

人気声優の津田健次郎さん・モデルのチバユカさんが 「ゼロ風暖房」のデロンギヒーター新TVCMに初登場

2021年11月19日（金）より放映開始

本日10月14日（木）よりWEBで動画を先行公開！



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、声優の津田健次郎さんと、モデルのチバユカさんを起用したTVCM「私はゼロ風」篇（15秒）を、2021年11月19日（金）より放映します。また、本日10月14日（木）より、デロンギヒーター特設サイトにて、動画を先行公開いたします。

今回の新TVCMでは、デロンギヒーターは温風を出さずに部屋全体を暖める「ゼロ風暖房」で、肌も喉も乾燥しにくいという最大の特長を伝えるため、仕事柄、日頃から特に乾燥を気に掛けている、幅広い世代に人気の声優である津田健次郎さん、マルチに活躍するモデルのチバユカさんを起用しました。CMでは、暖房の悩みとして津田さんは喉の乾燥、チバユカさんは肌の乾燥と答える中、喉も肌も乾燥しにくい「ゼロ風暖房」のデロンギヒーターを置いた暖かい部屋で、お二人が快適にくつろぐ様子が描かれています。津田さんの低音ボイスの魅力的なナレーション、また、チバユカさんの美しい横顔にもぜひご注目ください。

新TVCM登場モデルの「デロンギマルチダイナミックヒーターWi-Fiモデル（MDHAA15WIFI-BK）」は、2020年9月1日発売の製品で、iOSに加えAndroid™ OS搭載のスマートフォンからの操作が可能です。また、Googleアシスタント、Amazon Alexa 搭載のスマートスピーカーによる音声操作が可能で、就寝中の温度管理にも対応した機能MySleepをアプリ内に搭載し、良質な睡眠環境を整えます。さらに、今冬より、アプリの新機能として、GPSの位置情報で一定のエリアに入るとき/出るときのヒーターのON/OFFや温度条件の設定、Siriを介した音声コントロールが可能となり、汎用性が向上しました。

デロンギヒーターは1974年に誕生し47年間、世界70ヶ国以上で愛用されています。デロンギヒーターは、温風を使わない「ゼロ風暖房」のため、肌も喉も乾燥しにくいという特長に加え、ほこりを巻き上げず、発火・燃焼もないので空気を汚しません。さらに、やけど・火事が起こりにくい安全設計で、幅広い世代の皆様選ばれ続けています。

新TVCM動画はデロンギヒーター特設サイトでも公開：<https://oilheater.delonghi.co.jp/>

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

新TVCM動画について

《CM制作背景》

今回の新TVCMでは、デロンギヒーターは温風を出さずに部屋全体を暖める「ゼロ風暖房」で、乾燥しにくいという最大の特長を視聴者に分かりやすく身近なものとして伝えるため、仕事柄、日頃から特に乾燥を気に掛けている人気タレントの2人を起用しました。喉の乾燥を気にするアイコンとして、幅広い世代に人気の声優である津田健次郎さん、そして肌の乾燥を気にするアイコンとして、マルチに活躍するモデルのチバユカさんが出演しています。

《CMの見どころ》

暖房の悩みとして声優の津田さんは喉の乾燥、モデルのチバユカさんは肌の乾燥と答える中、乾燥を感じさせない「ゼロ風暖房」のデロンギヒーターを置いた暖かい部屋で、お二人が快適にくつろぐ様子が描かれています。津田さんの低音ボイスの魅力的なナレーション、また、チバユカさんの美しい横顔にもぜひご注目ください。

《TVCMご出演 津田健次郎さん、チバユカさんコメント》

Q. 今回のTVCM起用や、撮影の感想をお聞かせください。

津田さん：スタッフの皆様がテキパキと準備して下さっていたのでとてもスムーズに撮影出来たと思います。カット毎にとても丁寧に絵作りをされていて、撮影中ずっと楽しかったです。

チバユカさん：デロンギのCMに出演することができてとても光栄です。エアコンの風で乾燥しやすい事に悩んでいたの、今回の製品は魅力がなく、おうちで使いたくなりました。

Q. 部屋全体を暖めることができるのが、デロンギヒーターの特長ですが、最近心が温まった出来事などあれば教えてください。

津田さん：最近仲良くなってきた現場の若いスタッフさんが、自分の夢を教えてくれた事。なんだかとても嬉しくなりました。

チバユカさん：2年近く帰省できていないので、実家で飼っている大好きなネコの動画が家族から送られてくると、とても心が温まります。早く会いたいな～と思いながら、永遠に見れちゃいます。

Q. 今年の秋冬はデロンギのヒーターでおうちで暖まることも増えるかと思いますが、コロナ禍でおうち時間も増えたかと思いますが、おうち時間では何をすることが多いですか？

チバユカさん：漫画を読んだりアニメを観ることが多いですが、最近は色々な事を知りたくて実用書を読むことが増えました。今年の冬はデロンギのヒーターで暖かくなったお部屋で、ゆったりとリラックスしながら過ごしてみたいなと思っています。

《CM概要》

- ・タイトル : 「私はゼロ風」篇 (15秒)
- ・出演 : 津田健次郎 (声優)、チバユカ (モデル)
- ・放映開始日 : 2021年11月19日 (金)
- ・放映エリア : 関東・中京・関西・札幌・福島・広島・仙台

新TVCM動画はこちら

2021年10月14日 (木) より、特設サイトで公開：<https://oilheater.delonghi.co.jp/>

新TVCM出演タレント

津田 健次郎 (つだけんじろう) さん プロフィール



6月11日生まれ、大阪府出身。
 アニメ、吹替、ナレーターなどの声優業・舞台や映像の俳優業を中心に、映像監督や作品プロデューサーなど幅広く活動している。第15回（2020年度）声優アワード主演男優賞受賞。
 主な出演作品に、アニメ『呪術廻戦』『遊☆戯☆王デュエルモンスターズ』『テニスの王子様』『ゴールデンカムイ』、吹替では映画「スター・ウォーズ」シリーズのカイロ・レン役などがある。
 2021年もNetflixオリジナルアニメ『極主夫道』主人公・龍役、『劇場版 呪術廻戦 0』七海建人役など、注目作へ多数出演。9月よりデロンギ全自動コーヒーマシン新TVCMのナレーションも担当。

チバユカさん プロフィール



1992年8月21日生まれ、岩手県出身。
 モデルとして雑誌や広告で活躍のほか、CM、MVに出演。
 主な出演作品に、2019年NIKE「Just Do it.」、2017年 King Gnu「Vinyl」のMVなどがある。
 モデル業としては、独特かつアンニュイな佇まいでどんな洋服を着てもおしゃれでモードに魅せる事が出来る。
 話題作に出演するなど、マルチに活躍しており、今後の活躍も期待される。

新TVCM登場モデル

最新のアプリ機能で、さまざまな操作が可能になったデロンギのマルチダイナミックヒーター最上位モデル。今冬、GPSやSiriと連動したアプリの新機能が加わり、より快適な操作が可能に。









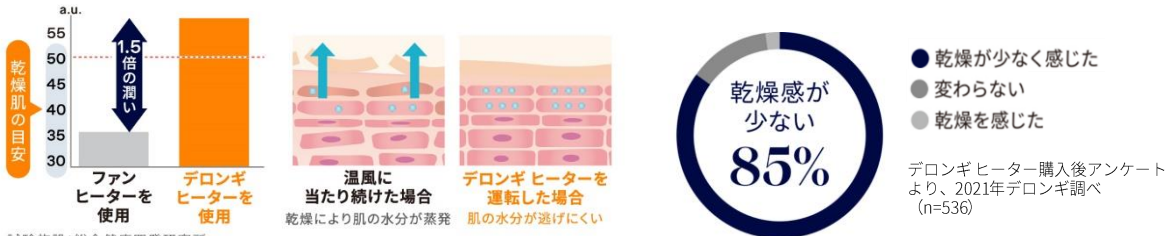
製品名 : デロンギ マルチダイナミックヒーター Wi-Fiモデル
 型式番号 : MDHAA15WIFI-BK
 本体色 : ピュアホワイト+マットブラック
 価格 : オープン
 製品Webサイト : <https://oilheater.delonghi.co.jp/product/mdhaa15wifi-bk.html>

※2020年9月に発売した製品。2021年9月にアプリ新機能を追加。

- Apple、Appleロゴ、Siriは米国およびその他の国におけるApple Inc.の登録商標です。
 - App StoreはApple Inc.のサービスマークです。
 - Android、Googleアシスタント、Google PlayおよびGoogle PlayロゴはGoogle LLCの商標です。
 - AlexaはAmazon.com Inc.またはその関連会社の登録商標です。

「ゼロ風暖房」のデロンギヒーターは肌も喉も乾燥しにくい

デロンギヒーターは温風を出さないから水分を奪われることがほとんどなく、肌の水分量をしっかりキープ。また、エアコンやファンヒーターに比べて、デロンギヒーター使用時は喉の乾燥感が少なくなったと実感頂いています。



試験施設: 総合健康開発研究所
 非盲検クロスオーバー比較試験、開始30分後の肌の水分量を測定。
 温度: 24°C設定、湿度: 50%設定、被験者: 乾燥肌の20~40代女性 (n=5)

新TVCM「私はゼロ風」篇（15秒）ストーリーボード

#1



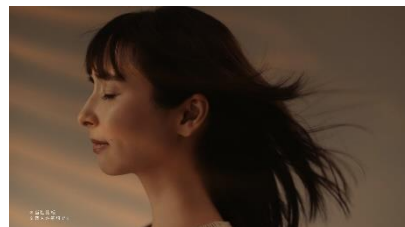
津田さん：
喉の乾燥が…

#2



チバユカさん：
肌もカサカサ…

#3



チバユカさん：
暖房の風って、乾燥しますよね。

#4



津田さん：
デロンギは、ゼロ風暖房。乾燥しにくく、部屋全体を暖める。

#5



#6



#7



#8



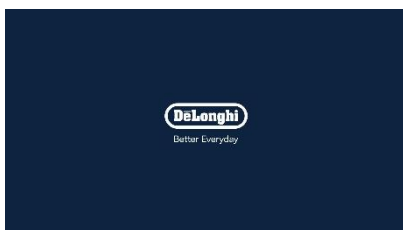
津田さん：
デロンギは、ゼロ風暖房。

#9



津田さん：
わたしはゼロ風

#10



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