

ブラッド・ピット氏のデロンギ新グローバルアンバサダー就任を記念し
 自宅で本格的なコーヒーを楽しめる全自動コーヒーマシン体験会を開催

De'Longhi Coffee Pop up Event「Perfetto, from bean to cup.」

「おうち時間におけるコーヒーの楽しみ方～From Bean to Cup Experience～」を
 テーマとしたトークセッションも実施

デロンギ・ジャパン株式会社（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：杉本敦男）は、ブラッド・ピット氏が新グローバルアンバサダーに就任したことを記念し、豆から挽きたての本格的なコーヒーやミルクメニューを自宅で簡単に楽しめる全自動コーヒーマシン「デロンギ ディナミカ」を体験できる「De'Longhi Coffee Pop up Event『Perfetto, from bean to cup.』」を9月3日（金）、東京・渋谷区の代官山 蔦屋書店「Session:」で開催しました。



会場では、新グローバルアンバサダーに就任したブラッド・ピット氏を紹介するオープニングムービーの上映に続き、代表取締役社長・杉本敦男がアンバサダーキャンペーンや、ブランド、製品に関するプレゼンテーションを行い「我々の製品で淹れた一杯のコーヒーを飲むことで、今日が昨日より少し愉しくなる、心地よくなる、笑顔になる。そんなブランドでありたいと思っています」と述べました。

続いて、日本バリスタ協会公認インストラクターでデロンギ・ジャパン公認デモンストレーターでもあるバリスタの阿部圭介氏とデロンギ表参道ストア スーパーバイザーの野副慶太氏をゲストとして招いたトークセッション「おうち時間におけるコーヒーの楽しみ方～From Bean to Cup Experience～」が行われ、ボタンひとつで本格的なコーヒーを簡単に淹れられ、デロンギ独自の「ラテクレマ™システム」搭載でミルクメニューも楽しめる「デロンギ 全自動コーヒーマシン ディナミカ」を使用した試飲会も実施されました。

また、一般来店者向けのイベントとして9月3日（金）15時～5日（日）に代官山 蔦屋書店「Anjin」にて、キャンペーンの世界観を体験できる展示や、デロンギの全自動コーヒーマシン「ディナミカ（ECAM35055B）」で淹れたコーヒー、カプチーノ、ソイカプチーノが試飲できるデザートセットメニューが提供されました。

製品についてのお問い合わせ先

デロンギ・ジャパン株式会社 マーケティング部広報担当

Email: delonghi-pr.japan@delonghigroup.com

■プレゼンテーションの様子

代表取締役社長の杉本は、新グローバルアンバサダーについての映像が流れた後、就任したブラッド・ピット氏について「デロンギのブランドや全自動コーヒーマシを知ってもらい、関心を持っていただくきっかけとして、日本でも知名度が高いブラッド・ピット氏の起用に至りました。また、俳優業以外にも多岐に渡る仕事をされていることや、幅広い趣味を持っていること、環境問題への配慮など『日々の時間を大切にしている』ことが今回のテーマであり「完璧、素晴らしい」を意味する『Perfetto』の世界観とマッチしていました」とコメントしました。デロンギが展開する新たなキャンペーンのキャッチコピー『Perfetto, from bean to cup.』が、『豆から挽いた極上の一杯を自宅で』を意味するイタリア語であることを解説すると、「ボタン一つで簡単に操作できるデロンギの全自動コーヒーマシンで淹れた『Perfetto』なコーヒーを通して、日本の皆様に素敵なひとときを過ごしてほしいです」と述べました。

■トークセッション「おうち時間におけるコーヒーの楽しみ方

～From Bean to Cup Experience～

阿部圭介氏と野副慶太氏によるトークセッション「おうち時間におけるコーヒーの楽しみ方～From Bean to Cup Experience～」では、おうち時間が増えコーヒー需要が高まる中、自宅でも本格的なコーヒーが楽しめるデロンギの全自動コーヒーマシンについてトークが展開され、阿部氏は「好みのコーヒー豆を投入してお水をセットすれば、ボタン一つで簡単に美味しい本格的なコーヒーが淹れられます」と特長を紹介し、野副氏も「豆を挽いた瞬間の香りがお部屋中に広がるだけでリモートワークのリフレッシュができますし、マシンのお手入れも毎日一分で簡単に終わります」と魅力を語りました。さらに阿部氏は「プロのバリスタの最大のライバルと言えるほど、プロの視点で見てもすごいですね」と、デロンギの全自動コーヒーマシンの性能の高さや手軽さを絶賛しました。

また、おうちでコーヒーを楽しむ方の多様なニーズに対応した、デロンギが扱う『ムセッティ』や『キンポ』『デロンギ（オリジナル・ブレンド）』などバリエーション豊富なコーヒー豆の楽しみ方について話が弾みました。最近増えている寝る前にコーヒーを飲みたいという方や、授乳中の女性でも安心して飲めるカフェインレスのコーヒーのほか、美容・健康に対する意識の高いユーザー向けに豆乳やアーモンドミルク、オーツミルクを用いたメニューなど幅広い楽しみ方があることを紹介すると、阿部氏は「好きなコーヒー豆とミルクの組み合わせを探すのも楽しみの一つ。ご自身やご家族、ご友人と素敵なコーヒーライフをぜひ楽しんでほしいです」とトークを締めくくりました。

■イベント概要

イベント名	De'Longhi Coffee Pop up Event 「Perfetto, from bean to cup.」	「Anjin」一般向け提供メニュー
登壇者	杉本敦男（デロンギ・ジャパン株式会社 代表取締役社長）	
ゲスト	阿部圭介（日本バリスタ協会公認インストラクター、デロンギ・ジャパン公認デモンストレーター） 野副慶太（デロンギ表参道ストア スーパーバイザー）	
プログラム	<ul style="list-style-type: none"> ・プレゼンテーション（新グローバルアンバサダー紹介、キャンペーンおよびブランドの紹介） ・トークセッション ・「デロンギ 全自動コーヒーマシン ディナミカ」を使用したコーヒー試飲会 	



杉本敦男によるプレゼンテーション



トークセッションの様子



実機を使用したデモンストレーション



「Anjin」一般向け提供メニュー

デロンギ — 進化し続けるブランド —

デロンギ(De'Longhi)は、20世紀前半より、イタリア北部の街トレヴィーゾでクラフトマンワークショップ（職人の作業場）としてスタートしたイタリアの家電ブランドです。1974年に、最初の電気機器であるオイルヒーターを製造し、工房から工場へと飛躍的に発展を遂げました。1990年代には、暖房器具の製造で使われる技術を用いて、コーヒーマシンの開発・製造にも参入。コーヒー市場に積極的に新しい製品を投入し続け、現在、エスプレッソマシンをはじめとするコーヒーマシン市場において世界的トップシェアを誇ります。

デロンギグループのチーフマーケティングオフィサーであるFabrizio Campanella（ファブリツィオ・カンパネルラ）は、次のように語ります。

2021年は、デロンギが一步前進するときです。消費者の変わり続ける習慣やライフスタイル、ニーズにフィットするように、いかにブランドをつくりあげていくか。デロンギブランドは、今後も進化し続け、より現代的でユニバーサルなものとなってゆくと同時に、同時にブランドの原点と伝統は引き継がれます。デロンギは、自社製品を通して、家で過ごす時間が、より愉しく、心地よいひとときとなる（*Transform home experiences into moments of pleasure*）、そんなブランドを目指しています。それがまさに、デロンギのブランドスローガンでもある「Better Everyday」を体現することにもつながるのです。そして、デロンギ・ブランドをより魅力的に表現するために、新ビジュアル・アイデンティティを採用します。新しいロゴデザインやストアデザイン、よりお客様のライフスタイルにフォーカスしたコミュニケーションを展開していきます。

ブランドスローガン 「Better Everyday」 について

「Better Everyday」は、2011年から続くデロンギのブランドスローガンです。消費者のニーズや時代に合わせて製品は少しずつ変化しながらも、根底にあるこの想いは変わらず守り続けています。

「Better Everyday」は、デロンギがお客様へ提供したい「家で過ごす時間をより愉しく、心地よいひとときに変える」というブランド・コンセプトを体現しています。人々の日常に寄り添うというコンセプトと、より豊かな時間をもたらすという想いがこめられており、製品設計の際にもこの考えを大切にしています。デロンギ製品を使うお客様が、毎日、より心地よく、より充実した、より愉しめる暮らしへ。まさに、「より良い毎日へ」というコンセプトです。

■デロンギ ジャパンについて

デロンギ・グループの日本法人の「デロンギ・ジャパン株式会社」は1995年に設立。主な事業は、日本市場向け家庭用・業務用電気製品の輸入販売となり、以下分野の商品・付帯サービスを取り扱っています。

1. オイルヒーター、マルチダイナミックヒーター、パネルヒーター、ファンヒーター等の暖房機器および空気清浄機能付きファン。
2. 全自動コーヒーマシン、エスプレッソ・カプチーノメーカー、ドリップコーヒーメーカー等のコーヒー機器。
3. ハンドブレンダー、フードプロセッサー、コンベクションオーブン、電気ケトル等の小型調理家電製品。

主力商品であるオイルヒーターは、2004年以來17年間、日本市場において販売台数・売上No.1※1の地位にあり、多くのお客様から支持され続けています。コーヒー機器分野でも、日本だけでなく世界各国でコーヒーメーカー売上No.1※2を獲得しており、優れた機能だけでなく、洗練された美しいデザイン性を備えたデロンギ製品は、世界の国と地域で愛されています。

※1 独立調査機関調べ 2004年1月～2020年12月数量・金額シェア

※2 独立調査機関調べ 2020年1月～12月世界46カ国金額シェア