

なぜ「枕難民」や「不眠」は減らないのか？“枕”の視点から社会的課題をデータで紐解く。枕や睡眠に関する意識調査・利用の実態調査等、51項目の統計情報を掲載した調査レポート「まくら白書 2026年版」発刊

答えはひとつではない。でも手がかりはある。3万人超の“眠れない夜”から生まれた睡眠データを読み解き、小さな対策を重ねて、眠れない国ニッポンを「よく眠れる社会」へ。まくら白書は、その羅針盤です。



「よく眠れる社会をつくる」「枕難民をゼロにする」というミッションのもと、枕をはじめとする寝具・睡眠グッズの企画開発およびインターネット販売を行う、まくら株式会社（千葉県柏市、代表取締役：河元智行）は、枕に関する意識調査や利用実態を網羅した調査レポート「まくら白書 2026年版」を、2026年10月29日（木）に発刊いたします。

本白書は、自社提供のオンライン「枕診断」で2025年の1年間に蓄積された3万2,030人分の回答データと、一般ユーザー1,559人を対象としたインターネットリサーチの結果を分析し、計51項目の統計・利用実態をまとめたデータブックです。2024年版の初刊、2025年版に続き、今回で3年目の刊行となります。

なぜ「枕難民」や「不眠」は減らないのか？

その答えは、ひとつではありません。しかし、手がかりはあります。

それは、一人ひとりの“眠れない夜”が積み重なってできた、睡眠のデータです。

3万人を超える方々の声に耳を傾け、データを読み解き、小さな対策をひとつずつ積み重ねていく。

その一步一步が、“眠れない社会”と言われる不眠大国ニッポンを少しずつ変え、誰もが「よく眠れた」と朝を迎えられる社会へとつながると、私たちは信じています。

「まくら白書」は、その未来へ向かうための羅針盤です。

本書は「紙書籍版」と「電子書籍（ダウンロード）版」の2形態で展開し、直営オンラインショップ等にて順次販売を開始します（一部レポートは弊社公式HPにて無料公開）。通常価格は11,000円（税込）。過去版（2024年・2025年版）をご購入いただいた方へのリピーター特別価格（5,500円・税込）や、一般社団法人日本寝具寝装品協会の会員様向け特別優待10%割引もご用意しております。

「まくら白書 2026年版」ご案内ページ

<https://www.pillow.co.jp/whitepaper/>

なぜ「枕難民」や「不眠」は減らないのか — 白書データから見えた4つの背景

「まくら白書2026」のデータを分析すると、「枕は毎日当たり前に使っているのに、多くの人が自分にぴったりの眠りに出会えていない」という現実が浮かび上がってきます。

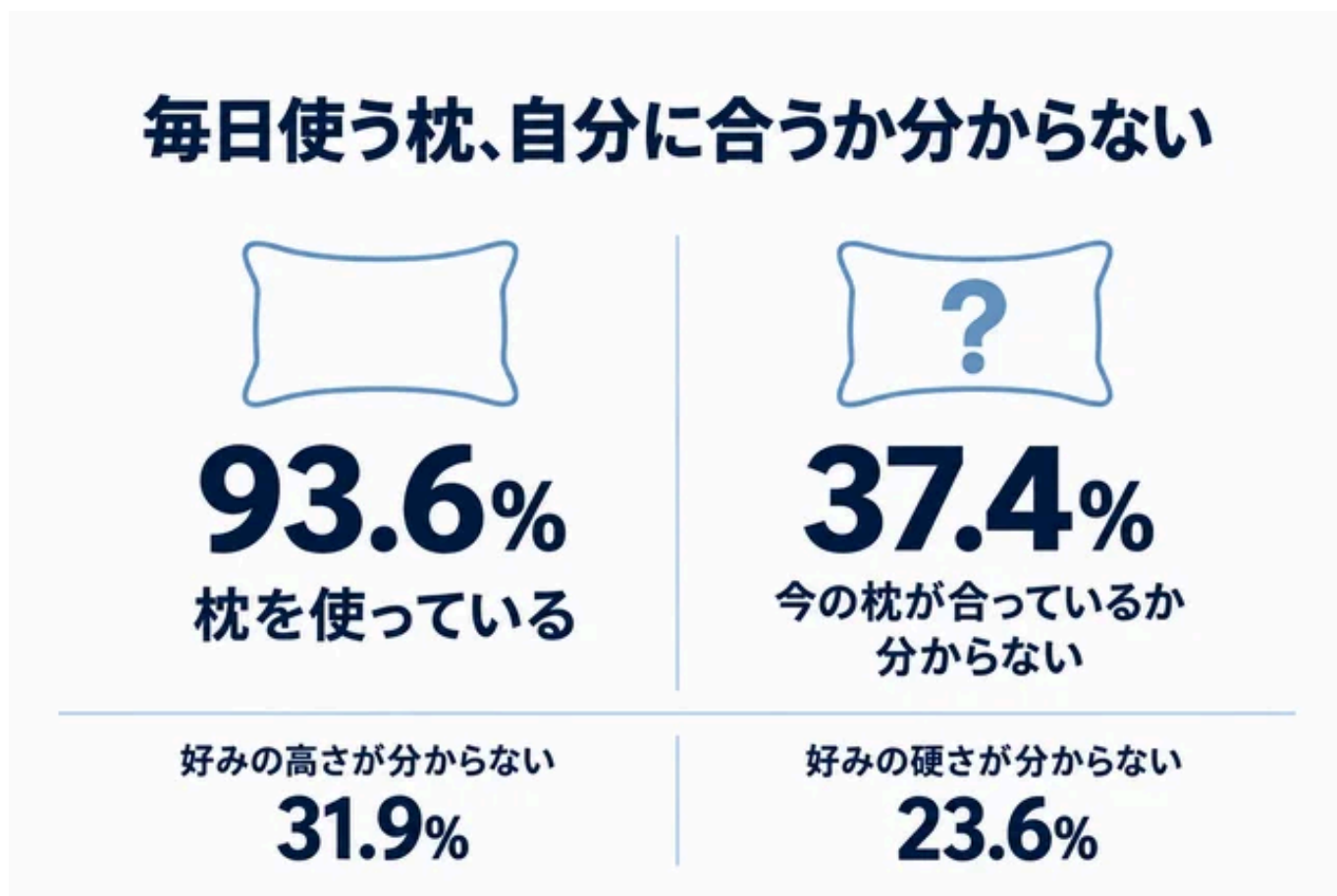
なぜ「枕難民」や「不眠」に悩む人が減らないのか。

その背景にある理由を、データが示す **4つの主要原因と社会的課題** から紐解いていきます。

1. 毎日使っているのに「これが正解かわからない」モヤモヤがある
2. 「壊れないから」と、身体に合わなくなった古い枕を使い続けてしまう
3. スマホ疲れと「寝返り」という動きへのズレがある
4. 睡眠に悩んだとき「枕の見直し」が後回しにされている

なぜ「枕難民」や「不眠」は減らないのか — 詳細

1. 毎日使っているのに「これが正解かわからない」モヤモヤがある



日本では、93.6% というとても多くの人が夜寝るときに枕を使っています。枕はすっかり暮らしのインフラになっています。しかしながら、今お使いの枕に「満足・やや満足」と答えた人の合計は、わずか10.1%。逆に64.8%の人が何かしらの不満を感じており、不満点の設問では、「特になし」の回答構成比は、わずか3.4%でした。さらに、約3人に1人にあたる34.0%の人が「自分は枕難民だ」と感じていて（特に女性は44.6%、20代は43.3%）、生涯で4個以上の枕を試してきた人も61.5%にのびります。これほど買い替えても迷ってしまう大きな理由は、「何を選べば自分に合うのか」という基準がわからないことにあります。

今の枕が合っているか「わからない」人が37.5%

自分の好みの「高さ」がわからない人が31.9%

自分の好みの「硬さ」がわからない人が23.6%

自分の枕の「中素材」すら把握していない人が15.3%

「何が正しいのかわからないまま、なんとなく選び、なんとなく使い続けている」という迷いが、枕難民を生み出し続ける一番の理由と言えそうです。

2. 「壊れないから」と、身体に合わなくなった古い枕を使い続けてしまう

壊れないから、枕を使い続けてしまう



53.5%

同じ枕を3年以上使用



36.4%

買い替えのきっかけは
枕のへたり

首や肩の痛みが限界で買い替え **14.6%**

※買い替え理由の割合は、複数回答の回答件数に占める構成比です。

家電製品と違って、枕は突然壊れて動かなくなることがありません。

そのため、どうしても買い替えが後回しになりがちです。

データを見ると、53.5%の人が同じ枕を3年以上使い続けており、60代以上では11.9%の人が10年以上も同じ枕を使っています。

一方で、今の枕の使用期間が1年未満の人は、17.4%しかいません。

枕は見た目は変わらなくても、毎晩頭をのせているうちに中の素材は少しずつへたっていきます。

実際に買い替えたきっかけを聞くと、最も多いのが「へたってペチャンコになったから」(36.4%)

で、次に多いのが「枕の汚れ・黄ばみ・臭いがどうしても気になったから」(23.9%)、「首や肩の痛みが限界に来たから」(14.6%)という結果でした。

つまり、「そろそろ替えようかな」と軽やかに見直すのではなく、身体の痛みが限界に達するまで「お疲れぎみの枕」を使い続けてしまっている現状があります。これが身体の不調や睡眠の悩みを長引かせてしまっていると考えられます。

3. スマホ疲れと「寝返り」という動きへのズレがある

首の悩みと、寝返りへの関心



52.0%

ストレートネックに
悩んでいる



79.9%

寝返りのしやすさを求める

横向きで寝る人 **53.6%**

首もとの支えが必要 **54.9%**

現代人の身体は、日常のデジタル生活で大きな負担を抱えています。

スマホ首（ストレートネック）に悩んでいる人は 52.0%（20代では 58.0%）

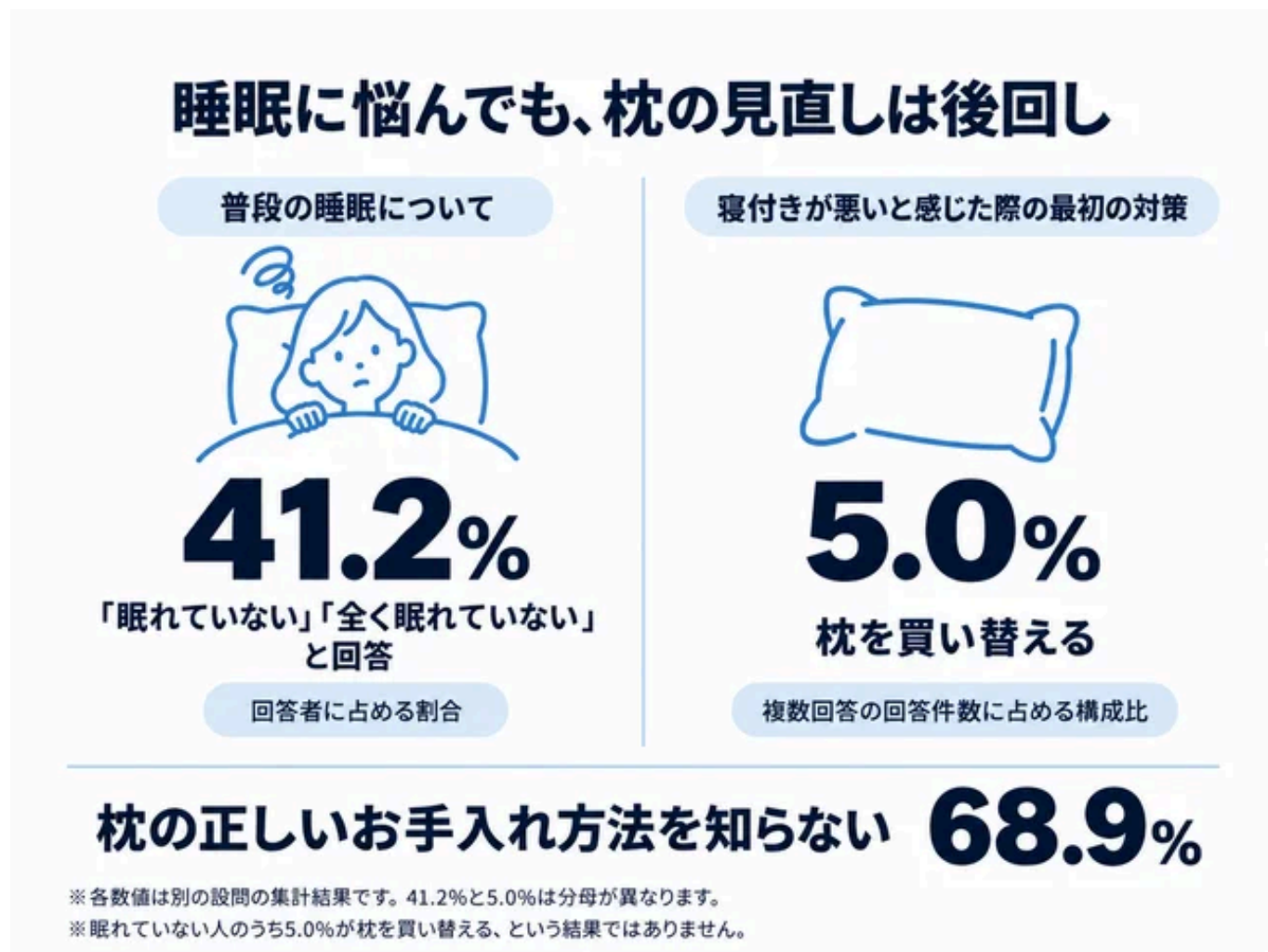
肩こりがひどいと感じている人は 65.9%

朝起きたときの頭痛や肩こりと枕が「関係している」と感じている人は 73.7%

また、寝るときの姿勢を見ると、仰向けではなく「横向き」で寝る人が 53.6% と過半数を占めています。そのため、実に 79.9% の人が「寝返りのしやすさ」を求めており、54.9% の人が「首もとの支え」を必要としています。

お店で少し横になるくらいの「静かなお試し」では、自宅のベッド環境（ベッド＋マットレス派が 48.7%）や、一晩のうちに何度も打つ「自然な寝返り」に本当に合っているかどうかを確かめきれません。この店頭と自宅での使い心地のギャップも、不満が消えない大きな原因です。

4. 睡眠に悩んだとき「枕の見直し」が後回しにされている



仕事や学校、予定がある日に「7時間未満しか眠れていない」人が58.4%を占め、全体の41.2%の人が「普段よく眠れていない」と感じています。

しかし、不眠や寝付きの悪さを感じたときに「まず最初にする対策」を聞いてみると、生活リズムを整える（24.7%）

運動やストレッチ（16.8%）

といった日常の行動が上位を占め、「枕を買い替える」は5.0%と、7番目の選択肢にとどまっています。さらに、自分が使っている枕の正しいお手入れ方法を「知らない」人が68.9%に達し、枕本体を「水洗いしない・できない」人も62.4%を占めています。

睡眠に悩みがあっても寝具の見直しは後回しにされがちで、買った後のメンテナンス情報も届いていない。こうした「ケアと知恵の空白」も、快適な睡眠環境を保ちづらくしています。

まとめ：データが教えてくれること

まくら白書のデータからは、「枕に満足できている人ほど、睡眠全体の満足度も高い（枕満足層の57.3%が、「よく眠れている・眠れている」と回答）」という強い繋がりが見えてきます。

枕の満足度と、睡眠の満足度



57.3%

枕に『満足』している人のうち
『よく眠れている』『眠れている』
と回答

※枕と睡眠の自己評価の関連を示すもので、因果関係を示すものではありません。

万人に合う、万能の枕はない



体型



体調・年齢



寝具の硬さ



人気やスペックだけでなく
一人ひとりに合う枕選びを

体型や体調、ベッドの硬さは人それぞれ違いますし、年齢とともに変化もします。

だからこそ「これさえ買えば誰でも絶対に熟睡できる万能の枕」は存在しないとも言えます。

「枕難民」や「不眠」が減らない本質的な理由は、枕を「買ったら終わりの単体アイテム」として扱い、スペックや人気ランキングだけで選ぶうとしてしまうことにあります。

枕を単なる「モノ」として売るだけでなく、一人ひとりの身体や寝返りに合わせた調整、ご自宅での試用、そして購入後も高さを合わせ直せるような手厚いサポート体制。そうした「寄り添い」があって初めて、多くの人々が安心して眠れる社会に近づくのではないのでしょうか。

まくら株式会社は、購入時の選び方だけでなく、自宅での使用感の確認、購入後の調整・相談までを支えることが、これからの枕市場の大切な課題だと考えています。

枕選びから、購入後まで寄り添う



一人ひとりの、安心できる眠りへ

※クロス集計は関連を示すものであり、枕への満足が睡眠を改善したという因果関係を示すものではありません。また本調査は医学的な効果を測定したものではありません。

まくら白書とは？

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統計、および、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い、その調査結果を「まくら白書 2026年版」としてまとめました。

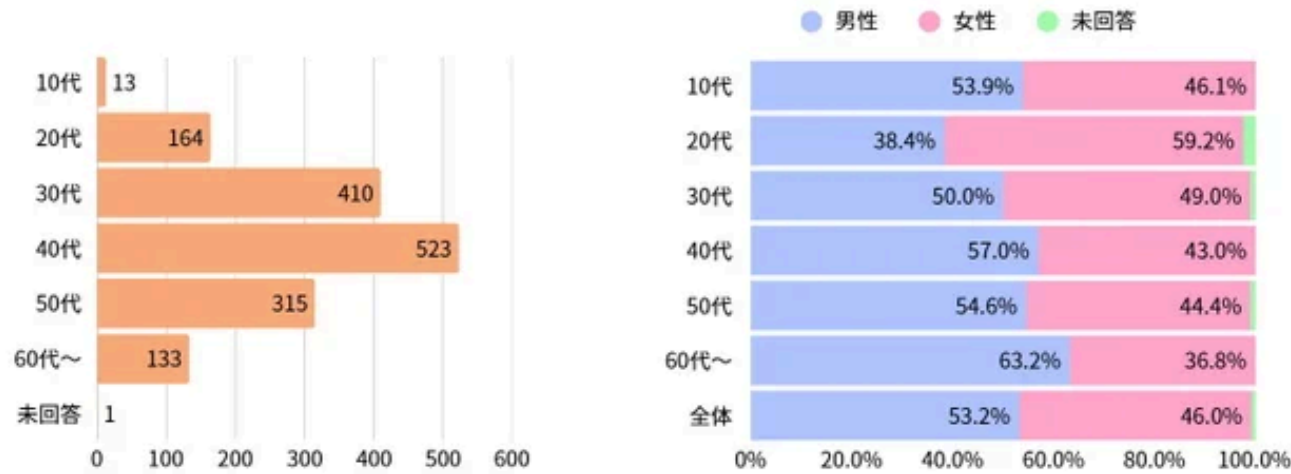
調査概要

区分	調査対象	調査期間	調査方法
① 枕に関心があるユーザー	32,030人 (全国)	2025年1月1日～2025年12月31日	直営オンラインショップ等で提供するオンライン枕診断の回答結果を集計
② 一般ユーザー	1,559人 (全国)	2025年12月16日～2026年1月6日	インターネットリサーチ

① 枕に関心があるユーザー



② 一般ユーザー



※10代は、n数が少ないため、考察対象から除外しています。

まくら白書 2026年版 もくじ

- 調査1 枕の利用状況に関する調査
- 調査2 枕の中素材に関する調査
- 調査3 枕の使用期間に関する調査
- 調査4 枕の所有状況に関する調査
- 調査5 枕選びの歴史に関する調査
- 調査6 機能性枕の利用状況に関する調査
- 調査7 枕の満足度調査
- 調査8 枕の不満足点に関する調査
- 調査9 枕の適合度に関する調査
- 調査10 「枕難民」自己認識調査
- 調査11 枕の不使用状況調査
- 調査12 枕の探索意向に関する調査（非利用者）
- 調査13 枕の高さの好みに関する調査
- 調査14 枕の硬さの好みに関する調査
- 調査15 枕の大きさの好みに関する調査
- 調査16 枕の形の好みに関する調査
- 調査17 枕の「サポート性」に関する調査
- 調査18 枕の「寝返りのしやすさ」に関する調査
- 調査19 枕の「カスタマイズ性」に対する意識調査
- 調査20 枕の「通気性」に対する意識調査
- 調査21 枕の「清潔さ」に対する意識調査
- 調査22 枕の「製造国」に対する意識調査
- 調査23 枕の「選定基準」に関する調査
- 調査24 枕の「情報収集」に関する調査
- 調査25 枕の「購入場所」に関する調査
- 調査26 枕の「買い替え」に関する調査
- 調査27 枕の「買い替え時の情報源」に関する調査
- 調査28 枕の洗濯頻度に関する調査
- 調査29 枕の衛生管理に関する調査
- 調査30 枕カバーの「生地」に関する意識調査
- 調査31 枕カバーの洗濯習慣に関する調査
- 調査32 枕カバーで重視する機能に関する調査
- 調査33 寝室の有無に関する調査

- 調査34 敷寝具の利用実態調査
 - 調査35 寝姿勢に関する調査
 - 調査36 睡眠トラッキングに関する調査
 - 調査37 ナイトルーティンに関する調査
 - 調査38 快眠のためのセルフケアに関する調査
 - 調査39 肩こりの有無に関する調査
 - 調査40 いびきの有無・自覚に関する調査
 - 調査41 ストレートネックの有無・自覚に関する調査
 - 調査42 枕とエイジングケアに関する調査
 - 調査43 枕とパフォーマンスに関する調査
 - 調査44 枕と起床時の体調に関する実態調査
 - 調査45 枕の仕様とストレス軽減に関する意識調査
 - 調査46 睡眠休養感に関する調査
 - 調査47 平日の睡眠時間に関する調査
 - 調査48 寝つきの良さ（入眠時間）に関する調査
 - 調査49 枕の満足度×睡眠の満足度
 - 調査50 枕の満足度×いびきの頻度
 - 調査51 睡眠時間×睡眠の満足度
-

冒頭サンプル

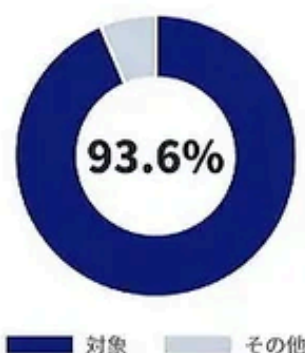
調査01. 現在の枕に対する利用実態と意識調査

調査01. 現在の枕に対する利用実態と意識調査

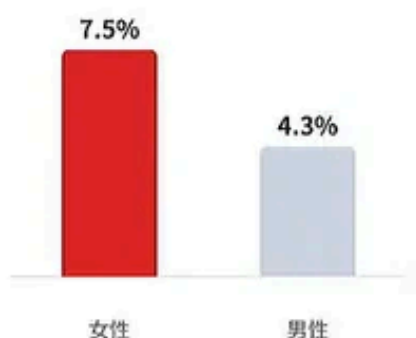
01. 枕の利用状況に関する調査

- 枕を使っている人は93.6%。多くの人の睡眠環境に取り入れられており、今後は一人ひとりが自分に合う枕を選ぶ支援が重要となる。
- 枕を使っていない割合は女性7.5%、男性4.3%で、差は3.2ポイント。使う・使わないという選択の背景にも目を向けたい。
- 使用率は2024年度93.7%、2025年度92.8%、2026年度93.6%と、3年続けて9割超。普及した枕を、納得して使い続けられる環境づくりへ。

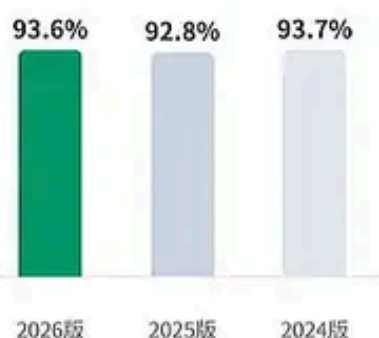
枕を使う人は9割超



使わない割合は女性で高め



3年続けて使用率9割超



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)

9割超が使う枕、次は「自分に合う」選び方へ

93.6%が使用、暮らしに根づく枕

2026年度調査では、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。

使わない理由にも、選び方のヒント

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。

普及の先へ、使い心地まで支える

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。

販売概要

商品名：まくら白書 2026年版
発刊日：2026年10月29日（木）
形態：紙書籍版／電子書籍（ダウンロード）
販売場所：直営オンラインショップ等（一部レポートは弊社公式HPにて無料公開）
ご案内ページ：<https://www.pillow.co.jp/whitepaper/>

販売価格

商品	価格（税込）
まくら白書 2026年版 紙書籍	11,000円(税込)

まくら白書 2026年版 電子書籍・ダウンロード	11,000円(税込)
[リピーター限定] まくら白書 バージョンアップ 2026年版 紙書籍	5,500円(税込)
[日本寝具寝装品協会・会員限定] まくら白書 2026年版 紙書籍	9,900円(税込)

取り扱い店舗

枕と眠りのおやすみショップ！本店

[書籍版](#) 11,000円

[ダウンロード版](#) 11,000円

[リピーター限定 バージョンアップ](#) 5,500円

[日本寝具寝装品協会・会員限定](#) 9,900円

枕と眠りのおやすみショップ！楽天市場店

[書籍版](#)

枕と眠りのおやすみショップ！Yahoo！ショッピング店

[書籍版](#)

※まくら白書は、インターネット通販のみでの取り扱いとなります。

データの引用・二次利用について

本調査データを転載・引用される際は、「まくら白書2026より引用」等のクレジット表記をお願いいたします。WEBメディア等、リンクの設置が可能な場合は、<https://www.pillow.co.jp/whitepaper/> へのリンク設置をお願いいたします。

なお、原則として、枕の普及と枕市場の健全な発展に寄与するための転載・引用であれば、弊社へのご連絡は不要です。

転載・引用種別	クレジット表記・リンク設置	ご連絡
WEBメディアへの転載・引用	「まくら白書」等のクレジット表記と、 http://www.pillow.co.jp/whitepaper/ へのリンク設置をお願いいたします。	任意
テレビメディアでの紹介	「まくら白書」等のクレジット表記	任意
ラジオでの紹介	「まくら白書より引用」等の紹介	任意
雑誌・新聞等のメディアでの紹介	「まくら白書」等のクレジット表記	任意
社内資料やプレゼンテーション資料での活用	「まくら白書より」等のクレジット表記	任意

データの加工・活用について

調査データの閲覧・商業利用・加工利用、AI等によるデータ活用、枕データを活用した商品開発のご相談は、下記のとおり、別途お問い合わせくださるよう、お願いいたします。

利用種別	詳細	ご連絡
商業利用	まくら白書のデータを活用して商業利用・二次利用する場合、別途、ご連絡ください。 データの再販売は、有償となります。	必要 ※一部有償
加工利用	まくら白書の調査データを加工してご利用する場合は、別途、ご連絡ください。	必要 ※一部有償

	グラフや図解などの加工は、ご連絡不要です。	
クロス集計等のデータ利用	まくら白書に掲載されていないクロス集計などのデータも多数ご用意があります。また過去のデータとの比較や定点調査データも保有しています。利用用途によって、ご提供可能となっております。	必要 ※有償
AI等によるデータ活用	まくら白書のデータをAI等でご活用するためのデータも多数ご用意があります。また過去のデータとの比較や定点調査データも保有しています。利用用途によって、ご提供可能となっております。	必要 ※有償
枕データを活用した商品開発のご相談	まくら(株)ビジネスソリューションチームあてにお問い合わせください。	必要
献本	献本ご希望の際は、別途ご連絡ください。ただし、紙媒体に限ります。	必要 ※一部有償

まくら株式会社 会社概要

■会社名 まくら株式会社

■代表者 河元 智行

■資本金 1,000万円

■設立 2004年4月12日

■所在地 〒277-0005 千葉県柏市柏4-8-14 柏染谷ビル4F

■TEL 04-7167-3007（代表）※営業の連絡はご遠慮ください。

■FAX 04-7167-3017

■URL <https://www.pillow.co.jp/>

■Email info@pillow.co.jp

■所属団体 日本寝具寝装品協会 正会員

■事業内容

1. 直営のオンラインショップ15店舗を通じた一般小売り販売
2. 枕や抱き枕、寝具類の卸売り販売

- 3. オリジナル商品の企画・製造
- 4. 枕や抱き枕などのOEM製造、製造受託
- 5. オンラインショップ運営に伴うシステム開発、販売促進業務等

まくら株式会社 ミッション・ビジョン・バリュー (MWV)



— MISSION - 私たちの使命 —

よく眠れる社会を作る

私たちは、枕を通じて睡眠に関する社会的課題を解決し、
心身ともに健康で、よく眠れる社会をつくれます。

ミッション よく眠れる社会を作る



— VISION - 目指す未来 —

枕難民ゼロの世界

自分に合う枕がわからない、見つからない。
そんな「枕難民」をゼロにして、誰もがよく眠れる社会をつくる。

ビジョン 枕難民ゼロの世界



枕イノベーション

枕×アイデアの融合。
新しい付加価値を生み出し、睡眠の課題を解決していく。

バリュー 枕イノベーション



一年に一人でもいい、 大切な命を救うこと。

不眠の延長で、精神的な病を抱えてしまったり、命を落としてしまう人がいます。
それは世界の社会的課題ですが、特に日本では顕著です。

一方、不眠改善を考える人が最初に取り組むのが「枕を買い換える」という行動。
病院に通うより手軽で身近だからです。

私たちは、不眠改善の一丁目一番地、その入口にいます。

枕でよく眠ることができれば、悩む人を減らせるかもしれない。
これが私たちのパーパスです。

パーパス 一年で一人でもいい、大切な命を救うこと。



まくらのような存在であれ。

まくらは、いつもあなたのそばに寄り添っています。

まくらは、いつも陰ながらあなたのことを支え続けます。

まくらは、いつもあなたが幸せになるように願っています。

まくらは、いつもあなたにとって必要不可欠な存在です。

私たちは、まくらのような存在であり続けます。

まくら株式会社ならではの姿勢と企業文化を表現した「ピロソフィ (Pillosophy)」を制定しました。



https://www.youtube.com/watch?v=DlBp8_7Gxp8

まくら株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/10285

【本件に関するお問い合わせ先】

企業名：まくら株式会社

担当者名：広報部 益田桃花

TEL：070-9063-3069

（第二連絡先 TEL：04-7167-3069）

Email：masuda@pillow.co.jp

※営業の連絡はご遠慮ください。