

2022年度消費者志向自主宣言・フォローアップ

理 念

私たちはいつも「顧客」の声に耳を傾ける。
私たちはいつも「顧客」のことを優先に行動する。
私たちはいつも「顧客」というキーワードを念頭に置く。
私たちはいつも「顧客」の成功について考える。

三大中心戦略

1. 顧客最優先
2. 顧客クレームゼロ
3. 顧客サービスの品質向上

取組方針

■ 顧客満足度向上のために

お客様からお問い合わせいただいた内容は全社員に共有ができる場を設けており、お客様からクレームが発生した場合、迅速な対応を取ることができるように心がけております。コールセンターとの連携をよりスムーズに行い持続的に対応できるよう、かつお客様からのお声を真摯に受け止め、今後の対応に活かせるよう努めています。

◆ 問い合わせ窓口増設

電話やメール以外に新たにホームページから問い合わせ可能なお問い合わせフォームを開設いたしました。会員非会員関係なくお気軽にお問い合わせいただくことが可能になり、迅速に回答させていただいております。

2022年度 お問い合わせ件数：月平均75件/ 回答率：99%

◆ コールセンター応答率

会員様からコールセンターへお電話いただく際、迅速に対応できるよう心掛けております。

2022年度 月平均応答率：96.5%

取組方針

■ 顧客満足度向上のために

◆ 会員様向けミーティング及びセミナー

アトミでは顧客の成功を実現するためにオフラインでセミナーを開催したり、リーダー会員様向けに教育のためのミーティングを実施し、会員様とコミュニケーションがとれる場を多く設けております。

◆ 2022年度 開催実績

1. オフラインセミナー
アトミサクセスアカデミー 11回
アトミワンデイセミナー 8回
2. リーダー/センター長MTG 18回
3. センター訪問 9回



取組方針

■ 未来・次世代のために取り組むこと

ブルーマリンの紹介

[Atomy Blue Marine](#)



廃魚網にかかった亀、プラスチックを食べたクジラの子供
私たちがうっかり捨てたゴミは
海の生物にとっては恐ろしい災いとなり、
ブーメランのように私たちに戻ってきます。

青い海が生命力あふれる循環を維持できるように
アトミブルーマリンが共に取り組んでいきます。



取組方針

■ アトミブルーマリン活動実績

アトミではすべての事業活動において環境への影響を最小限にするために努力しており、販売される製品においては環境的・社会的問題に対して顧客と利害関係者の原理原則に基づいて適切に管理しております。

2022年2月にはプラスチック不使用の資材に変更し、プラスチック使用量を年々削減しております。

◆ アトミ 歯ブラシ

年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	備考
年間プラスチック 使用量 (kg)	950.4	1,003.5	966.9	1,176.3	1,219.2	107.5	2022年2月よりプラスチック不使用の資材に変更

◆ アトミ コンパクト歯ブラシ

年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	備考
年間プラスチック 使用量 (kg)	1,147.5	1,182.7	1,182	1,355.5	1,434.6	145.9	2022年2月よりプラスチック不使用の資材に変更

取組方針

■従業員の意識を高めるために

◆ 社員教育の現状

※アトミの3大文化、原則中心・同伴成長・分かち合い文化で、“叩いてもほこりのでない会社“の哲学と原則を業務全般に浸透し正道経営と倫理経営を実現しています。

【360度フィードバックで徹底的な教育と実行】

360度フィードバックの核心項目として「正直」に関する行動規範規定/測定

- Self Feedbackで自分でチェック
- Peer Feedback関連部分でCriticalなCommentを検出

→年2回本人、リーダー、同僚の評価を通じて正直と原則中心行動の確認、問題感知を実施

【Atomy Way、Atomy DNAの教育】

「正善上略」の精神を通して働く方法教育

- 叩いてもほこりのでない会社：否定に対しては寛容とはあり得ない。ただ一度の否定に対しても退出措置があるだろう。
- 変則ではなく原則：表が大事ではなく本質である。

取組方針

■従業員の意識を高めるために

従業員一人一人の業務知識レベルを上げるために、法律関連のセミナーには積極的に参加をしています。

◆ 2022年主な法律セミナー参加実績

<全国直販流通協会主催>

- ・ 第24回消費者相談窓口担当者研修会
- ・ 全国直販流通協会セミナー
- ・ 夏季コンプライアンスセミナー
- ・ 第25回消費者相談窓口担当者勉強会

<東京都主催>

令和4年度コンプライアンス講習会

<日本流通産業新聞社主催>

ダイレクト・マーケティング・フェア

取組方針

■社会貢献活動

◆ 2022年主な寄付団体

<ユニセフ児童基金寄付>

30,000円 /月

<認定NPO法人カタリバ>

100,000円/月

<セカンドハーベスト・ジャパン>

アトミジャジャン麺 約150セット寄付

<認定NPO法人グッドネーバーズ・ジャパン>

歯ミガキ、歯ブラシ、植物性シャンプー、植物性ボディクレンザー各500セット寄付



セカンドハーベスト・ジャパン



グッドネーバーズ・ジャパン

到着時の写真