020年12月24日。

在紧急事态宣言解除后，教育、建筑等行业远程办公实施率大幅回落，信息通信、制造业等仍保持高点。这一方面是由于行业性质不同，对远程办公的需求也有所不同，比如建筑、医疗等“现场工作”和“对面沟通”属性很强、对特定工作场所依赖性很高的行业，不具备长期大规模远程办公的条件。另一方面是由于不同行业在远程办公基础设施上有所差异，无法像信息通信企业拥有完善的数字化环境和大量的远程办公设备，从而可以大幅提高远程办公实施率而不会导致短期办公成本暴增。

疫情期间远程办公的流行催生出新的市场需求和商机。在针对远程办公开发的众多服务与商品中，有些创新令人叹为观止。

在内阁所做的调查中，很多反映远程办公不便之处的意见属于办公环境问题，尤其是居家办公环境“设施无法满足需要”（如网络问题导致视频通话质量低下的占 24.7%）、“难以集中精力”（17.8%）、“工作与生活界限不清”（15.7%）、“与家人互相干扰”（13.3%）等等。

于是，既能满足防疫需求、又能达到通信设施和环境标准的远程办公场所就成为居家以外最受青睐的对象。这一需求使得那些疫情期间受营业时间缩短以及客流量大幅减少的影响，经营上举步维艰的卡拉 OK 店和酒店看到了出路，纷纷推出“在卡拉 OK 办公”、“在酒店办公”服务。

BIG ECHO 是株式会社第一兴商旗下的大型卡拉 OK 连锁店，全国约有 500 家店铺。疫情暴发后，BIG ECHO 将包房加以简单改造，增加电源插座、投影仪和视频会议设备，以每人每小时 500 日元（约 32 元人民币）的低价（含免费 Wi-Fi 和免费饮料），推出名为“新工作方式”的远程办公服务。作为办公室使用的包房无法使用卡拉 OK 设备，此外最大的问题在于可能受到隔壁歌声的打扰。尽管如此，BIG ECHO 还是吸引了不少大客户，比如 NTT 通信（NTT Communications）和人才中介 Owned Media

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34157

