

「枕」に特化した
市場調査・実態調査・意識調査

2026 まくら 白書



はじめに

睡眠を「回復」へ。データが拓く、枕の新たな可能性

現代社会において、今、睡眠のあり方が改めて問われています。

睡眠は、心身を休め、翌日の活動を支える大切な時間です。健康経営やウェルビーイングへの関心が高まる中、質の高い睡眠を支える環境は、私たちが本来持っている活力を取り戻すための、最も基本的かつ重要な「インフラ」と言えるでしょう。

こうした背景の中、睡眠環境の要（かなめ）である「枕」にも、一人ひとりに合った寝心地を支える役割が求められています。しかしながら、枕が広く普及している一方で、今使っている枕に不満を感じる方や、自分に合っているか判断できない方、自分に合った枕に出会えず「枕難民」として悩み続けている方が少なくありません。

「枕難民をゼロにする」。

私たちまくら株式会社が2023年より掲げるこのミッションは、単に寝具を提供するだけでなく、すべての方が最適な睡眠環境を通じて、心身ともに満たされた生活を取り戻す社会の実現を目指すものです。

まくら株式会社は、創業以来、枕づくりの経験とデータ分析、テクノロジーを融合させ、お客さま一人ひとりの潜在的なニーズに向き合ってきました。2024年版の初刊による課題の可視化、2025年版での市場実態の深掘りを経て、3年目となる本年、「まくら白書2026」を刊行いたします。

本レポートでは、枕の利用状況や好み、選び方、衛生管理などの実態に加え、睡眠の満足度や起床時の体調、日中のパフォーマンスに関する意識にも目を向けています。

枕の高さや硬さ、素材といった製品の特徴だけでなく、使う方がどのような悩みを抱え、寝心地や翌朝の状態をどう感じているのかを多角的に分析いたしました。枕を、睡眠環境や日々の休養を見直す身近なきっかけとして捉え、一人ひとりに合った選択を支える手がかりを探っています。

調査から見てきたのは、枕の普及と、使う方の満足や納得との間に残る隔たりです。自分に合う枕を見つけることに加え、今の枕が合っているかを確かめることにも、難しさがある様子が見えてきます。また、枕への満足度と睡眠の自己評価には関連が見られました。こうした結果を踏まえると、購入時の選び方だけでなく、自宅での使用感の確認や、購入後の調整・相談まで含めて支えることが、これからの枕市場における大切な課題と考えられます。

本レポートが、「枕」という視点から日本の睡眠事情に新たな一石を投じ、消費者の皆さまにとっては、自分に合った枕と睡眠環境を見つめ直し、より心地よい眠りへ踏み出すきっかけとなることを。そして、寝具業界および健康産業に携わる皆さまにとっては、次代の製品開発やサービス向上に向けた、確かな羅針盤となることを願っております。

私たちまくら株式会社は、「枕難民ゼロ」の実現に向け、あくなき探求と挑戦を続けてまいります。本白書が、その未来を拓く一助となれば幸いです。

2026年10月
まくら株式会社

※このレポートは、あくまで調査データに基づく情報提供のみを目的としています。医学的なアドバイスや診断については、専門家に相談ください。

※当該調査データは、個人・商用利用問わず、転載などでの使用の際は、「まくら白書2026より引用」等のコピーライト表記、リンク設置をお願いします。

まくら白書2026より引用
<https://www.pillow.co.jp/whitepaper/>

また、他の調査データの閲覧、二次利用、加工利用、枕データを活用した商品開発などのご相談につきましては、まくら株式会社・法人営業部（info@pillow.co.jp）あてにお問い合わせください。

調査概要

寝具の中でも「枕」に特化し、枕の利用実態を把握することで、枕市場の健全な発展に寄与することを目的として、まくら株式会社は自社提供の枕診断システムでのアンケート調査及び、インターネットリサーチをもとに、「枕」の意識調査・利用実態調査・アンケート調査を行った。

回答者プロフィール

① 枕に関心があるユーザー（枕診断サービスの回答結果データ）

調査エリア：全国

調査主体：まくら株式会社

調査期間：2025年1月1日～2025年12月31日

調査対象：32,001人

調査方法：枕と眠りのおやすみショップ。本店などで行う、オンライン枕診断を利用した、枕に関心があるユーザーの回答結果を集計

1. 性別構成

女性が全体の約3分の2（65.5%）を占めています。

2. 年代構成

20代（25.5%）と30代（25.6%）がほぼ同数で、両年代を合わせると全体の半数以上（51.1%）を占めています。次いで40代（19.2%）、50代（14.9%）と幅広い年代から回答が得られています。

② 一般ユーザー

調査エリア：全国

調査主体：まくら株式会社

調査期間：2025年12月16日～2026年1月6日

調査対象：1,707人

調査方法：インターネットリサーチサービスを利用し、一般ユーザーに対してアンケートを実施。それらで収集した調査データを活用。

1. 性別構成

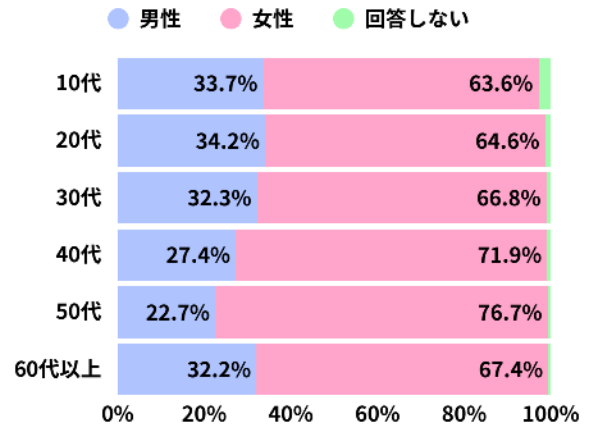
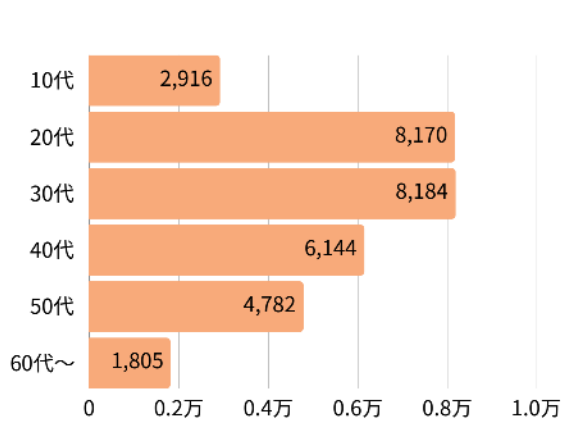
男性が約51%、女性が約48%と、男女比はほぼ均等なバランスとなっています。

2. 年代構成

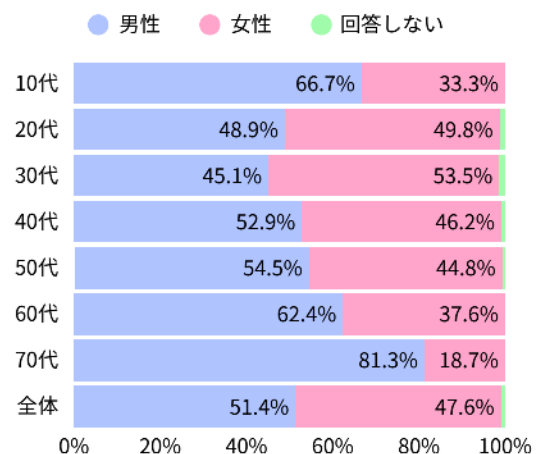
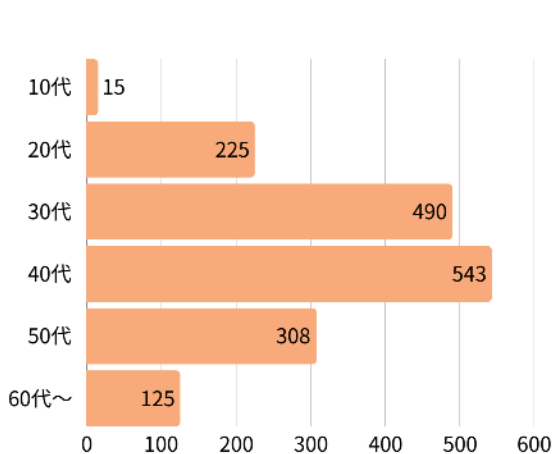
30代・40代が全体の約6割（60.5%）を占めるコア層となっており、20代～50代までで全体の9割以上（91.7%）を占めています。

回答者構成の傾向と属性比較

① 枕に関心があるユーザー



② 一般ユーザー



I 目次

まくら白書2026

はじめに … 4

調査概要・回答者プロフィール … 6

回答者構成の傾向と属性比較 … 7

調査番号	調査項目	結果	考察
調査1	枕の利用状況に関する調査	14	15
調査2	枕の中素材に関する調査	16	17
調査3	枕の使用期間に関する調査	18	19
調査4	枕の所有状況に関する調査	20	21
調査5	枕選びの歴史に関する調査	22	23
調査6	機能性枕の利用状況に関する調査	24	25
調査7	枕の満足度調査	26	27
調査8	枕の不満足点に関する調査	28	29
調査9	枕の適合度に関する調査	30	31
調査10	「枕難民」自己認識調査	32	33
調査11	枕の不使用状況調査	34	35
調査12	枕の探索意向に関する調査（非利用者）	36	37

調査番号	調査項目	結果	考察
調査13	枕の高さの好みに関する調査	40	41
調査14	枕の硬さの好みに関する調査	42	43
調査15	枕の大きさの好みに関する調査	44	45
調査16	枕の形の好みに関する調査	46	47
調査17	枕の「サポート性」に関する調査	48	49
調査18	枕の「寝返りのしやすさ」に関する調査	50	51
調査19	枕の「カスタマイズ性」に対する意識調査	52	53
調査20	枕の「通気性」に対する意識調査	54	55
調査21	枕の「清潔さ」に対する意識調査	56	57
調査22	枕の「製造国」に対する意識調査	58	59
調査23	枕の「選定基準」に関する調査	60	61
調査24	枕の「情報収集」に関する調査	62	63
調査25	枕の「購入場所」に関する調査	64	65
調査26	枕の「買い替え」に関する調査	66	67
調査27	枕の「買い替え時の情報源」に関する調査	68	69

調査番号	調査項目	結果	考察
調査28	枕の洗濯頻度に関する調査	72	73
調査29	枕の衛生管理に関する調査	74	75
調査30	枕カバーの「生地」に関する意識調査	76	77
調査31	枕カバーの洗濯習慣に関する調査	78	79
調査32	枕カバーで重視する機能に関する調査	80	81
調査33	寝室の有無に関する調査	84	85
調査34	敷寝具の利用実態調査	86	87
調査35	寝姿勢に関する調査	88	89
調査36	睡眠トラッキングに関する調査	90	91
調査37	ナイトルーティンに関する調査	92	93
調査38	快眠のためのセルフケアに関する調査	94	95
調査39	肩こりの有無に関する調査	96	97
調査40	いびきの有無・自覚に関する調査	98	99

調査番号	調査項目	結果	考察
調査41	ストレートネックの有無・自覚に関する調査	100	101
調査42	枕とエイジングケアに関する調査	102	103
調査43	枕とパフォーマンスに関する調査	104	105
調査44	枕と起床時の体調に関する実態調査	106	107
調査45	枕の仕様とストレス軽減に関する意識調査	108	109
調査46	睡眠休養感に関する調査	110	111
調査47	平日の睡眠時間に関する調査	112	113
調査48	寝付きの良さ（入眠時間）に関する調査	114	115
調査49	枕の満足度×睡眠の満足度	118	119
調査50	枕の満足度×いびきの頻度	120	121
調査51	枕の満足度×中途覚醒の有無	122	123
※各項目の四捨五入の関係上、合計が100%にならない場合があります。			
おわりに			126

1．現在の枕に対する利用実態と意識

日々使用される枕が、人々の睡眠の質に大きく影響を及ぼしていることは周知の事実です。

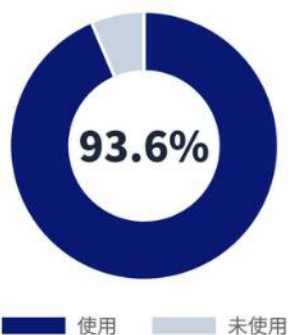
本調査では、現在の枕の利用状況からその満足度、さらには潜在的な不満点に至るまで、消費者の眠りに直結する実態を多角的に分析します。

調査01. 現在の枕に対する利用実態と意識調査

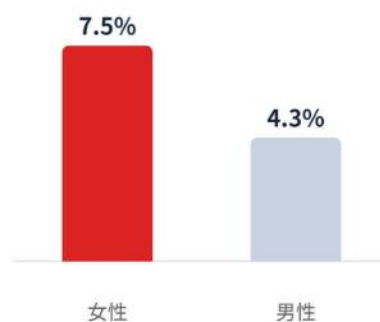
01. 枕の利用状況に関する調査

- **枕を使っている人は93.6%で安定。** 大多数にとって、寝るときに欠かせないものとして完全に定着している。
- **男女ともに9割以上が枕を使用。** 一方、非使用率は女性7.5%、男性4.3%と、女性の方が3.2ポイント高い。
- **3年にわたり9割を超える使用率を維持。** 広く普及した今、一人ひとりが自分に合う枕を選びやすくする支援が、今後の市場に求められる。

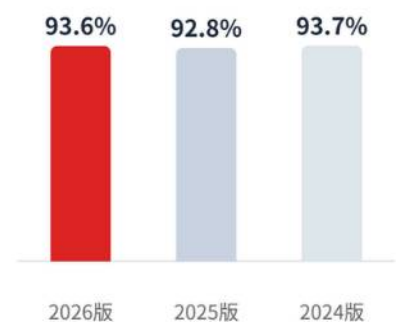
枕は「欠かせない」9割超



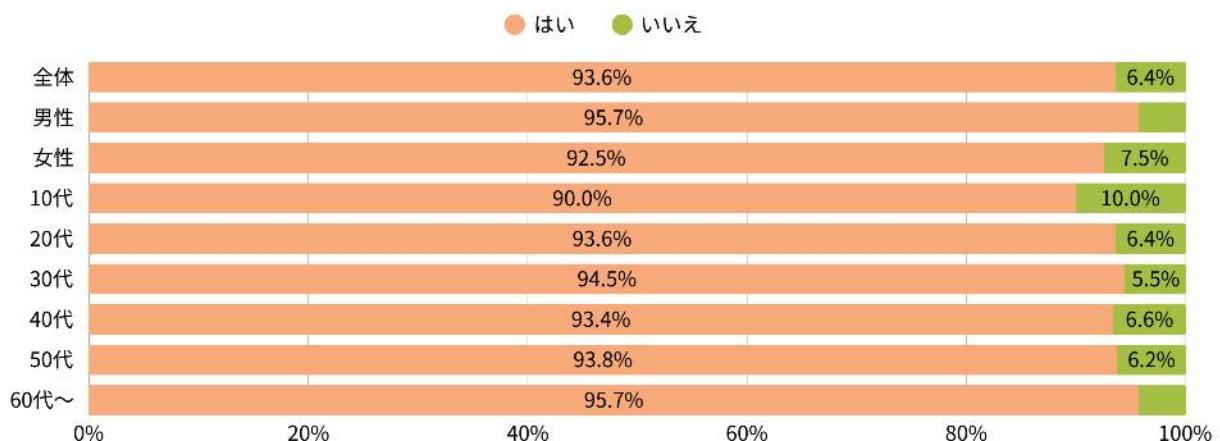
非使用率は女性>男性



使用率9割以上、3年継続



現在、枕を使っていますか？



調査対象：① 枕に関心があるユーザー (N：32,001)

普及率93.6%。枕が「睡眠の質を支える要」に進化

9割を超える普及率。広く定着する枕の使用

2026年版調査では、枕の使用率は93.6%となり、2024年・2025年に続いて9割を超える高い水準を維持しています。枕は、多くの人の睡眠環境に取り入れられている、身近な寝具であることが分かります。

性別で見ると、使用率は男性95.7%、女性92.5%と、男女ともに9割を超えています。一方、非使用率は女性7.5%、男性4.3%で、女性の方が3.2ポイント高い結果となりました。広く普及している点は共通していますが、使う・使わないという選択には違いが見られます。

枕が広く定着している現在、市場には使用を促すだけでなく、一人ひとりが自分に合った睡眠環境を選ぶよう支える役割が求められます。使用者と非使用者の双方に目を向け、それぞれの使用感や選択の理由を丁寧に捉えることが、今後の提案の出発点になると考えられます。

性別・年代別に見る、枕を使わない人の傾向

女性の非使用率7.5%は、全体の6.4%を上回りました。ただし、この設問は使用の有無を尋ねたものであり、女性で非使用率が高い理由までは分かりません。体格や寝姿勢、寝心地の好みなどと結びつけて考えるには、使用しない理由や、これまでに感じた違和感を併せて確認する必要があります。

年代別では、非使用率は20代6.4%、30代5.5%、40代6.6%、50代6.2%、60代以上4.3%でした。20～50代では5～6%台に分布し、年齢が上がるにつれて一方向に増減する傾向は見られません。10代では10.0%と他の年代より高い結果でしたが、年代ごとの回答者数の違いも踏まえ、若年層全体の特徴として一般化せずに捉えることが大切です。

こうした属性別の違いは、ニーズを探る手がかりになります。一方で、性別や年代だけで必要な枕を決めることはできません。枕を使わない人に対しても、その理由を確かめたいうえで、必要に応じて低め・薄型などの選択肢を示し、実際の寝心地を試せる機会を提供することが重要です。

普及の先に求められる、納得して選べる枕の提案

3年にわたり9割を超える使用率が続いていることから、枕市場では、普及に加えて選択や使用体験の充実に目を向けることが重要と考えられます。ただし、使用率の高さだけで、現在の枕への満足度や、休養に対する期待の強さを判断することはできません。

今後は、高さや硬さ、中材の特徴を伝えるだけでなく、体格や寝姿勢、敷き寝具との相性を踏まえ、自分に合う条件を確かめられる提案が求められます。店頭での試用に加え、自宅で使った後の相談や調整まで支えることで、納得して選び、使い続けられる環境を整えることができます。

休養という視点を取り入れる際にも、寝心地や起床時の感覚を本人が振り返れるようにすることが大切です。使用者には今の枕との相性を見直す機会を、非使用者には必要性や好みに応じて選択肢を検討する機会を提供する。その積み重ねが、一人ひとりに合った睡眠環境づくりと、枕市場への信頼につながるでしょう。

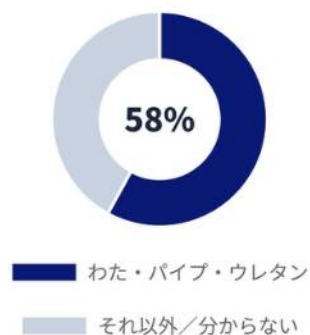
02. 枕の中素材に関する調査

- 定番のわた・低反発ウレタン・パイプで58.1%を占め、素材の3強時代が継続している。

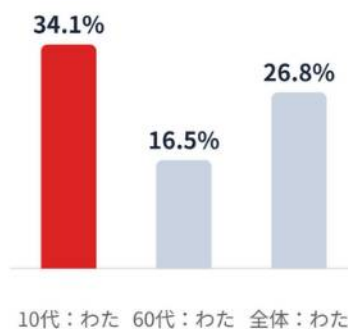
- 10代の34.1%がわたを選ぶ一方、高年齢層は機能性素材へ移行する傾向。

- 15.2%が素材を把握しておらず、特に10代でその傾向が強く、枕の素材への無関心層が一定数存在する。

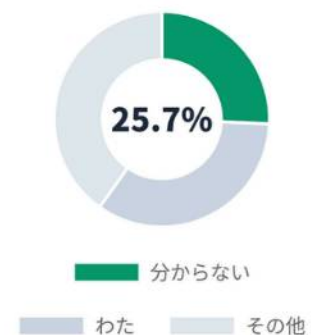
素材の3強時代が継続



年代で素材選びにギャップ

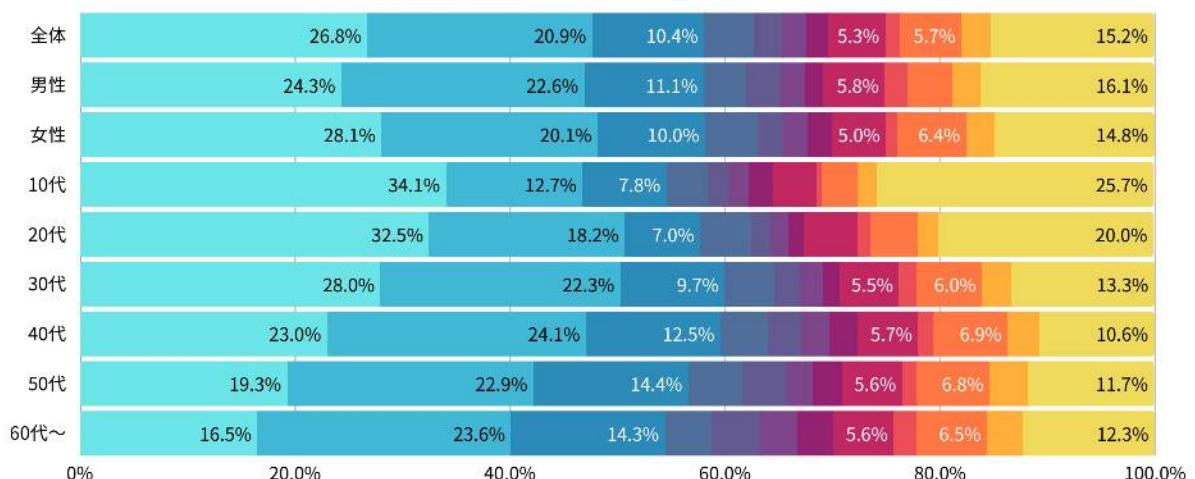


10代の4人に1人は無関心



お使いの枕の中素材は？

● わた ● 低反発ウレタン ● パイプ ● 羽根 ● そばがら ● ラテックス ● ビーズ ● 立体メッシュ ● ジェル
● 複数混合 ● その他 ● わからない



調査対象：① 枕に関心があるユーザー（N：32,001）

わた・低反発・パイプで約6割。「素材の3強」と見えない選択基準

毎晩の眠りを支えるのは、定番の3素材

2026年版調査では、使用している枕の中素材は「わた」が26.8%で最も多く、「低反発ウレタン」が20.9%、「パイプ」が10.4%と続きました。わたと低反発ウレタンを合わせると47.7%。この2つが、現在使われている枕の中心となっています。

一方、「分からない」と答えた人も15.2%いました。約7人に1人は、毎晩頭を預けている枕の中素材を把握していないことになります。寝心地や価格、店頭で触れた印象で選び、素材名までは意識していなかった人もいるのかもしれません。

中素材は、頭を置いたときの沈み込みや、動いたときの感触を左右する要素の一つです。ただし、同じ素材でも、詰める量や製品の構造によって使い心地は変わります。「わたなら柔らかい」「低反発なら自分に合う」と名前だけで決めず、実際に横になったときの支え方まで確かめることが大切です。

10代はわた34.1%、40代以降は低反発が上回る

年代別では、わたを使っている人は10代34.1%、20代32.5%でした。若い世代では約3人に1人が使用する一方、40代23.0%、50代19.3%、60代以上16.5%と、年代が上がるにつれて割合が低くなっています。

対照的に、低反発ウレタンは10代12.7%に対し、40代24.1%、50代22.9%、60代以上23.6%でした。40代以降ではわたを上回り、パイプも20代7.0%に対して50代14.4%と高くなっています。若年層ではわたが中心ですが、高い年代では低反発ウレタンやパイプの使用が相対的に多いことが分かります。

身体の支え方や使い心地を意識した選択が、この違いに関わっている可能性はあります。ただし、同じ人が素材を替えた経過や、選んだ理由を尋ねた調査ではないため、「年齢とともに機能性素材へ移行する」とまでは言い切れません。年代の傾向を参考にしながら、現在の枕で何が気になるのかを聞くことが、本人に合う提案につながりそうです。

15.2%は素材を知らない。枕選びは「今の枕を知る」ことから

中素材が「分からない」と答えた人は全体の15.2%でした。特に10代では25.7%、20代では20.0%となり、若い世代ほど素材を把握していない人が多い傾向が見られます。10代では約4人に1人が、毎晩使う枕の中身を知らないことになります。

素材への関心が薄い人もいると考えられますが、家族が購入した枕を使っている、商品表示を覚えていないなどの可能性もあります。素材を知らないことが、そのまま寝心地への無関心を意味するわけではありません。「柔らかすぎる」「朝になると形が変わっている」といった感覚を持ちながら、その理由を素材と結びつけられていない人もいるかもしれません。

今後は、新しい素材の魅力を伝えるだけでなく、現在の枕の表示や状態を確認し、使い心地を言葉にできる支援も重要になりそうです。「中に何が入っているか」を知り、「どんな感触が自分に合うか」を確かめること。素材の知識と毎晩の実感をつなぐ提案が、なんとなく使い続ける枕から、納得して選ぶ枕への一歩になるのではないのでしょうか。

03. 枕の使用期間に関する調査

- 全体の**53.5%**が**3年以上**同じ枕を継続。サポート機能を失った枕の長期利用が目立つ。

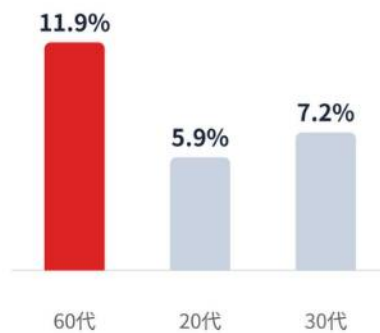
- シニア層ほど物持ちが良く、60代以上では**11.9%**が**10年以上**も同じ枕を愛用している。

- 1年未満の新規利用者は**17.4%に留まり**、市場の停滞と買い替えサイクルの長期化が懸念される。

半数以上が長期利用化



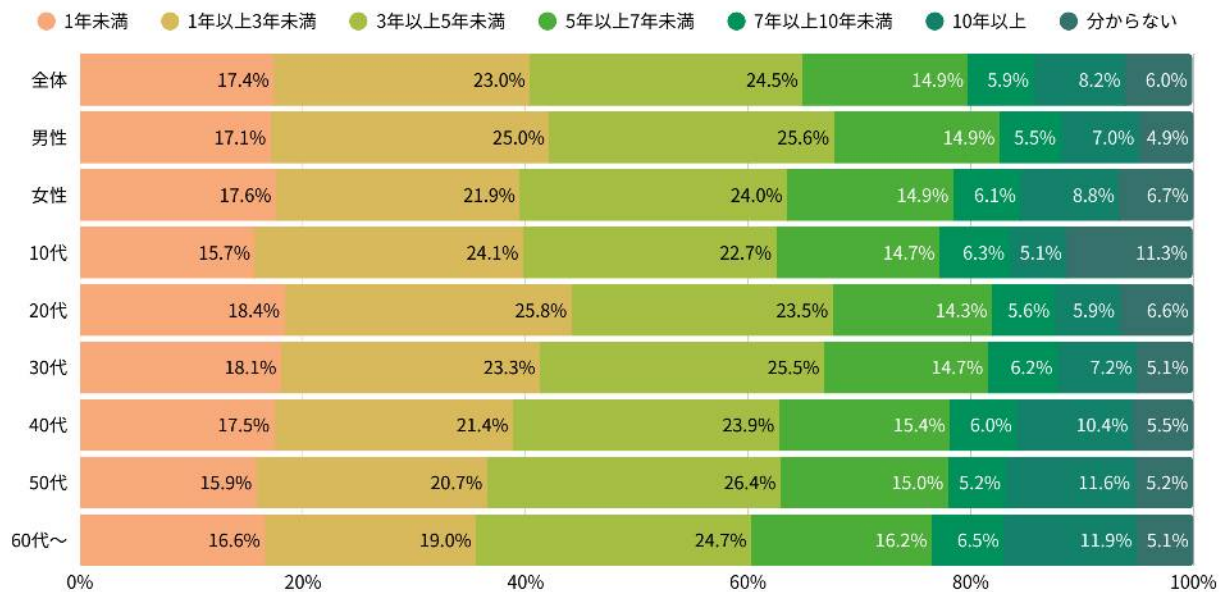
シニアの1割が10年以上



新規利用は低調



お使いの枕の使用年数は？



調査対象：① 枕に関心があるユーザー（N：32,001）

過半数が「お疲れ枕」を愛用？休養を妨げる長期化

気づけば何年も同じ枕を使っていませんか？

2026年度の調査では、「3～5年未満」同じ枕を使っている人が24.5%、「5年以上使っている」という人も合わせると半数を超える結果となりました。2024年の調査でも長期使用の傾向は見られましたが、今回の結果からは、枕の買い替えサイクルがさらに長くなっていることがうかがえます。

枕は毎日使うものだからこそ、その変化に気づきにくい寝具でもあります。見た目には大きな変化がなくても、中材のへたりや形状の変化は少しずつ進んでいきます。「まだ使えるから大丈夫」と感じていても、本来持っていた首や肩へのサポート力は徐々に低下している可能性があります。

近年は睡眠の質への関心が高まっていますが、その一方で、睡眠環境を支える寝具の見直しは後回しになりがちです。最近なんとなく朝スッキリ起きられない、以前より首や肩が気になる。そんな変化の背景には、長年使い続けている枕が影響しているケースもあるかもしれません。

長く使うシニア、気にしていない若年層

年代別で見ると、60代以上の11.9%が「10年以上」同じ枕を使い続けていることが分かりました。一方で、10代では11.4%が「何年使っているか分からない」と回答しています。

シニア層では物を大切に長く使う傾向が見られる一方、若年層では枕そのものへの関心が高くないケースも考えられます。立場は異なりますが、どちらにも共通しているのは、「枕にも見直しのタイミングがある」という意識が十分に浸透していないことではないでしょうか。

年齢を重ねるにつれて体型や筋力、睡眠時の身体への負担は少しずつ変化していきます。本来は身体の変化に合わせて枕も見直していくことが理想ですが、実際には購入したまま長年使い続けている人も少なくありません。スマートフォンやスニーカーは定期的買い替えるのに、枕は何年もそのままという人が多いのも、こうした特徴を表しているように感じます。

「まだ使える」から「もっと快適に眠るために」へ

今回の調査では、購入から1年未満の人の割合が17.4%で、一昨年と比べて減少していました。この結果からは、多くの人々が現在の枕に強い不満を抱えていない一方で、積極的に買い替える理由も見つけられていない現状が見えてきます。

枕は家電のように突然壊れることが少ないため、「使えるかどうか」が判断基準になりやすい寝具です。しかし、睡眠の質や朝のコンディションという視点で考えると、「使えること」と「快適であること」は必ずしも同じではありません。

今後は、素材のへたり具合や買い替えの目安を分かりやすく伝えることに加え、定期的なメンテナンスや見直しを提案していくことも重要になりそうです。今回の調査からは、枕を「長く使うもの」から「より良い睡眠のために定期的に見直すもの」へと捉え直す時期が来ていることがうかがえます。