



2023년 2월

2022년 최고 인기
앱 카테고리

높은 성장율을 달성한 앱

새롭게 떠오르는
Zero Trust 보안

Businesses at Work



okta

내용

- 03 불확실한 시대에 필요한 전략적 태도
- 05 주요 결과 요약
- 07 방법론
Okta가 이 보고서를 작성한 방법

- 09 2022년 최고 인기 앱 카테고리
 - 업무 카테고리
 - 높이 높이, 그리고 멀리: 여행의 재시작
 - 주요 카테고리에 대한 산업 부문의 투자
 - 더 나은 톨박스 구축
 - 전 세계 상위 앱 카테고리
 - 결국 앱 세상이다

- 19 최고 성능을 자랑하는 앱
 - 성장세 살펴보기
 - 2022년 최고 인기 앱 50개
 - 라이징 스타를 만나다
 - 2022년 가장 빠르게 성장한 앱
 - 적합한 톨
 - 회사 규모가 가장 빠르게 성장한 앱
 - 모든 부문을 위한 앱
 - 산업별로 가장 빠르게 성장한 앱
 - 세계 여행
 - 지역 및 국가별로 가장 빠르게 성장한 앱

35

최고의 업무용 툴

번들 전쟁

Google이 승기를 잡다

제품군에 대한 흥미 감소

동급 최고 앱의 부상

개발자 툴의 성장률

새롭게 떠오르는 앱 모니터링

가장 인기 있는 HR 툴

성공적인 업무를 지원하는 앱

원격 액세스 솔루션의 성장

보안 액세스는 집에서 시작된다

Apps for Good

긍정적인 영향력 발휘

산업별 워크플로우 도입

흐름을 따른다

55

멀티 클라우드의 부상

가장 인기 있는 클라우드 플랫폼

클라우드의 적용 범위 확대 전망

가장 인기 있는 클라우드 콤보

하나보다 둘이 낫다

62

생활 편의 앱

가장 인기 있는 बैं킹 및 금융 앱

전자 지갑에는 무엇이 들어 있을까?

피트니스 산업의 부흥과 다이어트 산업의 부진

강세를 보이고 있는 건강 관리 앱

가장 인기있는 소셜 미디어 플랫폼

“좋아요”, 팔로우 및 공유 수가 가장 높은 플랫폼

69

업무 환경의 보안

순위 고수

보안 카테고리에서의 전쟁이 시작되다

가장 인기 있는 보안 인증요소 유형

MFA라고 해서 다 같지 않다

보안 관련 질문

산업별 인증요소 그룹의 성장률

보다 안전한 미래 계획

Zero Trust 도입 진행 상황

절대 신뢰하지 말고 항상 확인하라

강세를 보이고 있는 Zero Trust 구성

산업별 적응형 MFA 이벤트

직장에서의 Zero Trust

산업별 WebAuthn 사용

비밀번호의 시대가 가고

보안 인증의 시대가 오다

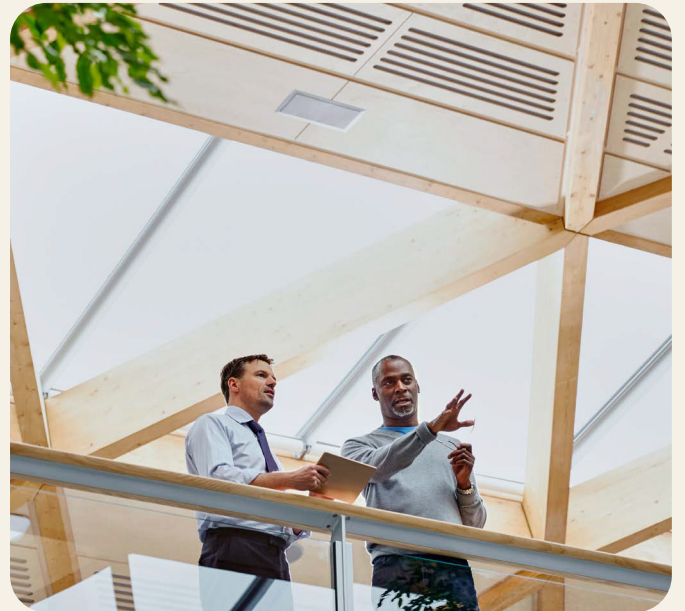
89

결론

불확실한 시대에 필요한 전략적 태도

올해에는 불확실성 속에서 길을 찾을 수 있는 적합한 톨과 전략을 선택하는 것이 그 어느 때보다 중요합니다. 견고한 노동 시장, 높은 인플레이션, 금리 인상과 같은 거시적 역풍으로 인해 기업의 운영과 성장에 어려움이 찾아올 것이 분명합니다.

이러한 환경에서 살아남기 위해서는 전략적인 접근 방식이 필요합니다. 즉, 직원 효율성을 배가하고, 보안에 대한 투자를 늘리며, 수익 창출 이니셔티브를 중심으로 혁신을 단행해야 합니다. 전 세계 1만 7천 곳 이상의 Okta 고객사와 7천 개 이상의 클라우드, 모바일, 웹 앱 및 IT 인프라 공급자 통합 기능이 포함된 [Okta Integration Network](#)에서 익명으로 수집한 데이터를 보면 기업들의 이러한 움직임을 알 수 있습니다.



지금 세계 각지의 조직들은 효율성 향상을 위해 워크플로우에 투자하고, 클라우드 퍼스트 툴을 통해 원격 근무 직원의 생산성을 높이며, 위협을 완화하기 위해 보안을 우선 순위로 삼고 있습니다. 또한 2022년 초에는 여행 앱 카테고리가 놀라운 성장세를 보였는데, 어떻게 될지는 시간이 지나면 알게 될 것입니다. 가장 빠른 성장세를 보인 앱은 Apple의 모바일 기기 관리 솔루션인 Kandji입니다.

안정세를 유지하고 있거나 모멘텀을 얻고 있는 몇 가지 트렌드가 있습니다. 보안은 대부분의 조직에게 아직까지 최우선 순위인데, 그 이유는 이들이 MFA(Multi-Factor Authentication) 솔루션에서 보안 수준이 높은 인증요소로 전환하는 등 원격 액세스를 보다 안전하게 보호할 수 있는 새로운 방법을 찾고 있기 때문입니다. 그리고 한때 단순한 개념에 불과했던 Zero Trust가 이미 많은 조직들 사이에서 삶의 방식으로 자리 잡아 가고 있습니다.



이렇게 초유의 상황을 맞이한 가운데, 어떤 앱과 디지털 전략이 주목을 받고 있는지 데이터 심층 분석을 통해 알아보겠습니다.

주요 결과 요약

업무 환경 카테고리

안전 벨트 매세요. 차 출발합니다. 여행 산업이 큰 반등세를 보였습니다. 고객 수는 전년 대비 43% 증가했고, 산업 전반의 고유 사용자 수는 197% 증가했습니다. 작년 보고서에서 10위권 안에도 들지 못했던 사무용품 카테고리가 올해에는 고

“

여행 산업이 큰 반등세를 보였습니다. 고객 수가 전년 대비 43% 증가했고, 산업 전반의 고유 사용자 수는 197% 증가했습니다.

객 수가 35% 증가하고 순 사용자 수가 77% 증가하는 등 엄청난 성장세를 보였습니다. 여전히 상승세를 유지하고 있는 디자인 소프트웨어는 지난 해 전년 대비 39% 성장하며 1위를 기록한데 이어, 올해는 고객 수가 전년 대비 31% 증가하며 가장 빠른 성장세를 보인 카테고리에서 3위를 차지했습니다. 판매 및 마케팅 톨은 유럽과 EMEA 지역에서 가장 큰 성장세

를 보이며 모멘텀을 얻고 있습니다. 물론 보안은 여전히 전 세계의 주요 관심사로 남아 있으며, APAC 지역에서 전년 대비 가장 큰 성장률을 보였습니다.

가장 빠르게 성장한 앱

협업, 커뮤니케이션, 출장 및 HR을 위한 톨에서부터 클라우드 플랫폼, 개발자 톨 및 보안 톨에 이르기까지 다양한 앱들이 올해 가장 빠르게 성장한 앱 목록에 올랐습니다. 올해 최고의 성장률을 기록한 앱은 Kandji로, 고객 수가 전년 대비 172% 증가했습니다. Okta는 고객 수와 고유 사용자 수 기준으로 가장 빠른 성장세를 보인 앱들을 살펴보고, 산업 부문과 지역 및 국가별로 높은 성과를 거둔 앱들을 면밀히 조사했습니다.

최고의 업무용 툴

조직들은 업무 수행을 위해 다양한 대규모 앱들을 이용하고 있으며, 대기업들(직원 수 2,000명 이상)은 평균 211가지의 앱을 사용하면서 선두를 달리고 있습니다. 기업들은 생산성 제품군에 Zoom, Slack, Box 같은 동급 최고의 앱을 계속 추가하고 있습니다. 현재 북미 지역 내 Okta의 Microsoft 365 고객 중 51%가 Zoom도 구축하고 있으며, Microsoft 365를 사용하는 전 세계 Okta 고객의 42%가 Google Workspace도 구축하고 있는데, 이는 작년의 38%에서 증가한 수치입니다. Okta는 최고의 HR 툴, 개발자 툴, 원격 액세스 솔루션 및 자선 기부 앱뿐만 아니라 모든 업무를 효율적으로 실행하는 자동화된 워크플로우의 도입 증가를 살펴봤습니다.

멀티 클라우드의 부상

“하나의 클라우드 플랫폼이 작업을 절반으로 줄여 준다면 두 개를 구입해야 할 것입니다!” 올해 데이터에 따르면 2017년 이후 나타난 멀티 클라우드 도입의 증가세가 둔화될 기미를 보이지 않고 있으며, AWS(Amazon Web Services)와 GCP(Google Cloud Platform)를 병용하는 사례가 계속 증가하고 있습니다. Okta는 현재 1~2개, 내지 3개의 클라우드 솔루션을 보유하고 있는 기업의 수와 이러한 도입을 이끄는 요인에 대해 살펴봤습니다.

생활 편의 앱

일과 삶의 경계가 그 어느 때보다 모호해졌습니다. 기업 앱과 개인 앱의 혼용을 살펴보면, 디지털 결제 게이트웨이인 Paypal과 새롭게 등장한 Venmo 및 Stripe가 최고 금융 및 बैं킹 앱에서 강세를 보이고 있습니다. 건강 부문에서는 FitBit이 1위를 차지했으며, 정신 건강 관련 앱인 LiveWell(고객 수 전년 대비 32% 증가)과 Modern Health(고객 수 전년 대비 30% 증가)가 고객 수 측면에서 가장 빠르게 성장하고 있습니다. 소셜 미디어 부문에서는 LinkedIn이



1위를 차지하고 있고, TeamSnap이 고객 수 측면에서 가장 빠른 성장세를 보이고 있습니다.

업무 환경의 보안

원격 및 하이브리드 근무 체제가 보편화되면서 홈 오피스와 커피숍 사무실, Airbnb 사무실 등에서 네트워크 액세스를 보호하는 것이 최우선 과제가 되었습니다. 기업들은 MFA 환경에 보안 수준이 더 높은 인증요소를 적용하여 보안을 강화하고 있습니다. 보안 수준이 낮은 보안 질문은 전반적으로 가장 느린 성장률(고객 수 전년 대비 3% 증가)을 보이고 있는 반면, 보안 수준이 높은 보안 키/생체 인식(WebAuthentication 포함)은 훨씬 빠르게 성장하고 있습니다. 고객 수는 전년 대비 46% 증가했고 고유 사용자 수는 211%로, 성장률 1위를 기록했습니다. 기업들이 사용자와 장치 및 네트워크를 보호하기 위해 더 많은 구성을 추가함에 따라 Zero Trust 보안 프레임워크의 입지가 굳어지고 있습니다. 현재 전체 Okta 고객의 22%가 Zero Trust 구성을 하나 이상 구축한 상태입니다.

방법론

Okta가 본 보고서를 작성한 방법

Okta는 Businesses at Work 보고서를 작성하기 위해 Okta 고객들로부터 수집한 데이터를 사용했습니다. 또한 수천 개 기업과 애플리케이션, IT 인프라 통합 기능으로 이루어진 Okta 네트워크를 비롯해 전 세계 여러 국가에서 매일 수행되는 수백만 건의 인증 및 검증 작업에서 나온 Okta 고객 데이터를 익명화했습니다. Okta 고객과 그 직원, 계약자, 파트너는 Okta 제품을 사용해 장치, 웹사이트, 앱 및 서비스에 안전하게 로그인하고 보안 기능을 활용하여 중요 데이터를 보호하고 있습니다. Okta 고객은 각 주요 산업 부문 전반에 걸쳐 있으며, 중소기업에서부터 수십만 명의 직원과 수백만 명의 고객을 보유한 세계 최대 규모의 조직에 이르기까지 그 규모도 다양합니다.

이 보고서를 읽을 때 유의할 사항이 있는데, 여기 나온 데이터는 Okta 고객, 고객이 Okta Integration Network를 통해 연결하는 애플리케이션 및 통합 기능, 그리고 사용자가 서비스를 통해 이러한 톨에 액세스하는 방법을 보여주기 위한 예시라는 점입니다. 이 보고서 전반에서 언급된 “앱”과 “톨”이라는 용어는 Okta Integration Network를 통해 사용할 수 있는 애플리케이션과 서비스 및 통합 기능을 지칭합니다. Okta가 당사 Microsoft 365 고객에 대해 설명하는 트렌드는 Okta를 사용하지 않는 Microsoft 365 고객(앱 간 긴밀한 통합을 지원하지 않는 Azure Active Directory 또는 기타 아이덴티티 플랫폼을 사용하는 고객)과 다를 수 있습니다.

매년 Okta는 세 가지 방식으로 앱 인기 순위를 검토합니다. 대부분의 차트에는 Okta Integration Network에서 앱을 구축한 고객의 수가 표시되어 있습니다. 몇 가지 차트에서는 지난 30일 동안 한 번 이상 Okta를 통해 앱에 로그인한 적이 있는 사용자로 정의되는 액티브한 고유 사용자 수를 보여줍니다. Apps for Good 섹션에서는 애플리케이션에 대한 액세스 권한이 있는 사용자로 정의되는 할당된 사용자 수를 계산했습니다.

Okta는 데이터를 표준화하기 위해 노력했습니다. 별도의 언급이 없는 한, 이 보고서에서는 2021년 11월 1일부터 2022년 10월 31일까지의 데이터를 제시하고 분석합니다. 이 기간은 “올해”, “오늘날”, “2022년”으로 지칭됩니다. 마찬가지로 “작년” 또는 “2021년”이라고 언급할 때는 2020년 1월 1일부터 2021년 10월 31일까지의 데이터를 의미합니다. “2020”은 해당 연도의 동일한 기간을 의미합니다.

Okta는 회사 규모를 지칭할 때 사원 수가 1,999명 이하인 회사는 “중소기업”으로, 사원 수가 2,000명 이상인 회사는 “대기업”으로 지칭합니다.

Okta는 직원들에게 Okta 서비스를 구축하고 있는 Okta 고객을 나타내기 위해 “Workforce Identity”라는 용어를 사용합니다. 또한 자사의 고객에게 Okta 서비스를 구축하고 있는 Okta 고객을 나타내기 위해 “Customer Identity”라는 용어를 사용합니다. Okta는 동일한 환경에서 Workforce Identity와 Customer Identity를 사용할 수 있는 제품들도 제공하고 있습니다. Workforce Identity와 Customer Identity를 별도로 논의할 때는 이들 제품은 제외됩니다.

별도로 명시하지 않는 한 이 보고서에 포함된 데이터는 Okta Integration Network를 통해 사용자에게 앱을 한 개 이상 구축한 Okta 고객으로 한정됩니다. 별도의 언급이 없는 한 기업용으로 배포된 앱도 함께 살펴봅니다. 이 보고서는 오직 Okta 데이터를 대상으로 하며 Auth0은 포함하지 않습니다.

업무 환경 카테고리

2022년 최고 인기 앱 카테고리

2022년 최고 인기 앱 카테고리 측면에서 Okta는 제품을 재설계하고, 변화된 세상에 맞게 비즈니스를 재구성하며, 모든 산업, 국가 및 지역에서 비즈니스를 재건하는 등 활발하게 움직이고 있습니다. 특히 여행 앱, 디자인 소프트웨어 및 개발자 툴을 통해 높은 성과를 내고 있습니다.





업무 환경 카테고리

높이 높이, 그리고 멀리: 여행의 재시작

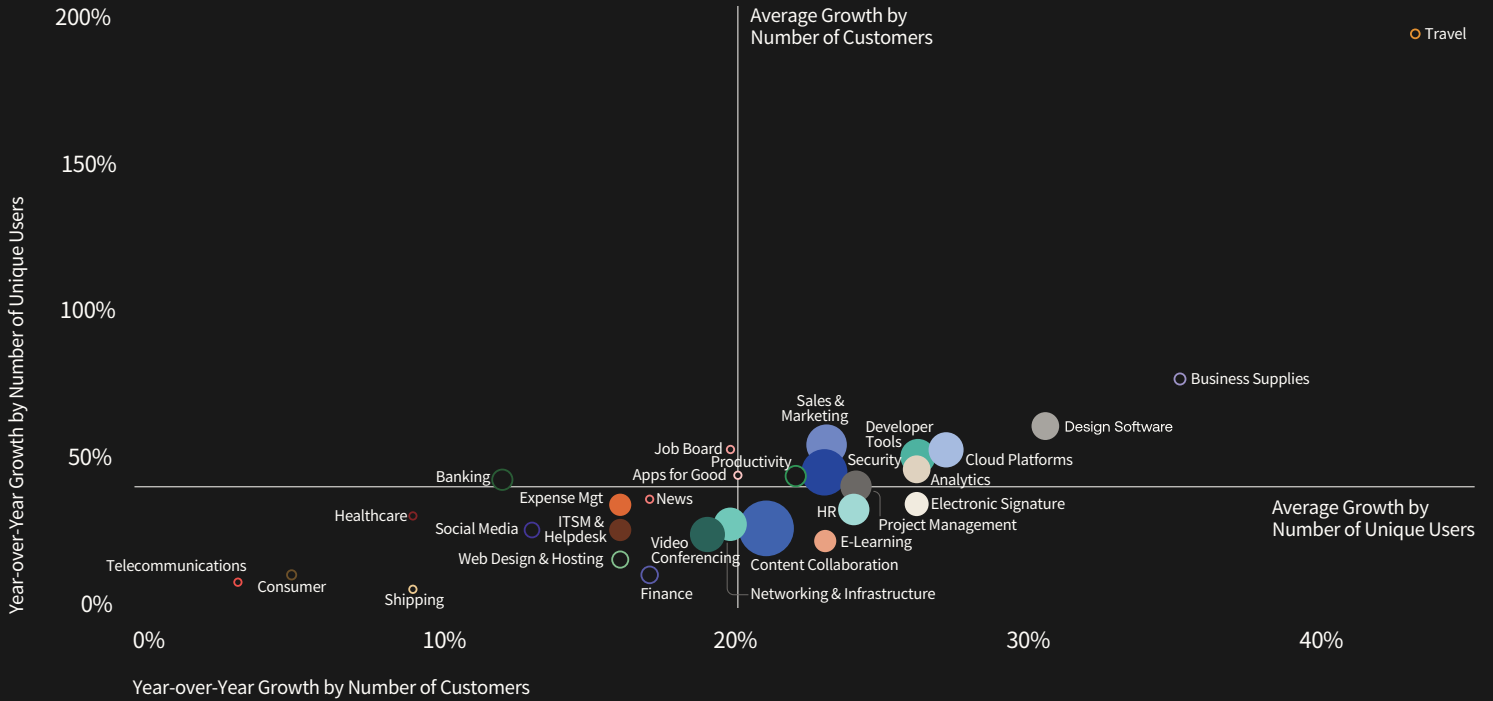
비행기 운항 지연과 높은 휘발유 가격, 접객 인력 부족 등 그 무엇도 떠나고 싶어하는 우리를 막을 수는 없습니다. 자가 격리와 재택 근무가 2년 간 지속되면서 동료와 고객을 직접 만나고자 하는 욕구가 커졌습니다. 이런 점에서 보면 여행이 올해 가장 빠르게 성장한 앱 카테고리에 오른 것도 그리 놀랄 일이 아닙니다. 그렇다 하더라도 성장률은 가히 놀라운 수준입니다. 여행 부문은 고객 수가 전년 대비 43% 증가했고, 고유 사용자 수는 전년 대비 197% 증가하면서 성장률 측면에서 단연 1위에 올랐습니다. Okta의 데이터는 올해 성장률에 초점을 맞추고 있기 때문에 지난 몇 년 동안 팬데믹으로 인해 소강 상태에 있던 여행 부문이 반등할 것을 예상하기는 했습니다. 그러나 2020년에 모멘텀을 얻기 시작한 여행 부문은 격리가 대부분 해제된 상황에서 급격한 성장세를 보였습니다. 2017년부터 2019년까지 평균 이하의 성장률을 보였던 여행 카테고리는 2020년에 고객 수가 전년 대비 32% 증가하며 평균 이상의 고객 성장률을 달성했습니다. 그리고 2021년에는 고객 수가 전년 대비 41%, 고유 사용자는 전년 대비 231% 증가하면서 맨 우측 상단의 성장 리더 위치에 올랐습니다(2022년 가속화 매트릭스에서 보이는 것과 유사함). 이렇게 3년 연속 평균 이상의 성장률을 보였다는 것 자체로도 놀랍습니다.

재택 근무 체제의 지속과 사무실 복귀를 반영한 상위 앱 카테고리에서 알 수 있듯이 기업들은 하이브리드 협업을 전적으로 수용했습니다. 5.11 Tactical (유니폼), Amazon Business, Pitney Bowes, 4imprint(프로모션 상품), Staples, Vistaprint, Dell 및 Apple Business Manager 를 포함한 사무용품 카테고리는 작년 보고서에서 10대 앱 카테고리에도 오르지 못했습니다. 하지만 올해는 고객이 35% 증가하고 고유 사용자가 77% 증가하는 등 전년 대비 엄청난 성장세를 보였습니다. 작년 보고서에서 전년 대비 39%의 고객 성장률을 기록하며 가장 빠르게 성장하는 카테고리에 올랐던 디자인 소프트웨어는 고객 수와 사용자 수가 각각 31%, 60% 증가하며 올해도 자리를 지켰습니다. 이 카테고리는 2017년에 고객 수가 전년 대비 58% 증가하고 고유 사용자 수가 전년 대비 185% 증가한 이후로 지난 5년간 견실한 성과를 보였습니다. 작년에 두각을 드러냈던 콘텐츠 협업과 화상 회의 등의 카테고리들은 빠르지는 않지만 성장세를 이어갔습니다.



자가 격리와 재택 근무가 2년 간 지속되면서 동료와 고객을 직접 만나고자 하는 욕구가 커졌습니다. 이런 점에서 보면 여행이 올해 가장 빠르게 성장한 앱 카테고리에 오른 것도 그리 놀랄 일이 아닙니다.

앱 카테고리의 성장



Okta가 올해 가장 인기 있는 앱 카테고리를 제시하는 방식이 달라졌다는 것을 아마 눈치채셨을 것입니다. 이번에는 카테고리 수를 15개로 제한한 단순 추세선 차트 대신, 29개 카테고리를 모두 표시할 수 있는 가속 매트릭스를 도입했습니다. 이 매트릭스는 고객 수와 고유 사용자 수를 기준으로 전년 대비 성장률을 포착합니다. Okta에서는 범례에 나온 고객 수와 색이 칠해진 원의 상대적 크기를 기준으로 카테고리 순위를 추적하고 있습니다. 우측 상단 사분면에는 성장 리더가 자리하고 있으며, 좌측 상단 사분면과 우측 하단 사분면에는 고유 사용자 수(좌측 위)와 고객 수(우측 아래) 기준으로 평균 이상의 성장률을 보인 앱들이 있습니다.

- 콘텐츠 협업
- 생산성
- 보안
- 은행
- 영업 및 마케팅
- 웹 디자인 및 호스팅
- 클라우드 플랫폼
- 금융
- 개발자 툴
- 소셜 미디어
- 화상 회의
- 사무용품
- 네트워킹 및 인프라
- 여행
- HR
- 소비자
- 프로젝트 관리
- 배송
- 디자인 소프트웨어
- 통신
- 분석
- 의료
- 전자 서명
- 뉴스
- 경비 관리
- 구인 게시판
- ITSM 및 헬프데스크
- Apps for Good
- e-러닝

참고: Okta는 앱 사용률을 살펴보고자 각 카테고리에서 앱 또는 툴을 하나 이상 구축한 고객 수를 계산했습니다.

올해 콘텐츠 협업은 고객 수가 전년 대비 21% 증가했고(지난해 28%), 화상 회의는 고객 수가 전년 대비 22% 증가했습니다(지난해 23%).

기업들은 2018년 중반 이후 카테고리에서 2위와 3위를 차지했던 보안과 영업 및 마케팅 부문에 여전히 주력하고 있습니다. 보안 툴 구축의 경우 고객 수는 전년 대비 23%, 고유 사용자는 전년 대비 43% 증가했는데, 위협 양상이 계속 심각해지고 있고 모든 기업이 데이터 유출 위험에 노출되어 있는 상황에서 당연한 결과라고 할 수 있습니다. 기업들이 비즈니스 성장에 더욱 만전을 기함에 따라 영업 및 마케팅 앱은 작년에 고객 수가 23%, 고유 사용자 수가 53% 증가했습니다.

마찬가지로 조직들이 클라우드 플랫폼, 개발자 툴 및 생산성 앱을 디지털 톨박스에 꾸준히 추가함에 따라 이러한 카테고리들이 “성장 리더” 사분면의 자리를 계속 유지하고 있습니다. 그러나 이들의 성장률은 지난 5년 동안 다소 감소했습니다. 클라우드 플랫폼은 올해 고객 수가 전년 대비 27% 증가했습니다. 이 카테고리는 2017년에 전년 대비 54%의 성장률을 기록하며 성장세를 이어왔습니다(5년만에 최고 성장률 달성). 개발자 툴 카테고리는 크게 뒤쳐지지는 않았는데, 2017년에 고객 수가 전년 대비 51% 증가한 데 반해, 올해에는 전년 대비 26% 증가했습니다. 그리고 생산성 툴은 2017년 고객 수가 57% 증가한 데 비해 올해에는 전년 대비 22% 증가했습니다.■



주요 카테고리에 대한 산업 부문의 투자

더 나은 툴박스 구축

앱 카테고리의 성장률을 고객 산업별로 분류해서 살펴보면 여러 가지 흥미로운 트렌드를 확인할 수 있습니다. 디자인 소프트웨어는 여러 부문에서 전년 대비 강력한 성장세를 보이고 있는데, 이 히트 맵에 어두운 수직선으로 표시되어 있습니다. 디자인 소프트웨어는 운송 및 참고

“

자세히 살펴보면, 여행 부문의
성장은 고객 수가 전년 대비 62%,
고유 사용자 수가 258% 증가한
테크놀로지 부문이 견인하고
있음을 알 수 있습니다.

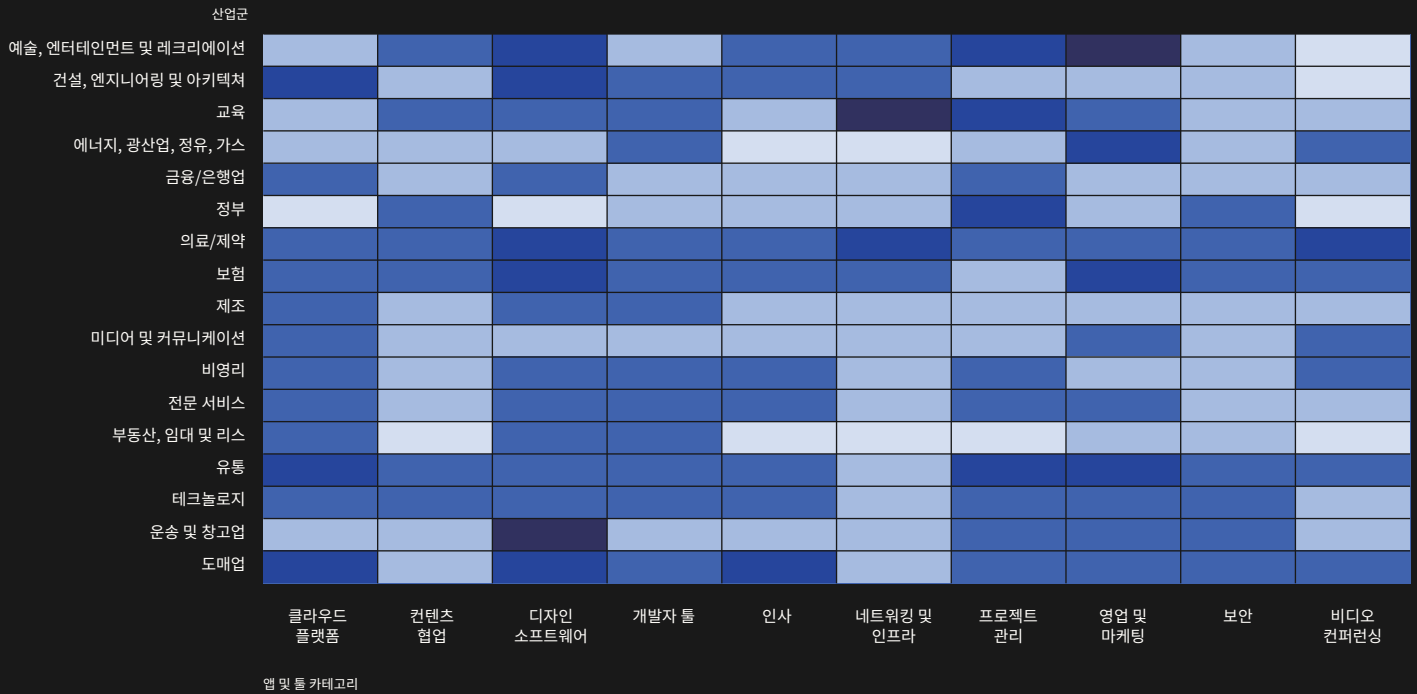
업(전년 대비 45% 성장), 보험(전년 대비 38% 성장), 의료/제약(전년 대비 35% 성장), 예술, 엔터테인먼트 및 레크리에이션(전년 대비 33% 성장), 건설 및 엔지니어링(전년 대비 33% 성장) 부문에서 고

객 수가 가장 많이 증가했습니다.

영업 및 마케팅 툴도 여러 부문에서 두각을 나타내고 있습니다. 가장 높은 성장율을 보인 예술, 엔터테인먼트 및 레크리에이션 카테고리의 경우, 영업 및 마케팅 툴에 대한 투자가 고객 수 기준으로 전년 대비 41% 증가했습니다. 유통(고객 수 전년 대비 32% 증가), 교육(전년 대비 29% 성장), 의료 및 제약(전년 대비 28% 성장)을 비롯한 다른 많은 카테고리들도 판매 및 마케팅 툴에 최우선으로 투자했습니다.

교육 및 비영리 부문은 기본 인프라와 핵심 기능에 중점을 두고 있는 것으로 보입니다. 교육은 모든 카테고리에서 높은 성장률을 보였고, 네트워킹 및 인프라 앱을 구축하고 있는 고객 수는 전년 대비 42% 증가하며 1위를 기록했습니다. 한편, 비영리 부문은 디자인 소프트웨어 카테고리를 가장 많이 활용했으며, 도입률은 고객 수 기준으로 전년 대비 29% 증가했

산업별 앱 카테고리 성장률



습니다.

위의 히트 맵에서는 공간 상 10대 앱 카테고리만 표시했지만 다수의 산업 부문이 더 작은 앱 카테고리도 함께 이용했습니다. 가속화 매트릭스에서 볼 수 있듯이 여행은 고객 수와 고유 사용자 수 기준으로 가장 빠르게 성장하는 앱 카테고리입니다. 자세히 살펴보면, 여행 부문의 성장은 주로 고객 수가 전년 대비 62%, 순 사용자 수가 258% 증가한 테크놀로지

부문이 견인하고 있음을 알 수 있습니다. (작년 보고서에서 테크놀로지 부문은 여행 부문의 부흥을 알리는 신호탄과 같았습니다. Navan(구 TripActions)은 전년 대비 1,647%의 경이로운 성장률을 기록하며 고유 사용자 수 기준으로 가장 빠르게 성장한 앱으로 선정되었습니다.) 금융 및 बैं킹 부문에서도 여행이 최우선 순위였는데, 고객 수가 전년 대비 33% 증가했습니다.■

전 세계 상위 앱 카테고리

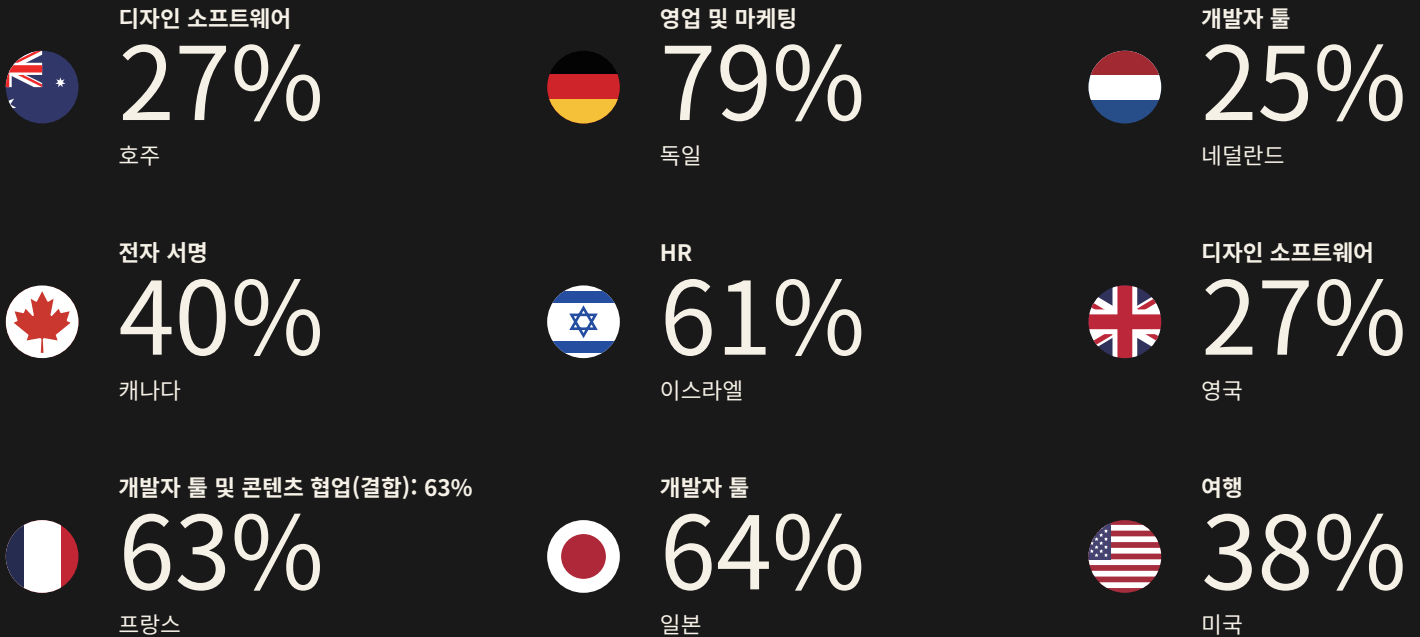
결국은 앱 세상이다



앱 카테고리 성장률을 국가별로 세분화해 보면 다음과 같은 몇 가지 흥미로운 결과가 나타납니다. 상위 앱 카테고리는 사용하는 언어만큼이나 다양합니다. 영국에서는 디자인 소프트웨어가 두각을 나타냈는데, 고객 수가 전년 대비 27% 증가했습니다. 프랑스와 네덜란드의 경우에는 지형과 기후가 매우 다른 만큼 가장 빠르게 성장하는 앱 카테고리도 각기 다릅니다. 프랑스에서는 콘텐츠 협업이 전년 대비 63% 증가해 선두를 달리고 있고, 네덜란드에서는 개발자 툴이 25%의 성장률을 보였습니다.

유럽의 다른 지역을 살펴보면, 판매 및 마케팅 앱이 독일에서 79%의 성장률을 달성해 1위를 차지했습니다. 일본의 경우 국가 중에서 가장 큰 성장률을 기록했습니다. 개발자 툴은 고객 수가 전년 대비 64% 증가했는데, 일본의 벤처 캐피탈 자금이 지난 10년에 비해 10배 증가한 것을 고려하면 그리 놀랄 일이 아닙니다. 이스라엘에서는 HR 카테고리가 61%의 성장률을 기록했습니다. 호주의 경우 디자인 소프트웨어가 전년 대비 27%로 급성장하며 선두를 달리고 있습니다. 북미 지역에서는 여행이 전년 대비 38%의 성장률을 보이며 봉쇄 조치에 지친 미국인들 사이에서 가장 빠르게 성장하는 앱 카테고리라 떠올랐습니다. 한편, 캐나다에서는 고객 수가 전년 대비 40% 증가한 전자 서명이 선두를 달리고 있습니다.

국가별 앱 카테고리 성장률



서로 다른 비즈니스 요구 사항:

지역별 앱 카테고리 성장률

지역적인 차이를 볼 때, 올해 여행 카테고리에서 눈에 띄는 성장을 보였던 앱들은 대부분 북미와 EMEA 지역이었으며, 여행 앱은 고객 수가 전년 대비 각각 39%, 78% 증가했습니다.

사무용품 카테고리의 성장은 또 다른 성공 사례입니다. 하이브리드 근무자들이 사무실로 복귀하면서 사무용품을 가져가는 사람들이 생기자 북미 지역(고유 사용자 수 전년 대비 78% 증가)과 EMEA 지역(고유 사용자 수 전년 대비 162% 증가)의 사무용품 수요가 높아졌습니다. 영업 및 마케팅 앱은 EMEA 지역에서도 두각을 나타냈는데, 고유 사용자 수가 전년 대비 313% 증가했습니다.

APAC 지역은 보안, 전자 서명 앱, 개발자 툴, 클라우드 플랫폼 및 분석 툴에서 눈에 띄는 성장세를 보이고 있는데, 고유 사용자 수 측면에서 특히 그렇습니다. 1위를 차지한 보안 툴은 고유 사용자 수가 전년 대비 85% 증가했습니다. 고유 사용자의 전자 서명 툴 및 개발자 툴 사용은 전년 대비 각각 61%, 55% 증가했습니다. 고유 사용자들 사이에서 클라우드 플랫폼은 전년 대비 50% 성장했으며, 분석 툴의 경우 47% 성장했습니다.

다음으로는 더욱 강력하고, 안전하고, 탄력적이며, 미래에 잘 대비할 수 있는 조직을 만들기 위해 기업들이 선택하고 있는 특정 앱과 툴 및 플랫폼에 대해 알아보겠습니다.■

가장 빠르게 성장한 인기 앱

높은 성장율을 달성한 앱

가장 빠르게 성장하는 앱의 연례 목록을 보면 두 가지 유형의 성공 사례를 확인할 수 있습니다. 항상 인기를 끌고 대중을 만족시키지만 조직들이 아직까지 충분한 성과를 얻지 못하는 듯 보이는 주력 앱, 그리고 소성단의 흔적만 남긴 채 최고의 명성에 오른 앱 세계의 라이징 스타가 바로 그것입니다. 그 무엇도 이 성장 리더들을 막을 수 없습니다. 우선 올해의 올스타 팀에게 뜨거운 박수를 보냅니다.

성장세 살펴보기

2022년 최고 인기 앱 50개

이러한 빅스타들이 어떻게 이렇게 성장할 수 있었는지 궁금해하지 않을 사람은 없을 것입니다. 최대 고객 기반을 보유한 기존 앱이 올해 어느 정도 성장을 거두었는지부터 말씀드리겠습니다. 신규 고객이 계속 유입되고 있는 앱과 인기가 시들해진 앱으로는 어떤 것들이 있을까요? 그렇습니다. 이제 최고 인기 앱에 대해 설명할 차례입니다.

“

[50대 앱 중] 가장 두각을 나타낸 앱은 고객 수가 전년 대비 81% 증가한 Figma와 고유 사용자가 전년 대비 128% 증가한 Sentry입니다.

이전 보고서에서는 단순 추세선 차트에 고객 수를 기준으로 상위 15개 앱만 순위를 표시했었는데, 올해는 고객 수와 고유 사용자 수를 기준으로 성장률을 포착하는 단일 가속화 매트릭스에 상위 50개 앱을 보여주는 동시에, 기존과 마찬가지로 범례와 색이 칠해진 원의 상대적

크기로 앱 순위를 추적하는 등 “올스타 쇼”를 마련했습니다. 조명, 카메라 켜 주세요. 액션!

이 차트의 우측 상단 사분면에는 실제 흥행 대박을 친 앱과 톱이 위치해 있는데, 고객 수와 고유 사용자 수 모두 빠르게 증가하고 있습니다. 우측 상단에는 성장 리더들이 모여 있는데, 고객 수 증가율이 전년 대비 30% 미만이고 고유 사용자 수 증가율이 전년 대비 43% 미만인 앱은 하나도 없습니다. 상위 50위 안에 들기에 충분한 고객을 확보한 이들 앱은 놀라운 성장세를 이어나가기 위한 방안을 모색하고 있습니다. 이중 가장 두각을 나타낸 앱으로는 고객 수가 전년 대비 81% 증가한 [Figma](#)와 고유 사용자 수가 전년 대비 128% 증가한 [Sentry](#)가 있습니다.

흥미로운 점은 우측 상단의 성장 리더 사분면에 있는 15개 앱 중 13개가 [이전 Businesses at Work 보고서](#)의 가장 빠르게 성장하는 앱 목록에 처음으로 등장했다는 사실입니다. Okta는 이들 앱의 초기 로켓 궤적을 확인하여 견고한 리더로 선정했습니다. 성장 리더 사분면에 포함된 스타 앱들은 2015년 초에 발표된 첫 번째 보고서에서도 등장하는



데, 당시 PagerDuty는 Slack에 이어 빠르게 성장하는 앱 2위를 기록했습니다. (퀴즈쇼에 대비해 기억해두시기 바랍니다.) PagerDuty(2015년)에 이어 Zscaler(2017년), KnowBe4(2017-2019년, 2018년에는 1위), LastPass(2018년), Datadog(2018년), Freshworks/Freshservice(2018년, 2019년), Snowflake(2019년 1위), Amazon Business (2020년 1위), 1Password, Sentry(2020년), GitHub (2020년, 2021년), Figma 및 Miro(모두 2021년)가 이 사분면에 속했습니다. 실제로 올해 고성장 사분면에 속한 앱 중 이전에 가장 빠르게 성장한 앱 순위에 오르지 못한 것은 CRM 플랫폼인 HubSpot과 프로젝트 관리 앱 Asana 두 개 뿐입니다.

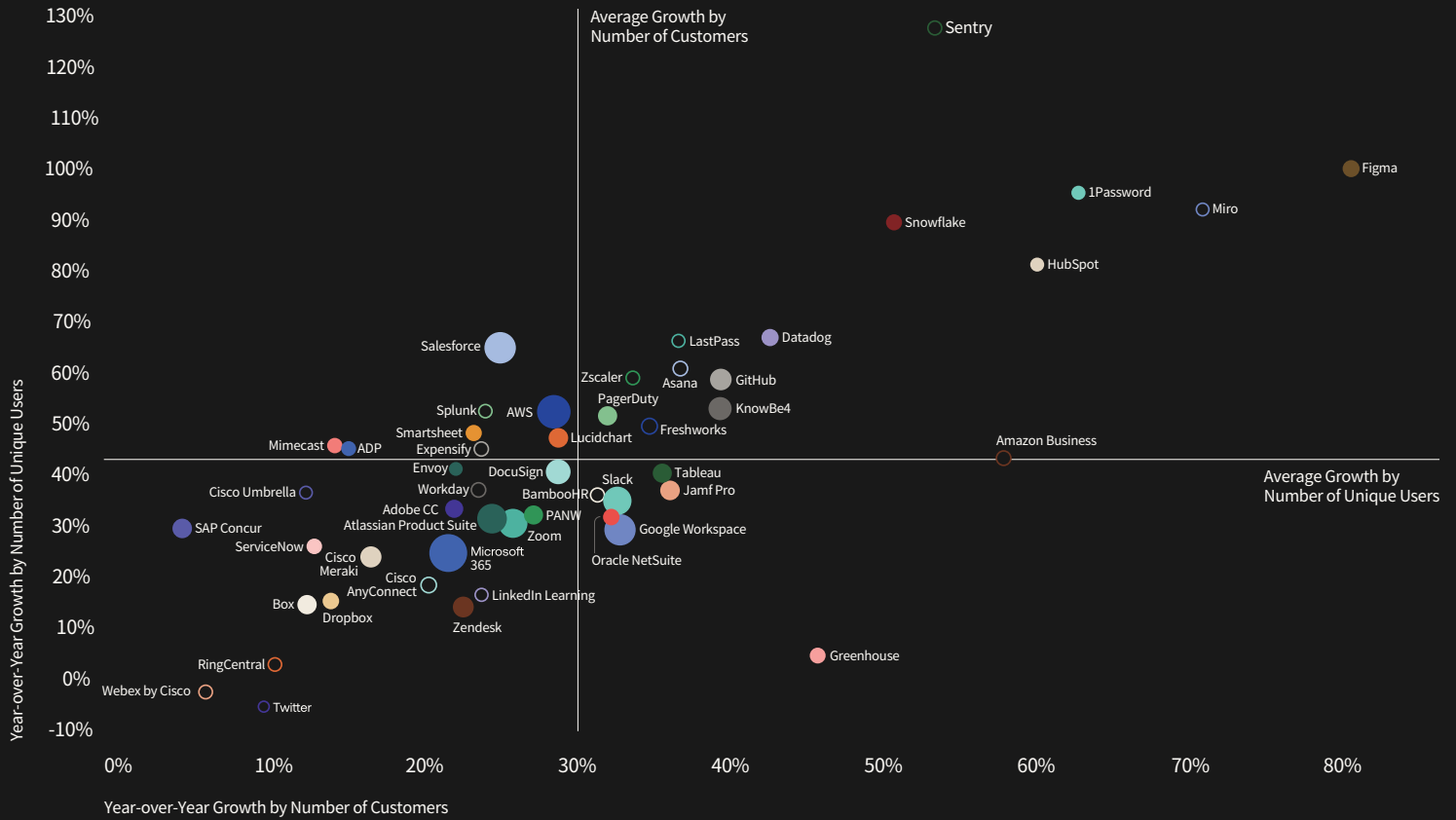
성장 리더들은 공통점은 무엇일까요? 고성장 사분면에 3개 이상의 앱이 포함된 카테고리는 협업(Figma, Miro, Asana), 보안(1Password, LastPass, Zscaler, KnowBe4), 그리고 개발자 툴(Sentry, Datadog, GitHub, PagerDuty)입니다. 흥미로운 점은 이 세 개의 카테고리가 위에서 설명한 5대 앱 카테고리에 속해 있다는 사실입니다. 영업과 마케팅을 대표하는 HubSpot에서 상위 5대 카테고리 중 우측 상단 사분면에 표시되지 않은 것은 클라우드 플랫폼 밖에 없습니다.

가장 빠르게 성장한 앱으로 선정되었던 앱들을 잠시 살펴볼까요? 가속 매트릭스의 좌측 상단과 우측 하단 사분면에도 순위에 오른 스타 앱들이 위치해 있기 때문입니다. 우측 하단(고객 수 증가율 평균 이상)을 보면 Slack(2015년 가장 빠르게 성장한 앱 1위), Tableau(2015년과 2016년에 가장 빠르게 성장한 앱으로 선정됨), BambooHR(2016년에 선정), Jamf Pro(2017년 1위)가 지속적인 성장을 보였습니다. 그리고 좌측 상단(고유 사용자 수 증가율 평균 이상)에는 AWS(2015년), Lucidchart(2016년) 및 Splunk(2019년)가 있습니다.

고객 수를 기준으로 50대 앱의 순위를 매기는 범례를 잠시 살펴보겠습니다. 연례 보고서를 계속 봐왔던 분들은 다음 목록이 친숙할 것입니다. Microsoft 365는 고객 수 기준 1위이며, AWS, Google Workspace, Salesforce 및 Zoom이 그 뒤를 잇고 있습니다. 실제로 9대 앱은 작년과 같은 순위를 지키고 있습니다. 한편, GitHub는 두 계단 올라 10위에 올랐고 Jamf Pro는 처음으로 15위에 올랐습니다.

고유 사용자 수 기준으로 상위 앱 목록을 살펴보면 작년 차트와 상당 부분 동일하다는 것을 알 수 있습니다. Microsoft 365, Workday, ServiceNow, Google Workspace 및 Salesforce는 고유 사용자 수 기준으로 5대 앱 순위를 계속 유지하고 있습니다. 가장 놀라운 소식은 Zscaler가 한 단계 올라 6위를 차지했다는 사실입니다.

50개 최고 인기 앱의 성장률



- | | | | | |
|-----------------------------|------------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|
| ● Microsoft 365 | ● Cisco Meraki | ● Datadog | ● Freshworks | ○ BambooHR |
| ● Amazon Web Services (AWS) | ● Box | ● Smartsheet | ● Miro | ○ RingCentral |
| ● Google Workspace | ● Lucidchart | ● Figma | ● Asana | ○ Amazon Business |
| ● Salesforce | ● Zendesk | ● Dropbox | ● LastPass | ○ Webex by Cisco |
| ● Zoom | ● Jamf Pro | ● Oracle NetSuite | ● Envoy | ○ Zscaler |
| ● Atlassian Product Suite | ● Palo Alto Networks GlobalProtect | ● Snowflake | ● 1Password | ● Sentry |
| ● Slack | ● Tableau | ● Mimecast | ● Cisco AnyConnect | ● Splunk |
| ● DocuSign | ● PagerDuty | ● Greenhouse | ● Workday | ● Cisco Umbrella |
| ● KnowBe4 | ● SAP Concur | ● ServiceNow | ● Expensify | ● Twitter |
| ● GitHub | ● Adobe Creative Cloud | ● ADP | ● HubSpot | ○ LinkedIn Learning |



지역별 앱 트렌드: 가속 매트릭

스에서 나타나는 차이점

50대 앱의 가속화 매트릭스를 지역별로 분류해보면 다양한 트렌드와 패턴이 나타납니다. Microsoft 365는 북미, EMEA, APAC 세 지역에서 고객 수 기준으로 여전히 가장 인기 있는 앱입니다. 작년 보고서에서 예측한 대로 북미 지역에서는 AWS가 2위, Zoom이 3위를 차지했습니다. EMEA 지역에서는 Google Workspace가 2위를(EMEA 지역에서 순위가 가장 높음), AWS가 3위를 차지했습니다. APAC 지역에서는 이러한 트렌드가 역전되어 글로벌 순위와 일치합니다.

북미 지역에서는 보안, 영업 및 마케팅, 데이터 분석 및 채용 앱이 각광받고 있습니다. 1Password는 고객 수가 전년 대비 59%, 고유 사용자 수가 전년 대비 93% 증가하며 보안 툴 중에서 가장 높은 성장률을 보였습니다. Hubspot은 고객 수가 전년 대비 60%, 고유 사용자 수가 전년 대비 96% 증가하며 영업 및 마케팅 부문에서 선두를 달리고 있습니다. 분석 툴 중에서는 데이터 협업 툴인 Snowflake(고객 수 전년 대비 50%, 고유 사용자 수 전년 대비 89% 증가)가 가장 빠른 성장세를 보였습니다. 이 세 개의 툴은 Miro 및 Figma와 함께 북미 지역에서 고유 사용자 수가 전년 대비 가장 많이 증가한 5대 앱에 속해 있습니다. 흥미롭게도 북미 지역에서는 유일하게 채용 앱인 Greenhouse가 전년 대비 44%의 고객 증가율을 기록했습니다.

EMEA 지역의 경우 Salesforce의 순위가 가장 눈길을 끌었는데, 고유 사용자 수가 전년 대비 무려 461%(고객 수 27% 증가)나 증가했습니다. 판매 및 마케팅 카테고리에서는 Hubspot의 고객 수와 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 68%, 45% 증가했

습니다. 1Password는 북미 지역 외에 EMEA 지역에서 보안 툴 카테고리에서 순위에 올랐는데, 고객 수와 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 77%, 104% 증가했습니다. 개발자 툴인 Sentry(고객 수 및 고유 사용자 수 전년 대비 각각 57%, 175% 증가) 역시 큰 폭으로 성장했습니다. 이 지역에서 인기 있는 다른 카테고리로는 HR(Bob이 고객 수 및 고유 사용자 수 전년 대비 각각 90%, 115% 증가)과 데이터 분석(Snowflake가 고객 수 및 고유 사용자 수 전년 대비 각각 66%, 93% 증가)이 있습니다.

APAC 지역은 올해 보안 및 개발자 툴에 중점을 두고 있습니다. Jamf Pro, Netskope, LastPass 및 ZScaler가 보안 카테고리에서 경쟁을 벌였습니다. Jamf Pro는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 57%, 118% 증가하면서 Netskope(고객 수 및 고유 사용자 수 전년 대비 각각 51%, 56% 증가) 및 LastPass(고객 수 및 고유 사용자 수 전년 대비 각각 43%, 272% 증가)와 순위를 다투고 있습니다. ZScaler 역시 고유 사용자 수가 전년 대비 무려 280%로 크게 증가했습니다(고객 수 전년 대비 36% 증가). 개발자 툴 워크벤치에서는 Datadog이 선두를 달리고 있고(고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 60%, 77% 증가), GitHub는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 47%, 64% 증가했습니다.

흥미로운 점은 Figma와 Miro가 특히 고객 수 측면에서 전 지역에 걸쳐 전년 대비 일관된 성장률을 보이고 있다는 사실입니다. Figma는 EMEA 지역에서 고객 수가 전년 대비 89% 증가하고, APAC 지역에서는 전년 대비 88% 증가하며 성장률에 정점을 찍었습니다. Miro는 EMEA 지역에서 전년 대비 78%, APAC 지역에서 전년 대비 71%의 성장률을 보이며

고객 수가 전반적으로 증가했습니다. 이 두 협업 툴은 Miro에 액세스하는 고유 사용자 수가 전년 대비 178% 증가하고 Figma를 통해 협업하는 고유 사용자 수가 전년 대비 146% 증가하는 등 EMEA 지역에서 가장 큰 사용자 증가율을 보였습니다.

최적의 업무용 툴: 산업별 상위 앱

산업별 상위 앱 목록에 큰 변화가 있었습니다. 테크놀로지 부문에서는 AWS가 2019년 6월부터 가장 많은 고객 수를 기록했습니다. Slack은 현재 5위를 차지했습니다. AWS는 의료 및 제약 부문에서 4위를 차지하며 상위권에 진입했습니다. 유통 부문에서는 Google Workspace가 2위에 올랐습니다. 교육 부문에서는 Salesforce가 4위로 올라섰고 AWS와 Atlassian 제품군이 공동 5위를 차지했습니다.■

라이징 스타를 만나다

2022년 가장 빠르게 성장한 앱

앱에 대한 시상식을 연다면, 가장 빠르게 성장한 10대 앱이야말로 레드 카펫에서 파파라치의 플래시 세례를 받을 가장 새로운 얼굴들일 것입니다. 그리고 올해에도 역시나 다양한 앱들이 순위에 올랐습니다. 2019년에는 데이터 분석 및 보안 툴의 “복귀 쇼”가 있었고, 2020년에는 원격 작업과 이를 가능하게 하는 툴이 선두를 차지했으며, 작년에는 협업 툴이 두각을 나타냈습니다. 올해 가장 빠른 성장세를 보인 앱들은 보안, 통신, 출장, HR, 클라우드 앱 개발, 협업 등 다양한 분야에 포진해 있습니다.

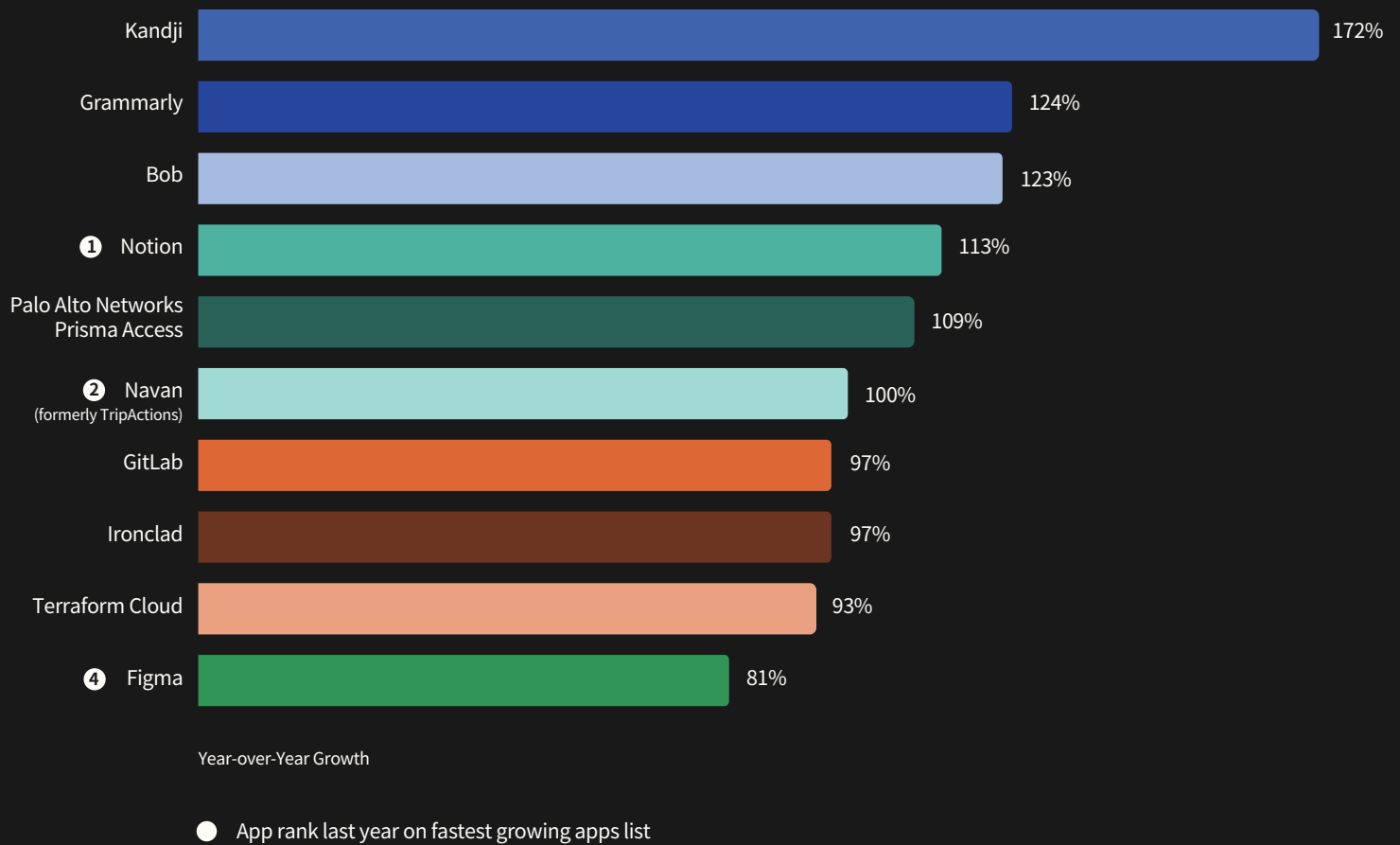
이러한 신생 앱들의 공통점은 고객 수가 전년 대비 81%에서 172%로 꺾충 뛰어 올랐다는 것입니다. 2022년 가장 빠르게 성장한 앱 1위는 고객 수가 전년 대비 172% 증가한 Apple의 모바일 장치 관리 툴인 Kandji가 차지했습니다. Okta Ventures 포트폴리오 회사인 Kandji는 IT 관리자가 반복 작업을 자동화하고 장치 관리 영역에 새로운 기능을 도입할 수 있도록 지원합니다. 이 앱은 단번에 1위에 오르며

화려하게 데뷔했습니다. Kandji의 이러한 급속한 성장은 생산성 향상을 추구하는 IT 팀으로 인해 자동화에 대한 수요가 높아지고 있음을 시사합니다. IT 팀이 원격 장치를 관리 및 보호하기 위한 새로운 솔루션을 찾고 있는 가운데 하이브리드 업무 방식 역시 여기에 일조할 가능성이 높습니다.

Grammarly는 고객 수가 전년 대비 124% 증가하면서 2위에 올랐습니다. 원격 업무가 전 세계적으로 점차 확산함에 따라 기업들은 이제 명확한 소통을 최우선 과제로 삼고 있습니다. 3위는 HR 툴인 Bob이 차지했습니다. 새로 진입한 이 앱은 조용히 순위에 올랐습니다. 주목할 점은 이 앱이 2021년에 EMEA 지역에서 HR 툴 중 2위를 차지하면서 인기를 되찾았고, 올해에는 전 세계 고객 수가 123% 증가했다는 사실입니다.



고객 수가 가장 빠르게 증가한 앱



“

2022년 가장 빠르게 성장한 앱 1위는
고객 수가 전년 대비 172% 증가한
Apple의 모바일 장치 관리 툴 Kandji가
차지했습니다.

목록에 오른 상위 3개 앱은 모두 신규 앱이지만 친숙한 얼굴도 있습니다. 4위와 10위를 차지한 협업 툴 Notion과 Figma의 경우 지난 해에는 1위와 4위를 차지했습니다. (지난해 Notion은 고객 수가 전년 대비 240% 증가했고, Figma는 159% 증가했는데, 올해 두 앱이 전년 대비 각각 113%, 81% 증가한 것에 비하면 꽤 큰 성장률입니다.) 세번째로 다시 순위에 오른 앱은 6위를 차지한 Navan입니다. 이 앱은 지난해 고객 수가 전년 대비 178% 증가하며 2위를 차지한 바 있습니다. 갇혀 있던 세상이 마침내 다시 열렸으므로 Navan이 올해 다시 목록에 오른 것도 당연한 결과입니다.

고유 사용자 수가 가장 빠르게 증가한 앱

고유 사용자 수가 가장 빠르게 증가한 앱들을 살펴보면 기업들이 보안과 여행 및 협업에 중점을 두고 있다는 것을 알 수 있습니다. 흥미롭게도, 고유 사용자가 가장 빠르게 증가한 10대 앱 중 4개가 고객 수가 가장 빠르게 증가한 10대 앱 목록에도 올랐습니다. 이러한 빠른 성장을 달성한 앱으로는 Navan, Palo Alto Networks Prisma Access, Notion 및 Terraform Cloud by HashiCorp이 있습니다.

또한 지난해 고유 사용자 수가 가장 빠르게 증가한 앱 목록에 다시 이름을 올린 앱들이 몇 개 있었습니다. 이는 높은 성장률을 유지하는 것이 특히 어렵다는 점에서 주목할 만합니다. 2021년에 1위를 차지한 Netskope는 고유 사용자 수가 전년 대비 무려 250% 증가하며 올해에도 1위를 차지했습니다. Navan은 올해 고유 사용자 수가 전년 대비 207% 증가하며 한 단계 오른 3위를 차지한 반면, Calendly는 전년 대비 169%라는 여전히 놀라운 증가율을 달성했지만, 작년 2위에서 올해는 8위로 순위가 떨어졌습니다. 고유 사용자 수가 전년 대비 201% 증가하며 가장 빠르게 성장한 앱 5위를 차지한 Notion의 작년 순위는 3위였습니다. Postman은 작년의 363%에 이어 올해에도 고유 사용자 수가 전년 대비 168% 증가하면서 또 다시 순위에 올랐습니다.

Twilio SendGrid(고유 사용자 수 전년 대비 219% 증가), Palo Alto Networks Prisma Access (205%), Keeper(195%), Terraform Cloud(192%) 및 Contentful(159%)이 처음으로 순위에 진입했습니다. 이들 앱 모두 고유 사용자 수가 전년 대비 150% 증가했기에 만만치 않은 경쟁 상대입니다.■

적합한 툴

조직 규모 면에서 가장 빠르게 성장한 앱

우선 순위와 앱 사용을 결정하는 요소는 바로 조직의 규모입니다. 데이터를 살펴 보면 대규모 기업(직원 수 2,000명 이상)은 요구 사항과 우선 순위가 중소기업과 전혀 다르다는 것을 알 수 있습니다. 어떻게 다른지 설명드리자면, 중소기업과 대

(5위 Kandji, 8위 Grammarly 및 9위 Bob) 모두 전반적으로 가장 빠르게 성장한 앱 차트에도 올라와 있습니다. 반면 대기업 상위 10개 목록에는 전반적으로 가장 빠른 성장세를 보인 앱이 단 1개만 올라와 있는데, 바로 협업 인터페이스 디자인 툴인 Figma입니다. 이 툴은 대기업 중 고객 수가 전년 대비 50% 증가했습니다.



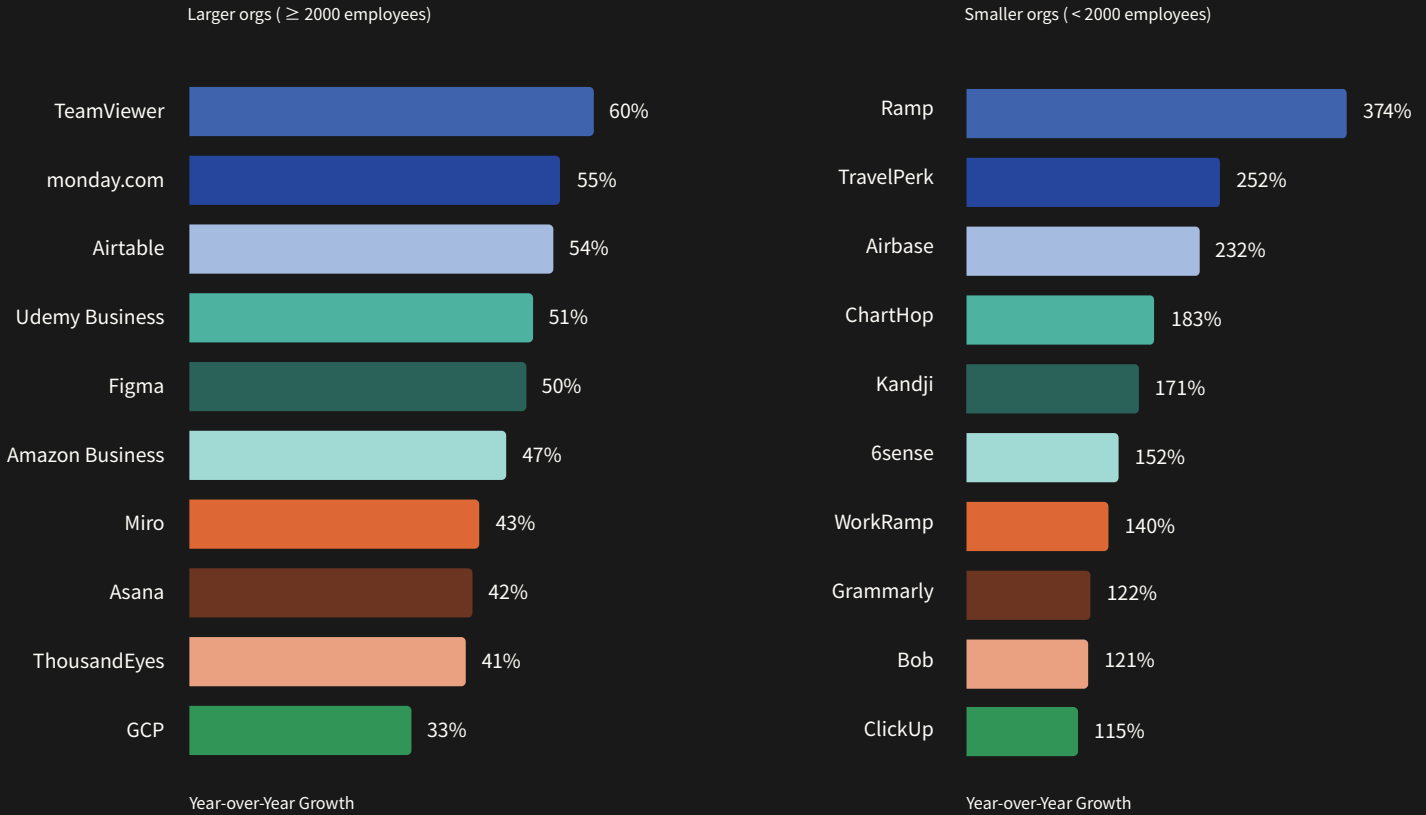
대규모 조직들은 IT 지원, 프로젝트 관리 및 협업 툴에 더욱 집중하는 반면, 중소기업들은 예산을 가장 중요시하는 것으로 나타났습니다.

기업 사이에서 가장 빠르게 성장한 앱들은 겹치는 것이 없었습니다.

이러한 방식으로 데이터를 살펴볼 때, 중소기업이 가장 빠르게 성장하는 앱의 성장을 책임 지고 주도하고 있는 것이 분명합니다. 중소기업 목록에 오른 3개 앱

대기업들은 IT 지원, 프로젝트 관리 및 협업 툴에 더 주력하는 것으로 보입니다. IT 지원 툴인 TeamViewer는 고객 수가 전년 대비 60% 증가하며 대기업 중 가장 빠르게 성장하는 앱 목록에서 1위를 차지했습니다. 2위는 고객 수가 55% 증가한 프로젝트 관리 툴인 monday.com이 차지했고, 협업 툴인 Airtable은 54%의 증가율을 보이며 근소한 차이로 3위에 올랐습니다. 흥미로운 점은 학습용 앱(Udemy Business), 사무용품 앱(Amazon Business), 네트워크 인텔리전스 앱(ThousandEyes), 클라우드 앱(GCP)이 합류하면서 4개의 협업 툴

조직 규모 면에서 가장 빠르게 성장한 앱



(Airtable, Figma, Miro 및 Asana)이 대기업 중 가장 빠르게 성장하는 앱 차트에 모두 올랐다는 사실입니다.

반면 중소기업들은 예산을 중시합니다. 중소기업 중 고객이 가장 빠르게 증가한 3대 앱 모두 지출 관리에 초점을 맞추고 있습니다. 1위와 3위에 오른 Ramp (고객 수 기준 전년 대비 374% 성장률 달성)와 Airbase(고객 수 전년 대비 232% 증가)는 비용 및 지출 관리 툴이며, 여행 경비 관리 툴인 TravelPerk (고객 수 전년 대비 252% 증가)는 2위를 차지했습

니다. 중소기업들은 monday.com이 아닌 프로젝트 관리용 앱인 ClickUp을, Udemy Business가 아닌 교육용 앱인 Workramp를 사용하고 있습니다.■

모든 부문을 위한 앱
















산업별로 가장 빠르게 성장한 앱



이 세상에서 변치 않는 세 가지가 있습니다. 지구는 계속 회전하고 태양은 내일도 떠오를 것이며, 산업과 지역별로 가장 빠르게 성장하는 앱은 해마다 바뀐다는 사실입니다.

산업 부문별 데이터를 살펴보면, 산업마다 어디에 우선 순위를 두고 있는지 확인할 수 있습니다. 테크놀로지 부문의 경우, 협업 (Notion)과 여행 계획(Navan)에 중점을 뒀던 작년과 달리 올해에는 보안(Kandji)과 회의 관리 간소화(Calendly)로 바뀌었습니다. 교육 부문은 Google Workspace 같은 툴을 통해 협업을 계속 촉진하고 있지만 현재는 Salesforce을 통해 CRM을 툴킷에 추가하고 있습니다. 의료 및 제약 회사들은 작년에 많은 사랑을 받았던 Salesforce에서 벗어나 보안(KnowBe4) 및 협업 작업(AWS, Microsoft 365)에 더욱 주력하고 있습니다. 금융 및 बैं킹 부문은 작년에는 DigiCert에, 올해는 Netskope에 중점을 두는 등 보안에 계속 중점을 두면서도 Figma를 통해 협업을 툴킷에 추가하고 있습니다. 유통 부문의 경우, GitHub에 관심을 뒀던 작년과 달리 올해에는 Atlassian 제품군으로 전환하는 동시에 DocuSign을 툴킷에 추가하는 등 앱 개발에 계속 주력하고 있습니다. 그렇다면 정부 부문은 어떨까요? 이 부문에서는 Microsoft 365를 계속 사용하고 있습니다.■

산업별로 가장 빠르게 성장한 앱

산업 부문	고객 수 기준	고유 사용자 수 기준
테크놀로지	 Kandji 155%	 Calendly 269%
금융 및 बैं킹	 Figma 73%	 Netskope 1100%
비영리 단체	 Asana 40%	 Asana 187%
유통	 DocuSign 49%	 Atlassian Product Suite 74%
의료 및 제약	 KnowBe4 43%	  AWS, Microsoft 365 (병용) 68%
교육	 Google Workspace 31%	 Salesforce 106%
정부	 Microsoft 365 24%	 Microsoft 365 93%

전년 대비 성장률

세계 여행







지역 및 국가별로 가장 빠르게 성장한 앱

지역별로 가장 빠르게 성장한 앱을 자세히 살펴보면 더 많은 변화를 확인할 수 있습니다. 작년에 북미 지역에서는 Navan과 Calendly가 우세를 보이며 여행 및 일정 관리가 중요시 되었지만, 올해에는 Kandji와 Netskope가 선두를 이끌며 보안이 최우선 과제로 떠올랐습니다. Kandji는 북미 지역에서 고객 수가 전년 대비 182% 증가했고, Netskope는 고유 사용자 수가 전년 대비 521% 증가했습니다. 협업 툴인 Notion은 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 121%, 263% 증가하며 북미 지역 2위에 올랐습니다.

EMEA 지역의 관심사는 전자 서명 및 앱 개발(작년에는 DocuSign과 GitHub가 주도)에서 여행 예약 및 비용 관리로 바뀌었습니다. 올해 EMEA 지역 최고 인기 앱으로 선정된 TravelPerk는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 255%, 516% 증가했습니다.

지난 해 APAC 지역에서는 협업과 생산성에 중점을 두면서 Google Workspace와 Zoom이 성장세를 보였습니다. 올해에는 Figma(고객 수 전년 대비 88% 증가)와 ZScaler(고유 사용자 수 전년 대비 280% 증가)가 인기를 얻으면서 보안과 협업 디자인으로 관심이 바뀌었습니다. 개별 국가별로 가장 빠르

지역별 가장 빠르게 성장한 앱

지역	고객 수 기준	고유 사용자 수 기준
북미	 Kandji 182% (2위는 121%를 달성한 Notion)	 Netskope 521% (2위는 263%를 달성한 Notion)
EMEA	 TravelPerk 255% (2위는 159%를 달성한 Grammarly)	 TravelPerk 516% (2위는 461%를 달성한 Salesforce)
APAC	 Figma 88% (2위는 71%를 달성한 Miro)	 Zscaler 280% (2위는 272%를 달성한 LastPass)

전년 대비 성장률












게 성장한 앱을 살펴보기 위해 지역별 데이터를 분석한 결과, 이들 국가가 서로 다른 앱을 선택하고는 있지만 협업, 개발, 지출 및 보안을 우선시하고 있음을 알 수 있었습니다.

미국과 호주는 보안에 중점을 두고 있습니다. 미국인들은 고객 수가 전년 대비 176% 증가한 **Kandji**를 बैं킹 업무에 주로 이용하고 있으며, 호주인들은 고객 수가 전년 대비 27% 증가한 **Cisco Meraki**를 통해 연결을 보호하고 있습니다.

협업 앱은 유럽 내 여러 국가와 일본에서 선두를 달리고 있습니다. 영국에서 **Miro**가 최고의 협업 툴로 각광받고 있고, 프랑스, 네덜란드, 독일 및 일본에서는 **Google Workspace**가 선두를 달리고 있습니다.

신생 기업이 있는 곳에는 늘 개발자 툴이 있습니다. 캐나다의 스타트업 시장은 연 평균 95,000개의 신생 기업이 출현하는 등 지난 몇 년 동안 눈부신 성장을 보이고 있습니다. 이러한 상황을 볼 때, 캐나다가 개발자 툴을 우선시하면서 전년 대비 70%의 고객 증가율로 **GitHub**를 1위에 올려놓은 것도 그리 놀랄 일이 아닙니다. 스타트업 국가로 유명한 이스라엘에는 6,000개 이상의 스타트업이 활동하고 있는 것으로 추정되며, 개발자에게 친숙한 **Atlassian** 제품군이 전년 대비 55%의 고객 증가율로, 가장 빠르게 성장한 앱에 올랐습니다.■

국가별 가장 빠르게 성장한 앱

-  **AUSTRALIA**
Cisco Meraki, 27%
-  **CANADA**
GitHub, 70%
-  **FRANCE**
Google Workspace, 84%
-  **GERMANY**
Google Workspace, 100%
-  **ISRAEL**
Atlassian Product Suite, 55%
-  **JAPAN**
Google Workspace, 65%
-  **NETHERLANDS**
Google Workspace, 19%
-  **UK**
Miro, 71%
-  **USA**
Kandji, 176%

최고의 업무용 툴

코로나 팬데믹이 직원에게 미치는 영향은 계속 진화하고 있습니다. 하이브리드 근무 체제의 전 세계적 확산으로 원격 인력이 세계 곳곳에 배치됨에 따라 업무 자체와의 관계성이 냉정하게 재평가되고 있습니다. Gartner가 실시한 설문 조사에서 전체 응답 직원 중 절반이 코로나 팬데믹으로 인해 “고용주에 대한 기대치가 바뀌었다”고 답했습니다.¹ 적합한 디지털 툴을 사용하면 회사가 직원의 기대치를 충족하는 데 도움이 될 수 있습니다. 직원을 지원하기 위해 새로운 툴을 발 빠르게 도입한 조직들은 직원의 생산성과 건강 및 직업 만족도 향상을 경험하고 있습니다. 이제는 강력하고 사용하기 쉬운 비즈니스 테크놀로지를 포함해 업무에 가장 적합한 툴을 제공하는 것이 조직의 의무가 되었습니다.

점점 많은 기업들이 단일 기능을 갖춘 동종 최고의 앱에 더해 생산성 제품군까지 추가하며 생산성 제품군을 보강하고 있습니다. 기업들은 개발자 팀에게 제공하는 최고의 툴 개수를 점차 늘리고 있습니다. 또한 안전하면서도 방해받지 않는 원격 근무를 지원하고, 워크플로우를 통해 일상적인 작업을 자동화하며, 자선

기부 앱을 통해 작업자가 지역 사회에서 의미 있는 역할을 수행하도록 지원함으로써 효율성을 개선하고 직업 만족도를 높이고 있습니다.

활발한 앱 사용:

견고한 기초를 유지하고 있는 평균 앱 수

기업들은 불확실한 경제 상황에 직면할 수 있지만 직원의 생산성을 유지하기 위해서는 여전히 강력한 앱 톨박스가 필요합니다. 올해 고객이 사용한 앱의 개수는 작년과 마찬가지로 평균 89개였습니다. 이 데이터에는 Okta Integration Network와 타사 Integration Network, 그리고 개인 앱과 회사 앱이 포함되어 있습니다. 여기에는 Google Workspace와 Slack에서부터 UberEats와 Netflix에 이르기까지 모든 앱이 포함되어 있습니다.

Okta의 오랜 고객들과 대기업들은 평균적으로 가장 많은 수의 앱을 구축하고 있습니다. Okta와 4년 이상 함께 해온 고객들은 평균 196개의 앱을 구축하고 있습니다. 그리고 사원 수 2,000

명 이상의 대기업이 구축하는 앱의 평균 개수가 증가했습니다. (회사의 규모가 바뀌면 앱 사용 개수도 바뀔 수 있기 때문에 이 데이터는 매년 바뀔 수 있습니다.) 올해 데이터에 따르면, 대기업들은 평균 211개의 앱을 구축하는 것으로 나타났는데, 이는 올해의 회사 규모와 앱 사용 개수를 기준으로 작년의 195개에서 8% 증가한 수치입니다. 중소기업의 경우 사용하는 평균 앱 수가 지난해 70개에서 올해 69개로 줄었습니다.

북미 지역은 앱이 가장 다양화된 지역으로, 회사마다 평균 98개의 앱을 구축하고 있습니다. 이는 작년의 97개보다 약간 증가한 수치입니다. EMEA 지역은 사용하는 앱 수가 평균 65개를 유지하고 있고, APAC 지역은 56개를 꾸준히 유지했습니다.

[1] Gartner®, “직장에서 개인적 가치와 목적을 추구하는 직원들을 위해 앱을 제공할 것(Employees Seek Personal Value and Purpose at Work. Be Prepared to Deliver.)”, Jackie Wiles, 2022년 1월 13일. Gartner는 미국 및 기타 국가에서 사용되는 Gartner, Inc. 및/또는 그 계열사의 등록 상표이자 서비스 마크이며, Hype Cycle은 Gartner, Inc. 및/또는 그 계열사의 등록 상표로, 해당 지역에서 허가를 받아 사용되고 있습니다. All rights reserved.

“

Okta와 4년 이상 함께 해온
고객들은 평균 196개의 앱을
구축하고 있습니다.





번들 전쟁

Google이 승기를 잡다



Google과 Microsoft는 클라우드 기반의 업무 생산성 제품군을 놓고 지속적인 경쟁을 벌이고 있습니다. Microsoft 365는 고객 수 측면에서 1위를 유지하고 있고, Google은 성장률 측면에서 승기를 되찾았습니다. Google Workspace는 고객 수가 전년 대비 32% 증가했는데, 이는 Microsoft 365의 전년 대비 증가율인 21%보다 9% 포인트 높은 수치입니다. 고유 사용자 수 증가율에서는 5% 포인트의 격차를 보였는데, Google은 전년 대비 29%, Microsoft는 전년 대비 24% 증가했습니다.

이러한 생산성 제품군의 성장률은 작년 보고서 발표 이후 6~13% 포인트 감소했습니다. 2021년 데이터에서 Google은 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 38%, 42% 증가한 반면, Microsoft는 각각 29%, 36% 증가했습니다. 이 정도로 인상적인 모멘텀을 지속하기는 어려웠던 것으로 보이지만 기업들이 디지털 전환을 계속 추진함에 따라 여전히 높은 성장세를 보이고 있습니다. 그리고 아직도 성장할 여지가 있습니다. Gartner에 따르면, 2026년까지 클라우드 PaaS(Platform as a Service) 시장의 규모가

2021년 620억 달러에서 2,376억 달러 이상으로 3배 가까이 성장할 것으로 예상됩니다.²

중소기업들은 올해 고객 수가 전년 대비 35% 증가하며 1년 전과 마찬가지로 Google Workspace 도입률 증가를 계속 주도하고 있는 반면, 대기업들의 Google Workspace 사용률은 전년 대비 18% 증가에 그쳤습니다. 이는 Microsoft 365도 마찬가지인데, 고객 수가 중소기업의 경우 23%, 대기업의 경우 11% 증가했습니다.■

최고의 생산성 제품군

	고객 수 기준	고유 사용자 수 기준
 Microsoft 365	21%	24%
 Google Workspace	32%	29%

전년 대비 성장률

[2] Gartner®, “Hype Cycle™ for Cloud Platform Services, 2022” Yefim Natis, Fabrizio Biscotti, 2022년 7월 19일



제품군에 대한 흥미 감소

동급 최고 앱의 부상



단일 제품군으로는 팀이 요구하는 우수한 생산성을 제공하기에 역부족일 때가 있습니다. 기업들은 자사가 선호하는 제품군 번들이 명목상 유사한 기능을 가진 툴을 제공하더라도 Zoom, Slack, Box 같은 동급 최고의 앱을 계속 추가하고 있습니다. Okta는 독립 실행형 기능으로 해당 카테고리를 지배하는 앱을 “동급 최고 앱”이라고 정의하고 있습니다. 생산성은 최고의 앱에서만 나올 때도 있습니다.

Okta 고객들은 동종 최고 앱의 숫자를 늘려서 제품군을 점진적으로 보완하고 있습니다. 올해에는 Okta의 Microsoft 고객 중 36%가 동종 최고 앱을 4개 이상 사용하고 있습니다(불과 5년 전보다 20% 증가).

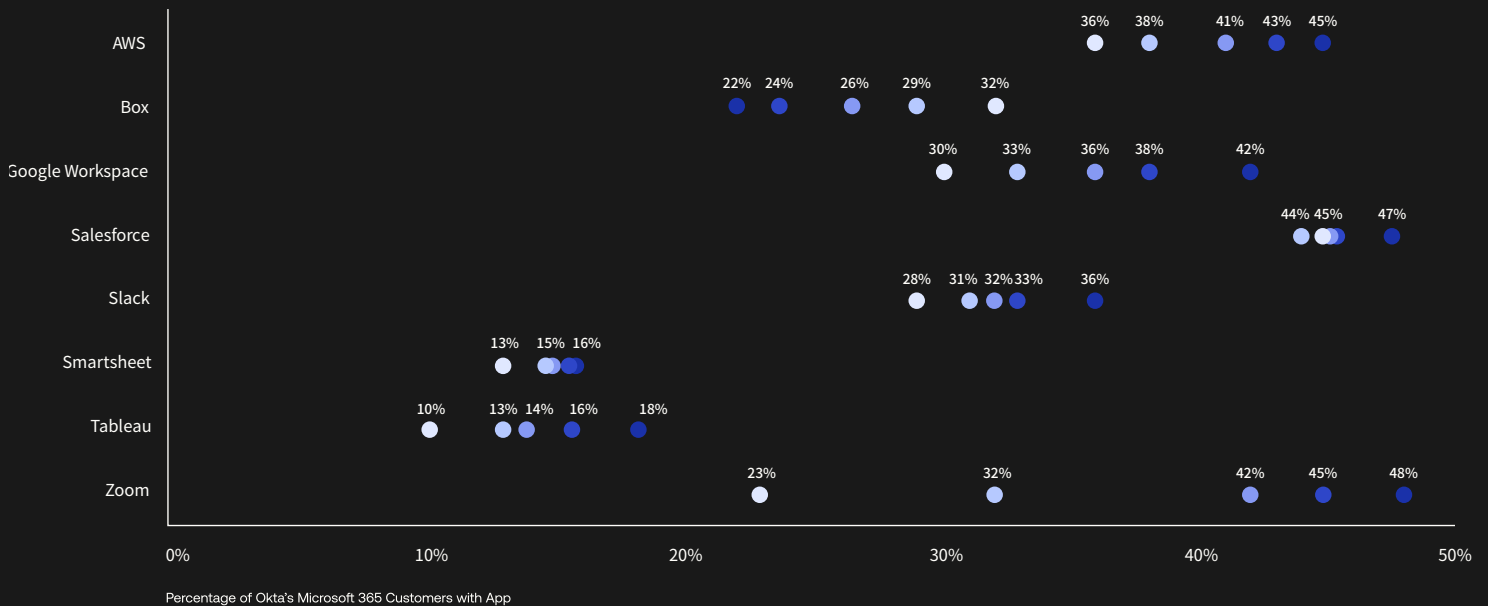
먼저, 구축이 계속 증가하고 있는 2개의 인기 협업 앱에 대해 알아보겠습니다. 생산성 번들에 추가되고 있는 가장 일반적인 동급 최고 앱은 바로 Zoom입니다. Okta의 Microsoft 365 고객 중 48%가 Zoom도 구축하고 있는데, 이는 작년의 45%에서 증가한 수치입니다. 그리고 Okta의 Microsoft 365 고객 중

36%는 Slack을 구축하여 협업 기능을 추가하고 있는데, 이는 작년의 33%에서 증가한 수치입니다.

몇몇 회사들이 이중 번들(생산성 제품군을 한 개 이상 구축)이 가장 효과적이라는 사실을 알게 되면서 이중 번들이 새로운 트렌드로 떠오르고 있습니다. 올해에는 Okta의 Microsoft 365 고객 중 42%가 Google Workspace도 구축한 것으로 나타났는데, 이는 전년 대비 4% 포인트, 지난 4년 대비 12% 포인트 증가한 수치입니다.

기업들은 모든 툴에서 단일 공급업체에 종속되기를 거부하는 모습을 계속 보이고 있습니다. 일례로 Microsoft 365를 사용하는 Okta 고객 중 47%가 Salesforce도 구축하고 있는데, 이는 1년 전의 45%에서 증가한 수치입니다. 또한 Microsoft 365를 구축한 Okta 고객 중 46%가 AWS도 구축하고 있는데, 이는 작년의 43%보다 증가한 수치입니다. (멀티 클라우드 플랫폼을 구축하고 있는 회사의 비율에 대한 자세한 내용은 멀티 클라우드 섹션에서 확인할 수 있습니다.)

동급 최고의 앱을 보유한 Okta의 Microsoft 365 고객



● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022

참고: 2018년, 2020년 및 2021년의 Salesforce 데이터는 본 보고서가 작성된 시점과 동일합니다. 2019년과 2020년의 Smartsheet 데이터는 2021년 및 2022년과 마찬가지로 본 보고서가 작성된 시점과 동일합니다.

“

생산성 번들에 추가되고 있는 가장 일반적인 동급 최고 앱은 바로 Zoom입니다. Okta의 Microsoft 365 고객 중 48%가 Zoom도 구축하고 있습니다.

데이터를 지역별로 살펴보면 몇 가지 흥미로운 패턴을 발견할 수 있습니다. 북미 지역에서는 Zoom이 사용률에서 1위를 차지했습니다. 북미 지역에서 Microsoft 365를 구축한 Okta 고객의 절반 이상(51%)이 Zoom도 구축하고 있었는데, 이는 1년 전에 비해 3% 포인트 더 높은 수치이고 그 어떤 동급 최고 데이터 포인트보다도 높은 수치입니다.

EMEA 지역에서는 클라우드 인프라와 클라우드 기반 협업 앱의 상승세가 이어지고 있습니다. EMEA 지역의 경우, Microsoft 365를 사용하는 Okta 고객 중 무려 46%가 Google Workspace도 함께 사용하고 있었는데, 이는 작년에 비해 5% 포인트 증가한 수치입니다. Slack 사용률 역시 이 그룹에서 증가하고 있으며, 올해 EMEA 지역에서 Microsoft 365를 사용하는 Okta 고객 중 37%가 Slack를 구축한 것으로 나타났습니다. 이는 작년보다 5% 포인트 증가한 수치입니다. 반면에 Zoom 구축은 작년 34%에서 올해 35%로 “불과” 1% 포인트 증가했습니다.

APAC 지역의 경우, Okta의 Microsoft 365 고객 중 48%가 AWS를 구축해 비중이 가장 높았습니다. 또한 이 지역에서는 Okta의 Microsoft 365 고객 중

41%(전년 대비 8% 포인트 증가)가 현재 Google Workspace를 구축하고 있는 등 여러 생산성 제품군에 대대적으로 투자하고 있습니다. Okta의 Microsoft 365 고객 중 Slack을 사용하는 비율 역시 APAC 지역에서 증가하고 있는데, 전년 대비 4% 포인트 증가하여 31%에 달했습니다. APAC 지역에서 Box 사용률은 작년에 비해 2% 포인트 증가했으며, 현재 Okta의 Microsoft 365 고객 중 19%가 Box 앱을 구축하고 있습니다.

회사 규모별로 데이터를 분석한 결과, Microsoft 365를 구축하고 있는 Okta 고객 중에서 중소기업(직원 수 2,000명 미만)이 동급 최고 앱과 이중 번들로 Microsoft 365 번들을 보완할 가능성이 높은 것으로 나타났습니다. 중소기업의 Zoom 사용률은 49%로, 대기업(41%)보다 8% 포인트 높습니다. Microsoft 365를 구축한 중소기업의 37%가 Slack도 구축하고 있었는데, 이는 대기업의 33%와 비교되는 수치입니다. 이러한 트렌드는 이중 번들을 둘러싼 전선에서도 나타나고 있습니다. Microsoft 365를 구축한 중소기업의 42%가 Google Workspace도 구축하고 있었는데, 이는 대기업의 39%와 비교되는 수치입니다.■



MANIFESTO - USE TRAINING

1. BE MINDFUL OF YOUR
2. CHECK THAT THE POINT
3. UNRELEASING THE UNRELEASABLE
4. AVOIDING THE UNRELEASABLE

PROFESSOR, UNIVERSITY
MILWAUKEE WISCONSIN



개발자 툴의 성장률

새롭게 떠오르는 모니터링 앱

개발자 툴 카테고리는 분명 성숙기에 접어들고 있습니다. SDK나 기타 코딩 소프트웨어는 이제 선도적인 툴이 아니며, 오히려 모니터링 앱과 테스트 앱이 증가하고 있습니다. 당연한 얘기지만, 보안이 중심이 되는 환경에서는 잘못 작성된 한 줄의 코드나 패치되지 않은 서버, 열린 포트 같은 것들이 중대한 보안 사고를 유발할 수 있습니다.



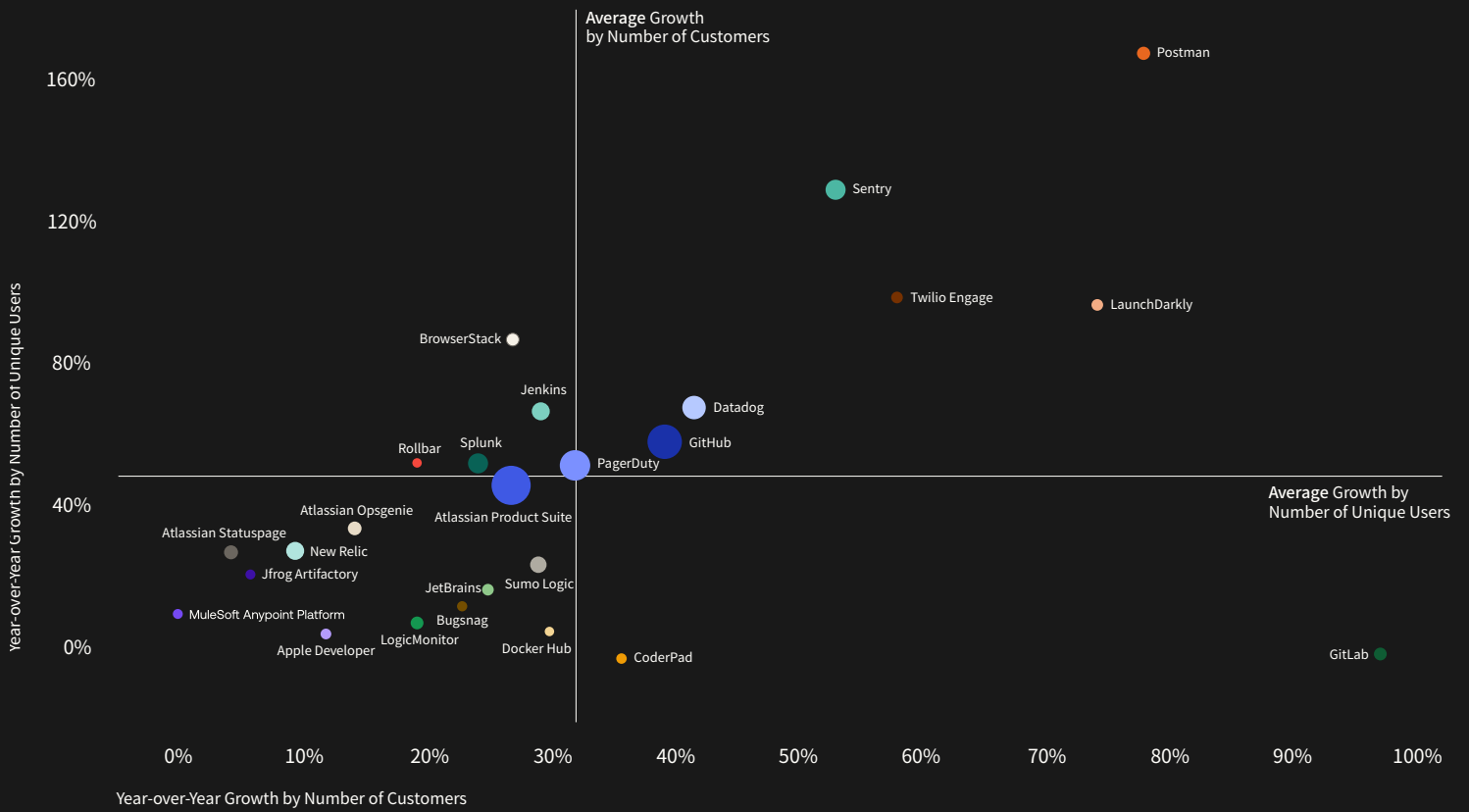
고객 수를 가장 많이 보유한 개발자 ‘툴’인 Atlassian 제품군은 이 차트를 수년 동안 장악해왔습니다.

올해에는 조직이 시스템을 모니터링하고 신속하게 대응하는 데 도움을 주는 앱들이 큰 성장세를 보였는데, 이는 개발자가 개발 후반 단계에 더 중점을 두고 있음을 시사합니다. 실제로 고객에게 가장 인기가 높은 10대 개발자 툴 모두 모니터링, 보안 사고 대응 및 테스트용 리소스를 제공하고 있었습니다.

고객 수를 가장 많이 보유한 개발자 “툴”인 Atlassian 제품군은 이 차트를 수년 동안 장악해왔습니다. (OIN 데이터에 따르면, Confluence, Jira, Trello 및 Bitbucket을 포함한 앱이 설치되며 모두 Atlassian Access 구독을 통해 액세스할 수 있습니다.) Atlassian 제품군은 기존의 대규모 고객 기반에도 불구하고 작년엔 고객 수가 전년 대비 36% 증가했으며 올해에도 27% 증가하며 이러한 추세를 이어가고 있습니다.

가장 빠르게 성장한 개발자 앱에 대한 상은 API 테스트 툴인 Postman에게 돌아갔는데, 두 성장 카테고리에서 모두 우승을 차지했습니다. 작년엔 Postman은 고객 수가 가장 빠르게 증가한 앱 3위에, 고유 사용자 수 기준으로는 5위에 올랐습니다. 이 제품은 올해 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 78%, 168% 증가하는 등 가속화 매트릭스에서 성장 리더에 오르며 '개발자 Best of Show' 상을 수상했습니다.

최고 인기 개발자 툴의 성장률

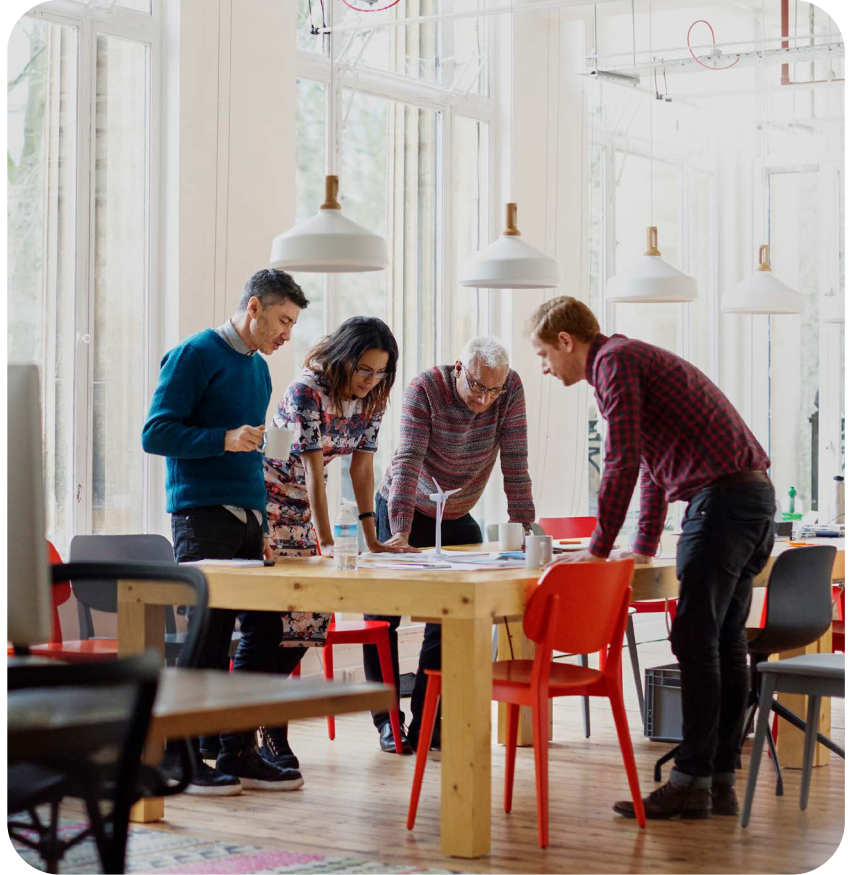


- Atlassian 제품군
- GitHub
- PagerDuty
- Datadog
- Sentry
- Splunk
- Jenkins
- New Relic
- Atlassian Statuspage
- Sumo Logic
- Atlassian Opsgenie
- BrowserStack
- Postman
- Twilio Engage
- LaunchDarkly
- LogicMonitor
- GitLab
- JetBrains
- MuleSoft Anypoint Platform
- Jfrog Artifactory
- Apple Developer
- CoderPad
- Bugsnag
- Docker Hub
- Rollbar

참고: Atlassian 제품군에는 Confluence, Jira, Trello 및 Bitbucket이 포함되어 있으며, 이들 제품은 주로 Atlassian Access 구독을 통해 함께 액세스됩니다.

기능 관리 툴인 LaunchDarkly도 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 74%, 97% 증가했습니다. 2020년에 가장 빠른 성장세를 보였던 앱으로 모니터링 툴 Sentry가 있는데, 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 53%, 128% 증가하여 상위 개발자 툴 목록 순위가 작년 8위에서 올해 5위로 올랐습니다. 그리고 Twilio Engage(Twilio의 고객 인게이지먼트 플랫폼과 Segment의 고객 데이터 플랫폼이 하나로 결합)는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 58%, 99% 증가하며 또 다른 성장 리더로 부상했습니다.

그 외 높은 성장세를 보인 다른 개발자 앱으로 모니터링 툴인 DataDog가 있는데, 이 앱은 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 42%, 67% 증가했습니다. 개발 플랫폼인 GitHub가 2019년 이후 전반적으로 15대 앱 순위에 포함되었고, 올해는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 39%, 59% 증가하며 꾸준한 성장세를 이어가고 있다는 것도 주목할 만합니다. 전반적으로 가장 빠른 성장세를 보인 앱에서 7위를 차지한 GitLab은 고객 수가 전년 대비 무려 97% 증가했습니다. OIN에서 Gitlab은 사용자 프로비저닝만 지원하되 인증은 지원하지 않도록 구성되어 있습니다. 따라서 툴에 액세스하는 고유 사용자 수를 확인할 수 없기 때문에 고유 사용자 수 증가율을 0%로 표시했습니다.■



가장 인기 있는 HR 툴

성공적인 업무를 지원하는 앱

많은 기업들이 코로나19 사태 이후 달라진 직원들의 요구 사항을 충족하기 위해 노력한 것은 칭찬받을 만한 일입니다. 하지만 HR 부서들은 진화를 거듭하는 직원 인게이지먼트에 여전히 높은 우선 순위를 두고 있는데, 여기에는 그럴 만한 이유가 있습니다. Deloitte Consulting은 다음과 같이 말합니다. “포스트 코로나 시대를 맞아 직원과 직장 간의 유대감 증진은 직원 이직률 감소, 생산성 향상 및 동기 부여로 이어질 것입니다.”

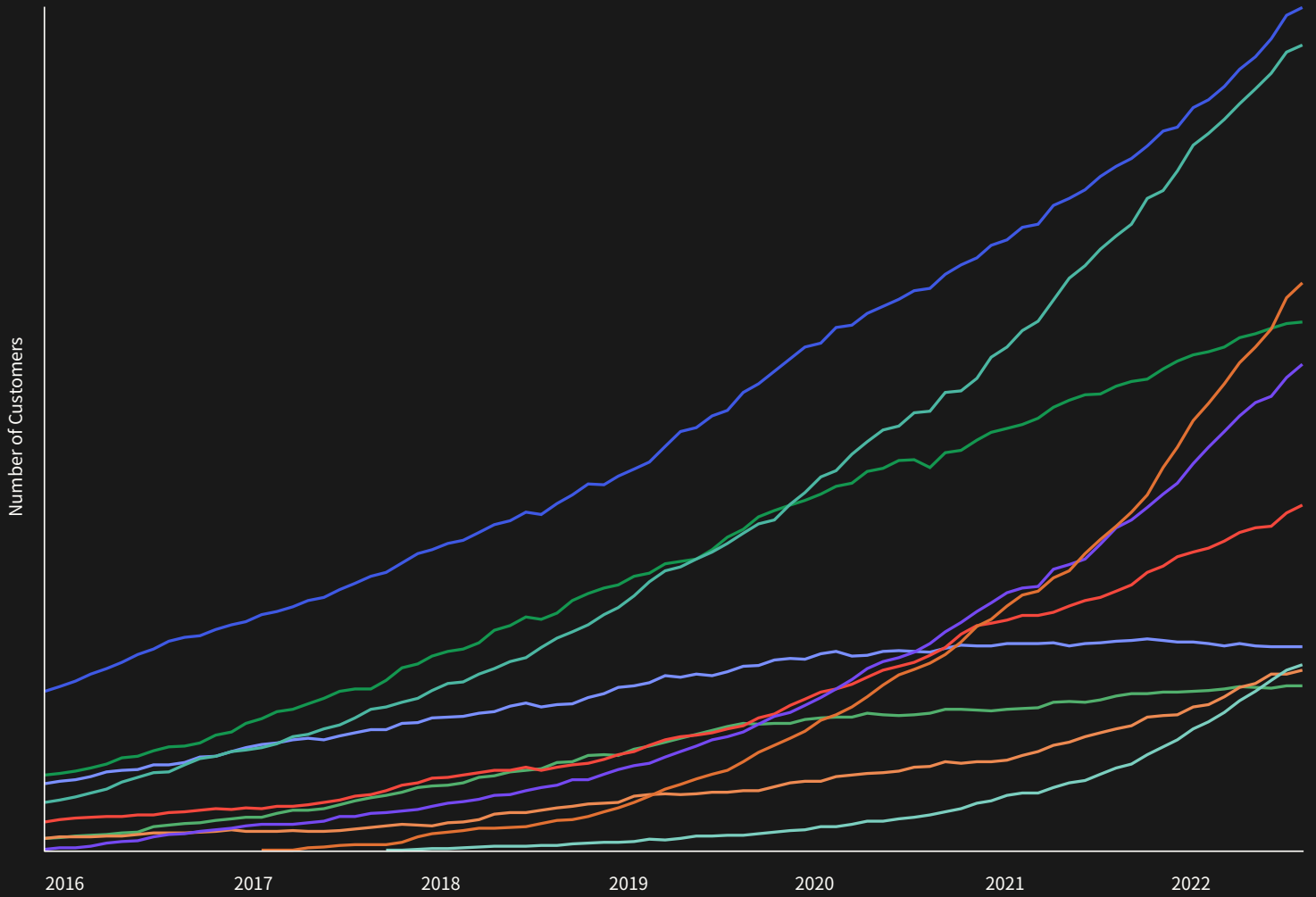
올해에는 원격 근무를 지원하는 직원 인게이지먼트 툴이 HR 카테고리에서 큰 폭으로 성장했습니다. Workday는 이 카테고리에서 “위협적인 존재(gorilla in the room)”로 떠오르고 있습니다. HR 앱 분야의 리더인 Workday는 고유 사용자 수 기준으로 Microsoft 365에 이어 2위를 차지했습니다. 자칭 “중소기업용 소프트웨어”를 표방하고 있는 BambooHR은 격차를 빠르게 좁히며 고객 수 기준 2위인 Workday를 바짝 뒤쫓고 있습니다. 작년에 직원 인게이지먼트 플랫폼인 Lattice는 HR 앱에서 4위에 올랐고, 올해에는 고객 수 기준으로 전년 대비

75%의 놀라운 성장률을 보이며 3위에 올랐습니다.

부주의로 회의에 잘못 초대할 수 있는 HR 플랫폼인 Bob은 HR 분야의 단순 유망주가 아닙니다. 고객 수가 전년 대비 123% 증가하며 올해 전반적으로 가장 빠른 성장세를 보인 앱 중 하나로 떠올랐습니다. UKG(Kronos와 Ultimate Software를 리브랜딩 및 결합)는 Okta 차트에서 늘 좋은 성과를 보였으며, 고유 사용자 수 기준 가장 인기 있는 앱 중 하나로 꾸준히 순위에서 오르고 있습니다. 고객 수 기준으로 올해 HR 앱 4위에 오르는 등 계속 강세를 보이고 있지만, 5위에 오른 Culture Amp가 곧 앞지를 기세입니다.

산업별로 수치를 분석해보면 대다수 산업 분야에서 고객 수 기준으로 Workday가 1위에 올랐지만, 테크놀로지 및 컨설팅 서비스 (Professional Service) 산업에서는 BambooHR이 1위 자리를 지키고 있습니다.■

가장 인기 있는 HR 툴



“

BambooHR[...]은 격차를 빠르게 좁히며
고객 수 기준 2위인 Workday를 바짝
뒤쫓고 있습니다.

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

원격 액세스 솔루션의 성장

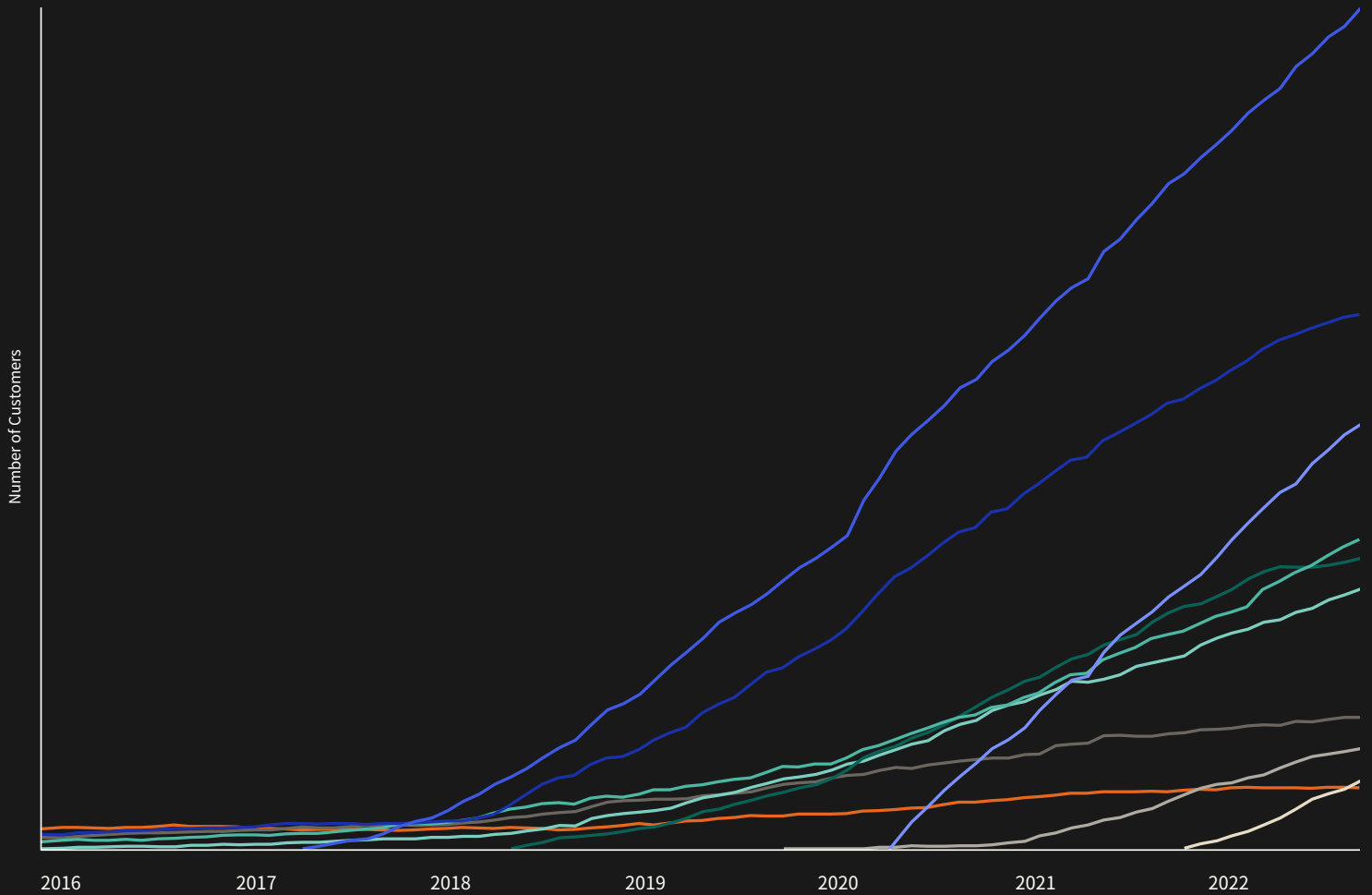
보안 액세스는 집에서 시작된다

최근의 상황으로 인해 모든 산업 분야의 기업들이 원격 근무를 모색하게 되었습니다. 현재 상황이 달라지긴 했지만 원격 근무 체제는 계속되고 있습니다. 데이터 과학자들의 예측에 따르면 2022년 말까지 북미 지역 내 모든 전문직의 25%가 원격 근무 체제에 돌입하면서 원격 근무가 2023년까지 계속 증가할 것이라고 합니다. 최고의 인재를 유치하기 위해 경쟁을 벌이고 있는 HR 부서들은 이러한 하이브리드 업무 환경을 열렬히 지원하고 있으며, IT 부서가 실질적인 시스템을 마련하고 있습니다. 코로나 팬데믹이 정점에 달한 후 원격 액세스 툴을 사용하는 고객의 수가 아직도 계속 증가하고 있습니다. 요가 바지에 양복 셔츠를 입고 Zoom 화면 앞에 앉아 근무하는 것이 이제는 일상이 되었습니다.

원격 액세스 솔루션 부문에서는 모바일 사용자에게 기업 보안 기능을 제공하는 Palo Alto

Networks GlobalProtect가 2020년 이후 고객 수 증가율이 79%, 올해 전년 대비 26%로 이 카테고리에서 1위 자리를 지키고 있습니다. 보안 엔드포인트 액세스를 제공하는 Cisco AnyConnect는 고객 수가 전년 대비 20%나 증가하며 2위를 차지했는데, 지난 해 32% 증가한 데 이어 올해도 확고히 자리를 지켰습니다. 3위를 차지한 원격 액세스 툴인 AWS Client VPN은 고객 수가 전년 대비 무려 68% 증가하며 올해 원격 액세스 팩에서 가장 빠른 성장세를 보였습니다. 하지만 자리를 지키기 위한 노력이 필요합니다. 지난해 5위를 기록한 ZTNA(Zero Trust Network Access) 솔루션 ZScaler는 올해 4위로 올라섰습니다. 좀 더 아래 순위로 내려가보면 또 다른 ZTNA 솔루션인 Palo Alto Networks Prisma Access가 나오는데, 올해 원격 액세스 툴 목록에 8위로 처음 등장했습니다.■

가장 인기 있는 원격 액세스 솔루션



- Palo Alto Networks GlobalProtect
- Cisco AnyConnect
- AWS Client VPN
- Netskope
- Zscaler
- Fortinet FortiGate
- OpenVPN
- Palo Alto Networks Prisma Access
- Tailscale
- Pulse Secure



Palo Alto Networks GlobalProtect[...]는 고객 수가 2020년 이후 79%, 올해 전년 대비 26% 증가하며 이 카테고리에서 1위 자리를 지키고 있습니다

Apps for Good

긍정적인 영향력 발휘

현재 세계 정세는 유달리 혼란스러워 보입니다. 유럽 내 전쟁과 기후 변화로 인한 대혼란, 인종 및 민족 불평등에 대한 대중의 인식 제고, 여기에 불청객인 글로벌 인플레이션까지 재등장한 지금은 차라리 포기하고 지하 벙커에 다시 숨는 편이 더 쉬울 것입니다. 하지만 세계 곳곳의 인력들은 이에 굴하지 않고 기부와 자원 봉사 및 멘토링 등의 선행을 벌이며 반격을 노리고 있습니다.

Giving USA의 “[Annual Report on Philanthropy\(자선활동 연례 보고서\)](#)”에 따르면, 미국인들은 그 어느 때보다 많은 자선 활동을 벌이고 있습니다. 개인을 비롯해 유증, 재단 및 기업은 2021년 미국 자선 단체에 약 4,850억 달러를 기부했는데, 이는 4,660억 달러를 기록한 2020년보다 4% 증가한 액수입니다.

회사와 직원 모두 분명 사회 환원을 원하고 있는 것입니다. 이에 [Okta Apps for Good](#)는 기부와 자원 봉사를 아주 손쉽게 할 수 있는 방법을 제시하여 전 세계 자선 활동에 기여하고 있습니다. 전체적으로 160만 명 이상의 Okta 사용자가 이러한 앱에 액세스할 수 있는데, 이는 작년의 120만 명에 비해 무려 26%가 증가한 수치입니다. 실제로 올해 4대 Apps for Good에는 각각 40,000명 이상의 액티브 고유 사용자가 할당되었습니다. (작년 상위 앱에는 각각 10,000명 이상의 액티브 사용자가 할당되었습니다.) 기부자들이 자랑스러워할만한 성장률입니다. 단, 총계에는 조직 수준에서 할당된 사용자를 비롯해 자체 Okta 대시보드에 앱을 추가하기로 한 개인이 포함됩니다.

작년에 1위를 차지했던 자선 기부 및 보조금 관리 플랫폼 [Benevity](#)은 지금까지 가장 많은 사용자를 보유하며 1위 자리를 지키고 있습니다. App for Good을 구축 중인 Okta 고객들 중 23%가 Benevity를 구축하고 있습니다. Okta 목록에서 자선 앱 3위를 차지한 [CareerVillage](#)는 진로 상담을 받으려는 고등학생을 현장 전문가에게 연결해주는 비영리 단체

할당된 사용자 수 기준으로 가장 인기 있는 자선 기부 앱

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

로서, 지난 해 9위에서 3위로 꺾뚝 뛰어올랐습니다. 현재 App for Good을 구축한 Okta 고객의 48%가 CareerVillage를 구축하고 있으며, 그 뒤를 이어 28%가 [Vote.gov](#)를, 25%는 기업의 사회적 책임 앱인 [KindLink](#)를 구축하고 있습니다. 할당된 총 사용자 수가 전년 대비 가장 많이 증가한 앱은 CareerVillage, [Visit.org](#) 및 [Vote.gov](#) 순입니다.■



참고: 데이터에는 개인용 앱과 기업용 앱이 모두 포함됨

산업별 워크플로우 도입

흐름을 따르다

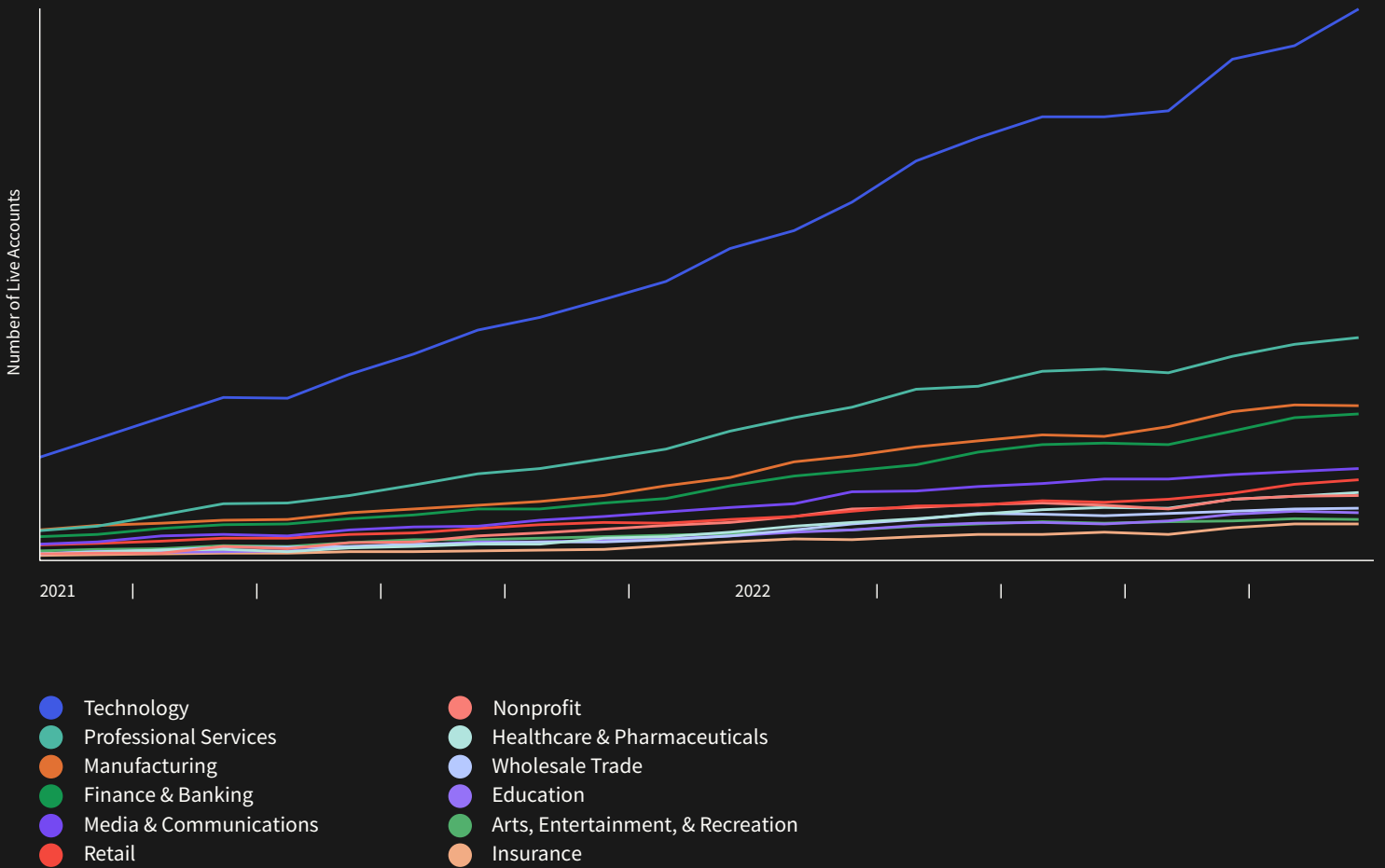
IT 직원들은 보안 강화, 원격 근무 지원, 입사자 계정관리 등 계속 증가하는 일련의 수동 작업을 처리하느라 일손이 부족한 경우가 많습니다. 이런 이유로 다양한 산업 분야의 많은 조직이 일상적인 프로세스를 안전하게 자동화할 수 있는 워크플로우에 눈을 돌리고 있습니다. 예를 들어, Okta Workflows를 사용하면 코드를 작성하지 않고도 대규모로 아이덴티티 관리 프로세스를 손쉽게 자동화할 수 있습니다. 따라서 IT 직원이 보안을 강화하고 효율성을 높이면서 보다 중요한 작업에 주력할 수 있습니다.

다양한 산업 분야에서 워크플로우를 어떻게 도입하고 있는지 살펴보겠습니다. (여기서 액티브 계정이란, 워크플로우를 배포하여 이를 적극적으로 사용하는 고객을 말합니다.) Okta 보고서의 첫 번째 섹션에서 테크놀로지는 워크플로우를 구축하고 있는 액티브 계정 수 기준에서 1

위, 액티브 계정당 워크플로우 수 기준으로는 2위에 올랐습니다(평균 38개). (보험 산업은 계정당 구축하는 평균 워크플로우 수가 40개로 더 많습니다.) 계정당 평균 30개의 워크플로우를 구축하고 있는 컨설팅 서비스 (Professional Service)는 2위를 차지했으며, 제조, 금융 서비스 및 बैं킹 부문이 액티브 계정 수 기준으로 각각 3위와 4위로 그 뒤를 쫓고 있습니다.

많은 산업 부문이 테크놀로지를 따라잡기 시작했습니다. 지난 6개월 동안 워크플로우를 사용 중인 계정의 성장률을 살펴보면, 의료 및 제약 부문이 액티브 계정 수 기준으로 58%의 성장률을 기록하며 1위를 달리고 있고, 금융 및 बैं킹 부문이 52% 성장률로 2위에 올라있습니다. 산업 전반에서 기업들이 이러한 효율성을 추구하고 따라 워크플로우 도입이 꾸준히 증가할 것으로 예상됩니다.■

산업별 워크플로우 도입



많은 산업 부문이 테크놀로지를 따라잡기 시작했습니다. 지난 6개월 동안 워크플로우를 사용 중인 계정의 성장률을 살펴보면, 의료 및 제약 부문이 액티브 계정 수 기준으로 1위를 달리고 있고, 금융 및 बैं킹 부문이 2위에 올라있습니다.

멀티 클라우드의 부상

하나로는 성에 차지 않는다

현재 대부분의 기업이 직원들에게 언제 어디서나 안전한 액세스를 보장한다는 목표로 디지털 전환 여정에 몰두하고 있습니다. 2020년 봄까지 아직 클라우드로의 전환을 시작하지 않은 기업들에게 코로나19 팬데믹은 동력과 정당성을 부여했을 가능성이 큼니다. 기업들은 더 효율적인 하이브리드 근무 지원, 더 빠른 데이터 액세스, 더 짧은 앱 구축 시간, 더 안정적인 보안, 더 원활한 글로벌 협업 등 갖가지 이유를 들어 클라우드 솔루션으로 대거 전환하고 있습니다. Gartner는 2023년 말까지 전 세계 퍼블릭 클라우드 최종 사용자의 지출이 약 6,000억 달러에 달할 것으로 전망하고 있습니다.³

하지만 많은 기업에게 클라우드 플랫폼은 일종의 감자칩과 같습니다. 하나로는 성에 차지 않기 때문입니다. Okta의 데이터에 따르면, 2017년 이후 꾸준히 증가해 온 멀티 클라우드의 도입률은 당분간 둔화될 조짐이 보이지 않습니다. AWS는 단일 클라우드 플랫폼으로서, 그리고 많은 조직이 도입하고 있는 멀티 클라우드 전략의 일환으로서 여전히 우세를 보이고 있지만 머지않아 다른 제공업체들의 놀라운 성장을 목격하게 될 것입니다.

[3] Gartner®, “Gartner, 2022년에 전 세계 퍼블릭 클라우드 최종 사용자 지출이 약 5,000억 달러에 달할 것으로 전망(Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Reach Nearly \$500 Billion in 2022)”, 2022년 4월 19일.



가장 인기 있는 클라우드 플랫폼

클라우드 확대 전망

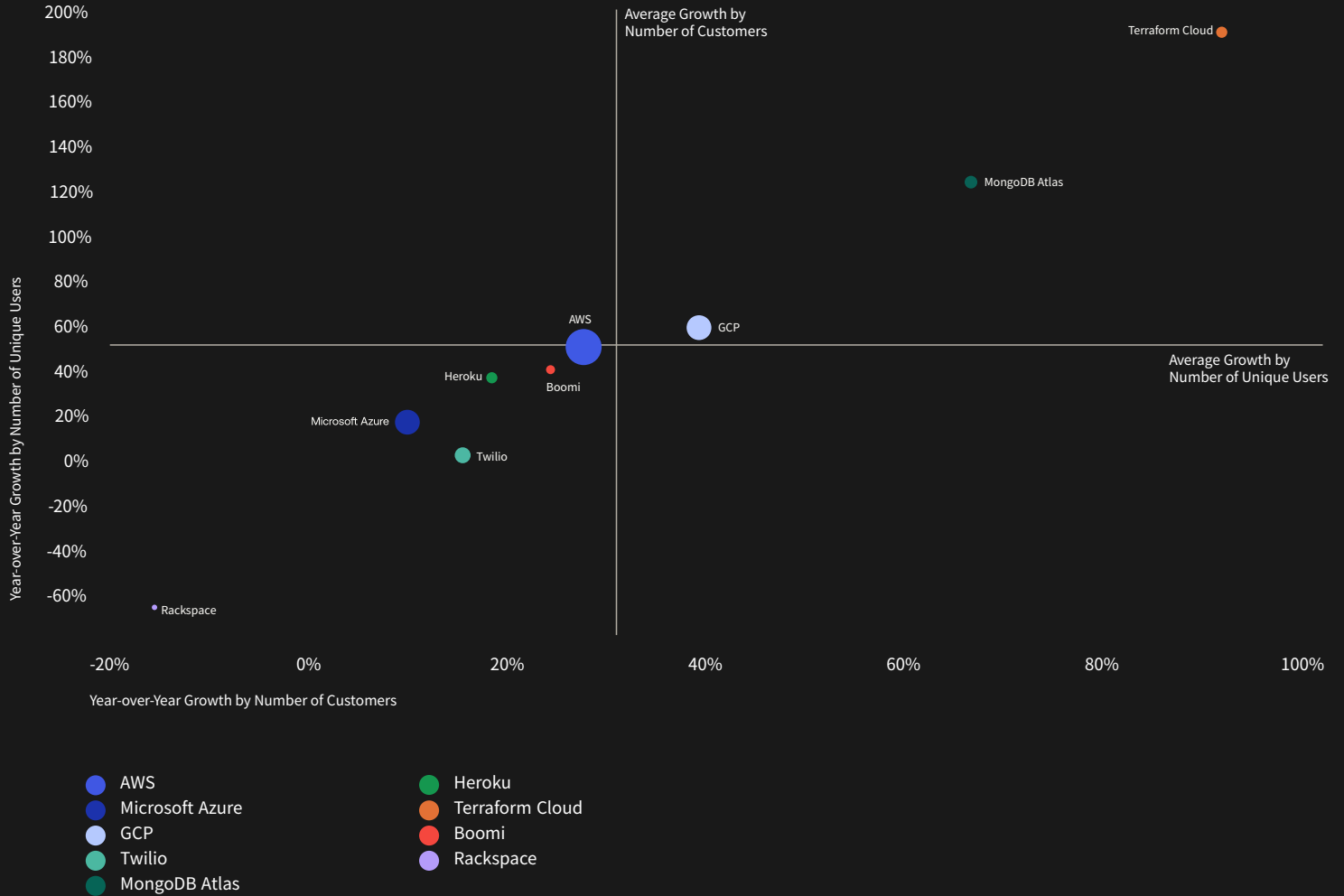
클라우드로의 마이그레이션을 야심찬 목표로 삼던 시절이 기억나십니까? 그리운 추억일 것입니다. 오늘날 조직은 직원에게 언제 어디서나 안전하게 액세스할 수 있는 데이터, 워크플로우, 생산성 및 협업을 제공해야 하며, 이를 가능하게 해주는 것이 클라우드입니다. 클라우드로의 마이그레이션은 이제 트렌드가 아닌 비즈니스 필수 요소가 되었습니다. 클라우드를 부분적으로 도입한 기업들은 계획이 틀어질 위험이 있습니다.

AWS는 2위인 Microsoft Azure보다 약 8배 많은 고객을 확보하며 가장 인기 있는 PaaS(Platform as a Service)로서 입지를 고수하고 있습니다. AWS는 작년에 고객 수가 32% 증가한 데 이어, 올해에는 고객 수가 전년 대비 27%, 고유 사용자 수는 50% 증가했습니다. 현재로서는 AWS를 막을 자가 없어 보입니다. 작년 2위를 차지했던 Microsoft Azure가 순위를 지키고 있지만, GCP가 그 뒤를 바짝 쫓고 있습니다. GCP는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 40%, 60%

로 빠르게 증가하고 있으며, 이러한 디지털 전환에서 가상 테크놀로지가 역할을 하는 한 Azure를 추월할 가능성이 높습니다. 반면 Azure는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 10%, 16% 증가했습니다.

작년에 눈길을 끌었던 앱으로는 HashiCorp의 Terraform Cloud가 있는데, 단 6개월 만에 70%의 성장률을 달성하며 클라우드 플랫폼 8위에 올랐습니다. 차순위 앱을 선정하더라도 역시 Terraform Cloud일 것입니다. Terraform Cloud는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 93%, 192% 증가하며 클라우드 플랫폼 가속화 매트릭스에서 성장 리더로 자리매김했습니다. 이러한 고객 증가율 덕분에 Terraform Cloud는 올해 가장 인기 있는 클라우드 플랫폼 7위, 전반적으로 가장 빠르게 성장한 앱 9위에 올랐습니다. 이 용감한 신생 기업이 내년에 또 어떤 성과를 거둘지 누가 알겠습니까? 더 많은 성과가 기다리고 있을지도 모릅니다.■

가장 인기 있는 클라우드 플랫폼의 성장률



“

Terraform Cloud는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 93%, 192% 증가하며 클라우드 플랫폼 가속화 매트릭스에서 성장 리더로 자리매김했습니다.

가장 인기 있는 클라우드 콤보

하나보다는 둘이 낫다

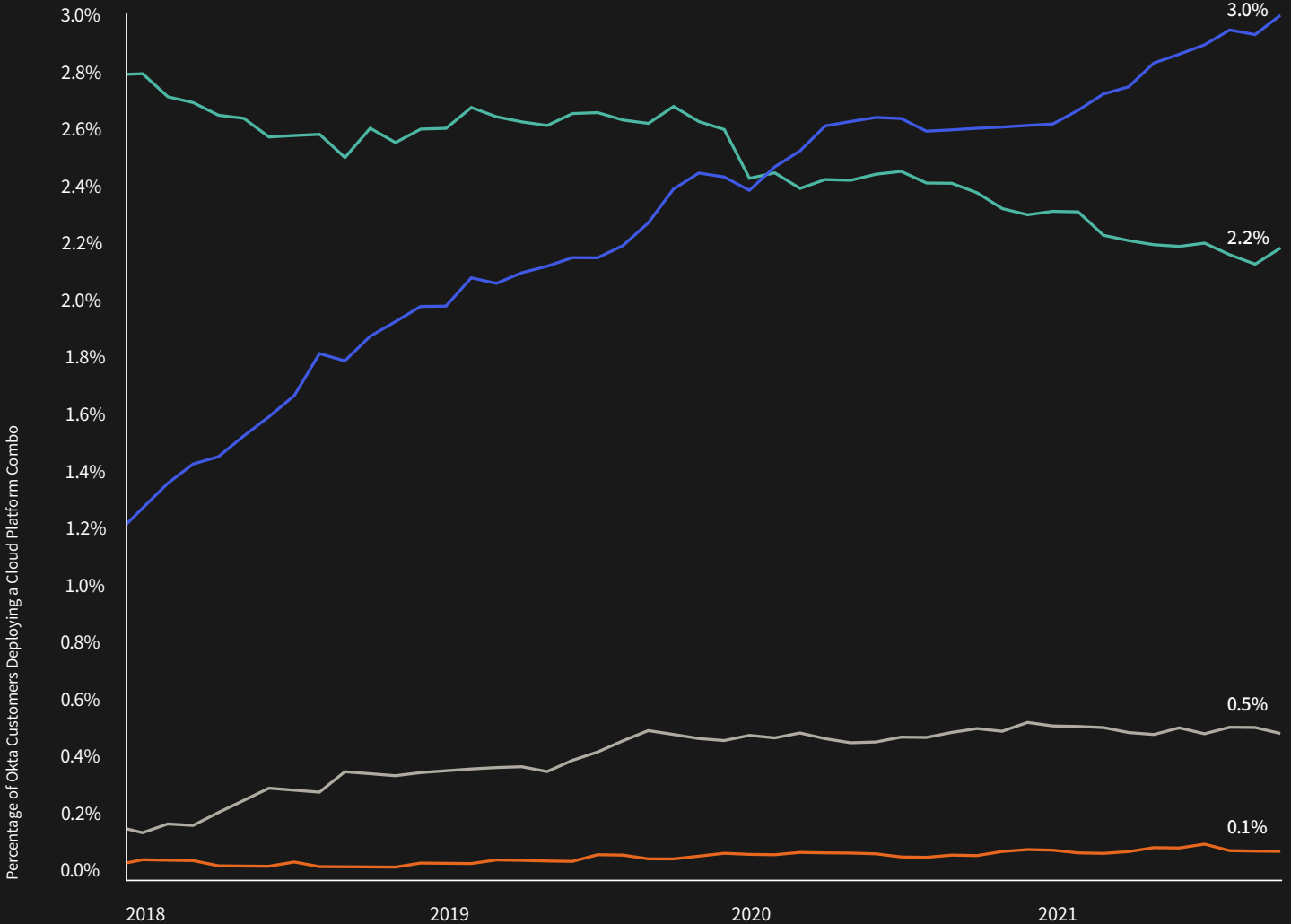
Okta에 클라우드 플랫폼을 1개 이상 통합하는 고객의 수가 점차 증가하고 있습니다. 하지만 기업의 운영 방식은 복잡하기에 많은 기업이 단일 클라우드 플랫폼을 구축하는 데 그치지 않고 플랫폼을 두 개 이상 선택하고 있는데, 이는 2019년에 처음으로 드러난 트렌드입니다. 2022년에는 OIN을 통해 클라우드 플랫폼 하나 이상 구축 중인 고객 중 14%가 2개 이상을 구축 중인 것으로 나타났습니다.

이러한 클라우드 플랫폼 조합의 수는 상상할 수 없을 정도로 많지만 그 중에서도 가장 많이 눈에 띄는 조합은 바로 AWS와 GCP입니다. AWS와 GCP를 모두 구축 중인 고객의 비율은 2년 전 2%에서 올해 3%로 증가했습니다. 독립 실행형 클라우드 서비스인 AWS의 사용량은 계속 증가하고 있는 반면, AWS와 Microsoft Azure의 조합은 2년 전 3%에서 현재 2%로 감소했습니다. 클라우드 플랫폼을 조합하여

구축하는 고객 중 Azure와 GCP, 또는 Azure, AWS, GCP를 선택하는 비율은 1%도 채 되지 않는데, 이 수치는 작년과 같습니다.

그렇다면 기업들이 멀티 클라우드 전략을 채택하는 이유는 무엇일까요? 일각에서는 특정 벤더에서만 제공하는 기능이나 동급 최고의 기능을 찾는 경우가 있는데, 예를 들면 구축된 애플리케이션 컨테이너에서 Google의 강점을 활용하려는 목적이 있을 수 있습니다. (Google에서는 Kubernetes 앱 관리 표준을 개발했습니다.) 경우에 따라 이러한 전략은 미션 크리티컬 앱을 실행하는 온프레미스 소프트웨어의 통합 강화, M&A를 통해 상속된 클라우드 구축, 내지는 비용 절감 조치로 이어질 수 있습니다. 멀티 클라우드 사용량은 전년 대비 증가세를 보이고 있지만, 폭풍 전야를 이룰 정도는 아니고 완만한 파도 수준입니다.■

여러 개의 클라우드 플랫폼을 구축 중인 고객들



- AWS와 GCP
- Microsoft Azure와 AWS
- Microsoft Azure, AWS 및 GCP
- Microsoft Azure와 GCP



이러한 클라우드 플랫폼 조합의 수는 상상할 수 없을 정도로 많지만 그 중에서도 가장 많이 눈에 띄는 조합은 바로 AWS와 GCP입니다.



생활 편의 앱

일과 삶의 경계는 모호해졌으며 아마 앞으로도 계속 그럴 것입니다. 어떤 작업은 업무 시간에만 완료할 수 있습니다. 직원들이 근무 시간 동안에도 사적인 용건을 보고 있다는 것을 회사에서도 잘 알고 있습니다. 야간 및 주말에 근무를 하는 직원들은 지켜보는 사람이 없는 느낌에 가끔 웹 서핑을 하는 것에 대해 죄책감을 덜 느낄 수 있습니다. 우리는 어디에서든 재정을 관리하고 건강 상태를 추적하며 사회 활동을 조율할 수 있습니다. 결국 근무 일은 길어지고 휴식일은 짧아져서 정식 근무 시간을 알 수 없게 됩니다.

이 섹션에서는 전사적 차원에서 구축된 앱과 개별 직원이 대시보드에 추가한 앱을 살펴보겠습니다. (Okta에서는 이를 “기업용 앱과 개인용 앱의 결합”이라고 부릅니다.) 오늘날에는 모든 결제가 온라인에서 이뤄지고 있는 것처럼 보이며, 실제로 디지털 결제 플랫폼이 증가하고 있습니다. 피트니스 앱과 정신 건강 추적 앱의 사용률이 대폭 증가하는 것에서 알 수 있듯이, 건강에 관심을 갖는 사람들이 많아지고 있습니다. 마지막으로, 건강을 유지하기 위해 모든 노력을 기울일 생각이라면 동영상은 전 세계에 공개하는 것도 좋지 않을까요? 마이크로 블로깅 톨은 기세를 잃고 있는 반면 비디오 공유 톨은 빠르게 성장하고 있습니다. 상사 몰래 톨을 이용해야 하기 때문입니다.

가장 인기 있는 बैं킹 및 금융 앱

전자 지갑에는 무엇이 들어 있을까요?

3년 전, 이러한 “빅 머니” 앱들이 강세를 보인 후 많은 것이 바뀌었습니다. 2019년 만 해도 디지털 결제 분야에서 상위 10위권에 진입한 앱은 PayPal이 유일했습니다. 하지만 지금은 디지털 지갑보다 디지털 결제 앱이 더 많이 사용되는데, 이는 인플레이션 덕분입니다. 이 외에도 2개의 디지털 결제 앱이 사용자들에게 인기를 끌며 순위에 올랐습니다. 2019년 가장



가장 인기 있는 बैं킹 및 금융 앱인 PayPal[...]이 1위 자리를 굳건히 지키고 있지만 디지털 결제 앱인 Stripe와 Venmo도 목록을 차지하고 있습니다.

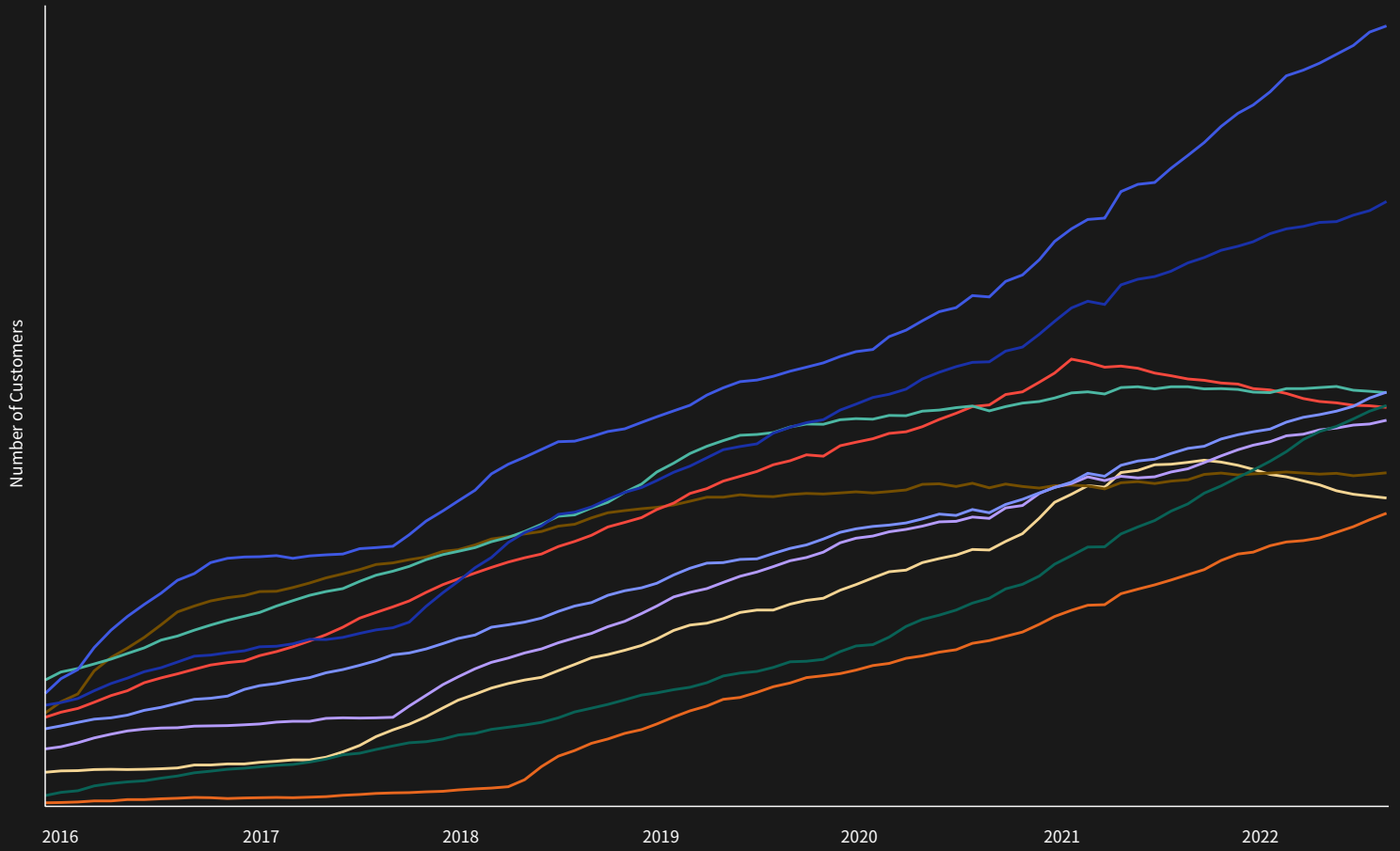
인기 있었던 बैं킹 및 금융 앱인 PayPal이 1위 자리를 굳건히 지키고 있지만 디지털 결제 앱인 Stripe와 Venmo도 목록을 차지하고 있습니다. (3년 전에는 둘 다 10위 안에 들지 못했습니다.) 이러한

“뉴 머니” 앱들이 PayPal보다 빠른 속도로 성장하고 있습니다. 고객 증가율을 보면 Stripe는 전년 대비 33%, Venmo는 26% 증가했습니다. 반면 PayPal은 전년 대비 20%에 그쳤습니다.

이 카테고리의 나머지 앱들은 어떨까요? 기존 형태의 बैं킹 및 금융 앱인 Bank of America는 2019년 बैं킹 및 금융 앱 부문에서 2위를 기록한 이후로 지금까지 순위를 지키고 있습니다. 하지만 고객 증가율은 전년 대비 11%에 그쳐 경쟁사들에게 빈틈을 내어주고 있습니다. 고객 수가 전년 대비 16% 증가한 Fidelity가 American Express와 Wells Fargo를 제치고 3위를 차지해 앞으로 귀추가 주목됩니다.

고유 사용자 수 기준으로 볼 때 가장 인기 있는 앱은 바로 Morgan Stanley의 Shareworks입니다. 개인이 직원 스톡 옵션을 관리할 수 있게 해주는 이러한 툴의 고유 사용자 수는 지난 3년 동안 291% 증가했습니다.■

가장 인기 있는 बैं킹 및 금융 앱



- PayPal
- Bank of America
- Fidelity
- American Express
- Stripe

- Wells Fargo
- Intuit Mint
- Chase
- Schwab
- Venmo

참고: 데이터에는 개인용 앱과 기업용 앱이 모두 포함됨

피트니스 산업의 부흥과 다이어트 산업의 부진

더욱 강세를 보이고 있는 건강 관련 앱

이 카테고리에서 피트니스 산업이 두각을 나타내는 반면 다이어트 산업은 다소 부진한 모습을 보이고 있습니다. 올해 10위에 오른 앱 중 6개는 어떤 형태로든 운동에 중점을 두고 있습니다. 4대 앱인 Fitbit, MyFitnessPal, Strava, Garmin Connect 는 모두 사용자에게 운동과 활동 및 성과를 추적할 수 있는 방법을 제공합니다. 이들 앱의 탄탄한 성장세는 데이터 분석가들도 때로는 사무실 밖을 나다닌다는 것을 증명하는 셈입니다. 피트니스 앱 중에서 운동 성과 추적 앱인 Nike Run Club은 전년 대비 23%의 고객 증가율로 가장 빠르게 성장하고 있습니다.

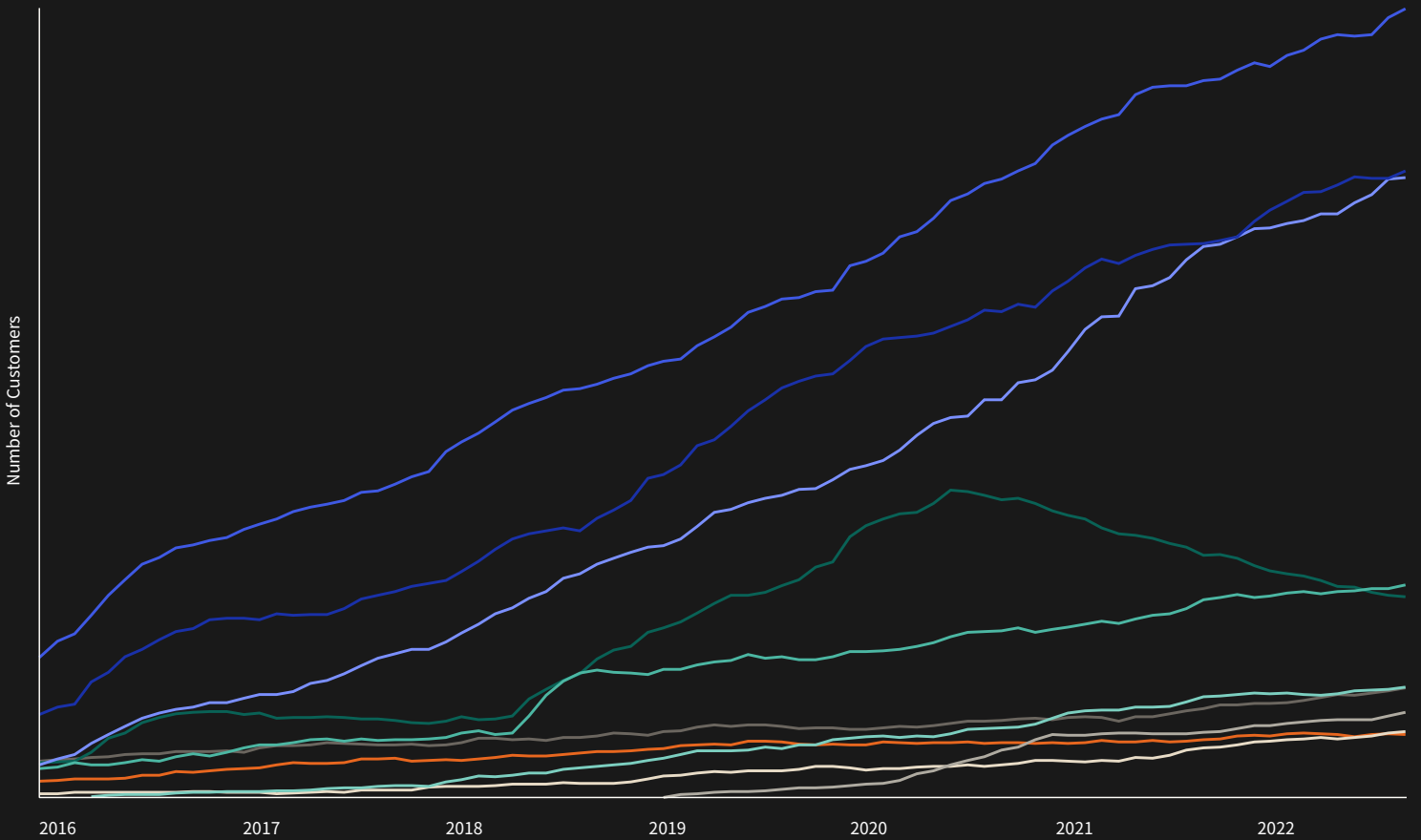
반면 다이어트 앱은 독립 실행형 앱으로서 인기가 시들해지는 듯 보입니다. 2020년 6월과 7월에 절정의 인기를 누렸던 WeightWatchers는 “호시절을 보냈던” 팬데믹 기간 이후 그 인기가 서서히 가라앉고 있습니다. 이는 Okta 보고서에서도 나타나는데, 고객 수가 전년 대비 17% 감소했습니다.

그렇다면 어떤 앱이 빠른 성장세를 보이고 있을까요? 고객 수가 가장 빠르게 증가하고 있는 앱은 정신

건강과 회복력, 일과 삶의 균형 확보에 도움을 주는 LiveWell from Optum(고객 수 전년 대비 32% 증가)과 Modern Health(30% 증가)입니다. 정신 건강에 우선 순위를 두는 기업들이 늘고 있는데, 조직의 78%가 현재 정신 건강 리소스를 제공하고 있거나, 내년에 이를 추가할 예정입니다. 세계보건기구(WHO)는 “우울증과 불안으로 인해 전 세계적으로 매년 약 120억 근무일이 손실되고 있고, 연간 1조 달러의 생산성 손실이 발생하고 있다.”고 추산하며 사회적 기업과 성과 지향형 기업 모두 정신 건강을 중요한 해결과제로 삼을 것을 시사했습니다.

물론 건강과 웰빙은 전적으로 개인에게 달려 있습니다. 고유 사용자 수 기준으로 살펴보면 Modern Health가 지난 2년 동안 228%의 놀라운 증가율을 달성하며 독보적인 1위를 차지하고 있습니다. 건강 참여 플랫폼인 Vitality는 고유 사용자 수가 지난 2년 동안 73% 증가해 2위에 올랐습니다. 운동 추적 앱인 Strava는 고유 사용자 수 기준으로 인기 앱 3위를, Fitbit은 4위를 차지했습니다.■

가장 인기 있는 건강 및 웰빙 앱



- Fitbit
- MyFitnessPal
- Strava
- Garmin Connect
- WeightWatchers
- Vitality
- Nike Run Club
- Modern Health
- LiveWell
- Life Time Fitness

참고: 데이터에는 개인용 앱과 기업용 앱이 모두 포함됨



올해 10위에 오른 앱 중 6개는 어떤 형태로든 운동에 중점을 두고 있습니다. 4대 앱인 Fitbit, MyFitnessPal, Strava, Garmin Connect 모두 사용자에게 운동, 활동 및 성과를 추적할 수 있는 방법을 제공합니다.

가장 인기 있는 소셜 미디어 플랫폼

“좋아요”, 팔로우 및 공유 수가 가장 높은 플랫폼

브라우저 탭을 여러 개 열어 둔 상태에서 업무 외 생활에 대한 최신 정보를 확인할 시간이 거의 없습니다. 친구의 휴가 브이로그, 최신 레스토랑 리뷰, 축구 경기를 위한 간단한 간식 신청 기회 등 갖가지 유혹을 거부할 수 있을까요? 괜찮습니다. 우리 모두가 그러니까요.

10대 소셜 미디어 앱 중 1위를 달리고 있는 LinkedIn만이 명확한 비즈니스 기능을 가지고 있습니다. 하지만 일부 고객들은 이를 현재 고용주를 홍보하기 보다는 다음 고용주를 찾는 용도로 사용할 수도 있습니다. (개인 이메일은 “연락처”란에 들어갑니다.) 일반적으로 다른 앱들은 다른 사람과 교류하면서 의견과 콘텐츠를 공유하는 데 더욱 중점을 두고 있습니다.

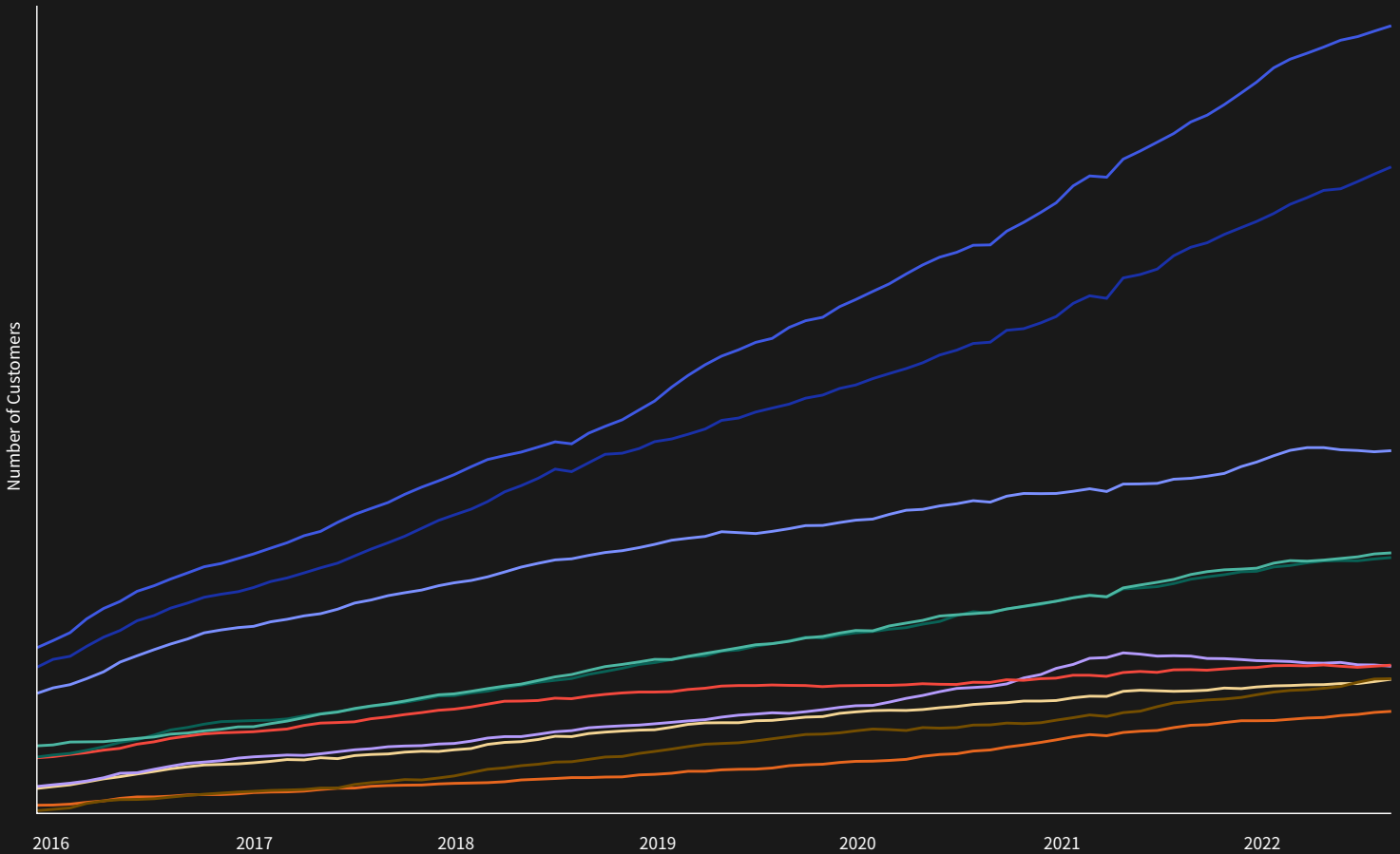
Okta가 계속 추적하면서 추이를 지켜본 바에 따르면 LinkedIn은 소셜 미디어 차트에서 1위를 지켜왔습니다. 올해에는 고객 수가 전년 대비 14% 증가하여 가장 빠르게 성장한 소셜 미디어 앱 4위에 올랐습니다. 인기도에서 영원한 2인자

Facebook도 같은 속도로 고객이 증가하고 있습니다. 3위 앱이었던 Twitter는 어떻게 될까요? 일론 머스크가 Twitter 인수 의사를 발표한 직후인 5월에 최고점을 달성했습니다. 10월에 매각이 체결되었을 무렵에는 팔로우 이탈자가 이미 증가하면서 Twitter의 고객 증가율이 제자리에서 맴돌았습니다. 그럼에도 불구하고 Twitter는 고객 수 기준 50대 앱 중 하나로, 49위에 올랐습니다. #top50

소셜 미디어 목록 8위에 오른 TeamSnap은 고객 수가 전년 대비 무려 20%나 증가했는데, 이는 체육 센터를 여러 군데 돌며 NASA 로켓 발사보다도 복잡한 일정을 소화하는 자녀를 둔 고객에게는 결코 놀랄 일이 아닙니다. 목록에서 10위에 오른 비디오 호스팅 플랫폼 Wistia는 고객 수가 전년 대비 15% 증가한 반면, 인기 비디오 공유 허브인 Vimeo의 성장률은 올해 크게 둔화되었습니다. 이는 끝없이 변화하는 콘텐츠 공유 환경의 변덕스러운 특성이기도 합니다.

고객 수가 아닌 고유 사용자 수 기준으로 소셜 미디어 앱을 살펴보면 어떤 결과가 나올까요? 직원들이 승인된 콘텐츠를 소셜 네트워크에 손쉽게 게시할 수 있게 해주는 Employee Advocacy by Sprout Social(이전 Bambu by Sprout Social)이 1위를 차지했습니다. Employee Advocacy by Sprout Social은 지난 3년 동안 고유 사용자 수가 무려 745%나 증가하며 LinkedIn을 추월했습니다. (해당 기간 동안 LinkedIn은 고유 사용자 수가 66%, Facebook은 64% 증가했습니다.) 고유 사용자 수 측면에서 Twitter는 2019년 10월부터 Twitter에 액세스하는 고유 사용자 수가 50% 증가하고 2022년 6월에 정점을 찍었다가 2022년 6월과 10월 사이에 20% 감소하면서 전체 7위에 올랐습니다.■

가장 인기 있는 소셜 미디어 플랫폼



- LinkedIn
- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- Pinterest
- Vimeo
- TeamSnap
- Yelp
- Wistia

참고: 데이터에는 개인용 앱과 기업용 앱이 모두 포함됨

“

Okta가 계속 추적하면서 추이를 지켜본 바에 따르면 LinkedIn은 소셜 미디어 차트에서 1위를 지켜왔습니다.

업무 환경의 보안

경계 기반 보안은 동적인 클라우드 기반 환경을 고려해 설계된 것이 아니기 때문에 최신 보안 요구를 충족하는 데 어려움을 겪었습니다. 대신 보안 시장에서는 아이덴티티 보안을 우선시하고 있는데, 몇몇 시장에서 새로운 요구 사항과 의무가 등장하고 있는 것을 대표적인 예로 볼 수 있습니다. 많은 사이버 보안 팀들이 아이덴티티 퍼스트 보안을 성장세인 클라우드 퍼스트 비즈니스를 보호할 유일한 방법으로 여기고 있습니다.

대중 매체에서는 하이브리드 업무의 종말을 과장해서 보도해왔으며, Okta는 이를 입증할 데이터를 보유하고 있습니다. 기업 네트워크 밖에서 연결 중인 사용자를 보호하는 동시에, 악의적인 행위자의 액세스를 차단해주는 보안 카테고리 가장 빠른 성장세를 유지하고 있습니다. 방화벽, VPN, 클라우드 보안 툴, 엔드포인트 관리 앱 모두 직원 보안 팀이 최우선으로 여기는 과제들입니다. Okta 데이터에서도 확인할 수 있듯이, 오늘날의 보안 및 위협 환경에서는 다양한 솔루션이 필요합니다.

조직들은 인증 체제를 강화하고, 보안 수준이 더 높은 아이덴티티 인증요소를 더 자주 선택하며, 비밀번호와 보안 질문을 함께 사용하는 기존 방식에서 탈피하고 있습니다. 인적 오류에 취약한 비밀번호 체제에서 탈피한 것은 기업 보안 모범 사례 중 하나입니다. 흥미로운 사실은 NordPass 연례 설문 조사에 따르면 2022년에 가장 많이 사용된 “비밀번호”가 “123456”이었다는 것입니다. 그러나 이러한 두 가지 비밀번호를 사용하는 사람들의 수는 작년 보고서 이후 급감했는데, 여기에는 게으른 사용자나 고지식한 사용자가 좀 더 고민하게 만드는 비밀번호 필터와 자동화된 비밀번호 정책의 증가 부분적인 요인으로 작용한 듯 보입니다.

Okta 고객들이 단순히 보안 수준이 높은 인증요소만 채택하고 있는 것은 아닙니다. Zero Trust에 갈수록 올인하는 분위기입니다. 4년 전에 실시했던 설문 조사에서 응답 기업의 16%만이 Zero Trust 이니셔티브를 시행 중이거나 향후 12~18개월 내에 시행할 예정이라고 답한 바 있습니다. Okta의 “2022년도

Zero Trust 보안 현황(State of Zero Trust Security 2022)” 보고서에서도 공개했지만, 이 수치는 현재 97%로 증가한 상태입니다.

보안, 관리, 컴플라이언스 및 기타 핵심 비즈니스 문제에서는 각 직원이 적정 리소스에 대한 적정 수준의 액세스 권한을 적시에 갖도록 하는 것이 무엇보다 중요합니다. Zero Trust 여정은 조직마다 각기 다릅니다. 비즈니스 과제, 테크놀로지 스택, 전략적 우선순위가 각기 다르기 때문에 추구하는 솔루션도 서로 다릅니다. 그러나 IAM(Identity Access Management) 솔루션에 Zero Trust를 결합하면 사용자, 장치, 데이터 및 네트워크 간의 액세스를 중앙에서 관리할 수 있는 강력한 제어 지점을 구축할 수 있다는 데 전 세계적인 합의가 이뤄지고 있습니다.

Zero Trust 구성에서는 사용자 액세스 시 장치에 대한 신뢰도, 액세스 시도 위치, 사용자 및 리소스 자체, 기타 중요한 입력 등의 인증 요소를 평가하는 컨텍스트 기반의 액세스 정책이 매우 중요합니다. Okta의 데이터에 따르면 고객의 약 1/4이 Zero Trust 구성을 1개 이상 구축하고 있으며, 그 수가 점차 증가하고 있습니다. 액세스 구성의 개선, 적응형 MFA 이벤트 건수의 증가, 생체 인식 및 웹 인증(WebAuthn)의 부상 등 여러 트렌드를 살펴보면 Zero Trust가 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있습니다.

올해에는 전 세계 근무 체제의 변화를 주도하고 있는 보안 트렌드에 대해 자세히 알아보기 위해 Workforce Identity 고객만 집중 조사했습니다. Customer Identity에 대한 자세한 내용은 “2022년도 보안 아이덴티티 현황” 보고서를 참조하십시오. 이제, 해당 Workforce 데이터로 바로 넘어가겠습니다.





순위 교수

보안 카테고리의 전쟁이 시작되다

지금과 같이 분산된 하이브리드 업무 시대에는 원격 작업자의 인터넷 연결을 보호하는 것이 그 어느 때보다 중요합니다. 급증하는 위협 행위자가 네트워크의 가장 취약한 진입점을 침투하지 못하게 막을 수 있다면 디지털 자산을 안전하게 보호할 가능성이 훨씬 높아질 것입니다. 끊임없이 진화하는 위협에 성공적으로 대처하기 위해서는 끊임없이 진화하는 툴 세트에 숙달해야 합니다. 기업이 직원을 보호하기 위해 어떤 툴을 사용하고 있는지 살펴보겠습니다.

2016년 6위에서 2018년 3위, 2019년 2위를 기록하는 등 VPN 및 방화벽 툴의 인기가 꾸준히 높아지고 있는 것은 그리 놀랄 일이 아닙니다. 이 카테고리는 2020년 3월 코로나 팬데믹으로 인해 전 직원이 재택 근무에 돌입해 VPN과 방화벽에 대한 수요가 증가하면서 상위권에 올랐고, 그 후로 성장을 거듭해왔습니다. 이 카테고리에 이어 수년 동안 꾸준히 성장해온 Palo Alto Networks GlobalProtect나 Prisma Access 같은 VPN 및 방화벽을 비롯해, Zscaler나 Netskope 같이 원격 액세스를 제공하는 독립 실행형 ZTNA(Zero Trust Network Access) 솔루션은 오늘날 가장 필요

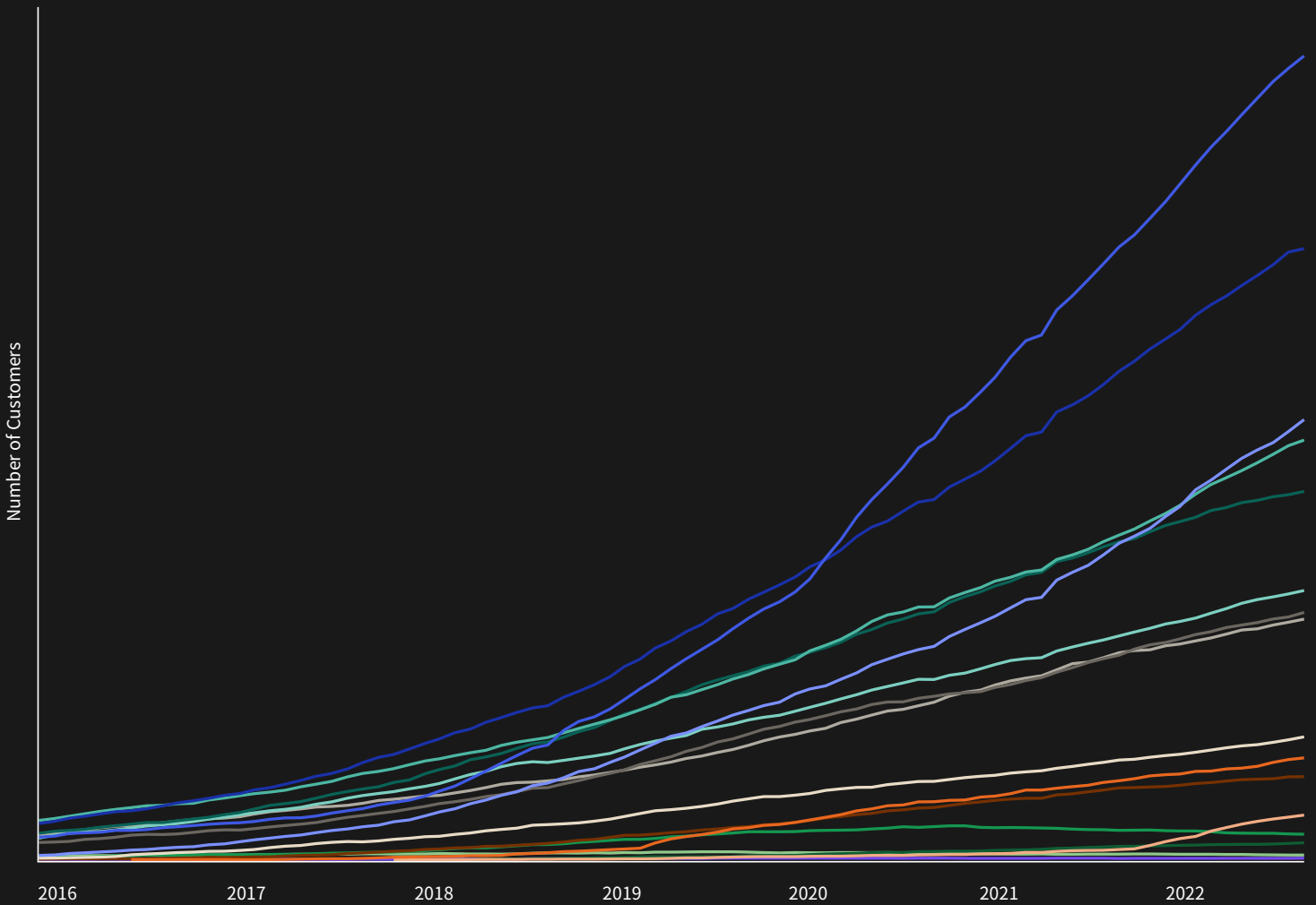
한 보안 툴로 남아 있으며, 고객 수가 전년 대비 31% 증가했습니다.

2위를 차지한 엔드포인트 관리 및 보안은 기업 환경에서 BYOD(Bring-Your-Own-Device) 정책을 점차 지원하면서 고객 수가 전년 대비 25% 증가하며 뒤를 바짝 쫓고 있습니다. [Forrester 데이터](#)에 따르면, 컴퓨터, 태블릿 및 스마트폰에서 BYOD 도입율은 50% 이상으로, 이 수치는 줄어들 조짐을 보이지 않습니다.⁴ 따라서 조직들은 장치 소유자가 외부 계약자인지, 공급업체인지, 또는 직원인지에 관계없이 모든 개인 장치가 위험을 초래하는 일이 없도록 보호할 방법이 필요합니다.

아이덴티티를 기본 클라우드로 여기는 조직들은 이제 단일 테크놀로지 에코시스템에 얽매이지 않고 다양한 운영 체제와 애플리케이션 중에서 선택할 수 있습니다. 이러한 변화로 인해 Apple 장치에 대한 기업의 문이 열린 것으로 보입니다. [Computerworld](#)는 2021년을 “Apple이 기업 시장에 본격적으로 진출한 해”라고 선언하며 전사적 차원에서 Mac 노트북 사용량이 63% 증가했다고 발표했습니다. [IDC](#)는 2021년까지 “미국 기업 전체에서 macOS 장기 사용률이 23%에 도달했고, 업무용 스마

[4] “2022년도 엔드포인트 보안 현황(The State of Endpoint Security, 2022),” Forrester Research, Inc., 2022년 7월 21일

가장 인기 있는 보안 카테고리



- VPN/방화벽
- 보안 분석
- 클라우드 액세스 보안 브로커
- 엔트포인트 관리 및 보안
- 데이터 손실 방지
- 아이덴티티 거버넌스 및 관리
- 교육
- PAM(Privileged Access Management)
- 네트워크 모니터링
- 인프라 모니터링
- 서버 액세스
- 이메일 보안
- 프록시
- Secure Web Authentication
- 컴플라이언스
- 보안 인증

참고: Okta 제품의 사용량을 보고하는 데이터는 이 차트에 포함되어 있지 않습니다.

트폰의 49%를 iPhone이, 직장에서 사용되는 대부분의 태블릿을 iPad가 차지했다”고 보고했습니다.⁶ 실제로 가장 인기 있는 엔드포인트 관리 및 보안 툴인 Jamf Pro와 Kandji 모두 Apple 장치를 보호하고 있습니다.

엔드포인트 관리 및 보안 툴을 다시 한 번 살펴보겠습니다. 이 카테고리를 장악하고 있는 Jamf Pro는 지난 4년 동안 428%의 압도적인 고객 증가율을 기록했습니다. 현재 다른 툴보다 3배 이상 많은 고객을 확보하고 있는 Jamf Pro는 올해에도 고객 수가 37% 증가해 견고한 성장세를 유지하고 있습니다. 전체적으로 가장 빠르게 성장한 앱인 Kandji는 고객 수가 전년 대비 무려 172%나 증가했습니다. 엔드포인트 관리 및 보안 툴 부문에서 1년 전 9위에서 현재 4위로 경총 뛰어오른 Kandji는 각각 2위와 3위를 기록한 VMware Workspace ONE와 VMware Carbon Black Endpoint를 위협하며 급부상하고 있습니다. 이러한 인기는 당연해 보입니다. 실제로 테크놀로지 부문에서 엔드포인트 관리 및 보안은 2020년 8월 이후 고객 수가 가장 많이 증가한 보안 카테고리가 되었습니다.

사이버 공격이 계속 증가함에 따라 KnowBe4, Cofense PhishMe, Proofpoint Security Awareness Training 같은 교육 툴들이 인상적인 성장률을 기록하고 있습니다. 이 외에도 많은 교육 툴들이 지난 1년 동안 고객 수가 39%, 지난 4년 동안 436% 증가했

다는 점이 주목할만합니다. 2022년도 Verizon 데이터 유출 조사 보고서(Verizon 2022 Data Breach Investigations Report)에 따르면, 랜섬웨어 공격이 25% 증가한 상황에서 직원 보안 교육에 투자하는 것은 당연한 조치입니다.

보안 경계가 아이덴티티로 바뀌긴 했지만, 그렇다고 네트워크가 무의미한 것은 아닙니다. 보안 카테고리



이 카테고리는 2020년 3월 코로나 팬데믹으로 인해 전 직원이 재택근무에 돌입해 VPN과 방화벽에 대한 수요가 증가하면서 상위권에 올랐고, 그 후로 성장을 거듭해왔습니다.

에서 가장 빠르게 성장한 상위 4개 앱을 인프라 모니터링 및 서버 액세스 툴이 차지하고 있습니다. 인프라 모니터링 툴은 고객 수가 전년 대비 29%, 지난 2년 동안 66% 증가했습니다. 마찬가지로, 서버 액세스 툴은 고객 수가 전년 대비 29%, 지난 2년 동안 75% 증가했습니다.■

[6] IDC, “IDC MarketScape: Apple 장치용 글로벌 통합 엔드포인트 관리 소프트웨어에 대한 2021년 공급업체 평가(IDC MarketScape: Worldwide Unified Endpoint Management Software for Apple Devices 2021 Vendor Assessment),” 2021년 1월

가장 인기 있는 보안 인증요소 유형

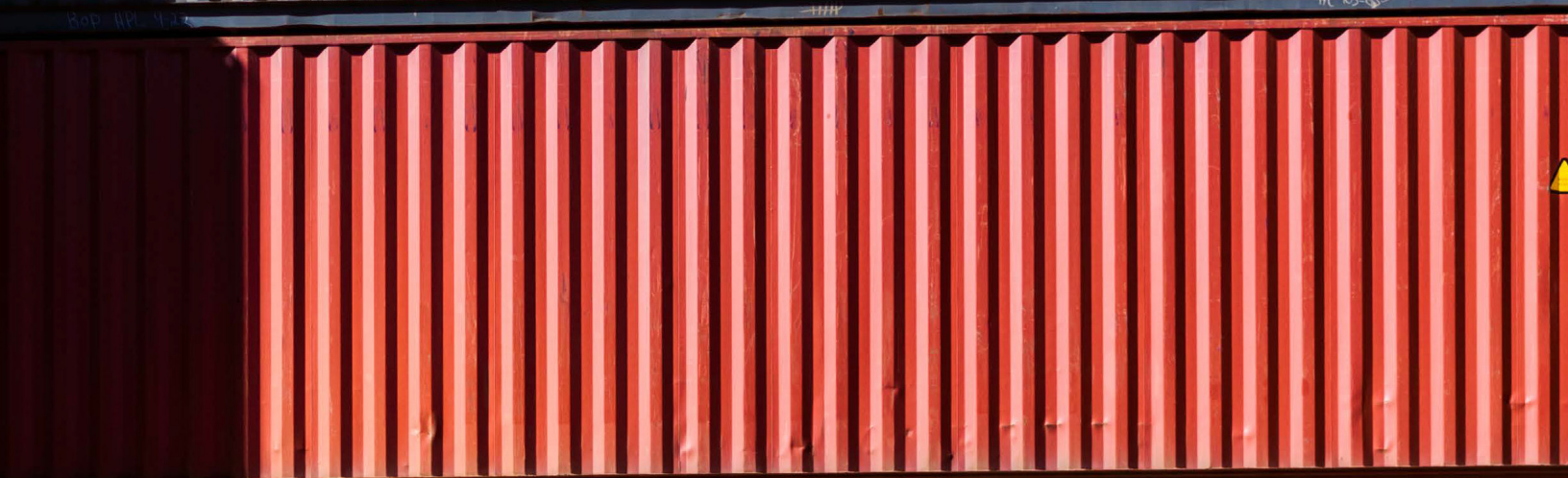
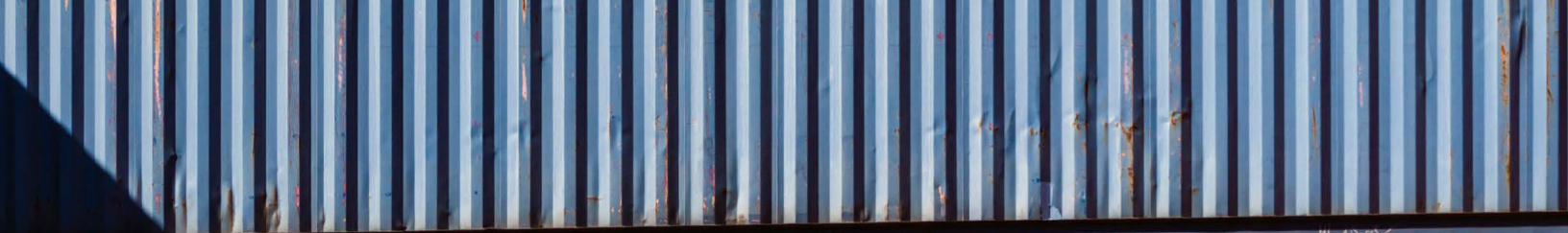
MFA라고 다 똑같지 않다



소셜 엔지니어링 및 자격 증명 기반 공격은 위협 행위자가 오랫동안 취해 온 전술이었습니다. MFA 구현이 이러한 유형의 공격을 저지하는 데 큰 도움이 되는 것은 사실이지만 MFA라고 해서 다 똑같지는 않습니다.

한때 MFA는 보안 분야에서는 낯선 용어였습니다. 하지만 지금은 대부분 조직이 MFA의 중요성을 인식하게 되었습니다. 보안 수준이 높은 인증요소를 사용하지 않는 기업은 MFA 보안이라는 퍼즐에서 핵심 조각을 놓치고 있는 셈입니다. 다행히도 올해에는 Workforce 고객들이 보안 수준이 낮은 인증요소에 덜 의존하는 모습을 보이고 있습니다.

2년 전만 해도 고객의 14%가 MFA 인증요소 중 하나로 여전히 보안 수준이 낮은 보안 질문을 구축하고 있었습니다. 다행히 이 수치는 계속 낮아지고 있습니다. (소셜 미디어 덕분에 여러분이 다녔던 초등학교 이름나 처음 길렀던 애완동물의 이름을 모두가 알게 되었습니다.) 2022년에는 이 수치가 10%까지 떨어졌습니다. 인류에게는 그저 작은 발걸음일지 몰라도 액세스 보안의 점진적인 개선 측면에서는 엄청난 도약입니다.

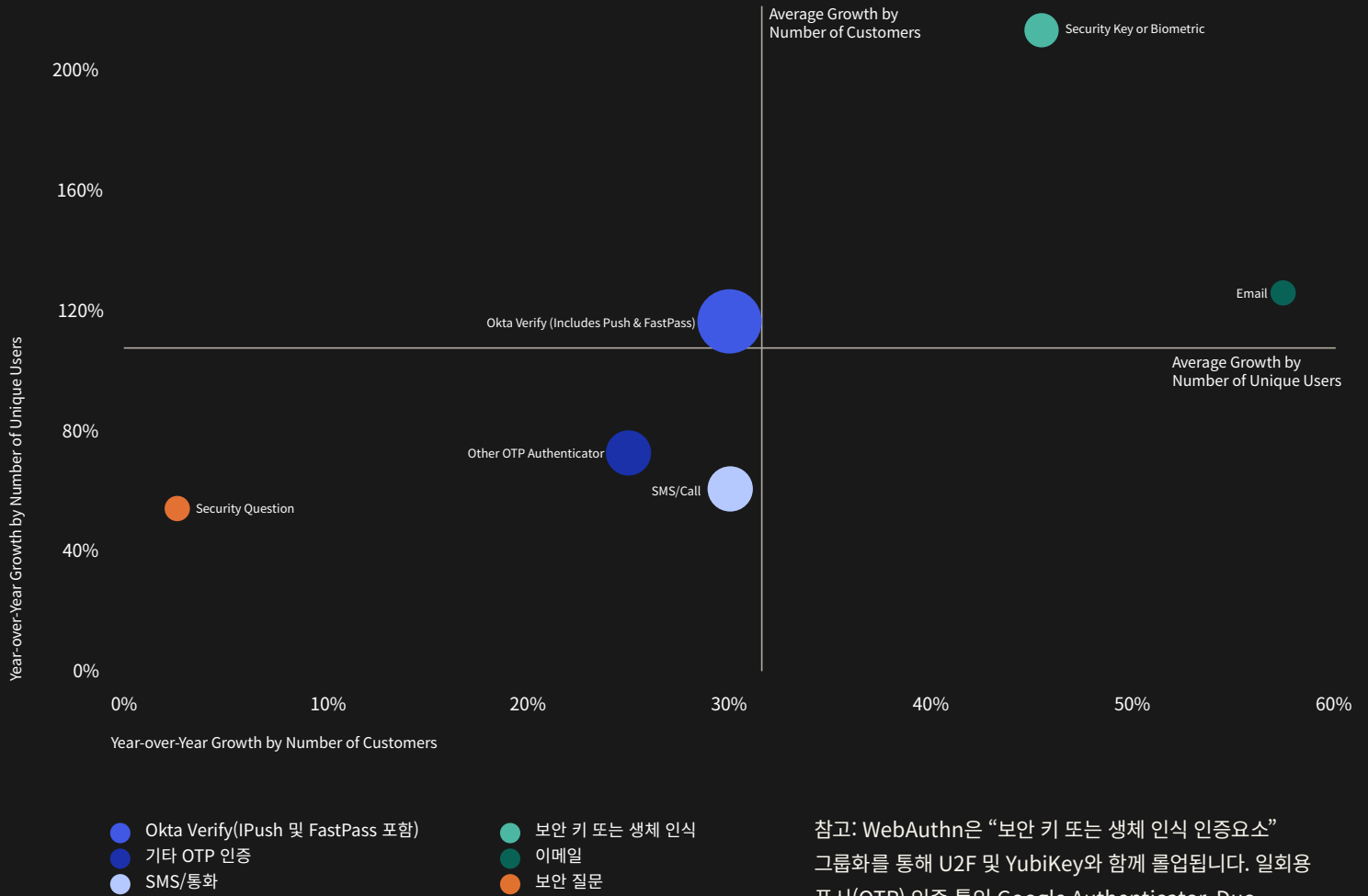


인증요소 그룹화	포함된 인증요소	보안 수준
 이메일	이메일	낮음
 Okta Verify	Okta Verify(Okta 확인(푸시 알림 및 FastPass를 지원하는 Okta Verify 포함))	높음
 기타 OTP 인증	Duo Security, Google Authenticator, HOTP, RSA SecurID, Symantec VIP	보통
 보안 키 또는 생체 인식	WebAuthn (FIDO 2.0), U2F (FIDO 1.0), YubiKey	높음
 보안 질문	보안 질문	낮음
 SMS/통화	SMS, 음성 통화	낮음
 외부 IdP	외부 IdP	보통

보안 수준이 높은 보안 키 및 생체 인식 (WebAuthn 포함) 사용량이 1년 전 21%에서 2022년에는 최대 24%까지 증가했습니다. 카테고리 차원에서는 고객 수 및 고유 사용자 수가 전년 대비 각각 46%, 211% 증가하며 빠르게 성장하고 있습니다. 또 한 가지 반가운 소식은 보안 수준이 높은 인증요소인 Okta Verify(푸시 및 FastPass 포함)를 구축한 고객의 비율이 2년 전보다 6% 증가한 88%에 달한다는 사실입니다.

안타깝게도 보안 수준이 낮은 이메일의 사용률이 증가하고 있습니다. 받은 편지함이 보안에 취약하면 인증요소로 사용할 이메일도 취약해 집니다. 코로나 팬데믹 이전에는 고객의 2% 미만이 MFA 보안에 이메일을 사용했습니다. 하지만 현재는 고객 수가 전년 대비 58% 증가하면서 이 수치가 12%로 늘었습니다.■

인증요소 그룹의 성장률



참고: WebAuthn은 “보안 키 또는 생체 인식 인증요소” 그룹화를 통해 U2F 및 YubiKey와 함께 롤업됩니다. 일회용 푸시(OTP) 인증 톨인 Google Authenticator, Duo Security, RSA SecurID, HMAC 기반의 일회용 비밀번호 (HOTP) 및 Symantec VIP는 “기타 OTP 인증 톨”로 롤업됩니다. “SMS/통화”의 인증요소를 그룹화하기 위해 SMS를 음성 통화 인증과 그룹화합니다.

보안 질문

산업별 인증요소 그룹의 성장률

아침에 드라이브 스루로 샌드위치를 주문하는 것까지 모든 것을 공유하는 소셜 미디어 세상이 된 지금, 공격자가 보안 질문에 답할 가능성이 점차 높아지고 있습니다. (첫 자동차 메이커를 묻는 보안 질문에 인스타그램에 올라온 스티어링 휠의 토요타 로고를 보고 답할 수 있습니다.) 하지만 반가운 소식이 있습니다. 바로, 다양한 산업 부문의 기업들이 보안 질문의 취약성을 인식하고 있다는 사실입니다.

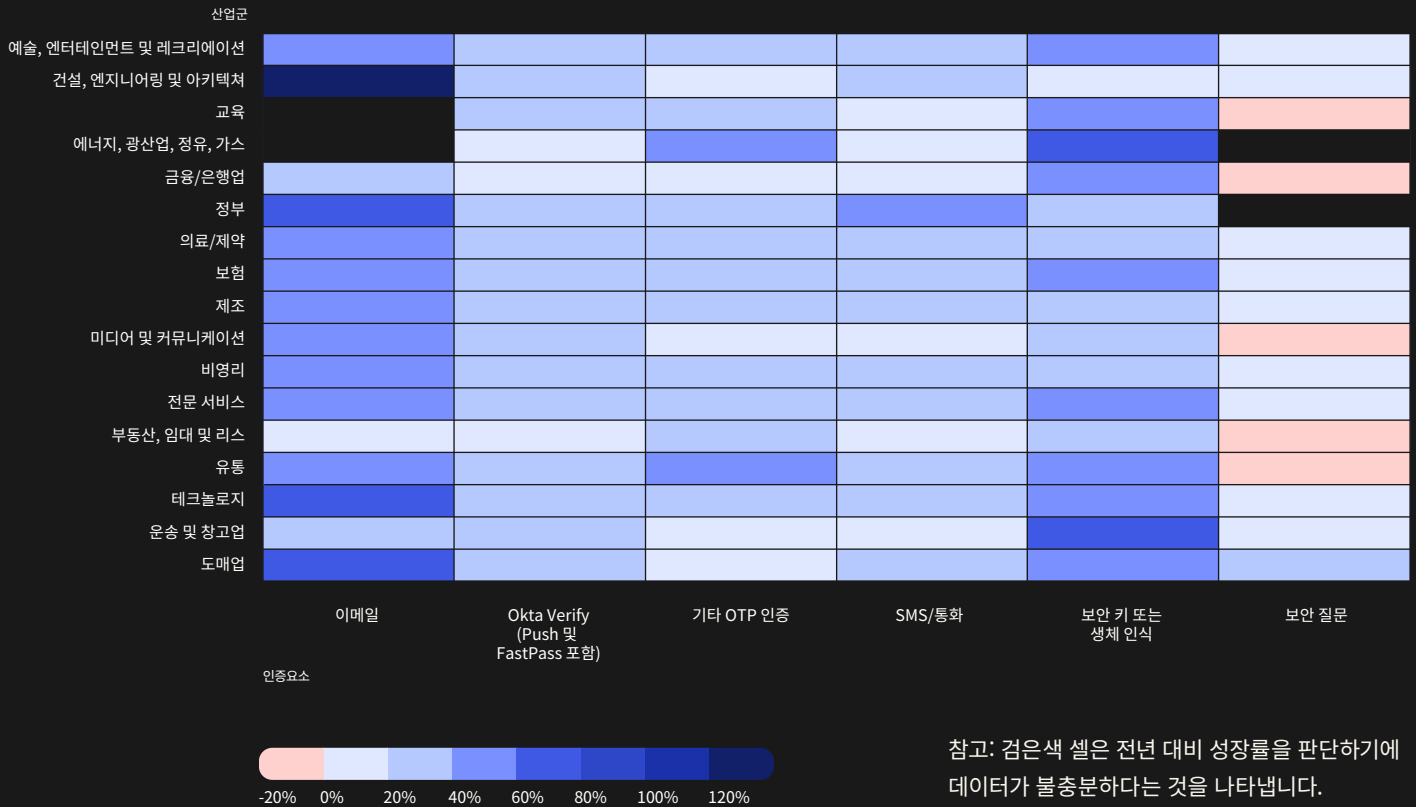
올해에는 교육과 미디어 및 통신 부문에서 보안 질문 사용률이 전년 대비 각기 13% 줄면서 가장 큰 감소세를 보이고 있습니다. 부동산 및 임대차 부문은 11% 하락하며 감소세가 비교적 덜했습니다. 보안 질문의 사용이 감소한 다른 산업으로는 금융 및 बैं킹 부문(3% 감소)과 유통 부문(2% 감소)이 있습니다. 보안 질문은 인증요소 중 유일하게 마이너스 성장을 보이고 있는데, 이렇게 취약한 인증요소에서 손을 떼게 되어 다행으로 생각하고 있습니다.

보안 키와 생체 인식의 사용량이 증가하면서 신원 보안이 한층 강화되고 있습니다. 이렇게

보안 수준이 높은 인증요소 사용률은 운송 및 창고 부문이 전년 대비 67%로 가장 높은 성장세를 보이고 있으며, 교육 부문(53% 증가)과 금융 및 बैं킹 부문(46% 증가)이 그 뒤를 따르고 있습니다. 가장 느린 증가세를 보인 비영리 부문에서도 보안 키 및 생체 인식 사용량이 전년 대비 22% 증가했습니다.

보안 질문 사용이 가장 많이 줄어든 산업 부문에서 보안 키 및 생체 인식 인증요소가 30% 이상 증가했다는 점에 주목해야 합니다. 교육 부문에서는 보안 질문 사용률이 13%, 보안 키/생체 인식 사용률이 53% 증가한 것으로 나타났습니다. 금융 및 बैं킹 부문에서는 보안 질문 사용률이 3%, 보안 키/생체 인식 사용률이 46% 증가한 것으로 나타났습니다. 미디어 및 통신 부문에서는 보안 질문 사용률이 13%, 보안 키/생체 인식 사용률이 31% 증가한 것으로 나타났습니다. 부동산 및 임대차 부문에서는 보안 질문 사용률이 11%, 보안 키/생체 인식 사용률이 36% 증가한 것으로 나타났습니다. 그리고 유통 부문에서는 보안 질문 사용률이

산업별 인증요소 그룹 성장률



“

다양한 산업 분야의 기업들이 보안 질문의 취약성을 인식하고 있습니다. 올해 교육, 미디어 및 통신 부문은 보안 질문 사용률이 전년 대비 13% 감소하며 보안 질문을 가장 큰 폭으로 탈피하고 있는 것으로 나타났습니다.



2%, 보안 키/생체 인식 사용률이 45% 증가한 것으로 나타났습니다.

MFA는 의료 및 제약, 정부, 유통, 테크놀로지 및 비영리를 비롯한 광범위한 산업 부문에서 그 중요성을 인식하고 있으며, 1개 이상의 인증요소에서 견고한 증가세를 보이고 있습니다. 의료 및 제약 부문의 경우 전반적으로 눈에 띄는 성장세를 보였는데, 보안 키/생체 인식 사용률이 전년 대비 36%, 음성 통화 및 SMS 사용량이 33%, Okta Verify 사용률이 31%, 기타 OTP(일회용 비밀번호) 인증 사용률이 38% 증가했습니다. 환자의 개인 식별 정보를 보호하는 데 전념하고 있는 의료 및 제약 부문에서 이는 엄청난 성장인 셈입니다.

조직들이 다른 인증요소에 사용할 물리적 장치를 발급할 수 없었던 코로나 팬데믹 기간 동안에는 인증요소로 이메일 사용이 증가하기 시작했습니다. 전반적으로 이메일의 강한 성장세가 계속 관찰되고 있습니다. 어떤 부문이 이러한 성장세를 이끌고 있을까요? 건설, 엔지니어링 및 건축 부문이 전년 대비 140%의 놀라운 성장세를 달성했습니다! 도매업(전년 대비 74% 증가), 정부(전년 대비 73% 증가), 테크놀로지 부문(전년 대비 61% 증가)이 그 뒤를 따르고 있습니다.■

보다 안전한 미래 계획

Zero Trust 도입 진행 상황

특히 액세스 지점에서 어떤 것도 신뢰하지 않고 항상 확인하라는 것이 Zero Trust의 기본 철학입니다. 보고서에 따르면, 지난해 웹 앱 침해의 80% 이상이 자격 증명 남용으로 인해 발생했으며, 자격 증명 도난은 랜섬웨어 공격에서 가장 많이 사용된 전술인 것으로 나타났습니다. 전통적인 네트워크 경계가 사라지고 있는 상황에서 디지털 전략을 도입한 모든 조직들은 주로 컨텍스트 정보와 액세스 정책 구성을 사용해 철저한 아이덴티티 보호 전략을 마련해야 합니다. 모든 업종의 기업들이 Zero Trust 전략을 도입하고 있으며, 많은 조직들이 이러한 여정에서 유의미한 성과를 거두고 있습니다.

그렇다면 아이덴티티는 얼마나 중요한 것일까요? 올해 설문 조사 결과를 살펴보면 전 세계 조직의 80%가 전반적인 Zero Trust 보안 전략에 아이덴티티가 중요하다고 답했으며, 아이덴티티가 비즈니스에 중요하다고 답한 응답자도 19%나 됩니다. 즉, 조직의 99%가 아이덴티티를 Zero Trust 전략의 주요 요소로 지목하고 있는 셈입니다.

Okta 고객은 사용자, 장치 및 네트워크를 겨냥한 솔루션을 통해 Zero Trust에 전략적으로 접근하고 있습니다. 네트워크 측면에서 지난 2년 동안 위험 기반 정책의 사용량은 147% 증가했습니다. 사용자 측면에서 비밀번호 없는 웹 인증을 위한 새로운 글로벌 표

준인 WebAuthn을 구현하는 고객 수는 60% 증가했습니다. 그리고 장치 측면에서 장치 신뢰 구성을 구축 중인 고객 수는 21% 증가했습니다.

끊임없이 진화하는 위협 환경으로부터 기업을 보호 하도록 보안 전략이 발전하는 데 이 모든 것들이 기여하고 있는 것입니다.■

Zero Trust 도입 진행 상황

네트워크 컨텍스트

+147% 2년 동안 위험 기반 정책 증가
고객 비율이 2020년 10월 1.9%에서 2022년 10월 현재 4.7%로 증가

사용자 컨텍스트

+60% 2년간의 WebAuthn 증가율
고객 비율이 2020년 10월 11.7%에서 2022년 10월 현재 18.6%로 증가

장치 컨텍스트

+21% 2년간의 위험 기반 정책 증가율
고객 비율이 2020년 10월 7.7%에서 2022년 10월 현재 9.3%로 증가

절대 신뢰하지 말고 항상 확인하라

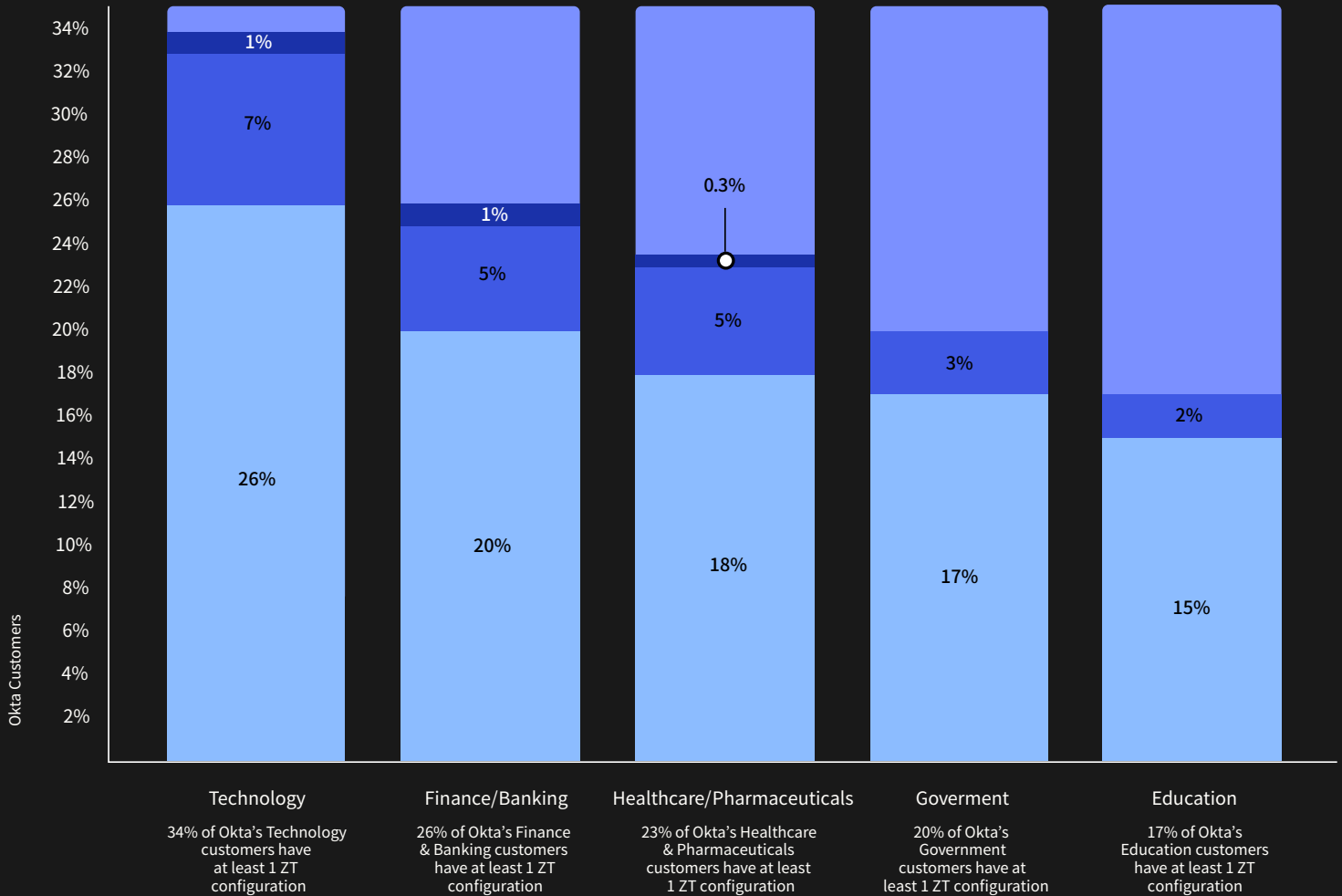
강세를 보이고 있는 Zero Trust 구성

Zero Trust는 이제 원격 및 하이브리드 근무 환경에서 단순한 철학을 넘어 비즈니스 필수 요소로 거듭나고 있습니다. 이런 점에서 기업들이 조직을 안전하게 유지하기 위해 투자하고 있는 구성에 대해 살펴보겠습니다. (Zero Trust 구성은 네트워크, 사용자 또는 장치 측면에서 “어떤 것도 신뢰하지 않고 항상 확인한다”는 Zero Trust 접근 방식을 사용하는 것입니다.)

전반적으로 Okta 고객의 22%가 Zero Trust 구성을 하나 이상 구축하고 있는데, 이는 2년 전보다 10% 증가한 수치입니다. 아직 Zero Trust 여정에 오르지 않았거나, Zero Trust 계획을 실행에 옮기지 않은 많은 기업들이 여전히 많지만, 확실히 진전이 있습니다.

당연히 테크놀로지 부문이 도입률 측면에서 1위를 달리고 있습니다. 올해는 테크놀로지 회사의 1/3 이상이 Zero Trust 구성을 도입하고 있는 것으로 나타났습니다. 34%는 Zero Trust 구성을 1개 이상 구축하고 있었고, 7%는 2개를 구축하고 있는 것으로 나타났습니다. 금융 및 बैं킹 부문의 경우, 1/4 이상(26%)이 Zero Trust 구성을 1개 이상 구축하고 있었고 전체의 5%가 2개를 구축 중이었습니다. 의료 및 제약 부문에서는 고객의 23%가 Zero Trust 구성을 1개 이상 구축하고 있었고, 전체의 5%가 2개를 구축 중이었습니다.■

업계에 배포된 Zero Trust 구성 개수



- 0 ZT 구성
- 3 ZT 구성
- 2 ZT 구성
- 1 ZT 구성

“

전반적으로 Okta 고객의 22%가 Zero Trust 구성을 한 개 이상 구축하고 있었는데, 이는 2년 전보다 10% 증가한 수치입니다.

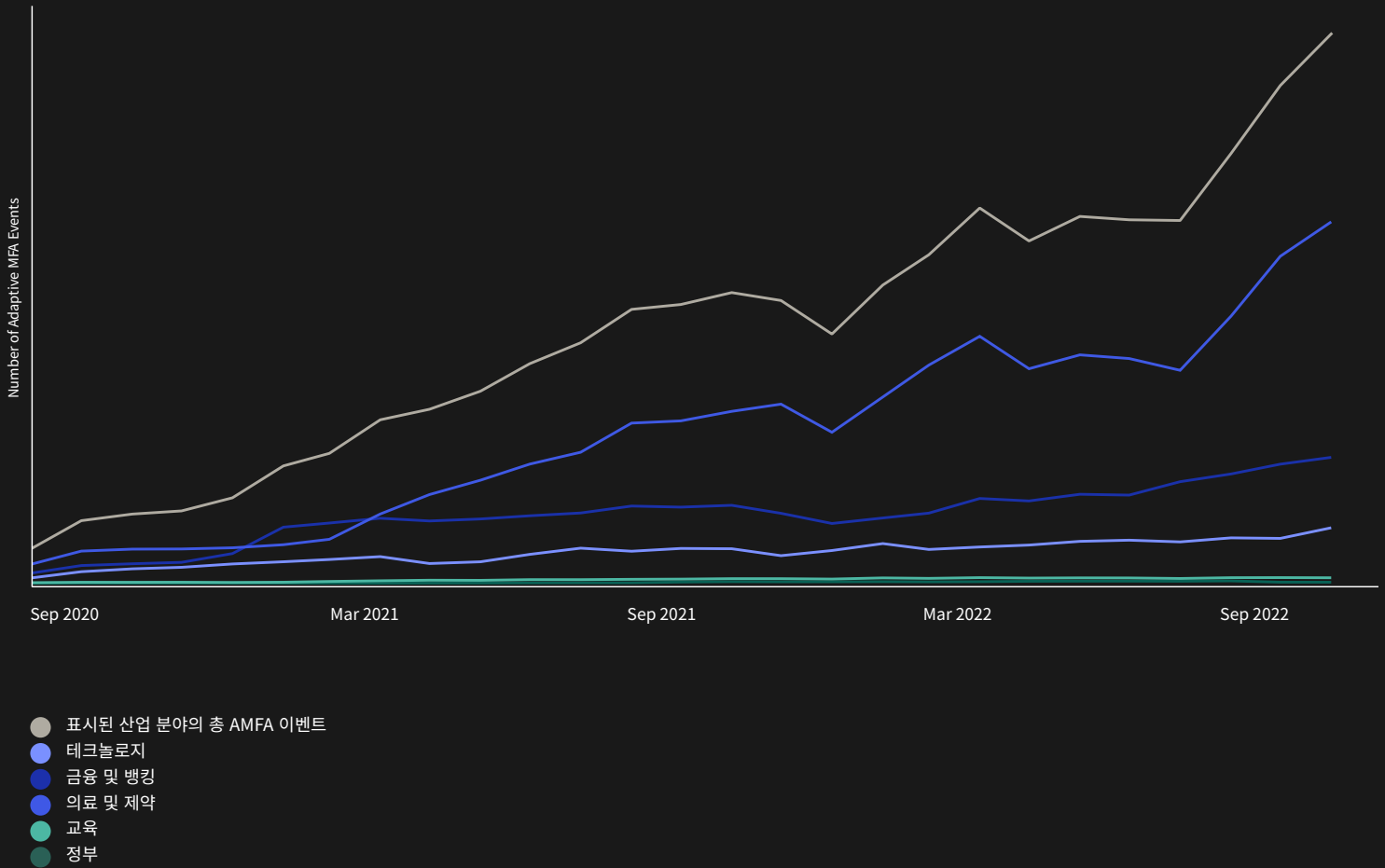
산업별 적응형 MFA 이벤트

업무 환경의 Zero Trust

새 장치나 새 주소에서 로그인할 때마다 인증요소를 추가로 제시하라는 메시지가 나타나는 것이 바로 Zero Trust 방식입니다. 그리고 인증 요청 관련 위험을 평가하는 액세스 정책이 빠르게 증가하고 있습니다. 이러한 평가에서는 사용자 행동, 장치와 IP의 컨텍스트, 요청 비율 및 기타 의심스러운 활동에 대한 지표를 살펴봅니다. 기업이 통제를 강화함에 따라 적응형 MFA 이벤트(사용자 변경 사항과 장치 동작, 위치 또는 기타 컨텍스트에 대한 응답으로 단계적 인증요청을 동적으로 생성하는 로그인)의 수가 급격히 증가하고 있습니다. 이벤트 건수는 2020년 10월 400만 건에서 2022년 10월 2,900만 건으로 640% 증가했습니다.

이런 방식으로 모든 산업 분야가 같은 속도로 액세스 정책을 개선하고 있는 것은 아닙니다. 적응형 MFA 이벤트 건수가 전년 대비 110% 증가하며 테크놀로지 산업이 선두를 달리고 있습니다. 금융 및 बैं킹 부문 역시 액세스 정책을 빠르게 강화하면서 전년 대비 61%의 성장률을 기록했습니다. 의료 및 제약 부문은 이러한 액세스 강화 경쟁에서 3위를 차지했으며, 교육 및 정부 부문이 그 뒤를 이었습니다.■

산업별 적응형 MFA 이벤트



“

기업이 통제를 강화함에 따라 적응형 MFA 이벤트의 수가 급격히 증가하고 있습니다. 이벤트 건수는 2020년 10월 400만 건에서 2022년 10월 2,900만 건으로 640% 증가했습니다.

산업별 WebAuthn 사용

비밀번호의 시대가 가고 보안 인증의 시대가 오다

MFA는 그 자체로 절대 뚫을 수 없는 보안 요소가 아닙니다. 최근 해커들이 일부 대기업의 MFA 시스템을 노리고 IT 시스템을 공격해서 고객 데이터를 유출시키는 사고가 있었습니다. 해커들은 “MFA 피로”를 악용한 소셜 엔지니어링 공격을 비롯해, 직원을 속여서 비밀번호나 로그인 자격 증명을 제공하도록 유도하는 피싱 공격을 통해 시스템에 침입하고 있습니다. 이런 이유로 많은 산업 분야에서 피싱 방지 요소 및 웹 인증 API(WebAuthn이라고도 함)를 도입하고 있습니다. W3C와 FIDO가 작성한 WebAuthn 사양 덕분에 서버에서 비밀번호 대신 공개 키 암호화를 사용해 사용자를 등록하고 인증할 수 있게 되었습니다. 이렇듯 보안 인증을 위해 강력하면서도 단순한 피싱 방지 표준을 사용하면 웹에서 보안 위험이 있는 비밀번호에 대한 의존도를 줄일 수 있습니다.

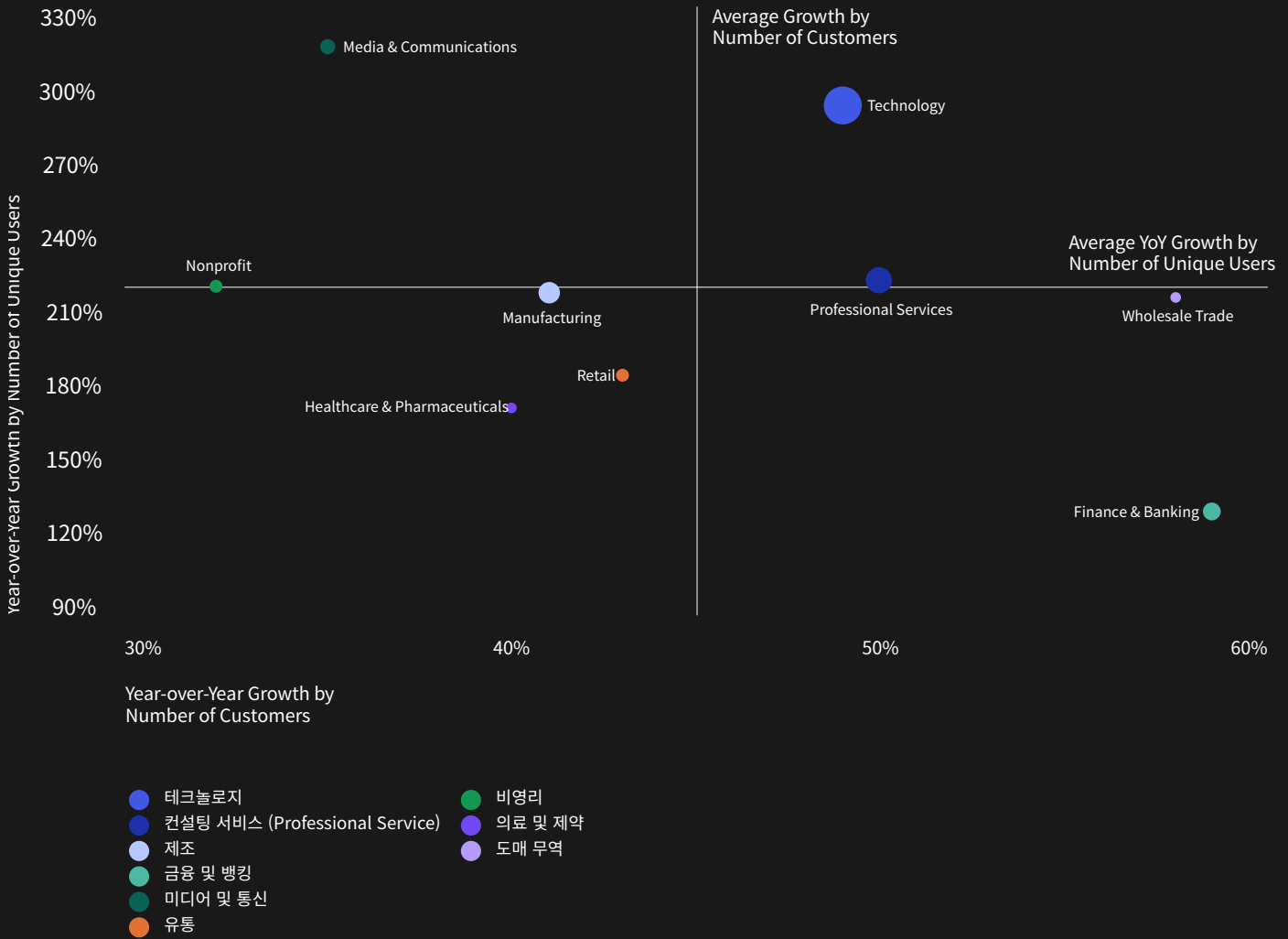
전반적으로 Okta Workforce 고객의 19%가 WebAuthn을 구축 중이었는데, 이는 2년 전의 11%에 비해 8% 포인트 증가한 수치입니다. 부

문별로 데이터를 살펴보면 테크놀로지 부문의 Workforce 고객 중 31%가 현재 WebAuthn을 구축 중이었는데, 이는 작년 26%, 2년 전 20%보다 증가한 수치입니다. 놀라운 소식은 또 있습니다. 미디어 및 통신 부문 기업의 27%가 새로운 표준을 채택하고 있다는 사실입니다. 현재 금융 및 बैं킹 부문 고객의 15%, 의료 및 제약 부문 고객의 16%가 WebAuthn을 구축하고 있습니다.

성장률 측면에서 WebAuthn을 구축 중인 테크놀로지 부문 고객 수는 전년 대비 48% 증가했으며, 지난 2년 동안 무려 174%나 증가했습니다. 그리고 금융 및 बैं킹 부문에서 WebAuthn은 전년 대비 59%, 지난 2년 동안 254% 증가하는 등 확실한 수익원으로 자리잡았습니다.

이러한 노력 덕분에 피싱을 재미 있고 수익성 높은 공격 전략으로 삼는 위협 행위자가 해마다 줄고 있습니다.■

산업별 WebAuthn 구현 증가율



“

전반적으로 Okta Workforce 고객의 19%가 WebAuthn을 구축하고 있었는데, 이는 2년 전의 11%에 비해 8% 포인트 증가한 수치입니다.

결론

가장 빠르게 성장한 앱과 앱 카테고리를 강조하기는 했지만, 순위에 든 모든 앱이 유용한 기능을 제공합니다. 전 세계 직원, 고객 및 파트너가 보안, 생산성 및 효율성을 유지하기 위해 이러한 앱들을 사용하고 있습니다. 게다가 앱 선정 과정에는 보통 현재의 경제/비즈니스/문화적 우선 순위가 반영되어 있습니다. 이러한 선택은 특히 시간이 지나면서 빛을 발할 수 있습니다.

올해 보고서에 따르면, 조직들은 에코시스템 전반에서 강력한 아이덴티티 액세스 제어에 우선 순위를 두고 있으며, 이해 관계와 위협이 증가함에 따라 보안을 극대화하는 동시에, 보다 엄격한 경제 원칙에 따라 효율성을 높이고 있었습니다. 또한 기업들은 보다 유연한 업무 환경을 지원하고 정신 건강 지원 앱에 투자하는 등 직원에 우선 순위를 두고 있습니다.

회사마다 상황이 제각각이었지만 다음과 같은 중요 트렌드가 관찰되었습니다.

- 여행, 사무용품 및 디자인 소프트웨어에 새롭게 초점을 맞추므로써 콘텐츠 협업 앱, 보안 툴, 영업 및 마케팅 툴에 대한 기업의 지속적인 노력을 보완함
- 특정 소프트웨어 제품군이 제공하는 기능에 관계없이 동종 최고의 앱 및 툴의 중요성이 증가함
- 클라우드로의 지속적인 마이그레이션이 멀티 클라우드에서 점차 지원됨
- MFA 구축 시 원격 액세스 솔루션과 보안 수준이 높은 인증요소를 통해 안전한 원격 작업을 포괄적으로 지원
- Zero Trust 구성 구축이 증가함에 따라 Zero Trust 미래를 향해 지속적으로 나아감



그리고 앞으로의 2023년을 예측해본다면 다음과 같이 말할 수 있습니다.

- 증가하는 워크플로우 도입률에 주목
- 지속적인 클라우드 마이그레이션과 동급 최고의 기능 보강이 예상됨
- 모든 규모의 기업이 계속해 클라우드로의 여정을 완료함에 따라 추가 Zero Trust 구성 기회를 모색

올해 높은 성장률을 보인 앱들이 내년에 가장 강력한 앱으로 성숙함에 따라 가장 빠르게 성장한 앱 목록의 라인업이 완전히 새롭게 바뀌는 등 놀라운 일들이 벌어질 것으로 예상됩니다.

이것으로 마무리하겠습니다. 유용한 데이터가 담긴 Businesses at Work 에디션으로 내년에 다시 찾아 뵙겠습니다.



okta

Okta Inc.

100 First Street

San Francisco, CA 94105

info@okta.com

1-888-722-7871