



2023 年 2 月

2022 年の
人気アプリカテゴリー
ゼロトラスト
セキュリティの台頭

Businesses at Work



okta

本レポートの内容

- 03 不確実な時代でも戦略的であり続ける
- 05 調査結果の主な所見
- 07 調査手法
本レポートの作成方法

09 2022年の人気アプリカテゴリ

カテゴリのトレンド
旅行カテゴリの圧倒的な成長
産業界は主要カテゴリに投資
ツールの充実を推進
世界の人気アプリカテゴリ
アプリが世界を動かす

19 急成長アプリ

成長を振り返って
2022年の人気アプリ50選
期待の星を紹介
2022年の急成長アプリ
ニーズにマッチするツール
急成長しているアプリ（企業規模別）
各分野の人気アプリ
成長しているアプリ（業種別）
世界各地の状況
急成長しているアプリ（地域/国別）

35 業務に最適なツール

バンドルの戦い
Googleのリード
スイートを補完するアプリ
ベストオブブリードの台頭
開発者ツールの成長
監視アプリの成長
最も人気のある人事ツール
働く人々を支えるアプリ
リモートアクセスソリューションの成長
アクセス保護は自宅から

Apps for Good
より良い世界のために
各業種のワークフロー導入
流れに乗る

55 マルチクラウドの台頭

最も人気のあるクラウドプラットフォーム
クラウドのさらなる躍進
最も人気のあるクラウドの組み合わせ
1つより2つ

62 暮らしの中のアプリ

最も人気のあるバンキング/ファイナンス
アプリ
eウォレットの中身は？
フィットネスが強くなり、ダイエットは
スリムダウン
勢い付く健康管理/ウェルネスアプリ
最も人気のあるソーシャルメディアプラ
ットフォーム
「いいね!」「フォロー」「シェア」の
リーダー

69 セキュリティのトレンド

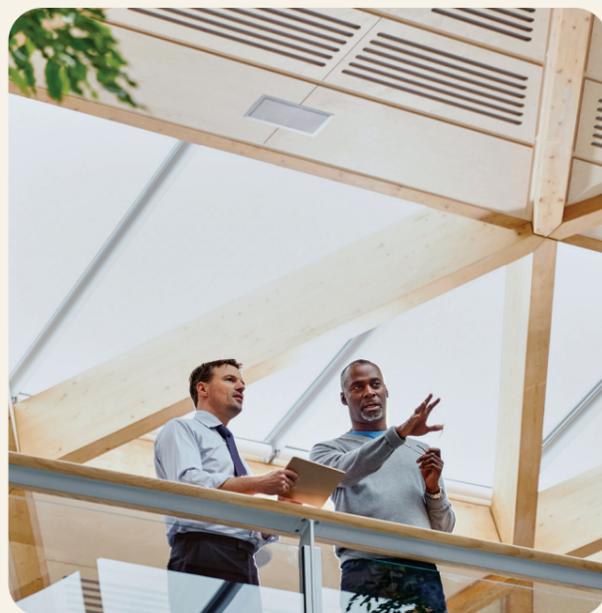
高まる重要性
セキュリティカテゴリ内の首位争い
最も人気のある保証要素タイプ
MFAの保証レベルの違い
セキュリティの質問を問う
要素グループの成長（業種別）
より安全な未来のために
ゼロトラスト導入の進捗状況
決して信用せず、常に検証せよ
ゼロトラスト構成が拡大
アダプティブMFAのイベント数（業種別）
ゼロトラストのトレンド
WebAuthnの利用状況（業種別）
パスワードからの脱却、
安全な認証の推進

89 まとめ

不確実な時代にも戦略的であり続ける

この一年のトレンドは、不確実性を乗り切るために最適なツールと戦略の見極めがキーポイントになりました。世界的には、労働市場の逼迫、高インフレ、金利上昇などの厳しい状況が続き、ビジネスを持続・成長させる上では紛れもなく困難な時代となっています。

こうした環境下で組織が成功するには、戦略的に行動する必要があります。従業員の効率化にさらに注力し、セキュリティへの投資を増やし、収益に直結する取り組みでイノベーションを推進することが求められます。Okta の全世界のお客様 17,000 社と 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) の匿名データからは、多くの企業がまさにこの取り組みを進めている状況を理解できます。



世界中の組織が、効率化のためにワークフローに投資し、クラウドファーストのツールでリモートワークの生産性を高め、脅威を軽減するためにセキュリティを優先しています。また、2022 年初頭から旅行アプリの利用が大きく増え（その成り行きはいずれ明らかになります）、Apple モバイルデバイス管理ツールの Kandji が最も急速に成長したアプリとなっています。

引き続き堅調に推移していくトレンドも、勢いを増していくトレンドもあります。中でも、多くの組織にとってセキュリティは依然として最重要課題であることから、リモートアクセスの保護を強化するための新しい方法として、多要素認証 (MFA) ソリューションで保証レベルの高い要素を導入するなどの取り組みが行われています。また、かつては机上の空論でしかなかったゼロトラストが、すでに多くの組織で当たり前のものになりつつあります。



この紛れもなく特異な時期に、どのようなアプリやデジタル戦略が支持されているのか、データを深く掘り下げてご紹介します。

調査結果の 主な所見

カテゴリのトレンド

環境の変化に伴い、旅行分野が大きな勢いで回復しています。すべての関連業種で、顧客数は前年比 43% の増加、ユニークユーザー数は 197% の増加を記録しています。事務用品は、昨年のレポートでは上位 10 にも入りませんでした。顧客数では前年比 35%

“

旅行分野が大きな勢いで回復しています。すべての関連業種で、顧客数は前年比 43% の増加、ユニークユーザー数は 197% の増加を記録しています。

の増加、ユニークユーザー数では 77% の増加と、驚異的な伸びを示しました。昨年、顧客数で前年比 39% の圧倒的な増加を記録したデザインソフトウェアは、今年も 31% という第 3 位の増加を達成し、高い成長率を維持しています。営業 / マーケティングツールは、欧州 / 中東 / アフリカ (EMEA) 地域で顕著な伸びを示しました。もちろん、セキュリティは依然として世界的に関心の高い分野ですが、アジア太平洋 (APAC) 地域で前年比の成長に最も大きな勢いが見られます。

急成長しているアプリ

この一年で急成長しているツールとして、コラボレーション、コミュニケーション、出張、人事、クラウドプラットフォーム、開発者ツール、セキュリティツールなど、多彩な分野のアプリがランクインしています。その中で最も成長したのは、顧客数で前年比 172% 増の Kandji です。本レポートでは、顧客数とユニークユーザー数に基づき、総合的に急成長しているアプリを調査し、業種別、地域別、国別で特に成長しているアプリをさらに掘り下げます。

業務に最適なツール

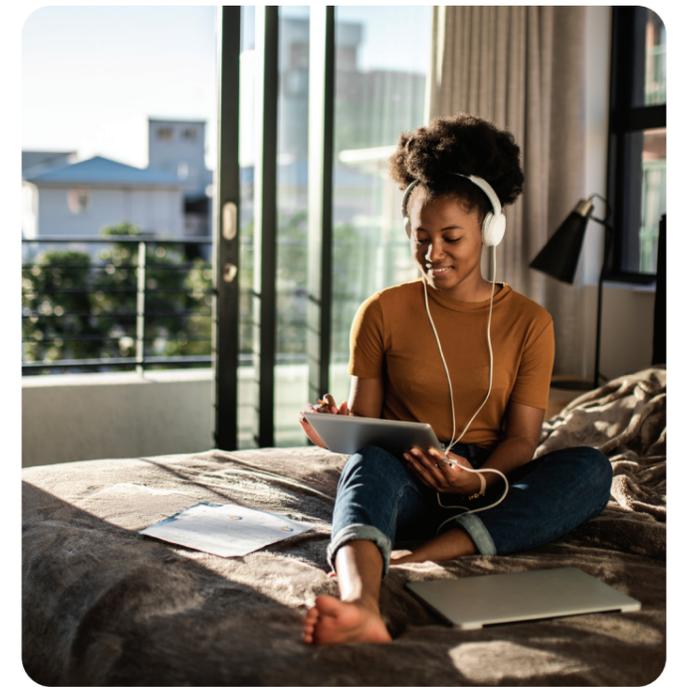
組織は、使命遂行のために広範かつ多数のアプリを利用しています。特に大規模組織（従業員 2,000人以上）は、平均211種類のアプリを社内導入しています。多くの企業が、生産性スイートに加えて、Zoom、Slack、Boxといった「ベストオブブリード」のアプリを導入しています。北米では、Microsoft 365を導入しているOktaの顧客の51%がZoomを利用しています。また、全世界では、Microsoft 365を導入している組織の42%がGoogle Workspaceも利用しており、この割合は昨年の38%から増加しています。人事ツール、開発者ツール、リモートアクセスソリューション、社会貢献アプリのランキング、そして効率化のために自動ワークフローを採用する動きについても紹介します。

マルチクラウドの台頭

「1つのクラウドプラットフォームで仕事が半分になるなら、2つ導入すべきだ」という声が聞こえてきます。今年のデータには、2017年以来のトレンドであるマルチクラウドの採用が依然として進行しており、Amazon Web Services (AWS) と Google Cloud Platform (GCP) の組み合わせが引き続き最も人気があることが示されています。クラウドソリューションを1つだけでなく、2つ、3つと導入する企業が増えている現状と、その理由を探っていきます。

暮らしの中のアプリ

仕事とプライベートの境界が曖昧になっています。企業向けアプリと個人向けアプリの両方の利用状況を見ると、デジタル決済の先駆けであるPayPalと新規参入組のVenmoとStripeが、ファイナンス/バンキングアプリの分野で成長していることがわかります。健康管理/ウェルネスアプリの中では、Fitbitが圧倒的な強さを保持している一方で、顧客数の成長率が最も目覚ましいのは、LiveWell（顧客数で前年比32%増）と、メンタルヘルスに焦点を当てたModern Health（顧客数で前年比30%増）の2つのアプリです。また、ソーシャルメディアでは、LinkedInが首位を保持する



一方、TeamSnapが顧客数で最速の成長を遂げています。

セキュリティのトレンド

リモートワークやハイブリッドワークは今後も続くため、ホームオフィス（あるいはカフェやAirbnb）での作業のためにネットワークアクセスを保護することは最重要課題です。企業は、多要素認証（MFA）で要素の保証レベル強化に取り組んでいます。保証レベルの低いセキュリティの質問は全体的に成長率が最も低い（顧客数で前年比3%増）のに対して、保証レベルの高いセキュリティキー/生体情報（WebAuthnを含む）は急速に成長しています。顧客数で前年比46%増、さらにユニークユーザー数では211%増という圧倒的な伸びを示しました。ユーザー、デバイス、ネットワークを保護するために、企業がより多くの構成を追加していることから、ゼロトラストセキュリティの枠組みは引き続き拡大していきます。Oktaの顧客も、22%が1つ以上のゼロトラスト構成を導入しています。

調査手法

本レポートの 作成方法

「Businesses at Work」レポートは、Okta のお客様からのデータに基づいて作成しています。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、そして全世界何百万もの毎日の認証 / 検証からデータを収集し、匿名化しています。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。

本レポートに示すデータは、Okta のお客様、Okta Integration Network を通じてお客様が接続するアプリケーションや統合、ユーザーがこれらのツールに Okta のサービスを通じてアクセスする方法を大局的に示したものです。また、本レポートで「アプリ」「ツール」と呼んでいるものは、Okta Integration Network を介して提供されるアプリケーション、サービス、統合を指しています。Okta のお客様のうち、Microsoft 365 を導入している組織について説明したトレンドは、Okta を利用していない Microsoft 365 の顧客（Azure Active Directory や、アプリ間の強力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顧客）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。社会貢献アプリのセクションでは、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）の数をカウントしています。

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、2021 年 11 月 1 日から 2022 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」「2022 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」「2021 年」といった表現は、2020 年 11 月 1 日から 2021 年 10 月 31 日までの期間を指します。「2020 年」などの西暦年を示す表現も、同様の期間を指します。

企業規模については、従業員 2,000 人未満の企業を「小規模」、2,000 人以上の企業を「大規模」と区分しています。

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、「ワークフォースアイデンティティ」という用語を使用しています。また、自社の顧客向けに Okta サービスを導入しているお客様について、「カスタマーアイデンティティ」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。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を切り離して説明する場合、これらの製品は対象外とします。

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

2022年の 人気アプリ カテゴリ

2022年に最も人気のあったアプリのカテゴリを見ると、コロナ禍からの回復が世界的に進行していることがわかります。その中で、組織は製品を再設計し、様変わりした環境に対応するためビジネスを再構築し、あらゆる業種/国/地域にわたって堅固な態勢を構築すべく歩んでいます。特に、旅行アプリ、デザインソフトウェア、開発者ツールが好調です。





カテゴリのトレンド

旅行カテゴリの 圧倒的な成長

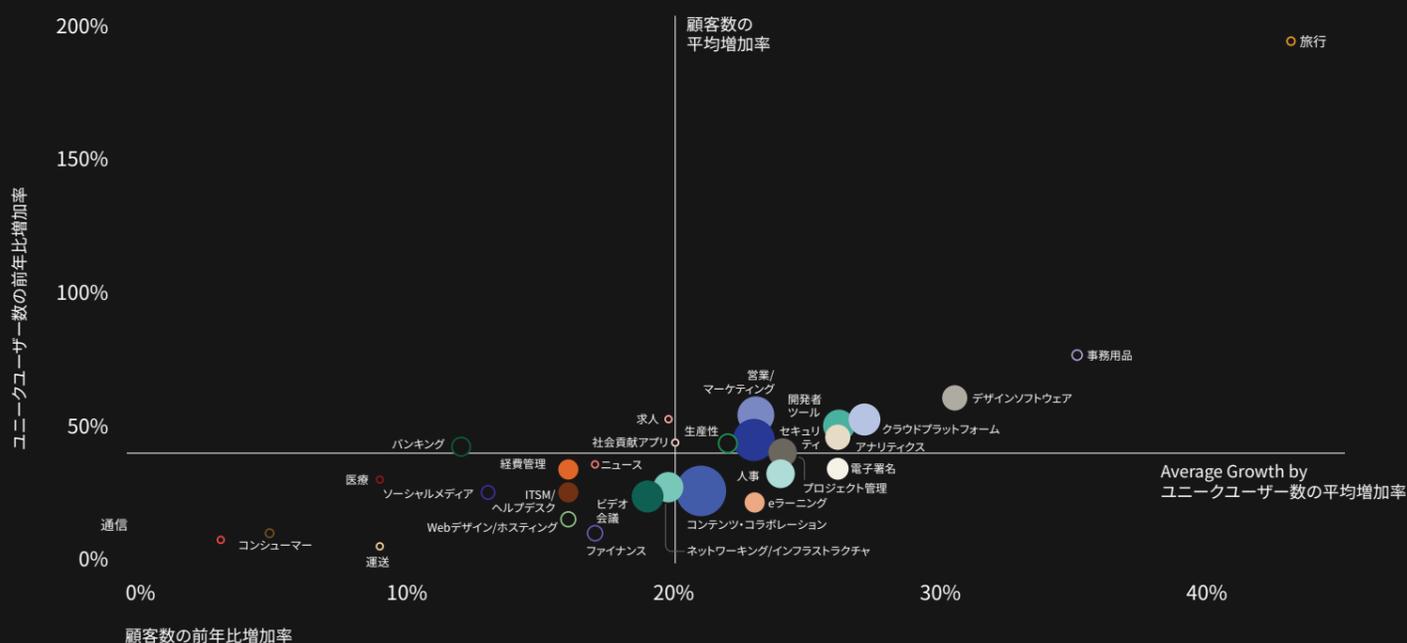
フライトの遅延、燃料費の高騰、接客スタッフ不足といった状況が続いているにもかかわらず、旅行者の数は増え続けています。

過去2年間の活動自粛によって、同僚やクライアントとの交流が切望されていることを踏まえると、現在最も急速に成長しているカテゴリが旅行アプリであるのも当然でしょう。それにしても、たいへんな勢いであることがデータに示されています。旅行アプリは、顧客数で前年比43%増、ユニークユーザー数で前年比197%増となり、圧倒的な成長率でトップを独走しています。Oktaは、コロナ禍の停滞状態から旅行者数が回復することが今年のデータに表れると、当初から見込んでいました。しかし実際には、旅行カテゴリの回復は2020年中から始まり、コロナ後の活動再開によって爆発的に高まったのです。2017年から2019年までの成長は平均以下だった旅行カテゴリは、2020年に顧客数で前年比32%増となり、顧客成長率の平均を上回りました。さらに2021年には、顧客数で前年比41%増、ユニークユーザー数で231%増となり、2022年と同様に他のカテゴリを大きく引き離す成長のリーダーとなりました。3年連続で平均を上回る成長を遂げただけでも素晴らしい実績です。

ビジネスの活動では、ハイブリッドのコラボレーションが完全に受け入れられ、上位のアプリカテゴリにはオフィスへの回帰とリモートワークの継続の両方が反映されています。事務用品のカテゴリには、[5.11 Tactical](#) (ユニフォーム)、[Amazon Business](#)、[Pitney Bowes](#)、[4imprint](#) (販促品)、[Staples](#)、[Vistaprint](#)、[Dell](#)、[Apple Business Manager](#)といったアプリが含まれます。このカテゴリは、昨年のレポートではトップ10のアプリカテゴリにも入りませんでした。今年には顧客数が35%、ユニークユーザー数が77%と、前年比で驚異的な成長を記録しました。昨年のレポートで、前年比39%の顧客増加という最速の成長を遂げたデザインソフトウェアは、今年もさらに31%の顧客増加(ユーザー数は60%増加)を達成して勢いを維持しています。2017年に顧客数で前年比58%増、そしてユニークユーザー数では前年比185%増という圧倒的な成長を記録して以来、5年間堅調に成長してきました。昨年好調だったコンテンツコラボレーションやビデオ会議などのカテゴリは、今年はそれほど急速ではありませんが、引き続き成長しています。

“過去2年間の活動自粛によって、同僚やクライアントとの交流が切望されていることを踏まえると、現在最も急速に成長しているカテゴリが旅行アプリであるのも当然でしょう。”

アプリカテゴリの成長



今年は、人気アプリカテゴリの視覚的な提示方法が変わりました。15 カテゴリに限定したトレンドのグラフを単純に示す代わりに、成長マトリクスで 29 カテゴリすべてを紹介できるようにしました。これにより、顧客数とユニークユーザー数の前年比成長率を示します。カテゴリの顧客数のランキングも凡例に示し、さらに色付きの円の相対的サイズで表現しています。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。

- コンテンツコラボレーション
- セキュリティ
- 営業/マーケティング
- クラウドプラットフォーム
- 開発者ツール
- ビデオ会議
- ネットワーク/インフラストラクチャ
- 人事
- プロジェクト管理
- デザインソフトウェア
- アナリティクス
- 電子署名
- 経費管理
- ITSM/ヘルプデスク
- eラーニング
- 生産性
- バンキング
- Webデザイン/ホスティング
- ファイナンス
- ソーシャルメディア
- 事務用品
- 旅行
- コンシューマー
- 運送
- 通信
- 医療
- ニュース
- 求人
- 社会貢献アプリ

備考：このアプリ使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。

今年、コンテンツコラボレーションは顧客数で前年比 21% 増（昨年は 28% 増）、ビデオ会議は顧客数で前年比 19% 増（昨年は 23% 増）を記録しました。

2018 年半ばから 2 位と 3 位にランクインしているセキュリティと営業 / マーケティングの両カテゴリには、引き続き高い関心が寄せられています。セキュリティツールの導入は、顧客数で前年比 23% 増、ユニークユーザー数で前年比 43% 増となりました。脅威が拡大し続け、あらゆる企業がデータ侵害のリスクに直面している状況では当然のことと言えます。また、企業がビジネスの成長に向けて取り組みを強化する中、営業 / マーケティングアプリは顧客数で前年比 23%、ユニークユーザー数で前年比 53% の伸びを記録しました。

同様に、クラウドプラットフォーム、開発者ツール、生産性アプリも、着実にデジタルツールに追加されており、これらのカテゴリは「成長リーダー」の位置付けを保持し続けています。ただし、成長率はこの 5 年間でやや鈍化しています。クラウドプラットフォームのカテゴリは、今年も顧客数で前年比 27% 増を達成し、54% 増というピークを記録した 2017 年以降も成長し続けています。これに続く開発者ツールカテゴリは、顧客数では 2017 年の前年比 51% 増に対して、今年は前年比 26% 増を記録しています。生産性ツールは、顧客数で 2017 年の前年比 57% 増に対して、今年は 22% 増を記録しました。■



産業界は主要カテゴリに投資

ツールの 充実を推進

アプリのカテゴリの伸びを顧客の業種別に見ると、さまざまな興味深い傾向が浮かび上がってきます。デザインソフトウェアは、多くの分野で前年比の高い伸びを示しています（ヒートマップでは濃い色の部分）。デザインソフトウェアが顧客数で最も伸びた業種は、運輸 / 倉庫（前年比 45% 増）、保険（同

また、多くの分野で営業 / マーケティングツールが力強い成長を遂げています。成長率が高いのは芸術 / 娯楽 / レジャーで、営業 / マーケティングツールへの投資が顧客数で前年比 41% 増となりました。その他、小売（顧客数で前年比 32% 増）、教育（同 29% 増）、医療 / 医薬品（同 28% 増）など、多くのカテゴリが営業 / マーケティングツールを優先的に採用しています。

教育や非営利の分野は、基本的なインフラストラクチャや中核的能力に重点を置いていると見られます。教育分野は、すべてのカテゴリで高い成長率を示しており、ネットワーク / インフラストラクチャアプリを導入した顧客数では前年比で 42% という最も高い成長を記録しています。また、非営利分野では、デザインソフトウェアの導入が最も進んでおり、顧客数で前年比 29% 増となっています。

38% 増）、医療 / 医薬品（同 35% 増）、芸術 / 娯楽 / レジャー（同 33% 増）、建築 / 土木（同 33% 増）です。

さらに細かく見ると、旅行の成長を主に押し上げているのはテクノロジー分野であり、顧客数で前年比 62% 増、ユニークユーザー数で同 258% 増を記録していることがわかります。

アプリカテゴリの成長（業種別）



なお、上記のヒートマップは上位 10 のアプリカテゴリしか表示していませんが、複数の業種がより小規模なアプリカテゴリにも注力しています。成長マトリクスに示すように、旅行は顧客数とユニークユーザー数で最も急速に成長しているカテゴリです。さらに細かく見ると、旅行の成長を主に押し上げているのはテクノロジー分野であり、顧客数で前年比 62% 増、ユニークユーザー数で同 258% 増を記録していることがわかります。（昨年は、テクノロジー分野が旅行の成長を先導しました。Navan [旧 TripActions] は、この分野で

はユニークユーザー数で最も成長したアプリであり、前年比 1647% という比類ない成長率を遂げました。）また、ファイナンス / バンキング分野も旅行に最も注力し、顧客数で前年比 33% 増となっています。■

世界の人気アプリカテゴリ

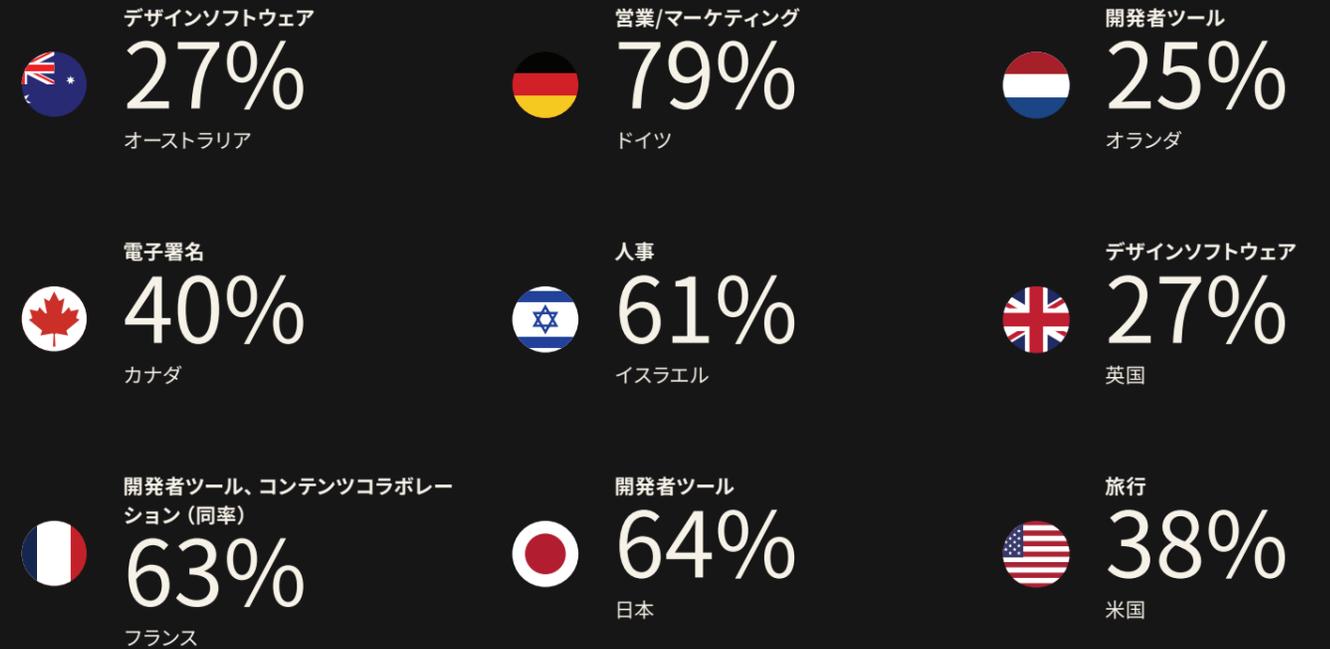
アプリが 世界を動かす



アプリのカテゴリの成長を国別に見ても、興味深い結果が得られました。上位のアプリカテゴリは、使用言語と同様に多岐にわたります。英国ではデザインソフトウェアが好調で、顧客数で前年比27%増となりました。フランスとオランダでは、地理的条件が大きく異なるように、急成長しているアプリのカテゴリも異なります。フランスでは、コンテンツコラボレーションが前年比63%増で最も成長し、オランダでは開発者ツールが25%増となりました。

ヨーロッパ内ではさらに、ドイツで営業/マーケティングアプリが79%増で首位に立ちました。また、日本は国別で最も高いカテゴリ成長率を示しています。開発者ツールは顧客数で前年比64%増となりました。日本でベンチャーキャピタルの資金調達額が過去10年で10倍に増加したことを考えると、決して意外な状況ではありません。イスラエルでは、人材が61%の伸びを示しました。オーストラリアでは、デザインソフトウェアが前年比27%増となり、最も成長しました。北米では、人々の自粛疲れを反映してか、旅行が前年比38%の伸びを記録し、最も成長したアプリカテゴリとなっています。一方、カナダでは電子署名がリードし、前年比40%増の顧客を獲得しています。

アプリカテゴリの成長（国別）



場所が変わればニーズも異なる — 地域別に見たアプリカテゴリの成長

地域別で見ると、北米と欧州 / 中東 / アフリカ (EMEA) で旅行カテゴリが目覚ましい成長を遂げ、旅行アプリの顧客数が前年比成長率でそれぞれ39%と78%を記録しています。

事務用品カテゴリも大きく成長しました。ハイブリッドワーカーがオフィスに戻りつつある状況を反映して、北米（ユニークユーザー数で前年比78%増）とEMEA（同162%増）で事務用品の需要が再び高まっています。EMEAでは営業/マーケティングアプリも急成長し、ユニークユーザー数で前年比313%増を記録しています。

アジア太平洋 (APAC) では、セキュリティ、電子署名アプリ、開発者ツール、クラウドプラットフォーム、アナリティクスツールが大きく伸びており、中でもユニークユーザー数の成長が顕著です。最も成長したセキュリティツールは、ユニークユーザー数で前年比85%増となりました。電子署名ツール、開発者ツールの利用は、ユニークユーザー数でそれぞれ前年比61%と55%の増加を記録しました。クラウドプラットフォームは、ユニークユーザー数で前年比50%増、アナリティクスツールはユニークユーザー数で前年比47%増となっています。

次に、より強く、より安全で、レジリエンスがより高い組織を作り、将来への備えを強化するために、企業が具体的にどのようなアプリ、ツール、プラットフォームを選んでいるのかを見ていきましょう。■

最も人気があり、最も成長著しいアプリ

急成長 アプリ

Okta が毎年発表している急成長アプリのランキングは、長期にわたって多くの組織が利用し続けている「定番中の定番」のアプリ、そして新しく登場した話題のアプリという、2タイプのサクセスストーリーを反映しています。このような成長の覇者たちを阻むものは何もありません。まずは、今年ランクインしたすべてのアプリに心から拍手を送りましょう。

成長を振り返って

2022年の 人気アプリ50選

有名人の動向には誰でも興味があるでしょう。そこでまず、巨大な顧客ベースを持つ大手アプリが今年どのように成長したかをご紹介します。どのアプリが新規顧客を獲得し続けているのでしょうか。顧客が減っているアプリはどれでしょうか。では、最も人気の高いアプリを確認していきましょう。

“

[上位 50 アプリの中] では、顧客数で前年比 81% 増と圧倒的な伸びを見せる Figma や、ユニークユーザー数で前年比 128% という快挙を遂げた Sentry が際立っています。

前回のレポートでは、上位 15 アプリのみを取り上げ、顧客数の成長を単純なチャートで紹介しただけでした。今年は、上位 50 のアプリを網羅し、1つの成長マトリクスで顧客数とユニークユーザー数での成長を示します。アプリのランキングも凡例に示し、さらに色付きの円の相対的サイズで表現しています。では、詳しく見ていきましょう。

チャート右上のクアドラントは、顧客数とユニークユーザー数の両方で急成長しているアプリやツールを示しています。成長リーダーが集まる右上のクアドラントには、顧客数の増加が前年比 30% 以上であり、なおかつユニークユーザー数の増加が 43% 以上のアプリだけが含まれています。上位 50 にランクインするほど多くの顧客を獲得したアプリは、それぞれ成長を維持するための方法を見出しています。ここでは、顧客数で前年比 81% 増と圧倒的な伸びを見せる Figma や、ユニークユーザー数で前年比 128% という快挙を遂げた Sentry が際立っています。

興味深いことに、右上の高成長クアドラントの15アプリのうち、13のアプリは、前回の「Businesses at Work」レポートで初めて急成長アプリのリストに登場したものです。前回は初期の勢いを示していたこれらのアプリが、今年は確立されたプレイヤーとしてランクインしています。成長リーダーのクアドラントには、Oktaが最初にレポートを発表した2015年からランクインしているアプリも含まれています。当時、PagerDuty は2番目に成長しているアプリで、そのときの第1位はSlackでした(トリビアの材料として覚えておくといいかもかもしれません)。



PagerDuty (2015年)に続き、Zscaler (2017年)、KnowBe4 (2017~2019年、2018年に第1位)、LastPass (2018年)、Datadog (2018年)、Freshworks/Freshservice (2018年、2019年)、Snowflake (2019年に第1位)、Amazon Business (2020年に第1位)、1Password、Sentry (2020年)、GitHub (2020年、2021年)、Figma (2021年)、Miro (2021年)が加わりました。実際、今年の高成長クアドラントで、過去にランクインしていないのは、顧客関係管理プラットフォームのHubSpotとプロジェクト管理アプリのAsanaの2つだけです。

成長リーダーの共通点は何でしょうか。コラボレーション (Figma、Miro、Asana)、セキュリティ (1Password、LastPass、Zscaler、KnowBe4)、開発者ツール (Sentry、Datadog、GitHub、PagerDuty) の3カテゴリから、それぞれ3つ以上のアプリが高成長クアドラントに入っています。前述のアプリカテゴリのトップ5つに、これら3つのカテゴリがランクインしているのは興味深い点です。HubSpotが営業/マーケティングアプリなので、トップ5のアプリカテゴリの中ではクラウドプラットフォームが、右上のクアドラントに含まれていない唯一のカテゴリであることとなります。

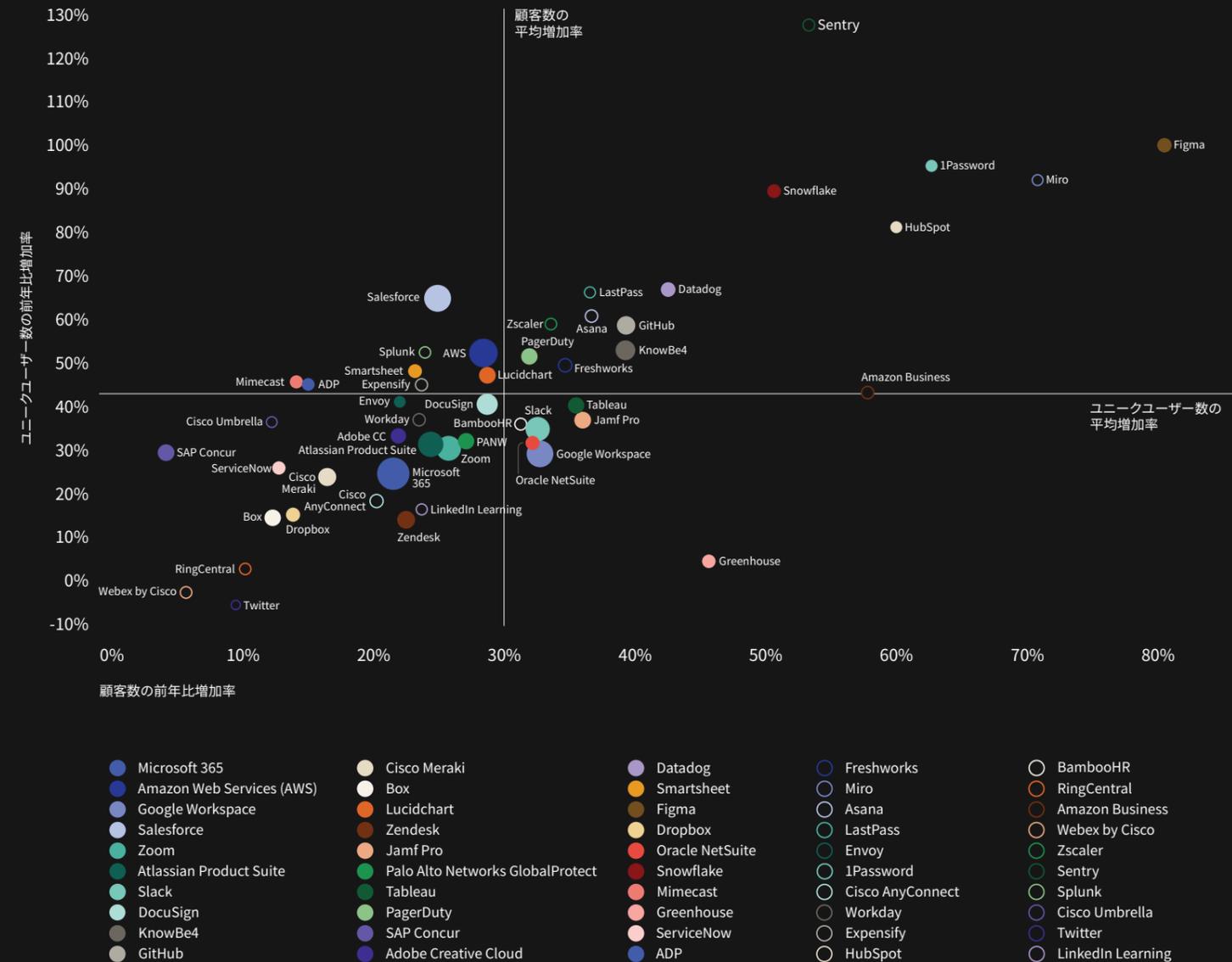
その他の急成長アプリもチェックしましょう。成長マトリクスの左上と右下のクアドラントにも、著しく成長したアプリが含まれます。右下(顧客数で平均以上の成長)には、Slack (2015年に

最も成長したアプリ)、Tableau (2015年と2016年の急成長アプリ)、BambooHR (2016年)、Jamf Pro (2017年の1位)の継続した成功が表れています。そして、左上(ユニークユーザー数で平均以上の成長)では、AWS (2015年)、Lucidchart (2016年)、Splunk (2019年)の功績を評価できます。

凡例は、顧客数で上位50にランキングしたアプリを示しています。本レポートを毎年読まれている皆様には、馴染みのあるアプリが並んでいるのではないのでしょうか。顧客数では、Microsoft 365がトップの座を守り、AWS、Google Workspace、Salesforce、Zoomが続いています。実際に、上位9つのアプリは昨年と同じランキングを維持しています。一方で、GitHubは2つ順位を上げて10位になり、Jamf Proは初めて登場して15位に着けました。

ユニークユーザー数でランキングした上位アプリのリストを見ると、やはり昨年とほぼ同じであることがわかります。Microsoft 365、Workday、ServiceNow、Google Workspace、Salesforceが、依然としてユニークユーザー数でトップ5を維持しています。目を引く点は、Zscalerが1つ順位を上げて6位になったことくらいでしょう。

上位50のアプリの成長率





アプリの地域別トレンド

成長マトリクスに現れる違い

上位 50 のアプリの成長マトリクスを地域別に見ると、異なる傾向やパターンが浮かび上がってきます。Microsoft 365 は、北米、EMEA、APAC の 3 地域すべてで、顧客数で依然として最も人気のあるアプリとなっています。北米では、AWS が 2 位、Zoom が 3 位を獲得しています(昨年のレポートで予測したとおりです)。EMEA では、Google Workspace が 2 位に入り(全世界の順位よりも高いランク)、AWS が 3 位となっています。APAC では、この順位が逆転し、全世界の順位と一致しています。

北米では、セキュリティ、営業 / マーケティング、データアナリティクス、求人が中心となって成長を牽引しています。1Password は、セキュリティツールの中で最も高い成長率を示しており、顧客数で前年比 59% 増、ユニークユーザー数で前年比 93% 増となっています。Hubspot は、顧客数で前年比 60% 増、ユニークユーザー数で前年比 96% 増となり、営業 / マーケティングのカテゴリを先導しています。また、アナリティクスツールでは、データコラボレーションツールの Snowflake (顧客数で前年比 50% 増、ユニークユーザー数で前年比 89% 増) が最も成長しました。この 3 つのツールに Miro と Figma を加えると、北米でユニークユーザー数が前年比で最も増加したアプリのトップ 5 となります。興味深いことに、求人アプリ Greenhouse の顧客数は前年比 44% 増となっていますが、この成長を牽引しているのは北米だけです。

EMEA で目立つのは、ユニークユーザー数で前年比 461% (顧客数では 27%) という驚異的な成長を遂げた Salesforce です。また、営業 / マーケティングでは、Hubspot が顧客数で前年比 68% 増、ユニークユーザー数で同 45% 増という好成績を出しています。1Password は、北米に加えて EMEA でもセキュリティツールの成長を先導し、顧客数

が前年比 77% 増、ユニークユーザー数が前年比 104% 増となりました。また、開発者ツールの Sentry の成長も著しく、顧客数で前年比 57% 増、ユニークユーザー数で前年比 175% 増を記録しました。この地域で急成長したその他のカテゴリには、人事とデータアナリティクスが含まれます。人事アプリの Bob は、前年比で顧客数が 90% 増加し、ユニークユーザー数が 115% 増加しました。データアナリティクスの Snowflake は、前年比で 66% の顧客増加と 93% のユニークユーザー増加を記録しました。

APAC 地域では今年、セキュリティと開発者ツールに大きな注目が集まりました。セキュリティのカテゴリでは、Jamf Pro、Netskope、LastPass、Zscaler が覇権を争いました。Jamf Pro は、顧客数が前年比 57% 増、ユニークユーザー数が同 118% 増となり、Netskope (顧客数が前年比 51% 増、ユニークユーザー数が同 56% 増) や LastPass (顧客数が前年比 43% 増、ユニークユーザー数が同 272% 増) と競い合うように成長しました。Zscaler も、ユニークユーザー数が前年比 280% 増と目覚ましい伸びを示し、顧客数も同 36% 増を記録しています。開発者ツールのカテゴリでは、Datadog がトップの座 (顧客数で前年比 60% 増、ユニークユーザー数で前年比 77% 増) を獲得し、続いて GitHub が顧客数で前年比 47% 増、ユニークユーザー数で前年比 64% 増という成果を上げました。

興味深いのは、Figma と Miro がすべての地域で一貫した前年比の成長 (特に顧客数の増加) を示していることです。Figma は、EMEA で顧客数が前年比 89% 増、APAC で同 88% 増と、成長のスピードが高まりました。Miro の全体的な顧客数の急増も、EMEA で前年比 78% 増、APAC で前年比 71% 増という勢いに牽引されています。これら 2 つのコラボレーションツールは、EMEA で最もユーザー数が伸びており、Miro にアクセスするユニークユーザー数は前年比 178% 増、

Figma を介したコラボレーションを利用するユニークユーザー数は前年比 146% 増となっています。

業務に最適なツール — 業界別の上位アプリ

業種別の上位アプリには、大きな変化が表れています。テクノロジー分野では、2019 年 6 月以降、顧客数で AWS が第 1 位のアプリとなっています。また、Slack が 5 位にランクインしました。医療 / 医薬品分野では、AWS が初めて上位入りして 4 位になりました。小売では、Google Workspace が 2 位に順位を上げました。教育分野では、Salesforce が 4 位に上がり、AWS と Atlassian Product Suite が 5 位に並びました。■

期待の星を紹介

2022年の 急成長アプリ

アプリにもスターが勢ぞろいするイベントがあれば、急成長アプリのトップ 10 にはさぞかし熱い視線が注がれることでしょう。今年は、例年になく多彩なアプリが大きな話題を集めています。これまでを振り返ると、2019 年はデータアナリティクスとセキュリティのツールが、2020 年はリモートワークに関連するツールが、そして昨年はコラボレーションのツールが注目されました。今年は、セキュリティ、コミュニケーション、出張、人事、クラウドアプリ開発、そしてもちろんコラボレーションなど、実に多様なアプリが急成長しました。

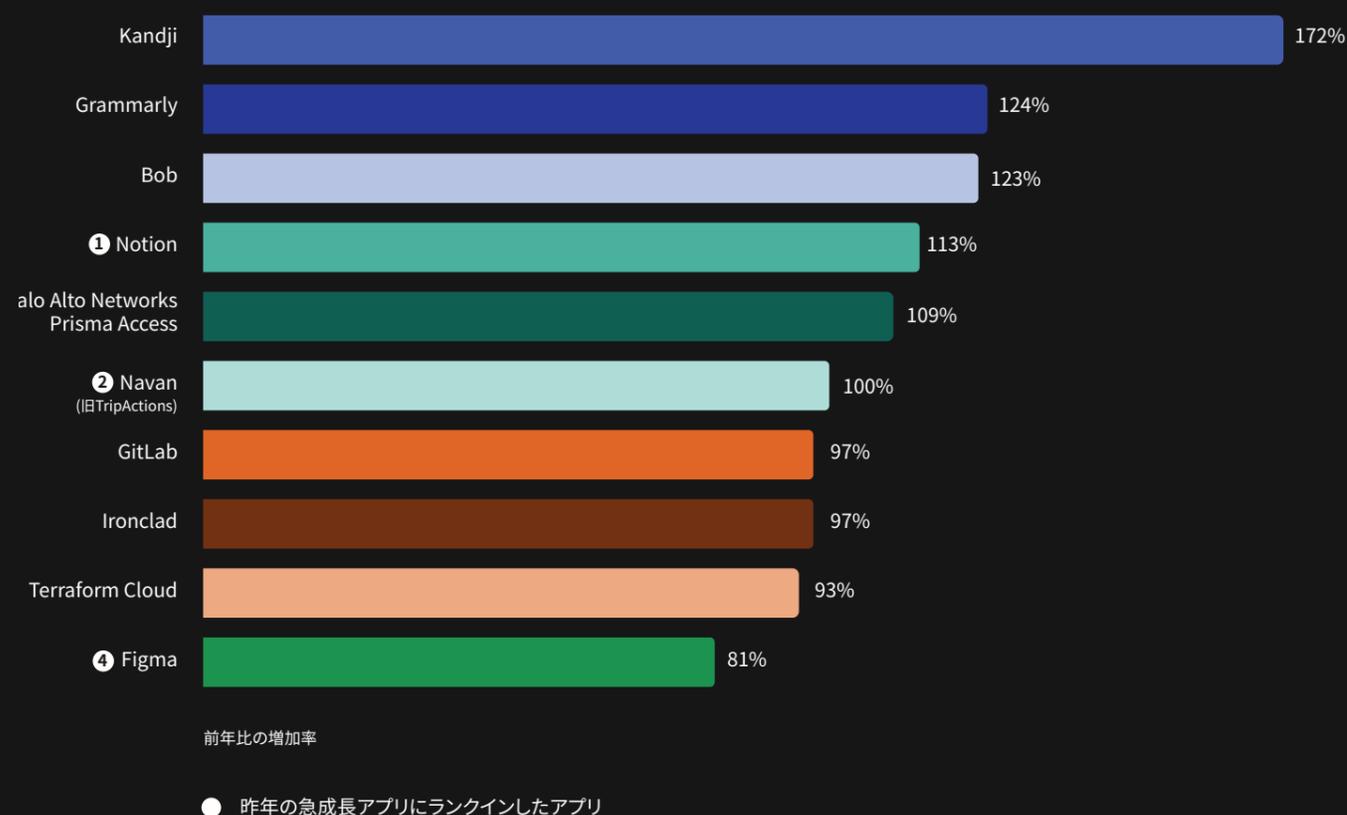
これらの新興アプリに共通しているのは、顧客数が前年比 81% から 172% という驚異的な成長を遂げている点です。2022 年の急成長アプリの 1 位は、Apple モバイルデバイス管理ツールの Kandji で、顧客数で前年比 172% の成長を記録しました。Kandji は、Okta Ventures のポートフォリオ企業であり、繰り返し実行する IT 管理タスクを自動化し、デバイス管理の分野に新しい機能を導入できるように支援しています。首位を獲得するというデビューを飾った Kandji の急成長は、IT チームが労力を削減しながら成果を拡大

させる取り組みを進める中で、自動化が強く求められていることを示唆しています。また、ハイブリッドワークの波を受けて、IT チームがリモートデバイスを管理 / 保護するための新しいソリューションを模索しているものと思われる。

2 位には、顧客数で前年比 124% の増加を記録した Grammarly が入りました。労働力が流動化し、リモートの活動が増え、グローバルな人材活用が進んでいる状況では、明確なコミュニケーションがこれまで以上に重要になっています。3 位は、人事ツールの Bob です。この新しいアプリは、静かにランキングを上げてきました。2021 年に EMEA の人事ツールで 2 位を獲得し、人気の高まりが見え始めましたが、今年になって全世界で前年比 123% の顧客増を記録しました。



顧客数が急増しているアプリ



“
2022年の急成長アプリの1位は、Apple
モバイルデバイス管理ツールのKandjiで、
顧客数で前年比172%の成長を記録しま
した。

上位3つは新しくランクインしたアプリですが、馴染み深いアプリもあります。4位と10位に入ったコラボレーションツールのNotionとFigmaは、前回それぞれ1位と4位を獲得しました。（昨年は、Notionが顧客数で前年比240%増、Figmaが同159%増という目覚ましい伸びを示しました。今年もそれぞれ113%と81%の伸びを記録したのは快挙です。）さらに、昨年は顧客数で前年比178%増を記録して2位に入ったNavanも、再びランクインして6位に着きました。コロナ禍を経て人々の移動が増加した今年、Navanが成長し続けているのは当然のことです。

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が急増しているアプリを見ると、多くの企業がセキュリティ、旅行、コラボレーションに注力していることがわかります。興味深いことに、ユニークユーザー数が急増しているアプリのトップ10のうち4つ（Navan、Palo Alto Networks Prisma Access、Notion、Terraform Cloud by HashiCorp）は、顧客数で急増しているアプリのトップ10にも含まれています。

また、昨年のユニークユーザー数で急成長しているアプリのランキングに含まれていた一部のアプリが、再び今年もランクインしています。高い成長率を維持することは特に難しいため、これは大きな成果です。2021年に1位になったNetskopeは、今年も1位を獲得し、ユニー

クユーザー数で前年比250%増という驚異的な伸びを実現しました。Navanは、ユニークユーザー数で前年比207%増となり、順位を1つ上げて3位に着きました。一方で、Calendlyは昨年の2位から8位へと順位を落としましたが、それでも前年比169%増という素晴らしい成長を遂げています。昨年3位になったNotionは、ユニークユーザー数で前年比201%増となって5位に入りました。昨年ユニークユーザー数で363%増を実現したPostmanも、168%の伸びを示して9位にランクインしました。

今年新しくランクインしたアプリは、Twilio SendGrid（ユニークユーザー数で前年比219%増）、Palo Alto Networks Prisma Access（同205%増）Keeper、（同195%増）、Terraform Cloud（同192%増）、Contentful（同159%増）です。これらのアプリはいずれもユニークユーザー数が前年比150%以上という優れた成長を達成しています。■

ニーズにマッチするツール

急成長しているアプリ (企業規模別)

優先事項とアプリの使用に関して言うと、規模は非常に重要です。データを見ると、大規模企業（従業員 2,000 人以上）と小規模企業では、ニーズや優先事項がまったく異なることがわかります。実際に、大規模組織と小規模組織の両方に共通して利用が急増しているアプリは存在しません。



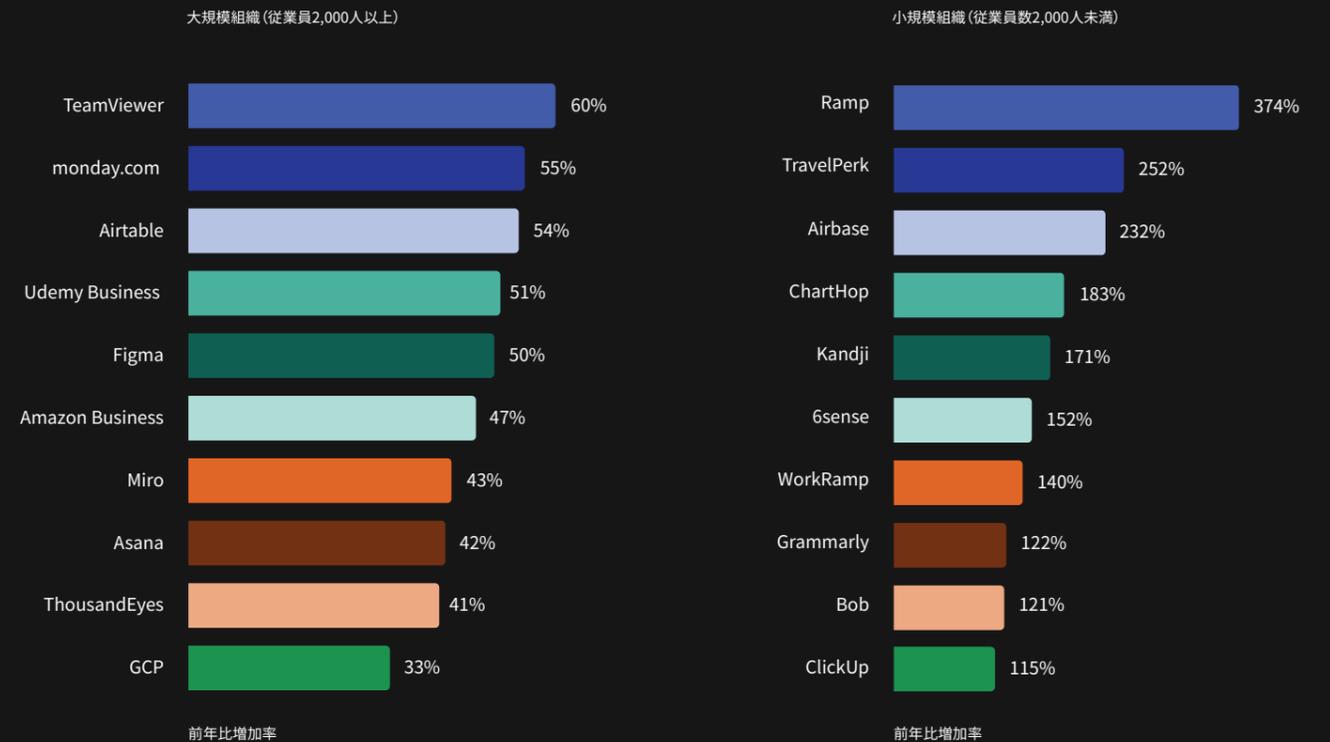
大規模組織では、IT サポート、プロジェクト管理、コラボレーションツールの優先度がより高くなっていると見られます。一方、小規模組織にとっての優先事項は予算管理です。

この観点でデータを見ていくと、急成長しているアプリの導入を牽引しているのは、小規模組織であることが明らかになります。小規模組織のランキングに含まれる3つのアプリ(5位の Kandji、8位の Grammarly、9位の

Bob) は、急成長アプリの総合ランキングにも含まれています。一方、大規模組織のランキングと総合ランキングの両方に登場するのは、コラボレーティブインターフェイスデザインツールの Figma (大規模組織での顧客数が前年比 50% 増) だけです。

大規模組織では、IT サポート、プロジェクト管理、コラボレーションツールの優先度がより高くなっていると見られます。IT サポートツールの [TeamViewer](#) は、前年比 60% 増で成長し、大規模組織での導入において顧客数が最も成長したアプリになりました。2位はプロジェクト管理ツールの [monday.com](#) で、顧客数で 55% 成長し、3位はコラボレーションツールの [Airtable](#) で、54% の伸びと僅差で続いています。興味深いのは、学習 ([Udemy Business](#))、事務用品 ([Amazon Business](#))、ネットワークインテリジェンス ([ThousandEyes](#))、クラウド ([GCP](#)) のアプリと並んで、4つのコラボレーションツール

急成長しているアプリ (企業規模別)



(Airtable、Figma、Miro、Asana) が大規模組織の急成長チャートの上位に入っている点です。

一方、小規模組織にとっての優先事項は予算管理であり、小規模組織で利用が増えたアプリの上位3つは、いずれも支出を監視するためのものとなっています。1位と3位を獲得した [Ramp](#) (顧客数で前年比 374% 増) と [Airbase](#) (顧客数で前年比 232% 増) は、経費・支出管理ツール、2位の [TravelPerk](#) (顧客数で前年比 252% 増) は旅費管理ツールです。小規模組織は、プロジェクト管理には [monday.com](#) よりも [ClickUp](#)、トレー

ニングには [Udemy Business](#) よりも [Workramp](#) を選ぶ傾向があります。■

各分野の人気アプリ

急成長しているアプリ (業種別)



地球が回り続け、太陽が明日昇るのと同じように、業種別 / 地域別の急成長アプリは毎年変わっています。

業種別の傾向を見ると、それぞれに何が優先事項になっているのかがわかります。昨年はコラボレーション (Notion) と旅行プランニング (Navan) に人気集中したテクノロジー部門が、今年はセキュリティ (Kandji) と会議管理の合理化 (Calendly) に注目しています。教育分野は、Google Workspace などのツールでコラボレーションの促進を続けていますが、現在は Salesforce により CRM に取り組むようになっています。昨年は Salesforce の導入に熱心だった医療 / 医薬品分野の企業は、セキュリティ (KnowBe4) やコラボレーション (AWS、Microsoft 365) に重きを置くようになっています。セキュリティにフォーカスし続けているファイナンス / バンキング分野は、昨年は DigiCert、今年は Netskope を優先的に採用しています。さらに、コラボレーションにも力を入れ、Figma を追加しています。小売分野は、引き続きアプリ開発を積極的に推進していますが、その関心の対象は昨年 GitHub から今年は Atlassian Product Suite へと移っています。また、DocuSign も積極的に追加しています。そして、行政部門は、引き続き Microsoft 365 を利用し続けています。■

急成長しているアプリ (業種別)

業種	顧客数の増加率	ユニークユーザー数の増加率
テクノロジー	Kandji 155%	Calendly 269%
ファイナンス/ バンキング	Figma 73%	Netskope 1100%
非営利	Asana 40%	Asana 187%
小売	DocuSign 49%	Atlassian Product Suite 74%
医療/ 医薬品	KnowBe4 43%	AWS、Microsoft 365(同率) 68%
教育	Google Workspace 31%	Salesforce 106%
行政	Microsoft 365 24%	Microsoft 365 93%

前年比の増加率

世界各地の状況

急成長しているアプリ (地域 / 国別)

地域別に急成長アプリを掘り下げてみると、さらに変化が見られます。昨年、旅行とスケジュール管理を重視した北米地域は、NavanとCalendlyを積極的に導入しましたが、今年はKandjiとNetskopeを筆頭にセキュリティを最優先させています。Kandjiは、北米で前年比182%の顧客数増加を達成し、Netskopeはユニークユーザー数で前年比521%の伸びを記録しています。コラボレーションツールのNotionは、顧客数(前年比121%増)とユニークユーザー数(同263%増)の両方で、この地域で2番目の高い成長を実現しました。

EMEAの視線は、電子署名とアプリ開発(昨年はDocuSignとGitHubが最も成長)から、旅行予約や経費管理へと移っています。この地域の主要アプリであるTravelPerkは、顧客数で前年比255%増、ユニークユーザー数で前年比516%増を記録しました。

昨年、アジア太平洋地域(APAC)では、Google WorkspaceとZoomを活用したコラボレーションと生産性向上に注力する動きが顕著でした。今年は、コラボレーティブデザイン(Figmaが顧客数で前年比88%増)とセキュリティ(Zscalerがユニークユーザー数で前年比280%増)へと焦点が移っています。地域データを細かくチェックし、

急成長しているアプリ(地域別)

地域	顧客数の増加率	ユニークユーザー数の増加率
北米	 Kandji 182% (第2位: Notion, 121%)	 Netskope 521% (第2位: Notion, 263%)
EMEA	 TravelPerk 255% (第2位: Grammarly, 159%)	 TravelPerk 516% (第2位: Salesforce, 461%)
APAC	 Figma 88% (第2位: Miro, 71%)	 Zscaler 280% (第2位: LastPass, 272%)

前年比の増加率



国別に最も成長しているアプリを見ると、採用するアプリは国によって異なりますが、全体としてコラボレーション、開発、支出管理、セキュリティを優先していることがわかります。

米国とオーストラリアはセキュリティに力を入れています。米国ではKandji(前年比176%の顧客増)が大きく成長し、オーストラリアではCisco Meraki(前年比27%の顧客増)の利用が拡大しています。

ヨーロッパと日本では、コラボレーションに対する注目が高まっています。英国ではMiroがコラボレーションツールで最も成長しました。一方、フランス、オランダ、ドイツ、日本では、世界的なトレンドに沿ってGoogle Workspaceの利用が増えています。

スタートアップが集まる場所では、必ず開発者ツールが成長します。カナダのスタートアップ企業は、ここ数年で飛躍的に増大しており、年間平均95,000の新規事業が立ち上げられています。そのため、カナダで開発者ツールの導入が急速に進み、顧客数で前年比70%増の成長を達成したGitHubが首位に立ったのも当然といえるでしょう。スタートアップ大国として知られ、6,000社以上のスタートアップが活動していると見られるイスラエルでは、開発者にとって利便性の高いAtlassian Product Suiteが前年比55%の顧客増加を記録し、最も成長しているアプリとなっています。■

急成長しているアプリ(国別)

-  **オーストラリア**
Cisco Meraki, 27%
-  **カナダ**
GitHub, 70%
-  **フランス**
Google Workspace, 84%
-  **ドイツ**
Google Workspace, 100%
-  **イスラエル**
Atlassian Product Suite, 55%
-  **日本**
Google Workspace, 65%
-  **オランダ**
Google Workspace, 19%
-  **英国**
Miro, 71%
-  **米国**
Kandji, 176%

業務に最適なツール

コロナ禍が労働力に及ぼした影響は、進化し続けています。今日、全世界でハイブリッドワークが進展しています。従業員は分散し、より大きな力を獲得し、そして仕事そのものとの関係を冷静に見直しています。Gartnerの調査では、全従業員の半数がコロナ禍によって「雇用主に対する期待が変わった」と答えています¹。適切なデジタルツールは、企業が従業員の期待の高まりに応えるのに役立ちます。従業員をサポートする新しいツールを迅速に導入している組織では、従業員の生産性、幸福感、仕事の満足度が向上していることが確認されています。強力で使いやすいビジネステクノロジーなど、業務に最適なツールを提供することが、これまで以上に組織に求められているのです。

生産性スイートを増強するために単機能のベストオブブリードのアプリを利用する組織が増えています。生産性スイートをさらに追加するケースも見られます。企業は開発者チームに、多くの優れたツールを提供するようになってきました。安全で制約されないリモートワークのサポート、ワークフローによる日常業務の自動化、チャリティアプリによるコミュニティへの貢献の支援など、可能な限り効率を改善し、仕事の満足度を向上させています。

活発なアプリ利用：

アプリの平均利用数は堅調に推移

企業は、経済的に不確実な未来に直面しているのかもしれませんが、それでも、従業員の生産性を維持するためには強固なアプリが必要です。今年、顧客が使用したアプリの平均数は、昨年と同じく89種類でした。このデータには、Okta Integration Networkを介するかどうかを問わず、個人向けと企業向けのすべてのアプリが含まれています。つまり、Google WorkspaceやSlackから、UberEats、Netflixまで、あらゆるアプリが含まれているのです。

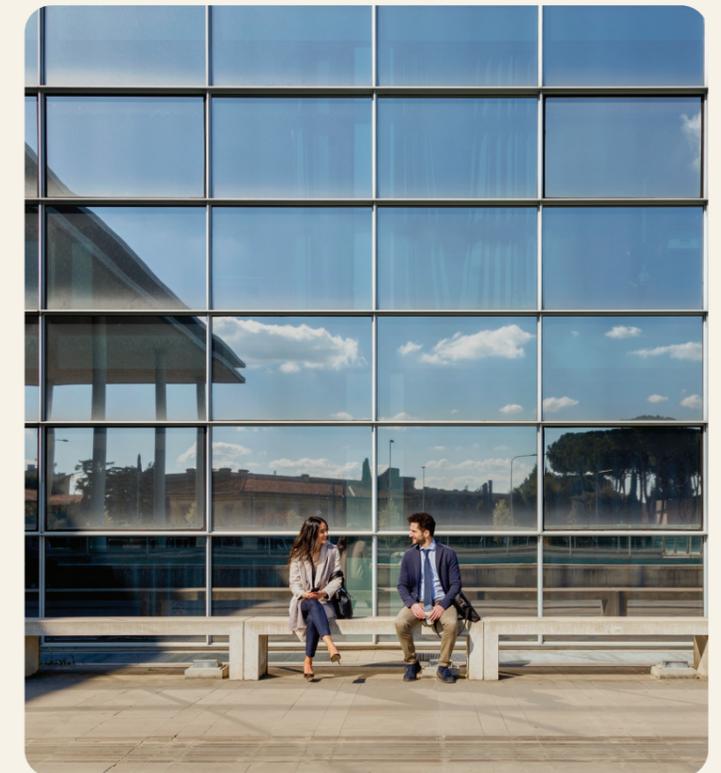
Oktaの長年の顧客と大規模組織は、平均して最も多くのアプリを導入しています。Oktaを4年以上利用している顧客は、それぞれ平均196のアプリを導入しています。また、大規模組織（従業員2,000人以上）では、導入するアプリの平均数が増えています。（このデータは、企業規模の変化により区分が変わる企業もあるため、毎年変化する可能性があります。）今年のデータでは、大規模組織が平均211種類のアプリを導入しており（前年の195種類から増加、ただし今年の規模区分に基づく）、8%増加しています。小規模組織では、アプリの平均導入数は昨年の70種類から今年は69種類に減少しました。

北米は、最も多様なアプリを利用している地域であり、1社あたり平均98種類のアプリを導入しており、昨年の97からわずかに増加しています。EMEAは平均65種類のアプリを利用し、APACは56種類のアプリで横ばいでした。

“

Oktaを4年以上利用している顧客は、それぞれ平均196のアプリを導入しています。

[1] Gartner®、「Employees Seek Personal Value and Purpose at Work.Be Prepared to Deliver.」(Jackie Wiles, 2022年1月13日) Gartnerは、Gartner, Inc. および/またはその関連会社の米国およびその他の国における登録商標およびサービスマーク、Hype CycleはGartner, Inc. および/またはその関連会社の登録商標であり、本書では許可を得た上で使用しています。無断転載を禁じます。





これらの生産性スイートの伸び率は、前回のレポートから6～13ポイント低下しました。2021年のデータでは、Googleが顧客数で前年比38%増、ユニークユーザー数で42%増を達成したのに対し、Microsoftは顧客数で前年比29%増、ユニークユーザー数で36%増でした。昨年の勢いには及びませんが、多くの企業がデジタルトランスフォーメーションを推進する中、両社の成長は堅調に推移し続けています。さらなる伸び代もあります。Gartnerの予測では、2026年末まで、サービスとしてのクラウドプラットフォームの市場は、2021年の620億ドルから2,376億ドル以上へと、ほぼ3倍の規模に拡大していきます²。

Google Workspaceの導入は、前年度に引き続き小規模組織が最も多く、顧客数は前年比で35%増加しました。その一方、大規模組織での利用は前年比18%増にとどまりました。Microsoft 365も同様であり、小規模組織では顧客数が23%増加し、大規模組織では11%増加しました。■

バンドルの戦い

Google のリード

GoogleとMicrosoftは、クラウドベースのオフィス生産性スイートで覇権を争い続けています。顧客数ではMicrosoft 365が引き続き1位を獲得し、成長率ではGoogleが首位の座を守っています。Google Workspaceの顧客数は前年比で32%増加し、Microsoft 365の前年比21%増を9ポイント上回っています。ユニークユーザー数の成長率は、Googleが前年比29%増、Microsoftが同24%増と、5ポイントの開きがあります。

主要な生産性スイート

	顧客数の増加率	ユニークユーザー数の増加率
 Microsoft 365	21%	24%
 Google Workspace	32%	29%

前年比の増加率

[2] Gartner®、「Hype Cycle™ for Cloud Platform Services, 2022」(Yefim Natis、Fabrizio Biscotti、2022年7月19日)



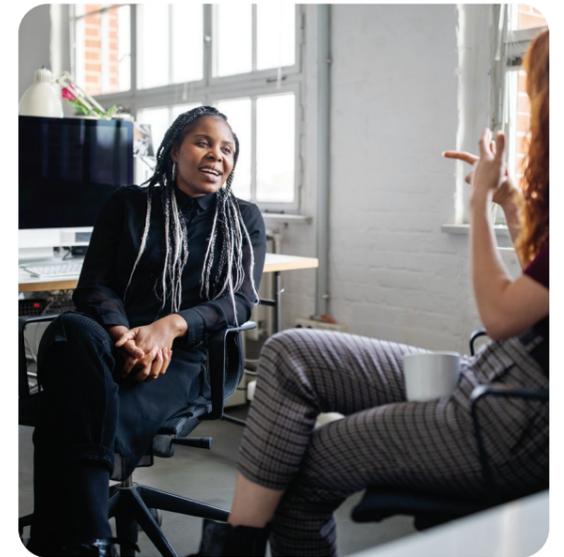
スイートを補完するアプリ

ベストオブ ブリードの台頭

チームが求める優れた生産性を実現するためには、単一のスイートでは足りないことがあります。企業は、Zoom、Slack、Boxといったベストオブブリードのアプリを導入し続けています。優先的に利用するスイートのバンドルで、名目上は機能が類似するツールを提供している場合でも同様です。(Oktaは、単独で提供する機能がカテゴリ内で支配的なアプリを「ベストオブブリード」と定義しています。)つまり、「ベスト」でなければならないこともあるのです。

Oktaの顧客は、ベストオブブリードのアプリでスイートを補完するようになっています。今年、Oktaの顧客でMicrosoftを利用している組織のうち、36%が4つ以上のベストオブブリードのアプリを使用しています(5年前には20%でした)。

まず、増加している2つのコラボレーション形態について見ていきましょう。ベストオブブリードのアプリの中で、最も多く生産性バンドルに追加されているのはZoomです。Microsoft 365を導入しているOktaの顧客の48%はZoomも導入しており、昨年の45%から増加しています。また、Microsoft 365を導入しているOktaの顧客の36%が、コラボレーション機能を高める

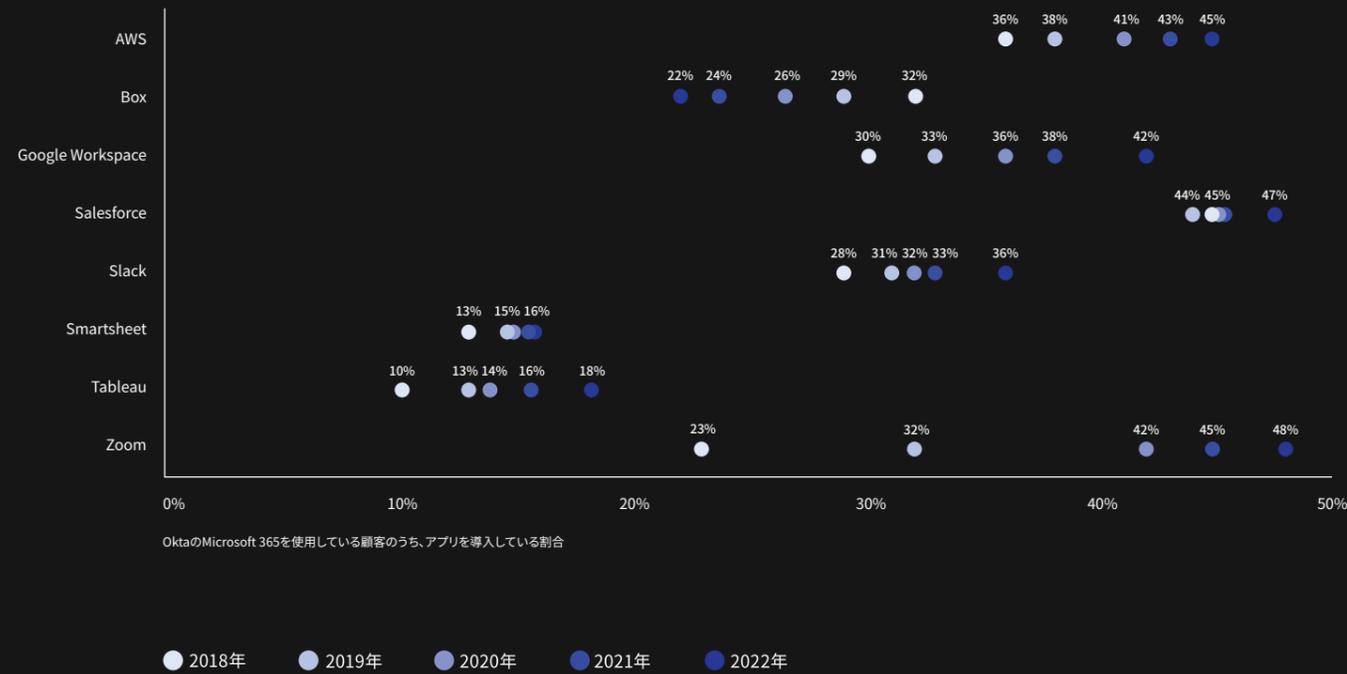


ために Slack を導入しており、昨年の 33% から増加しています。

複数の生産性スイートを導入する「ダブルバンドル」が最善であると考えられる企業が増えつつあります。今年、Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の 42% が Google Workspace も導入しており、前年比で 4 ポイント、過去 4 年間で 12 ポイント高まっています。

すべてのツールを1つのベンダーに固定することに、企業は抵抗を感じ続けています。たとえば、Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の 47% は、Salesforce も導入しており、1年前の 45% から増加しています。また、Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の 46% は、AWS も導入しており、昨年の 43% から増加しています。(複数のクラウドプラットフォームの導入が拡大している点については、[マルチクラウドのセクション](#)で後述します。)

Microsoft 365 を導入している Okta の顧客のうち、ベストオブブリードのアプリを導入している割合



備考：本レポート作成時点で、Salesforce の導入割合は、2018 年、2020 年、2021 年で同一です。また、本レポート作成時点で、Smartsheet の導入割合は、2019 年と 2020 年で同一であり、2021 年と 2022 年でも同一です。

“
 ベストオブブリードのアプリの中で、最も多く生産性バンドルに追加されているのは Zoom です。Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の 48% は、Zoom も導入しています。

地域別に見ると、興味深いパターンが浮かび上がってきます。北米での Zoom の利用は群を抜いています。北米で Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の過半数 (51%) が Zoom を導入しており、これは 1 年前より 3 ポイント高く、他のどのベストオブブリードよりも高い割合となっています。

EMEA では、クラウドインフラストラクチャとクラウドベースのコラボレーションアプリの成長が続いています。EMEA で Microsoft 365 を導入している Okta の顧客のうち、Google Workspace も利用している割合は 46% に達し、昨年より 5 ポイント増加しています。また、Slack の利用も増加しており、今年、EMEA で Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の 37% に上り、昨年より 5 ポイント増加しました。一方、Zoom の導入は昨年の 34% から今年の 35% へと、1 ポイントだけ増加しました。

APAC 地域は、Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の中で AWS の導入率が最も高く、48% となっています。また、この地域では複数の生産性スイートに大きな投資をしており、現在 Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の 41% が Google Workspace を導入しています (前年から 8 ポイント増加)。Microsoft 365 を導入している Okta の顧客のうち、Slack の利

用率も APAC では高まっており、31% に達しています (前年から 4 ポイント増加)。この地域での Box の利用率は、昨年より 2 ポイント高まり、Microsoft 365 を導入している Okta の顧客の 19% が導入しています。

企業規模別にデータを分析すると、Microsoft 365 を導入している Okta の顧客のうち、小規模企業 (従業員 2,000 人未満) では、Microsoft 365 のバンドルをベストオブブリードアプリやダブルバンドルで補完する傾向があることがわかります。たとえば、Zoom の利用率は 49% で、大規模組織 (41%) より小規模組織で 8 ポイント高くなっています。Microsoft 365 を導入している小規模企業のうち、Slack も導入している企業は実に 37% に上りますが、大規模企業では 33% にとどまっています。この傾向はダブルバンドルでも同様で、Microsoft 365 を導入している小規模企業の 42% が Google Workspace も導入しているのに対し、大規模企業では 39% にとどまっています。■



開発者ツールの成長

監視アプリの成長

開発者ツールのカテゴリは明らかに成熟しています。現在は、SDKなどのコーディングソフトウェアではなく、アプリの監視/テスト向けツールの導入が急増しています。セキュリティの重要性が高まっている現在、不正なコード、パッチ未適用のサーバー、オープンポートが1つでもあれば深刻な侵害が起こり得ることから、当然の状況でしょう。

“

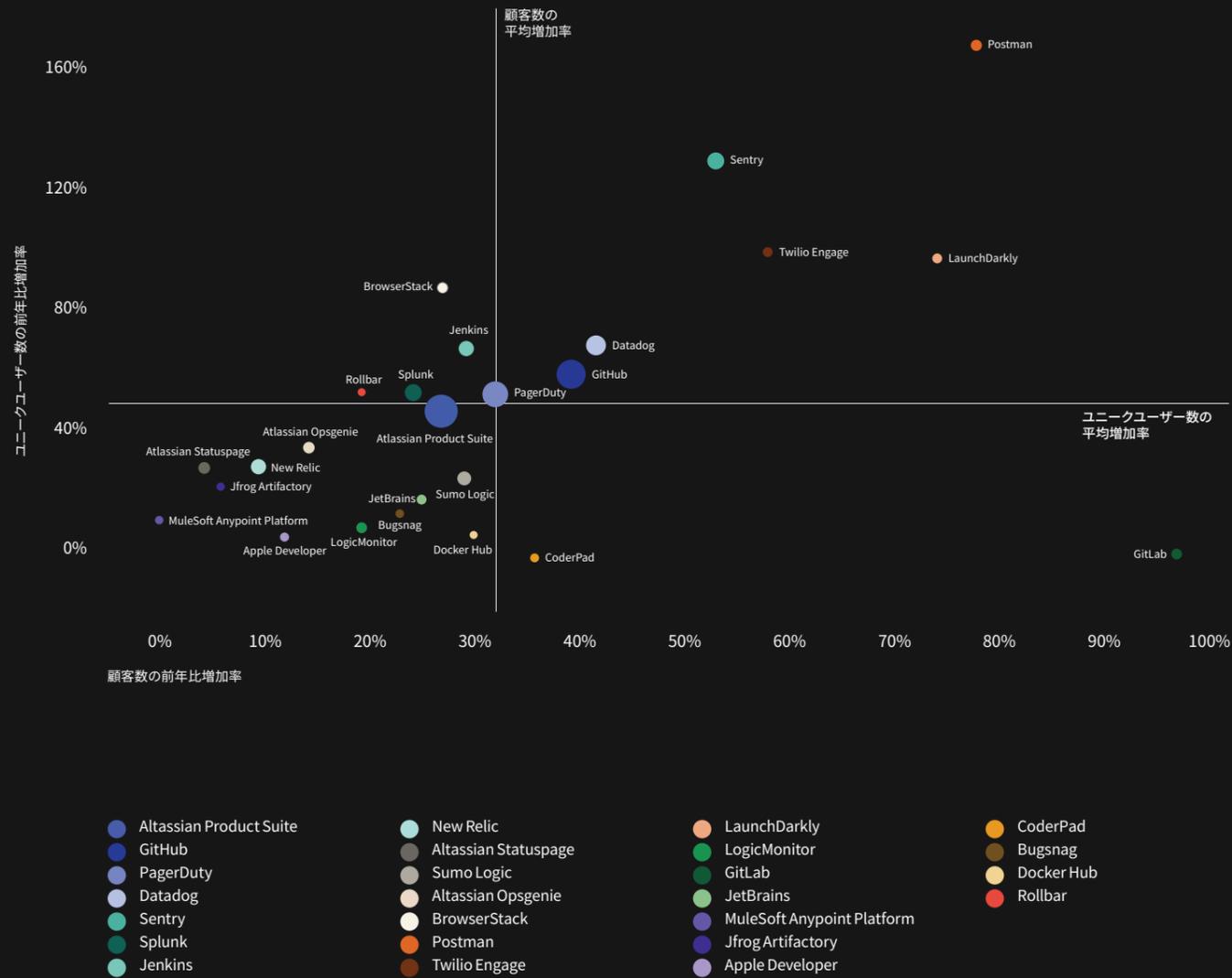
Atlassian Product Suiteは、顧客数で最も人気のある開発者用の「ツール」であり、何年もこのチャートを支配してきました。

今年は、組織のシステム監視や迅速な対応を支援するアプリが大きく伸びており、開発者が開発の後半段階に重点を置くようになっていることが伺えます。実際、Oktaの顧客に最も人気のある開発者ツールのトップ10は、いずれも監視、インシデント対応、テスト用のリソースを提供しています。

Atlassian Product Suiteは、顧客数で最も人気のある開発者用の「ツール」であり、何年もこのチャートを支配してきました。(OktaのOINデータでは、Confluence、Jira、Trello、Bitbucketの集合であり、Atlassian Accessのサブスクリプションでこれらのアプリすべてにアクセスできます。) Atlassian Product Suiteは、すでに大規模な顧客ベースを持っています。それにもかかわらず、昨年は顧客数で前年比36%増と大幅に成長し、今年も27%増加して、この傾向が続いています。

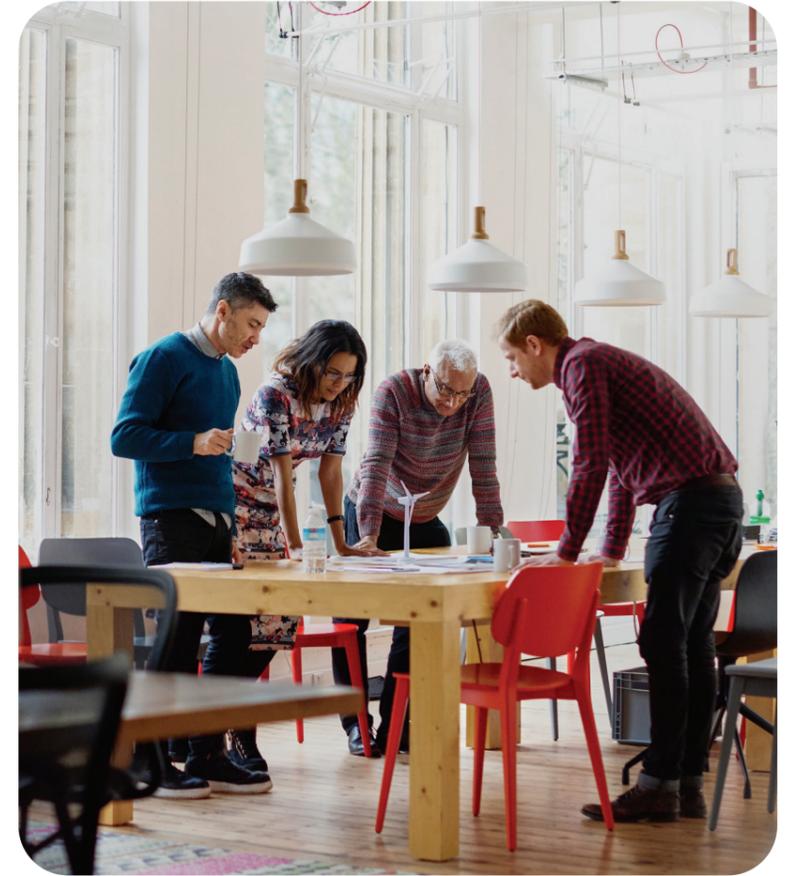
最も成長した開発者向けアプリは、APIテストツールのPostmanで、両方の成長カテゴリで首位に立っています。昨年、Postmanは顧客数の増加で3位、ユニークユーザー数の増加で5位に入りました。今年も、顧客数で前年比78%増、ユニークユーザー数で168%増の成長を見せ、成長マトリクスにおける圧倒的な成長リーダーになりました。

最も人気のある開発者ツールの成長率



機能管理ツールの [LaunchDarkly](#) も、顧客数で前年比 74% 増、ユニークユーザー数で 97% 増と、素晴らしい成長を記録しています。同じく 2020 年に急成長した監視ツールの [Sentry](#) は、開発者ツールのランキングで昨年の 8 位から今年は 5 位へと順位を上げ、顧客数で前年比 53%、ユニークユーザー数で 128% 増を実現しました。また、Twilio の顧客エンゲージメントプラットフォームとセグメントの顧客データプラットフォームを組み合わせた [Twilio Engage](#) も、顧客数で前年比 58%、ユニークユーザー数で 99% の成長を記録し、成長リーダーとなっています。

開発者アプリでは、その他にも監視ツールの [Datadog](#) が、顧客数で前年比 42% 増、ユニークユーザー数で前年比 67% 増と高い伸びを示しています。また、開発プラットフォームの [GitHub](#) は、2019 年から総合ランキングのトップ 15 に入り、安定して成長していますが、今年は顧客数が前年比 39% 増、ユニークユーザー数が前年比 59% 増と目覚ましく躍進しました。急成長アプリの総合ランキングで 7 位の [GitLab](#) は、顧客数が前年比 97% 増という最速の成長を遂げています。なお、OIN での [GitLab](#) の構成では、ユーザープロビジョニングのみがサポートされ、認証はサポートされません。このため、ツールにアクセスするユニークユーザー数は表示されません（したがって、ユニークユーザー数の成長は 0% と表示されます）。■



備考：Atlassian Product Suite には、Confluence、Jira、Trello、Bitbucket が含まれ、Atlassian Access のサブスクリプションにより、これらのアプリにまとめてアクセスできます。

最も人気のある人事ツール

働く人々を 支えるアプリ

コロナ禍を契機として、多くの企業が従業員のニーズの変化に対応しようと懸命に努力しました。しかし、従業員エンゲージメントの向上は、人事部門にとって依然として優先度が高い課題であり、それには十分な理由があります。Deloitte Consulting は、「コロナ後は、従業員と職場の間に情緒的なつながりを醸成することで、離職率の低下、生産性の向上、モチベーションの向上につながる」と説明しています。

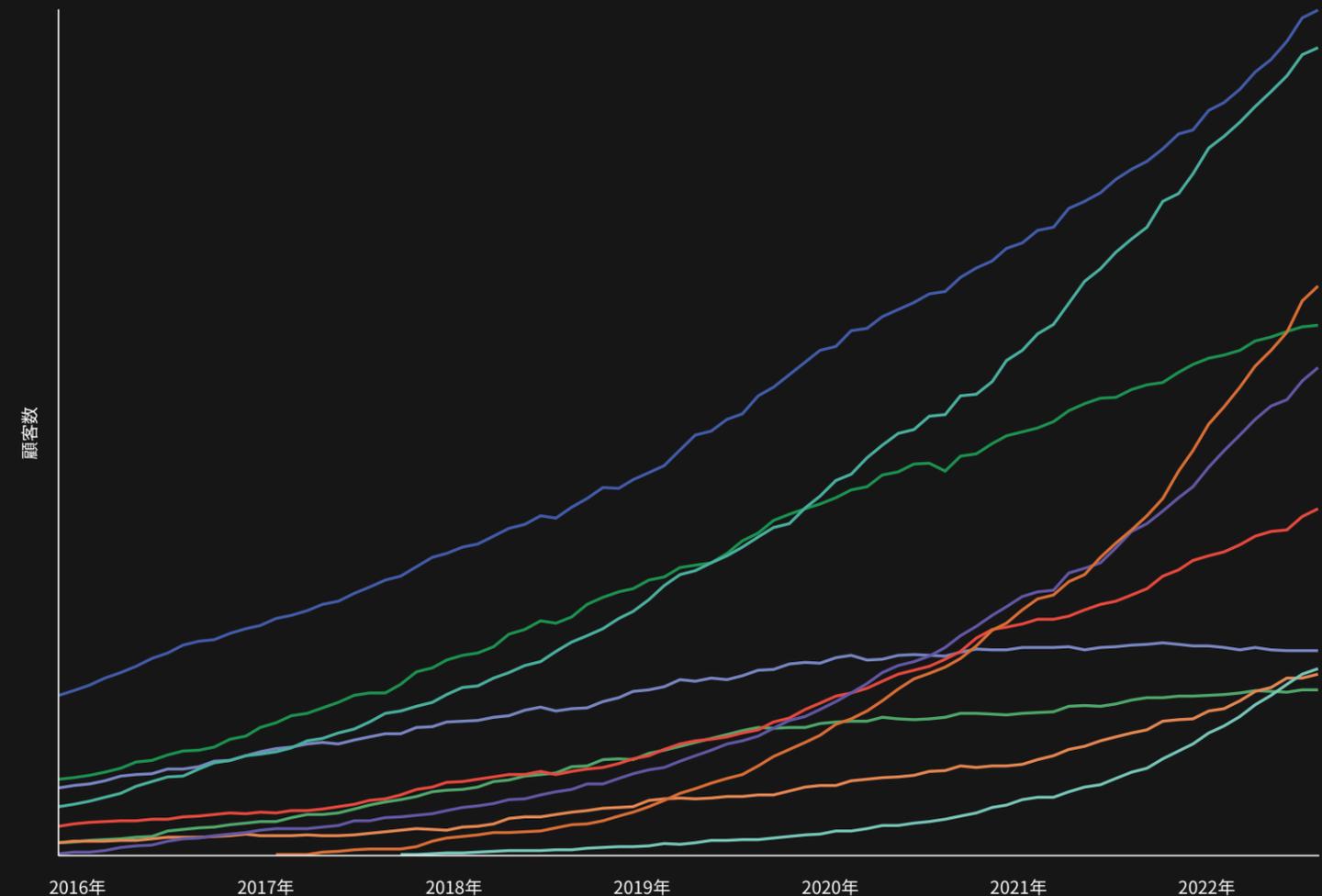
今年の人事部門では、リモートワークを支援する従業員エンゲージメントツールが大きな伸びを示しました。Workday は、このカテゴリの支配的リーダーであり、ユニークユーザー数で Microsoft 365 に次ぐ総合 2 位のアプリでもあります。「中小企業向けソフトウェア」を標榜する BambooHR は、Workday との差を急速に縮め、顧客数では僅差で 2 位に着けています。昨年は従業員エンゲージメントプラットフォームの Lattice が人事アプリの 4 位でしたが、今年は顧客数が前年比 75% 増という驚異的な伸びを示し、3 位にランクインしました。

うっかり会議に招待してしまいそうな名前の人事プラットフォームの Bob は、人事界の有望株であるだけでなく、今年最も成長したアプリの 1 つで、顧客数で前年比 123%

の伸びを記録しています。UKG (Kronos と Ultimate Software を合わせたリブランディングであり、Kronos と UltiPro を含む) は、Okta のランキングの常連であり、ユニークユーザー数で高い成長を誇るアプリです。今年も顧客数で 4 位の人事アプリとして好調に推移していますが、5 位の Culture Amp が差を縮めつつあります。

業種別に見ると、大半の業種では Workday が顧客数で 1 位ですが、テクノロジーとプロフェッショナルサービスでは BambooHR が首位を堅持しています。■

最も人気のある人事ツール



“

BambooHR は、Workday との差を急速に縮め、顧客数では僅差で 2 位に着けています。

- Workday
- BambooHR
- Lattice
- UKG
- Culture Amp
- Paylocity
- SAP SuccessFactors
- Bob
- 15Five
- Namely

リモートアクセスソリューションの成長

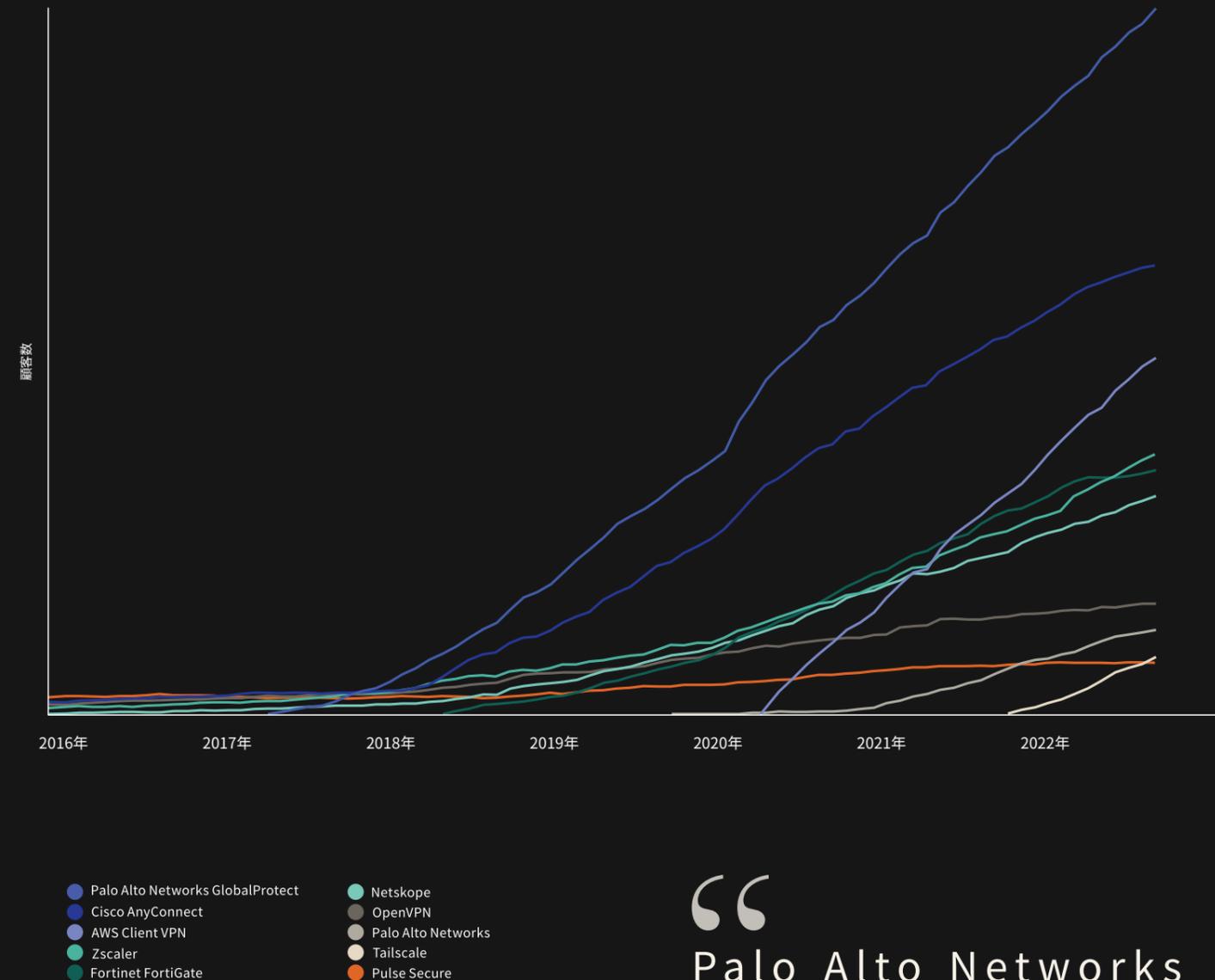
アクセス保護は 自宅から

昨今の情勢を受け、あらゆる業種の企業がリモートワークを模索するようになってきました。そして、情勢が変わってもリモートワークは定着していきます。データサイエンティストの予測によると、2022年末には北米における専門職の求人の25%がリモートワークとなり、2023年まで増加していきます。優秀な人材の獲得競争が激化している中、人事部門はハイブリッドワーク環境を積極的に支援したいと考え、IT部門はその実現を推進しています。リモートアクセスツールを利用する顧客は、コロナ禍のピークを過ぎても増えています。ヨガパンツにボタンダウンシャツという姿でZoom会議に参加する業務スタイルは、今後も続いていくようです。

リモートアクセスソリューションでは、モバイルユーザーに企業セキュリティの安全性を提供している [Palo Alto Networks GlobalProtect](#) が、前年比26%増、2020年以降79%増の顧客数を誇り、カテゴリでは依然として揺るぎないリーダーです。2位には、エンドポイントアクセスを提供する [Cisco AnyConnect](#) が着きました。昨年

32%増を記録しましたが、今年も健闘し、前年比20%増の顧客数を達成しています。3位には、リモートアクセスツールとしては今年最も急速に成長した [AWS Client VPN](#) が入り、顧客数で前年比68%という大幅な伸びを示しました。しかし、昨年5位だったZTNA（ゼロトラストネットワークアクセス）ソリューションの [Zscaler](#) が今年は4位に順位を上げているので、ペースを維持する必要があります。ZTNAソリューションの中では、[Palo Alto Networks Prisma Access](#) も、今年のリモートアクセスツールのランキングに初登場し、8位にランクインしています。■

最も人気のあるリモートアクセスソリューション



“Palo Alto Networks GlobalProtectは、前年比26%増、2020年以降79%増の顧客数を誇り、カテゴリでは依然として揺るぎないリーダーです。”

社会貢献アプリ

より良い世界のために

今の世界は、とりわけ不穏な情勢が続いています。ヨーロッパでの戦争、気候変動、人種や民族に関連する不公平感の高まり、世界規模のインフレの再来など、何もかも投げ出したい気分させられることばかりです。しかし、世界中の労働者は萎縮するどころか、寄付やボランティア、メンタリングなどを通じて、社会に貢献しようと奮闘しています。

Giving USA の「Annual Report on Philanthropy」によると、米国ではこれまで以上に慈善活動が盛んになっています。個人、遺贈、財団、企業から米国の慈善団体への寄付額は、2021年に推定 4850 億ドルを記録し、過去最高額となった前年（2020年）の 4660 億ドルからさらに 4% 増加しました。

企業も従業員も、社会への還元に関心であることは明らかです。Okta Apps for Good も、寄付やボランティア活動をこれまで以上に簡単に行えるように支援し、世界的に広がる寛容の心に貢献しています。これらの社会貢献アプリには、合計で 160 万人以上の Okta ユーザーがアクセスしており、昨年の 120 万人から 26% もの大幅な増加となっています。実際、Apps for Good の中で今年急成長している上位 4 つの社会貢献アプリには、それぞれ 4 万人以上のアクティブなユニークユーザーが割り当てられています。（昨年、上位アプリそれぞれのアクティブな割り当てユーザーは 1 万人以上でした。）非常に誇らしい記録的な寄付者の増加です。なお、このデータは、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の両方を含んでいます。

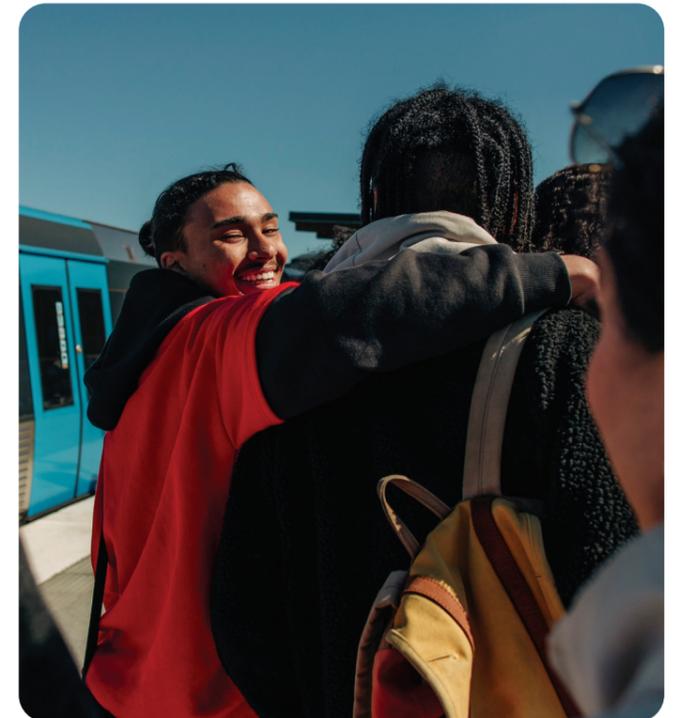
昨年 1 位だった Benevity（寄付 / 助成管理プラットフォーム）は、割り当てユーザー数が圧倒的に多く、引き続き首位の座を維持しています。App for Good を導入している Okta の顧客のうち、23% が Benevity を導入しています。3 位の CareerVillage は、

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
2.	 YourCause [®] from Blackbaud
3.	 CareerVillage
4.	 Bright Funds
5.	 VolunteerMatch
6.	 Visit.org
7.	 kindlink
8.	 Vote.gov
9.	 OVIO
10.	 kiva

備考：データは個人用アプリと企業用アプリの両方を含みます。

高校生と専門職をつないでキャリアアドバイスを提供している非営利団体であり、昨年の 9 位から急上昇しました。現在、Apps for Good でアプリを導入している Okta の顧客の 48% が CareerVillage を、28% が [Vote.gov](#) を、25% が企業の社会的責任アプリの [KindLink](#) を導入しています。割り当てユーザー総数が前年比で最も成長したアプリは、上位から CareerVillage、[Visit.org](#)、[Vote.gov](#) となっています。■



各業種のワークフロー導入

流れに乗る

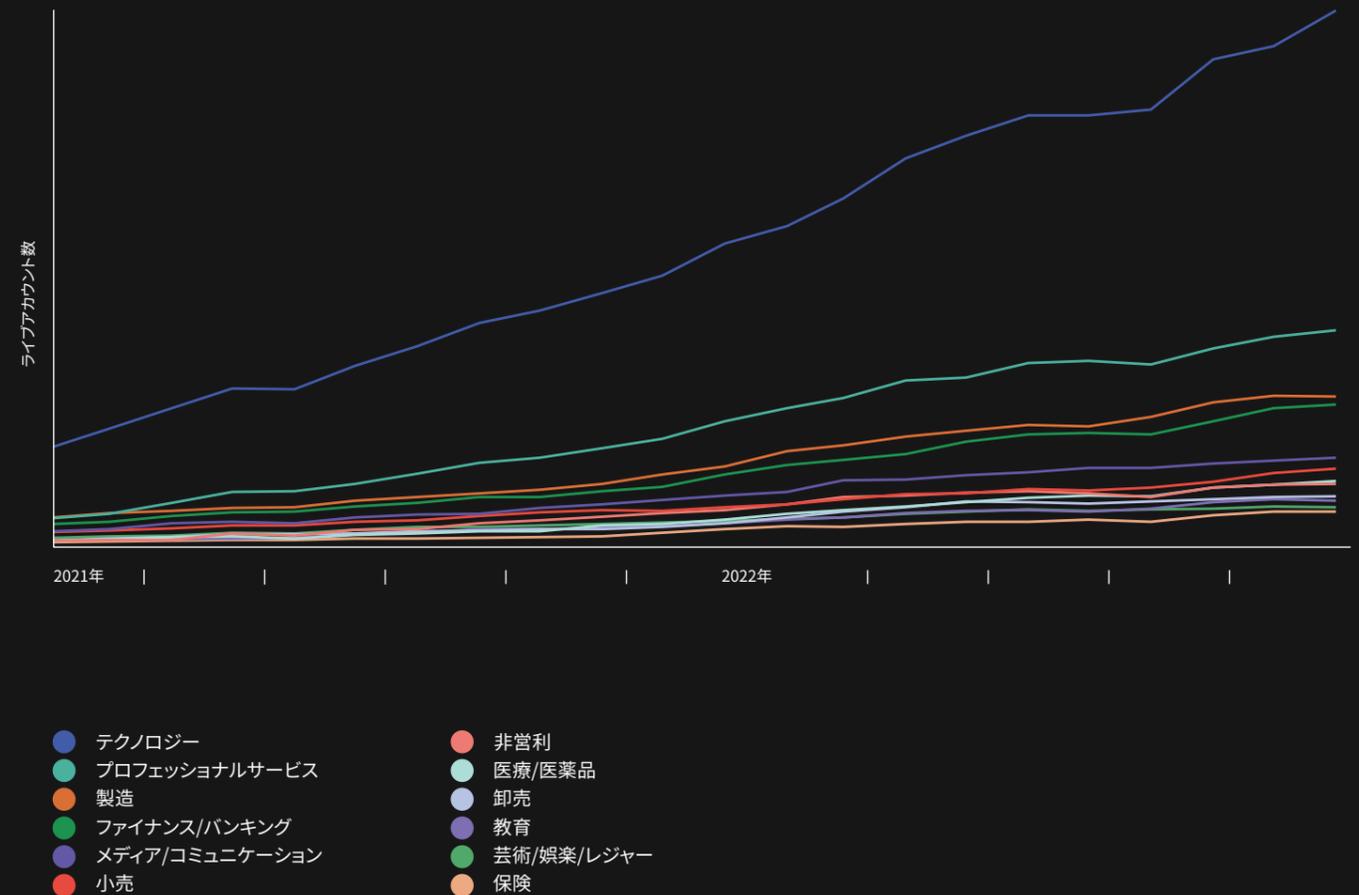
IT部門は、セキュリティの強化、リモートワークの実現、新入社員のオンボーディングなど、増え続ける手動タスクに限られた人材で対応しています。そのため、さまざまな業種の多くの組織が、定型業務を安全に自動化するために、ワークフローに注目しています。たとえば、Okta Workflows は、コードを書くことなく、アイデンティティ管理プロセスを簡単かつ大規模に自動化できます。これにより、セキュリティの強化や効率化を図ると同時に、IT スタッフはより高度な業務に専念できるようになります。

ワークフローの導入状況を業種別に見てみましょう。「ライブアカウント」とは、ワークフローを導入し、積極的に利用している顧客を指します。) このセクションは、今回のレポートで初めて登場しましたが、テクノロジー分野は、ワークフローを導入しているライブアカウント数では最も多く、ライブアカウントあたりのワークフロー数では平均 38 で 2 位にランクインしています。(保険分野は、アカウントあたりのワークフローが平均 40 と、さらに多くのワークフローを導入

しています。) プロフェッショナルサービスは、アカウントあたり平均 30 のワークフローを誇り、2 位にランクインしています。ライブアカウント数では、製造業とバンキング/ファイナンスアプリがそれぞれ 3 位と 4 位に僅差で続いています。

多くの分野がテクノロジーに追いつき始めています。過去 6 か月間でワークフローを利用するアカウントの増加を見ると、医療/医薬品分野がライブアカウント数で 58% 増と最も高く、続いてファイナンス/バンキングが 52% 増となっています。さまざまな業種の企業が、ワークフローの導入による効率化に注目するようになり、今後も継続的に成長していくと思われます。■

各業種のワークフロー導入



“

多くの分野がテクノロジーに追いつき始めています。過去 6 か月間でワークフローを利用するアカウントの成長率を見ると、医療/医薬品分野が最も高く、続いてファイナンス/バンキングが続いています。

マルチクラウドの 台頭

組み合わせから強みを得る

従業員がいつでも、どこでも、安全にアクセスできるようにと、多くの企業がデジタルトランスフォーメーションを熱心に進めています。2020年春以前にクラウドへの移行を開始していなかった場合も、コロナ禍をきっかけに取り組み始めたケースが多いと考えられます。ハイブリッドワーカーのサポートの効率化、データアクセスの高速化、アプリケーションの展開の迅速化、セキュリティの信頼性向上、グローバルなコラボレーションの円滑化など、さまざまな理由から、多くの企業がこぞってクラウドソリューションに注目しています。Gartnerの予測によると、2023年末までに、全世界のパブリッククラウドのエンドユーザーの支出額は、6,000億ドル近くになります³。

しかし、クラウドプラットフォームはポテトチップスのようなもので、多くの企業は1つだけでは満足しません。Oktaのデータによると、2017年以降のマルチクラウド導入のトレンドは衰える気配がありません。AWSは、シングルクラウドプラットフォームとして、またマルチクラウド戦略の一部として、依然として優位を保っていますが、他のプロバイダーの勢力も拡大し始めています。

[3] Gartner®、「Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Reach Nearly \$500 Billion in 2022」(2022年4月19日)



最も人気のあるクラウドプラットフォーム

クラウドのさらなる躍進

クラウド化の実現が非常に難しかった時代がありました。覚えていますか。今日の組織は、データ、ワークフロー、生産性、コラボレーションといったツールへのアクセスを、いつでもどこでも安全に提供できる必要があります、これを可能にしているのがクラウドです。クラウドへの移行は、もはやトレンドではなく、ビジネスの必須事項です。そして、クラウド化を部分的にしか実現していない企業は、大きなビジネスリスクを抱えていることとなります。

AWS は、2 位の Microsoft Azure の 8 倍近い顧客数を獲得し、最も人気のあるクラウドの PaaS として君臨し続けています。AWS の顧客数は前年比 27% 増、ユニークユーザー数は前年比 50% 増となっています（昨年比顧客数が前年比 32% 増）。だれも AWS を止めるものはできないほどの勢いです。昨年 2 位だった Microsoft Azure は、現在もなんとか位置付けを守っていますが、GCP がその差を縮めています。GCP は、

顧客数で前年比 40% 増、ユニークユーザー数で 60% 増と目覚ましい成長を遂げており、いつ Microsoft Azure を追い抜いてもおかしくありません。これに対して、Microsoft Azure は顧客数が前年比 10% 増、ユニークユーザー数が同 16% 増となっています。

昨年は、HashiCorp の Terraform Cloud がわずか 6 か月で 70% の飛躍的成長を遂げ、8 位に入りました。その勢いは今年も続いています。Terraform Cloud は顧客数で前年比 93% 増、ユニークユーザー数で 192% 増の成長を記録して、クラウドプラットフォームの成長マトリクスで成長リーダーとなっています。この顧客増加により、Terraform Cloud は今年最も人気のあるクラウドプラットフォームでは 7 位、そして急成長アプリの総合ランキングでは 9 位に入りました。来年は、この気鋭の新人がどんな活躍を見せるか、非常に楽しみです。■

最も人気のあるクラウドプラットフォームの成長率



“

Terraform Cloud は顧客数で前年比 93% 増、ユニークユーザー数で 192% 増の成長を記録して、クラウドプラットフォームの成長マトリクスで成長リーダーとなっています。

最も人気のあるクラウドの組み合わせ

1つより2つ

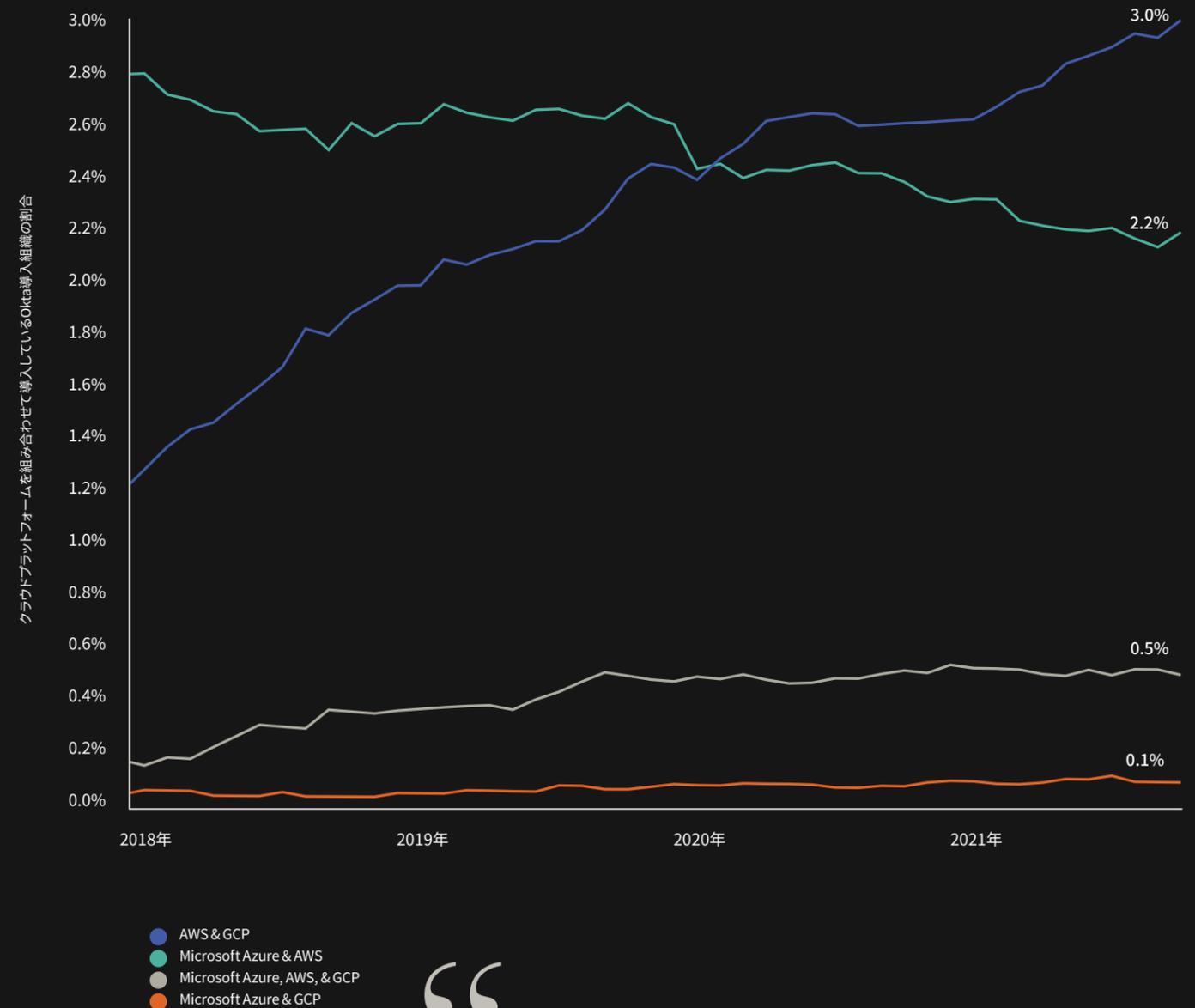
少なくとも1つのクラウドプラットフォームとOktaを統合している顧客の数は、徐々に増えてきています。しかし、企業活動は複雑であり、クラウドプラットフォームを1つ導入して終わりにせず、複数導入する組織が増えつつあります。Oktaがこのトレンドを初めて報告したのは2019年でした。2022年にOINを通じて少なくとも1つのクラウドプラットフォームを導入している顧客のうち、14%は2つ以上のプラットフォームを導入しています。

クラウドプラットフォームの組み合わせには数多くの可能性があり、頭を悩ませるかもしれませんが、主流となっている組み合わせがあります。AWSとGCPを組み合わせて導入する顧客が、他のどの組み合わせよりも多くなっているのです。これら2つを導入している顧客の割合は、2年前の2%から3%に上昇しました。単体のクラウドサービスとしては、AWSの利用が増え続けていますが、AWSとMicrosoft Azureの組み合わせは、2年前の3%から現在は2%に減少してい

ます。クラウドプラットフォームを組み合わせで導入する顧客のうち、AzureとGCPの組み合わせ、またはAzureとAWSとGCPを組み合わせた顧客は1%未満で、昨年と変わっていません。

では、企業がマルチクラウド戦略を選択するのはなぜでしょうか。アプリケーションコンテナの導入環境でGoogleの強みを生かしたいなど、ベンダー固有の機能やベストオブブリードの機能を求めている場合もあるでしょう（Googleは、アプリ管理標準のKubernetesを開発しました）。他にも、ミッションクリティカルなアプリを実行しているオンプレミスソフトウェアの統合の改善、M&Aによって継承したクラウド環境、コスト削減の対策などが理由となる場合もあります。マルチクラウドの利用は毎年増加していますが、嵐のような勢いではなく、むしろ緩やかなうねりのように進行しています。■

複数のクラウドプラットフォームを導入している顧客の割合



“

クラウドプラットフォームの組み合わせには数多くの可能性があり、頭を悩ませるかもしれませんが、主流となっている組み合わせがあります。AWSとGCPを組み合わせて導入する顧客が、他のどの組み合わせよりも多くなっているのです。

暮らしの中のアプリ

仕事とプライベートの境界が曖昧になっています。もしかすると、この先ずっと曖昧なままかもしれません。個人的なタスクの中には、標準の業務時間内に終わらせないといけないものもあります。従業員が勤務時間中に私用を済ませていることは、企業も承知しています。また、夜間や週末に業務連絡を受けなければならない従業員は、誰も見ていないところでネットサーフィンをして、あまり罪悪感はないのかもしれませんが。私たちはどこにいても、家計をやりくりし、健康に気遣い、社会生活をこなしています。1日の業務時間は長く、休憩時間は短く、何もせずにジョギングの時間が記録されるわけでもありません。

このセクションでは、全社的に展開されているアプリと、従業員個人がダッシュボードに追加しているアプリを紹介します（これらのアプリを合わせて「業務用と個人用」と呼びます）。現在はオンライン決済が浸透していますが、実際にデジタル決済プラットフォームは増えています。また、フィットネスに真剣に取り組む人が増えているため、フィットネスやメンタルヘルスの記録ツールの利用も大きく拡大しています。そして最後に、せっかく健康増進を目指すのであれば、その動画を世界に発信してはどうでしょうか。マイクロブログツールの利用が減少している一方で、動画共有ツールは急成長しています。つながりを自由に追及できる時代になっているのです。

最も人気のあるバンキング / ファイナンスアプリ

eウォレットの 中身は？

3年前に決済アプリをチェックしたころから、状況は大きく変化しました。2019年にデジタル決済分野から急成長アプリのトップ10入りしたのは、PayPal だけでした。デジタル決済アプリの数が急増した現在、さらに2つのアプリが新たにランキングに登場しました。2019年に最も人気の高かったファイナンス / バンキングアプリの PayPal は、引き続き首位を堅持してい

“

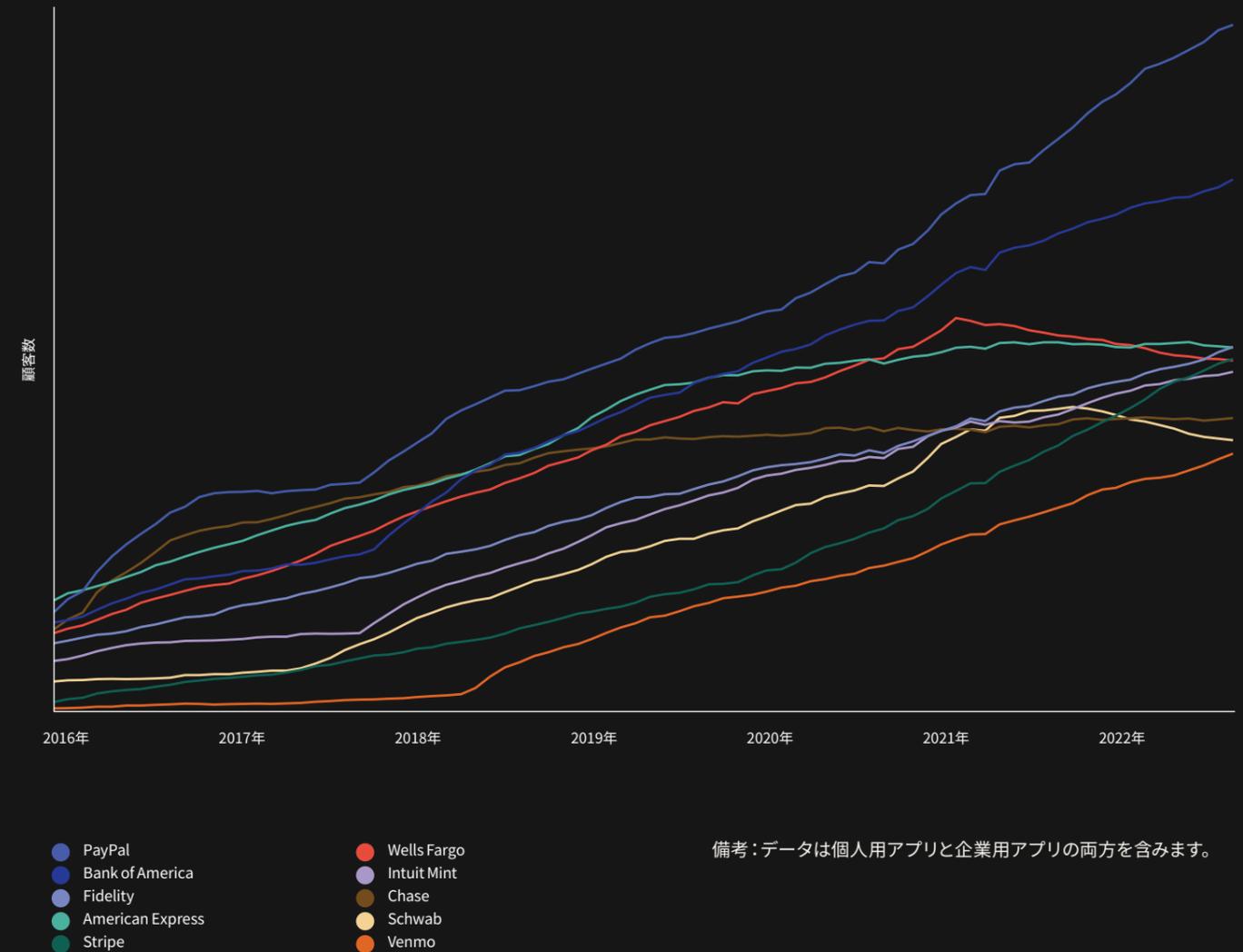
最も人気のあるファイナンス / バンキングアプリの PayPal は、引き続き首位を堅持していますが、デジタル決済アプリの Stripe と Venmo もトップ10入りしています。

ますが、デジタル決済アプリの Stripe と Venmo もトップ10入りしています(3年前はどちらもランキング圏外でした)。これら2つの新しい決済アプリは、PayPal 以上のスピードで成長しており、Stripe は顧客数で前年比 33% 増、Venmo は同 26% 増と急増しています。ただし、PayPal も前年比 20% で伸び続けています。

デジタル決済以外では、従来のバンキング / ファイナンスアプリの Bank of America が、2019年のバンキング / ファイナンス分野で2位を獲得し、その地位を保持しています。しかし、顧客数は前年比 11% 増にとどまり、競合他社が追い上げる余地が残っています。また、Fidelity が前年比 16% の顧客増加で American Express と Wells Fargo を抜いて3位を獲得しており、この緊迫した競争から目が離せない状況になっています。

ユニークユーザー数で見ると、Morgan Stanley の Shareworks の人気が圧倒的に高くなっています。従業員個人がストックオプションを管理できるこのツールは、ユニークユーザー数が過去3年間で 291% 増加しました。■

最も人気のあるバンキング / ファイナンスアプリ



フィットネスが強くなり、ダイエットはスリムダウン

勢い付く健康管理 / ウェルネスアプリ

このカテゴリでは、フィットネスが盛り上がり、ダイエット文化は若干スリムになったようです。今年のトップ 10 ランキングでは、6つのアプリが何らかの形で運動をテーマとしています。上位の4つ (Fitbit、MyFitnessPal、Strava、Garmin Connect) は、いずれも運動量、活動量、パフォーマンスを記録するためのアプリです。こうしたアプリの力強い成長は、身体を動かす習慣が広がっていることを示しています。フィットネスアプリの中でも、運動パフォーマンス記録アプリの Nike Run Club は、顧客数で前年比 23% 増と、最も大きな伸びを見せています。

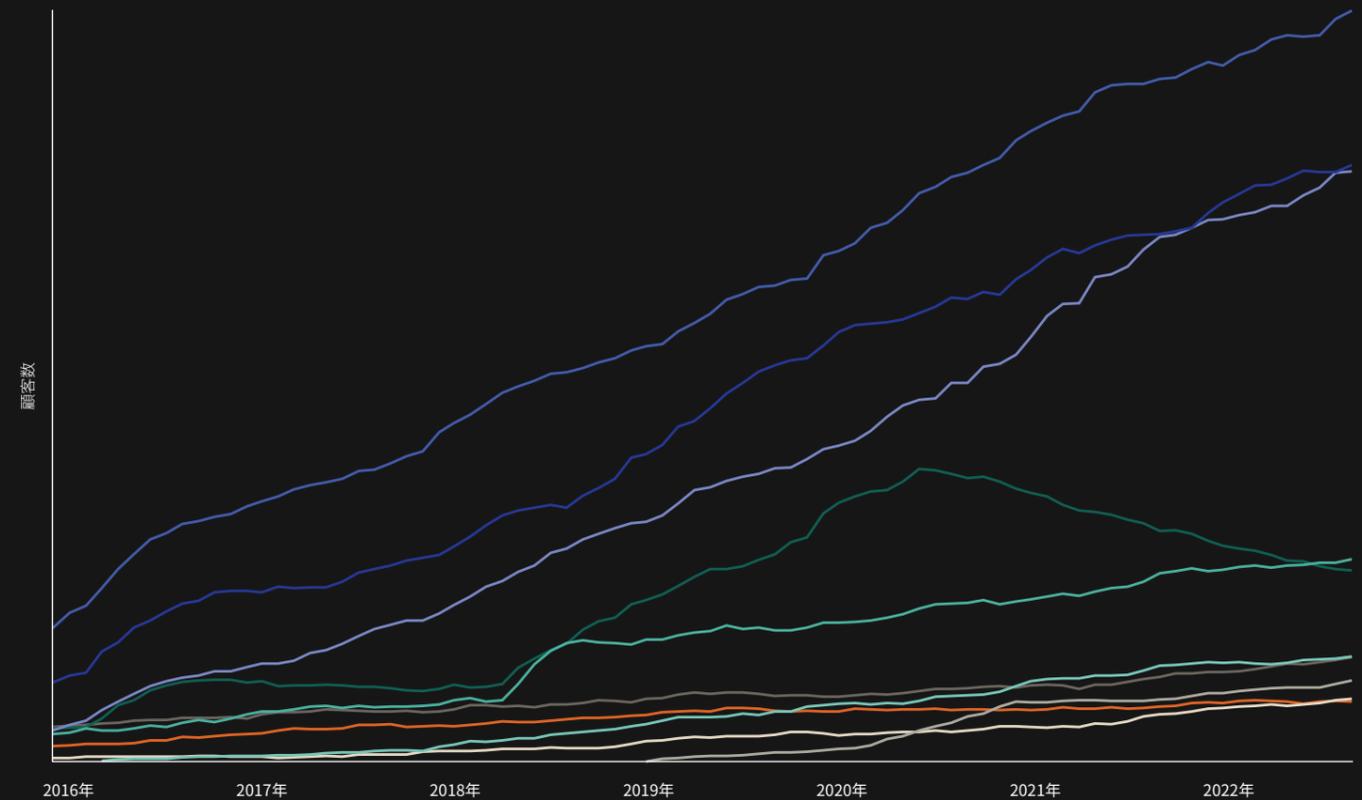
一方、ダイエットアプリは、単独では人気は落ちているようです。2020年の6月から7月にかけて(コロナ禍で美味しいものをたらふく食べた後に) 利用が増加した WeightWatchers は、成長が急激に衰えています。Okta のデータでも、前年比で 17% 顧客を減らし、大幅に落ち込んでいます。

また、どのアプリが急速に普及しているのでしょうか。顧客数で最も成長している2つのアプリ、LiveWell from Optum (顧客数で前年比 32% 増) と Modern Health (同 30% 増) は、メンタルヘルス、レジリエンス、ワークライフバランスの向上に役立っています。メンタルヘルスは、企業にとってますます重要度が増しており、78% の組織が

現在メンタルヘルスのリソースを提供しているか、今後1年間で追加する予定です。世界保健機関 (WHO) の推計によると、「世界全体で、うつ病や不安神経症のために、推定で毎年 120 億日分の労働時間が失われ、生産性の損失コストは年間 1 兆ドルに上っている」ことから、メンタルヘルスは社会問題に関心の高い組織にとっても、財務の問題に関心の高い組織にとっても、取り組むべき重要課題であるといえます。

もちろん、健康管理 / ウェルネスはすべて個人に帰結することです。ユニークユーザー数での健康管理 / ウェルネスアプリの成長を見ると、Modern Health が過去2年間で 228% という驚異的な伸びを示し、圧倒的な首位を獲得しています。また、健康管理プラットフォームの Vitality が過去2年間で 73% の成長を遂げ、ユニークユーザー数で2位に入っています。さらに、運動記録アプリの Strava と Fitbit が、ユニークユーザー数でそれぞれ3位と4位に着けています。■

最も人気のある健康管理/ウェルネスアプリ



備考: データは個人用アプリと企業用アプリの両方を含みます。

“

今年のトップ 10 ランキングでは、6つのアプリが何らかの形で運動をテーマとしています。上位の4つ (Fitbit、MyFitnessPal、Strava、Garmin Connect) は、いずれも運動量、活動量、パフォーマンスを記録するためのアプリです。

最も人気のあるソーシャルメディアプラットフォーム

「いいね!」 「フォロー」 「シェア」のリーダー

ブラウザのタブが多数開いていても、仕事以外の時間はほとんどありません。そして、休暇中の友人の動画、話題のレストランの口コミなど、抵抗し難い誘惑はたくさんあります。

トップ10のソーシャルメディアアプリの中で、明確なビジネス機能を持つのは、首位のLinkedInだけです。ただし、現職のアピールよりも転職先探しに活用している人もいません。その他のアプリはおおむね、他の人とつながり、意見やコンテンツの共有に重点を置いています。

LinkedInは、Oktaのこれまでのデータではソーシャルメディア分野のリーダーであり、成長し続けています。今年も顧客数で前年比14%増となり、ソーシャルメディアアプリの中で4番目に急成長しています。常に2位のFacebookも、同様のペースで顧客を増やしています。3位を保持していたTwitterは、イーロン・マスク氏が同社を買収する意向を表明した直後の5月にピークに達しました。10月ようやく取引が成立したときには、すでに顧客増加の勢いが

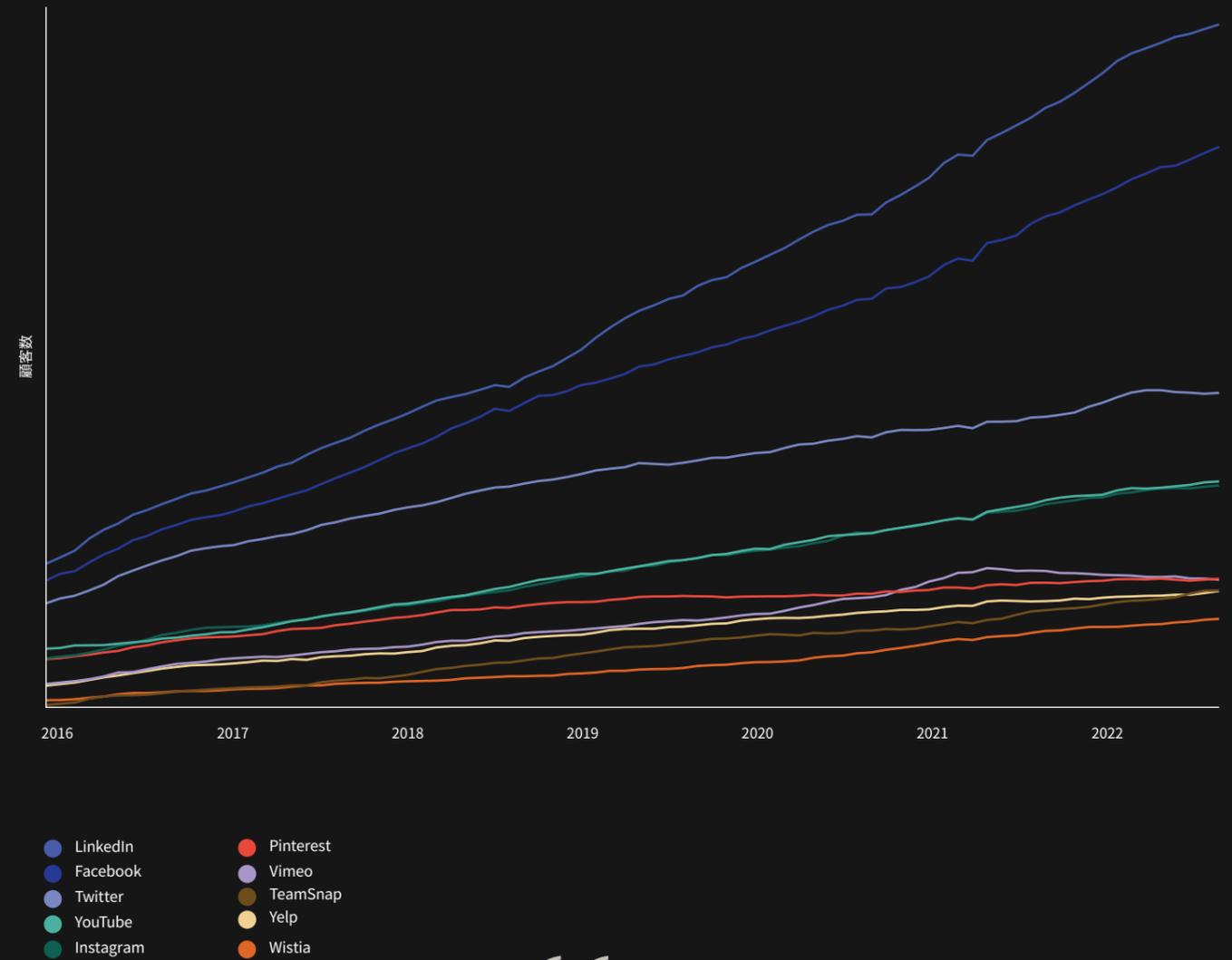
横ばい状態になっていました。それでも、Twitterは顧客数で上位50圏内に残り、49位に着けています。#top50

ソーシャルメディアランキングの8位にランクインしているTeamSnapは、顧客数が前年比20%増で成長しています。子どもが複数のスポーツに取り組み、NASAのロケット打ち上げよりも複雑なスケジュール管理をこなしている保護者にとっては、便利なアプリです。10位に入った動画ホスティングプラットフォームのWistiaは、前年比15%の顧客増加を記録しました。一方、人気の動画共有ハブであるVimeo'sは今年に入ってから急激に成長が鈍化しています。コンテンツ共有の好みは常に変化しており、その気まぐれな性質を反映した状況になっています。

顧客数ではなくユニークユーザー数でソーシャルメディアアプリの成長を見ると、どうなるでしょうか。首位を獲得したツールは、Employee Advocacy by Sprout Social(旧 Bambu by Sprout Social)です。これは、従業員が承認済みコンテンツを簡単にソーシャルネッ

トワークに投稿できるプラットフォームです。Employee Advocacy by Sprout Socialは、過去3年間でユニークユーザー数が745%増という驚異的な伸びを示し、LinkedInすらも引き離しています(この期間に、LinkedInのユニークユーザー数は66%増、Facebookは64%増でした)。ユニークユーザー数で見ると、Twitterは総合で7位となり、Twitterにアクセスするユニークユーザー数は2019年10月から2022年6月のピークまで50%増加し、その後は逆に2022年6月から10月まで20%減少しました。■

最も人気のあるソーシャルメディアプラットフォーム



備考: データは個人用アプリと企業用アプリの両方を含みます。

“

LinkedInは、Oktaのこれまでのデータではソーシャルメディア分野のリーダーであり、成長し続けています。

セキュリティの トレンド

境界ベースのセキュリティは、そもそもクラウド主導の動的な環境向けではないため、セキュリティの最新のニーズを満たすのは困難です。一方、アイデンティティベースのセキュリティは、一部の市場ではベストプラクティスとして新たな要件・義務となり、優先的に採用されています。多くのサイバーセキュリティチームは、アイデンティティファーストのセキュリティが、成長するクラウドファーストのビジネスを保護するために信頼できる唯一の方法であると考えています。

大衆メディアでは「ハイブリッドワークの終わり」が語られています。しかし、これが誇張であることは Okta のデータが裏付けています。セキュリティ分野では現在でも、企業ネットワーク外から接続するユーザーを保護し、悪意あるアクセスを阻止するツールが急成長しています。ファイアウォール、VPN、クラウドセキュリティツール、エンドポイント管理アプリは、いずれもワークフォースセキュリティチームにとっては最重要事項です。今日のセキュリティや脅威を取り巻く環境では、多様なソリューションが求められ、それはデータにも表れています。

認証を強化し、保証レベルの高いアイデンティティ要素を頻繁に使用し、旧来のパスワードとセキュリティの質問の組み合わせから脱却する組織が増えています。人為的なミスが発生しやすいパスワードを排除することが、企業セキュリティのベストプラクティスの1つであることは変わりません。ちなみに、NordPass が毎年発表している調査によると、2022 年に最もよく使われたパスワードは「123456」ではなく「Password」でした。しかし、これら 2 つのパスワードを使用している人の数は、前年のレポートから大幅に減少しています。パスワードフィルターや自動パスワードポリシーの適用が増加したことにより、ユーザー側が対応を迫られるようになっていることが一因と考えられます。

Okta の顧客は、保証レベルの高い認証要素へと移行しているだけでなく、ゼロトラストに全力で取り組んでいます。4 年前の調査では、ゼロトラストの取り組みを実施している、または今後 12 ~ 18 か月以内に実施すると回答した企業は、わずか 16% でした。Okta の「[2022 年ゼロトラストセキュリティの現状](#)」レポートで報告したように、現在この割合は 97% に達しています。

各人が常に適切なタイミングで適切なレベルのリソースにアクセスできるようにすることが、セキュリティ、管理、コンプライアンスなど、ビジネスの根幹に関わる問題において、かつてないほど重要な意味を持つようになっています。ゼロトラストの取り組みは、組織によって異なります。ビジネスの必須事項、テクノロジースタック、戦略的優先事項に応じて、多様なソリューションが選ばれます。しかし現在では、ゼロトラストとアイデンティティアクセス管理ソリューションを組み合わせた強力な一元管理によって、ユーザー、デバイス、データ、ネットワーク間のアクセスを統制できることが、全世界で認識されつつあります。

コンテキストベースのアクセスポリシーは、アクセス時に使用されるデバイスの信頼度、アクセスが試行された場所、ユーザー自身/リソース自体などの重要な要素を評価するものであり、ゼロトラスト構成に不可欠です。Okta のデータによると、顧客の約 4 分の 1 が少なくとも 1 つのゼロトラスト構成を導入しており、その割合は増加しています。アクセス構成の改善、

アダプティブ MFA イベントの増加、バイOMETRICS や Web 認証 (WebAuthn) の台頭を見ることで、ゼロトラストの取り組み状況を理解できます。

今年は、全世界の従業員の変化を促すセキュリティトレンドを深く掘り下げるため、ワークフォースアイデンティティの顧客に焦点を絞っています。カスタマーアイデンティティの詳細については、「[2022 State of Secure Identity Report](#)」レポートをご覧ください。では、ワークフォースアイデンティティのデータをチェックしましょう。





高まる重要性

セキュリティカテゴリ内の 首位争い

分散型のハイブリッドワークが当たり前となっている今日、リモートワーカーのインターネット接続を保護することがこれまで以上に重要です。脅威が急増している中、ネットワークの最も脆弱な部分からの侵入を阻止できれば、デジタル資産を保護しやすくなります。そして、進化し続ける脅威に対抗するには、進化し続けるツールセットを使いこなす必要があります。ここでは、企業がどのようなツールを使って従業員を保護しているかを見ていきましょう。

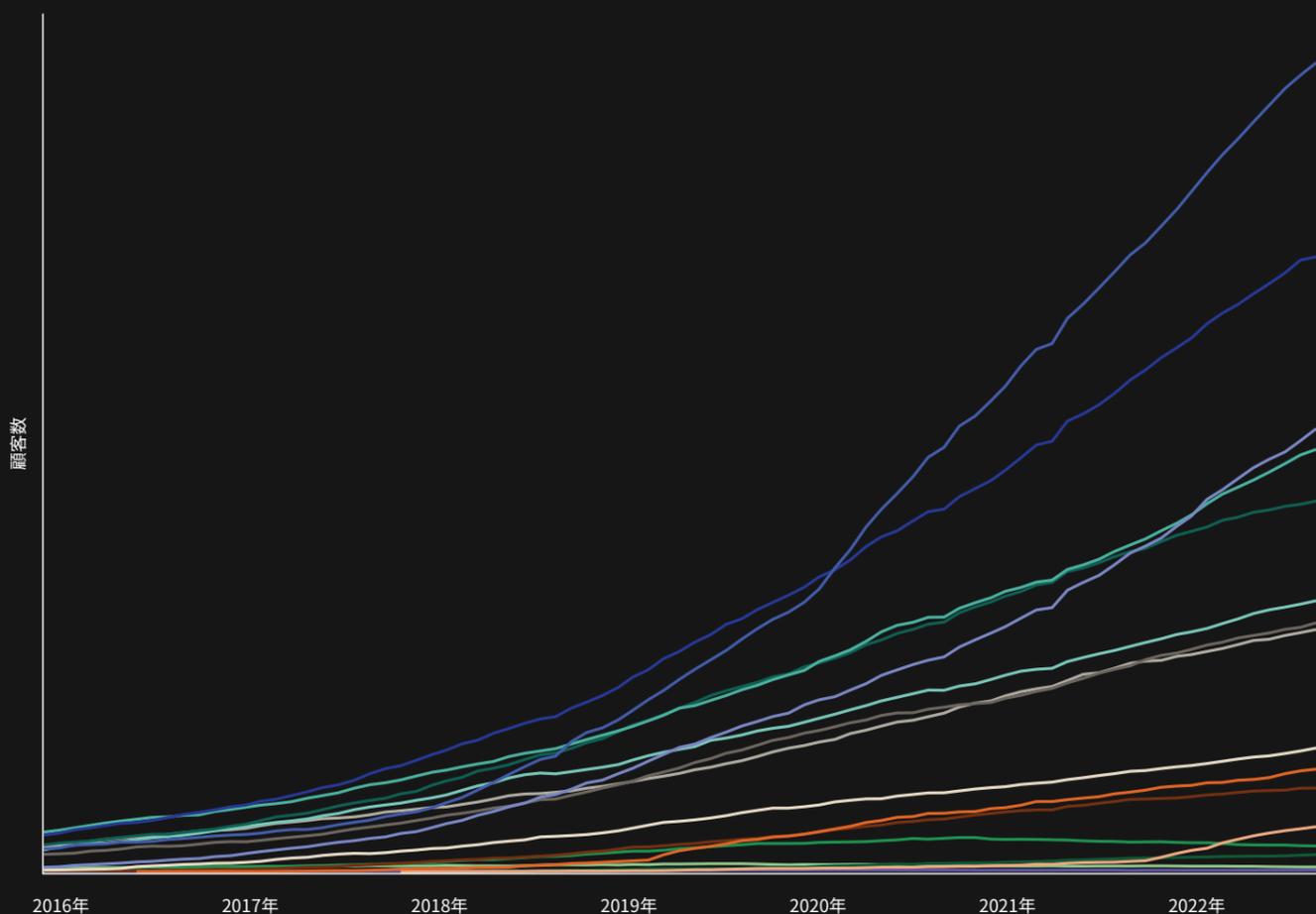
VPN やファイアウォールツールが、2016年の6位から2018年には3位、2019年には2位と、着実に人気を高めているのは当然といえるでしょう。2020年3月にコロナ禍によるリモートワークの増加を受け、VPN とファイアウォールの需要が高まりました。このカテゴリが最も急速に成長するようになり、これが現在も続いています。Palo Alto Networks GlobalProtect や Prisma Access などのVPN やファイアウォール、Zscaler や Netskope などのリモートアクセスを提供するスタンドアロンのZTNA（ゼロトラストネットワークアクセス）ソリューションは、コロナ前から着実に成長していましたが、現在最も必要とされているセキュリティツールであり、顧客数で前年比31%増を誇っています。

2位のエンドポイント管理/セキュリティも、企業環境でのBYOD（個人所有デバイスの業務利用）ポリシーのサポート拡大に伴い、前年比25%増の顧客数を記録しています。Forresterのデータによると、コンピューター、タブレット、スマートフォンのBYOD採用率は50%を超えており、今後も低下することはないと見込まれています⁴。そのため、サードパーティの請負業者、ベンダー、従業員が所有するものであっても、これらの個人用デバイスがリスクをもたらさないようにする方法が必要となっています。

プライマリクラウドとしてのアイデンティティを考えることで、もはや1つのテクノロジーエコシステムに縛られることなく、より多くのオペレーティングシステムやアプリケーションの選択肢を享受できます。こうした変更によって、Appleデバイスに対する企業の門戸が開かれたと見られます。Computerworldは、企業でのMacのノートブックの使用率が63%上昇した2021年が、「Appleが真にエンタープライズ市場に参入した年」であると宣言しました。IDCのレポートでは、2021年までに「米国企業におけるmacOSデバイスの使用率は23%に達し、iPhoneはビジネス用スマートフォンの49%、iPadは職場で使われるタブレットの大部分を占め

[4] 「The State of Endpoint Security, 2022」 (Forrester Research, Inc., 2022年7月21日)

最も人気のあるセキュリティカテゴリ



- VPN/ファイアウォール
- エンドポイント管理/セキュリティ
- トレーニング
- インフラストラクチャ監視
- メールセキュリティ
- セキュアWebゲートウェイ
- セキュリティアナリティクス
- データ漏えい対策
- 特権アクセス管理
- サーバーアクセス
- プロキシ
- コンプライアンス
- クラウドアクセスセキュリティブローカー
- アイデンティティガバナンス/管理
- ネットワーク監視
- セキュリティ認証

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。

るようになる」と報告されています⁶。実際に、エンドポイント管理 / セキュリティツールの中で最も急成長しているのは、Apple デバイスを保護するための Jamf Pro と Kandji です。

それでは、エンドポイント管理 / セキュリティツールを詳しく見ていきましょう。このカテゴリでは、過去 4 年間に顧客数で 428% 増という高い成長を実現した Jamf Pro が支配的です。Jamf Pro は、他のツールの 3 倍以上の顧客数を誇っているにもかかわらず、今年も顧客数で 37% という堅調な伸びを記録しました。総合ランキングで最も成長したアプリとなった Kandji は、顧客数で前年比 172% 増と顕著な伸びを示しました。エンドポイント管理 / セキュリティツールの中で、1 年前の 9 位から 4 位に急上昇した Kandji は、2 位と 3 位の VMware Workspace ONE と VMware Carbon Black Endpoint を急速に追いついていきます。エンドポイント管理 / セキュリティは明らかに注目すべき領域であり、実際に 2020 年 8 月以降は、テクノロジー分野における顧客数では最も人気の高いセキュリティカテゴリとなっています。

サイバー攻撃は依然として増加しており、KnowBe4、Cofense PhishMe、Proofpoint Security Awareness Training などのトレーニングツールが素晴らしい成長を実現しています。トレーニングツールの顧客数は過去 1 年間で 39%、過去 4 年間で 436% という特筆すべき伸びを示しています。「Verizon 2022 Data Breach

Investigations Report」によると、ランサムウェアの攻撃は 25% 増加しています。この状況では、スタッフのセキュリティトレーニングに投資することが理にかなっています。

境界はアイデンティティに移行しましたが、ネットワーク管理が重要でなくなったわけではありません。インフラストラクチャ監視とサーバーアクセスツールも、急成長セキュリティカテゴリのトップ 4 に入っています。インフラストラクチャ監視は、顧客数が前年比 29% 増、過去 2 年間で 66% 増となり



2020 年 3 月にコロナ禍によるリモートワークの増加を受け、VPN とファイアウォールの需要が高まりました。このカテゴリが最も急速に成長するようになり、これが現在も続いています。

ました。同様に、サーバーアクセスツールの顧客数は前年比 29% 増、過去 2 年間では 75% 増を記録しています。■

[6] IDC、「IDC MarketScope: Worldwide Unified Endpoint Management Software for Apple Devices 2021 Vendor Assessment」(IDC、2021年1月)

最も人気のある保証要素タイプ

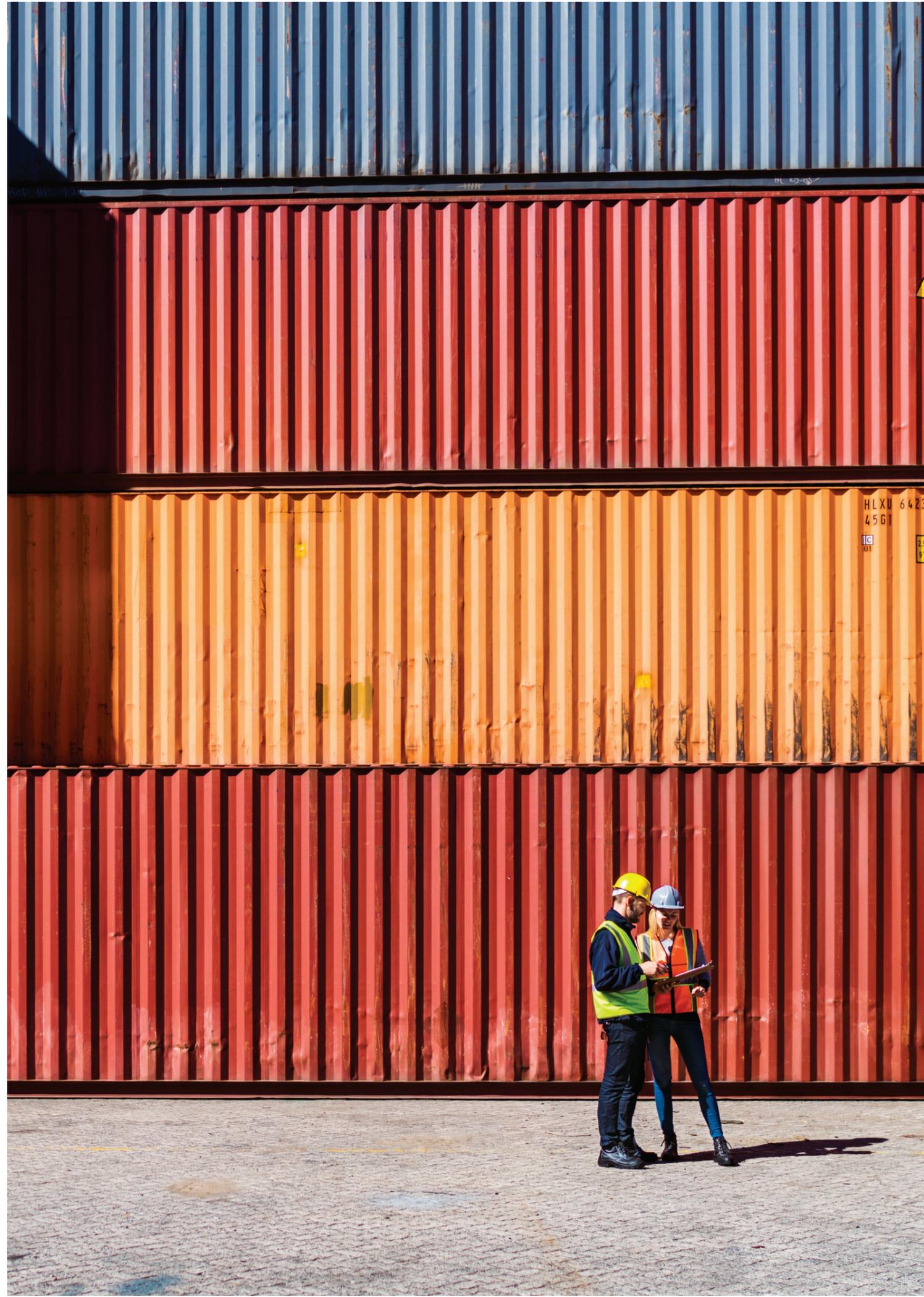
MFA の 保証レベルの違い



ソーシャルエンジニアリングやクレデンシャルベースの攻撃は、攻撃者が好む手口として長い間使われています。この種の攻撃を阻止するために、MFAの実装によって大きな効果を発揮できることは理解されています。しかし、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。

かつてのMFAは、多くのセキュリティ対策がある中で目立たない存在でした。しかし今日では、ほとんどの組織がMFAの重要性を認識するようになってきました。保証レベルの高い要素を使用していない企業は、MFAによるセキュリティの重要な要素を活用していないのと同じです。しかし今年は、ワークフォースアイデンティティで保証レベルの低い要素の利用が減っています。

2年前、14%の顧客は依然として保証レベルの低いセキュリティの質問をMFA要素の1つとして導入していました。この割合が下がってきているのは歓迎すべき傾向です（ソーシャルメディアのおかげで、通った学校や最初のペットの名前は秘密とは言えなくなりました）。2022年には10%まで減少しています。これは、人類にとっては小さな一歩ですが、アクセスセキュリティを徐々に向上させるためには大きな飛躍です。

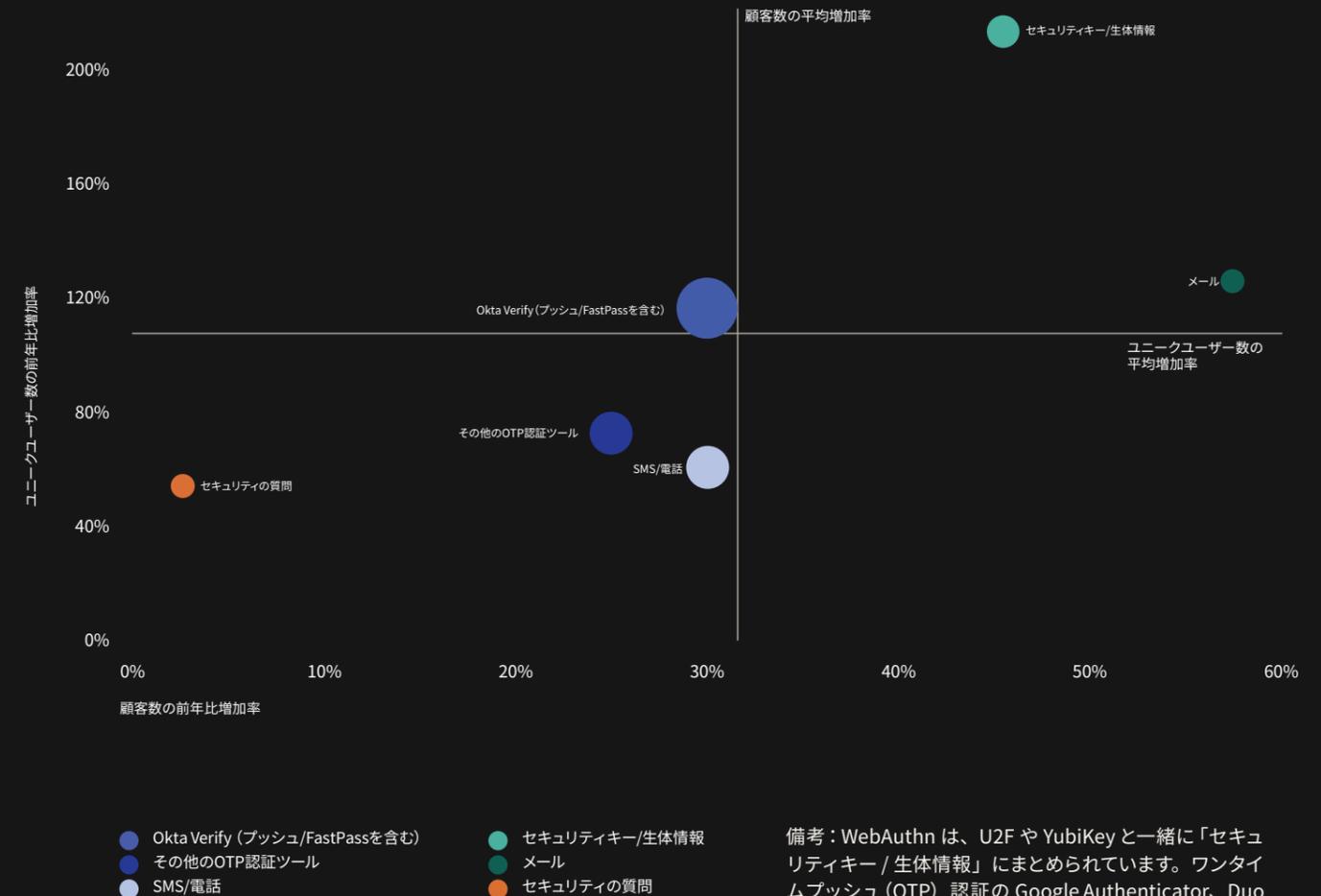


要素グループ	含まれる要素	保証レベル
 メール	メール	低
 Okta Verify	Okta Verify (プッシュ/FastPassを含む)	高
 その他のOTP認証ツール	Duo Security、Google Authenticator、HOTP、RSA SecurID、Symantec VIP	中
 セキュリティキー/生体情報	WebAuthn (FIDO 2.0)、U2F (FIDO 1.0)、YubiKey	高
 セキュリティの質問	セキュリティの質問	低
 SMS/電話	SMS、音声通話	低
 サードパーティIdP	サードパーティIdP	中

保証レベルの高いセキュリティキーや生体認証 (WebAuthn を含む) の利用は、1 年前の 21% から 2022 年には 24% に上昇しました。また、カテゴリとしても、顧客数で前年比 46% 増、ユニークユーザー数では同 211% 増と急成長しています。その他の頼もしい動向として、保証レベルの高い Okta Verify(プッシュ /FastPass を含む) は、現在 88% の顧客に導入されており、2 年前より 6 ポイント増加しています。

保証レベルの低いメールの利用が増加しているのは、残念な傾向です。メールの受信箱は脆弱なため、要素としてのメールも同様に脆弱です。コロナ禍以前は、MFA の保証にメールを利用している顧客は 2% 未満でしたが、現在では 12% に上昇し、顧客数で前年比 58% 増となりました。■

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 認証ツール」にまとめられています。SMS と音声通話による認証は、「SMS/ 電話」にまとめられています。

セキュリティの質問を問う

要素グループの成長 (業種別)

ドライブスルーで買った朝食のサンドイッチまで含め、あらゆるものが共有されるソーシャルメディアの世界では、セキュリティの質問が専門の攻撃者に見破られる可能性がますます高くなっています(初めて買ったクルマの車種なら大丈夫かって?インスタの写真でステアリングにトヨタのロゴが写っていましたよ)。一方で、セキュリティの質問がいかに安全でないかが、さまざまな業種で理解され始めているという朗報もあります。

今年は、教育分野とメディア/コミュニケーション分野で、セキュリティの質問の利用が大きく減り、それぞれ前年比 13% 減となっています。続いて、不動産/賃貸/リースでも 11% 低下しています。他にも、ファイナンス/バンキング(3% 減)と小売(2% 減)で、セキュリティの質問の信頼性の低さが認知されています。利用が減っている要素はセキュリティの質問だけですが、安全でない要素の衰退は良い傾向です。

セキュリティキー/生体情報の利用は増加傾向にあり、アイデンティティの保証レベルがさらに向上しています。こうした要素は保証レベルが高く、特に運輸/倉庫(前年比 67% 増)、教育(同 53% 増)、ファイナンス/

バンキング(同 46% 増)で高い伸びを示しました。最も成長が鈍い非営利団体でも、セキュリティキー/生体情報の利用は前年比で 22% 増加しています。

セキュリティの質問の利用が最も減少した業種で、同時にセキュリティキー/生体情報の利用が 30% 以上増加している点は、重要なポイントです。教育分野では、セキュリティの質問が 13% 減り、セキュリティキー/生体情報が 53% 増加しました。ファイナンス/バンキング分野では、セキュリティの質問が 3% 減り、セキュリティキー/生体情報が 46% 増加しました。メディア/コミュニケーション分野では、セキュリティの質問が 13% 減り、セキュリティキー/生体情報が 31% 増加しました。不動産/賃貸/リース分野では、セキュリティの質問が 11% 減り、セキュリティキー/生体情報が 36% 増加しました。小売分野では、セキュリティの質問が 2% 減り、セキュリティキー/生体情報が 36% 増加しました。そして、小売分野では、セキュリティの質問が 2% 減り、セキュリティキー/生体情報が 45% 増加しました。

要素グループの成長(業種別)



“さまざまな業種で、セキュリティの質問がいかに安全でないかが理解され始めています。今年は、教育分野とメディア/コミュニケーション分野で、セキュリティの質問の利用が大きく減り、それぞれ前年比 13% 減となっています。



医療 / 医薬品、行政、小売、テクノロジー、非営利団体など、幅広い業種が MFA の重要性を認識し、複数の要素で堅調な伸びを示しています。たとえば、医療 / 医薬品は、全体として顕著な伸びを示しました。セキュリティキー / 生体情報の利用が前年比で 36% 増、音声通話 / SMS の利用が 33% 増、Okta Verify の利用が 31% 増、その他のワンタイムパスワード (OTP) 認証の利用が 38% 増となりました。こうした動きは、患者の個人情報保護に取り組む上での大きな前進です。

メールの利用は、組織が他の要素に使用するための物理デバイスを発行できなかったコロナ禍中に増加し始め、ほぼ全体的に確実に増加しています。この増加を後押ししているのは、建築 / 土木 / 建設分野 (前年比 140% 増) です。さらに、卸売 (前年比 74% 増)、行政 (同 73% 増)、そしてテクノロジー分野 (同 61%) が続いています。■

より安全な未来のために

ゼロトラスト導入の進捗状況

ゼロトラストの原則は、「決して信用せず、常に検証する」ことであり、特にアクセスポイントで重要です。昨年の Web アプリケーションの侵害の 80% 以上が資格情報の不正使用によるものであり、ランサムウェア攻撃では盗まれた資格情報が最も多く手口として使用されたことが報告されています。従来のネットワーク境界が消滅しつつある中、デジタルフットプリントを持つすべての組織は、主にコンテキスト情報とアクセスポリシーの構成によって、堅牢なアイデンティティ保護を確立する必要があります。ゼロトラストの原則があらゆる業種で採用され、多くの組織がこの取り組みで有意義な前進を遂げています。

アイデンティティはどれほど重要なのでしょうか。今年の調査では、80% の組織がゼロトラストセキュリティ戦略全体にとってアイデンティティが重要であると回答しており、さらに 19% はアイデンティティがビジネスクリティカルであると断言しています。つまり、99% の組織が、アイデンティティをゼロトラスト戦略の主要要素として考えています。

Okta の顧客は、ユーザー、デバイス、ネットワークのコンテキストにフォーカスしたソリューションにより、戦略的にゼロトラストに取り組んでいます。ネットワークのコンテキストでは、リスクベースのポリシーの利用が過去 2 年間で 147% 増加しています。ユーザーのコンテキストでは、パスワード不要の Web 認証の新しい世界標準である WebAuthn を導入する顧客が 60% 増加しました。また、デバ

イスのコンテキストでは、デバイストラストの構成を導入する顧客が 21% 増加しています。

これらすべての努力によって、進化し続ける脅威から現代の企業を真の意味で保護するための進展が期待されます。■

ゼロトラスト導入の進捗

ネットワークのコンテキスト

+147% 過去 2 年間でリスクベースのポリシーが増加
顧客の割合は、2020 年 10 月の 1.9% から 2022 年 10 月には 4.7% に増加

ユーザーのコンテキスト

+60% 過去 2 年間で WebAuthn が増加
顧客の割合は、2020 年 10 月の 11.7% から 2022 年 10 月には 18.6% に増加

デバイスのコンテキスト

+21% 過去 2 年間でリスクベースのポリシーが増加
顧客の割合は、2020 年 10 月の 7.7% から 2022 年 10 月には 9.3% に増加

決して信用せず、常に検証せよ

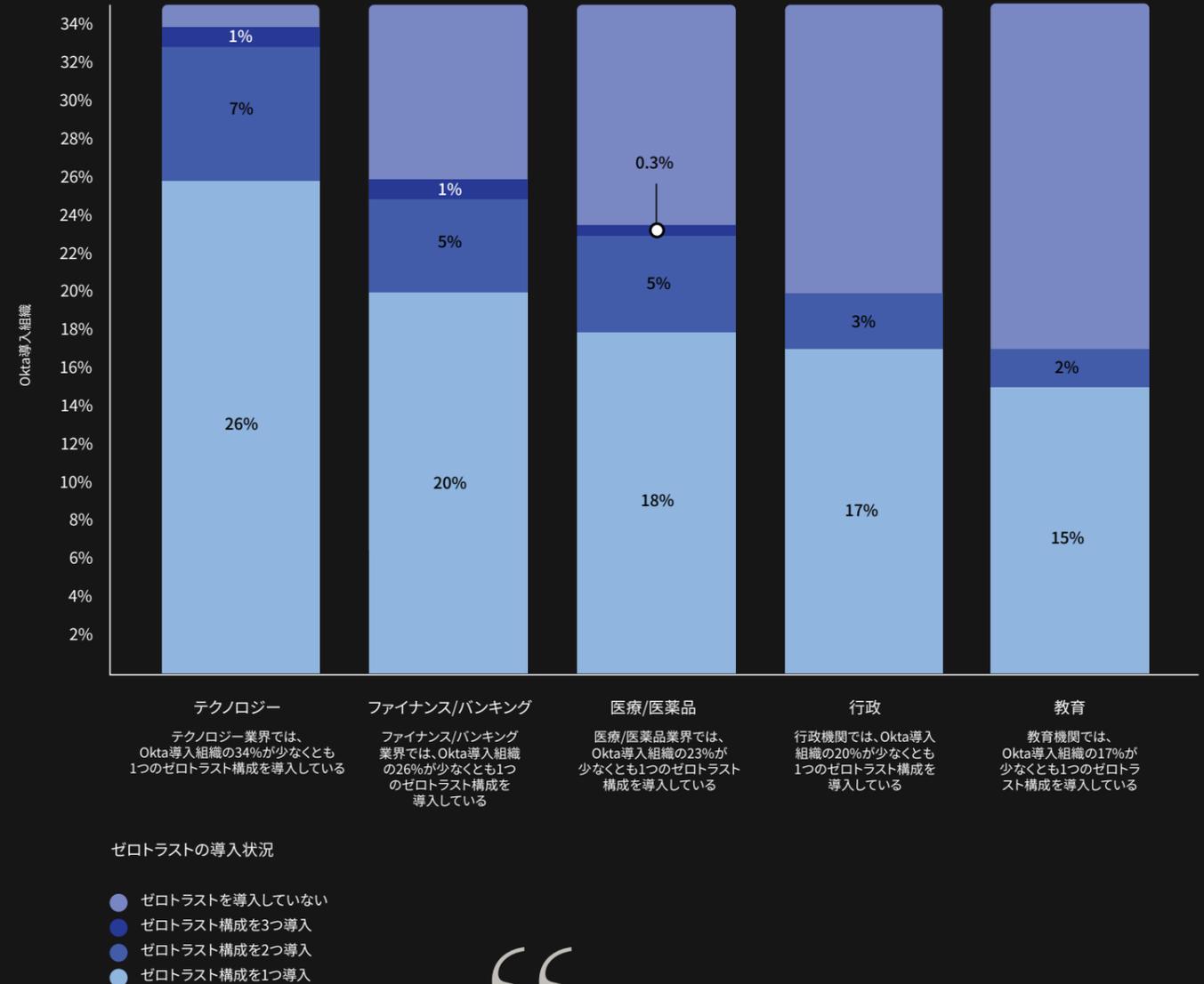
ゼロトラスト構成が拡大

リモートやハイブリッドの活動が拡大した今日のビジネス環境において、ゼロトラストは原則からビジネスの必須事項へと急速に進化しています。そこで、組織の保護のために企業が投資している構成について探っていきましょう。(ゼロトラスト構成とは、「決して信用せず、常に検証する」というゼロトラストのアプローチをネットワーク/ユーザー/デバイスのコンテキストで使用する構成を指します。)

Oktaの顧客は、22%が1つ以上のゼロトラスト構成を導入しており、2年前から10%増加しています。しかし、依然として多くの企業がゼロトラストに取り組んでいない(あるいはゼロトラストの計画を実行に移していない)のが現状です。とは言え、多少なりとも進展しています。

当然といえば当然ですが、採用率が最も高いのはテクノロジー分野です。今年、テクノロジー企業の3分の1以上がゼロトラスト構成を採用しました。34%は、少なくとも1つのゼロトラスト構成を導入しており、7%は2つの構成を導入しています。業種別では、ファイナンス/バンキングの4分の1以上(26%)が、少なくとも1つのゼロトラスト構成を導入しており、5%は2つの構成を導入しています。医療/医薬品分野では、23%が1つのゼロトラスト構成を導入しており、5%は2つの構成を導入しています。■

ゼロトラスト構成の導入数(業種別)



“Oktaの顧客は、22%が1つ以上のゼロトラスト構成を導入しており、2年前から10%増加しています。”

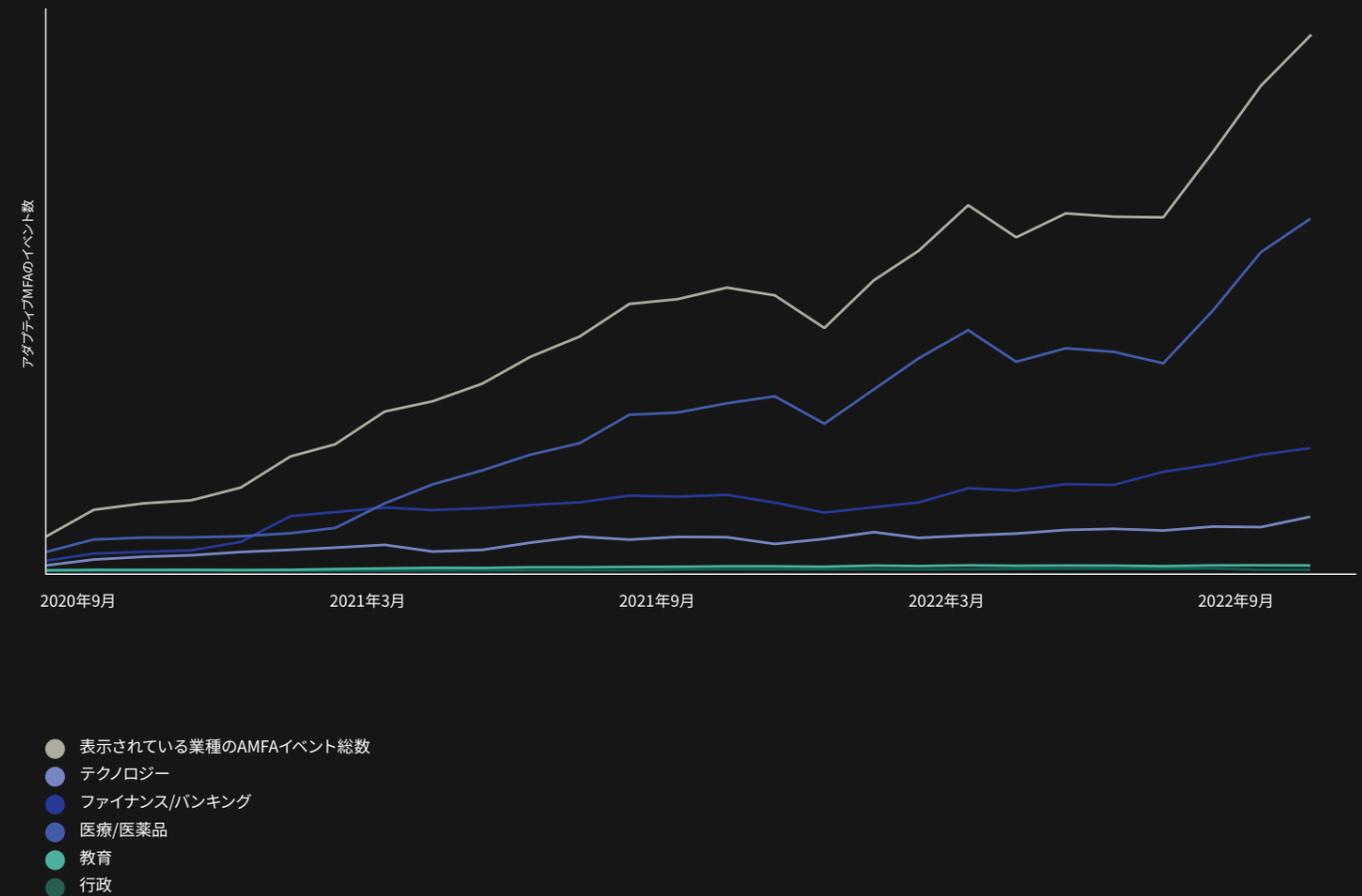
アダプティブ MFA のイベント数 (業種別)

ゼロトラストの トレンド

新しいデバイスや新しいアドレスからログインして、追加の認証要素を要求されるたびに、ゼロトラストが機能しています。そして、認証要求に伴うリスクを評価するアクセスポリシーは急速に拡大しています。こうした評価では、ユーザーの行動、デバイスやIPからのコンテキスト、リクエストのレート、その他の不審な活動を示す指標を調べます。企業が制御を強化するに伴い、アダプティブMFAのイベント（ユーザーの変化やデバイスの動作、場所、その他のコンテキストに応じて動的にステップアップ認証のリクエストを生成するログイン）の数が劇的に増加しています。こうしたイベントは2020年10月の400万件から2022年10月には2,900万件へと640%も増加しました。

この指標で見ると、すべての業種が同じ速度でアクセスポリシーを改善しているわけではありません。もっとも進んでいるのはテクノロジー分野であり、アダプティブMFAのイベントは前年比で110%増加しています。ファイナンス/バンキングもアクセスポリシーを急速に強化しており、前年比61%増という顕著な伸びを示しています。このアクセス強化では、医療/医薬品分野が3位、そして教育と行政が続いています。■

アダプティブMFAのイベント数 (業種別)



“

企業が制御を強化するに伴い、アダプティブ MFA のイベント数が劇的に増加しています。こうしたイベントは2020年10月の400万件から2022年10月には2,900万件へと640%も増加しました。

WebAuthn の利用状況 (業種別)

パスワードからの脱却、 安全な認証の推進

MFA は重要ですが、それだけではセキュリティを確保したことになりません。最近では、ハッカーが有名企業の MFA システムを迂回して IT システムを侵害し、顧客データを流出させる事件が発生しています。ハッカーは、「MFA 疲れ」を利用するソーシャルエンジニアリング攻撃や、従業員をだましてパスワードやログイン情報を入手するフィッシング攻撃により、侵害を成功させています。そのため、多くの業種は、フィッシングに強い要素や Web Authentication API (WebAuthn) を採用しています。W3C と FIDO が作成した WebAuthn の仕様は、サーバーがパスワードの代わりに公開鍵暗号方式でユーザーを登録・認証できるようにするものです。この強力でシンプル、かつフィッシングに強い、安全な認証のための標準は、Web での危険なパスワードへの依存を低減します。

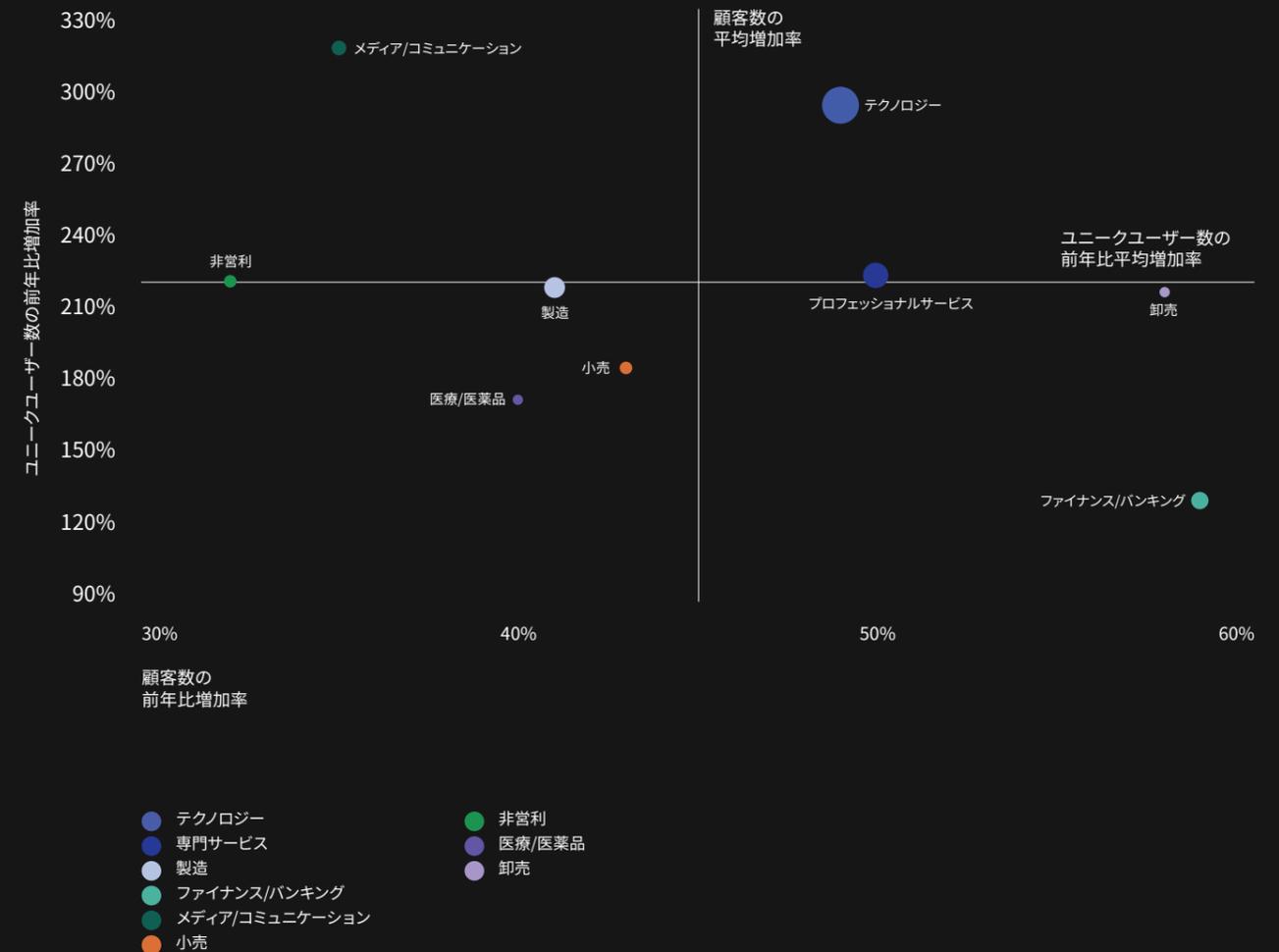
Okta のワークフォースアイデンティティの顧客のうち、WebAuthn を導入している割合は 19% で、2 年前の 11% から 8% ポイント増加しました。分野別のデータを見ると、テクノロジー分野のワークフォースアイデンティティの顧客の 31% が現在 WebAuthn を導入しており、昨年の 26%、2 年前の 20% から

増加していることがわかります。そして、メディア/コミュニケーション企業のうち、この新しい標準を採用している割合は 27% にも上ります。現在、WebAuthn は、ファイナンス/バンキング分野で 15%、医療/医薬品分野で 16% の顧客が導入しています。

成長率では、WebAuthn を導入しているテクノロジー分野の顧客数は前年比 48% 増、過去 2 年間では 174% 増という驚異的な伸びを記録しています。また、ファイナンス/バンキング分野での WebAuthn の採用は、前年比 59%、過去 2 年間で 254% と、著しく伸びています。

このような確実な前進を通じて、組織はフィッシング詐欺を阻止し、攻撃者に対抗しているのです。■

WebAuthnの導入の成長率 (業種別)



“ Okta のワークフォースアイデンティティの顧客のうち、WebAuthn を導入している割合は 19% で、2 年前の 11% から 8% ポイント増加しました。

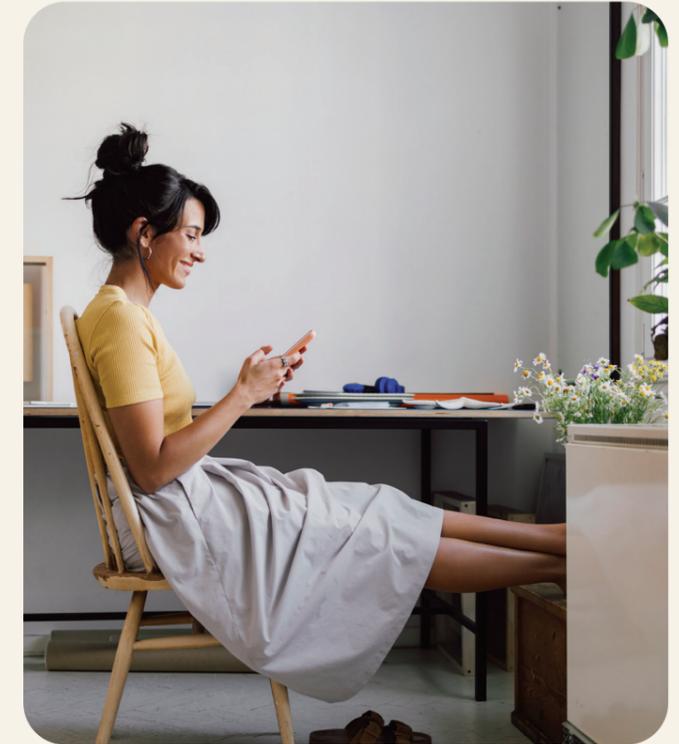
まとめ

本レポートでは、急成長しているアプリやアプリカテゴリに注目してきましたが、ランキングで紹介したアプリは価値の高い機能を提供するものばかりです。世界中の従業員、顧客、パートナーが、安全性、生産性、そして効率性を維持するため、これらの製品に信頼を寄せています。また、現在の経済、ビジネス、文化の優先事項がアプリの選択に反映されることもあります。いずれ、現在のトレンドから重要な洞察が得られるかもしれません。

今年のデータには、組織がエコシステム全体で強固なアイデンティティアクセス制御を優先させていることが示されています。これは、利害関係や脅威が高まる中で、セキュリティを最大限に高め、より厳しい経済状況の中で効率を向上させるためです。また、企業は柔軟な働き方をサポートしたり、メンタルヘルス / ウェルネスアプリに投資したりと、従業員を重視するようになっていきます。

各社各様であるとは言え、以下のような包括的なトレンドが顕著に表れています。

- コンテンツコラボレーションアプリ、セキュリティツール、営業 / マーケティングツールへの取り組みに加えて、新たに旅行、事務用品、デザインソフトウェアが注目を集めている
- ソフトウェアスイートそれぞれの機能にかかわらず、ベストオブブリードのアプリやツールの重要性が増している
- 企業のクラウドへの移行が継続し、マルチクラウドの採用が拡大している
- リモートアクセスソリューションと MFA の保証レベルの強化により、安全なリモートワークを実現するために包括的に取り組んでいる
- ゼロトラスト構成の導入が拡大し、ゼロトラストの未来に向けて継続的に進展している



そして、2023 年については、以下の点に注目したいと思います。

- ワークフローの採用の拡大を注視
- クラウドへの移行の継続と、ベストオブブリードによる増強に期待
- 規模の大小を問わず企業がクラウド移行を継続 / 完了する中、ゼロトラスト構成がさらに増えると予想

また、今年の成長株が来年の有力株へと成長していくとともに、新たな新進気鋭の急成長アプリの登場も期待できます。

来年も、データ満載の「Businesses at Work」をご期待ください。



okta

Okta Inc.
100 First Street
San Francisco, CA 94105
info@okta.com
1-888-722-7871