

統一超商 2016

企業社會責任報告書

CSR



關於本報告書

本報告書為統一超商所發行之第八本企業社會責任 (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「永續發展目標」為主軸，呈現統一超商在 CSR 方面的觀點與具體作法，說明 2016 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 2016 年 (自 1 月 1 日至 12 月 31 日止) 年度企業社會責任之相關績效，部分資訊溯及 2016 年度以前。本報告書邊界以統一超商股份有限公司為主，包括總部營運大樓、門市與商場；另也涵蓋統昶行銷、大智通文化行銷、捷盟行銷及捷盛運輸等 4 家物流型關係企業之綠色物流與節能減碳相關活動資訊，預計在未來的報告中逐步納入其他關係企業數據，以具體呈現統一超商價值鏈中的完整資訊。本報告書中的財務數據部份係採用經會計師簽證後之公開發表資訊，均以新台幣為計算單位；其他數據來自於自行盤查與統計結果，而溫室氣體量化部分，係引用台灣環保署與能源局最新公告之碳排放係數進行計算。

報告書認證

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

發行時間

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

現行發行版本：2017 年 8 月發行

上一發行版本：2016 年 9 月發行

本報告書聯絡單位

統一超商股份有限公司 (President Chain Store Corporation)

地址：台北市東興路 65 號 2 樓

電話：(02) 2747-8711

公司網址：www.7-11.com.tw

聯絡窗口：統一超商公共事務部 趙珮玟

目錄 Contents

| | |
|--------------|----|
| 經營者的話 | 02 |
| 重大議題與利害關係人溝通 | 05 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1 | 統一超商的永續企業 | |
| 1.1 | 公司規模與背景 | 10 |
| 1.2 | 公司治理 | 17 |
| 1.3 | 營運策略與管理 | 20 |
| 2 | 統一超商的優質商品與服務 | |
| 2.1 | 供應商合作與管理 | 25 |
| 2.1.1 | 供應商合作 | 25 |
| 2.1.2 | 供應商管理 | 27 |
| 2.1.3 | 供應商大會 | 30 |
| 2.2 | 商品安全管理 | 30 |
| 2.2.1 | 商品安全委員會 | 30 |
| 2.2.2 | 商品安全訊息 | 31 |
| 2.2.3 | 溯源管理 | 31 |
| 2.2.4 | 品檢實驗室 | 32 |
| 2.2.5 | 內部舉報制度 | 33 |
| 2.3 | 商品及服務品質控管 | 33 |
| 2.3.1 | 初次物流 | 33 |
| 2.3.2 | 門市查核 | 34 |
| 2.4 | 消費者權益 | 34 |
| 2.4.1 | 商品標示 | 34 |
| 2.4.2 | 申訴機制 | 35 |
| 2.4.3 | 個資保護 | 35 |
| 2.5 | 法規遵循 | 35 |
| 3 | 統一超商支持永續環境 | |
| 3.1 | 節能減碳綠色生活 | 37 |
| 3.2 | 鄰近便利綠色回收 | 44 |
| 3.3 | 綠色會計與綠色採購 | 45 |
| 3.4 | 法規遵循 | 47 |
| 4 | 統一超商的幸福社區 | |
| 4.1 | 多元化的社區互動 | 49 |
| 4.2 | 多元化的捐助平台 | 59 |
| 4.3 | 多元化的統一超商商場活動 | 65 |
| 5 | 統一超商的友善職場 | |
| 5.1 | 多元人文制度 | 67 |
| 5.2 | 友善和諧職場環境 | 72 |
| 5.3 | 豐富完善職涯規劃 | 76 |
| 附錄 | 1 其他指標揭露 | 84 |
| | 2 GRI4.0 指標對照表 | 87 |
| | 3 依「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項(以下簡稱「作業辦法」)加強揭露事項與確信項目彙總表 | 95 |
| | 4 會計師有限確信報告 | 99 |

經營者的話



統一超商董事長



統一超商總經理

2015年9月25日，各國領袖齊聚聯合國紐約總部舉行「聯合國發展高峰會」，共同討論全球永續發展的議題，會中各國領袖皆認同全球要永續發展，勢必要解決共通性問題。會後則發佈了「翻轉我們的世界：2030年永續發展方針」，提出了所有國家都面臨的問題，規畫出17項永續發展目標及169項追蹤指標，作為未來15年成員國跨國合作的指導原則。

統一超商推動企業永續多年，經營方針兼顧「經濟成長」、「社會進步」與「環境保護」三大面向，2016年也以人、店、商品、系統、物流、制度、文化等七大元素做為出發點，落實「穩定的加盟秩序」、「安心美味便利的鮮食專賣店」、「持續升級的CITY CAFE品牌」、「差異化的門市設計與商品組合」、「全方位的數位服務平台」、「穩健經營及快速成長的轉投資事業」等執行策略，持續透過公司治理、產品服務、環境保護與社區員工照顧，建構幸福企業，推動共好社會及永續地球。

公司治理與經濟

統一超商營運持續成長，建構完善的加盟機制，全台門市家數超過5,100家，提供超過3萬個工作機會，支持SDGs“就業與經濟成長”目標。

統一超商以誠信為基礎制定政策、企業文化開放多元，風險控管機制嚴格，經營理念落實廉潔、透明負責任，這些為統一超商在2016年帶來外界諸多肯定，包括持續榮獲「第三屆公司治理評鑑」評鑑成績前5%、入選台灣公司治理指數100成分股、天下CSR企業公民獎、遠見企業社會責任公益推動首獎等。國內評比表現亮眼，國際上亦受到肯定，包括入選FTSE4Good Emerging Index成分股、MSCI全球永續指數成分股、「Brand Asia 亞洲影響力品牌」零售通路類榜首，更被富比士雜誌評選為全球企業2000強第1832名。



2016 年對統一超商是非常重要的年，個體營收達 140,147,135 仟元，營業毛利達 48,083,751 仟元，所得稅費用為 1,276,011 仟元，稅後淨利達 9,836,690 仟元，每股盈餘為 9.46 元。統一超商營運表現持續提升，證明企業積極投入企業社會責任，與兼顧營運成長並非衝突，反而相輔相成。統一超商也將秉持這個信念，持續善盡企業社會責任。

產品服務

統一超商依消費者需求提供多元創新服務，支持 SDGs” 產業創新與基礎建設” 目標；嚴格控管上架產品品質，強化供應鏈端之源頭管理，持續推動綠色採購，支持 SDGs” 責任消費與生產” 目標。

統一超商不斷朝向國際化、多角化、多元化的經營模式邁進。近 40 年的零售通路經驗，建構強大的物流、情報、後勤等支援體系，提供消費者更便利的生活服務。為了創造優質生活體驗，統一超商不斷創新，引進豐富商品、先進服務與多元行銷活動，屢屢改寫便利商店的定義，帶給消費者全新的感受。更善盡企業公民的責任，以永續經營的策略，營造企業與環境的友善關係。

為確保消費者食的安全，統一超商持續加強食品安全管理，透過分級評鑑，管理自有商品的鮮食類食品代工廠，非自有商品則採用商安訊息追蹤及原物料檢驗的方式達到管控的目的。2016 年食品安全整體投入金額達新台幣 113,389 仟元。

環境永續

統一超商從總部及門市端，積極推動節能專案，為巴黎協定 2°C 目標貢獻一己之力，支持 SDGs” 氣候行動” 目標。

2015 年 12 月在巴黎舉行的「聯合國氣候變化綱要公約第 21 屆締約大會」(COP21)，確定「京都議定書」到期後全球溫室氣體減量的目標及方向。台灣雖非聯合國締約國，卻同屬地球公民的一份子，主動提出 2030 年溫室氣體排放較 2005 年下降 20%；2050 年較 2005 年下降 50% 的積極目標。

統一超商全台有超過 5,100 家門市，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，每年排放將近 60 萬噸溫室氣體。為降低溫室氣體排放，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；既有門市則針對老舊設備，逐步汰換成高效能設備，此外於總部大樓及特定門市導入 ISO50001 能源管理系統，同時改善軟硬體，達成最大的節能減碳成效。2016 年門市及總部用電密集度較 2014 年下降 6.47%，遠超出原設定下降 2% 的目標。

除積極推動節能減碳外，在綠色採購、資源回收，以及總部的「用電」、「用水」、「用紙」減量上，亦持續推動且有良好的成效。

社區員工

統一超商提供最便利的管道讓消費者取得健康安全的食品，支持 SDGs”消除貧窮”目標；舉辦社區環保活動、提倡健康生活、扶助弱勢與關懷偏鄉，給予員工良好的工作環境，優於同業的薪資福利，完善的教育訓練及升遷制度，支持 SDGs”健康與福祉”、“教育品質”、“減少不平等”、“就業與經濟成長”目標。

「成為無可取代，傳遞幸福、給人安心的好鄰居」，是統一超商一直以來的使命。為了照顧民眾，協助社區發展，除了推動 7-ELEVEN 把愛找回來門市零錢捐，也結合「統一超商好鄰居文教基金會」、「千禧之愛健康基金會」，從事包括好鄰居同樂會、7-ELEVEN 千禧健康小站、偏鄉教育勵學計畫、好鄰居教室等系列活動，從推動社區環保、提倡健康生活、支持教育文化、扶助弱勢族群等面向創造幸福社區。

2016 年共舉辦 5,456 場好鄰居同樂會，吸引 151,075 人次參與。7-ELEVEN 千禧健康小站提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務，呼籲民眾「實踐 3D 健康生活」(Do Control, Do Health Diet, Do Exercise)，遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群，目前設立門市 677 家，2016 年共 38,287 人次使用。其他如 Teach for Taiwan (TFT) 好鄰居合作計畫、好鄰居勵學計畫等活動，自推動以來逐年擴大範圍，受益人數逐年成長，整體績效有目共睹。

截至 2016 年底，統一超商員工人數合計為 8,099 人，若加入加盟主 3,422 人及其雇用之時薪人員，大家庭成員可達 3 萬多人。統一超商相信「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」，為了落實這個信念，統一超商集結門市、加盟主、後勤總部與關係企業夥伴之力，努力為每一位超商人建構健康職場及友善工作環境。

「健康管理計畫」自 2013 年開始推動，聘任專業護理師進駐公司，提供健康諮詢，並於總部大樓設置醫務室，提供同仁血壓量測、冰熱敷等健康服務，同時透過員工專屬的「健康護照」以及電子報、講座等衛教宣傳，鼓勵同仁做好自我健康管理。2016 年參加台北市績優健康職場競賽獲得第三名，為得獎企業中唯一的零售業者；2016 年亦獲得我國衛生福利部安心場所認證及國民健康署全國績優健康職場樂群健康獎。

落實企業社會責任對統一超商來說不僅是經營理念的展現，也是企業永續與國家永續必要的能量。未來將繼續秉持此信念，持續推動具體措施，以創造自我與社會更美好的未來。

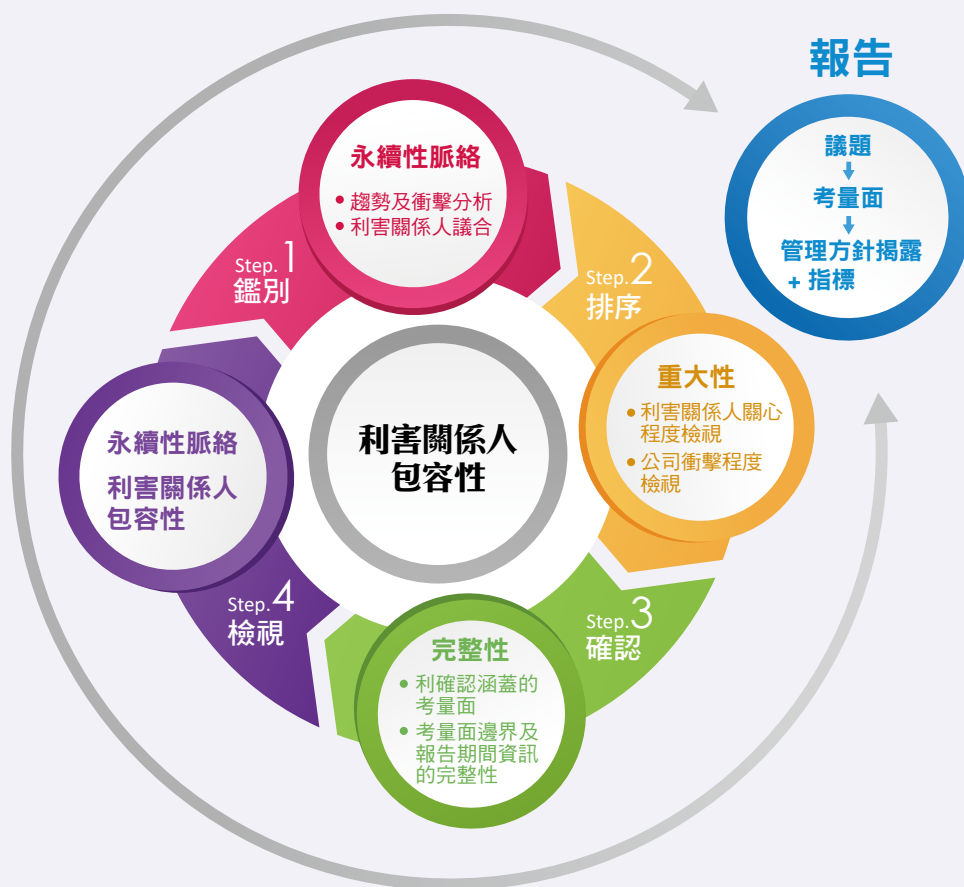
重大議題與利害關係人溝通



統一超商矢志成為最卓越的幸福企業，以提供生活上最便利的服務，為所有關係人創造最大共同利益為宗旨，並善盡良好社會公民之責任，促進社會安定與持續向上提升。聯合國永續發展高峰會於 2015 年通過了「改變我們的世界 -2030 年永續發展議程」，訂出 17 項永續發展目標 (sustainable development goals, SDGs)，也帶給企業思考未來永續發展的課題。我們以門市為幸福基地，希望能結合願景、治理、產品及服務，強化 CSR 績效資訊的溝通、回應國內外資本市場，也發揮影響力帶動供應商、引領消費者，讓每一個人的幸福就在身旁。

重大性評估流程

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



Step.1 鑑別

由CSR委員會成員以GRI G4考量面為基礎，同時考量產業特性、國際趨勢與同業發展情況，篩選出統一超商25項關鍵CSR議題。

Step.2 排序

2016年辨識出重大性議題共有10項，分別為食品安全與健康、服務品質、法規遵循、客戶權益、誠信經營、風險管理、職場健康與安全、勞資和諧、綠色物流及節能減碳。

Step.3 確認

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

Step.4 檢視

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



重大議題範疇鑑別表

| 重大議題 | 對應 GRI G4 考量面 | 組織內 | | 組織外 | | | 議題章節 |
|-------------|---|----------|--------------------|-----|----|-----|-----------------|
| | | 統一 超商 | 統一超商 物流關係 事業 | 客戶 | 社區 | 供應商 | |
| 食品安全 與健康 | PR: 顧客的健康與安全 / 產品及服標示 | ★ | | ★ | ★ | ★ | 2. 統一超商的優質商品與服務 |
| 服務品質 | PR: 產品及服務標示 | ★ | | ★ | ★ | ★ | 2. 統一超商的優質商品與服務 |
| 法規遵循 | EN: 法規遵循 SO: 法規遵循 PR: 顧客的健康與安全 / 行銷溝通 / 產品及服務標示 / 法規遵循 | ★ | | ★ | ★ | | 2. 統一超商的優質商品與服務 |
| 客戶權益 | PR: 顧客隱私 | ★ | | ★ | | | 2. 統一超商的優質商品與服務 |
| 誠信經營 | 一般標準揭露 | ★ | | ★ | | ★ | 1. 統一超商的永續企業 |
| 風險管理 | 一般標準揭露 | ★ | | | | | 1. 統一超商的永續企業 |
| 職業健康 與安全 | LA: 職業健康與安全 | ★ | | | | | 5. 統一超商的友善職場 |
| 勞資和諧 | LA: 勞工實務問題申訴機制 / 不歧視 / 結社自由與集體協商 / 童工 / 強迫與強制勞動 / 評估 / 人權問題申訴機制 | ★ | | | | | 5. 統一超商的友善職場 |
| 綠色物流 | EN: 交通運輸 | ★ | ★ | | ★ | | 3. 統一超商支持永續環境 |
| 節能減碳 | EN: 能源 | ★ | ★ | | ★ | | 3. 統一超商支持永續環境 |

註：物流關係企業為統昶行銷、大智通文化、捷盟行銷、捷盛運輸

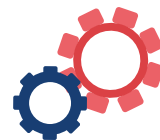


利害關係人溝通

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

統一超商與利害關係人溝通管道一覽表

| 利害關係人 | 關注議題 | 溝通管道 |
|--|--|---|
|  <p>投資人</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 公司治理 ● 風險管理 ● 營運與財務狀況 ● 股利政策 | <ul style="list-style-type: none"> ● 年度股東大會 ● 定期公告財務報表 / 年報 ● 官網訊息揭露 ● 法人說明會 ● 證交所公開資訊觀測站 ● 透過電話及電子郵件回答投資人及分析師的提問 |
|  <p>供應商</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 綠色採購 ● 綠色產品 ● 供應商管理 ● 當地採購 | <ul style="list-style-type: none"> ● 定期廠商聯誼會 ● 定期供應商大會 ● 輔導 / 稽核管理 |
|  <p>顧客</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 產品健康與安全 ● 產品與服務創新 ● 服務品質 ● 客戶隱私 | <ul style="list-style-type: none"> ● 聯合服務中心服務窗口 ● 滿意度調查 |



| 利害關係人 | 關注議題 | 溝通管道 |
|---|--|---|
|  <p>員工</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 職場健康與安全 ● 勞資和諧 ● 訓練發展與教育 ● 員工多元化與平等 | <ul style="list-style-type: none"> ● 定期勞資溝通會議 ● 職工福利委員會 ● 員工申訴 Email 信箱 ● 內部提案制度 ● 幸福合作社 |
|  <p>加盟主</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 訓練發展與教育 ● 職場健康與安全 ● 產品與服務創新 ● 行銷溝通 | <ul style="list-style-type: none"> ● 專屬加盟官網 ● 區顧問每周造訪 ● 每月定期書面月刊 ● 加盟主座談會 ● 滿意度調查 |
|  <p>公益團體</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 社區關懷 ● 公益與募款 | <ul style="list-style-type: none"> ● 每年 CSR 報告書 ● 響應社會公益活動 / 倡議 ● 統一超商好鄰居文教基金會 ● 每季把愛找回來公益募款活動 ● 募款提案 / 查核會議 |
|  <p>政府機關</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 產品健康與安全 ● 法規符合性 ● 公共政策參與 | <ul style="list-style-type: none"> ● 定期法規查核 ● 配合相關制度推廣 |
|  <p>社區鄰里</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 節能減碳 ● 社區關懷 ● 法規符合性 | <ul style="list-style-type: none"> ● 好鄰居同樂會 ● 每年 CSR 報告書 ● 聯合服務中心服務窗口 |



1.1 公司規模與背景

自 1978 年成立以來，統一超商深耕台灣市場，矢志成為最卓越的零售業者，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，「真誠、創新、共享」的企業文化，讓每一位統一超商同仁，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。累積超過 30 年經營連鎖零售通路的經驗，朝國際化、多元化的經營模式邁進，透過堅強的物流、情報、後勤等支援體系，秉持熱忱、決心與凡事徹底的精神，持續打造一個具幸福感的事業體系。

| | |
|------|------------------|
| 公司全名 | 統一超商股份有限公司 |
| 員工人數 | 8,099人 |
| 創立時間 | 1978年 |
| 董事長 | 羅智先 |
| 總經理 | 陳瑞堂 |
| 總部位置 | 台北市信義區東興路65號2樓 |
| 資本額 | 新台幣10,396,222 仟元 |
| 總店數 | 5,107家 |

截至 2016 年 12 月 31 日



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

● 聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs)

2015 年，聯合國成立 70 週年，世界領袖們齊聚聯合國紐約總部，舉行「聯合國發展高峰會」，發佈「翻轉我們的世界：2030 年永續發展方針」。這份方針提出所有國家面臨的問題，並基於積極實踐平等與人權，規畫出 17 項永續發展目標及 169 項追蹤指標，作為未來 15 年內，成員國跨國合作的指導原則。

這份方針同時兼顧了「經濟成長」、「社會進步」與「環境保護」等三大面向，展現了這份新方針的規模與企圖心。此 17 項目標，雖針對國家層級所訂定，企業的支持及響應，卻是達成目標的關鍵。

統一超商持續獲利並穩定成長，門市數量於 2014 年已突破 5,000 家，同時除傳統食品零售服務外，不斷從消費者需求發展不同的創新服務，如今，消費者可以在統一超商購票、繳費、寄送包裹、收發郵件等，成為消費者便利得好鄰居。

| 面向 | 呼應之SDGs | 內容 |
|--|--|----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 持續獲利穩定成長 | <ul style="list-style-type: none"> 就業與經濟成長 | 持續獲利、穩定成長、 創造工作機會 |
| <ul style="list-style-type: none"> 零售服務 | <ul style="list-style-type: none"> 責任消費與生產 | 重視產品品質、 消費者安全健康 |
| <ul style="list-style-type: none"> 多元創新服務 | <ul style="list-style-type: none"> 工業、創新與基礎建設 | 發展多元便利服務， 支持產業創新 |

● 安心產品與創新服務

2016 年統一超商在產品與服務上聚焦「食安機制」、「商品升級」、「技術突破」三項經營重點，以「安心、美味、便利的鮮食專賣店」、「持續升級的 CITY 品牌」、「差異化的門市設計與商品組合」、「全方位的數位服務平台」為永續策略，以及獨特性的 10 大熱門經營夯服務，成為便利、安心、歡樂的社區服務中心要角。

| 熱門夯服務 | 2016 營運策略 | 2017 發展目標 |
|---|--|---|
| 差異化的門市設計與商品組合 | | |
| <p>建構特色店，成國人朝聖景點！</p> | <p>以最適店格化發展大店格，提供消費者舒適寬闊的購物環境，2015 年開始以一店一特色規劃店鋪設計，更積極招募與培育專業的設計團隊，加速特色店的拓展，2016 年更首創推出不只裝潢有特色，內容更有特色的「OPEN！兒童閱覽室」，帶動社區閱讀與增進親子陪伴與互動。全台共超過 300 家特色門市。</p> | <p>統一超商將以「特色門市各自精采，打造獨立創作平台」，透過異業結合，與藝術、文創、學界合作，期望提供消費者 3E(Experience、Entertainment、Education) 的消費體驗。</p> |
| <p>”食”尚最前線！ 創造專屬 7-ELEVEN 的節慶節令</p> | <p>掌握消費者的需求整合廠商資源，為 7-ELEVEN 量身打造專屬規格的節令商品，提供消費者更新鮮的生活提案。</p> | <p>持續擴大結構開發更多元商品，增加消費話題與創造歡樂購物環境。</p> |
| <p>小“冰”立大功！ 國採經營範圍再擴大</p> | <p>7-ELEVEN 國際採購業績再創新高，成長超過 15%，透過商品結構更齊全的經營策略，從餅乾零食、糖果等結構擴增至麵食、飲料等，更呼應 M 型化的兩極消費需求，積極掌握消費趨勢強化高價值商品，以豐富多元的商品結構來補足國內發展停滯的產業缺口。</p> | <p>持續深化專區經營，更擴大商品結構，推升銷售業績。</p> |
| <p>經典最懷念！ 思樂冰、熱狗、大亨堡</p> | <p>因應消費者懷念經典商品，並掌握暖冬效應推廣創造佳績，銷售呈高倍數成長。</p> | <p>強化思樂冰形象，針對熱門銷售門市強化專屬情境設計，打造思樂冰專賣店。熱狗、大亨堡將持續開發新口味，並推出新堡體增加組合搭配多元性。</p> |
| <p>好評度爆表！ 甜點意外成生力軍</p> | <p>以 24 小時、就近便利購買的通路優勢，並整合專業品牌資源，與知名人氣甜點品牌合作量身打造專屬規格，熱賣</p> | <p>除了持續與專業品牌合作，開發最新夯甜點口味外，預購、網購甜點結構仍會再強化，與名特產專家黑貓探險隊合作，開發獨家、限定口味甜點。</p> |
| 持續升級的 CITY 品牌 | | |
| <p>小七扛霸子！ CITY CAFE 人氣居高不下</p> | <p>持續支持台灣在地文創、藝術推出節令限定杯款設計創造話題，更推出 CITY CAFE 現萃茶新結構，嚴選台灣在地好茶，並運用專用萃茶設備，萃取現泡茶前中段精華，呈現出最美味的茶飲。</p> | <p>持續深耕與精進品牌形象、飲品針對節令推出新品、設備再革新、周邊商品持續擴大服務結構與範圍，專賣櫃店數拓展破千、CITY CAFE 現萃茶展店速度加快，並研發新口味與組合搭配研發新品。</p> |

熱門夯服務

2016 營運策略

2017 發展目標

安心、美味、便利的鮮食專賣店

別開生“麵”！
鮮食基本美味升級有感

7-ELEVEN 鮮食研發團隊不斷到國外取經學習，跨國引進專業製程技術與獨家原物料，深入產地學習，更透過技術轉移，協助台灣鮮食供應鏈產業升級，同時滿足消費者的美味需求。

鮮食經營策略仍朝向專業技術再精進，針對不同類別產品再與知名廠商合作引進新製程技術與專業製程設備，提升商品的安心、美味、便利。

掌握健康趨勢，綠金
好棒棒！

與台塑有機農場推廣的有機蔬菜專區，2016 年積極展店與擴大契作溫室，店數突破 570 店、擴建溫室達 266 座、引進 3 台自動包裝機，更跨足有機蔬菜專賣店空白商圈的金門、馬祖等離島地區，帶動類別全年業績快速成長 70%，吸引近百萬人次到店購買。

持續擴大與台塑有機農場的合作範圍，積極展店，以成為全台最大的連鎖有機蔬菜專賣店為目標。

網友稱 7-ELEVEN 為
微波界霸主！
自有品牌持續變革

7-ELEVEN 自有品牌與鮮食持續進化與蛻變，以 iseLect 與 UNIDESIGN 重新上市，iseLect 主要鎖定餐飲類商品開發結構商品，2016 年品項數約 120 項，新增冷壓果汁結構，更強化冷凍食品品類選擇。

自有品牌會持續強化生活提案，iseLect 鎖定客層推出組合提案。鮮食將以名店名物經營策略，陸續引進大廠獨門醬料研發全新美味商品，提供消費者全新味蕾體驗的鮮食商品。

全方位的數位服務平台

icash2.0 進北捷熱烈討論！
打造全方位數位服務

7-ELEVEN 提供的 i 系列服務中，icash 2.0 與 OPENPOINT 聯手出擊也創下佳績，其中點數兌換、好康優惠、抽獎活動與前進交通通路，讓發卡量與使用頻次逐年增加。便利生活站服務持續優化並整合行動平台拓展便利生活站 app 服務功能，以 4 大服務平台「E-Service 平台」、「禮贈平台」、「會員點數平台」及「行動商務平台」，年累計使用量突破 2 億人次，且 2016 年服務項目淨增加超過 20 項，手機 app 的再優化開創人手一台行動式便利生活站的體驗。

icash 2.0 交通領域再擴大，像是 2 月已暉進台北捷運、雙北公車，年底前將前進桃園捷運，未來持續找尋新領域擴大服務，更因應網路購物和行動支付趨勢或發展相關服務，並積極拓展停車場特約通路，將 icash 2.0 生活圈再擴大！

i 系列服務針對交貨便基礎建設再升級，與其他平台合作增加服務多元性，另外 ibon app 服務介面優化、項目再擴大，創造令人驚艷、感動的便利服務。

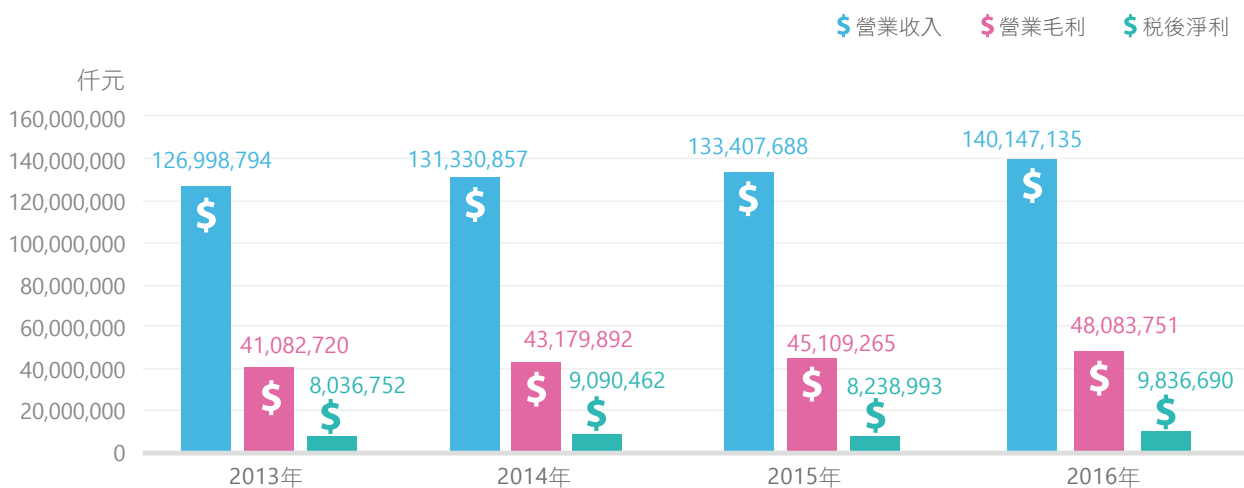
財務績效

全球經濟緩慢復甦，中國經濟成長趨緩，美國啟動升息循環，新總統川普預計採國際貿易保護政策，再加上歐洲多國即將迎來大選，亞洲地緣政治風險等因素，預期將為全球經濟增添不確定性，進而影響我國出口和整體經濟。然而在總體經濟環境面臨嚴峻挑戰下，統一超商仍穩健成長，根據 SDGs 的就業與經濟成長目標，我們持續透過多元、科技及創新服務，創造更多的經濟利潤。

2016 年營收達 140,147,135 仟元，營業毛利達 48,083,751 仟元，所得稅費用為 1,276,011 仟元，稅後淨利達 9,836,690 仟元，每股盈餘為 9.46 元。2016 年每股股利為 8 元，每股增加 0.8 元。股東權益報酬率達 35.30%。提昇股東長期的投資價值是我們的責任，在穩健獲利成長下，以穩定的股利配發政策回饋給股東。2016 年詳細營運財務績效請於公開資訊觀測站參閱本公司合併及個體財務報告。

為與投資人保持良好溝通，2016 年自辦與參加券商所舉辦的海內外法人說明會共 6 場；一對一的投資人會議共 211 場，期望讓投資人了解統一超商的未來營運方向與展望。

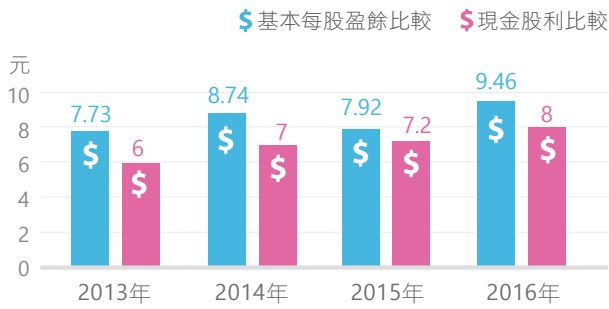
營運數字比較



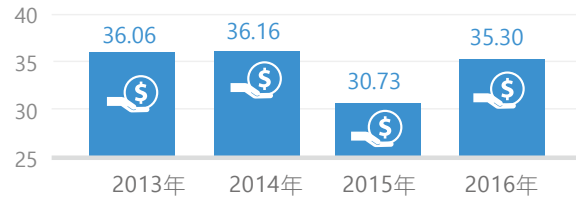
註：本公司自 2014 年起採用 2013 年版 IFRS，故追溯調整 2014 年受影響之項目。



股利比較



股東權益報酬率 (%)



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

● 支持國際倡議與參與公協會組織

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

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

註：台灣活動發展協會於 2017/1/1 退會

● 外界肯定

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

2016

2016年獲得的重要獎項

—— 統一超商 ——

- 《富比士》全球企業2000強，第1832名
- 《天下雜誌》大型企業組「CSR企業公民獎」、金牌服務業冠軍數位力為致勝關鍵、2000大企業
- 《遠見雜誌》企業社會責任獎
統一超商公益作為獲首獎肯定



- 入選《Cheers 雜誌》調查「2016年新世代最嚮往企業 Top100」排行榜
- 獲「Brand Asia亞洲影響力品牌」零售通路類榜首

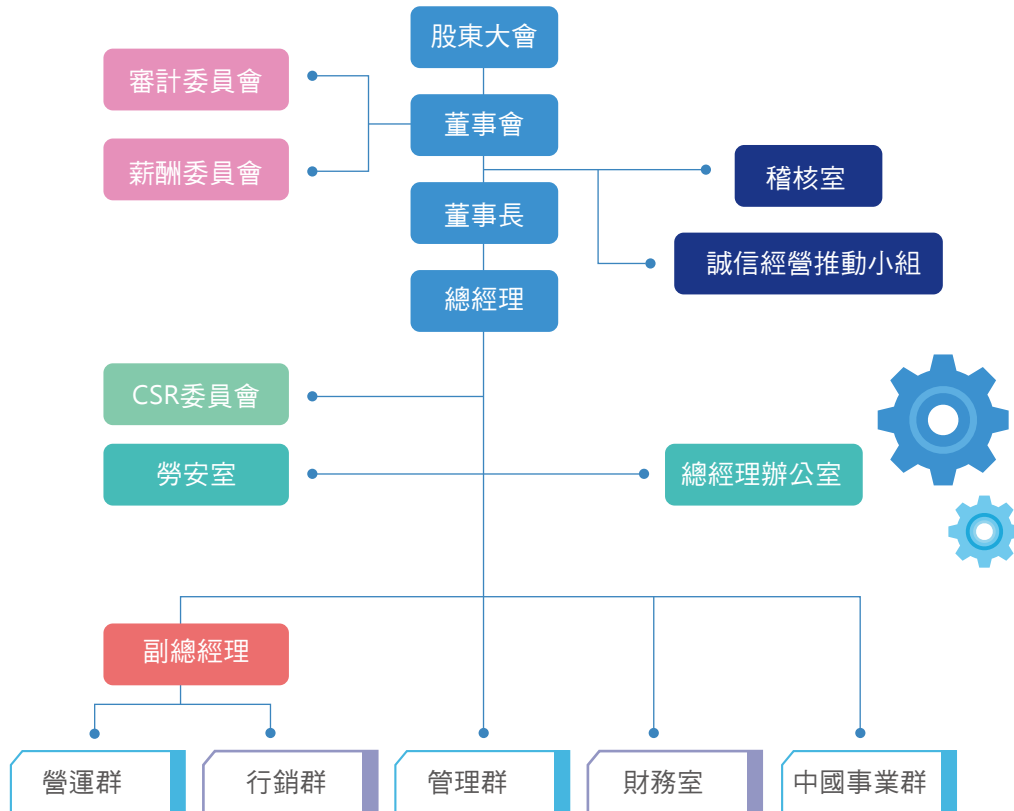


- 「第三屆公司治理評鑑系統」評鑑成績前5%
- 台灣公司治理指數100之成分股
- 入選FTSE4Good Emerging Index成分股
- 入選MSCI全球永續指數成分股
- 獲TCSA企業永續報告獎 銀獎



1.2 公司治理

統一超商重視營運透明與公司治理，誠信經營的提升更是我們長期經營的目標，建立良好的董事會治理制度、健全監督功能及強化管理機制。



日期 2017 年 3 月 15 日

● 董事會

統一超商設董事 13 人（含獨立董事 3 人），任期 3 年，採候選人提名制度，由股東就董事候選人名單中選任之。董事會成員平均年齡為 58 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 2016 年度年報第 17 至 22 頁內容，而年報可在公開資訊觀測站及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 2016 年及截至 2017 年 2 月底（2016 年年報刊印日前）已召開 8 次董事會，董事平均出席率為 95.2%。

● 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 2016 年及截至 2017 年 2 月底 (2016 年年報出刊日前) 已召開 6 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 2016 年及截至 2017 年 2 月底 (2016 年年報出刊日前) 已召開 3 次薪酬委員會，薪委會委員實際出席率為 100%。

● 誠信經營

公司為建立廉潔、透明及負責的經營理念，制訂以誠信為基礎之政策、企業文化及良好之風險控管機制，以健全企業之永續經營及發展，訂有公司治理實務守則及誠信經營守則，同時內部訂有品德管理通報，推動全公司「品德管理」活動。透過自律公約簽署活動，推廣全體員工良善行為典範。

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

對於內部的誠信經營，編制誠信經營線上課程，截至 2016 年 12 月 31 日，後勤全員及門市店經理完訓比率為 100%。而 2017 年誠信經營推動主軸，主要以先聚焦營運重大、執行層面廣的法遵議題，如公平交易法與勞動法令。

針對外部推廣誠信經營方面，建立正面防範機制，主動表明公司誠信經營立場，為確保商業活動的交易清廉，在供應商協議書中，自 2013 年起新增「誠信與不得收受賄賂」等條款，要求供應商一同謹守誠信分際，防範任何不誠信商業行為發生，維護雙方共同利益。並於 2016 年起，針對主要供應商之契約納入企業社會責任相關條款，供應商如涉及違反政策，且對供應來源社區之環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除合約。2016 年度供應商合約共 706 件、採購制式合約 287 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。



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

除落實企業核心價值誠信經營，亦做到資訊充分揭露，於每年 5 月在官網以及年報揭露誠信經營推動情況，2016 年 1~12 月累計利害關係人諮詢反映件數總計 1,309 件，以聯合服務中心綜合事務諮詢反映事項最多，再來為員工及加盟發展之利害關係人反映事項次之。

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



誠信經營推動小組

01

協助將誠信與道德價值融入公司經營策略，並配合法令制度訂定確保誠信經營之相關防弊措施。

02

訂定防範不誠信行為方案，並於各方案內訂定工作業務相關標準作業程序及行為指南。

03

規劃內部組織、編制與職掌，對營業範圍內較高不誠信行為風險之營業活動，安置互相監督制衡機制。

04

誠信政策宣導訓練之推動及協調。

05

監督檢舉制度之運作，確保執行之有效性。

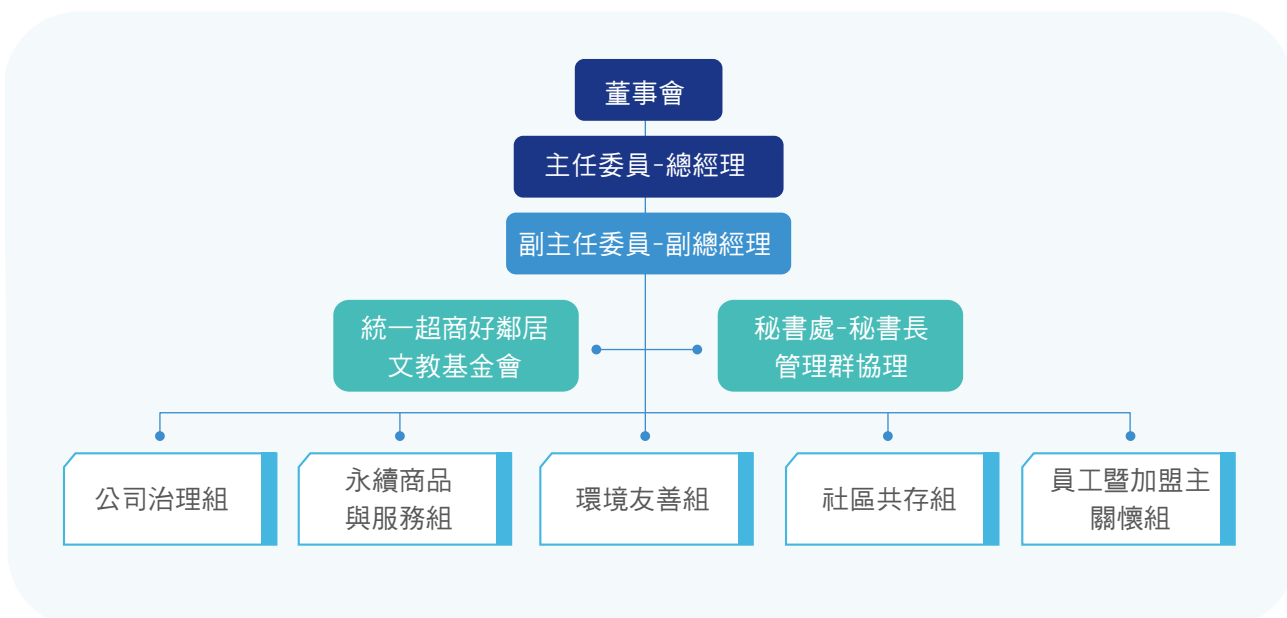
06

協助董事會及管理階層查核及評估落實誠信經營所建立之防範措施是否有效運作，並定期就相關業務流程進行評估遵循情形，作成報告。

● 企業社會責任治理

統一超商已訂定企業社會責任實務守則，且為落實企業社會責任之執行及管理，並於 2015 年設置跨部門之「統一超商 CSR 委員會」，由總經理擔任主任委員，副總經理擔任副主委，並分成五大小組，包括「公司治理」、「永續商品與服務」、「環境友善」、「社區共存」、「員工暨加盟主關係」，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行。每半年開會，2016 年於 2 月、8 月共 2 場大型例會，並定期向董事會報告。為了有效推動與執行 CSR 相關績效，統一超商自 2016 年起將 CSR 指標列入所有部級以上主管的共同績效，考量食安、勞安、環安、工安等與法令有關之議題，優先納入績效考核。

統一超商 CSR 委員會



1.3 營運策略與管理

統一超商以 7 大元素(人、店、商品、系統、物流、制度、文化)延伸的永續成長策略：「穩定的加盟秩序」、「安心、美味、便利的鮮食專賣店」、「持續升級的 CITY 品牌」、「差異化的門市設計與商品組合」、「全方位的數位服務平台」、「穩健經營及快速成長的轉投資事業」、「幸福企業、共好社會、永續地球」，提供高價值、獨特性的產品，成功將統一超商推向另一個高峰！





統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

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

為能掌握顧客的消費需求，及因應不斷推陳出新的賣場型態、不同業態的競爭模式，我們結合多項創新的服務持續深耕，以提升整體競爭優勢，並從中減少環境衝擊或促進民眾生活更美好。2016年投入相關之開發及研發費用達新台幣 144,980 仟元。

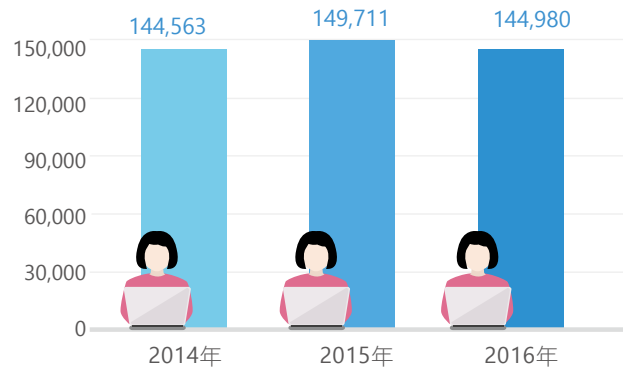
未來，統一超商將繼續秉持「矢志成為最卓越之零售業者，以提供生活上最便利之服務為宗旨，並善盡良好社會公民之責任」為責無旁貸的使命，盡最大努力為消費者提供便利生活，為加盟主謀求穩定獲利，為員工建立公平友善的工作環境，為股東創造更高價值，達到「顧客滿意」、「夥伴滿意」、「股東滿意」、「社會滿意」之四方滿意境界。

風險管理

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：

研發費用

(單位:仟元)



| 風險類型 | 風險管理執行說明 | 權責單位 |
|--|---|--------------------------|
| 策略營運風險 | <p>1. 各事業群及子公司制定投資與營運的事前計劃與風險評估，由本公司總經理辦公室定期進行相關的指標分析，並於每季的「統一超商暨轉投資事業經營交流會」，及定期主題式重點轉投資事業專案經營檢視中，進行營運績效追蹤及分析，以確保每個事業體的經營策略能符合其營運目標與經營願景。</p> <p>2. 本公司將食品安全風險與加盟秩序的維護列為中長期關注之議題，由於食品安全風險的存在可能衝擊公司形象，且影響公司營收與獲利的表現，因此建立商品安全全流程控管機制，以及強化供應鏈之管理，為本公司長期努力的方向；而為了門市單店持續成長以及本公司整體營運的穩定，持續優化加盟制度，提升加盟主報酬，維護穩定的加盟秩序，亦為本公司相關因應措施。</p> | 總經理辦公室 / 行銷群 / 營運群 |
| 財務、流動性及信用風險 | 由本公司財務室依據法令、政策及市場之變化，訂定各項策略、程序與指標，定期分析及評估相關風險的變化狀況，並採取適當的因應措施，以降低公司整體潛在的風險。 | 財務室 |
| 市場風險 | 各事業單位依據功能執掌，針對國內外重要政策、法令及科技變動，進行分析評估，並據此採取適當因應措施，以降低未來潛在經營風險。此外，本公司亦成立跨單位之法規鑑別委員會，並定期召開「法規鑑別會議」，隨時掌握最新法規變動資訊，以採取適當之因應措施。另外，各單位主管也組成「危機處理小組」，針對可能發生或已發生的市場風險與危機進行有效的控管與處理。新增風險評估制度，以客觀數據檢視法規風險，以利改善與追蹤。 | 各事業單位 / 法規鑑別委員會 / 危機處理小組 |
| 稽核室透過風險評估及法令規範，擬定年度稽核計畫與自行檢查程序及方法，藉由稽核計畫及自行檢查作業之執行，不斷對以上各項潛在之風險進行控管，並定期將結果上呈董事會。 | | |

● 氣候變遷風險與調適

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

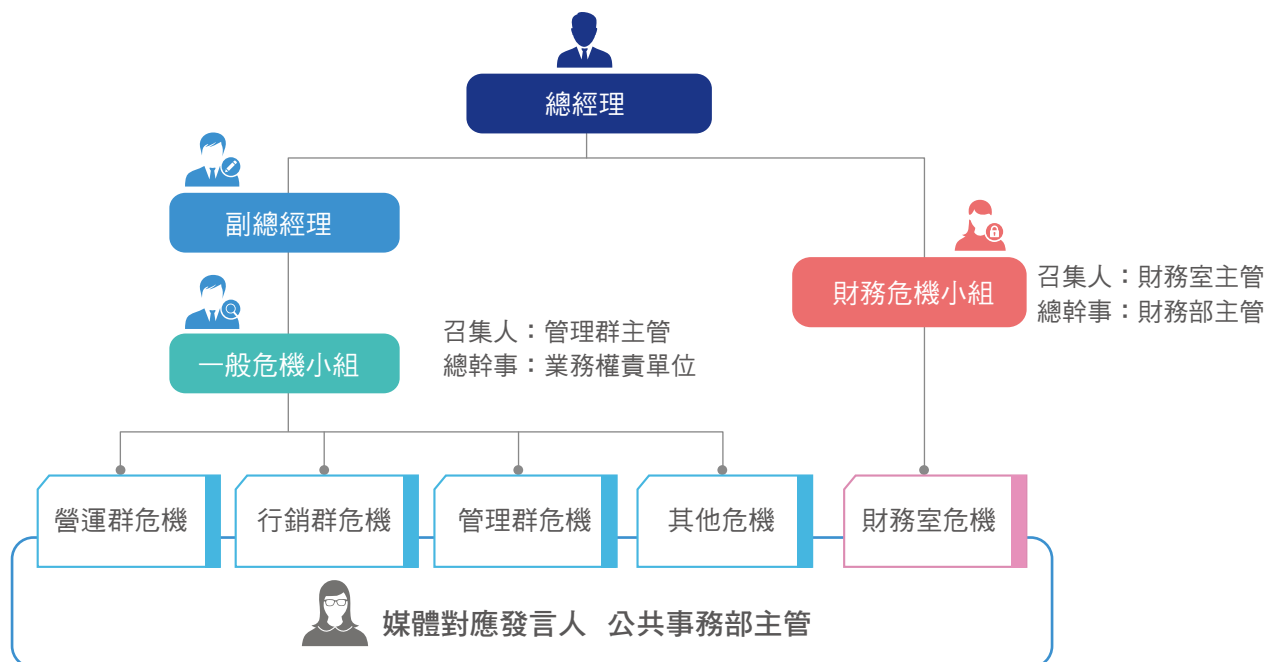
● 危機應變管理

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

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

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

危機小組組織架構





2017 KPI

- 年度商品安全管理投入費用超過**40,000**仟元

2016 KPI

達成情形

- 年度商品檢驗投入費用超過**39,000**仟元

超標(**42,300**仟元)

SDGs



永續商品與服務

統一超商為連鎖通路商，以好鄰居的角色自居，全台超過 5,100 家門市提供消費者快速及便利的管道取得食品飲料及日常用品。除了販售國內外知名品牌的商品外，為了提供民眾更高價性比的商品，統一超商於 2007 年成立自有品牌，初期以低價的訴求切入市場，符合當時金融海嘯消費緊縮的需求，讓消費者開始信任超商自有品牌，從超市走進超商買日用品與小包裝食品。到了 2015 年，M 型化消費趨勢上升，消費者渴望優質的「價值型」商品，而非過去「價格型」商品。這個「從價格到價值」的市場變化也反映在銷售上，讓統一超商更篤信自有品牌要加速轉型。

如今，統一超商主打健康飲品食品的 iseLect，以及強調高品質生活日用品的 UNIDESIGN 都成為消費者心目中的優質品牌。



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境




統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

成立自有品牌後，統一超商身兼通路與製造兩種角色，承擔較以往單純通路更多風險，為消費者健康安全把關的責任更為重大。

聯合國永續發展目標消除飢餓所設定的細項目標中，提到 (2.1) 確保弱勢族群得以取得足夠的糧食以及 (2.c) 確保商品市場發揮正常功能，減少糧食價格波動，統一超商全台超過 5,100 家門市，以透明合理的價格及便利的管道，提供消費者日常需要的商品及食品，完全符合此目標的期待。

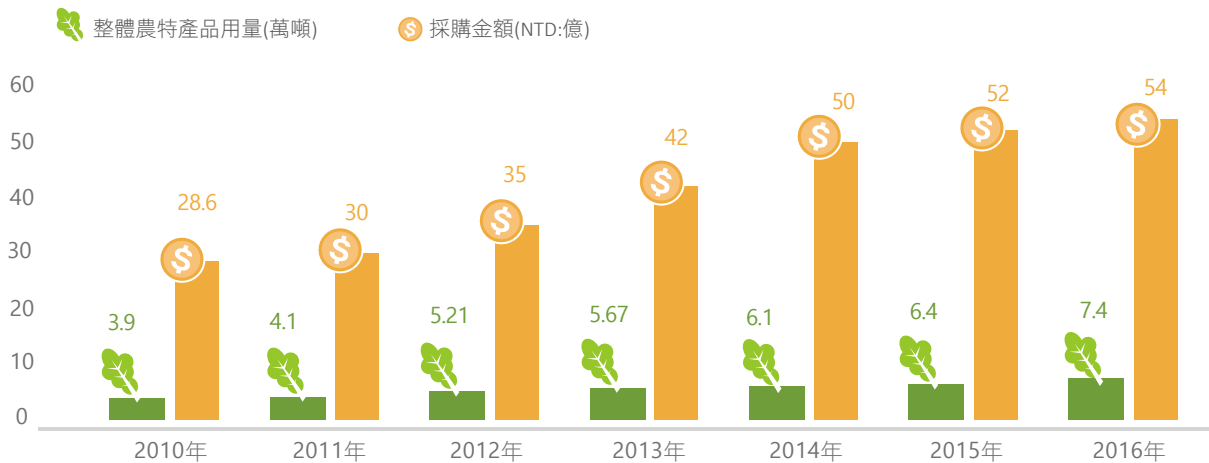
| SDGs | 細項目標 | |
|---|------|---|
|  消除飢餓 | 2.1 | 在西元 2030 年前，消除飢餓，確保所有的人，尤其是貧窮與弱勢族群（包括嬰兒），都能夠終年取得安全、營養且足夠的糧食 |
| | 2.c | 採取措施，以確保食品與他們的衍生產品的商業市場發揮正常的功能，並如期取得市場資訊，包括儲糧，以減少極端的糧食價格波動 |

2.1 供應商合作與管理

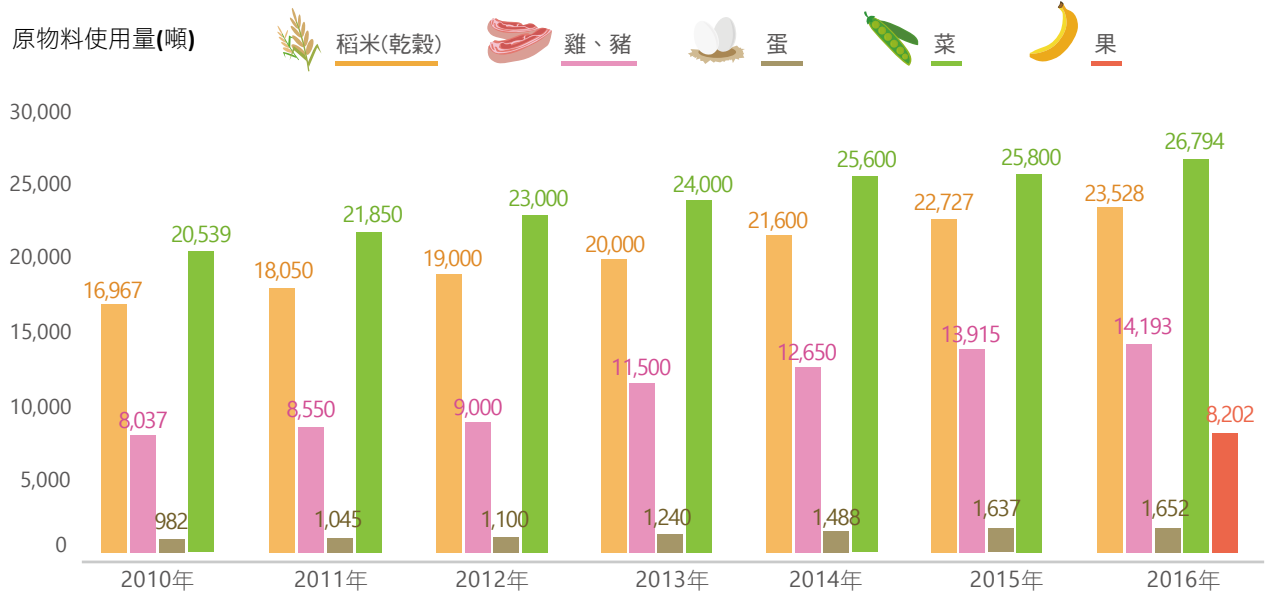
統一超商的供應商分成非自有商品供應，自有商品代工（包括自有品牌 PB 及自有標籤 PL）以及其他三個類別。透過供應商的合作與管理，確保消費者生活的健康及安全。

2.1.1 供應商合作

統一超商鮮食系列強調健康新鮮，嚴選台灣當地新鮮農產品製作，透過農民契作的方式，2016 年採購量達 7.4 萬噸，金額達 54 億元。

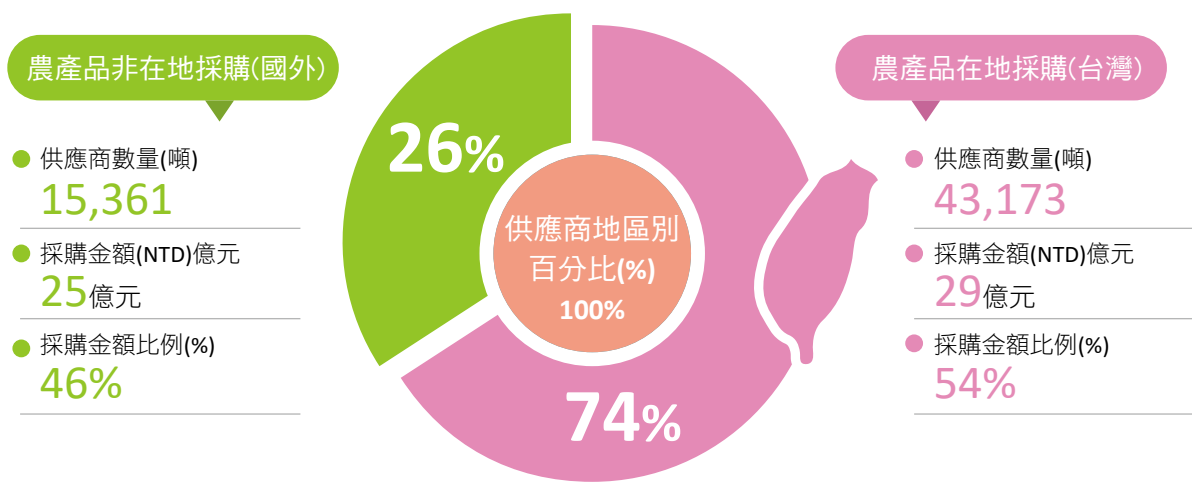


歷年原物料使用量 (噸)



為了鼓勵當地農業發展、降低整體環境足跡，持續提升在地採購是統一超商努力的方向。2016年，台灣地區供應商佔 74%，採購金額為 29 億元 (採購金額佔整體金額 54%)。

2016 年農產品在地化採購金額比率



合計：供應商數量(噸)58,534 採購金額(NTD)億元54億元 採購金額比例(%)100%

2.1.2 供應商管理

統一超商本身無製造廠房，自有商品委託代工廠直接製造，對於代工廠統一超商訂定「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」，對於直接交易原物料供應商訂定「原物料供應商及原物料管理辦法」，對於蛋品供應商訂定「業務用蛋品原料之管理作業辦法」進行定期評鑑管理；自有商品評鑑包含新供應商與既有供應商，評鑑的項目如下表「供應商評鑑項目及配分」，透過完整項目的檢視，確保商品的安全以及組織運作的良好管理。評鑑的結果依照分數分成 A、B、C、D 四個評級，食品類代工廠合格標準為 B 級以上，直接交易原物料、蛋品供應商合格標準為 C 級以上，自有商品供應商評鑑的評級如下表所示。

■ 供應商評鑑項目及配分

1. 代工廠

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

2. 直接交易原物料供應商

(1) 工廠型

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

(2) 貿易商型

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

(3) 原物料初級農畜產

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

(4) 蛋品供應商

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



■ 供應商評鑑結果分級標準

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

新供應商除了參與供應商評鑑外，還必須符合下列要求

1. 代工廠

- 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。
- 有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000 等品質認證為優先考量。
- 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。
- 可追溯原料來源，確保產品符合我國農藥、動物用藥殘留、重金屬等食品衛生標準及符合進口等相關法令規定。

2. 直接交易原物料供應商

- 合法供應商條件：商業登記證、工廠登記證等合法文件。
- 有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000... 等認證為佳。
- 新原物料引進應提供原物料溯源文件及風險評估。

3. 蛋品供應商

- 洗選廠原料蛋來源應由台灣優良農產品協會（以下簡稱 CAS）認可契約牧場提供，其洗選廠亦須通過 CAS 評鑑合格並具備資格（如該產品證書）。
- 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。
- 蛋品經國家公告方法檢驗合格，檢驗項目為沙門氏菌、動物用藥 48 項、抗生素類 - 四環黴素、抗生素及其代謝物、氯黴素類。

代工廠食品生產流程管理優劣直接影響產品品質與安全，統一超商要求自有商品的代工廠導入國際食品安全管理系統並取得第三方認證，於 2016 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 46 家，以供應商之工廠統計，共有 85 個工廠；自有商品食品類國內代工廠數為 58 個代工廠，其中 56 個代工廠取得國際食品安全管理系統認證 (ISO22000 或 FSSC22000)。另外二廠其中一廠於 2016 年 12 月取得 ISO9001 認證、另一廠於 2016 年 1 月已停止交易。

截至 2016 年底統一超商供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 46 家，稽核完成百分比為 100%（註）；針對這 46 家供應商共執行 206 次稽核，稽核結果合格共計 203 次，合格百分比為 98.5%。針對不合格的廠商除依商品品質合約進行罰款外，已要求供應商進行改善，並完成複評，皆已達合格標準。

註：台南蛋品一牧場及成偉一委託代工廠均已依供應商前期評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工，故 2016 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。



2.1.3 供應商大會

2016 年「展望 2017 年鮮食供應鏈大會」，邀請支援商品開發的上游鮮食廠及原物料供應商，包括統一超商、聯華、高雄空廚、新湖農場、如記食品等，共 72 家廠商、超過 180 人參與。目前統一超商和 25 家鮮食廠、162 家原物料供應商合作新商品開發。

為鼓勵優質廠商並提振管理績效，統一超商舉辦「優良供應商」及「金牌鮮食廠」兩大競賽，激勵表現優良的合作夥伴。「優良供應商」競賽分為供應商評鑑、工廠衛生稽核、品質異常、原物料抽驗及重大事件等 5 大評比，「金牌鮮食廠」競賽針對重量、微生物、客訴案件、評鑑稽核、供貨量等 5 大評比，分為「最佳商品研發」及「最佳工廠管理」獎項。

2.2 商品安全管理

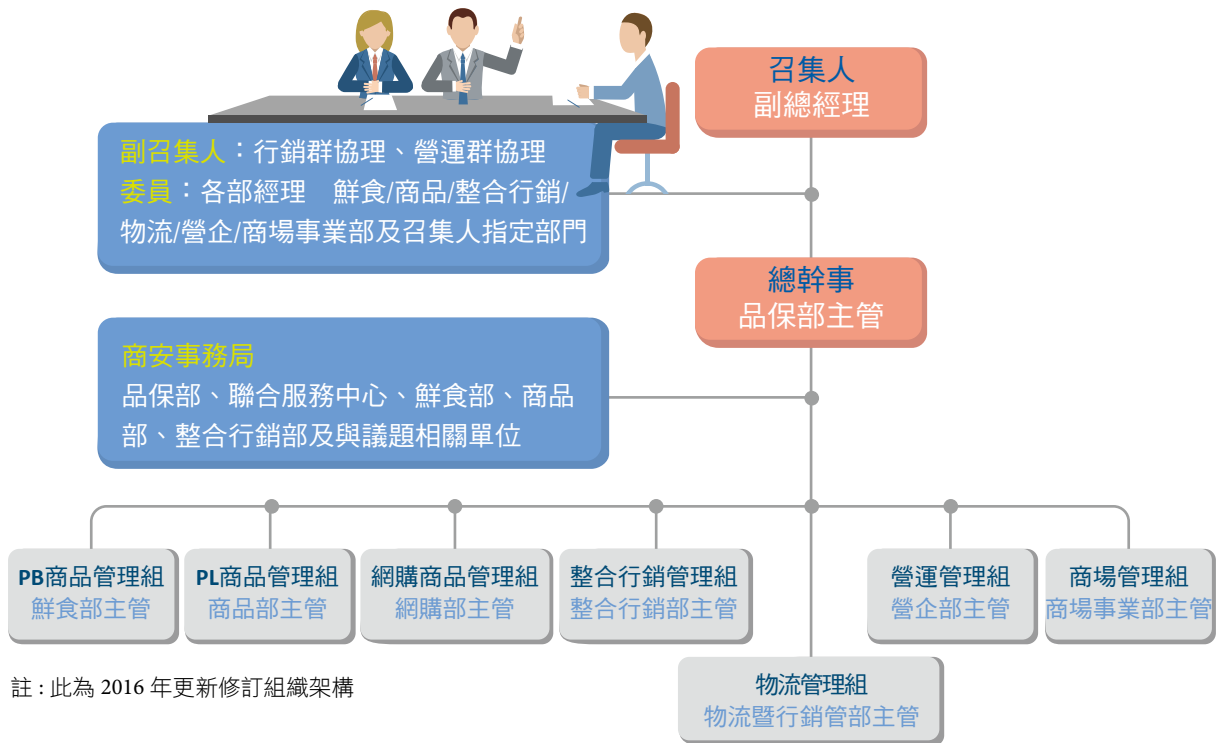
統一超商極度重視食安問題，為達到食品安全全面把關，陸續成立商品安全委員會、建立商品安全內部監督機制、提升品檢實驗室檢測能力等。統計 2016 年為提升商品安全管理，整年度累積投入經費高達 113,000 仟元。

2.2.1 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，底下設七個執行小組，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。2016 年共召開三次會議，討論內容包括政府法規鑑別、代工廠與供應商評鑑缺失、商品安全訊息、食品安全監測計畫及其執行進度等。





2.2.2 商品安全訊息

統一超商為管理商品風險，確保上架安全無虞，制定「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，持續蒐集超商架上產品安全相關訊息，並建立追蹤程序，該制度影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%。2016 年商品安全訊息收集 735 件，包括 A 級 6 件、B 級 524 件及 C 級 205 件。

● 訊息等級 — 分級說明



2.2.3 溯源管理

統一超商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。但統一超商仍與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫（原物料共購資料庫，MAS 系統）。透過 MAS 系統資料庫，我們將符合標準的原物料與供應商建置於 MAS 資料庫，進行溯源管理，確保自有商品食品類產品之原物料與供應商來源清楚。

2.2.4 品檢實驗室

統一超商 2012 年成立品檢實驗室，於商品上架前，進行商品及原物料的抽驗，抽驗的項目包含動物用藥殘留、農藥殘留、食品添加物、生物毒素、重金屬、黴菌毒素、微生物與摻假等項目，確保商品安全無虞後始可上架。我們的品檢實驗室針對財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目取得 ISO/IEC17025:2005 證書，該證書於 2013 年首度取得，並於 2016 年 8 月獲得展延評鑑通過有效期限至 2019 年，截至 2016 年底品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議所建立之檢驗項數為 552 項。而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 101 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 3 項

衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目

硝基咪喃代謝物 4 項

氯黴素類抗生素 4 項

多重殘留分析 (二) 48 項

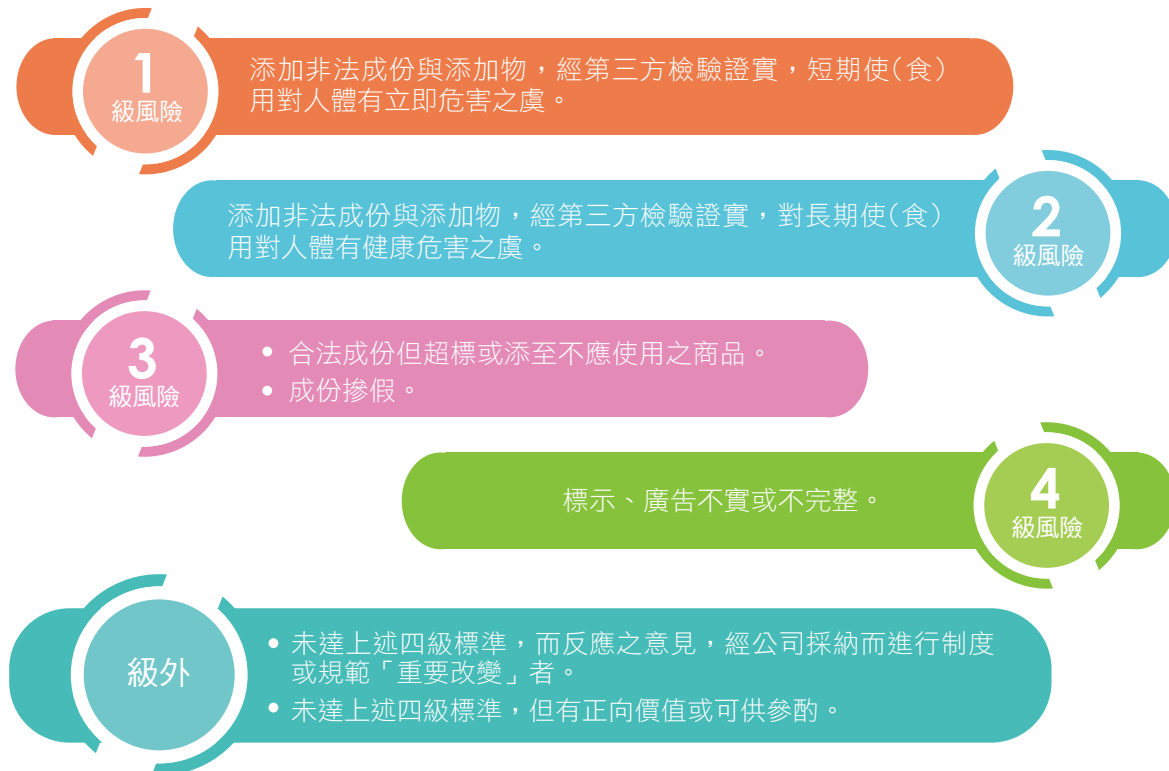
微生物類 4 項

2016 年商品與原物料共檢測 1,009 項，通過檢驗合格為 999 項，合格率 99.0%。不合格之原物料或商品，均要求供應商限期改善，針對不合格商品也採取預防性下架，待確認商品安全無虞後再行販售。品檢實驗室產生費用總計新台幣 26,679 千元，包括委外檢驗費用新台幣 5,955 千元 (註)，佔個體營業收入 0.02 %。年度商品檢驗投入費用為 42,300 千元，超過 2016 年 KPI 設定 39,000 千元。

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

2.2.5 內部舉報制度

「自有商品安全維護辦法」，主要目的為建立商品內部監督機制，透過後勤、直營店門市人員與加盟主，反應統一超商自有品牌商品廣告、標示、成份上任何疑慮，反映之問題經商品安全委員會確認屬實，依商品安全事件風險分級，給予不同額度獎金。2016 年內部反映事件共計 2 件，核發獎金 1,000 元。



2.3 商品及服務品質控管

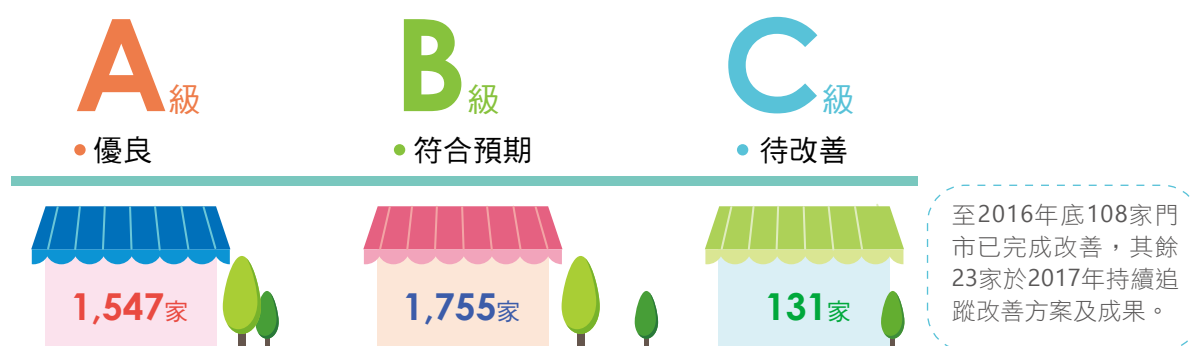
除商品本身安全，商品運送、儲存及展示的過程中，確保商品保持高品質同等重要。為達到商品從上到下的完整控管，統一超商與物流公司共同合作，導入初次物流及門市商品管理與服務查核，讓消費者在超商門市買的放心，用的安心。

2.3.1 初次物流

物流過程中，溫度、人員、衛生會直接影響到商品的品質。初次物流管理透過運輸整合，將品質控管流程由門市配送向上游推到供應商接貨端，建立全流程品質控管。2014 年導入初次運輸之產品類別，包括有速食、米飯、調理麵包類之所有產品項已 100% 導入，而水果、熱狗 / 沙拉配菜與熟食類別產品則部份導入。2015 年更增加生鮮超市類包括香蕉、蔬菜等導入比例分別達 59% 及 57%。2016 年香蕉初次運輸導入已達 100%，生鮮蔬菜(除玉米棒與涼筍)也達 100%。

2.3.2 門市查核

為確保統一超商門市提供消費者優質的消費經驗，統一超商每年針對直營及加盟主門市進行優質服務評核，從基本服務、專業服務、環境舒適及應對合宜四個面向，評核結果分成 A, B, C 三個評等。2016 年共稽查 3,433 家門市，獲得 A 級共 1,547 家門市，評核結果 C 級的門市，由營運幹部到店進行輔導，並召開門市會議研擬改善方案及成果追蹤。



此外亦透過管理顧問公司，針對門市商品效期管理品保作業查核，2016 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.3%(註)。2016 年共計查核 21,925 店次，共 21,335 次通過檢查，合格率 97.3%。

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，2016 年共 10,830 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，2016 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.3%(註)。

註：少數門市係因 2016 年初關店或 2016 年末開店，故未於 2016 年受稽核。

2.4 消費者權益

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

2.4.1 商品標示

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

2.4.2 申訴機制

統一超商設立「聯合服務中心」作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。「聯合服務中心」提供了電話專線及電子郵件信箱。針對消費者提出訴求及意見，受理後成立案件，並追蹤後續處理情形，給予消費者滿意的答覆後始得銷案。2016 年線上處理率為 80.05%。

2.4.3 個資保護

配合消費大眾消費習慣的轉型及生活便利性的需求，統一超商提供多元的服務：線上商店、ibon 購票取票、包裹收發寄送等。隨著服務方式的多元化，接觸消費者個資的機會也隨之增加。為提供消費者個資保障，「個人資料保護專案小組」定期進行個資盤點、執行風險分析，同時提供教育訓練培育各部門種子人員。2016 年並未發生個資相關投訴或違規事件；相關同仁線上課程完成度 100%。

統一超商自 2012 年起導入外部驗證，繼 2014 年通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，2016 年更新驗證也順利通過並取得證書。



2.5 法規遵循

統一超商自有商品之製造販售，包括原物料來源、內容成份、產品標示、產品行銷等，皆依照相關法規要求管理；非自有商品，亦與供應商合作，透過溝通、檢驗、稽核機制，確保法令規章的符合性。2016 年統一超商所販售之產品，並無違反顧客安全健康、產品標示、行銷溝通等相關法規，亦未銷售任何禁止或爭議性產品。統一超商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。2016 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。



2017 KPI

- 採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購金額 **4.5%**
- 門市及總部用電密集度較 2014 年降低 **3%**
- 總部大樓「節電」、「節水」、「節紙」目標：
 1. 總部大樓 (2-11 樓) 用電密集度較前一年降低 **0.5%**
 2. 用水量人均較前一年節約 **0.5%**
 3. 用紙量人均較前一年節約 **0.5%**

2016 KPI

達成情形

- | | |
|--|-------------|
| • 採購具有環保標章及有節能之產品達年度採購金額 4% | 100% |
| • 門市及總部用電密集度較 2014 年降低 2% | 100% |
| • 總部大樓「節電」、「節水」、「節紙」目標： | 100% |
| 1. 總部大樓 (2-11 樓) 用電密集度較前一年降低 7% | |
| 2. 用水量人均較前一年節約 0.5% | |
| 3. 用紙量人均較前一年節約 1% | |

註：總部因人員增加39人用水量亦增，實際人均度數則減少EUI/人均：-1.2%。

SDGs

13 氣候行動



近年來全球氣候變遷已經面臨採取積極作為的時刻，依 2015 年「聯合國氣候變化綱要公約第 21 屆締約大會」(COP21) 的巴黎氣候變遷會議，加速節能減碳議題與企業營運模式與產生服務緊密結合，並直接或間接影響企業及消費者行為，減緩氣候環境的惡化，也可降低氣候對原料供應的衝擊與傷害。

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

3.1 節能減碳綠色生活

● 總部

超商總部大樓的減碳行動透過績效設定，完成今年承諾的節約「電、水、紙」達成率。在大樓內駐足點懸掛節能標語，養成員工自然節約環保意識，另外也透過走動式管理，巡視各樓層既有設備能源損耗，改善並提升硬體效能，不僅達到環保節約目的，也替總部大樓節省不少能源支出。

■ 2016 年總部大樓節約「電、水、紙」績效

| 項目 | 具體措施 | 2016年績效 |
|--|--|--|
|  節電 | 汰換T8燈管，改為LED燈管 | 較前一年度(2015年) 節電量： 179,949 度 減碳量： 114,627 公斤 EUI/人均： -12.6% |
|  節水 | <ul style="list-style-type: none"> ● 4樓及下水塔漏水已修復。 ● 總部因人員增加39人用水量亦增，實際人均度數則減少。 | 較前一年度(2015年) 節水量： -234 度 減碳量： 45 公斤 EUI/人均： -1.2% |
|  節紙 | 電子公文及持續宣導文件掃描功能。 | 較前一年度(2015年) 省紙量： 6,203 張 減碳量： 7 公斤 EUI/人均： -5.8% |

● 門市

2016 年持續推動節能措施，既有門市經「設備採購委員會」同意，陸續進行汰換高效能設備。所有新門市的開設，皆需導入包含建築隔熱、招牌節能、燈具減量、採用變頻系統、戶外節能、室內照明管理及採用 LED 燈七大節能設計。除了設備更替朝向更節能方向外，所有門市員工皆接受訓練，依照「門市節能自檢作業」針對冷氣、迴風扇、照明、冷藏冷凍櫃、招牌櫥窗等設備定期檢點，以確保設備能維持高效率運轉。2016 年持續針對既有門市更換變頻水壓機導入、直流 DC 馬達自動門導入、風除室導入等，每年可節省約 29,356 千度電，減少碳排放 15,324 噸。

| 導入項目 | 數量 (台) | 節省電力 (kwh) | 碳減量效益 (噸 CO2e/年) | 節能費用 (萬元) |
|------------------------|-----------|---------------|---------------------|--------------|
| OSC 內藏型改別置 | 178 | 334.8 | 259 | 111.14 |
| 門市定頻冷氣更換為變頻冷氣 (RC/FC2) | 726 | 930 | 2,676 | 1,148.48 |
| 門市定頻冷氣更換為變頻冷氣 (FC1) | 94 | 930 | 414 | 177.49 |
| 新開店使用變頻冷氣 (RC/FC2/FC1) | 957 | 930 | 2,791 | 1,197.79 |
| 屋外型變頻共用主機 | 2,727 | 14.7 | 230 | 98.88 |
| 3 尺橫招燈管為 3 排燈改 2 排燈 | 819 | 269.5 | 971 | 416.50 |
| 直流 DC 馬達自動門導入 | 793 | 41.1 | 143 | 61.17 |
| 風除室導入 | 226 | 691.5 | 624 | 267.60 |
| 賣場 T 型 T5 燈具安裝 | 569 | 129.5 | 275 | 118.19 |
| 恆壓變頻水壓機導入 | 680 | 18.75 | 55 | 23.67 |
| 新式組合冰箱 | 647 | 528.6 | 1,368 | 586.97 |
| 組合冷藏冰箱獨立機組加裝變頻器 | 2,432 | 287 | 3,790 | 1,626.30 |
| 單 / 雙門冷凍外掛變頻器 | 1,060 | 334.8 | 1,608 | 689.88 |
| 騎樓燈最適排列 | 1,068 | 27.2 | 121 | 51.82 |
| 合計 | | 5,437.45 | 15,324 | 6,575.87 |

● 全面推動無紙化

統一超商配合政府，自 2011 年起於門市導入電子發票，成為國內率先導入電子發票的連鎖便利商店業者。2015 年起延伸至異業結盟通路，至 2016 年底已有包括全國加油站、南仁湖商場、101 百貨、環球購物中心、高工局商場、統一夢時代購物中心、潤泰公司等櫃位或門市導入。

2016 年 1 月 1 日統一超商導入公用事業四大族群開立雲端電子發票，並提供企業入帳簡化，以收據代號 BB+ 八碼，取代統一發票號碼入帳機制。消費者中獎發票只需至門市列印即可兌領，並同時開放公用事業之廠商採用便利生活站讓消費者列印中獎發票兌獎聯，大量降低公用事業郵寄給消費者中獎憑證之成本。統一超商之第二類電信 (MVNO) 業務在此政策導入下，預估每年節省列印發票紙張的效益約 98 萬張。

加盟主開立績效獎金之紙本發票導入電子發票流程，於 2016 年 1 月 1 日上線，目前導入率達 95%，此作業可減少加盟主購買發票的費用，亦降低空白發票報廢數量，每年可減少用紙 270 萬張及紙張金額 32 萬元。



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

為符合國際趨勢，2016 年統一超商與政府部門共同規劃電子發票作業加入國際條碼機制，規劃公用事業各類繳款通知單或已繳費憑證做為兌獎憑證，未來中獎發票若於門市兌換現金能採用電子核銷機制，此舉不但提升 E 化效益，同時兼顧環保。

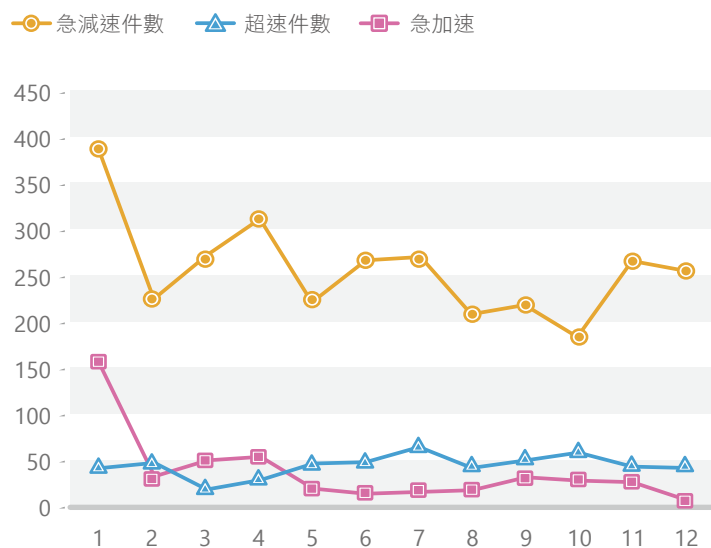
● 物流

2016 年隨著全台門市展店數及服務項目日益增加，運輸物流量亦隨之提高。為了把最新商品在第一時間最安全與穩定的配送到每一間門市，年度強化各項資訊管理系統、管理幹部水平提升與各項標準流程再精進，致力確保提升物流配送人員與車輛設備效能，以降低物流配送過程對社會造成負面影響與對環境產生衝擊，例如：導入行動化管理 APP、物流士作業 SOP 影音資料、統一東京維保制度、營運管理系統開發等，讓各項配送作業更落實標準與更安全行車。

統一超商長期與物流關係企業合作，透過減少物流配送趟次、建立維保機制、共同配送、物流設備升級等方式，提升物流效率，同時降低環境的衝擊。負責物流車輛管理的關係企業捷盛運輸，自 2016 年起引進環保車輛，並設定目標 2020 年前逐年汰換舊型物流車輛（環保三期、環保四期），導入最新五期環保期數車輛，目標共汰換 223 台，2016 年目標引進 25 台最新環保期數車輛，本年度合計汰換 69 輛三期車（每車減少排放 59.4 kg 的 CO1 排放量）與汰換 14 輛四期車（每車減少排放 13.71kg 的 CO1 排放量），總計減少 4.29 公噸（4,291 公斤）CO1 排放量；而汰換 83 輛舊型車輛之固定資產成本總計花費 222,440 仟元。

🔗 車機系統導入

捷盛運輸自 2012 年起建立「數位行動監控中心」，並和中華電信共同開發集團專屬的車機系統，運用 GPS/GPRS 技術即時掌握每台物流車的車況、路況與貨況，進行物流配送車輛的動態管理，並於 2016 年起妥善運用各項車輛安全數據，致力於降低行車風險以維護用路人的安全，年度落實控管「車輛超速」、「車輛急減速」與「車輛急加速」之安全數據管理，有效管控各樣風險因子並達逐步改善；另透過酒測儀器結合考勤，監控物流士狀況，能夠更安全及正確的輔導每一位物流士維持良好的駕駛習慣，以符合社會的期盼。



🔗 優秀菁英物流士表揚大會

提供消費大眾各種便利服務的背後，有一群長期不分晝夜、努力完成每次配送任務的堅強物流團隊，全力支援。延續以往每年表揚表現優異的物流士，「2016 PCSC 菁英物流士表揚大會」共有 68 位菁英、從全國 1,788 位來自捷盛運輸、捷盟行銷、統昶行銷及大智通文化行銷物流士中脫穎而出，其中更有 4 位連續三年獲得榮耀，進而獲頒「尊榮物流士」殊榮。為感謝物流士長期堅持與努力，盡力守護供應鏈的每一哩路，PCSC 每年精心打造為期 2 天 1 夜的表揚行程，且邀請物流士和家人共襄盛舉，共享榮耀時刻。

截至 2016 年活動已舉辦 9 屆，累計表揚近 500 位卓越物流人員。2016 年活動主軸為「感謝相伴 夢想無限」，期望物流士們能以「智慧物流士」自許，善用如：智慧型車機系統等高科技設備，主動且即時地掌握每趟配送任務的服務品質、駕駛安全和食品安全。





捷盟行銷

以棧板及物流箱取代一次性紙箱配送

長期有效運用棧板及物流箱，取代一次性紙箱，兼具環保，2016 年度棧板使用總數 1,641,429 板，較 2015 年成長 3%；物流箱使用總數 11,064,696 個，較 2015 年成長 5%。

| 捷盟 | 配送板數 (板) | 配送物流箱數 (個) |
|--------|-----------|------------|
| 2016 年 | 1,641,429 | 11,064,696 |
| 2015 年 | 1,598,518 | 10,580,226 |
| 成長率 | 3% | 5% |

廠區節能措施

- 持續於各廠區推動現場作業照明逐步更換為 LED 燈具，廠商屋頂增設採光罩等節能方案。
- 餐廳、會議室及樓梯間耗能燈具更換為節能燈具，並且定期分批更換年限到期燈管，以維持有效亮度及節約能源。
- 安裝窗簾來隔絕室外日光直接照射，以降低空調設備耗能。
- 增加循環扇，並安裝冷氣空調定時關閉功能，下班後自動關閉。
- 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。

統昶行銷

以配送物流箱取代一次性紙箱配送

從供應商進貨到理貨，甚至是配送到最後一哩的門市，均是將商品放置在物流箱，以取代一次性紙箱，2016 年度物流箱使用總數 58,465,987 個，較 2015 年大幅成長 1179%。

| 統昶 | 冷藏 | 冷凍 | 鮮食 | 麵包 | 配送物流箱總合 |
|--------|------------|-----------|-----------|------------|------------|
| 2016 年 | 37,623,179 | 3,930,814 | 6,853,257 | 10,058,737 | 58,465,987 |
| 2015 年 | 2,695,336 | 250,466 | 649,212 | 974,452 | 4,569,466 |
| 成長率 | 1296% | 1469% | 956% | 932% | 1179% |

整合初次運輸配送：

透過初次運輸整合，轉運作業向前延伸到供應商端接貨，建構全流程品質控管，以確保食品安全。經初次運輸整合可降低每日總轉運趟次，透過物流公司及運輸車隊集結調度減少每日車趟次，以及空箱整合簡化廠內外翻箱等作業工時，均有助於整體作業效益擴大。以 4℃ 導入為例，預估每天減少 80 轉運趟次。

大智通文化行銷

Recycle 應用：自有棧板及物流箱：

供應商進貨至大智通廠區，均使用木頭棧板或紙棧板；在廠內作業、商品庫存、轉運作業都使用自有且可重複使用之塑膠棧板，使用可回收重複使用之物流箱配送至門市，取代一次性紙箱配送。

現行除車站、離島門市因受限空間不足較無法使用物流箱，以及超過寄件材積無法納入物流箱外，其餘出貨方式都以物流箱為主。

🔗 廠區節能措施：

- 樹林 DC 導入節能服務系統（ESCO），於冰水泵浦與水塔風扇加裝變頻器，並於冰水管安裝流量探測機制，2016 年從 6 月至 12 月共節省用電 44,531 度。

變頻器控制



冰水流量偵測



🔗 導入廢紙回收處理設備

減少員工的作業工時，估計每天可減少 10 小時（600 分鐘）的作業時間，大幅提升作業效率。

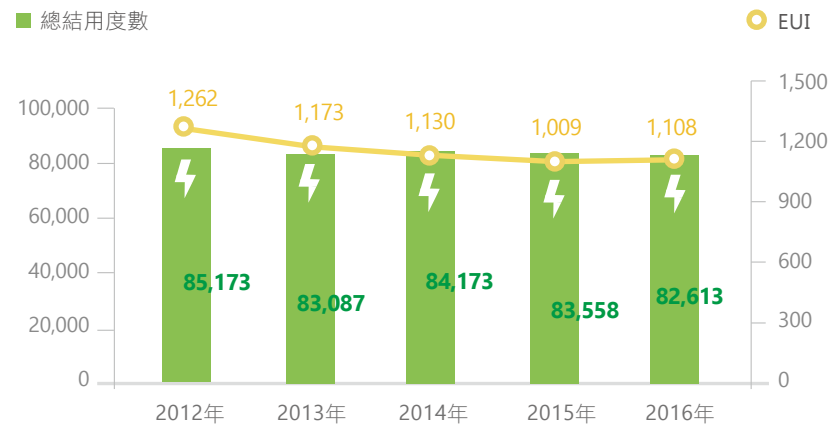
| 大智通 | 籠車 / 台 / 天 | 改善前壓紙分鐘 | 改善後壓紙分鐘 |
|-------|------------|---------|---------|
| 博客來 | 10 | 250 | 50 |
| EC 驗收 | 16 | 400 | 80 |
| 網購 | 4 | 100 | 20 |
| 合計 | 30 | 750 | 150 |



● 溫室氣體盤查

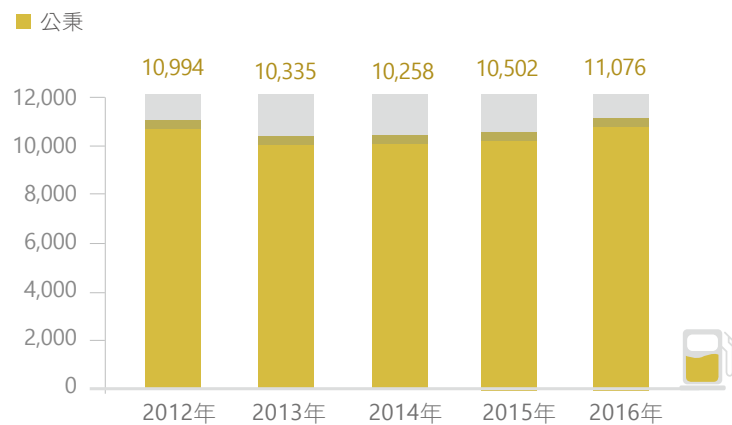
目前門市及企業總部，主要能源使用為電力。2016 年門市與企業總部合計用電量為 82,737 萬度，較 2015 年下降 1,068 萬度，門市佔比為 99.8% 以上。2016 年門市總用電度數為 82,613 萬度電，為持續追蹤門市用電效率，我們以用電密集度 (EUI) 作為績效指標，2016 年 EUI 值為 1,108 kWh/ 平方公尺。

■ 門市用電量及 EUI 統計



捷盟行銷、統昶行銷、大智通文化行銷三家物流公司負責集中進貨、理貨的業務，分工配送常溫商品、冷藏、低溫與冷凍商品，以及文化出版品到電子商務等品項。捷盛運輸統籌物流車輛總管理，包括耗油量監控、環保車輛引入與物流士訓練等。2016 年配送運輸的總用油量 (柴油) 為 11,076 公秉。

■ 運輸柴油使用量統計



■ 運輸柴油使用量統計

統一超商的溫室氣體盤查配合國家政策更新歷年電力碳排放係數，溯及過往也同步更新歷年之溫室氣體排放量。2016年溫室氣體盤查總量為579,079噸CO₂e，以電力使用所造成的範疇二排放佔約74.7%左右為大宗，其中門市用電佔範疇二排放超過99%；而範疇一的直接排放佔約20.3%，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排放量約為29,368噸，佔總排放量約5.1%。

3.2 鄰近便利綠色回收

統一超商於2010年起在7-ELEVEN門市增設廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機和廢旅座充的回收，同時推出商品抵用金的獎勵做法。廢資訊用品環保回收平台實施以來，回收成果卓越。統一超商也導入門市業務用鮮奶空瓶回收作業，2016年共回收4,217,445個。

■ 門市回收平台 2016年績效



3.3 綠色會計與綠色採購

📌 綠色會計

統一超商秉持著企業社會責任的精神，提供消費者安全便利之產品與不斷創新之服務，同時追求節能減碳與愛惜地球之環保生活，並以「貼心不打烊、幸福在身邊」之初心持續為台灣社會公益活動作更多的貢獻。透過綠色會計制度，將這些具體行動轉化為財務數據。2016 年投入環境保護之各項資產投資及費用支出合計有 10 億元，並彙整出環境支出統計表（如下表）

| 分類 | 項目 | 內容 | 環境效益說明 | 投資 (仟元) | 費用 (仟元) | 合計 (仟元) |
|---|---|--|---|------------|------------|------------|
|  商品 | 販售商品改採環保包材；鮮食商品不使用防腐劑等添加物。並檢驗農藥殘留等問題。 | 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。 | | 234,196 | 234,196 |
|  門市 | 實施能源節約。 | 購置能源節約設備 - 導入省電器 390 台、賣場冷氣循環扇 - 導入 1,561 台、導入變頻冷氣 1,127 台、T5 節能燈具 - 導入 29,393 組、冷凍 / 冷藏外掛變頻器 - 導入 2,216 台、思樂冰機淡季停機 / 休眠 - 導入 1,736 台。 | 節約能源，減少碳排放。 | 241,155 | 1,172 | 242,327 |
| | 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。 | | 290,512 | 290,512 |
| | 延長設備、建材等使用壽命。 | 鋼製櫃檯導入 530 店，設備回收並整備再利用。 | 減少砍伐樹木並減少資源浪費。 | 81,347 | 27,877 | 109,224 |
| | 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。 | | 46,473 | 46,473 |
|  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 260.7 噸，廢光碟 59.5 噸，廢筆電 0.6 萬台，廢手機 8.4 萬支，廢手機座充 / 旅充 7.9 萬個。 | | 3,107 | 3,107 |

| 分類 | 項目 | 內容 | 環境效益說明 | 投資 (仟元) | 費用 (仟元) | 合計 (仟元) |
|---|-----------------|----------------------------|---|------------|------------|------------|
|  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 3,308 公斤，紙類 15,510 公斤，鐵鋁罐 577 公斤，其他(光碟/電池/燈具)411 公斤。 | | 30,908 | 30,908 |
|  社會貢獻 | 對外宣傳環保資訊。 | 宣導節約惜物及企業社會責任，贊助環保等相關團體。 | 推廣環境教育與資源再利用活動。 | | 1,420 | 47,350 |
| | 舉辦或參與環保及社會公益活動。 | 台南震災捐贈、舉辦社區及各項公益活動。 | 導入全台首家「OPEN! 兒童閱覽室」門市，在 24 家出版社攜手挹注資源下，藏書已超過 600 本；並與好鄰居基金會一同舉辦社區活動，聚焦「親子互動、弱勢關懷、教育文化、環保樂活」四大面向，使 7-ELEVEN 門市為社區、為學童創造更多附加價值，成為社區好鄰居。 | | 45,930 | |
| 合計 | | | | 322,502 | 681,595 | 1,004,097 |

● 綠色採購

統一超商持續落實綠色採購，採購的範圍及項目持續增加。包括門市照明設備及節能認證的冷氣設備，2016 年總採購金額為 197,879 仟元；其中辦公室用紙選用 FSC 認證紙張，2016 年共採購 5,048 仟元。



■ 2016 年綠色採購項目與金額

| 項次 | 採購品項 | 數量 | 採購金額 (千元) | 環保標章 / 綠色認證 |
|----|----------------------|-------------|--------------|---------------------|
| 1 | 6HP 變頻冷氣 | 145 台 | 12,262.7 | 節能標章證書編號 102003 續 1 |
| 2 | HP LCD 19 吋寬螢幕 | 2 台 | 9.6 | 標章編號 :13040 |
| 3 | HP PC SFF 標準機 / 含 OS | 3 台 | 50.1 | 標章編號 :12473 |
| 4 | 大金 6HP 商用變頻冷氣 | 422 台 | 37,927.5 | 節能標章證書編號 100014 續 2 |
| 5 | 大金 6HP 商用變頻冷氣 - 泰製 | 1 台 | 90.0 | 節能標章證書編號 100014 續 2 |
| 6 | 分離式冷氣機 | 1 台 | 38.1 | 節能標章證書編號 100014 續 2 |
| 7 | 日立 6HP 商用變頻冷氣 | 105 台 | 9,450.0 | 節能標章證書編號 101162 續 1 |
| 8 | 倉庫變頻冷氣 1.2HP | 81 台 | 1,605.0 | 節能標章證書編號 104142 |
| 9 | 倉庫變頻冷氣 2HP | 452 台 | 11,342.4 | 節能標章證書編號 100014 續 2 |
| 10 | 壁掛式冷氣機 | 2 台 | 210.0 | 證書號碼：：990123 續 2 |
| 11 | 思樂冰杯 / 蓋 | 774.6 萬個 | 7,684.5 | 環標字第 12622 號 |
| 12 | CITY CAFE 提袋 1~2 杯入 | 10,389.8 萬個 | 65,659.9 | 891000-1 |
| 13 | OURS 刊物 | 317.49 令 | 254.7 | FSC 認證 |
| 14 | 東亞 T5 嵌入燈具 | 5,006 個 | 4,412.9 | 節能 102411 |
| 15 | 環球 石膏天花板 | 5,783.7 箱 | 5,740.7 | 綠建材 CBM0100353 |
| 16 | 循環迴風扇 | 423 個 | 921.5 | 節能 990274 |
| 17 | LED 燈管 / 燈炮 | 19,034 個 | 5,597.0 | 節能 102447 |
| 18 | 影印紙 | 57,181 包 | 5,048.0 | FSC 認證 |
| 19 | 調棒 | 325,790 包 | 8,048.5 | FSC 認證 |
| 20 | 御便當免洗筷 (100 入) | 538,154 包 | 21,526.2 | FSC 認證 |
| 合計 | | | 197,879.4 | |

3.4 法規遵循

2016 年度並無違反環境方面法規遭主管機關開罰之紀錄。



統一超商的 幸福社區

2017 KPI

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

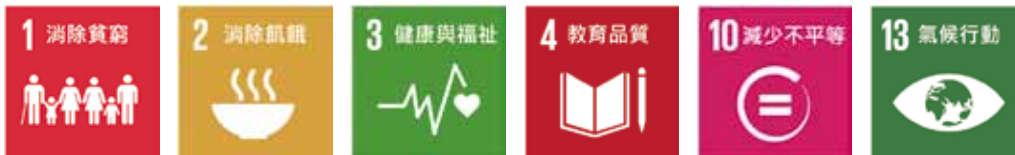
2016 KPI

達成情形

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

100%

SDGs



便利商店在台灣，是大小朋友們成長過程中密不可分的生活夥伴，在台灣陪伴大家近 40 年，我們掀起零售通路的革命，深入大街小巷，與民眾日常生活有著緊密關聯，這是一種情感的連結。成為社區中無可取代，傳遞幸福、給人安心的好鄰居，是我們一直以來的使命。為達成這個目標，我們善用核心能力，將企業資源充分運用在社會每一個角落，並在社區經營的過程中，了解民眾需求，累積民眾信任度及情感，透過 5,000 多家門市平台，提供優質商品及多元服務滿足每個人日常所需，將真情真意帶入社區，打造幸福社會，成為社會安定與永續發展的幸福企業。

另為回應聯合國 2015 年 9 月正式採納之「永續發展目標 (SDGs)」，我們首次於今年度 (2016 年) CSR 報告書中，透過回顧 2016 年活動執行成果，將與統一超商有關之 SDGs 進行盤點比對，讓利害關係人了解我們企圖與國際接軌，以及朝全球永續發展目標邁進的決心。

4.1 多元化的社區互動

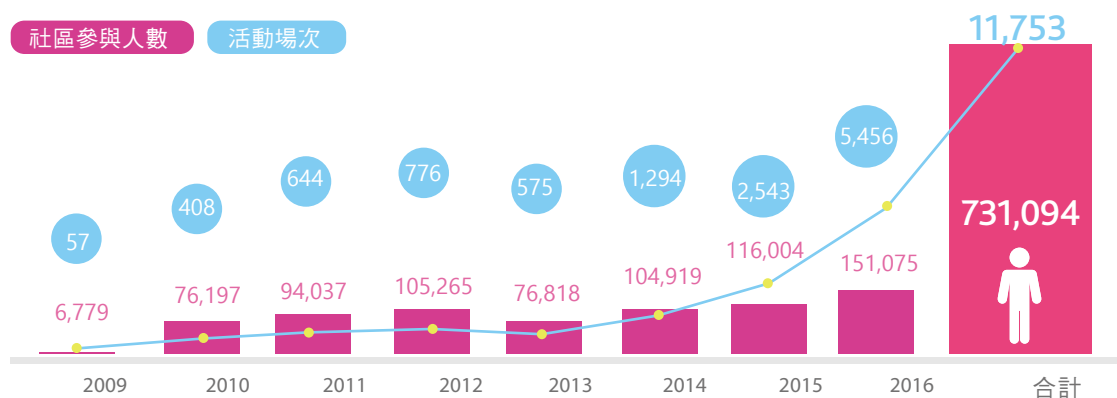
透過 17 年前 (1999 年) 成立的「財團法人統一超商好鄰居文教基金會」，我們積極投入社區睦鄰安居工作，並致力於改善社區生活及延續地方文化。期望透過 7-ELEVEN 門市深入大街小巷的力量，鼓勵員工投入社區關係經營，成為「社區服務中心」，深耕各鄉鎮鄰里、發揮貢獻在地的精神、豐富居民精神生活及提升生活品質，與居民共創更美好的生活。好鄰居基金會主要服務對象為社區民眾，持續關注並發展「健康生活」、「社區環保」、「弱勢與偏鄉關懷」等三大面向活動，為社區創造更優良的休閒生活品質。

| 面向 | 呼應之SDGs | 活動主題 | 內容 |
|---|--|-----------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 健康生活 ● 社區環保 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 健康與福祉 ■ 氣候行動 | 好鄰居同樂會 | 致力推動「好鄰居同樂會」，期許透過舉辦各類型的體驗活動，凝聚起社區間的情感。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 健康生活 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 健康與福祉 | 千禧健康小站 | 結合千禧之愛健康基金會、於2008年起共同建立「健康小站」，於限定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自我健康管理。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 弱勢與偏鄉關懷 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 教育品質 ■ 減少不平等 | 偏鄉教育-勵學計畫 | 將偏鄉教育設定為重點關懷主軸，期望以企業力量持續為台灣偏鄉地區盡心力。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 健康生活 ● 社區環保 ● 弱勢與偏鄉關懷 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 健康與福祉 ■ 氣候行動 ■ 減少不平等 | 好鄰居教室 | 鼓勵TFT合作教師發揮創意教學，將門市當作戶外教學的場域，透過寓教於樂的方式，提升孩童學習動機。 |

● 好鄰居同樂會

好鄰居基金會從 2009 年秋季開始推動「好鄰居同樂會」，扮演古早「柑仔店」的角色，期望透過各類的社區活動，凝聚社會更溫暖、強大向上提升的力量，找回台灣純樸又可愛的人情味，更拉近人與人之間的距離，為社會添加關懷與溫度。近期好鄰居同樂會聚焦「親子互動、弱勢關懷、教育文化、環保樂活」四大主題推動，更深入關懷社區所需，舉辦 11,753 場不同類型的社區同樂會。

好鄰居同樂會歷年舉辦活動場次及參與人數：



2016 年好鄰居同樂會舉辦活動一覽：

| 活動類型主題 | 活動內容說明 | 代表性活動名稱 | 活動場次 | 活動佔比 |
|---|--|---|-------|-------|
| <p>弱勢關懷</p>  | 喚起民眾對居住土地之情感，關懷在地弱勢及大小事，進而凝聚社區共識。 | 不老店長 OPEN! Cares 健康打氣站 捐血活動 | 299 | 5.5% |
| <p>親子互動</p>  | 邀請親子、大人小孩至門市互動過節、同樂，促進親子關係。 | 繪圖比賽 創意蛋糕 DIY 料理 DIY | 1,948 | 35.7% |
| <p>教育文化</p>  | 透過便利商店經營特色，提供民眾體驗服務價值、寓教於樂推展 | 小小店長 好鄰居教室 (英文、數學 .. 等) | 2,080 | 38.1% |
| <p>環保樂活</p>  | 推動門市及民眾重視周遭環境議題與健康議題，將環保理念融入平時生活之中，並養成健康的生活習慣。 | 健檢闖關 肝炎、失智症篩檢 資源回收教育 社區清掃 咖啡渣環保 DIY | 1,129 | 20.7% |
| 合計 | | | 5,456 | 100% |

7-ELEVEN 千禧健康小站

好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於 7-ELEVEN 擇點成立「千禧健康小站」，目前共計有 677 家 7-ELEVEN「千禧健康小站」，地點分佈於全台，遠至澎湖、金門、馬祖離島等地都有健康小站之據點。提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務，以及每年並舉辦全國性健檢活動，呼籲民眾一同「實踐 3D 健康生活」(Do Control, Do Health Diet, Do Exercise)，遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群。另亦不定時的與醫療機構、衛生單位及衛教單位合作舉辦社區健檢、捐血等社區活動，為民眾健康把關。自 2009 年成立以來估計累計超過 1,875 萬人來小站量血壓。此外，千禧之愛健康基金會於 2015 年 10 月也於便利生活站 APP 下設立「千禧 i 健康」單元，幫助來健康小站或居家量測的民眾記錄每天的血壓值，並由系統自動產生曲線圖，還可至門市便利生活站列印帶給醫師做為就診參考。自上線至今已有近兩萬名用戶，累積 8 萬筆以上紀錄。

| 年份 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 千禧之愛健康小站據點(店) | 57 | 100 | 251 | 421 | 589 | 616 | 677 | 677 |
| 參與醫護人數(位) | 114 | 386 | 750 | 973 | 1,458 | 1,433 | 1,350 | 1,298 |
| 參與活動人數(位) | 5,000 | 11,100 | 35,000 | 21,500 | 40,683 | 47,504 | 34,001 | 38,287 |

推出「我的 3D 健康生活地圖」智慧化整合社區資源對抗高血壓

千禧之愛健康基金會 2016 年更進一步運用 Google 地圖，從「健康飲食」、「維持動態生活」與「自我監測」等預防高血壓與代謝症候群的關鍵面向出發，整合社區中民眾可運用資源，推出「我的 3D 健康生活地圖」。地圖中包含了全台 677 家 7-ELEVEN 千禧健康小站、447 間醫療院所與 370 處各地衛生局所，也提供公園與運動中心以及有機蔬果通路的地點資訊。民眾打開線上地圖後馬上可以知道社區裡鄰近有哪些地點可以量血壓、購買健康飲食與運動，並在地圖不同地點的說明頁面上，亦可獲得相關衛教資訊。

關於「我的 3D 健康生活地圖」，民眾可於千禧之愛健康基金會、台灣高血壓學會官網等處取得地圖連結 <https://goo.gl/JLT2uT>；7-ELEVEN 千禧健康小站與康是美指定活動門市資訊，也請上千禧之愛健康基金會活動網站 <https://www.1000-love.org.tw/> 或 7-ELEVEN 及康是美官網查詢。



● 偏鄉教育關懷 - Teach for Taiwan (TFT) 為台灣而教

自 2011 年推動甲仙閱讀集點等計畫，好鄰居基金會將偏鄉教育設為重點關懷主軸，期望以企業力量持續為台灣偏鄉地區盡心力。計畫細項推動作法及歷年執行成果也於我們的基金會官網 及 2013 年 ~2015 年 CSR 企業社會責任報告書中揭露。

TFT x 好鄰居計畫合作模式

好鄰居基金會提供TFT教師計畫經費，並結合門市力量合力推動偏鄉教育品質。

共同援助台灣偏鄉教學

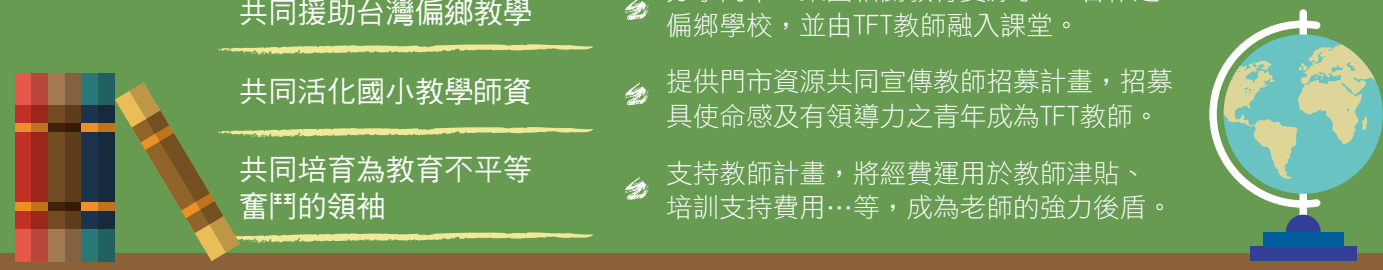
共同活化國小教學師資

共同培育為教育不平等奮鬥的領袖

✎ 分享門市、集團相關教育資源予TFT合作之偏鄉學校，並由TFT教師融入課堂。

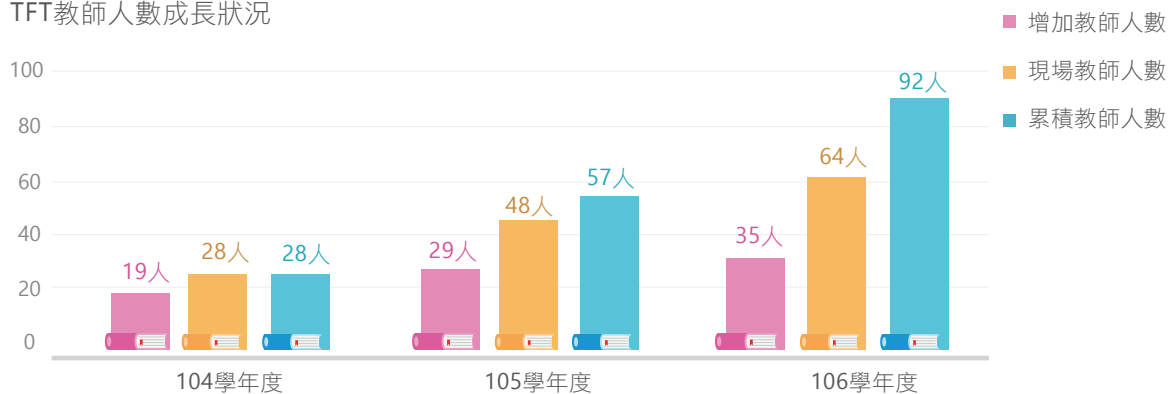
✎ 提供門市資源共同宣傳教師招募計畫，招募具使命感及有領導力之青年成為TFT教師。

✎ 支持教師計畫，將經費運用於教師津貼、培訓支持費用...等，成為老師的強力後盾。

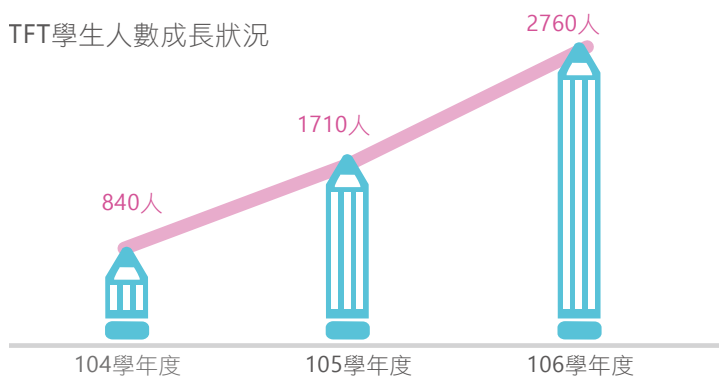


2016 年度推動成果：

TFT教師人數成長狀況



TFT學生人數成長狀況



平均每位老師負責之學生數約為 30 人，影響學生人數以此粗估之基準。



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

🔗 好鄰居勵學計畫 - 閱讀集點、投稿獎勵

2016 年 20 校參與，服務近 1,700 位偏鄉學童，更將閱讀集點增設層級，透過闖關的機制提升閱讀動力，並將實質獎勵送進學校，鼓勵學校公開表揚，提升孩童榮耀感；同步搭配閱讀投稿獎勵，鼓勵孩童培育思考能力。共創造學童的閱讀點數累積超過 4 萬 7 千點及閱讀心得達 620 篇以上，近達 5 萬本以上的借閱量。



另為更加了解國內學童的閱讀現況，好鄰居基金會針對六都及偏鄉進行「國民小學閱讀習慣與資源」問卷調查，發現到偏鄉小學有超過 20% 沒有購書經費，且高達 90% 必須透過外部資源來推動閱讀活動，更缺乏重要的閱讀專責教師，僅 33% 有專責教師。

除藉由問卷調查了解偏鄉閱讀的缺口外，更邀請知名紀錄片導演華天灝，前進台東池上的萬安國小，拍攝「看見不一樣的未來」紀錄短片，該校於 2015 年起與好鄰居基金會共同推動「勵學計畫」，其中陳志明老師對於鼓勵學生閱讀更是不遺餘力；志明老師表示，幫助孩子養成閱讀習慣，即便有一天他不在孩子身邊，孩子透過書本所獲得的快樂與養分，也能夠陪伴孩子面對困難；如同影片最後的話：「在書本看見光，閱讀讓未來有更多可能」，偏鄉的孩子透過書本看見世界與夢想。

2017 年我們將延續計畫，支持教師進駐偏鄉教學之部分經費，並延續好鄰居勵學計畫，預計將會有超過 30 所學校參與閱讀集點，規劃將閱讀兌換 7-ELEVEN 門市餐點，來提升閱讀動力。也將採用閱讀投稿的模式，設計投稿機制，鼓勵學生培養獨立思考能力，擴大好鄰居教室舉辦，歡迎各校將門市做為戶外場所的場域，鼓勵師生利用。

📎 好鄰居勵學計畫 - 好鄰居教室

我們亦鼓勵教師發揮創意教學，將門市當作戶外教學的場域，透過寓教於樂的方式，提升孩童學習動機，透過門市關懷在地孩童教育，期望教育的影響力不僅在教室內，在各種生活情境與場域上有各種推行的可能。開辦以來累計共舉辦 35 場，以數學為主，次之社會。

老師回饋好鄰居教室能延長孩子的專注力時間：低年級的孩子學習專注力時間短暫，但是當天的課程兩個多小時，發現孩子都能聚精會神的聆聽，並投入各個活動。孩子回家也開心的跟家長分享。

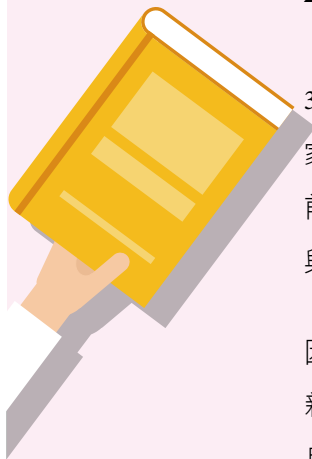




「OPEN! 兒童閱覽室」



另因許多社區型門市的客席區是許多學童課後聚集討論作業之處，因此思考如何在便利的服務外，為社區、為學童創造更多附加價值。因此，策畫「OPEN! 兒童閱覽室」，期望能讓 7-ELEVEN 更符合當地商圈需求。在 2016 年成立全台首創、門市加入閱覽室功能的「OPEN! 兒童閱覽室」，成為名副其實的社區好鄰居。



2016 年 3 月 7-ELEVEN 在新北市泰山區的「公園賞門市」成立全台首家「OPEN! 兒童閱覽室」，希望在社區內持續推廣讀書風氣，截至 2017 年 3 月共有 101 家門市，年齡層遍及 2~9 歲孩童，平日早上多為家長陪伴 2~5 歲孩童讀書，放學後則有 6~9 歲國小生前來讀書與寫功課，假日多為親子一同前來閱讀與參與教育性質互動會活動。

因來客多為親子，門市更延伸辦理許多增進親子互動的活動，因認同推動閱讀的理念，目前有 114 位以上社區說故事志工參與，成為一個「教育、體驗、歡樂」的平台，也漸成為居民生活的社區中心。



● 統一超商福委會 - 愛 · 自然社團

一直以來我們對於環境保護持續付予極高的重視及關注，透過福委會 - 愛 · 自然社團的成立，期望號召與我們一樣共同愛地球的每一份子，透過淨灘、淨山、植樹、護自然生態、減少塑膠袋等活動推廣，將環保理念落實於每個人的生活態度及日常習慣中。透過活動，聯絡情誼、運動健身、淨化心靈，並一起攜手為維護環境整潔盡一份心，給我們的下一代美好的生活環境，讓社會不斷進步的同時，亦兼顧我們的自然生態環境保護。

2016.5/28
萬里頂寮海灘
淨灘活動



2016.6/25
賞荷秘境及
萬里淨灘活動



2016.7/23
賞景秘境及
公園美化活動



2016.7/30
萬里頂寮海灘
淨灘活動





統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場



2016.11/26-2016.11/27
「2016草嶺古道芒花季」
淨山及健行活動

2016.12/23.28.30
超星福(超幸福)
馬克杯植栽義賣活動
運用統一星巴克贊助之馬克杯植栽手作義賣，讓更多人了解愛護台灣環境的心，並將所得全數捐贈台灣環境資訊協會。



● 社區關懷站

為了深度發揮社區關懷站的能量，並關懷台灣社福缺口嚴峻的弱勢銀髮議題，2014年起，7-ELEVEN全年度關懷弱勢長輩，以門市力量扶持弱勢，逐年投入更多經費與人力，發揮在地關懷據點的功能，成為在地弱勢長輩的關懷站點，建構全方位社區服務。

服務內容一覽：

| 項目 | 服務說明 | 數量 | 受益人次 |
|-------------------------|---|--|--------|
| 串聯門市據點 發覺潛藏角落、無人關懷的弱勢長輩 | | | |
| 修繕通報站 (弘道基金會) | 1,099 家門市擔任弱勢長輩修繕通報站，歡迎民眾可關懷身邊居住在危險環境中的弱勢長輩並通報，後續展開關懷及修繕協助。 | 1,099 店 | 335 人次 |
| 白居易行動修繕 (弘道基金會) | 開發行動修繕車，走入偏鄉 | 共協助 221 戶弱勢長輩居家修繕及 13 處長者公共空間的無障礙改善。其中包含 48 戶偏鄉地區房屋修繕，共 7 個偏鄉區域。 | 144 人次 |

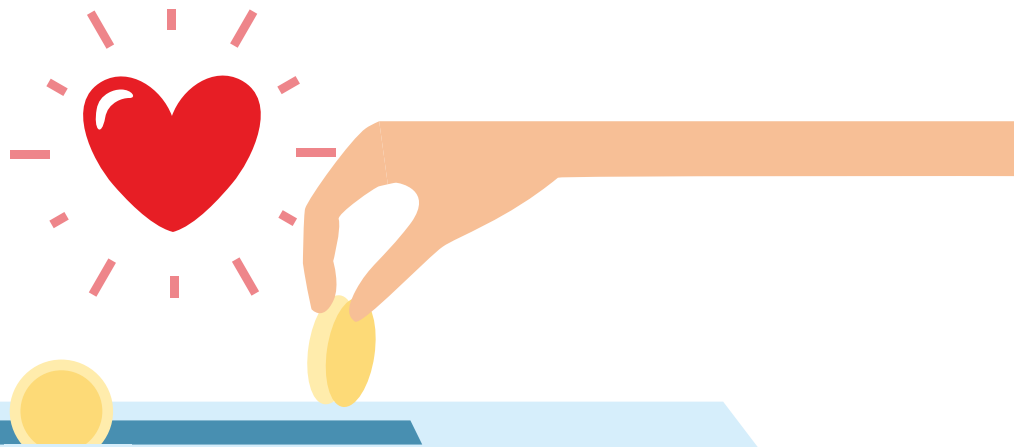
| 項目 | 服務說明 | 數量 | 受益人次 |
|---------------------------------|--|------|-------------------------------------|
| 門市協助滿足公益團體不足之人力需求 讓服務更完整 | | | |
| 花蓮區週日送餐 (門諾、一粒麥子) | 部分花東區門市店長每週日為百位弱勢長輩送餐並關懷健康，度過無人送餐的周末。 | 37 店 | 6,686 餐次 |
| 成為服務的最後一哩路 門市成為在地的關懷站 (更協助走入偏鄉) | | | |
| 年菜圍爐 | 門市於年節期間為弱勢長輩舉辦圍爐、大掃除，陪伴他們度過無人團圓的年節。 | 13 場 | 163 人 |
| 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。 | 67 場 | 7,677 人 |
| 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。 | 4 店 | 34,002 人次 |
| 國際工作營 (弘道基金會) | 邀請年輕志工與長輩接觸，於門市展開。 | 6 場 | 40 位長輩出席工作營 後續活動推展 共服務 3,203 位長輩 |
| 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。 | 28 場 | 176 位長輩、 37 位小朋友 |

註：以上未包含 5,040 家門市協助勸募之店數及受益人次



4.2 多元化的捐助平台

除了透過多元化的社區互動打造專屬 7-ELEVEN 的幸福感，我們亦希望可以發揮通路公益服務影響力，打造各類愛心捐款平台（例：門市零錢捐、便利生活站等），來提升社會大眾對社會公益的重視，並以有效益的一「幣」之力共同關懷社會弱勢，與社會大眾一起攜手，朝聯合國的消除貧窮、消除飢餓及減少不平目標邁進並貢獻。



● 門市零錢捐

1988 年即推出「把愛找回來」公益活動，以「公益生活、隨手行善」為理念，在門市內放置募款箱，小小的募款箱讓愛心從不打烊，鼓勵消費者捐出結帳後的零錢，鼓勵消費者落實「公益生活、隨手行善」理念，幫助需要的人！每一塊的捐款為他們找回了愛與希望，讓溫暖在台灣每個角落 Always Open! 串聯 5 家公益團體：門諾基金會、一粒麥子基金會、弘道基金會、肝病防治學術基金會屏東基督教醫院合作，2016 年門市零錢捐募款金額突破新台幣 1.61 億元，較去年成長。另為社會大眾愛心嚴格把關，我們從篩選合作團體的階段即謹慎用心，亦編制近千名人力，定期清點、每月稽查募款箱金額，透明化處理金流與帳務，各種作法確實做到公信把關，讓民眾可安心行善。

自三年前「把愛找回來」零錢捐募款計畫率各企業品牌先例，切入「銀髮海嘯」面向，結合五大公益團體，共同關注偏鄉失智預防與照護、老貧族居家修繕服務、偏鄉肝病篩檢、東部獨老送餐等不同面向的需求，更提出創新公益，結合 7-ELEVEN 門市資源的行動計劃。

2016年募款活動成果：

募得金額 (新台幣仟元)

合計\$161,479 仟元

募得金額
(新台幣仟元)

\$39,492

1/1-3/31

自在老·輕鬆顧-

偏鄉高齡長者社區照護計畫

(屏東基督教醫院)

持續與屏東基督教醫院合作「及早救智計畫」，鎖定偏鄉失智的預防與照護，提出建構「預防-發現-照護的守護網」主張，結合7-ELEVEN門市、好鄰居基金會及屏東基督教醫院的醫療資源，鋪設「門市-居家-社區-基層醫療」的失智症守護網絡；除透過好鄰居健康教室及行動服務車宣導失智症相關的健康知識、於屏東部分門市及社區據點擺放智慧健康測量站外，也擴至澎湖、雲林等地。



募得金額
(新台幣仟元)

\$39,751

4/1-6/30

「有了愛、不擔心」

弱勢長者與銀髮族在地關懷計畫

(弘道基金會)

7-ELEVEN第3年推動「老人好宅修繕服務」，更鎖定偏鄉，讓偏鄉長輩的居家安全同樣受到守護。今年度完成約370戶修繕服務中，優先針對老化嚴重的偏僻鄉鎮投入修繕服務。更首度打造「修繕專車」，進入偏鄉離島地區。此外，7-ELEVEN門市的「好宅通報站」突破千點，共涵蓋10縣市58個鄉鎮區，放置通報單供民眾發揮愛心通報。



募得金額
(新台幣仟元)

\$40,534

7/1-9/30

救救肝苦人

(肝病防治學術基金會)

持續性免費推動偏鄉肝炎、肝癌篩檢與後續就醫協助，今年到蘭嶼、甲仙、中寮等鄉鎮進行肝病篩檢，完成全台164個鄉鎮，走透透的階段性里程碑。7-ELEVEN與肝基會合作的「救救肝苦人」計畫，十年來投入的醫護人員及志工已超過1萬5千人次，完成高達13萬4千人次的肝炎篩檢。觀察自2014年起將7-ELEVEN門市當成偏鄉保肝篩檢站後，讓篩檢人數及場次數大幅上升，每年增加超過20%，原走完164鄉鎮的肝病篩檢計畫提早三年達成。



募得金額
(新台幣仟元)

\$41,702

10/1-12/31

好好吃飯-

東部弱勢長輩照護計畫

(門諾基金會、一粒麥子基金會)

今年為補足現行送餐網絡缺口，鎖定如花蓮富里鄉、台東玉里鎮等偏鄉中的偏鄉，以共餐概念為主軸，透過「部落廚房」、「同樂村」、「行動辦桌車」等創新機制，讓偏鄉送餐網絡更加完整。「部落廚房」是運用在地人力物力直接烹煮餐食供應給部落長者，而花蓮東里「同樂村」則是以樂齡、樂智、樂活為主軸，每周三天由專業社工、志工、護理師設計主題式課程及提供各項諮詢服務。年底更將打造「行動辦桌車」，滿足長輩的餐食需求；預計整體將服務超過35萬人次的東部弱勢長輩。





案例分享：屏東排灣族高爺爺的老房子

住在屏東縣來義鄉的高爺爺，今年已經 80 歲了，是個排灣族的長輩。爺爺獨居在與已逝父親一起搭建的木樑老屋中，屋頂因老舊與颱風關係，也處處腐蝕、破洞毀損，每逢下雨更是漏水不斷。

但爺爺因經濟狀況、行動不便等各項因素，無力修補這棟老房子，只能先用帆布暫時遮掩，讓漏水不要這麼嚴重。而老房子中也無衛浴基本措施，所以每一次爺爺需要如廁，都得步履蹣跚地穿過狹小且無照明的危險通道，到隔壁房子借廁所。應該要撐起家的樑柱，卻大多是損壞的木頭，應該要保護爺爺的房子，也已殘破不堪。這次藉由「守護老人家」修繕計畫，幫爺爺修補了屋頂與梁柱，並幫爺爺加裝浴廁，讓年事已高的爺爺，能夠有個安全又安心的家。

● 創意倡議 -DJ 捐款箱

跳脫傳統社福議題溝通模式，我們以創意捐款箱吸引年輕人到店付諸行動或關心該議題，以貼近大眾且創意的方式喚醒關注，希望拋磚引玉，設法引發更多不同年齡層的人一起投入社會公益。

自 2015 年首創「鋼琴捐款箱」，2016 年我們再推出全球第一座「DJ 捐款箱」，強調自己的音樂自己 MIX，2 座唱盤、10 個音軌，搭配各類效果器，無論幾歲只要投下零錢都可瞬間化身愛心 DJ，號召消費者用愛心創作音樂。

耗時一年研發規畫，打造「只要投下零錢，就能當 DJ」的互動式捐款機台，讓消費者只要在唱盤上方投幣孔投入零錢，不同音軌對應不同數量的硬幣，即發出各式音樂聲，也比照實際 DJ 機台，設置能自行搭配的音效按鈕，讓音樂更豐富，每個人都能輕鬆編出愛心歌曲，並結合全台巡迴，打造不同音樂，搭配視覺動畫，豐富視覺、聽覺體驗。不僅如此，更增加「網路分享」機制，消費者只要掃描創作後的 QRCode 感應紙，就能在 FB 分享獨一無二的 DJ 創作。而此次也吸引盧廣仲、羅志祥、劉以豪、張鈞甯、徐佳瑩等超過 13 位藝人響應，除了有藝人創作的「把愛找回來」音效，QRCode 感應紙上還有藝人親筆感謝文，讓民眾隨機拿到驚喜，蔓延愛心捐款能量。



● 便利生活站慈善捐款

2008 年開始，便利生活站也加入行善不打烊的公益平台；透過機器輕鬆操作，善心不打烊，讓愛深入城市偏鄉；不論是小筆或大額善心，傳遞給需要幫助的團體，扶助公益團體及弱勢族群，為他們找回愛與希望！2016 年總計募得新台幣 572,869 仟元，平均單筆捐款為新台幣 1,334 元

歷年成果：



| 年度 | 總筆數 | 總額(元) | 平均單筆(元) |
|------|-----------|---------------|----------|
| 2008 | 29,334 | 16,901,610 | 576 |
| 2009 | 40,013 | 18,616,246 | 465 |
| 2010 | 53,521 | 30,598,496 | 571.70 |
| 2011 | 103,135 | 83,436,156 | 809 |
| 2012 | 67,361 | 36,281,975 | 538.70 |
| 2013 | 67,754 | 35,827,244 | 528.70 |
| 2014 | 131,593 | 125,382,633 | 952.80 |
| 2015 | 219,302 | 237,777,468 | 1,084.25 |
| 2016 | 429,295 | 572,869,140 | 1,334.4 |
| 合計 | 1,141,308 | 1,157,690,968 | 1,014 |

台南震災專案

2016 年 2 月 6 日凌晨 3 點 57 分，一陣天搖地動驚醒了整個台灣，春節期間這場強震，台南成為最大災區，多處房屋倒塌，其中又以位於台南永康區的維冠金龍大樓最嚴重，造成百人傷亡。從先前的八八風災、高雄氣爆、八仙塵爆到此次台南震災等，當重大災難發生時，我們皆迅速整合資源，提供災區最即時的協助。這次的台南震災也不例外，從上到下齊心合作，第一時間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。

總募款金額 台南市政府社會局 **\$414,123** 仟元
台灣世界展望會 **\$29,739** 仟元



時值春節連續假期，銀行等金融機構皆已停休，思考災情發生後，民眾都急欲透過捐款，提供災民援助，我們主動和台南市政府社會局及台灣世界展望會聯繫、接洽合作，於地震發生當日下午率先全通路開放便利生活站慈善捐款管道後，全台民眾的愛心也急速湧入，不到三日，捐款就已破億，協助災民走過漫長且艱鉅的重建之路。

總部及門市團結一心，支援救災最前線

地震當晚，位於震央附近的高屏區及嘉南區約有 200 多家門市有貨架傾倒、照明設備毀壞等大小災情，所幸夥伴全員平安，災區附近的門市，更於整頓後，積極投入救災。營運部也主動與台南市政府聯繫，了解所需物資後，一起投入救災，準備泡麵 100 箱和 800 顆電池送至災民安置中心，提供災民和救災人員使用。

不僅如此，觀察到台南部份地區停水，為讓居民有水可用，也緊急調度物流配送，增加礦泉水供應量，便利民眾選購。另為了讓災區缺水

的門市，能夠繼續供應熱咖啡，緊急請工程人員調整咖啡機管線為手



動供水模式，讓當地災民在寒冷的救災夜都能有熱咖啡暖心。

關懷災民，思樂冰讓女孩展笑顏

維冠金龍大樓中，活埋 61 小時被救出的林小妹妹，是鈺華門市的小常客，門市長期與她就讀的崑山國小合作「思樂冰獎勵計畫」，因此，林小妹妹獲救後，最想喝到的就是思樂冰。第一時間從媒體獲知此資訊，我們便主動和醫院聯繫，希望能一圓心願，但因考量林小妹妹身體狀況，先贈送卡片及商品卡慰問，貼心的門市夥伴們，更寫下滿滿祝福，希望小妹妹早日康復；後仍持續關心，經主治醫師孫宗伯主任評估後，由新康華門市協助破例啟用夏天才出任務的思樂冰機台，並親自送到醫院，讓她開心展露笑顏。

一場天災之後，因為深入大街小巷的門市，得以讓社會暖流即時擴散，也更從中感受到門市的重要性，以及看見台灣民眾的團結與愛心。



熊本. 厄瓜多緊急募款專案

南美洲厄瓜多遭逢 67 年來的最大地震，7.8 級強震已造成 480 人死亡、數千人受傷；強震重挫日本與厄瓜多，救災行動刻不容緩，急需外界援助。因此我們首度與中央部會 - 衛生福利部，以及高雄市政府、台灣世界展望會合作，開放全台便利生活站緊急募款，集結全台民眾愛心，為日本、厄瓜多伸出援手，期望災民能重回正常的生活。

總募款金額

衛生福利部 **\$2,434** 仟元
高雄市政府社會局 **\$2,681** 仟元
台灣世界展望會 **\$1,647** 仟元



台東風災緊急募款專案：

強颶尼伯特肆虐全台，重創台東，帶來 17 級狂風更創下氣象局測站百年紀錄，不僅摧毀了許多農民的心血，更吹垮了無數的房舍，災損超過 20 億，更造成 5 死 300 傷，以美麗幽靜著稱的台東縣，瞬間變得滿目瘡痍，宛如電影「明天過後」的場景，救災行動刻不容緩，急需全台每一位人民的援助。這次，我們依舊愛心不缺席，率先與台東縣政府合作，開放全台便利生活站緊急募款，集結全台的力量，為民眾提供最完整且便利的愛心捐款平台，讓災民盡早恢復正常的生活，讓我們記憶中美麗的台東早日重現。

總募款金額

台東縣政府社會局 **\$39,545** 仟元





統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

4.3 多元化的統一超商商場活動

除了透過總部及商場的努力，亦希望妥善運用我們商場據點，作為與顧客、當地居民及社會大眾溝通及促進文化交流的管道。透過不同商場營運特性，舉辦各類活動，像是淨山活動、藝文表演、感恩節活動等，拉近人與人之間的距離，實現地方社區共榮。

清境.小瑞士商場

統一超商商場在每年春季舉辦的「清境淨山活動」中，為了歡迎從全台各地自願前來幫忙的志工，以2016年為例，小瑞士商場則提供志工在淨山活動最後一天自由活動時間，免費前往小瑞士花園遊憩，並邀請志工參加清境風車節開幕活動，以感謝志工們對清境地區的付出！



2016年活動回顧

新仁德商場

配合重要節慶，我們透過空間的應景佈置及策劃關聯性的行銷活動，讓前來休憩的旅客感受濃濃的節慶氛圍，將服務區呈現出跟平常不一樣的風貌，豐富服務區之內涵並與用路人互動，創造話題性，滿足消費需求，帶給旅客驚喜與歡樂感。

我們亦免費開放商場廣大的公共空間，供街頭藝人進行相關藝文活動之表演，及協助弱勢團體舉辦公益活動，希望可以藉由各類型的活動，讓前來休憩的旅客，在開車休息之餘，有機會可以欣賞藝文表演及參與公益活動，促進社區共榮。2016年共舉辦了119場街頭藝人表演及53場弱勢公益活動。



萬芳商場

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

2016年，我們特於感恩節前舉辦感恩活動，除了大廳表演活動與親子沙畫時間外，也請小朋友最喜愛的OPEN小將到兒童病房探視病童，讓OPEN小將快快趕走兒童身上的小病魔。





統一超商的 友善職場

2017 KPI

- 低於近三年度我國零售業平均標準值**0.39**(103-105年平均)
- 每年重大職安事件**0**件
- 參與巡迴健檢比率達**74%**

2016 KPI

達成情形

- | | |
|--|-------------|
| • 低於近三年度我國零售業平均標準值 0.38 (102-104年平均) | 100% |
| • 重大職安事件 0 件 | 100% |
| • 整體健檢比率較去年度提升  (2015年健檢率54%) | 100% |

SDGs



一直以來，我們都相信「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」；為了落實這個目標，每位統一超商的夥伴都共同努力著，希望集結門市、加盟主、後勤總部與關係企業夥伴所有的力量，發揮最大效益，帶給社會大眾最便利最舒適的優質服務。透過「無私開創」、「充分授權」，和「大膽嘗試」的人文管理態度，確保我們的同仁時時保持彈性與活性，從人性面思考激勵每一位同仁；並透過完整的職涯規劃、健康的工作環境、完善的福利制度等，讓每位共同打拚的夥伴，都能因身在這大家庭裡感到驕傲，並從中獲得成就感，願意一起攜手努力，創造 7-ELEVEN 每一個里程碑。



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區

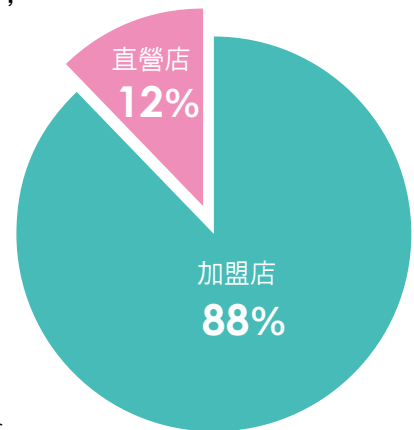


統一超商的友善職場

另為回應聯合國 2015 年 9 月正式採納之「永續發展目標 (SDGs)」，我們首次於今年度 (2016 年) CSR 報告書中，透過回顧 2016 年活動執行成果，將與統一超商有關之 SDGs 進行盤點比對，讓利害關係人了解我們企圖與國際接軌，以及朝全球永續發展目標邁進的決心。

5.1 多元人文制度

為發揮 7-ELEVEN 隨時隨地服務之精神，回饋各區門市及消費者需求，除了台北總部外，於全台設立七個營運部。截至 2016 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 8,099 人，其中有 13 名外籍員工，其中一人為男性。若再加入加盟與旗下時薪人員，我們的大家庭成員可達 3 萬多人。除了讓我們的正職同仁在 7-ELEVEN 找到發光發熱的舞台，也因門市全年 24 小時營業及服務，需要大量第一線同仁投入與顧客互動的特性，不只釋出兼職的工作機會，讓二度就業民眾和在學生能有發揮長才的環境；並更進一步與高中職合作招收建教生，讓莘莘學子同時修得學分，也能獲得薪酬、並可提前體會社會經驗。



對於時薪人員的雇用，除了依據「勞動基準法」絕不僱用未滿十五歲之人員外，也秉持「就業支持乃是支援弱勢自立生活最直接協助」的理念，不僅為身心障礙者提供更多工作機會，並歡迎從事短時間兼差的中年婦女，加入二度就業的行列。2016 年總公司與直營門市一共僱用 272 位弱勢員工，佔總員工人數 3.36%，為法定名額近 3.36 倍。提供許多弱勢朋友穩定就業及自立生活的機會，另也僱用 107 位原住民員工，佔總員工人數 1.32%，提供包容多元文化的職場環境。

● 加盟主經營

7-ELEVEN 全台有超過 5,100 家門市，全台 88% 是加盟店 (外島縣市的加盟經營則達 100%)，加盟主人數 3,422 人。

為了照顧加盟主，秉持與加盟主共享、共好的精神，持續關心加盟主的獲利，不斷檢視各項制度合理性，繼 2015 年到 2016 年投入 1,200,000 仟元，增加經營補助，調升委託利潤分配，提高年度毛利保證，降低特許加盟裝潢、設備投資成本。此外，持續表達對加盟主的關心，打造加盟主學習成長平台，增進專業職能，加盟主是統一超商極為重要的利害關係人，我們持續表達對加盟主的關心，為聽取其聲音並進行互動與回饋，2016 年加盟主關係 TEAM 共拜訪 81 家門市。

我們亦為加盟主積極打造學習成長平台，增進專業職能外，更規劃加盟主的身體照護及休閒活動，期望打造優良的加盟環境。在學習面，每年投入上千萬元預算增加講座課程，配合傑出店長選拔、開辦加盟主菁英學院，激勵加盟主成長。在身體照顧及休閒活動部分，2016 年撥出 380 萬預算給予加盟主渡假補助，除此之外，年資 10 年以上、且年齡大於 40 歲的資深加盟主可享有 2 年一次的 1 萬 6 千元健康檢查，2016 年撥出 500 萬預算提供資深加盟主健檢補助。其他加盟主享有之保險與福利可參閱 2015 年 CSR 報告書 (<https://www.7-11.com.tw/company/csrreport.asp>)p.78，2016 年度與 2015 年度揭露項目相同。

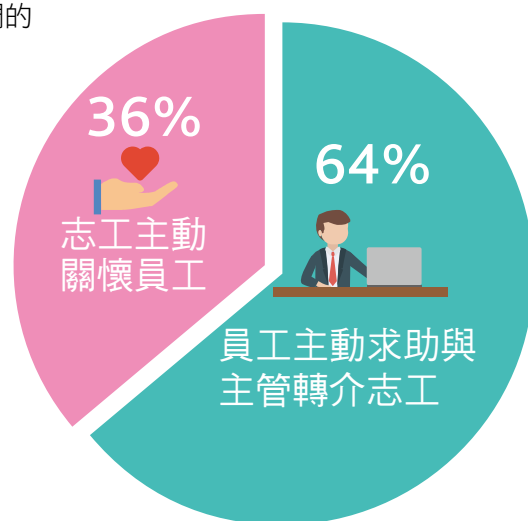
● 打造幸福企業

提供我們的同仁舒適、完善及和樂的工作環境，一直是統一超商打造幸福企業的最高宗旨。希望透過行之多年的各項友善溝通管道及福利措施，讓夥伴們從工作中獲得成就及幸福感，以身為統一超商的一份子為榮。

● 幸福合作社

2010 成立之幸福合作社，宗旨在於落實主動關懷或諮商轉介我們的同仁，提供最即時、有效的協助，並建立同仁正確的身心健康管理觀念，降低工作壓力及工時過長所帶來的職場健康議題；包含：職場人際、工作調適、家庭和兩性關係…等問題。另亦可依同仁個案狀況，協助轉介至專業諮商輔導機構、結合傷病、職業災害及互助會等機制，幫助夥伴紓發情緒、度過生活低潮。2016 年，共有 10 家關係企業加入，新培育出 38 位的志工。

透過企業志工的培養，除在諮詢時志工可以同理心角度關懷員工外，亦可節省轉介至外部張老師之諮詢費用，推算投資效益為 1.92 倍。2016 年期間共執行 333 件（其中門市 223 件）關懷個案，總關懷時數 271 小時，截至 2016 年已累計共 1,881 小時關懷時數。





統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

幸福健康促進方案

2013 年推動「健康管理計畫」，聘任專業護理師進駐公司，隨時提供健康諮詢，並於總部大樓設置醫務室，提供同仁血壓量測、冰熱敷等健康服務，同時透過員工專屬的「健康護照」以及電子報、講座等衛教宣傳，鼓勵同仁做好自我健康管理，以共創健康、和諧及安全的工作環境。

個人健康資源：

醫護個人健康服務



- 2013年開始導入醫師健康服務（兩個月1次）；2016年已提升服務頻率至每月 **16** 次
- 2016年度醫師提供夥伴健康服務共 **429** 人次，滿意度達 **4.9** 分。
- 2013年導入護理師健康服務（1人）；2016年提升至 **4** 人
- 2016年度護理師提供夥伴護理處置共 **304** 人次（較2015年提升 **50%**），滿意度達 **4.9** 分。

投資效益 = 2010 年 ~ 2016 年 12 月 累計投資效益（每位志工訓練成本與張老師執行個案費用的比率）透過外部長老師個案執行費用一小時為 1,960 元計算 *（累計至 2016 年總關懷時數 1,881）/ 志工總訓練成本（1,924 千元）

個人健康管理



- 2016年完整建立健康管理機制，從推動與整合優於法令之員工巡迴健康檢查（每年辦理一次）至建立健康分級管理、異常矯治追蹤、個案管理制度和建立個人健康履歷資料庫。
- 2016年度共有 **6,336** 人參與巡迴健檢，依法建立 **8,211** 筆健康資料，並進一步進行分級管理與健康追蹤關懷。

推動職業病預防與特殊對象健康保護

- 建置母性健康保護、人因性危害預防和過勞預防等機制，另優於法令推動 **媽咪健康手冊**。

■ 健康促進活動：

健康護照



- 已推動四年的「我的健康護照」設定健檢、運動、休假與旅遊心靈健康知識等主題，鼓勵夥伴自主健康管理，平衡工作與生活，2016年同仁體重總計成功減少超過1千公斤，BMI異常改善比率也達1成。
- 2016年度擴大辦理健康護照，讓全公司同仁(包含門市和PT夥伴)均可參與，已有超過8千位門市夥伴參與，透過手冊內容設計推倡同仁自主健康的活動，因應門市和後勤夥伴的生活型態和需求不同，設計兩個版本之健康護照，2016年度活動辦理期間於3/1-10/30，後勤同仁參加率為42%（較去年度提升2%），而達成率41%（較去年提升2%），門市同仁達成率僅5%，將進行需求調查和改善。
- 獎勵夥伴只要完成護照主題和積分，即可獲得商品卡，增進全員健康生活意識。



減重活動



- 根據2015年同仁健康檢查結果發現，約有五成的夥伴有BMI過高問題。
- 為下降同仁BMI異常比率過高狀況，持續推動辦理減重活動，為鼓勵過重與肥胖族群夥伴減重，將達成獎依照BMI設定不同級距，BMI大於等於24之夥伴需減重4公斤才可獲得達成獎，BMI介於20-23.9則僅需減重2公斤即可獲達成獎，2016年度共有848位員工參加，總計減重1,055公斤（較去年增加313.5公斤）。

其他活動



- 2016年度另不定時辦理流感預防疫苗施打、體適能檢測活動、戒菸班和健康講座等活動，活動滿意度均達4.5分（總分5分）以上。

人每天有三分之一以上的時間在職場中，因此職場對於多數人的健康有一定程度的影響，我們希望讓同仁們健康的進入職場，離開或退休時仍然維持健康的身心。為打造幸福企業，我們致力經營「健康生活與服務」、「社會心理」、「員工家庭與社會責任」、「職業安全與工作環境」四大層面，2016年首次參加即榮獲台北市績優健康職場第三名，為得獎企業中唯一的零售業者。之後更榮獲全國績優健康職場樂群健康獎。

■ 「健康職場認證」推動



2016

衛生福利部

安心場所認證



2016-2019

國民健康署

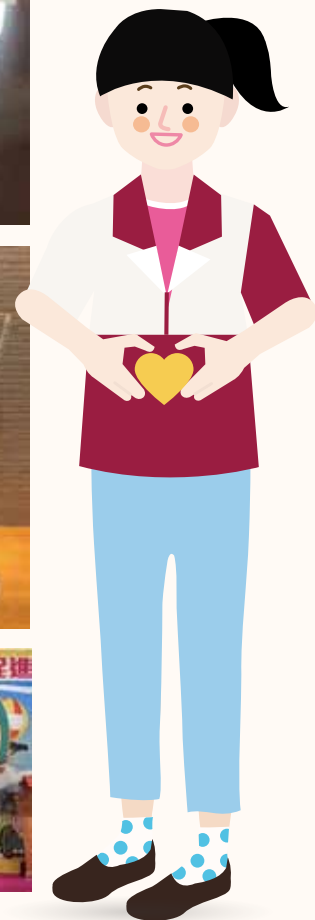
健康促進認證
績優健康職場
(樂群健康獎)



2016

臺北市政府衛生局

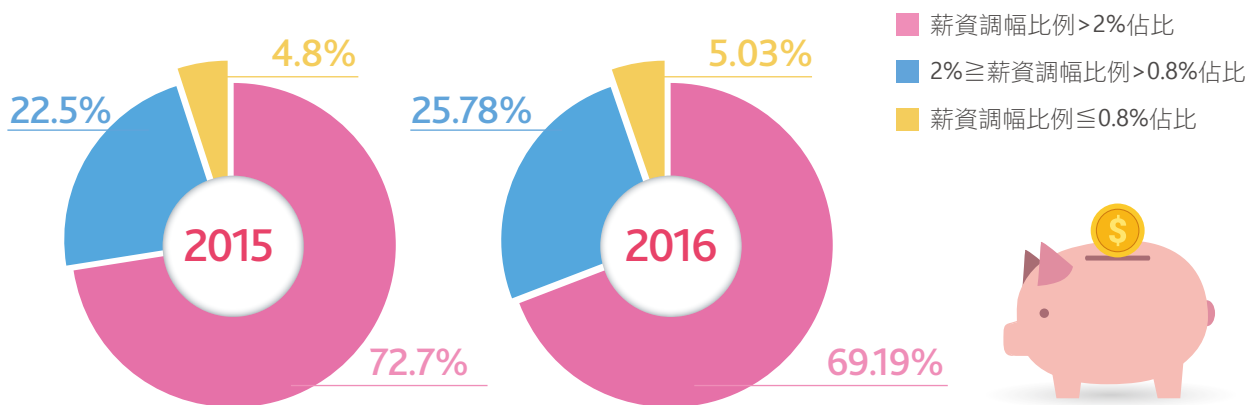
績優健康職場 (季軍)



● 專屬統一超商人的福利

我們提供夥伴們具有市場競爭優勢的基本工資薪資條件，並每年透過各項薪資福利調查，確定薪資基本起薪皆優於國家標準（新進後勤專員（大學畢業生）與勞保基本工資（20,008 元）比為 1.61 倍；碩士則為 1.88 倍，畢業生起薪採領先市場行情之薪資水準。此外，為維護公平合理性，本公司男女起薪為同工同酬，薪資福利不因性別、年齡而有所差別。也依法每季召開勞資會議，勞資雙方代表各 5 人，協商各項福利與制度等事宜，共同創造和諧、友善的工作環境。2016 年男女薪資報酬比率無明顯差異，各僱用類型員工皆小於 1.1 倍以內。在薪資調幅的部分，2016 年與 2015 年相比，有 69.19% 的員工調幅比例超過 2%。各項福利項目之揭露，可參閱 2016 年度年報。

🔗 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。

5.2 友善和諧職場環境

● 人權與勞動稽核

勞工權利意識抬頭，為落實企業社會責任，保障員工權益符合勞動法規，並降低各關係企業經營風險，我們於 2012 年啟動勞動稽核員培訓，受訓範圍包含各關係企業，主題涵蓋勞動基準法、職業安全衛生法等勞工法令，協助從事人力資源或職業安全業務夥伴掌握法令最新動態與因應做法；2016 年起更按專業知識屬性，轉型為「PCSC 勞動條件法令訓練」與「PCSC 職業安全聯誼會」，期望帶領關係企業更充分掌握法令資訊與對策，透過業界實務分享與交流，共同學習成長。2016 年「PCSC 勞動條件法令訓練」共 24 家公司、87 位夥伴受訓、「PCSC 職業安全聯誼會」共 25 家公司、44 位夥伴參與，以建構友善與安全的工作環境為共同目標。



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境



統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

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

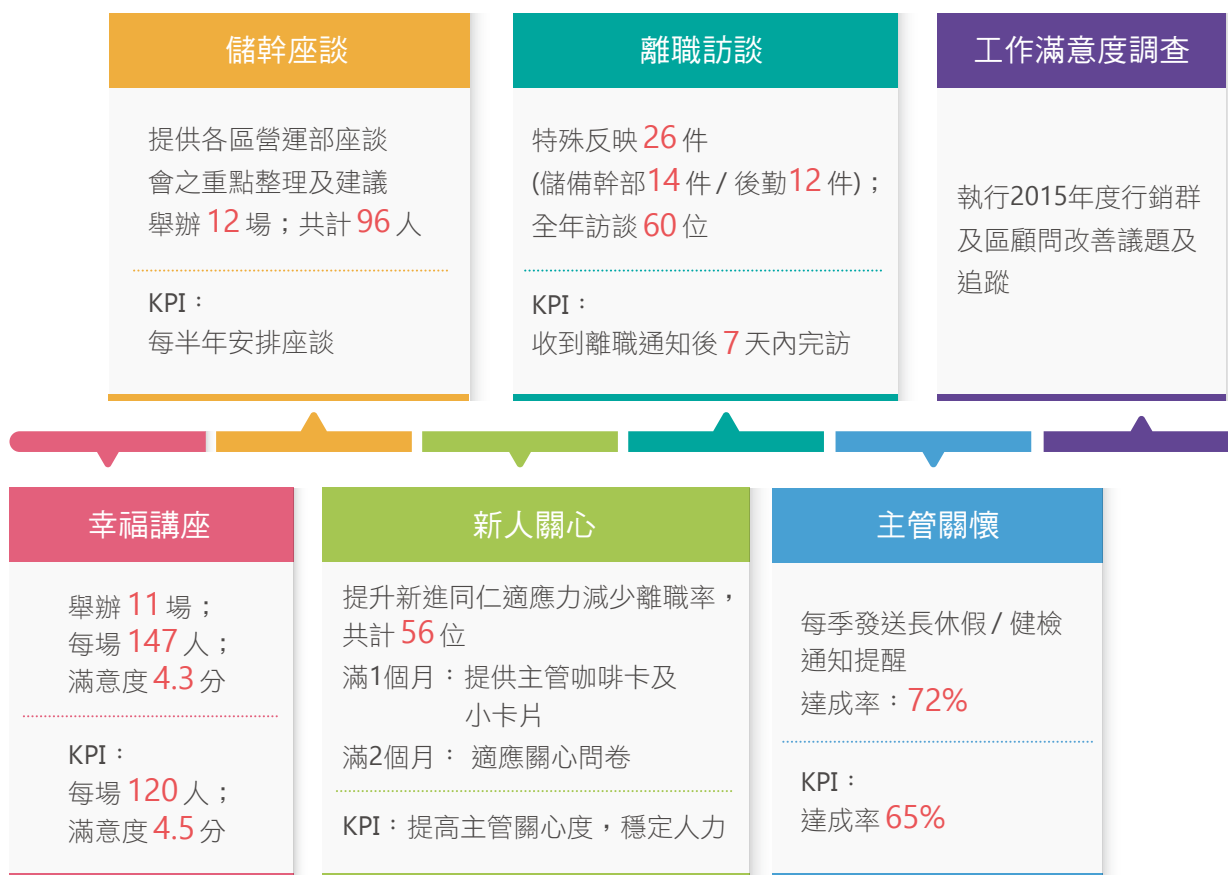
另我們也針對所有加盟店進行勞健保投保、工時、薪資、職安等重點項目進行稽核，若有不合法令規定之門市將會進一步輔導。2016 年共查核 4,441 店，有一項（含）以上與標準不符的門市共 809 店，異常率為 18.22%，且較 2015 年下降 1.6%。其中主要缺失以「未出示員工考勤資料」、「未核發加班費」為異常最高項目，進一步檢視，「未出示員工考勤資料」主要因為無簽退紀錄或未記錄到分鐘，連帶影響「未核發加班費」項目異常偏高，其他工時、薪資之檢查項目也有因為出示相關資料而認列異常的狀況，惟與 2015 年比較，資料備齊度已有逐步改善。前述狀況已請各區營業單位進行法令輔導與改善，且由於全台仍有 6% 門市重複異常，未來仍會持續推動並逐年比較單店改善狀況，同時揭露同項目連續異常之門市，促進全面合法經營。

● 勞資溝通無障礙

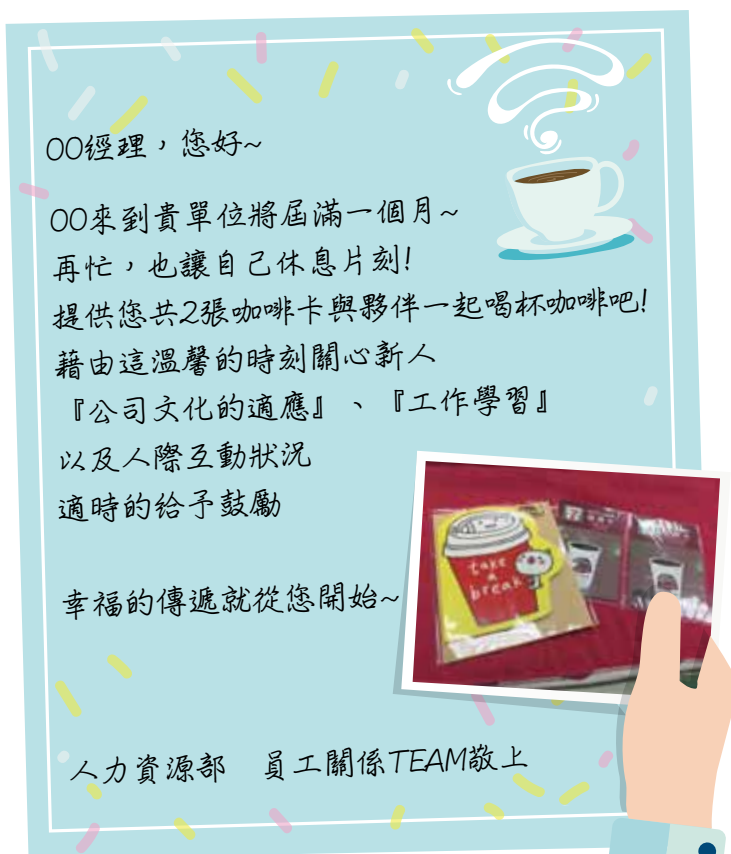
在超商，我們視所有的夥伴們為事業共同體，將公司未來願景與同仁的發展結合是我們的使命。促進勞資和諧，包含保障員工權益、提供免遭性別歧視、性騷擾的工作環境，以及提供多種溝通管道，凡舉「聯合服務中心」、「專屬 Email 信箱」、「利害關係人專區」及「內部溝通平台」等，鼓勵我們的夥伴們直接與管理階層進行溝通。超商的夥伴們若對公司有任何建議或自認權益受到損害，皆可透過上述管道投訴。2016 年與人權相關之申訴案件共計有 35 件，申訴案件多與薪資發放、加班費計算爭議較多，所有申訴案件皆以於 2016 年當年度全數處理完畢。除提供溝通平台外，我們依法不定期召開勞資會議，以確保並提升與夥伴們的溝通即時及有效性。




■ 2016 年度各項落實多元關懷與追蹤方案：




除透過上述各項多元關懷與追蹤方案來落實勞資溝通，2016 年度，我們重新檢視以往年度針對新進同仁的關懷機制，發現過去藉由每季舉辦「新人座談」，人際互動及工作學習往往是新人最在意的，而這部份的感受通常在新人報到第一週即會開始發酵。因此為能讓單位主管能在第一時間有效掌握現況及協助新人適應，調整每季「新人座談」，改以於新人報到屆滿一個月時，提供單位主管 2 張咖啡卡及關懷小卡的方式，驅使主管主動關心，並於新進同仁到職滿月後二週，透過電話或面對面方式與新人訪談，關心適應現況。希望透過更貼近新人的立場，提供新進夥伴們最直接的需求，加速適應組織文化，一起為統一超商團隊努力。





我們遵循「勞工安全衛生法」成立安全衛生委員會與勞安室。每季召開乙次會議，由副總經理擔任會議主席，邀集各單位最高主管及勞工代表共同會商公司安全衛生業務，統計委員人數共 24 人，其中勞工代表 8 位，佔比為 34%，由勞安室、護理師進行該季業務報告，並對安全議題進行跟催及討論，以確保工作場所安全。


 職業災害統計：

| 類型 | 行業別職業災害 | | | | | |
|--------|--|--|--|---|--|--|
| 分類 | 非行業別職業災害 | 高低溫接觸 | 梯子 | 地板 | 工具 | 搬補貨 |
| 2016 年 | 交通 + 其他  91件 |  5件 |  1件 |  9件 |  3件 |  1件 |

 2016 年失能傷害統計 (不含交通安全事故數據):

| | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 職業災害千人率 2.3 ■ 失能傷害頻率(FR) 1.37 ■ 失能傷害嚴重率(SR) 16.59 | <p>(註) 計算公式說明:</p> <p>1) 職業災害千人率 = $\frac{\text{職災人次數}}{\text{員工人數}} \times 1,000$</p> <p>2) 失能傷害頻率 (FR) = $\frac{\text{傷亡人次數合計}}{\text{所有人之總工作時數}} \times 10^6$ (以百萬工時計)</p> <p>3) 失能傷害嚴重率 (SR) = $\frac{\text{總損失日數}}{\text{所有人之總工作時數}} \times 10^6$ (以百萬工時計)</p> |  |
|--|--|---|

 2016 年缺勤率 (AR):

| | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 缺勤日數 9,868 ■ 總工作日數 1,989,648 ■ 缺勤率 0.50% | <p>(註)</p> <p>1) 缺勤率(AR)= 總缺勤日數/總工作日數 x 100%。</p> <p>2) 總缺勤日數包含生理假、長病假、病假、傷病假及公傷假等。</p> |  |
|---|---|---|

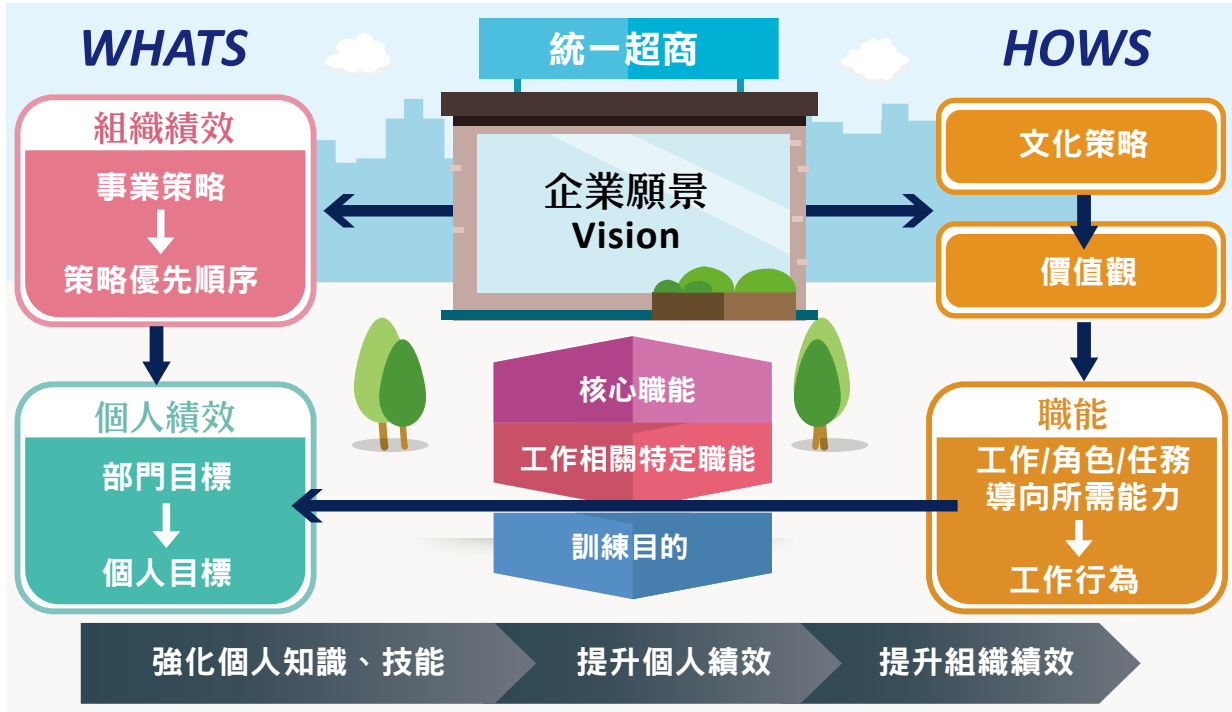
● 勞安衛實施情形：

| | | |
|---|---------------|--|
| 1 | 建立安全衛生組織 | <ul style="list-style-type: none"> ● 成立安全衛生委員會與勞安室，以研議、操作安全衛生業務。 |
| 2 | 執行安全衛生管理 | <ul style="list-style-type: none"> ● 依職安法訂定公司勞安通報，以供同仁業務執行遵行。 |
| 3 | 實施安全衛生教育訓練與演練 | <ul style="list-style-type: none"> ● 新進及在職同仁安全衛生教育訓練，並定期舉辦「緊急應變」逃生演練，使同仁掌握逃生技能。 |
| 4 | 實施安全衛生檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ● 檢視是否有不安全的設施並加以改善。2016 年執行工作場所無預警現場稽核共 77 場次提出 209 項缺失並完成改善。 ● 檢測室內空氣品質、水質、照明度及定期清潔消毒。 ● 由首阜進行全國性門市職安稽核項目，其中主要缺失「共用主機房外 80cm 內堆放物品」、「門市內、外階梯或坡道無警語 POP」、「滅火器過期」、「設置緊急照明燈」、「共用主機房內堆放物品」為異常項目，前述狀況由工程進行改善，未來會持續檢視重點項目，建立友善安全工作環境。 |
| 5 | 醫療保健 | <ul style="list-style-type: none"> ● 每位員工自到職日起，即加保團體意外險、壽險、醫療險，並提供健康檢查補助。 |
| 6 | 安全衛生活動 | <ul style="list-style-type: none"> ● 每月製作「職災案例宣導」，提醒同仁安全衛生的重要性，並達到警惕之效。 ● 推動週三家庭日，提醒同仁重視工作與家庭平衡。 |
| 7 | 職業安全衛生手冊 | <ul style="list-style-type: none"> ● 手冊中包含勞動檢查注意事項、職災判定與管理、職災案例宣導等資訊，供員工參考。 |

5.3 豐富完善職涯規劃

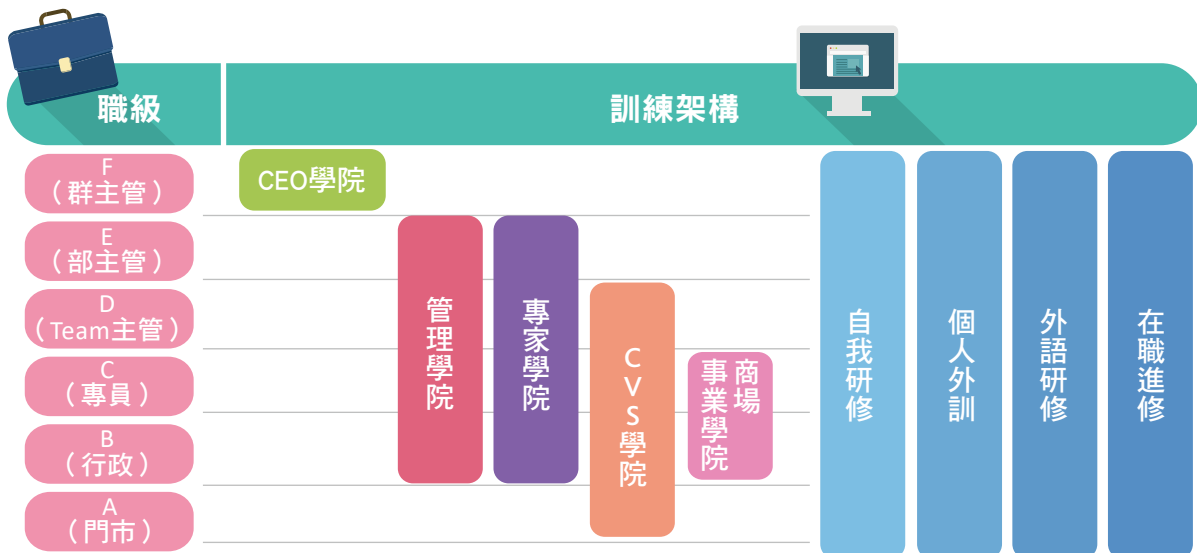
教育訓練是組織成長的主要動力，不僅是對新進人員，全體超商夥伴們都必須不斷進修與成長。我們對同仁的訓練與發展不遺餘力，不因男女而有訓練發展差異，全力支持同仁充實新知與提昇技能。統一超商的訓練體系，皆是在公司的願景、策略下，依職位角色所需之能力進行規劃，所以訓練是以強化員工知識技能、提升個人績效、進而提升組織績效為目的。

● 教育訓練規劃體系



有完整的訓練架構，加上多元化的進修管道，隨時隨地豐富學習生活，這些管道包括：主管及同儕指導、知識管理系統、外訓課程、公司內訓練課程、講座與座談會、線上學習、工作現場教育、在職進修、實體圖書館及數位圖書館。另外，我們擁有業界最完整的人才培訓計畫，豐富的「實體課程」搭配「線上學習」，讓夥伴不論何時何地都可以簡單學習，共同塑造出優良的學習型組織。

統一超商 7-ELEVEN 大學訓練架構圖



● PCSC e-learning center (數位學習平台)

PCSC e-Learning Center

個人功能 學習智庫 課程管理 訓練發展 管理工具 管理學院 流通商學院 CVS學院

A Complete Solution
for human resource development

個人功能

梁玉嫻
歡迎回來! MORE

我的學習地圖 我的查詢專區
我的申請專區 主頁功能

最新課程 MORE

【區艷問進隔訓】01_從權益分析找機會
【區艷問進隔訓】02_RESTORE與Layout案例研討
01_新進人員先修班

最新公告 MORE

CVS學院_線上自學課程, 全新上架- 歡迎夥伴觀看!
大師OPEN講線上課程, 全新上架!!!!
2014/02/18起線上課程新增【餘額卡】課程, 請夥伴利用時間上線

● 個人發展計畫

統一超商員工有一份與直屬主管共同依據個人學經歷背景、工作需求、績效評核結果與職涯發展需要，量身訂作的「個人發展計畫書」，規劃員工在公司不同期間最佳的進修課程組合。幫助同仁有目標、計劃、紀律地學習與成長，循序漸進充實專業知識及技能。

● 單位自辦訓練

- 行銷群初階訓練：基礎法務概念 / 品保作業 / 作業整合流程與建檔個案研討 / TK 教學
- 採購部特訓
- 加盟暨發展部特訓
- 商場事業部食品衛生安全課程

除透過訓練課程、線上資源與導師制度強化個人發展的計畫，我們亦協助同仁規劃個人化的職涯發展，提供同仁豐富多樣化的成長機會外，鼓勵同仁多方嘗試與學習，在不同單位學習與歷練，拓展視野與專業能力的範圍。另也提供同仁海外派任的機會，此一獨特機會是提供同仁經驗與能力發揮的另一個舞台，並可豐富國際視野，增加公司與個人的競爭力。

TK 文化推動

1. ISE (In store Experience) 門市體驗 -

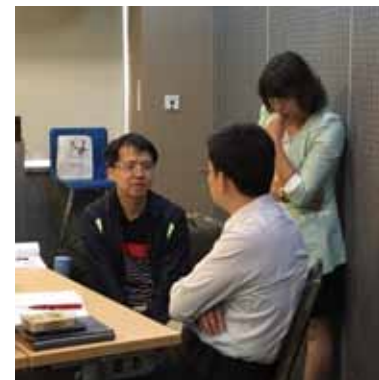
透過客製化的體驗內容，讓後勤單位主管能同理門市，了解總部的規劃如何影響門市，推動各項方案時以門市立場思考，並提供適當的說明。總部是門市的支援中心 (Support Center)，透過實際體驗以幫助後勤主管們決策擬訂可以更加符合顧客需求。

自 2015 年開始持續推動，為了提升體驗品質，培育 17 位引導師具備設計體驗課程與引導提問的能力，提供專業的體驗服務。17 位引導師全數通過評鑑，總計已培育 29 位引導師入庫。2016 年行共執行 28 梯次的 ISE，平均滿意度 4.61 分。



2. 僕人式領導課程 -

強化「僕人式領導」教育，並對應 2015 年中期策略主管「改善文化氛圍，提升主管領導統御技巧」的期望。推動傾聽 / 同理主管管理課程，並且由上而下，從部主管擴散至 team 主管，營業單位則由區經理向下擴散至區顧問。



● 大師 Open 講

邀請所有部級主管，進行不同領域的知識、或經營管理經驗心得分享。同時將主管的分享製作成線上課程，帶動由上而下的學習文化。課程包含：看設計 聊創意、向古人學習處事之道、安心飲食 健康生活、小故事 大作為等。

2016 年度共計 25 位部主管開講，參與課程的人數超過 1,700 人以上。



● 集團高階主管共同教育

2016 年開始，我們與母公司統一企業共同推動「法治教育」與「美學教育」。以「南統一，北超商為南北中心，逐步建立集團主管共同與選修科目，並透過系統化推動，共享教育訓練資源」。

| | | |
|------|---------|--|
| 法治教育 | 目的 | 提高主管決策時的法律敏感度 |
| | 對象 | 規範集團部級（含）以上主管，必修法治時數 3 小時 / 年 |
| | 主題 / 場次 | <ul style="list-style-type: none"> ● 2016 年 - 「智財」及「合約」 ● 超商 2 場實體、1 場視訊 |
| | 課程平均滿意度 | 4.24(5 分量表) |
| 美學教育 | 目的 | 貫徹以設計為事業發展策略，提升統一集團整體「美學素養」，打造三品（包含品味）集團 |
| | 對象 | 2016 年設定選修 |
| | 主題 / 場次 | <ul style="list-style-type: none"> ● 鑑賞性美學講座：計 7 場； ● 實踐性美學課程：12 場 |
| | 課程平均滿意度 | 4.5 分 (5 分量表) |



● 儲備人庫培育 Elite 計劃

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

由於部級主管是扮演組織中承上啟下，協助組織達成營運目標的關鍵角色。因此，運用依據人才培育黃金比例 721 原則，協助 talent 進行業務輪調與工作指派，同時透過主管指導回饋向他人學習，並且規劃適當課程強化人才的發展。從評鑑找出能力落差開始、依職能評鑑結果找出的待發展能力，設定為發展目標，進行個人發展計畫 (IDP- Individual Development Plan) 設定。發展的過程中，透過主管的 1 on 1 coaching，進行發展輔導記錄，並於發展期末進行成果發表，以確認人才發展的狀況。

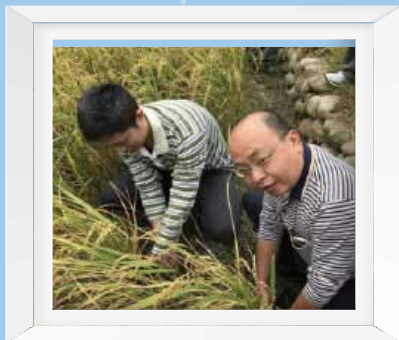
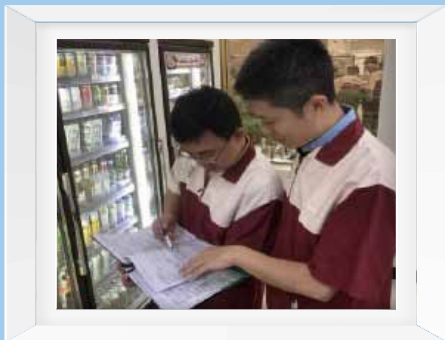
■ 計畫內容：

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

人力資源部每年約三月啟動當年度培育意願調查，範圍涵蓋 PCSC 部經理與 SET TEAM 經理、一般專員，結合每年人才盤點作業，找出潛力人才進行培育輪調，以建立組織接班梯隊。2016 年總調查人數計 1,789 人，其中 PCSC 部經理具輪調意願佔 82%，SET TEAM 經理具輪調意願佔 57%。為持續鼓勵員工勇於自我實現，2016 年人才評議總計 8 場，共 40 人自我推薦，其中晉升 7 人；並且建立員工職涯培育路徑，鼓勵員工輪調歷練發展。

● 區經理供應鏈學習

透過供應商、行銷、後勤支援等單位，及異業（關係企業）實習體驗，使區經理了解各項作業流程，進而在協助門市解決問題時，能夠發展出可行方案並選擇適當行動。自 2012 年起持續推動；2016 年開辦第 11 梯次 (2016/10/28~2016/12/20)，共 7 位區經理參與為期 36 天的供應鏈學習。



● 目標導向之績效管理制度

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

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



● 2016 TCFA 優良暨傑出店長選拔

由台灣連鎖暨加盟協會 (TCFA) 所主辦素有連鎖業奧斯卡之稱的「全國商店優良店長表揚暨傑出服務店長選拔」，係國內連鎖品牌追求的最高榮譽。統一超商與關係企業包括統一超商、康是美、統一星巴克，及統一精工等共派出 31 位優良店長角逐榮耀，最終統一超商取得 4 席、康是美 4 席、統一精工 3 席，共 11 位店長得到「傑出服務店長」肯定。未來這些菁英也將成為種子教師，擔任明年傑店培訓的課程講師，傳承專業、良質的服務精神，為自己及企業帶來更多榮耀。



附錄

其他指標揭露

● 員工資料 (統計至 2016/12/31) ● 員工資料 (統計至 2016/12/31)



| 依地區區分 | | 員工人數 | |
|-------|--------------|--------------|--|
| 北部地區 | 2,557 | 3,009 | |
| 中部地區 | 395 | 464 | |
| 南部地區 | 757 | 917 | |
| 合計 | 3,709 | 4,309 | |

| 依雇用類型區分 | | | |
|---------|-------|-------|--|
| 門市人員 | 2,446 | 3,399 | |
| 管理人員 | 247 | 64 | |
| 非管理人員 | 1,016 | 927 | |



| 依雇用合約區分 | | | |
|---------|-------|-------|--|
| 正職員工 | 1,899 | 2,150 | |
| 約聘員工 | 1,810 | 2,240 | |

| 員工類別 | | 門市人員 | 管理人員 | 非管理人員 | 總員工人數 |
|---------|----|--------------|------------|--------------|--------------|
| <30 歲 | 男性 | 1,543 | 0 | 143 | 1,686 |
| | 女性 | 1,734 | 0 | 188 | 1,922 |
| 30-50 歲 | 男性 | 840 | 150 | 764 | 1,754 |
| | 女性 | 1,524 | 55 | 694 | 2,273 |
| >50 歲 | 男性 | 63 | 97 | 109 | 269 |
| | 女性 | 141 | 9 | 45 | 195 |
| 合計 | | 5,845 | 311 | 1,943 | 8,099 |

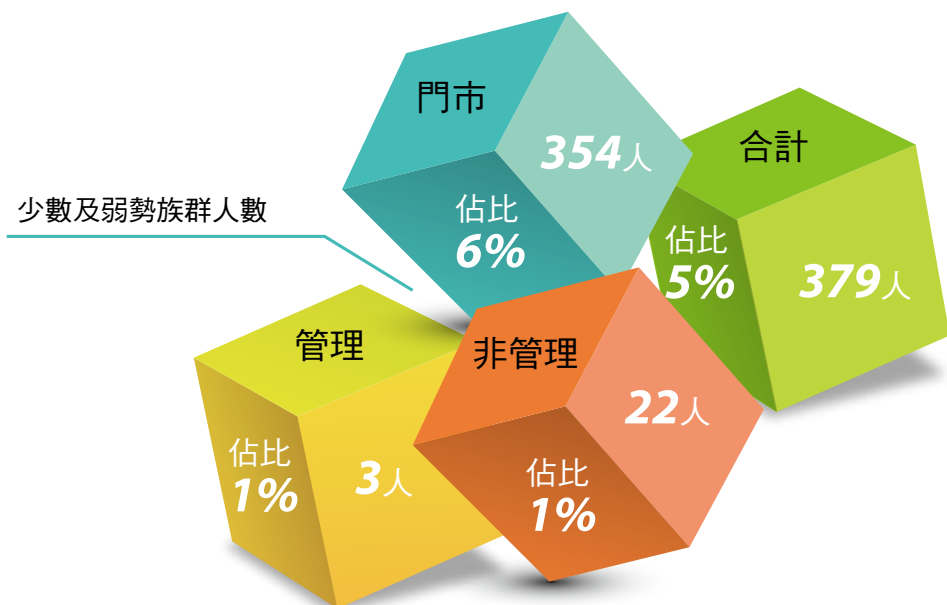
● 員工資料 (統計至 2016/12/31)

| 員工類別 | 年齡 | 北部地區 (北一·北二·北三·桃竹) | 中部地區 (彰中·豐清) | 南部地區 (嘉南·高屏·宜花) | 總計 |
|--------------------------------------|---------|-----------------------|-----------------|--------------------|-------|
| 女 | <30 歲 | 71 | 11 | 12 | 94 |
| | 31-50 歲 | 51 | 2 | 9 | 62 |
| | >51 歲 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 新進比率 (年度新進人數 / 2016 年 12 月 31 日在職人數) | | | | | 3.65% |
| 男 | <30 歲 | 47 | 23 | 9 | 79 |
| | 31-50 歲 | 17 | 6 | 3 | 26 |
| | >51 歲 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 新進比率 (年度新進人數 / 2016 年 12 月 31 日在職人數) | | | | | 2.94% |

● 多元化員工組成 (統計至 2016/12/31)

| 員工類別 | 年齡 | 北部地區 (北一·北二·北三·桃竹) | 中部地區 (彰中·豐清) | 南部地區 (嘉南·高屏·宜花) | 總計 |
|--|--------------------------------------|-----------------------|-----------------|--------------------|----|
|  女 | <30 歲 | 40 | 6 | 4 | 50 |
| | 31-50 歲 | 69 | 7 | 10 | 86 |
| | >51 歲 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | 新進比率 (年度新進人數 / 2016 年 12 月 31 日在職人數) | | | | |
|  男 | <30 歲 | 40 | 19 | 8 | 67 |
| | 31-50 歲 | 52 | 10 | 6 | 68 |
| | >51 歲 | 12 | 0 | 0 | 12 |
| | 新進比率 (年度新進人數 / 2016 年 12 月 31 日在職人數) | | | | |

● 多元化員工組成 (統計至 2016/12/31)



註：少數及弱勢族群包括原住民 107 與身心障礙人士 272



育嬰假後復職和留任的比例



| 項目 | 男性人數 | 女性人數 | 合計 |
|---------------------|---------|--------|--------|
| 2016 年有權申請育嬰留停之員工 | 188 | 296 | 484 |
| 2016 年實際申請育嬰留停之員工 | 1 | 70 | 71 |
| 2016 年預計育嬰留停復職 | 1 | 48 | 49 |
| 2016 年實際育嬰留停復職 | 0 | 22 | 22 |
| 2015 年實際育嬰留停復職 | 1 | 54 | 55 |
| 2015 年育嬰假復職後十二個月仍在職 | 1 | 37 | 38 |
| 復職率 (%) | 0.00% | 45.83% | 44.90% |
| 留存率 (%) | 100.00% | 68.52% | 69.09% |

註：1. 復職率：實際育嬰留停復職員工數 / 預計育嬰留停復職員工數

2. 留存率：[前一期間] 育嬰假復職後十二個月仍在職員工數 / [前一期間] 實際育嬰留停復職員工數

2016 年員工教育訓練平均時數：

| 員工類別 | 總受訓時數 (小時) | 總人數 (人) | 平均受訓時數 (小時 / 人) |
|-------------|------------|---------|-----------------|
| 高階經理人 | 589 | 124 | 5 |
| 中階管理階層 | 3,498 | 449 | 8 |
| 專業人員 | 185,845 | 44,239 | 4 |
| 技術人員 (門市人員) | 20,085 | 14,170 | 1 |
| 合計 | 210,017 | 58,982 | 4 |

男女薪資報酬比率：

| 項目 | 男性 | 女性 |
|-------|------|------|
| | (倍數) | (倍數) |
| 門市人員 | 0.93 | 1 |
| 管理人員 | 1.06 | 1 |
| 非管理人員 | 1.10 | 1 |

最短預告期

有關工作變動最短通知時間，統一超商符合我國勞基法相關通知程序，提供同仁緩衝時間，如繼續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。

GRI4.0 指標對照表

一般揭露事項

| GRI 4.0 | 揭露項目 | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|---------|--|----|---------------------------------|
| 策略與分析 | | | |
| G4-1 | * 提供組織最高決策者對永續性議題的聲明及回應議題的策略 | 2 | 經營者的話 |
| 組織概況 | | | |
| G4-3 | * 說明組織名稱 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |
| G4-4 | * 說明主要品牌、產品與服務 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |
| G4-5 | * 說明組織總部所在位置 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |
| G4-6 | * 組織營運所在的國家數量及國家名 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |
| G4-7 | * 所有權的性質與法律形式 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |
| G4-8 | * 說明組織所提供服務的市場 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |
| G4-9 | * 說明組織規模 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |
| G4-10 | * 按聘僱類型、聘僱合約、聘僱地區及性別分類的員工總數 | 84 | 其他指標揭露 |
| G4-11 | * 受集體協商協定保障之總員工數比例 | -- | 無工會，不適用 |
| G4-12 | * 描述組織的供應鏈 | 25 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.1 供應商合作與管理 |
| G4-13 | * 報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化 | -- | 本報告期間未有重大變化 |
| G4-14 | * 說明組織是否具有因應相關之預警方針或原則 | 20 | 1. 統一超商的永續企業 1.3 營運策略與管理 |
| G4-15 | * 列出經組織簽署認可，而由外部所開發的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議 | -- | 2016 年未有對外部承諾之倡議 |
| G4-16 | * 列出組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 1.1 公司規模與背景 |

| GRI 4.0 | 揭露項目 | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|------------|---|---------|--------------------------|
| 鑑別重大考量面與邊界 | | | |
| G4-17 | * 合併財務報表所包含的所有實體 | 1 | 關於本報告書 |
| G4-18 | * 界定報告內容與考量面邊界的流程及組織如何依循 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| G4-19 | * 所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| G4-20 | * 針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| G4-21 | * 針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| G4-22 | * 對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因 | -- | 無重編，故不適用 |
| G4-23 | * 和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變 | -- | 無重大改變，故不適用 |
| 利害關係人議合 | | | |
| G4-24 | * 組織進行議合的利害關係人群體 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| G4-25 | * 鑑別與選擇利害關係人的方法 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| G4-26 | * 與利害關係人議合的方式 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| G4-27 | * 利害關係人所提出之關鍵議題與關注事項及組織的回應 | 5 | 重大議題與利害關係人溝通 |
| 報告書基本資料 | | | |
| G4-28 | * 提供資訊的報告期間 | 1 | 關於本報告書 |
| G4-29 | * 上一次報告的日期 | 1 | 關於本報告書 |
| G4-30 | * 報告週期 | 1 | 關於本報告書 |
| G4-31 | * 聯絡資訊 | 1 | 關於本報告書 |
| G4-32 | * GRI 揭露指標、遵循選項以及外部確信報告 | 1 87 | 關於本報告書 GRI 4.0 指標對照表 |
| G4-33 | * 組織為報告取得外部確信的政策與做法 | 1 | 關於本報告書 |
| 治理 | | | |
| G4-34 | * 組織的治理結構 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-36 | 說明組織是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，並是否直接向最高治理機構報告 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |

| GRI 4.0 | 揭露項目 | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|---------|---|----|--------------------------|
| G4-38 | 按以下分類，說明最高治理機構及其委員會的組成： <ul style="list-style-type: none"> · 執行董事或非執行董事 · 獨立董事 · 治理機構的任期 · 治理機構各成員的其他重要職位及承諾，及其承諾的性質 · 性別 · 弱勢社會群體的成員 · 經濟、環境、社會衝擊相關之能力 · 利害關係人代表 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-39 | 說明最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員（如果是，說明其在組織管理階層的功能及如此安排的原因） | -- | 董事長未兼任執行長 |
| G4-40 | 說明最高治理機構及其委員會之提名與遴選流程，以及最高治理機構成員提名和遴選的準則，包括： <ul style="list-style-type: none"> · 是否以及如何考量多元性 · 是否以及如何考量獨立性 · 是否及如何考量經濟、環境與社會議題相關的專業知識和經驗 · 是否以及如何考量利害關係人（包含股東）的參與 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-41 | 說明最高治理機構如何確保避免及管理利益衝突之流程。說明是否有向利害關係人揭露利益衝突 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-48 | 說明最高層級委員會或職位，其職責為正式檢視及核准組織永續性報告書，並確保已涵蓋所有重大考量面 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-51 | 說明最高治理機構和高階管理階層的薪酬政策 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-52 | 說明薪酬決定的流程。說明是否有薪酬顧問參與薪酬的制定，以及他們是否獨立於管理階層。說明薪酬顧問與組織之間是否存在其他任何關係 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| 倫理與誠信 | | | |
| G4-56 | * 描述組織之價值、原則、標準和行為規範 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-57 | 說明對倫理與合法行為徵詢意見及組織誠信相關事務之內外部機制，如服務專線或諮詢專線 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |
| G4-58 | 說明對於舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內、外部機制，如透過直屬管理向上報告、舉報機制或是專線 | 17 | 1. 統一超商的永續企業 1.2 公司治理 |

特定揭露事項

| 重大考量面 | DMA 與指標 | | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|--------|---------|--------------------------------------|----|--|
| 經濟 | | | | |
| 經濟績效 | G4-EC1 | 組織所產生及分配的直接經濟價值 | 10 | 1. 統一超商的永續企業 |
| | | | 20 | 1.1 公司規模與背景 |
| | | | 59 | 1.3 營運策略與管理 |
| | | | 59 | 4. 實現地方社區共存的好鄰居 |
| | | | | 4.2 多元化的捐助平台 |
| | G4-EC2 | 氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會 | 20 | 1. 統一超商的永續企業 1.3 營運策略與管理 |
| | G4-EC3 | 組織確定福利計畫義務的範圍 | 67 | 5. 統一超商的友善職場 5.1 多元人文制度 |
| 市場形象 | G4-EC5 | 在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例 | 67 | 5. 統一超商的友善職場 5.1 多元人文制度 |
| 間接經濟衝擊 | G4-EC7 | 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊 | 49 | 4. 統一超商的幸福社區 4.1 多元化的社區互動 |
| | G4-EC8 | 顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度 | 25 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.1 供應商合作與管理 |
| 採購實務 | G4-EC9 | 於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例 | 25 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.1 供應商合作與管理 |
| 環境 | | | | |
| 原物料 | G4-EN1 | 組織在報告期間內，用於生產和包裝主要產品或服務所用之原物料的總重量或體積 | 25 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.1 供應商合作與管理 2.1.1 供應商合作 |
| 能源 | G4-DMA | *能源管理方針 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN3 | 組織內部的能源消耗量 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN4 | 組織外部的能源消耗量 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN5 | *能源密集度 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |

| 重大考量面 | DMA 與指標 | | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|---------|---------|-------------------------------------|----|--|
| 能源 | G4-EN6 | 減少能源的消耗 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN7 | 降低產品和服務的能源需求 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| 排放 | G4-DMA | 排放管理方針 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN15 | 直接溫室氣體排放（範疇一） | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN16 | 能源間接溫室氣體排放量（範疇二） | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN17 | 其他間接溫室氣體排放量（範疇三） | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN18 | *溫室氣體排放強度 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN19 | 減少溫室氣體的排放量 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| 產品及服務 | G4-EN27 | 降低產品和服務對環境衝擊的程度 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN28 | 按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| 法規遵循 | G4-DMA | *法規遵循管理方針 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN29 | *違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| 交通運輸 | G4-DMA | *交通運輸管理方針 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| | G4-EN30 | *為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| 整體情況 | G4-EN31 | 按類別說明總環保支出及投資 | 37 | 3. 統一超商支持永續環境 3.1 節能減碳綠色生活 |
| 供應商環境評估 | G4-EN32 | 採用環境標準篩選新供應商的的比例 | 25 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.1 供應商合作與管理 2.1.2 供應商管理 |

| 重大考量面 | DMA 與指標 | | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|----------------|---------|--|----|------------------------------|
| 社會 | | | | |
| 子類別：勞工實務與尊嚴勞動 | | | | |
| 勞僱關係 | G4-LA1 | 按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例 | 84 | 其他指標揭露 |
| | G4-LA3 | 按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例 | 84 | 其他指標揭露 |
| 勞資關係 | G4-DMA | *勞 / 資關係管理方針 | 67 | 5. 統一超商的友善職場 5.1 多元人文制度 |
| | G4-LA4 | *是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期 | 84 | 其他指標揭露 |
| 職業健康與安全 | G4-DMA | *職業健康與安全管理方針 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| | G4-LA5 | *在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| | G4-LA6 | 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| 訓練與教育 | G4-LA9 | 按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數 | 84 | 其他指標揭露 |
| | G4-LA10 | 強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫 | 76 | 5. 統一超商的友善職場 5.3 豐富完善職涯規劃 |
| | G4-LA11 | 按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例 | 76 | 5. 統一超商的友善職場 5.3 豐富完善職涯規劃 |
| 員工多元化與平等機會 | G4-LA12 | 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成 | 84 | 其他指標揭露 |
| 女男同酬 | G4-LA13 | 按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例 | 84 | 其他指標揭露 |
| 勞工實務問題 申訴機制 | G4-DMA | *勞工實務問題申訴機制管理方針 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| | G4-LA16 | *經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |

| 重大考量面 | DMA 與指標 | | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|----------|---------|---|----------------|---|
| 不歧視 | | | | |
| 不歧視 | G4-HR3 | 歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| 強迫與強制勞動 | G4-DMA | *強迫與強制勞動管理方針 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| | G4-HR6 | *已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| 評估 | G4-DMA | *評估管理方針 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| | G4-HR9 | *接受人權檢視或衝擊評估的營運據點之總數和百分比 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| 人權問題申訴機制 | G4-DMA | *人權問題申訴機制管理方針 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| | G4-HR12 | *經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量 | 72 | 5. 統一超商的友善職場 5.2 友善和諧職場環境 |
| 子類別：社會 | | | | |
| 當地社區 | G4-SO1 | 營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比 | 49 59 65 | 4. 統一超商的幸福社區 4.1 多元化的社區互動 4.2 多元化的捐助平台 4.3 多元化的統一超商商場活動 |
| 子類別：產品責任 | | | | |
| 顧客的健康與安全 | G4-DMA | *顧客的健康與安全管理方針 | 30 33 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.2 商品安全管理 2. 統一超商的優質商品與服務 2.3 商品及服務品質控管 |
| | G4-PR1 | *為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比 | 30 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.2 商品安全管理 2.2.2 商品安全訊息 |
| | G4-PR2 | *依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數 | 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.5 法規遵循 |

| 重大考量面 | DMA 與指標 | | 頁次 | 對應章節及特別說明 |
|---------|---------|--|----------|--|
| 產品及服務標示 | G4-DMA | *產品及服務標示管理方針 | 34 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.4 消費者權益 2.4.1 商品標示 2.4.2 申訴機制 |
| | G4-PR3 | 依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比 | 34 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.4 消費者權益 2.4.1 商品標示 |
| | G4-PR4 | 依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量 | 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.5 法規遵循 |
| | G4-PR5 | *客戶滿意度調查的結果 | 34 35 | 2.3.2 門市查核 2.4.2 申訴機制 |
| 行銷溝通 | G4-DMA | *行銷溝通管理方針 | 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.5 法規遵循 |
| | G4-PR6 | 禁止或有爭議產品的銷售 | 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.5 法規遵循 |
| | G4-PR7 | *按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數 | 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.5 法規遵循 |
| 顧客隱私 | G4-DMA | *顧客隱私管理方針 | 34 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.4 消費者權益 2.4.3 個資保護 |
| | G4-PR8 | *經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數 | 34 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.4 消費者權益 2.4.3 個資保護 |
| 法規遵循 | G4-DMA | *法規遵循管理方針 | 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.5 法規遵循 |
| | G4-PR9 | *因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額 | 35 | 2. 統一超商的優質商品與服務 2.5 法規遵循 |

依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項
(以下簡稱「作業辦法」)加強揭露事項與確信項目彙總表

| 編號 | 標的資訊 | 頁次 | 報導基準 | 作業辦法 |
|----|---|----|---|------------|
| 1 | 「商品安全委員會」從安全與品質角度出發，針對統一超商自有商品建立系統性管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。2016 年共召開三次會議，討論內容包括政府法規鑑別、代工廠與供應商評鑑缺失、商品安全訊息、食品安全監測計畫及其執行進度等。 | 30 | 2016 年商品安全委員會組織及運作管理程序及 2016 年間商品安全委員會召開次數總和，及其影響的主要產品類別與百分比。 百分比係依據商品安全委員會運作範圍及結果，若影響全公司所有產品類別，即為 100%。 | 第一款 第一目 |
| 2 | 「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%，2016 年商品安全訊息收集 735 件。 | 31 | 依據「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」所定義之訊息(請詳第 31 頁)，2016 年度蒐集之商品安全訊息數及其影響的主要產品類別與百分比。 百分比係依據商品安全訊息蒐集及盤查追蹤運作範圍及結果，若影響全公司所有產品類別，即為 100%。 | 第一款 第一目 |
| 3 | 2016 年香蕉初次運輸導入已達 100%，生鮮蔬菜(除玉米棒與涼筍)也達 100%。 | 33 | 依據公司所訂導入初次運輸物流配送管理機制(請詳第 33 頁)，2016 年底已簽訂初次運輸物流配送合約之廠商其供貨產品類別項目佔公司 2016 年該產品類別銷售額的百分比。 | 第一款 第一目 |
| 4 | 此外亦透過管理顧問公司，針對門市商品效期管理品保作業查核，2016 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.3% (註)。 註：少數門市係因 2016 年初關店或 2016 年末開店，故未於 2016 年受稽核。 | 34 | 依據公司門市過期品下架控管查核機制，全年度受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度全台所有門市數之百分比。 | 第一款 第一目 |

| 編號 | 標的資訊 | 頁次 | 報導基準 | 作業辦法 |
|----|---|----|---|------------|
| 5 | <p>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，2016 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.3% (註)。</p> <p>註：少數門市係因 2016 年初關店或 2016 年末開店，故未於 2016 年受稽核。</p> | 34 | 參照「食品良好衛生規範準則」制定品保訓練課程及測驗卷，全年度受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度全台所有門市數之百分比。 | 第一款 第一目 |
| 6 | <p>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。2016 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。</p> | 35 | 2016 年度因違反「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>截至 2016 年底統一超商供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 46 家，稽核完成百分比為 100% (註)；針對這 46 家供應商共執行 206 次稽核，稽核結果合格共計 203 次，合格百分比為 98.5%。針對不合格的廠商除依商品品質合約進行罰款外，已要求供應商進行改善，並完成複評，皆已達合格標準。</p> <p>註一：台南蛋品一牧場及成偉一委託代工廠均已依供應商前期評鑑等級對應之評鑑頻率期限內，結束交易及代工，故 2016 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。</p> | 29 | 依據「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」、「原物料供應商及原物料管理辦法」及「業務用蛋品原料之管理作業辦法」(請詳第 27 頁)，對自有商品食品類商品供應商執行評鑑之家數、百分比、稽核次數與結果。 | 第一款 第五目 |
| | 不適用，統一超商目前尚未被法規要求建立追蹤追溯系統。 | | | 第一款 第六目 |

| 編號 | 標的資訊 | 頁次 | 報導基準 | 作業辦法 |
|----|---|----|---|------------|
| 8 | 截至 2016 年底品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議所建立之檢驗項數為 552 項。 | 32 | 截至 2016 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 |
| 9 | 而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 101 項。 | 32 | 截至 2016 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：此檢驗項數目含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。 | 第一款 第七目 |
| 10 | 我們的品檢實驗室針對財團法人全國認證基金會(TAF)認證項目取得 ISO/IEC17025:2005 證書。 | 32 | 取得財團法人全國認證基金會(TAF)之認證實驗室。 | 第一款 第七目 |
| 11 | 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 3 項。 | 32 | 取得財團法人全國認證基金會(TAF)認證之項目及總和。 | 第一款 第七目 |
| 12 | 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 | 32 | 取得衛福部食品藥物管理署(TFDA)認證之項目及總和。 | 第一款 第七目 |

| 編號 | 標的資訊 | 頁次 | 報導基準 | 作業辦法 |
|----|--|----|--|--------------|
| 13 | <p>品檢實驗室產生費用總計新台幣 26,679 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 5,955 仟元（註），佔個體營業收入 0.02 %。</p> <p>註：品檢實驗室產生費用包含：檢驗、薪資、折舊、租金、設備修理、雜項購置等費用。</p> | 32 | 2016 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 |
| 14 | 2016 年商品與原物料共檢測 1,009 項，通過檢驗合格為 999 項，合格率 99.0%。 | 32 | <p>依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議所建立之檢驗項目（註）、政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目及參照國外法規或國際期刊（非依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議所建立之檢驗項目（註）及政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目）之非制式檢驗項目之檢驗總件數、檢驗合格件數與合格率。</p> <p>註：此檢驗項目含規範之方法學及統一超商開發之方法學。</p> | 第一款 第七目 |
| 15 | 於 2016 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 46 家，以供應商之工廠統計，共有 85 個工廠；自有商品食品類國內代工廠數為 58 個代工廠，其中 56 個代工廠取得國際食品安全管理系統認證（ISO22000 或 FSSC22000）。另外二廠其中一廠於 2016 年 12 月取得 ISO9001 認證、另一廠於 2016 年 1 月已停止交易。 | 29 | 2016 年期間自有商品之食品類別供應商家數、工廠數總和、國內代工廠數總和、ISO22000 或 FSSC22000 認證證書及取得 ISO22000 或 FSSC22000 認證之國內代工廠數總和。 | 公司自願 確信項目 |
| 16 | <p>統一超商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。</p> <p>但統一超商仍與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫（原物料共購資料庫，MAS 系統）。透過 MAS 系統資料庫，我們將符合標準的原物料與供應商建置於 MAS 資料庫，進行溯源管理，確保自有商品食品類產品之原物料與供應商來源清楚。</p> | 31 | 食品安全衛生管理法第 9 條及自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫。 | 公司自願 確信項目 |

會計師有限確信報告

資會綜字第 17003193 號

統一超商股份有限公司 公鑒：

本所受統一超商股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，就選定民國 105 年度企業社會責任報告書（以下稱「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。

確信標的資訊與報導基準

有關 貴公司所選定民國 105 年度社會責任報告書所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其報導基準詳列於 貴公司民國 105 年度社會責任報告書第 95 至 98 之「依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項加強揭露資訊與確信項目彙總表」。

管理階層之責任

貴公司管理階層應依據適當報導基準編製及報導民國 105 年度社會責任報告書及其績效指標，並應建置相關流程、資訊系統及內部控制以防範民國 105 年度社會責任報告書及績效指標有重大不實表達之情事。

執業人員之責任

本執業人員依據確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對確信標的資訊執行確信工作，以發現前述資訊是否在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事，並出具有限確信報告。此報告不對民國 105 年度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。

執業人員之獨立性及品質管制規範

本執業人員及本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。

所執行確信工作之彙總說明

本次確信工作依確信標的資訊，以 貴公司為工作執行範圍，執行之程序包括：

- 閱讀企業社會責任報告書
- 對參與提供績效指標的相關人員進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、內部控制與資訊系統；
- 基於上述瞭解與評估，對績效指標進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行測試，以取得有限確信之證據。

上述執执行程序之選擇係基於本執業人員之專業判斷，包括辨認確信標的資訊可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執执行程序，以取得有限確信並作出執業人員之結論。有限確信所執执行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。有限確信所取得之確信程度明顯低於合理確信案件所取得者。

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，本執業人員並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事。

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報導基準之變更，本執業人員將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資 誠 聯 合 會 計 師 事 務 所

會計師 周建宏



中 華 民 國 1 0 6 年 8 月 2 9 日

