

#### Chapter 04

## 信任生態圈 Ecosystem of Trust

新光三越透過永續供應鏈管理、綠色採購、供應商永續意識強化等內部管理策略，及針對消費者所規畫之永續選商、永續選品等行動，串聯供應鏈各環節共同推動永續發展，並提供消費者更加透明的產品來源資訊。

## 第四章 · 信任生態圈

重大主題	對應SDGs	相關利害關係人
<ul style="list-style-type: none"> <li>商品品質與責任</li> <li>永續消費倡議</li> </ul>	    	<ul style="list-style-type: none"> <li>股東/投資人</li> <li>員工</li> <li>專櫃廠商</li> <li>供應商</li> </ul>



### 永續亮點



#### 攜手永續/綠色採購

與品牌合作舉辦永續活動、永續策展、引進永續概念品牌，提倡永續概念。週年慶卡友禮共兌換**16,210件**環保贈品。綠色採購金額逾1億元。



#### 無紙化及減塑行動

推動DM數位化2022年網頁版瀏覽人次413萬次。雲端發票推廣2022年成長21%。SKM APP數位會員卡**減少14萬張**塑膠卡片印製。超市裸賣/減少使用塑膠托盤。美麗市場導入2萬個電子標籤。



#### 在地共好

自營品牌美麗市場、好好集持續發掘台灣在地美好，支持在地商品與小農合作，年度銷售額逾3千萬。



#### 食安把關

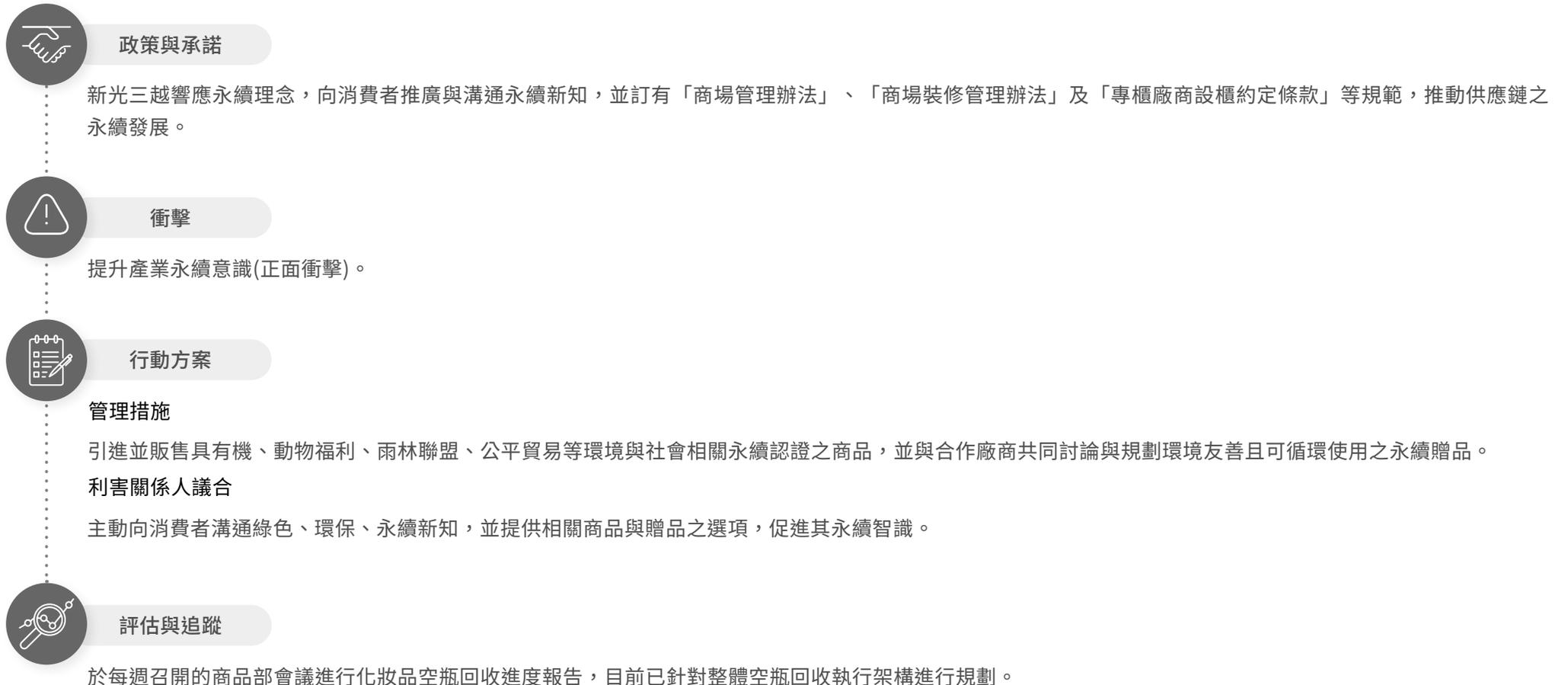
設有食品衛生安全小組及E化平台，定期進行教育訓練及稽核抽查，2022年進行1,500項商品稽核，持續強化食安把關。

## 4.1 永續生態圈建立

對應 GRI 指標：2-6、204-1

### 4.1.1 永續消費倡議

#### 管理方針



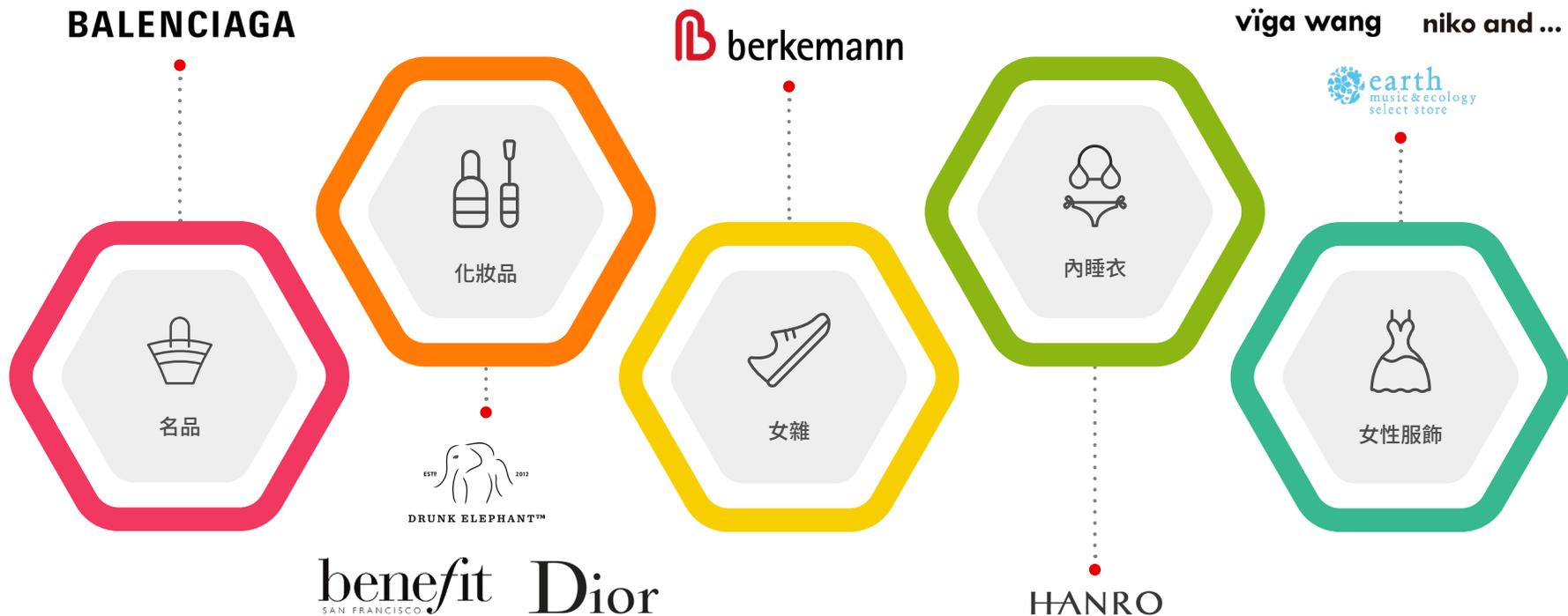
## 永續商品與服務

新光三越除引進具永續概念的品牌及具永續認證之商品，針對既有合作品牌亦積極提倡永續概念，鼓勵專櫃業者投入永續行動。此外，我們在 2022 年推動了一系列的 ESG 贈品與優惠活動，促進消費者在日常消費採購的同時也能為永續發展盡一份心力。

### 永續概念品牌

新光三越持續引進具永續消費概念之品牌，2022年共導入35個具永續性質的品牌，業種包含名品、化妝品、女雜、內睡衣、女性服飾、休閒與生活風格、男性商品、兒童商品、家庭用品、餐飲和食品、複合性業態。

#### 永續概念品牌 (2022 年導入)



備註：不逐一表列

永續概念品牌 (2022 年導入)



備註：不逐一表列

## 品牌永續行動



### ORIGINS 公益環保快閃基地

- 2022年ORIGINS首度於新光三越台北信義新天地A11設立一個公益環保快閃基地，以環保永續的概念為核心，結合線上空間創造獨立的沉浸式無壓環保概念店，以線上結帳的方式減少包材及環境廢料的產生。
- 執行成效：地球月限定組共販售101組，業績363,600元(含稅)，並捐贈10%(36,360元)收益給財團法人慈心有機農業發展基金會，共同資助北台灣海岸林植樹計畫；媒體曝光包含ELLE、BAZAAR SUMMIT、YAHOO 新聞、中時新聞網、@COSME、工商時報、天下雜誌等。
- 對應之SDGs：SDG 12 責任消費及生產



### Aesop 酷兒文學圖書館暨行動書車

- Aesop「酷兒文學圖書館」2022年於Aesop 新光三越台中中港店登場，Aesop此次從台北純良社、台中梓書房兩家獨立書店採購了一系列精選主題好書，在活動期間，架上商品全數下架，改為放置LGBTQIA+多元性別的主題書籍，歡迎任何愛書人來店探索。
- 對應之SDGs：SDG 5 性別平權

## 永續選品

新光三越自營商品引進具有機認證、動物福利、雨林聯盟、公平貿易等環境與社會相關認證之商品。

環境 / 社會認證	LOGO	簡述	銷售品項 (項)	銷售金額 (元)
有機認證		有機產品係指產品生產、加工、分裝及流通過程，符合主管機關訂定之驗證基準，並依法經驗證機構驗證合格取得有機產品標章者。使用標章的有機農產品，其產銷過程不得使用化學肥料、農藥及食品添加物，從生產、加工、分裝、流通到販賣，均需遵守有機驗證規範，並完整記錄產銷流向，確保有機完整性。有機產品必須經過驗證，才能以「有機」名義販售。	342	6,628,941
動物福利		「台灣友善畜產」標章內容係依據「台灣友善畜產品生產規範」，由「社團法人台灣農業標準學會」於2012年制訂。與「人道監控」標章合併，對人道產品以雙標章方式予以授證。除了要求儘量滿足動物之五種自由之外，也強調在地生產、食品安全與追溯功能。	13	1,383,324
雨林聯盟		採用傳統耕作法，在原生林的樹蔭下栽培並限制農藥使用，不僅能幫助雨林生態，包括河流、土壤及野生動物棲息地等得到應有的保護，更能減少垃圾量及產出高品質的咖啡豆。由於兩棲類面對環境變遷敏感度高，科學家亦將其做為最主要的「生物指標」，故「雨林聯盟」將青蛙作為認證標章。	3	28,359
公平貿易		國際公平貿易認證標章是一個獨立的消費者標章，目前有23個國家使用。產品上印有這個標章代表開發中國家的生產者在這件產品的貿易上得到較公平的待遇。標章由國際公平貿易標籤組織 (FLO International) 代表二十個公平貿易倡議者所擁有與保護。	8	126,851
永續認證		永續認證的特性是參與企業成員必須參與永續制度建置，為企業/組織永續營運成功關鍵，進而強化整合企業/組織的軟體營運系統，讓業者透過自己建置的機制，達到降低成本，同時提升其企業形象，也為環境與文化做出貢獻。	1	2,448
慈心有機認證		慈心有機農業發展基金會鑒於驗證業務蓬勃發展，2011年3月將評鑑驗證業務自基金會獨立出來，成立「慈心有機驗證(股)公司」負責有機驗證作業。2011年12月27日通過全國認證基金會認證，正式執行有機驗證業務。	15	772,840

## 永續贈品與優惠

### • 環保綠贈禮

新光三越於2022年4月至5月，響應4月22日世界地球日與5月份之母親節檔期活動，與超過200個知名國內外品牌攜手加入永續行動，首度推出「ESG綠色好禮」系列母親節禮物，例如瓶器100%可生物分解之護髮油、萃取自然元素製成之清潔用品等。APP商品點擊數之點擊率為1,552次。



#### 用愛環保 美麗永續

- 為了減少塑膠包裝對環境的影響，2022年7月至8月期間，新光三越攜手環保友善化妝品專櫃，推動回收空瓶或不索取購物袋享優惠等活動，並透過官網、精選優惠策展與秋季化妝品節進行活動推廣。
- 持GIORGIO ARMANI、KIEHL'S、ORIGINS、BIOTHERM、IPSA、KOSE、APIVITA等11大品牌美妝空瓶回品牌櫃位消費，即可享購物折抵、品牌好禮等專屬回饋；於AVEDA與L'OCCITANE消費不索取購物袋，亦可獲贈會員點數或明星五件組禮品。APP商品點擊數之點擊率為1,328次。



#### 綠時尚卡友禮，推出永續材質贈品

- 新光三越2022年10月推出「綠時尚卡友禮」，以「循環使用、友善地球」兩大訴求，呼應國人熱愛休閒、露營趨勢，邀請台灣新銳設計師田修銓設計，總計使用超過8萬支回收寶特瓶製成寶特紗，製作出摺疊傘、輕便露營椅、摺疊購物袋、運動毛巾、可拆保冰袋等共九款綠色卡友禮；其中「運動毛巾」更特別聯手國際美妝集團台灣萊雅，利用旗下品牌回收的美妝空瓶製成。
- 2022年共兌換16,210件環保贈品，本年執行的綠時尚卡友禮兌換率為64%，對比2021年之圖騰卡友禮增加2.3%，顯現環保趨勢贈品有效提升兌換意願；其中顧客回饋最佳贈品為摺疊傘(兌換率82%)，其次為可拆保冰袋(兌換率80%)與輕便露營椅(兌換率72%)，皆為單價較高及實用廣度較大之贈品。
- 新光三越未來於活動贈品規劃皆會以環保材質作為第一考量，同時洽談店內品牌共同合作響應。

## 永續策展與活動

2022年新光三越針對永續主題進行多元化的策展與活動規劃，透過推薦精選ESG商品給顧客選購，能夠倡導消費者在消費時選擇對環境造成較低污染或有助於公共健康的綠色產品；此外，我們也持續推動無紙化、減塑等行動，攜手顧客關注並實踐永續消費。



### • 響應世界地球日，打造綠色經濟

新光三越與進駐品牌攜手響應2022年4月22日世界地球日，推出一系列具永續概念的活動，為地球盡一份心力。



ELEMIS 環保托特袋

隸屬歐舒丹集團的英國頂級護膚品牌ELEMIS愛莉美響應世界地球日，2022年4月22日至4月24日間，於新光三越台北信義新天地A8及品牌官網消費時，若不索取紙袋即贈送由100%回收寶特瓶所製成的ELEMIS環保托特袋。



LIFORME x OATLY 活動

擁有「瑜珈墊界愛馬仕」之稱的英國LIFORME迎接2022世界地球日，推出限定橄欖綠瑜珈墊，其以高科技熱能貼合製成，可自然生物分解，且清潔容易、常保衛生。於2022年4月之活動期間，凡購買地球日專區LIFORME限定款式，新光三越台北信義新天地A11加碼再贈瑞典OATLY原味燕麥奶1L一瓶。



beautyblender x CAFE!N 聯名活動

beautyblender與CAFE!N於2022年4月11日至4月30日期間推出限時限量綠色聯名活動，凡於beautyblender新光三越台北信義新天地A11專櫃購買原創美妝蛋-氧森綠，即可獲得CAFE!N咖啡兌換券一張。

## • 精選策展，推廣 ESG 理念



### 環保綠生活

- 新光三越於2022年9月推出「Go Green Everyday 環保綠生活」活動，透過精選優惠策展推薦ESG相關商品，涵蓋保養品、空氣清淨機等產品類別。APP商品點擊數之點擊率為1,255次。



商品包含保養品、空氣清淨機



商品點擊數之點擊率為1,255次



### 台南新天地環保耶誕樹

- 為呼應ESG議題，2022年12月時，新光三越台南新天地以北歐雪國主軸。
- 使用2噸回收寶特瓶：減少3.5噸二氧化碳排放量(2,000kg/使用約6.7萬支)。
- 10萬顆節能燈泡：節省30.7萬度電，降低196噸碳排放量(使用0.5W燈泡，與一般5W燈泡比較)。
- 期間人流量共計65萬人次。

# 2T

回收寶特瓶

# 3.5T

減少二氧化碳排放量

# 307K

節省電度

# 196T

降低碳排放量

• 無紙化推動

「DM 數位化」紙製品減量計畫

新光三越推動DM數位化專案，提升數位自媒體(如SKM APP、Facebook、Instagram、Line等渠道)與消費者溝通活動訊息，減少用紙量。此專案自2020年5月導入，已實施逾三年，2022年全店共同檔期之紙本DM印製數量減少13.7萬份，印製與郵寄包裝費則較去年減少20萬元。  
媒體效益：2022整年度的網頁版及APP版瀏覽人次分別為4,130,956次及429,307次。



紙本DM印製數量減少13.7萬份；印製與郵寄包裝費減少20萬元

「DM數位化」紙製品減量計畫

網頁版瀏覽人次為4,130,956次；APP版瀏覽人次429,307次

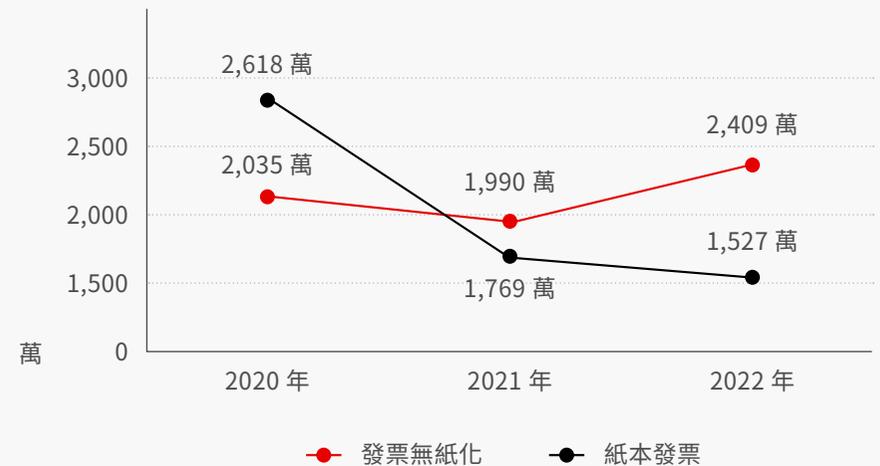


發票及禮券電子化

- 發票無紙化(雲端發票)於2018年全新上線，以貴賓卡為發票載具，消費出示貴賓卡即可存入發票，自動兌獎且中獎由新光三越發送通知。
- 販促部配合財務部進行宣傳，2022年於發票無紙化的推廣較2021年成長21.04%、較2020年成長18.38%。致力發票無紙化推廣。
- 禮券電子化專案說明及效益：

- 2016** 2016年起首先進行贈品禮券電子化發放至會員載具，每年減少印製900至1,000萬張贈品禮券、節省印刷費約1,200萬元。
- 2019** 2019年起停止餘代卡製卡，紙本券使用餘額轉載於會員載具。每年約減少6~8萬張補充製卡。
- 2021** 2021年Pay Easy電子憑證兌換採購商品禮券轉為POS讀取兌換電子商品禮券同步回收核銷，約減少119,800張紙券發行。
- 2022** 2022年Pay Easy電子憑證兌換較2021年成長約33%，省下159,513張紙券發行。藉由上述逐步電子化後，紙本券銷售由往年消耗約1,200萬張銳減至2022年約剩500萬張紙本券發行。

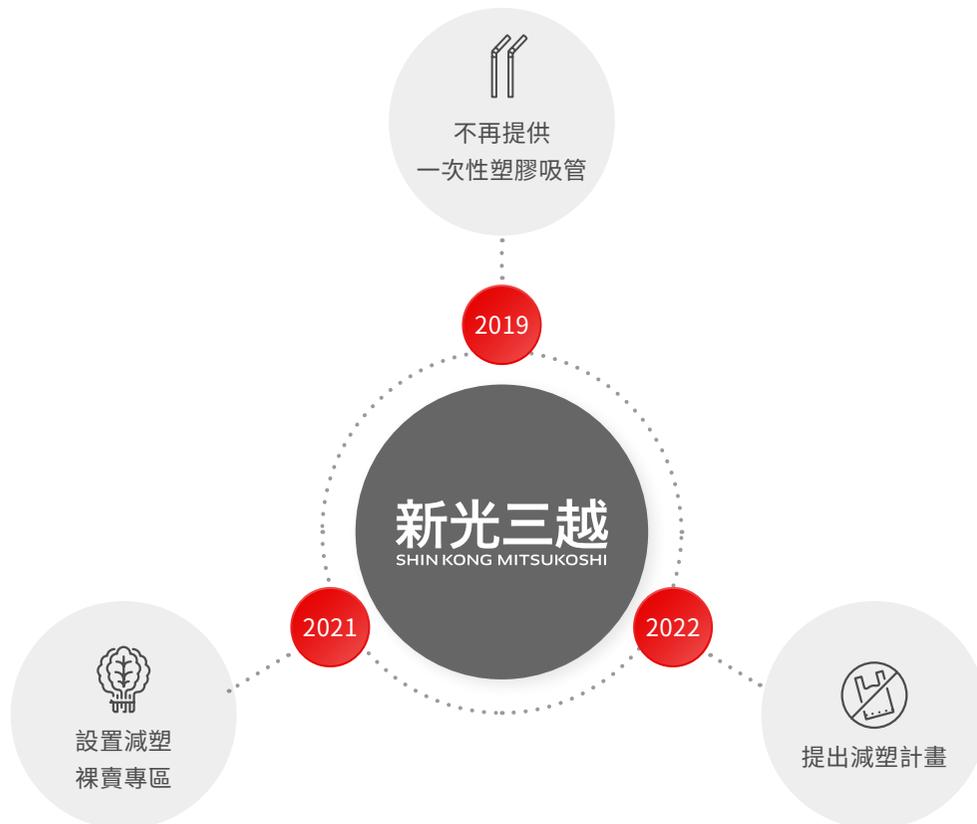
發票使用情況



## 減塑行動

### 商場減塑歷程

- 2019年起新光三越響應政府法規，不再提供一次性塑膠吸管。
- 2021年在台北南西店、台中中港店等7個店鋪設置蔬果裸賣專區，無包裝的方式販售，以行動與顧客一同創造善待土地的消費方式。
- 超市五家店鋪(台北南西店、台北站前店、台北信義新天地A11、台北信義新天地A4、台北天母店)提出減塑計畫，2022年共計減少塑膠重量約850公斤。



### skm app 取代 實體會員卡，減少塑膠卡印製

- 新光三越以skm app取代實體會員卡，此計畫分兩階段導入，2022年7月開始發行數位會員卡，9月上線行動電話驗證功能與數位會員整合，並自9月中旬起，會員若要申辦貴賓卡則全面發行虛擬卡，不再發行實體卡。
- 總計減少142,787張塑膠卡片印製，減少3,626,338元(含稅)成本支出。



減少3,626,338元(含稅)成本支出

skm app取代實  
體會員卡

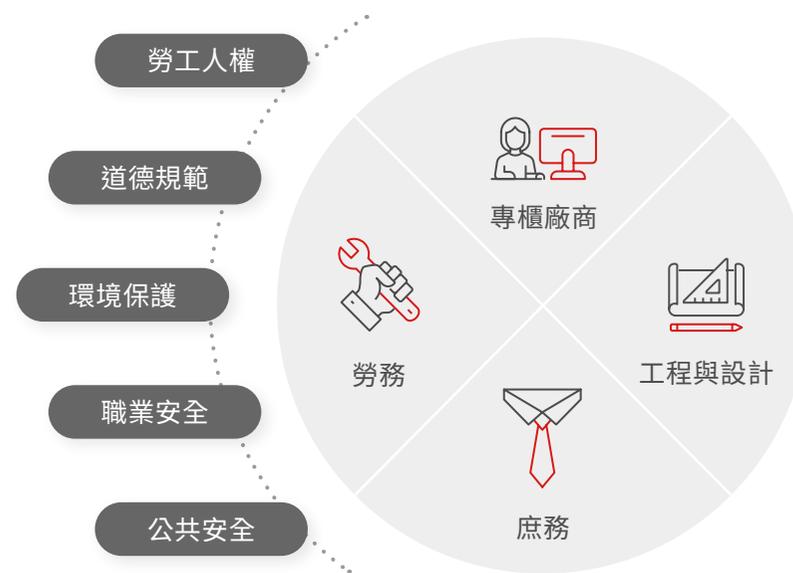
減少142,787張塑膠卡片印製



### 4.1.2 永續供應鏈管理

新光三越的供應商分為專櫃廠商、庶務、工程與設計、勞務等四個類別，與專櫃廠商簽署合約時，要求其在道德規範、勞工人權、職業安全、公共安全、環境保護等面向符合相關環境與社會法規。

2022年無發現重大負面環境衝擊的事件，但發生1件重大負面社會衝擊的事件，其後續改善措施及處理方式請參考「專櫃廠商負面事件回應」之哈根達斯相關說明。



新光三越專櫃廠商細部類別表(單位：家數)

供應商類別	說明	2020	2021	2022
專櫃廠商	一般類專櫃、餐飲類專櫃、超市	5,410	5,252	5,084
庶務	辦公室行政用品等庶務型採購、資訊軟硬體相關採購	122	118	100
勞務	委外之清潔廠商、行銷合作承攬商等	91	91	91
工程與設計	店舖工程與設計之委外承攬廠商	92	92	92
總計		5,715	5,553	5,367

## 專櫃廠商管理

新光三越與各類專櫃、超市等逾5,000間專櫃廠商合作，為與其一同提供所有消費者優質且安全的消費與生活體驗，我們在合作前會進行嚴格的審查，廠商簽約後亦須遵守新光三越的管理辦法與條款，在合作的過程中我們也會持續針對專櫃廠商進行不同課程的教育訓練。

### 專櫃廠商合作情形

新光三越專櫃廠商細部類別表(單位：家數)

專櫃廠商類別	2022 年	專櫃廠商類別	2022 年
 名品	100	 男性商品	365
 化妝品	503	 兒童商品	368
 女性雜貨	488	 家庭用品	754
 內睡衣	178	 超市	79
 女性服飾	632	 餐飲食品	726
 休閒生活	703	 複合性業態	188
總計			5,084

## 專櫃廠商審核機制

新光三越與專櫃廠商洽談進櫃後，同步請廠商提供經濟部商業司商工登記資料、公家機關核准商標註冊資料、公司介紹提案等文件，餐飲與食品臨時專櫃另須提供原物料檢驗報告，以利審查進駐廠商的合法性與確認公司營運狀況。

## 專櫃廠商簽約與合作規範

簽訂合約時，廠商須遵守新光三越之《商場管理辦法》、《商場裝修管理辦法》及《專櫃廠商設櫃約定條款》等規範，合約簽訂流程亦需經過各分店營業單位、商品部、財務部、營業本部等單位之核可；上述辦法之重點規範事項摘錄如下。

規範名稱	重點摘要
《商場管理辦法》	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 本辦法適用於商場所有專櫃廠商及其派駐人員，訂定逾70項違紀基準，並有明確之罰款規範</li> <li>• 資訊保密：派駐人員不得利用職務之便，以不正當方法取得、使用或洩漏業務相關資料</li> <li>• 商品標示：廠商銷售之商品應依法令為完整及正確之標示，且不得販售仿冒品或品質不佳之商品</li> <li>• 消防與公共安全：廠商應遵守消防相關法令規範，並不得於商場內從事任何可能危及他人生命財產之行為</li> <li>• 環境與食品衛生：廠商應將廢棄物依相關法令規定予以分類，若為餐飲業者，須符合法規之清潔檢查標準</li> <li>• 職業安全衛生：廠商應遵守職業安全相關法令規範，並接受新光三越之職業安全衛生指導及相關管理措施</li> </ul>
《商場裝修管理辦法》	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廠商人員應遵守勞工安全衛生工作規則等相關法令規定</li> <li>• 廠商應投保營造綜合保險，並將保單副本交付予本公司</li> <li>• 廠商應配合政府相關機關法令施工，並應要求廢棄物清除處理業者依廢棄物清理工法規定執行相關業務</li> </ul>
《專櫃廠商設櫃約定條款》	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廠商及其派駐人員應遵守《商場管理辦法》、《商場裝修管理辦法》等，行為亦必須符合消費者保護法、公平交易法、商品標示法、化妝品衛生管理條例、個人資料保護法、食品衛生管理法等法令規定</li> <li>• 廠商應保證其所提供商品之合法來源與代理權，本公司亦得隨時請求廠商證明前述提供商品合法來源或提出代理合約</li> <li>• 銷售的所有商品應維持優良之品質水準，若有客訴情形，應配合本公司管理服務之需求辦理退換貨</li> <li>• 陳列、銷售之商品及相關設備、廣告、文宣等應遵守相關法令之規定，不得有偽造、仿冒或侵害他人權益等不法情事，如有違反之虞者，本公司得要求撤除該爭議之商品</li> <li>• 應遵守勞動相關法令規定，並對派駐人員辦理相關保險，保障其員工，包括臨時員工、移民員工、工讀生、約聘人員、直屬員工、以及任何其他類型工作者的人權和員工權益</li> <li>• 提供或銷售之食品應遵守食品衛生管理法及相關法令規範</li> </ul>

## 專櫃廠商訓練與溝通

針對重要事項之溝通，各分店營運管理每日早上皆開立晨會佈達公司重要政策，並要求專櫃人員記錄於工作日誌，每月再進行各店點之月份表揚大會。

課程名稱	受訓時數 (平均)	受訓人次
服務品質教育訓練	1.0	7,986
食品安全衛生教育訓練	2.6	4,989
健康促進講座	1.3	305
勞安衛生教育訓練	1.6	1,184
週年慶教育訓練	2.0	9,144
雲端自打 POS 機操作教育訓練	3.6	6,886
新進專櫃人員教育訓練	4.9	672

## 專櫃廠商負面事件回應

新光三越自營業務的專櫃廠商於2022年度未發生環境或社會相關重大負面衝擊事件，合作專櫃廠商則有發生一件具重大負面社會衝擊之事件。

2022年度哈根達斯 (Häagen-Dazs) 特定商品使用的香草精被驗出含潛在致癌物，台灣食藥署已針對5個品項「冰淇淋巧酥、比利時巧克力、香草系列等」要求業者停售並回收。

新光三越針對此事件已即時向顧客說明，可持發票、明細或相關證明至原購買通路退、換貨，包含台北南西店、台北信義新天地A8、台中中港店、台南新天地等店鋪；針對問題品項亦通知立即下架，並依退貨流程退貨給供應商。



## 庶務廠商與勞務承攬商管理

### 庶務廠商管理

新光三越在庶務採購過程中優先挑選較具環保理念、對環境傷害較少、汙染程度較低之產品，優先選購具「綠色指標」之商品，綠色指標包含：森林管理委員會森林驗證、歐盟的泛歐森林驗證、環保標章、節能標章、能源之星標章、省水標章、農作樹造紙、環保大豆油墨、可回收再利用耗材、綠能車輛(如Hybrid、PHEV、電動車)等。未來亦將逐步完善綠色採購之規劃，持續為環境保護盡一份心力。



新光三越綠色採購統計表(2022年)

庶務廠商細部類別	綠色採購指標							家數	採購金額 (千元)
	節能標章	產品碳足跡 標籤	環保標章	森林管理委員會森林 驗證體系	歐盟的 泛歐森林 驗證體系	環保大豆 油墨	農作樹造紙		
辦公與商場設備 (飲水機、廚下型熱水器)	✓	✓						2	282
辦公與商場設備紙類 (影印紙、紙袋、DM 印製 、捲筒衛生紙、擦手紙)			✓	✓	✓	✓	✓	9	104,945

## 庶務廠商合作情形

新光三越2022年與多家資訊服務業者合作，列舉示意範例如下：

- 長期租賃設計作業軟體，於雲端隨時更新作業軟體及使用教學。
- 採購符合環保節能減碳與綠色採購標準的數位彩印機，減少浪費、最大化生產力、進而優化內部管理流程；供應商初期會針對流程使用介面進行教育訓練，實際功能及實務操作運作環境、周邊設定，執行疑難排除並每月定期維護。

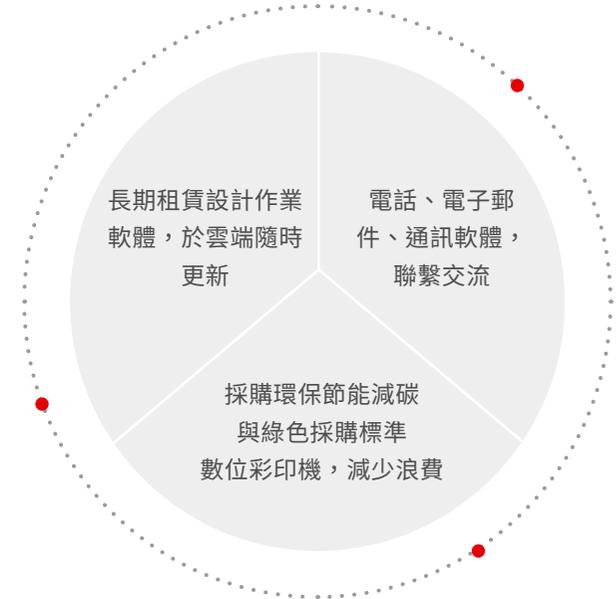
2022年我們透過電話聯繫、通訊軟體、電子郵件等方式與合作的庶務廠商進行相關業務溝通與交流。2022年並無發現庶務廠商造成環境或社會相關負面衝擊之情事。

## 勞務承攬商管理

新光三越要求勞務承攬商具有政府核准設立、具備國際認證或相關證照等基本條件。於審查勞務承攬商時，須提報其業務營運規劃與完成供應商評鑑，欲續約之承攬商須再通過續約評估報告。

## 勞務承攬商合作情形

2022年新光三越並無發現勞務承攬商造成環境或社會相關負面衝擊之情事。我們透過電話聯繫、通訊軟體、電子郵件等方式與合作的勞務承攬商進行相關業務溝通與交流。針對合作之勞務承攬商，新光三越就重要議題進行危害告知，作業廠商的人員進場前，作業廠商的公司負責人與現場負責人，及新光三越的承辦單位主管與安全衛生管理人員皆須完成「工作環境危害因素告知單」的簽署，此告知單依工程施工、儀器設備安裝、維修保養、陳列布置、清潔或安全維護、臨時設櫃等不同作業項目，說明與作業項目相關之危害因素，例如作業環境、潛在之危害、危害因素告知、應採取之安全衛生措施等細項，以維護作業人員之安全與健康。



新光三越勞務承攬商細部類別表(單位：家數)	
勞務承攬商類別	2022年
設備保養 / 清潔 / 保全 / 電機	77
廣告 / 行銷 / 陳列 / 攝影	14
總計	91

## 供應商評鑑

新光三越針對新合作廠商做公司背景、產品、服務、代表作品、過去合作廠商等等面向評估，各部門依需求及合約狀況進行供應商續約評估，評估項目涵蓋：商品品質穩定度、需求完成時效性、需求完成符合度、專業知識或技術能力、臨時或緊急狀況配合度、法規遵循、服務態度等，以確保商品及服務品質。根據評分結果區分為：優 - 績優廠商，中 - 合格廠商，劣 - 不合格廠商，做為是否需繼續與該廠商合作之考量。

## 工程與設計承攬商管理

### 工程與設計廠商管理機制

新光三越就店鋪的營運、定位、服務、安全管理等需求編列裝修、專案、資產修繕等預算計畫，以此為執行依據，並考量店鋪其他需求、公共安全、顧客接觸等要素，委託具備專業技術、穩定度高之協力廠商共同合作。

在配合公司的選擇上，新光三越重視以下幾項廠商應具備的要素：

1. 公司具備專業、資質及百貨商場的工程實績。
2. 熟悉並落實遵守相關建築法規、行政程序。
3. 配合度、穩定性高，能配合公司計畫時程、提供高施工品質、落實工安管理，並能掌握大環境趨勢、新穎的科技技術。



於工程委託面，新光三越評估工程的規模、工種、專案技術及整體預定時程，以邀標或專業技術標等方式進行詢價、比價、議價後，依公司程序進行工程協調、發包相關作業。於設計委託面，設計廠商提供概念設計後，新光三越店舖開發部經內部提案會議與審核流程，依公司程序辦理委託作業。於資產維修面，新光三越按維修計畫之類別，如電力、空調、消防，與各專業技術廠商就修繕和更新等工法進行研討，請維修廠商依內部需求提供相關測試、效能運轉、評估分析報告，並提供設備基本資料與報價單，依新光三越內部簽核結果執行。

## 工安管理

工程自規劃設計、施工、竣工及驗收各階段皆有需遵守的相關規定，以內政部營建署、消防署所頒布之相關建築、施工、消防安全設備…等法令規定為首。

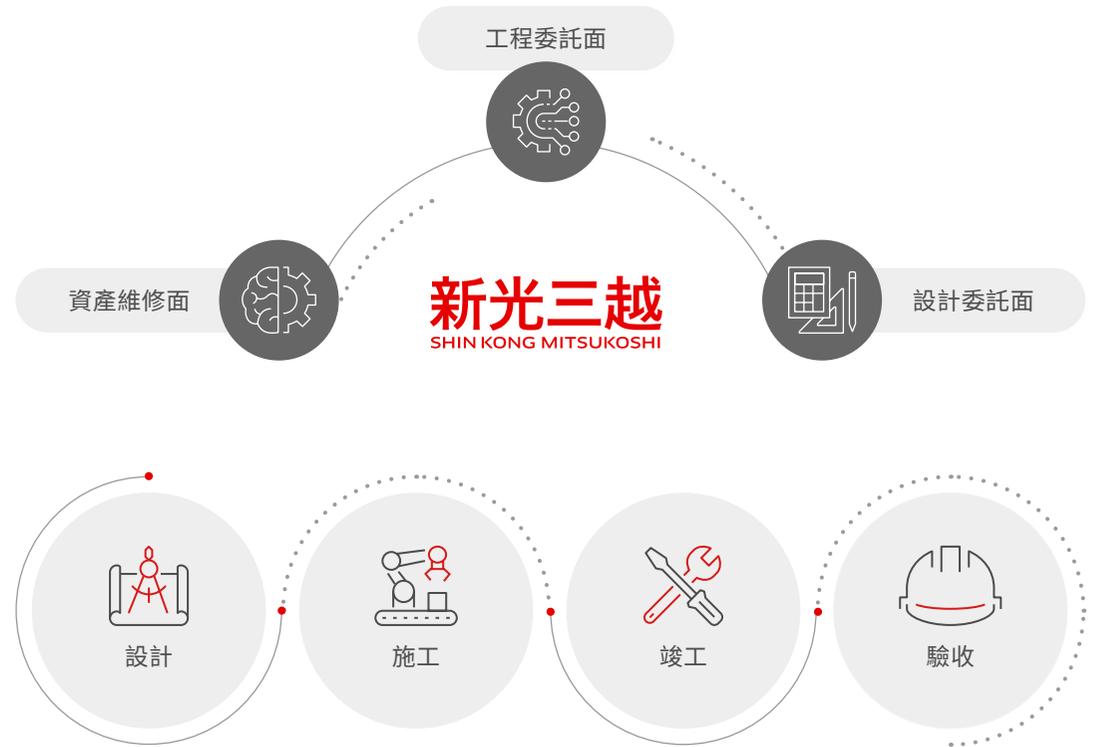
公司並有制定承攬商安全衛生管理作業指導書及竣工驗收規定，同時作為管理依據。

## 工程與設計廠商合作情形

工程設計承攬商於2022年度並未有發生環境或社會相關負面衝擊事件。

## 工程與設計廠商未來規劃

在與工程與設計承攬商未來合作的規劃上，新光三越除持續尋訪、新增各專業之配合公司及強化工作團隊執行能力，也會不定期安排各專業之廠商、顧問進行雙向交流，包括專業概念與專題分享等。

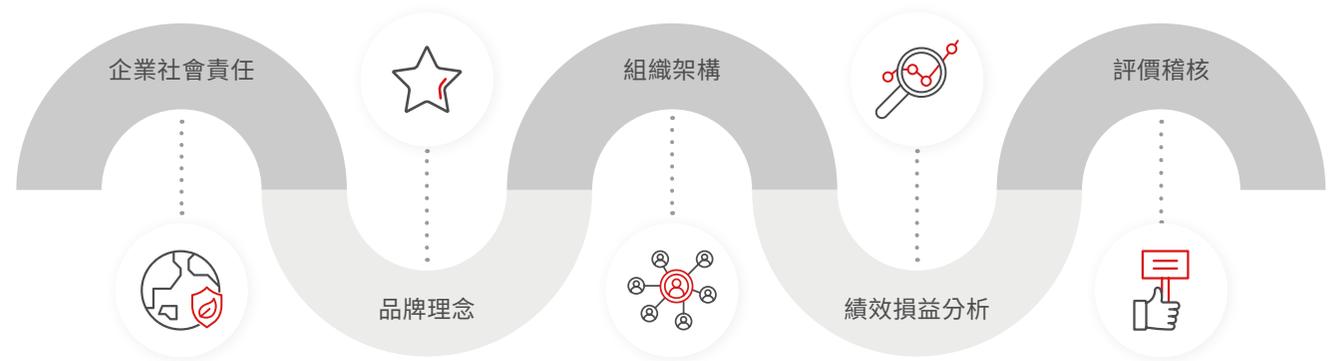


新光三越工程與設計廠商細部類別表(單位：家數)

工程與設計廠商類別	2022年
工程	77
設計	15
總計	92

### 4.1.3 嚴選台灣永續好物

透過美麗市場、好好集等自營渠道，我們精心挑選具在地價值之商品與品牌，在篩選供應商的過程中，我們會考量其企業社會責任、品牌理念、組織架構與績效損益分析，以藉由篩選供應商及評價稽核，確保商品品質，滿足消費者的期待。



### 美麗市場

新光三越集結各家超市的優點創立了「美麗市場」，自2015年開設全台第一家美麗市場後，目前全台共有五家美麗市場：台北信義新天地A4、台北信義新天地A11、台北信義新天地A8、台中中港店、台南新天地，未來將持續導入各分店，帶給人們綠色美好生活。

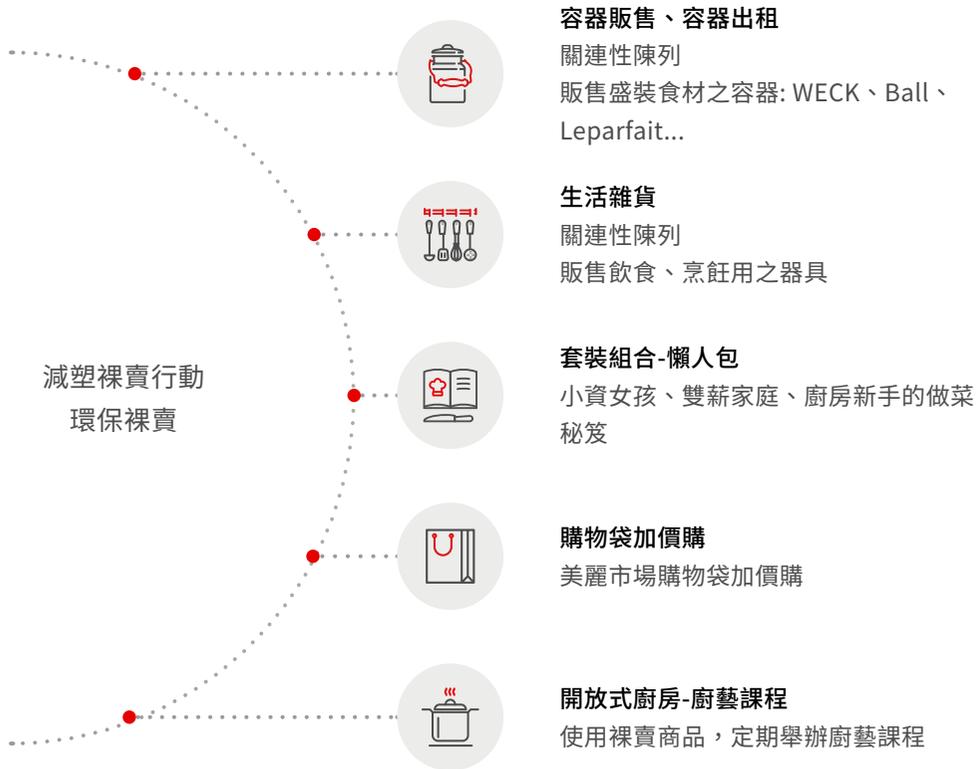
美麗市場持續支持在地小農業者，2022年的在地採購比例為25.2%。每季的蔬果業績約2,500萬元，其中約637萬元的銷售額源自台灣的產品，在地商品佔比達25.2%。



- 在地小農：約637萬元銷售額源自台灣產品；在地商品佔比達25.2%。
- 美麗市場每季的蔬果業績：每季的蔬果業績約2,500萬元。

美麗市場不定期邀請來自部落、小農等在地品牌的講者，舉辦以食材為核心的知性講座，達到食農教育之目的。

美麗市場為達成紙製品減量，我們導入電子標籤取代紙本標籤以減少紙張耗材使用，並降低人員需時常進行紙標籤更換的工作負擔，2022年已將電子標籤導入3家分店，合計更換 2 萬個電子標籤，2023年將持續導入 2 家分店。



### 新光三越教育講座

講座名稱 台中新社裸啡綠農場 葡萄推廣活動

舉辦時間及地點 2022年1月30日新光三越台中中港店

邀請小農來到新光三越現場分享豆漿葡萄的生長過程以及種植經驗。白毛台位於台中新社，傳承了爺爺時代研發的「豆漿液肥」來栽種，用心灌溉呵護的「豆漿葡萄」絕對甘甜多汁，保持著高品質的監管，一直以來都是以安全、無毒為目標的栽培方式栽種水果，農場的水果都是重質不重量。

### 講座內容



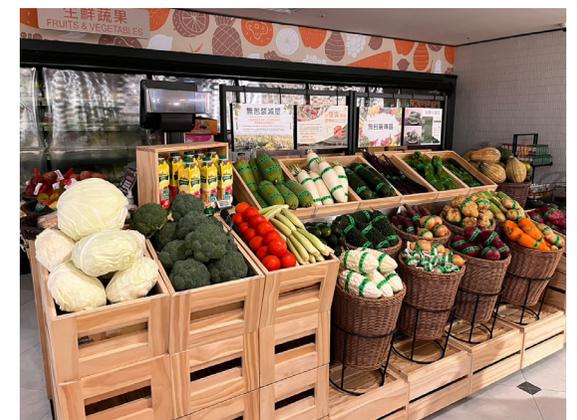
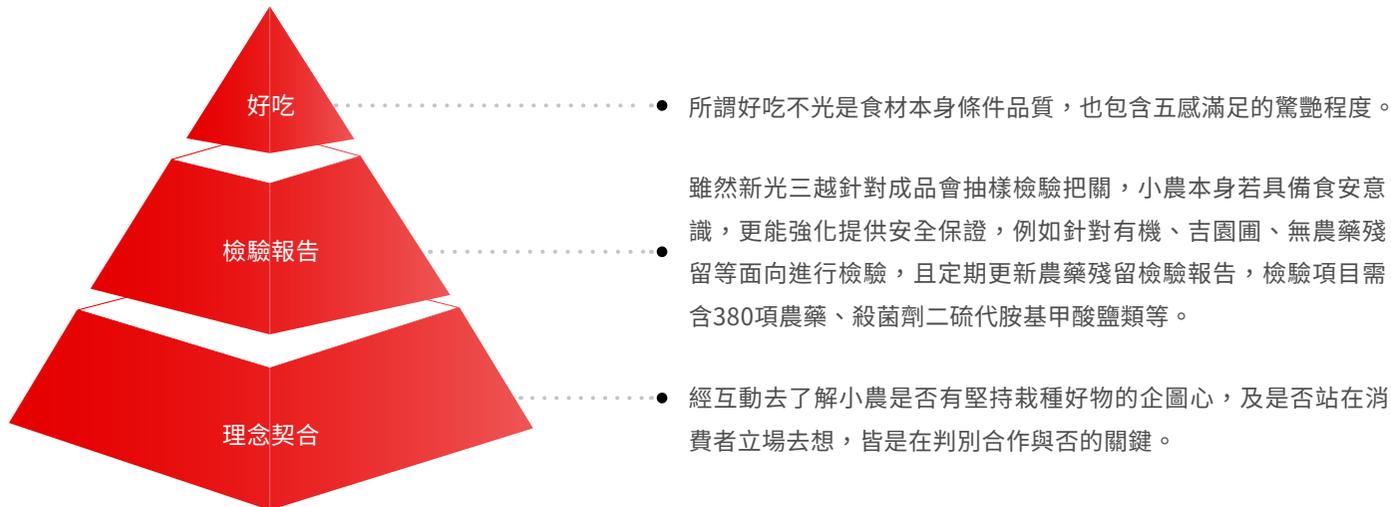
## 在地小農

### 小農嚴選

「小農」是指藉由農作來支持家用的農戶，這樣的農戶不以拓展經濟規模為目標，不過份取用自然資源，以友善大地為主要目標。因為規模相對小，所以不被大資本大政策制約，也不受跨國技術壟斷專利綁架，特色在於靈活度高、實驗成本低，在產業上扮演創新的動力，具有突破既有模式盲點的優勢。

台灣經歷一波波食安事件，促使民眾對健康消費意識抬頭，故幾年前市面上開始出現小農專區，讓消費者有不同選擇。新光三越亦自2002年起設立小農專區，我們對小農的定義為：由品質更好、可溯源的獨立農民生產，並願意對消費者揭露生產過程採用的高標準。

新光三越在嚴選小農作物的同時，亦期許能與小農建立長久的合作關係。我們挑選的食材絕對「好吃」，協助小農檢驗報告執行到位，以確保食品的安全保障。此外，我們會透過溝通與互動了解小農是否有堅持栽種好物的企圖心，以確認是否與小農「理念契合」。



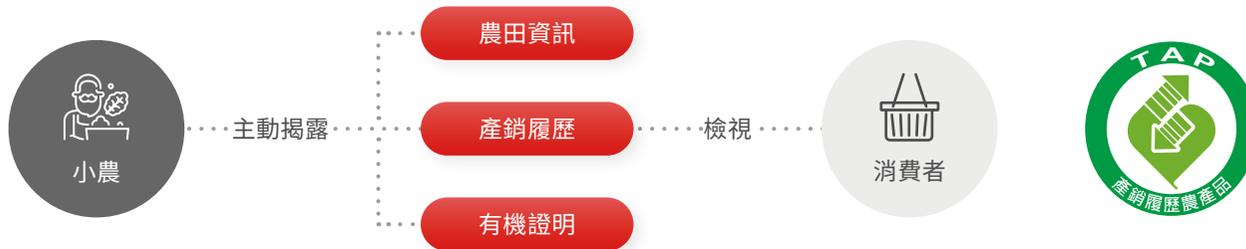
我們嚴選出「新光三越小農陣線聯盟」：



## 食安保證與 ESG 認證

### 1 產地資訊公開透明化

新光三越合作雖無強制規定小農要資訊公開，但小農們願意主動揭露其生產之農田資訊、產銷履歷、有機證明等相關資訊供消費者檢視，讓消費者買的安心，吃的也安心。同時，分店的夥伴們會不保留的將產地等農田資訊製作成pop提供消費者參考。



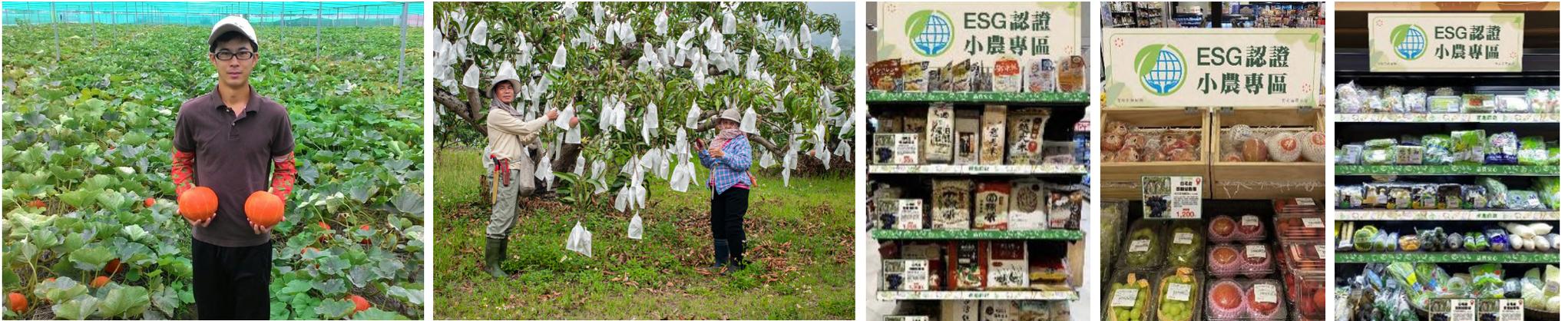
### 2 專業食安檢驗

小農相關商品均需檢附食品安全檢驗證明，新光三越會特別針對高風險、高關注或特殊要求的農產品進行自主送檢，例如：水果農藥殘留比例較高的百香果、龍眼、草莓、酪梨等(2022年新光三越協助逾500件農商品送檢)。



### 3 ESG認證標章小農專區

ESG標章小農專區需再特別認證為有機認證產品，有機產品必須經過公證單位通過驗證，才能標示「有機」販售。例：蔬果品項共4,630項，其中860項獲得有機認證，佔比達18.6%。



#### 季節特色小農商品

高雄燕巢—  
靜園農場  
幸福蜜棗禮盒



時間 | 2022/1/14~1/16；2022/1/22~1/23



地點 | 新光三越台北信義新天地A4/台北南西店/台中中港店/台南新天地



績效 | 高雄燕巢地區氣候環境適合蜜棗生長，當地的石灰岩土質，鎂、鈣含量豐富，先天的地理優勢造就出燕巢蜜棗的甜度與絕佳口感。擁有產銷履歷的蜜棗，顆顆飽滿鮮脆、口感綿密如水梨、清甜多汁，散發淡淡蔗香，紅色喜氣外盒，是年節必備禮盒。



## 高雄首選市集



時間 | 2022/1/14~1/16；2022/1/22~1/23



地點 | 新光三越台北信義新天地A4/台北信義新天地A11/台中中港店/台南新天地/嘉義垂楊店/高雄左營店舉行



績效 | 高雄市政府農業局與新光三越攜手合作將外銷多國的金牌好果-高雄首選雪麗蜜棗登上春節禮品手冊，並邀請高雄小農北上展售熱銷伴手禮組合，現場還加碼推出高雄首選市集專區消費滿額贈限量好禮活動，推薦中部五縣市消費者送禮首選最優質安心的高雄農特產。

屏東春日  
大熊農場芒果  
推廣活動

時間 | 2022/5/27~5/29



地點 | 新光三越台中中港店舉行



績效 | 來自屏東枋寮鄉的大熊農場，嚴格檢驗的產銷履歷，致力培育出品質最佳的愛文芒果，是我們永續經營的目標。符合銷日等級農產品規範，通過台灣產銷履歷認證，堅持在橫紅自然熟成才採收，芒果甜度高達13-15度，外型紅潤飽滿，果香濃郁撲鼻，果肉Q彈細緻。



### 高雄首選 玉荷包荔枝季



時間 | 2022/5/27~5/29；2022/6/4~6/5



地點 | 新光三越台北信義新天地A4/台北信義新天地A11/台北南西店/台北站前店/台中中港店/台南新天地/高雄左營店舉行



績效 | 玉荷包荔枝來自擁有荔枝王國稱號，全台灣最著名的高雄大樹區產地！特色為提倡枝葉與果粒分離概念，將枝葉留置產地繼續滋養土地，每盒都是粒裝新鮮出貨，擁有生產履歷的玉荷包，更通過評鑑入選「高雄首選」品牌果物。



### 苗栗苑裡— 灣麗砂糖橘 販售活動



時間 | 2022/12/22起



地點 | 新光三越台北南西店/台北站前店/台北信義新天地A11/台北信義新天地A8/台北信義新天地A9/台北信義新天地A4/台北天母店/台中中港店/台南西門店限量販售



績效 | 砂糖橘因易受氣候、光照、水土等影響，比一般柑橘更難以照顧，因其採收期相當短暫，僅每年12月下旬至隔年元旦，是為季節限定的美味。嚐起來甜而不膩、口感細緻，深受大人小孩的喜愛。

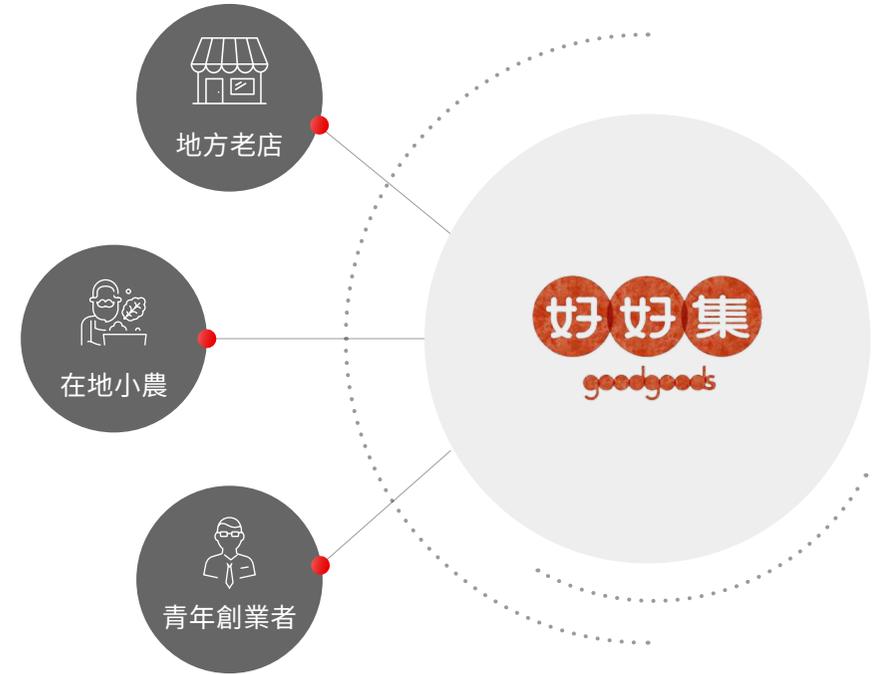


## 好好集 goodgoods

2015年新光三越創立了「好好集」品牌，在新光三越北、中、南區7個分店設立專屬櫃位，銷售精選的台灣在地好物。好好集除了能提供來訪的消費者良好的商品與體驗空間，我們更希望發揮企業影響力，讓小規模經營型態，如地方老店、在地小農、青年創業者，毋須單打獨鬥、可透過好好集推廣其產品，許多食品的技藝亦不致凋零失傳。

我們支持台灣各個角落的努力耕耘，以期共同呈現台灣美好價值。好好集不只是整合銷售物產的通路，更是台灣故事交流的中心。2022年我們行路台灣，深入走訪22縣市、368鄉鎮區，認識傳承百年品牌的用心與堅持，鼓勵年輕人回鄉、發揮新世代創意，對家鄉農業、產業貢獻自己一份心。

好好集將這些在地職人、青年返鄉的造夢者，集結成故事，親自帶領顧客翻閱一篇篇美麗的台灣故事，一同感受這些達人們的用心，珍惜背後付出的每一份情意，和新光三越一起將台灣的好物，分享給台灣人及全世界。



台北站前好好集



台北信義A4好好集



台中中港好好集

## 永續好物主題展售

新光三越重視友善土地種植方式、安全食物來源以及農民、土地與作物之間的和諧程度。2022年於北、中、南部的新光三越據點合計舉辦9場次之永續好物主題展售。

日期	主題	分店據點	合作單位
2021年12月至 2022年1月	陽光菓菓在地水果乾	台北信義新天地 A11	陽光菓菓
2021年12月至 2022年1月	山頂壯圓柴燒桂圓	台北信義新天地 A11	山頂壯圓
2022年1月	2022年1月年高雄首選市集	台北信義新天地 A4/ 台北信義新天地 A11/ 台北南西店 / 台北站前店 / 台中中港店 / 台南西門店 / 嘉義垂楊店 / 高雄左營店	仲喬有限公司
2022年5月	2022年屏東春日大熊農場芒 果推廣活動	台中中港店	大熊農場
2022年5月至 6月	2022年5-6月高雄首選玉荷 包荔枝季	台北信義新天地 A4/ 台北信義新天地 A11/ 台北站前店 / 台北南西店 / 台中中港店 / 台南新天地 / 高雄左營店	仲喬有限公司 寶島第一味食品有限公司
2022年8月至 9月	大樹麻油行芝麻系列	台中中港店	大樹麻油行
2022年8月至 9月	屏東可可主題特展	台北南西店 / 台中中港店 / 台南新天地	奇謀行銷
2022年9月至 10月	屏東可可主題特展	台北信義新天地 A4/ 台北信義新天地 A11/ 台北站前店 / 高雄左營店	奇謀行銷
2022年12月至 2023年1月	大樹麻油行芝麻系列	台中中港店	大樹麻油行

## 4.2 品質把關

對應 GRI 指標：416-1、416-2、417-1、417-2、417-3

### 4.2.1 商品安全與活動標示管理

#### 管理方針



#### 政策與承諾

為對販售之商品進行品質把關，新光三越訂有《商品品質與安全管理規範》、《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《專櫃廠商設櫃約定條款》等內部規範，各類商品亦須遵循對應之法令規範。



#### 衝擊

- 商品優良品質與安全保障(正面衝擊)。
- 活動與廣告標示不清(負面衝擊)。
- 商品品質管理失當(負面衝擊)。



#### 行動方案

##### 預防與減緩

- 於簽約時要求合作廠商遵循《商品標示法》、《化妝品衛生管理條例》、《食品衛生管理法》、《飲料類衛生標準》、《健康食品管理法》等法令規定。
- 每月針對不同類別商品進行抽查，對應相關法規檢視是否符合法令規定。

- 本公司遵循《食品良好衛生規範準則》法令，食品從業人員須經醫療機構健康檢查合格後始得從事相關工作。

##### 補救措施

- 自營超市銷售之商品若經通報具食安問題，將依內部流程與廠商聯繫、進行下架作業等。
- 依據《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》，廠商銷售之商品如發生客訴情形，應配合本公司管理服務之需求辦理退、換貨。

##### 利害關係人議合

- 透過實體與數位渠道向消費者溝通商品與活動相關資訊，若資訊有誤則即時修正並於店內擺放更正告示。
- 針對進駐之餐飲廠商與新進人員進行食品衛生安全教育訓練，並於每月進行店內食安教育訓練。



#### 評估與追蹤

顧客服務部隨時掌握各店舖呈報食安事件之顧客意見，即時依規範處理。總公司食安小組與分店食安小組皆每月固定開立一次會議，擬定檢討與因應規劃。

## 商品安全管理

### • 商品安全管理機制

新光三越銷售之商品類別包含一般商品、化妝品、包裝食品、健康食品等，各類型商品均須遵循相關法規(包含《商品標示法》、《化妝品衛生管理條例》、《食品安全衛生管理法》等)才可進行上架與銷售。

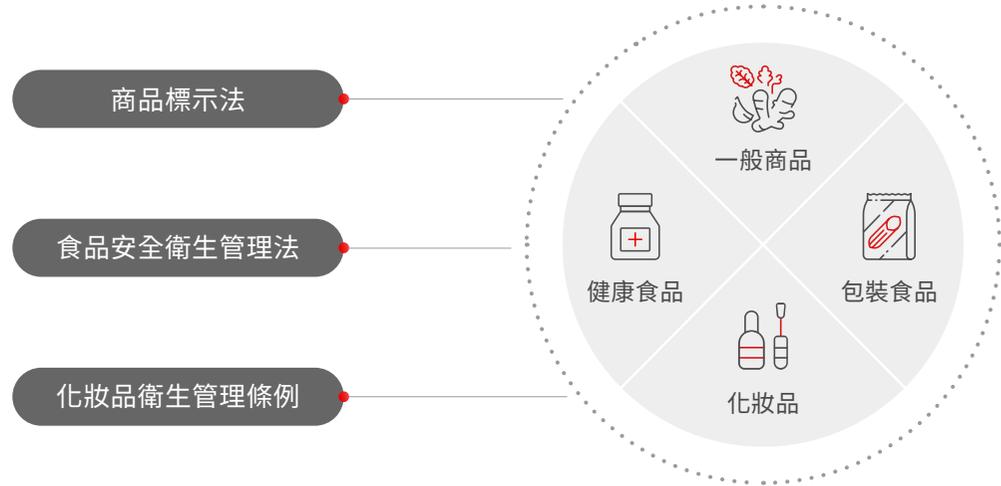
為使消費者能安心使用銷售的商品，新光三越內部訂有《商品品質與安全管理規範》規範，定期進行超市商品保質期抽查，加強商品效期管理，食品類型之商品亦須遵守《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》等內部規範，食品安全管理相關內容請參考 4.2.2 章節。此外，對於化妝品效期及餐飲與食品冷凍冷藏溫度也以高於法規標準的規範管理。

### • 商品標示處理機制

新光三越之簽約廠商須遵循各項內外部規範，化妝品適用《化妝品衛生管理條例》；包裝食品、生鮮、熟食等適用《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》以及新光三越內部《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》；酒類適用《菸酒管理法》；藥品及醫療器材適用《藥事法》、《醫療器材管理法》；上述外之商品歸類於一般商品，適用《商品標示法》。

於內部管理面向，我們每月針對商品標示進行抽查檢視，並針對高風險商品及新供應商的新商品進行加強確認。

新光三越自營超市之分店平均庫存單位(SKU)數為 6,000 個，於 2022 年已針對 600 個品項進行相關法規評估，約佔整體商品百分比 10%。



### 新光三越商品品質與安全管理規範

產品類別	適用之外部規範	新光三越之內部規範
 化妝品	《化妝品衛生管理條例》	
 包裝食品	《食品安全衛生管理法》 《食品良好衛生規範準則》	《食品衛生安全作業辦法》 《食品安全管理規範》
 酒	《菸酒管理法》	
 一般商品	《商品標示法》	
 健康食品	《健康食品管理法》	
 藥品及醫療器材	《藥事法》 《醫療器材管理法》	

## 活動標示管理

新光三越強調活動標示管理的重要性，平面(DM)、陳列(活動看板)、數位(APP、FB、IG、LINE、簡訊)等宣傳管道之溝通與公告皆須經由總公司審核。內部針對宣傳內容的審核機制為由主要負責窗口與各部門、合作單位透過信件多次確認活動內容，並經由主管再次確認後進行發布，同時會標註新光三越保留最終增刪與終止活動之權利，其他未盡事宜以店內公告為主。

新光三越2022年發生違反產品與服務之資訊與標示相關法規的事件共11件，其中皆未導致顧客抱怨或其他裁罰。2022年發生違反行銷傳播相關爭議事件1件(相關細節於2.2.2說明，已配合警方作業，目前尚未收到後續通知)

若發現宣傳內容有誤植狀況，新光三越將依誤植之狀況進行相關處理；若為商品價格標示錯誤或活動標示錯誤，則會及時修正數位相關宣傳內容、並於店內專櫃擺放更正說明之告示。



## 4.2.2 食品安全管理

### 食品安全管理機制

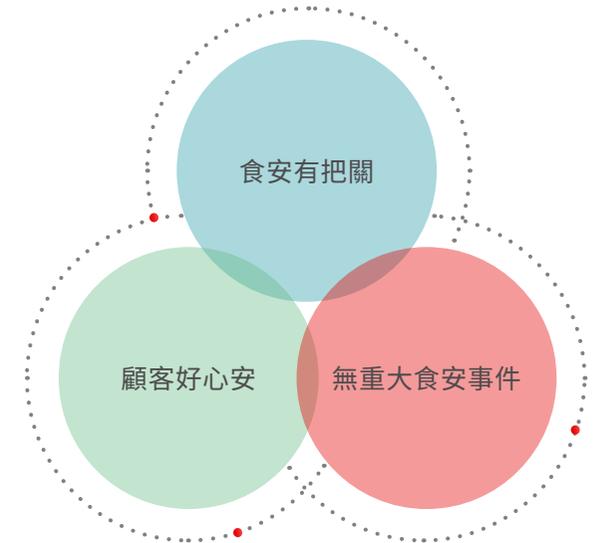
- 食品安全管理目標

食品衛生安全對客服務理念宗旨為「食安有把關，顧客好心安」，並以無重大食安事件為目標。

- 食品安全規範與政策

為提供消費者安全的食品，新光三越積極推動食品安全相關管理計畫，包裝食品、生鮮、熟食、專櫃食品等項目皆須遵循衛生福利部食品藥物管理署之《食品安全衛生管理法》及《食品良好衛生規範準則》等外部法規，其中自營食品若為進口，須先符合衛生福利部食品藥物管理署之輸入食品查驗後才可進口，我們亦會隨時確認更新法規內容，並要求進駐廠商遵循政府法規。

新光三越內部亦訂有《商場管理辦法》、《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》，涵蓋範圍包含主題餐廳、美食街、超市、咖啡廳等項目。



• 食品安全權責單位

有鑑於消費者對於飲食的品質日益重視，我們於 2017 年成立食品衛生安全小組，透過內外部稽核控管之方式為消費者生命健康危害進行把關，進而制訂出確保食品安全的管理措施與流程。

食品衛生安全小組組織架構及權責部門如下表所示，其中包含安控室、勞安衛生部、顧客服務部、總務部、自營事業部、商品部、電子商務部，主要工作項目涵蓋食安相關專案規劃與推動、重大事件緊急處理、食品安全衛生教育訓練規劃、外部稽核、節慶檔期檢驗與追蹤等；安控室與勞安衛生部為 2021 年新增之權責單位，2023 年更進一步新增電子商務部，確保有販售食品之線上渠道亦有進行相關食安風險控管。

總公司食安小組	
權責單位	主要職責
顧客服務部	1. 統整食安事件之顧客意見並擬定相關檢討對策 2. 彙整稽核名單並製作執行成果 3. 規劃與督導年度工作計畫排程
總務部	1. 執行洗碗場稽核及後續追蹤 2. 監督分店病媒蚊防治及消毒執行排程
自營事業部	1. 管理食品衛生安全監測計畫 2. 各店超市與好好集食安內部自主管理 3. 要求各店超市與好好集落實食安自主管理規範，並進行相關規範之佈達並追蹤佈達情形
商品部	1. 確認新合作品牌販售之商品是否符合食安法規 2. 針對合作食品品牌訂定相關食安合作規範 3. 要求專櫃落實食安自主管理規範 4. 佈達各分店飲食相關食安規範並追蹤佈達情形
安控室	1. 建議食品衛生安全推動策略
勞安衛生部	2. 建議食安特殊事件對應內容
電子商務部	1. 確認合作品牌之商品是否符合食安法規 2. 針對 skm online 獨家販售商品進行標示檢視



### • 食品安全自主管理與內外部稽核

新光三越對於食品安全的理念為「食安有把關、顧客好心安」，自2017年開始推動食品衛生安全自主管理工作，同時與具TFDA(衛生福利部食品藥物管理署)、TAF(全國認證基金會)雙認證之顧問公司合作，進行稽核、商品檢驗、標示檢視及教育訓練等工作；除善盡企業社會責任，針對專櫃廠商進行食品衛生安全觀念教育與輔導外，亦力求為消費者做最嚴謹的把關，以防止重大食安事件之發生。

為強化食安事件之預防，新光三越提供餐飲進駐廠商教育訓練或宣導，每年度由顧客服務部編修「新光三越食品衛生安全教育訓練」教材，並委由顧問公司協助更新，此外，新光三越持續進行內外部稽核，藉由外部稽核制度，我們可以確認自主管理落實成果，並提供顧客可信任的驗證結果與增強品牌信心；透過內部稽核，我們能更加了解各項危機發生的風險，並藉由專業知識教育訓練，提升內部自主管理有效性及降低危害發生可能性。



#### 食品衛生安全自主管理計劃

每月	每季	每年
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 內部環境衛生稽核</li> <li>• 店內食安教育訓練</li> <li>• 食安危機處理演練</li> <li>• 食安主題宣導</li> <li>• 食品標示檢視</li> <li>• 臨時環境衛生稽核與商品檢驗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 環境衛生稽核與商品檢驗</li> <li>• 洗碗場衛生稽核與餐具檢驗</li> <li>• 自營肉品瘦肉精檢驗</li> <li>• 美食外送抽檢</li> <li>• 外帶食品抽檢</li> <li>• 外帶包材稽核</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定食品衛生安全工作計畫</li> <li>• 3場全台教育訓練</li> <li>• 5大節慶檔期包裝食品抽檢</li> <li>• 5場超市與美食街病媒鼠害訪查</li> <li>• 2場供應商訪廠(以輪替方式進行訪查，加工食品、調味料類商品等)</li> <li>• 冰飲品抽檢</li> </ul>

針對館內配合之餐廳、美食街、咖啡廳、自營超市及包裝食品櫃位，新光三越皆會進行定期與臨時之稽核及商品抽檢，我們亦會進行食品標示檢視，以及一季一次美食外送抽檢，一間分店會抽檢3個品項，一共抽檢45項商品。一般抽檢的重點抽檢項目為櫃位熱銷商品與風險較高商品，如：生鮮商品、沙拉、奶製品、涼拌類、冰飲品等；節慶抽檢則重點針對禮盒肉乾類、茶葉飲品類、甜點糕餅類、肉粽熟食類、保健食品類商品進行抽檢。

### 2022 年食品安全執行情形

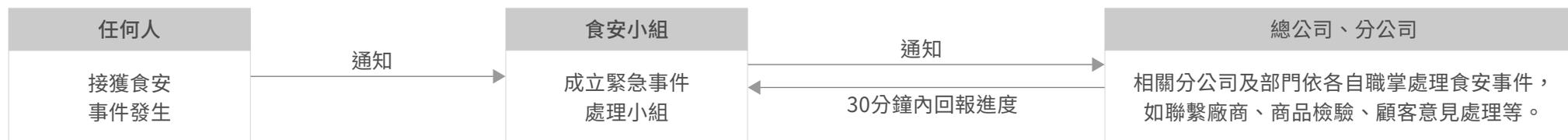
項目	外部稽核	內部稽核	商品抽檢		食品標示檢視	美食外送抽檢
			專櫃例行抽檢	節慶抽檢		
2022 年執行頻率與執行情形	針對主題餐廳、美食街、超市、咖啡廳等場域每季進行 1 次外部稽核，共計 4 次，合計抽檢 1,500 項商品，針對稽核缺失要求完成 100% 的改善	每月進行環境衛生檢查 1 次，共計 12 次，並由總公司每季確認其執行成效	每年進行 4 次餐飲專櫃例行抽檢，共抽檢 1,134 項商品，初檢不合格品項一週內進行複檢，通過複檢方可販售	春節、母親節、端午節、中秋節與周年慶執行共 5 次包裝食品檔期抽檢，共抽檢 328 項商品，初檢不合格品項一週內進行複檢，通過複檢方可販售	包裝食品標示檢視：每月實施 50 項包裝食品標示檢視，共檢視 600 項商品，並有複檢機制	針對 15 間分店抽檢 45 項商品
重點稽核 / 抽檢項目	依據食品衛生安全管理法及食品良好衛生規範準則 (GHP) 訂定稽查項目稽核		各櫃位熱賣商品、高風險商品及新上架商品		依據食品衛生安全管理法規內容	
2022 年執行成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部稽核成果為 92.5 分，較目標值高/低 0.5 分註</li> <li>違反食安法規之事件共 0 件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>內部稽核(環境衛生稽核)成果為 96.4 分，與外部稽核差異為 3.9 分</li> <li>違反食安法規之事件共 0 件</li> </ul>	2021 年合格率 97.9%，2022 年合格率 98.3% (提升 0.4% 合格率)	合格率为 99.1%，較前一年度提升 1.2%	超市食品標示檢視：437 件合格 / 163 件建議改善	2022 年 45 件全數合格

備註：依據衛福部食藥署【餐飲衛生管理分級評核制度】：「優」未達二個主要缺失(換算分數 92 分以上)，「良」二個主要缺失以上，未達四個主要缺失(換算分數 90 分以上)。

上述稽核與商品抽檢由總公司食安小組推動、分店食安小組配合執行。此外，我們在食安相關危機處理上，會針對重大危機事件擬定相關單位的工作項目，以盡速解決客戶的疑慮與問題。

新光三越2022年依據食品衛生安全管理法及食品良好衛生規範準則(GHP)，對100%的餐飲櫃位進行食品衛生安全把關，其執行情形如下表所示，其中2022年自營超市無違反食安法規事件，專櫃業者違反導致罰款的食安法規事件共1件，其違規內容、罰款情形與因應措施請參考「2022年違反食安法規事件說明」。

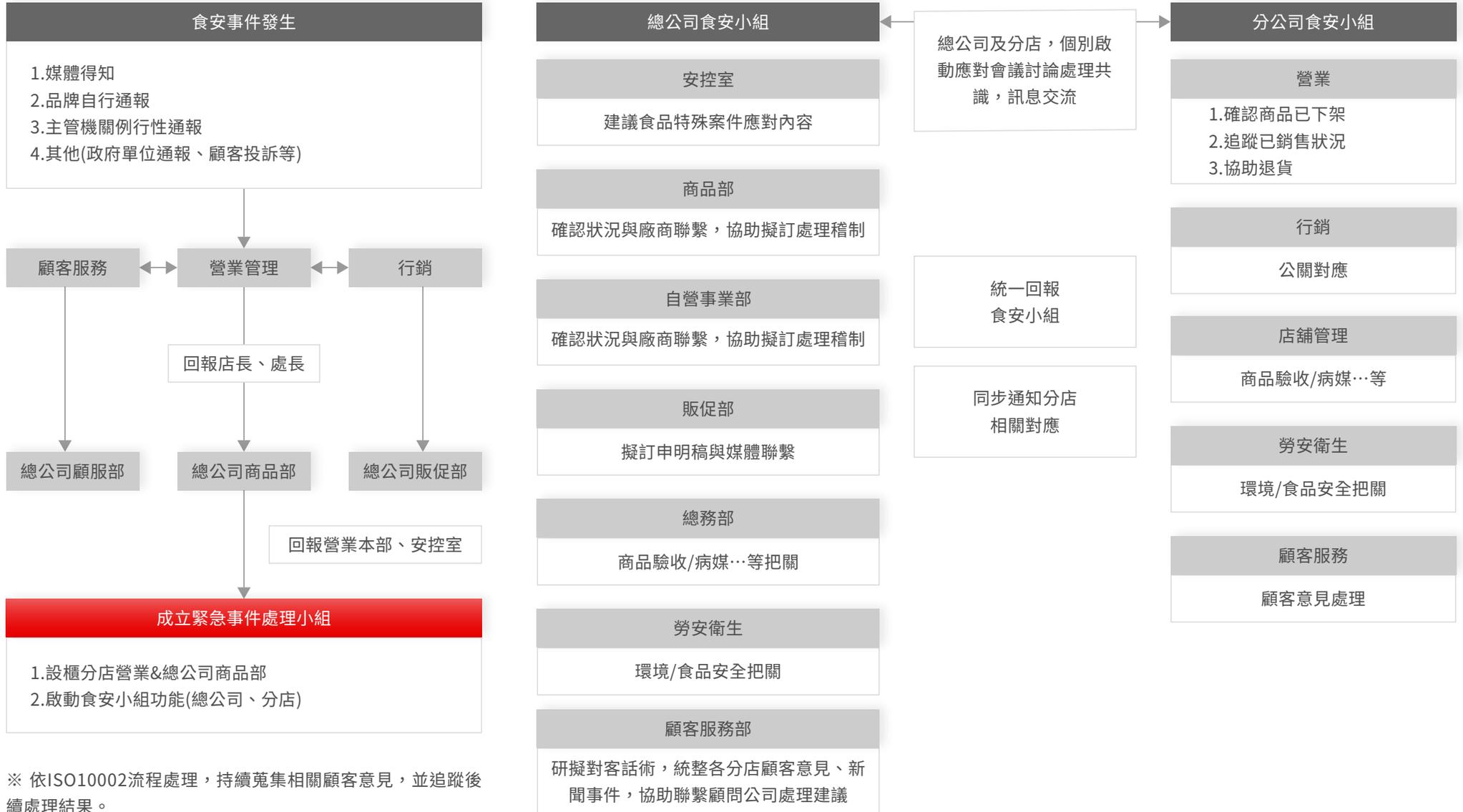
### 食安事件應對流程



### 2022 年違反食安法規事件說明

項目	說明
事件名稱	高雄左營店大創販售過期食品
事件發生過程	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022/3/14 客戶於消費八天後至專櫃上反應商品過期、導致上吐下瀉就醫（效期為2022/2/28），專櫃僅收下其收品表示會協助呈報</li> <li>2022/3/15 受理後隔天，專櫃店長回電告知可協助退費並補償醫療費用</li> <li>2022/3/16 客戶聯繫專櫃，表示無法接受僅退費並補償醫藥費</li> </ul>
投訴內容	2022/3/17客戶就此事件向新光三越投訴，顧客服務人員進行關心與了解時，客戶表示已投訴至衛生局
內部因應	新光三越確認專櫃商品陳列環境、相關進貨銷貨及盤點紀錄後，啟動「食品衛生安全通報群組」，相關通報及應對流程請參考(食品衛生安全-食安危機事件應對SOP)
外部稽查	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023/3/21新光三越配合衛生局稽查，衛生局人員針對現場食品類產品檢核其商品標示，並確認盤點機制及過期商品下架流程，檢核結果為皆符合規範</li> <li>衛生局人員表示因販賣過期商品為事實，依據食品安全衛生管理法(以下簡稱食安法)第15條規定，食品或食品添加物逾有效日期者，不得製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出、作為贈品或公開陳列，違者可處新臺幣6萬元以上2億元以下罰鍰；情節重大者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，一年內不得再申請重新登錄。依據同法第8條規定，食品從業人員作業場所設施衛生管理及食品添加物之管理，均應符合食品良好衛生規範準則，違反者經要求限期改正，屆期未改正爰依同法第44條處新臺幣6萬元至2億元罰鍰，事後向廠商開罰6萬元</li> </ul>

### 食品衛生安全 - 食安危機事件應對 SOP

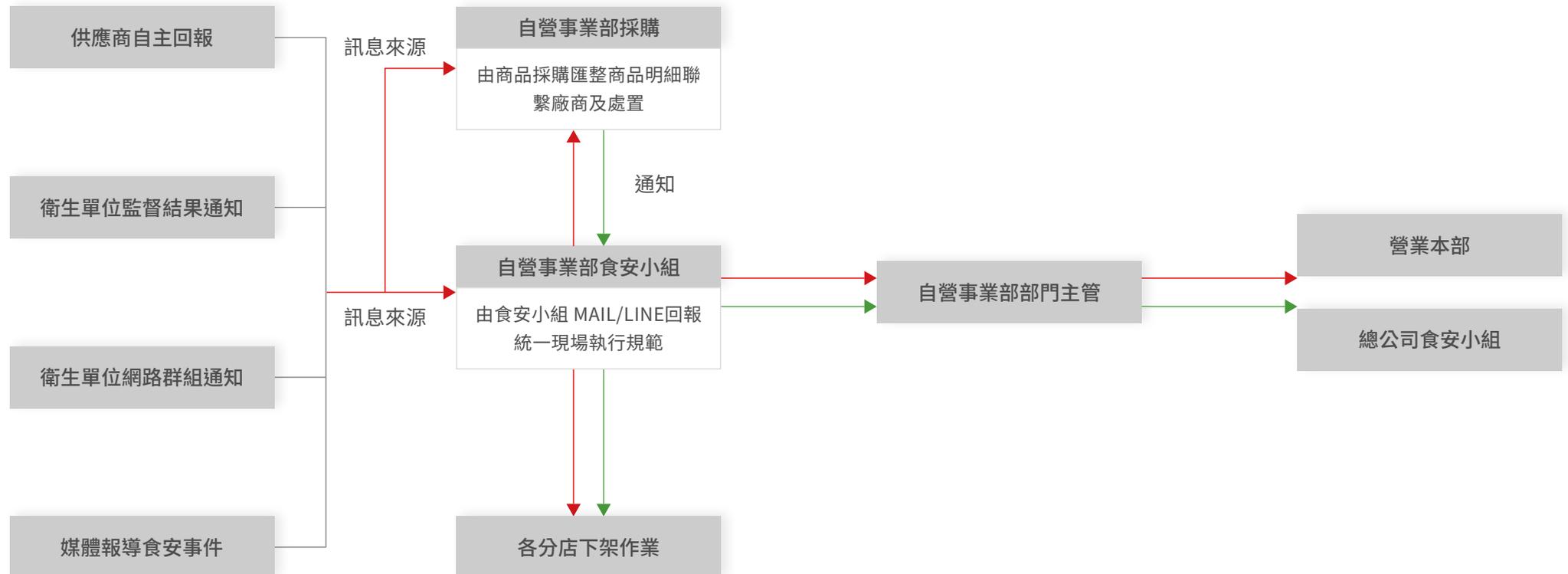


※ 依ISO10002流程處理，持續蒐集相關顧客意見，並追蹤後續處理結果。

## • 超市食品下架事件說明

在自營超市之食品安全通報流程中，透過供應商自主回報、衛生單位監督結果通知、衛生單位網路群組通知、媒體報導等渠道獲取相關訊息，通報流程會經過自營事業部之食安小組、採購、部門主管，以及總公司之食安小組、營業本部與相關分店，各分店完成異常商品下架作業後將以線上方式向自營事業部之食安小組回報執行結果。

### 自營事業部超市食品安全問題通報與處理流程



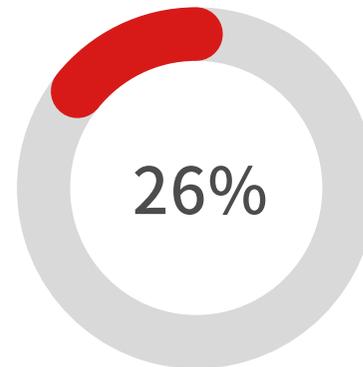
→ 通報流程    → 資料處理流程

### 2022 年產品下架或召回事件

事件	下架與召回原因	處理流程與結果
2022/02/24 據點 - 全台 漢盛泡菜系列	供應商韓華告知漢盛泡菜系列疑發生韓國工廠食安事件（使用腐壞及長蟲的白菜和蘿蔔製作泡菜）；然經釐清，本超市商品非為該問題工廠生產。	因應潛在食安問題進行預防性下架，下架後退貨給廠商；然經釐清，相關商品非為該問題工廠生產。
2022/03/01 據點 - 台北南西店 日本福岡草莓	抽樣農藥超標，3/17通知抽樣結果不合格。福岡草莓抽驗檢出殘留農藥，依據法規不得驗出「殺菌劑亞派占」、「殺蟎劑賜派威」、「殺蟲劑賽果培」，故與規定不符。	<ul style="list-style-type: none"> <li>因應抽樣結果商品已下架，並於3/21進行複查、現場拍照、輔導相關法規：現場無同批號產品，亦無其他批號產品；商品檢驗不合格後未再進貨。</li> <li>3/22食藥署發新聞稿表示日本進口草莓每週都被驗出農藥超標，將以維持半年的逐批查驗對日本進口草莓做檢驗。</li> <li>改善措施：管理機制將調整為請廠商提供FDA輸入許可證，並建議進行農藥殘留檢驗，保障消費者權益。並於次年度編列預算進行農藥殘留檢驗，在草莓盛產期間，每年於1~2月抽驗並委外SGS強制檢驗進口草莓是否含有農藥殘留。</li> </ul>

### 食品安全認證與宣導

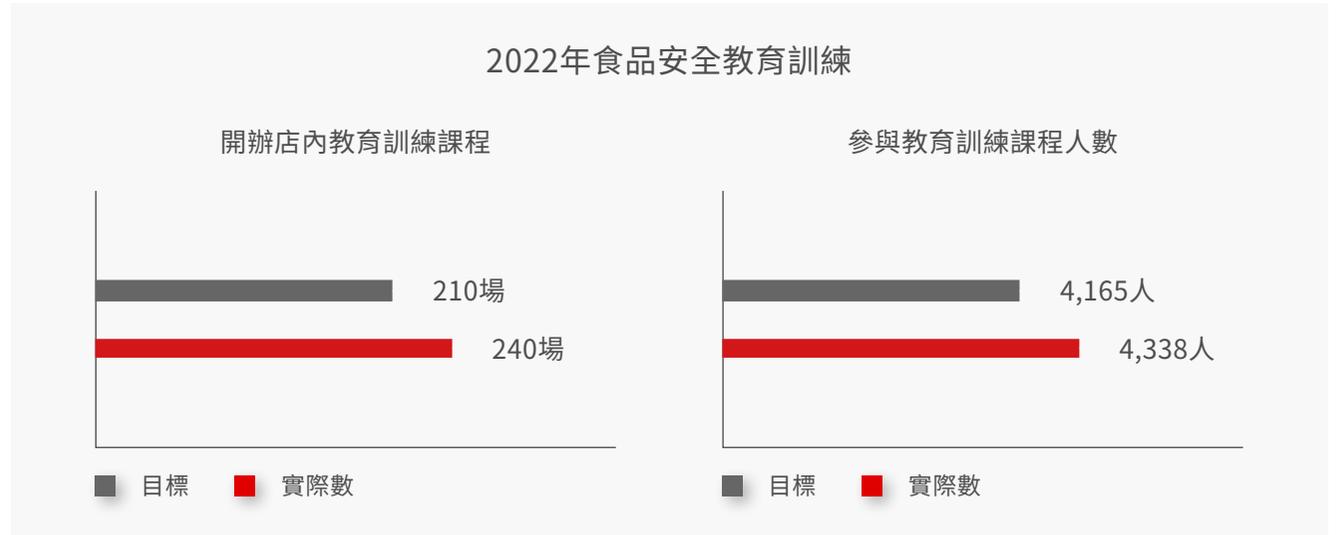
新光三越於2022年通過GHP「優良餐飲衛生管理」認證廠商，規劃推動全台各店廠商，然因疫情影響，部份地方縣市該年度暫停評核，通過認證之專櫃廠商共計95櫃，佔總櫃位數之26%。



■ 認證之專櫃廠商共計95櫃



新光三越每年編修食品衛生安全教育訓練教材，用於新進人員的食品衛生安全教育訓練，並用以訓練營業講師進行授課。2022年之食品安全教育訓練目標為210場與4,165人，當年度合計開辦240場店內教育訓練課程，上課人數合計4,338人，該年度8月即已達成100%的年度目標。2022年執行之食安教育訓練主題包含新光三越食品衛生安全服務理念、餐飲從業人員衛生管理、調理場所衛生管理、病媒防治作業等，多元化訓練內容。



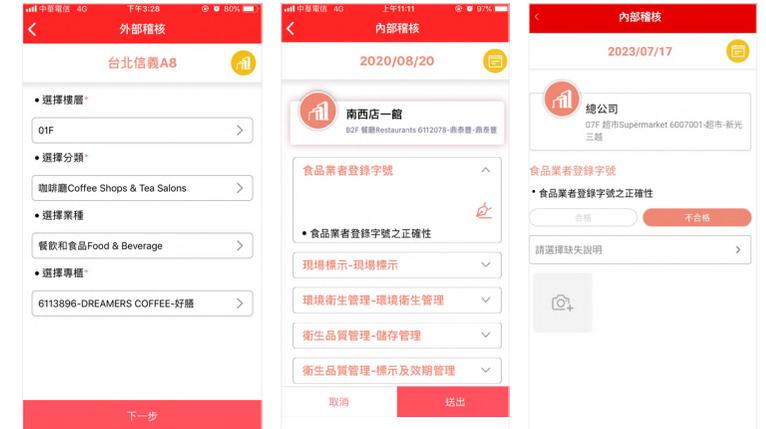
新光三越從2021年起每月設計1張食品衛生安全宣導海報，2022年共設計12張宣導海報，並自2023年起新增「年度主題宣導海報」，外帶外送食安管理新光三越APP 內的美食地圖功能提供餐飲專櫃訂位、候位、外帶及外送四項服務。總公司食安小組針對餐點製作、餐點包裝、外送取餐各整理提醒事項，以提升服務品質降低食安風險。



## 食品安全稽核數位化：「食安稽核 E 化平台」

為了確保應檢查之專櫃皆有進行內外部稽核、避免分店回傳名單時遺漏、以及減少稽核結果鍵入流程的重工，新光三越於2020年8月導入食安稽核E化平台，涵蓋全台各分店。

食安稽核E化平台可以將每月的內部稽核成果與每季的外部稽核成果電子化、結合新光三越後台系統彙整相關成績及稽核缺失，協助新光三越掌握不合格的複查狀況、減少人工核對作業，以縮短作業時間、提高工作效率、並確保稽核對象及數據管理分析的正確性



### 食安稽核E化平台重要成效(2022年)



減少約16,000張紙張的使用，並節省約21,000分鐘的作業時間



清楚掌握應檢查的專櫃，不須等待分店營業後才能提出



檢查結果送出後，可以直接存於資料庫中，不須人工紀錄



稽核當下可直接拍照紀錄問題，並可在系統中隨時查閱



可依現行檢查頻率設定檢查表單



電子化後報表彙整檢查結果，不須人工製表，節省人員製作稽核成果報告的時間

### 食品安全未來規劃



#### 例行工作

延續食安工作業務，定期進行環境稽核及商品抽檢，維持餐飲櫃位環境整潔及販售商品風險控管。



#### 超前佈署

針對館內販售高風險商品加強抽檢，並配合食藥署年度稽核專案提前於五大檔期節慶抽檢，確保商品安全性。



#### 文化建立

持續推動線下與線上食安教育訓練，優化食安教育訓練課程內容，全面推動食安稽核把關。



#### 多元把關

統整2022年度較常發生食安相關缺失，了解食品衛生安全風險缺口，新增三項稽核管理項目，強化食安把關。



#### ESG專案

配合公司ESG專案政策，規劃新增外帶商品貼心標語，並主動揭露自主管理事實，落實社會責任，增加顧客消費時的安心感，同時提升企業形象。