



2017

統一超商

CSR

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九本企業社會責任 (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。本年度報告書呈現統一超商在 CSR 方面的觀點與具體作法，說明 2017 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。

報告書範疇與邊界

本報告書揭露 2017 年 (自 2017 年 1 月 1 日至 2017 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 2017 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：2018 年 7 月發行

上一發行版本：2017 年 8 月發行

本報告書聯絡單位

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

地址：台北市東興路 65 號 2 樓

電話：(02) 2747-8711

公司網址：www.7-11.com.tw

聯絡窗口：統一超商公共事務部 趙珮玟

目錄 Contents

	經營者的話	2
	企業社會責任治理	5
	重大議題與利害關係人溝通	9

01 統一超商 - 幸福企業

1.1	公司規模與背景	15
1.2	公司治理	21
1.3	營運策略與管理	24

02 統一超商 - 幸福商品與服務

2.1	幸福的源頭 - 商品安全管理	30
2.2	幸福的傳遞 - 優質服務與品質保障	34
2.3	幸福的維持 - 永續供應鏈管理	34
2.4	幸福的保證 - 法規遵循	42

03 統一超商 - 幸福愛地球

3.1	節能減碳綠色生活	46
3.2	資源回收一起來	54
3.3	綠色會計與綠色採購	55
3.4	法規遵循	57

04 統一超商 - 幸福好鄰居

4.1	統一超商好鄰居文教基金會	59
4.2	打造統一超商專屬幸福感	65
4.3	統一超商場幸福平台	71
4.3	統一超商福委會 - 愛·自然社團	72

05 統一超商 - 幸福職場

5.1	多元人文制度	75
5.2	友善和諧職場環境	83
5.3	豐富完善職涯規劃	88

附錄

1	其他指標揭露	96
2	GRI4.0指標對照表	102
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	110
4	會計師有限確信報告	114

經營者的話



統一超商董事長

統一超商持續在地深耕，截至 2017 年底，全台總店數突破 5,200 家，員工及加盟夥伴超過三萬人，營收達 144,479,880 仟元，稅後淨利達 31,017,094 仟元，整體經營績效表現亮眼；並受到外界肯定，連續三年名列公司治理評鑑前 5% 排名，入選 MSCI 全球永續指數、FTSE4Good 新興市場永續指數、台灣公司治理指數 100 之成分股、台灣永續指數成分股，並榮獲 2017 年「天下金牌服務業調查」及「壹週刊服務第壹大獎」便利商店第一名，感謝全體同仁的努力與社會大眾的支持。

而統一超商 2017 年企業社會責任報告書也依循以下三項重點分享成果：

- 一、聯合國永續發展目標：整合聯合國永續發展目標與企業社會責任發展策略；
- 二、強化品牌管理：重新定義品牌價值，確立自有品牌發展路線；
- 三、深化顧客關係管理：建立系統管理大數據，提供顧客最佳消費體驗。

聯合國永續發展目標

2015 年 9 月聯合國發表 17 項永續發展目標 (SDGs, Sustainability Development Goals)，作為各國 2016 年到 2030 年需共同努力的方向。這 17 項 SDGs 從人類生存根本飢餓、貧窮、淨水衛生、健康福祉等問題，到對抗氣候行動、建構永續城市、促進全球夥伴合作，將未來 15 年人類所會面臨以及需共同解決的問題清楚的列示出來。

自聯合國 SDGs 公布後，我們就積極關注，並思考如何以零售業的角度來支持聯合國 SDGs。2016 年底啟動 SDGs 專案，落實 17 項 SDGs 的細項目標，針對主要營運地區台灣，分析零售業的風險與機會，辨識出統一超商能支持及貢獻己力的項目，同時結合企業社會責任三大主軸，訂出 KPIs，透過績效指標的追蹤，檢視目標達成情形，在目標達成的同時，亦支持了 SDGs。



統一超商總經理



2017 年對統一超商可說是關鍵的一年，除了透過 SDGs 檢視確立企業社會責任的道路及方向外，各面向專案推動也更臻成熟，成果更為顯著。

強化品牌管理

統一超商自推動企業社會責任以來，除了提供貼心便利的服務、健康安心的產品，也須負擔更多的責任，每年創造百億元營業額的「CITY CAFE」、主打食品飲料類別的「iseLect」、以及從人的生活開始思考，賦予生活中觸覺、視覺、嗅覺、與機能上的革新，主打紙品、服飾、棉織品、雨具等類別的「UNIDESIGN」，確立了品牌經營並持續提升的方向，從「顧客」角度出發，強調「價值、風格、設計」的理念，提供高品質健康安心的商品。2017 年「CITY CAFE」、「iseLect」、「UNIDESIGN」三大自有品牌的營收已超過 18,000,000 仟元，相較 2016 年成長 5.17%。

深化顧客關係管理

了解顧客消費喜好並提供最佳消費體驗，一直是我們最重要的使命。2015 年結合 OPENPOINT 會員資料庫建置客戶關係管理 (Customer Relationship Management, CRM) 系統。依會員屬性及其喜好，透過大數據分析，決定門市商品搭配組合、優惠活動，及新商品市場潛力。2017 年運用 CRM 系統分析調查的專案件數逾 30 件，透過這些數據分析，不但協助我們更了解顧客消費習慣及喜好，提供更貼近消費者的商品及服務，同時降低門市商品庫存的壓力，提升營運效率。未來將擴大應用範圍，讓統一超商服務更貼近消費者需求。

除了活用大數據提升服務品質外，我們亦關注 AI 人工智慧所帶來的無限可能。2018 年初導入「X-STORE」未來商店，以「探索、體驗、超越」為三大概念，智慧零售為基礎，運用 28 種多重先進科技及超過 100 種全新智能設備，包括臉部生物特徵辨識技術確認身分、自動感應式冰箱高效節能、商品電子標籤降低人工作業錯誤及 AI 辨識商品技術自助結帳，都是以實現人類未來幸福便利生活而設計。未來商店目前雖仍處於測試階段，但各項技術已趨近成熟階段，很快地將重新引導消費者的生活。

企業社會責任績效

1. 產品服務

統一超商重視消費者的健康及安全，將食品安全列為第一要務，每年持續投入資源，確保嚴格控管食品安全議題，包括商品安全委員會運作，商品安全訊息追蹤，優化 MAS 系統擴大溯源管理涵蓋範圍及持续提升品檢實驗室檢測能力等。2017 年整體投入經費高達 131,034 仟元，超越年度目標 40,000 仟元將近 3 倍之多。

2. 環境

節能減碳、資源再利用及綠色採購為統一超商環境面向推動的三大主題。透過總部及新舊門市的節能設計及措施，降低能源使用及溫室氣體排放，2017年總部的用電密集度人均 EUI 較 2016 年下降 6.8%；門市的用電密集度單位面積 EUI 則相較於基準年下降了 7.82%。

統一超商以全省門市作為據點，協助民眾回收資源廢棄物，包括乾電池、光碟片、手機、筆電等，自 2010 年推動至今成果卓越，每年可回收超過千萬顆乾電池，近十萬支手機及超過七千台筆記型電腦，多數民眾已養成將相關資源廢棄物拿到門市回收的習慣。

2017 年統一超商採購具有環保標章及有節能之產品總金額達 580,245 仟元，為整體採購金額的 12%，超過年度綠色採購 KPI 4.5% 之目標。

3. 社區

統一超商身為社區的好鄰居，除了提供安心商品及便利的服務外，更積極透過社區活動與公益行動，凝聚社會共好的向上力量。我們持續推動好鄰居同樂會「教育文化、親子互動、環保樂活、弱勢關懷」四大主題，2017 年在各門市主動策畫下，突破 1.2 萬場次，創下歷史新高。

此外，門市零錢捐公益募款亦長期關懷弱勢長輩，推動門市偏鄉肝病篩檢、花東獨老送餐等服務，讓門市成為公益的最後一哩路，除此之外，2017 年門市零錢捐募款金額更突破新台幣 1.69 億元，較 2016 年成長近 5%。

4. 員工

統一超商始終相信「惟有快樂的員工，才能讓公司的價值，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」，因此提供員工完整職涯規劃、健康工作環境、完善福利制度，是我們對員工最重要的承諾，同時透過「無私開創」、「充分授權」和「大膽嘗試」的人文管理，確保同仁保持彈性與活性。

並致力於替員工建構友善健康安全職場，2017 年獲得國民健康署頒發「健康促進認證」及臺北市政府衛生局頒發「優良哺乳室認證」，給於統一超商很大的肯定。

企業社會責任不僅是企業發展的方向，更是企業營運的價值，統一超商雖在 ESG 面向皆有穩定的進步成長，我們將以更積極且謙卑的心，持續關注國際及產業發展趨勢與重點，繼續努力、持續提升。

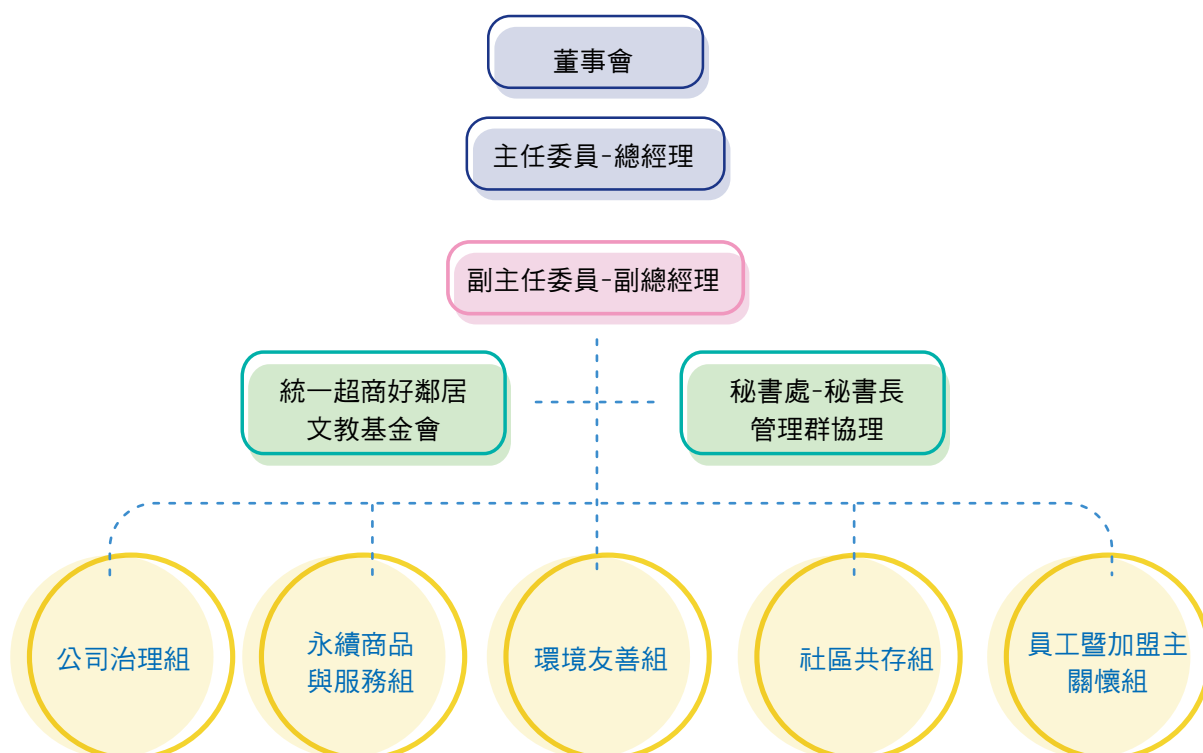
企業社會 責任治理



CSR 組織與策略

統一超商追求經營成長同時，積極實踐企業社會責任，促進經濟、社會之進步，以達永續發展之目標，另透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業責任為本之競爭優勢。

為落實企業社會責任之執行及管理，統一超商設置跨部門「統一超商 CSR 委員會」，同時訂定「企業社會實務守則」，做為推動企業社會責任的最高指導原則。CSR 委員會由總經理擔任主任委員，副總經理擔任副主任委員，其下成五大小組，包括「公司治理」、「永續商品與服務」、「環境友善」、「社區共存」、「員工暨加盟主關係」，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行，並定期向董事會報告。CSR 委員會每半年召開一場會議，2017 年於 2 月份、8 月份各舉行一場例會。為了有效推動與執行 CSR 相關績效，統一超商將 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。

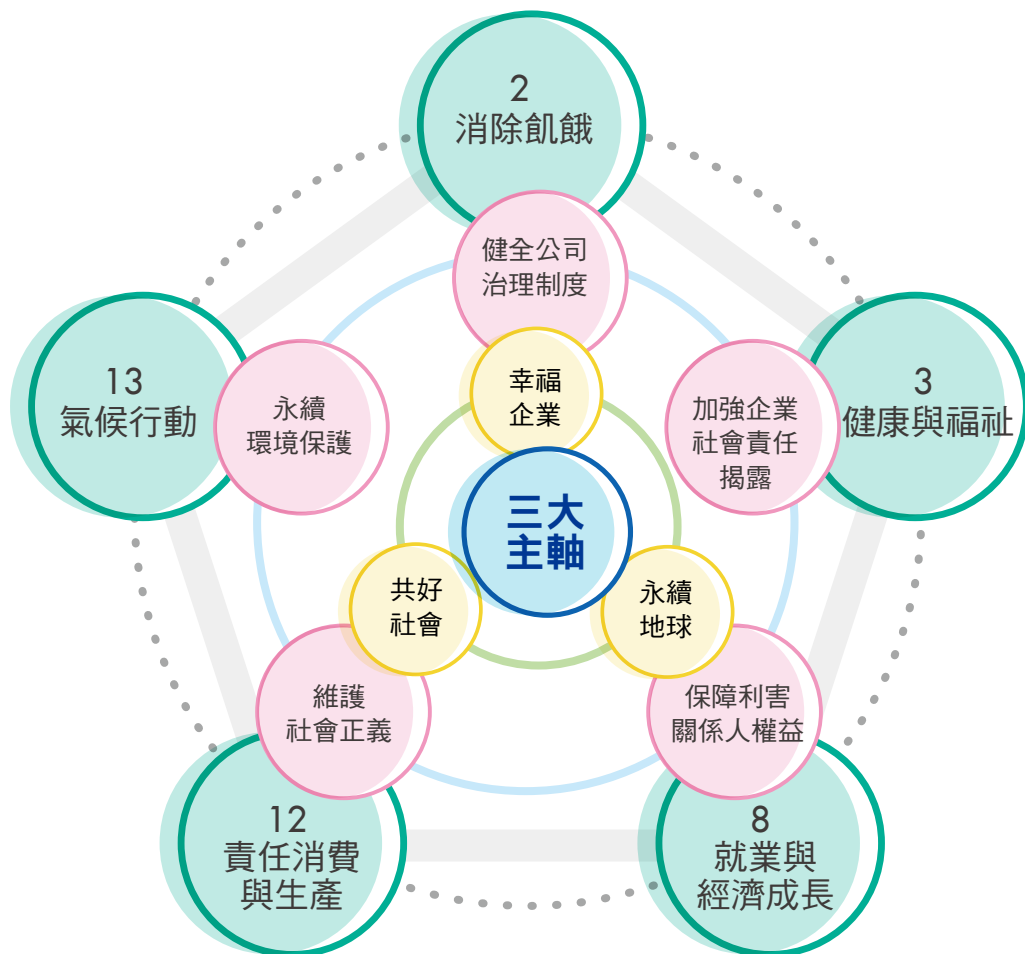


CSR 願景— 三大主軸、五大實踐原則與永續目標

統一超商將 CSR 核心理念融入經營目標中，從三大主軸「幸福企業」、「共好社會」、「永續地球」出發，透過五大實踐原則，具體落實企業社會責任。

聯合國於 2015 年發佈「翻轉我們的世界：2030 年永續發展方針」，同時兼顧了「經濟成長」、「社會進步」與「環境保護」等三大面向，做為未來 15 年，全球各國需要共同努力解決的問題。身為地球公民的一份子，統一超商希望落實企業社會責任的同時，亦能為全球的永續發展目標盡一份心力。2016 年我們啟動了聯合國永續發展目標專案，針對 SDGs 17 項永續目標及 169 項細項目標進行分析，考量行業別核心能力及營運範圍，找出我們能協助完成的五項永續發展目標及對應的細項目標，並與本公司的企業社會責任三大主軸彼此呼應。在永續發展的道路上，統一超商依然「貼心不打烊，讓每一個人的幸福就在身旁」。

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。





健全公司治理制度方向一

- 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



發展永續環境方向一

- 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



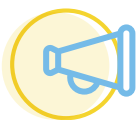
維護社會正義方向一

- 遵守勞動法規，保障員工之合法權益
- 致力降低對員工安全與健康之危害因子，預防職業上災害
- 為員工之職涯發展創造良好環境，並建立有效之職涯能力發展培訓計畫
- 與供應商合作，共同致力提升CSR
- 參與關於社區發展及社區教育之公民組織、慈善公益團體及地方政府機構之相關活動，以促進社區發展



保障利害關係人權益方向一

- 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一

- 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

ESG	治理 GOVERNANCE	社會 SOCIAL		環境 ENVIRONMENT	
SDGs					
對超商的意義	統一超商持續獲利、穩定成長、創造工作機會，成為最令人安心滿意的企業品牌，並帶來「顧客滿意、夥伴滿意、股東滿意、社會滿意」的四方滿意，成為持續成長、永續經營的企業。	重視產品品質、消費者安全健康，維護消費者吃的安全是最基本且重要的保證。	利用門市通路多據點的優勢，讓門市成為偏鄉服務的最後一哩路，一起守護居民健康。	本身雖非製造工廠，但透過配送運輸的改變，降低對環境的影響，達到責任消費與生產。	身為台灣零售業龍頭，為維持門市商品高品質及提供舒適消費環境，訂定新門市節能規範，要求新設門市採用高能源效率的設備系統，兼顧降低溫室氣體排放，達到環境平衡發展。
績效	<ul style="list-style-type: none"> ● 2017 年加盟店超過 5200 家，提供多元化的商品服務，持續穩定成長。 ● 多元平等雇用政策，歡迎弱勢及原住民朋友，提供穩定就業及自立生活的機會。 ● 致力於提供安全職場環境，並獲得安心職場、優良哺乳室等證照。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 提升食品安全管理。 ● 供應商實地評鑑。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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"> ● 結合綿密的門市網絡、完善的物流系統，積極強化數位平台應用服務。 ● 導入環保車輛。 ● 實施綠色會計與綠色採購制度。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 汰換及提升設備能耗，施行節電計畫，降低總部及門市用電密集度 (EUI)。

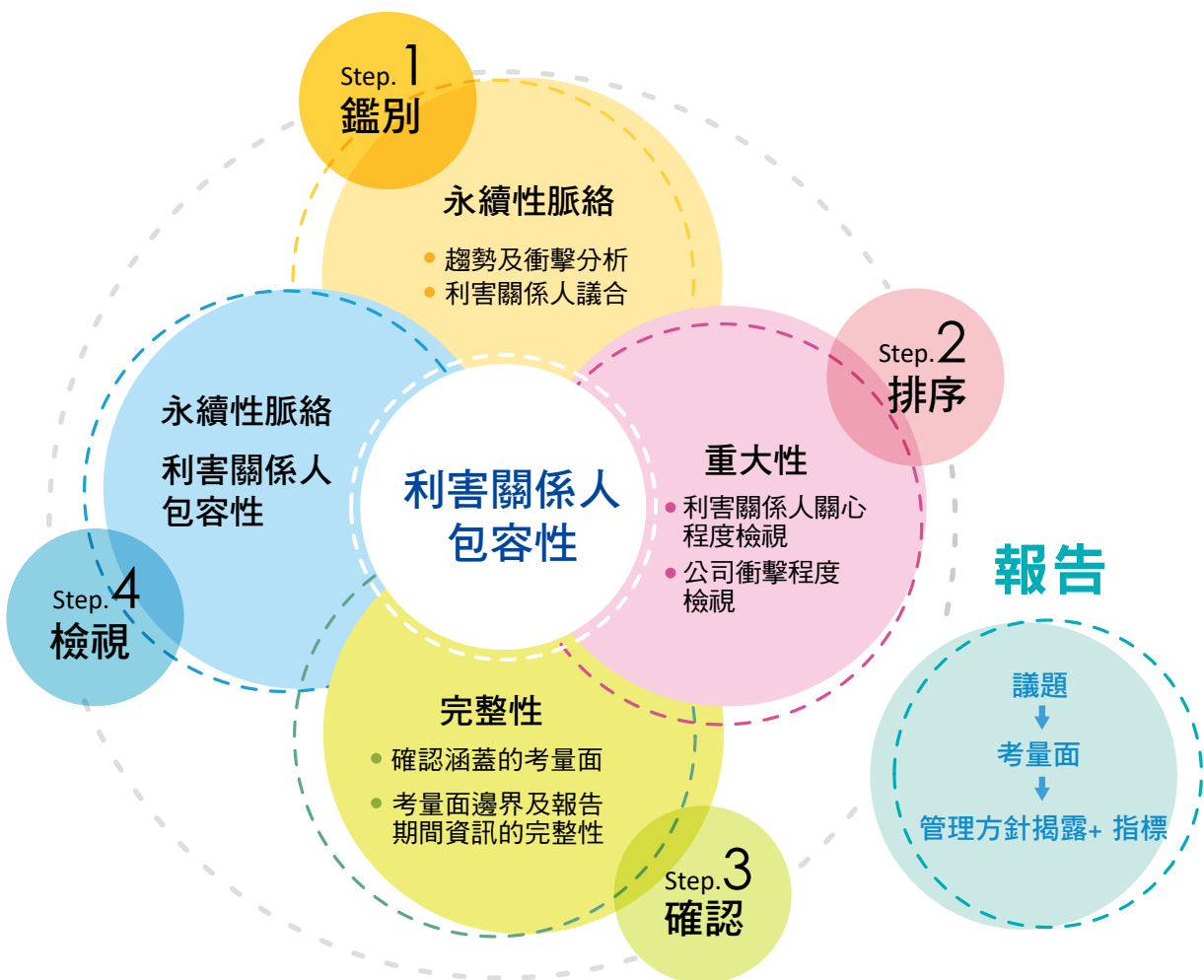


重大議題與利害關係人溝通

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。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

我們每年透過各類管道與利害關係人溝通，並將其所關心的議題彙整，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關切議題及其對於經濟、環境及社會的影響程度，決定重大考量面，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35項關鍵CSR議題。

Step. 2 排序

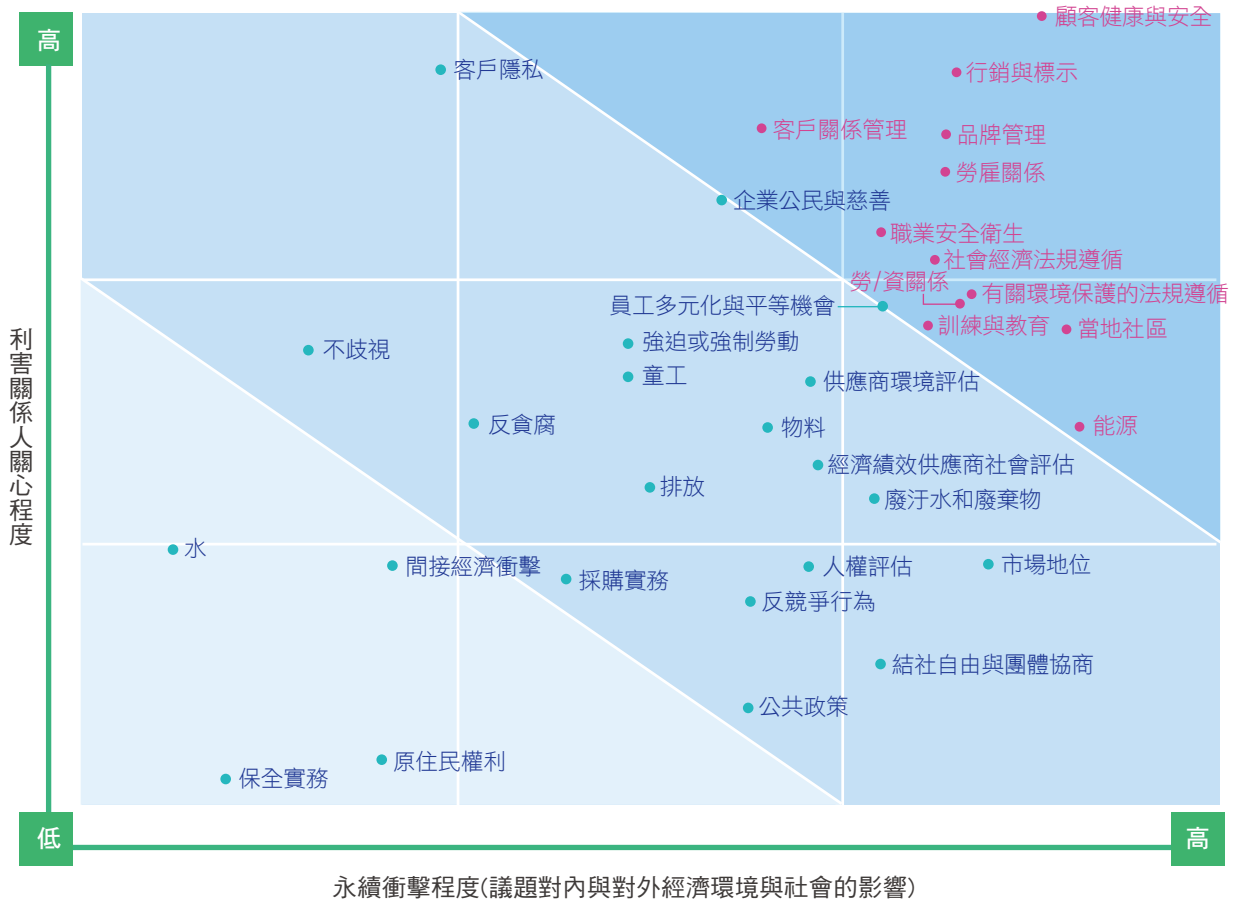
- 經由問卷發放辨識利害關係人對議題之關注程度，以及永續議題與公司內外經濟、環境跟社會之間的影响衝擊程度，2017年辨識出重大性議題共有12項，分別為職業安全衛生、勞雇關係、勞/資關係、訓練與教育、顧客健康與安全、行銷與標示、社會經濟法規遵循、品牌管理、客戶關係管理、能源、有關環境保護的法規遵循、當地社區。

Step. 3 確認

- 鑑別出重大議題後，由 CSR 委員會確認議題之重大性，並進一步評估重大議題對於組織內外的考量邊界，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。





面向	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	物流關係事業	客戶	社區	供應商	
法遵	社會經濟法規遵循	SO：法規遵循	●	●	●	●	●	5. 統一超商 - 幸福職場
公司治理	品牌管理	無 GRI 考量面與指標	●		●			1. 統一超商 - 幸福企業
環境	能源	EN：能源	●	●				3. 統一超商 - 幸福愛地球
	有關環境保護的法規遵循	EN：法規遵循	●	●				3. 統一超商 - 幸福愛地球
員工	職業安全衛生	LA：職業健康與安全	●					5. 統一超商 - 幸福職場
	勞雇關係	LA：勞雇關係	●					5. 統一超商 - 幸福職場
	勞 / 資關係	LA：勞 / 資關係	●					5. 統一超商 - 幸福職場
	訓練與教育	LA：訓練與教育	●					5. 統一超商 - 幸福職場
社會	當地社區	SO：當地社區	●		●	●		4. 統一超商 - 幸福好鄰居
產品	顧客健康與安全	PR：顧客的健康與安全 / 產品及服務標示	●		●	●	●	2. 統一超商 - 幸福商品與服務
	行銷與標示	PR：行銷與標示	●		●	●	●	2. 統一超商 - 幸福商品與服務
顧客	客戶關係管理	無 GRI 考量面與指標	●		●	●	●	2. 統一超商 - 幸福商品與服務

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

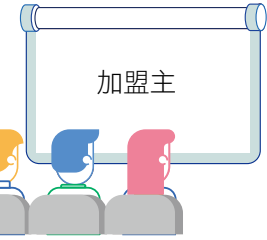



利害關係人溝通

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，在官網已設置利害關係人專區 (<http://www.7-11.com.tw/communication.asp>)，亦設置實體信箱，透過各種方式及溝通管道，了解利害關係人的需求及對本公司的期許。其他與利害關係溝通方式與管道如下所示。

統一超商與利害關係人溝通管道一覽表

利害關係人	關注議題	溝通管道
 <p>投資人</p>	<p>公司治理 風險管理 營運與財務狀況 股利政策</p>	<p>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>
 <p>供應商</p>	<p>綠色採購 綠色產品 供應商管理 當地採購</p>	<p>定期廠商聯誼會 定期供應商大會 輔導 / 稽核管理</p>
 <p>顧客</p>	<p>產品健康與安全 產品與服務創新 服務品質 客戶隱私</p>	<p>聯合服務中心服務窗口 滿意度調查</p>
 <p>員工</p>	<p>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</p>	<p>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>



利害關係人	關注議題	溝通管道
 <p>加盟主</p>	<p>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</p>	<p>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>
 <p>公益團體</p>	<p>社區關懷 公益與募款</p>	<p>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>
 <p>政府機關</p>	<p>產品健康與安全 法規符合性 公共政策參與</p>	<p>定期法規查核 配合相關制度推廣</p>
 <p>社區鄰里</p>	<p>節能減碳 社區關懷 法規符合性</p>	<p>好鄰居同樂會 每年 CSR 報告書 聯合服務中心</p>