



Businesses at Work



목차

02	서론	40	Workflows
03	주요 내용 요약	41	산업별 Workflows의 성장
05	방법론	43	가장 인기 있는 Workflows 커넥터
06	인기 있는 앱 카테고리	45	Workflows 템플릿 카테고리의 성장
07	앱 카테고리의 성장	48	인증과 보안
11	산업별 앱 카테고리의 성장	49	가장 인기 있는 보안 톨 카테고리
13	국가 및 지역별 앱 카테고리의 성장	51	가장 인기 있는 인증 요소 유형
16	가장 빠르게 성장하는 앱	55	산업별 인증 요소 그룹
18	2023년 가장 인기 있는 50가지 앱	57	Fastpass 및 디바이스 정책
21	기업 카테고리 기준 가장 인기 있는 앱	58	디바이스 유형별 패스워드리스 인증
23	가장 빠르게 성장하는 앱	59	국가별 패스워드리스 인증
25	기업 카테고리 기준 가장 빠르게 성장하는 앱	61	산업별 패스워드리스 인증
27	산업 및 지역 기준 가장 빠르게 성장하는 앱	63	위험, 행동 및 디바이스 정책
32	직무에 가장 효과적인 톨	66	결론
33	평균 앱 수		
36	번들 앱의 대결		
37	동급 최고 성능 앱의 부상		
39	Apps for Good		



새로운 툴을 요구하는 시대

업무 환경에 의미있었던 한 해가 지나갔습니다. AI가 ChatGPT의 인기에 힘입어 주요 툴로 자리를 잡았습니다. 자동화 덕분에 일상적인 업무의 부담이 모두는 아니더라도 일부 사라졌습니다. 기업들은 빠르게 진화하는 규제 환경에 적응하느라 어려움을 겪었습니다. 또한 경쟁력을 유지하고 위험을 최소화할 목적으로 새로운 툴을 선택하면서 이 모든 것들을 고려해야 했습니다. 그렇다면 어떤 앱들이 가장 많은 선택을 받아 상위권을 차지했을까요?

올해 가장 빠르게 성장하고 있는 두 가지 앱인 Vanta와 Drata부터 얘기해보겠습니다. 두 앱 모두 기업들이 방대한 데이터를 안전하게 보호하여 규정을 준수할 수 있도록 지원합니다. 데이터 컴플라이언스 툴이 가장 빠르게 성장하는 앱에서 상위 10위 안에 든 것은 이번이 처음입니다. 기업들이 새로운 규정에 따라 데이터를 안전하게 보호할 방법을 찾고 있다는 점을 감안하면 이렇게 놀라운 성장도 어찌면 당연한 결과입니다.

과연 그만큼 가치도 있을까요? Okta Workflows를 운영 유지보수, 라이프사이클 관리, 보안 과제에 사용하는 기업이 점차 늘고 있습니다. 회사 한 곳에서 평균적으로 사용하는 앱 수도 몇 년간 정체되었다가 다시 증가하고 있습니다. 기업들은 보안 키, 생체 인식 같이 비교적 보안 수준이 높은 인증요소를 도입하여 보안을 강화하고 있습니다.

이전에도 그랬던 것처럼 올해 보고서에서도 18,000곳이 넘는 전 세계 Okta 고객과 [Okta Integration Network](#)에서 익명으로 수집된 데이터를 분석했습니다. 여기에는 클라우드, 모바일, 웹 앱, IT 인프라 등 7,000개 넘게 통합된 공급업체들도 포함됩니다. 이렇게 고유한 데이터 세트를 매년 지역, 산업, 회사 규모 등 다양한 기준에 따라 분류합니다. 올해에는 특별히 테크 스타트업과 Fortune 500대 기업에서 가장 많이 사용하는 앱에 대해서도 조사했습니다.

이러한 성장은 주요 트렌드의 일부분에 불과합니다. 이제부터 2024 Businesses at Work 보고서를 살펴보면 어떤 앱과 툴이 인기를 끌고 있는지, 또 그 이유는 무엇인지 자세히 알아보겠습니다.

그럼 시작해볼까요!

주요 내용 요약

인기 있는 앱 카테고리

어떤 앱 카테고리가 인기를 끌고 있습니까? 올해에는 새로운 카테고리들이 1위를 차지했습니다. 법률 툴이 고객 수에서 전년대비 35% 증가하면서 가장 빠른 성장세를 보였습니다. 또한 지난해 고유 사용자 수에서 두 번째로 빠르게 성장한 카테고리를 차지했던 비즈니스 사무용품이 전년대비 63% 증가해 금메달을 차지했습니다.

은메달은 익숙한 카테고리에게 돌아갔습니다. 지난해 상위권을 차지했던 카테고리인 출장이 이번에도 높은 성적을 거두어 고유 사용자 수에서 전년대비 38% 증가하면서 2위에 올랐습니다. 고객 수에서 2위는 전년대비 18% 증가한 디자인 소프트웨어에게 돌아갔습니다.

화상 회의 툴은 지난 몇 년간 뜨거운 인기를 얻었지만 이제는 전반적으로 인기가 식고 있습니다. 그 밖에 전자 서명 툴이 고유 사용자 수에서 전년대비 25% 증가하고, 콘텐츠 협업 툴이 13% 증가하면서 새로운 툴들이 성장 사분면에 진입했습니다. 정부, 교육 및 비영리 부문에서도 올해 앱 배포가 크게 증가했습니다. 클라우드 플랫폼, 개발자 툴, 프로젝트 관리 툴도 각종 산업 부문에서 탄탄한 성장세를 보이고 있습니다.

가장 빠르게 성장하는 앱

데이터 컴플라이언스 툴이 처음으로 돌풍을 일으키고 있습니다. 가장 빠르게 성장하는 앱 중에서 Vanta가 OIN을 통해 배포한 고객 수에서 지난해와 비교해 무려 338% 증가하면서 금메달을 차지했으며, Drata는 전년대비 91% 증가해 6위에 올랐습니다. 한편, Twilio SendGrid(전년대비 59% 증가)는 테크 스타트업의 가장 빠르게 성장하는 앱 순위권에서 정상에 올랐고, Okta의 Fortune 500 고객들은 Zscaler(전년대비 17% 증가)를 추가하고 있습니다.

고객 수를 기준으로 가장 인기 있는 앱을 살펴보면, Google Workspace가 Microsoft 365에 이어 2위를 차지하면서 또 한 번의 기록을 세웠습니다. 테크 스타트업은 가장 인기 있는 앱으로 Google Workspace를 선택했고, AWS가 그 뒤를 이었습니다. Fortune 500 기업은 Microsoft 365에 이어 Salesforce를 2위로 뽑았습니다.

고객 수를 기준으로 가장 인기 있는 50가지 앱 중에서는 1Password(고객 수 기준 전년대비 39% 증가)와 Amazon Business(고유 사용자 수 기준 전년대비 89% 증가)가 성장 리더로 정상을 차지했습니다. 고유 사용자 수와 고객 수에서 기대 이상의 성과로 높은 성장세를 기록한 앱들이 포함된 성장 사분면에는 Tableau, DocuSign, Oracle NetSuite, Google Workspace 같은 앱들이 새롭게 진입했습니다. 하지만 무엇보다 눈에 띄는 승자가 하나 있습니다. Snowflake는 테크 스타트업, Fortune 500 기업 및 모든 고객 세그먼트에서 유일하게 성장 리더로 평가 받은 앱입니다.

직무에 가장 효과적인 툴

기업에서 배포하는 평균 앱 수가 몇 년간 완만한 성장세를 이어오다 지난해 89개에서 올해는 4% 상승해 93개로 뛰어올랐습니다. 직원 수가 2,000명 이상인 대기업에서 평균 앱 수가 무려 231개로 가장 많이 증가했습니다.

기업들은 동급 최고의 앱들을 자사 에코시스템에 지속적으로 추가하고 있습니다. Okta의 Microsoft 365 고객 중에서,

- 작년에 42%에서 올해는 45%가 Google Workspace를 배포했습니다.
- 작년에 36%에서 올해는 38%가 Slack을 배포했습니다.
- 테크 스타트업의 61%가 AWS를 배포하여 모든 기업 세그먼트와 비교해 13% 포인트 높은 증가율을 기록했습니다.

또한 어려운 경제 상황에도 불구하고 Okta의 Apps for Good 이니셔티브가 성공을 거두고 있습니다. 이러한 앱에 할당된 사용자가 총 180만 명으로 전년대비 13% 증가했으며, 기업과 직원들은 기부 앱을 사용해 자신의 시간, 금액, 재능을 기부할 수 있습니다.

워크플로우

고객이 대규모 아이덴티티 관리 프로세스를 자동화할 수 있는 Okta Workflows의 사용도 기록적인 성장세를 보이고 있습니다. 테크놀로지 부문이 고객 기업 수를 기준으로 전년대비 36% 증가하면서 전체에서 가장 높은 Workflows 도입률을 기록했습니다. 특히 Workflows 커넥터가 협업 앱으로 인기를 얻으면서 Slack이 고객 수를 기준으로 가장 인기 있는 Workflows 커넥터로 뽑혔습니다. Workflows 템플릿 중에서는 운영 작업 및 유지보수를 자동화하는

템플릿이 고객 수에서 전년대비 78% 증가해 1위를 차지했습니다.

컴플라이언스와 보안

작년에는 데이터 컴플라이언스 툴을 배포하는 기업이 크게 늘었습니다(전년대비 120% 증가). 컴플라이언스 카테고리 두 번째로 가장 빠르게 성장하는 카테고리인 보안 교육 툴(전년대비 19% 증가)을 크게 앞질렀습니다. 기업들은 대부분 보안 수준이 낮아 외면 받는 보안 질문을 포기하고 보안 키나 생체 인식과 같이 보안 수준이 높은 인증요소를 선택하는 등 인증 절차를 계속해서 강화하고 있습니다. Okta Verify를 사용하는 고객이 전반적으로 증가하고 있는데, 테크 스타트업에서 특히 두드러집니다. Okta의 패스워드리스 인증 서비스인 FastPass를 사용하는 기업 중에서 고객 기업 한 곳당 평균 인증 횟수는 MacOS보다 Windows에서 더 높습니다. 하지만 패스워드리스 인증에 생체 인식이 포함될 가능성은 Windows(16%)보다 Mac(23%)이 더 높습니다.

정책은 네트워크에 초점을 맞춘 위험 정책, 사용자에게 초점을 맞춘 행동 정책, 그리고 디바이스 신뢰 정책 등 세 가지 영역으로 나누어 살펴보았습니다. 디바이스 신뢰 정책이 압도적인 전년대비 증가율로 위험 정책과 행동 정책을 크게 앞질렀습니다. 디바이스 신뢰 정책을 배포한 고객 수는 테크놀로지 부문에서 전년대비 33% 증가해 가장 큰 성장세를 보였습니다.

보고서 작성 방법

Okta는 *Businesses at Work* 보고서를 작성하기 위해 고객에게서 익명으로 수집한 데이터를 활용합니다. 이러한 데이터는 수많은 기업, 애플리케이션 및 IT 인프라로 구성된 통합 네트워크를 비롯해 전 세계 국가에서 매일 처리되는 인증 및 검증 작업을 기반으로 합니다. Okta의 기업 고객과 직원, 계약자, 파트너, 고객들은 Okta를 사용하여 디바이스, 웹사이트, 앱 및 서비스에 로그인하고, 보안 기능을 활용하여 중요한 데이터를 보호하고 있습니다. 이들은 각 주요 산업에 속해 있으며 소규모 기업에서부터 수십만 명의 직원과 수백만 명의 고객을 보유한 대기업에 이르기까지 다양한 규모로 포진해 있습니다.

본 보고서에 언급된 데이터는 Okta의 고객, 고객이 Okta Integration Network를 통해 인증하는 애플리케이션과 통합 기능, 그리고 사용자들이 Okta 서비스를 통해 이러한 툴에 액세스하는 방법을 나타냅니다. 또한 보고서에서 사용한 “앱”과 “툴”이라는 용어는 Okta Integration Network를 통해 제공되는 애플리케이션, 서비스 및 통합 기능을 의미합니다. Okta를 사용하지 않는 Microsoft 365 고객(강력한 교차 앱 통합 지원을 제공하지 않는 Azure Active Directory 또는 기타 아이덴티티 플랫폼을 사용하는 고객)의 경우, Okta의 Microsoft 365 고객에 대한 설명 방식이 다를 수 있습니다.

Okta는 매년 세 가지 방식으로 앱 인기도를 조사합니다. 차트는 대부분 Okta Integration Network에서 앱을 배포한 고객 수를 나타내며, 활성 고유 사용자의 수를 조사한 차트도 있습니다. 여기서 활성 고유 사용자란, 지난 30일 동안 1회 이상 Okta를 통해 앱에 로그인한 사용자를 말합니다. *Apps for Good* 섹션에서는 할당된 사용자를 계산했습니다. 할당된 사용자란 애플리케이션에 대한 액세스 권한이 있는 사용자를 의미합니다. 어떠한 차트든지 앱이 조사 대상에 포함되려면 표준화된 최소 고객 수를 충족해야 합니다.

Okta는 데이터를 표준화하기 위해 세심한 노력을 기울여왔습니다. 달리 명시되지 않는 한, 본 보고서에서는 2022년 11월 1일부터 2023년 10월 31일까지 수집된 데이터를 언급하고 분석하였으며, “올해”, “오늘날” 또는 “2023년에”라는 표현은 모두 이 기간을 의미합니다. “작년” 또는 “2022년에”라고 언급한 경우에는 2021년 11월 1일부터 2022년 10월 31일까지 수집된 데이터를 의미합니다. “2021년”은 해당 연도에서 동일한 기간을 나타냅니다.

기업 규모를 언급하면서 사용한 “테크 스타트업”과 “스타트업”이라는 용어는 테크놀로지 분야에 종사하면서 직원 수가 100명 이하인 회사를 의미합니다. “Fortune 500대 기업”은 상위 기업들 중 포춘지 선정 500대 기업에 해당하는 Okta 고객을 의미합니다.

“Workforce Identity”라는 용어는 Okta 고객이 자사 직원들에게 Okta 서비스를 배포한 경우를 의미합니다. Okta는 Workforce Identity 사용 사례와 Customer Identity 사용 사례를 동일한 환경에 적용할 수 있는 제품도 제공합니다. 하지만 Workforce Identity를 별도로 언급하는 경우는 이러한 제품을 배포한 것입니다. 예를 들어 데이터가 Workforce Identity로 국한되는 경우가 여기에 해당합니다.

FastPass 섹션에서 공유한 인증 데이터는 WorkForce Identity 고객 디바이스를 기반으로 Okta *FastPass*를 통해 인증된 1년간의 누적 데이터를 기반으로 합니다.

달리 명시되지 않는 한, 본 보고서에 포함된 데이터는 Okta Integration Network를 통해 하나 이상의 앱을 사용자에게 배포한 Okta 고객으로 제한됩니다. 또한 달리 명시되지 않는 한 본 보고서는 기업용으로 배포된 앱을 대상으로 합니다. 본 보고서는 전적으로 Okta 데이터에 초점을 맞추었기 때문에 Auth0은 포함되지 않았습니다.

인기 있는 앱 카테고리

올해 가장 인기 있었던 앱 카테고리를 살펴보면 기업들이 어디에 전념하고 있는지를 한눈에 알 수 있습니다. 예를 들어 계약 체결을 늘리거나, 재택 사무실과 회사 사무실에 용품을 구비하거나, 출장을 떠나거나, 제품과 비즈니스를 돋보이게 하려고 전력을 다하는 등 다양한 일을 하고 있습니다. 물론 비즈니스를 안전하게 보호하기 위해 여전히 다방면으로 노력하고 있습니다.



법률, 출장 및 비즈니스 툴의 고공 행진

경제가 어려운 시기에는 기업들이 경쟁 우위를 최대한 확보해야 합니다. 법률 문제로 인해 거래나 계약에 신경 쓸 여유도 없습니다. 그러다 보니 가장 인기 있는 앱 카테고리들 살펴보면 법률 툴이 고객 수에서 전년대비 35% 증가해 가장 높은 성장세를, 그리고 고유 사용자 수에서 전년대비 34% 증가해 유의적인 성장세를 보이는 등 압도적인 성적을 거두는 것도 그리 놀라운 일이 아닙니다. 이러한 성장을 주도하는 앱으로는 [Ironclad](#), [LexisNexis](#), [LegalZoom](#) 등이 있습니다(흥미롭게도 Ironclad 계약 관리 소프트웨어는 2022년에 가장 빠르게 성장하는 앱에서 8위에 올랐습니다).

기업들은 여전히 출장을 다니면서 파트너를 비롯한 고객과 어울리고 있습니다. 팬데믹 이후 다시 출장이 증가하여 활기를 띄면서 출장 카테고리 고객 수 증가에서 2위에 뽑혔습니다. 작년에는 출장 카테고리가 고객 수에서 전년대비 43% 증가하고, 고유 사용자 수에서 전년대비 197% 증가하여 최고의 성장 리더에 오르기도 했습니다. 올해도 고객 수에서 전년대비 17% 증가하고, 고유 사용자 수에서 전년대비 38% 증가하는 등 꾸준히 성장하고 있습니다. 이로써 출장 카테고리는 4년 연속 평균 수치를 웃도는 성장세를 이어가며 자랑스럽게 이야기할 수 있는 역사를 쓰고 있습니다.

지난해 가장 빠르게 성장하는 앱에서 2위를 차지한 비즈니스 사무용품 카테고리는 올해 들어 다소 주춤했지만 고객 수에서 전년대비 17% 증가하고, 고유 사용자 수에서 전년대비 63% 증가하며 여전히 인상적인 모습을 보이고 있습니다.

마찬가지로 디자인 소프트웨어 역시 지난 6년 동안 가장 빠르게 성장하는 앱에서 조금씩 성장세가 꺾이고 있습니다. 디자인 소프트웨어 카테고리는 지난해 고객 수에서 전년대비 31% 증가하고, 사용자 수에서 전년대비 60% 증가했지만 올해는 고객 수에서 전년대비 18% 증가하고, 사용자 수에서 전년대비 23% 증가하여 성장세가 비교적 완만하게 둔화되었습니다.

올해 상위 카테고리 차트에서 성장 사분면에 새롭게 진입한 카테고리들 살펴보면 팬데믹으로 원격 근무가 확산되던 시기에 성장하기 시작한 카테고리들이 올해도 성공을 거듭하는 모습을 보이고 있습니다. 상위권에 새롭게 진입한 카테고리 중에는 고객 수가 전년대비 12% 성장한 전자 서명과 고객 수가 전년대비 9% 성장한 콘텐츠 협업이 눈에 띕니다. 시스템을 온프레미스 환경은 물론이고 원격으로도 계속운영해야 하다 보니 네트워킹 및 인프라가 올해 고객 수에서 전년대비 9% 증가하고, 고유 사용자 수에서 15% 증가하면서 성장 리더 카테고리에 포함되었습니다. 또한 Apps for Good이 고유 사용자 수에서 전년대비 35% 증가해 어려운 시기를 잘 헤쳐 나가고 있습니다. 기부와 자선 활동을 통해 지역 사회에 공헌하는 사람들이 늘어나는 것은 언제 봐도 즐거운 일입니다.

올해 보고서에서는 처음으로 테크 스타트업(테크놀로지 산업에 종사하면서 직원 수가 100명 이하인 기업)과 Fortune 500 기업들이 어떻게 대응하고 있는지 살펴보았습니다.

테크 스타트업

작년에는 출장 카테고리가 고객 수와 고유 사용자 수를 기준으로 전체 성장 리더로 뽑혔습니다. 올해는 테크 스타트업이 출장 카테고리를 마찬가지로 퍼스트 클래스 순위에 올려놓았습니다. 출장은 고객 수에서 전년대비 40% 증가하고, 고유 사용자 수에서 전년대비 79%를 기록했습니다. 그 밖에도 비즈니스 사무용품, 분석, 보안, 전자 서명, 클라우드 플랫폼, 디자인 소프트웨어가 올해 고객 수와 고유 사용자 수에서 높은 증가율로 성장 사분면에 포함되면서 스타트업이 출장이 없을 때는 사무실에서 비즈니스에 힘쓰는 모습을 보였습니다.

영업 및 마케팅 툴도 고객 수에서 전년대비 15% 증가하고, 고유 사용자 수에서 31% 증가하면서 모든 기업 세그먼트보다 스타트업 세그먼트에서 더욱 빠르게 성장하고 있습니다. 이러한 성장세는 신생 기업이 성장하여 경쟁에서 앞서나가려면 근면성이 필요하다는 사실을 잘 보여주고 있습니다. E-러닝은 고유 사용자 수에서 전년대비 64%로 놀라운 증가율을 기록하며 출장에 이어 2위를 차지했습니다.

Fortune 500 기업

Fortune 500 기업은 개발자 툴과 디자인 소프트웨어를 좋아하기 때문에 이렇게 규모가 큰 기업들에게는 두 앱이 유일하게 성장 사분면에 포함된 카테고리이기도 합니다.

프로젝트 관리와 화상 회의는 각각 고객 수와 고유 사용자 수에서 가장 빠르게 성장하는 카테고리입니다. 프로젝트 관리는 고객 수에서 전년대비 13%, 그리고 고유 사용자 수에서 전년대비 15% 증가했습니다. 화상 회의는 고객 수에서 전년대비 증가율이 1%에 그쳤지만 고유 사용자 수에서 전년대비 34%까지 증가했습니다.

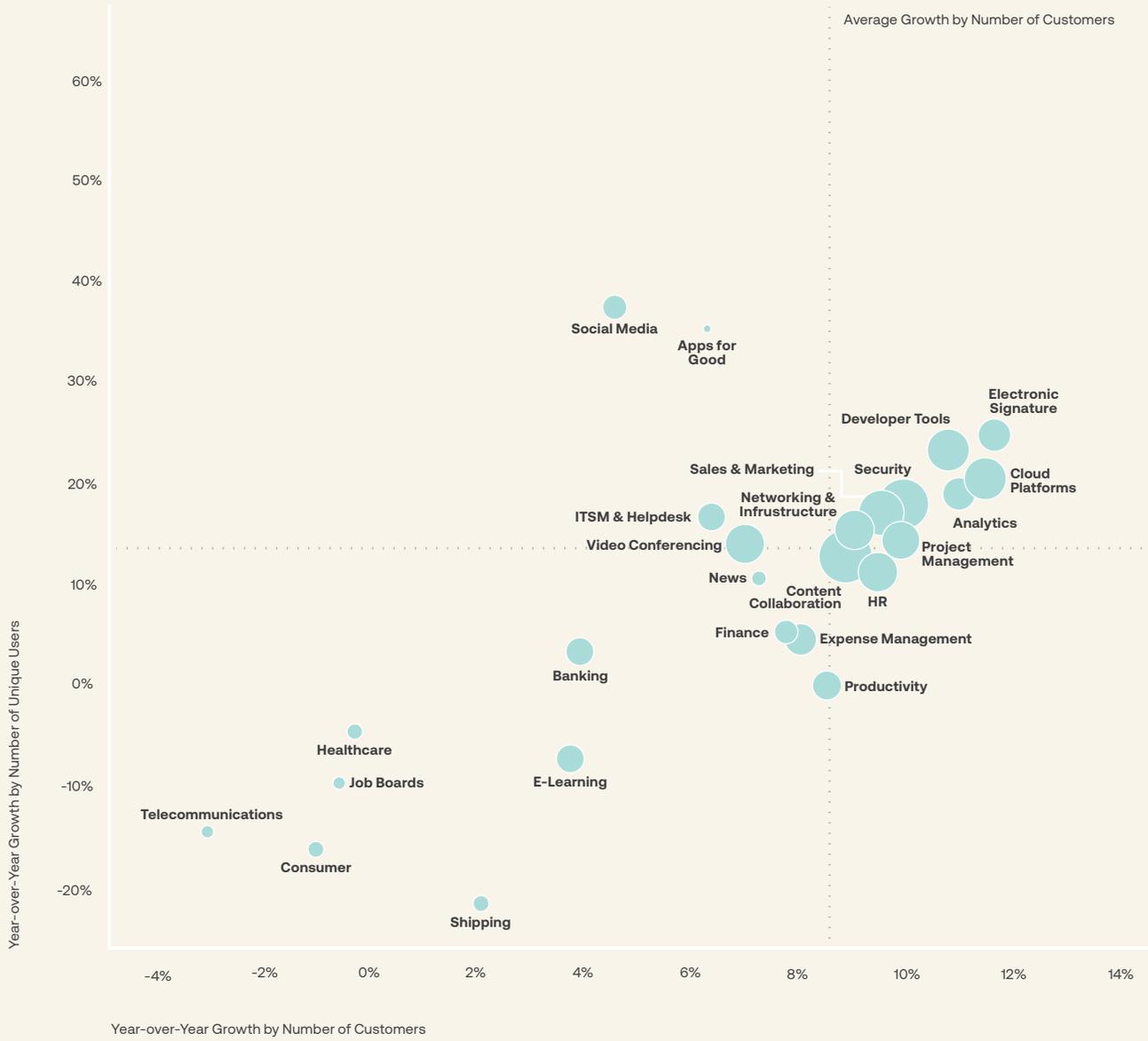
Fortune 500 기업들은 디자인 소프트웨어(고객 수에서 전년대비 9% 증가)와 IT 서비스 관리(ITSM) 및 헬프데스크(전년대비 8% 증가)를 추가하고 있습니다. 또한 이러한 글로벌 기업들은 클라우드 플랫폼과 전자 서명 툴에 대한 의존도가 증가하고 있는데, 이는 두 카테고리에서 고유 사용자 수가 증가한 것만 봐도 알 수 있습니다(각각 전년대비 32%, 27% 증가).

Okta의 Fortune 500 기업들은 보안도 철저히 유지하고 있습니다. 보안은 이미 성숙한 카테고리인데도 불구하고 보안 툴이 고객 수에서 가장 인기 있는 카테고리에 올랐을 뿐만 아니라 고유 사용자도 전년대비 15%까지 증가했습니다.

“

상위권에 새롭게 진입한 카테고리 중에는 고객 수가 전년대비 12% 성장한 전자 서명과 고객 수가 전년대비 9% 성장한 콘텐츠 협업이 눈에 띕니다.

앱 카테고리의 성장



Business Supplies

Travel

Design Software

Legal

Average Growth by Number of Unique Users

16% 18% 20% 22% 24% 26% 28% 30% 32% 34% 36%

참고: 이 앱 사용량 차트에서는 각 카테고리마다 앱 또는 툴을 하나 이상 배포한 고객 수를 계산했습니다.

이 가속도 지표는 고객 수(x축)와 고유 사용자 수(y축)를 기준으로 전년 대비 성장률을 나타낸 것입니다. 상단 오른쪽 사분면에는 성장 리더들이 있습니다. 상단 왼쪽과 하단 오른쪽 사분면에는 고유 사용자 수(상단 왼쪽)와 고객 수(하단 오른쪽)를 기준으로 성장률이 평균을 넘어서는 앱들이 있습니다. 여기서 카테고리를 평가하는 기준은 고객 수이며, 하늘색 원의 상대적인 크기로 고객 수를 나타냈습니다.

정부 및 비영리 단체의 앱 투자

어떤 산업이 특정 앱 카테고리에 과감하게 투자하고 있는지 살펴본 결과 흥미로운 결과들이 나타나기 시작했습니다. 작년엔 인기를 끌었던 디자인 소프트웨어가 올해도 강세를 이어가고 있습니다. 디자인 소프트웨어는 비영리 단체들 사이에서 고객이 전년 대비 29% 증가했고, 정부 및 에너지 부문에서는 전년대비 27% 증가했습니다. 작년엔 디자인 소프트웨어의 성장률을 이끈 산업은 주로 운수/창고업, 보험/의료/제약, 예술/엔터테인먼트였습니다. 하지만 좋은 디자인은 널리 퍼지기 마련이기 때문에 디자인 소프트웨어의 확산은 그리 놀랄 일이 아닙니다.

디자인 외에 클라우드 플랫폼, 개발자 툴, 프로젝트 관리 역시 각종 산업 부문에서 높은 성장률을 보이고 있습니다. 올해 교육 부문은 클라우드 플랫폼에서 전년대비 23% 증가했고, 정부 부문은 프로젝트 관리에서 전년대비 21% 증가했습니다. 개발자 툴은 교육, 정부 및 에너지 부문에서 흔들림 없는 성장세를 보였습니다.

산업별로 보면, 정부 부문이 여러 카테고리에서 평균을 웃도는 성장률로 앱 배포가 증가하여 가장 눈에 띄었습니다. 개별 차트 카테고리를 보면 HR 툴에 대한 정부 투자가 전년대비 30% 증가하여 가장 높은 성장률을 기록했습니다. 교육 부문도 다른 산업과 비교했을 때 다양한 카테고리에서 더욱 높은 비율로 앱 배포를 늘린 반면 소매 및 건설, 엔지니어링, 건축 부문은 앱을 추가하는 속도가 비교적 느렸습니다.

2021년 보고서 이후 가파르게 증가했던 화상 회의 툴의 확산세가 마침내 기울고 있다는 점도 흥미롭습니다. 이러한 툴 배포를 늘리는 산업 부문이 올해 들어 비교적 적었던 것은 산업 전반에 걸쳐 회사 사무실로 복귀하려는 움직임이 반영된 결과로 보입니다. 실제로 건설, 엔지니어링 및 건축 부문에서 화상 회의를 사용하는 비율이 전년대비 2% 감소했습니다. 전년대비 화상 회의 비율이 가장 많이 증가한 산업은 교육 부문과 비영리 부문으로 각각 16%와 12%를 기록했습니다. 이로써 화상 회의는 전 부문을 통틀어 유일하게 전년대비 17%를 넘어서지 못한 카테고리로 남게 되었습니다.

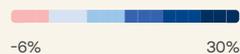
“

개별 차트 카테고리를 보면 HR 툴에 대한 정부 투자가 전년대비 30% 증가하여 가장 높은 성장률을 기록했습니다.”

산업별 앱 카테고리의 성장

	Cloud Platforms	Content Collaboration	Design Software	Developer Tools	HR	Networking and Infrastructure	Project Management	Sales and Marketing	Security	Video Conferencing
Arts, Entertainment, and Recreation	15%	18%	20%	14%	15%	6%	19%	12%	11%	4%
Construction, Engineering, and Architecture	9%	2%	10%	-4%	2%	1%	3%	9%	9%	-2%
Education	23%	11%	18%	18%	11%	18%	14%	8%	14%	16%
Energy, Mining, Oil, and Gas	9%	5%	27%	23%	5%	8%	22%	2%	-4%	8%
Finance and Banking	9%	7%	20%	7%	7%	7%	13%	7%	6%	2%
Government	19%	18%	27%	18%	30%	18%	21%	18%	14%	10%
Healthcare and Pharmaceuticals	15%	8%	19%	9%	14%	11%	12%	9%	10%	5%
Insurance	9%	8%	20%	16%	20%	8%	10%	11%	9%	3%
Manufacturing	12%	8%	15%	17%	4%	11%	10%	8%	10%	4%
Media and Communications	10%	7%	15%	10%	11%	11%	11%	10%	7%	5%
Nonprofit	12%	18%	29%	17%	17%	16%	19%	13%	18%	12%
Professional Services	13%	6%	16%	10%	7%	7%	7%	10%	9%	7%
Real Estate, Rental, and Leasing	7%	-2%	11%	10%	3%	5%	8%	3%	3%	0%
Retail	5%	4%	12%	3%	5%	5%	6%	5%	5%	5%
Technology	9%	7%	16%	8%	8%	5%	7%	9%	9%	6%
Transportation and Warehousing	24%	8%	23%	15%	16%	13%	8%	9%	9%	8%
Wholesale Trade	8%	8%	11%	12%	7%	19%	12%	7%	10%	5%

Account Year-over-Year Growth

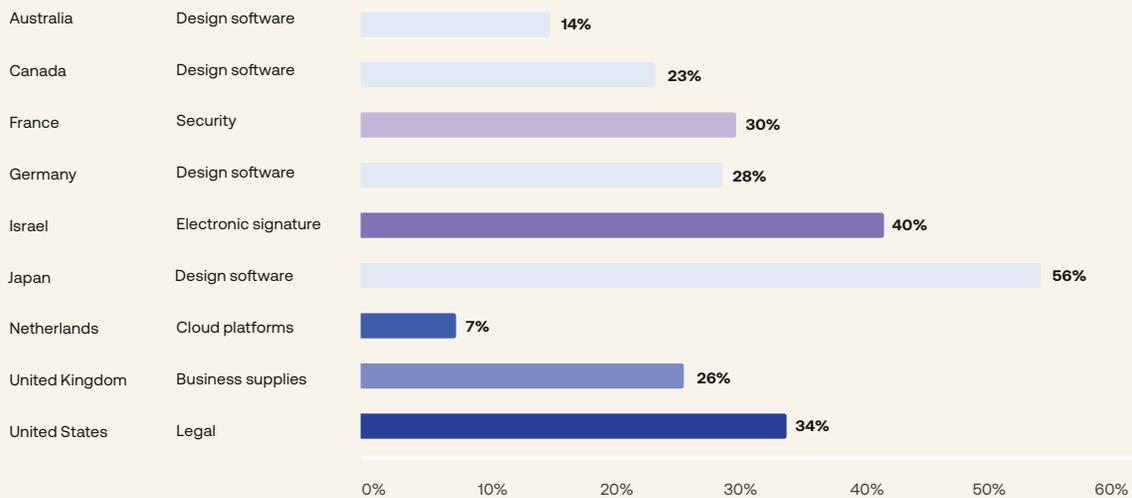


국가 및 지역별 앱 카테고리의 성장

전 세계에서 유행하는 디자인 소프트웨어

국가를 기준으로 가장 빠르게 성장하는 앱 카테고리를 보면 순위 싸움이 치열합니다. 디자인 소프트웨어는 작년에 오스트레일리아와 영국에서 가장 빠르게 성장하는 앱 카테고리였습니다. 하지만 올해는 일본을 선두로(전년대비 56% 증가) 독일, 캐나다, 오스트레일리아(재진입)가 뒤를 잇고 있습니다. 차트를 보면 디자인 소프트웨어가 웹 카테고리를 통틀어 가장 높은 성장률을 보이고 있습니다. 작년에는 네덜란드, 프랑스, 일본에서 개발자 툴이 가장 빠르게 성장하는 카테고리로 뽑혔습니다. 하지만 올해는 어떤 국가에서도 순위를 차지하지 못했습니다. 반면에 비즈니스 사무용품, 보안 및 클라우드 플랫폼이 작년에는 순위 밖이었지만 올해는 순위권에 진입했습니다. 실제로 비즈니스 사무용품은 영국에서 전년대비 26%의 성장률로 가장 빠르게 성장하는 앱 카테고리에 등극했습니다. 프랑스는 전년대비 30%의 성장률로 보안에 투자하였고, 네덜란드는 전년대비 7%의 성장률로 클라우드 플랫폼을 선호하는 입장을 보였습니다.

국가별 가장 빠르게 성장하는 앱 카테고리



Year-over-Year Growth by Number of Customers





가장 빠르게 성장하는 앱

Okta는 수년 동안 고객 수를 기준으로 앱의 인기를 평가하고 있습니다. 시간이 지날수록 우수한 앱들이 탄탄한 입지를 기반으로 순위를 지키면서 상위권에서도 변화를 찾아보기 어려울 때가 많습니다. 그러다 보니 [Google Workspace](#)가 2023년에 혜성 같이 등장하여 앱 인기도 순위에서 [AWS](#)를 뛰어넘어 2위를 차지한 것을 보면 놀랄 만도 합니다. Google Workspace는 순위를 높였지만 2년 동안 사용자 수에서 [Microsoft 365](#)와 AWS에 밀려 전체 3위를 맴돌았을 뿐입니다.



“

고객 수를 기준으로 가장 인기 있는 50가지 앱 중에서 1Password와 Amazon Business가 성장 리더로 정상을 차지했습니다. 두 앱은 각각 고객 수와 고유 사용자 수에서 가장 빠르게 성장한 앱으로 뽑혔습니다.

차트 정상상을 차지한 앱

역순위로 발표되는 올해의 인기곡으로 인해 1위 노래를 들으려면 최하위부터 시작해서 오랜 시간 듣기만 해야 하는 것을 알고 계신가요? Okta는 이것보다는 사려 깊게 행동하기 때문에 조바심을 낼 필요가 없습니다. 고객 수를 기준으로 가장 인기 있는 50가지 앱 중에서 1Password와 Amazon Business가 성장 리더로 정상상을 차지했습니다. 두 앱은 각각 고객 수와 고유 사용자 수에서 가장 빠르게 성장한 앱으로 뽑혔습니다. 1Password는 고객 수가 전년대비 39% 증가했고, Amazon Business는 고유 사용자 수가 전년대비 89% 증가했습니다.

작년에는 Figma가 고객 수를 기준으로 전년대비 80% 증가하고, Sentry가 고유 사용자 수를 기준으로 전년대비 128% 증가하여 정상상을 차지한 바 있습니다. 하지만 공교롭게도 올해 전체 앱 도입 증가율은 지난해 보고서와 비교했을 때 고객 수 또는 고유 사용자 수에 상관없이 절반에 그쳤습니다. 그나마 Figma와 Sentry에게 좋은 소식이라면 전년대비 증가율이 양호하여 성장 가속도 사분면에서 충분히 두드러진 성적을 기록했다는 점입니다.

상위 50가지 앱 중에서 전반적인 앱 도입 증가율이 둔화되기도 했지만 올해 성장 사분면에 새롭게 진입한 앱들도 발견되었습니다. Tableau, DocuSign, Oracle NetSuite가 상단 오른쪽에 처음 모습을 드러냈지만 Google Workspace가 성장 사분면에 진입한 것은 그 누구도 예상하지 못한 결과입니다. 사용자 층이 넓은 클라우드 기반 생산성 앱이 성장 리더로 나서는 것은 흔한 일이 아니지만 Google Workspace는 전년 대비 15%의 고객 수 증가와 전년 대비 16%의 고유 사용자 수 증가라는 성과를 이루었습니다. 앞에서도 언급했지만 Google Workspace는 사용자 수에서 앱 인기도 순위를 Microsoft 365에 뒤진 전체 2위까지 끌어올려 어떻게 성장 리더의 자리에 올랐는지 잘 보여주었습니다.

테크 스타트업과 Fortune 500

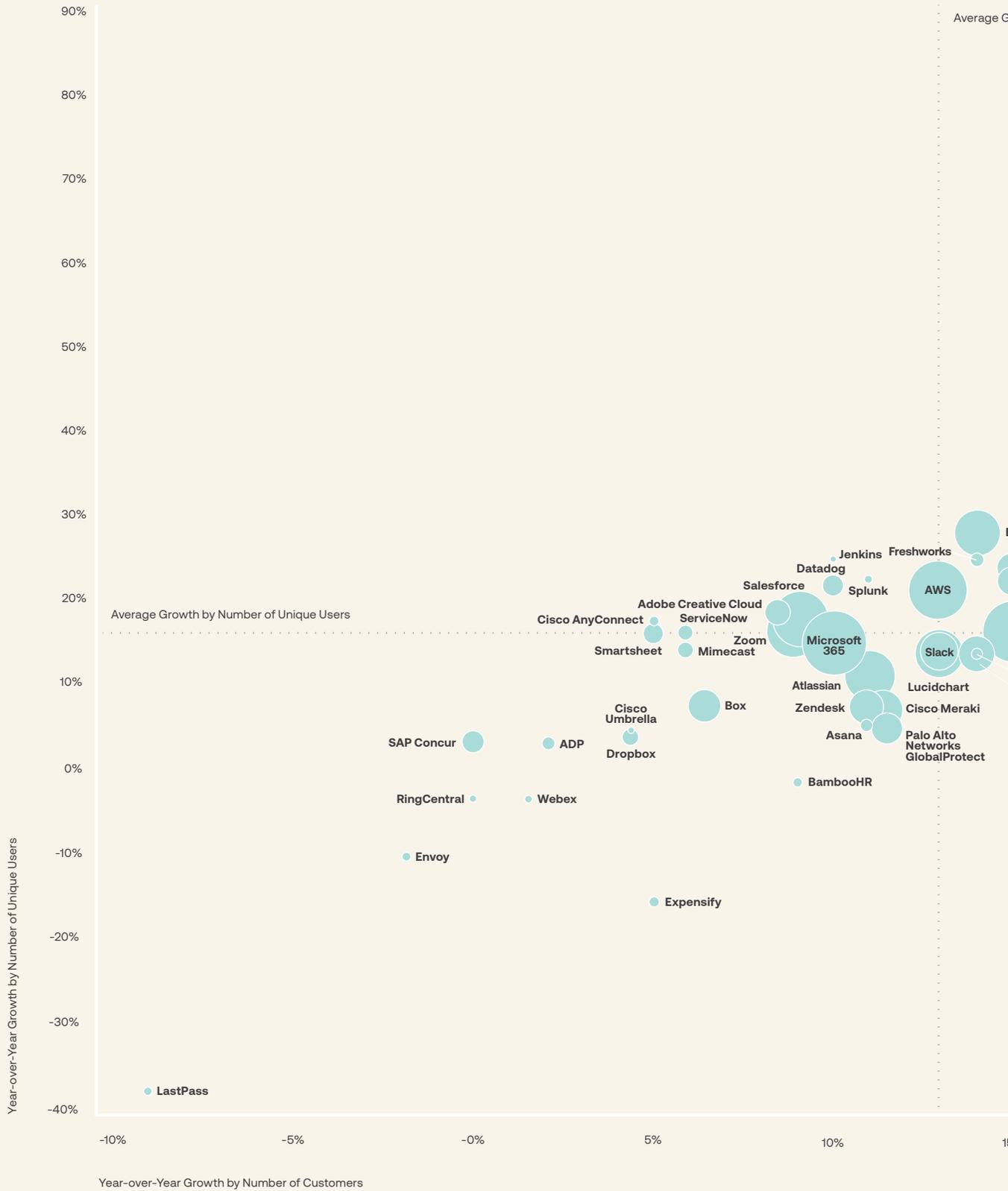
데이터를 테크 스타트업과 포춘지 선정 500대 기업으로 분류하면 차이는 더 극명해집니다. 테크 스타트업에서는 Twilio SendGrid가 고객 수가 전년대비 61% 증가하여 1위를 차지했는데, 이는 모든 고객을 대상으로 조사하여 측정된 성장 리더의 증가율보다 훨씬 더 높은 수치입니다. Snowflake는 올해 고객 수가 전년대비 53% 증가하여 2위를 차지하였고, HubSpot은 고유 사용자 수가 전년대비 106% 증가하여 성장 리더의 자리에 올랐습니다.

테크 스타트업의 성장 사분면은 모든 기업의 성장 사분면과 크게 달라 보입니다. Notion과 Lattice가 아직 전체 고객 성장 사분면에서는 모습을 보이지 않고 있지만 스타트업의 성장 사분면에서는 Twilio SendGrid와 어깨를 나란히 하고 있습니다.

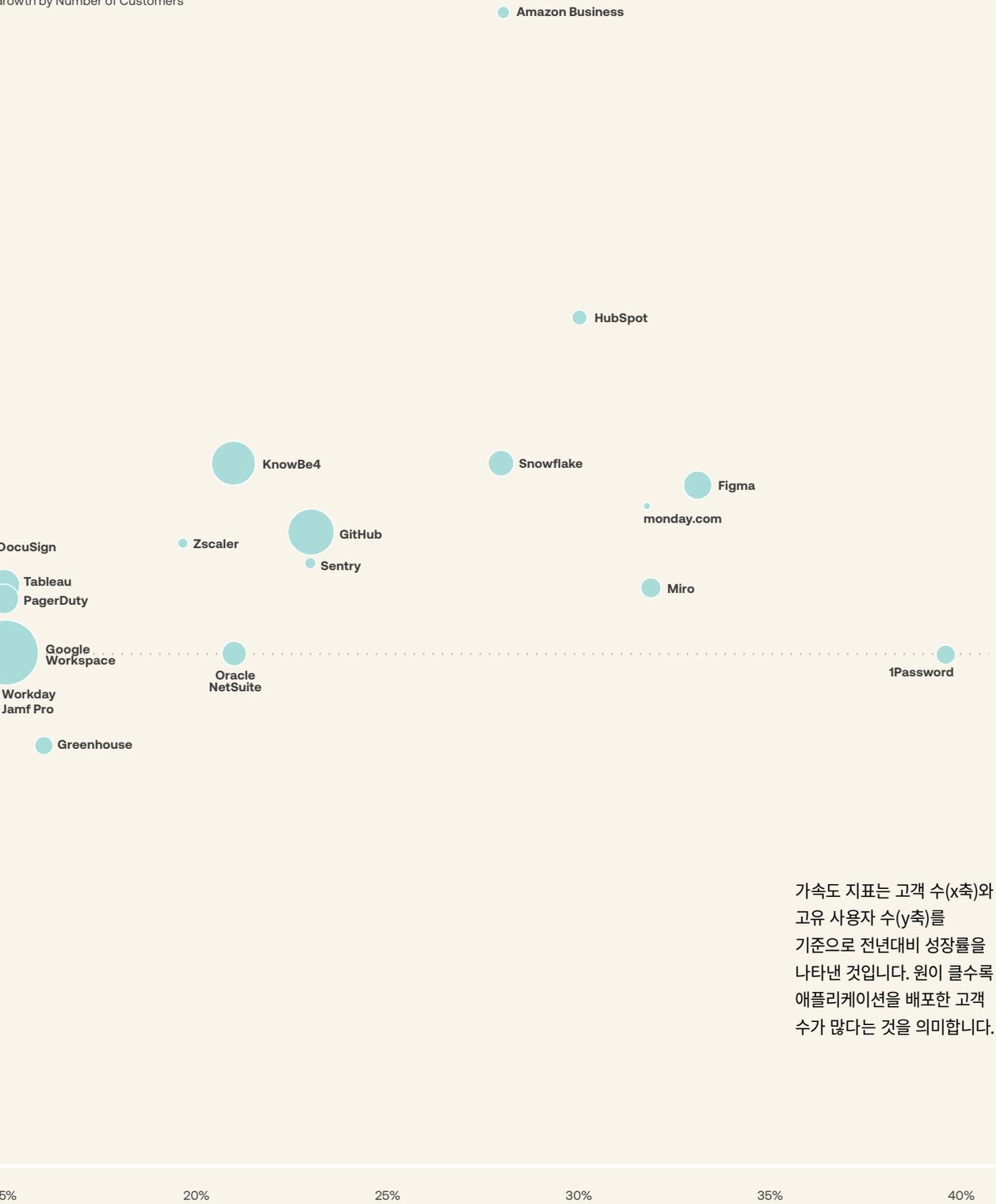
Fortune 500 기업을 대상으로 조사한 앱 도입 증가율은 스타트업과 비교해 그렇게 높지는 않습니다. 글로벌 대기업들은 일반적으로 필요한 툴 세트를 충분히 갖추었을 뿐만 아니라 추가할 앱을 선택할 때도 까다롭게 선택하는 경향이 높기 때문입니다. 올해 Fortune 500 성장 사분면에 새롭게 진입한 기업 앱으로는 Zscaler, GitHub, Snowflake, Zoom, Splunk가 있습니다. Fortune 500 기업 앱 중에서 Zscaler는 고객 수에서 전년대비 17%, 고유 사용자 수에서 전년대비 30% 증가한 반면 GitHub는 고객 수에서 전년대비 11%, 고유 사용자수에서 전년대비 49% 증가했습니다.

그중에서도 Snowflake는 모든 고객은 물론이고 스타트업(전년대비 고객 수 53% 증가)과 Fortune 500 기업(전년대비고객 수 8% 증가, 전년대비 고유 사용자 수 43% 증가)에서도 유일하게 성장 리더의 자리에 올라 유달리 뛰어난 성적을 보였습니다. 무려 3관왕을 차지한 셈입니다!

가장 인기 있는 50가지 앱의 성장



Growth by Number of Customers



가속도 지표는 고객 수(x축)와
고유 사용자 수(y축)를
기준으로 전년 대비 성장률을
나타낸 것입니다. 원이 클수록
애플리케이션을 배포한 고객
수가 많다는 것을 의미합니다.

기업 카테고리 별 가장 인기 있는 앱

스타트업의 선택을 가장 많이 받은 Google Workspace와 AWS

아주 오래된 질문이 하나 있습니다. 만약 세 가지 앱만 가지고 사막 섬에 홀로 남겨진다면 어떤 앱을 가지고 가시겠습니까? 상위 15개 결과만 놓고 판단한다면 가져갈 서바이벌 툴은 현재 기업의 성장 단계에 따라 결정됩니다. 가장 인기 있는 15가지 앱은 테크 스타트업, Fortune 500 기업, 모든 기업에 따라 큰 차이가 있습니다.

테크 스타트업에게 인기 있는 앱은 이렇습니다. 먼저 가장 인기 있는 2가지 앱은 Google Workspace와 AWS입니다. 오랜 기간 전체 리더의 자리를 지키고 있는 Microsoft 365가 3위로 그 뒤를 이었습니다. Slack과 Zendesk는 전체 기업보다는 테크 스타트업에서 더 높은 순위에 올랐습니다. Figma 역시 스타트업에서 순위에 들었습니다. 스타트업에게는 클라우드 협업이 중요하기 때문에 이러한 순위도 놀라운 결과는 .

Fortune 500 기업이 많이 사용하는 툴 중에는 모든 기업에게 인기 있는 상위 15개 순위권에 없는 앱들이 많은데, 대표적으로 ServiceNow, Snowflake, Workday, Splunk, Palo Alto Networks GlobalProtect, Zscaler가 그렇습니다. Fortune 500 기업에게 가장 인기 있는 앱은 Microsoft 365이고, Salesforce와 AWS가 그 뒤를 따르고 있습니다. 한편 Google Workspace와 Zoom은 Fortune 500 기업보다는 모든 기업과 스타트업에서 순위가 더 높습니다.

Atlassian Product Suite와 GitHub가 세 가지 모든 세그먼트에서 가장 인기 있는 개발자 툴로 뽑히면서 개발자 툴이 상위 15개 순위권에 고르게 분포했습니다. 개발자 툴이 비교적 인정받고 있는 기업이 아닌 스타트업에서 더 높은 순위를 차지한 것은 당연한 결과입니다. 결과적으로 스타트업은 새롭고 기발한 코드를 사용하기 마련입니다. 스타트업은 PagerDuty와 Datadog를 앱 순위권에 추가한 반면 Fortune 500 기업은 Splunk를 선호하는 니다.

각 세그먼트마다 순위권에 보안 툴이 있습니다. KnowBe4가 모든 기업 순위권에 모습을 드러냈고, 1Password는 스타트업에게 인기 있는 보안 앱으로 순위권에 들었습니다. 반면에 Fortune 500 기업은 Palo Alto Networks GlobalProtect와 Zscaler를 습니다.

가장 인기 있는 앱

Overall

- 1 Microsoft 365
- 2 Google Workspace
- 3 Amazon Web Services (AWS)
- 4 Salesforce
- 5 Zoom
- 6 Atlassian Product Suite
- 7 Slack
- 8 DocuSign
- 9 GitHub
- 10 KnowBe4
- 11 Cisco Meraki
- 12 Lucidchart
- 13 Jamf Pro
- 14 Zendesk
- 15 Box

Tech Startups

- 1 Google Workspace ▲
- 2 AWS ▲
- 3 Microsoft 365 ▼
- 4 Slack ▲
- 5 Atlassian Product Suite ▲
- 6 Zoom ▼
- 7 Salesforce ▼
- 8 GitHub ▼
- 9 Zendesk ▲
- 10 DocuSign ▼
- 11 Datadog ▲
- 12 PagerDuty ▲
- 13 1Password ▲
- 14 HubSpot ▲
- 15 Figma ▲

Fortune 500

- 1 Microsoft 365
- 2 Salesforce ▲
- 3 AWS
- 4 ServiceNow ▲
- 5 Atlassian Product Suite ▲
- 6 Workday ▲
- 7 Snowflake ▲
- 8 GitHub ▲
- 9 Splunk ▲
- 10 Palo Alto Networks GlobalProtect ▲
- 11 Zscaler ▲
- 12 Zoom ▼
- 13 Slack ▼
- 14 Google Workspace ▼
- 15 Lucidchart ▼

▲ Higher Rank than Overall ▼ Lower Rank than Overall

가장 빠르게 성장하는 앱

필수 앱 순위권에서 정상을 차지한 데이터 컴플라이언스 툴

고객 수가 가장 빠르게 성장하는 앱

두 가지 데이터 컴플라이언스 툴이 처음으로 가장 빠르게 성장하는 앱 순위권에 진입했습니다.

- Vanta는 고객 배포 수가 전년 대비 338% 증가해 전체 1위를 차지했습니다. 이는 2017년에 전년 대비 389% 증가한 Jamf 이후로 가장 크게 증가한 비율입니다.
- Drata는 전년 대비 91% 증가하여 6위를 기록했습니다 (Drata는 Okta Ventures 포트폴리오 회사입니다).

데이터 컴플라이언스 카테고리 가장 빠르게 성장하는 순위권에 갑자기 등장한 이유는 무엇일까요? 기업들은 점차 복잡하게 진화하는 규제 환경에 대응해야 합니다. 자동화/AI 툴의 대규모 배포로 인해 데이터 볼륨이 기하급수적으로 늘어날 가능성도 보입니다.

그 밖에 가장 빠르게 성장하는 앱의 분야로는 영업 및 마케팅 (ZoomInfo), 지출 관리(Ramp), 디자인 소프트웨어(Canva), 출장(TravelPerk)이 있습니다. 잠재 고객을 찾아주는 툴인 ZoomInfo는 2022년에 Gong이 차트에 진입한 이후로 처음 등장한 영업 마케팅 툴입니다. 이로써 지금까지 가장 빠르게 성장하는 순위권에 진입한 영업 마케팅 툴은 총 2개가 되었습니다. 출장 카테고리도 성장세를 멈추지 않으면서 출장 앱이 3년 연속 10위 안에 들었습니다. Navan이 지난 2년 동안 자리를 지켰고, 올해는 TravelPerk가 두각을 나타내고 있습니다.

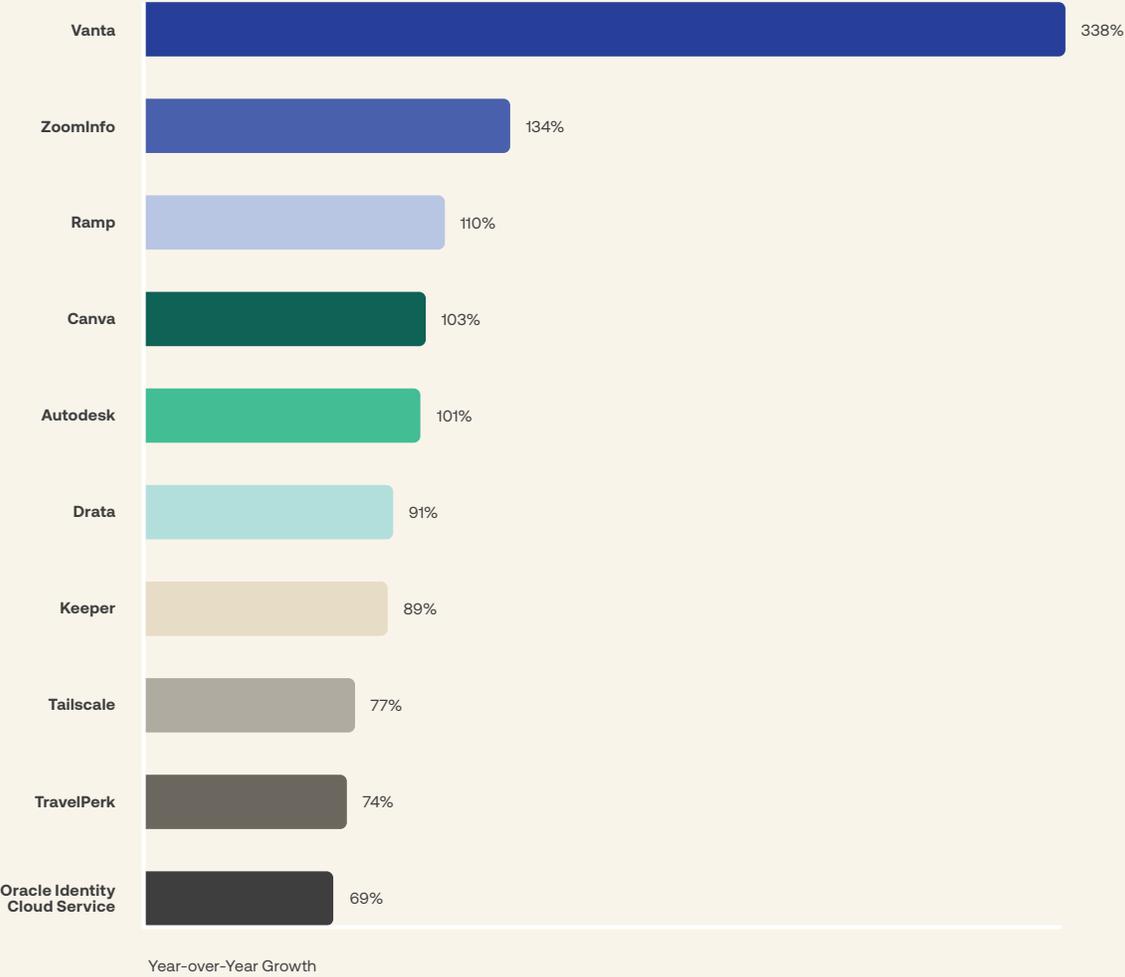
보안 툴도 3개나 가장 빠르게 성장하는 앱 상위 10위 안에 들었습니다. 하나는 비밀번호 관리 앱인 Keeper이고, 또 하나는 네트워크 관리 앱인 Tailscale, 나머지 하나는 ID 인증 솔루션인 Oracle Identity Cloud입니다. Keeper는 2년 전에 유일하게 상위 10위 안에 들었던 앱이며, 나머지 앱 9개도 변화하는 기업 우선순위를 잘 보여주고 있습니다.

고유 사용자 수 기준 가장 빠르게 성장하는 앱

고유 사용자 수를 기준으로 보면 이야기가 다소 달라집니다. 상위 10위권 앱들이 모두 고유 사용자 층을 2배 이상 넘겼고, 일부는 2배를 크게 상회했기 때문입니다. 상위 10위 안에 든 툴들은 대부분 고객 수 기준 성장 순위권에도 들었습니다. 디자인 툴인 Canva가 고유 사용자 수에서 전년 대비 853% 증가하여 1위를 차지했습니다. 영업 마케팅 툴인 ZoomInfo가 전년 대비 680% 증가하여 2위를, 그리고 Vanta가 602%로 3위를 차지했습니다.

Vimeo는 전년 대비 186% 성장하여 5위를 차지하면서 고유 사용자 수를 기준으로 한 성장 순위에서 처음 등장했습니다. 이는 소셜 미디어 앱 중에서 고유 사용자 수가 가장 많이 증가한 수치입니다. 그 밖에 고유 사용자 차트에만 진입한 앱으로는 엔드포인트 관리 및 보안 툴인 VMWare Workspace ONE과 개발자 툴인 Grafana가 있습니다. VMWare Workspace ONE은 고유 사용자 수가 전년 대비 175% 증가하여 8위를, Grafana는 전년 대비 173% 증가하여 9위를 차지했습니다.

고객 수 기준 가장 빠르게 성장하는 앱



기업 카테고리 기준 가장 빠르게 성장하는 앱

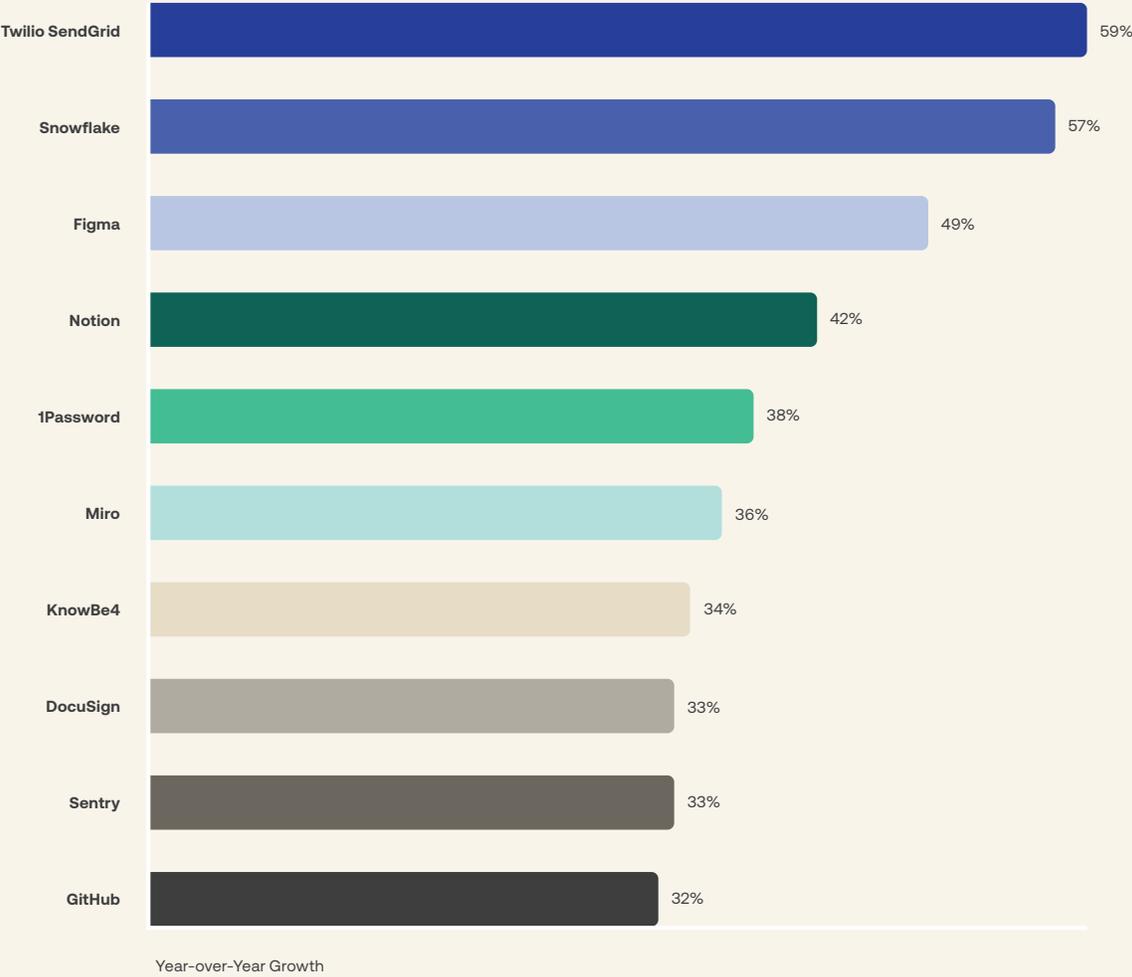
이메일을 선호하는 테크 스타트업과 보안을 강화하는 Fortune 500 기업

모든 기업 세그먼트를 더욱 세분화하여 가장 빠르게 성장하는 앱을 살펴보면 특히 테크 스타트업과 Fortune 500 기업에서 아주 흥미로운 차이점들이 발견됩니다. 올해 스타트업은 주로 마케팅, 데이터 분석, 협업, 보안, 앱 개발 툴 스택을 확장하는 데 주력하고 있습니다. 흥미로운 점은 스타트업에서 가장 빠르게 성장하는 앱 순위권과 모든 기업의 앱 순위권 사이에 중복되는 앱이 하나도 없다는 것입니다. 하지만 가장 빠르게 성장하는 스타트업 툴의 80%가 모든 고객에게 가장 인기 있는 상위 50위권 앱의 성장 사분면에도 등장합니다.

스타트업 앱 중에서 보안 앱인 1Password와 KnowBe4가 상위 10위 안에 포함되었습니다. Fortune 500 기업 앱 중에서 보안 툴인 Zscaler는 전년대비 17% 증가하여 전체에서 가장 빠르게 성장하는 앱의 자리에 올랐습니다.

Fortune 500 기업들은 몇 년 전부터 툴박스를 확장했기 때문에 당장 앱을 빠르게 추가하지 않더라도 놀랄 일이 아닙니다. 조사 결과를 보면, Fortune 500 기업들이 추가하는 앱들은 규모에 상관없이 모든 기업들에게 인기를 얻고 있습니다. 1위를 차지한 Zscaler의 뒤를 이어 개발자 툴인 [GitHub](#)(전년대비 11% 증가)와 데이터 웨어하우징 앱인 [Snowflake](#)(전년대비 8% 증가)가 각각 2위와 3위를 기록했습니다. 이어서 [Workday](#)(5%), [Zoom](#)(5%), [Splunk](#)(5%)가 Fortune 500 기업에서 가장 빠르게 성장하는 앱 순위권에 들었습니다.

테크 스타트업에서 가장 빠르게 성장하는 앱



산업 및 지역 기준 가장 빠르게 성장하는 앱

산업, 지역 및 국가 기준 조사에서 앞장서는 보안 및 협업 앱

여러 산업에 종사하는 기업들의 관심사는 생각보다 빠르게 바뀔 수 있습니다. 결과적으로 올해 산업을 기준으로 가장 빠르게 성장하는 앱 순위권에 재진입하는 데 성공한 앱도 KnowBe4, AWS, Microsoft 365 밖에 없습니다. 모든 기업 순위권에서 그랬던 것처럼 여기에서도 테크놀로지 부문이 데이터 컴플라이언스에 중점을 두고 Vanta를, 영업 및 마케팅에 중점을 두고 ZoomInfo를 추가하고 있습니다.

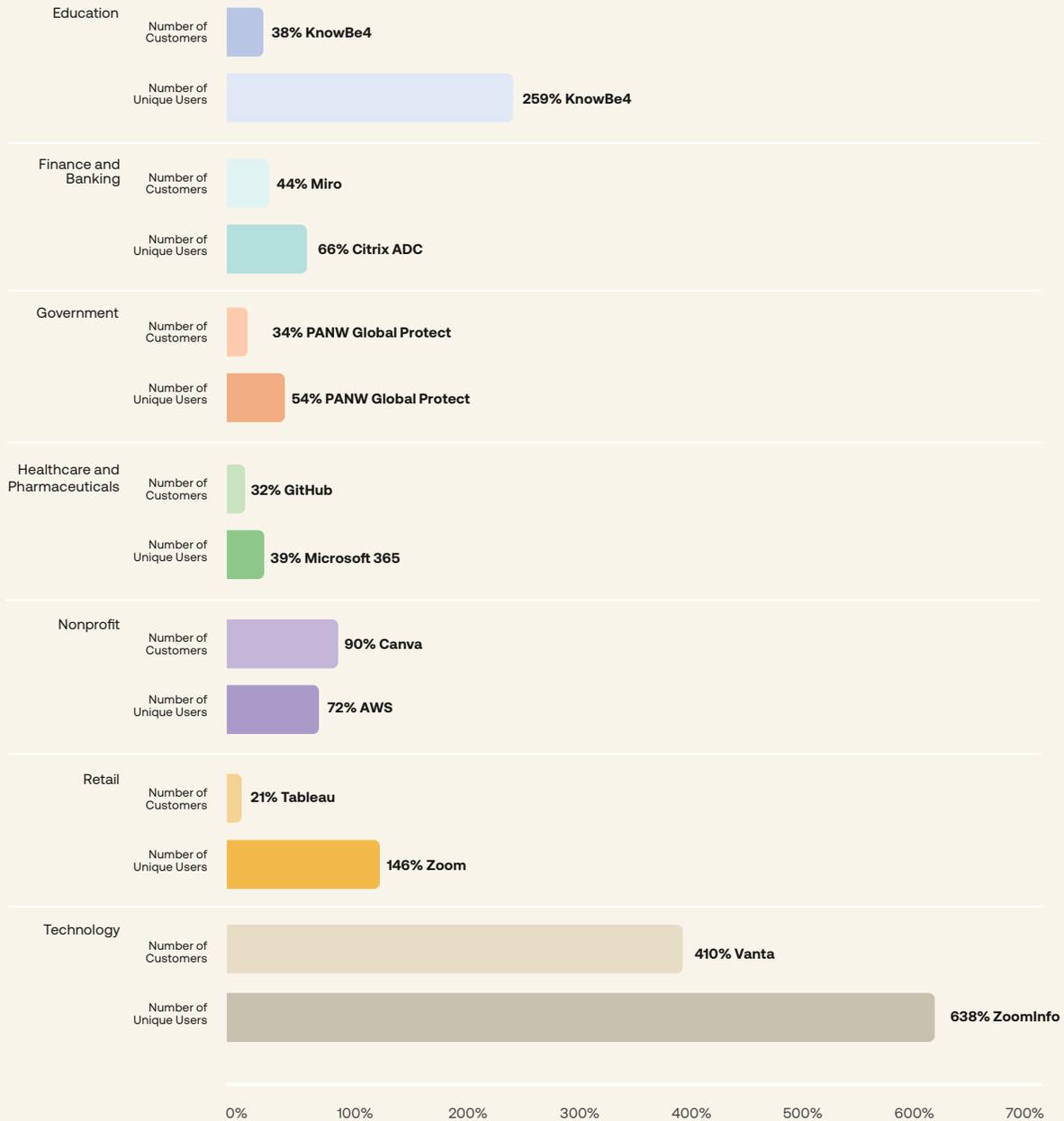
특히 팀워크를 지원하는 앱이 5개나 포함되면서 주요 고객 산업에서 협업을 새롭게 강조하는 모습이 포착되고 있습니다. 비영리 단체와 금융 및 은행업은 고객 수에서 가장 빠르게 성장하는 앱으로 디자인 툴인 Canva와 Miro를 각각 추가하면서 더 나은 미래를 설계하고 있습니다. 비영리 단체에서는 고유 사용자가 AWS로 몰리고 있습니다. 소매 부문에서는 Zoom을 통해 화상 회의를 개최하는 일이 늘어날 뿐만 아니라 Tableau를 사용해 데이터를 탐색하기 시작했습니다. 의료 및 제약 전문가들은 Microsoft 365를 활용하고 있습니다.

한편 산업 부문마다 다양한 보안 툴에 투자하고 있습니다. 보안도 사람이 먼저라고 생각하는 교육 부문에서는 교육 툴인 KnowBe4가 고객 및 고유 사용자 수에서 정상을 차지했습니다. 정부 기관은 고객 및 고유 사용자 수에서 성장 리더에 오른 Palo Alto Networks GlobalProtect를 사용해 모바일 직원들을 안전하게 보호하고 있습니다.

“

팀워크를 지원하는 앱이 5개나 포함되면서 주요 고객
산업에서 협업을 새롭게 강조하는 모습이 포착되고
있습니다.”

산업 기준 가장 빠르게 성장하는 앱



지역 기준 가장 빠르게 성장하는 앱

지역	고객 수 기준 전년대비 성장률	고유 사용자 수 기준 전년대비 성장률
----	---------------------	-------------------------

AMER	Vanta 339%	ZoomInfo 647%
------	-------------------	----------------------



EMEA	Keeper 83%	Hubspot 83%
------	-------------------	--------------------



APJ	Snowflake 60%	Slack 25%
-----	----------------------	------------------



올해 지역별로 가장 빠르게 성장하는 앱의 순위권은 지난해 순위권과 공통점이 거의 없습니다. 작년에는 두 가지 보안 앱인 [Netskope](#)와 [Zscaler](#)가 각각 북미 지역과 APJ 지역에서 고유 사용자의 증가율이 가장 높았습니다. 하지만 올해는 EMEA 지역만 보안 툴을 고객 수에서 가장 빠르게 성장하는 앱으로 꼽았습니다.

Vanta는 고객 수에서 전년대비 339% 증가하면서 북미 지역에서 가장 빠르게 성장하는 앱으로 뽑혔습니다. EMEA 지역에서는 전년대비 83% 증가한 Keeper가 1위에 올랐습니다. 북미 지역과 EMEA 지역의 사용자들은 영업 툴에 집중하는 모습을 보이며 각각 ZoomInfo (전년대비 647% 증가)와 Hubspot(전년대비 83% 증가)을 선택했습니다.

APJ 지역에서는 데이터와 협업에 집중하는 비율이 더 높습니다. Snowflake가 고객 수에서 전년대비 60% 증가하여 앞서나가는 반면 협업 앱인 Slack은 고유 사용자 수에서 전년대비 25% 증가했습니다.

국가를 기준으로 가장 빠르게 성장하는 앱 순위권은 흥미로움을 자아냅니다. 작년에는 4개 국가(프랑스, 네덜란드, 독일, 일본)가 고객 수에서 가장 빠르게 성장하는 앱으로 Google Workspace를 선택했습니다. 하지만 올해는 네덜란드를 제외한 모든 국가가 다른 좋은 앱을 찾아 떠났습니다.

Vanta는 전년대비 320% 증가하면서 미국에서 정상에 오른 반면 1Password는 전년대비 63% 증가해 영국에서 앞서나갔습니다. Salesforce는 올해 이스라엘과 일본에서 가장 인기 있는 툴로 뽑혔습니다. AWS는 프랑스에서 선두를 달리는 반면 이웃 국가인 독일에서는 [Atlassian Product Suite](#)로 기우는 모습입니다. 지금까지 남달리 튀는 모습을 보였던 오스트레일리아는 전년대비 43% 증가한 협업 툴인 [Miro](#)를 최고의 앱으로 선택하면서 가상 팀에 속한 모든 동료들에게 그 어느 때보다 손쉽게 한 번에 인사할 수 있게 되었습니다.

국가 기준 가장 빠르게 성장하는 앱

국가

고객 수 기준 전년대비 성장률

미국

Vanta **320%**



국가

고객 수 기준 전년대비 성장률

프랑스

AWS **40%**



캐나다

GitHub **30%**



독일

Atlassian Product Suite **24%**



호주

Miro **43%**



네덜란드

Google Workspace **9%**



일본

Salesforce **34%**



영국

1Password **63%**





직무에 가장 효과적인 툴

재택근무 가능성을 묻는 질문이 연일 쏟아지고 있습니다. 다수의 기업들이 여전히 원격 및 하이브리드 근무 형태를 기꺼이 지원하고 있지만 변화의 물결이 곳곳에서 감지되고 있습니다. [Resume Builder의 2023년 8월 보고서](#)에 따르면, Goldman Sachs는 직원들에게 주 5일 출근을 원하는 반면 Google은 직원들의 성과 평가 결과를 기반으로 출근을 고려하고 있습니다. 보고서 데이터를 보면, 직원들에게 2024년 말까지 다시 출근하라고 요구하는 기업이 90%에 이르지만 주 5일 출근을 요구하는 곳은 많지 않습니다. 따라서 재택근무 때 입었던 잠옷을 벌써 정리할 필요는 없습니다.

직원들이 다시 회사에 모여 음료를 마시며 대화를 나누든, 아니면 출근 요구에 반대 의사를 밝히든 상관없이 회사가 인재를 잃고 싶지 않다면 조건을 재고할 필요가 있습니다. 무엇보다 직무 수행에 가장 적합한 툴을 직원들에게 지원한다면 최고의 출발점이 될 것입니다. 올해 데이터를 보면, 기업들은 그 어느 때보다 많은 앱을 배포하고 있습니다. 나아가 기본적인 생산성 앱에 더하여 동급 최고의 앱을 배포하는 기업들이 점차 늘고 있습니다. 이에 따라 직원들도 강력한 디지털 툴 벨트를 갖추기 시작했습니다. 또한 대부분의 기업이 다수의 생산성 앱을 배포하여 직원들에게 선택의 자유를 제공하는 것은 물론이고 직원들에게 사회적 책임을 실천할 수 있도록 자선 기부 앱을 제공하여 일과 삶의 균형을 맞추는 데 힘쓰고 있습니다.

평균 앱 수

앱의 기준을 높이다

우리도 받아들일 수 있으니 데이터 과짜라고 불려도 좋습니다. 하지만 지금까지 조용했던 카테고리에서 수치가 상승하는 것을 보면 깜짝 놀랍니다. 특히 회사 한 곳에 배포되는 평균 앱 수가 93개로 전년 대비 4% 증가한 것을 보면 더욱 놀라지 않을 수 없습니다. 4% 상승은 별로 높지 않은 것처럼 들릴 수 있지만 2019년에는 88개였고, 지난 2년은 89개로 변함이 없었습니다. 증가세로 돌아섰다는 것은 기업들이 단순히 아무거나 채우기 보다는 동급 최고의 톨을 선택하여 톨박스를 계속해서 확장하고 있다는 것을 의미합니다.

기업 규모를 기준으로 보면, 대기업(직원 수가 2,000명 이상인 기업)은 현재 평균 앱 수가 231개로, 계속해서 가장 많은 앱을 배포하고 있습니다. 이는 작년 평균인 211개를 넘어 전년 대비 10% 증가한 수치입니다. 중소기업(직원 수가 2,000명 이하인 기업)은 평균 앱 수가 지난해 69개에서 올해 72개로 전년 대비 4% 증가해 비교적 완만한 성장세를 보였습니다. 테크 스타트업은 앱을 평균 47개 배포하여 지난해 41개와 비교해 전년 대비 15% 증가했습니다(기업 규모의 변화로는 명칭이

바뀌는 점을 감안하면 이 데이터는 전년대비의 모순에서 벗어나기 어려워 보일 수 있습니다).

앱 사용은 전 지역에서 증가하고 있으며, 특히 EMEA 지역이 전년 대비 6% 증가하여 나머지 지역에 근소하게 앞서고 있습니다. Okta는 올해 국가별 데이터까지 조사했습니다. 일례로 미국과 네덜란드의 기업들은 현재 각각 평균 105개와 108로 가장 많은 앱을 배포하고 있습니다. 또한 이스라엘(13%)과 오스트레일리아(11%)에서 두 자릿수까지 증가하는 등 대부분의 국가에서 성장세를 보였습니다. 흥미로운 점은 이웃 국가라고 해도 앱 사용 습관이 꼭 동일하지는 않다는 것입니다. 예를 들어 미국 기업의 평균 앱 수는 105개인 반면 캐나다 기업은 66개에 불과합니다. 프랑스 기업에서 배포하는 앱 수는 67개로, 전년 대비 5% 증가했습니다. 한편 독일 기업에서는 대체로 55개만 사용하여 작년 대비 8% 증가했습니다. 프랑스와 독일은 이웃 국가인 네덜란드와 비교하면 평균 앱 수가 크게 뒤처집니다. 네덜란드는 기업에서 배포하는 평균 앱 수가 지난해와 비교해 유일하게 소폭 감소한 국가입니다.



지역별 평균 앱 수

지역 평균 앱 수 전년대비 증가율

전 지역 93 4%



지역 평균 앱 수 전년대비 증가율

APJ 58 5%



AMER 103 5%



EMEA 69 6%



테크 스타트업

평균 앱 수 전년대비 증가율

47 15%

번들 앱의 대결

Microsoft 365를 능가하는 Google Workspace의 성장세

태양이 동쪽에서 떠서 서쪽으로 지는 것처럼 번들 앱의 대결도 이어지고 습니다. 올해 Google의 생산성 앱은 유력한 경쟁 앱인 Microsoft 365의 성장세를 뛰어넘어 격차를 줄이고 있습니다(전체 고객 인기도에서는 Microsoft 365가 여전히 1위를 지키고 있습니다).

특히 Google Workspace는 최근 몇 년 동안 그랬듯이 고객 수가 전년대비 15% 증가해 전년대비 10% 증가에 그친 Microsoft 365를 밀어내고 1위를 차지했습니다. 올해 들어서는 Google Workspace가 고객 수에서 11% 포인트 차이로 Microsoft에 앞섰던 작년과 비교해 격차가 더욱 줄었습니다. 고유 사용자 수를 기준으로 보면 Microsoft 365와 Google Workspace가 모두 전년대비 16% 증가하여 동률을 기록했습니다.

테크 스타트업과 Fortune 500 기업

두 프리미어 클라우드 번들의 성장을 주도하는 기업들을 살펴보면 테크 스타트업이 단연코 앞서고 있습니다. 스타트업 사이에서는 Google Workspace가 고객 수를 기준으로 전년대비 18% 증가하여 Microsoft 365의 14%와 비교하면 작지만 유의미한 차이로 더욱 빠르게 성장하고 있습니다. Fortune 500 기업 사이에서는 Google Workspace와 Microsoft 365가 모두 고객 수를 기준으로 전년대비 2% 증가해 치열한 경쟁이 벌어지고 있습니다.

“

이스라엘(13%)과 오스트레일리아(11%)에서 두 자릿수까지 증가하는 등 대부분의 국가에서 성장세를 보였습니다.

번들 앱만으로는 부족할 때

생산성 제품은 광범위한 앱과 넓은 호환성, 그리고 신뢰할 수 있는 기능을 제공합니다. 하지만 생산성 제품만으로는 기업의 비즈니스를 뒷받침하기 어렵습니다. 이러한 기업들은 필요한 기능과 전문 툴이 늘어날수록 기본적인 소프트웨어 제품을 뒷받침할 수 있는 전문 앱으로 눈을 돌리기 쉽습니다. Okta의 데이터에 따르면, 기업들은 생산성 제품의 기능을 확장할 목적으로 동급 최고의 앱, 즉 독립적인 특정 기능에 해당하는 카테고리에서 가장 많이 사용되는 앱을 계속해서 배포하고 있습니다.

그러다 보니 동급 최고의 앱을 사용하는 비율도 꾸준히 늘고 있습니다. 올해 Okta 고객 중에서 Microsoft 365를 사용하는 고객의 37%가 동급 최고의 앱을 4개 이상 배포하여 4년 전 28%에서 증가했습니다. 특히 Microsoft 365를 배포한 Okta 고객 중에서 AWS, Salesforce, Zoom을 배포한 비율이 47%를 넘어섰습니다. 그 밖에 Slack 사용 역시 증가하여 Okta 고객의 38%가 Microsoft 365와 함께 앱을 배포했습니다.

동급 최고의 솔루션 중에서 Zoom과 Google Workspace는 시간이 지나면서 가장 인상적인 성장세를 보였습니다. Okta의 Microsoft 365 고객 중에서 Zoom을 배포한 비율은 2019년 32%에서 올해 48%로, 지난 4년 동안 16% 포인트 증가했습니다. Zoom은 규모에 상관없이 Microsoft를 사용하는 기업들에게 인기를 끌면서 현재 배포하여 사용 중인 테크 스타트업과 Fortune 500 기업 모두 47%에 달합니다. Google Workspace의 배포도 4년 전 33%에서 올해 45%로 빠르게 증가했습니다. 이러한 성장세가 계속 된다면 Microsoft 365를 배포한 Okta 고객의 절반이 Google Workspace 및/또는 Zoom을 배포하는 날도 그리 멀지 않습니다. 이제 더블 번들링에 대해 알아보겠습니다.

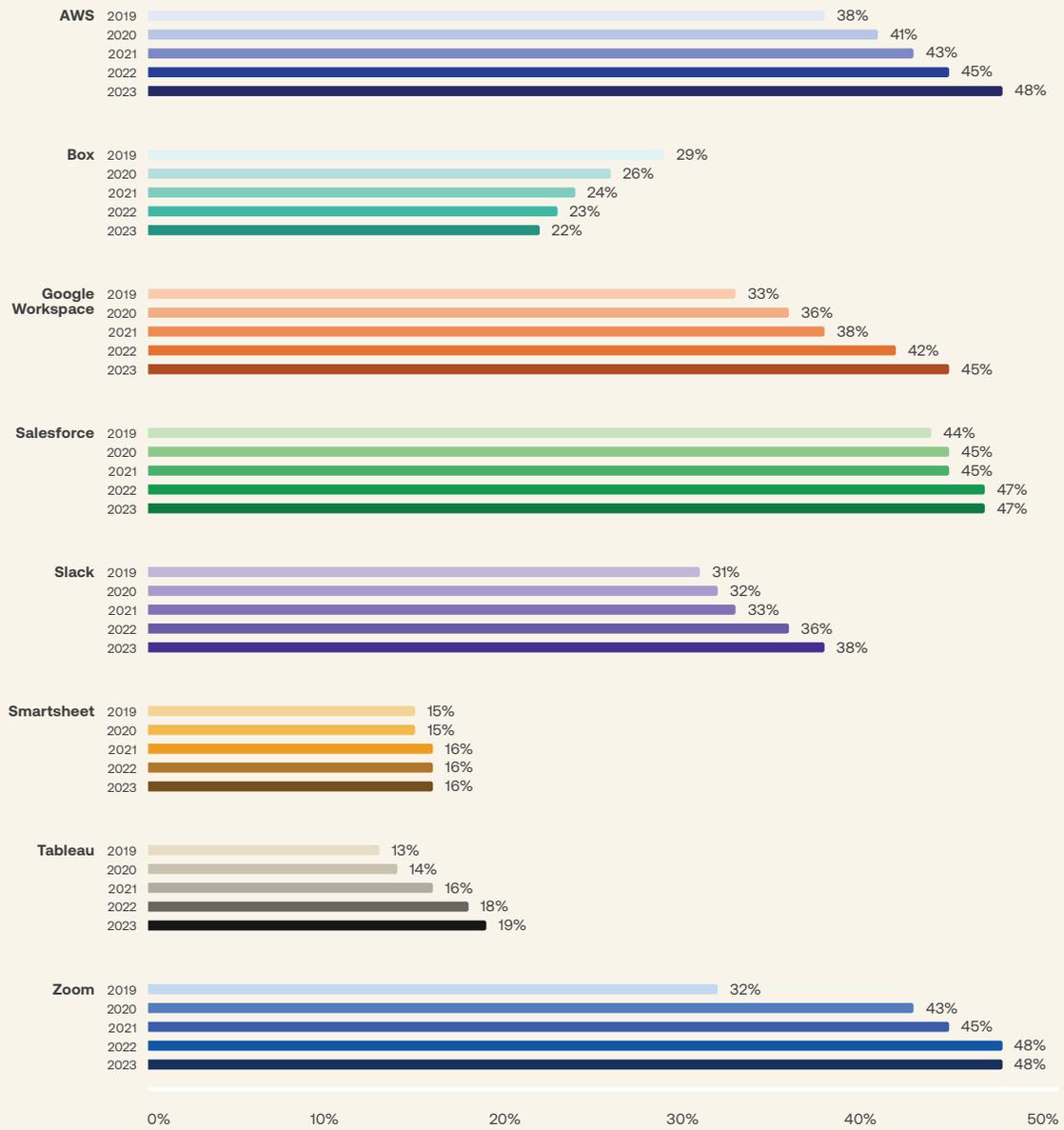
테크 스타트업과 Fortune 500

기업 규모는 동급 최고의 앱 선택에 어떤 영향을 미칠까요? 테크 스타트업 중에서 무려 61%가 Microsoft 365와 함께 AWS를 배포하여 모든 기업에 비해 14% 포인트 더 높습니다. 이렇게 생산성 제품을 2개 이상 배포하는 것을 더블 번들링이라고 하는데, 이러한 현상은 기업 규모에 따라 차이가 있습니다. 테크 스타트업은 다른 세그먼트와 비교해 더블 번들링 비율이 더 높아 Microsoft 365와 Google Workspace를 모두 배포한 스타트업의 비율은 64%에 이릅니다. 이와 달리 Fortune 500 기업 중에서 둘 다 배포한 비율은 42%에 불과해 더블 번들링 비율이 비교적 낮습니다.

테크 스타트업이 Slack을 배포하는 비율도 평균 수치보다 높습니다. 스타트업의 53%가 Slack을 사용해 Microsoft 365를 보완하는 반면, 이렇게 보완하는 Fortune 500 기업은 44%에 불과합니다. Microsoft 365를 배포한 Fortune 500 기업에게 가장 인기 있는 동급 최고의 앱은 바로 Salesforce입니다. Salesforce는 74%의 배포 비율을 자랑하여 모든 기업을 대상으로 한 앱 배포 비율인 47%를 크게 뛰어넘습니다.



동급 최고의 앱을 사용하는 Okta의 Microsoft 365 고객



바람직한 기부 트렌드, 자선 활동

기업과 직원들이 손쉽게 자신의 시간, 금액, 재능을 기부할 수 있는 Okta의 Apps for Good 이니셔티브가 큰 성공을 거두고 있습니다. 올해 총 180만 명의 사용자가 이러한 기부 앱에 액세스하면서 전년 대비 13% 증가했습니다. (총계에는 기업 수준에서 할당된 사용자와 자신이 원하는 앱을 Okta 대시보드에 추가한 사용자가 포함되어 있습니다)

전 세계 국가들이 어려운 경제 상황으로 인해 역행하는 듯한 상황을 고려하면 이러한 성장은 더욱 고무적입니다. Giving USA의 “연간 자선활동 보고서(Annual Report on Philanthropy)”에 따르면, 2022년에 개인, 유산 기부자, 재단, 기업들이 미국 자선 단체에 기부한 금액만 5,000억 달러에 육박합니다. 이는 분명 엄청난 금액이지만 보고서에 따르면 자선 기부 금액이 전년 대비 3.4% 감소했다고 합니다.

자선 활동 역시 줄어드는 추세입니다. 미국 인구조사국(U.S. Census Bureau)과 국가봉사단인 AmeriCorps에서 격년제로 발행하는 “미국의 자선 활동 및 시민 생활(Volunteering and Civic Life in America)” 보고서에 따르면, 6,070만 명(미국 인구의 약 1/4)이 넘는 미국인들이 2020년 9월과 2021년 사이에 여러 기업체의 자선 활동에 공식적으로 참여하여 대략 41억 시간을 기부했는데, 이를 경제적 가치로 환산하면 1,229억 달러에 달합니다. 정말 아깝없이 주는 활동이지만 작년 총계와 비교하면 오히려 7% 감소한 수치입니다.

점차 확산되고 있는 Apps for Good 이니셔티브에 대해 좀 더 자세히 알아보겠습니다.

Benevity는 기부 앱 순위권에서 3년 연속 1위를 차지했습니다. 이 자선 기부 및 기부금 관리 플랫폼은 할당된 총 사용자 수에서 전년 대비 18% 증가했습니다. App for Good을 배포한 Okta 고객 4명 중 1명 이상(26%)

이 Benevity를 배포했습니다. 직원 기부 및 자선 활동 앱인 YourCause는 할당된 사용자 수에서 2위를 기록했습니다. 3위를 차지한 CareerVillage(고등학생과 실제 전문가를 연결하여 진로 상담을 제공하는 앱)은 할당된 사용자 수가 전년 대비 8% 증가했습니다. 놀라운 점은 App for Good을 배포한 Okta 고객 중 43%가 CareerVillage를 배포했다는 사실입니다.

상위 10위권에 속한 앱들은 이전과 동일했지만 순위 변동은 있었습니다. 기업의 사회 공헌 앱으로서 자선 활동을 강조한 Visit.org는 지난해 6위에서 올해 5위로 한 단계 상승했습니다. 할당된 사용자 수는 전년 대비 52% 증가했습니다. 한편 미국연방정부의 공식 유권자 등록 사이트인 Vote.gov도 떠오르는 앱 중 하나입니다. Vote.gov는 지난해 8위에서 올해 7위로 상승했고, App for Good을 배포한 Okta 고객 중 33%가 이 앱을 배포했는데, 활발한 선거 주기를 감안하면 놀랍지 않은 수치입니다.

할당된 사용자 기준 가장 인기 있는 기부 앱

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. Benevity | 6. VolunteerMatch |
| 2. YourCause | 7. Vote.gov |
| 3. CareerVillage | 8. KindLink |
| 4. Bright Funds | 9. Ovio |
| 5. Visit.org | 10. Kiva |



워크플로우

오늘날 기업 에코시스템이 점차 복잡해지면서 기업들은 즉시 이용할 수 있는 효율성 솔루션을 찾고 있습니다. 새로운 직원, 공급업체 또는 파트너마다 다양한 시스템에 안전하게 액세스하거나 원하는 디바이스를 이용해 협업해야 합니다. HR, IT 및 보안 팀의 직원들에게도 과중한 업무로 인해 직원 라이프사이클을 맞춤 설정하거나, 의심스러운 동작에 대응하거나, IT 운영을 간소화하는 등 업무를 안전하게 자동화할 수 있는 방법이 필요합니다. 이렇게 일상적인 프로세스를 자동화하면 팀원들의 업무 부담이 줄어들기 때문에 안전하고, 효율적이며, 원활한 팀 협업을 바탕으로 다양한 프로젝트를 능숙하게 해결할 수 있습니다.

Workflows가 빠르게 확산하고 있습니다. 올해 데이터를 보면 앱 배포가 그 어느 때보다 빠르게 증가하고 있습니다. 여기에는 큰 보상이 따릅니다. [Bain & Company](#)에 따르면 자동화에 과감히 투자한 기업의 경우 비용을 절감하고 직원들이 가치가 더 큰 작업에 집중할 수 있는 것으로 나타났습니다. 올해 Okta Workflows 데이터에서 알 수 있는 이점들을 지금부터 소개하겠습니다.

산업별 Workflows의 성장

Workflows 도입에 앞장서는 테크놀로지 기업

테크놀로지 부문에 종사하는 기업들은 최첨단 솔루션을 원하다 보니 Workflows 도입이 전체에서 가장 높은 것도 당연합니다. 테크놀로지 부문은 올해 Workflows를 배포한 고객 기업 수가 전년대비 36% 증가했고, 고객 기업 한 곳당 배포한 평균 Workflows 수도 지난해 38개에서 올해 56개로 늘었습니다. 전문 서비스 산업이 Workflows를 배포한 고객 기업 수에서 2위를 차지하면서 전년대비 65% 증가하고, 평균 Workflows 수도 36개인 것으로 습니다.

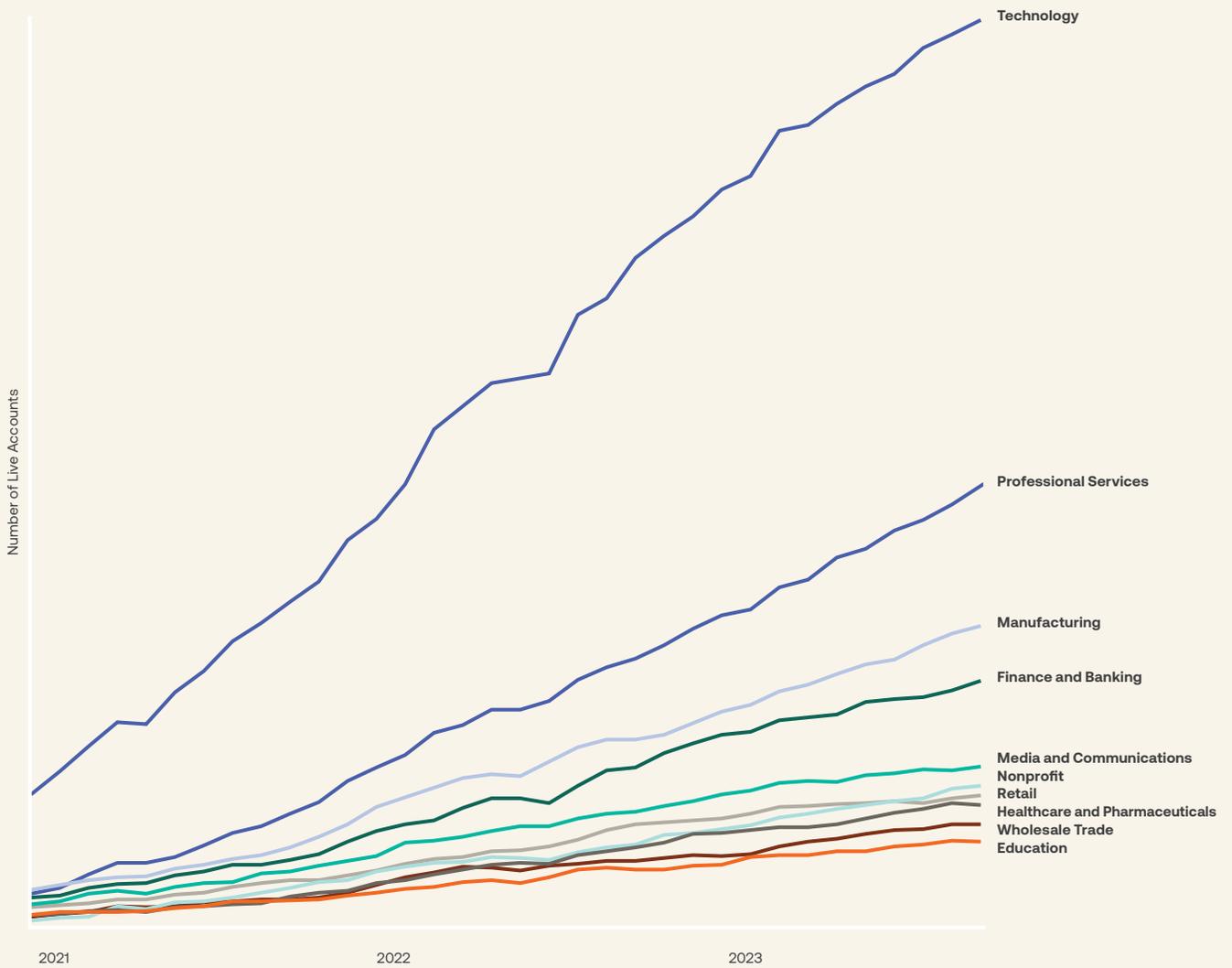
비영리 단체는 전년대비 71%의 놀라운 성장세로 Workflows를 배포한 고객 기업 수에서 중위권을 차지했습니다. 금융 및 은행업, 의료 및 제약, 교육 부문은 각각 Workflows를 배포한 고객 기업 수가 전년대비 54%, 53%, 48% 증가했습니다.

보험 부문은 Workflows를 배포한 기업 수가 전년대비 91% 증가해, 상위권을 차지한 배포 산업들보다 빠른 성장세를 보이고 있습니다. 또한 보험 부문은 고객 기업 한 곳당 배포한 Workflows 수가 평균 45개(지난해 40개에서 증가)로 성장을 거듭하고 있습니다. 하지만 차트에서 상위권을 차지한 Workflows 산업의 벽을 넘지는 못했습니다.

미디어 및 커뮤니케이션 부문은 고객 기업 한 곳당 평균 Workflows 수가 52개로 테크놀로지 부문에 근소하게 뒤처져 2위를 차지했습니다. 예술, 엔터테인먼트 및 레크리에이션 부문은 평균 51개였습니다.



산업별 Workflows 도입



가장 인기 있는 Workflows 커넥터

커넥터를 찾고 있는 Workflows

Workflows는 이미 일상적인 프로세스를 자동화할 수 있는 툴로 많은 인기를 끌고 있습니다. Workflows 커넥터는 공개 API를 이용해 툴과 서비스를 연결하는 커넥터를 자동화하여 점차 강력한 Workflows를 개발할 수 있다는 점에서 자동화 여정에서 앞으로 나아갈 단계이기 때문입니다.

그렇다면 기업들은 현재 기본적으로 제공되는 커넥터 중에서 어떤 것을 가장 많이 사용하고 있을까요?

Okta의 Workflows 데이터에 따르면, 협업 분야에서는 커넥터가 널리 사용되고 있습니다. Slack은 고객 수를 기준으로 뽑은 상위 10위권에서 가장 인기 있는 Workflows 커넥터로, 전년대비 33%의 증가율을 보였습니다. Slack

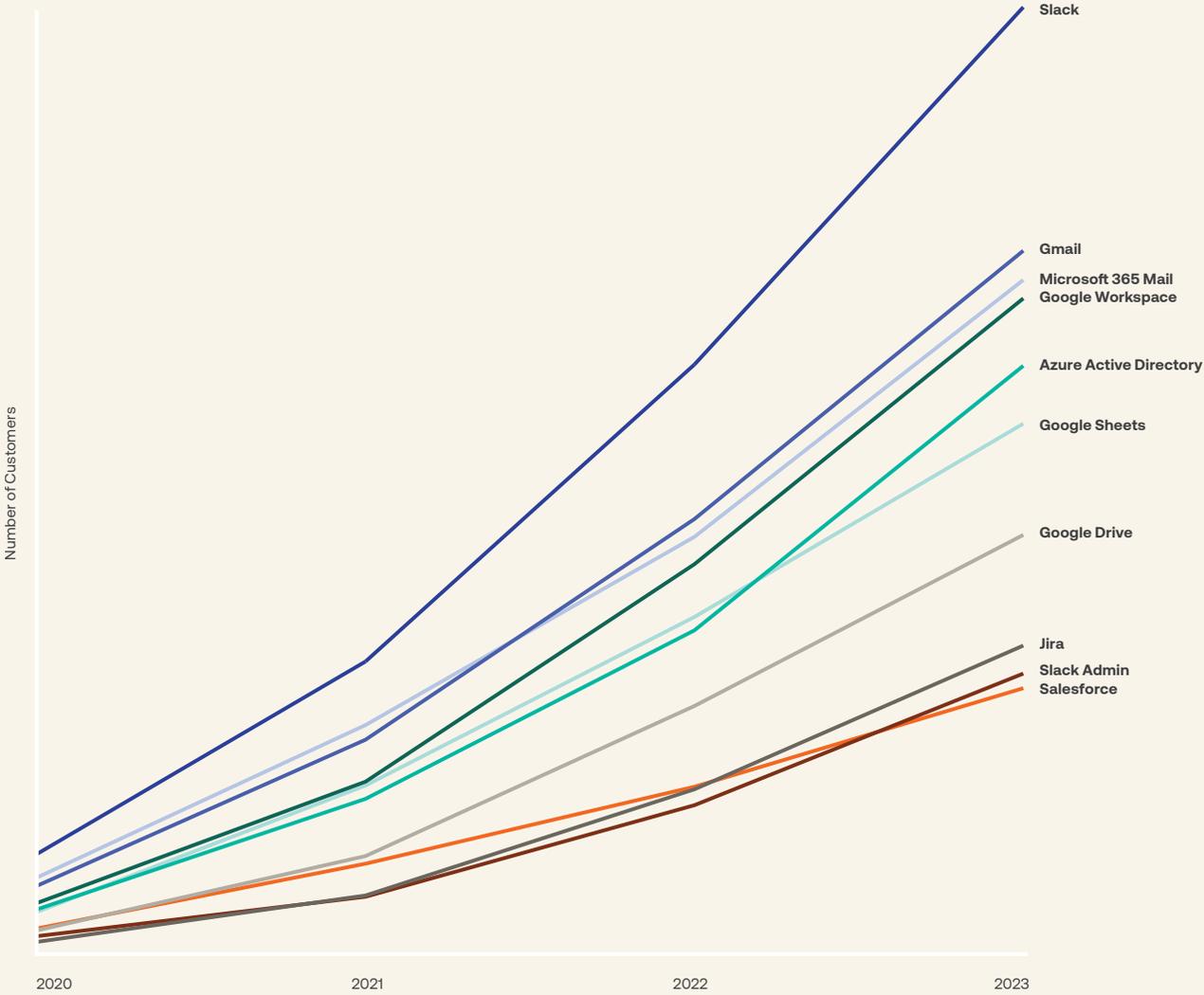
Admin은 9위에 올랐으며, 전년대비 44% 증가했습니다.

Google 커넥터와 Microsoft 커넥터는 2위부터 7위까지 휩쓸면서 10위권을 두루 장악하고 있습니다. Google의 Workflows 커넥터 중에서는 Google Workspace 커넥터 (전년대비 39% 증가)가 고객 수에서 가장 두드러진 성장세를 보였습니다. Microsoft 커넥터 중에서는 Azure Active Directory가 전년대비 47% 증가해 가장 높은 순위를 차지했습니다.

소프트웨어 프로젝트 관리 툴인 Jira와 강력한 고객 관계 관리 툴인 Salesforce도 상위 10위권에 들었습니다. Jira는 전년대비 55%, Salesforce는 33% 증가했습니다.



가장 인기 있는 Workflows 커넥터



Okta는 운영 작업, 라이프사이클 관리, 보안을 자동화하고 있습니다.

Workflows를 직접 개발하지 않고 일상적인 작업을 좀 더 쉽게 자동화하려면 어떻게 해야 할까요? 템플릿을 사용해 Workflows 생성을 자동화하면 됩니다. 이미 광범위한 Workflows 템플릿이 현장에서 모든 유형의 작업을 자동화하는 데 사용되고 있습니다. 여기서는 이러한 작업을 다음과 같이 세 가지 카테고리로 나누었습니다.

1. 운영 작업 및 유지보수 자동화 — 이러한 Workflows

템플릿은 비활성 사용자를 찾아 일시적으로 정지시키거나, IT 및 보안 보고서를 작성하거나, 커뮤니케이션 알림 메시지를 전송하는 등 일상적인 작업을 자동화합니다.

2. 라이프사이클 관리 맞춤 설정 — 이러한 템플릿은

입사자/퇴사자 계정 관리 작업을 맞춤화하는데, 대표적으로 앱에 게스트 사용자를 생성하거나, 신규 사용자에게 환영 이메일을 전송하거나, 퇴사자 계정을 관리할 때 중요한 애셋을 자동으로 전송하는 것 등이 있습니다.

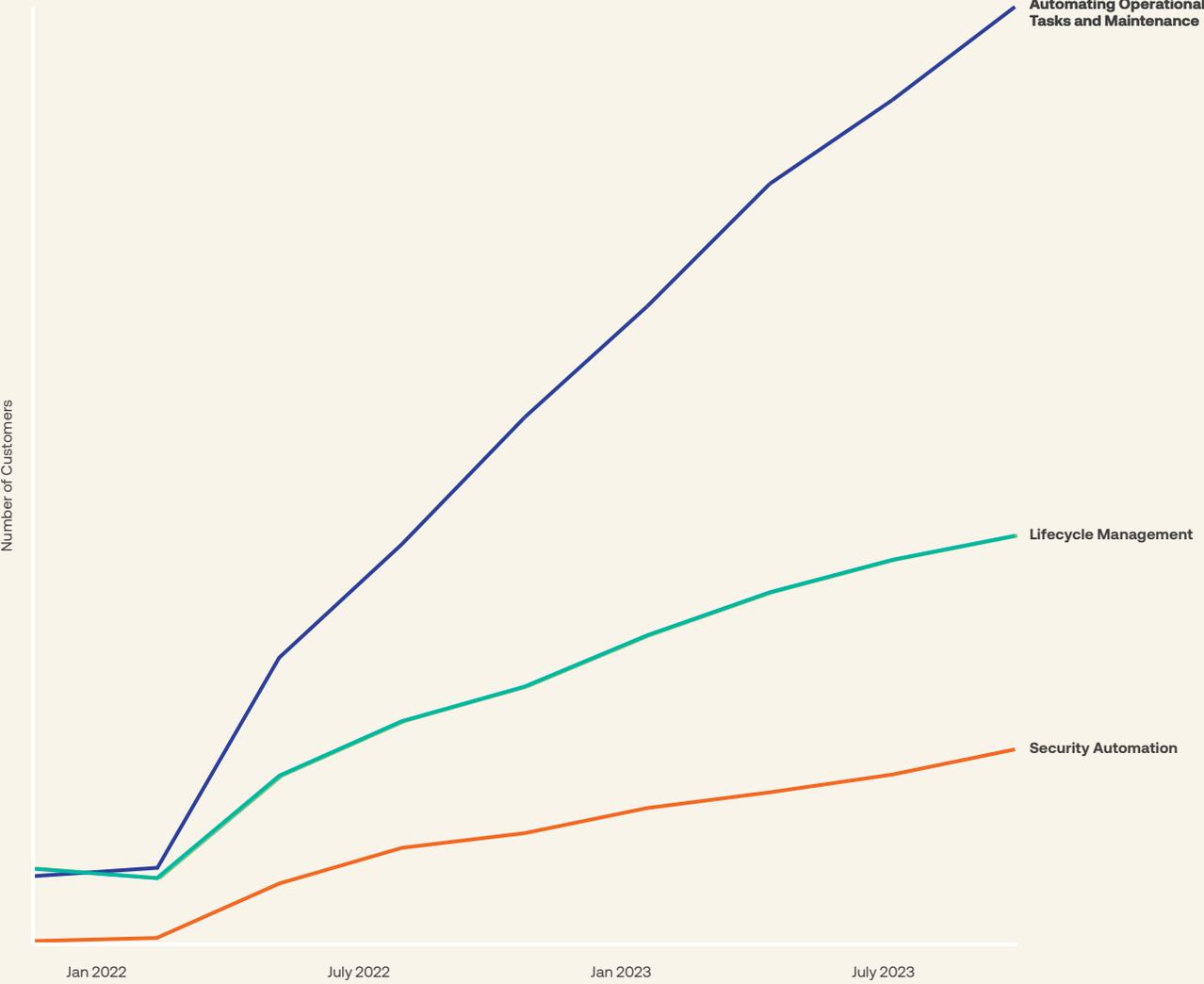
3. 보안 자동화 — 이러한 템플릿은 잠재적 위협에

대한 선제적 대응을 정의하고 자동화하여 사이버 공격으로부터 기업을 보호하는 데 효과적입니다. 예를 들어 의심스러운 활동에 자동으로 대응하거나, 재인증을 강제로 요구하거나, 사용자 세션을 삭제하여 해커를 차단하거나, 추적 및 알림을 통해 계정 탈취를 방지하기도 합니다.

Workflows 템플릿 데이터를 살펴보면, 올해 세 가지 카테고리가 모두 두 자릿수로 크게 성장한 것을 알 수 있습니다. 운영 작업 및 유지보수 자동화가 1위를 차지했으며, 고객 수가 전년대비 78% 증가했습니다. 라이프사이클 관리의 고객 수를 기준으로 2위를 차지했고, 전년대비 59% 증가했습니다. 보안 자동화는 고객 수에서 3위를 차지했고, 전년대비 75% 증가했습니다.

Workflows 템플릿을 자세히 분석한 결과, “비활성 Okta 사용자 식별”이 지난 2년간 눈에 띄게 성장하여 가장 인기를 끈 것으로 나타났습니다. 두 번째와 세 번째로 가장 인기 있는 Workflows 템플릿은 각각 “비활성 사용자 정지”와 “시간 기반의 일시적인 그룹 멤버십 할당”이 차지했습니다. (아쉽지만 “모든 휴가 보너스의 2배 상승”은 올해 순위권에 들지 못했습니다)

Workflows 템플릿 카테고리





인증과 보안

지난 몇 년 동안 기업 에코시스템이 완전히 바뀌었습니다. 오늘날 기업들은 다양한 업무로 분산된 팀을 수용하고 지원할 방법을 찾아야 합니다. 특히 기업의 HR 팀, IT 팀, 컴플라이언스 팀, 보안 팀은 경쟁에서 앞서나가는 데 효과적인 툴과 기법을 활용해야 하는 부담과 압박에 시달리고 있습니다.

그렇다면, 이렇게 커지는 과제를 해결하기 위해 기업들은 구체적으로 무엇을 하고 있을까요?

올해 기업들은 점차 보안 키, 생체 인식 같이 비교적 보안 수준이 높은 인증요소를 선택하는 등 인증 절차를 강화하는 데 앞장서고 있습니다. 특히 테크 스타트업 중에서는 Push, FastPass를 포함해 [Okta Verify](#) 사용이 전반적으로 증가하고 있습니다. Fortune 500 기업들도 대체가 어려운 레거시 시스템이나 노후한 테크놀로지 등의 고질적인 어려움을 해결할 목적으로 보안 수준이 비교적 높은 인증요소를 선택하고 있습니다.

또한 올해는 컴플라이언스 툴의 중요성이 크게 부각되고 있는데, 기업들이 따라야 하는 정부 규정과 산업 규정이 뒤섞여 간혹 혼란을 초래하는 점을 고려하면 그리 놀랄 일도 아닙니다. 기업들이 직원 생산성에 영향을 미치지 않는 선에서 자사의 책임 범위를 이해하고, 빈틈없는 보고 체계를 만들고, 사업 예산을 지키는 데 어려움을 겪고 있다 보니 컴플라이언스 툴이 증가하는 것도 너무나 당연한 결과입니다.

가장 인기 있는 보안 톨 카테고리

경계의 이동

VPN/방화벽은 최근 몇 년 동안 주춤하는 모습을 보이고 있지만 2020년 이후로 지금까지 가장 인기 있는 보안 톨 카테고리의 자리를 차지하고 있습니다. VPN/방화벽 톨을 배포한 고객들도 57%로 절반이 넘습니다. 하지만 지난해 전년대비 증가율이 31%였던 것과 비교해 올해 톨 배포는 전년대비 12% 증가하는 데 그쳤습니다. 오히려 VPN에 대한 보안 액세스로 아이덴티티 기반 통합 기능을 사용하여 보안 계층을 추가하는 사례가 늘고 있습니다.

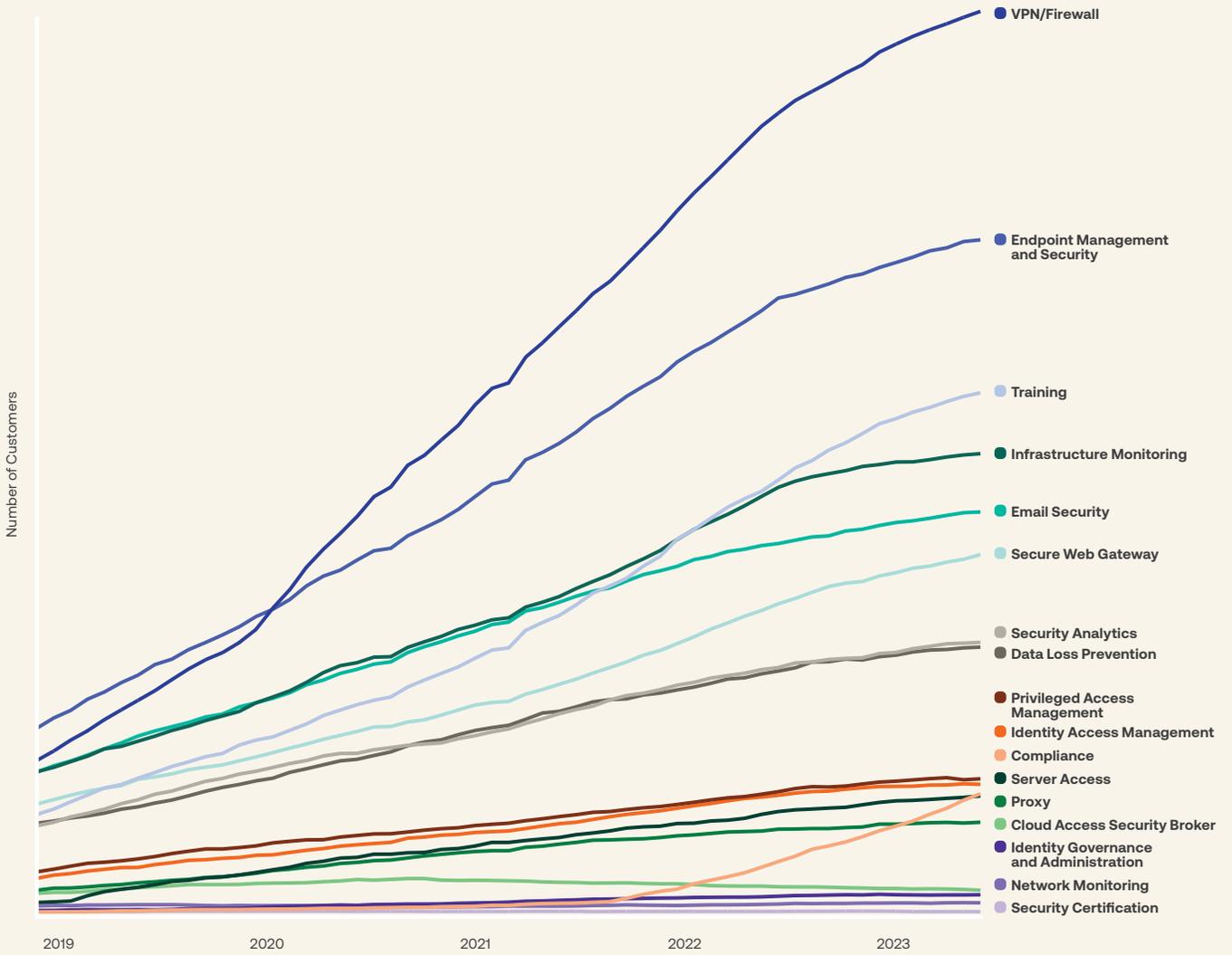
원격 연결 톨이 확산되면서 기업들도 분산된 직원들이 테크놀로지 및 인프라 액세스에 사용하는 각종 디바이스를 추적하고 관리해야 하는 필요성이 점차 커지고 있습니다. 이에 올해 두 번째로 인기 있는 보안 톨 카테고리도 변함없이 엔드포인트 관리와 보안으로, 43%의 고객이 배포한 것으로 나타났습니다. 엔드포인트 관리 및 보안 카테고리는 재택근무가 유행한 이후로 꾸준한 성장세를 보이고 있습니다.

지난해 가장 빠르게 성장한 보안 카테고리인 교육 톨도 여전히 확실한 경쟁력을 유지하고 있습니다. 교육 톨 카테고리의 경우 지난해 전년대비 39% 증가한 것에 비하면 그렇게 인상적인 결과는 아니지만 올해도 고객 수가 전년대비 19% 증가하여 견고한 성장세를 보이고 있습니다. 많은 기업들이 성공적인 보안 프로그램의 필수 요소로 사용자 교육을 강조하고 있기 때문에 이 카테고리는 앞으로도 계속 성장할 전망입니다.

그럼에도 불구하고 전년대비 증가율만 따졌을 때 올해의 승자는 컴플라이언스 톨입니다. 컴플라이언스 톨 배포는 전년대비 두 배 이상 증가하여 120%를 기록했으며, 현재 Okta 고객의 8%가 OIN을 통해 컴플라이언스 톨을 배포하고 있습니다. 데이터 컴플라이언스 관리가 엄격한 규정으로 인해 점차 어려워지고 있는데, 금융 서비스와 의료 부문을 비롯한 주요 인프라 공급업체들 사이에서 특히 그렇습니다. 컴플라이언스 톨은 기업들이 산업, 법률, 보안 및 규제 요건에 따르기 위해 반드시 마련해야 하는 프로세스와 절차를 자동화하거나 지원할 수 있습니다. 더욱이 규정 위반에 따른 벌금이 터무니없이 높을 수 있기 때문에 이러한 톨에 대한 투자는 그 정당성을 인정받기 쉽습니다.

데이터를 좀 더 세분화하면 모든 규모의 기업에서 그랬듯이 Fortune 500 기업의 우선순위에서도 VPN/방화벽 카테고리가 가장 높은 것을 알 수 있습니다. 하지만 테크 스타트업에서는 엔드포인트 관리 및 보안이 가장 높은 순위를 차지했습니다. 인프라 모니터링은 모든 기업을 대상으로 조사했을 때 네 번째로 인기 있는 보안 톨 카테고리였지만 Fortune 500 기업과 테크 스타트업으로 시선을 돌리면 각각 2위와 3위로 순위가 상승했습니다.

가장 인기 있는 보안 툴 카테고리



참고: 이 앱 사용량 차트에서는 각 카테고리마다 툴을 하나 이상 배포한 고객 수를 계산했습니다.

참고: Okta 제품을 사용한 것으로 알려진 데이터는 이 차트에서 제외되었습니다.

가장 인기 있는 인증요소 유형

비교적 보안 수준이 높은 인증요소의 확산

이제는 공격자들이 기업 시스템에 액세스하려고 해도 다중 요소 인증(MFA)이 보안 계층으로 추가되면서 어려움이 더 커졌습니다(예를 들어 Google은 YouTube 계정에 액세스할 때 2단계 인증을 요구하면서 계정 탈취가 절반으로 줄었다고 밝혔습니다). 공격자들은 MFA가 적용되지 않는 계정의 취약점을 이용할 때가 많습니다. Colonial Pipeline 공격은 MFA의 보호를 받지 않는 비활성 계정을 통해 침입하여 엄청난 피해를 입힌 바 있습니다. MFA를 배포하여 사용자 계정을 보호하는 것은 정문에 자물쇠를 하나 더 추가하는 것과 같습니다. 하지만 여느 주택 보안 시스템이 그렇듯, MFA 라고 해서 다 똑같은 것은 아닙니다.

MFA는 중간자 공격(AitM), SIM 스와핑 공격, 패스터쿠키 공격, MFA 피로(MFA 푸시 알림) 공격에 취약할 수 있습니다. 이로 인해 우회 공격과 해킹에 대해 탄력적인 경우에만 유효하기 때문에 비교적 보안 수준이 높고 피싱에도 강력한 인증요소가 필요할 수밖에 없습니다.

비교적 보안 수준이 높은 인증요소(YubiKey 등)는 비교적 보안 수준이 낮은 인증요소(보안 질문 등)에 비해 공격자의 침입을 차단할 가능성이 더 높기 때문에 기업들도 비교적 보안 수준이 높은 인증요소로 전환하여 방어 체계를 강화하기 위해 바빠 움직이고 있습니다.

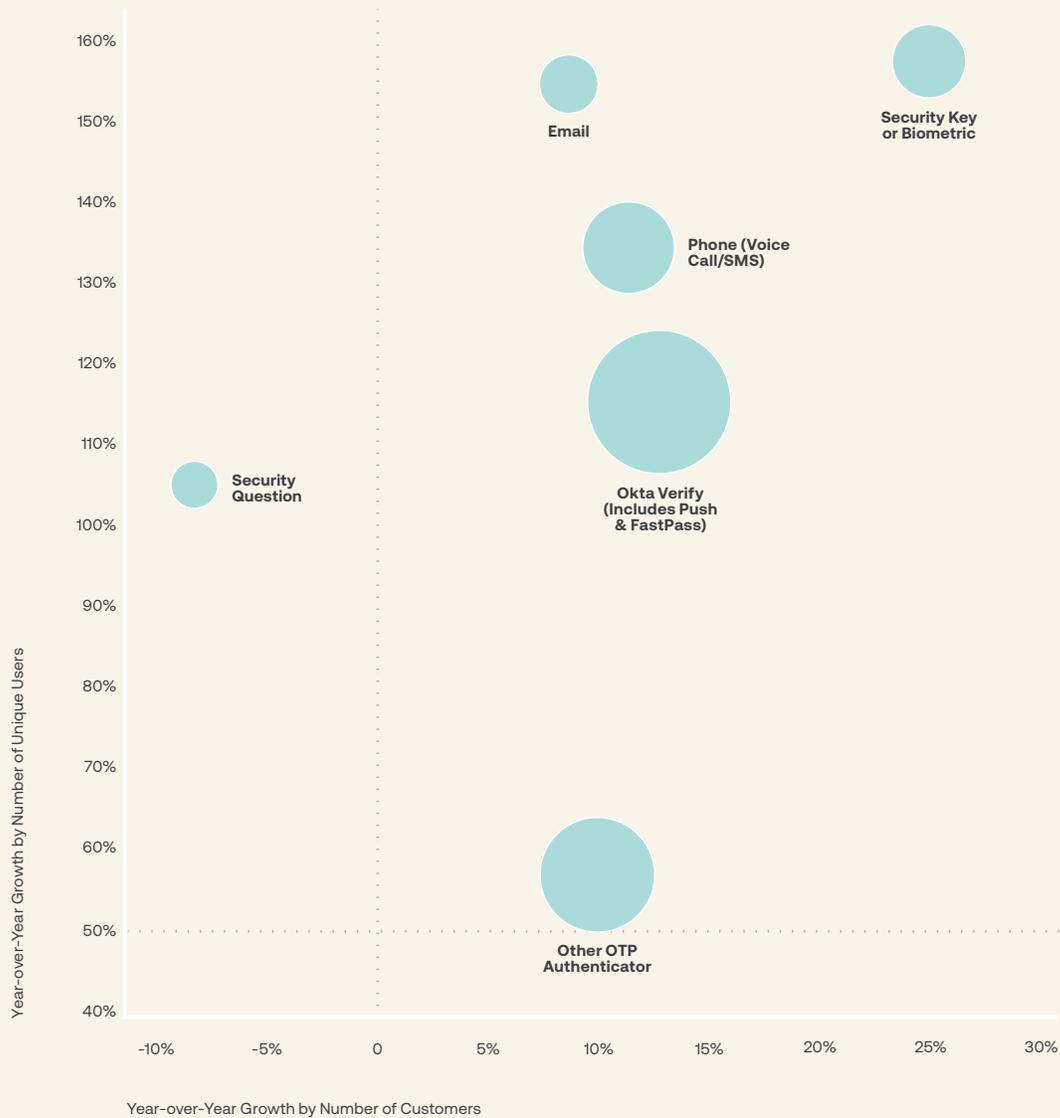
그러한 의미에서 올해 인증요소 카테고리 중에서 보안 키/생체 인식(WebAuthn 포함)이 고객 수에서 전년 대비 25%, 고유 사용자 수에서 전년 대비 158% 증가해 가장 높은 성장세를 보여주었다는 점은 매우 반가운 일입니다. 이와 동시에 비교적 보안 수준이 낮은 인증요소의 증가율이 크게 둔화된 것도 바람직한 결과입니다. 이메일은 올해 고객 수에서

전년대비 9% 증가하는 데 그쳐 지난해 58%와 비교하면 감소세로 돌아선 것이 반가울 뿐입니다. 또한 보안 수준이 사용자 선호도만큼 낮은 보안 질문도 올해 들어 마침내 감소하고 있습니다. 하지만 모든 규칙에는 예외가 있듯이 보안 수준이 낮은 전화(보이스 콜/SMS) 인증요소는 올해 고유 사용자 수가 지난해 전년대비 증가율 69%에서 두 배 가까이 올라 전년대비 134%를 기록하며 역주행하고 있습니다.

Push, FastPass를 포함해 Okta Verify는 고객 수를 기준으로 배포율이 가장 높은 인증요소 그룹으로 남아있습니다. 올해 사용량을 보면 고객 수에서 전년대비 13%, 고유 사용자 수에서 116% 증가했습니다. FastPass는 고객 기업 수에서 전년대비 146% 증가했고, 월간 총 FastPass 인증 횟수도 지난해 이후 1244%까지 오르면서 전년대비 1266% 오른 YubiKey에 이어 2위를 기록하며 놀라운 상승세를 보였습니다. 보안 수준이 높은 또 하나의 인증요소인 WebAuthn은 고객 기업 수에서 전년대비 27% 증가하고, 월간 총 인증 횟수에서 전년대비 118% 증가했습니다. 이렇게 고무적인 소식들은 Okta가 비밀번호에 의존하던 방식에서 벗어나 패스워드리스 경험을 지원하는 인증 옵션을 향해 나아간 결과입니다.

테크 스타트업만 놓고 보면 보안 키/생체 인식 인증요소 그룹이 고객 수에서 전년대비 29% 증가하고, 고유 사용자 수에서 전년대비 175% 증가해 확실한 성장 리더로 자리매김하고 있습니다. 스타트업 역시 Okta Verify를 도입하기 시작하면서 Okta Verify 인증요소도 고객 수에서 전년대비 20% 증가하고, 고유 사용자 수에서 전년대비 89% 올랐습니다.

인증요소 그룹의 성장



참고: “보안 키 또는 생체 인식 인증요소” 그룹에는 WebAuthn, U2F, YubiKey가 포함됩니다. “기타 OTP 인증 서비스”에는 OTP(One-time push) 인증 서비스인 Google Authenticator, Duo Security, RSA SecurID, HMAC 기반 일회용 비밀번호(HOTP), Symantec VIP가 포함됩니다. “전화” 인증요소 그룹에는 보이스 콜 인증을 지원하는 SMS가 포함됩니다.

참고: 이 데이터는 Workforce Identity 고객으로 국한됩니다.

Fortune 500 기업들도 보안 수준이 비교적 낮은 인증요소에 집착하면서 동시에 보안 수준이 비교적 높은 인증요소도 도입하고 있습니다. Fortune 500 기업을 대상으로 Okta Verify는 고객 수에서 전년대비 8% 증가했고, 고유 사용자 수에서 전년대비 109% 증가했습니다. 기타 OTP 인증 서비스 역시 고객 수에서 전년대비 8% 증가하는 성적을 거두었습니다. 그 밖에 보안 수준이 낮은 전화(보이스 콜/SMS) 인증요소가 Fortune 500 기업의 고유 사용자 수를 기준으로 전년대비 166%라는 높은 증가율을 기록한 것도 흥미로운 점입니다. 이렇게 오랜 기간 사용된 보안 인증요소는



인증요소 그룹 범례

Factoring group	Factors included	Assurance Level
Email	Email	Low
Okta Verify	Okta Verify	Medium
	Okta Verify Push with Number Challenge	High
	Okta Verify FastPass	Very High
Other OTP Authenticators	Duo Security, Google Authenticator, HOTP, RSA SecurID, Symantec VIP	Medium
Security Key or Biometric	WebAuthn (FIDO 2.0), U2F (FIDO 1.0), YubiKey	High
Security Question	Security Question	Low
Phone	SMS, Voice Call	Low



보안 키와 생체 인식으로 아이덴티티를 인증하는 산업

잘 모르는 사람들을 위해 다시 얘기하자면, 인증 서비스라고 해서 다 같은 것이 아닙니다. 각종 산업에 속한 기업들이 보다 안전한 옵션으로 빠르게 이동하고 있습니다. 이러한 현상은 대부분 “알고 있는 것(비밀번호, 보안 질문)”에서 “가지고 있는 것(디바이스)”과 “신체 정보(생체 인식)”로 바뀌고 있는 것을 의미합니다. 이유가 무엇일까요? 비밀번호는 재사용될 뿐만 아니라 추측도 가능합니다. 또한 소셜 미디어 계정은 보안 질문에 대한 답변(예: 가장 좋아하는 축구 팀)이 노출될 가능성도 있습니다. 하지만 지문은 어떤가요? 지문은 본인만 가지고 있는 정보입니다. 히트맵에서 알 수 있듯이 각종 산업의 기업들이 비교적 보안 수준이 높은 인증요소로 전환하면서 찬란한 패스워드리스의 미래에 점차 다가가고 있습니다.

산업별 인증요소를 살펴보면, 보안 키/생체 인식이 가장 인기 있는 카테고리로, 정부를 비롯한 비영리 단체, 소매, 의료 및 제약 부문에서 두각을 나타내고 있습니다. 정부가 전년 대비 52% 증가하면서 가장 높은 성장률을 보였습니다. 또한 기타 OTP 인증 서비스에서는 비영리 단체, 건설/엔지니어링/건축, 정부가 높은 비율을 기록하고 있습니다. 이 인증요소 그룹에서 비영리 단체가 전년 대비 26% 증가했고, 건설/엔지니어링/건축이 25% 증가해 근소한 차이로 뒤를 이었습니다.

또한 보안 수준이 낮은 보안 질문을 배포하는 기업이 전년 대비 감소했다는 사실도 눈여겨볼 만 한데, 금융 및 은행업, 건설, 전문 서비스, 테크놀로지 부문에서 특히 두드러졌습니다. 금융 및 은행업이 전년 대비 29% 감소했고, 그 뒤를 이어 건설, 전문 서비스, 테크놀로지 부문이 각각 18%, 17%, 16% 감소했습니다. 이러한 산업들이 보안 수준이 낮은 인증요소에서 벗어나 더욱 강력한 보안 역량을 갖추고 있다는 점은 칭찬할 만한 일입니다.

보안 수준이 낮은 인증요소에 대해서 얘기하고 있지만 테크놀로지 부문은 이메일 사용에서 벗어나기 위한 첫 걸음을 시작했습니다(전년 대비 9% 감소). 작년에는 테크놀로지 부문의 이메일 사용이 전년 대비 61% 증가했기 때문에(이메일 카테고리에서 4번째로 가장 빠른 성장률 기록) 이러한 감소는 예상하지 못한 반가운 변화입니다. 그렇지만 아쉽게도 이메일에서 벗어나지 못하고 있는 산업 부문도 있는 것 같습니다. 운수 및 창고업 부문은 이메일 사용에서 전년 대비 63% 증가했고, 제조업 부문은 전년 대비 21%까지 이메일 사용이 증가했습니다. 규제가 강화되고 있기 때문에 제조업 부문도 하루빨리 구체적인 조치를 취해 이러한 움직임을 되돌릴 수 있기를 바랍니다. 무엇보다 [Security Magazine](#)은 2023년에 랜섬웨어의 영향을 가장 많이 받은 산업으로 제조업을 꼽기도 했습니다.

산업별 인증요소 그룹의 성장

	Email	Okta Verify (Includes Push and FastPass)	Other OTP Authenticator	Phone (Voice Call or SMS)	Security Key or Biometric	Security Question
Arts, Entertainment, and Recreation	22%	15%	4%	17%	25%	0%
Construction, Engineering, and Architecture	-4%	15%	25%	5%	25%	-18%
Education		10%	17%	19%	18%	
Energy, Mining, Oil, and Gas		4%	6%	3%	23%	
Finance and Banking	7%	12%	1%	5%	17%	-29%
Government	17%	21%	20%	14%	52%	
Healthcare and Pharmaceuticals	8%	7%	10%	8%	26%	5%
Insurance	-2%	16%	11%	12%	24%	0%
Manufacturing	21%	12%	16%	9%	20%	-4%
Media and Communications	18%	14%	15%	5%	20%	-3%
Nonprofit	16%	24%	26%	30%	35%	4%
Professional Services	10%	9%	6%	11%	25%	-17%
Real Estate, Rental, and Leasing	0%	7%	-3%	5%	22%	0%
Retail	11%	13%	7%	16%	29%	9%
Technology	-9%	10%	6%	7%	20%	-16%
Transportation and Warehousing	63%	14%	7%	9%	10%	-3%
Wholesale Trade	-3%	10%	16%	5%	23%	-7%



참고: 비어있는 칸은 부족한 데이터로 인해 전년 대비 증가율을 알 수 없는 경우입니다.

참고: 이 데이터는 Workforce Identity 고객으로 국한됩니다.



Fastpass와 디바이스 정책

오늘날 기업들은 최첨단 인증 시대를 맞아 비밀번호 없이 더욱 안전하고 원활한 사용자 경험을 선호하고 있습니다. 패스워드리스 인증은 엔드 유저에게 더욱 간편할 뿐만 아니라 고객 지원 센터의 업무 부담을 줄이고 다른 생산성을 높이는 데도 효과적입니다.

기업들은 생체 인식 기능으로 피싱에 강력한 인증 서비스인 Okta FastPass를 배포하여 이용함으로써 비밀번호에서 벗어나려는 움직임을 뒷받침할 수 있습니다. 다음 데이터는 데스크톱과 모바일 디바이스, 각종 운영 체제, 그리고 전 세계 국가 및 산업 부문을 통틀어 기업들이 패스워드리스 인증 옵션을 Workforce Identity에 어떻게 도입하고 있는지를 나타낸 것입니다. 자세한 내용은 [방법론](#)을 참조하십시오.

MFA의 구축

이제는 어디서나 스마트폰을 사용할 수 있지만 아직도 대부분의 업무가 노트북과 데스크톱에서 이루어지고 있습니다. 올해는 iOS와 Android가 아닌 MacOS와 Windows를 기반으로 패스워드리스 인증을 사용하는 비율이 더 높습니다.

Workforce Identity 고객들이 등록된 디바이스 유형을 보면 지난 몇 년간 일관된 모습을 보인 가운데 등록된 디바이스의 47%가 iOS이고, 26%가 Android입니다. 그 외에 Windows 디바이스가 등록된 디바이스의 17%를, MacOS 디바이스가 10%를 차지합니다.

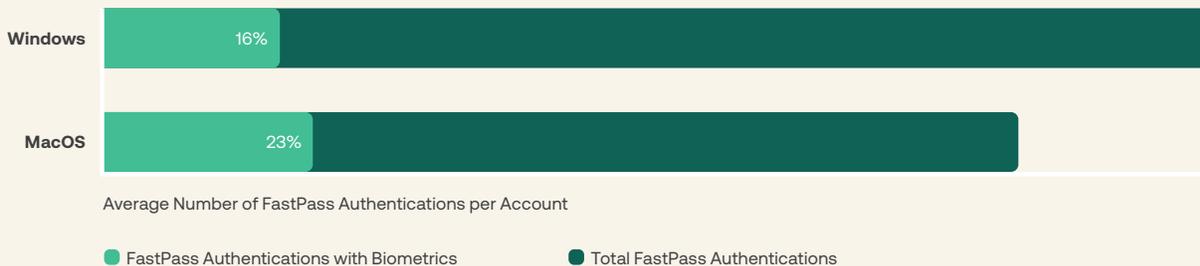
패스워드리스 인증이 원활한 액세스 경험에 가까워지는 한 가지 방법이지만 여기에 생체 인식까지 추가하면 보안을 더욱 강화할 수 있습니다. 생체 인식은 각 사용자마다 고유합니다. 예를 들어 지문이나 얼굴 특징 같은 신체 정보가 여기에

해당하기 때문에 사용자의 기억이나 모니터에 붙어 있는 메모에 의존하지 않습니다.

누가 생체 인식을 사용해 인증을 강화하고 있는지 살펴보면 몇 가지 흥미로운 패턴이 드러납니다. Windows 사용자들이 전반적으로 평균 인증 비율이 높지만 생체 인식을 사용한 인증에서는 MacOS 디바이스가 23%로 16%인 Windows 디바이스를 앞서고 있습니다.

기업 규모를 기준으로 인증 데이터를 살펴보면, 테크 스타트업 중에서는 MacOS가 1위를 차지했습니다. 스타트업이 운영 체제에 등록하는 패스워드리스 인증은 평균적으로 Windows 보다 MacOS가 더 높습니다. 또한 MacOS를 사용하는 스타트업은 생체 인식을 통한 패스워드리스 인증 비율이 35%로 매우 높습니다. 이와 달리 Windows 기반 스타트업에서 생체 인식을 사용하는 인증 비율은 10%에 불과합니다.

운영 체제별 FastPass 패스워드리스 인증



참고: 이 데이터는 Workforce Identity 고객에게서 1년 동안 누적 수집한 FastPass 데이터를 기반으로 합니다.

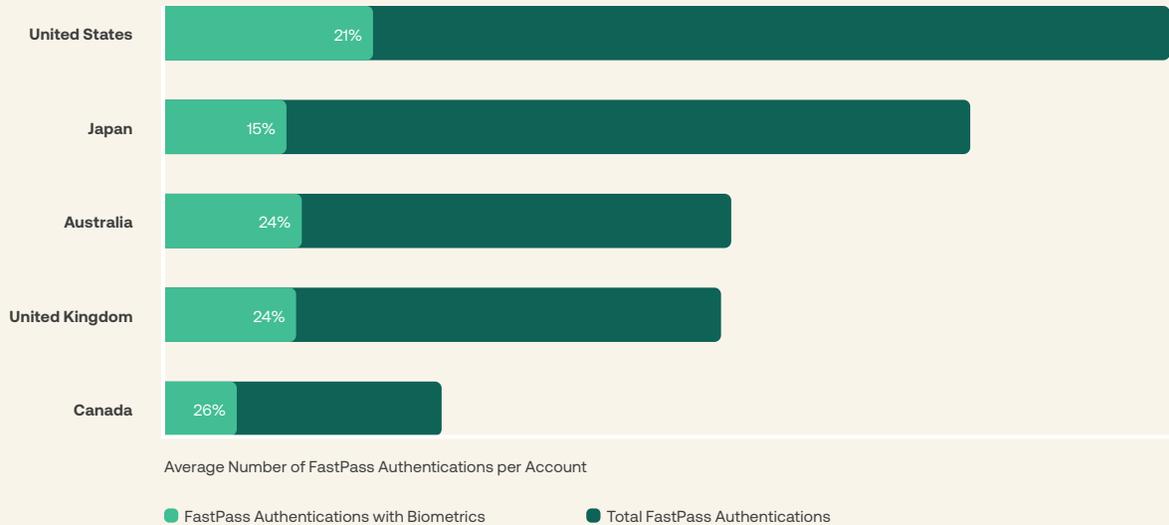
국가별 패스워드리스 인증

패스워드리스 인증에 앞장서지만 생체 인식 사용을 주저하고 있는 미국

패스워드리스 인증 앱을 배포하는 상위 5개 국가를 살펴보면 인증 비율이 높다고 해서 생체 인식을 더 많이 사용하는 것은 아닙니다. 미국은 고객 기업 한 곳당 패스워드리스 인증을 사용하는 비율이 가장 높았고, 격차도 매우 컸습니다. 하지만 생체 인식을 사용하는 인증 비율은 불과 21%로 비교적 낮은 편에 속했습니다. 이와 달리 캐나다는 고객 기업 한 곳당 인증을 사용하는 횟수는 가장 적지만 생체 인식을 사용한 인증 비율은 26%로 가장 높았습니다. 일본은 평균 인증 횟수에서 2위를, 생체 인식 비율에서 5위를 차지했고, 오스트레일리아와 영국은 두 지표에서 거의 동일한 수치를 기록했습니다.

패스워드리스 인증을 지역별로 집계하면 EMEA 지역이 고객 기업 한 곳당 평균 인증 횟수에서 1위를 차지했고, 미주 지역과 APAC 지역이 그 뒤를 잇고 있습니다. 생체 인식을 사용하는 평균 인증 비율은 APAC 지역 21%부터 EMEA 및 미주 지역 22%에 이르기까지 전반적으로 거의 비슷합니다.

국가별 FastPass 패스워드리스 인증



참고: 이 데이터는 Workforce Identity 고객에게서 1년 동안 누적 수집한 FastPass 데이터를 기반으로 합니다.

“

패스워드리스 인증을 지역별로 집계하면 EMEA 지역이 고객 기업 한 곳당 평균 인증 횟수에서 1위를 차지했고, 미주 지역과 APAC 지역이 그 뒤를 잇고 있습니다.”

산업별 패스워드리스 인증

테크놀로지 부문의 고속 성장

고객 기업 한 곳당 평균 패스워드리스 인증 횟수를 산업별로 살펴보면 테크놀로지 부문이 전체 인증 횟수에서 1위를 달리고 있습니다. 테크놀로지 부문은 생체 인식을 사용하는 비율도 평균 27%입니다. 도매 부문이 고객 기업 한 곳당 평균 인증 횟수에서 2위를 차지했지만 생체 인식을 사용한 인증 비율은 13%에 불과합니다.

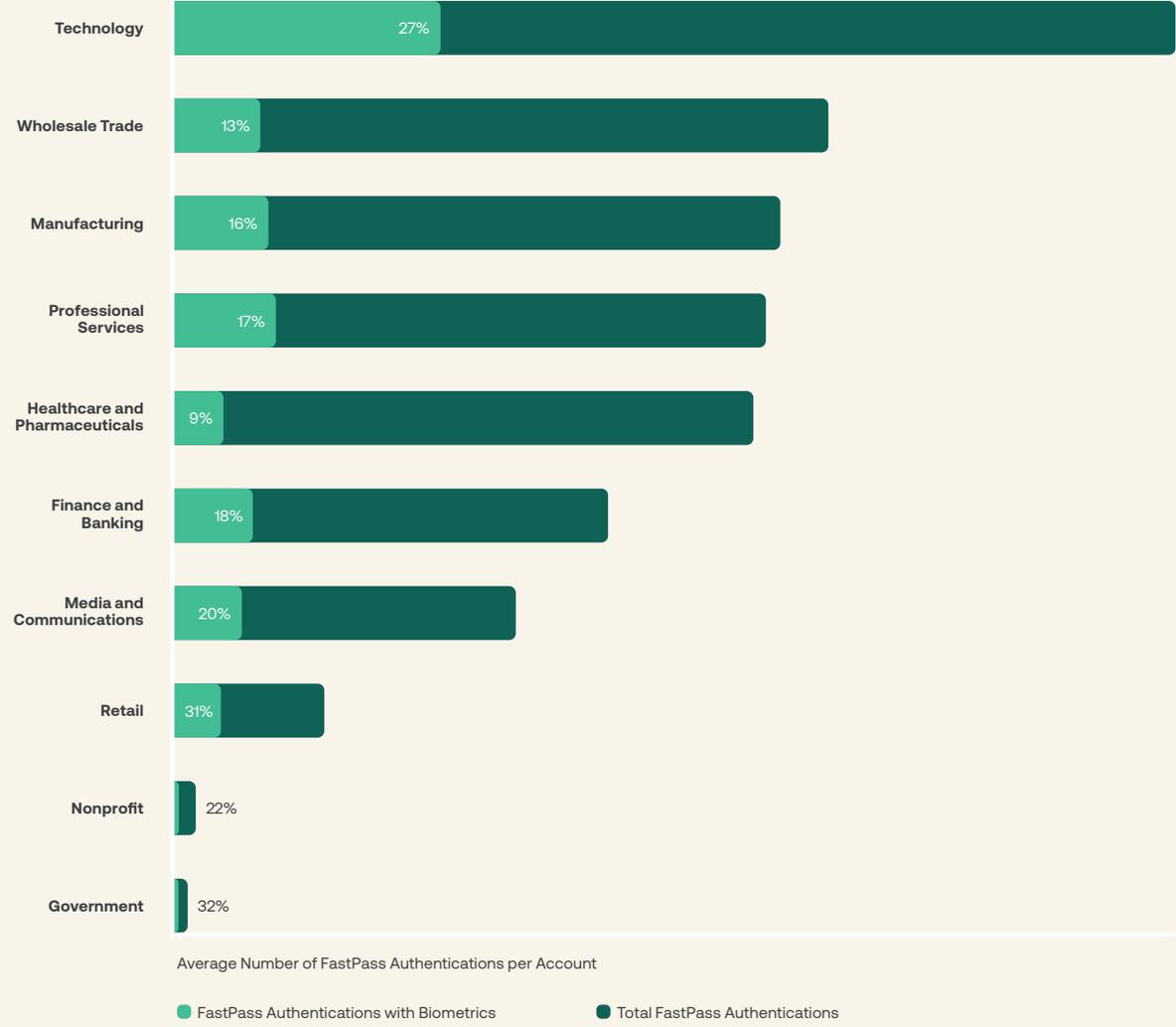
정부 부문이 고객 기업 한 곳당 평균 패스워드리스 인증 횟수에서 최하위를 기록했지만 생체 인식 기반 패스워드리스 인증에서는 32%로 1위에 올랐습니다. 소매 부문이 31%로

그 뒤를 바짝 쫓고 있습니다. 의료 및 제약 부문은 평균 인증 횟수가 비교적 높았지만 생체 인식을 사용한 인증 비율은 9%에 불과해 차트에 보이는 산업 부문에서 가장 낮았습니다.

성장과 관련해서는 정부 부문이 패스워드리스 인증을 이용한 고객 기업 수에서 전년대비 238% 증가하여 가장 높은 성장세를 보였고, 금융 및 은행업이 199%로 뒤를 이었습니다. 도매 부문은 고객 기업 한 곳당 생체 인식을 사용한 평균 인증 횟수가 전년대비 무려 1707%나 증가했습니다.



산업별 FastPass 패스워드리스 인증



참고: 이 데이터는 Workforce Identity 고객에게서 1년 동안 누적 수집한 FastPass 데이터를 기반으로 합니다.

관심이 집중되고 있는 디바이스

오늘날 기업들이 확장과 함께 자동화를 도입하면서 위험을 최소화하고 효과적으로 성장할 수 있는 정책을 마련하고 있습니다. 이러한 정책들은 넓은 의미에서 세 가지 영역으로 나눌 수 있습니다. 하나는 네트워크에 초점을 맞춘 위험 정책, 또 하나는 사용자에게 초점을 맞춘 행동 정책, 그리고 마지막 하나는 디바이스 신뢰 정책입니다. 디바이스 정책은 인증에 사용되는 디바이스가 더 이상 위험에 노출되지 않도록 관리하는 데 효과적입니다.

올해 데이터를 보면 디바이스 신뢰 정책이 작년에 비해 가장 많이 증가한 것을 알 수 있습니다. 실제로 Okta의 5가지 주요 고객 산업 중에서 4개 부문이 위험 또는 행동 정책에

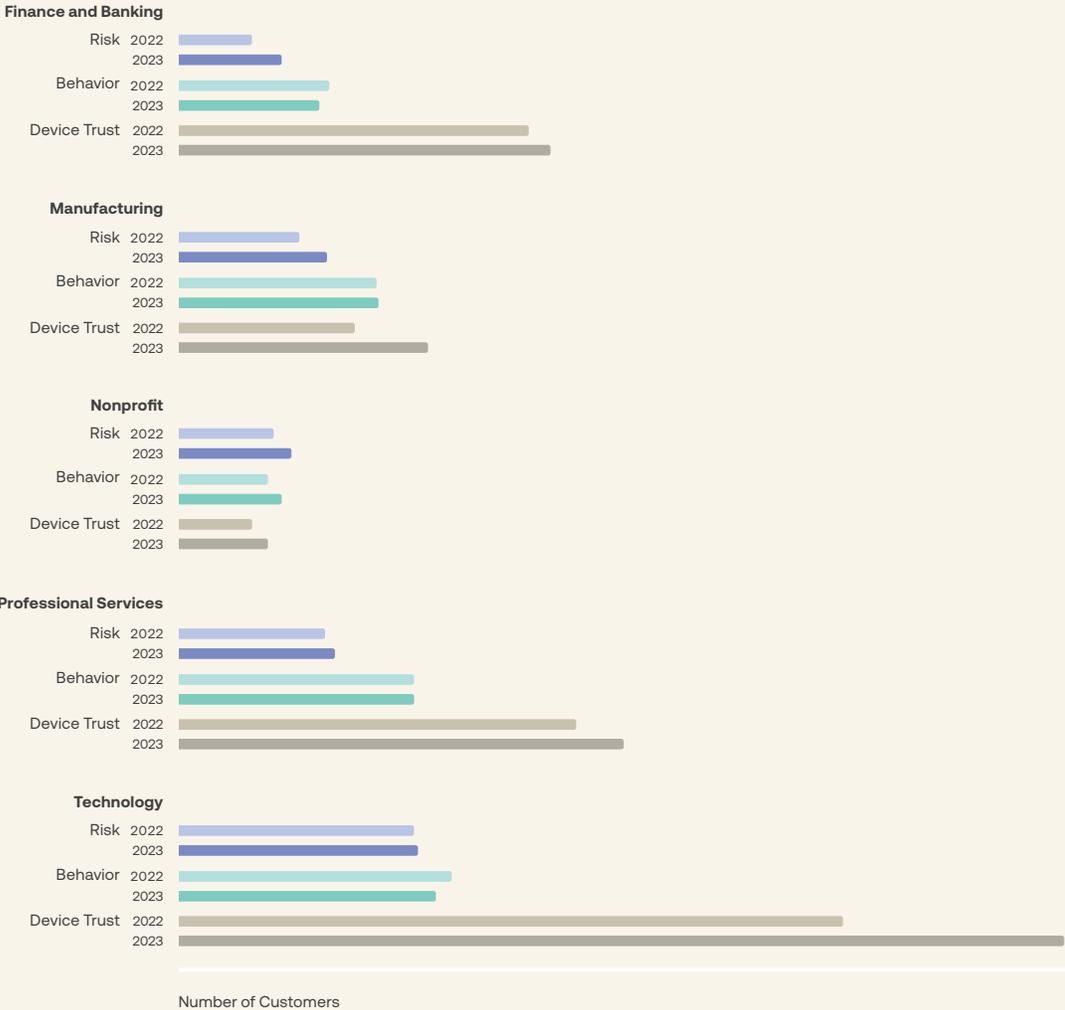
비해 디바이스 신뢰 정책을 더 많이 배포했습니다. 오직 비영리 단체만이 이러한 움직임과 달리 네트워크 및 사용자 행동 정책으로 크게 기우는 모습을 보이고 있습니다. 하지만 전반적으로는 디바이스 신뢰 정책이 전년대비 증가율에서 위험 정책과 행동 정책을 크게 앞서고 있습니다.

테크놀로지 부문의 경우 디바이스 신뢰 정책을 배포한 고객 수가 전년대비 33% 증가해 가장 높은 성장세를 보이고 있으며, 전문 서비스와 금융 및 은행업이 그 뒤를 잇고 있습니다.

“

디바이스 신뢰 정책이 전년대비 증가율에서 위험 정책과 행동 정책을 크게 앞서고 있습니다.”

정책 도입



참고: 이 데이터는 Workforce Identity 고객으로 국한됩니다.



데이터 결론

올해 보고서의 결론에 다 다르면서 우리가 살아가는 현실이 데이터에서 드러나는 앱과 툴 트렌드에 그대로 반영된다는 점이 그 어느 때보다 명확해지고 있습니다.

기업들은 자동화에 과감하게 투자하여 효율성과 비즈니스 확장성을 높이고 있습니다. Workflows와 커넥터의 전년 대비 증가율에서 보았듯이 전사적인 수준에서 일상적인 작업을 자동화해야 하는 우선순위가 꾸준히 상승하고 있습니다.

기업들이 필요한 툴을 추가로 배포하고 협업을 위해 동급 최고의 앱에 대한 의존도가 커지면서 앱 도입이 전반적으로 늘고 있습니다. 산업 전반에 걸쳐 기업들이 방대한 데이터 볼륨을 안전하게 보호하기 위해 데이터 컴플라이언스 툴을 추가하는 것도 처음 있는 일입니다. 그 밖에 전 세계적으로 자선 기부가 감소하고 있지만 개인과 기업들이 연계하여 소외된 이웃을 돕기 위해 나서면서 Apps for Good 이니셔티브가 확산하는 모습을 볼 수 있었습니다.

앞으로의 상황은 그 누구도 예측할 수 없습니다. 하지만 올해 데이터를 근거로 추정해보면 기업들에게서 다음과 같은 모습을 기대할 수 있습니다.

- **자동화에 대한 대대적 투자:** 다양한 유형의 Workflows 사용을 늘려 기업 팀이 부담을 줄이고 생산성을 안전하게 높일 수 있도록 역량을 뒷받침하는 동시에 비즈니스를 과감하게 확장하는 것도 여기에 포함됩니다.
- **동급 최고의 앱을 꾸준히 도입:** 기존 소프트웨어 제품에서 벗어나더라도 직무에 가장 효과적인 툴을 선택합니다.
- **보안 수준이 비교적 높은 인증요소 적용:** 보안 질문과 같이 취약한 인증요소가 요건에 뒤처지면서 보안 키나 생체 인식과 같은 강력한 옵션을 적용합니다.
- **비밀번호 사용 중단:** 기업들이 중단 없이 원활한 인증 경험으로 완전히 전환하는 데 전력을 기울이고 있습니다.

이제 준비를 마치고 행복한 결말을 향해 나아가야 할 때입니다. 파트너 여러분, 내년에 뵙겠습니다.



okta

서울 강남구 테헤란로 152
강남파이낸스센터 41층
Support.okta.com
050 6626 1877