

デロンギ『Tiny Coffee Shops』

世界最高峰の広告の祭典「カンヌライオンズ 2026」にて、
 圧巻の「グランプリ*」「ゴールド**」をダブル受賞！



デロンギ・グループ（本社：イタリア・トレヴィーゾ）が展開するグローバルキャンペーン『Tiny Coffee Shops*』が、フランス・カンヌで開催された世界最大級の広告・クリエイティブフェスティバル「カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバル 2026」において、*Industry Craft Lions（インダストリー・クラフト部門）の最高賞「グランプリ」、および**Outdoor Lions（アウトドア部門）の「ゴールド」をダブル受賞いたしました。

本作品は、ミラノデザインウィーク 2026 においてお披露目され大きな話題を呼んだ、世界的なミニチュア職人サイモン・ヴァイセ氏とのコラボレーションによるインスタレーション「The World's Smallest Coffee Shops（世界最小のコーヒーショップ）」をもってエントリーされたものです。今回のカンヌライオンズでは、精巧なミニチュア造形による卓越したクラフトマンシップと、デロンギの全自動コーヒーマシンが提供する自宅で楽しむ上質なコーヒー体験を、独創的なアイデアで表現した点が高く評価され、栄えある 2 冠の達成となりました。本作品は、東京を含む世界 5 都市のコーヒーカルチャーから着想を得て制作されており、なかでも東京モデルは今回の受賞式をはじめ大きく取り上げられ、高い注目を集めました。

※本キャンペーンは「The World's Smallest Coffee shops」として一般公開発表されておりましたが、企画テーマおよび受賞作としては「Tiny Coffee Shops」のタイトルになっています。

■「Tiny Coffee Shops」コンセプトについて

本プロジェクトは、『グランド・ブダペスト・ホテル』『アステロイド・シティ』などの映画作品において、10 年以上にわたり、精巧な小道具やジオラマ、ミニチュアセットの制作を手掛けてきた、ミニチュア作家サイモン・ヴァイセ氏と協業により実現しました。

パリ、東京、ミラノ、コペンハーゲン、ベルリンのコーヒーカルチャーから着想を得た 5 つのミニチュア作品を、デロンギの全自動コーヒーマシン「Rivelia」「Magnifica Evo Next」「Eletta Ultra」「Eletta Explore」「Primadonna Aromatic」に組み合わせて制作。「The Smallest Coffee Shop at Home. — 一番小さなコーヒーショップ、それはわが家のデロンギ。 —」というコンセプトのもと、コーヒーショップの豊かな時間が、それぞれの自宅にも広がっていることを伝えています。

各作品は、都市ごとに異なるコーヒー文化やコーヒーショップの個性を、精巧なミニチュア表現を通じて具現化しています。デロンギは本企画を通じて、「本格的なコーヒー体験はコーヒーショップで楽しむもの」という従来のイメージを問い直し、自宅でもコーヒーショップ品質の一杯を楽しめるというブランドメッセージを発信しています。



RIVELIA：パリ



Magnifica Evo Next：東京



Eletta Ultra：ベルリン



Eletta Explore：ミラノ



Primadonna Aromatic：コペンハーゲン



NEWS RELEASE

2026 年 7 月 8 日(水)



Better Everyday

<デロンギ 最高マーケティング責任者 アパルナ・スンダレッシュ コメント>

「クリエイティビティ、独創性、そしてイノベーションは、デロンギを前進させる原動力です。そのため、カンヌライオンズという世界最高峰の舞台で評価されたことを、私たちは大変誇りに思っています。『The World's Smallest Coffee Shops』は、“完璧なコーヒー体験は、もはやカフェだけのものではない。自宅のキッチンカウンターの上にも存在する”という、シンプルでありながら力強いアイデアから生まれました。本プロジェクトは、LOLA Madrid※の創造力、サイモン・ヴァイセ氏のクラフトマンシップ、そしてデロンギのコーヒー文化への深いこだわりが融合したものです。人々の想像力をかき立てるだけでなく、実際のビジネス成果にもつながるクリエイティビティが評価されたことを、特に嬉しく思います」

※LOLA Madrid は、グローバルブランドに向けて、時代や文化の文脈を捉えた、クラフト性の高いクリエイティブを数多く手掛ける、世界有数のクリエイティブエージェンシーです。

■東京でも本世界観を踏襲したポップアップイベントを開催



2026 年 5 月 29 日（金）から 5 月 31 日（日）までの 3 日間期間限定の体験型ポップアップイベント「The Smallest Coffee Shop at Home -TOKYO Edition-」を東京で開催し、多くの来場者で賑わいをみせました。

会場は、ミラノデザインウィーク 2026 での世界観をもとに、ミニチュア作家サイモン・ヴァイセ氏の手がけた作品のビジュアルやアーティスト紹介、そして制作の舞台裏に迫るメイキングムービーを展示した、まるでアートギャラリーのような洗練された空間を演出しました。

来場者は、全自動コーヒーマシンで抽出された「コールドブリュー」をウェルカムドリンクとして味わいながら、ギャラリーを回遊。その後、ホットからアイス、ブラックからミルクメニューまで 5 種類のメニューから「家に帰ったら飲みたい一杯」を選択し、そのメニューを添えた自宅の鍵を思わせるオリジナルのキーを受け取って、淹れたてのコーヒーと引き換えるという体験をお楽しみいただけました。また、各日 2 回開催されたバリスタによるラテアート実演も大盛況となり、アンケート回答者には大好評をいただいたデロンギオリジナルのミニチュアサイズのペアカップなどの限定ノベルティも配布されました。

総来場者数は約 3,500 名となるなど週末を中心に多くの方が来場し、デロンギが提案する「自宅での上質なコーヒー体験」を多くの方々に印象づける貴重な 3 日間となりました。



NEWS RELEASE

2026 年 7 月 8 日(水)



Better Everyday

■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 21 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～2024 年 12 月 日本国内数量・金額シェア

※2 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