

2021-2022

akachan honpo
corporate profile

株式会社 赤ちゃん本舗

創業	1932年4月1日
資本金	37億8,000万円
売上高	791億円(2022年2月期)
従業員	3,697名/内正社員876名(2022年2月現在)
正社員平均年齢	全体…39.3歳(男性42.0歳/女性35.8歳)
本社所在地	〒541-0054 大阪府大阪市中央区南本町3-3-21

次の価値へ。

創業から80年以上にわたり、
当社は出産・子育てを見つめてきました。
お客様のライフスタイルは刻一刻と変化しており、
常に挑戦する姿勢が求められます。

赤ちゃん本舗は2014年より、リ・ブランディングに取り組んでいます。
「安価で豊富な品揃え」というアカチャンホンポのイメージは、
もはや過去の姿。

従来どおりの育児用品の販売にとどまらず、
商品・サービス・情報・人といったより広い領域で、
新たな価値を提供する企業として生まれ変わっています。

もちろん、根幹にある想いはいつも変わりません。
一人ひとりのお客様に寄り添いながら、家族みんなに、

スマイルな育児を。

その実現のために、新たな価値を提供し続けることを
お約束します。



赤ちゃん本舗の企業理念

ミッション（使命）

私たちは、幸せな出産・子育てを応援します。
モノとコトを通じて家族みんなを笑顔にする新たな価値を創造し、社会に貢献していきます。

コーポレートメッセージ

スマイルな育児を。
アカチャンホンポ

ビジョン（目指す姿）

子育て総合支援企業
領域：物販・サービス・情報
対象：マタニティ・ベビー・キッズ
提供価値：スマート〈機能的な価値〉
スマイル〈情緒的な価値〉

バリュー（価値観）

私たちはお客様に信頼される
誠実な企業でありたい。
私たちは取引先・株主・地域社会に
信頼される誠実な企業でありたい。
私たちは社員に信頼される
誠実な企業でありたい。

ウェイ （仕事の） 姿勢

お客様の気持ちに寄り添って考えよう
失敗を恐れずチャレンジしよう
未来発想で考えよう
コミュニケーションを大切にしよう
プロとして成果を出そう
夢を持とう

より豊かな価値を提供するために。



提案力のある 売場。

豊富な品揃えだけでなく、月齢別・生活シーン別の陳列方法で必要なものが探しやすい・選びやすい売場づくりをしています。

プロが選ぶ 品揃え。

より便利で快適に。子育てのプロフェッショナルの目線で本当に価値ある商品を厳選しています。

OUR VALUE. 現在の価値

お客様一人ひとりに 寄り添う接客。

「マタニティアドバイザー」の配置や店舗イベントの開催など、子育てのパートナーとしてお客様に寄り添います。

さらに進化した 新業態。

生活シーン別の売場をさらに進化させた「ライフスタイル・ショップ」をコンセプトに新業態として「アカチャンホンポスマイル」を出店。

より柔軟な 展開力。

「ライフスタイル・ショップ」を独立させたカセット単位での出店でより柔軟なご提案が可能です。

NEXT VALUE. 次の価値

他社に真似の できない商品開発。

お客様の声に着目し、マーケティング視点を徹底した商品開発で、当社でしか手に入らないオリジナル商品を豊富に実現。メーカーとの共同開発にも注力しています。

デジタルと リアルの両輪。

WEBやデジタル施策を通して顧客とのタッチポイントを多面化し、One to Oneのきめ細やかなサービスを実現しています。

価値の提供だけでなく発見・提案の場として。



子育てに必要なアイテムがイメージでき、 ワンストップで提案できるプラットフォーム

当社の強みは400坪前後の店舗展開。豊富な品揃えはもちろんのこと、食品・玩具の月齢別売場や、お子さまの生活シーン別売場を展開することで、お客様のお買い物の利便性を高めています。

ます。さらにお子さまの成長別という新たな軸の導入にも挑戦。そうした工夫により、お客様に、いま必要なものに気づいていただき、お客様の「欲しい!」に応えています。

月齢別売場



選びやすさを考え抜き、
お子さまの月齢に
合わせて陳列。

- 出産準備期
- 0-3か月 (ねんね期)
- 3-6か月 (寝返り準備期)
- 6-12か月 (おすわり期)
- 1歳
- 2歳
- 3歳以上

生活シーン別売場



子育てのシーンを
イメージしてお買い物
しやすい売場に。

- あそぶ・まなぶ
- おでかけ・おでかけ着
- おへや・おへや着
- おしよくじ
- おふる・トイレ
- マタニティ&ママ
- おくりもの

お客様のパートナーとして、一人ひとりに寄り添いたい。

マタニティアドバイザーが活躍

お客様のご要望に合わせたトータルなお買い物アドバイスをはじめ、出産準備・育児グッズのプロとして、お客様一人ひとりにきめ細かいサービスをご提供します。



イベントによる顧客関係性の強化

- ・お子さまとの思い出づくりに貢献
- ・保護者同士の交流
- ・地域コミュニティへの貢献

アカチャンホンポではさまざまなイベントを実施します。6か月目の節目としてお祝いするハーフバースデーや、1歳を祝うおたんじょうび会、ハイハイができる赤ちゃんを対象にしたハイハイレースなど。イベントを通じ、お子さまとの思い出づくり、親御様同士の地域コミュニティの形成につながっています。またイベントは店舗や施設への高い集客効果も期待できます。



てがたスタンプ



1歳のおたんじょうび会



ハーフバースデー会



安全・安心への配慮

人生でいちばん幸せなお買い物は、安全・安心でなくてはならない。

出産・育児に関するお買い物は人生でいちばん幸せなお買い物。マタニティのお客様や小さなお子さまの多い売場ですから、安全面での配慮には万全を期しています。お買い物中のケガを防ぐために陳列棚の角を丸くしたり、飛び出しフックにカバーをつけたり、通りやすいよう通路の幅を確保したり。安全・安心な店内環境づくりもアカチャンホンポの大切な仕事のひとつです。



角を丸くした商品陳列棚



セーフティプライスカードホルダー



ゆったりとお買い物ができる通路幅

ディベロッパーからも高い評価。

「デイリー賞」受賞

織研新聞社2016年度(第19回)ディベロッパーが選んだテナント大賞において「デイリー賞」を受賞。お客様目線の店づくりを積極的に推進する当社の店舗は、商業施設を運営するディベロッパーからも高い評価を受けています。



出産・子育てのシーンをよりイメージしやすく、わくわくする売場体験を。

生活シーン別提案の売場をさらに進化させ、「ライフスタイル・ショップ」をコンセプトに、お子さまとの生活シーンの提案をよりスマートに、よりスマイルに。



ライフスタイル・ショップ

生活シーン別の提案を行う売場をさらに進化させ、新しいコンセプトの「ライフスタイル・ショップ」を新たに確立します。

アカチャンホンポ スマイル

お客様に「情緒的な体験」を提供する場所として売場を捉え、さまざまな生活シーン別のショップを組み合わせで展開しています。
(リバーウォーク北九州店・御影クラッセ店)



カセット型出店

将来的には個々の「ライフスタイル・ショップ」を独自に組み合わせることが可能に。今までできなかった100坪~200坪の小型店での出店も見据えています。



はじめてのおでかけをスマイルにするグッズを販売。ヨーロッパの古い町並みと開放的な公園をイメージした売場には、実際の段差の走行を試せる体験コーナーも用意。



はじめてのおへやを楽しくコーディネートするためのベッドやベビーチェア。壁面には夜空をモチーフにしたデザインをあしらひ、快適な眠りをイメージしやすく工夫しています。



毎日使うアイテムを厳選して集結させた赤ちゃんのためのコンビニ。柔らかい色調の什器や木目のボックスを用いて、北欧のマルシェのようなわくわくする空間を演出しています。



SIMPLE FREE

アウターやシューズなど、毎日楽しくしてくれる着心地のいいオシャレな着回しを提案。トム・ソーヤーの冒険をイメージした、秘密基地みたいなわくわくする空間です。



おもちゃやギフトをより選びやすく、生活シーン別・月齢別に展開。贈る・あそぶ・まなぶがたっぷりの空間は「どうぶつたちの森」がテーマになっています。



パジャマやインナーなどおうちでゆっくり過ごすためのウェアを展開。子どもたちの心地よい時間を夢の中にたとえ、天井や柱のデザインを工夫しています。



自然いっぱいの郊外にあるおしゃれなブティックのような雰囲気のある売場に、マタニティ&ママに寄り添う商品を展開。天窓の向こうに風が吹いているようなやさしい空間がコンセプトです。



ねんね撮影会やてがたスタンプなど、マタニティとベビーをスマイルにするイベントに特化した体験スペース。家族みんなの笑顔があふれるひろばです。



商品 × 戦略

OUR VALUE.

子育てのプロフェッショナルの目線で
本当に価値のある商品を。

商品ラインナップ

子育てを総合的に支援するため、取引先様のナショナルブランドも、子育てのプロフェッショナルの目線で品揃え・調達を行っています。変化するお客様のニーズに応えるため、育児負担を軽減する商品、簡単に時短ができる商品なども積極的に展開しています。



[ビジョン] 母乳実感® Coating



[エルゴベビー]
ベビーキャリア ADAPT
クールエアメッシュ ヴィンテージインディゴ



[コンビ] クイックウォーマーHO



[ボーンホルンド]
マグ・フォーマー マイファーストバステルセット 30P



洗えてたためる
ポータブルベビーサークル



ワンタッチ ハイベッド H-1



やさしいフレーク



そのまま使える うまみ丸ごとカット野菜

Buyer's Voice.

子育てに本当に
必要なものは何か？



お客様を観察し、市場を調査し、外部情報を絶えず取りつづけ考察しながらバイイングをしています。ママ・パパの声をママ会でヒアリングしたり、お客様にアンケートをとったりして定期的に確認しています。そこから育児の悩みや課題を発見し、それをどう解決するかを考え、お取引先様とアイデアを共有し商品開発をしています。

商品戦略

次の
価値へ

NEXT VALUE.

お客様の声から生まれる、
新たな価値をカタチに。

共同開発商品



メーカーのノウハウに、
当社のマーケティング視点を
プラス。

各メーカーとの共同開発も積極的に推進。ベビー用品などを手掛ける各社の開発力・製品化ノウハウに、お客様の立場で考える当社のマーケティング視点を掛け合わせ、これまでになかった商品を開発しています。

akachan honpo × SARAYA

akachan honpo × AILEBEBE

akachan honpo × unicharm

akachan honpo × WORLD GROUP

akachan honpo × ATSUGI

akachan honpo × Aprica

akachan honpo × pigeon

akachan honpo × Richell



akachan honpo × AILEBEBE

AILEBEBE
グレットRウィ

肩ベルトが跳ね上がって開いた状態をキープし赤ちゃんを乗せ降ろししやすい。熱や湿気を逃がす、3Dメッシュを採用。



akachan honpo × pigeon

Pigeon
ランフィ リノン6

赤ちゃんのときも、大きくなってもズーッと押しやすい「スイスイテック」搭載のランフルタイヤで、赤ちゃんも快適な乗り心地。



トリプルスルーシート

akachan honpo × Richell

Richell
離乳食スタートからずっと使える
ステップアップお食事セット

熱いものに触れると色が変わるスプーンや食器のひっくり返しを防止する吸盤など工夫を施した食器セット。



akachan honpo × SARAYA

サラヤ
洗たく洗剤
6つの無添加 濃縮タイプ

赤ちゃんの「肌へのやさしさ」にこだわり、石油系界面活性剤・合成香料・着色料・漂白剤・蛍光増白剤・リンを無添加。



NEXT VALUE.

プライベートブランド

赤ちゃん和妈妈・パパに、
寄り添う想いをカタチに。

「簡単」「時短」や、こだわりの材料での商品開発など、これからの子育てをとりまく状況を考察したオリジナル商品の開発が当社の強み。店舗で直接得られるお客様の声やポイントカード会員を持つ当社だからこそ得られる情報を組み合わせ、開発に活かします。発売後に何度も改良を重ねて進化を続けているロングラン商品も。

ママの声を聞く。



▲「ママ会」の様子

アカチャンホンポでは妊娠・子育て中の社員たちの意見が商品開発に活かされます。また会員を対象にアンケートも実施しており、お客様からも幅広く意見を吸い上げています。ユーザーのリアルな声を元に生まれる商品だからこそ、本当に意味のある価値を提供できます。



水99%Super
シリーズ



シリーズ累計4億パック(※)の売上を誇る人気商品。残りの1%にさらにこだわっています。

※2021年9月時点

くうきdeふんわり
ベビーバス

特殊なバルブで全体に一気に空気が入れられるやわらかベビーバス。滑り落ち防止の股ストッパー付き。



赤ちゃんしっとり
薬用全身泡ソープ

赤ちゃんのデリケートなお肌を肌あれから守ります。合成香料・着色料無添加。



ナインフリー
シリーズ

界面活性剤や香料・着色料など気になる9つの成分を配合していないスキンケアシリーズです。



ひらけ!フタッパ

ワンプッシュで開くフタ。おしりふきを一枚ずつ取り出しやすいので片手がふさがっている状態でも使いやすい。



赤ちゃんのむぎ茶

焙煎を工夫し香りを豊かにすることで薄味でも飲みごたえのある風味に。



ママラボ
ハーフトップ
ラクラク授乳
(ホックタイプ)

先輩ママの声を形にする「ママラボ」ブランドで、パッド一体型のハーフトップを実現。さまざまな授乳姿勢に対応できる商品です。



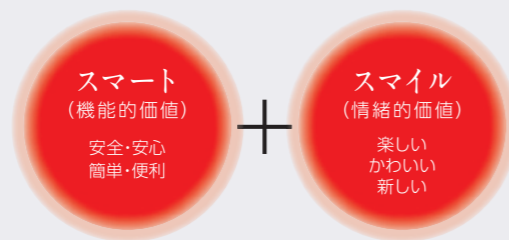
ドレスオール
肌着付

お着替えが大変というママ・パパの悩みを解決するために短肌着とドレスオールを一体にした商品。

開発コンセプト

使いやすさはもちろん、思わず笑顔がこぼれる楽しさも。

アカチャンホンポのものづくりは、「安全・安心」「簡単・便利」といったスマート(機能的価値)はもちろん、「楽しい・かわいい・新しい」といったスマイル(情緒的価値)の両面で、新しい価値を生み出すことを目指しています。今後もこの2つの価値をベースに魅力的なオリジナル商品を開発し、お客様のご希望にきめ細かくお応えします。



物流体制の構築

適時・適量の品揃え。

当社では店舗への納品をより確実に、スムーズにするための物流体制を構築し運用しています。商品の発注体制も自動発注システムを採用し、機会ロスを発生させない取り組みを実施しています。その上で、昨今の物流事情を鑑み、さらに磐石な体制を整えるため、2020年に自社で運営する埼玉物流センターが完成しました。



▲ 埼玉物流センター

キッズデザイン賞

2011年から11年連続 通算29項目の受賞。

優れた商品の提供を通じて、よりよい子育て社会の実現に貢献する当社の取り組みは、社会から高い評価を受けています。出産や子育てに関わる優れたデザインを顕彰する「キッズデザイン賞」を毎年受賞していることもそのひとつです。



2014年 奨励賞受賞

シリコンおかゆ調理器お釜ジャー



2015年 受賞

赤ちゃんのむぎ茶 125ml×3個



2016年 受賞

はじめての「パパもOK!」くうきdeふんわりベビーバス



2017年 受賞

快適温度を保つ ロンパース



2018年 受賞

ナインフリーシリーズ



2020年 受賞

ドレスオール
赤ちゃんに優しい仕様

マザーズセレクション大賞 2017

アカチャンホンポのオリジナル商品である「水99%Superシリーズ」が、一般のママたちからの応募(投票)で子育てに役立つモノを表彰する「マザーズセレクション大賞」を受賞しました。この商品は2006年の発売以来、お客さまのご愛顧に支えられ累計販売数4億パック(※)を突破。防腐剤を必要最小限に抑えたことと使いやすさが人気の秘密です。

※2021年9月時点



[水99%Superシリーズ]

安全・安心の提供

当たり前のことだから徹底的に。

子どもに関わる商品だから安全は当たり前。それ以上の安心をお届けするのが当社の責務です。業界基準や法令に加え、製品ごとに細かな検査項目を設けた独自の品質基準を設定。また公的機関による品質検査データをリアルタイムで共有する「アカチャンホンポQCweb」を、運営しています。



販売促進・ デジタル戦略

NEXT VALUE.

価値を伝える
戦略的コミュニケーション。

お客様とのタッチポイントを、
実店舗・紙媒体・デジタル媒体・ネット通販と多面的に展開することで
より柔軟な購買行動を促進しています。

実店舗でお得にお買い物をしていただくことはもちろん、アプリやホームページ、各種SNSを通じて情報を提供し、お客様とのタッチポイントを多面的に展開しています。店頭で商品紹介の冊子を用意し、読みながら必要な商品の理解を深めていただく工夫をしています。また店舗に来店しなくてもネット通販を利用していただくことで必要なものを必要な時にお届けする利便性も追求しています。受け取りは自宅、セブン-イレブン、アカチャンホンポとお選びいただけます。

ポイントカード

会員ごとに最適な情報を発信。

いまや常識となったポイントカード戦略をいち早く導入。年間約58万人の方に新規入会いただいています。入会いただいたお客様には、最適な情報をお届けし、より便利なサービスを提供しています。アプリにポイントカードを連携することも可能です。



商品カタログ

子育て理解をサポート。

子育ての情報が詰まった商品紹介の冊子を用意し、お客様が読みながら欲しい商品を想像し、子育ての理解を深めていただくサポートをしています。



セール

定期的なセールでお客様満足度を向上。

お客様のお買い物がさらにお得になるセールを定期的を実施。割引だけでなく、さまざまなキャンペーン企画で売場を盛り上げます。

SALE

オフィシャルサイト、またはアカチャンホンポ公式アプリにて公開しております。
詳しくはコチラ

デジタルコミュニケーション

お役立ち情報をタイムリーにお届け。

お客様とダイレクトにつながるデジタルコミュニケーションを積極的に推進。ホームページを通じてさまざまな情報を発信する他、独自のアプリを起点にオススメ情報をタイムリーにお伝えしています。また各種SNSを利用して子育てを楽しむコミュニティづくりも進めています。



CSR情報

社会に貢献できる、価値ある企業であるために。

赤ちゃんの日の取り組み

赤ちゃんがママのおなかにいる期間「トツキトオカ」にちなみ、10月10日を赤ちゃんの日として日本記念日協会に登録しました。赤ちゃんの健やかな成長を祈り、「生まれてきてくれてありがとう」を伝える日として広めています。アカチャンホンポでは、赤ちゃんの日にちなみ、毎年イベントやプレゼントキャンペーンを実施しています。

10月10日の赤ちゃんの日に赤いくつしたをはかせてあげよう



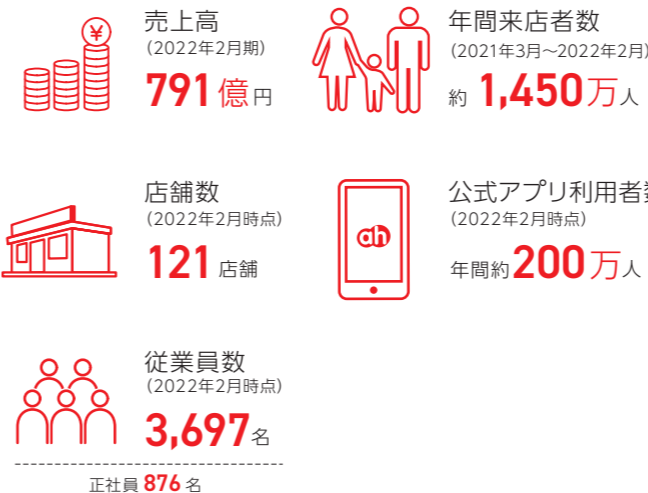
「赤」は幸せの色、健康を願う色。感謝の気持ちとすこやかな成長の願いを込めて、赤いくつしたをはかせてあげよう。」イベントとしても全店で赤いくつ下ハイハイレースを実施。節分の恵方巻のように1年の中の特別な行事のひとつになればという取り組みです。



働きやすい環境づくり

子育ての未来を見つめる当社だからこそ、自ら率先して、女性がより生き生きと働ける職場づくりに取り組んでいます。子育てと仕事を両立しやすい雇用制度、一人ひとりがやりがいを感じて働ける評価制度などを設けて人材を活かすよう努めています。

データで見る赤ちゃん本舗



SDGsへの対応

2015年に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals) ※」の達成に向けて、本業を通じた社会問題の解決に取り組んでいます。

※2030年までに、すべての人に平和と豊かさを確保するために社会・経済・環境面における持続可能な開発を目指す国際社会共通の目標。



CSR推進活動の詳細は上の二次元バーコードのCSRレポートをご参照ください。

公正な評価・処遇

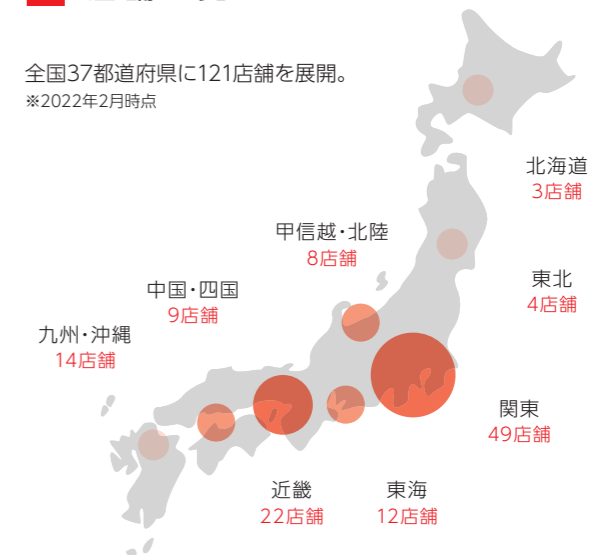
人事評価制度に自己評価や上司との面談を設け、従業員が自分の良い点・今後の改善点を認識して仕事に取り組めるようにしています。

社員群制度

社員が自分のライフスタイルに合わせた働き方を選択できる社員群制度を制定。仕事と家庭の両立が必要な人にも配慮しています。

店舗一覧

全国37都道府県に121店舗を展開。
※2022年2月時点



■ 事業戦略

さらなる販路拡大

事業拡大・販路拡大のため「パッケージライセンス事業」「フランチャイズ事業」を展開します。2019年6月にパッケージライセンス契約による店舗を沖縄に初出店しました。



アカチャンホンポ 浦添西海岸パルコシティ店

海外への出店

海外にも出店を行い、世界のどこかのアカチャンホンポに行っても同じようにお買い物ができるグローバルスタンダードを実現します。2019年10月に台湾に1号店を出店しました。



アカチャンホンポ 秀泰樹林店 (外観)



アカチャンホンポ 秀泰樹林店 (店内)

■ トップメッセージ

子育て総合支援企業「赤ちゃん本舗」を未来へつなぎ、「赤ちゃんのいる暮らし」を支えていく。

赤ちゃん本舗は、1932年の創業以来、マタニティ&ベビー・キッズの専門店として、出産・子育てを見つめ続けてきました。コーポレートメッセージである「スマイルな育児を。アカチャンホンポ」を実現し、家族みんなを笑顔にする新たな価値を創造し社会に貢献することが私たちの使命であると思っています。

時代の流れや環境の変化で、お客様の価値観やライフスタイルは多様化しています。

一人ひとりのお客様を知り、気持ちに寄り添ったご提案をしていく必要があります。

そのためには「赤ちゃんのいる暮らし」を知りつくしていなければならないと思っています。

お客様の困りごとを解決する、共感いただける商品やサービスを提供し、頼りにしていただける存在になりたいと思います。

また、「赤ちゃんのいる暮らし」を支えていく中で、出産・子育てを取巻くさまざまな社会課題へも取り組んでまいります。

思い通りにいかないことや大変なこともたくさんある子育ての生活の中で、それに関わる方の気持ちが少しでも幸せな方向に向いてほしい、そして笑顔で子育てを楽しんでほしいと願っています。

私たちはお客様一人ひとりの笑顔のために、赤ちゃん本舗を未来へつなぎ、子育て総合支援企業として邁進してまいります。

代表取締役社長

味志謙司

Ajishi Kenji

■ 沿革

1932~1941	1949	1985	1997	2001	2006~2007	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2022
<p>1932年4月 赤ちゃん本舗の前身「小原正商店」創業</p> <p>1941年2月 有限会社赤ちゃん本舗設立</p> <p>当時としてはまだ珍しい商品カタログを発行し販売。</p>	<p>11月 株式会社 赤ちゃん本舗に組織変更</p> <p>お客様から直接アイデアを募集し、新たな商品を開発する当時としては珍しい試みをスタート。</p>	<p>マタニティスクール(当時は赤ちゃん大学)開始。現在4,000回を超える</p> <p>パパの育児参加を啓蒙することを目的に始まった体験型イベント。</p>	<p>卸売業から小売業へ転換</p>	<p>4月 ポイント機能付きメンバーズカードの導入</p> <p>導入当時のメンバーズカード</p> <p>現在のポイントカード</p>	<p>2006年4月 水99%おしりふき発売</p> <p>2007年4月 株式会社セブン&アイ・ホールディングスのグループ会社となる</p>	<p>4月 10月10日(トツキトオカ)を赤ちゃんの日に制定(日本記念日協会認定)</p>	<p>2月 企業理念、コーポレートメッセージ、ロゴマークを一新し新たなステージへ</p> <p>4月 ららぽーと富士見店のオープンで100店舗を達成</p> <p>11月 セブン&アイグループ総合通販サイト「オムニ7」本格スタート</p>	<p>2月 ・売上高1,000億円突破(2016年2月期売上実績1,027億円)</p> <p>・全店免税スタート</p>	<p>3月 織研新聞社 第19回ディベロッパーが選んだテナント大賞「デイリー賞」受賞</p> <p>6月 アカチャンホンポ スマイル1号店リバーウォーク北九州店オープン</p> <p>11月 第9回マザーズセレクション大賞2017を「水99%Superシリーズ」で受賞</p>	<p>8月 キッズデザイン賞を8年連続通算22件のアイテムで受賞</p> <p>10月 赤ちゃんの日の10月10日に全従業員が赤いものを身につけ赤ちゃんを思う心をあわす活動を開始</p>	<p>3月 新アプリ7-idと連携</p> <p>6月 株式会社サンエーとのパッケージライセンス契約により沖縄に初出店</p> <p>10月 台湾1号店オープン</p>	<p>90⁺ Anniversary akachan honpo</p> <p>90周年を迎えました。</p>