

02



統一超商 - 幸福商品與服務



2018 KPI

- 年度商品安全管理投入費用超過**40,000**仟元
- 2018年前完成PB/PL食品類商品式樣書於MAS系統建檔完成比率為**100%**
- PB原物料供應商實地評鑑完成率**80%**
- 自有商品代工廠實地評鑑完成率**100%**
- 自有商品食品類國內代工廠(不含直接交易原料供應商及蛋品供應商) **100%**
取得國際/國內食品安全管理系統認證 (ISO22000/
FSSC22000...)
- 不可販售菸酒類產品予未滿18 歲青少年之商品系統警語系統上線率**100%**。
- 販售菸酒類產品予未滿18 歲青少年查核門市及格率**100%**。

2017 KPI

- 年度商品安全管理投入費用超過**40,000**仟元

達成情形

超標
131,034
仟元

2016 KPI

- 年度商品檢驗投入費用超過**39,000**仟元

達成情形

超標
42,300
仟元



2

統一超商，幸福商品與服務

SDGs	SDGs 內容	2017 呼應 SDGs 之績效
 <p>消除飢餓</p>	<p>(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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 統一超商極度重視食安問題，如同我們的食安政策「聚焦經營、溯源管理、贏得消費者信任」。為提升食品安全管理，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，確保商品安全無虞後始可上架。2017 年度商品安全管理投入費用為 131,034 仟元。 • 與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫（原物料暨品保管理系統，Material and Quality Assurance System, 簡稱 MAS），針對商品原料與供應商，進行溯源管理。透過 MAS 系統中建立商品仕様書，載明自有商品食品類產品之原物料與供應商來源。截至 2017 年底自有商品食品類產品之商品仕様書於 MAS 系統建檔完成比率為 86%。 • 門市一次性用品類國內供應商實地評鑑完成率為 100% • 自有商品食品類供應商實地評鑑完成率為 100%
 <p>健康與福祉</p>	<p>(3.5) 強化物質濫用的預防與治療，包括麻醉藥品濫用以及酗酒</p>	<p>不可販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年之商品系統警語系統上線率 100%</p>
	<p>(3.a) 強化煙草管制架構公約在所有國家的實施與落實</p>	<p>販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年查核門市及格率 100%</p>

統一超商代表著「多功能」、「全方位」、「便利」、「物盡其全」、「無所不在」；從 70 年代起，我們就扮演著深入大街小巷柑仔店「社區好鄰居」的角色，參與著社會大眾的日常生活作息。全台 5,200 多家門市，不論是在繁華的都市還是偏遠鄉村，都可以見到超商的身影。我們知道身為「社區的好鄰居」，不僅要提供高品質、高便利性及價格合理的商品，亦需提供休憩及互相交流的舒適空間，讓來店的消費者都可以感受到我們的用心，用熱情服務的心打造的「社區好鄰居」，提供高 CP 值商品與服務，營造專屬統一超商的幸福感！

透過持續強化我們的商品，像是在鮮食類別以製程革新、外部技術合作及導入新結構，不斷開發差異化商品，我們也以自有品牌 iseLect 及 UNIDESIGN，不斷攜手國內外大廠，量身客製獨家商品，為消費者帶來更多 MIT 的優質商品。

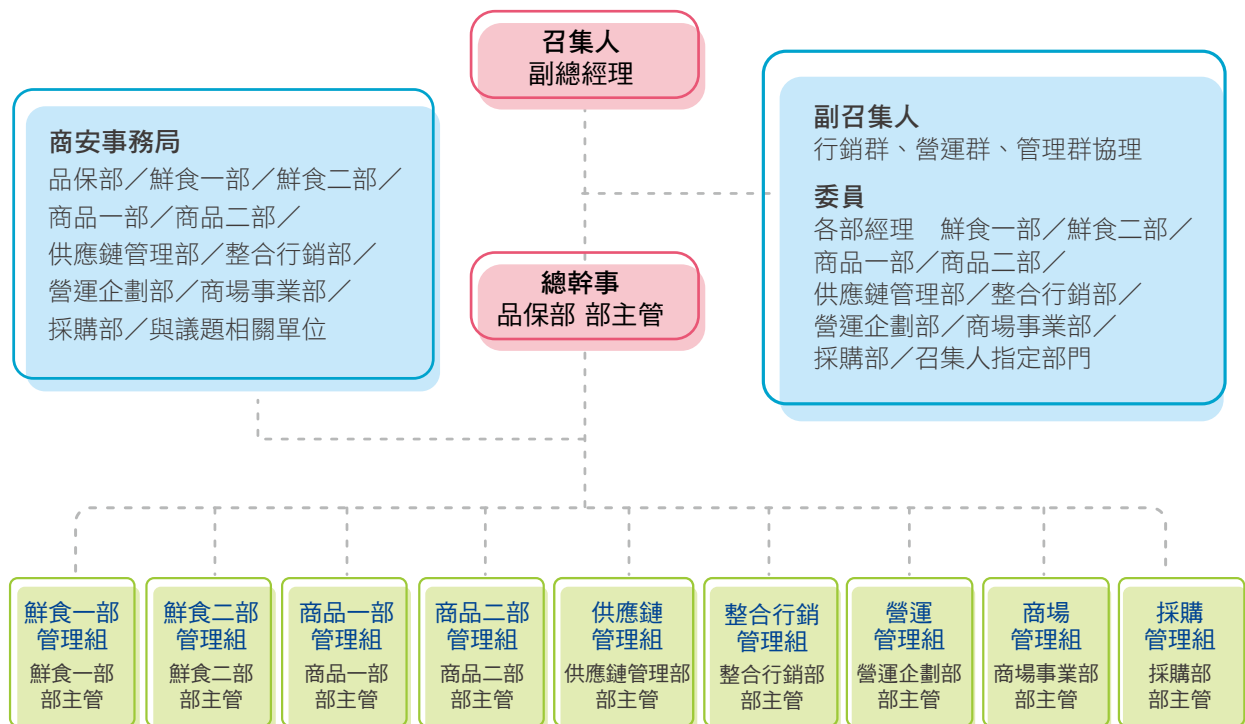
2.1 幸福的源頭 - 商品安全管理

統一超商極度重視食安問題，如同我們的食安政策「聚焦經營、溯源管理、贏得消費者信任」。做好食品安全是我們的良心與責任，為達到食品安全全面把關，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。為提升商品安全管理，2017 年度累積投入經費高達 131,034 仟元。

商品安全委員會

「商品安全委員會」由副總經理擔任召集人，行銷群協理、營運群協理及管理群主管擔任副召集人，品保部主管擔任總幹事，另設商安事務局負責整合彙集商品安全相關議題，底下設 9 個執行小組，由各部門主管擔任小組長。2017 年 6 月因應食安監測計畫一併修訂組織架構，將採購部納入商安委員會組織。

「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。2017 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。



註：此為 2017 年 6 月更新修訂組織架構



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%。2017 年商品安全訊息 922 件，包括 A 級 7 件、B 級 733 件及 L 級 182 件。

A
級訊息 與統一超商及其轉投資事業直接相關之商品安全訊息

B
級訊息 其它商品安全訊息並供相關單位參考

L
級訊息(註) 法規相關訊息

註：2017/11 將原分類於法規相關訊息之代號 C 以代號 L 取而代代之。

溯源管理

經過近年幾次食安事件後，政府於食品安全方面的把關投入了相當的心力，並作出許多因應措施，除了修法加重刑責、罰則之外，也推出許多追蹤追溯的強制措施。統一超商雖非屬食品安全衛生管理法第 9 條所規範應建立追蹤追溯系統之業者，但為加強自有商品安全控管，我們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（原物料暨品保管理系統，Material and Quality Assurance System, 簡稱 MAS），針對商品原料與供應商，進行溯源管理。透過 MAS 系統中建立商品仕様書，載明自有商品食品類產品之原物料與供應商來源。截至 2017 年底自有商品食品類產品之商品仕様書於 MAS 系統建檔完成比率為 86%。

2017 年 9 月進行 MAS 系統優化，開始導入商品仕様書連結原物料作業，以線上管理方式取代舊有的紙本，透過電子檔、伺服器的集中管理，使各部門使用者可在同一時間個別做查詢、維護、建置此套系統，以對所用之原物料做好全面把關。

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、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食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目取得證書，該證書於 2014 年首度取得，並於 2017 年 5 月獲得展延評鑑通過有效期限至 2020 年，截至 2017 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 580 項。而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 137 項。



財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目

ISO/IEC 17025:2005 驗證範圍微生物 4 項

衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目

硝基呋喃代謝物 4 項

氯黴素類抗生素 4 項

多重殘留分析 (二) 48 項

微生物類 4 項

著色劑 8 項

赭麴毒素 A 1 項

棒麴毒素 1 項

2017 年商品與原物料共檢測 983 項，通過檢驗合格為 963 項，合格率 98.0%。若有不合格之原物料，會要求供應商找出原因進行改善，若有不合格之商品，會將同批號的商品下架或加強後續的委外檢驗，確保我們販售之商品皆安全無虞。品檢實驗室產生費用總計新台幣 27,751 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 5,947 仟元 (註)，佔個體營業收入 0.019 %。年度商品安全管理投入費用為 131,034 仟元，超過 2017 年 KPI 設定 40,000 仟元。

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。

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。2017 年內部反映事件共計 2 件，共核發獎金 2,000 元。

1
級風險

添加非法成份與添加物，經第三方檢驗證實，短期使(食)用對人體有立即危害之虞。



添加非法成份與添加物，經第三方檢驗證實，對長期使(食)用對人體有健康危害之虞。

2
級風險

3
級風險

- 合法成份但超標或添至不應使用之商品。
- 成份摻假。



標示、廣告不實或不完整。

4
級風險

級外

- 未達上述四級標準，而反應之意見，經公司採納而進行制度或規範「重要改變」者。
- 未達上述四級標準，但有正向價值或可供參酌。





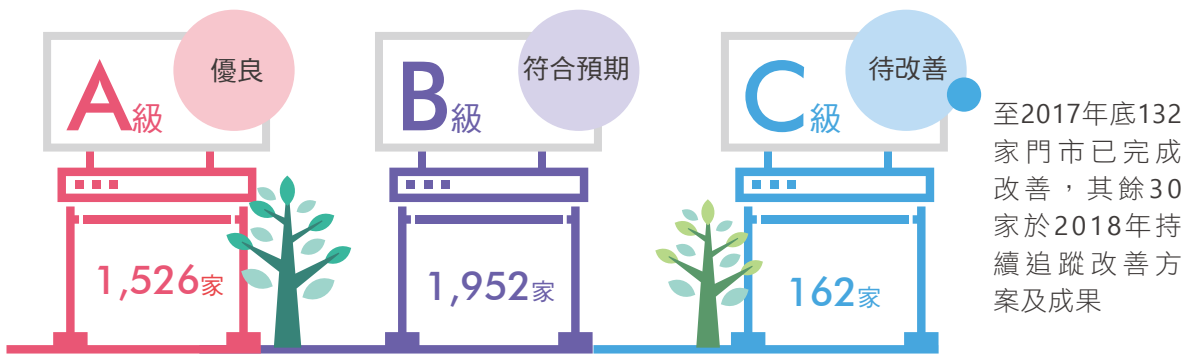
初次物流

為讓消費者在超商門市買的放心，用的安心，我們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，達到商品從上到下的完整控管，確保商品從運送、儲存及展示過程中保持高品質。

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。2017 年初次運輸導入達 100% 的產品包含速食（米食 / 麵食 / 沙拉）、米飯、調理麵包、香蕉及生鮮蔬菜（除玉米棒及筍類）。

門市查核

為確保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。2017 年共稽查 3,640 家門市，獲得 A 級共 1,526 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及品保作業查核。2017 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.2%(註)。2017 年共計查核 22394 店次，共 21809 店次通過檢查，合格率 97.4%。

註：少數門市係因 2017 年初關店或 2017 年末開店，故未於 2017 年受稽核。

除上述門市查核外，為提升整體人員品保素質，統一超商持續對於新進及既有門市人員進行品保教育訓練，2017 年共 23,488 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，2017 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.6%(註)。不合格店數共 55 家，針對不合格店於次月進行複查。除 2 個門市因近一次查核，未出示完整的資料，導致異常，將由區顧問輔導後，再請首阜複查，其餘門市人員皆已複查合格，完成「品保與誠信經營認證」。

註：少數門市係因 2017 年末開店，故未於 2017 年受稽核。

2.2 幸福的傳遞 - 優質服務與品質保障

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。

除保障消費者權益，我們亦期許提供優質、貼心、貼切的商品與服務。2015年5月我們透過 icash 卡 Open Point 會員資料庫建置客戶關係管理 (Customer Relationship Management, 簡稱 CRM) 系統。透過 CRM 系統，可依銷售商品分析會員屬性 (包含：性別、地區、職業及年齡層等)，分析商品搭配組合 (通常哪些商品會一起被購買 (例：豆漿與香蕉))，以及分析新商品要上市的商品力、新商品可以推銷給哪些消費者、哪些族群對品牌忠誠度較高等。舉例來說，我們就曾經透過 CRM 系統，做過指定麵包與 CITY CAFE 的合買分析。透過數據分析，可以了解不同組合商品的合買率及合買指數，藉此了解指定麵包與 CITY CAFE 合買關聯性及咖啡為指定麵包帶來的連帶購買影響力。

截至 2017 年 12 月 31 日 OPENPOINT 註冊的 VIP 會員共 115 萬人，透過這龐大的會員資料庫，每年可進行各式專案分析調查；自 CRM 系統於 2014 年 9 月正式啟動後至 2017 年底，透過系統進行分析調查的專案件數逾 30 件，透過這些數據分析，幫助我們為消費者提供更優質的服務及商品，成為社會大眾的好鄰居。2018 年起，統一超商將結合大數據分析，更精化 CRM 系統之運用，做更完整的顧客消費行為與成效追蹤。

2.3 幸福的維持 - 永續供應鏈管理

截至 2017 年 12 月 31 日，統一超商全台超過 5,200 家門市，這代表著消費者對於我們努力創造提供幸福商品與服務「當地社區」好鄰居的肯定，同時也代表著統一超商更大的責任，為了給消費者安心、安全、衛生的商品，我們以嚴格的標準檢視原料源頭、供應商、物流配送到門市管理。

供應商

供應商分成非自有商品供應、自有商品¹代工 (包括自有品牌 (Private Brand, 簡稱 PB) 及自有標籤 (Private Label, 簡稱 PL)) 以及其他三個類別。

統一超商 PB 自 1980 年代起，從自助區的茶葉蛋開始發展；後期發展乃追求與其他通路的差異化。其中鮮食類均屬 PB，有鑑於台灣社會三餐外食、飲用咖啡、生活品質提升 (對食品新鮮度要求提升) 等趨勢，再搭配市場調查、消費者訪談與回饋、銷售數據分析與鄰近市場 (日本) 的趨勢研究，統一超商的鮮食發展策略以完整化商品結構，包含商品多樣性、搭配性、符合消費者餐飲需求與營養攝取完整性，追求與其他通路的差異化。新商品會透過試賣確認消費者對新商品的接受度；推出搭配組合時，會考慮消費者的用餐行為模式或參考流行趨勢 (如午餐配水果、飲料)。另我們亦會配合地方衛生局提升兒童飲食健康的計畫，由營養師到門市挑選搭配健康餐飲組合。

¹ 統一超商鮮食部、商品部、與策略聯盟廠商合作開發，並在商品上掛上統一超商自有標籤的專用和獨家商品 (不含 OPEN... 等授權商品)。自有商品包括自有品牌 (Private Brand) 與自有標籤 (Private Label) 之商品。自有品牌 (Private Brand) 商品為與製造商簽約大量進貨或合作開發獨特規格的商品，如御飯糰、關東煮... 等；而自有標籤 (Private Label) 商品為自行設計之自有品牌商品。



統一超商透過供應商的合作與管理，確保消費者生活的健康及安全。本公司的供應商，需要與我們有同樣的品質信念，並認同做好自主管理的重要性。因產業特性，我們本身無製造廠房，自有商品委託代工廠直接製造，對供應商訂有「統一超商自有品牌商品供應商行為準則」。另亦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，對於食品類自有商品供應商（包含代工廠、直接交易原物料供應商及蛋品供應商）評鑑的項目如「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。

統一超商自有品牌商品供應商行為準則：

- 1 供應商應對其聘僱之勞工不得有違反法令之情事並提供平等的就業機會，如有僱用身心障礙者或「庇護性就業之身心障礙者」，其勞動權益相關規定應符合法令規範。
- 2 供應商所提供之原料或商品或服務，除應符合當時科技水準合理之期待外，並秉持環境保護理念、符合食品安全及相關法令之規範，使地球資源能永續利用。
- 3 供應商及統一超商和其成員不得發生任何有形或無形之不正利益行為。

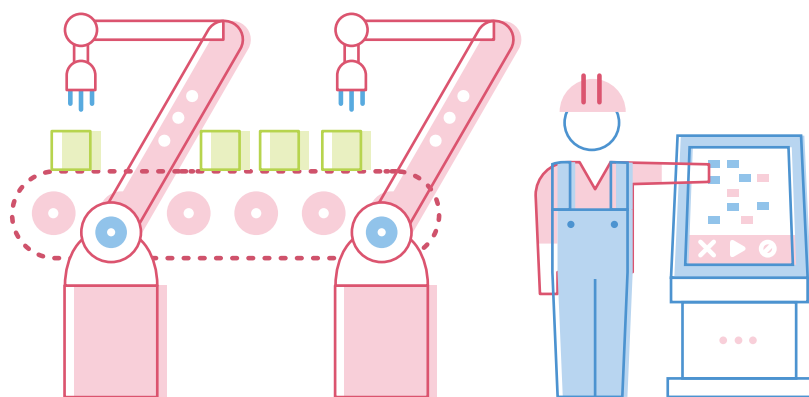
除訂定「統一超商自有品牌商品供應商行為準則」及「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」、「原物料供應商及原物料管理辦法」、「業務用蛋品原料之管理作業辦法」，我們要求所有供應商均須簽署「誠信經營及企業社會責任協議書」；若有不願意簽署的廠商，會先瞭解廠商是否已有相關的自身規範，若無相關規範，則與廠商進行溝通，要求對方承諾部分重要事項；溝通無效但又必須採購時，則要求廠商簽署「誠信清廉切結書」。「誠信經營及企業社會責任協議書」之「誠信經營條款」部分，要求供應商不得涉及不正利益，包含但不限於賄賂、餽贈等。「社會責任條款」部分，要求供應商應保障勞工權力、不得歧視與並確保平等就業，提供的產品與服務應符合環保與食品安全法令，並盡力減少對人類健康與環境的不利影響。

供應商評鑑結果分級標準：

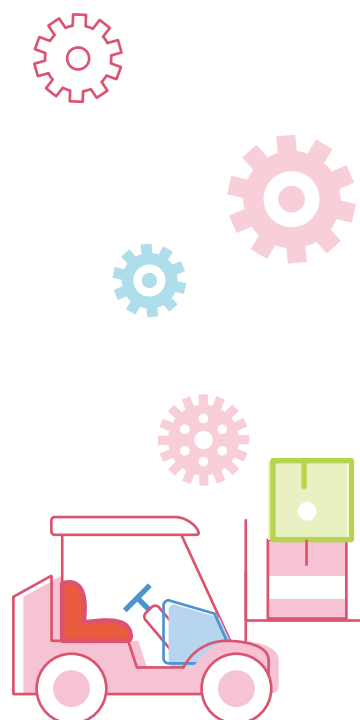
評級	分級說明
A	90 分 (含) 以上
B	80~89 分
C	70~79 分
D	69 分 (含) 以下

供應商評鑑項目及配分





1. 代工廠



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



除上述，若為新供應商，還必須符合下列要求：

	1 合法條件	持有合法之公司登記、工廠登記、商業登記、變更事項登記等（如屬主管機關認可免登記證者，須提供相關證明文件佐證），登記證中所載產業類別須含有委外加工的產品品類；海外代工廠設立應符合該國之相關法令。
	2 品質認證	有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000 等品質認證為優先考量。
	3 健全管理體制	良好品質管理、自主品檢能力、生產管理及衛生管理。
	4 原料可追溯性	可追溯原料來源，確保產品符合我國農藥、動物用藥殘留、重金屬等食品衛生標準及符合進口等相關法令規定。



2. 直接交易原物料供應商

(1) 工廠型

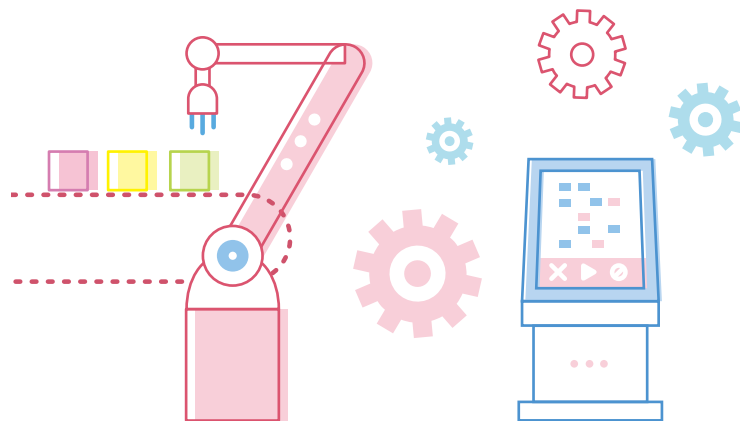
項次	評鑑項目	配分
1	廠房設施與環境衛生管理	19.0%
2	作業人員衛生管理	8.0%
3	製程管制	15.0%
4	品質管制	27.0%
5	原物料管制	14.0%
6	儲存與運輸管制	7.0%
7	客訴及持續改善	5.0%
8	建立環保防治相關規範	5.0%
9	供貨能力評估	不計分

(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%



2

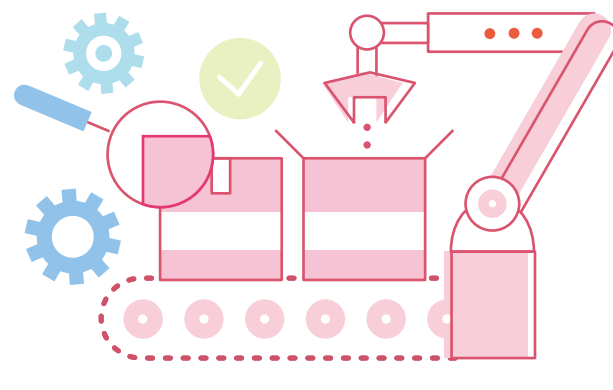
統一超商，幸福商品與服務

除上述，若為新供應商，還必須符合下列要求：




	1 合法條件	商業登記證、工廠登記證等合法文件。
	2 品質認證	有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000... 等認證為佳。
	3 評估文件	新原物料引進應提供原物料溯源文件及風險評估。

(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%



除上述，若為新供應商，還必須符合下列要求：

	1 品質認證	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）。
	2 包裝標示合規	蛋品包裝標示應符合國家法規及 CAS 優良農產品蛋品項目驗證基準，如品名、製造業者與經銷商的名號、地址及電話等。
	3 檢驗合格	蛋品經國家公告方法檢驗合格，檢驗項目為沙門氏菌、動物用藥 48 項、抗生素類 - 四環黴素、抗生素及其代謝物、氯黴素類。

另為提升供應商產品品質，我們盡力要求自有商品食品類別供應商需取得食品安全衛生管理系統 ISO22000 認證。於 2017 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 51 家，以供應商之工廠統計，共有 95 個工廠；其中自有商品食品類國內代工廠數為 62 個代工廠，全數均取得國際食品安全管理系統認證（ISO22000 或 FSSC22000）。

代工廠實地評鑑頻率

為評估食品類代工廠風險，統一超商訂定食品類代工廠風險分級評估指引，作為風險評估依據，並依其指引完成 2016 年 64 家自有商品食品類代工廠之風險分級，作為 2017 年度代工廠實地評鑑頻率參考依據，並自 2017 年 1 月 1 日起執行。

風險分級係依據指引中所列之指標分別計算出 PB、PL 代工廠每年度（1 月～12 月）各綜合風險值。基礎風險值 + 加權風險值 + 重大風險值 = 綜合風險值。綜合風險值 ≥ 70 分為高風險；< 70 分為低風險。2016 年度 64 家自有商品食品類代工廠中有 35 家評估為高風險，29 家為低風險。



我們透過上述供應商評鑑結果分級及綜合風險值，作為實地評鑑頻率參考依據。2017年間統一超商有合作關係(註1)的自有商品食品類供應商(含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商)共計51家，稽核完成百分比為100%(註2)；針對這51家供應商共執行192次稽核，稽核結果合格共計188次，合格百分比為97.9%。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：

1. 定義為(1)2017年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。(2)2017年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。(3)於2017年間提出停止評鑑申請通過者也計入。
2. 四家代工廠、二家直接交易原料供應商及一家蛋品供應商，已依供應商評鑑前次評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工，故2017年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

國內食品類代工廠實地評鑑頻率對照表：

評級 判定 風險分級	A級 ≥90分	B級 89-80分	C級 79-70分	D級 ≤69分
	合格		不合格	
低風險	12個月	6個月	須連續複評三個月且須合格。	須連續複評三個月且須連續合格或得立即停止代工生產。
高風險	6個月	4個月		

國外食品類代工廠實地評鑑頻率對照表：

評核級數	實地評鑑分數	判定結果	評鑑頻率/處理
A級	≥90分	合格	1次/1年，須於當年度完成評鑑。
B級	89-80分	合格	
C級	79-70分	不合格	代工廠須立即停止產程安排，並於6個月內通過複評，始可恢復代工生產，否則應終止代工生產。
D級	≤69分	不合格	

門市用品類供應商：

2017年門市一次性用品類國內供應商(註1)共計為10家，稽核完成百分比為100%(註2)；針對這10家供應商共執行13次稽核，稽核結果合格共計13次，合格百分比為100%。門市用品類供應商的評鑑項目與配分、評鑑頻率、評鑑結果分級標準及合格標準請詳下表。

註：

1. 係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗...等與食品接觸產品之國內製造廠。
2. 安捷企業一工廠，已於年度評鑑計畫預計評鑑月份前結束製造，故2017年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

評鑑項目與配分表

項次	評鑑項目	配分
1	管理	5.1%
2	品質管理	8.9%
3	環境狀況	3.1%
4	商品開發	3.4%
5	採購及原物料進廠檢驗	19.9%
6	生產與包裝	15.1%
7	健康、安全及工作條件	13.0%
8	成品	10.3%
9	儲存與運輸	9.6%
10	顧客抱怨	4.8%
11	商品規格書確認	6.8%

評鑑頻率、評鑑結果分級標準、合格標準表

評核級數	實地評鑑分數	判定結果	評鑑頻率/處理
A級	≥90分	合格	1年1次，須於當年度完成評鑑。
B級	89-80分	合格	
C級	79-70分	合格	
D級	≤69分	不合格	須連續複評三個月且須連續合格或得立即停止代工生產。

統一超商關鍵供應商

2017 年共有 17 家關鍵供應商，針對關鍵供應商之定義如下：



採購部

採購金額>3萬千元；且與門市營運直接有關之食品包材用品。



關鍵一階

自有品牌商品前一年交易額前五大之供應商。



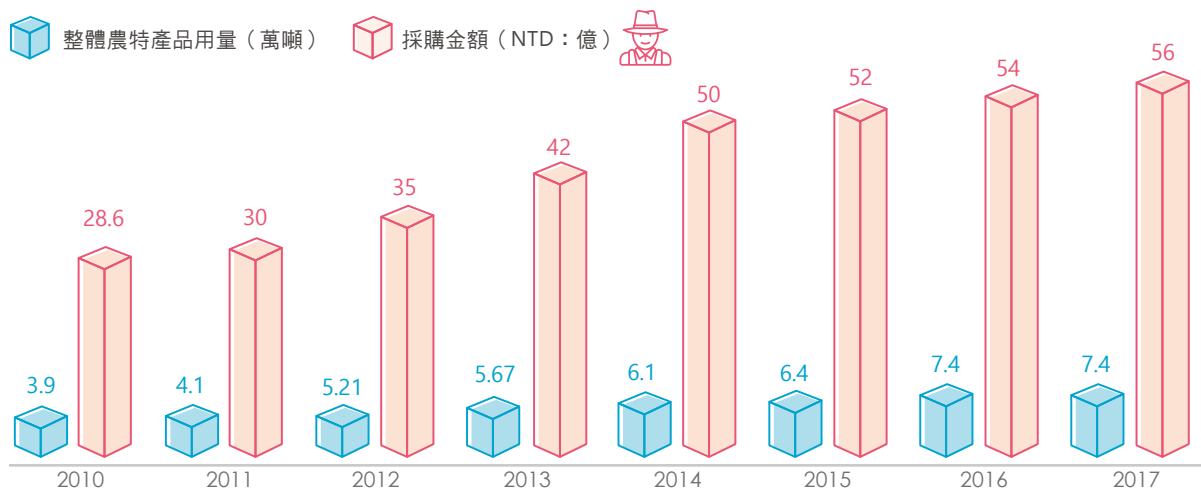
關鍵非一階

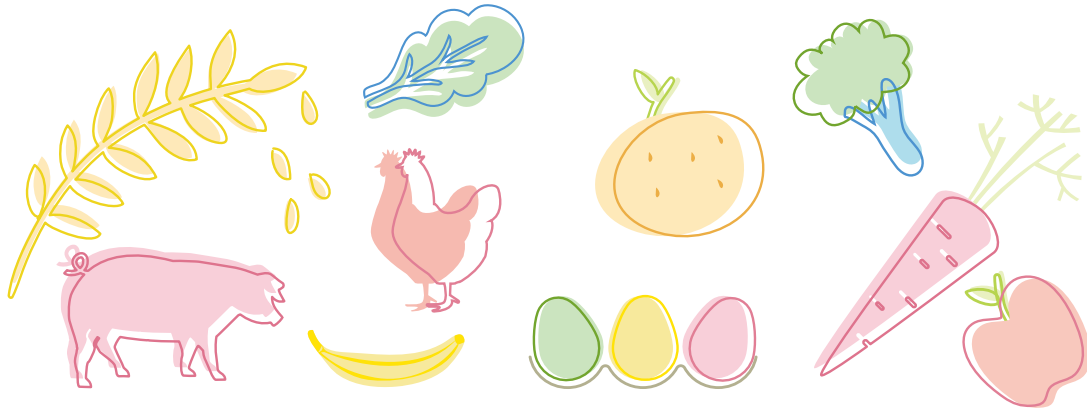
PB共購原物料前一年交易額前十大之供應商。

農場管理

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，2017 年採購量達 7.4 萬噸，金額達 56 億元。

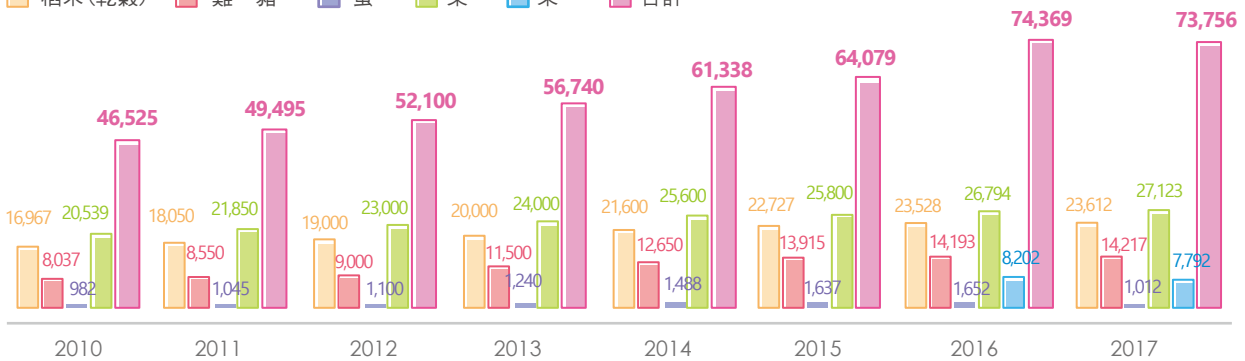
歷年使用量





○ 歷年原物料使用量 (噸)

■ 稻米(乾穀)
 ■ 雞、豬
 ■ 蛋
 ■ 菜
 ■ 果
 ■ 合計



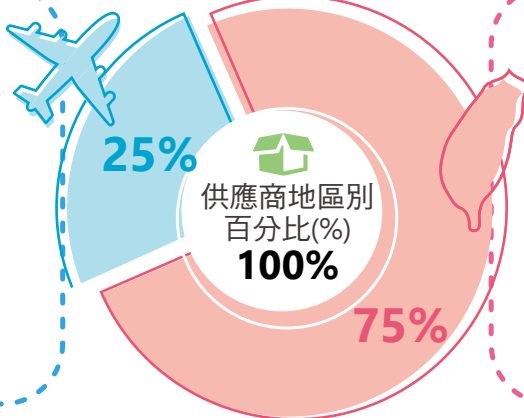
2

統一超商，幸福商品與服務

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。2017年，台灣地區供應商佔76%，採購金額為39.9億元(採購金額佔整體金額72%)。

農產品非在地採購(國外)

供應商數量(噸)
18,279
 採購金額(NTD)億元
16
 採購金額比例(%)
29%



農產品在地採購(台灣)

供應商數量(噸)
55,477
 採購金額(NTD)億元
40
 採購金額比例(%)
71%

合計：供應商數量(噸)**73,756** 採購金額(NTD)億元**56**億元 採購金額比例(%)**100%**

2.4 幸福的保證 - 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。2017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。統一超商不可販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年之商品系統警語系統上線率 2017 年為 100%；販售菸酒類產品予未滿 18 歲青少年查核門市及格率為 100%。

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。2017 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。

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。

資安管理

隨著科技進步及消費行為的轉型，統一超商提供多功能數位化服務，舉凡像是線上商店、金流（ibon/ibon APP）、物流（交貨便）、資訊流（icash2.0 / OPENPOINT）等，創造使消費者驚艷、感動的便利服務。然而不論是實體店面或其他多元化服務的提供，直接或間接接觸到消費者個資的機會也隨之增加；為確保消費者個資確實被保護，我們成立「個人資料保護專案小組」，定期執行個資盤點、風險分析、制度內評、通報修訂、資料銷毀、教育訓練等工作，我們總部和門市端 100% 落實同仁們個資線上必修課程。此外，為確保個資保護機制運作之有效性，自 2012 年起，我們導入外部驗證，2014 年通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，並於 2016 年更新驗證取得證書。2017 年統一超商未發生個資相關投訴或違規事件。





2

統一超商 | 幸福商品與服務

ibon WiFi 資安防護再升級 提供國際級保障

根據國家通訊傳播委員會 (National Communications Commission, 簡稱 NCC) 統計，全台 2,853 萬電信用戶中，有 70% 的用戶有上網需求，其中仍有千萬用戶未使用上網吃到飽，顯示 WiFi 服務仍是許多人仰賴的上網管道。7-ELEVEN 提供免費 WiFi，至今已累計超過 217 萬會員，平均每天有 7 千人次使用，並針對不同需求還可透過 ibon 購買日卡、週卡、計時卡等儲值卡，增加便利即時特性，成為民眾不可或缺的生活幫手；但同時公共 WiFi 因其便利性與公眾性而潛藏資安風險，當駭客入侵或外部數位攻擊時，使用者的資訊極度容易受到侵害。為提供更安全的 WiFi 服務，ibon WiFi 歷經一年籌劃，於 2017 年 1 月通過國際驗證機構—英國標準協會 BSI 稽核，取得「ISO27001 國際資訊安全管理系統」暨「NCC ISO27011 增項稽核表」國際證書，並於 2017 年 2 月 22 日授證，藉由資訊安全管理機制的標準化與國際化，有效強化資訊安全，提供消費者更安心安全的專業級服務，具體展現統一超商對客戶服務品質的承諾。



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。2017 年線上處理率為 89.2%。