



2017

統一超商

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九本企業社會責任 (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。本年度報告書呈現統一超商在 CSR 方面的觀點與具體作法，說明 2017 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)，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。

報告書範疇與邊界

本報告書揭露 2017 年 (自 2017 年 1 月 1 日至 2017 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 2017 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師事務所 (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)，確信報告附於本報告書附錄。

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：2018 年 7 月發行

上一發行版本：2017 年 8 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	2
	企業社會責任治理	5
	重大議題與利害關係人溝通	9

01 統一超商 - 幸福企業

1.1	公司規模與背景	15
1.2	公司治理	21
1.3	營運策略與管理	24

02 統一超商 - 幸福商品與服務

2.1	幸福的源頭 - 商品安全管理	30
2.2	幸福的傳遞 - 優質服務與品質保障	34
2.3	幸福的維持 - 永續供應鏈管理	34
2.4	幸福的保證 - 法規遵循	42

03 統一超商 - 幸福愛地球

3.1	節能減碳綠色生活	46
3.2	資源回收一起來	54
3.3	綠色會計與綠色採購	55
3.4	法規遵循	57

04 統一超商 - 幸福好鄰居

4.1	統一超商好鄰居文教基金會	59
4.2	打造統一超商專屬幸福感	65
4.3	統一超商場幸福平台	71
4.4	統一超商福委會 - 愛·自然社團	72

05 統一超商 - 幸福職場

5.1	多元人文制度	75
5.2	友善和諧職場環境	83
5.3	豐富完善職涯規劃	88

附錄

1	其他指標揭露	96
2	GRI4.0 指標對照表	102
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(以下簡稱「作業辦法」) 加強揭露事項與確信項目彙總表	110
4	會計師有限確信報告	114

經營者的話



統一超商董事長

統一超商持續在地深耕，截至 2017 年底，全台總店數突破 5,200 家，員工及加盟夥伴超過三萬人，營收達 144,479,880 仟元，稅後淨利達 31,017,094 仟元，整體經營績效表現亮眼；並受到外界肯定，連續三年名列公司治理評鑑前 5% 排名，入選 MSCI 全球永續指數、FTSE4Good 新興市場永續指數、台灣公司治理指數 100 之成分股、台灣永續指數成分股，並榮獲 2017 年「天下金牌服務業調查」及「壹週刊服務第壹大獎」便利商店第一名，感謝全體同仁的努力與社會大眾的支持。

而統一超商 2017 年企業社會責任報告書也依循以下三項重點分享成果：

- 一、聯合國永續發展目標：整合聯合國永續發展目標與企業社會責任發展策略；
- 二、強化品牌管理：重新定義品牌價值，確立自有品牌發展路線；
- 三、深化顧客關係管理：建立系統管理大數據，提供顧客最佳消費體驗。

聯合國永續發展目標

2015 年 9 月聯合國發表 17 項永續發展目標 (SDGs, Sustainability Development Goals)，作為各國 2016 年到 2030 年需共同努力的方向。這 17 項 SDGs 從人類生存根本飢餓、貧窮、淨水衛生、健康福祉等問題，到對抗氣候行動、建構永續城市、促進全球夥伴合作，將未來 15 年人類所會面臨以及需共同解決的問題清楚的列示出來。

自聯合國 SDGs 公布後，我們就積極關注，並思考如何以零售業的角度來支持聯合國 SDGs。2016 年底啟動 SDGs 專案，落實 17 項 SDGs 的細項目標，針對主要營運地區台灣，分析零售業的風險與機會，辨識出統一超商能支持及貢獻己力的項目，同時結合企業社會責任三大主軸，訂出 KPIs，透過績效指標的追蹤，檢視目標達成情形，在目標達成的同時，亦支持了 SDGs。



統一超商總經理



2017 年對統一超商可說是關鍵的一年，除了透過 SDGs 檢視確立企業社會責任的道路及方向外，各面向專案推動也更臻成熟，成果更為顯著。

強化品牌管理

統一超商自推動企業社會責任以來，除了提供貼心便利的服務、健康安心的產品，也須負擔更多的責任，每年創造百億元營業額的「CITY CAFE」、主打食品飲料類別的「iseLect」、以及從人的生活開始思考，賦予生活中觸覺、視覺、嗅覺、與機能上的革新，主打紙品、服飾、棉織品、雨具等類別的「UNIDESIGN」，確立了品牌經營並持續提升的方向，從「顧客」角度出發，強調「價值、風格、設計」的理念，提供高品質健康安心的商品。2017 年「CITY CAFE」、「iseLect」、「UNIDESIGN」三大自有品牌的營收已超過 18,000,000 仟元，相較 2016 年成長 5.17%。

深化顧客關係管理

了解顧客消費喜好並提供最佳消費體驗，一直是我們最重要的使命。2015 年結合 OPENPOINT 會員資料庫建置客戶關係管理 (Customer Relationship Management, CRM) 系統。依會員屬性及其喜好，透過大數據分析，決定門市商品搭配組合、優惠活動，及新商品市場潛力。2017 年運用 CRM 系統分析調查的專案件數逾 30 件，透過這些數據分析，不但協助我們更了解顧客消費習慣及喜好，提供更貼近消費者的商品及服務，同時降低門市商品庫存的壓力，提升營運效率。未來將擴大應用範圍，讓統一超商服務更貼近消費者需求。

除了活用大數據提升服務品質外，我們亦關注 AI 人工智慧所帶來的無限可能。2018 年初導入「X-STORE」未來商店，以「探索、體驗、超越」為三大概念，智慧零售為基礎，運用 28 種多重先進科技及超過 100 種全新智能設備，包括臉部生物特徵辨識技術確認身分、自動感應式冰箱高效節能、商品電子標籤降低人工作業錯誤及 AI 辨識商品技術自助結帳，都是以實現人類未來幸福便利生活而設計。未來商店目前雖仍處於測試階段，但各項技術已趨近成熟階段，很快地將重新引導消費者的生活。

企業社會責任績效

1. 產品服務

統一超商重視消費者的健康及安全，將食品安全列為第一要務，每年持續投入資源，確保嚴格控管食品安全議題，包括商品安全委員會運作，商品安全訊息追蹤，優化 MAS 系統擴大溯源管理涵蓋範圍及持续提升品檢實驗室檢測能力等。2017 年整體投入經費高達 131,034 仟元，超越年度目標 40,000 仟元將近 3 倍之多。

2. 環境

節能減碳、資源再利用及綠色採購為統一超商環境面向推動的三大主題。透過總部及新舊門市的節能設計及措施，降低能源使用及溫室氣體排放，2017年總部的用電密集度人均 EUI 較 2016 年下降 6.8%；門市的用電密集度單位面積 EUI 則相較於基準年下降了 7.82%。

統一超商以全省門市作為據點，協助民眾回收資源廢棄物，包括乾電池、光碟片、手機、筆電等，自 2010 年推動至今成果卓越，每年可回收超過千萬顆乾電池，近十萬支手機及超過七千台筆記型電腦，多數民眾已養成將相關資源廢棄物拿到門市回收的習慣。

2017 年統一超商採購具有環保標章及有節能之產品總金額達 580,245 仟元，為整體採購金額的 12%，超過年度綠色採購 KPI 4.5% 之目標。

3. 社區

統一超商身為社區的好鄰居，除了提供安心商品及便利的服務外，更積極透過社區活動與公益行動，凝聚社會共好的向上力量。我們持續推動好鄰居同樂會「教育文化、親子互動、環保樂活、弱勢關懷」四大主題，2017 年在各門市主動策畫下，突破 1.2 萬場次，創下歷史新高。

此外，門市零錢捐公益募款亦長期關懷弱勢長輩，推動門市偏鄉肝病篩檢、花東獨老送餐等服務，讓門市成為公益的最後一哩路，除此之外，2017 年門市零錢捐募款金額更突破新台幣 1.69 億元，較 2016 年成長近 5%。

4. 員工

統一超商始終相信「惟有快樂的員工，才能讓公司的價值，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」，因此提供員工完整職涯規劃、健康工作環境、完善福利制度，是我們對員工最重要的承諾，同時透過「無私開創」、「充分授權」和「大膽嘗試」的人文管理，確保同仁保持彈性與活性。

並致力於替員工建構友善健康安全職場，2017 年獲得國民健康署頒發「健康促進認證」及臺北市政府衛生局頒發「優良哺乳室認證」，給於統一超商很大的肯定。

企業社會責任不僅是企業發展的方向，更是企業營運的價值，統一超商雖在 ESG 面向皆有穩定的進步成長，我們將以更積極且謙卑的心，持續關注國際及產業發展趨勢與重點，繼續努力、持續提升。

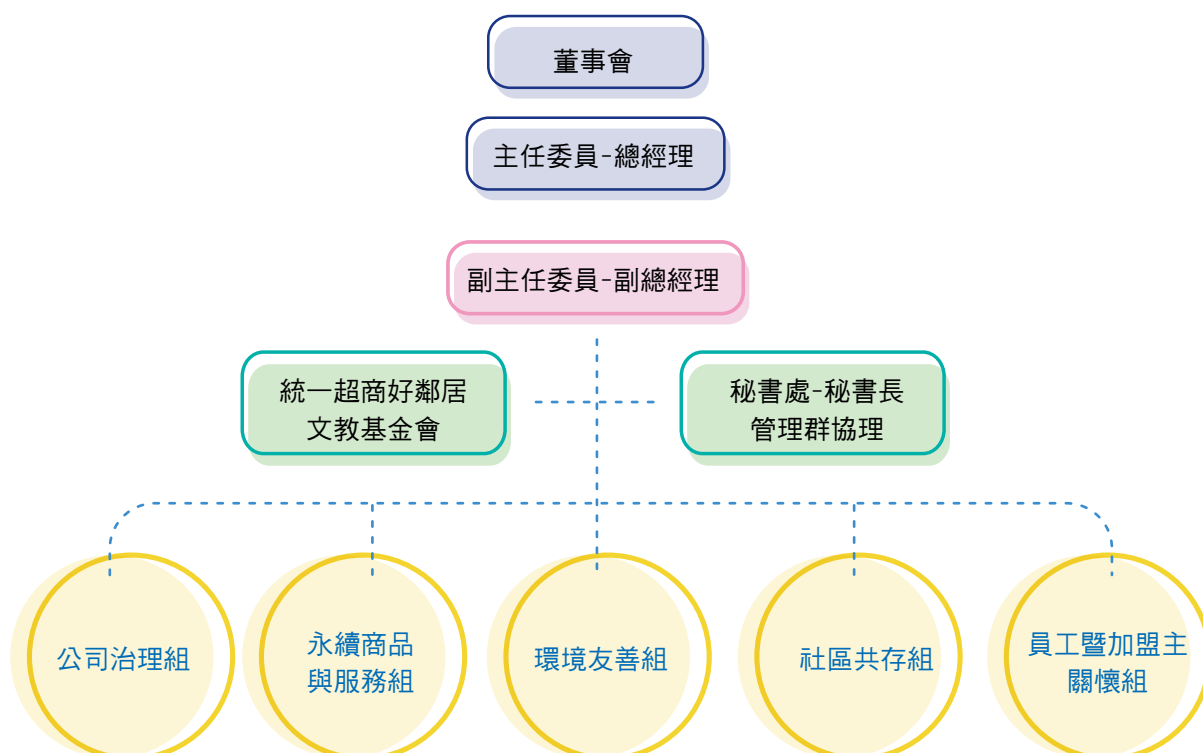
企業社會 責任治理



CSR 組織與策略

統一超商追求經營成長同時，積極實踐企業社會責任，促進經濟、社會之進步，以達永續發展之目標，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，促進以企業責任為本之競爭優勢。

為落實企業社會責任之執行及管理，統一超商設置跨部門「統一超商 CSR 委員會」，同時訂定「企業社會實務守則」，做為推動企業社會責任的最高指導原則。CSR 委員會由總經理擔任主任委員，副總經理擔任副主任委員，其下成五大小組，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，並定期向董事會報告。CSR 委員會每半年召開一場會議，2017 年於 2 月份、8 月份各舉行一場例會。為了有效推動與執行 CSR 相關績效，統一超商將 CSR 指標列入所有部級以上主管的共同績效，考量食安、勞安、環安、工安等與法令有關之議題，優先納入績效考核。

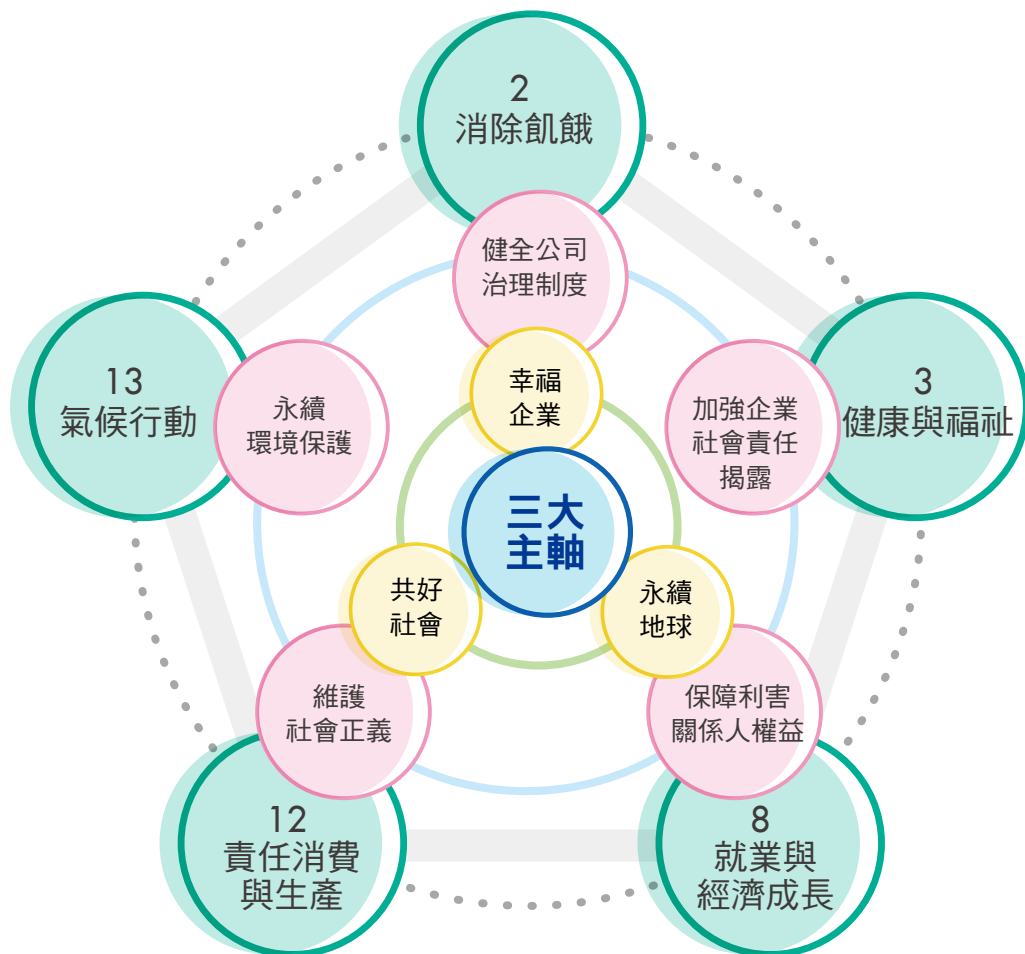


CSR 願景— 三大主軸、五大實踐原則與永續目標

統一超商將 CSR 核心理念融入經營目標中，從三大主軸「幸福企業」、「共好社會」、「永續地球」出發，透過五大實踐原則，具體落實企業社會責任。

聯合國於 2015 年發佈「翻轉我們的世界：2030 年永續發展方針」，同時兼顧了「經濟成長」、「社會進步」與「環境保護」等三大面向，做為未來 15 年，全球各國需要共同努力解決的問題。身為地球公民的一份子，統一超商希望落實企業社會責任的同時，亦能為全球的永續發展目標盡一份心力。2016 年我們啟動了聯合國永續發展目標專案，針對 SDGs 17 項永續目標及 169 項細項目標進行分析，考量行業別核心能力及營運範圍，找出我們能協助完成的五項永續發展目標及對應的細項目標，並與本公司的企業社會責任三大主軸彼此呼應。在永續發展的道路上，統一超商依然「貼心不打烊，讓每一個人的幸福就在身旁」。

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的社區服務，聚焦健康生活、社區環保、弱勢與偏鄉關懷等議題，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 的概念滲透鄉里間。對於 CSR 未來的策略，我們將持續強化各部門與門市自我管理的能力，要求各部門將 CSR 納入年度計畫工作中，並設立 CSR 議題關鍵績效 (Key Performance Index, KPI)，透過系統化管理機制，有效逐年檢視 CSR 執行成果，以追求公司永續經營成長。





健全公司治理制度方向一

- 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



發展永續環境方向一

- 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



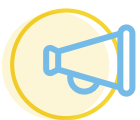
維護社會正義方向一

- 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



保障利害關係人權益方向一

- 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一

- 充分揭露具攸關性及可靠性之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

ESG	治理 GOVERNANCE	社會 SOCIAL		環境 ENVIRONMENT	
SDGs					
對超商的意義	統一超商持續獲利、穩定成長、創造工作機會，成為最令人安心滿意的企業品牌，並帶來「顧客滿意、夥伴滿意、股東滿意、社會滿意」的四方滿意，成為持續成長、永續經營的企業。	重視產品品質、消費者安全健康，維護消費者吃的安全是最基本且重要的保證。	利用門市通路多據點的優勢，讓門市成為偏鄉服務的最後一哩路，一起守護居民健康。	本身雖非製造工廠，但透過配送運輸的改變，降低對環境的影響，達到責任消費與生產。	身為台灣零售業龍頭，為維持門市商品高品質及提供舒適消費環境，訂定新門市節能規範，要求新設門市採用高能源效率的設備系統，兼顧降低溫室氣體排放，達到環境平衡發展。
績效	<ul style="list-style-type: none"> ● 2017 年加盟店超過 5200 家，提供多元化的商品服務，持續穩定成長。 ● 多元平等雇用政策，歡迎弱勢及原住民朋友，提供穩定就業及自立生活的機會。 ● 致力於提供安全職場環境，並獲得安心職場、優良哺乳室等證照。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 提升食品安全管理。 ● 供應商實地評鑑。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 致力推動「好鄰居同樂會」，期許透過舉辦各類型的體驗活動，凝聚起社區間的情感。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 結合綿密的門市網絡、完善的物流系統，積極強化數位平台應用服務。 ● 導入環保車輛。 ● 實施綠色會計與綠色採購制度。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 汰換及提升設備能耗，施行節電計畫，降低總部及門市用電密集度 (EUI)。

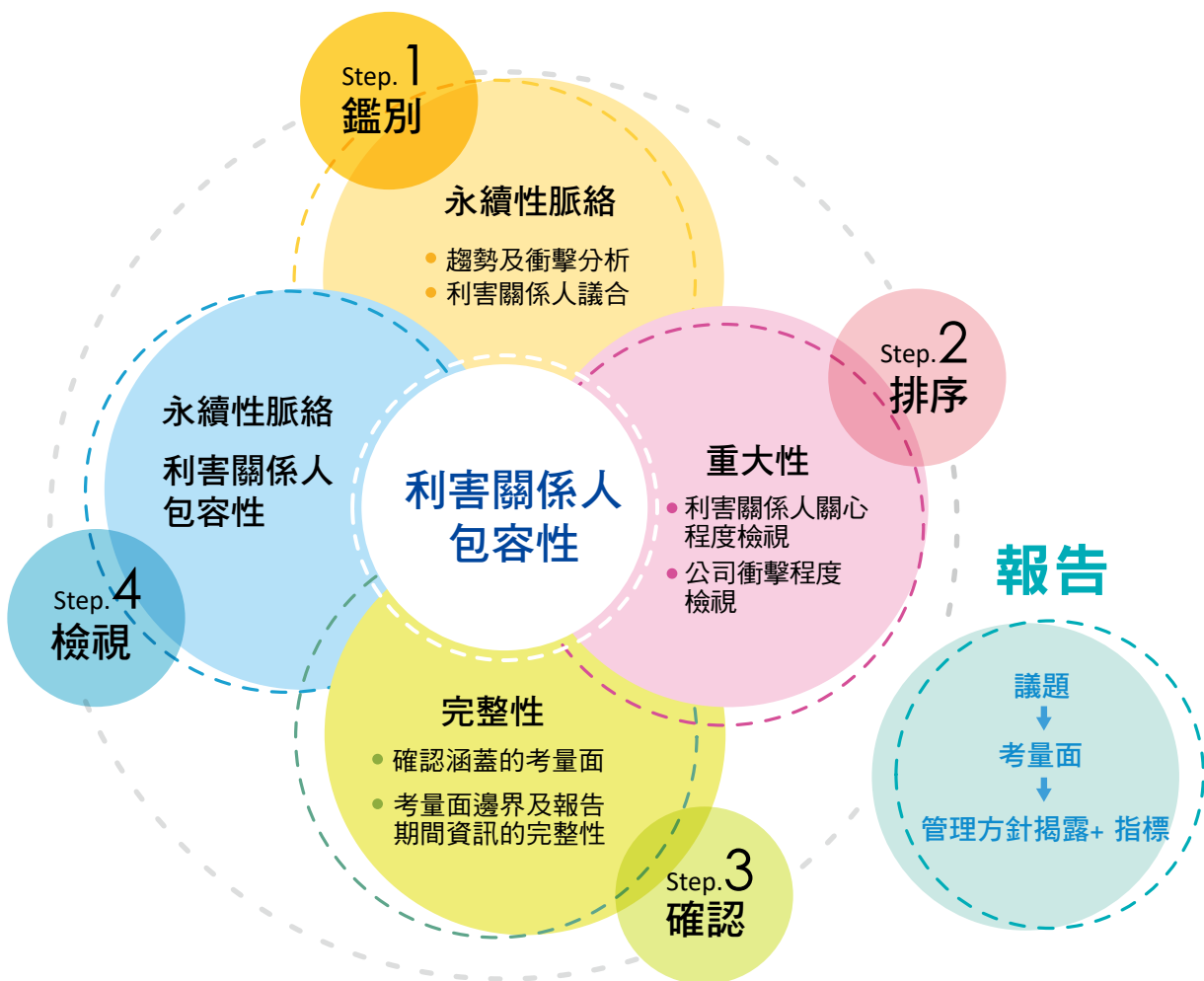


重大議題與利害關係人溝通

統一超商矢志成為最卓越的幸福企業，以提供生活上最便利的服務，為所有關係人創造最大共同利益為宗旨，並善盡良好社會公民之責任，促進社會安定與持續向上提升。我們以門市為幸福基地，希望能結合願景、治理、產品及服務，強化 CSR 績效資訊的溝通、回應國內外資本市場，也發揮影響力帶動供應商、引領消費者，讓每一個人的幸福就在身旁。

重大性評估流程

我們每年透過各類管道與利害關係人溝通，並將其所關心的議題彙整，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關切議題及其對於經濟、環境及社會的影響程度，決定重大考量面，其重大性評估流程包括如下：



Step. 1 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35項關鍵CSR議題。

Step. 2 排序

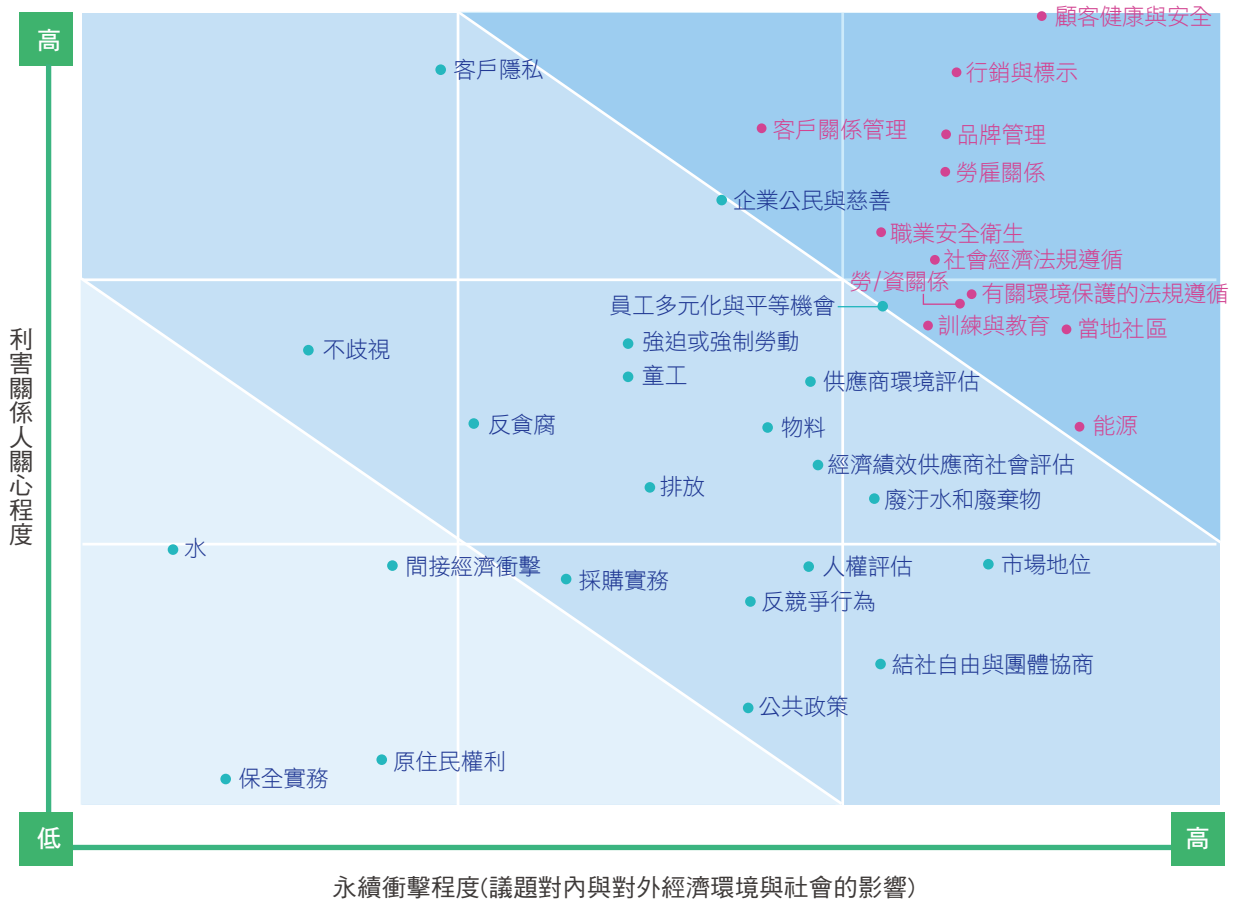
- 經由問卷發放辨識利害關係人對議題之關注程度，以及永續議題與公司內外經濟、環境跟社會之間的影响衝擊程度，2017年辨識出重大性議題共有12項，分別為職業安全衛生、勞雇關係、勞/資關係、訓練與教育、顧客健康與安全、行銷與標示、社會經濟法規遵循、品牌管理、客戶關係管理、能源、有關環境保護的法規遵循、當地社區。

Step. 3 確認

- 鑑別出重大議題後，由 CSR 委員會確認議題之重大性，並進一步評估重大議題對於組織內外的考量邊界，確保重要的CSR資訊已被完整揭露於報告書中。

Step. 4 檢視

- 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。





面向	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	物流關係事業	客戶	社區	供應商	
法遵	社會經濟法規遵循	SO：法規遵循	●	●	●	●	●	5. 統一超商 - 幸福職場
公司治理	品牌管理	無 GRI 考量面與指標	●		●			1. 統一超商 - 幸福企業
環境	能源	EN：能源	●	●				3. 統一超商 - 幸福愛地球
	有關環境保護的法規遵循	EN：法規遵循	●	●				3. 統一超商 - 幸福愛地球
員工	職業安全衛生	LA：職業健康與安全	●					5. 統一超商 - 幸福職場
	勞雇關係	LA：勞雇關係	●					5. 統一超商 - 幸福職場
	勞 / 資關係	LA：勞 / 資關係	●					5. 統一超商 - 幸福職場
	訓練與教育	LA：訓練與教育	●					5. 統一超商 - 幸福職場
社會	當地社區	SO：當地社區	●		●	●		4. 統一超商 - 幸福好鄰居
產品	顧客健康與安全	PR：顧客的健康與安全 / 產品及服務標示	●		●	●	●	2. 統一超商 - 幸福商品與服務
	行銷與標示	PR：行銷與標示	●		●	●	●	2. 統一超商 - 幸福商品與服務
顧客	客戶關係管理	無 GRI 考量面與指標	●		●	●	●	2. 統一超商 - 幸福商品與服務

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

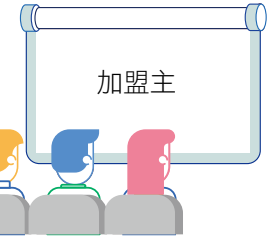



利害關係人溝通

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本公司的期許。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</p>	<p>公司治理 風險管理 營運與財務狀況 股利政策</p>	<p>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>
 <p>供應商</p>	<p>綠色採購 綠色產品 供應商管理 當地採購</p>	<p>定期廠商聯誼會 定期供應商大會 輔導 / 稽核管理</p>
 <p>顧客</p>	<p>產品健康與安全 產品與服務創新 服務品質 客戶隱私</p>	<p>聯合服務中心服務窗口 滿意度調查</p>
 <p>員工</p>	<p>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</p>	<p>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>



利害關係人	關注議題	溝通管道
 <p>加盟主</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
 <p>公益團體</p>	<p>社區關懷 公益與募款</p>	<p>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</p>
 <p>政府機關</p>	<p>產品健康與安全 法規符合性 公共政策參與</p>	<p>定期法規查核 配合相關制度推廣</p>
 <p>社區鄰里</p>	<p>節能減碳 社區關懷 法規符合性</p>	<p>好鄰居同樂會 每年 CSR 報告書 聯合服務中心</p>

01



統一超商 - 幸福企業



SDGs	SDGs 內容	2017 呼應 SDGs 之績效
------	---------	------------------



就業與經濟成長

8.2 透過多元化、科技升級與創新提高經濟體的產能，包括將焦點集中在高附加價值與勞動力密集的產業。

8.3 促進以開發為導向的政策，支援生產活動、就業創造、企業管理、創意與創新。

持續透過多元、科技及創新服務，創造更多的經濟利潤。2017 年營收達 144,479,880 仟元，營業毛利達 50,639,297 仟元，所得稅費用為 5,483,957 仟元，稅後淨利達 31,017,094 仟元；每股盈餘為 29.83 元；每股股利為 25 元，每股較前一年增加 17 元；股東權益報酬率達 78.3%。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。



責任消費與生產

12.6 鼓勵企業採取可永續發展的工商作法，尤其是大規模與跨國公司，並將永續性資訊納入他們的報告週期中。

12.8 在西元 2030 年以前，確保每個地方的人都有永續發展的有關資訊與意識，以及跟大自然和諧共處的生活方式。

統一超商結合綿密的門市網絡、完善的物流系統，積極強化數位平台應用服務。2017 年交貨便寄取貨件數超過 1.5 億件，為顧客提供安心、便利的配送服務；此外，ibon 機台持續升級，搭配 ibon APP 手機軟體等數位服務平台，並因應消費趨勢，與金融業者合作導入各種支付工具，提供消費者便利、省時的多元服務。



1

統一超商，幸福企業

1.1 公司規模與背景

自 1978 年成立以來，統一超商深耕台灣市場，矢志成為最卓越的零售業者，提供消費者生活上便利的服務，並善盡社會公民責任。「真誠、創新、共享」的企業文化，為所有利害關係人創造最大共同利益，促進社會安定與持續向上提升。我們以成為幸福企業為目標，積極將 CSR 內化到核心本業，以門市據點為實踐幸福的基地，希望能結合願景、治理、產品及服務，強化企業社會責任績效資訊溝通，統一超商不僅自身要做好，更將影響力延伸至價值鏈，帶領供應商、滿足顧客，將幸福傳遞至每一個人。

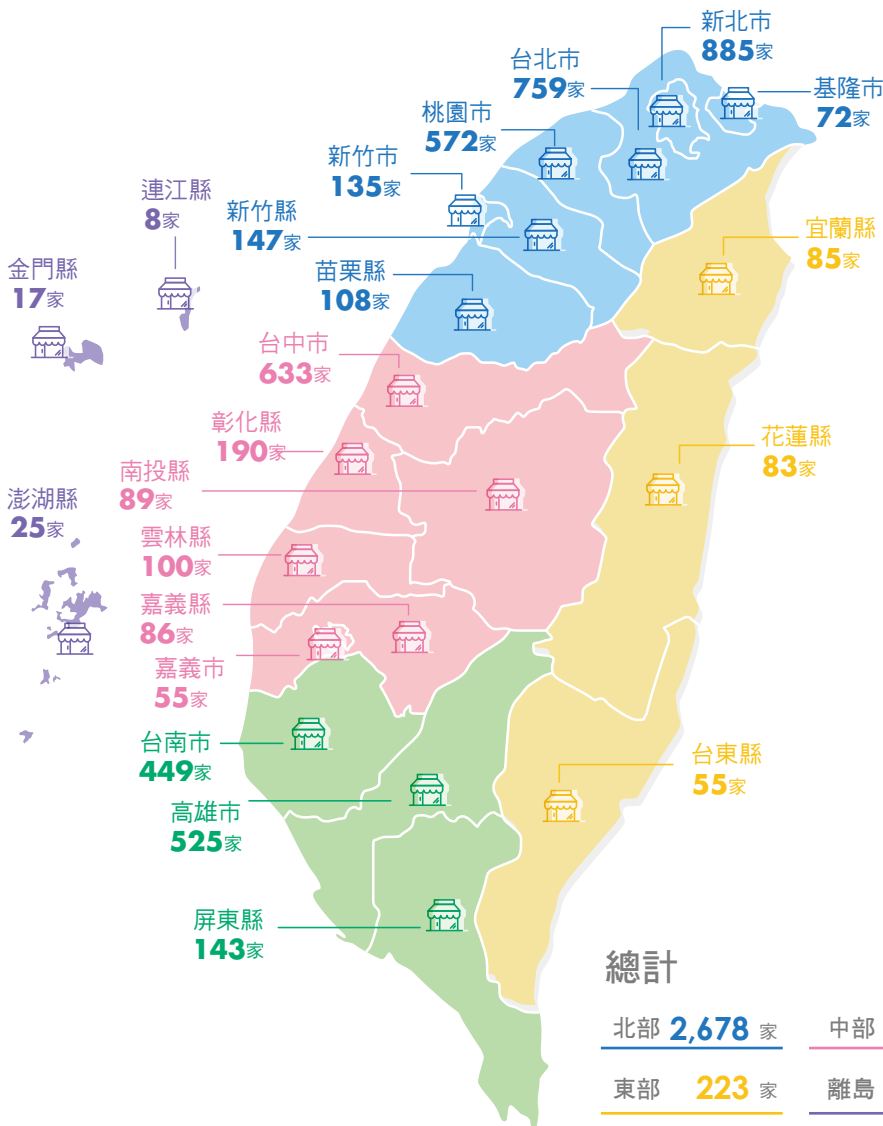
組織規模

公司全名	統一超商股份有限公司
員工人數	7,877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 千元
總店數	5,221家

截至 2017 年 12 月 31 日

幸福基地

統一超商展店密度高且擁有各種門市經營型態。從街道、社區開始佈點，繼而延伸到不同的空間領域，從都市到鄉村，從山上到海邊，從本島到離島，不論是學校、捷運站、火車站、高鐵站、醫院到購物中心，都能看到我們的身影，滿足消費者最即時、多元的需求。不斷洞察消費脈動，創新經營型態，以千變萬化的門市面貌，提供符合當地商圈的商品及服務，讓超商所在的地方，成為所有消費客層便利生活的中心，也帶動商圈的繁榮。






品牌管理與安心產品和創新服務

統一超商綿密的門市佈點，加上天天配送商品的物流體系、即時傳輸的情報資訊系統，由點串成線，由線佈成面，創造穩定且高效能的網絡平台，自成立以來，已經在消費者生活中扮演不可或缺的角色。

我們善於挖掘消費者潛在需求，從「便利」的核心概念出發，不論是首創 24 小時營業的購物型態、推出代收服務、ATM 提款機；或是深耕鮮食產業，推行自有品牌 (iseLect, UNIDESIGN, CITY CAFE)、國際採購與預購商品，充分展現超商強大的商品力，創造市場新典範。

為了提供消費者生活上全方位之便利、創造優質購物體驗，我們不斷創新，引進豐富多樣的產品、便利先進的服務、創造話題的行銷活動，屢屢改寫便利商店的定義，帶給消費者全新的感受。更善盡企業公民的責任，以永續經營的策略，營造企業與環境的友善關係。

未來我們將以價值、品質保證、優質服務、環境清潔 (V.Q.S.C.) 作為門市經營基礎，以結構性改變創造持續性成長，讓商品與服務成為消費者生活中的解方，我們有信心透過認真、誠實的經營，讓統一超商成為最令人安心滿意的企業品牌。

<p>品牌</p>	<p>iseLect. istyle 我的選擇，我的風格</p> 	<p>UNIDESIGN 關於生活。你值得更好的</p> 	<p>CITY CAFE 在城市，探索城事</p> 
<p>品牌故事</p>	<p>代表7-ELEVEN嚴選的商品，也代表消費者選擇喜歡的商品！</p> <p>每個人都有自己的風格，獨一無二，充滿品味的，iseLect能滿足消費者的各種生活型態，消費者可自由、隨心所欲選擇想要的，最好的，盡情展現自我，專屬你的生活style百種選 百種生活風格！這樣的品牌，就是iseLect！</p>	<p>UNIDESIGN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。一點一滴，細膩地豐了你的生活。讓小日子，過成好日子。</p>	<p>地是咖啡美味的關鍵，我們在意消費者手上的每一杯咖啡，從產地就堅持最好。我們認真對待每一杯咖啡，從咖啡樹上的一顆果實，經過精緻、烘焙、品評師杯測，以及門市的機器及人員，中間經過百次杯測與層層的品質把關，才能帶給消費者一杯『不簡單的CITY CAFE』。</p>
<p>產品</p>	<p>飲品 健康飲品 酒精飲品 限定商品</p> <p>補水專區 休閒食品 即時冷凍品 沖泡系列</p>	<p>服飾 日用品</p>	<p>咖啡滋味 城市特調 現萃茶</p>



門店經營	提昇顧客舒適、友善的購物空間為理念，除了持續推動大店格、特色店，提供消費者兼具體驗性、娛樂性及教育性的消費空間，並進一步以「未來生活型態」的概念，融合商圈特色，提供顧客多樣化的購物體驗。
食品安全	透過契作與產地管理、食材溯源機制與系統、供應商分級管理與實地評鑑制度、物流中心與門市端定期查核，以及原物料與商品不定期抽驗等作法，從產地到門市全流程把關，持續為消費者建立嚴謹的食品安全防護網。
商品特色	持續與日本廠商技術合作，推出多元、美味的鮮食產品，滿足消費者的需求；CITY CAFE持續優化咖啡品質及風味，CITY 現萃茶並首次導入珍珠飲品，帶動營業額持續成長；另外，統一超商精選日、韓等國際良品，自有品牌iseLect及UNIDESIGN與國內外知名大廠策略聯盟，以高質感的食飲商品及生活用品，滿足消費者追求品味與自我風格的生活態度。
數位平台	2017年交貨便寄取貨件數超過1.5億件，為顧客提供安心、便利的配送服務；此外，ibon機台持續升級，搭配ibon APP手機軟體等數位服務平台，並因應消費趨勢，與金融業者合作導入各種支付工具，提供消費者便利、省時的多元服務；而icash自2016年起陸續建構交通支付版圖，搭配OPENPOINT多元活動的推廣，逐步為消費者打造最便利的數位生活圈。

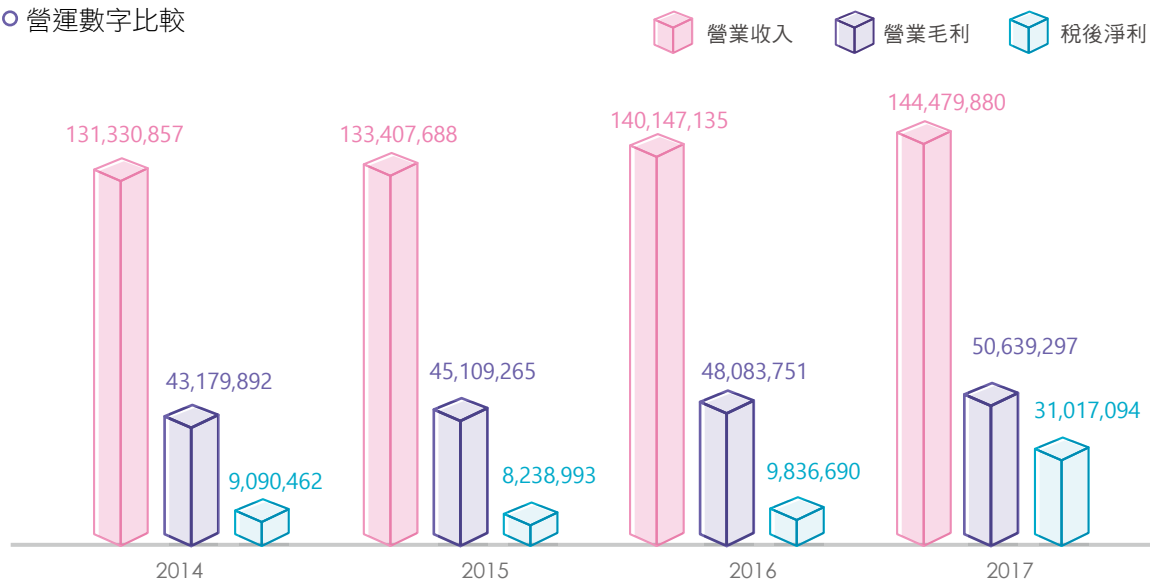
財務績效

2017 年全球經濟緩步復甦，國內則有勞動法規大幅調整，企業經營仍面臨嚴峻的挑戰。即使外在經營環境不穩定，統一超商秉持著成為顧客便利、安心、歡樂的商圈生活中心，持續提供消費者創新與便利的服務，使經營穩健成長，根據 SDGs 的就業與經濟成長目標，我們持續透過多元、科技及創新服務，創造更多的經濟利潤。

2017 年營收達 144,479,880 仟元，營業毛利達 50,639,297 仟元，所得稅費用為 5,483,957 仟元，稅後淨利達 31,017,094 仟元；每股盈餘為 29.83 元；每股股利為 25 元，每股較前一年增加 17 元；股東權益報酬率達 78.3%。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。2017 年詳細營運財務績效請於公開資訊觀測站參閱本公司合併及個體財務報告。

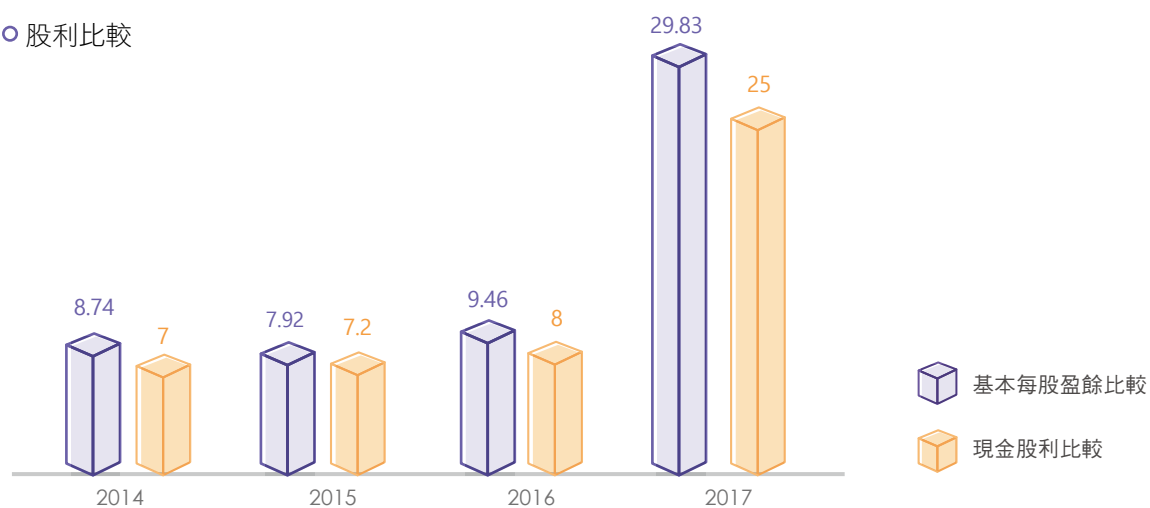
為與投資人保持良好溝通，2017 年自辦與參加券商所舉辦的海內外法人說明會共 5 場；一對一的投資人會議共 144 場，期望讓投資人了解統一超商的未來營運方向與展望。

○ 營運數字比較

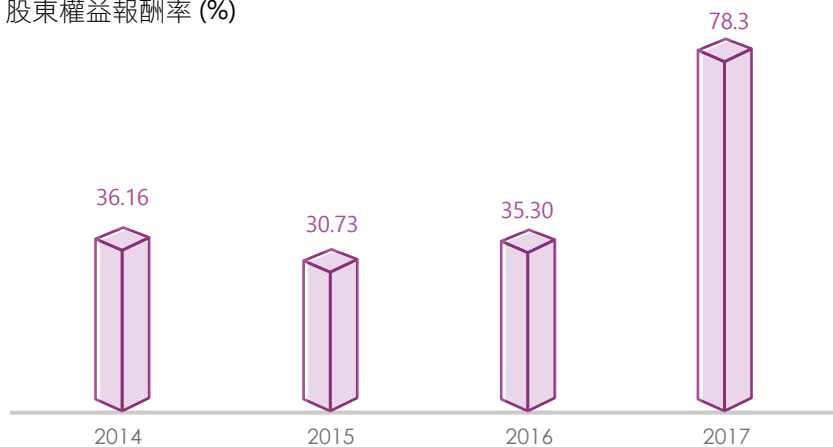


註：本公司自 2014 年起採用 2013 年版 IFRS，故追溯調整 2014 年受影響之項目。

○ 股利比較



○ 股東權益報酬率 (%)










註：2017 年星巴克交易案一次性影響數為 204.35 億，若排除星案相關影響數，則個體稅後淨利較去年同期成長 7.57%；每股盈餘增加 0.72 元；股東權益報酬率為 36%。



支持國際倡議與參與公協會組織

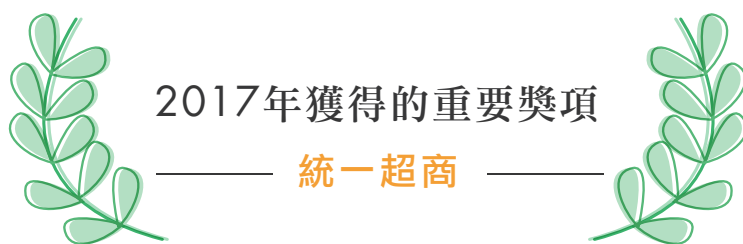
統一超商積極參與產業公會活動，針對本業我們最重視之兩大議題分別為「食品安全」與「企業永續」。在食品安全方面，我們擔任中華鮮食發展協會之理事長，並捐助新台幣 500 萬元作為協會營運經費，協會主要任務為 1. 建構供應鏈管理平台、2. 原物料開發暨品質管控（標準化 / 規格化 / 品質及源頭管理）、3.(新) 製程 / 設備 / 技術評估及導入、4. 對外溝通（政府單位 / 研究單位溝通）。而在企業永續方面，我們也參與中華民國企業永續發展協會，並提供 12 萬元捐款。藉由各產業公會定期或不定期會議，與產業會員緊密性溝通，充分合作與發揮同業交流。

參與之公協會組織名單	參與身分	關注議題	捐款金額
中華鮮食發展協會	 理事長	食品安全	5,000,000 元 / 年
中華民國企業永續發展協會	 監事	企業永續	120,000 元 / 年
中華民國國際行銷傳播經理人協會	 會員	企業永續	15,000 元 / 年
台北市百貨商業同業公會	 會員		4,500 元 / 半年
中華民國工商協進會	 會員		20,000 元 / 年
台灣服務業聯盟協會	 理事		5,000 元 / 年
台灣連鎖暨加盟協會	 理事		30,000 元 / 年
中華民國無店面零售商業同業公會	 理事、監事		20,000 元 / 年
零耗能建築技術發展聯盟	 會員		永續環境

(註) 該聯盟前兩年有收取會費每年一萬元，但後來聯盟盈餘充足就無額外收取會費。

■ 外界肯定

統一超商長期以來一直維持正向、熱情、有活力的品牌形象，我們連續三年名列公司治理評鑑前 5% 排名，並入選 MSCI 全球永續指數、FTSE4Good 新興市場永續指數、台灣永續指數成分股。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，2017 年獲得的重要獎項如下：



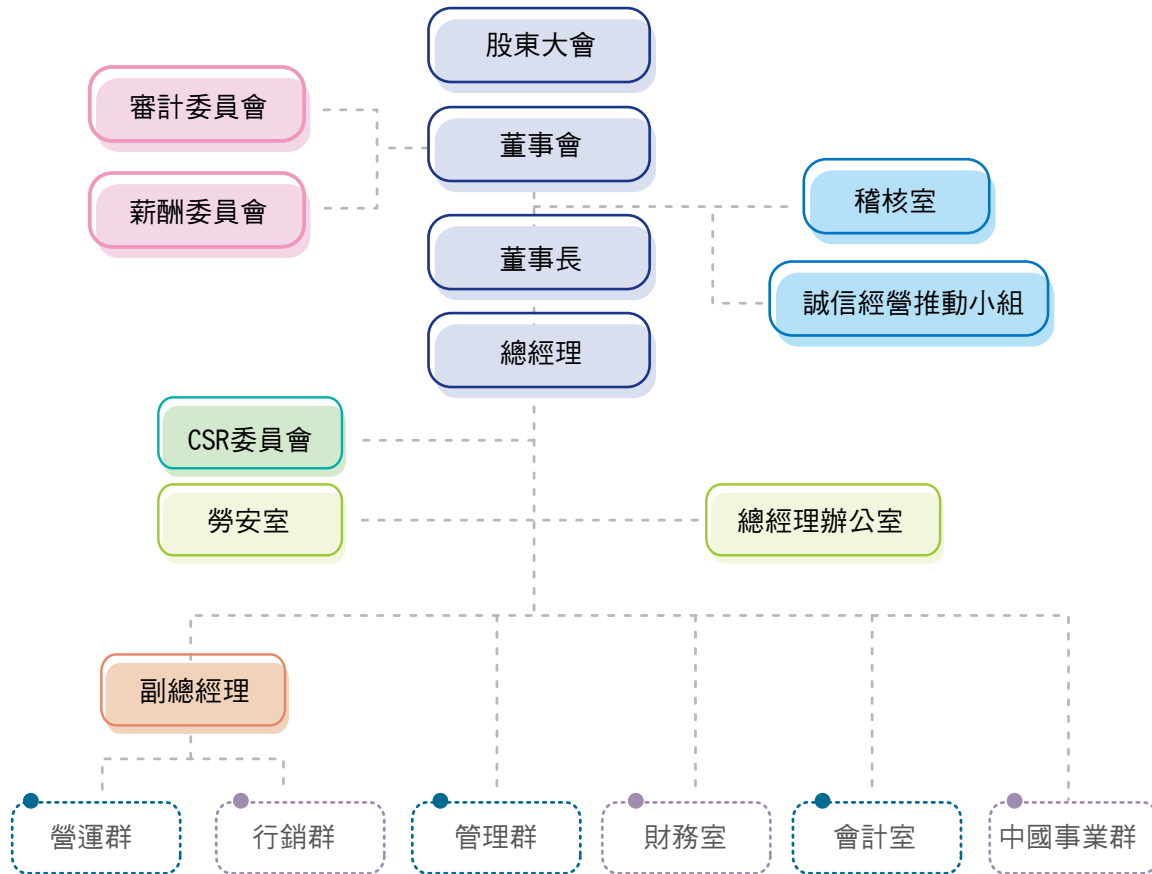
- 🏆 《富比士》全球企業2000強，第1647名
- 🏆 「第三屆公司治理評鑑系統」評鑑成績前5%
- 🏆 台灣公司治理指數100之成分股
- 🏆 入選FTSE4Good Emerging Index成分股
- 🏆 入選MSCI全球永續指數成分股
- 🏆 《天下雜誌》「天下金牌服務業調查」榮獲行業之榜首、大型企業組「CSR企業公民獎」
- 🏆 《壹週刊》「服務第壹大獎」獲得行業類別金獎
- 🏆 《商業週刊》台灣百大影響力品牌調查「零售」第一名
- 🏆 台北市政府表揚「2017年度績優綠色採購企業」
- 🏆 《數位時代》2017 Future Commerce Award 創新商務獎-最佳產品創新 銀獎
- 🏆 ibon平台與ibon APP獲艾奇獎-商業模式創新獎「實體經濟－消費級金獎」
- 🏆 獲TCSA企業永續報告獎 金獎





1.2 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，建立良好的董事會治理制度、健全監督功能及強化管理機制。



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 59 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 2017 年度年報第 15 至 20 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。本公司於 2017 年及截至 2018 年 2 月底 (2016 年年報刊印日前) 已召開 9 次董事會，董事平均出席率為 96.6%。

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。本公司於 2017 年及截至 2018 年 2 月底 (2016 年年報出刊日前) 已召開 8 次審計委員會，審委會委員實際出席率為 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。本公司於 2017 年及截至 2018 年 2 月底 (2016 年年報出刊日前) 已召開 3 次薪酬委員會，薪委會委員實際出席率為 100%。

誠信經營

廉潔、透明及負責為公司的經營理念，順應世界趨勢及法令要求，2015 年統一超商設置「誠信經營推動小組」，隸屬於董事會，負責制訂誠信經營政策、形塑企業文化及建立良好之風險控管機制，以健全企業之永續經營及發展。「誠信經營推動小組」透過制訂「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」，強化員工意識，同時內部訂有品德管理通報，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。推動小組定期向董事會報告整體推動情形。

對於內部的誠信經營，編制誠信經營線上課程，截至 2017 年 12 月 31 日，後勤全員及門市店經理完訓比率為 100%。而 2017 年誠信經營推動主軸，主要以先聚焦營運重大、執行層面廣的法遵議題，如公平交易法與勞動法令。

針對外部推廣誠信經營方面，建立正面防範機制，主動表明公司誠信經營立場，為確保商業活動的交易清廉，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。2017 年度供應商合約共 964 件、採購制式合約 278 件，誠信經營條款及企業社會責任相關條款 100% 完成簽署，落實企業核心價值。



除落實企業核心價值誠信經營，亦做到資訊充分揭露，於每年 5 月在官網以及年報揭露誠信經營推動情況，2017 年 1~12 月累計利害關係人諮詢反映件數總計 1,361 件，以聯合服務中心綜合事務諮詢反映事項最多，再來為員工及加盟發展之利害關係人反映事項次之。

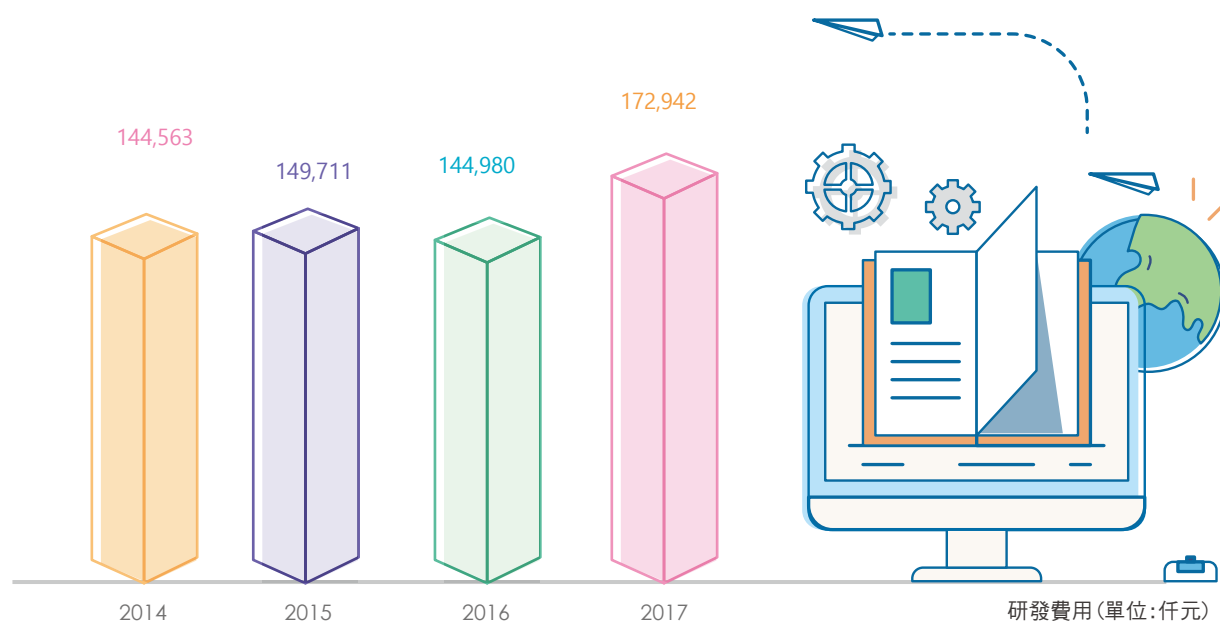
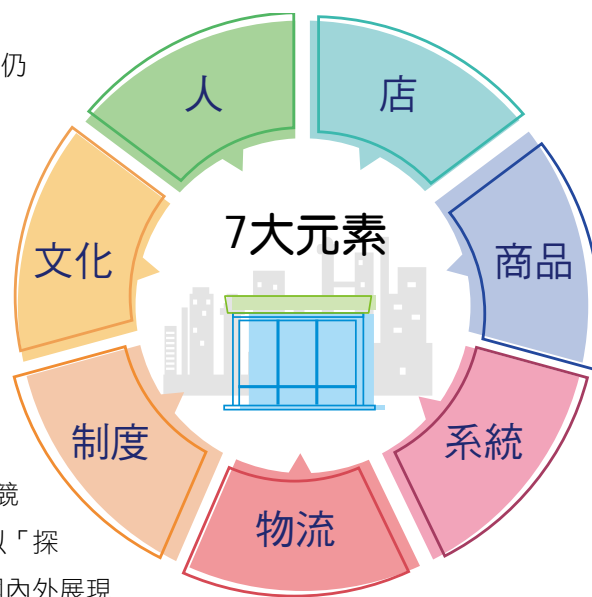
為鼓勵員工與管理階層直接進行溝通，除設立聯合服務中心、Email 信箱及官網之利害關係人專區協助解答員工問題外，更於內部設立提案制度，即時與員工互動，讓員工充分反應對公司經營之意見，並設立內部溝通平台，即時將各項訊息發佈傳遞給所有員工。本公司之稽核室及聯合服務中心皆設有專線，並於官網設有利害關係人專區，作為利害關係人檢舉管道。此外，我們設置完善的系統及機制，以確保利害關係人回饋意見之確實處理。當利害關係人透過利害關係人專區之專屬 e-mail 提出意見時，該訊息會透過系統傳送至對應之專責窗口，專責窗口並需在指定時間內回報處理進度，公司並於每月定期進行收件數與處理進度之彙整統計與追蹤。



1.3 營運策略與管理

雖然 2017 年台灣整體經營環境具挑戰性，但統一超商仍堅持以人、店、商品、系統、物流、制度、文化為基礎，不斷超越過去、超越競爭，再度創下營運高峰。除持續進入新區域展店，強化鮮食、現煮咖啡「City Blends」結構、導入數位服務，像是推出具儲值、支付、累兌點功能的電子錢包，帶給當地民眾最便利的體驗。

統一超商結合多項創新的商品與服務，持續深耕，更積極展現科技創新力，以因應日新月異的消費型態及競爭模式。在 2018 年初便發表「X-STORE」未來超商，以「探索、體驗、超越」為三大概念，智慧零售為基礎，向國內外展現台灣便利商店的科技運用實力，以實現人類未來幸福便利生活。2017 年投入相關之開發及研發費用達新台幣 172,942 仟元。



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。企業社會責任不僅是企業發展的方向，更是企業營運的價值，統一超商持續融合幸福企業、共好社會、永續地球的理念，透過對夥伴的重視、門市的開展、創新的商品與服務，對企業及社會產生正向循環。

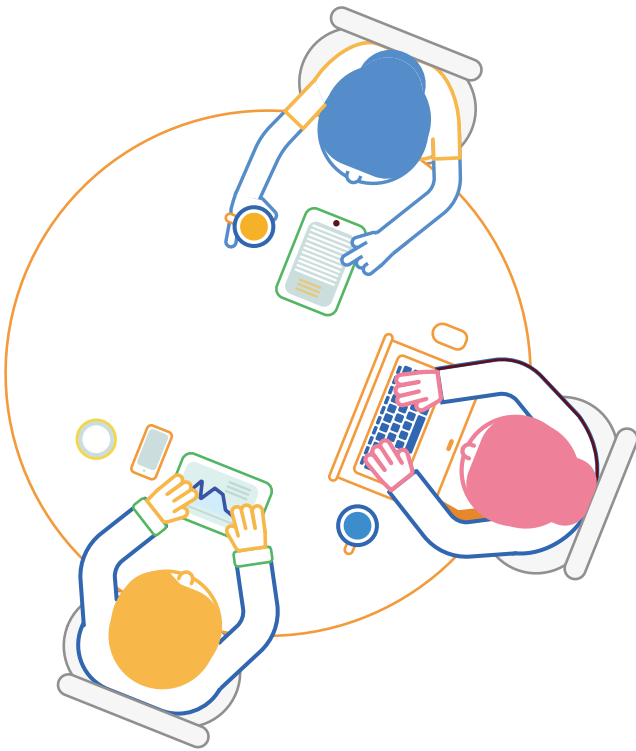
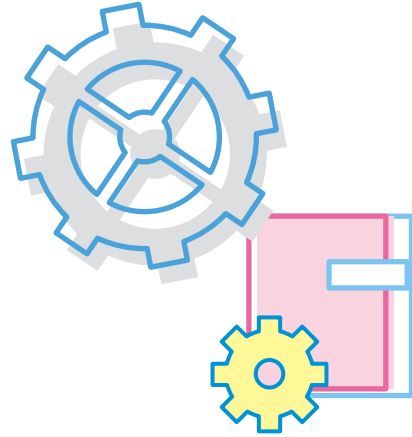


長、短期業務發展計劃

01

短期業務發展計劃

- 1 持續商圈整合，建立大店格競爭利基。
- 2 強化單店自主，創造差異化經營優勢。
- 3 擴大虛實整合，掌握服務性虛擬商機。
- 4 優化經營基礎，奠定中長期發展實力。



02

長期業務發展計劃

- 1 優化加盟制度，共創加盟雙贏。
- 2 貫徹價值行銷，提昇消費體驗。
- 3 落實精實營運，充分利用資源。
- 4 整合集團資源，追求穩健獲利。
- 5 積極培育人才，確保永續經營。

風險管理

我們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：

風險類型	風險管理執行說明	權責單位
策略營運風險	<p>1. 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。</p> <p>2. 本公司將食品安全風險與加盟秩序的維護列為中長期關注之議題，由於食品安全風險的存在可能衝擊公司形象，且影響公司營收與獲利的表現，因此建立商品安全全流程控管機制，以及強化供應鏈之管理，為本公司長期努力的方向；而為了門市單店持續成長以及本公司整體營運的穩定，持續優化加盟制度，提升加盟主報酬，維護穩定的加盟秩序，亦為本公司相關因應措施。</p>	總經理辦公室 / 行銷群 / 營運群
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。新增風險評估制度，以客觀數據檢視法規風險，以利改善與追蹤。	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

統一超商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，成為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，體認有義務辨識氣候風險及因應氣候變遷為全球帶來的衝擊。因此，統一超商自 2005 年起便開始以溫室氣體盤查議定書 (GHG Protocol) 作為標準進行溫室氣體盤查，藉由了解組織運作的排放情形尋求適當的減量機會。除排放量盤查外，積極推動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方案，朝低碳企業方向努力，相關 KPI 與執行成果請詳環境章節。



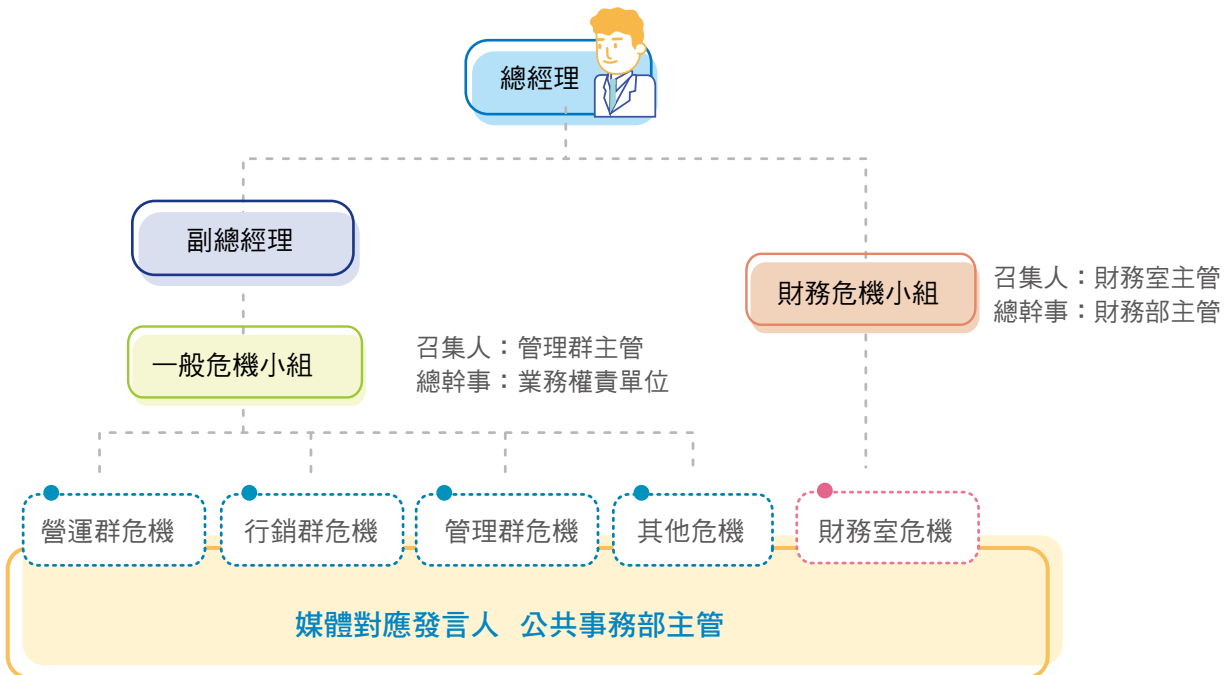
危機應變管理

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，建立跨部門的「危機專案小組」，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



02



統一超商 - 幸福商品與服務



2018 KPI

- 年度商品安全管理投入費用超過**40,000**仟元
- 2018年前完成PB/PL食品類商品式樣書於MAS系統建檔完成比率為**100%**
- PB原物料供應商實地評鑑完成率**80%**
- 自有商品代工廠實地評鑑完成率**100%**
- 自有商品食品類國內代工廠(不含直接交易原料供應商及蛋品供應商) **100%**
取得國際/國內食品安全管理系統認證 (ISO22000/
FSSC22000...)
- 不可販售菸酒類產品予未滿18 歲青少年之商品系統警語系統上線率**100%**。
- 販售菸酒類產品予未滿18 歲青少年查核門市及格率**100%**。

2017 KPI

- 年度商品安全管理投入費用超過**40,000**仟元

達成情形

超標
131,034
仟元

2016 KPI

- 年度商品檢驗投入費用超過**39,000**仟元

達成情形

超標
42,300
仟元



SDGs	SDGs 內容	2017 呼應 SDGs 之績效
 <p>消除飢餓</p>	<p>(2.1) 在西元 2030 年前，消除飢餓，確保所有的人，尤其是貧窮與弱勢族群（包括嬰兒），都能夠終年取得安全、營養且足夠的糧食。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 統一超商極度重視食安問題，如同我們的食安政策「聚焦經營、溯源管理、贏得消費者信任」。為提升食品安全管理，2012 年成立品檢實驗室，於商品上架前，進行商品及原物料的抽驗，確保商品安全無虞後始可上架。2017 年度商品安全管理投入費用為 131,034 仟元。 與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫（原物料暨品保管理系統，Material and Quality Assurance System, 簡稱 MAS），針對商品原料與供應商，進行溯源管理。透過 MAS 系統中建立商品仕様書，載明自有商品食品類產品之原物料與供應商來源。截至 2017 年底自有商品食品類產品之商品仕様書於 MAS 系統建檔完成比率為 86%。 門市一次性用品類國內供應商實地評鑑完成率為 100% 自有商品食品類供應商實地評鑑完成率為 100%
 <p>健康與福祉</p>	<p>(3.5) 強化物質濫用的預防與治療，包括麻醉藥品濫用以及酗酒</p>	<p>不可販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年之商品系統警語系統上線率 100%</p>
	<p>(3.a) 強化煙草管制架構公約在所有國家的實施與落實</p>	<p>販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年查核門市及格率 100%</p>

統一超商代表著「多功能」、「全方位」、「便利」、「物盡其全」、「無所不在」；從 70 年代起，我們就扮演著深入大街小巷柑仔店「社區好鄰居」的角色，參與著社會大眾的日常生活作息。全台 5,200 多家門市，不論是在繁華的都市還是偏遠鄉村，都可以見到超商的身影。我們知道身為「社區的好鄰居」，不僅要提供高品質、高便利性及價格合理的商品，亦需提供休憩及互相交流的舒適空間，讓來店的消費者都可以感受到我們的用心，用熱情服務的心打造的「社區好鄰居」，提供高 CP 值商品與服務，營造專屬統一超商的幸福感！

透過持續強化我們的商品，像是在鮮食類別以製程革新、外部技術合作及導入新結構，不斷開發差異化商品，我們也以自有品牌 iseLect 及 UNIDESIGN，不斷攜手國內外大廠，量身客製獨家商品，為消費者帶來更多 MIT 的優質商品。

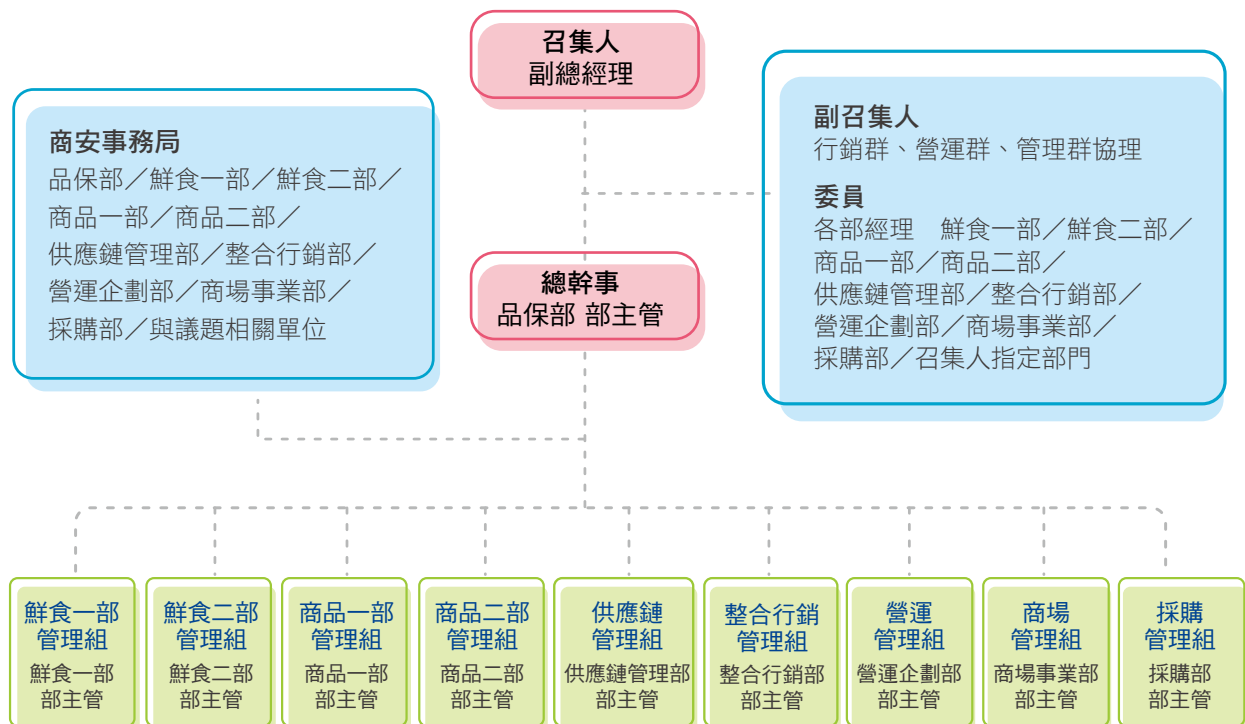
2.1 幸福的源頭 - 商品安全管理

統一超商極度重視食安問題，如同我們的食安政策「聚焦經營、溯源管理、贏得消費者信任」。做好食品安全是我們的良心與責任，為達到食品安全全面把關，成立商品安全委員會、建立商品安全內部監督機制、提升品檢實驗室檢測能力等。為提升食品安全管理，2017 年度累積投入經費高達 131,034 仟元。

商品安全委員會

「商品安全委員會」由副總經理擔任召集人，行銷群協理、營運群協理及管理群主管擔任副召集人，品保部主管擔任總幹事，另設商安事務局負責整合彙集商品安全相關議題，底下設 9 個執行小組，由各部門主管擔任小組長。2017 年 6 月因應食安監測計畫一併修訂組織架構，將採購部納入商安委員會組織。

「商品安全委員會」從安全與品質角度出發，針對統一超商自有商品建立系統性管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。2017 年共召開三次會議，討論內容包括政府法規鑑別、代工廠與供應商評鑑缺失、商品安全訊息、食品安全監測計畫及其執行進度等。



註：此為 2017 年 6 月更新修訂組織架構



2

統一超商，幸福商品與服務

商品安全訊息

統一超商為管理商品風險，確保上架安全無虞，制定「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，持續蒐集超商架上產品安全相關訊息，並建立追蹤程序，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%。2017 年商品安全訊息 922 件，包括 A 級 7 件、B 級 733 件及 L 級 182 件。



A 級訊息 與統一超商及其轉投資事業直接相關之商品安全訊息



B 級訊息 其它商品安全訊息並供相關單位參考



L 級訊息(註) 法規相關訊息

註：2017/11 將原分類於法規相關訊息之代號 C 以代號 L 取而代代之。

溯源管理

經過近年幾次食安事件後，政府於食品安全方面的把關投入了相當的心力，並作出許多因應措施，除了修法加重刑責、罰則之外，也推出許多追蹤追溯的強制措施。統一超商雖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，但為加強自有商品安全控管，我們仍與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫（原物料暨品保管理系統，Material and Quality Assurance System, 簡稱 MAS），針對商品原料與供應商，進行溯源管理。透過 MAS 系統中建立商品仕様書，載明自有商品食品類產品之原物料與供應商來源。截至 2017 年底自有商品食品類產品之商品仕様書於 MAS 系統建檔完成比率為 86%。

2017 年 9 月進行 MAS 系統優化，開始導入商品仕様書連結原物料作業，以線上管理方式取代舊有的紙本，透過電子檔、伺服器的集中管理，使各部門使用者可在同一時間個別做查詢、維護、建置此套系統，以對所用之原物料做好全面把關。

品檢實驗室

統一超商 2012 年成立品檢實驗室，於商品上架前，進行商品及原物料的抽驗，抽驗的項目包含動物用藥殘留、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，確保商品安全無虞後始可上架。我們的品檢實驗室針對食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目取得證書，該證書於 2014 年首度取得，並於 2017 年 5 月獲得展延評鑑通過有效期限至 2020 年，截至 2017 年底品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議所建立之檢驗項數為 580 項。而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 137 項。



財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目

ISO/IEC 17025:2005 驗證範圍微生物 4 項

衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目

硝基呋喃代謝物 4 項

氯黴素類抗生素 4 項

多重殘留分析 (二) 48 項

微生物類 4 項

著色劑 8 項

赭麴毒素 A 1 項

棒麴毒素 1 項

2017 年商品與原物料共檢測 983 項，通過檢驗合格為 963 項，合格率 98.0%。若有不合格之原物料，會要求供應商找出原因進行改善，若有不合格之商品，會將同批號的商品下架或加強後續的委外檢驗，確保我們販售之商品皆安全無虞。品檢實驗室產生費用總計新台幣 27,751 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 5,947 仟元 (註)，佔個體營業收入 0.019 %。年度商品安全管理投入費用為 131,034 仟元，超過 2017 年 KPI 設定 40,000 仟元。

註：品檢實驗室產生費用包含：檢驗、薪資、折舊、租金、設備修理、雜項購置等費用。

內部舉報制度

「自有商品安全維護辦法」主要目的為建立商品內部監督機制，透過後勤、直營店門市人員與加盟主，反應統一超商自有品牌商品廣告、標示、成份上任何疑慮，反映之問題經商品安全委員會確認屬實，依商品安全事件風險分級，給予不同額度獎金。2017 年內部反映事件共計 2 件，共核發獎金 2,000 元。

1
級風險

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。



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。

2
級風險

3
級風險

- 合法成份但超標或添至不應使用之商品。
- 成份摻假。



標示、廣告不實或不完整。

4
級風險

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。





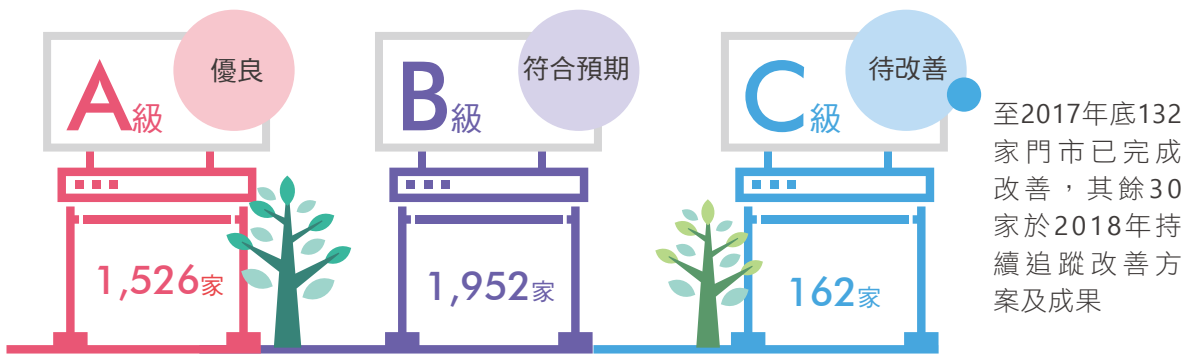
初次物流

為讓消費者在超商門市買的放心，用的安心，我們與物流公司共同合作，導入初次物流及門市商品管理與服務查核，達到商品從上到下的完整控管，確保商品從運送、儲存及展示過程中保持高品質。

物流過程中，溫度、人員、衛生會直接影響到商品的品質。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上游推到供應商接貨端，建立全流程品質控管。2017 年初次運輸導入達 100% 的產品包含速食（米食 / 麵食 / 沙拉）、米飯、調理麵包、香蕉及生鮮蔬菜（除玉米棒及筍類）。

門市查核

為確保門市提供消費者優質的消費經驗，統一超商每年針對直營及加盟主門市進行優質服務評核，從基本服務、專業服務、環境舒適及應對合宜四個面向，評核結果分成 A, B, C 三個評等。2017 年共稽查 3,640 家門市，獲得 A 級共 1,526 家門市，評核結果 C 級的門市，由營運幹部到店進行輔導，並召開門市會議研擬改善方案及成果追蹤。



此外亦透過管理顧問公司，針對門市商品效期管理及品保作業查核。2017 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.2%(註)。2017 年共計查核 22394 店次，共 21809 店次通過檢查，合格率 97.4%。

註：少數門市係因 2017 年初關店或 2017 年末開店，故未於 2017 年受稽核。

除上述門市查核外，為提升整體人員品保素質，統一超商持續對於新進及既有門市人員進行品保教育訓練，2017 年共 23,488 人次參加訓練。自 2016 年 7 月起，統一超商亦委託管理顧問公司對門市品保訓練認證情形做稽核，2017 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.6%(註)。不合格店數共 55 家，針對不合格店於次月進行複查。除 2 個門市因近一次查核，未出示完整的資料，導致異常，將由區顧問輔導後，再請首阜複查，其餘門市人員皆已複查合格，完成「品保與誠信經營認證」。

註：少數門市係因 2017 年末開店，故未於 2017 年受稽核。

2.2 幸福的傳遞 - 優質服務與品質保障

統一超商重視消費者權益，從商品包裝提供完整的商品資訊供消費者商品選擇時的參考，到商品售出後給予消費者提出建議及反應相關問題的管道。此外對於銷售行為中可能取得消費者的個人資料，也加以保護。

除保障消費者權益，我們亦期許提供優質、貼心、貼切的商品與服務。2015年5月我們透過 icash 卡 Open Point 會員資料庫建置客戶關係管理 (Customer Relationship Management, 簡稱 CRM) 系統。透過 CRM 系統，可依銷售商品分析會員屬性 (包含：性別、地區、職業及年齡層等)，分析商品搭配組合 (通常哪些商品會一起被購買 (例：豆漿與香蕉))，以及分析新商品要上市的商品力、新商品可以推銷給哪些消費者、哪些族群對品牌忠誠度較高等。舉例來說，我們就曾經透過 CRM 系統，做過指定麵包與 CITY CAFE 的合買分析。透過數據分析，可以了解不同組合商品的合買率及合買指數，藉此了解指定麵包與 CITY CAFE 合買關聯性及咖啡為指定麵包帶來的連帶購買影響力。

截至 2017 年 12 月 31 日 OPENPOINT 註冊的 VIP 會員共 115 萬人，透過這龐大的會員資料庫，每年可進行各式專案分析調查；自 CRM 系統於 2014 年 9 月正式啟動後至 2017 年底，透過系統進行分析調查的專案數逾 30 件，透過這些數據分析，幫助我們為消費者提供更優質的服務及商品，成為社會大眾的好鄰居。2018 年起，統一超商將結合大數據分析，更精化 CRM 系統之運用，做更完整的顧客消費行為與成效追蹤。

2.3 幸福的維持 - 永續供應鏈管理

截至 2017 年 12 月 31 日，統一超商全台超過 5,200 家門市，這代表著消費者對於我們努力創造提供幸福商品與服務「當地社區」好鄰居的肯定，同時也代表著統一超商更大的責任，為了給消費者安心、安全、衛生的商品，我們以嚴格的標準檢視原料源頭、供應商、物流配送到門市管理。

供應商

供應商分成非自有商品供應、自有商品¹代工 (包括自有品牌 (Private Brand, 簡稱 PB) 及自有標籤 (Private Label, 簡稱 PL)) 以及其他三個類別。

統一超商 PB 自 1980 年代起，從自助區的茶葉蛋開始發展；後期發展乃追求與其他通路的差異化。其中鮮食類均屬 PB，有鑑於台灣社會三餐外食、飲用咖啡、生活品質提升 (對食品新鮮度要求提升) 等趨勢，再搭配市場調查、消費者訪談與回饋、銷售數據分析與鄰近市場 (日本) 的趨勢研究，統一超商的鮮食發展策略以完整化商品結構，包含商品多樣性、搭配性、符合消費者餐飲需求與營養攝取完整性，追求與其他通路的差異化。新商品會透過試賣確認消費者對新商品的接受度；推出搭配組合時，會考慮消費者的用餐行為模式或參考流行趨勢 (如午餐配水果、飲料)。另我們亦會配合地方衛生局提升兒童飲食健康的計畫，由營養師到門市挑選搭配健康餐飲組合。

¹ 統一超商鮮食部、商品部、與策略聯盟廠商合作開發，並在商品上掛上統一超商自有標籤的專用和獨家商品 (不含 OPEN... 等授權商品)。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。



統一超商透過供應商的合作與管理，確保消費者生活的健康及安全。本公司的供應商，需要與我們有同樣的品質信念，並認同做好自主管理的重要性。因產業特性，我們本身無製造廠房，自有商品委託代工廠直接製造，對供應商訂有「統一超商自有品牌商品供應商行為準則」。另亦對於代工廠統一超商訂定「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」，對於直接交易原物料供應商訂定「原物料供應商及原物料管理辦法」，對於蛋品供應商訂定「業務用蛋品原料之管理作業辦法」進行定期評鑑管理；自有商品評鑑包含新供應商與既有供應商，對於食品類自有商品供應商（包含代工廠、直接交易原物料供應商及蛋品供應商）評鑑的項目如「供應商評鑑項目及配分」，透過完整項目的檢視，確保商品的安全以及組織運作的良好管理。評鑑的結果依照分數分成 A、B、C、D 四個評級，食品類代工廠合格標準為 B 級以上，直接交易原物料、蛋品供應商合格標準為 C 級以上，自有商品供應商評鑑的評級如下表所示。

統一超商自有品牌商品供應商行為準則：

- 1 供應商應對其聘僱之勞工不得有違反法令之情事並提供平等的就業機會，如有僱用身心障礙者或「庇護性就業之身心障礙者」，其勞動權益相關規定應符合法令規範。
- 2 供應商所提供之原料或商品或服務，除應符合當時科技水準合理之期待外，並秉持環境保護理念、符合食品安全及相關法令之規範，使地球資源能永續利用。
- 3 供應商及統一超商和其成員不得發生任何有形或無形之不正利益行為。

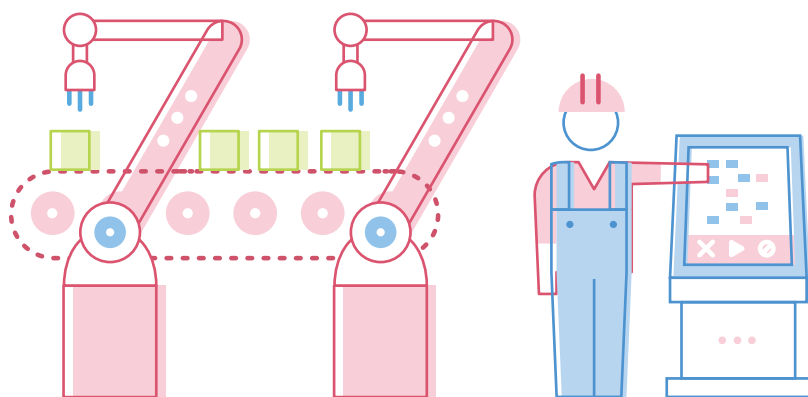
除訂定「統一超商自有品牌商品供應商行為準則」及「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」、「原物料供應商及原物料管理辦法」、「業務用蛋品原料之管理作業辦法」，我們要求所有供應商均須簽署「誠信經營及企業社會責任協議書」；若有不願意簽署的廠商，會先瞭解廠商是否已有相關的自身規範，若無相關規範，則與廠商進行溝通，要求對方承諾部分重要事項；溝通無效但又必須採購時，則要求廠商簽署「誠信清廉切結書」。「誠信經營及企業社會責任協議書」之「誠信經營條款」部分，要求供應商不得涉及不正利益，包含但不限於賄賂、餽贈等。「社會責任條款」部分，要求供應商應保障勞工權力、不得歧視與並確保平等就業，提供的產品與服務應符合環保與食品安全法令，並盡力減少對人類健康與環境的不利影響。

供應商評鑑結果分級標準：

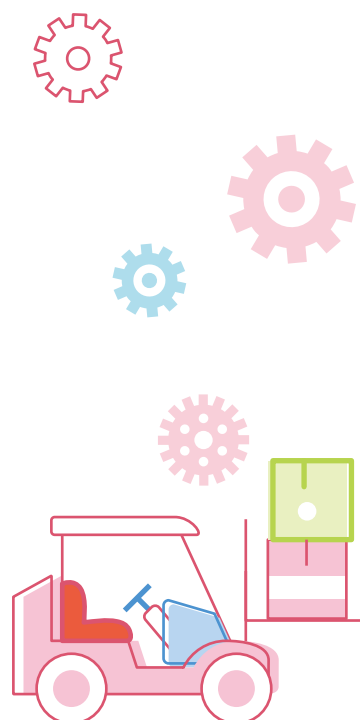
評級	分級說明
A	90 分 (含) 以上
B	80~89 分
C	70~79 分
D	69 分 (含) 以下

供應商評鑑項目及配分





1. 代工廠



項次	評鑑項目	配分
1	管理及法規	7.1%
2	危害分析重要管制點食品安全系統	4.5%
3	流程產品管制	19.6%
4	不符合產品管制與追溯	3.6%
5	環境衛生	8.9%
6	工作人員健康與衛生	8.9%
7	設施及設備	18.8%
8	病媒管制	5.4%
9	食品安全緊急狀況處理	7.1%
10	檢驗與量測	6.3%
11	倉儲與運輸	9.8%
12	社會責任	必要條件，不計分



除上述，若為新供應商，還必須符合下列要求：

	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 品質認證	有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000 等品質認證為優先考量。
	3 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。
	4 原料可追溯性	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。



2. 直接交易原物料供應商

(1) 工廠型

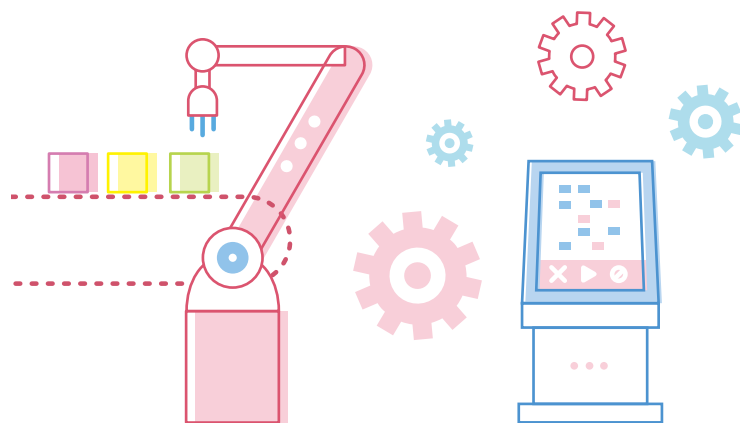
項次	評鑑項目	配分
1	廠房設施與環境衛生管理	19.0%
2	作業人員衛生管理	8.0%
3	製程管制	15.0%
4	品質管制	27.0%
5	原物料管制	14.0%
6	儲存與運輸管制	7.0%
7	客訴及持續改善	5.0%
8	建立環保防治相關規範	5.0%
9	供貨能力評估	不計分

(2) 貿易商型

項次	評鑑項目	配分
1	廠區環境衛生管理	18.0%
2	作業人員衛生管理	5.0%
3	製程管制	6.0%
4	品質管制	29.0%
5	原物料(產品)管制	17.0%
6	產品之儲存與運輸管制	12.0%
7	客訴	8.0%
8	環保	5.0%
9	品質與供貨能力	不計分

(3) 原物料初級農畜產

項次	評鑑項目	配分
1	原物料管制	30.0%
2	品質與供貨能力	10.0%
3	工廠清潔衛生	30.0%
4	製程管制	30.0%



2

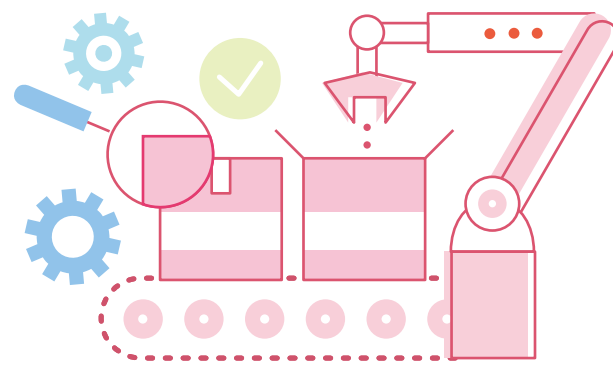
統一超商，幸福商品與服務

除上述，若為新供應商，還必須符合下列要求：




	1 合法條件	商業登記證、工廠登記證等合法文件。
	2 品質認證	有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000... 等認證為佳。
	3 評估文件	新原物料引進應提供原物料溯源文件及風險評估。

(4) 蛋品供應商

項次	評鑑項目	配分
1	廠區環境	2.2%
2	廠房設施	33.2%
3	設備及包裝材料	13.3%
4	製程管理	8.9%
5	品質管理	6.6%
6	衛生管理	6.6%
7	運輸管理	4.4%
8	產品抽樣結果	2.2%
9	原料及產品查核	8.9%
10	風險管理	13.7%



除上述，若為新供應商，還必須符合下列要求：

	1 品質認證	洗選廠原料蛋來源應由台灣優良農產品協會（以下簡稱 CAS）認可契約牧場提供，其洗選廠亦須通過 CAS 評鑑合格並具備資格（如該產品證書）。
	2 包裝標示合規	蛋品包裝標示應符合國家法規及 CAS 優良農產品蛋品項目驗證基準，如品名、製造業者與經銷商的名號、地址及電話等。
	3 檢驗合格	蛋品經國家公告方法檢驗合格，檢驗項目為沙門氏菌、動物用藥 48 項、抗生素類 - 四環黴素、抗生素及其代謝物、氯黴素類。

另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。於 2017 年期間，自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商）家數為 51 家，以供應商之工廠統計，共有 95 個工廠；其中自有商品食品類國內代工廠數為 62 個代工廠，全數均取得國際食品安全管理系統認證（ISO22000 或 FSSC22000）。

代工廠實地評鑑頻率

為評估食品類代工廠風險，統一超商訂定食品類代工廠風險分級評估指引，作為風險評估依據，並依其指引完成 2016 年 64 家自有商品食品類代工廠之風險分級，作為 2017 年度代工廠實地評鑑頻率參考依據，並自 2017 年 1 月 1 日起執行。

風險分級係依據指引中所列之指標分別計算出 PB、PL 代工廠每年度（1 月～12 月）各綜合風險值。基礎風險值 + 加權風險值 + 重大風險值 = 綜合風險值。綜合風險值 ≥ 70 分為高風險；< 70 分為低風險。2016 年度 64 家自有商品食品類代工廠中有 35 家評估為高風險，29 家為低風險。



我們透過上述供應商評鑑結果分級及綜合風險值，作為實地評鑑頻率參考依據。2017年間統一超商有合作關係(註1)的自有商品食品類供應商(含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商)共計51家，稽核完成百分比為100%(註2)；針對這51家供應商共執行192次稽核，稽核結果合格共計188次，合格百分比為97.9%。針對不合格的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。

註：

1. 定義為(1)2017年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。(2)2017年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。(3)於2017年間提出停止評鑑申請通過者也計入。
2. 四家代工廠、二家直接交易原料供應商及一家蛋品供應商，已依供應商評鑑前次評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工，故2017年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

國內食品類代工廠實地評鑑頻率對照表：

評級 判定 風險分級	A級 ≥90分	B級 89-80分	C級 79-70分	D級 ≤69分
		合格		不合格
低風險	12個月	6個月	須連續複評三個月且須合格。	須連續複評三個月且須連續合格或得立即停止代工生產。
高風險	6個月	4個月		

國外食品類代工廠實地評鑑頻率對照表：

評核級數	實地評鑑分數	判定結果	評鑑頻率/處理
A級	≥90分	合格	1次/1年，須於當年度完成評鑑。
B級	89-80分	合格	
C級	79-70分	不合格	代工廠須立即停止產程安排，並於6個月內通過複評，始可恢復代工生產，否則應終止代工生產。
D級	≤69分	不合格	

門市用品類供應商：

2017年門市一次性用品類國內供應商(註1)共計為10家，稽核完成百分比為100%(註2)；針對這10家供應商共執行13次稽核，稽核結果合格共計13次，合格百分比為100%。門市用品類供應商的評鑑項目與配分、評鑑頻率、評鑑結果分級標準及合格標準請詳下表。

註：

1. 係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗...等與食品接觸產品之國內製造廠。
2. 安捷企業一工廠，已於年度評鑑計畫預計評鑑月份前結束製造，故2017年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

評鑑項目與配分表

項次	評鑑項目	配分
1	管理	5.1%
2	品質管理	8.9%
3	環境狀況	3.1%
4	商品開發	3.4%
5	採購及原物料進廠檢驗	19.9%
6	生產與包裝	15.1%
7	健康、安全及工作條件	13.0%
8	成品	10.3%
9	儲存與運輸	9.6%
10	顧客抱怨	4.8%
11	商品規格書確認	6.8%

2

統一超商，幸福商品與服務

評鑑頻率、評鑑結果分級標準、合格標準表

評核級數	實地評鑑分數	判定結果	評鑑頻率/處理
A級	≥90分	合格	1年1次，須於當年度完成評鑑。
B級	89-80分	合格	
C級	79-70分	合格	
D級	≤69分	不合格	須連續複評三個月且須連續合格或得立即停止代工生產。

統一超商關鍵供應商

2017 年共有 17 家關鍵供應商，針對關鍵供應商之定義如下：



採購部

採購金額>3萬千元；且與門市營運直接有關之食品包材用品。



關鍵一階

自有品牌商品前一年交易額前五大之供應商。



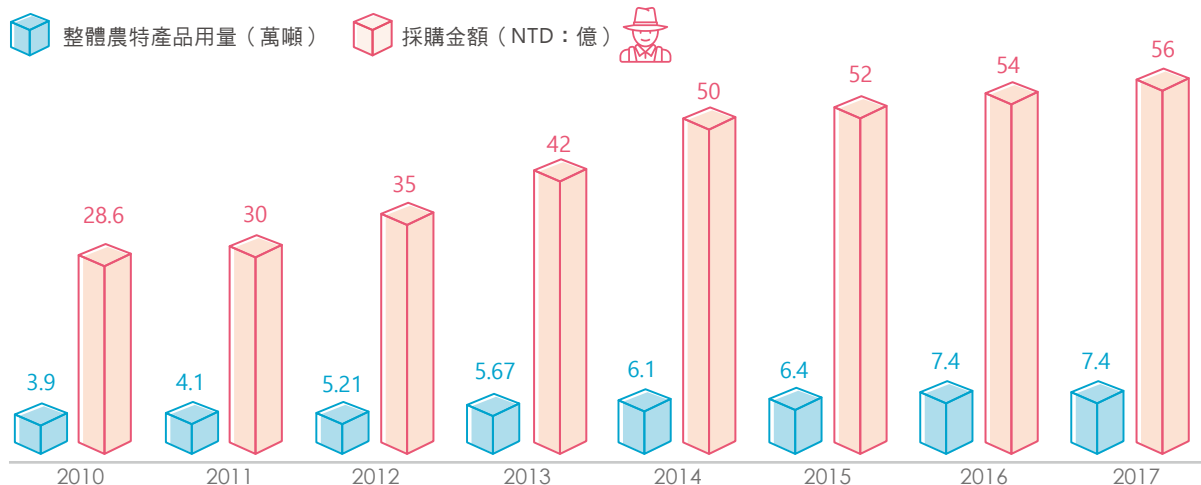
關鍵非一階

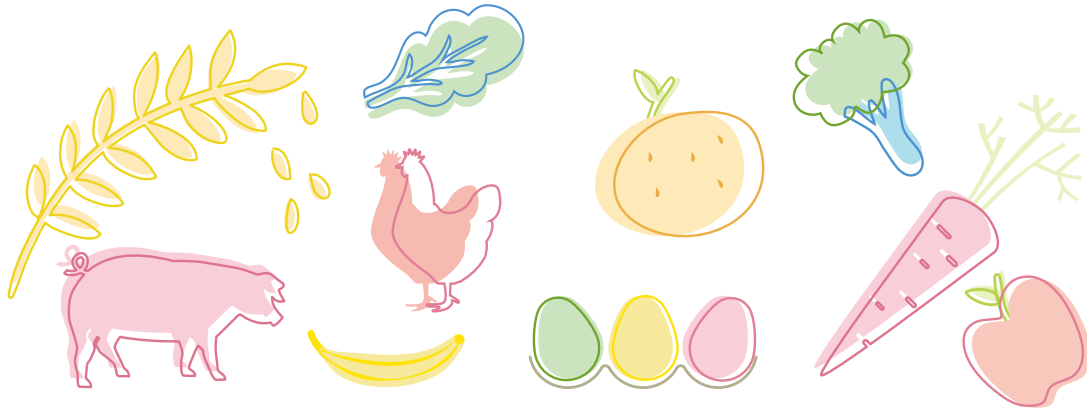
PB共購原物料前一年交易額前十大之供應商。

農場管理

統一超商鮮食系列強調健康新鮮，嚴選台灣當地新鮮農產品製作，透過農民契作的方式，2017 年採購量達 7.4 萬噸，金額達 56 億元。

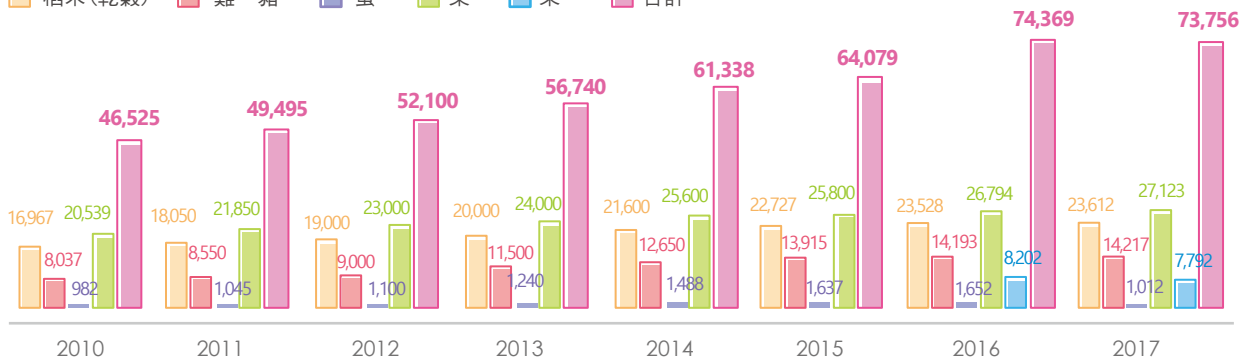
歷年使用量





○ 歷年原物料使用量 (噸)

■ 稻米(乾穀)
 ■ 雞、豬
 ■ 蛋
 ■ 菜
 ■ 果
 ■ 合計



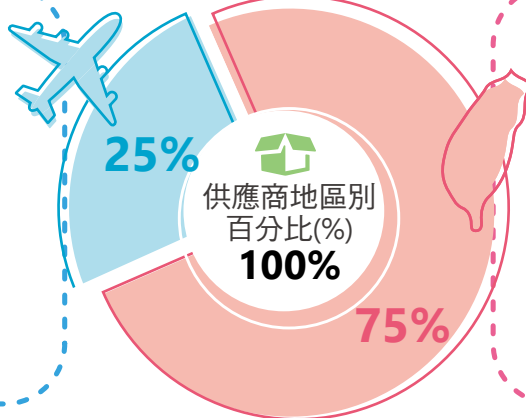
為了鼓勵當地農業發展、降低整體環境足跡，持續提升在地採購是統一超商努力的方向。2017年，台灣地區供應商佔76%，採購金額為39.9億元(採購金額佔整體金額72%)。

2

統一超商，幸福商品與服務

農產品非在地採購(國外)

供應商數量(噸)
18,279
 採購金額(NTD)億元
16
 採購金額比例(%)
29%



農產品在地採購(台灣)

供應商數量(噸)
55,477
 採購金額(NTD)億元
40
 採購金額比例(%)
71%

合計：供應商數量(噸)**73,756** 採購金額(NTD)億元**56**億元 採購金額比例(%)**100%**

2.4 幸福的保證 - 法規遵循

統一超商自有商品之製造販售，包括原物料來源、內容成份、產品標示、產品行銷等，皆依照相關法規要求管理；非自有商品，亦與供應商合作，透過溝通、檢驗、稽核機制，確保法令規章的符合性。2017年統一超商所販售之產品，並無違反顧客安全健康、產品標示、行銷溝通等相關法規，亦未銷售任何禁止或爭議性產品。統一超商不可販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年之商品系統警語系統上線率 2017 年為 100%；販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年查核門市及格率為 100%。

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。2017 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。

商品標示

商品透明標示是統一超商對消費者負責的第一項承諾，透過要求合作的供應商簽署切結，保證商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求。統一超商亦依照「自有商品標示與廣告內容檢核」對自有商品進行把關。

資安管理

隨著科技進步及消費行為的轉型，統一超商提供多功能數位化服務，舉凡像是線上商店、金流（ibon/ibon APP）、物流（交貨便）、資訊流（icash2.0 / OPENPOINT）等，創造使消費者驚艷、感動的便利服務。然而不論是實體店面或其他多元化服務的提供，直接或間接接觸到消費者個資的機會也隨之增加；為確保消費者個資確實被保護，我們成立「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、資料銷毀、教育訓練等工作，我們總部和門市端 100% 落實同仁們個資線上必修課程。此外，為確保個資保護機制運作之有效性，自 2012 年起，我們導入外部驗證，2014 年通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，並於 2016 年更新驗證取得證書。2017 年統一超商未發生個資相關投訴或違規事件。





2

統一超商，幸福商品與服務

ibon WiFi 資安防護再升級 提供國際級保障

根據國家通訊傳播委員會 (National Communications Commission, 簡稱 NCC) 統計，全台 2,853 萬電信用戶中，有 70% 的用戶有上網需求，其中仍有千萬用戶未使用上網吃到飽，顯示 WiFi 服務仍是許多人仰賴的上網管道。7-ELEVEN 提供免費 WiFi，至今已累計超過 217 萬會員，平均每天有 7 千人次使用，並針對不同需求還可透過 ibon 購買日卡、週卡、計時卡等儲值卡，增加便利即時特性，成為民眾不可或缺的生活幫手；但同時公共 WiFi 因其便利性與公眾性而潛藏資安風險，當駭客入侵或外部數位攻擊時，使用者的資訊極度容易受到侵害。為提供更安全的 WiFi 服務，ibon WiFi 歷經一年籌劃，於 2017 年 1 月通過國際驗證機構—英國標準協會 BSI 稽核，取得「ISO27001 國際資訊安全管理系統」暨「NCC ISO27011 增項稽核表」國際證書，並於 2017 年 2 月 22 日授證，藉由資訊安全管理機制的標準化與國際化，有效強化資訊安全，提供消費者更安心安全的專業級服務，具體展現統一超商對客戶服務品質的承諾。



申訴機制

統一超商設立「聯合服務中心」作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。「聯合服務中心」提供了電話專線及電子郵件信箱。針對消費者提出訴求及意見，受理後成立案件，並追蹤後續處理情形，給予消費者滿意的答覆後始得銷案。2017 年線上處理率為 89.2%。

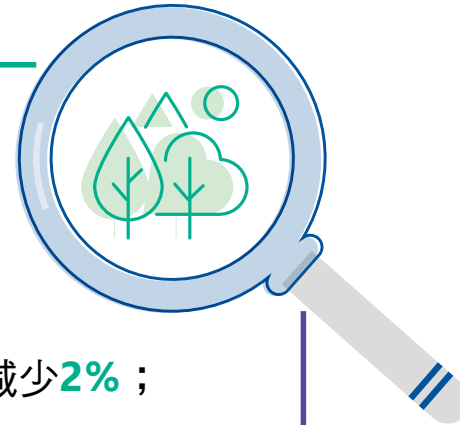
03



統一超商 - 幸福愛地球

2018 KPI

- 採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購金額**4.5%**
- 門市用電密集度較2017年減少**1%**，挑戰較2017年減少**2%**；較2014年減少**8.5%**
- 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 **0.5%**
 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 **0.5%**
- 商場導入電子發票，降低紙本發票使用以及空白發票報廢數量。
- 累計至2020年導入超過**223**台最新環保期數車輛，2018年目標為**48**台。



2017 KPI

達成情形

- 採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購金額**4.5%**
- 門市用電密集度較2014年降低 **3%**
- 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 **0.5%**
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 **0.5%**

100%



3

統一超商，幸福愛地球

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 **0.1%**

達成情形

100%

**電與紙
100%**

水未達成

SDGs	SDGs 內容	2017 呼應 SDGs 之績效
 <p>12 責任消費與生產</p> <p>責任消費與生產</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 在西元 2030 年以前，透過預防、減量、回收與再使用大幅減少廢棄物的產生。 ● 依據國家政策與優先要務，促進可永續發展的公共採購流程。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 導入環保車輛。 ● 實施綠色會計與綠色採購制度。
 <p>13 氣候行動</p> <p>氣候行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 強化所有國家對天災與氣候有關風險的災後復原能力與調適適應能力。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 汰換及提升設備能耗，施行節電計畫，降低總部及門市用電密集度 (EUI)。



3.1 節能減碳綠色生活

近年來全球氣候變遷已經面臨採取積極作為的時刻，隨著聯合國氣候變化框架公約第 21 次締約國大會 (UNFCCC COP21) 之巴黎協定的生效，各國為落實減量承諾及達成減量目標，透過自願獎勵及立法強制的手段，促使企業強化本身氣候變遷減緩與調適的能力，企業必須思考從本身營運活動及核心能力著手，才能將節能減碳為組織帶來的衝擊降到最小，同時將其效益最大化。

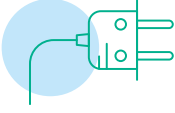


目前門市及企業總部，主要能源使用為電力。2017 年門市與企業總部合計用電量為 81,700 萬度，其中門市總用電度數為 81,583 萬度電，佔比為 99.86%。2017 年門市及總部用電密集度較 2014 年下降 7.82%，遠超出原設定下降 2% 的目標。

統一超商因應氣候變遷衝擊，展開一系列低碳生活、綠色回收等措施，提供優質環境綠色商品讓消費者選購，期望透過綠色營運及低碳行銷為環境多出一份力，同時降低我們在營運方面遭受到的環境衝擊，邁向永續發展。

總部

超商總部大樓藉由目標及績效指標訂定，持續追蹤「節電、節水、節紙」績效，2017 年「節電、節水、節紙」達成率 100%。除目標管理外，亦積極推動多項提升全體員工意識的措施，在大樓內駐足點懸掛節能標語，提醒員工環保節能的重要性，另外也透過走動式管理，巡視各樓層既有設備運轉情形，發現問題立即處理改善，此舉不僅可確保設備穩定運作，同時也替總部大樓節省不少能源支出。

○ 2017 年總部大樓節約「電、水、紙」績效

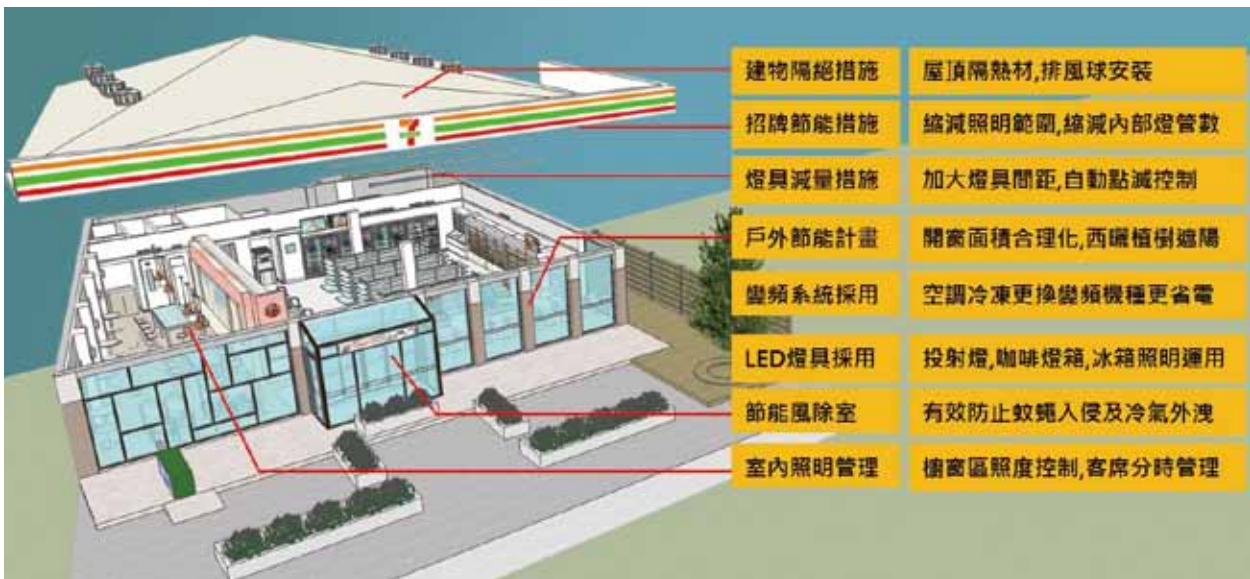
項目	具體措施	2017年績效
 <p>節電</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 全面汰換成變頻冰水主機。 ● 大樓巡檢冷氣溫度設定26度以上。 ● 辦公室T8燈具全部汰換成LED。 	<p>較前一年度(2016年)</p> <p>節電量：-84,623 度</p> <p>節省費用：-767,739 元</p> <p>EUI：-6.8%</p>
 <p>節水</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 調整水龍頭出水量為每10秒450 CC，達到省水的效果。 ● 導入新款省水小便斗沖水器。 	<p>較前一年度(2016年)</p> <p>節電量：-149 度</p> <p>節省費用：- 14,032 元</p> <p>用水量人均：-2.5%</p>
 <p>節紙</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 控管各樓層領用紙張數量。 ● 宣導雙面列印降低用紙量。 ● 宣導個人列印功能，降低印錯費用。 ● 宣導Scan to mail功能，掃描、傳真電子化/無紙化。 	<p>較前一年度(2016年)</p> <p>節省費用：-8432 元</p> <p>用紙量人均：-4.7%</p>



統一超商為維持門市商品高品質及提供舒適消費環境，每年排放將近 60 萬噸溫室氣體。為維持相同服務品質並降低溫室氣體排放，我們訂定新門市節能規範，要求新設門市皆採用高能源效率的設備系統；既有門市也逐步汰換老舊設備，2017 年進一步參與經濟部「節能績效保證示範推廣補助計畫」，加快了既有門市逐步汰換老舊設備的進度。除了硬體改善外，於總部大樓及特定門市導入 ISO 50001 能源管理系統強化管理手法。軟硬體同時改善，達成最大的節能減碳成效。

門市

既有門市經「設備採購委員會」同意，陸續汰換高效能設備，2017 年持續針對既有門市更換變頻水壓機、導入直流 DC 馬達自動門、風除室等，每年可節省約 41,346 仟度電，減少碳排放 21,872 公噸二氧化碳當量；所有新門市的開設，皆導入包含建築隔熱、招牌節能、燈具減量、戶外節能、變頻系統、LED 燈具、節能風除室及室內照明管理八大節能設計。除了設備更替朝向更節能方向外，所有門市員工皆接受訓練，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點檢，以確保設備能維持高效率運轉。



3

統一超商，幸福愛地球

○ 2017 年導入節能方案

導入項目	汰換數量 (台)	每項節省電力 (kWh)	碳減量效益 (公噸 CO ₂ e/ 年)	節能費用 (仟元)
門市定頻冷氣更換為變頻冷氣 (RC/FC2)	2,698	930.00	11,781	49,884.4
屋外型變頻共用主機	20	930.00	93	394.0
3 尺橫招燈管為 3 排燈改 2 排燈	1,023	269.50	1,393	5,897.5
直流 DC 馬達自動門導入	188	269.50	250	1,059.6
風除室導入	325	691.50	1,062	4,497.5
賣場口型 T5 燈具安裝	866	129.50	517	2,189.4
恆壓變頻水壓機	1,086	18.75	103	435.8
新式組合冰箱	930	528.60	2,345	9,931.7
組合冷藏冰箱獨立機組加裝變頻器	2,601	287.00	4,328	18,325.5
合計			21,872	92,615.2

註：採 2016 年 0.529 (公斤 CO₂e/ 度) 電網排放係數計算

○ 設備再利用

統一超商成立設備整備中心，透過回收體系將重新裝潢及關店的門市設備回收、整新，將仍可使用的設備重複利用，降低資源浪費與廢棄物產生，另一方面亦可減少設備購買支出，2017 年度設備回收再利用所節省費用達 99,118 仟元。

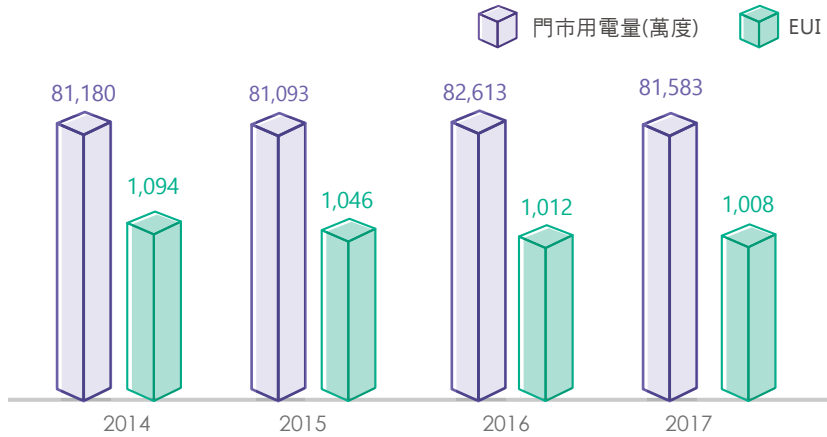
設備	整新再利用 (件數)	整新費用 (仟元)	節省設備購置費用 (仟元)
冷氣機、冰箱、關東煮、 微波爐等 25 項設備	3,238	10,379	99,118

註：「節省設備購置費用」為原本設備購置格價扣除整新費用之統計結果





門市用電量及 EUI 統計



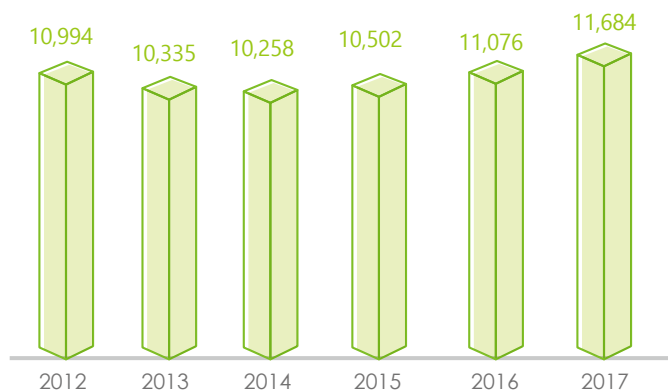
註：2017 年修正 EUI 統計計算方式，將每月台電提供用電資料，計算各區平均每坪用電度數，再將各區無台電資料門市的面積乘以每坪用電度數，推估出用電度數，兩者相加即為當月總用電度數，再與總樓地板面積計算 EUI 值。

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，2017 年 EUI 值為 1,008 kWh/ 平方公尺，相較於 2014 年時期已下降 7.82%。

物流公司

捷盟行銷、統昶行銷、大智通文化行銷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、鮮食、冷藏與冷凍商品，以及文化出版品到電子商務等品項。捷盛運輸統籌物流車輛總管理，包括耗油量監控、環保車輛引入、省力化工具導入 (ex: 電動搬運推車) 與物流士訓練等。2017 年配送運輸的總用油量 (柴油) 為 11,684 公乘，用油量成長 5.49%，然而換算一輛物流車平均排碳量為 2,191.54 公斤二氧化碳，較 2016 年降低約 0.10%。

運輸柴油使用量統計



公乘

3

統一超商，幸福愛地球

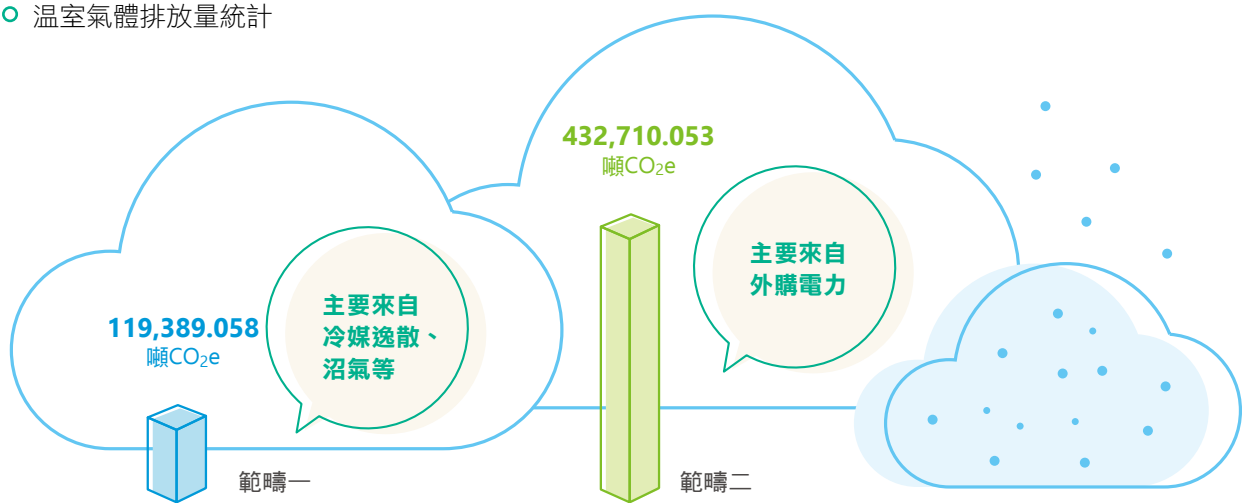


溫室氣體盤查

統一超商持續做好碳排管理，2017 年執行 ISO 14064-1 外部查證作業，除了增加排放數據信心，同時掌握內部溫室氣體資訊、流程及數據管理方式。根據查證結果，2017 年度總排放量為 552,099.111 噸 CO₂e，以電力使用所造成的範疇二排放佔 73.38 % 為大宗；而範疇一的直接排放佔 21.62%，主要來自於門市冷凍冷藏設備及空調設備的冷媒逸散。

此外，統一超商另做好範疇三的盤查與揭露，根據物流配送運輸之總用油量，其排放量為 30,966.515 噸 CO₂e。

溫室氣體排放量統計



註 1：盤查邊界包含總部、區域辦公室、訓練中心、門市及商場。

註 2：由於 2017 年度電網排放係數尚未公告，採 2016 年度 0.529 公斤 CO₂e/度為計算參數。

註 3：查證範圍僅含範疇一及範疇二。

物流其他節能減碳措施

2017 年隨著全台門市展店數及服務項目增加，運輸物流量亦隨之提高。為了把商品在第一時間以最安全與最穩定的方式配送到最後一哩路，運輸端強化了各項資訊管理系統與精進各項標準流程，以提升物流士與物流車設備的作業效能，例如：導入物流士行動化管理 APP、物流士作業 SOP 影音資料、統一東京維保制度、營運管理系統開發等，讓各項配送作業更落實標準與更安全行車。

統一超商長期與物流關係企業合作，透過各種減能減碳方式，以提升物流效率，並達顯著成效。負責物流車輛管理的關係企業捷盛運輸，從配送工具的優化來努力，自 2015 年起引進環保車輛，並設定目標 2020 年前逐年汰換舊型物流車輛（環保三期、環保四期），導入最新五期環保期數車輛，目標共汰換 223 台，2017 年目標引進 40 台最新環保期數車輛，本年度合計汰換 54 輛三期車（每車減少排放 59.4 公斤的 CO₁ 排放量）與汰換 41 輛四期車（每車減少排放 13.71 公斤的 CO₁ 排放量），目標達成率 238%，總計減少 3.77 公噸（3,769 公斤）CO₁ 排放量；而汰換 95 輛舊型車輛之固定資產成本總計花費 254,600 仟元。



○ 車機系統導入

自 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，並運用各項車輛安全數據，致力於降低行車風險以維護用路人的安全，年度落實控管「車輛超速」與「車輛急減速」之安全數據管理，有效管控各樣風險因子並逐步改善，進而能夠更安全及正確的輔導每一位物流士維持良好的駕駛習慣；另透過酒測儀器結合考勤，監控物流士出勤狀況，除杜絕無酒駕情形外，亦能掌控每位物流士上班工時及出勤天數，建立合理的工作環境，以符合社會的期盼。

○ 導入油電混合車測試專案

因應油價逐年攀升之趨勢，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，最高約可省 10% ~ 20% 油耗值，但油電車較一般柴油車成本高，且現況油價仍未處於高點，將持續測試、觀察其效果。



○ 以棧板及物流箱取代一次性紙箱配送

捷盟行銷長期有效運用棧板及物流箱，取代一次性紙箱，兼具環保，2017 年度棧板使用總數 1,627,531 板，較 2016 年減少 1%；物流箱使用總數 10,230,367 個，較 2016 年減少 8%。

年份	配送板數 (板)	配送物流箱數 (個)
2017 年	1,627,531	10,230,367
2016 年	1,641,429	11,064,696
成長率	-1.00%	-8.00%

○ 辦公室與 DC 節能措施效益

1. 辦公室增加循環扇，並安裝冷氣空調定時關閉功能，下班後自動關閉。
2. 會議室安裝窗簾來隔絕室外日光直接照射，以降低空調設備耗能。
3. 總部廁所、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。
4. 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。
5. 2017 年度負責統一超商之 DC 總用電度數 5,199,997 度，較 2016 年的 5,659,723 度，減少 459,726 度，降幅為 8.1%，約可減少 293 公噸 $[0.638 (\text{公斤 CO}_2/\text{度}) \times 459,726]$ 之碳排放量。
6. 2017 年度負責統一超商之 DC 總用水度數 24,555 度較 2016 年同期的 23,683 度，增加 872 度，增幅為 3.7%，約增加 136 公斤 $[0.156 (\text{公斤 CO}_2/\text{度}) \times 872]$ 之碳排放量。



○ 以配送物流箱取代一次性紙箱配送

統昶行銷從供應商進貨到 DC 理貨，到配送至各門市，均以物流箱取代一次性紙箱，減少包材類廢棄物產生。2017 年度物流箱使用總數 59,045,725 個，較 2016 年成長 0.99%

統昶	冷藏	冷凍	鮮食	麵包	配送物流箱總合
2017 年	39,165,406	3,691,074	7,153,347	9,035,898	59,045,725
2016 年	37,623,179	3,930,814	6,853,257	10,058,737	58,465,987
成長率	4.10%	-6.10%	4.38%	-10.17%	0.99%

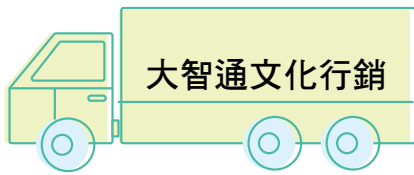
○ 整合初次運輸配送

透過初次運輸整合，轉運作業延伸到供應商端接貨，建構全流程品質管理。2017 年整合統昶鶯歌 DC、統昶暖暖 DC 及統昶嘉義 DC 轉運單位業務，透過移轉、商品業務量變化、運輸商移轉及區域轉運趟次之整合，每日可以減少車輛里程數達 201 公里，一年可以減少里程數 76,650 公里。

○ 洗箱（物流箱）設備節能措施改善

因應統昶北斗低溫物流中心併入台中低溫物流中心作業整併下，藉此改善洗箱設備能耗，原本以蒸汽所產生的熱氣，來降低洗箱機洗完箱的乾操作業，改善後，採用離心旋轉的脫水方式，將水分甩掉。此舉除減少蒸汽的用量外，也不需額外製冷為空箱降溫，為一舉二得的效益。2017 年於 3 月改善完成後，瓦斯用量較 2016 年節省 17,163 度，預計往後每年可減少瓦斯度數約 20,000 度。





○ 以棧板及物流箱取代一次性紙箱配送

自供應商進貨至大智通廠區，均使用木頭棧板；在大智通廠內作業、商品庫存、轉運作業都使用大智通自有的塑膠棧板，且都為重複使用；配送至門市長期使用物流箱，取代一次性紙箱配送，2017 年度物流箱使用總數 21,677,232 個，較 2016 年成長 44%。

現行除車站、離島門市因受限環境空間不足較無使用物流箱，以及超材商品無法入物流箱外，其餘出貨方式都以物流箱為主。

○ 廠區節能措施

大智通樹林 DC 三期倉導入節能服務系統（ESCO），於冰水泵浦與水塔風扇加裝變頻器，並於冰水管安裝流量探測機制，2017 年全年共節省用電 14,800 度。

變頻器控制



冰水流量偵測



○ 導入廢紙回收處理設備

大智通分二階段導入自動壓紙機設備，各樓層可自行投入廢紙箱，大幅提升作業效率，並減少員工的作業工時，每天可減少 10 小時的作業時間，全年共可節省 132.1 萬元。

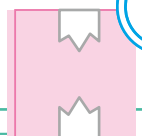
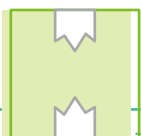
導入前



第一階段



第二階段



○ 菁英物流士表揚大會

菁英物流士表揚大會已邁入第十屆，累計表揚超過 6 百位卓越物流士，本屆共 72 位物流士菁英獲獎、其中更有 4 位獲頒「尊榮物流士」殊榮（榮獲 3 次菁英物流士，且當屆得獎者）。

每年菁英物流士遴選，橫跨捷盛運輸、捷盟行銷、統昶行銷、大智通文化行銷四家，全國 40 個物流中心、總計 1,933 位物流士的評比，更有著嚴格的評核標準。不僅服務年資需滿 1 年，還得經所屬配送單位認證、符合物流士與物流車管理指標、行車安全指標、配送作業落實度、到店準時率之外，年度評鑑積分需達一定水準，且全年不得有任何客訴、重大違規事件發生等門檻，得獎率僅 4%。

希冀透過良質因子擴散，讓得獎物流士把感動帶回工作現場，做為日後工作的動力，提供更優質的服務，帶動組織正面循環。



3.2 資源回收一起來

統一超商為方便民眾處理可回收資訊類廢棄物，於 2010 年起在 7-ELEVEN 門市增設廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機和廢旅座充回收，搭配商品抵用金的獎勵做法，鼓勵民眾積極參與，實施以來成果卓越。我們亦針對門市業務用鮮奶空瓶進行回收作業，2017 年共回收 4,321,050 個。



門市回收平台歷年績效

全公司	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
牛乳空瓶 (個)	4,321,050	4,217,445	4,131,855	4,069,455
乾電池 (個)	14,759,587	14,599,781	13,853,167	12,870,280
光碟片 (片)	3,200,934	3,334,670	3,398,014	3,474,964
手機充電座 (個)	74,132	79,294	89,874	103,957
手機 (支)	92,682	83,789	81,462	79,624
筆電 (台)	7,766	6,249	4,944	4,530



物流業者回收 2017 年實績

項目	捷盟行銷	統昶行銷	大智通文化行銷
塑膠 (公斤)	487,241	44,154	32,838
乾電池 (公斤)	264,202	0	0
紙類與紙容器 (公斤)	4,425,596	2,709,605	1,251,624
資訊物品 (個 / 台)	227,918	0	0
金屬 (公斤)	4,911	42,256	3,195
玻璃 (公斤)	10,544	0	0
其他 (垃圾、廚餘等) (公斤)	22,760	0	0

註：資訊物品包含光碟片、手機及充電器、筆電

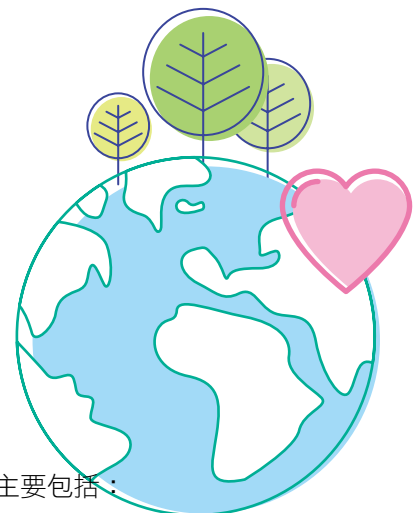
3.3 綠色會計與綠色採購

綠色會計

統一超商秉持著企業社會責任的精神，提倡節能減碳與愛惜地球之環保生活。透過綠色會計制度，追蹤整體投入的績效，2017 年整體環境支出統計如下表。

統一超商 2017 年投入環境保護之各項資產投資及費用支出合計有 9 億元，主要包括：

- (1) 商品環保包材及檢驗支出 2 億元
- (2) 門市實施節能減碳及變頻電器導入等支出 7 仟 7 佰萬元
- (3) 環境清潔、綠化及廢棄物處理支出 3 億 6 仟萬元
- (4) 門市環保設備及綠色採購等費用支出 2 億元
- (5) 內外部環保宣導及參與社會公益性活動支出 8 仟 1 佰萬。其他持續推動的政策，尚包括：食安管理再進階、塑化劑與農藥檢驗、省紙化環境、門市資源回收、推廣好鄰居同樂會等等。



3

統一超商，幸福愛地球

○ 綠色會計項目

分類	項目	內容	環境效益說明	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。		196,607	196,607
 門市	實施能源節約	購置能源節約設備 - 導入省電器 369 台、賣場冷氣循環扇 - 導入 302 台、導入變頻冷氣 915 台、LED 節能燈 - 導入 8,234 組、LED 節能燈具 - 導入 3,913 組、思樂冰機淡季停機 / 休眠 - 導入 931 台。	節約能源，減少碳排放	75,098	1,604	76,702
	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		361,671	361,671
	延長設備、建材等使用壽命	鋼製櫃檯導入 539 店，設備回收並整備再利用。	減少砍伐樹木並減少資源浪費	87,015	23,841	110,856
	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		82,543	82,543
 配送	搭配捷盛物流車隊、捷盟行銷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 263 噸，廢光碟 57 噸，廢筆電 0.7 萬台，廢手機 9 萬支，廢手機座充 / 旅充 7 萬個。		3,035	3,035
 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，環境清潔綠化及廢棄物資源回收。	後勤辦公室：寶特瓶 2,064 公斤，紙類 10,586 公斤，鐵鋁罐 496 公斤。		31,281	31,281
 社會貢獻	舉辦宣導或參與環保及社會公益活動	宣導節約惜物及企業社會責任，贊助環保等相關團體。	於門市設置「把愛找回來」捐款箱，幫助更多公益團體，今年發揮創意推出「愛的鼓勵牆」，互動創意引發討論熱潮，鼓勵大家多投入公益捐款活動。		50,132	50,132
合計				116,113	750,714	912,827



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。包括門市照明設備及節能認證的冷氣設備，2017 年總採購金額為 580,245 仟元；其中 FSC 認證之產品，2017 年共採購 40,788 仟元，佔比達到年度採購金額 12%。

項次	採購品項	數量	採購金額 (仟元)	環保標章 / 綠色認證
1	變頻冷氣	915 台	38,112	節能標章
2	LCD 螢幕	171 台	3,857	Energy Star
3	電腦	14 台	247	環保標章
4	不斷電設備	139 台	1,487	RoHS
5	咖啡機及萃茶機	1278 台	355,908	RoHS
6	掃瞄器	9 台	32	RoHS
7	節電裝置	369 台	30,996	自我宣告
8	雷射印表機	160 台	619	環保標章
9	熱感印表機	6 台	40	環保標章
10	門市環保包材 PLA- 咖啡杯、霜淇淋杯 / 思樂冰杯、提袋	113,751,651 個	62,346	環保標章
11	OURS 刊物	12 式	261	FSC 認證
12	LED 燈具	3,913 個	3,390	節能標章
13	綠建材	12,14 個	36,888	綠建材標章
14	循環迴風扇	302 個	756	節能標章
15	LED 燈管 / 燈炮	8,234 個	1,844	節能標章
16	影印紙	58,165 包	2,935	PAPER STAR 影印紙碳足跡標籤證書
17	調棒	467,416 包	7,410	FSC 認證
18	御便當免洗筷 (100 入)	911,784 包	33,117	FSC 認證
合計			580,245	

3.4 法規遵循

2017 年度並無違反環境方面法規遭主管機關開罰之紀錄。

04



統一超商 - 幸福好鄰居

2018 KPI

- 舉辦好鄰居同樂會**15,000**場次、超過**30**萬人次參與
- 門市零錢捐年度募款達**170,000**仟元

2017 KPI

- 舉辦好鄰居同樂會**7,000**場次、超過**17.5**萬人參與
- 門市零錢捐年度募款達**166,000**仟元

2016 KPI

- 舉辦好鄰居同樂會**2,300**場次、超過**11.5**萬人參與
- 門市零錢捐年度募款達**165,000**仟元



達成情形

100%

達成情形

100%

一直以來，統一超商的使命，就是成為社區中無可取代，傳遞幸福、給人安心的好鄰居。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。透過妥善運用企業核心能力，將企業資源充分運用在社會每一個角落，並在社區經營的過程中，了解民眾需求，累積民眾信任度及情感，藉由全台 5,200 多家門市，與民眾一起攜手打造統一超商幸福好鄰居。



4.1 統一超商好鄰居文教基金會

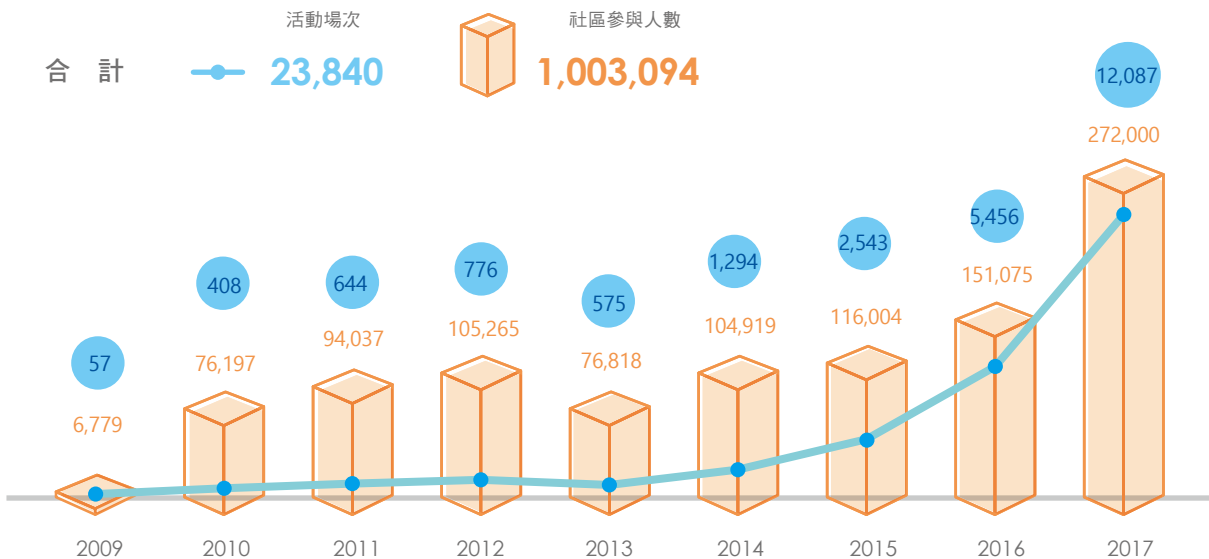
7-ELEVEN 於 1999 年捐助成立「統一超商好鄰居文教基金會」，深耕台灣在地近 20 年，以零售通路的品牌特性及經營 know-how，再輔以全台各地的門市據點為公益網絡，投入社區經營與弱勢關懷。好鄰居基金會主要服務對象為社區民眾，持續關注並發展「健康生活」、「社區環保」、「弱勢與偏鄉關懷」等三大面向，為社區創造更優良的休閒生活品質。每年投入近 7 萬人次的門市夥伴及上千萬的預算，重現「柑仔店」的人情味，讓 7-ELEVEN 成為大家的好鄰居。

好鄰居基金會目前主要從事的公益活動有「好鄰居同樂會」、「好鄰居勵學計畫」及「7-ELEVEN 千禧健康小站」提供腰圍量尺、血壓計等服務。

好鄰居同樂會

好鄰居基金會從 2009 年開始推動「好鄰居同樂會」，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，拉近人與人之間的距離，為社會添加關懷與溫度。同樂會持續聚焦「親子互動、弱勢關懷、教育文化、環保樂活」四大主題，深入關懷社區所需。開辦以來共舉辦超過 3 萬場活動，吸引超過百萬人次體驗。2017 年在各門市主動策畫下，首度突破 1 萬 2 千場，創下歷史新高，成為全台最受歡迎的親子體驗活動。

○好鄰居同樂會歷年取辦活動場次及參與人數：



4

統一超商，幸福好鄰居

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	366	3%
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	3,630	30%
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）	5,812	48.1%
環保樂活	推動門市及民眾重視周遭環境議題與健康議題，將環保理念融入平時生活之中，並養成健康的生活習慣。	健檢闖關 肝炎篩檢、失智症篩檢 資源回收教育 社區清掃 咖啡渣環保 DIY 小小農夫 DIY	2,279	18.9%
合計			12,087	100%

好鄰居勵學計畫

根據教育部 2016 年統計，全台有 880 所偏鄉國小中以屏東、台東、台南數量最多，台灣國中、小教師超額，但偏鄉卻面臨招不到老師的困境，教育資源不均造成偏鄉學校近 9 成必須透過外部資源來推動閱讀及招募重要的閱讀專責教師；因此好鄰居基金會每年捐助「財團法人為台灣而教教育基金會」教師經費，並在雲林、台南、高屏及花東地區等 30 所偏鄉小學推動集點換餐鼓勵閱讀計畫，累計至 2017 年偏鄉國小閱讀點數累積超過 6 萬 8 千點及閱讀心得達 7,916 篇以上，近達 7 萬本以上的借閱量，從成果中看到孩子的改變，協助偏鄉學童拓展視野，替孩子未來帶來更多翻轉的可能性。



偏鄉學校缺老師，解決師資問題：

偏鄉缺的不一定是物質資源，但教導與陪伴卻是偏鄉教育最大問題，2014 年起好鄰居基金會與 Teach for Taiwan「財團法人為台灣而教教育基金會」合作，支持台南及台東地區 30 所偏鄉國小教師所需之薪資與培訓費用，共同解決偏鄉師資問題，2017 已進入第四屆，共有近百位老師投身偏鄉的教學。

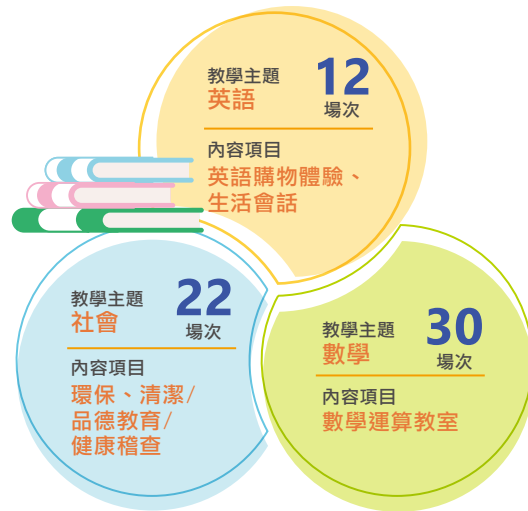


提供偏鄉學校更多元的教學資源及提升學生學習動力：

好鄰居基金會資助修建 88 風災後的甲仙國小圖書館提供閱讀資源，更觀察到孩童逛超商如同逛百貨公司般的有趣，持續以偏鄉超商門市做為據點，老師可申請舉辦「好鄰居教室」做為戶外教學的場域，如數學、英文、藝術等；更與 30 所偏鄉國小合作推動「勵學閱讀集點」計畫，結合超商資源，透過閱讀集點、投稿方式，提供門市換餐或商品卡等獎勵，提供誘因鼓勵學生閱讀。

好鄰居勵學計畫 - 好鄰居教室

持續鼓勵教師發揮創意教學，將門市當作戶外教學的場域，透過寓教於樂的方式，提升孩童學習動機，透過門市關懷在地孩童教育，期望教育的影響力不僅在教室內，在各種生活情境與場域上有各種推行的可能。開辦以來累計共舉辦 64 場，以數學為主，次之社會。



○ 好鄰居教室實際成果：

合作門市
7-ELEVEN 鼎富門市

合作學校
台南龍崎國小

教學主題
數學與綜合領域

活動對象
一、二年級學生



活動名稱 數學生活教室

台南龍崎國小的低年級學童，在老師的帶領下，到 7-ELEVEN 進行教室外課程，期望讓小朋友熟練整數加減乘的直式運算，並能在現實生活中，解決兩步驟的計算問題。

首先透過門市人員的介紹，讓學童完整認識門市環境、體驗補貨以及練習如何觀察商品資訊。接著讓學童分組進行 150 元以下商品選購與金額計算的小活動，並到櫃台彼此完成結帳。在本次教室外課程的體驗中，讓學童們更加熟悉、明白加減乘法在生活上的實際應用方式，和商店運作的細節流程，培養孩子的多元學習興趣。

推動「勵學閱讀集點」計畫

與 30 所偏鄉國小合作推動「勵學閱讀集點」計畫結合超商資源，學童閱讀後經老師認證即可獲得 1 點，集滿 40 點可至指定 7-ELEVEN 門市兌換 60 元以內餐點（不得兌換糖果、酒精飲料、氣泡飲料等）；同步搭配閱讀投稿獎勵，作品將刊登於基金會官網外，每月投稿 4 篇以上的學童以及每學期校內累積最多投稿篇數的班級皆會提供 7-ELEVEN 商品卡做為鼓勵。



透過推動閱讀不斷給予偏鄉學童學習刺激，也間接促進他們的語文能力，像是龍崎國小 5 年級的林同學，因媽媽工作晚歸多由奶奶照顧，隔代教養的她過去閒暇只喜愛滑手機，但自從學校推動「閱讀集點」，為獲得更多點數比其他同學更勤快看書，無形增進語文能力。好鄰居基金會希望改善偏鄉教育環境，讓孩子在閱讀看見全世界，也看見希望和光。



為持續鼓勵努力閱讀的孩子，並以實際行動支持偏鄉閱讀；延續 2012 年《拔一條河》感動人心的故事，2017 年好鄰居基金會特別與院線片《老師你會不會回來》共同在台南國賓影城舉辦公益特映會，邀請台南三所偏鄉國小師生們一起觀影。該電影改編自獲得「SUPER 教師獎」、「POWER 教師獎」、「師鐸獎」爽文國中教導主任王政忠老師的真實故事，劇情描述王政忠老師公費實習分發到偏鄉的爽文國中，一度想放棄重回城市教書，卻因 921 大地震後災生們的呼喚，讓他決心投入偏鄉教學 21 年，並以特殊教學方式來翻轉偏鄉教育；透過電影觀賞，讓偏鄉學童能夠學習到教育是翻轉人生的鑰匙。



2018 年則延續好鄰居勵學計畫，預計將會有超過 35 所學校參與閱讀集點，服務近 3,700 位偏鄉學童，規劃閱讀兌換 7-ELEVEN 商品卡，提升閱讀動力。也擴大好鄰居教室舉辦，各校將門市做為戶外教學的場域，鼓勵師生利用，讓偏鄉學童有更多元的學習資源。

「OPEN! 兒童閱覽室」

統一超商亦於 2016 年成立全台首創、門市加入閱覽室功能的「OPEN! 兒童閱覽室」，目的係希望透過門市舒適的環境，提供學童課後聚集討論作業的好地方，為社區、為學童創造更多附加價值，作為當地居民生活的社區中心，成為名副其實的社區好鄰居，並藉此推廣社區讀書風氣。截至 2017 年 12 月底全台共有 107 間。

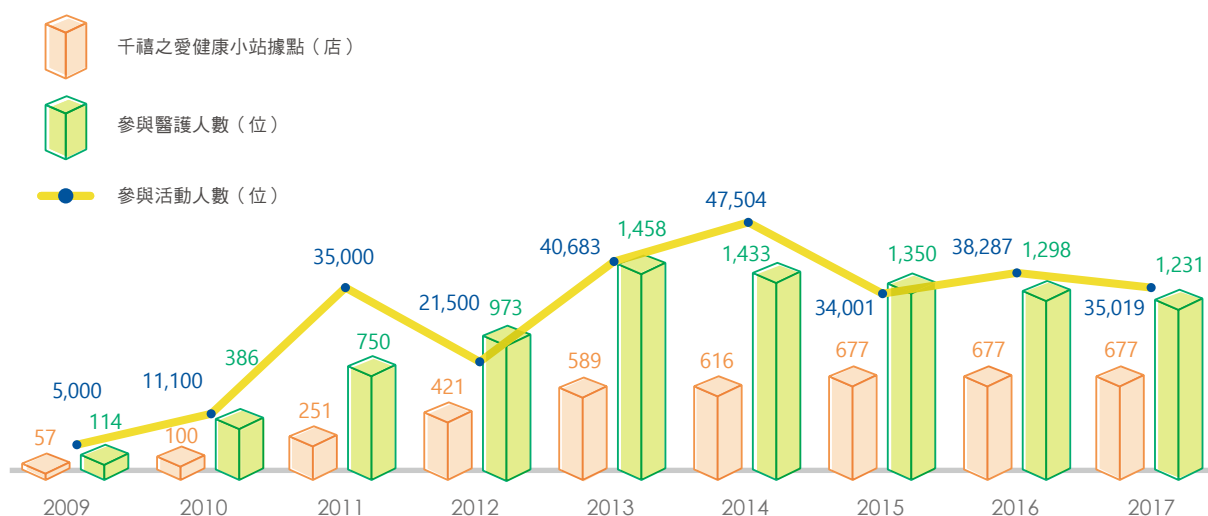


4

統一超商，幸福好鄰居

7-ELEVEN 千禧健康小站

2009 年由好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作擇點成立的「千禧健康小站」地點分佈於全台（包含澎湖、金門、馬祖離島地區），目前共計有 677 家 7-ELEVEN 設有「千禧健康小站」。「千禧健康小站」提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務，以及每年舉辦全國性健檢活動，呼籲民眾一同「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，目前已累計估計超過 2,365 萬人來小站量血壓。2015 年 10 月千禧之愛健康基金會也於便利生活站 APP 下設立「千禧 i 健康」單元，幫助來健康小站或居家量測的民眾記錄每天的血壓值，並由系統自動產生曲線圖，還可至門市便利生活站列印帶給醫師做為就診參考。上線至今已 2.3 萬名用戶，累積 14.3 萬筆以上紀錄。



全國健康日 520 帶媽媽到 7-ELEVEN 量血壓

根據國民健康署 2013-2015 年台灣營養狀況變遷調查指出，50 歲以下女性高血壓罹患率低於 10%，但 50-59 歲則急速躍升至 28.5%，且年齡越高高血壓罹患率越高，因此養成定期量血壓的習慣相當重要。2017 年我們特地與千禧之愛健康基金會合作，於 5 月 20 日舉辦全國健康日，邀請全民帶媽媽來 7-ELEVEN 量血壓盡孝心，當日共有 3.5 萬位民眾到千禧健康小站量測血壓，讓健康成為母親節最好的禮物！同時，我們亦於 5 月份在各門市舉辦超過 150 場的母親節活動，包含健康關懷或結合小小店長與媽媽互動等活動，希望透過活動傳遞健康資訊，越活越健康！





4.2 打造統一超商專屬幸福感

統一超商期望透過通路公益服務影響力，打造各類愛心捐款平台（例：門市零錢捐、ibon 便利生活站等），提升大眾關注弱勢議題益，與社會大眾一起攜手打造專屬 7-ELEVEN 的幸福感，朝聯合國的消除貧窮、消除飢餓及減少不平目標邁進並貢獻。

幸福照亮每個角落 - 門市零錢捐

以「公益生活、隨手行善」為理念，讓溫暖在台灣每個角落 Always Open! 1988 年我們開始推行「把愛找回來」的公益活動，於超過 5,200 家門市設置「把愛找回來」捐款箱，鼓勵消費者捐出結帳後的零錢。透過小小的募款箱，讓愛心不打烊，鼓勵消費者落實「公益生活、隨手行善」理念。

串聯 5 家公益團體：屏東基督教醫院、肝病防治學術基金會、中華聖母基金會、門諾基金會、一粒麥子基金會，2017 年門市零錢捐募款金額突破新台幣 1.69 億元，較 2016 年有近 5% 的成長。我們編制近千名人力，定期清點及稽查募款箱金額，透明化金流與帳務處理，嚴格為社會大眾愛心把關，讓民眾可安心行善。

自四年前「把愛找回來」零錢捐募款計畫率各企業品牌先例，切入「銀髮海嘯」面向，結合五大公益團體，共同關注偏鄉失智預防與照護、偏鄉肝病篩檢與打造保肝全壘打、老老照顧、花東獨老送餐等不同面向的需求，更提出創新公益，結合 7-ELEVEN 門市資源的行動計劃。



○ 2017 年募款活動成果：

1.1~3.31

及早救智 早一步預防與幫助偏鄉失智長輩(屏東基督教醫院)

44,634

募得金額 (仟元)

- ♥ 持續與屏東基督教醫院合作「及早救智計畫」：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、好鄰居基金會及屏東基督教醫院的醫療資源，打造偏鄉高齡守護網。
- ♥ 透過好鄰居健康教室及行動服務車宣導失智症相關的健康知識；推出子女日常關懷長輩的參考工具「生活聯絡簿」，可及早發現長輩失智警訊。
- ♥ 於屏東部分門市及社區據點擺放智慧健康量測站，也增設「愛的轉運站」門市路線，便利長輩就醫。



4.1~6.30

救救肝苦人(肝病防治學術基金會)

41,428

募得金額 (仟元)

- ♥ 持續推廣肝病篩檢，並導入腹部超音波外，更首創「保肝全壘打計畫」，以「健康管家」為概念，由個管師定期追蹤參加篩檢後需要治療的民眾，以提高就醫率及治療率，建立偏鄉肝炎追蹤治療的醫療模式。
- ♥ 自2014年起將偏鄉地區7-ELEVEN門市當成保肝篩檢站後，加速偏鄉篩檢速度，無論人數或場次，每年增加超過20%，並於2016年提早三年完成164鄉鎮的肝病篩檢計畫。



7.1~9.30

一塊陪伴 老老照顧(中華聖母社會福利基金會)

43,319

募得金額 (仟元)

- ♥ 首次攜手中華聖母基金會針對全國老化最嚴重的地區-嘉義，透過「服務送到宅」、「社區式照顧」、「照顧者服務」、「失智友善環境」等四大面向，推動完整「失智家庭老老照顧服務」，幫助一肩扛起重擔的高齡照顧者，協助建構社區及鄰里照顧網絡。
- ♥ 借鏡歐洲和日本，提供失智長輩一個安全的社交場所，打造「幾點了咖啡館」讓門市成為失智友善環境。





10.1~12.31

好好吃飯- 讓偏鄉的爺爺奶奶好好吃飯
(門諾基金會、一粒麥子基金會)

40,176

募得金額(仟元)



- ♥ 鎖定地理環境交通不便的花蓮秀林鄉、壽豐鄉、玉里鎮及台東鹿野鄉等，以日照中心為概念，有共餐、健康諮詢、生活支援及協助就醫等功能，服務偏鄉中的偏鄉長輩。
- ♥ 分別以「同樂村」、「部落廚房」、「送餐便利屋」為名，成為在地長輩的依靠重心。
- ♥ 在現有的送餐機制中加入生活物資，由「好鄰居送餐員」每2個月配送一次，更開發「災害救助餐包」，以因應天災交通中斷時長輩的緊急需求，期望匯集國人愛心及一連串公益行動下，能幫助超過66萬人次的東部弱勢長輩。



合計

169,557

4

統一超商，幸福好鄰居

案例分享：花蓮的潘阿公與林阿公

以花蓮東里村與督咾蘭部落 (Tokar) 獨居的潘阿公、林阿公為例，東里村以往只有小型社區發展協會，村內沒市場或自助餐店等，以往備餐不便常吃泡麵果腹的潘阿公，有高血壓但沒人定期關心，自從門諾基金會設置「同樂村」後，在今年2月參與後，回想起在「同樂村」跟其他

鄰居一起吃的那桌菜，已很久沒吃到如此豐盛的飯菜，令他相當感動，而

社工還會定期提醒他量血壓跟按時吃藥，兼顧營養跟健康；77歲的林

阿公住在「部落廚房」附近，前往玉里鎮至少來回約30-45分鐘車

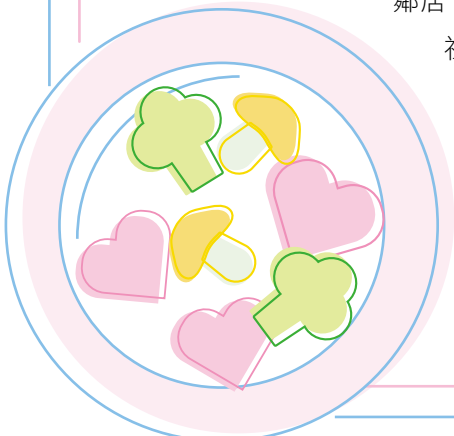
程，獨居的他可能每週才會去鎮上一次採買，家裡種菜自耕自食，

平常都是一飯一菜解決一餐，營養不夠均衡，到「部落廚房」共

餐後，會找部落同為獨居的朋友一起吃飯，更大讚菜色棒又兼顧

營養，有了「部落廚房」提供每週三天共餐服務，解決部落獨居

長輩的用餐問題，添飽肚的同時也暖心。



幸福無所不在 - 社區關懷站

自 2014 年起，7-ELEVEN 全年度關懷弱勢長輩，以門市力量扶持弱勢，深度發揮社區關懷站的能量。我們逐年投入經費與人力，關懷台灣社福缺口嚴峻的弱勢銀髮議題，並透過 7-ELEVEN 5,200 多家門市佈及全台灣的優勢，充分發揮深入大街小巷在地關懷據點的功能，成為在地弱勢長輩的關懷站點，建構全方位社區服務。

○ 服務內容一覽：

項目	服務說明	數量	受益人次
讓門市成為失智友善環境			
幾點了咖啡館	借鏡歐洲和日本，讓門市成為高齡失智長輩固定實習的安全場所		每週安排 2-3 位長輩分別於新大業門市 (週四上午 10:00-11:00) 及嘉北門市 (週三下午 2:30-3:30) 實習。
門市協助滿足公益團體不足之人力需求 讓服務更完整			
假日送餐 (門諾、一粒麥子、中華聖母基金會)	部分花東區門市店長每週日為百位弱勢長輩送餐並關懷健康，補足阿公阿嬤假日餐食缺口，將服務帶進偏鄉中的偏鄉。 更開發「災害救助餐包」，以因應天災交通中斷時長輩的緊急需求	30 店	9,136 餐次
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)			
年菜圍爐	門市於年節期間為弱勢長輩舉辦圍爐，陪伴他們度過無人團圓的年節。	12 場	72 人次
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，也開發走入偏鄉的失智行動服務車，讓救命路不再遙遠。幫助在地居民提早發現病症。	52 場	3,599 人次
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。	14 店	43,526 人次
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。	18 場	111 人次
不老騎士 (弘道基金會)	不老騎士挑戰第三人生壯遊，騎車環島歷時 12 天 11 夜，途中以行經的門市作為休息補給據點。	單趟環島， 共在 4 家門市停留補給	104 人次
不老店長 / 祖孫店長 (弘道基金會、一粒麥子)	門市邀請長輩與其孫子孫女到店體驗門市工作，讓長輩與社會接觸，增加長輩與外界互動的機會，此外也增添祖孫溫馨互動之情。	20 場	116 人次

註：以上未包含 5,200 家門市協助勸募之店數及受益人次



幸福創意倡議 - 愛的鼓勵牆

延續「把愛找回來」理念，為感謝每一位曾經投下零錢的民眾，也期盼呼籲更多人響應，2017年我們特別與日本、紐約跨國合作聯手頂尖團隊，運用數位互動科技打造「愛的鼓勵牆」捐款箱，只要投下零錢觸動「愛的鼓勵牆」內紅外線感應機制，12雙仿真人的機械手即刻給予掌聲，更有4種的掌聲變化，鼓勵大家多投入零錢。「愛的鼓勵牆」整體創意緊扣「以零錢觸動，即時回饋」等核心概念，耗時超過半年以上，超過10個單位共同討論、經過數十萬次的測試。「愛的鼓勵牆」共設計兩座，每座配備有12雙手，運用投下零錢來觸動紅外線感應器，就可變化出多種仿如真人的掌聲。「愛的鼓勵牆」亦是我們暨2015年及2016年發揮創意推出「鋼琴捐款箱」及「DJ捐款箱」後，另一項創意公益發想，希望透過有趣、創新的互動方式，鼓勵大家隨手捐零錢，同時也希望再一次鼓勵曾經捐出零錢的人們。

活動期間吸引超過6,000人次體驗「愛的鼓勵牆」，募集近\$100千元捐款金額，我們也將這些愛心捐款全數捐給門諾基金會、一粒麥子基金會。

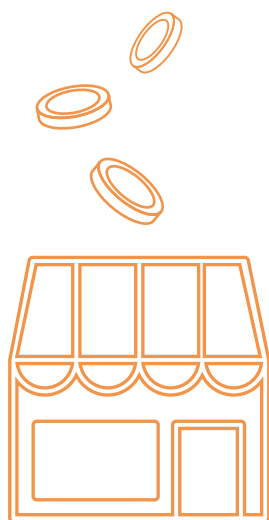


4

統一超商，幸福好鄰居

幸福發自內心 - 便利生活站慈善捐款

善心不打烊，讓愛深入城市偏鄉！便利生活站於 2008 年開始加入行善不打烊的公益平台。透過機器輕鬆操作，不論是小筆或大額善心，傳遞給需要幫助的團體，扶助公益團體及弱勢族群，為他們找回愛與希望！2017 年總計募得新台幣 90,511 仟元，平均單筆捐款為新台幣 610 元。



年度	總筆數	總額 (新台幣元)	平均單筆 (新台幣元)
2008	29,334	16,901,610	576
2009	40,013	18,616,246	465
2010	53,521	30,598,496	571.70
2011	103,135	83,436,156	809
2012	67,361	36,281,975	538.60
2013	67,754	35,827,244	528.70
2014	131,593	125,382,633	952.80
2015	219,302	237,777,468	1,084.25
2016	429,295	572,869,140	1,334.4
2017	148,204	90,511,910	610.73
合計	1,289,512	1,248,202,878	747

東非飢荒專案：

東非因乾旱、衝突、政府治理等因素，截至 2017 年已超過 2,200 萬人處於糧食危機，350 萬名以上兒童嚴重營養不良，急需外界伸出援手。為因應國際人道救援，提供民眾最便利的捐款管道，特與財團法人台灣世界展望會於 4/1~4/30 合作發起緊急募款，協助糧食危機救援。

7-ELEVEN 發揮通路力量，從先前的八八風災、高雄氣爆、八仙塵爆到台南震災，以及東非飢荒等，當重大災難發生時，我們皆迅速整合資源，盡速啟動便利生活站緊急募款，發揮通路優勢，作為救災應援的一員。此次開放全台 ibon 便利生活站緊急募款，集結全台民眾愛心，幫助飢餓中的兒童及兒童重獲盼望。

總募款金額


台灣世界展望會
1,744 仟元





4

統一超商，幸福好鄰居

幸福力量凝聚 - 年度公益參與及投入

統一超商發揮企業影響力，積極投入社會公益活動，下表為彙整 2017 年整年度我們參與社會公益所投入之時數及成本。

項目	金額
現金投入 (不含行銷廣宣費用)	31,266,514
時間投入	12,860,568
非金錢投入	107,235,000
經常性費用管理投入	2,400,000
合計	153,762,082

註：數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資及活動舉辦場次等參數估算之。

4.3 統一超商商場幸福平台

為落實成為全台各地好鄰居，實現地方社區共榮，我們除了積極透過總部及門市作為推動橋樑，亦運用商場據點作為與顧客、當地居民及社會大眾溝通及促進文化交流的管道。透過不同商場營運特性，舉辦各類活動，像是淨山、植樹活動、藝文表演、同樂會等，藉此發揮統一超商好鄰居精神至全台每一個角落。

○ 2017 年活動回顧：

萬芳商場



與萬芳醫院核心價值「致力於促進社區健康」共存共榮，商場以溫馨服務人群為理念，讓來這裡的人能充份感受到「便利服務、溫馨親切」之服務品質。

2017 年，我們在舉辦兒童節活動，除了大廳表演活動與小雞燈籠 DIY 外，亦邀請小朋友最喜愛的 OPEN 小將到兒童病房探視病童，讓 OPEN 小將快快趕走兒童身上的小病魔。



新仁德商場



統一超商新仁德商場位於仁德服務區，我們運用空間的佈置、活動安排與團體邀約，讓服務區經營更加活潑，充滿內涵，往往帶給用路人驚喜與歡樂。除提供櫥窗空間供周大觀基金會做公益曝光，亦提供公益與弱勢團體義賣、表演場地，2017 年共舉辦街頭藝人 106 場表演與 78 場弱勢團體公益活動。



清境·小瑞士商場



統一超商商場在 2017 年「清境淨山、植樹活動」中，由中區營運經理帶領區長、商場經理們，實地參與當天植樹活動，並為歡迎從全台各地自願前來幫忙的志工，提供志工免費前往小瑞士花園遊憩，並參加清境風車節各項活動，以感謝志工們對清境地區的付出！

另我們亦與當地旅宿業者合作，舉辦關懷弱勢兒少參訪活動，邀請南投家扶中心等單位弱勢兒少約 270 位，一同在小瑞士花園野餐同樂，除免費邀請小朋友及家長們免費入園參觀之外，並發送小桃吊飾作為紀念品給小朋友。



支持在地農業 - 南科商場、台中 / 后里友達商場



另我們也希望透過商場，為當地社區創造新價值、為在地盡一份心力。在南科商場，我們協助南科管理局推廣在地農夫市場；在南科社區中心，規劃小農市集取菜點，供在網路訂菜的顧客，定期在商場內取菜。在地小農若有推廣自家農產的需求，我們也免費提供商場場地作為推廣的攤位，讓居民有機會實地品嚐小農親手栽種的好物。在台中后里友達商場，我們則是以實際行動支持當地農產，自 2017 年起，商場內使用的米皆向后里農會採購，2017 年採購金額達 2,090 仟元。



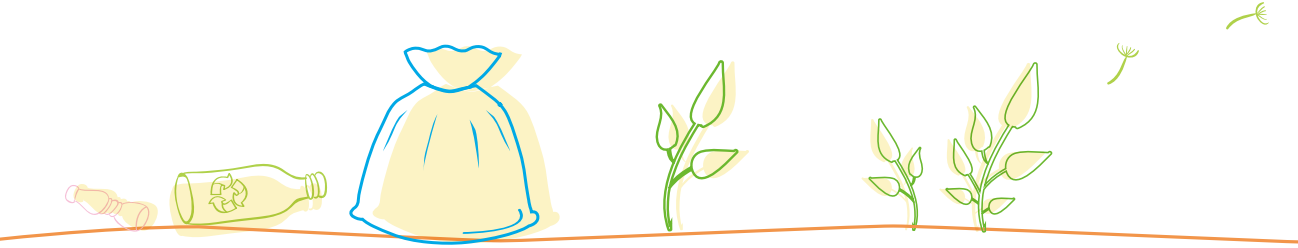
4.4 統一超商福委會 - 愛 · 自然社團

統一超商福委會 - 愛 · 自然社團是由一群注重環境保護、愛護地球的統一超商同仁們所成立。期望透過各種自主性公益活動的發起，增進社團團員間的情誼，並藉由各類活動參與，達到運動健身及淨化心靈的效果，一起攜手為維護台灣海洋環境整潔盡一份心。2017 年我們參與環保署推動的倡導美麗海岸線及維護海岸之清潔，共同參與「地球日」淨灘，善盡環境清潔維護；以企業社團名義認養海岸（金山中角沙珠灣、萬里翡翠灣、萬里頂寮海灘），推動志工共同響應公部門認養海岸及動手清潔、維護美麗潔淨沙灘 5 場，亦可凸顯企業、團體及個人愛護地球正面形象；更以實際行動彰顯企業履行地球公民責任、落實環保、友善理念。





另社團 2017 年亦參與基隆市環保局之空氣品質淨化區認養計畫，所謂「空氣品質淨化區」係指任何地區以種植植物綠化為主或設置其他相關的設施，以達到改善空氣品質、提昇生活環境品質、提供休閒、生態與環境教育和資源永續利用之目的。我們種植了眾多櫻花樹及花草，來提升空氣淨化品質及維護環境整潔美化，亦得到公部門的肯定。年底亦在環保局植栽樹木的支援下，社團成員聯合尚仁國小師生共同於認養河堤步道植樹 150 棵，共同美化環境，期盼能影響更多的人，共同持續以實際行動維護自然、愛護地球。



4
統一超商，幸福好鄰居



統一超商 - 幸福職場

2018 KPI

- 總合傷害指數低於近三年我國零售業平均標準值**0.4** (104-106年平均)
- 每年重大職安事件**0**件
- 2018年加盟門市人權稽核**100%**完成
- 辦理交通宣導會**3**場



2017 KPI

- 低於近三年度我國零售業平均標準值**0.39** (102~105年平均)
- 每年重大職安事件**0**件
- 參與巡迴健檢比率達**74%**

達成情形

100%

2016 KPI

- 低於近三年度我國零售業平均標準**0.38** (102-104年平均)
- 重大職安事件**0**件
- 整體健檢比率較去年度提升(2015年健檢率54%)

達成情形

100%



SDGs	SDGs 內容	2017 呼應 SDGs 之績效
 就業與經濟成長	<ul style="list-style-type: none"> ● 促進以開發為導向的政策，支援生產活動、就業創造、企業管理、創意與創新，並鼓勵微型與中小企業的正式化與成長，包括取得財務服務的管道 	2017 年全國店數超過 5,200 家，89% 為加盟店，提供多元化的商品服務，持續穩定成長。
	<ul style="list-style-type: none"> ● 在西元 2030 年以前，實現全面有生產力的就業，讓所有的男女都有一份好工作，包括年輕人與身心障礙者，並實現同工同酬的待遇 	多元平等雇用政策，提供穩定就業及自立生活的機會。
	<ul style="list-style-type: none"> ● 在西元 2020 年以前，大幅減少失業、失學或未接受訓練的年輕人 	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 保護勞工的權益，促進工作環境的安全，包括遷徙性勞工，尤其是婦女以及實行危險工作的勞工 	致力於提供安全職場環境，並獲得安心職場、優良哺乳室等證照。

一直以來，我們都相信「惟有快樂的員工，才能讓統一超商的品牌價值完整呈現，惟有幸福的員工，才能提供優質的服務超越顧客的期待」；為了落實這個目標，邀請每一位同仁、加盟主、關係企業夥伴共同努力參與。透過「無私開創」、「充分授權」，和「大膽嘗試」的人文管理態度，確保我們的同仁時時保持彈性與活性，從人性面思考激勵每一位同仁；並透過完整職涯規劃、多元發展的教育訓練、健康工作環境、完善福利制度等，讓每位共同打拚的夥伴，都能因身在這大家庭裡感到驕傲，並從中獲得成就感，願意一起攜手努力，持續創造統一超商每一個里程碑。

5.1 多元人文制度

為發揮 7-ELEVEN 隨時隨地服務之精神，回饋各區門市及消費者需求，除了台北總部外，於全台設立八個營運部。截至 2017 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 7,877 人，若再加入加盟與旗下時薪人員，我們的大家庭成員可達 3 萬多人。除了讓我們的夥伴在 7-ELEVEN 找到發光發熱的舞台，也因門市提供全年無休 24 小時服務，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，讓莘莘學子同時修得學分，也能獲得薪酬、並可提前體會社會經驗。

對於時薪人員雇用，除依據「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，提供身心障礙者提供更多工作機會。2017 年總公司與直營門市一共晉用 267 位身心殘障員工，佔總員工人數 3.39%，為法定名額 3.39 倍。除身心障礙的員工外，統一超商同時晉用 102 位原住民員工，佔總員工人數 1.29%，提供包容多元文化的職場環境。

5

統一超商，幸福職場

○ 員工資料 (2017 年 12 月 31 日在職人數)

(依地區區分)		(依雇用類型區分)		(依雇用合約區分)				
北部地區	2,403	2,807	門市人員	2,385	3,266	正職員工	1,861	2,130
中部地區	453	530	管理人員	204	56	約聘員工	1,706	2,180
南部地區	711	973	非管理人員	978	988			
合計	3,567	4,310						

○ 員工年齡分布 (2017 年 12 月 31 日在職人數)

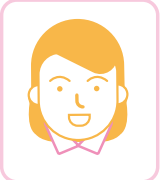

員工類別		門市人員	管理人員	非管理人員	總員工人數
<30 歲	男性	1,404	0	119	1,523
	女性	1,594	0	161	1,755
30-50 歲	男性	919	132	758	1,809
	女性	1,541	48	770	2,359
>50 歲	男性	62	72	101	235
	女性	131	8	57	196
合計		5,651	260	1,966	7,877

○ 業務相關主管女性占比 (2017 年 12 月 31 日在職人數)

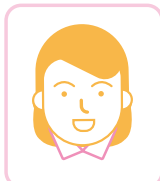

2017	店經理	區顧問	區經理	ZONE主管	總計
男性	71	536	68	8	683
女性	417	205	2	0	624
總人數(男+女)	488	741	70	8	1,307



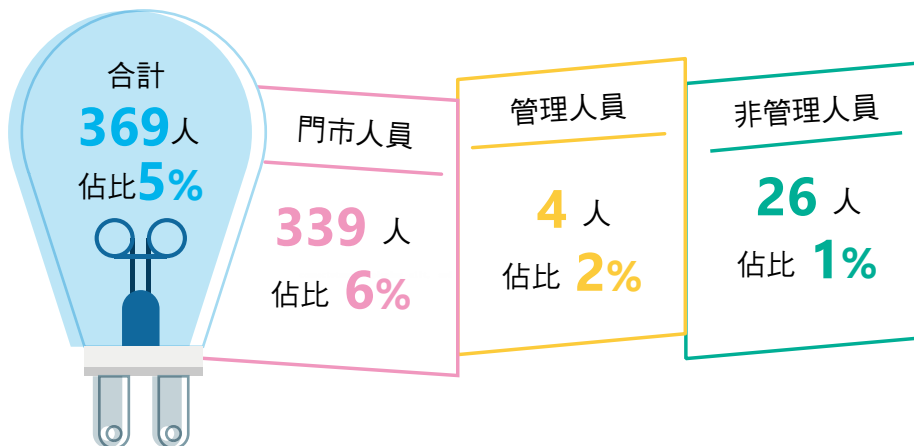
○ 2017 年正職新進員工的總數及比例

員工類別	年齡	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	47	23	14	84
	30-50 歲	45	8	10	63
	>51 歲	1	1	0	2
	新進比率 (年度新進人數/2017年12月31日在職人數)				1.89%
	<30 歲	36	22	27	85
	30-50 歲	21	8	9	38
	>51 歲	1	0	0	1
	新進比率 (年度新進人數/2017年12月31日在職人數)				1.57%

○ 2017 年正職離職員工的總數及比例

員工類別	年齡	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	54	11	8	73
	30-50 歲	74	12	14	100
	>51 歲	1	0	1	2
	離職比率 (年度離職人數/2017年12月31日在職人數)				2.22%
	<30 歲	23	9	10	42
	30-50 歲	48	5	12	65
	>51 歲	11	0	5	16
	離職比率 (年度離職人數/2017年12月31日在職人數)				1.56%

○ 少數及弱勢族群組成 (2017 年 12 月 31 日在職人數)



註：少數及弱勢族群包括
原住民 102 位與身心
障礙人士 267 位

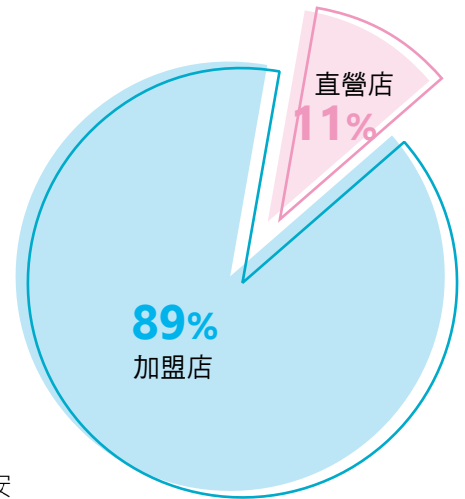
5

統一超商，幸福職場

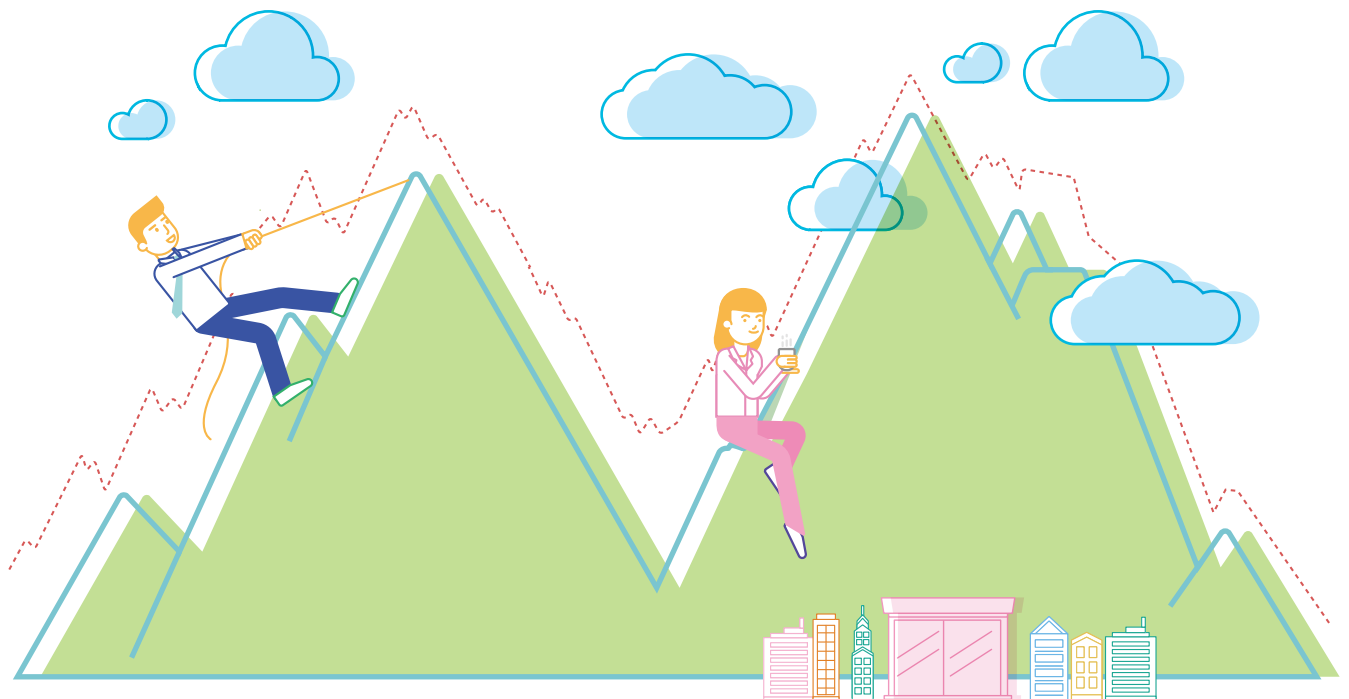
加盟主經營

7-ELEVEN 全台已超過 5,200 家門市，其中加盟店佔比約 89%，加盟主人數共 3,481 人。

為了照顧加盟主，統一超商秉持與加盟主共享、共好的精神，持續關心加盟主的獲利，不斷檢視各項制度合理性，2016 年至 2017 年因應政府兩階段調整基本工資及通過一例一休法案導致加盟店勞動成本上升，統一超商投入約 360,000 仟元，自 2017 年 1 月起各調升特許加盟店與委託加盟店利潤分配 1%，持續建構創業安心、獲利安定的加盟環境，盼加盟夥伴與公司共同攜手，創造更優質的便利商店連鎖體系。此外，為強化加盟主經營管理能力，打造學習成長平台，提供經營管理相關課程，協助加盟主增進專業職能。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，2017 年加盟主關係 TEAM 共拜訪 73 家門市、另參加 21 場加盟主座談會共與 283 家門市面對面互動。



我們除了為加盟主打造學習成長平台，增進專業職能外，亦規劃加盟主的身體照顧及休閒活動，打造優良的加盟環境。在學習方面，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。在身體照顧及休閒活動部分，2017 年撥出 464 萬預算給予加盟主渡假補助及其他福利補貼，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，2017 年共撥出 942 萬預算提供資深加盟主健檢補助。考量加盟主配偶亦投注很多心力於門市管理，健檢補助福利可申請轉讓配偶，2017 年共有 156 位轉讓配偶申請，轉讓率達 26.3%，其他福利項目請見下表：





○ 加盟主享有之保險與福利

保險

- 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

- 電影票團購 ● 補貼加盟主電影票購買費用，每店年度上限60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。
- 休閒優惠 ● 提供加盟主，運動、美容、休閒管道。(統一渡假村、BEING sport與BEING spa優惠補助)
- 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。(2017年起健檢補助福利可轉讓給加盟主配偶提出申請)

● 打造幸福企業

提供我們的同仁舒適、完善及和樂的工作環境，一直是統一超商打造幸福企業的最高宗旨。希望透過主動關懷機制、健康促進活動、孕婦媽咪友善環境、良好的福利措施等，讓夥伴們從工作中獲得成就及幸福感，並以身為統一超商的一份子為榮。

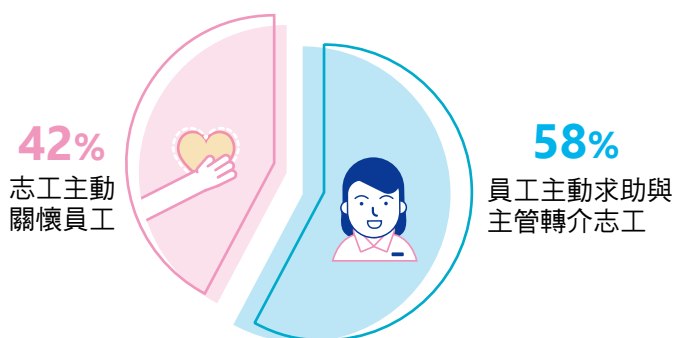
● 幸福合作社

2010年成立幸福合作社，宗旨在於落實同仁主動關懷，幸福合作社提供同仁最即時、有效的協助，希望建立同仁正確的身心理健康管理觀念，降低工作壓力及工時過長所帶來的職場健康問題。幸福合作社提供的包含：職場人際、工作調適、家庭和兩性關係…等議題。遇特殊或需進一步協助的個案，協助轉介至專業諮商輔導機構。2010年起累計至今共有18家關係企業加入培育，2017年則新培育出22位志工。



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 2.0 倍¹。2017 年期間共執行 470 人次關懷個案，總關懷時數 332 小時，截至 2017 年已累計共 2,213 小時關懷時數。

▶ 2017 同仁主動求助 v. 志工主動關懷比率：



幸福健康促進方案

2013 年起推動「健康管理計畫」，聘任專業護理師進駐，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、簡易外傷處理、諮詢等健康服務，同時透過員工專屬的「健康護照」以及電子報、健康講座等衛教宣傳，鼓勵同仁做好自我健康管理，以共創健康、友善安全的工作環境。

健康追蹤與醫療



健康檢查追蹤

- 每年提供員工一般健康檢查，2017年共6,368人受檢，員工滿意度達4.3分，參與率達82%。
- 年資滿5年且年滿36歲（以實歲計算）之正職同仁，每兩年16,000元健康檢查補助，2017年共提供1,858人可申請檢查補助。



醫療個人健康服務

- 自2013年導入醫師健康服務(兩個月1次)，主動提供員工個人健康照護與諮詢。
- 2017年提升服務頻率至每月18次，醫師服務共424小時，服務363人次一對一的健康諮詢，滿意度達4.9分。
- 自2013年導入護理師健康服務，目前共有四位護理師照顧員工健康
- 2017年護理師提供護理處置共985人次，員工滿意度達5分

¹ 投資效益 = 2010 年 ~ 2017 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 2017 年總關懷時數 2,213) / 志工總訓練成本 (1,924 千元)



健康促進活動：

健康護照



2017年持續推動「我的健康護照」，依照夥伴之需求和特性，設計獨一無二的「健康護照」，強調健康自主管理與工作生活平衡，在健康護照的層面下設計多樣化的健康促進活動，內容包含：健檢計畫、健康知識、運動計畫、BMI計畫、心靈成長、旅遊計畫與休假計畫共七項計畫，2017年度參與率31.3%。



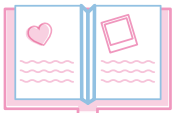
減重活動



2017年持續推動辦理體重控制活動，新設增重比賽，為鼓勵過重與肥胖族群夥伴減重，將達成獎依照BMI設定不同級距，鼓勵同仁達成目標，今年度共有1,045位員工參加，總計減重1,102.3公斤（較去年增加47.3公斤）。



媽咪手冊



提供媽咪各階孕期營養重點及生活小叮嚀、好孕APP及公司各階段補助與措施項目，整合公司資源陪媽咪們一起快樂享受育兒生活。2017年共發放35人。



其他活動



不定期辦理健康講座、健康電子報、特約醫院、疫苗施打、捐血活動、戒菸班、體適能活動等活動，2017年辦理七場活動，員工滿意度達4.5分。

專屬統一超商員工的福利

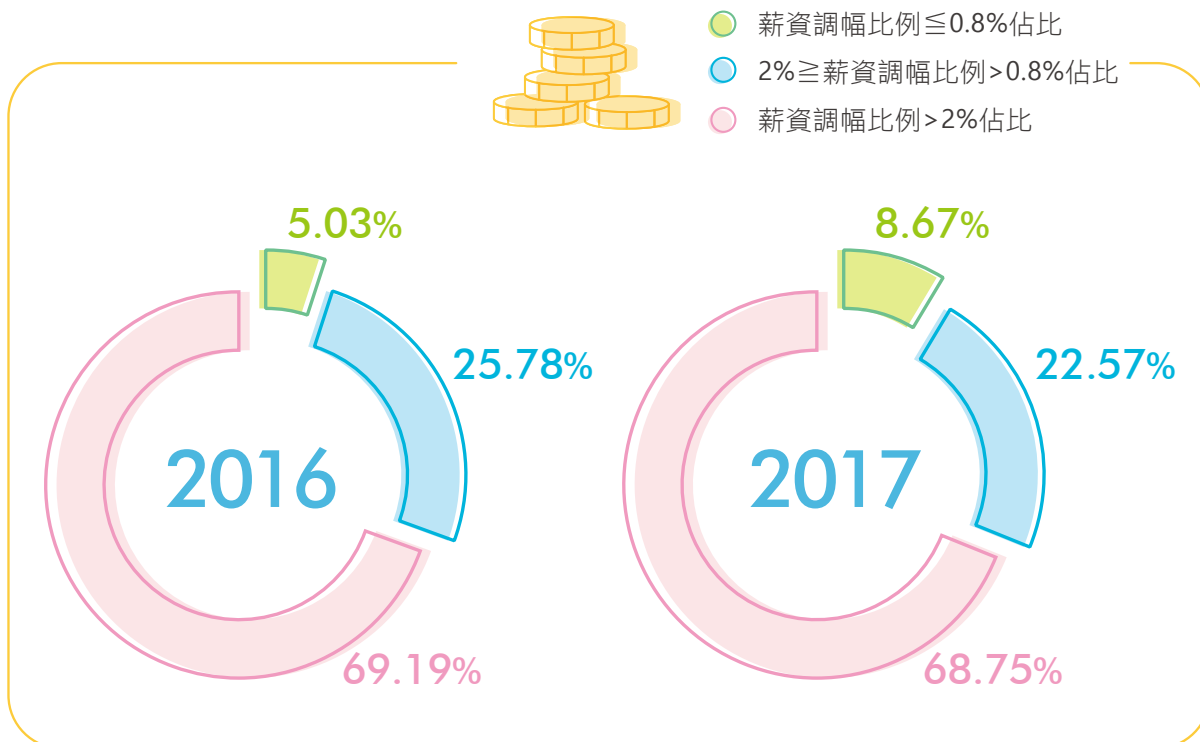
我們提供夥伴們具有市場競爭優勢的基本工資薪資條件，並每年透過各項薪資福利調查，確定薪資基本起薪皆優於國家標準（新進後勤專員（大學畢業生）與勞保基本工資 21,009 元）比為 1.55 倍；碩士則為 1.84 倍，畢業生起薪採領先市場行情之薪資水準。此外，為維護公平合理性，本公司男女起薪為同工同酬，薪資福利不因性別、年齡而有所差別。也依法每季召開勞資會議，勞資雙方代表各 5 人，協商各項福利與制度等事宜，共同創造和諧、友善的工作環境。2017 年男女薪資報酬比率無明顯差異，各僱用類型員工皆小於 1.1 倍以內。在薪資調幅的部分，2017 年與 2016 年相比，員工調幅比例大致相同。各項福利項目之揭露，可參閱 2017 年度年報²。

男女薪資報酬比率：

項目	男性 (倍數)	女性 (倍數)
門市人員	0.92	1
管理人員	1.09	1
非管理人員	1.09	1

註：薪資報酬為 2017 年度基本薪資加上年終獎金。

正職員工薪資調幅比例：



註：以薪資調幅比例 ≤ 2% 計算為例，佔比 = (薪資調幅比例 ≤ 2% 員工數) / 總員工數。

² 年報可於公開資訊觀測站或統一超商投資人關係網站：<http://www.7-11.com.tw/company/ir/annual.html> 中下載取得。



育嬰假後復職和留任的比例：



項目	男性人數	女性人數	合計
2017 年有權申請育嬰留停之員工	182	268	450
2017 年實際申請育嬰留停之員工	5	61	66
2017 年預計育嬰留停復職	5	44	49
2017 年實際育嬰留停復職	0	17	17
2016 年實際育嬰留停復職	0	22	22
2016 年育嬰假復職後十二個月仍在職	0	12	12
復職率 (%)	0.00%	38.64%	34.69%
留存率 (%)	0.00%	54.55%	54.55%

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 友善和諧職場環境

● 打造良好工作環境

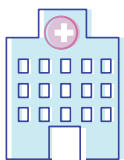
為了保障全體員工能在安全與衛生無虞的環境下工作，我們遵循「職業安全衛生法」成立安全衛生委員會與勞安室。每季召開乙次會議，由副總經理擔任會議主席，邀集各單位最高主管及勞工代表共同會商公司安全衛生業務，統計委員人數共 24 人，其中勞工代表 5 位，佔比為 21%，由勞安室、護理師進行該季業務報告，以確保工作場所安全。

2017 年，我們進一步實施「過負荷預防計畫」、「人因性危害預防計畫」、「身心不法侵害預防計畫」及「母性健康保護計畫」職安四大保護計畫，透過預防與風險辨識保障同仁的健康與安全。此外，我們致力於提供更好的工作場所，榮獲優良哺乳室及績優健康職場等證照。



○ 2017 年職安四大保護計畫管理

過負荷預防計畫	人因性危害預防計畫	身心不法侵害預防計畫	母性健康保護計畫
2017年總計完成45位過勞中風險個案訪談和介入。	2017針對全區後勤辦公室會計同仁進行風險辨識。	推動與建立職場暴力預防計畫，推動線上教育訓練課程。(2017年度後勤同仁已全數完成訓練，事件通報處理改善紀錄一件)	2017年建立母性健康保護管理辦法，總計完成55位懷孕與產後哺乳個案訪談和介入。



○ 健康認證與健康職場競賽





○ 職業安全與衛生實施情形

項目	說明
1 建立安全衛生組織：	<ul style="list-style-type: none"> ● 勞安室每季舉辦職業安全衛生委員，推動安全衛生業務。
2 實施安全衛生教育訓練與演練：	<ul style="list-style-type: none"> ● 新進及在職同仁安全衛生教育訓練，並每年舉辦「緊急應變」逃生演練，使同仁掌握逃生技能。 ● 辦理 44 場丙業證照、40 場急救證照初回訓課程，及 1 場逃生演練。 ● 核發職業安全衛生管理手冊，利於營業門市職安自主管理。
3 實施風險評估暨安全稽核：	<ul style="list-style-type: none"> ● 實施 2 場高風險場所員工作業安全評估，檢視 19 項高風險作業並導入改善措施 ● 2017 年執行各類工作場所現場稽核共 59 場改善 135 項缺失，提出改善建議及落實 100% 改善。 ● 辨識門市用電安全：導入 4 項用電安全防護，低壓電檢測、電箱隔板、電線防火包覆、漏電斷路器 ● 檢測室內空氣品質、水質、照明度及定期清潔消毒。
4 安全衛生活動：	<ul style="list-style-type: none"> ● 雙月製作「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。
5 活動安全管控：	<ul style="list-style-type: none"> ● 透過安全管控流程，以確保公司內外部舉辦各項活動的安全性，達到零公安意外說明 ● 2017 年管控 5 場次，觀眾進場人數 62 萬人，0 罰款、0 重大災害。
6 承攬商管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 進行源頭管理，門市廠商施工合約建立勞安危害標準規範，完成率 100%。 ● 每年召開 1 場承攬商協議組織會議。 ● 推動高風險作業查核專案：鑑別工地四大風險作業，每季定期宣導及查核，有效提升廠商施工安全合格率 70%。

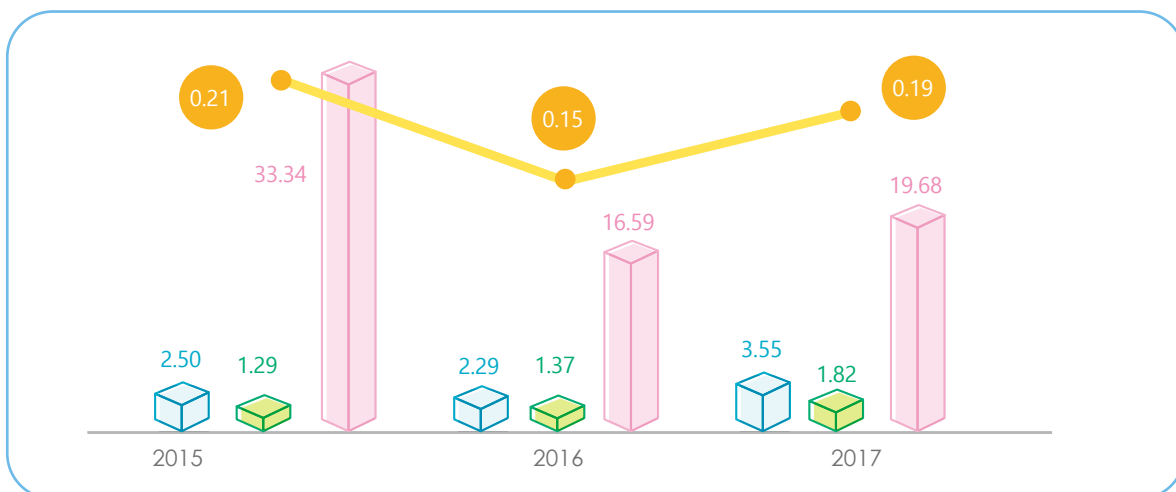


2017 年職業災害統計

統一超商每年致力於降低工作傷害的發生，並針對職業災害千人率、失能傷害頻率、失能傷害嚴重率、總合傷害指數等重要重要職災統計進行追蹤，詳細情形請見下表。依據 2017 年統計結果，失能傷害頻率為 1.82，考量統一超商之規模，於 1-2 之間實屬正常，較去年上升之主因為職災通報機制建立，門市主管對員工工作傷害的認知與關心程度提高，因此通報數量增加，並透過安全衛生各項管理計畫，已達成連續四年 0 死亡及重大職災，總和傷害指數皆低於同業均值 50% 以下，未來持續朝向「零職災工作環境」邁進。



○ 歷年年失能傷害統計 (不含上下班交通安全事故數據):



(註) 計算公式說明:

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

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

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

4) 綜合傷害指數 = $\sqrt{(\text{失能傷害頻率FR} \times \text{失能傷害嚴重率SR}) \div 1000}$

- 職業災害千人率
- 失能傷害頻率(FR)
- 失能傷害嚴重率(SR)
- 總合傷害指數

○ 2017年缺勤率 (AR):

缺勤日數 **8,837**
 總工作日數 **2,009,792**
 缺勤率 **0.44%**

(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。



● 人權與勞動稽核

勞工意識抬頭，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，受訓範圍包含各關係企業，主題涵蓋勞動基準法、職業安全衛生法等勞工法令，協助從事人力資源或職業安全業務夥伴掌握法令最新動態與因應做法；2016 年起更按專業知識屬性，轉型為「PCSC 勞動條件法令訓練」，期望帶領關係企業更充分掌握法令資訊與對策，透過業界實務分享與交流，共同學習成長。2017 年「PCSC 勞動條件法令訓練」共 30 家公司、116 位夥伴受訓，以建構合法、友善的工作環境為共同目標。

為讓關係企業夥伴將所學應用於實際工作中，2012 年至 2014 年特別設計稽核活動，將學員分組至指定受檢公司，實際執行查核任務；2015 至 2016 年則是連結單品管理精神 (Tanpin Kanri, 簡稱 TK)，提供各關係企業「勞動條件」和「職業安全」兩張自檢表，以利回歸內部自我檢視勞動條件、工作環境等現況，主動提出改善方案和具體行動，期望各公司落實自主管理精神。

另外，我們也針對所有加盟店進行勞健保投保、工時、薪資、職安等重點項目進行稽核，並對查核缺失執行改善輔導。除勞健保投保與職安項目屬動態、週期性查核外，工時、薪資等項目則採年度性稽核，2017 年共查核 4587 店，有一項 (含) 以上與標準不符的門市共 447 店，異常率為 9.7%，且較 2016 年下降 8.5%。其中以「未給特別假」為異常最高項目，主因為薪資清冊未列出特別假天數，異常門市已進行法令輔導並均已提出改善計畫，截至 2017 年底已改善門市家數為 417 家，其餘門市後續將納入統一超商本身自我稽核及委外公司首阜查核標的，不斷透過查核機制確保門市符合法規。未來我們仍持續推動勞動條件稽核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。惟因政府機關進行勞檢時，2017 年曾發現 2 件不符合規範之情形，分別為加班費核發及休假計算項目，總計罰款新台幣 4 萬元，後續已加強全國宣導及修正休假計算方式。

● 勞資溝通無障礙

統一超商視所有的夥伴們為事業共同體，將公司未來願景與同仁的發展結合是我們的使命。雖然統一超商目前沒有工會，但我們一直努力促進勞資和諧，包含保障員工權益、提供免遭就業歧視、職場暴力的工作環境，以及提供多種溝通管道，凡舉「聯合服務中心」、「專屬 Email 信箱」、「利害關係人專區」及「內部溝通平台」等，鼓勵我們的夥伴們直接與管理階層進行溝通。超商的夥伴們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。2017 年與人權相關之申訴案件共計有 72 件，申訴案件多與薪資發放、加班費計算爭議較多，所有申訴案件皆於 2017 年當年度全數處理完畢。除提供溝通平台外，我們依法定期召開勞資會議，以確保並提升與夥伴們的溝通即時及有效性。

2017 年度各項落實多元關懷與追蹤方案：

幸福講座

- 舉辦12場；每場125人；滿意度4.6分
- 調整電影賞析舉辦形式，首次推出禪繞畫課程，深受同仁喜愛。
- KPI: 每場120人；滿意度 4.5分

新人關心

- 儲備幹部：提升新進同仁適應力，每月針對到職滿3個月之儲備幹部發放問卷，共計發87位儲幹關懷問卷，特殊關懷共15位。
- 後勤人員：提供主管咖啡卡及小卡片，提高主管關心度，提升新進同仁適應力減少離職率，共計51位
- KPI: 降低離職率。

主管關懷

- 每季發送長休假/ 健檢通知提醒
- 主管長休假達成率69%，健檢達成率69%
- KPI: 達成率65%

離職訪談

- 特殊反映25件 (後勤13件/營業12件)；全年訪談63位
- KPI: 收到離職通知後7天內完訪

工作滿意度調查

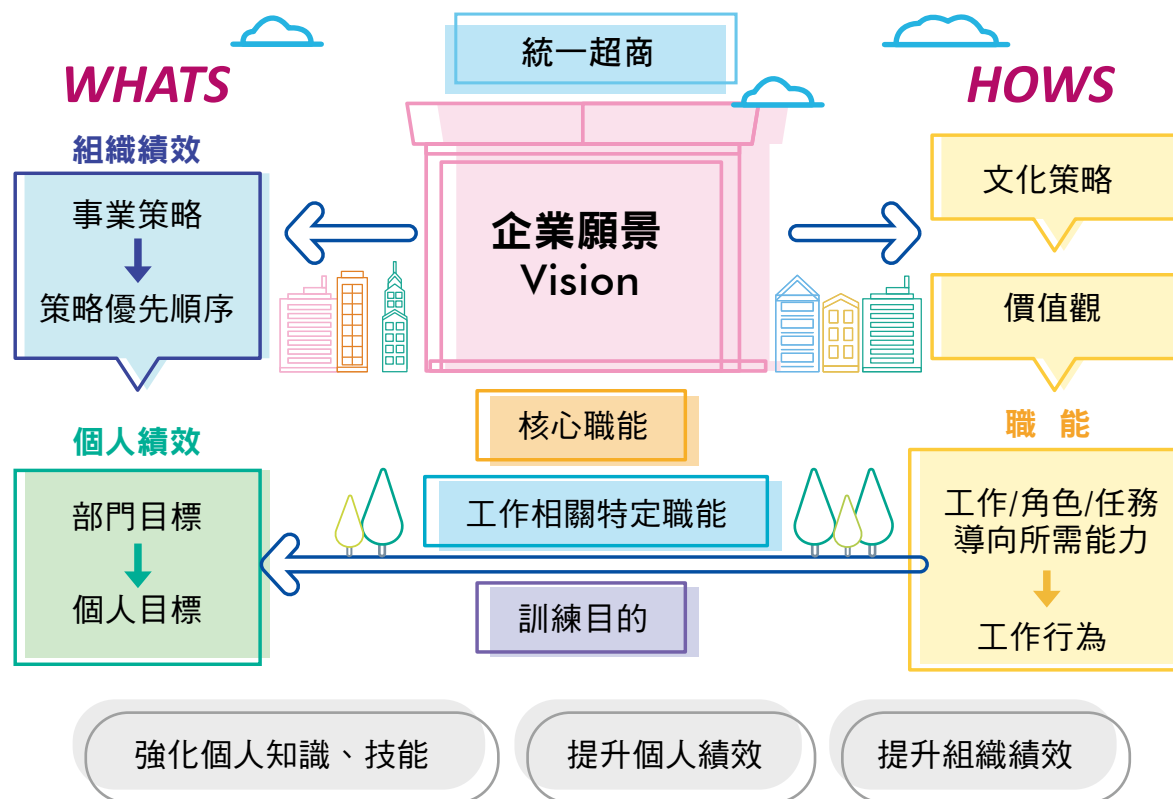
- 規劃2年1次執行，針對職場壓力、內部溝通、制度認同、工作認同等四大面進行滿意度調查，今年依據2015年回饋結果持續改善。
- 2017年針對調查對象「行銷專員(MDR)」進行「跨部門溝通」焦點訪談蒐集並深入瞭解跨部門合作時，可能產生的認知差距及溝通障礙因素，以利聚焦改善，共計訪談18位。

統一超商符合我國勞基法相關規定，關係改變時，預先與員工進行聘僱溝通，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 豐富完善職涯規劃

教育訓練是組織成長的主要動力，不僅是對新進人員，全體超商夥伴們都必須不斷進修與成長。我們對同仁的訓練與發展不遺餘力，不因男女而有訓練發展差異，全力支持同仁充實新知與提升技能。我們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。

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、公司內部訓練課程、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。



5

統一超商 7-ELEVEN 大學訓練架構圖



PCSC e-learning center(數位學習平台) :

教育訓練投入

統一超商重視員工教育，每年持續投入大量教育訓練資源，針對不同階層、部門設計規劃不同的訓練課程，包含新進人員訓練、階層別訓練、門市、後勤公開班、通識課程、及各單位專業訓練。近 5 年教育訓練投入經費皆超過 5 千萬元，2017 年教練訓練總費用總投入金額共 51,797 仟元，平均每人訓練費用 6,576 元 / 人。

公司除了教室課程外，還有線上課程供同仁自由選修，平均每人每年受訓時數皆在 25 小時以上。2017 年更突破 30 小時 / 年 / 人，全公司各項學習總訓練時數為 238,789 小時，是近 5 年最高。學習項目以單位自辦訓練及營業訓練為大宗。

2017 年員工教育訓練平均時數 (教室課程)

員工類別 (請依公司實際情況分類)	總受訓時數 (小時)	員工人數 (人)	平均受訓時數 (小時 / 人)
高階經理人	1,477	50	29.5
中階管理階層	6,878	210	32.8
專業人員	63,094	1,966	32.1
技術人員	95,447	5,651	16.9
合計	166,896	7,877	21.2



2017 年員工教育訓練平均時數 (教室 + 線上課程)

年度	總員工數	總訓練時數	平均每人訓練時數 (小時/人)
2017	7,877	238,789	30.31
2016	7,850	231,011	29.43
2015	8,274	195,997	23.69
2014	7,737	210,196	27.17
2013	7,696	182,471	23.71

新進員工教育訓練

為了協助新進夥伴快速融入公司，並且更認同公司，不論門市、後勤皆提供新進人員訓練。除了製作數位課程，讓新進夥伴在一到任立即進行課程，快速了解統一超商的核心價值、公司願景及企業文化外，更提供新進同仁學習護照，提供夥伴學習的方向，同時各單位亦會指派指導員協助新進同仁適應工作環境。針對營運核心幹部 - 區顧問，更提供專屬的「區顧問培育護照」與完善的訓練課程，讓區顧問學習有指引、快速上手，成為門市業績成長的推手。



個人發展定期檢視

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。2017 年人力資源部製作「統一超商個人發展計劃指引 - 教練版」工具書，協助直屬主管每六個月與部屬一對一面談運用，主管與員工溝通並達成目標共識，幫助同仁有紀律地學習與成長，循序漸進充實專業知識及技能。

○ 2017 年全公司個人發展定期檢視狀況：全員 100% 完成。

	應完成人數	實際完成人數	佔比
高階主管	50	50	100%
中階主管	210	210	100%
專業人員	1,966	1,966	100%
技術人員 (門市正職人員)	1,914	1,914	100%
合計	4,140	4,140	100%



共同教育

運用集團訓練資源，與母公司統一企業共同推動「法治教育」與「美學教育」。以「南統一，北超商為南北中心，逐步建立集團共同選修科目，並透過系統化推動，共享教育訓練資源」。

法治教育	目的	提高主管決策時的法律敏感度
	對象	依各階層分別設計線上與實體課程，規範集團部級(含)以上主管，必修法治時數 3 小時/年
	實體課程	<ul style="list-style-type: none"> ● 2017 年以「公平交易法」、「勞動法」為主軸。 ● 實體課程 / 講座 18 場次，共 614 人次通過。 ● 課程平均滿意度 4.52 (5 分量表)
	線上課程	<ul style="list-style-type: none"> ● 法律小常識:(公平法、食安法、勞動法、預防性騷擾及職場暴力): 2,398 人次完成修習。 ● 後勤新進同仁誠信經營暨個資管理，245 人完成修習。 ● 主管法令課程:(如何依法管理不適任人員) 105 人次完成修習。 ● 營業部門:預防性騷擾及職場暴力(2017/12/08 開辦)，直營店 222 人、加盟店 494 人完成修習。 ● 商標法與智慧產權:與法務共同製作「7-ELEVEN 授權品牌教育訓練手冊」協助主管、同仁了解 SEI 品牌授權條件，強化品牌使用觀念，共 2,267 人完成修習。
美學教育	目的	貫徹以設計為事業發展策略，透過各項美學講座與活動，提升統一集團整體「美學素養」，打造三品(包含品味)集團。以 8 大藝術發想，結合集團資源進行規劃安排。
	對象	全集團員工皆可參與，部級以上主管美學訓練時數至少 2 小時/年
	主題 / 場次	<ul style="list-style-type: none"> ● 全年共安排 5 場(4 場實體、1 場視訊)，累計參訓 891 人次 ● 課程平均滿意度 4.4





儲備人庫培育 Elite 計劃

Elite 計畫，目的是提前遴選部級主管儲備人才 (talent)，透過輪調與任務指派，結合課程，預先培養擔任部主管能力，以提升人才準備規劃。

由於部級主管是扮演組織中承上啟下，協助組織達成營運目標的關鍵角色。因此，依據人才培育黃金比例 721 原則，協助 talent 進行業務輪調與工作指派，同時透過主管指導回饋以及向他人學習，並且規劃適當課程強化人才的發展。從評鑑找出能力落差開始、依職能評鑑結果找出的待發展能力，設定為發展目標，進行個人發展計畫 (IDP- Individual Development Plan) 設定。發展的過程中，透過主管的 1 on 1 coaching，進行發展輔導記錄，並於發展期末進行成果發表，以確認人才發展的狀況。2017 年共培育 28 位儲備部主管，統一超商 12 位，物流事業 4 位，美妝事業 7 位，其中 5 位晉升。整體培育計劃執行率 100%。

○ 計畫內容：

培育階段	培育內容	培育目的
個人發展計劃 	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 	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 	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 	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

人力資源部每年約三月啟動當年度培育意願調查，今年涵蓋 SET TEAM 經理、一般專員，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。2017 年總調查人數計 1,753 人，SET TEAM 經理具輪調意願佔 45.5%，一般專員具輪調意願佔 37.2%。為鼓勵人才跨公司輪調，公告集團 TEAM 經理職位條件與職缺訊息，總計 29 件，PCSC 員工晉升 21 人，輪調 5 人，透過跨公司遞補總計 10 人 (34.5%)。

TK 精神推動 - ISE (In store Experience) 門市體驗

透過客製的體驗內容，讓後勤單位主管能同理門市、了解總部的規劃如何影響門市，未來推動各項方案時能以門市立場思考，持續優化讓門市更省力。

自 2015 年開始持續推動，為了提升體驗品質，共培育 29 位跨群室引導師具備設計體驗課程與引導提問的能力，提供專業的體驗服務。2017 年更擴大體驗主管的範圍，營、銷單位主管也持續進行第二次體驗，並採跨群室搭配 (etc. 營運 + 行銷)，以促進意見交流、換位思考。2017 年共執行 38 梯次，76 位主管參與體驗。自活動推動已累計至 102 梯次，完成 199 人次主管的體驗，平均滿意度 4.69 分。

另，每年拍攝一部 TK 影片，協助後勤同仁了解並同理前線門市夥伴的工作辛苦，以及後勤各單位的規劃如何影響前線的工作。幫助後勤同仁規劃更有利於門市的制度與工具，提升門市工作效率。2017 年公司共 28 部門 100% 完成觀看並提出協助門市建議的提案。



大師 OPEN 講

邀請部級主管，進行不同領域的知識、或經營管理經驗心得分享。並將主管的分享製作成線上課程，讓大師的智慧得以擴散並紀錄，同時帶動由上而下的學習文化。2017 年更擴大邀請外部講者，提供主管員工不同的視野，共計開辦 9 場，總參訓 484 人次，平均滿意度：4.7。

learning
www.khlearning.com

大師 OPEN 講
游泳教會我的三件事

游泳是少數能改善腦部功能的運動之一，它能夠改善記憶力與專注力。一小時游泳能促進腦部神經元，讓口齒伶俐、反應敏捷、腦筋大轉彎……

主講人：**何水晃**
供應管理經理 部長

日期：2017年3月10日(五)
時間：16:00-17:00
地點：樓上 205A 會議室

報名方式：
查詢及報名請到 khlearning.com 查詢 或 直接來電
報名請洽 HR 中心 02-27023000 或 專業教育三件事
【報名日期：即日起至 3/9 晚間 23:59 止】

學習連結系列：
請到 khlearning.com 查詢 或 直接來電
【報名日期：即日起至 3/9 晚間 23:59 止】

learning
www.khlearning.com

大師 OPEN 講
企業文化：組織運作的潛規則

組織文化是企業發展的靈魂，亦是組織運作時的潛規則。組織文化不僅是企業經營的靈魂，亦是企業運作的潛規則。組織文化不僅是企業經營的靈魂，亦是企業運作的潛規則。組織文化不僅是企業經營的靈魂，亦是企業運作的潛規則。

主講人：**劉俊北**
總經理辦公室資深副經理

日期：2017年11月14日(四)
時間：13:00-15:00
地點：樓上 205A 會議室

報名方式：
查詢及報名請到 khlearning.com 查詢 或 直接來電
報名請洽 HR 中心 02-27023000 或 專業教育三件事
【報名日期：即日起至 11/13 晚間 23:59 止】

學習連結系列：
請到 khlearning.com 查詢 或 直接來電
【報名日期：即日起至 11/13 晚間 23:59 止】



區經理供應鏈學習：

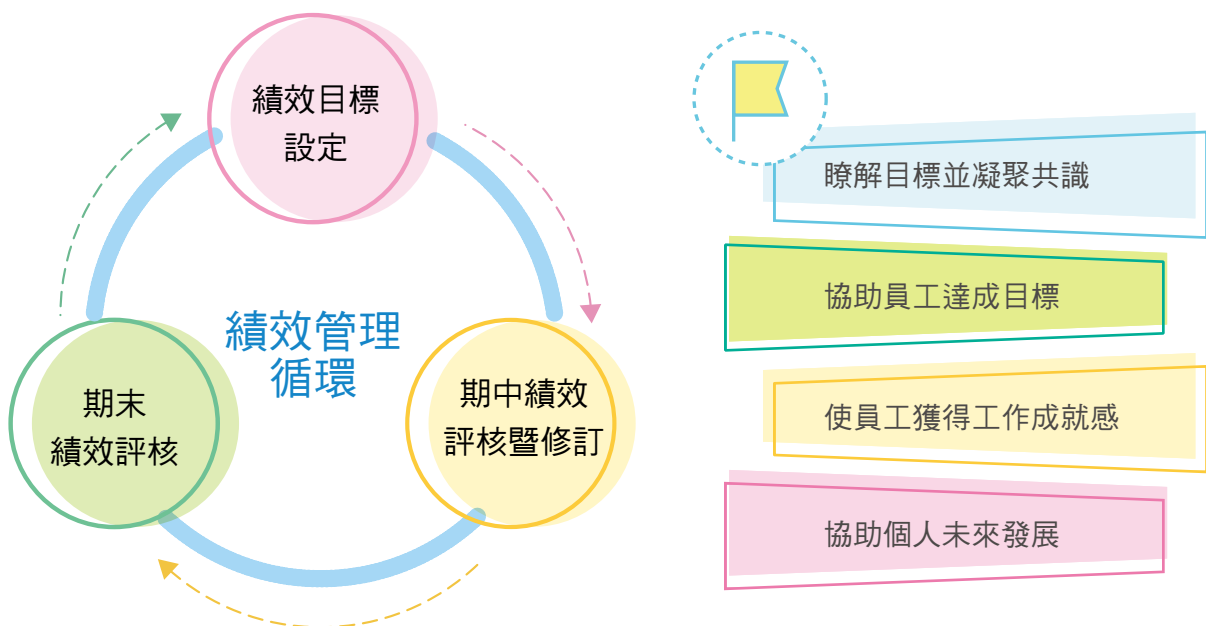
透過供應鏈廠商、行銷、後勤支援等單位，及異業（關係企業）實習體驗，使區經理了解各項作業流程，進而在協助門市解決問題時，能夠發展出可行方案與選擇適當行動。自 2012 年起持續推動；2017 年開辦第 12 梯（2017/4/12~2017/6/3），規劃後勤 18 單位、門市體驗，以及 6 家關係企業等進行實作參訪體驗，共 7 位區經理參與為期 36 天的供應鏈學習。



目標導向之績效管理制度

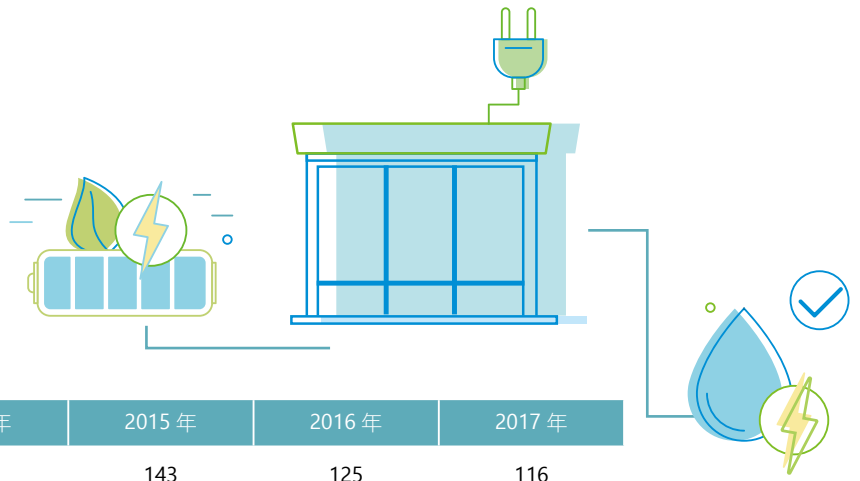
落實績效管理，除了讓我們的夥伴們更瞭解公司的目標，對個人目標達成共識與認同感外，亦可依據工作目標，隨時檢視目標達成率，並進行適當的調整或尋求主管給予建議，協助自我發展。透過績效面談的落實，瞭解個人期望、專長與潛能，並配合組織發展，與統一超商共同成長。

績效管理制度適用於我們所有的夥伴們³。績效管理循環分為 3 階段，第一階段：3 月份進行「績效目標設定」，由主管與員工共同討論，設定年度目標與個人發展計畫；第二階段：7、8 月進行「期中績效評核暨修訂」；最後一階段：12 月進行「期末績效評核」。



³ 排除對象：時薪制人員、實習生及未在职天數 ≥ 274 天者

附錄 - 其他指標揭露



1. 歷年總部與門市用電量

	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
總部大樓用電量 (萬度)	150	143	125	116
門市用電量 (萬度)	81,180	81,093	82,613	81,583
區域辦公室與訓練中心 (萬度)	--	--	97	98
總計 (萬度)	81,330	81,236	82,835	81,798

註：2014 至 2016 年門市資料為每個月依據台電公司提供資料，及門市主檔面積來推估所有門市用電；2016 年起統計區辦公室與訓練中心；2017 年經 SGS 查證數據，門市部分另含 22 個商場。

2. 歷年電費統計

	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
電費金額 (仟元)	2,633,760	2,452,052	2,173,833	2,135,407

註：統計邊界包含總部及門市，不包含區域辦公室、訓練中心及商場。

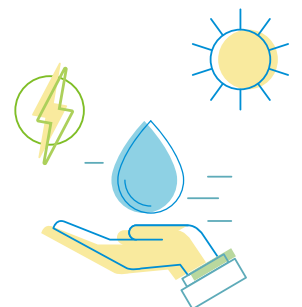
3. 歷年的排放量

單位：公噸 CO₂e


	範疇一	範疇二	總量	盤查邊界
2014 年	115,948.900	422,949.967	538,898.867	僅門市，不含總部及區域辦公室 / 訓練中心 / 商場用電。
2015 年	121,479.960	428,173.526	549,653.486	僅門市，不含總部及區域辦公室 / 訓練中心 / 商場用電。
2016 年	117,313.660	438,196.536	555,510.196	含總部、區域辦公室、訓練中心、門市 (不含商場)。
2017 年	119,389.058	432,710.053	552,099.111	經 SGS 認證 ISO14064-1，含總部、區域辦公室、訓練中心、門市及商場，部分營業據點無法取得憑證故未納入。

4. 歷年用水量

	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
總部大樓用水量 (度)	5,994	5,207	5,461	5,312
門市用電量 (萬度)	947,188	926,852	710,936	1,225,970
總用水量 (度)	953,182	932,059	716,397	1,231,282
統計的門市家數 (家)	2,347 家	2,347 家	2,803 家	3,638 家








Statement TW18/00094GG

Greenhouse Gas Verification Statement

The inventory of Greenhouse Gas emissions in year 2017 of
President Chain Store Corporation

2F, NO.65, Tung Hsing Rd.,
 Taipei City, Taiwan




has been verified in accordance with ISO 14064-3:2006 as
 meeting the requirements of

ISO 14064-1:2006



Direct emissions	
119,389.0583 tonnes of CO₂e	
Energy indirect emissions	
432,710.0528 tonnes of CO₂e	
Direct emissions and energy indirect emissions	
552,099.111 tonnes of CO₂e	

Authorized by



David Huang
 Director
 Date: 09 May 2018
 Version 1

TGP 5615A-1 1801
 SGS Taiwan Ltd.
 No. 136-1, Wu Kung Road, New Taipei Industrial Park, Wu Ku District,
 New Taipei City 24803, Taiwan
 t (02) 22993279 f (02)22999453 www.sgs.com

This Statement is not valid without the full verification scope, objectives, criteria and findings available on pages 2 to 156 of this Statement.

Page 1 of 156



SGS has been contracted by President Chain Store Corporation (hereinafter referred to as "President Chain"), 2F, NO.65, Tung Hsing Rd., Taipei City, Taiwan for the verification of direct and indirect Greenhouse Gas emissions in accordance with

ISO 14064-3: 2006

as provided by President Chain Store Corporation (hereinafter referred to as "President Chain"), 2F, NO.65, Tung Hsing Rd., Taipei City, Taiwan, in the GHG Assertion in the form of GHG report covering GHG emissions of the period 01 January 2017 to 31 December 2017.

Roles and responsibilities

The management of President Chain is responsible for the organization's GHG information system, the development and maintenance of records and reporting procedures in accordance with that system, including the calculation and determination of GHG emissions information and the reported GHG emissions.

It is SGS's responsibility to express an independent GHG verification opinion on the GHG emissions as provided in the GHG Assertion for the period 01 January 2017 to 31 December 2017.

SGS conducted a third party verification of the provided GHG assertion against the principles of ISO 14064-1:2006, ISO 14064-3:2006 in the period 21 April 2018 to 30 April 2018. The verification was based on the verification scope, objectives and criteria as agreed between President Chain and SGS on 06 March 2018.

Level of Assurance

The level of assurance agreed is that of reasonable assurance.

Scope

President Chain has commissioned an independent verification by SGS Taiwan of reported GHG emissions of President Chain arising from retail sale of food, beverages, tobacco and other new goods in chain convenience stores activities, to establish conformance with ISO 14064 principles within the scope of the verification as outlined below.

This engagement covers verification of emission from anthropogenic sources of greenhouse gases included within the organization's boundary and is based on ISO 14064-3:2006.

- Title or description activities: GHG verification for President Chain in year 2017.
- Location/boundary of the activities:
 - This is a multi-site certificate, additional site details are listed in Appendix A.
- Physical infrastructure, activities, technologies and processes of the organization: Retail sale of food, beverages, tobacco and other new goods in chain convenience stores.
- GHG sources, sinks and/or reservoirs included: Sources as presented in the inventory spreadsheet provided by President Chain.
- Types of GHGs included: CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃
- The IPCC 2007 AR4 GWP values are applied in this inventory.
- Electricity emission factor: 0.529 kgCO₂e/kwh
(Announced by Bureau of Energy, Ministry of Economic Affairs in 2017)
- Directed actions: NA
- GHG information for the following period was verified: 01 January 2017 to 31 December 2017
- The version of inventory sheet: Version 2 (30 April 2018)
- The version of GHG assertion: Version 2 (30 April 2018)
- Intended user of the verification statement: Private

Objective

The purposes of this verification exercise are, by review of objective evidence, to independently review:

- Whether the GHG emissions are as declared by the organization's GHG assertion
- The data reported are accurate, complete, consistent, transparent and free of material error or omission.

Criteria

Criteria against which the verification assessment is undertaken are the principles of ISO 14064.

Materiality

The materiality required of the verification was considered by SGS to 5%, based on the needs of the intended user of the GHG Assertion.

Conclusion

President Chain provided the GHG assertion based on the requirements of ISO14064-1: 2006. The GHG information for the period 01 January 2017 to 31 December 2017 disclosing emissions of 552,099.111 metric tonnes of CO₂ equivalent and 0.0000 metric tonnes of direct CO₂ emissions from the combustion of biomass are verified by SGS to a reasonable level of assurance, consistent with

the agreed verification scope, objectives and criteria.

SGS's approach is risk-based, drawing on an understanding of the risks associated with reporting GHG emissions information and the controls in place to mitigate these. Our examination includes assessment, on a test basis, of evidence relevant to the amounts and disclosures in relation to the organization's reported GHG emissions.

We planned and performed our work to obtain the information, explanations and evidence that we considered necessary to provide a reasonable level of assurance that the GHG emissions for the period 01 January 2017 to 31 December 2017 are fairly stated.

We conducted our verification with regard to the GHG assertion of President Chain which included assessment of GHG information system, monitoring and reporting plan/protocol. This assessment included the collection of evidence supporting the reported data, and checking whether the provisions of the protocol reference, were consistently and appropriately applied.

In SGS's opinion the presented GHG assertion

- is materially correct and is a fair representation of the GHG data and information, and
- is prepared in accordance with ISO14064-1:2006 on GHG quantification, monitoring and reporting.

Confidentiality

The reports and attachments may contain relevantly confidential information of the clients. In addition to being submitted as governmental application or certification documents, the reports and attachments are not allowed to be edited, duplicated, or published without the clients' agreement in written form.

Avoidance of Conflict of Interest

The reports and attachments are completely complied with the standards and procedures that related-authorities established. The reports and attachments of auditing process are conduct with fairness and honesty. If not, the auditing institution not only has to bear the relevant compensation duties, but also to receive legal charge and punishment.

This statement shall be interpreted with the GHG assertion of President Chain as a whole.

Verifier Group

Above statements coincide with auditing process with fairness and impartiality, and aim at the emission of year 2017 of clients.

Lead Verifier: *Kyle Lu.*

Verifier: *Belinda Shih* *John Chiang*

Emma Kao *Chris Peng*

Note: This Statement is issued, on behalf of Client, by SGS Taiwan Ltd. ("SGS") under its General Conditions for Greenhouse Gas Verification Services available at http://www.sgs.com/terms_and_conditions.htm. The findings recorded hereon are based upon an audit performed by SGS. A full copy of this statement, the findings and the supporting GHG Assertion may be consulted at President Chain Store Corporation, 2F, NO.65, Tung Hsing Rd., Taipei City, Taiwan. This Statement does not relieve Client from compliance with any bylaws, federal, national or regional acts and regulations or with any guidelines issued pursuant to such regulations. Stipulations to the contrary are not binding on SGS and SGS shall have no responsibility vis-à-vis parties other than its Client.

GRI4.0 指標對照表

○ 一般揭露事項

揭露項目		頁次	對應章節及特別說明
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
G4-3	說明組織名稱	15	1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景
G4-4	說明主要品牌、產品與服務	15	1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景
G4-5	說明組織總部所在位置	15	1. 統一超商 - 幸福企業 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	15	1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景
G4-7	所有權的性質與法律形式	15	1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景
G4-8	說明組織所提供服務的市場	15	1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景
G4-9	說明組織規模	15	1. 統一超商 - 幸福企業 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	75	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
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	34	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.3 幸福的維持 - 永續供應鏈管理
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	24	1. 統一超商 - 幸福企業 1.3 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	--	2017 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	15	1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景
G4-17	合併財務報表所包含的所有實體	1	關於本報告書

揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
G4-18 界定報告內容與考量面邊界的流程及組織如何依循	9	重大議題與利害關係人溝通
G4-19 所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	9	重大議題與利害關係人溝通
G4-20 針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	9	重大議題與利害關係人溝通
G4-21 針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	9	重大議題與利害關係人溝通
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
G4-24 組織進行議合的利害關係人群體	9	重大議題與利害關係人溝通
G4-25 鑑別與選擇利害關係人的方法	9	重大議題與利害關係人溝通
G4-26 與利害關係人議合的方式	9	重大議題與利害關係人溝通
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	9	重大議題與利害關係人溝通
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	102	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
G4-34 組織的治理結構	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 公司治理

揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 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： * 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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 公司治理
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 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： * 是否以及如何考量多元性 * 是否以及如何考量獨立性 * 是否及如何考量經濟、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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 公司治理
G4-56 描述組織之價值、原則、標準和行為規範	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 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	21	1. 統一超商 - 幸福企業 1.2 公司治理

○ 特定揭露事項

考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
經濟績效	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	15 24 1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景 1.3 營運策略與管理
	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	24 1. 統一超商 - 幸福企業 1.3 營運策略與管理
	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的範圍	75 5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
市場形象	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	75 5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
間接經濟衝擊	G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	59 65 71 4. 統一超商 - 幸福好鄰居 4.1 統一超商好鄰居文教基金會 4.2 打造統一超商專屬幸福感 4.3 統一超商商場幸福平台
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	34 2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.3 幸福的維持 - 永續供應鏈管理
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	34 2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.3 幸福的維持 - 永續供應鏈管理
能源 *	G4-DMA	能源管理方針	46 3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	46 3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN4	組織外部的能源消耗量	46 3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN5	能源密集度	46 3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN6	減少能源的消耗	46 3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	46 3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活

考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明	
排放	G4-EN15	直接溫室氣體排放（範疇一）	46	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	46	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN17	其他間接溫室氣體排放量（範疇三）	46	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN18	溫室氣體排放強度	46	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	46	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
產品及服務	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	46	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
	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. 統一超商 - 幸福愛地球 3.2 資源回收一起來
法規遵循 *	G4-DMA	法規遵循管理方針	57	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.4 法規遵循
	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	57	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.4 法規遵循
交通運輸	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	46	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.1 節能減碳綠色生活
整體情況	G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	55	3. 統一超商 - 幸福愛地球 3.3 綠色會計與綠色採購
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	34	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.3 幸福的維持 - 永續供應鏈管理

考量面	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明	
勞僱關係 *	G4-DMA	勞僱關係管理方針	75	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
	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	75	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
	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	75	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	75	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
勞資關係 *	G4-DMA	勞 / 資關係管理方針	75 83	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度 5.2 友善和諧職場環境
	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. 統一超商 - 幸福職場 5.2 友善和諧職場環境
職業健康與安全 *	G4-DMA	職業健康與安全管理方針	83	5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境
	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	83	5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境
	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	83	5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境
	G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工	--	統一超商所屬產業無相關情形，不適用。
	G4-LA8	工會正式協約中納入健康與安全相關議題	--	統一超商無工會，不適用

考量面		DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
訓練與教育 *	G4-DMA	訓練與教育管理方針	88	5. 統一超商 - 幸福職場 5.3 豐富完善職涯規劃
	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	88	5. 統一超商 - 幸福職場 5.3 豐富完善職涯規劃
	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	88	5. 統一超商 - 幸福職場 5.3 豐富完善職涯規劃
	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	88	5. 統一超商 - 幸福職場 5.3 豐富完善職涯規劃
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	75	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
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	75	5. 統一超商 - 幸福職場 5.1 多元人文制度
勞工實務問題申訴機制	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. 統一超商 - 幸福職場 5.2 友善和諧職場環境
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. 統一超商 - 幸福職場 5.2 友善和諧職場環境
強迫與強制勞動	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. 統一超商 - 幸福職場 5.2 友善和諧職場環境
評估	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. 統一超商 - 幸福職場 5.2 友善和諧職場環境
人權問題申訴機制	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. 統一超商 - 幸福職場 5.2 友善和諧職場環境
當地社區 *	G4-DMA	當地社區管理方針	59 65	4. 統一超商 - 幸福好鄰居 4.1 統一超商好鄰居文教基金會 4.2 打造統一超商專屬幸福感
	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	59 65 71 72	4. 統一超商 - 幸福好鄰居 4.1 統一超商好鄰居文教基金會 4.2 打造統一超商專屬幸福感 4.3 統一超商商場幸福平台 4.4 統一超商福委會 - 愛 · 自然社團

考量面	DMA 與指標		頁次	對應章節及特別說明
法規遵循 *	G4-DMA	法規遵循管理方針	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
	G4-SO8	違反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	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
顧客的健康與安全 *	G4-DMA	顧客的健康與安全管理方針	30 34	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.1 幸福的源頭 - 商品安全管理 2.3 幸福的維持 - 永續供應鏈管理
	G4-PR1	為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	30	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.1 幸福的源頭 - 商品安全管理
	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	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
產品及服務標示 *	G4-DMA	產品及服務標示管理方針	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
	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	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
行銷溝通 *	G4-DMA	行銷溝通管理方針	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
	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	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
顧客隱私	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
法規遵循	G4-PR9	因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	42	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.4 幸福的保證 - 法規遵循
品牌管理 *	品牌管理管理方針		15	1. 統一超商 - 幸福企業 1.1 公司規模與背景
客戶關係管理 *	客戶關係管理管理方針		34	2. 統一超商 - 幸福商品與服務 2.2 幸福的傳遞 - 優質服務與品質保障

- 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	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
1	「商品安全委員會」從安全與品質角度出發，針對統一超商自有商品建立系統性管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。2017 年共召開三次會議，討論內容包括政府法規鑑別、代工廠與供應商評鑑缺失、商品安全訊息、食品安全監測計畫及其執行進度等。	30	2017 年商品安全委員會組織及運作管理程序及 2017 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	「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%，2017 年商品安全訊息收集 922 件。 註：A 級及 B 級訊息係以公司內部訊息公告日統計，L 級訊息係以法規訊息發布日統計。	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)，2017 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	2017 年初次運輸導入達 100% 的產品包含速食(米食/麵食/沙拉)、米飯、調理麵包、香蕉及生鮮蔬菜(除玉米棒及筍類)。	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)，2017 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 2017 年該產品類別銷售額的百分比。	第一款 第一目
4	此外亦透過管理顧問公司，針對門市商品效期管理品保作業查核。2017 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.2%(註)。 註：少數門市係因 2017 年初關店或 2017 年末開店，故未於 2017 年受稽核。	33	依據公司門市過期品下架控管查核機制，全年度受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度全台所有門市數之百分比。	第一款 第一目
5	統一超商亦委託管理顧問公司對門市品保訓練認證情形做稽核，2017 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.6%(註)。 註：少數門市係因 2017 年末開店，故未於 2017 年受稽核。	33	參照「食品良好衛生規範準則」制定品保訓練課程及測驗卷，全年度受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度全台所有門市數之百分比。	第一款 第一目
6	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。2017 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。	42	2017 年度統一超商股份有限公司直營門市因違反「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

編號	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
	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
	不適用，統一超商本身並無自我營運工廠。			第一款 第四目
7.	<p>2017 年間統一超商有合作關係 (註 1) 的自有商品食品類供應商 (含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商) 共計 51 家，稽核完成百分比為 100% (註 2) ；針對這 51 家供應商共執行 192 次稽核，稽核結果合格共計 188 次，合格百分比為 97.9 % 。針對不合格的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. 定義為 (1)2017 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。(2)2017 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。(3) 於 2017 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。</p> <p>註 2. 四家代工廠、二家直接交易原料供應商及一家蛋品供應商，已依供應商評鑑前次評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工，故 2017 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。</p>	39	<p>依據「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」、「原物料供應商及原物料管理辦法」及「業務用蛋品原料之管理作業辦法」(請詳第 36-38 頁) ，對自有商品食品類商品供應商執行評鑑之家數、百分比、稽核次數與結果。</p>	第一款 第五目
8	<p>2017 年門市一次性用品類國內供應商 (註 1) 共計 10 家，稽核完成百分比為 100% (註 2) ；針對這 10 家供應商共執行 13 次稽核，稽核結果合格共計 13 次，合格百分比為 100% 。</p> <p>註 1. 係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗…等與食品接觸產品之國內製造廠。</p> <p>註 2. 安捷企業一工廠，已於年度評鑑計畫預計評鑑月份前結束製造，故 2017 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。</p>	39	<p>依據「統一超商用品評鑑表 - 非食品類工廠實地評鑑表」(請詳第 39 頁) ，2017 年針對門市一次性用品類國內供應商執行評鑑之家數、百分比、稽核次數與結果。</p>	第一款 第五目
	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

編號	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
9	截至 2017 年底品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議所建立之檢驗項目數為 580 項。	31	截至 2017 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、建議所建立之檢驗項目數(註)及政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目數。 註：此檢驗項目數含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。	第一款 第七目
10	而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 137 項。	31	截至 2017 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、建議所建立之檢驗項目(註)及政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目)，所建立之非制式檢驗項目數。 註：此檢驗項目含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。	第一款 第七目
11	我們的品檢實驗室針對財團法人全國認證基金會(TAF)認證項目取得 ISO/IEC17025:2005 證書。	32	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
12	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 4 項。	32	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
13	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. 氯黴素類抗生素 4 項 3. 多重殘留分析(二)48 項 4. 微生物類 4 項 5. 著色劑 8 項 6. 赭麴毒素 A 1 項 7. 棒麴毒素 1 項	32	取得衛福部食品藥物管理署(TFDA)認證之項目及總和。	第一款 第七目

編號	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
14	<p>品檢實驗室產生費用總計新台幣 27,751 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 5,947 仟元 (註)，佔個體營業收入 0.019%。</p> <p>註：品檢實驗室產生費用包含：檢驗、薪資、折舊、租金、設備修理、雜項購置等費用。</p>	32	2017 年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
15	2017 年商品與原物料共檢測 983 項，通過檢驗合格為 963 項，合格率 98.0%。	32	<p>依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議所建立之檢驗項目(註)、政府公告合法使用食品添加物之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、建議所建立之檢驗項目(註)及政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目)之非制式檢驗項目之檢驗總件數、檢驗合格件數與合格率。</p> <p>註：此檢驗項含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。</p>	第一款第七目
16	於 2017 年期間，自有商品食品類供應商(含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商)家數為 51 家，以供應商之工廠統計，共有 95 個工廠；其中自有商品食品類國內代工廠數為 62 個代工廠，全數均取得國際食品安全管理系統認證(ISO22000 或 FSSC22000)。	38	2017 年期間自有商品之食品類別供應商家數、工廠數總和、國內代工廠數總和、ISO22000 或 FSSC22000 認證證書及取得 ISO22000 或 FSSC22000 認證之國內代工廠數總和。	公司自願確信項目
17	統一超商雖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，但為加強自有商品安全控管，我們仍與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫(原物料暨品保管理系統，Material and Quality Assurance System, 簡稱 MAS)，針對商品原料與供應商，進行溯源管理。透過 MAS 系統中建立商品仕様書，載明自有商品食品類產品之原物料與供應商來源。截至 2017 年底自有商品食品類產品之商品仕様書於 MAS 系統建檔完成比率為 86%。	31	食品安全衛生管理法第 9 條及自有商品食品類產品原物料暨品保管理資料庫，截至 2017 年底商品仕様書建檔完成比率。	公司自願確信項目

會計師有限確信報告

資會綜字第 18002995 號

統一超商股份有限公司 公鑒：

本事務所受統一超商股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，就 貴公司選定民國 106 年度企業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。

確信標的資訊與適用基準

有關 貴公司選定民國 106 年度企業社會責任報告書所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其適用基準詳列於 貴公司民國 106 年度企業社會責任報告書第 110 至 113 頁之「確信項目彙總表」。前述確信標的資訊之報導範圍業於企業社會責任報告書第 1 頁之「報告書範疇與邊界」段落述明。

上開適用基準係為臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準，以編製企業社會責任報告書所報導之績效指標，且維持與績效指標編製有關之必要內部控制，以確保績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依照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適用基準編製而須作修正之情事，並出具有限確信報告。

本會計師依照上述準則所執行之有限確信工作，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执行程序。因有限確信案件取得之確信程度明顯低於合理確信案件取得者，就有限確信案件所執执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。

本會計師係依據所評估之風險領域及重大性以決定實際執行確信工作之範圍，並依據本委任案件之特定情況執行下列確信程序：

- 對參與提供確信標的資訊之相關人員進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統(若適用)，以及其攸關內部控制之設計及執行情形。
- 基於上述瞭解與評估，對確信標的資訊進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行測試，以取得有限確信之證據。

此報告不對民國 106 年度企業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。

會計師之獨立性及品質管制規範

本會計師及本事務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。

本事務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。

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，本會計師並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，以及貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準編製而須作修正之情事。

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適用基準之變更，本會計師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 7 年 8 月 2 2 日

Memo





統一超商
企業社會責任報告書

