



Identity Spotlight

Vol. 3



アイデンティティ活用で見える世界

okta

アイデンティティ

～ビジネスリーダーが注目する企業活動の礎

変化の激しい環境で生き抜くために、企業はあらゆる試行錯誤を続けています。イノベーションに成功した企業事例でも頻繁に語られるキーワードが「体験」。いま、さまざまな体験の向上による変革に焦点が当たり始めています。体験は、従業員の働く環境や、サービスのユーザーエクスペリエンス（UX）に影響を及ぼし、デジタル空間で提供されるさまざまなプロセスの優劣が企業価値を左右するものとして認識され始めました。

しかし現場では、仕事環境での洗練されていない体験が引き起こす生産性低下や、サービス利用時の低いユーザー体験による機会損失、セキュリティ態勢の不備から起こる評判低下や損害まで、さまざまなことが起きています。

これまでも多くの企業がデジタル空間における体験の向上に取り組んできましたが、そこにはセキュリティを強化し、ユーザー体験の水準を引き上げるといふ、一見相反する二つのことを実現する必要がありました。これはビジネスリーダーに求められるチャレンジとして、そのバランスの取り方や投資対効果などは、頭を悩ませる原因となってきました。

今日では、安全な認証と優れたユーザーエクスペリエンスの両立のために何かを妥協するのは過去の話となりました。体験の向上を実現するために注目されている考え方が、「アイデンティティ」です。

ビジネスリーダーが注目し始めた「アイデンティティ」とは、文字通り「個人」を意味します。企業活動の核は「人」であり、サービスの利用者もまた「人」です。このアイデンティティ（＝人）に注目し、企業活動の全ステークホルダーの体験が向上することで、売上や生産性の向上につなげることができます。

そして個人を特定し、その人が必要とするリソースにアクセスするプロセスなどは、「アイデンティティ管理」と呼ばれるソリューションで実現されています。

Identity Spotlight では、「アイデンティティ」を中心テーマとして、企業活動の好循環を支える考え方やドライバーに焦点を当てていきます。

競争力の源泉となるエクスペリエンス

企業が提供する体験は
製品・サービスと同じくらい重要だと回答

80%

80% の顧客は、企業が提供する体験は製品・サービスと同じくらい重要だと回答している。利便性、セキュリティ、プライバシーを提供できないプロバイダーは競合他社に顧客を奪われている。

Salesforce, コネクテッドカスタマーの最新事情レポート (2023)
<https://www.salesforce.com/jp/resources/research-reports/state-of-the-connected-customer/>

リモートワークやテレワークの実施有無が
応募の意向に影響する

55.7%

求職者の過半数がより柔軟な勤務スタイルを求めており、柔軟で安全なワークスタイル環境の提供が人材獲得に有利にはたらく。

転職サービス「doda」、第3回リモートワーク・テレワーク企業への転職に関する調査 (2021.11)
<https://www.hrpro.co.jp/keiei/articles/news/2776>

企業が直面する脅威

盗まれた認証情報の悪用による
Web アプリケーションを狙った攻撃

77%

Web アプリケーションへの攻撃の77%では盗まれた認証情報が悪用されている。

Verizon, 2024 年度 DBIR データ漏洩 / 侵害調査報告書 (2024.7)
<https://www.verizon.com/business/ja-jp/resources/reports/dbir/>

データ侵害に伴うコストの平均

6.9億円

2023 年のデータ侵害の世界平均コストは 445 万米ドル（約 6.9 億円）で、3 年間で 15% 増加している。

IBM, 「データ侵害のコストに関する調査」 (2023.9)
<https://www.ibm.com/jp-ja/reports/data-breach>

Dialogue

ヒントはなじみの店に？ アイデンティティ活用で見える世界

企業の成長ドライバーである「人」は、従業員または顧客として企業の業績に大きな影響力を持ちます。人の意思決定や生産性向上のきっかけとして、「体験」は多くの企業の注目するところとなりました。

適切な体験提供を通じて企業の競争力は上げられるのか。中心となる考え方や、体験の提供を支えるアイデンティティについて、日清食品ホールディングス株式会社 執行役員 CIO グループ情報責任者の成田 敏博 氏に Okta Japan株式会社 代表取締役社長 渡邊 崇が話を聞きました。

人の力をいかに引き出すか

渡邊 崇（以下、渡邊） 成田さんは日清食品ホールディングスでは CIO グループ情報責任者として、あらゆる情報システムや情報セキュリティを活用した戦略に携わっていらっしゃいますね。

成田 敏博 氏（以下、成田） サプライチェーンや人事会計システム、グループウェアなどグループ全体の情報システムを担当しています。最近はサイバーセキュリティ対策やデータ活用の基盤整備、ダイレクトマーケティング（E コマース）などに重点を置いています。E コマースでは「お客様が使いやすいウェブサイトとはどのようなものか」といったユーザビリティを意識しています。

そして特に重要なテーマが人の生産性です。カップヌードルの成功体験に安住せず、より価値のある会社になるために人の力をいかに引き出していかを考え、従業員の IT リテラシー向上にも取り組んでいます。IT 基盤に限りませんが、人の力をより出せる環境が大事だと考えています。

渡邊 E コマースのユーザビリティも、従業員が力を発揮できる環境も、「体験を提供する」という意味では共通していますね。

Okta でもお客様企業の従業員向け、お客様（企業の顧客）向けの 2 つの分野で認証基盤サービスを通じた新たな体験を提供しています。これによって、従業員がやるべき仕事にすぐに取り掛かれるようになったり、お客様へより使いやすいアプリの体験を提供できたりします。

主体的な動きを生む「体験」の重要性

成田 同じような目的でも、どういった体験を提供するかで結果は変わります。IT リテラシーの研修では、実体験に近いユースケースを中心に実施したほうが理解が深まるというフィードバックが来ています。頭だけでなく、「肌感覚で分かるようになる」ということがとても重要です。

渡邊 確かに何かをするときに半ば強制的に指示するだけでは、人は腹落ちしません。ところが「やりたいことができた」「より良くてできた」体験をすると進んでやりたくなります。お客様が同様の体験をした場合は、買いたくなるということも期待できます。DX を進める場合でも、こういった体験を誰もが享受できるような環境が大切ですね。

日清食品ホールディングス株式会社
執行役員 CIO グループ情報責任者

成田 敏博 氏

Okta Japan株式会社
代表取締役社長

渡邊 崇

Oktaの画面を見れば 情報システムの思想や狙いまで見える

渡邊 情報システムについて、「体験」という観点で気を付けていることはありますか？

成田 情報システムの現場では、レスポンスを含むユーザビリティは欠かせません。かといってセキュリティを妥協することはできません。両方とも重要です。

渡邊 通常はセキュリティレベルを上げるとユーザビリティが下がり、両者はトレードオフの関係になると考えられてきました。しかし、Okta は認証基盤の専門ベンダーとして「セキュリティと利便性の向上を両立すべき」と創業者が言い続けています。あらゆるアプリへの入口となる認証では、この両立は肝だと我々も考えています。

成田 だからこそ Okta が受け入れられているのかもしれませんが。さまざまな業務システムが一目でわかる Okta はポータルサイトになり得ていると思います。興味深いことに、他社の情報システム担当者間で、システムのリストを共有する代わりに Okta のスクリーンショットを渡す光景が見られます。Okta の画面を見れば、情報システムの思想や狙いまでが読み取れるのがその理由でしょう。

認証基盤を自前で構築するリスク

渡邊 日々巧妙化・組織化するサイバー犯罪に対して、Okta は常にアップデートを行っています。専門ベンダーということもあり、R&D にかかる投資も多く、アップデートも高い頻度で実施しています。EC サイトの認証基盤を自前で構築しなかったのはなぜですか？

成田 大切な情報を守るためにも、認証基盤は自前で構築せずにスタンダードなものを使うべきです。そうすれば常に最新のアップデートを享受できます。標準的な技術の部分に労力やコストをかけないように気を付けています。

自前で開発する場合は、開発コストや日々のランニングコスト、インシデントが起こってしまったときのブランド回復にかかるコストなど、さまざまなことを考えなければなりません。開発者が本業のビジネスロジックに集中するために、専門性の高い認証基盤は Okta に任せたとというのが背景にあります。



人間理解のエクスペリエンス どこでも「なじみの店」の体験を

渡邊 良い体験を提供するために必要なことを考えてみたいと思います。従業員やお客様に適切な体験を提供するためには、「その人がどんな人なのか」というアイデンティティの管理が必要です。

成田 良い体験提供とは、一人ひとりに合ったサービスが提供されることではないでしょうか。当社のビジネスに関係するところでは、最適化栄養食を通じて健康促進・未病対策ができると考えています。その人の食生活やどういう健康状態かをより細かく管理するプラットフォームがいずれ世の中に必要となるでしょう。この究極のパーソナライゼーションの実現にはアイデンティティ管理が必要でしょう。

渡邊 それは Okta のログインレスの世界観に似ているところがありますね。日常に存在しているあらゆるセンサーや行動パターンをつなぎ合わせることで「ログインを気にすることなく、パーソナライズされたサービスが利用できる世界」を Okta では目指しています。

成田 当社でもより人々の健康に貢献する方法を考えていますが、適切なものを適切なタイミングで、かつよい塩梅で提供できるような世界もアイデンティティで実現できそうです。例えばふらっと入ったラーメン屋で、体調に合わせ、かつ好みのラーメンを出せるようになったら面白いですね。

渡邊 それはなじみの店の体験をどこでも提供できるようなものですね。人がなじみの店に通うのと同じように、体験が大きな差別化ポイントになりそうです。この話は従業員向けでも同じで、より働きやすい体験の提供が重要となります。今日は改めてアイデンティティの可能性を感じられました。

Customer Story 01



新たな付加価値の提供を目指す 塩野義製薬がOktaに乗り換えた決め手とは

製薬企業が目指したサービス提供型への変革

アイデンティティへの投資は、社内・社外のコラボレーションを安全かつ利便性高く実現することを可能にします。塩野義製薬は「IDaaS (Identity as a Service)」刷新を通じて、サービス提供型への企業変革を進めています。「これからは単に薬を作るだけでなく、外部のパートナーとコラボレーションしながら、患者のニーズに応えるサービスを提供する HaaS (Healthcare as a Service) 型の企業になりたい」と、同社 DX 推進本部 IT& デジタルソリューション部 IT& デジタルソリューションユニット IT フロンティアグループの那須 真良樹 氏はその背景を説明します。

「企業の IT インフラに対する考え方は大きく変わりました。リソースはクラウド上に置かれ、アクセスは社外のパートナー企業との連携を想定した形に変える必要があります。管理自体もパートナーとの共同になるでしょう。手動管理では追いつかず、動的な管理ができる仕組みが必要です」(那須氏)。

従来から別の IDaaS 製品を使用していた同社では「切り替えにあたっていくつかの決め手があった」と那須氏は Okta を選択した理由を振り返ります。

権限委譲と集中管理を両立する Hub & Spoke 構成

一つ目は権限委譲と集中管理の両立です。同社はグローバル本社で一括してシングルサインオン (SSO) 環境を運用していたため、各拠点の個別ニーズにスピーディーに対応できないという課題を抱えていました。

そこで、全社共通のアプリを管理するテナントを中心に設置し、その周りに日本や米国、欧州各拠点の複数テナントを連携させて、各拠点で使うローカルのアプリと全社共通アプリの権限を柔軟に管理できる仕組みを検討しました。これを実現可能にしたのが、Okta の Hub&Spoke 構成です。

「権限委譲が可能になる一方、グローバル共通アプリは本社が集中管理できます」と那須氏は狙いを説明します。

“エンドユーザー、管理者の双方が使いやすいものを”

優れたユーザーエクスペリエンスも選定の重要な要素でした。「エンドユーザーにとって使いやすく、管理者にとっても使いやすいものを」と那須氏は双方にとっての体験の重要性を説明します。

「IT 領域のスペシャリストが多くいるわけではない当社のような非テック企業では特に使いやすさが大事です」(那須氏)。

各種セキュリティ製品との連携

那須氏が特に評価したのは、Okta が多くの SaaS との連携が可能で、すぐに実装できる点です。

「多くの有名な SaaS は、他の SaaS と連携できると言います。しかしその連携の度合いは製品によって異なり、比較表からは見えにくいのが現状です」と那須氏は説明します。セキュリティ運用の現場では連携についての詳細情報が提供され、細かくカスタマイズができる必要があります。那須氏は「管理をしっかりとやりたいと思ったときに、Okta は柔軟性やカスタマイズ性を提供してくれる製品」と評価します。

「新たなツールの導入、日々の運用の改善などやるべきことはたくさんあります。ただ、どういう形になっても、各ツールの連携がスムーズにできることが非常に重要です。」(那須氏)。

共創できる環境を安心・安全、そして簡単に

Okta の Hub & Spoke 構成は、本社とグローバルグループ企業との認証連携から使用され、国内では外部パートナー企業との連携に広げられる計画です。外部企業とのコラボレーションや M&A の際に迅速に対応できることが期待されています。

“ どのような形になっても、
各ツールの連携がスムーズに
できることが非常に重要です ”

塩野義製薬株式会社

大阪に本社を置く 1878 年創業の老舗製薬企業。医療用医薬品や検査薬を専門に製造販売し、2022 年には新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の治療薬である飲み薬「ソコーバ」を国内で初めて発売。同社は 2030 年に向けて「新たなプラットフォームで、ヘルスケアの未来を創り出す」というビジョンを掲げ、多様なパートナーと協業する HaaS (Healthcare as a Service) 企業となるべく変革を続けている。

Customer Story 02



グループ会社横断の統一体験を 中部電力が目指したアプリのID統合

電力自由化の波が押し寄せる中、電力会社は事業構造の見直しを迫られ、新しい成長分野の確立が喫緊の課題となっています。中部電力グループは各グループ会社が提供する顧客向け ID の統一によって、グループとしての統一体験を顧客に提供することを目指しました。

「中部電力グループはそれぞれの事業会社が家庭向けやビジネス向けの WEB 会員サービス、高齢者や子どもの見守りアプリなどの提供を通じて、生活インフラを支えるさまざまなサービスを展開しています。しかし、それらはグループ会社ごとに会員 ID が発行されており、グループとして一貫性のある体験を提供できていませんでした」と、中部電力株式会社 DX 推進室 IT アーキテクトグループ 井戸田 直弥 氏は当時の状況を振り返ります。

安定稼働・開発効率化・利便性向上のすべてを実現

同グループが目指した顧客向け ID 基盤の統一は、TC ID と呼ばれる 1 つの ID で中部電力グループの様々なサービスにログイン可能とすることでした。「ID 統合で実現しようとしたの、安定稼働と開発効率化、そしてユーザーのとしての利便性です。この 3 点を実現するために認証基盤として Okta Customer Identity Cloud を採用しました」（井戸田氏）。

各グループ会社やサービスでそれぞれ認証基盤を実装すると、セキュリティ対策なども個別に実施せざるを得ないデメリットがあります。「認証基盤を共通の仕組みで実装することで、防御点を 1 か所に統合でき、各サービスでの個別対策や実装が不要になりました」と井戸田氏はメリットを説明します。

巧妙化し続けるサイバー攻撃に対応するために、企業はどうしても人、時間といったリソースを割かれます。井戸田氏が評価したのは、Okta 製品が提供する周辺リソースと対策の早さで実現する開発効率化でした。「Okta 製品はドキュメントや SDK、実装サンプルが豊富で早い。楽に開発できるだけでなく、最新のセキュリティ対策の恩恵を受けられます」（井戸田氏）。これは結果的に開発コストの低下にもつながるメリットとなります。

統一された TC ID になることで、新規登録は 1 回のみですべてのサービスにアクセスできるようになり、ユーザーの利便性は一気に上がりました。井戸田氏はシングルサインオン（SSO）だけでなく、ソーシャルログイン連携にも対応しているのも評価ポイントだと説明します。さらに、より簡単にログインできるようになったことでサービス利用にも変化が現れました。「ID を統一することで複数サービスの利用が促進され、月間アクティブユーザーは年々伸びています」（井戸田氏）

“ ID を統一することで
複数サービス利用が促進され、
月間アクティブユーザーは
年々伸びています ”

中部電力株式会社

中部 5 県に電力を供給する事業から、電力システム改革を経て送配電事業、販売事業、燃料・発電事業を分社化・設立。安定・安価なエネルギー供給に加え、新たな価値をグループ全体で創出し、地域社会への価値の最大化に取り組んでいる。「電力ネットワークを、データネットワークへと進化させていくこと」を目指し、DX の一環として ID 基盤の統一を実施。

“スピード実装を達成。セキュリティトラブルも無し”

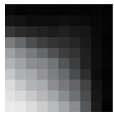
防御点を絞ることによる安定稼働はすぐに効果が出ました。「実装して約 4 年間、セキュリティトラブルが一つもありません。これは素晴らしいことだと思っています」と井戸田氏は胸を張ります。

開発効率化もスピードアップに大きく貢献しました。「3 か月という短期間で約 10 のアプリへの組み込みが完了し、認証機能の実装期間も大幅に短縮できました」と井戸田氏はその成果を挙げます。

「新 ID 移行とはいえ、ID の移行にはユーザーの手を煩わせることも発生します。そのため、認証基盤の統一には関係者との連携が課題だと考えていました。しかし、実装や運用に関しては手厚いサポート体制があり、統合を成功させることができました」と井戸田氏は現場の苦勞とサポートの重要性も付け加えます。

「現在はパスキーの対応も進めているところです。今後も Okta と共に、安心・安全・安価で便利な ID サービスを展開して、地域の生活インフラの発展に貢献していきたいです」と今後の抱負を語りました。

Customer Story 03



DIVA

自社サービスのSaaS化で決断した開発の「選択と集中」

法人向け業務パッケージソフトウェアは、いまやクラウド上で SaaS としての展開が主流です。アバントグループの開発事業会社として連結決算システムの開発と連結決算 BPO を中心に事業を展開する株式会社ディーバは、サービスの形での価値提供に事業変革を成し遂げました。商品としてのソフトウェア提供から、SaaS としてのサービス提供へとビジネスの在り方を大きく変えたのです。

「連結決算システムである当社のサービスは、親会社・子会社の双方が利用します。世界規模で利用されることも多く、スケールできるビジネスを目指しました」と同社 技術開発統括部長の鈴木 亮 氏は狙いを振り返ります。

非機能要件を分離して自社はコア部分に集中

同社のアプローチは、オンプレミス型で提供されていた連結会計システム「DivaSystemLCA」をスピーディーにクラウド環境へ移行し、製品統一でのログインできる仕組みを整えたものでした。

「クラウド化では多くのプロダクトをリフトアップします。そこでプロダクト間で共通化できるものを切り出しました。結果的にライセンス管理・認証・ロギング・モニタリング等、どのプロダクトでも共通に必要なものをシステムアーキテクチャサービスとして分離提供することにしました。この部分の認証基盤に Okta を採用しています」と鈴木氏は説明します。

こうした非機能要件の洗い出しによって、同社は自社の強みを活かせるビジネスロジックに集中し、それ以外はサードパーティーのサービスを導入することを決定しました。

「専門性が必要なエリアでいかに工数を減らせるか」

Okta 採用の背景にあったのは、ビジネスのスケールメリットを追求するために必要な合理性を重視したものでした。「認証基盤は専門性が必要です。セキュリティが担保された ID 管理は自前開発をせずに専業ベンダーに任せることで、工数も削減できます」と鈴木氏はその効果を強調します。

またサービス提供者としての責任範囲が変わったことも大きな理由でした。「ソフトウェア製品として提供していた場合は、ID 管理の主体はお客様です。しかし、SaaS として提供する場合は我々が担保しなければなりません。これは重要な転換点でした」（鈴木氏）。

同社はサービス開始後 4 年で顧客が 175 社にもなり、その間に認証に関するセキュリティインシデントは 1 件も発生していません。機密情報を扱う同社のビジネスは、顧客が増えると各種対応やサーバーコストが増える構造です。「認証基盤をクラウド化したことで、体制を増強せずにこの成果を出せているのはすごいこと」と鈴木氏は説明します。

また企業は会計期間という重要なタイムラインに沿っているため、要望にタイムリーに対応できるスピードは必須要件でした。「認証に関する要望への対応期間は数ヶ月単位がかかることが多かったが、いまは設定変更による数クリックとテストだけで実現できることが増えた」と鈴木氏は評価します。

SaaS 化による「モノからコト」へのサービス提供スタイルの変革は責任範囲やリソースの注力分野の変化をともしません。同社は非コア部分を分離して専門ベンダーに任せることで、スピードとコストを両立させながら変革を成し遂げました。

「もし Okta でなく自前開発だったら、求められる機能要件やスピードに対応できず、プロジェクトとして成り立たなかったかもしれないと思っています」と鈴木氏は振り返りました。

“もし自社開発だったら
このプロジェクトは
成り立たなかったかもしれない”

株式会社ディーバ

連結会計システム「DivaSystem LCA」および関連製品の開発のほか、連結決算業務・単体決算業務などのアウトソーシング事業を手掛け、情報開示を通じた企業の価値創造プロセスを総合的に支援する。



Thank You

Okta について

Okta は世界のアイデンティティ企業です。独立系アイデンティティ管理のリーディングカンパニーとして、だれもが、どこでも、どんなデバイスやアプリでも、あらゆるテクノロジーを安全に使えるようにします。最も信頼されているブランドが Okta を信頼し、安全なアクセス、認証、自動化を実現しています。柔軟性と中立性を中核に備えた Okta Workforce Identity Cloud と Customer Identity Cloud により、ビジネスリーダーと開発者は、カスタマイズ可能なソリューションと 7,000 を超える事前構築済みの統合を活かすことができるため、イノベーションに集中し、デジタルトランスフォーメーションを加速することができます。私たちは、アイデンティティがあなたのものである世界を構築しています。

詳しい情報については、<https://www.okta.com/jp/> をご覧ください。



okta

Okta Japan 株式会社

〒150-8510 東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエ30 階

[okta.com/jp/contact-sales/](https://www.okta.com/jp/contact-sales/)

WP-202407-D