

News Release

報道関係各位

2026年5月27日
株式会社バイキューブ

バイキューブ、株式会社TSOの初開催となる 全社総会の企画・運営を「Oneイベント」で支援 「会場提供」にとどまらない企画段階から並走するパートナーシップで、 急成長フェーズの組織コミュニケーションのターニングポイントを実現

株式会社バイキューブ（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：水谷 潤、以下 バイキューブ）は、株式会社TSO（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：中屋 仁志、以下 TSO）が、急成長フェーズにおける組織のターニングポイントとして初開催した全社総会の企画・運営に、バイキューブが提供するイベント運営サービス「Oneイベント」を採用したことをお知らせいたします。

出張買取事業「プリフラ」を展開するTSOでは、買取事業の査定員を昨期末の121名から今期は170名規模へと拡大する計画のもと、全国に支店を展開する中で、組織が同じ方向を向くためのターニングポイントとなる体験設計を目指していました。会場手配や舞台設営といったロジ面のみの委託ではなく、企画段階から並走し、組織変革の意図を汲み取って具現化できるパートナーを求めた結果「Oneイベント」が採用されました。



■導入前の課題と利用経緯について

TSOは買取事業の急速な拡大に伴い、買取査定員を昨期末の121名から今期は170名規模へと拡大する計画を進めており、全国に支店を展開しています。組織規模の拡大過程で、経営方針や事業戦略、制度改定の意図を全社員に一貫した形で伝えていく重要性が増しており、以下の課題を抱えていました。

● 規模拡大に伴う組織コミュニケーションの希薄化

これまで対面のコミュニケーションで自然に伝わっていた経営の意図やカルチャーが、各支店まで届きづらくなり、情報の伝達過程で意図が変質してしまうケースもありました。そのため組織全体で同じ認識を持てる場の必要性が高まっていました。また、全国の支店メンバーが一堂に会する機会はこれまでなく、組織が同じ方向を向くためのターニングポイントとなる体験設計が求められていました。

● 「節目」となる体験を演出できるパートナーの必要性

当初は会場手配・舞台設営・ケータリングなどのロジ面のみを外部委託し、コンテンツは社内でも組み立てる想定でした。しかし「経営の本気度」や「次のステージへの覚悟」を社員一人ひとりに体感してもらうためには、コンテンツや演出面も含めて専門ノウハウを持つパートナーとの並走が不可欠であると判断がされました。しかし社内には全社規模のイベント開催経験者が少なく、企画段階から壁打ちでき、ケーススタディや方向性のアドバイスをくれるパートナーを求めて、複数社を比較検討しました。

■採用のポイント

ブイキューブを採用した決め手は、会場や設備を提供するだけのスタンスに留まらず、組織変革の意図を汲み取り、ケーススタディや成功・失敗の傾向を踏まえて主体的にアドバイスする姿勢でした。

1. 「会場提供」を超えた、企画段階から並走するパートナーシップ

複数社を比較検討した中で、他社の多くが「ご要望があれば対応する」スタンスだったのに対し、ブイキューブは「良い会・悪い会の傾向」「他社事例での目的設計」「うまくいくケース・いかないケースの傾向」など、企画の方向性を定める上で有益な視点を提供しました。社内に壁打ち相手が少ない中、企画段階から並走する存在として機能しました。

2. 経営の本気度を象徴する「特別感」のある場づくり

普段の社内会議や朝礼とは一線を画した特別感を演出し、参加者一人ひとりが新しいステージへの本気度を体感できる空間設計を重視しました。アクセスの良い都心のホール会場を選定し、音響・照明・演出にもこだわり、社内向けでありながら社外イベントに匹敵するクオリティを実現しました。経営方針については、その背景や意義目的まで詳細に言語化したスライド資料を準備し、社員一人ひとりが現場へ持ち帰った際にも意図が曲解されない形を意識した工夫を凝らしました。

■導入による主な効果

● 経営方針が「合言葉」として組織に浸透

総会後、経営方針を示すスライドの主要ページが、各支店で自発的に掲示・共有される動きが広がりました。コールセンターでは、重要ページがラミネート加工されて壁に貼られる事例もあり、社内会議では「それは方針に沿っているか」という判断軸が日常会話に登場するようになりました。意義や目的が店舗スタッフまで一貫した形で届くようになり、経営方針の解釈のブレを最小化することができました。

● 準経営層・中間管理職層の意識変革と組織の方向性統一

総会の前後で、準経営層・中間管理職層の姿勢に明確な変化が見られました。会議体での発言には事前準備と緊張感が伴うようになり、経営層の発言にも一貫性が強まりました。組織として「同じ方向を向く」基盤が整い、急成長フェーズにある組織のターニングポイントとして機能しています。

- **経営トップから「完璧」評価、社内ブランディング資産への展開**

社長からは「完璧」との評価を得て、次回開催への期待値が社内で高まっています。「次は自分も参加させてほしい」という声も社内から上がっており、イベント自体が社内ブランディングの資産としても機能し始めています。組織変革の起点として、また組織の節目体験として、年次の重要なマイルストーンに育てていく構想があります。

■株式会社TSO 担当者からのコメント

「事業を急速に拡大しているフェーズの中で、組織として次のステージに進むためのターニングポイントが必要だと感じていました。仕組みや制度面の整備は別途進めていましたが、それを支える組織のマインド面、つまり一人ひとりが当事者意識を持って関与する土壌づくりも同時に必要だと考えていました。全国に支店が点在し、全社員が一堂に会する機会がこれまでなかったので、まずはその場をつくるのが大きな第一歩でした。

当初は会場や設備のロジ面だけを外部にお願いし、中身は自分たちで組み立てるつもりでしたが、『経営の本気度を体感してもらう』というクオリティを実現するには、企画段階からプロに並走してもらった方が良く判断しました。複数社にお声掛けしましたが、「ご要望をいただければ対応します」というスタンスの方が多く、ブイキューブさんは良い会・悪い会の傾向や他社事例での目的設計など、企画の方向性を定める上で有益な視点をいくつもいただきました。懇親会コンテンツも、当初は組み込まない想定でしたが、複数案ご提案いただいたことで、会の体験価値が一段引き上がりました。

総会後の組織への浸透は想定以上で、経営方針の主要ページが各支店で自然と共有されるようになり、社内の判断基準として方針キーワードが日常会話に登場するようになっています。準経営層や中間管理職層の意識にも明確な変化が見られ、組織として同じ方向を向くターニングポイントとして機能したと感じています。外部の有識者として並走してくださったことは、企画の品質面はもちろん、精神的にも大きな支えになりました。」

ブイキューブでは、今後もお客様のコミュニケーションDX実現に向けて、様々なコミュニケーションサービスを提供してまいります。

株式会社TSOの導入事例の詳細（導入前の課題や導入効果など）はこちらをご覧ください。

<https://jp.vcube.com/eventdx/case/eventdx163.html>

One イベントの詳細はこちらをご覧ください。

<https://jp.vcube.com/eventdx>

【ブイキューブとは <https://jp.vcube.com/>】

ブイキューブはビジュアルコミュニケーションのリーディングカンパニーとして、1998年の創業以来、あらゆるシーンに対応する、時代にフィットしたコミュニケーションサービスを提供してきました。「Evenな社会の実現」というミッションのもと、「コミュニケーションを科学し、未来を共創する」というビジョンを目指し、少子高齢化社会、長時間労働、教育や医療格差などの社会課題を解決し、すべての人が機会を平等に得られる社会の実現へ貢献してまいります。

■報道関係のお問い合わせ先：ブイキューブ 広報事務局（プラップジャパン 内）

E-mail：vcube_release@prap.co.jp