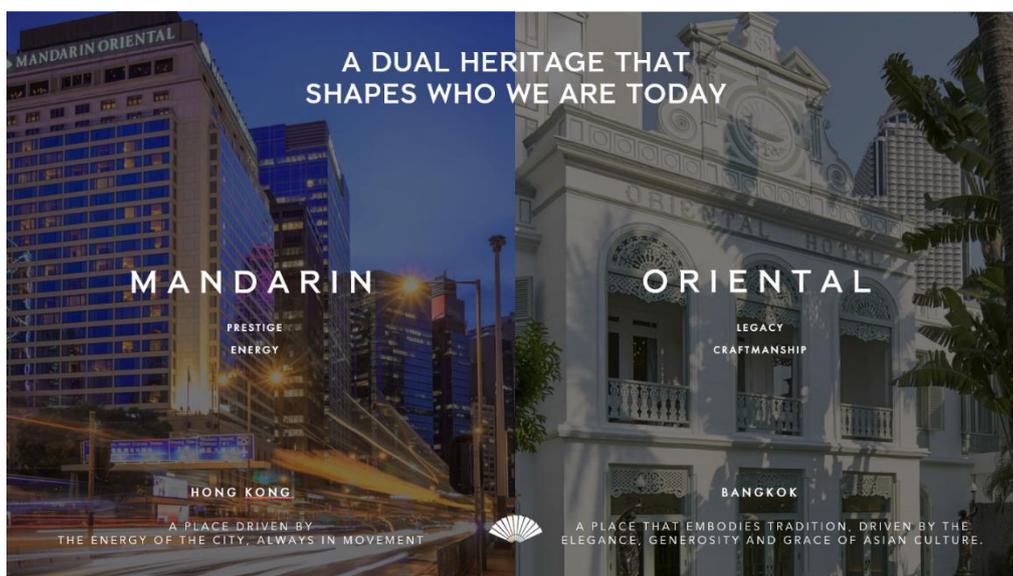




2025年4月11日

マンダリン オリエンタル ホテル グループ
新たなビジュアル・アイデンティティを発表

2 軒のアジアを代表するホテルの伝統を礎に、
革新を重ねつつ未来へと歩むブランドの姿勢を表現



世界各地で高級ラグジュアリー・クラスのホテル、リゾート、およびレジデンス施設を所有・運営するマンダリン オリエンタル ホテル グループ (<https://www.mandarinoriental.co.jp/>) はこのたび、当ブランドが培ってきた卓越したホスピタリティの伝統を基盤に、未来への展望を表現する新たなビジュアル・アイデンティティを発表いたしました。モダンな雰囲気アップグレードした扇(ファン)をモチーフにしたロゴ、よりシンプルになったグループ名を表記したワードマーク、奥行きのあるカラーパレットをベースに配される、独自に開発した書体(フォント)などから構成される新たなアイデンティティは、ラグジュアリー・ホスピタリティ業界における当社のアイコン的な地位を維持し、ゲストの皆様にご提供する体験を一層高めることを目的に開発いたしました。

1876 年にまで遡る歴史を持つマンダリン オリエンタルは、伝説的とも称されるサービス、地域文化への深い敬意、そして革新的な精神をもって、ラグジュアリー・ホスピタリティのベンチマークを長年にわたり築き上げてまいりました。今回のブランド・アイデンティティの刷新は、単なる視覚的な変化のみならず、クラフトマンシップ、ストーリーテリング、そして没入型の体験を通じてゲストと意味のあるつながりを育むという当社のブランド哲学を、あらためて表現するものです。

news release

Mandarin Oriental Hotel Group Limited
Japan PR Office c/o AVIAREPS Japan Ltd.



伝統に根ざした進化のストーリーが息づくデザインへ刷新



扇は常に、マンダリン オリエンタルのブランド・アイデンティティの中核を成す存在であり、サービス哲学と二つのアジアのルーツを映し出すエンブレムです。1985年にブランドシンボルとして初めて採用されたこの扇のデザインは、優雅さ、美しさ、そして芸術的完成度を兼ね備えており、マンダリン オリエンタルがその高い美意識に基づき、丹念に選び抜いたものです。細やかな気配りを重ねるオリエントのサービスの伝統を、これほど雄弁に物語るモチーフは他になく、時代を超えて受け継がれてきたこのブランドの象徴は、いま新たな姿へと進化を遂げ、世界的な評価を頂戴している卓越性の証として、一層の存在感を放っております。

そしてブランドの進化は、扇のデザインだけにとどまらず、マンダリン オリエンタルが大切にしてきたクラフトマンシップと文化的遺産への敬意に着想を得て、新たに専用書体「MO Exceptional」を開発いたしました。この書体は、扇がもつ幾何学的な優美さを反映するよう、細部にまでこだわって設計しております。また、ブラック、ホワイト、ゴールドといった従来のクラシックなカラーパレットに加え、中国やタイの伝統陶器に見られる翡翠色の釉薬から着想を得た「セラドン・グリーン」を新たに基本カラーとして採用いたしました。この色は、当グループの芸術性と文化的背景とのつながりを一層深めるとともに、静謐さと洗練されたラグジュアリーを表現しております。



伝統と現代性の調和

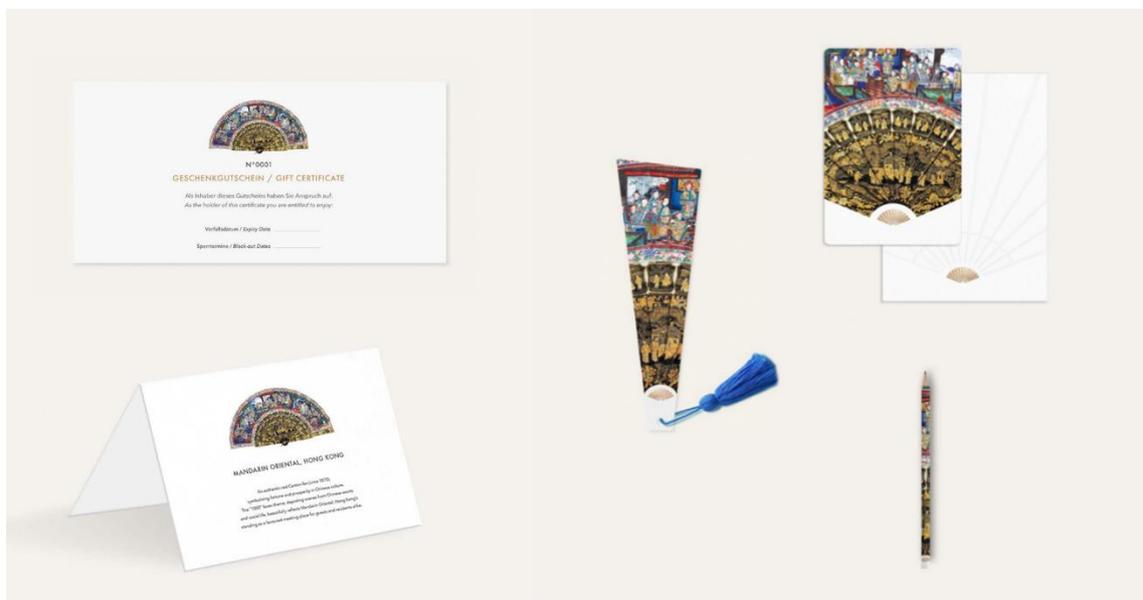
マンダリン オリエンタルを象徴する扇は、今なお際立った個性を象徴するシンボルであり続ける一方で、新たなビジュアル・アイデンティティでは、柔軟かつゲストを第一に据えたアプローチを取り入れております。具体的には、グループ全体として統一したブランドアイテムを用意する一方で、およそ3分の1のアイテムについては各ホテルが、立地する土地の個性を十分に表現できるよう、自由にデザインできるようにしております。その一例が各ホテルが独自に作成している扇(ファン)で、デザインを現地のアーティストに依頼したり、地域独特のアート手法を採用したり、また地域の文化を表

news release

Mandarin Oriental Hotel Group Limited
Japan PR Office c/o AVIAREPS Japan Ltd.



現するアンティークの要素を取り入れたりしています。こうしたアプローチを通じて、各ホテルならではの個性が際立ち、地域文化とマンダリン オリエンタルのタイムレスなエレガンスとの間に美しい調和が生まれているのです。



今回のビジュアル・アイデンティティの刷新は、視覚的な変化の枠を超え、ゲストのカスタマージャーニー上のあらゆるタッチポイントに影響を与えることを意図しております。綿密に設計したサインージや没入感のあるブランド要素を通じて、進化は「目にする」だけでなく「体験する」ものとなり、ゲストが当ブランドと触れ合う際の印象や感覚をより一層深めることとなります。このようなブランド・アイデンティティの進化は、視覚表現の変化にとどまらず、ゲストとの深いつながりを築くための第一歩でもあるのです。

今回のビジュアル・アイデンティティの刷新は、これまでマンダリン オリエンタルの遺産を築き上げてきた先駆者たちへの敬意の表れでもあります。その一人であるヒュー・バートン卿は、1953 年から1963 年までジャーディン・マセソンの会長を務め、香港の「ザ・マンダリン」ホテルの建設を主導し、この活気あふれる都市にラグジュアリー・ホスピタリティをもたらすうえで、重要な役割を果たしました。1974 年にはバンコクの「ザ・オリエンタル」ホテルがグループに加わり、「ザ・オリエンタル」と「ザ・マンダリン」という 2 軒のアイコン的なホテルが合体することで、「マンダリン オリエンタル」という名称が誕生しました。扇は、この統合を象徴するモチーフとして導入されました。

今後もマンダリン オリエンタルは、これまでの歩みを形づくってきた革新の精神に忠実であり続けながら、さらなる進化を続けてまいります。

「ラグジュアリーとは、単なる美しさではなく、感情、ストーリー、そして伝統と革新のシームレスな融合にこそ本質があります。今回の洗練されたビジュアル・アイデンティティは、パーソナライズされ、個性

news release

Mandarin Oriental Hotel Group Limited
Japan PR Office c/o AVIAREPS Japan Ltd.



があり、そして文化的背景に深く根ざした体験を求めるゲストの皆さまの期待に自然に寄り添う、ブランドの進化のかたちです。これは、マンダリン オリエンタルにとって、これから始まる新たな刺激的な章のほんの序章にすぎません。」(マンダリン オリエンタル ホテル グループのブランド部門 シニア・バイス・プレジデント、アレックス・シェレンバーガーのコメント)

■ マンダリン オリエンタル ホテル グループについて

数々の権威ある賞に輝くマンダリン オリエンタル ホテル グループは、世界で最もラグジュアリーなホテル、リゾート、レジデンスを展開しています。マンダリン オリエンタルは、オリエンタルの伝統と、立地する土地の文化や独自のデザインを反映させた、卓越したホテルづくりで定評があります。当ホテルグループの使命は、きめ細やかなおもてなしを通じて、お客さまに感動と喜びをお届けすることです。アジアのルーツから世界的なブランドへ成長を遂げ、60 年以上の歴史を持つマンダリン オリエンタルは、現在 26 の国と地域において 43 軒のホテル、12 のレジデンス施設と 26 の「エクセプショナル・ホームズ」を運営。さらに多くのプロジェクトを計画しています。マンダリン オリエンタルは、ラグジュアリー・ホスピタリティにおける革新的なリーダーとしての名声を高め、長期にわたって持続的成長を実現しています。 www.mandarinoriental.com

<本リリースに関するお問い合わせ>

マンダリン オリエンタル ホテル グループ 広報代理店
アビアレップス株式会社 (担当: 早瀬、水口、野間)

E メール: mohgjapan@aviareps.com

電話: 03-6261-5733 ファクシミリ: 03-6261-5944