

報道関係者各位

Oktaの新たなブランドパーパスのお知らせ

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であるOkta, Inc. (本社：米国・サンフランシスコ以下Okta)は、Oktaの新たなブランドパーパス(企業の存在意義)を発表しました。

ブランドとは、約束です。私たちの会社は何者で、なぜ存在するのか、つまり、私たちのビジョン、価値観、目指すことについて、視覚や聴覚、ストーリーを通じて表現する約束です。そして、時が経つにつれて、私たちの志が進化すれば、ブランドも当然進化するはずです。

米国サンフランシスコで開催されたOktaの年次カンファレンス「Oktane22」で、Oktaの新たなブランドパーパスを発表しました。それは、「アイデンティティがあなたのものである世界をつくる」というものです。これは大胆なブランドパーパスであり、Oktaの活動内容やその存在理由を拡大するものです。そして、これに合わせてOktaブランドを大胆に進化させることを発表しました。

Oktaの旅路のマイルストーン

Oktaのブランドストーリーは、先見性のある創業者トッド・マッキノン(Todd McKinnon)とフレディ・ケレスト(Freddy Kerrest)が、すべての企業が従業員と顧客の両方のアクセス管理に苦勞しているという重要な洞察を得た2009年に始まりました。当時、この問題に対応するSaaS製品はほとんどなく、企業は独自のアイデンティティソリューションを構築するか、サードパーティのオンプレミスソフトウェアを利用しなければなりませんでした。これらのアプローチでは、常にメンテナンスが必要であり、あらゆる種類のセキュリティリスクが発生していました。これらを踏まえて、トッドとフレディは、より優れたクラウドベースのアイデンティティソリューションを開発する機会を掴み、Oktaが誕生しました。

Oktaは、お客様がアイデンティティに関する不満を解決できることを発見し、すぐに製品の市場適合性を見出しました。その後10年以上にわたり、お客様による強力な口コミと製品の強さによって、会社は急速に成長してきました。

当時から、私たちの製品がブランドであり、それ自体が私たちの存在感を示していました。そして、企業のIT部門、エンジニアリング部門、セキュリティ部門の間で、私たちの名前が知られるようになりました。しかし、トッドとフレディは、アイデンティティがより多くの人々に利益をもたらすことを理解していました。

現実には、グローバル企業から地域の非営利団体にいたるまで、ほぼすべての組織がアイデンティティソリューションを必要としています。その多くはOktaのことも、ましてやアイデンティティのことも知っていません。このような潜在的な新規顧客を獲得するためには、もはや口コミでは不十分である

ことを私たちは知っています。次の10年、そしてその先まで、Oktaの成長を後押しする最新のマーケティングエンジンを構築する必要がありました。そのためには、創業当初から欠けていたパーパスをOktaのブランドに与える必要がありました。

ブランドのパーパスと戦略の明確化

Oktaのビジョンは、「だれもがあらゆるテクノロジーを安全に使えるようにする」です。私たちはOktaのブランドとそれがどのように会社のビジョンを反映しているかを徹底的に分析始めました。私たちやお客様にとって、このブランドは何を意味しているのか？市場においてどのように際立っていたのか？製品主導の企業というイメージから、より野心的で永続的な企業へと進化させるにはどうすればよいのか。

Oktaのパーパスは、製品を販売することだけにとどまらず、私たちが一丸となり、イノベーションを起こし、お客様をサポートし、喜んでいただくための原動力となるものです。それが私たちの原動力であり、他の企業との差別化要因なのです。

チームが熟考に熟考を重ねた結果、私たちはOktaの新しいブランドパーパス、すなわち「アイデンティティがあなたのものである世界をつくる」を発表することになりました。それは、会社、リーダー、チーム、お客様、そして個人であるあなたが、それぞれ独自の目標を達成するためにアイデンティティの力を解放することができるという、非常に力強い考えです。なぜなら、アイデンティティが組織内のあらゆる人のものであれば、従業員や顧客ベースをより簡単に拡大・保護し、ビジネスの成功を加速させることができるからです。

土台作り: 中立、信頼、専門

新しいブランドパーパスを定義する際、私たちはOktaの「オーラ」(Oktaロゴの「o」に由来する円形のアイコン)について熟考しました。7年前のOktane 2015で、私たちはこの新しいブランド要素を発表しました。この円形のアイコンは、常にオン(稼働)であることへのOktaのコミットメントを表しています。当時、私たちはこう定義しました。

「それは完璧な形であり、統一性、つながり、完全性を表現しています。限りなく複雑なものを、シンプルでエレガントに見せるということです」。

私たちは、この言葉に触発され、Oktaブランドの3つの柱を定義することにしました。

- **Intentionally neutral** (中立): Oktaは、だれもがあらゆるテクノロジーを安全に、そして自分に合ったコントロールと柔軟性で利用できるよう、統合しやすいソリューションを設計しています。
- **Universally trusted** (信頼): 世界で最も信頼されている企業がOktaを信頼している理由は、Oktaのセキュリティに対するアプローチがお客様のニーズに適応し、適切な人が適切なタイミングで適切なものにアクセスできることをインテリジェントに保証してくれるからです。

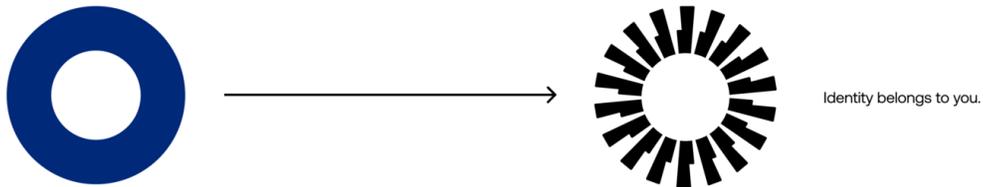
- **Relentlessly committed (専門)**: 私たちは、100%アイデンティティの発展と進化にコミットしており、お客様がビジネスで最も大切なことに専念できるよう、アイデンティティをシンプルにします。

中立、信頼、専門、これらの柱は、私たちのコアバリューと相まって、ブランドのパーパスを実現するために必要な土台を与えてくれます。そして、Oktaのブランド表現全体を見直しました。ロゴ、オーラ、カラーパレットの更新など、さまざまな変更を行いました。

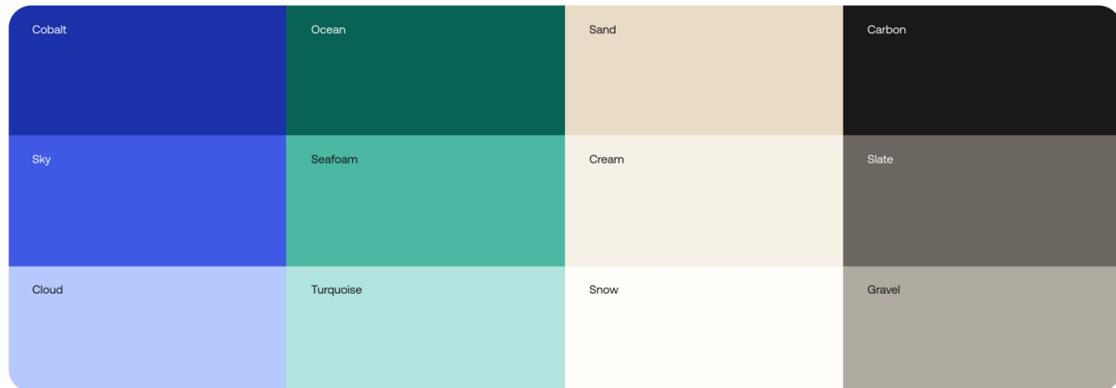
新しいロゴ

okta → okta

新しいオーラ



新しいカラーパレット



この新たなブランドパーパスのもと、より多くの皆さまから支持される企業を目指して、Oktaの新しいブランドを構築してまいります。

Oktaについて

Okta は、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、あらゆる人があらゆる場所で、あらゆるデバイスやアプリで、あらゆるテクノロジーを安全に利用できるようにします。最も信頼されているブランド企業は、Oktaを信頼して安全なアクセス、認証、自動化を実現しています。Oktaの Workforce Identity CloudsとCustomer Identity Cloudsの中核には柔軟性と中立性があり、ビジネスリーダーや開発者はカスタマイズ可能なソリューションと7,400以上のアプリケーションとの事前統合により、イノベーションに集中し、デジタル変革を加速させることができます。私たちは、アイデンティティがお客様のものである世界を構築しています。詳しくは以下をご覧ください。

<https://www.okta.com/jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

■ Okta Japan株式会社

広報担当: 中田清光

Email: kiyomitsu.nakata@okta.com

■Okta PR 事務局(株式会社プラップジャパン内) 担当: 山本・中根・富安・藤沢

TEL: 080-9821-6995(山本携帯)、080-6859-3639(中根携帯)

Email: okta@prap.co.jp