

マーケットレポート

分野別調査 カナダ・高齢者ケア

2024年1月15日



カナダには米国との類似点が多いが、社会保障が充実していることや平均寿命が高いことに特徴があり、高齢者ケア用品の市場規模は緩やかに拡大している

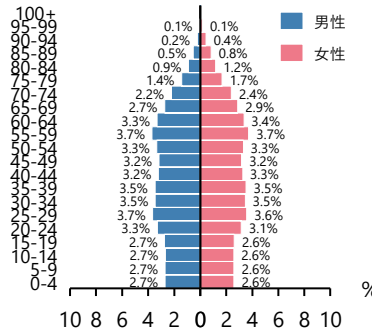
カナダ×高齢者ケア用品

基礎データ

| | |
|----------|-----------------------------|
| 国名 | カナダ |
| 面積 | 998万4,670平方キロメートル（日本の26.4倍） |
| 人口 | 3,985万8,480人（2023年、推計） |
| 言語 | 英語、仏語が公用語 |
| 宗教 | キリスト教、イスラム教、無宗教他 |
| 実質GDP成長率 | 3.4%（2022年） |
| 1人当たりGDP | 5万4,966米ドル（2022年） |
| 進出日系企業数 | 企業（拠点）数：971拠点（2022年10月時点） |
| 在留邦人数 | 7万4,362人（2022年10月時点） |

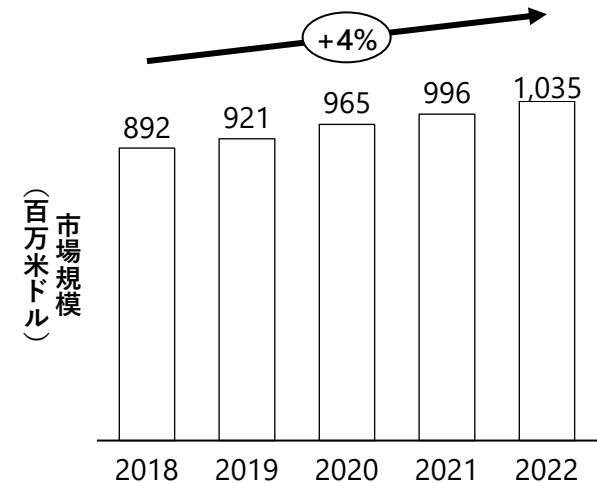
人口構成・分布

- 人口ピラミッドは釣鐘型であり、人口の増加が次第に緩やかになっている
- トロントやモントリオールなどの都市に人口が集中しており、上位10都市に約3割の人が居住している



カナダにおける高齢者ケア用品市場の概要

平均寿命が高く、市場規模は緩やかに成長している



| 高齢者数 (2022年) | 平均寿命 (2021年) | 高齢化率 (2022年) |
|--------------------|--------------|---------------|
| 7,410,039人 (世界19位) | 83歳 (世界同率6位) | 19.0% (世界35位) |

※日本は高齢者数37,443,104人、平均寿命84歳、高齢化率29.9%

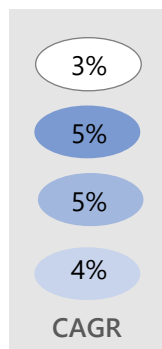
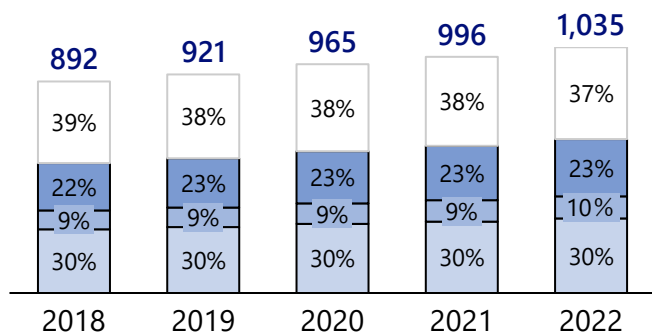
トレンド分析

市場は消耗品と補助器具を中心に、安定した成長を続けている。杖やステッキなどの移動補助器具がトレンドで、夜間点灯ライトやラジオを備えた電子杖も発売されている

マーケットサイズ・キートrendに関する分析

失禁用品
 補助器具
 消耗品
 栄養補助食品

百万米ドル



マーケットトレンドの例

全体像

- 2016年から2021年にかけて、カナダの高齢者人口（65歳以上）は18.3%増加し、700万人に達した
- 女性の社会進出、家族構成の変化、自立した生活文化が需要を高めている

補助器具

- 高齢者の中で、補助器具の使用が健康的な加齢をサポートするという認識が高まる
- 最も一般的に使用されている製品は、杖やステッキなどの移動補助器具

栄養補助食品

- 心臓病、糖尿病などの慢性疾患や高齢期の栄養ニーズが、カナダの高齢者に栄養補助食品の需要を生み出している
- 骨の健康、血糖コントロールをサポートするサプリメントが人気である



高齢者向けスマート杖を販売



高齢者向けにマルチビタミンやその他のサプリメントを販売



免疫力を高める栄養ドリンクを販売

(注) 画像はイメージ

(注) 失禁用品には大人用おむつ、使い捨てパッドおよびライナー、下着等、消耗品にはマスク、ガウン、グローブ等、補助器具には杖および松葉杖、車椅子、便器椅子、補助家具等を含む

(出所) PERSiSTENCE Market Research「Elder Care Products Market」、Euromonitor等をもとにNRI作成

Copyright © 2023 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

流通チャネルの分析

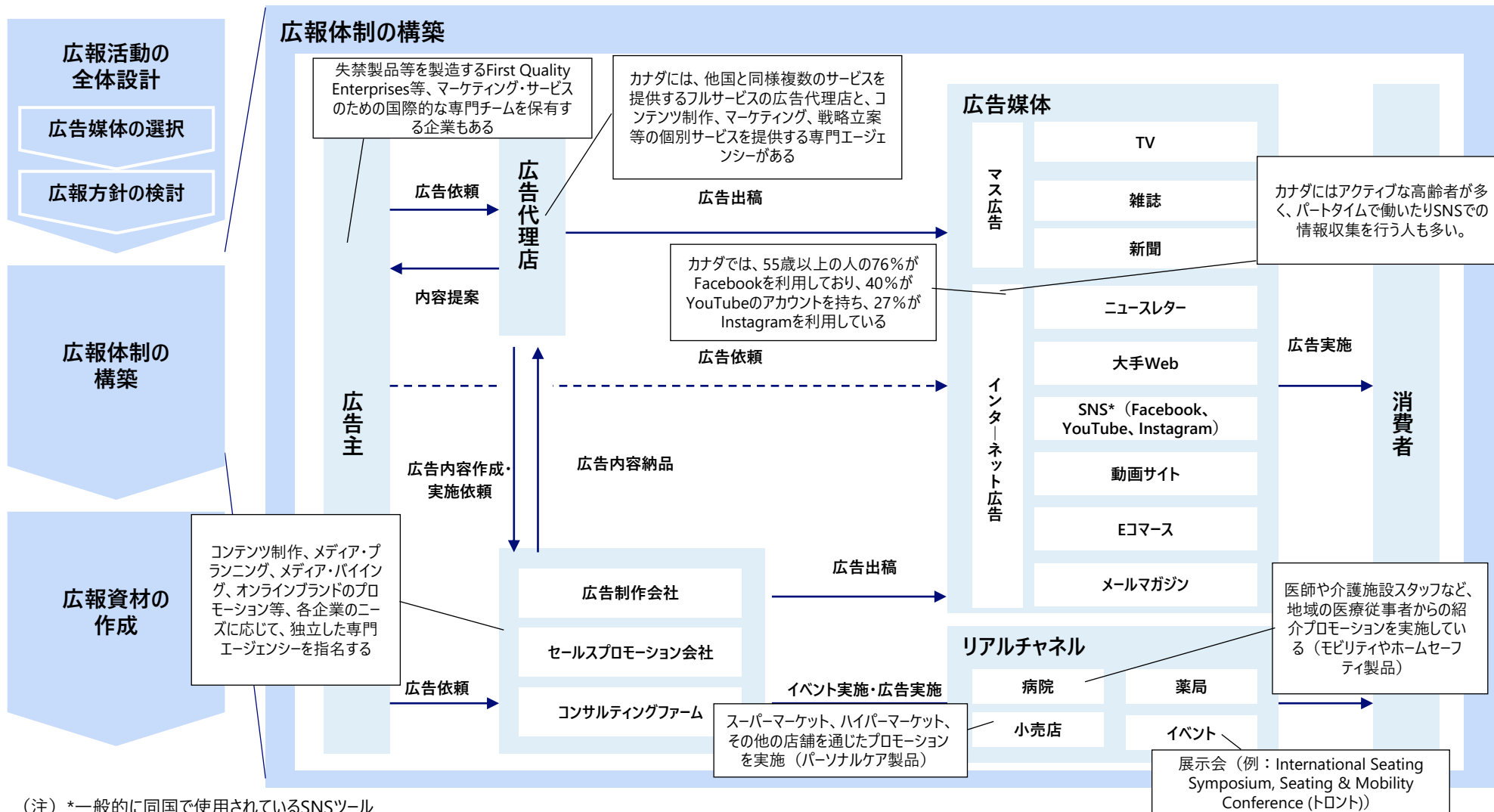
流通構造はオフラインチャネルに大きく偏っている。Eコマースの前年比成長率はオフラインチャネルの前年比成長率を上回っているが、米国と比較すると緩やかである



(注) 上記は失禁用品を対象とした流通チャネル
(出所) EuromonitorをもとにNRI作成

広報体制の分析

アクティブな高齢者が多く、パートタイムで働いたりSNSでの情報収集を行う人も多い。
地域の医療提供者からの紹介やSNSを含めた様々なアプローチが有効と考えられる



(注) *一般的に同国で使用されているSNSツール

(出所) 各種報道記事等をもとにNRI作成

業界大手情報_Arjo Canada Inc. (1/2)

欧米を中心に電動式医療用バスタブ、医療用バスチェア等を展開しており、販売は自社のオフィスや提携企業を通じて行っている

Arjo Canada Inc.（福祉用具の製造販売）の基礎情報

| | |
|--------------------|---------------------------|
| 設立年 | 1957 |
| 本社所在 | カナダ、ケベック（グローバル：スウェーデン） |
| 従業員数 | カナダ: 425（グローバル: 6,800） |
| 売上（2022、百万米ドル） | カナダ: 91.00（グローバル: 957.00） |
| ブランドのポジショニングと市場シェア | - |
| 価格帯 | \$200.00-\$2,300.00 |

商品のイメージ

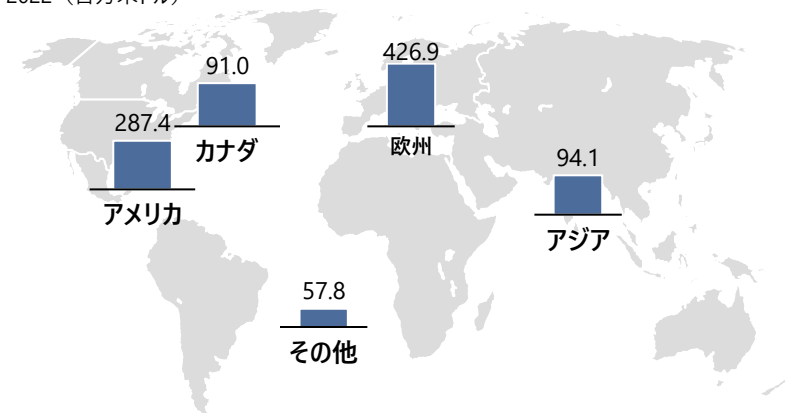
製品の特長

- やけど防止機能
- ハイドロマッサージ・スパセラピー等のリラックス機能

| | 医療用バスタブ | プリモバスシステム | 医療用バスチェア |
|-------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 詳細 | 座位とリクライニングポジションにシフト可能 | やけど防止機能 | 高さ調節可能、背もたれ付、シャワー用 |
| 商品サイト | こちらをクリック | こちらをクリック | こちらをクリック |

展開地域・チャネル構成

2022（百万米ドル）



北米、欧州、中東、アジア、その他:

- 各地域の販売拠点およびパートナー企業
- 販売業者（Seating Matters、Rehab Hire、Medical Expo、Alliant Enterprises, LLC、Veteran Healthcare Supply Solutions）

（注）展開地域や地域別のチャネル構成の詳細は不明。売上は当該企業の全事業分野を対象にした数字。商品サイトは調査時点（2023年11月）。

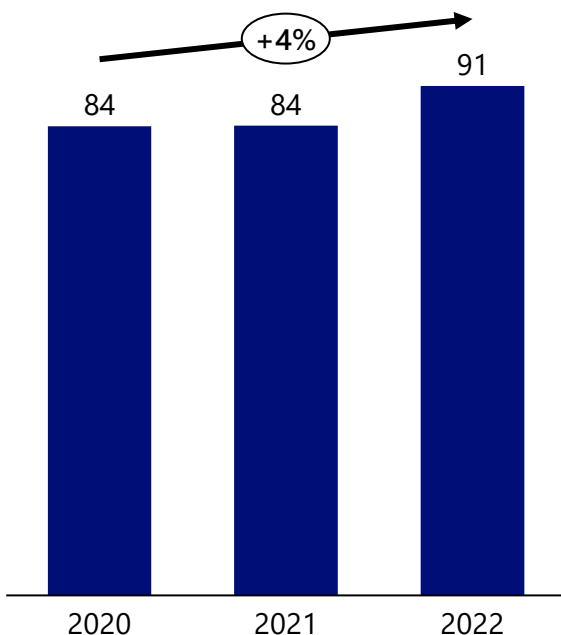
（出所）各社ウェブサイト、Capital IQ等をもとにNRI作成

業界大手情報_Arjo Canada Inc. (2/2)

1995年に医療機器を扱うGetinge Groupにより買収され、その後同社の傘下で長期介護事業の基盤となるビジネスを展開していたが、2017年に独立。カナダでの売上は過去3年間で4%伸びている

売上成長

百万米ドル



ビジネス展開の流れ

1957-1993
市場参入

1957：スウェーデンで会社設立

1993：ストックホルム証券取引所とロンドン証券取引所に上場

1958-2023
事業開発／事業拡大

1960：スウェーデン国外への製品輸出を開始し、英国、ドイツ、フランス、ベルギー、米国に販売会社を設立して世界的な事業展開を開始

1980：米国のCenturyと英国のMecanuidsを買収。国際市場での地位を強化

1995年：Getinge GroupがArjoを買収し、医療用ベッドや患者用リフト等の製品ラインアップを拡大し、Geingeの長期介護事業の基盤に

2004：カナダのBHM Medicalを買収し、衛生管理および患者対応における製品を強化

2007：

- Getinge Groupは医療機器を扱うHuntleigh Technology PLCを買収し、Arjoと統合してArjoHuntleighブランドを立ち上げ
- 床ずれ治療用の特殊マットレスや介護施設等へのベッド等を販売

2017：ArjoはGetinge社内の別部門として業務を開始。12月には上場済みの独立企業となる

(注) 売上情報はカナダのもの

(出所) Capital IQ、Factiva、各社ウェブサイト等をもとにNRI作成

業界大手情報_Pride Mobility Products Corporation (1/2)

コントロールパネル付きの電動スクーターを中心に製造しており、米国、カナダ、インド、中国、ニュージーランドで、正規販売店や小売店等を通じて販売している

Pride Mobility Products Corporation（福祉用具の製造販売）の基礎情報

| | |
|--------------------|-----------------------------|
| 設立年 | 1986 |
| 本社所在 | カナダ、オンタリオ（グローバル：米国、ペンシルベニア） |
| 従業員数 | カナダ：-（グローバル：921） |
| 売上（2022、百万米ドル） | カナダ：-（グローバル：281.00） |
| ブランドのポジショニングと市場シェア | - |
| 価格帯 | \$1,000.00 - \$7,000.00 |

商品のイメージ

製品の特長

- 操作用コントロールパネル
- メモリーフォーム・シート

| | パワーチェア | スクーター | 4輪スクーター |
|-------|--|--|---|
| 詳細 | 耐荷重：204kg パワフルなミッドホイールドライブ・テクノロジー ※シート高：50cm | 耐荷重：204kg 電気機械式ブレーキシステム ※152×102×102cm | 耐荷重：181kg 最高速度：時速21km ※155×74×104cm |
| 商品サイト | こちらをクリック | こちらをクリック | こちらをクリック |

（注）車椅子のサイズが複数ある場合、最大サイズを参照。売上は当該企業の全事業分野を対象にした数字。商品サイトは調査時点（2023年11月）。

（出所）Capital IQ、Factiva等をもとにNRI作成

展開地域・チャンネル構成



（注）地域別の売上高は不明

北米

- 米国：PRIDE Mobilityサイトや、各企業ページにて販売（Top mobility, medmart, mobility direct, auto mobility stores, scooter direct, Electric wheelchairs USA等）
- カナダ：正規代理店およびオンラインウェブサイト

欧州

- 正規代理店およびオンラインウェブサイト

アジアパシフィック

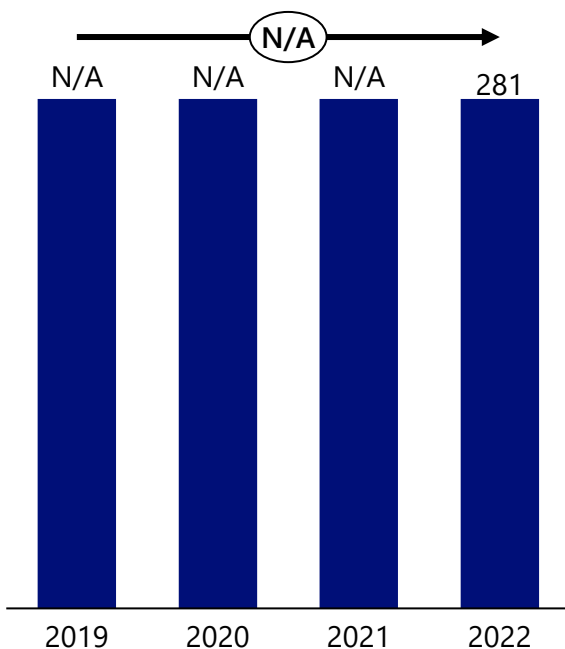
- インド：NUKヘルスケアなどの正規代理店およびオンラインウェブサイト
- 中国：同社の中国拠点Pride Mobility Products（上海）Co., Ltdとオンラインサイト
- ニュージーランド：正規代理店およびオンラインサイト

業界大手情報_Pride Mobility Products Corporation (2/2)

スクーターを持ち上げる車両用リフトや、使用者に合わせて車椅子や器具を最適な状態に設定・調整するシーティング、スクーターの駆動システムに関わる企業を買収し、ビジネスを拡大している

売上成長

百万米ドル



ビジネス展開の流れ

1986
市場参入

1986：創業

1987 – 2023
事業開発／事業拡大

1992年：シャトルスクーターなどモビリティスクーター市場に進出

1998：国際市場に進出し、カナダ、英国、欧州、オーストラリアに子会社を設立

2000：リハビリ技術の設計と製造に特化した新部門Quantum Rehab®を立ち上げ

2005：車両リフトシステムに特化したSilverStar Mobility vehicle lifts（後にPride® Lifts & Rampsと改称）を買収

2014：ヘッド&ボディサポート／ポジショニング、ジョイスティックマウント、トレイ、シーティング、小児用モビリティ製品等を扱うリハビリ市場の販売業者Stealth Products®を買収

2022年：本社を移転

(注) 売上情報はグローバルのもの。一部の売上情報は不明

(出所) Capital IQ、Factiva、各社ウェブサイト等をもとにNRI作成

業界大手情報_First Quality Enterprises Inc (1/2)

失禁用品では、ドライで快適な状態に保つ技術や皮膚の温度と水分を正常に保つ技術等を商標登録し、前面に押し出している。米国とカナダで展開している

First Quality Enterprises Inc (トイレタリー製品の製造販売) の基礎情報

| | |
|--------------------|---------------------------|
| 設立年 | カナダ：2015（グローバル：1989） |
| 本社所在 | カナダ、ケベック（グローバル：米国、ニューヨーク） |
| 従業員数 | カナダ：>150（グローバル：4,000） |
| 売上 | カナダ：-（グローバル：1,215.00） |
| ブランドのポジショニングと市場シェア | #4 [1.5%] |
| 価格帯 | \$40.00 - \$113.00 |

商品のイメージ

製品の特長

- 素早く漏れを閉じ込め、ドライな状態を保つMaxSorb™ジェル
- 皮膚温度と水分を保つMicroclimate Care™

| | 女性用おむつ | 男性用おむつ | ユニセックス・パンツライナー |
|-------|----------------------------|-------------------------------------|--|
| 詳細 | MaxSorbジェル採用、防臭ガード、ドライフィット | 360°通気性ゾーン、速乾、MaxSorbジェル採用、肌触りの良い生地 | MaxSorbジェル採用、防臭ガード、ドライフィット、肌の変化を感知して反応するスマートファブリック |
| 商品サイト | こちらをクリック | こちらをクリック | こちらをクリック |

(注) 展開地域や地域別のチャンネル構成の詳細は不明。売上は当該企業の全事業分野を対象にした数字。商品サイトは調査時点（2023年11月）。

(出所) Capital IQ、Factiva等をもとにNRI作成

展開地域・チャンネル構成



(注) 地域別の売上高は不明

北米（米国、カナダ）

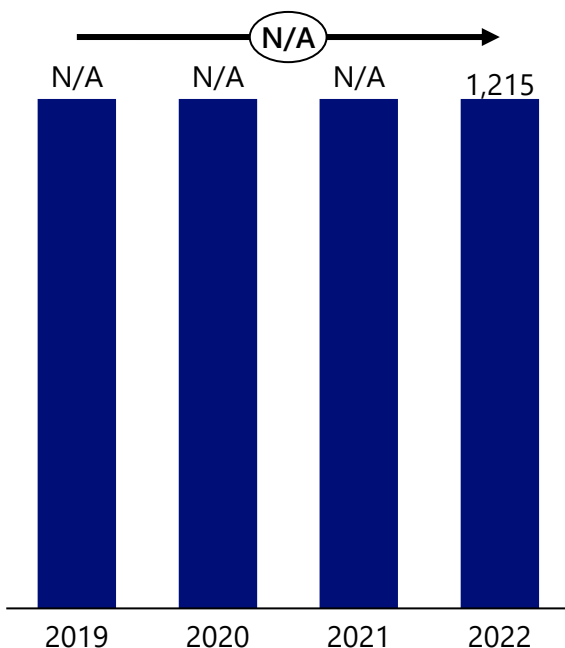
- ・ Eコマース
- ・ ブランドストア
- ・ 小売業者（Medicaid等）

業界大手情報_First Quality Enterprises Inc (2/2)

大人用失禁製品メーカーとして創業し、ウォッシュタオル等の使い捨て製品メーカーを中心に買収し拡大した。また、製紙工場の建設・買収や印刷・包装事業の開始による垂直統合を行った

売上成長

百万米ドル



ビジネス展開の流れ

1989
市場参入

1989：大人用失禁製品の生産のため米国に製造施設を開設し、創業

1990 – 2023
事業開発／事業拡大

1993：初めて小売店とパートナーシップを組み、吸収性衛生の知識と同社のシステム等の既存リソースを活用した店舗ブランドのタンポンを開発

1999：大人用失禁用ウォッシュタオル、ベビー用ウェットティッシュの新市場に事業を拡大するため、使い捨て製品部門を立ち上げ

2004：米国ロックヘブン所在の新工場の完成と、初の紙製品生産開始

2008：米国に拠点を持つCovidien™ Retail Productsを買収。これにより同社の製造と小売顧客へのサービス提供を拡大

2012：印刷と包装事業を開始し、原材料の生産から最終的な包装まで提供可能に

2015：女性用生理用品等を製造するカナダ拠点のFempro社を買収し、カナダでの事業能力を拡大

2023：カナダ、オンタリオ所在のDomtar Corpの国内パルプ工場を買収

(注) 売上情報は北米のもの

(出所) Capital IQ、Factiva、各社ウェブサイト等をもとにNRI作成

規制関連情報

環境保護規制の観点から使用が禁止されている物質がある。また、カナダにおける電気製品・医療機器・機械・器具などに対する安全規格であるCSA規格がある

禁止製品や成分／物質

有害物質規制法で禁止されている物質：

- デカブロモジフェニルエーテル (DecaBDE)
- フェノール、イソプロピル化リン酸(3:1) (PIP (3:1))
- 2,4,6-トリス(tert-ブチル)フェノール (2,4,6-TTBP)

- ヘキサクロロブタジエン (HCBD)
- ペンタクロロチオフェノール (PCTP)

認定・認証取得

| 名称 | 認定区分 | 強制／任意 | 発行機関 | 手続き | 提出書類 | その他 |
|---|------|-------|--|--|--|-----|
| CAN/CSA-Z604-03-移動補助器具 | | | | | | |
| CAN/CSA-B651-建築環境におけるアクセシブル・デザイン | | | | | | |
| CAN/CSA-B651.2-セルフサービス・インタラクティブ機器のアクセシブル・デザイン | - | 強制 | CSA Group、カナダ規格評議会 (Standards Council of Canada) | <ul style="list-style-type: none"> • 認定機関を選択：製品のSCC認定認証機関を選択 • 申請認定機関に連絡し、必要書類を添えて申請 • 評価：監査、試験、検査などを通じて製品評価 • 認証決定：製品が規格に適合している場合、機関は適合証明書を発行 • 継続的なコンプライアンス：コンプライアンスを継続するために、定期的な監査や検査を実施 | <ul style="list-style-type: none"> • 申込書所定の申込用紙に必要事項を記入し申請 • 仕様書、技術図面、試験報告書などの製品情報を提供 • 該当する場合は、マニュアルや手順書などの品質管理書類を添付 • 規格への適合を確認する試験結果の報告書を提出 • 規制要件または製品規格を満たしている証拠資料を添付 • 安全性、パフォーマンス、コンプライアンス評価を行うため、要求された場合には、書類を添付 | - |
| Z323.3.1-身体障害者用電気補助器具 | | | | | | |
| CAN/CSA-D409-身体障害者輸送用自動車 | | | | | | |

(注) CSA (Canadian Standards Association) は1919年に設立された認証機関で、CAN/CSAとして国家規格になっている規格もある

(出所) カナダ政府、カナダ規格審議会のウェブサイト等をもとにNRI作成

消費者トレンド

米国と同様サンドイッチ世代がストレスを受けている。一方で米国と比較して社会保障制度が整っており、経済的余裕に違いがあると考えられるほか、エシカルな製品を好む傾向がある

- カナダは米国と同じく、サンドイッチ世代に対する経済的なストレスがある。一方で、高齢者については、米国に比較し社会保障が整っていることから低～中間所得層の経済的な余裕には違いがあると考えられる。
- その他の特徴として、今後軽失禁用品が中/重度向け用品より強い伸びを示すと予想されている。また、環境への配慮やエシカルな製品を好む傾向もある。

カナダの消費者トレンド

想定される主な購入層

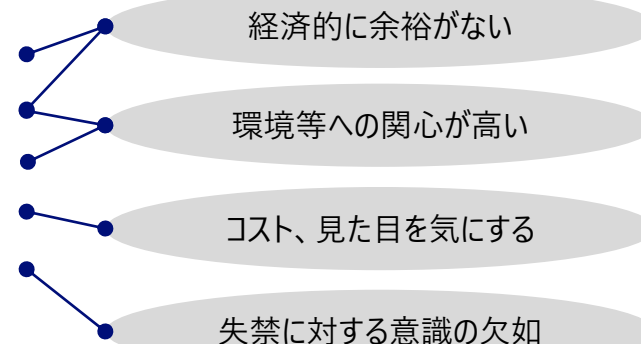
サンドイッチ世代（低～中間所得、40代～50代）
 <特徴>
 ・65歳以上の親と同居しており、18歳未満の子どもを育てている等
 ・女性の割合の方が男性よりも多い

高齢者（65歳以上）
 <特徴>
 ・最高所得層において最大のシェアを占有
 ・公的介護保険制度はないが、老齢保障年金や低所得者層への補助、州・準州による介護保障サービスへの支援等あり

特徴的な消費行動

節約する
 再利用可能な失禁下着を使用
 環境への配慮やエシカルな製品を好む
 軽失禁用のおむつを着用
 (失禁用品の代わりに)生理用品等で代替する

その背後にある消費価値観



【レポートの利用についての注意・免責事項】

本レポートは、日本貿易振興機構（JETRO）が株式会社野村総合研究所に作成委託し、2023年11月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、JETROおよび株式会社野村総合研究所は一切の責任を負いません。これは、たとえJETROおよび株式会社野村総合研究所が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。