報道関係者各位

2026年、「眠って疲れを取る」消費が拡大
発売8か月で1.5億円、"ベッドを置かない暮らし"に広がる「コイルフトン」

～店舗販売も2.3倍、購買動向から見る2027年"睡眠リカバリー"予測～

年末年始の「2026年ヒット商品」「2027年トレンド予測」企画のご参考として、NELLで今年特に動きが大きかったヒット3商品をまとめました。なかでも「NELL コイルフトン」は発売8か月で売上1.5億円を突破。あわせて、リカバリー商品が相次いで登場した2026年の市場背景と、2027年に広がると考える睡眠・リカバリー消費の変化をご紹介します。

■ 2026年ヒット①
発売8か月で1.5億円。ベッドを置かない暮らしに広がる「コイルフトン」





・2026年2月13日発売　ホテルのマットレスにも使われるポケットコイルを厚さ8cm・重さ9.8kg（シングル）のフトンに収め、三つ折りで立てかけられる設計です。

・発売から8か月で売上1.5億円を突破　オンライン経由での発売後8か月の売上は、NELL商品の中でもトップクラスの初速です（約2,100枚、約3時間に1枚のペース※1）。発売直後から人気で一時売り切れが発生し、7月まで入荷待ちの予約注文が途切れませんでした。

・購入者の約98%がNELLを初めて購入した方　シングルが約7割。レビューには床で寝る暮らしや来客用、子どもの部屋分けでの購入が見られ、ベッドマットレスとはまた別の使われ方が広がっています。

【企画ご検討の参考に】「ベッドを置かない暮らし」の広がり／床で寝る選択肢のアップデート／敷布団からの買い替え需要

価格：シングル 72,000円（税込）～ ／ 発売：2026年2月13日 ／
https://nell.life/products/coil-futon
※1 オンライン経由の販売実績、2026年2月13日～10月13日分を24時間換算

■ 2026年ヒット②
EC発マットレスに"試して買う"消費が定着。店舗販売2.3倍、ホテル導入も285施設へ





・2026年はリアル接点が急拡大　店舗でのマットレス類の販売台数は前年同期比2.3倍、取扱店舗は約20店から約40店へ倍増しました※2。渋谷ヒカリエ ShinQsでは来店者の83.1%が事前にNELLを認知し、85.6%がマットレス購入を目的とした"指名来店"でした。

・ホテル・宿泊施設への導入も全国285施設・5,869台　2026年には老舗ホテル「ホテルニューオータニ大阪」でも導入が始まるなど、家庭だけでなくホテルで寝心地を体験する接点も増え、「SNS・ECで知る → 店やホテルで試す → 買う」という購買行動が見えています。

【企画ご検討の参考に】ECブランドのリアル店舗回帰／ホテルで試して家で買う／店頭ではワンサイズ上を選ぶ

価格：シングル 79,900円（税込）～ ／ 発売：2020年10月 ／
https://nell.life/products/mattress-original
※2 店舗経由の販売台数、2026年1月1日～10月19日の前年同期比（マットレス・スイート・コイルフトンの合計）

■ 2026年ヒット③
SOON 疲労回復リカバリーウェア —— 自分用から"贈る疲労回復"へ。発売1か月で5件に1件がギフト、7件に1件がペア買い





・2026年9月15日発売　「ピップエレキバン」のピップ株式会社と共同開発した一般医療機器のリカバリーウェア。長年血行改善に取り組んできたピップの知見を生かし、遠赤外線を輻射する無機化合物を繊維に高濃度で練り込んだ生地を採用。からだから発する遠赤外線を生地が吸収・輻射して血行を促進し、「血行促進」「疲労回復」「筋肉のコリ改善」の3つの効果が期待できます。毎晩着て眠ることを前提に、寝返りを妨げにくいワイドシルエットと高ストレッチ素材、肌への引っ掛かりを抑える特殊縫製、タグレス仕様を採用しました。

・発売1か月で約5件に1件がギフト、約7件に1件がサイズ違い2着の"ペア買い"　購入時に選べるギフトラッピング（専用の袋とリボン）が注文の約5件に1件で選ばれ、サイズ違いの2着を一緒に買う"ペア買い"も約7件に1件にのぼりました。自分のためだけでなく、家族やパートナーと疲労回復を共有する動きが見えています。11月の勤労感謝の日、12月のクリスマスから年末年始へと贈りものの機会が続く時期には、ギフトの比率はさらに高まると見ています。

【企画ご検討の参考に】"疲労回復を贈る"年末ギフト／家族・パートナーと一緒に取り入れるセルフケア

価格：上下セット 26,500円（税込）／発売：2026年9月15日／
https://nell.life/products/soon/recovery

■ NELLの2026年ヒットから見えた、3つの生活者変化

NELLの2026年のヒット商品からは、「毎日の衣食住の中で、疲労回復を意識して商品を選ぶ」という生活者の変化が見えてきました。

住空間	購買行動	セルフケア
ベッドを置かない暮らしでも、睡眠環境をアップデート	ECで知り、店やホテルで実際に試して買う	疲労回復アイテムを家族・パートナーと贈り合う・一緒に使う

■ 参考｜なぜ2026年に「眠って疲れを取る」消費が広がったのか

2026年は、リカバリーウェアが一部のウェルネス商品から"日用品"へ広がった年でした。高価格帯ブランドの定着に加え、ワークマンやニトリなど作業服・家具小売、ジェラート ピケやしまむらなどファッション小売といった異業種の参入、低価格商品の拡大が進み、「疲れを取るために何かを買う」行動がより身近になった一年でした。NELLの商品ヒットも、こうした生活者の"日常的にコンディションを整えたい"意識の広がりと重なっています。

7.6兆円
リカバリー（休養・抗疲労）市場の規模（2025年推計）

69.8%
「眠っても疲れが取れない」と感じる人（NELL調査・2026年9月）

■ 2026年、各社がリカバリー市場を拡大

TENTIAL「BAKUNE」：高価格帯の定番化
累計販売200万セットを突破（2025年12月時点）。
睡眠時の着用を前提としたリカバリーウェアの代表的ブランドとしてラインアップを拡大。

MTG「ReD」：用途・アイテム拡張
2025年7月～2026年9月で累計出荷300万枚を突破。
インナー、スリープウェア、カジュアルウェアまで展開。

ワークマン「メディヒール」：低価格
2025年9月〜2026年3月で約684万着・約115億円。
大量生産・売場拡大により"リカバリーの大衆化"を加速。

ジェラート ピケ・しまむら・ワコール：ファッションからも参入
しまむらは9月発売の疲労回復シリーズが発売5日で5万枚を突破。
ワコールも3ブランドで展開し、ルームウェア・インナーの定番に。

こうした変化を踏まえ、2027年は「睡眠や疲労回復のために何を選ぶか」が、より日常的な消費テーマになるとNELLは見ています。

※主な出典：日本リカバリー協会「リカバリー（休養・抗疲労）白書2025」／NELL「疲労回復と睡眠環境に関する実態調査」（2026年9月）／各社発表・報道より

■ 2027年の予測：「睡眠リカバリー」が、より日常の選択肢に

リカバリー（休養・抗疲労）市場は、2025年推計7.6兆円から2028年には10.9兆円へ拡大すると予測されています。2026年はリカバリーウェアをはじめ、日常生活の中で疲労回復を意識した商品が相次いで登場しました。NELLでは、寝具の購入やリアル店舗での体験、リカバリーウェアのギフト需要など、睡眠を起点とした新たな消費行動も見られています。

2027年は、ひとつの商品だけで完結するのではなく、目的や生活シーンに合わせて寝具・ウェア・体験などを組み合わせ、「毎日の睡眠時間をよりよい休養・回復の時間にする」という視点で自分なりの睡眠環境を整える消費がさらに広がるとNELLは予測しています。

SOONは2026年12月に第2弾を予定しており、NELLも寝具とウェアの双方から「睡眠休養感」の向上を提案していきます。

12月の展開に関する内容は、情報解禁日までご掲載・ご発信をお控えください。
解禁日と詳細は改めてご案内します。

■ 年末年始の企画ご検討の参考に

・ヒット商品企画：発売8か月で1.5億円、ベッドを置かない暮らしに広がる「コイルフトン」
・D2C／消費トレンド企画：EC発ブランドに"試して買う"行動。店舗販売2.3倍
・年末ギフト企画："疲労回復を贈る"リカバリーウェア、5件に1件がギフト
・旅行・ホテル企画：ホテルで寝具を体験し、家で買う。睡眠マットレスが全国285施設への導入
・2027年トレンド予測：寝具・ウェア・体験を組み合わせて「睡眠リカバリー」を整える傾向が加速

取材・掲載のご案内
・商品の実物・撮影用サンプルの手配
・調査の設問別データ・年代・性別などの追加集計
・商品・店舗・ホテル導入画像
・代表取締役・ブランドマネージャー・商品企画担当者への取材
・取材可能な利用者のご紹介（要相談） など

「睡眠休養感」を向上させる睡眠ブランド「NELL」
「睡眠からはじまる、素晴らしい明日を。」をコンセプトに2020年に誕生。主力の「NELL マットレス」は累計販売22万台を突破（2025年12月時点）し、睡眠にまつわる商品・サービスへ事業領域を広げています。https://nell.life/

株式会社Morght
設立：2018年5月23日／代表取締役：土井皓貴
本社：東京都港区南青山3-1-34 3rd MINAMI AOYAMA 6F
／https://morght.com/

本件に関するお問い合わせ先
株式会社Morght　広報 太田
Email：pr@morght.com
TEL：090-6102-2173