



# 2014 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六本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書，係參照全球永續性報告書協會 (Global Report Initiative, GRI) 第 4.0 綱領 (GRI G4.0) 核心選項 (Core) 編制而成。本年度報告書以「偏鄉與城市服務零時差」為主軸，呈現統一超商在 CSR 方面的觀點與具體作法，並說明 2014 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方法 (請參閱利害關係人議合章節)，我們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 2014 年 (自 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日止) 年度企業社會責任之相關績效，部分資訊溯及 2014 年度以前相關績效。本報告書邊界以統一超商股份有限公司為主，包括總部營運大樓、門市與商場；另也涵蓋統昶行銷、大智通文化行銷、捷盟行銷及捷盛運輸等 4 家物流型關係企業之綠色物流與節能減碳相關活動資訊，預計在未來的報告中逐步納入其他關係企業數據，以具體呈現統一超商價值鏈中的完整資訊。本報告書中的財務數據部份係採用經會計師簽證後之公開發表資訊，均以新台幣為計算單位；其他數據來自於自行盤查與統計結果，而溫室氣體量化的部分，係引用台灣環保署與能源局最新公告之碳排放係數進行計算。



## 報告書認證

本報告書委託資誠聯合會計事務所 (PwC) 按照中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行獨立有限確信 (limited assurance)，確信聲明書附於本報告書附錄。



## 發行時間

統一超商將以年度為主，定期發行企業社會責任報告書，並於本公司網站 <http://www.7-11.com.tw> 中揭露。

現行發行版本：2015 年 9 月發行

上一發行版本：2014 年 12 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：<http://www.7-11.com.tw>

聯絡窗口：統一超商公共事務部

# 目錄 Contents

## 經營者的話

### CSR 組織與策略

### 2014 永續績效

## 7 關於統一超商

- 1.1 公司規模與背景
- 1.2 我們的產品與服務
- 1.3 公司治理
- 1.4 外界肯定
- 1.5 營運策略與管理
- 1.6 利害關係人溝通與重大議題

## 2 隨時與您相伴的好鄰居

- 2.1 便利永續生活
- 2.2 商品安全嚴格把關
- 2.3 永續供應鏈管理
- 2.4 貼心服務 Always Open

## 3 減少環境衝擊的好鄰居

- 3.1 節能與減少溫室氣體
- 3.2 全台最大且不打烊的環保回收平台
- 3.3 綠色生活型態

## 4 實現地方社區共存的好鄰居

- 4.1 建構幸福社區
- 4.2 統一超商好鄰居文教基金會
- 4.3 公益拉近你我的心

## 5 創造友善工作環境的好鄰居

- 5.1 落實員工關懷
- 5.2 促進勞資和諧
- 5.3 勞工安全衛生
- 5.4 升遷與獎勵

## 附錄

- 1 確信項目彙總表
- 2 會計師有限確信報告
- 3 GRI 4.0 指標索引
- 4 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應加強揭露事項對照表



## 經營者的話



統一超商董事長  
羅智先



統一超商總經理  
陳瑞堂

從熱鬧的大都會到偏遠的離島，從高海拔的山區到東部濱海的鄉村，遍佈大街小巷的 7-ELEVEN，在台灣隨處可見，已是最貼近人心的溫暖據點。走過 37 個年頭的統一超商，為了提供全方位的便利生活，統一超商不斷的開發優質商品、引入創新行銷活動，期望成為民眾生活的好鄰居。我們同時也體認，當營運規模越大，所肩負的責任也就越重，因此我們一直秉持「真誠、創新、共享」的經營理念，從「心」出發，將企業社會責任由內而外擴張，以帶給社會安定與正向提升的力量。

我們深刻明白企業成功的要素，來自所有利害關係人的選擇與信任。在全體同仁與加盟主堅守崗位的努力、供應商的全力支持，以及消費者的肯定下，2014 年 7-ELEVEN 門市數突破 5,000 店，這樣的基礎不僅更有能力帶給民眾更便利的服務，更是企業向前衝刺的動力，朝向最卓越的零售商邁進。

身為台灣便利商店業重要一員，我們深知須發揮企業影響力，積極善盡企業社會責任，進而塑造永續的社會。一直以來我們在公司治理、社會參與及環境保護不遺餘力，也透過外界的評比來廣納各方的指教與批評。2014 年我們有幸入選 MSCI 全球永續指數，並再度獲得天下雜誌最佳聲望標竿企業、數位時代綠色品牌零售通路類等獎項，除了由衷感謝各界的支持，藉由參與的過程中，我們也虛心審視自身不足之處，持續精益求精。為了向社會大眾傳達統一超商永續進程，我們今年發布第六本企業社會責任報告，除定期檢視管理績效外，也作為與利害關係人溝通工具與媒介。

### 追求永續 提升公司治理水平

統一超商致力建構完善的公司治理架構，除了不斷提升營運績效外，近年更積極強化對外資訊揭露的透明度和即時性。2014 年在「第十一屆上市上櫃公司資訊揭露評鑑」中，獲評鑑最優「A++」最高級殊榮，為國內零售業唯一獲得此榮耀之公司；而今年更在「第一屆公司治理評鑑」中，成績名列所有上市上櫃公司前百分之五，獲得臺灣證券交易所之肯定，顯示我們投入公司治理的決心。在企業社會責任治理上，為了更有制度地落實管理機制，並配合外部趨勢與法規的改變，我們提升了企業社會責

任委員會的運作，加入更多永續議題以更高規格重劃與編組，除了強調跨部門合作，系統化管理企業社會責任議題之外，更站在利害關係人的角度思考，對於其所關切的議題聚焦進行回應與溝通。

### 食安把關 承諾讓消費者安心

身為消費者把關的最後一道防線，維護消費者吃的安全是最基本且重要的保證。因此我們不斷優化食品安全管理作法，2014年推動了許多新措施；在品保制度上，成立商品安全委員會，透過各部門的通力合作，每季檢視與整合自有商品安全與品質管理作法，並建立「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，針對重大商安事件、客訴及法規予以鑑別，以自主檢視、發掘可能的食安風險。在物流體系與供應鏈管理方面，我們首次導入初次運輸，即從供應商端運輸到物流中心開始，就以嚴格的品管與溫度控制，確保食材新鮮與安全，而我們也特別從品保部單獨成立供應鏈管理 Team，徹底加強自有商品供應商稽核，落實分級管理與啟動退場機制，以杜絕高風險廠商進入統一超商供應鏈中。

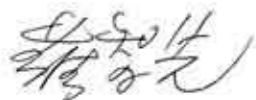
除此之外，早在2012年我們就成立品檢實驗室，為國內零售業少數擁有國際級品檢認證單位的企業，截至2014年累積建立標準檢驗方法共有487項。另外，在商品上架前，則會透過品檢實驗室嚴謹抽查商品及其原物料之動物用藥殘留、農藥殘留、食品添加物…等情形，期望構織縝密的防護網，為消費者的權益進行把關。

### 串連門市 深植好鄰居形象

長期以來我們以門市為據點，透過統一超商好鄰居文教基金會所推動的社區活動，串連起民眾情感，拉近人與人之間的距離，從2009年推動「好鄰居同樂會」社區活動以來，總計舉辦了近4,000場次，參與人數超過46萬人。2014年我們將座落於高雄市內門區的第5,000店正式命名為「好鄰居門市」，代表企業品牌更深化社區好鄰居的角色，提供偏鄉與城市零時差之服務，同時也扶植當地社區發展。在社會關懷上，高雄氣爆發生後，統一超商立即啟動資源援助救災，並協助受災居民募集家園重建經費；「OPEN! Cares 健康打氣站」走入偏鄉醫院，透過OPEN! 家族活力四射的歌舞表演與互動遊戲，為病童加油，總計投入人力及物力超過上百萬元，關懷超過1,200位病童。而我們也從門市出發，持續推動環保、落實節能減碳，新開幕門市在初始規劃階段，即考量節能設計；既有門市則積極汰換為高效率節能設備。2014年每平方公尺樓地板所消耗的電力較2013年降低3.6%，顯示我們盡全力提升門市能源使用效率。

展望下一年度，統一超商將繼續朝向「貼心不打烊、幸福在身旁」的願景邁進，整合集團力量，持續專注本業，期望在追求創新成長的同時，也努力落實企業社會責任行動到每一項日常營運工作中。不僅如此，我們會更加運用門市經營的核心能力，盡力縮短台灣城鄉之間差距、凝聚民眾正向力量，並協助解決人口老化、弱勢孩童教育等社會問題，以滿足所利害關係人的期待，實踐「社區好鄰居」之使命。

董事長



總經理





## CSR 組織與策略

統一超商深耕台灣超過 37 年，透過豐富多元的生活提案，為消費大眾編織最綿密便利生活網。我們一直以好鄰居、好夥伴自居，除提供生活上最便利的服務外，也深知在追求經營成長的同時，也應發揮影響力、積極落實企業社會責任，回饋所有利害關係人，為其帶來安心安定的力量，進而協助國家塑造安居樂業的社會。因應國際趨勢、國內法規及公司內部組織調整，因此，我們於 2015 年 3 月重新編組「CSR 委員會」的組織架構，不僅把管理層級拉高，由總經理擔任主任委員，引領全公司的年度 CSR 目標，期望帶領公司同仁落實全方位的 CSR 政策與行動。

### CSR 委員會組織架構

「統一超商 CSR 委員會」由總經理擔任主任委員、營運長擔任副主任委員，以利害關係人的角度思考，組成跨部門的「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」五大執行小組，並由各群、部級主管作為組長和副組長，領導各部門同仁發揮 TK(單品管理 Tanpin Kanri) 當責精神，具焦於 CSR 各議題管理。此外，CSR 委員會預計規劃至少每半年召開會議一次，審核與檢討 CSR 相關業務的推動。



### CSR 願景與實踐原則

推動 CSR 至今，統一超商已將 CSR 核心理念融入經營目標中，精煉出 CSR 願景：「貼心不打烊，幸福在身旁」。2012 年，我們完成「企業社會責任實務守則」，明定 CSR 實踐之五大原則及具體落實方向，由上而下凝聚高階共識。此外，為因應 2014 年台灣證券交易所「上市上櫃公司企業社會責任守則」條文更新，2015 年 3 月我們也同步進行「企業社會責任實務守則」修定，以符合法規並展現統一超商推動 CSR 之決心。

長期以來，統一超商各單位及門市已將 CSR 行動融入平時工作服務中，例如透過統一超商好鄰居文教基金會規劃的社區服務，聚焦健康生活、社區環保、弱勢與偏鄉關懷等議題，以門市為據點，藉由舉辦各種社區活動，串連起社區民眾情感，帶給人們幸福、溫暖與信任，也將 CSR 的概念滲透鄉里間。對於 CSR 未來的策略，我們將持續強化各部門與門市自我管理的能力，要求各部門將 CSR 納入年度計畫工作中，並設立 CSR 議題關鍵績效 (Key Performance Index, KPI)，透過系統化管理機制，有效逐年檢視 CSR 執行成果，以追求公司永續經營成長。

## CSR 願景與實踐之五大原則

### 健全公司治理制度方向

- 隨時檢討 CSR 成效及持續改進，並由經營階層監督、各權責單位各自執行
- 全體員工應依自律公約，落實「真誠、創新、共享」企業文化
- 從事營運活動應遵循相關法規，以營造公平競爭環境

### 發展永續環境方向

- 遵循環境法規及相關之國際準則規範，適切地保護自然環境
- 致力提升各項資源之利用效率，並落實綠色採購
- 從事研發、生產及服務等營運活動，考慮對生態效益之影響降低環境衝擊

### 維護社會正義方向

- 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
- 與其供應商合作，共同致力提升 CSR
- 參與關於社區發展及社區教育之公民組織、慈善公益團體及地方政府機構之相關活動，以促進社區發展

### 保障利害關係人權益方向

- 尊重利害關係人權益，並回應其所關切之重要 CSR 議題
- 確保產品與服務品質，落實消費者權益政策之執行
- 確實尊重消費者之隱私權，保護其所提供之個人資料

### 加強企業社會責任揭露方向

- 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





# 2014 永續績效



## 公司治理與經營面向績效

### ■ 經營成果

**1313.3**億元

營收達新台幣1313.3億元，  
較2013年成長3.41%

**13.07%**

每股盈餘達8.74元，  
較2013年成長13.07%

**5000**家

門市數首度突破5,000家，該門市並以「好鄰居門市」為名，走入偏鄉，提供與城市零時差之服務

**4200**萬件

電子商務「交貨便」服務，超過4,000個合作網路店家，成功帶動許多中小企業、網購品牌經濟成長，每天平均更有超過11萬人次使用交貨便服務，每年寄件數更高達4,200萬件

### ■ 公司治理

- ✓ 獲得台灣證券交易所與證券櫃檯買賣中心「第十一屆上市上櫃公司資訊揭露評鑑」最高「A++」評等
- ✓ 統一超商首度入選MSCI全球永續指數
- ✓ 「第一屆公司治理評鑑系統」評鑑成績排名前5%

## 環境面向績效

### ■ 節能減碳

降低**3.6%**

2014年用電密集度為1,130kWh/平方公尺，  
較2013年降低3.6%

**72.1%**

門市取得綠色便利商店分級認證最高等級3顆星佔72.1%

### ■ 綠色物流

**11%**

啟動油電混合車測試，以實際里程計算，相較於標準柴油車可節省油耗約11%

降低**0.77%**

除冷凍、冷藏車外，車機系統(GPS/GPRS)安裝率達100%，2014年平均碳排量為48.2公斤，較2013年降低0.77%



## 社會面向績效

### ■ 社區參與

**1,296** 場

舉辦 1,296 場的  
「好鄰居同樂會」

### ■ 弱勢關懷

延續2013年新甲仙門市深耕閱讀行動及「拔一條河」關注偏鄉弱勢及教育議題，2014年與Teach for Taiwan為台灣而教協會合作，招募來自多元背景、不同專業的有志青年成為優秀老師，至資源匱乏的偏鄉教書。

**1億2,538** 萬元

2014年ibon 慈善捐款達新台幣  
1億2,538萬元

### ■ 員工照護

2014年除持續2013年的「健康管理計畫」，並提供復健師服務與採購配置自動體外電擊去顫器(AED)。

**178.6** 小時

2014年期間共執行222件  
(門市103件)關懷個案，  
總關懷時數178.6小時，  
截至2014年已累計共  
1,371小時關懷時數



## 產品面向績效

### ■ 食品安全

- 成立商品安全委員會，透過各部門的通力合作，為食品安全作嚴格把關
- 建立了原物料暨品保管理系統(Material and Quality Assurance System, MAS)，自願性追溯產品原物料至二階供應商
- 銷售具農委會產銷履歷TAP認證之生鮮蔬菜共有501.35噸，佔整體生鮮蔬菜類銷售量之82%

### ■ 永續供應鏈

**93** 家

針對自有商品原物料廠與代工廠於食安、環安、勞安等項目進行實地的檢視，共執行完成93家供應商評鑑

