

2026年10月

～ラグジュアリー領域の強化を通じてブランドを拡充し、事業成長を加速～

西武・プリンスホテルズワールドワイド

滞在そのものが旅の目的となる、上質なリゾート体験を提供するヴィラブランド
「VILLA PRINCE (ヴィラプリンス)」を創設

株式会社西武・プリンスホテルズワールドワイド(本社:東京都豊島区南池袋1-16-15、代表取締役社長:金田 佳季、以下:SPW)は、リゾートエリアにおけるブランドのさらなる強化を目的に、ヴィラタイプの宿泊施設に特化した新たなブランド「VILLA PRINCE (ヴィラプリンス)」を創設いたします。ブランド名称は日本を代表するデザイナーである日本デザインセンターの原研哉氏が手掛け、名称やロゴの開発にとどまらず、ブランドコンセプトや体験価値を含め、一貫した世界観を持つブランドとして構築しました。新ブランド「VILLA PRINCE」は、自然の中で、自分たちらしく過ごす自由と、プリンスならではの安心・上質を両立するヴィラブランドです。滞在そのものが旅の目的となるような、上質で特別な滞在体験を提供するブランドとしてリゾートエリアで展開してまいります。

<VILLA PRINCE ロゴマーク>

VILLA PRINCE

■ブランド創設の背景

観光業全体においては、富裕層市場の拡大や体験価値を重視した消費行動への変化を背景に、ラグジュアリー領域へのシフトが加速しています。ラグジュアリー層のニーズは、施設の高級感やサービス品質だけでなく、その土地ならではの魅力を体感できる体験、自然との調和、心身を整えるウェルネス体験、家族とのプライベートな時間を楽しむ滞在へと多様化するとともに、インバウンドを中心に長期滞在志向が高まる中、リビングやダイニングを備え、自由度の高い滞在を実現できる宿泊施設へのニーズも拡大しています。こうしたニーズに応える滞在形態として、独立性とプライバシー性に優れ、自然を身近に感じながら自由に過ごすことができるヴィラタイプの宿泊施設への注目が高まっています。特にコロナ禍以降、その需要は国内外で拡大しており、今後さらなる成長が期待されています。当社は、こうした市場環境の変化を成長機会と捉え、日本を代表するリゾート地において長年培ってきた運営のノウハウやホスピタリティ、またコテージやヴィラを含む多様な宿泊施設の運営実績を生かし、リゾートにおけるラグジュアリー層の獲得を目的とするヴィラタイプに特化した新ブランドを創設します。本ブランドを通じて、これまで以上に国内外のラグジュアリー層やファミリー層へのアプローチを強化するとともに、ブランドの拡充によって多様な出店ニーズに対応し、国内外で選ばれるホテルオペレーターとして競争力向上を図ってまいります。

■「VILLA PRINCE」ブランドの展開

「VILLA PRINCE」は、国内外において、広大な敷地を有し、ヴィラタイプの展開に適したリゾートを中心に展開してまいります。その第一号として、当社のホテル事業発祥の地であり、長年にわたり重要拠点として歩んできた軽井沢において、「ヴィラプリンス軽井沢」を開業いたします。「ヴィラプリンス軽井沢」は、2025年6月に発表した軽井沢プリンスホテル イーストおよびウエストコテージをヴィラ化する大規模リニューアルにより誕生する施設であり、「VILLA PRINCE」が提案する新たなラグジュアリーリゾートの世界観を体現する第一号ホテルとして展開いたします。

当社は、2024年5月に発表した「西武グループ長期戦略 2035」において、“日本をオリジンとしたグローバルホテルグループ”への成長を目標に掲げ、既存の運営施設のパフォーマンス向上とともに国内外 250 ホテル規模へのネットワーク拡大を目指しております。2024年以降、競争優位性の確立に向けて各種施策に取り組んでまいりましたが、本ブランドの創設を契機に、さらなる成長に向けたステージへと踏み出してまいります。

©本件に関する報道各位からのお問合せ
株式会社西武・プリンスホテルズワールドワイド
コーポレートコミュニケーション部 担当
TEL:03-6709-3302 E-mail:spw-press@seibugroup.jp

Seibu Group
でかける人を、ほほえむ人へ。

ブランドコンセプト

自然の中で、自分たちらしく過ごす自由と、プリンスならではの安心・上質を両立するヴィラブランド

ブランド名称

英文表記：VILLA PRINCE

和文表記：ヴィラプリンス

ブランドロゴ

VILLA PRINCE

ロゴのデザインには、アウトドアを満喫するための広大な敷地に展開する宿泊施設の魅力を伝えるため、緑豊かな森をイメージさせる深緑と、木の板を組んだような素朴で親しみやすいフォントが採用されています。

日本を代表するデザイナー はら けんや 原 研哉氏によるブランド構築

数多くのブランドプロジェクトを手がける日本を代表するデザイナー・原研哉氏を迎え、ブランドロゴ、ホテル名称の開発を推進するとともに、新たな滞在価値を体現する独自のブランドの世界観を創りあげました。

<原研哉氏プロフィール>

1958年生まれ。デザイナー。日本デザインセンター代表取締役社長。武蔵野美術大学教授。世界各地を巡回し広く影響を与えた「RE-DESIGN—日常の21世紀」をはじめ、「HAPTIC」「JAPAN CAR」「HOUSE VISION」など、既存の価値観を更新する展覧会を国内外で展開している。長野オリンピック開・閉会式プログラムや愛知万博では、日本文化に深く根ざしたデザインを実践。2002年より無印良品のアートディレクターを務め、松屋銀座、森ビル、蔦屋書店、GINZA SIX、ミキモト、ヤマト運輸、中国の小米のVIデザインなど、活動は領域を問わない。2011年、2012年には北京・上海で大規模な個展を開き、2016年にはミラノで「100の動詞」展を開催。外務省「JAPAN HOUSE」では総合プロデューサーとして、日本文化を未来資源とする仕事に注力している。2019年には「低空飛行」を立ち上げ、独自の視点から日本を紹介し、観光分野に新たなアプローチを試みる。2024年に紫綬褒章を受章。2025年大阪・関西万博では「BLUE OCEAN DOME」の総合プロデュースを担当した。



※上記内容は、リリース時点(2026年10月19日)の情報であり、変更になる場合がございます。