

# BMW デイラー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「駆けぬける喜び」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可能です。

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体験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



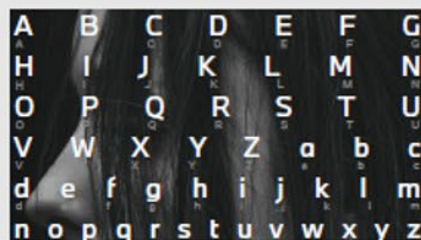
# BMWディーラーCIガイドライン

## 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

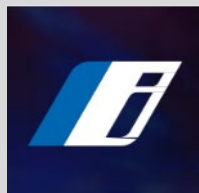


# BMWディーラーCIガイドライン

## 4.変更内容の概要：BEFORE-AFTER

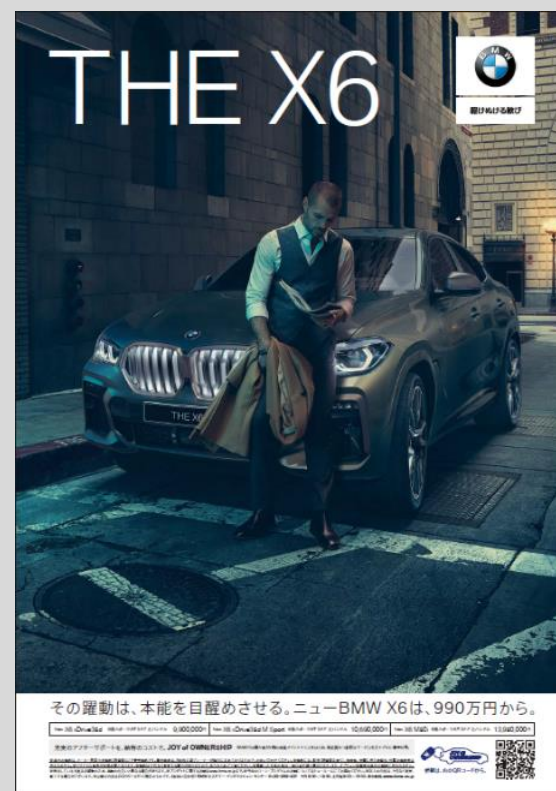
大きな変更点は3つ

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。

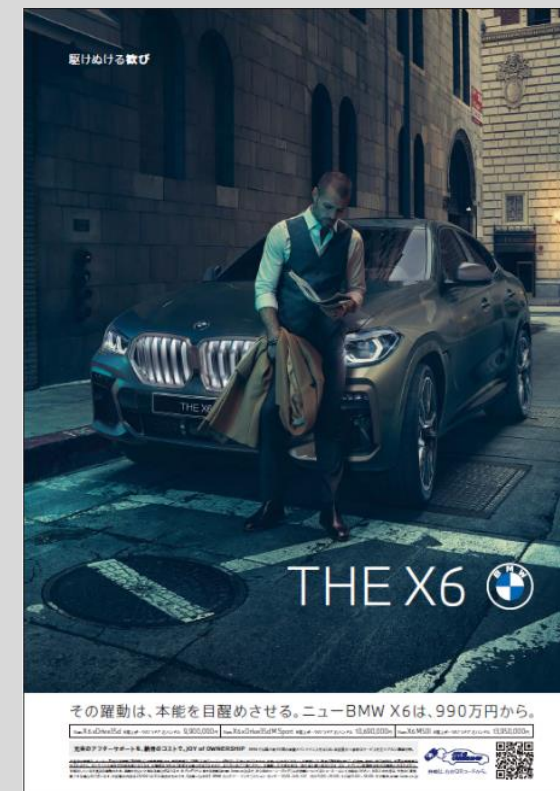


3. フォントの変更  
BMW Font LightからBMW Type Nextに変更。  
日本語フォントはAXIS Lightのままです。

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。

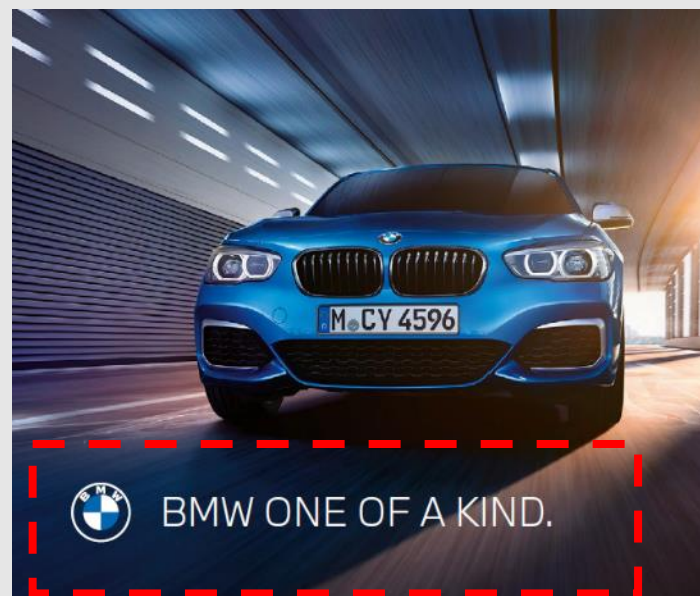


# BMWディーラーCIガイドライン

## 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)を組み合わせで配置しています。  
(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。



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit; sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua ipsum dolor sit am.

FROM **000.00** EURO / MONTH

gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet consetetur sadipscing elitr, sed diam nonclita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet consetetur sadipscing elitr, sed diam nonclita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

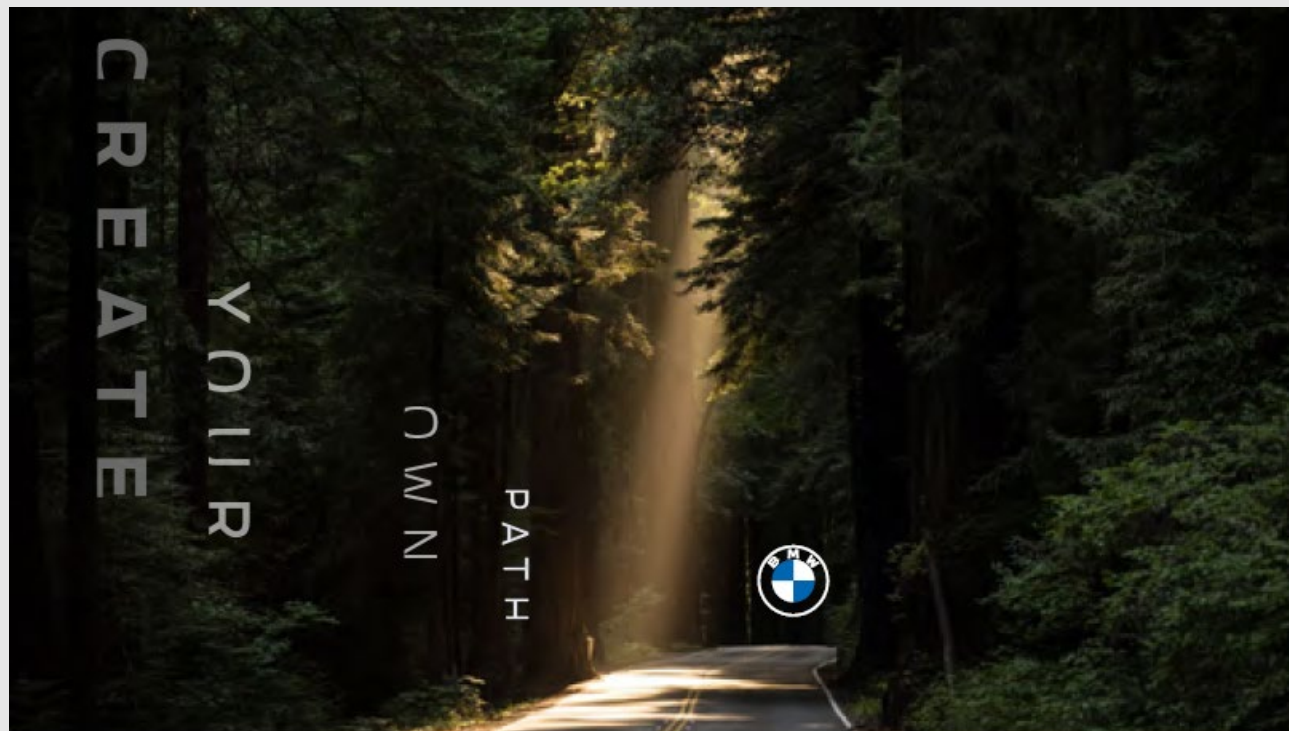
**Autohaus Mustermann GmbH**  
Musterstraße 000  
00000 Musterstadt  
Tel. +00 00 000-0000  
[www.adresse.xy](http://www.adresse.xy)

Please note for the market adaptation: Each market is responsible for adding their local legal disclaimer specifying all required technical details.

# 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**：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

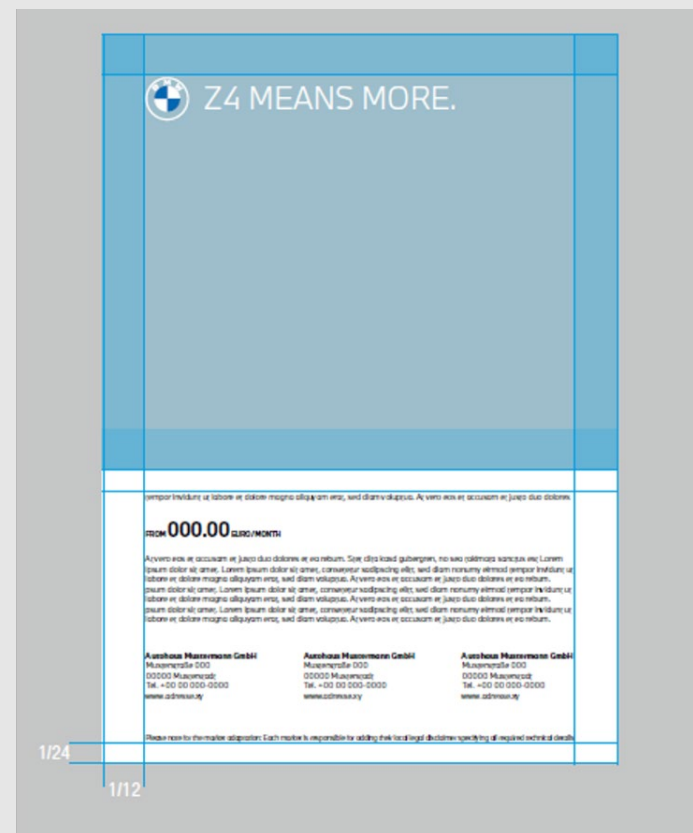
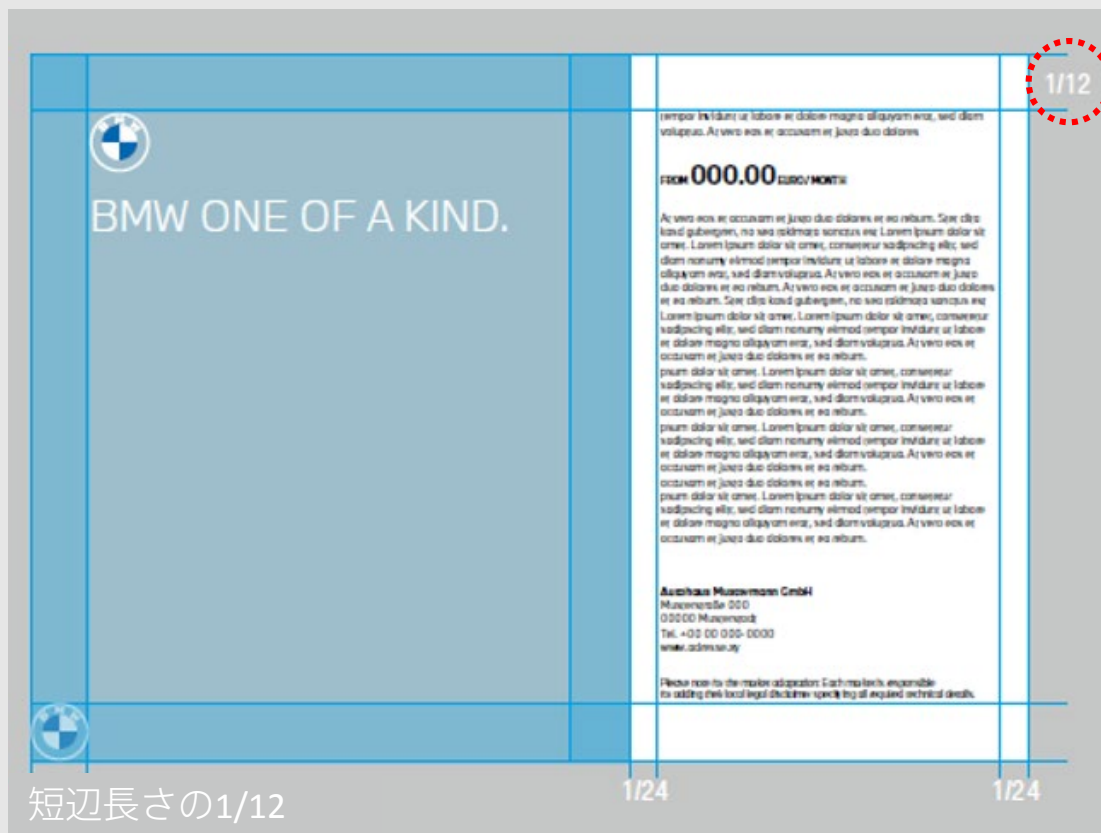
**B**：情報スペース（白背景のみ）  
 [4]ボディ・コピー  
 ：ディーラー・スペース  
※ディーラー・スペースのフォントは変更しません。



# 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。



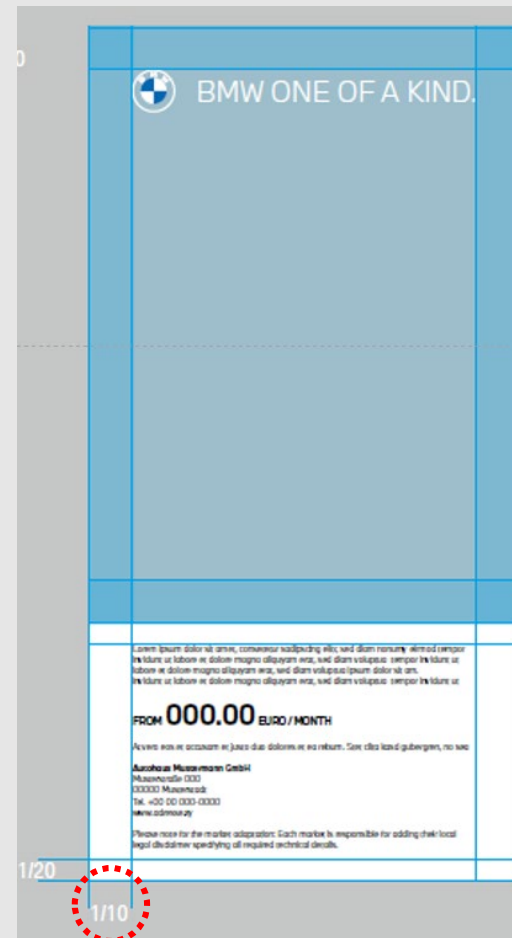
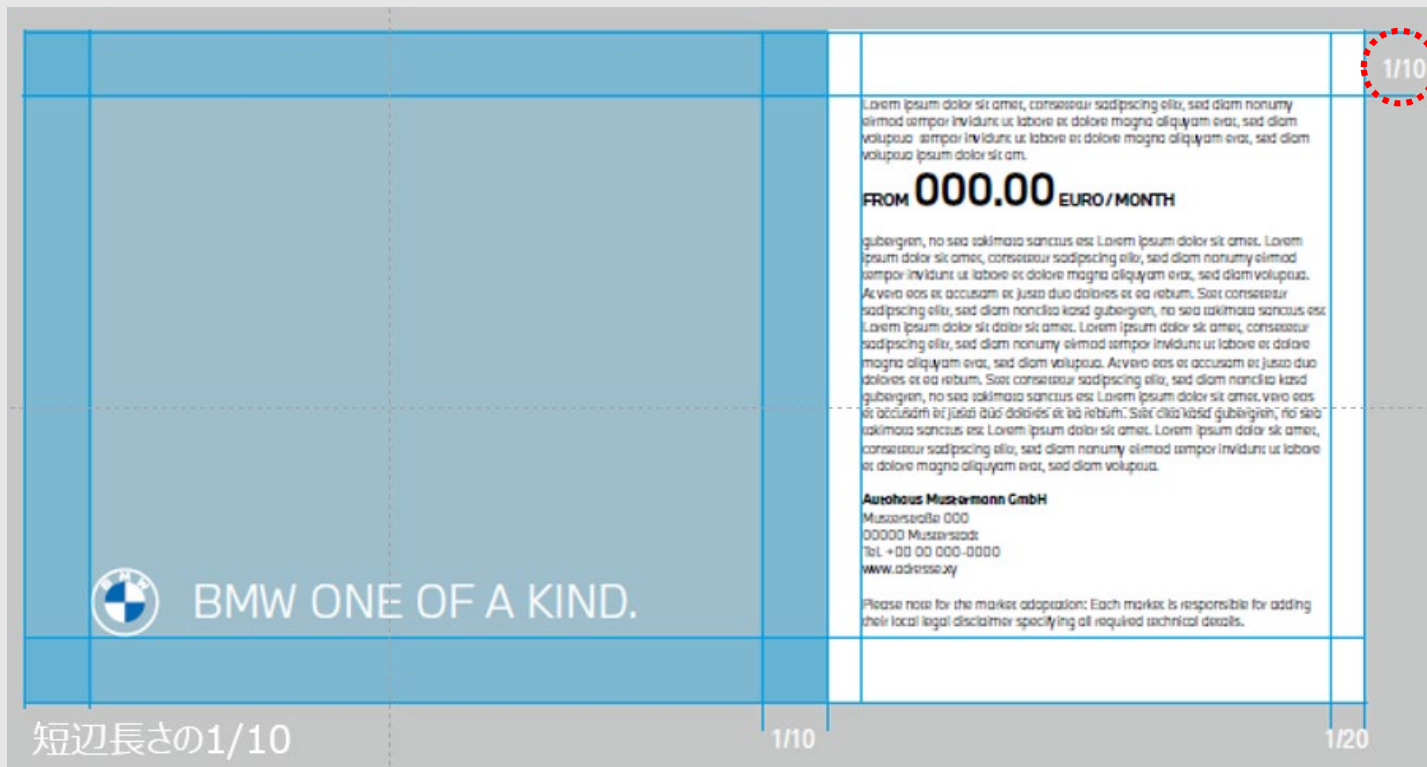
※本使用規則はサブブランドとの「ペアリング」の際にも適用されます。



# 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。

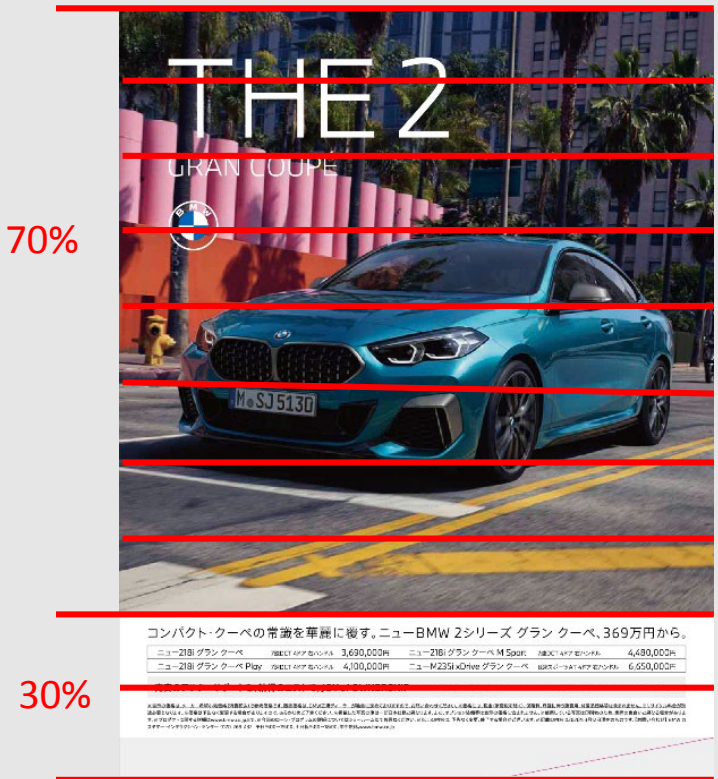
長型などのフォーマットでは、テキスト領域、ロゴの大きさなど規定外となる場合があります。  
(短辺長さが1/10の場合)



# BMWディーラーCIガイドライン

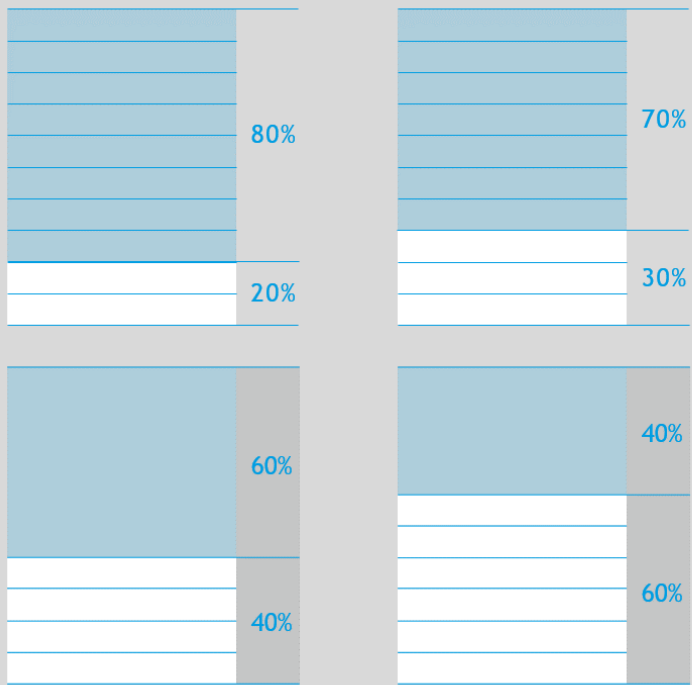
## 7.CIガイドライン：基本レイアウト（グリッド）。

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。

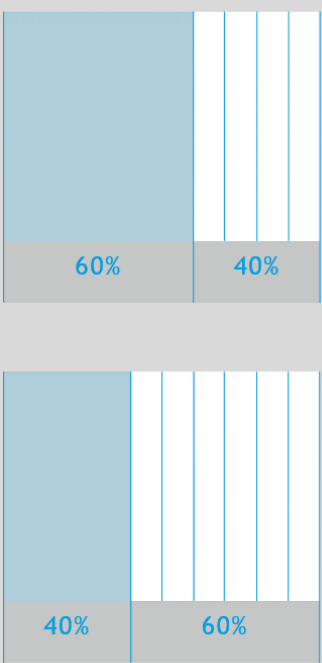


上下非対称  
ビジュアル：約70 % 情報：約30%

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%



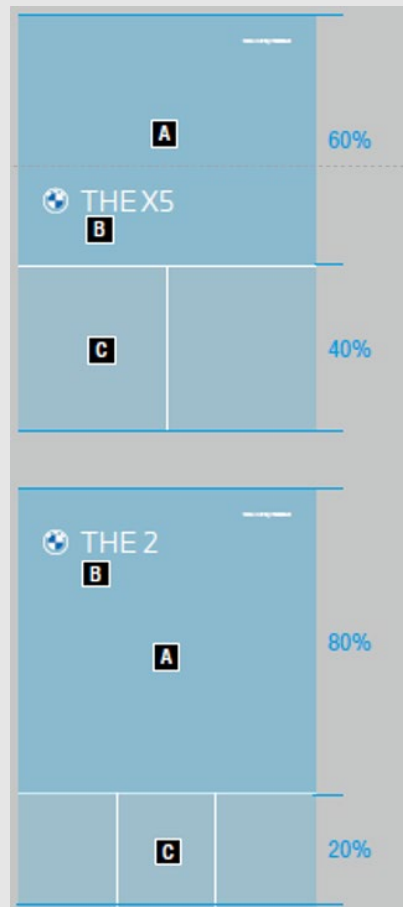
# BMWディーラーCIガイドライン

## 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。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

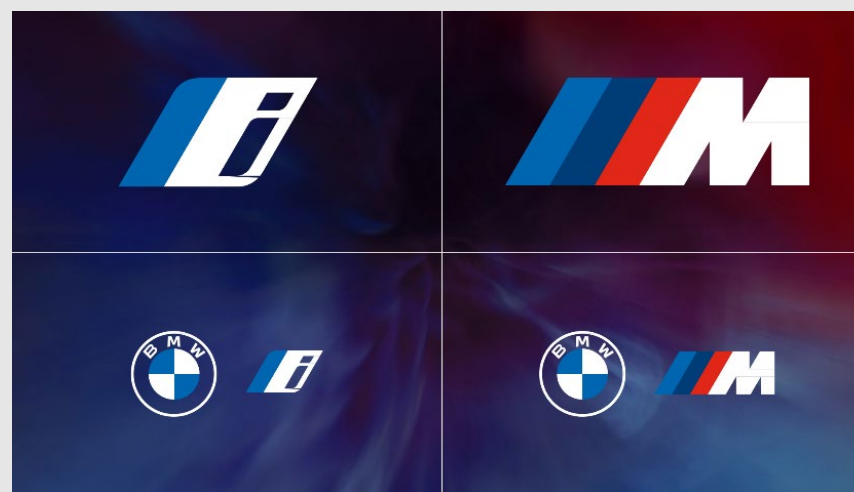
## 7.ディーラーCIガイドライン：BMWロゴ。

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

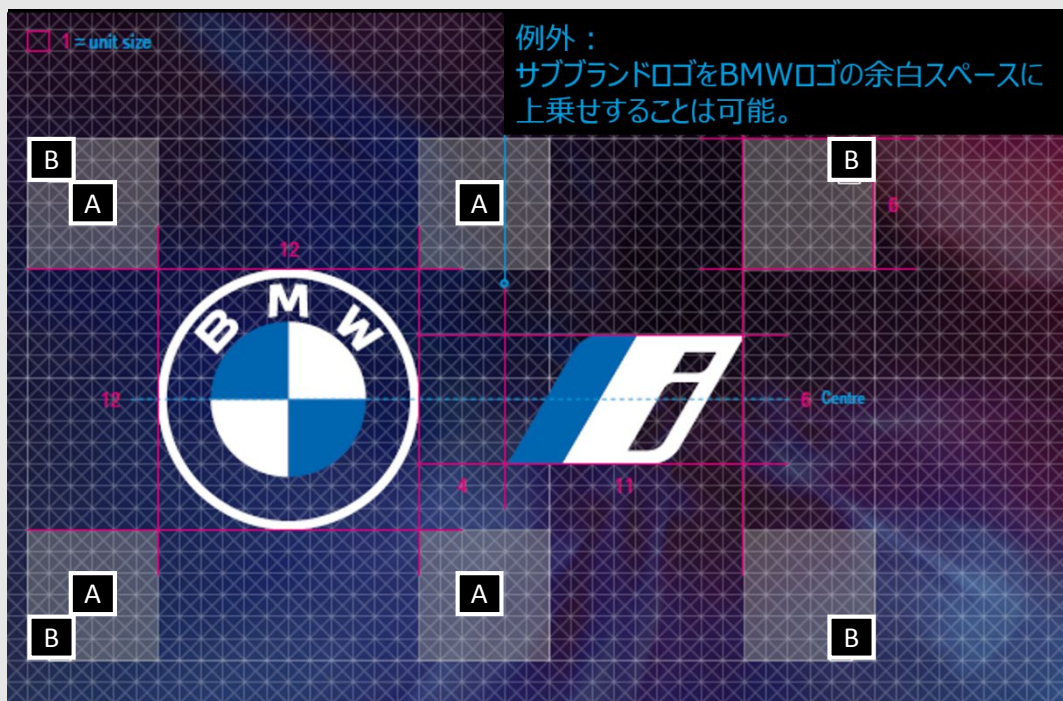




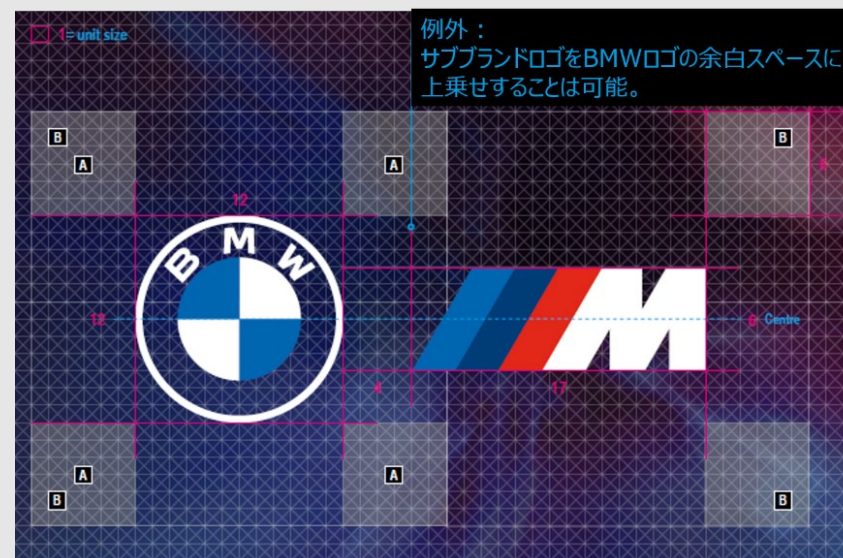
# BMWディーラーCIガイドライン

## 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。

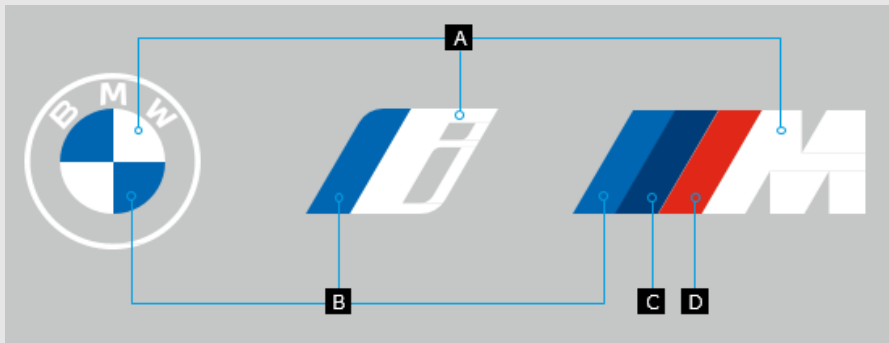


ペアリング:BMW及びサブブランドのロゴを組み合わせる場合は、必ず見出しの右側に配置します。

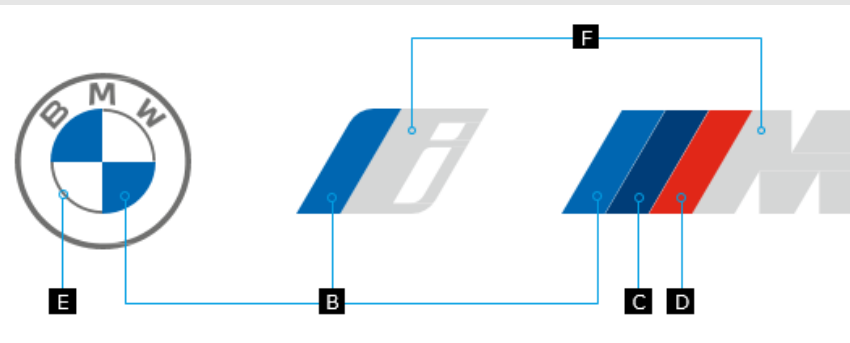
# BMWディーラーCIガイドライン

## 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

バントコート紙	-	2935 C	294 C	7626 C	Cool Gray 9 C	Cool Gray 2 C
バント上質紙	-	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

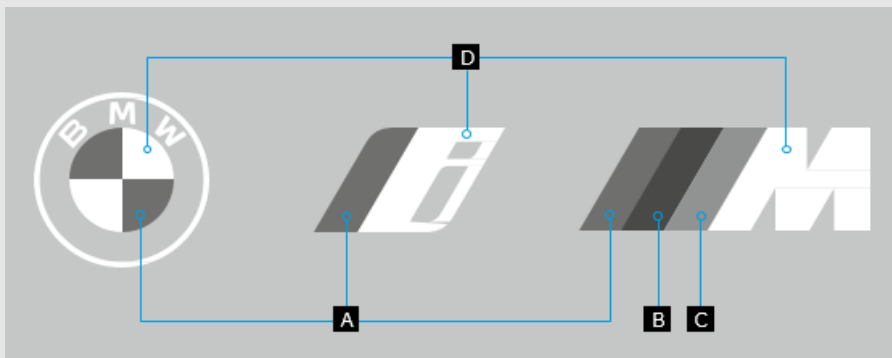
### 画面

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

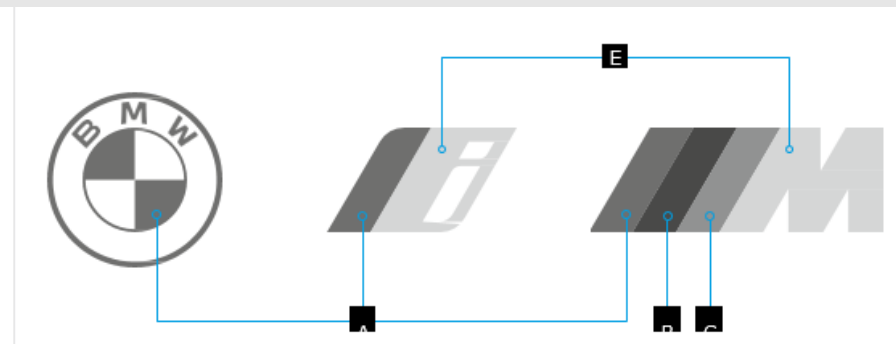
# BMWディーラーCIガイドライン

## 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
<b>印刷面</b>					
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
<b>画面</b>					
sRGB	111 / 111 / 111	73 / 73 / 73	146 / 146 / 146	255 / 255 / 255	214 / 214 / 214
16進数	#6f6f6f	#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）



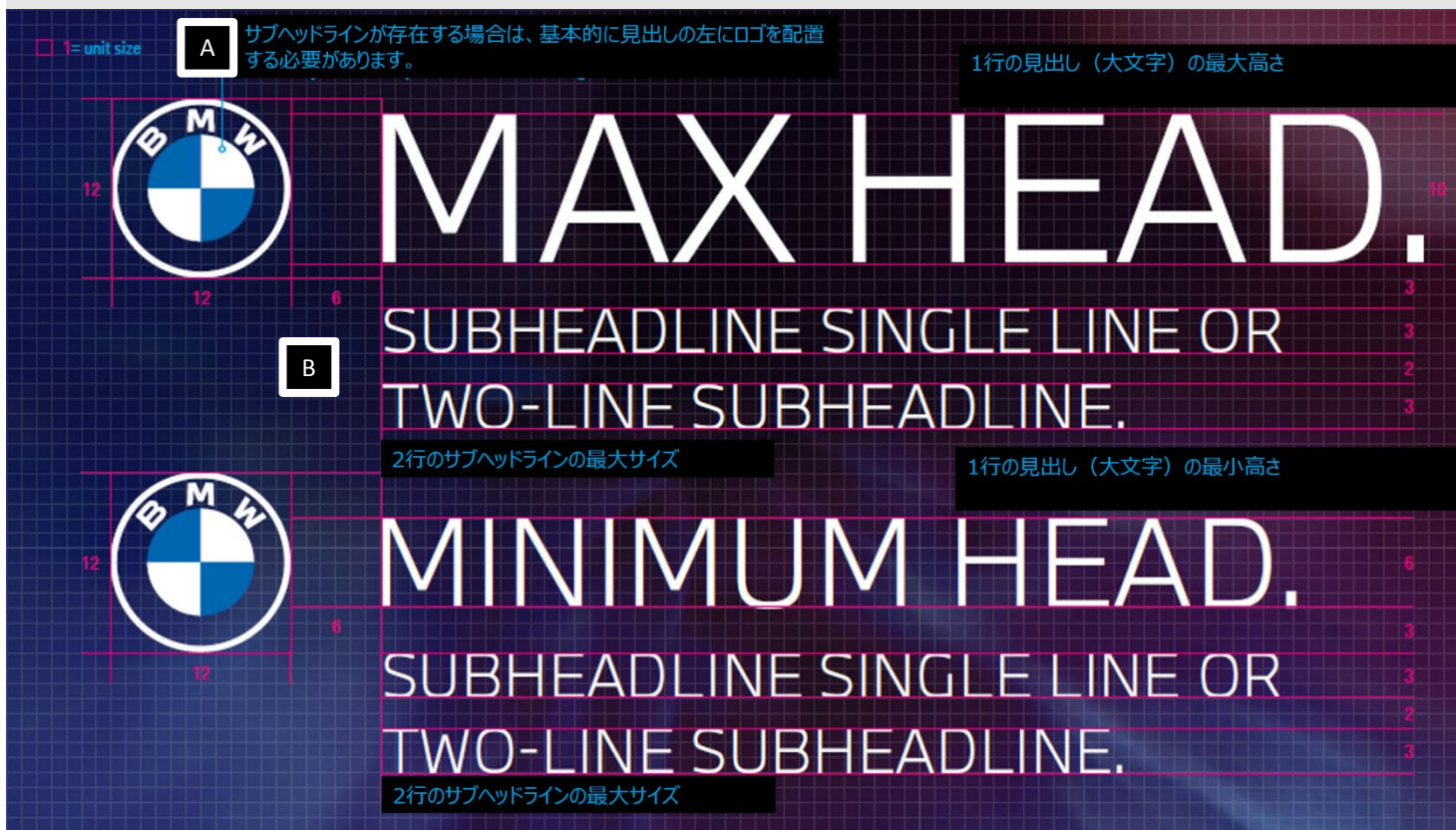
- A** BMWロゴは見出しの左側、または右側に配置します。（サブヘッドラインがない場合）
- B** ロゴと見出しテキストの間は、ロゴの幅を12とした場合、6のスペース設けます。
- C** 見出しはロゴに対し常に上下中央揃えで配置します。
- D** ペアリング：BMWおよびサブブランドのロゴを組み合わせる場合も右・または左にペアリングロゴを配置します。



## 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。

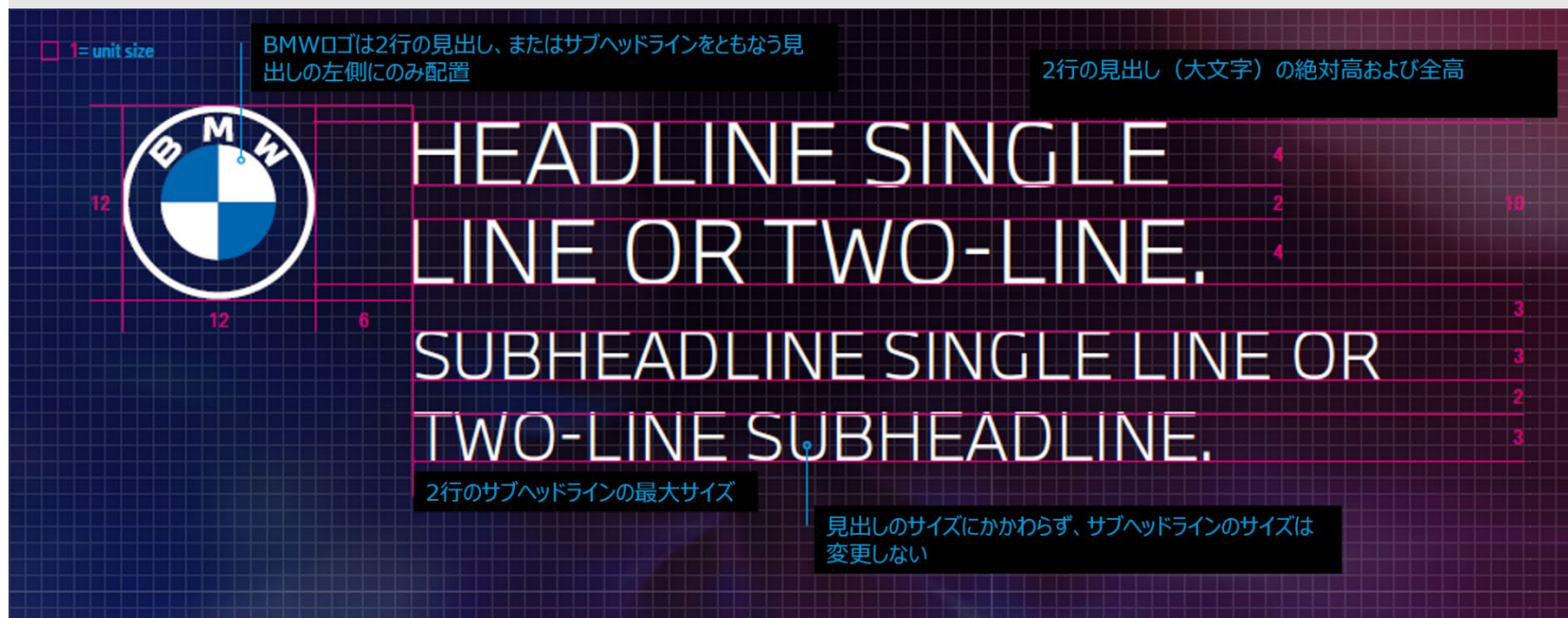
**B** BMWロゴの高さを12とした場合に、キャッチコピー（1行）の最小の高さは6、最大は12になります。

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。

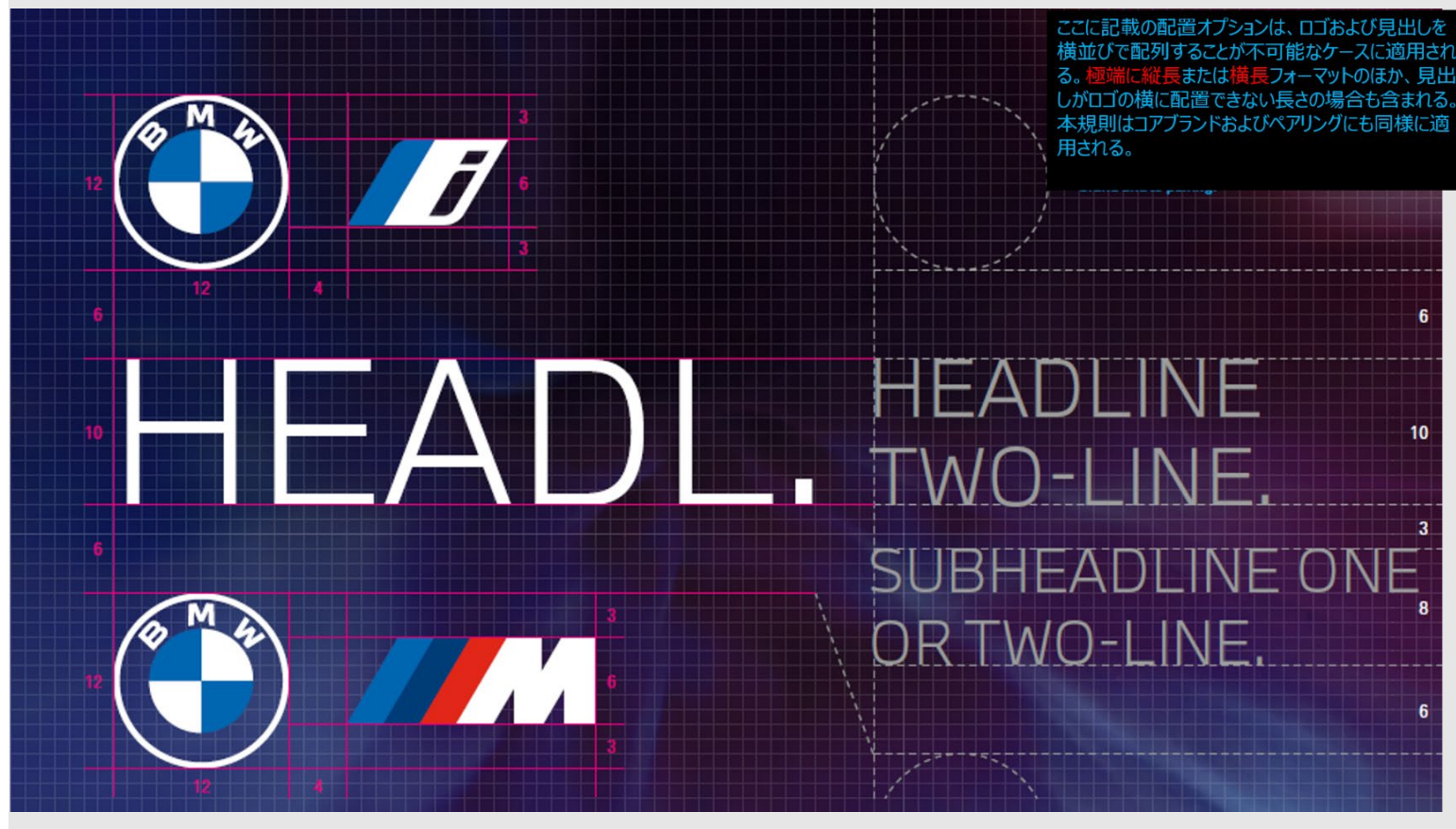
ヘッドライン（見出し）を2行とした場合も、サブヘッドラインのサイズは変わりません。



# 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	
	<b>BMW Type Next (Bold/Light)</b>	-	-	<b>AXIS Light</b>	
	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	<b>BMW Type Next Light (Bold/Light)</b>	-	-	ヒラギノ角ゴW3	<b>Noto sans Regular</b>

※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エイトは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。

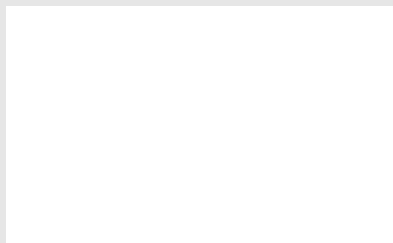


# BMWディーラーCIガイドライン

## 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みとなります。

CMYK



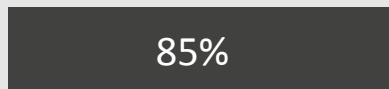
White

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



Gray

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

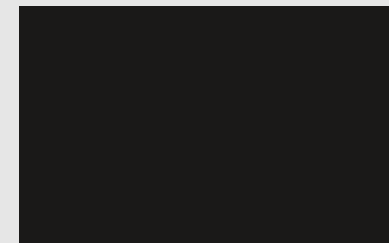


推奨はK=85%ですが、  
制限はありません。



Blue

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



Black

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



## 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

□ゴは断裁側に  
配置してください。



綴込み側



# 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。**

先進的なセンサーとカメラ、最新のソフトウェアとハードウェアを駆使し、あらゆる状況でドライバーをサポート。BMWの安全技術は、常に進化を続けています。

最新のBMW 3シリーズは、BMW史上最高、新時代の安全性を実現しています。最新のセンサーとカメラ、最新のソフトウェアとハードウェアを駆使し、あらゆる状況でドライバーをサポート。BMWの安全技術は、常に進化を続けています。

最新のBMW 3シリーズは、BMW史上最高、新時代の安全性を実現しています。最新のセンサーとカメラ、最新のソフトウェアとハードウェアを駆使し、あらゆる状況でドライバーをサポート。BMWの安全技術は、常に進化を続けています。

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。

モデル	特別低金利ローン*1	純正アクセサリー・クーポン*4
BMW 218i Active Tourer	0.99%	15,700円
New BMW X1 sDrive18i	0.99%	17,600円
BMW X2 sDrive18i	0.99%	17,500円
BMW X3 xDrive20i	0.99%	25,900円

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

ディーラースペース



# 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



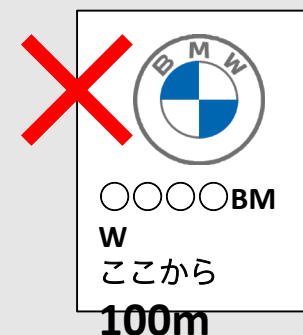
ショールーム誘導



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  
はマーケティング看板  
として認められません。

# BMWディーラーCIガイドライン

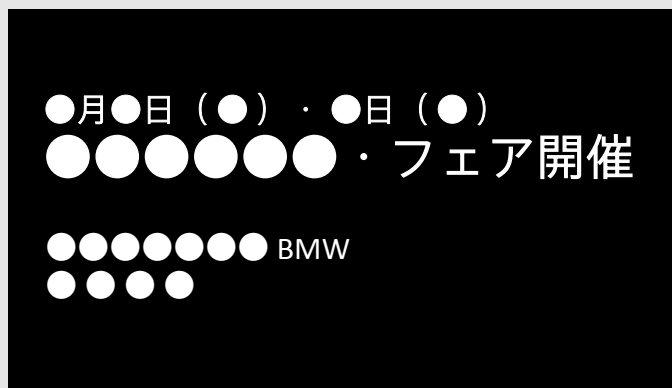
## 8.各種事例：TVCM／シネアドぶら下がりについて。

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）

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

①・②



## 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。

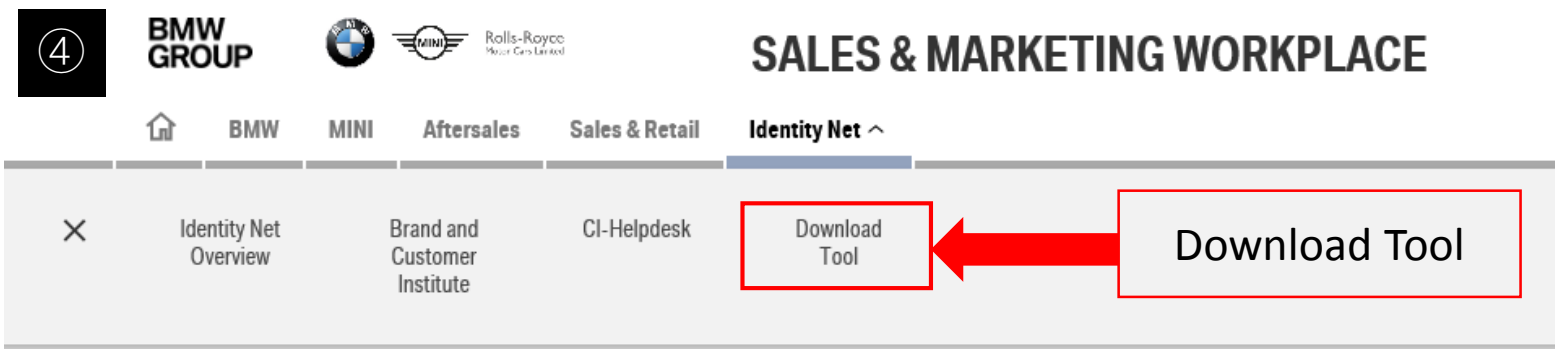
ニュース  
2019/09/02  
S-Gate 2.0へようこそ  
S-Gate 2.0は、5つのビジネスプロセスのメニューが備わっており、選択すると関連するアプリケーションのリンクが表示されます。ご不明な点がございましたら、ディーラーヘルプデスクまでご連絡ください。

Sales & Marketing Workplace

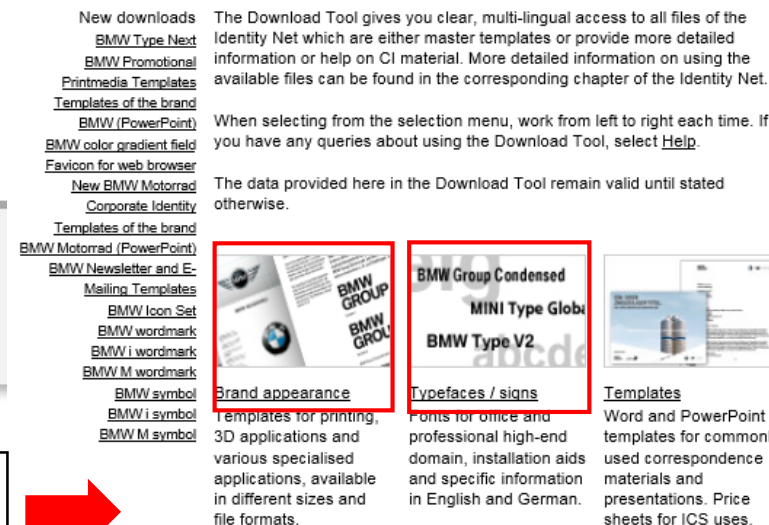


# BMWディーラーCIガイドライン

## 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)



Download Tool.  
Central access to available files.



**5** このページに切り替わります

# 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）

⑤

□□⇒Brand appearance

Download Tool.  
symbols.

Overview Brand appearance Typefaces / signs Templates Help

BMW Group Please select from left to right.

Welcome Walls  
Here you receive the high-resolution data of the wordmark/symbol combination in its three recommended sizes for BMW Group Welcome Walls.  
File format: EPS (71.1MB) [Download](#)

Brand BMW Please select from left to right.

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 Please select from left to right.

BMW Type Next  
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

### 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](mailto: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)

- 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。)

### 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](mailto: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)