



Businesses at Work



目次

02	はじめに	41	Workflows の成長 (業種別)
03	調査結果の主な所見	43	最も人気のある Workflows Connector
05	調査手法	45	Workflows テンプレートの カテゴリの成長
06	カテゴリのトレンド	48	認証とセキュリティ
07	アプリカテゴリの成長	49	最も人気のある セキュリティツールカテゴリ
11	アプリカテゴリの成長 (業種別)	51	最も人気のある要素タイプ
13	アプリカテゴリの成長 (国 / 地域別)	55	要素グループ (業種別)
16	急成長しているアプリ	57	FastPass とデバイスポリシー
18	2023 年の人気アプリ 50 選	58	パスワードレス認証 (デバイスタイプ別)
21	最も人気のあるアプリ (企業カテゴリ別)	59	パスワードレス認証 (国別)
23	急成長しているアプリ	61	パスワードレス認証 (業種別)
25	急成長しているアプリ (企業カテゴリ別)	63	リスク / 行動 / デバイスポリシー
27	急成長しているアプリ (業種 / 地域別)	66	終わりに
32	仕事に最適なツール		
33	アプリの平均導入数		
36	バンドルソフトウェア同士の戦い		
37	ベストオブブリードアップリの台頭		
39	Apps for Good		
40	Workflows		



新しい時代に 求められる 新しいツール

今年は、多くの企業にとって激動の一年になりました。ChatGPTの台頭を受けてAIがさまざまな業務で使用されるようになり、自動化によって繰り返し行われてきた一部の業務の負担が軽減されました。そして企業は、急速に進化する規制環境への対応に追われました。組織は、こうした状況をすべて考慮に入れ、競争力を維持してリスクを最小限に抑えるための新しいツールを選択しています。では、結果的にどのようなアプリが最も採用されたのでしょうか。

今年最も急成長したアプリは、VantaとDrataの2つです。どちらも、組織が抱える膨大なデータの安全性とコンプライアンスを確保できるように支援します。データコンプライアンスツールが急成長アプリのトップ10に入ったのは、今回が初めてです。データ保護の新たな規制に企業が取り組んでいる中、こうしたツールの目覚ましい成長は当然と言えます。

さらに注目すべきは、企業が運用保守、ライフサイクル管理、セキュリティのタスクでOkta Workflowsの活用を高めている状況です。1社あたりの平均アプリ数は、この数年頭打ちになっていましたが、再び増加傾向に転じました。また、組織は、セキュリティキーや生体認証といった高保証の要素を使用する認証を通じて、セキュリティの強化に取り組んでいます。

本レポートでは例年同様に、Oktaの全世界18,800社以上のお客様と、Okta Integration Network（クラウド、モバイル、Webアプリ、ITインフラストラクチャプロバイダーとの7,000以上の統合を含む）から収集した匿名化データを分析しました。Oktaは毎年、この独自データセットを地域別、業種別、企業規模別など、さまざまな観点から分析しています。今年は、テクノロジー系スタートアップ企業やFortune 500に名を連ねる大企業が使用する主要アプリにも焦点を当てました。

これらはトピクトレンドのほんの一部です。今回は、どのアプリやツールが成功し、広く利用されたのでしょうか。また、その理由はどのようなものだったのでしょうか。

早速 Businesses at Work 2024 レポートのデータを見ていきましょう。

調査結果の主な所見

カテゴリのトレンド

どのようなカテゴリのアプリが人気を高めているのでしょうか。今年は新しいカテゴリが第1位を獲得しました。顧客数では、法務ツールが前年比35%増という驚異的な伸びを示し、最も急成長しました。また、ユニークユーザー数では、昨年2番目に急成長したカテゴリとなったビジネス購買が、今回は前年比63%増で第1位を獲得しました。

第2位には、馴染みのあるカテゴリが並んでいます。（前年比17%増）は Fortune 500 企業の間で導入を昨年最も成長したカテゴリとなった法人旅行は、ユニークユーザー数の前年比成長率が38%と依然として好調であり、第2位になりました。顧客数での第2位は、前年比18%増のデザインソフトウェアが獲得しました。

ここ数年注目を集めてきたビデオ会議ツールは、現在は軒並み成長が低迷しています。成長クアドラントに新しく加わったカテゴリは、ユニークユーザー数が前年比25%増の電子署名ツールと、同13%増のコンテンツコラボレーションです。今年、行政、教育、非営利の各業種は、アプリの導入を大幅に拡大しました。クラウドプラットフォーム、開発者ツール、プロジェクト管理ツールはいずれも、複数の業種で力強い伸びを示しています。

急成長しているアプリ

今回初めて、データコンプライアンスツールが世界を席巻しました。急成長したアプリの中で、第1位を獲得した Vanta は、Okta Integration Network を介して導入した顧客数が前年比338%増という驚異的な伸びを示しました。さらに、同じく91%増の Drata が第6位を獲得しました。また、Twilio SendGrid（前年比59%増）はテクノロジー系スタートアップ企業における急成長アプリのランキングで第1位を獲得し、Zscaler（前年比17%増）は Fortune 500 企業の間で導入を拡大させています。

今回初めて見られた変化は他にもあります。顧客数で最も人気のあるアプリを見ると、Google Workspace が Microsoft 365 に次いで第2位を獲得しました。テクノロジー系スタートアップ企業の間では、Google Workspace が最も人気のあるアプリとなっており、AWS がそれに続いています。Fortune 500 企業の間では、Microsoft 365 が最も人気があり、Salesforce が第2位に入っています。

顧客数でトップ50の人気アプリの中で、成長率の首位を獲得したのは、1Password（顧客数で前年比39%増）と Amazon Business（ユニークユーザー数で前年比89%増）です。成長クアドラントは、ユニークユーザー数と顧客数で高い成長率を達成したアプリを示したのですが、ここに Tableau、DocuSign、Oracle NetSuite、Google Workspace などのアプリが新しく登場しました。その中でも Snowflake は、テクノロジー系スタートアップ企業、Fortune 500 企業、全企業の3区分すべてで、上位の成長率を記録した唯一のアプリとなりました。

仕事に最適なツール

ここ数年、組織が導入するアプリの平均数が伸び悩んでいましたが、今年は93となり、前年の89から4%増加しました。導入するアプリの数は大企業（従業員数2000人以上）で最も多く、平均して231ものアプリを使用しています。

多くの企業が、ベストオブブリードのアプリをエコシステムに追加し続けています。Microsoft 365 を使用している Okta のお客様の間では、以下のトレンドが見られます。

- 45% が Google Workspace を併用しています（昨年の42%から増加）。
- 38% が Slack を併用しています（昨年の36%から増加）。
- テクノロジー系スタートアップ企業の61%が AWS を使用しており、この割合はすべての企業体の平均よりも13ポイント高くなっています。

さらに、Okta の Apps for Good イニシアチブは、厳しい経済状況下でも好調です。Apps for Good は、企業や従業員が時間、資金、専門知識を寄付できるアプリですが、このアプリを利用したユーザー数は合計180万人に上り、前年比13%増を記録しました。

Workflows

アイデンティティ管理プロセスを大規模に自動化できる Okta Workflows が、利用を記録的に伸ばしています。Okta Workflows の導入が全体的に最も進んでいるのはテクノロジーの業種であり、アカウント数は前年比36%増となっています。Okta Workflows Connector は特にコラボレーションアプリのコネクタに最も人気があり、顧客数で最も人気があるコネクタは Slack です。Okta Workflows テンプレートの中では、運用タスク/保守を自動化するものが人気が高く、顧客数が前年比78%増となっています。

コンプライアンスとセキュリティ

この1年で、データコンプライアンスツールの導入が大幅に進みました（前年比120%増）。このカテゴリの成長は、第2位の急成長カテゴリとなったセキュリティトレーニングツール（前年比19%増）を大きく上回っています。多くの組織が、認証の強化に継続的に取り組んでおり、ユーザーに人気がなく、十分な保証が得られないセキュリティの質問から脱却して、セキュリティキーや生体情報のように保護機能に優れる要素を採用するようになっています。特にテクノロジー系スタートアップ企業の間では、Okta Verify の利用が軒並み増加しています。Okta のパスワードレス認証機能である FastPass を利用している企業では、1アカウントあたりの平均認証件数が、MacOS よりも Windows で多くなっています。ただし、パスワードレス認証の中で生体認証が占める割合は、Windows (16%) よりも Mac (23%) の方が高くなっています。

ここでは、ネットワークに焦点を当てたリスクポリシー、ユーザーに焦点を当てた行動ポリシー、そしてデバイス信頼ポリシーの3つのポリシーについて見ていきます。デバイス信頼ポリシーの前年比の伸びは、リスクポリシーと行動ポリシーの伸びを上回っています。最も伸びているのはテクノロジーの業種で、デバイス信頼ポリシーを導入している顧客数は前年比33%増となりました。

本レポートの作成方法

「Businesses at Work」レポートは、Okta のお客様からの集約・匿名化されたデータに基づいて作成されています。このデータは、数千の企業、アプリケーション、IT インフラストラクチャの統合、そして全世界の日々何百万もの認証 / 検証から収集されています。お客様企業とその従業員、請負業者、パートナー、顧客が、デバイス、Web サイト、アプリ、サービスのログインや機密データの安全性確保のために Okta を使用しています。あらゆる主要業種で、小規模な組織から、数十万人の従業員 / 数百万人の顧客を抱える世界有数の組織まで、多様なお客様が Okta を活用しています。

本レポートのデータは、Okta のお客様、Okta Integration Network を通じてお客様が認証するアプリケーションや統合、ユーザーが Okta のサービスを通じてこれらのツールにアクセスする方法を大局的に示したものです。本レポートで言及する「アプリ」「ツール」は、Okta Integration Network を介して提供されるアプリケーション、サービス、統合を指します。Microsoft 365 を使用している Okta のお客様について説明したトレンドは、Okta を導入していない Microsoft 365 使用組織（Azure Active Directory や、強力なアプリ横断的な統合サポートを提供していない他のアイデンティティプラットフォームを利用している組織）のトレンドとは異なることがあります。

Okta は毎年、3 つの方法でアプリの人気を調査しています。ほとんどのグラフは、Okta Integration Network からアプリを導入した顧客数を示しています。一部のチャートは、アクティブなユニークユーザー（過去 30 日間に 1 回以上、Okta 経由でアプリにログインしたユーザー）の数を示しています。Apps for Good のセクションでは、割り当てユーザー（アプリケーションにアクセスできるユーザー）数をカウントしています。すべてのチャートでは、標準化された最低顧客数を満たしたアプリのみを掲載しています。

Okta は、データの標準化に細心の注意を払っています。本レポートでは、特に断りのない限り、2022 年 11 月 1 日から 2023 年 10 月 31 日までのデータを使用して分析しています。「今年」「今日」「2023 年」といった現在を示す表現は、この期間を指します。また、「昨年」「2022 年」といった表現は、2021 年 11 月 1 日から 2022 年 10 月 31 日までの期間を指します。「2021 年」などの西暦年を示す表現も、同様の期間を指します。

企業規模に関して、Okta は、従業員数 100 人以下のテクノロジー業界の企業を指す用語として、「テクノロジー系スタートアップ企業」「スタートアップ企業」という表現を使用しています。また、「Fortune 500 企業」は、Okta のお客様のうち、Fortune 500 のトップ企業リストに含まれている企業を指します。

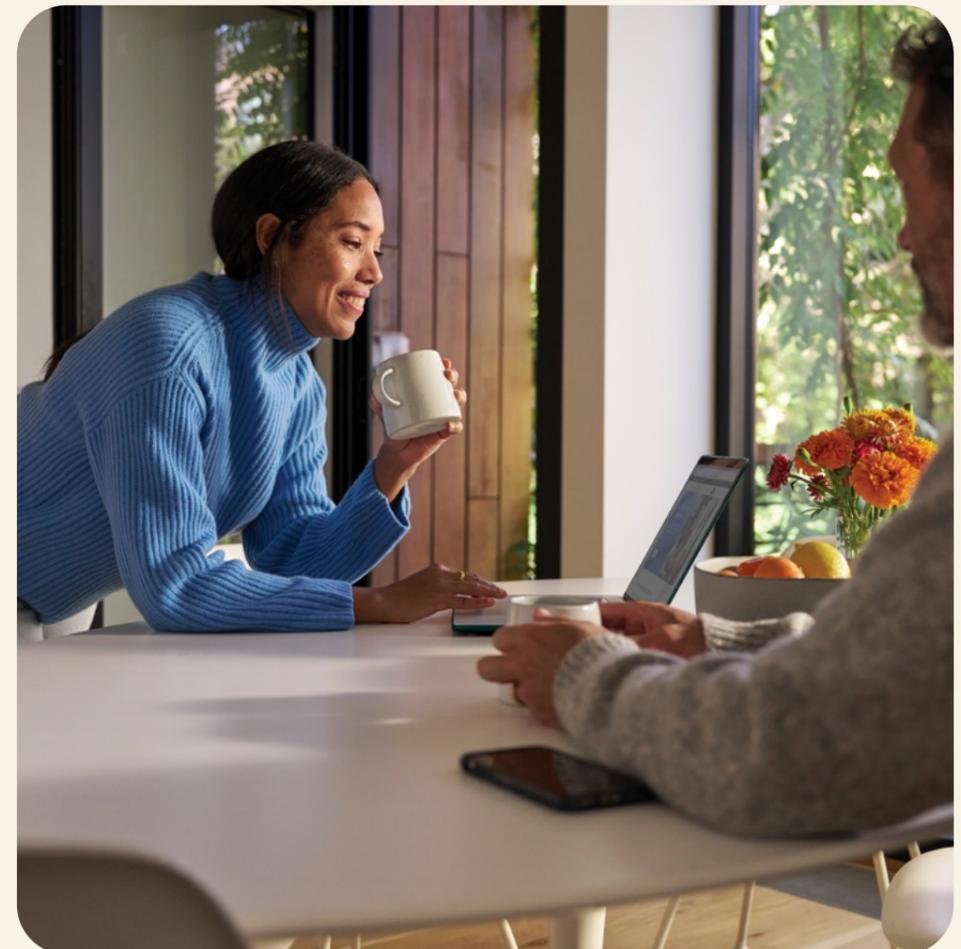
Okta では、従業員向けに Okta サービスを導入しているお客様について、「Workforce Identity Cloud」という用語を使用しています。Okta はさらに、ワークフォースアイデンティティとカスタマーアイデンティティのユースケースを同一環境下で可能にする製品も提供しています。Workforce Identity Cloud に限定した記述では、これらの製品を除外しています。データが Workforce Identity Cloud に限定されている場合は、その旨を明記します。

FastPass のセクションで提供される認証データは、Workforce Identity Cloud のお客様における、Okta FastPass を介したデバイスベース認証の 1 年間の累積データに基づいています。

特に指定がない限り、本レポートに含まれるデータは、Okta Integration Network を通じてユーザーに少なくとも 1 つのアプリを導入している Okta のお客様に限定しています。また、特に断りのない限り、本レポートは企業向けに導入されたアプリを対象としています。本レポートは、Okta のデータのみを焦点を当てたものであり、Auth0 は含みません。

カテゴリのトレンド

この 1 年間で最も人気のあったアプリのカテゴリを見ると、企業が何に取り組んでいるのかが明確にわかります。成約数の増加、リモートワーク / オフィス環境の充実、出張、商品やビジネスのアピールなど、企業の盛んな活動状況がデータに明白に示されています。もちろん、ビジネスの安全を可能な限り確保するために、あらゆる努力を続けていることも見て取ることができます。



法務 / 法人旅行 / ビジネスツールが飛躍的に成長

経済状況が厳しい状況では、企業はあらゆる面で競争優位性を高める必要があります。法務が取引や契約の足かせになることは容認されません。最も人気のあるアプリのカテゴリでは、法務ツールが顧客数で最も高い前年比 35% 増、ユニークユーザー数でも顕著な前年比 34% 増と、大きな成長を記録しましたが、それも当然の状況であると言えます。この目覚ましい成長を牽引しているのは、Ironclad、LexisNexis、LegalZoom などのアプリです（契約管理ソフトウェアの Ironclad は、2022 年の急成長アプリのランキングでは第 8 位でした）。

ビジネスの状況を見ると、社内外の交流が引き続き活発です。コロナ後の法人旅行業界の回復は健在で、法人旅行カテゴリは顧客数の伸び率で第 2 位となりました。法人旅行は昨年、顧客数で前年比 43% 増、ユニークユーザー数で同 197% 増を記録し、成長率が最も高くなりました。現在も成長し続けており、顧客数は前年比 17% 増、ユニークユーザー数は同 38% 増という堅実な伸びを記録しています。これは、法人旅行カテゴリが 4 年連続で平均を上回る成長を遂げたことを意味しており、特筆すべき状況です。

昨年 2 番目に急成長したカテゴリであるビジネス購買は、勢いが若干鈍化したとは言え、今回も顧客数で前年比 17% 増、ユニークユーザー数で同 63% 増という見事な成長を記録しました。同様に、6 年連続で急成長してきたアプリカテゴリであるデザインソフトウェアも、伸び率は低下しつつあります。このカテゴリは、昨年は顧客数で前年比 31% 増、ユーザー数で前年比 60% 増でしたが、今年は顧客数で前年比 18% 増、ユーザー数で前年比 23% 増となり、成長がさらに鈍化しています。

今年新たに成長クアドラントに登場したカテゴリには、リモートワークが拡大したコロナ禍の時期に成長し始め、引き続き成長しているものも含まれています。成長ランキングに新しく入ったカテゴリには、電子署名（顧客数で前年比 12% 増）とコンテンツコラボレーション（同 9% 増）があります。オンプレミスとリモートでシステムの稼動を維持することが常に求められている状況において、ネットワーク/インフラストラクチャは今年、顧客数で前年比 9% 増、ユニークユーザー数で 15% 増と、成長をリードするカテゴリになっています。また、Apps for Good が盛り上がりを見せ、ユニークユーザー数で前年比 35% 増を記録したことは喜ばしい限りです。寄付やボランティア活動を通じて地域社会とのつながりを深める人が増えていることの表れであり、元気づけられるトレンドです。

今年の調査では初めて、テクノロジー系スタートアップ企業（従業員数 100 人以下のテクノロジー業界の企業）と Fortune 500 企業のトレンドに焦点を当てました。

テクノロジー系スタートアップ企業

昨年は、顧客数とユニークユーザー数の両面で、法人旅行が総合的に成長を牽引しました。今年、テクノロジー系スタートアップ企業の間では、法人旅行が引き続き最も成長しました（顧客数で前年比 40% 増、ユニークユーザー数で同 79% 増）。法人旅行以外では、スタートアップ企業はオフィスの業務体制の強化に力を入れました。ビジネス購買、アナリティクス、セキュリティ、電子署名、クラウドプラットフォーム、デザインソフトウェアが、顧客数とユニークユーザー数の両方で大きく成長し、今年の成長クアドラントに入っています。

営業 / マーケティングツールは、スタートアップ企業の間では顧客数で前年比 15% 増、ユニークユーザー数で同 31% 増と、全企業における成長以上に急速に伸びています。これは、成長中の新興企業が他社に差をつけるために一層努力する必要がある状況を示しています。また、Eラーニングは、ユニークユーザー数で前年比 64% 増加し、法人旅行に次ぐ顕著な伸びを示しました。

Fortune 500 企業

Fortune 500 企業の間では、開発者ツールとデザインソフトウェアが積極的に導入されました。こうした大企業の成長クアドラントに入ったのは、この 2 つのアプリカテゴリだけです。

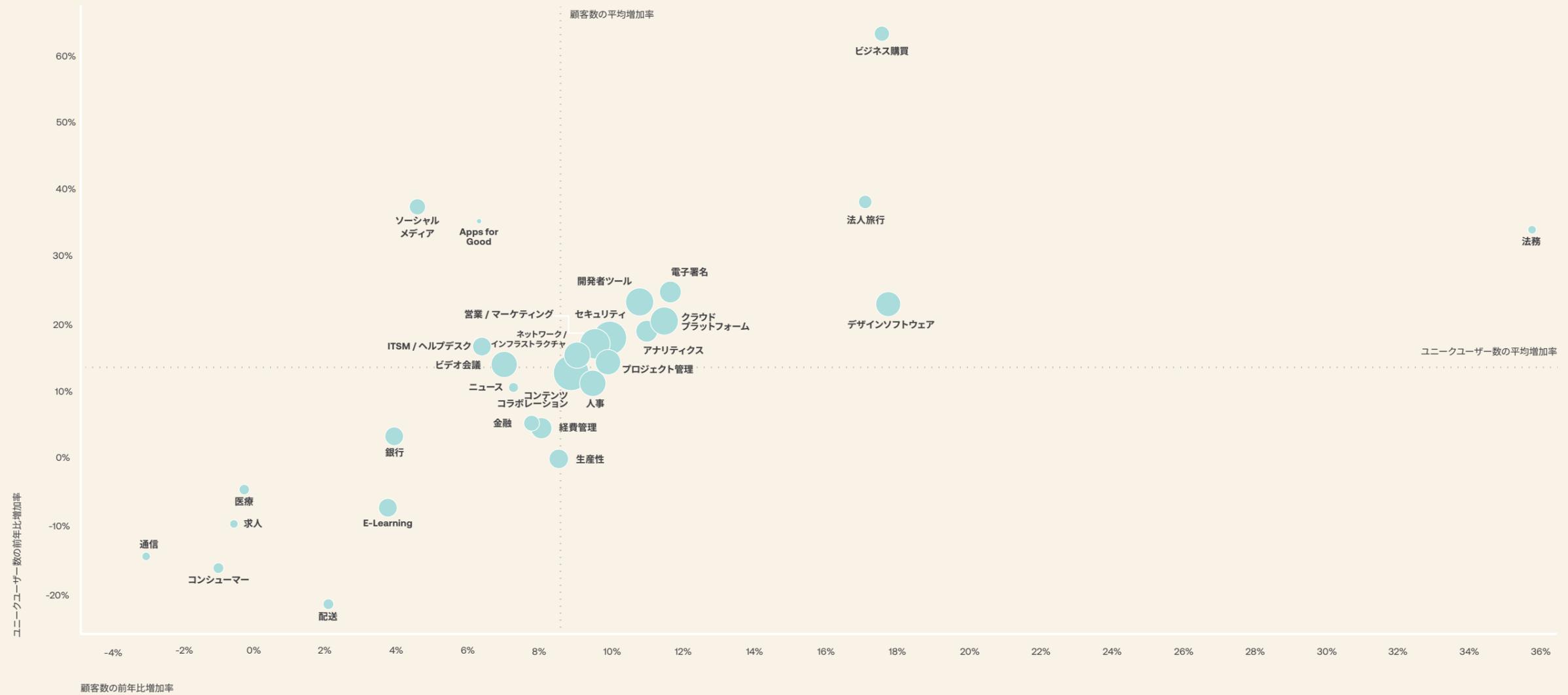
プロジェクト管理とビデオ会議は、それぞれ顧客数とユニークユーザー数で最も急成長しているカテゴリです。プロジェクト管理は、顧客数で前年比 13% 増、ユニークユーザー数で同 15% 増となりました。ビデオ会議は、顧客数の伸びは前年比 1% にとどまりましたが、ユニークユーザー数では同 34% 増加しました。

Fortune 500 企業は、デザインソフトウェア（顧客数で前年比 9% 増）、IT サービス管理（ITSM）/ ヘルプデスク（同 8% 増）の導入を拡大させています。これらのグローバル企業は、クラウドプラットフォームや電子署名ツールも広く利用するようになっており、どちらものカテゴリでもユニークユーザーが増加（それぞれ前年比 32% 増、27% 増）しています。

さらに、Fortune 500 企業は境界型セキュリティに対しても引き続き嚴重に取り組んでいます。セキュリティツールは、成熟したカテゴリであるにもかかわらず、顧客数で最も人気のあるカテゴリとなり、ユニークユーザー数は前年比で 15% 増加しました。

“成長ランキングに新しく入ったカテゴリとしては、電子署名（顧客数で前年比 12% 増）とコンテンツコラボレーション（同 9% 増）が挙げられます。”

アプリカテゴリの成長



備考：このアプリ利用状況のチャートでは、各カテゴリで1つ以上のアプリやツールを導入している顧客数をカウントしています。

このマトリクス表は、顧客数（X 軸）とユニークユーザー数（Y 軸）の前年比成長率を示しています。右上のクアドラントは、急成長しているカテゴリを示しています。また、左上のクアドラントはユニークユーザー数で、右下のクアドラントは顧客数で、平均を上回る成長を示しているカテゴリです。カテゴリの顧客数のランキングについても、水色の円の相対的な大きさと表しています。

行政と非営利業界は ツールを拡充中

どの業種がどのようなカテゴリのアプリに最も多額の投資を行っているかを調べると、興味深い状況がわかります。昨年の注目カテゴリとなったデザインソフトウェアは、今年も引き続き急成長を続け、非営利業界で前年比 29% 増、行政とエネルギー業界で同 27% 増を記録しました。昨年のデザインソフトウェアの成長を大きく牽引したのは、運輸 / 倉庫、保険、医療 / 医薬品、芸術 / 娯楽 / レクリエーション、建設 / 工学 / 建築の各業種でした。しかし、優れたデザインの魅力は大きく、他の業種でもデザインソフトウェアの導入が増加しています。

デザイン以外にも、クラウドプラットフォーム、開発者ツール、プロジェクト管理は、いずれも複数の業種で力強い成長が見られます。今年、クラウドプラットフォームは教育の業種で前年比 23% の伸びを記録し、プロジェクト管理は行政の業種で同 21% の伸びを記録しました。開発者ツールは、教育、行政、エネルギーの各業種で堅調に伸びました。

業種別に見ると、特に際立っているのが行政であり、複数のカテゴリでアプリの導入が平均を上回っています。行政での人事ツールへの投資は、前年比 30% 増となり、このチャートの全カテゴリ中最も高い伸びを示しています。教育も、他の業種に比べて速いペースで、カテゴリを問わずアプリを導入しています。逆に、小売と建設 / 工学 / 建築ではアプリの追加ペースが遅くなっています。

興味深いことに、ビデオ会議ツールは 2021 年版レポート以降大きく成長してきましたが、このトレンドもようやく衰えつつあります。今年は導入が伸びた業種が減り、全業種でのオフィス回帰の動きを反映していると思われる。実際、建設 / 工学 / 建築の業種では、ビデオ会議の利用が前年比で 2% 減少しています。ビデオ会議の前年比成長率が最も高くなった業種は、教育 (16%) と非営利 (12%) です。つまり、前年比 17% 以上の伸びを記録した業種がまったくないカテゴリは、ビデオ会議だけです。

“行政での人事ツールへの投資は、前年比 30% 増となり、全カテゴリ中最も高い伸びを示しています。”

	クラウドプラットフォーム	コンテンツコラボレーション	デザインソフトウェア	開発者ツール	人事	ネットワーク/インフラストラクチャ	プロジェクト管理	営業/マーケティング	セキュリティ	ビデオ会議
芸術 / 娯楽 / レクリエーション	15%	18%	20%	14%	15%	6%	19%	12%	11%	4%
建設 / 工学 / 建築	9%	2%	10%	-4%	2%	1%	3%	9%	9%	-2%
教育	23%	11%	18%	18%	11%	18%	14%	8%	14%	16%
エネルギー / 鉱業 / 石油 / ガス	9%	5%	27%	23%	5%	8%	22%	2%	-4%	8%
金融 / 銀行	9%	7%	20%	7%	7%	7%	13%	7%	6%	2%
行政	19%	18%	27%	18%	30%	18%	21%	18%	14%	10%
医療 / 医薬品	15%	8%	19%	9%	14%	11%	12%	9%	10%	5%
保険	9%	8%	20%	16%	20%	8%	10%	11%	9%	3%
製造	12%	8%	15%	17%	4%	11%	10%	8%	10%	4%
メディア / コミュニケーション	10%	7%	15%	10%	11%	11%	11%	10%	7%	5%
非営利	12%	18%	29%	17%	17%	16%	19%	13%	18%	12%
プロフェッショナルサービス	13%	6%	16%	10%	7%	7%	7%	10%	9%	7%
不動産 / 賃貸 / リース	7%	-2%	11%	10%	3%	5%	8%	3%	3%	0%
小売	5%	4%	12%	3%	5%	5%	6%	5%	5%	5%
テクノロジー	9%	7%	16%	8%	8%	5%	7%	9%	9%	6%
運輸 / 倉庫	24%	8%	23%	15%	16%	13%	8%	9%	9%	8%
卸売	8%	8%	11%	12%	7%	19%	12%	7%	10%	5%

アカウントの前年比成長率

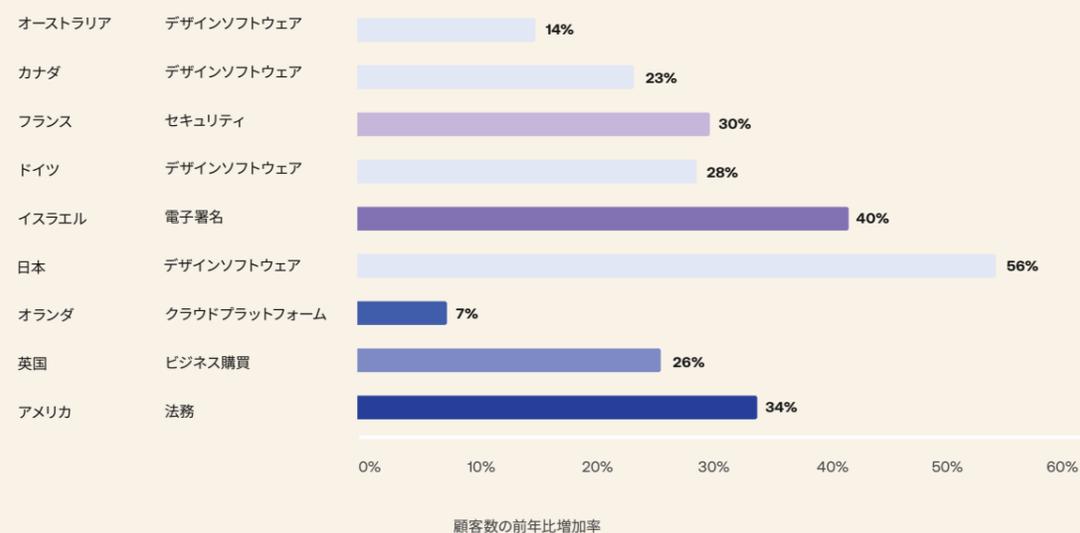


アプリカテゴリーの成長（国 / 地域別）

デザインソフトウェアの 人気世界的に高まる

国別の状況を見ると、急成長カテゴリが目まぐるしく入れ替わっています。デザインソフトウェアは、昨年はオーストラリアと英国で最も急成長したカテゴリとなりました。今年は、日本（前年比 56% 増）、カナダ、ドイツ、オーストラリア（2年連続）で最も急成長しています。デザインソフトウェアは、本レポートのアプリカテゴリーの中で最も高い成長率を示しています。開発者ツールは、昨年はオランダ、フランス、日本で最も急成長したカテゴリでしたが、今年はどの国でもトップの座を獲得できませんでした。一方、昨年はランキング圏外だったビジネス購買、セキュリティ、クラウドプラットフォームが、今年ランクインしています。実際、ビジネス購買は英国で最も急成長（前年比 26% 増）しているカテゴリとなっています。フランスではセキュリティ（前年比 30% 増）の勢いが大きく、オランダはクラウドプラットフォーム（同 7% 増）が伸びています。

急成長しているアプリ（国別）





急成長 している アプリ

Oktaは何年にもわたって、顧客数による人気に基づいてアプリをランク付けしてきました。優れたアプリは他の追従を許さず、好調さを堅持するため、上位アプリの顔ぶれは長期にわたって変化しません。そのため、[Google Workspace](#)が大きな動きを見せ、[AWS](#)を抜いて人気アプリランキングの第2位に躍り出たことは、驚くべきことです（ランキングを上げてきた[Google Workspace](#)ですが、この2年間はユーザー数で[AWS](#)と首位の[Microsoft 365](#)に次いで第3位につけていました）。



“最も人気のある上位 50 アプリの中で、顧客数では 1Password、ユニークユーザー数では Amazon Business が、それぞれ最も急成長しました。”

2023 年の人気アプリ 50 選

アプリのトップチャート

年間ヒットソングのトップチャートを発表する場合、一番下から紹介し始めるので、第 1 位を知るまでにひたすら待たなければなりません。しかし、本レポートでは気の利いた方法でランキングを紹介しています。最も人気のある上位 50 アプリの中で、顧客数では 1Password、ユニークユーザー数では Amazon Business が、それぞれ最も急成長しました。1Password の顧客数は前年比 39% 増、Amazon Business のユニークユーザー数は前年比 89% 増となりました。

昨年の第 1 位はそれぞれ、Figma（顧客数で前年比 80% 増）と Sentry（ユニークユーザー数で前年比 128% 増）でした。興味深いことに、今年の全体的なアプリ導入の成長率は、顧客数でもユニークユーザー数でも、昨年の成長率の半分程度にとどまっています。そうした状況の中、Figma と Sentry は引き続き、成長クアドラントで際立った前年比成長率を維持しています。

上位 50 アプリ全体ではアプリ導入率が鈍化しているかもしれませんが、今年の成長クアドラント（チャートの右上）には Tableau、DocuSign、Oracle NetSuite といったアプリが新しく加わっています。そして、成長クアドラントに入った予想外のアプリとなったのが、Google Workspace です。大規模なユーザーベースを持つクラウドベースの生産性スイートが成長リーダーとなるのは珍しいことですが、Google Workspace は顧客数で前年比 15% 増、ユニークユーザー数で前年比 16% 増を記録しました（前述のとおり、Google Workspace は顧客数の人気ランキングで Microsoft 365 に次ぎ第 2 位を獲得したことから、成長リーダーに登場したと考えられます）。

テクノロジー系スタートアップ企業と Fortune 500 企業

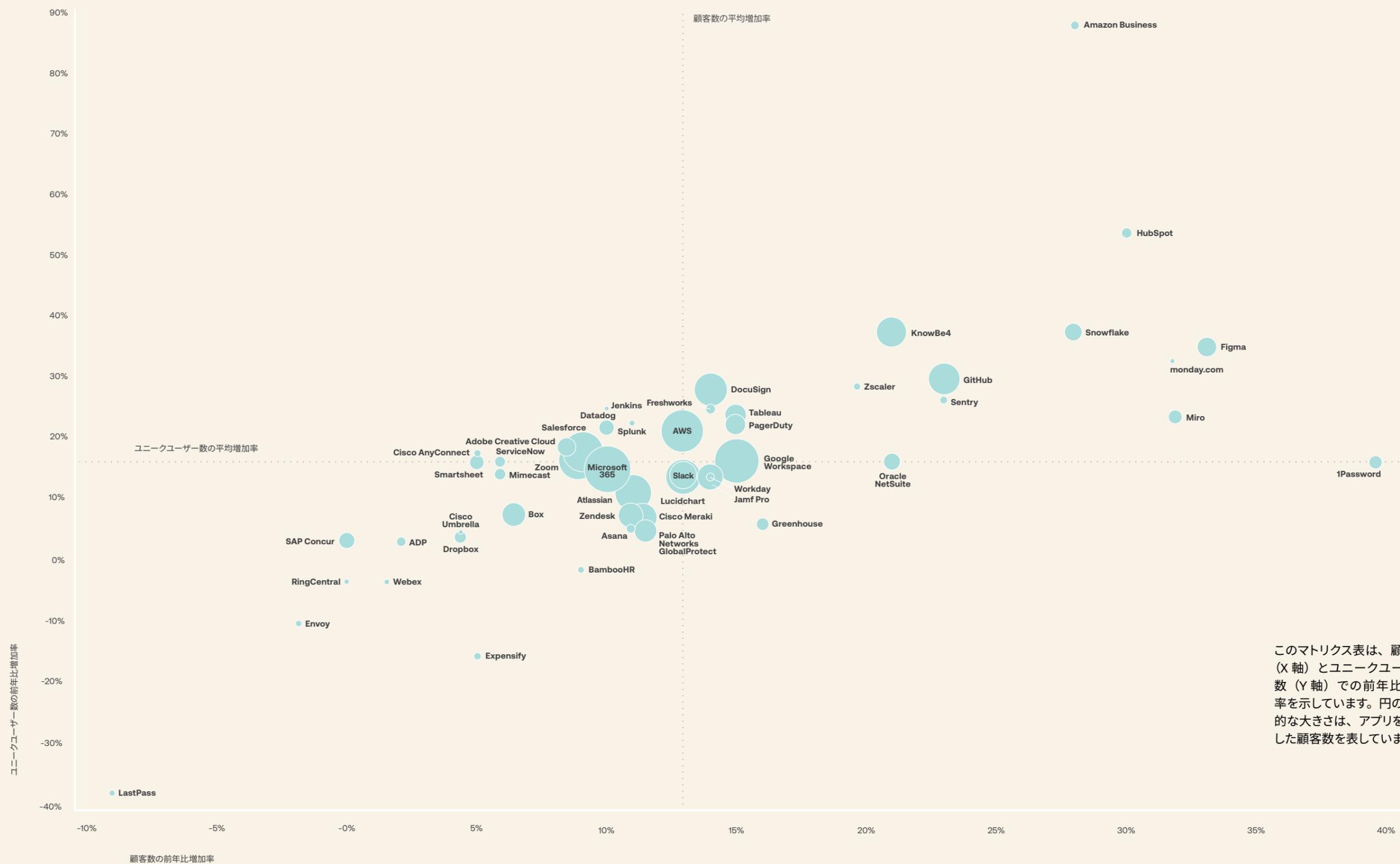
これら 2 つのタイプの企業に絞ってデータを見ると、さらに大きな違いが明らかになります。テクノロジー系スタートアップ企業の間では、Twilio SendGrid が顧客数の前年比成長率（61% 増）で第 1 位となりました。これは、全企業における成長リーダーに比べて大幅に高い成長率です。また、Snowflake は顧客数で前年比 53% 増を記録し、第 2 位となりました。HubSpot は、ユニークユーザー数で前年比 106% という最も高い伸びを示しました。

テクノロジー系スタートアップ企業の成長クアドラントと全企業の成長クアドラントでは、含まれるアプリが大きく異なっています。Notion と Lattice は、Twilio SendGrid と並んでスタートアップ企業の成長クアドラントに入りましたが、全企業の成長クアドラントには入っていません。

Fortune 500 企業の間におけるアプリ採用の成長率は、スタートアップ企業の場合ほど高くない傾向があります。こうしたグローバル大企業は通常、必要なツールセットを十分に持ち、新しいアプリを追加する際には慎重に選定します。今年も、Zscaler、GitHub、Snowflake、Zoom、Splunk が Fortune 500 企業の成長クアドラントに加わりました。Zscaler は顧客数で前年比 17% 増、ユニークユーザー数で同 30% 増、GitHub は顧客数で前年比 11% 増、ユニークユーザー数で同 49% 増を記録しています。

Snowflake は特別な位置づけにあり、全企業、スタートアップ企業（顧客数で前年比 53% 増、ユニークユーザー数で同 85% 増）、Fortune 500 企業（顧客数で前年比 8% 増、ユニークユーザー数で同 43% 増）のすべてで成長リーダーになった唯一のツールです。

上位 50 のアプリの成長率



このマトリクス表は、顧客数 (X 軸) とユニークユーザー数 (Y 軸) での前年比成長率を示しています。円の相対的な大きさは、アプリを導入した顧客数を表しています。

最も人気のあるアプリ（企業カテゴリ別）

スタートアップ企業の トップツールは Google Workspace と AWS

「無人島に取り残されたら？」という質問はよくありますが、無人島に持っていけるアプリが3つだけの場合、どのアプリを選ぶでしょうか。今回のトップ15の結果から判断すると、企業がどのような成長段階にあるかによって、どのツールを選ぶかが異なります。テクノロジー系スタートアップ企業、Fortune 500 企業、総合ランキングで、人気アプリのトップ15には大きなばらつきがあります。

テクノロジー系スタートアップ企業は独自の道を進んでいます。スタートアップ企業に最も人気のあるアプリは Google Workspace と AWS の2つであり、長年の総合リーダーである Microsoft 365 は第3位につけています。Slack と Zendesk は、総合ランキングでの人気と比べて、テクノロジー系スタートアップ企業の間ではるかに上位にランクインしており、Figma もスタートアップ企業の上位アプリとなっています。これは、スタートアップ企業にとって有用なクラウド型コラボレーションツールであり、驚くようなことではありません。

Fortune 500 企業が多用しているのは、ServiceNow、Snowflake、Workday、Splunk、Palo Alto Networks GlobalProtect、Zscaler といった、総合ランキングでトップ15に入っていないツールです。Fortune 500 企業に最も人気のあるアプリは Microsoft 365 であり、Salesforce と AWS が続きます。一方、Google Workspace と Zoom は、Fortune 500 企業よりも総合ランキングとスタートアップ企業のランキングで上位に入っています。

開発者ツールは、いずれの企業カテゴリでも、上位15位以内にランクインしています。Atlassian Product Suite と GitHub の2つは、3つのカテゴリすべてで最も人気のある開発者ツールとなっています。当然ですが、開発者ツールは、既存企業よりもテクノロジー系のスタートアップ企業のリストで上位にランクされています（スタートアップ企業の強みの源泉は、何といても最新のコードにあります）。スタートアップ企業は PagerDuty と Datadog の導入が特に多く、Fortune 500 企業は Splunk を好む傾向があります。

各セグメントには、いくつかのセキュリティツールがランクインしています。KnowBe4 が総合ランキングに入った一方で、1Password はスタートアップ企業の間で首位のセキュリティアプリとなりました。一方、Fortune 500 企業は、Palo Alto Networks GlobalProtect と Zscaler を好んで導入しています。

人気アプリのランキング

全企業	テクノロジー系の スタートアップ企業	Fortune 500
1 Microsoft 365	1 Google Workspace ▲	1 Microsoft 365
2 Google Workspace	2 AWS ▲	2 Salesforce ▲
3 Amazon Web Services (AWS)	3 Microsoft 365 ▼	3 AWS
4 Salesforce	4 Slack ▲	4 ServiceNow ▲
5 Zoom	5 Atlassian Product Suite ▲	5 Atlassian Product Suite ▲
6 Atlassian Product Suite	6 Zoom ▼	6 Workday ▲
7 Slack	7 Salesforce ▼	7 Snowflake ▲
8 DocuSign	8 GitHub ▼	8 GitHub ▲
9 GitHub	9 Zendesk ▲	9 Splunk ▲
10 KnowBe4	10 DocuSign ▼	10 Palo Alto Networks GlobalProtect ▲
11 Cisco Meraki	11 Datadog ▲	11 Zscaler ▲
12 Lucidchart	12 PagerDuty ▲	12 Zoom ▼
13 Jamf Pro	13 1Password ▲	13 Slack ▼
14 Zendesk	14 HubSpot ▲	14 Google Workspace ▼
15 Box	15 Figma ▲	15 Lucidchart ▼

▲ 総合順位より上位 ▼ 総合順位より下位

急成長しているアプリ

データコンプライアンスツールが必須アプリの首位に躍進

顧客数が急増しているアプリ

今回初めて、データコンプライアンスツールが最も急成長しているアプリのリストに加わりました。

- **Vanta** は、導入した顧客数で前年比 338% の伸びを記録し、総合で第 1 位となりました。これは、Jamf が 2017 年に前年比 389% の成長を記録して以来の高い成長率です。
- **Drata** は、前年比 91% の成長率で第 6 位にランクされています (Drata は **Okta Ventures** のポートフォリオ企業です)。

データコンプライアンスが突然、最も成長しているカテゴリになったのはなぜでしょうか。組織は、ますます複雑化し、進化し続ける規制環境での舵取りを求められています。また、自動化ツールや AI ツールの広範な導入に伴って、生成されるデータが爆発的に増加しており、こうした状況が関連している可能性もあります。

データコンプライアンス以外では、営業 / マーケティング (**ZoomInfo**)、経費管理 (**Ramp**)、デザインソフトウェア (**Canva**)、法人旅行 (**TravelPerk**) のアプリが急成長しています。営業支援ツールの **ZoomInfo** は、2022 年の **Gong** 以来初めてランクインした営業 / マーケティングツールとなりました。毎年本調査で、営業 / マーケティングのカテゴリから急成長リストに入ったのはこの 2 つだけです。法人旅行カテゴリは引き続き好調です。トップ 10 に法人旅行アプリが入ったのは 3 年連続となり、過去 2 年の **Navan** に続いて、今年は **TravelPerk** が急成長しました。

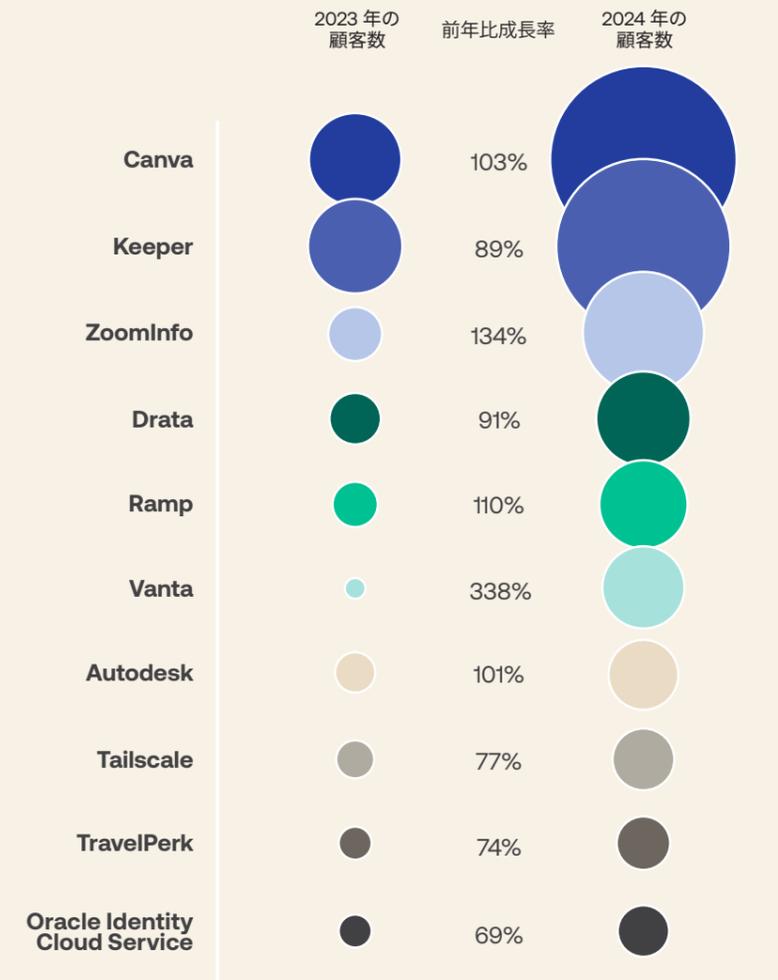
セキュリティからは、パスワード管理の **Keeper**、ネットワーク管理の **Tailscale**、そしてアイデンティティブルーフィングソリューションの **Oracle Identity Cloud** の 3 つがトップ 10 にランクインしています。Keeper は、このカテゴリで過去 (2 年前) にトップ 10 に入ったことのある唯一のアプリです。これまでに合計 9 つのアプリがランキングに登場しており、企業の優先事項が移り変わっている状況が浮き彫りになっています。

ユニークユーザー数が急増しているアプリ

ユニークユーザー数の伸びで見ると、ランキングが若干変化します。上位 10 アプリすべてがユニークユーザー数を少なくとも倍増させ、中にはさらに高い成長を記録したアプリもあります。このリストに含まれるツールの多くは、顧客数でのランキングにも登場しています。ユニークユーザー数で首位に立ったのは、前年比 853% 増を記録したデザインツールの **Canva** です。営業 / マーケティングツールの **ZoomInfo** は前年比 680% 増で第 2 位、**Vanta** は同 602% 増で第 3 位に入りました。

Vimeo は、ユニークユーザー数で大きく成長し、前年比 186% 増で第 5 位にランクインしました。ソーシャルメディアアプリの中で、ユニークユーザー数が最も伸びたアプリとなっています。その他、第 8 位のエンドポイント管理 / セキュリティツールの **VMWare Workspace ONE** (前年比 175% 増) や、第 9 位の **Grafana** (前年比 173% 増) も、ユニークユーザー数のランキングのみに登場しました。

顧客数が急増しているアプリ



備考：元のグラフが更新され、各アプリの顧客規模が円の大きさを表示されるようになりました。これにより、全体的な観点から成長率を理解できます。

急成長しているアプリ（企業カテゴリ別）

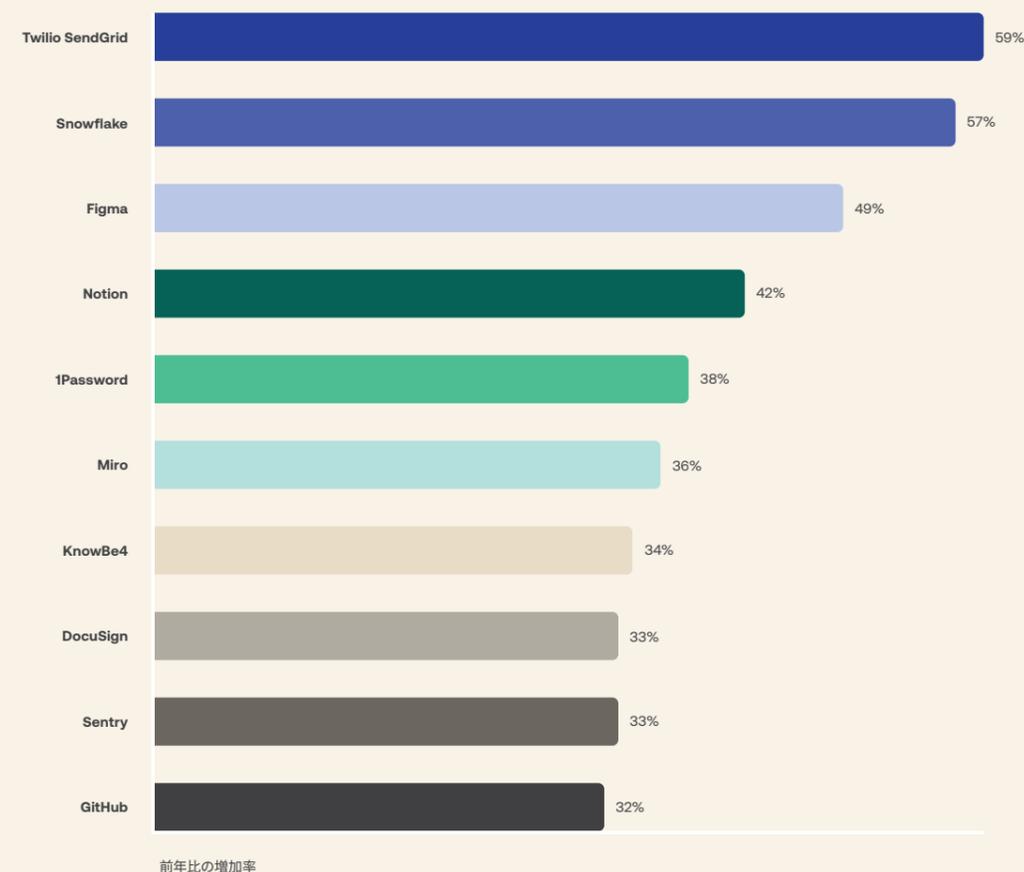
テクノロジー系 スタートアップ企業が メールに注力する一方で、 Fortune 500 企業は セキュリティを 強化している

企業のタイプを分けて、特にテクノロジー系スタートアップ企業と Fortune 500 企業における急成長アプリを見ていくと、面白い違いがいくつか明らかになります。今年、スタートアップ企業は、主にマーケティング、データアナリティクス、コラボレーション、セキュリティ、アプリ開発ツールのスタックを拡大させることに注力しています。興味深いことに、スタートアップ企業のランキングと総合ランキングでは、急成長アプリが重複していません。その一方で、スタートアップ企業の間で急成長しているツールの 80% は、総合ランキングの上位 50 アプリの成長クアドラントにも登場しています。

スタートアップ企業の間では、2 つのセキュリティアプリ（1Password と KnowBe4）がトップ 10 に含まれています。Fortune 500 企業の間では、前年比 17% 増となったセキュリティツールの Zscaler が、総合的に最も急成長したアプリとなっています。

Fortune 500 企業は、数年がかりでツールを拡充させています。このため、アプリの追加スピードが比較的遅いのも当然と言えます。また、Fortune 500 企業が導入しているアプリは、企業規模を問わず総合的に人気が高い傾向があります。第 1 位の Zscaler に次いで、開発者ツールの GitHub（前年比 11% 増）、データウェアハウスアプリの Snowflake（同 8% 増）が伸びています。さらに、Workday（6%）、Zoom（5%）、Splunk（5%）も Fortune 500 企業の間で急成長しています。

テクノロジー系スタートアップ企業で急成長しているアプリ



前年比の増加率

急成長しているアプリ（業種 / 地域別）

コラボレーションとセキュリティがすべての業種 / 地域 / 国で成長

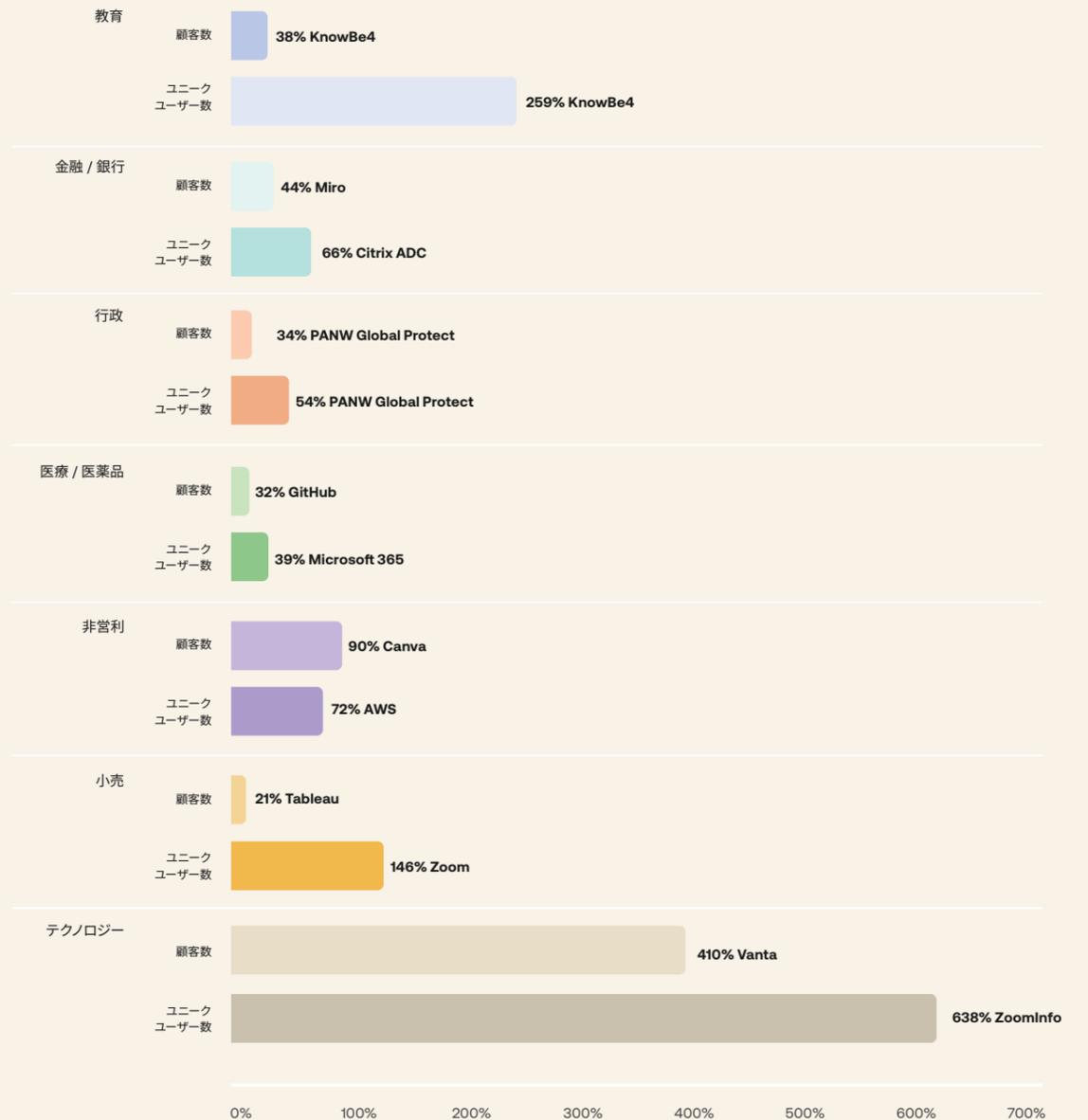
業界の焦点は、一般的な予想を上回るスピードで移り変わることがあります。今年、業界別の急成長アプリのランキングに残ったのは、KnowBe4、AWS、Microsoft 365 の3つだけでした。総合ランキングと同様に、テクノロジー業界の関心はデータコンプライアンスの Vanta、営業 / マーケティングの ZoomInfo に向けられています。

また、ここに取り上げた業種では、コラボレーションが再び注目され、チームの連携を支援する5つのアプリが成長しています。非営利と金融 / 銀行は、より良い未来の設計に取り組み、デザインツールの Canva と Miro がそれぞれ顧客数で最も急成長しています。非営利ではさらに、AWS がユニークユーザー数で伸びています。小売では、会議での Zoom 利用が増え、データの探索に Tableau が使用されています。医療 / 医薬品では、Microsoft 365 が専門家に活用されています。

また、さまざまな業界がさまざまなセキュリティツールに投資しています。教育では、セキュリティ対策を人材第一に進めており、トレーニングツールの KnowBe4 が顧客数とユニークユーザー数の両方で首位を獲得しています。行政では、Palo Alto Networks GlobalProtect がモバイルワークフォースの保護のために導入され、顧客数とユニークユーザー数の両方で成長リーダーとなっています。

“ここに取り上げた業種では、コラボレーションが再び注目され、チームの連携を支援する5つのアプリが成長しています。”

急成長しているアプリ（業種別）



急成長しているアプリ (地域別)

地域	顧客数の前年比増加率	ユニークユーザー数の前年比増加率
----	------------	------------------

北米 / 中南米	Vanta 339%	ZoomInfo 647%
----------	-------------------	----------------------



欧州 / 中東 / アフリカ	Keeper 83%	Hubspot 83%
----------------	-------------------	--------------------



アジア太平洋 / 日本	Snowflake 60%	Slack 25%
-------------	----------------------	------------------



地域別の急成長アプリについては、昨年と今年でほとんど共通点がありません。昨年は、2つのセキュリティアプリ（NetskopeとZscaler）が、それぞれ北米とアジア太平洋/日本でユニークユーザー数でトップに立ちました。今年、顧客数で急成長したアプリのランキングにセキュリティツールが入ったのは、欧州/中東/アフリカのみです。

Vantaは、北米で最も急成長しているアプリであり、顧客数で前年比339%増となりました。欧州/中東/アフリカでは、Keeperが前年比83%の成長で首位を獲得しました。北米と欧州/中東/アフリカのユーザーは、営業ツールに重点を置いています。北米ではZoomInfo（ユニークユーザー数で前年比647%増）、欧州/中東/アフリカではHubspot（同83%増）に人気が集まっています。

一方、アジア太平洋/日本のユーザーは、データとコラボレーションに重点を置いています。顧客数ではSnowflakeが前年比60%増でリードし、ユニークユーザー数ではコラボレーションアプリのSlackが前年比25%増で伸びています。

国別の急成長アプリのリストには、興味深い顔ぶれが並んでいます。昨年は4か国（フランス、オランダ、ドイツ、日本）で、Google Workspaceが顧客数で最も急成長したアプリになりました。今年は、オランダ以外の国が他のアプリへと焦点を移しました。

米国ではVantaが前年比320%増で首位に立ち、英国では1Passwordが前年比63%増でリードしました。Salesforceは、イスラエルと日本で今年最も人気のあるツールとなりました。フランスではAWSがリードし、隣国のドイツではAtlassian Product Suiteが急成長しました。また、これまででも独自のトレンドが起こってきたオーストラリアでは、コラボレーションツールのMiroが前年比43%増で首位になり、バーチャル会議に活用されています。

急成長しているアプリ (国別)

国名	顧客数の前年比増加率	国名	顧客数の前年比増加率
----	------------	----	------------

米国	Vanta 320%	フランス	AWS 40%
----	-------------------	------	----------------



カナダ	GitHub 30%	ドイツ	Atlassian Product Suite 24%
-----	-------------------	-----	------------------------------------



オーストラリア	Miro 43%	オランダ	Google Workspace 9%
---------	-----------------	------	----------------------------



日本	Salesforce 34%	英国	1Password 63%
----	-----------------------	----	----------------------





仕事に最適な ツール

「リモートワークは今後も残るのか?」という疑問については、今も答えが出ていません。多くの企業は、現在もリモートワークやハイブリッドワークを前向きに支援していますが、一部では潮目が変わりつつあります。2023年8月のResume Builderのレポートによると、Goldman Sachsは週5日のオフィス勤務を従業員に要望し、Googleは従業員のオフィス勤務を人事考課に含めようとしています。同レポートは、2024年末までに90%の企業が従業員のオフィス復帰を義務付ける一方で、大半の企業は週5日の出社を義務付けないと報告しています。したがって、当面はリモートワークが残ると考えてよいでしょう。

従業員が再びオフィスに戻るにせよ、オフィス復帰の動きに抵抗するにせよ、企業としては優秀な人材を維持するために魅力的な条件を提示する必要があります。仕事に最適なツールを従業員に提供することは、その手始めとしてふさわしいと言えます。今年のデータが示すように、企業はこれまで以上に多くのアプリを導入しており、標準的なオフィス生産性スイートと並行してベストオブブリードのアプリを導入する企業も増えています。従業員は、ますます強力なデジタルツールを手に入れつつあるのです。さらに、多くの企業は、従業員に選択の自由を与えるため、複数の生産性スイートを導入しています。また、ワークライフバランスを支援する一環として、社会的責任に役立つ社会貢献アプリを提供し、従業員を支援する企業も増えています。

アプリの導入が再燃

これまで目立たないカテゴリであっても、数値が大きく変化すると関心を引かれます。その意味で、1社あたりの平均導入アプリ数が前年比4%増の93になったことは、注目すべき動向です。4%は大した増加に見えないかもしれませんが、この数は2019年の調査では88で、過去2年間は89で停滞していました。再び増加に転じたということは、企業が単に既存のアプリの間に合わせるのではなく、ベストオブブリードのツールを選びながら拡充し続けていることを意味しています。

企業規模別にデータを解析すると、大企業（従業員数2,000人以上）が引き続き最も多くのアプリを導入しており、現在の平均導入数は231となっています。これは、昨年の211から10%の増加です。小規模企業（従業員数2,000人以下）の平均アプリ数は、前年比4%増と控えめで、昨年の69から今年は72に増加しました。テクノロジー系スタートアップ企業での導入は、前年比15%増と勢いがあり、昨年の41に対して、今年は平均47のアプリを導入しています（組織規模の変化によって区分が変わる企業もあるため、データの年次推移が一貫していない可能性があります）。

アプリの導入はすべての地域で拡大しており、中でも欧州/中東/アフリカでの伸びは前年比6%増と際立っています。今年は国別のデータも掘り下げました。現在、最も多くのアプリを導入しているのは、米国とオランダの企業（それぞれ平均105と108）です。イスラエル（13%）とオーストラリア（11%）の2桁成長を含め、ほとんどの国で成長が見られます。興味深いことに、近隣の国同士でも、導入の傾向が必ずしも共通しているわけではありません。たとえば、米国では平均アプリ導入数が105となっていますが、カナダでは66にとどまっています。フランスの企業は、昨年より5%増加させ、67のアプリを導入していますが、隣のドイツでは前年比8%増の55となっています。フランスとドイツの平均導入数は、隣国のオランダよりもはるかに少なくなっています。また、オランダは、平均導入数が前年比でわずかに減少した唯一の国でした。



アプリの平均導入数（地域別）



テクノロジー系スタートアップ企業

アプリの平均導入数	前年比
47	15%

アプリの平均導入数（国別）



バンドルソフトウェア同士の戦い

Google Workspace の成長率が Microsoft 365 を上回る

バンドルソフトウェア間における戦いが続いています。今年、Google の生産性スイートの成長は、最大のライバルである Microsoft 365（総合ランキングでは引き続き首位）の成長を上回り、2 社の差を縮めています。

特に、Microsoft 365 の前年比 10% 増に対し、Google Workspace は、ここ数年同様に顧客数で前年比 15% 増を記録しています。顧客数の増加率で Google Workspace が Microsoft を 11 ポイント上回った昨年よりも、僅差となっています。ユニークユーザー数の伸びでは、Microsoft 365 と Google Workspace は前年比 16% 増で並んでいます。

テクノロジー系スタートアップ企業と Fortune 500 企業

驚くことではありませんが、クラウドの主要バンドル 2 つの成長を牽引しているのはテクノロジー系スタートアップ企業です。スタートアップ企業の間では、Google Workspace の顧客数が前年比 18% 増と、Microsoft 365 の 14% 増に比べて、わずかとは言え顕著な差をつけて急成長しています。一方、Fortune 500 企業の間では、Google Workspace と Microsoft 365 の顧客数がともに前年比 2% 増となり、競争はさらに拮抗しています。

“イスラエル（13%）とオーストラリア（11%）の 2 桁成長を含め、ほとんどの国で成長が見られます。”

バンドルを増強するアプリ

生産性スイートは、多様なアプリ、幅広い互換性、堅実で信頼できる機能を提供します。しかし、多くの企業にとって、それだけをビジネスの基盤とするには不十分です。さらに多くの機能や専門的なツールが必要になると、基本的なソフトウェアスイートを増強できる専門アプリへと目が向けられます。当社のデータによると、生産性スイートの機能を拡張するために、企業がベストオブブリードアプリ（スタンドアロンの特定機能を備え、カテゴリ内で支配的なアプリ）を導入する傾向が続いています。

そして、ベストオブブリードの利用は増加傾向にあります。Microsoft 365 を使用している Okta のお客様のうち、4 つ以上のベストオブブリードアプリを併用している割合は、わずか 4 年前は 28% でしたが、今年は 37% へと増加しています。特に AWS、Salesforce、Zoom については、Microsoft 365 を使用している Okta のお客様における導入率が 47% 以上に達しています。Slack の利用率も上昇しており、Okta のお客様の 38% が Microsoft 365 と並行して導入しています。

ベストオブブリードソリューションの中では、Zoom と Google Workspace が長期的に最も目覚ましい成長を遂げています。Microsoft 365 を使用している Okta のお客様による Zoom の導入率は、2019 年の 32% から今年は 48% と、4 年間で 16 ポイント上昇しました。組織規模を問わず、Microsoft を運用する企業に人気の Zoom は、テクノロジー系スタートアップ企業の 47%、Fortune 500 企業の 47% が導入しています。Google Workspace の導入率も、4 年前の 33% から現在の 45% へと、同様に急速な伸びを遂げています。この勢いで成長が伸びていくと、Microsoft 365 を使用している Okta のお客様の半数が、併用を通じた増強を目指して、そう遠くない未来に Google Workspace や Zoom を導入するようになるでしょう。

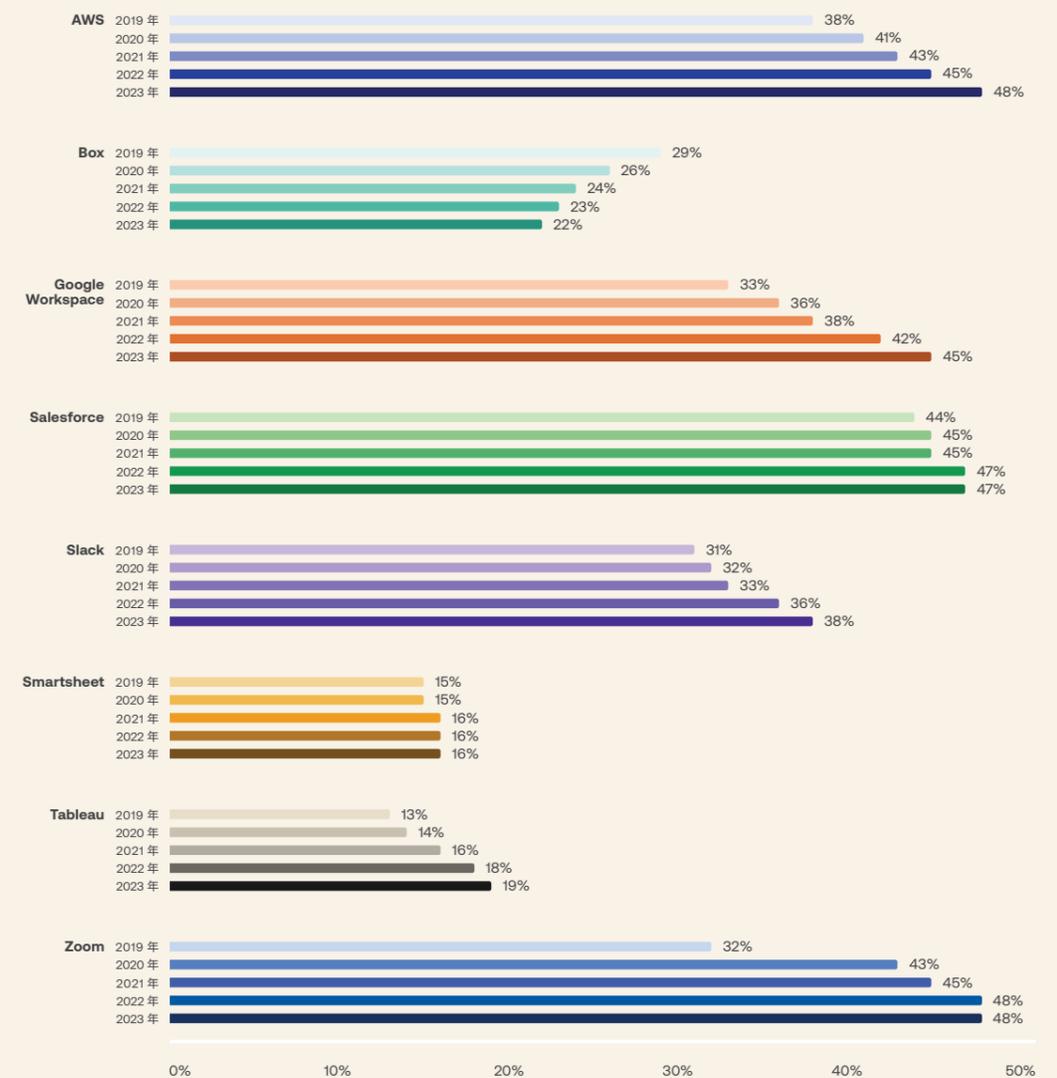
テクノロジー系スタートアップ企業と Fortune 500 企業

企業規模は、ベストオブブリードの選択にどのように影響するのでしょうか。テクノロジー系スタートアップ企業のうち、Microsoft 365 と並行して AWS を導入している割合は、全企業における導入率を 14 ポイント上回って 61% に達しています。複数の生産性スイートを併用する「ダブルバンドル」の採用状況は、企業規模によって異なります。テクノロジー系スタートアップ企業は、他のどのセグメントよりも高い割合でダブルバンドルを採用しています。Microsoft 365 を使用しているスタートアップ企業の 64% が、Google Workspace も導入しています。対照的に、Fortune 500 企業のダブルバンドル率は最も低く、Microsoft 365 と Google Workspace を併用している割合は 42% にとどまっています。

テクノロジー系スタートアップ企業は、平均を上回る割合で Slack を導入しており、53% が Microsoft 365 の補強として Slack を利用しています。一方、Fortune 500 企業での併用率は 44% に過ぎません。Microsoft 365 を使用している Fortune 500 企業の間では、Salesforce が最も人気のあるベストオブブリードアプリとなっています。Salesforce の導入率は 74% を誇り、全企業における導入率の 47% を大きく上回っています。



Microsoft 365 を使用している Okta のお客様のうち、ベストオブブリードのアプリを導入している割合



社会貢献 / ボランティア活動への期待

企業や従業員が時間、資金、専門知識を提供できるように支援する Okta の Apps for Good イニシアチブが盛り上がっています。今年、こうしたアプリを利用したユーザー数は 180 万人に上り、前年比 13% 増を記録しました（合計には、組織レベルでの割り当てユーザーと、各自の Okta ダッシュボードにアプリを追加することを選択した個人が含まれます）。

困難な経済状況の中で、世界的に後ろ向きなトレンドが進行していると見られることを踏まえると、この成長はさらに印象的です。Giving USA の Annual Report on Philanthropy（フィランソロピーに関する年次レポート）によると、個人、遺贈、財団、企業から米国慈善団体への寄付は、2022 年に 5,000 億ドル近くになりました。金額は確かに大きいですが、同レポートによると寄付額は前年比で 3.4% 減少しています。

ボランティア活動も低迷しているようです。米国国勢調査局と AmeriCorps が隔年で発表している Volunteering and Civic Life in America（米国におけるボランティア活動と市民生活）レポートによると、2020 年 9 月～2021 年 9 月に、6,070 万人以上のアメリカ人（ほぼ 4 人に 1 人）が正式に団体のボランティア活動に携わり、推定 41 億時間、1,229 億ドルの経済価値を寄付しました。惜しめない活動が多く行われたことを示していますが、前年の合計より 7% 減少しています。

盛り上がりを見せている Apps for Good イニシアチブについて、具体的な中身を見ていきましょう。

3 年連続で首位を獲得したのは Benevity です。この社会貢献 / 助成管理プラットフォームは、合計割り当てユーザー数を前年比 18% 増加させました。Apps for Good イニシアチブに取り組んでいるお客様のうち、4 分の 1 以上（26%）が Benevity を導入しています。割り当てユーザー数で第 2 位になったのは、従業員の寄付 / ボランティア活動アプリの YourCause です。第 3 位の CareerVillage（高校生と現職の専門家をつないでキャリアアドバイスを提供するアプリ）は、割り当てユーザー数が前年比で 8% 増加しました。驚くことに、

Apps for Good イニシアチブを実施しているお客様の 43% が CareerVillage を導入しています。

トップ 10 アプリの顔ぶれは同じでしたが、順位に変化がありました。Visit.org は、ボランティア活動に重点を置く CSR（企業の社会的責任）アプリですが、昨年の第 6 位から今年は第 5 位にランクを上げました。アプリに割り当てられたユーザー数は、前年比で 52% 増加しています。一方、米国連邦政府の公式有権者登録サイトである Vote.gov も、順位を上げました。Vote.gov は昨年の第 8 位から今年は第 7 位になり、Apps for Good イニシアチブを実施している Okta のお客様の 33% が導入しています。活発な選挙サイクルの時期においては、驚くようなことではないでしょう。

最も人気のある社会貢献アプリ（割り当てユーザー数）

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



Workflows

企業は、エコシステムの複雑化に対応するため、すぐに効率化に役立つソリューションを求めています。新入社員、ベンダー、パートナーは、それぞれに複数のシステムに安全にアクセスして、どのデバイスからでも共同作業を行う必要があります。人事 / IT / セキュリティ部門の担当者は、大きな負荷を抱える中で、従業員ライフサイクルのカスタマイズ、不審な行動への対応、IT 運用の簡素化といった機能を安全に自動化する方法を必要としています。定型プロセスを自動化することで、チームメンバーの労力を軽減し、安全で効率的、かつシームレスなコラボレーションを大規模に実現できます。これにより、チームは能率的に多くのプロジェクトに取り組むことができます。

急速に普及してきた Okta Workflows について見ると、かつてないスピードで導入が進んでいることが今年のデータに示されています。Okta Workflows を活用することで、大きな成果を獲得できます。Bain & Company によると、自動化への投資に力を入れている企業では、コストを削減できるとともに、余力の生まれたスタッフが価値の高い業務を担っています。ここでは、今年の Okta Workflows のデータから得られた知見を紹介していきます。

Workflows の成長 (業種別)

テクノロジーの業種が Okta Workflows の採用を牽引

高機能な最新ツールをいち早く導入する傾向があるテクノロジーの業種で、Okta Workflows の採用率が最も高くなっているのも当然でしょう。テクノロジーの業種で、今年 Okta Workflows を導入しているアカウント数は前年比 36% 増で、1アカウントあたりの平均導入数は昨年の 38 から今年は 56 に増加しました。プロフェッショナルサービス業界は、Okta Workflows を導入しているアカウント数で第 2 位となり、前年比で 65% 増え、平均 36 の Okta Workflows を導入しています。

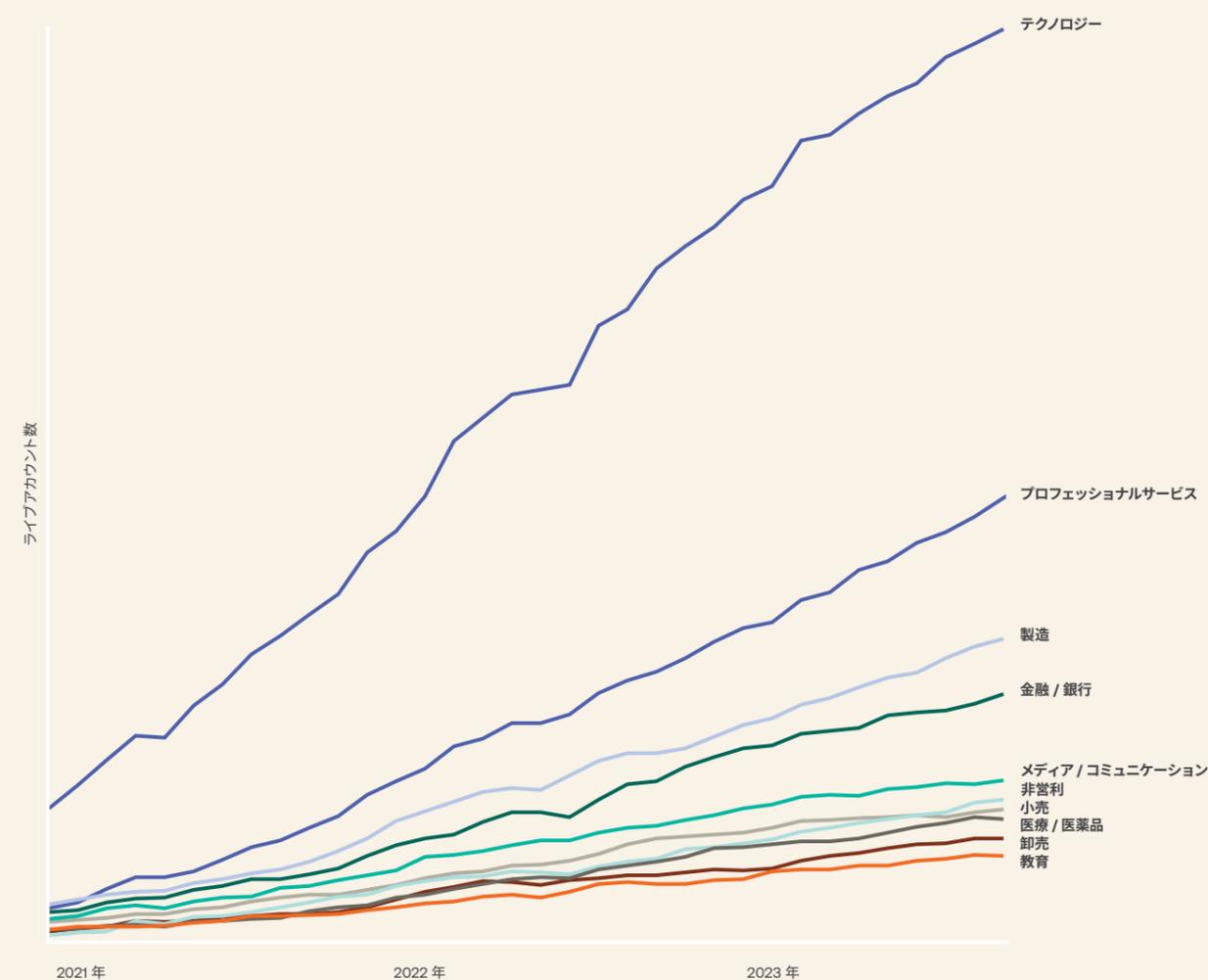
非営利の業種では、Okta Workflows を導入しているアカウント数はそれほど多くありませんが、前年比 71% 増の目覚ましい伸びを示しました。金融 / 銀行、医療 / 医薬品、教育の各業種では、Okta Workflows を導入するアカウント数がそれぞれ前年比 54% 増、

53% 増、48% 増を記録しています。保険では、Okta Workflows を導入している企業が前年比 91% 増と、導入の多い他の業種以上に野心的なペースで成長しています。1アカウントあたりの Okta Workflows 導入数も、昨年の平均 40 から平均 45 に増えているとはいえ、Okta Workflows の導入をリードする他の主要業種ほどのレベルには達していません。

1アカウントあたりの Okta Workflows の平均数では、テクノロジーに次いで、メディア / コミュニケーションが 52 となり、第 2 位に入っています。芸術 / 娯楽 / レクリエーションでの平均は 51 となっています。



業種別の Okta Workflows 導入数



最も人気のある Workflows Connector

Okta Workflows が つながりを促進

Okta Workflows はすでに、定型プロセスを自動化するためのツールとして普及が進んでいます。自動化の次のステップとなる Okta Workflows Connector を使用することで、外部公開 API を活用する強力な Okta Workflows を構築し、ツールとサービスの間でコネクタを自動化できます。

では、事前構築済みコネクタの中でも、企業に最も利用されているのはどれでしょうか。

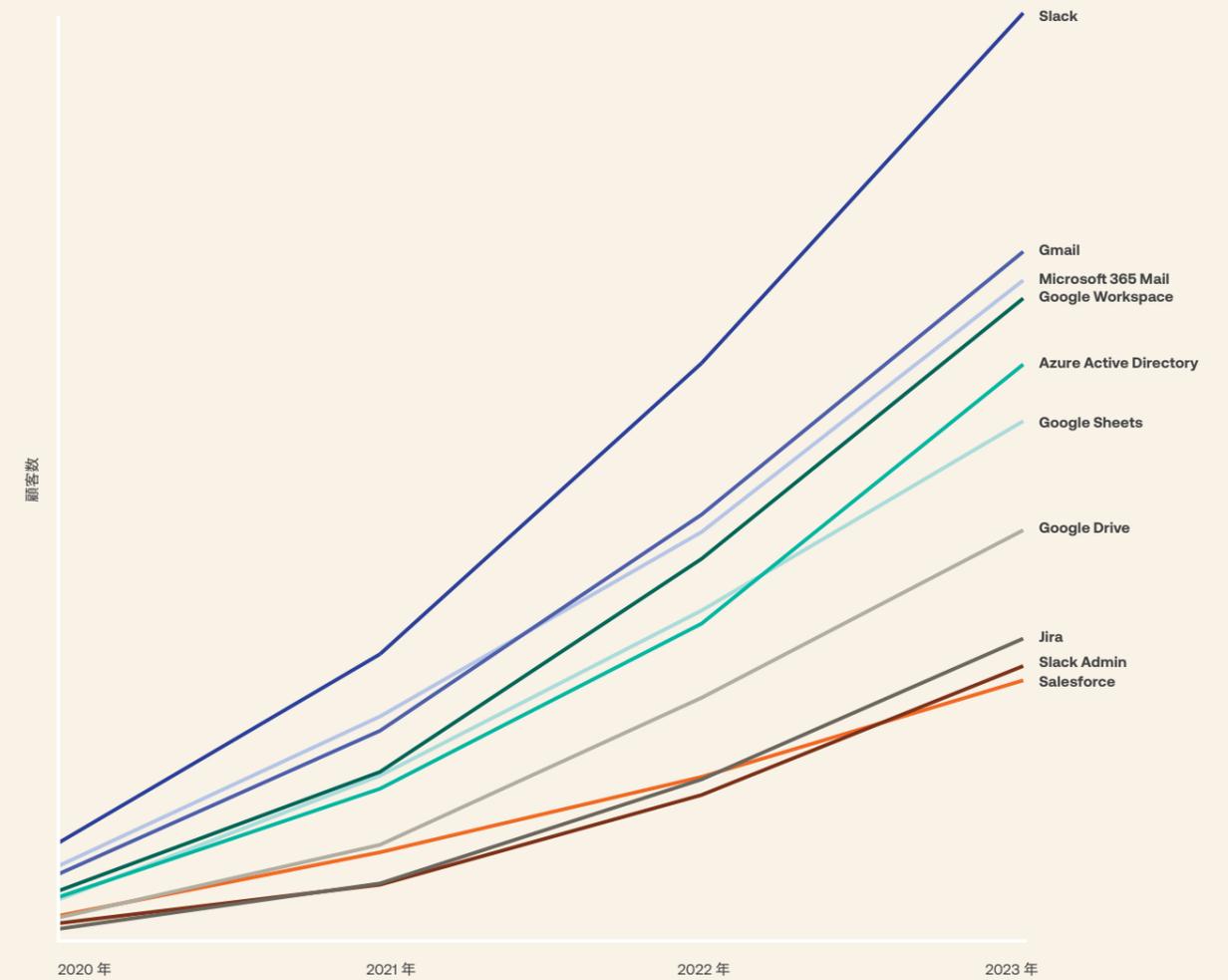
Okta Workflows のデータからは、コネクタがコラボレーションに広く使われていることがわかります。Okta Workflows Connector の人気トップ 10 では、Slack が顧客数で第 1 位となり、前年比 33% で伸びています。第 9 位には Slack Admin が入り、前年比 44% の伸びを記録しています。

ランキングの大半（第 2 位から第 7 位まで）は、Google と Microsoft のコネクタで占められています。Google のコネクタの中では、Google Workspace コネクタが顧客数で最も伸びています（前年比 39% 増）。Microsoft のコネクタの中では、Azure Active Directory が最も伸びています（前年比 47% 増）。

さらに、ソフトウェアプロジェクト管理ツールの Jira と顧客関係管理の大手 Salesforce がトップ 10 入りしました。Jira は前年比 55% 増、Salesforce は同 33% 増となっています。



最も人気のある Okta Workflows Connector



運用タスク、 ライフサイクル管理、 セキュリティの自動化が 進む

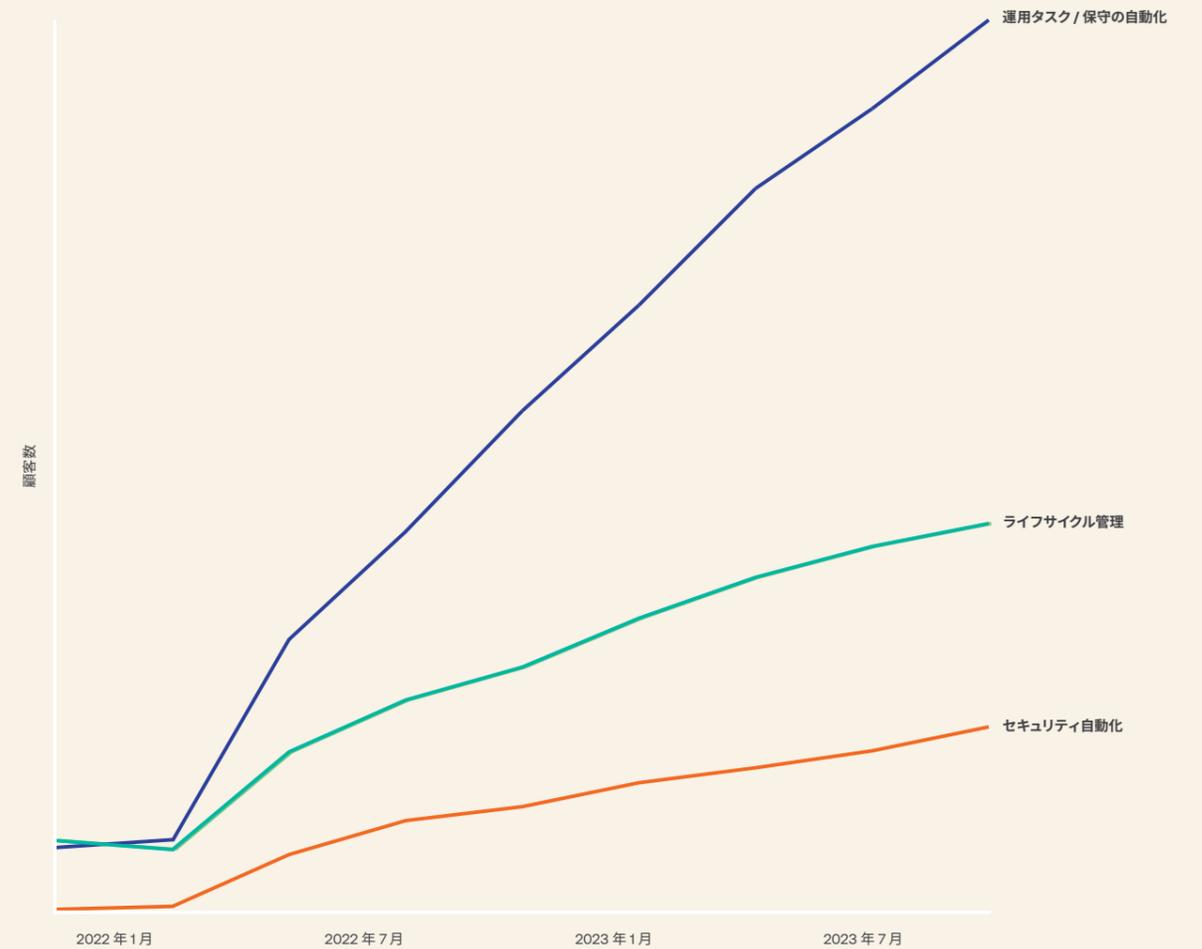
Okta Workflows を自動作成するテンプレートを使用することで、独自の Okta Workflows を構築するよりも簡単に定型タスクを自動化できます。現場では多様な Okta Workflows テンプレートが使用されており、あらゆるタスクの自動化に役立てられています。これらのテンプレートは、3つのカテゴリに大別されます。

1. 運用タスク / 保守の自動化 — 非アクティブなユーザーの特定と一時停止、IT/セキュリティレポートの作成、アラート通知の送信などの定型タスクを自動化します。
2. ライフサイクル管理のカスタマイズ — オンボーディング / オフボーディングに関するタスクをカスタマイズします。たとえば、アプリのゲストユーザーの作成、新規ユーザーへのウェルカムメールの送信、従業員のオフボーディング時の重要資産の自動転送などに使用できます。
3. セキュリティの自動化 — サイバー攻撃からの保護対策として、潜在的な脅威が発生した場合に定義された対応を自動化します。たとえば、不審な活動への自動対応、ハッカーを妨害するための再認証の強制適用やユーザーセッションの消去、アカウント乗っ取りを防止するための追跡とアラートなどに利用できます。

Okta Workflows テンプレートのデータから、今年は3つのカテゴリすべてで2桁の伸びを記録したことがわかります。最も伸びたのは、顧客数で前年比78%増となった運用タスク / 保守の自動化です。第2位に入ったライフサイクル管理は、顧客数で前年比59%の伸びを示しました。セキュリティ自動化は、顧客数で前年比75%増となり、第3位にランクインしています。

個別の Okta Workflows テンプレートについて詳しく見ると、「非アクティブな Okta ユーザーの特定」が最も人気のあるテンプレートであり、過去2年間で大きな成長を遂げています。2番目と3番目に人気のある Okta Workflows テンプレートは、「非アクティブなユーザーの一時停止」と「期間を指定したグループメンバーシップの一時的な割り当て」となっています。残念ながら、「すべてのホリデーボーナスを倍増」はランクインしませんでした。

Okta Workflows テンプレートのカテゴリ





認証と セキュリティ

企業のエコシステムは、ここ数年で劇的に変化しました。今日の組織は、多様な働き方や分散型のチームを受け入れ、支援する方法を見つける必要があります。人事、IT、コンプライアンス、セキュリティの各チームには、「一歩先を行くために適切なツールやテクニックを活用」という大きなプレッシャーがのしかかっています。

では、今日拡大する一方の課題に対処するため、企業は具体的に何をしているのでしょうか。

今年は、セキュリティキーや生体情報のように高保証の要素を選択して、認証を強化する企業が急速に増えています。Okta Verify の利用（Push や FastPass を含む）は軒並み増加しており、中でもテクノロジー系スタートアップ企業の間で顕著に伸びています。Fortune 500 企業も、変化を困難にするレガシーシステムや時代遅れのテクノロジーといった組織的な抵抗を克服して、高保証の要素を採用するようになっています。

今年は、コンプライアンスツールにも注目が集まっています。行政と業界の規制が複雑化することも多い中で、組織が全社的にこれらの規制を遵守しなければならないことを考えれば、当然のことでしょう。企業は、従業員の生産性に影響を与えることなく、責任を完全に把握し、構造化されたレポートを作成し、予算内で運営していかなければなりません。その対応として、コンプライアンスツールの導入が拡大しているのは、理にかなった流れであると言えます。

境界の変化に対応

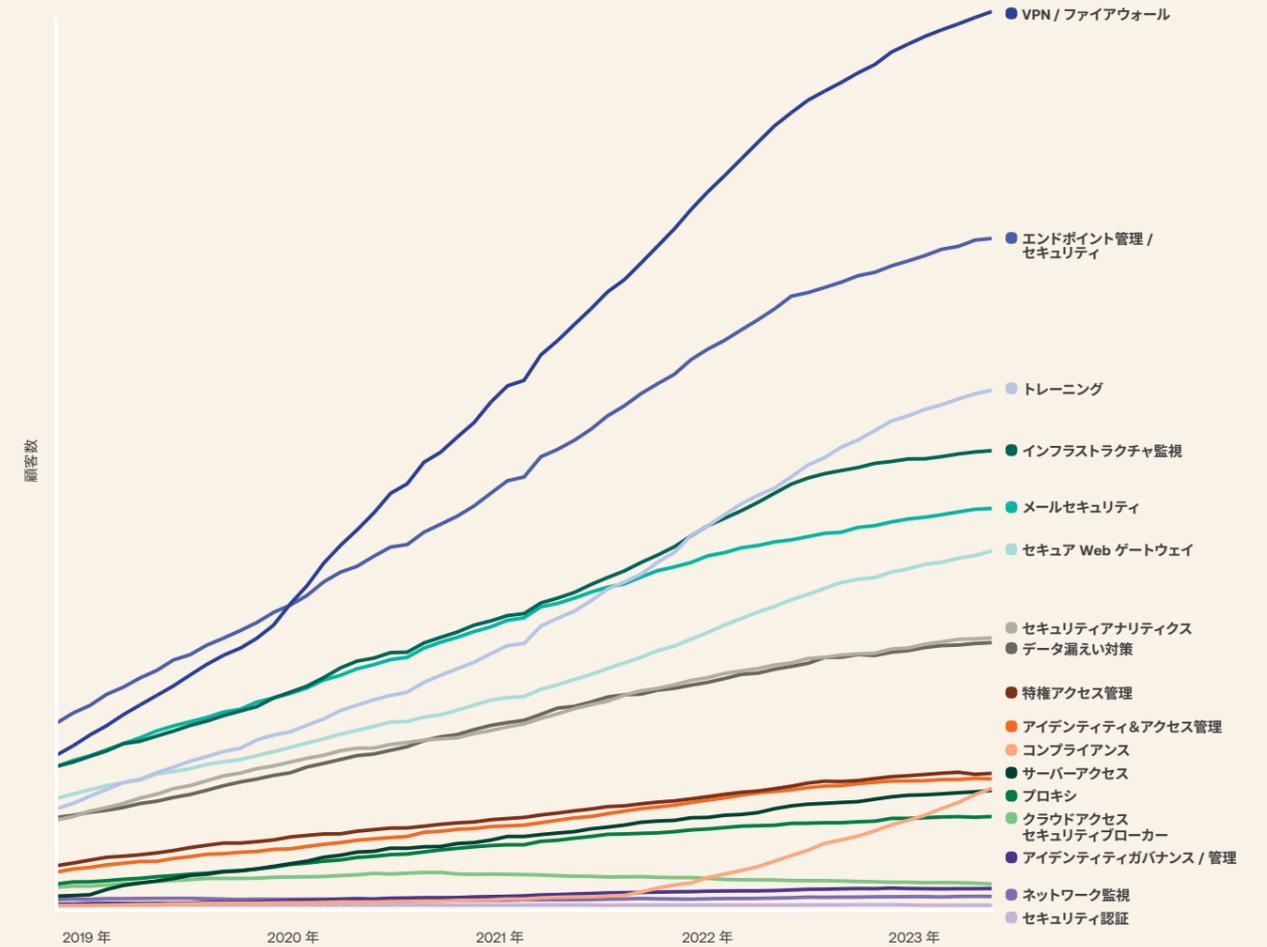
VPN / ファイアウォールは、2020 年以降の流れが続き、最も人気のあるセキュリティツールのカテゴリとなっています。ただし、これまでの勢いは見られなくなっています。過半数（57%）の企業が VPN / ファイアウォールツールを導入していますが、昨年は前年比 31% 増であったのに対し、今年は前年比 12% の増加にとどまっています。VPN へのアクセスを保護し、もう一層セキュリティを強化するために、アイデンティティを意識した統合が増えています。

リモート接続ツールの増加に伴い、分散して働く従業員がテクノロジーやインフラストラクチャにアクセスするために使用している多様なデバイスを追跡・管理しなければならなくなりました。そのため、今年もセキュリティツールのカテゴリでは、エンドポイント管理 / セキュリティが 2 番目に人気があり、導入率が 43% に上っているのも当然であると言えます。リモートワークが一気に広がって以来、このカテゴリは成長を続けています。

セキュリティのカテゴリで昨年最も急成長したトレーニングツールは、今年も引き続き伸びています。顧客数で前年比 19% 増と、昨年の同 39% 増ほどではないにせよ、堅調な伸びを示しています。セキュリティプログラムを成功させるための鍵として、多くの組織がユーザー教育を重視していることから、このカテゴリは今後も着実に成長し続けるでしょう。

一方、前年比の成長率では、コンプライアンスツールが今年最大の成果を上げました。こうしたツールの導入は 2 倍以上に増え（前年比 120% 増）、現在ではお客様全体の 8% が Okta Integration Network を通じてコンプライアンスツールを導入しています。データコンプライアンスの管理は、規制が強化されつつある中、特に金融サービス、医療、そして重要インフラストラクチャのプロバイダーにとっては、ますます難しい課題となっています。コンプライアンスツールを利用することで、業界、法律、セキュリティ、規制の要件に準拠するために必要なプロセスや手順を自動化したり容易にしたりできます。違反した場合には厳しい制裁を受ける可能性があるため、容易に正当化できる投資です。

データをさらに分析すると、Fortune 500 企業が VPN / ファイアウォールのカテゴリを最優先していることがわかります（全企業における導入でも同様です）。一方、テクノロジー系スタートアップ企業の間では、エンドポイント管理 / セキュリティがほぼ同じくらい優先されています。インフラストラクチャ監視は、総合ランキングでは 4 番目に人気の高いセキュリティツールですが、Fortune 500 企業（第 2 位）とテクノロジー系スタートアップ企業（第 3 位）ではさらに上位にランクされています。



備考：このアプリ使用状況のチャートでは、このカテゴリで1つ以上のツールを導入しているお客様をカウントしています。

備考：Okta 製品の利用を報告するデータは、このチャートに含まれません。

最も人気のある要素タイプ

高保証の要素が勢いを増している

多要素認証（MFA）を導入してセキュリティレイヤーを追加すれば、攻撃者はビジネスシステムにアクセスしにくくなります（たとえば、Google は、YouTube アカウントに二段階認証を要求することで、アカウントの侵害を半減させたと主張しています）。MFA を使用しないアカウントが攻撃者に狙われることは少なくありません。壊滅的な被害をもたらしたコロナル・パイプライン社への攻撃も、MFA で保護されない非アクティブなアカウントを経由した侵入によって引き起こされたものです。ユーザーアカウントを保護するために MFA を導入することは、玄関の鍵をもう1つ増設するようなものです。しかし、ほとんどのホームセキュリティシステムと同様、すべての MFA が同じように作られているわけではありません。

中間者（AitM）攻撃、SIM スワッピング攻撃、Pass-the-Cookie 攻撃、MFA 疲労（MFA Bombing）攻撃に対しては、MFA が脆弱な可能性があります。MFA は、迂回やハッキングに対して強靱でなければ無意味です。つまり、高保証の要素とフィッシング耐性のある要素が必要となります。

YubiKey などの高保証の要素は、セキュリティの質問のような低保証の要素に比べて攻撃者が突破しにくく、企業は防御を強化するために、これらの高保証の要素に移行しようと取り組んでいます。

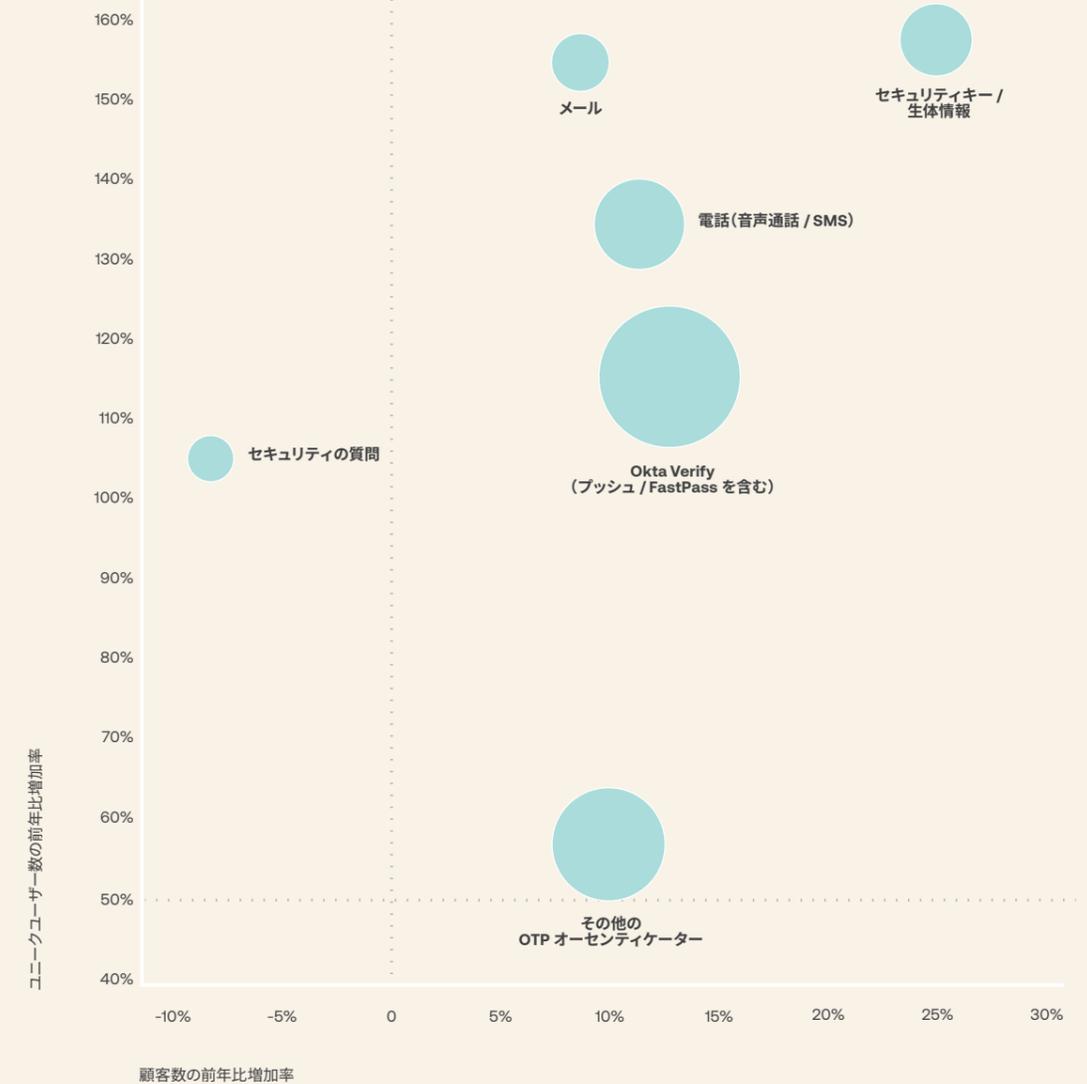
今年最も高い伸びを示した要素のカテゴリは、セキュリティキー / 生体情報（WebAuthn を含む）となり、顧客数で前年比 25% 増、ユニークユーザー数で同 158% 増を記録しました。さらに、多くの低保証の要素も利用増加が大幅に鈍化しており、セキュリティ上好ましい傾向が見られます。メールは今年、顧客数で前年比 9% しか増加しておらず、昨年の 58% 増から大きく減少したのは歓迎すべき状況です。また、低保証の（しかもユーザーに人気のない）セキュリティの質問も、今年ようやく減り始めました。しかし、ど

のようなルールにも例外はあります。今年は、このトレンドに逆行するように、低保証の電話（音声通話 / SMS）の利用が増加しており、ユニークユーザー数で前年比 134% 増と、昨年の前年比 69% 増から 2 倍近くに高まっています。

Push と FastPass を含む Okta Verify は、今年も顧客数で導入率が最も高い要素グループであることになりました。顧客数で前年比 13% 増、ユニークユーザー数で 116% 増となっています。FastPass のアカウント数は前年比 146% 増、月間の FastPass 認証件数は前年比 1244% 増となり、YubiKey の前年比 1266% 増に次ぐ驚異的な伸びを記録しています。もう1つの高保証の要素である WebAuthn も、アカウント数で前年比 27% 増、月間の認証件数で同 118% 増となりました。パスワードへの依存から脱却し、パスワードレスに対応する認証オプションへと移行する中で、どれも心強いニュースです。

テクノロジー系スタートアップ企業に焦点を絞ると、セキュリティキー / 生体情報の要素グループが、顧客数で前年比 29% 増、ユニークユーザー数で同 175% 増と、最も伸びています。スタートアップ企業の間でも Okta Verify の採用が拡大しており、顧客数で前年比 20% 増、ユニークユーザー数で同 89% 増となっています。

要素グループの成長率



備考：WebAuthn は、U2F や YubiKey と一緒に「セキュリティキー / 生体情報」にまとめられています。ワンタイムプッシュ（OTP）認証の Google Authenticator、Duo Security、RSA SecurID、HMAC ベースのワンタイムパスワード（HOTP）、Symantec VIP は、「その他の OTP オーセンティケーター」にまとめられています。SMS と音声通話による認証は、「電話」の要素グループにまとめられています。

備考：このデータは、Workforce Identity Cloud のお客様に限定されます。

Fortune 500 企業も高保証の要素を採用しているとは言え、低保証の要素も引き続き使用し続けています。Fortune 500 企業の間での Okta Verify の導入は、顧客数で前年比 8% 増、ユニークユーザー数で前年比 109% 増と伸びています。その他の OTP オーセンティケーターも、顧客数で前年比 8% 増を記録しています。興味深いことに、Fortune 500 企業の間では、低保証の電話（音声通話 /SMS）がユニークユーザー数で前年比 166% 増という驚くようなペースで伸びており、懸念されます。このように、旧式のセキュリティ要素は簡単には廃れないようです。



要素グループの凡例

要素グループ	含まれる要素	保証レベル
メール	メール	低い
Okta Verify	Okta Verify Okta Verify Push で 番号チャレンジを使用 Okta Verify FastPass	中程度 高い 非常に高い
その他の OTP オーセンティケーター	Duo Security、Google Authenticator、HOTP、 RSA SecurID、Symantec VIP	中程度
セキュリティキー / 生体情報	WebAuthn (FIDO 2.0)、 U2F (FIDO 1.0)、YubiKey	高い
セキュリティの質問	セキュリティの質問	低い
電話	SMS、音声通話	低い



多くの業界が セキュリティーキーと 生体認証に注力

改めて強調しますが、すべてのオーセンティケーターが同じように作られているわけではありません。業界が安全性の高いオプションへと急速に移行していますが、これは多くの人にとって、「知っているもの」（パスワードやセキュリティの質問）から脱却し、「持っているもの」（デバイス）や「身体的特性」（生体情報）へと移行することを意味しています。その理由は、パスワードは使いまわされることが多く、推測可能であり、セキュリティの質問もソーシャルメディアで答え（好きなサッカーチームなど）を知られる可能性があるためです。一方、指紋は侵害されることがありません。ここに示すヒートマップからわかるように、業種横断的に高保証要素への移行が進み、パスワードレスの未来に少しずつ近づいています。

要素の成長を業種別に見ると、セキュリティーキー / 生体情報が総じて最も成長しているカテゴリであり、特に行政、非営利、小売、医療 / 医薬品の各業種で大きく伸びています。中でも、行政では最も成長し、前年比 52% 増となりました。非営利、建設 / 工学 / 建築、行政の各業種は、その他の OTP オーセンティケーターの導入にも力を入れています。このグループでは、非営利の業種が前年比 26% 増、建設 / 工学 / 建築の業種が 25% 増と僅差で続きました。

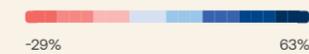
朗報としては、特に、金融 / 銀行、建設、プロフェッショナルサービス、テクノロジーの各業種で、低保証のセキュリティの質問が前年比で導入を減少させました。前年比 29% 減の金融 / 銀行に次いで、建設が同 18% 減、プロフェッショナルサービスが同 17% 減、テクノロジーが同 16% 減となっています。これらの業界が低保証の要素から脱却し、セキュリティ態勢を新たに強化したことは高く評価できます。

低保証の要素に関しては、テクノロジーの業種でメールの使用が縮小し始めています（前年比 9% 減）。昨年、テクノロジーの業種ではメールの使用を前年比で 61% 増加させました（メールの増加としては 4 番目に速いペース）。したがって、今年の動きは突然ですが、歓迎すべき方針転換です。残念なことに、すべての業界がメールから脱却し始めているわけではないようです。運輸 / 倉庫の業種におけるメール利用は前年比 63% 増、製造の業種では同 21% 増となっています。特に製造については、このトレンドをすみやかに転換させるための具体的な措置が期待されます。Security Magazine は、2023 年にランサムウェアの影響が製造の業種で最も深刻になったと指摘しています。

要素グループの成長（業種別）

	メール	Okta Verify (プッシュ、FastPass を含む)	その他の OTP オーセンティケーター	電話 (音声通話 / SMS)	セキュリティーキー / 生体情報	セキュリティの質問
芸術 / 娯楽 / レクリエーション	22%	15%	4%	17%	25%	0%
建設 / 工学 / 建築	-4%	15%	25%	5%	25%	-18%
教育		10%	17%	19%	18%	
エネルギー / 鉱業 / 石油 / ガス		4%	6%	3%	23%	
金融 / 銀行	7%	12%	1%	5%	17%	-29%
行政	17%	21%	20%	14%	52%	
医療 / 医薬品	8%	7%	10%	8%	26%	5%
保険	-2%	16%	11%	12%	24%	0%
製造	21%	12%	16%	9%	20%	-4%
メディア / コミュニケーション	18%	14%	15%	5%	20%	-3%
非営利	16%	24%	26%	30%	35%	4%
プロフェッショナルサービス	10%	9%	6%	11%	25%	-17%
不動産 / 賃貸 / リース	0%	7%	-3%	5%	22%	0%
小売	11%	13%	7%	16%	29%	9%
テクノロジー	-9%	10%	6%	7%	20%	-16%
運輸 / 倉庫	63%	14%	7%	9%	10%	-3%
卸売	-3%	10%	16%	5%	23%	-7%

アカウントの前年比成長率



備考：空白のセルは、前年比の伸びを判断するのに十分なデータがないことを示しています。

備考：このデータは、Workforce Identity Cloud のお客様に限定されます。



FastPass と デバイスポリシー

最新の認証を利用できるようになっている今日、組織はパスワードに依存しない、安全で摩擦のないユーザーエクスペリエンスを目指して進んでいます。パスワードレス認証は、エンドユーザーにとって使いやすいものであり、ヘルプデスクにとっても負担を軽減でき、他の業務をこなす余裕が生まれます。

組織は、フィッシング耐性のあるオーセンティケーターとして Okta FastPass を活用し、生体認証を導入することで、パスワードからの移行をサポートできます。このセクションでは、Workforce Identity Cloud でパスワードレス認証のオプションがどのように採用されているのかを、デバイスタイプ別、オペレーティングシステム別、国別、業種別の観点から紹介します（詳しくは調査手法をご覧ください）。

パスワードレス認証（デバイスタイプ別）

MFA がますます身近に

スマートフォンが広く浸透しているとはいえ、ほとんどの業務は現在もノート PC やデスクトップシステムで行われています。今年は、iOS や Android ではなく、MacOS や Windows デバイスからのパスワードレス認証の割合が高まりました。

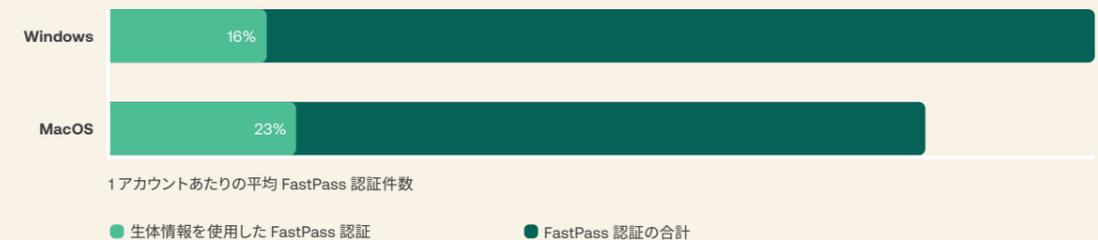
Workforce Identity Cloud のお客様での登録デバイスの構成は、この数年間ほとんど変化していません。登録デバイスの47%がiOS、26%がAndroidです。さらに、Windows デバイスが17%、macOS は残る10%を占めています。

パスワードレス認証によって、摩擦のないユーザーアクセスへ近づきますが、生体情報を利用することで、さらに高いレベルのセキュリティを実現できます。生体情報は各ユーザーに固有で、指紋や顔などの身体的特徴を含み、ユーザーの記憶（モニターに貼られた付箋のメモなど）に依存しません。

誰が生体認証を利用しているかを見ると、興味深いパターンが浮かび上がってきます。平均認証件数では、Windows ユーザーが全体平均より多いにもかかわらず、生体認証では、MacOS デバイス（23%）が Windows デバイス（16%）を上回っています。

企業規模別の認証データを見ると、テクノロジー系スタートアップ企業では MacOS が首位に立つことがわかります。平均して、スタートアップ企業は Windows よりも MacOS で多くのパスワードレス認証を登録しています。また、MacOS を使用しているスタートアップ企業は、パスワードレス認証に生体情報を利用している割合が非常に高く、35% に上っています。これに対して、Windows ベースのスタートアップ企業が生体認証を活用している割合は、認証全体の10%にとどまっています。

FastPass を使用したパスワードレス認証件数（OS 別）



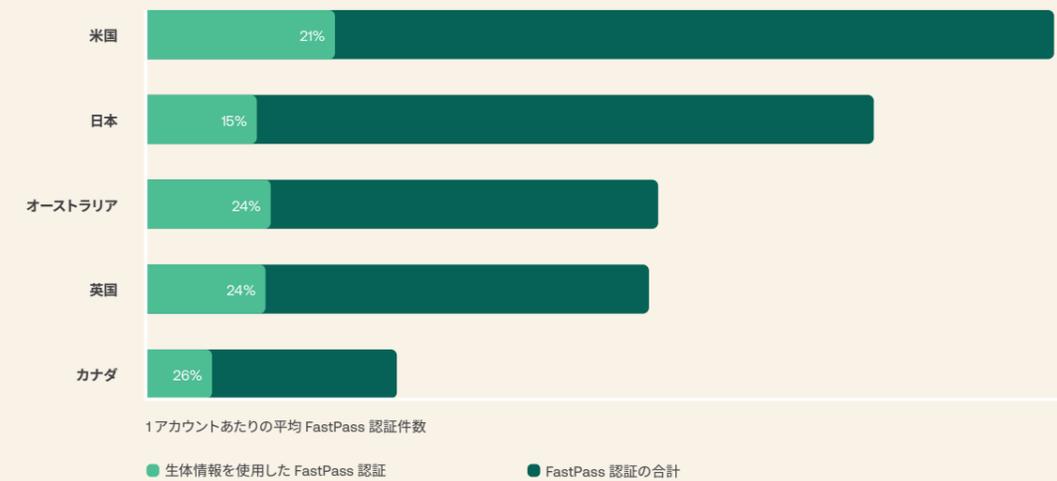
備考：このデータは、Workforce Identity Cloud のお客様から得られた1年間の累積 FastPass データに基づいています。

米国はパスワードレス認証件数が最多だが、生体認証の導入は後れている

パスワードレス認証の導入率が高い上位5か国を見ると、認証件数が多いからといって、生体認証も多いわけではないことを理解できます。米国は、1アカウントあたりの平均パスワードレス認証件数が圧倒的に多いですが、生体認証の割合は非常に低く、わずか21%です。対照的にカナダでは、1アカウントあたりの平均認証件数は最も少ないですが、生体認証の割合は26%と最も高くなっています。日本は平均認証件数で第2位、生体認証の割合で第5位です。また、オーストラリアと英国は、両指標がほぼ同じ割合です。

地域別の集計では、欧州 / 中東 / アフリカで1アカウントあたりの平均認証件数が最も多く、次いで北米 / 中南米、そしてアジア太平洋の順となっています。生体認証が占める割合は、アジア太平洋が21%、欧州 / 中東 / アフリカと北米 / 中南米が22%となり、全体的に極めて似通っています。

FastPassを使用したパスワードレス認証件数 (国別)



備考：このデータは、Workforce Identity Cloud のお客様から得られた1年間の累積 FastPass データに基づいています。

“地域別の集計では、欧州 / 中東 / アフリカで1アカウントあたりの平均認証件数が最も多く、次いで北米 / 中南米、そしてアジア太平洋の順となっています。”

テクノロジー企業が先陣を切って推進

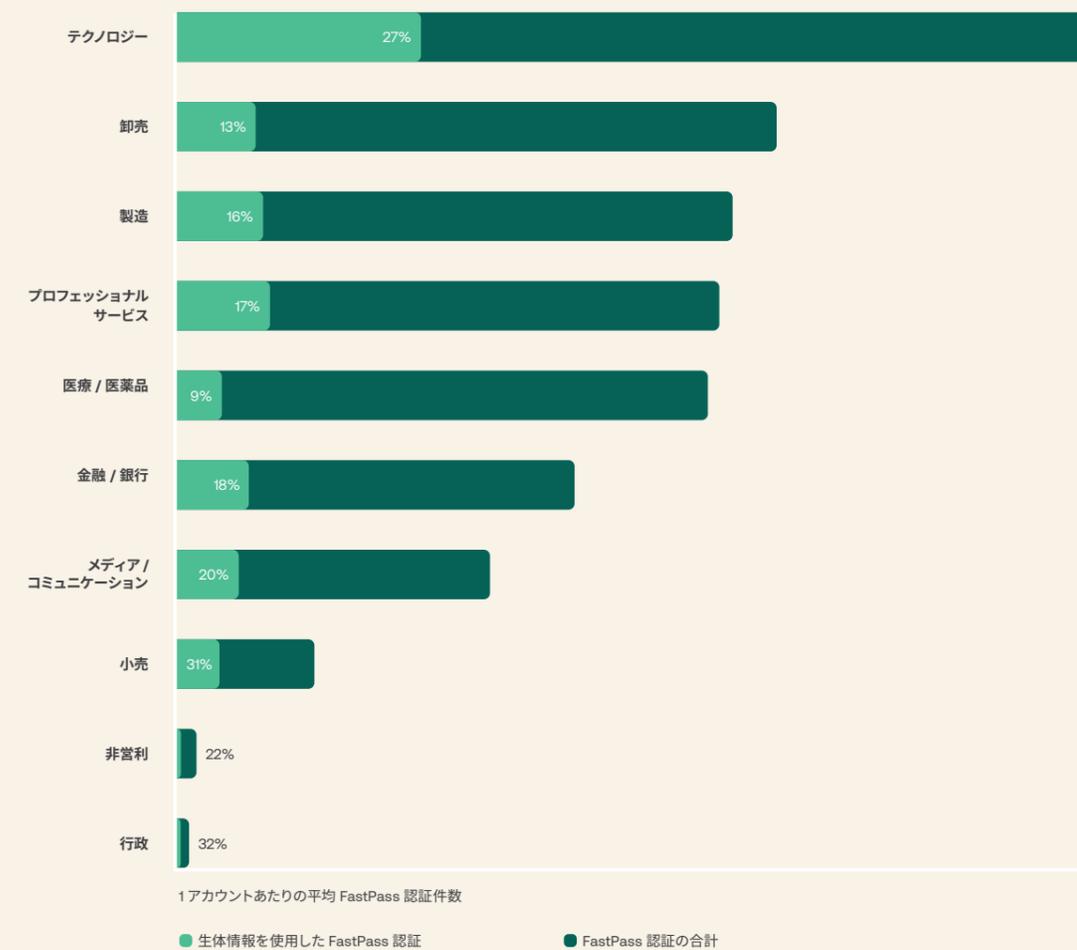
1アカウントあたりの平均パスワードレス認証件数を業種別に見ると、テクノロジーの業種が合計認証件数でリードし、生体認証も27%と高くなっています。卸売の業種は、1アカウントあたりの平均認証件数で第2位ですが、生体認証の割合は13%です。

行政は、1アカウントあたりの平均パスワードレス認証件数が最も少ないですが、生体認証が占める割合は32%と最も高くなっています。小売が生体認証の割合で31%と僅差が続いています。医療/医薬品では、平均認証件数は多くなっていますが、生体認証の割合は平均で9%しかありません。

成長率で見ると、パスワードレス認証を活用したアカウント数の前年比成長率が最も高いのは行政（238%）、次いで金融/銀行（199%）です。卸売の業種は、1アカウントあたりの生体認証の平均件数が最も急速に増加し、前年比1707%増という驚異的な伸びを示しました。



FastPass を使用したパスワードレス認証件数（業種別）



備考：このデータは、Workforce Identity Cloud のお客様から得られた1年間の累積 FastPass データに基づいています。

デバイスに注目が集中

企業が規模を拡大し、自動化を進めるにつれて、リスクを最小限に抑えながら効果的に成長するためのポリシーを策定するようになります。こうしたポリシーは、ネットワークに焦点を当てたリスクポリシー、ユーザーに焦点を当てた行動ポリシー、そしてデバイス信頼ポリシーの3種類に大別されます。デバイス信頼ポリシーは、認証に使用されるデバイスによって新たなリスクが生じないようにするためのポリシーです。

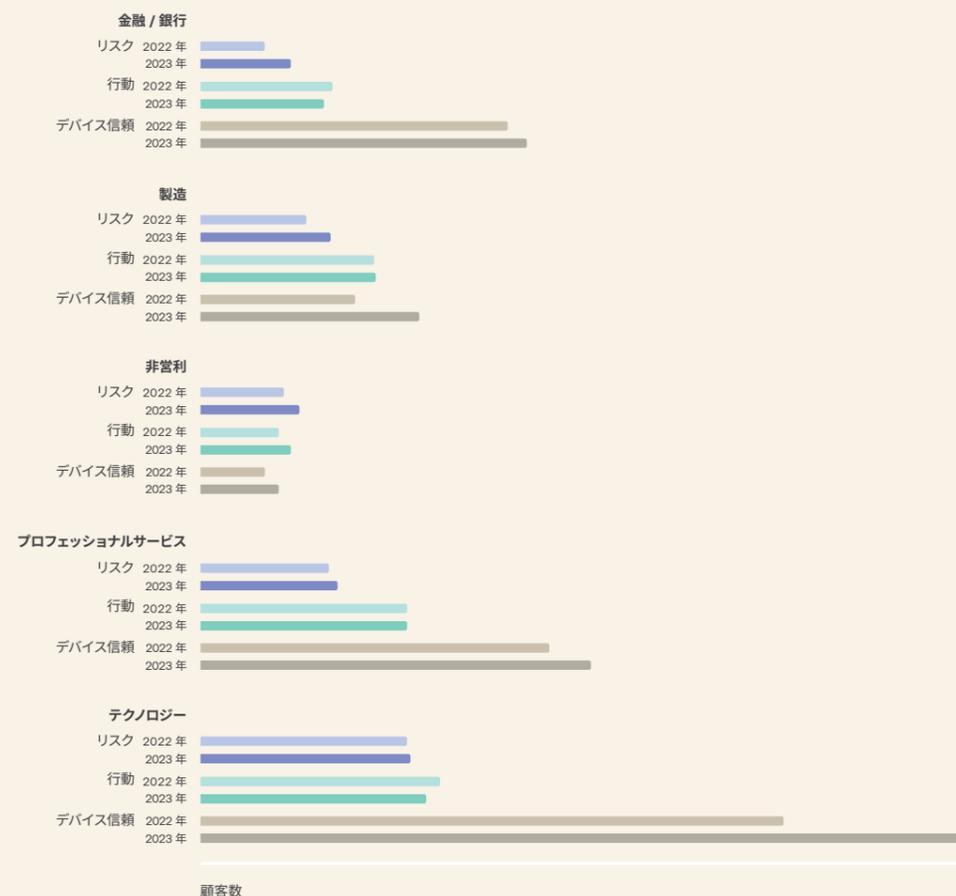
今年のデータを見ると、デバイス信頼ポリシーが前年比で最も伸びています。実際に、ここで焦点を当てた5業種中4業種が、リスクポリシーや行動ポリシーよりもデバイス信頼ポリシーを多く導入しています。非営利の業種だけが例外で、ネットワーク（リスクポリシー）

とユーザー（行動ポリシー）に一層の焦点を当てています。しかし、全般的に見ると、デバイス信頼ポリシーの前年比の伸びは、リスクポリシーと行動ポリシーの伸びを大幅に上回っています。

テクノロジーの業種では、デバイス信頼ポリシーを導入している顧客数が前年比33%増と急成長して最多になり、プロフェッショナルサービス、金融/銀行がこれに続いています。

“
デバイス信頼ポリシーの前年比の伸びは、リスクポリシーと行動ポリシーの伸びを大幅に上回っています。”

ポリシーの採用件数



備考：このデータは、Workforce Identity Cloud のお客様に限定されます。

最後に

今年のデータを詳しく検討してきましたが、Okta のデータが示すアプリやツールのトレンドが時代を映す鏡となっていることが、これまで以上に明確になっています。

組織は、効率の向上とビジネスの拡張を目指し、確信を持って自動化に注力しています。全社的な定型タスクの自動化が喫緊の優先課題となっていることは、Okta Workflows とコネクタが前年比で大きく成長している状況からも見て取れます。

企業がツールを導入し続け、コラボレーションのためにベストオブブリードアプリへの依存度を高めている中で、アプリの採用が全般的に増えています。膨大なデータを保護するために、データコンプライアンスツールの導入が軒並み増加したことは、今年初めて見られたトレンドです。世界的に社会貢献活動が落ち込む中、Okta の Apps for Good は成長し続け、人や企業がつながりを築き、助け合うためのサポートを提供しています。

今後数年間に起こることを言い当てるのは不可能ですが、今年のデータから推測して、以下のような組織の動向が見込まれます。

- 自動化を力強く推進：チームが労力を削減しながら安全に成果を拡大させ、自信を持ってビジネスを拡張するため、Okta Workflows のさらなる活用などに取り組む
- ベストオブブリードアプリを引き続き採用：既存のソフトウェアスイートにとらわれずに、仕事に最適なツールを選択する
- 高保証の認証要素を導入：セキュリティの質問のような低保証の要素が廃れていく中、セキュリティキーや生体情報のようなオプションの導入に注力する
- パスワードから脱却：摩擦のないシームレスな認証の実現を目指して、移行の取り組みを強化する

来年のレポートにもご期待ください。



okta

Okta Japan 株式会社

〒150-8510 東京都渋谷区渋谷
2-21-1 渋谷ヒカリエ 30 階

お問い合わせ先：

okta.com/jp/contact-sales/