

2025 年 11 月 17 日

*本リリースは、AUDI AG 配信資料の翻訳版です。

アウディ、Formula 1 のデザインを公開

- Formula 1 におけるアウディのアイデンティティとして Audi R26 Concept を公開
- サーキット内外で一貫した妥協のない明快さ
- CEO デルナー：「Formula 1 参入は、アウディ刷新の次なる章です」

（ドイツ本国発表資料）2025 年 11 月 12 日、インゴルシュタット、ミュンヘン：Formula 1 の初レースまであと 115 日となる中、アウディはモータースポーツ最高峰でのアウディブランドの現状を、ミュンヘンにある Audi Brand Experience Center にて先行公開しました。今後の市販モデルと同様に、アウディは妥協のない明快さをサーキット内外で体現していきます。

「モータースポーツの頂点への参戦により、アウディは明確で意欲的なメッセージを発信します」と、AUDI AG CEO ゲルノート デルナー（Gernot Döllner）は述べています。「これは、アウディにおける刷新の次なる章です。Formula 1 によって、よりスリムで、スピーディで、そして革新的なアウディへの変革が促されます」。デルナーによると、アウディは野心的でありながら現実的なロードマップにより Formula 1 に参入します。「私たちは Formula 1 にただ参加するのではありません。勝つために参入します。同時に、Formula 1 では一夜にしてトップチームになれないことも理解しています。それには時間と忍耐、そして現状を絶えず問い直す姿勢が必要です。2030 年までに、私たちは世界選手権タイトルを争うチームになることを目指します」。

F1 チームがアウディの新しいブランドアイデンティティを牽引

Audi R26 Concept は、26 年 1 月に公開予定のアウディ初となる Formula 1 マシンのカラーリングおよびデザインのプレビューであり、その明確な意思表示を示すコンセプトモデルです。このビジュアルアイデンティティは、最近導入されたデザイン哲学と、その 4 つのデザイン原則である、明快さ、技術、知性、そしてエモーションに基づいています。

「私たちは組織のあらゆる側面を結びつける、統一されたデザイン言語を実現しています」と、CCO（チーフクリエイティブオフィサー）マッシモ フラチェッラ（Massimo Frascella）は述べています。「新しいブランドアイデンティティは Formula 1 プロジェクトが先導し、今後、F1 チームおよびアウディ全体に展開されていきます」。

R26 Concept は、ブランドの新しいビジュアルアイデンティティを最初に具現化したもののひとつです。ミニマルなグラフィックサーフェスは、正確な幾何学的カットが施され、レーシングカーのフォルムとシームレスに一体化しています。カラーパレットは、チタニウム、カーボンブラック、そして新たに導入されたアウディ レッドで構成されています。赤いフォーリングスも Formula 1 での存在感を際立たせるアイデンティティの一つになっています。

Vorsprung durch Technik（技術による先進）を主張するグローバルステージとしての F1

Formula 1 プロジェクトは、アウディの戦略におけるフラッグシップであり、ブランドの技術的・文化的・事業的な再編成を体現するものです。それは、顧客や従業員にインスピレーションを与えることを目的としています。開発およびレース活動は、経済的に魅力的な枠組みの中で行われます。すべてのチームに適用されるコストキャップ（予算制限）により、予算と条件が明確に定義されながらも、Formula 1 はそのグローバルな展開により、強力なブランド露出とスポンサーシップの機会を生み出します。

Formula 1 は何十年にもわたり世界的に確立されたスポーツプラットフォームであり、8 億 2,000 万人以上のファンを持つ、世界で最も人気のあるスポーツシリーズです。2024 年には、約 16 億人のテレビ視聴者がレースを観戦しました。Formula 1 チームの財務評価額は数十億ドル規模に達しています。Audi F1 チームはすでに、[adidas](#)、[bp](#)、そしてタイトルパートナーとなる予定の [Revolut](#) という 3 つのグローバル企業をパートナーに迎えており、アウディの Formula 1 参戦を支援したいという関心は非常に高まっています。

アウディは Formula 1 参入のため、今年初めにスイスの Sauber Group (ザウバーグループ) を買収し、[カタールの政府系ファンド](#)を投資家として迎え入れる体制を整えました。Audi F1 プロジェクトの指揮を執るのは、フェラーリ前チーム代表のマッティア ビノット (Mattia Binotto) と、Audi F1 Team チーム代表 ジョナサン ウィートリー (Jonathan Wheatley) の 2 名の経験豊富な F1 マネージャーで、両者は AUDI AG CEO ゲルノート デルナーに直接報告します。ドライバー体制としては、ドイツ出身の熟練ドライバーであるニコ ヒュルケンベルグ (Nico Hülkenberg) と、ブラジル出身の才能ある若手であるガブリエル ボルトレト (Gabriel Bortoleto) という、経験者と若いエネルギーを組み合わせたチームとなります。

「Formula 1 は、単なるモータースポーツではありません」と、AUDI AG CFO ユルゲン リッターズベルガー (Jürgen Rittersberger) は述べています。「エンターテインメントであり、エモーションであり、テクノロジーであり、そしてチャレンジでもあります。しかし、まさにこの組み合わせこそが、私たちが目指す場所へ導いてくれます。新しい顧客層をアウディに惹きつけるということです。Formula 1 の圧倒的なリーチは、新しい顧客、特に Formula 1 人気急速に高まっている若年層をブランドへ引き寄せる機会を生み出します。Formula 1 は予算制限のおかげで、これまでになく財務的にも持続可能になりました。スポンサーシップの開拓、チームの評価額、そして Formula 1 全体の収益ポテンシャルの推移を見たときに、我々にあることが明らかになりました。それは、この道がアウディにとって、経済的な観点においても、極めて理にかなっている、ということです」。

モータースポーツの伝統から、Formula 1 の新規参入へ

モータースポーツはアウディの DNA の一部であり、常に技術的進歩とイノベーションを推進する原動力であり続けてきました。最初のミッドシップのグランプリカーから、ラリーにおける quattro フルタイム四輪駆動、さらにル・マンや Formula E、ダカールラリーでのディーゼル、ハイブリッド、電動パワートレインに至るまで、アウディは決意、勇気、忍耐、そしてチームスピリットをもって、常にあらゆるモータースポーツプロジェクトを成功へと導いてきました。アウディの Formula 1 参戦もまた、この伝統を基盤としています。

モータースポーツの最高峰は、世界で最も過酷な実験室とされています。短い開発サイクル、最小限の指揮系統、そして迅速な意思決定は、アウディ全体の模範となります。同時に、最新の技術開発や素材が身近になります。Formula 1 はオープンな競争であるため、市販モデルにとっても極めて重要なテーマである電動モビリティとサステナブルな e-fuel (合成燃料) の両分野において、技術を牽引する役割を果たします。この 2 つの領域において、自由度が高くイノベーションの余地があるレギュレーションとなっています。

2026 年以降に実施される Formula 1 の技術規則が広範囲にわたって改定され、モータースポーツの最高峰に新たに挑戦するアウディにとって理想的な機会となりました。シャシーおよびドライブトレインのどちらにおいても、すべての競合チームが新しい規則とテクノロジーを同時に習熟しなければならないためです。

アウディ ジャパン公式サイト: <https://www.audi.co.jp/ja/stories/audi-sport/f1/>

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

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

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

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において最も成功している自動車・モーターサイクルメーカーの一つです。アウディ、ベントレー、ランボルギーニ、ドゥカティの4ブランドは12カ国・21カ所の生産拠点で製造を行っています。アウディとそのパートナーは世界100以上の市場に展開し、2024年、アウディ グループは約170万台のアウディ、10,643台のベントレー、10,687台のランボルギーニ、54,495台のドゥカティモーターサイクルを販売しました。2024年度の売上高は645億ユーロ、営業利益は39億ユーロを計上し、12月31日時点で88,000人以上の従業員が在籍、そのうち53,000人以上がドイツのAUDI AGに勤務しています。アウディ グループは、魅力的なブランドと多彩な新型モデルを展開しながら、持続可能で完全にネットワーク化された、プレミアムモビリティのプロバイダーへの道を体系的に進んでいます。
