

スマイルな育児を。

Parent

Partner



corporate profile  
2025 - 2026

akachan honpo



# CREATE THE FUTURE

## つなげる、ひろがる 赤ちゃんのいる暮らし

少子化の波はさらに加速し、  
1年間に生まれる赤ちゃんの数はついに60万人台に。  
また子育て世帯の約7割が共働きとなるなど、  
家族のかたちもどんどん変化し、新たな課題も生まれています。

だからこそ、私たち赤ちゃん本舗は一人ひとりの声に耳を傾け、  
声にならない想いもしっかり形にしたい。  
一つひとつの妊娠・出産・子育てに  
ぴったりの答えを見つけていくことを  
今まで以上に大切にしたい。

子育て総合支援企業として日々の「スマイルな育児」を応援し、  
「赤ちゃんのいる暮らし」を未来へつなげていくために。

人、モノ、コト、トキ、場、産官学など、さまざまなモノやコトを  
つなぐことで赤ちゃんとその家族に新たな価値を創造し、  
ともに成長していくことを目指します。



出生数の推移 出典：厚生労働省令和6年(2024)人口動態統計月報年計(概数)



2024年  
出生数 68万6,061人  
合計特殊出生率 1.15



# REARING



# Philosophy

赤ちゃん本舗の企業理念

家族とともに歩み、持続的に成長していく企業として。  
私たち赤ちゃん本舗は、大切にしたい価値観を  
MISSION・VISION・VALUEとして制定しています。  
そしてそれを実現するための「強み」として「赤ちゃん  
のいる暮らしを知りつくす」を掲げ、あらゆる活動・行動  
の指針としています。

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

私たちの使命

### MISSION

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。

私たちの目指す姿

### VISION

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）

私たちの価値観

### VALUE

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

私たちの強み

### ADVANTAGE

「赤ちゃんのいる暮らしを知りつくす」

これまで培った知見と経験を財産としながら、  
「赤ちゃんのいる暮らしを知りつくせているか？」を常に自らに問いかけ、  
「知りつくす」という究極のレベルを目指す努力を続ける。

# Achievement

数字で見る、赤ちゃん本舗

企業情報

資本金 — 37億8,000万円

正社員平均年齢 — 全体…41.2歳（男性45.5歳／女性36.8歳）

本社所在地 — 〒541-0054 大阪府大阪市中央区南本町3-3-21

※2025年2月時点

店舗数

130店舗



※2025年10月時点。FC含む、海外含まず。

年間来店者数

約1,500万人



※2025年2月時点

年間売上高

830億円



※2025年2月時点

公式アプリ年間利用者数

約300万人



※2025年2月時点

創業

1932年4月1日

2025年で創業93年



従業員数

3,838人

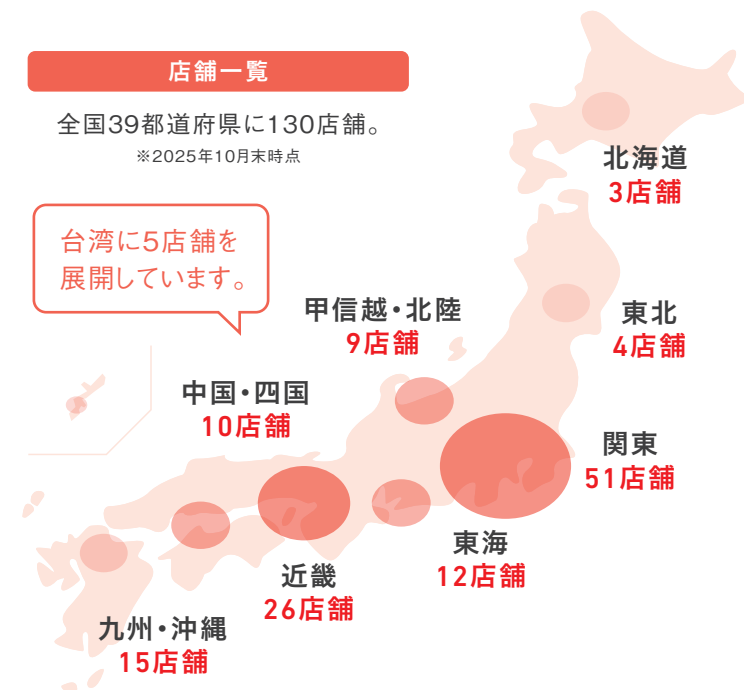
（内正社員924名）



※2025年2月時点

店舗一覧

全国39都道府県に130店舗。  
※2025年10月末時点



EC&アプリで、  
シームレスに対応。







## 「店舗体験」で 着実にファンを増やしていく

いつでも安心して買い物ができる。今必要なものがすぐに見つかる。不安を解消する学びや、子育ての喜びに触れられる。これまでの経験が細部にまで息づいているアカチャンホンポでの「店舗体験」は、「赤ちゃんのいる暮らし」を知りつくすことを追求している私たちだからできること。機能的で快適な店舗体験を通して、子育てを総合的に支援する独自のプラットフォーム構築を目指しています。



# Store

### 何よりも安心できる場所であるために。 お客さま視点を徹底して反映

アカチャンホンポの店舗では売り場面積の大小に関わらず、1m25cmという通路幅をできる限り確保しています。ベビーカーと買い物カートの幅はそれぞれ約50cm、すれ違ってもゆとりある幅を計算した結果です。

さらに什器の高さは基本150cmに設定。初めて来店されたお客さまも一目で商品の場所がわかります。またお子さま連れの方も安心してご購入できるよう、棚や什器は角を丸く、コンセントにはキャップをつけて安全対策を徹底。ウェアのフィッティングルームには椅子を置くなど、お客さま視点に立った店舗づくりで、安全・安心・便利な買い物を実現しています。

### お客さまの迷いに、 月齢別・生活シーン別で応える 売り場づくり

離乳食売り場や玩具売り場では月齢表示を明確にして迷いをなくし、衣料品やベビーカーなど素材やサイズ感、操作感を知りたい商品はお試用のサンプルを用意。生活シーンごとに必要な商品を1か所に集めることで、選びやすさの向上に努めています。さらに、各店舗に妊娠・出産・子育てに精通したマタニティアドバイザーを配置。顔の見えるサポートは、根強いファンの獲得にもつながっています。



① 通路幅にゆとりをもたせ、すれ違う際の気遣いの負担を軽減。  
② 店内全体が見やすい棚の高さ。背伸びせずに商品を取れる高さも考慮。③ 動きやすさ、測定の場合も想定しゆったりと設計されたフィッティングルーム。マタニティ期に活用していただけるチェアも常備。



④ マタニティアドバイザーを目当てに来店されるお客さまも多数。⑤ 子どもの目線で店内を見渡すことで、リスクを予測し、店舗ごとに徹底した安全対策を実施。



⑥ 「いつ、何をあげればいいのか」わかりやすく。離乳食などは月齢別に陳列して、「今」必要なものを選んでいただけるように。

⑦ 別々の売り場にあった沐浴前後を含めたお風呂関連の商品を1か所に。生活シーンごとの展示で、売り場を移動せずに買い物ができます。





## 「赤ちゃんのいる暮らし」のプロとして 新たな価値を提供する

店舗そのものが、いちばん頼れる子育てサポーターであるために。従業員一人ひとりが妥協なくアップデートするサービスや提案が新たな体験価値を生み、店舗の可能性を広げています。

### 1 試して選べる売り場

実際に手に取り、試せるから  
「自分にぴったり」が選べる

本当に満足のいくモノを、納得して選んでほしいから。フィット感が重要な抱っこ紐や繊細なお肌に使うスキンケア商品などは、全商品のお試しが可能な売り場づくりを進めました。デコボコ道やスロープ、改札などベビーカーの走行体験ができる売り場も展開をスタートしています。

#### 試して選べるアイテム

- ・ おしりふき
- ・ 抱っこ紐
- ・ 紙おむつ
- ・ 肌着
- ・ スキンケア商品
- ・ ベビーカー
- ・ チャイルドシート
- ・ 寝具
- ・ 知育玩具
- ・ マタニティインナー など

### イベント・セミナー

## 2

思い出を共有する場であり  
学びを深める場でもある

20年以上続くハイハイレースや1歳のおたんじょうび会、栄養士による栄養相談会などを随時開催。イベントを通じ、ご家族どうしの交流も生まれています。

初めての誕生日をみんなで祝う  
1歳のおたんじょうび会



来店者全員のエールが響く  
ハイハイレース



成長の記録と思い出に  
てがた・あしがたすたんぷ



### くつろぎと交流のひろば

コトのひろば・すまいるひろば

普段はお客さまにくつろいでいただける休憩所として開放しているスペースですが、アカチャンホンポのさまざまなコトを行う場としての役割ももっています。限定イベントやセミナー、体験会での子育て情報の提供などを通じ、新たな交流も生まれるなど、店舗に欠かせない場です。

## 5

### 共創によってうまれる店舗体験

新たなシナジーで、新たな「スマイル」が、続々

2024年、蔦屋書店を手掛けるCCC（カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社）との共創企画で、ライフスタイル提案型の新店舗をオープン。休憩や読書ができる、あそびとまなびの場「みどりのひろば」を新設し、イベントスペースとして活用するほか、ウォーターサーバーや授乳クッションなどの設備を充実させたベビールーム「あおのおへや」も新設しました。

### アレルギー配慮食品売り場

アレルギーが気になるご家族の「あるある」を解消

商品の一つひとつ手に取り、原材料の表示を確認する負担をなくすために。特定原材料の表示をPOPで一目瞭然にした、アレルギー配慮食品の専門売り場を設置。安心だけでなく、味にもこだわった商品を揃えています。

## 3



## 4



### 冷凍食品の展開

時短調理で赤ちゃんとの時間をサポート

仕事に家事に子育てに。毎日忙しいママやパパが、今しかない赤ちゃんとの時間をもっと多く取れるように。離乳食、幼児食も対応した冷凍食品売り場の設置を進めています。

## 6







## 一人ひとりの想いを 一つひとつカタチにする

「こんなことで困っている」「こういうものがあたらうれしい」。一つひとつのお声に応じて、もうすぐ一世紀。時代とともに赤ちゃんを取り巻く環境や価値観が変わっても、私たちの商品への姿勢は変わりません。「赤ちゃんのいる暮らし」のいちばん近くで、本当に必要なモノ、大切なコトを考え抜く。その姿勢が多くの子育て世代に愛され、長く支持され続ける商品を生み出している理由かもしれません。

### 一人ひとりにちょうどいい、 ラインナップへのこだわり

一人ひとり異なる出産や子育てにきめ細かく対応していくために。私たちは、どんな小さなニーズも見逃さず、応えていきたいと考えています。例えば、ミルクはお客様の嗜好に合わせて選べるようさまざまな種類をご用意。紙おむつやほ乳びん、ベビーカーや抱っこ紐も、できるだけ多くのメーカー様の商品をラインナップしています。「赤ちゃん用品なら何でも揃う」という創業以来の信頼に、豊富な品揃えで応え続けています。



### お客様の“声”を受け止め、 オリジナル商品の開発を推進

売り場でのお客様のさまざまな行動をウォッチし、声にならない思いをくみ取る。それが「赤ちゃんのいる暮らし」を知りつくす第一歩。赤ちゃん本舗では、各店舗からの情報はもちろん、アプリでのアンケートに対する回答、モニターを集めて行う「グループ・インタビュー」で得たご意見や感想を集計し、バイヤーと共有。商品開発や買い付けに活用し、本当に必要なものの提供に努めています。



### 世の中にないものもいち早く。 プライベートブランドで提供する価値

お客様のリアルな声を反映した商品開発力が、赤ちゃん本舗の強みです。「安全・安心」「簡単・便利」といった機能的価値と、「楽しい・かわいい・新しい」といった情緒的価値の両面から新たな価値を生み出すことを目指し、数々のヒット商品を世に送り出してきました。近年は、お客様も気付いていない潜在的なニーズをくみ取り、商品化するケースも増えています。



### アカチャンホンポのモノとコト。 担当者が込める想いをご紹介します。

akachan honpo  
+ Stories

出産・子育てが少しでも楽しく、便利になるように。アカチャンホンポのバイヤーやアドバイザーが関わるモノやコトへのこだわり、そのルーツを紹介するWEB記事。お客様の声を大切な情報源としながら、子育てを見守り続けてきたアカチャンホンポのストーリーがここにあります。





## 「スマート」×「スマイル」な商品で 赤ちゃんのいる暮らしを楽しく

「不安」「不満」「不便」などお客さまの「不」を解消し、思い通りにいかないことも多い出産や育児に「スマイル」を提供するオリジナル商品。その価値は、「赤ちゃんのいる暮らし」のあらゆるシーンに広がっています。



シリーズ累計売上  
5億パック\*の大人気商品

### 「水99%Superシリーズ」

「プロピレングリコールの入っていないおしりふきが欲しい」という声に応じて誕生した、赤ちゃん本舗のロングセラーです。敏感肌の赤ちゃんにやさしい成分を配合しています。

※2025年5月時点当社累計販売実績



### 「極細ボール綿棒」

コロナ禍で、鼻水ケアの需要が伸びていることを分析し、開発した商品。ミリ単位で極細を追求した、新生児の鼻や耳、おへそのケアに便利な綿棒です。

### 「広口ほ乳びんのための 取り替えができる ほ乳びん洗い」

「毎日繰り返すミルク授乳の負担を軽減したい。」バイヤー自身の経験から生まれた、広口ほ乳びん洗浄に最適なスポンジブラシです。びん底の端に溜まった汚れもさっと落とせます。



## 「今の子育て」に Care

### 「Y字デンタルフロス」

日々の予防歯科を習慣づけるきっかけに。鹿児島大学小児歯科学分野との共同研究により、奥歯にも届きやすいY字フロスを開発。糸の材質、持ち手の形状もこだわり抜きました。



オリジナル商品を  
詳しくご覧いただける  
専用サイトもございます。



### 「胸もとdeキャッチ！ 丈が短めの 離乳食エプロン」

「従来のエプロンは離乳食初期のお子さまには大きい」子育て中の社員の意見をもとに、立体ポケットがテーブルの上で食べこぼしをしっかりキャッチするショート丈の離乳食エプロンを開発しました。



## Life

毎日使うものだからこそ、使いやすく

### 「こだわりの ベビーカーなどを品揃え」

メーカーの知見・技術と、アカチャンホンポの経験を集約。お客さまの声を反映した使いやすさが満載。



### 「蒸し料理までできる らくらくベビー調理器セット」

必要なものを厳選した、離乳食づくりのアイテムセット。シンプルながら栄養素を逃しにくい「蒸し調理」に対応していることが、「キッズデザイン賞」受賞のファクターに。



マタニティ期も無理なく自分らしく

### 「セルフチョキチョキ リブパンツ」

妊娠中も働くママのために、職場にもなじむデザインに。裾からハサミでカット可能で、自分にあったサイズに簡単に調節できる仕様も話題に。



### 「ママラボ シルエットキレイ ノンワイヤーブラ」

「マタニティ期もかわいいブラを諦めたくない」。そんな声に応えて「安心」と「かわいい」を両立。先輩ママの声から生まれた『ママラボ』ブランドのヒット商品です。

### 「パパッとらくちんロンパース」

ミルクの吐き戻しなどで、一日に何度も着替えが必要な赤ちゃん。ぐんと伸びる襟ぐりで上下どちらからでも着脱できるかぶりタイプ、従来品よりスナップボタンを減らした前開きタイプの2種のロンパースが、お着替え時間の短縮に役立ちます。



## Wear

もっとスマイルを、いつでも



### 「いつものパンツ」

累計販売数131万枚\*を突破。動きやすく丈夫な生地を採用し、お子さまが毎日着たいと思う着心地を実現。ほかの「いつものシリーズ」とも合わせやすいデザインです。 ※2022年7月～2025年1月実績



# Collaboration

## 枠組みを超えて。 社会課題を「いっしょに」解決

一企業では難しいと思えるアイデアも、ともに取り組むことで実現でき、可能性もひろがる。赤ちゃん本舗は、志を同じくする企業や専門家の方々との協業・共創を推進。商品・サービスの開発やイベント開催などに新たなアプローチを取り入れることで、妊娠・出産・子育ての課題や困りごとを「いっしょに」解決していくことを目指します。



## Alliance

「物販」の枠を超え、新たな価値を創造する  
アライアンス事業を展開。  
「赤ちゃんのいる暮らし」のさらなる  
サポートのため、  
新ビジネスへ挑戦を続けます。

## × withフォトグラファー

### かけがえのない今を、写真に残す

お子さまの成長を喜ぶ、さまざまなイベントを提供している  
アカチャンホンポ。イベントに参加している時間を今より  
もっと大切にしてもらいたいとの思いから、新たなサービス  
を展開。かけがえのない瞬間を記念や記録に残すサポート  
として、フォトグラファーによる写真撮影をスタートしました。

店舗を利用したプロモーション・有料撮影会・お金やライフプランの相談など新たなビジネスを展開中です。



大阪東部ヤクルト販売会社



## Experience

もっと、ワクワクする  
お買い物体験を



## × Pigeon

[ ビジョン ]

### ほ乳びんをカスタマイズできる！ 新たな店頭体験

ほ乳器シェア日本No.1※1のビジョンとの  
協業で、ほ乳びんのパーツを組み合わせ  
て32,400通りにカスタマイズできる新  
体験ブース『ビジョン ボトルラボ』をオー  
プン。東京と大阪の旗艦店で、今までに  
ないワクワクの提供を始めています。

※1 母乳実感@シリーズ以外の製品も含む

## SARAYA

[ サラヤ ]

### 大人も、赤ちゃんも使える衣類洗剤を

赤ちゃん大人の衣類で洗剤を分けるのは大切ですが、毎  
日のこととなると、少し手間に感じたり、負担になることもあ  
ります。さらに、やさしい無添加の洗剤を求める声も寄せられて  
いました。そこで、自然環境に配慮した商品開発を続けるサ  
ラヤと共同で、植物由来の無添加洗たく洗剤※2と柔軟剤※3  
を開発。洗剤を分ける負担を減らし、家族みんなで使えること  
から、発売開始から多くの反響をいただいています。

※2 石油系界面活性剤・蛍光剤・漂白剤・香料・着色料・抗菌剤を不使用

※3 石油系界面活性剤・シリコン・香料・着色料・抗菌剤を不使用



## Product

もっと、時短と安心に  
貢献する商品を

## × NISHIKIYA KITCHEN

[ ニシキヤキッチン ]

### おいしくて、手軽な幼児食

「離乳食を卒業した2歳以上のお子さまがおいしく食べられ  
るレトルト食品が少ない」と感じていた私たちと、幼児食の  
拡充の必要性を感じていた食品メーカー・にしき食品の思  
いがマッチング。「1歳ごろ」「2歳ごろ」「3歳ごろ」の幼児に  
向けた数十種類のレトルト食品が誕生しました。





# 出産準備・接客のプロが お客さまとアカチャンホンポをつなぐ

初めての出産・子育てには不安がつきもの。アカチャンホンポでは社内に独自資格を設け、出産準備や子育ての知識を持つ接客のプロ「マタニティアドバイザー」を養成。全国103店舗※に常駐しているアドバイザーが、出産準備用品や子育てのおすすめ商品までトータルで対応し、子育ての「不」をスマイルに変えるお手伝いをしています。 ※2025年7月時点



# Advisor



出産・子育てのプロとして、  
お客さまに寄り添う。

一人ひとり違う、出産や子育て。アカチャンホンポは個々に寄り添った接客を心がけることで、出産準備から産後、そしてその後も、いつでも頼れる子育ての味方になりたいと考えます。また、日々の接客はもちろん店舗運営や人材育成にも力を入れ、「赤ちゃんのいる暮らし」のプロフェッショナルとして、さらに心強い存在となることを目指します。



お客さまの近くで得た情報を、  
よりよい商品づくりに

アドバイザーやストアリーダーをはじめとする従業員が日々の接客で得た子育ての不安や不満、商品の改善点、新たなニーズなどの生の声。お客さまに近いからこそわかるこれらの情報は、社内の情報共有ツール、座談会を通してバイヤーのもとに集められ、よりよい商品づくりに生かされています。アカチャンホンポのオリジナル商品は、お客さまの声から今の子育ての「不」を見つめ、解消することで成長を続けています。

各ジャンルに特化したアドバイザーも

育児雑貨アドバイザー

シューズアドバイザー



ファーストシューズを迷いなく選べるように。子どもの足の特性を熟知したアドバイザーが、計測や靴選びのほか、靴に関するお悩みの解消をお手伝い。

乗物アドバイザー



ベビーカー、チャイルドシート、抱っこ紐選びのアドバイザー。ライフスタイルや求める機能をヒアリングし、お客さまに最適な商品をご提案。



# Media

いつでも手元でつながる。  
「アカチャンホンポが好き!」  
のきっかけに

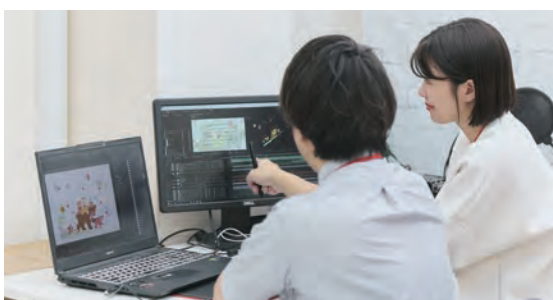
全国130\*1の店舗に加え、オウンドメディアやSNSを通じたコミュニケーションでお客さまとの接点を拡大。商品やサービスの紹介はもちろん、妊娠・出産・子育てに関する情報を発信し、販売促進やブランディングにつなげています。



## SNS

SNSを戦略的に活用

いつでも、何度でも見ることのできる特性を持つメディアでは、商品の使い方や子育て講座、ヘルスケア情報などを発信。また鮮度が重要なSNSではセールや新商品の発売情報を発信。各メディアの特性に合わせた投稿でファン層の拡大、子育てを楽しむコミュニティづくりを進めています。動画投稿サイトでは、企画に関わったバイヤーや、マタニティアドバイザーが商品をわかりやすく楽しく紹介。



離乳食セミナーなどの実用的なイベントも

## ホームページ&アプリ

アカチャンホンポのすべてにつながる

ホームページを通じてさまざまな情報発信を行うほか、アプリを起点にお客さまへ最適な情報をタイムリーにお届け。アプリ会員限定のコンテンツとして、オンラインセミナーも開催しています。

## 商品カタログ

カタログでも出産準備をサポート

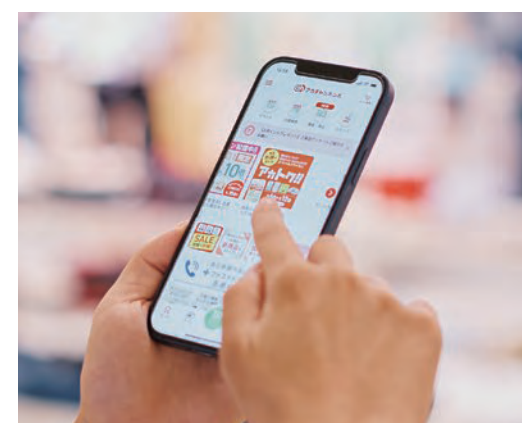
妊娠・出産準備から1歳頃までに必要になるアイテムが満載の商品カタログを、紙媒体・デジタル媒体の両方でご用意。これから始まる「赤ちゃんのいる暮らし」を想像しながら、育児や商品の理解を深めていただく一助としてお役立ていただいています。



## Retail Media

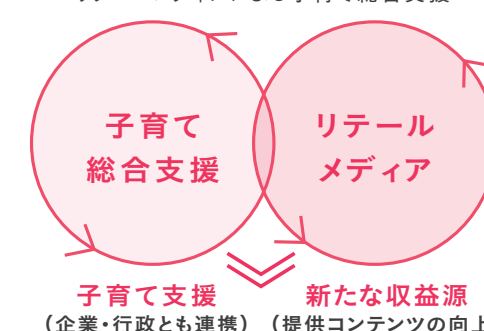
独自のリテールメディア戦略を新たな成長エンジンに

国内130店舗\*1、年間来店者数1,500万人\*2という強みを生かし、売り場を起点とした独自のリテールメディア戦略を推進。データ活用×店頭販促施策を生かしたシナリオ設計で、一人ひとりの購買行動に最適なリテールメディアを組み合わせ、購買に直結するプロモーションをご提案。広告主様からも高い評価をいただき、生活者にいちばん近いメディアとして期待が高まっています。



赤ちゃん本舗が考えるリテールメディア事業

新たな収益源という視点だけではなく、  
リテールメディアによる子育て総合支援



※1 2025年10月末時点。海外は含まず。 ※2 2025年2月末時点。



# 子育てに、幸せな未来を。 みんなで社会を変えていく

商品やサービスを通して子育てをする家族を応援してきた赤ちゃん本舗。その役割は今、誰もが安心して出産・子育てができる社会の実現へとひろがっています。子育て総合支援企業としての責任を果たすべく、これまでの取り組みをさらに充実させることはもちろん、新たな取り組みもスタート。幸せな「赤ちゃんのいる暮らし」とその未来の創造に全力を注いでいきます。

## 赤ちゃんの いる暮らし 研究所

### みんなは子育て、どうしてる？ 赤ちゃんのいる暮らしの 「今」を分析する研究所

出産や子育ての価値観が大きく変わっている今、赤ちゃん本舗はママ・パパの「声」に耳を傾け、深く理解する必要があると考え、2023年に「赤ちゃんのいる暮らし研究所」を設立しました。妊娠・出産・子育て中の暮らしやモノ・コトについて情報収集、分析、インサイトすることで、商品やサービス開発に役立てています。また、ママ・パパや社会への情報発信も行っています。暮らしの困り事に寄り添うことでスマイルな育児の実現を目指します。

赤ちゃんの  
いる暮らし  
研究所

With Society



### ほ乳びんのリサイクル活動

不要になったほ乳びんを再生し、新たな用途に循環させるピジョンの取り組みに賛同。全店にピジョン製ほ乳びんの回収ボックスを設置し、取り組みの拡大をサポートしています。2023年3月からは、ガラス製のほ乳びんの一部を新たなほ乳びんに生まれ変わらせる取り組みもスタートしました。

## リトルベビー サポート宣言



### 小さな命をみんなで支える リトルベビー支援活動

体重2,500g未満で生まれた赤ちゃんはリトルベビー（低出生体重児）と呼ばれ、近年では新生児の10人に1人が該当するといわれます。赤ちゃん本舗はすべての赤ちゃんの健やかな成長を願い、リトルベビーとその家族の支援を行っています。その一つが「リトルベビーポイント応援プログラム」。お客さまにアプリから支援していただいたポイントを取り組みで活用しています。こども家庭庁が推進する「こどもまんなか」の応援企画として、今後さらに支援内容を拡充していく予定です。

こども  
まんなか

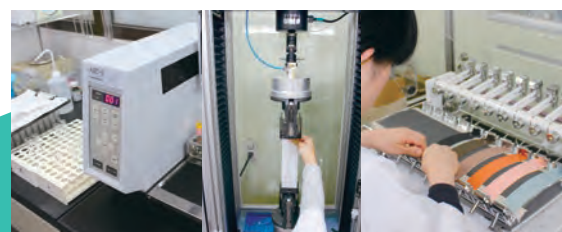
#### 〈主な支援〉

1. 医師や先輩ママからのエールが届く
2. お買い物費用をサポート
3. リトルベビーサポートブックのプレゼント
4. SNSを通じて助産師に直接質問

## 確かな安心を、保証し続ける

### 製品ごとに基準を設けて安全・安心を追求

子育てに関わる商品だから、安全であることを大切に。そして「安心」を届けるために、業界基準や法令の遵守はもちろんのこと、製品ごとに詳細な検査項目を設けたアカチャンホンポ独自の基準を策定。繊維製品は第三者機関による検査データをリアルタイムでチェックできる「アカチャンホンポQCweb」を運営していることも特長です。



### 「プレミアム補償」で購入後にも安心を

長くお使いいただく商品は、納得して購入し、安心して使ってほしいから。「ポイント・アプリ会員様」「Online Shop会員様」限定で、ベビーカーや抱っこ紐などには「プレミアム補償」を無料で付帯。破損・盗難・火災などの万一のトラブルに、購入後3年間のポイント補償を行っています。（人形には5年間のポイント補償）



### キッズデザイン賞を 15年連続受賞

出産や子育てに関わる優れたデザインを顕彰する制度「キッズデザイン賞」に2009年から応募を開始し、2025年には5商品が受賞。歴代通算44件を受賞しています。社会課題の解決だけでなく社員のモチベーションアップにも貢献する取り組みです。

2025年受賞  
助産師さん考えた  
寝かせて洗えるやわらかマット



2024年受賞  
蒸し料理までできる  
らくらくベビー調理器セット



キッズデザイン賞受賞商品



KIDS DESIGN  
AWARD

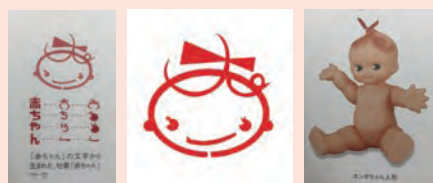


## （一つひとつの歩みを価値に変え 「赤ちゃんのいる暮らし」を未来へ）

1932年の創業から90余年。私たちの歩みは、出産や子育ての「不安」を「希望」に変える挑戦の歴史でもありました。卸売業から小売業へ、そして「子育て総合支援企業」へ。これからも一歩ずつ、確実に歩みを積み重ね、「赤ちゃんのいる暮らし」を未来へつないでいきます。



赤ちゃん本舗の前身  
「小原正商店」創業



社章の赤ちゃんマーク



赤ちゃん本舗大学事業  
団が主催するマタニティ  
スクール開催



赤ちゃんを中心とする家族  
を対象として、平均500坪  
の店舗を次々出店



2006年4月  
お客さまの声から生まれた  
水99%おしりふきを発売

# 1932~

（お客さまの声を聞く）

# 2000~

（市場のニーズに応える  
機能性に磨きをかける）



10月10日（トツキトオカ）を  
「赤ちゃんの日」と制定（日  
本記念日協会認定）



マタニティアドバイザーの前身  
「スマイル育児アドバイザー」



2代目顔マーク

文字から生まれた赤ちゃん  
マークをリファインした  
「2代目顔マーク」

# 2010~

（安全・安心に寄り添う）



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」

企業理念、コーポレートメッセージ、マークを刷新

メーカー様と  
共同開発商品



# 2015~

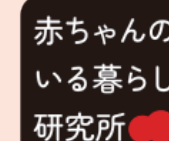
（時短、共働きなど  
新たな価値観への対応）



2020年のコロナ禍で、アカチャン  
ホンポの強みを「赤ちゃんのいる暮  
らしを知りつくす」と再定義し、ブラン  
ディングブックを発行



ベビーテックのプロダクトやサービス  
の「体験」を提供するショールーミング  
イベントを実施。さらに、2023年、  
2024年にはBabyTech® Awards  
のプラチナスポンサーにも就任。



赤ちゃん本舗社内に  
『赤ちゃんのいる暮らし研究所』を設立

# 2020~

（企業コラボや連携  
新たな付加価値）

- 1932 小原正商店 創業
- 1941 有限会社赤ちゃん本舗 設立
- 1949 株式会社赤ちゃん本舗 組織変更 自社ビル新築
- 1951 「全国赤ちゃん用品コンクール」開催
- 1957 「3%ストア赤ちゃん本舗」セルフサービス販売開始
- 1967 株式会社ゆりかご会 設立
- 1985 赤ちゃん大学（現マタニティスクール）開始

- 1992 株式会社ジー・エル・オー 設立
- 1996 卸売業から小売り業へ転換 ホームページ「まるごと子どもの街」開設
- 2001 ポイント機能付きメンバーズカードの導入 テレビCM「妊娠したらアカチャンホンポ」放送
- 2006 水99%おしりふき発売
- 2007 セブン&アイ・ホールディングス グループ傘下となる

- 2010 プレバパナイトツアー開始 「10月10日赤ちゃんの日」制定
- 2011 プレミアム補償開始 キッズデザイン賞受賞（以降、2025年まで15年連続受賞）
- 2012 創業80周年
- 2014 赤ちゃんマーク リファイン スマイル育児アドバイザー導入（グランツリー武蔵小杉店） アカチャンホンポ「ブランディングノート」発行

- 2015 企業理念、コーポレートメッセージ、ロゴマーク刷新
- 2016 メーカー様との共同開発商品を発売開始
- 2017 台湾現地法人 設立 創業85周年
- 2019 初「パッケージライセンス契約」で共同運営 沖縄に初出店 浦添西海岸パルコンティ店 台湾1号店 アカチャンホンポ 秀泰樹林店オープン

- 2020 アカチャンホンポ 「ブランディングブック」発行
- 2021 「with akachanhonpo」 共創の取り組み開始 ベビーテックを体験できる展示会
- 2022 創業90周年
- 2023 「赤ちゃんのいる暮らし研究所」 設立
- 2025 セブン&アイ・ホールディングスから ヨーク・ホールディングスへ