

2018 統一超商

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十本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書，係依循全球永續性報告書協會 (Global Report Initiative, GRI) 準則 (Standard) 核心選項 (Core) 編製而成。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 2018 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。



報告書時間、邊界與數據

本報告書揭露 2018 年度 (自 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日止) 企業社會責任之相關績效，部分資訊溯及 2018 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；另基於與營運本業的攸關性及對重大主題的影響程度，將統昶行銷、大智通文化行銷、捷盟行銷及捷盛運輸等 4 家物流型關係企業納入範疇，涵蓋主題包含能源與溫室氣體 (範疇三)、顧客健康與安全等。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 SGS 台灣確認本報告書資訊符合 AA1000 第二類型高度保證等級之要求，特定標的資訊則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)。獨立保證意見聲明書及會計師有限確信報告請參閱附錄。經第三方獨立驗證之報告書擬上呈董事會下轄之企業社會責任委員會核閱後公布。



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：2019 年 6 月發行

上一發行版本：2018 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

關於本報告書	1	1 永續管理藍圖	1.1 永續管理架構	6	2 關於統一超商	2.1 營運概況	14
經營者的話	4		1.2 重大性評估流程	10		2.2 公司治理	20
			1.3 利害關係人溝通	12		2.3 法規遵循	27
		5 社區關懷與共榮	5.1 公益發展策略	69	6 綠色領航好鄰居	6.1 節能減碳實踐基地	87
			5.2 統一超商好鄰居文教基金會	70		6.2 資源效率新提案	95
			5.3 門市公益活動	75		6.3 綠色會計 & 綠色採購	97
			5.4 統一超商福委會 – 愛·自然社團	83			



3 永續商品與服務

3.1 品牌管理	29
3.2 商品安全管理	31
3.3 永續供應鏈管理	36
3.4 客戶關係管理	43

4 員工照顧與加盟發展

4.1 人力資源概況	47
4.2 職業安全與健康	51
4.3 員工訓練與發展	58
4.4 員工福利與照顧	64

附錄

■ 統一超商 2015-2018 年社會績效	100	■ 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	115
■ 統一超商 2015-2018 年環境績效	101	■ 會計師有限確信報告	119
■ 2018 年亮點績效	105	■ AA10000 獨立保證意見書	121
■ 2018 年 KPI 達成率	107		
■ 2019 年 KPI 及中長期目標	108		
■ GRI Standard 2018 指標對照表	110		



統一超商董事長

經營者的話

統一超商自 1978 年創立以來，矢志成為最卓越的零售業者，以提供生活上最便利的服務為宗旨，並善盡良好社會公民責任。我們秉持著「真誠、創新、共享」的企業文化，積極回應聯合國永續發展目標，藉由 CSR 議題關鍵績效的設立及管理機制，健全公司治理制度、保障利害關係人權益、維護社會正義、降低環境衝擊、並加強上述作為的透明揭露。為展現落實決心、貫徹執行與管理力道，2018 年我們將企業社會責任委員會提高至董事會層級，藉由獨立董事及高階主管的參與，建立整體策略方針、優化決策品質、加強效率與效果。

2018 年全球政經情勢動盪、氣候變遷導致天災加劇、人工智慧與數位科技加速發展，國內則面臨基本工資上漲、環保法規實施、公民平等意識興起等變化，對零售業帶來電商市場競爭加劇、體驗式消費型態的盛行、節能資源的倡議等挑戰。面對大環境變化帶來的新興風險與機會，統一超商持續以「成為

顧客創新、便利、安心、歡樂的社區服務中心」為目標，積極推動整合美妝、健身、烘焙、速食等集團資源的複合型門市、與知名餐飲品牌推出聯名商品、並結合創新科技，強化數位平台與支付工具，提供創新與便利的商品與服務；同時也於加盟門市導入人權稽核機制、積極研擬資源減量目標與行動方案、推動門市募款與社區關懷計畫等，兼具員工照顧、環境保護與社會關懷的意識與行動，持續扮演零售業的領航者的角色。我們的努力獲得各界肯定，除連續進榜「富比士全球 2000 大」(Forbes Global 2000) 企業名單、勤業眾信 (Deloitte) 會計師事務所評選為全球前 250 大零售業、於第四屆公司治理評鑑維持排名前 5%，也持續入選台灣公司治理指數 100 成分股、FTSE4Good Emerging Index 成分股以及 MSCI 全球永續指數成分股，並榮獲《天下雜誌》「CSR 企業公民獎」。



統一超商總經理

黃瑞均

為因應科技趨勢，我們響應全球「無人零售店」的熱潮，打造台灣首間無人商店「X-STORE」，以探索 (eXplore)、體驗 (eXperience)、超越 (eXcellent) 三大概念，融合台灣在地零售、消費特性及門市作業來設計，從入店、結帳到離店過程全程採用人臉辨識系統，加上店外的自助咖啡、微波區及座位區等，運用智能語音互動、IOT 系統運用、人流熱點分析、掃描式微波爐等多重先進科技及智能設備，打造全新且具有價值的服務及消費體驗，榮獲《數位時代》主辦的 2018 Future Commerce Award 創新商務獎「最佳體驗創新金獎」、「評審團大獎」。「X-

STORE」無疑已為台灣零售業及統一超商自身翻開具有指標與戰略意義的嶄新扉頁。同時，我們也因應消費者習慣的改變，導入各式支付工具，發展跨通路累積點數的 OPEN 錢包，提供便利的數位服務。展現統一集團科技運用的實力，創造獨步全球、首創的智慧零售服務業模式。

除了新型態的店面與服務，我們對產品的安全與創新投入不遺餘力，2018 年投入 141,744 仟元及 258,230 仟元於食安管理及產品研發，並持續藉由供應商稽核、在地採購、會員系統優化等作為，強化產品與服務。我們也重視合作夥伴與社區，不僅成為國內第一家以「零缺失」通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統驗證的零售服務業者，並透過健康檢查機制、教育訓練系統，確保每位員工擁有健康、安心、具有成長性的工作環境；好鄰居同樂會、門市零錢捐、勵學計畫也依然是我們與社區建立關係、提供關懷的重要管道，2018 年度好鄰居同樂會活動影響超過 35 萬人、門市募款達 1.7 億元。環境保護更是我們不斷努力的目標，不僅持續採購具有環保標章及有節能之產品、降低用電密集度，也依循績效目標減少用紙量，減緩營運對環境造成的負面衝擊。

展望 2019 年，國內外經濟發展仍充滿不確定性，但統一超商堅持誠信正直的經營理念，在人、店、商品、系統、物流、制度、文化等七大經營基礎元素上持續精進，由「提供基本需求的便利型商店」，進化為「超越消費者期待的依賴型商店」，提供消費者兼具體驗性、娛樂性及教育性的 3E 消費空間。未來，統一超商將繼續秉持使命，以幸福企業、共好社會與永續地球三大主軸，盡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「加盟主滿意」、「員工滿意」、「股東滿意」、「社會滿意」之四方滿意境界。



2018 年統一超商邁入第 40 周年，也是第 10 年發行企業社會責任報告書。過去我們不僅在營運有諸多突破與創新，更在經濟、環境、社會層面有諸多作為與努力，矢志成為台灣社會中具有永續營運價值的企業領航者。

1.1

永續管理架構

統一超商深信企業社會責任不只是口號，唯有透過強而有力的管理機制、明確清晰的願景與目標、及因應研擬的營運策略與政策，才能確實落實我們對於營運、員工、環境、社區的堅持與責任，藉由企業社會責任委員會的設置、永續願景與目標的訂定與執行、結合營運策略的落實與管理，將永續管理在統一超商由上而下、由內而外全面開展。

企業社會責任委員會

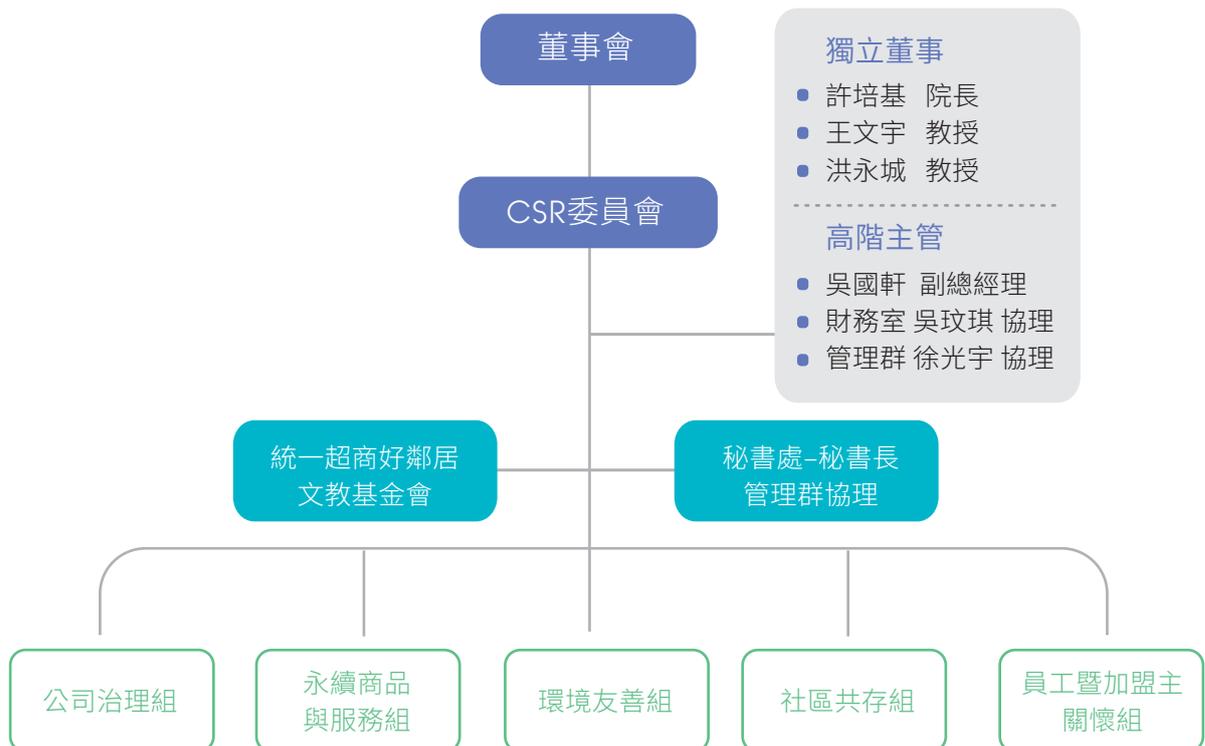
為落實企業社會責任之執行及管理，我們設置跨部門「統一超商企業社會責任委員會」(簡稱「CSR 委員會」)，於 2018 年提高其所屬層級成為董事會下轄之功能性委員會。CSR 委員會負責擬訂和編修統一超商企業社會責任相關制度及規範、監督公司企業社會責任政策與計畫、定期追蹤與評估企業社會責任執行進度與成效、



1 永續管理藍圖

審定企業社會責任報告書等權責，並每年向董事會報告企業社會責任年度執行成果，同時訂定「企業社會責任實務守則」，做為推動企業社會責任的最高指導原則，期待透過所屬層級的提升及外部董事的客觀專業立場，加強公司企業社會責任精神與作為的高度、廣度、深度，提升組織規格，強化公司 CSR 決策及推動力道、擴大涵蓋面向，結合不同事業部達成最大績效、並強化監督機制，檢視行動方案是否能實際執行。

CSR 委員會由三位獨立董事與公司高階主管一同擔任委員，委員會下成五大小組，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。CSR 委員會每年至少召開兩場會議，並視需要另行召開會議。2018 年於元月份、十月份各舉行一場例會。



永續願景與目標

CSR 目標與原則

統一超商將 CSR 核心理念融入經營目標中，並全面的肩負起不同層面的社會責任。我們由三大主軸「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。同時，我們也持續強化各部門與門市自我管理的能力，將 CSR 精神納入各部門年度計畫工作中，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。

五大實踐原則	具體實踐內容
健全公司治理制度	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
保障利害關係人權益	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
維護社會正義	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
發展永續環境	<ul style="list-style-type: none"> ● 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



1 永續管理藍圖

聯合國永續發展目標 (SDGs)

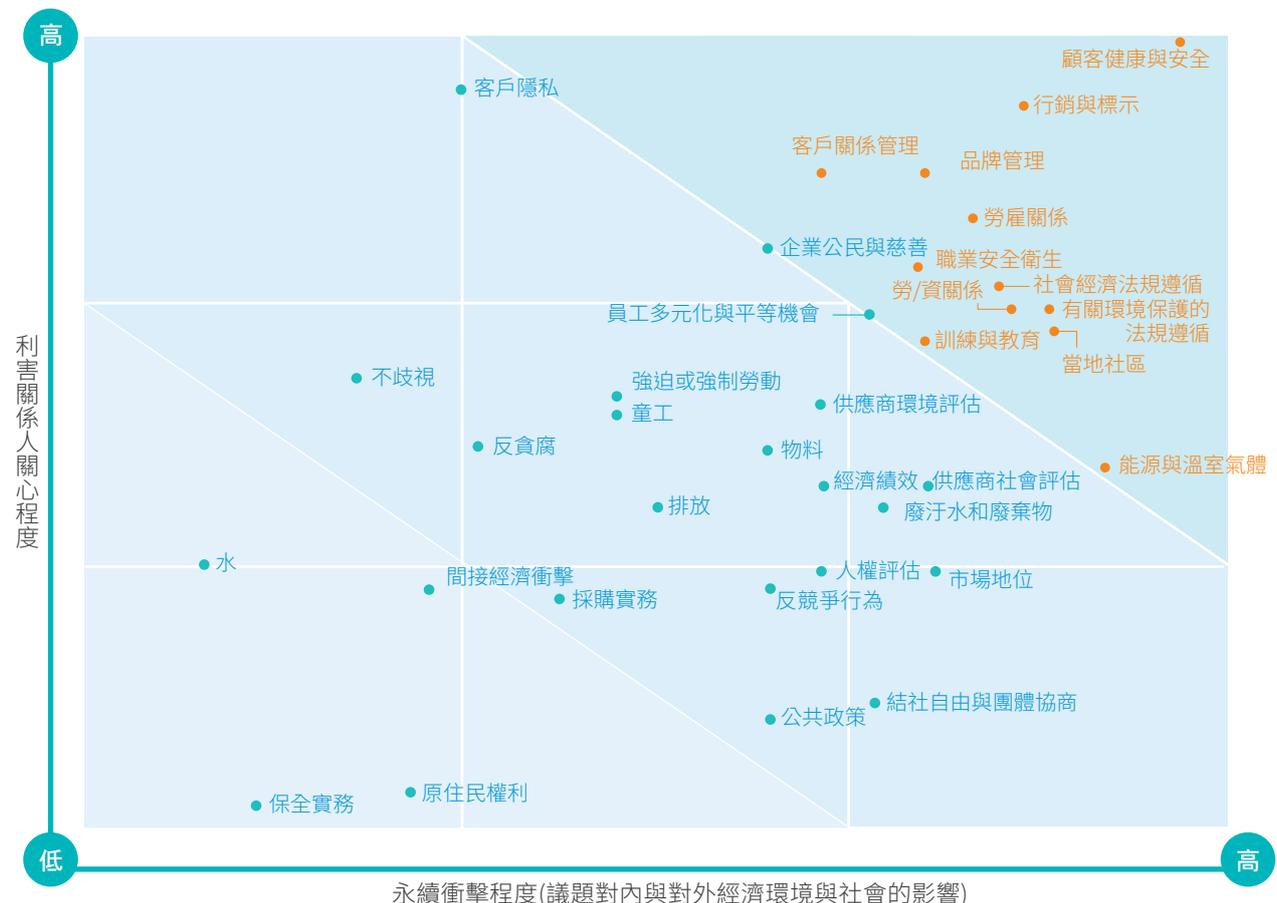
聯合國於 2015 年發佈「翻轉我們的世界：2030 年永續發展方針」，做為未來 15 年全球各國需要共同努力解決的問題。統一超商回應全球永續發展目標不遺餘力，2016 年啟動聯合國永續發展目標專案，針對 SDGs 17 項永續目標及其細項目標進行分析，考量行業別核心能力、營運範圍及本公司的 CSR 三大主軸，鑑別出五項對應之永續發展目標，作為我們主要回應之策略標的，而除了這五大目標外，我們也將 17 項永續發展目標的精神與內容，理念融入在常日的營運與績效亮點中，並整理揭露如附錄，期待透過整合性的管理思維善盡身為地球公民的社會責任。

ESG	SDGs	對超商的意義
治理 GOVERNANCE	8 尊嚴勞動與經濟成長	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「加盟主滿意、員工滿意、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。
社會 SOCIAL	2 零飢餓	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。
	3 健康與福祉	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。
環境 ENVIRONMENT	12 責任消費與生產	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。
	13 氣候行動	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。

1.2

重大性評估流程

統一超商極其重視利害關係人的聲音，我們透過各類管道與不同利害關係人溝通，了解並鑑別其所關注的議題。每兩年藉由問卷，依循超商五大實踐原則、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，初步篩選出重大主題，並經由公司內部例行會議進行確認與補充，最後交由 CSR 委員會決議。2018 年係依循 2017 年問卷鑑別的重大主題，並參考 GRI 準則及公司內外實務狀況進行調整，2018 年增加納入誠信經營主題，並於本報告書中針對這些重大主題之管理方針及具體作為做完整的揭露。其評估流程及鑑別出之重大主題如下：





1 永續管理藍圖

面向	重大主題	對應 GRI 準則	組織內	組織外							對應章節	
			(包含員工) 統一超商	投資人	供應商	顧客	加盟主	公益團體	政府機關	社區鄰里		
公司 治理	誠信經營	NA										2.2 公司治理
	法規遵循	GRI419 GRI307										2.3 法規遵循
環境	能源與溫室 氣體	GRI302										6.1 節能減碳實施基地
員工	職業安全衛生	GRI403										4.2 職業安全與健康
	勞雇關係	GRI401										4.1 人力資源概況
	勞 / 資關係	GRI402										
	訓練與教育	GRI404										4.3 員工訓練與發展
產品	品牌管理	NA										3.1 品牌管理
	顧客健康與 安全	GRI416										3.2 商品安全管理
	行銷與標示	GRI417										3.4 客戶關係管理
	客戶關係管理	NA										
社會	當地社區	GRI413										5.1 公益發展策略

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

1.3

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與頻率一覽表

利害關係人	關注主題	溝通管道與頻率
投資人	誠信經營 法規遵循 品牌管理 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理	定期年度股東大會 每季公告財務報表 / 每年公告年報 不定期官網訊息揭露 定期每年自辦一次法人說明會、不定期參與他人舉辦法說會、證交所公開資訊觀測站 不定期透過電話及電子郵件回答投資人及分析師的提問
供應商	誠信經營 法規遵循 職業安全衛生 勞雇關係 勞 / 資關係 品牌管理 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理	定期廠商聯誼會 定期供應商大會 定期執行稽核評鑑
顧客	誠信經營 法規遵循 職業安全衛生 勞雇關係 勞 / 資關係 訓練與教育 品牌管理 顧客健康與安全 行銷與標示 當地社區	聯合服務中心定期回覆 不定期進行滿意度調查
員工	誠信經營 法規遵循 職業安全衛生	定期勞資溝通會議 每季召開乙次職工福利委員會



1 永續管理藍圖

利害關係人	關注主題	溝通管道與頻率
員工	勞雇關係 勞 / 資關係 訓練與教育 品牌管理 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理	員工申訴 Email 信箱視需求隨時可提出申訴 不定期內部提案制度 幸福合作社 – 不定期舉辦培育課程 / 視需求隨時可提出志工關懷
加盟主	誠信經營 法規遵循 職業安全衛生 勞雇關係 勞 / 資關係 訓練與教育 品牌管理 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理 當地社區	不定期更新專屬加盟官網 區顧問定期造訪 每月定期書面月刊 定期舉辦加盟主座談會 每年進行乙次滿意度調查
公益團體	誠信經營 品牌管理 顧客健康與安全 客戶關係管理 當地社區	不定期響應社會公益活動 / 倡議 每月統一超商好鄰居文教基金會電子報 每季把愛找回來公益募款活動 年度募款提案 / 查核會議
政府機關	誠信經營 法規遵循 能源與溫室氣體 職業安全衛生 顧客健康與安全 行銷與標示	定期法規鑑別 不定期配合相關制度推廣
社區鄰里	誠信經營 法規遵循 能源與溫室氣體 勞雇關係 顧客健康與安全 行銷與標示 當地社區	不定期舉辦好鄰居同樂會 設置聯合服務中心



關於 統一超商

2.1 營運概況

公司簡介

2018年是統一超商40周年，自1978年成立以來，統一超商以橘底綠字的明亮招牌、帶著「真誠、創新、共享」的企業文化，引領及陪伴台灣社會走過許多歲月，門市定位也由早期無奇不有的「柑仔店」，革新成長至今日結合數位科技服務、國際聯名與自有品牌商品、複合休閒空間等具有時代意義的「好鄰居」。

40年的時間裡，我們始終以成為最卓越的零售業者為目標，以門市據點為前哨站，致力於提供給消費者最創新、優質、安全、便利的服務，不斷為台灣零售服務開創新局面、挑戰新的可能。

組織規模

公司全名	統一超商股份有限公司
員工人數	員工總人數為8,101人（包含總部員工及直營門市人員），加盟門市人員總數為36,932人 ¹
創立時間	1978年
董事長	羅智先
總經理	黃瑞典
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	5,369家
商品及服務數	商品數約4,300項、服務項目約600項

統計截至2018年12月31日

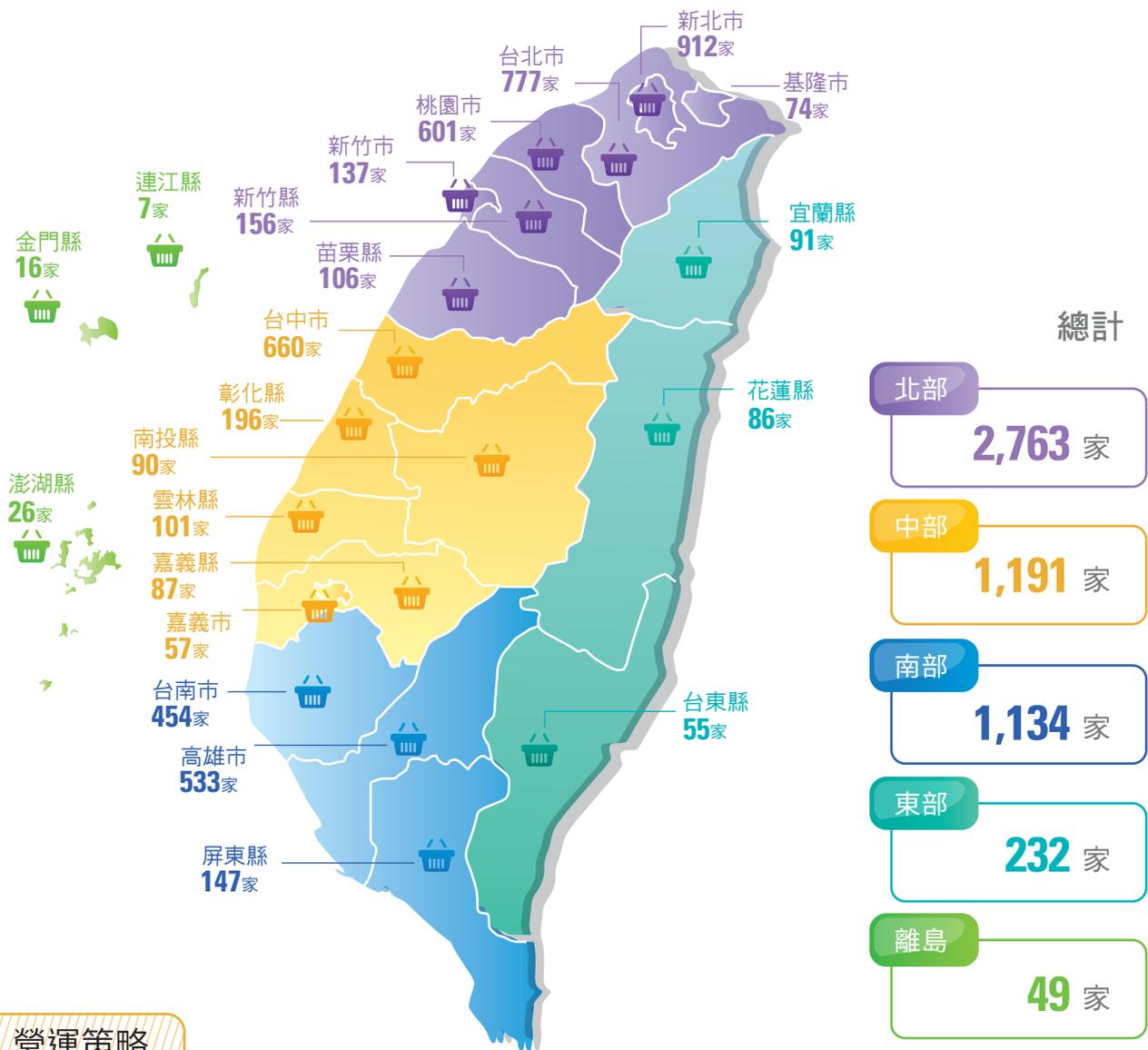
註：1. 員工總人數統計至2018年12月31日止，加盟門市人員總數為截至2019年5月勞健保查核之人數。



2 關於統一超商

門市據點

許多人都有這樣的經驗，到陌生的城市旅行時、深夜下班走在回家的路上時、放學後想打發時間時，7-ELEVEN 的招牌總是在街角，以明亮的光芒歡迎著每一個孤單的靈魂。自第一家門市開幕以來，40 年間，統一超商持續拓展據點，以高密度的展店模式與多樣的門市經營型態，深入台灣的都市、鄉村、街道、社區，隨時準備以齊全的優質商品、多樣化的服務，滿足消費者即時的需求。至 2018 年底已擁有超過 5,300 家門市，範圍遍布北、中、南本島及離島地區，儼然已成為台灣人的共同記憶，溫暖和點亮無數的生命角落。



營運策略

「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」是統一超商責無旁貸的使命，2018 年我們也持續以人、店、商品、系統、物流、制度、文化七大元素為基礎，依循短期及長期的業務發展計畫，持續開展營運版圖、創造價值、強化企業競爭力及永續經營能力。

長、短期業務發展計劃

1. 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。

2. 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。

而我們也以「產業的領航者」不斷自我惕勵，不僅力求保持現有的服務與商品品質，也在產品類別、服務種類、甚至門市型態不斷追求創新，2018年投入開發及研發費用達新台幣 258,230 仟元。



財務績效

2018 年全球經濟情勢動盪，國內基本工資持續上漲，企業經營面臨嚴峻的挑戰。即使外在經營環境不穩定，統一超商秉持著成為顧客創新、便利、安心、歡樂的社區服務中心，持續為消費者提供創新與便利的商品與服務。在海內外轉投資事業共同努力下，統一超商 2018 年度個體營收及稅後淨利分別為新台幣 154,074,731 仟元及 10,230,390 仟元，突破過往年度、再創新高，財務績效簡要說明如下，詳細營運財務績效請於公開資訊觀測站參閱本公司個體財務報告。

2018 年統一超商個體財務績效 / 產生的直接經濟價值

營業收入	154,074,731
營業毛利	53,012,367
所得稅費用	2,227,402
稅後淨利	10,206,388
每股盈餘	9.8 元
每股股利	8.8 元
股東權益報酬率	23.77%
資產總計	89,246,516
負債總計	53,994,466
權益總計	35,252,050

單位：仟元



2 關於統一超商

直接經濟價值分配

營運成本	101,062,364
員工薪資與福利	7,131,255
支付給出資人者	利息：42,971 股利：25,990,556
國家別支付政府款項	2,423,894
社區投資	41,077

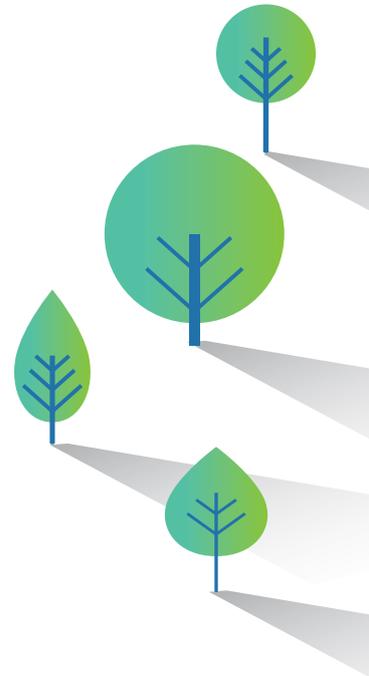
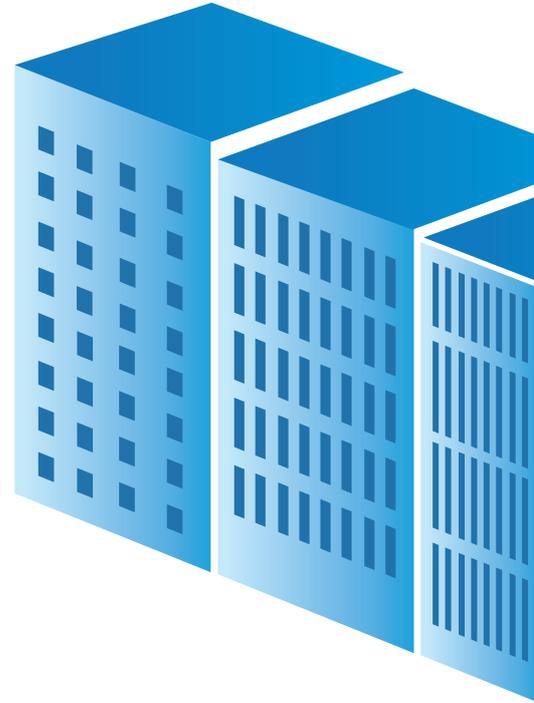
單位：仟元

稅務政策

統一超商秉持稅務政策的核心價值：遵守營業所在地之當地稅務法規，誠實申報及完納稅負，善盡納稅義務人之社會責任，並支持政府推動促進產業創新、研究發展與再投資等永續發展政策。關係企業間交易係依據常規交易原則，並遵循經濟合作暨發展組織 (OECD) 公布的國際公認移轉訂價準則，不使用保密管轄或所謂的避稅天堂進行避稅行為或積極的稅務規劃，對於稅務法規變化、重大交易等事項，審慎評估稅務風險及擬定因應對策。上述精神是我們制定稅務政策的基礎。

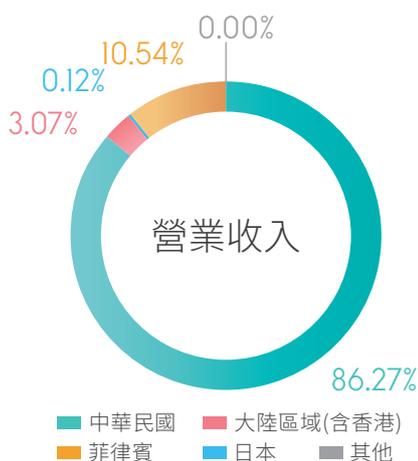
統一超商稅務政策

- 一、誠實申報納稅：遵守各國當地稅務法規，誠實申報及完納稅負，善盡納稅義務人之社會責任。
- 二、稅務風險評估及因應：對於稅務法規變化、重大交易等事項，審慎評估稅務風險及擬定因應對策。經營決策和日常經營活動均應考量稅賦影響及相關稅務風險。
- 三、保持開放及誠實溝通：隨時與稅捐稽徵機關保持互信及誠實溝通關係，並對稅務議題進行討論及釋疑，以助互相了解。
- 四、資訊透明：財務報告之稅務資訊揭露依據相關規定及準則辦理。

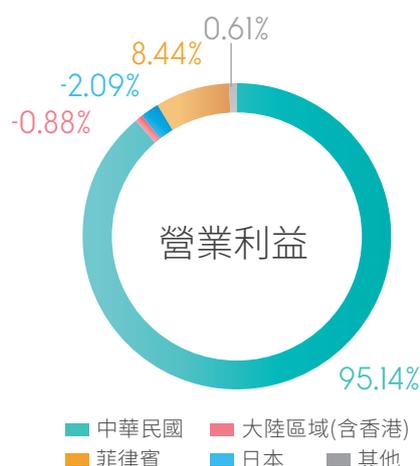


2018 年統一超商(股)公司及子公司於各國家/區域之合併營業收入、營業利益與已繳納所得稅，詳細資訊請參考本公司合併財務報告。

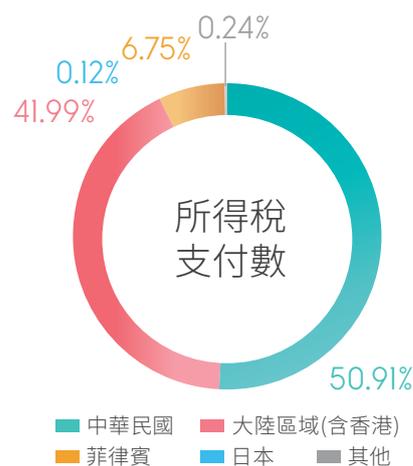
營業收入
新台幣 244,887,853 仟元



營業利益
新台幣 12,834,824 仟元



所得稅支付數
新台幣 6,194,372 仟元



註：

當年度所得稅支付數係繳納上一年度的所得稅費用。2017 年因處分轉投資事業之一次性交易使得稅前營利大幅增加，該筆交易之資本利得稅納入所得稅計算，並影響 2018 年所得稅支付數。若排除資本利得稅，2018 年統一超商各地繳稅百分比：中華民國 85.72%、大陸區域(含香港) 2.32%、日本 0.19%、菲律賓 11.36%、其他 0.40%，與營業收入及營業利益之分配占比相當。

所得稅相關資訊

單位：新台幣百萬元

財務揭露	2018	2017
稅前淨利	15,402	41,382
所得稅費用	3,658	9,064
支付所得稅	6,194	2,107

資料來源：2018 年統一超商(股)公司合併財報報告

有效稅率說明

2018 年及 2017 年之有效稅率低於行業平均值，係因主要營業利益來源於台灣，而台灣 2018 年及 2017 年之營利事業所稅稅率分別為 20% 及 17%。雖然部分營業利益來自中國大陸(稅率 25%)及菲律賓(稅率 30%)，惟整體仍較 GICS 之食品及日用品零售業的平均稅率較低所致。

年度	2018	2017	行業平均稅率 (註 1)
帳面有效稅率 (%)(註 2)	24%	22%	26.3%
現金有效稅率 (%)(註 3)	40%	5%	26.6%

註 1：行業平均稅率來自全球行業分類標準(Global Industry Classification Standard, GICS)之食品及日用品零售業的平均稅率

註 2：帳面有效稅率(%)= 所得稅費用 / 稅前淨利

註 3：現金有效稅率(%)= 支付所得稅 / 稅前淨利；當年度現金支付所得稅數係繳納上一年度的所得稅費用，2017 年因發生處分轉投資事業之一次性交易，使得稅前營利大幅增加，並於 2018 年支付相關所得稅。若排除上述一次性交易影響，2018 年及 2017 年現金有效稅率分別為 24% 及 21%。



2 關於統一超商

外部參與

統一超商作為國內超商的龍頭，也積極參與和本業密切相關的公協會活動，善盡我們對於產業與社會的責任，偕同上下游同業相互交流經驗、研討技術、倡導議題等，矢志貢獻己力、發揮極大化的正向影響力。我們透過公協會參與關注企業社會責任的不同議題，主要著眼於「企業永續」、「食品安全」與「永續環境」三個面向。

在食品安全方面，我們擔任中華鮮食發展協會之理事長，每年捐助 500 萬元作為協會營運經費，帶領製販同盟鮮食廠商致力於建構供應鏈管理平台、原物料開發暨品質管控（標準化 / 規格化 / 品質及源頭管理）、（新）製程 / 設備 / 技術評估及導入、對外溝通（政府單位 / 研究單位溝通）等面向，期待透過同業共同的努力，為台灣的消費者提供技術與品質皆領先全球的優良鮮食商品。在企業永續方面，我們擔任中華民國企業永續發展協會 (BCSD) 監事，並參與多個產業協會、公會，吸收永續發展的最新動態，並發揮影響力支持台灣企業永續發展。除參與公協會外，統一超商並無捐贈或參與其他政策遊說 / 利益團體。

參與之公協會組織名單	參與身分	關注議題	2018 年會費
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	會員 		120,000 元 / 年
中華民國國際行銷傳播經理人協會	會員 		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 	企業永續	20,000 元 / 年
台灣連鎖暨加盟協會	理事 		30,000 元 / 年
台灣服務業聯盟協會	理事 		5,000 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	無 (註)

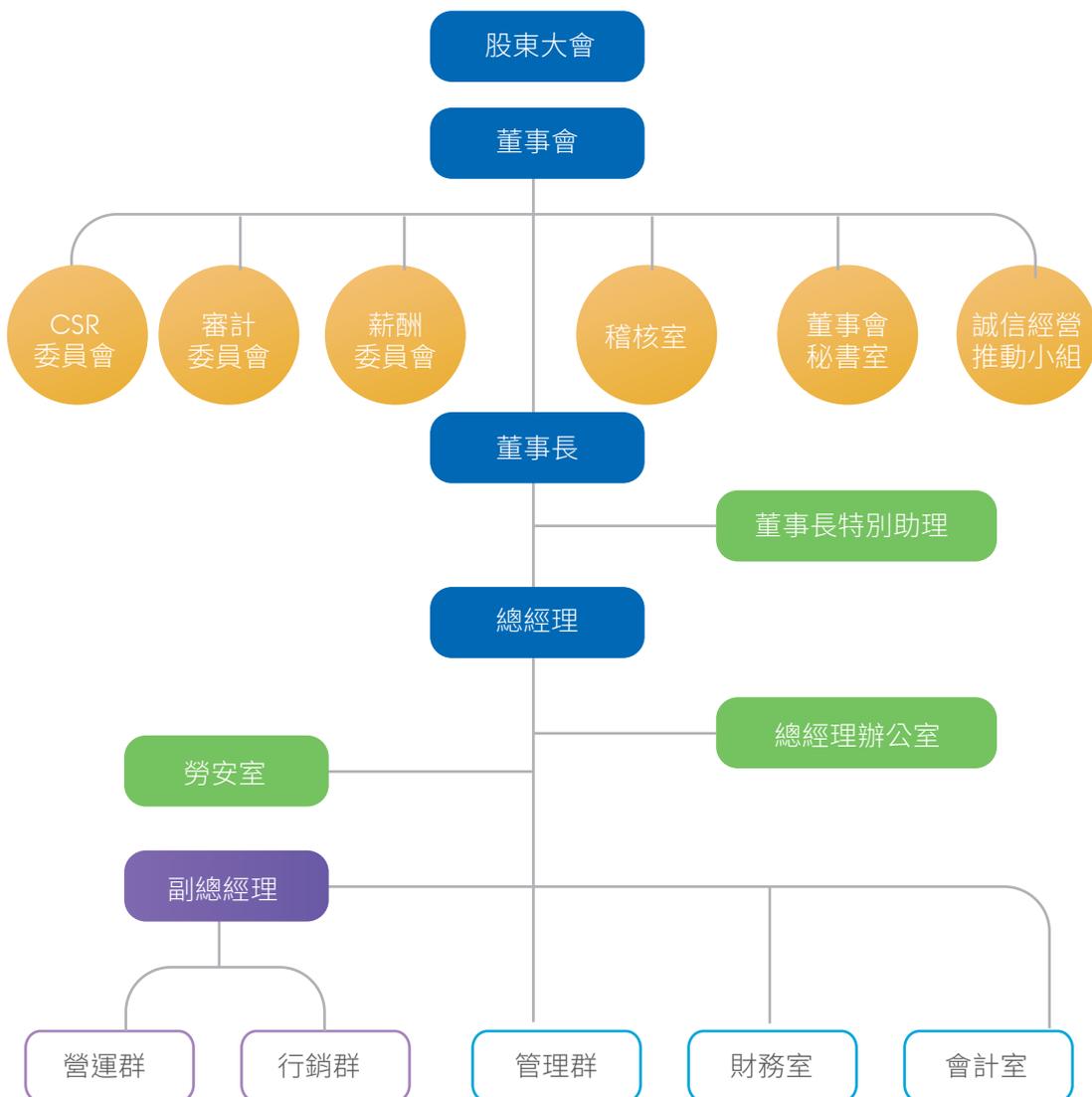
註：該聯盟前兩年有收取會費每年一萬元，但後來聯盟盈餘充足就無額外收取會費。

2.2

公司治理

治理架構

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。2018 年統一超商榮獲第四屆公司治理評鑑維持排名前 5%，並持續入選台灣公司治理指數 100 成分股、FTSE4Good Emerging Index 成分股以及 MSCI 全球永續指數成分股。為強化公司治理，本公司經 2018 年 8 月 3 日董事會決議通過，新增董事會秘書室，直屬董事會，並聘任謝洪惠子協理為總經理室專案協理。主要職責為襄助董事會秘書室之督導管理，提供董事（含獨立董事）執行業務所需之資料、協助董事（含獨立董事）遵循法令、依法辦理董事會及股東會會議相關事宜等。





2 關於統一超商

📍 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 2018 年度年報第 15 至 19 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 2018 年及截至 2019 年 2 月底 (2018 年年報刊印日前) 已召開 8 次董事會，董事平均出席率為 99%。

董事會下轄成立審計委員會、薪酬委員會、以及 2018 年新設立之企業社會責任委員會，透過由上而下 (top down) 的管理與監督，強化與落實公司的公司治理、誠信經營及企業社會責任實績。

📍 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 2018 年及截至 2019 年 2 月底 (2018 年年報出刊日前) 已召開 5 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 2018 年及截至 2019 年 2 月底 (2018 年年報出刊日前) 已召開 4 次薪酬委員會，薪委會委員實際出席率為 100%。

📍 企業社會責任委員會

為落實推動企業社會責任和公司永續經營管理，本公司於 2018/12/12 董事會決議通過設置隸屬於董事會之「企業社會責任委員會」，並經董事會決議通過「企業社會責任委員會組織規程」，以及納入獨董機制。該委員會由六名委員組成，其中三名委員為獨立董事，負責企業社會責任政策方向與推動計畫之制定及監督執行，詳細職掌內容請參考本公司企業社會責任委員會組織規程。

運作情形：本公司企業社會責任委員會已具體推動多年，每年至少召開兩次例會，2018 年該委員會已於 1/4、10/9 合計召開兩次例會。

誠信經營

「真誠」是統一超商的核心企業文化之一，因此誠信正直的經營是我們不容妥協的基本堅持。為貫徹公司連結、透明、負責的經營理念，並回應世界趨勢與法令要求，2015年起，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，以「成為利害關係人誠信合作的首選企業之一」為願景，對內制訂「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」，並編製誠信經營線上教育訓練課程，自2015年起要求全體員工受訓完成，並於每年針對新進員工提供訓練，強化員工意識，針對門市店經理我們也透過門市查核確認其皆完成訓練，截至2018年12月31日止，後勤全員及門市店經理完訓比率為100%，誠信經營推動小組成員及關係企業亦透過每年定期2次專案會議宣導誠信經營之落實與規範。另外，員工也可透過聯合服務中心、Email信箱及官網之利害關係人專區及內部提案制度，及時向管理階層反應並提出意見，並透過品德管理暨營業秘密行為準則規範訂定及自律公約簽署活動，及內部溝通平台相關訊息的發布與宣導，推廣全體員工良善行為典範，此推動小組定期向董事會報告整體推動情形。

針對外部誠信經營推廣，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。2018年度新增供應商合約共1116件、採購制式合約503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。我們也將上述誠信經營推動情於每年5月在官網以及年報中充分揭露。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，而針對利害關係人提出的意見，我們設置完善的系統及機制，以確保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。

統一超商恪守我國對上市公司及商業行為的相關法規，2018年並未發生涉及貪汙賄賂或違反公平交易的事件，2015至2018年間也無任何政治獻金或捐贈候選人、選舉組織或活動。另2017年公平交易委員會認為本公司加盟契約上未揭露完整資訊一案，處以罰鍰500萬元，目前提行政訴訟中。此外，捐款金額及對象均經嚴謹評估。



2 關於統一超商

誠信經營推動小組



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	各事業群及子公司制訂投資與營運計劃、風險評估，由本公司總經理辦公室定期進行相關指標分析，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，並根據市場競爭和消費趨勢變化，適時調整營運策略方向，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

風險類型	風險管理執行說明	權責單位
市場風險	<p>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小組，並定期召開「法規鑑別會議」，隨時掌握最新國內法規變動資訊，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。</p>	各事業單位 / 法規鑑別委員會 / 危機處理小組
食品安全風險	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>因應措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 成立「商品安全委員會」，定期召開例會，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。 2. 為確保上架安全無虞，制定「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，蒐集自有商品安全相關訊息，並建立追蹤程序。 3. 此外，導入契作與產地管理、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。 	營運群 / 行銷群
加盟秩序維護風險	<p>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>	營運群 / 行銷群
人口結構變化風險	<p>超商主要營運據點為台灣地區，而台灣近期面臨人口增加率逐年降低、人口老化速度提升，以及少子化使出生率降低等議題。超商經營產業包含便利店及物流業，皆屬勞力密集之產業，故勞動人口比例減少將為風險所在。</p> <p>因應措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 持續關注消費族群變動趨勢，並開發高齡消費者所需商品，掌握相關商機。 2. 納入二度就業婦女、中高齡等人力資源彈性運用。 3. 門市端可利用 AI 等科技發展，並調整業務結構及流程、人力配置，達到作業省力化及人事成本降低。 4. 物流產業導入自動化，使用於物品出入庫流程及訂貨系統，以提升生產效率及降低勞動力。 	全公司
氣候風險	<p>統一超商氣候風險管理已整合於既有風險管理架構，由各部門依據其功能鑑別與氣候變遷相關的風險項目，並提出因應措施。氣候風險項目包括：相關法規之過度性風險，及增加極端天氣事件的嚴重性、天氣型態變動劇烈等物理性風險。請詳第 6 章「氣候變遷減緩與調適對策」之章節說明。</p>	各事業單位

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。



2 關於統一超商

新興風險

身處於快速變動的食品零售產業，統一超商長期關注重大社經與環境趨勢，已可能掌握影響未來獲利及永續經營的風險項目。統一超商已將長期新興風險的鑑別與因應方式，整合於既有的風險管理架構。目前已鑑別出對統一超商未來發展具高度衝擊的新興風險如下：

新興風險	未來衝擊	超商因應
<p>人口結構變化</p> <p>統一超商所經營的便利商店及物流業，皆需要高度人力投入。台灣近年面臨出生率降低、人口增加率下降、人口老化速度提升等人口結構重大變化，預期未來將遭遇勞動人口比例減少，將嚴重衝擊勞力密集產業。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口老化及勞動人口比例減少將影響統一超商未來的人才招募、僱用情形、人事成本及工作分配等。 ■ 人口老化也代表未來主要的消費族群中，老年人口的比例將提升，對商品開發、門市服務內容等都將帶來實質影響。 	<p>統一超商持續關注消費族群及勞動力組成改變的趨勢，在商品開發方面將著重高齡向商品；而在門市營運及人力配置上，則以彈性運用二度就業婦女、中高齡勞工等，配合門市導入 AI 等科技、物流自動化，調整業務結構與流程，以達成作業省力化及降低人事成本與勞動力需求。</p>
<p>食品安全法規加嚴</p> <p>政府因應近年食安風暴及消費者對食品安全與健康的期待，強化食品安全機制，逐步擴大管理組織並加嚴相關法規。隨著鮮食類商品對統一超商的營收貢獻逐年提高，食品安全法規加嚴將增加未來商品開發與合規性成本。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 如「食品中污染物質及毒素衛生標準」、「食品中微生物衛生標準」、基因改造食品的安全性評估及標示等法規擴大適用範圍或提高標準，將造成超商商品開發、檢驗、供應商管理等成本增加。 ■ 消費者對食品安全意識提升，增加對符合法規商品的需求；同時若涉及食安醜聞，將會嚴重影響超商品牌形象，甚或產生損害賠償及營業損失。 	<p>統一超商從源頭做起，超商自有品牌逐步將使用的農產品在供應端除要求供應商遵循超商採購標準，更輔導原物料商遵循建立「產地管理中心」、取得有機 / 產銷履歷等認證，以確保原物料品質。產品開發與品質管理方面，超商積極配合政府法規修訂檢驗項目。有鑑於基改食品對人體健康的未知風險，超商自有品牌商品進行原物料追蹤，在符合法規前提下，滿足消費者需求。</p>

危機應變管理

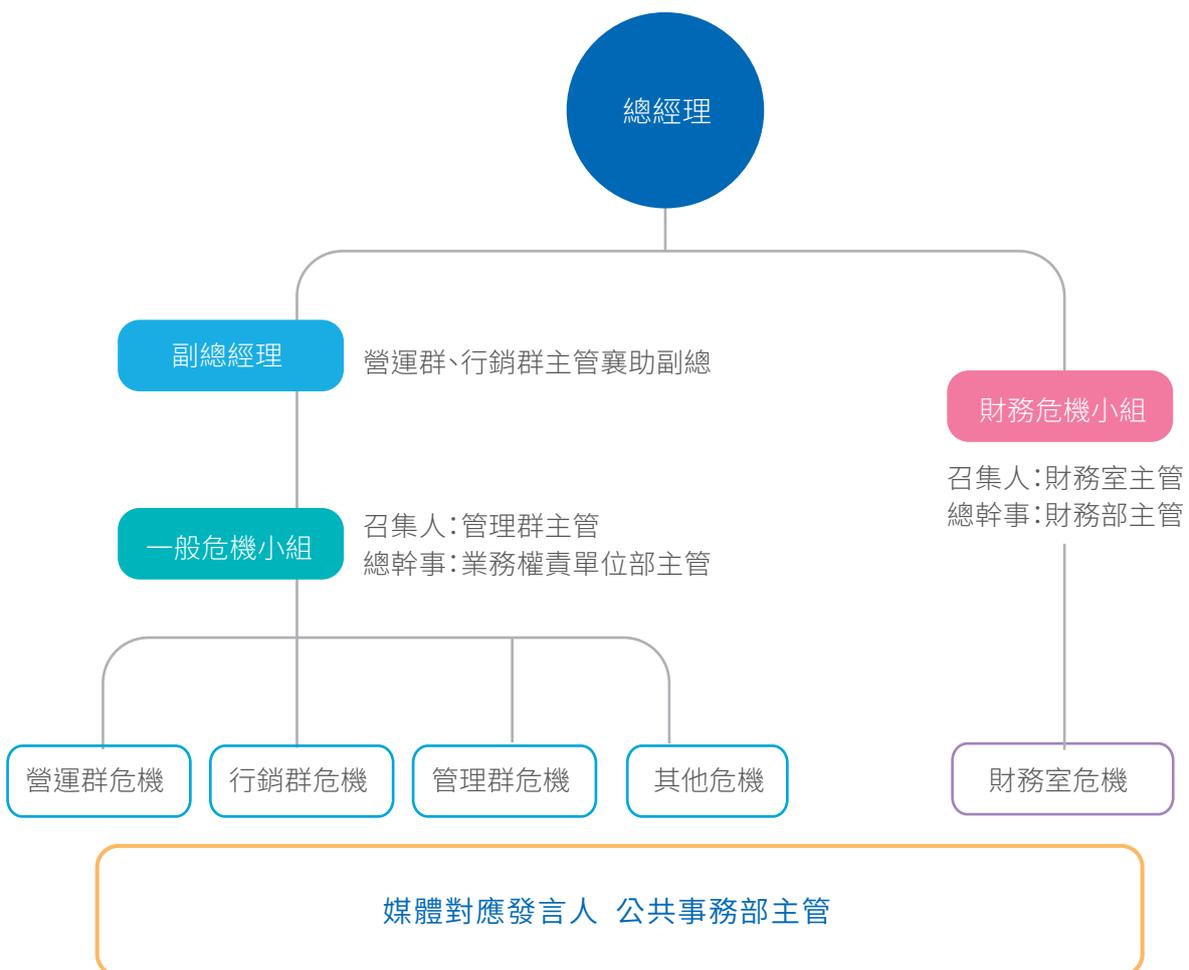
統一超商除了建立妥善的風險管理制度，當危機事件發生時，我們也做好萬全的準備，以有效的控制危機影響的範疇及損失，確保公司決策效率與營運穩定性。

我們於 2013 年成立跨部門的「危機專案小組」，並於 2014 年推出第 3 版的「統一超商股份有限公司危機管理手冊」，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。作為內部危機通報機制的依循，執行企業面對危機時組織應具備的預防、處理與解決方針。

為加強危機處理流程的即時性及有效性，2018年針對危機案件主要發生部門：營運群及行銷群調整通報機制，凡隸屬副總、營運群及行銷群危機處理流程，危機事件當責部門主管，遭遇危機事件時，依據區域 / 商品 / 服務 / 案件，掌握案情與處理並回報直屬群主管，經副總、營運群及行銷群主管核決危機事件通報內容後，由管理群主管指派主管擔任通報母公司窗口。此外，也完成統一超商暨轉投資事業危機教育訓練、內部溝通平台危機專區及危機小組常設傳播群組的設置等，期待加強危機小組的應變效率，提升員工整體危機意識。2018年針對媒體報導之剩食及強制訂貨事件，召集危機處理會議，皆已應對處理完畢，後續亦無衍生事件。

📍 危機小組組織架構





2 關於統一超商

2.3

法規遵循

管理方針

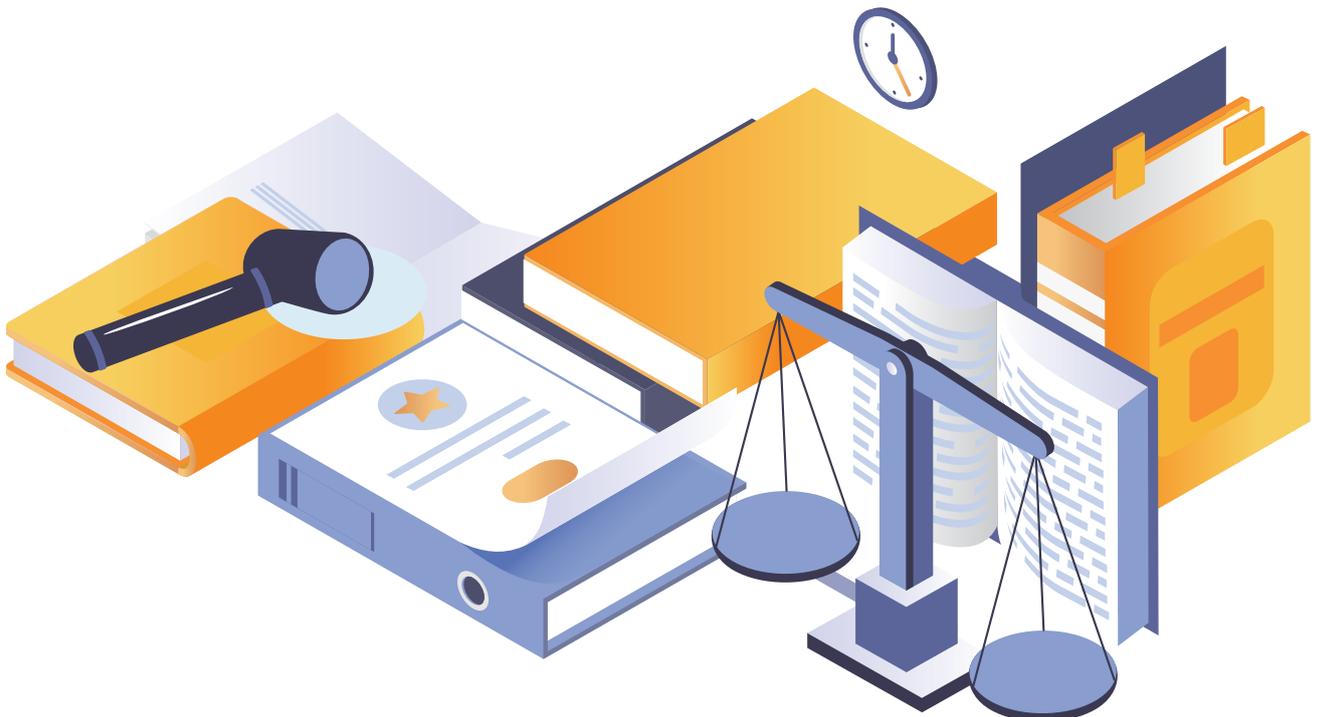
統一超商成立跨單位之法規鑑別委員會，並定期召開「法規鑑別會議」，每月/季回饋法規鑑別報告及風險評估表，每季召開法規鑑別委員會，由各部門回饋鑑別情況以及因應措施並進行報告，如有高風險事項會請相關部門於會議中進行因應報告，隨時掌握最新法規變動資訊，以採取適當之因應措施。另外，各單位主管也組成「危機處理小組」，針對可能發生或已發生的市場風險與危機進行有效的控管與處理。並新增風險評估制度，以客觀數據檢視法規風險，以利改善與追蹤。

2018 年違規情形

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。

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。2018 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。

2018 年度本公司部分營業門市有三件涉及違反勞基法、菸害防制法及廢棄物清理法等法規，經主管機關罰款 153 仟元。皆已由相關單位調查詳情、經改善處理完成，並無造成重大損害或後續影響之情事。2018 年並無違反行銷溝通相關法規，亦未銷售任何禁止或爭議性產品。詳細情形請參考本公司 2018 年年報 p.53。





永續商品 與服務



2018 亮點績效

- CITY CAFE城市櫻花季廣告奪得4A創意獎及海外廣告共8座大獎
- 2018年累積投入食品安全管理經費高達**141,744**仟元
- 販售菸酒類產品予未滿18歲青少年查核門市及格率高於**90%**
- 2018年間統一超商有合作關係的自有商品食品類供應商稽核完成百分比為**100%**
- 統一超商積極透過契作、提升在地採購比例的方式，鼓勵在地農業發展、降低整體環境足跡。2018年，台灣地區供應商農產品採購數量佔總體的**69%**
- 2018年OPENPOINT會員數已達**320**萬人

統一超商作為國內零售業的領頭羊，以「創新」、「便利」、「安心」、「歡樂」四大品牌DNA，多年來透過自有品牌及國內外代理合作，提供給台灣消費者兼具品質與便利性、價格合理性與品味質感、既懷舊又創新、開創不同可能的商品與服務，創造前所未有的零售通路消費體驗。

2018年統一超商以吸睛的品牌行銷活動、扎實的商品安全管理架構、嚴謹的供應鏈管理系統、用心的客戶關係維繫機制，在動盪變化的社會環境中，持續照亮每個城鄉角落、供應消費者大大小小的需求，帶領超商產業再達巔峰、開啟嶄新的篇章。



3 永續商品與服務

3.1

品牌管理

統一超商一直以來自詡成為「社區的好鄰居」，期待不僅與消費者建立買賣的商業關係，更透過新型態的商品、服務，扮演滿足不同層面需求、帶動生活變革的角色；而消費者對於便利商店的期待，也由傳統的「便利」及「性價比」為取向，逐漸加入「品味生活」、「塑造個人形象」的想像。因此，如何在競爭激烈又變化快速的零售業市場中，保有品牌創始精神與堅持，卻又能變中求異，持續獲得消費者的青睞，無疑是統一超商永續經營的一大挑戰。

管理方針

統一超商以整合行銷部為主責單位，以顧客的角度出發，重新確立品牌定位，並透過新穎、創意的行銷手法，持續傳遞品牌價值。2018 年透過首創無人商店 X-Store、與 GODIVA、COCO 壱番屋、太和殿等知名品牌聯名商品的推出、搭配節慶及季節的行銷活動、自有商品的數位行銷創意等，成功引起大眾關注、帶動一波波購買商機外，也再次立定 7-ELEVEN 先鋒、創新、突破極限的形象地位。

商品類別

統一超商的產品可分成自有商品及非自有商品 (NB) 兩種類別。自有商品係指由統一超商鮮食部、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 (不含授權商品)，包括自有品牌 (Private Brand，簡稱 PB) 與自有標籤 (Private Label，簡稱 PL) 之商品。

自有商品類別	說明	商品列舉
自有品牌 (PB)	與製造商簽約大量進貨或合作開發獨特規格的商品	關東煮、米飯、速食、麵包等鮮食類產品及 CITY CAFE 等。
自有標籤 (PL)	統一超商自行設計之自有品牌商品。	iseLect 系列冷凍加熱食品及零嘴等等

2018 年也持續以「價值、風格、設計」為理念打造三大自有品牌，期待能滿足消費者各種生活型態，以良好品質及自我風格為定位，提供多元豐富的選擇，期待與消費者成為「品牌的夥伴」，陪伴其重新掌握生活選擇權與主導權。其中以城市咖啡品牌聞名的 CITY CAFE 咖啡及現萃茶，推出至今，經由貼近消費者的形象打造與令人耳目一新的行銷策略，不僅品牌知名度極高、更改變了民眾的生活與消費習慣。



CITY CAFE更於2018年首度推出城市櫻花季主題，以都市男女的詼諧故事：CITY CAFE城市櫻花季[櫻花七日篇]廣告，將櫻花的短暫花期與「把握當下」的寓意結合，打出「短暫，不能錯過的燦爛」口號，引發網友熱烈的討論與迴響，一舉奪得4A創意獎及海外廣告共8座大獎。並搭配櫻花杯等周邊商品、櫻花主題店面、Instagram數位活動等跨類別的整合傳播，在全台掀起一股櫻花潮。除了櫻花季，2018年也推出西西里風檸檬咖啡、太妃焦糖奶茶、一顆檸檬青茶等新品，及吸引女性消費族群的卡娜赫拉集點活動，為消費者不斷創造視覺、味覺與想像力的斬新體驗。

2018 年亮點活動

除了商品行銷外，2018年統一超商也藉由職棒賽事、路跑活動等方式，讓統一超商品牌與運動活動充滿活力、歡樂的感受結合，連結與強化大眾對品牌的認同感，更藉此倡導健康生活習慣、扶植台灣職業運動產業，落實企業社會責任。

支持職棒統一7-ELEVEN獅棒球隊運作為台灣體育運動盡一份心力，挹注金額達9千萬



統一7-ELEVEN獅隊為中華職棒少數僅存的元老球隊，具有職棒產業指標性的地位。統一超商長期投入資源支持球隊運營，在中華職棒幾經更迭的歷史中，扮演穩定產業的關鍵力量，2018年更投入達9千萬元，除了職棒賽事，也藉由球星的力量，積極投入基層棒球扶植及公益慈善活動，持續發揮正面的社會影響力。





3 永續商品與服務

OPEN! 氣球路跑舉辦，提倡運動習慣，提升親子互動交流議題 活動投入金額800萬元，人數維持萬人目標



由統一超商主辦的「OPEN! RUN氣球路跑」，2018年已邁入第六年，今年度以聖誕、幸福、歡樂為主題，在高雄夢時代登場，吸引近1萬2千名大小跑者共襄盛舉。精心設計的活動結合OPEN! 家族角色及高雄特色景點，讓跑者在活動筋骨、親子同樂的同時充滿驚喜。而今年也同樣在路跑前一晚舉辦「星光夜宿夢時代」活動，包含睡衣派對、聖誕帳棚裝飾評分及驚喜禮物，讓參與的家庭提前渡過難忘的聖誕節。



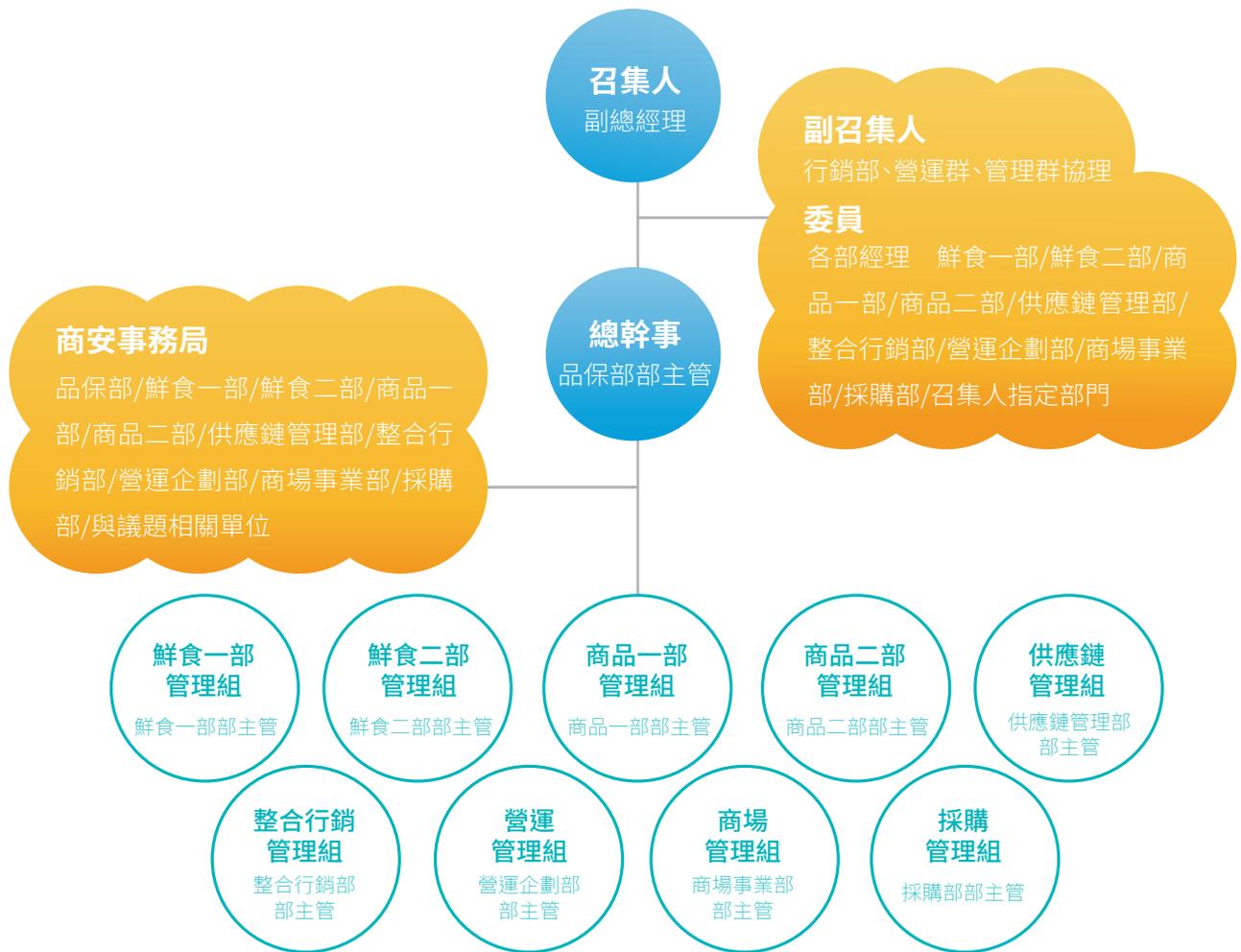
3.2

商品安全管理

消費者的信任是統一超商的經營基石，我們訂定「聚焦經營、溯源管理、贏得消費者信任」政策，嚴正看待「食品安全」的議題。統一超商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，長久以來秉持著誠信正直、力求專業品質的企業精神，肩負社會大眾所賦予的責任，兢兢業業的落實食品安全的控管，確保每一個自有商品由製造、運送、保存、販售過程的品質與安全管理。2018年累積投入食品安全管理經費高達141,744千元，高於我們所設定的績效目標(40,000千元)。

管理架構：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。「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。2018年共召開三次會議，討論內容包括商安政令宣導、夏季品保加強專案進度、商安制度查核缺失類別分析、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，將採購部納入商安委員會組織。

行動計劃

商品安全訊息

統一超商依循「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，蒐集並追蹤產品安全相關訊息，以確實管理商品安全風險，此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%。2018 年商品安全訊息共 875 件。包括 A 級 4 件、B 級 692 件及 L 級 179 件。



與統一超商及其轉投資事業直接相關之負面商安訊息及不合格資訊



A 級以外之其他商安訊息



國內中央主管機關頒佈之草案及法規與國外之法規訊息

註：A 級、B 級及 L 級訊息係以公司內部訊息公告日統計。



3 永續商品與服務

原物料暨品保管理系統 (MAS)

統一超商目前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的管理，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)，確保商品原料與供應商能被追溯管理。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 2018 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 99.87% (註)。

註：2018 年有 1 筆商品仕様書未於上市 14 天內設立完成，故未完成建檔。



品檢實驗室

為及時控管與掌握商品品質，統一超商 2012 年成立品檢實驗室，此實驗室針對食品藥物管理署 (TFDA) 及財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目取得證書。此品檢實驗室於商品上架前，針對商品及原物料之動物用藥殘留、農藥殘留、食品添加物、生物毒素、黴菌毒素、微生物與摻假等項目進行抽檢，確保商品安全無虞後始可上架。截至 2018 年底，該品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議所建立之檢驗項數為 587 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

硝基呋喃代謝物類 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

2018 年商品與原物料共檢測 855 項，通過檢驗合格為 841 項，合格率 98.4%。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 38,409 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 17,348 仟元 (註)，佔個體營業收入 0.025 %。

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。

監管機制

內部舉報制度

統一超商依循「自有商品安全維護辦法」建立商品內部監督機制，透過此機制邀請內部員工一起扮演監督商品安全的角色。舉凡後勤、直營店門市人員與加盟主如對自有品牌商品廣告、標示、成份有任何疑慮，皆可透過此機制反應，經呈報之問題經商品安全委員會確認屬實，將依商品安全事件風險分級（詳下表說明）給予不同額度獎金。2018 內部反應事件共計 3 件，共核發獎金 2,000 元。

統一超商商品安全事件風險分級

風險分級	分級說明
1	<ul style="list-style-type: none">● 添加非法成份與添加物，經第三方檢驗證實，短期使（食）用對人體有立即危害之虞。
2	<ul style="list-style-type: none">● 添加非法成份與添加物，經第三方檢驗證實，長期使（食）用對人體有健康危害之虞。
3	<ul style="list-style-type: none">● 合法成份但超標或添至不應使用之商品● 成份摻假。
4	<ul style="list-style-type: none">● 標示、廣告不實或不完整。
級外	<ul style="list-style-type: none">● 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。

物流管理

統一超商的商品及原料由供應商及代工廠製造後，透過物流公司運送至各門市，為確保商品運送、儲存及展示過程中的品質維護與保障，降低物流過程中溫度、人員、衛生對產品品質產生的潛在風險，我們與物流公司合作導入初次物流及門市商品管理與服務查核。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。2018 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）。

門市管理

門市是統一超商的前哨站，除了商品的推陳出新與行銷話題的屢創高峰，我們也從未忽視基礎服務品質的重要，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，確保所有自營與加盟門市都給予消費者同樣高品質、符合期待的商品與服務。此外，也透過內外部、不同項目的查核機制，確保門市的服務、品保、人員素質等保持一定的標準與品質。



3 永續商品與服務

優質服務評核

統一超商每年針對直營及加盟主門市進行優質服務評核，評核項目包含基本服務、專業服務、環境舒適及應對合宜四個面向，評核結果分成A(優良)、B(符合預期)、C(待改善)三個評等。2018年共稽查3,642家門市，佔所有門市數量達67.83%。本年度獲得A級共2,293家門市，佔受稽查門市的63%，較去年提升21%。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。2018年優質服務評核的目標為A級店與B級店的加總佔比達95%，我們將持續透過區顧問深入輔導以逐步達成目標。



歷年評核結果	2015年	2016年	2017年	2018年
A級	51.11%	45.06%	41.92%	62.96%
B級	44.99%	51.12%	53.63%	35.64%
C級	3.90%	3.82%	4.45%	1.40%
調查覆蓋率	68.26%	67.22%	69.72%	67.83%

商品效期管理及品保作業查核

此外亦透過管理顧問公司，針對門市的商品效期管理品及品保作業查核。2018年受稽核的門市佔全台所有門市的98.64%(註)。2018年共計查核22,883店次，共22,280店次通過檢查，合格率達97.3%。

註：少數門市係因2018年初關店或2018年末開店，故未於2018年受稽核。

品保與誠信經營認證訓練查核

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，2018年共20,117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，2018年受稽核的門市佔全台所有門市的99.43%(註)，不合格店數共50家，針對不合格店於次月進行複查。

註：少數門市係因2018年初關店或2018年末開店，故未於2018年受稽核。

菸酒販賣查核

另外，為了落實國家法規及對青少年及孩童的保護，我們也針對門市販售菸酒類產品予未滿18歲青少年的情形進行查核，2018年查核門市及格率達100%以上。並加強不可販售菸酒類產品予未滿18歲青少年之商品系統警語，此系統上線率達100%，達到我們所設定的2018年績效目標。

3.3

永續供應鏈管理

統一超商本身並無自我營運之工廠，所有商品皆由供應商代為製造。我們藉由管理辦法的訂定及評鑑制度的落實，監督、敦促供應商持續提供穩定、優質的產品，確保消費者透過統一超商所購買商品皆具有最佳品質。供應商的範疇橫跨國內外，我們也採用農民契作的模式，扶植當地農業發展、提升產品健康成分。同時，我們也藉由合約的簽署及評鑑過程的輔導，致力於提升供應商對於誠信經營及企業社會責任的落實與管理制度。我們深切期待透過上述作為，能與供應商建立緊密、共同成長的正向推力，打造具有永續精神的供應鏈。

供應商管理辦法

我們於內部控制規章中，訂定「商品安全管理」專章，確保所有供應商之公司設立、商品品質、配合檢驗情形符合法規及統一超商之規範。其中，針對我們營運及品牌有較重大影響性的自有商品之供應商及代工廠，則依其性質訂有不同之管理辦法(詳右表「自有商品供應商管理辦法」)，明確要求其產品之製造、包裝、檢驗、評鑑流程皆比照特定標準辦理。

自有商品供應商管理辦法

1	自有商品代工廠	「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」
2	直接交易原物料供應商	「原物料供應商及原物料管理辦法」
3	蛋品供應商	「業務用蛋品原料之管理作業辦法」

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 2018 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 50 家，以供應商之工廠統計，共有 99 個工廠；其中自有商品食品類國內代工廠數為 58 個代工廠，其中 57 個代工廠(註)取得國際食品安全管理系統 ISO22000 認證。由於 ISO22000 已於 2018 年正式改版新標準 ISO22000:2018，且須於 2021 年 6 月前全面更新，統一超商也將輔導協助食品類代工廠供應商在 2021 年前全數完成取得新版證書。

註：統一超食代股份有限公司(花蓮廠)於 2018 年 10 月正式開始供貨，並已於 2019/4/2 取得 ISO22000 認證。

而除了產品本身，針對門市食安相關用品供應商，我們也訂定「門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法」，確保與食品直接接觸的一次性物料等之國內供應商被確實的控管與稽核，對食安風險進行全面把關。

供應商評鑑制度

統一超商依據上述管理辦法，對自有商品供應商進行定期評鑑，並針對國內外代工廠、直接交易原物料供應商及蛋品供應商，分別訂有不同的評鑑項目及流程規範，透過不同對象的分項管理，提升與落實供應商評鑑的信度與效度，期待以嚴密的把關機制，提供給消費者最安心的體驗。稽核評鑑項目、頻率、結果等說明如下段落。



3 永續商品與服務

📍 新供應商評估

針對新供應商，我們除要求其需符合下列基本要件，尚需通過所屬供應商類別之評鑑項目。透過新供應商的評鑑制度，確保合作之供應商符合法規，並具備專業水準與品質，同時我們也在評鑑制度中納入經濟、環境、社會標準，2018 年共引進 8 家新供應商及代工廠，100% 經過此制度之評估，藉由新供應商的篩選與監督，善盡統一超商誠信正直的社會責任。

代工廠

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。

直接交易原物料供應商

1	合法條件	商業登記、工廠登記等合法證明文件。
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。

蛋品供應商

1	品質認證	洗選場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，其洗選場亦須通過 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、抗生素類 - 四環黴素、抗生素及其代謝物、氯黴素類。

評鑑項目

供應商評鑑項目依其為代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商、門市用品類供應商而異，範圍包含管理制度、環境衛生、製程與品質管制等 (請詳以下「供應商評鑑項目」段落說明)，透過上述項目的檢視，確保商品的安全以及組織運作的良好管理。

代工廠

評鑑項目

- 管理及法規
- 危害分析重要管制點食品安全系統
- 流程產品管制
- 不符合產品管制與追溯
- 環境衛生
- 工作人員健康與衛生
- 設施及設備
- 病媒管制
- 食品安全緊急狀況處理
- 檢驗與量測
- 倉儲與運輸
- 社會責任

直接交易原物料供應商

評鑑項目

工廠型、貿易商型

- 廠房設施與環境衛生管理
- 作業人員衛生管理
- 製程管制
- 品質管制
- 原物料管制
- 儲存與運輸管制
- 客訴及持續改善
- 建立環保防治相關規範
- 品質與供貨能力評估

原物料初級農畜產

- 原物料管制
- 品質與供貨能力
- 工廠清潔衛生
- 製程管制

蛋品供應商

評鑑項目

- 廠區環境
- 廠房設施
- 設備及包裝材料
- 製程管理
- 品質管理
- 衛生管理
- 運輸管理
- 產品抽樣結果
- 原料及產品查核
- 風險管理

門市用品類供應商

評鑑項目

- 管理
- 品質管理
- 環境狀況
- 商品開發
- 採購及原物料進廠檢驗
- 生產與包裝
- 健康、安全及工作條件
- 成品
- 儲存與運輸
- 顧客抱怨
- 商品規格書確認



合格標準

評鑑的結果依照分數分成 A(≥ 90 分)、B(80~89 分)、C(70~79 分)、D(≤ 69 分) 四個評級，食品類代工廠合格標準為 B 級以上，非食品類代工廠、直接交易原物料、蛋品供應商、門市用品類供應商合格標準為 C 級以上。針對評鑑不合格者，將依「商品品質保證協議書」或「供應廠商評鑑同意書」進行罰款。目前門市用品類供應商新廠導入的合格標準為 70 分，為確保消費者權益與產品使用安全，我們預計在 2022 年將門市用品類供應商新廠導入的評鑑合格標準提高到 75 分，以善盡供應商篩選與管理的職責。2018 年門市用品類供應商平均稽核分數為 84 分，僅導入一家新廠且評鑑分數達 75 分以上。



3 永續商品與服務

評鑑頻率

評鑑頻率係參考前次實地評鑑評級結果，為評估國內食品類代工廠風險，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 2017 年自有商品食品類代工廠之風險分級，作為 2018 年代工廠實地評鑑頻率參考依據。

1. 代工廠

國內食品類代工廠實地評鑑頻率對照表

評級		A級 ≥90分	B級 89-80分	C級 79-70分	D級 ≤69分
判定		合格		不合格	
風險分級	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		

針對國內非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上 (含) 者尚屬合格，評鑑頻率為 12 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，則比照國內食品類代工廠商評鑑不合格標準辦理。

國外食品類代工廠商實地評鑑頻率對照表

評鑑級數	判定結果	評鑑頻率/不合格處置
A級	合格	1次/1年， 須於當年度完成評鑑
B級	合格	
C級	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，否則得終止代工生產。
D級	不合格	

針對國外非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上 (含) 者尚屬合格，評鑑頻率為 24 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，則比照國外食品類代工廠商評鑑不合格標準辦理。

2. 其他 (直接交易原物料供應商、蛋品類供應商、門市用品類供應商)

除代工廠外，針對直接交易原物料供應商、蛋品類供應商及門市用品類供應商則依其評鑑級數訂定 3~15 個月的評鑑頻率，若有不合格者將進行複評，直到合格為止，並依相關辦法 (如：「供應廠商評鑑同意書」或「商品品質保證協議書」) 執行後續處理。

評鑑結果

2018 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 50 家，稽核完成百分比為 100%(註 2)；針對這 50 家供應商參照 P.38 表、供應商評鑑項目共執行 184 次稽核，稽核結果合格共計 182 次，合格百分比為 98.9 %。針對不合格的廠商除依「商品品質保證協議書」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)2018 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。(2)2018 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。(3) 於 2018 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。

註 2：一家代工廠、三家直接交易型原物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 2018 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

另外，2018 年門市一次性用品類國內供應商 (註 1) 共計為 11 家，稽核完成百分比為 100%(註 2)；針對這 11 家供應商參照 P.38 表、供應商評鑑項目共執行 15 次稽核，稽核結果合格共計 13 次，合格百分比為 86.7%。2018 年不合格的廠商已依「供應商評鑑同意書」進行罰款 (註 2)。

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。

註 2：該廠商已於第一次複評不合格後結束交易及代工，故 2018 年依對應之管理辦法要求不需再進行稽核。

此外，統一超商依據供應商評鑑結果，將自有品牌供應商中，「食品類代工廠評核級數為 C 級 (含) 以下及非食品類代工廠評核級數 D 級以下者」，視為「高永續風險供應商」。2018 年僅有一家自有品牌供應商不符標準，已依據供應商評鑑與輔導流程，協助該廠商進行改善。

ESG 評鑑項目

除針對產品品質及製程加以監督與稽查，統一超商也將經濟、環境、社會面向 (Economic, Social, Governance，簡稱 ESG) 納入評鑑範圍中，透過稽核制度督促供應商不僅著力於製造本業的精進與控管，更將員工照顧、環境保護等社會責任作為努力與進步的方向。其各面向佔稽核項目配分之權重說明如下表。

供應商類型	經濟類權重 %	環境類權重 %	社會類權重 %	其他非 ESG 類權重 %
非食品類代工廠	14%	3.1%	13%	69.9%
食品類代工廠	50%	15%	14%	21%
畜牧場 / 加工場	50%	2%	2%	46%
原物料 – 工廠型	60.6%	29.6%	4.2%	5.6%
原物料 – 貿易商型	61.1%	24.1%	3.7%	11.1%
原物料 – 初級農畜產型	58%	21%	0%	21%



3 永續商品與服務

供應商 ESG 評鑑面向中，統一超商特別著重「作業環境衛生」及「職員健康與衛生」。由於統一超商的自有品牌供應商多與食品製造或原料相關，為確保供應商符合食品安全法規要求及我們的品質管理要求，故將作業環境的衛生管理納入所有供應商的稽核項目。此外，我們著重供應商對員工的保護與權益保障，要求供應商應善盡企業社會責任且不得違反勞動基準法，考量生產線上的職員健康與衛生情形也可能影響產品品質，因此在社會面向上著重供應商職員的健康與衛生條件。

統一超商期望與供應商共同致力落實企業社會責任，我們透過供應商評鑑，檢視其在員工健康安全及工作條件等是否符合勞動法規要求，以發揮社會影響力保障供應鏈員工的勞動權益。2018 年一階供應商評鑑結果中，有 22 家涉及紀錄不確實、未定期檢查安全防護措施、或公告標示不清楚等行為，經輔導後已全數改善。

供應商行為準則

統一超商作為國內零售業的領航者，期待藉由自身的典範與要求，敦促供應商攜手履行企業社會責任。除了上述管理辦法及評鑑制度外，我們也訂定「統一超商自有品牌商品供應商行為準則」，並要求所有供應商皆需簽署「誠信經營及企業社會責任協議書」，準則及協議中明訂供應商不得涉及賄賂、餽贈的不正當利益、不得違反勞動法令（包含僱用規範、工作條件、薪酬、職業健康與安全等）且應保障勞工平等、不歧視的就業環境與基本人權、並提供符合環保和食安法令的產品以降低對環境與人體健康的衝擊等經濟、社會、環境面向之作為與規範。2019 年統一超商進一步修訂協議書內容，明定將勞工、健康、環安、道德及公平等五大規範納入必要項目；ESG 相關行為準則並擴大至非一階供應商，且於內部網站公告。此外，統一超商供應鏈管理部每年也針對自有品牌共購原料主要供應商定期宣導永續採購與溯源管理的概念，並要求其提供符合超商永續採購標準的原物料。除了合約簽訂以外，統一超商落實供應商教育訓練，2018 年統一超商逐步落實供應商行為準則，先針對新非一階供應商進行合約內容溝通及簽訂，既有非一階供應商於 2019 年初進行系統公告及教育訓練宣導，預計於 2021 擴大至全數非一階供應商完成教育訓練宣導及行為準則簽署。2018 年非一階供應商已完成 3.23% 行為準則合約簽屬。

針對不願意簽署的供應商，將檢視其既定的內部規範、可承諾之範圍，要求其承諾部分重要事項，若經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」，確保我們對於供應商企業社會責任落實的堅持。

重要夥伴

關鍵供應商

統一超商的供應商可分為自有商品代工、非自有商品供應及其他三種類別，其中，自有商品供應商與統一超商的的合作最為密不可分，因此我們也由此類供應商中，依據採購金額及產品類別等，鑑別出統一超商之「關鍵供應商」。針對這些具有重大策略意義的供應商夥伴，我們乃加強其相關資訊的統計與追蹤，希望藉由關鍵供應商的強化管理，優化統一超商供應鏈管理系統的力度與深度。

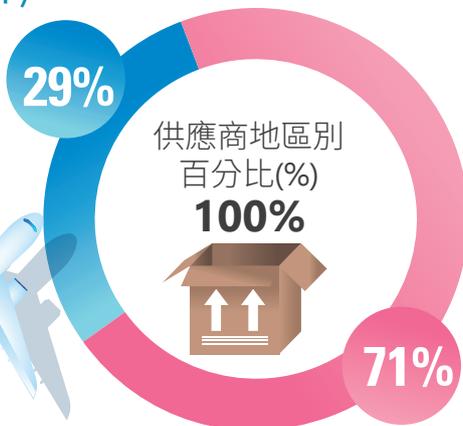
2018 年共有 18 家關鍵供應商，針對關鍵供應商之定義如下：

關鍵供應商定義		2018 年關鍵供應商家數
採購部	採購金額 > 3 仟萬元；且與門市營運直接有關之食品包材用品	3
關鍵一階	自有品牌商品前一年交易額前五大之供應商	5
關鍵非一階	PB 共購原物料前一年交易額前十大之供應商	10

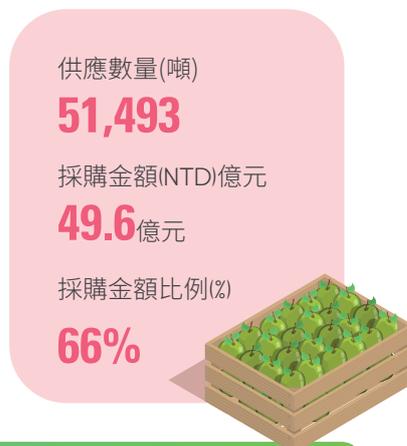
在地夥伴

統一超商鮮食類商品創新、美味、多樣化的特色背後，來自於使用新鮮農產品的用心與堅持。2018 年共採購並使用 7.2 萬噸、76 億元之農特產品，包含稻米、雞、豬、蛋、菜、果等類別。同時，統一超商亦秉持著「取之於社會，回饋於社會」的精神，積極透過契作、提升在地採購比例的方式，鼓勵在地農業發展、降低整體環境足跡。2018 年，台灣地區供應商農產品採購數量佔總體的 69%、農產品採購金額為 49.6 億元，佔整體採購金額的 66%。

農產品非在地採購(國外)



農產品在地採購(台灣)



菁英物流士

為能不分時刻提供消費者美好便利的生活，物流公司是統一超商不可或缺的重要夥伴。為感謝有卓越表現、成就集團物流任務的物流士們，統一超商舉辦「2018 年 PCSC 菁英物流士表揚大會」，表揚來自全省 40 個物流中心，橫跨捷盛、捷盟、統昶、大智通四家物流公司、由 1976 位物流士當中選拔出的 79 位菁英物流士，肯定其專業服務，激勵其日後的工作表現，並透過公開嘉勉為所有夥伴樹立典範。獲獎的菁英物流士不僅全年度不得有任何客訴與重大違規發生，在安全、服務、作業各項指標都是名列前茅，方能脫穎而出。2018 年獲獎的物流士中更有 5 位連續 3 年獲得此肯定，故獲頒「尊榮物流士」獎項。



3 永續商品與服務

會中也將物流士的日常工作與心得拍攝為影片、並將其獲獎感言製作為展示牆以交流分享，並藉由物流車輛、運用的酒測系統、車機系統、省力化設備的現場展示，讓參與的眷屬看見統一超商對於物流士工作環境的安全與重視。

現場也邀請「南投縣新鄉國小合唱團」帶來天籟般的合唱演出，並於現場頒發感謝狀及獎助學金，為活動注入別具意義的公益元素。表揚大會後也準備兩天一夜的日月潭旅遊行程，讓物流士與眷屬在享受榮耀外，也能放鬆身心，享受天倫之樂。



3.4

客戶關係管理

統一超商坐落於大大小小的鄉鎮及社區，從早晨的咖啡、中午的便餐、到有急用時的日用品或嘴饞時的零嘴等，我們的產品與服務與消費者的日常生活緊密相依，如何讓消費者「不只買得便利，也能買得安心」，是我們成功的關鍵因素，也是我們給予消費者和在地社區最重要而長遠的承諾，除了為產品品質嚴加把關外，符合法規且清楚完整的商品標示、消費者意見與申訴事件的即時處理、乃至消費者個人資料的嚴密保護等，都是我們對於消費者賦予的信任和積極回應。此外，我們也透過 OPENPOINT 會員制度，透過消費點數 (OPENPOINT) 的累積與行動錢包的機制設計，讓消費者的每一次消費都更加物超所值。

管理方針

統一超商與消費者藉由商品供應、門市服務、會員制度、申訴機制等建立密不可分的關係，我們的客戶關係管理包含但不僅止於以下四大面向：合規清楚的商品標示、申訴機制的建立、消費者個人資料的保護、OPENPOINT 會員關係的維護，前兩者落實我們對於產品與服務的責任，後兩者則回應消費者對於我們的青睞。

透過數位服務部、聯合服務中心、整合行銷部及法務部等跨部門的合作，投入數位系統建置、資安教育訓練等資源，讓「消費者權益」在統一超商被確實重視與保護。

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。我們於「商品安全管理」規章中，明定將「商品標示需符合商標法及食品安全衛生管理法或政府相關法令規定」作為新供應商的篩選標準，並要求供應商需簽署

協議書，保證商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求。

同時，也將商品標示 (包含條碼、日期標示、中文標示等) 列為物流中心進貨驗收的必要項目。統一超商亦依循「包裝內控設計制度」管理制度，對自有商品的標示資訊進行把關。確保商品從製造、運輸乃至販賣都有清楚的標示資訊可以依循。

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。消費者可藉由電話專線及電子郵件信箱，向聯合服務中心提出訴求及意見。經聯合服務中心受理後成立的案件，需追蹤後續處理情形，給予消費者滿意的答覆後始得銷案。2018 年聯合服務中心處理的電子郵件信箱案件數共有 1,623 件、接到顧客來電反應與建議有 88651 件，線上即時處理率為 88.9%，針對轉出的案件也已 100% 追蹤處理完成。

■ 2018 年重大案例及回應機制：



資安管理

統一超商作為台灣零售產業的龍頭，致力於透過數位科技的力量，提供消費者更便利、多元的服務，如今透過線上商店、金流 (ibon/ibon APP)、物流 (交貨便)、資訊流 (icash2.0 / OPENPOINT) 等數位化的服務，消費者可以在單一門市解決郵寄、票券購買、列印及繳費等多樣需求，但同時也使我們觸及較以往更大量的消費者個人資料，使資訊安全變得更加重要。

為了確保消費者的個資被完善的保護，除了將個資風險管理整合於企業整體風險管理及稽核機制中，統一超商也藉由成立跨部門之「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，並要求總部和門市端同仁們皆需完成個資線上必修課程。統一超商對內訂定各部門個資保護管理通報，對外則於簽署之合約加註個資保護條款，以確保所有營運單位與供應商均符合公司

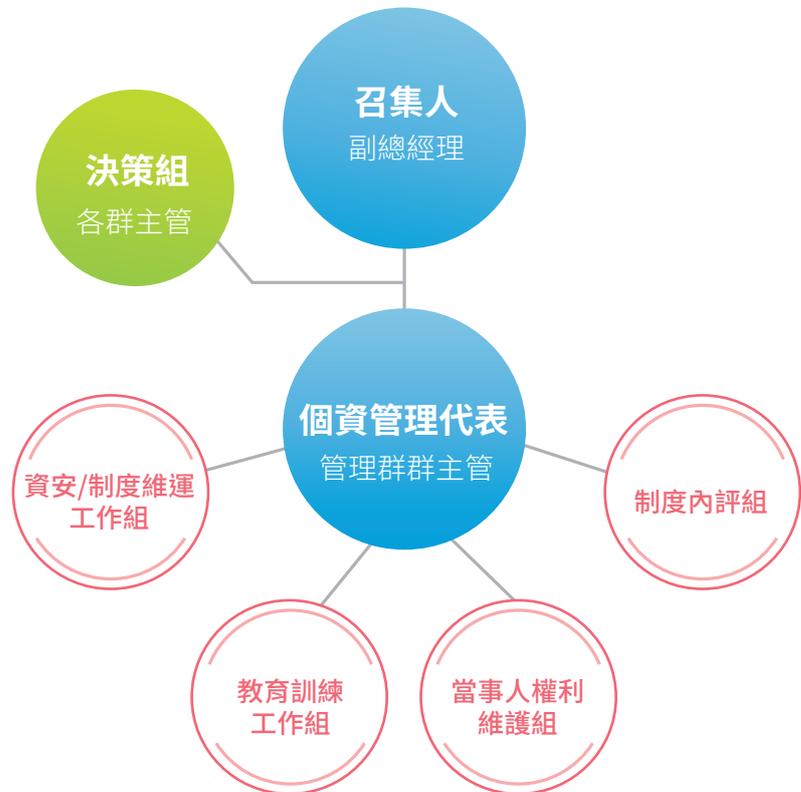


3 永續商品與服務

個資保護政策。同時，統一超商也訂定內評計畫及外部驗證制度，協助各部門就內評或稽核不符合事項訂定矯正預防措施或改善措施，並作成與留存改善記錄；針對人員違反公司個資保護管理規則，亦訂定相當的懲處辦法。

此外，為確保個資保護機制運作之有效性，於 2014 年首度通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，並於 2018 年更新驗證取得證書。2018 年統一超商未發生已證實之屬於侵犯客戶隱私的投訴及違規事件。

■ 統一超商個人資料保護專案小組架構



OPENPOINT 會員制度

統一超商長期貼近消費者生活，不僅扮演滿足需求、帶來溫暖的「好鄰居」角色，更透過 OPENPOINT 會員制度，以數位化的服務系統、豐富超值的優惠活動，成為消費者日常購物的好夥伴。至 2018 年底，OPENPOINT 會員數已達 320 萬人，整年度使用 OPENPOINT 會員的各種數位服務功能範圍涵蓋更全面。包含 OPENPOINT APP、OPEN 錢包、ibon APP 數位服務（如交貨便、好康活動）、ibon wifi 上網、7-ELEVEN 每月發票大抽獎、7-ELEVEN 自辦投稿平台以及各種熱門活動，皆需運用 OPENPOINT 會員登錄資格方可使用該數位功能。在 2018 年平均每月活躍會員人數亦有近 50 萬人在使用各種服務，未來 OPENPOINT 會員將從 7-ELEVEN 數位服務擴大至全 PCSC 集團會員，廣泛觸及各種產業的消費者。

我們更自 2015 年 5 月建置客戶關係管理 (Customer Relationship Management, 簡稱 CRM) 系統，以 OPENPOINT 會員資料庫為基礎，透過數位系統，以現有的消費資訊，掌握現有會員屬性（包含：性別、地區、職業及年齡層等）及忠誠度建立情形、分析新品上市潛力及潛在購買族群、了解組合商品的合買關聯性等。期待藉由科技技術，提供給消費者更符合需求與期待的商品服務。

而未來統一超商將進一步整合集團內現行的會員體系，並透過策略合作引進內外部資源以建立更具吸引力的會員制度，持續推動擴大 OPENPOINT 會員人數並強化客戶黏著度、提高來客數，我們預期在 2021 年達成會員人數較 2018 年成長 100% 的積極目標。



員工照顧 與加盟發展



2018 亮點績效

- 以「零缺失」通過|ISO 45001|職業安全衛生管理系統驗證，台灣零售服務業第一家
- 重大職安事件0件
- 健康檢查異常同仁中，極重大風險同仁100%介入管理
- 平均每位員工受訓時數為32.03小時，近5年最高

我們相信「惟有快樂的員工，才能讓統一超商的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」，為了實踐這個理念，統一超商透過提供完整職涯規劃、多元教育訓練、健康工作環境、完善福利制度、合理勞動權益等，讓每位員工、加盟主獲得適切的發展與照顧，與公司並肩創造每個巔峰。



4.1

人力資源概況

管理方針

參考國際人權規範，如《國際人權法典》、《國際勞工組織基本公約之核心勞動標準》、《聯合國全球盟約十項原則》等，於 2018 年 6 月制定『統一超商人權政策』，七大政策為提供友善安全的工作環境；禁止強迫勞動；禁用童工；杜絕不法歧視，確保工作機會、訓練與福利、獎酬考核、升遷平等；致力消除職場暴力、騷擾、恐嚇之行為，有尊嚴的對待員工；促進同仁身心健康及工作生活平衡；建立多元溝通、申訴機制，以確保利害關係人之權益。具體管理與執行方案包括：每年定期針對職業安全衛生及勞動條件進行查核，以掌握管理輔導成效；提供完善的內外部訓練、鼓勵跨公司、跨領域的工作輪調歷練，賦予重要職務和挑戰，以培育優秀人才；藉由全員法令訓練，以杜絕違法行為確保友善安全職場；每年定期舉辦健康檢查，並依據歷年健康檢查數據分析結果，推動健康促進活動，改善員工健康指數；本公司設置多元的溝通管道，如：稽核室、聯合服務中心或官網的利害關係人專區，可使用網路、電話、書面反應意見，並經由完善系統機制，以確保回饋時效性。統一超商對供應商之人權要求與稽核結果，請詳見 3.3 永續供應鏈管理。

統一超商經評估個體營運範圍內營運據點所在地區及工作性質後，考量門市員工因服務需要可能接觸高 / 低溫、搬運重物等有職安疑慮的工作環境，及因輪班制度可能造成考勤紀錄不全、薪資或休假未依法給予、排班間隔過短等有損勞動權益的問題，因此超商人資部與委託外部第三方單位，每年均針對所有門市實施職業安全衛生查核，並針對加盟門市進行勞動條件查核。

員工人力結構

為滿足各區門市及消費者需求，除台北總部外，全台設有八個營運部。截至 2018 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 8,101 人¹，加盟門市人員總數截至 2019 年 5 月為 36,932 人²。門市提供全年無休 24 小時服務，需要大量第一線夥伴投入，因而提供二度就業民眾和在學生兼職的工作機會，除此亦與高中職合作招收建教生。統一超商女性員工占比達 55.5%，而業務相關女性主管占比也達 49.4%，顯示超商所提供的工作環境及人才運用上均尊重性別平等。

人員雇用遵循「勞動基準法」絕不僱用未滿 15 歲人員，也秉持「就業乃是支援弱勢自立生活最直接支持」的理念，聘用多於法規人數的身心障礙者。2018 年總公司與直營門市一共僱用 274 位身心障礙員工，佔總員工人數 3.38%，為法定名額 3.38 倍。除身心障礙的員工外，統一超商同時僱用 99 位原住民員工，佔總員工人數 1.22%。

¹ 包含總部員工與直營門市人員。

² 加盟門市人員總數為截至 2019 年 5 月勞健保查核之人數。

■ 員工依區域及勞雇合約分布之情形 (2018 年 12 月 31 日在職人數)

	北區	中區	南區
不定期合約	5,356	984	1,761
定期合約	0	0	0
合計	5,356	984	1,761

註：此處不定期合約人員即 GRI 準則中之正職人員，定期合約人員即 GRI 準則中之臨時人員。

■ 員工依性別及勞雇類型分布之情形
(2018 年 12 月 31 日在職人數)

	男性	女性
全職	2,344	2,904
兼職	1,260	1,593
合計	3,604	4,497

註：全職人員即全時人員，全時人員包含總工時大於或等於工時 1,820 小時 / 年之部份工時人員。

■ 員工依性別及勞雇合約分布之情形
(2018 年 12 月 31 日在職人數)

	男性	女性
不定期合約	3,604	4,497
定期合約	0	0
合計	3,604	4,497

註：此處不定期合約人員即 GRI 準則中之正職人員，定期合約人員即 GRI 準則中之臨時人員

■ 員工依年齡分佈之情形 (2018 年 12 月 31 日在職人數)

性別	年齡	門市人員	管理人員	非管理人員	總員工人數
	≤ 30 歲	1,624	0	162	1,786
	31-50 歲	1,653	36	784	2,473
	>50 歲	153	12	72	237
	≤ 30 歲	1,383	0	123	1,506
	31-50 歲	941	120	750	1,811
	>50 歲	87	84	117	288
合計		5,841	252	2,008	8,101

註：管理人員不含門市經理及區顧問



4 員工照顧與發展

■ 2018 年按年齡層、性別劃分之正職新進員工的總數及比例

性別	年齡	北區	中區	南區	總計
	≤ 30 歲	41	25	11	77
	31-50 歲	39	3	5	47
	>50 歲	1	0	0	1
新進比率 (年度新進女性員工人數 / 2018 年 12 月 31 日在職女性員工人數)					2.78%
	≤ 30 歲	39	14	6	59
	31-50 歲	22	2	3	27
	>50 歲	1	0	0	1
新進比率 (年度新進男性員工人數 / 2018 年 12 月 31 日在職男性員工人數)					2.41%

■ 2018 年按年齡層、性別劃分之正職離職員工的總數及比例

性別	年齡	北區	中區	南區	總計
	≤ 30 歲	48	10	5	63
	31-50 歲	57	4	13	74
	>50 歲	2	2	2	6
離職比率 (年度離職女性員工人數 / 2018 年 12 月 31 日在職女性員工人數)					3.18%
	≤ 30 歲	32	15	8	55
	31-50 歲	51	9	7	67
	>50 歲	3	3	7	13
離職比率 (年度離職男性員工人數 / 2018 年 12 月 31 日在職男性員工人數)					3.74%

■ 2018 年各階主管人數及性別比例

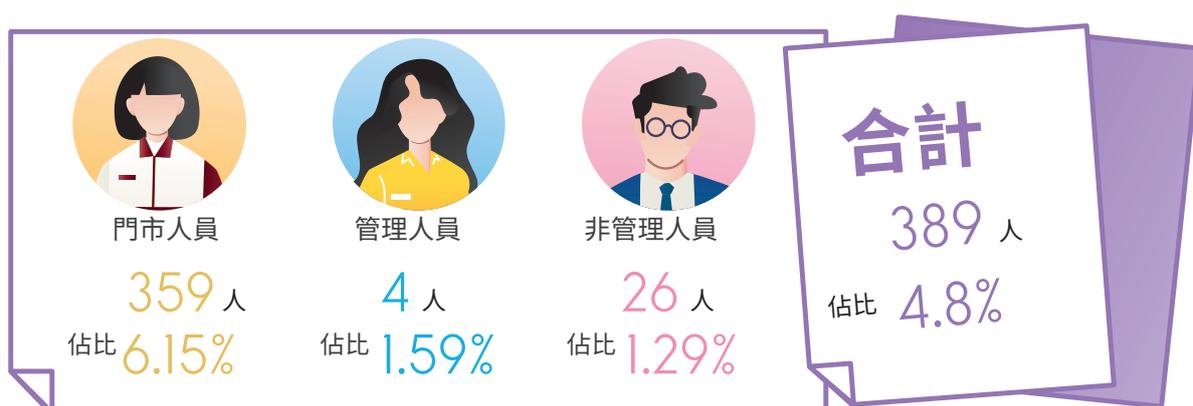
性別	TEAM 級主管	高階主管	總計
女	41	7	48
男	159	43	202
總人數	200	50	250
女性主管占比	20.5%	14%	19.2%

註：此處高階主管為排除總經理以及董事長特助兩位男性管理人員

■ 2018 年業務相關主管人數及性別比例

性別	店經理	區顧問	區經理	ZONE 主管	總計
女	422	231	2	0	655
男	70	524	68	8	670
總人數	492	755	70	8	1,325
業務相關女性主管占比					49.4%

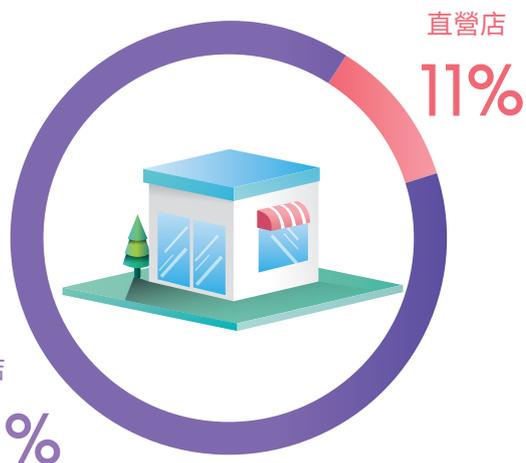
■ 少數及弱勢族群組成 (2018 年 12 月 31 日在職人數)



註：少數及弱勢族群包括原住民 99 位、外籍員工 16 位與身心障礙人士 274 位

加盟主經營

2018 年統一超商全台已超過 5,300 家門市，加盟主人數共 3,521 人。為照顧加盟主，統一超商持續關心加盟主的獲利、檢視各項制度合理性。因應政府每年調整基本工資與時薪，考量加盟店勞動成本持續上漲，自 2018 年 1 月起每月各調升特許加盟店與委託加盟店利潤分配 0.5%+4,000 元經營補助，2018 年投入約 466,000 仟元，持續建構創業安心、獲利安定的加盟環境。





4 員工照顧與發展

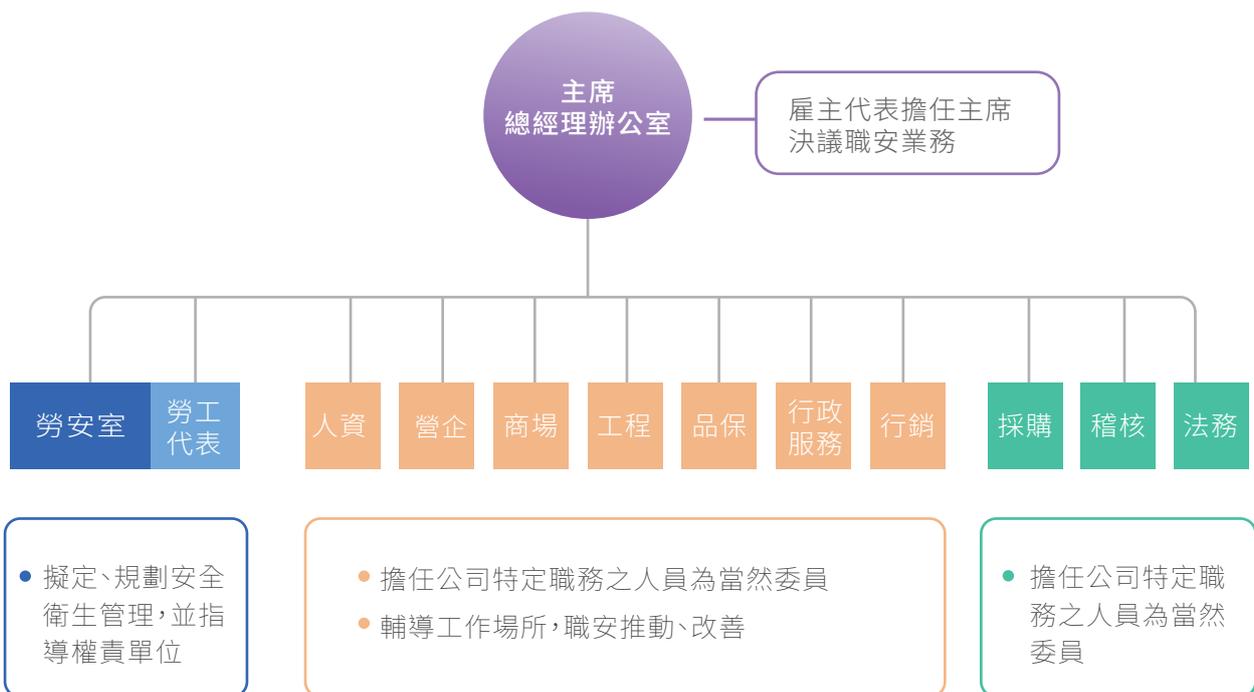
加盟主是統一超商極為重要的利害關係人，為聽取其聲音與回饋，2018 年加盟主關係 TEAM 共拜訪 38 家門市、參加 17 場加盟主座談會，共與 184 家門市面對面互動。亦主動參與區課舉辦之地區店經理會議共 66 場，與 4,000 家加盟主現場分享及互動。

4.2

職業安全與健康

管理方針

為了保障所有員工擁有安全與衛生無虞的工作環境，我們遵循「職業安全衛生法」設置一級單位勞安室，並成立職業安全衛生委員會，委員人數共 24 人，其中員工推舉之勞方代表 8 位，佔比為 33.33%，勞安室則編制 3 名專職人員 (安全管理師 1 人、衛生管理師 1 人、安全衛生管理員 1 人)。委員會每季召開乙次會議，由總經理辦公室主管擔任會議主席，勞安室、護理師進行季度業務報告，邀集各單位最高主管及勞方代表共同商討公司安全衛生業務，並訂定職業安全績效目標，包含總合傷害指數應低於近三年台灣零售業平均標準值、每年不得有任何重大職安事件等。除上述會議，相關利害關係人可透過聯合服務中心、專屬 Email 信箱、利害關係人專區及內部溝通平台反映對職安衛之意見。

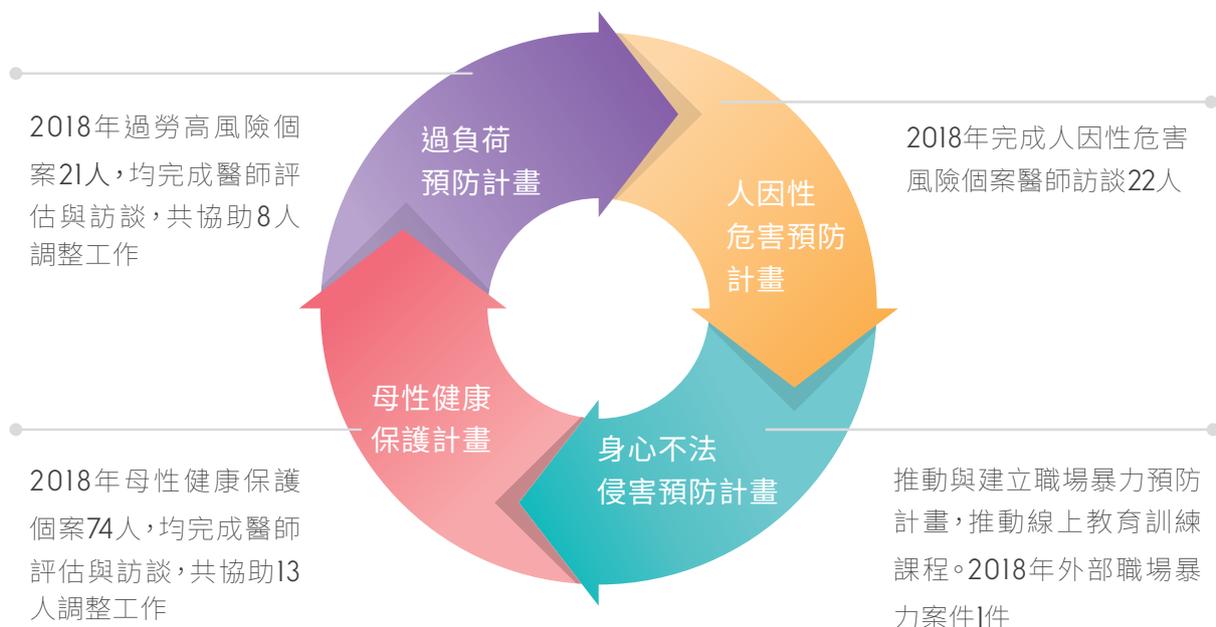


2018年，由總經理核定「職業安全衛生政策」，共五大執行方針，以落實風險預防管控，並以總合傷害指數低於近三年我國零售業平均標準值 0.4 (2015–2017 年平均) 及零重大職安事件為年度目標。為達此目標，我們推行以下行動：承攬商安全協議組織會議、安全衛生教育訓練及緊急應變演練、安全風險評估暨安全稽核、空氣、照度及水質環境監測、大型活動安全管控。此外持續推行「過負荷預防計畫」、「人因性危害預防計畫」、「身心不法侵害預防計畫」及「母性健康保護計畫」職安四大保護計畫，藉由預防與風險辨識保障同仁的健康與安全。2018年透過編輯教戰手冊與開辦線上課程，輔導全台加盟店(約 4,800 家) 依法執行此四大計畫執行記錄。

2018年12月我們以「零缺失」通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統驗證，展現建立符合國際標準之安全文化基礎之決心，是台灣零售服務業第一家獲證企業。未來將落實全員參與共同打造維護友善安全的職場，同時持續監督承攬外包商共同參與。

2018年執行職安健康專案共編列 6,269,939 元，包含建立 ISO45001 職業安全衛生管理系統、危害風險評估及承攬商管理、員工健康檢查、醫師健康服務、建置健康管理系統及推動健康促進活動等。

📍 2018年職安四大保護計畫管理



註：外部職場暴力為顧客對員工施暴



4 員工照顧與發展

📍 2018 年職業安全與衛生實施情形

安全衛生 組織會議

- 每季舉辦職業安全衛生委員會會議、每年辦理管理審查會議



安全衛生 教育訓練 與演練

- 新進及在職同仁安全衛生教育訓練，並每年舉辦「緊急應變」逃生演練，使同仁掌握逃生技能
- 證照訓練(丙業/急救)：110場，共4,013人參與
- 總部逃生演練：1場，共530人參與



風險評估 暨安全 稽核

- 檢測室內空氣品質、飲用水質、照明度及定期清潔消毒
- 風險危害辨識：年度工作場所查核場次55場、改善166項缺失，改善率100%



活動安全 控管

- 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，達到零公安意外目標
- 2018年管控4場次，觀眾進場人數64萬人，0罰款、0重大災害



承攬商 管理

- 全台廠商安全協議組織會議：2場、參加廠商111家，無預警稽核：48場，缺失改善率100%
- 建立廠商勞安罰款、高風險機具設備作業標準
- 要求外包商雇主應提出施工人員投保證明以監督進場承攬商及外包勞工權益
- 進行安全風險評估，揭露潛藏的不安全行為及環境，合計有8項作業列為高風險，評估發生危害前三名為墜落、感電、有害物接觸



職業安全衛生管理系統與健康認證



2018 年失能傷害 / 缺勤統計

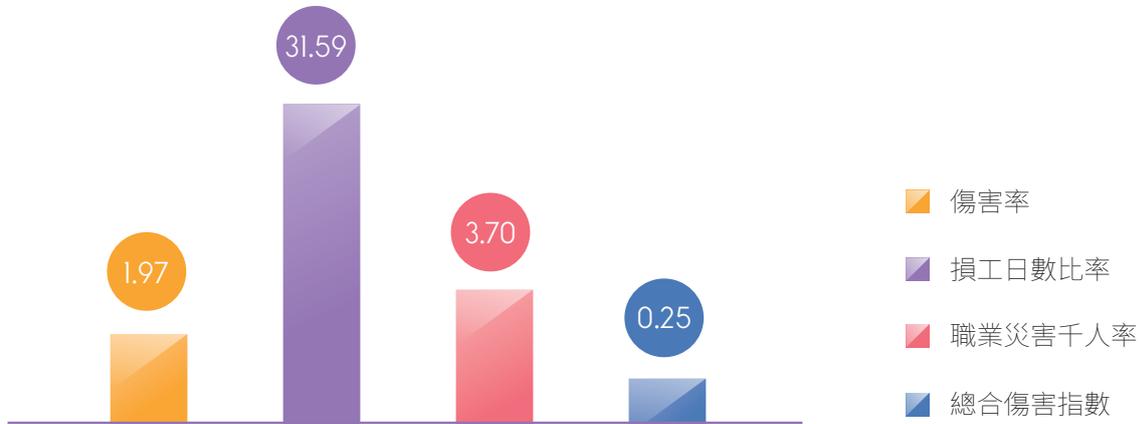
統一超商致力於降低工作傷害的發生，並統計傷害率、損工日數率、缺勤率、職業災害千人率、總合傷害指數重要等重要職災數據，詳細情形請見下表。透過各項安全衛生管理計畫，已達成連續五年零死亡之重大職災，2018 年總合傷害指數 0.25 低於近三年國內零售業平均標準值 0.4 (2015-2017 年平均)。此外，2015 到 2018 年，統一超商並無正職員工發生職業病的案例。

傷害類別	不當動作	物體飛落	物體倒塌、崩塌	與高溫、低溫之接觸	被切、割、擦傷	被夾、被捲
2018年 人次	2	1	2	8	4	1
傷害類別	被撞	跌倒	墜落、滾落	衝撞	其他	總計 30 人次
2018年 人次	1	5	4	1	1	



4 員工照顧與發展

■ 2018 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:

- 傷害率=傷亡人次數合計*10%/總經歷工時 (以百萬工時計)
- 損工日數比率=總損工日數*10%/總經歷工時(以百萬工時計)
- 職業災害千人率= $\frac{\text{職災人次數}}{\text{員工人數}} \times 1,000$
- 總合傷害指數= $\sqrt{(\text{失能傷害頻率FR} \times \text{失能傷害嚴重率SR}) \div 1,000}$
- 本年度資料因性別統計不易故未以性別分類，2019 年從1月已開始依性別分類統計



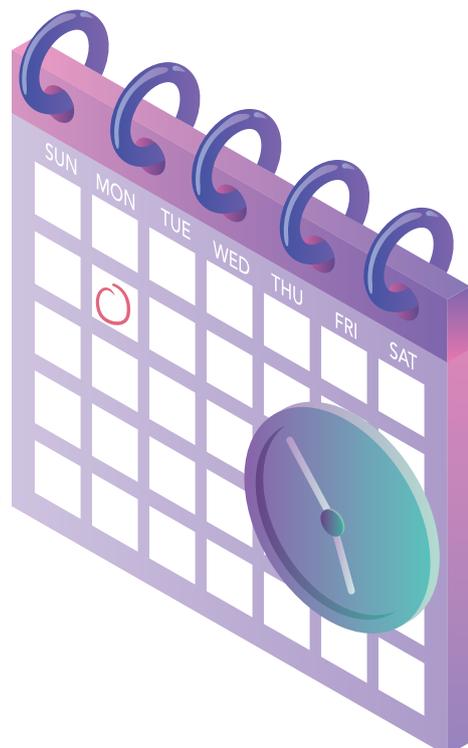
■ 2018 年缺勤率



缺勤日數 3,151
 總工作日數 897,645
 缺勤率 0.35%



缺勤日數 5,925
 總工作日數 1,119,504
 缺勤率 0.53%



註:

1)缺勤率(ARI)=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、安胎假及公傷假等。

統一超商發揮推己及人的精神，建立完善的承包商職安通報機制及緊急應變暨事故處理規範，在發生災害事件時，將由承包商主動通報超商主辦單位，再傳報至勞安室；而事後也舉行「事故檢討會議」並要求承包商出席提出檢討，以確保工作環境安全。2015年至2017年的承包商現場工作人員並未發生職災事件，2018年調查承包商派駐的現場工作人員於超商門市或其他營運據點提供服務時的職災數據，共計有2人次的受傷事件；此外並歷年來並無因公死亡等重大職災事件發生。以2018年承包商現場工作人員的總經歷工時約724,480小時^註，推估承包工人的傷害率為2.76。

註：以當年度施工開幕店數及合約內容推估承包商現場工作人員總經歷工時

幸福健康促進方案

員工是公司重要資產，讓員工擁有健康的身體與心理，一直是統一超商打造幸福企業的目標之一。希望透過主動關懷機制、健康促進活動、孕婦媽咪友善環境、完善福利措施等，讓員工維持健康、獲得幸福感。

2013年起推動「健康管理計畫」，聘任專業護理師隨時提供健康諮詢，並於總部大樓設置醫務室，提供血壓量測、冰熱敷、簡易外傷處理等健康服務，同時透過員工專屬的「健康護照」，於2018年精進變革，改採APP持續促進健康，並以電子報、健康講座等衛教宣傳，鼓勵員工做好自我健康管理。

■ 健康與醫療資源 / 服務

健康檢查 追蹤

- 員工一般及食品從業人員健康檢查(每年):2018年共6,751人受檢,員工滿意度達4.3分,參與率達83%
- 年資滿5年且年滿36歲(實歲計算)正職員工16,000元健康檢查補助(每兩年):2018年共提供2,107人可申請檢查補助

醫療個人 健康服務

- 醫師健康服務:自2013年開始導入,於2018年已提升服務頻率至每月16次(每次三小時)。2018年度醫師服務576小時,提供一對一健康服務共348人次,員工滿意度達4.9分
- 護理師:設有4名,2018年護理師提供護理處置共463人次,員工滿意度達5分;另針對健康檢查異常同仁進行健康分級管理,極重大風險同仁100%介入管理、異常矯治追蹤和個案追蹤管理

健康護照

- 2018年創新變革採用APP,建立員工專屬「健康生活圈」,強調健康自主管理與工作生活平衡
- 加入運動、飲食階段性任務,增加活動趣味性,任務包含:體重觀測站、運動體能王、減糖大作戰、健康餐盤、健康智慧王及健康生活家等
- 2018年參與率31%



媽咪手冊

- 提供準媽媽各階孕期營養重點及生活叮嚀、好孕APP及公司各階段補助與措施項目
- 2018年共發放74人



其他活動

- 推動週三家庭日,提醒同仁重視工作與家庭平衡



4 員工照顧與發展

📍 幸福合作社

2010年成立「幸福合作社」，引進專業的授課與資源轉介，並培育內部具熱情並有意願的同仁擔任關懷志工，適時提供有效及時的協助。

幸福合作社內部志工關懷內容多元，有職場人際、工作調適、家庭、兩性關係及健康等議題，並將個案分級管理，若評估需進一步協助，即主動提供專業資源或轉介至專業諮商輔導機構。至今已培育 280 位集團志工，其中有 154 位完成志工授證。



透過企業內部志工的培養，亦可節省轉介至外部張老師之諮詢費用，推算投資效益為 2.08 倍³。2018 年期間共執行 332 人次關懷個案，總關懷時數 242 小時，截至 2018 年已累計共 2,455 小時關懷時數。除此，為強化第一線幹部關懷技巧及敏感度，結合志工專業辦理 4 場「暖心店長一日體驗營」，共 195 人參與，滿意度 4.8 分。

■ 2018 同仁主動求助 v.s. 志工主動關懷比率：



- 員工主動求助與主管轉介志工
- 志工主動關懷員工

註 3：投資效益為 2010 年 ~2018 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)，相當於透過外部張老師個案執行的推估累計費用 (4,942 千元) / 志工總訓練成本 (2,372 千元)

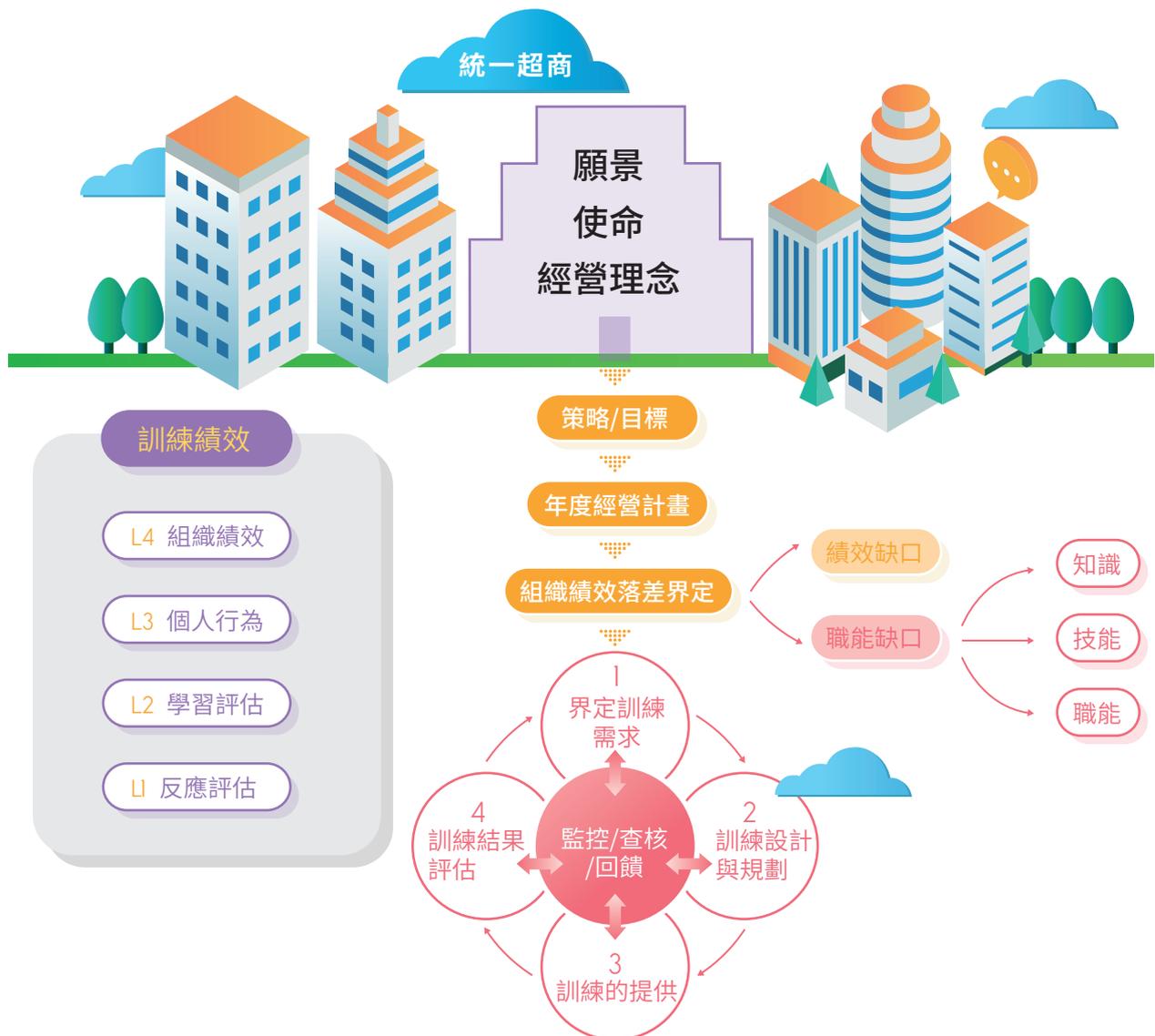
4.3

員工訓練與發展

管理方針

教育訓練是組織成長的主要動力，因此統一超商對員工的訓練與發展不遺餘力，不因男女而有訓練發展差異，全力支持夥伴充實新知與提升技能。我們訂有「後勤階層別共通能力架構暨訓練課程訓練規範」、「訓練管理辦法」，前者明訂各職位夥伴應具備能力與對應課程，協助員工強化行為或技巧；後者規範各項訓練活動，員工可參加內部舉辦的課程或依個人需求參與外部課程。我們的目標在於強化營業/行銷訓練架構，且擴大集團企訓、規劃內外部講座，由人力資源部人才發展 TEAM 與營運企劃部營業訓練 TEAM 專責推動教育訓練。

■ 教育訓練規劃體系：





4 員工照顧與發展



資源投入上，我們有多元的進修管道，包括：主管及同儕指導、知識管理系統、外訓課程、公司內訓練課程、講座與座談會、數位學習、工作現場教育、在職進修、實體圖書館及數位圖書館；積極培育內部講師，培養有熱情且樂於分享的夥伴成為專業的內部講師；2018 年教育訓練總費用投入共 83,733 仟元，平均每人訓練費用 10,330 元/人。

2018 年除了執行教育訓練，亦提供在職進修獎學金與外語進修補助，鼓勵同仁工作之餘充實與工作內容相關的學識，為幫助員工在不同階段皆能有目標、有計劃地學習與成長，循序漸進充實專業知識及技能，也協助員工設定「個人發展計劃書」。若同仁對於教育訓練有任何想法，可透由聯合服務中心、專屬 Email 信箱、利害關係人專區及內部溝通平台；我們亦藉由滿意度調查了解同仁對於教育訓練之評價，作為評估課程調整的依據。

教育訓練統計

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 年全公司平均每人受訓時數皆在 25 小時以上。2018 年全公司總訓練時數為 259,447 小時，以單位自辦訓練及營業訓練為大宗，平均每人受訓時數為 32.03 小時，為自 2013 年以來最高。

2018 年員工教育訓練平均時數 (教室 + 線上課程)

員工類別	接受訓練總時數		員工總數		每名員工接受訓練的平均時數	
	男	女	男	女	男	女
門市人員	65,446	110,153	2,411	3,430	27.1	32.1
管理人員	8,258	1,612	204	48	40.5	33.6
非管理人員	39,944	34,034	990	1,018	40.3	33.4
合計	113,648	145,799	3,605	4,496	31.5	32.4



教育訓練課程

📍 新進員工教育訓練

為協助新進夥伴快速融入公司，並且更認同公司，不論門市、後勤皆有新進人員訓練。除了企業文化 / 價值願景、公司各項規定、系統使用、健康服務等課程外，更提供新進人員學習護照引導學習方向，同時亦會指派指導員協助適應工作環境。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。



📍 共同教育

運用集團資源，與母公司統一企業共同推動「法治教育」與「美學教育」，並逐步建立其他共同選修科目，共享教育訓練資源。

■ 2018 年共同教育訓練情形

法治教育	目的	提高主管決策時的法律敏感度
	對象	集團部級 (含) 以上主管，必修法治時數 3 小時 / 年，其他各階主管選修
	實體課程	<ul style="list-style-type: none"> ● 以勞動法案例、公司治理、智慧財產權、個資為主題 ● 實體課程 / 講座 23 場
	線上課程	<ul style="list-style-type: none"> ● 後勤誠信經營暨個資法：列入新進必修，226 人修習。 ● 基礎法治線上課程 (與法務合作)：5,483 人次完成。課程內容包含法律小常識 (公平法、食安法、勞動法、性騷擾及職場暴力)、7-ELEVEN 品牌使用 ● 主管法令 _ 如何依法管理不適任人員：協助主管避免勞資爭議 ● 與營訓製作營業線上課程 6 門 (職安四大保護 3 部、勞動條件 3 部)



4 員工照顧與發展

美學教育	目的	提升統一集團整體「美學素養」，打造三品(包含品味)集團
	對象	全集團員工皆可參與
	主題/場次	共6場(3場實體、3場視訊)，累計參訓1,159人次



大師 OPEN 講

大師 OPEN 講邀請內部高階主管，進行不同領域的知識或經營管理經驗心得分享，讓員工藉由經驗分享，獲得第一線的實戰經驗。亦將主管的分享製作成線上課程，讓更多夥伴得以汲取前輩的智慧。今年更擴大邀請外部講者，提供主管員工不同領域的視野。2018 年度共計開辦 7 場，參訓 814 人次，較去年 484 人次成長約 70%。



大師 OPEN 講

打破框架 談行銷創新

課程訊息

主講人：李光宇
總經理辦公室專業協理

日期：2018.05.04(五)
時間：14:00-15:30

地點：統一超商總部
201AB會議室
台北市信義區廣興路65號2樓

報名方式

登錄數位學習平台 <http://e-learning.pcsc.com.tw>、請逕向
資訊管理學院/繼續課程/大師 OPEN
講 /20180504_打破框架談行銷創
新【帳號：身分證字號/聯絡電話
：123456】或掃描
QRcode

大師 OPEN 講

跨界歷練(部門/產業/文化)的學習分享
談刻意練習與非刻意學習

報名學員請於講前閱讀「刻意練習」
收獲更多囉

課程訊息

主講人：張柏本
資深產品經理

日期：2018.06.15(五)
時間：14:00-15:30

地點：統一超商總部
201AB會議室
台北市信義區廣興路65號2樓

報名方式

登錄數位學習平台 <http://e-learning.pcsc.com.tw>、請逕向
資訊管理學院/繼續課程/大師 OPEN
講 /20180615_跨界歷練(部門/產
業/文化)學習分享【帳號：身分證
字號/聯絡電話：123456】或掃
碼QRcode



📍 Elite 計劃

由於部級主管為組織中承上啟下的關鍵角色，為預先培養擔任部主管能力，透過 Elite 計劃提前遴選部級主管儲備人才，藉由業務輪調、任務指派、課程訓練及主管指導回饋，提升人才準備度。

從評鑑找出能力落差開始，依職能評鑑結果鑑別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，並安排提升知識、技能的課程。發展過程中，透過主管的 1 on 1 coaching 進行發展輔導記錄，最後於期末進行成果發表，以確認人才發展的狀況。2018 年共培育 23 位儲備部主管 (統一超商 12 位)，共 5 位晉升。整體培育計劃執行率 100%。

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

📍 TK 文化推動—ISE (In store Experience) 門市體驗

為使後勤主管能同理門市、了解總部規劃如何影響門市，2015 年開始透過客製的門市體驗，協助後勤推動更貼近門市立場思考的方案。為了提升體驗品質，我們更培育體驗計劃引導師，以提供專業的體驗引導。體驗主管的安排上，多採跨群室進行搭配 (例如營運 + 行銷)，以促進意見交流、換位思考。

2018 年共執行 9 梯次，18 位主管參與體驗，開辦至今已累計至 111 梯次，完成 217 人次主管的體驗。並由專責單位進行提案追蹤，至 12/31 止提案件數 167 件，已完成 119 件。



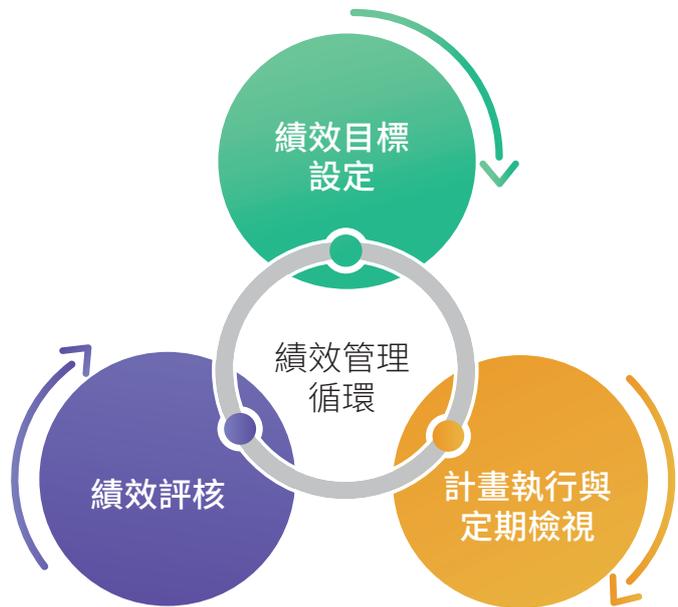


4 員工照顧與發展

績效管理

落實績效管理，除了建立公司與員工達成目標的共識、促進公司成長，員工亦可依據工作目標，隨時檢視目標達成率，並進行適當調整或尋求主管給予建議，協助自我發展。

所有員工皆適用績效管理制度，詳細說明如下表。此外，公司每年也運用升等制度，若員工於其職務上持續展現良好績效並獲主管肯定，則可提升職等，提升職等即提高基本薪資、福利及獎金的核發標準，以激勵員工持續進步與貢獻。2018年，不分性別、員工類別皆100%定期接受績效檢核。



全職人員

- 3月進行「績效目標設定」，由主管與員工共同討論設定年度目標；評核期間主管可視任務計畫達成狀況進行指導
- 12月進行「期末績效評核」

兼職人員

- 每月進行營運獎金分配考核，以即時激勵門市兼職人員積極維護商店形象、服務品質及品保管理



員工向心力調查

統一超商為了解員工的工作認同與職場適應情形，規劃每二年進行一次員工向心力調查，調查對象以工作內容與超商營收有直接關聯性的區顧問及行銷群同仁為優先。為掌握管理階層與夥伴的互動情況，並提高員工向心力積極百分比至50%的目標值，我們分析向心力調查結果，找到同仁反應亟須改善的職場議題，並進一步聚焦研擬具體改善計畫，以提升員工對組織的信任度。前次向心力調查於2015年執行，然原訂的調查時

間 (2017 年) 適逢內部組織大規模人事調動，我們評估在員工適應新的職務與主管前，尚不適合進行向心力調查。2018 年的向心力調查問卷包含：工作滿足度 (成長需求、工作滿足度)、職務認同度 (工作優化、制度與行為模式認同度)、內部溝通 (主管領導、同事相處)、身心平衡 (職場壓力分析) 等綜合構面，設計多元問項；我們採用「李克特五點量表」的文字與分數綜合量表，經人資部講解後以書面方式由同仁填答。2018 年調查對象為區顧問，共計回收 698 份問卷，問卷統計結果如下：

員工向心力調查	全體受訪者 ^{註 3}	男性受訪者	女性受訪者
屬於積極 (active) ^{註 1} 的員工百分比 (%)	48.25%	50.6%	45.9%
填答人數 ^{註 2}	698	456	170
占全體員工百分比	8.34%	—	—

註 1：本問卷採 5 分制，以 4-5 分代表積極

註 2：參與調查共有 698 位，唯有 72 位因未勾選性別選項故未能計入分性別之統計

註 3：2015 年屬於積極的員工百分比為 44.93%，共 662 名員工參與調查 (占全體員工 7.89%)；然 2015 年問卷內容與 2018 年不同，故結果無法直接相比

4.4

員工福利與照顧

員工福利

統一超商 2018 年新進後勤專員中大學畢業生起薪與基本工資 (22,000 元) 比為 1.55 倍；碩士則為 1.82 倍。每年透過薪資福利調查，提供具有市場競爭力的薪資條件，新進起薪為男女同工同酬，薪資福利不因性別、年齡而有所差別。男女薪資報酬比率無顯著差異，2018 年各僱用類型員工皆在 1.2 倍以內。在薪資調幅的部分，2018 年與 2017 年相比，以調幅比例 >2% 為多數。

2018 年男女薪資報酬比率：

項目	男性 (倍數)	女性 (倍數)
門市人員	0.93	1
管理人員	1.12	1
非管理人員	1.08	1

註：薪資報酬為 2018 年度基本薪資加上年終獎金。

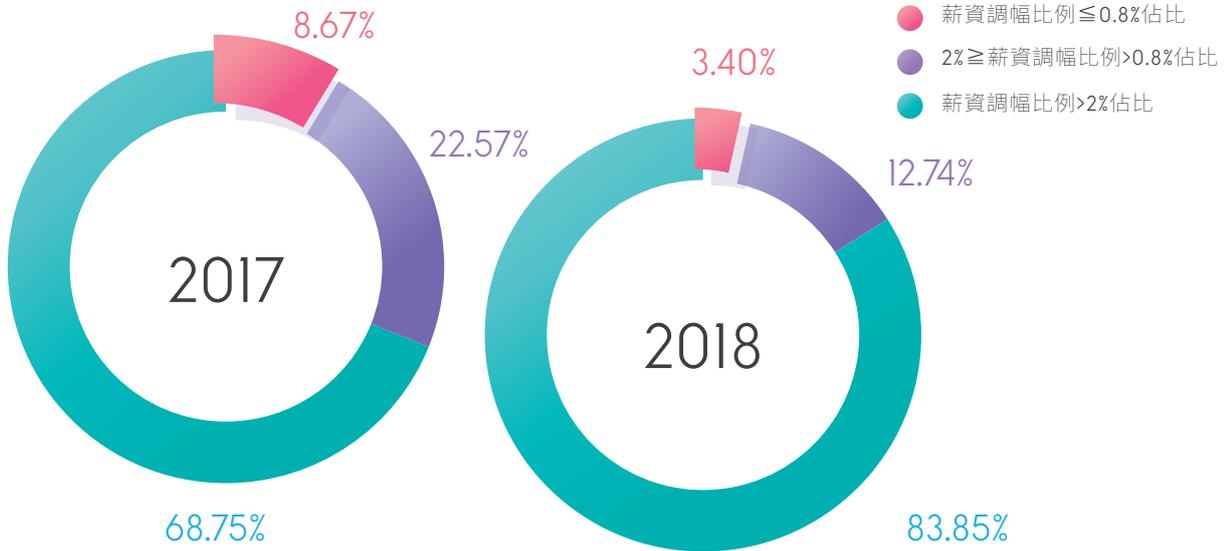
2018 年依上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法第四條揭露非擔任主管職務全時員工人數⁴ 為 5,506 人，薪資平均數為 953,000 元；2018 年員工人數較 2017 年成長 7 人，2018 年平均薪資約較 2017 年減少 46 仟元，此係因 2017 年度有星巴克股權交易淨利挹注平均薪資較高。

註 4：非擔任主管職務全時員工為非屬台財證三字第 920001301 號函定義之經理人，且工作時數達到公司規定之正常上班時數 (每月 152 小時) 之員工。



4 員工照顧與發展

■ 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。

2018 年育嬰留停的總復職率、留任率均較去年增加，詳細數據請見後表。多元關懷與追蹤方案 2018 年有新人關心、離職訪談、工作現況認同度調查，其中工作現況調查擴大到職場暴力調查，以掌握風險並協助主管改善。其他各項福利項目，可參閱 2018 年度年報⁵54 頁。統一超商照顧員工也協助員工家庭，辦公場所設置集哺乳室，並與幼兒托育機構簽約提供優惠價格，以降低員工育兒的負擔。此外，後勤同仁也可彈性選擇上下班時段，方便員工配合家庭需求調配時間，達成工作與生活平衡。

註 5: 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。

■ 2018 年育嬰假後復職和留任的比例：

項目	男性人數	女性人數	合計
2018 有權申請育嬰留停之員工	178	256	434
2018 實際申請育嬰留停之員工	8	63	71
2018 預計育嬰留停復職	5	37	42
2018 實際育嬰留停復職	3	26	29
2017 實際育嬰留停復職	0	17	17
2017 育嬰假復職後十二個月仍在職	0	10	10
復職率 (%)	60.00%	70.27%	69.05%
留存率 (%)	N/A	58.82%	58.82%

計算公式說明：

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

■ 2018 年落實多元關懷與追蹤方案：



- 每月針對到職滿3個月之儲備幹部發放關懷問卷，共計發87位儲幹關懷問卷，並進行特殊關懷共16位
- 特殊反映24件（後勤員工10件/營業幹部14件）；全年訪談53位
- 區顧問滿意度調查：填答率95.3%
- 職場暴力調查：為了解主管與員工真實互動狀況，檢視公司職場暴力現況，以進一步擬定改善方案。後勤員工填答率42%，營業幹部40.7%

加盟主福利

除了協助加盟主增進專業職能外，亦規劃加盟主的身體照護及休閒活動。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，2018年投入2,100萬預算在加盟主渡假補助及其他福利補貼，其中身體照顧部份，年資10年以上且年齡大於40歲的資深加盟主可享有2年1次的1萬6千元健康檢查，2018年投入569萬預算提供資深加盟主健檢補助，且健檢補助福利可轉讓配偶申請，2018年共有56位轉讓配偶申請，轉讓率達15.56%。其他福利項目請見下表：

■ 加盟主享有之保險補貼與福利

<p>保險</p> <p>團體保險 加盟主/加盟店員工互助會</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 除門市員工外，也開放加盟主眷屬投保，保險費補助金額15% ■ 加盟店之間互助機制，主要為直系親屬喪葬補助款
<p>福利項目</p> <p>電影票團購 關係企業好康優惠 休閒優惠 加盟主信託福儲 健檢補助</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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% ■ 提供關係企業商品特價、消費優惠 ■ 提供加盟主運動、美容、休閒優惠 ■ 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 ■ 10年以上、且年齡大於40歲的資深加盟主可享有2年1次的1.6萬元健康檢查補助(可轉讓給加盟主配偶)



4 員工照顧與發展

人權與勞動稽核

為保障員工勞動權益，並降低各關係企業營運風險、確保符合勞動法規，統一超商於 2012 年啟動勞動稽核員培訓，主題涵蓋勞動基準法、職業安全衛生法等勞工法令，協助包含各關係企業的人力資源或職業安全人員掌握法令最新動態與因應做法；2016 與 2017 年按專業知識屬性，轉型為「PCSC 勞動條件法令訓練」。2018 年則舉辦「PCSC 人資法令年度訓練」，全集團共 24 家公司、100 位夥伴受訓，並開發門市勞動條件法令線上教材 3 部。

為確保加盟店勞動權益，我們也針對所有加盟店勞健保投保、工時、薪資、職安等重點項目進行稽核，並輔導不合法規之門市。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稽核，2018 年共查核 4,700 店，異常率為 4.9%，較 2017 年下降 4.8%。查核結果已請各區營業單位進行法令輔導與改善，改善率達 100%。另外，2018 年主管機關勞動檢查有 1 件不符規範情事，為未核發加班費及員工未有足夠休息時間，罰款新台幣 10 萬元，後續已向管理幹部加強宣導正確出勤管理。由於保障勞動權益不容懈怠，未來仍持續推動勞動稽核並逐年比較單店改善狀況，並揭露同項目連續異常之門市，促進全面合法經營。此外，統一超商每月均檢核直營門市與後勤同仁的考勤紀錄，以確保符合法令，保障勞動權益。針對直營與加盟門市，2018 年於 588 家直營門市及 4,715 家加盟門市進行職業安全衛生查核。

勞資溝通

統一超商視所有夥伴為事業共同體，重視每位員工的意見與回饋。為傾聽、了解員工的聲音，我們有多種溝通管道，舉凡「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。為鼓勵員工與管理階層直接進行溝通，除上述管道，更於內部設立提案制度，讓員工充分反饋對公司經營的意見。員工若對公司有任何建議或自認權益受到損害，皆可透過上述管道反映。2018 年與員工權益相關之反映案件共有 96 件，多與薪資發放、加班費計算爭議較多，所有反映案件皆於 2018 年當年度處理完畢。儘管統一超商目前沒有企業工會，我們依法訂定勞資協商辦法並定期召開勞資會議，勞資雙方代表各 5 人，而勞方代表由各部門提名並代表全體員工；會議中勞資雙方代表得以直接對話、協商各項福利與制度、就業情形、工作環境改善及促進勞資合作等議題，以確保並提升與夥伴們的溝通有效性。2018 年召開 4 次勞資會議，討論包括休假與加班費的計算方式、人權政策、工作規則修訂及職場暴力等主題。勞資會議的討論結果將交由相關單位執行。

另外，當統一超商有勞基法第十一條情事時，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。

社區關懷 與共榮



2 零飢餓



3 健康與福祉



4 優質教育



11 永續城市
與社區



2018 亮點績效

- 舉辦好鄰居同樂會近**1.7**萬場次、超過**35**萬人參與^(註1)
- 門市零錢捐與物資認捐年度募款達**1.7**億元^{(註2)(註3)}
- 2018年已與**38**所偏鄉小學合作推動集點勵學計畫，支持全台共**33**個陪讀班課後陪讀計畫

註 1：對應績效為好鄰居同樂會環境樂活主題

註 2：對應績效為弱勢銀髮族送餐服務與食物銀行

註 3：對應績效為健康促進活動與服務

統一超商深入大街小巷，與民眾日常生活緊密連結，我們的使命在於成為社區中無可取代，傳遞溫暖、給人安心的好鄰居。社區經營過程中，我們了解民眾需求，累積信任及情感，並運用企業核心能力，將企業資源充分運用在社會每一個角落，在全台 5,300 多家門市，與民眾攜手創造美好永續的社會。



5.1

公益發展策略

管理方針

我們持續關注並發展「健康生活」、「社區環保」、「弱勢與偏鄉關懷」，打造愛心捐款平台，且設有活動舉辦場次和參與人次、門市零錢捐年度募款金額等績效目標並根據達標情形評量執行成效。藉由統一超商好鄰居文教基金會與統一超商致力推動，投入經費、人力、非金錢(產品捐贈等)等資源，好鄰居基金會執行「好鄰居同樂會」、「好鄰居勵學計畫」、「青年深根計畫」及「7-ELEVEN 千禧健康小站」等計畫，統一超商行之有年的門市零錢捐、便利生活站慈善捐款於 2018 年依然募集各界善款，更新增認捐愛心商品方案。我們的福委會愛·自然社團參與環保亦不落人後，持續在地球日淨灘。若民眾欲表達對超商公益發展之想法，統一超商設有聯合服務中心接受各界指導。統一超商多年來投入社會公益的成效已經受到大眾注目與肯定，2018 年共計有 789 則媒體報導，關注超商多元的公益活動與社會貢獻。

統一超商以門市資源推動「千禧健康小站」、「老人送餐」、「青年深根」等計畫，不僅達到幫助社會弱勢、促進健康與社區發展的公益目的，同時也從與民眾互動過程中，深入瞭解潛在的健康營養、銀髮族甚或對地方經濟發展的需求，這些都可能轉換為未來的商機，促進如自有品牌鮮食商品、銀髮族相關商品或健康保健商品的門市或預購銷售量，對統一超商營運及社會皆達成永續發展的雙贏局面。

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，2018 年全年參與社會公益所投入之時數及成本合計較去年成長約 28%，各項金額請詳下表。

■ 2018 年統一超商參與社會公益所投入之時數及成本 (單位：新台幣元)

項目	金額
現金投入 (不含行銷廣宣費用)	40,925,878
時間投入	20,388,000
非金錢投入	131,750,000
經常性費用管理投入	4,000,000
合計	197,063,878

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。現金投入包含慈善捐款 39,866,567 元，包括千禧之愛健康基金會、鮮食發展協會、學術單位捐款及獎助學金等。

5.2

統一超商好鄰居文教基金會

「統一超商好鄰居文教基金會」由統一超商於 1999 年捐助成立，深耕台灣近 20 年，以零售通路的品牌特性及經營 know-how，發揮門市據點遍布全台的優勢，在各地的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，每年投入近 7 萬人次的門市夥伴及上千萬的預算，為社區創造更好的生活品質，讓 7-ELEVEN 成為大家的好鄰居。

好鄰居基金會目前長期執行的公益活動有「好鄰居同樂會」、「好鄰居勵學計畫」及「7-ELEVEN 千禧健康小站」，2018 年於社區新開展「青年深根計畫」。

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」，凝聚社區情感與力量，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。2018 年在各門市主動策畫下，舉辦近 1 萬 7 千場，共 358,437 人次參與，創下歷史新高；共襄盛舉的門市共 4,495 家，占全台門市中 83.7%。

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
 教育文化	透過寓教於樂的便利商店經營體驗，提供民眾體會服務價值	小小店長 兒童閱覽室活動 好鄰居教室	7,256	42.7%
 親子互動	邀請大人小孩至門市互動過節、同樂，促進親子關係	繪畫 各式 DIY 變裝活動	5,362	31.6%
 環保樂活	推動門市及民眾重視周遭環境與健康議題，將環保理念融入平時生活，養成健康的生活習慣	健康小站 肝炎 / 失智篩檢 社區清掃 咖啡渣環保 DIY	4,100	24.1%
 弱勢關懷	喚起民眾對居住土地之情感，關懷在地弱勢，凝聚社區共識	不老店長 OPEN! Cares 健康打氣站 捐血活動	272	1.6%
合計			16,990	100%



好鄰居勵學計畫

根據教育部統計，全台有超過千所偏鄉國中小，其中以屏東、台東、台南數量最多，教育資源不均亦使偏鄉學校需透過外部資源來推動閱讀；因此好鄰居基金會捐助「財團法人為台灣而教教育基金會」教師經費，並在雲林、台南、高屏及花東地區小學推動集點換餐計畫鼓勵閱讀，累計至2018年閱讀點數超過11萬2千點，近達12萬本的借閱量。另推行好鄰居教室，希望學童學習不僅發生在教室，更能在生活中運用。藉由鼓勵閱讀，協助偏鄉學童拓展視野，帶來翻轉未來的機會，亦減緩教育資源不均在偏鄉帶來的衝擊。

「勵學閱讀集點」計畫

至2018年已與38所偏鄉小學合作，推動集點勵學計畫，學生閱讀後經老師認證即可獲得點數，學童集滿50點即可兌換50元7-ELEVEN商品卡。希望藉由結合超商資源，增加偏鄉孩童閱讀興趣與能力。2018年超過4,000名孩童參加此勵學集點計畫，共1,093名孩童獲得獎勵。

2018起，更與中華基督教救助協會、三峽甘樂文創小草書屋等組織合作，支持全台共33個陪讀班課後陪讀計畫，陪伴並鼓勵弱勢家庭孩童提升閱讀力。



勵學 集點

計畫案例分享

台南市龍崎國小集點為全國之冠，老師表示，校內有名就讀低年級的孩童本身家境情況不佳，屬中低收入戶弱勢家庭，剛入學時對於學習注音符號有困難，不但無法說出完整一句話，連寫簡短造句也無法完成。導師藉由原先的閱讀活動結合好鄰居閱讀點數集點及心得寫作，輔以讀報教育與訂立班級每周一篇的多元方式，經過半年，孩童能自己完成造句並完成心得寫作。

好鄰居教室

為鼓勵教師發揮創意，藉由寓教於樂的方式，提升孩童學習動機，透過推廣好鄰居教室，將門市當作戶外教學的地點，期望教育的影響力不僅在教室內，在各種生活情境皆有不同可能。開辦以來累計共舉辦 98 場，其中以數學主題最多，有 45 場次。

2018 年好鄰居教室場次與主題



好鄰居教室 案例分享

花蓮高寮國小的低年級生，在老師的帶領下，來到7-ELEVEN進行課外活動，將課堂所學的算術運用到生活中，也透過商品標示說明認識商品資訊及效期。另外，除了認識門市及體驗補貨外，更透過互相結帳來學習生活禮儀及應對。

老師表示，當天的體驗課程對孩童來說都非常新奇有趣，例如進到冷凍庫幫忙補貨，購買商品要計算金錢總額，找到商品條碼替客人結帳...等，低年級學習專注力時間短暫的孩子們都能聚精會神的聆聽店長的指令並完成所有關卡，回家後還主動跟家人分享門市體驗活動，讓這些孩童能做中學，成了許多小朋友心中難忘的社會經驗。



OPEN! 閱覽室

為推廣社區閱讀風氣，統一超商於 2016 年成立全台首創、門市加入閱覽室功能的「OPEN! 閱覽室」，提供空間給親子共讀，亦不定期推出兒童說故事活動並與當地圖書館合作共同推動閱讀計畫，讓閱讀更普及於日常生活之中。截至 2018 年全台共有 161 家門市有閱覽室，占全台所有門市 3.0%。





青年深根計畫

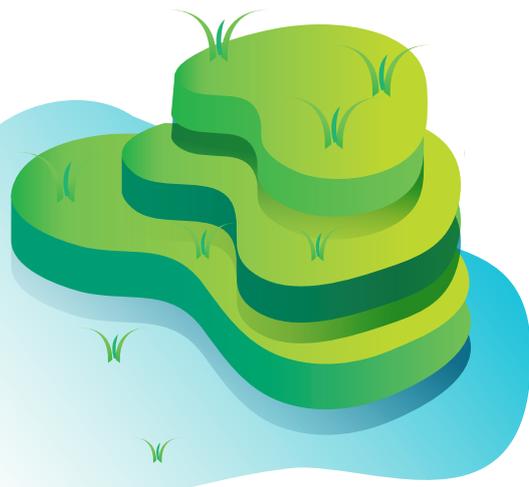
7-ELEVEN 門市遍布全台鄉鎮，我們看見許多鄉鎮人口外移、地方觀光及相關產業沒落，然而也有一群青年進鄉發展，努力尋找資源，以自己的力量振興產業，讓鄉鎮重獲生機。因此，好鄰居基金會投入資源支持經費與資源，更邀集相關領域多位專家擔任顧問，輔導青年發展在地產業，一起成為陪伴青年創業奮鬥的夥伴。

2018 年我們與「金山山禾院」、「花蓮洄遊吧」二組青年團隊，展開合作。前者目標在金山高厝聚落實現「生態旅遊」及「友善環境農耕」的理想，我們運用金山在地 7-ELEVEN 門市空間協助推廣，一同為寧靜山村注入更多活力；後者盼能在花蓮七星潭傳遞食魚教育的重要性，協助產業轉型，並結合 7-ELEVEN 門市活動觸及更多面向，積極推廣永續海洋的理念。

■ 2018 團隊計畫內容與成效

金山山禾院 三重橋「農創基地」在地產業提昇計畫

高厝聚落位於新北市金山區，擁有百年的水梯田及自然美景，保有原始農村的淳樸風貌，卻因人口老化讓不少田地廢耕，農村景象日漸荒蕪。來到此地的駱鴻捷，長期投入此地農村聚落的相關工作，多年來與居民累積豐厚的情感和信任。鴻捷和團隊成員期待藉由本計畫，將聚落內的老房子轉型為人文空間與農創基地，打造一個在國家公園內「火山生態農村」的產業自主營運模式、「魚路古道」水梯田生態旅遊路線地景場域。



計畫內容

發展聚落體驗遊程與農村主題活動、提昇農產品包裝與品質、經營駐地人文平台。

2018 年成果

2018 年多次安排顧問訪視提供建議，凝取共識打造在地人文平台，共同辦理服務體驗活動，發展農村體驗遊程及活動內容，讓人們來到金山，吸引近 700 人次走入山禾院！運用金山在地門市空間協助推廣，一同為寧靜山村注入更多活力！



花蓮洄遊吧

傳統漁業新時尚—以魚為師，洄遊大海

花蓮七星潭灣區因氣候變遷及漁業資源枯竭、年輕人口外流，面臨產業轉型挑戰。一路就讀海洋環境及工程的紋綺，以及出身漁業家庭的背景，也讓她對海洋有難以割捨的感情。深知在漁業資源日益枯竭的今日，海洋要能永續，就必須從捕魚、食魚到生態維護等環節做起，結合包括團隊成員在資訊、管理及設計上的專業，致力推動傳統漁業轉型。並透過食魚教育重新串連人與海洋的關係，從日常生活中落實海洋永續。

計畫內容

建構食魚知識平台、食魚教育相關產品及服務開發、及永續海洋教育推展。

2018 年成果

藉由顧問訪視提供建議，結合統一超商志工活動與企業講座分享交流，共同辦理服務體驗活動，近150人一起淨灘為海洋出力！持續培育在地青年種子，共有9名完成相關課程，協助活動執行共實習32場。結合7-ELEVEN門市活動觸及更多面向，積極推廣永續海洋的理念！洄遊潮體驗自2018年6月至今活動場次高達100多場，在食魚教育端共有近1200人次參與！



7-ELEVEN 千禧健康小站

2008年由好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於全台（包含澎湖、金門、馬祖離島地區）擇點成立「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，每年並舉辦全國性健檢活動，呼籲民眾一同遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群。「千禧健康小站」至2018年共計有664家門市設置、占全台所有門市12.4%，10年來估計超過2,365萬人次來小站量血壓。2015年並於ibon APP「生活服務」單元下設立「千禧i健康」單元，民眾可手動記錄每天的血壓、腰圍、體重、血糖值等，並由系統自動產生曲線圖，還可至門市便利生活站列印做為就診參考資訊。上線至今已累積17萬筆以上紀錄。

2018年健康小站再升級，於90間門市設置千禧智慧健康小站，目前除了血壓，還能量測心跳（脈搏）、體重、額溫，再輸入腰圍與身高系統將自動演算BMI（身體質量指數），協助民眾判定自己體位是否正常，同時量測值也會自動上傳到上述的ibon APP「千禧i健康」單元，與家中記錄一起彙整且同步到手機，方便自我健康管理或就診參考，體現「門市量，手機查」的雲端智慧健康管理生活。



5 社區關懷與共榮

📍 健康推廣活動

根據歷年全國健康日暨 2018 年千禧智慧健康小站數據，男女腰圍隨年齡而增加，且 50 歲以上民眾可能低估自己腰圍，因此 2018 年於「千禧之愛 89 量腰日」邀請民眾至全台 7-ELEVEN 索取免費量腰尺，並利用全台千禧智慧健康小站持續記錄腰圍。

另因應社會高齡化趨勢，2018 年 11 月首次舉辦「爸媽小心肌」肌少症防治衛教活動，邀請 50 歲以上者至 7-ELEVEN 量小腿圍關心肌少症，同時也推出超商餐點組供民眾參考，當日共有 1.6 萬人參加。



5.3

門市公益活動

統一超商期望透過通路便利性與公益影響力，打造各類愛心捐款平台 (創意倡議、門市零錢捐、ibon 便利生活站、愛心物品認捐等)，提升大眾關注弱勢議題的重視，與社會大眾一起為聯合國消除貧窮、消除飢餓及減少不平等的永續發展目標貢獻心力。

創意倡議 - 為愛出力

7-ELEVEN「把愛找回來」公益募款長期關注弱勢長輩議題，亦持續以創新有趣的互動方式帶給民眾獨特的捐款體驗，希望拋磚引玉，帶動更多不同年齡層的人一起投入社會公益。自 3 年前陸續推出「鋼琴捐款箱」、「DJ 捐款箱」及「愛的鼓勵牆」，2018 年特別與韓國「黏黏怪物研究所」合作創造 10 台不同怪物造型的「為愛出力機」，代表 10 種阻礙長輩生活的困境，只要投下捐款，就能與怪物比腕力，闖關成功可獲得黏黏怪物獨家票卡。希望民眾透過到門市與為愛出力機互動，更理解弱勢長輩生活困境，同時以捐款協助解決此問題。

2018 年活動期間吸引超過 4 萬人次體驗「為愛出力機」，募集超過 15 萬元捐款，我們也將這些愛心捐款全數捐給屏東基督教醫院、天主教中華聖母基金會、一粒麥子社福基金會、弘道老人福利基金會。



■ 10 種怪物、10 種阻礙長輩生活的情境



擁有黑洞般的可怕吸力，吸光偏鄉老人為數不多的醫療資源，使他們無醫無靠。



它有個永遠吃不飽的胃，把餐食資源吞個精光，讓偏鄉獨居老人跟著吃不飽。



立志當個紙片模特兒的它，總是讓偏鄉獨居長輩吃不營養，老人家越消瘦，它越覺得有美感。



憂～憂～憂鬱界的饒舌天王，手拿超大「憂悶收音機」播放著讓弱勢獨居老人感到憂鬱的歌。



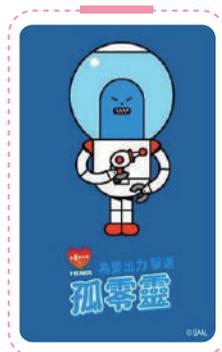
熱愛「鋪遠路」，扭曲拉長偏鄉老人通往外界的路，使來往交通變得遙遠難行。



不時吐出「冷漠空氣」，讓社會大眾失去熱心，冷淡看待弱勢獨居長輩的煩惱。



絕招「貧苦高熱源」，將弱勢長輩微薄的收入蒸發殆盡身陷窮苦之中。



擅長發射「孤獨電波」，斷絕弱勢老人家與外界的聯繫，使求救訊號聽不見也看不到。



重如巨石的身形壓得老老照顧家庭喘不過氣，有它在的地方就有壓力。



擁有「呼風喚雨」的特異功能，使弱勢長輩的居家飽受風雨侵蝕，變得不再安全。



5 社區關懷與共榮

7-ELEVEN 社區關懷站

7-ELEVEN 以門市力量扶持弱勢，深度發揮社區關懷站的能量。隨著高齡化社會來臨，統一超商發現社區中許多弱勢長輩有照護、餐食、生心理健康等需求，尤其是偏遠的屏花東地區與高齡者比例高的縣市。因此 2014 年起著重於銀髮議題，藉由與長期關注銀髮議題的非營利組織合作，於 7-ELEVEN 屏花東、嘉義等地區的部分門市提供弱勢長輩照護、送餐取餐、健康檢測的服務，期望未來讓 7-ELEVEN 全台門市成為在地弱勢長輩的關懷站，以全方位社區服務降低高齡現象在社區的影響。

■ 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。	
門市協助補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、弘道基金會)	花東 33 家門市組成「好鄰居送餐隊」協助弱勢長輩假日送餐服務，在台中、彰化、嘉義、屏東及台北等縣市也有 40 餘家門市，提供長輩或志工取餐送餐，解決餐食困境之外，更鼓勵長輩出門互動。更開發「災害救助餐包」及生活物資，以因應天災交通中斷或長輩不便的緊急需求。	75 店	9,782 餐次
成為服務的最後一哩路 門市成為在地的關懷站			
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	64 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。	54 場	5,847 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	66,661 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。	19 場	180 人次

門市零錢捐

1988年開始推行「把愛找回來」公益活動，於超過5,300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，落實「公益生活、隨手行善」理念，讓溫暖在台灣每個角落 Always Open！我們也定期清點及稽查募款箱金額，透明化金流與帳務處理，為社會大眾愛心把關，讓民眾可安心行善。

因應高齡化社會的來臨，自2014年「把愛找回來」零錢捐募款計畫切入「銀髮關懷」面向，結合公益團體，聚焦弱勢長輩關懷計畫，共同關注偏鄉失智預防與照護、偏鄉肝病篩檢、老老照顧、獨老送餐等不同面向的需求。2018年串聯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、一粒麥子社福基金會、弘道老人福利基金會，2018年門市零錢捐募款金額超過新台幣1.5億元。

■ 2018年募款活動成果

及早救智 打造失智友善社區

主辦單位：
屏東基督教醫院

辦理期間

1.1 - 3.31

募得金額

39,710 仟元

2018年募款服務內容說明

- 「及早救智計畫」建置全台首個「偏鄉失智友善模範社區」，從屏東縣三地鄉三地村出發，串連7-ELEVEN門市與地方各公共場所等主動支援角色，甚至社區居民，策劃「失智友善課程」，加上原先推動的「失智症整合照顧服務」，期望讓屏東三地村成為示範社區。
- 策劃「台灣智作」專案，讓有獨特技藝的失智長輩成為傳統技藝老師
- 建立「門市-居家-社區-基層醫療」的失智症整合照顧服務模式，結合「好鄰居健康教室」，作為對民眾作失智症衛教及篩檢的第一站。

156,995 仟元

募得金額
合計





5 社區關懷與共榮

救救肝苦人

主辦單位：
肝病防治學術基金會

2018 年募款服務內容說明

辦理期間

4.1 - 6.30

募得金額

39,950 仟元

- 推廣肝病篩檢及腹部超音波
- 推動「保肝全壘打計畫2.0」，由當地專責醫師走入鄉鎮第一線為民眾篩檢及治療評估，且直接掛號銜接醫院門診，讓專責醫師成為主治醫師，再由「健康管家」後續進行追蹤及管理，以提升偏鄉肝病就醫率及治療率。



老老重擔 有你救好

主辦單位：
中華聖母社會福利基金會

2018 年募款服務內容說明

辦理期間

7.1 - 9.30

募得金額

39,453 仟元

- 攜手中華聖母基金會在全國老化最嚴重的地區-嘉義，透過「居家照顧」、「社區式照顧」、「照顧者服務」、「鄰里守望相助」等面向，推動完整「失智失能家庭老老照顧服務」，幫助一肩扛起重擔的高齡照顧者，協助建構鄰里照顧網絡。
- 「幾點了咖啡館」提供失智長輩的大齡實習計畫、照顧者喘息講座服務等空間



好好吃飯 化解獨食憂鬱

主辦單位：
一粒麥子社福基金會
弘道老人福利基金會

2018 年募款服務內容說明

辦理期間

10.1 - 12.31

募得金額

37,727 仟元

- 解決弱勢長輩餐食問題，更關注長輩獨食憂鬱現象，兼顧用餐的生理及心理滿足
- 以送、取、共餐3大模式，共計6大方案(志工送餐、門市送取餐、據點共餐、部落廚房、家庭廚房及行動共餐)，除既有路途遙遠、偏鄉難進的宜花東，更有台中、彰化、嘉義、屏東及台北等縣市40餘家門市加入送取餐行列。



案例分享：花蓮王阿公

71歲住在花蓮光復鄉的王阿公，以往和太太一起照顧因車禍重癱臥床的兒子，但不幸自己也中風需要他人照顧，太太又因意外在浴室跌倒過世，無法再照顧兒子因此送往養護中心，阿公只能獨居，甚至因中風關係都需要倚靠輪椅移動，無法離開家裡，後來申請了送餐，由一粒麥子社福基金會花蓮中心提供午晚餐送餐服務。在服務介入後，發現王阿公一個人在家鬱鬱寡歡、胡思亂想，因此轉介據點督導關懷，而據點督導得知王阿公狀況後，則力邀王阿公參與日托站的活動，並與其他長者共用餐食，且貼心安排工作人員每次都到家裡接送阿公。

自從進到站上後，阿公跟大家一起活動、吃飯，心情變得開心，慢慢地從原本需要坐輪椅，到可以不用依靠輔具自行行走，也從原本需要別人接送到站上改變到可以自行騎電動代步車前往參加活動，身體也跟著健康起來。從個案中可看到，長輩透過參與共餐，增加更多與外界的互動社交，不僅兼顧吃飽飯，更能化解獨食憂鬱，讓身心恢復健康。



ibon 便利生活站慈善捐款

ibon 便利生活站於 2008 年開始成為行善不打烊的公益平台！2018 年總計募得新台幣 239,789 仟元，平均單筆捐款為新台幣 916 元。

花蓮強震專案

2018年2月初花蓮強震，多棟建築物傾倒、許多民眾受難。地震發生之初，靠近統帥飯店的統軒門市，第一時間即提供水等物資給現場的救災人員。附近的蓮華門市，馬上成立物資救援中心，我們運用物流優勢，即時調度食物、飲水、暖暖包等物資，提供給救災人員，成為堅強的補給後盾。

後續接踵而來的傷後治療、家園重建等過程，對地方與家屬們都是極大負擔及考驗。因此7-ELEVEN發揮門市捐款平台功能，與花蓮縣政府社會局合作，展開緊急募款。希望集結全民愛心力量，協助震災區重建。

總募款金額

● 花蓮縣政府

125,139 仟元

● 衛生福利部

14,402 仟元

花蓮需要你

請到 ibon 捐款伸出援手
協助 花蓮 災後復原工作

ibon 便利生活站 捐款步驟

儲值繳費 → 慈善捐款 → 點選0206花蓮賑災(花蓮縣政府) 7-ELEVEN



5 社區關懷與共榮

緊急募款-西日本水災專案

日本在6/28至7/9經歷了災難級豪雨，造成多人死亡，數千人無家可歸，為平成30年以來災情最慘重的水災。許多地區的道路、橋樑與電力設施損壞嚴重。日本氣象廳更將此災難命名為「西日本豪雨」。7-ELEVEN發揮通路力量，迅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，幫助西日本水災災後重建！

總募款金額  **3,281** 仟元



認捐愛心商品

2018年新開發物資認捐機制，只要到門市 ibon 便利生活站機台操作並至櫃檯結帳，或於櫃檯直接刷條碼付費，即可完成認捐愛心商品流程。讓民眾有更便利的方式響應公益。

除了與基督教救助協會合作「1919 救助套餐」，幫助弱勢家庭三餐溫飽外，更與中華聖母基金會、一粒麥子基金會、基督教救助協會等公益團體，於中秋節、農曆年節號召民眾認捐愛心月餅與年菜，所有民眾認捐的愛心商品，協助配送給團體協助的弱勢家庭，讓他們三餐溫飽，還能溫暖過節。2018年總物資認捐金額新台幣 20,425,589 元。

■ 2018年認捐愛心商品



專欄 :2018 年商場活動回顧

為實現地方社區共榮，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交流的管道。透過不同商場營運特性，舉辦各類活動，如淨山、藝文表演、同樂會等，在全台各個角落發揮統一超商好鄰居精神。

■ 2018 年商場活動回顧

清境.小瑞士商場

統一超商商場在2018年進行為期三日的「清淨臺灣、清境行動」(Clean Taiwan, CingJing Action)活動，由中區營運經理帶領區長、商場經理們實地參與當天淨山活動。在第二天活動贊助220位志工午餐餐點，最後一天提供志工免費前往小瑞士花園遊憩，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。



新仁德商場

新仁德商場位於仁德服務區，商場開放用路人、休息旅客會經過的空間，無償供公益與弱勢團體使用。2018年共舉辦街頭藝人89場表演與101場弱勢團體公益活動。

2018年亦舉辦為期兩天的「一塊做公益」活動，期間每一台路過仁德服務區的車，商場即捐贈一塊錢做公益，並邀請弱勢團體及在地小農團體參與市集擺攤。



萬芳商場

與萬芳醫院核心價值「致力於促進社區健康」結合，商場以溫馨服務人群為理念，讓顧客能充份感受「便利服務、溫馨親切」的服務品質。

2018年，我們在兒童節舉辦活動，除了大廳表演活動與手提袋著色DIY外，亦邀請小友喜歡的OPEN小將到兒童病房探視病童。





5.4

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員工所成立，期望透過各種自主性公益活動的參與，增進社團團員間的情誼，達運動健身及淨化心靈之效，同時攜手為維護台灣海洋環境整潔盡一份心。自 2016 年起以企業社團名義參與環保署推動的倡導認養美麗海岸線及維護海岸清潔 (金山中角沙珠灣、萬里翡翠灣、萬里頂寮海灘)，除社團成員外，亦擴大至關係企業夥伴及加盟主，共同參與「地球日」淨灘，響應淨灘至 2018 年止已超過 13 場，清出近 2~3 噸垃圾，讓海洋環境恢復自然清淨，減少生物的傷亡，以實際行動履行公民責任，落實環保、友善理念。

社團 2018 年亦參與基隆市環保局之空氣品質淨化區認養計畫 (尚仁國小、瑪陵國小)。「空氣品質淨化區」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。我們藉由種植樹木花草，提升空氣淨化品質及維護環境整潔美化，亦得到公部門肯定。2018 年底亦在基隆市政府植栽樹木的支援下，社團成員共同於認養河堤步道、再種植了 50 棵櫻花樹，日後環境將更美好。



綠色領航 好鄰居



2018 亮點績效

- 採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購**10.16%**
- 門市用電密集度較2017年降低**4.61%**；總部大樓用電密集度較2017年降低**2.5%**
- 2018年整新再利用機台數達**2,716**台

隨著氣候變遷在全球帶來的影響日益明顯，2015年《巴黎協定》與2016年聯合國永續發展目標 (UN Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs) 等全球性倡議通過，氣候變遷已是各國永續發展進程中不可忽略的核心。為落實國家溫室氣體減量承諾與達成減量目標，各國政府透過獎勵措施、建立市場機制或立法強制要求，氣候變遷對於企業的制度面影響也日漸提升。對企業而言，不論是為了適應未來嚴峻的環境條件，或是因應政府及投資人的規範要求，均必須從自身營運、所處價值鏈及核心能力開始思考，如何將氣候變遷與節能減碳對組織帶來的衝擊最小化，同時發揮自身能量與影響力，將市場機會與效益最大化。



環境承諾與溝通

統一超商從 70 年代起，扮演著深入大街小巷的「社區好鄰居」角色；現在，我們將改善門市及物流運輸的資源運用效率，肩負起良好社會公民之責任，主動制定「環境政策」，承諾發揮價值鏈影響力，打造友善的零售商業模式。考量能源消耗為超商最主要的環境影響面向，我們持續關注最為切身相關的「節能減碳」議題，並訂定「能源政策」進一步承諾優化能源管理架構。

不論是門市營運或其他環境面向問題，社區鄰里或消費者皆可透過「聯合服務中心」電話專線或電子信箱反應。案件受理成立後，將交由相關的負責單位妥善處理回應，案件處理情形均立案追蹤。

環境政策

「本公司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」，因此承諾如下：

- 遵循環境保護法規，嚴禁任何危害環境品質的行為；
- 持續改善環境績效，致力於改善周遭環境品質；
- 珍惜使用資源，本於「物盡其用」的原則，提升資源回收再利用；
- 推動廢棄物減量，基於「污染預防」的觀點，減少廢棄物產生的機會；
- 考量產品及服務在研發、設計、製造、包裝、配送等生命週期環節的環境衝擊，減少資源耗用並提升資源使用效率；
- 逐步形塑友善環境之價值鏈，於供應商選擇、新專案開發、企業併購決策時納入環境面考量；
- 關懷社區發展，經營永續社區關係；
- 推廣環境教育，持續向員工與顧客宣導環境保護觀念，共同實踐保護環境的具體行動。

能源政策

我們在滿足消費者需求的同時，落實節能減碳行動成為公司營運策略中重要的核心價值。我們以門市作為節能減碳實踐基地，活用本身通路特性推動節能減碳，延伸節能效益發揮企業影響力。

我們承諾：

- 遵守政府能源法規，落實能源持續改善。
- 擴大節能設計商店，開發販售節能產品。
- 達成能源優化目的，創造企業永續發展。

氣候變遷減緩與調適對策

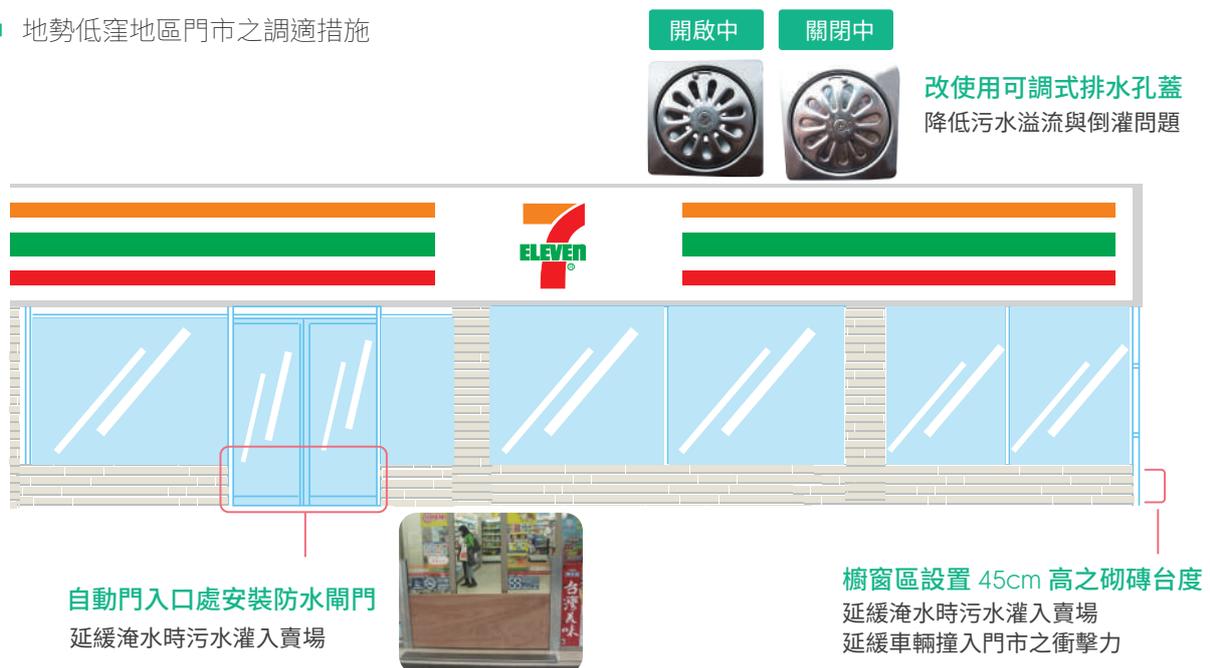
氣候變遷的減緩與調適是當今企業永續發展的關注焦點，隨著國內外強制性法規加嚴、大規模天災的發生，乃至於氣溫變化造成消費者購買行為的改變等，對於企業的營收、成本、資產價值，甚至商譽等，可能產生規模不等的衝擊。統一超商身為國內領導企業，也同樣重視氣候變遷議題並提出因應對策。

氣候變遷減緩方面，統一超商自 2005 年起持續進行年度溫室體盤查，參考 ISO50001 精神執行能源管理，並推動總部與門市節能措施、設備能源效率提升等有效降低排放強度以減緩溫室效應的行動，同時也透過輔導與教育訓練提升員工的節能意識。

統一超商門市遍佈全台及離島縣市，營運與民眾生活息息相關，因此在氣候變遷的調適策略上，我們發揮多點分佈與 24 小時營業的特性，協助通報災情與傳佈預警資訊。由於氣候變遷所造成的災害日益嚴重，如 2018 年 8 月中南部豪大雨使多處門市嚴重受損，除修復建物與設備外，我們也增訂「低窪地區門市防水閘門及矮牆施工標準」，並加強訓練門市人員面臨颱風及水災時的應變救災能力，以順利維持營運並強化自身與社區鄰里的氣候變遷調適能力。

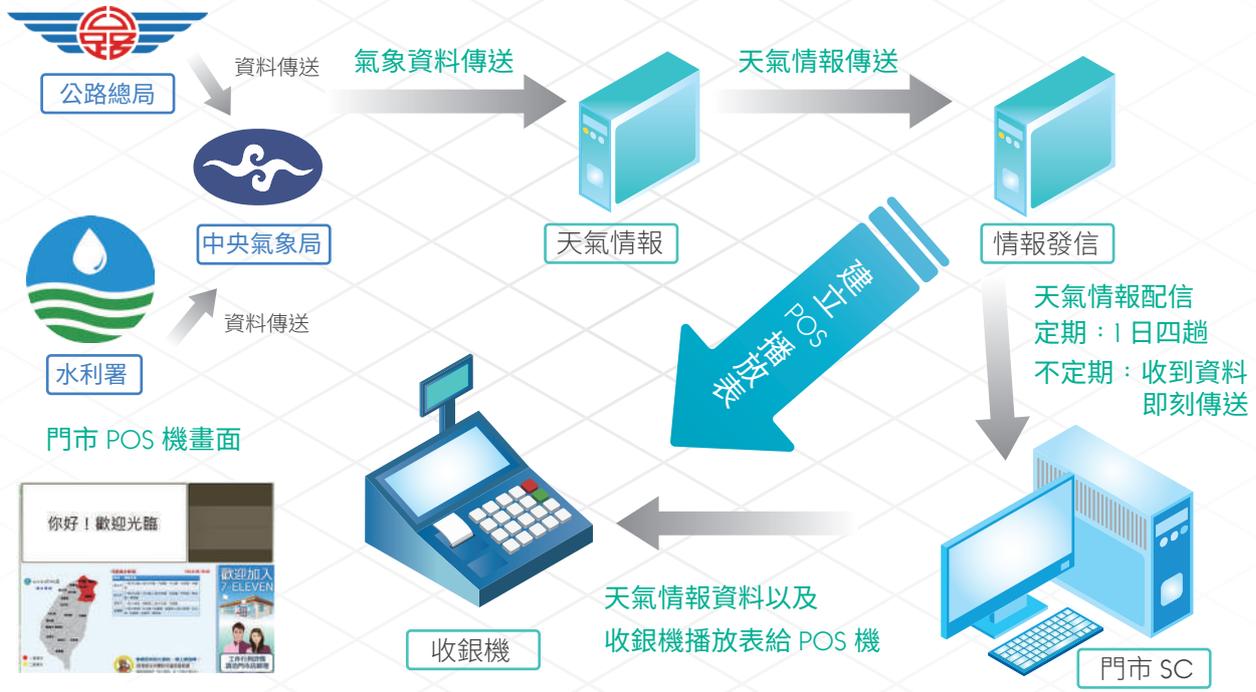
氣候風險	風險描述	統一超商因應行動
過渡性風險 燃料 / 能源稅或相關法規	統一超商因契約用電容量超過 800kW，視為能源大用戶，每年須減少用電 1%	<ul style="list-style-type: none"> ● 訂定節能及溫室氣體減量目標 ● 每年進行 ISO14064-1 盤查與查證 ● 總部與門市節能減碳措施
物理性風險 – 急性 增加極端天氣事件 (風災、水災) 的嚴重性	2018 年 8/23 豪雨襲擊中南部，導致多處傳出淹水災情，其中以嘉南地區累計淹水及漏水門市有 60 店較為嚴重	<ul style="list-style-type: none"> ● 設置「天氣情報配信」系統，即時通知門市天氣、淹水警訊 ● 加強訓練門市人員面臨颱風及水災時的應變救災行動 ● 增訂「低窪地區門市防水閘門及矮牆施工標準」 ● 門市倉庫設置儲水桶 (500 公升) ● 委託廠商檢視門市防 / 救災物品之完備性 (發電機、抽水機、高壓沖洗機、探照燈、防水閘門、沙包等) ● 門市天災產物保險補貼損失與維修費用

■ 地勢低窪地區門市之調適措施





■ 天氣情報配信系統示意圖



6.1 節能減碳實踐基地

管理方針

統一超商主要營運據點可分為全台及離島門市 (包含超商與商場) 與辦公室 (包含企業總部、區辦公室、訓練中心等)。為充分掌握溫室氣體排放情形，超商 2017 年及 2018 年均依循 ISO14064-1:2006 溫室氣體盤查並通過第三方查證。

透過持續盤查，我們掌握到不論是門市或辦公區域，主要的溫室氣體排放源均來自電力使用；因此超商致力於落實節能減碳，除配合主管機關推廣節能績效，我們依循 ISO50001 的管理精神，據此改善公司能源管理作業辦法，針對月平均電費高於 4.5 萬元的門市加強輔導改善。此外，統一超商更分別針對既有及新開門市打造節能方案，在提供消費者優良便利消費體驗的同時，活用通路特性落實企業節能減碳。統一超商的能源管理權責單位包含：負責門市裝修的工程科技部、協助門市人員落實能源管理與節能行動的營運企劃部，以及掌握總部大樓能源用量並導入節能措施的行政服務 TEAM，藉由跨部門分頭進行，讓統一超商得以從總部到門市端均能貫徹節能減碳的行動原則。考量門市與總部大樓的用電型態不同，我們分別設定年度績效指標，以門市用電密集度及總部大樓用電密集度量化評估減量成效。



統一超商取得之環境或能源管理相關認證	2018 年已導入之營運據點	
	門市 (超商 & 商場)	辦公室 & 訓練中心
ISO14064-1:2006 溫室氣體盤查	5,466 家門市 ^註 、22 座商場 (排除出租櫃位)	總部大樓、8 個區辦公室、訓練中心

註：2018 年盤查之 5,466 家門市包含在 2018 年位移或關店之 97 家門市

能源與溫室氣體盤查

2018 年統一超商經盤查之營運據點 (含 22 座商場) 的總用電量為 83,814.2 萬度，其中超商門市用電度數為 83,149.8 萬度，占 99.2%。

2018 年統一超商範疇一及範疇二溫室氣體總排放量為 601,910.682 公噸二氧化碳當量，其中 77.14% 來自於電力使用所造成的範疇二排放量；範疇一排放量占總排放量 22.86%，主要排放源為門市冷凍冷藏設備及空調設備的冷媒逸散。2018 年盤查邊界擴大為 5,466 家，包含 97 家在 2018 年位移或關店門市。2018 年溫室氣體排放量較前一年度查證之排放量上升 9.02%，係因盤查範圍擴大，加以範疇一門市冷媒設備逸散增加，及因 2017 年電力排放係數上升為 0.554 公斤 CO₂e/ 度造成範疇二排放增加之故。若排除電力係數上升的影響，2018 年排放量較前一年度僅增加 7.05%。



註 1：盤查邊界包含 5,466 家門市 (含 97 家位移或關店門市)、總部、8 處區辦公室、訓練中心及 22 座商場。

註 2：範疇二之計算方式採地點基礎。由於 2018 年度電力排放係數尚未公告，採 2017 年度 0.554 公斤 CO₂e/ 度為計算參數。

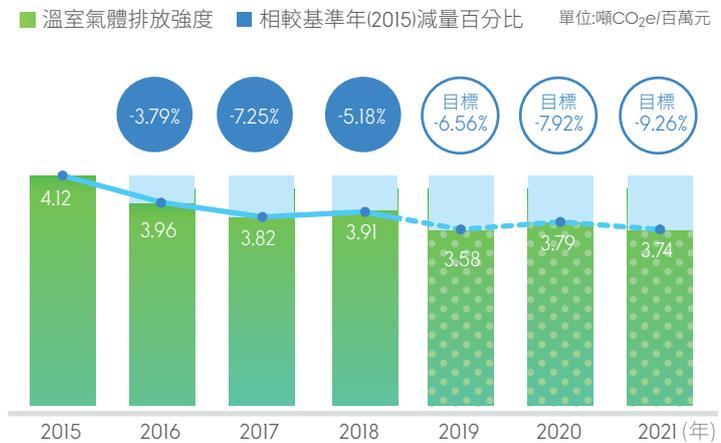
註 3：範疇一及範疇二盤查依據 ISO 14064-1:2006 方法學；排放係數採用溫室氣體盤查計算表單之國家排放係數；GWP 採 2007 年 IPCC 第四次評估報告數值。查證範圍僅含範疇一及範疇二。



單位營收溫室氣體排放強度

由於統一超商的溫室氣體排放源以門市用電為最大宗，考量用電量將與門市規模、設備及營業型態有關，而最終將反應至營業收入，我們計算每百萬元營業額的排放強度，並以此作為整體中長期減量目標的量化指標。2018 年統一超商每百萬營業額的排放強度為 3.91 公噸，相較於 2015 年基準年已減少 6.56%。

■ 溫室氣體排放強度減量路徑圖



節能 & 溫室氣體減量目標

統一超商設定中長期排放強度減量目標：統一超商以 2015 年溫室氣體盤查結果作為基準，在考量未來營收成長及營運擴張的情況下，承諾於 2021 年以前達成溫室氣體排放強度 (每百萬元營收排放量) 減少 9.26%。2018 年已達成 55.93% 的目標減量。未來我們也將持續檢視目標達成進度，考量經濟成長與節能技術進步的趨勢，更新中長期減量目標。門市減量方面因規模較大的門市空調及倉庫冷氣機數量增加，導致冷媒設備逸散量增加，因此我們未來將評估導入環保冷媒，如 R448 等，以降低範疇一溫室氣體排放量；範疇二溫室氣體排放量在排除電力排放係數逐年成長的影響，統一超商將致力推動門市及辦公室節能，以逐步達成承諾之減量目標。

門市與辦公室節能措施

經由導入能源管理系統及逐年落實溫室氣體盤查，掌握統一超商門市與辦公室的能源使用特性及溫室氣體排放熱點；2017 年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並逐步汰換既有門市的老舊設備。2018 年統一超商也積極配合能源局對於指定能源用戶的節能規定，導入風除室以避免冷氣外洩、不再使用白熾燈泡、設定空調溫度不低於 26 度 C，並透過合理化照明配置、照明減量 (加大燈管間距) 及減亮 (縮短夜間照明區塊)、降低室內燈管照明時間等，以及冷房及冷藏設備的效率升級、導入恆壓變頻水壓機等措施，在維持服務品質的同時，逐步提升門市能源使用效率。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。此外，統一超商也每年規劃重新整修既有屆齡門市，以提升門市營運的能源效率。2018 年共整修 302 家門市，預計於 2021 年完成 625 家屆齡店裝修，並較 2018 年用電量減少 14,193,000 度。

2018 年統一超商執行 9 大項節能行動方案，達成 37,583,476 度節電量，相當於減少 20,821 公噸二氧化碳當量的溫室氣體排放量，並為門市省下 10,297 萬元電費；所節省用電量相當於 10,725.88 戶台灣家庭的年度用電量。

2018 年門市 節能行動方案	2018 年節能量		溫室氣體減排量 (公噸 CO ₂ e)	
	KWh	仟焦耳		
設備性能 升級	門市導入或汰換使用變頻冷氣機 ¹	22,389,870.80	80,256,044,095.65	12,404
	新式二代組合冰箱節能 ²	4,479,756.20	16,057,596,519.47	2,482
	組合冰箱加裝變頻器 ²	6,508,283.21	23,328,811,006.60	3,606
	新開門市導入騎樓 LED 燈具 ³	236,617.85	848,151,954.89	131
	既有門市導入騎樓 LED 燈具 ⁴	454,968.03	1,630,823,801.30	252
	新開店招牌 LED 燈導入 ⁵	258,461.39	926,449,671.98	143
	恆壓變頻水壓機 ⁶	258,767.15	927,545,685.61	143
改善熱交換 環境	風除室導入 ⁷	1,170,090.15	4,194,164,726.48	648
改善電熱絲 加熱時間	組合冰箱電熱線節電 ²	1,826,661.31	6,547,630,946.34	1,012
總計		37,583,476.09	134,717,218,408.32	20,821

註 1：各項方案的總節能量係以單一設備改善前後量測值乘上總設備更換數量推估，推估方式如下：1. 與定頻冷氣機之電力需求相比；2. 懸掛電表計算改善前後用電度數；3. 計算門市平均 T5 燈管數量及 LED 平均數量的用電度數差距；4. 計算門市平均 T5 燈管數量及 LED 平均數量的用電度數差距；5. 與 T5 燈管招牌用電度數比較；6. 與非變頻水壓機用電需求比較；7. 導入風除室之後同期用電度數比較平均值

2018 年統一超商地區營業幹部及工程部專家，針對每月電費高於 4.5 萬元的門市提供更積極的節能輔導措施，導入包括汰換高耗能設備與老舊主機、改善設備散熱環境、照明規劃、替換為 LED 燈具等軟硬體措施，並加強節能教育以期提高門市人員的意識。2018 年加強輔導的 319 家門市共減少 3,639,996 度電，減省電費共計 4,695,097 元。



統一超商門市節能設計



統一超商注重能源效率的精神也同樣落實於後勤單位。考量總部大樓的辦公室能源使用模式與門市不同，持續更新總部大樓「電、水、紙」節約目標及績效指標外，2018 年更導入 ESCO (Energy Service Company) 節能服務系統，追蹤用電量並鑑別、降低異常用電情形；冬季則以導入戶外冷空氣，降低大樓空調主機的運轉頻率，維持辦公空間適宜溫度並達成節能成效。此外，為提升全體員工的節能意識，總部大樓加強宣導節能的重要性；採用走動式管理，巡視各樓層既有設備運轉情形，若發現問題立即處理改善，以確保設備穩定運作，並達成節能成效。2018 年統一超商總部大樓總用電量較前一年度減少 29,248 度，節省電費達 202,558 元。

門市與辦公室能源效率指標

由於超商門市多為 24 小時不間斷服務，其用電模式與總部、區辦公室、訓練中心等不同，為有效掌握超商門市的用電量並逐步提升用電效率，我們另外針對門市設定用電密集度評估指標 (EUI) 與減量目標，並且每月追蹤進度。2018 年門市節能成效斐然，實績遠超出於原訂目標 (較 2014 年減少 8.5% 或較 2017 年減少 1%)；2018 年 EUI 比起 2017 年減量達 4.61%，相較於 2014 年已減少 12.09%，減量成效斐然。此外，2018 年統一超商每單位營收用電量為 5.44 (度 / 仟元)。

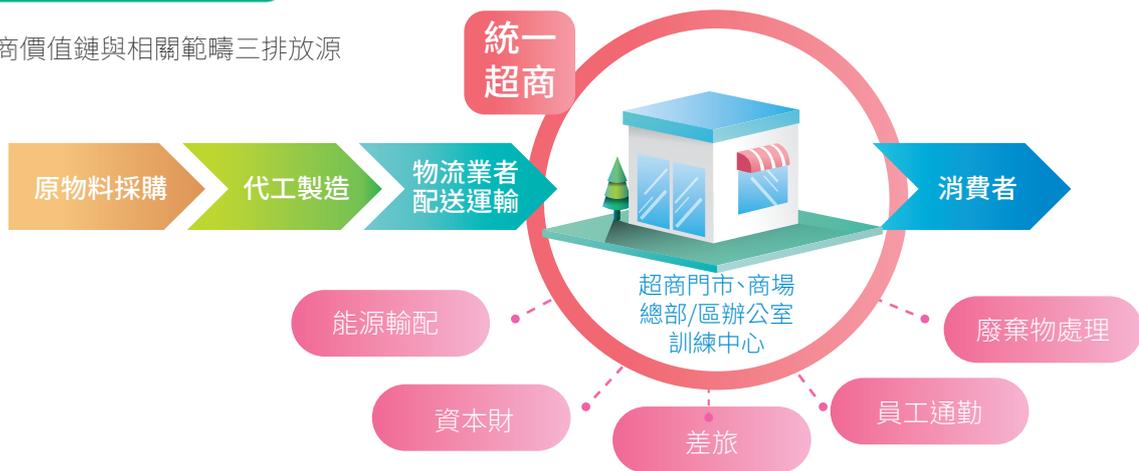
為使後勤同仁也落實日常節能，超商總部大樓透過目標管理，以大樓 EUI 為指標設定年度節電目標，並積極推動多項節能措施以及提升全體員工意識宣導方案，2018 年總部 EUI 為 168.7 度 /m²，較於前一年度下降 2.5%，也遠超出總部原訂減量目標 (較前一年減量 0.5%)。

		EUI ^註 (度 /m ²)				
年度	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	
門市	1094	1,046	1,012	1,008	962	

註：超商門市 EUI 以每月台電提供用電資料，計算各區門市平均每坪用電度數，並用以推估該區無台電資料之門市用電度數，兩者相加為當月總用電度數，並除以總樓地板面積。

範疇三溫室氣體排放

■ 統一超商價值鏈與相關範疇三排放源



為了加強溫室氣體排放的管理，除導入 ISO14064-1:2006 進行範疇一及範疇二的溫室氣體盤查外，統一超商進一步從價值鏈的角度，鑑別出與營運相關的其他間接活動產生的溫室氣體排放，也就是範疇三溫室氣體排放量。透過量化數據，統一超商期望逐步掌握營運價值鏈中涵蓋的排放源，以瞭解超商價值創造過程中所產生的碳足跡。考量資訊蒐集與量化的可行性，2018 年統一超商範疇三主要排放源包含：上游交通配送 (C4)、燃料及能源相關活動 (C3)、資本財 (C2)。

物流公司的配送運輸 (上游交通配送) 是維持統一超商價值鏈順暢運作的重要環節，也是最為相關的範疇三溫室氣體排放源。捷盟行銷、統昶行銷、大智通文化行銷等三家物流公司負責集中進貨、理貨，並將門市販售商品依據保存條件、產品性質與品項等分工配送；此外，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、電動搬運推車、板站門市以低溫矮車配送與物流士訓練等。我們統計物流業者提供統一超商整年度運輸物流服務所需的能源 (運輸柴油) 耗用量，用以估算範疇三排放量，並進一步鼓勵物流業者推行節能措施。

2018 年物流業者提供配送運輸的運輸柴油之總用油量 11,782 公秉，相較於前一年度成長約 0.84%；根據用油量估算其範疇三排放量為 31,226.24 公噸 CO_{2e}。

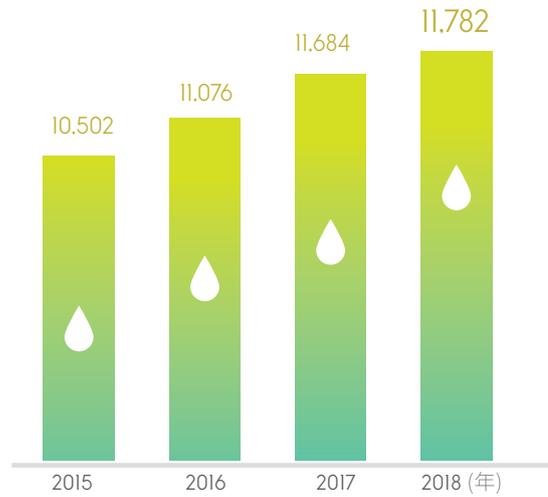


由於外購電力是統一超商最主要使用的能源，考量電力從 (生產端傳送到用戶端的過程中，因變壓器、線路開關等設備電阻，導致部份電力由電能轉換為熱能消散所造成的損失，台電公司線路損失率 3.82%，我們估算 2018 年因電力使用所產生的輸配電損之相關溫室氣體排放量達 17.74 公噸 CO₂e。

此外，考量資訊蒐集可行性，統一超商盤點 2018 年購入的資訊類資本財，篩選購入數量最多的品項，並由生命週期的角度，估算相關的範疇三溫室氣體排放量。考量係數的可取得性，2018 年資訊類資本財納入範疇三排放計算的有門市 LCD 螢幕、後台雷射印表機及路由器等，相關溫室氣體排放約 268.4 公噸 CO₂e。

比較目前掌握的範疇三排放量，仍以能源相關，如物流公司運輸柴油及輸配電損失等為主要排放源。統一超商未來將持續進行範疇三盤查，逐步瞭解價值鏈所產生的環境面衝擊，以盡到我們在台灣零售通路的領導責任。

■ 物流公司運輸柴油使用量統計 (單位：公秉)



範疇三項目	排放源	2018 年範疇三排放量
上游交通配送 (C4)	物流公司運輸柴油	31,226.24 公噸 CO ₂ e
資本財 (C2)	資訊類產品採購 (門市 LCD 螢幕、後台雷射印表機及路由器)	268.40 公噸 CO ₂ e
燃料及能源相關活動 (C3)	電力使用之輸配電損	17.74 公噸 CO ₂ e
範疇三排放量總計		31,512.38 公噸 CO ₂ e

物流業者節能措施

2018 年隨著統一超商全台門市展店數及門市寄件服務成長，運輸物流量亦隨之增加。統一超商對節能減碳的承諾不僅實施在營運門市與辦公區域，我們也積極影響物流關係企業提升物流效率：透過汰換舊型物流車輛導入環保期數車輛以減少運輸物流的溫室氣體排放外，各物流關係企業也積極優化配送流程，包含整併運輸路線以減少出車趟數、整合初次運輸配送以降低轉運趟數，乃至於簡化作業流程，減少低溫車在門市端的等待時間以提高車輛的能源使用效率。

其中，捷盛運輸承諾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，目標在 2020 年前汰換 223 台，2018 年目標為導入 48 台最新環保期數車輛。2018 年度共汰換 94 輛舊型車輛，固定資產成本總計 250,210 仟元；截至 2018 年共計已淘汰 107 輛三期車及 82 輛四期車。統昶行銷則持續推動初次運輸整合，將轉運作業延伸到供應商端接貨，不僅建構全流程品質管理，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，每日可減少車輛里程數 232 公里，一年共可減少里程數 84,680 公里，較 2017 年減少里程數提高 10.5%。各項 2018 年物流關係企業降低運輸能源耗用及溫室氣體排放之措施整理如下。

2018 年運輸物流相關 節能行動方案		數量	單項節能效益	溫室氣體減 排量
捷盛運輸	汰換舊型物流車輛，共引進 109 台五期環保車輛	53 輛三期車 41 輛三四期車	每車減少排放 CO ₂ 約 59.4 kg 每車減少排放 CO ₂ 約 13.71kg	3.769 公噸 CO _{2e}
	因應常溫貨量起伏，特以規 劃淡季期間 (11 月 ~4 月) 進行路線整併	縮減 4 條路線	每月減少出車趟次 104 趟；共 減少約 4.22 公乘之柴油使用量	11.7 公噸 CO _{2e}
	導入車機取代原有門市到店 刷卡作業，簡化物流士門市 端作業並縮短等待時間，有 效減少低溫車碳排放量、降 低臨停風險，亦可減少門市 收銀機登錄作業	車機取代刷卡可減少 30 秒 / 店的等待時 間；每日低溫配送約 22,904 店次 ^{註1}	每天減少 11,452 分鐘低溫車等 待時間，以大型車每 5 分鐘消 耗 150 c.c. 燃油推估 ^{註2} ，2018 年約減少消耗燃油 123.7 公噸	327.8 公噸 CO _{2e}
統昶行銷	整合初次運輸配送：藉由轉 運單位移轉、商品業務量變 化、運輸商移轉及區域轉運 趟次整合。	將原每日 5 趟次整合 減少為 2 趟次	每日可以減少車輛里程數達 232km，一年可以減少里程數 84,680km	61.66 公噸 CO _{2e}

註 1：每日配送店次係以每日低溫平均配送趟次 x 當年總配送店數推估之

註 2：大型車每 5 分鐘之耗油量資訊，引用經濟部能源局資訊

https://www.moeaboe.gov.tw/ECW/populace/infographics/Infographics.aspx?menu_id=2828

除了與超商運輸物流直接相關的節能減碳行動以外，捷盛運輸、捷盟行銷、統昶行銷及大智通文化行銷亦響應統一超商的節能減碳精神，依據自身的能源耗用情形與需求，在辦公空間、廠區等分別引進包含降低空調設備耗能、更換 LED 燈具、研發新款保冷設備、汰換變頻冰水主機及監控系統等各項節能減碳措施。

2018 年物流業者其他節能措施			
捷盟行銷	<p>辦公室加裝循環扇，並安裝 冷氣空調定時關閉功能，下 班後自動關閉</p>  <p>各廠會議室安裝窗簾隔絕日 光直接照射，降低空調耗能</p>	統昶行銷	 <p>研發新款冷凍保溫袋，並 自 2018 年 6 月起陸續取代 舊款蓄冷箱；冷凍保溫袋 重量較輕，且使用蓄冷板 取代乾冰，預計 2019 年全 面導入。</p>
	<p>總部廁所、茶水間等區域使 用感應照明自動點滅裝置</p>  <p>整箱區更換 LED 節能燈具</p> <p>各廠現場作業區及休息室逐 一更改用電迴路，規劃分 區、分段供電</p>		大智通文化行銷



6.2

資源效率新提案

因應氣候變遷所造成的極端天氣事件，以及工商經濟發展加速天然資源的耗用，水資源風險、廢棄物減量、循環經濟等，已經成為企業永續發展的主流議題。統一超商的連鎖便利商店營業型態，在提供消費者各項商品與服務的過程中，直接或間接受到供水穩定及水質的影響。我們分析門市用水模式，掌握耗水熱點並導入省水設備，以降低自身營運對當地水資源的影響衝擊。

因應全球減塑風潮，統一超商在自有品牌商品部份引進環保包材，如生物基的 PLA 材料、FSC 認證包裝、回收再製的杯套與杯架，採用可回收的產品包裝。此外，我們在原物料採購時也優先考量具環保材質、認證包材及提出包裝輕量化減量設計者，以期逐步降低塑膠使用量。長期與統一超商配合的物流業者以可以重複使用的物流箱及棧版取代一次性紙箱，也有助降低運輸配送過程產生的包材廢棄物。

統一超商為擴大販賣者的社會責任，並推動全台廢棄物減量與提高回收率，我們發揮據點廣布的優勢，配合環保署政策推動回收電池及資訊類廢棄物並提供商品抵用金，避免此類廢棄物進入一般垃圾處理體系，後續造成對土壤、水質等負面環境影響。此外，統一超商成立「設備整備中心」及內部回收體系，發揮愛物惜物精神，收集因門市重新裝修或關店所釋出的舊有設備，透過維修、整新、再利用，降低成本支出並有效避免資源浪費，達成廢棄物減量的成效。

珍惜水資源

統一超商所有營運據點均使用自來水，整體用水量以門市為最大宗。透過工科部檢測門市用水量較高的區域，掌握用水熱點為：客用廁所、灑水器、櫃台水槽等處，藉由導入省水設施將出水量調節為每秒 500 C.C.，以具體減少門市端的用水量。總部大樓也積極落實節水行動。2018 年導入降低廁所與茶水間的水龍頭出水量、裝設小

項目	涵蓋範圍	2018 年
實際統計用水量	總部	5,390 度 (m ³)
	3,380 家門市	1234,393 度 (m ³)
推估用水量 ^註	8 處區辦公室	11,418 度 (m ³)
	1,989 家門市	726,393 度 (m ³)
用水量加總		1,977,594 度 (m ³)

註：推估方法為區辦公室以當年度總部的人均用水量及區辦公室員工人數推估；門市以當年度有實際統計之門市平均用水量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的用水型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。

便斗節水器等措施；總部大樓另訂年度節水目標為：人均用水量較前一年節約 0.5%，透過目標管理以積極落實節水行動。2018 年總部大樓的總用水量為 5,390 度，人均用水量為 7.1 度，相較於前一年度人均用水量減少 0.6%，超越本年度總部大樓的節水目標。經分析門市端營運活動型態與用水量的關聯性，並考量未來單店單日營收 (PSD) 成長與門市數量增加的影響，統一超商承諾在 2019 到 2021 年間，維持單店年平均用水量與 PSD 關係強度維持在 2018 年關係強度 0.5%，並持續追蹤用水量與 PSD 的關係度，做為未來設定目標的參考依據。

廢棄物管理

統一超商門市的廢棄物清理方式及成本主要由各門市負責，較難掌握整體廢棄物產生與清運數據。2018年起，我們調查參與委託廢棄物清運廠商清運計畫的門市，包含位於台北市與新北市共計 633 家，依據廠商提供的每月清運總重量達 441,651 公斤，並藉此推估年清運總量。此外，我們進一步分析門市設置的客席座位數量與廢棄物清運量的關聯性，發現有設置座位區且座位數

量較多的門市，因消費者在門市內食用商品，造成廢棄物清運量較未設置座位區門市高出許多。2018 年統一超商總部大樓的不可回收廢棄物的清運總重量達 23,931 公斤。經分析門市端營運活動型態與廢棄物產生的關聯性，並考量未來單店營收 (PSD) 成長與門市數量增加的影響，統一超商承諾在 2019 到 2021 年間，維持單店月平均清運重量與 PSD 關係度為 0.9%，並持續追蹤廢棄物清運量與 PSD 的關係度，做為未來設定目標的參考依據。

項目	涵蓋範圍	2018 年不可回收廢棄物清運量
實際統計	總部	23.93 公噸
	633 家門市	5,298.73 公噸
推估值 ^註	8 處區辦公室	50.69 公噸
	4,736 家門市	39,644.23 公噸
廢棄物清運量加總		45,017.58 公噸

註：推估方法為區辦公室以 2018 年總部的人均清運量及當年度總部 / 區辦公室員工人數推估；門市以清運廠商提供的平均門市清運量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的廢棄物產生型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。

便利環保回收平台

早自 1995 年，統一超商便將「便利」與「回收」行動有效結合，從廢乾電池回收開始，鼓勵民眾落實資源回收。2010 年起統一超商擴大配合環保署政策，提供民眾在門市回收資訊類廢棄物，包括廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機及廢旅座充等設備，發揮多據點的特性以降低回收作業的不便性。依據回收的資訊類廢棄物類型與數量，統一超商也配合提供 3-120 元不等的商品抵用金額，鼓勵民眾多加利用便利商店進行回收，歷年來均獲得卓越成果。隨著 CITY CAFE 業務成長，統一超商也將業務用鮮奶空瓶進行回收。結合物流業者的門市運輸配送流程，門市回收的物品經逆物流系統集中後再進一步分類處理。

物流業者逆物流回收績效	2018 年績效			
	捷盟行銷	統昶行銷	大智通文化行銷	總計
塑膠 (公斤)	471,752	71,098	17,016	559,866
紙類與紙容器 (公斤)	4,510,578	2,726,912	1,374,095	8,611,585
金屬 (公斤)	0	8,999	12,724	21,723
乾電池 (公斤)	304,554	0	0	304,554
光碟片 (公斤)	56,190	0	0	56,190
資訊物品 (個 / 台)	167,281	0	0	167,281

註：資訊物品包含手機、充電器、筆電



統一超商總部推動資源回收不遺餘力，為鼓勵同仁節約資源使用，設定 2018 年「節紙」目標為用紙量人均較前一年度減少 0.5%，並加強宣導以電子檔代替列印、掃描、影印等功能，以確實減少辦公與行政流程用紙量。2018 年紙張費用為 159,480 元，相較於前一年度減少約 1.8%；2018 年人均用紙量為 211.4 元 / 人，更較前一年度減少約 3.8%，超越原訂目標。總部大樓落實資源分類回收，2018 年回收重量總計 11,631.2 公斤，較前一年度減少約 12%。

2018 年總部大樓回收 (單位：公斤)

紙類	什紙	4,712
	紙箱	4,744
	寶特瓶	1,643.5
	鐵	435.6
	鋁	96.1
總計		11,631.2

門市設備再利用

統一超商發揮惜物愛物精神，成立設備整備中心，透過回收體系將重新裝潢及觀店門市的冷氣機、冰箱、關東煮機台、微波爐等既有設備進行回收、整新，降低資源浪費及廢棄物產生；同時也節省設備購置的費用支出。2018 年整新再利用機台數達 2,716 台，也藉此節省設備購置費用達 87,242 仟元。

設備	整新再利用機台數 (台)	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 39 項設備	2,716	9,287.24	87,242.29

6.3

綠色會計 & 綠色採購

統一超商秉持節能減碳與愛惜地球的環保經營理念，透過綠色會計制度追蹤整體環境支出的投入績效。納入統一超商綠色會計的項目包括：環保包材與檢驗、門市節能減碳措施與節能省水設備、環境清潔、綠化、廢棄物處理、門市環保設備及綠色採購、內外部環保宣導與社會公益活動等，並持續推動環保政策，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。此外，統一超商響應政府政策，推廣電子發票並訂定「紙本發票數占整體發票開立數量 2% 以下」之環保目標，2018 年底統計紙本發票開立數量僅為整體之 0.05%。透過綠色會計制度，我們將這些具體行動轉化為財務數據，並彙整為環境支出統計表。2018 年統一超商投入環境保護之各項資產投資及費用支出合計約 10.04 億元，較前一年度增加 0.91 億元。

■ 綠色會計項目：環境支出統計表

分類	項目	內容	環境效益	投資 (千元)	費用 (千元)	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。	—	139,957	139,957
門市	實施能源節約	購置能源節約設備-省電器472台、賣場冷氣循環扇-548台、導入變頻冷氣-1,119台、LED節能燈-10,784組、LED節能燈具-6,529組、思樂冰機淡季停機/休眠-導入388台。	節約能源，減少碳排放	123,686	24,815	148,501
門市	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		391,233	391,233
	延長設備、建材等使用壽命	鋼製櫃檯導入586店，設備回收並整備再利用。	減少砍伐樹木並減少資源浪費	98,609	25,814	124,423
	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		115,774	115,774
配送	搭配捷盛物流車隊、捷盟及大智通物流中心作為逆物流系統，提升配送效率、實施資源回收	門市逆物流回收作業之人力及設備投入。	門市回收： 廢乾電池305噸，廢光碟56噸，廢筆電0.9萬台，廢手機10萬支，廢手機座充/旅充6萬個。	—	2,970	2,970
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1,644公斤，紙類9,456公斤，鐵鋁罐532公斤。	—	27,357	27,357
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。	推廣環保樂活並推動門市及民眾重視周遭環境與健康議題，將環保理念融入平時生活。	—	53,868	53,868
合計				222,295	781,788	1,004,083

註1：以未稅金額統計。

註2：因調整綠色採購項目及金額，故與年報資訊略有差異。



綠色採購

綠色採購項目以各類取得環保節能標章或宣告的設備，包括照明、冷氣、資訊類產品、咖啡機及萃茶機、節電裝置等，具 PAPER STAR 影印紙碳足跡標籤的影印紙，通過 FSC 永續森林驗證的調棒及免洗筷等耗材，以及門市裝修所使用的綠建材等品項。統一超商透過採購符合環保標準的產品設備，在維持營運順暢與服務品質的同時，也降低消耗天然資源與環境負面影響。2018 年綠色採購總金額達 5.1 億元，占統一超商整年度採購總金額達 10.16%，達成原定年度採購占比達 4.5% 之目標。

採購品項	數量	採購金額 (千元)	環保標章 / 綠色認證
變頻冷氣	1,119 台	76,268	節能標章
LCD 螢幕	2,263 台	14,415	Energy Star
電腦	19 台	317	Energy Star
不斷電設備	927 台	12,528	RoHS
咖啡機及萃茶機	705 台	232,578	RoHS
PC SERVER	5 台	294	Energy Star
節電裝置	472 台	39,648	自我宣告
雷射印表機	330 台	1,277	環保標章
熱感印表機	13 台	89	環保標章
門市環保包材 PLA- 咖啡杯、霜淇淋杯 / 思樂冰杯	23,682,900 個	37,855	環保標章
OURS 刊物	12 式	311	FSC 認證
LED 燈具	6,529 個	5,223	節能標章
綠建材	15,661 個	41,865	綠建材標章
循環迴風扇	548 個	1,260	節能標章
LED 燈管 / 燈泡	10,784 個	1,286	節能標章
影印紙	61,040 包	3,736	PAPER STAR 影印紙碳足跡標籤證書
調棒	514,855 包	10,731	FSC 認證
御便當免洗筷 (100 入)	857,878 包	32,496	FSC 認證
採購金額合計		512,763 千元	—

附錄

統一超商 2015-2018 年社會績效

歷年年失能傷害統計 (不含上下班交通安全事故數據) :

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
傷害率	1.29	1.37	1.82	1.97
損工日數比率	33.34	16.59	19.68	31.59
職業災害千人率	2.50	2.29	3.55	3.70
總合傷害指數	0.21	0.15	0.19	0.25

歷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)
2015 年	8,274	195,997	23.69
2016 年	7,850	231,011	29.43
2017 年	7,877	238,789	30.31
2018 年	8,101	259,447	32.03

好鄰居同樂會歷年舉辦活動場次及參與人數

年度	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
活動場次	2,543	5,456	12,087	16,990
社區參與人數	116,004	151,075	272,000	358,437

千禧健康小站歷年活動成果

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
千禧之愛健康小站據點 (店)	677	677	677	664
參與醫護人數 (位)	1,350	1,298	1,231	1,178
參與活動人數 (位)	34,001	38,287	35,019	33,893

ibon 便利生活站慈善捐款歷年成果

年度	總筆數	總額 (新台幣元)	平均單筆 (新台幣元)
2015 年	219,302	237,777,468	1,084.25
2016 年	429,295	572,869,140	1,334.4
2017 年	148,204	90,511,910	610.73
2018 年	261,727	239,789,736	916.18
合計	1,551,239	1,487,992,614	959.23



統一超商 2015-2018 年環境績效

1. 用電量^註

營運據點年度用電量 (萬度)	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2018 年 目標值
總部大樓用電量	143	125	116	113.4	—
門市用電量	81,093	82,613	81,583	83,149.8	—
商場用電量	2016 年以前未盤查			410.9	—
區辦公室與訓練中心	—	97	98	140.1	—
總用電量	81,236	82,835	81,798	83,814.2	83,024.7
營運據點盤查覆蓋率	98.92%	99.03%	96.95%	99.48%	—

註：2015 年及 2016 年門市用電量為依據台電公司每月提供之用電量，及門市主權面積推估所有門市用電；2016 年起擴大統計區辦公室與訓練中心；2017 及 2018 年引用溫室氣體查證之外購電力活動數據。

2. 電費

年度電費	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
電費金額 (仟元)	2,452,052	2,173,833	2,135,407	2,112,392

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. 溫室氣體

年度	年度溫室氣體排放量 (公噸 CO ₂ e/年)			盤查邊界	營運 據點
	範疇一	範疇二	總量		
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。	98.90%
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)。	99.03%
2017 年	119,389.058	432,710.053	552,099.111	經 SGS 認證 ISO14064-1:2006，含總部、區辦公室、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。	96.95%
2018 年	137,580.015	464,330.667	601,910.682	經 SGS 認證 ISO14064-1:2006，含總部、8 處區辦公室、訓練中心、5,466 家門市 (含 97 家於 2018 年間位移或關店之門市) 及 22 處商場	99.48%
2018 年 目標值	121,179.894	439,200.704	560,380.598		

註：歷年溫室氣體排放量引用過去年度 CSR 報告書揭露數據

4. 用水量

		營運據點年度用水量 (度 =m ³)				2018 年 目標值
年度		2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	
實際統計	總部大樓用水量	5,207	5,461	5,312	5,390	—
	門市用水量	926,852	710,936	1,225,970	1,234,393	—
推估值註	區辦公室用水量	10,599	11,421	11,186	11,418	—
	門市用水量	1,058,752	584,373	533,455	726,393	—
總用水量		2,001,409	1,312,191	1,775,923	1,977,594	2,101,815.203
實際統計門市家數		2,347 家	2,803 家	3,638 家	3,380 家	
推估範圍		7 處區辦公室及 2,681 家門市	8 處區辦公室及 2,304 家門市	8 處區辦公室及 1,583 家門市	8 處區辦公室及 1,989 家門市	
營運據點資料覆蓋率		99.06%	99.03%	99.07%	99.06%	

註：區辦公室以當年度總部的人均用水量及區辦公室員工人數推估；門市以當年度有實際統計之門市平均用水量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的用水型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。

5. 不可回收廢棄物清運量

營運據點年度廢棄物清運量 (公噸)		2016 年	2017 年	2018 年
實際統計	總部清運量	—	—	23.93
	門市清運量	—	4,952.83	5,298.73
推估值註	總部清運量	22.96	23.63	—
	區辦公室清運量	48.03	49.76	50.69
	門市清運量	44,725.97	38,949.95	39,644.23
不可回收廢棄物清運量加總		44,796.96	43,976.17	45,017.58
實際統計門市家數		0 家	589 家	633 家
推估範圍		總部、8 處區辦公室 及 5,107 家門市	總部、8 處區辦公室 及 4,632 家門市	8 處區辦公室及 4,736 家門市

註：2016 年及 2017 年總部及各年度區辦公室以 2018 年總部的人均清運量及當年度總部 / 區辦公室員工人數推估；門市以清運廠商提供的平均門市清運量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的廢棄物產生型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。



6. 回收量

單位：公斤		2015年	2016年	2017年	2018年
塑膠	總部大樓	2,974	3,308	2,064	1,644
	門市	522,807	590,317	564,233	559,866
紙類	總部大樓	17,612	15,510	10,586	9,456
	門市	5,026,369	5,455,166	8,363,317	8,611,585
金屬	總部大樓	431	577	496	532
	門市	98,037	92,400	50,362	21,723
乾電池	門市	247,224	478,473	264,202	304,554
光碟	門市	60,782	85,163	57,496	56,190

7. 廢棄物各處理方式統計 (含不可回收、焚化處理及回收)

單位：公噸	2015年	2016年	2017年	2018年	2018年 目標值
不可回收 (扣除焚化)(A)	0	2,003.51	2,262.64	937.29	2,321.33
焚化處理 (B)	0	42,793.45	41,713.53	44,080.29	—
回收處理 (C)	5,976.24	6,720.91	9,312.76	9,565.55	—
焚化+回收處理 (B+C)	5,976.24	49,514.37	51,026.28	53,645.83	—
廢棄物總產生量 (A+B+C)	5,976.24	51,517.88	53,288.92	54,583.13	—
營運據點資料覆蓋率	98.92%	99.03%	99.07%	99.06%	—
焚化處理比例 (%) 註	—	95.53%	94.85%	97.92%	—

註：歷年焚化處理比例以環保署公佈之全國一般廢棄物處理量扣除回收再利用部份，計算焚化處理占不可回收廢棄物的比例。





2018 年亮點績效

#	章節	2018 亮點績效	對應 SDGs (# 號碼)	對應 SDGs 細項內容
2	關於統一超商	2018 年統一超商總店數達 5,369 家	NA	
2	關於統一超商	2018 年投入開發及研發費用達新台幣 258,230 仟元。	8	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。
2	關於統一超商	2018 年度合併總營收及稅後淨利分別為新台幣 154,074 仟元及 10,230 仟元。	8	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。
2	關於統一超商	2018 年統一超商榮獲第四屆公司治理評鑑維持排名前 5%，並持續入選台灣公司治理指數 100 成分股、FTSE4Good Emerging Index 成分股以及 MSCI 全球永續指數成分股。	NA	
3	永續商品與服務	CITY CAFE 城市櫻花季廣告奪得 4A 創意獎及海外廣告共 8 座大獎	NA	
3	永續商品與服務	2018 年累積投入食品安全管理經費高達 141,744 仟元	2	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。
3	永續商品與服務	販售菸酒類產品宇未滿 18 歲青少年查核門市及格率高於 90%	3	3.a 強化煙草管制架構公約在所有國家的實施與落實。
3	永續商品與服務	2018 年間統一超商有合作關係的自有商品食品類供應商稽核完成百分比為 100%	2	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。
3	永續商品與服務	統一超商積極透過契作、提升在地採購比例的方式，鼓勵在地農業發展、降低整體環境足跡。2018 年，台灣地區供應商農產品採購數量佔總體的 69%	2	2.3 在西元 2030 年前，使農村的生產力與小規模糧食生產者的收入增加一倍，尤其是婦女、原住民、家族式農夫、牧民與漁夫，包括讓他們有安全及公平的土地、生產資源、知識、財務服務、市場、增值機會以及非農業就業機會的管道。

#	章節	2018 亮點績效	對應 SDGs (# 號碼)	對應 SDGs 細項內容
3	永續商品與服務	2018 年 OPENPOINT 會員數已達 320 萬人	NA	
4.	員工照顧與發展	以「零缺失」通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統驗證，台灣零售服務業第一家	8	8.8 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。
4.	員工照顧與發展	重大職安事件 0 件	8	8.8 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。
4.	員工照顧與發展	健康檢查異常同仁中極重大風險同仁 100% 介入管理	3	3.d. 強化所有國家的早期預警、風險減少，以及國家與全球健康風險的管理能力，特別是開發中國家。
4.	員工照顧與發展	平均每位員工受訓時數為 32.03 小時，近 5 年最高	4	4.4 在西元 2030 年以前，將擁有相關就業、覓得好工作與企業管理職能的年輕人與成人的人數增加 x%，包括技術與職業技能。
5	社區關懷與共榮	舉辦好鄰居同樂會近 1.7 萬場次、超過 35 萬人參與 (註 1) 註 1：對應績效為好鄰居同樂會環境樂活主題	11	11.6 在西元 2030 年以前，減少都市對環境的有害影響，其中包括特別注意空氣品質、都市管理與廢棄物管理。
5	社區關懷與共榮	門市零錢捐與物資認捐年度募款達 1.7 億元 (註 2) 註 2：對應績效為弱勢銀髮族送餐服務與食物銀行	2	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。
5	社區關懷與共榮	門市零錢捐與物資認捐年度募款達 1.7 億元 (註 3) 註 3：對應績效為健康促進活動與服務	3	3.4 在西元 2030 年前，透過預防與治療，將非傳染性疾病的未成年死亡數減少三分之一，並促進心理健康。
5	社區關懷與共榮	2018 年已與 38 所偏鄉小學合作推動集點勵學計畫，支持全台共 33 個陪讀班課後陪讀計畫	4	4.6 在西元 2030 年以前，確保所有的年輕人以及至少 x% 的成人，不管男女，都具備讀寫以及算術能力。
6	環境永續保護	採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購 10.16%	12	12.2 在西元 2030 年以前，實現自然資源的永續管理以及有效率的使用
6	環境永續保護	門市用電密集度較 2017 年降低 4.61%；總部大樓用電密集度較 2017 年降低 2.5%	7	7.3 在西元 2030 年以前，將全球能源效率的改善度提高一倍
6	環境永續保護	2018 年整新再利用機台數達 2,716 台	12	12.5 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



2018 年 KPI 達成率

面向	2018 年 KPI	2018 績效	達成度
公司治理	公司治理評鑑維持前 5% 排名	第四屆評鑑排名維持前 5%	V
	採購部之制式採購合約及行銷之制式年度商品供應合約納入誠信經營及企業社會責任條款達 98%	達成 100%	V
	上、下半年安排公司重大溝通機制，各進行至少一次誠信經營或禁止內線交易宣導	1/30 於 PCSC 誠信經營例會宣導誠信經營等案例以及超商作法，並整理 PCSC 經營管理月報 (誠信經營案例)，向超商及關係企業主管進行宣導。已於 2~12 月整理 PCSC 經營管理月報 (誠信經營案例 24 則、針對近期政府盤查之宣導事項等)，向超商及關係企業主管進行宣導，並於 9/25 召開 PCSC 例會，其中除了超商進行誠信經營成果與 2019 年計畫報告之外，並邀請三家物流 BU 分享誠信經營推動，並已於 11 月 1 日召開之董事會中，完成誠信經營專案報告，已達標。	V
產品	年度商品安全管理投入費用超過 40,000 仟元	達 141,744 仟元	V
	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%	98.81%	X
	PB 原物料供應商實地評鑑完成率 80%	100%	V
	自有商品代工廠實地評鑑完成率 100%	100%	V
	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...)	100%	V
	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%。	100%	V
	販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年查核門市及格率 100%。	100%	V
員工	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)	總合傷害指數 0.25	V
	每年重大職安事件 0 件	重大職安事件 0 件	V
	2018 年加盟門市人權稽核 100% 完成	完成結案報告	V
	辦理交通宣導會 3 場	已完成 3 場次	V

面向	2018 年 KPI	2018 績效	達成度	
社區	舉辦好鄰居同樂會 15,000 場次、超過 30 萬人次參與	活動 16,990 場、共 358,437 人次參與	V	
	門市零錢捐年度募款達 170,000 仟元	門市零錢捐款年度募得 177,366,710 元	V	
環境	採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購金額 4.5%	達 10.16%	V	
	門市用電密集度較 2014 年降低 8.5% 或較 2017 年減少 1%	減少 4.61%	V	
	總部大樓 (2~11 樓)	用電密集度 EUI 較前一年降低 0.5%	減少 2.5%	V
		用水量人均較前一年節約 0.5%	減少 0.6%	V
		用紙量人均較前一年節約 0.5%	減少 3.8%	V
		2018 年導入 48 台最新環保期數車輛，至 2020 年導入超過 223 台最新環保期數車輛	汰換 94 台舊型 (三、四期)，導入 109 台 5 期	V
	紙本發票數占整體發票開立數量 2% 以下	12 月底占 0.05%	V	

2019 年 KPI 及中長期目標

面向	KPI
公司治理	公司治理評鑑維持前 5% 排名
	採購部之制式採購合約及行銷之制式年度商品供應合約納入誠信經營及企業社會責任條款達 98%
	上、下半年安排公司重大溝通機制，各進行至少一次誠信經營或禁止內線交易宣導



面向	KPI
產品	<p>年度商品安全管理投入費用超過五千萬元</p> <hr/> <p>PB/PL 食品類商品式樣書導入 MAS 系統，商品支數導入率達 100%(商品上市後 2 週內)</p> <hr/> <p>1.PB 共購 + 與超商直接交易 + 牧場供應商稽核完成率 :100%</p> <p>2.PB/PL 代工廠實地評鑑完成率 100%</p> <hr/> <p>自有商品食品類國內 (不含直接交易原料供應商及蛋品供應商)100% 取得國際 / 國內食品安全認證 (如 ISO22000/FSSC22000 等)</p> <hr/> <p>年累積三聯式發票，紙本發票數佔整體 2% 以下</p> <hr/> <p>ibon APP 持續導入手機條碼運用服務 (如繳費、紅利兌換、電子票等)，於 ibon APP 操作，出示條碼於櫃台結帳，節省 ibon 繳費紙捲使用張數 4,244,205 張。</p> <hr/> <p>自有商品 (食品類) 國內代工廠 100% 取得國際 / 國內食品安全認證 (如 ISO22000/HACCP/CAS 等)</p> <hr/> <p>1.OPEN! 氣球路跑舉辦，提倡運動習慣，提升親子互動交流議題。活動投入金額 800 萬元，人數維持萬人目標。</p> <p>2.OPEN 家族全台 15 場公益演出，鼓勵弱勢族群、親子 / 學童，傳遞社會大眾正面能量。</p> <p>3. 支持職棒統一 7-ELEVEN 獅棒球隊運作，為台灣體育運動盡一份心力，挹注金額達 9 千萬。</p> <hr/> <p>自有商品食品類國內代工廠 100% 取得國際 / 國內食品安全認證 (如 ISO22000/HACCP/CAS 等)</p> <hr/> <p>自有商品食品類國內 (不含直接交易原料供應商及蛋品供應商)100% 取得國際 / 國內食品安全認證 (如 ISO22000/FSSC22000 等)</p> <hr/> <p>系統雲端化比例提高 5%，降低電力能源的使用。</p> <hr/> <p>2021 年 100% 食品類代工廠皆取得 ISO2200:2018 證書</p> <hr/> <p>2022 年門市用品新廠導入評鑑分數提高至 75 分</p> <hr/> <p>2021 年非一階供應商行為準則教育訓練宣導達 100%</p>
員工	<p>總合傷害指數低於近三年度我國零售業平均標準值 0.35 (2016-2018 年平均)</p> <hr/> <p>2019~2021 年 0 件重大職安事件，並透過第三方驗證單位每年持續複驗 ISO45001 以維持系統運作有效性</p> <hr/> <p>2019 年勞動檢查違法罰款 0 件</p> <hr/> <p>員工參與 2019 年度巡迴健檢比率達 85%，平均滿意度達 4.3 分</p>
社區	<p>舉辦好鄰居同樂會 1.6 萬場次、超過 32 萬人參與；2023 年好鄰居同樂會累計辦理達 1.8 萬場次、超過 34 萬人參與</p> <hr/> <p>門市零錢捐年度募款達 1.7(億) 元，2023 年零錢捐及捐物金額達到 1.85 億</p>

面向		KPI
環境	門市環境 指標	節能目標：2019 年門市用電密集度較 2014 年降低 12% 或較 2018 年減少 1.5%
		屆齡店裝修：2021 年屆齡店裝修達 625 家，較 2018 年用電量減少 14,193,000 度
		門市用電密集度 (EUI)：2019 年門市用電密集度較 2014 年降低 12% 或較 2018 年減少 1.5%
		2021 年以前，維持門市單店年平均用水量與 PSD 關係強度為 0.5%
		2021 年以前，維持門市單店月平均廢棄物清運重量與 PSD 關係強度為 0.9%
	總部大樓 (2~11 樓)	用電密集度 EUI 較前一年降低 0.5%
		用紙量人均較前一年節約 0.5%
	溫室氣體減 量目標	2021 年溫室氣體排放密集度 (公噸 CO ₂ e/ 百萬元營收) 較 2015 年減少 9.26%
		採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購金額 5.5%
		雲端發票占開立發票總張數占比較前一年度增加 1.5%
	物流公司 2019 年導入 56 台最新環保期數車輛，至 2020 年導入超過 242 台最新環保期數車輛	

GRI Standard 2016 指標對照表

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
一般揭露			
GRI 102 一般揭露	102-1 組織的名稱	2.1 營運概況	P.14
	102-2 活動、品牌、產品與服務	2.1 營運概況 2.2 法規遵循	P.14
	102-3 總部位置	2.1 營運概況	P.14
	102-4 營運據點	2.1 營運概況	P.15
	102-5 所有權與法律形式	2.1 營運概況	P.14
	102-6 提供服務的市場	2.1 營運概況	P.15
	102-7 組織規模	2.1 營運概況	P.14
	102-8 員工與其他工作者的資訊	4.1 人力資源概況	P.47-P.48
	102-9 供應鏈	3.3 永續供應鏈管理	P.36



GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
GRI 102 一般揭露	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	本報告期間未有重大變化	
	102-11 預警原則或方針	2.2 公司治理	P.23-P.24
	102-12 外部倡議	1.1 永續管理架構	P.9
		2.1 營運概況	P.19
	102-13 公協會的會員資格	2.1 營運概況	P.19
	102-14 決策者的聲明	(前言) 經營者的話	P.4-P.5
	102-16 價值、原則、標準及行為規範	2.2 公司治理	P.22-P.23
	102-18 治理結構	1.1 永續管理架構	P.6-P.7
	102-40 利害關係人團體	1.3 利害關係人溝通	P.12-P.13
	102-41 團體協約	無工會，不適用	
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	1.3 利害關係人溝通	P.12-P.13
	102-43 與利害關係人溝通的方針	1.3 利害關係人溝通	P.12-P.13
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	1.3 利害關係人溝通	P.10-P.11
	102-45 合併財務報表中所包含的實體	(前言) 關於本報告書	P.1
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	1.3 重大性評估流程	P.10-P.11
	102-47 重大主題表列	1.3 重大性評估流程	P.10-P.11
	102-48 資訊重編	無資訊重編之情事	
	102-49 報導改變	1.3 重大性評估流程	P.10-P.11
	102-50 報導期間	(前言) 關於本報告書	P.1
	102-51 上一次報告書的日期	(前言) 關於本報告書	P.1
	102-52 報導週期	(前言) 關於本報告書	P.1
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	(前言) 關於本報告書	P.1
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	(前言) 關於本報告書	P.1
	102-55 GRI 內容索引	附錄三 GRI 準則指標對照表	P.110-P.114
	102-56 外部保證 / 確信	(前言) 關於本報告書	P.1
		會計師有限確信報告 AA1000 獨立保證意見書	P.119-P.120 P.121-P.122
重大主題			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	1.2 重大性評估流程	P.10-P.11
誠信經營			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	2.2 公司治理	P.22-P.23
	103-2 管理方針與其組成部分	2.2 公司治理	P.22-P.23
	103-3 管理方針的評估	2.2 公司治理	P.22-P.23
GRI 205 反貪腐	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.2 公司治理	P.22-P.23

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
法規遵循			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	2.3 法規遵循	P.27
	103-2 管理方針與其組成部分	2.3 法規遵循	P.27
	103-3 管理方針的評估	2.3 法規遵循	P.27
GRI 307 有關環境保護的法 規遵循	307-1 違反環保法規	2.3 法規遵循	P.27
GRI 419 社會經濟法規遵循	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	2.3 法規遵循	P.27
能源與溫室氣體			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	6.1 節能減碳實踐基地	P.87
	103-2 管理方針與其組成部分	6.1 節能減碳實踐基地	P.87
	103-3 管理方針的評估	6.1 節能減碳實踐基地	P.87
GRI 302 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	附錄一 歷年績效數據	P.101
	302-2 組織外部的能源消耗量	6.1 節能減碳實踐基地	P.93
	302-3 能源密集度	6.1 節能減碳實踐基地	P.91-P.92
	302-4 減少能源消耗	6.1 節能減碳實踐基地	P.89-P.91
GRI 305 排放	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	6.1 節能減碳實踐基地 附錄一 歷年績效數據	P.88 P.101
	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	6.1 節能減碳實踐基地 附錄一 歷年績效數據	P.88 P.101
	305-3 其他間接 (範疇三) 溫室氣體排放	6.1 節能減碳實踐基地	P.93
	305-4 溫室氣體排放密集度	6.1 節能減碳實踐基地	P.89
	305-5 溫室氣體排放減量	6.1 節能減碳實踐基地	P.89-P.91
勞雇關係			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	4.1 人力資源概況	P.47
	103-2 管理方針及其要素	4.1 人力資源概況	P.47
	103-3 管理方針的評估	4.1 人力資源概況	P.47
GRI 401 勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	4.1 人力資源概況	P.49
	401-2 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	4.4 員工福利與照顧	P.64-P.66
	401-3 育嬰假	4.4 員工福利與照顧	P.65
勞 / 資關係			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	4.1 人力資源概況	P.47
	103-2 管理方針及其要素	4.1 人力資源概況	P.47
	103-3 管理方針的評估	4.1 人力資源概況	P.47



GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
GRI 402 勞 / 資關係	402-1 關於營運變化的最短預告期	4.4 員工福利與照顧	P.67
職業安全衛生			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	4.2 職業安全與健康	P.51
	103-2 管理方針及其要素	4.2 職業安全與健康	P.51
	103-3 管理方針的評估	4.2 職業安全與健康	P.51
GRI 403 職業安全衛生	403-1 由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	4.2 職業安全與健康	P.51
	403-2 傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	4.2 職業安全與健康 省略理由：資訊無法取得 2018 年傷害率、損工日數率因性別統計不易故未以性別分類，2019 年從 1 月已開始依性別分類統計	P.54-P.55
	403-4 工會正式協議中納入健康與安全相關議題	無工會，不適用	
訓練與教育			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	4.3 員工訓練與發展	P.58-P.59
	103-2 管理方針及其要素	4.3 員工訓練與發展	P.58-P.59
	103-3 管理方針的評估	4.3 員工訓練與發展	P.58-P.59
GRI 404 訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4.3 員工訓練與發展	P.59
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	4.3 員工訓練與發展	P.60-P.62
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	4.3 員工訓練與發展	P.63
當地社區			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	5.1 公益發展策略	P.69
	103-2 管理方針及其要素	5.1 公益發展策略	P.69
	103-3 管理方針的評估	5.1 公益發展策略	P.69
GRI 413 當地社區	413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	5.2 統一超商好鄰居文教基金會	P.70,77
顧客健康與安全			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	3.2 商品安全管理	P.31-P.35
	103-2 管理方針及其要素	3.2 商品安全管理	P.31-P.35
	103-3 管理方針的評估	3.2 商品安全管理	P.31-P.35
GRI 416 顧客健康與安全	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.3 法規遵循	P.27
行銷與標示			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	3.4 客戶關係管理	P.43-P.45
	103-2 管理方針及其要素	3.4 客戶關係管理	P.43-P.45
	103-3 管理方針的評估	3.4 客戶關係管理	P.43-P.45

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
GRI 417 行銷與標示	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.3 法規遵循	P27
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.3 法規遵循	P27
品牌管理			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	3.1 品牌管理	P29-P31
	103-2 管理方針及其要素	3.1 品牌管理	P29-P31
	103-3 管理方針的評估	3.1 品牌管理	P29-P31
客戶關係管理			
GRI 103 管理方針	103-1 解釋重大主題與其邊界	3.4 客戶關係管理	P43-P45
	103-2 管理方針及其要素	3.4 客戶關係管理	P43-P45
	103-3 管理方針的評估	3.4 客戶關係管理	P43-P45
GRI 418 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	3.4 客戶關係管理	P44-P46
其他主題			
GRI 200：經濟			
GRI 201 經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1 營運概況	P16-P17
GRI 202 市場地位	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.4 員工福利與照顧	P64
GRI 300：環境			
GRI 301 物料	301-3 回收產品及其包材	6.2 資源效率新提案 附錄一 歷年績效數據	P96-P97 P.103
GRI 303 水	301-1 依水來源劃分的取水量	6.2 資源效率新提案 附錄一 歷年績效數據	P95 P.102
GRI 306 廢汙水和廢棄物	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	6.2 資源效率新提案 附錄一 歷年績效數據	P96-P97 P.103
GRI 308 供應商環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	3.3 永續供應鏈管理	P37
GRI 400：社會			
GRI 405 員工多元化與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元化	4.1 人力資源概況	P21,48,50
	405-2 女男基本薪資和薪酬的比率	4.4 員工福利與照顧	P64
GRI 407 結社自由與團體協商	407-1 可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	4.4 員工福利與照顧	P67
GRI 409 強迫或強制勞動	409-1 具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	4.4 員工福利與照顧	P67
GRI 412 人權評估	412-1 接受人權檢核或人權衝擊評估的營運活動	4.4 員工福利與照顧	P67
GRI 414 供應商社會評估	414-1 新供應商使用社會準則篩選	3.3 永續供應鏈管理	P37
GRI415 公共政策	415-1 政治捐獻	2.2 公司治理	P22



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

編號	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
1	<p>「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。2018 年共召開三次會議，討論內容包括商安政令宣導、夏季品保加強專案進度、商安制度查核缺失類別分析、食品安全監測計畫及其執行進度等。</p>	P.31	<p>2018 年商品安全委員會組織及運作管理程序及 2018 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。</p> <p>百分比係依據商品安全委員會運作範圍及結果，若影響全公司所有自有產品類別，即為 100%。</p>	<p>第一款</p> <p>第一目</p>
2	<p>統一超商依循「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，蒐集並追蹤產品安全相關訊息，以確實管理商品安全風險，此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%。2018 年商品安全訊息共 875 件。</p> <p>註：A 級、B 級及 L 級訊息係以公司內部訊息公告日統計。</p>	P.32	<p>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，2018 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。</p> <p>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，若影響全公司所有自有產品類別，即為 100%。</p>	<p>第一款</p> <p>第一目</p>
3	<p>2018 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)。</p>	P.34	<p>依據公司所訂導入初次運輸物流配送管理機制，2018 年初次運輸導入達 100% 的產品類別。</p> <p>百分比係依據 2018 年已簽訂初次運輸物流配送合約之廠商其供貨該產品類別項目銷售額佔公司 2018 年該產品類別總銷售額的百分比。</p>	<p>第一款</p> <p>第一目</p>
4	<p>此外亦透過管理顧問公司，針對門市的商品效期管理品及品保作業查核。2018 年受稽核的門市占全台所有門市的 98.64% (註)。</p> <p>註：少數門市係因 2018 年初關店或 2018 年末開店，故未於 2018 年受稽核。</p>	P.35	<p>依據公司門市過期品下架控管查核機制，全年度全台所有門市中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。</p>	<p>第一款</p> <p>第一目</p>
5	<p>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，2018 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.43%(註)。</p> <p>註：少數門市係因 2018 年初關店或 2018 年末開店，故未於 2018 年受稽核。</p>	P.35	<p>參照「食品良好衛生規範準則」制定品保訓練課程及測驗卷，全年度全台所有門市中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。</p>	<p>第一款</p> <p>第一目</p>

編號	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
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。2018 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。	P27	2018 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
	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>2018 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 50 家，稽核完成百分比為 100%(註 2)；針對這 50 家供應商參照 P.38 表、供應商評鑑項目共執行 184 次稽核，稽核結果合格共計 182 次，合格百分比為 98.9 %。針對不合格的廠商除依「商品品質保證協議書」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)2018 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。(2)2018 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。(3) 於 2018 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。</p> <p>註 2：一家代工廠、三家直接交易型原物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 2018 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。</p>	P40	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 P.36 頁)，對自有商品食品類商品供應商執行評鑑之家數、百分比、評鑑項目、稽核次數與結果。	第一款 第五目
8	<p>2018 年門市一次性用品類國內供應商 (註 1) 共計為 11 家，稽核完成百分比為 100%(註 2)；針對這 11 家供應商參照 P.38 表、供應商評鑑項目共執行 15 次稽核，稽核結果合格共計 13 次，合格百分比為 86.7%。2018 年不合格的廠商已依「供應商評鑑同意書」進行罰款 (註 2)。</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：該廠商已於第一次複評不合格後結束交易及代工，故 2018 年依對應之管理辦法要求不需再進行稽核。</p>	P40	依據「門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法」(請詳 P.36 頁)，對門市一次性用品類國內供應商執行評鑑之家數、百分比、評鑑項目、稽核次數與結果。	第一款 第五目



編號	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
	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
9	截至 2018 年底，該品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議所建立之檢驗項數為 587 項。	P.33	截至 2018 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。	P.33	截至 2018 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。	P.33	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。	P.33	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	P.33	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
14	品檢實驗室產生費用總計新台幣 38,409 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 17,348 仟元 (註)，佔個體營業收入 0.025%。 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.33	2018 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

編號	確信標的資訊	頁次	適用基準	作業辦法
15	<p>2018 年商品與原物料共檢測 855 項，通過檢驗合格為 841 項，合格率 98.4%。</p> <p>(以下非屬確信文字)</p> <p>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，確保我司販售之商品皆安全無虞。</p>	P.33	<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	<p>於 2018 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 50 家，以供應商之工廠統計，共有 99 個工廠；其中自有商品食品類國內代工廠數為 58 個代工廠，其中 57 個代工廠(註)取得國際食品安全管理系統 ISO22000 認證。</p> <p>註：統一超商代股份有限公司(花蓮廠)於 2018 年 10 月正式開始供貨，並已於 2019/4/2 取得 ISO22000 認證。</p>	P.36	<p>2018 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 認證證書及取得 ISO22000 認證之國內代工廠數總和。</p>	公司自願 確信項目
17	<p>統一超商目前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的管理，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)，確保商品原料與供應商能被追溯管理。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 2018 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 99.87% (註)。</p> <p>註：2018 年有 1 筆商品仕様書未於上市 14 天內設立完成，故未完成建檔。</p>	P.33	<p>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 2018 年底商品仕様書建檔完成比率(註)。</p> <p>註：計算基準為 2018 年度有販售之產品。</p>	公司自願 確信項目



會計師有限確信報告



會計師有限確信報告

資會綜字第 18010341 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，對 貴公司選定 2018 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 2018 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 2018 年度企業社會責任報告書第 115 至 118 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。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照適當基準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，以發現前述資訊在所有重大方面是否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。

本會計師係依據所辨認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設計及執行下列確信程序：

- 對參與編製確信標的資訊之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統，以及攸關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。

- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，對確信標的資訊進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行包括查詢、觀察、檢查及重新執行等測試，以取得有限確信之證據。

此報告不對 2018 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

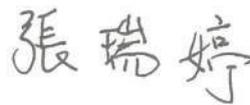
依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依適用基準編製而須作修正之情事。

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 張瑞婷



中 華 民 國 1 0 8 年 6 月 2 8 日



AA1000 獨立保證意見書

ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PRESIDENT CHAIN STORE CORP.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2018

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by President Chain Store Corp. (hereinafter referred to as PCSC) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2018 (hereinafter referred to as CSR Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the PCSC's CSR Report of 2018 and its presentation are the responsibility of the management of PCSC. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in PCSC's CSR Report of 2018.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all PCSC's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- evaluation of content veracity of the sustainability performance information based on the materiality determination at a high level of scrutiny for PCSC and moderate level of scrutiny for subsidiaries, joint ventures, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008); and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from PCSC, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 28000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within PCSC's CSR Report of 2018 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of PCSC sustainability activities in 01/01/2018 to 12/31/2018.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI Standards in accordance with Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2, High level assurance.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

PCSC has in place a process for stakeholder identification. A variety of engagement efforts such as survey and communication to franchisees, employees, investors, suppliers, governmental authorities, customers and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. In the future, PCSC may periodically review its stakeholder identification and engagement process, as well as to establish ways for stakeholders to be involved in decisions that will improve sustainability performance.

Materiality

PCSC has established processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders. Key organizational values, policies, strategies, and operational management systems may be considered throughout the materiality determination process in next reporting cycle.

Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, PCSC's CSR Report of 2018, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, it is recommended to have more descriptions of PCSC's involvement with the impacts for each material topic (103-1), and how efforts were given to mitigate the impacts.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



David Huang
Senior Director
Taipei, Taiwan
12 June, 2019
WWW.SGS.COM



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-8



統一超商

企業社會責任報告書

