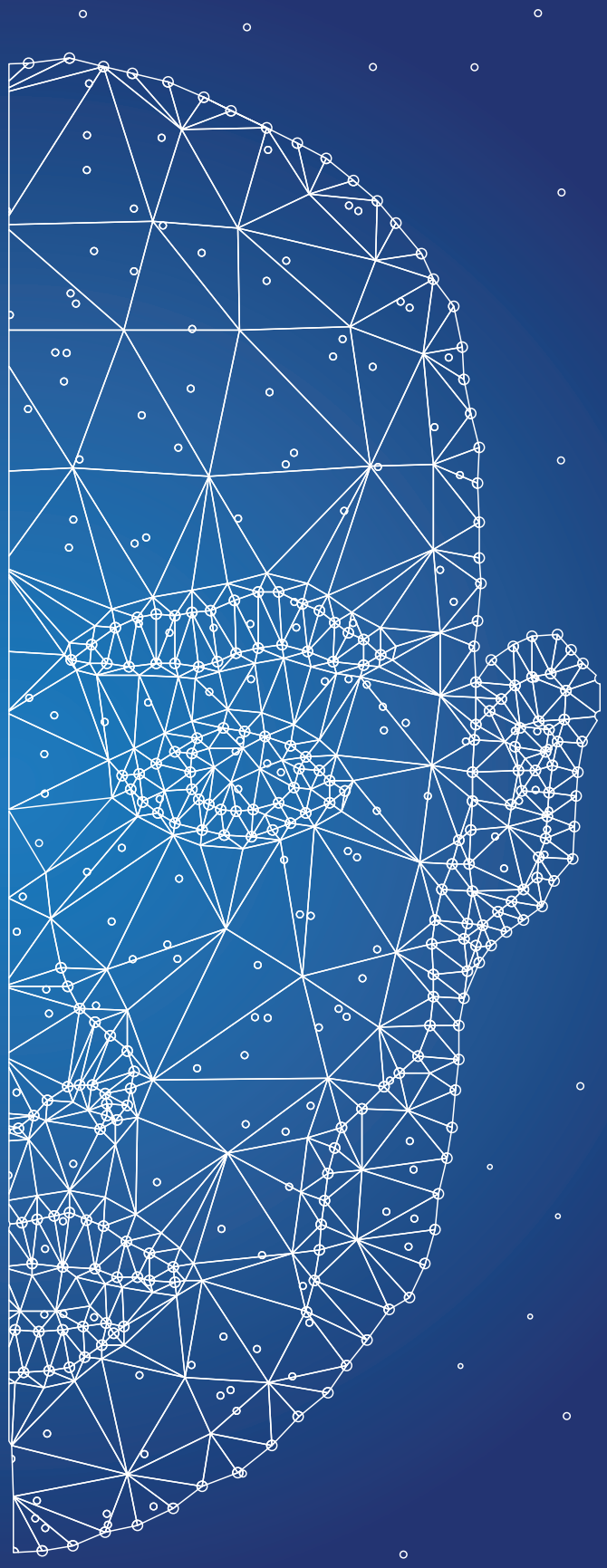
디지털 퍼스트 세상에서 고객 아이덴티티 관리의 역할



저자:

Shweta Baidya
Linus Lai

후원

IDC #AP15022X

IDC 의견

디지털 퍼스트 세상이 된 지금, 고객의 요구사항과 기대치가 빠르게 진화하고 있습니다. CEO들은 이제 컨텍스트화와 대규모의 실시간 인사이트를 바탕으로 디지털 가치를 창출하여 제공하는 것을 목표로 디지털 퍼스트(DF) 전략을 수립하여 디지털 전환(DX)에 박차를 가하고 있습니다. 이를 위해 경영진은 새로운 접근법을 바탕으로 디지털 플랫폼에 적합한 새로운 유형의 제품과 솔루션을 개발해야 합니다.

디지털 퍼스트 경험은 고객에게 개인화된 경험을 제공하여 데이터 개인 정보 보호와 보안을 통해 고객의 신뢰를 얻는 일입니다. 이제 고객의 디지털 아이덴티티를 보호하는 것은 조직의 규모를 막론하고 모든 조직의 최우선 순위이자 필수 사항이 되었습니다.

본 IDC 백서에서는 디지털 세상에서 고객 아이덴티티와 액세스를 관리하는 동력이 무엇인지, 그리고 디지털 퍼스트 기업들이 업계에서 얼마나 앞서가고 있는지를 살펴봅니다. IDC가 750 곳의 아태 지역 기업을 대상으로 실시한 2022년 설문조사 결과를 요약하면 다음과 같습니다.

- 팬데믹으로 인해 72%의 아태 지역 조직에서 디지털 퍼스트 전략의 필요성이 더욱 대두되거나 강조되었으며, 다른 21%는 코로나19 이전에 이미 해당 전략의 필요성을 예상했습니다. 이런 디지털 퍼스트 선도 기업은 수익과 같은 전형적인 측정 기준보다 고객 만족도, 민첩성, 혁신을 우선시할 가능성이 높으며 , 주요 고객 측정 기준에서 경쟁사 대비 더 많은 실적 개선을 이룰 수 있을 것 입니다.

- 악성 사이버 공격, 멀티채널 액세스, 고객 개인 정보 보호, 규모, 규정 준수 등이 고객 ID 및 액세스 관리에서 가장 중요한 과제로 언급되었습니다.

- 디지털 퍼스트 선도 기업 중 56%가 이미 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 시스템을 구축했으며, 다른 32%는 앞으로 12개월에서 24개월 이내에 구축할 계획을 세우고 있습니다. 하지만 CIAM의 채택이 늘어나고 있음에도 불구하고, 대부분의 기업은 아직도 CIAM 구현의 성숙한 단계에 도달하지 못하고 있습니다.

- 34%의 디지털 퍼스트 선도 기업이 채택한 것에 비해 14%의 디지털 퍼스트 후발 기업만이 CIAM에 대한 고도화된 접근 방식을 채택했습니다. 이 방식에서는 완전 통합 형태의 CIAM 플랫폼을 통해 고객 ID가 관리되며 이는 360도 고객 관점을 지원하고 초개인화된 경험을 가능하게 합니다. 그 뿐만 아니라 해당 기업들은 패스워드리스 액세스, 소비자 중심의 원활한 인증, 컨텍스트 기반의 액세스 정책 설정 등과 같은 고급 CIAM 기능에 더 투자하는 경향을 보여주었습니다.

- 고도화된 CIAM 성숙도 조직이 있는 디지털 퍼스트 선도 기업은 신규 고객 확보, 고객 충성도, 디지털 인재 유치 및 유지, 신제품 및 서비스 출시 기간 등과 같은 주요 지표에서 기대치를 뛰어넘는 실적을 올릴 가능성이 1.5배 더 높습니다.

72%의 아태 지역 조직이 디지털 퍼스트 전략의 필요성을 깨닫고 있습니다.

주요 과제

56%의 디지털 퍼스트 선도 기업이 CIAM을 구축했습니다.

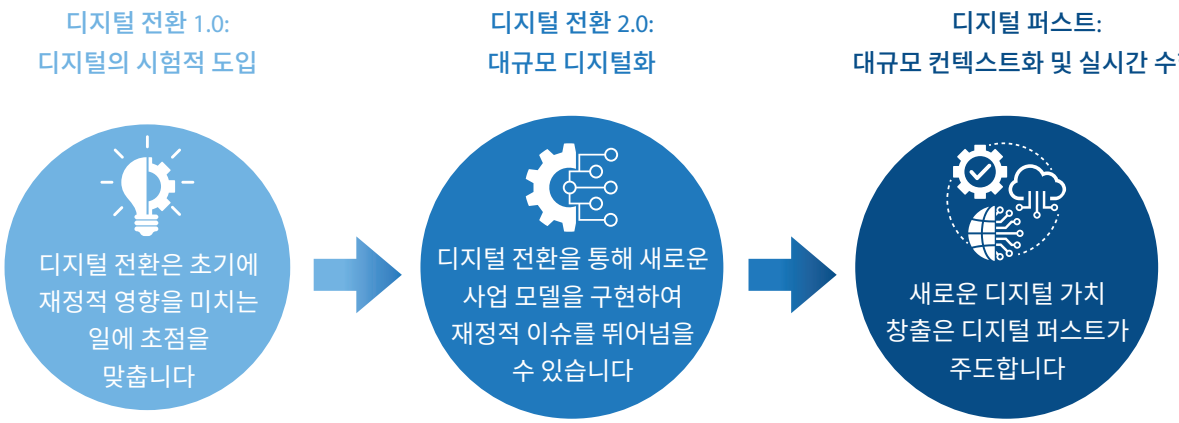
34%의 디지털 퍼스트 선도 기업이 고도화된 CIAM 접근 방식을 보유하고 있습니다.

1.5배 더 나은 실적을 올릴 수 있는 가능성이 있습니다.

디지털 전환(DX)에서 디지털 퍼스트(DF)로

IDC는 2022년까지 세계 경제의 절반 이상이 디지털 기술에 기반을 두거나 그 영향을 받을 것으로 예상합니다. 점점 더 디지털화되어가는 이 세상의 경쟁에서 살아남아 성공하기 위해서 기업들은 반드시 디지털 퍼스트 전략을 채택해야 합니다. 디지털 퍼스트는 디지털 전환을 다른 수준으로 끌어올리고 가치의 정의를 재정의합니다. 디지털 퍼스트는 기술이나 비즈니스 모델이 아니라 조직의 포부와 디지털 비즈니스로서의 특성으로 정의할 수 있습니다. 디지털 퍼스트가 되려면 조직은 언제나 반드시 다음과 같이 질문해야 합니다. "우리의 삶을 개선하여 원하는 결과를 얻을 수 있는 디지털 기반의 역량이나 개선이 있습니까?"

그림 1: **디지털 전환에서 디지털 퍼스트로: 가치 창출 재정의**

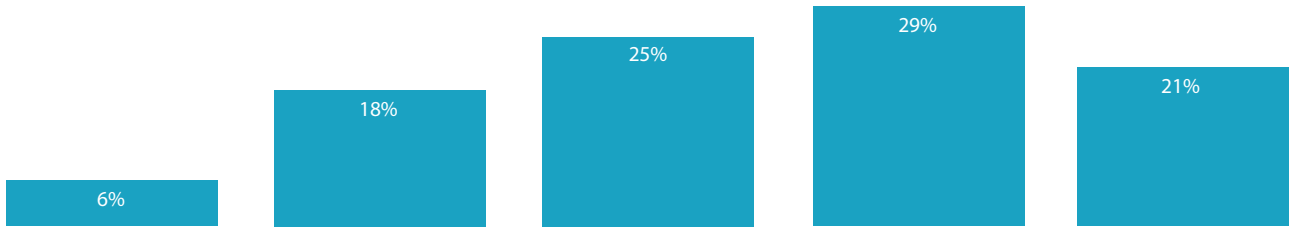


출처: IDC, 2022

팬데믹으로 인해 72%의 아태 지역 조직에서 디지털 퍼스트 전략의 필요성이 더욱 대두되거나 강조되었으며, 다른 21%는 팬데믹 이전에 해당 전략의 필요성을 예상했습니다. 디지털 퍼스트 선도 기업(촉진자 및 개척자)은 제대로 디지털화를 추진하기 위해 기업 차원의 전략과 장기적인 투자를 준비하고 있습니다. 간단히 말해서, 디지털화 및 전반적인 비즈니스 전략은 이런 조직들에게 동일하게 필요한 전략 중 하나입니다.

그림 2: **디지털 퍼스트 전략 채택**

질문. 다음 중 귀사를 가장 잘 설명하는 것은 무엇입니까?



디지털 퍼스트 저항자	디지털 퍼스트 후발주자	디지털 퍼스트 대응자	디지털 퍼스트 촉진자	디지털 퍼스트 개척자
우리는 디지털 퍼스트 전략을 채택할 필요가 없다고 봅니다.	팬데믹으로 촉발된 혼란으로 인해 디지털 퍼스트 전략으로 전환해야 할 필요성이 강조되었지만, 우리는 여전히 방법을 모색하고 있습니다.	팬데믹으로 인한 혼란 때문에 디지털 퍼스트 전략의 필요성이 강조되었으며, 우리는 이제 막 실행하기 시작했습니다.	우리는 팬데믹에 대응하기 위해 어쩔 수 없이 디지털 퍼스트 전략으로 신속하게 전환했으며 이를 계속 확장하고 있습니다.	우리 조직은 팬데믹이 발생하기 전부터 이를 인식하고 디지털 퍼스트 전략을 확립했습니다.

출처: Okta 후원 , IDC 주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사, 2022년 4월, N=750

디지털 퍼스트 전략의 최전선에서 고객 경험

디지털 퍼스트 선도 기업은 수익과 같은 전형적인 측정 기준을 뛰어넘어 고객 만족도, 비즈니스 민첩성, 혁신 등을 우선시하는 경향이 있습니다. 이런 우선순위에 따라 자연스레 고객 경험(CX)이 디지털 퍼스트 전략의 최전선에 놓이게 됩니다. 고객 경험에 초점을 맞추면서 디지털 퍼스트 조직들은 원활한 멀티채널과 실시간 경험을 구축하기 위해 고객 참여 전략을 재평가했습니다.

디지털 퍼스트 조직은 개인화된 고객 경험을 제공하기 위해 폭넓은 인식과 광범위한 전사 전략 및 예산을 보유할 가능성이 더 큽니다. 해당 기업들은 전반적인 비즈니스 목표를 고객 경험 관리에 맞추어 조정하여 결과적으로 더 나은 성과를 만들어냈습니다. 이 기업들은 고객 참여를 가능하게 하는 신뢰할 수 있고 안전하며 통합적인 환경을 구축하기 위해 고객 경험 관리 기술 및 프로세스에 투자하고 있습니다. 이를 고객 경험에 대한 전사 차원의 명확한 비전이나 로드맵이 부족한 시장 내 다른 경쟁사들과 비교해 보면 이 기업들은 이질적인 솔루션과 접근 방식을 취하고 있습니다.

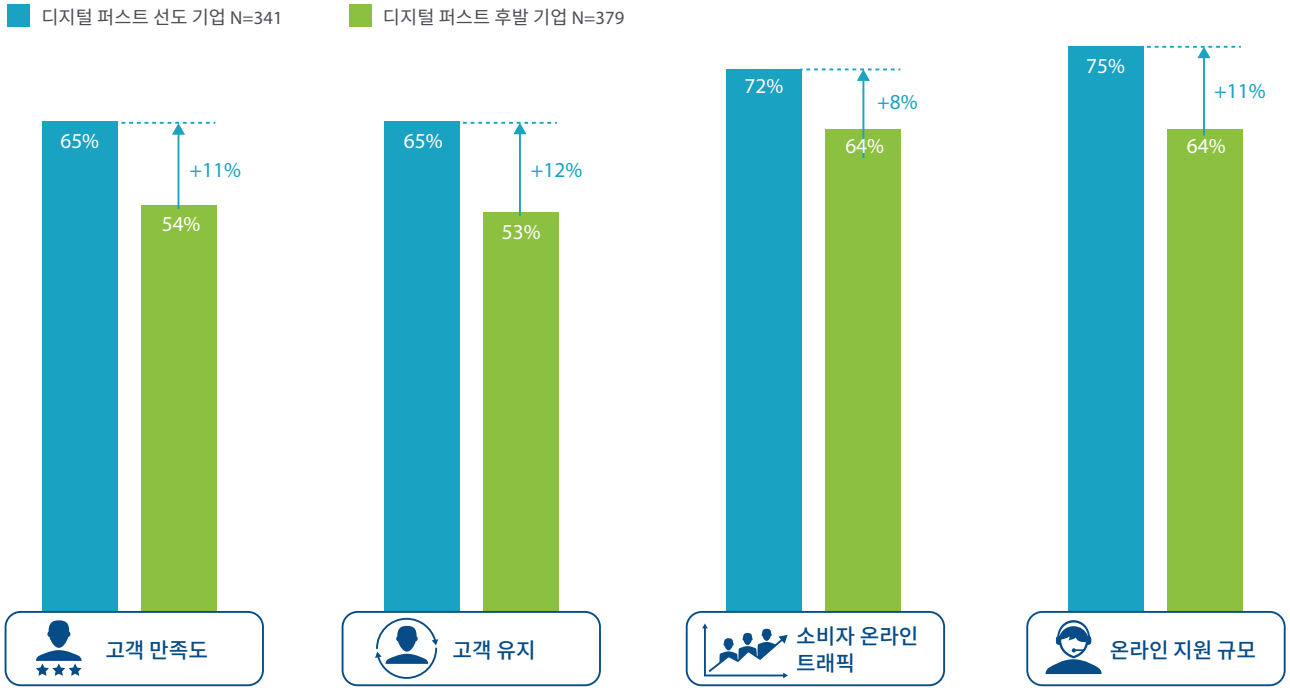
팬데믹으로 인해 대부분의 조직에서 고객의 온라인 트래픽과 지원 규모가 늘어났지만, 디지털 퍼스트 조직은 트래픽과 지원 규모를 뛰어넘는 것은 물론 고객 만족도와 고객 유지 면에서 동종 업체에 비해 개선 될 가능성이 더 높습니다.

> “2023년까지 규모적으로 공감 능력과 안전성이 뛰어난 기업은 그렇지 못한 기업을 실적 면에서 40% 정도 능가하게 될 것입니다.”
>
> *— IDC의 전 세계 고객 및 소비자의 미래 2022년 예측 - 아태 지역(일본 제외)*

그림 3: **고객 측정 기준 성과**

질문. 다음 중 이런 고객 관련 측정 기준에 대한 귀사의 지난 12개월간의 실적을 가장 잘 설명한 것은 무엇입니까?

측정 지표에서 실적 개선을 보고한 조직의 비율



출처: Okta 후원 , IDC 주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사, 2022년 4월, N=720

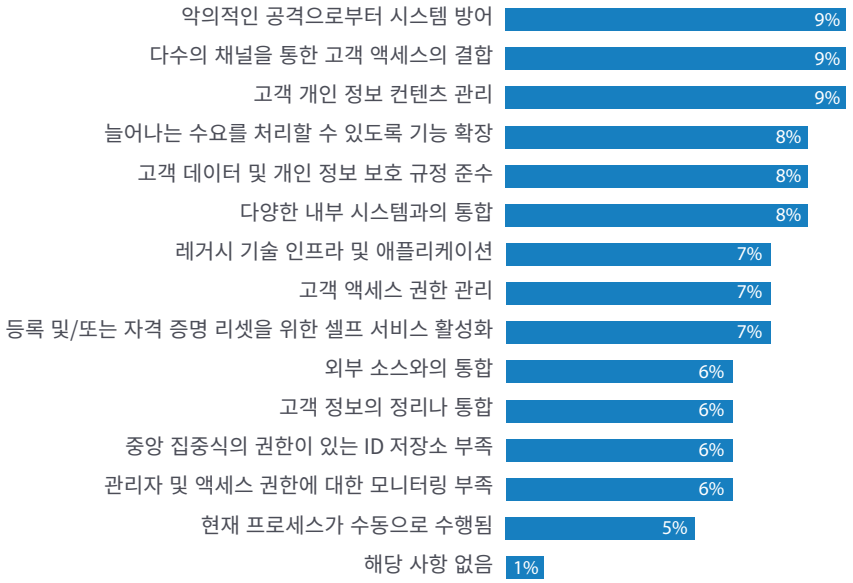
디지털 퍼스트 세상의 ID에 대한 보안

ID에 대한 과제

팬데믹으로 인해 기업들은 어쩔 수 없이 디지털 퍼스트 전략을 받아들여야 했습니다. 이런 디지털 퍼스트 조직들은 벤더, 파트너, 고객, 공급업체가 참여하는 생태계 전반에 걸쳐 효율성, 생산성, 경험을 개선할 방법을 다시 구상하고 있습니다. 하지만 이런 전환은 특히 고객 ID 확인 및 액세스 보안과 관련하여 많은 과제를 발생시켰습니다. 악성 사이버 공격, 멀티채널 액세스, 고객 개인 정보 보호, 규모, 규정 준수 등이 고객 ID 및 액세스 관리에서 가장 중요한 과제로 언급되었습니다.

그림 4: ID **관리 측면의 과제**

질문. 귀사의 ID 및 액세스 관리 측면에서 귀사가 직면한 과제 중 상위 3가지는 무엇입니까?



출처: Okta 후원 , IDC 주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사, 2022년 4월, N=750

규모있는 생태계 참가자와 더불어 고객의 디지털 ID에 대한 보안은 디지털 퍼스트 전략의 성공을 보장하는 데 있어 중요한 문제로 여겨집니다. 이에 따라 안전하고 개인화된 디지털 경험을 실현하기 위해 고객/소비자 ID 및 액세스 관리 기술에 대한 투자는 필수 사항이 되었습니다. CIAM 솔루션은 조직에 시스템 전반의 위협에 대한 가시성을 개선하여 악의적인 사이버 공격을 더욱 효과적으로 방어할 수 있습니다. 그 뿐만 아니라, 개인 정보 보호법 1988(호주), 개인 정보(프라이버시) 조례(홍콩), 개인 데이터 보호법(인도), 개인 정보 보호법(일본), 일반 데이터 보호 규정(유럽) 등과 같이 고객 데이터 및 개인 정보 보호 규정을 준수하는 일이 더욱더 복잡해지고 있습니다. CIAM 솔루션은 여러 채널에 걸쳐 늘어나고 있는 고객 ID 규모와 거버넌스에 따른 복잡성을 처리할 수 있는 기능을 제공합니다.

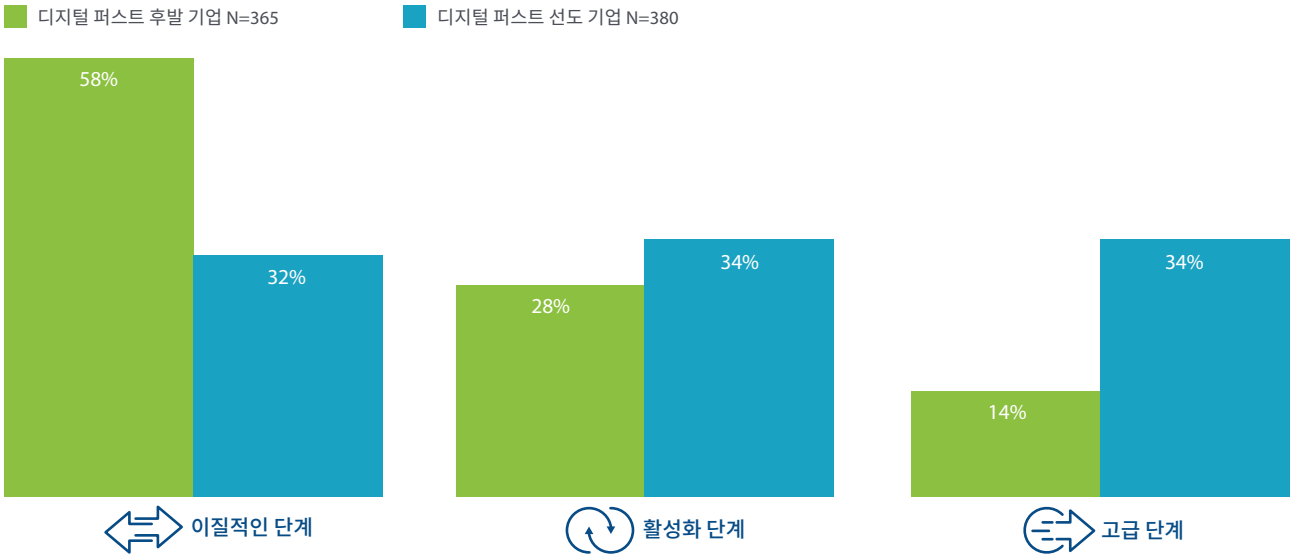
CIAM 성숙도 개선 달성

디지털 퍼스트 선도 기업들은 CIAM의 중요성을 이해하므로 디지털 신뢰도를 촉진하고 더 나은 고객 경험을 제공하기 위해 엄격한 ID 및 데이터 보호 조치를 취하고 있습니다. IDC 조사에 따르면, 설문조사에 응한 디지털 퍼스트 선도 기업의 78%가 CIAM이 조직에서 가장 중요한 투자 우선순위 중 하나라는 데 동의했습니다. 이에 비하면 디지털 퍼스트 후발 기업의 경우 60%만이 이에 동의했습니다. 완벽하고 철저한 통제 메커니즘이 없으면, ID 및 데이터 기밀성이 훼손될 수 있으며 장기적으로 회사의 수익과 평판에 악영향을 끼칠 수 있습니다.

이에 따라 디지털 퍼스트 선도 기업들 사이에서는 CIAM 기술을 채택하려는 경향이 강합니다. IDC설문조사에 따르면, 디지털 퍼스트 선도 기업의 56%가 이미 CIAM을 구축했으며, 32%는 앞으로 12개월에서 24개월 이내에 이런 기술을 구축할 계획을 세우고 있습니다. 하지만 CIAM의 채택이 늘어나고 있음에도 불구하고, 기업의 대부분은 아직도 구현의 성숙한 단계에 도달하지 못하고 있습니다. CIAM 성숙도는 사일로 방식이나 단편적인 솔루션을 구현하는 방식이 아닌 조직 전반에 걸쳐 기술을 중앙에서 평가하고 구현하는 방식으로 성취되어야 합니다. 매끄럽고 원활한 고객 여정을 위한 CIAM 플랫폼을 구현하려는 기업 차원의 전략을 보유한 조직은 성숙도의 발전된 단계에 있는 것으로 여겨집니다. IDC 조사에 따라 디지털 퍼스트 선도 기업과 디지털 퍼스트 후발 기업이 도입한 CIAM 채택의 다양한 단계를 볼 수 있습니다(그림 5). 디지털 퍼스트 조직이 CIAM 성숙도에서 앞서고 있는 것은 당연한 결과입니다.

그림 5: **아태 지역의** CIAM **성숙도**

질문. 다음 중 귀사의 고객 ID 및 액세스 관리를 가장 잘 설명한 것은 무엇입니까?



1단계 - 이질적인 단계

기업 차원의 총괄 전략이 없는 이질적인 기술과 프로세스. ID는 단일 목적으로 사용되며 여러 채널에서 사용할 수 없습니다.

다양한 CIAM 기술이 여러 채널에 걸쳐 사용되지만, 대부분은 통합 인증(SSO)을 통해 연결됩니다.

2단계 - 활성화 단계

CIAM이 중앙에서 관리되므로 디지털 등록과 인증을 통한 원활한 고객 여정이 가능합니다. 데이터 보호 및 개인 정보 보호 규정 준수 요건이 모든 관할 구역에서 충족됩니다.

3단계 – 고급 단계

완전한 360도 고객 관점을 생성하기 위해 모든 온보딩, 사기, 자금 세탁 방지(AML), 고객 관계 관리(CRM) 애플리케이션 등에 완전히 통합된 공통 CIAM 플랫폼을 통해 고객 ID가 관리됩니다.

CIAM 플랫폼을 통해 고도로 개인화된 경험을 고객이 체험할 수 있습니다. 개방형 API로 외부 ID 체계에 연결될 수 있으며 새로운 비즈니스 모델과 수익의 흐름을 주도할 수 있습니다.

출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리 설문조사, 2022년 4월, N=745

58%의 디지털 퍼스트 후발 기업은 ID가 중앙에서 관리되거나 통제되지 않는 상이한 기술과 프로세스에 투자했습니다. CIAM 플랫폼보다는 포인트 제품에 초점이 맞춰져 있습니다. 이런 초기 단계에서는 다수의 등록 및 로그인 요건으로 인해 고객 ID 확인 과정이 쉽게 이뤄지지 않기 때문에 고객의 불만족이 높아질 가능성이 큽니다.

1/3이 넘는 디지털 퍼스트 선도 기업이 2단계(활성화 단계)에 있습니다. 이런 기업은 투자를 중앙에서 관리하여 원활하게 이동하는 고객 경험을 돕는 CIAM 여정에 초점을 잘 맞추고 있습니다. 활성화된 단계의 조직은 여러 관할 구역에서 데이터 보호 및 개인 정보 보호 규정이 준수되도록 보장하는 토대를 확보했습니다.

조직의 활용 성숙도가 높아지면서 조직 간의 차이는 확실하게 드러나게 됩니다. 34%의 디지털 퍼스트 선도 기업과 비교하면, 14%의 디지털 퍼스트 후발 기업만이 CIAM에 대한 고도화된 접근 방식을 채택했습니다. 이 방식에서는 CIAM 플랫폼으로 고객 ID가 관리됩니다. 해당 플랫폼은 완전한 통합을 통해 360도 고객 관점을 지원하고 고도로 개인화된 경험을 제공합니다. 이에 따라 새로운 비즈니스 모델과 수익 흐름을 위한 기회가 생깁니다.

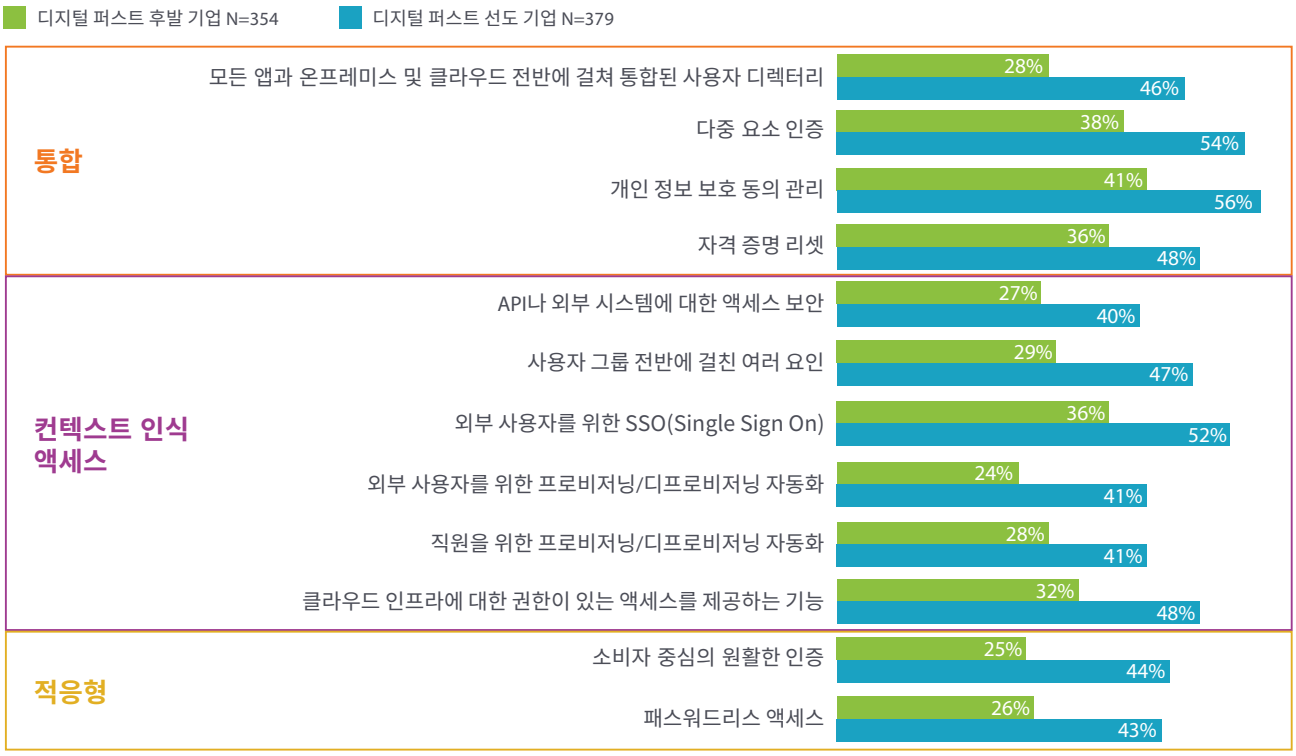
상황에 따라 적용되는CIAM 기능에 대한 투자

흥미롭게도, ID 및 액세스 관리(IAM)에 대한 기업 투자의 대부분은 전통적으로 기업 내부에 초점을 맞춰왔습니다. 해당 솔루션이 직원의 ID 관리에 초점을 맞추고 있으므로 외부 고객과 파트너의 ID는 상대적으로 잘 관리하지 못합니다. 전통적인 IAM은 일반적으로 외부 이해관계자 인증 과정을 처리하는 데 필요한 사용자 경험(UX), 확장성, 유연성 등을 우선시하지 않습니다.

오늘날 조직의 대부분이 ID 관리 솔루션의 필요성을 깨닫고 기본 기능(예: 다중 요소 인증(MFA), SSO(Single Sign On), 통합 사용자 디렉터리)에 투자하고 있지만, 디지털 퍼스트 조직은 고급 CIAM 기능(예: 패스워드리스 액세스, 고객 중심의 원활한 인증, 콘텍스트 기반 액세스 정책 설정)에 대한 투자를 통해 한 단계 더 도약하고 있습니다. 그 결과 디지털 퍼스트 조직은 더욱 강력한 적응형 사이버 보안 태세, 고객 데이터 관리 개선, 장기적인 비용 최적화, 생산성 향상의 이점을 누릴 수 있게 되었습니다.

그림 6: CIAM **기능**

질문. 다음 중 귀사에서 고객 ID 및 액세스를 관리하기 위해 구축한 것은 무엇입니까?



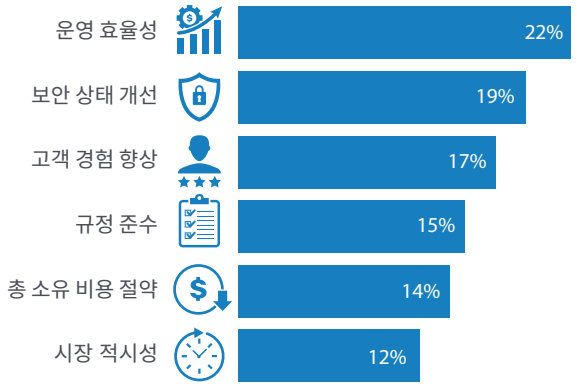
출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리 설문조사, 2022년 4월, , N=733

실질적인 이익을 얻을 수 있는 CIAM 투자

CIAM 솔루션은 다양한 이점(예: 운영 효율성, 보안 강화, 고객 경험 향상)을 제공합니다. 디지털 퍼스트 조직은 인증 과정을 단순화하거나 자동화하고 모든 채널에 걸쳐 일관된 고객 ID 경험을 제공하여 긍정적인 효과를 얻었습니다. 그 뿐만 아니라, CIAM 솔루션은 디지털 퍼스트 조직이 규정을 준수하는 데도 도움이 됩니다. 다수의 디지털 ID를 가지고 다양한 데이터 보호 및 주권 규정이 수립된 여러 지역에서 활동하는 고객을 상대하는 많은 기업의 경우, 규정 준수는 어려운 과제였습니다. 조직은 CIAM 솔루션을 사용하여 다른 측면(예: 보안, 액세스 용이성, 다양한 기기와 접점 사이를 연결할 수 있는 유연성)을 훼손하지 않으면서 고객의 데이터 수집, 저장, 분석과 관련된 규정을 준수할 수 있습니다.

그림 7: **고객/소비자 ID 및 액세스 관리 이점**

질문. 귀사가 고객 ID 및 액세스 관리 솔루션에 투자하여 달성한(또는 달성할 것으로 예상하는) 비즈니스 이점 중 상위 3가지는 무엇입니까?



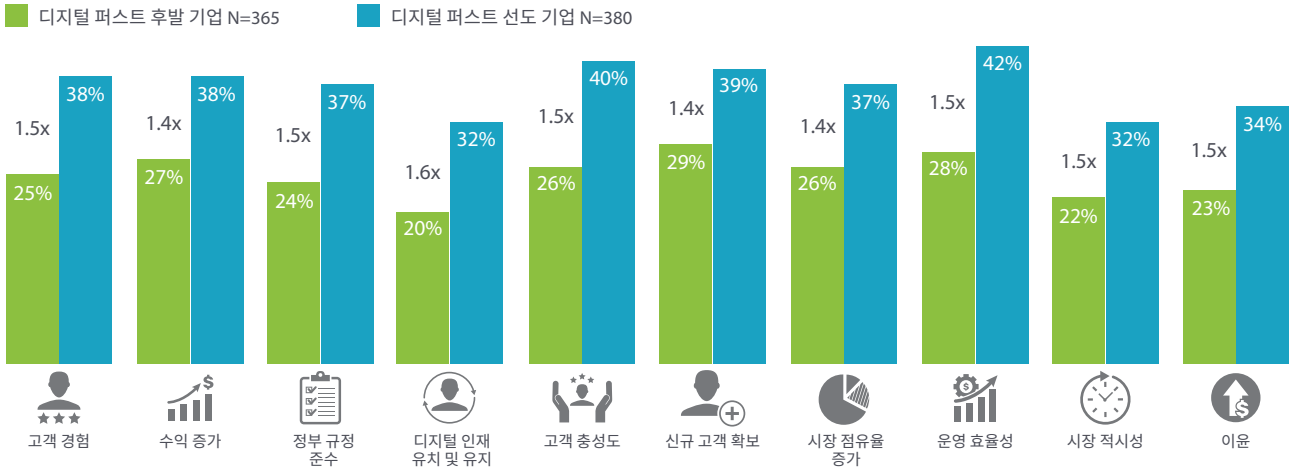
출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리 설문조사, 2022년 4월, , N=750

추가로 검토한 결과에 따르면, CIAM 성숙도가 높은 디지털 퍼스트 조직은 신규 고객 확보, 고객 충성도, 디지털 인재 유치 및 유지, 신제품 및 서비스 출시 기간 등과 같은 주요 지표에서 기대치를 뛰어넘는 실적을 올릴 가능성이 1.5배 더 높습니다.

그림 8: **주요 지표상의 실적**

질문. 사내의 기대치를 기준으로 고려시 귀사는 지난 12개월에서 24개월 동안 다음 영역에서 얼마나 훌륭한 실적을 올렸다고 생각하십니까?

기대치를 뛰어넘는 실적을 올린 조직의 비율



출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리 설문조사, 2022년 4월, , N=745

중소기업(SMB) 대 대기업

중소기업들이 서비스형 소프트웨어(SaaS) 생태계를 통해 대기업급 IT를 활용하고 있습니다

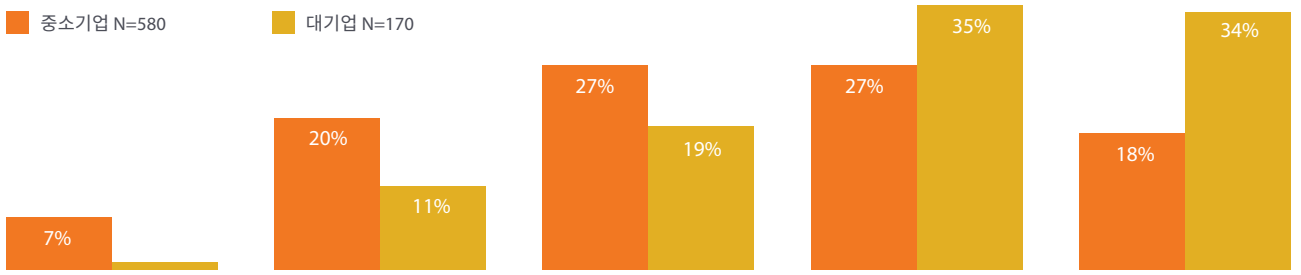
팬데믹 이전에는 아태 지역의 중소기업 대부분이 디지털화를 광범위하게 수용하지 않았으며, 디지털 전환에 대한 선제적 접근 방식이 아닌 사후 대응적 접근 방식을 채택했습니다. 18%의 중소기업만이 팬데믹 이전에 디지털 퍼스트 전략을 제대로 갖추고 있었습니다.

하지만 지난 2년간 중소기업 조직 전반에 걸쳐 사고방식이 변하기 시작했습니다. 팬데믹으로 인해 조성된 긴급 상황으로 인해 중소기업의 54% 정도가 디지털 퍼스트 전략을 취했습니다. 중소기업은 디지털 퍼스트 기업이 되어야 할 필요성을 이해하고 있으며 역량을 강화하고 생산성을 향상하며 경쟁력을 높이고 디지털화를 통해 고객과의 관계를 개선하여 더 많은 비즈니스 기회를 얻기 위한 기술을 체득할 준비를 마쳤습니다.

> "2024년까지 75%의 스타트업이 차세대 기술을 채택하거나 혁신을 중시하거나 디지털 파괴(디지털 혁신이 일으키는 변화)에 초점을 맞추는 디지털 퍼스트 전략을 갖추게 될 것입니다."
>
> *— IDC 2022 전 세계 중소기업 예측 - 아태 지역(일본 제외)*

그림 9: **대기업 대비 중소기업의 디지털 퍼스트 전략 채택**

질문. 다음 중 귀사를 가장 잘 설명하는 것은 무엇입니까?



디지털 퍼스트 저항자
우리는 디지털 퍼스트 전략을 채택할 필요가 없다고 봅니다.

디지털 퍼스트 후발주자
팬데믹으로 촉발된 혼란으로 인해 디지털 퍼스트 전략으로 전환해야 할 필요성이 강조되었지만, 우리는 여전히 방법을 모색하고 있습니다.

디지털 퍼스트 대응자
팬데믹으로 인한 혼란 때문에 디지털 퍼스트 전략의 필요성이 강조되었으며, 우리는 이제 막 실행하기 시작했습니다.

디지털 퍼스트 촉진자
우리는 팬데믹에 대응하기 위해 어쩔 수 없이 디지털 퍼스트 전략으로 신속하게 전환했으며 이를 계속 확장하고 있습니다.

디지털 퍼스트 개척자
우리 조직은 팬데믹이 발생하기 전부터 이를 인식하고 디지털 퍼스트 전략을 확립했습니다.

출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리 설문조사, 2022년 4월, N=750

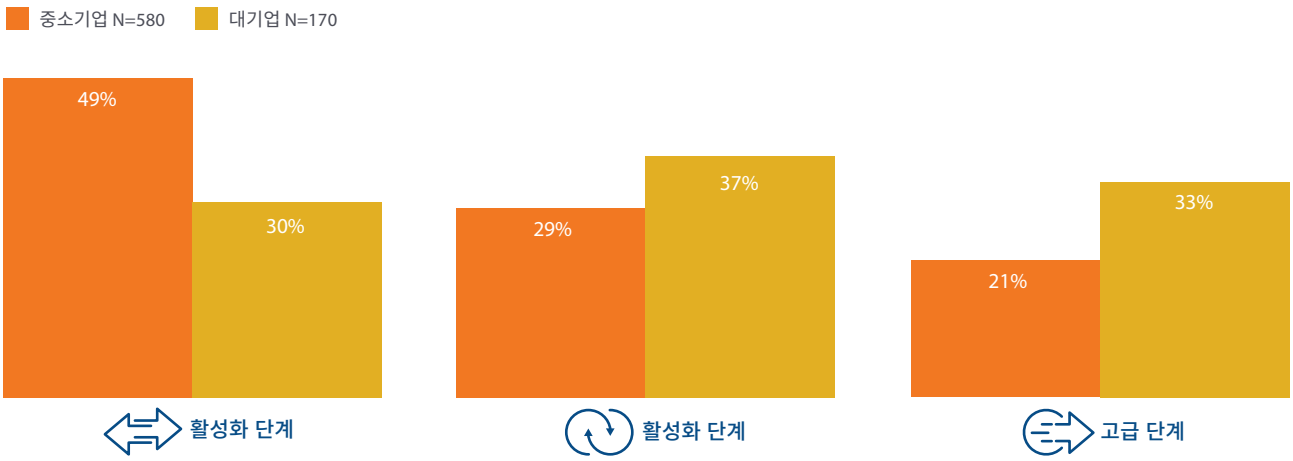
고객 여정을 강화하고 고객의 차별화된 경험을 만드는 고객 중심의 디지털 비즈니스 모델로 초점이 분명히 이동되었습니다. 중소기업의 경우 고객 경험 솔루션이나 플랫폼에 대한 투자로 많은 이점은 얻었지만, 고객 데이터 보안 측면에서는 대기업에 약간 뒤처져 있습니다. 중소기업이 직면한 많은 어려움 중에는 기술, 인력, 예산, 기술 전문성, 충분하지 않은 도구등이 있습니다. 그런 어려움 때문에 사이버 공격에 손쉬운 취약한 목표물이 될 수 있습니다. 그러므로 디지털 퍼스트 전략을 위해서 특히 고객 데이터와 ID를 보호하기 위한 보안에 대한 새로운 시각이 필요합니다. 중소기업은 CIAM 채택이 여전히 대기업에 비해 뒤처져 있습니다. 대기업의 채택률이 57% 인 것에 비하여 45%만이 CIAM 솔루션을 구축했습니다. 안전한 고객 경험을 위한 CIAM 플랫폼의 필요성에 대해 중소기업의 인식은 낮은 편입니다. 중소기업의 49% 이상이 중앙에서 관리되는 CIAM 채택을 고려하는 대신에 여전히 이질적이며 사일로화된 CIAM 기술을 사용하여 작업하고 있습니다. 이는 내부 문제로 이어지기도 합니다.

디지털 퍼스트 중소기업 조직은 다중 요소 인증, 개인 정보 동의 관리, 자격 증명 리셋 등과 같은 기술을 사용하는CIAM 투자의 초기 단계에 있습니다. 하지만 앞으로 12개월에서 24개월 이내에 고도화된 기술(예: 패스워드리스 액세스, 보안 API 액세스, 소비자 중심의 원활한 인증)에 대한 투자를 통해 전환을 계속 진행할 계획입니다.

설문조사에 응한 중소기업의 66% 이상이 CIAM 솔루션이 제공하는 중요성과 이점에 관해 잘 알고 있습니다. 하지만 고객 데이터 관리 및 개인 정보 보호 규정 유지, 공격으로부터 시스템 보호, 간편한 고객 액세스를 위한 여러 접점 통합과 관련된 문제들이 여전히 중소기업이 CIAM 전환을 하는데 있어 가장 큰 우려 사항입니다. 그 결과, 중소기업은 올바른 솔루션을 설계하고 지원 서비스를 제공하며 솔루션을 정기적으로 관리하고 업데이트하기 위해 CIAM 관리를 제3자 컨설턴트나 관리 서비스 제공업체와 협력하거나 아웃소싱을 하고 있습니다.

그림 10: CIAM **성숙도 — 중소기업 대 대기업**

질문. 다음 중 귀사의 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM)를 가장 잘 설명한 것은 무엇입니까?



출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사, 2022년 4월, N=750

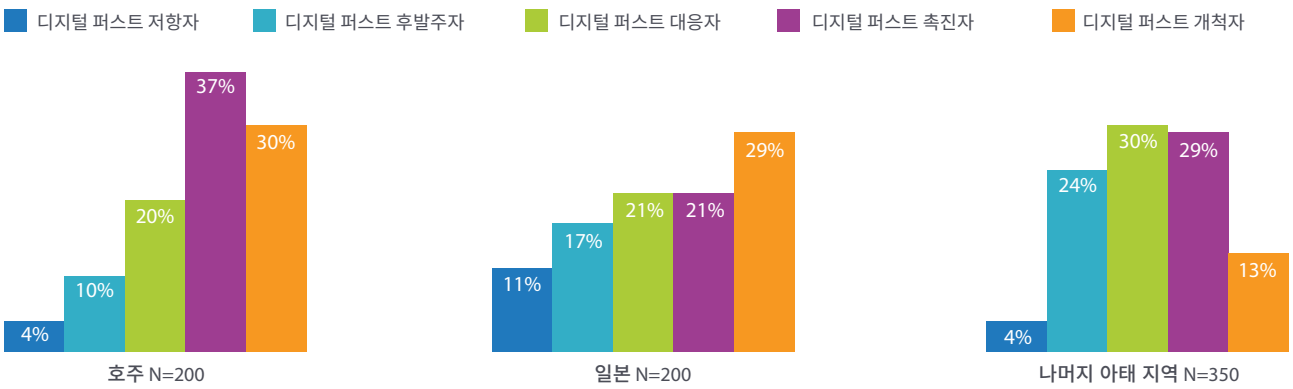
아태 지역의 CIAM

디지털 성숙도가 높은 국가는 보안 및 CIAM 투자에 더 초점을 맞추고 있습니다.

아태 지역의 국가들은 디지털 퍼스트 성숙도 측면에서 다양한 수준에 놓여 있습니다. 강력한 디지털 퍼스트 전략이 시행되는 상위 3개 지역은 호주(67%), 싱가포르(66%), 뉴질랜드(60%)였습니다. 상기 국가들은 고객 경험에 대한 투자와 더불어 보안 및 CIAM 기술에 더욱 강력하게 초점을 맞춰서 모든 운영 및 재정 관련 지표에서 더 나은 성과를 발생시켰습니다.

그림 11: **아태 지역의 디지털 퍼스트 전략 채택**

질문. 다음 중 귀사를 가장 잘 설명하는 것은 무엇입니까?



출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사, 2022년 4월, N=750

흥미롭게도 디지털 퍼스트 조직의 비율이 더 높은 지역은 CIAM을 조직의 최우선 투자 대상으로 고려하는 경향이 더 큽니다. CIAM을 가장 중요한 우선순위 대상으로 여기는 상위 3개 지역은 뉴질랜드(90%), 호주(87%), 싱가포르(72%)였습니다.

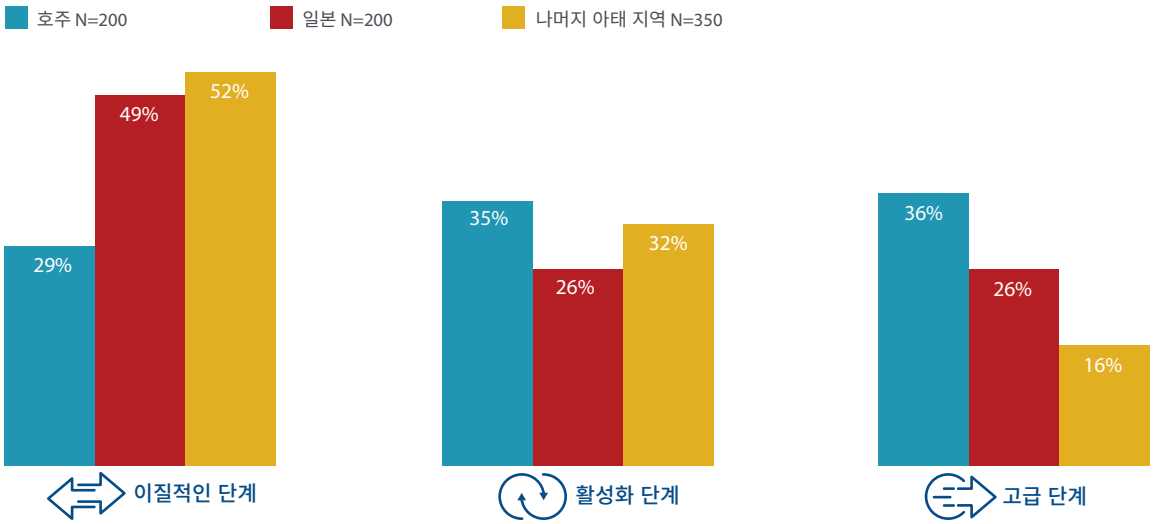
조직의 70% 이상이 CIAM을 전략적 투자 대상으로 보고 있는 가장 성숙한 시장 중 한 곳인 호주는 CIAM을 중앙에서 관리하고 있으며 더 나은 가시성과 경험 향상을 위해 플랫폼 접근 방식을 따르고 있습니다. 그뿐만 아니라 CIAM 환경을 더 잘 관리하기 위해 서비스 제공업체들과 긴밀히 협력하고 있습니다.

흥미롭게도, 일본은 CIAM 성숙도가 다소 낮은 것으로 나타났습니다. 조직의 50% 정도가 고객 ID를 단일 목적 기술로 보고 있으며 다른 애플리케이션들과의 통합이 전혀 없거나 제한적입니다. 그 결과, 내부 시스템과 통합하고 액세스 권한을 모니터링하는 데 상당한 어려움을 겪고 있습니다. 따라서 이들에게 적합한 솔루션을 설계하고 이를 다른 애플리케이션들과 통합하는 데 지원이 필요합니다.

아태 지역의 다른 지역의 경우 CIAM 채택에 대해 성숙한 시각을 가지고 있습니다. 조직의 68% 이상이 CIAM을 가장 시급한 우선순위의 투자 대상으로 고려하고 있으며, 48%는 단일 시각 확보를 위해 완전한 CIAM 통합이 가능한 공통 플랫폼에 초점을 맞추고 있습니다.

그림 12: **아태 지역의 CIAM 성숙도**

질문. 다음 중 귀사의 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM)를 가장 잘 설명한 것은 무엇입니까?



출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사, 2022년 4월, N=750

IDC 필수 지침

CIAM은 디지털 퍼스트 전략을 실행하는 데 있어 핵심 구성 요소입니다. IDC의 조사에 따르면, 디지털 퍼스트 조직은 고도화된 CIAM 기능에 투자하여 주요 고객 관련 지표에서 더 나은 실적을 올릴 가능성이 높습니다. 디지털 퍼스트 조직이 되기 위한 여정은 힘든 여정입니다. IDC는 그 여정을 거치는 방법으로 다음 단계들을 제안합니다.

1단계(이질적인 단계)를 위한 지침

사업 목표와 CIAM **전략을 함께 조정**: 기업 차원의 CIAM에 대한 비즈니스 사례를 개발한 다음 이를 기업 차원의 목표와 목적에 연계하십시오. 다양한 부서별 기능과 사업부 전반에 걸쳐 고객 ID 관리와 관련된 기준과 프레임워크를 파악하십시오.

벤치마킹: CIAM 선도 기업의 현재 모범 사례와 비교하여 사용되는 다양한 CIAM 기술을 평가하고 그 차이를 파악하십시오.

포트폴리오 확장: 통합 기술(예: 다단계 인증, 개인 정보 보호 동의 관리, 통합 사용자 디렉토리)에서 더욱 고도화된 CIAM 기술(예: 외부 사용자를 위한 통합 인증(SSO), 직원 및 외부 사용자를 위한 프로비저닝/디프로비저닝 자동화)로 확장하십시오. 고도화된 CIAM 기술은 더욱 강력한 ID 보안을 제공하기 위해 다양한 요소(예: 액세스 위치 및 시간, 사용 중인 장치, 비밀번호의 안전성 강도)를 고려하여 고객에게 상황에 맞는 액세스를 제공하도록 지원합니다.

2단계(활성화 단계)를 위한 지침

고객 데이터의 중앙 관리: 고객 정보와 ID가 중앙에서 저장되고 관리되도록 애플리케이션과 시스템을 함께 통합하십시오.

ID **강화**: 고객 ID 모니터링과 분석을 개선시키기 위해 하나의 공통 플랫폼에서 여러 ID 기반 솔루션을 관리하는 프로세스를 구축하십시오.

안전하며 심리스한 액세스: 상당히 안전하고 원활한 경험을 체험할 수 있도록 적응형 인증(예: 패스워드리스 액세스 즉, 생물학적 또는 푸시 검증) 및 소비자 중심의 원활한 인증과 함께 콘텍스트 액세스 기능을 활용하십시오.

사람과 프로세스: 통합 CIAM 전략을 지원하려면 사람과 프로세스는 동일선상에서 공통의 비즈니스 목표 및 목적을 이루기 위해 함께 일해야 합니다.

3단계(고급 단계)를 위한 지침

디지털 신뢰 구축 강조: 설계 접근 방식의 보안을 채택해서 디지털 신뢰 프레임워크를 구축하고 더 강력한 고객 참여 메커니즘을 만드십시오.

분석 활용의 확대: 디지털 제품과 서비스를 통한 새로운 기회와 수익 창출 리소스를 파악하기 위해 분석 기능을 활용하십시오.

임베디드된 자동화 기능을 통한 민첩성 향상: 자동화된 프로세스의 효율성으로 인해 규정 준수 요건에도 도움이 됩니다.

부록: IDC 방법론

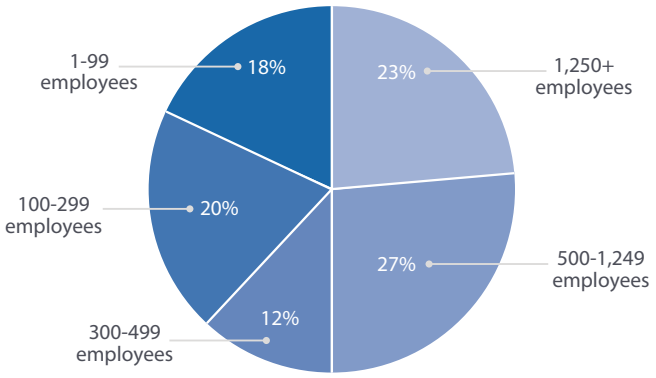
IDC의 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사

이 백서에 제시된 정보는 Okta가 후원하여 2022년 4월에 IDC가 실시한 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사에서 얻은 정보입니다. IDC는 아태 지역 전반에 걸쳐 모든 규모와 산업의 750개 조직을 대상으로 IT 및 영업 부문의 고위 경영진과 중간 관리직을 대상으로 설문조사를 실시했습니다. 설문조사에 임한 응답자를 대상으로 조직의 비즈니스 우선순위, 현 상황, 투자, 고객 ID와 더불어 비즈니스 실적에 대한 향후 계획에 관해 질문했습니다.

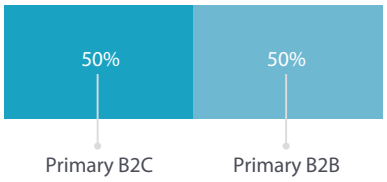
그림 13: **설문조사 응답자 프로필**

Respondents are solely/jointly responsible or have influence on security software-related decisions in their organisations.

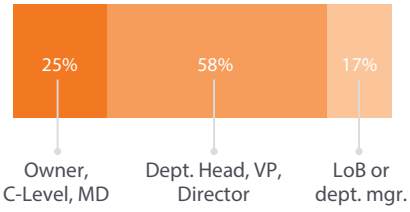
Company size



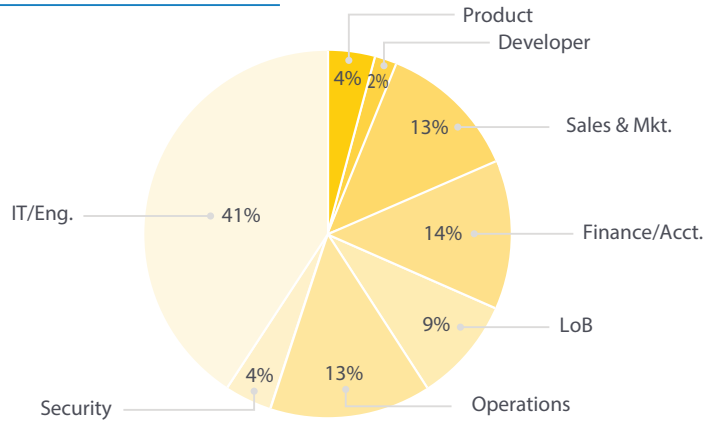
Target market



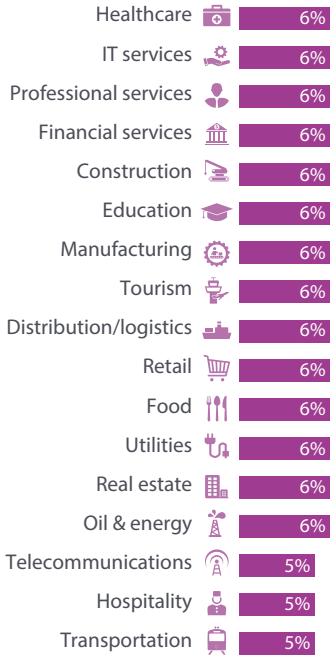
Job role



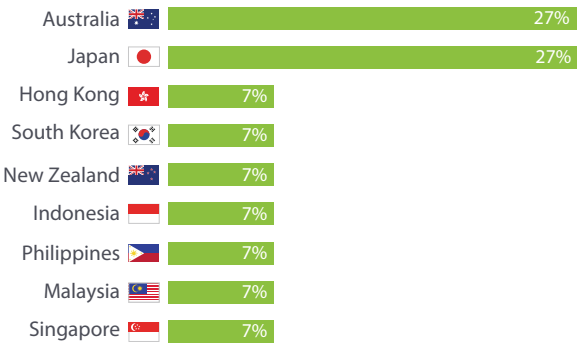
Job function/department



Industry/sector (self-described)



Location



참고: 반올림으로 인해 백분율의 총합이 정확히 100%가 아닐 수도 있습니다.

출처: Okta 후원, IDC주관 아태 지역 고객 ID 및 액세스 관리(CIAM) 설문조사, 2022년 4월, N=750

Okta에 대한 소개

Okta가 귀사 고객의 ID를 대신 관리해 줌으로써 귀사의 직원들은 본인이 가장 잘하는 업무에 집중할 수 있습니다.

Okta Identity Cloud를 통해 조직은 시기적절하게 적합한 사람을 올바른 기술에 안전하게 연결할 수 있습니다. 애플리케이션 및 인프라 제공업체에 대한 7,000개 이상의 사전 구축된 통합 기능을 통해, Okta는 어디서나 사람과 조직이 간편하고 안전하게 액세스할 수 있는 기능을 제공합니다. 이를 통해 서비스 이용자는 잠재력을 최대한 발휘할 수 있다는 자신감을 가지게 됩니다. 15,000개 이상의 조직이 Okta가 자사의 직원과 고객의 ID를 보호하는 일에 도움을 줄 것이라고 신뢰하고 있습니다.

자세한 내용은 웹사이트에서 확인하십시오-
https://www.okta.com/kr/customer-identity/

okta

애널리스트 정보

Shweta Baidya,
IDC 아태 지역 수석 리서치 매니저

Shweta는 IT 조사 및 컨설팅, 조직 관리, 비즈니스 개발, 고객 참여 분야에서 10년 이상 경험을 쌓았습니다. 그녀는 아태 지역 소프트웨어 및 IT 서비스 팀에 소속되어 있으며, 신흥 기술 혹은 파괴적인 기술 분야의 다양한 카테고리에 대한 신디케이트 리서치, 커스텀 리서치 및 컨설팅 프로젝트를 담당하고 있습니다.

Linus Lai,
IDC 아태 지역 리서치 부사장

Linus는 담당 지역에서 20년 넘게 IT 관련 경험을 쌓았습니다. 시드니에 거주하는 그는 13개국에 걸쳐광범위한 기술과 서비스 시장을 아우르는, 일본을 제외한 아태 지역(APEJ)의 여러 클라우드, 소프트웨어, 서비스 조사 프로그램 분야에서 경험을 쌓았습니다. 그는 이런 역할을 통해 해당 솔루션의 대기업 채택, 통합, 관리에 대한 통찰력과 분석을 제공하는 일을 담당하고 있습니다.

IDC Asia/Pacific
83 Clemenceau Avenue,
#17-01 UE Square West Wing
Singapore 239920
T 65.6226.0330

Twitter @IDC
idc-community.com
www.idc.com

IDC Custom Solutions

The content in this paper was adapted from existing IDC research published on www.idc.com.

This publication was produced by IDC Custom Solutions. The opinion, analysis, and research results presented herein are drawn from more detailed research and analysis independently conducted and published by IDC, unless specific vendor sponsorship is noted. IDC Custom Solutions makes IDC content available in a wide range of formats for distribution by various companies. A license to distribute IDC content does not imply endorsement of or opinion about the licensee.

External Publication of IDC Information and Data — Any IDC information that is to be used in advertising, press releases, or promotional materials requires prior written approval from the appropriate IDC Vice President or Country Manager. A draft of the proposed document should accompany any such request. IDC reserves the right to deny approval of external usage for any reason.

Copyright 2022 IDC. Reproduction without written permission is completely forbidden.