

コロナ禍で自宅でのコーヒータイム増加傾向
『デロンギ ダイナミカ 全自動コーヒーマシン(ECAM35055B)』
新製品オンライン記者発表会を開催
 ～新しい生活様式によって変化したコーヒーの飲用調査もご紹介～



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、10月15日に発売する全自動コーヒーマシンの新商品『デロンギ ダイナミカ 全自動コーヒーマシン(ECAM35055B)：以下ダイナミカ』の発売を記念して、10月1日の“コーヒーの日”に新製品オンライン記者発表会を実施しました。当日は、デロンギ・ジャパン株式会社 代表取締役社長の杉本敦男よりご挨拶とともに、デロンギが実施したコロナ禍におけるコーヒーの飲用調査を基に生活者のコーヒーに対するニーズの変化など、説明いたしました。その後デロンギ・ジャパン株式会社 マーケティング部 プロダクトマネージャーの古家健より、新しく生まれ変わったダイナミカのプレゼンテーションを行いました。また、デロンギ公認バリスタである阿部圭介氏をお迎えして、ダイナミカのデモンストレーションを行いました。

新しい生活様式における生活者のコーヒーライフの変化と全自動コーヒーマシンの需要を発表。

はじめにデロンギ・ジャパン株式会社 杉本敦男社長が登場し、「デロンギ・ジャパンは今年で25周年を迎えることができました。Better Everyday(何でもない日の、特別なもの。今日より明日を豊かに)の理念のもと、様々な商品を日本のお客様へご提供しています。本日、新製品を発表する「全自動コーヒーマシン」ラインが売上高NO.1に大きく貢献しており、より多くのお客様に美味しいコーヒーを淹れられるコーヒーマシンと言えばデロンギというふうに思ってもらいたいと考えております」と挨拶後、続けて「コロナ禍で自宅過ごす機会が増えており、80%の方が毎日自宅でコーヒーを飲まれていると回答し、コーヒー文化の浸透度が見えます。また、コーヒーは単なる飲料ではなく、一息つきたい、気分転換をしたいといった、『現実からの解放』の手段としてもなくてはならないものになっているようです」とデロンギが実施したコロナ禍におけるコーヒーの飲用調査の結果を基にリモートワークなど新しい生活様式から明らかになった生活者のニーズの変化やコロナ禍における全自動コーヒーマシンの販売状況を説明いたしました。



製品のお問い合わせ先

デロンギ・ジャパン株式会社 マーケティングコミュニケーショングループ

Email: delonghi-pr.japan@delonghigroup.com

1台で多彩なコーヒーメニューが楽しめる。デロンギ ダイナミカ 全自動コーヒーマシン(ECAM35055B)

杉本社長の挨拶後、マーケティング部 プロダクトマネージャーの古家健が登壇し、新モデルのダイナミカについてプレゼンテーションを行いました。「ダイナミカは、シンプルで優美なイタリアンデザインだけでなく、デザインの詳細にもこだわりつつ、直観的なワンタッチ操作で、まるでバリスタが淹れたようなおいしいコーヒーをお楽しみいただける機能性とデザイン性を両立させた製品になります。さらに、“Bean to cup”のコンセプトのもと、コーヒーを知りくしたイタリア人のこだわりを込め、ワンタッチで豆から挽きたての美味しいコーヒーが淹れられるデロンギだけの特徴になります。ダイナミカは、豆の挽き方から、豆の粒度、抽出温度管理、そしてお手入れまですべてにこだわって作られています。また、本機最大の特長は自動カプチーノ機能、ラテクレマ™システムです。泡のクオリティが非常に高く、ベルベットのようなめらかなでき細かい泡がで、スチームミルクからふわふわのプロスミルクまでお好みの泡に調整できます。デロンギの上位クラスの全自動コーヒーマシンダイナミカの素晴らしさをぜひ実感していただければと思います」と語りました。

ダイナミカの豊富なメニュー



バリスタのテクニックをそのまま表現！5種類のミルクメニューが楽しめるダイナミカのデモンストレーション



続いて、デロンギ公認バリスタの阿部圭介氏にご登壇いただき、ダイナミカのデモンストレーションを行いました。ダイナミカを見た阿部氏は「カッコいいですね。さすがイタリアデザイン。スタイリッシュで光ものが好きで私としては心を揺さぶられます」と興奮した様子でした。「ラテクレマ™システム」で淹れたカフェラテを試飲された阿部氏は「泡がすごくクリーミーで、ミルクが甘いですね。家庭でこのクオリティが飲めるのにびっくりしました。私たちバリスタと同じクオリティです」と、とても驚いた様子でした。さらに阿部氏は「ダイナミカがあれば、自宅にバリスタがいるようですね。ご家族の好みに合わせて調整できるし、様々な味が楽しめる。コーヒーの味は無限に広がりますね」と納得された様子でした。

最後に杉本社長が再度登壇し「本日は最後までご視聴いただきましてありがとうございました。本日紹介したいダイナミカは、ミルクメニューだけでなくレギュラーコーヒーもお楽しみいただける商品となっています。ぜひ、デロンギ表参道を始め店頭でご覧になり、ぜひお手にとって楽しんでいただければと思います」とコメントして、オンラインプレスカンファレンスを締めくくりました。



■デロンギについて

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。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、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年以来16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～2019年12月数量・金額シェア
※2 独立調査機関調べ2019年1月～12月世界46カ国金額シェア