

DADWAY®
Corporate Profile 2026

戴德维有限公司

目录 (Contents)

公司概况	02	物流中心 (DADWAY FULFILLMENT CENTER)	16
企业理念	03	CSR 社会责任报告	17
发展历程	04		
价值创造模型	05		
业务指南	06		
DADWAY 精选系列	06		
守护成长	Ergobaby、NUK	07	
多彩生活	aden + anais、Sassy	09	
开启育儿新视角	GLOBBER、munchkin	11	
IP品牌 / 联名系列		12	
企业对企业 (B2B)		13	
企业对消费者 (B2C)		14	
品质承诺		15	

公司概要

企业名称	戴德维股份有限公司 DADWAY,INC.
总部地址	〒222-0033 神奈川県横浜市港北区新横浜二丁目15番地12 7F
成立日期	1992年10月1日
注册资本	3,000万日元
代表董事兼总经理	大野浩人
控股股东	戴德维控股股份有限公司 (持股100%)
员工人数	209名
核心业务	<ul style="list-style-type: none">• 母婴用品、玩具及生活用品的进口代理，以及产品的自主策划与研发• 批发业务• 线下精品店的运营• 物流履约服务及进出口贸易代理

首席执行官寄语 (Top Message)

让“家人在一起的此刻”，成为最快乐、最心动的时光

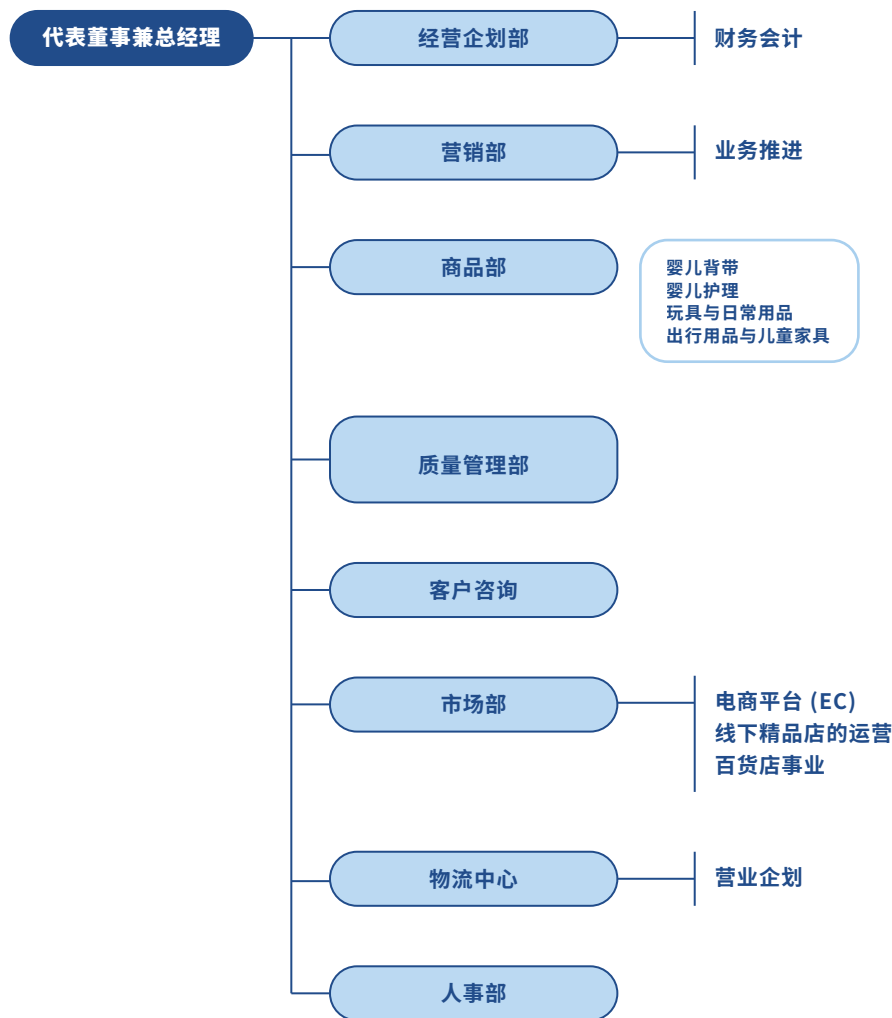
我们的使命，是把来自世界各地的“珍选好物”带到您的身边，为每个家庭的日常生活增添色彩。我们非常看重品牌背后的故事与本质，不会生搬硬套日本的传统模式，而是选择与合作伙伴一起，全心全意地将这份价值传递给每一位客户。

同时，我们也将多年来在育儿领域积累的经验，化作对生活点滴的感悟，与生产商共同研发出更懂您的全新产品。

在“精细育儿”的时代，陪伴孩子成长的点滴时光才显得更加珍贵而美好。我们不仅仅提供高品质的商品，更通过打造亲子游乐空间、完善物流配送等全方位的努力，陪伴在您育儿路上的每一个瞬间。我们愿拥抱变化，不断挑战，努力成为每一个家庭心中“不可或缺”的伙伴，守护孩子们健康、快乐地成长。

戴德维有限公司 代表董事兼总经理 大野浩人

组织架构 (Organization Chart)



企业理念 (Corporate Philosophy)



Slogan

与孩子一起，开启每一天的心动时刻

Purpose

**我们的心愿，是让全球的孩子
都能在爱与笑容中，开启闪闪发光的未来。**

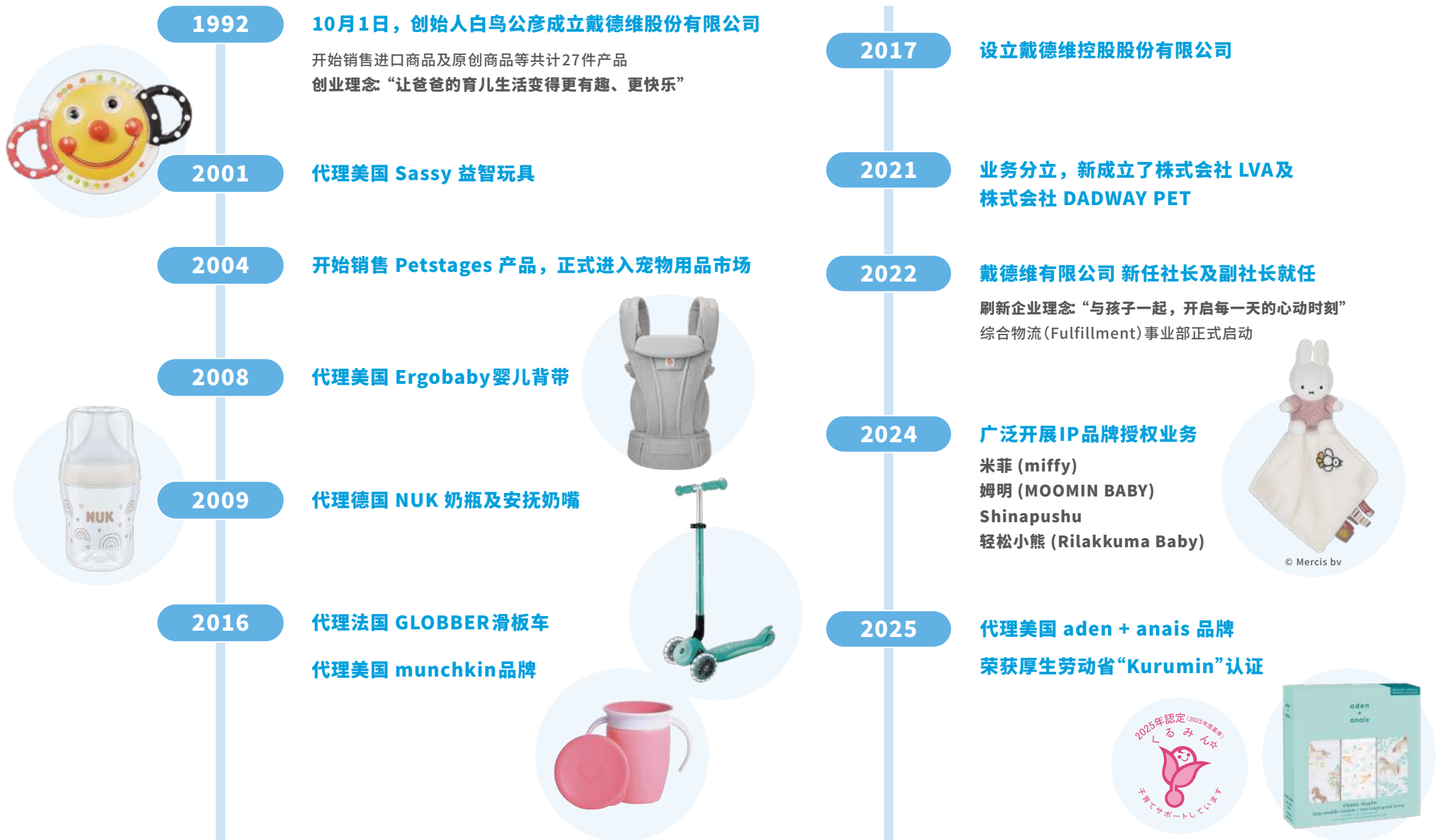
DADWAY将世界各地的育儿好物带回日本。我们带来的不仅是优质的产品，更希望将那些美好的育儿文化与生活方式融入到您的日常点滴中。

我们的目标是成为每位父母最贴心的后盾，让养育孩子的这段旅程，变得更加轻松快乐、且充满舒适感。

“心动(ワクワク),”是每个人在童年时代都曾拥有过的，那份最纯真美好的情感。

我们始终保持这份初心，并渴望将这种“眼里有光”的喜悦传递给下一代，这正是支撑我们不断努力的动力。

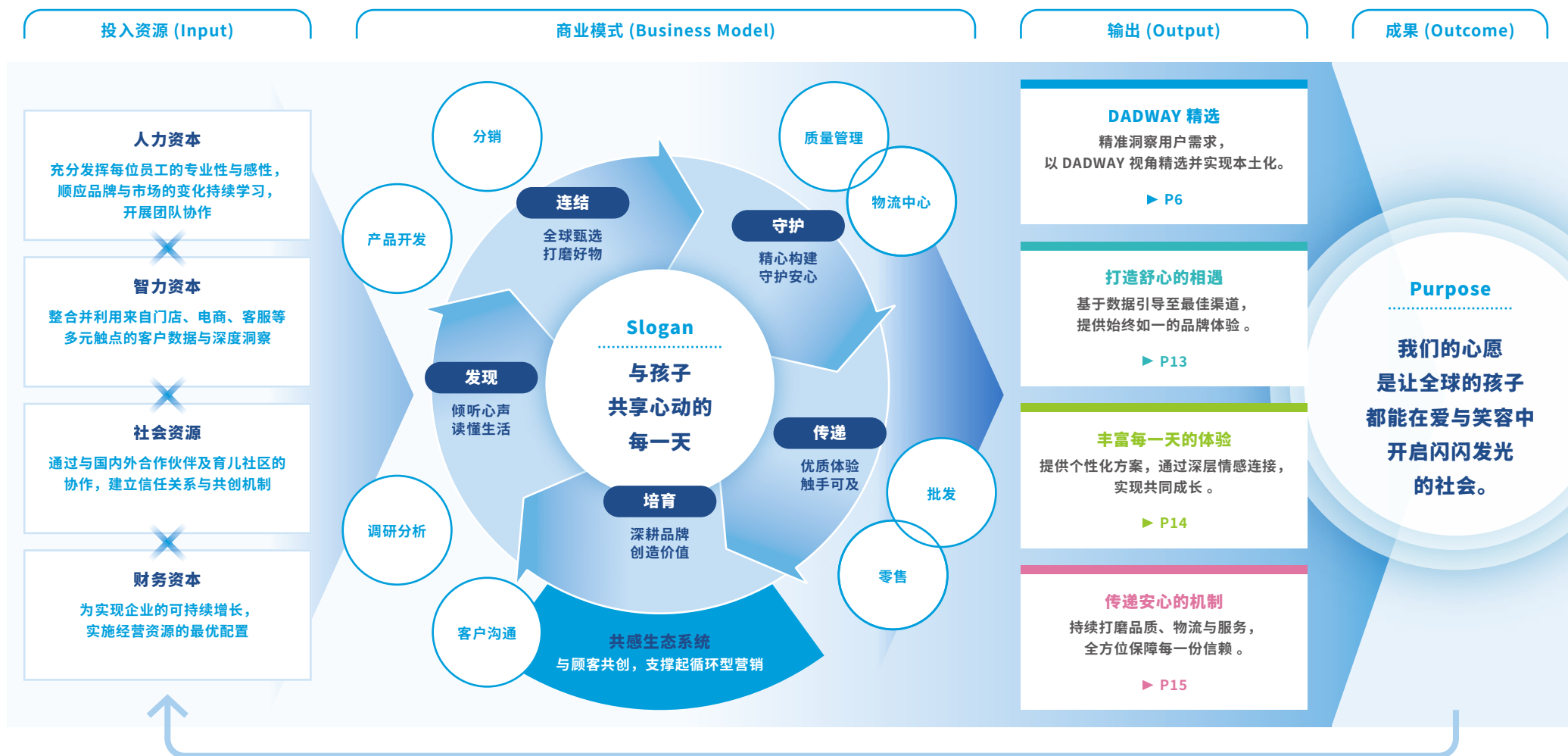
发展历程 (History)



价值创造模型 (Value Creation Model)

我们将从世界各地发掘的“珍选”育儿用品，在珍视品牌原本魅力的同时，带给日本的每一个家庭。通过分析每天收到的客户反馈及海量数据，并将这些洞察应用于市场营销，我们正与合作伙伴共同创造新的价值。我们将世界与日本的优点交织在一起，通过多元化的触点，为每个家庭的日常生活增添色彩。

我们用心倾听每一位客户的心声，使分销、产品开发、批发、零售及综合物流(Fulfillment)等业务板块相互协作，产生协同效应。我们希望传递的这份“心动(ワクワク),”不仅是送给孩子，更是送给陪伴在孩子身边的每一位家人。



业务介绍 (DADWAY Selection)

我们将从世界各地发掘的“甄选”育儿用品，带到日本。我们非常看重品牌背后的故事与本质，不会生搬硬套日本的传统模式，而是选择与合作伙伴一起，全心全意地将这份价值传递给每一位客户。同时，我们也将多年来在育儿领域积累的经验，化作对生活点滴的感悟，与生产商共同研发出更懂您的全新产品。我们将全球智慧与日本匠心交织，为点亮每个家庭的日常，增添一份绚丽与温暖。



三大核心价值

业务介绍 DADWAYSelection | 陪伴成长pick up brand

Ergobaby



Ergobaby 的诞生，源于一位母亲“想一直抱着宝宝”的纯粹心愿。为了让这份无可替代的亲子时光变得更加轻松、自在，我们始终坚持人体工学设计，让每一位父母都能在陪伴孩子的同时，感受到前所未有的舒适与自由。



品牌的核心优势

独特的重心平衡设计，让宝宝与您的重心紧密贴合。即使宝宝长到 20kg，背负起来依然轻松舒适。我们深入研究乳幼时期飞速成长的身体发育需求，通过专业的人体工学支撑，确保宝宝始终处于最理想的坐姿。Ergobaby 致力于用科学研究，为您和孩子创造全天候的舒适陪伴。

以前端人体工学，精准满足多样化需求



新生儿起即可使用

从新生儿起即可持续使用
Brand Core Product



适合孩子长大后的抱負

适合孩子长大后的抱負
Brand Growth Driver

日本市场策略

在日本，我们深知父母对安全与品质的坚持。通过融入当地育儿文化，并与销售伙伴并肩协作，我们让 Ergobaby 成为深受千万家庭信赖的品牌。这份由心而发的品牌忠诚度，正是我们稳健发展的基石。

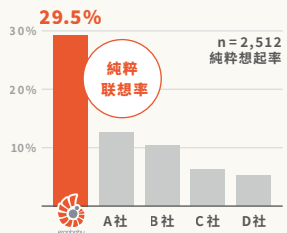


支专业与用心的双重保障

我们坚持与专家合作并倾听父母心声，不断完善体制，只为让您选得安心。作为行业领先品牌，我们不仅致力于研发好物，更积极传递“抱抱”带来的温暖与价值。



日本婴儿背带市场的领军者



谈到婴儿背带
总会先想到 Ergobaby。

对象：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

2025 年 荣获 6 项核心育儿大奖

The 17th Mothers' Selection Award 2025

TOMONITE Parenting Award 2025

etc.

极致的“舒适感”与网眼材质带来的“卓越透气性”深受好评。

未来展望

我们将把在抱袋领域积累的人体工学智慧，延伸至摇椅、授乳枕等更多产品，全方位守护育儿生活。同时，通过强化用户触点，我们将更深地传递品牌理念，与每一个家庭建立起持久稳固的信任纽带。



NUK



德国代表性奶瓶及安抚奶嘴品牌 NUK。

在“支持母乳喂养”这坚定不移的理念下，持续进行着产品的研究与开发。

当年，儿童牙齿咬合不齐和言语障碍在德国引发了深刻的社会问题。在此背景下，由医生与助产士共同研发出了 NUK 奶瓶——一款“让宝宝能像吸吮母乳般饮用”的奶瓶。通过模拟吸吮母乳的运动，促进宝宝下颚和舌头肌肉的发育，不仅能帮助宝宝长出整齐牙齿，更为宝宝一生的健康注入满满活力。



品牌的核心优势

我们以牙科医生等专家的深度协作为基础，为您提供科学可靠的安心保障。在致力于践行 WHO 倡导的母乳喂养理念的同时，全心守护育儿的每一阶段。近年来，我们通过迪士尼系列等创意设计，将功能性与美学完美融合，让挑选与使用过程都充满发现的快乐。

70周年

战后至今不变信念

No.1*

德国医院采用率

110国以上

受全球家庭信赖的实绩



日本市场策略

我们将依托口腔发育领域的专业经验，深化科学育儿的知识普及。通过提供严谨的科学信息，为亲子生活创造持久的安心感，在贡献市场的同时，守护每个家庭的成长时光。

未来展望

我们将进一步强化对“口腔自然发育”的专业追求，通过产品与服务的升级，让育儿更轻松。重新规划产品线并刷新品牌主张，打造让新手父母“不再迷茫”的品牌体验。重点扩充低月龄专属产品，从生命初期开始，建立无可替代的信任纽带。

奶瓶

2025年全新推出的“Perfect Match”奶瓶，采用旨在自然贴合宝宝口腔的创新设计。98%的宝宝都能毫不费力地接受并自然吮吸。从“能不能顺利喝奶”到“奶温是否合适”，NUK 坚持研究开发70载，只为温柔包裹育儿路上的每一份不安。我们始终在您身边，让每一次喂奶都成为安心的享受。



奶嘴

- 1. 精准贴合上颚**
柔软圆润的独特形状，完美契合宝宝娇嫩的上颚。
- 2. 释放舌头空间**
扁平光滑的底部设计，模拟亲哺时的自然律动，让舌头自由活动。
- 3. 轻减牙颌压力**
超薄细窄的颈部设计，让宝宝小嘴自然闭合，细心呵护牙长的健康排列。



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

aden + anais

aden
+
anais™

品牌诞生于创始人 Raegan Moya-Jones 最朴实的愿望：为孩子们创造一个更美好的成长环境。我们提供以柔软透气的经典 Muslin Cotton 包巾为代表的一系列育儿好物。我们始终坚信简约实用的设计理念，希望能像云朵般温柔包裹每一位育儿者与宝宝，陪伴大家度过每一个温暖相依的时光。



品牌的核心优势

我们重新定义了 (Muslin Cotton) 天然材质，将其卓越的亲肤触感与实用功能完美结合。如今 aden + anais 已成为享誉全球的品牌，在提供实用育儿方案的同时，更致力于加深父母与孩子之间的情感纽带，织就充满爱意的温情时光。



Muslin Cotton

经线与纬线精工平织，质地透气干爽，时刻守护



丰富的设计

款式丰富，随心挑选；精美画面，送礼首选。



品质始终如一

机洗省心，愈洗愈柔，时刻尽享舒爽触感。

持久耐用，守护地球 Sustainability

通过推广有机棉系列倡导绿色消费，并以卓越的耐用性延续产品生命。愈用愈亲肤的触感，让每一份陪伴都成为可持续的温情价值。

日本市场策略

作为产前准备与新生礼遇的标配，我们已在包巾市场中确立了坚不可摧的领先地位。通过推出生肖系列以及日本限定联名款等独具匠心的产品企划，我们持续为品牌注入新鲜话题，保持在消费者心中的领先地位与独特吸引力。



品牌沟通策略

为了带大家更好的体验，我们特别在手册和社交平台上，把同系列或类似花纹的产品整理在一起“成组”推荐。这样一来，丰富的产品线变得一目了然，不仅让大家在挑选时更有趣味，也能帮您轻松做决定，告别“选择困难症”！



未来展望

我们将通过跨界联名及多品牌联动，释放 1+1>2 的品牌协同效应。同时整合线上线下渠道，全方位提升消费体验，并以用户视角深耕社交媒体运营，通过激活社群来不断放大亲子间的情感纽带与情绪价值。



Sassy



Sassy 品牌诞生于美国，由儿童心理发展专家共同研发。我们通过鲜明的色彩对比、丰富的凹凸触感等巧妙设计，精准吸引宝宝的注意力，从而激发他们与生俱来的潜能。作为科学与趣味并存的知育玩具，我们致力于为亲子时光注入探索的快乐。



品牌的核心优势

Sassy 作为基于科学研究的知育玩具，致力于为亲子带来探索的乐趣。在日本上市25年间，通过2019年的品牌重塑，我们已从纯进口品牌成功转型为宝宝身边的亲密伙伴。除了深耕日本本土化的产品开发，我们还通过绘本和 YouTube 等跨界内容赢得了广泛信赖，成为育儿生活中不可或缺的可信搭档。

日本市场策略

以绘本为核心的 IP 战略是品牌成功的关键。这一战略不仅提升了品牌的亲和力，还带动了扭蛋和毛巾等成年人也喜爱的衍生产品的热销。通过这种多元化的尝试，品牌实现了收益结构的优化与稳定。

开启授权事业

2025 年，我们正式开启了品牌授权业务。凭借 Sassy 独特的色彩美学和充满活力的表情设计，我们将这些承载着“快乐记忆”的 IP 形象延伸至更多生活场景，让“爱着感”与“喜悦”伴随更多产品的诞生。

株式会社 KADOKAWA 出版
《Sassy 启蒙绘本》系列



株式会社 BANDAI
GASHAPON®
标记饰品



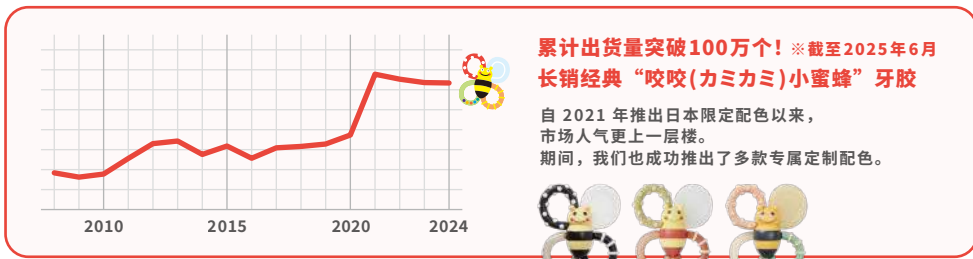
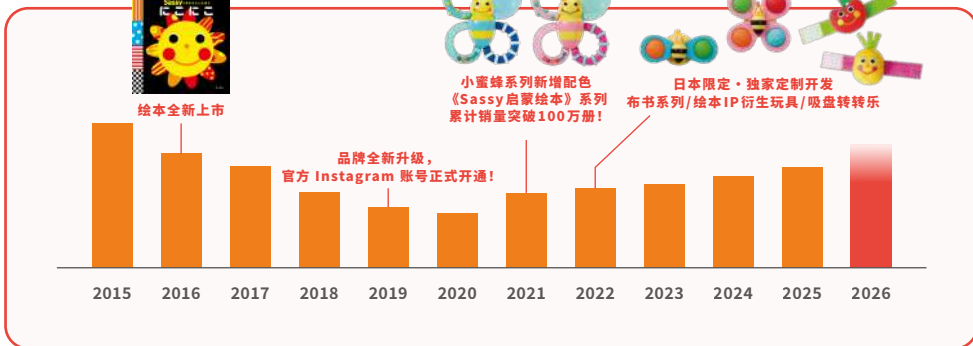
未来展望

重塑“选 Sassy 准没错”的信赖基石

我们将进一步强化“让孩子入迷”这一口碑的科学依据。通过将品牌的魅力转化为任何人都能直观理解的表达方式，我们致力于让 Sassy 成为家长们在选择时感到心服口服、值得长期托付的首选品牌。

孩子的“着迷”是父母最大的喜悦

以品牌进入日本25周年及绘本发行10周年为契机，我们致力于将Sassy升级为跨越亲子两代人共同喜爱的品牌。通过“孩子深深着迷的事物，父母也会随之喜爱”这一普遍情感，我们希望通过 Sassy 建立起深厚的情感连接，成为每个家庭记忆中永恒的美好存在。



GLOBBER



来自法国的出行品牌。我们以“创新”为核心使命之一，追求独特的设计细节，例如转向锁定系统、便捷折叠系统以及无需工具即可完成的模式切换功能。为了实现环境友好型的世界，品牌还推出了使用再生塑料制造的环保系列模型。



品牌的核心优势

将“移动”这一日常行为与“游戏”和“成长”相融合，致力于拓展亲子活动的范围与无限可能。其核心魅力在于创新设计：通过多段调节功能与模式切换，使产品能随孩子成长而持续使用，延长了整个产品的生命周期。我们不仅以此提供满足可持续消费意识的长久价值，更致力于开辟全新的移动出行市场。

未来展望

持续推出适合都市生活方式的新型移动解决方案。旨在提升家庭的生活质量 (QOL)，并致力于巩固我们在儿童出行市场中的领导品牌地位。



munchkin



来自洛杉矶的Munchkin，拥有缤纷的多彩配色和令人惊叹的奇妙功能。我们不仅致力于产品的创新，更积极投身可持续发展，将部分销售收入捐赠给全球濒危动物保护组织。我们希望通过每一件产品，为家庭提供一个共同探讨SDGs的契机，让环保意识融入温馨的亲子时光。



品牌的核心优势

通过“世界级的功能性”与“点亮日常的趣味性”的融合，我们为育儿生活带来积极的改变。我们拥有多款具备功能优势的产品线，例如采用专利技术的学饮杯等。凭借这些核心优势，我们成功开拓了独特的市场空间，有效避免了陷入价格竞争。

未来展望

我们将加速开发次世代智能育儿用品。以作为支撑亲子生活的品牌认知度为基石，持续提供能满足市场未开发需求的高创新性解决方案。与此同时，我们将强化社交媒体与电商渠道的运营。通过传递独特的设计理念、世界观及品牌价值，致力于成为一个能引发深度共鸣并被用户坚定选择的品牌。

业务介绍 DADWAYSelection | IP 衍生品

我们始终坚持以独特的视角，为您严选每一件心意之作。我们相信，优秀的商品不仅要外表可爱，更应深度还原角色背后的世界观与动人故事。因此，我们对品质近乎挑剔，只为让您在触碰角色的瞬间，能感受到那份怦然心动的美好。我们致力于通过这些充满温度的连接，让您与特别的角色相遇，为平凡的日常增添一份绚丽色彩。



Disney Baby



Sesame Street



miffy



MOOMIN



Disney KIDEA

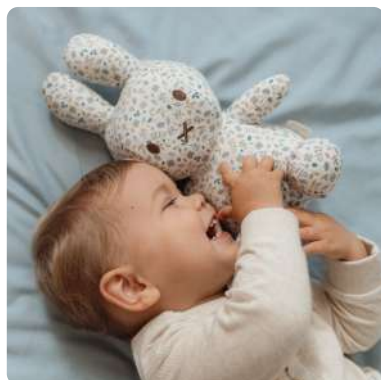


Rilakkuma Baby



Synapusyu

miffy



miffy
×
LITTLE DUTCH



自2024年起，我们开启了“miffy -fluffy for baby-”与“miffy × Little Dutch”系列的代理业务。2025年，正值 miffy 诞生 70 周年，我们全新推出了“花卉系列（Flower Collection）”，为市场提供了更丰富的选择。我们的产品线涵盖了从适合宝宝“最初的陪伴，最爱的 miffy”的温馨单品，到能满足资深粉丝及成年人审美的高质感、富有趣味性的严选商品。通过针对不同系列实施差异化渠道的MD策略，我们致力于在满足各阶层需求的同时，最大化品牌收益并保持品牌的新鲜感。

业务介绍 Business to Business

连接全国多元渠道与客户的母婴用品综合平台。无论何时何地，都能让优质产品触手可及

批发渠道

母婴专门店

提供高专业度的产品及卖场运营支持，巩固并扩大核心渠道的市场份额。

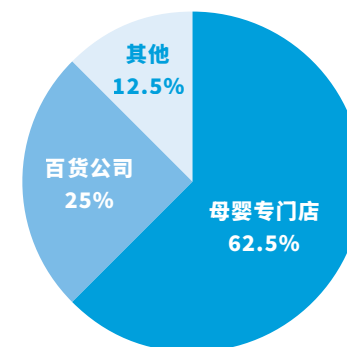


百货公司

以高信赖度的高端产品为核心，全面拓宽多元客户群。全方位支持婴儿车等高专业度产品的卖场运营。



受托销售



渠道类型	主要合作伙伴	核心贡献领域与目标客群
母婴专门店	株式会社赤ちゃん本舗、日本トイザラス株式会社、株式会社 azas 他	婴儿用品核心渠道。提供高专业度产品及卖场运营经验。
百货公司	株式会社三越伊势丹、株式会社高島屋、株式会社阪急阪神百貨店、株式会社花岡商店 他	精准对接富裕阶层及礼赠需求。通过布局高端品牌，深度传递品牌价值。
连锁店	イオン株式会社、株式会社しまむら、ピップ株式会社 他	广泛覆盖大众客群。提供高性价比的日常商品，深耕社区并提升渗透率。
礼品店	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、株式会社ハンブディーダンブディー 他	礼赠市场及目录邮购等正式渠道。满足产后伴手礼及新生儿贺礼等多样化需求
网络等	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ライズ株式会社 他	通过纯电商平台及生活方式类集合店，拓展线上及特色渠道，实现销售网络的多元化。

产品准入

全球商品虽有 CE、ASTM、ST、SG 等安全标准,但 DADWAY 认为仅靠达标并不等同于绝对安全。我们凭借作为婴儿用品专业商社多年积累的经验,构建了严苛的结构评估体系,充分考虑日本的使用环境,只引进真正优质适用的商品。

PSC 标志

针对日本法定的 PSC 认证 (消费生活用产品安全法),我们不仅严格执行国家标准,还结合企业自主评估体系进行二次安全验证。除了加强与供应商的紧密协作,我们也会定期开展有关安全标准与质量管理的内部培训,确保品质始终如一。



品质管理与供应链管理

我们定期走访工厂并亲赴现场监检,通过与合作伙伴深度交流品质理念,合力保障产品的高品质与安全性。此外,我们与各地日系第三方检测机构合作,严格执行每批次产品的出厂检验,确保品质无虞。



加入各类行业协会

积极加入多个行业协会,通过相互间的资讯交换与共享,不断提升产品品质。

- 日本玩具协会
- 日本婴儿背巾安全协议会
- 育儿用品卫生联络协议会
- 日本婴儿车安全协议会

解决育儿难题

通过产品守护亲子生活,助力育儿新文化与新价值观的塑造。

munchkin | 婴儿电动摇椅

做家务的时候,宝宝也在身旁。
温柔横向摇摆,安抚宝宝小情绪。
为您腾出片刻从容,缓解育儿压力

BabyTech® Awards 2023
「育儿家电」部门荣获优秀奖



munchkin | 360度学饮杯

防洒设计模拟真实杯饮体验,让宝宝在保持卫生的同时,轻松有趣地练习独立喝水。



NUK | 奶瓶

基于“支持母乳喂养”的坚定理念。通过模拟吮吸运动锻炼宝宝下颌与舌头肌群,为健康齿列与一生健康奠定基石。2025年6月面世的“Perfect Match”系列,正是融入这一新发想的创新奶瓶。



Ergobaby | 哺乳枕

专为授乳设计。保持理想的“高度”与“硬度”,有效减轻妈妈腰背负担。在保障舒适喂养时光的同时,助力亲子亲密关系的建立。



DADWAY FULFILLMENT CENTER

超越“卓越品质”，打造传递信任的一站式物流解决方案。

我们以专注母婴行业的专业品质为基石，积累了丰富的定制化实战经验。不仅建立起针对海外品牌的进口加工、检测等核心技术优势，更构建了覆盖多行业、全渠道的柔性物流体系。我们能够灵活响应各类复杂需求，以打造“恰到好处”的物流架构为使命。

- 仓库名称** 野田船形物流园 (Logistics Park Noda Funakata)
- 具体地址** 〒270-0239 千叶县野田市泉2-1-3
Logistics Park Noda Funagata 5F West-5a.5b
DADWAY FULFILLMENT CENTER TEL: 04-7129-3051
- 占地面积** 25454.5㎡
- 交通优势** 距常磐自动车道“柏”出入口(Kashiwa IC)约30分钟车程
- 官方网站** <https://dadway-fulfillmentcenter.jp/>
- 承接品类** 生活用品、床上用品、玩具、母婴用品等

价值创造的源泉「3个资本」

1. 独有的品质管理经验

将母婴用品领域积累的严苛检测与流通标准，与零售、电商渠道的服务经验深度结合。从第一线全力守护品牌价值，确保安全无忧。

2. 定制化的柔性体系构建

无视商品类别与渠道限制，针对每一家企业的特定课题，快速搭建定制化物流方案。以高度的灵活性，赋能合作伙伴实现业务增长。

3. 持续进化的“一站式”架构

将物流基盘与数字化技术深度融合，实现从电商运营到客户服务的全流程一体化。致力于优化整体供应链，全面提升运营效率。

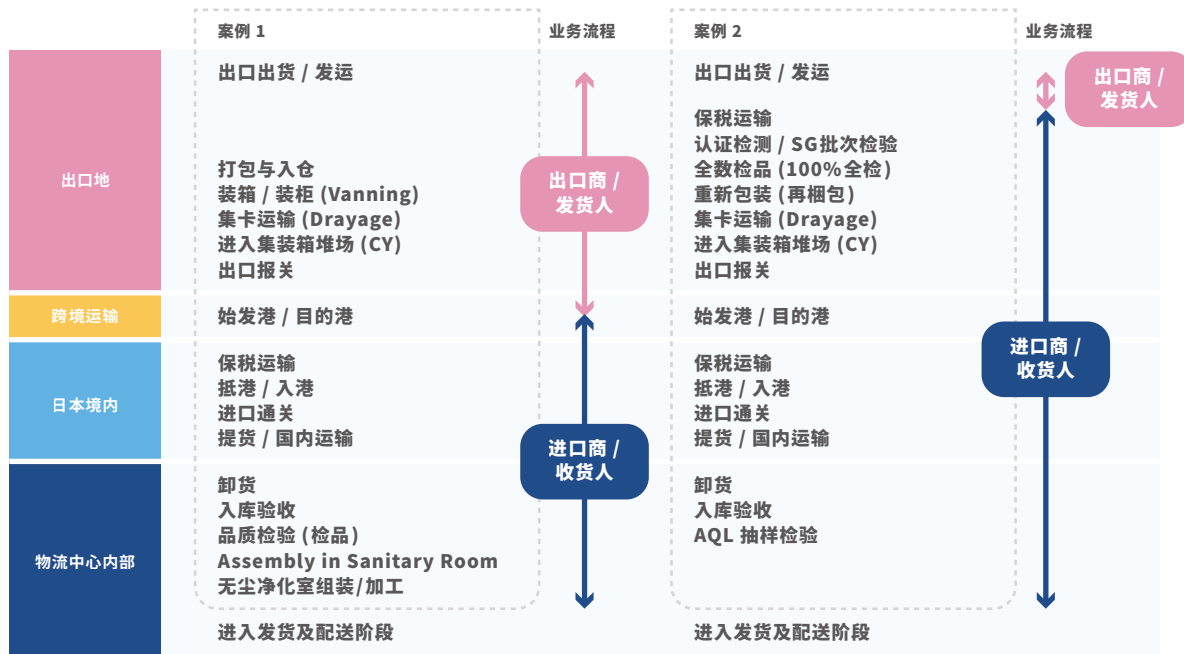


核心业务



核心优势

从入库到国内配送的全流程一站式支持。



企业社会责任 (CSR) 报告

为了分享那份令人心动的未来

我们通过来自世界各地的优质育儿用品，创造着属于亲子间的“心动时刻”，让好奇心与沟通在欢笑中萌芽。这种价值，建立在对每一个人、对地球环境的尊重之上。除了在品质管理上坚持原则、绝不妥协，我们也正与合作伙伴一起努力减少环境负担，打造尊重每一个人的工作环境。同时，我们将收获的果实回馈给员工，投入社会公益，去守护那些处境困难的孩子们。

以对品质、环境、人权的诚实态度为根基，去创造一个充满“心动”的丰盛未来。这，就是 DADWAY 的使命。



主题	重要课题	2025年度主要行动	后续计划
与社会及地球环境共存	环境管理	积极引入环保商品、开展 Outlet 销售制作面向供应商的可持续发展问卷	在整个供应链中实施环境风险评估
	地区育儿支援	向福利院、儿童安宁疗护机构等捐赠及参与活动 捐赠婴儿医疗证证件套	增加员工参与活动的机会 基于支援团体需求的地区贡献
确保高品质	安心·安全·高品质	在全社会会议上开展 PSC 标志(消费生活用产品安全法)研讨会	设定投诉发生率 KPI 加强与外部专家的合作
	客户支持	完善服务窗口，以便客户根据需求选择咨询方式	实施客户满意度调查 缩短客户咨询响应时间
健全的经营管理	多样化人才的活跃	取得 Kurumin 认定，女性管理职44%	全面扩充并推动“弹性工作制”深入落地
	信息安全	取得隐私标志(P-Mark)、强化信息安全	定期开展钓鱼邮件演练 严格贯彻落实“桌面清空”制度

企业社会责任 (CSR) 报告

重要课题 | 环境管理

采购管理

面向品牌方，开展工厂环境、童工、排水及二氧化碳排放情况调查。

推出环保型商品

我们积极与国内外践行环保理念的正规授权制造商紧密协作，共同推进环境保全事业；同时，将绿色可持续发展深度融入自营原创品牌的研发与运营中。

munchkin | 喷水小动物<Wild Love>

以濒危动物为主题。通过玩耍激发孩子对动物的兴趣，开启亲子共同思考 SDGs(可持续发展目标)的契机。部分销售收入将捐赠给国际爱护动物基金会 (IFAW) 及鲸鱼保护区项目。



BabyHopper | 空调婴儿披风®

利用空气对流与汽化热原理降温，保持凉爽舒适。这是一款“穿上比不穿更凉快”的婴儿披风。

※本产品使用了(株)空调服的专利及技术。

※“空调婴儿披风”、“空调服”等均为(株)空调服的商标。



GLOBBER | 多功能滑板车ECO

采用再生塑料及以秸秆为主要原料的可降解塑料，通过环保材质的升级改造，打造对地球更友好的滑板车。



合作伙伴支援

实地访问工厂及检测中心，并提供相应的业务支持。

样品二次利用

我们将仅在摄影或活动展示中数次使用的商品样品，作为复用玩具进行循环利用，并邀请“DADWAY 大使”开展试用评测与反馈合作。



特价品 Outlet

有些商品仅因运输或存放过程中导致外包装轻微受损或污迹，但产品本身安全性无虞，完全可以正常使用。我们以优惠的价格提供这些商品，旨在与客户共同珍惜资源、减少浪费，为构建可持续发展的社会做出贡献。



全面推行“无纸化办公”

- 启用电子考勤系统
- 工资单电子化
- 利用电子审批系统

企业社会责任 (CSR) 报告

重要课题 | 支持地区育儿事业

解决地区课题

“与孩子一起，度过每一个令人心动的日子”

孩子们的生活环境各不相同。有些孩子在小儿医院、儿童安宁疗护机构、婴儿之家或日托中心度过童年。除了提供商品，我们还通过多种形式，全年不懈地为他们送去“心动与惊喜”。

捐赠部分活动收益

我们将8月举办的“心动 4DAYS”活动的部分收益捐赠给了育儿院，并根据机构的需求，购买了相应的物资进行配送。



DADWAY 圣诞老人

作为圣诞礼物，我们将玩具和育儿用品送到了支援团体及儿童福利机构。



参与活动展览

9月和12月，我们参加了在“横浜儿童安宁疗护中心～海与空之家”举办的活动，为到访的家庭及地区居民举办了手工坊。此外，在“nobinobi 2025”家庭节上，我们设立了抱带免费租借点，支持家长与孩子轻松地参与活动。



举办演奏会

我们的工作人员前往横滨市内的“白百合婴儿之家”，在季节性庆典活动中举办了现场演奏会。



协助“父母课堂”

作为与横滨市港北区合作协议的一环，我们支持建立灾害及紧急情况下的地区信息平台，并协助隔周举办的“父母课堂”。

入选横滨市及野田市的“故乡纳税”回礼清单

进一步强化与本公司设有据点的各市的合作，也为地区育儿支援做出贡献。



捐赠小儿医疗证证件套

自2009年起，我们为横滨市港北区政府设计并制作原创小儿医疗证证件套。2025年9月，我们再次捐赠了2,750份采用全新设计的证件套。



与产后护理机构协作

我们向“Marm Garden叶山”及“葡萄树”等产后护理机构提供育儿用品。此外，我们还面向机构用户及员工开展了抱带佩戴方法的专题讲座。

地区贡献

在我们的物流中心，接待了2名来自野田市立川间中学的学生，开展了为期两天的职场体验活动。



信息发布

厚生劳动省 (日本厚生劳动省案例引用)

- 入选“打造易于接受不孕不育治疗的假期制度等环境建设事业”企业案例。

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>

- 入选“特别假期制度导入案例集”。

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>

企业社会责任 (CSR) 报告

重要课题 | 安心·安全·高品质

消费生活用产品安全法 (PSC)

除了遵守国家标准外，我们还基于公司独特的评估标准来确保产品的安全性。为深化全员理解，我们不仅开展了内部研修，还通过官方平台 (note) 以通俗易懂的方式解析法律内容，积极面向消费者开展科普活动。



重要课题 | 客户服务与支持

SNS (社交媒体)

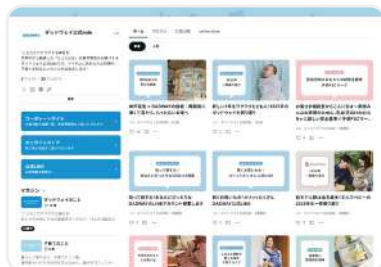
我们以 LINE、Instagram 等平台为核心，构建了涵盖 23 个官方账号的社交媒体沟通矩阵。在定期发布产品与服务资讯的同时，致力于深化与用户的直接互动与情感共鸣，打造全方位、高透明度的客户沟通渠道。



官方专栏 (note)

为了加强与利益相关者的对话，我们通过官方平台 (note) 发布信息。分享品牌初心、产品背后的故事以及实用的育儿心得。

▶ DADWAY官方note <https://note.com/dadway>



DADWAY 品牌大使

目前，已有超过 3000 名用户加入我们的品牌大使计划。其中约 80% 的成员拥有在 DADWAY 的消费经历，并以极高的热情投入各项活动。

2025 年，累计有 200 余名品牌大使积极协助产品与服务的推广。我们通过开展深度访谈、产品体验会及问卷调查等多元化互动，广泛听取用户声音，并将这些宝贵意见切实转化为产品选销与优化研发的创新动力。

▶ DADWAY 品牌大使 https://www.dadway-onlineshop.com/shop/pages/dadway_ambassador.aspx



客户服务

我们提供多种沟通渠道，方便客户根据自身需求进行咨询。

▶ 联系我们 <https://www.dadway.com/faq/#inquiry>

- 电话、电话预约
- 电子邮件
- LINE
- 在线聊天
- 常見問題 (FAQ)

自2025年起，电话咨询全面实行预约制。客户可以指定咨询内容和方便的时间，由客户咨询室主动致电。这种模式缩短了等待时间，使我们能够提供更顺畅、更高质量的服务。

予約時間表 (予約受付時間: 10:00~18:00)					
予約日	19	20	21	22	23
10:00	10:00	10:00	10:00	10:00	10:00
10:30	10:30	10:30	10:30	10:30	10:30
11:00	11:00	11:00	11:00	11:00	11:00
11:30	11:30	11:30	11:30	11:30	11:30
12:00	12:00	12:00	12:00	12:00	12:00
12:30	12:30	12:30	12:30	12:30	12:30
13:00	13:00	13:00	13:00	13:00	13:00
13:30	13:30	13:30	13:30	13:30	13:30
14:00	14:00	14:00	14:00	14:00	14:00
14:30	14:30	14:30	14:30	14:30	14:30
15:00	15:00	15:00	15:00	15:00	15:00
15:30	15:30	15:30	15:30	15:30	15:30
16:00	16:00	16:00	16:00	16:00	16:00
16:30	16:30	16:30	16:30	16:30	16:30
17:00	17:00	17:00	17:00	17:00	17:00
17:30	17:30	17:30	17:30	17:30	17:30
18:00	18:00	18:00	18:00	18:00	18:00

企业社会责任 (CSR) 报告

重要课题 | 信息安全

取得隐私标志(Privacy Mark)

作为对个人信息采取了妥善保护措施的企业，我们已取得“隐私标志”认证。我们将继续致力于个人信息的规范保护与运用。



加强信息安全

- 运用 UTM：降低信息外泄风险。
- 运用 IT 资产管理软件：强化软硬件管理，整理合同内容，提升运营效率。
- 开展邮件演练：定期进行针对性攻击邮件模拟演练。
- 更新内部虚拟环境：服务器从 2013 版升级至 2022 版。
- 刷新客服管理系统：通过使用专业的云端系统提升安全性。

合规经营 (Compliance)

强化法务部门职能

举办了关于合同签署、景品表示法(反不正当竞争/广告法相关)的线上研讨会。此外，面向全体员工开展了反职场骚扰培训。

重要课题 | 推动多元化人才发展

雇用

为了实现“让世界各地的孩子每天都充满笑容”这一宗旨，我们持续完善环境，让每一位最重要的利益相关者——员工，都能焕发自我光彩并发挥最高水平。员工的活跃，正是实现“与孩子一起，度过每一个令人心动的日子”这一口号的坚实原动力。

取得“Kurumin”认证

公司荣获日本厚生劳动大臣颁发的“Kurumin”官方认证。该认证基于日本《次世代育成支援对策推进法》，旨在表彰在构筑“生育与育儿友好型”职场环境、积极协助员工兼顾工作与家庭方面做出杰出贡献的标杆企业。



连续 14 年雇佣高龄者及残障人士。

作为促进可持续就业的重要一环，我们长期致力于为年长员工及残障人士提供稳定的就业机会与保障。

企业自主行动计划

基于《次世代育成支援对策推进法》的行动计划

为了让员工能够兼顾工作与育儿，并营造全员舒心的工作环境，使每位员工都能充分发挥潜能，我们制定了以下行动计划。

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

基于《女性活跃推进法》的行动计划

为确保女性员工拥有平等的就业机会并建立实质性的共同参与环境，助力企业持续成长，我们制定并实施了关于促进女性活跃的行动计划。

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

职业安全与健康

我们将评估制度云端化，统一管理员工信息、目标设定及业务进度。通过在目标设定中加入 CSR 项目，使每位员工的行动目标都与社会责任紧密相连。

弹性办公模式

- 弹性工作制：引入核心工作时间(Core Time)，实现根据业务状况灵活办公。
- 远程办公：根据职种不同，每周可进行 1 天远程办公。
- 自由席位制(Free Address)：为促进交流并提高生产力，办公区采用不固定座席，提供多种功能的办公桌。
- 内部通讯：定期发布内刊，促进员工间的互动沟通。
- 多样化专题：6月“自豪月”期间，发布 5 篇以“性别偏见”为主题的专栏文章。通过问卷调查与反馈，提供重新审视多样性(Diversity)的契机。

