



2015年4月19日

## **MINI AUGMENTED VISION: 快適性および安全性向上のための画期的なディスプレイ・コンセプト。**

» **拡張現実(AR)メガネのエクスクルーシブなプロトタイプが MINI ブランドの革新性と独創性を強調。**

### **ミュンヘン発:**

MINI は、未来を垣間見せる革新的なアイウェアを「上海モーターショー2015」で披露する。MINI Augmented Vision は、MINI 車両の高度なネットワーク化の未来像を提供するメガネ型端末で、この端末にはさまざまな関連コンテンツを投影、表示させることができる。BMW リサーチ&テクノロジーで MINI Augmented Vision のプロジェクト・リーダーを務めるイェルク・プライシンガー博士は次のように説明する。「私たちは、パートナーであるクアルコム(Qualcomm)社の複数の関連企業との協力のもと、ネットワーク化システムと MINI デザインによる拡張現実メガネを開発しました。これにより、車内と車外での体験が新しく生まれ変わります。」このプロトタイプは、カスタマイズされたインタラクティブな機能により、仮想現実と同ブランドの特徴であるライフスタイルを橋渡しする役目を担う。アイウェアのデザインとカラー・コンセプトは BMW グループのデザインワークス(Designworks)社が手掛けている。

この仮想現実メガネは「シースルー技術」を用いて、他の道路利用者を隠すことなく、関連情報をドライバーの直接視界に表示する。その結果、走行中の安全性と快適性が向上する。

MINI Augmented Vision は、以下の情報を視界に投影する。

- » ナビゲーション用の目的地の入力と車両への転送: 車外で設定した目的地を車両に転送可能。
- » ファースト・マイル/ラスト・マイル: 現在地から車両まで、または車両から目的地までのナビゲーション表示。
- » ヘッドアップ・ディスプレイ機能: 車速や制限速度などをアイウェアに投影し、ドライバーの主要視界に表示する。表示は常にステアリング・ホイール上方の同じ位置に表示されるため、他の道路利用者を覆い隠すことはない。
- » コナログ・ナビゲーションと POI: 「路上」に表示されるコナログ・ナビゲーション矢印を用いて現実を拡張することにより、視線を常に交通状況に向けたままにできる。また、駐車場の空きスペースなどのルート上の POI(重要スポット)をコナログ表示することが可能。
- » メッセージング: メッセージを受信するとアイウェアに小さなシンボル・マークが表示され、届いた SMS は車両に読み上げさせることができる。安全上の理由から、走行中はテキストの表示は行えない。
- » X線ビュー/透明車両パーツ : 車両パーツ(例えばAピラー、ドアなど)のバーチャル・ビューにより、死角となっている領域を透過して見ることができる。
- » 拡張パーキング: (運転席の反対側の)ミラー内に取り付けられたカメラの映像をアイウェアに投影し、駐車を容易にする。この機能により、縁石との距離を明確かつ快適に確認できるようになる。

MINI Augmented Vision はクアルコム社の複数の関連企業との協力のもとで開発された。

クアルコム・コネクテッド・エクスペリエンス社 (Qualcomm Connected Experiences, Inc.) のヴァイス・プレジデントを務めるジェイ・ライト氏は次のように語っている。「私たちはアイウェアと車両間の画期的な拡張現実インターフェースの開発に携われたことを誇りに思います。MINI Augmented Vision は、現在私たちに何ができ、そして私たちが未来に何を期待できるかを示す、説得力ある一例です。

### **BMW グループについて**

BMW グループは、BMW、MINI、ロールス・ロイスの 3 つのプレミアム・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・メーカーのひとつであり、プレミアムなファイナンシャル／モビリティ・サービスのプロバイダーとしても活動している。グローバルな企業として、現在、世界 14 カ国に 30 の製造工場を有し、140 カ国以上に販売網を構築している。

2014 年における自動車総販売台数は 2,118,000 台、モーターサイクルは 123,000 台となっている。同年度の税引前利益は 87.1 億ユーロ、売上高は約 804 億ユーロを計上した。また、2014 年 12 月末時点における従業員数は 116,324 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。