

2026 年 10 月 27 日

グンゼ株式会社

報道関係各位

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

—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7弾、10月28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7弾として、長年、寒い季節の快適を支えてきた機能性インナーブランド「HOTMAGIC（ホットマジック）」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。

2002年に誕生した「HOTMAGIC」は、冬の防寒対策が「綿の厚手」中心だった時代から、暖かさときごち（動きやすさ・フィット感）の両立を追求し、生活者のニーズに合わせて進化を重ねてきました。

本リリースでは、吸湿発熱インナー市場の変遷とともに、グンゼが挑んできた技術開発の歩みをご紹介します。さらに、創業130周年を機に実施した愛用者アンケートでは、約4割が「家族・ギフト用」に購入していることが明らかになりました。こうした調査結果や実際の愛用者の声を通じて、長年支持されてきた「HOTMAGIC」の魅力をお伝えします。



■「冬＝厚着」の常識に挑戦！2002年、「HOTMAGIC」誕生

1990年代後半から2000年代初頭にかけて、日本の冬の防寒対策は、「綿100%の厚手肌着」や「キルティング生地」など、生地の厚みによって保温性を確保することが主流でした。一方で、「重ね着すると動きにくい」「厚着によって着ぶくれしてしまう」といった課題もありました。

そうした中、1994年のリレハンメル冬季オリンピックで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たことなどを背景に、機能性繊維への注目が高まり始めました。長年にわたり「きごち」を追求してきたグンゼは、「日常着として、薄くて軽く、暖かいインナーを提供できないか」という発想のもと、冬用機能性インナーの開発に着手。独自開発の吸湿発熱素材を採用し、2002年に「HOTMAGIC」を誕生させました。



デビュー当時の「HOTMAGIC」パッケージ

これが、グンゼにおける吸湿発熱インナーの始まりとなりました。誕生当初の「HOTMAGIC」は、「BODY WILD」や「YG」など複数のブランドに共通して採用され、秋冬シーズンの機能性を象徴する存在として展開されてきました。



「HOTMAGIC」が搭載された「BODYWILD」
2005年当時の商品カタログより

■「暖かさ」だけではない。変化する冬のインナーニーズ

「HOTMAGIC」誕生以降、薄くても暖かい機能性インナーは市場に広がり、冬のインナーに求められる「暖かさ」の選択肢も増えていきました。2005年には環境省が「ウォームビズ」を開始。過度な暖房に頼らず、衣服などを工夫して暖かく過ごすという考え方が広がったことも、吸湿発熱インナーの普及を後押ししました。



ウォームビズに関する取り組み

一方で、暖かいインナーが身近になるにつれ、生活者の悩みは「寒さ」だけではなくていきました。特に女性を中心に、肩やお腹、腰などの部分的な冷えに加え、乾燥や静電気といった冬特有の不快感への関心も高まり、インナーには暖かさそのものだけでなく、「肌ざわり」「動きやすさ」「着ぶくれのしにくさ」など、さまざまな快適性が求められるようになりました。

こうしたニーズの変化を受け、グンゼは2010年に「HOTMAGIC」を独立ブランドとして展開。「ライフスタイルに密着した暖かインナー」という新たな方向性を掲げ、暖かさだけでなく、日常生活における快適性にも着目した商品開発を進めてきました。

■女性の「部分的な冷え」に着目。必要な部分を効率よく暖める発想

吸湿発熱インナーが普及する中、女性からは「肩やお腹、腰など、冷えを感じやすい部分を集中的に暖めたい」という声も寄せられるようになりました。こうしたニーズに応えるため、全身を一律に暖めるのではなく、寒さを感じやすい部分を効率よく暖めるという発想から開発されたのが、「集中保温シリーズ」です。



最大の特長は、1枚の生地の中で使用する糸を切り替え、必要な部分に暖かさを集中させる特殊な編み技術にあります。この技術により、暖かさを高めたい部分だけに吸湿発熱機能を持たせることが可能になりました。さらに、異なる生地同士を縫い合わせずに済むため、縫い目もなく肌あたりの向上につながり、薄手のインナーとしての着心地にもこだわりました。



「暖かければいい」から、「自分が寒いと感じる部分を、ちょうどよく暖めたい」へ。こうした生活者の細かなニーズに応えることで、「集中保温シリーズ」は長年にわたり支持されてきました。

■1枚で綿肌着5枚分の保温力！※「暖かさ」と「動きやすさ」の両立に挑戦

吸湿発熱インナー市場が拡大した2010年代以降、暖冬傾向にありながらも、冬の厳寒期や屋外での長時間の活動など、厳しい寒さへの対策には、さらなる暖かさが求められていました。

一方で、当時の厳寒期向け防寒インナーは、生地を厚くすることで保温性を高めるものが主流でした。そのため、暖かさを追求するほど生地が厚く重くなり、伸縮性が損なわれることで動きにくくなるという課題がありました。「もっと暖かいインナーが欲しい。でも、厚く重くなるのは避けたい」。こうした生活者の声を受け、グンゼが次に挑んだのが、「暖かさ」と「動きやすさ」の両立です。

この課題に向き合い、2012年に誕生したのが「寒さ知らず」です。

最大の特長は、生地の厚みを抑えながら、高い保温性と動きやすさを両立させたことにあります。吸湿発熱性のある特殊な機能糸と、きめ細やかな肌側起毛を採用することで、生地を極端に厚くすることなく、「1枚で綿肌着5枚分」※に匹敵する高い保温力を実現しました。さらに、高い伸縮性を生み出す独自の編み立て技術「スーパーストレッチ」を組み合わせることで、従来の厚手防寒インナーに見られた、動いた際の突っ張り感を軽減。暖かさを確保しながらも、体の動きにフィットする快適な着心地を追求しました。

※『綿肌着5枚分の暖かさ』は、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。



水野 しおり（インナーウェア統括部 企画開発グループ 商品企画課・入社6年目）

開発で最も苦労したのは、『暖かさ』と『軽さ・動きやすさ』というトレードオフの克服だったと聞いています。高機能糸は非常に繊細で、編み機の調整など、少しのズレで肌触りや伸縮性が損なわれてしまいます。糸のポテンシャルを引き出すため、開発チームと製造現場が幾度も試作と着用テストを重ね、細かな調整を繰り返したそうです。そのかわりが、完璧なバランスの「着た瞬間の心地よさと動いたときのストレスフリーなストレッチ性」につながっています。「単なる機能性」ではなく、安心できる「きごころ」を提供するという考えはすべての基礎となっています。

「暖かくするために、動きやすさを我慢する」のではなく、暖かさと動きやすさを同時に叶える。こうした技術開発によって、「HOTMAGIC」は厳しい寒さへの対策だけでなく、大切な家族への贈り物としても選ばれるなど、幅広い生活シーンで支持されるブランドへと進化してきました。現在では、トップスだけでなく、ボトムやレッグアイテムまで商品ラインナップを拡充。さまざまな生活シーンや寒さへの悩みに対応することで、冬の快適な暮らしを支えています。

■愛用者の約4割が「家族・ギフト用」に購入！アンケートから見えた、世代を超えて広がる信頼

こうした商品開発の積み重ねを支えてきたのが、実際に「HOTMAGIC」を愛用してくださっているお客様の声です。

グンゼ創業130周年を機に実施した「HOTMAGICご愛用者アンケート」では、購入用途について、ご自身用が約6割、ご家族・ギフト用が約4割という結果となりました。

ご自身の寒さ対策としてだけでなく、家族や大切な人への贈り物としても選ばれていることが明らかになり、「HOTMAGIC」の暖かさや着心地に対する信頼が、身近な大切な人へと広がっている様子がうかがえます。また、アンケートや公式通販サイトの商品レビューには、厳しい寒さの中での着用体験や、家族への贈り物として喜ばれたエピソードなど、さまざまな声が寄せられています。

東北に住む義母が温かい下着を着ても全然温かくないと言うので、HOTMAGICを贈ったら、とても温かいと気に入ったようです。しばらくして、洗い替えに、もっとほしいと言ってきたので追加購入しました。

——ご愛用者様アンケートより

春と秋、晩秋、そして厳冬期と、気温に合わせてHOTMAGICを使い分けています。
それぞれ、その時期に合った暖かさがあり、汗ばんでも湿っぽくなりにくく、快適に過ごせるところが気に入っています。
——ご愛用者様アンケートより

「寒さ知らず」を買い替えです。製品にとっても満足していたので、前回購入から何年も経っているのに、また同じ製品を購入できるのはありがたいです。
——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

このように、ご愛用者様一人ひとりの実体験を通じて家族や身近な人へと広がる信頼こそが、「HOTMAGIC」が長年愛され続けてきた大きな支えとなっています。

■変化する気候と生活者のニーズに寄り添い、これからも進化を続ける「HOTMAGIC」

暖冬傾向や秋の短期化、日ごとの寒暖差、室内外の温度差など、近年は冬の気温を取り巻く環境が変化しています。それに伴い、冬のインナーに求められる機能や快適性も、生活者一人ひとりのライフスタイルや着用シーンによって多様化しています。

「HOTMAGIC」は、こうした気候や生活者のニーズの変化に目を向け、一人ひとりの悩みに寄り添いながら、必要な暖かさと快適な着心地を選べる商品展開と技術開発に取り組んでまいります。

また、グンゼが80年間にわたり磨き続けてきた「きごこち」へのこだわりを大切に、時代とともに進化を重ね、これからも一人ひとりの冬の暮らしを支えるブランドであり続けます。

■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	“常に時代のベース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>