明日をもっと、ここちよく
GUNZE

NEWS RELEASE

2026 年 9 月 29 日

報道関係各位

グンゼ株式会社

「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』
―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6弾、9月29日（火）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6弾として、日本製・天然素材にこだわり抜いた直営店限定ブランド「the GUNZE（ザ グンゼ）」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で、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6弾は、2008年のデビュー以来、天然素材の心地よさと現代の実用性を両立させた「the GUNZE」。社名を冠したブランドだからこそ、大きな期待や重圧がありました。

多様な機能性化学繊維インナーが溢れる現代において、さまざまな商品を試した末に「やっぱり、グンゼの綿100%に戻ってきた」と語るお客様がいらっしゃいます。一方、グンゼには累計4.7億枚を出荷し、25年以上愛され続ける「快適工房」という綿100%のロングセラーも存在します。

その中で、なぜ社名を冠した「the GUNZE」が生まれ、「快適工房」とともに選ばれ続けているのか。その背景には、綿100%ならではの心地よさを大切にしながら、綿が持つ可能性を技術の力で引き出してきたグンゼのものづくりがあります。本リリースでは、綿を分子レベルで改質する独自技術を用い、本来天然繊維が持つ以上の機能を付加した綿の特長や開発背景、ご愛用者様の声を通して、「the GUNZE」が選ばれ続ける理由を新卒入社3年目のPR担当者が、紐解きます。

■なぜ「グンゼの綿」に戻るのか。愛用者アンケートから見えた「綿への回帰」

近年、吸湿発熱性や速乾性など、さまざまな機能を備えた化学繊維インナーが選択肢として広がる一方、肌ざわりや着用感を見直す中で、着用時のストレスなどをきっかけに、綿100%の心地よさに目を向ける動きも見られます。

グンゼが実施した「the GUNZE」の愛用者アンケートでは、さまざまなインナーを経験した末に「やっぱり綿100%がいい」、「グンゼの綿に戻ってきた」という声が寄せられました。そこから見えてきたのは、単なる機能や品質への評価だけではない、「綿への回帰」と長年培われてきた「グンゼへの信頼」でした。

> 幼少期はずっとグンゼでしたが、大人になってデザイン重視で他社に移りました。歳を重ね、素材の品質や機能性が重要だと思うようになり、グンゼに戻ってきました。
> ――ご愛用者様アンケートより

> 肌触りの良さが秀逸。化繊インナーが最適解ではないのだ、と50代にして初めて気づかせてくれたブランドです。
> ――ご愛用者様アンケートより

> 春夏秋に備えてこちらのタンクトップも購入してみました。着心地が良いです。今季初めてこのthe GUNZEのシリーズを知ったのですが、家族分このシリーズに買い替えたいと思うほど気に入っています。カラーバリエーションがあるのも嬉しい点です。
> ――グンゼストアレビューより

> 着やすさ、厚さ、とても良かったです。首周りがややあいている服を着たときに、チラッと見えますが、下着感がないので見えても大丈夫そうです。ブラ紐も隠れるし、買ってよかったです。他の色も買い足そうかなと思います。
> ――グンゼストアレビューより

さまざまなインナーを経験した人が、年齢による肌質やライフスタイルの変化をきっかけに、改めて「グンゼの綿」の心地よさに気づき、自らの意志で戻ってくる。長年にわたり綿100%の肌着をつくり続けてきたグンゼへの安心感や、大切な人からのプレゼントをきっかけに、その良さを再認識する人もいます。そんな「肌着の終着点」としての役割を、「the GUNZE」は担っているのかもしれません。

■開発秘話：綿の可能性を引き出す。分子レベルの技術革新

「グンゼの肌着は丈夫で型崩れしにくい。だからこそ、生地が破れるよりも先に、蓄積した皮脂汚れによる黄ばみで着続けられなくなってしまうのがもったいない」。
1990年代後半、グンゼの研究所には、お客様からの切実な悩みが寄せられていました。

「お気に入りの1枚を、新品の白さと柔らかさのまま、もっと長く快適に着続けてもらいたい」。
この課題に対し、技術開発チームが目指したのは、化学繊維によって機能性を高めるのではなく、「綿100%のまま、綿が持つ可能性を広げる」ことでした。これは、1946年から肌着のプロフェッショナルとして綿素材を追求し続けてきたグンゼだからこそできた挑戦でした。

初代パッケージ

そこで研究チームが着目したのは、綿の主成分である「セルロース」の分子構造そのものをナノレベルで改質する独自技術です。白さを追求する過程では、生地が硬くなってしまうという課題にも直面しましたが、試行錯誤の末、白さと綿本来の柔らかさを両立する分子レベルで機能を高めた綿が誕生しました。驚くことに、機能性アップは「白さ」「柔らかさ」にとどまらず、新たに「吸放湿性」や「消臭機能」までも向上させられることが明らかになりました。

この独自の改質技術によって、綿100%の心地よさと、日常で求められるさまざまな機能性の両立を実現しています。主な特長は、次の4つです。

水だけで皮脂汚れが落ちやすい親水性（当社従来品比）
繊維表面を水となじみやすい状態に改質することで、皮脂汚れが落ちやすく、黄ばみにくくなります。また洗剤も残りにくいです。（従来品比）

優れた吸放湿性
綿本来の吸湿性を活かしながら、衣服内の湿気を吸湿・放湿し、快適な着ごこちをサポートします。

100回洗っても持続する消臭効果
薬剤コーティングではなく繊維自体の分子構造を変えているため、汗のアンモニア臭などを90%以上カットする消臭効果が、100回洗濯後も持続します。

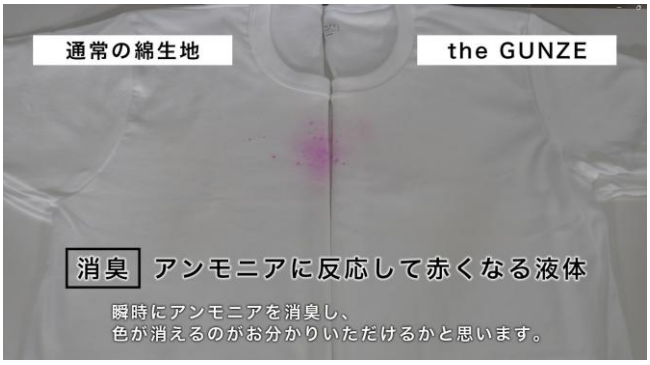
衣類乾燥機にも対応する高耐久性
「防縮乾燥」と独自の「生地仕上げ」を施すことで、化学薬品に頼らずに、
使用後や洗濯後の寸法変化をできるだけ小さくし、形状を安定させることに成功しました。
生地を編みたてから縫製に至るまで一貫してできるだけテンションを加えず、リラックスした状態を保つため、縮みや型崩れに強く、見た目と着ごこちが持続します。日々のお手入れのしやすさにもこだわっています。

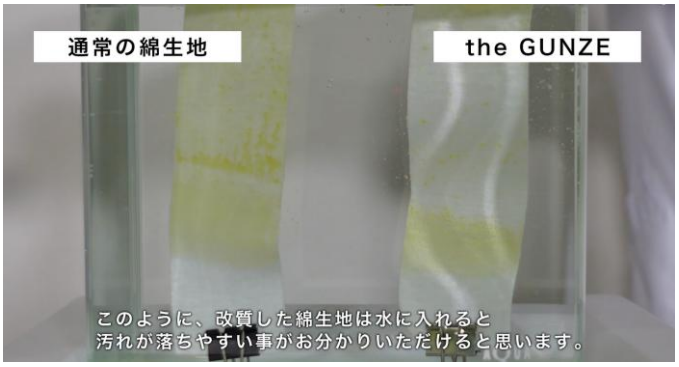
■分子レベルの技術を、目に見えるものへ。「機能の見える化」への挑戦
目には見えない「改質」という技術を、どのようにすればお客様に直感的に理解していただけるのか。開発チームは、技術そのものを磨くだけでなく、その機能を分かりやすく伝える方法についても試行錯誤を重ねました。そこで取り組んだのが、実際の変化を目で見て確かめられる「機能の見える化」です。

デビュー当時の店頭イベントの様子

ニオイの無臭化実験
アンモニアに反応して赤くなる試験液を「the GUNZE」の生地にかけると、アンモニア反応を示す赤色が消える様子を確認しました。

水だけの汚れ落ち実験
皮脂汚れ成分を付着させた生地を水につけるだけで、汚れがサッと流れ落ちる様子を可視化。黄ばみの原因となる皮脂等の汚れが落ちやすいことが分かります。





科学的な数値を示すだけではなく、実際に目で見て、納得してもらえる形にすること。デビュー当時には、「綿を極める。」というメッセージのもと、the GUNZEの機能性の高さを詳しく紹介する販促冊子や、店頭での実験イベントなどを通じて、その機能や着ごこちを伝える取り組みも展開しました。こうした“技術をつくるだけで終わらせず、その価値を伝える”姿勢にも、グンゼが長年培ってきたものづくりへの想いが表れています。

■2024年のリニューアル：いつでも戻ってきたくなる「一生の相棒」へ

2024年春、「the GUNZE」は「一生、綿100%宣言」を掲げ、ブランド史上最大規模のリニューアルを実施しました。長年愛用いただいているお客様が多いブランドだからこそ、開発チームが大切にしたのは、これまで支持されてきた着ごこちを守りながら、今の暮らしに合わせて進化させること。企画・開発チームは、これまでに寄せられた何千件もの購入者レビューを一つひとつ読み込み、お客様が「the GUNZE」の何に魅力を感じ、何を求めているのかを改めて見つめ直しました。

リニューアル担当者　太田尚子（リテール統括部　EC企画課・入社9年目）

『グンゼ』の社名を冠したブランドだからこそ、長年ご愛用いただいているお客様が大切にされてきた良さを守りながら、寄せられていた声にもきちんと応えることが一番のテーマでした。レビューを読み込むほど完成度の高さを実感し、変えること以上に『何を残すか』を悩んだほどです。大切にされてきた着ごこちはそのままに、今の暮らしに心地よく馴染むよう細部をアップデートしました。

より日常に馴染むデザインへ

襟元を共生地のパイピング仕様に変更。アウターから少し見えても自然に着こなせる、カジュアルなデザイン・使いやすいカラーへとアップデートしました。

袖丈のバリエーションを追加

「手首まで袖が欲しい」というお客様の声を受け、新たに「10分袖インナー」をラインナップしました。

家族で選べるラインナップへ

幅広い世代に長く愛用してもらえるブランドを目指し、敏感肌用子ども肌着（キッズライン）を本格展開。2025年8月には「第19回キッズデザイン賞」を受賞しました。

さらに、肌着を愛用するお客様から寄せられた「同じブランドでパジャマや靴下まで揃えたい」という声にも応え、パジャマやソックスもラインナップしました。

2024年のリニューアルは、「the GUNZE」がこれまで培ってきた価値を受け継ぎながら、より幅広い世代の日常に寄り添うブランドへと進化しました。

■「やっぱり、グンゼの綿」。戻ってきたくなる肌着であり続けるために

グンゼが長年にわたり綿と向き合い、身につける人の心地よさを追求し続けてきたからこそ、改質綿をはじめとする独自の技術が生まれました。綿100%ならではの肌ざわりや着ごこちを大切にしながら、時代とともに変化する暮らしやニーズに合わせて進化を重ねてきたこと。その積み重ねが、お客様から寄せられる「やっぱりグンゼの綿がいい」という声につながっています。

さまざまなインナーを経験し、年齢やライフスタイル、肌質が変化する中で、改めて自分の肌に触れるものを見つめ直したとき、「また、グンゼの綿を選びたい」と思っていただけること。「the GUNZE」はこれからも、いつでも戻ってきたくなるような心地よさを届け続けていきます。

■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	「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	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。

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

■関連リンク
the GUNZE LP：https://www.gunze.jp/store/e/elongseller/#thegunze
130周年記念サイト：https://www.gunze.co.jp/130th/

the GUNZE 商品一覧：
メンズ
https://www.gunze.jp/store/r/r5296/?brand=thegunze
レディース
https://www.gunze.jp/store/r/r5295/?brand=thegunze
キッズ
https://www.gunze.jp/store/r/r5297/?brand=thegunze