株式会社フェズ

2026年8月取材

# 爽やかさと遊び心、開放感を備えた従業員らしさが生きるオフィス

CONTENTS


- 「リテール産業に新しい常識をつくる」をミッションに掲げ、リテールメディア事業などを展開
- 従業員数の増加によって生じたオフィス課題
- 経営課題の一つだった移転計画を本格的に具体化させた
- オフィスづくりのキーワードは、あえてシンプルな言葉に設定した
- 対面で情報や知識を共有するためのオフィスは今後も必要となる




エントランス

**株式会社フェズは、「リテール産業に新しい常識をつくる」をミッションに掲げ、国内最大級のリテールデータプラットフォーム「Urumo（ウルモ）」を開発。メーカーや小売企業の課題解決に取り組んでいる。2026年6月、事業拡大に伴いオフィス移転を行った。新オフィスでは、事業や組織の拡大に向けた多様な新機能を導入している。**
**今回の取材では、移転の背景と具体的な新オフィスの機能についてお話をお聞きした。**

株式会社フェズ



CSO 室
広報グループ
神原 瑠凪氏

## 「リテール産業に新しい常識をつくる」をミッションに掲げ リテールメディア事業などを展開

株式会社フェズは、リテール業界をデータで変革したいという強い想いのもと、2015年12月3日に創業された。ドラッグストアやスーパーマーケット、ホームセンターなど複数の大手小売企業と連携し、ID横断型の購買データや店頭データ、バイヤー施策データ、販促データなどを管理・分析する国内最大級のリテールデータプラットフォーム「Urumo（ウルモ）」を開発・提供。「Urumo」をベースとした情報（広告）×商品（販促）×売場（店頭）のソリューションを通じて、リテールDXの推進に取り組んでいる。

## 従業員数の増加によって生じたオフィス課題

移転前のオフィスは神田駅徒歩5分圏内にあるオフィスビル。3階と6階の2フロア、あわせて約240坪を使用していた。

「もともと3階のみを利用していたのですが、従業員数の増加に伴い同じビルの6階を追加で借りたため、2フロアに分断されたレイアウトになっていました」

フロアが分かれていることにより、コミュニケーションも分断されるだけでなく、行き来の不便さなども抱えていた。

「当社は完全フリーアドレスを採用していますが、3階にしか座らない人もいれば、6階にしか座らない人もいて、コミュニケーションの固定化が課題でした」

従業員が130名を超える中、席数は両フロアで80席ほど。毎日の出社が義務付けられているわけではないものの、空いている席を探すのが困難だったという。

「出社したら、まず空いている席を探すのですが、曜日によっては席がないこともあり、席数不足は深刻な課題の一つになっていました」

問題は席数だけに留まらず、会議室数も不足。早急な改善が求められていた。

「両フロアを合わせて、大小の会議室6室、1on1ブース4室を設けていました。しかし、少人数で使用するWeb会議も多く、会議をする場所が圧倒的に足りていませんでした」

コミュニケーションの分断、行き来の不便さ、深刻な席数や会議室不足、さまざまな課題に後押しされ、移転を決めた。

## 経営課題の一つだった移転計画を本格的に具体化させた

「オフィス移転については数年前から議題にあがっていましたが、本格的に動き出したのは2025年の4月です。まずは、移転スケジュールや適正な必要面積の検証など、要件を整理するために時間を費やしました」

もともと、旧オフィスを神田駅周辺に定めたのは、取引先企業との距離を考えてのこと。その移動における利便性は継続させたいため、移転先の立地は山手線の南側エリアに絞った。そのほか、面積は300坪前後、1フロアで完結すること、それに経済条件や交通アクセスを念頭に置いて物件探しを行ったという。

移転候補の中から品川・日本橋・御徒町エリアに立地するオフィスビル5棟の見学を行った。移転プロジェクトは、神原氏のほかに、役員と総務担当の合計4名のみ。関係者を限定し、水面下で進められたという。

候補ビルを絞り込んでいく中で、同社は両面採光であることも気に入った部分だった。

「ビル両面からの採光でとても明るいオフィスでした。入居後は、1フロアで見通しもよいこともあり、従業員のモチベーションにもプラスの効果を与えると想像できました」

また、周辺の飲食店舗の充実度も気に入ったポイントの一つだった。

「商談後に会食できる環境が望ましかったのです。契約を締結したビルは、周囲に数多くの飲食店舗があります。さらに、交通インフラも4駅12路線が使用でき、クライアント先への利便性も高い、全てにおいて満足できる移転先でした」

## オフィスづくりのキーワードはあえてシンプルな言葉に設定した

オフィスの構築に関しては、3社コンペで内装会社を選定した。

「内装会社の選定にあたっては過去の実績も大事な要素でしたが、それ以上にプレゼン段階からのコミュニケーションの取りやすさを重要なポイントとしました」

オフィスづくりで大切にしたのは、同社で働く従業員らしさを損なわないことだった。コミュニケーションの取りやすさを軸に、爽やかさや遊び心、開放感のある空間を目指したという。

「プロジェクトに参画した当時は入社して半年ほどで、まだ従業員の雰囲気を十分につかみきれていない部分があ

りました。だからこそ、フェズらしさとは何か、本当に悩みながら進めました。1日の大半を過ごす場所だからこそ、一人ひとりの個性が生かされるオフィスにしたいと考えました」

そうしてオフィス構築のプロジェクトが始まる。まずは、従業員を対象にしたヒアリングからスタートした。オフィスに対する本音の部分を聞きたかったからだ。

「ヒアリングをした多くの方がキーワードとして『コミュニケーション』を挙げており、設定したコンセプトが間違っていなかったことを確信しました」

そうした課題を解決するため、新オフィスにはさまざまな機能を取り入れた。その中でも大きな特長となるのが、カウンターを備えた**セミナーエリア**だ。

「旧オフィスにもカウンターがあり、その周辺でセミナーやイベント、勉強会などを行っていました。しかし、十分な広さがなく、運用しにくい部分がありました。そこで、新オフィスではセミナーのためのスペースをしっかりと確保しました。毎週月曜日に行っている朝会にも活用しています」

同社では、定期的に社内向けのセミナーを実施している。セミナー開催時の人の動きも想定して、レイアウトを考えたという。

「旧オフィスではセミナーなどのイベント開催時には、動線として登壇者のすぐ後ろを通らなければ行き来ができませんでした。新オフィスでは、参加者以外の従業員も行き来しやすい動線を意識して設計しました」

また、セミナーエリアと**執務エリア**は壁で仕切るのではなく、あえて**半透明のカーテン**を用いたという。

「旧オフィスでは、出社はしているのにイベントには参加はしない、という人も多くいました。その理由は、業務で手一杯であったり、忘れていたり、興味がなかったり、さまざまかとは思うのですが、勉強会やイベントは誰か限られた人のものではありません。自分は対象ではない、と思った人にこそ聞いてほしかったりもする。インターンの学生との懇親会などもまさにそれです。新卒を受け入れる部署だけではなく全従業員に自分事化してほしかったんです。だからこそ、セミナーエリアにいなくても、さまざまな情報が耳に入ってくるように、あえて壁で仕切ることはしませんでした」

加えて、イベントの開催中は話し声や音声が執務室内に漏れてしまうため、執務室の最奥に**集中エリア**を配置した。仕切られたデスクと半個室のボックス席、昇降デスク、1on1ブースなどを設置している。

「集中できる環境というのは人それぞれです。社内は騒がしくて集中できないという方もいます。出社することが業務効率を落とす要因になっては元も子もありません。誰もが働きやすいオフィスであるようにエリア配分には気を遣いました。また、密閉した環境にしていないのも特長の一つです。遮音性の高さを目標にしてしまうと、移転理由の一つであった社内コミュニケーションの向上が成立しにくくなると考えたからです」

労働安全衛生法において、常時50人以上の労働者を使用する事業場には救護室の設置が定められているが、同社はこのエリアにもこだわったという。

「救護室は日々使われるものではありません。限りある坪数の中で、普段使われないエリアに場所を割くのはもったいない。ソファーベッドと机の組み合わせにすることにより普段は1on1ルームとして使用でき、必要に応じて救護室になるようにしました」


社内用会議室


社外用会議室


セミナーエリア


執務エリア


2つの空間を仕切る半透明のカーテン


集中エリアのボックス席

これらのブースと**社内外の会議室**などを合わせると、会議用の部屋数は18室と大幅に増えている。

新オフィスは、従業員が落ち着いて力を発揮できる空間を意識して構築した。

「当社の従業員は、冷静でありながらも、青い炎のような熱量を持っています。そんな従業員たちが私は好きです。だからこそ、その炎が揺らぐことのないように、やるべきことに向き合えるノイズの少ないオフィスにしたかったんです」

メインとなる執務エリアの床は木材を使用し、オフィスの至るところに植栽を配置した。

「デスクワークは目が疲れますから、植栽をできる限り取り入れ、気分転換と、少しでも疲れがとれるように意識しました」

## 対面で情報や知識を共有するためのオフィスは今後も必要となる

これだけのプロジェクトを短期間で構築できた。その想いについて伺ってみた。

「会社の成長を考えると、情報や知識の共有は必要不可欠です。特に当社の場合、お客様のお客様は生活者であり、生活者には私たち自身も含まれます。だからこそ、情報を分析するうえで、自部署だけにとどまらない交流により、お互いの意見や考え方を共有することは事業発展にもつながります」

「私は職種上、お客様の売上に直接貢献することは叶いませんが、お客様の売上に貢献する従業員たちのサポートをすることはできます。その一端が、今回の移転プロジェクトだと思っています。従業員が出社したいと思うオフィスをつくれば、モチベーションも上がりますし、出社する機会を創出できれば、おのずと業務以外でのコミュニティ形成がされ、事業発展につながる意見交換の場をつくることができる。そういう形でフェズに貢献ができると思えばこそ、短期間の中でも頑張れたのだと思います」

また、出社して人と直接関わることは、従業員の健康面においても意義があると語る。

「今やどこでも仕事ができる時代です。ただ、出社をすることの利点は変わらず存在します。Webを介したコミュニケーションと対面でのコミュニケーションでは、得られる情報量が圧倒的に異なります。対面では、たった一言の挨拶だけで、気付けることがある。気付くことができれば、気遣うことができる。そういう小さな積み重ねで、心身の健康は保たれると思うんです。また、以前はコミュニケーションの固定化が課題でしたが、その解消には出社は必要不可欠です。出社するから、普段関わりのない方とのコミュニケーションが生まれて、直接話したからこそ、仲良くなれる人と巡り合う、ということもあります。そういう意味でもオフィスは必要だと考えています」

**COMPANY DATA**

FEZ

2017年4月にリテールテック事業を始動し、2019年5月に国内最大級のリテールデータプラットフォーム「Urumo（ウルモ）」をリリースした株式会社フェズ。購買データや店頭データなどを管理・分析し、広告・販促・店頭領域にわたるソリューションを展開している。今後も、データとテクノロジーを活用し、リテール産業の課題解決に貢献していく。