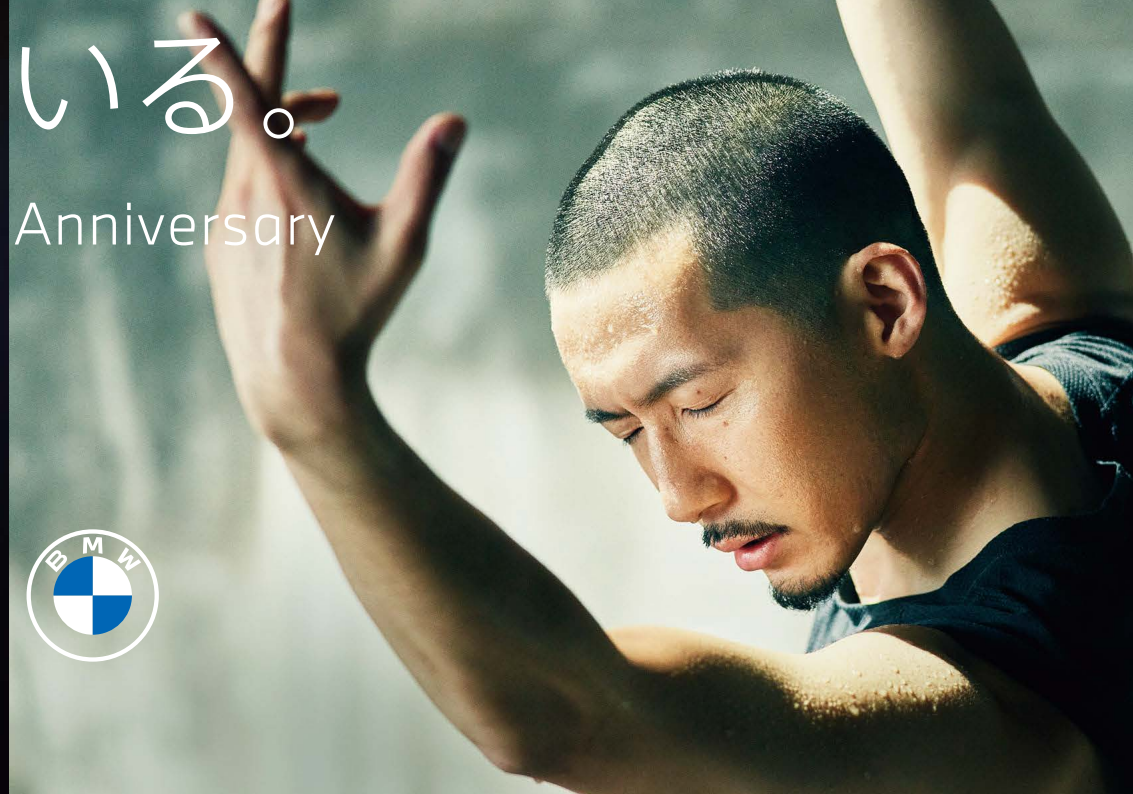




世界は  
たいせつなもので  
あふれている。



BMW Japan 40th Anniversary



BMW Group Japanは2021年9月22日に設立40周年を迎える事ができました。  
これもひとえに、BMW GROUPを愛してくださっているお客さま、ビジネス・パートナーであるディーラーさま、  
そしてメディア関係の皆さまのご支援の賜物と、厚く御礼申し上げます。

私たちBMW Group Japanは、常にパイオニアとして日本のマーケットに根付いてきました。  
ドイツのプレミアム・メーカーとして初の現地法人を設立したことに続き、初のエマージェンシー・サービス、  
認定中古車システム、メンテナンス・プログラムを導入するなど、業界をリードしてきました。  
BMW、MINI、BMW Motorrad、そしてRolls-Royce。すべてのブランドにおいて、  
幅広いモデルと多様なドライビング・テクノロジーで、日本市場のお客さまの旺盛な需要に応えてきたものと自負しています。

私たちは日本のお客さまに合った商品やサービスを提供させていただくため、  
40年にわたってあらゆる事にチャレンジしてまいりました。プレミアム・セグメントにおける電動モデルの先駆者として、  
今年は電動化戦略を加速させ、日本市場に電動モデルのiX、iX3、i4を投入します。  
これによって電動化のリーダーとしての地位を確固たるものにします。  
そして、BMW Group Japanとして、2030年までに全世界で700万台以上の電動モデルを販売し、  
そのうち70%をピュアEV(電気自動車)とするという、BMW GROUPの戦略に寄与したいと考えています。  
今年2月にオープンした新部品センター「リージョナル・ディストリビューション・センター印西」は、  
当社の日本でのビジネスの伸長を象徴するひとつのマイルストーンでした。  
今後も持続可能なビジネスに向けて、日本への投資を進めていきます。

BMW Group Japanが最も大切にしている5つの要素は、責任 (Responsibility)、  
感謝 (Appreciation)、透明性 (Transparency)、信頼 (Trust)、そしてオープン・マインド (Openness) であり、  
よりいっそう社会に貢献していくことを目的に、さまざまなCSR活動にも積極的に取り組んでいます。

顧客第一主義を貫くBMW Group Japanとして、引き続きBMW Group Japanの従業員、  
そしてパートナーであるディーラーの皆様とともに成長していけるものと大いに期待しています。

今後もBMWのチャレンジ・スピリットを継続し、  
よりエキサイティングな商品やサービスを提供するため、  
いっそうの努力をもって皆さまのご期待にお応えてまいります。

ビー・エム・ダブリュー株式会社  
代表取締役社長  
クリスチャン・ヴィードマン



いつもその先を見据えて。  
他に先駆けた、  
挑戦という名の革新。

1981年にヨーロッパの自動車メーカーとして、

初めて日本に現地法人を設立したBMW。

それから40年。

私たちは日本の輸入車業界を常に牽引してきました。

時代を彩るモデルとともに、

揺るぎない「駆けぬげる喜び」を日本の皆様へ。

それこそが、いつの時代も変わらぬBMW Japanの想いです。

40

40 years of Joy





## 1981年 9月22日

ヨーロッパの自動車メーカーとして初めて、全額出資の現地法人を日本に設立。BMW Japanの歩みはここから始まりました。



## 1983年

「クルマとローン、二重に儲ける必要はない」というポリシーのもと、当時20%超が標準的だったオートローンに、14.25%という利率を設定。



## 1984年

業界初となる総合パーツ・センターを開設。97%の部品を、24時間以内に全国の正規ディーラーへ配送可能な体制を構築しました。



## 1987年

「新車に準じる高い品質と安心を中古車にも」との強い思いのもと、輸入車業界初となる認定中古車システムを日本に導入。



## 1988年

工場から続く車両製造の最終行程に位置付けられるVPC(新車整備センター)が、総合パーツ・センターの隣接地に移転。日本人スタッフが入念な最終整備を実施。



## 1989年

ヨーロッパ以外で初となる「BMWドライバー・トレーニング」を日本で開校。ドイツ本国とまったく同等のプログラムを受講可能に。



## 1991年

BMW Japan設立10周年の節目に、輸入車メーカー初となる本社自社ビルを幕張新都心に建設。本社機能を集約し、体制もより強化し一新されました。



## 1992年

主要幹線道路を対象に1988年より実施していた故障やトラブルへの緊急対応を、この年より日本の自動車業界で初めて「全国どこでも」「24時間」に拡大。

## 1993年



新車購入後3年間の点検整備をパッケージ化したメンテナンス・プログラム「BMWサービス・フリーウェイ」をいち早く導入。



## 1994年

東京・青山通りの外苑前交差点に、都市型のブランド発信拠点として「BMW Square」をオープン(現・BMW青山スクエア)。



## 2001年

地球温暖化や大気汚染、また作業スタッフの健康への影響を最小限に抑えるという観点から、補修用塗料において、日本で初めて水性塗料を導入しました。



## 2002年

BMW GROUPの一員となった新生「MINI」。BMW Japanは3月2日を「ミニの日」として、同日より日本での販売を開始しました。



## 2005年

通常のオプション装備の範囲を超えるカスタム・メイドを可能にする、オーダーメイド・プログラム「BMW Individual」を日本へ導入。



## 2007年

BMW Group Japanは、本社を東京駅八重洲口に建設された「グラントウキョウサウスタワー」に移転。1階にはコーポレート・ショールームも設置されました。



## 2010年

BMW Motorrad初の並列4気筒エンジンを搭載したスーパー・スポーツ、S 1000 RR。すべてにおいて革新的なマシンが、この年、日本へと上陸。



## 2013年

輸入車初の総合テレマティクス・サービス「BMW ConnectedDrive」をスタート。新世代のカーライフを、いち早く日本の皆さまへ提供しました。

## 2013年



次世代に向けたモビリティ・ブランドとして「BMW i」を日本へ導入。アーバン・モビリティを革新するi3、そしてi8がBMWのラインアップに加わりました。



## 2014年

BMW i3が「2014-2015 日本カー・オブ・ザ・イヤー イノベーション部門賞」と「2014 小学館DIMEトレンド大賞 ライフスタイル部門賞」の2賞を受賞。



## 2016年

BMW AGが創立100周年を迎えた記念すべき年に、日本最大級のショールーム「BMW GROUP Tokyo Bay」を東京・お台場にオープン。



## 2017年

BMW Motorrad初の電動スクーター「BMW C Evolution」がデビュー。その性能が認められ、2020年には輸入二輪車ブランドとして初めて、警視庁の車両として採用されました。



## 2019年

ハンズ・オフ機能を国内初搭載した第7世代の3シリーズを発表。「2019-2020 インポート・カー・オブ・ザ・イヤー」と「2020 RJCカー オブ ザ イヤー・インポート」をダブル受賞。



## 2020年

BMW Motorrad史上最大排気量となる1,802ccのOHV空油冷水平対向2気筒エンジンを搭載した「BMW R 18」の受注を日本で開始。



## 2021年

千葉と大阪のパーツ・センターを統合し拡充。従来の4倍の規模を誇る新たな総合パーツ・センターを千葉県印西市に開設。



BMW Japan 設立40周年。

先駆者として走り続けた40年。未来へ向けて、私たちは加速し続ける。

## BMWのチャレンジ・スピリット

100年を超えるBMWの歴史。それを支えてきたのは、絶え間ない革新への情熱に他なりません。

1917年7月、ラップ原動機製造所が「バイエリッシェ・モトーレン・ヴェルケ (Bayerische Motoren Werke)」と改名したことで、BMWの名称がこの世に誕生しました。そしてまもなく、バイエルン州旗のモチーフをデザインしたトレードマークが生まれます。以来BMWは、航空機やモーターサイクルの世界で数々の世界記録を打ち立てるとともに、駆けぬげる喜びを追求したクルマづくりのため、新たな地平を切り拓いてきました。常識を打ち破り、不可能を可能とし、夢を現実のものとしていった革新のテクノロジー。そして、モータースポーツにおける多くの勝利。BMWというブランドを語る時、未知なる領域へと果敢に挑戦する気風を欠かすことはできません。そしてその気風が、BMWをドイツ国内だけに留まらず、世界的規模で展開するグローバル・ブランドへと押し上げました。各国の人々に、真に満足していただけるプロダクトの開発。国境や海を越えたサービス・ネットワークと生産拠点の整備。すべてにさらなる可能性を求めるチャレンジ・スピリットによって、BMWは常に時代をリードし続けてきたのです。

## BMW Japanの「日本初」と「業界初」

1981年9月22日、ビー・エム・ダブリュー株式会社 (BMW Japan Corp. 通称: BMW Japan) は、BMW AG全額出資の現地法人として設立されました。ヨーロッパの自動車メーカーが100%子会社を設けて日本市場に参入した初めてのケースであり、BMW Japanは日本の自動車業界において、パイオニアとして道を切り拓いてゆく役割を担うことになります。以下に、その主だった事例をご紹介します。



## 1981年 設立当初よりBMW専売のディーラー網を構築

新車やパーツ、アクセサリ、サービス、そして中古車販売まで。すべての役割を備えた、フルパッケージのディーラー網を構築。コーポレート・アイデンティティ(CI)に則ってイメージを統一し、BMWのプロダクトと同様、レベルの高いディーラー育成のための努力が始まった。

## 1984年 オートローンの利率を劇的に引き下げる

1983年、当時20%を超える利率が大勢だったオートローンにおいて14.25%の低利率を打ち出したが、「クルマの販売とローン、二重に儲ける必要はない」というポリシーのもと、この年さらに9.5%に引き下げ。競合他社もやがては追従せざるを得なかった。

## 総合パーツ・センターの建設

千葉県松尾町の工業団地に大規模パーツ・センターを建設。97%の部品を、受注後24時間以内に全国各地の正規ディーラーへ届けるシステムを構築した。

## 1985年 サービス・スタッフの職制にマイスター制度導入

サービスの仕事に資格試験を導入し、能力によって職位を設定。その最高位である「マイスター」の称号を授与されるためには、テクニカル・トレーニングの規定コースを修了後、筆記試験をパスしてマイスター・トレーニングに参加のうえ、さらに故障診断の実技テストにおいて規定以上の得点を獲得する必要がある。マイスター・トレーニングにおける高得点者は、ドイツ本社主催の国際サービス技術者競技会で、日本代表として各国のマイスターと競うチャンスも与えられる。



BMW Japan

## 1987年 認定中古車 (Approved Car) のシステムを導入

84項目の点検や消耗品の交換など、新車に準じる高い品質と安心を加味し、統一されたハイクオリティの中古車を供給するシステムを導入。  
1989年には二輪車の認定中古車 (Approved Motorcycle) システムも構築された。

## 1988年 VPCの完成

千葉県松尾町の総合パーツ・センターに隣接して、

VPC (Vehicle Preparation Center: 新車整備センター) を横浜から移設新築。同センターは工場から続く車両製造ラインの最終工程と位置づけられ、輸入されてきた車両に入念なチェックが施される。  
1996年には最新式のワックス剥離装置を導入。効率の向上だけでなく、水を循環させて何度も使用する環境に優しいシステムを実現した。

## 「BMWサービス・モビル」の配備

緊急対応のための「BMWサービス・モビル」を、東京ほか主要都市の重点地域に配備。  
同時に、これらの地域において24時間体制で問い合わせに応じるフリーダイヤルも設置。

## 1989年 「BMWドライバー・トレーニング」日本開校

BMWがモータースポーツの経験から培ったノウハウを基に開発し、ヨーロッパ各地で実施しているトレーニングとまったく同じ内容のプログラムを日本でも実施。一般のドライバーを対象に、日常での正しい運転技術、および走行中に起こり得る極限状態における対処法、心構えの習得を目的とした。  
1992年には「BMW Motorrad ライダー・トレーニング」もスタートした。

## 1991年 千葉・幕張に自社ビルを建設し本社移転

BMW Japan設立から10年目の1991年、本社自社ビルを輸入車メーカーとして初めて建設。場所は新都心としてスタートを切った千葉・幕張。すべての本社機能が集約され、日本市場へのさらなるコミットメントを示すこととなった。

## 1992年 全国24時間エマージェンシー・サービスを開始

1988年から、主要幹線道路上の故障車を対象に実施していたトラブルへの緊急対応を、「全国どこでも」「24時間」の体制に拡大。全国規模での体制確立は、日本の自動車業界で初。対象はBMW正規ディーラーが販売した新車および認定中古車で、応急処置のアドバイスから出張修理、サービス工場への牽引移動手配をはじめ、代替交通機関／宿泊手配などのサービスを提供した。

## 1993年 「BMWサービス・フリーウェイ」発表

新車購入後3年間の点検整備をパッケージ化したメンテナンス・プログラムを発表。購入時に一定料金を支払って加入すると、初回車検前までの点検整備などが無料となる。1998年にはサービス内容を改定し、さらに初回車検を含む延長プランも追加された。

## 1994年 全国で廃車リサイクル・プログラムを開始

1990年より段階的に拡大していた車両リサイクルへの取り組みであったが、1994年1月からはさらに本格化。BMWの認定した解体工場で、BMWおよびBMW Motorradの全車リサイクル無料実施を開始した(1999年より、解体工場への輸送費が必要な場合のみ最終オーナーが負担)。BMW GROUPが推奨する、環境負荷の少ない手法に則って廃車処理される。



## 1998年 BMW自動車保険の販売開始

保険業法の改正と日米保険協議を契機とした保険業界の規制緩和を受け、ビー・エム・ダブリュー・ジャパン・ファイナンス株式会社が保険業にも進出し、BMW自動車保険の販売を開始。さらに2001年には、業界初の自動二輪専用保険「BMW Motorrad自動車保険」を発売。

## 2003年 業界初の自動二輪向け「BMW Motorrad延長保証」を開始

2年間のBMW Motorrad新車保証が終了する3年日以降も、BMWのワランティ・ポリシーに沿った保証サービスを1年間または2年間、走行距離無制限で受けられる自動二輪業界初の延長保証サービスを開始。2年間の延長保証付帯により、新車購入時から最大4年間の保証が適用される。

## 2019年 日本初の「ハンズ・オフ」機能搭載モデルを導入

国内認可モデルとして初の「ハンズ・オフ」機能搭載モデルとなるBMW 3シリーズを日本に導入。こちらも日本初の搭載となる高性能3眼カメラとレーダー、そして每秒2兆5,000億回の演算能力を持つ画像処理プロセッサから成るシステムにより、革新的な機能をいち早く実現しました。

## 登録台数

ヨーロッパの自動車メーカーとして  
40年前にいち早く100%子会社を設立し、  
日本市場において輸入車および輸入バイク市場を  
リードし続けてきたBMW。

2002年にはMINI、そしてRolls-Royceと  
ブランドを増やししながら、日本のお客さまに  
クルマを所有していただく喜びを提供し続けてきました。  
今後もそのスピリットを変えることなく、  
輸入車メーカーのリーダーとして  
日本のお客さまとともに歩んでゆきます。



120万台 以上



30万台 以上



**BMW  
MOTORRAD**

10万台 以上



**ROLLS-ROYCE**  
MOTOR CARS

1,800台 以上

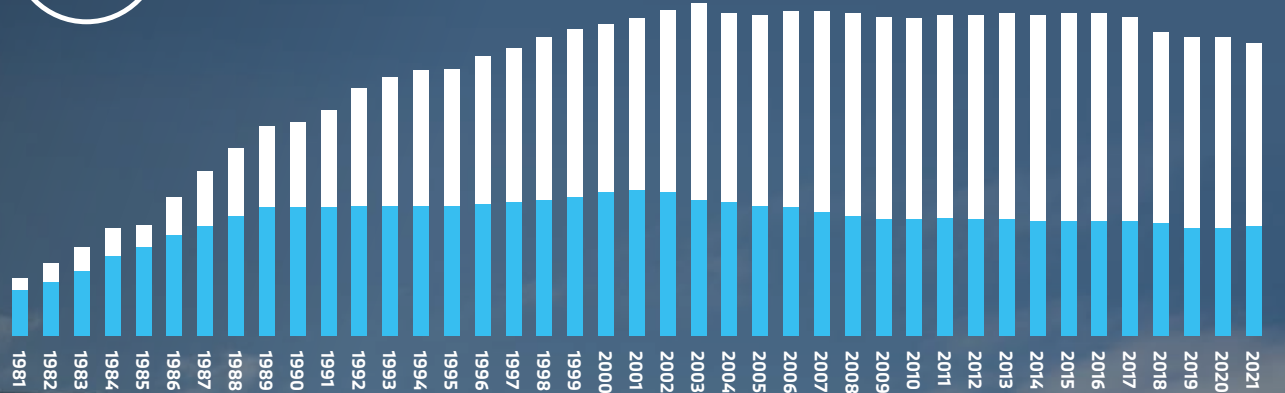
# 正規ディーラー数



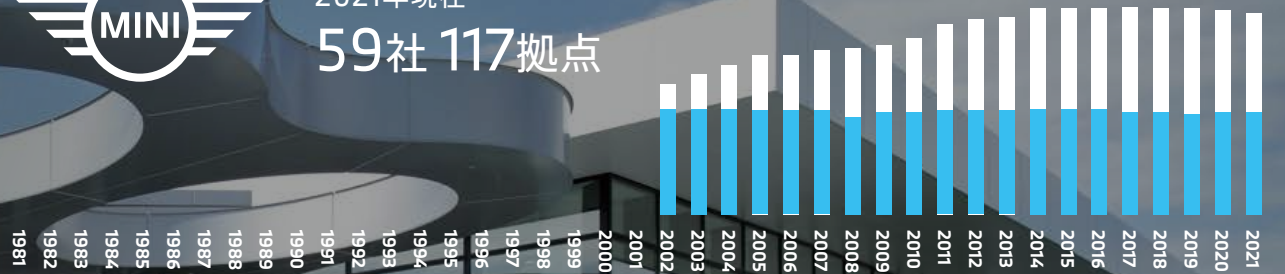
2021年現在  
63社 169拠点

■ ディーラー拠点数  
■ 法人契約社数

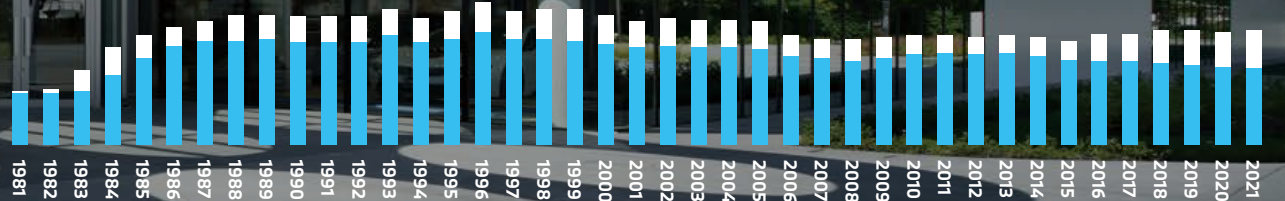
日本市場に参入していちばん苦心したのが、  
正規ディーラー網の構築でした。  
ただクルマを売る場所を確保するのではなく、  
BMWらしさを伝える場所としてパートナーを選定。  
「外車」と呼ばれ高嶺の花であった  
ブランドの価値観をより身近に感じていただけるよう、  
ともに歩んでまいりました。  
日本特有のカルチャーとドイツ・ブランドの  
橋渡しをしていただいているパートナーの皆さまと、  
今後もいっそう緊密に連携しながら、  
さらなる発展を目指し邁進してゆきます。



2021年現在  
59社 117拠点



2021年現在  
BMW  
MOTORRAD 44社 66拠点



# 日本企業との取引金額 および サプライヤー数

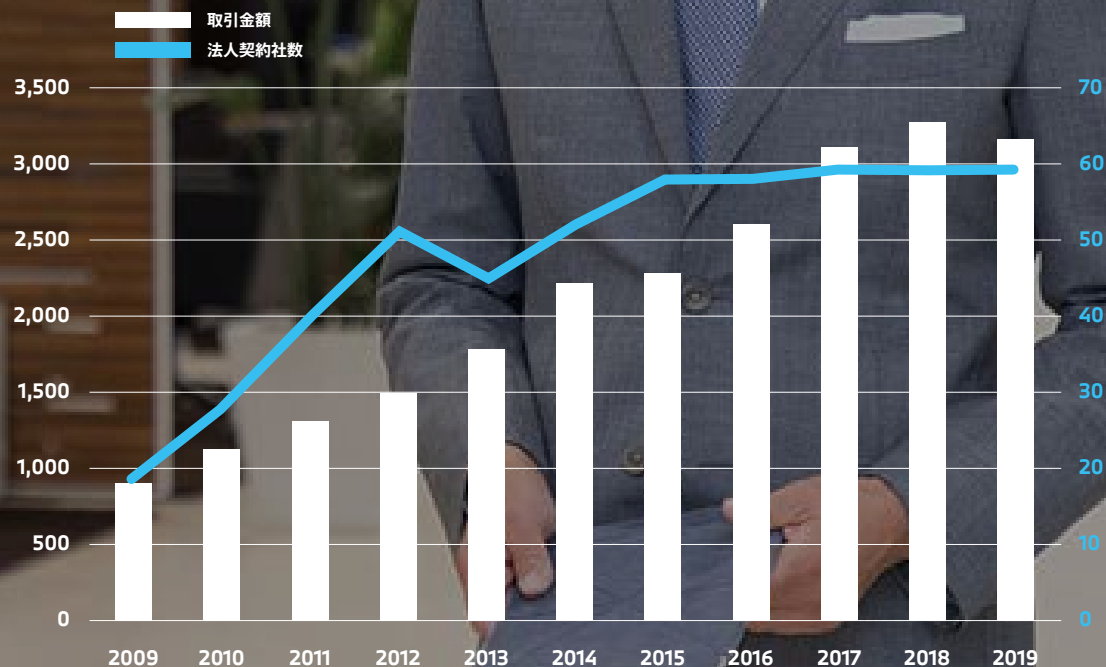
クルマ作りにおいて欠かせないパートナーが、  
車両に組み込まれる無数のパーツを製造している会社です。  
BMWはより良い技術とBMWらしい製品の追求のため、  
世界各国のサプライヤーへ積極的に働きかけ、協業しています。  
なかでも日本のメーカーには、非常に多くの分野において  
サプライヤーとして関わっていただいています。  
この数字は、最先端の技術をもって最高の製品を提供するために、  
数多くの日本企業がBMWを支えてくれている証であるとともに、  
微力ながら、私たちも日本経済に  
貢献させていただいていることを示しています。

## 59社

\*直接部品を供給するメーカー  
(2019年時点)

# 416,000,000,000円

1ユーロ=約130円(2021年8月現在)



パーツ・センター総面積  
および  
保有パーツ数

輸入車にとって、パーツ・センターが  
担う役割はとても重要なものです。

BMW Japanが設立された40年前、  
「外車は壊れやすく、修理も高い」という  
人々の固定概念を覆すため、  
私たちは総合パーツ・センターを建設しました。  
輸入車は修理に時間がかかるというイメージも  
払拭すべく、いち早くお客様のニーズに  
応える努力をしてきました。

そして今年、ますます多様化するモデル・ラインアップや  
日本のお客様のハイレベルなニーズに応えるため、  
より規模を拡大した、  
新たなパーツ・センターが竣工しました。  
アジア最大となった  
パーツ・センターの総面積は72,600m<sup>2</sup>。  
東京ドーム約1.5個分の広さを誇ります。

約 48,600 Lines



約 70,000 Lines

約 61,000 Locations



約 120,000 Locations

総面積 **72,600m<sup>2</sup>**

(東京ドーム約1.5個分)

## テスト走行距離

日本の環境は、世界的に見ても非常に厳しいものです。  
非常に厳しい冬の寒さに長時間さらされても、  
あるいは夏の太陽が照りつける灼熱のもとであっても、  
クルマとして正常に機能し、快適に使えることが求められます。  
BMWにおいてこれらが達成されているのは、  
日本におけるテスト・チームが、  
さまざまな状況下で発売前のクルマを  
入念に事前テストしている結果です。  
また、日本の道路事情をナビゲーション・システムなどの  
電子機器が正常に反映するかのテストも、  
とてもたいせつな作業です。  
途方もない時間を費やし、  
想像を超える距離を走行して車両の性能を確認する。  
それは、日本のお客さまに、  
いかなる時でもドライブを愉しんでいただくための、  
BMW流のおもてなしです。

集計期間:

1981年～2020年

総テスト台数:

501台

総テスト距離:

約450万9,000km

(地球約113周分)

## スタッフ・トレーニング

お客さまに対するBMWらしいおもてなしを追求するため、そしてより高品質なサービスを提供するために設立された、BMW Groupアカデミー。

現在は千葉・幕張と神戸の2カ所にトレーニング・センターを擁し、日々、BMW Japanおよび正規ディーラーにて勤務するスタッフに対し、お客さまに真に満足していただくことを目的に、さまざまなトレーニングを実施しています。その総受講者数は12万人を超えました。

### 受け継がれ続ける「マイスター」の称号と矜持。

サービス・スタッフについては、ただトレーニングを受講して終わりというわけではなく、一定年数の経験を積み、さまざまな問題に対して的確なソリューションを提供できるようになると、最高職位である「マイスター」を目指す資格が与えられます。規定のトレーニングを受講したうえで、さらに厳しいテストをパスしなければ得ることのできない「マイスター」の称号。この制度を日本で導入してから35年の間に、383名のスタッフがこの栄光の称号を手にかけています。最初期の「マイスター」のなかには、すでに定年を迎え現場を離れている者もいます。私たちはそれほど前から、サービスとお客さまの満足に対し、誠実かつ真剣に向き合ってきました。

お客さまに、あらゆる面において最善のおもてなしを提供するために、BMWはその目的に向け、これからも妥協なく、常に努力を続けてまいります。

# 総受講者 12万人以上

# 383名がマイスター

# サービス拠点数

BMW Japanが設立された当時の頃の輸入車のイメージは、「壊れやすいえに、直せるところが少ない」というようなものでした。偏見とも言えるこのような誤ったイメージを払拭し、高品質なサービスをお客さまのリクエストに可能な限り近い形で提供できるよう、BMW Japanはサービス拠点網の充実とサービス内容の向上、その双方に注力してきました。

現在ではBMW、MINI、BMW Motorradいずれのブランドにおいても、ショールーム数を上回る数のサービス拠点がネットワークを形作っています。しかし、私たちは現状に満足しているわけではありません。さらにより良いサービス環境の構築を目指し、その歩みを進めてゆきます。



2021年現在  
**191**拠点



2021年現在  
**143**拠点



**BMW  
MOTORRAD**

2021年現在  
**70**拠点



## 文化的活動

BMWは、ただ単にクルマを作る会社ではありません。  
文化、そして芸術とともに、今まで歩んできました。  
各種のアート・イベントへの協賛に加え、  
それらの活動の象徴として、  
BMWアートカーの存在があります。  
クルマが芸術との共存を体現した  
その作品群のなかには、  
日本のアーティストとの  
コラボレーションにより生み出された一台も。  
文化とともに歩む、という理念は現在においても引き継がれ、  
「BMWと日本の名匠プロジェクト」として  
新たなマスターピースが生み出されています。



ART  
SETOUCHI



BMW ART CAR



# BMW M GmbH

現在のBMW M社 (BMW M GmbH) は、BMWのレース活動を担うことを目的に、1972年にBMWモータースポーツ社 (BMW Motorsport GmbH) として設立されました。以来“M”のエンブレムは、モータースポーツの歴史に輝かしい足跡を残してきました。現在BMW M社が担う領域は、主として以下の3つとなっています。

## モータースポーツ活動とMモデルの開発

DTM (ドイツ・ツーリングカー選手権) や日本のSUPER GT、BMW i MotorsportとしてのFIA フォーミュラE世界選手権への参戦のほか、世界中のレースでBMWを使用するプライベート・チームのサポートも行っています。そのようにして過酷な現場で鍛え抜かれた技術とノウハウにより開発されるのが、“公道も走れる究極のレーシング・スポーツカー” BMW Mモデルなのです。

## オーダーメイド・プログラム『BMW Individual』

通常オプションの枠を超えたカスタマイズを可能とする『BMW Individual』。意外に思われるかもしれませんが、このオーダーメイド・プログラムもBMW M社の業務のひとつです。究極の速さだけでなく、究極の美をも創造する。そこには、BMW M社のもう一つの顔があります。

## トレーニング・プログラム『BMW Driving Experience』

モータースポーツで培った経験とノウハウを基に開発された、一般ドライバーを対象としたトレーニング・プログラム。日本では1989年に『BMWドライバー・トレーニング』としてスタート。現在に至るまで続いています。



# 持続可能な社会づくりのために。

～BMW Japanにおける社会貢献活動への取り組み～

BMWは、環境に配慮した商品開発や商品の安全性の観点で、CSR (Corporate Social Responsibility、企業の社会的責任) 活動に積極的に取り組んできました。One Young Worldのパートナー企業としてのサポートをはじめ、放課後NPOアフタースクールやセカンドハーベスト・ジャパンとの共同プロジェクトなど、その活動は多岐に渡ります。

## One Young World

「One Young World」は、世界中の次世代リーダーたちが地球の最も差し迫った問題の解決策を、さまざまな都市で開催されるサミットで協議するグローバルフォーラムです。

BMW GROUPは2016年以降、そのパートナー企業として代表団を派遣。

2022年5月に日本で開催される世界サミットのキックオフ・イベントは、昨年このBMW GROUP Tokyo Bayにて行われました。

## SECOND HARVEST

日本初のフードバンク、セカンドハーベスト・ジャパン (2hj) の食品寄付活動を支援しています。2hjが、埼玉、神奈川で直接運営する2カ所のフードパントリー (食の拠点) で寄付食品を再配布するため、車両提供、およびドライバー派遣を実施、運搬作業をサポートしています。

## 放課後NPOアフタースクール

これまで自動運転を題材に、機械とともに生きる未来を考えるワークショップなどを共同開催してきました。これからも、学童の子どもたちを対象としたオンライン上の教育プログラムについて取り組んでいきます。



# BMW MINI、日本での20年。

長らく英国のブランドとして親しまれていたMiniがBMW GROUPに仲間入りをし、新たにBMW MINIとしてスタートを切ったのは2001年。

翌2002年の3月2日(ミニの日)に、日本でも販売が開始されました。

当初は伝統の3ドア・ハッチバックのみでしたが、2004年にコンバーチブル、2007年にクラブマン、2011年にクロスオーバー、そして2014年に5ドア・ハッチバックとそのラインアップを増やしてきました。

2020年夏、MINIの国内累計販売台数は30万台を突破しました。

日本は世界で6番目に多くMINIを販売する国であり、

国内においては輸入車のモデル別販売台数で5年連続トップとなっています。

まるで家族の一員のように愛され、それぞれのオーナーさまの個性を映し出す唯一無二の存在。

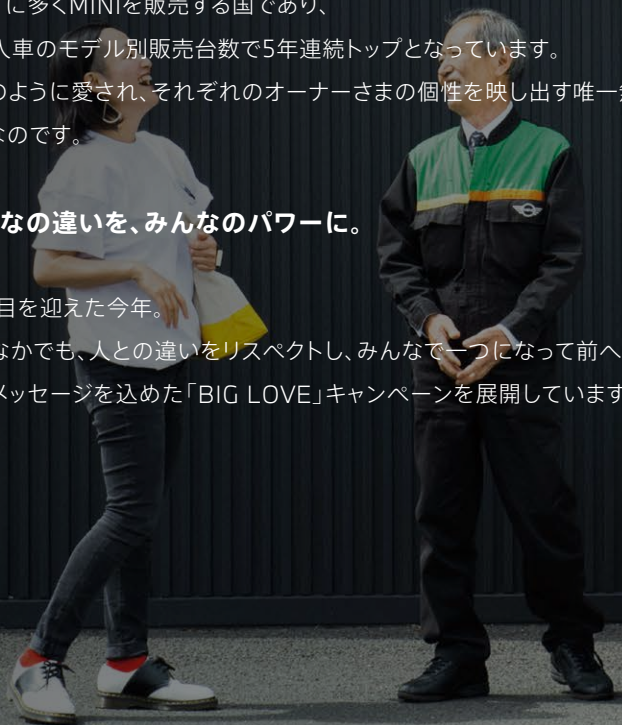
それこそが、MINIなのです。

## **BIG LOVE みんなの違いを、みんなのパワーに。**

日本において20年目を迎えた今年。

多様化する世界のなかでも、人との違いをリスペクトし、みんなで一つになって前へと進もう、

というMINIからのメッセージを込めた「BIG LOVE」キャンペーンを展開しています。



# BMW Motorrad、日本での40年。

1923年の誕生から、まもなく100年になるかというBMW Motorradのボクサー・エンジン。

それはブランドが築き上げてきた歴史とアイデンティティの象徴と言えます。

1980年に登場し、「トラベル・エンデューロ」という新たな価値観を提案したBMW GSは、

日本におけるBMW Motorradの歩みと軌を一にする

非常にアイコンックなモデルだと言っていることができるでしょう。

伝統と最新のテクノロジーを融合させたクルーザー・モデル、R 18。

そして、BMW Motorrad初のMモデルとなるM 1000 RRに至るまで。

時代を超えて受け継がれる「駆けぬげる喜び」を、

すべてのライダーへと届けてゆきます。

## 新たなカルチャーを、お客さまとともに生み出す。

日本市場への参入後、BMW Motorradらしいエモーショナルな体験とより充実したサービスを提供するために、正規ディーラーの拡充とそのパフォーマンスの向上に努めてきました。

また、BMW Motorradという文化を共有するお客さまたちとの交流の場として、

これまでに「BMW Motorrad Days Japan」を16回、

「Night Rider Meeting」を8回にわたり開催。

イベントで、そしてショールームで。

私たちは日本のライダーに、駆けぬげる喜びを届け続けます。

BMW Motorrad Days 2016  
Hakuba, Nagano, Japan





40

40 years of Joy

ある人は、時間だという。  
ある人は、つながりだという。

ときにそれは、  
運命だったり、  
旅だったりもする。

だれかのユーモアは、  
だれかの解放につながっているかもしれない。

クルマが乗せているのは、人だけではない。

その人のまわりにあるすべてのものを乗せている。  
ほんとうにほんとうに、大切なものを乗せている。

クルマを運転する人はもちろん、  
運転しない人も、クルマに乗らない人も、  
この世界に生きるすべての人と、  
わたしたちはつながっている。

BMW Japanができて40年。  
これからも日本人々のために、  
セーフティに、クオリティに、サステイナビリティに、  
徹底的にこだわる。

たくさんのかげがえのない大切なものと、  
走りつづける。

あなたの大切なものと、前へ、未来へ。  
これからもずっと、この世界を駆けぬける喜びを。

世界はたいせつなものであふれている。

BMW



強さと安心感が、  
乗る人すべてを包み込む。



その走りは、  
未来のビジョンにシンクロする。



磨き上げられた走りに、  
五感のすべてが高揚する。

変わらぬもの。  
変わり続けるもの。

ブランドの代名詞となった

キドニー・グリルや4灯のヘッドライトのように、

誰もがBMWだとわかるデザイン・アイコンをはじめ、

ショート・オーバーハングやロング・ホイールベースなど、

BMWには時を超えて受け継がれてきたデザイン哲学があります。

しかしそれらは、ずっと同じであったわけではありません。

面やラインの構成、

そして細部までのデザイン・エレメントに至るまで、

典型的なスタイルを守りながらも現代的にリファインし続け、

常にダイナミックで独創的なデザインを追求してきたのです。

感性

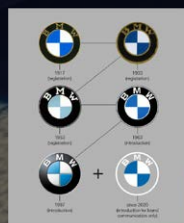
SENSE



# 感性 - SENSE



そのエンブレムには、  
バイエルンの魂が  
息づいている。



1916年、ミュンヘンで創業した「グスタフ・オットー航空機工業」を源流とし、  
“バイエルンのエンジン工場”を意味する  
「バイエリッシェ・モトールン・ヴェルケ (Bayerische Motoren Werke)」  
と改称、現在に至るまで100年を超える歴史を築き上げてきたBMW。

そのエンブレムのデザインについては、「航空機のプロペラをモチーフにした」  
という説がありますが、これはBMWが1929年以降に展開した、  
プロペラ機を使った広告のイメージが大きく影響したものです。  
実際のところは、円形の内にバイエルン州を象徴する  
白と青のモチーフがデザインされました。

受け継がれ続けるこのエンブレムとともに、  
BMWは駆けぬげる喜びを追求しながら、運転支援テクノロジーや  
環境性能などの分野でも、未来のスタンダードを切り拓いてゆきます。

デザインのひとつひとつに、  
BMWらしさが宿っています。

—— プロダクト・マーケティング 佐伯 要

BMWと聞いて、なにより先に特徴的なグリルの形を思い浮かべる方が多いのではと思います。  
その2つの形が、人間に不可欠な腎臓 (=Kidney) に似ている、  
ということで「キドニー・グリル」と呼んでいます。

グリルというのは、自動車のエンジンにとって必要不可欠な空気を送り込む部分です。  
そのデザインとブランドのアイデンティティが一緒になっているというのが、  
駆けぬげる喜びをたいせつにしている、BMWらしさというものを非常によく表していると思います。

BMWの美しいデザインの裏側には、  
機能とか哲学、歴史といった数多くの要素が含まれています。  
ぜひそういった部分も含めて、BMWを感じ取っていただけたら嬉しいです。

[インタビュー・ムービーはこちら](#)

安心と安全こそが、  
運転の愉しさをもたらす。

BMWの設計思想の根底にあるのは、  
ドライバー・オリエンテッド。

すなわち、クルマのテクノロジーに頼り切るのではなく、  
人とクルマが親密にコミュニケーションしながら運転することです。

私たちは、運転に集中できる環境こそが、安全につながることを、  
100年以上にわたるクルマづくりの経験から知っています。

最先端のテクノロジーと、  
揺るがぬ設計思想のハイレベルな統合が、  
思い通りの運転を実現するのです。

あなたのドライブを安心と歓びで、360°シームレスに包み込む。  
そんなセーフティのあり方を、  
BMWはこれからも追求し続けます。

ぐっすり  
SAFETY

# ぐっすり - SAFETY



3つの眼で  
見つめるのは、  
事故のない安全な未来。

一定の条件下で、クルマがドライバーに代わってアクセル/ブレーキ、さらにステアリングまで操作して自律的な追従走行を行う、日本初<sup>\*3</sup>の「高速道路渋滞時ハンズ・オフ・アシスト<sup>\*1\*2\*4</sup>」。

この機能は、BMWが日本国内認可モデルとして初めて<sup>\*3</sup>搭載した高性能な3眼カメラ・システムと、国内約4万kmにもおよぶ走行テストを経て実現しました。

BMWが誇る高い安全性と揺るぎない安心感。私たちは、運転支援テクノロジーの分野において、日本でも世界でも、常に先頭を駆ける存在であり続けたいと思っています。

\*1:ご使用前には、取扱説明書にて各機能の原理や操作方法を必ずご確認ください。運転者には、いかなる場合でも安全運転を行う義務があります。本機能は、運転者が責任を持って安全運転を行うことを前提とした「運転支援技術」であり、運転者に代わって車が自律的に安全運転を行う、完全な自動運転ではありません。システムの認識性能には限界があるため、路面状況や気象条件等によってはシステムが作動しない場合や、不適正にまたは理由なく作動する可能性があります。そのため、安全確認や運転操作をシステムに委ねる運転は、重大な事故につながる危険があります。常にご自身の責任で交通状況に注意し安全運転を心がけてください。機能についての詳細はwww.bmw.co.jp、またはBMW正規ディーラーにてご確認ください。\*2:完全な自動運転はできません。システムは状況が作動条件を満たさなくなった場合、安全のため直ちに作動を中断します。また、ドライバーは進行方向および周囲へ絶えず注意を払うとともに、緊急時などシステムが要求した場合、直ちにハンドルを確実に操作することが可能な状態を保つ必要があります。


\*3:BMW Japan調べ。\*4:「高速道路」とは、高速自動車国道法に定める「高速自動車国道」および「指定都市高速道路」に分類される道路を指します。

運転に安心と  
愉しさをもたらす  
人間工学。

BMWの cockpit が心地よい理由。  
それは人間工学に基づいた、ドライバー・オリエンテッドの思想にあります。

車両感覚をつかみやすくするため、ドライバーがボンネットを確認できる高さに計算されたダッシュボード。コーナリング・ラインをしっかりと視認できるよう、ワイドに開いたAピラー。そして、運転席から無理なく操作できるようにデザインされたスイッチ類。

今も昔も変わることなく、BMWにおけるあらゆるディテールは、ドライバーが安心し、かつリラックスして運転できるように考え抜かれているのです。



そのダイナミズムは、  
心まで躍らせる。

1916年、エンジン・メーカーとして創業したBMW。  
高効率なガソリン・エンジンをはじめ、クリーン・ディーゼル、  
そしてPHEV(プラグイン・ハイブリッド)とラインアップされた  
いずれ劣らぬパワー・ユニットは、  
BMWのクルマ作りの歴史そのものと言っても  
過言ではありません。

高度なメカトロニクスによる走行安定性の向上や、  
先進のテクノロジーによる、  
ドライバーの感覚に忠実なフィールの実現。  
それは「走る」ということを、  
誰よりも真剣に考えていることの証です。

躍動  
MOTION

## 躍動 - MOTION



パワーと燃費。  
その効率を、  
最大限に高めるために。

エンジンの効率を高める際の鉄則、それは一滴のガソリンに含まれるエネルギーを、余すところなく走りに直結させること。そのためにすべきことは、理想的な燃焼でエネルギーを引き出し、エネルギーのロスを限界まで減らすことです。

BMWが誇る「ツイン・スクロール・ターボチャージャー」と「バルブトロニック」という2つの革新的技術を複合することで、レスポンスの悪化を抑えながらパワーを引き出し、燃費をも大幅に改善する。高効率かつ官能性に優れたツインパワー・ターボ・テクノロジーは、スティックなまでに徹底されたBMW EfficientDynamicsの哲学を体現しています。

クルマと  
一体となるための  
50:50。

一般的なクルマは、その重量の多くが前輪にかかっています。しかしBMWの場合、伝統的なFR（後輪駆動）モデルにおいては、エンジンの位置を車体中央に近づけたり、バッテリーをトランク下部に配置するなどして、前後重量配分が約50:50になるよう設計されています。

その理由は大きく2つ。1つはフロントが軽くなるため、軽快なハンドリングが得られること。もう1つはドライバーとクルマの重心が近づき、一体感のあるドライブ・フィールが得られることです。

FRモデルだけでなく、FF（前輪駆動）モデルやxDrive（4輪駆動）モデルにおいても、できる限り前後重量配分を50:50に近づけるように設計されています。このこだわりは、駆けぬげる喜びを追究するBMWの姿勢を实によく表しています。

美しさのその先にある、  
深い感動を求めて。

BMWにとってラグジュアリーとは、表層的なもの  
ではありません。選びぬかれたマテリアルも、  
一点の曇りもないパーフェクトな仕立ても、  
あなたの内面が奥底まで満たされるようにと、  
こだわりぬかれたものだからです。

もちろん、目に見えるものだけでもありません。  
まるで抱擁されるようなレザーの柔らかさ。  
スイッチの感触や心地よい操作音。  
なめらかな加速フィール。  
流れるように開くルーフから見上げる広い空。  
そんな心がきらめく瞬間の結晶こそが、  
BMWのラグジュアリーだと私たちは考えます。

それは、デザイナー、クラフトマン、  
エンジニアの想いがひとつになって、  
初めて生み出される体験。  
そして、その中心にいるのは、  
まぎれもなくあなたです。

洗練  
LUXURY



# 洗練 - LUXURY



思いのままの一台を  
作り上げてゆく  
至上の喜びを。

BMWのオーダーメイド・プログラム「BMW Individual」で  
用いられる最上級のメリノ・レザーは、  
南ドイツの高地で飼育された大型牛から得られた  
傷のない理想的な原皮を厳選。  
型押しや顔料による表面処理を行わず、  
職人が丹念になめし染色することで、  
自然で滑らかな肌触りと  
豊かな風合いのレザーに仕上がります。

レザーのほか、シルクやアルカンタラ、ウッドなど、  
多彩なインテリア素材のコンビネーションから  
理想のデザインを好みそのままに選択可能。  
真にご満足いただける、唯一無二の一台をお届けいたします。

そのサンルーフは、  
夜の室内を  
輝きで満たす。

従来のサンルーフは、太陽の光や星の瞬きなど  
自然光の美しさを愉しむものでしたが、一方で光源のない場合は  
その効果を発揮することができませんでした。

BMWの「スカイ・ラウンジ・パノラマ・ガラス・サンルーフ」には、  
15,000個以上のライト・エレメントがあしらわれています。  
ライトは6色の異なるアンビエント・ライトに切り替えることが可能。  
夜間においても幻想的な光に満ち溢れた空間に身をゆだね、  
極上の寛ぎを味わうことができるのです。

走りの喜びを追求するBMWは、  
ラグジュアリーにおいても、さらなる喜びを追い求め続けます。  
最高の体験を届けるため、そこに妥協はありません。

M。それは、  
世界で最もパワフルな文字。

BMWを語るうえで欠かすことのできない“M”の文字。  
その歴史は、1972年に設立された  
BMWモータースポーツ社から始まりました。

世界各国のツーリングカー選手権や、  
ル・マン24時間レースに代表される  
耐久レース、そしてモータースポーツの最高峰である  
F1に至るまで。多様なカテゴリーにおいて、BMWの  
“M Power”はチャンピオンに輝いてきました。

コースを選ばない速さ。他を寄せ付けぬ強さ。  
そして、ノットラブルで走り切るための信頼性。  
数々の栄光は、さらなる高みを追い求め続ける、  
飽くなき挑戦の賜物でもあるのです。



追求  
CHALLENGE



# 追求 - CHALLENGE



「M」のロゴが示す、  
モータースポーツとの  
比類なき融合。

モータースポーツへの限りない情熱を示すレッド。

バイエルン州旗にちなむBMWのブルー。

そして、その二つを融合したネイビー(当初はパープル)。

この3色が織りなす、絶対的な誇りと異次元の喜びを示した「M」ロゴ。

その哲学は、現在のBMW M社の前身である

BMWモータースポーツ社の設立から半世紀が経とうとする

現在においても、いささかも変わることはありません。

サーキットで鍛え抜かれたテクノロジーは、

まずはBMW M社が開発するハイパフォーマンス・モデルへ、

そして、やがてすべてのBMWモデルへとフィードバックされます。

MのDNA。

それはBMWのDNAである、と言っても過言ではないのです。

進化し続ける  
エンジニアリングの芸術  
“シルキー・シックス”。

エンジンの燃焼室内で燃料が爆発した際に発生する振動。

その振動を互いに打ち消しあう構造を持つ直列6気筒エンジンは、

不快な振動のない「パーフェクト・バランス」のエンジンと呼ばれています。

また、理想的な倍音構成を持つそのエンジン・サウンドは、極めて独特かつ官能的です。

しかし、6つのシリンダーを縦に並べるその長さゆえ、

車両前部に十分なクラッシュブル・ゾーン(衝撃を吸収する部分)を

設けることが難しいという理由で、多くのメーカーが採用をやめてゆきました。

そのような中でBMWは、1971年以降半世紀以上にわたり、

絶やすことなく直列6気筒エンジンをつくり続けてきた唯一の量産メーカーです。

BMWの飽くなき探究心により研ぎ澄まされた直列6気筒エンジン。

その世界最高峰の“シルキー・シックス”を体感すれば、

なぜBMWがこのエンジンを愛し続けるのかという理由が、すぐにわかるはずです。

自然への敬意と、  
未来への約束を込めて。

サステナビリティにおいても、  
大胆なイノベーションに挑んできたBMW。  
100%再生可能エネルギーによるクルマ作りや、  
自社だけでなくサプライチェーンすべてを含む壮大なCO<sub>2</sub>低減計画、  
レアアースを一切使わない電気モーターの製造など、  
環境負荷を減らすためのさまざまなアプローチを、  
世界に先駆けて行ってきたのです。

それは、社会的に責任あるリーダーとして  
道筋を示すためだけではありません。

ただ純粋に、  
美しさとやすらぎにあふれた地球を走り続けて欲しい、  
という想いがあるからです。  
この先も、ずっと先の未来でも。

やすらぎ  
PEACE OF MIND



# やすらぎ - PEACE OF MIND



リサイクル素材を使用することは、  
BMWにとって非常に重要な意味があります。

—— BMW Group Design ダニエラ・ポーリンガー

ニューBMW iXのルーフ・ライニング、そしてフロア・マットのファブリックには、  
イタリアの繊維メーカーAquafil社が生産するリサイクル繊維  
『ECONYL®』が採用されています。

廃棄された漁網から生み出され、何度でも再生可能だという  
このサステイナブルな繊維は、いったいどのように生み出されているのか。

リサイクル素材が持つ意味とその可能性を探るため、  
BMW Group Design サステナビリティ部門の  
責任者であるダニエラ・ポーリンガーが、  
スロベニアのリュブリャナにあるAquafil社の工場を訪れます。

※ECONYL®はAquafil S.p.A.の登録商標です

[さらなるストーリーはこちらから](#)

開発からリサイクルまで。  
電気自動車の  
バッテリーが迎える旅。

ミュンヘンにある研究開発施設、BMW Group バッテリー・セル・コンピテンス・センター。  
BMWの電気自動車に搭載されるバッテリーにとって、ここがすべてのスタート地点となります。

車両に搭載されたバッテリーは、充放電を繰り返しながら  
次第に劣化していきます。これは仕方のないことですが、  
運転に必要な要件を満たさなくなった場合でも、未だ70~80%の  
エネルギー含有量が残っている場合、バッテリーはどうなるのでしょうか。

2023年までに電動モデルを25モデルにまで拡大し、  
その半分以上を純粋な電気自動車とする予定を掲げているBMW GROUPにとって、  
サステナビリティという観点からも、このバッテリーの行く末は非常に重要です。

[さらなるストーリーはこちらから](#)

# 歡び

ANNIVERSARY

# 40

40 years of Joy

途切れることなく  
前へ、未来へ。

BMW AG 100%出資の現地法人として誕生して以来、  
私たちBMW Japanはいつの時代も革新の精神を胸に、  
途切れることなく、日本の皆さまへ  
駆けぬける歡びをお届けしてきました。

歩んできた歴史の上に、揺るぎない今がある。  
これまで積み重ねてきた最高峰のノウハウがあるからこそ、  
想像を超えるテクノロジーを生み出せる。

BMW Japan 40周年。  
私たちは、たいせつにしてきたものとともに前進し続けます。

# 歓び - ANNIVERSARY



走ることのすべてをたいせつにする。  
それこそが、ブランドの誇りです。

——— BMW Groupアカデミー 白倉 豊

BMWのステアリングは、一般的なクルマに比べてやや太くなっています。  
また、パワー・ステアリングの設定もあまり軽くし過ぎずに感覚を残し、路面からのインフォメーションをしっかりとドライバーへ伝え、クルマとの一体感をより感じられるようにしています。  
そしてBMWの多くのモデルに採用されているFR(後輪駆動)レイアウトは、シャープなコーナリングと気持ち良い加速を追求した結果です。

これ以外にも、BMWがクルマ作りに関してたいせつにしていることを数え上げていくときりがありません。  
しかしすべてに共通するのは、それが「駆けぬける歓び」につながっていることです。

見た目の派手さにこだわるのではなく、細部まで徹底して貫かれたクルマ作りの信念こそが、走りを大切にすBMWブランドの誇りだと思います。

[インタビュー・ムービーはこちらから](#)

さまざまな方へ、歓びを伝えられる。  
それがBMWだと思います。

——— ニコル・カーズ合同会社 セールス・コンサルタント 森 豊

ブランド・ステートメントである「駆けぬける歓び」という言葉を聞くと、BMWは運転好きな上級者のためのクルマ、というようなイメージを抱かれる方もいらっしゃる。

実はそうではないんです。  
クルマ好きなご主人が気に入られて購入したBMWに奥さまが乗られた時の感想を聞いてみると、「なんだかすごく運転がしやすい」とか、「走っていてとても気持ちが良いクルマですね」という風に私どもにおっしゃっていただけるんです。

さまざまな方に、駆けぬける歓びを伝えることができる。  
クルマを、運転を好きになっていただける。それがBMWなんだと、私は思っています。

[インタビュー・ムービーはこちらから](#)

# 未来

FUTURE

新しい日常、  
新しいスタイル、  
新しい歓びのために。

守ってきたものがあるから、変わることを恐れない。  
その先により良い未来があるなら、  
全力で変わっていくことができる。

たいせつなのは、自らの信念を守りながらも、  
オープン・マインドであり続けること。  
時代や人々の声に耳を澄ませ、  
新しい可能性のために  
あらゆる技術と情熱を注ぎ込むこと。

電気で駆けぬける近い未来へも、  
自動運転で駆けぬける少し先の未来へも、  
BMWがあなたをリードします。

さあ、一緒に。  
新しい歓びが待ち受ける、新しい明日へ。

# 未来 - FUTURE



電気の走りでも、  
BMWでしか  
味わえない喜びを。

クルマの未来において、電気自動車の存在を避けて通ることはできません。  
しかし、エンジンを搭載せず、電気モーターで駆動する電気自動車では、  
BMWらしさも失われてしまうのでしょうか。  
いえ、それは大きな間違いです。

ゼロ・エミッション等の環境性能だけでなく、  
ガソリン・モデルと変わらぬエキサイティングな走りを叶える。  
そんなBMWのこだわりが詰め込まれた最新鋭のモデルが、ニューiXです。  
さらにPHEV(プラグイン・ハイブリッド)モデルまで含めれば、  
スポーツ・セダンからSAV(スポーツ・アクティビティ・ビークル)まで、  
そのラインアップは多種多様。

エレクトリック・ドライブにおいても、  
BMWは揺るがぬ喜びとともに、新たな地平を切り拓いてゆきます。

電気自動車は  
BMWにとって大きな挑戦です。

——— BMWブランド・マネージメント 遠藤 克之輔

クルマにおけるサステイナビリティということ考えた時、  
エンジン・メーカーとして始まったBMWにとって、  
電気自動車という存在は決してネガティブなものではなく、  
むしろ大きな挑戦だと思っています。

我々が送り出すiXは、これまでの電気自動車の常識を覆す長い航続可能距離、  
研ぎ澄まされたスタイリングとラグジュアリーなフィール、  
そして何より、アクセルを踏み込んだ時の圧倒的な加速を誇ります。

新しいM3やM4と同じくらいのトルクを備えたiXが証明しているように、  
私たちの「駆けぬげる喜び」は、電気自動車になっても変わることはありません。

[インタビュー・ムービーはこちらから](#)



40 years of Joy

[BMW Japan 40周年記念サイトはこちらから](#)