

2023年5月11日

アウディ、2023 OMR Festival に参加

- 「Step into your sphere」を掲げる OMR 2023 に参加。来場者はアウディの未来の運転を体験
- アウディは「Personal Sphere」を設置。人を中心にインタラクティブな体験を提供
- クルツ：OMR Festival は、アウディの先進的で人を中心とした考え方を披露する最適な場所

(ドイツ本国発表資料) 2023年5月9日 ハンブルグ：ハンブルグで2023年5月9日～10日に開催された OMR (Online Marketing Rockstars) Festival は、ヨーロッパ最大のデジタルマーケティングおよびテクノロジーイベントとして、最先端のオンラインマーケティングとテクノロジーが一堂に集結。アウディは2023年も例年同様、このイベントのメインスポンサーを務め、数多くのインタラクティブなテクノロジーを広大なブースに展示しました。来場者は、アウディの未来の運転がどのようなものになるのかを実際に体験。プレミアムブランド アウディが、「Step into your sphere」というスローガンを掲げ、ブースおよび関連するキャンペーンで提示したアプローチにより、自動車開発における新しい考え方を表現しました。

アウディは、先進的な構造とプレミアムな雰囲気をもつブースを設営し、OMR 2023 の来場者を迎え入れ、同時にインタラクティブなデジタル体験を通して、アウディのテクノロジーを紹介。未来の運転体験を遊び心のある方法で提供することにより、来場者に感動を与えました。

さらに、アウディを代表して、AUDI AG デジタルエクスペリエンス ビジネス責任者 ジョルジオ デルーチと AUDI AG エクステリアデザイン担当 ステファン ファールベッカーが、「Design & Digital: How Audi is driving transformation」(デザイン&デジタル:アウディがどのように変革を推進しているのか)というテーマで基調講演を行いました。Red Stage と呼ばれるプレゼンテーションイベントでは、「Insight into Audi Design: Aesthetic Intelligence」(アウディ デザインへの洞察: 審美的インテリジェンス)というタイトルの下、ファールベッカーがアウディデザイナーの仕事について説明しました。どちらの基調講演も Audi Media Center でも視聴できます。

アウディは、デジタル、パフォーマンス、デザイン、サステナビリティなど、戦略的分野に焦点を当てた4つのパネルディスカッションを通じて、来場者が直接感じることができる体験を提供しました。

パネリストには、アウディから参加するパトリック リンス (コンセプト開発 UI/UX)、ティム ミクシェ (アウディ デンクヴェルクシュタット責任者)、ステファン ファールベッカー (エクステリアデザイン)、Dr. マイケル ミュラー (グローバルブランドストラテジー、カスタマーインサイト責任者)に加え、アヤ ジャフ (創設者 兼 著者、フォーブス 30 UNDER 30 基調講演者)、Dr. コーネリアス リンゲ (WESOUND)、ミヒャラ ルドルファー (投資家 兼 創設者)、アキーナ フォン ムティアス (Empion)、ジェニファー バウム-ミンクス (gitti Conscious Beauty)、ダーク パーペ (LinkedIn Marketing Solutions)、カースティン ウェン (Vogue Germany)、アイケ ポーゲン (Condé Nast) が含まれ、エキサイティングな意見を披露しました。

ドイツにおける AUDI AG マーケティング責任者 リンダ クルツは、次のように述べています。「私たちの目標は、新しい体験を創出して、お客様を驚かせ続けることです。そのため、初めてショーモデルを展示することなしにブースをデザインし、車両の駆動システムやアウディモデルとは完全に独立した形で、人々、そしてその人々の感情、体験に焦点をあてることにしました」。

今回の展示では、Audi activesphere concept をはじめとする一連のスフィア コンセプトカーがヒントとなりました。これらのコンセプトカーは、自然の中で、あるいは都会のジャングルで、いつでもアドベンチャー体験を提供し、インテリアもエクステリアも驚きに満ち溢れています。その革新的な操作コンセプトは、情報、コンテンツ、インタラクティブな要素を車内の表面や空間に投影することにより、物理世界と仮想世界を融合させます (複合現実)。人を中心としたアプローチを採用することで、アウディは

コンセプトカーの開発において、従来の自動車設計の常識を打ち破っています。

アウディは人を中心に据える

これまで、自動車は主に技術的な観点からとらえられてきました。この手法は、車両の技術仕様を設定し、スタイル、機能、インテリア、さらには乗客のシートポジションを決定するのに役立ちました。アウディは現在、このような従来の手法を逆転させています。未来のアウディでは、個人としての人々に焦点が当てられます。アウディは、OMR Festivalにおけるアウディのスローガン、「Step into your sphere」に従い、個人を中心に据えた「Personal Sphere」と呼ばれるコンセプトに基づいて車両を開発しています。これにより、内側から体系的に設計されたインタラクティブなスペースが創出されます。アウディは、今回のイベントのブースで、「Personal Sphere」が約束する未来のインテリア体験を展示しました。

未来のアウディは、魅力的なデザイン、高品質な素材、デジタル要素を組み合わせ、シームレスでカスタマイズ可能なユーザー体験を生み出します。ユーザーの視点から外側に向かって開発されたクルマは、スマートかつ直感的で、個人的な体験を提供します。アウディは、OMR Festivalに設置されたインタラクティブなスペースで、デジタルテクノロジーとやり取りする際に、データのセキュリティは言うまでもなく、個人の感覚と感情が果たす重要な役割に焦点を当てたいと考えています。アウディは、内側から外側へとデザインすることを優先し、お客様と積極的に協力して希望やアイデアを取り入れた [Audi urbansphere concept](#) の開発で実証されたように共同作業を重視、必要に応じてテクノロジーを利用できるようにすることで、車両のインテリアを人々とブランドの間の重要なインターフェースに変えます。

包括的なエコシステムが、クルマを超える存在として「Personal Sphere」拡張

デジタル化とコネクティビティは、車内外における相互作用にまったく新しい機会を切り開いています。お客様とのタッチポイントの数は飛躍的に増加しています。包括的なエコシステムを備えたアウディは、これらのタッチポイントを活用して、いつでもどこでも統合されたユーザー体験をお客様に提供しています。アウディのデジタル接続された世界への鍵は、myAudi アプリです。

ユーザーは、すでにこのエコシステムの多くの機能を体験できます。例えば、オンデマンド機能は、お客様がクルマを購入した後でも、ニーズに合わせて車両機能の構成を変更することができます。また、Audi Live Consultations などのバーチャルサービスやオンラインでの新車および中古車の予約システムなど、デジタル化されたセールスプロセスも提供しています。アウディは将来、デジタルエコシステムにさらに多くの機能を追加する予定です。

ユニークな体験と新しいサービスの前提条件は、お客様との信頼関係

今日、データを生成してインテリジェントに分析することで、カスタマイズされたサービスと設定を提供することが可能になっています。しかし、今回のイベントのブースで展示された内容や、現在および未来のクルマに見られるようなユニークなデジタル体験を創出するには、お客様との信頼関係が不可欠です。その理由は、ユーザーが自らの個人データを積極的に提供することによって、パーソナライズされたサービスの付加価値を最大限に活用できるようになるからです。つまり、個人データのセキュリティに対するユーザーの信頼が決定的に重要な要素になります。このため、アウディは、可能な限り最高の透明性とセキュリティを提供するプライバシーコンセプトを策定しています。これは、人々のデータを扱う際に、アウディがさまざまな個人の嗜好を考慮できるようにするためのアプローチです。OMR Festival の来場者は、アウディブースで、この信頼関係構築への取り組みを体験することができます。

ジョルジオ デルーチは、次のように述べています。「アウディは、クルマとデジタル世界の両方でセキュリティを重視しています。その理由は、お客様の信頼が私たちにとっての最優先事項だからです。私たちは、ユーザーの明示的な同意なしにデータを収集または使用することは決してありません。また、データを収集する場合は、厳格なプライバシー法に準拠して行います」。

OMR x アウディ：長年にわたるパートナーシップ

第1回 OMR Festival は 2011 年に開催されました。それ以来、このイベントは年々成長し、2022 年には 7 万人以上の来場者が訪れました。今日、OMR Festival は、基調講演、マスタークラス、および 6 つ



のステージに 800 人を超える講演者を擁するサイドイベントをはじめとする基本的なプラットフォームに加え、1,000 社を超える出展者を擁する展示エリア、およびこのイベント独自の雰囲気の特徴としており、著名なミュージシャンやバンドによる演奏やパーティを楽しむこともできます。

アウディは初回開催からこのイベントのパートナーを務め、今回、3 回連続でイベントのメインスポンサーとなっています。AUDI AG マーケティング責任者 リンダ クルツは次のように述べています。「OMR Festival は、最先端のテクノロジーとデジタルマーケティングを展示するだけでなく、革新的で活気溢れる人々との交流の機会を提供しています。アウディにとってこのイベントは、先進的で人を中心とした考え方を示すのに最適な場所です」。

[Insights into Audi Design: Aesthetic Intelligence](#)
[Digital Business Portfolio. Customer Experience](#)

※本リリースは、AUDI AG 配信資料の翻訳版です。

フォルクスワーゲン グループ ジャパン株式会社
アウディ ジャパン 広報部

報道関係者お問い合わせ：
<https://audi-press.jp/contact/>

アウディ ジャパン プレスサイト
<http://www.audi-press.jp/>

お客様問い合わせ：
アウディ コミュニケーション センター
0120 - 598106



アウディ グループは、プレミアムおよびラグジュアリーセグメントの自動車およびオートバイのメーカーです。グループに属するアウディ、ベントレー、ランボルギーニ、ドゥカティのブランドは、13 カ国 22 か所で生産されています。アウディとそのビジネスパートナーは、世界 100 以上の市場に存在しています。2022 年、アウディ グループは、161 万台のアウディ、15,174 台のベントレー、9,233 台のランボルギーニ、および 61,562 台のドゥカティを販売しました。2022 会計年度において、アウディ グループは総収益 61.8 億ユーロ、営業利益 7.6 億ユーロを達成しました。世界中で、アウディ グループでは 2022 年に 87,000 人以上が働き、そのうち 54,000 人以上がドイツの AUDI AG で働いていました。魅力的なブランド、新しいモデル、革新的なモビリティサービスにより、グループは持続可能で個性的なプレミアムモビリティプロバイダーへの道を着実に歩んでいます。
