

# 2020

## 統一超商

### 企業社會責任報告書



零飢餓



良好健康  
與福祉



優質教育



就業與  
經濟成長



可持續城市  
和社區



負責任消費  
和生產



氣候行動

7-ELEVEN.

7-ELEVEN®

6000<sup>th</sup>





我們一直是便利的代名詞…

我們也應該成為一個讓消費者感覺良好的地方，  
讓做出好的決定變得更加容易。



## 關於本報告書

本報告書為統一超商所發行之第十二本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書，係依循全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) GRI 準則核心選項與永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 之行業準則 (食品零售與分銷產業) 編製而成。

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 2020 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，透過重大性評估流程 (請參閱永續管理藍圖章節)，篩選出統一超商適用之重大主題，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 2020 年度 (自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日止) 企業社會責任之相關績效，部分資訊溯及 2020 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；另基於與營運本業的攸關性及對重大主題的影響程度，將統昶行銷、大智通文化行銷、捷盟行銷及捷盛運輸等 4 家物流型關係企業納入範疇，涵蓋主題包含能源與溫室氣體 (範疇三)、顧客健康與安全等，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的完整資訊。



## 報告書管理 ▶▶▶

### 內部稽核

- 由統一超商各部門主管檢視各章節內容之正確性
- 統一超商永續發展委員會審定企業社會責任報告書
- 每年定期向統一超商董事會報告企業社會責任年度執行成果

### 外部認證

- 財務數據：無保留意見查核報告【PwC Taiwan 資誠聯合會計師事務所】
- 環境數據：ISO 14064-1:2018【SGS 台灣檢驗科技】、ISO 50001【SGS 台灣檢驗科技】
- 治理數據：臺灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS, Taiwan Personal Information Protection and Administration System)【財團法人資訊策進委員會】
- 職安衛數據：ISO 45001【SGS 台灣檢驗科技】
- 社會數據：Principles of Social Value【Social Value International】
- 永續數據：AA1000ASv3 Type 2【SGS 台灣檢驗科技】
- 永續數據：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」獨立有限確信 (limited assurance)【PwC Taiwan 資誠聯合會計師事務所】

## 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](http://www.7-11.com.tw) 中揭露。

- 現行發行版本：2021 年 6 月發行
- 上一發行版本：2020 年 6 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](http://www.7-11.com.tw)

- 統一超商企業社會責任網站網址：  
<https://www.7-11.com.tw/company/csr/index.aspx>
- 聯絡窗口：  
統一超商永續發展委員會秘書處  
公共事務部 趙珮玟

# 目錄

## 前言

關於本報告書	01
經營者的話	05
榮耀與肯定	07
永續專欄	08
「防疫」—超商佇立 堅守防疫	08
「珍食」	11
「員工照護」—幸福合作社	12
「社會關懷」—幾點了咖啡館	15
「減塑」—減少塑膠使用	17

## 01

### 永續管理藍圖

1.1 永續藍圖	22
1.2 永續發展委員會	24
1.3 重大性評估	25
1.4 利害關係人溝通	27

## 02

### 落實公司治理

2.1 營運概況	34
2.2 公司治理	41

## 03

### 承諾服務品質

3.1 產品服務與創新	56
3.2 顧客健康與安全	59
3.3 永續供應鏈管理	64
3.4 客戶關係管理	73

## 04

### 打造幸福職場

4.1 人力資源概況	81
4.2 職業安全衛生	85
4.3 訓練與發展	92
4.4 福利薪酬與關懷照護	97

## 05

### 推動社會公益

5.1 公益發展策略	104
5.2 促進健康福祉	105
5.3 消除飢餓	107
5.4 城鄉永續發展	108
5.5 教育文化培力	110
5.6 環境保護	113
5.7 公益募捐	115

## 06

### 推展綠色營運

6.1 環境管理	123
6.2 氣候變遷減緩與調適	130

## 附錄

歷年永續績效	141
GRI Standard 指標對照表	147
永續會計準則委員會對照表	153
依「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項加強揭露事項與確信項目彙總表	159
會計師有限確信報告	161
AA1000 獨立保證意見書	165

## 經營者的話



統一超商董事長

從 1978 年統一超商成立至今，已經歷了 42 個年頭。1999 年統一超商達到 2000 店門市、2005 年再達 4000 店門市，並於 2020 年突破 6000 店門市。快速成長的背後，除了致力於追求本業商品和服務之多樣化發展外，同時亦代表了統一超商已與人們生活中的食、衣、住、行、育、樂緊密交織，必須更積極與各方面利害關係人有良好互動，善盡企業公民責任。隨著氣候變遷、人口老化、貧富差距等多項永續風險日益顯著，作為一個與人們生活緊密結合的平台，統一超商肩負提供永續商品與服務的責任，讓消費者能更加容易地做出對環境和社會更好的選擇。

承繼著以往對 ESG 永續發展的積極推動，我們今年的永續治理實力更備受國內外肯定。2020 年統一超商在道瓊永續指數 (Dow Jones Sustainability Index, DJSI) 全球 63 家食品零售同業中脫穎而出，獲得「產業領導者 (Industry Leader)」之殊榮，並持續入選「世界指數」及「新興市場指數」成分股，成為食品零售業排名全球第一之企業。除此之外，我們更獲得 MSCI ESG AA 級肯定、為零售業唯一連續六年名列公司治理評鑑前 5% 排名的企業，並入選 FTSE4Good 新興市場永續指數、MSCI ESG 領導者指數 (MSCI ESG Leaders indexes)、MSCI 全球 SRI 指數成分股 (MSCI Global SRI Indexes)、台灣公司治理指數 100 成份股及台灣永續指數成份股。同時也持續榮獲 TCSA 台灣企業永續獎，是便利商店業唯一獲獎品牌。

永續治理最重要就是堅守企業核心價值，2020 年我們更首度聚焦了統一超商永續發展藍圖，透過「強化公司治理 深耕永續管理」、「承諾商品品質 守護消費安全」、「善用零售特性 打造便捷生活」、「增進員工福祉 促進社會安定」、「參與社會公益 造福社會弱勢」及「實行節能減廢 落實綠色營運」六大面向的開展，執行多項永續行動方案，以深耕這塊土地的共好。因應 COVID-19 新冠狀肺炎的爆發，統一超商響應政府的政策，販售口罩與隔離衣，並備齊長

效期耐保存的防疫食品。而為了減緩氣候變遷和環境資源的耗竭，我們創新推出了「i 珍食」、「天素地蔬」系列商品，將持續透過價值鏈的控管，逐步達成於 2030 年前剩食減半之目標；並啟動減塑元年成立「減塑小組」，由上而下建立減塑環保商業模式，立下了 2050 年完全淘汰一次性塑膠之目標，形塑世界級標竿企業形象。除了在環境永續上竿頭日進，統一超商對於員工和社會的責任與承諾更是銘諸於心，長期關注員工工作及生活壓力議題而成立「幸福合作社」，藉由內部志工主動關懷或諮商轉介照護員工的心理健康；我們亦持續投注心力於健康與福祉之促進、年長者照護、城鄉發展、教育文化、環境保護和公益捐款等領域，2020 年並以聚焦失智預防與照護議題的「幾點了咖啡館」專案導入社會投資報酬率方法學並取得 SROI (Social Return on Investment) 國際認證，評估每投入 1 元即可創造 4.61 倍之社會影響力，為台灣第一家出具與年長者照護議題相關 SROI 認證報告書之食品零售業。

為強化統一超商永續發展生態系，我們以人、店、商品、物流、系統、制度、文化等七大元素作為永續成長策略，同時響應金管會提出「公司治理 3.0- 企業永續發展藍圖」，我們定調 2021 年為統一超商「永續元年」，由董事會轄下「永續發展委員會」推動 ESG，藉此將永續治理深入公司文化與決策核心，以落實環保減塑、節能減碳、永續採購、惜食提升食物使用率等長期永續目標，響應聯合國永續發展目標 SDG#12 「促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式」之消費模式。展望未來，立基於統一超商的遍及性和便利性，我們期許自己發揮零售平台的特性，矢志成為超越顧客期待的依賴型服務平台和零售業的標竿典範，透過創新的思維與永續的願景，與消費者一同創造共生共好的零售生態系。

統一超商總經理



## 榮耀與肯定

再度入選2020年道瓊永續指數(DJSI)、「世界指數」和「新興市場指數」雙入榜，並獲得全球食品零售業「**產業領導者(Industry Leader)**」殊榮

再度蟬聯「**第六屆公司治理評鑑**」前5%佳績，為零售產業上市公司中唯一蟬聯六屆之企業

持續入選 FTSE4Good新興市場成分股、MSCI ESG領導者指數(MSCI ESG Leaders indexes)、MSCI全球SRI指數成分股(MSCI Global SRI Indexes)、台灣公司治理指數100成份股、台灣永續指數成份股

持續入榜 **天下雜誌企業公民獎**

首度榮獲 **SGS 2020 CSR Awards**

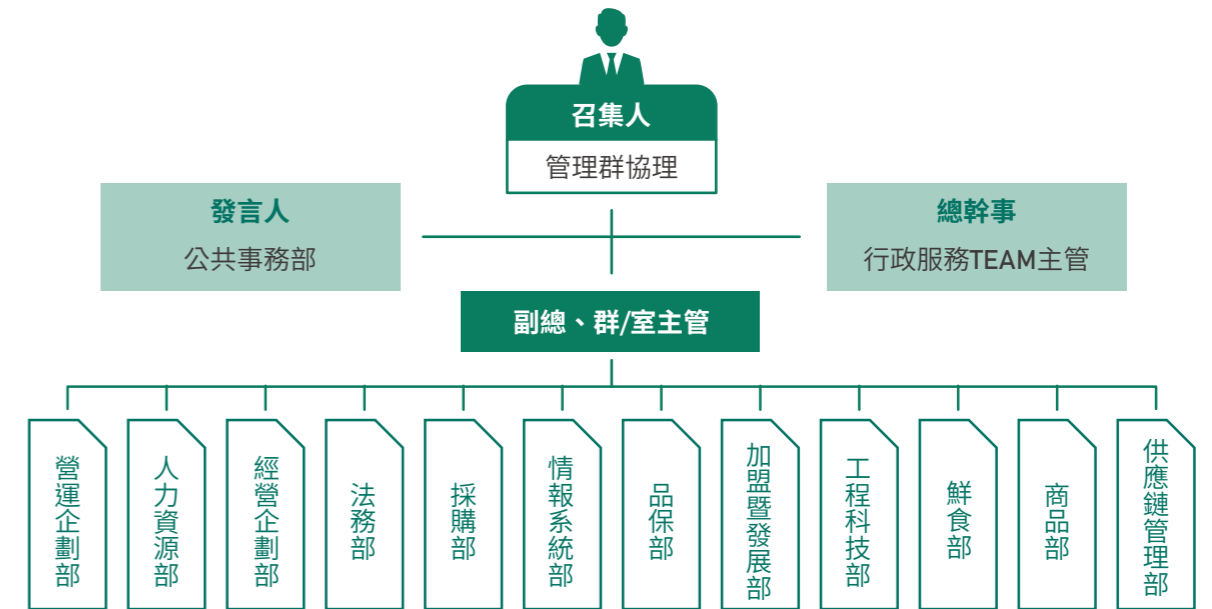
連續四年獲得TCSA台灣企業永續獎，2020年更獲得**批發零售業白金獎及英文報告書銀獎**

首度榮獲 Enterprise Asia亞洲企業社會責任獎「**Social Empowerment 社會公益發展獎**」



## 超商佇立 堅守防疫

2019年初，新型冠狀病毒如海嘯般來襲。在社會瀰漫恐懼與不安之際，統一超商展開高效的組織能力，成立以總經理為首之「COVID-19 新冠狀肺炎疫情危機處理小組」，從「社會守護」、「員工照顧」以及「營運固守」三面向著手，在各個角落設起一道道防線，與全民一同防疫。



### 社會守護 — 發揮通路特性，照護社會大眾

#### 口罩、隔離衣與防疫食品之販售

疫情爆發之際，超商善用產業特性以及快速布局之能力，開始販售口罩與隔離衣。而在防疫期間，除了防範疫情，人民最掛心的莫過於生活必需品的供給。統一超商於門市備齊防疫食品，以米、麵、油、罐頭等長效期耐保存商品為主，讓消費者能夠就近購買多樣化且安心之商品。



## 門市防護措施

為了能兼顧防疫以及維繫服務，統一超商針對高風險門市，關閉用餐區或設立用餐區隔板、設置社交距離並標註排隊動線之安全距離。

## 營運固守

疫情的爆發，對於通路業的影響甚鉅，首當其衝即為供貨之穩定性以及物流之順暢性。除了擴大倉儲空間以及提高庫存準備量，統一超商設定「人員」、「車輛」以及「商品」的封城模擬計畫，以在這波挑戰中，站穩步伐，成為守護全民的好鄰居。

• 列管物流和代工廠人員居住地區，模擬物流和代工廠人員移動和上班之動線

• 消毒標準作業程序制訂  
• 耗材(紙箱等)之安全庫存量提升  
• 可配送範圍之盤點&支援計畫模擬

• 設定封城情況下代工廠之排班與產能  
• 分級備貨: 針對暢銷商品進行備料準備  
• 倉儲空間及大型店門市盤查, 確認庫存量

## 員工照顧

### 防疫措施

員工是統一超商最重要的資產，統一超商負有照護員工之責任和義務。在疫情爆發期間，統一超商透過「預防」、「通報」與「關懷」，照護員工在疫情期間的健康和生活。

預防	實體防範	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 要求同仁於上班期間配戴口罩</li> <li>■ 每日量測同仁之體溫</li> <li>■ 管控訪客拜訪，於疫情緊張期間暫停非必要之外部拜訪</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 增加總部辦公大樓消毒頻率</li> <li>■ 增加清潔備品備量</li> <li>■ 於開放空間設置隔板</li> </ul>
	防疫補助	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 因疫情取消國外旅遊損失者，公司給予相關損失補助</li> <li>■ 宅配到府防疫包(當中包含防疫存糧食品與防疫清潔用品)予員工</li> <li>■ 針對派駐海外返台人員提供自費篩檢安排與全額補助</li> <li>■ 為全體員工投保防疫保險</li> </ul>	
	宣導	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 開發動畫防疫課程，協助同仁短時間清楚掌握防疫資訊</li> </ul>	
通報	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 設置線上通報機制</li> <li>■ 設置各部門之內部通報標準流程，以及設置統一超商對外之標準回應程序</li> </ul>		
關懷	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 針對醫院型門市，統一超商提供院內感染風險津貼及增加醫院內外門市保險額度</li> <li>■ 高階主管以信件，替高風險門市之員工及家屬加油打氣</li> </ul>		

## 高階主管給予高風險門市同仁的信件

親愛的長林門市店經理及伙伴們，大家平安：

全世界正遭逢嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情影響，台灣官民齊心全力防堵，避免疫情升溫。各位夥伴身處防疫第一線，所受的壓力與辛苦，相信更為艱鉅！因為大家的堅持與付出，在此危機時刻，堅守崗位，犧牲奉獻，更彰顯 7-ELEVEN 安定社會的力量。在此，我代表統一超商營運群，向您致上最大的敬意與感謝！

防疫期間，我與後勤團隊持續全力協助各位夥伴在工作上的需要，包括必要防護物資與清潔商品(N95 口罩、酒精、防塵/防汗手套等)，公司也將提供大家於防疫期間每人、每月工作風險津貼；同時增加醫療保險等級，確保大家健康安全。若門市端於此時間有任何需求，亦請立即向區顧問、區經理反映，我與後勤團隊將全力協助。

疫情帶來各項衝擊，可能還需要一段時間處理，也希望大家在工作上，一定要隨時提醒自己做好衛生防護，關心自己與家人健康狀況，相信在大家同心努力下，一定可以共度難關與挑戰。

一流員工、創造一流企業與一流服務，讓我們一起努力，加油！

統一超商營運群 協理 敬上

## i 珍食： 超商邀請消費者一同減少剩食

根據聯合國糧食及農業組織 (Food and Agriculture Organization, 簡稱 FAO) 的統計，全球生產的食物中有 3 分之 1 遭到丟棄，每年約有 13 億噸。如果將剩食視為一個國家，它將是僅次於中國和美國的碳排第 3 大國。

剩食不僅僅只是浪費食材，其嚴重性在於剩食背後無形的溫室氣體排放、水資源短缺、森林和土地侵蝕、生物多樣性的喪失等等。因此，減少剩食的急迫性，不言而喻。

統一超商身處零售業，與人們的飲食緊密交織。統一超商由「原物料」、「物流」、「門市訂貨」與「銷售」此四個階段著手，擔負起零售業在剩食議題上的責任與義務。在 2020 年，因為 i 珍食的導入，統一超商成功地減少 4,257.53 公噸之剩食。



全球生產的食物中有三分之一遭到丟棄  
每年約有13億噸

### 原物料—從源頭把關

為避免食材之浪費，統一超商使用最佳品質的鮮食，7-ELEVEN 要求供應商都需符合政府認定核可的 TQF、CAS 及 HACCP 廠商，產品不添加防腐劑，減少食用安全的風險及生產環節的浪費。而在食材的處理上，從食材處理、生產製作到配送，全流程均由 7°C 低溫冷鏈系統把關，並長期委託第三公正檢驗單位檢驗，提供符合檢驗標準的高品質鮮食，也避免食材因為滋生細菌而被丟棄。

### 物流

統一超商佈建綿密的低溫物流網絡，全台共有 14 座 18°C 和 4°C 溫層鮮食廠，並於物流配送過程中，全程以低溫配送，藉以減少失溫造成的微生物滋長，進而避免食物浪費。

### 門市訂貨

超商建置銷售預測訂貨系統，訂貨時，系統會自動產出訂貨值，除了將天氣等因子納入評估，還能比對該門市去年同期業績表現，進行精準的訂貨，減少庫存和報廢商品，以避免剩食的產生。

另外，於 2020 年 8 月起，將 4°C 鮮速食門市訂貨時間，提前至送貨前的 12 小時，讓鮮食廠更能提早調節供需，進而將食材耗損降至最低。

### 銷售

統一超商於 2020 年 4 月於台北 800 店導入「i 珍食專案」測試，並於 6 月 3 日起擴大導入 5,700 間門市，將原先用於警示過期商品的「智能標貼系統」升級，除了控管食物保存期限，更能掌控賞味期限（商品到期前 8 小時），並推出「賞味期限前 8 小時享 7 折優惠」。優惠品項涵蓋上百種商品。預估減少的浪費食材，相當於 400 萬顆御飯糰的份量。統一超商將持續透過價值鏈的控管，逐步達成於 2030 年前，將剩食減半之目標，共同為減緩氣候變遷而努力。



## 幸福合作社

為協助同仁消除工作及生活壓力，擁有健康身心與良好人際關係，「幸福合作社」自 2010 年成立，引進專業師資培育內部具熱情的同仁擔任關懷志工，藉由志工主動關懷或諮商轉介，提供同仁最即時、有效的協助。

### 專業師資培訓關懷志工

幸福合作社引進張老師專業資源協助培訓志工，採初階、進階到高階的漸進式訓練，讓志工循序獲得所需能力。訓練時期不只課程，初階完訓後亦須擔任實習志工進行個案關懷，使志工在理論與實作均有適足的訓練。







我們亦有嚴謹的授證機制，達成一定條件方能成為授證志工：除了需完成初階至高階的訓練，實際執行個案關懷亦有時數、件數、訪談紀錄、輔導心得等門檻的要求，也需參與小組座談會以與其他志工交流相長。取得授證後，我們亦有關懷小組支持網絡協助志工持續成長，並定期舉辦區域小組研討、年度大會促進志工之間的交流學習。藉由完整的志工培訓與後續進修機制，以確保志工們能提供兼具專業與溫度的服務。

### 關懷機制

志工關懷內容多元，有職場人際、工作調適、家庭、兩性關係及健康等議題，並將個案分級管理，若評估需進一步協助，即主動提供專業資源或轉介至專業諮商輔導機構。後勤辦公室各樓層及門市倉庫皆有張貼志工服務海報，讓無論在何處的統一超商夥伴都知道需要時如何尋求協助。



(註) 2020年因疫情考量停辦研習營，此為2019年活動相片

### COVID-19 疫情下 協助同仁安頓身心

2020年 COVID-19 疫情，看著新聞媒體不斷報導，心中難免隨之焦慮不安。我們隨即啟動員工關懷，讓各地志工就近協助身邊夥伴安頓身心。另也因應海外疫情嚴峻，為使派外同仁於派駐地安心工作、在台家人放心，在公佈首例確診案例，即針對海外同仁及在台眷屬進行關心，並掌握派外同仁往返行程及建置返鄉通報機制與備援辦公室準備。除每日關心派外同仁之健康狀況，另安排視訊關懷會議了解同仁及眷屬之需求，並因應疫情發展提出對策與協助，例如防疫物資寄送、慢性病藥物寄送、提高駐外旅平險保障等。

### 服務成果

至2020年已培育**280**位集團志工，其中有**154**位完成志工授證。

2020年共執行**190**人次關懷個案，總關懷時數**135**小時，截至2020年已累計共**3,563**關懷人次、**2,779**小時關懷時數。

因應COVID-19疫情，2020年安排**6**場視訊關懷會議關心派外同仁之情況。

透過企業內部志工的培養，節省轉介至外部張老師之諮詢費用，推算投資效益為**2.21**倍(註1)。

員工主動求助與主管轉介員工的比率已達到**66%**，代表對幸福合作社的信賴與認同(註2)。

(註1) 投資效益為2010年~2020年累計每位志工訓練成本與張老師執行個案費用的比率，即透過外部張老師個案執行的推估累計費用(5,752千元)/志工總訓練成本(2,602千元)

(註2) 另外34%為志工主動關懷員工

### 心得分享

之前以為學習這些關懷技巧是為了幫助他人，卻發現其實是自己受益最多，對週遭的親友、同事有更多的包容、更多的體諒！



志工

加入幸福合作社，開始因為希望能增加自己的能力幫助身邊的人，但第一個受惠的卻是我自己。人生不會一帆平順，在低潮時剛好做了諮商，肯定了自己存在的價值，釐清了自己一直看不清的執著，想法、看法皆有所改變，心情也輕鬆了起來。



志工



受助者


慶幸當初有志工可以聽我說，讓我的情緒有抒發的管道，讓自己思考新的方式處理自己所遇到的問題。

## 幾點了咖啡館


根據衛生福利部統計，國內 65 歲以上老人的失智症盛行率約 3.4%，每 12 人即有 1 位失智長者，80 歲以上每 5 人就有 1 位失智長者，年紀愈大盛行率愈高。但有研究發現，社會大眾對失智症未有正確認知並缺乏警覺性，加上國內對失智症者及照顧者的服務量能不足，顯示失智預防與照護已是刻不容緩的議題。

對此，統一超商體認到高齡社會已不可逆，故透過自身據點廣泛、商品及服務多元的優勢來與社區公益相結合，並借鏡歐洲和日本的經驗，2017 年開始與中華聖母基金會等社福團體合作，首創「幾點了咖啡館」，打造超商門市成為失智長輩日常復能活動的安全場所，也是民眾最佳的友善失智實體教室。

### 專案目標

 創造友善空間，實踐生活即復健的創新照顧模式

目前失智症無法根治，僅能依靠非藥物療法來延緩惡化。相關研究指出參與社區活動有助於延緩失智的退化，故統一超商提供實習體驗機會，讓失智長輩在友善且熟悉的環境，與人群保持交流互動，並得以從中發揮自身潛能、有尊嚴的生活，也讓照顧者有喘息的空間。


 成為社會示範平台，將失智症去標籤化


許多社會大眾將失智症視為老化的必然結果，因而忽略就醫的重要性，且對失智症的不了解易讓患者背負污名或備受歧視。統一超商與社福團體合作，期藉由此模式讓社會大眾有機會就近認識失智長者的樣貌，並將經驗複製到其他縣市。

### 活動內容

失智長輩每週固定到合作門市駐店一小時，以高齡實習生的身分值班，在門市夥伴陪伴下，協助接待、擺放陳列、收銀、沖泡咖啡等工作。

### 專案特色

 首創台灣失智長者實習的超商店型：增加長者接觸人群的機會，延緩失智惡化

 大眾失智症教育場域：超商門市成為失智症教育場域，讓社會大眾在日常生活中就能更了解失智症



### 影響力評估結果

2020 年統一超商導入社會投資報酬率 (Social Return on Investment, SROI) 方法學衡量「幾點了咖啡館」專案成果，亦完成台灣第一本由食品零售業所出具且經認證之年長者照護議題之 SROI 報告書。

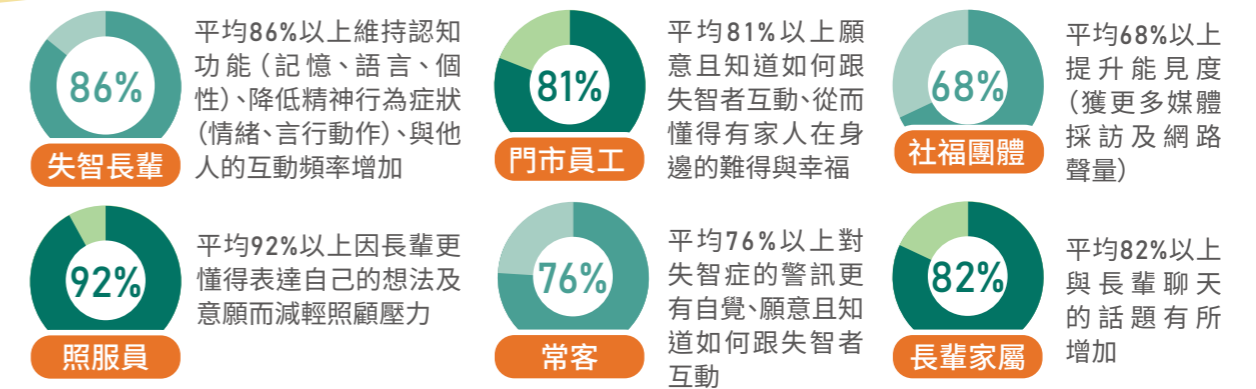
我們經由長輩家屬、門市員工、照服員等利害關係人訪談及問卷所辨識出的結果，得出幾點了咖啡館活動每投入 1 元新台幣，將創造出約等於 4.61 元新台幣之社會價值。

其中成果總價值最高為失智長者 (佔總成果 36%)，顯示本專案對主要目標群體有顯著效益。前三大成果分別為延緩失智病程、提升失智症識能率、改善家庭關係、提升統一超商 CSR 形象、增加門市業績，由前兩大成果可得知活動機制確實有助於減緩高齡失智病況並創造失智友善的社區環境。



**SROI=4.61**

### 服務成果亮點



### 心得分享



長輩家屬

覺得阿嬤的笑容變多，社交能力變好，以前只跟鄰居包肉粽，但參加了幾點了咖啡館以後變得外向，現在看到陌生人都會自己主動跟人家打招呼，也比較活潑、有自信。

活動能引起消費者重視到失智議題，我覺得體驗後的認知會回饋到自己身上，碰到周圍的朋友、親屬也都會聊。

常客



社福團體  
照服員

阿嬤現在可以表達所以照顧互動比較好，但也要看長輩狀況，有些認知功能好的就會比較好照顧，相對不會那麼累，即便現在認知功能有在退，但是不會那麼快。

## 減少塑膠使用

塑膠耐久與低成本特性為人類帶來變革的便利性，然而，因不當使用與管理，塑膠汙染成為本世紀與氣候變遷並駕齊驅的重大環境議題，不僅威脅陸域、海洋生態，更衝擊人類健康。

統一超商自 1979 年開設第一家便利商店，全面改寫消費者生活，提供最便利的服務，但我們也深知，除了便利，我們的品牌核心理念更包含「創新」、「安心」，面對塑膠污染的挑戰，2020 年啟動我們減塑元年，展開減塑之旅，以開創者之姿持續引航提供人們便利、安心的生活。

### 減塑藍圖

由上而下建立減塑環保商業模式，從公司願景，自有品牌出發，結合商品、服務、物流、電商各面向營運策略，制定減塑政策及中長期目標、行動方案，並持續內外部溝通，形塑世界級標竿企業形象。



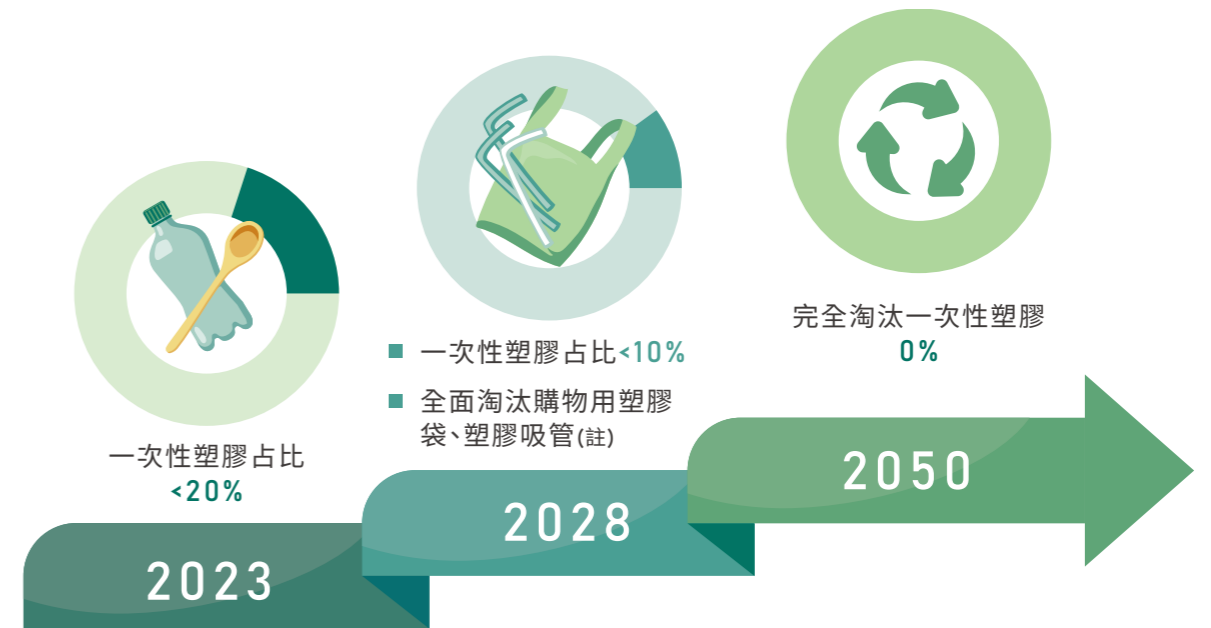
### 成立減塑專案小組

2020 年 8 月永續發展委員會成立減塑推動專案小組，制定策略、中長期目標與行動方案，並每月召開例會追蹤各項行動計畫執行。



### 宣布減塑目標

統一超商正式宣布中、長期減塑目標，以達成最終 2050 年全面淘汰一次性塑膠目標。



(註) 配合環保署政策，統一超商已不主動提供塑膠袋及外用吸管，此目標係針對民眾主動索取吸管或購買購物用塑膠袋，未來將不再提供或替換非塑膠材質。

### 包裝與包材用量統計

統一超商將塑膠包裝與包材分為可重複使用塑膠、可堆肥或分解塑膠或可回收塑膠以及一次性塑膠，再由產品生命週期與服務類型兩維度盤點各階段與面向的塑膠使用量，作為績效衡量與目標達成檢討，並規劃對應的減塑行動方案。

可重複使用塑膠	不需要輔助產品即可以重新填充或再次使用於相同用途的包裝
可堆肥 / 可分解塑膠	目前已開發出可堆肥，並且在技術上可回收的塑膠包裝
可回收塑膠	環保署定義可回收塑膠 (註 1)
一次性塑膠	無法回收、無法堆肥 / 分解且無法重複使用之塑膠 (註 2)

(註 1) 環保署定義可回收塑膠包含 PET、PVC、PE、PP、PS、PS 未發泡、其他。若材質本身可回收，但仍未取得環保署回收標章，或於現行廢棄物處理系統無法妥善回收，不屬於可回收塑膠。

(註 2) 門市垃圾袋若使用回收再製材質，仍為一次性使用。

產品生命週期

自有品牌	生產製造	供應商出貨	物流配送門市	門市販售 & 服務
包裝商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 鮮食：盒裝商品 (便當...)</li> <li>● 鮮食：軟包裝商品 (御飯糰...)</li> <li>● 自有品牌：iseLect 等包裝食品飲料</li> <li>● 自有品牌：UNIDESIGN 及其他日用品</li> <li>▲ 飲料：iseLect iBEER</li> </ul>		<p>(離島門市)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 封膜</li> <li>■ 紙箱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 購物用塑膠袋、易提網、餐具、各類門市用品外包裝 (筷子包裝...)</li> <li>● 封箱膠帶</li> <li>■ 各類門市用品外包裝 (攪拌棒...)</li> </ul>
門市現調、熱食	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現調飲品牛奶罐、茶葉蛋品外盒、其他供應商提供外包裝 (關東煮湯包外紙箱)、調味醬包外包裝</li> <li>▲ 咖啡豆 / 現萃茶葉外包裝</li> </ul>	NA		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 門市清潔用垃圾袋、清潔用品外包裝</li> <li>● 關東煮上蓋、熱食塑膠袋、提網</li> <li>● 冷飲杯、杯蓋</li> <li>■ 關東煮碗、熱食紙袋</li> <li>■ 紙杯、杯套、杯架</li> </ul>
門市服務	NA		NA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 交貨便寄件專用袋 / 資料袋</li> <li>■ 交貨便寄貨專用小紙箱</li> <li>■ 交貨便寄件紙箱 (小 / 中 / 大)</li> </ul>
電商通路 (7-ELEVEN 線上購物)	NA		NA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 封箱膠帶 / 緩衝材 / 包裝袋</li> <li>■ 專屬紙箱</li> </ul>

● 塑膠    ■ 紙 / 紙容器    ▲ 金屬

包材減量

從源頭出發，我們與供應商合作思考包材設計中如何移除、減少或取代塑膠材質，持續推動「包裝減重工程」，在不影響包裝安全、品質及消費者使用便利性的前提下，我們透過調整包裝外盒設計，達成降低包裝厚度、穩定結構的輕量化包材，以減少鮮食包裝的塑膠用量，例如燴飯與涼麵包裝盒的厚度經重新設計平均減少約 3%。



租借杯模式

統一超商與社會企業好盒器合作展租借杯計畫，由台南三間門市率先試行，顧客可透過借杯機台，簡單快速的自行租借環保飲料杯，且同樣提供自動杯優惠，使用後再投放到機台，由好盒器協助後續收回、清潔與配送，再重複利用，減少用完即丟的飲料杯廢棄物，我們希望擴大導入重複使用的營運模式，加速達成減塑目標。

建置回收機制

統一超商創新導入自動資源回收機，透由提供 Open Point 點數提升民眾回收寶特瓶意願，2020 年首先於長權與興陽兩門市試行，長權門市單月累計破 3 萬瓶，且連續一周單日 1 千瓶以上，因試行成效顯著，統一超商目標在 2021 年設置 50 台，預估可達成年回收 1,860 萬瓶的效益。



公益帶動循環經濟

統一超商減塑工作不僅是單獨行動，更要同時擴大經濟、環境、社會影響力，2021 年將結合公益活動落實循環經濟，例如：串聯社會企業、非營利組織三方資源共同合作，推出永續商品上架販售，由腦麻家庭媽媽、中年二度就業的裁縫師以統一超商回收寶特瓶及鮮乳空瓶製作的飲料杯背袋與丹寧包，秉持循環經濟搖籃到搖籃 (Cradle to Cradle) 的精神，將廢棄物再製成全新的商品，期待創造多重的經濟、環境、社會正面影響力，消費者消費做環保也做公益，協助在地弱勢團體，並減少廢棄物產生。





# 01

## 永續管理藍圖

統一超商深信企業社會責任是企業運營的核心，唯有透過強而有力的管理機制、明確清晰的藍圖及與利害關係人的持續溝通，始能落實永續發展。統一超商設置永續發展委員會，於 2020 年訂定統一超商的永續藍圖，期望透過願景的設定，能持續在營運、經濟、環境和社會層面不斷的突破和創新，矢志成為具有永續營運價值的企業領航者。

## 1.1 永續藍圖

在 2019 年，為了支持聯合國 2030 年的永續發展目標（Sustainable Development Goals, 下稱 SDGs），來自各國的 7-ELEVEN 授權國代表，齊聚東京，發表了 7-ELEVEN 永續發展宣言。而秉持著這樣的精神，統一超商進一步擬定了永續藍圖，具體化和脈絡化統一超商的永續發展，以期落實經濟、環境和社會共生共榮的永續未來。

### 7-ELEVEN 永續發展宣言

7-ELEVEN 將在經濟、社會以及環境保育三大領域中，以平衡且一致的步調，促進全球社會以及我們所服務之社區的永續發展。

從現在開始到 2030 年底，7-ELEVEN 將會信守其立下的承諾，包括創造永續環保的經濟成長、共榮並為大眾提供合適的工作機會。

透過聯合國永續發展目標 (SDGs) #17: 為了目標共同努力的實踐，我們將全力履行我們的承諾，讓這份橫跨全球的夥伴關係活絡起來，在落實目標的同時，我們也會一併將各授權國所面臨的情況以及當地發展納入考量。

### 統一超商永續藍圖

#### 幸福企業

##### 強化公司治理, 深耕永續管理

深化公司治理、落實誠信經營、優化風險管理以及恪遵法律規範，保障和優化利害關係人之權益



##### 增進員工福祉, 促進社會安定

完善職涯規劃、多元教育訓練、健康安全的工作環境及福利制度，照護員工，增進社會福祉



#### 共好社會

##### 承諾商品品質, 守護消費安全

把關顧客健康與安全、落實永續供應鏈管理，提供消費者安心的商品，促進消費者之健康與福祉



##### 參與社會公益, 造福社會弱勢

深耕健康福祉、消除飢餓、城鄉永續與教育培力，促進社會共榮



#### 永續地球

##### 善用零售特性, 打造便捷生活

透過開創產品服務與創新與健全客戶關係管理，提供人們便捷且優質的服務，成為人民生活的支柱



##### 實行節能減廢, 落實綠色營運

採行綠色營運並優化資源的使用效率，減少對於環境的衝擊，落實環境永續



- 提供符合促進健康與營養之商品 p.56, p.58
- 照護弱勢族群餐食需求 p.107

2 消除飢餓



- 舉行永續主題好鄰居同樂會，扎根永續意識 p.112-113
- 支持陪讀班與學校，建立孩童閱讀習慣 p.110

4 教育品質



- 與地方青年團體合作，支持地方產業發展專案 p.108-109

11 永續城市



12 責任消費與生產



- 導入i珍食，減少剩食浪費 p.11-12
- 落實在地採購 p.73
- 推動減塑 p.17-20
- 採購綠色產品 p.124-125
- 減少廢棄物 p.126

- 販賣防疫用品 p.8
- 員工巡迴健檢結果極重大異常者，由護理師進行健康管理介入 p.99
- 幸福合作社引進專業師資培育內部同仁擔任關懷志工，主動關懷或諮商轉介協助同仁消除工作及生活壓力 p.12-14
- 舉辦好鄰居同樂會健康類活動促進大眾健康 p.105-106
- 舉辦幾點了咖啡館服務失智長輩，實踐失智長者創新照顧模式 p.15-16

3 健康福祉



- 針對代工廠、原料供應商、蛋品供應商及門市一次性用品類國內供應商進行稽核 p.69-72
- 輔導代工廠取得食品安全認證 p.66
- 執行門市品保稽核 p.62
- 新設立天素地蔬品牌，提供消費者蔬素食之便捷消費管道 p.56-57

8 就業與經濟成長



- 立基良好的營運策略，創造經濟績效 p.37
- 晉用超過法定名額之身心障礙員工 p.81
- 執行樂齡店專案，建置中高齡者友善就業環境 p.84
- 進行執行職安四大保護計畫、安全衛生教育訓練、職安衛稽核 p.86-87、p.90-91

13 氣候行動

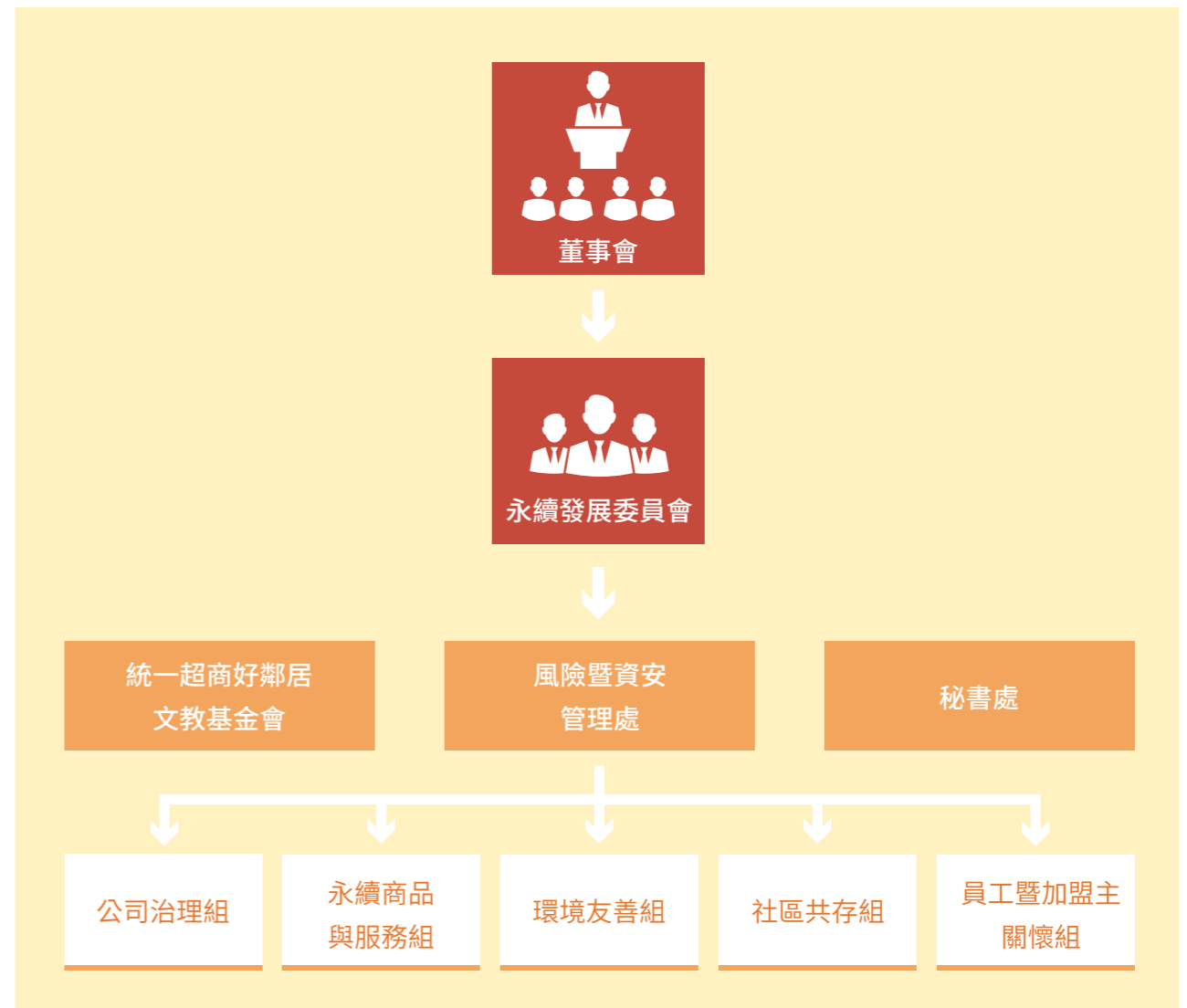


- 執行TCFD氣候相關財務風險評估 p.130-134
- 優化物流與更新設備，以落實能源與溫室氣體管理 p.138-140

## 1.2 永續發展委員會

為落實企業社會責任之執行及管理，統一超商董事會轄下設置「永續發展委員會」(註)。永續發展委員會負責企業社會責任政策方向與推動計畫之制定及監督執行，每年向董事會報告企業社會責任年度執行成果。統一超商董事會 2020 年 7 月決議於企業社會責任委員會轄下，增設「風險暨資安管理處」並通過「統一超商(股)公司風險管理政策」，作為本公司風險管理之最高指導原則。

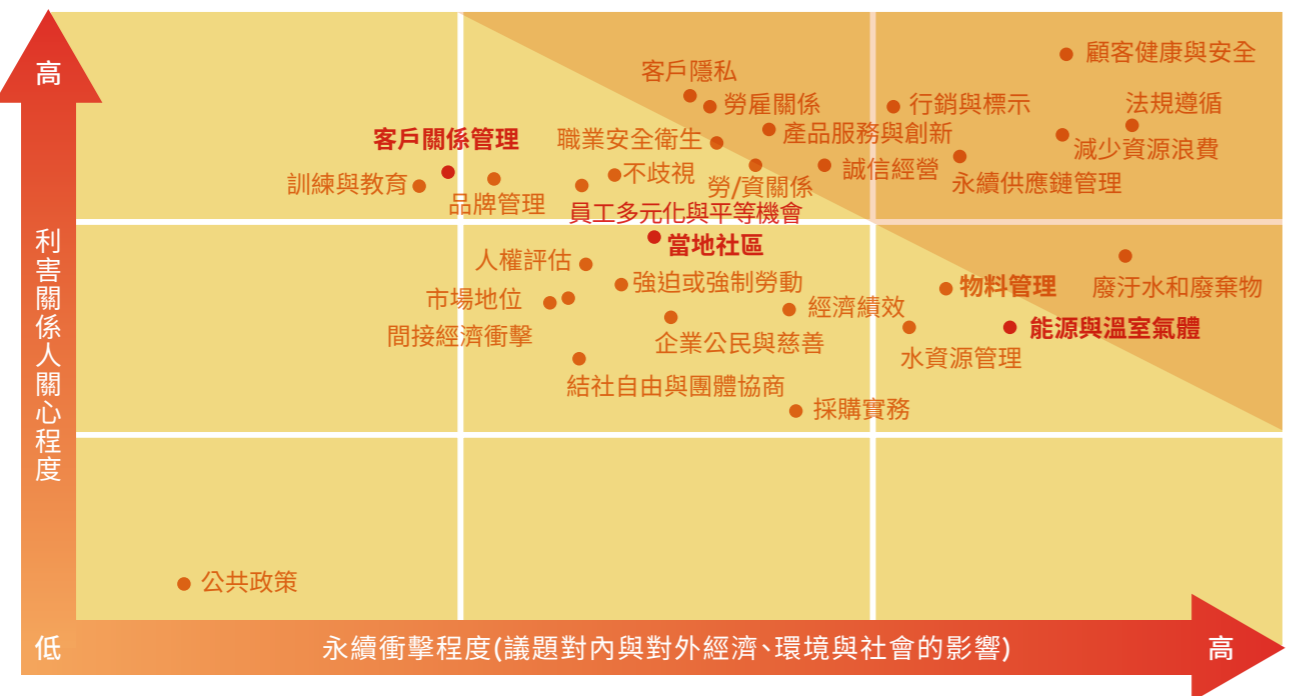
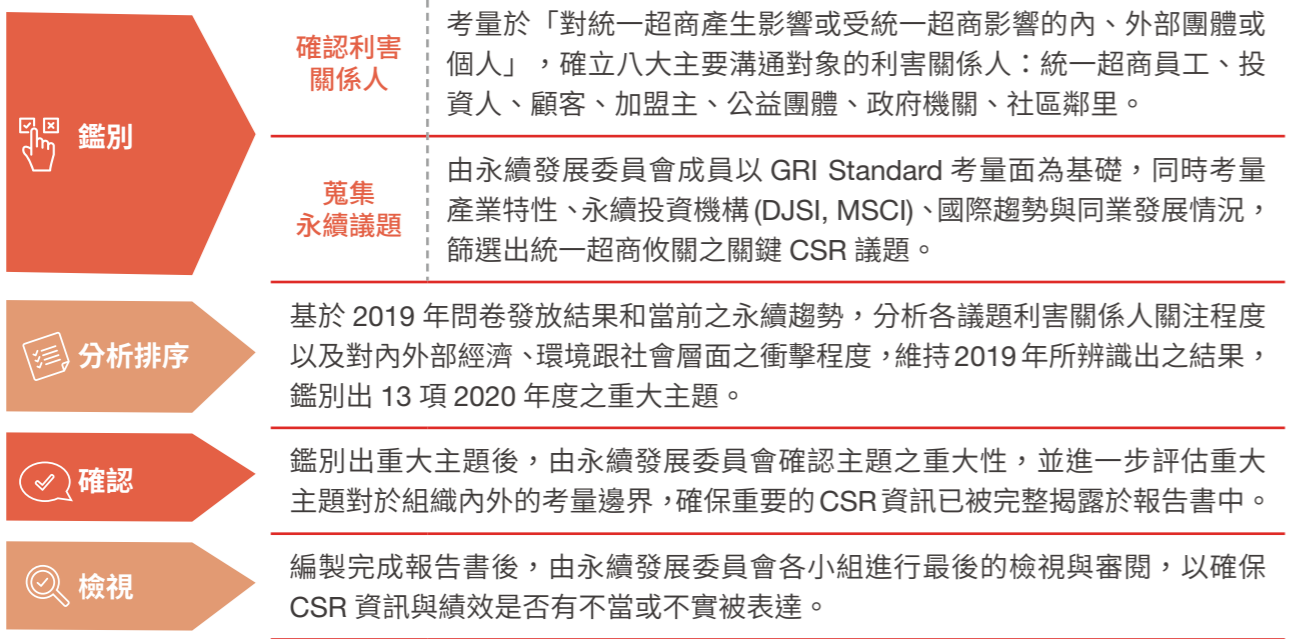
永續發展委員會由三位獨立董事與公司高階主管一同擔任委員，委員會下成五大小組，包括「公司治理」、「永續商品與服務」、「環境友善」、「社區共存」、「員工暨加盟主關懷」，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行。永續發展委員會每年召開兩次會議，2020 年於 6 和 10 月份各舉行一場。



(註) 原先係為「企業社會責任委員會」，於 2021 年更名為「永續發展委員會」

# 1.3 重大性評估

統一超商極其重視利害關係人的聲音，我們透過各類管道與不同利害關係人溝通，了解並鑑別其所關注的議題。每兩年將藉由問卷，評估主要利害關係人關注議題及其對於經濟、環境及社會的影響程度，初步篩選出重大主題，並經由公司內部例行會議進行確認與補充，最後交由永續發展委員會決議，決定出該年度之重大主題。2020 年重大性評估流程及鑑別出之重大主題如下：



(註) 客戶關係管理、當地社會及能源與溫室氣體，在最初利害關係人問卷分析中，並非位於矩陣圖中重大主題的位置，然經公司內部討論及參考外部顧問建議，仍將此三項議題列為重大主題。

面向	重大主題	對應 GRI 準則	上游			公司營運			下游			對應章節
			投資人	供應商	政府機關	統一超商 (包含員工)	加盟主	物流關係企業 (註)	顧客	公益團體	社區鄰里	
公司治理	誠信經營	NA	●	●		●	●		●	●		2.2 公司治理
	法規遵循	GRI 419 GRI 307	●	●	●	●	●		●	●	●	2.2 公司治理

產品	產品與服務創新	NA	●	●		●	●			●	●	3.1 產品服務與創新
	客戶隱私	GRI 418	●	●	●	●	●			●	●	3.4 客戶關係管理
	永續供應鏈管理	GRI 308 GRI 414	●	●		●	●				●	3.3 永續供應鏈管理
	減少資源浪費	GRI 306	●	●		●	●			●	●	6.1 環境管理
	顧客健康與安全	GRI 416	●	●	●	●	●	●		●	●	3.2 顧客健康與安全
	行銷與標示	GRI 417	●	●	●	●	●			●	●	3.2 顧客健康與安全
	客戶關係管理	NA	●	●		●	●				●	3.4 客戶關係管理

員工	勞雇關係	GRI 401	●	●	●	●	●				●	4.1 人力資源概況 4.4 福利薪酬與關懷照護
----	------	---------	---	---	---	---	---	--	--	--	---	-----------------------------

社會	當地社區	GRI 413				●	●				●	●	5.5 教育文化培力
----	------	---------	--	--	--	---	---	--	--	--	---	---	------------

環境	能源與溫室氣體	GRI 302			●	●	●	●					6.2 氣候變遷減緩與調適
	廢汙水和廢棄物	GRI 306	●	●	●	●	●						6.1 環境管理

(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

# 1.4 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 (<https://www.7-11.com.tw/communication.aspx>)，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。

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>投資人</b> 統一超商需與投資人溝通經營績效、以及在各項永續治理方面的表現，以獲得投資人之青睞	誠信經營 法規遵循 產品與服務創新 客戶隱私 永續供應鏈管理 減少資源浪費 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理 勞雇關係 當地社區 能源與溫室氣體 廢汙水和廢棄物	誠信經營	股東常會	定期(年)	1次
		法規遵循	公告財務報表	定期(季)	4次
		產品與服務創新	公告年報	定期(年)	1次
		客戶隱私	官網訊息揭露	不定期	不定期更新
		永續供應鏈管理	與海內外法人及分析師之電話會議和線上論壇	不定期	158場電話會議、6場論壇
		減少資源浪費	證交所公開資訊觀測站揭露	不定期	共35則
		顧客健康與安全	會面、電話及電子郵件回答投資人及分析師的提問	不定期	不定期
		行銷與標示			
		客戶關係管理			
		勞雇關係			

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>供應商</b> 供應商為統一超商營運的重要夥伴，共同開發創新商品和服務、提升產品品質和落實從業道德，為實踐永續供應鏈和提供優質服務之關鍵	誠信經營 法規遵循 產品與服務創新 客戶隱私 永續供應鏈管理 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理	誠信經營	經營者會議	不定期	2場
		法規遵循	供應商大會	不定期	1場
		產品與服務創新	供應商稽核	定期	146次
		客戶隱私			
		永續供應鏈管理			

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>政府機關</b> 政府之規範變遷快速，而為落實永續發展亦須仰賴公私部門之通力合作。與政府機關之議和將能確保統一超商營運之合規性和永續性	誠信經營 法規遵循 產品與服務創新 客戶隱私 永續供應鏈管理 減少資源浪費 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理 勞雇關係 能源與溫室氣體 廢汙水和廢棄物	誠信經營	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		法規遵循			
		產品與服務創新			
		客戶隱私			
		永續供應鏈管理			
		減少資源浪費			
		顧客健康與安全			
		行銷與標示			
		客戶關係管理			
		勞雇關係			

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>員工</b> 員工是統一超商營運最重要之基石，落實與員工之議和，為統一超商永續運營最重要之關鍵	誠信經營 法規遵循 產品與服務創新 客戶隱私 永續供應鏈管理 減少資源浪費 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶關係管理 勞雇關係 當地社區 能源與溫室氣體 廢汙水和廢棄物	誠信經營	勞資溝通會議	定期(每季)	4場
		法規遵循	職工福利委員會	定期(每季)	4場
		產品與服務創新	員工申訴 Email 信箱	不定期	11件
		客戶隱私	內部改善提案	不定時	17件
		永續供應鏈管理	幸福合作社志工個案關懷服務	不定時	共190人次參與，關懷工時135小時，並協助轉介外部專業諮詢共30小時
		減少資源浪費			
		顧客健康與安全			
		行銷與標示			
		客戶關係管理			
		勞雇關係			



	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人		<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> </ul>	不定期更新專屬加盟官網	不定期	不定期
加盟主	加盟主位居提供消費者服務的第一線。落實與加盟主之議和，是統一超商提供安心且優質服務的關鍵	<ul style="list-style-type: none"> <li>永續供應鏈管理</li> <li>減少資源浪費</li> <li>顧客健康與安全</li> </ul>	區顧問計畫性訪店	定期(每周)	52次
		<ul style="list-style-type: none"> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> <li>勞雇關係</li> </ul>	書面月刊	定期(月)	12次
		<ul style="list-style-type: none"> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>	舉辦加盟主座談會	不定期	因非定期舉行，故無進行統計

	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人		<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> </ul>			
顧客	顧客之觀點為商品和服務精進的重要參考依據，而顧客之滿意度亦攸關統一超商之營運績效	<ul style="list-style-type: none"> <li>永續供應鏈管理</li> <li>減少資源浪費</li> <li>顧客健康與安全</li> </ul>	聯合服務中心回覆利害關係人反映案	不定期	利害關係人郵件信箱案件數共有1914件、來電反應與建議共136958件
		<ul style="list-style-type: none"> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> <li>勞雇關係</li> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>			

	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人					於2020年響應聯合報系願景工程海洋保育之倡議，於7-ELEVEN超過4600家設有OPEN! CHANNEL的門市中播放《如果，海有你》30秒廣告
公益團體	秉持著取之於社會，用之於社會的精神，統一超商扶助公益團體，以期極大化社會正向影響力	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>當地社區</li> </ul>	響應社會公益活動/倡議	不定期	
			把愛找回來公益募款活動	定期(季)	4次
			募款甄選/查核會議	定期(年)	1次

	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人			舉辦好鄰居同樂會	不定期	6517場
社區鄰里	統一超商之零售特性，使統一超商位居這塊土地上的各個角落。如何在營運的同時，降低社會和環境的負面衝擊，是統一超商的責任和義務	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>減少資源浪費</li> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>	聯合服務中心	不定期	利害關係人郵件信箱案件數共有1914件、來電反應與建議共136958件
			統一超商好鄰居文教基金會官網	不定期	不定期



# 02

## 落實公司治理

### 永續績效

### 8 就業與經濟成長

突破 6000 家門市，共有 **6,024** 家門市

年度合併總營收及稅後淨利分別為新台幣 **258,494,907** 仟元及 **11,340,258** 仟元。

女性董事占比達 **15%**，董事會董事平均出席率為 **99%**

連續兩年入選 DJSI 世界指數成分股以及 DJSI 新興市場指數成分股，並首次榮獲 2020 年道瓊永續指數 (DJSI) 全球食品零售業「**產業領導者**」殊榮

再度蟬聯「第六屆公司治理評鑑」**前 5%** 佳績，是零售產業上市公司中唯一蟬聯六屆的企業

首度辦理董事會 (含審計及薪酬功能性委員) 自我或同儕評鑑

### 對應重大主題

- 誠信經營
- 法律遵循

### 對應利害關係人

- 投資人
- 供應商
- 顧客
- 員工
- 加盟主
- 公益團體
- 政府機關
- 社區鄰里

永續治理	永續治理
行動方案	行動方案
公司治理評鑑排名	獨立董事人數
2020年目標	2020年目標
公司治理評鑑維持前5%排名	董事會須包含3位獨立董事
2020年達成情形	2020年達成情形
前5%	含有3位獨立董事
達成與否	達成與否
<ul style="list-style-type: none"> <li>追蹤中</li> <li>未達成目標</li> <li>達成目標</li> <li>超過目標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>追蹤中</li> <li>未達成目標</li> <li>達成目標</li> <li>超過目標</li> </ul>
未來目標	未來目標
公司治理評鑑維持前5%排名	2024年獨立董事席位將超過董事會席次1/3



## 誠信經營

## 管理方針

管理目的與政策	<p>統一超商內部由上到下，以及外部之價值鏈，皆受到誠信經營嚴密的規範。唯有以誠信經營為基礎，營運始能長久且穩固，擔負起企業對於利害關係人之責任與義務。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理實務守則</li> <li>誠信經營政策暨守則</li> <li>誠信經營作業程序及行為指南</li> </ul>
權責單位	誠信經營推動小組
行動計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>對內實行內部宣導以及教育訓練，對外則要求供應商簽署行為準則，藉以落實誠信經營</li> </ul>
申訴機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>聯合服務中心</li> <li>官網之利害關係人專區</li> <li>內部提案制度</li> </ul>



## 法規遵循

## 管理方針

管理目的與政策	<p>因政府法令變更迅速，為主動掌握政府法令修正趨勢，確保公司組織之各項運作均能符合政府各項法令要求，故須進行法令管控，以確實減低法律風險且維護公司權益。</p> <p>統一超商法令管控暨突破運作辦法</p>
權責單位	法律鑑別委員會
行動計畫	統一超商成立法規鑑別委員會，並且透過「法情通報」、「法規鑑別」以及「法令突破」此三方面之法規遵循機制，使統一超商能強化法律遵循之落實
申訴機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部：聯合服務中心</li> <li>內部：稽核室專線、利害關係人申訴信箱</li> </ul>

## 2.1 營運概況

統一超商成立至今，不僅僅只是一提供商品與服務之企業，我們已儼然成為人們生活中重要的一環。因此，使企業永續且穩健地運營，不僅是投資人對於我們的期待，亦是統一超商對於人們的承諾。

### 公司簡介

統一超商身為零售產業，上有供應商，而透過統一超商門市服務，再將優質的服務和商品，提供予消費大眾。



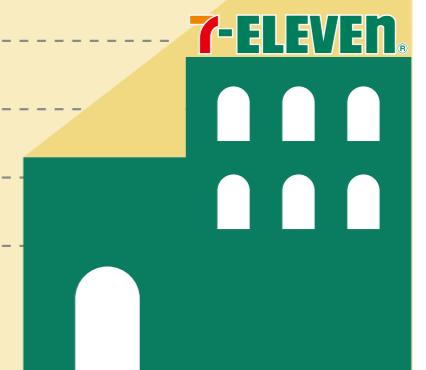
\* 包含非自有商品供應商、自有商品代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商以及門市食安相關用品供應商等

### 組織規模

公司全名	統一超商股份有限公司
員工人數	員工總人數為8,500人(註1)，加盟門市人員總數為41,312人(註2)
創立時間	1978年
上市時間	1997年
董事長	羅智先
總經理	黃瑞典
總部位置	台北市信義區東興路65號2樓
資本額	新台幣10,396,223 仟元
總店數	6,024家
商品及服務數	商品數約5400、服務項目約650項

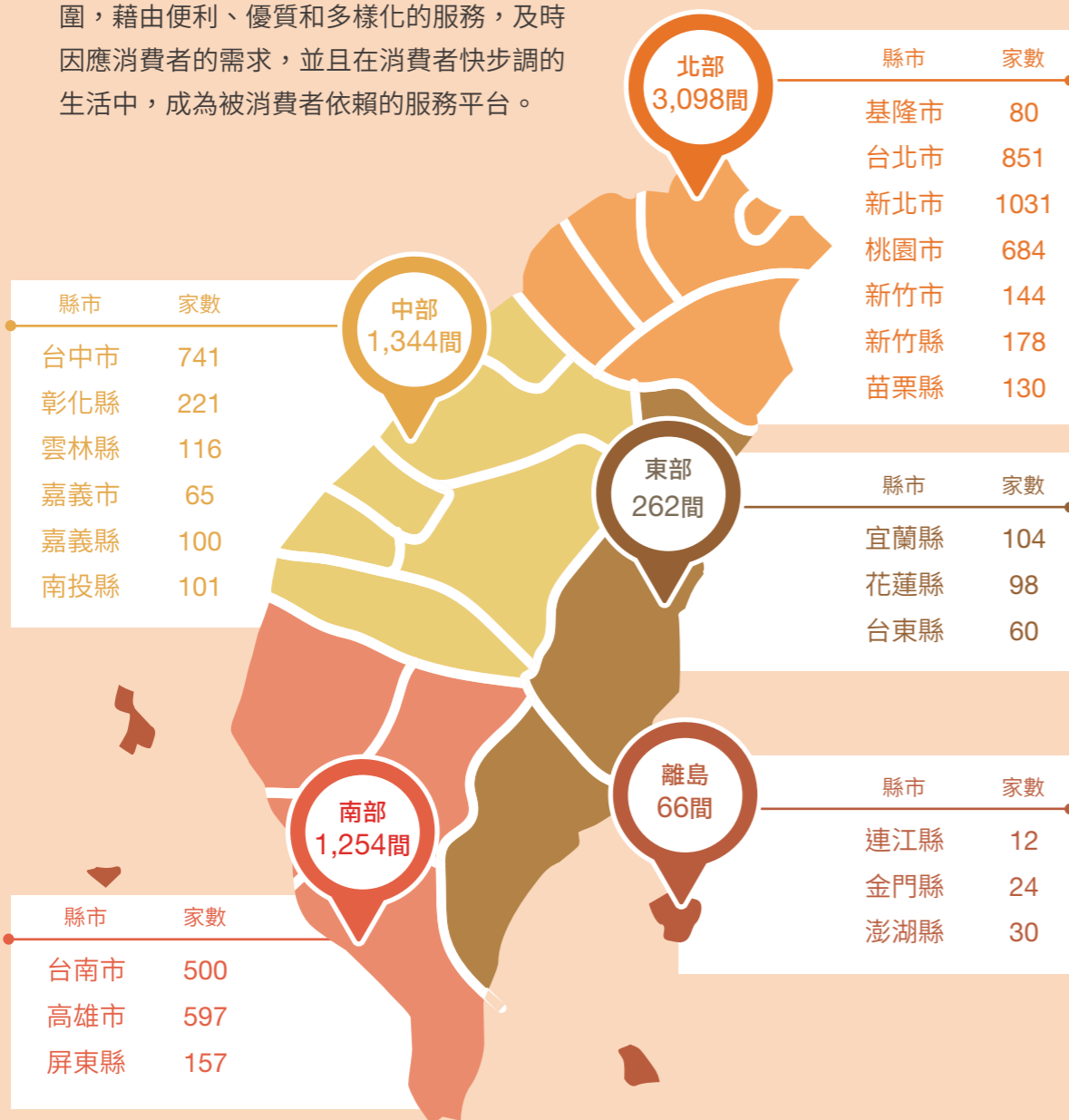
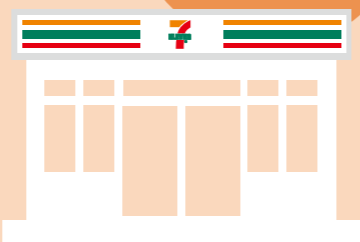
(註1) 包含後勤員工與直營門市人員

(註2) 加盟門市人員總數為截至 2020 年 12 月勞健保查核之人數。



## 門市據點

統一超商著眼於提供消費者便利且安心之服務。截至 2020 年，已擁有 6,024 家門市，相較 2019 年，我們增設了 369 個門市。門市的範圍遍布北、中、南本島及離島地區。我們期許能持續地擴大統一超商的服務範圍，藉由便利、優質和多樣化的服務，及時因應消費者的需求，並且在消費者快步調的生活中，成為被消費者依賴的服務平台。



# 統一超商第 6000 店 「有鳳來儀」

統一超商永續經營邁入第 43 年，代表 6,000 店里程碑「鳳儀門市」，為首家結合建築美學、智能科技、節能設備、綠色生活及複合業態全新永續店型；超商期望以「鳳儀門市」和消費者溝通嶄新的永續零售概念。

## 1. 導入節能設備 響應減碳行動

鳳儀門市採用節能標章變頻冷氣與節能風扇、裝置 LED 照明招牌與燈具、設置節能風除室以防冷氣外泄，並導入符合最新國際公約的 R448A 環保冷媒。上述之節能設施，預計一年可以節省一萬度的用電。除此之外，亦設有雨水回收集中系統，引流至戶外植栽，實踐資源循環利用之理念。

## 2. 使用綠色建材 落實綠色消費

「鳳儀門市」室內 30% 採用綠建材，以降低對環境和消費者之危害。除此之外，統一超商首創於 PP 材質湯匙叉子餐具中，添加 20% 來自具 FSC 認證的木質纖維，以減少塑料及碳排放量。

同時，於門市外設置「第三代自動回收機」，此回收機能主動辨識瓶罐材質與形狀。統一超商設置鼓勵回收之機制，期望將資源回收融入消費者日常，與消費者一同落實綠色消費。

## 3. 融合智能體驗 串聯多元品牌

門市導入 X-STORE 的「自助結帳系統」，減少門市高峰等候時間，滿足消費者快速結帳需求。在商品和服務的設計上，鳳儀門市導入複合類別，有 K-Seren 美妝、博客來、現打啤酒、菓子屋及嚴選素材鮮物提供多樣化的冷凍生鮮，滿足消費者多元需求。



長、短期業務發展計劃

展望 2021 年，全球經濟發展仍充滿不確定性，但統一超商仍秉持著真誠、創新、共享的經營理念，優化人、店、商品、系統、物流、制度、文化等七大經營基礎元素，並持續加強數位平台競爭力，成為「超越顧客期待的依賴型服務平台」，透過多元與數位化的經營模式，提供消費者兼具體驗性、娛樂性、教育性及探索性的消費空間，達到「加盟主滿意」、「員工滿意」、「股東滿意」、「社會滿意」之四方滿意境界。

1. 短期業務發展計劃

- (1) 持續商圈整合，建立大店格競爭利基。
- (2) 強化單店自主，創造差異化經營優勢。
- (3) 擴大虛實整合，掌握服務性虛擬商機。
- (4) 優化經營基礎，奠定中長期發展實力。

2. 長期業務發展計劃

- (1) 優化加盟制度，共創加盟雙贏。
- (2) 貫徹價值行銷，提昇消費體驗。
- (3) 落實精實營運，充分利用資源。
- (4) 整合集團資源，追求穩健獲利。
- (5) 積極培育人才，確保永續經營。

財務績效

統一超商始不斷地精進商品和服務的發展，持續為消費者提供創新與便利的商品與服務。詳細營運財務績效請於公開資訊觀測站參閱本公司個體財務報告。

直接經濟價值分配

項目	2020 年 (千元)
營運成本	111,590,813
員工薪資與福利	7,203,073
支付給出資人者	利息：394,400 股利：9,356,600
國家別支付政府款項	1,358,149
社區投資	38,048

個體財務績效 / 產生的直接經濟價值

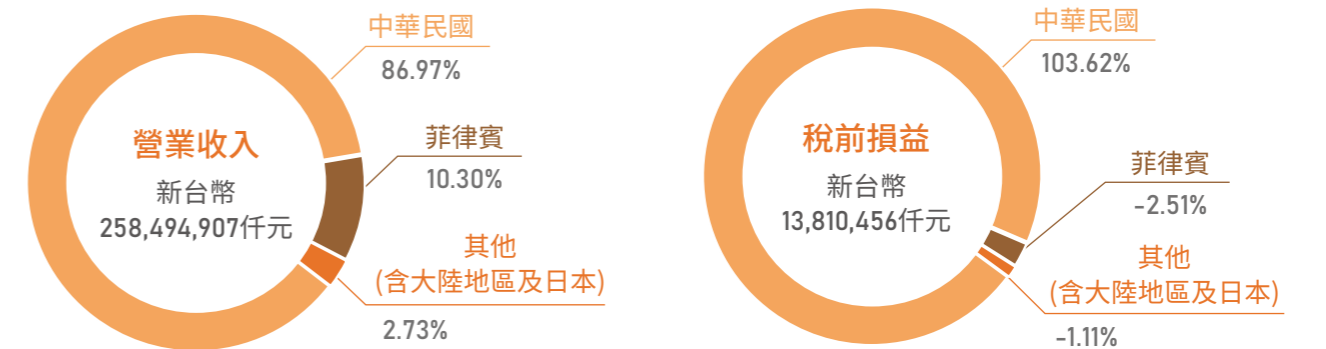
項目	2020 年 (千元)
營業收入	168,147,856
營業毛利	56,557,043
所得稅費用	1,476,353
稅後淨利	10,238,162
每股盈餘	9.85 元
每股股利	9 元
股東權益報酬率	28.34%
資產總計	141,503,950
負債總計	105,483,759
權益總計	36,020,191

稅務

稅務治理

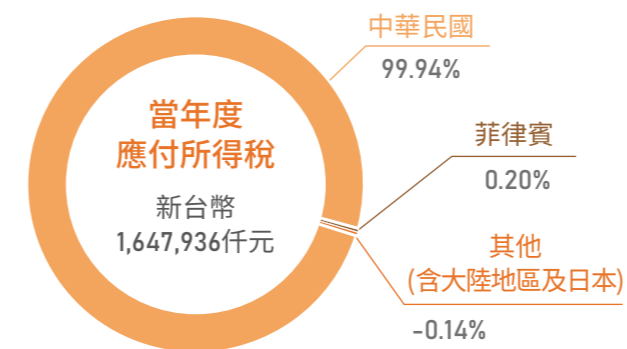
我們秉持統一超商稅務政策的核心價值，遵守營業所在地之當地稅務法規，誠實申報及完納稅負，善盡納稅義務人之社會責任，並支持政府推動促進產業創新、研究發展與再投資等永續發展政策。

2020 年統一超商 (股) 公司及子公司  
於各國家 / 區域之營業收入、稅前損益、當年度應付所得稅與所得稅支付數

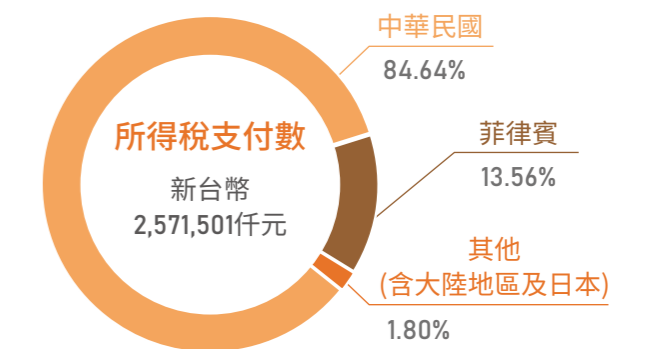


地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	224,809,048	26,619,815	7,066,044
占比	86.97%	10.30%	2.73%

地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	14,310,015	(346,485)	(153,074)
占比	103.62%	-2.51%	-1.11%



地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	1,646,978	3,270	(2,312)
占比	99.94%	0.20%	-0.14%



地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	2,176,485	348,672	46,344
占比	84.64%	13.56%	1.80%

## 所得稅

(單位：新台幣百萬元)

財務揭露	2019	2020
稅前淨利	15,164	13,810
所得稅費用	3,052	2,470
支付所得稅	3,380	2,572

## 有效稅率

2020 年及 2019 年之有效稅率低於行業平均值，主要係因營業利益來源在台灣之營利事業所得稅為 20%，即便考量在中國大陸地區營利事業所得稅 25%、及菲律賓營利事業所得稅 30% 後，仍較 GICS 之食品及日用品零售業的平均稅率較低所致。

年度	2019	2020 (註 4)	行業平均稅率 (註 1)
帳面有效稅率 (%) (註 2)	20.1%	17.9%	26.3%
現金有效稅率 (%) (註 3)	22.3%	18.6%	26.6%

(註 1) 行業平均稅率來自全球行業分類標準 (Global Industry Classification Standard, GICS) 之食品及日用品零售業的平均稅率

(註 2) 帳面有效稅率 (%) = 所得稅費用 / 稅前淨利

(註 3) 現金有效稅率 (%) = 支付所得稅 / 稅前淨利

(註 4) 菲律賓子公司受到當地疫情影響而限制營業，致當年度產生虧損，並同時影響集團有效稅率較前一年度下降

## 外部參與

統一超商加入並參與相關的公協會，與業界間交流經驗和集思廣益，期望串聯各企業或同產業的力量，深化社會上的「企業永續」、「食品安全」和「永續環境」三面向的發展。

在食品安全方面，我們擔任中華鮮食發展協會之理事長，每年捐助 500 萬元作為協會營運經費，帶領製販同盟鮮食廠商致力於建構供應鏈管理平台、原物料開發暨品質管控、製程 / 設備 / 技術評估及導入、對外溝通等面向，期待透過同業共同的努力，為我們的消費者提供技術與品質皆領先全球的優良鮮食商品。

在企業永續方面，我們參與多個產業協會、公會，吸收永續發展的最新動態，並發揮影響力支持企業永續發展。除參與工協會外，統一超商並無捐贈或參與其他政策遊說 / 利益團體。2020 年間也無任何政治獻金或捐贈候選人、選舉組織或活動。

## 統一超商參與之公協會組織名單

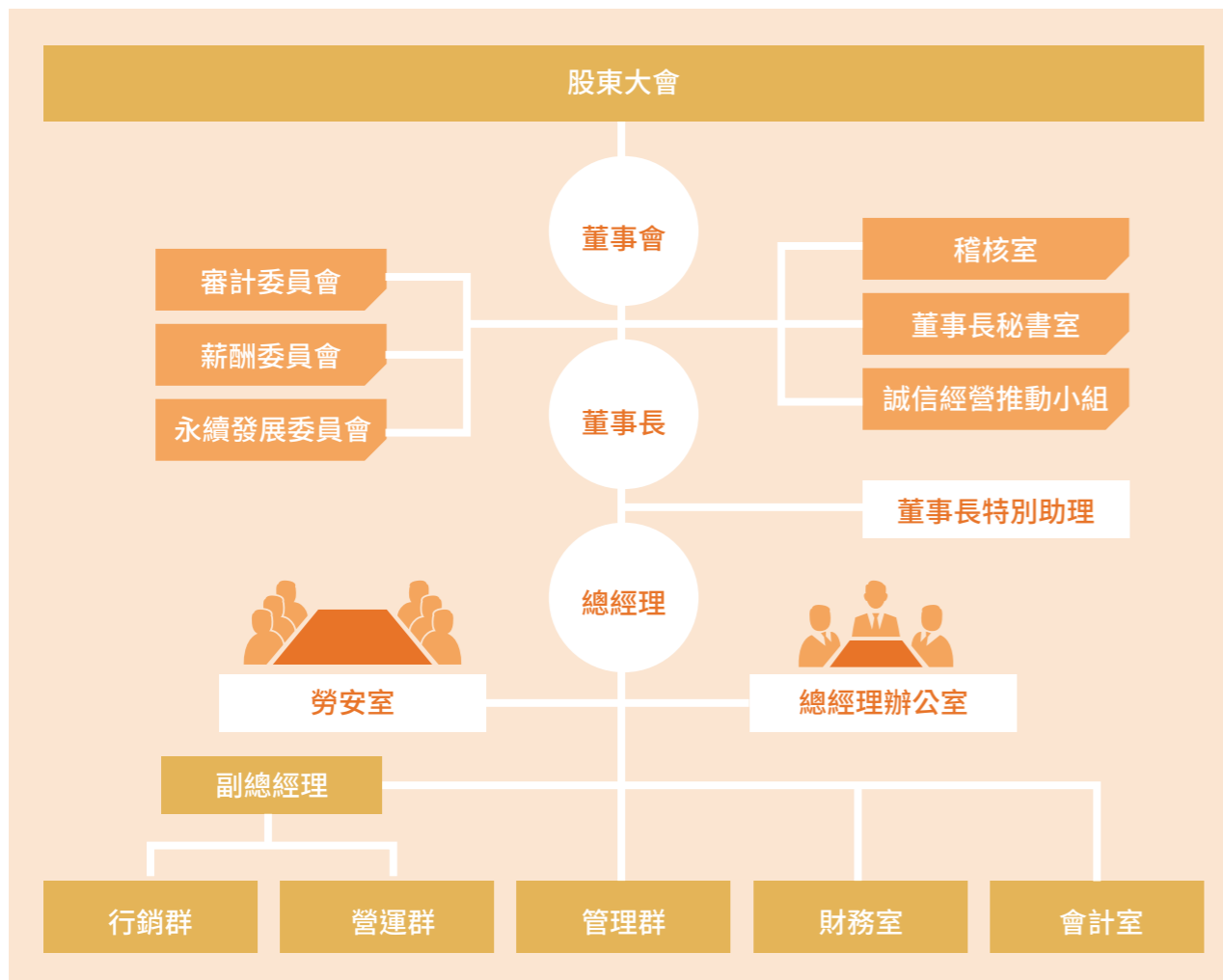
參與之公協會組織名稱	參與身分	關注議題	2020 年會費
中華鮮食發展協會	理事長	 食品安全	5,000,000
台灣優良食品發展協會	理事		10,000
中華民國企業永續發展協會	榮譽會員	 企業永續	120,000
中華民國國際行銷傳播經理人協會	會員		15,000
台北市百貨商業同業公會	會員		9,000
中華民國工商協進會	會員		20,000
台灣服務業聯盟協會	理事		5,000
台灣連鎖暨加盟協會	理事		30,000
零耗能建築技術發展聯盟	會員	 永續環境	無 (註)

(註) 該聯盟前兩年有收取會費每年一萬元，但後來聯盟盈餘充足即無額外收取會費。

## 2.2 公司治理

### 治理架構

對統一超商而言，健全的治理架構，是企業穩定發展的重要基石。統一超商建構健全且嚴謹的公司治理架構，除了清楚的分層管理外，亦針對特定重大議題設定功能性委員會或推動小組，讓統一超商能站穩步伐，並持續茁壯。2020 年統一超商榮獲第六屆公司治理評鑑維持排名前 5%，並持續入選台灣公司治理指數 100 成分股、台灣永續指數成分股、FTSE4Good 新興市場成分股、MSCI ESG 領導者指數及 MSCI 全球 SRI 指數成分股。此外統一超商連續兩年入選 DJSI 世界指數成分股以及 DJSI 新興市場指數成分股，並於 2020 年榮獲食品零售業之產業排名第一暨產業 Leader。



## 董事會

董事會作為統一超商之最高指導單位，為了強化公司之財務資訊揭露、經理人之績效和穩定性以及企業永續發展，董事會轄下成立審計委員會、薪酬委員會、以及永續發展委員會，透過由上而下的管理與監督，健全公司的運作。

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。統一超商之董事會成員具備豐富之多元性：董事會成員平均年齡為 60 歲，並有 2 位女性董事。董事之專業背景涵蓋了企業管理、經濟、行銷、會計、法律、資訊工程等多元面向。董事之詳細學經歷、專業知識、支付酬金之揭露，可參閱 2020 年度年報第 19 至 23 頁內容（註 1）。

為了確保董事會運作之獨立性，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 2020 年已召開 6 次董事會，董事平均出席率為 99%。

（註 1）年報可在公開資訊觀測站或本公司投資人關係網站（<http://www.7-11.com.tw/company/ir/>）中下載取得

## 董事會績效評估

統一超商定有「董事會績效評估辦法」，以落實公司治理並提升本公司董事會及功能性委員會功能，建立績效目標以加強運作效率。多項評估指標皆與公司治理與企業永續發展具高度連結，藉以確保公司的永續運營。



### 2020 年經董事會績效評估結果

董事會、個別董事成員及各功能委員會已良好掌握公司及委員會目標及任務，符合公司運作需求，有效促進公司永續經營、社會責任、風險管理及長期策略發展，並落實公司治理精神。

## 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 年設立審計委員會，旨在協助董事會監督和控管公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則以及公司存在或潛在風險之管控。

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 2020 年已召開 4 次審計委員會，審委會委員實際出席率為 91.67%。

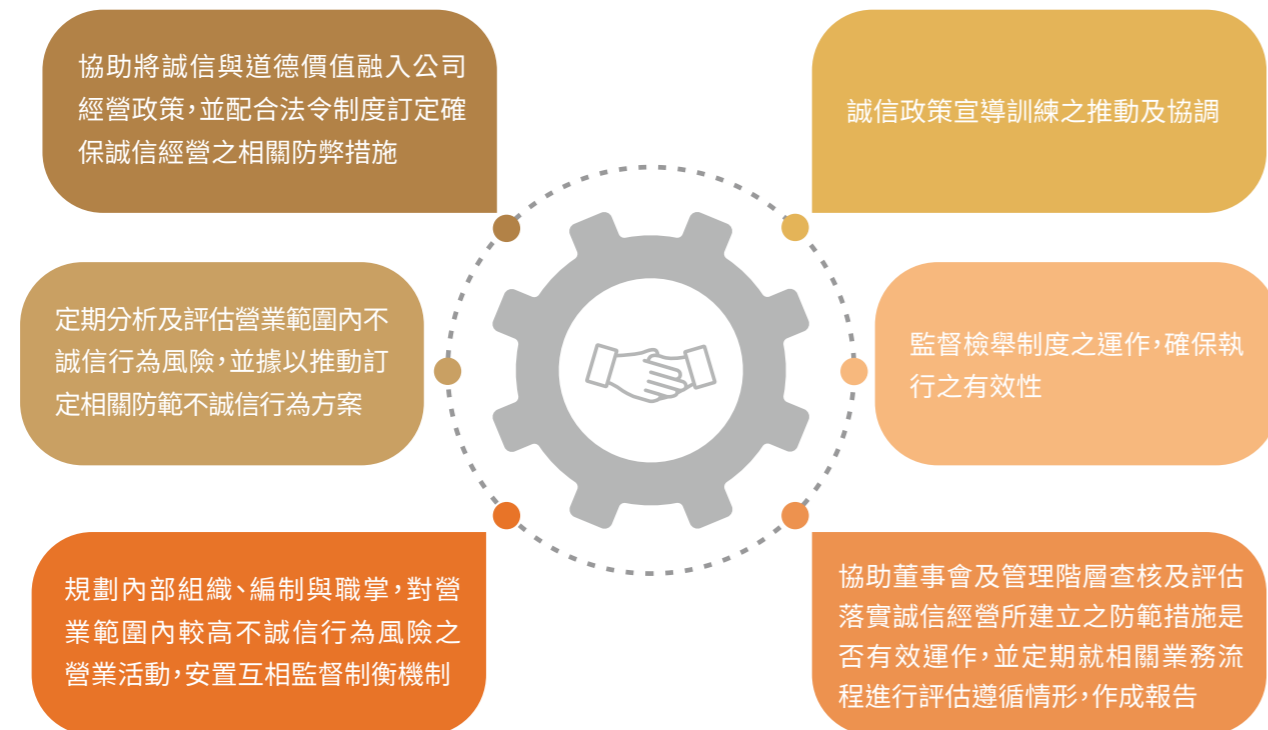
## 薪酬委員會

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 2020 年已召開 3 次薪酬委員會，薪酬委會委員實際出席率為 88.89%。

## 誠信經營

誠信經營是統一超商極為重視之經營原則。我們於董事會轄下設立「誠信經營推動小組」，並且訂定「公司治理實務守則」、「誠信經營政策暨守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」，以規範公司內部誠信經營之行為準則，並於每年5月在官網以及年報中充分揭露誠信經營推動之實績。2020年度無貪腐、賄賂和違反公平交易法事件相關事件。

### 誠信經營推動小組



#### 內部教育訓練與對外規範

統一超商於內部實施誠信經營管理月報之宣導，由誠信經營推動小組蒐集誠信經營案例或宣導事項，宣導誠信經營觀念及政策。而誠信經營之教育訓練，則適用統一超商全體員工，並且擴及門市店經理。

全體員工 | 完訓比例 **100%**

門市店經理 | 完訓比例 **100%**

在對外與供應商的合作之部分，我們透過設置誠信經營條款，來規範供應商之誠信經營。



#### 誠信經營申訴管道

若有任何違反誠信經營之情事發生，員工也可透過聯合服務中心、Email 信箱、官網之利害關係人專區及內部提案制度，即時向管理階層反映並提出意見。而外部之利害關係人若查知相關違反誠信經營之情事，可利用本公司稽核室及聯合服務中心設置之專線或官網之利害關係人專區檢舉。

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，專責窗口必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。

#### 風險管理

對於風險的掌握以及回應，是統一超商可以持續成長和穩定營運的重要關鍵。我們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。透過清楚分類各項風險、訂定管理方針並且設置相應的權責單位，我們進而辨識、分析、衡量、監控、回應、報告風險，並且改進我們的因應措施。主要風險管理組織及各項風險管理執行與負責單位如下：



各面向風險

風險類型	風險管理執行說明	權責單位
 <p>經濟 策略營運 風險</p>	<p>各事業群及子公司制訂投資與營運計劃、風險評估，由本公司總經理辦公室定期進行相關指標分析，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，並根據市場競爭和消費趨勢變化，適時調整營運策略方向，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>總經理 辦公室</p>
 <p>經濟 財務、 流動性及 信用風險</p>	<p>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。</p>	<p>財務室</p>
 <p>公司 治理 市場 風險</p>	<p>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小組，並定期召開「法規鑑別會議」，隨時掌握最新國內法規變動資訊，以採取適當之因應措施另外，各權責單位主管也組成「危機處理小組」，針對可能發生或已發生的風險與危機進行有效的控管與處理。</p>	<p>各事業單位 / 法規 鑑別委員會 / 危機 處理小組</p>

風險類型	風險管理執行說明	權責單位
 <p>社會 食品安全 風險</p>	<p>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。</p> <p>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。因應措施如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 成立「商品安全委員會」，定期召開例會，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。</li> <li>2. 為確保上架安全無虞，制定「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，蒐集自有商品安全相關訊息，並建立追蹤程序。</li> <li>3. 此外，導入契作與產地管理、食材溯源機制與系統、供應商分級管理與實地評鑑制度、物流中心與門市端定期查核，以及原物料與商品不定期抽驗等作法，從產地到門市全流程把關，持續為消費者建立嚴謹的食品安全防護網。</li> </ol>	<p>營運群 / 行銷群</p>
 <p>經濟 加盟秩序 維護風險</p>	<p>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>	<p>營運群 / 行銷群</p>
 <p>環境 氣候 風險</p>	<p>統一超商氣候風險管理已整合於既有風險管理架構，與氣候變遷議題有關之 5 大面向事務單位盤點和評估與統一超商氣候變遷相關的風險和機會議題，議題包含政策 / 法規、市場 / 技術、名譽等轉型風險，以及立即性、長期性等實體風險。並針對重大議題提出調適管理策略與管理目標。詳細氣候風險之治理與因應對策，請詳第 6 章「氣候變遷減緩與調適對策」之章節說明。</p>	<p>各事業 單位</p>

## 新興風險

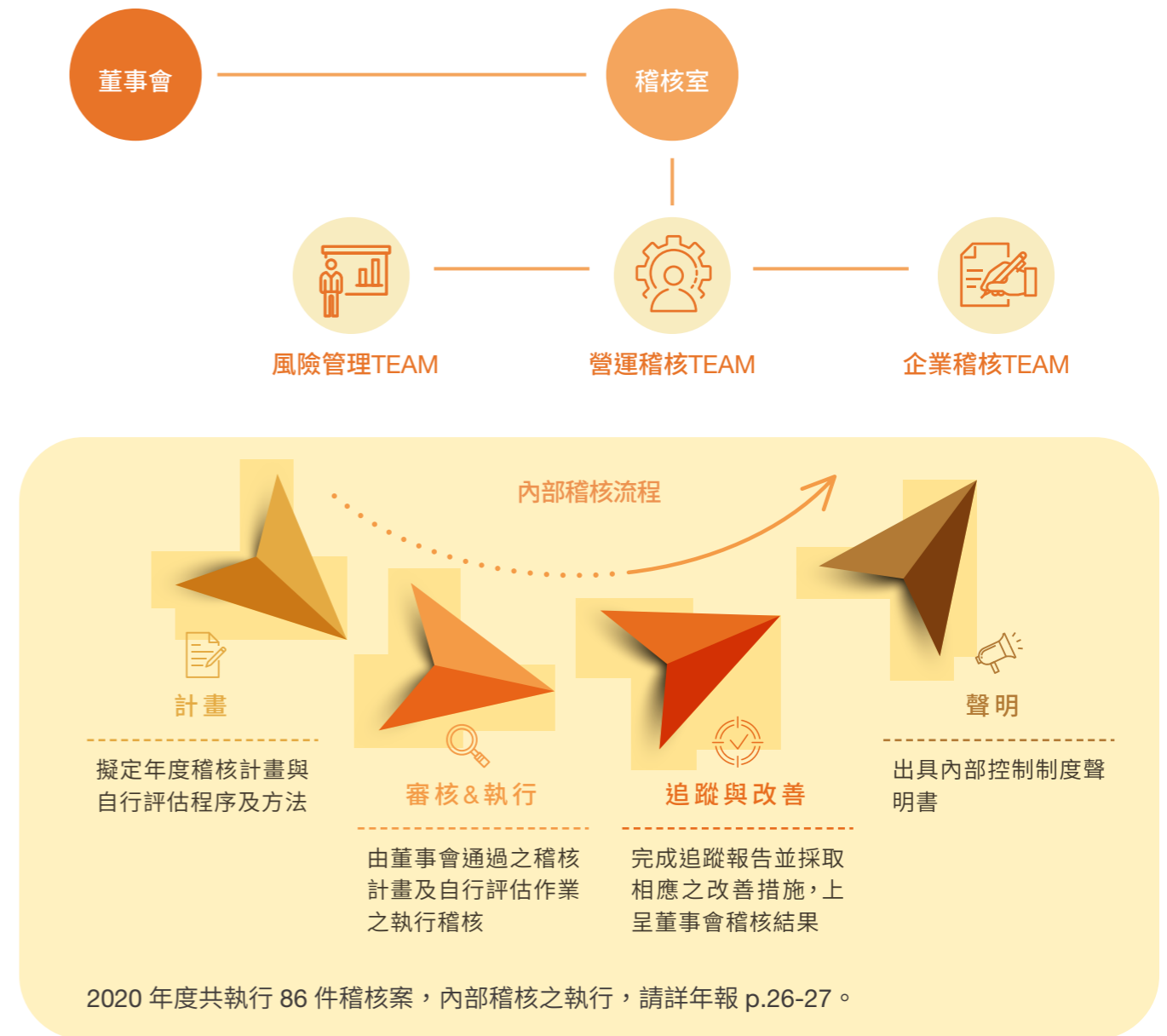
身處於快速變動的食品零售產業，統一超商長期關注重大社經與環境趨勢，以掌握影響永續經營的風險項目。統一超商已將長期新興風險的鑑別與因應方式，整合於既有的風險管理架構。目前已鑑別出對統一超商未來發展具高度衝擊的新興風險如下：

風險類型	社會 - 就業與生活危機	社會 - 傳染病
新興風險	人口結構變化	大規模傳染病流行
	<p>統一超商所經營的便利商店及物流業，皆需要高度人力投入，在 2020 年台灣首度出現人口負成長，故未來仍會持續面臨出生率降低、人口增加率下降、年齡老化速度提升等人口結構重大變化，預期未來將遭遇勞動人口比例減少，將嚴重衝擊勞力密集產業。</p>	<p>2020 年面對新冠肺炎疫情威脅與國際傳播加劇，影響到人民健康與生計，主管機關加嚴公共衛生與健康安全法規的要求，消費者的心理與行為也造成改變。</p> <p>統一超商站在第一線提供民眾便利商品與服務，匯聚來自各方的人流物流；面對傳染疫病的不確定性，除了確保營運的持續性，也必須為顧客提供高品質且健康安全的商品。</p>
未來衝擊	<p>統一超商參考國發會發布人口推估資料、政府單位提供高齡社會與人力資源運用等資料，運用該相關資料預測未來人口變化，預估中長期超商門市人力與客群之衝擊：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>人口老化及勞動人口比例減少將影響統一超商未來在人才招募、人事成本及工作分配等議題。</li> <li>在老年人口的比例持續攀升情況之下，銀髮族在未來將是消費族群主客層之一，對商品開發、門市服務內容等都將帶來實質影響。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主管機關因疫情防範或控制需求，提高對營運環境、食品安全、員工健康、衛生管理等要求，均使營運成本增加。</li> <li>門市人員與顧客接觸，且採開放自助式陳列、現場調製飲品、座位區開放用餐等，均可能成為疾病傳染的途徑；導入防疫措施將提高營運成本，然若疫病爆發則可能導致商譽受損。</li> <li>居家隔離等防疫措施，可能影響員工出勤、差旅、承包商現場作業的可行性，或衝擊供貨穩定度及物流效率，對超商營運持續性帶來考驗。</li> <li>針對大規模傳染病流行，進行 3-5 年 情境模擬，以掌握民眾生活型態改變及線上消費需求成長。</li> </ul>
超商因應	<p>統一超商將持續關注人口高齡化趨勢。著重銀髮族商品開發，並以熟齡者角度設計友善的樂齡超商；人力配置上，與公部門合作開發多元雇用管道，並擴大與公益團體合作，在地化招募中高齡夥伴，並透過職務再設計加速中高齡夥伴職場學習及適應；門市導入 AI 智慧化及省力化工具，調整業務結構與流程，達成作業省力及降低人事成本與勞動力需求。</p>	<p>統一超商積極掌握並嚴格遵循傳染病防治相關法規；建立「疫情危機處理小組」與通報系統，定期召開會議；後勤導入居家辦公、線上會議系統以增加工作彈性及減少群聚傳染等風險。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>門市端導入多元電子支付工具，降低接觸風險；持續加強所有營運據點的環境清潔與衛生防護機制，並要求各承包商採取防疫措施。</li> <li>商品面以維護食品安全及供貨穩定為原則，推動熟食自助區商品冷藏化；持續拓展優化線上與行動銷售管道，導入行動隨時取、i 預購、賣貨便等數位工具，並投資發展外送平台，提供消費者快速、多元、安全方便的服務。</li> </ul>

## 內部稽核

為防範營運風險、確認營運合規性以及敦促公司達成目標，統一超商依據證期局頒布之「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」訂定本公司之「內部控制制度」、「內部稽核實施細則」及「內部控制自行評估作業程序及方法」，並執行稽核之作業。

### 內部稽核組織



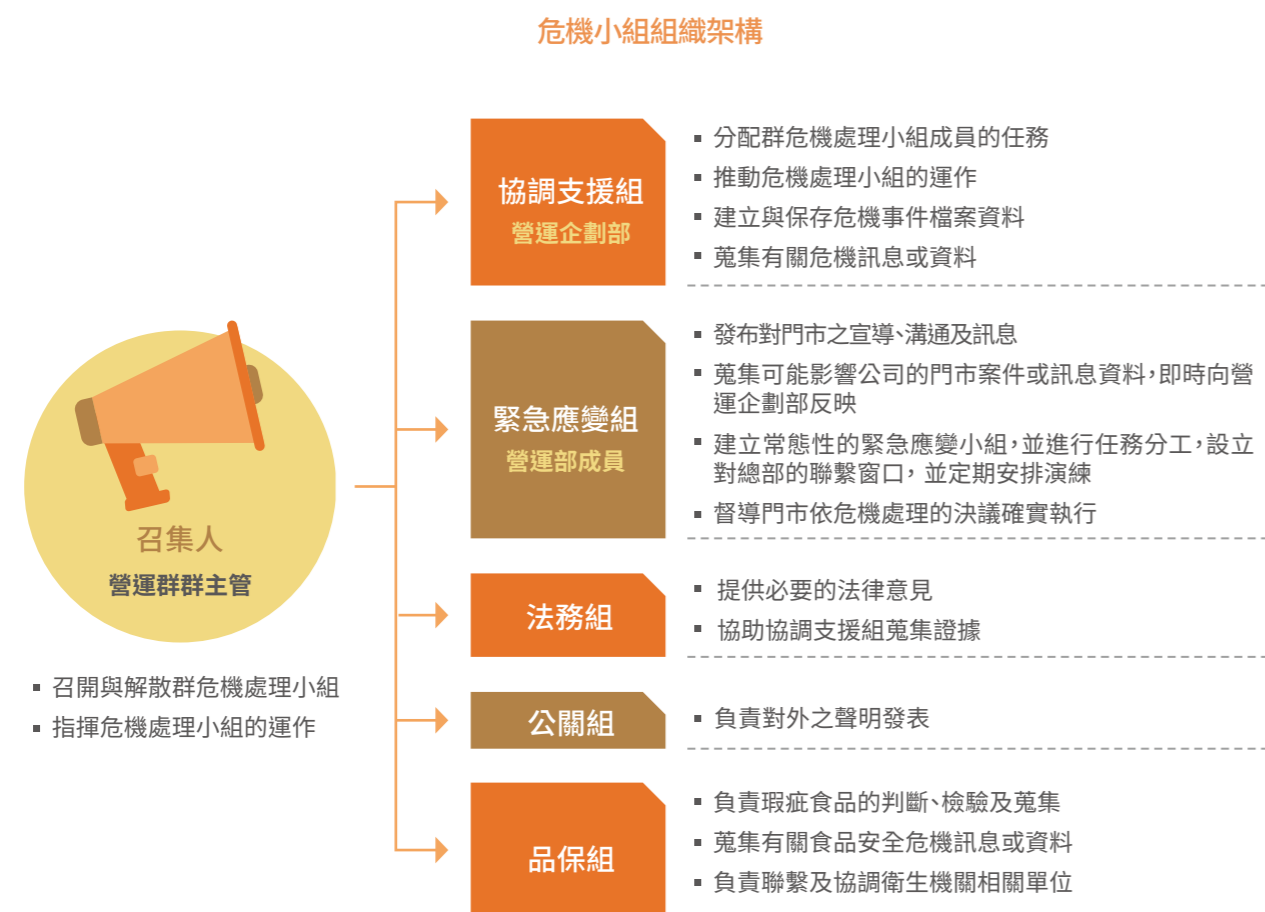
### 危機應變管理

除了掌握風險，統一超商亦建立健全之危機管理權責單位以及危機因應之標準化作業流程，以期將危機所導致之損害降至最低。

我們成立跨部門的「危機專案小組」，並推出「統一超商股份有限公司危機管理手冊」以及「營運群危機事件處理及緊急狀況應變規範」，參考母公司統一企業的危機處理原則來強化與更新架構。

統一超商設有「危機處理小組」，以營運群主管為首，轄下有「緊急應變組」、「法務組」、「公關組」及「品保組」，並且制定危機事件回報原則，規範事件從發生、處理至對外因應的流程，透過嚴密之機制，鞏固統一超商之營運。

2020 年有門市發生顧客間衝突引發媒體報導事件，依規範進行危機通報，協助配合警方調查並處理完畢，後續無另外衍生事件。



### 法規遵循

統一超商設有「統一超商法令管控暨突破運作辦法」，當中將法規鑑別委員會設為法規遵循之指導單位、設置各單位之法規鑑別窗口並確立法律遵循之機制，藉以掌握政府法令修正趨勢，確保公司組織之各項運作均能符合政府各項法令要求。

#### 法律鑑別委員會



#### 法律遵循之機制

藉由法律鑑別委員會之成立，統一超商矢志落實「法情通報」、「法規鑑別」以及「法令突破」之目標。



#### 2020 年違規情形

統一超商主要產品之一，為食品之販售。食品之為民生必需品，對於民生之影響甚鉅；因此，統一超商極度重視商品之安全。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。2020 年統一超商部分門市因販售過期食品，而違反食品安全衛生法，共計 3 件，遭罰 180,000 元。而針對產品標示或行銷之規範，超商未有違反之情事。

除了食品安全衛生法外，統一超商亦注重經濟、環境和社會面三大面向之營運合規性。2020 年統一超商未違反重大環境、經濟或社會法規，唯因違反藥事法、菸害防制法、勞動基準法、道路交通管理處罰條例等法令，共遭主管機關裁罰 7 件共計 281,200 元。統一超商已針對受罰之情形，進行檢討並實行改善之措施並對各門市加強宣導相關規定。詳細之裁罰事項說明、各別裁罰金額以及改善措施請詳下表以及 2020 年年報第 58 頁。

違反之法令	違法情事	裁罰金額	改善措施
食品安全衛生管理法	門市因盤點疏失，販賣過期商品	180,000 元	1. 請門市每月提供逼近品(註)檢查 2. 每月委任外部管理顧問公司進行過期品查核 3. 由品保部於線上即時提供各門市外部管理顧問公司查核到期的過期品，予門市自行檢查

(註) 逼近品之定義為一個月之內將到期之商品



# 03

## 承諾服務品質

### 永續績效

2 消除飢餓

3 健康與福祉

12 責任消費與生產

投入開發及研發費用達新台幣 253,643 仟元

投入食品安全管理經費高達 125,268 仟元

優質服務評核，A 級店與 B 級店的加總佔比達 99%

非一階供應商已完成 100% 行為準則合約簽署

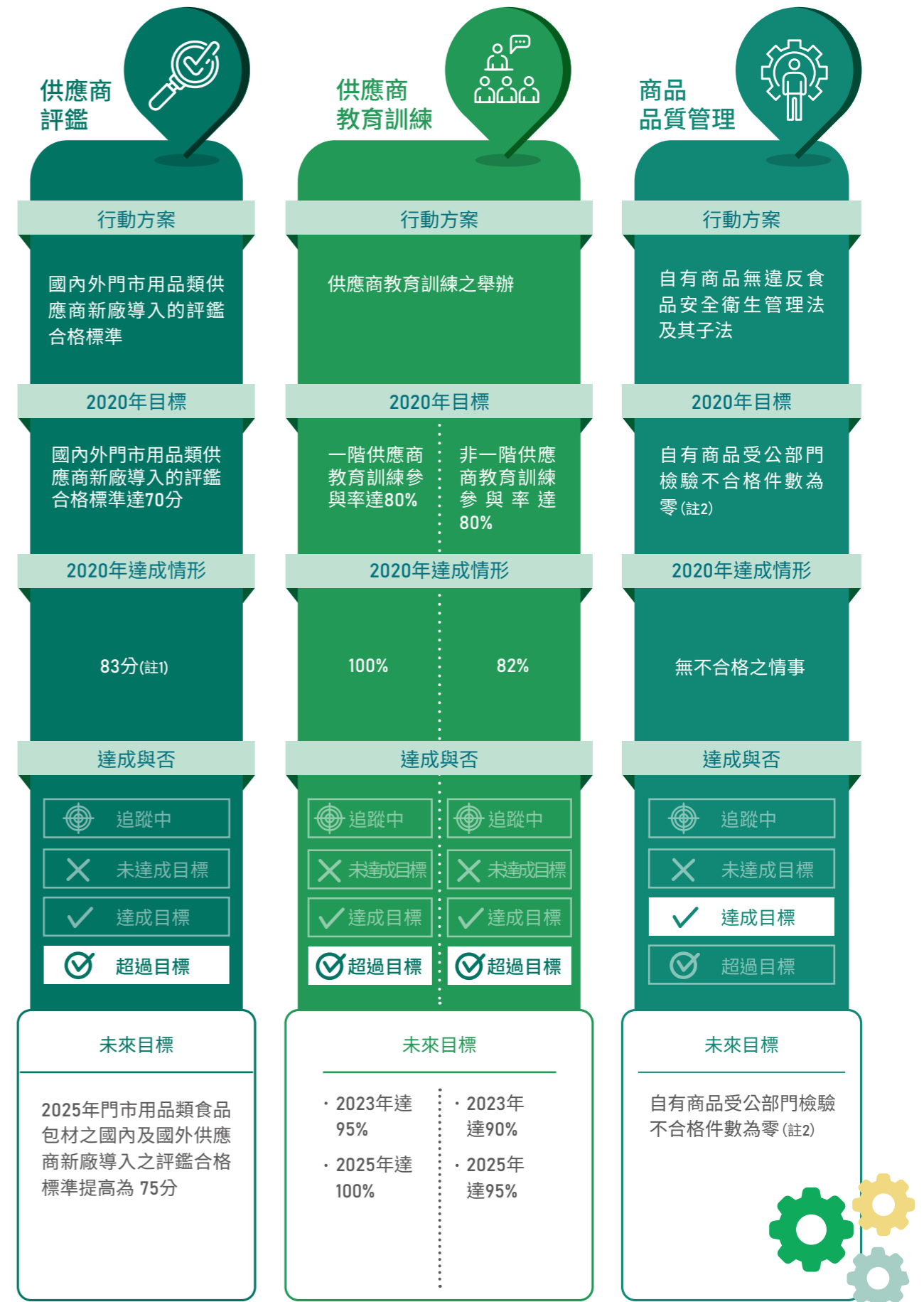
OPEN POINT 會員數達 1200 萬人

#### 對應重大主題

- 產品服務與創新
- 客戶隱私
- 永續供應鏈管理
- 顧客健康與安全
- 行銷與標示
- 客戶關係管理

#### 對應利害關係人

- 投資人
- 供應商
- 顧客
- 員工
- 加盟主
- 公益團體
- 政府機關
- 社區鄰里



(註1) 國內和國外新廠導入分數之加權平均而得

(註2) 以收到公函資料與裁罰為準

### 行銷與標示管理

行動方案

合於產品或服務的資訊標示規範與行銷傳播規範

2020年目標

自有商品無違反產品或服務的資訊標示規範與行銷傳播規範(註)

2020年達成情形

2020年無發生自有商品違反產品或服務的資訊標示規範與行銷傳播規範之情事

達成與否

- 追蹤中
- 未達成目標
- 達成目標
- 超過目標

未來目標

自有商品無違反產品或服務的資訊標示規範與行銷傳播規範(註)

### 客戶資料管理

行動方案

設定管理政策與專案小組,保障客戶隱私

2020年目標

未有任何侵犯客戶隱私之情事

2020年達成情形

2020年無任何侵犯客戶隱私之情事

達成與否

- 追蹤中
- 未達成目標
- 達成目標
- 超過目標

未來目標

未有任何侵犯客戶隱私之情事

### 永續採購

行動方案

導入具有永續標章之產品或原物料

2020年目標

追蹤中

2020年達成情形

自有品牌冷藏飲品FSC認證包材占氣密或液密包裝紙容器之55.4%

達成與否

- 追蹤中
- 未達成目標
- 達成目標
- 超過目標

未來目標

2021年自有品牌冷藏飲品FSC認證包材占氣密或液密包裝紙容器之60%

(註) 以收到公函資料與裁罰為準



### 產品服務與創新

### 管理方針

管理目的與政策	現今社會和環境快速變遷,消費者的環保意識提升、健康飲食的概念盛行及社會步調加快,消費者對於商品的需求和要求不斷的更迭。持續不斷地精進和優化統一超商的產品和服務,不僅是我們穩定營運的關鍵,亦是統一超商照顧消費者的職責所在。
權責單位	整合行銷部
行動計畫	統一超商在2020年,持續投入開發及研發費於提供創新之產品於服務。於2020年投入開發及研發費用達新台幣253,643千元。而在2020年,我們推出了行動隨時取的服務,讓消費者可以更便利的享用統一超商的服務。而著眼於消費者健康意識的提升,我們推出了天素地蔬專區以及新生活概念店,希望消費者能容易的購買到蔬/素食以及多樣化的保健食品。
申訴機制	聯合服務中心



### 顧客健康與安全 & 行銷與標示

### 管理方針

管理目的與政策	<p>身處與民生高度攸關之產業,實踐客戶的健康與安全是統一超商之重責和最高指導原則,且合規的標示對於消費者的健康和生活品質亦有相當大的影響。透過落實各項管理機制,我們力求提供安全無虞且具合規標示之商品予我們的客戶,扮演好統一超商之為民生夥伴的角色。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⚙️ 「商品安全管理」規章</li> <li>⚙️ 「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」</li> <li>⚙️ 「自有商品安全維護辦法」</li> <li>⚙️ 「包裝內控設計制度」</li> </ul>
權責單位	商品安全委員會
行動計畫	<p>統一超商持續地關注攸關營運的最新法規,以保障消費者的權益。而統一超商的服務背後的價值鏈,可以區分為原物料段、物流段以及門市段。在原物料段的部分,我們透過品保作業查核來管控品質。而物流段則透過對於物流人員的培育和管理,來確保運送品質。而在門市的部分,則透過優質服務評核、品保與誠信經營認證訓練查核以及菸酒販賣查核持續優化我們的服務品質。</p> <p>在商品服務標示的部分,我們於「商品安全管理」規章中,明訂進貨商品之標示須符合主管機關之規範,門市亦於進貨時驗收商品標示,以此把關商品標示之合規性。</p>
申訴機制	聯合服務中心



### 永續供應鏈管理

### 管理方針

管理目的與政策	<p>統一超商本身並無自我營運之工廠，所有商品皆由供應商代為製造。因此，對於供應鏈有系統的管理和查核，即為鞏固統一超商商品的關鍵。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品安全管理專章</li> <li>自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法</li> <li>原物料供應商及原物料管理辦法</li> <li>門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法</li> <li>統一超商暨轉投資事業協力廠商行為準則</li> <li>食品類代工廠風險分級評估指引</li> </ul>
權責單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>品保部</li> <li>供應鏈管理部</li> </ul>
行動計畫	<p>供應商所提供之商品品質為統一超商商品品質的關鍵要素。我們首先透過鑑別關鍵供應商，藉以得知對於營運影響最鉅之供應商。而後，透過落實供應商管理辦法、要求供應商簽署行為準則，並且持續地對供應商進行教育訓練以及評鑑，來保障我們的服務品質。</p>
申訴機制	利害關係人專區



### 客戶隱私 & 客戶關係管理

### 管理方針

管理目的與政策	<p>統一超商透過線上的服務平台，提供給消費者更便捷的生活選擇。如何管理和保護客戶之隱私，並且依據消費者消費所產生之大數據，提供消費者更優質的服務，是統一超商永續運營的關鍵，亦是對於消費者的責任。</p> <p>個人資料保護管理制度與政策</p>
權責單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>數位創新部</li> <li>聯合服務中心</li> <li>整合行銷部</li> <li>法務部</li> <li>個人資料保護專案小組</li> </ul>
行動計畫	<p>統一超商設有個人資料保護專案小組，並且透過個資內部稽核與外部驗證（「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」）、危機預防以及教育訓練，為消費者的資料把關。除此之外，統一超商不斷優化和擴大 OPEN POINT 會員制度的服務範疇，讓消費者在 E 化的時代，能享有更便利之服務。</p>
申訴機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>聯合服務中心</li> <li>部門內之個資申報的聯繫窗口</li> </ul>

## 3.1 產品服務與創新

統一超商以「提供創新性、多樣性、品質講究，能超乎消費者期待的商品」為目標，並以整合行銷部為首，整合企業內部資源，持續精進產品服務與創新；期望提供消費者更多優質的商品選擇，並且成為人們日常生活的好幫手。

### 創新商品與服務

2020 年，獲益於貿易轉單效應、臺商回流投資升溫等因素，帶動內需成長。在內需成長的趨勢下，統一超商以全方位生活的核心概念出發，持續秉持提供消費者物超所值的商品與消費體驗的原則。我們持續精進軟硬體的技术研發，進一步結合多項創新的商品與服務，保持統一超商的永續競爭力。我們於 2020 年投入開發及研發費用達新台幣 253,643 仟元，共開發出 7 款新商品；我們持續擴大「Simple Fit」的經營，並推出了「天素地蔬」和「行動隨時取」之商品與服務。

### Simple-Fit 複合概念店

統一集團以微型百貨為概念，整合三大品牌統一超商、康是美、BEING fit 建構全新生活體驗的「Simple-Fit」複合概念店，在此複合店中，統一超商架設 Simple-Fit 專屬的貨架，並且打造六大健康飲食主軸，希望人們在忙碌的生活中，能更容易地取得健康且富營養的餐食選擇。

#### 蛋白質系列

精選優質蛋白質食材，且含量達每日需求15%以上



#### 減糖飲食

以優質澱粉食材取代精緻澱粉，以減少澱粉或碳水化合物攝入

#### 發酵暢活

提供發酵類食品，幫助維持消化道機能



#### 一日野菜

以成人的需求量進行設計，一份野菜可以提供成人一日1/3以上蔬菜需求量



#### 補充膳食纖維

精選富含膳食纖維的食材，增加飽足感並促進腸道蠕動



#### 新陳代謝

提供含有薑黃、兒茶素等可促進新陳代謝之元素之食品

### 天素地蔬

2020 科學界聯合報告，溫室氣體濃度已經達到 300 萬年來的最高峰，2016 至 2020 年是有史以來最熱的 5 年。延緩全球氣候變暖的做法之一，即是減少肉品的食用。統一超商與環境共好，於 2020 年推出「天素地蔬」蔬／素食專店和專區，以三大主軸來打造統一超商的蔬／素食服務；預計一年可減少 700 多萬公斤的碳排放量，相當於 18 座大安森林公園一年的吸碳量。統一超商也因為「天素地蔬」，獲得由飲食專業媒體《食力》舉辦之「食創獎」之殊榮。

# 天素地蔬

## 1 一日三餐 盡在超商

「天素地蔬」以滿足素/蔬食者一日三餐飲食需求為出發點，菜單設計涵蓋飯糰、三明治、主食、小吃及配菜，提供近 10 種鮮食選擇，使蔬/素食者有便利的素食取得管道。

1



2

## 聯名蔬食品牌 打造多樣素食選擇

統一超商聯名「漢來美食」、「漢來蔬食」、「養心茶樓」與「華師傅」，合作推出 6 道綠色菜單：漢來蔬食的招牌菜「藜麥八寶飯」、「漢來美食蔬食拌麵」、「漢來美食鮮蔬炒炊粉」、「養心茶樓麻辣臭豆腐」及「華師父新植物肉餃子」，以及統一超商獨自開發的「黑松露野菇燉飯」，提供多樣化的餐點選擇。

3

## 設置蔬/素食專區 & 蔬/素食專屬包裝

統一超商在導入的門市之冷藏櫃成立品牌專區，挪出兩層貨架空間陳列，透過鮮明的綠、黃色燈箱招牌，讓視覺更明顯。商品包裝部分，選用清新充滿朝氣的草木綠當封膜包裝，搭配活力的「檸檬黃」做底盒主視覺，除了業界首創的「素食及蔬食辨識 LOGO」，更側重包裝的側面設計，讓消費者能更快速辨識目標商品。



4

## 蔬/素食生產專線 保障商品品質

統一超商與通過 ISO22000 食品驗證、專門生產素食或具有素食專用產線的工廠合作；在統一超商自有品牌的產線，則在將設備、產線、器具，甚至是空氣氣流，與葷食分開，力求讓素食者安心購買。

## 行動隨時取

統一超商於 2020 年，藉由 OPEN POINT 之 App，推出行動隨時取的最新功能，使消費者可以在購入多量商品後，於不同的門市取用。隨時取的商品種類相當豐富，讓消費者不僅能享受購入大量商品的優惠，同時也增加消費者生活的便利性。2020 年，體驗行動隨時取人數超過 150 萬人，預售業績 30 億元。

## 3.2 顧客健康與安全

商品安全是統一超商的經營基石，亦是我們對於消費者的責任與義務。統一超商掌握和管控商品的價值鏈，由原物料、物流至門市，設置管理機制，並且持續追蹤商品安全訊息與健全內部舉報機制，以落實商品安全之承諾。2020 年累積投入食品安全管理經費高達 125,268 仟元，高於我們所設定的績效目標 60,000 仟元。

### 促進消費者營養攝取與健康

健康飲食健康已成為當前消費者關注事項之一，做為食品零售業，統一超商提供多種健康概念之商品，滿足消費者每日飲食所需營養。統一超商依循內部之「自有品牌商品政策」，透過蔬食概念商品的開發、原物料嚴選和標準流程設定，落實健康飲食生活之推廣。

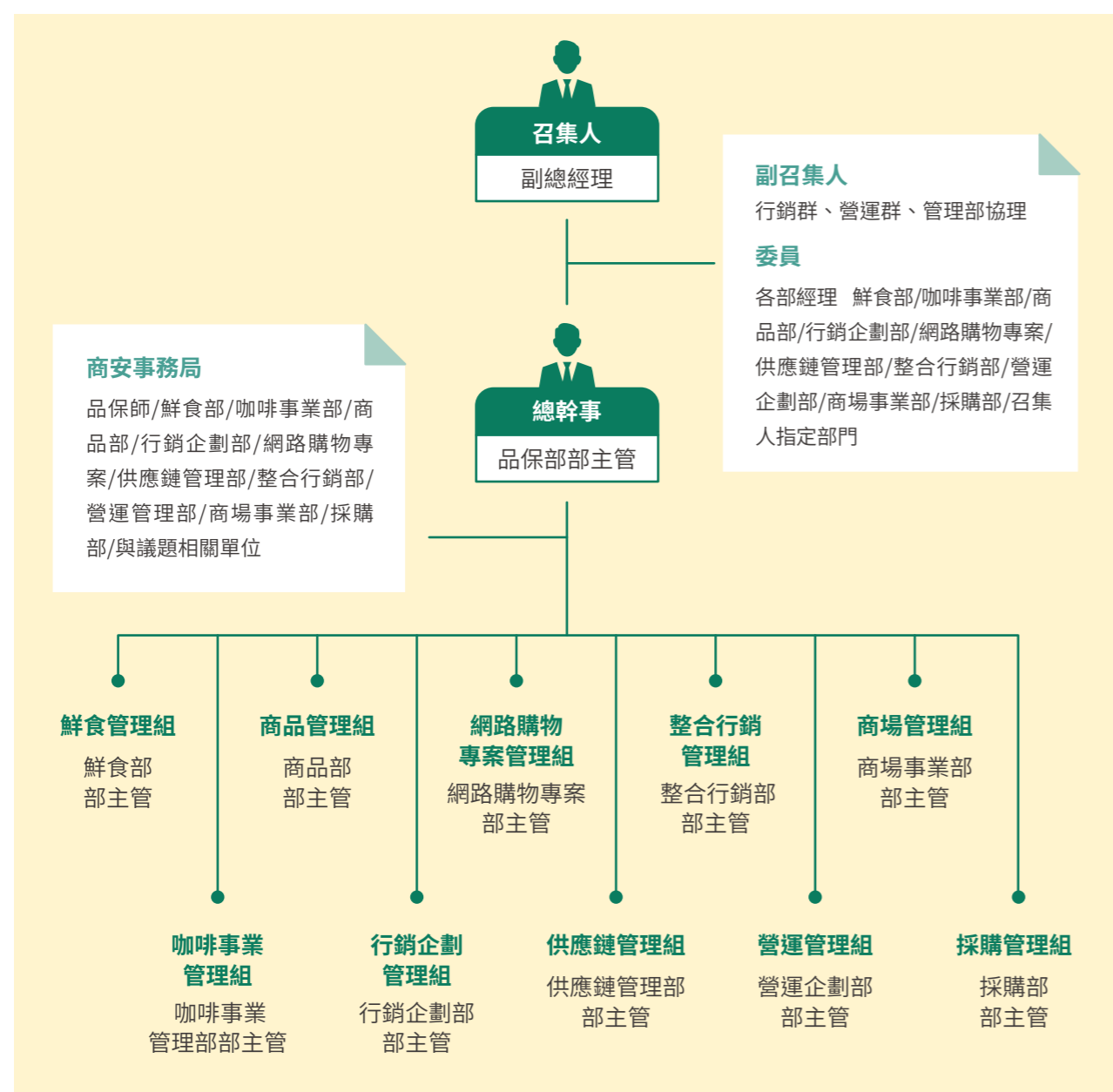
- ✓ 推廣蔬食健康生活主張，提供多樣蔬食商品，並參考國建署每日飲食建議定義出人體每日所需蔬菜攝取量，進行商品開發。從原物料端到產品，皆不添加防腐劑、不使用部分氫化油脂。每項商品上市前均通過第三公證單位檢驗。統一超商亦不主動添加果糖及味精；若該成分為原料內含，則會於內部統一追蹤管理。
- ✓ 依據法定規範，制定鮮食商品的微生物標準，並要求供應商提供合格的第三方檢驗報告以及執行全類別商品定期檢測。
- ✓ 針對商品中可能涉及使用衛生福利部核可之基因改造食品原料，若自有商品中含有基因改造之原物料，則將誠實標示基因改造訊息。

在 2020 年，統一超商持續聚焦於降低飽和脂肪、反式脂肪、鈉或糖之產品開發，同時也加強自有品牌中食品類商品之健康營養相關自願性標示，包含符合我國「包裝食品營養標示應遵行事項」第三點規定，或其他經政府認可的健康營養相關自願性標示內容。相對於標記或有助於促進健康和營養之商品之營收為 5,580 百萬元。

除了關注促進健康和營養之商品，統一超商也致力於取得自有商品之相關標章，並上架有取得食品相關標章之商品。在 2020 年，統一超商之自有商品原物料經外部檢驗，確認 100% 自有商品中皆無基因改造之成分。而為了讓消費者方便選購，統一超商亦致力於將相關標章於商品外包裝上清楚呈現；在自有商品中，外包裝上標有「未含有基因改造成分」之標籤之商品之營收為 86,316 仟元。

### 商品安全委員會

「商品安全委員會」共分三個主要層級。召集人由總經理派任，而由行銷群協理、營運群協理及管理群主管擔任副召集人，第二層由品保部主管擔任總幹事。在總幹事下，另設商安事務局負責整合彙集商品安全相關議題。第三層為 10 個執行小組，由各部門主管擔任小組長。「商品安全委員會」著眼於安全與品質，建立統一超商自有商品之管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。2020 年共召開一次會議，討論內容包括重要商安訊息報告和追蹤、法規變動規劃因應等。



註：因應公司組織調整，於 2020 年 3 月更新修訂組織架構

### 商品價值鏈



### 原物料管理

#### 原物料暨品保管理系統 (MAS)

統一超商符合食品安全衛生管理法第 9 條餐盒食品之販售業者定義，依據 107 年 06 月 26 日衛授食字第 1071300516 號公告於 2019 年建置餐盒食品類別（註）追蹤追溯制度，2020 年度進行追蹤追溯管理之餐盒食品品項數共計 376 項。

另，為有效監控商品安全，以及落實統一超商身為零售業的責任，我們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），確保商品原料與供應商能被追溯管理。MAS 系統中的主要組成項目為商品仕様書，載明自有商品食品類產品之原物料與供應商來源，截至 2020 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 100%。

（註）指以米、麵等穀類及其加工品為主食，搭配農、畜或水產等原料，經調理後，以明示菜單或明示產品形式之方式（包括盒餐與團膳），配膳組成盒或盛裝於大容器，供團體或個人直接或經簡單復熱後，於短時間內食用之產品，惟僅由烘焙食品組成盒者不在此限。

#### 商品品質檢驗

為控管與掌握商品品質，我們的品檢實驗室針對衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 與財團法人全國認證基金會 (TAF) (ISO / IEC 17025:2017) 認證項目取得證書。此品檢實驗室於商品製成時，透過微生物或化學的方式進行抽檢，確保商品安全無虞後始可販售。截至 2020 年底，該品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等主管機關公告、建議所建立之檢驗項數為 621 項，而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 111 項。





財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目	
ISO/IEC 17025:2017 驗證範圍微生物	4 項
衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目	
微生物類	4 項
著色劑	8 項
赭麴毒素 A	1 項
棒麴毒素	1 項

2020 年商品與原物料共檢測 1143 項，通過檢驗合格為 1135 項，合格率 99.3%。檢出不合格之商品，其中有 7 件商品在複檢後合格，唯 1 件商品因不合格而下架。除依合約處理外，亦加強後續的檢驗監控，以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 35,318 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 17,452 仟元(註)，佔個體營業收入 0.021 %。

(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。



為感謝和表揚表現優異之物流士們對統一超商的貢獻，又 2020 年因新冠肺炎疫情影響下停辦大型集會，但仍期望表彰物流士對於統一超商的貢獻，因此縮小舉辦規模，透由舉辦 12 場次頒獎，肯定捷盛、捷盟、統昶、大智通四家物流公司共 2,056 位物流士中，表現優異的 83 位菁英物流士。受表揚之菁英物流士必須全年度不得有任何客訴與重大違規發生，且要在安全、服務、作業等各項指標都表現優異才能脫穎而出。

### 門市管理

### 商品標示

商品透明標示是統一超商保障消費者權益和健康的關鍵。我們於「商品安全管理」規章中，明定將「商品標示需符合商標法」、「食品安全衛生管理法」或政府相關法令規定作為新供應商的篩選標準，並要求供應商簽署協議書，保證商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求。

除了新供應商的篩選，我們也將商品標示（包含條碼、日期標示、中文標示等）列為物流中心進貨驗收的必要項目。統一超商亦依循「包裝內控設計制度」管理制度，對自有商品的標示資訊進行把關，確保商品從製造、運輸乃至販賣都有清楚的標示資訊可以依循。2020 年未有商品標示之違規情形。

### 物流管理

商品生產後，即透過物流運送至各門市；如何確保商品在運輸過程中的品質，係為穩固商品品質和安全的重要關鍵。因此，雖然物流公司並非本報告書主要揭露範疇，有鑑於其對於商品安全的影響，於此揭露物流之運作。統一超商的產品及原料由供應商及代工廠製造後，透過物流公司運送至各門市，為確保商品運送、儲存及展示過程中的品質維護與保障，降低物流過程中溫度、人員、衛生對產品品質產生的潛在風險，我們與物流公司合作導入初次運輸及門市商品管理與服務查核。初次運輸管理透過運輸整合，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。2020 年初次運輸導入達 100% 的產品包含獨家販售和自有品牌之米飯、鮮食麵、沙拉、熟菜、冷藏調理麵包、地瓜類及生鮮食品。

### 菁英物流士

為顧客不斷創造感動的服務背後，有著一群物流士們不辭辛勞、不分晴雨完成每一趟的配送任務。秉持照顧社會的理念，統一超商持續在個人福利、行車安全、作業省力化不斷地優化。在行車制度的方面，共計 352 店次導入非 24 小時營業門市信任點交作業，讓物流士可不必因門市尚未營業而需在門市外等待，或是改而繞路以待門市營業。在福利的部分，設有慰勞飲品、激勵獎金及續約獎勵金制度。

門市作為服務的據點，門市的服務品質、商品效期管理、誠信經營和菸酒販賣查核等，對於我們的遞送品質，有相當大的影響。為確保所有自營與加盟門市都給予消費者同樣高品質、符合期待的商品與服務，我們建立了門市的各項評核機制，以把關我們的服務品質。

### 優質服務評核

統一超商每年針對直營及加盟主門市進行優質服務評核，評核項目包含基本服務、專業服務、環境舒適及應對合宜四個面向，評核結果分成 A(優良)、B(符合預期)、C(待改善)三個評等。本年度獲得 A 級共 2,661 家門市，佔受稽查門市的 66.59%。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追蹤成果。2020 年優質服務評核，A 級店次與 B 級店次的加總佔比達 98.85%，高出所設定的目標 (95%)。我們將持續透過區顧問深入輔導，以提升整體門市的服務品質。

2020 年初評等級	稽查店次數	佔比
A 級 (優良)	2661	66.59%
B 級 (符合預期)	1289	32.26%
C 級 (待改善)	46	1.15%

### 品保作業查核

此外亦透過管理顧問公司，針對門市的品保作業執行查核。2020 年受稽核的門市佔所有門市的 99.2%(註)。2020 年共計查核 23,882 店次，合格率達 94.3%。不合格之店家，主要係有商品過期之現象，統一超商已針對該情形提出具體改善建議，並持續追蹤改善狀況。

(註) 少數門市係因 2020 年初即關店、年末開店未滿三個月，故未於 2020 年受稽核。

### ▪ 品保與誠信經營認證訓練查核

除上述門市查核外，為鞏固整體人員品保素質，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，2020年共40,073人次參加訓練。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，2020年受稽核的門市占所有門市98.95% (註)。誠信經營之教育訓練內容涵蓋品保作業之落實、誠信經營遵守與公司形象之維護。

(註) 少數門市係因2020年初即關店、年末開店未滿三個月，故未於2020年受稽核。

### ▪ 菸酒販賣查核

另外，為了落實國家法規及對青少年及孩童的保護，我們採取積極的作為，加強不可販售菸酒類產品予未滿18歲青少年之商品系統警語，此系統上線率達100%，達到我們所設定的2020年績效目標。

## 商品安全訊息之追蹤與因應

### ▪ 商品安全訊息蒐集及盤查

對於商品安全的訊息的掌握，是統一超商落實商品品質管理的關鍵之一。商品安全訊息，即為統一超商所收到跟自有商品相關之負面報導、商品不合格之訊息、主管機關所頒佈之法令或國外之法規訊息。統一超商依循「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，將訊息做分層管理。此制度適用於統一超商所有的自有商品。2020年商品安全訊息共464件，包括A級2件、B級337件及L級125件。2020年A級訊息均進行後續追蹤並確認改善狀況，完成結案。

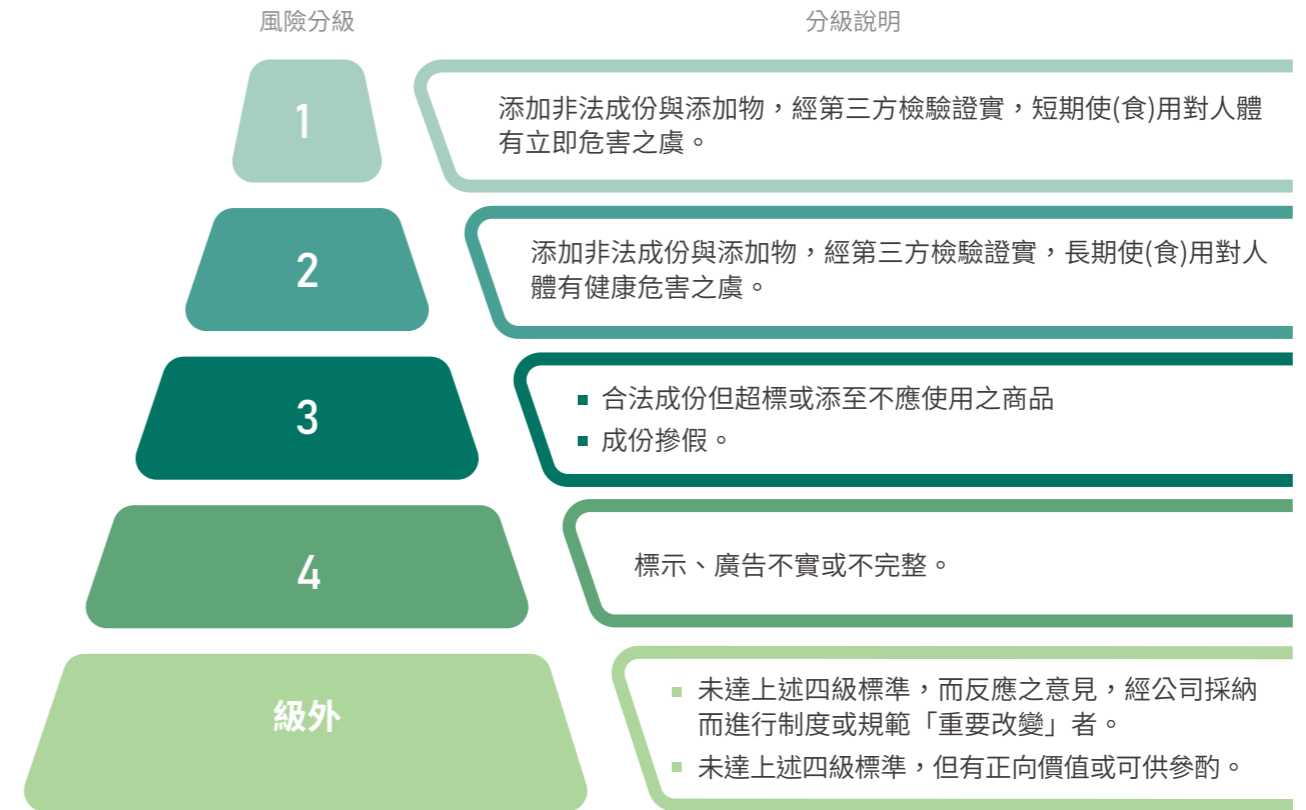
訊息等級	分級說明
A級訊息	與統一超商及其轉投資事業直接相關之負面商安訊息及不合格資訊。此類訊息須納入追蹤結案作業。
B級訊息	A級以外之其他商安訊息。
L級訊息	國內中央主管機關頒佈之草案及法規與國外之法規訊息。

(註) A級、B級及L級訊息係以公司內部訊息公告日統計。

### ▪ 內部舉報制度

統一超商依循「自有商品安全維護辦法」建立商品內部監督機制，透過此機制邀請內部員工一起扮演監督商品安全的角色。舉凡後勤、直營店門市人員與加盟主如對自有品牌商品廣告、標示、成份有任何疑慮，皆可透過此機制反應，經呈報之問題經商品安全委員會確認屬實，將依商品安全事件風險分級 (詳下表說明) 給予不同額度獎金。2020年內部反應事件共計1件，為級外件之層級，共核發獎金1,000元。

## 統一超商商品安全事件風險分級



### ▪ 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。消費者可藉由電話專線及電子郵件信箱，向聯合服務中心提出訴求及意見。經聯合服務中心受理後成立的案件，聯合服務中心將追蹤後續處理情形，至完善回復消費者後始得銷案。2020年線上即時處理率維持在90%以上，亦無接獲重大申訴。

## 3.3 永續供應鏈管理

統一超商的供應商分主要分為四大類：自有商品代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商以及門市食安相關用品供應商。我們透過供應商管理辦法以及評鑑制度，嚴加把關供應商之品質。

### 關鍵供應商鑑別

#### ▪ 關鍵供應商

若以更廣義的角度來區分，統一超商的供應商可分為自有商品代工、非自有商品供應及其他三種類別。其中，自有商品供應商與統一超商的的合作最為密切，統一超商也負有相應之重責；針對自有商品代工供應商，鑑別出統一超商之「一階供應商」以及「非一階供應商」；一階供應商之定義為統

一超商自有品牌直接交易之供應商，如食品類代工廠，而非一階供應商的定義則為統一超商沒有直接交易之自有商品原物料供應商。而我們依據採購金額及產品類別，進一步鑑別出「關鍵一階」以及「關鍵非一階」供應商，藉以加強對重要供應商之管控。

2020 年共有 17 家關鍵供應商，針對關鍵供應商之定義如下：

關鍵供應商	關鍵供應商定義	2020 年關鍵供應商家數
關鍵一階	採購金額 > 3 仟萬元；且與門市營運直接有關之食品包材用品	2
	自有品牌商品前一年交易額前五大之供應商	5
關鍵非一階	PB 共購原物料前一年交易額前十大之供應商	10

### 供應商行為準則

統一超商作為國內零售業的領航者，期待藉由自身的典範與要求，敦促供應商攜手履行企業社會責任。除了上述管理辦法及評鑑制度外，我們也訂定「統一超商暨轉投資事業協力廠商行為準則」，並要求所有供應商皆需簽署「誠信經營及企業社會責任協議書」。2020 年，統一超商之供應商 100% 簽署「誠信經營及企業社會責任協議書」。

#### 行為準則規範內容

準則及協議中明訂供應商不得涉及賄賂、壟斷、餽贈的不正當利益、不得違反勞動法令（包含僱用規範、雇用童工、工作條件、薪酬、職業健康與安全等）且應保障勞工平等、不歧視的就業環境與基本人權、並提供符合環保和食安法令的產品以降低對環境與人體健康的衝擊等經濟、社會、環境面向之作為與規範。

#### 行為準則簽署

統一超商鼓勵和要求所有供應商簽署行為準則，針對不願意簽署的供應商，將檢視其既定的內部規範、可承諾之範圍，要求其承諾部分重要事項，若經溝通無效但又必須採購時，則要求廠商簽署「誠信經營及清廉切結書」，確保我們對於供應商企業社會責任落實的堅持。

在 2020 年，一階供應商 100% 簽署行為準則，我們亦於 2018 年開始要求非一階供應商簽署行為準則，透過 2020 年不懈的努力，非一階供應商已完成 100% 行為準則合約簽署，提前達成了原先預計於 2023 完成的時程。

### 供應商管理辦法

為了掌握和監督供應商的品質，統一超商訂定「商品安全管理」專章，確保所有供應商之公司設立、商品品質、配合檢驗情形符合法規及統一超商之規範。統一超商要求所有的供應商皆須簽署「商品品質保證協議書」，其中，對統一超商營運及品牌有較重大影響性的自有商品與門市相關用品之相關供應商，則依其性質訂有不同之管理辦法，明確要求其產品之製造、包裝、檢驗、評鑑流程皆比照特定標準辦理。

供應商管理辦法

項次	供應商類別	管理辦法
1	所有供應商	「商品品質保證協議書」
2	自有商品代工廠	「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」
3	直接交易原物料供應商	「原物料供應商及原物料管理辦法」
4	門市食安相關用品供應商（註）	「門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法」

（註）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。

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 驗證。於 2020 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 40 家，以供應商之工廠統計，共有 74 個工廠；其中自有商品食品類國內代工廠數為 41 個代工廠，其中 41 個代工廠取得國際食品安全管理系統 ISO22000 認證。除此之外，當中已有 23 個工廠完成轉版為 ISO 22000：2018。

2020 ISO22000 驗證情形

供應商類別	自有商品食品類供應商數量	自有商品食品類供應商之國內代工廠數	自有商品食品類供應商之國內代工廠 ISO22000 驗證取得數量		自有商品食品類供應商之國內代工廠 ISO22000:2018 版驗證取得數量	
			數量	占比（註 1）	數量	占比
自有商品食品類供應商	40	41	41	100%	23 （註 2）	56%

（註 1）此佔比之分母不包含供應商之國外工廠數

（註 2）2020 年為宣導期，因此 2020 年有 23 家食物類供應商完成 ISO 22000:2018 的轉版。統一超商將協助供應商於 2021 年前完成 ISO 22000 之轉版。

## 供應商教育訓練

此外，統一超商供應鏈管理部每年也針對自有品牌共購原料主要供應商定期宣導永續採購與溯源管理的概念，並要求其提供符合超商永續採購標準的原物料。除了合約簽訂以外，統一超商落實供應商教育訓練，在 2020 年，除了一階供應商 100% 完成受訓，82% 的非一階供應商亦完成教育訓練，我們將持續朝 2025 年所有非一階供應商須 95% 受訓之目標前進。

## 供應商評鑑制度

統一超商依據上述管理辦法，對自有商品代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商及門市用品類供應商進行定期的評核，且依據該供應商之特性和風險，訂有不同之評核內容；透過嚴密的評鑑，替消費者把關商品的品質和安全。以下將揭露供應商評估的評核要點、評核標準、評核頻率和評鑑結果。除此之外，為回應當前永續之發展，亦揭露 ESG 相關之評核項目佔整體評核分數的比例。

在 2020 年，統一超商達成「PB (註 1) 共購 + 與超商直接交易 + 牧場供應商稽核完成率 100%」以及「PB/PL (註 2) 代工廠實地評鑑完成率 100%」之目標，未來也將持續以此高標準做為未來供應商評鑑之目標。

(註 1) 係指與製造商簽約大量進貨或開發獨特規格的商品，如關東煮、米飯、速食、麵包等鮮食類產品及 CITY CAFE 等

(註 2) 係指統一超商自行設計之自有品牌商品，如 iseLect 系列冷凍加熱食品及零嘴等




### 新供應商評估

針對新供應商，我們針對其相關合法條件、品質認證、管理體制以及原料可塑性設定標準，並在評鑑制度中納入經濟、環境、社會標準，藉此評估和掌握供應商之品質。在引進新供應商時，新供應商皆須接受此評鑑，評鑑合格始得引進。2020 年共引進 9 家新供應商及代工廠，全數經過此制度之評估。

門市用品類供應商新廠導入的合格標準為 70 分，為確保消費者權益與產品使用安全，我們預計在 2025 年將門市用品類食品包材之國內及國外供應商新廠導入之評鑑合格標準提高為 75 分，以善盡供應商篩選與管理的職責。2020 年新廠導入評鑑平均分數為 75 分以上，已提前達成 2022 年所設之目標。






### 代工廠

 合法條件	國內	商業登記證、工廠登記證等合法文件 (登記證中所載產業類別須含有委外加工的產品品類)。
	國外	國外代工廠設立應符合該國之相關法令。
 品質認證	食品類代工廠	<ul style="list-style-type: none"> <li>國內製造廠應具備 ISO22000 管理系統驗證，驗證範圍應包含我司委託代工之品項。</li> <li>國外製造廠至少取得 HACCP 或 ISO9001 管理系統驗證或其他國際食品安全系統驗證。</li> </ul>
	非食品類代工廠	以國際品質認 / 驗證為優先考量，如 ISO9001 等。
 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。	


### 直接交易原物料供應商

 合法條件	公司登記證、工廠登記證、代工廠商資格審查表、食品業者登錄字號等合法證明文件。
 品質認證	以有 TQF、CAS、ISO22000、HACCP 等認 / 驗證為佳。

### 蛋品供應商

 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)。
 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。
 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。


門市用品供應商



合法條件

公司登記證、工廠登記證、食品業者登錄字號等合法文件，登記證中所載產業類別須含有委外加工的品類。

---



品質認證

以國際品質認證為優先考量，如：ISO 9001 等。

既有供應商評估

評鑑項目

代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商、門市用品類因其性質，而有不同之評鑑項目。評鑑的範圍包含管理制度、環境衛生、製程與品質管制等，透過上述項目的檢視，確保商品的安全以及組織運作的良好管理。以下為各供應商之評鑑項目：

1. 代工廠	管理及法規	設施及設備
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 危害分析重要管制點 / 食品安全系統</li> <li>■ 流程和產品管制</li> <li>■ 不符合產品管制與追溯</li> <li>■ 環境衛生</li> <li>■ 工作人員健康與衛生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 病媒管制</li> <li>■ 食品防護 / 緊急狀況處理</li> <li>■ 檢驗與量測</li> <li>■ 倉儲與運輸</li> <li>■ 社會責任</li> </ul>


  

2. 直接交易原物料供應商	工廠型、貿易商型	原物料初級農畜產
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 廠房設施與環境衛生管理</li> <li>■ 作業人員衛生管理</li> <li>■ 製程管制</li> <li>■ 品質管制</li> <li>■ 原物料管制</li> <li>■ 儲存與運輸管制</li> <li>■ 客訴及持續改善</li> <li>■ 建立環保防治相關規範</li> <li>■ 供貨能力評估</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 原物料管制</li> <li>■ 品質與供貨能力</li> <li>■ 工場清潔衛生</li> <li>■ 製程管制</li> </ul>

3. 蛋品供應商	廠區環境	衛生管理
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 廠房設施</li> <li>■ 設備及包裝材料</li> <li>■ 製程管理</li> <li>■ 品質管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 運輸管理</li> <li>■ 產品抽樣結果</li> <li>■ 原料及產品查核</li> <li>■ 風險管理</li> </ul>

4. 門市用品類 供應商



<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 管理</li> <li>■ 品質管理</li> <li>■ 環境狀況</li> <li>■ 商品開發</li> <li>■ 採購及原物料進廠檢驗</li> <li>■ 生產與包裝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 健康、安全及工作條件</li> <li>■ 成品</li> <li>■ 儲存與運輸</li> <li>■ 顧客抱怨</li> <li>■ 商品規格書確認</li> </ul>
---	--

合格標準

評鑑的結果依照分數分成 A (≥ 90 分)、B (90 > 分數 ≥ 80)、C (80 > 分數 ≥ 70)、D (< 70 分) 四個評級，合格標準如右：

針對評鑑不合格者，將依「商品品質保證協議書」或「供應廠商評鑑同意書」進行罰款。

評鑑頻率

評鑑頻率係參考前次實地評鑑評級結果，執行不同頻率之評鑑。

供應商類別	合格標準
食品類代工廠	B 級以上 (80 分以上)
非食品類代工廠	C 級以上 (70 分以上)
直接交易原物料	
蛋品供應商	
門市用品類供應商	

1. 代工廠

代工廠分為食品類、非食品類、國內和國外，分別訂有不同之評鑑頻率。為評估國內食品類代工廠風險，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。我們依據此指引，完成 2019 年自有商品食品類代工廠之風險分級，作為 2020 年代工廠實地評鑑頻率參考依據。針對國內非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上（含）者尚屬合格，評鑑頻率為 12 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，則比照國內食品類代工廠商評鑑不合格標準辦理。

國內食品類代工廠實地評鑑頻率對照表

評級 判定	A 級 ≥ 90 分	B 級 90 > 分數 ≥ 80	C 級 80 > 分數 ≥ 70	D 級 < 70 分
	合格		不合格	
低風險	12 個月	6 個月	須每月評鑑一次，連續複評三個月，期間須連續合格，若複評期間連續兩次不合格得停止代工生產；通過複評，以最後一次評鑑合格結果作為下次評鑑頻率的訂立。	得立即停止代工生產或每月評鑑一次，連續複評三個月，期間須連續合格，若複評期間連續兩次不合格得停止代工生產；通過複評，以最後一次評鑑合格結果作為下次評鑑頻率的訂立。
中風險	6 個月	4 個月		

國外食品類代工廠實地評鑑頻率對照表

評鑑級數	分數	判定結果	評鑑頻率 / 不合格處置
A 級	≥ 90 分	合格	1 次 / 1 年，需於當年度完成評鑑
B 級	90 > 分數 ≥ 80		
C 級	80 > 分數 ≥ 70	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，否則得終止代工生產。
D 級	< 70 分		

## 2. 國外非食品類代工廠

針對國外非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上（含）者尚屬合格，評鑑頻率為 24 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，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，否則得停止代工生產。

## 3. 其他（直接交易原物料供應商、蛋品類供應商、門市用品類供應商）

除代工廠外，針對直接交易原物料供應商、蛋品類供應商及門市用品類供應商則依其評鑑級數訂定 3~15 個月的評鑑頻率，若有不合格者將進行複評，直到合格為止，並依相關辦法（如：「供應廠商評鑑同意書」或「商品品質保證協議書」）執行後續處理。

### ■ 評鑑結果

2020 年間統一超商有合作關係（註 1）之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 40 家，稽核完成百分比為 100%（註 2）；針對這 40 家供應商參照 p.69-70 表、供應商評鑑項目共執行 133 次稽核，稽核結果合格共計 132 次，合格百分比為 99%。未合格者涉及安全防護措施不佳、安全防護標示不清楚等行為，經輔導後已全數改善。

（註 1）定義為

- (1) 2020 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。
- (2) 2020 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。
- (3) 於 2020 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。

（註 2）7 家代工廠、4 家直接交易型原物料供應商及 1 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 2020 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

2020 年門市一次性用品類國內供應商（註 1）共計為 12 家，稽核完成百分比為 100%（註 2）；針對這 12 家供應商參照 p.69-70 表、供應商評鑑項目共執行 13 次稽核，稽核結果合格共計 13 次，合格百分比為 100%。

（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。

（註 2）寬友股份有限公司 - 千發紙管有限公司員林廠、益森彩藝工業股份有限公司，已於年度評鑑計畫預計評鑑月份前結束製造，故 2020 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

	供應商數量	稽核完成百分率	稽核次數	合格次數	合格百分比
有合作關係之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）	41	100%	133	132	99%
門市一次性用品類國內供應商	12	100%	13	13	100%

而針對自有品牌供應商中，食品類代工廠評核級數為 C 級（含）以下及非食品類代工廠評核級數 D 級以下者，我們將其視為「高永續風險供應商」2020 年有 1 家高永續風險供應商，並已完成三次複評已合格。

### ■ ESG 評鑑項目

除了產品的品質和衛生的面向，因應永續發展的趨勢，統一超商將經濟、環境、社會面向（Economic, Social, Governance，簡稱 ESG）納入供應上的評鑑範圍中，期望透過納入永續指標的評鑑，聯合統一超商的供應鏈的力量，一同落實永續發展。其各面向佔稽核項目配分之權重說明如下表。

	供應商類型	經濟類權重%	環境類權重%	社會類權重%	其他權重%
代工廠	非食品類代工廠	14%	3%	13%	70%
	食品類代工廠	50%	15%	14%	21%
	蛋品類供應商、加工廠	50%	2%	2%	46%
原物料供應商	原物料 - 工廠型	61%	30%	4%	6%
	原物料 - 貿易商型	61%	24%	4%	11%
	原物料 - 初級農畜產型	58%	21%	0%	21%

供應商 ESG 評鑑面向中，統一超商特別著重「作業環境衛生」及「職員健康與衛生」。由於統一超商的自有品牌供應商多與食品製造或原料相關，為確保供應商符合食品安全法規要求及我們的品質管理要求，故將作業環境的衛生管理納入所有供應商的稽核項目。此外，我們著重供應商對員工的保護與權益保障，要求供應商應善盡企業社會責任且不得違反勞動基準法，考量生產線上的職員健康與衛生情形也可能影響產品品質，因此在社會面向上著重供應商職員的健康與衛生條件。

2020 年一階供應商評鑑結果中，有 4 家涉及未定期檢查安全防護措施、公告標示不清楚或人員體檢後追蹤不完整等行為，經輔導後已全數改善。

統一超商期望與供應商共同致力落實企業社會責任，我們透過供應商評鑑，檢視其在員工健康安全及工作條件等是否符合勞動法規要求，以發揮社會影響力保障供應鏈員工的勞動權益。

### 永續採購

為了能使統一超商之供應鏈減少環境足跡並發揮社會正向影響力，統一超商持續實踐在地採購之精神，並且致力於取得相關永續認證，偕同供應商力行永續發展。

#### 在地採購

對於在地產品的支持，不僅能減少碳足跡以落實環境永續，亦能為在地的務農者帶來經濟上的助益，進而扶助社會。在 2020 年，統一超商總採購並使用 7 萬噸、78 億元之農特產品，包含稻米、雞、豬、蛋、菜、果等類別。台灣地區供應商農產品採購數量佔總體的 62%、農產品採購金額為 48.6 億元，佔整體採購金額的 62%。

地區	供應商數量 (噸)	供應商數量比例 (%)	採購金額 (億元)	採購金額比例 (%)
農產品在地採購 (台灣)	45,832	64%	48.6	62%
農產品非在地採購 (國外)	25,743	36%	29.6	38%
合計	71,575	100%	78.2	100%

#### 永續認證

統一超商作為零售業，落實永續經營的其一管道，即為提供消費者永續商品之選擇。在 2020 年，統一超商雖未有自有商品受有永續認證，然部分自有商品如飯盒類食品之原物料或飲品類之包材受有永續之認證。相關認證和採購類別列示如下：

採購類別	認證	
植物製品	黃豆：美國永續黃豆生產證書	馬鈴薯：農產品產銷履歷驗證
	稻米：農產品產銷履歷驗證	紅蘿蔔：農產品產銷履歷驗證
動物製品	豬肉： 統一超商亦採用獲 the Better Life Label 或 Certified Humane® 標章之動物福利豬肉	雞蛋：符合臺灣友善畜產品生產規範、符合農委會雞蛋友善生產系統定義及指南
		養殖水產： ASC 認證 (Aquaculture Stewardship Council, 水產養殖管理委員會)
	牛肉： 在牛肉的部分，統一超商部分牛肉採購來自實行動物福利計劃之供應商	野生水產： 工廠 MSC 認證 (Marine Stewardship Council, 海洋管理委員會認證)
紙及木材	iseLect 飲品包材：FSC 認證 (Forest Stewardship Council, 森林管理委員會)	

## 3.4 客戶關係管理

統一超商以和生活在這片土地上的人們的生活密不可分：我們對於消費者的資料的管理關乎消費者的隱私、我們所設計與消費者的會員制度和優惠機制則能協助消費者打理生計。因此，統一超商管理客戶資料之保護，並持續推出創新之服務，以成為人們生活中的好幫手。

### 客戶資料管理

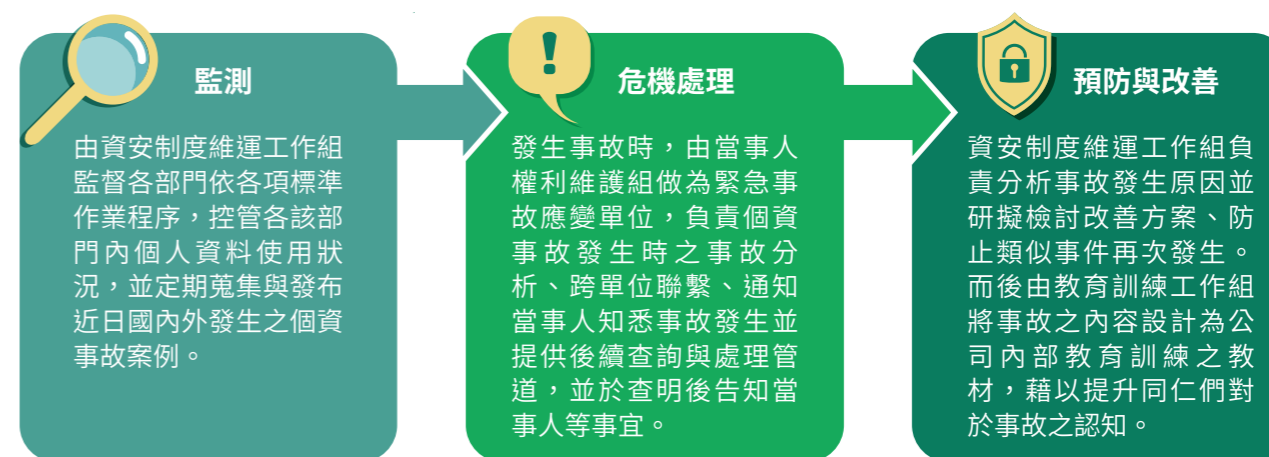
數位科技的背後，牽涉到許多客戶之個人資料。統一超商於「個人資料保護管理制度與政策」中，訂定完整之個人資料保護管理制度之建置與運作，透過設立「個資管理專案小組」、實行內部教育訓練與規範供應商、建立內部稽核與取得外部認證、建立危機預防與處理程序，以及建立申訴管道，落實個人資料之保護。2020 年亦未有任何侵犯客戶隱私或資料外洩之情事。

#### 個人資料保護專案小組

「個人資料保護專案小組」為一跨部門之小組，由副總經理擔任召集人，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。本小組於每月簽呈會報中說明上月之執行結果，包含是否有侵害客戶隱私權之事件。



#### 危機預防與處理程序



#### 內部稽核與外部驗證

統一超商將個資風險管理整合於企業整體風險管理及稽核機制中，而統一超商的內評計畫及外部驗證制度，能有效監管和協助各部門就內評或稽核不符合事項訂定矯正預防措施或改善措施，並作成

與留存改善記錄。針對關鍵之系統，統一超商每一年皆會執行弱點掃描，檢視作業系統、網路服務、作業系統或網路服務的設定、帳號密碼設定及管理方式等，確保統一超商之資訊系統之安全性。

為了進一步確保資訊之安全，統一超商於 2014 年首度通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，並於 2018 年更新驗證取得證書，2020 年落於此認證之效期內。除此之外，統一超商委由第三方管理系統之安全與維護，並透過委外廠商取得 ISO 27001 此認證，認證範圍涵蓋門市 POS 系統、OPENPOINT 會員線上和線下兌換點數和行動隨時取等系統。

#### ■ 內部教育訓練與供應商規範

我們將教育訓練系統化，透過線上修課的方式，達成 100% 的內訓完成率。針對人員違反公司個資保護管理規則，亦有訂定相當的懲處辦法。在與外界之供應商合作時，在合約中加註個資保護條款，以確保所有營運單位與供應商均符合公司個資保護政策。

#### ■ 申訴管道

統一超商針對不同的個資蒐集管道，亦設有相應的個資事件申報聯繫窗口，以提供消費者完善的個資保護機制。

身分別	個資申訴管道和聯絡窗口	
消費者	聯合服務中心	電話：0800-008711 Email：public@mail.7-11.com.tw (E-mail)
非消費者	部門內皆設有個資申報的聯繫窗口	由於統一超商之部門眾多，因此無法逐一列舉個資申訴管道。設置於各部門之個資申訴窗口，亦為處理和因應之窗口。而處理和因應之件數，將統一反應予個人資料保護專案小組作為紀錄。

#### 客戶關係管理

統一超商透過數位科技的力量，希望能讓消費者的生活變得更加便利。藉由 7-ELEVEN 線上購物中心、ibon、OPENPOINT APP、交貨便、賣貨便等數位化工具提供顧客金流、物流、資訊流服務，讓消費者將統一超商妥善運用，作為處理生活中大小事的據點和服務中心。

#### OPEN POINT 會員制度

統一超商於 2020 年，採取三大策略，OPEN POINT 因此展現了有跳躍式的成長。我們期望不斷優化線上之服務範圍和品質，成為消費者生活上的助手，為消費者提供更便利的生活。



### 擴張

線上服務初期的挑戰，即為會員人數的擴充。傳統加入會員的機制較為繁瑣，需要下載 OPEN POINT APP 或上網填寫多個申請欄位。為使消費者抗拒成為會員。為了擴張 OPEN POINT 的服務族群，統一超商於 2020 年 9 月推動報電話即可加入之措施。此舉成功地吸引了 300 多萬人次成為 OPEN POINT 之會員。至 2020 年底，OPEN POINT 會員數已達 1200 萬人，相較 2019 年成長 66%，超越原先所設定之千萬會員此目標。

除了吸引消費者成為 OPEN POINT 之會員，統一超商串聯多方之通路，提供消費者更多元的消費選擇。

統一超商於 2020 年積極跨界串聯，除了於 OPEN 錢包導入多家合作銀行資源，使消費者可以使用 OPEN POINT APP 逕行支付之外，亦積極擴大 OPEN POINT APP 適用範圍。於 2020 年，OPEN POINT APP 擴及至康是美與統一精工速邁樂加油站，採「消費一元即累積一會員點數」，此多通路積點與累積點數之機制，使得 2020 年底 APP 月活躍會員人數超越 400 萬。各項服務使用率較 2020 年初成長 138%。而在未來 OPEN POINT 會員將從 7-ELEVEN 數位服務擴大至全 PCSC 集團，提供更廣大客群優質的服務。



### 串聯



### 整合與創新

在 2020 年，OPEN POINT APP 整合了 OPEN 錢包、電子支付 icash Pay、ibon APP 數位服務（如交貨便、行動列印），讓消費者可以在單一 APP 上，使用所有功能。

除了整合不同的數位服務功能，統一超商於 2020 年積極擴大 OPEN POINT APP 的服務，包含行動隨時取、點數兌換、支付、電子集點、預購、發票日誌以及各種熱門活動，打造線上虛擬貨架之服務。在支付的方面，統一超商整合 LINE Pay 與街口支付，消費者僅需於 LINE Pay 或街口支付綁定 OPEN POINT 會員，即可透過單一條碼完成支付、累積 OPEN POINT 會員點數、存發票三合一服務，減少切換條碼之不便。除此之外，消費者更可透過 OPENPOINT APP 查詢發票明細，並確認對獎及中獎訊息，大幅提升消費便利性。

除了會員制度的建立，統一超商以 OPEN POINT 會員資料庫為分析基礎，掌握現有會員屬性及其忠誠度、分析新品上市潛力及潛在購買族群，進而設計「會員優先」和「會員專屬」等活動，以滿足消費者的需求。透過我們對於大數據的運行，2020 年來自會員之營收相較 2019 年大幅成長，較 2019 年成長約 126%。

而未來，統一超商將持續精進會員經營，透過策略合作連結內外部資源以建立更具吸引力的會員生態圈，持續推動擴大 OPEN POINT 會員人數並強化客戶黏著度和會員數，我們預期在 2021 年會員人數較 2020 年成長 25%，達到 1400 萬會員的積極目標。





# 04

## 打造幸福職場

**永續績效**

3 健康與福祉

8 就業與經濟成長

- 業務相關女性主管占比達 **52.02%**
- 共僱用 **261** 位身心障礙員工，為法定名額 **3.07** 倍
- 員工向心力調查屬於積極的員工佔全體填答者 **60.16%**
- 以「零缺失」通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統年度追查
- 總合傷害指數 **0.15**，低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年零售業平均標準值 **0.36** (2017-2019 年平均)
- 巡迴健檢結果極重大異常者，健康管理介入達 **100%**
- 幸福合作社截至 2020 年已累計共 **3,563** 關懷人次、**2,779** 小時關懷時數

對應重大主題

勞雇關係

對應利害關係人

員工 加盟主 政府機關 公益團體 供應商 社區鄰里

降低員工總合傷害指數	零重大職安事件	ISO45001 驗證有效性
<p><b>行動方案</b></p> <p>執行職安四大保護計畫、安全衛生教育訓練、職安衛稽核，進行承攬商職安衛管理</p>	<p><b>行動方案</b></p> <p>執行職安四大保護計畫、安全衛生教育訓練、職安衛稽核，進行承攬商職安衛管理</p>	<p><b>行動方案</b></p> <p>執行職安四大保護計畫、安全衛生教育訓練、職安衛稽核，進行承攬商職安衛管理</p>
<p><b>2020年目標</b></p> <p>不超過勞動部職業安全衛生署公布之近三年度零售業平均標準值0.36</p>	<p><b>2020年目標</b></p> <p>0 件</p>	<p><b>2020年目標</b></p> <p>通過複驗</p>
<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>0.15</p>	<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>0件</p>	<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>以「零缺失」通過ISO 45001系統年度追查</p>
<p><b>達成與否</b></p> <p>追蹤中 未達成目標 達成目標 超過目標</p>	<p><b>達成與否</b></p> <p>追蹤中 未達成目標 達成目標 超過目標</p>	<p><b>達成與否</b></p> <p>追蹤中 未達成目標 達成目標 超過目標</p>
<p><b>未來目標</b></p> <p>總合傷害指數持續低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年度零售業平均標準值</p>	<p><b>未來目標</b></p> <p>2021~2022年0件重大職安事件</p>	<p><b>未來目標</b></p> <p>透過第三方驗證單位每年持續複驗ISO 45001 以維持系統運作有效性</p>



勞雇關係		管理方針
管理目的與政策	統一超商堅信惟有快樂的員工，才能讓統一超商的 brand 價值完整呈現，惟有幸福的員工，才能提供優質的服務超越顧客的期待。	
管理目的與政策	參考國際人權規範，如《國際人權法典》、《國際勞工組織基本公約之核心勞動標準》、《聯合國全球盟約十項原則》等，於2018年6月制定『統一超商人權政策』，七大政策為提供友善安全的工作環境，有尊嚴的對待員工；禁止任何不法歧視、性騷擾、職場暴力、恐嚇之行為，提供申訴機制並妥適處理各項人權侵害；禁止強迫勞動、人口販運、禁用童工；落實職場多元雇用，確保工作機會、訓練與福利、獎酬考核、升遷平等；尊重員工結社自由，與員工維持暢通溝通管道，建構和諧之職場環境；促進同仁身心健康及工作生活平衡；提供多元溝通管道、以確保利害關係人之權益。	
權責單位	人力資源部	
行動計畫	為了落實合法經營，定期進行職業安全衛生及勞動條件進行查核，以掌握管理輔導成效；提供完善的內外部訓練、鼓勵跨公司、跨領域的工作輪調歷練，賦予重要職務和挑戰，以培育優秀人才；藉由全員法令訓練，以杜絕違法行為確保友善安全職場；每年定期舉辦健康檢查，並依據歷年健康檢查數據分析結果，推動健康促進活動，改善員工健康情形。	
申訴機制	設置多元的溝通管道，如：稽核室、聯合服務中心或官網的利害關係人專區，可使用網路、電話、書面反應意見，並確保回饋時效性。	

# 4.1 人力資源概況

## 員工人力資源結構

為滿足各區門市及消費者需求，除台北總部外，共設有八個營運部。截至 2020 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 8,500 人 (註 1)，加盟門市人員總數截至 2020 年 12 月為 41,312 人 (註 2)。統一超商女性員工占比達 55.34% (註 3)，而業務相關女性主管占比也達 52.02% (註 4)，顯示超商所提供的工作環境及人才運用上均尊重性別平等。

(註 1) 包含後勤員工與直營門市人員。

(註 2) 加盟門市人員總數為截至 2020 年 12 月勞健保查核之人數；開幕未滿月的門市未進行查核，故排除此類門市人員數。

(註 3) 此處及以下章節的統計數據並未包含加盟門市。

(註 4) 相關數據請見附錄歷年績效。

人員雇用遵循「勞動基準法」絕不僱用未滿 15 歲人員，也秉持「就業乃是支援弱勢自立生活最直接支持」的理念，除提供二度就業民眾和在學生兼職的工作機會，亦與高中職合作招收建教生，另更聘用多於法規人數的身心障礙者。2020 年總公司與直營門市一共晉用 261 位身心障礙員工，佔總員工人數 3.07%，為法定名額 3.07 倍。除身心障礙的員工外，統一超商同時晉用 118 位原住民員工，佔總員工人數 1.39%。

員工依性別及勞雇合約分布之情形 (2020 年 12 月 31 日在職人數)

	男性	女性
不定期合約	3,796	4,704
定期合約	0	0
合計	3,796	4,704

員工依區域及勞雇合約分布之情形 (2020 年 12 月 31 日在職人數)

	北區	中區	南區
不定期合約	5,423	1,106	1,971
定期合約	0	0	0
合計	5,423	1,106	1,971

員工依性別及勞雇類型分布之情形 (2020 年 12 月 31 日在職人數)

	男性	女性
全職	1,864	2,175
兼職	1,932	2,529
合計	3,796	4,704

(註) 全職即月薪制，兼職即時薪制。

員工依年齡分佈之情形 (2020 年 12 月 31 日在職人數)

員工類別	≤30 歲		31-50 歲		>50 歲		合計
門市人員	1,528	1,671	927	1,676	131	221	6,154
管理人員	0	0	115	41	88	7	251
非管理人員	186	218	679	744	142	126	2,095
總員工人數	1,714	1,889	1,721	2,461	361	354	8,500

(註) 管理人員係指 TEAM 經理、部經理及協理 (含) 以上管理人員，非管理人員為後勤一般員工。

2020 年按年齡層、性別劃分之新進員工總數及比例

		北區		中區		南區		總計	
性別	年齡	人數	比例 %	人數	比例 %	人數	比例 %	人數	比例 %
女性	≤30 歲	833	72.69	175	57.57	329	74.94	1,337	70.78
	31-50 歲	260	16.10	36	12.95	97	17.08	393	15.97
	>50 歲	44	20.66	2	4.55	11	11.34	57	16.10
合計		1,137	38.23	213	34.03	437	39.58	1,787	37.99

新進比率 (該類別年度新進女性員工人數 / 2020 年 12 月 31 日該類別在職女性員工人數)

男性	≤30 歲	898	80.83	163	76.17	322	82.78	1,383	80.69
	31-50 歲	137	12.33	32	15.02	57	14.36	226	13.13
	>50 歲	25	11.01	0	0.00	5	6.17	30	8.31
合計		1,060	43.28	195	40.63	384	44.29	1,639	43.18

新進比率 (該類別年度新進男性員工人數 / 2020 年 12 月 31 日該類別在職男性員工人數)

(註 1) 新進人數包含新進、留停復職、關係企業調任

(註 2) 年度總新進比率為 40.31%

2020 年按年齡層、性別劃分之離職員工總數及比例

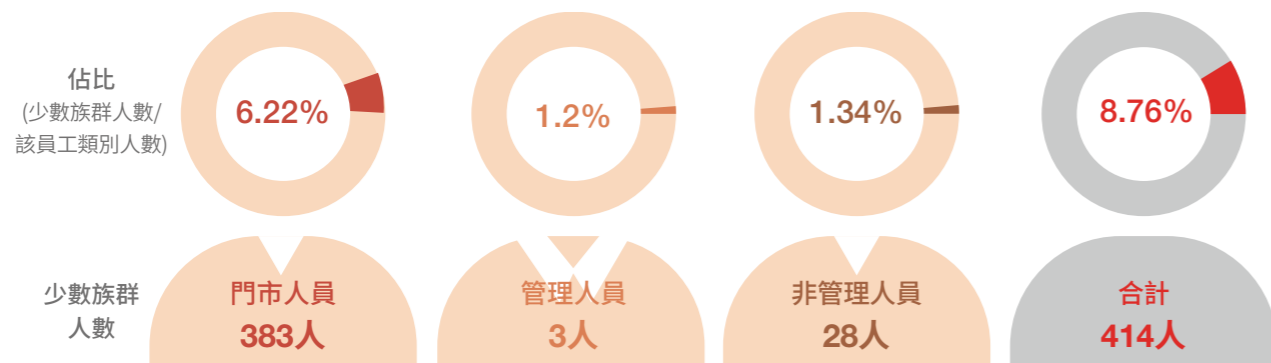
		北區		中區		南區		總計	
性別	年齡	人數	比例 %	人數	比例 %	人數	比例 %	人數	比例 %
女性	≤30 歲	816	71.20	163	53.62	295	67.20	1,274	67.44
	31-50 歲	287	17.77	52	18.71	93	16.37	432	17.55
	>50 歲	61	28.64	4	9.09	22	22.68	87	24.58
	合計	1,164	39.14	219	34.98	410	37.14	1,793	38.12
離職比率 (該類別年度離職女性員工人數 / 2020 年 12 月 31 日該類別在職女性員工人數)									
男性	≤30 歲	914	82.27	164	76.64	294	75.58	1,372	80.05
	31-50 歲	176	15.84	23	10.80	61	15.37	260	15.11
	>50 歲	36	15.86	8	15.09	14	17.28	58	16.07
	合計	1,126	45.98	195	40.63	369	42.56	1,690	44.52
離職比率 (該類別年度離職男性員工人數 / 2020 年 12 月 31 日該類別在職男性員工人數)									

(註 1) 離職人數包含留停人數

(註 2) 年度總離職比率為 40.98%

(註 3) 年度自願離職率 (排除退休 & 因病離職) 為 39.96%

少數族群組成 (2020 年 12 月 31 日在職人數)



(註) 少數族群包括原住民 118 位、外籍員工 35 位與身心障礙人士 261 位；管理人員本國籍比例為 100%，無外籍員工

中高齡友善就業 - 樂齡店

因應高齡化與少子化對於勞動人口的衝擊，統一超商啟動樂齡店專案，鼓勵門市任用中高齡就業者，並搭配相關措施以推動中高齡者就業。

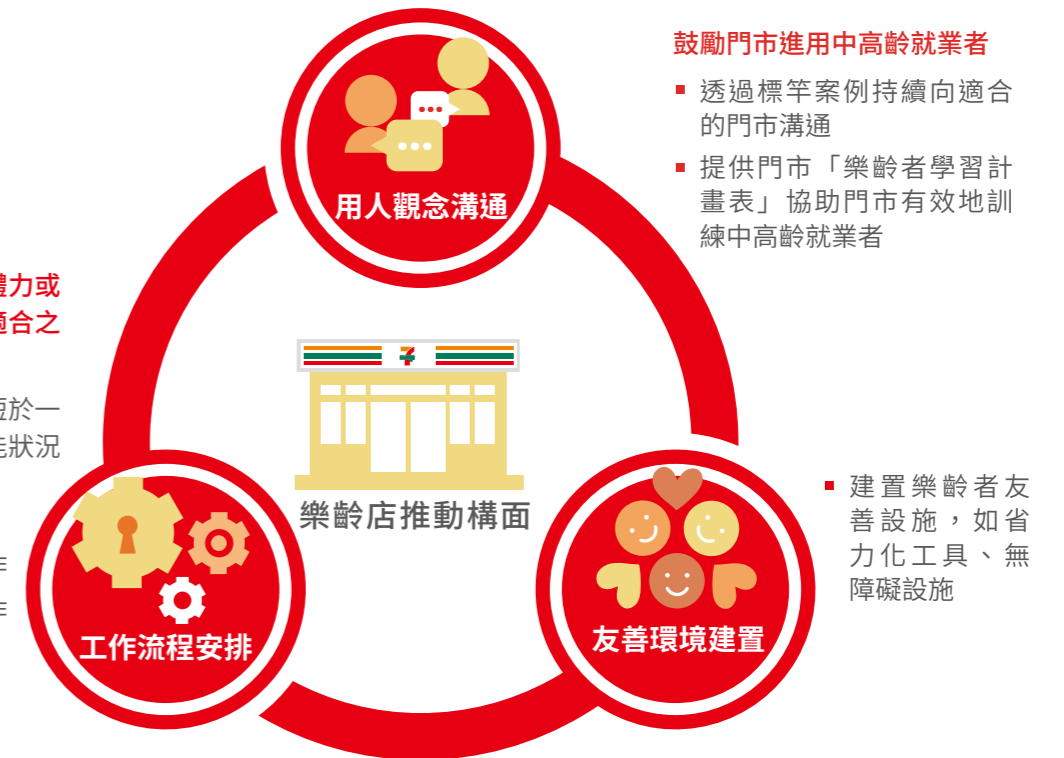
招募訓練上配合不老店長、各地銀髮中心與就服站等管道特別招募中高齡人力，並為中高齡者量身設計訓練計畫。為確保高齡者友善安全工作環境，針對門市端除舉辦適合導入店訓練會議，建置樂齡店標竿店，有三項主要推動構面：「用人觀念溝通」、「工作流程安排」、「友善環境建置」。

勞資溝通

統一超商重視每位員工的意見與回饋，設有各種溝通管道，舉凡「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，鼓勵員工直接與管理階層進行溝通。更於內部設立提案制度，讓員工充分反饋對公司經營的意見。員工若對公司有任何建議或自認權益受到損害，皆可透過上述管道反映。2020 年與員工權益相關之反映案件共有 151 件，多以調動、未計加班費、減班爭議為主，所有反映案件皆於 2020 年當年度處理完畢。

我們依法訂定勞資協商辦法並定期召開勞資會議，勞資雙方代表各 5 人，而勞方代表由各部門提名並代表 100% 在職員工；會議中勞資雙方代表得以直接對話、協商各項福利與制度、就業情形、工作環境改善及促進勞資合作等議題，以確保並提升雙方溝通有效性。2020 年召開 4 次勞資會議，討論包括勞資代表遞補改派、職安衛勞工代表改選等主題。勞資會議的討論結果將交由相關單位執行。另外統一超商企業工會 2019 年底由員工成立，會員約 30 人，旨在提升勞工權益與幸福感並充實勞工知能，目前無簽署團體協約，未來公司將持續與工會保持良好互動，並秉持著人權政策，恪守當地勞動法規，持續多元溝通共創勞資和諧及雙贏之勞動環境。

統一超商持續與員工保持暢通溝通，2020 年無罷工或停工事件。另外，當統一超商有勞基法第十一條情事時，預先與員工進行聘僱溝通，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。



截至 2020 年 12 月底，直營門市任用 45-54 歲 810 人，55 歲 (含) 以上 146 人，合計 45 歲以上任用人數 956 人，佔所有員工人數比例約 11%。未來將持續擴大中高齡者招募、優化培訓機制並強化友善工作環境，以持續提高中高齡者投入門市工作之意願。

## 員工向心力調查

統一超商為了解員工的工作認同與職場適應情形，規劃每二年進行一次員工向心力調查，調查對象以工作內容與超商營收有直接關聯性的區顧問及行銷群同仁為優先。為掌握管理階層與夥伴的互動情況，並提高員工向心力積極百分比至 50% 的目標值，我們分析向心力調查結果，找到同仁反應亟須改善的職場議題，並進一步聚焦研擬具體改善計畫，以提升員工對組織的信任度。

2020 年調查對象為區顧問，為使問卷得更貼合夥伴，我們將離職原因、留職停薪原因及非正式溝通管道所蒐集之原因分析作為問卷設計基礎，設置多元問項，本次問卷包含：工作滿足度、制度認同度、內部溝通、身心平衡、組織承諾等綜合構面。我們採用「李克特五點量表」的文字與分數綜合量表，並搭配開放式題項設計，以多元方式蒐集夥伴感受及想法。

2020 年問卷填答人數共 554 人 (註 1)，占全體員工人數 6.52%；回答屬於積極 (active)(註 2) 的員工百分比佔全體填答者 60.16%(註 3)。

(註 1) 本調查維持匿名性，且為提升同仁填答意願減少基本資料題目，故本次無性別調查。

(註 2) 本問卷採 5 分制，以 4-5 分代表積極。

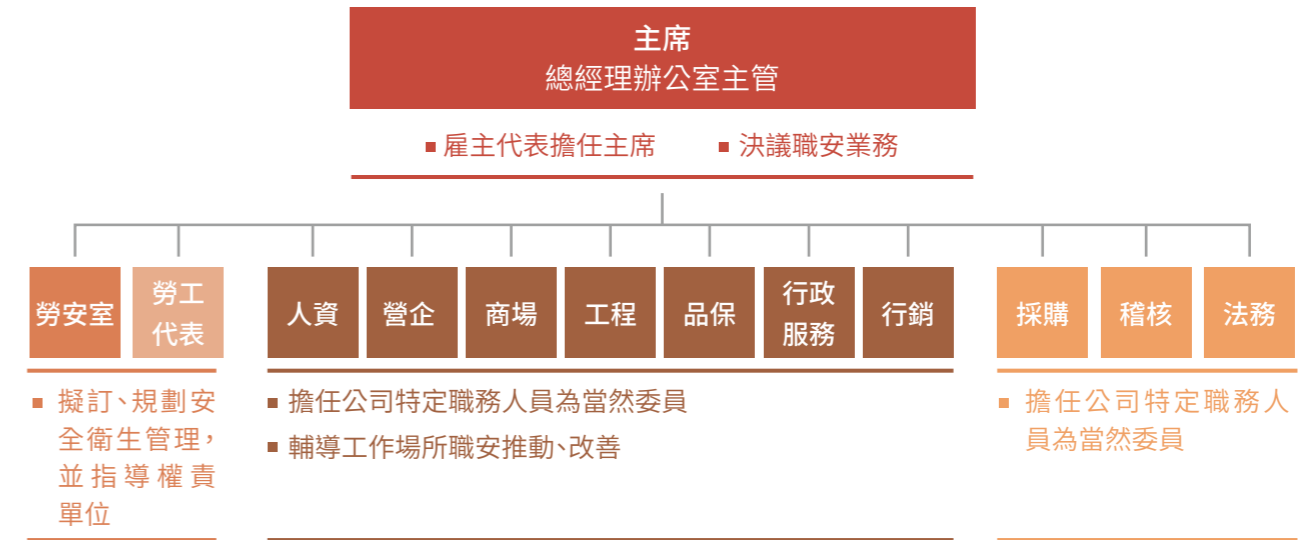
(註 3) 2018 年屬於積極的員工百分比為 48.25%，共 698 名員工參與調查 (占全體員工 8.62%)；然 2020 年問卷內容與 2018 年不同，故結果無法直接相比。

根據調查結果，「制度改善 - 減少回饋事項」為區顧問提出最需公司協助改善項目，其影響工時、工作量、工作壓力。後續將會先行檢視調查事項的頻率 / 回饋主題，並規劃控管各單位回饋事項必要性及另訂可發出回饋事項的時間。避免區顧問因回饋公司調查事項，而影響輔導門市的主要作業。其他尚待改善議題，相關單位將規劃利用區顧問課程等非正式管道進行深入原因蒐集。

## 4.2 職業安全衛生

### 安全衛生委員會

為保障所有員工擁有安全與衛生無虞的工作環境，我們遵循「職業安全衛生法」設置一級單位勞安室，並成立安全衛生委員會，委員人數共 26 人，其中員工推舉之勞工代表 9 位，佔比為 34.62%，勞安室則編制 3 名專職人員 (安全管理師 1 人、衛生管理師 1 人、安全衛生管理員 1 人)。委員會每季召開乙次會議，由總經理辦公室主管擔任會議主席，勞安室、護理師進行季度業務報告，邀集各單位最高主管及勞工代表共同商討公司安全衛生業務，並訂定職業安全績效目標；每年辦理管理審查會議，審議、協調及建議安全衛生相關事項，確認職安衛運作之適切性及有效性。除上述會議，相關利害關係人可透過聯合服務中心、專屬 Email 信箱、利害關係人專區及內部溝通平台反映對職安衛之意見。



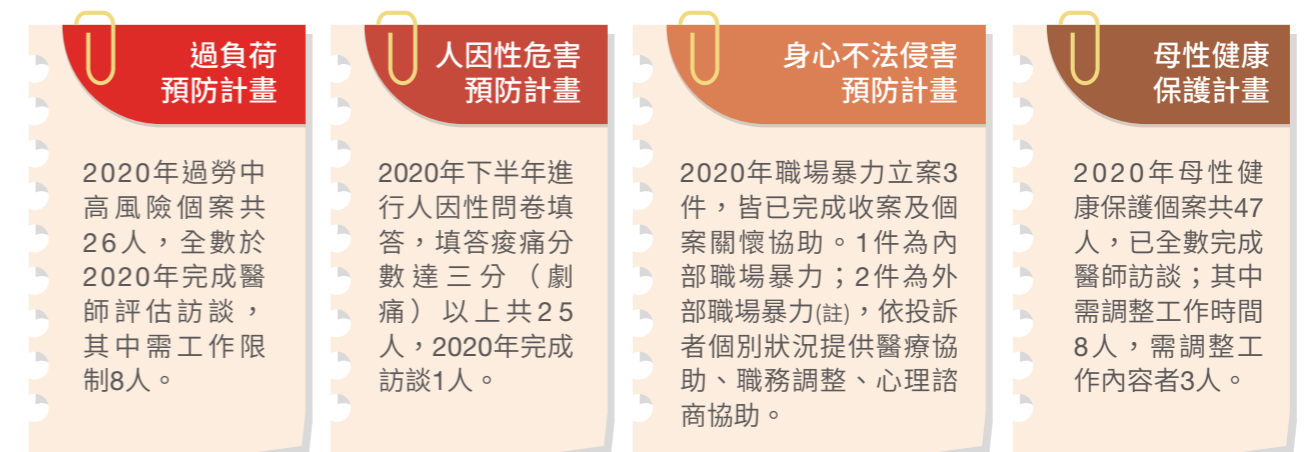
### 職業安全衛生政策

2018 年由總經理核定「職業安全衛生政策」，共五大執行方針，以落實風險預防管控。2020 年我們亦以總合傷害指數低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年零售業平均標準值 0.36 (2017-2019 年平均) 及零重大職安事件為年度目標。為達此目標，我們推行以下行動：安全衛生教育訓練、安全風險評估暨安全稽核、空氣、照度及飲用水質監測。此外持續推行「過負荷預防計畫」、「人因性危害預防計畫」、「身心不法侵害預防計畫」及「母性健康保護計畫」職安四大保護計畫，藉由預防與風險辨識保障同仁的健康與安全。

針對承攬商，我們舉行承攬商安全協議組織會議，建立高風險機具設備作業標準、屋頂作業工法、既有店修繕危害告知等作業標準或提醒，以減少施工風險；每年度進行工地無預警稽核，針對稽核缺失對象有廠商勞安罰款；並於採購合約規範承攬商遵守職業安全衛生相關法令及協力廠商行為準則，以確保承攬商安全衛生觀念與保障所屬勞工權益。

2020 年因應疫情，展開 COVID-19 相關緊急應變機制，建立通報管理機制，包含需通報對象及因應做法，強化公司環境清潔消毒及同仁防疫觀念，以避免任何病毒傳染發生機會。

### 職安四大保護計畫



(註) 外部係指暴力的來源非內部員工

## 職業安全與衛生實施情形

	說明	2020 年績效
 <p>安全衛生教育訓練</p>	證照訓練 (丙業 / 急救)：依循門市作業環境，建立專屬門市之丙業在職訓練教材。	153 場 / 共 4,505 人。
	<p>■ 職安線上課程：</p> <p>因應 2020 年疫情，辦理「預防 COVID-19 新冠肺炎基本需知」課程，提升同仁防疫觀念，增加公司疫情管控能力。</p> <p>■ 「交通安全宣導」課程，強化同仁安全觀念。</p>	<p>■ COVID-19 課程追蹤 8,104 人完成。</p> <p>■ 交通安全宣導課程追蹤 6,272 人完成。</p>
	商場安全衛生課程：商場環境、作業屬性與門市不同，特依商場特性辦理商場安全衛生課程。	受訓人數共 37 人。
 <p>環境監測</p>	每季檢測飲用水質，每半年檢測二氧化碳濃度、照明。	檢測結果皆優於標準。
	2020 年增加消毒頻率 (每週 2 次)，加強環境清潔，提升防疫效果。	
 <p>承攬商管理</p>	廠商安全協議組織會議：配合公司防疫政策暫停會議辦理，以書面資料宣導。	共 138 家廠商。
	2020 年工地 (註) 風險評估，揭露不安全行為及環境。 <small>(註) 工地意指門市裝修的工地</small>	前五風險依序為未戴安全帽、勤前教育未完全、墜落、切割、感電。
	商場施工安全評估：依施工類型實施個別化工程安全評估、危害鑑別。	進行 6 場評估。

### 職業安全衛生管理系統與健康認證

2020 年統一超商持續以「零缺失」通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統年度追查，管理範疇涵蓋總部所有員工與工作者，展現建立符合國際標準之安全文化之決心。未來將落實全員參與共同打造安全之職場，同時持續帶動承攬外包商共同參與。

## 職安衛認證



### 職業傷害統計

#### 員工

統一超商致力於降低工作傷害的發生，透過各項安全衛生管理計畫，已達成連續五年零死亡之重大職災，2020 年員工總綜合傷害指數 0.15 低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年零售業平均標準值 0.36 (2017-2019 年平均)。此外，2020 年統一超商並無員工發生職業病的案例。

為降低員工職業災害發生之機率，透過職安通報機制掌握職業災害事件，進行事故調查，確認事發經過及探究發生之原因，掌握問題，再藉由環境設備、管理 (教育訓練、宣導等)、個人防護具等改善措施，以防止類似災害發生。

2020 年員工按性別劃分之傷害類別人次

	墜落、滾落	跌倒	物體倒塌、崩塌	被切、割、擦傷	與高溫 / 低溫之接觸	不當動作	被撞	其他	總計
男性	1	0	1	0	1	0	1	1	5
女性	2	2	2	1	1	2	0	1	11
合計	3	2	3	1	2	2	1	2	16

2020 年員工按性別劃分之失能傷害統計 (不含上、下班交通安全事故數據)

總工時、傷亡人次數	合計		
	男性	女性	
總歷經工時 (單位:小時) (註 1)	7,123,469	8,555,624	15,679,092
一般職業傷害人次 (註 2)	5	11	16
嚴重職業傷害人次 (註 3)	0	0	0
死亡人數	0	0	0
可紀錄之職業傷害人次合計	5	11	16

(註 1) 總歷經工時 = 當月工作日數 \* 8 小時 \* 全職員工人數 + 兼職員工實際工作時數

(註 2) 損工日數 180 天以內者

(註 3) 損工日數超過 180 天者且不含死亡人次

職業傷害比率、損工日數比率、總合傷害指數	合計		
	男性	女性	
職業傷害所造成的死亡比率 (註 1)	-	-	-
嚴重的職業傷害比率 (註 2)	-	-	-
可記錄之職業傷害比率 (失能傷害頻率) (註 3)	0.70	1.29	1.02
損工日數比率 (失能傷害嚴重率) (註 4)	14.74	28.75	22.39
總合傷害指數 (註 5)	0.10	0.19	0.15

(註 1) 職業傷害所造成的死亡比率 = 死亡人數 \* 10<sup>6</sup> / 總歷經工時

(註 2) 嚴重的職業傷害比率 = 嚴重職業傷害人次 \* 10<sup>6</sup> / 總歷經工時

(註 3) 可記錄之職業傷害比率 = 可記錄之職業傷害人次合計 \* 10<sup>6</sup> / 總歷經工時

(註 4) 損工日數比率 = 總損工日數 \* 10<sup>6</sup> / 總歷經工時

(註 5) 總和傷害指數 =  $\sqrt{(\text{失能傷害頻率 FR} \times \text{失能傷害嚴重率 SR}) \div 1000}$

(註 6) 由於無法取得加盟門市員工 2020 年相關統計資料，代工廠工作者人數未達重大，故未揭露前兩者職業安全績效相關資訊。

承攬商

統一超商發揮推己及人的精神，建立完善的承攬商職安通報機制及緊急應變暨事故處理規範，在發生災害事件時，將由承攬商主動通報超商權責單位，再傳報至勞安室；而事後也舉行「事故檢討會議」並要求承攬商出席提出檢討，以確保工作環境安全。2020 年無承攬商發生嚴重職業傷害與職業病的案例，2020 年承攬商相關失能傷害統計請見下表。

2020 年承攬商之傷害類別人次

	物體飛落	被夾	跌倒	物體倒塌	總計
男性	1	0	1	1	3
女性	0	1	0	0	1
合計	1	1	1	1	4

2020 年承攬商之失能傷害統計 (不含上、下班交通安全事故數據)

總工時、傷亡人次數	合計
總歷經工時 (單位:小時)	578,560 (註)
一般職業傷害人次	4
嚴重職業傷害人次	0
死亡人數	0
可紀錄之職業傷害人次合計	4

(註) 以當年度施工開幕店數及合約內容推估承攬商現場工作人員總歷經工時

職業傷害比率、損工日數比率	合計
職業傷害所造成的死亡比率	-
嚴重的職業傷害比率	-
可記錄之職業傷害比率 (註 1) (失能傷害頻率)	6.91
損工日數比率 (失能傷害嚴重率) (註 2)	658.53

(註 1) 2020 年係因總歷經工時較低、傷害人次較高，故相關比率較往年高

(註 2) 除另有註解說明，其他名詞與計算公式說明請參表格「2020 年員工按性別劃分之失能傷害統計」註解

人權與勞動稽核

為保障員工與加盟門市勞動權益，降低營運風險、確保符合勞動法規，統一超商針對勞動法令進行教育訓練，2020 年共訓練 170 名人員。經評估個體營運範圍內營運據點所在地區及工作性質後，考量門市員工因服務需要可能接觸高 / 低溫、搬運重物等有職安疑慮的工作環境，及因輪班制度可能造成考勤紀錄不全、薪資或休假未依法給予、排班間隔過短等有損勞動權益的問題，或者後勤員工超時加班，因此進行相關職安衛、勞動條件等查核，2020 年相關稽核結果請見後表，其他人權風險評估與減緩措施請見「統一超商人權盡職調查程序 (註 1)」。

(註 1) 可於統一超商投資人關係網站：<https://www.7-11.com.tw/company/ir/policy.html> 中下載。

後勤

稽核行動	稽核頻率	2020 年結果
考勤紀錄檢查	每月	無異常
主管機關勞動稽核	不定期	無違法事件

(註) 2020 年無違反職安衛法之罰款事件

## 直營門市

稽核行動	稽核頻率	2020年結果	改善措施
考勤紀錄檢查	每月	無異常	
職安衛門市自檢與區顧問複檢	每年5月	門市進行自檢與複檢	皆由門市主管持續輔導追蹤各門市改善措施
主管機關勞動稽核	不定期	2件3項不符規範情事，為日/月總加班超時與員工漏打卡未補登，導致出勤紀錄未逐日記載至分鐘，罰款新台幣共9萬元	優化考勤系統並請管理幹部加強宣導正確出勤管理

(註) 2020年無違反職安衛法之罰款事件

## 加盟門市

稽核行動	稽核頻率	2020年結果	改善措施
職安衛門市自檢與區顧問複檢	每年5月	所有門市均進行自檢與複檢	
第三方(註1)勞動條件查核	每年6-10月	查核家數為5,305家加盟門市，查核異常共186家。主要缺失為未出示考勤資料、員工輪班換班間隔未達11小時、出勤時數異常(如連續上班/超時等)等	皆由門市主管持續輔導追蹤各門市改善措施
第三方(註1)職安衛查核	每年6-7月	查核家數為2,800家加盟門市，缺失率為2.19%(註2)，較2019年缺失率下降32%；主要缺失為未依規定堆放物品、職安四大保護計畫紀錄不完整等	

(註1) 委託第三方顧問公司協助執行

(註2) 門市缺失項目數/所有門市查核項目數，門市缺失項目數排除3項與訓練、健檢相關項目，係因2020年受疫情影響，較不易進行訓練與健檢，故排除於缺失之統計

## 承攬商

稽核行動	稽核頻率	2020年結果	改善措施
工地無預警職安衛稽核	每月	117場，7場零缺失，改善308項缺失，缺失改善率100%，查核場次數較去年成長172%。	缺失檢視及重點宣導：為避免承攬商缺失重複發生，分析稽核結果，製作圖文宣導給權責單位，以利聚焦重要缺失項目。

另外，勞安室亦進行後勤、門市及商場之職安衛稽核。依不同工作環境實施風險評估，透過無預警稽核，查核各單位職業安全衛生的落實度。2020年共查核206場，其中25場零缺失。改善518項缺失，改善率100%。查核場次數較去年成長160%。

## 4.3 訓練與發展

### 員工訓練規劃

教育訓練是組織成長的主要動力，因此統一超商對員工的訓練與發展不遺餘力，不因男女而有訓練發展差異，全力支持夥伴充實新知與提升技能。我們訂有「後勤階層別共通能力架構暨訓練課程設定規範」、「訓練管理辦法」，明訂各職位夥伴應具備能力與對應課程，並規範各項訓練活動，協助員工強化行為或技巧。我們的目標在於強化營業/行銷訓練架構，且擴大集團企訓、規劃內外部講座，由人力資源部人才發展TEAM與營運企劃部營業訓練TEAM專責推動全公司教育訓練。





我們有多元的進修管道，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、數位學習、工作現場教育、在職進修等；並積極培育內部有熱情且樂於分享的夥伴成為專業的內部講師，以進行專業傳承；2020年教育訓練總費用投入共24,679千元，平均每人訓練費用2,903元(註)。

註：人均訓練費用降低係因應集團防疫政策，全公司之教學觀摩、年度特訓、後勤實體教室課程等大型訓練活動皆暫停辦理，後勤人員以線上學習為主，營業幹部訓練部分改採行視訊或影片教學模式，故與2019年度訓練費用相較大幅下降。

除了執行教育訓練，亦提供在職進修獎學金與外語進修補助，鼓勵同仁工作之餘充實與工作內容相關的學識。同時我們亦藉由滿意度調查了解同仁對於教育訓練之評價，作為評估課程調整的依據。若同仁對於教育訓練有任何想法，可透由聯合服務中心、人資信箱、利害關係人專區及內部溝通平台提出建議或需求。

### 教育訓練統計

統一超商每年持續投入大量教育訓練資源，針對不同階層、部門設計規劃不同課程，包含新進人員訓練、階層別訓練、門市、後勤公開班、通識課程、及各單位專業訓練。

近5年全公司平均每人受訓時數皆在25小時以上。2020年全公司教育訓練總時數為232,545小時，平均每人受訓時數為27.36小時，疫情期間持續執行人才發展計畫運作，積極打造數位學習環境，以線上數位學習及營業門市訓練為大宗，線上課程時數佔所有員工學習時數64%。

2020年員工教育訓練平均時數(教室+線上課程)

員工類別	門市人員		管理人員		非管理人員		合計	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
接受訓練總時數	59,471	92,902	6,717	1,390	38,337	33,728	104,525	128,020
員工總數	2,586	3,568	203	48	1,007	1,088	3,796	4,704
每名員工接受訓練的平均時數	23.00	26.04	33.09	28.96	38.07	31.00	27.55	27.22

### 教育訓練課程

#### 線上學習策展

2020年疫情影響，實體課程多無法開課，為避免疫情導致學習中斷，且提高同仁線上學習動力，我們進行年度線上學習策展。課程內容分為趨勢、大師分享、辦公室技能、職涯發展等類別，並首次與知識型youtuber合作課程內容，協助同仁系統化進行主題式的學習；共推行兩波線上課程，共21堂課(53關)，並搭配趣味競賽活動提高學習意願。2020年兩波線上課程共計有8,326人次參與。



大師 OPEN 講建構多元數位講座，引進業界大師傳授獨家知識、成功工作心法、企業成功關鍵，使全員可以隨時學習、掌握趨勢。2020年度共引進7門數位講座、參訓1,949人次，較去年學習人次成長91%。

#### 大師 OPEN 講



## TK 文化推動

## - ISE (In store Experience) 門市體驗

為使後勤主管能同理門市、了解總部規劃如何影響門市，2015 年開始透過客製的門市體驗，協助後勤推動更貼近門市立場思考的方案。為了提升體驗品質，我們更培育體驗計劃引導師，引導主管與門市夥伴進行業務的溝通交流。

2020 年共執行 6 梯次，12 位主管參與體驗，開辦至今已累計至 127 梯次，完成 249 人次主管的體驗。



我們運用集團資源，與母公司統一企業共同推動「法治教育」，以提高主管決策時的法律敏感度。並逐步建立其他共同選修科目，共享教育訓練資源。

## 共同法治教育

## 2020 年共同教育訓練情形

法治教育	對象	統一超商TEAM級以上主管，必修法治時數3小時/年，其他各階主管選修
	課程內容	法治課程基礎課程包含法律小常識(公平法、食安法、勞動法、性騷擾及職場暴力)、7-ELEV-EN品牌使用，其他課程有主管法令_商標權與管理須知、營業秘密與內線交易、職場零暴力、辦公室危害預防、門市違約案例宣導-後勤篇、如何預防過勞等

**2020年成果**

- 與營訓製作營業線上課程 2 門
- 線上課程/講座(含視訊場次) 12 場
- 法治課程：4,499 人次完成

## 加盟主教育訓練

在學習方面，每年投入上千萬元預算在講座課程，開辦加盟主訓練課程，並配合傑出店長選拔激勵加盟主成長。

加盟主訓練課程主要有 2 種，分別是加盟主基礎訓與店經理特訓。加盟主基礎訓係指以連續 4 週共 172 小時密集訓練，學習管理經營能力、帳務管理、品保與鮮度管理與經營法令知識等擔任店經理所需的知識與技能，經完成訓練且測驗合格後，始取得擔任加盟主之資格。2020 年共完成 272 人次的加盟主訓練。

店經理特訓則依據年度經營主題，以貼近門市實務進行課程規劃，每年針對所有門市經營者進行訓練，以提升門市經營者經營能力，課程內容包含社群經營、團隊建立、行銷銷售術等，2020 年共 6,065 人次完成店經理特訓。

## 績效管理

落實績效管理，除建立公司與員工達成目標的共識、促進公司成長，強化全體同仁考評指標與公司重要營運績效連結度外，員工亦可依據工作目標，隨時檢視目標達成率，並進行適當調整或尋求主管給予建議，協助自我發展。

統一超商員工不分性別，年度績效週期符合評核天數者需定期接受績效檢核。若員工於其職務上持續展現良好績效並獲主管肯定，則可運用升等制度提升職等，提升職等即提高基本薪資、福利及獎金的核發標準，以激勵員工持續進步與貢獻。對於績效落後員工，透過直屬主管輔導與目標改善定期檢視，協助績效提升與強化弱項能力。



## 績效管理制度

## 全職人員

- 上半年進行「績效目標設定」，由主管與員工共同討論設定年度目標；評核期間主管可視任務計畫達成狀況進行指導
- 年末啟動「期末績效評核」(年度績效週期符合評核天數者需定期接受績效檢核)

## 兼職人員

- 每月進行營運獎金分配考核，以即時激勵門市兼職人員積極維護商店形象、服務品質及品保管理

## ■ 關鍵人才管理

統一超商每年度盤點檢視各階層接班人選，並建置不同單位關鍵人才庫，針對潛力人才進行量身訂作的「個人發展計劃」，鼓勵跨單位輪調，協助發展成長與人才培育，2020年合計辦理12場人才評議會，共有85位人員列入儲備人才庫中。統一超商亦希望透過工作輪調提供員工跨單位歷練機會，並拓展視野格局，培育優秀人才，2020年內部轉調比率(註)為54.55%。

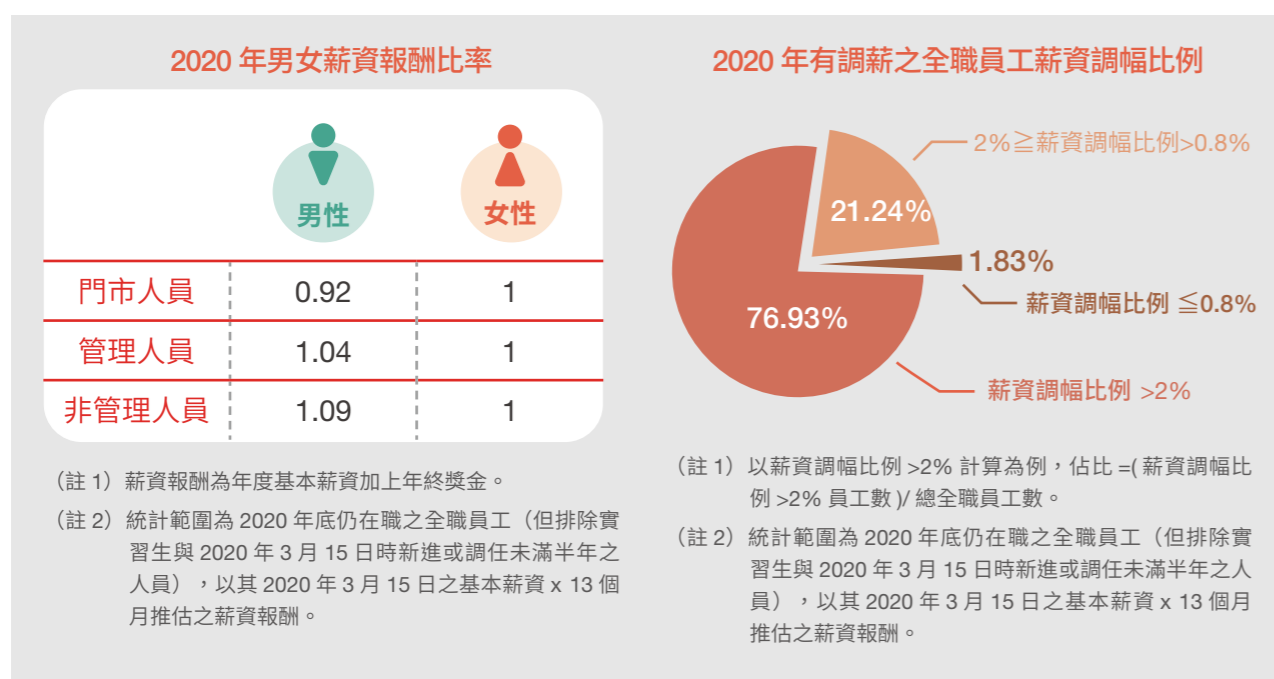
(註) 統一超商員工轉調人數 / 統一超商總職缺數

# 4.4 福利薪酬與關懷照護

### 薪資報酬

統一超商薪資政策確保所有全職員工起薪高於法定基本工資，係考量台灣各地區之物價水準，以及零售同業新進人員平均薪資調查結果。統一超商每年檢視員工薪資水準是否具備市場競爭力且符合員工需求，每年4月調整超商新進人員起薪。2020年門市人員起薪以零售同業之新進人員薪資50百分位數(中所得水平)，後勤人員起薪為第70百分位數(高所得水平)。此外，物價水準較高地區的員工，統一超商額外提供本薪5-10%的津貼，以使員工及其家人可妥善生活。

統一超商新進起薪為男女同工同酬，薪資福利不因性別、年齡而有所差別。2020年新進後勤專員中大學畢業生起薪與基本工資(23,800元)比為1.46倍；碩士則為1.73倍。2020年男女薪資報酬比率無顯著差異，各類別員工基本薪資加上年終獎金比率皆在1.1倍以內。薪資調幅部分，2020年亦以調幅比例>2%為多數。



2020年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揭露非擔任主管職務全時員工人數(註)為5,321人，薪資平均數為978千元，薪資中位數為827千元；2020年全時員工人數較2019年增加34人；2020年薪資平均數約較2019年增加8千元、薪資中位數增加4千元。

(註) 非擔任主管職務全時員工為非屬台財證三字第920001301號函定義之經理人，且工作時數達到公司規定之正常上班時數(每月152小時)之員工。係以全年度排除經理人之員工為統計範疇。

若員工於薪資權益受到不公平待遇，可透過超商聯合服務中心及稽核室的勞資爭議溝通管道進行反映。2021年起，統一超商除了法定薪資、同業薪資水準外，預計將生活工資(註1)納入新進人員薪資標準之設定參考，依此評估現有員工薪資的合理性，以支付更具市場競爭力且合理的薪資。

(註1) 統一超商生活工資計算方法係參考中華經濟研究院之生活工資研究報告所提：「工資應滿足勞工本身及其家庭(受扶養家屬)之最低(基本)生活所需」，故採「台灣平均每人每月消費支出\*台灣平均每人每月食衣住相關消費支出占比\*(勞工個人+扶養比)」加以推估2020年平均生活工資水準。相關計算數據引用主計處最新年度公開之台灣108年家庭收支調查結果，歸納台灣平均生活工資為27,649元(註2)。

(註2) 2020年台灣平均每戶就業人口應負擔照顧家庭人口數為1.12人；平均每人每月消費支出為22,881元，其中食衣住相關消費支出比例加總占57%，包含食品飲料及菸草、衣著鞋襪類、住宅服務水電瓦斯及其他燃料、家具設備及家務服務、餐廳及旅館五大類別。

### 健康促進

員工是公司重要資產，讓員工身心健康是統一超商打造幸福企業的目標之一。希望透過幸福合作社的主動關懷機制、健康促進活動、孕婦媽咪友善環境等，讓員工維持健康、獲得幸福感。

2013年起推動「健康管理計畫」，聘任專業護理師提供健康諮詢，並於總部大樓設置醫務室，提供血壓量測、簡易外傷處理等健康服務，同時提供員工專屬「健康護照」，2019年起透過APP建立員工專屬的「健康運動生活圈」，鼓勵全公司員工保持運動習慣；另定期以電子報、健康講座等衛教宣傳，鼓勵員工做好自我健康管理。

2020年我們提前佈署防疫策略，擴大框列風險對象(如：員工的同住親友自海外返台者、同住親友足跡與確診者重覆者等對象均加嚴因應D+14日居家上班，門市人員則提供防疫假)，2020年透過提前預警總計管理監測約1,500人。防疫期間公司也提供員工各種協助，詳請見永續專欄「超商佇立 堅守防疫」。

### 資源 / 服務



(註) 參與率係以檢查當月的總人數統計，未包含未滿三個月的新進人員



### 醫療個人健康服務

自2013年開始提供醫師健康服務

#### 2020年績效

醫師服務**576**小時，提供一對一健康服務共**721**人次，員工滿意度達**4.8**分

設有4名護理師

#### 2020年績效

- 護理師提供護理處置共**268**人次
- 另針對健康檢查異常同仁進行健康分級管理，極重大風險同仁100%介入管理、異常矯治追蹤和個案追蹤管理

### 健康促進APP

透過APP建立員工專屬的「健康運動生活圈」。2020年舉行四波各1個月運動推廣活動，包含：鼠年行大運、兩波自律活動、與端午節團隊活動。另推動一波體重紀錄活動

#### 2020年績效

- 四波活動共有**7,777**人次參與，年度共累積**4,989**萬步(消耗熱量125萬卡，約1,633公斤)
- 於端午節推動團隊活動，透過團隊凝聚力、在苦悶的防疫生活中增加趣味性，提升活動的參與和達成率，廣受同仁好評



### 媽咪手冊

提供準媽媽各階孕期營養重點及生活叮嚀、好孕APP及公司各階段補助與措施項目

#### 2020年績效

共發放**47**人

### 其他活動

鼓勵流感疫苗施打：在秋冬年底，為維持夥伴的呼吸道健康、預防病毒入侵，全集團首次推動流感疫苗補助，每人補助600元提升同仁施打動機，另也安排職場接種活動

#### 2020年績效

共**866**人完成接種，接種率**10.1%**

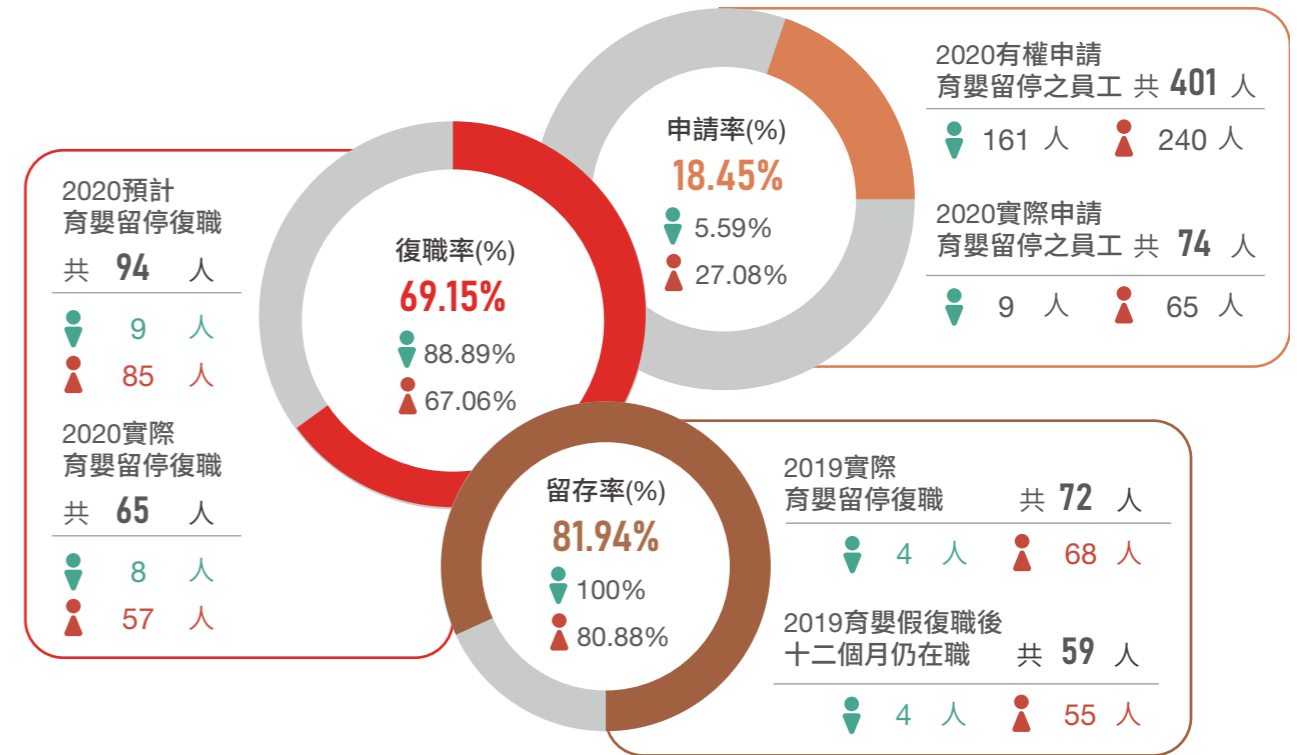
### 工作 / 生活平衡協助

統一超商照顧員工也協助員工家庭，辦公場所設置集哺乳室，並與幼兒托育機構簽約提供優惠價格，以降低員工育兒的負擔；統一超商產假與小產假優於法令，不限年資皆予以全薪，給予女性員工更完善之照顧。此外，後勤同仁也可彈性選擇上下班時段，方便員工調配時間，達成工作與生活平衡。

2020年因 COVID-19 疫情，為維護職場健康並協助同仁因應可能的突發需求，統一超商特訂定「同仁居家辦公實施辦法」與出勤的配套措施，開放後勤同仁在家遠端工作。2020年5月也訂定同仁在辦公場所外之工作準則，開始將在外(居家)辦公納入制度。

(註) 各項福利項目包含員工及眷屬保險優惠、退休金、育嬰假等，其他福利項目可參閱 2020 年度年報 58 頁。

### 2020 年育嬰假申請、復職申請、留任的比例



(註 1) 有權申請係指 2018-2020 年請領生育補助的員工

(註 2) 申請率：有權申請育嬰留停之員工數 / 實際申請育嬰留停之員工數

(註 3) 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

(註 4) 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

(註 5) 2019 實際復職人數因統計方式較去年略有不同，故數字與 2019 CSR 報告略有差異

### 加盟主福利

2020 年統一超商已超過 6,000 家門市，加盟主人數共 3,711 人。為聽取其聲音與回饋，2020 年共拜訪 40 家門市、參加 4 場加盟主座談會，與 72 家門市面對面互動。為照顧加盟主，統一超商持續關心加盟主的獲利，2020 年針對受疫情影響嚴重區域加盟店共提供 15,324 仟元補助，建構創業安心、獲利穩定的加盟環境。

統一超商亦規劃加盟主的身體照護及休閒活動，2020 年動支 2,035 萬預算在加盟主渡假補助及其他福利補貼。為擴大照護加盟夥伴並關心其家庭健康，2020 年起新增於門市工作之配偶同享健檢補助福利，2020 年共有 126 位配偶提出申請，申請率達 33%。其他福利項目請見右表。

### 保險補貼



#### 團體保險

加盟店團體保險保費補助 15% 金額



#### 加盟主/加盟店員工互助會

加盟店互助機制，主要為直系親屬喪葬補助款

### 福利



#### 加盟主信託福儲

提供投資款獎勵金補助



#### 各式優惠

電影票團購補貼、關係企業商品優惠、休閒活動優惠



#### 健檢補助

年資10年以上、且年齡大於40歲的加盟主及同於門市工作之配偶，均可享有2年1次的1.6萬元健康檢查補助



# 05

## 推動社會公益

### 永續績效

2 消除飢餓	3 健康與福祉
4 教育品質	11 永續城市

好鄰居送餐隊共提供弱勢族群 **37,990 餐次**，較去年增加約 3 成；並拓展至離島。

好鄰居同樂會共舉辦 **6,517 場**，推估共 **14.7 萬** 人次參與；健康類活動共舉辦 **907 場**，推估 **42,852 人次** 參與。

好鄰居 020 同樂會推估累積已近 **4.2 萬** 組親子參與。

鼓勵 **72 所** 學校、陪讀班據點的 **4,000** 多位孩童培養閱讀習慣。

門市零錢捐與捐物共募得 **2.08 億元**。

對應重大主題

當地社區

對應利害關係人

公益團體

促進健康福祉	消除飢餓	城鄉永續發展
<p><b>行動方案</b></p> <p>推動「好鄰居同樂會健康類活動」、「幾點了咖啡館」等健康活動以提升民眾健康意識</p>	<p><b>行動方案</b></p> <p>統籌門市組織「好鄰居送餐隊」為偏鄉長者送餐，並捐助募得款項給為弱勢長者提供餐食的社福團體</p>	<p><b>行動方案</b></p> <p>「青年深根計畫」，支持青年返鄉發展多元化社區產業</p>
<p><b>2020年目標</b></p> <p>好鄰居同樂會健康類活動 1,800場</p> <p>幾點了咖啡館專案預計達10店、服務長輩900人次</p>	<p><b>2020年目標</b></p> <p>拓展到離島，補足假日送餐缺口，預估共65家門市、提供26,000餐次</p>	<p><b>2020年目標</b></p> <p>自2018年開始至2024與青年團體年合作累計達30個專案</p>
<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>好鄰居同樂會健康類活動共舉辦907場，2020年活動參與42,852人次</p> <p>共服務長輩510人次</p>	<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>共41家門市提供37,990餐次，並拓展至離島</p>	<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>共合作3個專案，累計合作7個專案</p>
<p><b>達成與否</b></p> <p>追蹤中</p> <p>未達成目標</p> <p>達成目標</p> <p>超過目標</p>	<p><b>達成與否</b></p> <p>追蹤中</p> <p>門市數未達成目標</p> <p>達成目標</p> <p>餐次超過目標</p>	<p><b>達成與否</b></p> <p>追蹤中</p> <p>未達成目標</p> <p>達成目標</p> <p>超過目標</p>
<p><b>未來目標</b></p> <p>2021~2024年好鄰居同樂會健康類活動場次每年1,800場</p> <p>2021年幾點了咖啡館專案預計達14店、服務長輩1,000人次</p> <p>2024年幾點了咖啡館服務長輩預估每年可達1,500人次，自2020年開始歷年累積達6,000人次</p>	<p><b>未來目標</b></p> <p>2021年提供32,000餐次</p> <p>2024年將服務範圍拓展到每年十二個縣市及離島，預估90家門市、提供39,000餐次</p>	<p><b>未來目標</b></p> <p>2021年與青年團體合作8個專案</p> <p>自2018年開始至2024與青年團體年合作累計達30個專案</p>



## 當地社區

## 管理方針

管理目的與政策	我們的使命在於成為社區中無可取代，傳遞溫暖、給人安心的好鄰居。統一超商以核心本業為起點，在社區經營過程中，我們了解民眾需求，累積信任及情感，充分運用企業資源深耕健康福祉、消除飢餓、城鄉永續、教育培力、環境保護等領域，與民眾在各地超過 6,000 家門市，攜手創造美好永續的社會。
權責單位	透過統一超商 100% 捐贈成立的統一超商好鄰居文教基金會(註)，及公益募款平台「把愛找回來」二大公益版圖深耕地方：前者與 7-ELEVEN 協辦公益活動或推動社區服務；後者則提供民眾簡便透明的小額捐款管道(零錢捐款及 ibon 便利生活站)，並將募捐所得捐助公益團體或社會福利機構，將 7-ELEVEN 打造為民眾可信賴的公益平台。
行動計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康福祉：幾點了咖啡館、好鄰居健康教室、智慧健康量測站、好鄰居同樂會健康類活動</li> <li>消除飢餓：好鄰居送餐隊</li> <li>城鄉永續發展：青年深根計畫</li> <li>教育文化培力：永續同樂會、閱讀勵學計畫</li> <li>環境保護：淨灘活動</li> <li>公益募捐：公益募款、點數捐贈、物資募捐</li> </ul>
申訴機制	設有聯合服務中心接受各界傳達對超商公益發展之想法。

(註) 以下稱「好鄰居基金會」

## 5.1 公益發展策略

統一超商優先關注健康福祉、營養餐食需求及城鄉永續發展議題，實現 SDG2 消除飢餓、SDG3 促進健康福祉與 SDG11 永續城市的目標；亦關注教育文化、環境保護議題，並以廣大通路之優勢，建造公益募捐平台。

近來教養觀念上日益重視親子互動，愈顯親子互動與孩童教育重要性；且近年永續意識漸興起，因此我們賦予好鄰居同樂會教育意涵，從與統一超商營運相關的永續觀念出發，藉由淺顯易懂的素材，將環保、食育、健康、公益等知識傳遞予孩童。我們也與學校合作，以閱讀勵學計畫促進孩童培養閱讀習慣。

統一超商期望透過通路便利性、普遍性與公益影響力，打造各類愛心捐款平台，包含門市零錢捐、ibon 便利生活站、愛心物資認捐等，提升大眾對弱勢議題的重視。

近年我們觀察到城鄉發展落差與資源分配不均現象，加上面臨高齡化、少子化衝擊，地方觀光及相關產業沒落。因此，好鄰居基金會推出「青年深根計畫」，支持青年返鄉發展多元化社區產業，並與青年合力推動地方行銷、在地採購。

統一超商長期關注民眾健康福祉，持續就預防醫學觀點關注國人常見疾病，並因應人口高齡化趨勢，推動「幾點了咖啡館」等關心長者健康的活動。另設置「智慧健康量測站」鼓勵民眾定期測量健康數據，更推動「好鄰居同樂會健康類活動」、「好鄰居健康教室」等健康活動以提升民眾健康意識。

有鑑於偏鄉青壯人口外移、長輩獨居問題日益顯著，我們發現弱勢長者餐食不繼與營養不均的問題亟需解決，統籌門市組織「好鄰居送餐隊」為偏鄉長者送餐，並捐助募得款項給為弱勢長者提供餐食的社福團體，也提供平台讓民眾認捐物資(食物)給社福團體，滿足更多弱勢族群的餐食需求。



各類環境保護議題近年備受討論，統一超商於公益面亦致力於環境行動與環境意識推廣。統一超商愛·自然社團持續進行淨灘，另亦透過攝影展等方式，期提升民眾環境意識，影響更多人關注環境議題。

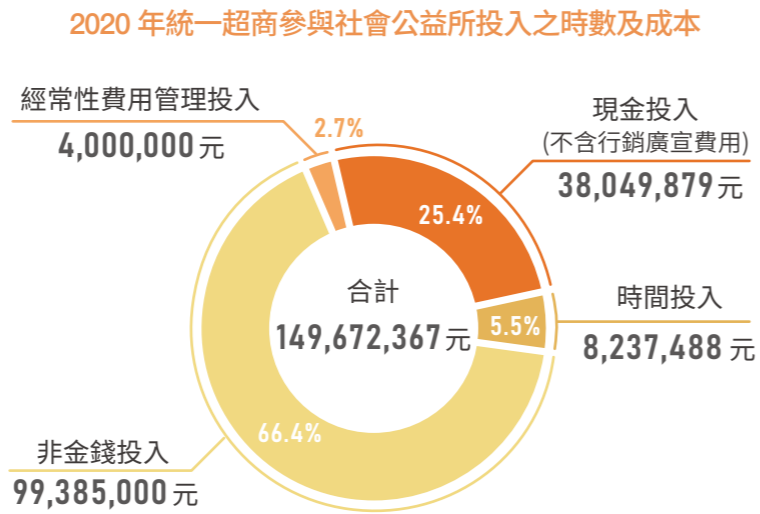
藉由推動社區服務與捐款、捐物、點數捐贈等慈善募款，不僅達到促進健康、消除飢餓、社區發展、教育培力與環境保護的公益目的，同時也從與民眾互動過程中，深入瞭解潛在的健康營養或對地方經濟發展的需求，這些都可能轉換為未來的商機，促進如健康鮮食品的銷量增長，達成統一超商社會公益與經濟面永續發展。



## 年度參與與公益投入

統一超商發揮企業影響力，積極投入社會公益活動，2020 全年參與社會公益所投入之時數及成本各項金額請詳下表。2020 年因 COVID-19 影響，2-5 月暫停舉辦門市實體活動，因此時間投入與非金錢投入較去年減少。

(註) 數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資及活動舉辦場次等參數估算之。現金投入包含慈善捐款 36,940,279 元，包括千禧之愛健康基金會、鮮食發展協會、學術單位捐款及獎助學金等。



## 5.2 促進健康福祉

### 社區居民關懷

#### 智慧健康量測站與好鄰居同樂會健康活動

2008 年由好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於門市擇點成立「千禧血壓站」。「千禧血壓站」提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務，每年並舉辦健檢活動，呼籲民眾一同遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群。

自 2015 年開始，我們運用雲端資訊技術建置智慧健康量測機台，社區民眾可定期至門市和社區通路量測血壓、脈搏、血氧等，便利民眾自主管理追蹤健康數值。且資料與在地 10 家醫療院所串聯，量測數據就診時可提供給合作醫師診斷參考，方便民眾就醫診療。2020 年共有 109,314 人次使用智慧健康量測機台，使用人次較去年成長。

2020 年「好鄰居同樂會健康類活動」共舉辦 907 場，內容涵蓋捐血、量血壓等活動，推估共 42,852 人次參與。其中第十二屆全國健康日，統一超商好



鄰居文教基金會與千禧之愛健康基金會號召全台 671 家設有千禧血壓站門市於活動當日免費為民眾測量血壓及腰圍，為加深民眾對健康血壓及腰圍標準值認知，設計衛教遊戲。活動總計吸引超過 3 萬名民眾參加，另招募 522 位醫事人員及 217 位志工加入服務行列。

#### 好鄰居健康教室

研究發現，社會大眾對失智症未有正確認知並缺乏警覺性，因此統一超商希望透過服務提升民眾對於失智症的識能率，提供如何預防失智症、延緩退化等相關衛教資訊，尤其是醫療資源較為匱乏的偏鄉地區。



好鄰居健康教室自 2015 年開辦，2020 年巡迴屏東鄉鎮，以統一超商門市作為據點，與屏東基督教醫院共同舉辦「好鄰居健康教室」衛教暨健康促進活動，以宣導失智症認識與預防為主，包括失智預防、用藥諮詢、餐食營養等課程，協助民眾及早發現失智症徵兆。2020 年結合門市辦理 24 場次、共有 1,957 人次參與活動。

#### 病童與醫護人員關懷

我們運用多樣化的商場據點作為與顧客、社區內相關利害關係人溝通及交流的媒介。2020 年分別在員林基督教醫院與萬芳商場，邀請 OPEN 家族至兒科門診、兒童病房進行關懷病童活動，並在童綜合醫院，提供 100 杯免費咖啡，為護理人員打氣。同時，萬芳商場也於大廳進行魔術表演，在疫情期間帶給社區關懷與愛。

亦攜手專注兒童友善醫療的 NGO 紅鼻子醫生，前往花蓮門諾、台東馬偕兒童病房舉辦「OPENICARES 健康打氣站」，讓孩子的歡樂與教育不因疫情而暫停。



## 5.3 消除飢餓

### 長者關懷

#### 好鄰居送餐隊

統一超商坐落在各個鄉鎮與城市，透過我們的送取餐服務讓經濟弱勢家庭或長輩免於擔心餐食問題。自2014年開始，從花蓮台東為起點，至2020年已擴至新北市、台北市、宜蘭縣、屏東縣、嘉義，綠島（離島）也有服務據點。

我們號召超商店長們為獨居或行動不便的長輩送餐，除了送餐也同時關懷長輩動態，如有異狀回報公益團體以採取行動；或是讓經濟弱勢家庭或長輩可以到門市取餐，解決餐食困境之外，更鼓勵長輩出門互動。2020年與中華聖母基金會、門諾基金會、弘道老人基金會、一粒麥子基金會等4個基金會合作，共累計37,990送餐人次，較去年增加約3成。

### 利害關係人回饋

慶台店長是一位加盟近20年的資深夥伴，一直在綠島服務。她分享當初雖然加入好鄰居送餐隊，但不明白為什麼一定要來到門市取餐，於是她問了基金會的志工，這是統一超商跟基金會合作提供的資源，了解到原來長輩屬於低收入戶而且不方便很常出門，平常都是基金會社工協助送餐到長輩家。也因為假日送餐員休息，但門市全年無休，讓他們假日可以很方便的來到門市取餐，讓長輩假日也可以用餐，減少一筆餐點的支出！



慶台店長說從沒有想過提供取餐其實對一個需要的人是多麼重要，自己一份力量可以幫助到需要的人，覺得非常開心。也更認同公司推廣這個公益服務，確實對需要的人有很大幫助。

## 5.4 城鄉永續發展

### 在地產業發展

#### 青年深根計畫

統一超商門市遍布各鄉鎮，我們看見許多鄉鎮面臨高齡化、少子化衝擊，地方觀光及相關產業沒落，然而也有一群青年進鄉發展，努力尋找資源，力圖振興產業，讓鄉鎮重獲生機。因此，好鄰居基金會2017年開始規劃青年深根計畫，除投入經費與媒合資源，更邀集相關領域多位專家擔任顧問，一起陪伴、輔導青年創業共榮地方。

好鄰居基金會發現青年在地創生，缺少的不是創意與能力，而是能夠根植在地、就近展示成果、與市場接軌的場域，故攜手統一超商替返鄉青年提供展演、交流分享平台，推出「OPEN! 青春同樂會」串聯在地社區資源，讓各地門市成為地方創生最好的協力夥伴。目前經營青年深根計畫有兩個模式，模式一為青年團體結合現有門市體驗活動（小小店長）；模式二為青年團體共享門市資源（空間、客源）。2020年共與青年團體合作3個專案，合作專案數較去年成長。

陪伴更多返鄉青年讓鄉鎮重獲生機，長期下來也有助提升統一超商的在地採購，於地方產業發展、在地採購、地方行銷等創造企業與環境、社會三贏局面。

### 2020年計畫內容與成效

#### 花蓮洄遊吧 Fish Bar- 小小魚達人活動

「洄遊吧 Fish Bar」自2017年起與好鄰居文教基金會合作，以教育推廣食魚為核心理念，2020年將活動拓展至台北都會區，讓更多民眾了解食魚教育與永續海洋的重要性。



除此，也將擴大與統一超商的合作，共同推廣永續漁業及環境友善之水產及食魚教育體驗遊程。透過於門市親子合作闖關之方式，察覺魚類和生活其實密不可分，藉由認識和生活最貼近的魚種拉近人與海的關聯。2020年舉辦24場次，共720人次參與。



## 2020 年 計畫內容與成效



### 苗栗縣青年青農聯誼會 - 小小農學堂

苗栗縣青年農民聯誼會組織核心在於：「提供安心農產品」、「陪伴青農成長」、「接觸消費者」三大主軸，期能扶植苗栗在地關懷台灣農業、土地而親身投入農業的青年永續

成長。統一超商自 2019 年開始與苗栗縣青年農民聯誼會合作，一同推廣在地農產品。2020 年以苗栗地瓜為主軸，舉辦 3 場小小店長食農教育課程（小小農傳人），共 69 人參與。也在過程中推廣在地安心農產品，讓食農教育從小扎根。

提供  
安心農產品

接觸  
消費者

陪伴  
青農成長

## 2020 年 計畫內容與成效

### 苗栗蘭子

蘭子團隊以傳承蘭編的美好技藝以及給在地工藝師更好就業之路為出發點，與當地 45 位編蘭職人合作，致力推廣蘭編工法及人才培訓。期望透過商品銷售，讓傳統技藝能永續保存，營造健全的產業環境。

2020 年我們開始與蘭子合作，於門市專區以『盛夏·蘭草季』主題介紹台灣蘭編工藝、展售蘭子產品，並搭配編織體驗活動，讓民眾及小朋友認識台灣的蘭草文化。透過門市活動與展售，讓民眾認識屬於台灣傳統的百年文化。活動共舉辦 5 場，共 48 人參與；於門市專區上架創造 63,378 元，帶動參觀及消費共 1,000 人次。



### 利害關係人回饋

蘭子團隊：

透過此計畫的行銷資源協助與部分資金補助，可以減少蘭子在行銷端的金錢壓力，也能讓蘭子打入過去未接觸過的客群，創造更大的經濟效益。有了更大的經濟效益，蘭子才能擴大既有的社會影響力。

## 5.5 教育文化培力

### 閱讀推廣

#### 閱讀勵學計畫

台灣的鄉鎮小學有超過 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（註）。響應聯合國永續發展目標 SDG 4「優質教育」目標，好鄰居基金會透過閱讀集點方式，以學童集滿 50 點點數，即可兌換統一超商 50 元商品卡方式，提升孩童閱讀動力及培養閱讀習慣。

（註）根據好鄰居基金會 2016 年針對六都及鄉鎮進行「國民小學閱讀習慣與資源」問卷調查結果。



自 2011 年起，好鄰居基金會與新甲仙門市推動「閱讀集點換早餐」計畫，帶動當地四間中小學圖書館借閱率成長 5 倍，一個學期借閱超過 4,000 本書。延續「閱讀勵學集點」概念，從高雄甲仙地區，陸續推展到台南、台東、嘉義、花蓮、屏東等地的小學，亦支持中華基督教救助協會等公益團體陪讀班。學生在閱讀後經過老師認證獲得點數，透過老師的引導和閱讀集點獎勵，孩子們不但主動借閱書籍，更認真發表閱讀心得，孩子們的閱讀量和識字量都有顯著的提升。2020 年共支持 72 所學校、陪讀班據點，鼓勵 4,000 多位孩童，換算點數達 12 萬本閱讀數量。

我們亦與合作學校推動「好鄰居教室」，將統一超商門市做為戶外教學場域，透過寓教於樂方式，讓孩童能於實際生活場景中學習體驗運用，提升學習動機，2015 年開辦以來累計共舉辦超過百場。

### 利害關係人回饋

老師：

7-ELEVEN 可說是山上的百貨公司，幾乎每天都會去那逛逛，孩子們知道看書可拿到禮卷，都好開心；一個班級的孩子們已經閱讀了 100 本，真的大大提升山上孩子們的閱讀動機。

Online 線上繪本

美國兒科醫學會政策聲明中曾提到，兒童早期素養的建立攸關著未來健康發展，且將親子共讀推廣列為兒童照護上重要的一部分，而親子共讀最容易上手的為具有豐富圖文的「繪本」。故因應疫情須減少群聚活動，好鄰居基金會開發出環保、食安、健康、公益等主題 DIY 素材，放上雲端及門市內的 ibon 多媒體機台，民眾免費下載檔案列印出來剪貼後即可完成繪本，或者透過 ibon 的列印服務列印。另為回應消費者需求，首創結合門市與線上「好鄰居 O2O (Online To Offline) 同樂會」，家長們至門市領取素材，並至官網下載線上素材，返家與孩子一起製作完成後，再前往門市領取獎勵，避免群聚活動，但仍能達成寓教於樂之目的。

2020 年首先推出「永續綠繪本」，包含節電、省水、分類回收、種樹四大環保主題，共計 4 本，透過繪本故事告訴孩童環保的重要性。另提供對應的 DIY 素材，如節電主題有關燈提醒牌、分類回收有回收標示等，協助孩童將知識落實成生活中的行動。此外，我們與聯合報系願景工程合作，規劃「OPEN! 與願景工程環保小教室」，分享生活中的環保小常識，家長更可掃描繪本內 QR CODE，閱讀一系列線上環保專題報導。

亦推出與「食育」相關的兩個主題繪本。「動吃動吃好健康」手掌繪本教導孩童「每日飲食六大重點」，提升孩童的食育認知。「爺奶健康我擔當」手掌繪本，與長期專注銀髮議題的財團法人一粒麥子社會福利慈善事業基金會（與統一超商公益合作將邁入第七年）合作，由營養師分享「爺奶常見的 5 大飲食問題」，並逐一提供對應解套辦法，讓孩童可運用於生活中，也可回家跟長輩分享資訊，促進世代間互動。

此外尚有 2020 年 4 月推出的「OPEN! 好朋友在哪裡繪本」，由好鄰居基金會與臺北醫學大學附設醫院陳宥達醫師共同策劃。藉由親子共讀此繪本，提倡動物保護、環保、生活安全、健康保健等議題；2020 年 7 月推出「小小店長先修班桌遊」，將原本實體的小小店長活動改製成桌遊，隨著遊戲進行讓孩童學習應對當店長面臨的突發狀況，讓孩子培養系統思考與解決問題、人際關係與團隊合作等。

2020 年好鄰居 O2O 同樂會推估累積已近 4.2 萬組親子參與，官網多樣化 DIY 素材累積已超過 4.7 萬次下載。



利害關係人回饋

家長：  
我最喜歡永續綠繪本節電篇，和孩子一起手作完成，也讓孩子從繪本中學習在日常生活要如何節約用電。好棒的繪本，謝謝您的用心。



Offline 永續同樂會

自 2009 年開始舉辦好鄰居同樂會活動，聚焦親子互動等四大主題，深入社區關懷所需。親子互動類型活動如小小店長，帶領孩童體驗店長工作，協助孩童增進生活自理、應對、人際互動等能力；亦舉行各式親子協力完成的體驗或 DIY，促進親子關係。從一開始純粹體驗活動為主，於 2020 年陸續加入不同主題，如食育、永續等，讓好鄰居同樂會活動再進化，更富教育意義。並首創擴大連結的利害關係人，與 USR（大學社會責任）特色大學合作，連結更多年輕族群；亦讓孩童將知識帶回給自己的爺奶，連結長者族群，讓整體效益如漣漪般擴散。2020 年共 3,286 家門市舉辦 6,517 場好鄰居同樂會，推估共 14.7 萬人次參與。



2020 年推出食育主題同樂會，搭配食育主題線上繪本，透過帶領孩童完成繪本 DIY 與學習單，傳達營養均衡重要性、年長者飲食小知識及常見銀髮餐食問題與解決方法，讓孩童認識祖父母餐食營養問題。

2020 年也推出「青年永續扎根計畫」，培訓大學生帶領孩童於門市中認識永續議題。與 5 所 USR 特色指標大學（政治大學、台北大學、中央大學、逢甲大學、高雄大學）合作，分別於校園內舉辦兩階段培力工作坊，首先透過 SDGs 培力工作坊，培養大學生認識 SDGs 議題、了解統一超商產銷永續作為，接著透過永續大使任務工作坊，帶領大學生於活動中規劃出

永續教案；再由大學生用自己的創意教案，到門市帶領孩童學習生活中常見的永續議題、永續標章（例如 FSC、碳足跡標章），了解環保永續的意義。2020 年青年永續扎根計畫共 379 人次參加工作坊，產出 28 份永續教案，舉辦 46 場永續好鄰居同樂會、共 690 位孩童參與。

疫情對於經濟弱勢及病童的家庭影響更鉅，於是在暑假期間舉辦「好鄰居暑期公益同樂會」，免費舉辦活動，邀請中華基督教救助協會之陪讀班孩童參與；並邀請民眾捐出統一超商會員點數報名會員場，所獲點數全數轉換捐贈給陪讀班孩子課後餐食。

### 利害關係人回饋

家長：

這些生活中的永續標章，我們可能都會忽略，今天重新認識它，環保愛地球，你我都可以從生活做起，很棒的活動，也請多舉辦有關環保議題的，讓更多人來參與，謝謝！



雖海洋廢棄物在特定海灘總檢不完，但我們堅持讓海洋環境恢復自然清淨的樣貌、減少生物傷亡的信念，以實際行動履行公民責任，希望讓更多人關注此議題，影響更多人加入。2020 年愛·自然社團擴大結合國際同際會基隆三個分會及社區發展協會近百人自主參與淨灘，清出近百袋垃圾及大型廢棄物，期能將環保意念種入眾人心中，並落實在日常生活中。

### 利害關係人回饋

參與淨灘的夥伴們活動後相互交流都表達，淨灘參與不但可以為大自然盡一份心力，也可以達到親子同樂的機會教育，從小教育珍惜資源、愛護海洋。

## 5.6 環境保護

### 海洋保護

#### 福委會愛·自然社團淨灘

眾多的海洋廢棄物堆積在沙灘，造成美麗風景不再、無法休憩使用，亦可能影響眾多海洋生物生存，更嚴重的是這些風吹日曬雨淋的塑膠垃圾脆化分解，與沙子混合一體將更難清理，也更容易產生塑膠微粒，進入生態圈，最終還是影響人類食物鏈。統一超商福委會因此成立「愛·自然社團」，自 2016 年起以企業社團名義參與環保署推動的倡導認養美麗海岸線及維護海岸清潔（金山中角沙珠灣、萬里翡翠灣、萬里頂寮海灘），2020 年雖受疫情影響，但疫情受控後我們仍持續響應淨灘活動，社團淨灘至 2020 年底已超過 27 場，保守估計清出近 16.2 噸（註）來自於惡意棄置、漁業行為、海岸遊憩 & 生活棄置、異國海漂、天災 & 掩埋場等垃圾（海廢）。



（註）累計淨灘場次 27 場 \* 每場次至少清出估計 30 袋以上垃圾（70L 環保局垃圾袋，不含大型垃圾）\* 每袋估計 20 公斤

### 環境意識推廣

#### 國道齊柏林攝影展

2020 年在泰安服務區（統一超商泰安商場）舉辦「國道·綠廊道—從齊柏林看見國道建設」攝影展，展出 100 多張齊柏林導演從未發表過的高速公路興建歷程珍貴照片，展場中特別導入時間跨度的歷史對照表，呈現國道興建中、完工後的不同樣貌，藉由齊柏林導演從空中鳥瞰的視角，帶著觀眾感受高速公路施工艱辛歷程及周遭環境變遷的演進過程。希望透過攝影展，不僅讓大家看見高速公路 50 年來的轉變歷程，更藉此關照本土環境生態、傳遞永續價值。



# 5.7 公益募捐

## 點數捐贈

數位化時代，結合數位工具的公益捐贈，讓公益更快速便利，也多了新的捐贈選擇。我們提供民眾兩大數位點數捐贈方式，分別是 OPEN POINT APP 中的 OPEN POINT 會員點數捐贈，及各檔活動集點卡愛心捐贈，雙點數機制讓顧客有多元化做公益的選擇。

2020 年共募得 330 萬點，其中 OPEN POINT 點數 1,065,648 點、各檔活動集點點數 2,243,543 點，換算募得金額約為 340 萬元。點數捐贈主要協助弱勢長輩、家庭餐食與生活物資需求，年度捐贈合作單位如下。

其中部分點數兌換亦提供一粒麥子基金會 46,739 瓶、市值 2,336,950 元沙拉油協助弱勢長輩共餐據點、行動廚房之需求。



## 公益捐款



### 門市零錢捐

「把愛找回來」公益募款自 1988 年開始推行，於超過 6,000 家門市設置「把愛找回來」零錢捐款箱。我們也定期清點及稽查募款箱金額，透明化金流與帳務處理，為社會大眾愛心把關，讓民眾行善沒有顧慮。



因應高齡化社會來臨，自 2014 年零錢捐募款計畫切入「銀髮關懷」面向，2020 年串聯 4 家公益團體，聚焦弱勢長輩關懷計畫，共同關注老老照顧、獨老照護、失智預防與照護、長者餐食等議題，2020 年門市零錢捐共募得 1.8 億元。

合作單位與內容

<div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold;">1</span> 季         </div> <div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 18px; font-weight: bold;">共募得 46,276 千元</span> </div>	<p>嘉義天主教中華聖母基金會以「老老重擔，有你救好」計畫提出「社區式照顧」、「居家照顧」、「照顧者服務」、「友善環境」四大服務計畫。</p>	
<div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold;">2</span> 季         </div> <div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 18px; font-weight: bold;">共募得 43,507 千元</span> </div>	<p>弘道老人福利基金會啟動「一塊作伴，化解宅老人危機」服務計畫，助獨居弱勢長輩遠離孤獨與預防退化危機。此外防疫期間，為降低群聚感染風險暫停社區長者相關集會、課程與活動，減緩長輩宅在家的孤立感與身心退化亦是刻不容緩的課題。</p>	
<div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold;">3</span> 季         </div> <div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 18px; font-weight: bold;">共募得 45,556 千元</span> </div>	<p>屏東基督教醫院以「及早救智」為主題，除呼籲重視失智症議題，一同打造失智友善環境，亦提供屏東失智失能以及弱勢長輩服務。</p>	
<div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 24px; font-weight: bold;">4</span> 季         </div> <div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> <span style="font-size: 18px; font-weight: bold;">共募得 44,646 千元</span> </div>	<p>一粒麥子基金會提倡讓弱勢長者「好好吃飯」，並提供「行動廚房」、「部落廚房」、「家庭廚房」、「送餐保溫車」、「老幼共餐」等服務。</p>	

### ▪ ibon 便利生活站捐款

為使統一超商能協助更多公益團體進行社會服務，扶持更多弱勢族群，2008 年開始民眾可於「ibon 便利生活站」進行捐款，以最即時便利的捐款，讓愛心不打烊。

2020 年 COVID-19 重創世界經濟，社會民生受到影響，默默照護弱勢族群的公益團體更是「隱性受災戶」。為深入了解公益團體所受影響，2020 年統一超商進行 ibon 便利生活站群募計畫，與遠見媒體合作進行「2020 社福團體疫情影響大調查」，了解公益團體疫情期間募款狀況，更串聯 50 大公益團體響應影片，以行動籲請大眾到 ibon 便利生活站捐款。



### ▪ 創意捐款倡議



「把愛找回來」公益募款長期關注弱勢長輩議題，亦持續以創新有趣的互動方式帶給民眾獨特的捐款體驗，希望藉由有趣獨特的方式帶動更多人投入社會公益。2020 年 10 月舉辦 OPEN!LOVE 愛的行動咖啡車活動，溝通統一超商永續作為。透過線上社群創意操作，結合線下愛的行動咖啡車活動，串聯 OPEN 小將及公益夥伴：中華聖母社會福利慈善事業基金會、弘道老人福利基金會、屏東基督教醫院、一粒麥子社會福利慈善事業基金會，藉精品咖啡傳遞愛心，邀請大眾捐款，並與 2020 年合作的約 6-70 個公益團體共同發聲。



### ▪ 商場募捐

統一超商以多元募款平台為核心，長期關注社會趨勢議題，仁德服務區亦長期舉辦公益活動，在凡進入仁德服務區，用路人每捐贈 1 張發票，統一超商仁德服務區立即 3 倍奉還，再捐贈出 3 元做公益，共募集 1 千張發票，本次共捐出 3,000 元給社福弱勢團體。



共募集 1,000 張發票，本次共捐出 3,000 元給社福弱勢團體

### 物資募捐

統一超商希望號召民眾一同募集資源提供給經濟弱勢家庭，解決生活上的困難。從 2018 年開始推出物資認捐，運用 ibon 便利生活站機台即可認捐愛心商品，讓民眾有更便利的方式響應公益。

2018 年起與中華基督教救助協會合作，協助經濟困境的急難家庭或經濟弱勢家庭，提供所需的食物包，讓三餐得以溫飽；年節時募捐禮盒，一起度過佳節。





# 06

## 推展綠色營運

**永續績效**

12 責任消費與生產

13 氣候行動

2020 年綠色採購總金額占整年度採購總金額達 **10%**

2020 年門市用電密集度評估指標 EUI 值較 2019 年 **減少 3%**

導入 **87 台** 最新環保期數車輛

**對應重大主題**

- 能源與溫室氣體
- 廢棄物

**對應利害關係人**

- 供應商
- 員工
- 加盟主
- 公益團體
- 政府機關
- 社區鄰里

降低能源使用	導入環保車輛	綠色採購
<p><b>行動方案</b></p> <p>採取門市節能措施，包含空調、冷藏設備節能升級、門市照明系統節能優化、改善熱交換環境</p>	<p><b>行動方案</b></p> <p>汰換舊期數車輛，導入最新環保期數車輛</p>	<p><b>行動方案</b></p> <p>採買取得節能標章、環保標章或驗證、或具有實際環保效益的設備與耗材</p>
<p><b>2020年目標</b></p> <p>門市用電密集度(EUI)較2014年降低13%或較2019年減少1%</p>	<p><b>2020年目標</b></p> <p>導入超過86台最新環保期數車輛</p>	<p><b>2020年目標</b></p> <p>綠色採購總金額占整年度採購總金額6%</p>
<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>2020年EUI值為919度/平方公尺，較2019年947度/平方公尺減少3%</p>	<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>導入87台最新環保期數車輛</p>	<p><b>2020年達成情形</b></p> <p>綠色採購總金額占整年度採購總金額10%</p>
<p><b>達成與否</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>追蹤中</li> <li>未達成目標</li> <li>達成目標</li> <li>超過目標</li> </ul>	<p><b>達成與否</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>追蹤中</li> <li>未達成目標</li> <li>達成目標</li> <li>超過目標</li> </ul>	<p><b>達成與否</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>追蹤中</li> <li>未達成目標</li> <li>達成目標</li> <li>超過目標</li> </ul>
<p><b>未來目標</b></p> <p>2021年門市EUI值較2020年減少0.5%，為914.7度/平方米</p>	<p><b>未來目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2021年全面汰換三期以下車輛</li> <li>2026年全面汰換四期以下車輛</li> <li>2036年全面汰換五期以下車輛</li> </ul>	<p><b>未來目標</b></p> <p>2023年降低食安一次性塑膠用品用量5%</p>



能源與溫室氣體		管理方針
管理目的與政策	積極面對氣候變遷已刻不容緩，能源與溫室氣體排放管理對於對抗氣候變遷至關重要，尤其當今隨著國內外強制性法規的加嚴，消費者與投資人對於企業溫室氣體排放的重視，乃至於能源與溫室氣體排放管理為企業的營收、成本、資產價值、商譽與營運持續性產生的影響。	
權責單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源政策</li> <li>溫室氣體政策</li> </ul>	
行動計畫	工程科技部(門市裝修)、營運企劃部(協助門市人員落實能源管理與節能行動)、行政服務TEAM(掌握總部大樓能源用量並導入節能措施)以及物流企劃TEAM(掌握及增進物流關係企業的節能減碳行動)	
申訴機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>溫室氣體盤查</li> <li>門市與辦公室節能</li> <li>物流節能</li> </ul>	
	「聯合服務中心」電話專線(0800 008 711)或電子信箱(public@mail.7-11.com.tw)	

減少資源浪費 / 廢汙水和廢棄物		管理方針
管理目的與政策	因天然資源的耗用與稀缺及廢棄物處置與污染的挑戰，讓減少資源浪費成為統一超商在整體營運價值鏈中相當重視的一環。	
權責單位	環境政策	
行動計畫	營企部	
申訴機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>追蹤廢棄物清運量</li> <li>門市設備再利用</li> <li>推動門市便利環保回收平台</li> <li>節省用紙</li> <li>追蹤門市用水</li> <li>導入省水設施</li> </ul>	
	「聯合服務中心」電話專線(0800-008-711)或電子信箱(public@mail.7-11.com.tw)	

# 6.1 環境管理

## 政策與承諾

有效的管理機制是建立在明確且一致的基準與認知上，統一超商制定「環境政策」、「能源政策」與「溫室氣體政策」，做為集團環境議題作為的指導核心，在此基礎之上，積極發揮統一超商影響力，落實綠色營運，實現永續地球的願景。

### 環境政策

「本公司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」，因此承諾如下：

- ✓ 遵循環境保護法規，嚴禁任何危害環境品質的行為；
- ✓ 持續改善環境績效，致力於改善周遭環境品質；
- ✓ 珍惜使用資源，本於「物盡其用」的原則，提升資源回收再利用；
- ✓ 推動廢棄物減量，基於「污染預防」的觀點，減少廢棄物產生的機會；
- ✓ 考量產品及服務在研發、設計、製造、包裝、配送等生命週期環節的環境衝擊，減少資源耗用並提升資源使用效率；
- ✓ 逐步形塑友善環境之價值鏈，於供應商選擇、新專案開發、企業併購決策時納入環境面考量；
- ✓ 關懷社區發展，經營永續社區關係；
- ✓ 推廣環境教育，持續向員工與顧客宣導環境保護觀念，共同實踐保護環境的具體行動。

### 能源政策

我們在滿足消費者需求的同時，落實節能減碳行動成為公司營運策略中重要的核心價值。我們以門市作為節能減碳實踐基地，活用本身通路特性推動節能減碳，延伸節能效益發揮企業影響力。

我們承諾：

- 遵守政府能源法規，落實能源持續改善。
- 擴大節能設計商店，開發販售節能產品。
- 達成能源優化目的，創造企業永續發展。

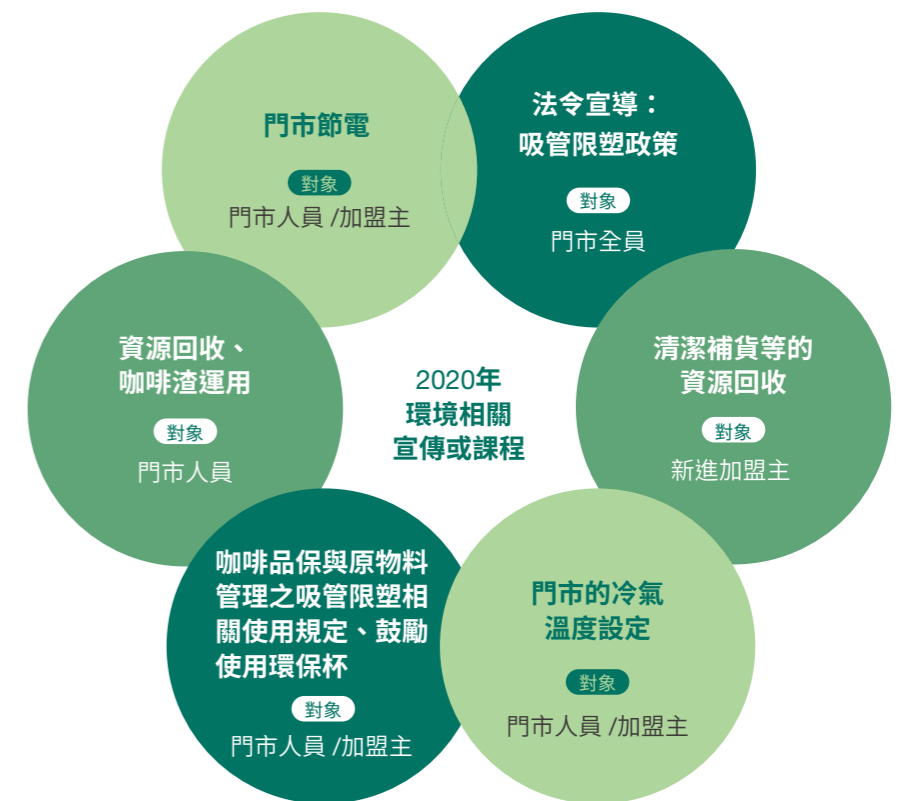
### 溫室氣體政策

統一超商作為地球村之一份子，重視能資源使用與環境衝擊，為善盡企業責任，將確實掌控及管理溫室氣體排放現況，並依據盤查結果，進一步推動節能減碳相關計畫，期以減少溫室氣體排放，為環境盡一份心力。

## 溝通與獎勵

透過持續不斷與多元的溝通方式，我們將政策連結實務，傳遞到第一線工作夥伴，設計各類宣傳、線上課程或教育訓練，讓環境管理落實到統一超商每一位夥伴的日常生活。

為了激勵同仁積極管理門市能源使用，我們制定了「門市節能獎勵管理辦法」，將新開及整修門市基本電費管理成效、既有店門市用電量管理及節能改善納入個人、門市及地區工程績效考核項目，並給予發現門市電費異常者現金獎勵。2020年門市節能作為地區工程評核項目，每季評鑑取前3名頒發團體獎金各1,000元，門市異常電費追回發放獎金5,445元。



## 綠色採購

許多環境議題源頭來自採購，統一超商透過推動綠色採購，採買取得節能標章、環保標章或驗證、或具有實際環保效益的設備與耗材應用於門市，並選擇綠建材進行門市裝修，在維持營運順暢與服務品質的同時，也降低消耗天然資源與環境負面影響。

我們綠色採購品項與採用的環保標章、認證與彙整於下，2020年綠色採購總金額達8.45億元，占統一超商整年度採購總金額達10%，達成原定年度採購占比達6%之目標，相較2019年下降原因是2020年於門市裝潢與能資源使用的採購支出提升，導致以產品為主的綠色採購比例下降。





綠色採購歸屬類別	採購品項	採購金額(仟元)	
Energy Star	符合 Energy Star 美國能源之星產品能效要求	LCD 螢幕、雷射印表機	51,100
FSC 森林管理委員會認證	驗證木材產品的整個製造過程符合 FSC 永續經營要求	ORUS 刊物、調棒、御便當免洗筷 (100 入)	36,811
碳標籤	顯示產品生命週期的溫室氣體排放量	Paper star 影印紙	3,474
RoHS	驗證電機、電子產品符合歐盟有害成分使用規定	不斷電系統、咖啡機、ST、Switch、WAP、POS 收銀機 / 後台電腦	285,055
節能標章	1. 冷氣機效能標示—冷氣季節性能因數 (CSPF) 達一級 2. 經濟部能源局節能標章	變頻冷氣、循環迴風扇、LED 燈	144,985
綠建材標章	獲得財團法人台灣建築中心綠建材標章或採用環保專利工法	綠建材	87,105
具有實際環保效益	塑膠材質替代品	門市環保包材 PLA- 咖啡杯、霜淇淋杯 / 思樂冰杯、PLA 吸管、紙吸管	187,053
	客製化設備由統一超商自行測試具有實際省電效益	節電裝置	49,805
綠色採購總金額			845,388

### 資源有效利用

人口成長以及現代人對於便利性與生活品質的追求，加速自然資源的消耗，加之氣候變遷導致地球自然環境脆化，目前全人類利用自然的速率是地球生態系統再生速度的 1.6 倍 (註)，意即人類超支使用了 1.6 顆地球。即使 2020 年新冠病毒疫情致使全球經濟活動下滑，但是許多研究顯示，對於自然資源的耗用僅短暫減緩，整體趨勢仍然持續惡化。身為提供民眾日常便利生活的第一線企業，我們責無旁貸，需要採取積極的作為減少資源浪費並積極提升使用效率。

註：根據全球足跡網路 (Global Footprint Network) 研究結果。

### 減量、回收、再利用

統一超商對於減少資源浪費的管理，從四大方向著手—包裝與包材、剩食、廢棄物與水資源，透過減量、回收與再利用 3R 原則，有效使用資源、減少資源浪費。



### 包裝與包材管理

2019 年減塑風潮呼聲高漲，延續至 2020 年雖然在疫情紛擾下延遲全球減塑議程，但利害關係人對塑膠污染的關注並未減弱，各界更是放大檢視與民眾日常生活最緊密的超市、超商及量販等通路的包裝與包材塑膠使用情形，統一超商 2020 年啟動減塑元年，推展包裝與包材減塑策略、目標、行動方案並追蹤執行績效，詳細內容請參考本報告書第 17-20 頁「減塑」專欄。

### 剩食管理

根據聯合國環境署 (UN Environment Programme, UNEP) 2021 年發表的糧食浪費指數報告 (註)，顯示全球每年浪費近 10 億噸食物，造成 10% 碳排，不僅助長氣候危機，同時也是生物多樣性惡化和全球污染的原因之一。報告中指出餐廳和商店食物浪費佔總食物浪費量的 17%，位處食物供應鏈一環，統一超商有義務且我們也具備絕佳的位置，解決食物浪費的問題，展開完善的管理機制，包含制定策略、目標、行動方案並追蹤執行績效，詳細內容請參考本報告書第 11-12 頁「減少剩食」永續專欄。

(註) UNEP Food Waste Index Report 2021

### 廢棄物管理

統一超商產生的廢棄物主要為生活垃圾，屬於環保署公告的一般廢棄物及一般事業廢棄物，並無任何有害事業廢棄物。廢棄物管理遵循 3R 原則透過減量、回收與再利用，最少化不可回收廢棄物，廢棄物處置方式與統計量請參考附錄歷年永續績效。

我們持續追蹤門市不可回收廢棄物清運量，2020 年共計 925 家門市與總部大樓委託廢棄物清運廠商清運，主要集中在台北市與新北市，透過清運廠商回報可實際掌握不可回收廢棄物清運量。其他門市與辦公室廢棄物產生量則以估算方式進行計算，2020 年合計不可回收廢棄物清運總量為 43,671 公噸。

(註 1) 推估方法為區辦公室以 2020 年總部的實際人均清運量及當年度區辦公室員工人數推估；門市以清運廠商提供的平均門市清運量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的廢棄物產生型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。

(註 2) 門市委託廢棄物清運廠商處理之清運量，自 2018 年起開始統計其中所包含的廚餘量，故 2020 年門市不可回收廢棄物清運量已扣除廚餘之總重量。

經分析門市端營運活動型態與廢棄物產生的關聯性，並考量未來單店單日營收 (PSD) 成長與門市數量增加的影響，統一超商承諾在 2019 到 2021 年間，維持單店清運重量與 PSD 關係度為 0.9%，並持續追蹤廢棄物清運量與 PSD 的關係強度，做為未來設定目標的參考依據。2020 年門市廢棄物清運量關係強度為 0.8% 優於設定之目標，且 2020 年門市店面數較 2019 年增加 7%，但不可回收廢棄物清運量下降 8%，顯示單一店面廢棄物產生量已經有減少情況，我們未來會持續精進數據精確度並透過落實資源回收與減塑行動，加強門市不可回收廢棄物管理。

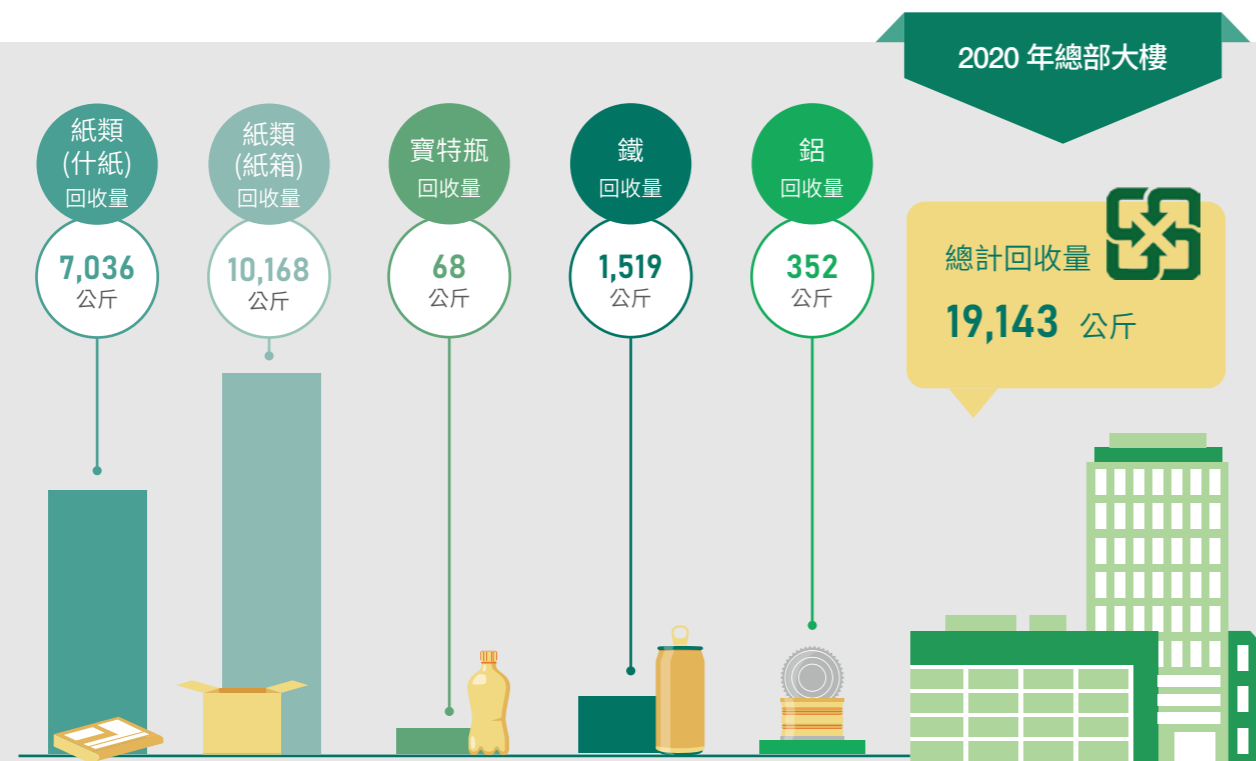
2020 年不可回收廢棄物清運量



## 便利環保回收平台

統一超商將「便利」與「回收」行動有效結合，發揮多據點的特性，協助回收民眾資訊類廢棄物，包含廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機及廢旅座充等，為鼓勵民眾多加利用便利商店進行回收，統一超商配合提供 3-120 元不等的商品抵用金額，收取的可回收廢棄物，再結合我們密集、完善的物流業者門市運輸配送流程，將門市回收的物品經逆物流系統集中後再進一步分類處理。此外，總部大樓也持續落實資源分類回收，2020 年回收重量總計 19,143 公斤，較前一年度增加約 25%。

2020 年物流業者門市逆物流回收量



## 門市設備再利用

統一超商全台灣有超過 6,000 家門市，為了提供最便利的商品與服務，仰賴之機台設備更多元、更大量，有感於設備的耗損報銷造成極大環境負荷，我們善加利用本身靈活調度與門市基數大的特性，成立設備整備中心，透過回收體系將重新裝潢及關店門市的冷氣機、冰箱、關東煮機台、微波爐等既有設備進行回收，入場診斷、清洗、修復後重新回到線上使用，降低資源浪費及廢棄物產生，同時也節省設備購置的費用支出。2020 年整新再利用機台種類達到 25 種，總數達 940 台，也藉此節省設備購置費用達 7,072,800 元。因強化庫存管理及加速老舊設備汰換，設備整新數量相較 2019 年減少。



## 節省用紙

為鼓勵同仁節約資源使用，統一超商總部設定「節紙」作為內部管理指標，宣導以電子檔代替列印、掃描、影印、採用雙面列印等，以減少辦公與行政流程用紙量，2020年紙張人均用紙量較前一年度減少約11%。

### 水資源管理

連鎖便利商店營業型態，在提供消費者各項商品與服務的過程中，會直接或間接受到供水穩定及水質的影響，尤其在水資源供給緊張的地區，如何降低自身營運對當地水資源的影響衝擊是統一超商在整體營運價值鏈中相當重視的一環。

統一超商所有營運據點均使用自來水，整體用水量以門市為最大宗。透過工科部檢測門市用水量較高的區域，掌握用水熱點為：客用廁所、灑水器、櫃台水槽等處，藉由導入省水設施將出水量調節為每秒500 C.C.，以具體減少門市端的用水量。

經分析門市端營運活動型態與用水量的關聯性，並考量未來單店單日營收(PSD)成長與門市數量增加的影響，統一超商承諾在2019到2021年間，維持單店平均用水量與PSD關係強度維持在2018年關係強度0.5%。2020年門市用水關係強度為0.6%，與目標值有些微落差的原因經分析是咖啡銷售較去年成長45%，導致門市用水強度未達目標，我們將持續追蹤用水量與PSD的關係度，做為未來設定目標的參考依據。

總部大樓雖然用水量占比較少，但我們以身作則，密切觀測年度用水量作為內部管理指標，透過節水行動持續減少用水，例如：導入降低廁所與茶水間的水龍頭出水量並加裝省水器、裝設小便斗節水器、調整馬桶最適出水量、減少植栽噴灌頻率等。



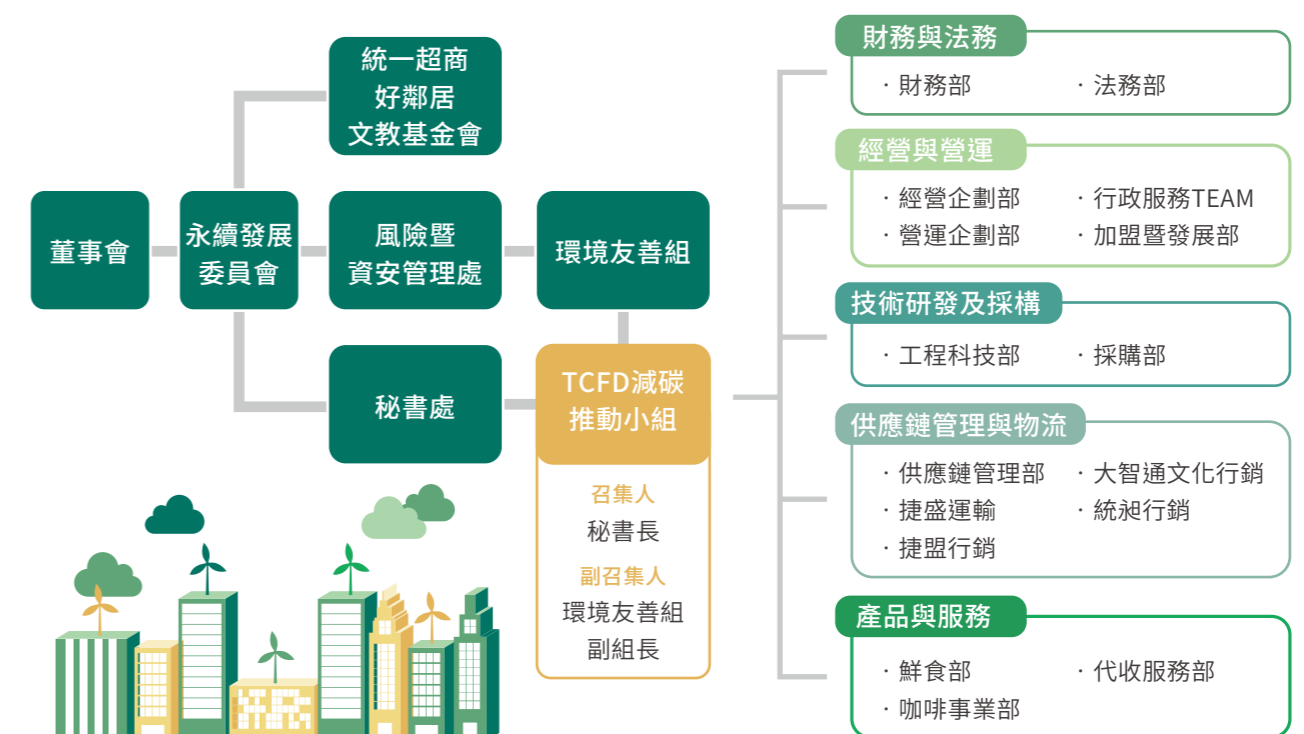
## 6.2 氣候變遷減緩與調適

根據世界經濟論壇(The World Economic Forum, WEF)所公布的2021年全球風險報告(The Global Risk Report)中指出，「極端天氣」、「氣候行動失敗」、「人類對環境的破壞」等議題為前三大最有可能發生的風險，而依據「聯合國政府監氣候變遷專門委員會(IPCC)」的報告指出，全球須積極將升溫幅度限制於1.5°C內，才有機會盡可能的降低氣候變遷對地球帶來的衝擊。

綜觀當前氣候變遷議題的發展與影響，皆顯示企業需更積極的應對與管理，為優化統一超商於氣候變遷議題的治理成效，我們將氣候相關財務揭露建議書(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)所建議之揭露與管理框架，融入我們於氣候變遷議題的管理基礎，整體性的評估與考量氣候變遷議題對統一超商帶來的影響，進而擬定未來短中長期於氣候變遷議題的治理策略與管理目標。

### 氣候風險治理

統一超商於氣候變遷議題之治理架構，由董事會作為最高的監督單位，而相關議題管控機制則建構於企業社會責任委員會下，透過委員會轄下之工作小組進行議題的管理與風險評估，且委員會會定期向董事會報告議題的管理執行情況。然而為更全面的了解氣候變遷議題對我們帶來的衝擊，我們於本年度成立任務型小組(TCFD減碳推動小組)，由企業社會責任委員會的秘書處擔任召集人，環境友善組擔任副召集人，統合與氣候變遷議題有關之5大面向事務單位(工程設備、物流與供應鏈管理、產品與服務、經營與營運、財務與法務)，進行第一階段的氣候變遷風險與機會影響性評估。並於2021年正式成立減碳專案小組，預期將針對統一超商的重大風險與機會衝擊，整合與優化管理策略，期望能降低氣候風險對營運所造成的財務影響，並提高因應氣候變遷議題帶來的正面效益。



為了解在氣候變遷議題下對統一超商營運的影響性，我們透過 3 個階段梳理與評估出 6 項重大氣候風險與機會。

### 階段 1 蒐集食品零售業氣候相關風險及機會議題

蒐集食品零售業與國內外標竿企業之 CDP 問卷、CSR 報告書、年報與第三方研究報告彙整當前食品零售業所關注的氣候變遷機會與風險議題，以轉型風險、實體風險以及氣候機會等角度，統整出 12 項風險與 7 項機會議題。

類型	項目	議題數量
轉型風險	政策與法規	3
	市場風險	2
	名譽風險	2
	能源來源	1
實體風險	立即性風險	1
	長期性風險	3
氣候機會	資源使用效率	3
	產品與服務	4

### 階段 2 盤點及評估統一超商氣候相關風險與機會議題

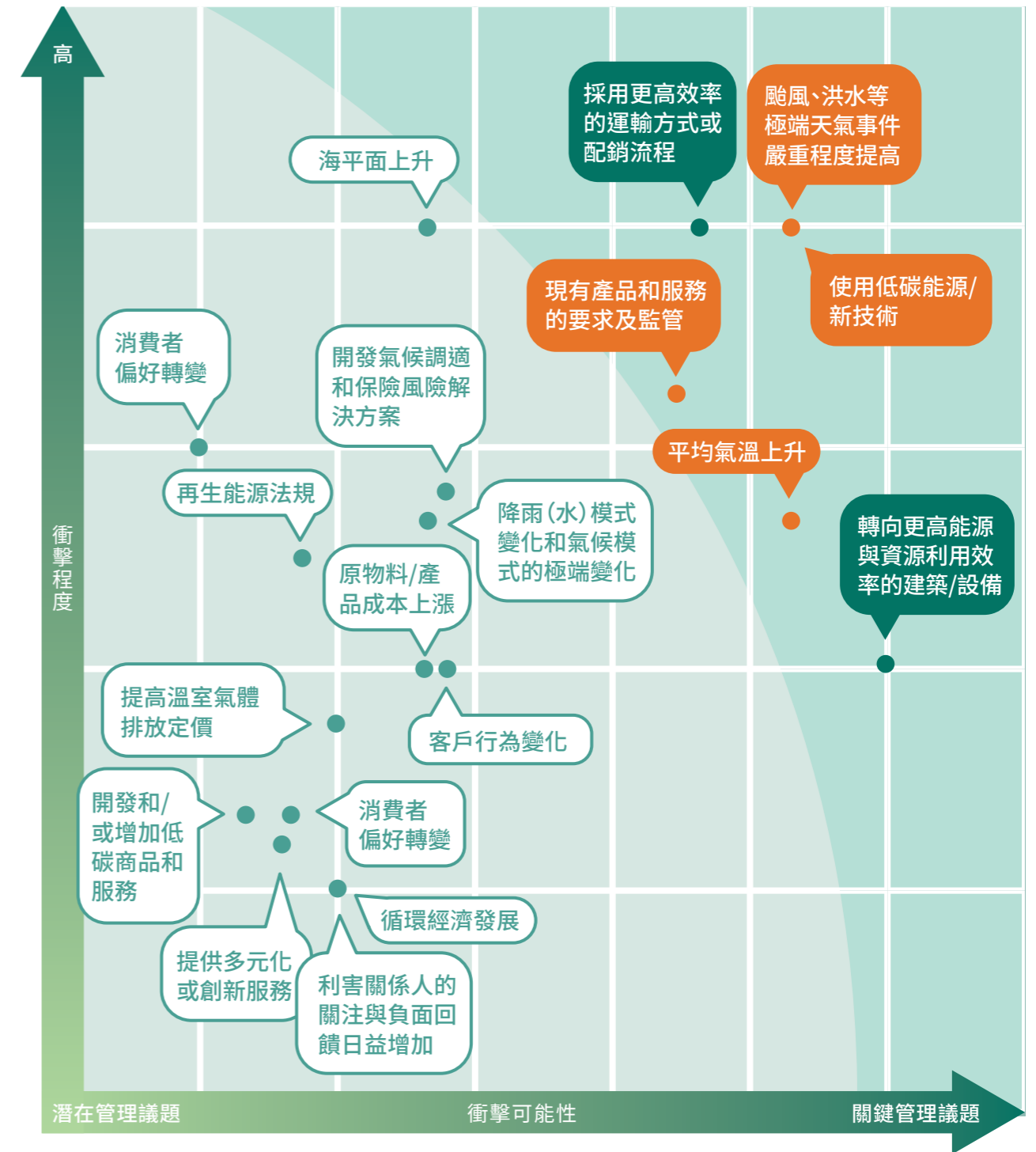
根據前述議題彙整結果，以問卷調查方式，由統一超商各單位針對食品零售業相關之氣候變遷風險與機會議題，透過評估對統一超商的衝擊可能性、衝擊程度 (涵蓋財務、門市營運、員工與聲譽形象等評估指標) 與衝擊影響期間 (短期、中期、長期)，進而分析各項議題對統一超商營運之重大性。

### 階段 3 統一超商關鍵氣候風險與機會議題確認

依據各單位於問卷調查的回覆結果，進行各項議題的重大性排序，最後由 TCFD 減碳推動小組召集人與副召集人，以統一超商之整體營運發展狀況與策略規劃的角度，確認 6 項關鍵性管理議題 (4 個氣候風險與 2 個機會)，作為進階深入評估與管理的議題基礎。

為了解在氣候變遷議題下對統一超商營運的影響性，我們透過 3 個階段梳理與評估出 6 項重大氣候風險與機會。

統一超商氣候風險與機會



氣候風險與機會	對統一超商的潛在影響	影響期程	財務影響	調適管理策略	管理目標
實體風險	<p><b>颱風、洪水、下雪等極端天氣事件嚴重程度提高</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 面對極端天氣事件發生的機率提升，可能會導致超商門市設備損壞、道路中斷而影響產品運輸和供應中斷等事件的機率提高。此外，也可能因為停電、停水等情況，影響超商門市營運。</li> </ul>	短期 (小於三年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 設備毀損導致資產價值減損</li> <li>■ 維修設備導致營運成本增加</li> <li>■ 無法營運、產品供貨中斷缺貨導致營收減少</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 規劃適切之門市天災產物保險，降低災損對財務之影響</li> <li>■ 擬定風災緊急應變流程，如物流配送應變調配調整等，減少商品供貨與損壞風險</li> <li>■ 擬定低窪地區門市防水閘門及矮牆施工規範，降低各門市淹水的發生機率</li> </ul>	針對門市能源效率擬定管理目標，減緩因平均氣溫上升而造成之能源耗用(詳細目標設定與年度達成情況請參考本報告書第120-121頁。)
	<p><b>平均氣溫上升</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 由於平均氣溫上升導致門市需耗用更多能源，以維持製冷設備之營運效率，而消費者可能也會因為天氣炎熱而改變消費行為，進而影響季節性產品的銷售。</li> <li>■ 鮮食類產品之原物料較常因溫度上升導致生長週期或是品質變化，進而影響原物料價格或造成市場供應之不穩定。</li> </ul>	中期 (三年至五年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 電費和原物料價格上升，導致營運成本增加</li> <li>■ 消費者行為改變導致營收變化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 積極導入門市與總部之節能措施，優化能源使用效率(詳細內容請參考本報告書第137-140頁)</li> <li>■ 即時掌握各原物料之品質與供應情況，並開發多元與替代物料來源，以維持供應鏈穩定性</li> </ul>	
轉型風險	<p><b>現有產品和服務的要求及監管</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 隨著政府對於減塑議題的管控政策越來越嚴格，預期未來將面對更多減塑相關的政策法規。而我們於推行各項減塑措施之同時，需搭配多元模式的宣導與措施，以促進消費者的行為轉變。</li> <li>■ 台灣部分城市已開始推動便利商店廢棄物單獨處理政策，預期未來可能推展至台灣各縣市，我們須尋找委外的合格清運廠商，且亦須強化門市廢棄物清運的管控機制。</li> <li>■ 因應政府對於製造業節能的要求提升，預期未來將擴大推動住商部門的節電政策，將可能加大統一超商對於門市的能源效率管理壓力。</li> </ul>	中期 (三年至五年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 未能即時因應政策推行，而導致違規罰款，造成品牌價值下降及費用增加</li> <li>■ 未能有效減少廢棄物產生量，而導致委外處理費用增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 成立減塑專案小組，從減少一次性塑膠使用、包材改善等方向出發，改善塑膠使用量(詳細內容請參考本報告書第17-20頁「減塑」永續專欄)</li> <li>■ 成立惜食專案小組，規劃短中長期剩食減量專案，減少廢棄物產生量(詳細內容請參考本報告書第11-12頁「減少剩食」永續專欄)</li> <li>■ 藉由ISO 50001能源管理系統與ESCO節能服務系統，了解門市節能潛力與導入相關節能管理措施，優化門市之能源使用效率(詳細內容請參考本報告書第138-139頁)</li> </ul>	針對門市能源效率、減塑與剩食等議題擬定管理目標，強化議題管理強度，以減緩相關議題帶來之營運衝擊(詳細目標設定與年度達成情況，請參考本報告書第120-121頁)
	<p><b>使用低碳能源/新技術</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 因應國內政府對於再生能源議題的要求與國際發展趨勢，長期而言統一超商需要面對能源轉型的議題，預期將影響統一超商對於直營與加盟門市的管理機制。</li> </ul>	長期 (五年以上)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 導入再生能源設備，造成營運成本增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 評估導入再生能源設備之可行性與做法，盡力提升再生能源使用比例</li> <li>■ 推動新式製冷設備與技術研發，提升低碳技術使用與能源效率</li> </ul>	
機會	<p><b>採用更高效率的運輸方式或配銷流程</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 高效率的配銷流程與運具，可有效減少營運之環境衝擊，統一超商具備良好的物流管理體系，多年來推行許多重大物流改善措施，如不同溫層共配機制、環保車輛導入與自動化設備導入等，可有效減少營運成本。</li> </ul>	中長期 (三年至十年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 優化配送路徑，減少燃料成本</li> <li>■ 環保與高效溫控設備車輛導入，減少燃料成本</li> <li>■ 推動自動化作業，提升配銷效率、減少營運成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 推動運輸路徑優化與導入環保車輛，降低運載趟數與降低環境衝擊(詳細內容請參考本報告書第140頁)</li> <li>■ 推動綠能運載工具評估與研發</li> <li>■ 配銷流程自動化如理貨及揀貨自動化</li> </ul>	針對物流與門市用電擬定管理目標，提升資源使用效率，擴大營運正面效益(詳細目標設定與年度達成情況，請參考本報告書第120-121頁)
	<p><b>轉向更高能源與資源利用效率的建築/設備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 統一超商長期以來推動設備節能與建築節能設計開發，已累積許多節能經驗，在逐步汰換硬體設備與優化能源效率的過程中，可有效減少營運成本。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 導入高效硬體設備與創新門市建築節能設計，減少能源支出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 藉由ISO 50001能源管理系統與ESCO節能服務系統，了解門市節能潛力與導入相關節能管理措施，優化門市之能源使用效率(詳細內容請參考本報告書第138-139頁)</li> <li>■ 透過產學合作模式，長期推動創新技術與設備投資研發，發展眾多業界獨創節能措施</li> </ul>	

## 能源與溫室氣體排放管理

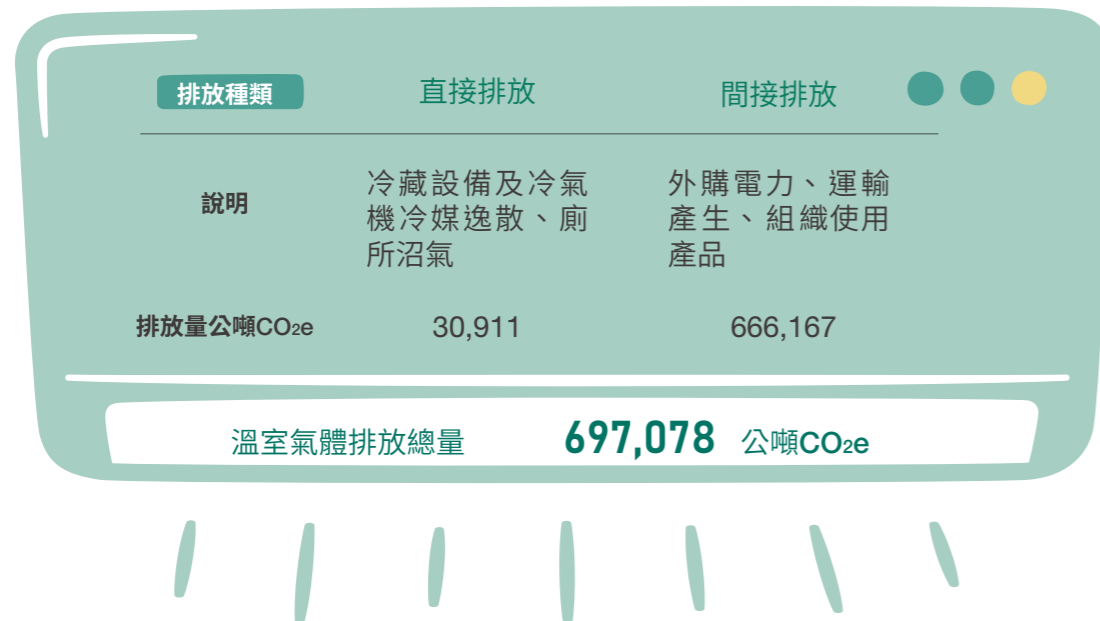
### 能源使用與溫室氣體排放

#### 第三方查證

統一超商主要營運據點包含全台及離島門市（包含超商與商場）與辦公室（包含企業總部、區辦公室、訓練中心等），為充分掌握統一超商整體溫室氣體排放情形，我們自 2017 年起便依循 ISO 14064-1:2006 進行溫室氣體盤查，並自 2020 年採用新版 ISO 14064-1:2018 進行溫室氣體盤查，且通過第三方查證。

新版與舊版的差異將溫室氣體盤查改成直接排放與間接排放進行盤查外，直接排放即過往範疇一排放，間接排放包含範疇二外購電力與範疇三運輸產生的間接溫室氣體排放、組織使用的產品間接溫室氣體排放與使用組織的產品所產生之間接溫室氣體排放等盤查項目。

我們也持續擴大盤查據點，本年度溫室氣體盤查範圍涵蓋 6,030 個據點，溫室氣體盤查邊界涵蓋率 99%。



(註 1) 溫室氣體盤查係依據 ISO 14064-1:2018 方法學，組織邊界設定採用營運控制權法，溫室氣體排放係數參考經濟部能源局電力排放係數、環保署排放係數管理表 6.0.4 與環保署產品碳足跡資訊網；GWP 採用採 IPCC 1995 年第二次評估報告數值。

(註 2) 間接排放中外購電力計算方式採用地點為基礎，由於尚未公告 2020 年電網排放係數，採用 2019 年 0.509 公斤 CO<sub>2</sub>e 為計算參數。

(註 3) 本次溫室氣體盤查涵蓋氣體種類包括二氧化碳 (CO<sub>2</sub>)、甲烷 (CH<sub>4</sub>)、氧化亞氮 (N<sub>2</sub>O)、氟氯碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、六氟化硫 (SF<sub>6</sub>)、三氟化氮 (NF<sub>3</sub>)。

(註 4) 生物源的二氧化碳排放量為 0。

#### 直接排放

統一超商的直接排放主要的排放源為門市冷凍、冷藏設備與空調設備的冷媒逸散，透過設備維修系統冷媒設備故障維修的冷媒充填量計算 2020 年排放量，佔直接排放 86%，其中不含破壞臭氧層的製冷劑佔比為 100%。

2020 年直接排放量目標設定為 31,163 公噸 CO<sub>2</sub>e，因規模較大的門市空調及倉庫冷氣機數量增加，冷媒設備逸散量增加，2020 年相較 2019 年直接排放量上升 1%，但依然達成本年度目標，我們未來將評估導入環保冷媒，如 R448 等，以降低直接排放的溫室氣體排放量。

排放設備	排放源	直接排放量 (公噸 CO <sub>2</sub> e)	直接排放量占比 (%)
化糞池	水肥	4270	14%
思樂冰與啤酒機	CO <sub>2</sub>	3	0%
商用冷凍設備	冷媒 (R134a、R404a、R410a)	26,638	86%

#### 間接排放

本年度因轉換新版盤查方式，2020 年間接排放調查，依照重大性原則進行評估，重大性間接溫室氣體排放源包含外購電力排放及上游排放、貨物配送、廢棄物處理所產生的間接溫室氣體排放，其中，外購電力排放為主要間接溫室氣體排放源，我們設定有 2020 年排放量目標 452,756 公噸 CO<sub>2</sub>e 及用電量目標 849,448 萬度。

2020 年度所有盤查據點的使用電力為 92,803 萬度，耗能 3,340,893 GJ，造成的間接溫室氣體排放量為 472,365 公噸 CO<sub>2</sub>e，相較 2019 年排放量上升 6%，未達設定之外購電力之用電量目標以及間接溫室氣體排放量目標，主要原因是 2020 年因應多元服務與產品，增加許多的耗電設備種類與數量，例如：乾式地瓜機、現萃茶機等。間接排放的溫室氣體排放量在排除電力排放係數逐年成長的影響，統一超商將致力推動門市、辦公室節能外也推動物流運輸之減碳行動，逐步達成承諾之減量目標。

排放源	使用量	耗能量 (GJ)	間接排放量 (公噸 CO <sub>2</sub> e)	間接排放量占比 (%)
電力	外購電力排放	92,803 萬度	472,365	71%
	外購電力上游排放	-	101,155	15%
上游運輸和貨物配送產生的排放	物流中心至分店配送運輸柴油	22,966,614 公升	77,397	12%
固體和液體廢棄物處理產生的排放	門市店鋪廢棄物處理	42,360 公噸	15,250	2%

(註) 電力來源 100% 來自電網供應，且無使用再生能源。

## ■ 關鍵績效指標與目標

### 能源效率指標與目標

由於超商門市多為 24 小時服務，用電模式與總部、區辦公室、訓練中心等不同，為有效掌握超商門市用電量與逐步提升用電效率，我們設定了門市的用電密集度評估指標 (EUI) 與減量目標，並每月追蹤進度。

2020 年門市用電密集度減量目標為較 2014 年減少 13% 或較 2019 年減少 1%，而 2020 年實際門市用電密集度為 919 度 / 平方公尺，比 2019 年減少 3%，相較於 2014 年已減少 16%。本年度已達成用電密集度減量目標。

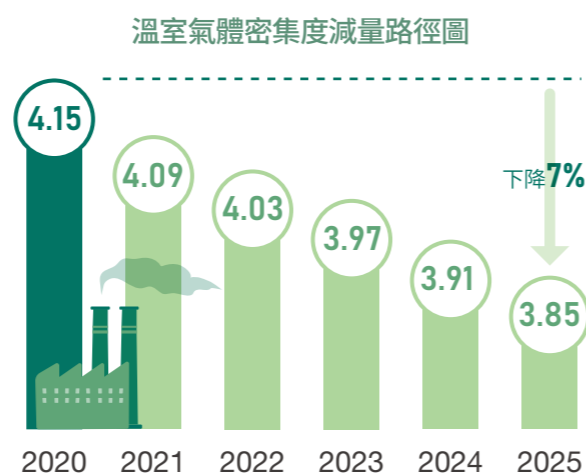
EUI (註)							
年度	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
EUI	1,094	1,046	1,012	1,008	962	947	919
下降百分比	-	-4%	-3%	-0.4%	-5%	-2%	-3%

(註) 超商門市 EUI 以每月台電提供用電資料，計算各區門市平均每坪用電度數，並用以推估該區無台電資料之門市用電度數，兩者相加為當月總用電度數，並除以總樓地板面積。

### 溫室氣體排放強度指標與目標

由於統一超商的溫室氣體排放源以門市用電為最大宗，考量用電量將與門市規模、設備及營業型態有關，而最終將反應至營業收入，我們計算每百萬元營業額的排放強度，並以此作為整體溫室氣體排放的減量目標。

因應 ISO14064-1 盤查轉版，我們重新設定減量目標，減量目標以 2020 年溫室氣體盤查之直接與間接溫室氣體排放強度 4.15 公噸 CO<sub>2</sub>e/ 百萬營業額作為基準，考慮未來營收成長與營運擴張的情況下，我們承諾在 2025 年的溫室氣體排放強度達到 3.85 公噸 CO<sub>2</sub>e/ 百萬營業額，較 2020 基準年的排放強度降低 7%。未來我們將持續檢視目標達成進度，在考量經濟成長與節能技術進步的趨勢，更新中長期減量目標。



## 節能減碳行動

統一超商的溫室氣體排放源包含總部大樓、各門市與物流，其中門市用電為最大宗，我們依據總部大樓、各門市與物流打造專屬的節能方案，統一超商希望在提供消費者優良便利消費體驗的同時，活用通路特性落實企業節能減碳。

### ■ 能源管理系統導入

為推動總部與門市節能與能源效率提升，2020 年總部大樓及兩家門市進行 ISO 50001 能源管理系統認證，其他據點亦根據能源管理系統運作精神與架構進行能源管理，以達到能源使用持續改善之目的。

### ■ 門市節能措施及成果

本年度我們透過 8 大專案成功節省 84,822,022 度電與 198,483,531 元電費，同時也減少了 45,210 萬公噸 CO<sub>2</sub>e，其中變頻冷氣搭配回風扇專案是最重要的節能措施，有效提升門市的冷房效率，其節能成效佔 2020 年整體節能專案的 51%。

我們也發現「橫字招牌節能改良」與「賣場燈管的重新配置」兩項專案的推行效果相當顯著，首先橫字招牌節能改良，透過招牌材料更新，與減少招牌燈具的使用達成門市的節能效果，其次賣場燈管的重新配置專案，透過燈具改用 LED，門市空間內照明燈具配置進行檢討更新，以合理燈具配置來降低非必要用電進行節能，此兩項專案相較於其他專案，成本所費較低，雖然每月對於各門市的節電成果有限，但是透過大量門市的導入，在 2020 年也成功為我們的門市節省超過 23.7% 能源耗用與電費。

門市節能行動方案	導入數量	節能量		溫室氣體減排量 (公噸 CO <sub>2</sub> e)	節能專案成果節能減碳占比	
		kWh	GJ			
空調及冷藏設備節能升級	變頻冷氣搭配回風扇	2,153	42,793,598	154,057	22,809	51%
	三代組合冰箱	74	330,079	1,188	176	0%
	新型節能冷凍櫃	1,079	3,508,991	12,632	1,870	4%
	組合冰箱節能除霜	1,516	13,865,026	49,914	7,390	16%
門市照明系統節能優化	騎樓照明節能升級	6,108	3,357,368	12,087	1,789	4%
	賣場燈管配置	27,990	15,378,546	55,363	8,197	18%
	橫字招牌節能改良	16,953	4,773,087	17,183	2,544	6%
改善熱交換環境	節能風除室	155	815,326	2,935	435	1%
總計		56,028	84,822,022	305,359	45,210	100%

(註 1) 由於 2020 年度電網排放係數尚未公告，採 2019 年度 0.509 公斤 CO<sub>2</sub>e/ 度為溫室氣體排放計算參數計算溫室氣體減排量。

(註 2) 各項方案的年節能量係以單一設備改善前後量測值乘上總設備更換數量推估年度節能量。



此外我們持續對高電費門市進行節能輔導，本年度我們針對 524 家高電費門市進行輔導，透過總部派員至高電費門市訪查，與門市共同探討節能。2020 年成功為其中 313 家門市降低用電量，總節電量為 3,082,363 度。而在高電費門市中有 43 間門市選擇進行門市全面的節能改造，成效最佳的是位於高雄的雄鎮門市，該門市透過空調更換、採用文字招牌、照明設備改用 LED 燈與屋頂結構改造節省該門市 74,880 度用電，較 2019 年下降 27% 的用電量。

### 辦公室節能措施及成果

總部大樓的辦公室能源使用模式與門市不同，除了持續更新總部大樓節能目標及績效指標外，在節能的具體措施上，我們以系統效率改善、設備使用時機改善、員工節能意識與能源使用監控等策略，針對總部大樓的主要能源消耗進行改善 2020 年總部大樓用電度數較 2019 年下降 18,869 度，下降幅度明顯，其原因主要歸功於調整冰水主機出水溫度、空調室內送風機設置定時異動啟閉、減少午休時間照明等措施。

改善措施	空調系統	照明系統	電器使用
系統功率改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>調整空調系統參數</li> <li>節能變頻獨立空調主機更新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>逐步汰換成 LED 燈</li> </ul>	
使用時機改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用全熱交換機，在冬季引進新鮮冷空氣</li> <li>室內空調機設置定時啟閉系統。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>裝設自動啟閉照明感應器。</li> <li>減少午休時間照明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>電梯、事務機、熱飯機、飲水機、冰箱等設定非上班時間關閉。</li> </ul>
員工意識提升	宣導節能教育		
能源使用監控	保全巡檢		

### 物流節能

統一超商對節能減碳的承諾不僅實施在營運門市與辦公區域，我們也積極影響物流關係企業提升能源使用效率：今年我們透過整合物流路線、更新物流車冷藏、冷凍設備與物流中心燈具的更新達成物流關係企業的節能，具體來說我們節省 64,415 公升的柴油使用與 1,744,971 度的用電量，共減少溫室氣體排放 1,057 公噸 CO<sub>2e</sub>。

物流公司	節能措施	能資源節省量	節能量 (GJ)	減少溫室氣體排放量 (公噸 CO <sub>2e</sub> )
統昶行銷	整合 15 線初次運輸轉運趟次	年減少 251,218 公里數，共節省 64,415 公升的柴油	2,265	168
統昶行銷	更新冷藏、冷凍機組	2020 年較 2019 年節省 400,000 度之用電	1,440	204
大智通	物流中心更換 LED 燈具 7250 盞	每年約節省電力 1,243,008 度	4,475	633
捷盟	高雄物流中心更換 LED 燈具並持續推項各項節能措施，年節省用電量 101,963 度	年節省用電量 101,963 度	367	52

(註 1) 統昶行銷整合運轉趟次以 1 公升柴油可供物流車跑 4 公里，柴油溫室氣體排放係數為 2.606 進行計算，柴油熱值參考經濟部能源局能源產品單位熱值表柴油熱值進行計算。

(註 2) 由於 2020 年度電網排放係數尚未公告，採 2019 年度 0.509 公斤 CO<sub>2e</sub>/度為溫室氣體排放計算參數。



# 附錄

## 歷年永續績效

公司治理		揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2017	2018	2019	2020
	公協會捐款或參與費用	-	元	-		5,219,000	5,219,000	5,209,000	5,209,000
	公協會捐款或參與費用之覆蓋率	-	%	-		100	100	100	100

產品與服務		揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2017	2018	2019	2020
	優質服務評核之 A 級店與 B 級店加總占比	-	%	-		95.55	98.6	98.8	98.85

員工		揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2017	2018	2019	2020
	歧視相關之員工申訴案件數量	-	件數	-		-	-	-	0
各級主管女性比例	TEAM 經理、店經理、區顧問	-	%	-		-	-	-	50.31
	部經理	-	%	-		-	-	-	6.67
	TEAM 經理、店經理、區顧問、部經理	-	%	-		-	-	-	48.99
	業務相關主管女性比例	-	%	包含店經理、區顧問、區經理、營運部經理		-	-	-	52.02
	女性擔任科學、資訊工程、數理相關職位比例	-	%	包含 AI 數位群		-	-	-	53.7
員工國籍分佈	本國籍	-	%	-		-	-	-	99.59
	中國大陸籍	-	%	-		-	-	-	0.25
	越南籍	-	%	-		-	-	-	0.11
	其他	-	%	-		-	-	-	0.06

揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2017	2018	2019	2020
員工 FTEs 依年齡層分佈	≤30 歲	%	(註 1) FTEs (full-time equivalents)= 該類員工年度總經歷工時/1 名全職員工年度應工作時數。	-	-	-	35.16
	31-50 歲	%	(註 2) 此處總經歷工時，為以年底存在的員工 (8500 人)，回溯於 2020 年總工作時數。	-	-	-	55.43
	>50 歲	%	(註 3) 比例為該年齡層 FTEs/ 所有員工 FTEs。	-	-	-	9.41
男女平均薪酬比 (女/男)	非主管員工基礎薪資	比例	包含門市人員與非管理人員	-	-	-	0.96
	TEAM 經理與部經理 基本薪資	比例	-	-	-	-	0.94
	TEAM 經理與部經理 薪資報酬	比例	薪資報酬含基本薪資和年終獎金	-	-	-	0.94
	協理 (含) 以上主管 基礎薪資	比例	-	-	-	-	0.83
員工依性別統計 平均訓練時數 (per FTE)	男性	小時	(註 1) FTEs (full-time equivalents)= 該類員工年度總經歷工時/1 名全職員工年度應工作時數。	-	-	-	35.1
	女性	小時		-	-	-	34.6
員工依管理職級 統計平均訓練時數 (per FTE)	門市人員	小時	(註 2) 此處總經歷工時，為以年底存在的員工 (8500 人)，回溯於 2020 年總工作時數。	-	-	-	34.0
	管理人員	小時	(註 3) 計算方式為該類別總員工訓練時數 / 該類別 FTEs	-	-	-	34.0
	非管理人員	小時		-	-	-	36.6
員工向心力調查	回答屬於積極的員工 百分比	%	-	44.93	48.25	48.25	60.16
	調查覆蓋率	%	-	7.89	8.62	8.62	6.52
員工平均 (per FTE) 訓練費用與時數	-	元	(註 1) FTEs (full-time equivalents)= 該類員工年度總經歷工時/1 名全職員工年度應工作時數。 (註 2) 此處總經歷工時，為以年底存在的員工 (8500 人)，回溯於 2020 年總工作時數。	-	-	-	3,692
	-	小時	(註 3) 平均訓練費用 (per FTE)= 年度總訓練費用 / 所有員工 FTEs (註 4) 平均訓練時數 (per FTE)= 年度總訓練時數 / 所有員工 FTEs	-	-	-	34.8
員工失能傷害	傷害率	比率	此處總經歷工時，為每月統計之人數與其工作時數。	1.82	1.97	1.29	1.02
	工傷死亡人數	人	-	0	0	0	0
員工職業病	-	人次	-	0	0	0	0
承攬商失能傷害	傷害率	比率	-	0	2.76	0	6.91
	工傷死亡人數	人	-	0	0	0	0

環境

揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2017	2018	2019	2020	
溫室氣體排放量 (註 1)	直接排放	t CO <sub>2</sub> e/ 年	(註 1) 歷年溫室氣體排放量引用過去年度 CSR 報告書揭露數據。2020 年溫室氣體盤查轉用 ISO 14064-2018 版，將調整以 2020 年做為基準年，並將間接排放區分為外購電力及其他。	119,389.06	137,580.02	30,702.89	30,910.58	
	間接排放 (外購電力)	t CO <sub>2</sub> e/ 年		432,710.05	464,330.67	446,064.80	472,365.15	
	間接排放 (其他) (註 2)	t CO <sub>2</sub> e/ 年		-	-	-	193,802.00	
	總量	t CO <sub>2</sub> e/ 年	(註 2) 間接排放 (其他) 包含：外購電力上游排放、物流中心至分店配送運輸柴油、門市店鋪廢棄物處理。	552,099.11	601,910.68	476,767.69	697,077.73	
	營運據點盤查覆蓋率	%		96.95%	99.48%	99.51%	99.06%	
用電量	總部大樓	萬度	2017 年起引用溫室氣體盤查之外購電力活動數據。	116.32	113.40	111.30	109.39	
	門市	萬度		81,583.00	83,149.80	83,063.90	92,573.12	
	商場	萬度			410.90	410.90	22.10	
	區辦公室與訓練中心	萬度		98.00	140.10	103.40	97.97	
	總用電量	萬度		81,797.32	83,814.20	83,689.50	92,802.58	
	營運據點盤查覆蓋率	%			96.95%	99.48%	99.51%	99.06%
電費	電費金額	仟元	● 統計邊界包含總部及門市，不包含區域辦公室、訓練中心及商場。 ● 2020 年電費因領有新冠肺炎政府補助，因此電費支出有下降。	2,135,407.00	2,112,392.00	2,253,012.00	2,234,691.70	
用水量	實際統計	總部大樓	度	-	5,312.00	5,390.00	5,318.00	5,429.00
		門市	度	-	1,225,970.00	1,234,393.03	1,758,809.00	1,845,456.00
	推估值 (註)	區辦公室	度	區辦公室以當年度總部的人均用水量及區辦公室員工人數推估；門市以當年度有實際統計之門市平均用水量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的用水型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。	11,186.00	11,418.00	11,221.00	11,876.00
		門市	度		533,455.00	726,393.00	883,610.00	967,557.00
	總用水量	度	-	1,775,923.00	1,977,594.03	2,658,958.00	2,830,318.00	
	實際統計門市數	家數	-	3,638	3,380	3,764	3,952	
	推估範圍	-	-	8 處區辦公室及 1,583 家門市	8 處區辦公室及 1,989 家門市	8 處區辦公室及 1,891 家門市	8 處區辦公室及 2,072 家門市	
	營運據點盤查覆蓋率	%	-	99.07%	99.06%	99.11%	99.11%	
廢棄物量 - 不可回收	實際統計	總部大樓	噸	(註 1) 2017 年總部及各年度區辦公室以 2018 年總部的人均清運量及當年度總部 / 區辦公室員工人數推估；門市以清運廠商提供的平均門市清運量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的廢棄物產生型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。	-	23.93	24.09	25.36
		門市 (註 2)	噸		4,952.83	5117.09 (註 4)	5,262.49	6,529.27
	推估值 (註 1)	總部大樓	噸		23.63	-	-	-
		區辦公室	噸	(註 2) 門市委託廢棄物清運廠商處理之清運量，自 2018 年起開始統計其中所包含的廚餘量，故 2018 年後之門市清運量為已扣除廚餘之總重量。	49.76	50.69	50.85	55.48
	門市 (註 3)	噸		38,949.95	39,644.23	42,253.45	37,061.08	
	不可回收廢棄物清運總量	噸	(註 3) 考量推估門市無法證實實際有進行廚餘回收，故 2018 年後的門市清運量之推估值將以實際清運總量 (未扣除廚餘量) 來推估。	43,976.17	44,835.94 (註 4)	47,590.89 (註 5)	43,671.20	
	實際統計門市數	家數	(註 4) 與上一版資訊差異說明：2018 年納入廚餘量統計。	589	633	645	925	
	推估範圍	-	(註 5) 與上一版資訊差異說明：上一版誤植修正。	總部、8 處區辦公室及 4,632 家門市	8 處區辦公室及 4,736 家門市	8 處區辦公室及 5,010 家門市	8 處區辦公室及 5,009 家門市	

揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2017	2018	2019	2020	
廢棄物量 - 可回收	塑膠	總部大樓	公斤	-	2,064.00	1,643.50	1,503.00	67.80
		門市	公斤	-	564,233.00	559,866.00	676,310.00	633,878.00
	紙類	總部大樓	公斤	-	10,586.00	9,456.00	13,320.00	17,204.00
		門市	公斤	-	8,363,317.00	8,611,585.00	8,916,812.00	9,262,446.00
	金屬	總部大樓	公斤	-	496	531.7	448.2	1,871.00
		門市	公斤	-	50,362.00	21,723.00	12,826.00	27,000.00
	乾電池	門市	公斤	-	264,202.00	304,554.00	327,155.00	365,574.00
	光碟	門市	公斤	-	57,496.00	56,190.00	65,889.00	73,995.00
廚餘	門市	公斤	自 2018 年起統計門市委託廢棄物清運廠商清運量其中所包含之廚餘量。	-	181,641.00	177,330.00	193,906.00	
廢棄物量 - 依處理方式統計 (含不可回收、焚化處理及回收)	衛生掩埋 (A)	噸	-	2,262.64	933.51	884.66	1,017.69	
	焚化處理 (B)	噸	-	41,713.53	49,019.52	46,706.22	42,653.5	
	回收處理 (C)	噸	-	9,312.76	9,747.19	10,191.59	10,575.94	
	焚化+回收處理 (B + C)	噸	-	51,026.28	53,649.62	56,897.81	53,229.44	
	廢棄物總量 (A + B + C)	噸	-	53,288.92	54,583.13	57,782.47	54,247.13	
	營運據點資料覆蓋率	%	-	99.07%	99.06%	99.11%	99.11%	
	焚化處理比例	%	歷年焚化處理比例以環保署公佈之全國一般廢棄物處理量扣除回收再利用部份，計算焚化處理占不可回收廢棄物的比例。	94.85%	97.92%	97.91%	97.26%	
剩食與再利用量 (註 1)	剩食產生量 (A)	門市報廢量	噸	-	4,988.94	9,100.00	10,122.13	
		代工廠尾料	噸	1,210.02	1,423.03	1,510.39	1,475.68	
	再利用重量 (B)	門市廚餘	噸	(註 1) 自 2020 年起統計統一超商自有品牌商品相關之食物浪費與廢棄量，因過往資料取得有限，以 2019 年及 2020 年之資料較完整。	-	181.64	177.33	193.91
		代工廠廚餘	噸	(註 2) 剩食統計資料覆蓋率=納入剩食統計的自有品牌商品營收 / 所有自有品牌鮮食商品營收	1,210.02	1,423.03	1,510.39	1,475.68
	食品廢棄物總重量 (A - B)	噸		0	4,807.30	8,922.67	9,928.22	
	食品廢棄物強度 (重量 / 食品營收)	%		-	-	31.98%	34.32%	
	剩食統計資料覆蓋率 (註 2)	%		-	-	71.15%	73.27%	

## GRI Standard 指標對照表

一般揭露			
GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
<b>1. 組織概況</b>			
GRI 102 : 2016	102-1 組織的名稱	2.1 營運概況	34
	102-2 活動、品牌、產品與服務	2.1 營運概況	34
	102-3 總部位置	2.1 營運概況	34
	102-4 營運據點	2.1 營運概況	35
	102-5 所有權與法律形式	2.1 營運概況	34
	102-6 提供服務的市場	2.1 營運概況	35
	102-7 組織規模	2.1 營運概況	34
	102-8 員工與其他工作者的資訊	4.1 人力資源概況	81-82
	102-9 供應鏈	2.1 營運概況	34
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	本報導期間未有重大變化	--
	102-11 預警原則或方針	2.2 公司治理	44-49
	102-12 外部倡議	本報導期間無外部倡議	--
	102-13 公協會的會員資格	2.2 公司治理	40
<b>2. 策略</b>			
GRI 102 : 2016	102-14 決策者的聲明	[關於本報告書] 經營者的話	5-6
	102-15 關鍵衝擊、風險及機會	[關於本報告書 - 超商佇立 堅守防疫] 2.2 公司治理 6.2 氣候變遷減緩與調適	8-10 44-47 131-134
<b>3. 倫理與誠信</b>			
GRI 102 : 2016	102-16 價值、原則、標準及行為規範	1.1 永續藍圖	22
<b>4. 治理</b>			
GRI 102 : 2016	102-18 治理結構	1.2 企業社會責任委員會	24
		2.2 公司治理	40-42

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
<b>5. 利害關係人溝通</b>			
GRI 102 : 2016	102-40 利害關係人團體	1.4 利害關係人溝通	27-30
	102-41 團體協約	4.1 人力資源概況	84
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	1.3 重大性評估	25
	102-43 與利害關係人溝通的方針	1.4 利害關係人溝通	27-30
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	1.4 利害關係人溝通	26
<b>6. 報導實務</b>			
GRI 102 : 2016	102-45 合併財務報表中所包含的實體	[關於本報告書] 報告書時間、邊界與數據	1
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	1.3 重大性評估	25-26
	102-47 重大主題表列	1.3 重大性評估	26
	102-48 資訊重編	請詳 [附錄] 歷年永續績效	--
	102-49 報導改變	無報導改變之情事	--
	102-50 報導期間	[關於本報告書] 報告書時間、邊界與數據	1
	102-51 上一次報告書的日期	[關於本報告書] 發行時間	2
	102-52 報導週期	[關於本報告書] 發行時間	2
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	[關於本報告書] 本報告書聯絡單位	2
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	[關於本報告書]	1
	102-55 GRI 內容索引	[附錄] GRI 索引表	149-154
	102-56 外部保證 / 確信	[關於本報告書] 報告書管理 [附錄] 會計師有限確信報告 [附錄] AA1000 獨立保證意見書	2 163-164 165-167

重大主題

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
<b>誠信經營</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		33
	103-2 管理方針與其組成部分	2 落實公司治理	33
	103-3 管理方針的評估		32
GRI 205 : 2016	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.2 公司治理	43
<b>法規遵循</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	2 落實公司治理	33
	103-2 管理方針與其組成部分		33
	103-3 管理方針的評估	2 落實公司治理	32
		3 承諾服務品質	52-53
		4 打造幸福職場	79
6 推展綠色營運	121		
GRI 307 : 2016	307-1 違反環保法規	2.2 公司治理	50
GRI 419 : 2016	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	2.2 公司治理	50
		4.2 職業安全衛生	90-91
<b>永續供應鏈管理</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		55
	103-2 管理方針與其組成部分	3 承諾服務品質	55
	103-3 管理方針的評估		52-53
GRI 308 : 2016	308-1 供應商環境評估採用環境標準篩選新供應商	3.3 永續供應鏈管理	67-69
GRI 414 : 2016	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	3.3 永續供應鏈管理	67-69
<b>能源與溫室氣體</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		122
	103-2 管理方針與其組成部分	6 推展綠色營運	122
	103-3 管理方針的評估		120-121

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
GRI 302 : 2016	302-2 組織外部的能源消耗量	6.2 氣候變遷減緩與調適	136
	302-3 能源密集度	6.2 氣候變遷減緩與調適	137
	302-4 減少能源消耗	6.2 氣候變遷減緩與調適	138-140
GRI 305 : 2016	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	6.2 氣候變遷減緩與調適	136
	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	6.2 氣候變遷減緩與調適	136
	305-3 其他間接 (範疇三) 溫室氣體排放	6.2 氣候變遷減緩與調適	136
	305-4 溫室氣體排放密集度	6.2 氣候變遷減緩與調適	137
	305-5 溫室氣體排放減量	6.2 氣候變遷減緩與調適	138 140
<b>減少資源浪費 / 廢汙水和廢棄物</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		122
	103-2 管理方針與其組成部分	6 推展綠色營運	122
	103-3 管理方針的評估		120-121
GRI 306 : 2016	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	6.1 環境管理	126-127
<b>勞雇關係</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		80
	103-2 管理方針及其要素	4 打造幸福職場	80
	103-3 管理方針的評估		78-79
GRI 401 : 2016	401-1 新進員工和離職員工	4.1 人力資源概況	82-83
	401-2 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	4.4 福利薪酬與關懷照護	99
	401-3 育嬰假	4.4 福利薪酬與關懷照護	100
<b>當地社區</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		103
	103-2 管理方針及其要素	5 推動社會公益	103
	103-3 管理方針的評估		102
GRI 413 : 2016	413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	5.5 教育文化培力	112

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
<b>顧客健康與安全</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		54
	103-2 管理方針及其要素	3 承諾服務品質	54
	103-3 管理方針的評估		52-53
GRI 416 : 2016	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.2 公司治理	50
<b>行銷與標示</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		54
	103-2 管理方針及其要素	3 承諾服務品質	54
	103-3 管理方針的評估		53
GRI 417 : 2016	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	3 承諾服務品質	53
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3 承諾服務品質	53
<b>產品服務與創新</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	3 承諾服務品質	54
	103-2 管理方針及其要素		54
	103-3 管理方針的評估	3.1 產品服務與創新	56-58
<b>客戶隱私</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界		55
	103-2 管理方針及其要素	3 承諾服務品質	55
	103-3 管理方針的評估		53
GRI 103 : 2016	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	3.4 客戶關係管理	53
<b>客戶關係管理</b>			
GRI 103 : 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	3 承諾服務品質	55
	103-2 管理方針及其要素		55
	103-3 管理方針的評估	3.4 客戶關係管理	75-76

其他主題			
GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
<b>GRI 200 : 經濟</b>			
GRI 201 : 2016	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1 營運概況	37
GRI 202 : 2016	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.4 福利薪酬與關懷照護	97
<b>GRI 400 : 社會</b>			
GRI 402 : 2016	402-1 關於營運變化的最短預告期	4.1 人力資源概況	84
GRI 403 : 2018	403-9 職業傷害	4.2 職業安全衛生	88-90
	403-10 職業病	4.2 職業安全衛生	88-89
GRI 404 : 2016	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4.3 訓練與發展	93
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	4.3 訓練與發展	96
GRI 405 : 2016	405-1 治理單位與員工的多元化	4.1 人力資源概況	82-83
	405-2 女男基本薪資和薪酬的比率	4.4 福利薪酬與關懷照護	97
GRI 409 : 2016	409-1 具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	4.2 職業安全衛生	90
GRI 412 : 2016	412-1 接受人權檢核或人權衝擊評估的營運活動	4.2 職業安全衛生	90
GRI 415 : 2016	415-1 政治捐獻	本報導期間無政治捐獻	--

## 永續會計準則委員會對照表

揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	頁數	說明
車隊燃料管理	FB-FR-110a.1	量化	車隊的燃料消耗 (GJ) 與再生能源使用比率 (%)	136	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 6.2 氣候變遷減緩與調適
製冷產生的氣體排放	FB-FR-110b.1	量化	全球範圍的範疇一製冷劑排放 (t-CO <sub>2</sub> e)	136	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 6.2 氣候變遷減緩與調適
	FB-FR-110b.2	量化	使用非破壞臭氧層製冷劑的百分比 (%)	136	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 6.2 氣候變遷減緩與調適
	FB-FR-110b.3	量化	平均製冷劑排放率 (%)	-	統一超商尚未統計製冷機的總容量，故目前無法回應。
能源管理	FB-FR-130a.1	量化	(1) 營運的能源消耗 (GJ) (2) 來自電網的電力使用百分比 (%) (3) 再生能源使用比例 (%)	136	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 6.2 氣候變遷減緩與調適
剩食管理	FB-FR-150a.1	量化	剩食產生量，以及有轉作它用的剩食之百分比	11	相關內容詳見 2020 CSR 報告書永續專欄：「i 珍食」
資訊安全	FB-FR-230a.1	量化	(1) 資訊洩漏次數 (2) 洩漏之資訊中，含有個人可識別資訊之比例 (3) 受影響之客戶數量	-	統一超商 2020 年無發生資料外洩之情事
	FB-FR-230a.2	質化	識別和解決資訊安全風險之方法	74	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 3.4 客戶關係管理
食品安全	FB-FR-250a.1	量化	重大食安風險之違反率	-	2020 年統一超商部分門市因販售過期食品，而違反食品安全衛生法，共計 3 件，遭罰 180,000 元。
	FB-FR-250a.2	量化	(1) 召回次數 (2) 召回之商品數 (3) 召回之自有商品占所有召回之比例	-	統一超商於 2020 年未有發生商品召回之情事。



揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	頁數	說明
商品健康與營養	FB-FR-260a.1	量化	標記有促進健康和營養之商品之營收	58	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 3.2 顧客健康與安全
	FB-FR-260a.2	質化	如何識別和管理可回應消費者對於營養和健康考量之商品	58-59	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 3.2 顧客健康與安全
產品標示與行銷	FB-FR-270a.1	量化	違反產品標示或行銷的法規之次數	-	統一超商 2020 年未有違反產品標示或行銷的法規
	FB-FR-270a.2	量化	因與行銷或標示攸關之法律訴訟所造成的財務損失	-	
	FB-FR-270a.3	量化	(1) 標記有基因改造標籤之產品營收 (2) 標記有非基因改造標籤之產品營收	59	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 3.2 顧客健康與安全
勞動實務	FB-FR-310a.1	量化	按區域別劃分之門市與配送中心員工 (1) 平均時薪 (2) 領取最低工資的比例	-	2020 年無相關統計資料
	FB-FR-310a.2	量化	勞資協議涵蓋的在職員工比例	84	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 4.1 人力資源概況
	FB-FR-310a.3	量化	(1) 停工次數 (2) 因停工而閒置的天數	84	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 4.1 人力資源概況
	FB-FR-310a.4	量化	因違反勞動法令或因有員工歧視相關法律事件而造成的財務損失金額	91	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 4.2 職業安全衛生
供應鏈之環境和社會影響管理	FB-FR-430a.1	量化	具有永續採購第三方認證之商品之營收	73	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 3.3 永續供應鏈管理
	FB-FR-430a.2	量化	(1) 非籠飼雞的雞蛋佔營收之百分比 (2) 無使用條板箱飼養之豬隻佔營收之百分比	-	1. 統一超商 2020 年無販售非籠飼雞之雞蛋 2. 統一超商 2020 年並無單獨販售肉品，故不適用本指標
	FB-FR-430a.3	質化	管理供應鏈有關之環境和社會風險，包含動物福利	58-73	相關內容詳見 2020 CSR 報告書 3.2 顧客健康與安全及 3.3 永續供應鏈管理
	FB-FR-430a.4	質化	減少包材的環境衝擊之策略	17	相關內容詳見 2020 CSR 報告書永續專欄：「減塑」—減少塑膠使用
活動指標	FB-FR-000.A	量化	門市數量	-	6,024
	FB-FR-000.B	量化	門市占地面積	-	942,237 平方公尺

**依臺灣證券交易所「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：**

標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
<p>1 「商品安全委員會」著眼於安全與品質，建立統一超商自有商品之管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。</p> <p>2020 年共召開一次會議，討論內容包括重要商安訊息報告和追蹤、法規變動規劃因應等。</p>	P.59	<p>2020 年商品安全委員會組織及運作管理程序及 2020 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。</p> <p>百分比係依據商品安全委員會運作範圍及結果，若影響全公司所有自有產品類別，即為 100%。</p>	第一目
<p>2 統一超商依循「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，將訊息做分層管理。此制度適用於統一超商所有的自有商品。</p> <p>2020 年商品安全訊息共 464 件，包括 A 級 2 件、B 級 337 件及 L 級 125 件。</p> <p>(註) A 級、B 級及 L 級訊息係以公司內部訊息公告日統計。</p>	P.63	<p>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，2020 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。</p> <p>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，若影響全公司所有自有產品類別，即為 100%。</p>	第一目
<p>3 2020 年初次運輸導入達 100% 的產品包含獨家販售和自有品牌之米飯、鮮食麵、沙拉、熟菜、冷藏調理麵包、地瓜類及生鮮食品。</p>	P.61	<p>依據公司所訂導入初次運輸物流配送管理機制，2020 年初次運輸導入達 100% 的產品類別。</p> <p>百分比係依據 2020 年已簽訂初次運輸物流配送合約之廠商其供貨該產品類別項目銷售額佔公司 2020 年該產品類別總銷售額的百分比。</p>	第一目
<p>4 此外亦透過管理顧問公司，針對門市的品保作業執行查核。2020 年受稽核的門市占所有門市的 99.2% (註)。</p> <p>(註) 少數門市係因 2020 年初即關店、年末開店未滿三個月，故未於 2020 年受稽核。</p>	P.62	<p>依據公司門市過期品下架控管查核機制，全年度所有門市中受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度所有門市數之百分比。</p>	第一目
<p>5 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，2020 年受稽核的門市占所有門市 98.95% (註)。</p> <p>(註) 少數門市係因 2020 年初即關店、年末開店未滿三個月，故未於 2020 年受稽核。</p>	P.63	<p>參照「食品良好衛生規範準則」制定品保訓練課程及測驗卷，全年度所有門市中受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度所有門市數之百分比。</p>	第一目

標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
<p>6 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。</p> <p>2020 年統一超商部分門市因販售過期食品，而違反食品安全衛生法，共計 3 件，遭罰 180,000 元。</p>	P.50	<p>2020 年度統一超商股份有限公司直營門市因違反「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與金額。</p>	第二目
<p>不適用，超商屬於零售業，因其行業特性，故無法統計自有商品採購符合國際認可產品責任標準者占整體採購之百分比。</p>	無。		第三目
<p>不適用，統一超商本身並無自我營運工廠。</p>	無。		第四目
<p>7 2020 年間統一超商有合作關係 (註 1) 之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 40 家，稽核完成百分比為 100% (註 2)；針對這 40 家供應商參照 p.69-70 表、供應商評鑑項目共執行 133 次稽核，稽核結果合格共計 132 次，合格百分比為 99%。未合格者涉及安全防護措施不佳、安全防護標示不清楚等行為，經輔導後已全數改善。</p> <p>(註 1) 定義為</p> <p>(1) 2020 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。</p> <p>(2) 2020 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。</p> <p>(3) 於 2020 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。</p> <p>(註 2) 7 家代工廠、4 家直接交易型原物料供應商及 1 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 2020 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。</p>	P.71	<p>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 p.69-70 表)，對自有商品食品類商品供應商執行評鑑之家數、百分比、評鑑項目、稽核次數與結果。</p>	第五目
<p>8 2020 年門市一次性用品類國內供應商 (註 1) 共計為 12 家，稽核完成百分比為 100% (註 2)；針對這 12 家供應商參照 p.69-70 表、供應商評鑑項目共執行 13 次稽核，稽核結果合格共計 13 次，合格百分比為 100%。</p> <p>(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。</p> <p>(註 2) 寬友股份有限公司-千發紙管有限公司員林廠、益森彩藝工業股份有限公司，已於年度評鑑計畫預計評鑑月份前結束製造，故 2020 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。</p>	P.71	<p>依據「門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法」(請詳 p.69-70 表)，對門市一次性用品類國內供應商執行評鑑之家數、百分比、評鑑項目、稽核次數與結果。</p>	第五目

	標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
9	<p>統一超商符合食品安全衛生管理法第 9 條餐盒食品之販售業者定義，依據 107 年 06 月 26 日衛授食字第 1071300516 號公告於 2019 年建置餐盒食品類別 (註) 追蹤追溯制度，2020 年度進行追蹤追溯管理之餐盒食品品項數共計 376 項。</p> <p>(註) 指以米、麵等穀類及其加工品為主食，搭配農、畜或水產等原料，經調理後，以明示菜單或明示產品形式之方式 (包括盒餐與團膳)，配膳組成盒或盛裝於大容器，供團體或個人直接或經簡單復熱後，於短時間內食用之產品，惟僅由烘焙食品組成盒者不在此限。</p>	P.60	截至 2020 年底，統一超商販售之餐盒食品依食品安全衛生管理法第 9 條，建立餐盒食品類別追溯追蹤制度品項數，係依原物料暨品保管理系統 (MAS 系統) 中商品申報維護資料庫已建檔且 2020 年度有交易之餐盒食品品項數統計。	第六目
10	截至 2020 年底，該品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等主管機關公告、建議所建立之檢驗項數為 621 項。	P.60	<p>截至 2020 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。</p> <p>(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。</p>	第七目
11	而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 111 項。	P.60	<p>截至 2020 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。</p> <p>(註) 此檢驗項含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。</p>	第七目
12	我們的品檢實驗室針對衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 與財團法人全國認證基金會 (TAF) (ISO / IEC 17025:2017) 認證項目取得證書。	P.60	取得衛福部食品藥物管理署 (TFDA)、財團法人全國認證基金會 (TAF) 之認證實驗室。	第七目
13	財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目：ISO/IEC 17025:2017 驗證範圍微生物 4 項。	P.61	取得財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證之項目及總和。	第七目
14	<p>衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目：</p> <p>1. 微生物類：4 項 2. 著色劑：8 項 3. 赭麴毒素 A：1 項 4. 棒麴毒素：1 項</p>	P.61	取得衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證之項目及總和。	第七目

	標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
15	<p>品檢實驗室產生費用總計新台幣 35,318 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 17,452 仟元 (註)，佔個體營業收入 0.021%。</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>	P.61	2020 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。	第七目
16	2020 年商品與原物料共檢測 1143 項，通過檢驗合格為 1135 項，合格率 99.3%。	P.61	<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) 此檢驗項含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。</p>	第七目
17	於 2020 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 40 家，以供應商之工廠統計，共有 74 個工廠；其中自有商品食品類國內代工廠數為 41 個代工廠，其中 41 個代工廠取得國際食品安全管理系統 ISO22000 認證。	P.66	2020 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 認證證書及取得 ISO22000 認證之國內代工廠數總和。	公司自願確信項目



## 會計師有限確信報告

資會綜字第 20011005 號

統一超商股份有限公司 公鑒：

本事務所受統一超商股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，對 貴公司選定 2020 年度企業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。

### 確信標的資訊與適用基準

有關 貴公司選定 2020 年度企業社會責任報告書所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其適用基準詳列於 貴公司 2020 年度企業社會責任報告書第 159 至 162 頁之「確信項目彙總表」。前述確信標的資訊之報導範圍業於企業社會責任報告書第 1 頁之「報告書時間、邊界與數據」段落述明。

### 管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照適當基準編製企業社會責任報告書所報導之績效指標，且維持與績效指標編製有關之必要內部控制，以確保績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

### 會計師之責任

本會計師係依照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，以發現前述資訊在所有重大方面是否有未依適用基準編製而須作修正之情事，並出具有限確信報告。

本會計師依照上述準則所執行之有限確信工作，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行程序。因有限確信案件取得之確信程度明顯低於合理確信案件取得者，就有限確信案件所執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。

本會計師係依據所辨認之風險領域及重大性以決定實際執行確信工作之範圍，並依據本委任案件之特定情況設計及執行下列確信程序：

- 對參與編製確信標的資訊之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統，以及攸關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。

資誠聯合會計師事務所 PricewaterhouseCoopers, Taiwan  
11012 臺北市信義區基隆路一段 333 號 27 樓  
27F, No. 333, Sec. 1, Keelung Rd., Xinyi Dist., Taipei 11012, Taiwan  
T: +886 (2) 2729 6666, F: +886 (2) 2729 6686, www.pwc.tw



- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，對確信標的資訊進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行包括查詢、觀察、檢查等測試，以取得有限確信之證據。

此報告不對 2020 年度企業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。

### 會計師之獨立性及品質管制規範

本會計師及本事務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。

本事務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。

### 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，本會計師並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依適用基準編製而須作修正之情事。

### 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適用基準之變更，本會計師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 張瑞婷 張瑞婷



中華民國 110 年 6 月 25 日



## ASSURANCE STATEMENT

### SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PRESIDENT CHAIN STORE CORPORATION'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2020

#### NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by President Chain Store Corporation. (hereinafter referred to as PCSC) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2020 (hereinafter referred to as the Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in the report presented during on-site verification (2021/04/07~2021/04/28). SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

#### INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all PCSC's Stakeholders.

#### RESPONSIBILITIES

The information in the PCSC's CSR Report of 2020 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and the management of PCSC. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all PCSC's stakeholders.

#### ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The SGS ESG & Sustainability Report Assurance protocols used to conduct assurance are based upon internationally recognized assurance guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for report quality, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

The assurance of this report has been conducted according to the following Assurance Standards:

Assurance Standard Options		Level of Assurance
A	SGS ESG & SRA Assurance Protocols (based on GRI Principles and guidance in AA1000)	n/a
B	AA1000ASv3 Type 2 (AA1000AP Evaluation plus evaluation of Specified Performance Information)	High

Assurance has been conducted at a high level of scrutiny.

#### SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Select specific reporting criteria included in the contract:

#### Reporting Criteria Options

1	GRI (Core)
2	AA1000 Accountability Principles (2018)

- evaluation of content veracity of the sustainability performance information based on the materiality determination at a high level of scrutiny for PCSC and moderate level of scrutiny for subsidiaries, joint ventures, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard v3 Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018); and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

#### ASSURANCE METHODOLOGY

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

#### LIMITATIONS AND MITIGATION

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts and Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) has not been checked back to source as part of this assurance process.

#### STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from PCSC, being free from bias and conflicts of interest with the organization, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

#### VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the reporting criteria.

We believe that the organization has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

## AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

### Inclusivity

PCSC has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, PCSC may proactively consider having more direct two-ways involvement of stakeholders during future engagement.

### Materiality

PCSC has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

### Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

### Impact

PCSC has demonstrated a process on identify and fairly represented impacts that encompass a range of environmental, social and governance topics from wide range of sources, such as activities, policies, programs, decisions and products and services, as well as any related performance. Measurement and evaluation of its impacts related to material topic were in place at target setting with combination of qualitative and quantitative measurements.

## GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, PCSC's CSR Report of 2020, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, it is recommended to have more descriptions impacts occur entities of boundaries and applicability, where the impacts, or be impacts stakeholder, type, location, or position by PCSC's value chain for each material topic (103-1). Also encouraged to compile franchise store workers' occupational health and safety performance in future reporting.

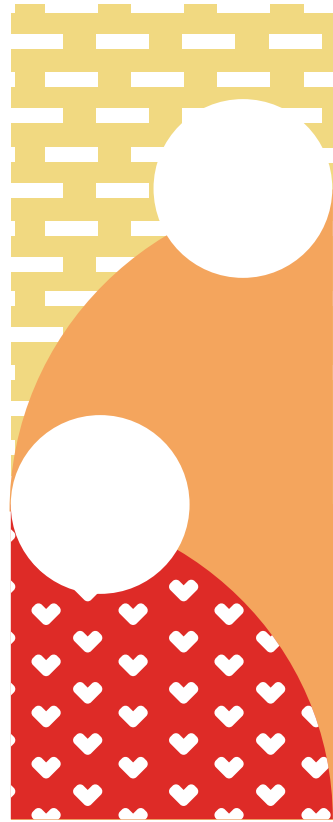
### Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



David Huang  
Senior Director  
Taipei, Taiwan  
31 May, 2021  
[WWW.SGS.COM](http://WWW.SGS.COM)





2020

# 統一超商

企業社會責任報告書

