明日をもっと、ここちよく
GUNZE

報道関係各位

2026 年 11 月 24 日
グンゼ株式会社

15年以上「暖かさ」を突き詰め冬の暮らしに寄り添い続けた『HOTMAGIC』の開発秘話
～技術への挑戦から、大切な人を想う「あたたかい贈り物」になるまで～
―グンゼ創業130周年・肌着製造80周年記念。ロングセラーブランドのLP第8弾を公開―

厚手の肌着が当たり前だった時代に――「薄くて暖かい」を目指したグンゼの挑戦
朝、クローゼットから1枚の薄手インナーを取り出して袖を通す。軽くて身体によくフィットし、着た瞬間からじんわりと温かい。
今や日本の冬に欠かせない「薄くて暖かい機能性インナー」ですが、2000年に入るまで私たちの防寒といえば「綿100%の厚手肌着」や何枚もの重ね着が当たり前でした。

一方、スポーツ分野では機能性繊維が注目され始め、1994年のリレハンメル冬季オリンピックでは、機能性繊維を使用した生地が日本代表のウェアに採用されました。

こうした機能性繊維の可能性に着目したグンゼは「その機能を、毎日着る肌着にも生かせないだろうか」と考えました。長年にわたり肌着の「着ごこち」を追求してきたグンゼだからこそ、暖かさだけでなく、薄さや軽さ、心地よさも大切にした日常の肌着を目指し、独自の吸湿発熱素材を開発しました。

「毎日誰もが気軽に着られる、薄くて、軽くて、暖かい肌着を届けたい」。その想いから2002年に誕生した「HOTMAGIC」は、まさにその想いを原点とするブランドです。



明日をもっと、ここちよく
GUNZE

広報担当者プロフィール



東浦花歩。グンゼ　アパレルカンパニー　PR担当。2002年奈良生まれ。2024年に入社以降、アパレル領域で戦略PRを担当し、プレスリリースの企画・制作、メディアリレーション、SNS運用、イベント企画などを通じて、全ブランドの認知拡大や企業ブランディングに取り組んでいる。
新商品情報を発信するだけでなく、季節や社会トレンド、生活者の悩みを起点に、「なぜ今その商品が必要なのか」を社会視点で捉え直し、世の中ゴトと結びつけた企画設計を大切にしている。

また、医療現場と患者様の声から生まれたブランド「メディキュア」の販促も担当し、試着イベントや学会出展も実施。
生活者視点とストーリー設計を大切にしながら、「商品を伝える」のではなく、「その背景にある想いや価値まで伝えるPR」を目指している。

新たな取り組みとして、グンゼ創業130周年を機に、長年愛され続けるロングセラーブランドの価値を再編集するプロジェクトを企画。レビュー分析やユーザー調査を通じて、“肌着”の裏側にある人の記憶や感情に着目した発信を行う。

コテコテの関西弁で、周りの非関西弁話者のイントネーションを狂わせてしまう。PRプランナー試験にも昨年から挑戦し、準PRプランナーまで取得。最終試験は実務経験の条件をクリアでき次第、挑戦予定。

【第1章】「暖かければ、重くていいのか？」現場の泥臭い試行錯誤から生まれた2大定番

当時の開発資料や先輩社員の話を聞く中で、真っ先に突きつけられたのは「暖かさ」と「軽さ・動きやすさ」という相反する壁でした。生地を厚くすれば保温性は高まるものの、服が重くなって、窮屈で動きにくくなってしまう。このトレードオフを乗り越えるため、グンゼは原料メーカーとオリジナルの吸湿発熱糸を開発し、自社の編み立て技術と起毛技術で真っ向から挑みました。
しかし、高機能な糸は極めて繊細です。編み機のわずかな糸調子のズレひとつで、肌触りや伸びの良さが台無しになってしまいます。
「暖かさを優先しすぎて、着心地を犠牲にしたくはない」――その想いを胸に、開発と製造現場はコンマ数ミリ、数グラム単位の微調整を重ね、何十回もの試作と着用テストをひたむきに繰り返しました。

その格闘の末に生まれ、20年以上にわたって冬の日常を支え続けているのが、「HOTMAGIC」の2大看板シリーズです。

HOTMAGIC『集中保温（部分保温）』シリーズ

全身を一律に温めるのではなく、「冷えやすい肩やお腹だけを温めたい」という声から生まれたのが『集中保温シリーズ』です。1枚の生地の中で糸を切り替える特殊な編み技術により、生地を縫い合わせずとも、必要な部分だけを発熱させることに成功しました。「ただ暖かい」から「自分に合わせて心地よく温める」へ。生活者のリアルな悩みに寄り添った大ヒット作です。

明日をもっと、ここちよく
GUNZE

HOTMAGIC『寒さ知らず』シリーズ

「もっと暖かいものが欲しい。でも、厚くて重くなるのは嫌だ」という声から、2012年に生まれたのが『寒さ知らず』です。特殊な発熱糸と肌側起毛により、生地を極端に重くすることなく「1枚で綿肌着5枚分」※の保温力を実現。さらに独自のスーパーストレッチを掛け合わせ、動いたときの突っ張り感をなくしました。「暖かい服は重くて肩がこる」という常識を覆し、「暖かさ」と「動きやすさ」を両立させた冬の頼れる定番です。



【第2章】「もっと暖かいものを」――追求の先で生まれた『極』と、お客様の熱い声

『集中保温』『寒さ知らず』という2つの定番商品が誕生した後も、グンゼの暖かさへの追求は続きました。
寒さの感じ方も、肌着を着用するシーンも、人によってさまざま。だからこそ、一人ひとりの暮らしに寄り添うためには、暖かさの選択肢をさらに広げていく必要があると考えました。
そうして2018年、より高い保温性と快適な着心地を追求して誕生したのが『極（きわみ）』シリーズです。
身体から出る湿気を利用して発熱する特殊な糸と、高密度のきめ細かな肌側起毛を組み合わせ、1枚で綿肌着7枚分※という圧倒的な保温力を実現。肉厚でありながら、身体の動きにしなやかについてくる抜群の柔らかさと伸縮性に徹底してこだわりました。
※自社製品との保温性測定値比較に基づいて表記しています。





当初は、「どれだけ受け入れられるか」とWEB限定でテスト販売をスタートしたところ、社内の予想を大きく上回るスピードで注文が殺到。あっという間に全国展開へと駆け上がっていったのです。
しかし、驚いたのは、その売れ行きの勢いだけではありませんでした。公式通販やアンケートに寄せられたお客様の声に目を向けると、外の厳しい寒さに立ち向かう人だけでなく、「おうち時間」や「日々の暮らし」の中でその暖かさに助けられたというリアルな体験談が綴られていたのです。
いただいたお声のうち、うれしいお声をご紹介します。

「一時的に東北に住むことになって、普段使ってない暖房がない部屋を自室にしていたが、水も冷たかったし、寒さがかなりきつかった。けど、極を買ってからかなり快適になった。防寒だけなら、フリースやダウンなど厚着をする服はあったが、重ね着するときつくなるし動きづらくなり、リラックス感は損なわれる。だけど、極は地肌に着ても心地よくて、寝間着にもできるくらいノビノビできて温かいから、断然よくなった。東京に戻ってからも家で使ってます。」
――ご愛用者アンケートより

「『極』は、生地が厚くふんわりしているのに着ぶくれせず、いつものように動けるところが気に入っています。雪が降って底冷えする日も快適に過ごせました。今まで使った中で、一番暖かく、一番着ごこちがいいと感じています。」
――ご愛用者様アンケートより

「真冬の寒い時期、これを着ていると本当にほっとします。極シリーズは欠かせません。」
――グンゼストア商品レビューより

「暖かさとフィット感」の両立を実現したからこそ、身体を締め付けず、肌に触れた瞬間にふんわりとリラックスできる「着ごこち」に繋がり、いつしか部屋着や就寝時にも愛される一着になっていたのでした。

明日をもっと、ここちよく
GUNZE

【第3章】「大切な人へ贈りたい」――届いた声が動かしたメンズ対応と「箱パッケージ」

2018年に登場した『極』シリーズは、愛用してくださったお客様からの「夫にも着せたい」「外仕事の父にプレゼントしたい」という声を受け、翌2019年にはメンズにもラインナップを拡大しました。
さらに商品レビューには、自分用だけでなく「大切な人の身体を気遣ってプレゼントした」という声が次々と寄せられるようになります。

「遠方の父にプレゼントをしました。届いた時、寒波襲来前だったので喜びも倍増しており、着用後の感想も『肌触りも良く、優れた保温性だ』と喜んでいたので、親孝行が出来て満足しています。」
――グンゼストア商品レビューより

「母と私用に上下セットで購入しました。次の冬が楽しみです。極は暖かさ、着心地、動きやすさなどすべて満足しています。今まで色々購入してきた中で父にも母にも気に入ってもらえています。安心して次回用に購入することができました。」
――グンゼストア商品レビューより

「とてもとても暖かいです。やっと出会った暖かインナー！もう毎日手放せません。娘にも息子にもプレゼントしました。」
――商品レビューより



こうしたお客様の声に応える形で、新たに誕生したのが、ギフトにぴったりな「箱入りパッケージ」です。
機能性を突き詰めた1枚の「暖かい肌着」は、いつしかお客様から届くたくさんの「温かいレビュー」に支えられ、大切な人を思いやる気持ちとともに贈る「ギフトの定番」としても愛されるようになっていったのです。

寒さは人それぞれだからこそ、「選べる心地よさ」で寄り添う

近年は暖冬傾向や秋の短期化、室内外の温度差など、冬を取り巻く環境も大きく変わっています。
だからこそ今の「HOTMAGIC」が大切にしているのは、「一人ひとりの日常シーンや身体に寄り添った暖かさを選べること」です。どれほど時代が変わっても、変わらないのは、寒さを我慢することなく、誰もが自分らしく快適に冬を過ごしてほしいという想いです。
『集中保温』、『寒さ知らず』、『極』…
2002年の「暖かさと着ごこちの両立」への挑戦は、皆さまの声に耳を傾け、試行錯誤を重ねる中で確かな選択肢へと育ってきました。

寒さが本格化するこれからの季節。 あなたやあなたの大切な人が、自分に一番ぴったりの「心地よい暖かさ」に出会えますように。

明日をもっと、ここちよく
GUNZE

■LP公開ブランドスケジュール

月	ブランドとテーマ
4 月	25 年以上愛され、累計出荷 4.7 億枚。なぜ「快適工房」（1994 年～）が選ばれ続けるのか。
5 月	“常に時代のベーシックであり続けるために、7 回の進化” 変わりゆく市場で国内生産にこだわったストッキングブランド『SABRINA』の 30 年
6 月	「これまでにない」を追い続けて 28 年。日本のボクサーパンツのパイオニア「BODY WILD」 歴代 MD が繋いできた“心と身体にフィットするカッコよさ”の歴史
7 月	"柄ストッキングブーム"を生んだ『Tuché』 脚もとから自分らしいおしゃれを広げながら、ファッショントレンドとともに歩み続けた 25 年
8 月	「本物の上質さと機能性」――本質を知る大人が選ぶ名脇役 なぜトラッドを愛する男たちは「SEEK」を選び続けるのか？
9 月	「いろいろ試した。最後に辿り着いたのはグンゼの綿 100%だった。」 一度綿から離れた大人も戻ってくる「the GUNZE」の想い『一生、綿 100%宣言』
10 月	思わず大切な人に贈りたくなるのはなぜか？厚手の綿肌着が主流だった時代から、 吸湿発熱インナー『HOTMAGIC』が切り拓いてきた防寒の選択肢
11 月	KIREILABO（2011 年～）「完全無縫製®」の開発秘話。

HOTMAGIC 販売先： GUNZE STORE（グンゼ公式通販）、グンゼ直営店

■関連リンク
HOTMAGIC LP：https://www.gunze.jp/store/e/elongseller/#hotmagic
130周年記念サイト：https://www.gunze.co.jp/130th/
HOTMAGIC 商品一覧：
メンズ：https://www.gunze.jp/store/r/r5296/?brand=hotmagic
レディース：https://www.gunze.jp/store/r/r5295/?brand=hotmagic

« 本件に関するお問い合わせ »
グンゼ PR 事務局 （㈱アンティル） 担当：伊藤・勝田・稲田
TEL：03-6821-7863 FAX：03-4335-8385 mail：gunze_pr001@vectorinc.co.jp