

Mizuho Short Industry Focus

国内におけるリモートワーク市場拡大の兆しと事業機会捕捉に向けた戦略の方向性

【要約】

- ◆ ニッポン一億総活躍プランの公表と、それに続く働き方改革関連法の成立を機に国内ではリモートワークの導入機運が高まったが、多くの企業では小規模な導入にとどまってきた。
- ◆ かかる中、新型コロナウイルスの世界的流行を受け、臨時対応として「Zoom」等のリモートワークツールの利用が広がっている。BCP¹としてのリモートワーク体制構築の重要性が再認識されたことは、今後企業のリモートワーク導入を加速させるきっかけとなる可能性がある。
- ◆ 関連製品・サービスを提供する企業は、クラウド型サービスの動向も視野に入れつつ①レイヤーアップ、②キラーコンテンツの獲得のいずれかの戦略を採ることで、国内におけるオフィスソリューション市場拡大がもたらすビジネスチャンスを捕捉できよう。

1. 日本における働き方改革機運の高まり

2015 年以降、政府主導の働き方改革が推進されてきた

2015 年 10 月の第三次安倍政権発足に伴い、アベノミクス第二ステージのメインテーマとして一億総活躍社会の実現が掲げられた。同月から開始された一億総活躍国民会議における議論を経て、2016 年 6 月にはニッポン一億総活躍プランが閣議決定されるなど、少子高齢化や人材不足といった中長期的に避けられない社会課題が再び注目されるきっかけとなった。

同プランの主要トピックの一つである働き方改革の実現に向けた議論も活発化し、2017 年 3 月には働き方改革実現会議での議論を踏まえた働き方改革実行計画が策定された(【図表 1】)。並行して厚生労働省傘下の労働政策審議会で法制化に向けた議論が重ねられ、2018 年 7 月に働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律(働き方改革関連法)が成立、2019 年 4 月以降順次施行が始まっている。

こうした一連の政策に加え、構造的な労働力不足が顕在化したことで、近年民間企業において働き方改革の必要性が意識されるようになってきた。働き方改革には、上記の政策で中心的に採り上げられた同一労働・同一賃金、長時間労働の是正に加え、労働生産性の向上、多様な人材の活用等幅広いテーマが含まれている。

リモートワーク普及の社会的意義は大きい

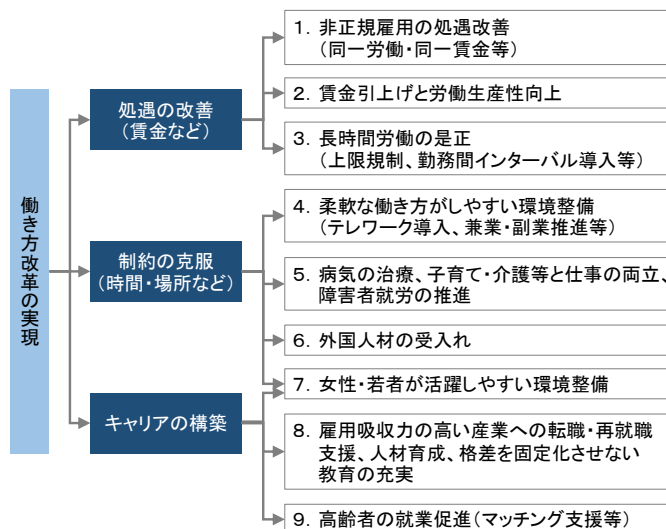
その中でも、多様な人材の活用を実現するための有力な手段として注目されるのがリモートワーク(テレワーク)である。みずほ総合研究所が行った試算²によると、リモートワーク導入によって生み出される経済効果は、労働参画の拡大によって約 3 兆円、通勤時間の削減によって約 0.4 兆円にも上る(【図表 2】)。加えて、総務省が推進するふるさとテレワーク³に代表されるように地方創生への効果も期待され、社会的な取り組み意義は大きいと言えよう。

¹ Business Continuity Plan (事業継続計画)。災害時における重要業務の継続、競争力の維持を目的とする経営戦略。

² みずほ総合研究所「【緊急レポート】働き方改革 2.0 ～改革実現に向けて真に必要な取組は何か?～」(2019 年 3 月 13 日)

³ 地方のサテライトオフィス等において、テレワークを活用することで都市部の仕事を行う働き方。柔軟な働き方の促進のみならず地方創生にも資する取り組みとして総務省が支援を行っている。

【図表 1】働き方改革実行計画の主要テーマ



（出所）首相官邸 HP「働き方改革実行計画」より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 2】リモートワーク導入による経済効果

	労働参加拡大	通勤時間削減
雇用者数	約107万人増加 就業を希望する 非求職人口107万人	約87万人増加 ⁴
労働時間	総労働時間 約600時間就労 5時間×10日/月×12ヵ月	追加就労時間 約107時間 平均通勤時間1.1時間/日 ×平均実施日数95日/年
労働生産性	約4,600円 2017年度の平均労働生産性	
付加価値	約3兆円	約0.4兆円

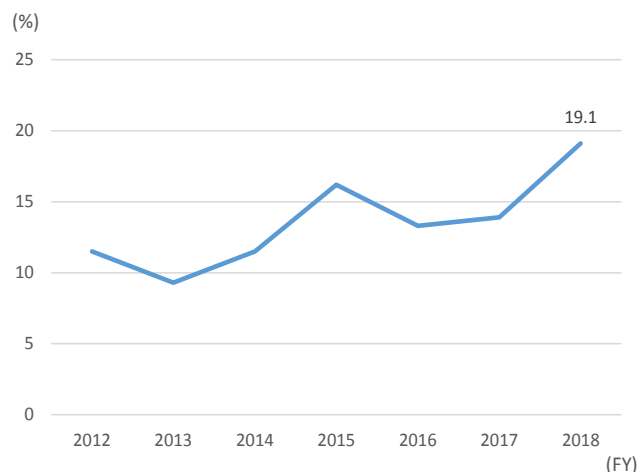
（出所）みずほ総合研究所「【緊急レポート】働き方改革 2.0」より、みずほ銀行産業調査部作成

2. リモートワークの導入状況と新型コロナウイルス流行による影響

リモートワークを導入する企業は増加するも、利用者は限定的

上記の通り 2015 年以降、働き方改革が注目される中で企業のリモートワーク導入意欲が高まってきた。総務省の調査によると、リモートワークを導入する企業は増加傾向で推移しており、2018 年調査時点での導入率は 19.1%に上る。特に従業員数 2,000 人以上の企業では既に半数近くが導入している（【図表 3、4】）。

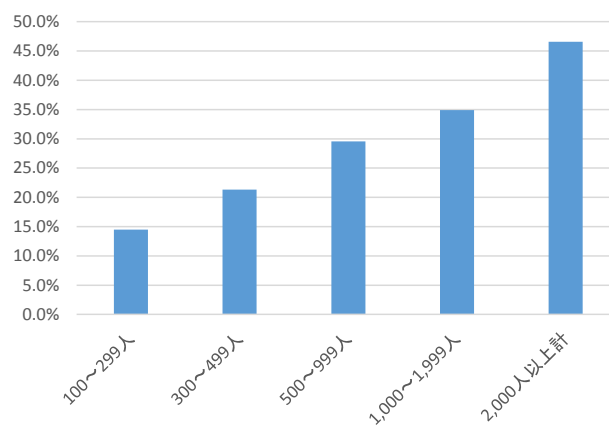
【図表 3】企業のテレワーク導入率の推移



（注）調査対象企業 2,106 社

（出所）総務省「通信利用動向調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 4】従業員規模別のテレワークの導入状況（2018 年）



（出所）総務省「情報通信白書」より、みずほ銀行産業調査部作成

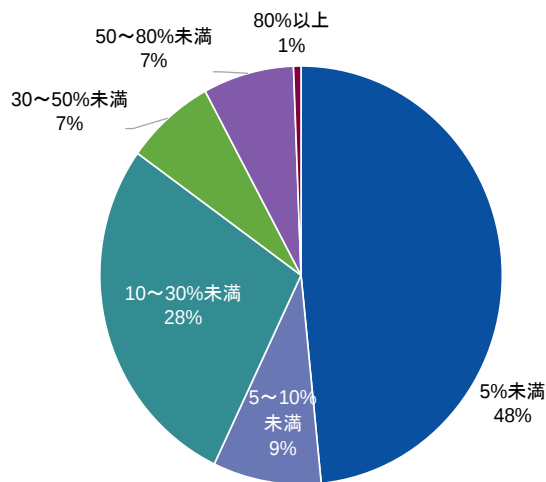
⁴ 政府が掲げる KPI(2020 年までにテレワーク制度等に基づく雇用型テレワーカーの割合を 2016 年(7.7%)比倍増(15.4%))の達成によるテレワーカー増加効果:400 万人×国土交通省「平成 27 年度テレワーク人口実態調査」において「終日テレワークで削減した通勤時間の活用状況」として「仕事」と回答した人の割合:21.8%で算出されている。

しかしながら、導入企業における利用状況を見ると、半数程度の企業ではリモートワークを利用する従業員の割合が 5%未満にとどまっている(【図表 5】)。50%以上の従業員が利用する企業は全体の 1 割にも満たず、さらに 80%以上の企業は 1%と僅かである。これらの調査結果から、リモートワークは大企業中心に導入が進んでいる一方、多くの企業で現時点では少人数を対象とした取り組みとなっていることがうかがえる。

リモートワーク導入には複合的な課題が存在

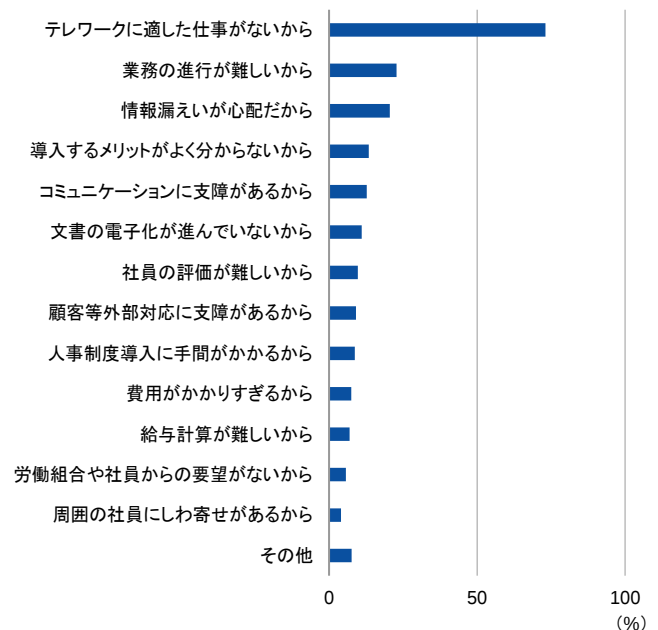
一方、リモートワークを導入していない企業に実施したアンケート調査では、その理由について、「テレワークに適した仕事がないから」、「情報漏えいが心配だから」、「社員の評価が難しいから」等の回答が並んでいる(【図表 6】)。このことから分かるように、リモートワークを導入する上では IT システム、関連機器の導入に加え、人事・労務・コンプライアンス関連諸制度の再設計や業務の見直しも欠かせない。現時点で導入を見送っている企業のみならず、既に導入している企業においても、利用人数・利用頻度の拡大を目指す際には、これらの複合的な課題をクリアしていくことが求められよう。

【図表 5】テレワークを利用する従業員の割合



(注)2018 年調査、テレワーク導入企業の全従業員に占める割合
(出所)総務省「通信利用動向調査」より、
みずほ銀行産業調査部作成

【図表 6】テレワークを導入しない理由



(注)2018 年調査、調査対象 1,462 社による複数回答
(出所)総務省「通信利用動向調査」より、
みずほ銀行産業調査部作成

新型コロナウイルスの影響でリモートワークが再び注目されている

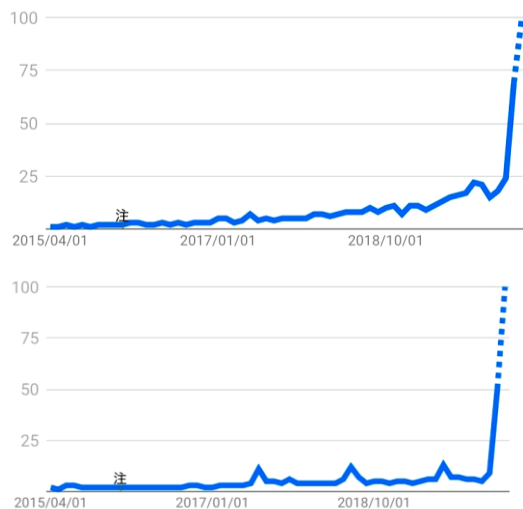
こうした中、足下の新型コロナウイルス流行をきっかけにリモートワークへの注目が再燃している。感染者が確認された企業が緊急措置として実施しただけでなく、資生堂、パナソニック、リコー等では従業員を守る未然防止策としてリモートワークの実施に踏み切った。また GMO インターネットでは、他社に先駆けて 2020 年 1 月 26 日に全社員の約 9 割を対象とする大々的なリモートワークの実施を決断している。

2020 年 2 月 25 日には政府も対策の基本方針を発表し、感染者集団の拡大を抑制すべくイベント等の開催自粛や企業の時差出勤・リモートワークの推進に関する要請がなされており、同日以降、インターネット上での「リモートワーク」の検索回数は急増している(【図表 7】)。

BCP としてのリモートワークの必要性が意識されている

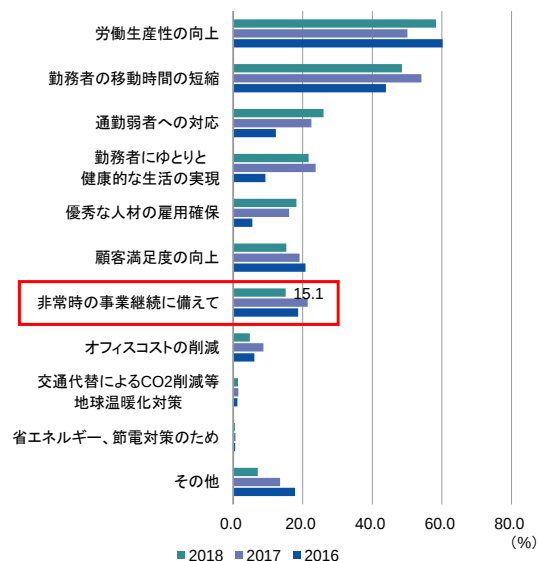
尚、アンケート調査によると、リモートワークを導入している企業の主な導入目的は、「労働生産性の向上」や「勤務者の移動時間の短縮」が中心である(【図表 8】)。BCP を目的とするケースは 2 割足らずと少ないが、今回の新型コロナウイルスの流行とそれに伴う事業活動の制限によって、今後は BCP としてのリモートワーク導入を意識する企業が増加する可能性がある。

【図表 7】「リモートワーク」「テレワーク」の検索状況⁵



(注) 上段がリモートワーク、下段がテレワーク
(出所) Google トレンドより、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 8】企業のテレワーク導入目的



(出所) 総務省「通信利用動向調査」より、みずほ銀行産業調査部作成

大々的なリモートワーク実施には課題

BCPとしてリモートワークを導入する際には、多くの従業員が一斉に、かつ長期間にわたって利用できる体制を整えておく必要がある。実際、今回の新型コロナウイルスでは、政府の行動自粛要請から約 1 カ月が経過しても依然収束の兆しが見えていない。先述の通り、既にリモートワークを導入している企業でも、大々的な実施に踏み切るための IT システムインフラ、社内制度が必ずしも整っていないケースもあるものと見られ、多くの企業にとって BCP としてのリモートワーク導入には課題が残っていると考えられる。

3. 国内におけるリモートワーク関連プレーヤー

PC、通信機器メーカー、システム・ネットワークサービス事業者中心にプレーヤー多数

リモートワークを導入する際には、モバイル業務用端末(軽量 PC、モバイルフォン、周辺機器)等のハードの調達に加え、社内ネットワークへのアクセスやデスクトップの利用においてセキュリティを確保するための VPN⁶、VDI⁷、DaaS⁸導入等のインフラ整備、遠隔会議や文書管理・共有のための業務ツールの導入が求められる。従って、関連する事業者としては PC、通信機器メーカー、システム・ネットワークサービス事業者、関連製品を取り扱う商社・代理店等が中心となるが、オフィス什器メーカーや複合機メーカー等オフィス商材を取り扱う周辺プレーヤーも成長市場として注目し、参入している。

PC、通信機器メーカー、システム・ネットワークサービス事業者は企業の IT・システム部門との恒常的な接点を持っており、既存の営業ルートを通じてリモートワーク需要に対応する製品・サービスを提供している。今後 BCP 対応としてのリモートワーク導入需要が高まれば、新たに導入する企業が増加するだけでなく、既に導入し始めている企業においても対象範囲の拡大に伴う追加的な機器の購入やツールの導入、社内システムの再構築等が想定され、関連する事業者には大きなビジネスチャンスが生じうる。

⁵ 2020 年 3 月 9 日時点(データ取得時)から過去 5 年間の国内における「リモートワーク」「テレワーク」の Google 検索状況を相対的な数値で示したものの、2016 年 1 月 1 日(注の地点)にてデータ収集システムの変更あり。点線部は部分的なデータに基づく推計値。

⁶ Virtual Private Network (バーチャルプライベートネットワーク)。公衆回線上に仮想的な専用回線を設けて安全にデータ通信を行う仕組み。

⁷ Virtual Desktop Infrastructure (仮想デスクトップインフラ)。パソコンのデスクトップ環境をサーバ上に集約してサーバ上で稼働させる仕組み。端末上に情報が残らないため、情報漏えい対策としても有効。

⁸ Desktop as a Service。VDI と同様、仮想デスクトップを設ける仕組みであるが、デスクトップは自社サーバではなくクラウド上に構築される。

4. WEB 会議システム「Zoom」の利用拡大と示唆

コミュニケーション
ツールはリモート
ワーク実施に必要
なツールの一つ

リモートワークを実施する際に必要なツールの一つとして、WEB 会議システムを始めとするビジネスコミュニケーションツールが挙げられよう。矢野経済研究所のレポート⁹によれば、関連市場規模はテレビ・WEB 会議システムが 551 億円、グループウェアが 915 億円、社内 SNS・ビジネスチャットが 58 億円（いずれも 2018 年度見込み）であり、2021 年にかけてそれぞれ年率 10%以上の成長が予想されているが、今回の新型コロナウイルスを契機に普及の加速が期待されよう。

WEB 会議システム「Zoom」のユーザーは急拡大している

これらのサービスを提供する企業の中でも、新型コロナウイルスの流行以降、特に注目を集めている企業の一つが Zoom 社（米）である。Zoom 社は 2011 年に設立、2019 年 4 月に NASDAQ に上場したスタートアップ企業であり、クラウドベースの多拠点会議システムを提供している。様々なデバイスから接続ができ、分散型アーキテクチャによる接続の安定性や会議資料の共有機能等の利便性の高さが評価されている。3 月 4 日に発表された 2020 年 1 月期決算では、当社の法人顧客数（従業員 10 名以上）が全世界で 81,900 社に上り、前期比 61%増加するなど、急速に業容を拡大させている。

最大の特徴は利用開始にかかるハードルの低さであり、1 対 1 の会議、又は 3 人以上の会議でも 40 分以内であれば無料で利用できるほか、ゲストユーザーは会議キーとパスワードを受け取れば事前の会員登録も不要で参加できる。こうした利用開始にかかる負担の少なさもあり、出張や大人数での会議の自粛が求められる中、社内会議のみならず社外との会議の代替手段としても利用され、ユーザー獲得が一層進んでいるものと見られる。

直近の 2020 年 1 月期決算では、売上高は前年比+88%の 623 百万ドル、EBITDA は同+95%の 66 百万ドルと堅調に増加しているほか、当社株価は新型コロナウイルスの流行とともに伸び、年初対比、足下約 2 倍（2020 年 3 月 25 日時点）まで上昇している（【図表 9、10】）。国内では経済産業省が臨時休校の要請を受けている教育機関に対して「Zoom」の無償提供も開始しており、普及に弾みがついている。

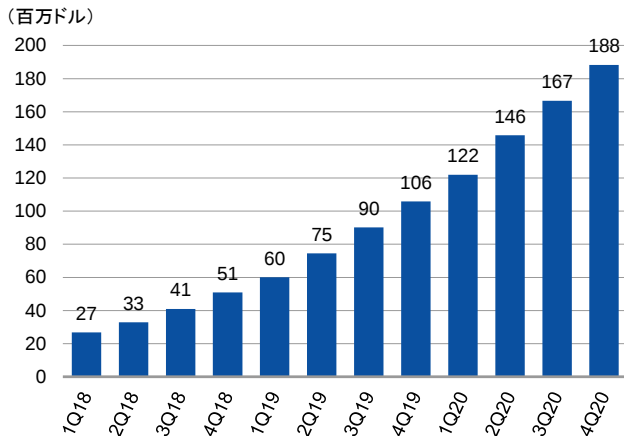
コミュニケーション
ツールの利用
者獲得競争が過
熱している

但し、類似のシステムとして、国内プレーヤーが提供する「V-CUBE」（V-CUBE）、「Live ON」（ジャパンメディアシステム）、「MeetingPlaza」（NTT テクノクロス）や、グローバルで展開する「WebEX」（Cisco Systems）、「Skype for Business」（Microsoft）、「Google Hangouts Meet」（Google）等競合は多い。Cisco Systems を始めとする一部の企業では、一定期間の無償提供によって利用者拡大を狙う動きも出るなど、競争激化の兆しが見られる。

また、足下 2 億人近くがリモートワークを利用しているとされる中国でも、Tencent の「企業微信（Wechat Work）」、「騰訊会議（Tencent Meeting）」、Alibaba グループが提供する「釘釘（ディントーク）」、バイトダムの企業向け SNS「飛書（Feishu）」等ビジネス用コミュニケーションツールの活用が拡大しており、各社とも機能強化や無償サービス提供に取り組むなど、全世界的な盛り上がりを見せている。

⁹ 矢野経済研究所「ワークスタイル変革ソリューション市場の実態と展望 2018」（2018 年 9 月）。2018 年度見込みは 2018 年 9 月現在、事業者売上高ベース。

【図表 9】 Zoom 社の売上高推移



(出所) Factset より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 10】 Zoom 社の株価推移



(出所) Factset より、みずほ銀行産業調査部作成

クラウド型のサービスが拡大する可能性

前述の通り「Zoom」はクラウド型サービスであり、ユーザー企業の他のシステムとは切り離して導入することが可能である。加えてゲストユーザーであれば会員登録も不要であることから、IT システム部門による導入の意思決定というプロセスを経ずに利用することも可能である。無論、今回の利用拡大は緊急対応としての色合いが強く、ビジネスモデルを踏まえれば他の類似サービスへの切り替えも容易であることから、このまま利用が定着するとは限らない。しかしながら、このようなクラウド型のツールが普及すれば、企業の IT システム部門との接点を強みとしている PC、通信機器メーカー、システム・ネットワークサービス事業者等の主力プレーヤーは事業機会を奪われる可能性も想定され、新型コロナウイルス影響が収束した後の「Zoom」の動向も注目に値しよう。

5. リモートワーク普及による商機と国内関連プレーヤーの打ち手

リモートワーク拡大の可能性を踏まえた打ち手

以上述べてきたように、新型コロナウイルスの流行を機に、国内企業には BCP としてのリモートワーク導入の必要性が生じている。生産性向上等の従来の目的と異なり、BCP としてのリモートワークでは多くの従業員が長期間利用することを前提とした抜本的なインフラの見直しが必要となり、十分な体制整備を実施している企業はごく僅かである。また、災害や疫病は常に発生しうるものであり、緊急性の高いテーマであることから、今後リモートワーク導入ニーズが過熱する可能性が想定される。このことは、リモートワーク関連の機器・サービスを提供する国内プレーヤーにとってのビジネスチャンスとなるだろう。

一方で「Zoom」のようなグローバルスタートアップ、とりわけクラウド型サービスを提供する企業のプレゼンスが増す中、必ずしも既存の国内プレーヤーがこのビジネスチャンスの恩恵を受けられるとは限らない。新型コロナウイルスに伴うリモートワーク導入ニーズは世界中で高まっており、今後成長分野として投資が集まりやすくなれば、Zoom 社に続く有力スタートアップの誕生も起こりえよう。

こうした環境下で関連機器・システムを提供する既存の国内プレーヤーが取りうる戦略は大きく 2 つあると考える。

①レイヤーアップ

第一に、企業のリモートワーク導入に必要なトータルサポートの提供が上げられる。BCP としてのリモートワーク導入では、多数が長期間利用することを前提とした人事・労務・コンプライアンス等の関連諸制度の見直しが必要になる。実際、今回リモートワーク実施に踏み切った企業からも勤務状況の管理方法や業績評価等に課題が残るとの声が聞かれるところである。これらの全社的な課題にアプローチすることで、関連機器やサービスの販売拡大を目指すのが一つ目の方向性である。

この戦略では、制度見直しをサポートできるコンサルティング力や法制度等に精通する

有識者とのパイプ、経営層・経営企画ライン等の全社的な推進を担うライトパーソンへのアクセスを確保することが求められる。これらのケイパビリティを自社単独で獲得することは容易ではなく、有力なパートナーを得ることが肝要であろう。

②キラーコンテンツの獲得

第二に、有力なスタートアップの囲い込みによるキラーコンテンツの獲得が考えられよう。今回の新型コロナウイルスの流行を契機に世界的にリモートワークが普及すれば、国内外ともに関連するスタートアップも増加するものと想定される。Zoom 社の事例に見られるように、汎用性があり、優れた機能を持つツールは国内でも高いシェアを握る可能性があることから、海外も含めて有力な技術・ビジネスモデルを持つスタートアップの動向を注視すべきタイミングであると言えよう。

BCPにとどまらず、生産性向上を目指すか

最後に、今回 BCP としてのリモートワークの導入の必要性が意識されたことは、今後導入を進める企業にとっても大きな意味を持つと考える。BCP として必要になる大々的なリモートワーク環境の整備を進める上では、改めて既存の業務プロセスと向き合う必要が生じる。社員間、顧客とのコミュニケーションや情報フロー、事務手続き、人事・労務管理等を再確認し、各々の業務の重要性や効率を見極めることは、ホワイトカラーの生産性改善や最適なデジタルツールの導入に貢献し、企業の競争力向上に資する。それぞれの企業がこの好機を捉え自社の業務変革に取り組むことに加え、政策的なリモートワーク導入支援においても一段高い視座に立ったサポートを期待したい。

6. おわりに

日本発のオフィスソリューション展開に期待したい

日本はリモートワークの普及において後進国ではあるが、Google、Apple 等の米国メガ企業が労務管理やコミュニケーションの問題からリモートワークの制限を強めつつあるなど、オフィスでの業務を代替する最適なソリューションはグローバルでも未だ生み出されておらず、イノベーションの余地が残る領域であると言えよう。国内関連事業者が今後高まる可能性のあるリモートワーク需要を取り込むだけでなく、抜本的なオフィス業務の再構築を支援することで、世界に通じるオフィスソリューションを創出することを期待している。

みずほ銀行産業調査部

テレコム・メディア・テクノロジーチーム 宮下 裕美

hiromi.a.miyashita@mizuho-bk.co.jp