

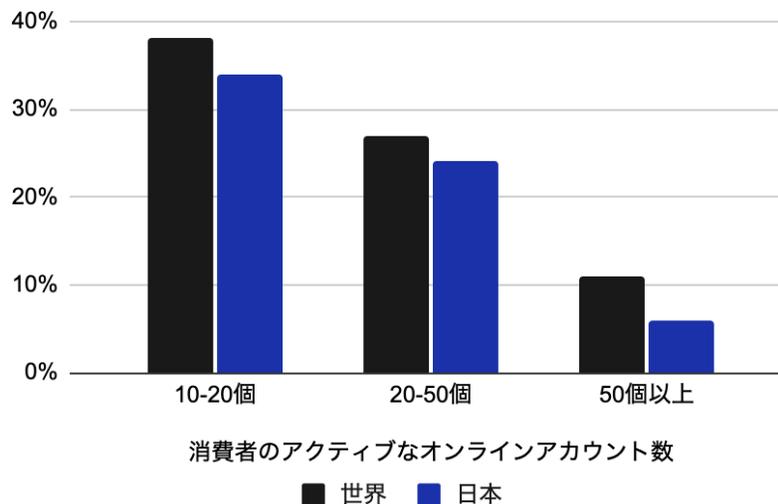
報道関係者各位

Oktaが世界の消費者2万人以上を対象に実施した顧客アイデンティティの トレンドレポート調査結果を発表

Okta Japan株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:渡邊 崇)は、世界14カ国の消費者20,000人以上(日本では2,000人以上)を対象にOktaが実施した顧客アイデンティティのトレンドレポート「Okta Customer Identity Trends Report」の調査結果を発表しました。このレポートでは各国における消費者が使うアクティブなオンラインアカウント数、パスワードの課題やログイン時に不満を感じるユーザー体験、個人データのプライバシーに関する消費者の嗜好などを調査しました。

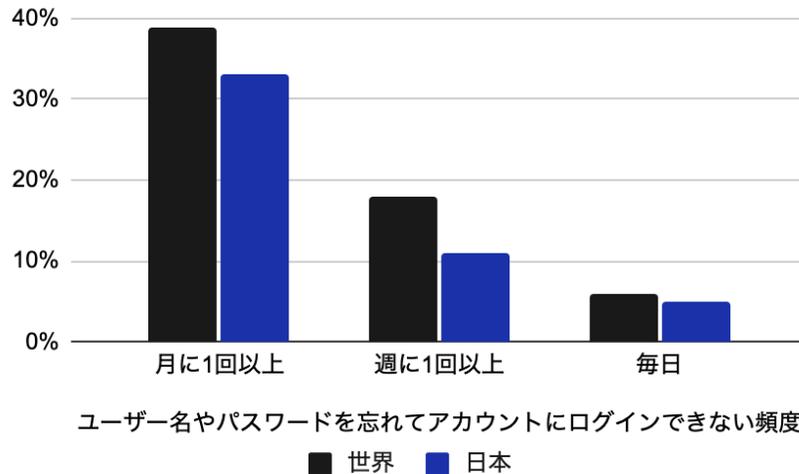
消費者のアクティブなオンラインアカウント数

消費者からの関心をオンラインで獲得する競争は熾烈を極めています。消費者が持っているアクティブなオンラインアカウント数は、世界の回答者38%(日本34%)が10~20個、27%(日本24%)が20~50個、11%(日本6%)が50個以上になります。



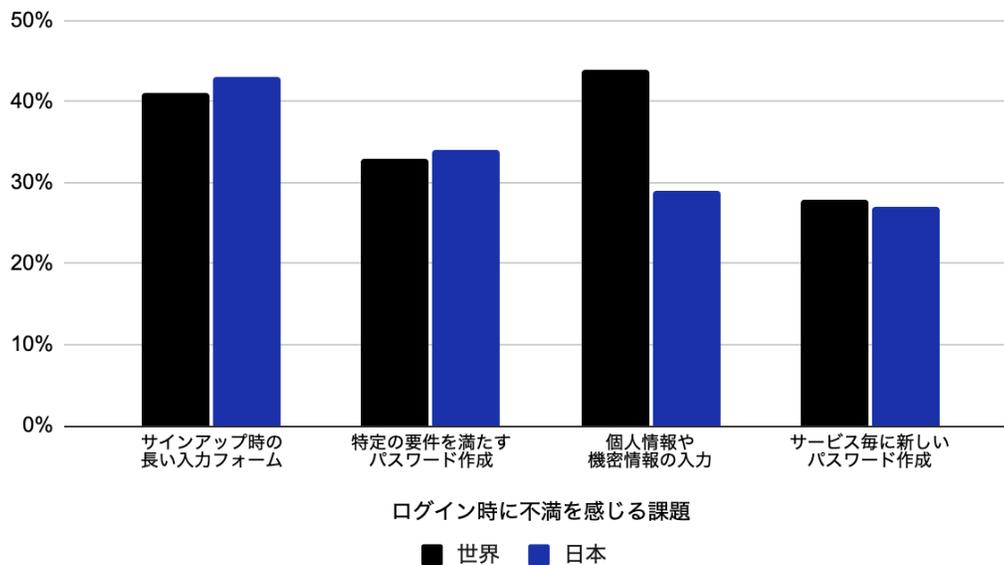
パスワードの課題と不満を抱かせるユーザー体験

世界の回答者65%(日本68%)が、管理しなければならないユーザー名とパスワードの数に圧倒されていると感じています。世界の回答者39%(日本33%)が、ユーザー名やパスワードを忘れてアカウントにログインできないことが月に1回以上あると回答しており、18%(日本11%)が少なくとも週に1回以上この問題に遭遇しています。



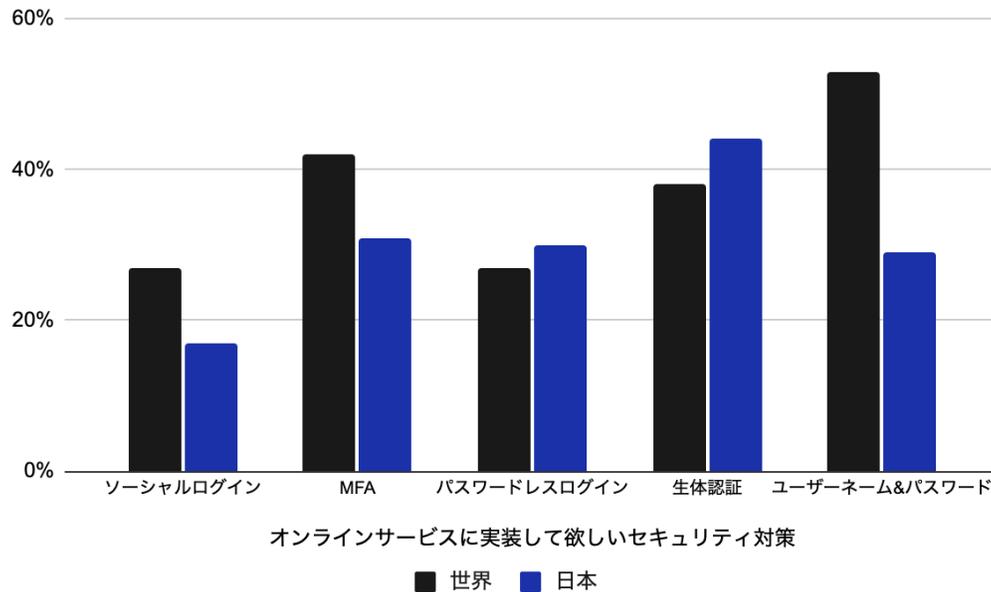
さらに、世界の回答者33%(日本34%)は、特定の要件を満たすパスワードを作成しなければならないことに不満を感じており、28%(日本27%)は、新しいオンラインサービスを利用するたびに新しいパスワードを作成する必要があることに煩わしさを感じています。

また、ログイン時の煩わしいユーザー体験も消費者に不満を抱かせています。世界の回答者41%(日本43%)は、サインアップ時の長い入力フォームに煩わしさを感じ、44%(日本29%)が個人情報や機密情報を入力することに抵抗を感じています。



しかし、世界の回答者60%(日本42%)は、ログインプロセスがシンプルで安全、かつ摩擦がなければ、サービスを購入する可能性が高くなると回答しています。また、若年層の消費者は、優れたログイン体験を提供された場合に購入する可能性が、高齢者の消費者よりも高くなることが結果に現れています。

ユーザーの利便性とセキュリティの観点からオンラインサービスに実装して欲しいセキュリティ対策として、世界の回答者53%(日本29%)がユーザーネーム&パスワードと回答していますが、33%(日本44%)が生体認証、42%(日本31%)がMFAと回答しています。日本では生体認証を希望する割合が高く、ソーシャルログインが低い傾向にあります。

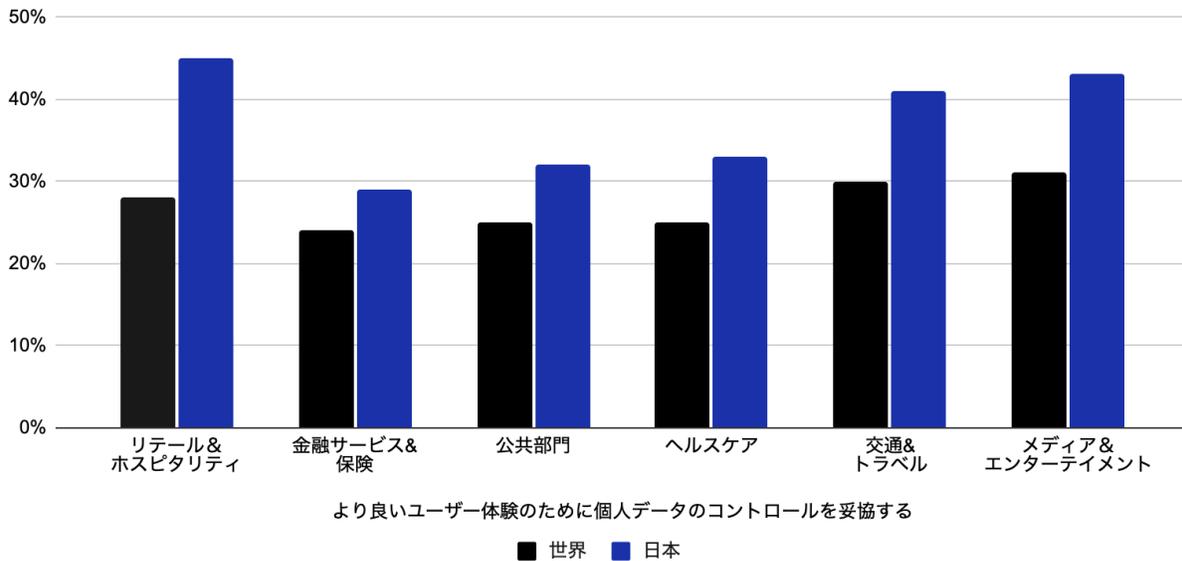


個人データのコントロールとユーザーの利便性

今日の消費者にとって、プライバシー設定や共有する個人データの制限などあらゆる業界において個人データのコントロールは非常に重要です。特に金融サービス&保険分野では、世界の回答者86%(日本76%)、ヘルスケア分野では83%(日本73%)、公共分野では81%(日本72%)が個人データのコントロールを重視すると回答し、いずれも機密情報や個人情報に関わる分野でその傾向が高いことがわかりました。

個人データのコントロールを妥協して利便性を高めるか、あるいはその逆の選択を迫られた場合、世界の回答者の大半は個人データのコントロールを維持することを重視すると回答しています。その一方で、個人データのコントロールとユーザーの利便性においてどちらを重視するかは、地域や業界によって差があります。

欧米の消費者は、どの業界に対しても個人データのコントロールを重視していますが、日本の消費者は、より良いユーザー体験のために個人データのコントロールを妥協すると回答する割合が高い傾向にあり、特に「リテール&ホスピタリティ」(日本45%)、「メディア&エンターテインメント」(日本43%)、「交通&トラベル」(日本41%)の業界でその割合が高くなっています。



まとめ

オンラインサービスを提供する企業は、消費者のニーズに応えるために以下の点を考慮することが望まれます。

- ユーザー名とパスワードの管理に関する課題を軽減するために、生体認証やパスワードレスログインなどのセキュリティ対策を導入する。
- シンプルで安全なログインプロセスを提供することで、消費者の購入意欲を高めることができる。
- 個人データのコントロールを重視し、消費者が共有する情報の制限やプライバシーを保護する仕組みを整える。
- サービスを展開する地域や業界の特性に応じて、個人データのコントロールとユーザーの利便性のバランスを考慮して戦略を立てる。

調査方法について

本調査は、StatistaがOktaの委託を受け、イギリス、ドイツ、フランス、オランダ、スウェーデン、アイルランド、スペイン、イタリア、スイス、米国、カナダ、オーストラリア、日本、韓国の14カ国の20,000人以上の消費者(全員18歳以上)を対象に調査を実施しました。日本では2,000人以上が対象となっています。調査は、2022年8月と2023年2月に招待メールによるオンラインで実施されました。

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 CloudとCustomer Identity Cloud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7,500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。

URL: <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