

10月1日はコーヒーの日【コーヒーの飲用調査 2022年度版】

4人に3人が「毎日」自宅でコーヒーを飲む！

約3割の人がこの1年で「おうちコーヒー」頻度が増加と回答

「自宅で淹れたコーヒーを持ち歩く(約3割)」意向も、 その理由1位は「物価高騰(44.0%)」

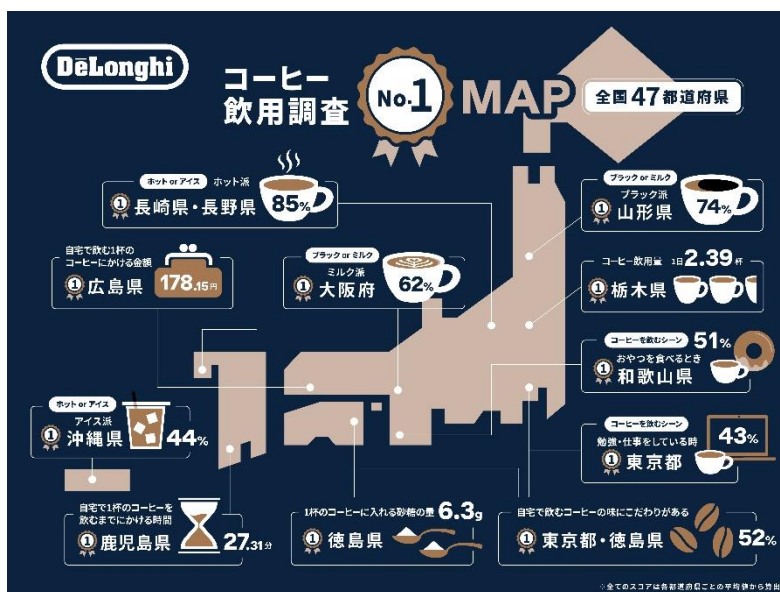
47都道府県調査も実施

コーヒー飲用量・1位「栃木県(1日2.39杯)」／1杯にかける金額・1位「広島県(178.15円)」

ブラック派が多い「東北・北陸」・ミルク派が多い「関西圏」

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1日の「コーヒーの日」に合わせ、全国47都道府県から20～69歳の男女100人ずつ、計4,700人の「週1回以上自宅でコーヒーを飲む人」を対象に、「コーヒーの飲用調査 2022年度版」を行いました。

リモートワークの定着や行動制限の緩和など、ウィズコロナの生活変化は、人々とコーヒーの関係にも変化をもたらしています。新たな楽しみ方や流行など、コーヒーへのこだわりやニーズもさらに多様化する2022年のコーヒーの飲用実態を調査しました。主な調査結果は以下のとおりです。



- 「おうちコーヒー」を楽しむ人が増加！4人に3人が「毎日」飲むと回答
- 3割がこの1年で自宅でコーヒーを飲む頻度が増加。コーヒーを飲む場所は「自宅」が最多の6割
- 「自宅で淹れたコーヒーを持ち歩く」意向がある人は3割！その理由1位は「物価高騰」
- 「飲用量」トップは「栃木県」！最下位の「長野県」は量や回数より「質」を重視か
- 「コーヒーが好きすぎてやめられない」人が半数以上！さまざまな「こだわり」も明らかに

<調査概要> ●調査時期：2022年8月17日(水)～8月19日(金) ●調査手法：インターネット調査
 ●デロンギ・ジャパン株式会社調べ【実務委託先：楽天インサイト(2022年8月)】
 ●調査対象：20～69歳の週1回以上自宅でコーヒーを飲んでる男女4,700人(各都道府県男女均等割付)
 ※本調査では、小数第2位を四捨五入しています。そのため、数字の合計が100%とならない場合があります。

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

1. 「おうちコーヒー」 需要の増加と物価高騰の影響

「おうちコーヒー」 を楽しむ人が増加中！

■ 4人に3人が「毎日」自宅でコーヒーを飲む！ 3割の人が「おうちコーヒー」の頻度が増加

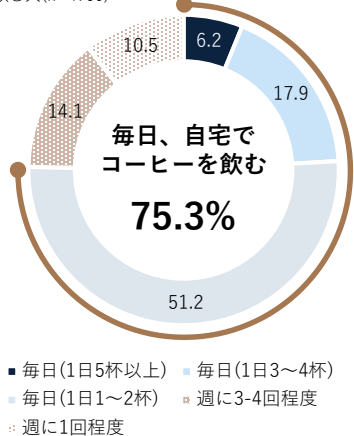
「週に1回以上自宅でコーヒーを飲む人(=全体)」に、自宅でコーヒーを飲む頻度を聞いたところ、「毎日」飲む人の合計は75.3%で、4人に3人が毎日おうちコーヒーを楽しんでいると分かりました。

この1年での自宅でコーヒーを飲む頻度の変化は、30.6%が「増えた」(「かなり増えた」「増えた」の合計)と回答。「1日5杯以上の飲用者(全体の6.2%)」は44.4%と4割以上が「増えた」と回答し、「減った」人はわずか1.5%にとどまる一方、「1日1杯未満の飲用者(全体の24.6%)」では、「増えた」が21.4%であるのに対し「減った」も19.0%で、いずれも約2割となりました[グラフ2]。「おうちコーヒー」の飲用習慣は、飲む頻度によって二極化が進んでいるといえそうです。

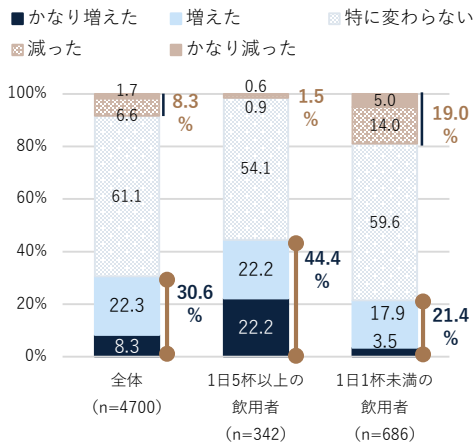
また、自宅内外でコーヒーを飲むことが最も多い場所では、60.9%が「自宅」と回答[グラフ3]しており、「おうちコーヒー」は、多くの人にとって毎日の習慣となっているようです。

[グラフ1] 自宅でコーヒーを飲む頻度

(単一回答) 全体=週に1回以上コーヒーを飲む人(n=4700)

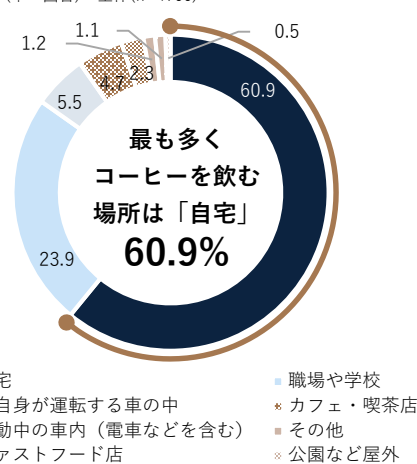


[グラフ2] この1年での、自宅でコーヒーを飲む頻度の変化(コーヒー飲用頻度別)



[グラフ3] 最も多くコーヒーを飲む場所

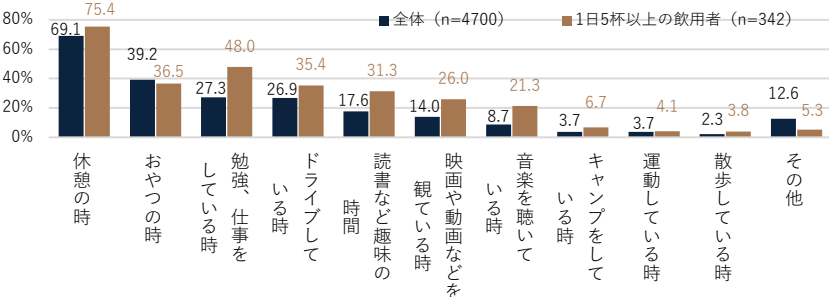
(単一回答) 全体(n=4700)



■ 多様な趣味時間にも！日常生活の様々なシーンをコーヒーと共に過ごす

コーヒーは、1位「休憩の時」(69.1%)、2位「おやつの時」(39.2%)など、くつろぐシーンで多く飲まれています。一方、「1日5杯以上の飲用者(全体の6.2%)」は、全体と比べて「勉強、仕事をしている時」(48.0%)で20.7ポイント、「読書など趣味の時間」(31.3%)で13.7ポイント、「映画や動画などを観ている時」(26.0%)で12.0ポイント、「音楽を聴いている時」で12.7ポイント多く、趣味などとともにコーヒーを楽しむ方も多くいます[グラフ4]。また就寝前にコーヒーを飲む人も2割以上いるという調査結果も出ており、「コーヒーが生活の一部になっている」層とも言えそうです。

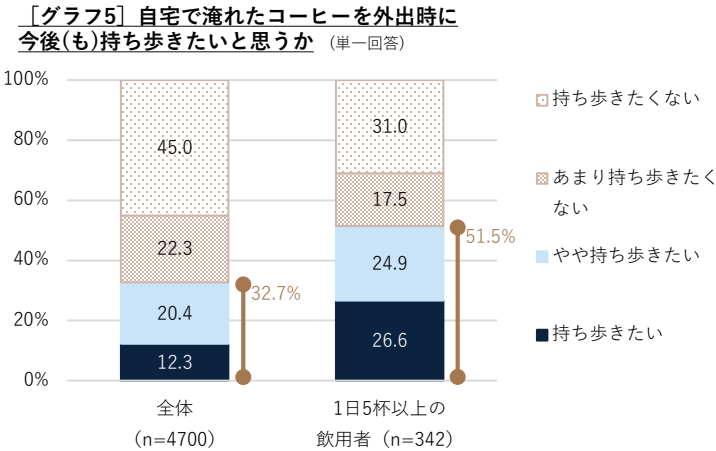
[グラフ4] コーヒーを飲むシーン (複数回答)



今後「自宅で淹れたコーヒーを持ち歩きたい」人は3割以上！最多の理由は「物価高騰」

■ 3割以上が「今後自宅で淹れたコーヒーを持ち歩きたい」

自宅で淹れたコーヒーを「外出時に今後(も)持ち歩きたいか」を聞いたところ、32.7%が「持ち歩きたい」「やや持ち歩きたい」の合計)と回答。「1日5杯以上の飲用者(全体の6.2%)」では、51.5%と5割以上となりました [グラフ5]。



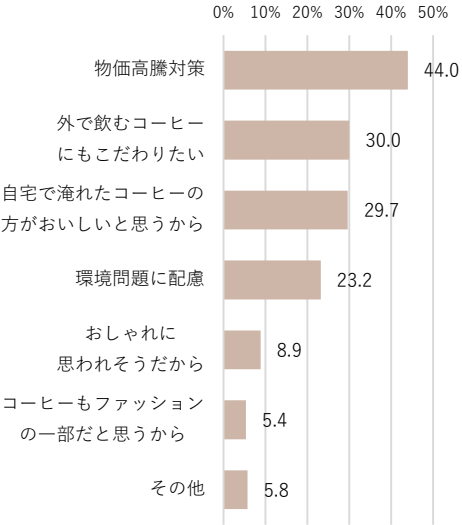
■ 「自宅で淹れたコーヒーを持ち歩きたい」理由の1位は「物価高騰対策」

自宅で淹れたコーヒーを、「現在持ち歩いている・今後持ち歩きたい」と回答した人にその理由を聞くと、最も多かったのは「物価高騰対策(カフェや喫茶店のコーヒー価格が値上がりした)」(44.0%)で、4割以上となりました。ロシアのウクライナ侵攻の影響によるエネルギーや食料品価格の高止まり、また、急速に進んだ円安による輸入物価の上昇は、家計にも大きな打撃を与えており、「自宅で淹れたコーヒーを持ち歩きたい」という気持ちにもつながっているようです。

「外で飲むコーヒーにもこだわりたい」(30.0%)、「自宅で淹れたコーヒーの方がおいしいと思うから」(29.7%)も約3割となりました。特に60代は「自宅で淹れたコーヒーの方がおいしいと思う」(43.4%が全体より13.7ポイント高く、外でも自分好みのコーヒーを飲みたい人が多いようです [グラフ6]。

自由回答では「飲みたいときに飲める」という声が多く挙がり、「デカフェ(カフェインレス)」など、外でもこだわりのコーヒーを飲みたいという声も寄せられました。

[グラフ6] 自宅で淹れたコーヒーを持ち歩く理由 (複数回答) (n=1581、自宅で淹れたコーヒーを現在持ち歩いている、今後持ち歩きたい方)



	n	物価高騰対策	外で飲むコーヒーにもこだわりたい	自宅で淹れたコーヒーの方がおいしいと思うから	環境問題に配慮	おしゃれに思われそうだから	コーヒーもファッションの一部だと思うから	
全体	1581	44.0	30.0	29.7	23.2	8.9	5.4	
年代	20代	432	40.5	38.4	23.6	25.5	14.6	7.4
	30代	369	50.9	30.6	28.2	21.7	9.8	5.4
	40代	319	42.9	29.8	29.2	21.6	6.6	4.7
	50代	265	42.3	21.1	32.1	21.5	4.9	3.8
	60代	196	42.3	23.0	43.4	26.0	3.6	4.1

「自由回答」 自宅で淹れたコーヒーを持ち歩く理由

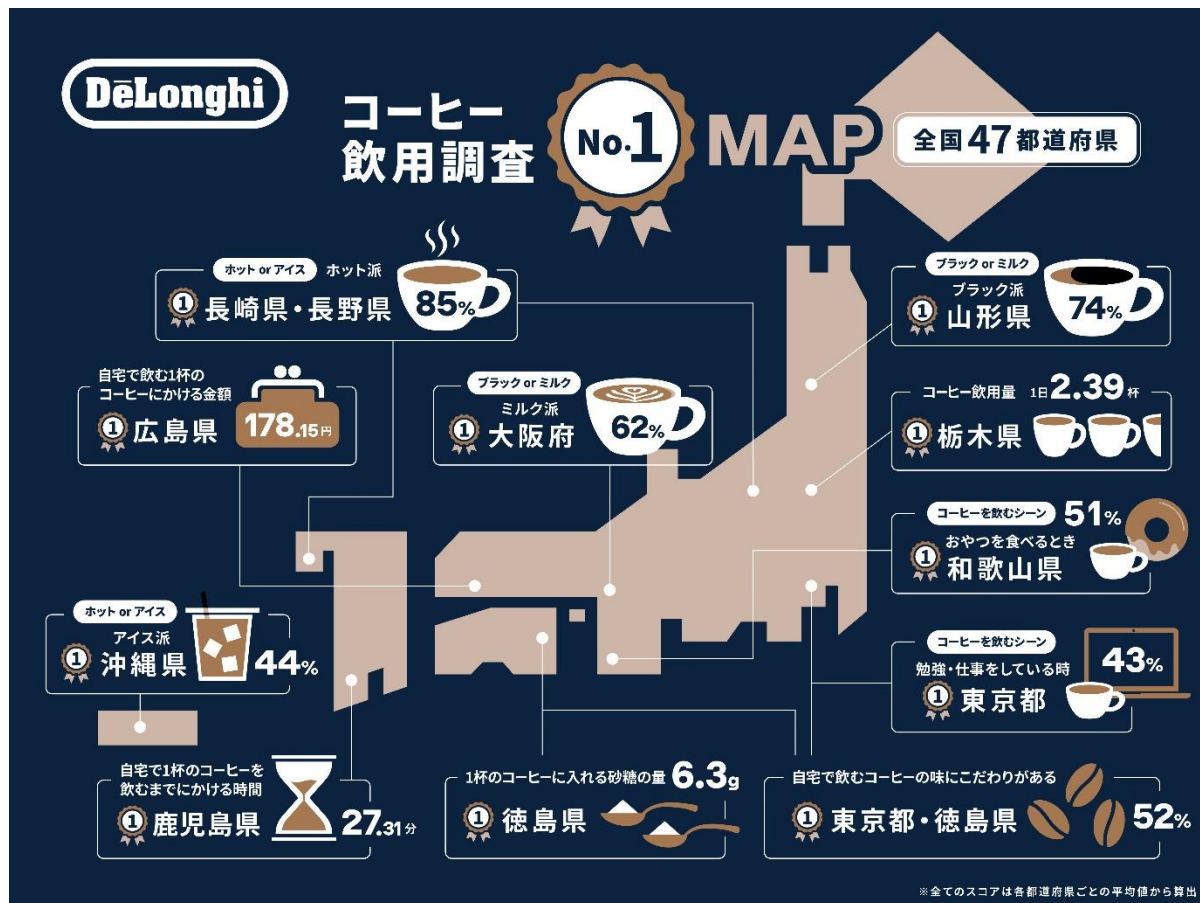
- 「飲みたい時に好きな量を飲めるから」(女性60代/山形県)
- 「外で飲みたくなったときにすぐに飲めるから」(男性50代/徳島県)
- 「コンビニがないようなところへ出かけた時でもコーヒーを飲みたいから」(男性40代/岐阜県)
- 「カフェインレスがあまり売っていないから」(女性30代/広島県)



II. 都道府県別コーヒーランキング

地域や都道府県ごとに異なる、コーヒーの好みや向き合い方を一挙公開！

今年新たに行った全国47都道府県調査では、異なる地勢や気候風土を有するそれぞれの都道府県・地域によってコーヒーの好みや向き合い方の違いが見えてきました。



- 「コーヒー飲用量」 全国平均 2.11杯/日
1位「栃木県」2.39杯/日(週当たり16.70杯!)・47位「長野県」1.76杯/日
- 「ホット派」 全国平均 70.6% 「アイス派」 全国平均 29.4%
「ホット派」1位「長野県」「長崎県」85.0%・「アイス派」1位「沖縄県」44.0%
- 「ブラック派」 全国平均 60.6% 「ミルク派」 全国平均 39.4%
「ブラック派」1位「山形県」74.0%・「ミルク派」1位「大阪府」62.0%
▶ 「ブラック派」は東北・北陸の県が上位に。「ミルク派」は関西圏に集中
- 「砂糖を入れる量(一杯あたり)」 全国平均3.99g
1位「徳島県」(6.3g)・47位「新潟県」(3.0g)
- 自宅で1杯のコーヒーを飲むまでにかける「時間」 全国平均(16分36秒) 1位「鹿児島県」(27分19秒)
- 自宅で1杯のコーヒーを飲むのにかかる「金額」 全国平均(95.41円) 1位「広島県」(178.15円)

47都道府県別調査【コーヒーの飲用量・好み】

■ 「コーヒー飲用量」 1位「栃木県」2.39杯／日・47位「長野県」1.76杯／日・全国平均2.11杯／日

1位の「栃木県」は、勉強・仕事の時(27.0%)や休憩の時(63.0%)など、日常生活の習慣としてコーヒーを飲む人が多いと推測できます。また、自家用乗用車の一人当たり保有台数が全国2位*1の栃木県は飲用シーンの「ドライブをしている時」(36.0%)が2位にランクイン。

最下位の「長野県」は、「香りにこだわる」(36.0%)で2位、「ホット派」(85.0%)で1位、「飲む場面による役割に違いがある」51.0%で1位と、量や回数よりも質を重視していることがうかがえます。

[自由回答] 飲む場面により異なるコーヒーに求める役割

- 「1日の始まりは濃い味、昼間はリラックスできる甘いもの」(男性40代/福岡県)
- 「休憩はデカフェ。気合いを入れる時は濃いめのカフェオレ」(女性30代/茨城県)
- 「山登りの時、山頂で達成感を味わうため」(女性60代/香川県)
- 「朝はルーティンを保つため。昼はお口直し」(女性20代/東京都)
- 「おやつ時は深煎り、朝は浅煎りでカフェイン量を意識」(男性20代/神奈川県)



[表1] コーヒー飲用量 ※加重平均で算出

コーヒー飲用量(平均)		
1位	栃木県	2.39杯
2位	東京都	2.36杯
3位	奈良県	2.32杯
~~~~~		
44位	京都府	1.84杯
	鹿児島県	
46位	千葉県	1.77杯
47位	長野県	1.76杯
全国平均	2.11杯	

(※1) 出典：一般社団法人 自動車検査登録情報協会 <https://www.airia.or.jp/publish/file/r5c6pv00000wkrb-att/r5c6pv00000wkrq.pdf>

### ■ 「ホット派」 1位「長野県」「長崎県」85.0%(全国平均70.6%)

「アイス派」 1位「沖縄県」44.0%(全国平均29.4%)

「気温や天気などを問わない」という条件での質問でしたが、「ホット派」1位は避暑地として有名な「長野県」と、「香りにこだわる」1位の「長崎県」。「アイス派」1位は日本一温暖な「沖縄県」に。

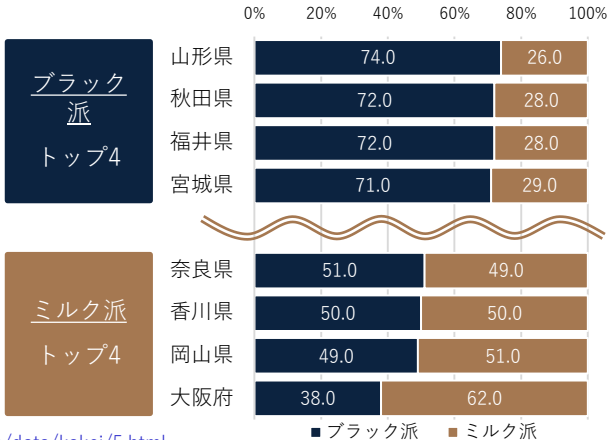
### ■ 「コーヒーの好み」ブラック派が多い「東北・北陸」・ミルク派が多い「関西圏」

地域ごとに「ブラック派」「ミルク派」と、好みの差がはっきりと分かれる結果となりました [グラフ7]。「ブラック派」1位の「山形県」(74.0%)は「ドリップコーヒー好き」(69.0%)でも1位に。

「ミルク派」1位の「大阪府」(62.0%)は、「カフェオレ好き」(30.0%)でも1位に。一方、「砂糖を入れる量」では関西圏は上位にランクインせず、甘みとミルク好きの関連性はみられませんでした。

「コーヒーを飲むタイミング」は「ブラック派」の多い東北では「朝食後」(42.9%)が、「ミルク派」の多い関西圏は「朝食時」(42.8%)が多いようです。総務省の家計調査によると、パンの消費量*2では1位の神戸市、2位の京都市をはじめ関西圏の都市が上位に多く、「パン食」を好むエリアで「ミルク」メニューが好まれていることが分かります。

[グラフ7] ブラック派/ミルク派



(※2) 出典：総務省統計局 家計調査 (2019年~2021年平均) <https://www.stat.go.jp/data/kakei/5.html>

## 47都道府県別調査【コーヒーのこだわり・向き合い方】

### ■「コーヒーを飲むシーン」

- 「**おやつの時**」 **1位「和歌山県** (51.0%)
- 「**東京都**」はコーヒーを飲むシーンの4項目で1位という結果に。またそれ以外にも「飲用量」(平均2.36杯/日)2位、「味にこだわる」(52.0%)1位にもランクインしており、こだわりの趣味×コーヒーを楽しんでいる、コーヒー好きが多いようです。
  - ・ 「**映画や動画などを見ている時**」 **1位** (24.0%)
  - ・ 「**勉強・仕事をしている時**」 **1位** (43.0%)
  - ・ 「**音楽を聴いている時**」 **1位** (18.0%)
  - ・ 「**読書など趣味の時間**」 **1位** (26.0%)
- シーン別に見ると、「**ドライブの時**」にコーヒーを飲む割合は、鉄道網が発達している首都圏は低く、地方ほど高い結果に。

[表2] ドライブの時に飲む

ドライブの時に飲む		
1位	福井県	38.0%
2位	栃木県	36.0%
3位	山形県	34.0%
	徳島県	
44位	神奈川県	19.0%
45位	宮城県	18.0%
	大阪府	
47位	東京都	13.0%

### ■自宅で1杯のコーヒーを飲むまでにかける「時間」

- **全国平均** 16分36秒
- **1位「鹿児島県** (27分19秒)
  - ・ 少量のコーヒーを時間かけて淹れて飲む傾向!?
  - ・ 「**飲用量**」44位 (1.84杯/日)
- **47位「徳島県** (11分7秒)
  - ・ 「**飲用量**」4位 (2.31杯/日)
  - ・ 「**砂糖を入れる量**」1位 (6.3g)

### ■自宅で1杯のコーヒーを飲むのにかける「金額」

- **全国平均** 95.41円
- **1位「広島県** (178.15円)
  - ・ こだわり派が多く、かかる金額もアップ!?
  - ・ 「**淹れ方にこだわる**」1位 (17.0%)
  - ・ 「**豆の焙煎実施意向**」1位 (24.0%)
- **47位「三重県** (60.69円)
  - ・ こだわりより「疲れをとる」目的で飲む人が多い!?
  - ・ 「**一息つきたいから飲む**」1位 (60.0%)

[表3] 自宅で1杯のコーヒーを飲むためにかける「時間」「金額」

自宅で1杯のコーヒーを飲むまでにかける時間(平均)					自宅で1杯のコーヒーを飲むのにかける金額(平均)						
1位	鹿児島県	27分19秒	43位	岩手県	12分29秒	1位	広島県	178.15円	43位	宮崎県	68.01円
2位	福島県	26分16秒	44位	山口県	12分20秒	2位	鹿児島県	140.94円	44位	和歌山県	67.75円
3位	茨城県	25分57秒	45位	岡山県	12分5秒	3位	新潟県	133.70円	45位	北海道	65.98円
4位	愛知県	22分19秒	46位	広島県	11分45秒	4位	東京都	122.85円	46位	群馬県	65.78円
5位	神奈川県	21分26秒	47位	徳島県	11分7秒	5位	奈良県	121.76円	47位	三重県	60.69円

● 江戸時代初期(1640年代)、長崎の出島に日本に初めてコーヒーが伝えられたといわれているが、「**長崎県**」は「**香りにこだわる**」(37.0%)で1位、「**味にこだわる**」(48.0%)で4位にランクインし、「**こだわり派**」多い傾向がうかがえる。 ※出典：社団法人全日本コーヒー協会：<http://www.katocoffee.com/agca/library/story09.html>

### Ⅲ. コーヒーの新たなこだわり

## 「おうちコーヒー」のこだわり1位は「味」！

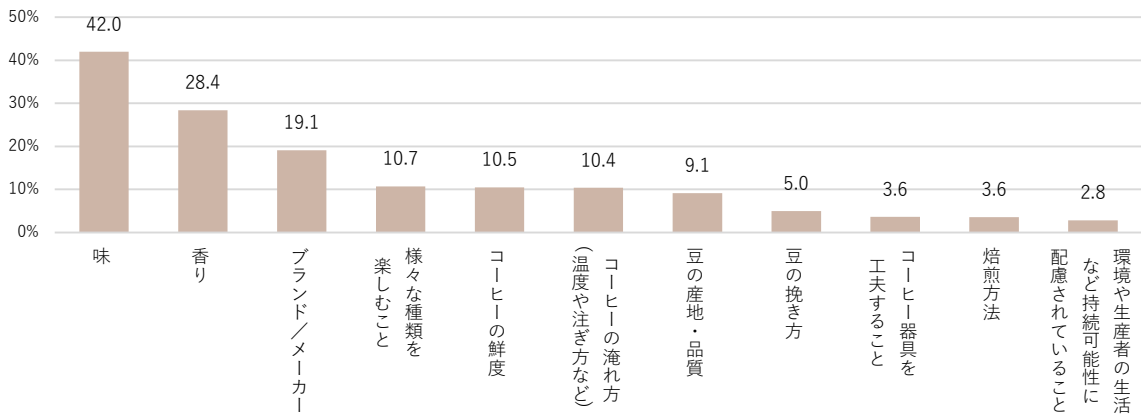
### ■ 4割が「味」、3割が「香り」、2割が「ブランド／メーカー」にこだわりあり！

自宅で飲むコーヒーについてのこだわりは、1位「味」(42.0%)は4割以上が、2位「香り」(28.4%)は約3割が、3位「ブランド／メーカー」(19.1%)は約2割が回答しました。4位には「様々な種類を楽しむこと」(10.7%)がランクイン。自宅で飲むコーヒーの幅を広げたい意向も感じられます。

「コーヒーの鮮度」(10.5%)、「コーヒーの淹れ方」(10.4%)、「豆の産地・品質」(9.1%)もそれぞれ約1割が回答しており、思い思いのこだわりが感じられます [グラフ8]。

自由回答では妊娠・授乳中など様々な理由から「デカフェ(カフェインレス)」にこだわるとの声が多く、次いで「オーガニック」という回答も多く寄せられました。添加物等に気を付けつつ、健康的にコーヒーを飲みたいという意向があるようです。

【グラフ8】 自宅で飲むコーヒーについてこだわっていること (複数回答) 全体(n=4700)



### 【自由回答】 自宅で飲むコーヒーについて、特にこだわっていることや、独自のこだわりポイント

- 「オーガニックであること」(女性30代／北海道)
- 「香料等がなるべく使われていないもの」(男性40代／長野県)
- 「カフェインが少なめでおいしいこと」(女性50代／長野県)
- 「授乳中のため、デカフェ」(女性30代／岐阜県)
- 「添加物に気を付ける」(女性30代／沖縄県)

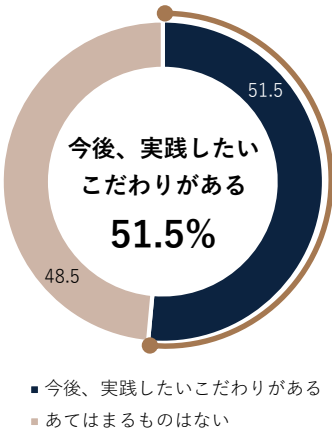


# 4人に1人がコーヒーの「アイスメニュー」のこだわり実施意向あり！ 「おうちコーヒー」を用意する際、「豆から挽く派」は約2割

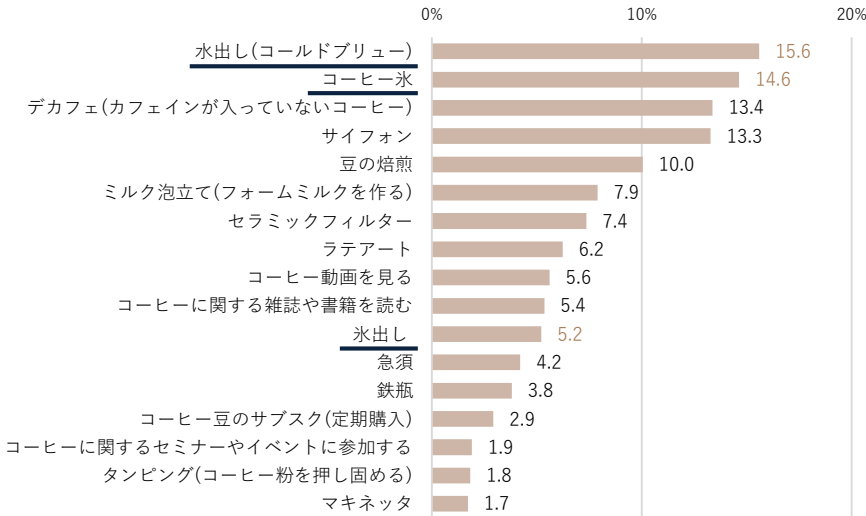
## ■ 5割以上が「実践したいこだわり」アリ。「アイスメニュー」のこだわりが伸長か

コーヒーについて今後実践したいこだわりがある人は51.5%と、5割を超えました [グラフ9]。具体的には、「水出し(コールドブリュー)」(15.6%)が最も多く、2位にはコーヒーを凍らせて作る「コーヒー氷」(14.6%)がランクイン。通常の氷を使用してアイスコーヒーやアイスカフェオレなどを作ると徐々にコーヒーが薄まってしまいう懸念に対して、「コーヒー氷」を使用することで薄まらず、おいしさをより保てるという点が話題です。氷が溶ける速度とともにじっくりと抽出する「氷出し」(5.2%)と合わせて、3点いずれかの「アイスメニュー」を選択した人は26.4%と4人に1人以上となり、「アイスコーヒー派」のこだわり実践は、今後増加する可能性が感じられます [グラフ10]。

[グラフ9] コーヒーについて実践したい  
こだわりが (単一回答) 全体(n=4700)



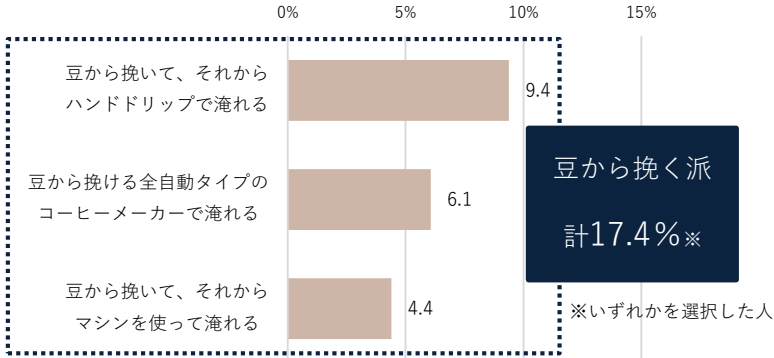
[グラフ10] コーヒーについて、今後実践していきたいもの (複数回答) 全体(n=4700)



## ■ 約2割が「おうちコーヒーは豆から挽く派」！

自宅で飲むコーヒーの用意方法について、「豆から挽いて、それからハンドドリップで淹れる」、「豆から挽ける全自動タイプのコーヒーメーカーで淹れる」、「豆から挽いて、それからマシンを使って淹れる」のいずれかを選択した人を「豆から挽く派」と定義すると、いずれかを選択した人は合計17.4%でした。約2割が自宅で豆を挽き、ひと手間かけたこだわりのコーヒーを楽しんでいるようです [グラフ11]。

[グラフ11] 自宅で飲むコーヒーの用意方法 (複数回答) 全体(n=4700)



また、「豆から挽ける全自動タイプのコーヒーメーカーで淹れる」について、「1日5杯以上の飲用者」は9.4%、「1日3~4杯飲用者」は7.3%と全体より多く、飲用量が多い人ほど全自動コーヒーマシンを使用していることがわかりました。また、エスプレッソコーヒーを「一番よく飲む」と回答した割合が全国1位だった「徳島県」は全自動コーヒーマシンの購入意向も全国1位となりました。



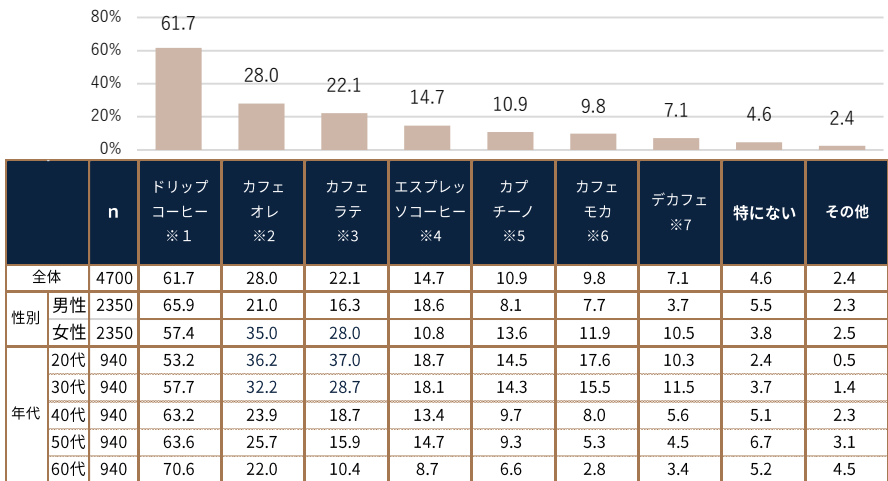
## 若い世代や女性人気を集める「カフェオレ」「カフェラテ」のミルクメニュー 高まる植物性ミルクへの関心。女性注目の「アーモンドミルク」「豆乳」

### ■ 特に20代から人気。自宅で飲みたい「カフェオレ」「カフェラテ」

今後、自宅で飲みたいコーヒーは、「ドリップコーヒー」(61.7%)が1位でした。2位の「カフェオレ」(28.0%)は約3割、3位の「カフェラテ」(22.1%)は2割以上となり、ミルクメニューが人気を集めています。20代、30代で選択する人が多く、特に20代は「カフェオレ」(36.2%)で8.1ポイント、「カフェラテ」(37.0%)では14.9ポイント全体より多く、コーヒーのミルクメニューをより愛する世代であるといえそうです。また、女性は「カフェオレ」で14.0ポイント、「カフェラテ」で11.6ポイント男性より多く、より「ミルク」意向が高いようです。

「1日5杯以上の飲用者」では「ブラック」、「1日1杯未満飲用者」では「ミルク」の割合が高いという傾向も見られました。[グラフ12]。

[グラフ12] 今後、自宅で飲みたいコーヒー (複数回答) 全体(n=4700)



- ※1「ドリップコーヒー」：焙煎されたコーヒー豆、もしくはそれを挽いた粉を使用し、抽出する方法
- ※2「カフェオレ」：ドリップコーヒーにミルクを加えたもの
- ※3「カフェラテ」：エスプレッソコーヒーにミルクを加えたもの
- ※4「エスプレッソコーヒー」：ポンプなどで強制的に圧力をかけて、短時間で一気に抽出する方法
- ※5「カプチーノ」：カフェラテよりもドリップコーヒーの入れるミルクの泡の量が多いもの
- ※6「カフェモカ」：エスプレッソコーヒーにチョコレートシロップと温めたミルクを加えたもの
- ※7「デカフェ」：カフェインが入っていないコーヒー

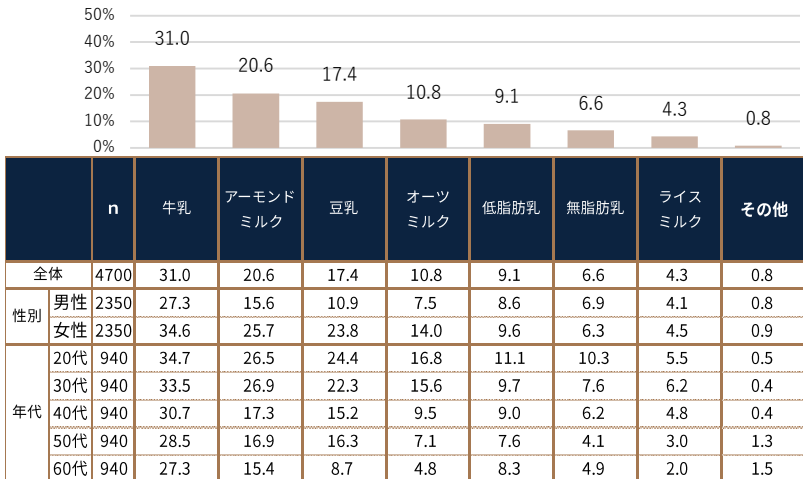
### ■ 「アーモンドミルク」「豆乳」「オーツミルク」など、植物性ミルクへも関心が集まる

また、今後試したいと思うミルクの種類では「牛乳」(31.0%)の人気が高いものの、続く「アーモンドミルク」(20.6%)、「豆乳」(17.4%)、「オーツミルク」(10.8%)も支持を集めています。

「アーモンドミルク」「豆乳」「オーツミルク」といった植物性ミルクへの関心は、20代、30代で特に高く、ヘルシー志向や、コーヒーに合わせるミルクの選択肢の広がり、多様化をより楽しんでいる世代であることがうかがえます。

また、女性は「アーモンドミルク」で10.1ポイント、「豆乳」は12.9ポイント男性より多く、植物性ミルクへの関心や使用意向が高いことが分かりました [グラフ13]。

[グラフ13] 今後試したいと思うミルクの種類 (複数回答) 全体(n=4700)



## 7割以上が「自分に合ったコーヒー」との出会いを求めている

### ■ 5割以上が「コーヒーが好きすぎる」！7割以上が「自分に合ったコーヒー」を求める

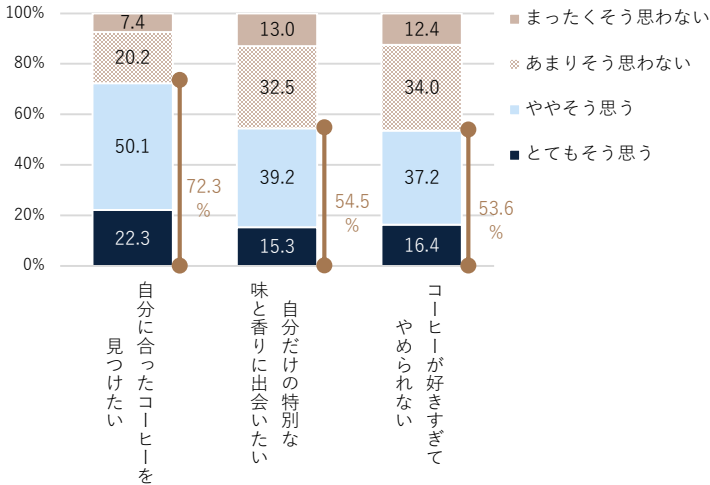
コーヒーとの向き合い方について「自分に合ったコーヒーを見つけたい」人は72.3%と7割以上となりました。

「コーヒーが好きすぎてやめられない」(53.6%)も5割以上と多く、コーヒーへの強い愛情が感じられます。

「自分だけの特別な味と香りに出会いたい」(54.5%)も5割を超え、コーヒーとの特別な出会いを求める人も多い様子が分かりました [グラフ14]。

※数値は「とてもそう思う」「ややそう思う」の合計

[グラフ14] コーヒーとの向き合い方 (単一回答) 全体(n=4700)

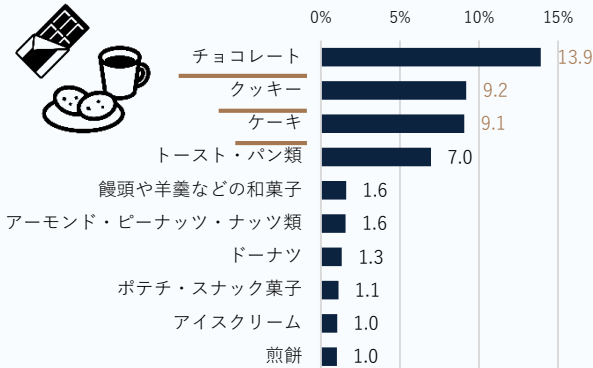


## 「コーヒーのお供」人気No.1は「チョコレート」！

コーヒーを飲む時に一緒に食べる「コーヒーのお供」で1番人気だったのは、「チョコレート」(13.9%)でした。続いて「クッキー」(9.2%)、「ケーキ」(9.1%)と、定番の洋菓子がトップ3に並びます。4位には「トースト・パン類」(7.0%)が唯一の食事系としてランクイン。5位「饅頭や羊羹などの和菓子」(1.6%)、9位「煎餅」(1.0%)と、和菓子と合わせるのも人気があるようです[グラフ15]。

[グラフ15] 好きなコーヒーのお供 トップ10

※自由回答結果をアフターコーディングで定量化し、n数を算出しています(n=9400)



ご自宅で豆から挽いた本格的なコーヒーや、  
ふわふわミルク、ラテメニューが楽しめるデロンギのラインナップ

## ■ “From bean to cup”が特長のデロンギ 全自動コーヒーマシン



## From bean to cup

豆から挽いた極上の一杯を  
デロンギ全自動コーヒーマシン

### 簡単操作で1杯ずつ豆から挽きたての本格コーヒーが楽しめる！

1杯淹れるごとに自動で「豆を挽く」「絶妙にタンピングする」「最適な圧力で抽出する」を行い、本場イタリアの本格派レギュラーコーヒーの味を最大限に実現します。

### コーン式コーヒードラインダー（ミル）搭載

コーン式（円すい形）のグラインダーは低速回転でコーヒー豆を挽くため摩擦熱が発生しにくい構造です。このためコーヒーの命ともいえる揮発性のアロマを逃さずに豆を挽くことができます。また、通常のプロペラ式のミルよりも均一な粒度に挽くことができるため、安定した味を得ることができます。

### 本格ふわふわミルクもワンタッチ「ラテクレマ™システム」搭載

デロンギ独自の自動ミルク泡立て技術「ラテクレマ™システム」搭載。ミルクが最も甘くなる60~65°Cの抽出温度とミルクの泡の美味しい黄金比率を実現。誰でも簡単にふわふわのミルクメニューを楽しめます。

※ECAM55085MS/ECAM46860W/ECAM45760B/ECAM35055B/  
ECAM29064B/ECAM29081TBに搭載。



LatteCrema™  
SYSTEM



## 人気のマグニフィカが進化した新製品が登場！

「デロンギ マグニフィカ イーヴォ 全自動コーヒーマシン」9月30日（金）発売

4つのメニューが  
ワンタッチ。  
ブラックカラーを  
採用した  
ラテクレマ™  
システム搭載の  
エントリーモデル。



ECAM29064B

6つのメニューが  
ワンタッチ。  
チタニウムブラッ  
クカラーを採用し  
たラテクレマ™  
システム搭載の  
エントリーモデル。



ECAM29081TB

製品サイトはこちら

ECAM29064B：<https://barista.delonghi.co.jp/products/ecam29064b.html>

ECAM29081TB：<https://barista.delonghi.co.jp/products/ecam29081tb.html>

そのほか製品ラインナップなど詳細はこちら：<https://barista.delonghi.co.jp/>

## 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、全自動コーヒー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。

## 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年以来18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～2021年12月数量・金額シェア

※2 独立調査機関調べ 2021年1月～12月世界46カ国金額シェア