



2023

SUSTAINABILITY REPORT



目錄



前言

關於報告書

經營者的話

關於三商家購

組織介紹

經營大事記

近年榮耀與肯定

企業永續管理

ESG永續小組

利害關係人溝通

重大主題鑑別



三. 環境永續

3-1 能源管理與節能方案

3-2 廢棄物管理

3-3 環境永續行動



四. 職場永續

4-1 員工概況

4-2 勞雇關係與員工福利

4-3 人才永續行動

4-4 職場安全與健康



一. 公司治理

1-1 公司組織

1-2 功能性委員會

1-3 經營績效

1-4 風險管理



五. 社會公益

5-1 關懷社會議題

5-2 打造運動企業



二. 商品服務管理與顧客關係管理

2-1 供應商管理

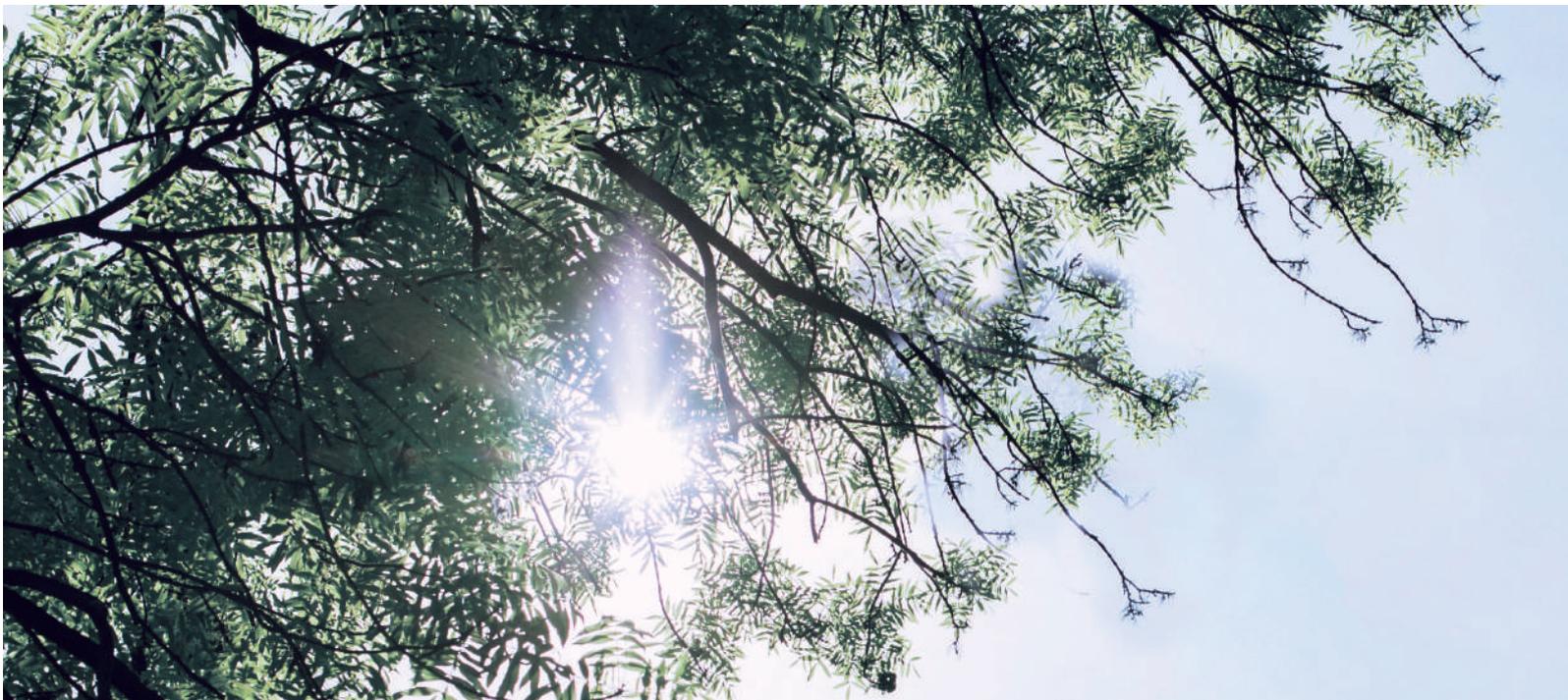
2-2 品質管理

2-3 顧客關係管理

2-4 資訊安全管理

附錄

GRI內容索引表





關於報告書

本報告書為三商家購股份有限公司(股票代號:2945,以下簡稱本公司)所出版的2023年永續報告書(Sustainability Report, ESG Report),以下簡稱本報告書。

自2020年起,本公司以每年一版為原則進行編製與發行永續報告書,本報告書為三商家購第4本永續報告書,前一版發行日期為2023年9月。

歷年永續報告書下載 ▶



編制依據

本報告書係遵循全球永續性報告協會(Global Reporting Initiative, GRI),所發布GRI通用準則2021「GRI Universal Standard 2021」,進行報告書內容揭露;同時依臺灣證券交易所於2024年1月26日發佈「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」之規範揭露內容。

並依聯合國永續發展目標SDGs,響應「消除飢餓」、「健康與福祉」、「教育品質」、「可負擔能源」、「就業與經濟成長」、「責任消費與生產」、「氣候行動」、「和平與正義制度」等之本公司作為成果,展現三商家購與國際議題接軌的積極性。

報告書邊界與期間

本報告書內容涵蓋邊界包含三商家購股份有限公司營運範圍,包含旗下零售通路,連鎖超市品牌「美廉社」、「心樸市集」,及轉投資連鎖藥妝品牌「三友藥妝Tomod's」,本公司總部及全台所有營運據點,於環境保護(E, Environmental)、社會責任(S, Social)、公司治理(G, Governance)之永續主題揭露執行績效。

報告書管理

本報告書資料來源,經各部門主管審閱後提供,並由ESG永續小組檢視及核准發行。

聯絡資訊

本報告書依規定期發行,歷年報告書可於三商家購股份有限公司企業網站之「企業永續發展專區」查閱與下載。若對本公司報告書有任何建議與指教,也竭誠歡迎您透過下列方式與我們聯繫:

三商家購股份有限公司 / ESG永續小組

公司地址:台北市中山區民權東路三段4號 B1

公司網站:<https://www.simplemartretail.com/>

聯絡人:楊杰 數位媒體部經理兼任ESG永續小組

(02)2506-1166 #1200 Jay.yang@simplemart.com.tw

吳致萱 公關發言人兼任ESG永續小組

(02)2506-1166 #1221 kelly.wu@simplemart.com.tw

經營者的話

三商家購以民生消費、藥妝保健，打造連鎖零售通路王國，秉持「熱情、信任、精實、創新」的價值理念，提供全方位的生活需求商品。我們不只關注社會議題，也積極培育員工展現個人特質與專長，為顧客、公司、社會做出最有效益的服務與貢獻，推動員工福利、多元平等及友善的職場環境等，促進員工創造專屬自己魅力的舞台，同時回應利害關係人期望的重要性，也堅信地建立為顧客創造專屬的消費體驗，透過數位轉型，擴增消費者的服務範圍，成為消費者最信賴的零售品牌之企業願景，顧客所需就是我們的核心，建構「美廉生活圈」，三商家購(美廉社)，家就在這！

自2021年發行永續報告書，由環境、社會、治理(ESG)為基準，並參考聯合國十七項永續發展目標(SDGs)，藉由永續報告書與我們的利害關係人溝通，攜手穩健地邁向永續經營，善盡企業社會責任，發揮社會影響力，創造企業永續價值。



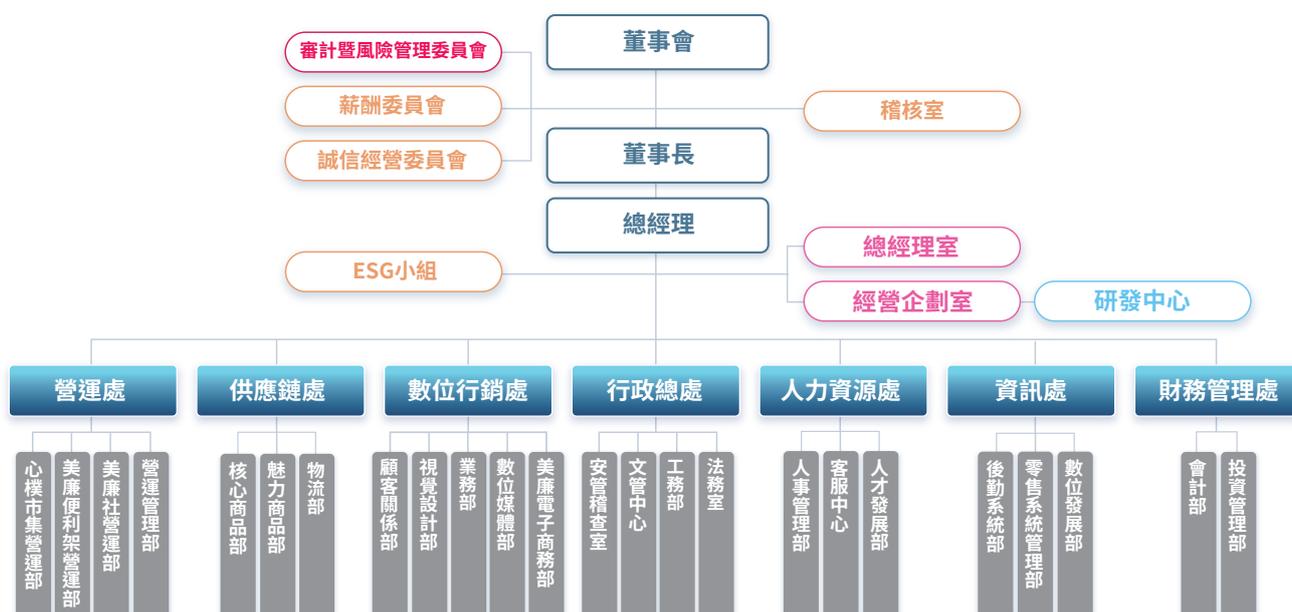
關於三商家購

2006年成立三商家購股份有限公司，並於新北市蘆洲區長安街開設第一間美廉社門市，2011年併入三商行股份有限公司(家購事業部)，2017年7月從三商行併入「三商家購股份有限公司」，2018年股票與櫃掛牌買賣，2020年轉投資三友藥妝股份有限公司，2021年股票上市掛牌買賣，迄今全台美廉社門市已逾800家，三商家購旗下品牌包含「美廉社」、「三友藥妝Tomod's」、「心樸市集」、「Go美廉」及「OFFICE Mart美廉便利架」等，打造多元消費市場需求的零售通路品牌。

三商家購秉持熱情、信任、精實、創新四大核心價值，聚焦零售通路經營，用心篩選民生商品，提供多品牌健康、友善的購物環境，滿足顧客多樣型態的生活需求，同時串聯線下會員及線上數據、整合會員優惠與點數，提供各類支付方式，積極為顧客創造專屬的消費體驗，實現「成為消費者最信賴的零售品牌」之企業願景！

三商家購多年來對於社會公益及環境永續投入資源不斷，推行減塑政策、綠色採購、回收循環袋、捐贈惜食活動等，並舉辦公益活動，關注社會議題，及贊助體育賽事等各類永續作為，喊出「美廉綠動，心球永續」的精神指標，擴大綠色經濟，共邀供應鏈及消費者參與，展現企業永續經營的決心。

組織介紹



經營大事記

2006年05月	三商行股份有限公司成立子公司「本公司股份有限公司」。
2006年08月	第1家「美廉社」門市「蘆洲長安店」開幕。
2008年06月	舉辦「百店慶」。
2008年08月	於新竹以北共開設115家美廉社門市。
2010年11月	本公司股份有限公司成立物流中心。
2011年01月	本公司股份有限公司正式併入三商行股份有限公司，成為「三商行股份有限公司家購事業部」，原本本公司股份有限公司消滅。
2013年02月	三商行股份有限公司設立三商立泰股份有限公司，資本額新台幣1,000千元。
2015年01月	三商行股份有限公司轉型為投資控股公司，公司名稱更名為「三商投資控股股份有限公司」，並另新設百分之百持有之「三商行股份有限公司」，原家購事業部移轉至三商行股份有限公司。
2015年03月	全台美廉社門市超過400家。
2015年10月	三商立泰股份有限公司更名為家購貿易股份有限公司。
2016年03月	接受中華民國經濟部輔導重新定位社區小型超市品牌形象。
2016年11月	「心樸市集」第一家分店「心樸安和店」開幕。
2017年05月	家購貿易股份有限公司更名為本公司股份有限公司。
2017年07月	本公司股份有限公司發行新股共計新台幣450,000千元，合併受讓三商行股份有限公司家購事業部及優樂事業部。
2017年12月	子公司心樸市集股份有限公司設立，資本額為60,000千元，本公司持股100%。
2018年01月	成立「GO美廉」網路線上平台，正式跨足電子商務。
2018年06月	第一座「美廉便利架」設立。
2018年06月	日商住友商事株式會社參與本公司股份有限公司現金增資5,000千股，另三商投資控股股份有限公司轉讓6.810千股予日商住友商事株式會社。
2018年08月	第一家「美廉城超」旗艦店「內湖瑞光店」開幕。
2018年10月	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心核准本公司股票公開發行。
2018年12月	本公司股票興櫃掛牌買賣。
2019年04月	美廉社LINE官方帳號成立導入電子會員。
2019年09月	第700間門市及首間友善回饋店開幕。
2020年01月	電子會員數突破十萬。
2020年12月	轉投資三友藥妝股份有限公司，本公司持股45%。
2021年04月	與外送平台合作導入外送服務。
2021年04月	第800間門市開幕。
2021年05月	電子會員數突破二十萬
2021年11月	與電子商務平台合作導入包裹店取服務。
2022年03月	美廉社會員人數突破30萬人以及成立數位店。
2022年04月	完成收購三友股份有限公司，本公司持股51%。
2022年07月	與外送平台合作導入外送服務門市達600間。
2022年12月	美廉社會員人數突破250萬人。



近年榮耀與肯定

2023年 台北市特定對象友善企業菁業獎

支持就業弱勢特定對象進入職場，例如家暴受害者、中輟青年、中低收入戶子弟等，是最基層的就業弱勢者，提供職場學習計畫、個別工作調整、輔導計畫等，讓他們在社會各個角落能適得其所，安身立命，讓這些充沛的勞動力最後找到歸屬，發揮個人潛能。

2023年 TCFA服務金賞認證

面對疫後消費體驗新變化，連鎖品牌積極強化服務力，國際專業評鑑，從顧客視角檢視服務品質，從消費者角度，針對服務款待力、基礎運營力、賣場力、銷售力及團隊服務力等五大面向進行評核，希望建構專業服務指標，提高品牌影響力，彰顯企業服務價值，真正從顧客角度落實服務價值，全面推升台灣服務業追求超越國際的專業水準。

2022年 台灣服務業連鎖超市產業銀牌獎



由《工商時報》主辦的「服務業大評鑑」以「新常態服務」為選拔主軸徵著大家越來越懂得如何與疫情相處。評選結果於7月5號公布，美廉社非常榮幸的獲得連鎖超市產業【銀牌獎】，得獎主因為「用心了解顧客需求，並站在顧客的角度去回應，準確做到親切、友善的服務」，也代表美廉社所提倡的服務五部曲已經深根茁壯，開始慢慢長出枝芽，讓顧客感受到服務的魅力。致力推動貼心服務，以客為尊的服務理念，帶領員工跨入另一項里程碑。

2022年 台北市政府企業菁英獎

2021年 獲頒原住民委員會進用原住民族績優機構甲等獎

2021年 獲頒1111人力銀行2021幸福企業風雲榜民生服務業金獎

1111人力銀行「2021幸福企業頒獎典禮」於2021年11月11日於台北喜來登飯店盛大舉行，吸引近二百家金獎企業代表出席領獎，三商家購（美廉社）榮獲2021幸福企業風雲榜新生服務類獎項金獎，由三商家購董事總經理邱光隆親自前往領獎。

企業永續管理

企業永續小組

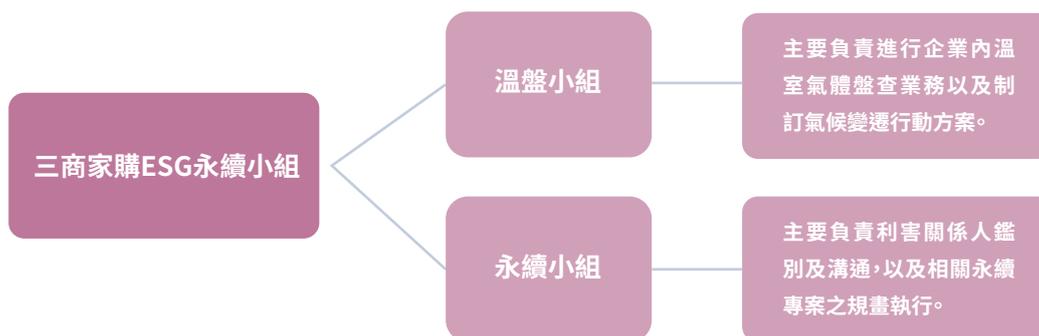
為落實永續發展理念、實踐企業社會責任並建立健全的風險管理作業流程，本公司於總經理室下設置「ESG小組」負責企業永續發展政策、制度、管理方針訂立以及方案執行。

本公司「ESG小組」總召集人由總經理邱光隆擔任，ESG小組組成包含風險管理小組、公司治理小組、員工與社會關懷小組、環境保護組與商品服務組，共五組並由各部會同仁擔任成員，依其職能性質分工負責各項企業社會責任提出具體計畫。

ESG小組每月召開例行會議，並於該季度向董事會進行業務呈報，於年度向董事會進行年度利害關係人溝通情形報告以及智慧財產管理計畫及執行情形報告。同為企業永續發展策畫與執行，以期達成公司永續經營、世界永續發展、與社會共好之長遠目標。

三商家購ESG小組組織架構

三商家購ESG小組，支分為溫室氣體盤查小組及永續小組，其中永續小組有將其分為5小組執行利害關係人管理，包含風險管理永續小組、公司治理永續小組、員工與社會關懷永續小組、環境保護永續小組、商品與服務永續小組，皆由本公司各部門相關人員兼任執行推動事項。



ESG之各小組管理

風險管理永續小組

管控與稽核各部門風險評估，及因應作為。

公司治理永續小組

利害關係人溝通公司治理、營運概況、法規遵行。

員工與社會關懷永續小組

公益發展策略、公益活動、人力資源概況、勞雇關係、勞資關係、職業安全與健康、員工訓練與發展。

環境保護永續小組

環境管理政策、節能減碳、綠色採購及物流。

商品與服務永續小組

產品服務與創新、品牌管理、行銷與標示、顧客健康與安全、永續供應鏈管理、減少資源浪費、顧客關係管理。

利害關係人溝通

本公司ESG小組經與各部門討論，及其不定期反饋利害關係人意見，透過會議、書信等，並參考同業各利害關係人群體，對本公司永續議題提出相關建議，藉此蒐集有效的利害關係人回饋，進而評估對本公司營運的影響程度後，鑑別出九大類主要利害關係人，分別為：股東/董事、消費者、供應商、加盟主、員工、政府、媒體、社區鄰里、公益團體。

本公司履行企業社會責任，在誠信原則下追求永續經營與獲利，並重視環境、社會與公司治理等各項議題。亦對利害關係人負有相當責任，希望透過與利害關係人之適當溝通，瞭解利害關係人之合理期望及需求，並將其納入訂定公司未來營運方針之參考。

利害關係人	關注議題	溝通管道	溝通頻率
股東/董事	i 公司治理 i 營運績效 i 誠信經營 i 法規遵循 i 風險管理 i 責任投資 i 氣候變遷因應策略 i 永續行動策略	股東會 / 年報	每年
		董事會 / 功能性委員會	每季或不定期
		財務報告書	每季
		法說會	不定期
		公開資訊觀測站	即時
消費者	i 商品品質 i 服務品質與顧客滿意度 i 資訊安全與個資保護 i 創新服務 i 商品永續	新聞媒體與新媒體行銷	不定期
		顧客滿意度調查	不定期
		門市	即時
		客服專線 / 客服信箱	即時
供應商	i 供應商永續管理 i 在地採購 i 商品品質與食品安全 i 商品標示	供應商評鑑	每年
		供應商管理平台	即時
		會議、合約	不定期
		電話、郵件、書面信函	即時
加盟主	i 公司治理 i 營運績效 i 誠信經營 i 法規遵循 i 能源管理 i 永續行動策略	加盟主訪談	不定期
		企業官方網站	即時
員工	i 勞雇關係溝通 i 員工薪酬與福利 i 人才培育與升遷 i 職場安全與健康 i 申訴機制	勞資委員會	每季
		公司內部網站及郵件	不定期
		教育訓練	不定期
		績效評核面談	不定期
		福委會	每季
		職安諮詢	不定期
政府	i 法規遵循 i 能源管理 i 廢棄物管理 i 勞雇關係	函文往來	不定期
		政府機關會議	不定期
媒體	i 經營績效 i 法規遵循 i 商品行銷與創新服務 i 事件機 i 溝通事件 i 永續	新聞稿	不定期
		記者會	不定期
		聲明稿	不定期
		電話、郵件	即時
社區鄰里	i 社會公益 i 社區參與 i 環境保護	社區與公益活動參與	不定期
		里鄰拜訪	不定期
公益團體	i 社會公益 i 社區參與 i 剩食管理 i 環境保護 i 永續行動	舉辦公益活動	不定期
		參與社會重大事件扶助	不定期

重大主題鑑別

三商家購依循GRI準則對應，鑑別出29項永續相關主題，歸納「環境、社會、治理」三面向。

永續面向	重大主題	對應GRI準則	利害關係人衝擊程度								
			●直接衝擊 ◎間接衝擊 △商業衝擊								
			股東 / 董事	消費者	供應商	加盟主	員工	政府	媒體	社區鄰里	公益團體
治理 10 項	公司治理		●		△	△	◎				
	營運績效	GRI 201：經濟績效 2016	●		△	●	◎		◎		
	誠信經營		●	●	●	●	◎		◎		
	法規遵循		●		●	●		●	◎		
	風險管理			◎	◎	◎	◎				
	責任投資		●		△	●					
	資訊安全與個資保護			●			●				
	供應商管理		●	◎	△	△					
	在地採購		●	◎		△					
	申訴機制			●		●	●				
環境 6 項	氣候變遷因應策略	GRI 302：能源 2016	●		◎	◎					
	永續行動策略	GRI 305：排放 2016	●		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
	商品永續			△	●	◎					
	廢棄物管理	GRI 303：水與放流水 2018 GRI 306：廢棄物 2020			◎					◎	◎
	環境保護				◎					◎	◎



一. 公司治理

1.1 公司組織

公司組織表、董事會、公司治理運作情形、
外部組織參與、功能性委員會、申訴機制

1.2 功能性委員會

各功能性委員會、ESG永續小組

1.3 經營績效

年度財務績效分析

1.4 風險管理

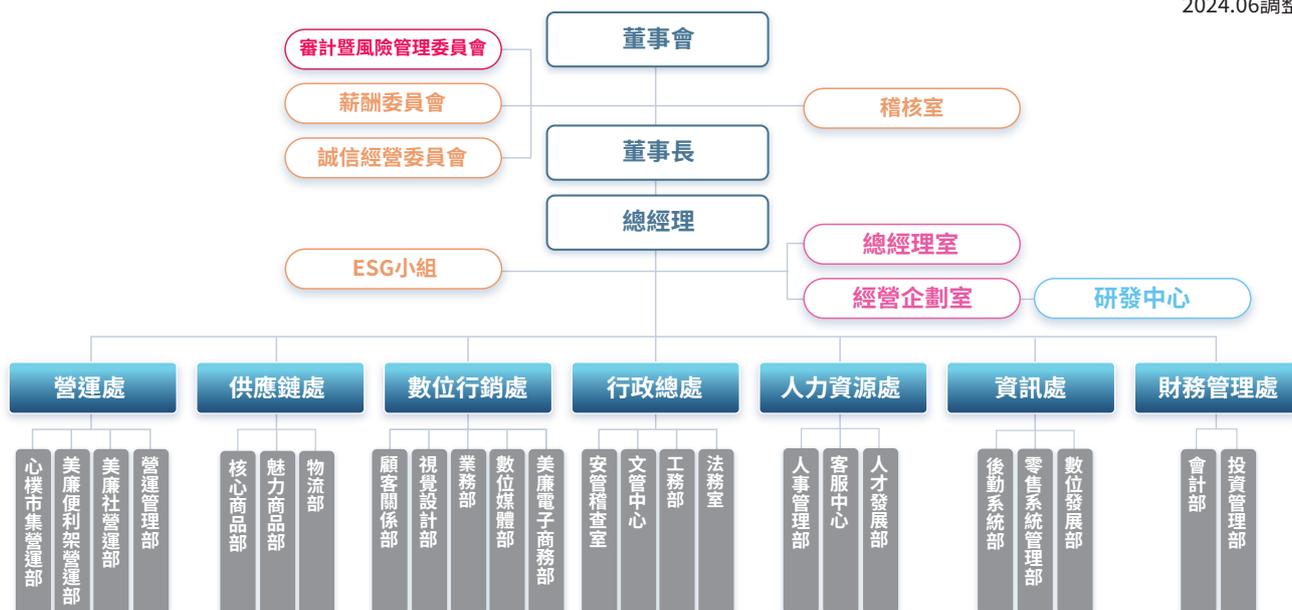


1.1 公司組織

公司組織表

三商家購組織圖

2024.06調整



董事會

本公司設董事會，其為本公司最高治理單位，組成多元分別來自經營團隊、業界管理者以及具有專業知識與技能者，如法律、財務會計、產業經驗等。本公司董事會共7席董事，其中1席董事兼具員工身分，佔董事會成員比重14%；獨立董事3席，佔董事會成員比重43%。本公司「公司治理實務守則」第20條中，說明董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於以下二大面向之標準：

- 一、基本條件與價值：性別、年齡、國籍及文化等。
- 二、專業知識與技能：專業背景、專業技能及產業經歷等。

公司治理運作情形

本公司董事皆具備豐富產業知識，獨立董事分別為法律、財務會計及產業界專業人士，對於本公司公司治理及業務發展具正面提升效益。本公司最近年度2023年度共計召開7次董事會，除確實遵守本公司所訂定之「董事會議事規則」外，對於董事會之決策過程中需利益迴避議案均依規定執行。

董事會下設置成立審計委員會、薪酬委員會以及永續發展小組，以強化與落實本公司之公司治理、誠信經營及企業社會責任。另進一步建議將ESG永續發展小組提升層級，目前本公司ESG永續發展小組隸屬於總經理室下，並每季至少一次於董事會報告，未來將持續強化與董事會的溝通，將評估委請獨立董事擔任委員會主席，並將該委員會隸屬於董事會下，以落實永續發展績效及增加董事參與度。

董事會成員具有誠信與豐富經驗，另有安排董事進修課程。讓董事持續精進於營運管理與風險知識，已持續保持專業優勢。2023年度董事計8人參與進修課程，參加時數共計45小時，平均每人進修時數5.6小時。

本公司多元政策之具體管理目標及達成情形

管理目標	達成情形
設置獨立董事三席	已達成
兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一	已達成
性別、年齡、國籍及文化之多元性	本公司現有7席董事年齡自50歲至70歲不等，本公司已規劃於2025年改選董事時提名不同性別董事候選人至少一名，已促使董事會組成多元化。
獨立董事專業知識及技能，應包含法律、財務會計、產業經驗等專長至少各一名	已達成，三位獨立董事分別具備法律(黃銘傑獨立董事)、財務會計(蔡孟霖獨立董事)、產業經驗(林再林獨立董事、蔡孟霖獨立董事)等專長。

外部組織參與

本公司 2020 年度參與之公協會	參與身分
新北市米穀商業同業公會	會員
桃園市米穀商業同業公會	會員
宜蘭縣米穀商業公會	會員
高雄市米穀商業公會	會員
台北市米穀商業公會	會員
台中市直轄市米穀商業同業公會	會員
新竹市米穀商業同業公會	會員
彰化縣米穀商業同業公會	會員
新竹縣米穀商業同業公會	會員
臺南市直轄市米穀商業同業公會	會員
嘉義縣米穀商業同業公會	會員
高雄縣米穀商業同業公會	會員
苗栗縣米穀商業同業公會	會員
嘉義市米穀商業同業公會	會員
台北市百貨商業同業公會	會員
社團法人台北市護理師護士公會	會員
桃園市桃科環科大潭工業區聯合廠商協進會	會員



1.2 功能性委員會

審計委員會

審計委員會旨在協助董事會訂定或修正公司內控制度及重要處理程序，涉及董事自身利害關係之事項、重大之資產交易、資金貸與或背書保證、募集發行或私募具有股權性質之有價證券、簽證會計師之委(解)任或報酬之決定、財會或內稽主管之任免、年度及各季財務報告之審查等。本公司已依照「公開發行公司審計委員會行使職權辦法」規定，於2019年1月18日股東臨時會設立審計委員會取代監察人。該委員會由全體獨立董事組成，共計三位，本公司於2023年度已召開5次審計委員會。

薪資報酬委員會

依據本公司公司章程及「公司治理實務守則」之規定，董事採候選人提名制選任之，本公司於董事會成員之提名與遴選時，已取得每位獨立董事候選人提供的書面聲明、工作經歷、目前在職證明及親屬關係表，以核實確認本身、配偶及其三親等以內親屬相對於公司的獨立性。本公司另定期檢視獨立董事於任職期間，皆持續符合金融監督管理委員會頒訂之「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」及證券交易法第十四條之二所訂資格要件，且本公司已依證券交易法第十四條之三賦予獨立董事充分參與決策及表示意見之權力，據以獨立執行相關職權。該委員會由全體獨立董事組成，共計三位，本屆委員任期：2022年5月25日至2025年5月24日。本公司於2023年度已召開4次薪資報酬委員會。

三商家購 年度薪酬比率	指標項目	2022 年	2023 年
	年度總薪酬比率	19.49	20.49
	年度總薪資報酬變化比率	-10.66	2.16

誠信經營委員會

本公司除依法設置薪資報酬委員會及審計委員會外，亦設置隸屬於董事會之誠信經營委員會，負責誠信經營政策之擬訂與推動，一年一次向董事會報告執行狀況及成果，並已於2023年8月4日向董事會報告誠信經營之執行情形。



ESG永續小組

本公司為達成企業永續發展政策的願景與使命，於2022年度設置永續發展小組，隸屬於本公司總經理室，負責相關政策擬定及相關管理方針訂定，因應環境訂定中長遠的永續發展計畫。企業永續發展小組包含風險管理小組、公司治理小組、員工與社會關懷小組、環境保護組與商品服務組，共同為企業永續發展策畫與執行。2023年共計報告董事會共4次。董事會永續發展小組督導情形如下：

項目	報告項次	報告內容
1	第一次董事會報告 2023/3/3	1.【行政院環境部】網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式草案。 2.【行政院環境部】溫室氣體盤查配合政府規範之時程。 3.【行政院環境部】環保集點APP專案，獲行政院環保署「核定申請修改銷售（點）管理系統之補助經費新臺幣97萬元」。
2	第二次董事會報告 2023/5/5	1.【溫室氣體盤查】會報母公司(三商家購)與子公司(特美事、心樸市集)導入顧問、蒐集資料、完成盤查與查證之時程。 2.【行政院環境部】環保集點APP專案進度會報。 3.【異業合作】預計導入美廉社X百事益公司退役筆電整新回收愛計畫。
3	第三次董事會報告 2023/8/4	1.【溫室氣體盤查】會報預計2023年底導入顧問輔導服務。導入專案主理單位為三商行職業安全衛生管理室。 2.【行政院環境部】環保集點APP專案進度會報，累積點數至通路兌換環保產品之功能於2023/5/31上線。 3.【異業合作】美廉社X百事益公司退役筆電整新回收愛計畫說明。 4.【其他專案進度】進度會報，包含MOMO循環袋回收數、惜食計畫回收情況。
4	第四次董事會報告 2023/12/22	1.【溫室氣體盤查】說明三商集團盤查基準年暨查證與確信年度，以及盤查範疇。 2.【利害關係人溝通情形】會報第一季至第三季利害關係人調查規劃。

1.3 經營績效

最近二年度營業收入、營業純益及稅前純益重大變動之主要原因及預期銷售數量與其依據，

對公司未來財務業務之可能影響及因應計畫：

年度財務績效分析

單位：新台幣千元

項目	年度	2022 年	2023 年	增(減)金額	變動比例(%)
營業收入		14,183,503	14,041,914	(141,589)	(1.00)
營業成本		10,653,923	10,402,276	(251,647)	(2.36)
營業毛利		3,529,580	3,639,638	110,058	3.12
營業費用		3,498,695	3,518,372	19,677	0.56
營業淨利		30,885	121,266	90,381	292.64
營業外收入及支出		25,320	(14,295)	(39,615)	(156.46)
稅前淨利		56,205	106,971	50,766	90.32
所得稅費用		12,831	24,359	11,528	89.84
本期淨利		43,374	82,612	39,238	90.46
本期綜合損益總額		43,374	82,612	39,238	90.46
最近二年度增減比例變動分析說明：(增減變動比例達20%且金額超過新台幣一千萬者)					
營業淨利及所得稅費用增加：主係因2023年度毛利增加所致。					
營業外收入及支出減少：主係因2023年度認列租賃修改利益減少所致。					

1.4 風險管理

為落實永續發展理念、實踐企業社會責任並建立健全的風險管理作業流程，本公司於總經理室下設置「企業永續小組」負責本司永續發展政策、制度、管理方針訂立以及方案執行。風險管理小組遵循本公司於2021年4月28日訂立之風險管理政策與程序，定期辨識與評估潛在危機，依本公司組織環境、階段性策略目標擬定評量計畫，企盼有效降低及改善項目，促使企業永續經營。

本揭露資料涵蓋公司於2023年度在主要據點永續發展之績效表現，風險評估範疇之邊界以本公司為主。永續發展小組依據永續報告書之重大性原則進行分析，並整合其他部門之資源及評估資料，據以評估重大ESG議題，訂定有效辨識、衡量評估、監督、管控之風險管理及採取具體之行動，以降低相關風險之影響。風險管理小組召集人並分別於2023年12月15日列席審計委員報告、2023年8月4日及2月22日列席董事會報告風險管理執行情形。

管理範疇

本公司因應企業經營所可能面的各項風險以極有可能帶給利害關係人的衝擊，訂立風險管理政策與程序，掌握科學證據原則、事先預防原則、資訊透明原則，建構風險管理體系。本公司辨識出八大風險類別，並由下列單位負責統籌各類別之風險評估表，以利追蹤。八大風險類別依照可能之風險情境、發生機率、影響程度、風險值與風險等級，規劃合適之權責單位、因應對策、控制措施。透過量化風險與風險認知，對風險不確定性進行評估，進一步辨識本公司可接受之風險，協助做出精準決策。

八大風險與權責單位：

項次	風險類別	風險說明	負責單位
一	食品安全風險	遵循主管機關採行之相關食品安全衛生管理措施為風險評估之基礎。面對眾多食品種類，民眾在便利取得之際，食品延伸問題變多，相對提高食品安全風險。如何降低突發的食品事件，完整陳述食品添加物的教育背景知識，商品效期的掌握與處理規章。主動溝通、提供更多相關資訊，協助民眾瞭解食品安全知的權利，進而建立消費者對食品安全的信任。	供應鏈處
二	公共安全風險	嚴密監控因我方因素所造成的公共安全事件，此等事件對總公司以及店鋪中對特定人所帶來的危害。針對場域進行一系列公共場所安全之檢查。在公共安全部分，保護個人、財產、物品不受到災害或事故等危險的威脅；在公共衛生議題上，抵禦流行病學與佈建防治網。	營運處
三	勞動安全風險	避免本公司未依照相關勞動管理法規，所造成之勞工傷害。因應勞動法規變動所產生之成本調漲。	人力資源處
四	個人資料風險	遵循「個人資料保護法」，建立個人資料檔案風險評估與管理規範，提供共同遵行之風險評估標準，採取適當之對策或控制措施，以有效降低個人資料檔案遭受損害的風險。包含顧客電子個人資料係指儲存於硬碟、磁帶、光碟或系統中之數位個人資料，以及以紙本形式存在之紙本式個人資料，建立有關個人資料保存與銷毀的要求事項，以及要求事項的準則。	資訊處
五	資訊安全風險	控管資訊安全意外事件可能造成的損失，提升資訊安全措施所帶來的成本效益，定義常見的資安事件，包含災難事件、機械故障、非故意、人為惡意攻擊，協助制訂資安風險管理的方法，協助企業或組織內部在第一時間能有效應對。	資訊處
六	環境風險管理	減緩溫室氣體排放已然為全球趨勢，作為供應鏈中的一環，也面臨氣候變遷所造成的潛在風險。管理環境資訊，以量化環境對本公司的衝擊，進一步規劃環境保護行動，搭配政府相關「綠色產品及服務」。在供應鏈的流程當中，商品載送途中與店鋪中具體實施減碳溫室氣體排放管理措施，確實佈建綠色供應鏈。	行政總處
七	財務風險	隨著市場風險日益增高，財務風險管理的議題成為本公司運作主要核心。財務風險管理工作由本公司財務管理處權責處理，並依照董事會核准之策略進行執行。財務管理處與各處室部會密切合作，主責匯率風險、利率風險、投資風險、資金貸與他人風險及背書保證風險等。	財務管理處
八	公關風險	成立「常設危機處理聯合作戰室」進行隨時的公關議題工作前置，探察本公司組織內外潛藏風險，通過長期改善和動態管理，防微杜漸。工作包括了潛在風險的識別、利益相關者的評估、大眾與社群媒體監測與聆聽等。	數位行銷處

重大風險評估總表

風險排名	風險項目	風險事件 (事件、原因、可能的後果)	因應對策 / 控制措施	風險負責單位	涉及單位	風險速度 (慢/快/非常快)	風險容忍度 (非常高/高/中/低/非常低)
1	公共安全风险	事件：人為或意外 原因：由人為因素所造成公司資產損失或影響日常營運之風險，如火災、停電、屋況問題、設備故障、搶/竊案或其他不可預期之事件。 後果：可能造成人員傷亡、營業中斷或財物損失	1. 加強相關設備配置 (如乾粉滅火器、緊急照明燈、乾冰等) 2. 加強人員教育訓練 (定期訓練及不定期災害演練、設定相關安全規範及應變措施) 3. 相關保險投保作業 (如商業火險、公共意外責任險、現金險、營造綜合險、竊盜險等) 4. 落實日常檢查作業 (火源管理、分店禁菸政策、建物及設備保養維護) 5. 落實重大事件的通報機制、建立後勤人力支援	營運處	工務部/人資處/營運處/物流部	非常快	非常低
2	食品安全風險	事件：重大食品安全問題 原因：供應商未能提供符合標準的商品，或從製造、儲藏至配送過程中因不良管控使品質發生變化，導致產生食品污染物 (如農藥殘留超標)、食品添加物 (如防腐劑超量)、食品微生物 (如細菌性食品中毒) 等風險。 物流及門市未即時檢視商品之有效期限，恐違反食品安全衛生管理法以販售過期食品，致損害公司企業形象。 後果：公司聲譽受損、客戶/銷售損失、法律問題及處分。	1. 年度供應商評鑑 2. 加強供應商新品提報之控管及審核 3. 針對高風險商品採週期輪替性檢驗計畫 4. 進口商品由報關行、報驗行及公司品保進行成份及產地審核 5. 自有品牌商品須由供應商提供商品技術規格書，並由公司品保審核商品成份、定期至工廠進行實地評鑑。 6. 減少引進短效期商品，確認保存期限及條件是否適合門市販售 7. 物流及門市依SOP檢視商品有效期限，並由安管稽查室定期實地查核 8. 相關保險投保作業 (如產品責任險)	供應鏈處	供應鏈處/營運處/安管稽查室	快	非常低
3	資訊安全風險	事件：資訊設備、系統故障及資安事件 原因：因關鍵營運系統中斷而影響日常業務運作之風險，如硬體設備/軟體系統故障、資訊人員離職或委外服務廠商因故終止服務、新導入系統建置不良而與業務功能需求有重大差異等因素。 後果：物流中心/門市運營中斷、庫存不準而影響訂貨 (缺貨風險)、客戶投訴、影響財務結算及付款	1. 建置備援機制，並重要設備、系統與廠商簽訂保固或維護合約 2. 重要系統資料庫定期備份及建立災害復原計畫 3. 程式版本更新時須由核決權部門主管核准，以評估更新風險範圍與測試程序是否足夠，並進行程式版本管理機制 4. 重大異常事件發生後須建立事件報告與修復手冊 5. 依據資訊職能與技術別建立代理人/工作輪替機制，並避免綁定於單一維護供應商且無替代供應商可支援 6. 設置專案風險管高階主管並明定專案成員角色與工作權責，以獨立衡量專案範圍與重要決策的可理性與風險，及降低專案工作分工不明確性	資訊處	資訊處/各單位	非常快	中
4	個人資料風險	事件：員工及顧客個人資料外洩 原因：透過公司外部侵入、公司內部竊取等手段取得相關資訊，或經由紙本及電子資料傳輸、保存、銷毀疏失產生資料外洩，並可能有固有資訊遺棄、損毀、滅失之風險。 後果：公司聲譽受損、供應商及消費者資料外洩或冒用、影響日常營運、法律問題及處分	1. 定期進行網路資訊、電腦系統之安全維護、控管及檢查機制 2. 確保紙本資料、電腦、自動化機器或其他存放媒介物廢棄汰換或轉作其他用途時之資料清理 3. 簽訂保密切結書，並加強員工教育宣導 (安排個人資料保護法基礎教育宣導及數位學習教育訓練每年至少至少2小時) 4. 本公司所屬人員需以專屬帳號密碼登入，方能使用電腦設備及資訊系統進行蒐集、處理、利用個人資料 5. 機房設置門禁、監視錄影及防火設備，並對重要個人資料進行備份 6. 電腦資料視實際需要以加密方式傳輸	資訊處	資訊處/人資處/顧客關係部/法務室/各單位	慢	中
5	財務風險	事件：財務及投資風險 原因：包含公司之金融資產或負債因市場風險因子波動使得價值發生變化，及因轉投資權的過於集中、高風險高槓桿操作、衍生性金融商品交易、金融理財等短期投資市價之波動，或長期投資被投資公司之營運風險，所造成種種損失。 後果：損失增加、資產減損、公司聲譽受損、額外支出	1. 定期監控市場匯率、利率變動狀況並進行評估 2. 若有大額且長期性資金需求時權衡當時利率市場狀況，評估是否以現金增資等其他方式籌措所需資金 3. 設定投資風險屬性並定期評估各類投資風險 4. 每月檢視資金貸與他人及為他人背書保證之情形	財務管理處	財務管理處	慢	中
6	環境風險	事件：自然災害 原因：地震、洪水、颱風等可能導致人員傷亡、營業中斷與財物損失之失天然災害。 後果：物流中心/門市業務中斷、財產和庫存損壞	1. 相關保險投保作業 (如公共意外責任險) 2. 落實日常檢查作業 (店內外建築物之設施定期維修和保養) 3. 落實重大事件的通報機制、建立後勤人力支援 4. 不定期辦理災害演練	工務部	營運處/物流部/工務部	非常快	高
7	公關風險	事件：媒體/社交網絡中的負面報導 原因：由於商品、員工或顧客服務品質不佳或其他因素，在傳統或網路媒體、社交平台上出現負面報導或謠言，使公司權益遭受侵害、聲譽受損或財產損失。 後果：公司聲譽受損、客戶/銷售損失、政府調查/調查/起訴	1. 密切關注媒體報導，並對信息來源進行查證及分析 2. 即時對不實報導及負面新聞進行媒體說明或平衡發稿 3. 透過法務部門撰擬聲明函件 4. 評估影響範圍，若涉及財務損失等重大事件則向警察局或相關政府行政機關備案 5. 透過內部教育訓練以提升各項服務品質並有效降低客訴發生機率 6. 設置智慧財產權利義務及相關業務管理單位	數位媒體部	數位媒體部/法務室/營運處/客服中心/顧客關係部/供應鏈處	快	高
8	勞動安全風險	事件：員工及協作者之職業安全 原因：因職場暴力、職業災害、未落實勞動安全檢查或教育訓練等因素，造成勞工或協作者身體及心理健康危機。 後果：員工流失、裁罰或賠償、法律責任、公司聲譽受損	1. 定期對員工進行健康與職業安全培訓、災變演練 2. 提供定期員工體檢 (每年一次) 3. 建立申訴管道及專案受理組織 4. 設置法規要求之合格職業安全衛生相關人力 5. 根據流程/組織的變化設定及定期審查相關預防計畫 6. 關注勞工職業安全衛生相關法令規定 7. 成立運動性社團或舉辦活動	人力資源處	人事管理部/勞安課/工務部	快	非常低





二. 商品服務管理 與顧客關係管理

2.1 供應商管理

供應商分級稽核管理、永續供應鏈-在地採購、響應環境部政策行動

2.2 品質管理

商品與標示抽驗、門市查核機制、食品安全作業管理、問題商品通報機制。

2.3 顧客關係管理

顧客意見管理-客訴統計、創新消費模式APP及美廉便利架。

2.4 資訊安全管理

資通安全管理架構與目的、資訊安全管理項目及最新實行情形、個人資料保護內部管理機制。



2.1 供應商管理

供應商分級稽核管理

三商家購股份有限公司以公平互惠原則經營夥伴關係，對於所有合作廠商皆審慎評估各類商業條件，並依本公司「誠信經營守則」規定，管理供應商之往來關係，由稽核單位負責監督執行，並定期向董事會報告。

本公司嚴選優良製造廠商製成自有商品，除提供合格廠商基本資料外，亦建立商品技術規格書，並設置具備國際ISO 9001 主導稽核員，及國際ISO 22000主導稽核員執行。在與自有品牌供應商合約中規定，生產工廠需符合美廉社稽核條款，上架後美廉社將合作廠商分為A至E五個等級稽核管理，A級供應商3年一次、B級供應商2年一次、C級廠商每年一次，D級廠商給予6個月限期改善，E級廠商則評估複查或不採用。

2023年美廉社合作的代工生產（簡稱OEM）供應商有54家，共評鑑54家（評鑑率100%）。其中評比A級優良廠商30家（占比55.6%）；B級合格供應商12家（占比22.2%）；C級供應商7家（占比13.0%）D級供應商3家（占比5.6%）；E級供應商2家（占比3.7%）。

同時為實踐與供應商往來之有效溝通，美廉社2023年共進行了1,500場次的供應商交流會議，議題包含新品開發、節慶促銷、異業合作等。

永續供應鏈-在地採購

三商家購旗下「心樸市集」訴求食物原型，以及來源追溯，遵循高標準選品原則，品項遍及台灣在地農漁畜產業，並更進一步提供更多營養保健類商品。以「心樸市集」為自有品牌的總商品數已破百支，產品皆由台灣生產製造及產銷履歷。

如：「心樸有機金針菇」產地為台中市后里區，金針菇生長過程採全程空調無汙染栽培，不經藥劑處理、不漂白，並取得有機農產品驗證。



三商家購	在地供應商採購比例(%)	台灣產比例(%)
蔬菜	100%	100%
水果	100%	100%
心樸有機金針菇	100%	100%



※ 在地採購比例使用「採購預算比例」計算。



響應環境部政策行動

三商家購美廉社以永續經營為核心目標，致力提倡環保永續、友善環境等議題，2023年美廉社加入環境部推行「環保集點制度」通路之一，透過綠色商品兌換，及會員雙向導入環保集點APP平台，有效鼓勵美廉社會員優先購買綠色商品，與消費者共同實踐綠色永續生活。

環保集點APP綁定美廉社會員載具，凡於美廉社全台門市消費具有環保標章、碳足跡標籤、MIT微笑標章、台灣優良農產品標章(CAS)、有機農產品標章、產銷履歷(TAP)認證之環保產品，可同時獲得美廉社會員點數，與環保綠點獎勵，所累積的環保綠點可，折抵兌換環保商品，100綠點等值新臺幣1元。



2.2 品質管理

商品與標示抽驗

三商家購將商品標示(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,並依循《包裝內控設計管理制度》對自有品牌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。

美廉社進口商品在進口前須查核商品原產地、成份,皆符合國內《食品安全衛生管理法》;商品上架前也會查核商品外包標示符合《商品標示法》。2023年美廉社進口食品有70個品項,共查核70個品項;OEM上架商品有38個品項,共查核38個品項,查核率為100%,且皆符合相關法規規範。

門市查核機制

三商家購稽核人員由總部稽核人員擔任,採取分項計分,滿分為100分,查核的內容包含賣場安全/收銀安全及基本清潔等。2023年共稽核800間美廉社門市(稽核率100%),共8,780家次,有遭到扣分的門市,皆於當次稽查後立即改善。

食品安全作業管理

美廉社針對即期商品及不良品之食品安全作業管理回報管理,於門市收到內部公告後,立即將指定商品下架,並依下架商品及公告方式辦理退倉,或待商品檢驗合格後恢復上架(預防性下架),另於商品下架期間,POS收銀系統亦會鎖住商品銷售,只提供退貨作業,消費者可持發票及商品至門市退款或退換貨。

問題商品通報機制

針對運送或寄送過程因碰撞導致毀損的商品建立無償回收、退款或換貨機制,並由客服中心協助消費者做個案處理,確保消費者權益。



2.3 顧客關係管理

顧客意見管理-客訴統計

三商家購設有明確的產品與服務申訴管道，消費者可藉由客服專線和信箱，提出訴求及意見，另外針對運送過程因碰撞可能導致損壞的商品或贈品，則建立無償回收、退款或換貨機制。顧客意見與申訴統一由客服中心回覆，確保消費者權益。

三商家購客服中心 年度案件統計資訊揭露：

案件類別	件數	占比
查詢	6,219	47.5%
通報	4,740	36.2%
抱怨	1,892	14.5%
建議	114	0.9%
表揚	66	0.5%
其他	29	0.2%
客訴	21	0.2%
總案件數	13,081	100%

創新消費模式-APP及美廉便利架

三商家購美廉社受經濟部「建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫」補助，整合旗下品牌啟動微型OMO(Online Merge Offline)零售模式，透過系統效率整合，打造新款應用程式「美廉社Simple Mart」APP，強化線上消費體驗。

透過每間門市與在地居民建立緊密的「Line+1生活圈」，門市端可透過APP向鄰里社區傳送開團資訊，消費者亦能隨時掌握新品優惠、線上預購、團購，上班族也可以使用「辦公室開團」功能，再搭配智能物流系統彙整數據，線上直接下單，時刻掌握商品貨況，三商家購致力朝向服務多元化，為消費者帶來更Simple、更便利的購物新體驗。



國人在電子商務上的消費金額持續攀升，智慧手機儼然已成為日常生活必需品，三商家購以既有的零售通路優勢，結合手機APP電子商務的消費便利特點，於2019年推動智能零售的新品牌「OFFICE Mart 美廉便利架」。

透過辦公場域的空間，設立隨選隨買的商品貨架，簡易的APP掃描付款，讓忙碌的上班族群可透過片刻小憩擁有自己的小確幸。美廉便利架不僅能夠依照企業的需求提供客製化APP，也能透過大數據管理消費者偏好分析，有效整合線上貨架商品維護線下顧客服務。

「美廉便利架」已成功進駐遠傳電信、和雲(iRent)、第一金、日商三菱日聯銀行、宏遠證券、勳馨基金會、高雄育成中心、南港育成中心、中華民國資訊軟體協會、露天市集、環球購物中心、奇美醫院等公司企業辦公室，截至2023年底共已設置130座美廉便利架，未來將為更多上班族提供便利服務。

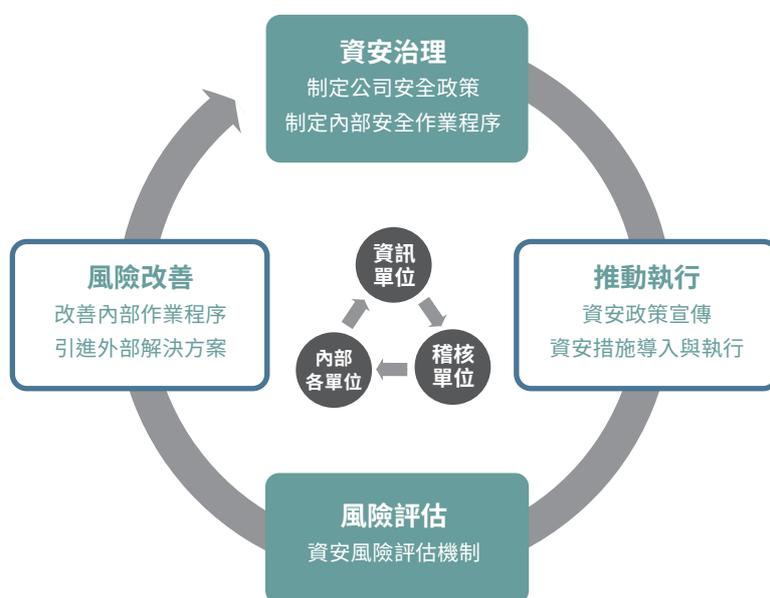


2.4 資訊安全管理

本公司現為維護公司競爭優勢與寶貴的智慧財產，於2023年成立「資訊安全管理專屬單位」，並配置資安專責主管1名及1名資安專責人員與2名資安承辦人員，合計4名，主係確保資通安全管理制度之運作，並訂定資訊安全管理政策，以強化本公司資訊安全管理，確保資料、系統、設備及網路安全，保障公司與全體員工之權益，並全面提升資安意識。為確保相關資訊系統的運作風險得以有效控制，「資訊安全管理專屬單位」每年至少召開一次檢討資安作業，必要時得召開臨時會議，近一年度已分別於2023年12月15日及2023年12月22日向審計委員會及董事會報告資安風險管理執行情形及2024年度預計執行項目。

資通安全管理架構與目的

1. 本公司資訊安全之權責單位為資訊單位，負責規劃、執行資訊機房、電腦資訊檔案安全、網路安全、郵件安全管理、資訊系統控制存取等管理及推動資訊安全意識。
2. 本公司稽核單位為資訊安全監理之查核單位，若查核發現缺失，即要求受查單位提出相關改善計畫並呈報董事會，且定期追蹤改善成效，以降低資安風險。
3. 組織運作模式採 PDCA (Plan-Do-Check-Act) 循環式管理，確保可靠度目標之達成且持續改善。
4. 為預防資訊系統及檔案受電腦病毒感染，對於電腦病毒採取偵測及防範措施，對入侵及惡意攻擊應建立主動式入侵偵測系統，以確保電腦資料安全之要求。
5. 為預防本公司遭遇天災或人為之重大事件，將造成重要資訊資產及關鍵性業務或通訊系統等中斷，應建立資訊系統永續運作規劃之政策。



資訊安全管理項目及最新實行情形

一、網路防護

- 升級防火牆設備：導入新世代防火牆，提升防護細緻度。
- WAF應用程式防火牆服務：導入網站應用防火牆(WAF)，以強化網站安全。
- 情資聯防：加入TW/CERT情資聯防，提升防禦能力。

二、軟硬體防護

- 主機更新掃描：不定期重大威脅漏洞掃描，及時修補強化防護措施。
- 合規軟體清查平台：抽點同仁電腦軟體使用情形，查核違規軟體之使用，確保軟體皆合法授權使用。
- 網路設備/伺服器升級：每年安排至少一次資訊資產價值盤點，進行風險評鑑，彙整成營運衝擊分析報告，針對高風險項目持續進行營運風險計畫與演練。

三、定期檢測

- 網站弱點掃描：委託外部資安專業公司對網站弱點掃描，及時修補強化防護措施。
- 網站滲透測試：委託外部資安專業公司進行電子商務網站進行滲透測試，以強化網站安全。
- 行動APP檢測：委託外部資安專業公司針對美廉APP進行行動應用 App基本資安檢測並取得「行動應用App基本資安標章」。
- 電子郵件社交工程演練：內部員工進行電子郵件社交工程演練之郵件開啟率、點選連結率及附件點閱率，透過演練提升員工郵件使用資安意識。

四、教育訓練與宣導

- 資訊人員進行外部資安管理訓練課程，共 16小時。
- 本年度辦理資訊安全教育課程及宣導，共 4場次，149 人受訓。
- 不定期選取資安事件案例，對全公司進行資訊安全重要性宣導。



個人資料保護內部管理機制

一、個人資料管理專責單位架構

三商家購公司保護消費者個人資料與隱私權，遵循「個人資料保護法」，建立本公司個人資料保護管理作業程序，並落實各項安全維護措施，以確保本公司各項業務所蒐集、處理及利用之個人資料（以下稱個資）能有效進行管理與保護，於民國112年成立「個人資料管理專責單位」負責推動個人資料保護管理事宜，其管理組織架構如下：

1. 總召集人：由資訊處處長擔任之。負責執行小組之統籌決策與監督執行業務推行與資源整合運用、啟動緊急應變小組、裁示事件處置方案、調度及安排應對人員、處置狀況進度追蹤。
2. 專責人員：由資訊處處長指派人員擔任之。負責個人資料保護政策、制度暨相關文件之制定等有關於個人資料保護與管理事宜之規劃、推動與落實。
3. 部門個資窗口：由相關部門主管指派人員擔任。協助推動與落實個人資料保護與管理事宜，並督促各部門人員遵守本辦法之運作與效果之維持，以及個資安全維護及保管事項。
4. 稽核人員/單位：由稽核室擔任。不得與個資專責人員為同一人。負責資料安全稽核機制並定期稽核安全維護計畫之執行情形及成效，並將稽核結果，向董事會提出報告。

二、個人資料管理作業程序

個資管理專責單位定期執行個資盤點、風險分析、制度內評、通報修訂、資料銷毀、教育訓練等工作，配合人資課程要求總部和門市端同仁們皆需完成個資線上必修課程及定期資訊安全/社交等演練。個資管理專責單位於民國112年完成年度個資資料盤點作業，並修訂「個人資料檔案維護計劃」，個資管理專責單位於組織成立後加強各單位個資去識別化管理。

三、個人資料事故預防、通報及應變程序：

本公司內部單位人員發現個人資料遭竊取、洩漏、竄改或其他侵害事故者之情形，應立即通報個資管理專責單位，由個資管理專責單位通知相關單位調整處理；儘速以適當方式通知當事人或其法定代理人個人資料被侵害之事實、本公司已採取之因應措施及聯絡電話窗口等資訊。並自發現事故時起算72 小時內由個資專責人員填具「個人資料侵害事故通報及紀錄表」，以電子郵件方式向經濟部通報，並將視案情發展適時通報處理情形，以及將整體查處過程、結果及檢討等函報經濟部。





三.環境永續

3.1 能源管理與節能方案

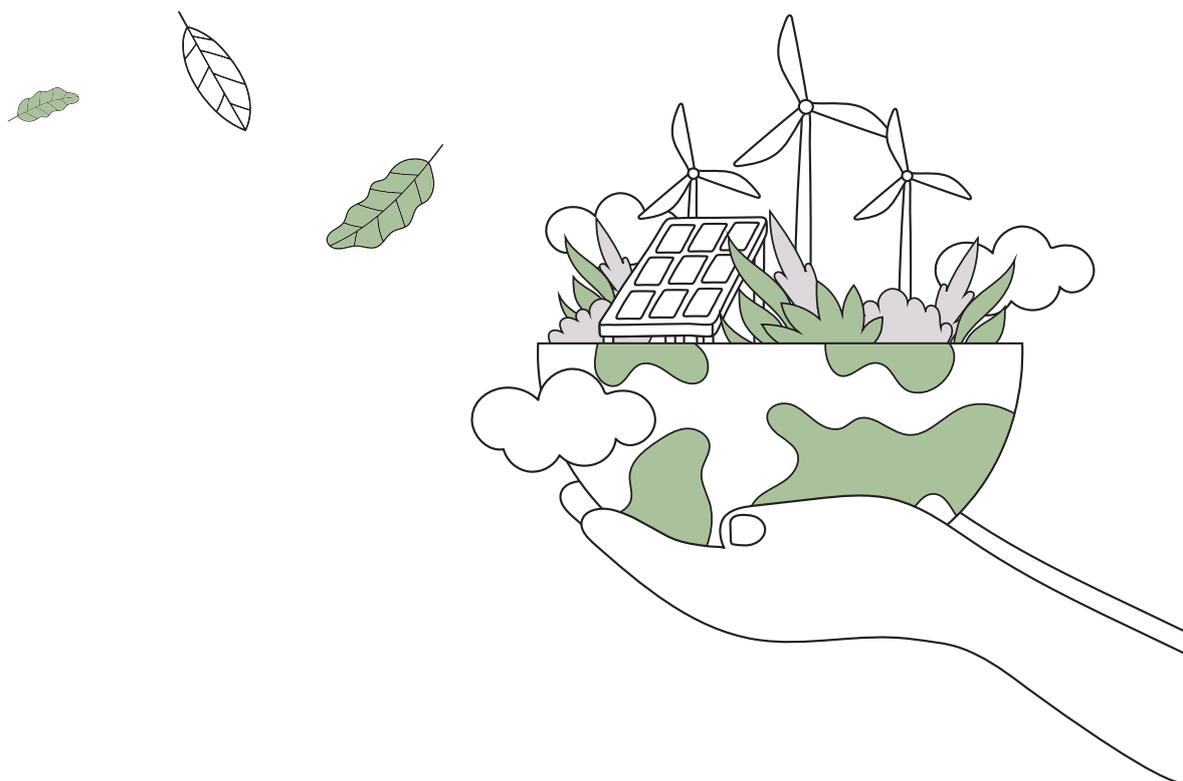
2023年度用電概況、節能措施

3.2 廢棄物管理

水資源、紙箱、空瓶回收管理

3.3 環境永續行動

不退貨政策、打造食循環、循環包材袋回收、
減塑計畫之年度統計數據。



上市上櫃公司氣候相關資訊

氣候相關資訊執行情形

項目	執行情形
<ol style="list-style-type: none"> 1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。 2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。 3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。 4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。 5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。 6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。 7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。 8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。 9. 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 董事會為本公司氣候風險管理的最高單位，以遵循法令推動並落實公司整體風險管理為目標，明確瞭解營運所面臨之風險，確保風險管理之有效性，並負風險管理最終責任。另成立風險管理小組，設置在企業永續發展委員會之下，為執行風險管理之權責單位，每年應召開二次以上會議並定期向企業永續發展委員會報告風險管理結果，並定期報告董事會相關執行情形。 2. 氣候急遽變遷，熱帶氣旋或洪水，短期皆會造成暫停營業而帶來財損以及資本支出增加；中期來看，全球暖化，營運成本逐漸升高；長期而言，因應溫室氣體排放，相關營運以及採購成本皆會增加。以供應鏈為例，本公司將更重視綠色採購，依循綠色循環進行所涉及之業務運作。 3. 本公司重視極端氣候議題，適度採取減緩及相關措施。希冀長期優化，有助提高企業獲利能力。對財務面向影響包含對公司資產評估、信用與償付能力之評估，對公司整體會計政策皆有其影響。 4. 本公司各功能單位辨識其所可能面對之風險因子後，訂定衡量方法，作為風險管理依據。本公司風險管理流程包括：風險範疇辨識、風險衡量、風險監控、風險報告與揭露及風險回應。相關部門向風險管理小組提出因應對策，並於企業永續發展委員會中報告。 <ul style="list-style-type: none"> ● 另，本公司於 2024 年展開溫室氣體盤查作業，並設定 2025 年減碳目標、策略以及具體行動方案。

近年溫室氣體盤查規劃說明

溫室氣體盤查資訊

三商家購將2024年定為「企業ESG永續元年」，於2024年正式啟動溫室氣體盤查，由ESG永續小組推動本計畫，於每季召開例會，並匯報董事會，預計首年進行之盤查邊界範疇為類別一及類別二。

溫室氣體確信資訊

本公司預計於2026年進行2025年溫室氣體盤查第三方查證與確信。



3.1 能源管理與節能方案

本公司積極推動各項能源減量措施，選用高能源效率及節能設計之設備，降低企業及產品能源消耗，並擴大再生能源之使用，使能源使用效率最佳化，2023 年度執行情形如本章節說明。

2023年度用電概況

三商家購每年統計全營運門市總用電度數，依每年電力排碳細數計算碳排放量，並進行一系列節能規劃與措施，實踐永續企業經營。

碳排放量計算

年度	店數	總用電度數	電力排碳係數	溫室氣體 GWP 值	碳排放量推估值
108 年	725	72,035,607	0.533	1	38,394,979
109 年	780	76,477,801	0.533	1	40,762,667
110 年	785	89,459,835	0.509	1	45,535,056
111 年	810	94,167,887	0.509	1	47,931,454
112 年	809	94,278,995	0.495	1	46,668,102

本公司持續積極推動各項能源減量措施，選用高能源效率及節能設計之設備，降低企業及產品能源消耗，並規劃再生能源之使用，使能源使用效率最佳化，112年使用節能設備，較111年減少約2.6%碳排放。未來新開店面或改裝店面將持續使用節能設備，透過新增及更換節能設備，目標113年將減少12萬公斤碳排放量。

節能措施

美廉社2023年12月導入第一家ISO 50001示範門市，進行能源與節能管理，預期將管理模式逐步複製到全門市計畫性進行門市店裝優化，汰換老舊照明及空調設備（以「平板燈」取代老舊T8燈管，平均一盞32W平板燈可取代1.83支20W的T8 燈管，且可提升平均照度150 流明）。

門市節能行動方案約可節電30.478 千度/年，約減少碳排15.087 tCO₂e：2023 年全年新開店及改裝店均全面採用或汰換平板燈，計60 家店共1,814盞平板燈；並採用節能LED 燈具門市已達100%、2023 年門市汰換為能源效率一級之空調總計29家門市共58台。

（備註：根據經濟部能源局2021 年度最新計算結果：台電每1 度電會產生0.509 公斤的二氧化碳的碳排放量。）

以下為既有燈具與新制燈具之節能數據差異一覽表

項目	既有燈具 案例：北市昌吉店	新制燈具 節能平板燈	節省
消耗功率	40 W	25 W	-15 W
節電率	—	—	-37.5%
1 天 1 盞用電度數(16hrs)	0.64 度	0.4 度	-0.24 度
1 天 33 盞用電度數(16hrs)	21.12 度	13.2 度	-7.92 度
1 年 33 盞用電度數(16hrs)	7,708.8 度	4,818 度	-2,890.8 度
平均電價 4.56	\$35,126	\$21,954	(\$13,172)



3.2 廢棄物管理

水資源

三商家購近五年用水量資訊揭露：

年度	店數	用水量推估值(公噸)
108 年	725	108,750
109 年	780	117,000
110 年	785	117,750
111 年	810	121,500
112 年	809	121,350

紙箱

三商家購美廉社門市除了日常宣導垃圾減量之外，針對資源性廢棄物也會進行回收管理。物流部每年回收近300噸的紙箱，並落實清運作業流程：壓制→疊板→放置固定區域→清運，累計至2023年，每年約626噸的紙箱回收，以日常工作環節，落實永續企業。

三商家購近三年紙箱回收統計資訊揭露：

紙箱回收統計 (公噸)			
公司	2021 年	2022 年	2023 年
三商家購美廉社	300	330	350



空瓶回收管理

三商家購提倡空瓶回收再利用，全台門市響應環保政策，消費者可將玻璃瓶拿至門市回收，每年約可回收超過370公噸空瓶，累積至2023年可整理出1,636萬只空瓶。

三商家購近2年空瓶回收資訊揭露：

空瓶回收統計		
單位	2022 年	2023 年
回收空瓶數 (瓶)	8,285,520	82,83,884
回收總重量 (公噸)	372.8	372.77



3.3 環境永續行動

不退貨政策

全球供應鏈導致大量溫室氣體的排放，直接衝擊我們的地球，因此三商家購經審慎評估後，我們計畫「不退貨」政策，降低物流中心整體「派車次數」，更藉由「整合路線」，提升每趟車輛的「裝載店數」，逐年遞減以期達到減少碳排放的產生。

本公司一向落實環境永續之理念，為降低因商品退回物流中心產生之碳排放(含商品本身損耗、運輸之碳排放等)，多年來推行不退貨政策，讓下架商品，不再退回物流中心及供應商，而可於門市以超低之價格進行出清，讓消費者購得優惠商品同時，亦為低碳減廢盡一份心力。

打造食循環

三商家購美廉社關注環境保護議題，為弭除因退貨造成的食物浪費，於2018年11月投入食物銀行續食計畫，2022年惜食政策再進化至2.0版，美廉社成為台灣食物銀行聯合會之319城鎮計畫合作夥伴，串聯美廉社北中南共37家門市，與鄰近食物銀行接軌，讓「食在愛」循環進入每個城鎮當中。當天災疫情或緊急時刻來臨，美廉社與食物銀行能夠第一時間、第一線支援物資，扮演強而有力的地區防災後援角色，支撐起需要幫助的家庭，把溫暖傳遞到社會上的每一個角落。自2018年11月到2023年12月止，總物資重量突破18.56公噸，幫助地方近5,000多個弱勢家庭。



循環包材袋回收

三商家購美廉社攜手電商平台momo購物，加入永續「綠電商」回收陣容，自2022年起，全台逾800間美廉社門市啟動「momo循環袋」包裹回收服務，網購平台之消費者凡收到貼有綠色專用識別封條的「momo循環袋」，可拿至全台美廉社門市進行回收，讓民眾能夠從「隨手下單網購」，變成「隨手投遞循環袋做環保」，從「一般網購者」蛻變「環保尖兵」，將原直接丟棄的外包裝袋變身綠金，一同為環境永續儲蓄，2023年度總計回收累計1,172件循環袋。



減塑計畫之年度統計數據

自2020年開始，三商家購制定公司減塑政策，針對零售業門市長期使用的塑膠容器，改以不含PET、PS、PVC、PE、PP材質的容器替代使用，或鼓勵民眾自備環保袋。在2023年減塑成果報告中，包裝雞蛋、糕點麵包及蔬果(共3類)之產品容器實際使用數量為1,760,000個，其中使用替代容器數量為1,159,145個，不使用容器包裝的數量為598,334個，預估減量率為91.23%，減少塑膠重量為54,087公斤。

另外，配合政府減塑政策施行，三商家購美廉社及心樸市集也推動「門市減塑」活動，心樸市集捐贈二手紙袋集點的活動「袋袋相傳」，捐贈10個紙袋，可享優惠價購買指定咖啡，目前已募集28,170個紙袋；美廉社則是購買現煮咖啡，自備環保杯，可折抵5元。



四. 職場永續

4.1 員工概況

人力組成、性別、地區、育嬰假後復職和留任狀況、女性多元指標

4.2 勞雇關係與員工福利

薪資結構、員工溝通與申訴、福利措施

4.3 人才永續行動

培訓系統與升遷管道、招募概況

4.4 職場安全與健康

健康職場、職業安全衛生措施



4.1 員工概況

本章節員工概況所揭露之說明及內容，是以三商家購股份有限公司為揭露範疇。

員工組成

年齡	人數	男性	女性	占比
0-30 歲	1,716	865	851	45%
30-50 歲	1,749	562	1,187	46%
51 歲以上	335	89	246	9%
總計	3,800	1,516	2,284	100%

非員工組成

類型	男性	女性	占比
實習生	21	17	27%
派遣員工(美廉社)	2	1	2%
派遣員工(物流)	43	55	71%
總計	66	73	100%

地區結構(圖)

國別		台灣		中國港澳		東北亞		東南亞		其他國籍		總計
		男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
全職員工	不定期契約員工	1,511	2,271	2	9	2	1	1	3	0	0	3,800
	定期契約員工	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
兼職員工	無時數保證員工	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
總計		1,511	2,271	2	9	2	1	1	3	0	0	3,800

育嬰假後復職和留任比例

育嬰假後復職和留任比例 項目	2021 年		2022 年		2023 年	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
當年度具申請育嬰假資格人數	14	36	8	63	11	33
當年度實際申請育嬰假人數	3	21	3	48	3	22
育嬰假申請率 (%)	21%	58%	38%	76%	27%	67%
當年度預定應復職之人數	1	21	0	13	0	11
當年度實際復職之人數	1	13	0	11	0	7
復職率 (%) 註1	100%	62%	0%	85%	0%	64%
上年度實際復職人數	3	18	1	13	0	11
上年度復職後 持續工作滿一年人數	2	11	0	6	0	4
留任率 (%) 註2	67%	61%	0%	46%	0%	36%

※註1 復職率: 實際育嬰留停復職員工數 / 預計育嬰留停復職員工數

※註2 留任率: [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

女性多元指標

指標	百分比
女性佔總員工 (%)	60.11
女性佔總員工 (%)	60.42
女性佔基層主管 (%)	64.79
女性佔高層主管 (CEO ≤ 兩職級) (%)	37.5

4.2 勞雇關係與員工福利

薪資結構

非擔任主管職務註之全時員工薪酬資訊(單位:新台幣仟元)

總公司	項目	2021年	2022年	2023年
三商家購	非擔任主管職務之全時員工人數	2,314人	2,276人	2,174
	非擔任主管職務之全時員工薪資「平均數」	413	426	447
	非擔任主管職務之全時員工薪資「中位數」	346	358	375

※註:所稱「非擔任主管職務」者係排除經理人(依主管機關相關函令規定之經理人解釋)。

員工溝通與申訴

3385專線 三商幫我

為保障同仁權益,內部建置多元化溝通管道,同仁若遭遇性騷擾、職場霸凌,或有意見反應,皆可透過3385員工服務專線電話,協同仁追求職涯發展,解決可能影響工作、生活效能之相關問題,進行調查,查證結果如確屬違規,視情節予以適當議處,導正同仁行為,以營造健康的工作環境。截至2022年進線總件數19件。

內部檢舉機制

員工若發現各店舖主管或各部門中階主管有任何不當手段,挪用公司款項、收受不當利益、接受廠商任何不合理的禮物或款待或圖利第三人之行為,可以即時以機密形式透過電郵舉發。所有舉報將在直屬主管不知情的情況下,由人力資源部最高主管安排獨立的公正人協助調查。應舉報者的要求,本公司會將舉報者的資料絕對保密。凡舉發事項,經查證屬實,公司將依內部規則做出懲處或交付司法機關處置,此項機制目的在確保公司管理階級人員之「誠信」。

高階主管檢舉機制

我們秉持優良及穩建的企業管治精神,依公司誠信經營守則,經董事會同意採取誠信措施,讓全體員工自由參與以確保公司各部門高層管理人員之誠信。各位員工如發現各部門副理級(含)以上高階主管有任何挪用公司款項、或收受不當利益、接受廠商任何不合理的禮物或款待,藉以建立商業關係,可即時以機密形式透過專設電郵報告。所有舉報在不知情的情況下,由人力資源部直接交予本公司的獨立董事處理。各員工亦可致函或致電舉報。



福利措施

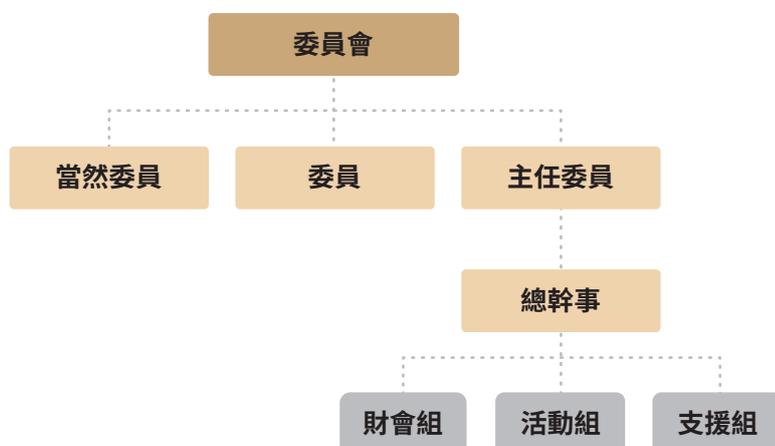
本公司基於永續經營之理念及提供同仁良好之工作環境，以求同仁生活安定及才能發揮，達到個人與公司共同成長的目的，特制定各項福利措施：



職工福利委員會

2017年7月14日北市勞資字第10635848300號函成立職工福利委員會，由勞資雙方推舉委員，舉辦各項活動，供婚喪喜慶、重大醫療等補助及各項福利措施。職福會補助包含：結婚、生產、喪葬、災害、醫療等補助及員工活動等項目。特定節日亦發放禮金或禮品之慰勞。另與多家優質廠商合作，提供員工食衣住行育樂六大方面的特約優惠。

職工福利委員會組織架構圖



補助列表

福利項目	個人補助金額
結婚補助	年資3年以上6,000元;入職滿3個月未滿3年2,600元
生產補助	2,600元
喪葬補助	年資3年以上5,000元;入職滿3個月未滿3年3,000元
災害補助(傷)	第一級5,000元、第二級7,500元、第三級10,000元
醫療補助(病)	每季最高20,000元;每年最高60,000元
急難救助	最高100,000元
五一勞動節	禮金、禮券或禮品1,000元
端午節	禮金、禮券或禮品2,000元
中秋節	禮金、禮券或禮品2,000元
旅遊補助	3,000元
社團活動補助	單一社團10,000元/季
員工生日禮	600元
檢診補助	600元

2023年補助受惠人次與補助金額總表

補助項目	活動內容	2023年	
		受惠人次數	總補助金額
旅遊補助	符合年資資格或績效優異之員工，可申請旅遊補助、參加海內外員工旅遊。	1,504	4,447,635
結婚補助	結婚禮金等	23	80,200
生育補助	生育禮金、育嬰津貼、托兒補助等	23	65,000
喪葬補助	慰問金等	29	51,000
子女教育補助	子女獎學金等	0	0



4.3 人才永續行動

由於時代的變速演變，零售服務業競爭空前激烈，培育與留任優秀人才，成為強化企業競爭力的重要依據，從訓練發展模式，定義出各職務的相關職能，內部推展各項在職訓練、工作輔導、工作調動、講座、線上學習等，同時透過公司資源的整合與應用，提供全方位且多元化的學習環境，以達到留才與育才的主要目的。

培訓系統與升遷管道

學習基本的門市人員作業內容以及門市異常處應變流程、顧客服務與客訴處理、消防安全與天災逃生要訣等相關課程，學習及增強熟齡者面臨緊急事件的應變能力。另由培訓部門編撰多元且豐富的電子書課程，讓學習無界化，隨時隨地可獲取想要的專業知識，目前總計電子書數量達70本。

門市人員教育訓練科目及時數統計表：

科目名稱	專業學科	專業術科	合計
服務業專業儀態	1 小時	-	1 小時
顧客服務與客訴處理	3 小時	-	3 小時
門市人員服務概論	1 小時	-	1 小時
門市商品管理作業	-	3 小時	3 小時
生鮮商品管理作業	-	2 小時	2 小時
櫃檯服務與結帳收銀作業 I	-	2 小時	2 小時
櫃檯服務與結帳收銀作業 II	-	2 小時	2 小時
門市營運 POS 機操作	-	3 小時	3 小時
門市清潔與環境衛生安全作業	-	3 小時	3 小時
門市異常處理流程與應變	2 小時	-	2 小時
消防安全與天災逃生要訣	2 小時	-	2 小時
合計	學科：9 小時 (37.5%)	術科：15 小時 (62.5%)	學+術科=24 小時

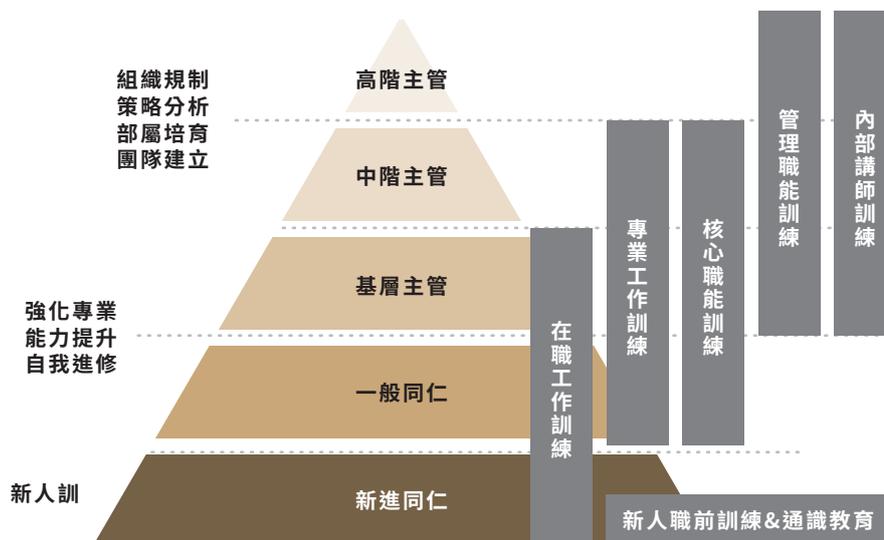
跨部門通識



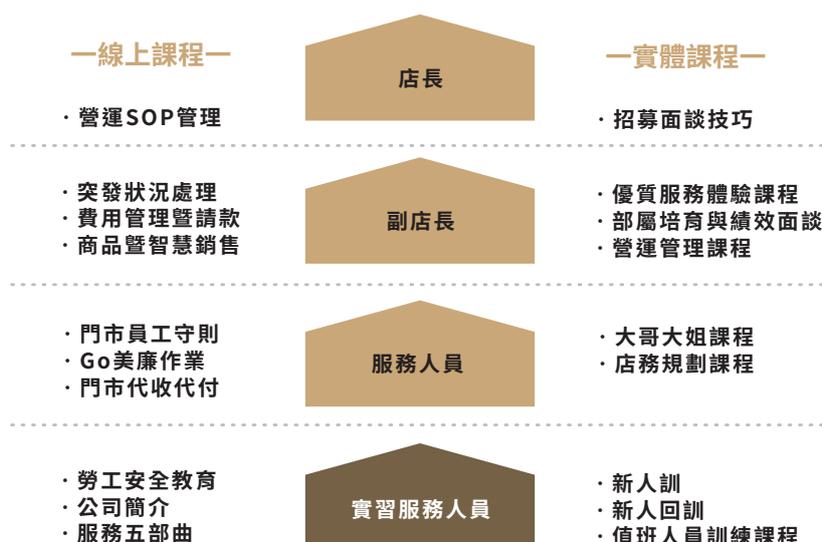
門市人員教育訓練課程內容說明：

課程名稱	課程內容
服務業專業儀態	<ol style="list-style-type: none"> 1. 服務專業禮儀表現 (聲音、姿態)。 2. 形象塑造 - 服裝儀容、合宜彩妝禮儀。
顧客服務與客訴處理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 門市顧客服務管理。 2. 忠誠顧客經營方法：觀察、紀錄顧客 喜好、需求以提供所需及商品推銷技巧。 3. 案例分析 - 顧客抱怨與客訴解決的技巧與方法，並進行討論。 4. 案例分析 - 不合理客訴之情緒控管與應對技巧及方式。
門市人員服務概論	<ol style="list-style-type: none"> 1. 門市人員工作內容、範圍。 2. 行政作業內容。
門市商品管理作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 各類商品特性及管理重點、商品陳列作業。 2. 商品補貨、商品驗收作業。 3. 商品進銷存管理 - 檢查時機、不良品檢查及處理、防止不良品 (溫度管理、濕度管理、保存期限)。
生鮮商品管理作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品種類範圍、各類商品特性及管理重點。 2. 商品盤點、陳列、補貨技巧。 3. 商品喊賣、過磅包裝、標貼作業。 4. 生鮮商品相關注意事項。
櫃檯服務與結帳收銀作業 I	<ol style="list-style-type: none"> 1. 櫃檯服務範圍與管理。 2. 結帳收銀作業程序與結帳話術。 3. 流通鈔券真偽之辨識。 4. 收銀機操作。
櫃檯服務與結帳收銀作業 II	<ol style="list-style-type: none"> 1. 櫃檯商品管理與服務 (咖啡製作)。 2. 代收代付操作教學。 3. 退換貨作業。
門市營運 POS 機操作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 POS 機、條碼掃描器的功能與使用方法。 2. 會員登錄集點、發票收據、手機載具、開立統編作業。 3. 結帳方式種類及操作 (現金、電子支付)。
門市清潔與環境衛生安全作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 門市清潔作業範圍及注意事項。 2. 貨架、設備、玻璃、地板清潔之流程、技巧及清潔工具使用方法。 3. 職業環境衛生安全與職業傷害預防 (工作姿勢)。
門市異常處理流程與應變	<ol style="list-style-type: none"> 1. 防搶、防竊、防詐騙、防暴力之現金管理。 2. 案例分析 - 災害處理因應措施。 3. 案例分析 - 常見緊急事件處理應變。
消防安全與天災逃生要訣	<ol style="list-style-type: none"> 1. 防火知識。 2. 逃生器具種類介紹與滅火器使用方法。 3. 天災 (火災、地震) 之逃生要訣及路線。

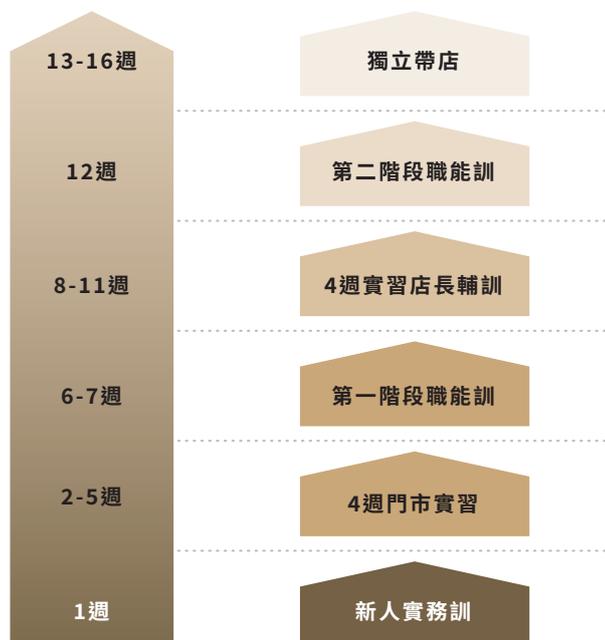
總部與門市完整訓練體系



門市同仁晉升學習規劃



儲備店長教育訓練



儲備區督導教育訓練



員工訓練職別及性別統計

員工訓練職別及性別統計						
員工類別	男性			女性		
	訓練人次	總時數	平均受訓時數	訓練人次	總時數	平均受訓時數
管理職	603	2,888	4.78	762	3,663.5	4.8
一般職	1,187	8,260	6.95	1,598	10,951.5	6.85
兼職	0	0	0	0	0	0
總計	1,790	11,148	6.22	2,360	14,615	6.19

招募概況



就業服務站徵才活動

因應快速展店人力需求，人資處報名各式大中小型、室內外就業服務站徵才活動，於現場曝光職缺訊息及企業知名度，現場面談後，會再安排二次面談確認求職者意願及確認工作內容了解，最後晉用求職者藉由與各廠商同步徵才了解市場求才需求及各企業福利制度。2023年全台徵才活動場次140場以上。



4.4 職場安全與健康

健康職場

我們每年定期提供實體教育訓練、線上電子書學習、舉辦健康講座，幫助全體員工落實職場安全，此外公司更配置勞工健康護理師，且與合法醫療院所合作安排勞工健檢、供膳檢查，每季安排特約醫生提供員工健康諮詢，重視員工身心健康。

為保障員工健康，設有專職護理師，提供健康照護建議、辦理健康管理、職業病預防等勞工健康保護事項，母性保護亦是本公司關注的重點項目，除設有哺乳室供女性員工使用外，同時與公司周邊托育中心特約合作，提供有托兒需求的員工選擇。

健康職場項目說明：

項目	三商家購
臨場醫師服務	1 次/季，共 4 次臨場服務。
	共諮詢 18 人次（15 次面談；3 次電訪母性保護期間之同仁）
醫護室使用與諮詢	共計 15 人次，諮詢類別分別為：藥品諮詢、肌肉骨骼痠痛、三高、COVID-19 諮詢、傷口初步處理、協助就醫、衛生教育宣導。
健檢異常追蹤與管理措施	異常類別為：貧血、肝功能、腎功能、X 光、三酸甘油酯、血糖、膽固醇。
	健檢分級：共計 57 人。 後續追蹤管理情形：安排健檢異常的員工先諮詢臨場醫師或建議門診追蹤複檢，聽取醫師建議後執行改善，並給予相關醫學指導及衛教資訊。
過度負荷調查	第 2 級以上共 0 人。
	由護理師每月篩選加班名單，若發現超時工作者即立即提醒、安排醫師進行過負荷諮詢，並給予衛教指導。
母性健康保護計畫	本年度母性健康保護期間之員工共 46 位，評估結果皆為一級管理。
	向母性員工宣導適當、正確的衛教知識，提醒勿久站、勿搬重物，或是感覺身體不適時，應先休息緩和等事項。
預防重複性作業促發肌肉骨骼疾病	根據肌肉骨骼症狀調查表，辨識出重複性肌肉骨骼重度不適者有 32 人，主要以電話予以衛教宣導，並持續關懷追蹤。
年度健康檢查	健檢人數共 788 人，總投入約 39 萬元



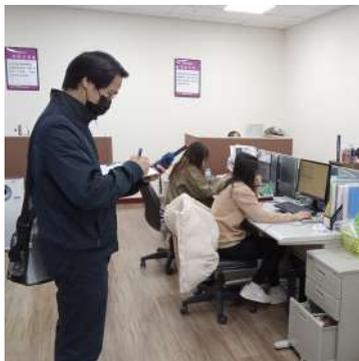
職業安全衛生措施

設置職業安全衛生組織每季舉辦職業安全衛生會議，審議及協調職業安全衛生業務。設置職業安全衛生人員：甲種職業安全衛生業務主管一名、甲級職業安全管理師一名、乙級職業安全衛生管理員一名，規劃、執行及督導職業安全衛生業務，並已申報台北市政府。

擬定安全衛生政策，遵守安全衛生相關法規，落實執行職業安全衛生管理，以防止職業災害及疾病的發生。加強培訓溝通：藉由教育訓練，強化溝通技巧，提升全體員工正確的觀念與共識，形塑優質的職場安全衛生文化。落實性別平等：關懷全體員工的身心健康，維護職場性別平等及安全健康的工作場所，善盡企業社會責任。另，配合組織現況及官方法令之修正，提升安全衛生管理績效。

規劃、實施職業安全衛生業務

- 總部及門市執行定期自動檢查(每季：公務車、每年：低壓電氣設備)。
- 環境檢測：作業場所空氣二氧化碳濃度及照度(1次/半年，2023年3月3日，檢測一式共25個點位，2023年9月8日，檢測一式共25個點位，共執行50次，皆低於標準值)、飲用水水質(1次/季，2023年檢測4次，皆合標準值)。
- 新人安全衛生教育訓練：2023年15場。
- 舉辦緊急應變逃生演練：於2023年11月3日舉辦辦公室逃生演練，辦公室人員聽聞消防警報聲響，立即起身往戶外指定地點集合，使同仁掌握逃生路線與技能。
- 門市急救人員證照：截至2023年12月31日，共取得4張(含直營店及加盟店)。
- 門市丙種職業安全業務主管證照：截至2023年12月31日，共取得11張(含直營店及加盟店)。
- 舉辦新人職業安全衛生實體課程，2023年合計110堂，共771人參加。
- 全體在職員工職業安全衛生線上課程，2023年合計閱讀線上電子書23,431分鐘，3,479人次觀看。
- 實體與線上課程包含一般職業安全衛生管理、性騷擾及職場霸凌防治相關主題。
- 門市、物流安全衛生稽核執行：每季執行1次，分為行政管理、機械設備、職場安全衛生。2023年4月針對雙北門市進行門市安全衛生稽核，8月及9月針對物流區進行物流安全衛生稽核。
- 未來規劃導入職安45001系統。



職災統計數據

2023 年職災統計數據 ^{註1}	單位	三商家購
總經歷工時 (A)	小時	7,698,768
職業傷害死亡人數 / 比率 ^{註2}	人/%	0
嚴重職業傷害人次數 / 比率 ^{註3}	人次/%	0
職業傷害損失人次 (B)	人次	15
職業傷害損失日數 (C)	天	60
失能傷害頻率 FR = (B×10 ⁶ ÷A)	-	1.95
失能傷害嚴重率 SR = (C×10 ⁶ ÷A)	-	7.79
總合傷害指數 FSI	-	0.12
病假天數 (D)	天	3,655
缺勤天數 (C + D)	天	3,715
缺勤率 ^{註4}	%	0.000006%

※ 說明1: 以上統計排除上下班通勤所發生的職傷事件。

※ 說明2: 職業傷害死亡比率 = 職業傷害死亡人數 ÷ 總經歷工時 × 1,000,000。

※ 說明3: 嚴重職業傷害比率 = 嚴重的職業傷害數 (排除死亡人數) ÷ 總經歷工時 × 1,000,000 (嚴重職業傷害: 職業傷害而導致死亡、或導致工作者無法、難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害)。

※ 說明4: 缺勤率 = 該年度總缺勤天數 ÷ Σ (每月總人數 × 每月工作日數)。

內部職安衛教育訓練

課程名稱	場次	人次	總時數
一般安全衛生教育訓練	實體課程	22	242
	線上課程	0	0
區督導/區主任安全衛生宣導會議	0	0	0
門市店長和副店長安全衛生宣導會議	4	48	192 小時
火災預防與應變	1	165	0.5 小時
職場健康促進課程	1	6	1 小時

職場健康促進課程列表

辦理日期	講座名稱	參與人數
2023.8.9	健康管理方案	6



五.社會公益

5.1 關懷社會議題

5.2 打造運動企業



5.1 關懷社會議題

三商家購攜手政府宣示 旗下通路落實拒售菸品予未滿20歲者

菸害防制法於112年3月22日修正施行，本次修法將禁菸年齡由未滿18歲提高至未滿20歲者，並賦予業者依法對於有年齡疑慮之消費者，應請其出示證件。國民健康署吳昭軍署長呼籲，業者應遵守法規，在販賣菸品時，對於有年齡疑慮之消費者，應請其提出證件，如消費者拒絕配合，業者應拒賣，另外，也請消費者能配合出示證件，共同遵守販(購)菸品3步驟「問年齡、出示證件、告知法令」，避免傷了和氣又違法。112年5月31日三商家購參與國健署「111年菸品販賣場所遵循菸害防制法之查核結果」記者會，共同呼籲，落實拒售菸品予未滿20歲者，減少未滿20歲者取得菸品之管道，一起守護青少年健康。

美廉社長期致力ESG關懷婦幼議題

隨著相機、手機等拍照攝影工具普及，並伴隨網際網路傳播科技之快速發展，近年來年輕族群常有拍攝裸露或性愛影像(以下簡稱性私密影像)之經驗，卻經常出現彼此關係破裂後，遭某方用以恐嚇威脅，甚或惡意散佈於網路，例如透過新傳播科技(Line、Facebook等)散佈予對方親友、網友等特定或不特定多數人，甚或將之張貼於色情網站供網友觀覽傳閱，成為報復、脅迫、勒索性行為、破壞被害人名譽及人際社交關係的犯罪手段近年來越趨氾濫。

有鑑於此，三商家購特別與婦女救援基金會合作，共同倡議防治數位性暴力，推動防治散布性私密影像服務與倡議工作。強調勇敢拒絕所有讓人感到不適的接觸，提升性平意識守護女性的力量，就從你我開始。特別於旗下品牌美廉社週年慶期間，推出公益集點活動，每張集點卡美廉社將捐出公益善款予婦女救援基金會，本活動共計捐出新台幣35萬元，與民眾共同行愛；另外也在心樸市集舉辦了對外宣導講座，對內則是舉辦2場員工宣導講座，讓數位性暴力防治能夠加強落實。

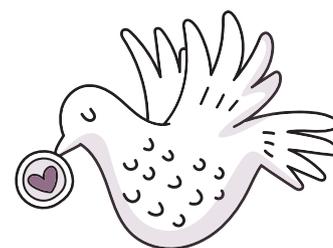


4.2 打造運動企業

2023年三商盃公益路跑「不給跑!就搗蛋!」

三商集團年度盛事「三商盃」公益路跑賽迄今舉辦33屆，賽事延續30餘年來以路跑方式支持不同公益團體的目標。2023年三商盃公益路跑於10月29日以「不給跑!就搗蛋!」為主題，在大佳河濱公園展開千人萬聖節路跑派對，今年賽事部走專業路線，改以親子同樂為主題。賽事有10公里挑戰組、3公里變裝歡樂組及視障組，活動中邀請視障跑者及愛心陪跑員盛情參加！現場提供臉部彩繪、小朋友萬聖節走SHOW、市集攤位，還有DIY及抽獎活動等，適逢萬聖節到來，親子在早晨一起同樂。三商盃公益路跑持續關心弱勢議題，本活動共計捐款新台幣30萬元整予社團法人中華視障路跑運動協會及台中市私立惠明盲校，施以棉薄之力號召群體一同做公益。

三商集團表示，集團長期致力ESG企業永續責任，在環境、社會、治理領域各展經營，今年路跑活動也再度結合公益，包含集團旗下三商家購、三商美邦人壽、三商餐飲等子公司，共捐出30萬給臺中市私立惠明盲校、社團法人中華視障路跑運動協會應用，由三商家購董事總經理邱光隆代表致贈款項，號召跑者齊「幫盲」，共同散播正能量，讓路跑活動更顯意義。



附錄

GRI內容索引表

頁碼	章節名稱	GRI 準則指標
01	關於報告書： 編制依據、報告書邊界與期間、聯絡資訊	GRI 2-3 報導期間、頻率及聯絡人
05	關於三商家購	GRI 2-1 組織詳細資訊 GRI 2-6 活動、價值鏈和其他商業關係
08	企業永續管理： 發展策略、組織、運作行情、利害關係人溝通、重大主題鑑別	GRI 2-22 永續發展策略聲明 GRI 2-9 治理架構與組成 GRI 2-13 衝擊管理的負責人 GRI 2-16 溝通關鍵重大事件 GRI 2-29 利害關係人議合方針 GRI 3-2 重大主題列表
14	公司治理： 組織、功能性委員會、經營績效、風險管理	GRI 2-6 活動、價值鏈和其他商業關係 GRI 2-9 治理架構與組成 GRI 2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色 GRI 2-14 最高治理單位於永續報導的角色 GRI 2-17 最高治理單位的群體智識 GRI 2-18 最高治理單位的績效評估 GRI 2-27 法規遵循 GRI 2-28 公協會的會員資格 GRI 405-1 治理單位與員工的多元化
25	商品服務管理與顧客關係管理： 供應商管理、品質管理、顧客關係管理、資訊安全管理	GRI 2-6 活動、價值鏈和其他商業關係 GRI 204-1 來自當地供應商的採購支出比例 GRI 308-2 供應鏈對環境的負面影響，以及所採取的行動 GRI 414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動 GRI 416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的影響 GRI 416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件 GRI 418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴
37	環境永續： 能源管理與節能方案、廢棄物管理、環境永續行動	GRI 201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會 GRI 302-1 氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會 GRI 302-3 能源密集度 GRI 305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放 GRI 305-5 溫室氣體排放減量 GRI 303-4 排水量 GRI 306-3 廢棄物產出種類及量 GRI 306-4 廢棄物回收方式、種類與量(分廠內、廠外) GRI 306-5 廢棄物處置方式、種類與量(分廠內、廠外)
46	職場永續： 員工概況、勞雇關係與員工福利、人才永續行動、職場安全與健康	GRI 2-7 員工 GRI 2-8 非員工的工作者 GRI 2-23 政策承諾 GRI 2-24 納入政策承諾





美廉綠動

綠動不停 心球永續

發行單位 三商家購股份有限公司 企業永續發展委員會

- 台北市中山區民權東路三段4號地下一層
- B1, No.4 Section 3, Minquan East Road, Taipei 10477, Taiwan(R.O.C)
- TEL : (02)2506-1166 FAX : (02)2516-1066
- www.simplemartretail.com