

5

為所有關係人創造最大共益

我們每一天都朝著邁向最卓越的幸福企業目標前進，貼心不打烊，讓每一個人幸福就在身旁，為了達到這樣的目標，創造所有利害關係人最大的共益，就是統一超商存在最重要的宗旨，我們從營運的核心價值出發，讓每一間門市成為統一超商的CSR實踐基地，在門市裡不論是販售的商品與服務，或是門市的人員以及門市的活動，都蘊含著帶動台灣往更美好的生活邁進的使命，帶動消費者一起節能減碳、資源回收、推廣綠色商品、保障農民收入以及找回社區的人情味；另外，也與利害關係人展開一連串的行動，降低營運所產生的環境衝擊、與員工、供應商、政府一

起攜手合作，在CSR相關議題中，透過管理與行動，而使得自身企業的發展及外部社會的發展，一同向上提升。



5.1 門市是CSR實踐基地



7-ELEVEN的門市店長及夥伴在社區經營，最明白在地民眾的想法，希望透過門市的影響力，來引領民眾以簡單的方式，縮短與永續生活的距離、參與社會扶助的活動、促進社區的繁榮。因此從2011年開始，試行甄選對CSR有熱忱的門市店長，協助發現在地的CSR議題，結合門市核心能力與服務，設計專屬當地的CSR活動，帶領社區居民親身參與響應。

為鼓勵門市夥伴將CSR落實於每日工作之中，2011年開始推動「CSR幸福大使培訓」計畫，透過課程安排，帶領店長們由門市本身的核心業務開始思考，運用商品、服務及賣場空間等營運架構來結合CSR議題，兩年來培訓共60位門市店長，執行屬於在地化的CSR專案，不僅讓門市在當地社區以

及顧客群好感度上升，門市的員工更有向心力，更帶來業績以及來客數的提升。未來，將會把優良的專案模式複製到其它門市，做為CSR的良質擴散，透過每一天的服務、販售的商品、購物環境與員工自我實現，讓每一間的門市都能成為CSR的實踐基地。



立東門市

活動名稱 一日環保小店長體驗
 成果效益 影響參與學生30人家長及老師

校舍門市

活動名稱 廢電池回收事不宜遲
 成果效益 478公斤的廢電池
 參與人數1600人
 捐贈200份早餐

理馨門市

活動名稱 綠色商品環保礦泉水推廣
 成果效益 銷售數據顯示改變前環保商品銷售佔34%→改變後佔60%以上，消費者環保認知抬頭。

明志門市

活動名稱 黃金桶—垃圾變黃金
 成果效益 門市專用垃圾袋費用從2880元下降至892元，成功帶動鄰近學生落實環保觀念並身體力行。

豐平門市

活動名稱 百年植樹 節能減碳計畫
 成果效益 參與社區民眾人數280人、種植小葉欖仁樹5棵、金露80棵為地球減碳

雙永門市

活動名稱 魔法社區舞台—資源回收再利用小教室
 成果效益 社區參與人次累積達100人，來客成長20%

景捷門市

活動名稱 地球環保你我他—說環保故事比賽
 成果效益 參與小學生100人次、學習單回收近100%

瑞揚門市

活動名稱 環保專區—綠生活主張
 成果效益 環保清潔用品銷售成長442%

同慶門市

活動名稱 你的健檢中心—『腰』你健康久久
 成果效益 舉辦10場的健檢活動，共測量1500人次

線西門市

活動名稱 垃圾變黃金—跳蚤市場
 成果效益 社區主動報名設置11攤位進行二手物品交換，200多位民眾到場參加

新嘉友門市

活動名稱 走走人生—運動大使選拔暨顧客運動推廣
 成果效益 8位門市夥伴競爭運動大使頭銜，獲得超過數百張社區民眾選票支持並帶動顧客一同響應健走

城北門市

活動名稱 【班級環保做愛心】活動
 成果效益 與民富國小及附近商家合作，資源回收共831公斤、回收抵用金額達19854元、全校師生參與人數超過2300人。

附註：幸福大使的計畫性質多元，此處以健康、環保的成果為例。

5 為所有關係人創造最大共益

5.1.1 滿意的消費者

為廣大的消費者提供更多、更遠、更快，與最優質的服務，一直以來都是我們最大的挑戰與目標。為提供消費者多樣化、多選擇的商品服務，不僅每兩週就會推出新商品上市之外，引進各式流行、暢銷產品以強化商品結構，更能吸引消費者的目光。

便利生活站

ibon的設置形成一個便利生活站，為民眾提供各種即時的服務，目前推出的服務項目包含了行動辦公室(列印、下載、掃描)、代收汽、機車強制險、交通罰單、補單繳費、旅遊票券、飯店訂房、展覽表演及演唱會門票、銀行會員紅利兌換、手機圖鈴下載及命理等，現在已成為台灣最完整的票務平台，為台灣的藝術文化訊息做最有效的即時擴散。



icash

ibon

代收

二代事務機

酒後代駕服務

有感於協助降低台灣酒後駕車所造成的風險，因此搭配交通部與台灣大車隊一起合作，於2012年6月在ibon推出酒後代駕的服務，只要10分鐘代駕司機就會出現在超商門口，幫酒客把車子開回家，人車安全都由車隊負責，提供消費者安全到家的貼心服務。



除了實體既有的全台通路據點之外，我們提出雲端超商的概念，推出7net網路購物平台，利用現今便捷的網路系統，將商品內容放置於網站上瀏覽並且提供不只是零售，也提供“多入數”及“量販包”形式提案來滿足消費者週期性的民生用品購物需求，提供今天訂、明天取且門市取貨免運費的服務，讓消費者於鄰近的7-ELEVEN門市取貨，透過虛實整合的行銷概念，打造「虛擬二樓」的銷售平台，讓消費者不用出遠門、不用花時間、不用擔心網路購物詐騙，即可享受優質的購物環境。

手機APP的應用

隨著智慧型手機的普及，為讓虛實整合的概念更加強化，推出多樣化 APP 程式，包括7-ELEVEN APP、OPEN APP、卡

路里日記 APP 等，提供消費者量身打造的各種組合服務，方便消費者根據自己的需求來下載使用，如7net APP 搭配商品 QR CODE 系統的建置與Barcode掃描，就能夠從手機掃描產品後下訂完成交易，提供消費者更便利的商品購買模式，在彈指之間即完成所有程序，不但能節省時間，更能夠提高購物效率。

我們也為ibon建置行動生活站APP，在2012年推出高速公路電子收費(ETC)繳費，能夠讓消費者更快速的查詢ETC或eTag餘額與儲值，便利行車族快速解決行車帳單問題；在商品卡/禮物卡餘額查詢的部分也能夠透過此APP功能，讓消費者快速確認卡片餘額，未來也將會持續拓展更多讓廣大消費者生活更便利的服務內容。

客戶隱私權

近幾年因為增加多種便利的服務，我們深知在消費者的個人資料保護上必須持續的強化，以獲得消費者對我們所提供的服務放心，且為因應新修法的個人資料保護法，配合經濟部商業司推動導入台灣個人資料保護與管理制度(TPIPAS, Taiwan Personal Information Protection and Administration System)，於2011年成立全公司跨部門的個人資料保護專案小組，建立22份相關文件為公司個資保護與管理作業依據，據此要求所有員工都必須謹慎的保護客

戶所提供的個人資料，以落實消費者個人資料的保護。在個人資料保護與管理制度落實上，於2012年，順利通過驗證獲得經濟部商業司所頒發之資料隱私保護標章(DP Mark, Data Privacy Protection Mark)，是國內第一家通過此標章認證之企業，更將持續守護消費者的隱私權。

執行TPIPAS制度導入

- 2011.7~2012.3 第1階段 調查、分析、計畫(盤點、風險分析)
- 2011.12~2012.6 第2階段 制訂規章、制度建置(手冊、程序書與通報)
- 2012.7~2012.8 第3階段 實際運作(試運行、內評、宣導)
- 2012.9~2012.11 第4階段 申請驗證、取得標章(外部驗證)



促進轉型邁向永續生活

統一超商串連全台包括離島4852家7-ELEVEN門市的人力與服務，打造民眾隨時隨地響應環保的綠色平台，包括三年前即首創「回收物換現金抵用」機制，建構出全國最大的資源回收網絡；門市也持續引進環保標章、碳足跡商品，並推出7-SELECT自有品牌環保、綠色包材概念的產品，不僅強調包裝減量，更大量運用、推廣台灣在地食材，既可縮短食物里程，更支持台灣農業發展，將環保更生活化，為下一代創造更美好的未來。

我們在過去30年來顛覆台灣民眾的消費習慣，有感於未來整體導向環保與低碳轉型的必要性，統一超商願意擔任引領民眾邁向永續生活的先鋒，最簡單也最直接的方式就是提供優質的環保綠色商品讓消費者選購，透過行銷以及認證標章的方式，向消費者溝通說明商品的永續或環保概念。我們期待，除了統一超商自己的改變以外，更能獲得消費者的認同，再一次與消費者一起成為改變的力量。



5 為所有關係人創造最大共益

綠色產品

統一超商將環境友善的理念與商品結合，至今陸續引進環保標章產品，並提供預購服務。此外，門市也提供獲得碳足跡認證的商品，藉由結合這些類型的商品以提升消費者對環境氣候變遷之意識及認知，並獲得國家綠色商店認證。

在2012年我們引進節能商品，開始販售億光LED燈泡，為提高全民節省能

源的意識，特別將商品擺放在位置鮮明的位子，以特價與限量的方式來吸引消費者的目光與焦點，短短三個月期間10萬顆LED燈泡就銷售一空，立即創下2990萬的營收以及單店6200元的業績。此商品的推出也讓我們深刻瞭解到節能商品的需求與日俱增，故持續推出一系列的綠色商品，如：自有品牌LED燈、2.5倍極致濃縮抗菌洗

衣精、環保回收咖啡渣發熱衣、智慧涼感衣與7-SELECT水系列等商品的上市，我們希望藉由我們的商品特性，能夠有效降低能源與資源的使用，同時也替消費者省下荷包，為這片土地與環境盡一份心力。



2012年7-SELECT H2O Water輕量瓶產品共有效減少CO2排放量達到444公噸以上。



CSR 幸福大使 高雄理馨門市劉海龍店長

理馨門市位於河堤社區內，社區綠樹林立，店長有感於環境只有一個，需要我們呵護，有所行動才能幸福茁壯，而購買一瓶環保材質礦泉水就可以減少33%塑膠用量、減少二氧化碳約30g以上、增加地球70%回收空間，如增加綠色商品的使用，便可逐步減少資源的浪費，並將愛地球的心落實每天的消費之中，為社區共同的未來盡一份心力。

活動成果

藉由商品擺設、POP及店員引導，改變顧客的消費行為來推廣環保礦泉水。銷售數據顯示改變前環保商品銷售佔34%→改變後佔60%以上，消費者環保認知抬頭。

7net網購平台上的環保產品



綠色產品

7-SELECT 2.5倍極致濃縮抗菌洗衣精

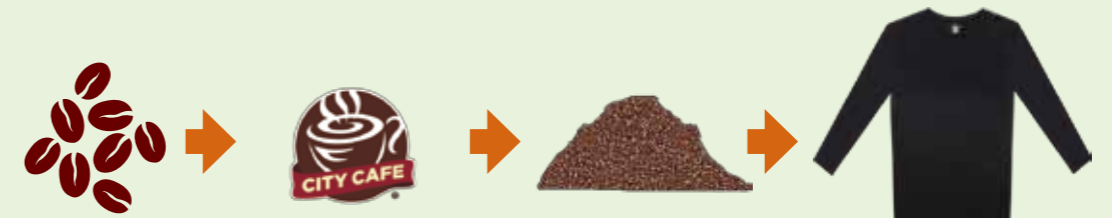
- 2.5倍洗淨力：**將有效成分提高2.5倍，400g的洗衣精，洗淨次數等於體積和重量大上2.5倍的1kg洗衣精。
- 節能環保：**低發泡性，僅一次沖水程序，即可沖洗乾淨，因此具有省水、省電、省時的節能特性
- 污垢不回染：**添加獨特的污垢回染防止劑，能將洗衣過程中溶出的污垢充分包覆，不再回染衣物表面。
- 抗菌防霉：**添加抗菌成分，衣物不只淨白同時可抗菌防霉，洗衣機槽也不易滋生黴菌。
- 中性無添加：**採用無磷、無螢光劑的中性配方，不刺激肌膚，降低環境負擔。



綠色產品

7-SELECT 新一代零著感發熱衣、發熱襪

共回收2161.3kg咖啡渣製成含環保回收咖啡渣發熱衣，相當於沖泡30萬杯中杯熱拿鐵產生的量，每公斤布含10g奈米化咖啡碳化粉粒，有效將咖啡渣轉換成有利用價值的原物料。



- 保暖保溫
- 真正發熱
- 吸濕速乾
- 親膚保溼
- 抑菌除臭
- 耐洗不變形
- 防靜電
- 彈性貼身

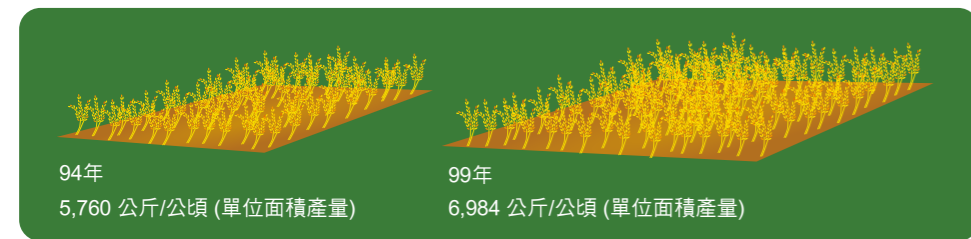
5 為所有關係人創造最大共益

當季鮮食、在地美味

我們認為透過在地、當季的食材所開發出來的鮮食商品是讓消費者享用最新鮮、也最有永續概念的產品，不僅直接支持在地農業，也因為在地當季的食材更有低食物里程、低碳足跡的概念；統一超商選擇與在地農民合作，透過科學化數據

分析施肥與用藥的量，節省農民的成本，透過契作與田間指導的方式，讓農民用對環境友善的方式栽種，同時增加單位產量，更因為安定成長的採購量讓農民安心的種植，保障收入的增加。

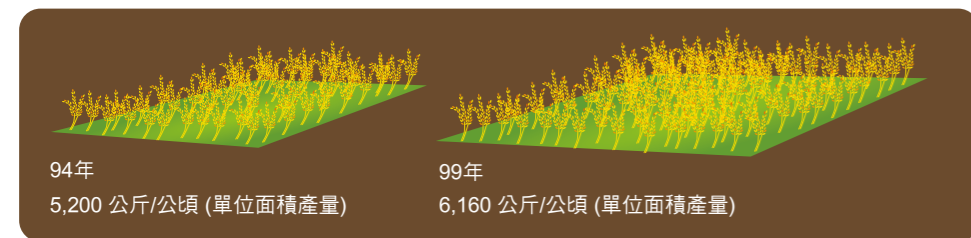
台南11號



消長額 1,224 公斤/公頃

↑ 21%

台梗9號



消長額 960 公斤/公頃

↑ 18%



高品質的食材不只吃的到更要看得到，為了讓消費者安心購買鮮食商品，我們特別建立完整的「產品生產履歷」，藉由公開的農產品生產履歷管理，確保每個環節的品質，另在鮮食商品上建置QR Code，透過手機掃描了解商品的生產及製造過程，在官網上也建置「安心的秘訣」網頁揭露統一超商米、蛋、菜、水果的完整資訊，讓消費者感受到安心，我們的努力就有價值。

7-ELEVEN 鮮食的主張

- 1 深入生產源頭，透過生產履歷的掌控，提供顧客更安心的商品
- 2 透過供應鏈整合，掌握開發差異化商品，保持通路領先優勢
- 3 積極使用優良在地商品，協助台灣產業轉型，善盡企業責任



健康蛋、優質米、安心菜

以嚴格管理各項生產流程而著名的「石安牧場」為合作夥伴，篩檢出新鮮健康的優質好蛋，並嚴選25~80週雞齡生產優質安全蛋品，不餵食抗生素、動物蛋白，以純天然穀植物及純天然萃取元素等餵養。每兩個月取樣抽血檢驗抗體，確保產蛋雞健康，讓珍貴營養成分轉嫁雞蛋內。蛋品經ISO22000、HACCP、CAS、產銷履歷等，為食品安全品質層層把關，讓消費者享用安全安心美味的優良蛋品。



石安牧場溫泉蛋飯糰

和在地的農業產銷班合作簽約，從產地的源頭進行水源、土壤、肥力皆進行科學化的檢測，在種植之前也會將秧苗送至進行DNA檢測確保品種。種植期間，不定期走訪農地，確保所有過程到達標準！我們更耗資2,000萬打造全國唯一通路專屬的米飯實驗室，用專業設備為使用的優質米飯做嚴格的把關。

嚴選具優良土壤、水質、氣候等基礎環境條件，及嚴謹管理團隊與體制的農場，種植四季多樣新鮮蔬



石安牧場冷藏蛋

果農產品，與農民契作生產，從整地、播種、施肥、除草、除蟲及採收等過程透明化紀錄，並由農場管理中心標準化管理，確保品質一致性、來源穩定性及可追溯性，讓消費者吃得健康有保障。

目前在「安心的秘訣」網頁揭露11種生鮮菜類的生產履歷，包括：紅蘿蔔、青江菜、空心菜、小白菜、地瓜葉、山萵蒿、省產羅美、甜玉米、青花菜、A菜、菠菜，另有7種沙拉



用菜類的生產履歷，包括：美生菜、牛番茄、紅蘿蔔、高麗菜、黃蘿蔔、溫室萵苣。每一種類的蔬菜皆有農場資訊、生產紀錄、農田管理等說明，完整揭露優質的安心菜來龍去脈。



5.1.2 環保永續的購物場所

門市節能減碳實施中

在全球氣候變遷議題逐漸升溫，油電雙漲的政策實施下，我們體認節能減碳不僅是世界一流的企業符合CSR的作法，更是永續經營的管理議題；氣候變遷的衝擊可能增加通路佈點遭受天災影響的風險，電費預期的增長連帶造成經營成本的上漲，因此從分佈最廣、影響最大的門市為出發點，從電力管理、照明設計、空調規劃、製冷設備改良、建材選用、工法改善與省水節水等七大類導入落實，投注經費更改節能設備，並與政府、工研院及學術單位合作，提升門市的節能效率，同時也減少門市的營運成本，達到最永續的營運模式。

設備使用管理上，思樂冰機依季節設定運轉時間、採用變頻器減少冰箱耗能、照明改善及減量、新開門市賣場照明及開放式冰箱燈管由T8改為T5、冷藏冰箱及餐吊燈燈管改用LED、引進自然光改變臨窗櫥窗燈管照明時間、縮減夜間招牌照明長度等，2011年與2012年的自主推動作法估計未來每年可持續節電5,163萬度電以上，相當於減少30,621公噸CO₂，2012年全年度因節能手法電費估計節省約1億元。

5 為所有關係人創造最大共益

即時對策/設施類 (既有店符合條件及效益者)

施工項目	條件/施工方法	施工項目	條件/施工方法
臨櫥窗吊燈	櫥窗區之吊燈，同招牌點亮	倉庫分區管理	增設PVC隔簾分隔空調區及照明採用感應式
賣場臨櫥窗第一排燈	若騎樓深度小於2M，同招牌點亮	增設遮陽捲簾	東西向規劃捲簾及植樹，減少日曬
騎樓燈減亮	適當分區減少騎樓燈具	鐵皮屋頂排熱	鐵皮屋頂增設排熱扇或通氣孔
美化型間接燈	獨立開關控管	主機室排熱/對流	增設排風扇
橫式招牌減亮	白天長度不變/夜間點亮長度縮減	賣場冷氣耗能減少	增設循環扇減少冷氣運轉



即時對策 (新開店/Remodel店)

排熱、隔熱工法	節能工法	高效設備
鐵皮屋隔/牆壁熱板材導入	臨櫥窗照明減亮	冷凍冰箱主機外掛變頻器
鐵皮屋隔排熱扇導入	賣場測試不同位置不同照度設計	非變頻空調機器加速淘汰
東西向植樹及綠化遮陽設計	自動門→DOWN SIZE→手推門測試	中島櫃規劃節能膠簾
櫥窗玻璃開口部合理化		中島櫃/臥櫃照明改LED
東西向遮陽簾使用		中島櫃規劃節能直流變頻風扇
必要時入口規劃使用雙層門		冷凍冷藏共用主機外掛變頻器
		w/k冰箱門玻璃以奈米玻璃取代防霧電熱線

長期對策

管理面	設計面	設備面
門市節能作法，納入商形評分	橫式招牌高度/長度/燈具減量	變頻式共用主機機組
高電費門市個別進行管理改善	鐵厝建物以隔熱材施工/增加屋頂對流設計	設備照明導入LED燈
整合電費資料，納入長期管理	合理的建物開口部規劃	設備風扇/風扇類馬達導入變頻
遲付電費不補貼	店舖導入LED燈並採全新配光設計	所有設備進行休眠管理
新開店適切初始馬力數申請	避免賣場設置2個門造成對流流失冷氣	
專業即時管理控制契約容量	自助區排熱設計	
最適冷房負荷計算調整冷氣台數		



2012年因電費調漲造成營運成本的壓力，因此啟動減燈專案，從全國門市的燈具及招牌著手進行，門市燈具施作完成3,781間門市，招牌施作完成2,734間門市，共減少114,099支燈管，每日因減燈專案而減省的電費約147,641元。

統一超商首推電動機車快速充電服務 - 澎湖門市

綠色運輸（電動機車的使用）是使澎湖能成功邁向低碳島最重要的一環。在政府、澎湖縣及企業的大力推動下，目前澎湖電動機車掛牌總數近1,700輛，是目前全台電動機車購成比最高的縣市，我們在2012年首度結合當地19家門市，從空間、硬體設置以及門市夥伴服務訓練，提供全流程快速充電服務，促進澎湖民眾及遊客使用電動機車之意願。相信若澎湖的綠色運輸試行成功，未來台灣本島充電站設置計畫推動將更為順暢。



24小時社區的回收中心 - 資源的無限循環



在現今資源有限的環境裡，人口及生活需求仍然不斷成長，我們有感於自身對於台灣人民生活的影響，同時身為地球公民的一份子，明白若能潛移默化的影響每一個人做一件對地球友善的事情，最簡單的方式就是帶動大家一起將可再資源做最有效益的利用。我們把「便利」的概念與「回收」有效結合，讓資源回收就像購物一樣的方便，集結關係企業的力量，連結7-ELEVEN門市平台，搭配捷盛的物流車隊、捷盟及大智通的物流中心做為逆物流系統，並將回收業務納入重要經營政策，建構台灣最大且最便利的環保回收平台。

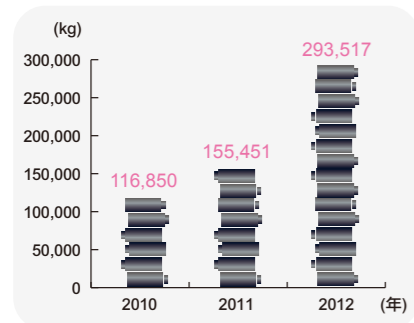
除了固定回收的廢包裝容器（如寶特瓶和鋁箔包）之外，有感於現在資訊產品的汰換速率高，廢資訊用品的回收管

道不便利，因此從2010年起在7-ELEVEN門市開始增設廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機和廢旅座充的回收及推出商品抵用金做法。2012年更透過網路、廣播、電視廣告來推廣、教育民眾可到7-ELEVEN門市回收的訊息，另外在農曆春節、4月份世界地球日、9月份世界清潔日等，特別舉辦為期一週抵用金加倍送活動，當週來門市回收人數為平日兩倍以上，有效鼓勵民眾踴躍參與回收的活動，尤其廢手機回收數量更勝過各大手機通路商。這些回收量代表著，透過統一超商的努力，成功讓台灣民眾習慣到門市做資源回收，越來越多人願意力行做環保，減少地球資源的耗損，創造雙贏的結果。

5 為所有關係人創造最大共益

為了提供在門市休憩、用餐的消費者更友善方便的环境，預計未來門市的垃圾桶及資源回收桶將會改變回收台的材質，使用不鏽鋼檯面利於清潔維護衛生，並且降低回收台高度便利顧客使用，加強門市內的標語，邀請消費者一起維護整潔，並將可回收的資源能夠與垃圾分類回收。

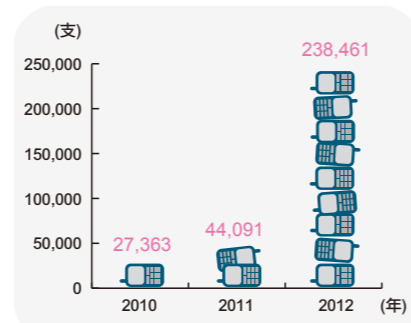
廢電池回收



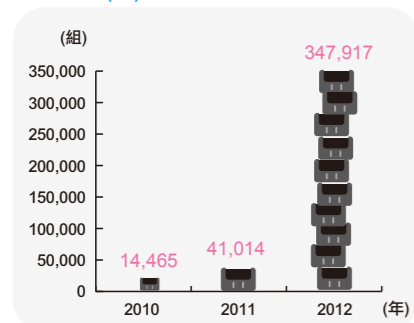
廢光碟回收



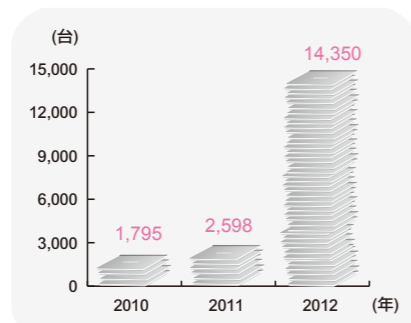
廢手機回收



廢手機座(旅)充回收



廢筆電回收



統一超商資源回收歷年增加項目

- 1995年 廢電池的回收
- 1997年 展開寶特瓶回收
- 1999年 擴大至其他一般性資源回收項目，例：鐵鋁罐
- 2009年 業務用空瓶有價回收
- 2010年 廢資訊用品回收

5.1.3 貼心的服務



「您好，歡迎光臨！」是每天迎接顧客最真誠的問候，7-ELEVEN 全台灣4852家門市，除了一應俱全的商品外，如何服務到消費者的心裡，提供最優質的服務，是永遠追求的目標。2009年底，從賣場空間的變革開始，拉大格局與視野，讓開闊的空間延伸出無限的可能性；增加座位區，創造一個舒適的休憩環境，提供消費者乾淨的用餐環境，並讓放學後的孩童有一個等待家長的安全場所，也是鄰里鄉親話家常喝咖啡的地方；增設的洗手間，成為過客與消費者的貼心小站；美化門市的同時，也成為都市中的巷弄綠洲；至今全台灣超過30坪以上的大店格門市將近58%，9成以上的門市提供座位區，提升門市的遊逛性及服務的多元性，帶給大家嶄新的消費體驗。

隨著服務項目越來越多元，維持門市一致的品質是服務的基本功，從2012年開始，為創造滿足的消費者，我們從心

開始再度出發，著重於第一線的門市服務人員，以品質確保(Quality)、優質服務&快速服務(Service)、環境清潔(Cleanness) = Q.S.C.優質服務再進化為導向，從商品的品質掌握、人員的服務態度、門市的环境整潔，最基本但也是最重要的三個面向提升水準，我們認為做好Q.S.C.即是統一超商身為零售服務業最基本的企業社會責任。



CSR 幸福大使 宜蘭校舍門市黃瓊絃店長

黃瓊絃店長深感廢電池對環境造成的汙染甚劇，思考出結合門市既有的廢電池回收，與附近的校園和社區舉行廢電池回收比賽。活動獲得師生及社區居民的熱烈響應，不僅鼓勵學童做環保還將資源回收的重要性深耕至校園，也立下門市和學校共同合作環境教育的典範。

活動成果

一個月的活動期間共回收了478公斤的廢電池！同時利用回收廢電池的購物抵用金協助弱勢學童購買愛心早餐。



CSR 幸福大使 林口明志門市吳季虹店長

明志門市位於明志工專旁，店長希望從與顧客溝通及教育的方式做起，帶動附近學子與顧客一起從生活中實踐資源回收、垃圾分類。不僅可有效減少垃圾袋的使用量，更可減少門市同仁資源回收分類的作業時間。從門市會議與門市夥伴說明開始，再由夥伴對顧客進行口頭宣導及垃圾分類的操作說明，成功從門市開始帶動民眾落實環保觀念並身體力行。

活動成果

經過連續兩個月的宣導，門市專用垃圾袋的使用數量從2,880元下降至892元。



5 為所有關係人創造最大共益

依據與時俱進的經驗累積，更新「優質服務SOP手冊」，透過圖文並茂的內容，將優質服務內化為每位門市夥伴工作的基本原則，人員必須取得認證才可以站櫃服務，強調「放下→傾聽→回應→處理→感謝」服務五步驟深耕養成；推行省力化作業，減化門市作業，落實各項要點的精準作法，增加服務消費者的時間，另錄製優質服務影片、值班店經理訓練，來強化滲透Q.S.C.的概念；透過全台各區執行門市服務品

管作業，每月進行神秘客評分機制，偽裝消費者並模擬各種不同情境，觀察門市人員的因應能力。另外，鼓勵分享優質的Q.S.C.案例，舉辦優質服務門市的參訪，讓不同門市的經驗互相交流，並定期表揚傑出門市的員工，分享顧客服務的故事，透過分享及學習，形成良質的循環擴散，鼓勵所有門市人員落實Q.S.C.優質服務的精神，打造優良單店，追求永續成長。

CSR 幸福大使 台北新國聯門市林雅婷店長

林雅婷店長認為在繁忙的生活中，只要一個微笑就能帶給人與人之間最直接的溫暖，為了讓來到門市的所有顧客能感受到尊榮的優質服務，與門市夥伴共同發起「門市微笑運動 - 選出你的微笑天使」，由門市夥伴主動以微笑招呼每一位消費者，並熱情的與消費者一同拍照留影，讓消費者可以票選心目中的微笑天使，同時門市夥伴也因為活動的關係建立更緊密的情感。



活動成果

4週的活動期間，除了拉近門市員工與顧客的距離，對每位顧客都能像好朋友一樣對待，塑造話題與顧客建立溝通的橋梁，更建立許多熟客名單。

「每個人一天工作快結束的時候，就是物流士一天工作的開始」，每天日落而作、日出而息，忍受風吹雨淋和上山下海，只為將商品準時送到各個門市去，當大家還在睡覺時，依舊有默默的一群人在為隔天的光鮮亮麗而努力。統一超商的物流關係企業，每天有超過1,000位物流士、1,300輛各溫層物流車、依照1,500多條路線進行配送，將各式商品送到全台的門市，即使是偏遠或離島居民一樣使命必達，其中像澎湖、金門、馬祖等離島地區來說，還得依商品材積與溫層，分別依靠物流車、船、飛機等不同運輸方式，輔以物流箱、棧板、吊具等配送工具輪番上陣才能將商品送達，此外全台還有配送到海拔最高的嘉義阿里山門市、最南端到墾丁船帆石門市、最北端則是新北市石門門市，穿越大小城鎮，就是為了將商品傳遞給台灣不同角落的消費者，成為我們供應鏈最後一哩路，也是承諾給所有消費者24hr都能享受便利生活背後重要的推手之一。



5.1.4 幸福的社區

生活緊湊步調快速的現代社會，是台灣目前都市生活的情境，人群關係冷漠更甚互相對抗，著實讓未來充滿著不安定感；社會應是能帶給人們充滿希望的溫暖，社區應是最安心的大家庭所在。統一超商深入大街小巷，天天與民眾在一起，我們擔憂、關心，這是一種情感的連結，是身為這個大家庭一份子的使命與期待，希望除了透過超值的商品及多元的服務滿足每個人日常所需，更希望透過統一超商的平台，將真情真意帶入社區，因為心中有幸福的人，才能群聚成幸福的社區，建構幸福的社會，也才會成就幸福的企業。

為了達到這個目標，我們善用統一超商的核心理優勢，將企業資源充分運用在每一個社區角落，於1999年捐助成立「財團法人統一超商好鄰居文教基金會」，至今已即將邁入第14個年頭。長期以來，我們與好鄰居文教基金會透過7-ELEVEN門市平台，積極投入社區睦鄰安居的工作，主要

的對象為「社區」民眾，持續關注「健康生活」、「社區環保」、「弱勢關懷」等三大面向，並致力於改善社區生活及延續地方文化；透過遍佈台灣的門市力量，鼓勵員工投入社區關係經營，深入服務各鄉鎮鄰里，發揮貢獻在地的精神，以豐富居民精神生活、提升生活品質、與居民共創更美好的生活為己任，並以「成為社區服務中心」為目標邁進，找回台灣的人情味。

統一超商的核心理能力



- A** 全台超過4,852家7-ELEVEN門市，深入街坊巷弄，每天平均吸引將近全台灣700萬人次造訪。
- B** 提供日常生活各種面向的商品與服務，天天與消費者生活在一起，了解在地民眾需求。
- C** 引領民眾關心社會議題，帶動消費者以簡單的行動即可參與，例如多元化的募款機制，如零錢捐、ibon等，讓愛心能即時提供給需要的人。
- D** 與統一超商好鄰居文教基金會等公益組織、社區團體一起合作，貢獻溫暖加乘效果。
- E** 專業的後勤know how支援，再加上紮實的門市人員教育訓練。

在長期推動之下，見證了門市夥伴展現出的熱情與活力，在社區中，他們已經不再只是一個店員，而是一位被社區民眾認識的大家庭成員。我們也透過內部商品展，針對社區活動推廣的問卷調查，高達94%的員工認同舉辦社區活動，可以有效提升門市與社區之間的友好關係；透過共同投入社區活動的籌辦過程，許多店長更因為有共同的目標，與門市夥伴的關係更具向心力，也相對減少流動率穩定門市人力；消費者到門市，也與店員間有了共同的話題，創造有如過去「柑仔店」熱絡的人情味。2012年底，針對民眾市調發現95.8%參與的民眾對舉辦活動的門市產生好感，並願意未來優先選擇統一超商的產品及服務，我們也因此建

立熟客名單、提升單店單日營收，也在社區經營的過程中，了解民眾需求，作為開發產品及服務的基礎，並累積民眾信任度及情感，成為社區中無可取代、依賴安心的好鄰居，創造與社區經營感情的雙贏共益。

5 為所有關係人創造最大共益

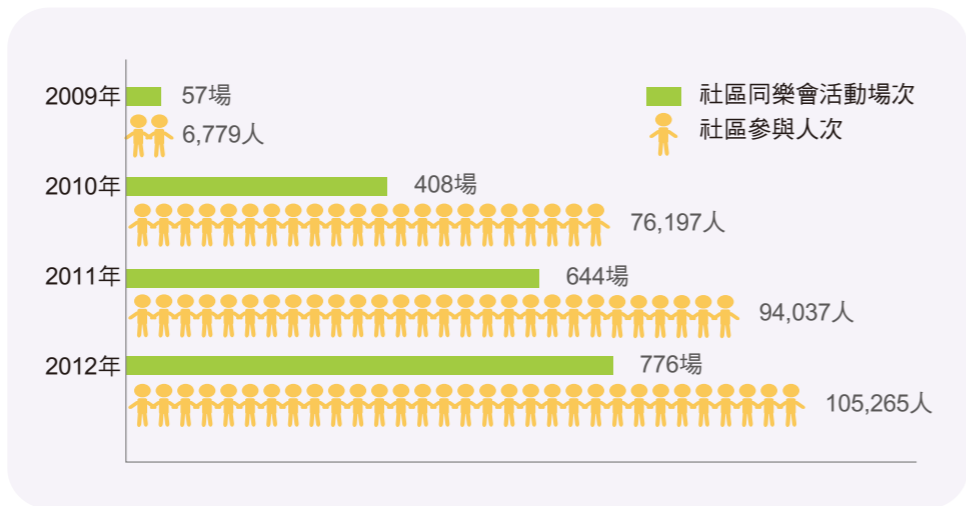
好鄰居同樂會 - 找回屬於我們的人情味

台灣一共有365個鄉鎮，住著背景多采多姿的人、有著豐富的生命故事，為了融入在地生活、真實貼近社區的情感，統一超商好鄰居文教基金會從2009年開始推動「好鄰居同樂會」，期望透過各類型的社區體驗活動，找回台灣純樸又可愛的人情味，凝聚社會更溫暖、強大向上提升的力量，更拉近人與人之間的距離。

為了讓活動散佈到台灣各個角落，我們先建立社區各類型活動SOP手冊及標竿活動案例，舉辦社區經營交流成果分享大會將理念及經驗傳承到其他門市，由各地區顧問協助分析門市所在社區之適合活動，以簡單、易懂、好操作的模式下，輔導門市舉辦社區活動，積極與社區居民互動。

至2012年底，集結上萬名夥伴的力量及社區資源，累積舉辦

超過1800場節慶活動、社區清掃及弱勢孩童關懷等各類社區同樂會活動。更感謝厝邊頭尾的支持與牽成，讓我們有幸與28萬多位社區大小朋友歡樂互動，結合7-ELEVEN愛世界Facebook社群力量發佈社區活動成果，曝光於百萬人粉絲，平均每則訊息按讚數超過700人次，將歡笑與溫暖散佈全台灣。未來好鄰居也將持續努力讓社區關係更加和諧，更讓社區裡戶戶都是好厝邊、人人都是好鄰居。



A 健康生活

以日常保健、食安及身體保養等生活議題切入，舉辦體驗教室提升生活趣味。

B 社區關懷

喚起民眾對居住土地之情感，關懷在地弱勢及大小事，進而凝聚社區共識。

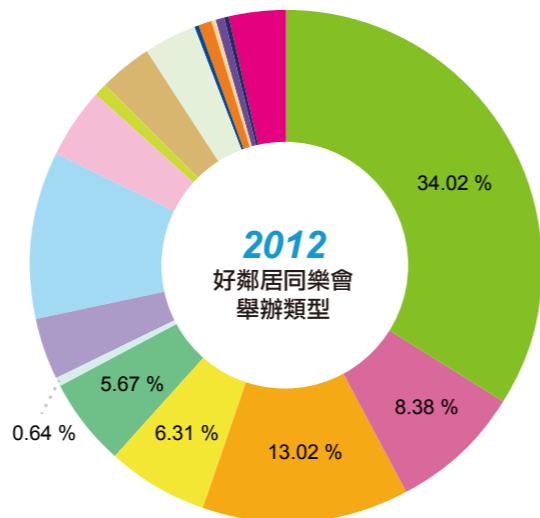


C 社區環保

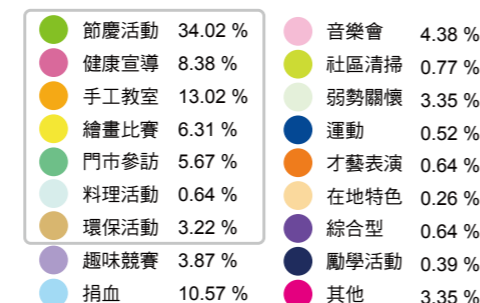
推動門市及民眾重視周遭環境，從日常生活培養環保行為與習慣。

D 節令應景

邀請社區居民至門市互動過節，感受濃濃佳節氣氛，強化7-ELEVEN人情味。



與門市核心業務相關達72%



CSR 幸福大使 高雄新甲仙門市林德和店長



在2011年裡，超商總部、7-ELEVEN新甲仙門市與在地國中小結合，推動全鄉國中小學童閱讀及運動計畫。甲仙地區為八八水災重災區，為了讓處於偏鄉山區從未到過市區、長期居於教育及資源弱勢的孩子們，透過閱讀及跑步的集點與分享交流的活動，不僅在孩子心中深耕了跑步及運動習慣，更提升孩子只要努力就能成功築夢的勇氣與自信心。

活動成果

330名孩童、1,647本閱讀認證次數、602,400公尺跑步認證里程，以及前往夢時代體驗摩天輪的夢想實現。



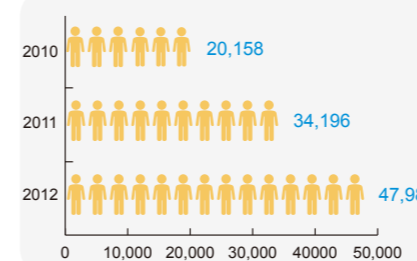
Clean Up the World - 做你的社區環保好鄰居

從2001年開始統一超商好鄰居文教基金會定期於每年9月和全世界超過120個國家、4000萬人同步舉辦「Clean Up the World 清潔地球 環保台灣」，以號召志工清掃為主軸，延伸結合資源回收、垃圾減量等環保概念，期望讓每個人從生活態度及日常習慣開始改變，進而改變自然環境，活動舉行已邁入第13年，總計已有超過40萬民眾共同參與清掃，一起用行動相挺愛護地球。「Clean Up the World 清潔地球 環保台灣」2011年以交通樞紐觀光清掃為主題，2012年以Clean is Cool為口號，號召熱血志工參與響應全球最酷的活動，兩年共計約82,000位志工參與，總計1316個清掃點包含：社區、街道、學區、7-ELEVEN門市周邊、海岸、山坡及車站等共

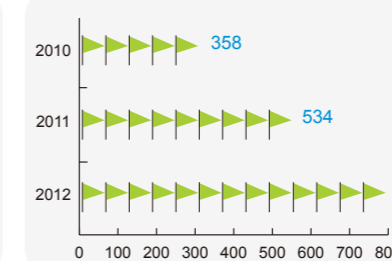
同響應，不僅帶動門市夥伴將掃除精神與清掃知識內化為門市服務的一環，同時喚起大家對環境保護的重視。



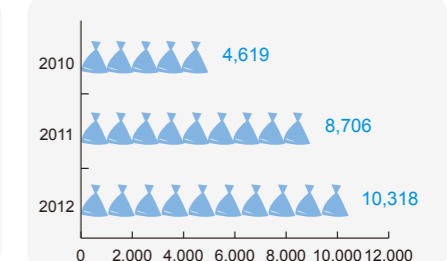
人數



清潔點



清潔垃圾袋

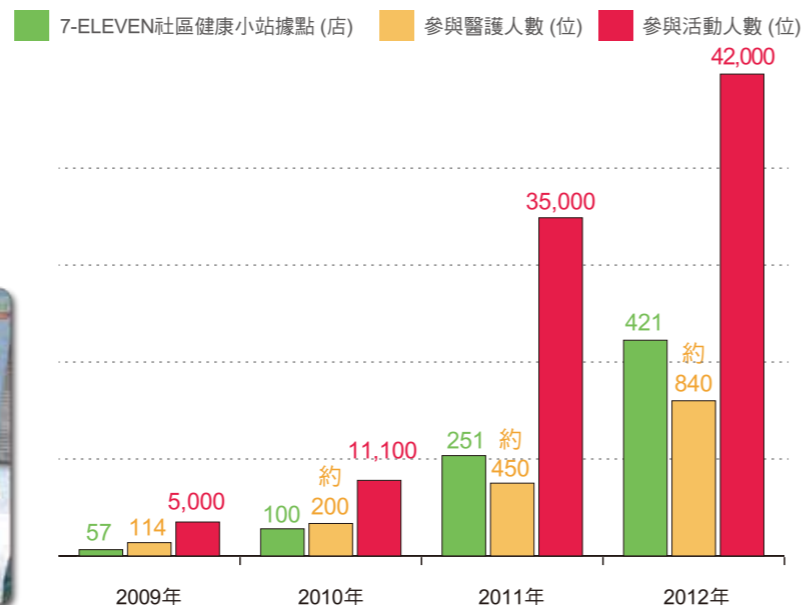


5 為所有關係人創造最大共益

社區健康小站 - 照顧厝邊健康

統一超商好鄰居文教基金會結合千禧之愛健康基金會，於2008年共同建立「社區健康小站」，於特定7-ELEVEN門市提供血壓計、腰圍量尺、健康資訊等免費服務，讓社區民眾方便隨時檢測自己的腰圍及血壓，24小時協助社區民眾發現潛藏的健康危機。至2010年共計有421家7-ELEVEN為「社區健康小站」服務據點，設站觸角除台灣本島外，並擴及澎湖、金門、馬祖等離島地區，部分門市還另外提供血糖、身體質量指數(BMI)、體脂肪等項目的加值服務，期能透過活動主動關懷居民身心健康，建立社區居民良好關係，讓門市與社區能夠更緊密的結合在一起。

除日常提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務外，我們與千禧之愛每年舉辦「全國健康月」，號召醫護人員進駐全台7-ELEVEN社區健康小站門市，幫民眾量腰圍、量血壓，並提供代謝症候群衛教諮詢，呼籲民眾一同「實踐3D健康生活」(Do Control, Do Health Diet, Do Exercise)，遠離代謝症候群；且不定時與醫療機構及衛生單位合作舉辦社區健檢，致力為民眾健康把關；在2012年響應千禧之愛基金會的「89量腰日」活動，在全台門市發送腰圍量尺給需要的民眾，一同為身邊心愛的人量腰圍，關心身邊朋友的健康。



公益心 更貼心

門市零錢捐

不管是城市還是鄉間，不論是深夜或是白天，7-ELEVEN從25年前「把愛找回來」開始，以「公益生活、隨手行善」的理念，一年365天、每天24小時，小小的募款箱讓愛心從不打烊，以零錢捐方式，成為帶動消費者關注弱勢族群的愛心平台，鼓勵消費者隨手捐出結帳後的找零，集結社會各個角落擁有相同理念的朋友，隨時幫助需要社會關懷的弱勢族群，讓這份愛Always Open！25年來累計募款16億4,764萬元(至102/2/28止)，幫助100多個公益團體及弱勢朋友，將我們募集而來的小愛昇華成大愛！

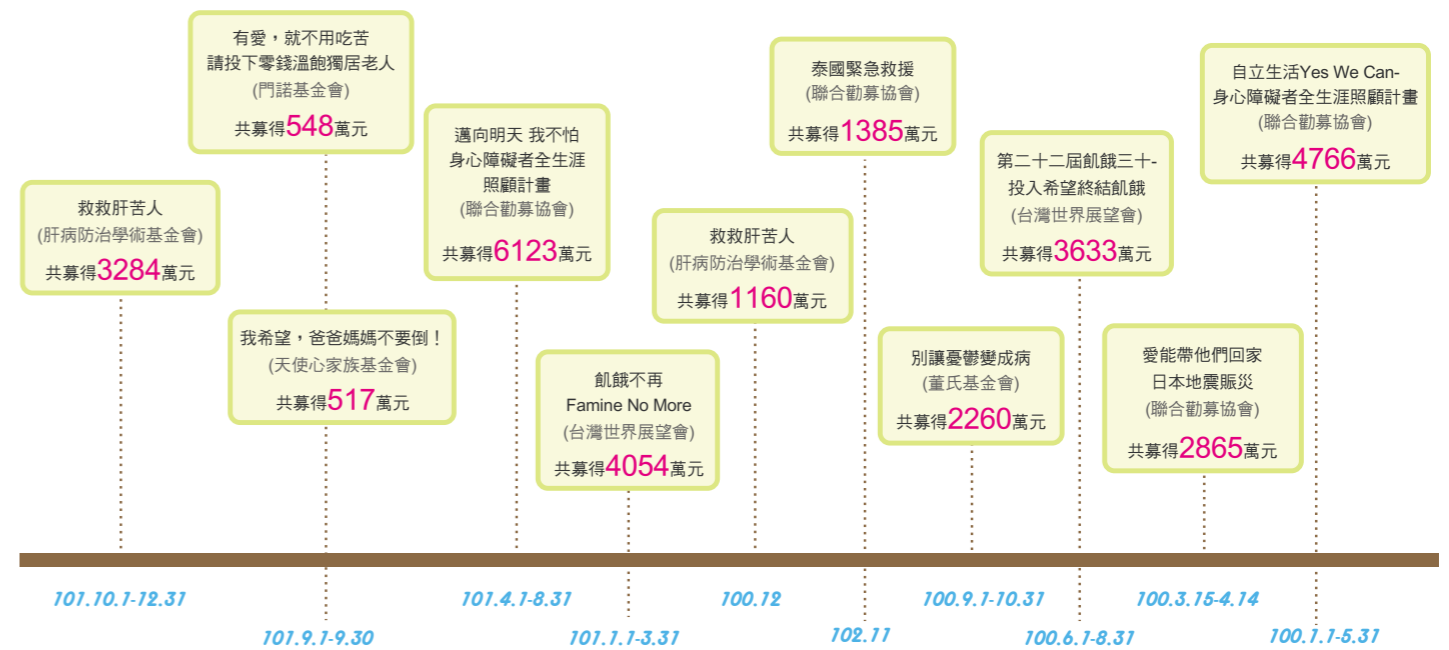
從2007年開始，與聯合勸募攜手投入身心障礙的服務領域，將公益心聚焦於「身心障礙者全生涯支持」議題上，幫助身心障礙者以我們的「幣」之力，讓他們投入適合的工作，並且能夠自立生活，為弱勢族群提供有制度的支持計畫，落實打造照顧身心障礙者族群與其家庭之責任；至2012年止累計募得3億2千多萬元，幫助全台超過12萬5百多個身心障礙者及其家庭，受惠人次已超過159萬人次。

另外，我們也關心國際的急難救助，2011年，與聯合勸募共同發起日本311大地震的重建家園募款，以及泰國水災的即刻救援募款活動，讓我們的愛心不限國界。

ibon 慈善捐款

從2008年開始，我們也利用ibon平台建立慈善捐款的公益中心，讓捐款者可以自由選擇接收捐款的公益社福團體，5年來共累積293,364筆捐款，總計募得186,290,688元(至101/12/31)，平均單筆捐款約為635元，共扶助36個公益社福團體及弱勢族群，為他們找回愛與希望！

7-ELEVEN為維持募款的公信力，以每週清點募款、每檔募款活動後張貼門市公信海報、透過由財務、稽核、法務共同組成的查核小組、年度公益募款查核會議，追蹤募款使用並使之透明化，相關查核資料，均即時公布於7-ELEVEN的官網；另外，每年均會重新審核欲合作的公益社福團體，檢視該組織結構及活動是否健全具公信，為社會大眾的愛心把關。



急難救助 - 讓愛Always Open

國內急難家庭援助計畫 - 「愛心封館」



每當歲末年終的時候，對一些情況特別的急難家庭而言，維持日常生活已經很困難，更遑論要開心地慶祝過年過節。為讓國內急難家庭能在年節時也能感受歡樂幸福的氣氛，從2010年開始，運用自身的通路資源，舉辦「愛心封館」活動，寒冬送暖為急難家庭的孩童提供免費挑選門市商品的機會，2011年串聯



全國7家門市在耶誕節前為21個急難家庭一圓耶誕夢，門市員工提供貼心的服務，讓小朋友能夠挑選喜愛的商品，另外也不忘挑選家中所需的日常生活用品，我們除了看見小朋友開心的笑容，也能感受到他們對家中那份體貼的心。

國內急難家庭援助計畫- 「OPEN 你的祝福，救急不難」



另外，在2011、2012年舉辦「OPEN 你的祝福，救急不難」愛心福箱年節救助活動，結合台灣世界展望會為急難家庭募集年節救助金的募款活動，當民眾捐款滿10,000元時統一超商即加碼送出一只愛心福箱，內含來自關係企業為急難家庭捐贈最實用的物資，另外，統一超商員工及加盟主也共同捐款採購適合的生活用品，包括：米、油、料理包、清潔用品、文具等，每只福箱價值超過2,500元，並號召我們的員工與關係企業擔任志工，組成福箱包裝專業生產線，集結大家的熱情完成承諾的福箱打包任務，



並由黑貓宅急便送到全台、離島、高山等偏遠地區的急難家庭手中。讓民眾以及關係企業的愛心，讓急難家庭能在生活困難的時候得到我們的一絲溫暖。



5.2 You & Me · 做「永續」

5.2.1 統一超商與環境

能源與氣候變遷 - 溫室氣體盤查

7-ELEVEN擁有全台超過4,852家門市店面，以及24小時不打烊的營運模式，每日並有頻繁來往的物流車隊配送商品，因此直接能源耗用的主要能源為燃油燃燒，間接能源耗用的主要來源為電力使用。我們每年持續使用溫室氣體盤查議定書(GHG Protocol)為執行溫室氣體盤查的標準，逐年追蹤盤查邊界內的溫室氣體排放。

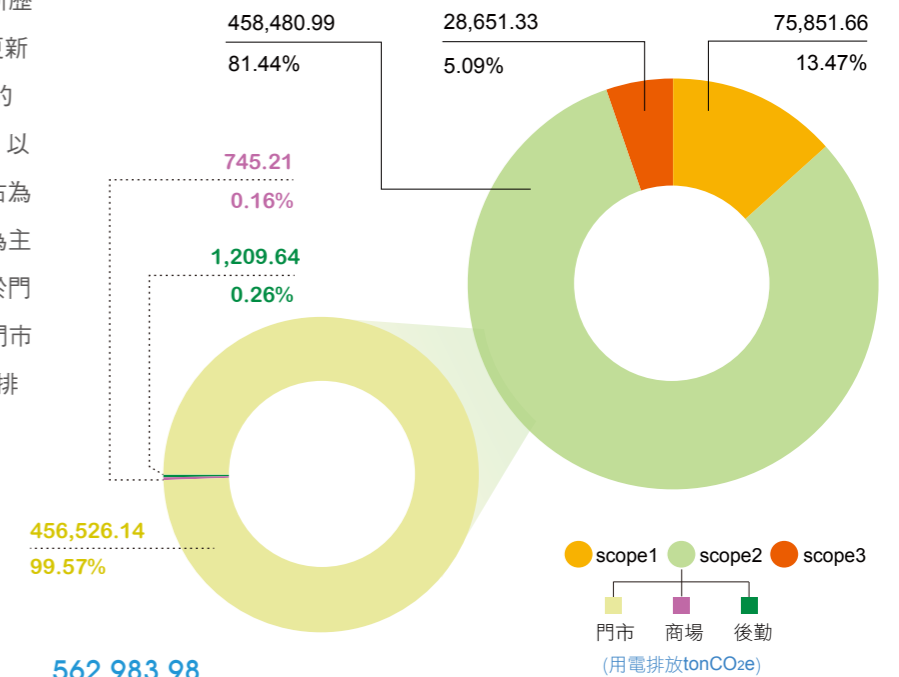


在2011、2012年的盤查結果中，我們持續改善數

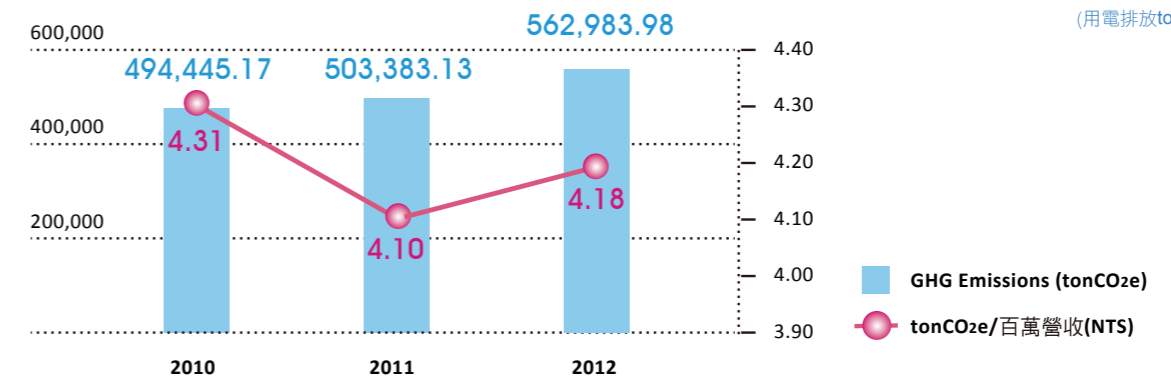
據收集的精準度，除少部分門市尚無法取得實際用電度數外，仍能掌握90%以上的精確資料；另外，藉由多年溫室氣體盤查的經驗，也逐步計畫擴大盤查的邊界，並於2012年開始輔導物流型關係企業開始著手各自的溫室氣體盤查作業，要求針對各自的盤查邊界執行盤查，並研擬各自減量的績效指標，凝聚節能減碳共識，引導其思考行動，攜手改善現狀，以作為未來統一超商溫室氣體盤查邊界擴大及共同減碳策略規劃的準備工作。

統一超商的溫室氣體盤查配合國家政策更新歷年CO₂電力排放係數，因此溯及過往同步更新歷年之溫室氣體排放量。2012年統一超商的溫室氣體盤查總量為562,983.98 tonCO₂e，以電力使用所造成的範疇二排放佔約82%左右為大宗，其中尤以門市用電佔範疇二的99%為主；範疇一直接排放佔約13%，主要來自於門市冷凍冷藏設備及空調設備的冷媒逸散，門市相關物流所造成的範疇三佔約5%。各範疇排放量如下所示：

2012年統一超商溫室氣體各範疇排放量及佔比



溫室氣體排放量歷年比較



5 為所有關係人創造最大共益

企業總部-節能減碳實施中

為達到統一超商所設定的節能減碳目標，我們啟動總部節能減碳計畫，從硬體效能改善及員工意識養成兩大面向著手。首先從既有設備評估檢視開始，盤點總部各項設備的耗損及使用情況，並邀請由外部企業組成的節能志工專業團隊 - 台灣節能巡邏隊協助至大樓巡檢，提供改善建議及管理手法。

我們從電力系統及辦公室照明調整，兩個方向進行改善，並於大樓內駐足張貼節能標語，配合Cool Biz夏季節能管理辦法，透過管理有效改善設備面的效能，未來進一步評估空調系統的改善效益。

辦公室照明調整

- 辦公室照明燈具調整-T5
- 利用迴路控制開關
- 梯廳照明刪減間接燈
- 燈具實際測試數據-標準照度



電力系統改善

- 辦公室既有設備定時開關
- 照明與電梯開關時間調整
- 無契約用電樓層評估導入
- 已簽訂之樓層再檢視

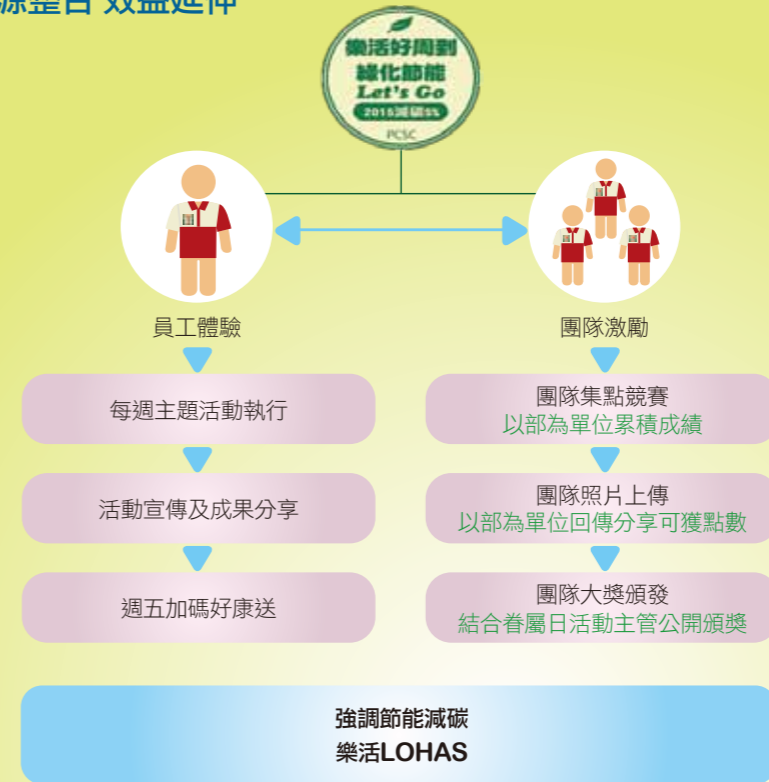


2011年，統一超商參加社團法人中華民國企業永續發展協會(BCSD-Taiwan)所舉辦的「1人1棵樹·Yes, I can do」企業植樹活動，與其他參與企業共同以植樹的方式許下對於環保減碳的承諾與行動，同時此活動呼應聯合國國際森林年「Forest for People」的倡議，傳達樹不僅是文化與生態的搖籃，更是穩定全球氣候重要的角色之一。



提升員工意識方面，我們從2012年6~7月展開連續8星期的「樂活好周到 綠化節能Let's Go」，邀請企業總部同仁以及位於同一棟大樓的關係企業，以部門或關係企業為單位進行團隊集點競賽，並可以將活動照片上傳至活動網站或Facebook，激發同仁的向心力；利用PCSC-Online、員工電子報、活動官網、PCSC溝通平台首頁跑馬燈、各部門朝會及主管會議、海報等多元宣傳管道，搭配夏季節電議題，宣導同仁參與活動不僅健康又可以達到節電的效果。

資源整合 效益延伸



主題 1

樂活登高



5/28-6/1 · 6/25-6/29

響應方式：
鼓勵同仁多爬樓梯、少搭電梯

主題 2

綠化植栽



6/4-6/8 · 7/2-7/6

響應方式：
鼓勵同仁種植盆栽，綠化環境

主題 3

健康蔬食



6/11-6/15 · 7/9-7/13

響應方式：
鼓勵同仁午餐多吃蔬食少吃肉

主題 4

資源再利用



6/18-6/22 · 7/16-7/20

響應方式：
鼓勵同仁多使用環保杯、捐出二手物品義賣

活動期間由高層主管帶頭參與，同時帶動7家關係企業一同響應，充分展現LOHAS的貫徹；活動期間達成每日爬樓梯200人次、400人次以上蔬食體驗，共減少約1,650公斤CO₂排放，打造綠色企業總部形象，讓健康、減碳成為員工每天都可以做的事情。

5 為所有關係人創造最大共益

物流關係企業-節能減碳實施中

統一超商長期以來以減少物流配送趟次、建立維修機制提高運輸效率、共同配送、物流設備升級等方式，進行效率提升並達顯著成效。推行柴油車輛自主管理暨保養合一護照，其精神在於柴油車輛以保養為主、檢測為輔。車輛在平常保養維修時就能瞭解排放煙度值以符合排放標準，以確保車輛排煙之正常，有效降低柴油車輛產生之空氣污染且達減碳管理目標，建立低碳永續生活環境。

我們也致力於提升物流配送車的設備效能與設備更新，降低物流配送車輛對環境的衝擊，逐漸提高生質柴油的使用比例，2010年配合政府政策全面導入生質柴油B2；為確認未來提高生

質能源比例時的車輛穩定性，物流型關係企業捷盛運輸於2012年與財團法人車輛研究測試中心合作進行生質柴油B5測試，並預計於2013年啟動生質柴油B8測試計畫。我們也配合政府環保法規，將於2013年起導入五期環保車型的使用，將由統一集團成立車輛共購委員會，啟動相關採購事宜，預期未來物流配送車輛對環境的衝擊將更低於以往。

另外，除設備的升級外，更注重人員駕駛車輛的正確觀念與方式，捷盛運輸共有83位種子人員參與

財團法人車輛研究測試中心的節能駕駛培訓計畫，接受節能安全教育訓練及節能安全駕駛技能訓練，透過學理教學及實際測試駕駛，體驗怠速、加速、換檔等各種駕駛情境與耗油之間的關係，有效改善未來物流士的開車習慣。



各種駕駛方式與油耗關係

此外，我們與捷盛運輸正在進行建立數位行控中心，與中華電信共同開發集團專屬的車機系統，並搭配GPS/GPRS技術即時掌握車況、路況與貨況，進行物流配送車輛的動態管理，引導物流士安全及正確的駕駛習慣，達到車輛即時監控、安全節能管控、作業品質控管三項目標。藉由車機系統輔導物流士節能駕駛行為，以測試階段成效推估，全面導入後每1000輛車一年節省約300萬的燃油成本，平均每車每月減少怠速4.6小時、減少CO₂排放量約21.5公斤，並可即時控管車輛溫度，確保配送商品的品質及安全。

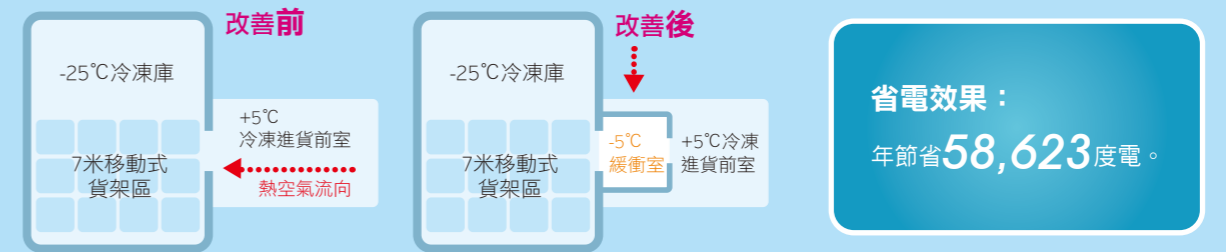
車機系統示意



除致力於降低物流配送車對環境的衝擊外，各物流型關係企業在商品出貨前，即儲貨、理貨階段，對於減少環境的衝擊也是不遺餘力，各別在營運管理、設備更新及教育訓練進行努力。

統昶行銷

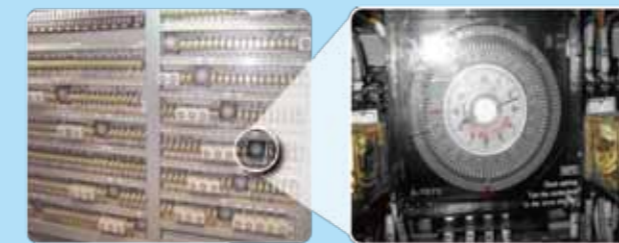
增設-5°C冷凍緩衝室，減少進貨時冷藏庫的熱氣流入冷凍庫，減少蒸發器結霜的機會，提高冷凍機運轉效能，達到節約能源的目地。



導入系統車，製冷機組由獨立式改為機械式；車廂材質從鍍鋅鋼改為鋁材質，每車有效減重1,045公斤，每車裝載率提升16%，預估每車每年省柴油4,600公升。另外，透過輸配送流程改善，前端整合各工廠的供貨路徑，由各地物流中心，就近承接轉運業務，並搭配後端合車共配、區域轉運模式，以更節省能源的方式達到貨暢其流。



統一超商冷凍食品+冷藏品雙溫共配



配合調整冷凍/冷藏庫現場進出作業，設定冷凍機的最佳化風機除霜時間與次數，進行能源管理，有效省電約25%，年節省約15,000度電。

省電效果：
年節省15,000度電，約省電25%。

大智通文化行銷

1. 理貨現場電燈分段控制

將部份區域電燈從原有一段控制變更為二段控制，可節省35%的電燈盞數，每月可節省3,300度電並可節省約11,000元。

省電效果：
月節省3,300度電，節省35%電燈盞數。

2. 冷氣自動控制

將冷氣主機進行自動控制，配合現場作業結束時間，每日於凌晨離峰時段減少運轉2小時，估計每月可節省18,000度電並可節省約26,000元。

省電效果：
月節省18,000度電。

3. 辦公室多餘燈管拆除

依辦公室照度的法規規範去測量辦公室實際照度，進行燈管拆除作業，共減少180根燈管，並且仍符合辦公室之照度值規範，預估每月可節省5,000元。

5 為所有關係人創造最大共益

捷盟行銷

用紙節約：

1. 公文E化(採購、出差申請等作業)、薪資單E化、辦公室用紙量管理、用紙雙面列印。
2. 年節省13,960張紙，年減少558 kgCO₂排放。

年減少**558kg**
CO₂排放。

用水節約：

1. 設施改善- 採用節約用水之省水龍頭或省水馬桶，管路改採自然動力水流。
2. 出水量節省75%，年節省78,000公升用水，年減少16 kgCO₂排放。

年減少**16kg**
CO₂排放。

用電節約：

1. 設施改善- 改採節能照明燈源(T5燈管、LED)，非必需照明區域關閉電源或使用感應式照明；使用隔熱紙；裝設噴流扇/負壓扇，降低廠內溫度；定期檢討合理用電契約容量。
2. 年節省112,210度電，年減少72 tonCO₂排放。

年減少**72ton**
CO₂排放。

用油節約：

1. 作業改善- 推動供應商轉運回頭車作業；推動店配物流車回頭車收貨作業；Small Chain BU業務車輛共配(ex. Starbucks & Afternoon Tea)；車輛進廠禁止怠速(<3min)；宣導會議改採視訊舉行；公出宣導共乘。
2. 年節省232,061公升燃油，年減少627 tonCO₂排放。

年減少**627ton**
CO₂排放。

綠色管理

我們持續堅持透過綠色採購來降低營運對環境所造成的負擔。2011年底配合政府政策，成為國內第一家導入電子發票的連鎖便利商店業者，相較於過往，紙本電子發票導入後不須預估及事前印刷紙本發票，每年節省報廢的傳統紙本發票數即達7,800萬張，換算重量達4,041公斤，以2012年與去年相比，因減少空白發票報廢的預算，節省成本約一千六百多萬元左右；另外，在選擇紙質供應部份，設定材質須符合無雙酚A、耐水、耐油、耐熱、耐光、耐濕等要求，尋找具備印製能力之廠商並規劃複數廠商供貨模組

，以確保供貨無虞，另結合iCash及悠遊卡電子錢包的功能，鼓勵消費者免列印紙本發票，可再結省60%的用紙量，2012年9月起陸續導入57mm窄版紙寬之紙本電子發票，用紙量預估可再節省19.36%。



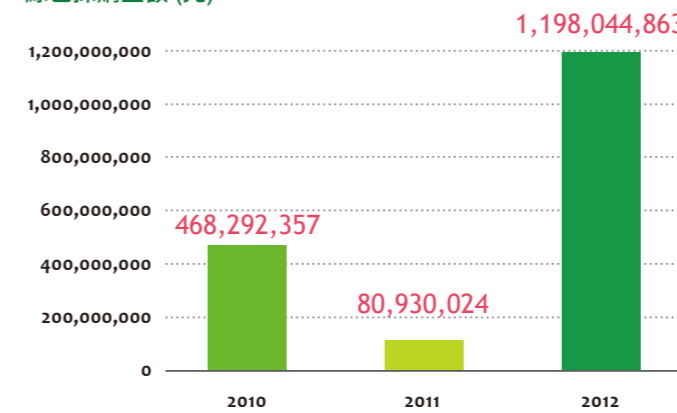
CITY CAFE的提袋導入通過歐盟Compost、美國BPI認證的PLA提袋，思樂冰的杯子也採用由植物塑膠製成的PLA材質，門市的冷凍吊卡及插卡持續擴大導入使用可分解的環保石頭紙，在雜誌用紙部分也多採用清荷環保道林紙等透過綠色採購的方式減少營運產生的環境衝擊。

另外，對於閒置設備希望能物盡其用，2012年整修160台閒置思樂冰機並出口至菲律賓7-ELEVEN。另針對門市使用年限達六年之咖啡機進行專案整修，預估可再延長二

年的使用壽命，大幅提升設備的經濟效益以及使用年限，也達成環保再生的目標。

2012年統一超商榮獲環保署署長頒獎表揚為「100年度綠色採購績優單位」，其中符合綠色產品採購的金額高達1,198,044,863元，連續三年獲環保署頒發的企業綠色採購金額零售服務業第一名，鼓勵我們持續往綠色採購的永續道路上邁進。

綠色採購金額(元)



統一超商

在2012年針對門市營運使用的POS系統進行大量採購升級至第三代POS系統，除運算處理效能增快**3.7倍**，加速門市營運管理、結帳的效率，更比前代系統的額定功率減少**25%**、待機功率減少**38%**，大幅降低POS系統的用電成本，是我們近幾年投資金額較大但效益最佳的綠色採購項目。

5.2.2 統一超商與員工

在統一超商的大家庭裡，員工的付出不僅只是工作，而是創造屬於自己的生活，更是學習與發揮人生價值的最佳舞台，由門市店員、加盟主、後勤總部夥伴、關係企業夥伴的緊密連結，才能實現我們要帶給社會最便利的服務。惟有快樂的員工，才能讓統一超商的價值完整呈現給顧客，惟有滿足的員工，才能提供優質的服務創造滿意的消費者。我們自許要成為幸福企業，要讓整個社會更幸福，必須要由內而外，透過完整的職涯規劃、健康的工作環境、完善的員工福利及獎勵機制等，讓每一位與統一超商一起打拼的夥伴都能因為在這個大家庭裡感到驕傲。

至2012年12月31日為止，我們有8736位統一超商的員工，若包含加盟主與旗下時薪人員，將近3萬多人日日夜夜不辭辛勞的付出，希望創造一份專屬於各個角色的事業，給有創業理想

的人一個實現夢想的機會。期許每一位統一超商的同仁樂在服務，並將每一位顧客滿足的笑容，當作是自己最大的成就，做「您方便的好鄰居」。



我們的夥伴

因營運規模逐漸擴大，統一超商全台六個營運區域，各區設有營運總部，為求能立即回應門市及消費者的需求，將於未來增設第七個營運區域。目前，全台85%的門市由加盟主經營，外島縣市及南投的加盟經營達100%，除了建立完整的加盟機制體系，協助加盟主完成經營屬於自己事業的夢想，更因門市營運的需求，提供許多就業機會，並歡迎二度就業及新移民人士的加入；另也與高中職合作招收建教生，讓學子們得到薪酬的同時也能修得學校的學分，並且可以提早體驗社會經驗。目前總公司與直營門市至2012年底一共僱用318位身心障礙員工，佔總員工人數4%，是法定名額將近4倍，提供許多身心障礙朋友穩定就業、自立生活的機會，另也僱用104位原住民員工，佔總員工人數1%，提供包容多元文化的職場環境。

加盟主



家族一般，屬於共創共享的生命共同體，為了保障加盟主不受外部經濟與大環境的影響，提供加盟主永續經營的環境與全方位加盟理想國的照顧，邁向加盟事業企業化前進。包括加盟主互助會(保障加盟主及其關係人身故之補助)、加盟店員

工互助會(保障門市員工及其關係人身故之補助)、團保(24小時意外傷害)、雇主責任險(職大夜班意外職災)等各項保險的共濟制度，並針對各項制度提供補助金，減少加盟主分攤的壓力

，加盟主互助會於2012年共143件申請，互助總金額達1,564萬元，加盟主會員年度平均分攤3,044元，我們再補助每位會員平均後之差額3,139元，提供加盟主最直接的協助。另外，也利用集團關係企業的資源，提供休閒度假的優惠，例如：宜蘭傳藝中心、統一渡

假村等提供住宿費用補助，讓加盟主在工作之餘可以規劃犒賞自己與員工。此外，於2006年開始，讓加盟主加入「儲蓄信託專案」，以定期定額的方式購置統一超商的股票放入信託專戶，期望透過儲蓄效果以及營運績效達到加盟主資產提升的保障，2009年開始為獎勵參加儲蓄信託的加盟主，我們相對提供獎勵5%的誘因提高加盟主參與，鼓勵加盟主以永續經營的概念與我們一起打拼出自己的一片天。

統一超商的加盟分為「特許加盟」、「委託加盟」兩種形式，「特許加盟」是需要自備店面的加盟方式，「委託加盟」則是由總部提供店面，委託欲加盟之夫妻兩人專職經營的加盟形態，讓夫妻可於專屬自己的事業中打拼，彼此包容體諒更能事業家庭兼顧。為因應創業需求與單身人口增加的趨勢，在2012年底提出「微型創業加盟方案」，除了開放單身加盟，也把委託加盟的加盟金減半至30萬元，另提供既有加盟主複數店(開第2家店以上)加盟金再8折優惠，委託加盟複數店的經營上限也從2家店增加為3家店，不但降低創業的門檻，讓更多人能夠實現創業的契機，更使既有之加盟主有利潤再提高之機會，旗下的門市員工也能增加升遷機會。

2011年與2012年的加盟主人數分別為3088人與3172人，我們與加盟店如同

2011年我們針對加盟門市進行滿意度調查，作為改善及溝通管道，有效問卷回收率為34.25%，重要結果如下：

- 認同統一超商以在地化食材開發鮮食商品的政策具市場差異化，有效幫助門市提升業績與來客數，獲得消費者的認同支持。
- 肯定面對大環境景氣變化時，統一超商仍能保持整體競爭優勢。
- 加盟主希望公司建立人力庫，針對此部份的需求，我們也進行審慎評估，思考研擬適合執行的模式，以實際解決門市人力之困擾。

總部後勤

成為幸福企業是統一超商對自己的期許與目標，總部後勤員工是統一超商所有商品與服務創新的核心能力來源，希望在完善的職場規劃及和樂的工作環境下，帶給員工適得其所的成就感及幸福感。

我們每年透過各項薪資福利調查，期望提供員工具有市場競爭優勢的薪資條件，並維護公平合理性，訂定男女標準起薪為同工同酬，不因性別、年齡而有所別，另外依法每季召開勞資會議，勞資雙方代表各5人，協商各項福利、制度等事宜，共同創造和諧、友善的工作環境。

落實員工關懷

近年來工作壓力、工時過長等職場健康議題備受關注，因此於2010年正式成立幸福合作社，宗旨在於落實主動關懷或諮商轉介，提供同仁最即時、有效的協助，並建立同仁正確的身心健康管理觀念。此外，統一超商也將幸福合作社推動到各關係企業，成立幸福合作社社共同招募志工，透過助人特質測驗後，遴選出符合條件的志工，與張老師基金會合作展開34小時的專業訓練，內容包含傾聽能力、同理關懷技巧、情緒辨識、問題概念化以及志工倫理等。

幸福合作社全台灣共有11家關係企業共146位志工負責執行關懷輔導初談及轉介的協助工作。於2010至2012年間，共執行1119件關懷個案，以工作適應問題佔最大宗將近60%，次為家庭因素佔約14%，總關懷時數887小時。



促進勞資和諧

為了更全面性的照顧到所有的員工，我們推動一系列的關懷活動。例如，週三家庭日鼓勵員工重視家庭及工作之間的平衡，每週三18:00播放音樂，提醒同仁下班；晚間各樓層19:30熄燈，提醒員工努力工作之餘也要多花時間陪伴家人朋友，因為幸福美滿的家庭是員工上班的原動力。另也針對後勤與門市同仁對於工作環境的保健需求進行調查了解，以調整制度提供員工希望的福利。為使主管重視身心健康，能計畫性休假與家人共處，並培育部屬代理業務的能力，規劃主管休假及健康管理政策，

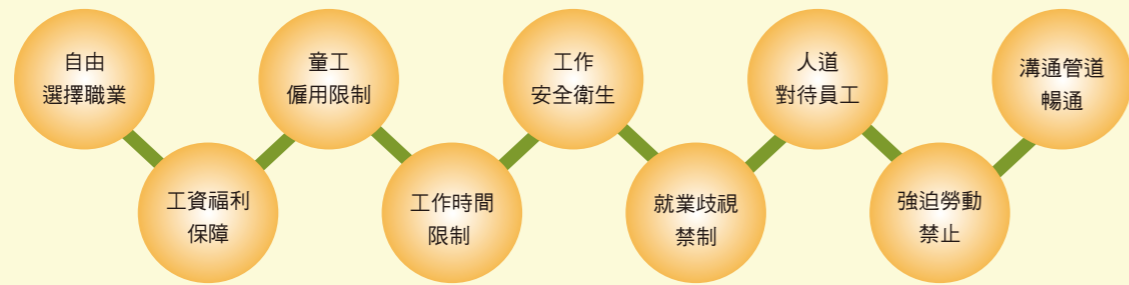
規定在考勤年度內，應有一次連續5天請特休假之假期，並且每年應安排健檢。此外，定期舉辦包括兩性、理財、健康、旅遊、飲食及親子等包羅萬象主題的幸福講座，邀請各領域專家將經驗及知識傳播給員工，讓員工在忙碌上班之餘，也能聽講座放鬆心情，提升員工身心平衡，打造健康快樂的幸福企業。

5 為所有關係人創造最大共益

為落實職場勞動公平原則，於2012年發佈統一超商勞動權益政策，確認具體9項核心推動事項，避免超時工作、強迫勞動等策略措施，宣示重視員工權益的決心。為降低各關係企業經營風險，我們也在2012年針對關係企業發出『勞動自檢建議優先因應事項』，並要求將勞動權益政策列入年度工作計畫，另培育60位集團稽核員進行內稽作業，實際執行10家關係企業的勞動稽核，協助關係企業發現經營風險，並提供建議方案；另外，也執行抽查124家超商加盟店的稽核作業，加盟店將採重點查核，項目由現行查核勞健保再增加「查核童工」、「薪資」、「工時」、「安衛訓練」等，若有違法之門市2012年以輔導改善為主，經查核結果有一項(含)以上與作業標準不符的門市共83家，已委請各區營業單位進行法令制度宣導，並輔導異常項目改善。我們相信有健康快樂的員工才能為企業創造最高經濟效益，



因此將會繼續進行勞動權益政策的宣導並擴大執行稽核作業，未來也將據以此發展為「供應商應遵守之行為準則」，期許成為帶領社會安定、向上提升的力量，使統一超商與供應商之員工，皆能獲得應有的權益保障與安全工作環境。



統一超商勞動權益政策 - 九項核心推動事項

勞工安全衛生

為保障全體員工能在安全與衛生無虞的環境下安然工作，訂定「危機處理作業辦法」，並遵循「勞工安全衛生法」成立安全衛生委員會與勞安室，每月定期統計職災件數，並針對事件進

行檢討分析及宣導，2011年與2012年的「行業別災害」各佔總員工數0.25%及0.23%，皆小於勞檢處規定須小於0.4%的標準，但我們仍會持續進行改善的動作，勞安室依據當月

類型	行業別災害					非行業別災害
分類						
件數 2011	16	2	1	1	2	68
件數 2012	5	5	0	1	2	37

特殊職災類型，製作「職災案例宣導」向全體同仁進行防災宣導，以持續降低為努力目標，繼續朝向「零職災工作環境」邁進。

健康操

因應後勤同仁長時間久坐的工作型態，易產生身心疲勞及肥胖！在群主管與總經理的全力支持下，勞安室參考陽明大學運動健康研究中心所設計的「上班族身心健康操」，從頭、頸到下肢完整伸展，活動全身的主要肌肉與關節，改善柔軟度，規劃出適宜後勤辦公室之健康操，每天早上藉由朝會、下午則由各單位自行安排運動10分鐘，以強化同仁工作體能及健康保護！



落實員工關懷

- 新進座談/離職訪談
- 主管/員工關懷
- 各項福利制度執行
- 幸福合作社組織

促進勞資和諧

- 法令宣導/爭議處理
- 幸福講座辦理
- 促進勞資關係活動
- CSR勞動稽核

幸福企業

勞工安全衛生

- 勞安稽核
- 勞安教育訓練
- 辦公室健康操推廣
- 勞安統計、宣導

人才培育與獎勵

員工教育訓練與職涯發展

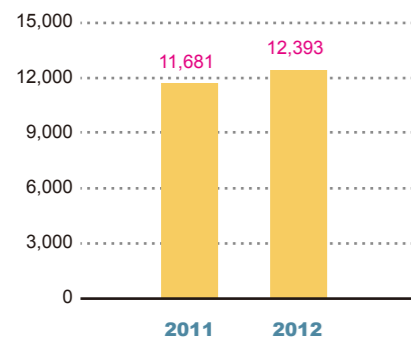
我們秉持員工是公司最重要的資產，在內部員工的職涯規劃上，總部提供完整的教育訓練制度、升遷制度，讓有心成長的夥伴可以規畫個人發展計畫，藉由輪調制度不斷的增進學習經歷，並透過績效評核與升遷制度更上一層樓。



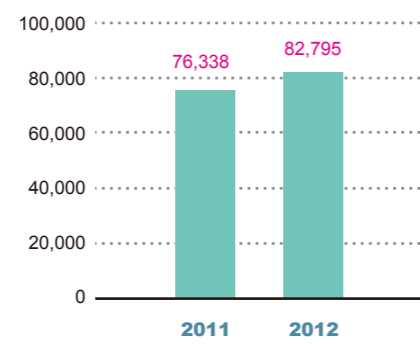
7-ELEVEN大學

5 為所有關係人創造最大共益

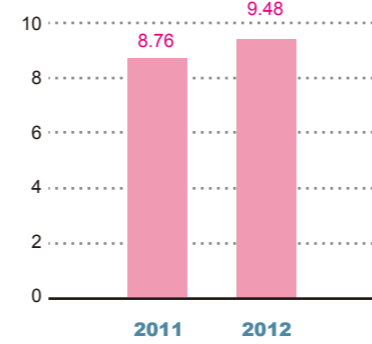
受訓員工人數 (位)



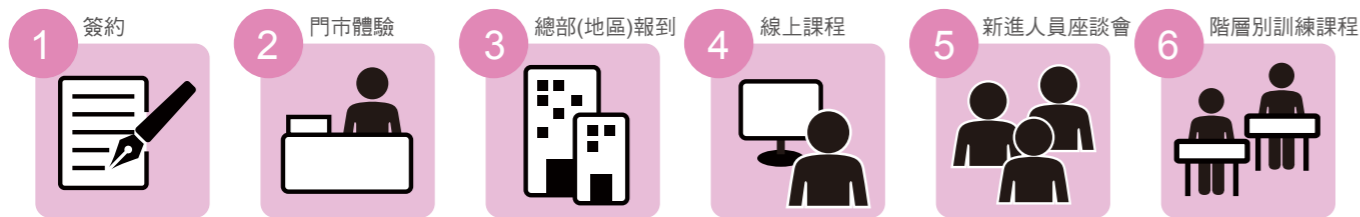
總訓練時數 (hr)



平均員工受訓時數 (hr/人)



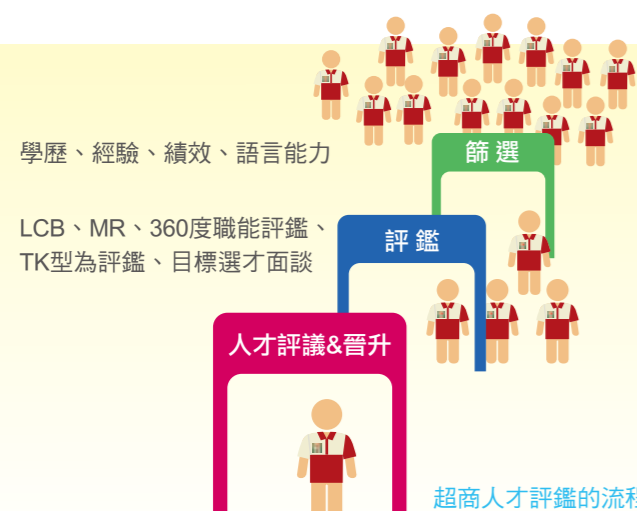
至2012年12月止，外訓申請共**306**人次，訓練總金額達**1,060,298**元。



後勤新進人員學習發展

區顧問是總部與全台門市之間很重要的溝通橋樑，透過每星期的例行訪店，針對門市各種經營管理所遇到的問題與商機進行輔導，親自向加盟主說明總部最新的政策並指導加盟主如何落實總部政策，工作角色融合偵探(發現問題)、醫生(解決問題)、夥伴(鼓勵與支持)與顧客(同理心思考)，對門市提出即時對策與建議，協助門市對消費者呈現最優質的服務。因此，對於區顧問的養成分為門市歷練與後勤歷練，讓新進儲備幹部從基礎門市歷練學習開始，從第一線的現場體驗才能成為未來顧問指導的基石，循序漸進乃至能充分熟悉應用，為晉升區顧問做好準備。

區顧問關係圖



超商人才評鑑的流程

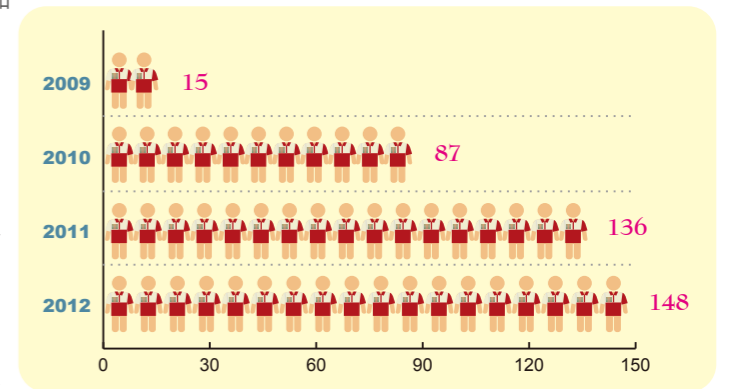
統一超商建立完整的人才評鑑機制，各階層人才庫建立及晉升皆透過選、育、用三階段流程篩選。在第一階段透過篩選，建立儲備人才庫，新事業總經理及部主管皆經過主管調動意願調查，確認員工意願。培育階段透過訓練、輪調及任務指派等來補足員工的能力知識及經驗，讓員工有足夠時間進行調適與安排。最後選用階段經過面談及評估報告等縝密的評鑑後，晉升最適合的人選，讓員工有一展長才的機會。

獎勵機制

統一超商提供員工各種獎勵機制，包括考績調薪、年終獎金及各項變動性獎金，除感謝員工的辛勤外，鼓勵員工一起努力實現公司的年度目標。為感謝加盟主多年來與我們一起付出，於1998年開始舉辦「菁英100表揚大會」，公開表揚優良的加盟店，讓榮耀與家人、門市夥伴一起分享，在經營上繼續為未來衝刺。每家門市的加盟主與店經理，實際上是各自門市的獨立經營者，為鼓勵許多用心經營門市的加盟主與店經理，並培養成為區域的經營達人，從2009年特別辦理「傑出店長培訓辦法」，讓有企圖心的加盟主與店經理能夠主動爭取，這個制度已成為培育優秀經營者的搖籃推手，每年各地區皆選拔出優良店長接受表揚，前30名成為年度「統一超商傑出店長」。獲選為優良店長、傑出店

長之後，更獲得擔任培訓講師的資格，將經驗傳承給更多門市店長學習。從2011年開始，也將資源擴散到關係企業，邀請關係企業的店長共同加入培訓課程，納入異業及競爭同業的標竿作法，充分落實「同行不是冤家!異業可以為師!」的中心理念，讓門市的經營思惟能跳脫既有的框架，激發更多的想法，並藉此強化在「店務心得」及「創意點子」的多元性。未來，將會把歷年傑出店長培訓Know How建構成資料庫，讓各營運區域可善

加運用；另外強化培訓TK思維的實踐，希望TK思維能從優良店長、傑出店長的門市扎根，並運用在門市的經營管理。並且以「做好門市的商形及服務，善待顧客、員工就是最佳的CSR」，以此為中心架構來編排教材及課程，並跟培訓學員做好雙向溝通，使其充份了解公司的經營理念，凝聚對公司的向心力。



共培訓386人次，4年來已投資約1500萬元的訓練費用，讓傑出店長培訓在集團內形成一個良性氛圍，因為我們相信人才是值得用心栽培。



5.2.3 統一超商與供應商

30多年來，統一超商的創新服務，成為影響民眾生活最大的變革者，在這樣的殊榮背後，是所有供應商夥伴一起多年共同努力的成果，我們與供應商之間保持著密切互動的關係，開發最貼近消費者的創新商品與服務；同時，也引領供應商一起關注企業社會責任議題，帶動供應商以永續的思維在各自營運管理、設計商品開發等皆以CSR的角度做出努力。

在管理供應商的面向上，除傳統採購的品質、用品交期、成本外，我們也關注供應商對環境議題的關心、確保廠商符合各項法令規章，進而協助其提高經營績效與競爭力，確保營運效益，共創供應商與統一超商雙贏之契機。自

2008年開始，在工程、資訊設備及庶務端的供應商引進前，提供企業社會責任的自評表，針對工作地點之安全與衛生、員工自由、合法雇用關係、公平性、環境維護等五大面向進行自評，必要時也會指派採購專員至供應商生產場所進行稽核。

在採購的『企業社會責任』執行上，鼓勵供應商能主動遵守（1）就業是自由選擇（2）提供平等的就業機會和待遇等兩項基本條款，並且此兩項條款已列入所有年度合約的內容。未來，『企業社會責任』將成為廠商年度評鑑的評核項目，期勉與供應商一同營造更好的社會環境。

另外，每年也都固定舉辦各類型供應商之聚會，藉此說明統一超商的現況與未來展望、經營主軸、供應商管理辦法以及傾聽供應商與我們合作的回饋，希望增加雙方互動交流，為日後的合作關係創造更佳之模式。在2012年舉辦鮮食供應鏈大會，共有97位供應商代表參加，會中說明鮮食市場展望以及統一超商鮮食供應鏈品質保證系統；另外在採購部的廠商聯席會中邀請45家廠商共111位代表參加，分

享統一超商近兩年推動的CSR勞動法令，鼓勵供應商特別關注自身營運的勞動管理。我們仍持續高度重視綠色採購及企業CSR之議題，期盼透過與各類型的供應商聚會，能夠將統一超商對於企業社會責任的觀念與態度傳遞給供應商，進而讓所有與會的夥伴把CSR概念深植企業營運面，並朝節能減碳、愛護地球的綠色採購方向努力。

設立CSR的加分項目：

- 主動提案(含材質規格變更)使環境衝擊或營運成本下降
- 能夠提供符合所定義之四類綠色採購範圍內的綠色商品
- 完成我方CSR評鑑自檢表並經確認
- 廠商協助我方特殊事項(例如一起提供其企業之核心能力進行急難救助等)。

廠商主動提案

2012年，為解決舊有的保冷箱其保溫氣密性不足的問題，從既有規格六片組合式更改為內箱一體成形式，有效提升保冷效能，達到可以減少蓄冷片1/3的用量，除保冷時間延長外，同時降低蓄冷片的使用數量，且改善原保冷箱堅固性、箱蓋容易汙損的問題；每個保冷箱在存放商品過程中約可減少2度電的效益，約可減少約1.072kgCO₂的排放！

通知函

基於企業社會責任(Corporate Social Responsibility)的推廣，本公司鼓勵供應商主動遵守企業社會責任的關鍵面向，以符合商業道德，尊重人、尊重社區，尊重自然環境的方法去達成商業上的成功。本公司並將CSR相關理念納入年度合約內容和廠商評鑑條文中，期勉貴我雙方能在履行企業社會責任的基礎上，盡力於品質、交期、服務與價格的維護。

5.2.4 統一超商與政府

統一超商多年來配合政府施政的腳步一起讓社會持續的進步，從過去響應環保署清淨家園計畫到近年電子發票推動計畫，透過我們在台灣社會的影響力，將政府的政策散播給全台灣民眾認識，身為台灣在地企業的一份子，相信與政府的合作，能為社會盡一份心力，也是我們希望帶動整體向上的關鍵。透過與政府的合作，以自身的核心能力，有效加速政令的宣導，提升政策施行的效能，就如同我們的商品與服務，以滿足消費者的需求為優先，讓服務更延伸擴散，滿足民眾更多的生活的便利。

業以及三大預警資訊的傳播，為民眾即時傳播預警資訊及協助災情通報。

透過4,852家門市內的收銀機看板銀幕，將三大預警資訊包括：颱風豪雨期間的省道封路資訊、淹水警戒資訊以及氣象特報即時傳達給民眾，可以提醒民眾避開封路路段、掌握撤離黃金時間。另外，也利用全台各地的通路優勢，成為水利署的淹水災情通報據點，協助進化以往的災情通報模式，由過去被動回報機制改為主動撥打電話至事先建置的查報點進行調查；經過2012年蘇拉颱風、天秤颱風的試行，因為我們的參與，協助政府從得到的災情資訊，在風災中更有效率的調度抽水機的配置，未來也可做為淹水潛勢的分析資料。

防災的工作不分你我，統一超商參與政府的災情通報合作，

不僅降低營運風險，並協助傳播警戒訊息，擴大防災效益，同時讓政府得以快速掌握災情概況，提升防救災效率，我們也訓練第一線的門市夥伴，在關鍵時刻隨時提醒民眾注意災情，保護生命財產的安全。

採購綠色商品之定義

