

# **DADWAY<sup>®</sup>**

## **Corporate Profile 2026**

주식회사 대드웨이

# 목차

---

회사개요 02

기업이념 03

현역 04

가치 창출 모델 05

사업안내 06

    대드웨이 셀렉션 06

        성장 지원      Ergobaby, NUK      07

        생활을 풍요롭게      aden + anais, Sassy      09

        육아를 열며      GLOBBER, munchkin      11

        캐릭터      12

Business to Business 13

Business to Customer 14

품질 관리 노력 15

대드웨이 풀필먼트 센터 16

CS보고서 17

# 회사개요

상호명	주식회사 대드웨이 DADWAY,INC.
본사주소	〒222-0033 카나가와현 요코하마시 고호쿠구 신요코하마 2-15-12 7F
창립일	1992년10월1일
자본금	3,000 만엔
대표이사	오노 히로토
주주	주식회사 대드웨이 홀딩스 (출자 비율 100%)
사원수	209 명
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베이비 키즈 용품, 장남감, 잡화 등의 수입 대리 및 기획 개발</li> <li>• 도매업</li> <li>• 매장 운영 (오프라인/소매)</li> <li>• 베이비 키즈 용품, 장남감, 잡화 등의 수입 대리 및 기획 개발</li> </ul>

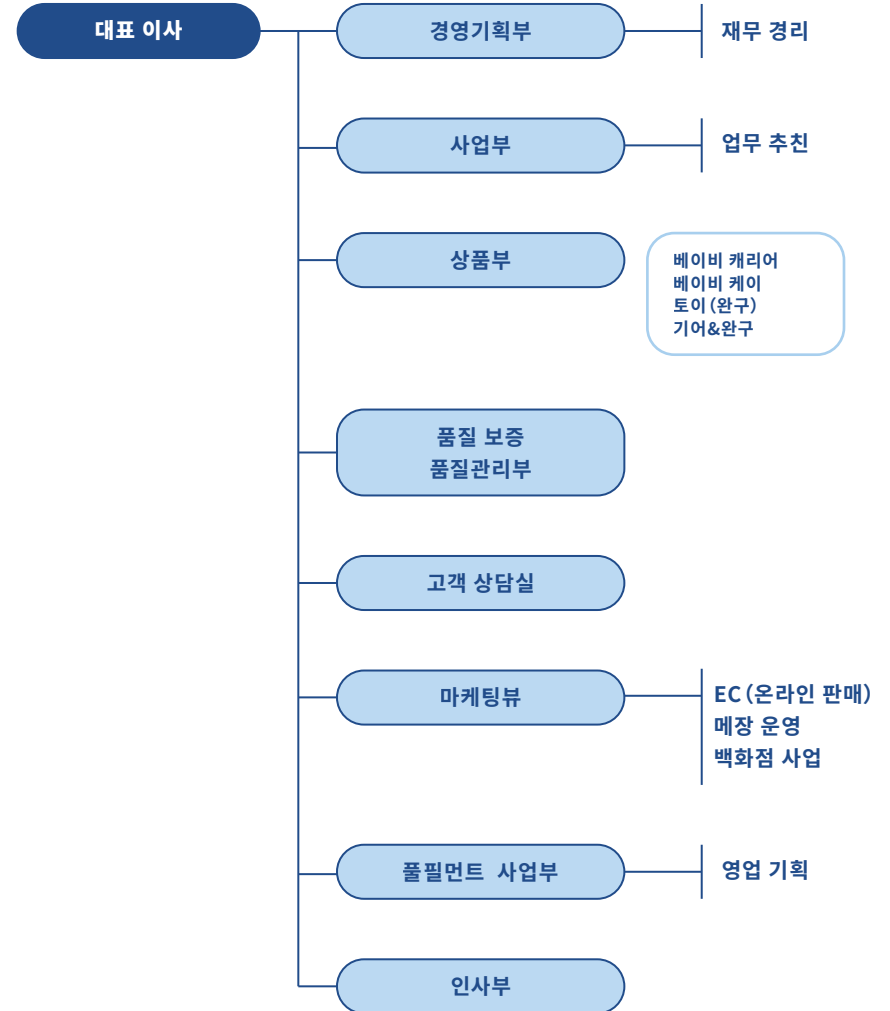
## 대표이사 인사말

### “가족의 지금을, 가장 설레는 시간으로”

우리의 사명은, 세상 곳곳에서 만난 ‘특별한 것들’을 통해 가족의 하루하루에 작은 기쁨과 색을 더하는 일입니다.  
 브랜드가 지닌 본질을 소중히 여기면서도, 하나의 틀에 얽매이지 않고 파트너와 함께 그 가치를 더욱 깊고 넓게 펼쳐 나갑니다.  
 또한 우리가 쌓아온 경험과 시선을 바탕으로 삶의 본질을 다시 바라보고, 제조사와 함께 새로운 가치를 담은 제품을 만들어 갑니다.  
 지금 이 시대, 육아의 시간은 더욱 귀하고 특별합니다. 우리는 단순히 제품을 제공하는 데 그치지 않고, 놀이와 공간, 그리고 물류에 이르기까지 다양한 방식으로 육아를 곁에서 함께 합니다.  
 변화를 두려워하지 않고 끊임없이 도전하며, 아이들의 건강한 성장과 가족의 행복한 순간을 지켜주는 ‘언제나 곁에 있는 존재’가 되고자 합니다.

주식회사 대드웨이 대표이사 오노 히로토

## 조직도





## Slogan

**아이와 함께 설렘으로 채우는 매일**

## Purpose

**세상의 모든 아이들이  
웃음으로 하루를 시작하고  
사회의 실현을 지향합니다.**

대드웨이는 전 세계의 육아용품을 일본에 소개함으로써,  
단순히 제품에 그치지 않고  
우수한 육아 문화와 라이프스타일까지 함께 전하며  
육아가 조금 더 즐겁고 편안해질 수 있도록 돕고 있습니다.

‘설렘(ワクワク)’은 누구나 어린시절에 느꼈던 소중한 감정입니다.

그 마음을 앞으로도 잊지 않고 살아가며,  
그 설렘을 다음 세대에 이어가고 이어가고자 하는 이념으로  
우리는 이 가치를 이어가고 있습니다.

# 회사현역

**1992** 10 월 1 일 창업자 시라토미 키미히코가 「주식회사 대드웨이」설립  
수입품 및 오리지널 상품 등 총 27개 품목 판매 시작  
창업 이념 “아빠의 육아를 더 즐겁고 흥미롭게 만들고 싶다”

**2001** Sassy(미국) 교육 완구 출시

**2004** Petstages 판매 시작, 반려동물 시장 진출

**2008** Ergobaby(미국) 베이비 캐리어 출시

**2009** NUK(독일) 젖병 및 노리개 젓꽃지 출시

**2016** GLOBBER(프랑스) 킥보드 출시

**munchkin(미국) 제품 전개**

**2017** 「주식회사 대드웨이 홀딩스」설립

**2021** 회사 분할을 통해 「주식회사LVA」 「주식회사 대드웨이 펫」설립

**2022** 주식회사 대드웨이 사장,부사장 취임  
기업 이념 개정 “아이와 함께 셀렘으로 채우는 매일”  
풀필먼트 사업부 시작

**2024** 캐릭터 사업 확대  
미피 (miffy)  
무민 (MOOMIN BABY)  
시나푸슈  
리락쿠마 베이비 (Rilakkuma Baby)

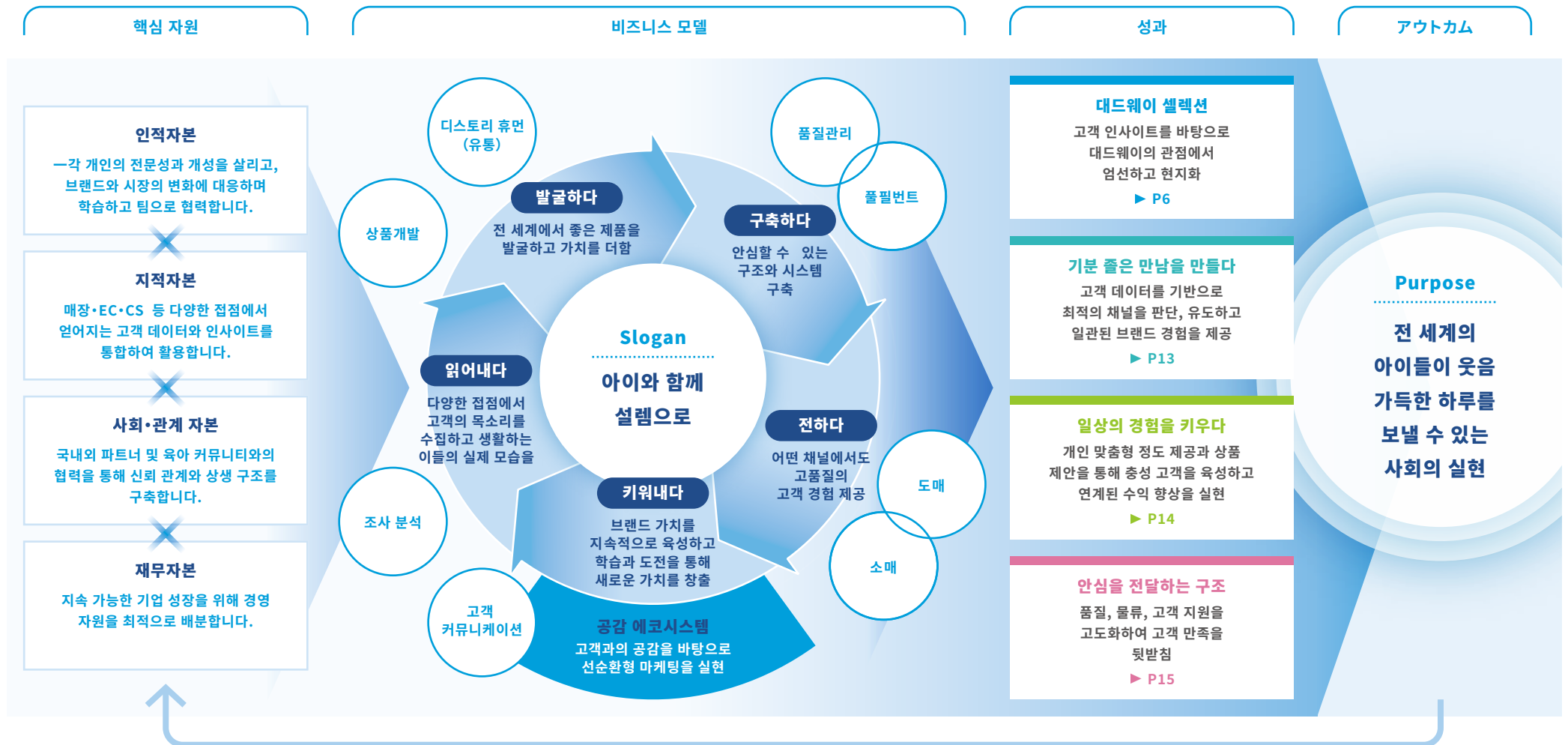
**2025** aden + anais(미국) 쿠루민 인증 획득



# 가치 창출 모델

전 세계에서 발견한 ‘특별한’ 육아용품, 그 **본질적인 가치를 살려** 일본의 가족들에게 전달합니다.  
 날마다 접수되는 **고객의 목소리와 방대한 데이터를 분석하고**, 그로부터 얻은 인사이트를 마케팅에 반영  
 함으로써, 파트너와 함께 새로운 가치를 창출하고 있습니다.  
 또한 세계와 일본의 장점을 연결하고, 다양한 접점을 통해 가족의 일상에 풍요로움과 색을 더합니다.

고객의 목소리에 귀 기울이며, 유통사업, 상품 개발 사업, 도매 사업, 소매 사업, 풀필먼트 사업 등  
 각 사업이 유기적으로 연계되어 시너지를 창출하고 있습니다.  
 상품과 서비스를 바탕으로, ‘아이’ 뿐만 아니라 **아이를 둘러싼 모든 사람들과 ‘셀렘’**을 함께 나누고  
 있습니다.



# 사업 소개 대드 웨이 셀렉션

전 세계에서 발견한 '특별한' 육아 용품을 일본에 소개하며, 일본식 틀에 얽매이지 않고 브랜드 본연의 가치를 살려 살려 파트너와 고객과 함께 그 가치를 극대화하고 있습니다.  
 또한 축적된 지식과 경험을 바탕으로 생활에 필요한 '본질'을 기능성과 디자인의 관점에서 재해석하여 제조사와 함께 새로운 제품을 만들어 냅니다.  
 세계와 일본의 장점을 연결하며 가족의 일상에 따뜻한 색을 더합니다.



안심할 수 있는 시작을 편안하게 돕습니다.  
 부모와 아이가 편안하게 보내는 시간이 건강한  
 마음과 몸의 성장을 자연스럽게 이끌어갑니다.

**1 성장을 지원하다**

조금씩 넓어지는 세상 속에서,  
 눈에 담은 아름다움과 손에 쥐는 즐거움이 평범한  
 순간들을 가족의 소중한 추억으로 만들어 갑니다.

**2 일상을 풍요롭게 하다**

호기심을 조용히 북돋우며,  
 세상과의 만남에서 느끼는 기쁨을 함께 나눔으로써  
 가족의 일상에 새로운 발견과 즐거움을 더해갑니다.

**3 육아를 확장하다**

## 3가지 핵심 가치

# 사업 소개 | 대드웨이 셀렉션 | 성장을 지원하다

## Ergobaby | 에르고 베이비



“더 오래, 더 많이 안아주고 싶다” 는 한 엄마의 마음에서 탄생한 에르고베이비. 매일의 ‘안아주기’ 가 더욱 즐겁고, 무엇보다도 바꿀 수 없는 시간이 될 수 있도록 부모와 아이 모두가 편안하게 움직일 수 있는 인체공학적 디자인을 추구합니다. 이러한 철학을 바탕으로, 전 세계 가족들에게 선택 받아온 프리미엄 아기띠 브랜드입니다.



### 브랜드 가치

부모와 아이의 중심이 가까워지는 구조로 아기의 체중이 20kg에 이르기까지도 편안함을 유지합니다. 에르고베이비 아기띠는 성장하는 영유아의 신체를 올바른 자세로 지지하며, 부모 또한 편안하게 사용할 수 있도록 연구, 개발되었습니다.

### 에르고베이비가 중요하게 여기는 ‘편안함’ 을 다양한 니즈에 맞춰 제공



#### All-in-One Carrier

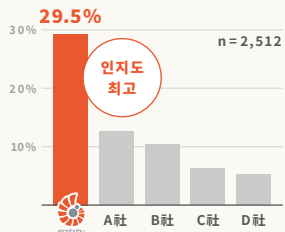
신생아부터 계속 사용가능  
Brand Core Product



#### Ups & Downs Carrier

성장 이후 사용에 적합  
Brand Growth Driver

### 일본 아기띠 시장의 리딩 브랜드



“아기띠 브랜드”  
라고 하면 떠오르는  
브랜드  
(순수 인지도)

조사 대상: 18~49세 남녀/전국  
조사방법: 자체 인터넷 조사  
조사기간: 2024년 11월 16~23일

### 2025년 권위있는 6개 어워드 수상

제17회 마더스 셀렉션 대상 2025.

토모니 육아 대상 2025

etc.

특히 <기능성>과 <편의성>에서 높은 평가를 받음

### 일본 시장의 전략

일본의 높은 안전 기준과 육아 문화에 맞춘 마케팅을 전개하고, 판매 파트너와 협력하여 브랜드 가치를 높이고 있습니다. 이는 안정적인 수익 기반과 브랜드 충성도의 원천이 되고 있습니다.



### 신뢰를 지탱하는 노력

전문가와의 협력, 소비자의 목소리를 반영한 마케팅 등을 통해 안심하고 선택받는 브랜드로 자리하기 위한 체계를 강화하고 있습니다. 아기띠 분야의 리딩 브랜드로서, ‘안아주기(抱っこ)’의 가치를 널리 알리는 정보 발신에도 힘쓰고 있습니다.



### 앞으로의 방향

다양해지는 ‘안아주기’ 니즈에 맞춰 제품을 확대해 나갑니다. 아기띠를 통해 쌓아온 신뢰와 인체공학적 지식을 바탕으로, 바운서와 수유 쿠션 등으로 영역을 확장하여 육아를 폭넓게 지원해 나갈 것입니다. 또한 전국의 고객 접점을 강화하고, 브랜드 철학을 실현하는 동시에 고객과의 흔들림 없는 신뢰 관계를 구축해 나가겠습니다.



NUK | 누크



독일을 대표하는 젖병, 노리개 젓꼭지 브랜드 NUK.  
모유 수유를 지원한다는 확고한 철학 아래, 제품 연구와 개발을 지속해오고 있습니다.  
NUK의 젖병은 독일에서 어린이의 치열 악화와 발음 장애가 사회적 문제로 대두되었을 당시, 의사와 조산사가 공동 개발한 ‘모유와 같은 방식으로 마실 수 있는’ 젖병입니다.  
이러한 수유 방식은 턱과 혀의 근육 발달을 돕고, 고른 치열과 평생의 건강으로 이어집니다.



## 브랜드 가치

치과의를 비롯한 전문가와의 협력을 기반으로 과학적 근거에 입각한 안심을 제공합니다.  
또한 WHO가 권장하는 모유 수유 촉진이라는 보편적 가치를 존중하고 있습니다.  
최근에는 디즈니 시리즈를 중심으로 디자인에도 힘을 더해, 젖병과 노리개 젓꼭지를 선택하고 사용하는 즐거움까지 함께 제안하고 있습니다.



**70주년**  
전후부터 지금까지 이어온 변함없는 신념

**No.1**※  
독일 병원 채택률 1위

**110개국 이상**  
전 세계 가족들에게 신뢰받은 실적

## 일본 시장 전략

구강 발달에 관한 전문적 지식에 기반한 계몽 활동을 강화하고, 과학적 정보와 지식을 제공함으로써 부모의 육아에 있어 지속적인 안심을 창출하고, 시장에 대한 기여를 확대해 나갑니다.

## 앞으로의 방향

브랜드가 지향하는 ‘자연스러운 발달’에 대한 가치를 더욱 강화한 제품 전개와 프로모션을 추진합니다.  
또한 ‘선택에 고민이 없는 브랜드 설계’와 ‘신생아기부터의 신뢰 확보’를 위해, 카피 문구의 재정비, 라인업 재구성, 저연령층 대상 제품 확대 등에 지속적으로 힘써 나가겠습니다.

## 젖병

2025년 출시된 젖병 ‘퍼펙트 매치 (Perfect Match)’는 아이의 입에 자연스럽게 맞도록 설계된 새로운 발상의 디자인입니다.  
70년에 걸쳐 연구와 개발을 이어오며, 아기가 잘 먹을 수 있을까, 너무 뜨겁지는 않을까- 이러한 작은 걱정까지도 함께 고민해온 것이 NUK 젖병입니다.



퍼펙트 매치 젖병 젖병 대위는 NUK 98% 아기가 거부감 없이 잘 먹었습니다.

## 노리개 젓꼭지

- 1. 윗입천장에 부드럽게 밀착**  
부드럽고 둥근 형태로 아기의 윗입천장에 자연스럽게 맞습니다.
- 2. 혀의 움직임에 위한 공간 확보**  
평평하고 매끄러운 바닥 구조로 모유를 마실 때와 같은 자연스러운 움직임을 유도합니다.
- 3. 턱과 치아에 부담을 최소화**  
아기의 입이 자연스럽게 닫히도록 설계된 얇고 슬림한 구조로, 치열에 미치는 영향까지 고려했습니다.



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

aden + anais | 에이든 앤 아네이

aden  
+  
anais™

창립자 레이건 모야 존스는 “아이들이 가능한 한 더 좋은 환경에서 자랄 수 있도록”이라는 바람에서 이 브랜드를 시작했습니다.

부드럽고 통기성이 뛰어나 모슬린 코튼 스와들을 중심으로 다양한 제품을 선보이고 있습니다.

심플하면서도 실용적인 제품 설계와 디자인으로 육아에 힘쓰는 부모와 아이 모두에게 편안함을 전하며, 따뜻한 시간을 만들어가고자 합니다.



브랜드 가치

모슬린 코튼이라는 천연 소재가 지닌 부드러운 촉감과 기능성을 재정의하고, 실용성을 넘어 부모와 아이 사이의 정서적 연결을 깊게 하는 브랜드로서 전 세계적으로 자리매김하고 있습니다.



모슬린 코튼

세로실과 가로실을 정성스럽게 평직으로 짜 통기성이 뛰어나고, 아기는 언제나 쾌적하게 지낼 수 있습니다.



다양한 디자인

취향에 맞는 디자인을 찾을 수 있도록 폭넓은 선택지를 제공하며, 선물용으로도 완성맞출입니다.



오래 사용 가능한 품질

세탁기로 간편하게 세탁할 수 있어 관리도 쉽고, 사용할수록 더욱 부드럽고 편안한 촉감을 느낄 수 있습니다.

지속가능성(Sustainability)

오가닉 코튼 라인의 확장을 통해 윤리적인 소비를 지향하는 동시에, 제품의 높은 내구성과 기능성으로 오래 사용할 수 있는 가치를 만들어갑니다. 사용할수록 피부에 부드럽게 스며드는 지속가능한 감성적 가치를 제공합니다.

일본 시장 전략

출산 준비 및 출산 선물의 대표 아이템으로서 스와들 시장에서 확고한 위치를 구축하고 있습니다. 또한 디즈니 시리즈와 일본 한정 콜라보레이션 등 독자적인 MD전략을 통해 브랜드 인지도와 신선도를 유지, 강화하고 있습니다.



브랜드 커뮤니케이션

고객 경험을 향상시키기 위해 카탈로그와 SNS에서 유사한 패턴을 묶어 소개하는 제안을 적극적으로 전개하고 있습니다.

이러한 접근을 통해 제품 라인업을 보다 이해하기 쉽게 제시하고, 고객이 선택하는 즐거움을 높이는 동시에 구매에 대한 심리적 장벽을 낮추고 있습니다.



앞으로의 방향

이중 업종과의 협업 및 자사 내 브랜드와의 연계를 통해 브랜드 시너지를 창출해 나갑니다.

또한 자사 매장과 EC 채널을 활용해 고객 경험을 극대화하고, 사용자 관점의 SNS운영을 통해 브랜드 커뮤니티를 활성화하며, 감성적 가치를 더욱 확장해 나가겠습니다.



Sassy | 새시

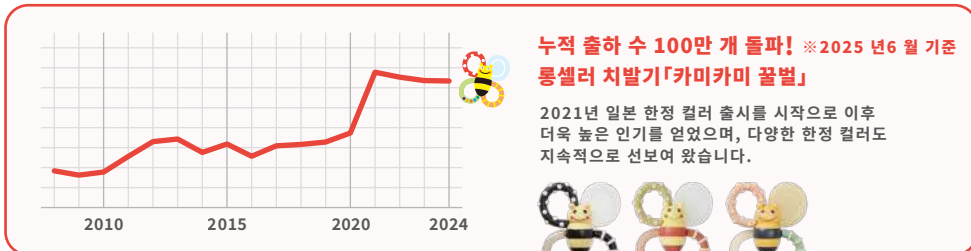
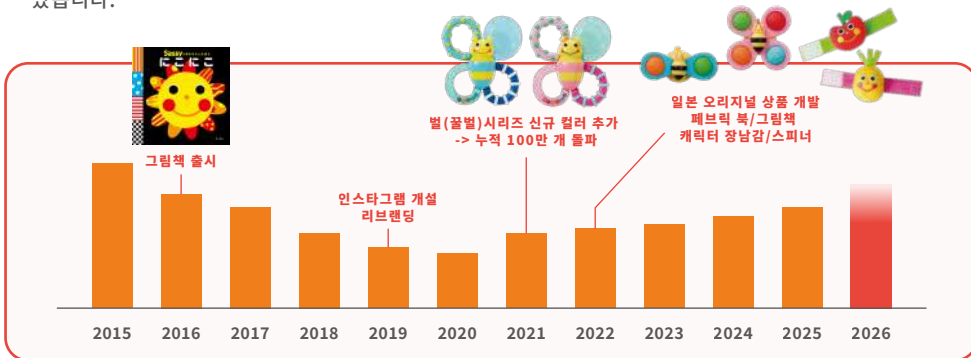


“호기심과 만나다” 미국에서 탄생한 유아발달 완구 Sassy(새시). 아동 발달 심리학 전문가와 함께 만들어진 Sassy의 장난감은, 선명한 컬러 대비의 디자인과 울퉁불퉁함, 매끄러움 등 다양한 촉감을 통해 아기의 호기심을 자연스럽게 자극하고, 태어날 때부터 지닌 가능성을 끌어냅니다.



브랜드 가치

과학적 근거에 기반한 유아 발달 완구로서, 부모와 아이에게 지적 호기심과 즐거움을 제공합니다. 일본에서는 출시 이후 약 25년 동안 꾸준히 사랑받아 왔으며, 2019년경 리브랜딩을 통해 수입 브랜드에서 ‘아이와 더 가까운 존재’로 이미지를 전환했습니다. 이후 일본 시장에 맞춘 독자적인 제품 전개에 더해, 그림책과 Youtube 등 장난감의 틀을 넘어서 콘텐츠를 제공함으로써 팬층 확대와 매출 성장을 이루고, 육아 일상에 없어서는 안 될 파트너로서의 신뢰를 쌓아가고 있습니다.



일본 시장 전략

그림책을 중심으로 한 캐릭터 전략이 성공의 핵심 요인으로 작용하고 있습니다. 친숙한 브랜드로 자리 잡으며 캡슐 토이와 타월 등 어른들도 즐길 수 있는 파생 상품의 호조로 이어졌고, 이를 통해 브랜드 수익 구조를 다각화하여 안정적인 수익 기반을 구축하고 있습니다.

라이선스 사업

2025년 라이선스 비즈니스의 본격적인 전개를 시작하였습니다. 캐릭터가 지닌 친근함과 유니크한 표정, 그리고 장난감과 함께 형성된 ‘즐거운 기억’을 바탕으로 제품에 ‘애정’과 ‘기쁨’이라는 긍정적인 감정을 불어넣고 있습니다. 또한 ‘아이와 함께하는 일상을 더욱 풍요롭게 하는 디자인’을 강점으로 한 IP로서, 다양한 분야로의 라이선스 확장을 지속적으로 추진해 나가고 있습니다.



앞으로의 방향

“Sassy라면 믿고 선택할 수 있다” 는 브랜드 신뢰 기반을 재구축합니다.

“아이들이 꼭 빠진다” 는 이야기를 다양한 방식으로 자연스럽게 전하고, 누구나 그 매력을 한눈에 느낄 수 있도록 브랜드를 다시 다듬어갑니다. 그리고 믿고 선택되는 브랜드로 자리 잡는 것을 목표로 합니다

우리 아이가 꼭 빠져 있는 순간이, 부모에게는 가장 기쁨입니다.

일본 진출 25주년, 그림책 10주년을 계기로 부모와 아이, 두 세대 모두에게 사랑받는 브랜드로 새롭게 나아갑니다. 아이들이 좋아하는 것은 부모도 결국 좋아하게 된다는 마음. Sassy는 그 감정을 통해 가족의 기억에 오래 남는 브랜드로 만들어갑니다.

GLOBBER | 글로버



프랑스에서 시작된 모빌리티 브랜드 GLOBBER는 혁신을 핵심 가치로 삼고 있습니다. 핸들 잠금, 접이식 구조, 별도의 도구 없이 가능한 모드 전환 등 사용자를 고려한 기능과 디자인을 선보입니다. 또한, 재활용 플라스틱을 활용한 제품을 통해 환경을 생각하는 지속 가능한 움직임을 이어가고 있습니다.



브랜드의 가치

‘이동’이라는 일상에 ‘놀이’와 ‘성장’을 더해, 아이와 부모의 활동 범위와 가능성을 더 넓혀주는 브랜드입니다. 직관적이고 혁신적인 디자인, 그리고 다양한 조정 기능과 모드 전환을 통해 아이의 성장에 맞춰 오래 사용할 수 있습니다. 이를 통해 지속 가능한 가치와 함께 새로운 모빌리티 경험을 제안합니다.

앞으로의 방향

도시형 라이프스타일에 맞춘 새로운 이동 경험을 지속적으로 제안하며, 가족의 삶의 질을 높이고 유아용 모빌리티 시장에서 신뢰받는 브랜드로 자리 잡고자 합니다.



munchkin | 먼치킨



로스앤젤레스에서 시작된 밝고 경쾌한 컬러와 독창적인 기능이 가득한 먼치킨. 매출의 일부를 위기에 처한 전 세계 동물 보호를 위해 기부하는 등 지속 가능한 활동에도 힘을 쏟고 있으며, 제품을 통해 가족과 함께 SDGs에 대해 생각해볼 수 있는 계기를 만들어가고 있습니다.



브랜드의 가치

세계 수준의 기능성과 일상을 즐겁게 하는 놀이 감성을 결합해, 육아에 긍정적인 변화를 만들어냅니다. 특히 기술이 적용된 컵 등 기능적으로 뛰어난 제품을 다양하게 선보이며, 가격 경쟁에 치우치지 않는 차별화된 시장을 만들어가고 있습니다.

앞으로의 방향

차세대 스마트 육아용품 개발을 가속화하고, 부모와 아이의 일상을 지원하는 브랜드로서 입지를 더욱 강화해 나갑니다. 또한, SNS와 온라인 채널을 통해 브랜드의 디자인과 가치, 세계관을 전달하며 공감 속에서 선택 받는 브랜드로 성장해 나갑니다.

## 사업 소개 | 대드웨이 셀렉션 | 캐릭터

시장에 넘쳐나는 다양한 캐릭터 상품들 가운데, 자체적인 기준과 시선으로 엄선한 아이템을 선보이고 있습니다.

단순히 귀여운 것에 그치지 않고, 각 캐릭터가 지닌 세계관과 스토리를 깊이 있게 풀어내며, 완성도 높은 상품만을 선별하고 있습니다.

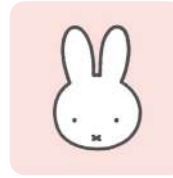
캐릭터의 세계를 경험하며 마음이 쉼은 순간을 느낄 수 있도록, 일상을 더욱 풍요롭게 만들어주는 특별한 캐릭터와의 만남을 전합니다.



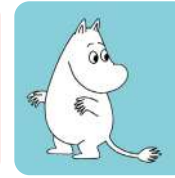
디즈니 베이비



세서미 스트리트



미피



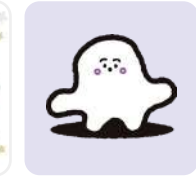
무민



디즈니 키디아

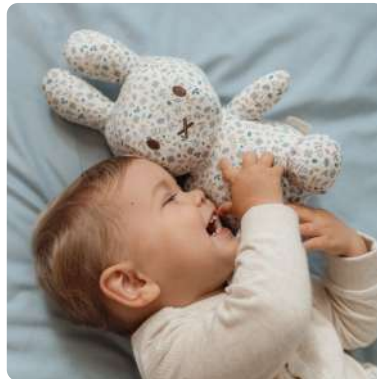


리락쿠마 베이비



시나모를

### miffy | 미피



miffy  
×  
LITTLE DUTCH



2024년부터 'miffy -fluffy for baby' 'hiuffy × Little Dutch' 상품 취급을 시작했습니다.

2025년, 미피의 탄생 70 주년을 맞아 애니버서리 해에는 “플라워 컬렉션”을 새로운 선택지로 라인업에 추가했습니다.

미피의 원작 그림책에서 영감을 받아 아기에게는 ‘처음 만나는 미피’로서 부모에게는 친숙함과 애정을 느낄 수 있는 상품을, 그리고 오랜 팬인 어른들까지 만족시킬 수 있는 감성과 품질을 겸비한 상품을 선별하고 있습니다.

유아부터 성인까지 폭넓은 니즈에 대응하면서 미피의 새로운 매력을 전달하고 있습니다.

또한 컬렉션별로 콘셉트 달리하는 MD 전략을 통해, 각 유통 채널에 최적화된 상품 경험을 제공함으로써 수익성 극대화 와 브랜드 가치 유지에 기여하고 있습니다.

# 사업 소개 Business to Business

전국의 다양한 채널과 고객을 연결하는, 유아용품 종합 플랫폼

## 유통 사업

### 베이비 전문점

전문성이 높은 상품 제공과 매장 지원을 통해 오프라인 유통 채널에서의 점유율을 유지, 확대합니다.



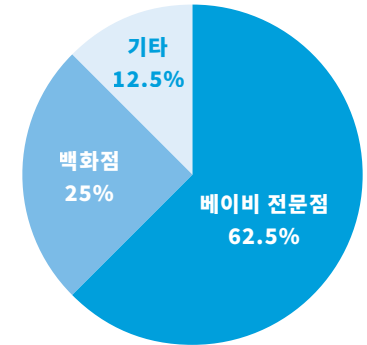
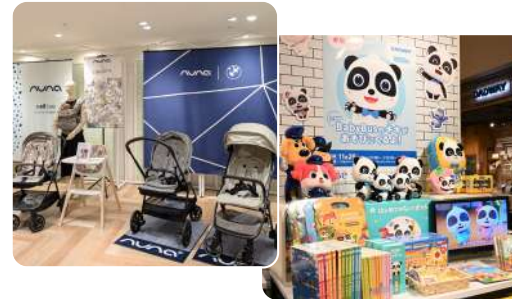
### 백화점

신뢰도 높은 프리미엄 상품을 중심으로 다양한 고객층을 대상으로 한 접근을 강화합니다.



### 수주, 위탁 판매

유모차 등 전문적인 설명이 필요한 상품에 대해 판매 운영 전반을 토털로 지원합니다.



카테고리	주요 거래처	판매 거점 및 고객층
베이비 전문점	주식회사 아가짱혼포, 니혼 이쿠지 주식회사, 주식회사 azas 외	유아용품 판매의 핵심 채널. 전문성이 높은 상품과 매장 운영 노하우 제공.
백화점	주식회사 미츠코시 이세탄, 주식회사 타카시마야, 한류 한신 백화점 외	고소득층 및 선물 수요 대응. 프리미엄 브랜드 전개를 통해 가치 제안.
GMS·양판점	이온 주식회사, 시마무라 주식회사, 비브 주식회사 외	폭넓은 일반 고객층 접근. 일상적으로 구매하기 쉬운 상품 제공 및 지역 밀착.
기프트	주식회사 린넬, 주식회사 하모니, 주식회사 샤디, 주식회사 아미이쿠, 주식회사 험프티 덤프티 외	선물 시장 및 카탈로그 판매 중심 채널. 출산 축하 등 다양한 수요 대응.
온라인·기타	주식회사 유코스카이, 주식회사 Seven Colors' Dream, 주식회사 벨비, 에스프라이즈 주식회사 외	EC 및 라이프스타일 편집숍 등 온라인, 특수 채널을 통한 판매 다각화.



# 사업 소개 품질에 대한 대응

## 상품 도입

CE, ASTM, ST, SG 등 다양한 안전 기준이 전 세계에 존재합니다. 그러나 이러한 기준을 충족한다고 해서 모든 안전성이 완전히 보장되는 것은 아니라는 점을 DADWAY는 중요하게 생각합니다. 베이비용품 전문 상사로서 오랜 기간 축적해온 노하우를 바탕으로 자체적인 구조 평가 체계를 구축하고, 일본 내 사용 환경 등을 고려하여 적합하다고 판단되는 상품만을 선별하여 도입하고 있습니다.

## PSC마크

일본에서 의무적으로 부착되는 PSC마크(소비생활용품제품 안전법)에 대해, 국가 기준에 더해 자사 고유의 평가 기준을 적용하여 안전성을 확인하고 있습니다. 또한 제조사와의 협력뿐 아니라, 안전 기준 및 품질 관리에 관한 사내 교육도 실시하고 있습니다.



## 품질 (서플라이체인 관리)

정기적으로 공장 감사와 검품 입회를 실시하여, 당사가 지향하는 품질 기준에 대한 인식을 공유하고, 고품질이면서 안전하고 신뢰할 수 있는 상품 제공을 위해 일체화된 대응을 지속하고 있습니다. 또한 각 생산 지역의 일본계 검사 기관과 협력하여, 생산마다 공장 검품을 실시하고 있습니다.



## 각 업계 단체 가입

다양한 업계 단체에 가입, 품질 향상에 관한 정보 교환 및 공유를 상호 간에 실시하고 있습니다.

- 일본 완구 협회
- 아기띠 안전 협회
- 육아용품 위생연락 협의회
- 유모차 안전 협의회

## 육아의 과제를 해결

제품을 통해 부모와 아이의 일상을 지원, 육아에 새로운 문화와 가치관이 자리 잡을 수 있도록 돕습니다.

### 맨치킨 | 전통 베이비 스윙

집안일을 하는 동안에도 항상 곁에 둘 수 있습니다. 부드러운 좌우 흔들림으로 아기가 편안하고 기분 좋게 지낼 수 있으며, 육아 중 잠깐의 여유 시간을 만들어줍니다.

BabyTech® Awards 2023  
“육아, 가사 지원 가전” 부문에서 우수상 수상.



### 맨치킨 | 미라클 컵

내용물이 잘 쏟아지지 않는 구조이면서도, 일반 컵에 가까운 감각으로 물을 마실 수 있어, 아이 스스로 물을 마시는 연습을 위생적이고 즐겁게 할 수 있습니다.



### 누크 | 젖병

“모유 수유를 돕는다”는 확고한 철학을 바탕으로 개발된 제품입니다. 젖을 빠는 동작을 통해 입과 혀의 근육 발달을 돕고, 올바른 치아 배열 형성과 평생의 구강 건강으로 이어집니다. ‘퍼펙트 매치(Perfect Match)’ 시리즈는 2025년 6월에 출시된 새로운 콘셉트의 젖병입니다.



### 에르고베이비 | 수유쿠션

수유를 위한 전용 설계로, 적절한 높이와 탄탄한 지지력을 유지. 엄마의 허리와 등에 부담을 줄여줍니다. 편안한 수유 시간을 만들어주고, 부모와 아이 사이의 애착 형성까지 자연스럽게 돕습니다.



# DADWAY FULFILLMENT CENTER

## “확실한 품질 그 너머로, 신뢰를 전달하는 ONE STOP 물류 솔루션”

육아용품을 다루는 전문 기업으로서 쌓아온 ‘확실한 품질’을 기반으로, 다양한 케이스에 대응해온 노하우를 축적해왔습니다. 해외 브랜드를 일본에서 판매하기 위한 가공, 검품 등 독자적인 운영 역량을 구축, 상품 특성이나 업종, 판매 채널에 구애받지 않는 유연한 물류 체계를 통해 다양한 요구에 지속적으로 대응합니다.

“최적의 물류 환경을 제공하는 것이 우리의 역할입니다”

<b>창고명</b>	로지스틱스파크 노다후나가타
<b>소재지</b>	〒270-0239 일본 치바현 노다시 이즈미 2-1-3 로지스틱스 파크 노다루나가타 5F West-5a.5b DADWAY FULFILLMENT CENTER TEL:04-7129-3051
<b>면적</b>	25454.5㎡
<b>접근성</b>	고속도로 인터체인지에서 차량 약 30분
<b>웹사이트</b>	<a href="https://dadway-fulfillmentcenter.jp/">https://dadway-fulfillmentcenter.jp/</a>
<b>취급 품목</b>	생활용품, 잡화, 장난감, 유아용품 등

## 가치 창출의 원천 “3 가지 핵심 자산”

### 1. 자체 품질 관리 노하우

유아용품 취급을 통해 축적해온 엄격한 검사, 유통 기준과 리테일, EC 운영 경험을 결합하여, 안전성과 브랜드 가치를 최전선에서 지켜냅니다.

### 2. 맞춤형으로 구축하는 유연한 운영 체계

상품과 유통 채널을 가리지 않고, 각 기업의 과제에 맞춘 물류 솔루션을 신속하게 구축합니다. 유연한 대응력을 바탕으로 파트너사의 사업 성장을 함께 지원합니다.

### 3. 지속적으로 진화하는 원스톱 시스템

물류 기반에 디지털 기술을 접목하여 EC 운영부터 고객 대응까지 통합 관리합니다. 서플라이 체인 전반의 최적화와 생산성 향상에 기여합니다.

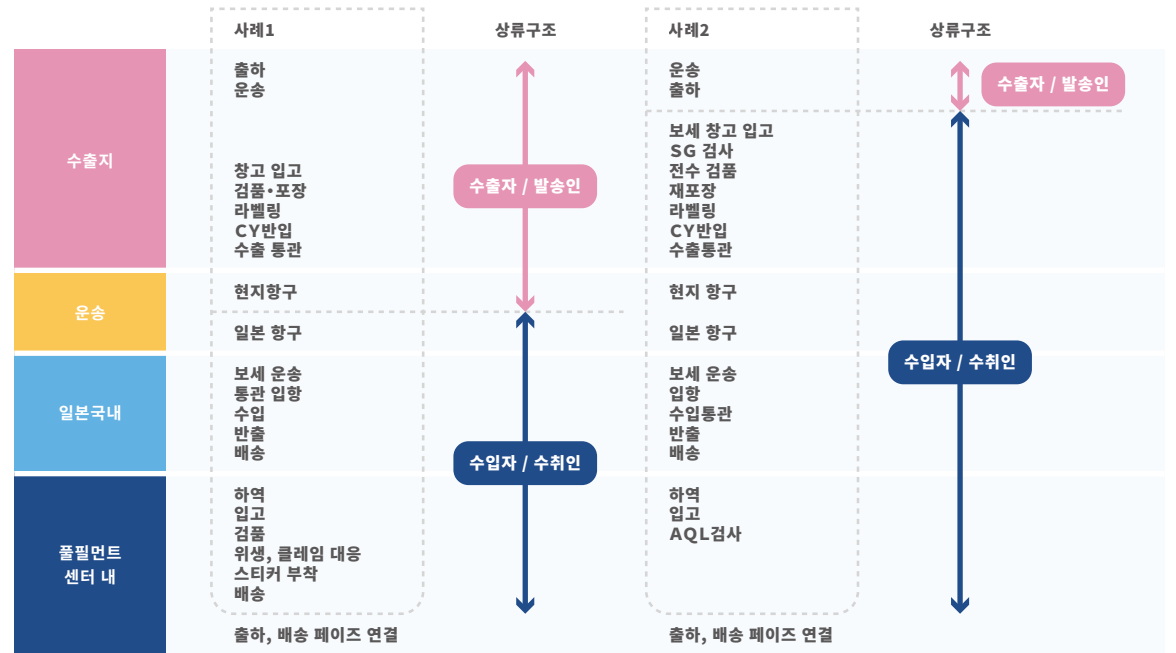


## 주요 특징

<b>연간 출하량</b>	<b>BtoC비율</b>	<b>창고 면적</b>	<b>유효 천장 높이</b>	<b>각종 특화 설비</b>
약 <b>400만</b> 개	약 <b>30%</b>	<b>total 7,700평</b> (約 274,000sq ft)	<b>5.5m</b>	작업공간 수유실 수링크 포장 설비 촬영 스튜디오 등

## 주요 업무

입고부터 국내 배송까지 전 과정을 원스톱으로 지원하며, 비즈니스에 최적화된 물류 서비스를 유연하게 제공합니다.



## 셀레는 미래를 함께 만들어가기 위해

우리는 전 세계의 우수한 유아용품을 통해 부모와 아이의 호기심과 소통을 키우는 ‘설렘’ 과 ‘기대감’ 을 만들어가고 있습니다.

이 가치는, 함께하는 모든 사람과 지구 환경을 존중하는 마음에서 시작됩니다.

품질에 있어서는 어떠한 타협고 하지 않는 것은 물론, 협력사와 함께 환경 부담을 줄이고, 인권을 존중하는 근무 환경을 조성하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 창출된 가치는 임직원의 행복과 사회 환원으로 이어지며, 어려운 환경에 놓인 아이들을 지원하는 데에도 활용되고 있습니다.



주제	중점 영역	2025 년도 주요 추진 과제	향후 과제
사회·지구 환경 과의 공존	환경 관리	친환경 제품 적극 도입, 아웃렛 판매 확대, 공급업체 대상 지속가능성 설문 실시	공급망 전반의 환경 리스크 평가 실시
	지역 육아 지원	NICU 및 호스피스 기부 행사 참여, 모유 수유 지원 커버 기부	임직원 참여 기회 확대 지원 단체 니즈 기반 지역 기부
높은 품질의 확보	안전·안심·고품질	전사 회의를 통한 PSC실시 (소비생활용품안전법)	클레임 발생률 KPI설정 외부 전문가와 협력 강화
	고객 지원	고객 편의에 맞춘 상담 창구 정비	고객 만족도 조사 실시 문의 대응 시간 단축
건전한 경영의 실현	다양한 인재 활약	육아 지원 제도 도입	유연 근무 제도 확산 및 정착
	정보 보안	프라이버시 마크 취득, 정보 보안 강화	표적형 공격 대응 훈련 정례화 클린 데스크 정책 준수 강화

# CSR보고

## 매테리얼리티 | 환경 관리

### 조달

브랜드 대상 공장의 환경, 아동, 노동, 배수, CO2 관련 설문 작성

### 지구의 미래를 고려한 제품 출시

환경 보호에 기여하는 사업을 추진하는 국내외 제조사와 협력하여, 자사 오리지널 브랜드에서도 친환경 제품 확대 전개

#### 맨치킨/등등 물총(와일드 러브 시리즈)

멸종 위기에 처한 동물들을 모티브로 한 제품입니다. 놀이를 통해 아이들이 동물에 관심을 갖고, 부모와 함께 SDGs에 대해 생각해볼 수 있는 계기를 만들어줍니다. 또한 매출의 일부는 국제동물복지기금(IAFW) 및 고래 보호구 프로젝트에 기부됩니다.



#### 베이비 호퍼 | 에어컨 베이비 케이프®

통풍이 잘 되는 구조로 체온을 낮추고, 기화열 효과를 통해 시원하고 쾌적한 상태 유지. 착용하는 것만으로도 더 시원하게 느껴지는 케이프.

※본 제품은 (주)공조복의 특허 및 기술을 사용  
※"공조 베이비 케이프/공조복"은 해당사의 상표



#### 글로버 | 고 업ECO (에코)

재활용 플라스틱과 밀짚을 주원료로 한 생분해성 플라스틱을 사용, 보다 친환경적인 사양으로 업그레이드된 킥보드.



### 관계 협력사 지원

공장 및 검사기관 방문 지원 실시

### 샘플 제품 리유스

촬영 및 이벤트 전시 등에서 사용된 제춤 샘플을 모니터용 장난감으로 재활용.  
DADWAY 앰버서더를 통해 모니터 협력 진행



### 아웃렛 판매

운송 및 보관 과정에서 발생한 패키지 손상이나 오염이 있지만, 제품 안전성에는 문제가 없는 상품을 합리적인 가격으로 제공함으로써 고객과 함께 상품과 자원을 소중히 여기고, 지속가능한 사회를 만들어가는 활동 추진.



### 종이 사용 절감

- 근태 관리 시스템
- 급여 명세서 전자화
- 전자 신청 시스템 도입

## 매테리얼리티 | 지역 육아 지원

### 지역 과제 해결

#### 「아이들과 설레는 하루를」

아이들이 자라는 환경은 매우 다양합니다. NICU, 아동 호스피스, 베이비 홈, 데이 서비스 등 다양한 시설에서 생활하는 아이들도 있습니다. 우리는 제품 제공을 넘어, 연중 다양한 방식으로 아이들에게 ‘설렘’ 과 ‘기쁨’ 을 전하고자 합니다.

#### 이벤트 매출 일부 기부

8 월에 개최한 이벤트 “ワクワク4DAYS” 기간 중 매출 일부를 유어 시설에 기부. 시설의 요청에 맞는 물품을 구매하여 전달.



#### DADWAY 산타

크리스마스 선물로 장남감 및 육아용품을 지원 단체 및 아동 복지 시설에 전달.



#### 이벤트 참가

“요코하마 아동 호스피스~うみとそらのおうち” 에서 9월 12월 개최된 행사에 참여. 시설 이용 가족 및 지역 주민을 대상으로 워크숍 프로그램 제공. 또한, 주식회사 아카짱혼포 주최 패밀리 패스 “nobinobi 2025” 에서는 아기띠 무료 체험 부스를 운영하며 부모와 아이가 편안하게 즐길 수 있도록 지원.



#### 연주회 개최

요코하마시에 위치한 유아원 ‘시라유리 베이비홈’ 의 계절 행사에 직원이 직접 참여하여 연주회를 진행.



#### 兩親教室協力

요코하마시 고히쿠구와 연계한 육아 분야 협력 사업의 일환으로, 재해 및 긴급 상황 시 필요한 지역 정보 플랫폼 구축을 지원하고, 지역에서 운영되는 부모 자녀 교실에도 협력하고 있음.

### 요코하마시, 노다시 고히남세 답례품 채택

당사 거점이 위치한 각 지자체와의 협력을 더욱 강화하고, 지역 육아 지원에도 기여하고 있습니다



### 소아 의료증 커버 기부

2009년부터 요코하마시 고히쿠 구청에 오리지널 디자인의 소아 의료증 커버를 제작, 기부. 2025년 9월에는 신규 디자인 2,750 부를 추가 기부



### 산후 케어 시설과의 협력

‘마마가든 히가시야마’, ‘포도나무의 집’ 등 산후 케어 시설에 육아용품을 제공. 이용자 및 직원 대상 아기띠 착용 강습도 진행

### 지역 공헌

폴필먼트 센터에서 노다시 공립 이카다 중학교 학생 2명을 대상으로 2일간 직업 체험 프로그램을 운영.



## 정보 발신

### 후생노동성

- 「부당한 대우를 받기 쉬운 휴직 제도 등의 환경 정비 사업」에서 기업 사례로 소개됨.

출처:「부당한 대우를 받지 않으면서 일할 수 있는 직장 만들기 매뉴얼」

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

- 「특별 휴가 제도 도입 사례집」에서도 소개됨

출처:「특별 휴가 제도 도입 사례집2023」(후생노동성)

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

# CSR보고

## 매테리얼리티 | 안심·안전·고품질

### 소비생활용품 안전법

국가 기준은 물론, 당사 자체 평가 기준에 따라 제품의 안전성을 철저히 확인하고 있습니다. 전사 교육을 통해 이해도를 높이고, 공식 note 채널을 통해 관련 법규와 정보를 정기적으로 발신하는 등 소비자 대상 커뮤니케이션도 적극적으로 전개하고 있습니다.



## 매테리얼리티 | 고객 지원

### SNS

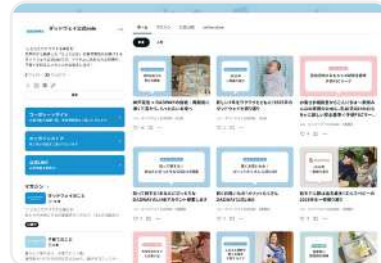
LINE 및 Instagram을 비롯해 총 23개의 SNS계정을 운영. 제품, 서비스 정보 제공뿐 아니라 고객과의 직접적인 커뮤니케이션을 강화하고 있습니다.



### note

이해 관계자와의 소통을 더욱 깊이 있게 이어가기 위해 공식 note 채널을 통해 정보 발신을 시작했습니다. 브랜드가 중요하게 생각하는 가치, 제품에 담긴 이야기, 육아에 도움이 되는 팁 등을 지속적으로 전달하고 있습니다.

▶ DADWAY공식note <https://note.com/dadway>



## DADWAY 앰버서더

3,000명 이상이 등록되어 있으며, 약 80%가 DADWAY 제품 구매 경험이 있는 고객으로 브랜드에 대한 높은 관심과 애정을 바탕으로 활동하고 있습니다. 2025년에는 약 200명 이상이 제품, 서비스 홍보에 참여, 개별 인터뷰, 체험회, 설문 등을 통해 고객 의견을 상품 기획 및 개발에 반영하고 있습니다.

▶ DADWAY 앰버서더 [https://www.dadway-onlineshop.com/shop/pages/dadway\\_ambassador.aspx](https://www.dadway-onlineshop.com/shop/pages/dadway_ambassador.aspx)



## 고객 상담실

다양한 채널을 통해 고객의 편의에 맞춘 상담 서비스를 제공하고 있습니다.

▶ 문의 <https://www.dadway.com/faq/#inquiry>

- 전화, 전화 예약제
- 이메일
- LINE
- 채팅
- FAQ

2025년부터는 전화 상담을 예약제로 운영하여, 고객이 원하는 시간에 상담을 받을 수 있도록 하고 있습니다. 이를 통해 상담 연결이 보다 원활해 졌으며, 보다 빠르고 만족도 높은 서비스가 제공이 가능해 졌습니다.

DADWAY 고객지원센터 電話予約サービス - 30分					
予約日時	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

# CSR보고

## 매테리얼리티 | 정보 보안

### 프라이버시 마크 취득

개인정보에 대해 적절한 보호 체계를 갖춘 기업으로서 프라이버시 마크를 취득했습니다. 지속적으로 적절한 개인정보 보호 및 운영에 힘쓰고 있습니다.



### 정보 보안 강화

- UTM운영을 통한 외부 유출 리스크 저감
- IT자산 관리 시스템 도입 (하드 웨어, 소프트웨어 관리 및 계약 정비)
- 이메일 훈련 (모의 피싱) 실시
- 사내 서버 환경 구축 (ver. 2013버전→2022버전 전환)
- 고객 서비스 및 문의 관리 시스템 개선 (전용 클라우드 도입을 통한 보안성 강화)

### 컴플라이언스

#### 법무 기능 강화

계약 및 표시 관련 법규 이해도 향상을 위한 온라인 세미나를 실시하고, 전 임직원을 대상으로 하라스먼트 예방 교육을 진행하였습니다.

## 매테리얼리티 | 다양한 인재의 활약

### 고용

“전 세계 아이들이 웃음 가득한 하루를 보낼 수 있는 사회” 라는 비전을 실현하기 위해, 가장 중요한 이해관계자인 임직원 한 사람 한 사람이 자신답게 일하며 최고의 역량을 발휘할 수 있는 환경 조성에 지속적으로 힘쓰고 있습니다. 직원의 충실한 일상이 “아이들과 셀레는 하루” 라는 가치 실현의 원동력입니다.

### “쿠루민” 인증 취득

차세대 육성 지원 대책 추진법에 근거하여, 후생노동성으로부터 ‘쿠루민’ 인증을 획득.



### 14년 연속 고령자·장애인 고용

지속적인 고용 촉진의 일환으로, 고령자와 장애인의 안정적인 고용을 위해 오랜 기간 노력해 오고 있습니다.

### 일반 사업주 행동 계획

### 차세대 육성 지원 대책 추진법 기반

일과 육아를 병행할 수 있는 환경을 조성하여 모든 직원이 역량을 충분히 발휘할 수 있도록 다음과 같은 행동 계획을 수립.

▶ [https://www.dadway.com/company/pdf/GeneralEmployerActionPlan\\_nextgeneration.pdf](https://www.dadway.com/company/pdf/GeneralEmployerActionPlan_nextgeneration.pdf)

### 여성 활약 추진법 기반

여성의 고용 기회 확대와 일하기 쉬운 환경 조성을 통해 지속 가능한 기업 성장을 목표로 행동 계획을 수립, 운영.

▶ [https://www.dadway.com/company/pdf/GeneralEmployerActionPlan\\_woman.pdf](https://www.dadway.com/company/pdf/GeneralEmployerActionPlan_woman.pdf)

### 산업 안전, 보건

평가 제도를 클라우드화 하여 직원 정보, 목표 설정, 업무 진행 상황 등을 통합 관리. 이를 통해 조직 전체의 생산성과 근무 환경 개선에 기여하고 있습니다.

### 유연한 근무 방식

- 코어타임을 설정한 플렉스 근무제 도입. 업무 상황에 맞는 유연한 근무 가능
- 직무에 따라 주 1회 재택근무 가능
- 원활한 커뮤니케이션과 생산성 향상을 위해 프리 어드레스 (자율 좌석제) 도입. 목적에 따라 다양한 업무 공간 활용.
- 사내 소식지 배포를 통한 인터랙티브한 커뮤니케이션 활성화.
- 6월 ‘프라이드 월’ 기간에는 젠더 다양성을 주제로 한 콘텐츠발행 및 설문 실시. 다양성에 대한 인식 제고 및 재고의 기회 마련.

