



2020年3月3日

BMW、新たなブランド・デザインを導入し、現代的なブランド・プレゼンスを推進

BMW、BMW i、BMW M のコミュニケーション・ロゴを改訂
新しいロゴタイプとデザイン原則を採用
2020年3月3日に世界公開

ミュンヘン発：

20年以上の時を経て、BMW ブランドのコーポレート・アイデンティティ (CI) が改訂された。今回、BMW、BMW i、BMW M のコミュニケーション・ロゴと共に、ロゴタイプおよびデザイン原則が刷新された。これにより BMW ブランドは、視覚的スタイルを、よりデジタル世代にふさわしい形態で提供することになる。

新しいデザインにおいては、ブランド・アイデンティティの表現が見直され、すべての活動の中心にお客様を置いたものとなる。簡素化された2次元ロゴマークは、開放性と透明性を伝える。追加された透過スタイルのロゴは、お客様がより一層 BMW の世界に入りやすくするための開かれたイメージを示す。この改定は、BMW が、自動車を中心とした世界からテクノロジーやつながりを重視したものに移行する意図が反映されている。

この新しいロゴは、デジタル化の課題やその機会に向けられている。キャラクターの開放性や強さを表現し、現代的で将来性のある存在感を示すものとなる。

「BMW はリレーションシップ・ブランド（関係性のブランド）へと変わります。新しいコミュニケーション・ロゴは、開放性と透明性を表しています。」BMW カスタマー & ブランド担当上級副社長イェンス・シーマーはこのように述べ、さらに、「新たに透過バージョンのロゴを使用することで、より多くのお客様に BMW の世界に参加していただきたいと思います。新しいブランド・デザインはさらに、BMW ブランドにおけるデジタル化にも対応します。視覚的に抑制の効いた表現や柔軟性のあるグラフィックにより、BMW 自身が今後提供する各種コミュニケーションにおいて、オンラインにもオフラインにも多種多様な接点を持つこととなります。新しいロゴは、将来のモビリティや駆けぬける喜びに対するブランドの重要性や関連性を象徴しています。」と続けた。

新しいブランド・デザインは2020年3月3日にグローバル・ローンチされ、2020年3月3日から2021年5月31日までの移行期間中、すべてのコミュニケーションにおいて展開される。新しいロゴはBMW ブランドの新たなメディア・ブランド戦略であり、既存のロゴに加えて使用されることになる。新しいロゴが車両に使用することは

なく、また正規ディーラーの内外装に掲げられている既存のロゴは、今後も継続して使用される。

プロペラに見えますか？ BMW ロゴの歴史について
BMW のロゴの歴史を紐解き、その起源や意味については、以下を参照ください。

www.bmw.com (英語)

<https://www.bmw.com/de/automotive-life/bmw-logo-bedeutung-geschichte1.html> (ドイツ語)

本件に関する読者および視聴者からのお問い合わせ先:

BMW カスタマー・インタラクション・センター

フリーダイヤル 0120-269-437

受付時間: 平日 9:00-19:00、土日祝 9:00-18:00

BMW ウェブサイト: <http://www.bmw.co.jp>