



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

1.1 公司規模與背景

組織規模

公司全名	統一超商股份有限公司
員工人數	8,384 人
創立時間	1978 年
董事長	羅智先
總經理	陳瑞堂
總部位置	台北市信義區東興路 65 號 2 樓
資本額	新台幣 10,396,222 仟元
總店數	5,028 家
截至 2015 年 12 月 31 日	

公司簡介


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

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

2015年統一超商重要里程碑


1.

穩固經營基礎

 入選台灣公司治理指數 100 之成分股。


2.

拓展門市業務


 與台塑有機農場策略聯盟，門市導入「台塑有機蔬菜專區」達 250 家。

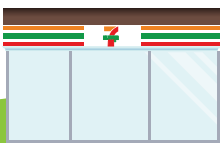
3.

持續系統升級

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

 「2代便利生活站」軟硬體全面升級上線，打造數位生活新體驗。

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



關於統一超商



減少環境衝擊的好鄰居



隨時與您相伴的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

財務績效

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

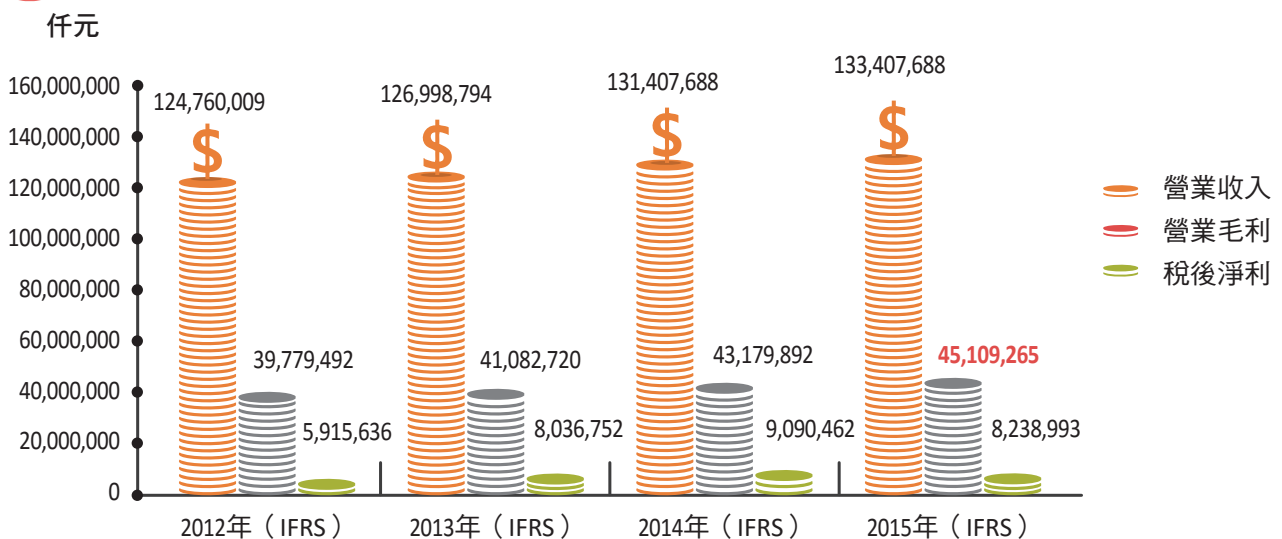
2015 年營收及稅後淨利達到 133,407,688 仟元及 8,238,993 仟元，所得稅費用為 1,327,753 仟元。並獲勤業眾信 (Deloitte) 會計師事務所評選為 2015 年全球前 250 大零售業中唯一入選的台灣零售業。

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

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

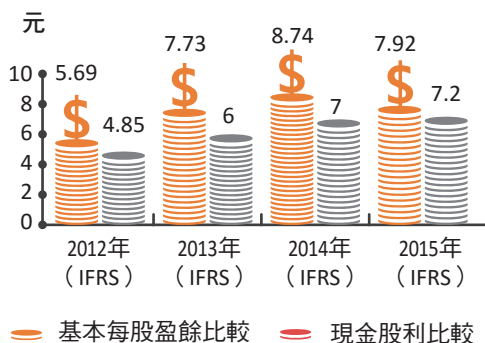


營運數字比較

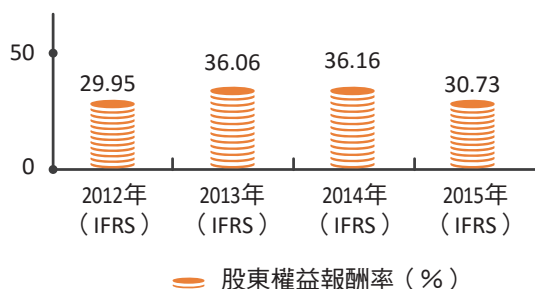


註：2015 年起採用 2013 年版 IFRS，故追溯調整 2014 年受影響之項目

股利比較



股東權益報酬率



1.2 我們的產品與服務

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

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

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



關於統一超商



減少環境衝擊的好鄰居



隨時與您相伴的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

便利安心產品

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

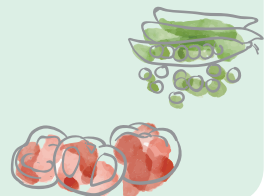
為提供民眾高品質產品，除了跨界與專業知名品牌合作，亦支持在地採購，以穩定價格與在地農民合作，透過主動制訂篩選制度，和農民共同打造個人化包裝商品，便利顧客隨時補充蔬果，成功提升台灣農特產附加價值。藉由不斷創新商品，滿足各族群的外食、蔬食需求，帶給台灣消費者最新鮮、優質的鮮食體驗。



綠金 - 有機蔬菜小專欄

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

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





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

便利創新服務

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

行動支付

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

環保響應

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

特色推廣

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

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



1.3 公司治理

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

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

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

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

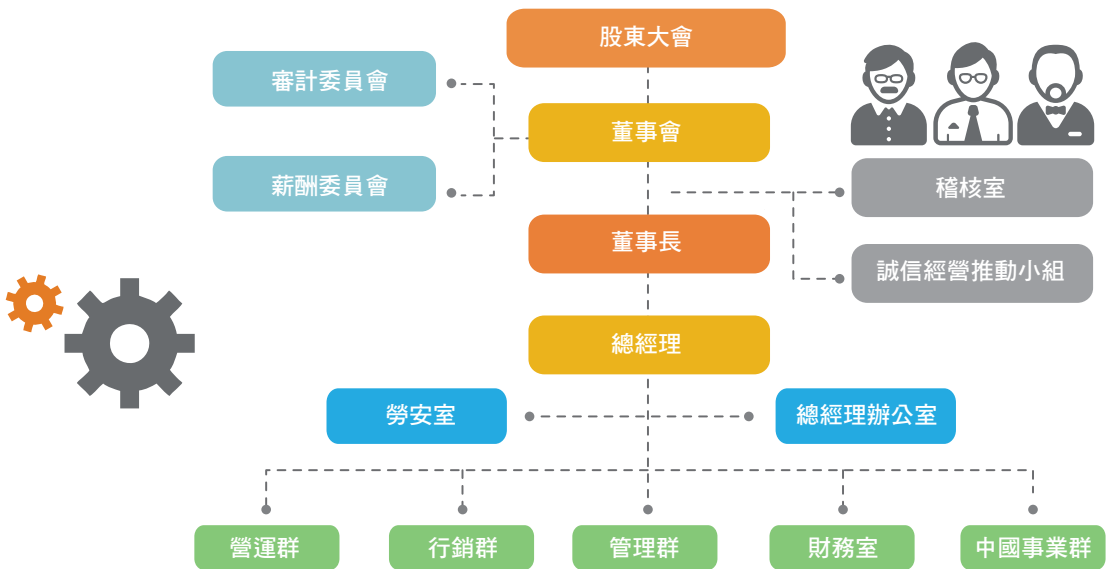
公司為建立廉潔、透明及負責的經營理念，制訂以誠信為基礎之政策、企業文化及良好之風險控管機制，以健全企業之永續經營及發展，訂有公司治理實務守則、誠信經營守則，以及誠信經營作業程序及行為指南，同時內部訂有品德管理暨營業秘密行為準則規範及獎懲辦法，推動全公司「品德管理」活動。透過自律公約簽署活動，推廣全體員工良善行為典範。



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

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

公司治理架構



生效日期：2016 年 7 月 1 日

董事會

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

設置獨立董事情形

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

審計委員會

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

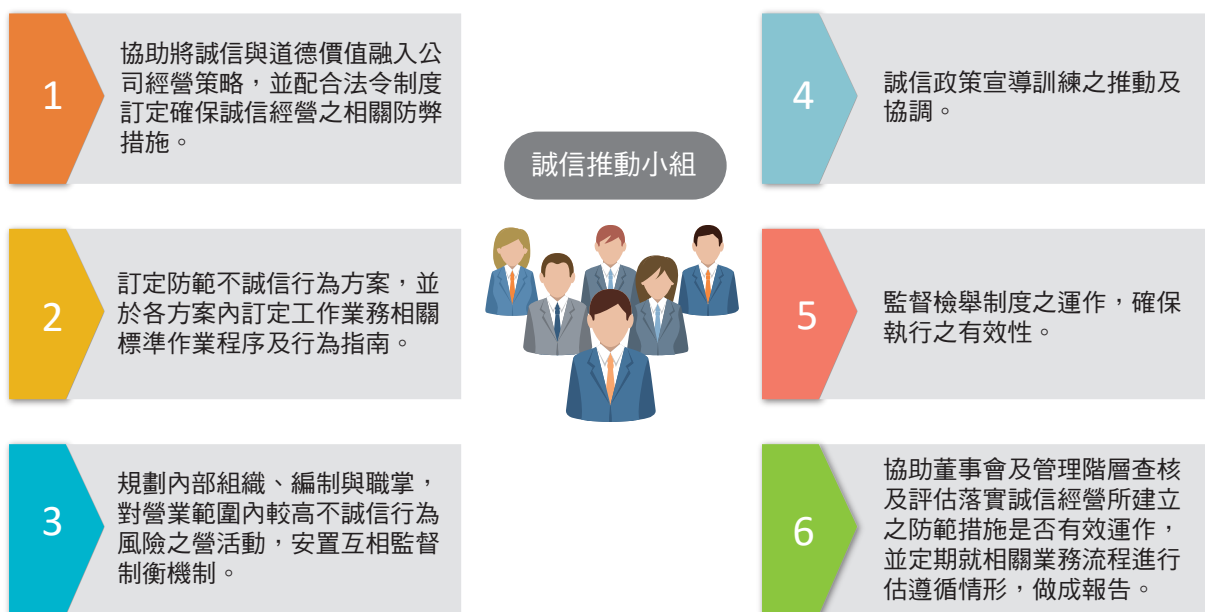
薪酬委員會

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

誠信經營

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

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

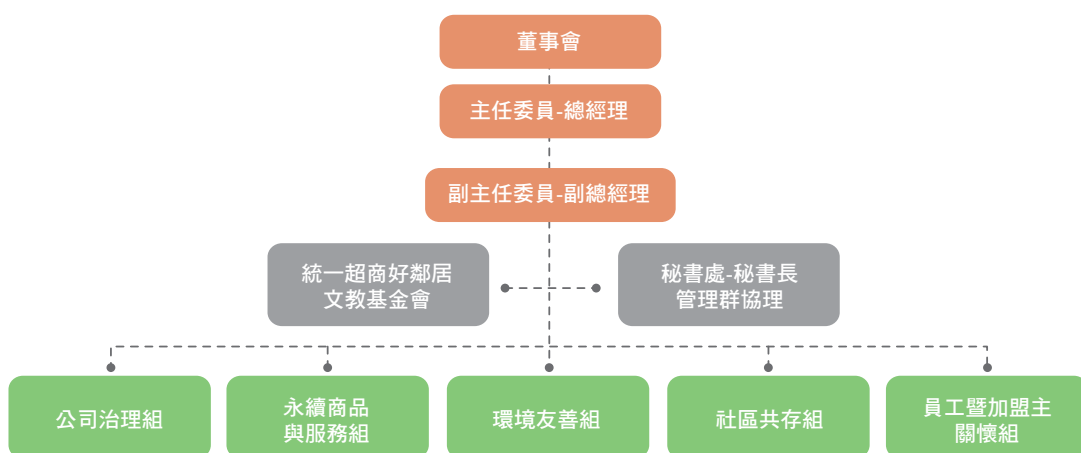


企業社會責任治理

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

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

統一超商 CSR 委員會



註：此為 2016 年更新修訂組織架構

1.4 外界肯定

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



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



工商時報服務大賞



第 12 屆服務第壹大獎



好鄰居基金會
台灣活動卓越獎金杯獎



(截至 5 月底)

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



遠見 CSR 獎牌

1.5 營運策略與管理

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

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



技術與研發

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

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

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

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

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

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

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

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

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

風險管理

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

風險管理表

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

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

氣候變遷風險與調適

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



關於統一超商



減少環境衝擊的好鄰居



隨時與您相伴的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

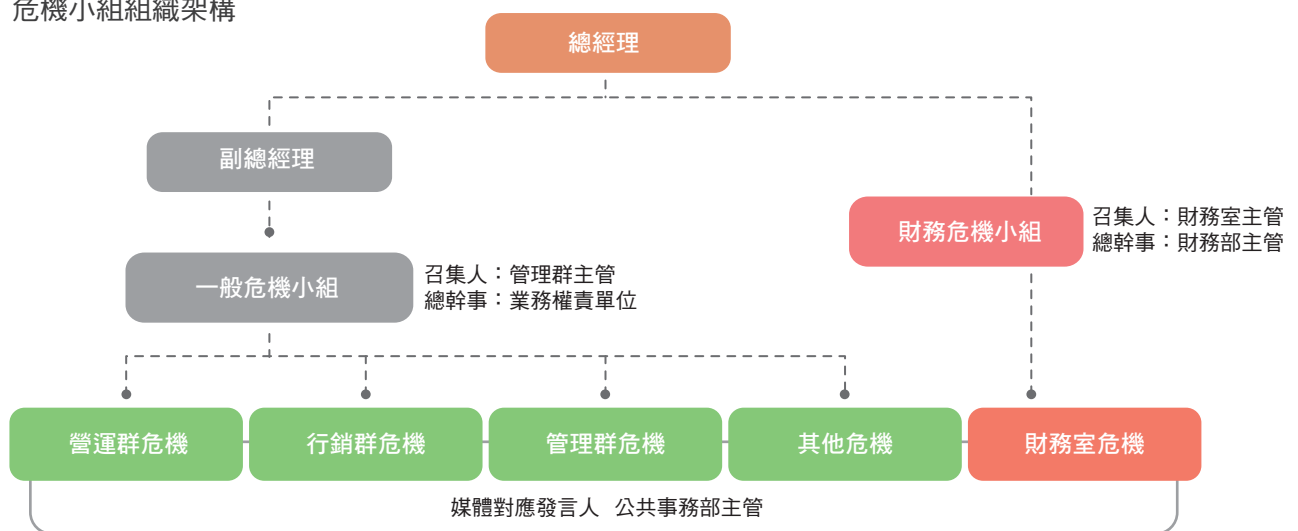
危機應變管理

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

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

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

危機小組組織架構



註：此為 2016 年更新修訂組織架構

1.6 利害關係人溝通與重大議題

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

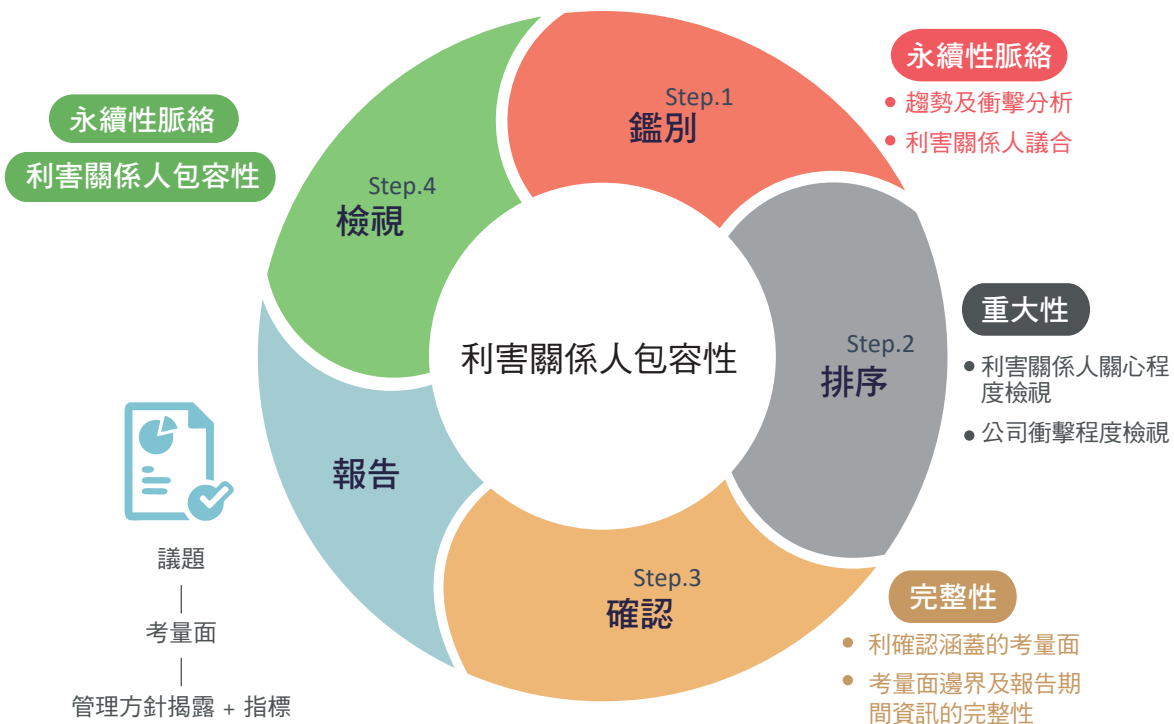
🌿 統一超商與利害關係人溝通管道一覽表

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

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

重大性評估流程

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



第一步 鑑別

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

第二步 排序

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



關於統一超商



減少環境衝擊的好鄰居



隨時與您相伴的好鄰居



實現地方社區共存的好鄰居



創造友善工作環境的好鄰居

第三步 確認

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

重大議題範疇鑑別表

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

註：物流關係企業為統昶行銷、大智通文化、捷盟行銷、捷盛運輸



第四步 檢視

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

參與公協會組織

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

參與公協會總表

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