

# 2013統一超商

企業社會責任報告書





## 目錄 Contents

### 關於本報告書

本報告書為統一超商所發行之第五本企業社會責任 (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 3.1 綱領 (GRI G3.1) 所建議之架構製作。本年度報告書以「幸福隨時與您相伴」為主軸，呈現統一超商在 CSR 方面的觀點與具體作法，並說明 2013 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等方法 (請參閱利害關係人議合章節)，我們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、範疇與數據

此次發行版本的數據及內容以 2013 年 (自 2013 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日止) 年度的資料為主，若有超出此範圍皆於本報告書中特別註明，另亦包括未來的營運展望及機會。報告績效呈現則以台灣地區為主，揭露範圍包括總部營運大樓、門市與商場，並涵蓋統昶行銷、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，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，而溫室氣體量化的部分，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

本報告書已委託第三方單位英國標準協會 (The British Standards Institution, BSI) 依據 AA1000 AS (2008) 針對資訊揭露之重大性、包容性及回應性進行查證，符合第一類型中度保證及 GRI G3.1 A+ 應用等級。獨立保證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](http://www.7-11.com.tw) 中揭露。

現行發行版本：2014 年 12 月發行

上一發行版本：2013 年 11 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](http://www.7-11.com.tw)

聯絡窗口：統一超商公共事務部

經營者的話 2

CSR 願景與策略 4

2013 永續績效 6

## 1 關於統一超商

1.1 公司規模與背景 8

1.2 我們的產品與服務 11

1.3 公司治理 12

1.4 外界肯定 15

1.5 營運策略與管理 16

1.6 利害關係人溝通與重大議題 19

## 2 隨時與您相伴的好鄰居

2.1 便利永續生活 22

2.2 多重把關，安心品質 24

2.3 永續供應鏈管理 31

2.4 貼心服務 Always Open 33

## 3 減少環境衝擊的好鄰居

3.1 全台最大且不打烊的  
環保回收平台 36

3.2 節能與減少溫室氣體 40

3.3 綠色生活型態 49

## 4 實現地方社區共存的好鄰居

4.1 建構幸福社區 54

4.2 好鄰居文教基金會 55

4.3 公益拉近您我的心 63

## 5 創造友善工作環境的好鄰居

5.1 落實員工關懷 68

5.2 促進勞資和諧 76

5.3 勞工安全衛生 78

5.4 升遷與獎勵 79

## 附錄

1 第三方查證聲明 84

2 GRI 指標索引 86



# 經營者的話



統一超商董事長  
羅智先

統一超商深耕台灣超過 36 年，在全體同仁的努力下，我們透過豐富多元的生活提案，期望為消費大眾編織最綿密便利生活網，使其在此即可完成生活中的大小事。如今 7-ELEVEN 展店足跡已遍及全台 329 鄉鎮，更跨海進駐澎湖、金門、綠島、蘭嶼等離島，讓不論身處城市或鄉村的居民，都可同步享有無時地之差的多樣化服務和世界最流行商品，我們期許自己不再只是便利商店，更是台灣人民生活不可或缺的社區生活好鄰居，全體國民全年無休的便利生活站、24 小時咖啡廳、餐廳及社區超市，只要有 7-ELEVEN，24 小時都有溫暖光亮。

我們深刻明白，統一超商有今日的成績，展現的不只是全台最多服務據點，最大的成就還是來自全體利害關係人的選擇與信任。因顧客川流不息地持續蒞臨 7-ELEVEN，才能讓同仁及供應商有機會在這個服務平台上發揮創意；因所有同仁、供應商不分前線後勤有志一同的完美協作，全年無休努力不懈與其家庭的支持暨體諒，我們才能提供全年無休用心與感動的服務；亦因所有股東的支持，我們才能使盡全力、無後顧之憂地向前衝刺。

因此，統一超商身為台灣便利商店業龍頭，我們深知在追求經營成長的同時，亦應發揮影響力、積極落實企業社會責任，回饋所有利害關係人，為其帶來安心安定的力量，進而協助國家塑造永續的社會。



統一超商總經理  
陳瑞堂

回顧 2013 年，儘管大環境不穩定，全球經濟尚未明朗，統一超商面對經營成本持續上揚、外部競爭激烈兩大趨勢逆襲，仍秉持著「聚焦經營、堅持務本」的態度與決心，做為創造穩定和永續成長的核心主軸，並藉由持續優化和創新「人、店、商品、系統、物流、制度、文化」等零售業七大基本功，掌握消費需求，創造成長動能，使得營收與稅後淨利皆創下歷史新高。

而為了更積極落實企業社會責任，我們發揮公司內部倡導的 TK 思維（單品管理 Tanpin Kanri），期許各部門能從各自執掌中思考，把 CSR 行動自然融入單位工作中並設定為年度計畫執行目標，於日常生活自主運作。另外，我們也持續強化投資人、供應商、顧客、員工、加盟主等利害關係人溝通管道，以追求高滿意度，創造共生共榮。

## 誠信經營、食安管理規格再進階

奠基既有的品德管理基礎上，2013 年我們再提升公司對於誠信經營的高規格標準，例如為確保商業活動的交易清廉，我們除了制訂自律公約，嚴律員工的品德操守；亦在供應商協議書中，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。

而有感國內層出不窮的食安事件，震撼國人對食品衛生安全的信心和信任，我們長期以來投入大量資源，不斷提高食安檢視規格，不僅嚴



格規範公司本身和供應商皆需具有相關檢驗證明，以確保公司所有商品安全無虞；對於統一超商自有的品檢實驗室，更積極提升檢測能力，爭取通過 ISO/IEC 17025 國際認證，針對商品進行多重把關驗證，期望運用超越法規標準管理食品安全，將風險降至最低，保障消費大眾吃的安全。此外，我們戒慎恐懼，更制訂「商品安全訊息收集及盤查追蹤作業流程」、並建置跨部門的「危機處理小組」，當有危機事件發生時，於第一時間謹慎處理，快速回應相關利害關係人疑慮，將危機化為轉機。

因應 2014 年發生的油安事件，我們以非常嚴肅和誠懇的態度，於第一時間即號召全體部門主管、同仁啟動全公司跨部門的危機處理小組，全力投入、盡最大努力釐清事實、消弭因本事件所產生的各項疑慮。為展現企業負責任的態度，毅然決然先將相關商品預防性下架，甚至託付全國門市擔負起此次預防性下架產品的主要處理平台，我們積極展現真心誠意的社會公民態度，堅信唯有如此，才能安定社會人心、持續獲得消費者的支持及信賴。

### 綠色消費環境再提升

至 2013 年底，統一超商全台門市已超過 4,922 家，為國人創造便利據點同時，我們體認節能減碳是永續經營的重要議題，因此透過電力管理、照明重新規劃設計、汰換定頻冷氣為變頻冷氣等作法，以降低溫室氣體排放，打造門市成為環保永續的購物場所，降低營運所造成的環境影響。2013 年每度電所創造的營業額比 2012 年提升 4%，且已有 66% 的門市已取得綠色便利商店認證最高等級 3 顆星，顯示我們逐步善用能源，已創造更好的經營效益，且帶給國人更優質的綠色生活環境。

### 社會與員工關懷再創新

我們長期以來透過好鄰居文教基金會規劃的社區服務，聚焦健康、環保、公益與弱勢扶持等議題，以門市為據點，藉由舉辦各種社區活動，串連起社區民眾情感，帶給人們幸福、溫暖與信任，也將 CSR 的概念推廣到鄉里間。2013 年我們創新差異化公益做法，以電影為工具，全額出資《拔一條河》寫實記錄片拍攝，傳遞在八八風災後、利用閱

讀改變偏鄉孩童教育的真實故事，並贊助偏鄉小學圖書館，藉此喚起社會對弱勢關懷的意識；並以「微小的力量讓這裡不一樣」為主軸，將熱衷執行好鄰居同樂會、位於高雄甲仙、南投及桃園地區的三家門市，透過舉辦像是「閱讀與跑步集點換超值早餐」、「月考 100 分免費換一杯思樂冰」、「蚊子電影院」等特色服務深入社區經營的真實故事，拍攝成「思樂冰篇」、「看電影篇」、「跑步篇」等 3 篇公益廣告，期盼透過平凡又深刻的故事，達到拋磚引玉效果，促動大眾只要隨手於生活中做善事、就能幫助更多需要的人。

在員工關懷的部分，為了創造每個同仁都幸福有感的工作氛圍，我們為每位員工量身規劃職涯生活，除了有完善的教育訓練制度，更規劃員工獨享的薪資藍圖與獎金、獎勵制度，同時打造「幸福合作社」的員工關懷機制、並啟動員工第一本「健康護照」，鼓勵同仁做好自我健康管理，共創和諧、安全的工作環境，我們始終相信惟有快樂、幸福的員工，才能提供優質的服務給顧客。

展望未來，我們將展現品牌的絕對優勢，持續專注本業，從根基穩固實力，追求創新經營。並將伴隨著各地、甚至是離島民眾的需求設立門市，實踐都市、鄉村服務零時差的企業品牌承諾。同時基於多年深耕的企業社會責任基礎，盡最大努力回應所有利害關係人的期待，以落實「貼心不打烊，幸福在身旁」之社區好鄰居使命。

董事長

總經理

# CSR 願景與策略



## 健全公司治理制度方向

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

## 維護社會正義方向

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，以促進社區發展

統一超商在台灣陪伴大家超過 36 年，我們一直以好鄰居、好夥伴自居，除提供生活上最便利的服務外，並善盡良好社會公民之責任，帶給社會向上力量。我們深知 CSR 是重要的經營核心理念，自覺最大的使命就在我們是否能隨時代的變遷而領先創新，提供消費者生活品質的提升，成為社會安定與永續發展的幸福企業。為此，我們於 2010 年啟動 CSR 委員會，藉由跨部門整合，有效地將 CSR 核心理念融入經營目標中，精煉出統一超商 CSR 願景：「貼心不打烊，幸福在身旁」。2012 年，我們更進一步完成「統一超商企業社會責任實務守則」，明定 CSR 實踐之五大原則及其具體落實方向，由上而下凝聚高階共識。經過這些年的持續努力與運作，CSR 委員會的任務圓滿達成，已將 CSR 概念與治理融入各部門日常工作中。2013 年，為深耕 CSR 的治理，我們發揮內部倡導的 TK 思維 (單品管理 Tanpin Kanri)，期許各部門能從各自執掌工作中思考，把 CSR 行動自然融入所負責的業務中，並定期於工作會議檢視其績效。

此外，我們認為門市為 CSR 實踐的最佳場所，因此從 2011 年開始，我們也不定期運用教育訓練、會議溝通、經驗交流及案例分享等方式，加強門市夥伴對 CSR 的認知，灌輸其取之於社會、用之於社會的使命感，更結合門市核心能力與服務，具體推動像是好鄰居同樂會等 CSR 相關活動，讓每位顧客或周邊鄰里都能感受到統一超商的用心、幸福與溫暖。

對於 CSR 未來的策略，我們將持續強化各部門與門市 CSR 自我管理的能力，要求各部門將 CSR 納入年度計畫工作中管理。隨著時代變遷與生活型態的改變，為更能符合消費者的期待，我們亦將思考如何善用資源與優勢解決因氣候變遷、人口老化及社會財富不均等所帶來的危機，並規劃作為未來中長期 CSR 目標及發展主軸，讓 CSR 更徹底內化為我們的經營策略與企業文化中。

### 發展永續環境方向

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

### 保障利害關係人權益方向

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方向

充分揭露具悠關性及可靠性之 CSR 相關資訊

揭露推動 CSR 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

# 2013 永續績效

## 公司治理與經營面向績效

### 經營成果



**1,269.99** 億元

營收達新台幣 1,269.99 億元 (比 2012 年成長 1.79%)



**35.85%**

每股盈餘達 7.73 元 (比 2012 年成長 35.85%)



**42** 億元

整體農產品用量 5.67 萬噸 (比 2012 年增加 8.80%)，採購金額達新台幣 42 億元 (比 2012 年成長 20.00%)



**49.3%**

門市達 4,922 家，市佔率達 49.3%，穩居市場龍頭

### 公司治理



**4,200** 萬件

電子商務「交貨便」服務超過 4,000 個合作網路店家，間接帶動許多中小企業、網購品牌成長，每天平均更有超過 11 萬人次使用交貨便服務、每年寄件數更高達 4,200 萬件

上市櫃公司資訊揭露評鑑等級 **A+**

- ▶ 於統一超商制式合約中，制定誠信與不得收受賄絡條款
- ▶ 股東會導入電子投票及逐案票決機制

## 產品面向績效



### 永續供應鏈

鮮食與商品供應商要求承諾簽署 CSR 條款之供應商達 100%

**100%**



### 食品安全

- 品質檢驗實驗室取得 ISO/IEC17025:2005 認證，並取得生菌數、大腸桿菌、大腸桿菌群共三項目的檢驗資格。另可獨立進行 334 項化學類檢驗，嚴格把關食品安全
- 因應食安問題，制定「商品安全訊息收集及盤查追蹤作業流程」，強化危機處理能力

**334** 項



## 環境面向績效



66%

### 能源與氣候變遷

- 每度電所創造的營業額為 159 元 (比 2012 年提高 4%)
- 66% 的門市已取得綠色便利商店認證最高等級 3 顆星



65.84%

### 綠色物流

- 導入油電混合車，估計節省 12~20% 之油耗量
- 車機系統 (GPS/GPRS) 安裝率達 65.84%，估計 2013 年可減少碳排放量 140 萬公斤



2,325 噸

### 環保回收中心

自 2009 年 8 月實施至 2013 年底總回收重量達 2,325 噸

## 社會面向績效



575 場

### 社區參與

- 舉辦 575 場的「好鄰居同樂會」
- 全台共有 589 家門市成立「7-ELEVEN 千禧健康小站」，提供血壓計、腰圍量尺、健康資訊等免費服務
- 「Clean Up the World」，號召超過 36,982 位志工朋友熱情參與清掃，共同清出 3,601 袋垃圾



17.66 億元

### 弱勢關懷

- 首次全額出資《拔一條河》公益電影，喚起社會大眾對偏鄉弱勢及教育議題的關懷與重視；且入圍第 50 屆金馬獎「最佳紀錄片」
- 門市零錢捐活動 27 年來累計募款新台幣 17.66 億元 (截至 2014 年 2 月 28 日)



319 小時

### 員工照護

- 全面啟動員工第一本「健康護照」
- 執行 370 件關懷個案，總關懷時數達 319 小時