

DX推進の取り組みについて



2026年4月9日

デジタルエクスペリエンス株式会社

DX推進宣言

当社は、自社プロダクト「EXPOLINE」を中心に、イベント領域におけるITプロダクトを提供しています。

販促・顧客リレーション・ブランディング等、多様な目的で活用されるイベントは、ハイブリッド化やデジタル活用の広がりとともに転換期を迎えており、次のステージへ進むためにはさらなるDXが不可欠です。体験価値の向上、データに基づく意思決定、効率化・省力化など、イベント業界が抱える課題をITで解決し、進化を実現することが当社の挑戦です。

「イベント業界に新しいスタンダードを実装する」。当社は、技術力とイベントマーケティングの知見を強みに、イベントDXを実現し、業界の新しい未来をつくっていきます。

この使命を果たすため、当社はお客様のDXを支援するだけでなく、自らもDXを実践する企業であり続けます。データとデジタル技術を経営の中核に据え、業務・プロダクト・組織を変革し続けることで、すべてのステークホルダーにより高い価値を提供してまいります。

ここに、当社のDX推進に向けた取組指針を定め、経営層が率先してDXを推進していくことを宣言します。

代表取締役 中島 優太



1. 経営ビジョンとビジネスモデル

1. 経営ビジョンとビジネスモデル

経営ビジョン

当社は、以下のミッション・ビジョンを掲げ、ITを通じた価値創造に取り組んでいます。

ミッション

A STEP IN I.T., A NEW STEP FORWARD.

ITで踏み出す新たな一歩とともに

顧客に寄り添い、最新のITサービスを駆使して新たなアイデアを実現することで、企業が抱える多様な課題を解決し、より良い未来を創造します。

ビジョン

Implement new standards for the era.

時代に新しいスタンダードを実装する

常に価値と認められるアウトプットを提供し続け、個々の能力を認め、自己実現を追求するとともに、成長を通じて社会をより豊かにします。

1. 経営ビジョンとビジネスモデル

事業環境の認識

当社は、自社プロダクト「EXPOLINE」を中心に、イベント領域におけるITプロダクトを提供しています。ハイブリッドイベントの広がり、生成AIをはじめとするデジタル技術の進化、B2Bマーケティングにおけるデータ活用ニーズの高まりなど、当社を取り巻く環境は大きく変化しており、これらを以下のリスクと機会として捉えています。

機会 (Opportunities)

- イベントを単発の施策で終わらせず、データを活用して継続的な顧客エンゲージメントへつなげるニーズの高まり
- ハイブリッド・オンライン・リアルなど多様な開催形式への対応ニーズの拡大
- AI技術を活用した運営効率化・データ分析の高度化の可能性

リスク (Risks)

- お客様のイベント活用ニーズの高度化・多様化
- 生成AI等の急速な技術進化への対応
- デジタル人材の獲得競争の激化

1. 経営ビジョンとビジネスモデル

ビジネスモデル

自社プロダクト「EXPOLINE」を中核に、イベントマーケティングをデータでつなぐプラットフォームを提供。断片的な顧客接点を価値あるデータへと変えることで、投資対効果の最大化に貢献します。

- ✓ **多様な開催形式と複雑なオペレーションへの対応**
リアル・オンライン・ハイブリッドを問わず、来場・セッション管理等のオペレーションを網羅
- ✓ **年間100件を超える実績と専門チームの伴走支援**
イベントを熟知したプロフェッショナルによる導入・運用サポートで成功を支援
- ✓ **IT基盤との連携によるエンゲージメントの可視化**
取得した行動データをCRM・MA等と連携させ、継続的な顧客関係構築を実現
- ✓ **データを価値に変え、投資対効果（ROI）を最大化**
イベントを「単発の施策」で終わらせない、新しいイベントマーケティングの在り方を提案

The background features two large, flowing, wavy lines. The lower line is a vibrant blue, and the upper line is a deep purple. They overlap and curve across the frame, creating a sense of motion and depth against the dark blue background.

2. DX戦略

2. DX戦略

経営ビジョンの実現に向けて、当社は以下の2つの方針でDX戦略を推進します。

方針1：お客様のイベントDXの推進

- EXPOLINEを通じたイベントのデジタル化支援
- イベントにおける取得データを顧客IT基盤と連携することで新しいイベントマーケティングを推進

方針2：製品の継続的な進化

- 最新のデジタル技術（AI等）の積極的な導入による自社製品の進化の推進
- EXPOLINEの機能向上や外部連携の拡充、AI技術の活用による提供価値の最大化

重点取組領域：上記の方針を実現するため、当社は以下の領域に重点的に取り組みます。

- ✓ EXPOLINEの機能向上および外部システムとの連携拡充
- ✓ AI技術を活用した開発や価値向上
- ✓ データガバナンス体制の整備（各種法令の遵守）



3. DX戦略の推進体制

3-1. 組織づくり

経営層によるDX推進の主導

DX推進は経営マターであるとの認識のもと、当社は以下の体制でDX戦略を推進します。

- 代表取締役および全取締役**：自らの管掌領域において戦略の立案・実行・見直しに責任を負う
- EXPOLINE事業担当取締役**：プロダクトDXおよび顧客向け支援の責任者としてリード
- コーポレート部門担当取締役**：社内DXおよびガバナンス整備の責任者としてリード
- 経営会議**：重要事項を定期的に議題化し、進捗・課題について議論を行う

3-2. デジタル人材の育成・確保

デジタル人材の育成・確保の方針

DX戦略の推進に必要なデジタル人材を継続的に育成・確保するため、当社は以下の取組を推進します。



育成計画の策定

「デジタルスキル標準」を参照し、DX戦略推進に必要なスキルを明確化。社員のスキルを開始個々のキャリアプランと連動した育成計画を立てます。



スキルの底上げ

AI技術等の業務活用に関する勉強会を開催。経営層から現場まで全社員がデジタル技術を業務に活用できる状態を目指します。



社内認定制度

認定制度の設計・運用を通じて、社員の自律的なキャリア形成と組織全体のケイパビリティ向上を図ります。

3-3. ITシステム環境の整備

社内ITシステムおよび自社プロダクト基盤の整備方針

DX戦略の推進を支えるITシステム環境を整備するため、当社は以下の取組を推進します。

- ✓ 自社プロダクトEXPOLINEについて、お客様の多様な要件と外部システム連携に柔軟に対応できる基盤を継続的に強化する
- ✓ 社内業務システム（コミュニケーション・人事労務・経理・契約管理等）について、クラウドサービスを基本とし、業務プロセスとの整合性を継続的に見直す
- ✓ 既存システムおよび自社プロダクトについて、定期的に棚卸しを行い、技術的負債の発生を防ぐ計画的な改善を実施する

3-4.サイバーセキュリティ対策

サイバーセキュリティ対策の方針

事業活動の前提となるサイバーセキュリティを経営リスクの一つとして位置付け、当社は以下の対策を推進します。

- ✓ 情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS／ISO 27001）認証を取得し、国際規格に基づく情報セキュリティ管理体制を構築・運用している
- ✓ コーポレート部門を担当する取締役が情報セキュリティの統括責任者として、必要な予算・人材・体制を確保する
- ✓ 当社が保有するお客様情報・社員情報・プロダクト関連情報等について、守るべき情報資産を特定し、重要度に応じた保護策を講じる
- ✓ 利用する外部サービス・取引先のセキュリティ水準を確認し、サプライチェーン全体でのリスク低減に取り組む



4. 成果指標とDX戦略の見直し

4. 成果指標とDX戦略の見直し

成果指標の設定

DX戦略の進捗と成果を測定するため、当社は以下の観点で指標を設定し、経営会議においてモニタリングを行います。

- DX戦略実施による事業成果を評価する指標（自社プロダクトの導入状況、外部システム連携の拡充状況、AI技術活用の進捗等）
- DX戦略に基づく計画の進捗を評価する指標（社内業務のデジタル化進捗、社員のデジタルスキル習得状況等）
- 情報セキュリティに関する指標（インシデント発生状況、対応状況等）

DX戦略の見直し

経営層が中心となり、以下のサイクルでDX戦略の見直しを行います。

- IPA「DX推進指標」等を活用し、自社のDX推進状況について定期的に自己診断を行う
- 経営会議および取締役会において、DX戦略の進捗・成果・課題について報告・議論を行う
- デジタル技術の動向、自社ITシステムの現状、市場環境の変化を踏まえた課題を把握・分析し、戦略の見直しに反映する



5. ステークホルダーとの対話

5. ステークホルダーとの対話

ステークホルダーとの対話方針

当社は、経営ビジョン・DX戦略・取組状況について、ステークホルダーに対して継続的に発信し、対話を行います。

お客様

自社プロダクトEXPOLINEを通じてDXを支援するとともに、お客様の声を継続的に収集し、プロダクト・サービスの改善に活かします。

社員

経営方針説明会・全社会議・社内コミュニケーションツールを通じて、経営層からDXに関するメッセージを継続的に発信します。

採用候補者・パートナー

自社のDXに対する考え方・取組内容を、コーポレートサイトや各種発信を通じて社外に広く共有し、相互理解を深めます。

株主・取引先

経営方針・事業戦略の説明にあたり、DX戦略を価値創造の中核として位置付け、その進捗と成果を継続的に共有します。