

身につけるだけで、いい環境へ 独自の環境貢献モデルを構築し、カーボンネガティブを実現



グループの緑化事業と連携し 環境貢献モデルを構築

「BODY WILD」はグループ企業であるグンゼグリーンと連携し、二酸化炭素の排出量より吸収量が上回るカーボンネガティブを実現。九州大学都市研究センターが一般社団法人ナチュラルキャピタルクレジットコンソーシアムの協力の下、グンゼグリーンの緑化事業による吸収量を算定し、さらに、「BODY WILD」製品生産時の排出量を算定。同センターが開発した手法による分析の下、「3D MADE」と「CUT OFF」がカーボンネガティブを達成していると認められた。



地球環境に加え人へも配慮する 「CARE認証」も取得

一般社団法人計量サステナビリティ学機構が運営する「CARE認証」は、製品を作る過程で環境への影響や人権が守られているどうかを、誰にでも見える形にする取り組み。指標に基づく評価や第三者機関の審査を経て認証される。

快適さを追求した先進的ボクサーパンツ

3D立体成型によるソフトな穿き心地

BODY WILD 3D MADE

ブランドデビュー時から磨いてきた立体成型技術を結集した「3D MADE」シリーズ。編み方の工夫や最小限に抑えた縫い目で、徹底した低圧化に成功。体の凹凸に合わせたフィット感と、それでいて締め付けのないストレスフリーの穿き心地を実現している。



カーボン
ネガティブを
実現

体になじむ立体成型

腰ゴムがなく吸い付くフィット感

BODY WILD CUT OFF

腰ゴムがなく、ウエストと裾を切りっぱなしにした独自開発の製法を採用した「CUT OFF®」シリーズ。ウエストの締め付けを軽減することで解放感のある穿き心地を実現。生地全体で包み込む設計のためズレることなく、素肌に吸い付くようなフィット感が得られる。



カーボン
ネガティブを
実現

ウエストと裾がCUT OFF



グンゼ
アパレルカンパニー
営業MD本部 商品企画部
メンズインナーグループ グループ長
武安 秀俊氏

「BODY WILD」が進めるサステナブルなモノづくり

先進的なアンダーウェアブランドとして支持を集めているグンゼ「BODY WILD」が、2024年2月にトータルアパレルブランドへ刷新。1998年のブランド誕生以来初となる大幅な変革だ。同社で「BODY WILD」を担当する武安秀俊氏は、「ブランド刷新を機に、購買層が広がっているのを実感しています」と語る。

ブランド刷新後に展開しているジャケットやストレッチパンツは、360度に伸びる軽量なストレッチ素材を採用。快適な着心地はもちろん、家で洗えたりしわになりにくいといった利便性についても、これまで培ってきた独自のノウハウが生かされている。こうした利便性や機能性による新しいライフスタイルの提案に加えて、コストパフォーマンスの高さも、より広い購買層を得ている要因の一つと言えるだろう。

また、ブランド刷新時に新たに掲げた「身体を自然に回歸させる」というコンセプトや、「自然にとってサステナブルなモノづくり」というブランドフィロソフィーの下で推進する、サステナブルな取り組みも共感を得ている理由の一つだ。「アパレル業界にとって、環境への負荷は無視できない課題です。ブランドとして、環境への配慮を発信する第一人者になるべく、今できることを考え、率先して行動を起こしていきたいと考えています」(武安氏)

これまでも、紙パッケージやリサイクル

「BODY WILD」はデビュー当初からデザイン性を追求してきたブランドです。その「BODY WILD」をキャンパスとして、アーティストに表現していただくことで、よりファッショナブルなブランドを一緒に作りたいという思いがありました。また、そこで生まれたコラボ製品を販売することが、アーティストの生活の支えになるという点にも共感しました。そういう輪ができていく活動は大切にしていきたいし、今後も率先して取り組んでいきたいと考えています」(武安氏)

アンダーウェアからのラインアップ拡張を図ると同時に、創業精神をバックボーンとしたサステナブルな取り組みの推進によって、ブランド刷新後により幅広い支持を得た「BODY WILD」。これからの挑戦にも期待したい。

障がい者がアートで夢を叶える世界を作る



アーティスト
全盲の画家
オハケのタムタム



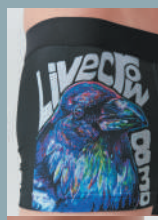
アーティスト
松村 亨



アーティスト
KOTO
タイトル
小さな
幸せの庭



アーティスト
星 拓実
タイトル
猫百景



アーティスト
おおはし みさ
タイトル
黒を一切
使わないカラス



アーティスト
田久保 妙
タイトル
私の家はどこ

「BODY WILD」は パラリンアートを応援しています

「障がい者がアートで夢を叶える世界を作る」。パラリンアートのその理念に共感した「BODY WILD」とアーティストのコラボが実現。各作品の特徴を取り入れたグラフィカルなボクサーパンツが誕生した。

「BODY WILD」と コラボした理由とは？

「パラリンアートは、アートを通じたコラボをすることで、障がい者の社会参加と経済的自立推進に取り組んでいます。『BODY WILD』のような身近な製品とのコラボによって、より多くの方にパラリンアートの存在やアーティストの魅力を知っていただくと共に、様々な社会課題に目を向けるきっかけになればうれしく思います」



一般社団法人
障がい者自立推進機構
専務理事
村山 朝和氏

自然にとって サステナブルなモノづくり

障がい者がアートで 夢を叶える世界を応援

人と環境に優しい世界の実現へ 「BODY WILD」は挑み続ける

今春、トータルアパレルブランドへと生まれ変わったグンゼ「BODY WILD」。売れ行きも好調な中、新たにカーボンネガティブの実現やパラリンアートとのコラボなど、サステナブルなモノづくりを推進している。なぜ、サステナブルな取り組みに注力するのか、担当者に聞いた。

「BODY WILD」が進めるサステナブルなモノづくり

先進的なアンダーウェアブランドとして支持を集めているグンゼ「BODY WILD」が、2024年2月にトータルアパレルブランドへ刷新。1998年のブランド誕生以来初となる大幅な変革だ。同社で「BODY WILD」を担当する武安秀俊氏は、「ブランド刷新を機に、購買層が広がっているのを実感しています」と語る。

ブランド刷新後に展開しているジャケットやストレッチパンツは、360度に伸びる軽量なストレッチ素材を採用。快適な着心地はもちろん、家で洗えたりしわになりにくいといった利便性についても、これまで培ってきた独自のノウハウが生かされている。こうした利便性や機能性による新しいライフスタイルの提案に加えて、コストパフォーマンスの高さも、より広い購買層を得ている要因の一つと言えるだろう。

また、ブランド刷新時に新たに掲げた「身体を自然に回歸させる」というコンセプトや、「自然にとってサステナブルなモノづくり」というブランドフィロソフィーの下で推進する、サステナブルな取り組みも共感を得ている理由の一つだ。「アパレル業界にとって、環境への負荷は無視できない課題です。ブランドとして、環境への配慮を発信する第一人者になるべく、今できることを考え、率先して行動を起こしていきたいと考えています」(武安氏)

これまでも、紙パッケージやリサイクル

「人間尊重」や「優良商品の生産」、「共存共

「BODY WILD」はデビュー当初からデザイン性を追求してきたブランドです。その「BODY WILD」をキャンパスとして、アーティストに表現していただくことで、よりファッショナブルなブランドを一緒に作りたいという思いがありました。また、そこで生まれたコラボ製品を販売することが、アーティストの生活の支えになるという点にも共感しました。そういう輪ができていく活動は大切にしていきたいし、今後も率先して取り組んでいきたいと考えています」(武安氏)

アンダーウェアからのラインアップ拡張を図ると同時に、創業精神をバックボーンとしたサステナブルな取り組みの推進によって、ブランド刷新後により幅広い支持を得た「BODY WILD」。これからの挑戦にも期待したい。

24年春夏にブランド刷新 トータルアパレル ブランドへ移行し 前年比約120%増の売り上げ

ブランドデビューから26年、ブランドロゴや商品ラインアップを大幅に刷新。右写真のジャケットやストレッチパンツだけでなく、ソックスやルームウェアなどのアイテムも展開する。「機能性やコストパフォーマンスが評価され、ブランド刷新前の前年に比べて約120%増の売り上げと好調です」(武安氏)。

