

エクスペリサス株式会社

2026 年 8 月 4 日

エクスペリサス、創業 10 周年を前に初のブランドブックを策定

～ "Wabi"・琳派・吉原治良の美意識に着想を得て、
ロゴ・カラー・タイポグラフィへ翻訳した企業ブランドの世界観を体系化 ～

「100 年先へ、文化が受け継がれる『仕組み』を創る。」をパーパスとするエクスペリサス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：丸山智義、以下「当社」）は、2027 年 1 月に創業 10 周年を迎えるにあたり、これまで大切にしてきた美意識やブランドとしての世界観を一冊にまとめた初のブランドブックを策定し、公式サイト（<https://about.xperisus.com/document>）にて公開したことをお知らせします。



■ ブランドブック策定の背景

当社は 2017 年 1 月に設立し、日本各地に眠る本質的な価値を、旅という体験に変えて世界の富裕層に届けることを目指してまいりました。来年年初に設立から 10 年の節目を迎えるにあたり、ロゴやカラー、タイポグラフィといった一つひとつのデザインに込めてきた思想を体系立てて言語化し、社内外に一貫して伝えていくことを目的に、初のブランドブックを策定いたしました。

世界の富裕層にとって、当社が届ける体験は、単なる旅程ではなく「日本」そのものとして記憶されます。だからこそ当社は、日本の美意識を誰よりも深く理解し、体現する存在であり続けたいと考えています。旅という体験を通じて日本の価値を世界に伝える役割を担う以上、当社自身が拠って立つ美意識と哲学を言語化し、体現していくことが、当社の重要な責任であると考えています。

当社は今後も、パーパスの実現に向けた事業の成長とともに、このブランドとデザインに対する考え方を絶えず磨き上げ、更新してまいります。

■ ブランドの核となる考え方

(1) 「足すのではなく、そぎ落とす」という美意識

当社が大切にしているのは、「足すのではなく、そぎ落とす」という日本古来の美意識です。ブランドブックでは、"Wabi"を抽象的な概念から「西洋のラグジュアリー・ライフスタイル」として世界に広めたアクセル・ヴェルヴォールト、クリムトやウォーホルにも影響を与えた琳派、大阪から世界の前衛へ躍り出た吉原治良など、日本の美意識を世界へ手渡してきた先人たちの思想を手がかりに、当社独自のブランド世界観を構築しています。

(2) シンボルマークと白銀比

当社のシンボルマークには、法隆寺や伊勢神宮などの建築物にも通じる白銀比(1 : 1.414)を用いた折り鶴のモチーフを採用しています。その意図として、切ることも足すこともせず、ただ折るだけで形づくられる折り鶴に、引き算から生まれる美しさを重ねています。「侘び」が白と余白で語る美であるとすれば、「琳派」は金で語る美。当社は、この静と華、二つの日本の美をあわせ持つブランドでありたいと考えています。

(3) パーパスとの接続

たった一つの旅や体験が、人生を変える——当社はそう考えています。日本が元来持つ、ありのままの価値と本質的な豊かさを旅・体験という形で世界に届け、人々の価値観を拡張させ、日本のファンを創出すること。結果として、「100 年先へ、文化が受け継がれる『仕組み』を創る。」という当社のパーパスへ接続されてゆく。これこそが、当社がブランドブックを通じて伝えたいメッセージです。

■ 代表取締役 丸山智義 コメント

「日本はシルクロードの終着点として、世界中の文化を受け取り、捨てずに重ね続けてきました。この『多重層の文化』こそが、本質的な価値だと考えております。表層的な“分かりやすい日本”を訪日観光客に伝えるのではなく、幾重にも重なる文化の層を、旅・体験として価値を伝え続けること（ミドルウェアの役割を果たすこと）が、当社の役割だと考えています。この一冊が、当社のブランドそのものを感じていただくきっかけになれば幸いです。」

■ エクスペリサスについて

当社は、「100 年先へ、文化が受け継がれる『仕組み』を創る。」をパーパスとし、持続可能な観光による地方創生を実現する"社会インフラ"を実装するため、2017 年 1 月の設立以来、訪日富裕層旅行市場 No.1 プレイヤーを目指してまいりました。BtoB 型承認制プラットフォーム「XPERISUS.com」のリリースを皮切りに海外富裕層向け事業を開始しましたが、COVID-19 パンデミックの影響により一時的に海外販売事業を停止。しかし、この期間を事業基盤強化の好機と捉え、国内富裕層向け事業、法人向け事業（BtoB）、官庁自治体向け事業（BtoG）へと事業領域を戦略的に拡大いたしました。

この多角化により、官庁自治体や企業との連携を通じた独自の高付加価値体験の創出に積極的に取り組み、毎年数百のコンテンツを創出。現在では直接・間接を含む 6 万社以上の富裕層向け旅行会社ネットワークを保持し、数百もの富裕層向けの旅・体験を「XPERISUS.com」を通じて世界中に展開する、訪日富裕層旅行市場における製販一体型の革新的なビジネスモデルを確立いたしました。

結果として 2022 年 5 月期には前年比 400%の成長率を記録し、年間黒字化を実現。2023 年 5 月期には 2 期連続での黒字を確保し、本格的な成長フェーズに移行いたしました。2022 年 10 月の入国制限緩和に伴い海外販売事

業を再開し、2023 年 11 月には世界的なラグジュアリーツーリズム・コンソーシアム「Serandipians」に加盟するなど、グローバルネットワークの拡充を継続的に推進しております。

<なぜ「海外富裕層」に特化するのか>

観光庁の調査※によれば、訪日 1 回あたり 100 万円以上を消費する高付加価値旅行者は訪日旅行者全体のわずか約 2 %（約 59 万人）にとどまる一方、消費額では約 19%（約 1 兆円）を占めています（2023 年時点）。ところが、その多くは大都市圏に集中し、地方への消費は限定的なのが現状です。当社が海外富裕層に特化するのには、この大きな機会を地域に還元し、地方創生につなげるためです。富裕層旅行者は滞在日数が長く、リピート率も高い傾向があり、また少人数でありながら消費額が大きいことから、オーバーツーリズムなどの観光公害を回避しながら地域経済に大きな効果をもたらすことができます。量より質を重視するこのアプローチこそが、持続可能な観光による真の地域活性化を実現する鍵であると考えています。

※観光庁「訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進」（2026 年 3 月更新）

<会社概要>

会社名：エクスペリサス株式会社

設立：2017 年 1 月

代表取締役：丸山 智義

所在地：東京都渋谷区渋谷 1-15-12 LAIDOUT SHIBUYA

主な事業：・高付加価値体験の開発、販売 ・訪日富裕層市場における BtoB プラットフォームの提供

URL：<https://about.xperisus.com/>

■ 本リリースに関するお問い合わせ先 ■

エクスペリサス株式会社 広報担当

mail: pr@xperisus.com