

レンジフード国内シェア No.1※1 の富士工業の特殊技術部門 『栄作工房 by FUJIOH』が『Demold』にブランドを刷新 提案力と技術力で新しい価値をお客様とともに生み出すブランドを目指して

レンジフードの製造・販売をする富士工業株式会社（神奈川県相模原市／厨房機器製造・販売／代表取締役社長 柏村浩介／以下、FUJIOH）は、『栄作工房 by FUJIOH』ブランドを刷新し『Demold（ディモールド）』を策定しました。2020年8月より使用開始いたします。

『Demold』WEB サイト <https://www.fujioh.com/demold/>



metal app studio
Demold

■ブランド刷新の背景

『栄作工房』は2014年12月、レンジフード開発で培った金属加工技術を元に、一人の独創的な技術者によって始まった特殊技術部門です。2018年12月のFUJIOH策定後も少数精鋭の板金スペシャリストチーム『栄作工房 by FUJIOH』としてFUJIOHのブランド傘下で1年半活動を行って参りました。その間、FUJIOHの事業領域「空気環境改善」とは異なるドメインでの活動が活発化し、事業内容が象徴的に伝わるブランド名へ改める必要性が出てきました。そこで、お客様の課題と当社のソリューションが会うべくして出会える名称として『Demold』へリブランドすることにいたしました。

■ブランド刷新の目的

今回のリブランドは旧『栄作工房 by FUJIOH』の提供価値をブランド名から伝わりやすくすることを目的に実施しました。新ブランド名で共創のパートナーとなるお客様との出会いを増やし、お客様と共に、社会に新しい価値を提案・提供していきたいと考えています。

■Demold ブランドコンセプト

『想像を造形に』

提案力と技術力で、新しい価値を、ともに生み出していく。

■Demold ブランドビジョン

技術への情熱を以て、期待を超えていく。

■タグライン「metal app studio」について

Demoldのベネフィットを分かりやすく伝えるため『金属や金属の加工技術を応用する工房』の意味で添えられています。

■ロゴマークについて

シンボルマーク(図形)は、「Demold」の頭文字「D」をモチーフに、既存の形(型の概念や業界の在り方)に捉われず、力強く、前に進む姿勢を表現しています。

また、タイポグラフィはまっすぐ前に進む姿勢から「頑な、強さ」などを彷彿させます。

さらに、この2つを組み合わせることで、従来の“ものづくり”の強さ硬さのイメージよりも、力強さの中に“お客様と共に柔軟な発想や着想を行う集団である”という新しい印象を与えるデザインにしています。



metal app studio
Demold

■過去実績



<熊本駅(担当箇所 なまこ壁/肥後鋳らんま)>



<ジャン・シャルル・ロシュエ東京>

今後も一層お客様に新たな価値を提供できるよう、『Demold』は邁進して参ります。

【富士工業グループ会社概要】

事業概要 : キッチン用換気扇の企画・開発設計・生産・販売・アフターサービスまで、
一貫した事業活動を行う住宅設備機器メーカー

代表者 : 代表取締役社長 柏村浩介

創立 : 1941年12月

所在地 : 神奈川県相模原市中央区淵野辺2丁目1番9号

従業員数 : 846名(役員、アルバイト・契約社員等を除く)

グループ会社 : 富士ホールディングス株式会社

富士工業株式会社

富士工業販売株式会社

フジテックメンテナンス株式会社

F.I.T (FUJIOH INTERNATIONAL TRADING PTE,LTD.)

芙子帝風商貿(上海)有限公司 (FUJIOH TRADING SHANGHAI CO.,LTD.)

[関連会社] アリアフィーナ株式会社

公式 WEB : <https://www.fujioh.com>