

ニュートリブレットとはじめる毎日の栄養習慣。
米国発のパーソナルブレンダーブランド
ニュートリブレット（nutribullet®）本格導入
2026年3月17日（火）より4シリーズ新発売



デロンギ・ジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：甲斐 ラース）は、アメリカ・カリフォルニア発のパーソナルブレンダーブランド『nutribullet®（ニュートリブレット）』を2026年より国内市場へ本格導入し、全4シリーズで構成されるラインナップを、2026年3月17日（火）より販売開始いたします。

近年、「好きなこと・やりたいこと」を軸に生活を組み立てる傾向が強まっています。充実した生活を送ることを重視しながら、日々の時間配分を最適化する中で、食事のあり方にも変化が見られます。固定的な1日3食にとらわれず、生活に合わせて柔軟に調整する動きが広がっています。

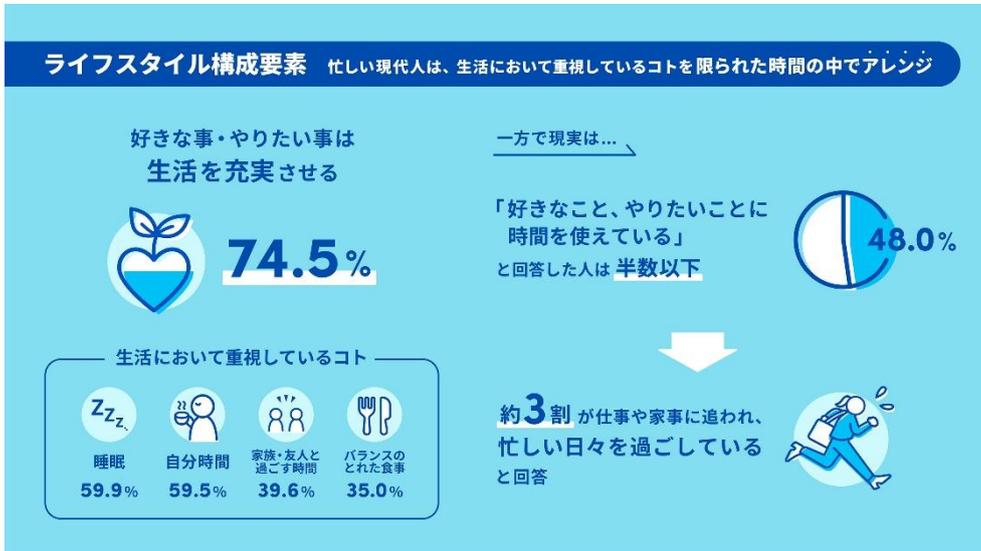
実際に当社が実施した調査では、約6割が週に1回以上「軽く・短時間で済ませる食事」を取り入れていることがわかりました。こうした食スタイルは「0.5食※1」とも称され、その背景には“手間は抑えたいが、栄養は妥協したくない”という意識があることがうかがえます。

『nutribullet®』は、「最大限の栄養を、最小限の手間で。」をコンセプトに、こうした現代のライフスタイルに寄り添うブランドとして、日本市場に新たな選択肢を提案します。

※1) 参照：電通 食生活ラボ「1日3食は、もはや当たり前ではない？時代を象徴する『0.5食』」<https://dentsu-ho.com/articles/8662>

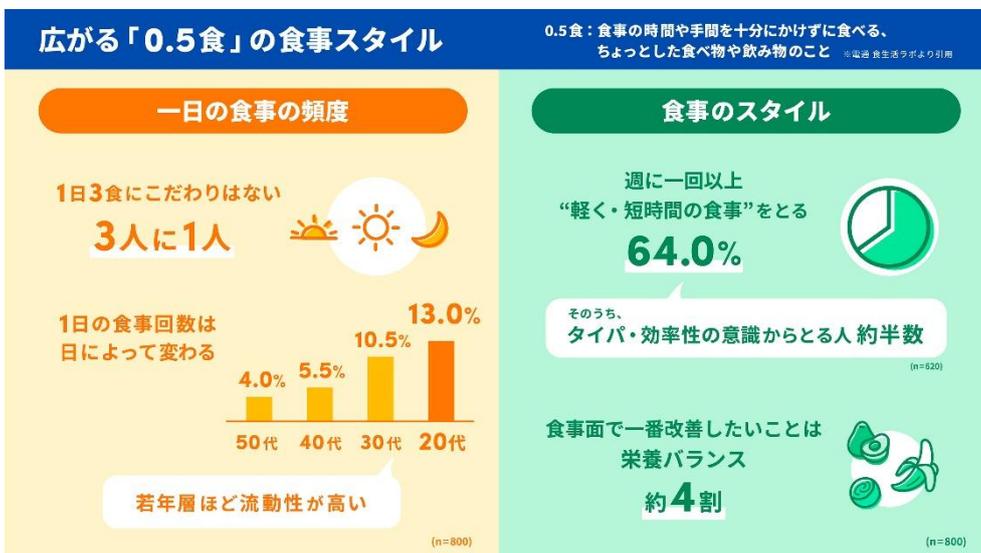
■好きなことを優先する暮らしの中で広がる「0.5食」

実施した調査の結果から、「好きなこと、やりたいことに時間を費やすことは生活を充実させる」と回答した人は74.5%にのぼる一方で、「好きなこと、やりたいことに時間を使えている」と回答した人は半数以下の48.0%。この結果から、現代人は、限られた自分の時間の中で、睡眠、食事、仕事、運動といった生活のさまざまな構成要素を自分なりに優先順位を付け、アレンジしながら日々の生活を送っていることが垣間見えます。



このような背景をうけ、食事でもまた従来の1日3食という主流のスタイルから多様化する兆しを見せています。実際に約3人に1人が「1日3食固定ではない」と回答し、特に世代が若くなるにつれてより流動的な傾向が見られました。また、約6割は週1回以上は、「0.5食」と称されるような「食事の時間や手間をかけずに食べる、食べ物・飲み物」を取り入れています。その理由としては、「簡単に済ませたい」「食事以外のことに時間を使いたい」といった理由が約半数ほどであり、タイパや効率性を重視し、好きなこと、やりたいことへ時間を使いたいといった前述の結果にも一致するものです。また、「0.5食」スタイルが広がりつつあるなかで、回答者の3人に1人以上は「栄養バランスの改善」を望んでいることもわかりました。

こうした結果から、「0.5食」と称される食事スタイルは、時間効率だけでなく、栄養摂取の効率性という側面が加わることで、忙しい現代人のライフスタイルをより充実したものに導く、ウェルネス向上の要素が含まれることがわかります。



特に、自身が「好きなこと・やりたいこと」を通じて、生活を充実させたい層では、セルフケアを意識している割合や、週1回以上「軽く・短時間で済ませる食事」を取り入れている割合がいずれも全体を上回りました。また、スムージーのような“どこでも・素早く・飲むだけで栄養が摂れる食事”において、「必要な栄養を自分に合わせてカスタマイズできること」を最も重視すると考える割合も高く、時間効率と栄養の両立を図る志向がより明確に表れています。

こうした価値観を持つ人々にとって、手間を抑えながら栄養を効率的に取り入れられる選択肢は、自分らしいライフスタイルを整える後押しになります。（グラフは別紙に記載）

■自分らしいライフスタイルを支える nutribullet の価値

『nutribullet®』は、「最大限の栄養を、最小限の手間で。」をコンセプトに、シンプルな操作性とパワフルなブレンド力で、日々の栄養補給をより手軽に、より効率的に叶えるパーソナルブレンダーブランドです。簡単だから、日常的に使い続けられる。nutribullet® は、ユーザーの毎日に寄り添い、日々の心身の健康をサポートしたいと考えます。



2026年3月の本格導入時には、最大900Wのハイパワーと充実のセット内容となるフラッグシップモデル「nutribullet PRO」、初めてブレンダーの購入を検討している方へもお薦めのエントリーモデル「nutribullet 500 SERIES」、さらに外出先でも手軽に栄養補給ができるコードレスモデル「nutribullet FLIP」「nutribullet FLEX」の計4シリーズを展開します。

自宅での継続的な栄養習慣づくりから、ジムやオフィス、外出先での栄養補給まで、生活シーンや目的に応じて選べるラインアップです。

■調査概要

- 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（2025年12月）】
- 調査時期：2025年12月19日(金)～12月22日(月) ●調査手法：インターネット調査
- 調査対象：20～50代男女 計800人

※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。

※本リリース内容を掲載いただく際は、「デロンギ・ジャパン株式会社調べ」と明記をお願いいたします。

nutribullet® 製品ラインナップ

■ nutribullet PRO（ニュートリブレット プロ）

最大 900W のハイパワーを備えたフラッグシップモデル。

氷や冷凍フルーツ、ナッツなどの硬い食材も瞬時にブレンドし、なめらかな仕上がりを実現。

nutribullet
PRO™



発売日：2026年3月17日（火）

価格：オープン

型式番号／カラー（左から）：NB905RG／ローズゴールド、NB905CP／シャンパン、NB905S／シルバー

製品セット内容：本体／エクストラクターブレード／トールカップ／スモールカップ／To-Go ドリンクカバー

■ nutribullet 500 SERIES（ニュートリブレット 500 シリーズ）

食べるものが、自分を作る。毎日の新しいルーティンのサポートに。

シンプルなセット内容で、ブレンダーが初めての方へもおすすめの1台

nutribullet
500 SERIES™



発売日：2026年3月17日（火）

価格：オープン

型式番号／カラー（左から）：NB514MAJD／マットジェード、NB514MASN／マットサンド、NB514MAB／マットブラック

製品セット内容：本体／エクストラクターブレード／トールカップ／To-Go ドリンクカバー

■ nutribullet FLIP（ニュートリブレット フリップ）

コードレスなのに氷や冷凍フルーツもパワフルにブレンド

保冷性に優れたステンレスカップを採用でタンブラー感覚で持ち運べるパーソナルブレンダー

nutribullet FLIP™



発売日：2026年3月17日（火）

価格：オープン

型式番号／カラー：NBP015B／ブラック

製品セット内容：本体（ブレード装着部）／ステンレス製カップ／充電ケーブル（USB Type-C）／ブレードカバー／
To-Go ドリンクカバー／ストロー／お手入れブラシ

■ nutribullet FLEX（ニュートリブレット フレックス）

フレキシビリティを追求した、軽量かつパワフルなコードレスタイプのパーソナルブレンダー

モーターベース部を取り外せば、さらに軽量に持ち運ぶことができます

nutribullet FLEX™



発売日：2026年3月17日（火）

価格：オープン

型式番号／カラー（左から）：NBP013W／ホワイト、NBP013GM／ガンメタル、

NBP013MA／ルビーレッド、NBP013OR／タンジェリンオレンジ、

NBP013GR／フォレストグリーン、NBP013BL／サファイアブルー

製品セット内容：本体（モーター部）／カップ／充電ケーブル（USB Type-C）／ブレード／蓋

■「nutribullet®」について

米国カリフォルニアで誕生した「nutribullet®」は、世界中の人々が栄養摂取をシンプル、簡単、そして効果的にすることをミッションとしています。ブランド名は、「Nutrition（栄養）」と「Bullet（弾丸）」を掛け合わせており、『栄養を瞬時に、スピーディーに』お届けしたいという意味を込めています。ブランドのすべての製品に共通する特徴として、「最小限の手間で、最大限の栄養」をテーマに掲げ、ユーザーが心身ともに健康で豊かな毎日を送れるようサポートしたいという想いを込めています。

- ・ nutribullet® 公式サイト：<https://nutribullet.jp/>
- ・ nutribullet® 公式 Instagram (@nutribullet.jp)：<https://www.instagram.com/nutribullet.jp/>
- ・ nutribullet® 公式 TikTok (@nutribullet_japan)：https://www.tiktok.com/@nutribullet_japan

■デロンギ・ジャパン株式会社について

デロンギ・グループの日本法人「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21年間、日本市場において販売台数・売上No.1^{※2}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^{※3}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。

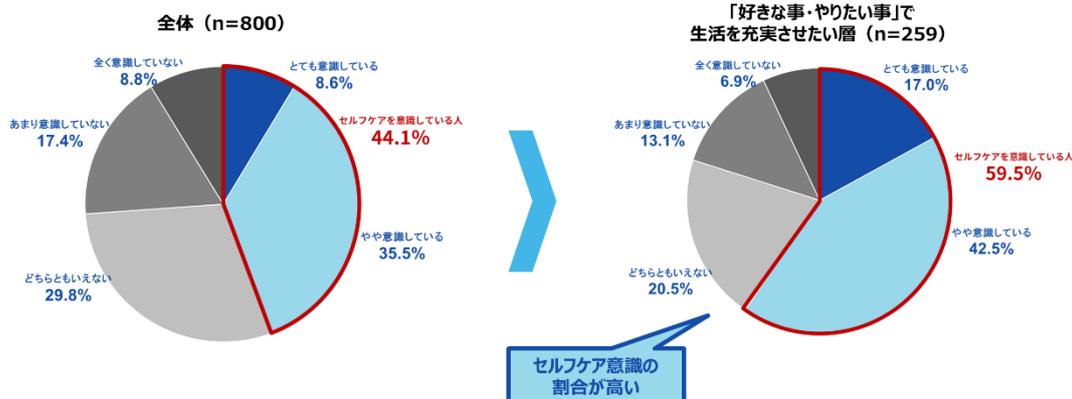
※2 独立調査機関調べ 2004年1月～2024年12月 日本国内数量・金額シェア

※3 独立調査機関調べ 2024年1月～12月

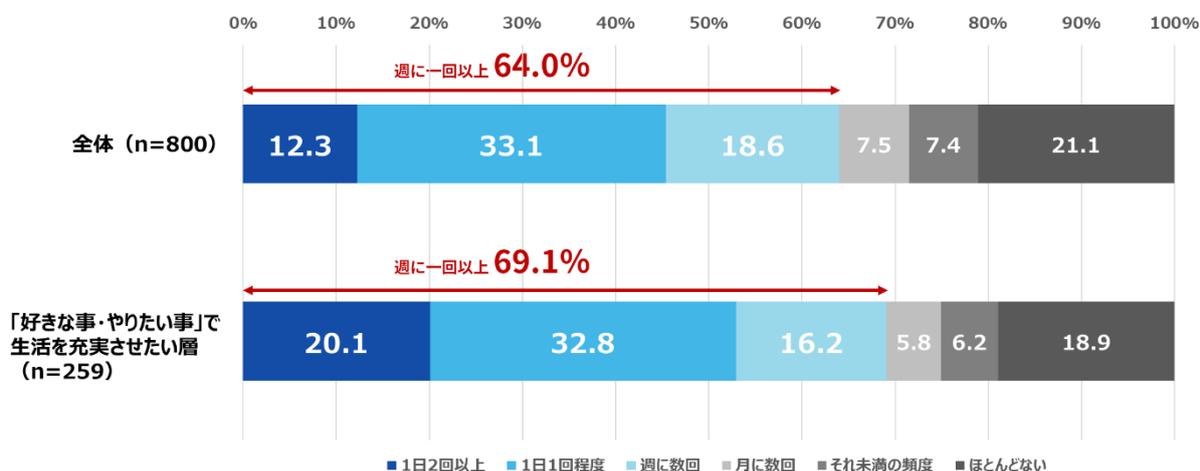
【製品のお問い合わせ先】

デロンギ・ジャパン株式会社 マーケティング部 広報担当
E-mail：delonghi-pr.japan@delonghigroup.com

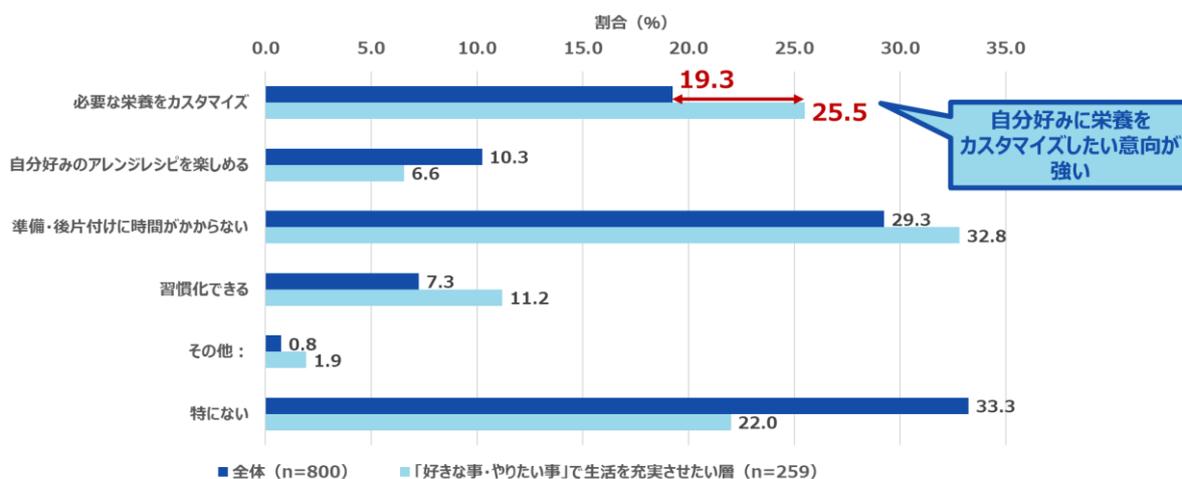
Q.日々の生活のなかで、食事・睡眠・運動などセルフケアを意識しているほうだと思いますか？



Q. 1日の中で、“軽く・短時間で済ませる食事”をどれくらいとりますか。



Q.“どこでも・素早く・飲むだけで栄養が摂れる”食事で最も重視する項目を教えてください。



【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
E-mail : delonghi-pr.japan@delonghigroup.com