

2026 年 7 月 30 日

グンゼ株式会社

報道関係各位

**"柄ストッキングブーム"を生んだ『Tuché』
脚もこ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**

—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LP第4弾、7月29日（水）公開—

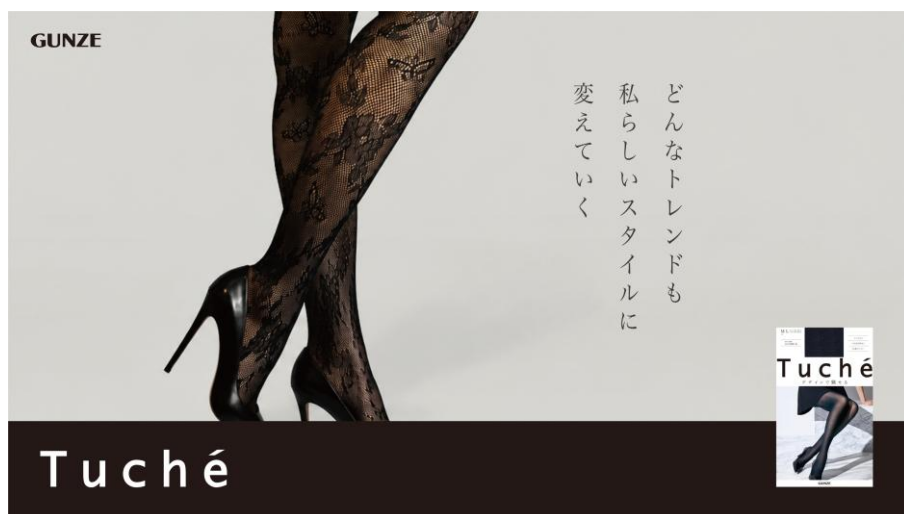
グンゼ株式会社（本社：大阪市北区、社長：岡 高広）は、2026年8月の創業130周年を記念した連載リリースの第4弾として、レディースブランド「Tuché（トゥシェ）」のLPを公開いたしました。これまでずっと愛用いただいているお客様への感謝を込めて、お使いの商品の魅力をさらに知ること、もっと好きになっていただきたい——。そんな思いから、お客様の声や魅力をLPでご紹介しています。

※いただいたレビューのうち嬉しいお声を紹介しています。

第4弾は、2000年の誕生以来、ファッショントレンドをいち早く捉え、その時代の女性に寄り添うレッグウェアやインナーウェアを提案し続けている「Tuché」。ブランド誕生のきっかけとなった柄ストッキングは、当時300万足で大ヒットと言われる中、530万足という常識破りな数字を記録し、新たなレッグファッション市場を創出しました。しかし、Tuchéが目指してきたのは、一つのヒット商品を生み出すことではありません。

海外のファッションショーや素材見本市、トレンドセミナーなどから世界の流れを先取りし、日本でどのように広がるのかを見極めながら、その時代に求められる商品を形にしていく。レッグウェアだけではなく、スカート丈や靴、カラーまで、ファッション全体のトレンドを読み解き、"脚もことからファッションを楽しむ"ことを提案してきました。柄ストッキング、レギンスパンツ、インナーウェア——。女性のライフスタイルや価値観の変化に合わせて商品領域を広げながら、"トレンド"と"心地よさ"を追求し続けてきたのがTuchéです。

これは、時代とともに変化するファッショントレンドに寄り添いながら、女性の毎日に新しい価値を提案し続けてきた、Tuchéの歩みです。



■ 新たな時代の始まりとともに、脚を彩る『柄ストッキング』 登場

2000年代初頭のファッションを象徴するのが、今またZ世代を中心にリバイバルしている「Y2Kファッション」です。新世紀が始まるという期待感にあふれる中、ミニスカートやショートパンツに厚底ブーツを合わせる、明るくポジティブなミックスコーデがストリートを席巻しました。また、この時代はメイクや肌色のトレンドも大きく転換した時期でした。1990年代後

半のガングロ・ヤマンバブームから一転、2000年を迎えるとカリスマ歌姫の影響などもあり、「色白肌」や「透明感」を重視する「白ギャル」スタイルが急増。同時に足元は、網タイツの流行が落ち着き、ミュールやサンダルに「生足（ナマ足）」を合わせるスタイルが台頭しました。

こうした時代背景の中で、「生足でも、どこでオシャレに差をつけるか」という女性たちの心理に対して、コーディネートの主役として「脚もとからファッションを楽しむ」ことを提案したのが、Tuchéのデビューアイテムである「柄ストッキング」でした。ブランド名には、フランス語の「toucher（触れる）」というニュアンスを含め、「肌に触れる心地よさ」と「心に触れる美しいデザイン性」の両立を目指しました。

色白トレンドによって脚の美しさが注目される中、脚を華やかに彩り、個性を主張する柄ストッキングは当時の女性たちの心を掴みました。当時は300万足で大ヒットと言われていた市場で530万足を売り上げ、「柄ストッキング」という新たなレッグファッション市場を創出したのです。

■ 360度、どこから見ても美しい脚へ。大ヒットの裏にあった地道な試行錯誤

美しい柄ストッキングは、デザインだけでは完成しません。一大ブームを巻き起こした柄ストッキング。その華やかな見た目の裏側には、デザインと技術を両立させるための、地道な戦いがありました。シアー感（透明感）と丈夫さの両立は勿論のこと、特に苦戦したのは「360度美しく見える柄づくりです。柄ストッキングは着用すると生地が縦にも横にも伸びるため、平面では美しく見える柄でも、はいた瞬間に見え方が変わってしまいます。正面だけでなく、横から見ても、後ろ姿でも美しく見えること。そして、柄のつなぎ目がどこにあるか分からない自然な仕上がりであること。その理想を実現するため、柄の配置やデザインを何度も試作し、数えきれないほどの着用検証を繰り返しました。柄の見え方だけでなく、ウエストやパンティ部の快適性、肌ざわりまで細かく確認しました。

見えない部分まで妥協しないものづくりが、Tuchéらしいファッション性を支えています。

■ 一過性のブームで終わらなかった理由—変わりゆく女性の価値観への対応

柄ストッキングで新たなレッグファッション市場を切り拓いたTuché。しかし、ブランドが目指したのは、一つのヒット商品にとどまることではありませんでした。

レッグウェアはファッショントレンドの影響を受けやすく、サイクルも速かったため、その流れを読み取るために海外のコレクション情報や素材トレンドはもちろん、毎月、社員自ら街頭調査を実施していました。世の中のちょっとした変化にも気づけるよう常にアンテナをはり、トレンドを追いかけるのではなく、次のトレンドにおいてどんなレッグファッションがマッチするか、リードする意識を高く持っていました。

2000年代後半：「レイヤード（重ね着）」スタイルの大流行と『レギンス』革命

2000年代後半に入ると、ファッションはミニスカートやチュニックの下に何かを合わせる「レイヤード（重ね着）スタイル」が大流行します。かつては「スパッツ」と呼ばれ、防寒や運動用として着られていたアイテムが「レギンス」と名を変え、黒の半端丈レギンスや、足首を細く見せる「トレンカ」が爆発的なブームを巻き起こしました。

【Tuchéのアプローチ】

・定番の黒レギンスから日常を彩る「デザインレギンス」の提案

ストッキングの流行の変遷と同じように、プレーンな黒レギンスから徐々にデザイン性のあるレギンスへと展開を広げます。中でも、デニム特有の濃淡や風合いを見事に再現した「デニム調レギンス」は、新しいファッションアイテムとして大ヒットしました。



2010年代：「ファッションは我慢」からの脱却。「シンプル・きれいめ」なアウタースタイルの流行

震災などを経て消費者の価値観が変化し、過剰に飾り立てるよりも「無理をしないナチュラルさ」や「抜け感」が求められるようになります。アウターにおいてもシンプルなスタイルやゆったりとしたシルエットがトレンドになり始め、「ファッションは我慢」というかつての常識から、世の中全体が「ラクさ」や「ストレスフリー」へと大きくシフトしていきました。

また、オフィススタイルでもTシャツやカットソーなどのカジュアルなアイテムが一般化するにつれ、「服のシルエットを邪魔したくない」「アウターにインナーのラインがひびかないものがいい」というニーズが急速に高まりました。

【Tuchéのアプローチ】

・ラクなのにきちんと見える「レギンスパンツ」

「おしゃれを楽しみたいけれど、もう無理や我慢はしたくない」という価値観の変化と、パンツスタイルの広がりをつえ、2013年に誕生しました。レギンスのような高いストレッチ性とラクなほき心地に、パンツとしてのきれいなシルエットを両立させ、毎日のコーディネートに取り入れやすいアイテムとして大ヒット。後のコロナ禍でうち時間が増えた際にも、「ラクなのに、きちんと見える」と、ECを中心に多くのお客様に支持されました。レッグウェアで培った技術を生かしながら、Tuchéを代表するアイテムへと成長していきました。



・シンプルなアウターを邪魔しない「シームレスインナー」

インナーウェアの展開を強化する中で、洋服からの見え方やカッティングに徹底的にこだわると同時に、ショーツやハーフトップにおいて「縫い目0（ゼロ）」のシームレスアイテムを展開。「ファッションをきれいに、快適に楽しむためのインナー」という新たな基準を提案しました。



2020年代：多様化する価値観と、「私らしさ」を楽しむ時代

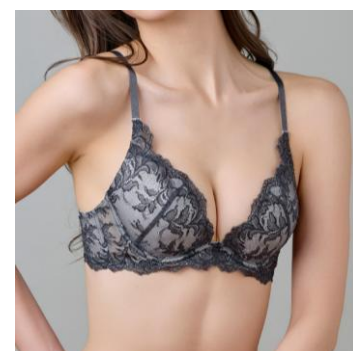
コロナ禍を経て、人々のライフスタイルは大きく変化。オンとオフの境界線がシームレスになり、ファッションの自由度がさらに高まりました。「とにかくリラックスして癒されたい日」もあれば、「しっかり着飾って盛りたい日」もあるように、一人ひとりが自分の価値観やその日の気分に合わせて「私らしさ」を選択する多様性の時代へと突入しました。

【Tuchéのアプローチ】

・多様なインサイトに応えるランジェリーの拡張

ファッションの自由度がさらに高まる中、「服をきれいに着こなしたい」「癒やされたい」など、インナーに求められる役割も細分化していきました。Tuchéはこうした変化に合わせ、理想のボディラインを作る「神業盛」や、肌に溶け込むようにフィットするノンワイヤーブラ「hadaka bra」など、一人ひとりの多様なインサイトに応える多彩なアイテムを展開。

レッグウェアから始まったTuchéは、女性たちが「ファッションをより自分らしく、快適に楽しむ」ためにどうあるべきかを問い続け、ライフスタイルアパレルへと領域を拡張しながら、今も進化を続けています。



柏原宏美（レッグ・ハウス統括部 企画開発グループ レッグ企画開発課・入社19年）

Tuchéが25年にわたり向き合ってきたのは、「ファッション性を追求すると、着心地や機能性が損なわれやすい」という課題でした。トレンドを取り入れた柄ストッキングでは、着用時に360度どこから見ても美しく見えるデザインと、毎日身につけたい快適性を両立するため、何度も試作と着用検証を重ねてきました。

その想いは、レギスパンツやインナーウェアにも受け継がれています。見た目の美しさだけでなく、動きやすさや肌ざわり、ストレスの少ない着用感まで追求することで、女性が毎日、自分らしくおしゃれを楽しめる商品を生み出してきました。

時代とともにトレンドは変わっても、「ファッション性」と「心地よさ」を妥協なく両立させること。それこそが、25年にわたり受け継がれてきたTuchéのものづくりです。

■25年愛される理由－2,176件のレビューと305件のご愛用者様アンケートから見た『Tuché』への信頼

25年にわたり、ファッショントレンドとともに進化を続けてきたTuché。その積み重ねは、いま「毎日のおしゃれに欠かせない一足」として、多くのお客様から支持されています。

ご愛用者様アンケートから見てきたのは、「脚がきれいに見える」「高級感がある」といったファッション性だけでなく、「肌触りがなめらか」「はき心地が良い」という快適性への評価でした。さらに仕事や休日のお出かけ、旅行など、さまざまなシーンで着用されており、日常に寄り添うアイテムとして選ばれていることがうかがえます。

また、Tuché利用歴10年以上の方からのご回答も多くいただきました。親子3代でご愛用いただくなど、快適工房に続き、ここでも「いいものだから大切な人に伝えたい」という愛情のバトンの伝承が読み取れます。

肌触りも大変良く、今の季節、暑くなる前がいいタイミングです。柄ストッキングは少しキラキラ感があり、高級感もあり、大満足です。オシャレして出かける時にいいですよ。

――グンゼストア商品レビューより

しっかりとフィット感がありサラッとした肌触り。一日中着用しても爪先の窮屈さを全く感じませんでした。仕事、プライベートともに常用です。伝線せず長持ちです。

――お客様アンケートより

産後、敏感肌に悩んでいたときに、義母からグンゼをすすめられたのがきっかけでした。

Tuchéは、機能性とファッション性の両方を備えているところが気に入っています。体の形に沿ったつくりや、肌触りの良さもTuchéならではと感じます。

同じように敏感肌で合う下着がなかった娘にもすすめたところ気に入り、今では親子3代で愛用しています。

肌にやさしいのに、おしゃれなところを伝えたいです。――お客様アンケートより

ブランドに寄せられたお客様の声からは、見た目の美しさだけでなく、毎日身につけるものだからこそその心地よさ、そして品質への信頼が伝わってきます。トレンドとともに歩みながら、「ファッション性」と「心地よさ」の両立を追求してきたものづくりこそが、25年にわたり愛され続けてきた理由です。

■ファッショントレンドとともに歩み続けるブランド「Tuché」

25年にわたり、Tuchéが変わらず大切にしてきたのは、移り変わるファッショントレンドをいち早く捉え、その時代を生きる女性たちが本当に求める商品へと形にすることで、皆様の日々を彩ることでした。

柄ストッキングから始まり、レギンス、レギスパンツ、インナーウェアへ。時代とともに商品領域は広がりましたが、「ファッションをもっと自由に、もっと自分らしく楽しんでもらいたい」という想いは、ブランド誕生以来変わることなく受け継がれています。

長くご愛用いただいているお客様へ感謝を込めて。そして、これからTuchéと出会うお客様へ。

これからもTuchéは、移り変わるファッショントレンドとともに歩みながら、ライフスタイルや価値観に寄り添う商品を生み出し、皆様の日々を彩る新しい価値を届け続けてまいります。

■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	SEEK（2003 年～）「本物」を追い求めた 23 年。
9月	the GUNZE（2007 年～）会社名を背負う覚悟。
10月	HOTMAGIC（2011 年～）「暖かさ」を追求で 15 年。
11月	KIREILABO（2011 年～）「完全無縫製®」の開発秘話。

Tuché 販売先：全国量販店、小売店、GUNZE STORE（グンゼ公式通販）、グンゼ直営店など

■関連リンク

Tuché LP：<https://www.gunze.jp/store/e/elongseller/>

130周年記念サイト：<https://www.gunze.co.jp/130th/>

Tuché 商品一覧：<https://www.gunze.jp/store/r/r5295/?brand=tuche>