

DADWAY®

Corporate Profile 2026

株式会社ダッドウェイ

目次

会社概要 02

企業理念 03

あゆみ 04

価値創造モデル 05

事業案内 06

ダッドウェイセクション 06

成長を支える Ergobaby、NUK 07

暮らしを彩る aden + anais、Sassy 09

子育てをひらく GLOBBER、munchkin 11

キャラクター 12

Business to Business 13

Business to Customer 14

品質への取り組み 15

DADWAY FULFILLMENT CENTER 16

CSR報告 17

会社概要

商号	株式会社ダッドウェイ DADWAY,INC.
本社	〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜二丁目15番地12 7F
創立	1992年10月1日
資本金	3,000万円
代表取締役社長	大野浩人
株主	株式会社ダッドウェイホールディングス (出資比率100%)
従業員数	209名
事業内容	<ul style="list-style-type: none">ベビー・キッズ用品、おもちゃ、雑貨等の輸入代理店業並びに企画、開発卸売業店舗運営(物販)フルフィルメントサービス、輸出入代理業

トップメッセージ

「家族の今」を、最高にワクワクする時間へ

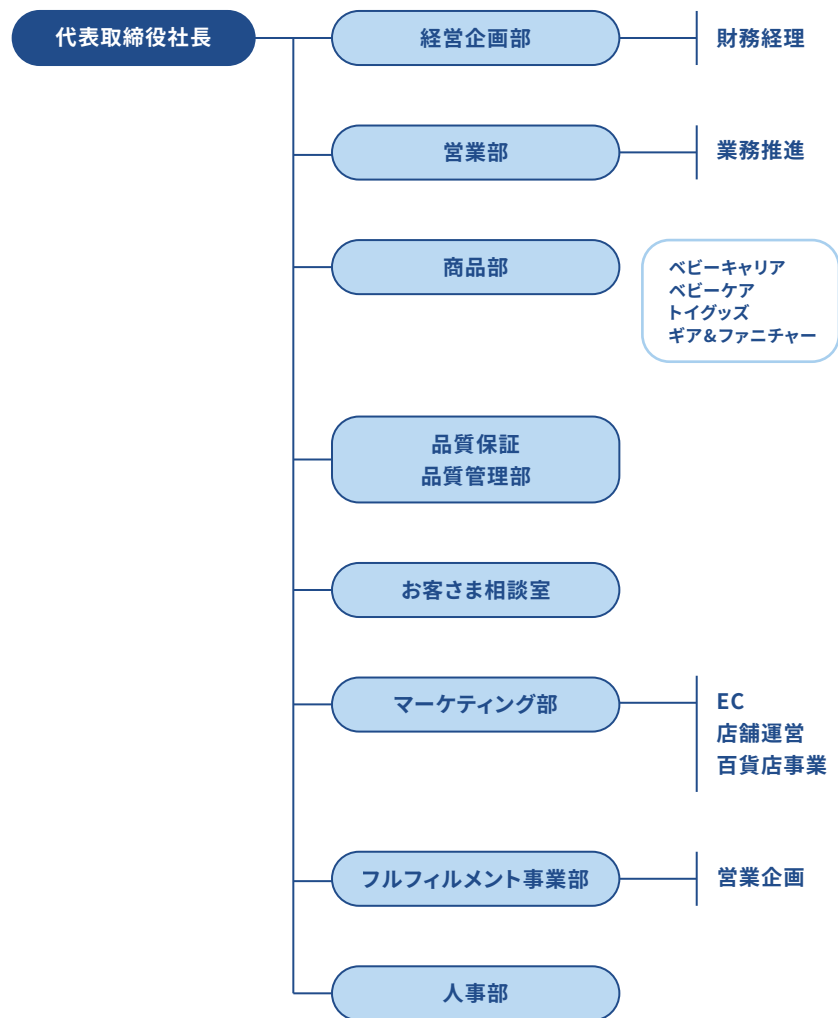
私たちの使命は、世界中の「とっておき」で家族の毎日を彩ることです。ブランドの本質を大切に、あえて日本の型にはめすぎず、パートナーと共にその価値を最大化します。

また、培った知見で暮らしのエッセンスを抽出し、メーカーと共に新たなプロダクトを創り上げます。

少子化が進む今だからこそ、育児の時間はより尊いもの。私たちは商品だけでなく、遊び場や物流など多角的な挑戦で子育てを支えます。変化を恐れず挑戦し続け、子どもたちの健やかな成長に貢献する「なくてはならない存在」を目指してまいります。

株式会社ダッドウェイ 代表取締役社長 大野浩人

組織図





Slogan

こどもとワクワクする毎日を

Purpose

**世界中のこどもたちが
笑顔いっぱいの毎日を過ごせる
社会の実現を目指します**

ダッドウェイは世界中の育児グッズを日本に紹介することで、商品のみならず、優れた子育ての文化や暮らしも上手に取り入れて、子育てが少しでも楽しく、快適になるようお手伝いをしています。

「ワクワク」は誰もが通ってきている幼少期に感じた素敵な気持ちで、これからも忘れずに過ごしたい、その気持ちを次の世代につなげたい、という思いで仕事をしています。



1992 10月1日、創業者の白鳥公彦が「株式会社ダッドウェイ」創立
輸入品やオリジナル商品など全部で27品目の販売を開始
創業理念「お父さんの子育てをもっとおもしろ楽しみたい」

2001 Sassy(サッシー/アメリカ)の知育玩具発売

2004 Petstages販売開始 ペット業界に参入

2008 Ergobaby(エルゴベビー/アメリカ)のベビーキャリアを発売

2009 NUK(ヌーク/ドイツ)のほ乳びん、おしゃぶりの発売

2016 GLOBBER(グロッパー/フランス)のキックスクーター発売
munchkin(マンチキン/アメリカ)



2017 「株式会社ダッドウェイホールディングス」設立

2021 新設分割により「株式会社LVA」、
「株式会社ダッドウェイペット」設立

2022 株式会社ダッドウェイ 社長副社長就任
企業理念の刷新「こどもとワクワクする毎日を」
フルフィルメント事業部始動

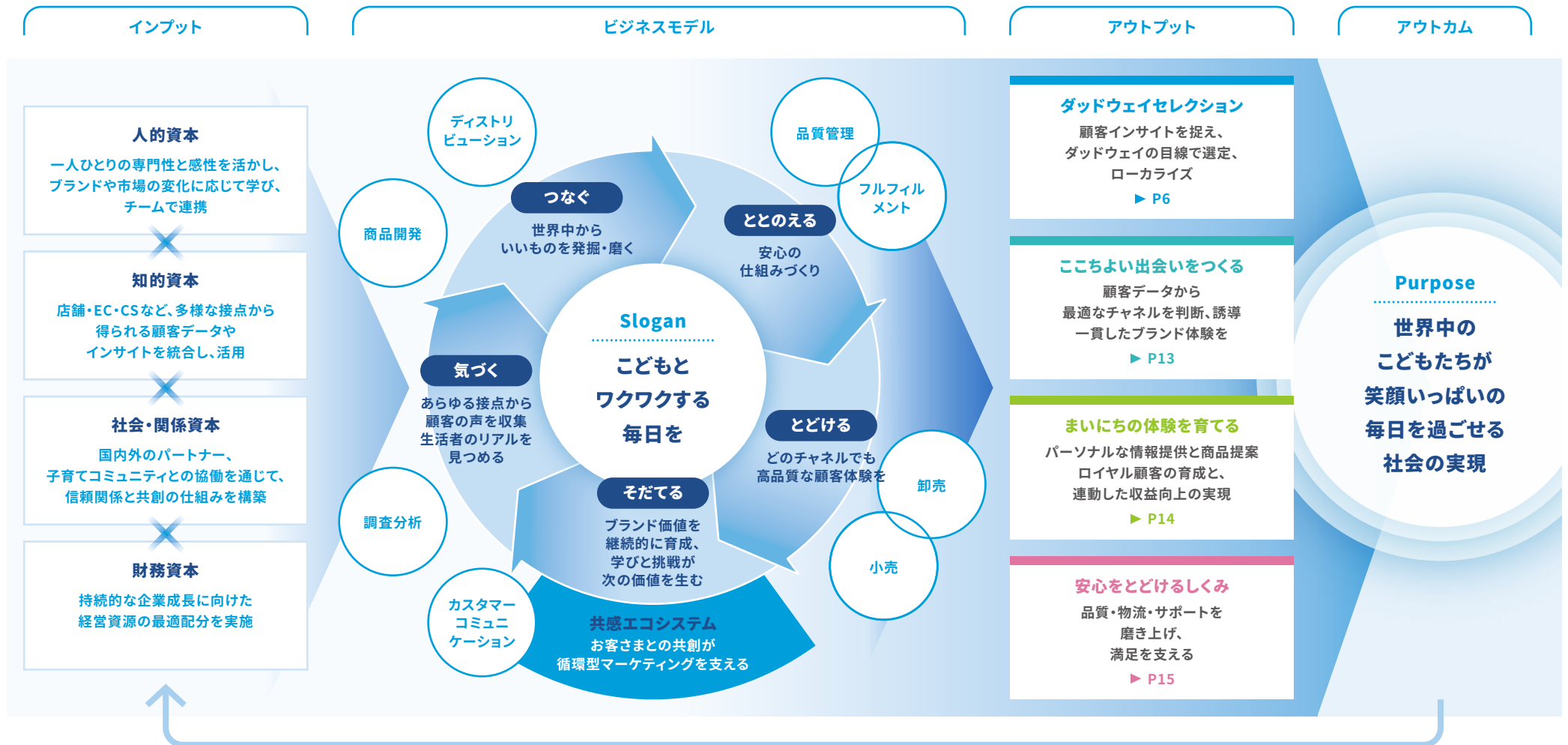
2024 キャラクタービジネスを幅広く展開
ミッフィー(miffy)
ムーミン(MOOMIN BABY)
シナぶしゅ
リラックマベビー(Rilakkuma Baby)

2025 aden + anais(エイデンアンドアネイ/アメリカ)
くるみん認定 取得

価値創造モデル

世界中から見つけ出した「とっておき」の育児用品を、その本質的な輝きを活かしながら日本のファミリーへ。日々寄せられる**お客さまの声や膨大なデータを分析**し、その知見をマーケティングに活かすことで、パートナーと共に新たな価値を創り上げています。世界と日本の良さを紡ぎ、多様な接点を通じて家族の毎日に彩りを添えています。

お客さまの声を聞き、ディストリビューション事業、商品開発事業、卸売事業、小売事業、フルフィルメント事業、それぞれの事業が連携することで相乗効果を生み、商品やサービスを通し「こども」だけでなく「**こどもを取り巻く人々**」にワクワクを共有しています。



事業案内 ダッドウェイセレクション

世界中から見つけ出した「とっておき」の育児用品を日本へ。あえて日本の型にはめすぎず、ブランドが持つ本質的な輝きを活かし、パートナーの皆さま、お客さまと共にその価値を最大化しています。また、その知見を活かし、暮らしに必要な「エッセンス」を機能やデザインに注ぎ、メーカーと共に創り上げています。世界と日本の良さを紡ぎ、家族の毎日に彩りを添えます。



出産準備
はじまりのとき

ベビーキャリア、ベビーカー、ファニチャー



安心のはじまりを便利で支える。
親子がリラックスして過ごす時間が
健やかな心身の育ちを自然に後押ししていきます。

新生児期
ふれる、抱っこ、授乳、眠る

おくるみ、おしゃぶり、ほ乳びん



少しずつ広がる世界に、
目にした時の美しさや、手に取った時の楽しさを。
何気ない瞬間が家族の思い出となるように。

乳児期
あそぶ・学ぶ

おもちゃ、食器



好奇心をそっと後押し。
外の世界へ一歩踏み出す喜びを分かち合うことで、
家族の毎日に新しい発見や楽しみを広げていきます。

幼児期
自分でできる・外へ出る

乗用玩具



1 成長を支える

2 暮らしを彩る

3 子育てをひらく

3つのコアバリュー

事業案内 | ダッドウェイセレクション | 成長を支える pick up brand

Ergobaby | エルゴベビー



「もっとずっと抱っこしたい」という1人の母親の思いから誕生したエルゴベビー。日々の抱っこがもっと楽しく、かけがえない時間になるように、親も子ども動きやすく快適に過ごせるエルゴノミクスデザインを追求。その哲学により、世界中のファミリーに選ばれ続けてきた抱っこひものプレミアムブランドです。



ブランドの真価

互いの重心が近い位置で保たれる構造で、体重20kgになっても快適。エルゴベビーの抱っこひもを使うことで、著しく成長する乳幼児期の体を適切な位置でサポートし、親子が快適に過ごせるよう研究開発しています。

エルゴベビーが大切にしている快適性を、様々なニーズに合わせて提供



All-in-One Carrier
新生児からずっと使える
Brand Core Product



Ups & Downs Carrier
大きくなってからの抱っこに
Brand Growth Driver

日本市場への戦略

日本における高い安全性ニーズ、育児文化に根ざしたマーケティングを行い、販売パートナーと協働しながらブランド価値の向上を図っています。安定した収益基盤とブランドロイヤルティの源泉となっています。

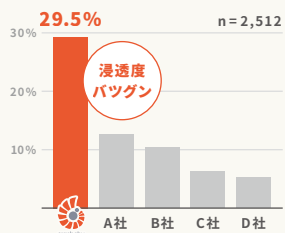


信頼を支える取り組み

専門家との連携、消費者の声を反映したマーケティングなど、安心して選ばれるブランドであり続けるための体制を強化しています。抱っこひものリーディングブランドとして、抱っこの価値を広げる情報発信にも注力しています。



日本の抱っこひも市場におけるリーディングブランド



「抱っこひものブランド」と聞いて、思い浮かぶブランド(純粋想起)

対象: 18~49歳の男女 / 地域: 全国 / 方法: 自社調べ インターネットリサーチ / 期間: 2024年11月16日(土)~23日(土)

2025年 権威ある6つのアワードを受賞

第17回マザーズセレクション大賞2025

トモニテ子育て大賞2025

etc.

特に「快適性」やメッシュによる「通気性」を高く評価いただきました

今後の展望

多様化する抱っこのニーズにあわせて商品を展開。抱っこひもで培った信頼と人間工学の知見を、バウンサーや授乳クッションなどに活かして育児を幅広くサポートいたします。全国のユーザー接点を強化し、ブランドの哲学を体現するとともに、ユーザーのみなさまとのゆるぎない信頼関係を築き上げてまいります。



NUK | ヌーク



ドイツを代表するほ乳びん・おしゃぶりブランドNUK。
 「母乳育児を応援する」ゆるぎない理念のもと、商品の研究・開発を続けています。
 ヌークのほ乳びんは、ドイツで子どもの歯並びの悪化や発語障害が深刻な社会問題となった時に医師や助産師が共同開発した「おっぱいと同じように飲める」ほ乳びん。おっぱいを飲む運動であごや舌の筋力が発達し、きれいな歯並びや生涯の健康づくりにつながります。



ブランドの真価

歯科医をはじめとする専門家との連携を基盤に、科学的根拠に基づく安心を提供。
 WHO推奨の母乳育児推進という普遍的価値を尊重します。
 近年はディズニーシリーズを中心にデザインにも力を入れ、ほ乳びんやおしゃぶりを選ぶ楽しさ、使う楽しさを提供しています。



日本市場への戦略

口腔発達に関する専門的な知見に基づいた啓蒙活動を強化し、科学的な情報と知識を提供することで、親子の育児における持続的な安心を創造し、市場への貢献を拡大します。

今後の展望

ブランドの「自然な発達」へのこだわりを一層強化した商品展開やプロモーションを実施。「迷わせないブランド設計」と「新生児期の信頼獲得」のために、キャッチコピー刷新やラインナップ再設計、低月齢向け商品拡充などに取り組みます。

70周年

戦後から今まで変わらぬ信念

No.1※

ドイツの病院採用率

110カ国以上

世界中の家族に信頼される実績

ほ乳びん

2025年発売のほ乳びん「パーフェクトマッチ」は、口により自然にフィットすることを目指した新発想のデザイン。

70年に渡り、研究開発を続けています。ちゃんと飲んでくれるかな、熱くないかな。そんな小さな不安に寄り添うのがNUKのほ乳びんです。



おしゃぶり

1. 上あごにぴったりフィット
 柔らかく、丸みがある形状で赤ちゃんの上あごにぴったりとフィットします。

2. 舌を動かすスペースを確保
 平らで滑らかな底面はおっぱいを飲む時と同じ自然な動きを促します。

3. あごや歯への負担を最小限に
 赤ちゃんのお口が自然に閉じやすいよう配慮した薄くて細いネック。歯並びへの影響も考慮したデザイン。



※ calculation based on teats sold to hospitals by Newell Brands relative to birth and feeding statistics, www.cdc.gov www.statista.com (2022年NUK調べ)

事業案内 | ダッドウェイセレクション | 暮らしを彩る pick up brand

aden + anais | エイデンアンドアネイ

aden + anais™

創業者レーガン モヤ ジョーンズ自身の「子どもたちができるだけ良い環境で育つことができるように」という想いから始まりました。
柔らかく通気性の良いモスリンコットンのスワドルをはじめとするアイテムをラインナップしています。シンプルで実用的な商品設計とデザインで子育てに携わる方々とその子どもたちを優しくつつみ、温かな時間をつくりたいと願っています。



ブランドの真価

モスリンコットンという天然素材の持つ肌ざわりの良さと機能性を再定義。
実用的であると同時に、親子の情緒的なつながりを深めるブランドとして世界的に確立しています。



モスリンコットン

縦糸と縦糸と横糸を
ていねいに平織り
通気がよく、赤ちゃんはいつも快適



デザインの豊富さ

お気に入りが見つかるよう、
選択肢がたくさん
贈り物にもぴったり



長く使える品質

洗濯機で洗えて、
お手入れ簡単
使うたびに心地よい肌ざわり

サステナビリティ

オーガニックコットンシリーズの展開により倫理的な消費を推進するとともに、商品の高い耐久性が長く愛用できる価値を創出。使うほどに肌に馴染み、サステナブルな情緒的価値を提供してまいります。

日本市場への戦略

出産準備や出産ギフトの定番として、おくるみ市場で確固たる地位を確立しています。干支シリーズや日本限定コラボレーションといった独自のMDにより、ブランドの話題性と新鮮さを維持する戦略を推進しております。



ブランドコミュニケーション

顧客体験を向上させるため、カタログやSNSにおいて、類似柄をまとめて紹介する提案を積極的に展開しています。この戦略は、商品ラインナップを分かりやすく提示することで、顧客の選ぶ楽しみを増幅させ、購入への心理的なハードルを低減させます。



今後の展望

異業種とのコラボレーションや、当社の他ブランドと掛け合わせた提案でブランドシナジーを創出。また、自社店舗やECチャネルの活用により体験最大化、ユーザー視点でのSNS運用でブランドコミュニティを活性化させ、情緒的な価値を拡大してまいります。



Sassy | サッシー

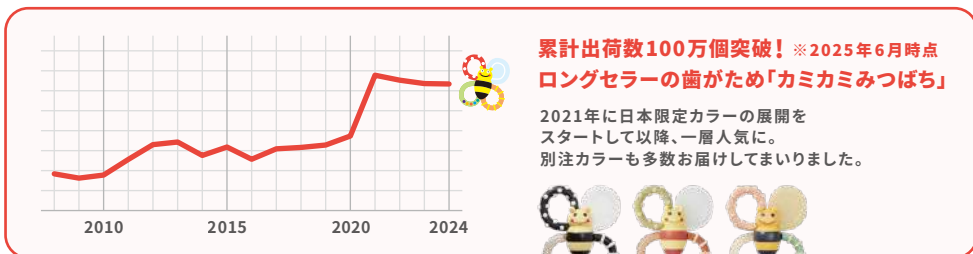
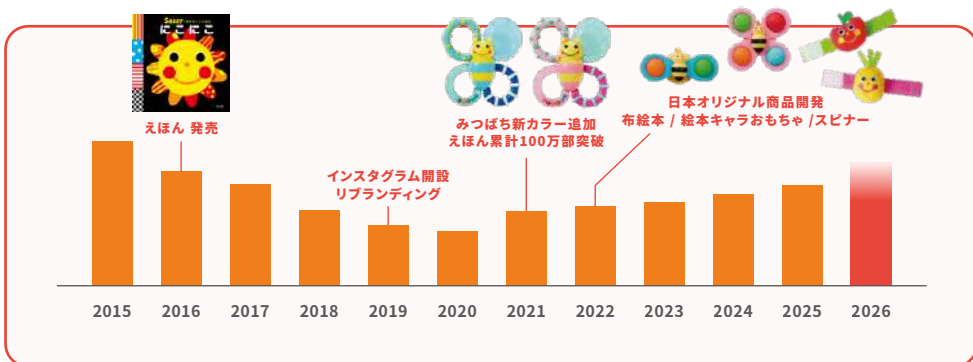


「好奇心にであおう」アメリカ生まれの知育玩具 Sassy(サッシー)。児童発達心理学の専門家と一緒にサッシーのおもちゃは作られました。カラフルなコントラストがはっきりしたデザイン、でこぼこ・つるつるなどのいろいろな手ざわり。たくさんのしかけが赤ちゃんの興味を引きつけ、赤ちゃんの持って生まれた能力を引き出します。



ブランドの真価

科学的知見に裏打ちされた知育玩具として、親子に知的な好奇心と楽しさを提供しています。日本で発売して約25年。2019年ごろからのリブランディングにより、インポートブランドから赤ちゃんの身近な存在へとイメージを変えました。以降、日本の市場に合わせた独自の商品展開に加え、えほんやYouTubeなどおもちゃの枠を超えたコンテンツ提供により、ファンの増加、売上の拡大を果たし、子育ての日常に欠かせないパートナーとしての信頼を得ています。



日本市場への戦略

絵本を核としたキャラクター戦略が成功の大きな要因となっています。愛着のあるブランドとしてカプセルトイやタオルなど大人も楽しめる派生商品の好調にもつながり、ブランドの収益構造を多角化し、安定的な収益を支えています。

ライセンス事業

2025年、ライセンスビジネスの本格展開を開始しました。キャラクターが持つ親しみやすさ、ユニークな表情、そしておもちゃで育まれた「楽しい記憶」と共に、製品に「愛着」や「喜び」といったポジティブな感情を吹き込みます。赤ちゃんのいる暮らしを彩る「デザイン」を強みとしたIPとして、多岐にわたる分野でのライセンスアウトを推進してまいります。

株式会社KADOKAWA発行
「Sassyのえほん」シリーズ



株式会社バンダイ
カプセルトイブランド
「ガシャポン®」
「めじるしアクセサリー」



今後の展望

「Sassyならまちがない」の土台を再構築

「夢中になる」というロコミを裏付けする取り組みを実施。誰もが魅力を直感的に理解できる形へ再定義し、定着を図ることで、納得感をもって選ばれる存在になることを目指します。

わが子の「夢中」が親の最大の喜び

日本上陸25周年・えほん10周年をフックに、親子二代に愛されるブランドへアップデート。「子どもが夢中になるものは、親も大好きになる」という普遍的な愛情をSassyブランドを通じて形成し、家族の記憶に残るブランドになることを目指します。

事業案内 | ダッドウェイセレクション | 子育てをひろく pick up brand

GLOBBER | グロッパー



フランス発のモビリティブランド。ミッションの1つに「イノベーション」を掲げ、ハンドルロックや折りたたみのシステム、工具不要のモードチェンジなど、ユニークなデザインを追求しています。環境にやさしい世界を目指し、再生プラスチックを使用したECOなモデルも展開。



ブランドの真価

「移動」という日常行動に「遊び」と「成長」を統合し、親子の行動範囲と可能性を拡張するブランドです。イノベーティブなデザインが魅力。多段階の調整機能やモードチェンジなどにより、子どもの成長とともに製品のライフサイクル全体を伸長させます。これにより、サステナブルな消費意識に応える長期使用価値の提供と、新しいモビリティ市場の開拓に貢献しています。

今後の展望

都市型のライフスタイルに適した新たな移動ソリューションを継続的に展開。家族のQOL向上と、子ども用モビリティ市場におけるリーディングブランドとしての地位を確固たるものにすることを目指します。



munchkin | マンチキン



ロサンゼルス発のポップなカラーとミラクルな機能がいっぱいのマンチキン。売上の一部を危機に瀕した世界の動物のために寄付するなど、サステナブルな活動にも力を入れ、商品を通じて家族でSDGsについて考えるきっかけを提供しています。



ブランドの真価

「世界基準の機能性」×「日常を彩る遊び心」の融合により、日々の育児にポジティブな変化をもたらします。特許技術を用いたコップなど、機能的な優位性を持つ製品を多数ラインナップ。これにより、価格競争に陥りにくい独自の市場を開拓しています。

今後の展望

次世代のスマート育児用品の開発を加速。親子の暮らしをサポートするブランドとしての認知を基盤に、市場の未開拓なニーズに応える革新的なソリューションの提供を継続します。同時に、SNSとECサイトを強化。独自のデザイン・世界観・価値を発信し、深い共感をもって選ばれる存在になることを目指します。

事業案内 | ダッドウェイセクション | キャラクター

市場にあふれる数多くのキャラクター商品の中から、独自の視点で厳選したアイテムを取り扱っています。かわいだけでなく、そのキャラクターが持つ世界観やストーリーを深く掘り下げて表現し、クオリティにこだわった商品を選び抜いています。そのキャラクターの世界観に触れて、心が弾むような体験をしていただけるよう、お客さまの日常を彩る、特別なキャラクターとの出会いをお届けします。



ディズニーベビー



セサミストリート



ミッフィー



ムーミン



ディズニーキーア

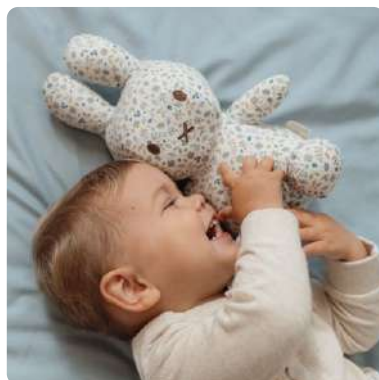


リラックマベビー



シナぶしゅ

miffy | ミッフィー



miffy
×
LITTLE DUTCH



2024年より「miffy -fluffy for baby-」「miffy × Little Dutch」の取り扱いをスタート。

2025年、miffyの誕生70周年というアニバーサリーイヤーには「フラワーコレクション」が新たな選択肢としてラインナップに仲間入りしました。

ミッフィーの原点である絵本に触れる前の赤ちゃんが「はじめて出会うミッフィー」として親しめる温かみのある商品から、長年のファンである大人の心をも満たす、上質で遊び心あふれる商品をセレクト。長年のミッフィーファンである大人の心をも満たす、上質で遊び心あふれる商品をセレクト。

幅広い層のニーズに応えながら、新しいミッフィーの魅力をお届けしております。

コレクションごとに販路を変えるMD戦略をとり、各チャネルの顧客層に合わせた商品体験を提供することで、収益性の最大化とブランドの鮮度維持に貢献しています。

事業案内 Business to Business

全国に多様なチャネルと顧客を繋ぐ、ベビー用品の総合プラットフォーム 全国どこでもお買い求めやすい場所に商品をご提供しています

卸売事業

ベビー専門店

専門性の高い商品提供と売場サポートで、中核チャネルでのシェアを維持・拡大



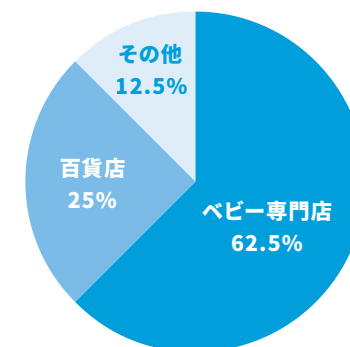
百貨店

信頼性の高いハイエンド商品を軸に、多様な顧客層へのアプローチを強化



受託販売

ベビーカーをはじめ専門知識が求められる商品の売場運営をトータルでサポート



カテゴリ	主な取引先	貢献領域と顧客層
ベビー専門店	株式会社赤ちゃん本舗、日本トイザらス株式会社、株式会社 azas 他	育児用品販売の中核販路。専門性の高い商品と売場運営ノウハウを提供。
百貨店	株式会社三越伊勢丹、株式会社高島屋、株式会社阪急阪神百貨店 他	富裕層やギフト需要に対応。ハイエンドブランドの展開を通じて価値を訴求。
GMS・量販	イオン株式会社、株式会社しまむら、ピップ株式会社 他	幅広い一般層へのリーチ。日常的に購入しやすい商品提供と、地域社会への浸透。
ギフト	リンベル株式会社、株式会社ハーモニック、シャディ株式会社、株式会社アミング、株式会社ハンプティードンブティ 他	贈答品市場やカタログ通販などのフォーマルなチャネル。出産祝いなどの需要に対応。
オンライン他	株式会社ユーコンスカイ、株式会社 Seven Colors' Dream、株式会社ベルビー、エクспライス株式会社 他	EC 専業やライフスタイル系バラエティショップなど、オンラインおよび特殊な販路を通じた販売網の多角化。

事業案内 Business to Customer

信頼と体験を届ける、オムニチャネル・リテール戦略

小売事業

ファミリーのためのセレクトショップ「DADWAY」を全国のショッピングモールに出店。多様なニーズに合わせて、自社オンラインストアの運営や各モールへ出店しています。実店舗とオンラインストアの相乗効果で顧客接点を最大化しています。

▶ 店舗一覧 <https://www.dadway.com/store/>



リテールビジネス

国内外の優れたベビーカーやハイチェアをはじめ、ハイエンドな商品を中心に厳選し、スタッフによる高い接客品質とともに提供しています。



デジタルチャネルの強化

自社オンラインストアをはじめ、外部モールへの出店を通じて、時間や場所に制約されない利便性の高い購買体験を提供しています。実店舗での専門的な接客体験と、オンラインでの手軽な購買をシームレスにつなぐ取り組みも。オンラインストアから店舗の在庫状況を確認、店舗での受け取りができるなど、ニーズに合わせた購買方法を選択できます。



会員サービスとコミュニティ形成

会員制度を通じた継続的な価値提供と、ロイヤリティの向上に取り組み、顧客との関係を構築しています。

- ポイントサービス
- 誕生日クーポン
- 新規会員登録特典
- レビュー投稿特典
- ギフトラッピングサービス
- メルマガ/LINEでのお得情報配信 etc...



DADWAY/Ergobaby 二子玉川ライズ店 2025年9月にリニューアル!

店舗向かいのスペースを拡張し、季節や注目商品に合わせたPOP-UPスペースとして活用。より多様な商品ラインナップや新しい体験をお客さまに提供するフラッグシップショップとして生まれ変わりました。



事業案内 品質への取り組み

商品の導入

CE,ASTM,ST,SG等製品の安全基準が世界中にあります。その基準に合致していることで、すべての安全性が担保されるわけではないとダッドウェイは考えています。ベビー用品専門商社としての長年のノウハウ生かした構造評価体制を構築し、日本での使用される環境等を考慮し適した商品のみ導入をしています。

PSCマーク

日本国内で義務付けられているPSCマーク(消費生活用製品安全法)について、国の定める基準に加えて、当社独自の評価基準に基づき安全性を確認しています。メーカーとの協力はもちろんのこと、安全基準や品質管理に関する社内研修も行っています。



品質 (サプライチェーンマネジメント)

定期的に工場視察と検品立会を行い、当社が目指す品質についての考え方を共有し、高品質で安全・安心な商品の提供に向けて一体となった取り組みを続けています。各生産地域の日系検査会社と提携し生産毎に工場での検品を行っています。



各業界団体に加盟

各種業界団体に加盟し、品質向上について相互に情報交換/共有を行います。

- 日本玩具協会
- 抱っこひも安全協議会
- 育児用品衛生連絡協議会
- ベビーカー安全協議会

子育ての課題を解決

製品を通して親子の暮らしをサポート。
子育てにおける新しい文化や価値観の形成を後押ししています。

マンチキン | 電動ベビースウィング

家事の間もすぐそばに。
心地よい横揺れで赤ちゃんごきげん。
育児のすき間時間を作ります。

BabyTech® Awards 2023
「育児家事向け家電」部門において優秀賞を受賞しました



マンチキン | ミラクルカップ

こぼれにくい設計でありながら、コップ飲みに近い感覚で水分補給ができ、子どもが自分で飲む練習を衛生的かつ楽しく進められます。



ヌーク | ほ乳びん

「母乳育児を応援する」ゆるぎない理念のもと、商品を開発。おっぱいを飲む運動であごや舌の筋力が発達し、歯並びの基礎づくり生涯の健康づくりにつながります。「パーフェクトマッチ」シリーズは、2025年6月に登場した新発想のほ乳びんです。



エルゴベビー | ナーシングピロー

授乳のための専用設計。授乳に適した〈高さ〉と〈固さ〉をキープし、ママの腰や背中への負荷が少なく授乳できます。快適な授乳時間を確保し、親子の愛着形成をサポート。



DADWAY FULFILLMENT CENTER

“確かな品質”のその先へ 信頼を運ぶ、ONE STOP物流ソリューション

ベビー用品を取り扱うプロフェッショナルとして培った「確かな品質」を基盤に、個別最適なケーススタディを重ねてきました。海外ブランドを日本で販売できるような加工や検品など独自のノウハウを確立しています。商材の特性や業種、販売チャンネルを問わない裾野の広い柔軟な体制を構築し、多岐にわたるご要望に機動的に対応いたします。“ちょうどいい”物流構築をご提供することが、私たちの使命です。



- 倉庫名** ロジスティクスパーク野田船形
- 所在地** 〒270-0239 千葉県野田市泉2-1-3ロジスティクスパーク野田船形 5F West-5a.5b DADWAY FULFILLMENT CENTER TEL: 04-7129-3051
- 占有面積** 25454.5㎡
- 交通** 常磐自動車道 柏インターチェンジより車で約30分
- ウェブサイト** <https://dadway-fulfillmentcenter.jp/>
- 受託商品例** アメニティ、寝具、玩具、ベビーグッズ 他

主な特徴

年間の出荷個数 約400万個 	BtoC出荷比率 約30% 	倉庫面積 total 7,700坪 <small>(about 274,000sq ft)</small> 	有効天井高 5.5m 	各種設備完備 作業スペース空調 衛生ルーム シュリンク包装機 撮影スタジオ 他
-------------------------------------	------------------------------------	---	---------------------------------	---

主な業務

入庫から国内配送までを一貫サポート。ビジネスに最適な物流を、柔軟にカスタマイズいたします。

価値創造の源泉となる「3つの資本」

1. 独自の品質管理ノウハウ

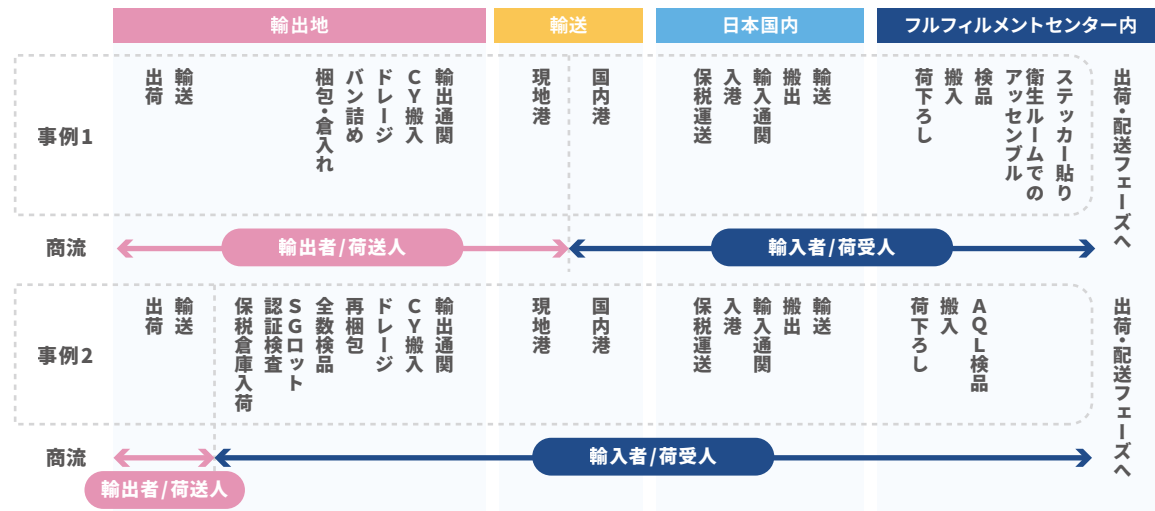
ベビー用品の取り扱いで培った厳格な検査・流通基準と、小売・ECの接客知見を統合。安心とブランド価値を最前線で守ります。

2. オーダーメイドで柔軟な体制構築

商品やチャンネルを問わず、一社ごとの課題に即したロジスティクスを迅速に構築。柔軟な対応力で取引先の事業成長を支えます。

3. 進化し続けるワンストップ体制

物流基盤にデジタル技術を掛け合わせ、EC運用から顧客対応まで一元化。サプライチェーン全体の最適化と生産性向上に貢献します。



ワクワクする未来を、分かち合うために

私たちは、世界中の優れた育児良品を通じて、親子の好奇心とコミュニケーションを育む「ワクワク」を創造しています。この価値は、関わるすべての人々と地球環境を尊重することから生まれます。品質管理に一切の妥協をしないことはもちろん、取引先と連携した環境負荷の低減、人権を尊重する労働環境の確保に努めています。また、得られた利益は従業員の幸福や社会貢献へと還元し、困難な環境にある子どもたちの支援にも活用しています。品質・環境・人権への誠実な姿勢を土台に、「ワクワク」溢れる豊かな未来を築いていく。それが、ダッドウェイの使命です。



主題	マリアリティ	2025年度の主な取り組み	ネクストアクション
社会・地球環境との共存	環境マネジメント	環境に配慮した商品の積極的な導入、アウトレット販売 サプライヤー向けサステナビリティアンケート作成	サプライチェーン全体での 環境リスク評価の実施
	地域の子育て支援	乳児院やこどもホスピスなどへの寄付・イベント参加 乳児医療証カバーの寄付	従業員への活動参加機会を増やす 支援団体のニーズに基づいた地域貢献
高い品質の確保	安心・安全・高品質	全社会議にてPSCマーク(消費生活用製品安全法)の 勉強会を実施	クレーム発生率のKPI設定 外部専門家との連携強化
	お客さまサポート	ご都合に合わせて、お選びいただけるよう窓口を整え、 お問い合わせを承る	顧客満足度調査の実施 問い合わせ応答時間の短縮
健全な経営の実行	多様な人材の活躍	くるみんの取得、女性の管理職44%	柔軟な働き方制度の拡充・浸透
	情報セキュリティ	プライバシーマーク取得、情報セキュリティ強化	標的型攻撃メール訓練を定期化 クリーンデスクルールの徹底

CSR報告

マテリアリティ | 環境マネジメント

調達

ブランドに対して工場環境、児童労働、排水、CO2アンケートを作成

地球の未来を考えた商品を発売

環境保全に向けた事業を正規販売する国内外メーカーと協働し、自社のオリジナルブランドにおいても推進しています。

マンチキン | ぷかぷか水でっぽうくワイルドラブ

絶滅の危機に瀕している動物たちがモチーフ。遊びを通じて動物たちに興味を持ち、親子でSDGsについて考えるきっかけを作ります。売上の一部が国際動物福祉基金 (IFAW) やクジラ保護区プロジェクトへ寄付されます。



ベビーホッパー | 空調ベビーケープ®

風が通り抜け、気化熱によって体を冷やし、涼しく快適な状態を保つ、着けているほうが涼しいケープ。

※この商品は、(株)空調服の特許及び技術を使用しています。
※「空調ベビーケープ」「空調服」「空調服」は、(株)空調服の商標です。



グロッパー | ゴーアップECO(エコ)

再生プラスチックと、麦わらを主原料とする成分分解性プラスチックを使用し、より地球環境にやさしい仕様にアップデートしたキックスクーター。



関係協力先への支援

工場や検品所への訪問や支援を実施しました。

サンプル品のリユース

撮影やイベント展示などで数回使用しただけの商品サンプルをモニター用おもちゃとしてリユース。DADWAYアンバサダーにモニター協力をいただいております。



アウトレット販売

輸送や保管の過程で商品やパッケージに傷や汚れがついてしまっただけで、製品の安全性には問題がなくご使用いただける商品をお買い得な価格でお使いいただくことでお客さまと一緒に商品や資源を大切に、持続可能な社会をつくる取り組みを行っております。



紙の削減

- 勤怠管理システムの利用
- 給与明細の電子化
- 電子申請システムの利用

CSR報告

マテリアリティ | 地域の子育て支援

地域課題の解決

「こどもとワクワクする毎日を」

子どもたちが暮らす環境は様々です。小児病院やこどもホスピス、ベビーホーム、デイサービスなど、いろいろな施設で過ごしている子どもたちがいます。商品の提供以外に私たちはいろんな形で年間を通じて私たちはワクワクを届けに参ります。

イベント売上の一部を寄付

8月に開催したイベント「ワクワク4DAYS」の期間中の売上の一部を、乳児院に寄付。施設からのご要望があった品物を購入してお届けしました。



ダッドウェイサンタ

クリスマスプレゼントとしておもちゃや育児用品を支援団体や児童福祉施設へお届けしました。



イベント出展

「横浜こどもホスピス〜うみとそらのおうち」にて9月・12月に開催されたイベントに参加。施設を利用するファミリーや地域の方に、ワークショップをお楽しみいただきました。

また、株式会社つむば社主催のファミリーフェス「nobinobi 2025」では、抱っこひもの無料レンタルブースを出展。親子がのびのびとフェスを楽しむためのサポートをしました。



演奏会開催

横浜市にある乳児院「白百合ベビーホーム」の季節の行事にスタッフが出向き演奏会を開催しました。



両親教室協力

横浜市港北区と連結した子育て分野の連携協定事業の一環として、災害・緊急時に必要な地域情報のプラットフォームづくりを支援。隔週開催の両親教室に協力しています。

横浜市・野田市ふるさと納税返礼品に採用

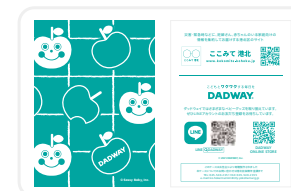
当社が拠点を構える各市との連携をさらに強化し、地域の子育て支援にも貢献してまいります。



小児医療証カバーの寄付

2009年より横浜市港北区役所へオリジナルデザインの小児医療証書カバーを作成。

2025年9月新デザインを2,750部寄付いたしました。



産後ケア施設との協働

「マームガーデン葉山」や「ぶどうの木」をはじめとする産後ケア施設に育児用品を提供。ご利用者さま、スタッフの方向けに抱っこひもの装着レクチャーを実施しました。

地域貢献

フルフィルメントセンターにて、野田市立川間中学校の生徒2名の2日間の職場体験を受け入れました。



情報発信

厚生労働省

- 「不妊治療を受けやすい休暇制度等環境整備事業」のなかで企業の事例として紹介されました。

出典：「不妊治療を受けながら働き続けられる職場づくりのためのマニュアル」

▶ <https://www.mhlw.go.jp/content/11909000/001073885.pdf>

- 「特別休暇制度導入事例集」のなかで紹介されました。

出典：「特別休暇制度導入事例集2023」(厚生労働省)

▶ <https://work-holiday.mhlw.go.jp/material/pdf/category4/tokukyujireisyu2023.pdf>

CSR報告

マテリアリティ | 安心・安全・高品質

消費生活用製品安全法

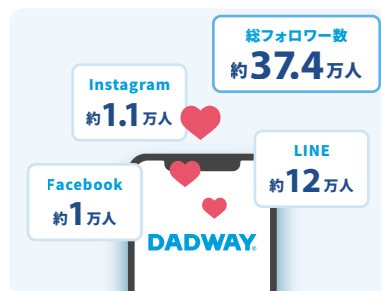
国の定める基準に加えて、当社独自の評価基準に基づき安全性を確認しています。全社で理解を深められるよう社内研修を実施したほか、公式noteでは専門的な法令内容を噛み砕いて発信するなど、消費者向けの啓蒙活動も積極的に展開しています。



マテリアリティ | お客さまサポート

SNS

LINEやInstagramをはじめ、各種SNSにて全23アカウントを運用。商品・サービスの情報配信に加えて、ユーザーとの直接のコミュニケーションを図りました。



note

ステークホルダーのみなさまとの対話を深めるため、公式noteによる情報発信を開始いたしました。大切にしている想いや、アイテムに込められた物語、子育てに役立つヒントなどをお届けしております。

▶ [ダッドウェイ公式note](https://note.com/dadway) <https://note.com/dadway>



DADWAYアンバサダー

3000人以上の方にご登録いただいています。約8割の方がダッドウェイでのお買い物歴があり、熱意を持って活動いただいています。

2025年は、のべ200人以上の方に商品やサービスのPRにご協力いただきました。個別インタビューや商品体験会、アンケートなども実施し、いただいたご意見を商品選定や開発に役立てています。

▶ [DADWAYアンバサダー](https://www.dadway-onlineshop.com/shop/pages/dadway_ambassador.aspx) https://www.dadway-onlineshop.com/shop/pages/dadway_ambassador.aspx



お客さま相談室

各種ツールをご用意して、お客さまのご都合に合わせてお問い合わせいただけます。

▶ [お問い合わせ](https://www.dadway.com/faq/#inquiry) <https://www.dadway.com/faq/#inquiry>

- 電話、電話のご予約
- メール
- LINE
- チャット
- FAQ

2025年からは電話対応をご予約制で承っています。お客さまにはご用件とご都合の良い時間を指定していただき、お客さま相談室よりお電話する流れで、よりスムーズで質の高いサービス提供が可能になりました。

ダッドウェイお客さま相談室 電話予約サービス 30分					
日時	19	20	21	22	23
10:00	10:00	10:00	10:00	10:00	10:00
10:15	10:15	10:15	10:15	10:15	10:15
10:30	10:30	10:30	10:30	10:30	10:30
10:45	10:45	10:45	10:45	10:45	10:45
11:00	11:00	11:00	11:00	11:00	11:00
11:15	11:15	11:15	11:15	11:15	11:15
11:30	11:30	11:30	11:30	11:30	11:30
11:45	11:45	11:45	11:45	11:45	11:45
12:00	12:00	12:00	12:00	12:00	12:00
12:15	12:15	12:15	12:15	12:15	12:15
12:30	12:30	12:30	12:30	12:30	12:30

CSR報告

マテリアリティ | 情報セキュリティ

プライバシーマーク取得

個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者としてプライバシーマークを取得。引き続き適切な個人情報の保護と運用に努めてまいります。



情報セキュリティ強化

- UTM運用による情報の外部流出リスク軽減
- IT資産管理ソフトの運用によるハード・ソフトの管理と契約内容整理、運用向上
- メール訓練(標的型)の実施
- 社内仮想環境の更新(ver.アップ2013サーバー→2022サーバー)
- カスタマーサービス問い合わせ管理システムの刷新(専門クラウドシステム利用によるセキュリティ向上)

コンプライアンス

法務セクションの強化

契約書の締結、景品表示法の理解向上のためのオンラインセミナーを開催。また、全社員にハラスメント講習を実施しました。

マテリアリティ | 多様な人材の活躍

雇用

パーパスである「世界中の子どもたちが笑顔いっぱいの毎日を過ごせる社会の実現」を達成するため、私たちは最も重要なステークホルダーである社員一人ひとりが自分らしく輝き、最高のパフォーマンスを発揮できる環境を継続的に整備します。社員の活躍こそが、「子どもとワクワクする毎日」とするスローガン実現の確かな原動力です。

「くるみん認定」取得

次世代育成支援対策推進法に基づき、厚生労働大臣より「くるみん」の認定を受けました。



14年連続高齢者・障がい者の雇用

継続的な雇用促進の一環として、高齢者・障害者の安定雇用に長年取り組んでおります。

一般事業主行動計画

次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画について

社員が仕事と子育てを両立させることができ、社員全員が働きやすい環境をつくることによって、全ての社員がその能力を十分に発揮できるようにするため、次のように行動計画を策定する。

▶ https://www.dadway.com/company/pdf/GeneralEmployerActionPlan_nextgeneration.pdf

女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画について

女性社員の雇用機会の均等並びに共同参画の環境を真に実効たらしめ、企業の持続的成長を実現するため、その一助として、次のように女性の活躍推進に関する行動計画を策定、実施する。

▶ https://www.dadway.com/company/pdf/GeneralEmployerActionPlan_woman.pdf

労働安全衛生

評価制度をクラウド化。従業員情報、目標設定や業務の進捗状況を一元管理しています。目標設定にCSR項目を設定し、一人ひとりの行動目標にCSRが紐づいています。

自由な働き方

- コアタイムを設定したフレックス制度を導入。業務の状況に応じた柔軟な働き方を実現しています。
- 職種により、週に1日のリモートワークの実施が可能に。
- コミュニケーションの促進、仕事の生産性向上のためにフリーアドレスを導入。目的に応じた多様なデスクを用意しています。
- インタラクティブなコミュニケーションを図れるように、社内報を配信。
- 6月のプライド月間には、ジェンダーバイアスをテーマにしたコラムを5回配信。アンケートを実施・結果を活用しながら多様性について見つめ直す機会に。

