

イタリアと日本の文化を融合した“魅せるケトル”ご購入で
デロンギオリジナルグッズが抽選で当たる！
『デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル』
購入者キャンペーンを開催

2021年9月1日（水）～12月31日（金）

<応募締め切り：2022年1月14日（金）>



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、2021年9月1日（水）から12月31日（金）まで『デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル(KBO1200J-TDP/KBO1200J-TSC)※』をご購入後、アンケートにお答えいただいた方の中から抽選でデロンギオリジナルグッズが当たるキャンペーンを開催いたします。※2020年3月3日発売。

『デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル(KBO1200J-TDP/KBO1200J-TSC)』は、デロンギのロングセラー商品「アイコナ」シリーズに、デロンギ初の「シートペイント加工」で鮮やかな柄を施した、2020年3月発売の日本限定モデルです。毎日使うキッチン家電だからこそこだわってほしいというデロンギの思いを込めて、デザインは「静」と「動」をテーマにした2デザインとなっており、「静」は日本らしい控えめなデザインの中にイタリアニティをとり入れたデザインの“SERENITA（セレニタ）”、「動」はイタリアの大胆なアートと現代のスピード感を表現したデザインの“VIGORE（ヴィゴレ）”と他にはない鮮やかな2柄となっています。

本キャンペーンは、期間中「デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル(KBO1200J-TDP/KBO1200J-TSC)」をご購入いただき、製品に同梱されているチラシから電気ケトルのお客様アンケート(オンライン回答)にご回答いただいた方の中から抽選で、アイコナ・トリブート柄マグカップをはじめ、イタリアを中心に、世界で活躍するアーティスト小池健輔氏によるアイコナ・トリブートモチーフオブジェ【TOCCO】、デロンギオリジナルエコバッグのいずれかを抽選でプレゼントします。詳しくはキャンペーンサイトをご確認ください。

キャンペーンサイト：<https://kitchen.delonghi.co.jp/campaign/tributo/>

製品のお問い合わせ先

デロンギ・ジャパン株式会社 マーケティング部 広報担当

Email: delonghi-pr.japan@delonghigroup.com

『デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル』 購入者キャンペーン 詳細

■概要

期間中「デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル(KBO1200J-TDP/KBO1200J-TSC)」をご購入いただき、製品に同梱されているチラシから電気ケトルのお客様アンケート（オンライン回答）にご回答ください。回答をもって、応募完了となります。当選者の発表は後日プレゼントの発送をもってかえさせていただきます。

■キャンペーン期間

購入期間：2021年9月1日（水）～ 2021年12月31日（金）

応募期間：2021年9月1日（水）～ 2022年1月14日（金）23:59まで

■賞品

※A～C賞のいずれかが抽選で当たります。プレゼントは選べませんのでご了承ください。

A賞

アイコナ・トリブート柄マグカップ

「静」をテーマに、控えめで繊密な、日本的な「釣り合い」「均衡」の中にイタリアニティをとり入れたデザインの【セレニタ】と、「動」をテーマに、イタリアの大胆なパターンと色を組み合わせたダイナミズムに、現代の日本が持つスピード感を表現したデザインの【ヴィゴレ】。それぞれのデザインを、マグカップに採用しました。

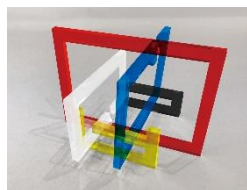


各20名様

B賞

アイコナ・トリブートモチーフオブジェ【TOCCO】

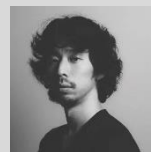
イタリアを中心に、世界で活躍するアーティスト小池健輔氏によるアイコナ・トリブートをモチーフに作られたアート作品。平面の状態(静)から組み替えると、動きのある(動)立体オブジェへと変化します。イタリア語で「触る(Touch)」を意味する【TOCCO】。様々な形に変化するオブジェを手にとって、あなただけのオリジナルディスプレイを楽しんで。



80名様

小池健輔

1980年愛知県生まれ。2004年Accademia di Belle Arti（イタリア）卒業、2007年IUAV University, Faculty of Arts and Design（イタリア）卒業。フォトコラージュ、インスタレーション、彫刻、ビデオアートなど様々な表現方法で作品を発表している。2005年より、イタリアを中心にドイツ、アメリカ、カナダ、スロベニアなどで多くのグループ展、個展を開催。イタリア・ヴェネチア在住。オブジェについて詳しくは<https://www.instagram.com/p/B9QvMHWIAPR>をチェック！



C賞

デロンギ オリジナルエコバッグ

デロンギのロゴとブランドスローガン”Better Everyday”が印字された、シンプルで使いやすいシックなデザインのエコバッグ。小さく丸めて持ち運びも簡単、お買い物やお出かけにもぴったりのデザインです。



200名様

本キャンペーンの詳細ならびに応募規約については、キャンペーンサイトをご確認ください。

キャンペーンサイト：<https://kitchen.delonghi.co.jp/campaign/tributo/>

『デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル』

※2020年3月3日（火）に発売開始したモデルです。

Icona TRIBUTO



**KBO1200J-TDP
VIGORE (ヴィゴレ)**
イタリアの大胆なアートと現代の
スピード感を表現したデザイン



**KBO1200J-TSC
SERENITA (セレニタ)**
日本らしい控えめなデザインの中に
イタリアニティをとり入れたデザイン

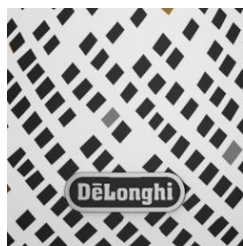
【製品情報】

- 製品名 : デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル
- 型式番号 : KBO1200J-TDP / KBO1200J-TSC
- 本体色 : VIGORE (ヴィゴレ) / SERENITA (セレニタ)
- 希望小売価格 : オープン価格
- 特設HP : <http://kitchen.delonghi.co.jp/products/kettle/iconatributokettle.html>

■製品特長：デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル(KBO1200J)

デロンギのロングセラー商品「アイコナ」シリーズに、イタリアと日本の文化、その美しく豊かなデザインを融合させました。

デロンギ初の 柄加工



これまでにない、鮮やかな柄を
実現しました。

使いやすく見やすい水量計



0.5L / 0.75L / 1.0Lの3段階の
目盛りがついた水量計。
取っ手側にあり、一目で入れた
水の量がわかります。

自動電源オフ、 安全な空だき防止機能



沸き上がり時やケトルを電源
ベースから持ち上げた時、自動
的に電源オフ。空だき防止機能
付きです。

ふたの間口が広く、 お手入れも簡単



広口タイプで中まで洗えます。
注ぎ口のフィルターは埃の侵入
を防ぎ取り外し可能なので、
お手入れも簡単です。

| 製品名 | デロンギ アイコナ・トリブート 電気ケトル |
|-------------|--|
| 型式番号 本体色 | KBO1200J-TDP : VIGORE (ヴィゴレ) KBO1200J-TSC : SERENITA (セレニタ) |
| 寸法 | 幅×奥行×高 : 210 × 165 × 235 (mm) |
| 容量 | 1.0L |
| 本体重量 | 1.1kg (本体+ベース) |
| 電圧・周波数 | AC100V ・ 50-60Hz |
| 消費電力 | 1200W |
| コード長 | 1.3m |

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。コーヒーマシン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、ドリップコーヒーマ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マーカー売上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