



統一超商

2015 CSR

企業社會責任報告書

關於本報告書

本報告書為統一超商所發行之第七本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書，係參照全球永續性報告書協會 (Global Report Initiative, GRI) 第 4.0 綱領 (GRI G4.0) 核心選項 (Core) 編制而成。本年度報告書以「環境永續」為主軸，呈現統一超商在 CSR 方面的觀點與具體作法，說明 2015 年公司治理、經濟、環境及社會面向的相關成果與未來規劃。同時，透過重大性鑑別與議題分析方法 (請參閱利害關係人議合章節)，篩選出統一超商專屬之重要議題，期望透過不同管道之揭露、溝通及回饋，為所有利害關係人創造出最大共益，邁向最卓越零售商之目標。

報告書時間、邊界與數據

本報告書揭露 2015 年 (自 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日止) 年度企業社會責任之相關績效，部分資訊溯及 2015 年度以前相關績效。本報告書邊界以統一超商股份有限公司為主，包括總部營運大樓、門市與商場；另也涵蓋統昶行銷、大智通文化行銷、捷盟行銷及捷盛運輸等 4 家物流型關係企業之綠色物流與節能減碳相關活動資訊，預計在未來的報告中逐步納入其他關係企業數據，以具體呈現統一超商價值鏈中的完整資訊。本報告書中的財務數據部份係採用經會計師簽證後之公開發表資訊，均以新台幣為計算單位；其他數據來自於自行盤查與統計結果，而溫室氣體量化部分，係引用台灣環保署與能源局最新公告之碳排放係數進行計算。

報告書認證

本報告書委託資誠聯合會計事務所 (PwC Taiwan) 按照中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行獨立有限確信 (limited assurance)，確信聲明書附於本報告書附錄。

發行時間

統一超商將以年度為主，定期發行企業社會責任報告書，並於本公司網站 www.7-11.com.tw 中揭露。

現行發行版本：2016 年 9 月發行

上一發行版本：2015 年 9 月發行

本報告書聯絡單位

統一超商股份有限公司 (President Chain Store Corporation)

地址：台北市東興路 65 號 2 樓

電話：(02) 2747-8711

公司網址：www.7-11.com.tw

聯絡窗口：統一超商公共事務部 趙珮玟

目錄 Contents

經營者的話	02
CSR組織與策略	04
2015永續績效	06



1 關於統一超商

1.1 公司規模與背景	08
1.2 我們的產品與服務	11
1.3 公司治理	14
1.4 外界肯定	18
1.5 營運策略與管理	19
1.6 利害關係人溝通與重大議題	23



2 隨時與您相伴的好鄰居

2.1 便利生活服務再提升	28
2.2 商品安全全程控管	30
2.3 供應鏈管理	35
2.4 貼心服務 Always Open	41



3 減少環境衝擊的好鄰居

3.1 響應全球減碳趨勢	45
3.2 方便、快速、不打烊的環保回收平台	54
3.3 綠生活	54



4 實現地方社區共存的好鄰居

4.1 建構幸福社區	58
4.2 統一超商好鄰居文教基金會	59
4.3 公益拉近你我的心	64
4.4 門市深耕公益行動 成為社區關懷站	67
4.5 商場公益藝文融入在地生活	72



5 創造友善工作環境的好鄰居

5.1 落實員工關懷	74
5.2 促進勞資和諧	83
5.3 勞工安全衛生	85
5.4 升遷與獎勵	86

附錄

1 會計師有限確信報告	92
2 GRI 4.0指標對照表	94
3 依「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項加強揭露事項與確信項目彙總表	102



經營者的話

近年來，台灣經濟轉型成效尚待有感、消費者信心指數有待強化，加上經營成本持續上揚，許多企業面臨生存危機。而在地經營已邁入第 38 個年頭的統一超商，全台擁有超過 5,000 家門市通路，僱用超過 8,300 名員工，加上加盟夥伴大家庭成員多達 3 萬多人。我們始終站在顧客角度，思索如何提供消費者更便利的服務、更貼近並滿足大家需求，發揮除了便利，更帶有溫度的服務品質。秉持這個不變的初衷，本公司於 2015 年營收及稅後淨利達到 133,407,688 千元及 8,238,993 千元，個體支付之所得稅為 1,327,753 千元，亮眼表現更被勤業眾信 (Deloitte) 會計師事務所評選為 2015 年全球前 250 大零售業，是唯一入選的台灣零售業，不斷在逆境中保持卓越。

而零售通路要永續經營，重點在傾聽消費者的聲音，並隨趨勢而領先創新。因此我們除了對全台門市執行出口民調，蒐集顧客聲音，轉化成改善服務的實質行動之外，自 2013 年起，也持續傾聽並蒐集利害關係人意見及回饋，調查利害關係人關心且對公司衝擊較大的議題，設定年度目標進行管理；也在傳統的零售通路中，加入責任及溫情，改變消費者對於零售通路的刻板印象，成為台灣人生活密不可分的「好厝邊」。2016 年，更針對食品安全、節能減碳、職業健康與安全、客戶權益、社區參與及供應鏈管理等面向，訂出九大績效指標進行追蹤，讓統一超商在企業社會責任的道路上能持續進步。

而每年，也透過發行企業社會責任報告書，透明詳實揭露企業社會責任績效外，亦將永續的概念植入經營當中，以幸福企業、共好社會及永續地球三大主軸，致力創造股東利益、員工福利，同時亦對社會及環境付出努力，將企業社會責任融入本業之中。

幸福企業

對統一超商來說，員工不僅是重要的資產，也是經營成功的關鍵，因此提供員工友善的工作環境及優質的工作條件，是我們一直以來對員工的承諾。

2015 年參與衛生福利部國民健康署「健康職場認證」推動計畫，以「幸福合作社」、「我的健康護照」及「快樂享瘦、健康啟動減重」三項活動，獲頒「健康啟動標章」，肯定我們對員工的健康照顧。

而我們也十分重視對加盟主的照顧，2015 年調整加盟辦法，調升委託加盟利潤分配，並提高毛利保證；自 2016 年 1 月起降低特許加盟裝潢、設備投資成本，兩年共投入約 1,200,000 千元投資補助，進一步給予加盟主更有利的投資條件，讓加盟主能夠安心創業。此外，也持續表達對加盟主的關心，打造加盟主學習成長平台，增進專業職能，亦規劃加盟主的休閒及身體照護活動，2015 年相關投入金額超過 19,554 千元。



統一超商董事長



統一超商總經理

除此之外，「守法」、「誠信」、「透明」是經營秉持的三大理念。藉由定期法規鑑別及參與各部會政令宣導會議，第一時間掌握法規管制動向，確保「守法」；建構完整公司治理組織架構及完善的內控機制，輔以相關人員密集的教育訓練，達到「誠信」；成立多元溝通管道，瞭解利害關係人需求及期待，每年出版企業社會責任報告書揭露環境、社會、公司治理等相關資訊，做到「透明」。2015 年蟬連第二屆公司治理評鑑上市櫃公司前百分之五的殊榮，在公司治理上的表現有目共睹。

共好社會

保障消費者健康安全，是統一超商最重要的使命，自 2011 年塑化劑事件以來，多項重大食品安全事件陸續爆發，原本受到重視的食安議題更得到強化的關注及作為。近年來食品相關法規多次修訂，管理趨於完備，統一超商更強化品保制度、成立「商品安全委員會」、品檢實驗室的運作，積極推動任何有利於保障消費者權益的方案。

2015 年，我們追蹤超過 1,000 條的商品安全訊息，抽驗將近 1,000 項的商品跟原料，更將原料追蹤追溯系統，由原本的二階進一步推到三階，提升食品安全整體經費投入超過 100,000 仟元，顯示我們對消費者健康安全的重視。統一超商將秉持著這樣的理念，持續為消費者食品安全把關。

不僅如此，16 年前即全額捐助成立「財團法人統一超商好鄰居文教基金會」，長期以來積極投入社區睦鄰安居工作，並致力於改善社區生活及延續地方文化。基金會推動「好鄰居同樂會」，透過各類的社區活動，拉近人與人之間的距離，為社會添加關懷與溫度。2015 年「好鄰居同樂會」聚焦於「親子互動、弱勢關懷、教育文化、健康生活、環保」五大面向深耕推動，並將更深入關懷各社區所需，舉辦超過 2,500 場活動。而利用通路影響力推動的「把愛找回來」公益募款活動，也切合社會高齡化趨勢，領先其他企業腳步，率先深耕銀髮關懷，發揮門市近而便利優勢，關懷弱勢長輩食、醫、住、行、育樂等面向，更將服務融入商業經營環節中，從本業出發，落實「公益生活、隨手行善」的理念，2015 年公益募款金額突破新台幣 392,015 仟元。

永續地球

2015 年巴黎協議通過後，各國政府無不積極對抗氣候變遷，確保全球升溫控制在 2°C 以內，紛紛祭出溫室氣體總量管制、排放交易及碳稅等政策，以降低溫室氣體排放，這些相應的管制策略，企業首當其衝。統一超商身為地球公民，對抗氣候變遷責無旁貸，自多年前即展開總部大樓及各門市多項節能專案，每年減少約 600 萬度用電量，換算超過 3,000 噸的溫室氣體排放量。2015 年更成功爭取經濟部能源局「ISO50001 能源管理系統」服務業年度輔導企業，於總部大樓及台北里昂門市、松高門市導入 ISO50001 能源管理系統，期望藉此系統化、科學化的管理制度，協助公司在未來的節能道路上，提供更多的貢獻。

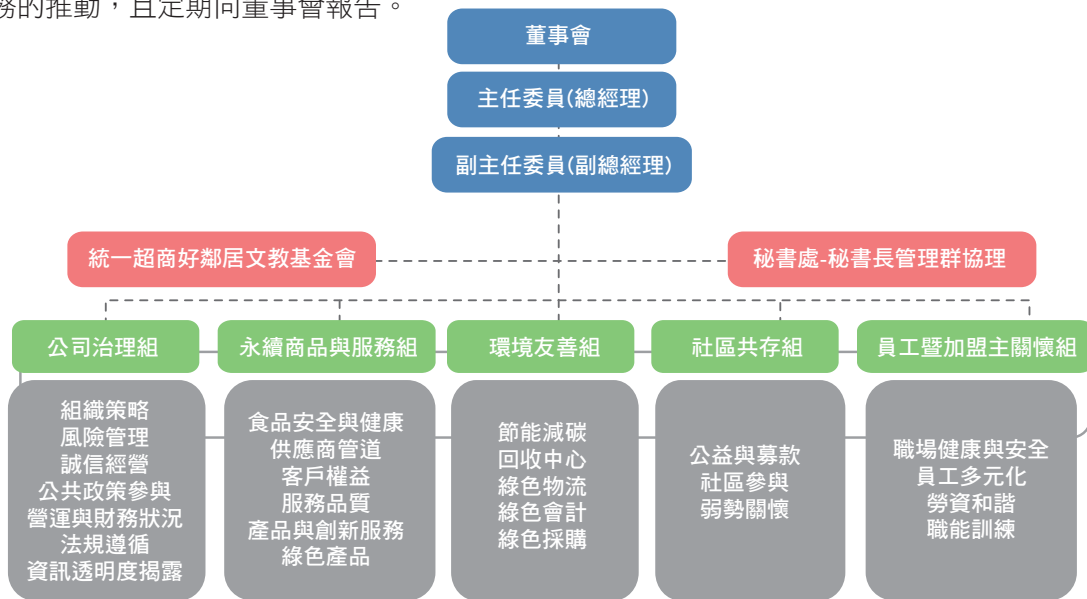
統一超商以成為產業裡最卓越的幸福企業為目標，積極將企業社會責任內化到核心本業，致力於將每家門市建構成為企業社會責任的實踐基地。我們有信心透過認真、誠實的經營，帶給消費者「便利、安心、歡樂」的生活，讓統一超商成為消費者安心滿意的品牌，永續經營的良善企業。

CSR 組織與策略

統一超商追求經營成長的同時，積極實踐企業社會責任，促進經濟、社會之進步，以達永續發展目標，另透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業社會責任為本之競爭優勢。為落實企業社會責任之執行及管理，設置跨部門「統一超商 CSR 委員會」，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行，並定期向董事會報告。

CSR 委員會組織架構

「統一超商 CSR 委員會」由總經理擔任主任委員、副總經理擔任副主委，以利害關係人的角度思考，組成跨部門的「公司治理」、「永續商品與服務」、「環境友善」、「社區共存」、「員工暨加盟主關懷」五大執行小組，並由各群、部級主管作為組長和副組長，領導各部門同仁發揮 TK(單品管理 Tanpin Kanri) 當責精神，聚焦於 CSR 各議題管理。此外，CSR 委員會規劃至少每半年召開會議一次，審核與檢討 CSR 相關業務的推動，且定期向董事會報告。



註：此為 2016 年更新修訂組織架構

CSR 願景、三大主軸與實踐原則

統一超商將 CSR 核心理念融入經營目標中，2013 年 3 月董事會通過「企業社會責任實務守則」，逐步定出 CSR 推動三大主軸及具體五大實踐原則，由上而下凝聚高階共識。2015 年 3 月因應台灣證券交易所「上市上櫃公司企業社會責任守則」條文更新，故修訂「企業社會責任實務守則」，以符合法規並展現統一超商推動 CSR 之決心。

長期以來，統一超商各單位及門市已將 CSR 行動融入平時工作服務中，例如透過統一超商好鄰居文教基金會規劃，聚焦社區服務、偏鄉教育與弱勢關懷等議題範疇，以門市為據點，藉由舉辦多元活動，串連社區情感，帶給人們幸福、溫暖與信任，也將 CSR 概念滲透鄉里間。未來，我們將持續強化自我管理能力，將 CSR 納入年度計畫工作中，並設立關鍵績效 (Key Performance Index, KPI)，透過系統化管理機制，逐年檢視執行成果，追求永續經營成長。

健全公司治理制度

- 隨時檢討 CSR 成效及持續改進，並由經營階層監督、各權責單位各自執行
- 全體員工應依自律公約，落實「真誠、創新、共享」企業文化
- 從事營運活動應遵循相關法規，以營造公平競爭環境

發展永續環境

- 遵循環境法規及相關之國際準則規範，適切地保護自然環境
- 致力提升各項資源之利用效率，並落實綠色採購
- 從事研發、生產及服務等營運活動，考慮對生態效益之影響降低環境衝擊

維護社會正義

- 遵守勞動法規，保障員工之合法權益
- 致力降低對員工安全與健康之危害因子，預防職業上災害
- 為員工之職涯發展創造良好環境，並建立有效之職涯能力發展培訓計畫
- 與其供應商合作，共同致力提升 CSR
- 參與關於社區發展及社區教育之公民組織、慈善公益團體及地方政府機構之相關活動，以促進社會共好

保障利害關係人權益

- 尊重利害關係人權益，並回應其所關切之重要 CSR 議題
- 確保產品與服務品質，落實消費者權益政策之執行
- 確實尊重消費者之隱私權，保護其所提供之個人資料

加強企業社會責任揭露

- 充分揭露具有關聯性及可靠性之 CSR 相關資訊
- 揭露推動情形，包括企業社會責任之實施績效、利害關係關注之議題與實施 CSR 之制度與行動方針



2015 永續績效

公司治理與經營面向績效

經營成果

133,407,688 仟元

- 營業收入為新台幣133,407,688 仟元，較2014年成長1.6%

2.9%

- 每股現金股利達7.2元，較2014年增加了2.9%

250 店

- 與台塑有機農場策略聯盟，門市導入「台塑有機蔬菜專區」達250店

公司治理

- 獲得台灣證券交易所與證券櫃檯買賣中心「第十二屆上市上櫃公司資訊揭露評鑑」最高「A++」評等
- 持續入選MSCI 全球永續指數
- 「第二屆公司治理評鑑系統」評鑑成績排名前5%
- 入選台灣公司治理指數 100 之成分股。

環境面向績效

節能減碳 降低**2.74%**

- 門市用電密集度為1,099kWh/平方公尺，較2014年降低2.74%

減少 1.86公噸

- 汰換舊型物流車輛（環保三期、環保四期）共計42輛，總計減少1.86公噸（1,855公斤）CO排放量

- 總部大樓8樓及里昂門市、松高門市取得ISO50001能源管理系統認證

綠色採購

- 環保石頭紙採購 **143,739** 公斤

- 生質塑膠PLA採購 **55,744** 公斤

- FSC 認證紙張採購 **12,045** 公斤

綠色會計

- 投入環境保護之各項資產投資及費用支出合計有917,993仟元

社會面向績效

社區參與 2,543 場

- 舉辦2,543 場的「好鄰居同樂會」

員工照護

- 健康管理計畫」較往年增加醫師駐診服務次數至每月32小時，護理師聘用將增加至4人。
- 幸福合作社共執行281件(其中門市155件)關懷個案，總關懷時數239小時

弱勢關懷

392,015 仟元

- 公益募款金額達新台幣392,015仟元
- 與Teach for Taiwan為台灣而教協會持續合作，2015年共支持27位教師，於台東／台南13校任教。
- 2015年9月正式上線健康紀錄雲端平台「千禧i健康」

產品面向績效

食品安全

- 公布實施「自有商品安全維護辦法」，建立商品內部監督機制
- 檢驗源頭原料/添加物與門市商品，總測試支出為新台幣18,202,266元

門市高品質服務

合格率为 97.5%

- 門市查核21,771店數次，共21,225次通過查核，合格率为97.5%
- 門市品保訓練課程，共計有9,560人參加受訓



- 2015 年營業收入為新台幣 **133,407,688** 仟元 (較 2014 年成長 **1.6%**)
- 「第二屆公司治理評鑑系統」評鑑成績排名前 **5%**
- 統一超商持續入選 MSCI 全球永續指數

1.1 公司規模與背景

組織規模

公司全名	統一超商股份有限公司
員工人數	8,384 人
創立時間	1978 年
董事長	羅智先
總經理	陳瑞堂
總部位置	台北市信義區東興路 65 號 2 樓
資本額	新台幣 10,396,222 仟元
總店數	5,028 家

截至 2015 年 12 月 31 日

公司簡介


1978年統一企業集資正式成立「統一超級商店股份有限公司」，將整齊、開闊、明亮的7-ELEVEN引進台灣。於1980年，第一家「7-ELEVEN長安門市」開幕，引入從柑仔店化身為小型超商的新概念。走過三十幾年，我們不斷追求創新，打破時空限制，致力提供給消費者便利且優質的服務。此外，也走進巷弄、深入鄉間展店，從熱鬧的大都會跨海到離島，從高海拔的山區到偏遠的東部濱海鄉村，遍布大街小巷都有7-ELEVEN的足跡，已經成為台灣隨處可見，最貼近人心的溫暖據點，更是台灣拉近城鄉差距的最佳實踐者。

一路走來，統一超商以提供生活上最便利的服務為宗旨，並透過善盡良好社會公民責任，「真誠、創新、共享」的企業文化，讓每一位同仁樂在服務，將每一位顧客滿足的笑容，當作是自己最大的成就，因此，我們在台灣創造許多第一。面對未來多元挑戰，我們深知要展現品牌的絕對優勢，還需要更多的努力空間。統一超商將秉持一貫熱忱、決心與凡事徹底的精神，以提供消費者全方位的便利，引領流行創造新優質生活體驗，同時持續優化人、店、商品、系統、物流、制度及文化等零售業七大基本元素，聚焦本業，從根基穩固實力，把人、店、商品完美結合，並朝國際化、多元化的經營模式邁進，且透過建構堅強的物流、情報、後勤等支援體系，為顧客打造便利與美麗的幸福空間。

2015年統一超商重要里程碑


1.

穩固經營基礎

 入選台灣公司治理指數 100 之成分股。


2.

拓展門市業務


 與台塑有機農場策略聯盟，門市導入「台塑有機蔬菜專區」達 250 家。

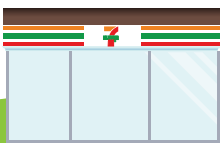
3.

持續系統升級

 導入自行開發之「MAS原物料系統」及「實驗室管理系統」，隨時掌握各項原物料供應商資訊，升級品保管理制度，建構完整食安防護網。

 「2代便利生活站」軟硬體全面升級上線，打造數位生活新體驗。

 首創推出「i禮贈」，以電子兌換券為概念，鎖定B2C小額禮贈市場，運用便利生活站機台及便利生活站APP兩大載具，打造行動贈禮新模式。



關於統一超商



減少環境衝擊的好鄰居



隨時與您相伴的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

財務績效

回顧 2015 年，台灣社會氛圍不安穩、消費者信心指數低迷，再加上經營成本持續上揚、產業競爭激烈、天災人禍等逆勢，即使外在經營環境不穩定，但統一超商仍以滿足消費者及加盟主需求為首要優先考量，面對快速變化的消費市場與新興消費趨勢，不斷推出差異化產品與服務，秉持四大經營策略、持續優化七大元素，朝向成為國人最便利、安心、歡樂的社區服務中心目標前進。

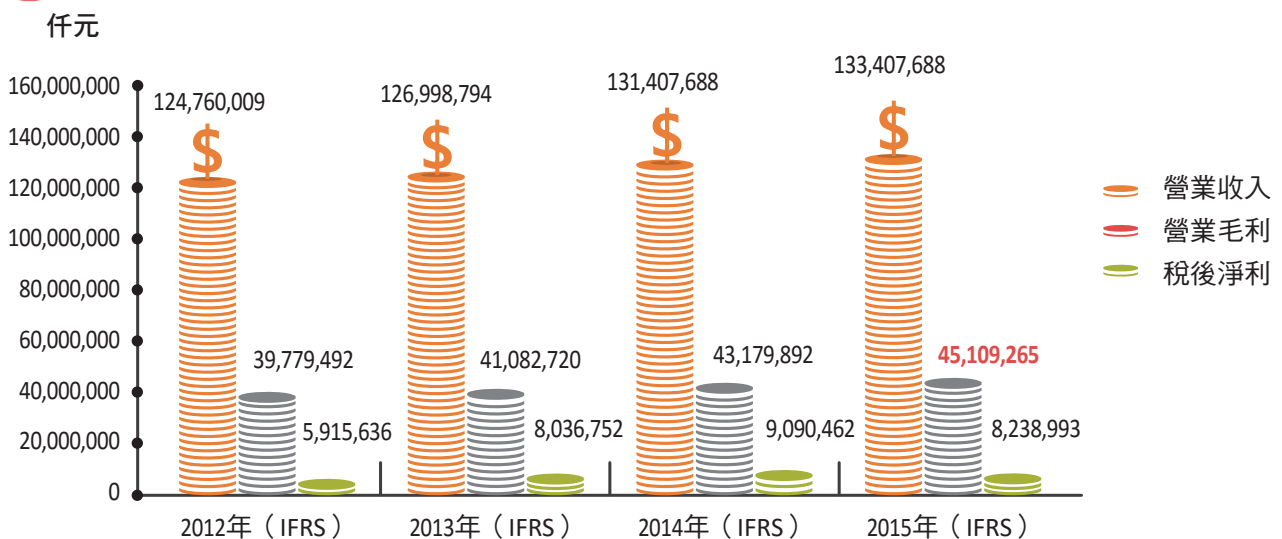
2015 年營收及稅後淨利達到 133,407,688 仟元及 8,238,993 仟元，所得稅費用為 1,327,753 仟元。並獲勤業眾信 (Deloitte) 會計師事務所評選為 2015 年全球前 250 大零售業中唯一入選的台灣零售業。

提昇股東長期的投資價值是我們的責任，在穩健獲利成長下，以穩定的股利配發政策回饋給股東。2015 年配發每股現金股利達 7.2 元，較 2014 年所發放的 7 元增加了 2.9%，創下歷史新高。此外，為與投資人保持良好溝通，2015 年自辦與參加券商所舉辦的海內外法人說明會共 4 場；一對一的投資人會議共 185 場，期望讓投資人了解統一超商的未來營運方向與展望。再者，為落實股東行動主義並保障股東權益，自 2013 年開始，我們也於股東會中導入電子投票及逐案票決機制。

企業的資訊透明化有助於利害關係人了解我們真實的價值，除了舉辦法人說明會，於會中公布財務數據與營運展望外，更於公司網頁中架設投資人關係專區，揭露公司治理的運作情形，包括如薪酬委員會、審計委員會及董事會等運作等。2015 年，統一超商在公司治理方面獲得「證券暨期貨市場發展基金會上市上櫃公司資訊揭露評鑑」A++ 評等。此外，於 2015 年持續入選 MSCI 永續指數系列之成份股，在公司治理評估項目中，得分最高並超過同級平均水準。

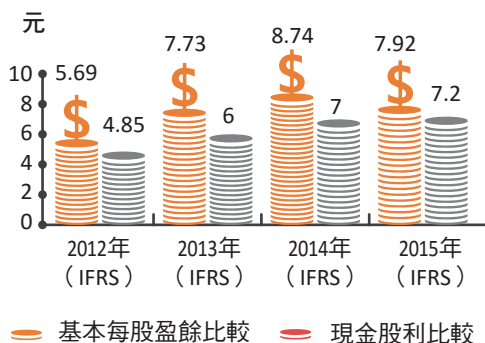


營運數字比較

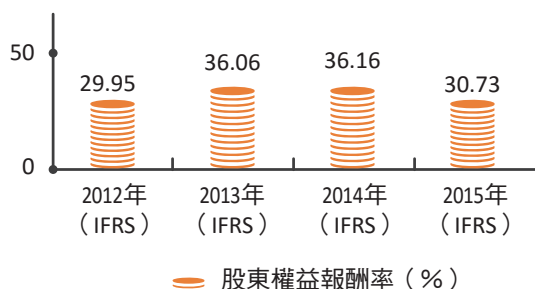


註：2015 年起採用 2013 年版 IFRS，故追溯調整 2014 年受影響之項目

股利比較



股東權益報酬率



1.2 我們的產品與服務

統一超商積極掌握社會脈絡與消費趨勢，持續開發符合消費者需求的高價值商品和創新服務。除滿足顧客基本便利需求，確保鮮速食商品安心、安全外，更致力於追求優質、貼心的服務。

我們也以成為「顧客最便利、安心、歡樂的社區服務中心」為目標，2015年店數達 5,028 店、將經營觸角跨足 330 個鄉鎮，且跨海到蘭嶼展店，完成離島布局，讓便利服務深入全台各地、城市與偏鄉，力求讓所有居民、顧客都能享有便利、安心的優質生活。

以「精實營運」策略，做為創造穩定與永續成長的核心主軸，並持續秉持「務本」、「應變」兩大綱領，朝「聚焦本業、壯大繁榮」、「全力發展自有零售品牌」、「掌握網購商機」、「擴大中國市場版圖」、「發揚光大合資品牌事業」等五大方向努力。



關於統一超商



減少環境衝擊的好鄰居



隨時與您相伴的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

便利安心產品

從 2007 年推出自有品牌以來，不斷因應國內整體環境變化以及參考國外流行趨勢，期望開發出最符合國人需求的產品。2015 年統一超商主打「綠金」(生鮮蔬果)、「黃金」(香蕉、玉米)、「黑金」(CITY CAFE) 經營有成、綻放光芒。

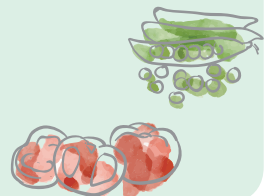
為提供民眾高品質產品，除了跨界與專業知名品牌合作，亦支持在地採購，以穩定價格與在地農民合作，透過主動制訂篩選制度，和農民共同打造個人化包裝商品，便利顧客隨時補充蔬果，成功提升台灣農特產附加價值。藉由不斷創新商品，滿足各族群的外食、蔬食需求，帶給台灣消費者最新鮮、優質的鮮食體驗。



綠金 - 有機蔬菜小專欄

隨著小家庭、個人化、高齡化的時代來臨，民眾購物模式改變，在「綠金」持續深耕鮮食服務，並從即食即飲延伸至生鮮蔬果及有機蔬菜，並持續建構從「農場到餐桌」的食材溯源機制，逐步為消費者建立全方位的食物安全防護網而努力。

統一超商與擁有 CAS 有機驗證與 ISO 9001 雙重驗證的台塑農場合作，導入台塑有機蔬菜專賣區，提供民眾便利就近購買具有機認證、產銷履歷的當令蔬菜讓美味隨時上桌，並結合長庚醫院營養科的專業機制，共同推出「有機蔬菜箱」，由資深營養師分別根據「銀髮族」、「樂活家庭」、「幼童」三個族群的營養需求強化類別蔬菜份量，獨家調配每箱 2 到 3 人份、7-ELEVEN 限定規格的蔬菜箱，供民眾按需求選購。對於提升消費者的健康與便利需求，我們持續創新服務，提供消費者最安心的購物選擇。





此外，透過策略聯盟與集團資源的整合，與康是美共同研發集團自有品牌「UNIDESIGN」，滿足消費者多樣化的需求，運用「質的・好生活」的品牌概念，期望為消費者打造具有「高質感」、「高附加價值」和「有感差異化」3大特點的高CP值品牌。「UNIDESIGN」期許品牌朝「U and I 消費者互動」和「Design 更生活的設計」兩方向前進，展現我們與消費大眾共好、共做質感新生活的寓意。而在商品力的部分，由7-ELEVEN 領頭發揮經營自有品牌經驗，如：積極整合國內外製造、設計資源、輔以國際製販同盟作法...等，結合康是美以「大廠製販同盟、國人專屬配方、不添加最安心、用量少效果佳、綠色環保」等五大方向、逾10年的自有品牌開發基礎，及長期對消費者在用品上的使用習慣，透過整合統一企業集團資源與共購提升成本競爭力，精選國內外市場專業大廠，做到全流程品質管控，為國人打造具有合理訂價的「UNIDESIGN」系列好商品，並期望能成為國內通路自有品牌走向高質感新里程的代表。

便利創新服務

7-ELEVEN 持續編織綿密便民生活網，提供各項生活上的便利服務，讓消費者只要到附近的7-ELEVEN，24小時皆能滿足食、衣、住、行、育、樂等各項所需。

行動支付

「欸！經濟」當道，為提供消費大眾更多元、便利的支付體驗，我們導入icash2.0、一卡通、悠遊卡等感應式電子票證，及具有行動商務秘書功能的「行動生活站APP」等服務，看好行動支付商機，攜手PChome 網路家庭旗下的拍付國際(Pi)和中國信託商業銀行，合作推出「條碼付款」服務，讓民眾在全台門市購物時，不需帶錢包、只要show出智慧型手機中的「Pi 行動錢包」APP，即可運用其中條碼快速結帳，生活更便利。而此合作不僅串起網路應用和實體消費的橋樑，更創下國內便利商店使用行動錢包支付的新里程，亦為台灣手機支付市場近期最大突破。

環保響應

為提供國人更多元的貼心服務，我們掌握網路代購和電動車商機，陸續攜手知名代購網路平台MYDAY和新創公司Gogoro，分別推出海外商品代購店取及電動車充電服務，期能滿足國人各項生活需求。與MYDAY克服系統串接和物流挑戰，串起消費者從購物源頭到手中的一條龍服務，再到指定7-ELEVEN門市取貨，擁有更安全、便利的交易環境。為響應節能減碳愛地球理念，於榮鑫門市打造全台第一個位於7-ELEVEN門市的GoStation®電池交換站，便利Gogoro所開發的智慧雙輪Smartscooter 摩托車友多一個服務據點充電，盡情享受騎乘樂趣。

特色推廣

而為提供顧客差異化消費體驗，7-ELEVEN 積極打造特色門市，並發揮創意，結合各地風景名勝和商圈特性融合於店鋪設計中，而此概念目前也運用在高鐵車站、百貨賣場，我們的店鋪設計團隊除積極在創意面追求突破，更不斷思考跳脫門市空間限制，嶄新商店形象。

展望 2016 年，統一超商繼續秉持「矢志成為最卓越之零售業者，以提供生活上最便利之服務為宗旨，並善盡良好社會公民之責任」為責無旁貸的使命，盡最大努力為消費者提供便利生活。也針對近年食品安全的重視，逐步為消費者建立全方位的食品安全防護網而努力。另外，透過綿密的實體通路及完善的物流與金流系統，統一超商掌握電子商務發展趨勢，將持續拓展數位應用服務。



1.3 公司治理

統一超商重視營運透明與公司治理，誠信經營的提升更是我們長期經營的目標，為了建立良好的公司治理制度、健全委員會監督功能及強化董事會結構與運作，設有下列機制作為控管：

審計委員可透過每季一次的董事會和審計委員會，以及稽核單位定期提供之稽核報告，了解公司營運狀況及稽核情形，並可透過各種報告及管道（電話、傳真、電子郵件等），與員工、股東以及會計師進行溝通。

本公司由審計委員會及董事會定期評估簽證會計師之獨立性。本公司會計單位參考會計師法及職業道德規範公報第 10 號制定獨立性評估項目進行評估。本公司之簽證會計師每年提供本公司「超然獨立性聲明書」。另本公司簽證會計師之輪替亦遵守相關規定辦理。

本公司建有完善的內部控制制度，由內部稽核人員定期查核遵循情形，作成稽核報告提報董事會；此外，為確保該制度之設計及執行持續有效，每年進行檢視及修訂作業，以建立良好的公司治理與風險控管機制。

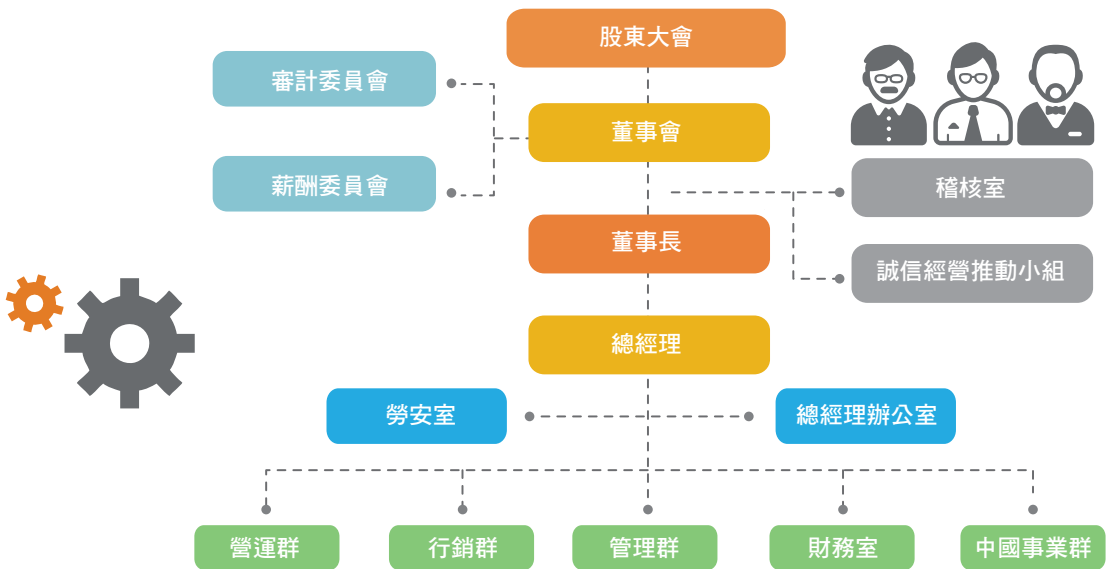
公司為建立廉潔、透明及負責的經營理念，制訂以誠信為基礎之政策、企業文化及良好之風險控管機制，以健全企業之永續經營及發展，訂有公司治理實務守則、誠信經營守則，以及誠信經營作業程序及行為指南，同時內部訂有品德管理暨營業秘密行為準則規範及獎懲辦法，推動全公司「品德管理」活動。透過自律公約簽署活動，推廣全體員工良善行為典範。



為確保商業活動的交易清廉，本公司在供應商協議書中，自 2013 年起新增「誠信與不得收受賄賂」等條款，要求供應商一同謹守誠信分際，防範任何不誠信商業行為發生，維護雙方共同利益。並於 2016 年起，針對主要供應商之契約納入企業社會責任相關條款，供應商如涉及違反政策，且對供應來源社區之環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除合約。

2015 年本公司稽核室依公開發行公司內部控制制度準則，呈報執行內部稽核年度查核計劃 (共計 89 項) ; 其中對於公司各單位均依內控制度、財務報告、營運效率均有進行查核。以銷售作業為例，稽核單位針對門市各項營運數據進行定期的風險評估，而後再進行標的選樣，並實際到標的門市進行查核 (如門市現金管理、募款作業、銷退貨作業等) ，確認相關帳務作業的允當性。

公司治理架構



生效日期：2016 年 7 月 1 日

董事會

統一超商設董事 13 人 (含獨立董事 3 人) ，任期 3 年，採候選人提名制度，由股東就董事候選人名單中選任之。董事會成員平均年齡為 57 歲，並有 2 位女性董事，各成員學經歷、專業知識、支付酬金之揭露，可參閱 2015 年度年報第 17 至 22 頁內容，而年報可在公開資訊觀測站或本公司投資人關係網站 (<http://www.7-11.com.tw/company/ir/>) 中下載取得。依「董事會議事規範」之規定，為避免最高治理者利益衝突，董事對於會議事項，若與其自身或其代表之法人有利害關係，致有害於公司利益之虞者，得陳述意見及答詢，不得加入討論與表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。此外，董事會應至少每季召開 1 次，以審核企業經營績效和討論公司發展策略及重大投資議題。2015 年截至 2016 年 4 月底 (2015 年年報出刊日前) 本公司已召開 7 次董事會，平均出席率高達 95.6% 。

設置獨立董事情形

統一超商獨立董事選任係採候選人提名制度。本屆獨立董事係由董事會評估其符合獨立董事所應具備條件後，送請股東會選任之。於 2015 年 6 月 18 日，經股東常會改選連任，獨立董事名單為國立台灣大學法律學院專任教授王文宇先生、私立輔仁大學管理學院副院長許培基先生與陳明道先生。獨立董事具備商務、法務、財務、會計或公司業務所須相關科系之公私立大專院校講師以上之資格，於公司決定策略時，可運用其專業與經驗提出建議，在董事會討論任何提案時，亦可充分考量獨立董事之意見，兼顧利益迴避原則，有效保護公司利益。

審計委員會

統一超商已依照「公開發行公司審計委員會行使職權辦法」規定，於 2012 年 6 月 21 日設立審計委員會，旨在協助董事會執行其監督職責及負責公司法、證券交易法及其他相關法令所賦予之任務。該委員會由全體三位獨立董事組成，許培基獨立董事擔任召集人，至少每季召開 1 次委員會。2015 年截至 2016 年 4 月底 (2015 年年報出刊日前) 已召開 7 次審計委員會，召集人與成員實際出席率為 100%。

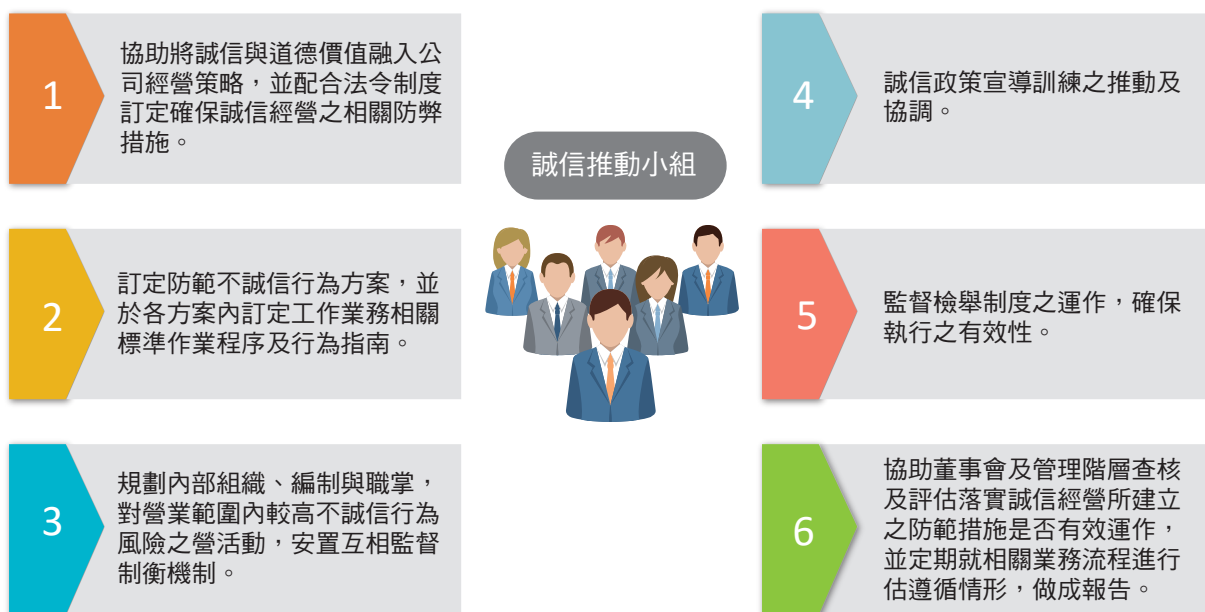
薪酬委員會

統一超商已依照「股票上市或於證券商營業處所買賣公司薪資報酬委員會設置及行使職權辦法」規定，於 2011 年 8 月 19 日設立薪資報酬委員會，旨在協助董事會執行與評估公司整體酬勞與福利政策，以及董事及經理人之報酬。該委員會由全體三位獨立董事組成，王文宇獨立董事擔任召集人，至少每年召開 2 次委員會。2015 年截至 2016 年 4 月底 (2015 年年報出刊日前) 已召開 3 次薪資報酬委員會，召集人與成員實際出席率為 100%。

誠信經營

因應世界趨勢及法令要求，本公司為建立廉潔、透明及負責的經營理念，2015 年統一超商新增設「誠信經營推動小組」，隸屬於董事會，制訂以誠信為基礎之政策、企業文化及良好之風險控管機制，以健全企業之永續經營及發展，訂定誠信經營守則及誠信經營作業程序及行為指南，並定期向董事會報告。

對於內部的誠信經營之教育訓練，編制誠信經營線上課程，截至 2015 年 12 月 31 日，後勤全員完訓比率為 99.6%。而針對外部誠信經營推廣方面，亦有供應商合約誠信清廉條款，建立正面防範機制，主動表明本公司誠信經營立場，落實企業核心價值。

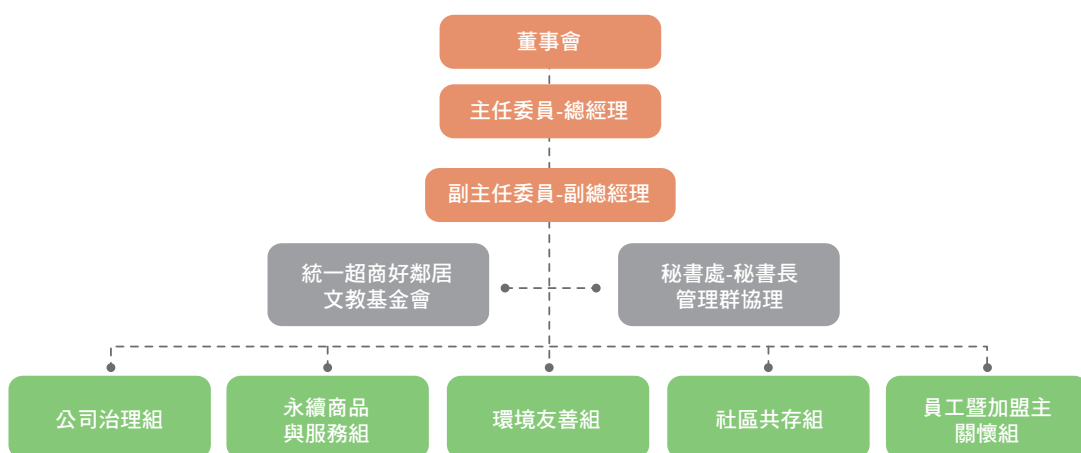


企業社會責任治理

統一超商已訂定企業社會責任實務守則，且為落實企業社會責任之執行及管理，並於 2015 年設置跨部門之「統一超商 CSR 委員會」，由總經理擔任主任委員，副總經理擔任副主委，並分成五大小組，包括「公司治理」、「永續商品與服務」、「環境友善」、「社區共存」、「員工暨加盟主關係」，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行，2015 年共 2 場大型例會，9 月、11 月五大小組舉辦小組例會共 10 場，並定期向董事會報告。

統一超商將 CSR 指標列入所有 TEAM 級主管 (2016 年改部級) 的共同績效，食安、勞安、環安、工安等與法令有關之議題，優先納入績效考核。

統一超商 CSR 委員會



註：此為 2016 年更新修訂組織架構

1.4 外界肯定

本公司長期以來一直維持正向、熱情、有活力的品牌形象，已連續 20 年獲得《天下雜誌》標竿企業聲望獎及金牌服務大賞第一名。於 CSR 相關獎項的部分，也榮幸獲得各大公私部門的青睞與肯定，2015 年至 2016 年 5 月前獲得的重要獎項如下：



2015 年

- ✦ 《富士比》全球企業 2000 強，第 1842 名
- ✦ 《Cheers 雜誌》「2015 新世代最嚮往企業」Top100
- ✦ 《天下雜誌》大型企業組「CSR 企業公民獎」、「金牌服務業大賞」便利超商業、跨業排名、創新力排行等三獎項、2000 大企業
- ✦ 商業周刊「百大最有影響力品牌調查」中「零售」第一名
- ✦ 工商時報 2015 臺灣服務業大評鑑便利商店組第一名
- ✦ 經理人月刊 2015 影響力品牌「零售量販類」獎項的「首獎」
- ✦ 獲《壹週刊》「第 12 屆服務第壹大獎」肯定
- ✦ 台灣證券交易所與證券櫃檯買賣中心「第十二屆上市上櫃公司資訊揭露評鑑」最高「A++」評等
- ✦ 「第一屆公司治理評鑑系統」評鑑成績排名前 5%
- ✦ 英國標準協會 (BSI)AA100 認證，並受評為具有 A+ 等級的永續型企業
- ✦ 勤業眾信會計師事務所評選為 2015 年全球前 250 大零售業中唯一入選的台灣零售業
- ✦ 《台灣活動發展協會》2015 頒予好鄰居文教基金會台灣活動卓越獎金杯獎
- ✦ 獲 ISO50001 能源管理系統認證肯定，便利商店業唯一入選年度輔導企業



工商時報服務大賞



第 12 屆服務第壹大獎



好鄰居基金會
台灣活動卓越獎金杯獎



2016 年

(截至 5 月底)

- ✦ 入選《Cheers 雜誌》調查「2016 年新世代最嚮往企業 Top100」排行榜
- ✦ 獲「Brand Asia 亞洲影響力品牌」零售通路類榜首
- ✦ 《遠見雜誌》企業社會責任獎 統一超商公益作為獲首獎肯定
- ✦ 《天下雜誌》金牌服務業冠軍 數位力為致勝關鍵



遠見 CSR 獎牌

1.5 營運策略與管理

全球經濟緩慢復甦，然美國啟動升息循環，再加上國際油價下跌，中國經濟成長趨緩等，持續為全球經濟增添不確定性，進而影響我國出口和整體經濟。2015 年台灣出口值衰退 10.6%，經濟成長率僅 0.75%，較 2014 年 3.92% 衰退 3.17 個百分點。在物價方面，2015 年消費者物價指數 (CPI) 年增率負成長 0.31%。統一超商持續致力於調整產品組合、改善毛利結構，並搭配多元的行銷策略，以降低未來通貨膨脹帶來之成本增加壓力及對公司營運之影響。

庶民經濟依舊當道，且消費者對食安的意識提昇，在飲食方面更傾向安全的品質，並尋求物超所值的消費體驗，各家優良廠商無不致力於提昇商品品質管控與附加價值，期以品質及差異化增加競爭優勢。鮮食原物料管理方面，除深入產地和農民契作，結合國內鮮食廠不斷開發新商品外，統一超商持續投入大量資源，與供應商共同建立原物料管控系統，積極強化源頭管理、食安風險管控等工程，嚴格遵守標示及廣告之誠信原則，管理稽查範圍涵蓋第一階供應商與第二階原物料供應，以期達到最佳的顧客滿意。除了擁有國內零售業第一個國際級品保認證的品質檢驗實驗室外，不斷精進自我檢測能力，以提供消費者安心、便利、美味的鮮食商品。



技術與研發

為能掌握顧客的消費需求，及因應不斷推陳出新的賣場型態、不同業態的競爭模式，我們結合多項創新的服務持續深耕，以提升整體競爭優勢，並從中減少環境衝擊或促進民眾生活更美好。2015 年投入相關之開發及研發費用達新台幣 149,711 仟元。

便利生活站平台升級：持續進行軟體升級，提供服務分類更清楚、操作更直覺的使用者介面，且延伸行動生活站 APP 條碼掃描功能，讓民眾可先運用行動裝置確認需求，再到門市連結機台完成作業，生活更便利。

便民服務：為提供國人更多元的貼心服務，7-ELEVEN 掌握網路代購和電動車商機，陸續攜手知名代購網路平台 MYDAY 和新創公司 Gogoro，分別推出海外商品代購店取及電動車充電服務，期能滿足國人各項生活需求。

OPENPOINT 會員點數：領先業界推出「點數轉贈」服務，會員可將自己的點數轉贈給其他會員使用，做為另類送禮選擇、更擴大點數流通性與使用率。

擴充設備以強化即時線上服務業務：提供線上購票、預購更穩定、快速服務，不因量大而影響業務運行。

手機支付導入：導入 Pi 錢包，提供的 O2O 第三方支付工具消費方式，讓顧客支付方法多元化選擇。

7-ELEVEN APP 升級：為提供消費者更好的服務，7-ELEVEN APP 大幅改版並升級系統，未來將提供更多樣化的服務給消費者。

展望 2016 年仍將是充滿挑戰的一年，但統一超商將堅持誠信正直之經營理念，在人、店、商品、系統、物流、制度、文化等經營七大基本要素上持續精進，期透過結構性的改變，創造持續性的成長。台灣 7-ELEVEN 將善用近又便利的優勢，持續朝向安心、美味的自助式簡速餐廳發展，並結合集團資源，推出更具差異化的商品與服務。

未來，統一超商將繼續秉持「矢志成為最卓越之零售業者，以提供生活上最便利之服務為宗旨，並善盡良好社會公民之責任」為責無旁貸的使命，盡最大努力為消費者提供便利生活，為加盟主謀求穩定獲利，為員工建立公平友善的工作環境，為股東創造更高價值，達到「顧客滿意」、「夥伴滿意」、「股東滿意」、「社會滿意」之四方滿意境界。

風險管理

本公司致力於維護完整的風險管理系統，並將整個集團組織與子公司納入風險管理的範圍中，由本公司董事會、各階層管理人員及員工共同參與並推動執行。除遵守相關法令的規定外，對各項營運活動中可能面臨之潛在風險，也主動依據其風險特性與影響程度予以辨識、分析、衡量、監控、回應、報告及改進。在合理確保公司達成策略目標的同時，亦能有效維持並控制相關潛在的風險。主要風險管理組織及各項風險管理執行與負責單位如下：

風險管理表

風險類型	風險管理執行說明	權責單位
策略營運風險	各事業群及子公司制定投資與營運的事前計劃與風險評估，由本公司總經理辦公室定期進行相關的指標分析，並於每季的「統一超商暨轉投資事業經營交流會」，及定期主題式重點轉投資事業專案經營檢視中，進行營運績效追蹤及分析，以確保每個事業體的經營策略能符合其營運目標與經營願景。	總經理辦公室
財務、流動性及信用風險	由本公司財務室依據法令、政策及市場之變化，訂定各項策略、程序與指標，定期分析及評估相關風險的變化狀況，並採取適當的因應措施，以降低公司整體潛在的風險。	財務室
市場風險	各事業單位依據功能執掌，針對國內外重要政策、法令及科技變動，進行分析評估，並據此採取適當因應措施，以降低未來潛在經營風險。此外，本公司亦成立跨單位之法規鑑別委員會，並定期召開「法規鑑別會議」，隨時掌握最新法規變動資訊，以採取適當之因應措施。另外，各單位主管也組成「危機處理小組」，針對可能發生或已發生的市場風險與危機進行有效的控管與處理。	各事業單位 / 法規鑑別委員會 / 危機處理小組

稽核室透過風險評估及法令規範，擬定年度稽核計畫與自行檢查程序及方法，藉由稽核計畫及自行檢查作業之執行，不斷對以上各項潛在之風險進行控管，並定期將結果上呈董事會。

氣候變遷風險與調適

在執行 CSR 的風險管理活動時，統一超商已意識到氣候變遷造成的全球災害日益嚴重，促使各國政府積極透過強制性的法規管制各產業氣候變遷之相關活動，也因此形成企業營運上的一大挑戰。雖國內尚未對零售業有強制性法規規定，但統一超商身為標竿企業，同時營運過程與民眾生活息息相關，體認有義務加以管理與辨識氣候變遷議題和風險。因此，自 2005 年起便開始以溫室氣體盤查議定書 (GHG Protocol) 作為溫室氣體盤查的標準，管理溫室氣體排放的相關風險及尋求適當的減量機會。透過總部與門市節能措施、提升設備效能及加強人員的教育訓練等策略執行，朝低碳企業方向努力。



關於統一超商



減少環境衝擊的好鄰居



隨時與您相伴的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

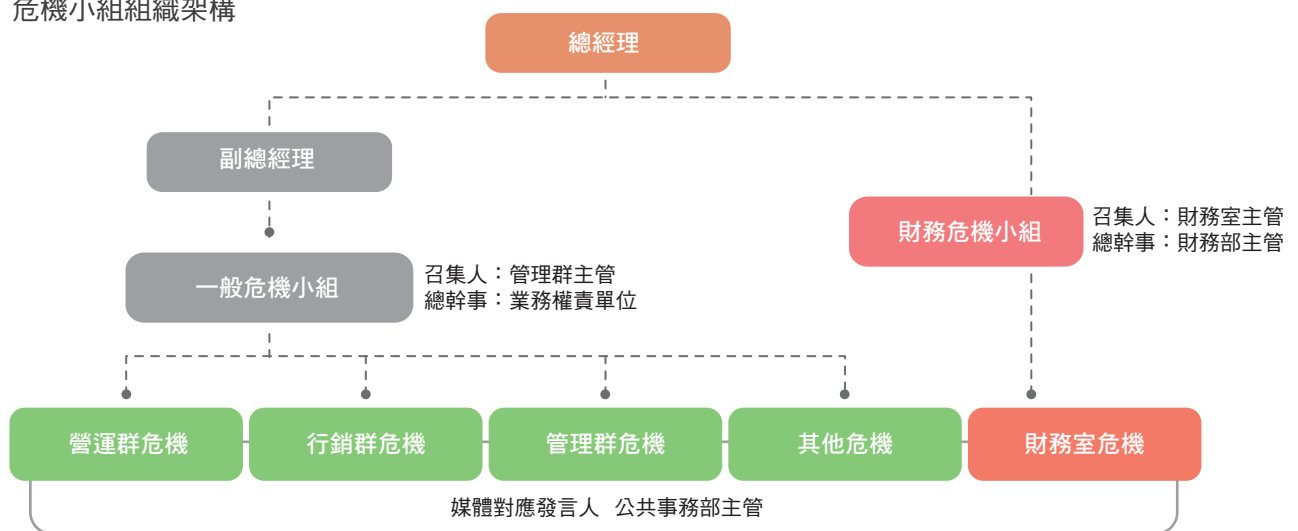
危機應變管理

危機發生總是迅雷不及掩耳，為提高統一超商的危機敏感度，2013 年時，本公司建立跨部門的「危機專案小組」；2015 年持續依循內部「危機管理」制度，執行企業面對危機時組織應具備的預防、處理與解決方針。

此外，也向母公司統一企業學習，推出第 3 版的「統一超商股份有限公司危機管理手冊」於 2014 年 2 月 14 日正式發行。由管理群主管任召集人，確認一致行動，再由各危機當責的單位部主管為總幹事，領導各單位執行，而對外媒體發言人則由公共事務部主管唯一擔任。手冊主要參考母公司統一企業的危機處理原則來強化與更新架構，並特別強調「當責」與「自主」的精神，因此針對危機事件的任務編組、業務職掌、跨單位橫向溝通機制等面向皆多有著墨；另外，為供權責單位在危機事件發生時，能快速找到處理的參考脈絡，也把危機事件的各種類型進行歸類，如商品品質異常、廣告不實等，且依照業務單位清楚劃分為：營運群危機、行銷群危機、財務室危機、管理群危機、其他危機等五大類型。

處理危機時需因應情境動態調整做法，且要掌握「誠實」為核心宗旨，把溝通對象擴大為員工、客戶、新聞媒體與群眾等，對內穩定軍心、對外鞏固企業信賴，故為提升手冊實際可操作性，我們也邀請各部門主管進行內容研討與實際演練，如「食品安全」等指標型事件的相關處理流程，透過不定期演練，讓公司同仁建立危機意識，當遇到危機時，都能及時因應、化危機為轉機，同時降低各類危機對公司營運與營收的衝擊，保護所有利害關係人權益。

危機小組組織架構




註：此為 2016 年更新修訂組織架構

1.6 利害關係人溝通與重大議題

統一超商之利害關係人包括投資人、供應商、顧客、員工、加盟主、公益團體、政府機關與社區鄰里等。我們對於利害關係人負有相當的責任，在統一超商官網已設置利害關係人專區 (<http://www.7-11.com.tw/communication.asp>)，亦設置實體信箱，透過各種方式及溝通管道，了解利害關係人的需求及對統一超商的期許。其他與利害關係溝通方式與管道如下所示。

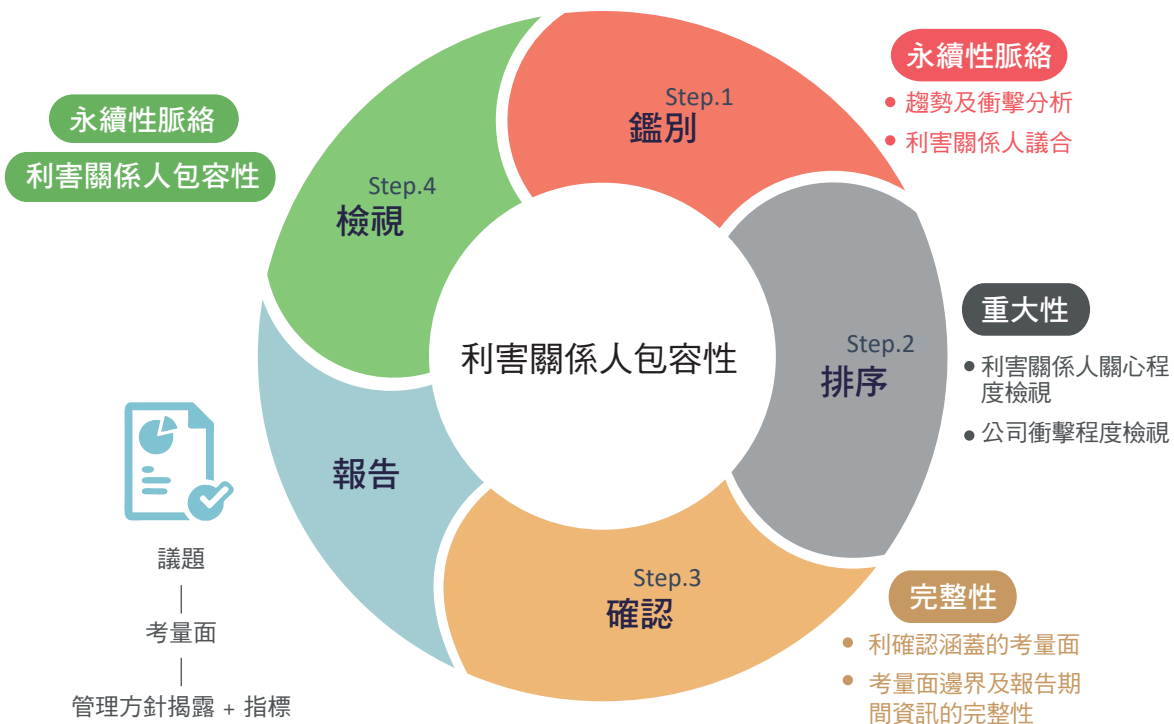
🌿 統一超商與利害關係人溝通管道一覽表

利害關係人	關注議題	溝通管道
 <p>投資人 / 股東</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司治理 ● 風險管理 ● 營運與財務狀況 ● 股利政策 	<ul style="list-style-type: none"> ● 年度股東大會 ● 定期公告財務報表 / 年報 ● 官網訊息揭露 ● 法人說明會 ● 證交所公開資訊觀測站 ● 透過電話及電子郵件回答投資人及分析師的提問
 <p>供應商</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 綠色採購 ● 綠色產品 ● 供應商管理 ● 當地採購 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期廠商聯誼會 ● 定期供應商大會 ● 輔導 / 稽核管理
 <p>顧客</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品健康與安全 ● 產品與服務創新 ● 服務品質 ● 客戶隱私 	<ul style="list-style-type: none"> ● 聯合服務中心服務窗口 ● 滿意度調查
 <p>員工</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 職場健康與安全 ● 勞資和諧 ● 訓練發展與教育 ● 員工多元化與平等 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期勞資溝通會議 ● 職工福利委員會 ● 員工申訴 Email 信箱 ● 內部提案制度 ● 幸福合作社
 <p>加盟主</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 訓練發展與教育 ● 職場健康與安全 ● 產品與服務創新 ● 行銷溝通 	<ul style="list-style-type: none"> ● 專屬加盟官網 ● 區顧問每周造訪 ● 每月定期書面月刊 ● 加盟主座談會 ● 滿意度調查

利害關係人	關注議題	溝通管道
公益團體 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社區關懷 ● 公益與募款 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年 CSR 報告書 ● 響應社會公益活動 / 倡議 ● 統一超商好鄰居文教基金會 ● 每季把愛找回來公益募款活動 ● 募款提案 / 查核會議
政府機關 	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品健康與安全 ● 法規符合性 ● 公共政策參與 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期法規查核 ● 配合相關制度推廣
社區鄰里 	<ul style="list-style-type: none"> ● 節能減碳 ● 社區關懷 ● 法規符合性 	<ul style="list-style-type: none"> ● 好鄰居同樂會 ● 每年 CSR 報告書 ● 聯合服務中心服務窗口

重大性評估流程

統一超商透過各類管道與利害關係人溝通，並將其關心的議題彙整，依循永續性的脈絡、重大性、完整性及利害關係人包容性，評估主要利害關係人以及重大考量面，其重大性評估流程包括如下：



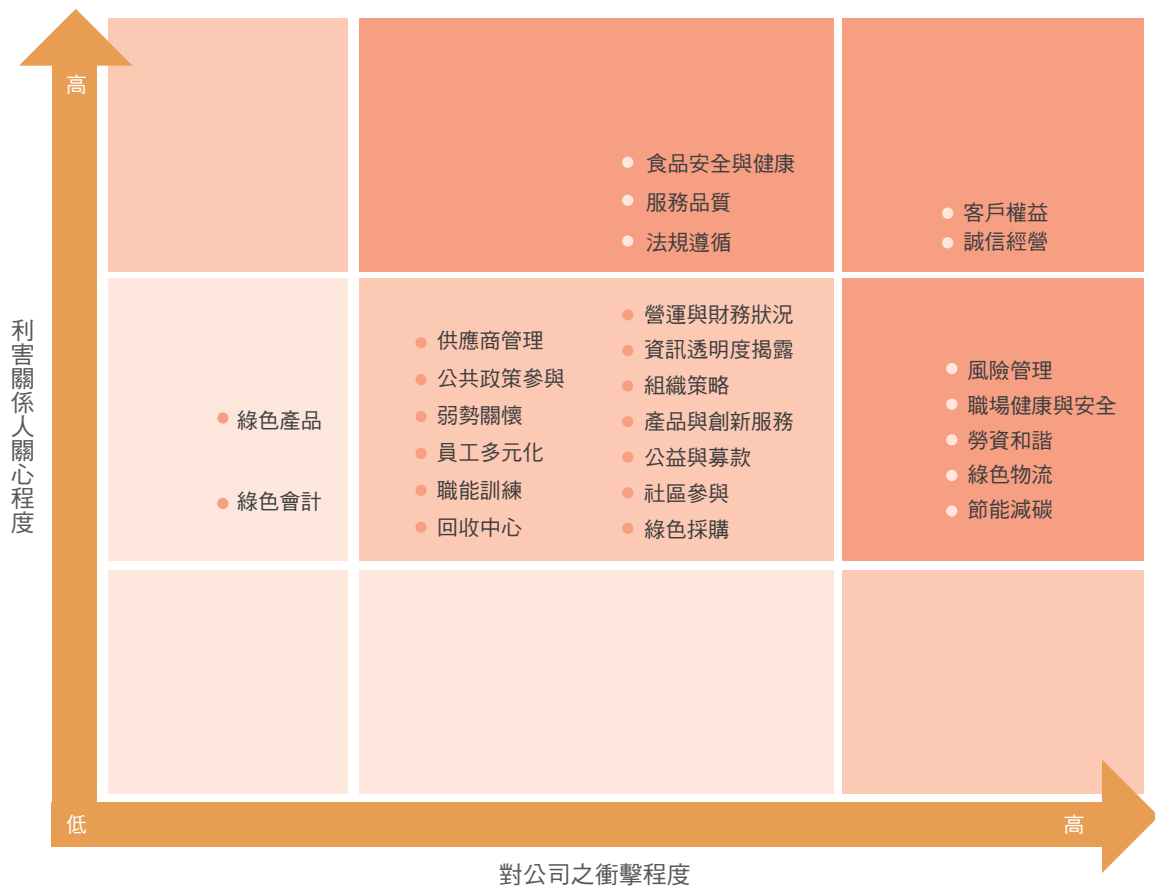


第一步 鑑別

由 CSR 委員會成員以 GRI G4 考量面為基礎，同時考量產業特性、國際趨勢與同業發展情況，篩選出統一超商 25 項關鍵 CSR 議題。2015 年將所篩選出的 CSR 議題設計成問卷，對已鑑別出的利害關係人發送，共回收 106 份問卷。藉由上述過程，實際了解利害關係人對各議題關注程度，同時也檢視我們所執行的各項 CSR 活動是否足已回應利害關係人的期待。

第二步 排序

利害關係人回覆問卷後，可統計分析出利害關係人對各議題的關注程度，同時 CSR 委員會各組別也會針對各議題之經濟、環境和社會衝擊程度進行評估與討論，以決定各議題對公司影響程度。最後根據關注程度與影響程度綜合評估，據以分析出重大性議題。在 2015 年辨識出重大性議題共有 10 項，分別為食品安全與健康、服務品質、法規遵循、客戶權益、誠信經營、風險管理、職場健康與安全、勞資和諧、綠色物流及節能減碳。



第三步 確認

在鑑別出重大議題後，進一步評估重大議題對於組織內外的衝擊，以鑑別出重大議題需涵蓋的考量面、邊界與報導期間，確保重要的 CSR 資訊已被完整揭露於報告書中。

重大議題範疇鑑別表

重大議題	對應 GRI G4 考量面	組織內		組織外			議題章節
		統一超商	統一超商 物流關係 事業	客戶	社區	供應商	
食品安全與健康	PR: 顧客的健康與安全	◆		◆	◆	◆	2. 隨時與您相伴的好鄰居
服務品質	PR: 產品及服務標示	◆		◆	◆	◆	2. 隨時與您相伴的好鄰居
法規遵循	PR: 法規遵循 EN: 法規遵循	◆		◆	◆		2. 隨時與您相伴的好鄰居 3. 減少環境衝擊的好鄰居
客戶權益	PR: 顧客隱私	◆		◆			2. 隨時與您相伴的好鄰居
誠信經營	一般標準揭露	◆		◆		◆	1. 關於統一超商
風險管理	一般標準揭露	◆					1. 關於統一超商
職業健康與安全	LA: 職業健康與安全	◆					5. 創造友善工作環境的好鄰居
勞資和諧	LA: 勞資關係 / 勞工實務問題申訴機制 / 結社自由與集體協商 / 強迫與強制勞動 / 評估 / 人權問題申訴機制	◆					5. 創造友善工作環境的好鄰居
綠色物流	EN: 交通運輸	◆	◆		◆		3. 減少環境衝擊的好鄰居
節能減碳	EN: 能源、排放	◆	◆		◆		3. 減少環境衝擊的好鄰居

註：物流關係企業為統昶行銷、大智通文化、捷盟行銷、捷盛運輸



第四步 檢視

在編製完成報告書後，CSR 委員會各小組會再作最後的檢視與審閱，以確保 CSR 資訊與績效是否有不當或不實被表達；另外針對重大性議題鑑別結果與利害關係人的回饋，也會作為下一年度報告之重要參考依據。

參與公協會組織

統一超商積極參與產業公會活動，藉由各產業公會定期或不定期會議，與產業會員緊密性溝通，充分合作與發揮同業交流。

參與公協會總表

參與之公協會組織名單	參與身分
台灣活動發展協會	理事 
中華民國國際行銷傳播經理人協會	會員 
台北市百貨商業同業公會	會員 
中華民國工商協進會	會員 
中華鮮食發展協會	理事長 
零耗能建築技術發展聯盟	會員 
中華民國發行公信會	會員 
中華民國企業永續發展協會	監事 
台灣服務業聯盟協會	理事 
台灣連鎖暨加盟協會	理事 
中華民國無店面零售商業同業公會	監事 
中華無店面商務發展協會	會員 

2

隨時與您相伴 的好鄰居



2016 KPI

- 年度商品檢驗投入費用超過三千九百萬元
- 自有商品代工廠 **100%** 取得國際 / 國內食品安全認證 (如 ISO22000/HACCP/CAS 等)

2015 亮點

- 2015 年門市秘密客稽核共 **21,771** 店次，合格率為 **97.5%**
- 2015 年門市品保訓練課程，共計有 **9,560** 人參加受訓

2.1 便利生活服務再提升

統一超商意識到「社區好鄰居」，不僅要提供高品質、高便利性及價格合理的商品，提供休憩及互相交流的舒適空間，亦是民眾所期待的。有鑑於此，統一超商逐步針對所有門市，進行裝潢翻新，加大可使用空間，並提供桌椅，讓民眾可以在超商休息、用餐。既有服務如便利生活站、有機蔬菜箱等，功能及範圍亦持續提升。

便利服務(內圈)
環境與社會永續性考量(外圈)



行動生活服務再升級

繼去年推出「行動生活站 APP」讓消費者只要打開智慧型手機中的行動生活站 APP 條碼，到門市臨櫃刷讀，不用列印帳單即可繳費。今年服務再升級，統一超商攜手台灣大學智慧生活科技整合與創新研究中心的設計團隊，全新打造服務分類更清楚、操作更直覺的使用者介面，且延伸行動生活站 APP 條碼掃描功能，讓民眾可先運用行動裝置確認需求，再到門市連結機台完成作業。

有機蔬菜箱，帶來便利及健康

主打「新鮮」、「健康」、「環保」3大特點，以平實的價格針對不同族群提供安心高品質生鮮蔬果，照顧消費者健康。



「UNIDESIGN」滿周歲

「讓小日子，過成好日子」是「UNIDESIGN」強調的精神，從人們的生活開始思考，賦予從生活中帶來觸覺、視覺、嗅覺與機能上的革新。以簡單、環保的設計概念，提供紙品、日用品到服飾等生活中常用小物。

關於統一超商

隨時與您相伴的好鄰居

減少環境衝擊的好鄰居

實現地方社區共存的好鄰居

創造友善工作環境的好鄰居

2.2 商品安全全程控管

提供消費者安心、安全的商品是統一超商永續經營的核心價值之一。2011 年為加強產品管理，成立品保部，直屬副總經理，主要任務為風險管理、驗證稽核、品質檢驗三大工作。商品從原物料開始，至工廠製造、商品查驗、配送、門市到消費者皆有嚴格的控管程序與機制。統一超商針對門市販售之食用商品受食品安全衛生管理法及其子法所規範，其中之子法包含食品良好衛生規範準則及食品衛生標準等衛生福利部公告之法令函釋。2015 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。

商品全流程控管機制



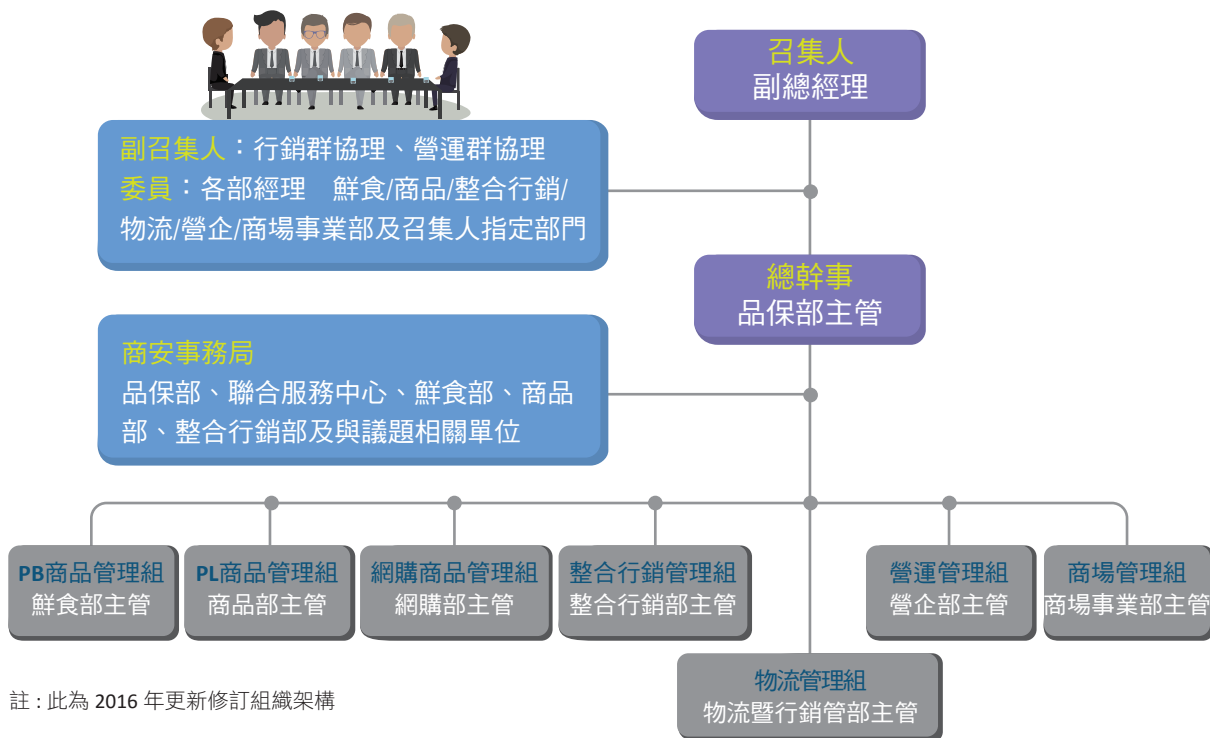
2014 年統一超商針對食安問題推動多項品保制度的改善，包括成立商品安全委員會、商品安全內部監督機制、導入初次物流與提升品檢實驗室檢測能力等。2015 年持續針對食品安全提出相關改善政策。

2015 年食品安全改善策略

面向	改善策略
1 新版營養標示	1 需參考檢驗數據做標示，以確保公部門查驗無誤
2 食品用洗潔劑衛生標準	2 包含用於清洗食品器皿之洗劑、清洗食品之洗劑，需確保符合法令規定，分裝後也需進行標示
3 食品原料、添加物、商品	3 均需為食品級且進口者皆以食品級報關。
4 農產品的農藥殘留檢測	4 需做批檢
5 基因改造	5 原料 / 產品非基因改造，以台灣第三公正單位之檢驗報告為主，做為備查資料
6 添加物標示	6 內容需逐字確保。審核完稿後至印刷時，需有覆核動作以避免疏失

「商品安全委員會」，主要透過各部門的通力合作，檢視與整合統一超商內部各單位對所有自有商品¹安全與品質管理之做法，並進行重大商安事件、客訴及法規鑑別等追蹤，以建立系統性的管理制度。本年度共召開三次商品安全委員會會議。該制度影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%。

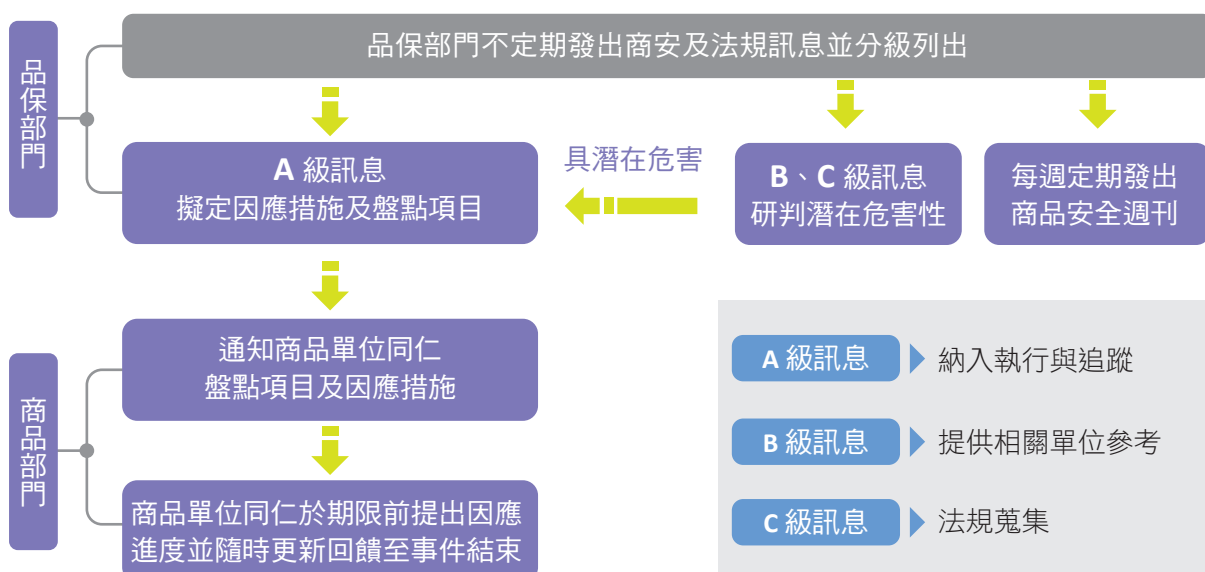
¹ 自有商品包括自有品牌 (Private Brand) 與自有標籤 (Private Label) 之商品。自有品牌 (Private Brand) 商品為與製造商簽約大量進貨或合作開發獨特規格的商品，如御飯糰、關東煮…等；而自有標籤 (Private Label) 商品為自行設計之自有品牌商品，如 iseLect 飲料…等。



追蹤商品安全訊息降低危害風險

統一超商在既有的品保制度運作下，針對商品危害風險鑑別，內部制定了「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，除蒐尋相關商品安全訊息外，更進一步建立盤查追蹤程序，確保公司所有自有與非自有商品安全。2015 年針對 A、B、C 級訊息數收集 1014 則，其中有一個屬於應納入執行與追蹤之 A 級訊息。屬於相關單位參考之 B 級訊息為 772 件；法規蒐集的 C 級訊息則為 241 件。該制度影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%。

商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業流程



「原物料暨品保管理系統 (MAS) 建立商品完整資訊」

原物料暨品保管理系統 (MAS)

統一超商非屬食品安全衛生管理法第 9 條所規範應建立追蹤追溯系統之業者。但統一超商仍與中華鮮食發展協會合作，建立速食、米飯及調理麵包類產品原物料及品保管理資料庫（原物料共購資料庫，MAS 系統）。透過 MAS 系統資料庫，我們將符合標準的原物料與供應商建置於 MAS 資料庫，進行溯源管理，確保速食、米飯及調理麵包類產品之原物料與供應商來源清楚。



商品安全內部監督機制

2015 年 4 月公布實施「自有商品安全維護辦法」，建立商品內部監督機制。鼓勵後勤、直營店門市人員與加盟主針對所有公司自有開發之品牌商品，若發生廣告、標示、成份任何疑慮或有違反法律規範之虞，均可電話、書信或電子郵件等方式向公司稽核室反應。除提供反應者高度保護外，經商品安全委員會查核屬實，依商品安全事件風險分級，給予不同額度獎金，最高可至新台幣 500 萬元整。2015 年內部檢舉事件供 4 件，皆為商品名稱標示或是成本標示不夠清楚，經委員會確認後已要求相關單位提出矯正改善及預防再發之計劃。廣告行銷的部分，2015 年並未發生違反法規或自願性準則的事件。內部檢舉事件獎金核發合計新台幣 4,000 元整。統一超商將持續鼓勵員工發現及反映問題，共同為食品安全努力。

商安事件風險分級表

風險分級	說明
1	添加非法成份與添加物，經第三方檢驗證實短期使(食)用對人體有立即危害之虞。
2	添加非法成份與添加物，經第三方檢驗證實對長期使(食)用對人體有健康危害之虞。
3	合法成份但超標或添至不應使用之商品，或成份摻假。
4	標示、廣告不實或不完整。
級外	未達上述四級標準，而反應之意見，經公司採納而進行制度或規範「重要改變」者。 未達上述四級標準，但有正向價值或可供參酌。

初次物流管理

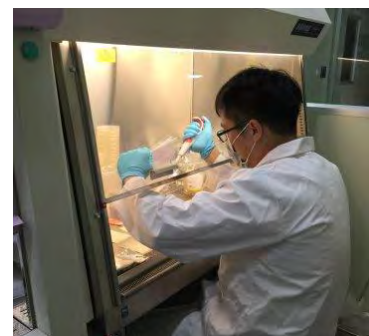
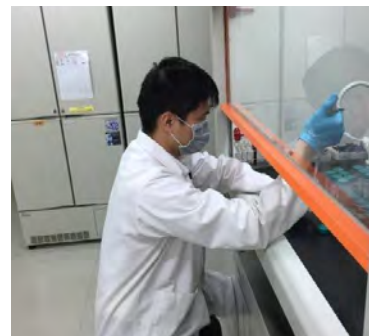
除商品本身外，物流過程中的溫度、人員、衛生也為影響商品品質的重要關鍵，因此統一超商導入初次物流管理，透過運輸整合，將品質控管流程，由門市配送向前延伸到供應商端接貨，建構全流程品質控管以確保食品安全。初次物流除達到品質控管預期效益外，也有利於集結共配，降低每日總轉運趟次，進而減少碳排放量與節省運輸成本；同時，也能統一空箱規格，有助於提升整體作業效率，改善空箱清潔度等衛生問題。2014 年導入初次運輸之產品類別，包括有速食、米飯、調理麵包類之所有產品項已 100% 導入，而水果、熱狗 / 沙拉配菜與熟食類別產品則部份導入；2015 年更增加生鮮超市類包括香蕉、蔬菜等導入比例已分別達 59% 及 57%，於 2016 年 6 月香蕉導入達 100%。

初次物流管理模式



「品檢實驗室」為商品安全把關

既有的商品與新產品上架前，為讓消費者無需擔心食品安全問題，統一超商於 2012 年成立「品檢實驗室」，由食檢、藥檢專業人士利用精密檢測設備，針對商品進行原物料之動物用藥殘留、農藥殘留、食品添加物、生物毒素、黴菌毒素、微生物與摻假等項目檢測。除一般政府公告之檢測項目外，更聚焦於非制式檢驗項目，主動搜尋探討，針對政府未列入危險之項目或有疑慮之物品進行研究，開發出可執行的檢驗方式，先提出控管建議並建立檢驗標準，讓品保作業持續升級，將食安風險降至最低。截至 2015 年底品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議之規範方法學，所建立之檢驗項數為 513 項，而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 108 項。



關於統一超商

隨時與您相伴的好鄰居

減少環境衝擊的好鄰居

實現地方社區共存的好鄰居

創造友善工作環境的好鄰居



為提升檢測公信力，品檢實驗室針對 TAF 認證項目取得 ISO/IEC 17025:2005 證書，檢驗項目亦取得財團法人全國認證基金會 (TAF) 與衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證，成為可核發證明、具公信力之專業認證實驗室，是國內零售業少數擁有國際級品檢認證單位的企業。截至 2015 年底年 TAF 與 TFDA 取得認證檢測項目數共 59 項。在實際檢驗的部份，2015 年測試支出 (例如：檢驗、薪資、折舊、設備維修費用等) 為新台幣 18,202,266 元，佔個體營業收入 0.01364%。經檢驗 955 件原物料或商品，共有 938 項原物料或商品通過檢驗，合格率為 98.2%。不合格之原物料或商品，均要求供應商限期改善，針對不合格商品也採取預防性下架，待確認商品安全無虞後再行販售。另外為確保消費者吃的安心，每項鮮食產品上市前，我們都會進行不含防腐劑、微生物及包材的嚴格檢驗。

針對自檢不合格品項的處理，說明如下：

1. 原物料與商品上市檢驗或是商品年度例檢，皆是委託外部第三方檢驗公司執行；原物料與商品上市檢驗，是由廠商提供合格檢驗報告給統一超商，商品年度例檢是實驗室安排固定時間與商品品項，請外部第三方檢驗公司協助抽樣與檢驗，檢驗結果再回覆給統一超商。
2. 實驗室自檢採風險監控與偵查的目的，依新聞事件、季節性進行不定期商品抽樣檢驗，另也會由本公司相關單位查核工廠時 (包括供應鏈定期查核工廠、稽核室擴大查核工廠)，隨機抽樣工廠原物料進行自主檢驗，若有檢驗不合格商品 / 原物料，會進行抽樣複驗 (商品 / 原物料)，或是提供資訊給相關單位，請相關單位做後續處理。
3. 2015 年度檢驗不合格的商品 / 原物料，微生物檢驗不合格部分，經再次抽樣複驗後，全數合格；另外 3 件樣品為檢出二甲基黃 (維新豆乾)，全數下架；2 件為康是美機能保健品，檢出色素與山梨糖醇未標示，經反應給康是美後，要求廠商追查原因，原因為原物料帶入，後來要求廠商全數標示。

認證單位	認證項目
財團法人全國認證基金會 (TAF)	依 ISO/IEC 17025:2005 執行的驗證範圍為微生物 3 項
衛福部食品藥物管理署 (TFDA)	<ul style="list-style-type: none"> ● 硝基呋喃代謝物類 4 項 ● 微生物類 4 項 ● 動物用藥類 48 項

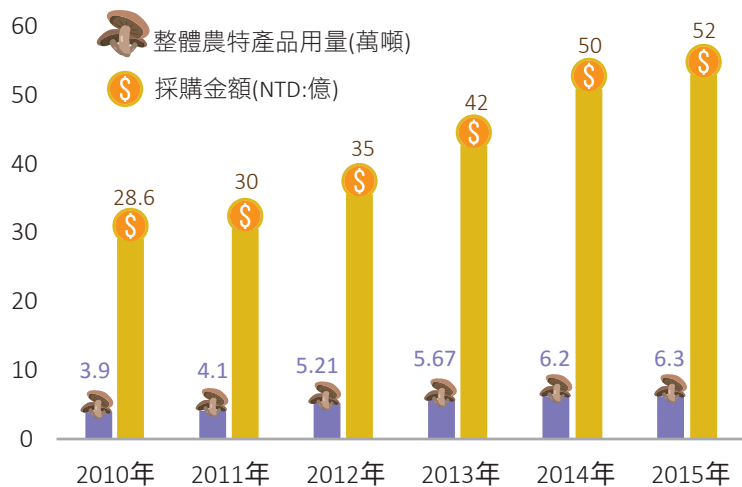
為提供消費者安心、安全的商品保證，2015 年統一超商持續升級品保管理制度，以建構完整食品安全防護網，繼年初正式上線「MAS 原物料管理系統」，系統化管理如原物料品質規格書、危害分析表、生產履歷調查等原物料商品資訊，強化供應商原物料品質和商品溯源機制，統一超商品保部和情報系統部進一步攜手統一資訊，共同開發「實驗室管理系統」，期望藉由資訊化管理委驗品資訊、委驗品項接單、派工、檢驗結果登錄及審核與報告產出等流程，精進品檢實驗室的作業效率。該系統於 2015 年 8 月份正式啟用。

2.3 供應鏈管理

統一超商在 2014 年 7 月，全台正式超過 5,000 家店面，代表著消費者對於這個「好鄰居」的肯定，同時也代表著統一超商更大的責任，為帶給消費大眾安心、安全、衛生的商品，我們以嚴格標準檢視原料源頭、供應商、物流配送到門市管理。

源頭農場管理建立「產品生產履歷」

統一超商 2012 年啟動「台灣新農業」推出「光合農場」品牌系列包括蔬菜、三明治、沙拉、水果、飲品等鮮食產品，食材皆嚴選台灣當地的農產品，透過與全台上千位的農民合作、超過 200 家農戶製作，2015 年委由鮮食廠採購之整體農產品使用量已達 6.3 萬噸，採購金額達新台幣 52 億元。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



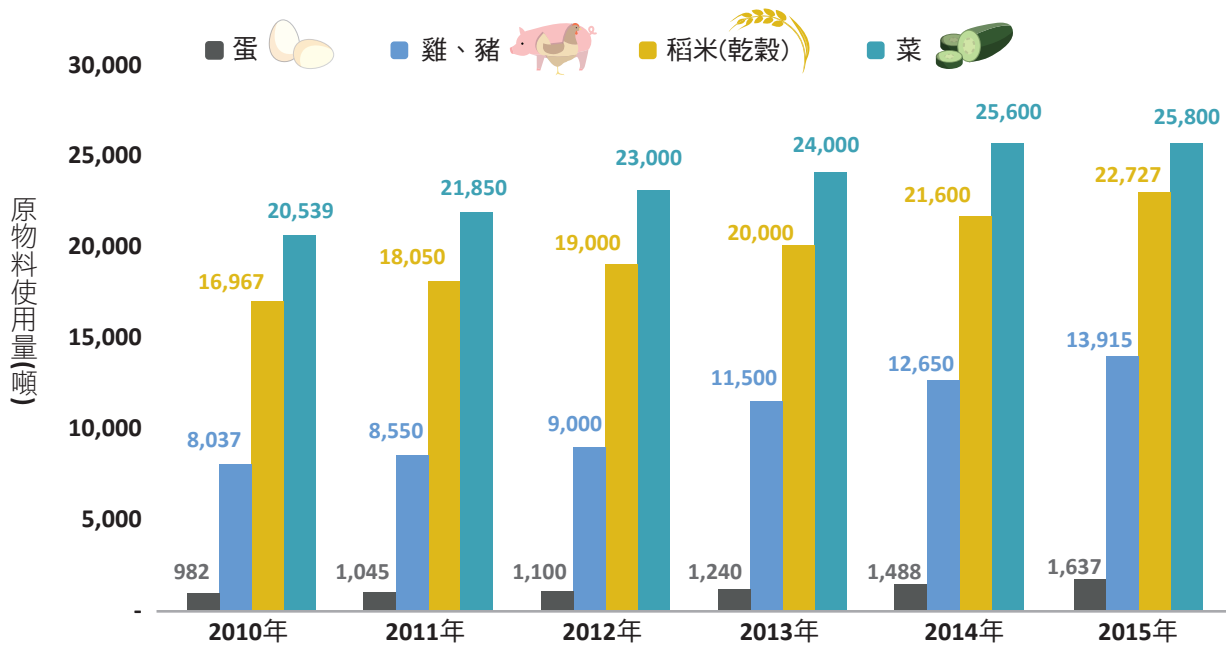
減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



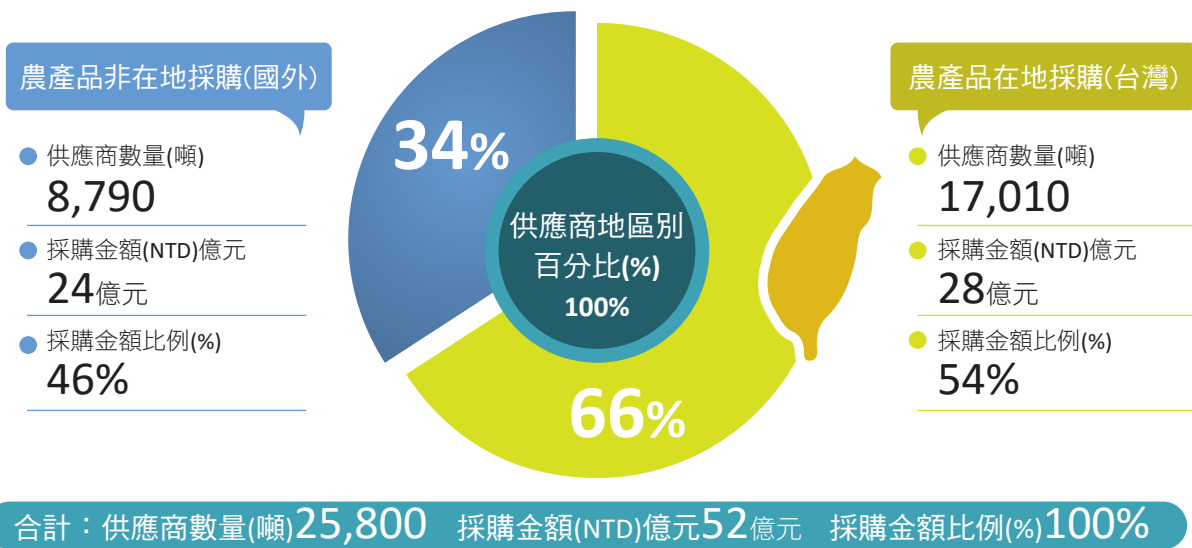
創造友善工作環境的好鄰居



為方便消費者確認商品的來源及製作過程，商品包裝上提供「QR Code」，消費者只要拿起手機掃描 QR Code 即可快速取得相關資訊。7-ELEVEN 的生鮮蔬菜類商品，持續以「精緻小包裝」為概念，透過與特定產銷班合作，以溫室栽培確保品質。

採用在地、當季的食材所製作的鮮食商品，是對消費者健康、衛生最大的保障。除了保障消費者食的健康，亦可支持在地農業發展。也因較短的食物運送里程，碳排放相對也較低。2015 年農產品在地化採購比率已達 66%。

2015 年農產品在地化採購金額比率

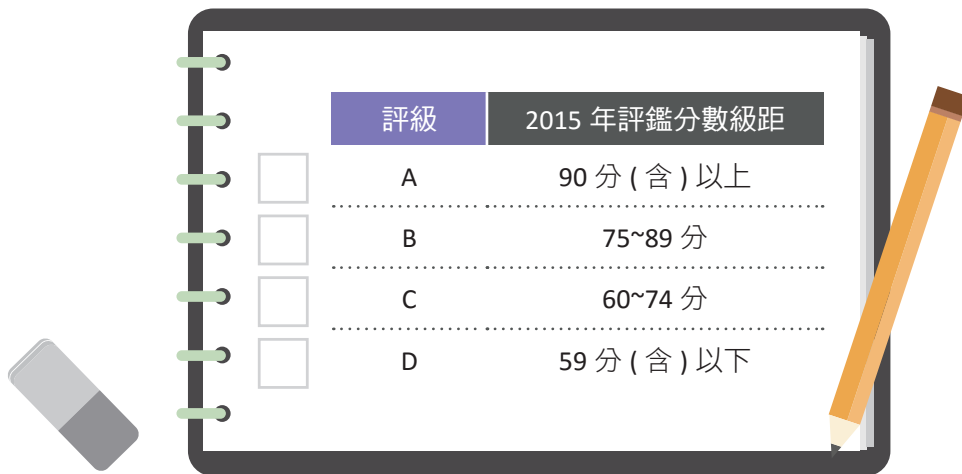




供應商管理

統一超商為連鎖通路，本身無製造工廠。供應商分成自有商品供應商及非自有商品供應商，針對自有商品供應商統一超商有完善的評鑑管理計畫；非自有商品供應商則以合約與抽檢方式管理。自有商品之供應商評鑑包括新供應商開發評鑑以及既有供應商例行評鑑。導入食品類新供應商前，商品單位於 90 日前提出預計上市新品及安排評鑑的新工廠資訊並提出評鑑需求，評鑑合格評級自有品牌 (Private Brand) 食品類商品為 B 級 (含) 以上；自有標籤 (Private Label) 食品類商品為 B 級 (含) 以上。

自有商品供應商評鑑級數表



評級	2015 年評鑑分數級距
A	90 分 (含) 以上
B	75~89 分
C	60~74 分
D	59 分 (含) 以下

2015 年新增自有商品食品類供應商共 2 家，皆已依「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」完成評鑑，涵蓋自有商品食品類商品新增交易供應商 100%，合格率 50%。針對不合格之供應商，已於商品上市前要求供應商進行改善，並已達合格標準。

新供應商評選原則

(1) 合法條件：

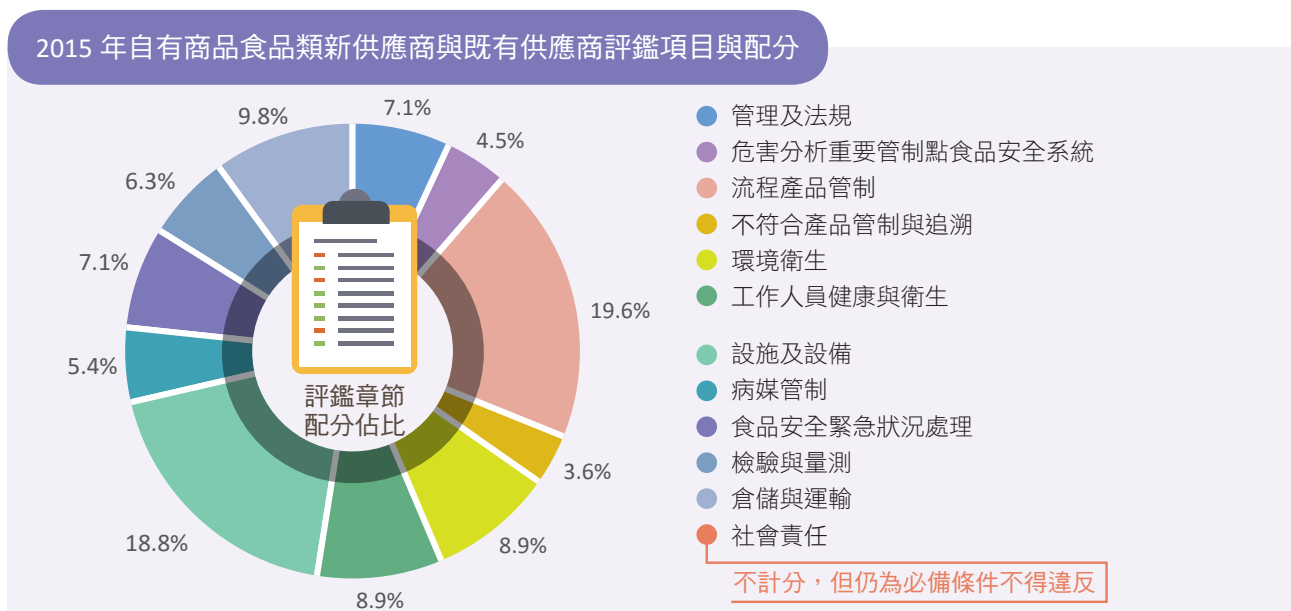
持有合法之公司登記、工廠登記、商業登記、變更事項登記等 (如屬主管機關認可免登記證者，須提供相關證明文件佐證)，登記證中所載產業類別須含有委外加工的產品品類；海外代工廠設立應符合該國之相關法令。

(2) 有 CAS、TQF(GMP 已於 2015 年 6 月改為 TQF)、HACCP 或 ISO 22000 等品質認證為優先考量。

(3) 具健全管理體制，良好品質管理、自主品檢能力、生產管理及衛生管理且財務正常。

(4) 可追溯原料來源，確保產品符合我國農藥、動物用藥殘留、重金屬等食品衛生標準及符合進口等相關法令規定。

自有商品食品類既有供應商評鑑部分，於全年評鑑中有任一次未達 B 級 (含) 以上者，該供應商當年度即視為不合格。2015 年自有品牌食品類商品既有供應商總計 28 家^{1、2}，本年度依「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」共評鑑 28 家，涵蓋自有品牌食品類商品所有交易供應商 100%。評鑑結果共 23 家合格，合格率为 82.14%。針對不合格廠商除依商品品質合約進行罰款外，已要求供應商進行改善，並完成複評，皆已達合格標準；2015 年自有標籤食品類商品既有供應商總計 16 家¹，本年度依「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」共評鑑 14 家，涵蓋自有標籤食品類商品所有交易供應商 87.50%。評鑑結果共 13 家合格，合格率为 92.86%。針對不合格廠商除依商品品質合約進行罰款外，已要求供應商進行改善，並完成複評，皆已達合格標準。



為提升供應商產品品質，我們盡力要求自有商品食品類別供應商需取得食品安全衛生管理系統 ISO22000 認證。截至 2015 年底，自有商品之食品類別供應商家數為 46 家，以供應商之工廠統計，共有 54 個工廠，其中通過 ISO22000 認證之工廠有 49 個。

為全面管理供應鏈企業社會責任，我們將勞動法規遵循、環境保護等基本 CSR 條款列入供應商制式合約中，並針對自有品牌 (Private Brand) 原物料廠、自有品牌 (Private Brand)/ 自有標籤 (Private Label) 代工廠於食安、環安、勞安等項目進行實地的檢視，同時每廠評鑑均於現場將抽檢原物料直接送回實驗室進行檢驗，以達到原物料的風險偵察功效。此評鑑乃由稽核室與行銷群及品保部依風險評估的方式執行供應商聯合評鑑。2015 年依風險評估共執行 33 家國內外供應商聯合評鑑，並隨機抽檢原物料 123 項。評鑑異常項目要求廠商立即改善外，並於下次例行管理評鑑完成工廠異常複評，追蹤改善成效；不符商品品質保證協議書項目，依合約要求罰款外，商品同時下架回收。

註：1. 因集團經營理念及對產品品質要求一致，供應商為母公司統一企業股份有限公司者，已由母公司依據其品保制度執行評鑑，因此未再納入統一超商之供應商評鑑範圍。所揭露供應商評鑑之家數及評鑑結果未包含統一企業股份有限公司。

2. 食品類商品供應商不包含食品原物料 (如 City Café 之咖啡豆及茶葉蛋用蛋) 之供應商。

我們於 2015 年整合各部門自有商品供應商評鑑表，新版評鑑表中新增社會責任相關項目，包括污染防治措施、廢棄物清運處理、空污防制、節能減碳措施、毒化物管理申報及是否自動召回回收品異商品等項目。我們深刻了解推動企業社會責任，光自己做是不夠的，必須結合供應商一起努力，用統一超商本身的影響力，將永續觀念帶進供應商的營運管理。

鮮食供應商大會

統一超商重視與供應商互動與溝通，每年固定舉辦供應商聚會，藉此互相交流。2015 年所辦理的「展望 2016 鮮食供應商大會暨晚宴」，邀請長期支援 7-ELEVEN 商品開發的上游鮮食廠及原物料供應商，包括：統一企業相關事業部、統一武藏野、聯華食品等，共 61 家廠商。會議中主要分享 2016 年鮮食市場展望與未來供應鏈發展策略。在高齡化、少子化、單身晚婚的社會脈動帶動下，外食市場已達 3,721 億元。據調查，高達 67% 的消費者願意多花一點錢，選購有機、健康、溯源、有品牌的高品質商品，顯見取得大眾的信任為品牌當前首要課題。



我們每年舉辦「金牌鮮食廠」及「優良原物料供應商」競賽，激勵表現優良的合作夥伴。「金牌鮮食廠」分為「最佳工廠管理」和「最佳商品研發」兩個獎項，前者加總每月稽核評比，從 4°C、18°C 不同溫層鮮食廠中分別選出 3 名積分最高者；後者開發的鮮食商品必須連續 4 週在每家門市平均銷售量 (PSD) 超過 5 個。



獎項	獲獎廠商
最佳工廠管理獎	統一武藏野台北廠、統一武藏野台南廠、永潤食品、陸仕食品、聯華食品基隆廠和高雄空廚
最佳商品研發獎	統一武藏野、聯華食品、品高食品、新湖農場、如記食品、源秋興
優良供應商獎	益森彩藝(包材)、憶霖(調味料)、陸仕(麵體)、樂山(肉品)、東和(水產品)

商品標示

2015 年我們持續推動商品標示管理，「自有商品標示與廣告內容檢核」要求所有合作的供應商全面完成自有商品的檢驗，並簽署切結書，保證其商品在成份、製程、標示及廣告等皆符合法律規範。統一超商秉持著誠信原則、如實標示，包括「食品成分展開與充分揭露」、「過敏原標示原則調整宣導」，加強宣導正確標示等，皆依規範執行。



食品添加物成分全展開標示：食品添加物名稱若混合二種以上食品添加物，應使用中央主管機關所定之品名或通用名稱，不得僅以功能（用途）名稱標示。

過敏原標示原則調整宣導：市售有容器或包裝之食品，含有對特殊過敏體質者致生過敏之內容物，應於其容器或外包裝上，強制或建議顯著標示含有致過敏性內容物名稱之醒語資訊。

強制標示
6類

- 蝦及其製品
- 蟹及其製品
- 芒果及其製品

- 花生及其製品
- 牛奶及其製品
(由奶類取得之乳糖醇除外)
- 蛋及其製品

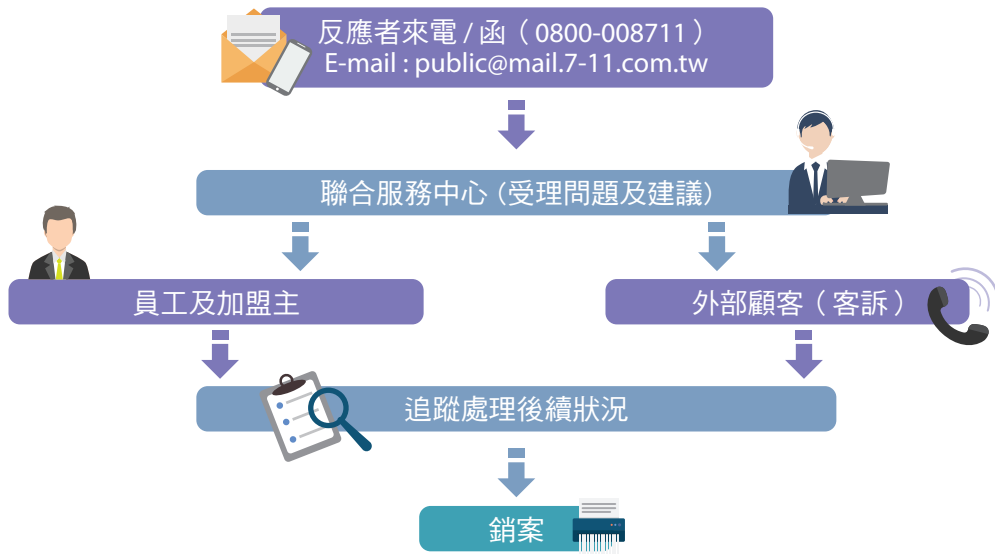
建議標示
9類

- 羊奶
- 魚類
- 頭足類(如烏賊)

- 螺貝類
- 堅果種子類
- 含有麩質之穀類
(如燕麥、小麥)
- 大豆(如大豆蛋白，
不含大豆油脂、植物固醇)
- 奇異果製品
- 亞硫酸鹽及二氧化硫殘留
(>10ppm，如白葡萄乾、果醬)

2.4 貼心服務 Always Open

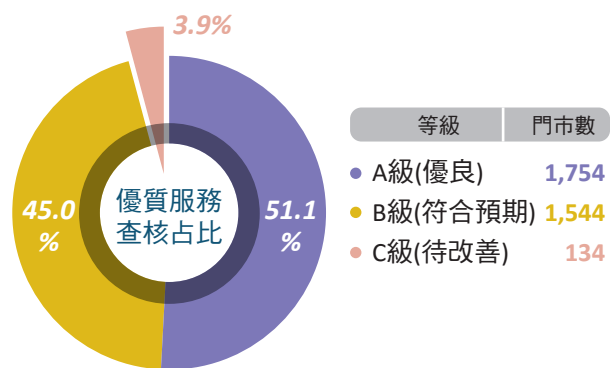
Q.S.C.「品質確保」(Quality)、「優質服務 & 快速服務」(Service)、「環境清潔」(Cleanness) 為統一超商提供消費者服務的指導原則。透過高品質的商品、人員良好的服務態度、整齊清潔的門市的環境滿足消費者對於便利商店的期待。除了不斷提升自身的服務水準外，我們也透過「聯合服務中心」瞭解消費者的需求，消費者可透過這個專門的服務窗口，反映問題及提供建議。我們對於妥善處理消費者的訴求及意見，給予滿意的答覆，亦視為最重要的工作。2015 年聯合服務中心線上處理率為 85.2%²，已即時解決反應案件。



為確保服務真實到位，我們亦導入外部評核機制，透過偽裝成消費者並模擬各種不同情境的「神秘客評分」，實際觀察門市人員的應變能力，落實門市服務到位與產品品管作業。

優質服務查核

優質服務評核內容包括基本服務、專業服務、環境舒適與應對合宜等四大面向，根據各面向之落實度、滿意度再予以評分與分級，2015 年共計查核 3,432 家門市，部分門市評核結果若屬 C 級，營運幹部收到通知後須於一週內到店輔導，與加盟主約定共同了解評分當天實際狀況，針對缺失部分提出改善建議，並請門市召開門市會議共同研討改善方法與落實追蹤制度建立，再於 1 個月後進行複評作業，直至表現改善為止。



² 線上處理率 = 1 - (轉會處理案件 / 總件數)，轉會處理案件為無法第一時間解決，但後續會追蹤之事項



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

商品過期與品保查核

在門市過期品下架控管的部分，除了規範值班人員需依工作日誌規則定時清點外，我們也透過神秘客查核，檢核門市落實程度。2015 年查核 21,771 店數次，共 21,225 次通過查核，合格率为 97.5%³，針對發現查核不合格之門市，已要求營運幹部加強輔導，並藉由合約與績效獎金的機制，以降低架上商品過期之發生率。為改善食品安全衛生，我們也會進行門市品保作業查核，包括環境清潔、機器溫度、產品期限標示等，2015 年門市共計有 142 項缺失，多與關東煮、冰箱溫度管理不符合規範有關，已加強要求門市人員進行檢點，以進行改善。

此外，為因應衛福部之食品良好衛生規範，門市人員須接受食品安全衛生相關訓練，2015 年舉辦門市品保訓練課程包括有新進人員食品從業人員規定講習、品保與鮮度管理、回訓課程 (含線上課程)，共計有 9,560 人參加受訓。

為讓值班經理制度落實於門市平日工作中，持續精耕有溫度的服務，2015 年規劃辦理最佳值班經理區課選拔，參選條件須具有服務熱忱且善於與門市夥伴分享，並能帶領團隊展現服務熱忱表現，以明確的服務事例，讓其他門市標竿學習，並鼓勵門市優良職員。最終在全國 330 位優秀的夥伴中選出 30 位第一屆最佳值班經理，並於全國公開會議進行頒獎儀式，每位得獎夥伴 3,000 元的獎金外，總經理特別致贈專屬獎牌，讓每位值班經理都與有榮焉。



導入 DP Mark 個資安全有保障

統一超商為提供多元服務，不論實體門市或是線上商店，需要消費者提供個資。為保護消費者個資，統一超商成立跨部門的「個人資料保護專案小組」，定期執行個資盤點、風險分析、制度內評、通報修訂、教育訓練及資料銷毀等工作，更運用 TK(單品管理 Tanpin Kanri) 當責自主的精神，培育各部門種子推廣個資知識。另考量個人資料管理之重要性，人資部也規劃了總部和門市端的個資必修線上個資教育訓練課程，至今落實度也達到 100%。2015 年統一超商並未發生任何個資相關投訴或是違規事件。

為確保個資保護機制運作有效性，統一超商 2012 年導入外部驗證，順利獲得經濟部商業司所頒發 DP Mark，成為國內第一個通過此標章認證的企業，2014 年的驗證稽核範圍為全總部及 5 家直營門市。2015 年公司順利通過期中查核，並將於 2016 年進行更新驗證。

³ 每次查核只要未抽檢到任何 1 項產品過期，即判訂此次查核為合格，合格率 = 未查出過期商品次數 / 查核總次數



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

統一超商個人資料保護管理政策

法令遵循：

恪遵保護個人資料安全之相關法規要求

個人資料管理制度：

跨部門成立個資專案管理小組、定期檢查、內評、檢視管理制度有效運作

提供於第三人之限制：

不會非法或隨意提供或公開個人資料予第三人

維持個人資料之正確性與保障當事人權利之行使：

針對個人資料與清冊建立定期盤點機制

安全適當管理措施：

依據各部門所持有個人資料之風險分析，採取適當對策與安全管理措施

緊急事故應變措施：

發生個資外洩事故時，迅速採取適切相關措施作為，並將事實通知當事人及提供相關查詢與處理管道

教育訓練：

實施必要教育訓練，讓員工了解個人資料保護政策及相關管理措施



3

減少環境衝擊

的好鄰居



2016 KPI

- 採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購金額 **4%**
- 門市及總部用電密集度較 2014 年降低 **2%**
- 總部大樓「節電」、「節水」、「節紙」目標

1. 總部大樓 (2-11 樓) 用電密集度較前一年降低 **7%**
2. 用水量人均較前一年節約 0.5%
3. 用紙量人均較前一年節約 1%

2015 亮點

- 2015 年 - 取得經濟部輔導 ISO50001 能源管理系統認證。
- 門市業務用鮮奶空瓶回收作業，2015 年共回收 4,131,855 個，較 2014 年 4,069,455 個，增加約 **1.5%**。

為提倡環保與低碳生活，統一超商力行節能減碳，同時提供優質的環保綠色商品讓消費者選購，期望透過綠色營運及低碳行銷，攜手消費者降低環境衝擊，邁向永續生活。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

3.1 響應全球減碳趨勢

2015 年巴黎協議通過後，各國依照其所提的國家自訂貢獻 (Nationally Determined Contributions, NDC) 進行氣候變遷調適及溫室氣體減量，我國雖非聯合國會員國，亦提出 2030 年溫室氣體排放量為 BAU 減量 50%，相當於 2005 年排放量再減 20%。

統一超商 2015 年爭取經濟部能源局「ISO50001 能源管理系統」服務業年度輔導企業，期望藉此建置與全球接軌、更加系統化、科學化的能源管理制度。我們優先挑選台北內湖里昂門市、松高門市及總部大樓 8 樓為導入標的，歷經半年努力，於 2015 年 11 月經 SGS 台灣檢驗科技公司審查通過，正式取得 ISO50001 能源管理系統證書。



統一超商身為地球公民的一份子，對抗氣候變遷責無旁貸，除總部大樓推動多項節能措施外，亦將節能工作推展到各個門市。

超商門市

所有新門市開設，皆需導入包括建築隔熱、招牌節能、燈具減量、採用變頻系統、戶外節能、室內照明管理及採用 LED 燈具等七大節能設計；既有門市經「設備採購委員會」同意，陸續汰換高效能設備。除設備汰換外，亦同時與政府及相關學術單位合作，致力於提升門市的能源使用效率。所有門市員工皆須依照「門市節能自檢作業」針對冷氣、迴風扇、照明、冷藏冷凍櫃、招牌櫥窗等設備定期檢點，以確保設備能維持高效率運轉。2015 年持續針對既有門市更換變頻冷氣、冰箱系統外掛變頻器及整合散熱器、2 門冷凍櫃外掛冷凍變頻器等，估計每年可節省約 5,954 千度電，減少碳排放 3,102 噸。

新設門市節能設計



建物隔熱措施	屋頂採用隔熱材，自然排風球安裝
招牌節能措施	縮減照明範圍，縮減內部燈管排數
燈具減量措施	加大燈具排數與間距，自動點滅控制
變頻系統採用	冷凍空調更換變頻機種，設備更節電
戶外節能計畫	西曬面植樹遮陽，以風除室防止冷氣外洩
室內照明管理	臨櫥窗區亮度控制，賣場分區分時管理
LED燈具採用	重點照明，咖啡燈箱，冰箱照明採用LED

2015 年導入節能方案




導入項目	數量	節省電力 (度 / 年)	碳減量效益 (噸 CO ₂ e / 年)
OSC 內藏型改別置	125 台	251,887	131
門市定頻冷氣更換為變頻冷氣	214 台	2,325,953	1,212
二代節能組合冰箱	297 台	524,346	273
組合冷藏冰箱獨立機組加裝變頻器	1,470 台	13,074	7
單 / 雙門冷凍變頻	377 台	867,517	452
屋外型冰箱共用主機	280 台	869,892	453
3 尺橫招燈管改 2 排燈	377 台	560,975	292
騎樓燈最適排列	377 台	93,097	49
賣場內嵌 T5 燈具配合貨架走道安裝	170 台	90,546	47
恆壓變頻水壓機導入	348 台	34,981	18
直流 DC 馬達自動門導入	377 台	98,025	51
風除室	60 家導入	223,279	116
合計		5,953,572	3,102

註：電力減量效益之評估乃採設備掛表實測或經專家學者、專業單位之節能效率認證專案評估取得

企業總部

總部大樓節能減碳行動主要從「節電」、「節水」、「節紙」三個方向著手，透過走動式管理，巡視各樓層既有設備耗損及使用情況，改善硬體效能，另外也在大樓內駐足點張貼節能標語，讓員工節能意識自然養成，進一步達到省能環保目的。

2015 年總部大樓「節電」、「節水」、「節紙」績效

項目	作法	2015 年績效
 <p>節電</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 5-9 樓導入 T5 燈具 ● 空調、開水機設定早晚開關時間 ● 冰水主機壓縮機調升 1 度 ● 空調系統導入全熱交換器 	<p>較前一年度 (2014 年)</p> <p>節電量：72,111 度</p> <p>減碳量：37,642 公斤</p> <p>EUI 值：-4.8%</p>
 <p>節水</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 加裝節水墊片等節水裝置 ● 各樓層用水處張貼節約用水標語 	<p>較前一年度 (2014 年)</p> <p>節水量：787 噸</p> <p>減碳量：122 公斤</p> <p>人均節水量：1.16 噸</p>
 <p>節紙</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 雙面列印宣導 ● 導入 Scan to mail 功能，宣導以電子檔代替書面檔 ● 導入個人檔案列印 	<p>較前一年度 (2014 年)</p> <p>省紙量：相當於 71,544 張</p> <p>減碳量：66 公斤 (註)</p> <p>人均省紙量：114 張</p>

註：15000 張 A4 紙 = 1 顆 20 年樹，另參考林務局公告數據，1 株 20 年生的林木，依樹種不同，1 年約可吸收 11-18 公斤的二氧化碳

導入個人檔案列印

2014 年起推動「個人檔案列印」大幅度減少員工錯誤列印的情況，減少紙張浪費，另外持續提高採購國際森林管理委員會 (FSC) 和有碳足跡認證用紙比例，以及員工的宣導，都將持續進行。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居

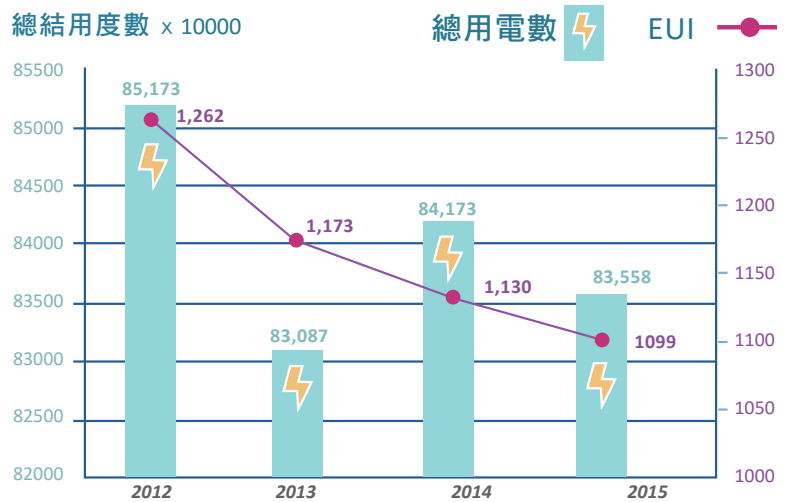


創造友善工作環境的好鄰居

持續推動溫室氣體盤查

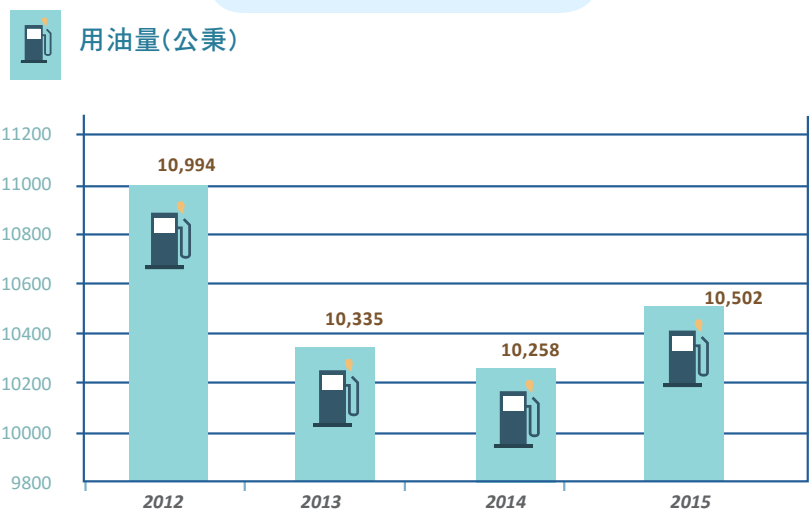
不論門市或是企業總部，主要能源使用為電力。2015 年門市與企業總部合計用電量為 83,805 萬度，較 2014 年下降 827 萬度，門市佔比為 99.8% 以上。2015 年門市總用電度數為 83,558 萬度電，為持續追蹤門市用電效率，我們以用電密集度 (EUI) 作為績效指標，2015 年 EUI 值為 1,099 kWh/ 平方公尺，較 2014 年降低 2.74%。

門市用電量及 EUI 統計



捷盟、統昶、大智通三家物流公司負責集中進貨、理貨的業務，分工配送常溫商品、冷藏、低溫與冷凍商品，以及文化出版品到電子商務等品項。捷盛統籌物流車輛總管理，包括耗油量監控、環保車輛引入與物流士訓練等。2015 年配送運輸的總用油量（柴油）為 10,502 公秉。

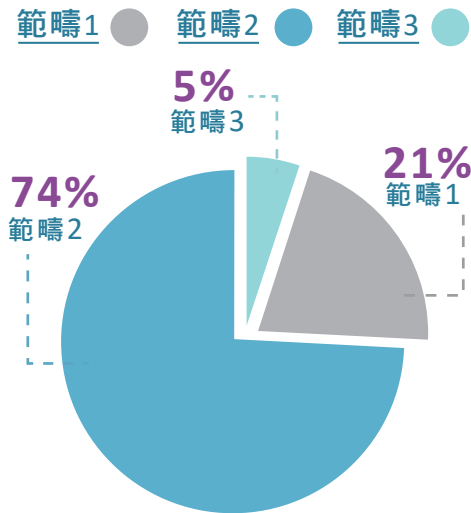
運輸柴油使用量統計



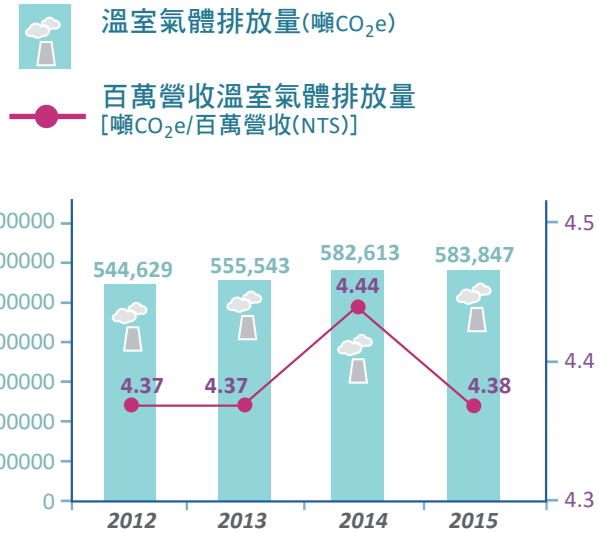
依照溫室氣體盤查議定書 (The GHG Protocol—A Corporate Accounting and Reporting Standard) 每年執行溫室氣體盤查，瞭解各排放源的排放情形，並尋求可能的減量機會。逐年建立溫室氣體排放數據資料，同時提升數據收集的精準度，除少部分門市尚無法取得實際用電度數外，現階段已能掌握超過 90% 以上的精確資料。

統一超商的溫室氣體盤查配合國家政策更新歷年電力碳排放係數，溯及過往也同步更新歷年之溫室氣體排放量。2015 年溫室氣體盤查總量為 583,847 噸 CO₂e，以電力使用所造成的範疇二排放佔約 74.4% 左右為大宗，其中門市用電佔範疇二排放超過 99%；而範疇一的直接排放佔約 20.8%，主要來自於門市冷凍冷藏設備及空調設備的冷媒逸散；門市相關物流所造成的範疇三排放量約為 27,713 噸，佔總排放量約 4.7%。

2015 年溫室氣體各範疇排放比例



2015 年溫室氣體排放量及排放強度



物流關係企業

統一超商長期與物流關係企業合作，透過減少物流配送趟次、建立維保機制、共同配送、物流設備升級等方式，提升物流效率，同時降環境的衝擊。負責物流車輛管理的關係企業捷盛運輸，自 2015 年起引進環保車輛，目標 2020 年前逐年汰換舊型物流車輛（環保三期、環保四期），導入最新環保期數車輛（現有五期車，或未來的六期車）共 223 台，2015 年目標引進 12 台最新環保期數車輛，本年度合計汰換 28 輛三期車（每車減少排放 59.4 kg 的 CO 排放量）與汰換 14 輛四期車（每車減少排放 13.71kg 的 CO 排放量），總計減少 1.86 公噸（1,855 公斤）CO 排放量。

除導入最新環保期數車輛，亦同步測試油電混合車導入專案，全台目前共導入 2 台 Hybrid 物流車，較同型的柴油車省油，預估最高可省 12.91% 油耗值。

車機系統 (GPS/GPRS) 導入

除此之外，從 2012 年起，捷盛運輸建立「數位行動監控中心」，並和中華電信共同開發集團專屬的車機系統，運用 GPS/GPRS 技術即時掌握每台物流車的車況、路況與貨況，進行物流配送車輛的動態管理，同時鎖定降低油耗、全程溫度監控、安全駕駛等管理面向進行升級，期望藉此引導物流士能有更安全及正確的駕駛習慣，以達到車輛即時監控、安全節能管控、作業品質控管、營運資料管理四項目標。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



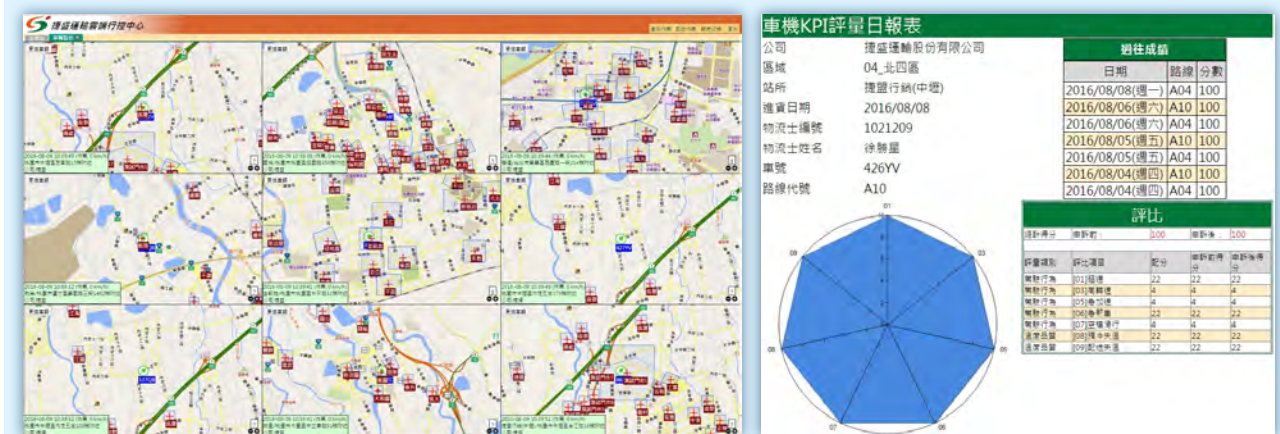
創造友善工作環境的好鄰居

車機系統功能圖



透過車機功能「駕駛評量報表與溫度報表」，聚焦「行車安全管理」及「溫度管理」兩大構面，做深入管理與改善。當安全管理指標與溫度管理指標出現異常，由幹部以表單作為約談物流士輔導溝通之紀錄。根據統計，2015年超速總件數81件，較前一年改善幅度達到31.9%。車機系統導入後已有效減少車輛超速、怠速、急加速、急減速、高轉速、空檔滑行等駕駛行為發生，進而降低油耗減少碳排放量。

駕駛評量報表



此外，車機的即時「溫度告警系統」，用來通報幹部及物流士以預防配送商品失溫，2015年10月導入預冷合格簡訊通知，提醒幹部確認溫度合格後才能疊貨，以確保食品安全；配送過程中冷度不足時，要求物流士須先在路邊停車進行二次打冷，避免發生失溫情況；藉由「溫度評量報表」定期檢視各路線、物流士、物流車輛、設備等個案並進行檢討。截至目前溫度的平均合格率可達99.9%以上，有效確保食品新鮮與安全。

溫度即時告警功能

日期時間	車號	異常狀態	異常地點	異常原因	處理狀態	處理時間	備註
2016/08/09 07:50:42	3600M	低溫	成林路傳信區DC/豐隆市傳信區運送站138號34號門位	中溫告警	請到巴達維亞中處理		溫度異常
2016/08/08 10:28:16	3880M	低溫	成林路傳信區DC/豐隆市傳信區運送站138號36號門位	中溫告警	請到巴達維亞中處理		溫度異常
2016/08/09 09:45:50	3880M	低溫	成林路傳信區DC/豐隆市傳信區運送站138號36號門位	中溫告警	中處理		處理
2016/08/09 04:38:42	3880M	低溫	新北市汐止區高橋一號11-1A707位	中溫告警	已結束中處理		溫度異常
2016/08/08 23:26:10	3880M	低溫	成林路傳信區DC/豐隆市傳信區運送站138號36號門位	中溫告警	請到巴達維亞中處理		溫度異常
2016/08/09 07:51:54	3572C	低溫	台北市士林區華安北路59號門位	中溫告警	請到巴達維亞中處理		溫度異常
2016/08/09 00:20:41	3912B	低溫	台北市士林區華安北路59號門位	中溫告警	請到巴達維亞中處理		溫度異常
2016/08/09 07:37:06	3912B	低溫	成林路傳信區DC/豐隆市傳信區運送站138號36號門位	中溫告警	請到巴達維亞中處理		溫度異常
2016/08/09 09:29:50	3932C	低溫	成林路傳信區DC/豐隆市傳信區運送站138號36號門位	中溫告警	請到巴達維亞中處理		溫度異常



表揚傑出物流士與教育訓練

延續以往每年表揚表現優異的物流士，「2015 PCSC 菁英物流士表揚大會」共有 67 位菁英、從全國 1,690 位來自捷盛、捷盟、統昶及大智通物流士中脫穎而出，其中更有 4 位連續三年獲得榮耀，進而獲頒「尊榮物流士」殊榮。

截至 2015 年活動已舉辦 8 屆，累計表揚近 400 位卓越物流人員。

2015 年活動主軸為「自主學習、共同成長」，期望物流士們能以「智慧物流士」自許，善用如：智慧型車機系統等高科技設備，主動且即時地掌握每趟配送任務的服務品質、駕駛安全和食品安全。



除致力降低物流配送車對環境的衝擊外，各物流型關係企業在商品出貨前，即在物流中心儲貨、理貨階段的節能減碳推動上也不遺餘力。

捷盟行銷

持續推動節能措施，2015 年物流中心總用電度數 5,507,441 度較 2014 年同期 5,573,304 度減少 65,863 度，降幅為 1.2%，約可減少 42 公噸（42,020.6 公斤）之碳排放量 $[0.638 \text{ (kgCO}_2\text{e)} \times 65,863]$ ；總用水度數 20,615 度較 2014 年 23,345 度節省 2,730 度，降幅為 11.7%，約可減少 0.53 公噸（532.35 公斤）之碳排放量 $[0.195 \text{ (kgCO}_2\text{e)} \times 2,730]$ 。

辦公室節能措施

- 增加循環扇，並安裝冷氣空調定時關閉功能，下班後自動關閉。
- 安裝窗簾來隔絕室外日光直接照射，以降低空調設備耗能。
- 廁所、茶水間等區域使用照明自動點滅裝置
- 餐廳、廣學室及樓梯間耗能燈具更換為節能燈具，並且定期分批更換年限到期燈管，以維持有效亮度及節約能源
- 公文 E 化 (採購、出差申請等作業)、薪資單 E 化、辦公室用紙量管理、用紙雙面列印。
- 中壢廠區 2015 年起藉由導入節能服務系統 (ESCO)，以節省的電費分期支付節能設備費用，並由廠商保證節能的績效，進而達成節能最佳化，廠商並已將 T8 燈具 943 盞更換為 LED 燈具，且以需量控制的方式，降低 2 台冰水機的尖峰用電量。導入後成效降低中壢廠區用電量 8.3%，平均每月減少 11,476 用電度數。

統昶行銷

秉持綠色物流為根本，持續推動節能策略，並召開節能減碳會議，探討能源用度與推行節能專案。鶯歌物流中心於 2015 年將老舊耗能之冷凍機更換為新式環保冷凍機，同時依氣候變化、貨量淡旺季變化等因素，適時調整冷凍機除霜時間及頻率。經 2015 年進行節電措施下，共節省電量為 198,176 度 (扣除新建單位之用電)，以每 1 度電的碳排放量係數 0.638 換算，減少排放 126 公噸 (126,436 公斤) 之碳排放量 $[0.638 \text{ (kgCO}_2\text{e)} \times 198,176]$ 。

改善前

三菱冷凍機 SFA-40C2



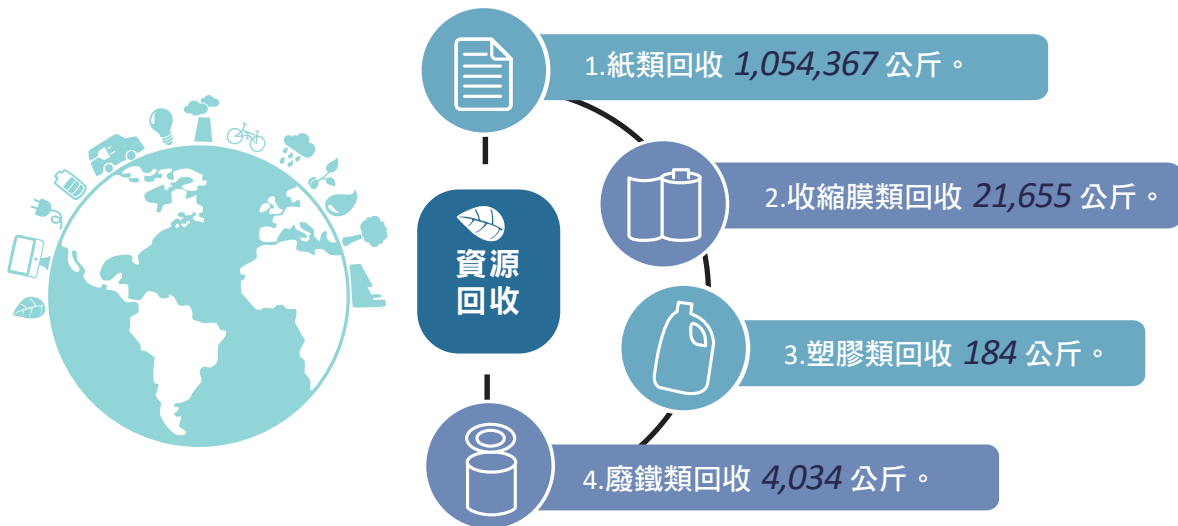
改善後

BITZER RS6F-30.2Y-35P



大智通文化行銷

- 2015 年推動多項節能措施，總計節電 112,502 度，換算碳排放 58,613 公斤 CO₂e。
- 茶水間、餐廳與樓梯間：在不影響員工活動與違反辦公室照度規範下，進行燈具減量、迴路變更或裝設自動感應設備，估計全年可節電 1,410 度，降低碳排放 735 公斤 CO₂e。
- 電動設備運用定時器控制在離峰充電，滿足現場作業需求，估計全年可節電 11,059 度，降低碳排放 5,761 公斤 CO₂e。
- 辦公室櫃台高耗能燈炮更換 LED，估計全年可節電 497 度，降低碳排放 259 公斤 CO₂e。



運用作業現場廢料 (收縮膜紙心) 製作成員工餐廳餐桌及餐廳現場矮牆。

另外，配合快速發展的電子商務業務，2015 年動土擴建樹林物流中心的第三期廠區，為呼應綠色節能趨勢，廠房也規劃採用節能分區控制燈具與空調和隔熱素材，達到節能目的。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



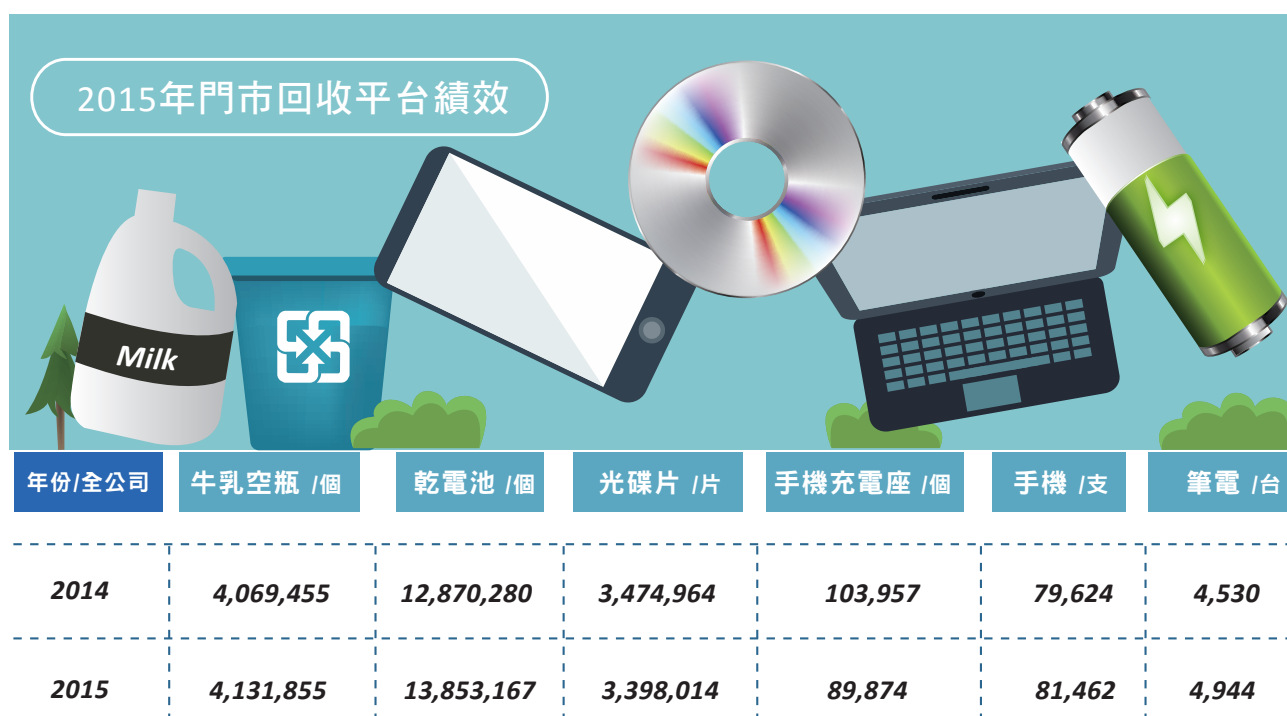
實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

3.2 方便、快速、不打烊的環保回收平台

統一超商自多年前啟動「回收物換現金抵用」機制，建構全國最大的資源回收網絡。除了固定回收的廢包裝容器外，亦於 2010 年起在 7-ELEVEN 門市也增設廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機和廢旅座充的回收，同時推出商品抵用金的獎勵做法。廢資訊用品環保回收平台實施以來，回收成果卓越。統一超商也導入門市業務用鮮奶空瓶回收作業，2015 年共回收 4,131,855 個。

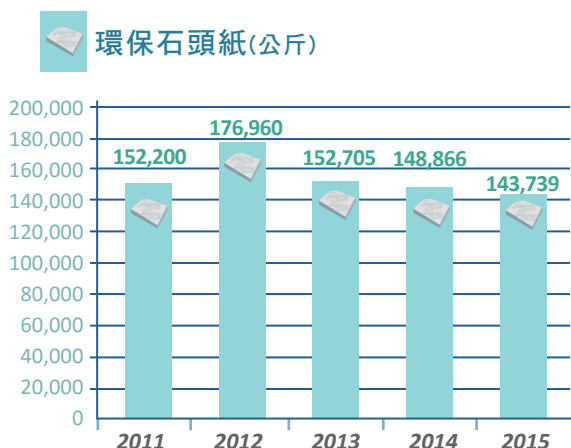


3.3 綠生活

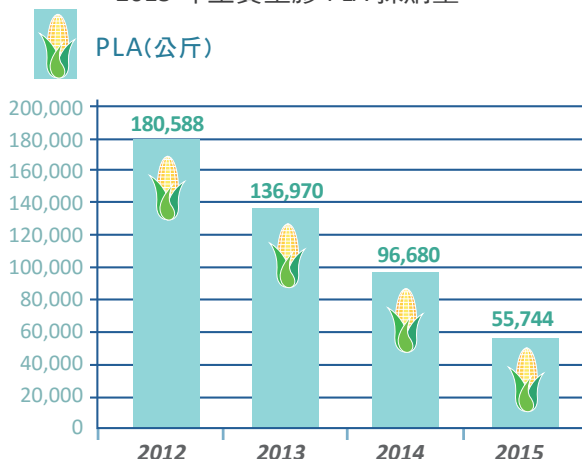
綠色採購

統一超商持續落實綠色採購，採購的範圍及項目持續增加。包括門市陳列櫃的冷凍吊卡及插卡採購使用石頭原料的環保石頭紙，2015 年採購量為 143,739 公斤；思樂冰杯子全面採用生質塑膠 PLA，2015 年總採購量為 55,744 公斤；辦公室用紙選用 FSC 認證紙張，2015 年共採購 12,045 公斤。

2015 年環保石頭紙採購量



2015 年生質塑膠 PLA 採購量



全面落實無紙化

統一超商於 2011 年配合政府政策，率先成為國內導入電子發票的連鎖便利商店業者。

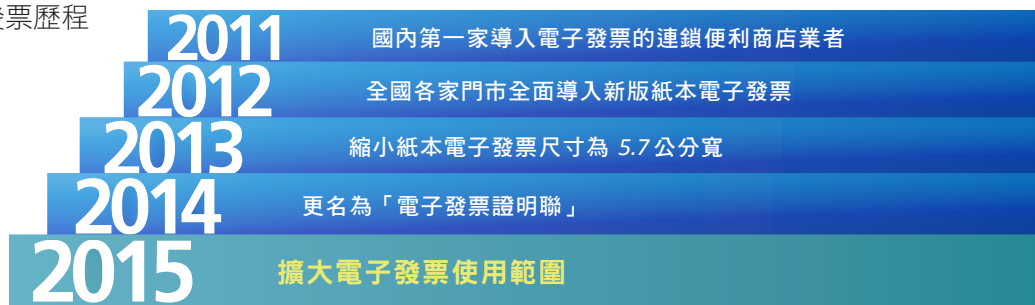
2015 年擴大電子發票使用範圍，首先在異業通路包括全國加油站及南仁湖商場共 3 家門市導入使用電子發票，不但節省了倉儲成本、運送成本、紙張成本，更大大的降低了購買發票成本每年約 17.6 萬元及減少約 122 萬張紙。

預計於 2016 年 1 月 1 日參與政府公用事業四大族群開立雲端電子發票之規劃作業，導入過程全部無紙化，並提供企業收據代號 BB+ 八碼，取代統一發票號碼入帳機制。發票中獎者只需至四大便利商店列印即可兌領。統一超商第二類電信業務在此政策導入下預估每年節省列印發票紙張的效益約 98 萬張。

加盟主的部分，我們規劃將開立績效獎金之紙本發票導入電子發票流程，此舉可減少加盟主購買發票的費用，同時降低空白發票報廢數量，預計於 2016 年 1 月上線，預估可導入達 95%，每年可減少用紙 270 萬張及紙張金額 32 萬元。

我們將持續努力，使電子發票無紙化的效益從門市擴大到外部通路。

導入電子發票歷程



我們也致力於門市 POP 廣告用紙減量，設定每檔期 POP 年度減量目標為 130 張，同時透過減少紙結構落地架等做法，2015 年每檔期平均 POP 用紙量為 122 張。而於文宣及廣告行銷的部分，則由品保與法務相關單位共同把關，以確認廣告行銷皆符合法律或自律條款之規範。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

綠色商品



統一超商持續並增加販售環保綠色商品，於門市與網購平台引進環保標章、碳足跡、節能標章等綠色商品環保標章產品。如符合台灣環保標章規格之保溫鍋瓶等超過 30 個品項，符合節能標章規格的電視、電扇、洗衣機等近 60 個品項，以及通過碳足跡認證與取得標籤如統一麥香飲料、統一肉燥麵、石安牧場動福蛋及其他環保產品類別等，年度總計銷售的綠色產品近 800 項。

綠色會計

統一超商秉持著企業社會責任的精神，提供消費者安全便利之產品與創新服務，同時追求節能減碳與愛惜地球的環保生活，並以「貼心不打烊、幸福在身邊」之初心持續為台灣社會作更多貢獻。透過綠色會計制度，將這些具體行動轉化為財務數據，2015 年投入環境保護之各項資產投資及費用支出合計有 917,993 仟元。彙整年度環境支出統計表 (如下表)。

綠色會計項目

單位：新台幣仟元

分類	項目	內容	效果及資源有效利用 (量)/ 溫室氣體減量	投資 (仟元)	費用 (仟元)	合計
商品 	販售商品改採環保包材；鮮食商品檢驗。	採購環保包材 -PLA 及咖啡杯架；鮮食商品不使用防腐劑等添加物。並檢驗農藥殘留等問題。	考量安全性及環境影響，保護人體健康。	16,376	279,424	295,800
門市 	實施能源節約。	購置能源節約設備 - 導入省電器 401 台、賣場冷氣循環扇 - 導入 1,477 台、導入變頻冷氣 1,066 台、T5 節能燈具 - 導入 26,290 組、冷凍 / 冷藏外掛變頻器 - 導入 370 台、思樂冰機淡季停機 / 休眠 - 導入 2,644 台。	節約能源，減少碳排放。	164,588	370	164,958
	清潔及廢棄物處理。	門市環境清潔、綠化及廢棄物處理。	維護乾淨的環境。	0	260,116	260,116
	延長設備、建材等使用壽命。	鋼製櫃檯導入 406 店，設備回收並整備再利用。	減少砍伐樹木並減少資源浪費。	44,280	29,081	73,361
	綠色採購。	採購節能設備及環保用紙、建材，推廣電子發票。	符合歐盟標準、FCS 認證，節電並減少碳排放。	26,123	25,757	51,880

分類	項目	內容	效果及資源有效利用 (量)/溫室氣體減量	投資 (仟元)	費用 (仟元)	合計
 配送	搭配捷盛物流車隊、捷盟及大智通物流中心作為逆物流系統，提升配送效率、實施資源回收。	門市逆物流回收作業之人力及設備投入。	門市回收： 廢乾電池 247.4 噸，廢光碟 60.7 噸，廢筆電 0.5 萬台，廢手機 8.1 萬支，廢手機座充/旅充 9.0 萬個。	0	3,146	3,146
 內部環境教育	環保教育宣導、辦公室資源回收。	促進辦公室省紙化環境，環境清潔綠化及廢物資源回收。	後勤辦公室： 寶特瓶 2,974 公斤，紙類 17,612 公斤，鐵鋁罐 431 公斤，其他(光碟/電池/燈具)429 公斤。	0	15,025	15,025
 社會貢獻	對外宣傳環保資訊。	宣導節約惜物及企業社會責任，贊助環保等相關團體。	推廣環境教育與資源再利用活動。	0	1,270	53,707
	舉辦或參與環保及社會公益活動。	2015 年八仙粉塵爆炸捐贈。	除參與全國清掃日，共清掃 83 處社區服務點及 5,046 自主清掃點外，平日並善盡企業社會責任，以門市自主響應清掃活動及落實資源回收。	0	52,437	
合計				251,367	666,626	917,993

法規遵循

統一超商致力於提供消費者良好消費及用餐環境，2015 年發生一件門市環保開罰事件。台北市松山區的吉仁門市因咖啡奶排入門市外水溝，造成奶垢引發排水不良，遭環保局開罰 3,600 元。事件發生後，統一超商立即施工更改排水管線配置，並將管線導入污水下水道系統，同時落實各縣市污水下水道設置接管，以免相同事件再發生。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



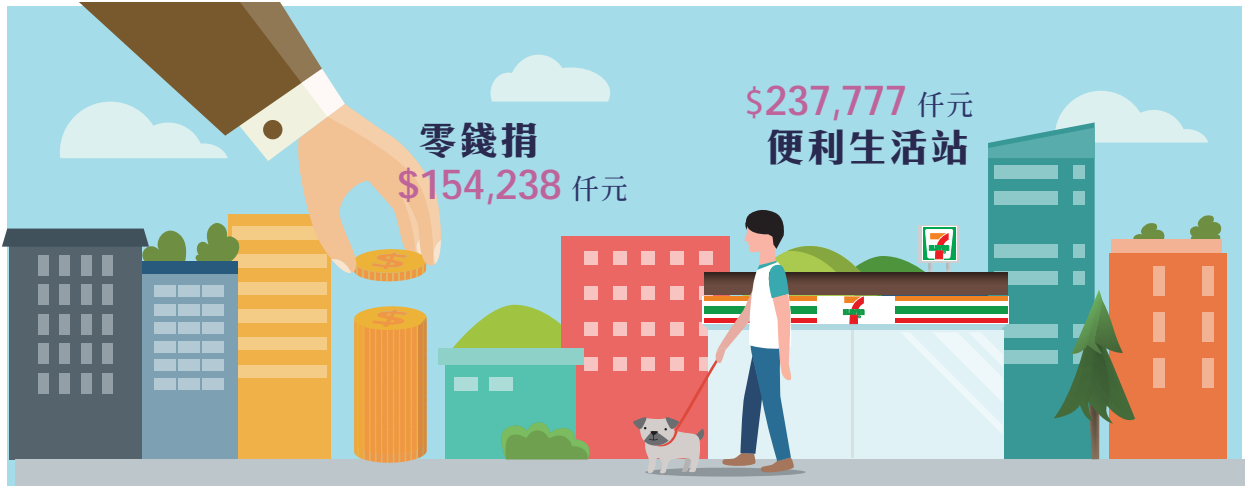
實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

4

實現地方社區共存 的好鄰居



- 維繫鄰里好關係的「好鄰居同樂會」社區活動，截至 2015 年累積舉辦超過 6000 場
- 2015 年公益募款金額突破新台幣 392,015 仟元

我們透過統一超商好鄰居文教基金會及 7-ELEVEN 把愛找回來二大社區公益版圖來執行對社會公益的參與。截至 2015 年，好鄰居基金會舉辦了超過 6 千場不同類型的好鄰居同樂會，促進親子互動、弱勢關懷、教育文化、健康生活、環保等面向之推動；與千禧之愛健康基金會合作的「千禧健康小站」，成立以來，估計每年超過 430 萬人來小站量血壓。而我們的把愛找回來公益募款平台，呼籲民眾可透過全台門市零錢捐和便利生活站方便做公益，27 年來累計募款金額近 20 億元，幫助超過 100 個弱勢團體獲得社會關注。

4.1 建構幸福社區

在台灣，統一超商陪伴大家超過 38 年，掀起零售通路的革命，讓便利商店成為台灣人民生活中鮮明的特色之一，也是成長過程中密不可分的生活夥伴。我們深入大街小巷，與民眾日常生活有著緊密關聯，這是一種情感的連結，是身為這個大家庭一份子的使命與期待。我們最大的使命就在隨時代變遷而領先創新，透過優質商品及多元服務滿足每個人日常所需，並透過 5,000 多家門市平台，將真情真意帶入社區，打造幸福社會，成為社會安定與永續發展的幸福企業。為達成這個目標，我們將企業資源運用在社會每一個角落，了解民眾需求，累積民眾信任度及情感，成為社區中無可取代，傳遞幸福、給人安心的好鄰居。

統一超商的核心能力

引領民眾關心社會議題，帶動消費者以簡單行動參與公益，例如多元化的募款機制，如零錢捐、便利生活站等將愛心即時傳遞給需要的人。

24小時的多
管道慈善平台

統一超商的
專業支持

專業的後勤know how支援，再加上紮實的門市人員教育訓練。

與民眾生活在一
起，洞悉居民需求

提供日常生活各種面向的商品與服務，天天與消費者生活在一起，了解在地民眾需求。

良好的合作網路

與公益組織、社區團體...等非營利機構一起合作，挖掘真正需要幫助的民眾。

全台超過5000家7-ELEVEN門市，深入街坊巷弄，每天平均吸引全台灣超過500萬人次造訪。

全台綿密的
門市網路



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

4.2 統一超商好鄰居文教基金會

「財團法人統一超商好鄰居文教基金會」於 1999 年捐助成立，至 2015 年已邁入第 16 年。長期以來積極投入社區睦鄰安居工作，並致力於改善社區生活及延續地方文化；透過深入大街小巷的 7-ELEVEN 門市力量，鼓勵員工投入社區關係經營，深入服務各鄉鎮鄰里，發揮貢獻在地的精神，以豐富居民精神生活、提升生活品質、與居民共創更美好的生活為己任，並以成為「社區里民中心」為目標邁進。

我們善盡企業社會責任，將企業資源充分運用在每一個社區角落，主要服務對象為「社區」民眾，持續關注發展「健康生活」、「社區環保」、「弱勢關懷」等三大面向活動。藉由與社區大小朋友歡樂互動，讓社區關係更和協，也將歡笑與溫暖散佈全台灣。

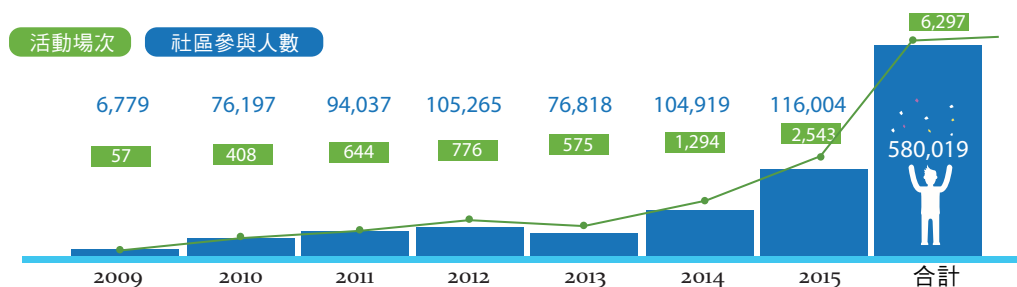


好鄰居同樂會

台灣共有 365 個鄉鎮，住著背景多采多姿的人、有著豐富的生命故事，為了融入在地生活、真實貼近社區，好鄰居基金會從 2009 年秋季開始推動「好鄰居同樂會」，扮演古早「柑仔店」的角色，期望透過各類的社區活動，凝聚社會更溫暖、強大向上提升的力量，找回台灣純樸又可愛的人情味，更拉近人與人之間的距離，為社會添加關懷與溫度。2015 年好鄰居同樂會聚焦於「親子互動、弱勢關懷、教育文化、健康生活、環保」五大面向深耕推動，並將更深入關懷各社區所需；截至 2015 年，共舉辦超過 6 千場不同類型的社區同樂會。



好鄰居同樂會歷年舉辦活動場次及參與人數：



活動類型	活動內容說明	代表性主題活動	活動場次	活動佔比
 弱勢關懷	喚起民眾對居住土地之情感，關懷在地弱勢及大小事，進而凝聚社區共識。	不老店長 OPEN! Cares 健康打氣站 捐血活動	190	7.47%
 親子互動	邀請親子、大人小孩至門市互動過節、同樂，促進親子關係。	繪圖比賽 創意蛋糕 DIY 料理 DIY	609	23.95%
 教育文化	透過便利商店經營特色，提供民眾體驗服務價值、寓教於樂推展	小小店長 好鄰居教室 (英文、數學..等)	1,165	45.81%
 健康生活	以日常保健及身體保養等生活議題切入，舉辦健檢或講座，養成健康生活習慣。	健檢闖關 肝炎篩檢 失智症篩檢	131	5.15%
 社區環保	推動門市及民眾重視周遭環境議題，將環保理念融入平時生活之中。	咖啡渣 DIY 資源回收教育 社區清掃	448	17.6%
合計			2,543	100%

7-ELEVEN 千禧健康小站

好鄰居基金會於 2009 年起與千禧之愛健康基金會合作，於 7-ELEVEN 擇點成立「千禧健康小站」，提供民眾量血壓、測量腰圍等服務，並結合醫療團體或衛生所不定時於健康小站舉辦社區免費健診，帶領民眾一起「實踐 3D 健康生活」(Do Control, Do Health Diet, Do Exercise)，遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群，成立以來估計每年超過 430 萬人來小站量血壓。

年份	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
千禧之愛健康小站據點	57	100	251	421	589	616	670
參與醫護人數	114	386	750	973	1,458	1,433	1,150
參與活動人數(位)	5,000	11,100	35,000	21,500	40,683	47,504	34,000

「千禧 i 健康」助全民對抗高血壓

看到三高慢性病帶來的健保與家庭沉重負擔，以及高血壓人口眾多，7-ELEVEN「千禧健康小站」，2015 年達到 677 家門市，累計至今服務人次超過 1,148 萬人，打造全國最綿密、全年無休的血壓量測與服務網絡。而為求血壓控制更普及，也順應智慧時代帶來的方便性，千禧之愛健康基金會於今年九月底正式上線健康紀錄雲端平台「千禧 i 健康」，民眾可用智慧型手機或平板電腦下載 7-ELEVEN 的便利生活站 APP 並加入會員，點選「生活服務」即可開始使用「千禧 i 健康」單元記錄血壓、腰圍與體重並自動換算 BMI。平台的設計都是下拉式選單，即使是年紀大的長輩，學習門檻也很低，不用花 1 分鐘即可完成所有紀錄，成功上傳後還能將多筆數值自動轉換成曲線圖，到全國 5,000 多家的 7-ELEVEN 列印出來，最多可列印 3 個月的所有紀錄，攜至醫院與醫師討論或供作診斷參考。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

Clean Up the World 活動演進

好鄰居基金會自 2001 年起與澳洲 Clean Up the World 總會合作，在台灣發起「Clean Up the World 清潔地球 環保台灣」活動，以號召志工清掃為主軸，延伸資源回收、垃圾減量等推廣，期望將環保理念落實於每個人的生活態度及日常習慣。耕耘了 14 個年頭，2015 年好鄰居基金會為更符合台灣生活型態，結合國人年前除舊佈新的習俗，將 Clean Up the World 清掃活動調整於農曆年前 1 月 31 日前後舉辦，以「服務業召集令 全台清掃總動員」主題，號召全年無休的服務業門店大掃除除舊佈新迎客。並邀請周遭社區居民共同參與，清掃周遭公共領域，以乾淨的環境迎接新年的到來。本次活動總計有 25 企業響應，1,037 清掃點，6,748 營業據點清掃，36,533 人參與，全台服務業通路串聯大掃除，打造安心無虞的舒適環境。

未來我們將環保落實為長久行動，將 Clean Up the World 清掃納入好鄰居同樂會年度推廣面向之一，與門市協力推動，藉由社區活動達到寓教於樂的效益。



2015 年清掃活動花絮：

2015年 清掃活動花絮

- 統一生活**
清潔志工與居民
共同清掃環境
- 中華電信**
環保志工帶著掃
具蓄勢待發
- 一亨運動用品**
洗刷地板讓環
境更乾淨
- 天母洋蔥**
同仁仔細清潔
廚房水溝
- 東森房屋**
發揮愛心協助育幼
院清潔並捐獻物資

偏鄉教育關懷 - Teach for Taiwan (TFT) 為台灣而教

自 2011 年推動甲仙閱讀集點等計畫，好鄰居基金會將偏鄉教育設為重點關懷主軸，期望以企業力量持續為台灣偏鄉地區盡心力。2014 年起，與甫成立之 Teach for Taiwan 為台灣而教協會合作，招募優秀大專院校畢業青年成為優秀老師，至資源匱乏的偏鄉教書兩年，為偏鄉孩童提供優質的教育，為下一代創造持續性的改變。亦藉此計畫培養各領域的未來領袖，發揮正向社會影響力，縮小台灣教育資源差距之問題。

計畫推動作法：

與 Teach for Taiwan 為台灣而教協會合作，和偏鄉小學洽談代理及代課老師職缺，招募來自多元背景、不同專業得有志青年成為優秀老師，至資源匱乏的偏鄉教書兩年。首屆計畫由雙方合力推動，協會專注教師培育，好鄰居基金會全額支持老師薪資、專業培訓、支持費用。

除此之外，也與合作的學校推動勵學計畫，透過閱讀集點兌換 39 元組合餐，培育孩童閱讀習慣；並鼓勵教師提出創意教案，將門市打造成為戶外教學的場域。



2015 年度推動成果：

- 教師支持：基金會支持 27 位教師，於台東／台南 13 校任教（第一屆 9 位老師，第二屆 8 位老師）
- 閱讀勵學計畫：



- 閱讀集點：8 校參與，服務近 5 百位學童，總閱讀量達 31,261 冊，437 位孩童參與，平均閱讀量 40 本，學校皆表示透過集點換餐能提高孩童閱讀動機，到門市去兌換餐點，是榮譽的象徵
- 博客來購書基金：提供 7 校偏鄉孩童超過 1,200 本圖書，透過老師與學校共同開書單，更能符合教學現場的適用性
- 好鄰居教室：共舉辦 23 場，以數學為主，次之社會，新增食安課程，透過門市場域及創意教案的方式，加強孩童學習動機，老師回饋好鄰居教室能延長孩子的專注力時間：低年級的孩子學習專注力時間短暫，但是當天的課程兩個多小時，發現孩子都能聚精會神的聆聽，並投入各個活動。孩子回家也開心的跟家長分享。



2016 年我們將延續計畫，全年 300 萬支持教師經費，全面照料教師預計 60 人，並延續好鄰居勵學計畫，預計將會有 20 所學校參與閱讀集點，規劃將閱讀換餐改為設制進階量級、獎勵直送等，來提升閱讀動力。也將採用閱讀投稿的模式，設計投稿機制，鼓勵學生培養獨立思考能力，擴大好鄰居教室舉辦，歡迎各校將門市做為戶外場所的場域，鼓勵師生利用。

4.3 公益拉近你我的心

為了提升社會大眾對社會公益的重視，我們亦發揮通路公益服務影響力，打造門市零錢捐「把愛找回來」的募款平台，呼籲民眾可透過全台門市零錢捐和便利生活站方便做公益，以一「幣」之力共同關懷社會弱勢，27 年來累計募款金額近 20 億元，幫助超過 100 個弱勢團體獲得社會關注，也形塑了一股獨特、有趣的「銅板公益現象」，像是有許多媽媽帶小孩來門市捐錢，以身體力行教育孩子付出的意義。也透過串聯 5 家公益團體：門諾基金會、一粒麥子基金會、弘道基金會、肝病防治學術基金會屏東基督教醫院合作，同行相濟的力量，提供完整服務面向；藉由其社福篩選機制，確認真正有需求的受助者後，透過深入城市偏鄉的門市，除了提供便利的服務，更從社福缺口的服務出發（降低居家修繕補助門檻、偏鄉醫療、假日缺餐、創造在地老化安心感），協助弱勢長輩食、醫、住、行、娛樂全方位照護與互動。

門市零錢捐

1988 年開始，推出「把愛找回來」公益活動，以「公益生活、隨手行善」為理念，在門市內放置募款箱，鼓勵消費者捐出結帳後的零錢，鼓勵消費者落實「公益生活、隨手行善」理念，幫助需要的人！2015 年公益募款金額突破新台幣 3.9 億元。

為社會大眾愛心嚴格把關，統一超商從篩選合作團體的階段即謹慎用心，透過由財務、稽核、法務共同組成的跨部門小組，為社會大眾的愛心把關，審查其財務資料、會計管理機制、組織運作、募款服務計畫和議題的急迫 / 重要性、捐款公信管道等項目，確認無虞才進一步規劃合作方案，且合作方向除維持該公益團體基本服務外，更與對方密集研討，針對其目前仍力有未迨之處，盡力提供資源和協助，不僅如此，門市定期清點、每月稽查募款箱金額，透明化處理金流與帳務，各種作法確實做到公信把關，讓民眾可安心行善。

另外為擴大公益團體能見度，讓更多民眾能知曉行善，統一超商數十年來不斷釋出通路資源來推動門市募款，背後更投入龐大的人力、物力、科技以及金物流系統來全面協助，每年投入近億元，運作募款機制。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

2015年募款活動成果

合計 募得金額 (新台幣仟元)

\$154,238 仟元



01/01-03/31
「有了愛、不擔心」
弱勢長者與銀髮族
在地關懷計畫
(弘道基金會)

推動「老人好宅修繕服務」，並提出「修繕大使進階培訓」、「擴大門市通報點」、「號召愛心水電行」、「新增偏鄉關懷據點修繕服務」等主張，將近700家門市化身修繕通報站，便利民眾隨時發揮愛心通報，加速救援；並培育200名修繕大使、完成300件弱勢長輩的修繕服務、居家關懷4,200位獨居弱勢長輩。

募得金額 (新台幣仟元)

\$39,485 仟元



04/01-06/30
自在老·輕鬆顧
偏鄉高齡長者社
區照護計畫
(屏東基督教醫院)

鎖定偏鄉失智的預防與照護，提出建構「預防-發現-照護的守護網」

主張，結合7-ELEVEN門市、好鄰居基金會以及屏東基督教醫院的醫療資源，鋪設「門市-居家-社區-基層醫療」的失智症守護網絡，總計服務人次達6,831人次屏東在地長輩健康。

募得金額 (新台幣仟元)

\$38,463 仟元



07/01-09/30
救救肝苦人
(肝病防治學術基金會)

持續性免費推動偏鄉肝炎、肝癌篩檢與後續就醫協助，更於全台54家門市舉辦篩檢活動，將肝病篩檢資源帶入台東卑南、嘉義水上、馬祖南竿和金門金沙等醫療資源匱乏區域，幫助更多偏鄉居民盡早發現、盡快治療，年度篩檢超過2.5萬人次。

募得金額 (新台幣仟元)

\$37,421 仟元



10/01-12/31
好好吃飯 讓花東弱勢長者不再挨餓
(門諾、一粒麥子基金會)

共同架構出花東送餐守護網絡，送餐服務從原有的花蓮延伸至台

東縱谷共16個鄉鎮市，讓愛心服務走得更遠。並透過基金會送餐員、7-ELEVEN門市店長組成的好鄰居送餐隊，滿足長輩一周七天午餐和晚餐的需求。總計幫助超過20萬人次。

募得金額 (新台幣仟元)

\$38,868 仟元



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

4.4 門市深耕公益行動 成為社區關懷站

1977年起，7-ELEVEN即投入社會公益事業，為了深度發揮社區關懷站的能量，並關懷台灣社福缺口嚴峻的弱勢銀髮議題，2014年起，7-ELEVEN全年度關懷弱勢長輩，以門市力量扶持弱勢，逐年投入更多經費與人力（兩年來投入經費近4000萬元，總人力投入超過1.3萬名員工），2015年參與公益服務的店數也增加6成，直接關懷超過1.6萬人，建構全方位社區服務。

企業一起投入，服務紮根，深度關懷

7-ELEVEN門市也一起投入服務，成為在地弱勢長輩的關懷站點，協助發掘更多生活在邊緣的弱勢長輩外，更補足團體不足的服務區域及人力，2015年度門市共計服務16,280人次。

服務內容一覽：

成為服務的最後一哩路	門市成為在地的關懷站(更協助走入偏鄉)	數量	受益人次
年菜圍爐/掃除 所有公益團體	門市於年節期間為弱勢長輩舉辦圍爐、大掃除，陪伴他們度過無人團圓的年節。	15場	98
好鄰居健康教室 屏基、肝基會	於全台偏鄉門市舉辦肝炎、失智症篩檢活動，讓救命路不再遙遠。幫助在地居民提早發現病症。	80場	5,242
智慧健康量測站 屏東基督教醫院	於屏東區門市裝設智慧健康量測站，民眾可至門市測量血壓，並與在地10家醫療院所串聯雲端資料，方便就醫診療。	2店	6,868
老人單車環島活動 門諾、弘道基金會	為長輩的單車環島活動擔任加油補給站。	13店	70
國際工作營 弘道基金會	邀請年輕志工與長輩接觸，於門市展開。	6場	120
不老店長 弘道基金會	門市邀請長輩到店體驗門市工作，讓長輩與社會接觸，增加長輩與外界互動的機會。	30場	179

串聯門市據點 發覺潛藏角落、無人關懷的弱勢長輩		數量	受益人次
修繕通報站 弘道基金會	697家門市擔任弱勢長輩修繕通報站，歡迎民眾可關懷身邊居住在危險環境中的弱勢長輩並通報，後續展開關懷及修繕協助。	697店	87
門市協助滿足公益團體不足之人力需求 讓服務更完整		數量	受益人次
花東區週日送餐 門諾、一粒麥子	35位店長每週日為135位弱勢長輩送餐並關懷健康，度過無人送餐的周末。	35店	3,616
總計		878店	16,280

註：以上未包含 5,040 家門市協助勸募之店數及受益人次

長期性服務 扶持弱勢長輩共度困境

蓮嘉門市一過年也持續送餐給弱勢長輩（讓送餐成為守護）
店長送餐過程中，發現阿嬤愁眉不展，關心後發現阿公已臥床上多日，店長立即回報並協助。過年期間，也因為阿嬤家庭經濟關係，為了怕長輩無餐食營養，店長持續每天送餐，讓阿嬤在年節期間，也能吃飽穿暖，提供滿滿關懷的溫暖。

我們許多門市在與長輩的互動過程中，皆會為長輩多做服務，除了讓長輩備感窩心，也增加門市感同身受，更能內化至門市服務過程當中，造成正向循環及影響力。



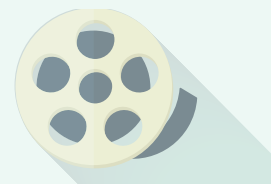
<p>家和門市 親織圍巾暖冬</p>	<p>八悅門市 卡拉OK帶動唱</p>
<p>昭明門市 送上福箱 祝新年</p>	<p>昌興門市 為獨老加裝扶手</p>



另我們跳脫傳統社福議題溝通模式，以「公益電影」、「鋼琴捐款箱」等創新手法，藉此傳遞公益訊息，吸引年輕人到店付諸行動或關心該議題，以貼近大眾且創意的方式喚醒關注，希望拋磚引玉，設法引發更多不同年齡層的人一起投入社會公益。

故事倡議 - 公益電影

獨資打造公益電影-「來得及說再見」，7-ELEVEN 獨資發起，攜手弘道基金會、肝病防治基金會及門諾基金會，從關注議題出發，發行公益電影，述說「弱勢長輩居家修繕」、「弱勢長輩假日送餐」、「肝炎篩檢」三段真實動人故事。由三位知名記錄片導演：陳芯宜、沈可尚、黃嘉俊拍攝《來得及說再見》記錄片，採用無論在記錄片或公益領域首見的方式，在銀髮海嘯來臨前，創新溝通方式喚起全國各界重視相關議題。除此之外，更結合偏鄉小學（台東廣原、萬安國小…等位於高雄、台南、台東的 8 所偏鄉小學），邀請師生到戲院觀影，觀影後，孩子更表達回家要更孝順阿公阿嬤等心得，懂得及時說愛。《來得及說再見》記錄片感動超過 150 場企業包場。



成效：

- 「來得及說再見」電影創造共鳴，屢受海外邀約播映，受邀至 2015 年香港亞洲電影節（鳳凰衛視專訪）、2016 年兩岸電影節播映。
- 除了展現真實故事，更協助片中居家修繕篇的「李福堂夫婦」，一圓回鄉探親夢想。

📌 創意倡議 - 鋼琴捐款箱

電影上映後，為持續呼籲關注議題，並能實際捐款支持團體，籌募服務經費，特以全台首創「鋼琴」概念，打造創意捐款箱，吸引大眾用不同視野感受捐款溫度，呼籲大眾一塊把愛找回來。

耗時近一年攜手廣告公司共同企劃、討論，以「音樂」為出發點，發揮巧思結合「募款箱」和「鋼琴」兩個元素，找來專業鋼琴建造師傅，從日本進口感應器、以手工串接 1,408 條電線，費時 2 個月大改造典雅的二手鋼琴，手一揮變成全台獨一無二的「鋼琴募款箱」，號召民眾投下硬幣，即能敲響琴鍵上的美妙樂音，更重要的是，投下的每一塊愛心零錢，都納入門市當月零錢捐募款金額，幫助更多弱勢長輩。

值得一提的是，為測試民眾反應，用側錄攝影機捕捉來往顧客神情，發現大眾看到門市放置一座透明鋼琴，皆感相當驚喜，不僅會主動趨前觸碰，還會掏出零錢試試投錢後效果，成功達到以創意推廣公益的目的。



便利生活站慈善捐款

從 2008 年開始，我們運用便利生活站服務，建立行善不打烊的慈善捐款的公益平台，讓民眾可以自由選擇公益社福團體捐款。2015 年總計募得新台幣 237,777 仟元，平均單筆捐款為新台幣 1,084 元，扶助公益團體及弱勢族群，為他們找回了愛與希望！

歷年成果：



年度	總筆數	總額(元)	平均單筆(元)
2008	29,334	16,901,610	576
2009	40,013	18,616,246	465
2010	53,521	30,598,496	572
2011	103,135	83,436,176	809
2012	67,361	36,281,975	539
2013	67,754	35,827,244	529
2014	131,593	125,382,633	953
2015	219,302	237,777,468	1,084
合計	712,013	584,821,828	821

尼泊爾震災專案

尼泊爾發生規模 7.8 的淺層強震，為 80 年來最強地震，造成超過 1,800 人死亡、數千人受傷，許多民眾無家可歸、身心靈都承受巨大打擊，急需外界的援助。因此 7-ELEVEN 與台灣世界展望會合作，開放全台超過 5,000 多家門市的便利生活站，啟動緊急募款機制，將協助世界展望會透過發放水、食物與生活物資，及提供避難所、兒童關懷中心等，投入救災行列。

藉由便利生活站機台遍佈全台的便利性與即時性，與台灣世界展望會合作推動緊急募款，集結全台民眾的愛心，為尼泊爾上千的家庭與孩童伸出援手，跨海幫助尼泊爾的傷民度過最艱困的時期，全力幫助尼泊爾的救災工作與災後重建。

7-ELEVEN World Vision 台灣世界展望會

救援尼泊爾震災!

請到 便利生活站 捐款伸出援手

為災民提供水、食物、庇護所及衛生設施
邀您即刻捐款響應救災、重建工作

104年尼泊爾震災救災 衛部數字第1040112187號

總募款金額

台灣世界展望會

\$12,294 仟元



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



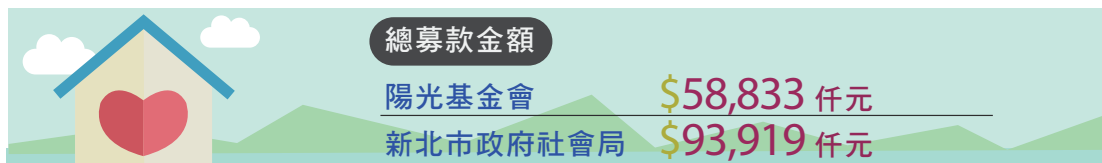
實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

八仙塵暴專案

八仙樂園發生的粉塵爆炸造成數百人灼傷，許多年輕生命正面對燒燙傷後極大的痛楚，後續接踵而來的傷後治療、感染危機以及漫長的復健過程，對傷者與家屬們都是極大的考驗，身心靈也將承受巨大的壓力，急需外界的援助，幫助他們走出身心靈的傷痛。因此 7-ELEVEN 與新北市政府、陽光社會福利基金會合作，開放全台超過 5,000 多家門市的便利生活站，啟動緊急募款機制，只要進入便利生活站系統按下慈善捐款，就能及時捐出愛心，提供八仙塵爆傷者後續生心理復健更完善的服務，幫助他們堅強走出創傷、重建生活，為傷者的生心理重建盡一份心力。本著「人飢己飢、人溺己溺」的社會關懷精神，統一超商以統一企業集團名義捐款新台幣 1,000 萬元予新北市社會局「八仙粉塵氣爆救助專案」用於醫療及後續照顧。



4.5 商場公益藝文融入在地生活

為了提升機場的文化氣息與提供旅客休憩優遊的空間環境，我們與國內藝文團體合作，提供臺灣傳統藝術的展演場所，並每季換展一次。發揚台灣傳統文化，規劃在 2F 的認養與公共區域中，設計展覽的空間平台。與國立傳統藝術中心、博客來網路書店等團體，透過專業空間設計規劃，塑造出具國際水準的展覽情境與氛圍。每季更換展覽主題，從琉璃、紙藝、木雕等工藝品，到百年的郵票等，帶領民眾融入藝文生活。

🌿 2015 年活動回顧：



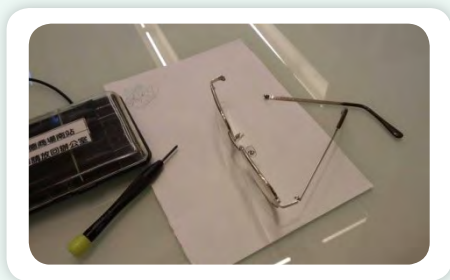
除了展覽外，我們的商場亦參與各類型公益活動，期望透過企業的力量，拋磚引玉，喚起大家對公益活動的重視。

2015 年活動花絮：



[仁德商場夥伴熱心助人 案例分享]：

2016 年 1 月 3 日旅客因眼鏡框上的側邊螺絲脫落，加上當天因為下大雨視線不良，我們仁德商場的夥伴擔心顧客之行車安全，當下立即拆下自己眼鏡上的螺絲零件幫用路人裝上，讓用路人心懷驚喜且感激地說：「這樣～你也行喔！」



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

5

創造友善工作環境 的好鄰居



2016 KPI

- 低於近三年我國零售業平均標準值 **0.38**(2013-2015 年平均)
- 重大職安事件 **0** 件
- 整體健檢比率較 2015 年度之 **54%** 提升
- 聯合服務中心第一次線上即時處理率達 **78%**

- 2015 年晉用 284 位弱勢員工，為法定名額 **3.39** 倍
- 2015 年 72.7% 員工薪資調幅比例超過 **2%**
- 截至 2015 年培育 **66** 位稽核員進行內稽作業，落實職場勞動公平原則

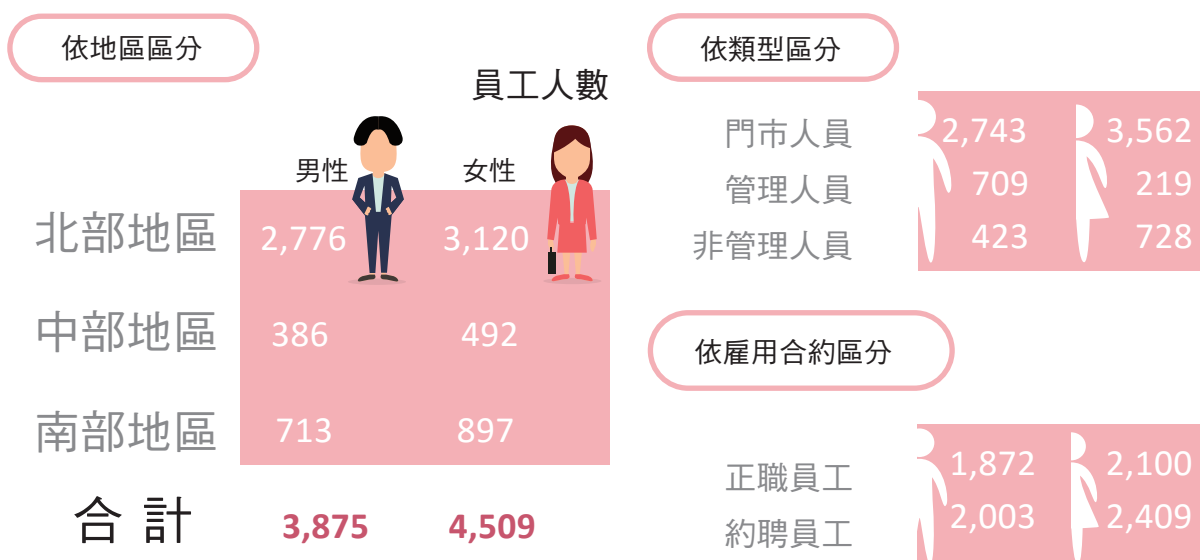
5.1 落實員工關懷

成為幸福企業是統一超商自我期許與目標，我們相信「惟有快樂的員工，才能讓統一超商的價值，完整呈現給顧客，惟有滿足的員工，才能提供優質的服務創造滿意的消費者」。透過門市、加盟主、後勤總部與關係企業夥伴的緊密連結，實現我們帶給社會最便利的服務。在統一超商的大家庭裡，有熱忱的人一定會在這裡找到發揮的空間。「無私開創」、「充分授權」，和「大膽嘗試」，是我們面對部屬及新事業時，最基本也最重要的態度。在經營管理上，時時保持彈性與活性，從人性面思考激勵員工。透過完整的職涯規劃、健康的工作環境、完善的福利制度等，讓每位與統一超商共同打拚的夥伴，都能因身在這幸福大家庭裡感到驕傲。

♥ 我們的夥伴

統一超商除總部外，全台設立七個營運部，以隨時回饋各區門市及消費者需求，至 2015 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 8,384 人，其中有 9 名外籍員工，皆為女性。若再加入加盟與旗下時薪人員，大家庭成員多達 3 萬多人。除了協助正職同仁找到發光發熱的舞台，更因門市全年 24 小時營業及服務，需要大量第一線同仁投入與顧客互動的特性，不只釋出兼職的工作機會，讓二度的就業民眾和在學生能有發揮長才的環境；並更進一步與高中職合作招收建教生，讓莘莘學子修得學分的同時，也能獲得薪酬、並可提前體會社會經驗。

員工資料 (統計至 2015/12/31)



員工年齡分布 (統計至 2015/12/31)

員工類別	<30 歲		30-50 歲		>50 歲		合計
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
門市人員	1,805	1,950	893	1,512	45	100	6,305
管理人員	68	52	540	158	101	9	928
非管理人員	42	109	325	586	55	34	1,151
總員工人數	1,915	2,111	1,758	2,256	201	143	8,384



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居





實現地方社區共存的好鄰居





創造友善工作環境的好鄰居

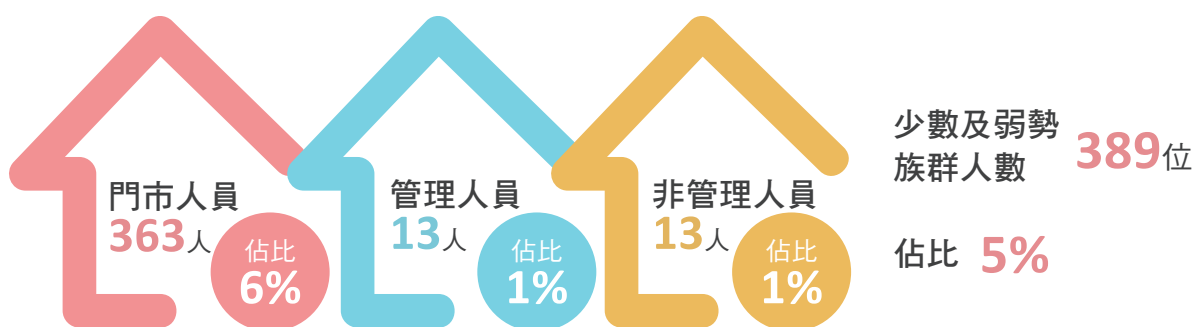
2015 年正職新進員工的總數及比例

	北部地區 (北一 . 北二 . 北三 . 桃竹)			中部地區 (彰中 . 豐清)			南部地區 (嘉南 . 高屏 . 宜花)			總計
	<30 歲	31-50 歲	>51 歲	<30 歲	31-50 歲	>51 歲	<30 歲	31-50 歲	>51 歲	
 女性	136	79	1	24	18	1	31	15	0	191
新進比率 (年度新進人數 / 2015 年 12 月 31 日在職人數)										6.76%
 男性	92	37	1	19	7	0	25	4	0	136
新進比率 (年度新進人數 / 2015 年 12 月 31 日在職人數)										4.77%

2015 年正職離職員工的總數及比例

	北部地區 (北一 . 北二 . 北三 . 桃竹)			中部地區 (彰中 . 豐清)			南部地區 (嘉南 . 高屏 . 宜花)			總計
	<30 歲	31-50 歲	>51 歲	<30 歲	31-50 歲	>51 歲	<30 歲	31-50 歲	>51 歲	
 女性	55	104	1	8	12	0	4	17	0	133
離職比率 (年度離職人數 / 2015 年 12 月 31 日在職人數)										4.46%
 男性	51	54	10	12	12	0	8	10	2	71
離職比率 (年度離職人數 / 2015 年 12 月 31 日在職人數)										4.10%

多元化員工組成 (統計至 2015/12/31)



註：少數及弱勢族群包括原住民與身心障礙人士

對於時薪人員的雇用，除了依據「勞動基準法」絕不僱用未滿十五歲之人員外，也秉持「就業支持乃是支援弱勢自立生活最直接協助」的理念，不僅為身心障礙者提供更多工作機會，並歡迎從事短時間兼差的中年婦女，加入二度就業的行列。2015 年總公司與直營門市一共僱用 284 位弱勢員工，佔總員工人數 3.39%，為法定名額近 3.39 倍。

提供許多弱勢朋友穩定就業及自立生活的機會，另也僱用**105**位原住民員工，佔總員工人數**1.25%**，提供包容多元文化的職場環境。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居

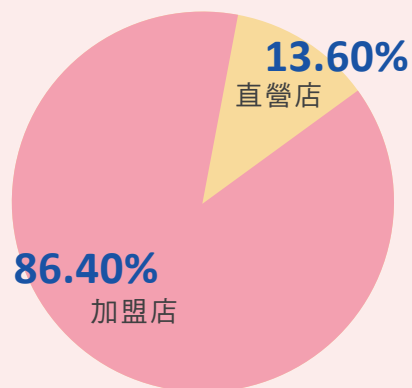


創造友善工作環境的好鄰居

加盟主經營

7-ELEVEN 全台有超過 5,000 家的門市，超過 80% 是加盟店，為了照顧加盟主，秉持與加盟主共享、共好精神，2015 年調整加盟辦法，2015 年 -2016 年共投入約 1,200,000 千元投資補助。一直以來我們都很關心加盟主的獲利，也很重視加盟主的聲音，透過不斷檢視各項制度的合理性，採取階段性調整的方式，逐步提升加盟主的獲利，2015 年我們調升委託加盟利潤分配，並提高年度毛利保證；自 2016 年 1 月起，降低特許加盟裝潢、設備投資成本。在門市經營的部份，秉持持續擴大店格，形塑一店一特色，以提供顧客更舒適、友善的購物空間為理念。在店鋪整新方面，除了屆齡重新裝潢外，為更彈性運用，也推出輕量化裝潢方案，以較低成本進行重點項目整新，呈現給消費者漂亮美觀的門市。此外，持續表達對加盟主的關心，打造加盟主學習成長平台，增進專業職能，亦規劃加盟主的休閒及身體照護活動，2015 年相關投入金額超過 19,554 千元。

統一超商的加盟分為「特許加盟」、「委託加盟」兩種形式。其中，「特許加盟」是以自備店面的加盟方式，「委託加盟」則是由總部提供店面。2015 年的加盟主人數為 3,195 人，全台 86.4% 的門市由加盟主經營，外島縣市的加盟經營則達 100%。加盟相關資訊可於官網 <http://www.7-11.com.tw/fr/index.asp> 中查詢。



加盟主是統一超商極為重要的利害關係人，我們持續表達對加盟主的關心，為聽取其聲音並進行互動與回饋，2015 年加盟主關係 TEAM 共拜訪 84 家門市。

我們亦為加盟主積極打造學習成長平台，增進專業職能外，更規劃加盟主的身體照護及休閒活動，期望打造優良的加盟環境。在學習面，每年投入上千萬元預算增加講座課程，配合傑出店長選拔、開辦加盟主菁英學院，激勵加盟主成長。在身體照護及休閒活動部分，2015 年撥出 300 萬預算給予加盟主渡假補助，除此之外，年資 10 年以上、且年齡大於 40 歲的資深加盟主可享有 2 年一次的 1 萬 6 千元健康檢查，2015 年撥出 800 萬預算提供資深加盟主健檢補助。亦透過每月加盟主快訊，提供加盟主福利與優惠活動。

🌿 加盟主享有之保險與福利包括：

保 險	說 明
團體保險	除門市員工外，也開放加盟主眷屬投保，讓加盟主打拼之餘，對於家庭也能無後顧之憂。
雇主責任險	加盟主為大夜班同仁所投保的加強醫療保險。
人事保證險	員工因執行職務有關之行為，導致加盟主發生損失時可進行理賠。
加盟主 / 加盟店員工互助會	加盟店彼此之間互助機制，主要為直系親屬喪葬補助款。

福利項目	說 明
電影票團購	補貼加盟主電影票購買費用，每店上限 20 張，補貼團購價 20%。
關係企業好康優惠	提供關係企業商品特價、消費優惠。
渡假、休閒優惠	提供統一一渡假村入住及統一佳佳 BEING spa/BEING sport 補助與優惠。
加盟主信託福儲	加盟主做為儲蓄或退休金的準備工具之一，提供投資款獎勵金補助。
健檢補助	10 年以上、且年齡大於 40 歲的資深加盟主可享有 2 年一次的 1.6 萬元健康檢查補助。

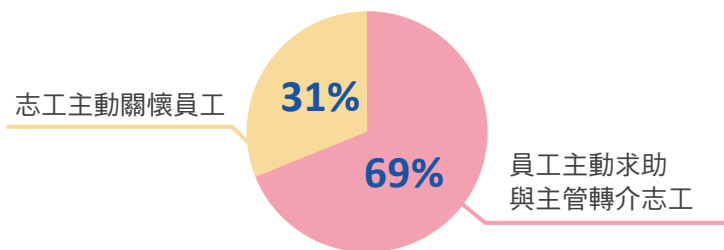
打造幸福企業

統一超商期許打造安心幸福企業，總部後勤員工是所有商品與服務創新的核心動力來源，我們希望透過幸福合作社、健康管理及各項福利等政策推動，提供完善及和樂的工作環境，帶給員工適才適所的成就感及幸福感。

幸福合作社

因應近年來備受關注的工作壓力及工時過長等職場健康議題，統一超商於 2010 年成立幸福合作社，宗旨在於落實主動關懷或諮商轉介，提供同仁最即時、有效的協助，並建立同仁正確的身心健康管理觀念。成立至今已五年，共有 8 家關係企業加入，累計已培育出近 220 位的志工，其中更有 111 位完成授証，透過電話或面對面等方式，關懷超過 1,890 位同仁，克服包括：職場人際、工作調適、家庭和兩性關係…等問題，甚至進一步依同仁個案狀況，協助轉介至專業諮商輔導機構、結合傷病、職業災害及互助會等機制，幫助夥伴紓發情緒、度過生活低潮。

透過企業志工的培養，除在諮詢時志工可以同理心角度關懷員工外，亦可節省轉介至外部張老師之諮詢費用，推算投資效益為 1.83 倍¹。2015 年期間共執行 281 件 (其中門市 155 件) 關懷個案，總關懷時數 239 小時，截至 2015 年已累計共 1,610 小時關懷時數，同仁主動求助與轉介比率為 69%，即半數以上同仁願意主動求助志工，對內部志工有一定程度的信賴。



健康促進方案

「健康職場認證」推動

每天有三分之一以上的時間在職場中，因此職場對於多數人的健康有一定程度的影響，我們希望讓同仁們健康的進入職場，離開或退休時仍然維持健康的身心，2015 年統一超商獲得衛生福利部國民健康署認證的「健康職場認證 健康啟動標章」，鼓勵公司推動無菸環境、職業傷病預防與職場健康促進工作之優異展現。



¹ 投資效益 = 2010 年 ~ 2015 年 12 月累計投資效益 (每位志工訓練成本與張老師執行個案費用的比率) 透過外部長老師個案執行費用一小時為 1,960 元計算 * (累計至 2015 年總關懷時數 1,610) / 志工總訓練成本 (1,726,163 元)



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

健康護照

2013 年推動「健康管理計畫」，聘任專業護理師進駐公司，隨時提供健康諮詢，並於總部大樓設置醫務室，提供同仁血壓量測、冰熱敷等健康服務，同時透過員工專屬的「健康護照」以及電子報、講座等衛教宣傳，鼓勵同仁做好自我健康管理，以共創健康、和諧及安全的工作環境。從 2013 年僅後勤人員適用，到 2014 年範圍擴大至所有門市直營店。2014 年除持續前一年的醫師及護理師的駐點服務，更提供復健師服務並採購配置自動體外電擊去顫器(AED)。2015 年更增加醫師駐診服務次數至每月 32 小時，護理師聘用將增加至 4 人，擴大健康保護與落實健康照護、管理與促進，用心營造友善健康的職場環境。並舉辦第一屆「2015 快樂享瘦 健康啟動」減重活動，舉凡總部和門市夥伴共計 779 人齊力享「瘦」，平均每人減重 2.14 公斤。



2015 年我的健康護照：

宗旨

透過健康護照活動提倡員工自主健康管理，以期協助培養良好之健康生活習慣並改善身體質量指數(BMI)過高比率。

結果(註)

整體活動達成率達38.5%，活動期末累計公斤相較期初總計減少1,512.5 公斤，BMI 異常改善比率達12.4%。



註：數據為後勤同仁參與之成果

提倡健康飲食活動

根據 2014 年門市同仁健檢結果發現近 50% 門市同仁 BMI 過高，而去年門市同仁健康護照活動參與率低於 10%，為符合門市同仁之需求，發現近 90% 的門市同仁蔬果攝取不足，且多數同仁希望公司直接提供健康食物，因此於 2015 年 5 月至 6 月為期六週，每周三提供門市同仁健康水果 - 香蕉，總計共提供 38,964 根香蕉。同時亦針對此次活動進行滿意度調查，於 890 份調查問卷中發現，平均滿意度為 4.45 分，滿意(含)以上佔 813 人 (91.3%)。





捐血活動

我們也舉辦全台捐血活動，因根據 2014 年門市同仁健康檢查結果發現，約有 35% 同仁膽固醇過高，適度且定期的捐血可改善同仁血脂過高問題，並促進其血球新生，此外，透過捐血活動也可響應公益。總計募得 318 袋、近 79,500C.C 血量。

活動成果一覽

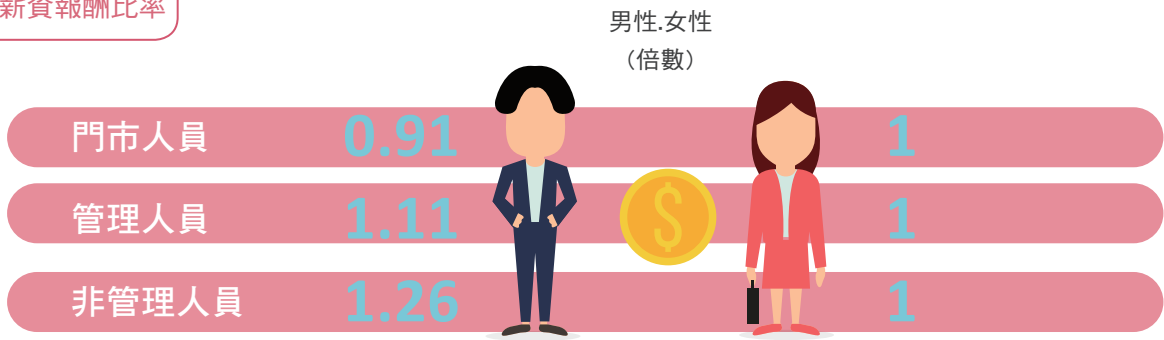
活動期間	2015/6/16-2015/7/26		
 活動成果		捐血車 (員工人數)	180
		外部人士 (人數)	57
		自行至捐血站 (員工人數)	52
		捐血車 (袋數)	245
		自行至捐血站 (袋數)	73

各項福利或薪資報酬

我們提供員工具有市場競爭優勢的薪資條件，並每年透過各項薪資福利調查，確定薪資基本起薪皆優於國家標準起薪 (新進後勤專員 (大學畢業生) 與勞保基本工資 (20,008 元) 比為 1.61 倍；碩士則為 1.91 倍，畢業生起薪採領先市場行情之薪資水準。此外，為維護公平合理性，訂定男女標準起薪為同工同酬，讓薪資福利不因性別、年齡而有所差別。也依法每季召開勞資會議，勞資雙方代表各 5 人，協商各項福利與制度等事宜，共同創造和諧、友善的工作環境。2015 年男女薪資報酬比率無明顯差異，各僱用類型員工皆小於 1.3 倍以內。在薪資調幅的部分，2015 年與 2014 年相比，有 72.7% 的員工調幅比例超過 2%。

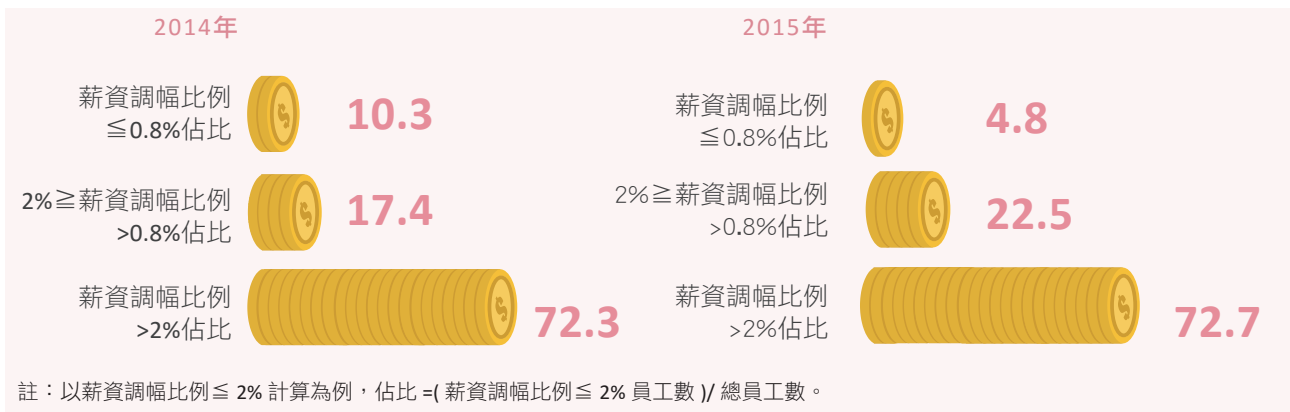
福利項目	說明
獎金	<ul style="list-style-type: none"> 考績調薪、年終獎金及各項變動性獎金。
福利補助	<ul style="list-style-type: none"> 資深員工旅遊、員工健康檢查、員工福儲信託、社團補助、優惠購物活動、結婚喪葬補助、支薪陪產假、員工團體保險、員工旅遊及職工福利委員會各項優惠補助。 按法令規定提供育嬰留職停薪、家庭照顧假、產假、托育服務。
福利設施	<ul style="list-style-type: none"> 圖書中心、女性員工宿舍、員工諮商晤談服務與幸福講座等多項福利。
退休制度	<ul style="list-style-type: none"> 依循勞動基準法及勞工退休金條例的規定，訂定員工退休相關辦法，並成立「勞工退休準備金監督委員會」，監督執行退休準備金提撥及發給等相關業務。
職工福利委員會	<ul style="list-style-type: none"> 依法成立「職工福利委員會」，積極推動各項員工福利措施。

男女薪資報酬比率



註：薪資報酬為 2015 年度基本薪資加上年終獎金。

正職員工薪資調幅比例



育嬰假後復職和留任的比例

	男性人數	女性人數	合計
2015 年有權申請育嬰留停之員工	185	305	490
2015 年實際申請育嬰留停之員工	1	67	68
2015 年預計育嬰留停復職	1	76	77
2015 年實際育嬰留停復職	1	54	55
2014 年實際育嬰留停復職	2	28	30
2014 年育嬰假復職後十二個月仍在職	3	27	30
復職率 (%)	100.00%	71.05%	71.43%
留存率 (%)	100.00%	96.43%	100.00%

註：1. 復職率：實際育嬰留停復職員工數 / 預計育嬰留停復職員工數

2. 留存率：[前一期間] 育嬰假復職後十二個月仍在職員工數 / [前一期間] 實際育嬰留停復職員工數



5.2 促進勞資和諧

人權與勞動稽核

勞工權利意識抬頭，為落實企業社會責任，保障員工權益符合勞動法規，並降低各關係企業經營風險，我們於 2012 年啟動勞動稽核員培訓，受訓範圍包含關係企業，截至 2015 年已連續 5 年舉辦「PCSC 勞動稽核員訓練」，且每年皆連結最新勞工法令、精心設定不同課程主題，協助轉投資事業更了解人力資源相關的最新法規和施行辦法。除了安排教室課程，為讓同仁真正把所學運用於工作中，更有後續的實作專案，如 2014 年著重在工作場所勞工安全技巧，課後特別設計稽核任務、並將學員分組至指定受檢公司，實際執行稽核任務；2015 年則是連結 TK 精神，提供各業務單位「勞動條件」和「職業安全」兩個自檢表，以利回到內部自我檢視公司的勞動條件、工作環境等現況，且提出改善方案和具體行動，期望藉此把知識真正落實於組織中。2015 年受訓公司共 28 家、合計 63 位夥伴，以建構友善與安全的工作環境為共同目標。培訓後亦請各關係企業執行內部檢核，評估未符法令事項及對應之改善措施與時程。

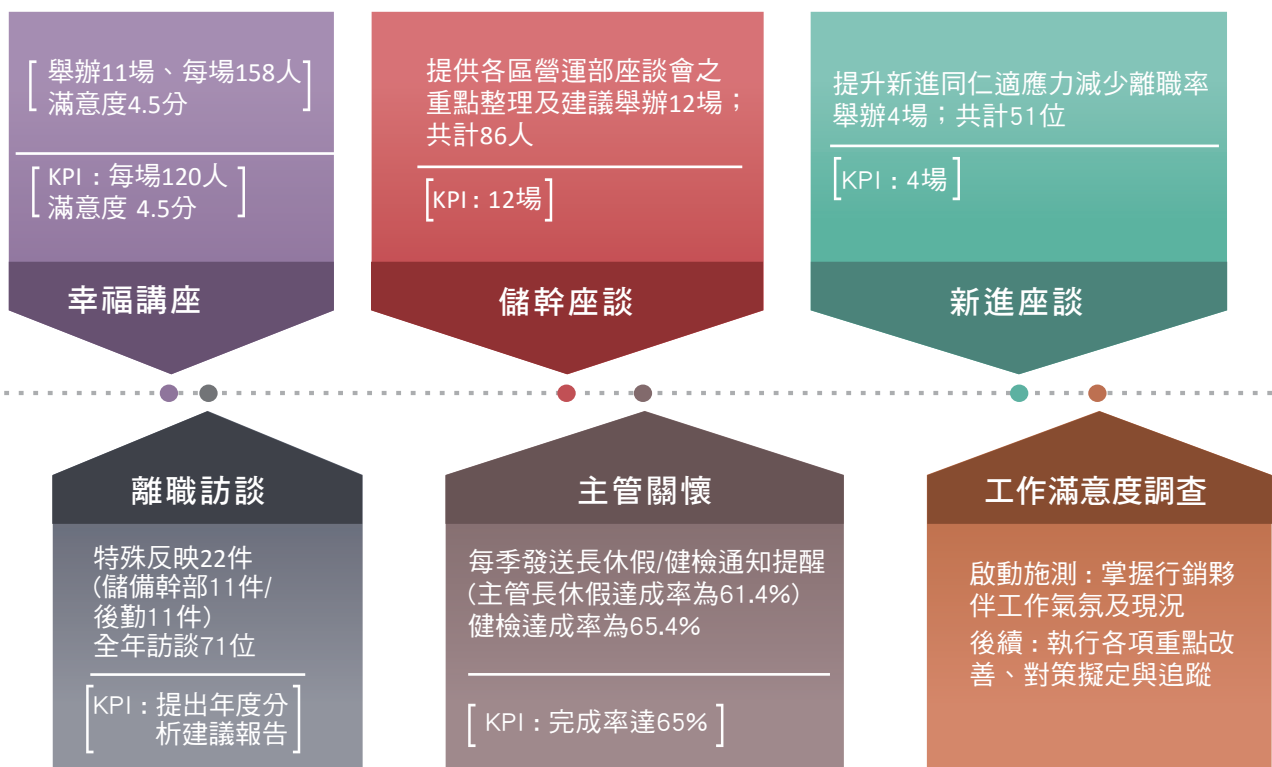
統一超商也針對所有加盟店之勞健保投保、工時、薪資、職安項目等重點項目進行稽核，若有不合法令規定之門市將會進一步輔導。2015 年共查核 4,334 店，有一項(含)以上與標準不符的門市共 860 店，主要缺失以「未核發加班費」、「未出示員工考勤資料」為最高異常項目，進一步檢視，未核發加班費門市有 9 成 9 屬未出示員工考勤資料及薪資清冊而無法檢視，故「未出示員工考勤資料」方為異常主因，其他工時、薪資類之檢查項目也有因未出示相關資料而認列異常的狀況，顯示資料之齊備仍有很大改善空間。前述狀況已請各區營業單位進行法令輔導與改善，未來亦會持續推動並逐年比較單店改善狀況，同時揭露同項目連續異常之門市，促進全面合法經營。

♥ 勞資溝通無障礙

為保障員工權益、提供免遭性別歧視、性騷擾的工作環境，以及鼓勵員工與管理階層直接進行溝通，除設立「聯合服務中心」及「專屬 Email 信箱」提問管道外，並建立「內部溝通平台」，依法不定期召開勞資會議，以確保溝通即時性及有效性。我們視員工為事業夥伴而非公司資產，公司未來願景與同仁的發展目標相結合是統一超商的使命。長年以來勞資關係和諧，員工若對公司有任何建議或自認權益受到損害，皆可透過上述管道投訴，2015 年與人權相關申訴案件計有 5 件，申訴案件多與工時、離職、及薪資相關問題有關，所有立案案件數皆已於當年度全部解決並結案。



🌿 落實各項多元關懷與追蹤方案



此外，有關工作變動最短通知時間，統一超商符合我國勞基法相關通知程序，提供同仁緩衝時間，如繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；而繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。



5.3 勞工安全衛生

我們重視夥伴的身心靈平衡與健康，更重視工作安全與環境衛生，為保障全體員工能在安全、衛生無虞的環境下安心工作，遵循「勞工安全衛生法」成立安全衛生委員會與勞安室。2015 年勞安委員會共 14 人，其中勞工代表 5 位，佔比為 36%。每月定期統計職災件數，並針對專案事件進行檢討分析及宣導，根據統計，2015 年的「行業別職業災害」共發生 21 件，職業災害千人率為 2.5，因職災而死亡之人數為零。

職業災害統計

非行業別職業災害	行業別職業災害				
交通+其他	高低溫接觸	梯子	地板	工具	搬補貨
 76件	 7件	 3件	 2件	 3件	 6件

2015 年失能傷害統計 (不含交通安全事故數據)

職業災害千人率 **2.5**

失能傷害頻率(FR) **1.29**

失能傷害嚴重率(SR) **33.34**

(註) 計算公式說明:

$$1) \text{ 職業災害千人率} = \frac{\text{職災人次數}}{\text{員工人數}} \times 1,000$$

$$2) \text{ 失能傷害頻率 (FR)} = \frac{\text{傷亡人次數合計}}{\text{所有人之總工作時數}} \times 10^6 \text{ (以百萬工時計)}$$

$$3) \text{ 失能傷害嚴重率 (SR)} = \frac{\text{總損失日數}}{\text{所有人之總工作時數}} \times 10^6 \text{ (以百萬工時計)}$$



缺勤率 (AR)

缺勤日數 **10,841**

總工作日數 **2,137,920**

缺勤率 **0.51%**

(註)

1) 缺勤率(AR)= 總缺勤日數/總工作日數 x 100%。

2) 總缺勤日數包含生理假、長病假、病假、傷病假及公傷假等。



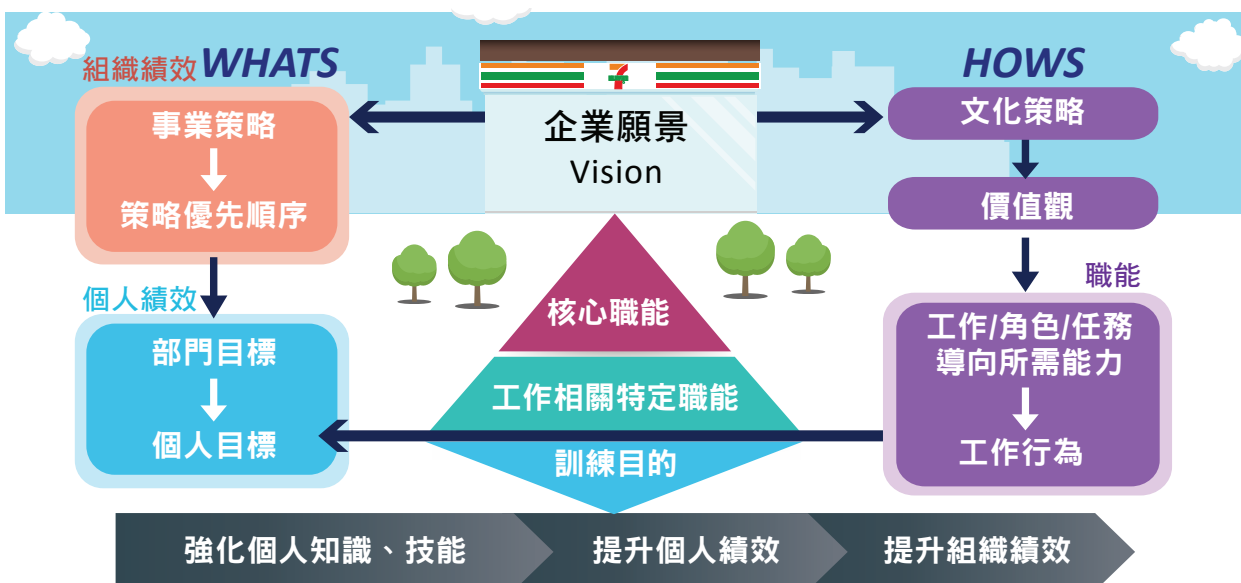
勞安衛實施情形

1	建立安全衛生組織	• 成立安全衛生委員會與勞安室，以研議、操作安全衛生業務。
2	執行安全衛生管理	• 依職安法訂定公司勞安通報，以供同仁業務執行遵行。
3	實施安全衛生教育訓練與演練	• 新進及在職同仁安全衛生教育訓練，並定期舉辦「緊急應變」逃生演練，使同仁掌握逃生技能。
4	實施安全衛生檢查	• 檢視是否有不安全的設施並加以改善。2015 年執行工作場所無預警現場稽核共 48 場，並提出改善建議及落實追蹤。 • 檢測室內空氣品質、水質、照明度及定期清潔消毒。
5	醫療保健	• 每位員工自到職日起，即加保團體意外險、壽險、醫療險，並提供健康檢查補助。
6	安全衛生活動	• 每月製作「職災案例宣導」，提醒同仁安全衛生的重要性，並達到警惕之效。 • 推動週三家庭日，提醒同仁重視工作與家庭平衡。
7	職業安全衛生手冊	• 手冊中包含勞動檢查注意事項、職災判定與管理、職災案例宣導等資訊，供員工參考。

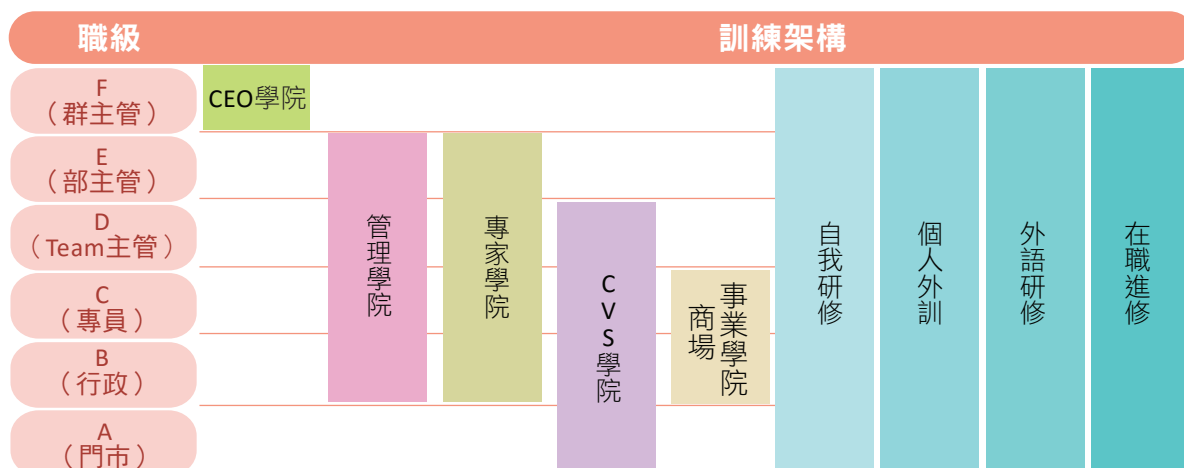
5.4 升遷與獎勵

♥ 員工教育訓練與職涯發展

教育訓練是組織成長的主要動力，不僅是新進人員，全體夥伴都必須不斷進修與成長。統一超商擁有業界最完整的人才培訓計畫，豐富的「實體課程」搭配「線上學習」，塑造出優良的學習型組織。



統一超商 7-ELEVEN 大學訓練架構圖



我們努力打造「公平友善」的工作職場，不因男女而有訓練發展差異，提供員工公開公平的升遷機會

1. 個人發展計畫

統一超商員工有一份與直屬主管共同依據個人學經歷背景、工作需求、績效評核結果與職涯發展需要，量身訂作的「個人發展計劃書」，規劃員工在公司不同期間最佳的進修課程組合。幫助同仁有目標、計劃、紀律地學習與成長，循序漸進充實專業知識及技能。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

2. 訓練規劃

人權與反貪腐訓練

運用新進人員訓練可快速了解公司核心價值、工作環境與相關人權及反貪腐規範，我們確認後勤及門市同仁皆於到職時簽訂「自律公約」，應遵守公司行為操守、兩性互動、不得收送賄賂等規範，並輔以 e-mail 方式加強宣導。針對後勤新進人員，辦理 2 小時的新進人員座談會，提供其組織概況、出勤規範、薪酬定義、性騷擾防治、誠信守法及權益等相關資訊。惟目前門市營運相關人權及貪污考量的訓練尚未明確納入課程中。

工作能力提升訓練

統一超商訓練規劃是透過嚴謹的調查訪談，配合公司策略方向、願景與價值，逐步建構出符合組織目標的訓練及架構，並依不同對象規劃培訓活動，提供該職級所需要的全方位培訓課程。除了透過內部講師自製課程外，並引進優質的外部訓練，提升同仁素質及整體競爭力。而課程進行方式多元化，包括講師授課、小組個案研討、體驗活動等，生動活潑的學習模式，有助同仁吸收相關知識，更連結課程行動計畫，強調訓後的工作運用；此外，也提供同仁自我提升的機會，包括個人外訓、語言、在職進修補助等。

建構學習型組織

為提供同仁多元學習管道，擴展同仁學習領域，強化競爭力積極塑造統一超商成為一個學習型組織，導入「天下創新學院」推動行動數位學習：運用外部知識平台，提供多元與自主學習管道，讓同仁可運用多元行動裝置 (例如手機、平板)，獲取平台的知識與觀念，提升產業知識與國際化、全球化視野。也可在不同時間、空間利用縫隙時間進行，提升學習的效率性。

舉辦「大師 OPEN 講」

除多元領域的自我學習，再搭配經驗分享，才能真正達學習之效。因此自 2015 年開始，推廣「週四學習日」舉辦『大師 OPEN 講』，邀請所有部級主管，進行不同領域的知識、或經營管理經驗心得分享。同時將主管的分享製作成線上課程，帶動由上而下的學習文化。2015 度共計 25 位部主管開講，參與課程的人數超過 1700 人以上，學員平均滿意度達 4.6 以上。學員對於由部主管擔任講師，都表示非常贊同且好評不斷。



完整教育訓練體系規劃一覽

2015 年員工教育訓練平均時數

員工類別	總受訓時數 (小時)	總人數 (人)	平均受訓時數 (小時 / 人)
高階經理人	770	93	8
中階管理階層	2,134	356	6
專業人員	150,790	27,107	6
技術人員 (門市人員)	244,023	40,797	6
合計	397,717	68,353	6

3. 進修與職涯發展

在統一超商，同仁可以透過多元化的進修管道，隨時隨地豐富學習生活，這些管道包括：主管及同儕指導、知識管理系統、外訓課程、公司內訓練課程、講座與座談會、線上學習、工作現場教育、在職進修、實體圖書館及數位圖書館。

A. 多管道的職涯發展機會

對同仁的訓練與發展不遺餘力，全力支持同仁充實新知與提昇技能。透過訓練課程、線上資源與導師制度強化個人發展的計畫，協助同仁規劃個人化的職涯發展，提供同仁豐富多樣化的成長機會。



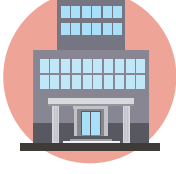



B. 工作輪調

鼓勵同仁多方嘗試與學習，在不同單位學習與歷練，拓展視野與專業能力的範圍。

C. 海外派任

拓展國際化的同時，也提供同仁海外派任的機會，此一獨特機會是提供同仁經驗與能力發揮的另一個舞台，並可豐富國際視野，增加公司與個人的競爭力。

後勤新進人員學習發展

-  簽約
-  門市體驗
-  總部 (地區) 報到
-  線上課程
-  新進人員座談會
-  階層別訓練課程



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

另外，為了讓後勤單位主管能同理門市，並了解總部的規劃如何影響門市，推動各項方案時以門市立場思考，並提供適當的說明；2015年，我們首度執行 ISE (In store Experience) 專案，透過客製化的體驗內容 (例：喊話術、理進貨、換原料、煮咖啡、速結帳等)，讓平常在總部後勤單位的主管們體驗門市的業務，同理、體恤門市同仁們為滿足顧客需求，服務顧客的辛苦歷程，並藉此瞭解後勤整體規劃，如何影響門市運作 (門市作業必須依循公司規範、後勤制訂的 SOP)。希望透過這樣的體驗，找出讓門市更有效率營運的模式。2015年共執行 28 梯次的 ISE 專案，以營運及行銷 team 優先進行，累計參與人數共 52 人 (1 位協理、15 位部長及 36 位經理)。另，為提升體驗品質，我們培育 12 位具設計體驗課程與引導提問能力的引導師，提供專業的體驗服務。

後勤主管 ISE 後的影響力 (案例分享):

優化項目	說明
出版品退貨作業簡化	新退貨商品排序在前 幫助門市掌握最新的出版品退貨資訊，不必往下頁面就可看到。
新品資源支援平台	透過公開平台，幫助有心進行試吃活動的門市取得資源
門市訂貨省力化	新增補貼資訊，幫助門市訂貨當下即可知道該單品有無促銷活動、補貼等資訊。
冰箱作業安全	補貨燈 / 225cm 走道列入標準店配備，讓門市不再於狹窄的通道摸黑補貨。

總部是門市的支援中心 (Support Center)，透過實際體驗以幫助後勤主管們決策擬訂可以更加符合顧客需求。

儲備人庫培育 Elite 計劃

Elite 計劃，目的是提前遴選部級主管儲備人才，透過輪調與任務指派，結合課程，預先培養擔任部主管能力，提升人才準備規劃。2013 年啟動第一波的 Elite 計劃，共計 46 人完成 9 個月的培育；截至 2015 年 1 月為止，46 名優秀人才當中共 11 名晉升部經理、1 名晉升副部經理，並於 2015 年間採多元化發展的方式進行培育發展。

計畫內容：

培育階段	培育內容	培育目的
個人發展計劃	<ul style="list-style-type: none"> ● 職能評鑑 ● 職務輪調 ● 專屬教練指導 	找出人才待發展能力 完成人才發展計畫
知識 & 技能提升	<ul style="list-style-type: none"> ● IDP 課程 ● 策略執行力 ● 財務課程 ● 人資課程 ● 讀書會 	提升人才管理知識 策略展開計劃能力
動機	<ul style="list-style-type: none"> ● 啟動會議 ● Elite 電子報 ● Talent conference 	激發學習動力 最新培育資訊分享 人才發展會議
回饋	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 on 1 發展輔導記錄 ● 成果發表會 	定期持續關心與指導 檢視人才發展成果

❤️ 培育意願調查

人力資源部每年四月啟動當年度培育意願調查，範圍涵蓋關係企業部經理與統一超商一般專員、TEAM 經理，結合每年人才盤點作業，找出潛力人才進行培育輪調，以建立組織接班梯隊。2015 年總調查人數計 1,693 人，其中關係企業部經理具輪調意願佔 75%，統一超商 TEAM 經理具輪調意願佔 60%。

❤️ 自我推薦

為建立多元的舉才途徑，公告 TEAM 經理職位條件與職缺資訊，讓同仁可自我推薦，使同仁有更明確的職涯發展路徑。2015 年人才評議總計 17 場，共有 59 人自我推薦，其中晉升 8 人。

❤️ 獎勵機制

統一超商提供員工各種獎勵機制，包括考績調薪、年終獎金及各項變動性獎金，除感謝員工的辛勤外，更激勵員工一起努力實現公司的年度目標。此外，每年透過眾多形式遴選菁英夥伴並予以表揚，前線包括：傑出店長、菁英 100 加盟主、菁英物流士、最佳值班經理、優良暨傑出區顧問；後勤、營業同仁則有傑出夥伴表揚活動，讓優秀同仁都有被看見和獎勵機會。其中「傑出員工選拔活動」，以營業端直營店副理、店職員為主，後勤端則以專員、行政同仁為對象；2015 年遴選出具備「建立顧客忠誠度」、「顧客導向」之職能典範行為代表共 24 位傑出夥伴，並頒發獎座乙個、獎金 3 萬元、榮譽假 2 日，於 2016 年 6 月 3 日舉行公開表揚儀式。



藉由優良員工選拔，強化以人為本的企業文化，透過公開表揚，將傑出夥伴的優良事蹟製成影片，除了讓得獎者備感驕傲，也希望藉此鼓勵更多用心付出的基層夥伴們，積極在自我工作崗位上發光發熱，也讓夥伴透過標竿個案互相學習與交流，帶動組織正向循環！

另由台灣連鎖暨加盟協會 (TCFA) 所主辦的「2015 年全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔」，統一超商與關係企業包括統一超商、康是美、酷聖石冰淇淋、統一精工等共派出 30 位優良店長夥伴角逐榮耀。最後共選拔出 9 名獲得最高榮譽「全國傑出服務店長」肯定；未來這些菁英們也將成為種子教師，擔任明年傑店培訓的課程講師，傳承專業、良質的服務精神。此獎項更素有連鎖業店長奧斯卡之稱，是每年連鎖業重點競逐獎項。



關於統一超商



隨時與您相伴的好鄰居



減少環境衝擊的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

會計師有限確信報告

資會綜字第 15009900 號

統一超商股份有限公司 公鑒：

本所受統一超商股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，就選定民國 104 年度企業社會責任報告書（以下稱「社會責任報告書」）所報導之績效指標執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

確信標的資訊與報導基準

有關 貴公司所選定民國 104 年度社會責任報告書所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其報導基準詳列於 貴公司民國 104 年度社會責任報告書第 102 至 104 頁之「依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項加強揭露資訊與確信項目彙總表」。

管理階層之責任

貴公司管理階層應依據適當報導基準編製及報導民國 104 年度社會責任報告書及其績效指標，並應建置相關流程、資訊系統及內部控制以防範民國 104 年度社會責任報告書及績效指標有重大不實表達之情事。

執業人員之責任

本執業人員依據確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對確信標的資訊執行確信工作，以發現前述資訊是否在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事，並出具有限確信報告。此報告不對民國 104 年度社會責任報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

執業人員之獨立性及品質管制規範

本執業人員及本所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

本所適用審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，因此維持完備之品質管制制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

所執行確信工作之彙總說明

本次確信工作依確信標的資訊，以 貴公司為工作執行範圍，執行之程序包括：

- 閱讀企業社會責任報告書
- 對參與提供績效指標的相關人員進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、內部控制與資訊系統；
- 基於上述瞭解與評估，對績效指標進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行測試，以取得有限確信之證據。

上述執行程序之選擇係基於本執業人員之專業判斷，包括辨認確信標的資訊可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執行程序，以取得有限確信並作出執業人員之結論。有限確信所執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。有限確信所取得之確信程度明顯低於合理確信案件所取得者。

先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制。對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

有限確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本執業人員並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何確信標的資訊或報導基準之變更，本執業人員將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資 誠 聯 合 會 計 師 事 務 所

會計師 周建宏



中 華 民 國 1 0 5 年 9 月 1 3 日

GRI4.0 指標對照表

一般揭露事項

* 核心揭露 & 重大議題指標

GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
策略與分析			
G4-1	*提供組織最高決策者對永續性議題的聲明及回應議題的策略	2	經營者的話
組織概況			
G4-3	*說明組織名稱	8	1. 關於統一超商 1.1 公司規模與背景
G4-4	*說明主要品牌、產品與服務	11	1. 關於統一超商 1.2 我們的產品與服務
G4-5	*說明組織總部所在位置	8	1. 關於統一超商 1.1 公司規模與背景
G4-6	*組織營運所在的國家數量及國家名	8	1. 關於統一超商 1.1 公司規模與背景
G4-7	*所有權的性質與法律形式	8	1. 關於統一超商 1.1 公司規模與背景
G4-8	*說明組織所提供服務的市場	11	1. 關於統一超商 1.2 我們的產品與服務
G4-9	*說明組織規模	8	1. 關於統一超商 1.1 公司規模與背景
G4-10	*按聘僱類型、聘僱合約、聘僱地區及性別分類的員工總數	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
G4-11	*受集體協商協定保障之總員工數比例	—	無工會，不適用
G4-12	*描述組織的供應鏈	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
G4-13	*報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	—	本報告期間未有重大變化
G4-14	*說明組織是否具有因應相關之預警方針或原則	19	1. 關於統一超商 1.5 營運策略與管理
G4-15	*列出經組織簽署認可，而由外部所開發的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	—	2015 年未有對外部承諾之倡議
G4-16	*列出組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
鑑別重大考量面與邊界			
G4-17	*合併財務報表所包含的所有實體	1	關於本報告書
G4-18	*界定報告內容與考量面邊界的流程及組織如何依循	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
G4-19	*所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題

GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
G4-20	*針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
G4-21	*針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
G4-22	*對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	—	無重編，故不適用
G4-23	*和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	—	無重大改變，故不適用
利害關係人議合			
G4-24	*組織進行議合的利害關係人群體	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
G4-25	*鑑別與選擇利害關係人的方法	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
G4-26	*與利害關係人議合的方式	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
G4-27	*利害關係人所提出之關鍵議題與關注事項及組織的回應	23	1. 關於統一超商 1.6 利害關係人溝通與重大議題
報告書基本資料			
G4-28	*提供資訊的報告期間	1	關於本報告書
G4-29	*上一次報告的日期	1	關於本報告書
G4-30	*報告週期	1	關於本報告書
G4-31	*聯絡資訊	1	關於本報告書
G4-32	* GRI 揭露指標、遵循選項以及外部確信報告	94	關於本報告書 GRI 4.0 指標對照表
G4-33	*組織為報告取得外部確信的政策與做法	1	關於本報告書
治理			
G4-34	*組織的治理結構	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-36	說明組織是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，並是否直接向最高治理機構報告	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-38	按以下分類，說明最高治理機構及其委員會的組成： <ul style="list-style-type: none"> • 執行董事或非執行董事 • 獨立董事 • 治理機構的任期 • 治理機構各成員的其他重要職位及承諾，及其承諾的性質 • 性別 • 弱勢社會群體的成員 • 經濟、環境、社會衝擊相關之能力 • 利害關係人代表 	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理

GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
G4-39	說明最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員 (如果是，說明其在組織管理階層的功能及如此安排的原因)	—	董事長未兼任執行長
G4-40	<p>說明最高治理機構及其委員會之提名與遴選流程，以及最高治理機構成員提名和遴選的準則，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 是否以及如何考量多元性 • 是否以及如何考量獨立性 • 是否以及如何考量經濟、環境與社會議題相關的專業知識和經驗 • 是否以及如何考量利害關係人 (包含股東) 的參與 	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-41	說明最高治理機構如何確保避免及管理利益衝突之流程。說明是否有向利害關係人揭露利益衝突	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-48	說明最高層級委員會或職位，其職責為正式檢視及核准組織永續性報告書，並確保已涵蓋所有重大考量面	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-51	說明最高治理機構和高階管理階層的薪酬政策	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-52	說明薪酬決定的流程。說明是否有薪酬顧問參與薪酬的制定，以及他們是否獨立於管理階層。說明薪酬顧問與組織之間是否存在其他任何關係	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
倫理與誠信			
G4-56	* 描述組織之價值、原則、標準和行為規範	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-57	說明對倫理與合法行為徵詢意見及組織誠信相關事務之內外部機制，如服務專線或諮詢專線	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理
G4-58	說明對於舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內、外部機制，如透過直屬管理向上報告、舉報機制或是專線	14	1. 關於統一超商 1.3 公司治理

重大考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明	
經濟				
經濟績效	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	8 19 64 67	1. 關於統一超商 1.1 公司規模與背景 1.5 營運策略與管理 4. 實現地方社區共存的好鄰居 4.3 公益拉近您我的心 4.4 門市深耕公益行動 成為社區關懷站
	G4-EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	19	1. 關於統一超商 1.5 營運策略與管理
	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的範圍	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
	G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
	G4-EC6	在重要營運據點僱用當地居民為高階管理階層的比例	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
間接經濟衝擊	G4-EC7	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	59	4. 實現地方社區共存的好鄰居 4.2 統一超商好鄰居文教基金會
	G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
採購實務	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
環境				
原物料	G4-EN1	組織在報告期間內，用於生產和包裝主要產品或服務所用之原物料的總重量或體積	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
	G4-DMA	*能源管理方針	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN4	組織外部的能源消耗量	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN5	*能源密集度	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN6	減少能源的消耗	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
能源				

重大考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
排放	G4-DMA *排放管理方針	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN15 直接溫室氣體排放 (範疇一)	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN16 能源間接溫室氣體排放量 (範疇二)	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN17 其他間接溫室氣體排放量 (範疇三)	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN18 *溫室氣體排放強度	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN19 減少溫室氣體的排放量	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
產品及服務	G4-EN27 降低產品和服務對環境衝擊的程度	54	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.3 綠生活
	G4-EN28 按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比	54	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.2 方便、快速、不打烊的環保回收平台
法規遵循	G4-DMA *法規遵循管理方針	54	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.3 綠生活
	G4-EN29 *違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	54	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.3 綠生活
交通運輸	G4-DMA *交通運輸管理方針	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
	G4-EN30 *為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	45	3. 減少環境衝擊的好鄰居 3.1 響應全球減碳趨勢
整體情況	G4-EN31 按類別說明總環保支出及投資	54	3 減少環境衝擊的好鄰居 3.3 綠生活
供應商環境評估	G4-EN32 採用環境標準篩選新供應商的的比例	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
社會			
子類別：勞工實務與尊嚴勞動			
勞僱關係	G4-LA1 按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
	G4-LA2 按重要營運據點劃分，只提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
	G4-LA3 按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷

重大考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
勞資關係	G4-DMA *勞 / 資關係管理方針	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
	G4-LA4 *是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
職業健康與安全	G4-DMA *職業健康與安全管理方針	85	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.3 勞工安全衛生
	G4-LA5 *在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	85	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.3 勞工安全衛生
	G4-LA6 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	85	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.3 勞工安全衛生
訓練與教育	G4-LA9 按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	86	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.4 升遷與獎勵
	G4-LA10 強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	86	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.4 升遷與獎勵
	G4-LA11 按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	86	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.4 升遷與獎勵
員工多元化與平等機會	G4-LA12 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
女男同酬	G4-LA13 按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	74	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
供應商勞工實務評估	G4-LA14 針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
	G4-LA15 供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
勞工實務問題申訴機制	G4-DMA *勞工實務問題申訴機制管理方針	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
	G4-LA16 *經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
子類別：人權			
投資	G4-HR2 員工接受營運相關人權政策的訓練總時數，以及受訓練員工的百分比	86	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.4 升遷與獎勵
不歧視			
不歧視	G4-HR3 歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧

重大考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
結社自由與 集體協商	G4-HR4 已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
童工	G4-HR5 已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點和供應商，以及採取有助於杜絕使用童工的行動	35 74	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理 5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.1 落實員工關懷
強迫與強制 勞動	G4-DMA *強迫與強制勞動管理方針	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
	G4-HR6 *已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
評估	G4-DMA *評估管理方針	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
	G4-HR9 *接受人權檢視或衝擊評估的營運據點之總數和百分比	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
供應商 人權評估	G4-HR10 針對新供應商使用人權標準篩選的比例	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
	G4-HR11 供應鏈對人權有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理
人權問題 申訴機制	G4-DMA *人權問題申訴機制管理方針	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
	G4-HR12 *經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量	83	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.2 促進勞資和諧
子類別：社會			
當地社區	G4-SO1 營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	58	4. 實現地方社區共存的好鄰居 4.1 建構幸福社區
反貪腐	G4-SO4 反貪腐政策和程序的溝通及訓練	86	5. 創造友善工作環境的好鄰居 5.4 升遷與獎勵
供應商社會 衝擊評估	G4-SO9 針對新供應商使用社會衝擊標準篩選的比例	35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.3 供應鏈管理

重大考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
子類別：產品責任			
顧客的健康與安全	G4-DMA *顧客的健康與安全管理方針	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
	G4-PR1 *為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
	G4-PR2 *依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
產品及服務標示	G4-DMA *產品及服務標示管理方針	41	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.4 貼心服務 Always Open
	G4-PR3 依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	30 35	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管 2.3 供應鏈管理
	G4-PR4 依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	30	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
	G4-PR5 *客戶滿意度調查的結果	41	2. 隨時與您相伴的好鄰居 2.4 貼心服務 Always Open
	G4-DMA *行銷溝通管理方針	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
行銷溝通	G4-PR6 禁止或有爭議產品的銷售	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
	G4-PR7 *按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
顧客隱私	G4-DMA *顧客隱私管理方針	41	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.4 貼心服務
	G4-PR8 *證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	41	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.4 貼心服務
法規遵循	G4-DMA *法規遵循管理方針	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管
	G4-PR9 *產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	30	2 隨時與您相伴的好鄰居 2.2 商品安全全程控管

確信項目彙總表

依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項(以下簡稱「作業辦法」)加強揭露事項與確信項目彙總表

編號	標的資訊	頁次	報導基準	作業辦法
1	「商品安全委員會」，主要透過各部門的通力合作，檢視與整合統一超商內部各單位對所有自有商品安全與品質管理之做法，並進行重大商安事件、客訴及法規鑑別等追蹤，以建立系統性的管理制度。本年度共召開三次商品安全委員會會議。該制度影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%。	30	2015 年商品安全委員會組織及運作管理程序及 2015 年間商品安全委員會召開次數總和，及其影響的主要產品類別與百分比。百分比係依據商品安全委員會運作範圍及結果，若影響全公司所有產品類別，即為 100%。	第一款 第一目
2	2015 年針對 A、B、C 級訊息數收集 1014 則，該制度影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%。	31	依據「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」所定義之訊息(請詳第 31 頁)，2015 年度蒐集之商品安全訊息數及其影響的主要產品類別與百分比。百分比係依據商品安全訊息蒐集及盤查追蹤運作範圍及結果，若影響全公司所有產品類別，即為 100%。	第一款 第一目
3	2015 年更增加生鮮超市類包括香蕉、蔬菜等導入比例已分別達 59% 及 57%。	33	依據公司所訂導入初次運輸物流配送管理機制(請詳第 33 頁)，2015 年底已簽訂初次運輸物流配送合約之廠商其供貨產品類別項目佔公司 2015 年該產品類別銷售額的百分比。	第一款 第一目
4	統一超商針對門市販售之食用商品受食品安全衛生管理法及其子法所規範，其中之子法包含食品良好衛生規範準則及食品衛生標準等衛生福利部公告之法令函釋。 2015 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。	30	2015 年度因違反「食品安全衛生管理法」暨子法，主管機關來函處以罰鍰之件數。	第一款 第二目
5	不適用，因統一超商之自有商品未採購符合國際認可責任標準之食品。			第一款 第三目
6	不適用，統一超商本身並無自我營運工廠。			第一款 第四目
7	2015 年新增自有商品食品類供應商共 2 家，皆已依「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」完成評鑑，涵蓋自有商品食品類商品新增交易供應商 100%，合格率 50%。針對不合格之供應商，已於商品上市前要求供應商進行改善，並已達合格標準。	37	依據「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」(請詳第 37 頁)，對自有商品食品類商品新增供應商執行評鑑之家數、百分比及結果。	第一款 第五目

編號	標的資訊	頁次	報導基準	作業辦法
8	<p>2015 年自有品牌食品類商品既有供應商總計 28 家 (註 1)(註 2)，本年度依「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」共評鑑 28 家，涵蓋自有品牌食品類商品所有交易供應商 100%。評鑑結果共 23 家合格，合格率為 82.14%。針對不合格廠商除依商品品質合約進行罰款外，已要求供應商進行改善，並完成複評，皆已達合格標準。</p> <p>(註 1) 因集團經營理念及對產品品質要求一致，供應商為母公司統一企業股份有限公司者，已由母公司依據其品保制度執行評鑑，因此未再納入統一超商之供應商評鑑範圍。所揭露供應商之家數及評鑑結果未包含統一企業股份有限公司。</p> <p>(註 2) 食品類商品供應商不包含食品原物料 (如 City Café 之咖啡豆及茶葉蛋用蛋) 之供應商。</p>	38	依據「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」(請詳第 37 頁)，對自有品牌食品類商品既有供應商評鑑之家數、百分比及結果。	第一款 第五目
9	<p>2015 年自有標籤食品類商品既有供應商總計 16 家 (註 1)，本年度依「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」共評鑑 14 家，涵蓋自有標籤食品類商品所有交易供應商 87.50%。評鑑結果共 13 家合格，合格率為 92.86%。針對不合格廠商除依商品品質合約進行罰款外，已要求供應商進行改善，並完成複評，皆已達合格標準。</p> <p>(註 1) 因集團經營理念及對產品品質要求一致，供應商為母公司統一企業股份有限公司者，已由母公司依據其品保制度執行評鑑，因此未再納入統一超商之供應商評鑑範圍。所揭露供應商之家數及評鑑結果未包含統一企業股份有限公司。</p>	38	依據「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」(請詳第 37 頁)，對自有標籤食品類商品既有供應商執行評鑑之家數、百分比及結果。	第一款 第五目
10	不適用，統一超商目前尚未被法規要求建立追蹤追溯系統。			第一款 第六目
11	截至 2015 年底品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議之規範方法學，所建立之檢驗項數為 513 項。	33	截至 2015 年底品檢實驗室依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議之檢驗方法，所建立之標準檢驗項目數。	第一款 第七目
12	而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 108 項。	33	截至 2015 年底品檢實驗室參照國外法規或國際期刊 (非依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議之檢驗方法)，所建立之非制式檢驗項目數。	第一款 第七目
13	我們的品檢實驗室針對 TAF 認證項目取得 ISO/IEC 17025:2005 證書。	34	取得財團法人全國認證基金會 (TAF) 之認證實驗室。	第一款 第七目

編號	標的資訊	頁次	報導基準	作業辦法
14	財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目：依 ISO/IEC 17025:2005 執行的驗證範圍為微生物 3 項	35	取得財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證之項目及總和。	第一款第七目
15	衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目： 1. 硝基呋喃代謝物類 4 項 2. 微生物類 4 項 3. 動物用藥類 48 項	35	取得台灣食品藥物管理署 (TFDA) 認證之項目及總和。	第一款第七目
16	2015 年測試支出 (例如：檢驗、薪資、折舊、設備維修費用等) 為新台幣 18,202,266 元，佔個體營業收入 0.01364%。	34	品檢實驗室之相關支出佔個體財務報表營業收入之百分比。	第一款第七目
17	經檢驗 955 件原物料或商品，共有 938 項原物料或商品通過檢驗，合格率為 98.2%。	34	依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議之檢驗方法之標準檢驗項目及參照國外法規或國際期刊 (非依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議之檢驗方法) 之非制式檢驗項目之檢驗總件數、檢驗合格件數與合格率。	第一款第七目
18	截至 2015 年底，自有商品之食品類別供應商家數為 46 家，以供應商之工廠統計，共有 54 個工廠，其中通過 ISO22000 認證之工廠有 49 個。	38	2015 年底自有商品之食品類別供應商家數及工廠數總和、ISO22000 認證證書及於 2015 年底具 ISO22000 認證之工廠數總和。	公司自願確信項目
19	2015 年查核 21,771 店數次，共 21,225 次通過查核，合格率為 97.5%。	42	依據公司 QSC 優質服務管理之門市過期品下架控管查核，全年度之稽查次數及結果，暨稽查通過家數佔全年度總稽查家數之百分比，請詳 42 頁。	公司自願確信項目
20	2015 年舉辦門市品保訓練課程包括有新進人員食品從業人員規定講習、品保與鮮度管理、回訓課程 (含線上課程)，共計有 9,560 人參加受訓。	42	參照「食品良好衛生規範準則」制定品保訓練課程，門市人員參與該等訓練課程總人數次。	公司自願確信項目
21	原物料暨品保管理系統 (MAS) 統一超商非屬食品安全衛生管理法第 9 條所規範應建立追蹤追溯系統之業者。但統一超商仍與中華鮮食發展協會合作，建立速食、米飯及調理麵包類產品原物料及品保管理資料庫 (原物料共購資料庫，MAS 系統)。 透過 MAS 系統資料庫，我們將符合標準的原物料與供應商建置於 MAS 資料庫，進行溯源管理，確保速食、米飯及調理麵包類產品之原物料與供應商來源清楚。	32	食品安全衛生管理法第 9 條及速食、米飯類及調理麵包類產品原物料及品保管理資料庫。	公司自願確信項目

