

# 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



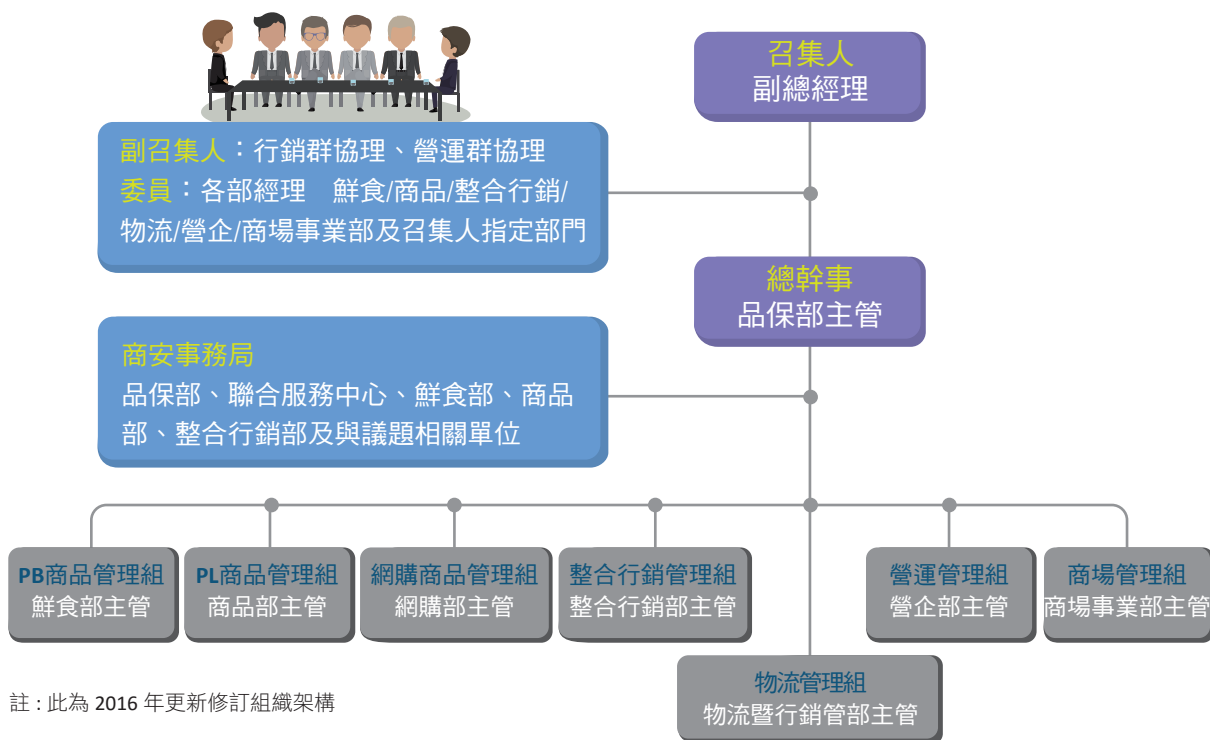
2014 年統一超商針對食安問題推動多項品保制度的改善，包括成立商品安全委員會、商品安全內部監督機制、導入初次物流與提升品檢實驗室檢測能力等。2015 年持續針對食品安全提出相關改善政策。

### 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<sup>1</sup>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%。

<sup>1</sup> 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。

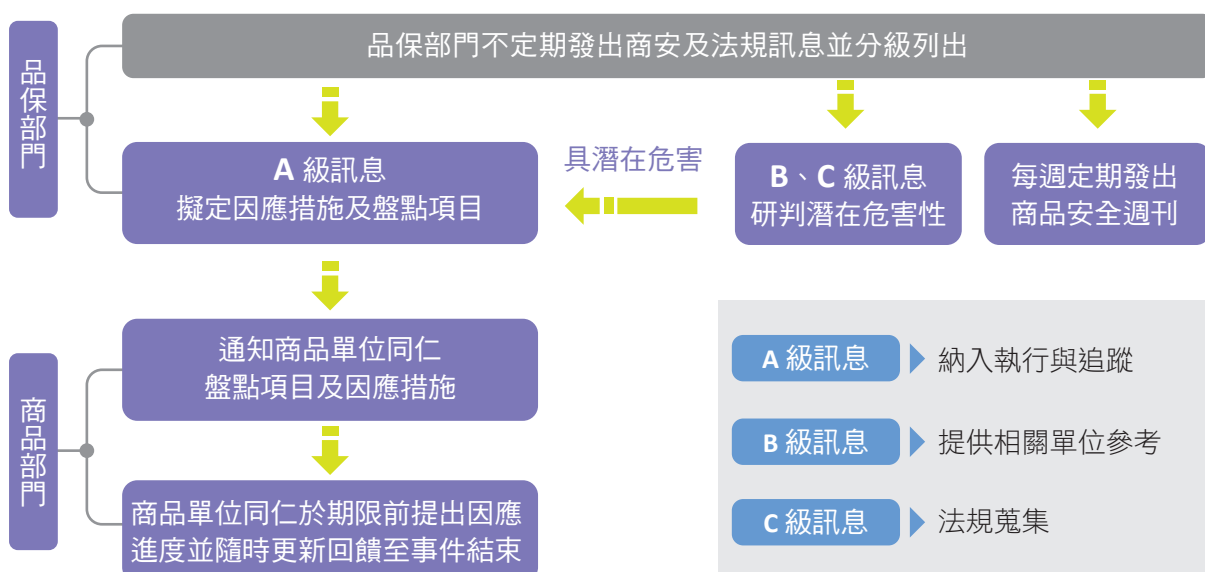


註：此為 2016 年更新修訂組織架構

## 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

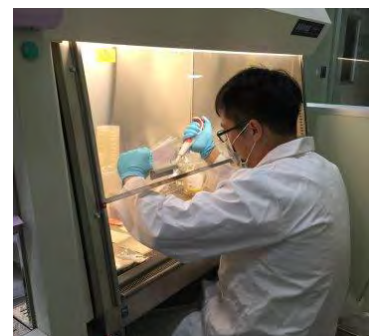
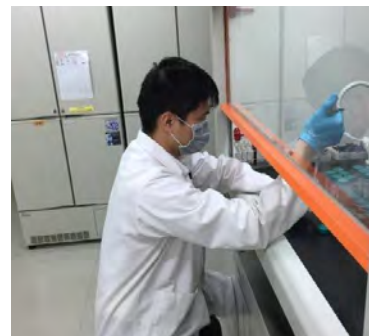
除商品本身外，物流過程中的溫度、人員、衛生也為影響商品品質的重要關鍵，因此統一超商導入初次物流管理，透過運輸整合，將品質控管流程，由門市配送向前延伸到供應商端接貨，建構全流程品質控管以確保食品安全。初次物流除達到品質控管預期效益外，也有利於集結共配，降低每日總轉運趟次，進而減少碳排放量與節省運輸成本；同時，也能統一空箱規格，有助於提升整體作業效率，改善空箱清潔度等衛生問題。2014 年導入初次運輸之產品類別，包括有速食、米飯、調理麵包類之所有產品項已 100% 導入，而水果、熱狗 / 沙拉配菜與熟食類別產品則部份導入；2015 年更增加生鮮超市類包括香蕉、蔬菜等導入比例已分別達 59% 及 57%，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

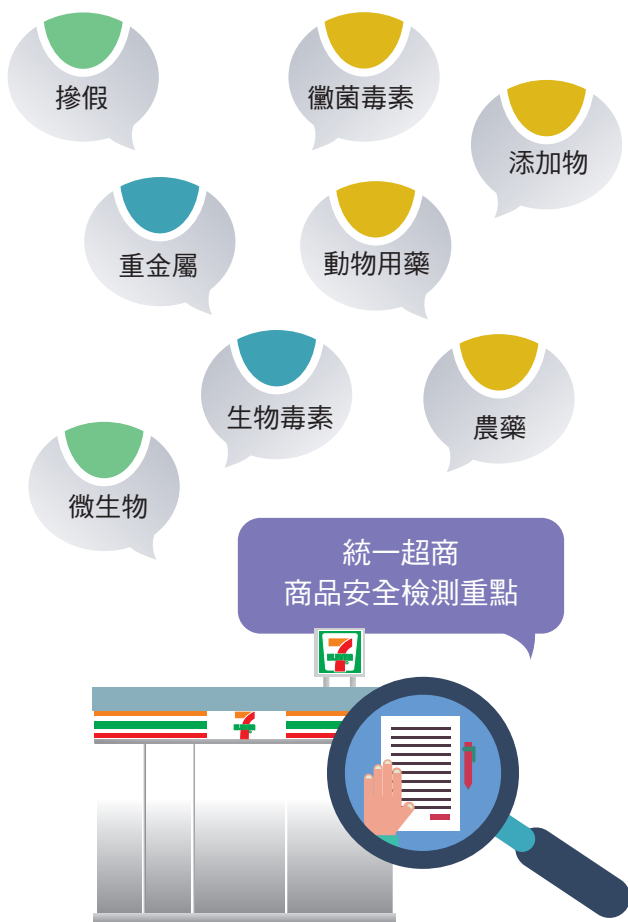
隨時與您相伴的好鄰居

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"> <li>● 硝基呋喃代謝物類 4 項</li> <li>● 微生物類 4 項</li> <li>● 動物用藥類 48 項</li> </ul>

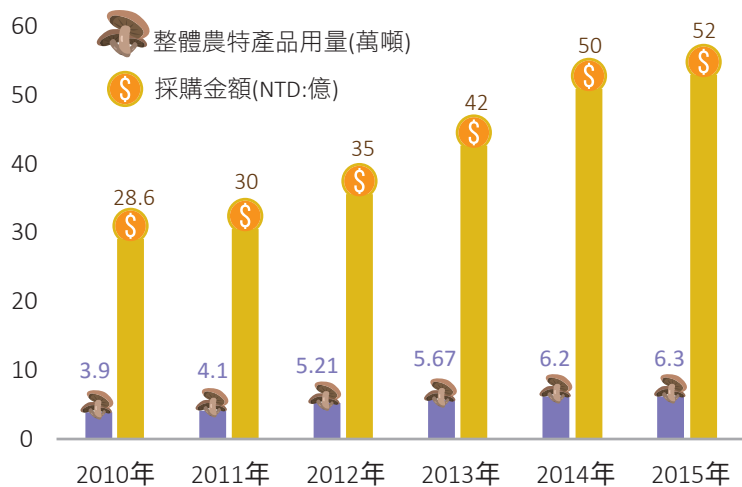
為提供消費者安心、安全的商品保證，2015 年統一超商持續升級品保管理制度，以建構完整食品安全防護網，繼年初正式上線「MAS 原物料管理系統」，系統化管理如原物料品質規格書、危害分析表、生產履歷調查等原物料商品資訊，強化供應商原物料品質和商品溯源機制，統一超商品保部和情報系統部進一步攜手統一資訊，共同開發「實驗室管理系統」，期望藉由資訊化管理委驗品資訊、委驗品項接單、派工、檢驗結果登錄及審核與報告產出等流程，精進品檢實驗室的作業效率。該系統於 2015 年 8 月份正式啟用。

## 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

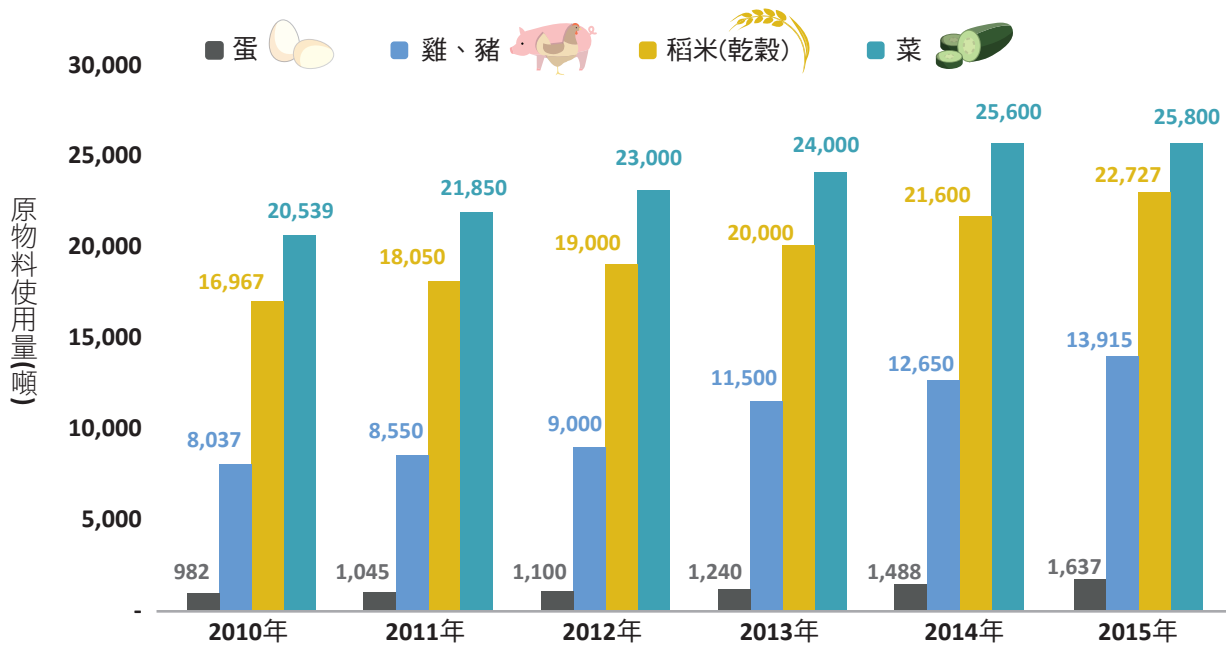


實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

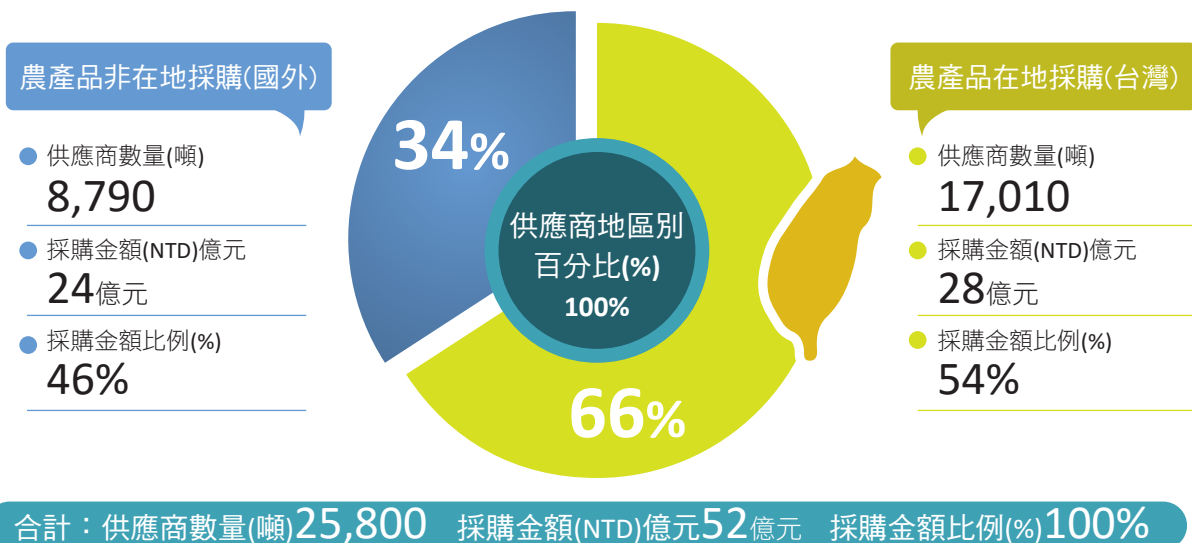




為方便消費者確認商品的來源及製作過程，商品包裝上提供「QR Code」，消費者只要拿起手機掃描 QR Code 即可快速取得相關資訊。7-ELEVEN 的生鮮蔬菜類商品，持續以「精緻小包裝」為概念，透過與特定產銷班合作，以溫室栽培確保品質。

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

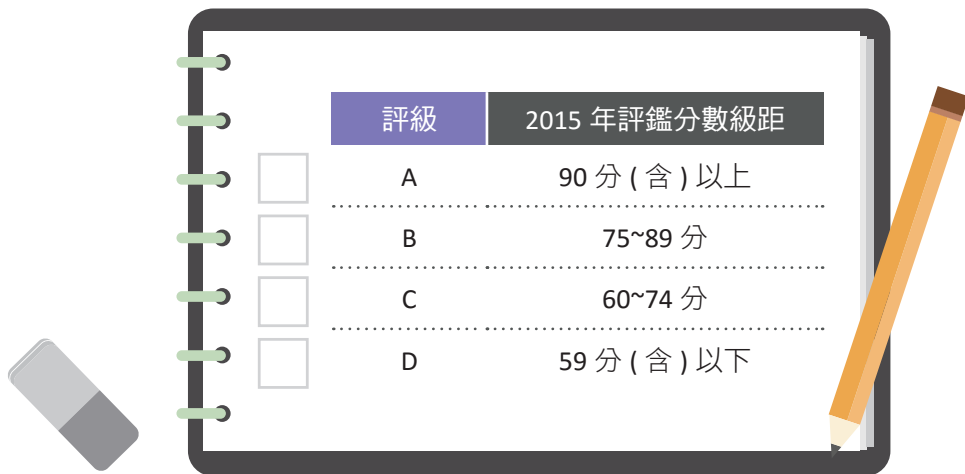




## 供應商管理

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：

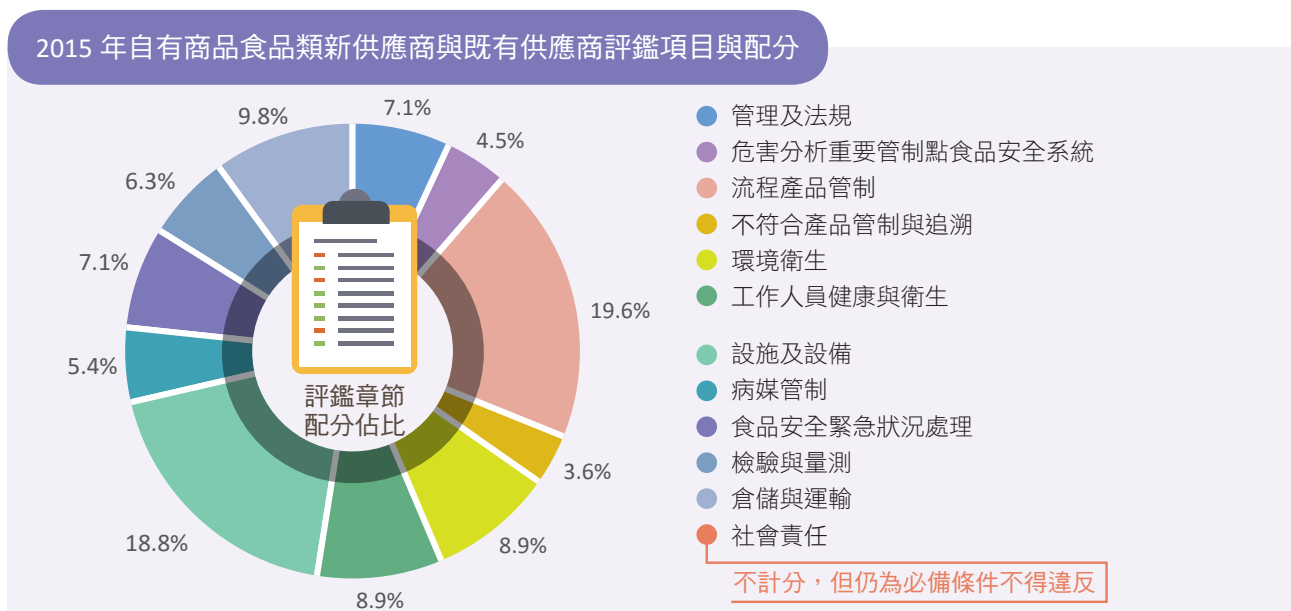
持有合法之公司登記、工廠登記、商業登記、變更事項登記等 (如屬主管機關認可免登記證者，須提供相關證明文件佐證)，登記證中所載產業類別須含有委外加工的產品品類；海外代工廠設立應符合該國之相關法令。

(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<sup>1、2</sup>，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<sup>1</sup>，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

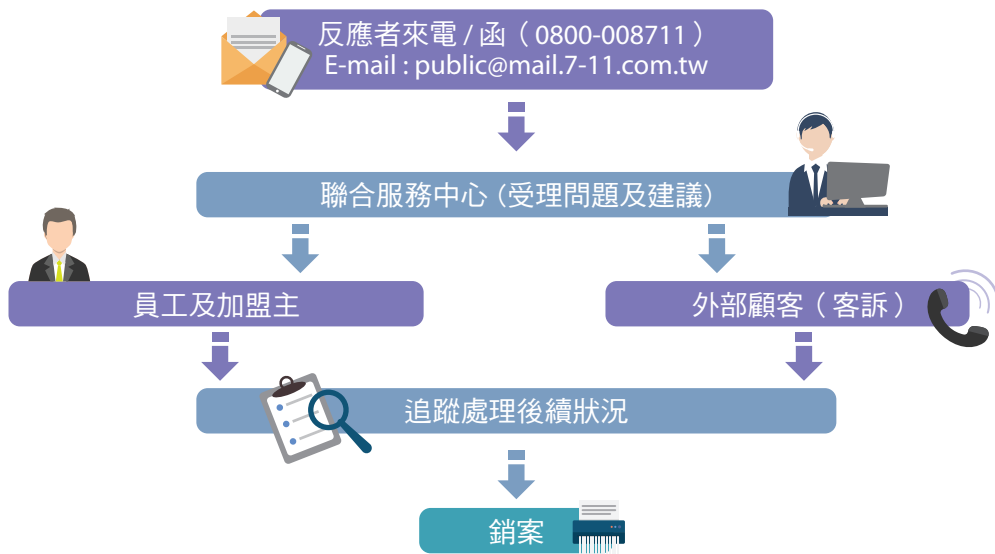
- 羊奶
- 魚類
- 頭足類(如烏賊)

- 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

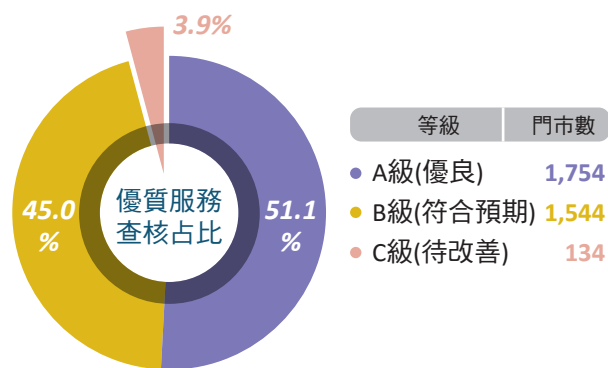
Q.S.C.「品質確保」(Quality)、「優質服務 & 快速服務」(Service)、「環境清潔」(Cleanness) 為統一超商提供消費者服務的指導原則。透過高品質的商品、人員良好的服務態度、整齊清潔的門市的環境滿足消費者對於便利商店的期待。除了不斷提升自身的服務水準外，我們也透過「聯合服務中心」瞭解消費者的需求，消費者可透過這個專門的服務窗口，反映問題及提供建議。我們對於妥善處理消費者的訴求及意見，給予滿意的答覆，亦視為最重要的工作。2015 年聯合服務中心線上處理率為 85.2%<sup>2</sup>，已即時解決反應案件。



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。



<sup>2</sup> 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%<sup>3</sup>，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。

<sup>3</sup> 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

