

BMW ディーラーCIガイドラインのご案内(2020.03.23)



BMWディーラーCIガイドライン 目次。

1. BMW ブランド・コミュニケーション P4
2. BMWの新たなブランドデザインについて P5
3. 新たなBMWブランドデザインの4要素 P6
4. 変更内容の概要：BEFORE-AFTER P7
5. 新しいレイアウト(規定レイアウト) P9
6. BMWジャパンによる制作物のレイアウト P10
7. ディーラーCIガイドライン 基本レイアウト / BMWロゴ / フォント P11-25
 - 基本レイアウト P11-15
 - BMWロゴ P16
 - BMWロゴ 比率及び余白とスペース P17
 - BMWロゴ 色指定 P18-19
 - BMWロゴ コピー配置 P20-23
 - フォント P24-25

BMWディーラーCIガイドライン 目次。

8. 各種事例 P26-31

- 新聞広告 P26
- 雑誌広告 P27
- ポスティング／新聞折込 P28
- 大型ハガキ P29
- 野外看板 P30
- TVCM、シネアドぶら下がり P31

9. 新ロゴ・フォント素材の格納先 P32-34

10. お問い合わせ先 P35

BMWディーラーCIガイドライン

1.BMW ブランド・コミュニケーション。

「最高のカスタマー・ベネフィットを提供」

自動車業界で最もパワフルなプレミアム・ブランドとして、エモーショナル、かつ合理的なカスタマー・ベネフィットを提供し、最高レベルの顧客満足を実現します。

1. JOYの強化（ブランドのエモーショナルな側面を強化）。

BMWは「駆けぬける歓び」を体現すると同時に、JOYを構築する7つの側面（先駆的、自立、昂奮、美的、品質、サステイナビリティ、ホスピタリティ）があります。ブランドの中核である「JOY」はすべてのコミュニケーションにおいて強固な基盤となります。

2. エステティック（美しさ）に重点を置く。

プロダクト・デザインの美しさはブランドのパワーや魅力に最も大きな影響を与えます。

BMWのプロダクト・デザインは世界中のお客様の購入理由の第1位です。

=>BMWが目指すブランド・コミュニケーションは、常に美しくプレミアムなものであるべきで、イメージビジュアルやロゴマーク、文字等のレイアウトが煩雑にならないよう心掛けてください。

BMWディーラーCIガイドライン

2.BMWの新たなブランドデザインについて

BMWが提唱する新たなコーポレート・アイデンティティは、単なるデザインの刷新にとどまらず、企業姿勢の転換を示すものであり、コンテンツや文字によって表現することができます。

これによりパーソナルかつ魅力的で温かみのある、親しみやすさと信頼性に富んだラグジュアリーエクスペリエンスを求める顧客の要望を呼び覚ますことができます。

この視点から新たなブランドデザインには、ルールではなく包括的な原則が貫かれるとともに、印刷媒体、空間デザイン、デジタルメディアのほか、BMWのブランド姿勢に適用されます。

BMWは既にリレーションシップ・ブランド（顧客と強固な関係性を構築したブランド）への移行を遂げています。ロゴのブラックリングに代わって用いられる透明なリングは、世界中の顧客がBMWが提供する世界の一員となり得ることを意味します。BMWの開示性と透明性を訴えるこの強いメッセージは、新たな書体を通じても表現されています。

ブランドデザインの刷新は、BMWが変化を遂げ、組織的な成長を図ったことを世界に示す最も効果的なアプローチです。以前のブランドデザインが過去の成功を表すものであった一方で、新たなブランドデザインはモビリティの未来が持つ意義と重要性を訴求するという役割を担っています。

前ブランドデザイン



新ブランドデザイン



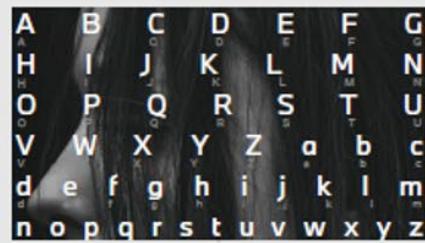
BMWディーラーCIガイドライン

3.新たなBMWブランドデザインの4要素

新たなBMWロゴ：
柔軟性と親しみやすさ



新たなブランド書体：
最先端で力強い文字



新たなブランドデザイン：インパクトと透明性



Pioneering spirit. An important internal and external message.

BMWのメッセージ

Sheer Driving Pleasure
駆けぬける歓び

ヘッドラインアイコン化：
ロイヤルティの向上と購入欲求の
創出



BMWディーラーCIガイドライン

4.変更内容の概要：BEFORE-AFTER

大きな変更点は3つ

1. レイアウト

従来と異なるレイアウトになります。

2. ロゴの変更

BMWロゴ及びBMWサブブランドロゴが変更となります。
モジュールの使用がなくなります。

「駆けぬける歓び」の記載は任意となりましたが
ディーラー独自制作の広告には使用しません。



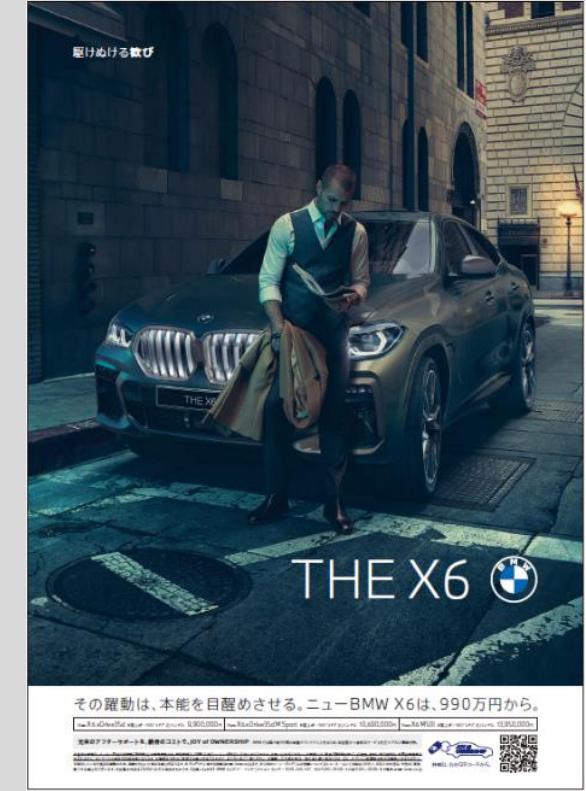
3. フォントの変更

BMW Font LightからBMW Type Nextに変更。
日本語フォントはAXIS Lightのままです。

旧



新



注意

今回のCI変更は、コミュニケーション（広告宣伝等）に関するプリント・メディア、デジタル・パート、ナショナル・イベント・エリアのみです。

現時点ではディーラー関連のOCS/ICS及びその他ディーラー部分（イベント、書類等）についての変更はありません。

また、今回のCI変更は、2021年4月までに順次変更されていきますので、当面は旧CIと新CIが混在する場合があります。

BMWディーラーCIガイドライン 5.新しいレイアウト(規定レイアウト)

新しいレイアウトはBMWロゴとヘッドライン(キャッチ・コピー)を組み合わせて配置しています。
(下記赤枠イメージ)

従来通り、モデルのアイコン化のレイアウトを使用する場合は、表面にホワイトスペースを設けることはできません。



BMWディーラーCIガイドライン

6.BMWジャパンによる制作物のレイアウト

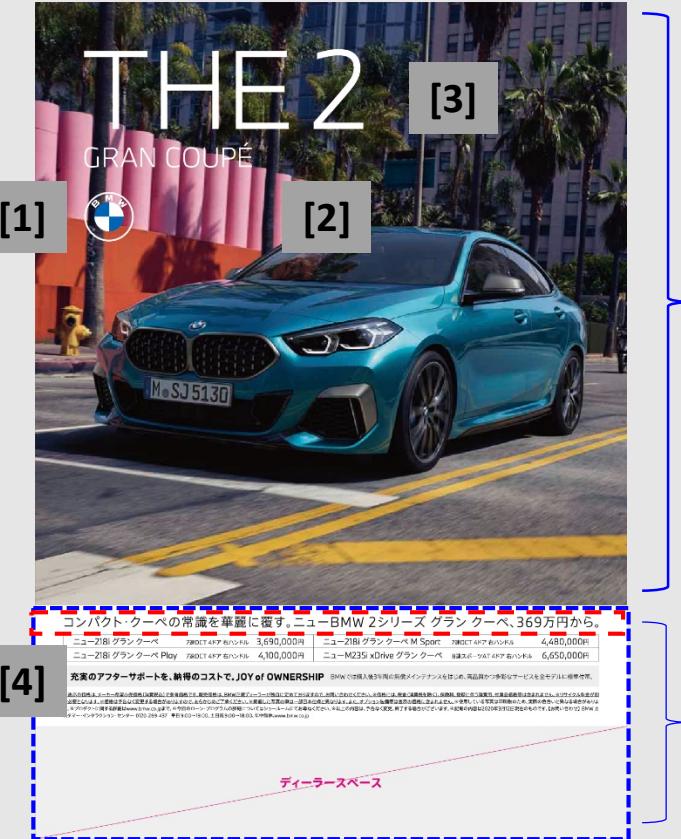
BMWジャパンによる制作物には下記のようなディーラーとは異なるレイアウトのものが含まれます。こちらはBMWジャパンが制作したものを修正・変更を加えず、そのまま使用することは可能です。



BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：基本レイアウト。

ビジュアル上には、キャッチ・コピー、BMWロゴの2つの要素を配置。シンプルな構成で受け手に対し、端的かつ明確にメッセージを伝えます。製品情報を伝えるボディ・コピーは情報スペースに記載します。



A

A : ビジュアル／キャッチ・サブキャッチ

[1]BMWロゴ [2]イメージビジュアル [3]キャッチ・コピー

B

B : 情報スペース（白背景のみ）

[4]ボディ・コピー

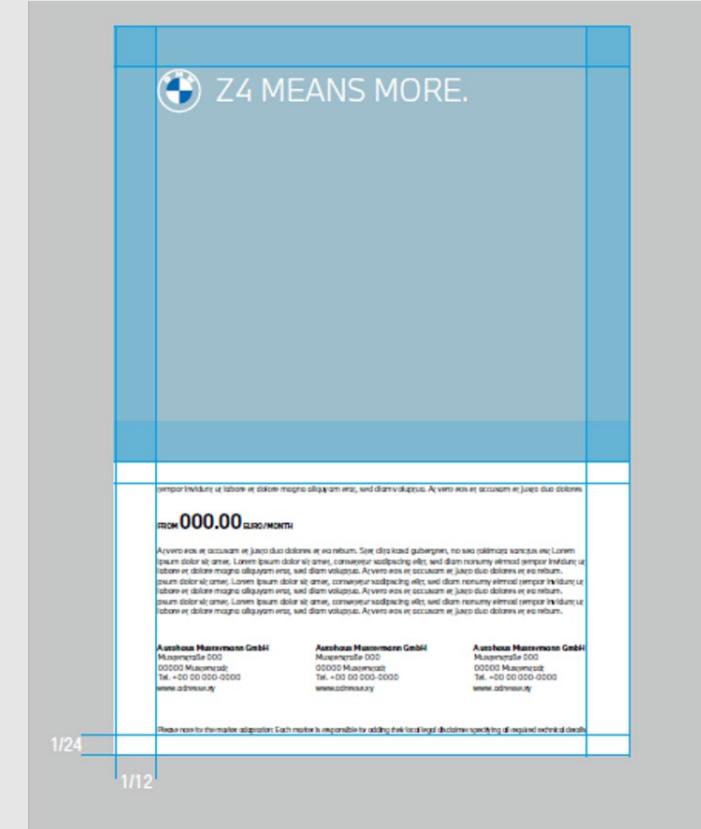
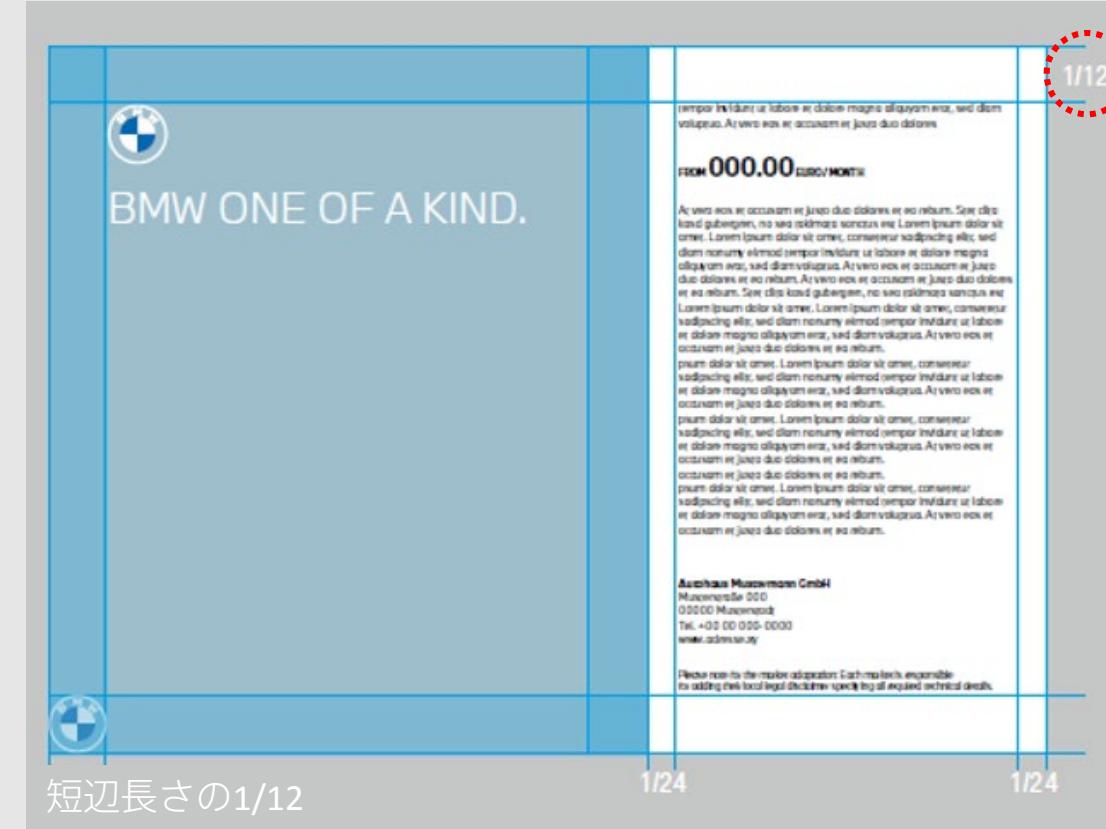
：ディーラー・スペース

※ディーラー・スペースのフォントは変更しません。

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：基本レイアウト。

ロゴの大きさ及びテキストの領域は短辺長さ1/12から算出された所定の割合に収めます。

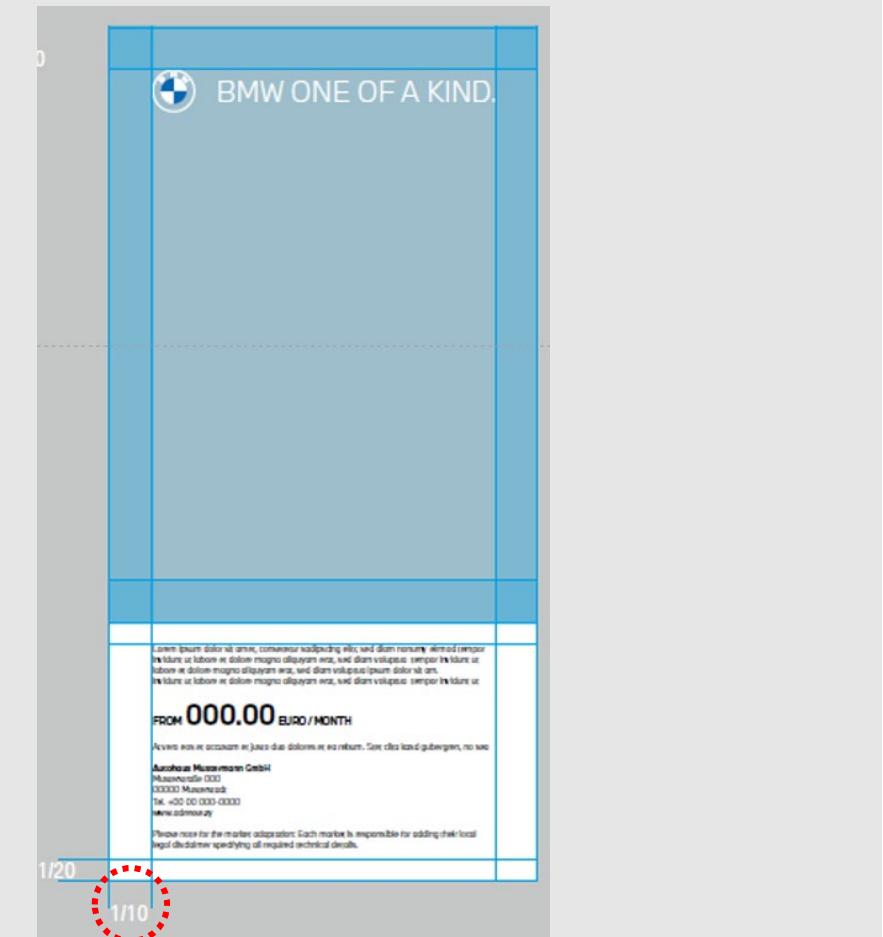
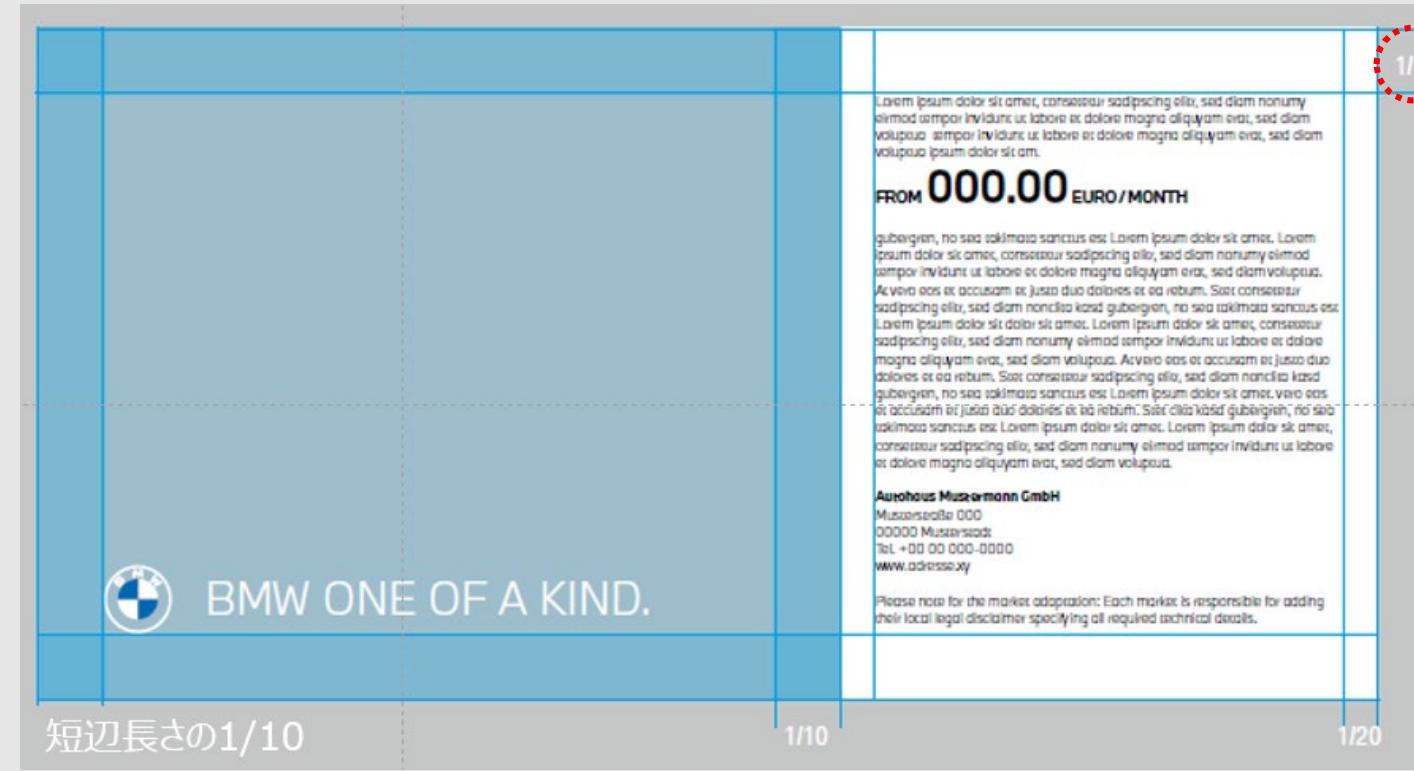


※本使用規則はサブブランドとの「ペアリング」の際にも適用されます。

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：基本レイアウト。

長型などのフォーマットでは、テキスト領域、ロゴの大きさなど規定外となる場合があります。
(短辺長さが1/10の場合)



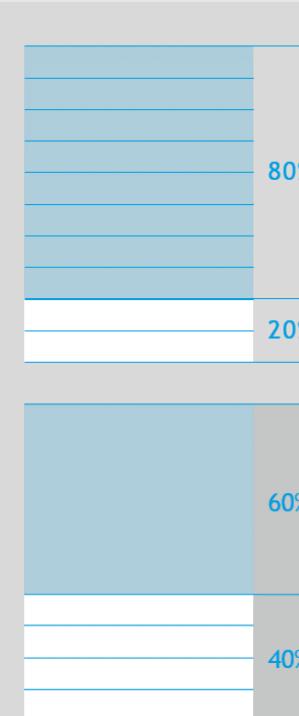
BMWディーラーCIガイドライン
7.CIガイドライン：基本レイアウト（グリッド）。

グリッドは、上下・左右で分けることは可能ですが、ビジュアルおよび情報スペースがお互いのインパクトを抑えてしまうような50:50の分け方はしません。

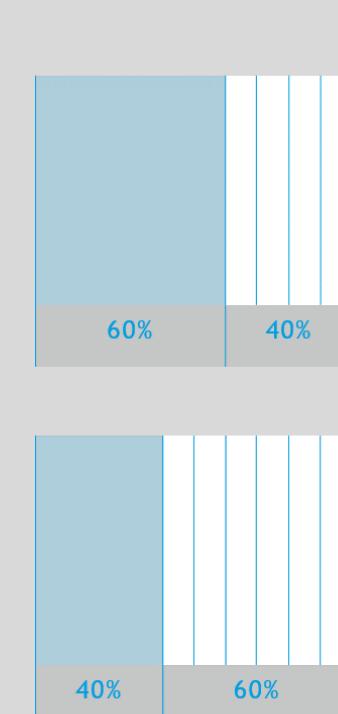
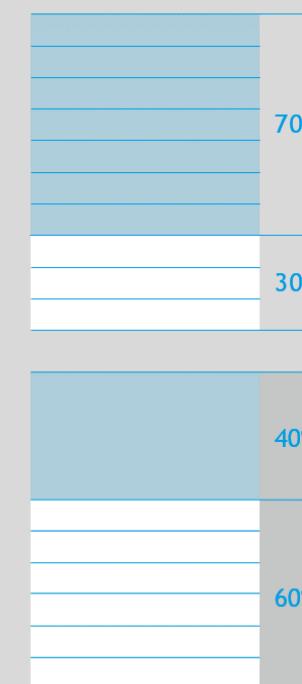


上下非対称
ビジュアル：約70 % 情報：約30%

縦向きフォーマット：
余白の比率は20%～60%



横向きフォーマット：
余白の比率は40%～60%



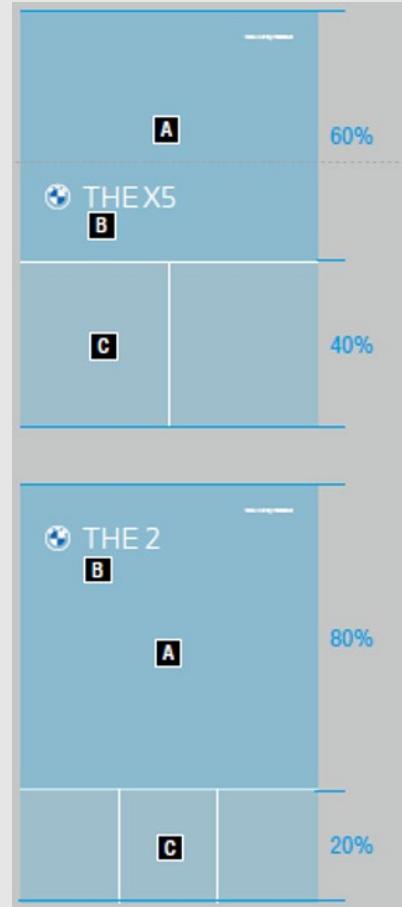
BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：基本レイアウト（複数画像時のレイアウト）。

横向きレイアウト



縦向きレイアウト



A メイン画像はフォーマット全体の60~80%に収めます。

横向きフォーマットのメイン画像は左または恥に配置。
縦向きフォーマットのメイン画像は上部にのみ配置。

B ロゴ、見出し、ブランドメッセージ（任意）、法的免責
条項は、常にメイン画像の上に配置。

C これに加えて小規模サイズの画像を2~3点並べて使用す
ることが可能ですが。4点以上の画像を掲載することは不可
となります。

D A3サイズ以下のフォーマットサイズの場合画像の境界線
は幅0.5mmの白線を用います。
これを超えるフォーマットサイズの場合は、A3サイズと
の比率をもとに線幅を拡大します。

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：BMWロゴ。

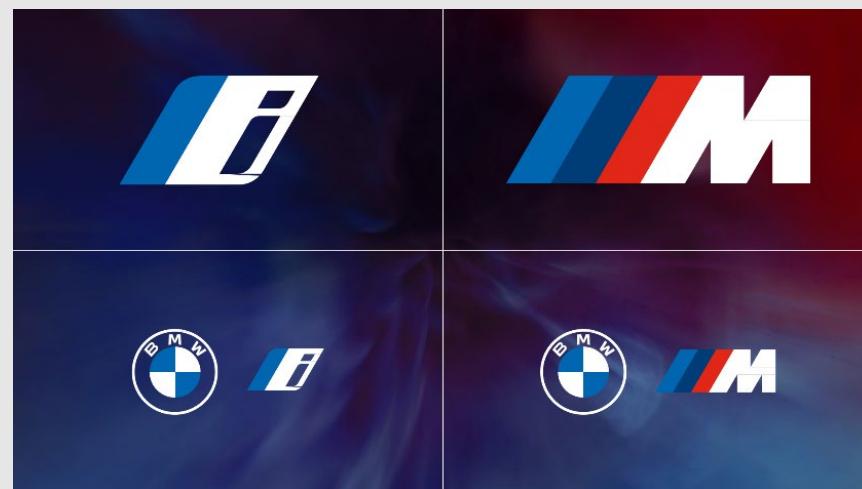
BMWロゴとブランドロゴが変更になり、モジュールの使用がなくなります。

駆けぬける歓びの記載は任意となりましたが、**ディーラー広告物には使用しません。**

BMWロゴ



BMWサブブランドロゴ



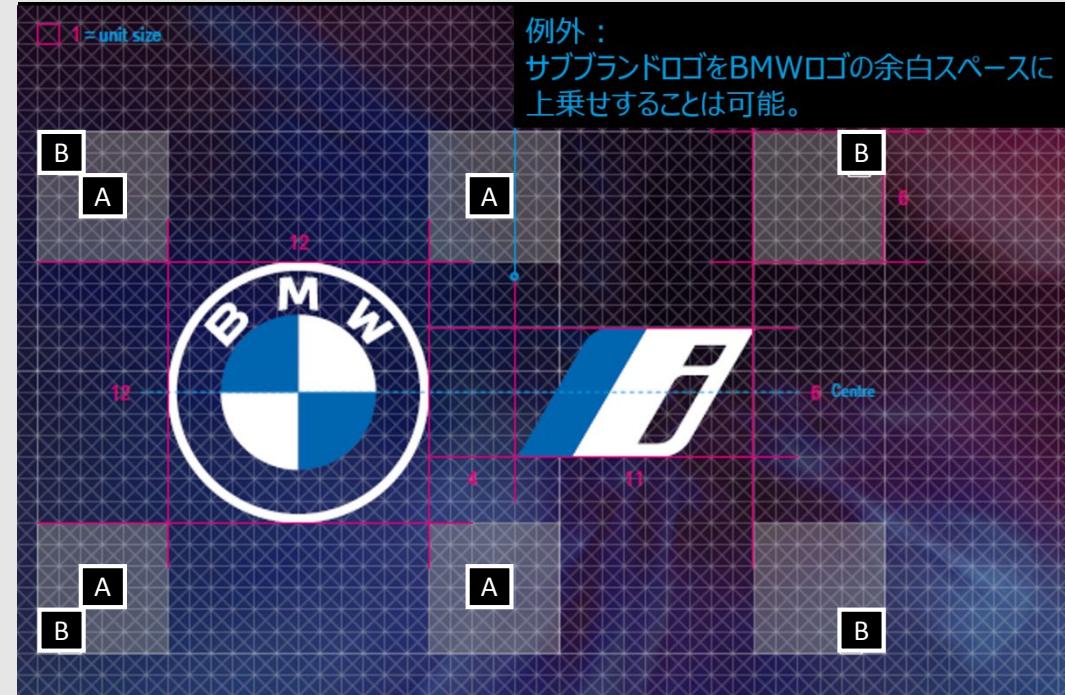
白背景にて用いるロゴ



BMWディーラーCIガイドライン

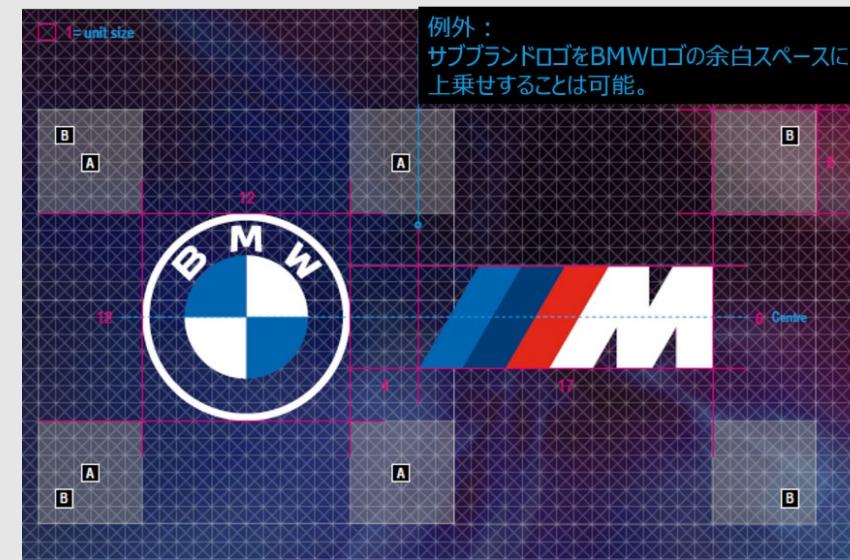
7.ディーラーCIガイドライン：BMWロゴ。比率及び余白とスペース

余白スペースとはロゴ回りに必要な最小スペースで、この部分にメッセージ要素を記載する事は不可です。



A BMWロゴまわりの余白スペース
BMWロゴを12としたとき、上下左右6の余白を設けます。

B 組み合わせロゴ周りの余白スペース
BMWロゴの高さが12の場合、サブブランドロゴの高さは6、
各ロゴの間は4の余白を設けます。

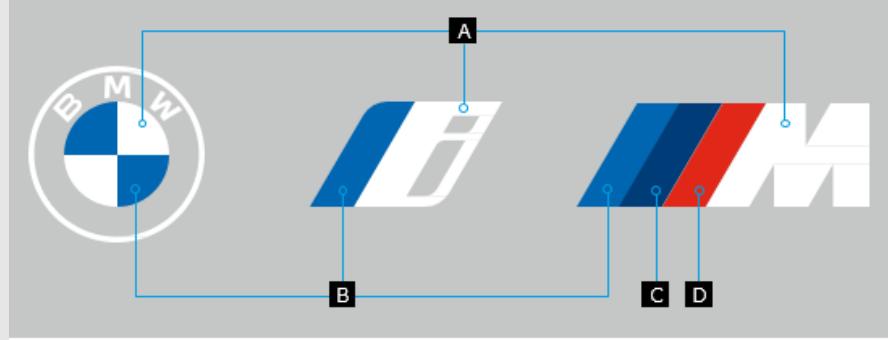


ペアリング：BMW及び
サブブランドのロゴを
組み合わせる場合は、
必ず見出しの右側に配
置します。

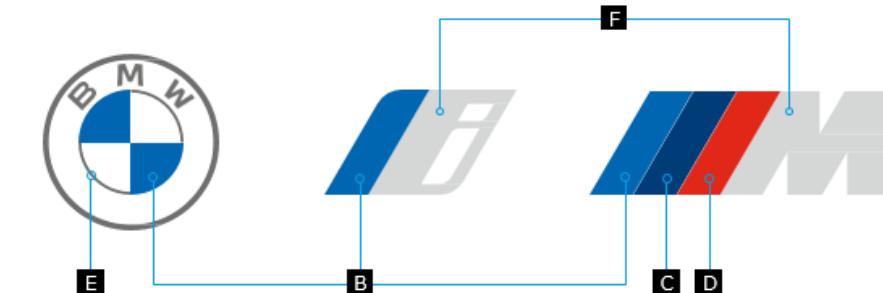
BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：BMWロゴ。色指定

デフォルトロゴ



背景白の場合



印刷面

パントンコート紙	-	2935 C	294 C	7626 C	Cool Gray 9 C	Cool Gray 2 C
パントン上質紙	-	2935 U	541 U	7626 U	Cool Gray 8 U	Cool Gray 2 U
CMYK	0 / 0 / 0 / 0	100 / 52 / 0 / 0	100 / 69 / 7 / 30	0 / 93 / 95 / 2	0 / 0 / 0 / 70	0 / 0 / 0 / 22

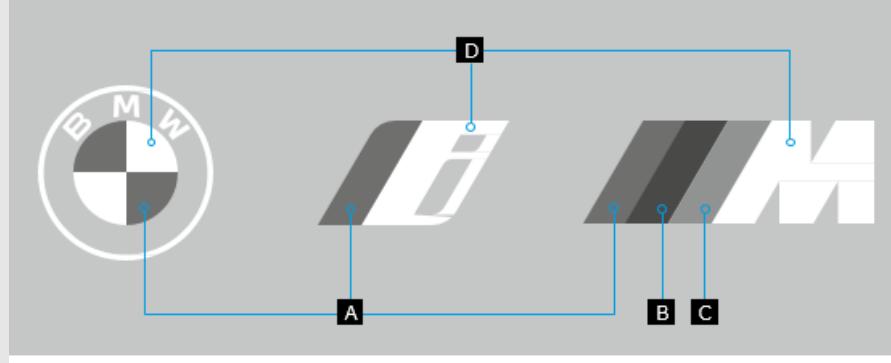
画面

sRGB	255 / 255 / 255	0 / 102 / 177	0 / 61 / 120	226 / 39 / 24	111 / 111 / 111	214 / 214 / 214
16進数	#ffffff	#0066B1	#003D78	#E22718	#6f6f6f	#d6d6d6

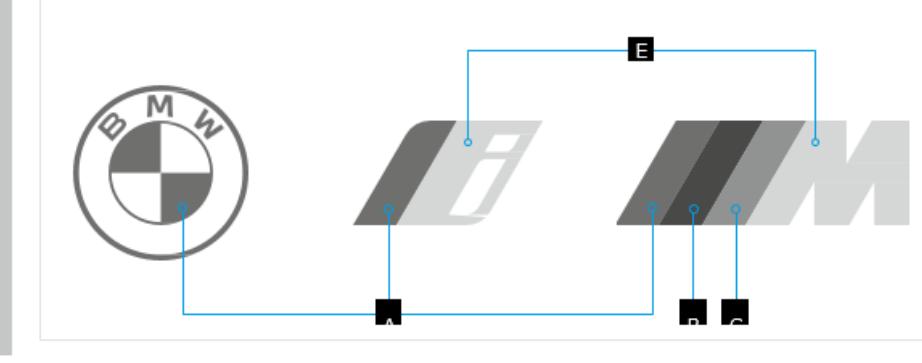
BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：BMWロゴ。色指定

モノクロロゴ



モノクロで白背景の場合



A

B

C

D

E

印刷面

パントンコート紙	Cool Gray 9 C	Cool Gray 11 C	Cool Gray 7 C	-	Cool Gray 2 C
----------	---------------	----------------	---------------	---	---------------

パントン上質紙	Cool Gray 8 U	Cool Gray 11 U	Cool Gray 6 U	-	Cool Gray 2 U
---------	---------------	----------------	---------------	---	---------------

CMYK	0 / 0 / 0 / 70	0 / 0 / 0 / 85	0 / 0 / 0 / 55	0 / 0 / 0 / 0	0 / 0 / 0 / 22
------	----------------	----------------	----------------	---------------	----------------

画面

sRGB	111 / 111 / 111	73 / 73 / 73	146 / 146 / 146	255 / 255 / 255	214 / 214 / 214
------	-----------------	--------------	-----------------	-----------------	-----------------

16進数	#f6f6f6	#494949	#929292	#ffffff	#d6d6d6
------	---------	---------	---------	---------	---------

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：BMWロゴ。見出し配置

ロゴと見出しの配置（大見出しの高さとロゴを併せる例）



A BMWロゴは見出しの左側、または右側に配置します。（サブヘッドラインがない場合）

B ロゴと見出しテキストの間は、ロゴの幅を12とした場合、6のスペース設けます。

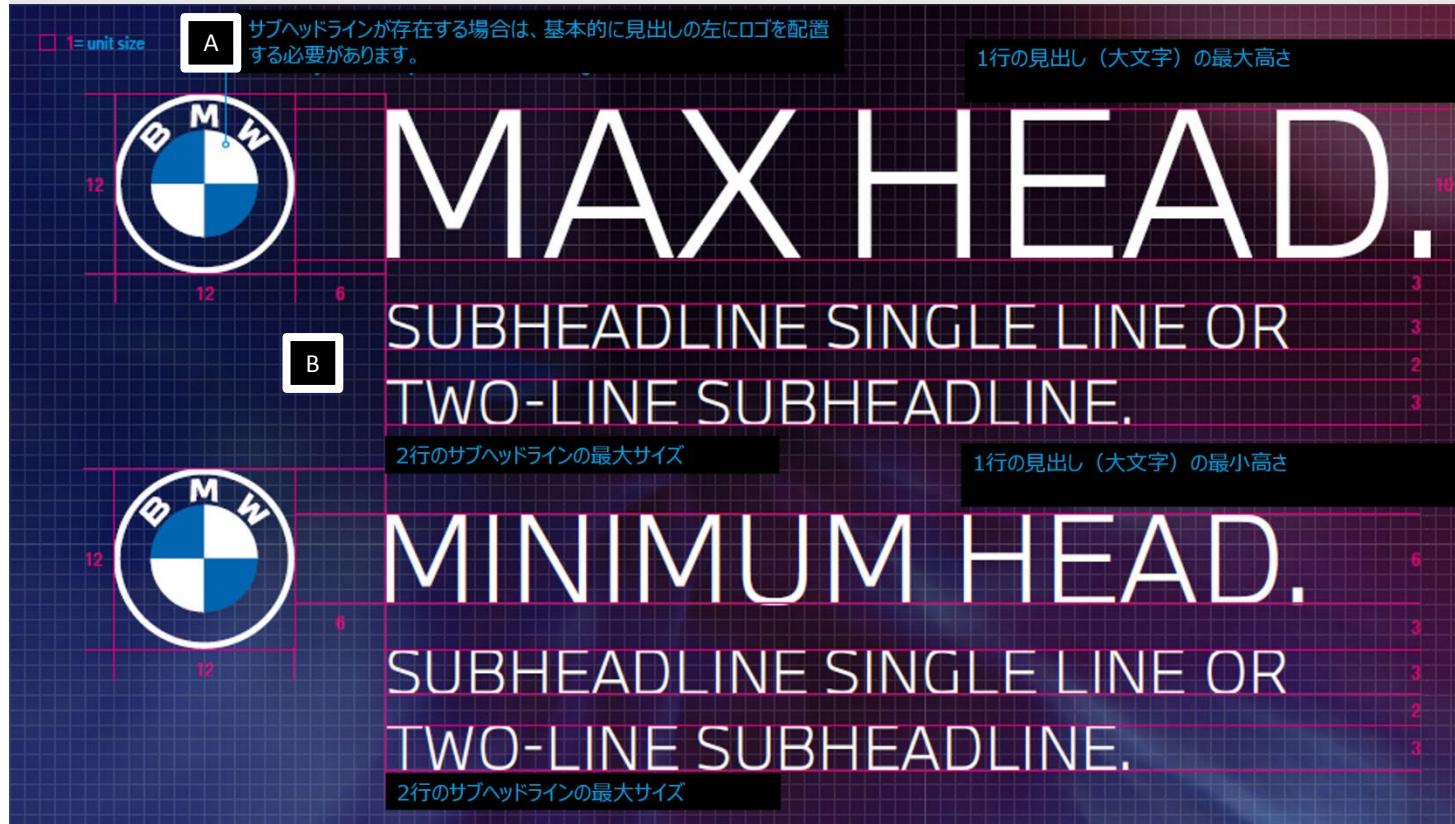
C 見出しがロゴに対し常に上下中央揃えで配置します。

D ペアリング：BMWおよびサブブランドのロゴを組み合わせる場合も右・または左にペアリングロゴを配置します。

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：ロゴとコピーの配置

ロゴとコピーの配置（キャッチコピーの高さとロゴを併せる例）※サブ・キャッチコピーあり



A サブヘッドキャッチコピーが存在する場合は、見出しの左にロゴを配置する必要があります。

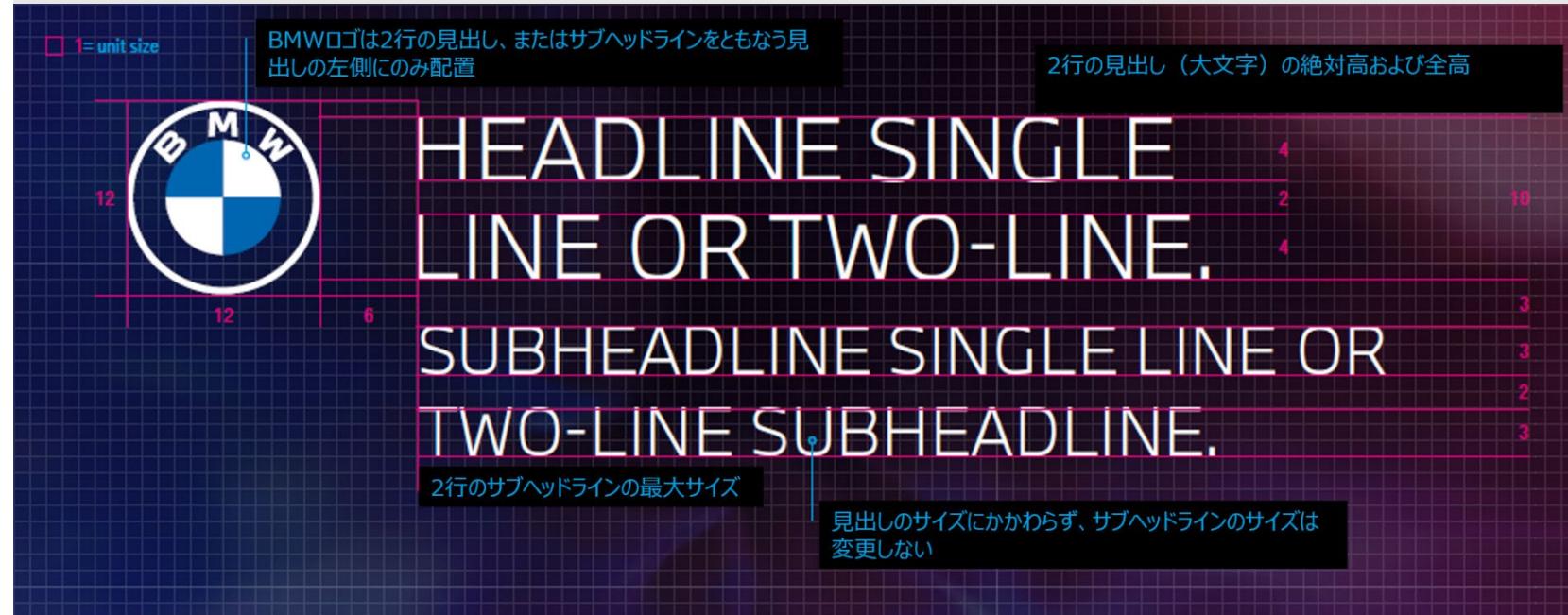
B BMWロゴの高さを12とした場合に、キャッチコピー(1行)の最小の高さは6、最大は12になります。

サブキャッチコピー・各行間について
は左図を参考にしてください。

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：ロゴとコピーの配置

ロゴと見出しの配置（大見出しの高さとロゴを併せる例）※ヘッドライン/サブヘッドライン共に2行の場合



BMWロゴの右側にヘッドライン、（見出し）とサブヘッドラインを配置します。

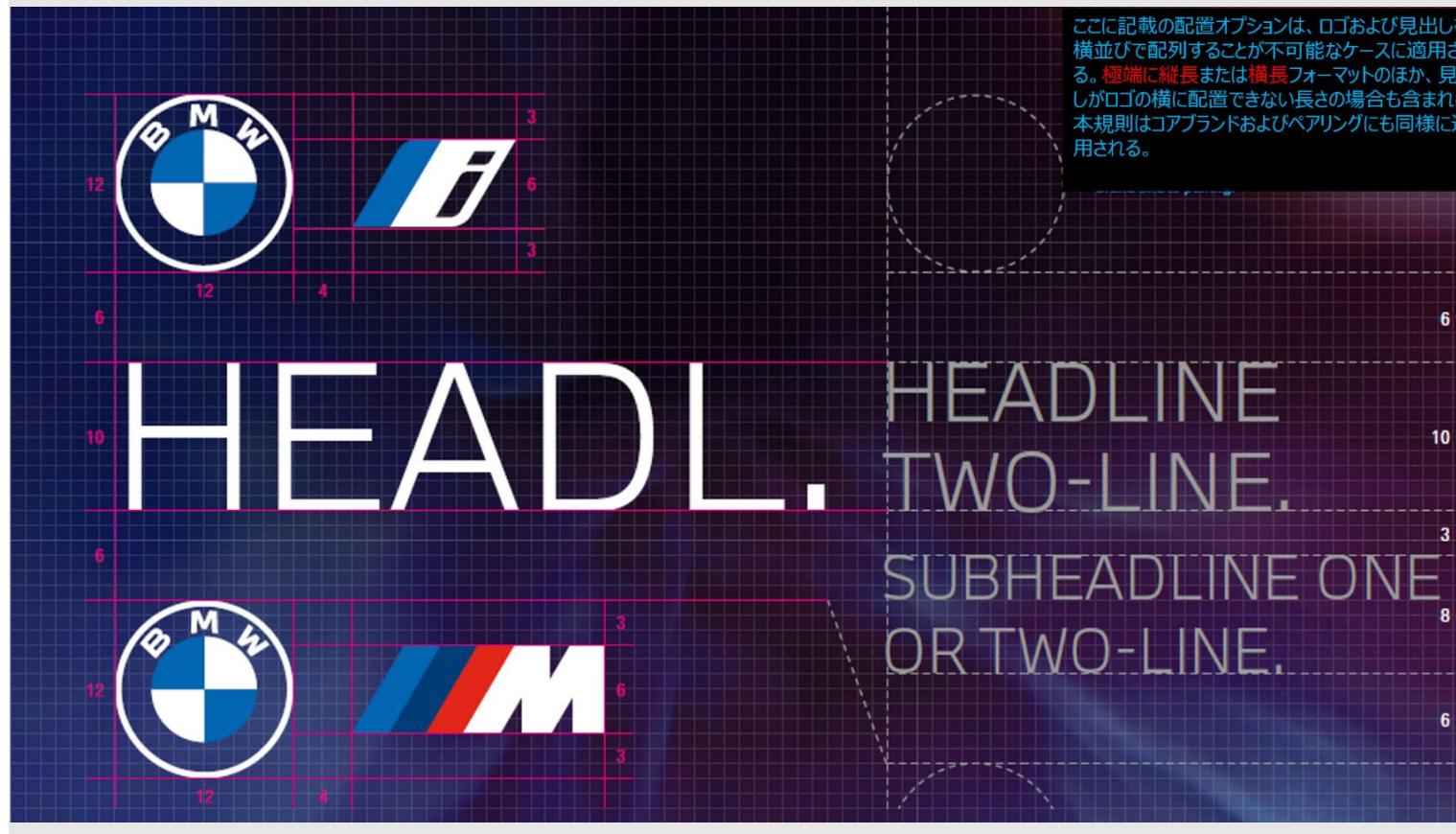
BMWロゴの高さを12とした場合、見出しの高さは4、行間を2とし、計10の高さとなります。

ヘッドライン（見出し）を2行とした場合も、サブヘッドラインのサイズは変わりません。

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：ロゴとコピーの配置

ロゴと見出し（ヘッドライン）を1行で配置するのが難しい場合は、下図のように上下で配置する事も可能です。



BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：フォント。

BMW Font LightからBMW Type Nextへ変更となります。

	英語フォント			日本語フォント
ATL/BTL媒体（新聞/雑誌/DM等）	BMW, BMW M, BMW i, BMW Luxury Class	行間	Character spacing	画像内テキスト
	BMW Type Next (Bold/Light)	-	-	AXIS Light
	英語フォント			日本語フォント
デジタル媒体（Website / メール / SNS / オンラインバナー等）	BMW, BMW M, BMW i, BMW Luxury Class	行間	Character spacing	画像内テキスト デバイスフォント (指定できる場合)
Website / メール / SNS / オンラインバナー等	BMW Type Next Light (Bold/Light)	-	-	ヒラギノ角ゴW3 Noto sans Regular

※日本語フォントの提供はありません。ディーラー各位にてご購入・手配ください。

上記のフォントにかけられるウェイトはBoldのみで、コンデンス（長体）、下線イタリック（斜体）などの強調は使用できません。

フォントに使える色は背景色に応じて、白、グレー、黒、青を使用することとします。（次ページ参照）
ただし、キャッチ／サブ・キャッチコピー／ボディコピーは黒、または白色のみの使用となります。

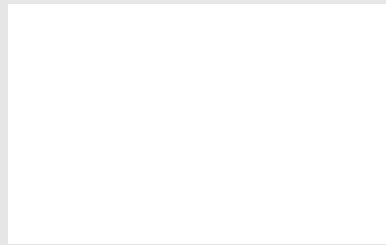
情報スペースにおいては、Lightだけでなく、Regular / Boldの使用も可能です。

AXIS fontの詳細は、<https://www.axisfont.com>でご確認ください。

BMWディーラーCIガイドライン

7.ディーラーCIガイドライン：フォント（カラー）。

テキストに使用できるカラーは以下ののみとなります。



White

CMYK

C=0% M=0% Y=0% K=0%



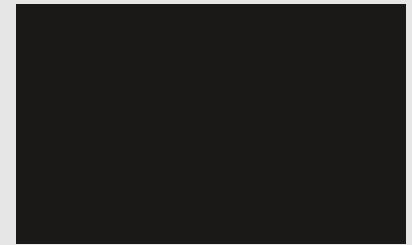
Gray

C=0% M=0% Y=0% K=85%



Blue

C=100% M=60% Y=0% K=0%



Black

C=0% M=0% Y=0% K=100%

85%

推奨はK=85%ですが、
制限はありません。

BMWディーラーCIガイドライン

8.各種事例：新聞広告。

全面ビジュアル（3辺接地）とし、訴求ポイントを受け手に明確にわかりやすくメッセージしたものでなければなりません。
下記ご参照のうえ、制作をお願いいたします。
原稿スペース推奨は、全5段以上となります。

全5段



全7段



 情報スペース（ディーラー・スペース）

全15段



BMWディーラーCIガイドライン

8.各種事例：雑誌広告。

基本は新聞広告と同様の構造になります。支払い例やイベント告知、ディーラー拠点情報を追加する場合は、ビジュアルまたはコピースペースを調整して、最下段のディーラースペースに追加します。
雑誌広告におけるロゴ配置については、断裁側に配置していただくことを推奨しています。



雑誌広告：
右開き、左側掲載の場合

断裁側

ロゴは断裁側に
配置してください。



縫込み側

BMWディーラーCIガイドライン
8.各種事例：ポスティング・ツール／新聞折込チラシ。

B4表裏断ち切りの基本構成となります。

表面：受け手に訴求ポイントが明確に、端的に伝わるように心がけます。

裏面：訴求プロダクト／ポイントを明確に分けて記載し、原稿が煩雑にならないようグリッドを設けレイアウトします。

プロダクト、支払い例、サブスタンスなどを説明するスペースとイベント、記念品等を告知するスペースに分かれます。

表面



BMW 3シリーズ。BMW史上最高、新時代の安全性

迷んできたルートを実機にトレース。

25km/h以下の歩行者に、最大50mルートを自動的に以て走行。

必要な時にはこれをドライブしてきたルートに沿って、ステアリングを自動的に操作しながら進路します。

ドライバーは車両の運転の状況に集中できます。

リスクを減らし、リラックスをもたらす。
高速道路走行時ハンズ・オフ・アシスト^{※1※2}

「通常は最初のハンズ・オフ・アシスト点は、両端溶接点で進行する。」

一定の条件下ではインスルムを強調せずにこに入れる
クルマがステアリングを自動的に操作して運転を継続。
車に自動運転機能を搭載する一方で、運転者の責任は

も入るアクセル／ブレーキ操作を行なへ
ドライバーへの負担を大幅に軽減させる。

• [About](#) | [Contact](#) | [Privacy](#)

Digitized by srujanika@gmail.com

—三、七、二十一、二

ソフト・マネジメント・ナレ

裏面

対象モデルに0.99%特別低金利ローン^{*1}やレザーシートへの無償アップグレード^{*3}実施中。全モデルを対象に純正アクセサリー・クーポン(50,000円分)プレゼント^{*4}。このチャンスをお見逃しなく。



今週末はBMWショールームへ。

0月00日(金・祝)・00日(土)・00日(日)10:00am~7:00pm

「ゴーグルマイクト」は「ゴーグルマイク」ブランドの
通常ならぬ様々な新奇な機能、あるいは付属品、サブ商品などがありま
す。また、ごくごく小さな付属品、タグ等も販売されています。
お問い合わせは、本社営業部へお問い合わせください。
今後も、新規機能や付属品を追加していく予定です。
ご期待ください。

BMWディーラーCIガイドライン

8.各種事例：大型ハガキ

現在BMWジャパンでは235×120mmサイズとA4サイズの大型ハガキを制作しています。
両タイプともに基本構造は同一です。

ビジュアル面：一番フォーカスしたいモデルをメイン・ビジュアルに使用します。また3辺接地してなければなりません。
宛名面：フェアタイトルや日時、記念品、イベントコンテンツを明記。必要に応じてサブ・カット等を掲載します。

A4サイズ
ビジュアル面



A4サイズ
宛名面



BMWディーラーCIガイドライン

8.各種事例：野外看板。

ショールームへの誘導やショールーム建物壁面にアテンションとして看板を実施される場合、下記ご参照の上、制作をお願いします。

ロゴサイズは看板長辺の約1/12をロゴの左右幅に調整します。

BMW Japan制作



ショールーム誘導



ショールーム壁面



掲出期間によって掲載モデルを選定してください。
看板サイズ、掲出場所によりますが、原寸で80dpi以上ある画像が推奨画像です。
掲出画像選択は限られますのでご了承ください。



認められない原稿例：
ロゴのみのビジュアル
はマークティング看板
として認められません。

BMWディーラーCIガイドライン

8.各種事例：TVCM／シネアドぶら下がりについて。

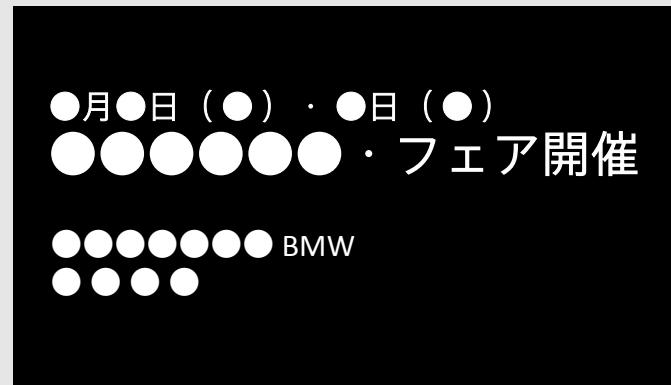
ディーラー各位が独自でTVCMスポットやシネアドを実施される場合は、ぶら下がりでディーラー告知が可能です。地元で制作をされる場合は、訴求すべきポイントを明確にし、下記をご参照の上、ご制作ください。

ベース素材については契約等により、使用可能期間が決まっています。

使用可能素材については、ディーラー・マーケティング事務局までお問い合わせください。

ベース素材納品テープはHD-CAMになります。

ぶら下がり例



NA)

週末は○○○○○○BMWへ
※誘引等を端的にメッセージします。



BMWディーラーCIガイドライン

9.新ロゴ・フォント素材格納先 (新フォント・ロゴ ダウンロード方法)

- ① S-Gate へログイン
- ② Marketing & CRM ⇒ Sales & Marketing Workplace をクリック
- ③ Identity Net をクリック
- ④ Download Tool をクリック
- ⑤ ロゴ ⇒ Brand appearance／フォント ⇒ Typefaces / signs

①・②

BMW GROUP    Rolls-Royce Motor Cars Limited

S-Gate—ディーラー ポータル日本

Home Sales Aftersales Marketing & CRM Financial Services Administration

DTOS

Extranet Information Board

Integrated Dealer Support

Sales & Marketing Workplace

新 S-Gate ディーラー ポータルによるこそ
BMW Group の新 S-Gate ディーラー ポータルであなたをお迎えすることができ、誠に嬉しく存じます。新ポータルを提供することで、最新技術に対応し、アプリケーションをビジネスプロセスごとに分類します。

コース
2019/09/02
S-Gate 2.0へようこそ
S-Gate 2.0は、5つのビジネスプロセスのメニューが備わっており、選択すると関連するアプリケーションのリンクが表示されます。
ご不明な点がありましたら、ディーラーヘルプデスクまでご連絡ください。

Sales & Marketing Workplace

BMWディーラーCIガイドライン

9.新ロゴ・フォント素材格納先 (新フォント・ロゴ ダウンロード方法)

③

SALES & MARKETING WORKPLACE

WELCOME TO YOUR HOMEPAGE.

Here you will find the following dealer-relevant content, for example:

- Identity Net accessible via the top navigation
- Product Highlights accessible via Sales & Retail > Product Highlights
- Aftersales accessible via the top navigation

④

SALES & MARKETING WORKPLACE

Identity Net ^

Identity Net Overview

Brand and Customer Institute

CI-Helpdesk

Download Tool

⑤ このページに切り替わります

⑤

ロゴ
Brand appearance

フォント
Typefaces / signs

Download Tool.
Central access to available files.

New downloads	The Download Tool gives you clear, multi-lingual access to all files of the Identity Net which are either master templates or provide more detailed information or help on CI material. More detailed information on using the available files can be found in the corresponding chapter of the Identity Net.
BMW Type Next	
BMW Promotional	
Printmedia Templates	
Templates of the brand	
BMW (PowerPoint)	
BMW color gradient field	
Favicon for web browser	
New BMW Motorrad Corporate Identity	
Templates of the brand	
BMW Motorrad (PowerPoint)	
BMW Newsletter and E-Mailing Templates	
BMW Icon Set	
BMW wordmark	
BMW i wordmark	
BMW M wordmark	
BMW symbol	
BMW i symbol	
BMW M symbol	
Brand appearance	Templates for printing, 3D applications and various specialised applications, available in different sizes and file formats.
Typefaces / signs	Fonts for office and professional high-end domain, installation aids and specific information in English and German.
Templates	Word and PowerPoint templates for commonly used correspondence materials and presentations. Price sheets for ICS uses.

BMWディーラーCIガイドライン

9.新ロゴ・フォント素材格納先 (新フォント・ロゴ ダウンロード方法)

⑤

ロゴ⇒Brand appearance

Download Tool.
symbols.

Overview Brand appearance Typefaces / signs Templates Help

BMW Group

Welcome Walls

Here you receive the high-resolution data of the wordmark/symbol combination in its three recommended sizes for BMW Group Welcome Walls.

Please select from left to right.

 File format: EPS (71.1MB) [Download](#)

Brand BMW

BMW symbol

File formats: PNG, PDF, SVG (8.7MB) [Download](#)

BMW i symbol

File formats: PNG, PDF, SVG (8.3MB) [Download](#)

BMW M symbol

File formats: PNG, PDF, SVG (8.3MB) [Download](#)

BMW, BMW i symbol pairing

File formats: PNG, PDF, SVG (5.8MB) [Download](#)

BMW, BMW M symbol pairing

File formats: PNG, PDF, SVG (5.7MB) [Download](#)

BMW wordmark

File formats: PDF, SVG (3.6MB) [Download](#)

フォント⇒Typefaces / signs

Download Tool.
typefaces.

Overview Brand appearance Typefaces / signs Templates Help

BMW Type

BMW Type Next

A B C G J K M
a b c e f g j k
1 2 3 4 5 6 7 8
€ § € ; % & ?

Please select from left to right.

File formats: OTF, TTF, EOT, WOFF, WOFF2 (1.4MB) [Download](#)

BMWディーラーCIガイドライン

10. お問い合わせ先

■プリント用CIチェックのご依頼

- ・新聞／雑誌／TVCM、その他広告
- ・DM、大型はがき等各種制作物

■プリント用画像素材のご依頼

■Pydioのアカウント、操作方法

■デジタルCIチェックのご依頼

- ・デジタル広告
- ・SNSアカウントロゴ
- ・Emailニュースレター
- ・WebsiteのCIチェックのご依頼

(上記以外のCIチェックはディーラー・ウェブサポートデスクでは受付できません。

■デジタル用画像素材のご依頼

- ・BMW Japan Website素材
- ・BMW Japan SNS素材

(上記以外の素材依頼は受付できません。ディーラー・ウェブサポートデスクでは高画質素材に関するお問い合わせは受付できません。

BMWジャパンディーラー・マーケティング事務局

TEL : 092-408-2255

Email : bmw_dmo@wundermanthompson.com

サポート受付時間：10:00～17:00 (月～金曜日、ただし年末年始、祝祭日を除く)

ディーラー・ウェブサポートデスク

TEL : 050-3799-4321

Email : bmw-websupport@imjp.co.jp

サポート受付時間：10:00～18:00 (月～金曜日、ただし年末年始、祝祭日を除く)