



2013 年 7 月 29 日

BMW グループ、BMW i3 をニューヨーク、ロンドン、北京で同時発表

- **BMW i3 シリーズを世界で同時発表**
- **ライトホーファー会長が「BMW i3 は大きな革新」と強調**
- **BMW i3 はサステナブル・モビリティの新基準**
- **全世界で既に 9 万件余りの試乗申し込み**

BMW グループは 29 日、まったく新しいコンセプトの電気自動車 BMW i3 をニューヨーク、ロンドン、北京で同時発表した。BMW グループのノルベルト・ライトホーファー会長は同日ニューヨークで行われた発表会の席上、「イノベーションは変化を促します。i3 はこれまでの自動車を超えるものであり、サステナブルなモビリティに向けた革新的な一歩であります。大都市圏の顧客ニーズに対応するため電動パワートレインを始め完全な専用設計になっています。」と語った。

BMW グループ初の完全に電動化された量産モデルである BMW i3 はすべての BMW の車に共通する走りの楽しさを実現しているのが特徴である。サステナビリティは BMW i3 のバリューチェーン全体を通じて最優先されている。BMW グループの財務担当取締役であるフリードリッヒ・アイヒナー氏は北京での発表に当たり、「BMW i3 は開発と生産に加えアフターセールを含むすべての段階でサステナブル・モビリティの新しい基準を確立しました。」と語った。

航続距離は十分な満足が得られる 130 キロから 160 キロ

同車の航続距離は 130 キロメートルから 160 キロメートル。MINI E および BMW ActiveE の試験車両による大規模な実証実験からの知見では 130 キロメートルから 160 キロメートルの航続距離で大多数のドライバーが満足することが示されている。一般的なドライバーが 1 日に走行する距離は世界の平均で 64 キロメートル以下。

BMW i3 にはレンジ・エクステンダーがオプションで設定されている。二気筒ガソリンエンジンにより駆動されるこの装置はリチウムイオン・バッテリーの充電状況がある規定値以下に落ちると、直ちに充電を開始する。レンジ・エクステンダー用の 34 馬力(25kW)エンジンは電気モーター横に設置されている。レンジ・エクステンダーは日常走行モードなら最大航続距離を約 300 キロメートルまで延長する。

低ランニングコスト

BMW i3 は 2013 年 11 月中にドイツなどの欧州市場で販売が開始される。米国、中国、日本などでの販売開始は 2014 年上半期を予定している。BMW i3 の基準価格はドイツで 3

万 4,950 ユーロに設定される。オプションのレンジ・エクステンダーを選択するとドイツでの価格が 3 万 9,450 ユーロとなる。

BMW i3 のランニングコストの低さは高い経済性を誇る 320d(ドイツ仕様)との比較でも明確で、3 年比較ではメンテナンスコストとランニングコストが 40%ほど BMW i3 が有利。この差は国により支給される補助金などによりさらに広がる可能性がある。

BMW i3 と BMW i というブランドそのものに対する世界の関心は極めて高く、Facebook 上で 120 万人余りのファンを持ち、9 万人以上がすでに BMW i3 の試乗を希望している。

BMW i3 は軽量構造で新基準を達成

BMW i3 はカーボンファイバー製パッセンジャー(乗員)セル、アルミニウム製シャシー(車台)など数多くの革新的技術を採用しており、軽量化の分野で新たな基準を確立した。BMW i3 の車両重量は 1195 キログラムと多くの既存のコンパクトカーより軽量だが、4 人乗車に必要な十分に広いスペースが確保されている。

軽量な BMW i3 は俊敏な走りと優れた動力性能を誇る。同車のパワートレインは 125kW/170hp の出力を生み、最大トルクは 250Nm に達する。最大トルクは発進時に得られる。BMW i3 はわずか 3.7 秒で停止状態から 60 km/h に加速する。最高速度は効率上の理由から 150 km/h に制限されている。

バリューチェーン全体のサステイナビリティ

サステイナビリティの実現は BMW グループにとり不可欠な方針です。例えば、ライプチヒ工場では BMW i3 の製造に必要な電力をすべて風力発電でまかなっており二酸化炭素(CO₂)の排出のない電力供給を受けている。また、必要なエネルギー量も、既に高い効率を実現している BMW の製造プロセスと比べて約 50%減。水使用量に至っては 70%減である。

一部の市場で採用されるマルチチャンネルのセールスモデルによる車両販売

BMW i の製品とサービスは一部の市場において、認定リテール・パートナー(BMW i 代理店)、カスタマー・インタラクション・センター(CIC)、オンライン・セールスプラットフォームやモバイル・セールスフォースで構成されるマルチチャンネル・セールスモデルを通じて販売される。すべてのセールスチャンネルはシステムにより管理されており、顧客はそれぞれ個別の販売チャンネルを選ぶことができる。顧客は全てのチャンネル(最大4)の間を自由に行き来することができる。

BMW はこの新しいオンライン・セールチャンネルを開始したことで変化する顧客の購買行動

に対応する。顧客は製品に関する情報獲得のあり方や購入方法につき新しい可能性を望んでいる。BMW i Partners は BMW i セールスネットワークのバックボーンであり顧客にとっての主要な接触先になる。

包括的な eMobility サービスアプローチにより、BMW i はドライバーのニーズに対応することを目的に広範な製品とサービスを提供する。BMW グループの BMW セールス&マーケティング担当取締役であるイアン・ロバートソン氏はロンドンでの BMW i3 発表の場で、「われわれはシームレスで手間のかからない包括的な一流のサービス・パッケージにより BMW i3 のお客様が運転の楽しさを最大限享受できるようサポートしたいと考えております。」と説明した。

BMW グループについて

BMW グループは、BMW、MINI、ロールス・ロイスというプレミアム・ブランドを擁する、自動車およびモーターサイクルのトップ・メーカーの一つであり、世界 13 カ国に 28 の製造工場を有し、140 カ国以上に販売網を構築しているグローバルな企業である。

2012 年における自動車総販売台数は 185 万台、モーターサイクルは 11 万 7 千台となっている。2012 年の売上高は 768.5 億ユーロ、税引前利益は 78.2 億ユーロを計上した。また、2012 年末時点における従業員数は 105,876 名である。

BMW グループは常に長期的な視野と責任ある行動を企業の指針とすることで成功をおさめており、その結果、すべてのバリュー・チェーンにおける環境的および社会的持続性、責任のある製品作り、さらには資源保護に対する明確なコミットメントを企業戦略の不可分な要素として確立している。このような努力が実を結び、BMW グループはダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスの自動車部門において、8 年連続でトップに選定されている。

この件に関する読者および視聴者からのお問い合わせ先は、
BMW カスタマー・インタラクション・センター: フリーダイヤル 0120-269-437 を
ご掲載ください。

受付時間: 9:00-20:00 年中無休

BMW インターネット・ウェブサイト: <http://www.bmw.co.jp>

この件に関する報道関係者のお問い合わせは:
BMW Japan Corp. 広報室: 03-6259-8026 (製品広報)