報道関係者各位
PRESS RELEASE

2026年11月20日

株式会社PA Communication　×　株式会社ネオマーケティング

ファッション&ライフスタイルと消費者インサイトの“トレンド”を追う定期調査プロジェクト

「STYLE INSIGHTS JOURNAL」#1

#1：冬の睡眠と体質に関する意識調査

良かれと思った「着込み防寒」が裏目に！？
冬の就寝時、約3割が「厚着」をする一方で、約2割が「寝汗・蒸れ」
「体温調節の難しさ」に直面
調査実施：株式会社ネオマーケティング｜2026年10月実施｜全国20～50代の女性882人



株式会社PA Communication（本社：東京都目黒区、代表取締役：曾原健、以下PAC）と、株式会社ネオマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役：橋本光伸、東証スタンダード：4196、以下ネオマーケティング）は、美容以外のファッション、アパレル、ホームウェア、ライフスタイル市場と消費者インサイトの“トレンド”を継続的に発信する共同調査プロジェクト「STYLE INSIGHTS JOURNAL（スタイルインサイトジャーナル）」を発足いたしました。
第1弾として、全国の20代～50代の女性882名を対象に「冬の睡眠と体質に関する意識調査」を実施いたしました。

#1：冬の睡眠と体質に関する意識調査

■調査背景

冬本番を前に「寒さ対策」として厚着を選ぶ人が増える一方、「夜中に汗をかいて蒸れる」「着込みすぎて体温調節がうまくできない」「朝方に汗が冷えて体が冷え切る」といった、冬特有の睡眠トラブルを訴える生活者は少なくありません。
人の身体は冬でも睡眠中にコップ1杯程度の汗を放出しています。それにもかかわらず、「寒さ＝とにかく厚着で保温」という思い込みが先行し、就寝中の湿度や発汗、皮膚への影響まで配慮できていない現状が浮き彫りとなっています。
そこで今回は、全国の20代～50代の女性882名を対象に、就寝時の寒さ対策、体質やお身体の悩み、パジャマ選びでの失敗経験、素材への理解度について調査を実施いたしました。冬の快眠を阻む生活者のインサイトを紐解きます。是非、今後の企画・報道・マーケティング活動の一資料としてご活用ください。

【調査概要】
調査の対象：全国20代～50代の女性
有効回答数：882人
調査方法：WEBアンケート方式
調査実施日：2026年10月27日（火）～10月28日（水）
調査実施機関：株式会社ネオマーケティング（東証スタンダード上場）
※本調査は一般消費者の意識や使用実態に関するアンケートであり、特定製品の効果・効能を保証・証明するものではございません。

調査の主要ファインディングス（要点まとめ）

① 【寒さ対策と体質悩み】寒さ対策として「厚手の服を着る」人が約3割。一方、約2割が「寝汗・蒸れ」に直面

防寒対策として「厚手のものを着る」人が29.8%にのぼる一方、体質悩みでは「冷え（33.6%）」に加え「着込みすぎて体温調節が困難（24.9%）」「寝汗・蒸れ（20.2%）」が上位となり、防寒と快適性のジレンマが発生。

② 【冬パジャマの失敗経験】厚着・モコモコが裏目に。「汗冷え」「肌のチクチク・かゆみ」を実感

失敗経験は「化繊による静電気・乾燥・かゆみ（24.6%）」「重さ・モコモコによる寝返り阻害（21.7%）」「着込みによる汗冷え（15.5%）」が上位に。保温力ばかりを求めた着込みが、肌トラブルや睡眠の質低下を招いている。

③ 【選び方の盲点】「素材の吸湿性・通気性」を意識する人は約3割。体質に応じた生地構造の選択はわずか

購入時の最重視点は「素材の吸湿・通気性（27.8%）」と「価格（27.7%）」が拮抗。「生地の厚さ・織り構造」まで選ぶ人は21.4%にとどまり、自身の体質（冷え・汗っかき）に合わせた構造選択は浸透していない。

④ 【寝汗と中途覚醒のリスク】寝汗による「汗冷え・夜間覚醒」の認識は4割強にとどまる

「冬も睡眠中に汗をかく事実」は約6割（59.4%）が知る一方、「寝汗が冷えて夜中や朝方に目覚める原因になる」と知る人は42.4%にとどまる。寝汗の放置が睡眠の質を損なうリスクへの認識不足が浮き彫りとなった。

寒さ対策は「厚手のものを着る」が約3割！ “着込み防寒”が冬の就寝スタイルの定番に

▼ Q1. 冬の就寝時に、寒さ対策として行っていることはありますか ＊上位5項目・複数回答 / N=882

冬の就寝時の寒さ対策	割合（%）
布団・毛布を重ねる	54.6%
厚手・起毛・フリース・ボアなど暖かい素材の寝間着を着る	29.8%
電気毛布・湯たんぽなどを使う	29.7%
靴下を履いて寝る	26.9%
寝間着の下に肌着・インナーを重ね着する	25.6%

冬の就寝時に寒さ対策として行っていることを聞いたところ、「布団・毛布を重ねる（54.6%）」が過半数で最多となりました。次いで「厚手・起毛・フリース・ボアなど暖かい素材の寝間着を着る（29.8%）」、「電気毛布・湯たんぽなどを使う（29.7%）」、「靴下を履いて寝る（26.9%）」、「寝間着の下に肌着・インナーを重ね着する（25.6%）」が上位にランクインしました。
寝具の調整だけでなく、約3割が「厚手の服」を選び、約4人に1人が「インナーの重ね着」を行うなど、衣類を着込むことで寒さを防ごうとする行動が広く定着している実態がうかがえます。

「冷え性」だけでなく「寝汗・蒸れ」「体温調節の難しさ」に悩む“冬の隠れ不快”が多数！

▼ Q2. 冬の就寝時に気になるご自身の体質やお身体の状態 ＊上位5項目・複数回答 / N=882

体質・気になる症状	割合（%）
手足や身体が冷えて寝付けない（冷え性）	33.6%
乾燥で肌がカサつく・かゆみや刺激を感じる	27.6%
特に気になることはない	26.5%
着込みすぎて暑くなったり寒くなったり、体温調節が難しい	24.9%
暖房や布団で暑くなり、夜中に寝汗をかく・蒸れる（汗っかき）	20.2%

冬の就寝時の体質・体調の悩みは「手足や身体の冷え（33.6%）」が最多でした。
一方で「肌の乾燥・かゆみ（27.6%）」に加え、「着込みすぎによる体温調節の難しさ（24.9%）」や「夜中の寝汗・蒸れ（20.2%）」も2割超と上位に。防寒重視の厚着が睡眠中の発汗や体温変化に対応できず、かえって睡眠環境を悪化させている実態が明らかになりました。

「厚手・モコモコ」が裏目に？ 暖かさ優先の裏で起きる“汗冷え”と“皮膚トラブル”

▼ Q3. 冬用パジャマ選びでの失敗・後悔経験　＊上位4項目・複数回答 / N=882 「特に失敗したと感じたことはない」を除く

失敗・後悔経験	割合（%）
洗濯後に乾きにくく、手入れが大変だった	25.6
化学繊維で静電気が起きたり、肌が乾燥してチクチク・かゆくなった	24.6
生地が重い・モコモコしすぎて寝返りが打ちにくかった	21.7
暖かい素材を選んだら寝汗をかき、朝方にかえって身体が冷えた（汗冷え）	15.5

冬用パジャマ選びにおける失敗や後悔の経験を尋ねたところ、「洗濯後に乾きにくく、手入れが大変だった（25.6%）」に次いで、「化学繊維で静電気が起きたり、肌が乾燥してチクチク・かゆくなった（24.6%）」が上位となりました。さらに、「生地が重い・モコモコしすぎて寝返りが打ちにくかった（21.7%）」、「暖かい素材を選んだら寝汗をかき、朝方にかえって身体が冷えた（汗冷え）（15.5%）」と続きました。

過度に着込んだり、通気性・吸湿性の低い素材を着用することで、寝汗がウェア内に閉じ込められ、皮膚への刺激や朝方の急激な体温低下（汗冷え）を招いている実態が浮き彫りとなっています。

吸湿性への関心はあるものの、体質に合わせた「生地の厚さ・織り構造」まで選ぶ人は約2割

▼ Q4. パジャマ購入時の最重視ポイント　＊単一回答 / N=882

購入時の最重視ポイント	割合（%）
素材の吸湿性・通気性	27.8%
価格の手頃さ	**27.7%**
生地の厚さ・織り構造	21.4%
デザイン・色	**10.7%**

パジャマを購入する際に最も重視するポイントを聞いたところ、「素材の吸湿性・通気性」が27.8%、「価格の手頃さ」が27.7%とほぼ同率で並びました。次いで「生地の厚さ・織り構造（21.4%）」、「デザイン・色（10.7%）」が続いています。
素材の機能を意識する人が一定数いる一方で、「生地の構造」まで見極めて選べている層は限定的であり、「寒さ対策＝厚着」という固定観念から抜け出せていない現状が浮き彫りになっています。

「冬の寝汗」は約6割が認識も、「汗冷えによる中途覚醒リスク」の認知は4割強にとどまる

▼ Q5. 各項目に関する事前認知度（主要な対比項目を抜粋・単一回答 / N=882）

次の項目をアンケートに回答する前から知っていたか	知っていた	聞いたことはある	知らなかった
	割合（%）		
冬でも、寝ている間に汗をかいていること	**59.4%**	23.9%	16.7%
寝汗が冷えると体が冷え、夜中や朝方に目が覚める原因になること	**42.4%**	28.0%	29.6%

睡眠中の発汗と睡眠トラブルに関する事前認知を聞いたところ、「冬でも、寝ている間に汗をかいていること」を「知っていた」と回答した人は59.4%と約6割に達しました（「聞いたことはある」を含めると83.3%）。
一方で、「寝汗が冷えると体が冷え、夜中や朝方に目が覚める原因になること」を「知っていた」と答えた人は42.4%にとどまりました（「聞いたことはある」を含めても70.4%、「知らなかった」が約3割）。
冬でも汗をかくこと自体は広く認知されているものの、その寝汗が冷えることで睡眠を分断するリスクへの危機感はまだ薄いことがうかがえます。寝汗を逃がせない着込み防寒が、本人の自覚がないまま中途覚醒や睡眠の質の低下を招いていると考えられます。

総括：寒さ対策の「着込みすぎ」に要注意！汗冷えや皮膚トラブルを防ぐ“素材選び”の見直しを

本調査から見えてきたのは、「寒さ対策＝厚手の寝間着（29.8%）やインナーの重ね着（25.6%）」という直感的な防寒行動が、結果として就寝時の「寝汗・蒸れ（20.2%）」や「体温調節の難しさ（24.9%）」、さらには朝方の「汗冷え（15.5%）」を引き起こしているという生活者の皮肉なジレンマです。

冬の睡眠環境において見落とされがちなのが、**「熱と湿度のこもり」による睡眠の分断と身体への負担**　です。
冬でも睡眠中にはコップ1杯分の汗をかきますが、それを「冷えると夜中や朝方に目が覚める原因になる（知っていた：42.4%）」とリスクとして正しく認識できている人は半数以下にとどまります。寒さを防ごうと何枚も着込んだり、通気性・吸湿性の乏しい化学繊維の厚手ウェアを選んでしまうと、寝汗がウェア内に滞留。湿気で蒸れて寝苦しくなるだけでなく、外気温で急激に冷やされた汗が体温を奪い、夜間の中途覚醒を招きます。さらに、汗の蒸れと摩擦、静電気が重なることで、冬特有の「肌の乾燥・かゆみ・チクチク感（24.6%）」といった皮膚トラブルの引き金にもなります。

冬の快適で健やかな睡眠を手に入れるために必要なのは、ただ闇雲に着込んで保温することではなく、**「寝汗をスムーズに放出して温度と湿度を調律する素材選び」へと視点を転換すること**　です。

・「厚み」よりも「吸放湿性」を重視する
熱を閉じ込めるだけでなく、寝汗を素早く吸収して外へ逃がす天然繊維（綿など）や通気性に優れた生地を選ぶことで、蒸れを防ぎ、汗冷えリスクを根本から軽減します。

・「着込む重さ」ではなく「空気を含む構造」で保温する
重い服を何枚も重ねて身体を締め付けると寝返りが妨げられます。生地同士の間に空気層を含む織り構造（多重織りなど）を取り入れることで、軽やかさを保ちながら自らの体温で自然に保温することが可能です。

・デリケートな冬の肌を守る「低刺激な天然素材」
乾燥やかゆみを感じやすい冬の素肌には、静電気が起きにくく肌あたりのやさしい素材を選ぶことが皮膚トラブル予防の第一歩となります。

「寒いから着込む」という従来の防寒の思い込みを見直し、「温度と湿度を快適に保つ素材を見極める」ことこそが、冬の睡眠の質を底上げし、健やかな毎日を守るための新たなスタンダードと言えます。

■「STYLE INSIGHTS JOURNAL」とは

本プロジェクトは、1997年の創業以来、ファッション・ライフスタイル領域のPR・ブランドコミュニケーションにおいて約30年の実績を持つ株式会社PA Communicationと、25年以上にわたり培ってきた定量・定性リサーチのノウハウを有する株式会社ネオマーケティングによる共同調査プロジェクトです。
美容市場を起点とした先行シリーズ「BEAUTY INSIGHTS JOURNAL」では、消費者のリアルなインサイトを可視化する調査リリースをすでに第5弾（#5）まで継続配信し、多くのメディアやマーケターから反響を獲得してきました。
本「STYLE INSIGHTS JOURNAL」ではその領域をさらに拡張し、ファッション、アパレル（レディス・メンズ・キッズ）、ホームウェア、タオル、スポーツ、インテリアなど、ライフスタイル全般における消費者の意識・行動変化を定点観測。単なるアンケート結果にとどまらず、両社の専門性を融合させた分析レポートとして定期的に発信してまいります。企業のマーケティング活動、商品開発、PR戦略に資する本質的なインサイトを提供し、心地よい装いと豊かな暮らしの発展に寄与することを目指します。

■最新の「BEAUTY INSIGHTS JOURNAL」はコチラ：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000071.000039816.html

■この調査で使用した調査サービスはコチラ
ネットリサーチ：https://corp.neo-m.jp/service/research/quantitation/netresearch-domestic/

■引用・転載時のクレジット表記のお願い
本リリースの引用・転載は、「STYLE INSIGHTS JOURNAL調べ」と、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

■ PA Communication　https://www.pa-c.co.jp/
ときには親友のように、家族のように。ブランドに寄り添い、その声に耳を傾け、世界に一つの物語を紡いでいく。私たちPACは、「ブランドの魅力を最大化する会社」です。ビューティ、ファッション、音楽、スポーツ、フードなどのライフスタイル分野のPRは、特殊な専門知識とメディアネットワーク・リレーション、心を揺さぶる企画、切り口が必要不可欠。私たちは、創業以来培ってきたノウハウを活かしながら、課題解決に取り組み、ブランドの成長に貢献します。

所在地：〒153-0044　東京都目黒区大橋1-1-2 ECLINE5階
設立年月：1997年2月
代表取締役：曽原健

ブランドを愛すること。
ブランドを信じること。
それが、私たちの仕事。

≪本リリースに関するお問い合わせ先≫
株式会社PA Communication　TEL：03-6447-0395　MAIL：ir-info@pa-c.co.jp