

# 2016年度 企業社會責任報告書



阿瘦實業股份有限公司  
SHUI-MU International Co., Ltd.

01	關於我們的報告書	3
02	經營者的話	4
03	關於阿瘦	5
	3.1 公司簡介	05
	3.2 產業概況	08
	3.3 營運策略	09
	3.4 財務資訊	10
	3.5 獲獎榮耀	11
	3.6 公司治理	12
	3.7 利害關係人議合及真實性考量面鑑別	19
04	環境	23
	4.1 用水及節能減碳方案	23
	4.2 總倉物流推動計畫	25
05	社會	26
	5.1 育才、惜才	26
	5.2 供應鏈管理	34
	5.3 顧客服務	34
	5.4 社會參與	36
■	GRI 指標索引	39

## 關於我們的報告書

阿瘦實業自 2014 年起，每年發行「企業社會責任報告書」，向利害關係人公開呈現本公司在環境面、社會面及治理面等三大面向實踐企業社會責任的努力與成果，以及秉持“一針一線，實實在在”的經營精神以落實永續發展之決心，持續推動節省能源與減少資源浪費。

### 1.1 報告書期間與範疇

本報告書揭露2016年度(2016年1月1日至12月31日)，本公司各項企業社會責任的管理方針、環境管理政策、社會正向回饋及回應重大性議題等層面的具體實踐措施及績效。

本報告書的組織範疇，涵蓋了阿瘦實業母公司及旗下子公司(不包含轉投資公司)與台灣區域內阿瘦皮鞋各地分店。

### 1.2 報告書編撰原則

本報告書內容與架構係參照全球報告倡議組織 ( The Global Reporting Initiative , GRI) 所頒布之G4永續性報告指南，並依循「核心選項」之要求撰寫。本報告書於附錄中附上GRI G4之對照表以供參閱。

### 1.3 報告書資訊揭露

本報告書以中文版本，並揭露於本公司網站(<http://www.asogroup.com.tw>)，所揭露之資訊，皆來自於自行統計及調查後之結果，財務資訊部份與財報數字一致。

### 1.4 聯絡資訊

如有任何建議或疑問，歡迎您聯絡我們，聯絡資訊如下：

阿瘦實業股份有限公司 財務處

地址：台北市中山區松江路168號5樓

電話：(02) 6618-9999

傳真：(02) 6618-1888

電子郵件：[IR@mail.aso.com.tw](mailto:IR@mail.aso.com.tw)

## 經營者的話

2016年，零售業營業額較2015年增加1.9%，然而，從歷年營業額年增率變化來看，明顯反映出零售業面臨營收成長趨緩的現象；加上今年上路的一例一休、基本工資調漲所造成的營運成本上升壓力，零售業者必須謹慎面對新的挑戰。另外，隨著消費者喜好與消費模式改變，以及大型OUTLET購物商圈興起等市場變化，皆對零售通路產生衝擊與影響。此外，因應2016年中國大陸的經濟成長減緩，阿瘦實業境外經營策略將由實體店面轉向電商平台經營。目前自有虛擬通路營運穩定持續成長，接續將建置跨境電商平台來取代中國大陸實業店面的經營，以降低境外營運成本。

根據2016年鞋店產業通路數統計，仍由A.S.O阿瘦實業居冠，各品牌的通路數變化不大。然而，本公司仍積極進行創、變作為，除優化既有實體通路、陸續更新全國店裝外，之前提出的多元化商品與服務整合，已於A.S.O阿瘦實業的虛、實體通路中展開，領先業界，成為提供多元服務的連鎖鞋業品牌。2017年將透過多角化經營、優化公司體質及調整商品結構，展開內容為主的行銷溝通策略，並擴大行動購物的應用，打造多元服務平台，持續觸動更多消費意願。

在數位時代的浪潮下，消費者接受資訊、購物行為已經跳脫以往時間及空間的限制，實體通路之市場定位勢必由單一功能轉化為多元加值服務的提供。本公司多年前即率先展開虛實匯流多元整合，營造全通路的服務價值，2017年將持續優化全通路的服務內容，並著重消費大眾門市新體驗的傳遞。

此外，阿瘦實業秉持台灣鞋業領導品牌的使命感，以帶動台灣傑出製鞋工藝升級為己任。展望未來，善用數位洞察的分析成果，結合「真、善、美、新」的品牌核心理念，將持續開發更多元的商品，並提供優質顧問服務，精準地觸動分眾市場需求，擴大品牌認同，帶領趨勢走向。本公司更將善盡企業社會責任(CSR)，戮力社會公益與環保意識，透過各面向資源協同運作，推動「健康樂活、環保企業」的境界，以呼應消費者及投資者對A.S.O阿瘦實業的期盼。

董事長 羅榮岳

## 關於阿瘦

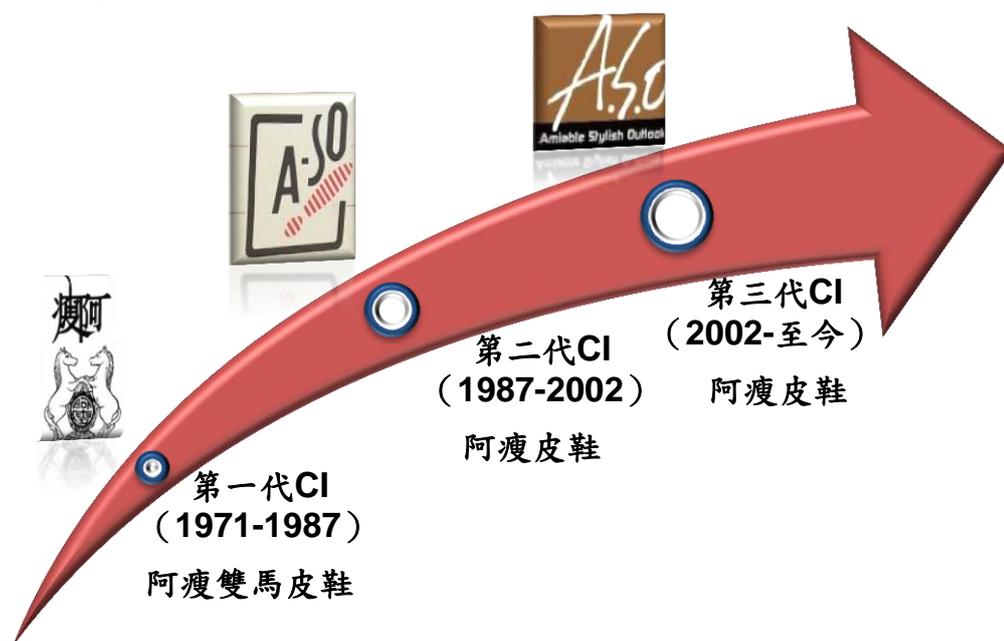
### 3.1 公司簡介

阿瘦起源於「阿瘦擦鞋號」，係由創辦人羅水木先生於 1952 年 11 月 5 日創設，後於 2003 年 8 月 25 日設立阿瘦實業股份有限公司。

本公司創立迄今邁入第六十四年，秉持「堅持做台灣最好的鞋」為經營理念，商品與服務品質深受消費者肯定，自 2002 年起進入快速發展期，在 2002~2007 年間，以每年 25~30 店的速度快速拓展，近年本公司除導入門市優化政策外，因應消費市場改變的需求，及消費者愈來愈重視健康的趨勢，2014 年開始，阿瘦即提出健康促進概念，致力於提供健康舒適的好鞋及附屬品給消費者。2016 年持續精進健康促進理念，提供消費者足部健康及足部護理之諮詢及體驗，期望消費者在阿瘦除了可以買到健康好鞋，也能感受到銷售人員對顧客健康的重視及關心，朝著「促進顧客足下與生活的美好」目標前進。

本公司主要銷售市場為台灣內銷，以皮鞋專賣連鎖通路形態經營，本公司旗下各品牌全台通路數在 2016 年底約計 217 家，依台灣皮鞋連鎖企業經營的店數分析，本公司通路店數居於領先地位。

#### 【各階段的 CI】

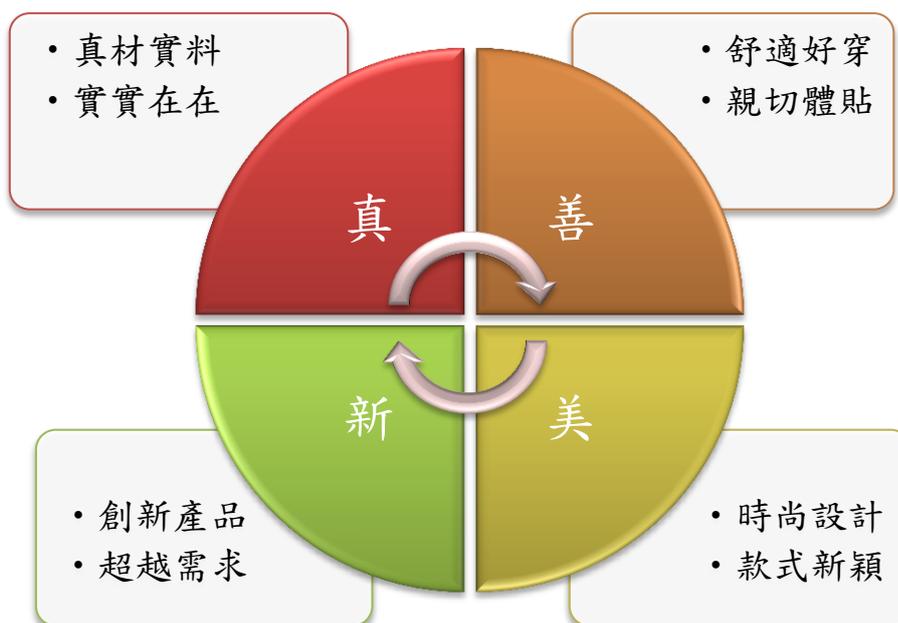


阿瘦本著 總裁羅水木先生「一針一線，實實在在」的做事態度，至今走過一甲子，多年來，阿瘦始終以「堅持做台灣最好的鞋子」的信念，得到許多愛用者肯定。

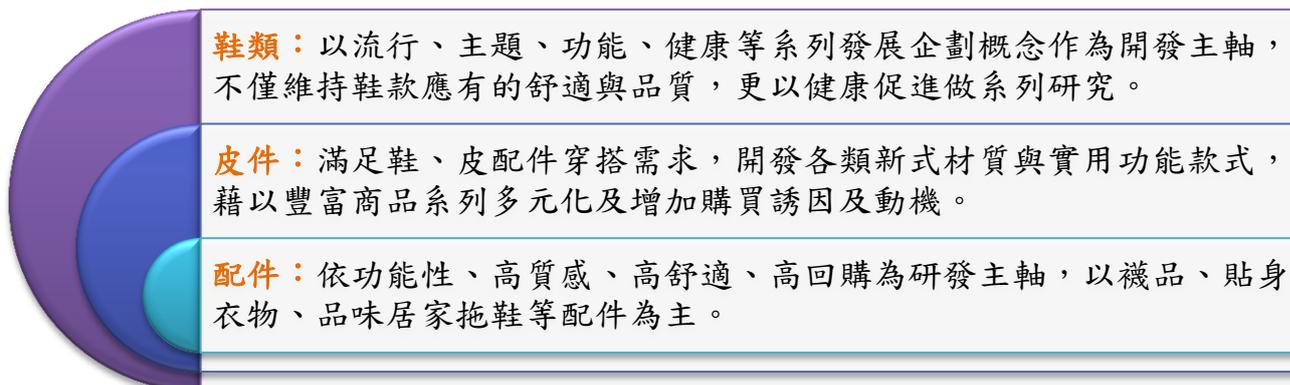
64年來，社會環境不斷變遷，阿瘦集團對產品的堅持與講究卻不曾改變，每一雙阿瘦皮鞋都是「用心、貼心、愛心」的完美呈現。數十年來傳統精湛工藝在阿瘦被保存下來，堅持品質為品牌承諾的長久之計，阿瘦為每一雙鞋注入獨立的靈魂，成為超越時代的藝術。

透過不斷地精進、研發，阿瘦打造每一雙結合了「時尚設計」與「精湛工藝」的鞋款。以「真、善、美、新」為品牌核心經營理念，向未來邁進！

### 【A.S.O 的核心理念】



阿瘦產品主要為鞋類、包類、襪類及其他類等，鞋類商品包含紳士鞋、淑女鞋、童鞋、氣墊鞋及運動鞋等；包類商品包含皮革、布質、尼龍材質等多種包款配件；襪類及其他類商品包含配件類、襪品、貼身衣物、居家拖、鞋類保養品等。阿瘦依據不同分眾客層，企劃多元、豐富化新商品，透過分眾需求類型、功能需求加值，拓展多元化商品化整合的新商機，依類別屬性敘述如下：



### 【阿瘦集團品牌特色】



1947年意大利天才鞋匠Silvio Salomon創辦了Calzaturificio RENATA制鞋工廠  
 Vinaso繼承了RENATA六十年經典的製鞋工藝和意大利的時尚設計  
 2011年由阿瘦實業取得大陸地區代理



2012年9月進駐台灣百貨專櫃  
 品牌名稱為法語「藍兔子」之意  
 來自美國紐約品牌  
 融合紐約街頭與歐式雅緻風格時尚潮流，充滿可愛魅力少女風

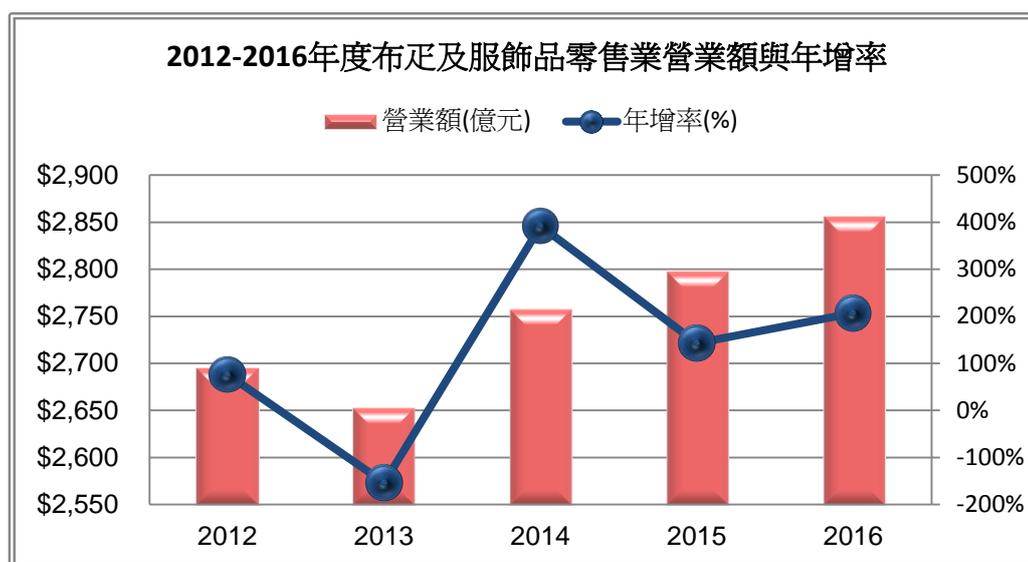
### 【阿瘦會員購物誌】阿瘦嚴選，美好生活的開始



阿瘦集團除了關心消費者足部需求，更擴大以促進顧客生活的美好為願景，深入會員衣、食、住、行各層面，秉持「阿瘦嚴選」的精神，精心挑選「來源有保證、製程有保障、消費有保護」的優質商品，打造「嚴選品質、物超所值」的購物選單，滿足會員購物的需求。

### 3.2 產業概況

阿瘦係屬零售業，而零售業屬內需型產業，因所營商品涵蓋食、衣、住、行、育、樂等各方面之民生需求，故與國人之國民所得及消費支出密切相關，我國近年來之平均國民所得與平均每人民間消費支出隨著國民所得逐年提升，民間消費意願亦隨之升高。2016年度之平均每人民國所得為 634,907 元較 2015 年度之 623,535 元成長，而 2016 年度之平均每人民間消費支出為 383,706 元較 2015 年度之 373,387 元略增，民間的消費支出仍有一定的水準。



以台灣零售業之發展情形而言，消費市場由製造商主導，轉向零售商主導，再進入消費者主導之市場。隨著科技的進步，消費形態與生活型態日益多變，零售方式也不斷求新求變，創新業態的新興通路也因應而生，如實虛整合的多重零售通路、複合型商店、運用 ICT 技術的智慧型商店、電視、網路購物、無實體店鋪、行動商店等，使得台灣零售市場呈現多元的發展，並逐步與國際發展趨勢接軌。

本公司經營連鎖鞋店，除一貫秉持商品精緻化與優質化，更持續致力品牌形象工程，而連鎖化之趨勢不僅提高競爭力與知名度，也提升消費者對於連鎖品牌的信任感。面對消費型態變化，除了善用領先者優勢，將本業固本深化，更藉由核心競爭能力(含產、官、學、研資源)創造高附加價值之商品，走向健康促進的服務平台。引領上中游鞋產業升級，朝向商品「多元化」及通路「無界化」之方向發展。

基於對誠信經營及健全發展的追求，阿瘦於 2014 年訂定「誠信經營守則」，並依循相關競爭規定，以公平透明之方式進行商業活動，在 2016 年營運期間內並無反競爭、反托拉斯及壟斷等情事。

### 3.3 營運策略

為追求企業永續成長，同時滿足消費者多元化需求，阿瘦訂定了長、短期的營運策略；

#### ➤ 短期營運策略

- A. 鞏固現有市場，深耕 VIP 客戶，並運用全新顧客關係管理系統與顧客忠誠回饋計畫，以鞏固顧客忠誠度，促進持續回購，增加主要顧客群的貢獻度，同時建構顧客分眾價值。
- B. 整合 O2O 虛實通路，打造線上線下全時空便利消費旅程體驗，同時強化賣場服務體驗、互動式行銷，提昇賣場附加價值，達成零售 4.0 轉型。
- C. 提高商品提貨券的銷售率，以提升預收的券儲率，有效穩固主顧客群的回購。
- D. 建構全方位行銷溝通平台與介面，包括通路、活動、社群、自媒體等，加強與顧客的數位溝通管道(電子型錄、官網、Facebook 粉絲團、LINE@、LINE...)，有效率地傳遞行銷資訊，增加營業活動曝光度。
- E. 進行多業態發展，透過電話行銷、電商團銷化、新的經銷模式等，提供會員更優質的嚴選商品組合與更便利的銷售服務平台。
- F. 商品豐富化、多元化，透過有效的銷售、顧客、商品、活動之大數據分析工具及行銷策略規劃，提升業績。
- G. 強化研發技術、商品能力、訂價策略等營運管理機制，以確保公司競爭力。藉由導入 3D 列印技術，提高商品款式開發效率，未來可藉由 3D 列印技術提供訂製鞋客製化使用，不僅提升訂製鞋丈量數據的準確性，更降低因數據誤差所產生的生產與人力成本，有效提高整體效益。
- H. 提高集團資金運用效益、評估及進行各種理財投資方案，控管投資風險並追求穩健報酬。
- I. 企業營運優化，發展數位化企業，進行科學化管理，並以專案與跨組織型態提升效率與產值。
- J. 落實集團內部創業，BESO 年輕女鞋自有品牌、聚焦健康休閒機能性高值商品 Comphy+、Bo Bonny 文創自有品牌等子公司化。
- K. 推動企業社會責任(基金會資源延伸與擴大)，以真善美新為核心，推動健康與美好生活教育，落實企業社會責任，累積企業文化資產。
- L. 持續積極培育人才，大量培育商品設計、鞋品專業、銷售及經營管理之人才。

#### ➤ 長期營運策略

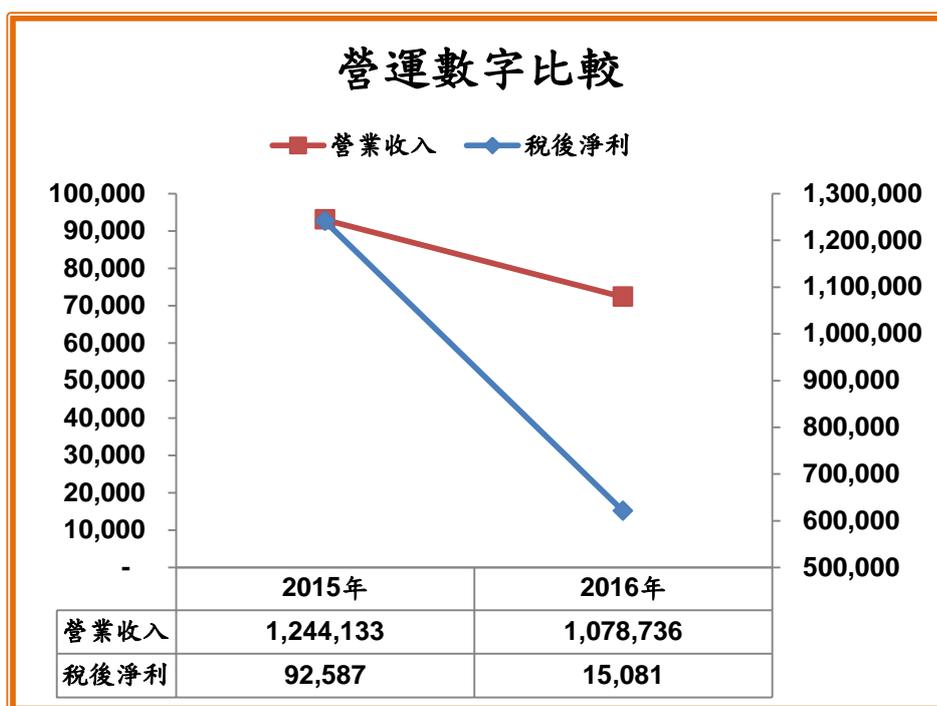
- A. 創新組織與人才培育與薪酬福利制度模式優化、培養新型態的變形人才，提昇職場競爭力。

- B. 追求以「健康、舒適、美觀、創新」促進顧客足下與生活的美好之企業願景，朝向多元跨業發展，並結合健康促進商機，打造多元化美好生活事業
- C. 持續投入研發技術，不斷創新鞋品、襪品及皮配件之功能和技術，提高商品競爭力。
- D. 佈局跨境電子商務，結合阿瘦集團資源優勢與境外第三方運營商能耐以快速發展。
- E. 優化實體店面價值，利用 IOT 新技術建構有溫度與體驗價值的智慧門市，並且結合內外部大數據資料，活化會員權益，讓會員得到更多元的服務延伸。
- F. 透過多角化經營、優化公司體質及調整商品結構，並擴大行動購物的應用，打造多元服務平台，同時藉由商品配銷供應鏈價值升級，達到智能生產加準速配銷，以持續觸動更多消費意願。
- G. 透過後勤部門 BU 化、服務顧問化，讓阿瘦實業不僅是銷售通路，更是提供專業顧問與多元服務的「整合性資訊服務平台」。未來，本公司將透過知識型增值服務的提供，從單純的產品銷售，進而成為消費者的生活顧問，以期樹立專業、優質、健康的品牌形象與產品口碑。

### 3.4 財務資訊

#### 營運績效

阿瘦係以台灣內需市場為主之零售百貨業，受到 2015 年下半年全球貿易衰退，壓抑台灣內外需市場，及近來消費者健康意識抬頭，運動休閒風興盛之影響，皮鞋之銷量萎縮，導致業績下滑，又由於營業費用主為固定費用，致營業淨利亦隨營業額之下滑而減少。



### 3.5 獲獎榮耀

2016

- 獲得TCFA台灣連鎖暨加盟協會「傑出服務店長」2席。
- 榮獲彰化縣政府智慧節電計畫銀省電獎。
- 榮獲桃園市政府省電達人夏艷傑店。
- 公益店、羅東店榮獲台電105年節能減碳愛地球競賽活動特獎及參獎。
- 榮獲台北市政府產業發展局商業智慧節能補助。
- 創立Bo Bonny品牌
- 創立Comphy+品牌

2015

- 行政院勞動部人才發展品質管理系統之評核(TTQS)銀牌獎
- 經濟部商業司頒發「創新經營 典藏風範」優良老店獎
- 台北市節能領導獎
- 台北市商店節能設計評獎銀獎

2014

- 瑞士日內瓦國際發明展金牌獎
- 美國匹茲堡發明展金牌獎
- 2011-2014連續四年榮獲行政院經濟部『台灣精品獎』，創鞋業品牌新紀錄
- 第七屆金省能獎-工商產業組優等獎
- 台北市商店節能設計評獎

2013

- 4席台灣連鎖暨加盟協會『傑出店長獎』，業界最高
- 2013行政院經濟部台灣精品獎

2012

- 2012行政院經濟部台灣精品獎
- 金點設計獎工業設計大獎

2011

- 榮獲經濟部台灣百大品牌
- 2011行政院經濟部台灣精品獎

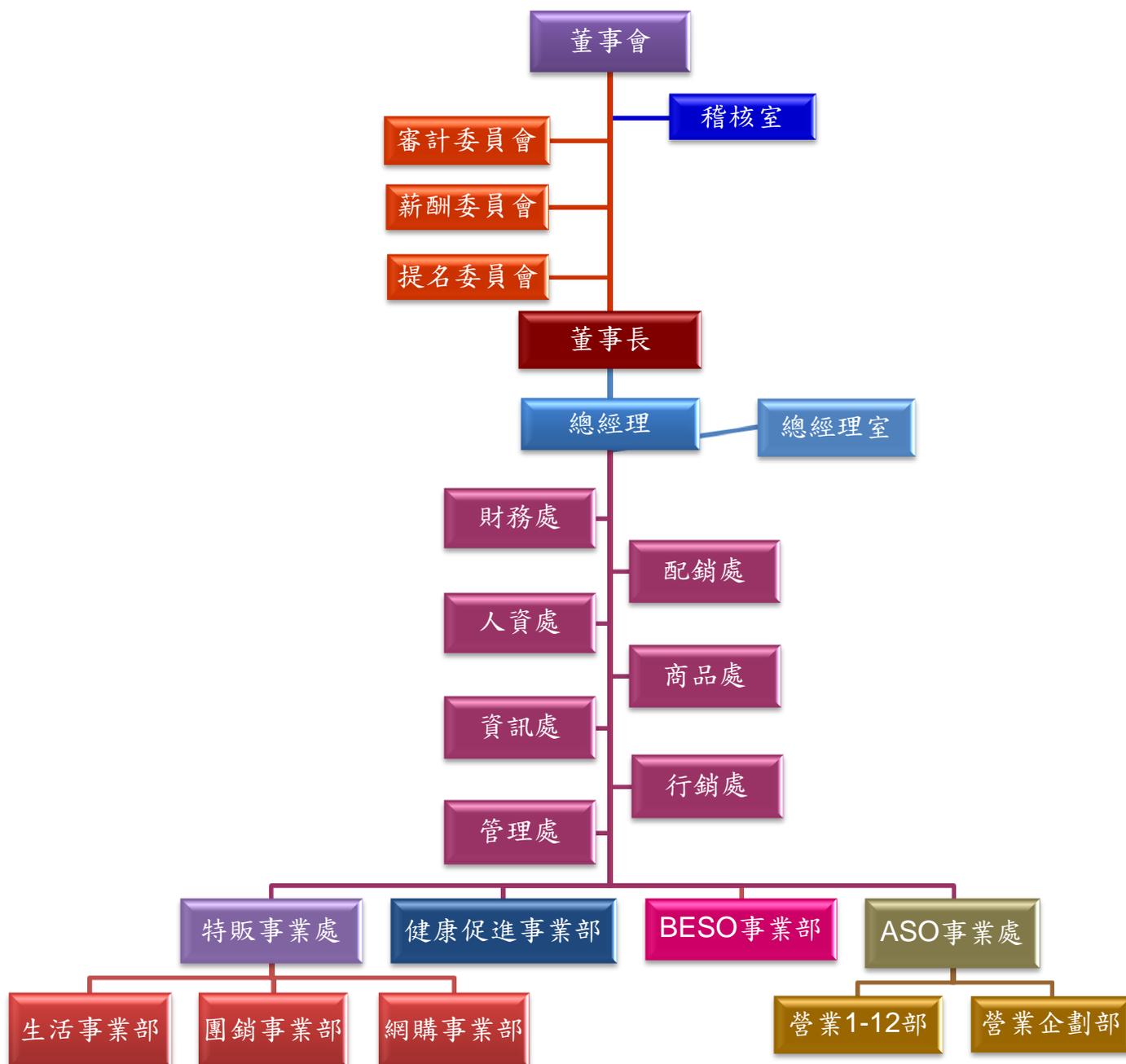
2010

- 經濟部第12屆國家磐石獎
- 經濟部商業服務業優良品牌獎

### 3.6 公司治理

阿瘦實業持續致力於追求公司治理及財務資訊透明化、即時化、公平化，而為完備與強化組織運作之機制，為健全公司治理及強化董事會薪酬管理機能，本公司董事會分別於2012年12月26日及2012年8月10日決議通過設置審計委員會及薪酬委員會，成立以來運作情形良好。另外，本公司設有發言人制度並有專責處理股東建議或糾紛之IR信箱、投資人專線及處理股務事務之股務代理機構。

#### ➤ 公司組織圖



## ➤ 董事會與功能性委員會

本公司於 2014 年 9 月成為台灣第一家連鎖鞋業品牌股票上市公司，依相關規定設有董事會、審計委員會及薪酬委員會等組織。此外，本公司訂有「公司治理實務守則」，且已有完備之內部控制及各項管理辦法，控管功能健全，公司運作均遵循「上市上櫃公司治理實務守則」、「公司法以及證券交易法等法令法規，並逐步落實公司治理，目前已訂定「股東會議事規則」、「董事及監察人選舉辦法」、「董事會議事規則」及「薪資報酬委員會組織規程」、「公司治理實務守則」、「道德行為準則」、「誠信經營守則」、「審計委員會組織規程」。

### 一、董事會

阿瘦董事會設有七席董事，其中包含有三席的獨立董事，以利強化公司治理。所有獨立董事皆符合相關工作經驗、專業資格與獨立性身分，以期能發揮獨立董事應有之功能。本公司每季至少召開一次董事會，遇緊急情事時則隨時召開之，相關會議記錄皆依規定辦理保存。並藉由董事會的召開讓董事更了解公司營運現況，來強化管理機能及加強公司治理。董事會成員目前兼任本公司及其他公司之職務狀況如下：

#### 董事長

羅榮岳

- 阿瘦(上海)貿易有限公司執行董事
- 阿瘦(南京)貿易有限公司執行董事
- 南通阿瘦貿易有限公司執行董事
- 薩摩亞商GLORY盟亮顧問有限公司董事
- 威榮投資(股)公司董事長
- 雙岳鞋業有限公司董事
- 岳芽泉(股)公司董事長
- A.S.O International Co., Ltd. 董事
- A.S.O International Holdings Co., Limited 董事

#### 董事

羅水木

- 仟樺建設(股)公司董事
- 乃榮投資(股)公司監察人
- 威榮投資(股)公司監察人
- 薩摩亞商GIANT大利顧問有限公司董事

**董事****林阿豆**

- 仟樺建設(股)公司監察人
- 威榮投資(股)公司董事
- 岳芽泉(股)公司董事

**董事****陳宗賢**

- 睿澤企業執行長
- 豪紳纖維科技執行長
- 大毅科技(股)公司監察人
- 邦特生物科技執行顧問
- 景明化工、聯維有限公司、正成貿易等企業執行顧問
- 聯聖企業顧問(股)公司董事長
- 康普森生技執行顧問
- 正光製藥執行顧問

**獨立董事****周正剛**

- 金石堂圖書(股)公司董事
- 高砂紡織(股)公司董事長

**獨立董事****吳文欽**

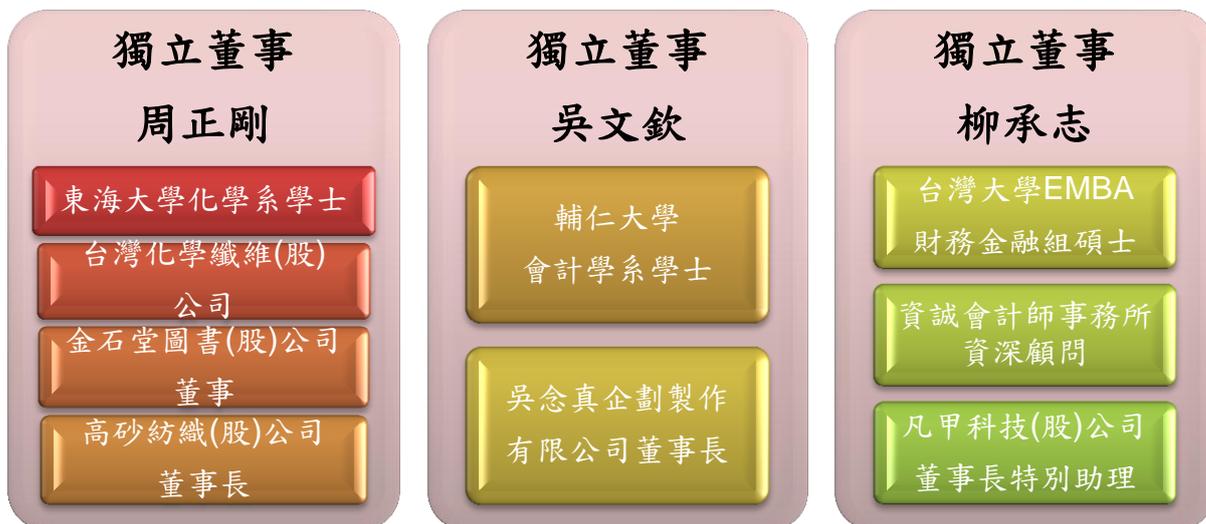
- 吳念真企劃製作有限公司董事長
- 王品餐飲(股)公司獨立董事

**獨立董事****柳承志**

- 凡甲科技(股)公司董事長特別助理
- 立全科技(太倉)有限公司執行董事
- 永冠投資(股)公司董事長

## 二、審計委員會：

本公司於 2012 年 12 月 18 日董事會決議通過設置審計委員會，使董事會健全監督功能及強化管理機能，委員會由公司三位獨立董事所組成，藉由其專業之分工及獨立超然之立場，協助董事會決策，並有效監督管理階層的經營活動。審計委員會成員與其學經歷如下：



## 三、薪資報酬委員會：

本公司於 2012 年 8 月 10 日董事會決議通過設置薪資報酬委員會，以強化董事會薪酬管理機能，委員會由公司三位獨立董事所組成，協助董事會執行與評估整體薪酬福利政策以及董監事與經理人之報酬，確保薪資報酬安排符合相關法令並足以吸引優秀人才。薪資報酬委員會成員與其學經歷如下：



➤ 企業社會責任

✚ 企業社會責任政策

阿瘦為達永續經營之目標暨善盡企業社會責任，已制定「企業社會責任實務守則」，本公司履行企業社會責任，於追求永續經營與獲利之同時，關注利害關係人之權益與重視環境保護及社會公益的維持，並將其納入公司管理方針及營運活動。

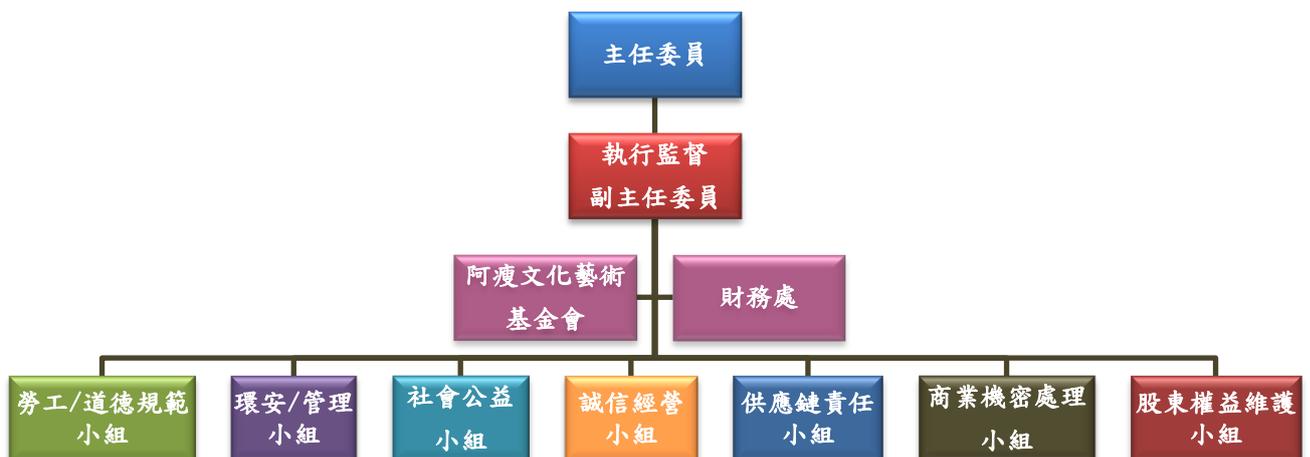
阿瘦對企業社會責任之實踐，依下列原則執行之：



✚ 企業社會責任運作組織架構

本公司設有企業社會責任管理委員會，負責統籌全公司企業社會責任及永續發展方向與目標擬定。

管理委員會下設有以下七個功能小組：勞工/道德規範小組、環安/管理小組、社會公益小組、誠信經營小組、供應鏈責任小組、商業機密處理小組及股東權益維護小組等。由主任委員不定期進行檢討，檢視年度目標的執行進度。



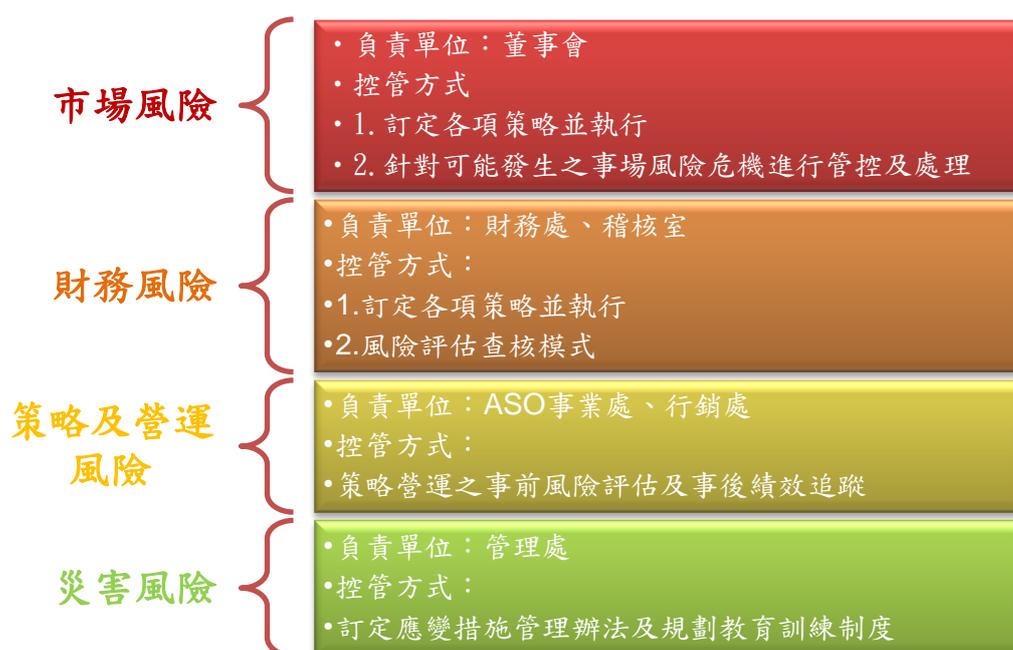
## 風險管理

本公司重大營運決策皆經適當權責部門評估及分析後，再依董事會決議執行；稽核室亦依風險評估結果擬訂其年度稽核計畫，並確實執行，落實監督機制及控管各項風險管理之執行。

阿瘦評估公司各項營運，將風險分為「財務風險」、「市場風險」、「策略及營運風險」、「災害風險」等四大面向，並針對各種不同風險，規劃其管理方法及危機因應步驟，以期將企業經營之不確定性降至最低。



上述風險之負責單位及風險管理方式如下：



➤ 內部稽核

本公司透過隸屬於董事會的稽核室來進行獨立、客觀地評估阿瘦公司的內部控制制度之完備性、有效性及落實性，並適時提供改善建議，以合理地確保內部控制制度能持續有效實施。稽核室會進行年度查核、專案查核、內部控制自行評估作業及專案諮詢服務，並提出內部稽核報告及工作底稿，以適時提供董事會與高階管理階層改善建議，確保內部控制制度得以持續有效實施，同時協助管理階層履行其責任。稽核室每年會依前一年度風險評估結果擬定次年度稽核計劃，再運用風險評估查核模式確實執行稽核，同時協助公司內部各單位及關係企業檢視風險項目、制度規劃及流程設計，以降低營運管理風險，進而增加組織價值。

➤ 反貪汙、反貪瀆

阿瘦本著誠信經營之理念，制定了相關「誠信經營守則」、「道德行為準則」等落實企業社會責任之政策，供董事、經理人及公司全體同仁遵循，以提升企業由上至下之行為素養及從業道德。

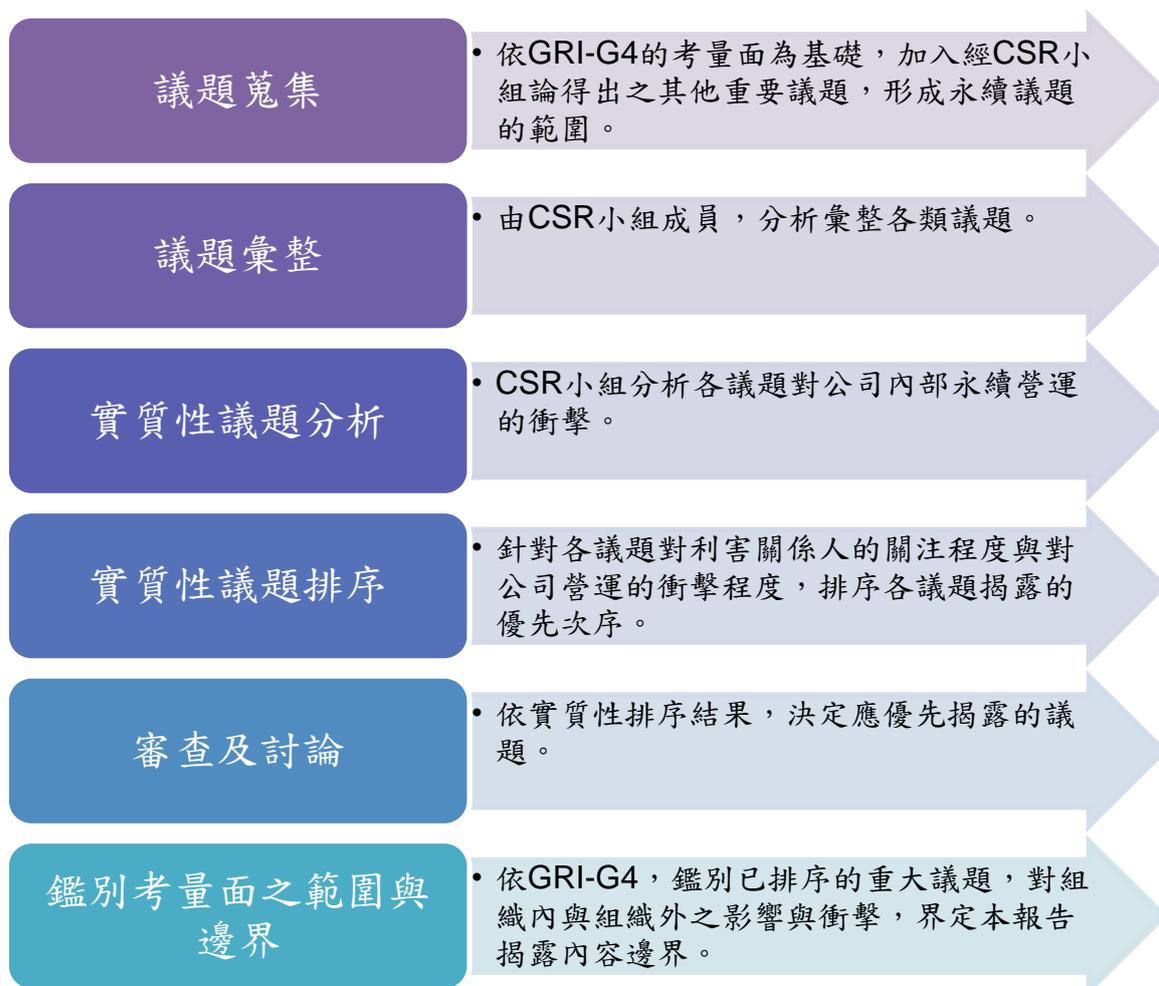
我們堅決反對任何形式貪腐與賄賂，為避免圖利特定人士，於道德行為準則中明確規範不得藉由第三人提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，並指定稽核室為專責監督單位，進行相關作業及執行監督。

針對違反道德行為準則之個案，公司依個案情節進行懲處並公告之，2016 年度並未有員工違反道德行為準則之情事。

### 3.7 利害關係人之鑑別與溝通

利害關係人溝通與關鍵性議題辨識是落實企業社會責任的核心工作。我們希望聽見各利害關係人的聲音，故提供多重溝通管道及主動資訊揭露，藉以與利害關係人保持良好的對話與溝通。

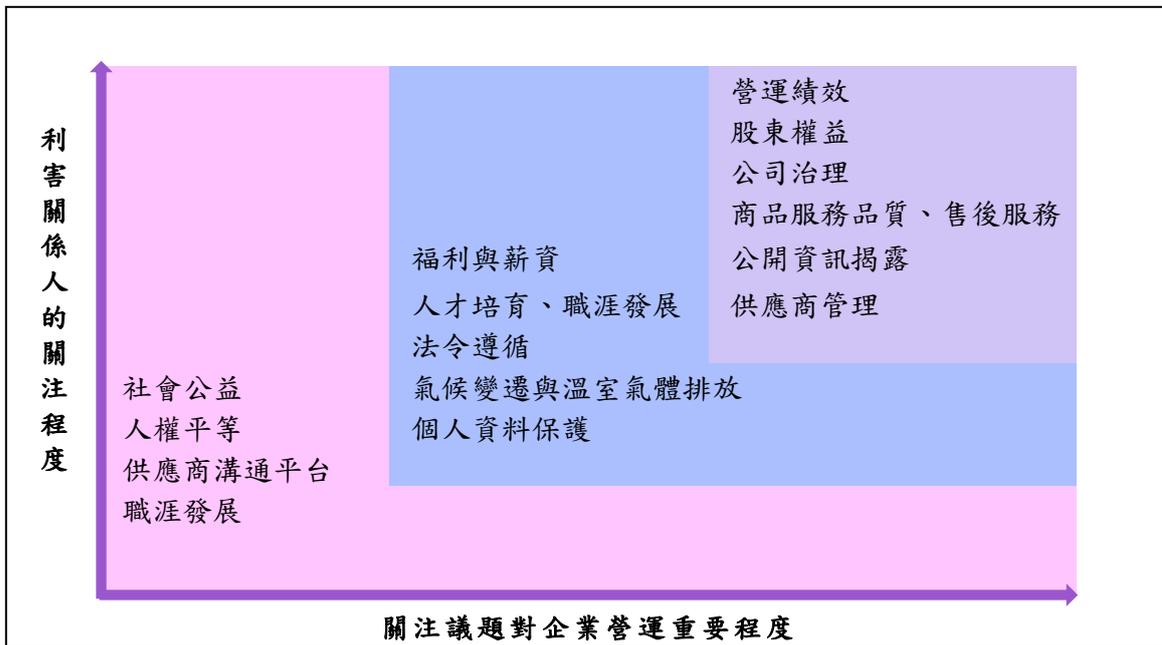
我們期許能透過這本報告書與利害關係人進行有效溝通，為確認報告書中所揭露的資訊符合利害關係人所關切的議題，提供利害關係人對於永續資訊的需求，除導入實質性分析方法外，2016參考GRI-G4將鑑別考量面之範圍與邊界納入，我們實質性分析流程說明如下：



### ➤ 實質性議題分析與排序

下圖為重大實質性議題矩陣圖，經由不同利害關係人對各議題之關注程度、詢問頻率、對公司是否具實質性及對公司影響程度高低，排序出需優先於報告書內回應的重要關切議題。

本報告書將針對各重大實質性考量面，於各自章節做更詳細的說明，以呼應排序出的重要關切議題。其他如與重要議題相關但關注程度與衝擊程度較低的議題，則會簡略涵蓋於內文，部份議題將透過本公司集團官網-利害關係人專區或其他溝通管道予以回應。



一直以來，阿瘦秉持著提供最好的「商品」與「服務」而努力，透過多元的溝通管道，幫助公司聽到各利害關係人真實的聲音，主要的溝通管道如下表所示：

利害關係人	關注議題	溝通管道	溝通頻率
消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品品質</li> <li>售後服務</li> <li>服務品質</li> <li>個人資料保護</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>官網及電子信箱、0800 客服專線</li> <li>社群網站</li> <li>通訊軟體</li> <li>滿意度調查</li> </ul>	不定期
股東/投資人	<ul style="list-style-type: none"> <li>營運績效</li> <li>公開資訊揭露</li> <li>公司治理</li> <li>股東權益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每年召開股東常會、每季公佈財務報告、每月公佈營業收入、不定期召開法人說明會、於公開資訊觀測站揭露公司重要財務及業務相關</li> </ul>	每年/每季/每月/不定期

利害關係人	關注議題	溝通管道	溝通頻率
		資訊 · 本公司設有發言人及代理發言人並於公司網站設置股東聯繫窗口	
員工	· 福利與薪資 · 人才培育 · 職涯發展 · 人權平等	· 產銷營會議、內部培訓課程、績效評核 · 勞資會議、職工福利委員會、員工申訴電話及信箱	每週/每半年/不定期
供應商	· 供應商溝通平台 · 供應商管理	· 供應商評鑑 · 供應鏈管理系統 · 訪廠/商品評鑑會	每月/不定期
鄰近社區/ 非營利組織	· 社會公益 · 氣候變遷與溫室氣體排放	· 社區關懷 · 公益慈善 · 參與鄰近社區活動	不定期
政府機關	· 公司治理 · 法令遵循	· 主管機關舉辦之座談會 · 主管機關政令宣達函文 · 監理機關溝通	不定期

### ► 報告書重大考量面與邊界

完成重要關切議題之排序後，本報告書將針對各重大實質性考量面，於各自章節做詳細說明，以呼應排序出的重要關切議題。

此份企業社會責任報告書涵蓋之實質性組織內邊界為阿瘦集團及營業據點，組織外邊界包含顧客、供應商及鄰近社區。藉由判定各考量面是否對組織內外產生衝擊，以鑑別出本報告書之實質性考量面及邊界。

下表為實質性與邊界關係表，說明各個實質性方面所涵蓋到的邊界，相關考量面之管理方法則標註於GRI指標索引，於各實質性指標中說明。

類別	考量面	組織內邊界		組織外邊界		
		集團	營業據點	顧客	供應商	社區
經濟面	經濟績效	●	●			
	採購實務	●	●		●	
環	能源使用	●	●			●

類別	考量面	組織內邊界		組織外邊界		
		集團	營業據點	顧客	供應商	社區
境面	氣候變遷與溫室氣體排放	●	●		●	●
	產品及服務	●	●	●		
	交通運輸	●	●	●		
社會面	勞雇關係	●	●			
	職業健康與安全	●	●			
	訓練與教育	●	●			
	員工多元化與平等機會	●	●			
	不歧視	●	●	●	●	●
	童工	●	●	●		
	反貪腐	●	●			
	反競爭行為	●	●	●		
	顧客的健康與安全	●	●	●		
	產品及服務標示	●	●	●	●	
	行銷溝通	●	●	●		
	顧客隱私	●	●	●		
	社區參與	●	●			●

●：具有實質性，且於本次報告書揭露。

## 環境

近年來全球氣候變遷正在加速發生，引起全球環保意識抬頭，聯合國氣候變遷問題小組(IPCC)表示，全球暖化帶來的風險和衝擊，遠比當初估計的更加嚴重，不僅威脅動植物的生存，還會造成飢荒、疾病、乾旱、洪水、甚至戰爭等等問題繼續惡化。儘管危機迫在眉睫，報告指出全球若能有共識，起而行，在未來幾十年內，有效減少溫室氣體排放，還是有機會避免最糟的後果。

而全球各界對於溫室氣體排放也已列關注之重點，各國逐步協商規劃，共同保護環境，永續發展，阿瘦身為全球的一份子，發展永續環境成為阿瘦重要的課題，也成為我們企業社會責任政策的承諾。

### 4.1 用水及節能減碳方案

阿瘦為減少碳足跡與溫室氣體減量，推行下列措施：

節能空調：室內辦公室冷氣設定 27 度。營業店面冷氣設定 26 度。

節能照明：室內辦公室照明分區控制，每天中午關燈一小時。營業店面陳列區全部改用 LED 燈取代傳統耗電的 T5、HQI 燈具及 BB 燈。

節能設備：選購環保標章、節能標章之電器產品。辦公室及全國營業店面下班後，電腦全面關機，工作日午休或離開座位區不辦公時段螢幕需關閉，非顛峰時段，影印機用畢轉換為省電模式。

節能用紙：除呈主管機關文件及稅務相關憑證及文件使用文書紙張外，公司文件或記錄全面採用無紙化電子文件簽核。公司亦選購再生紙。

減量廢物：辦公室及營業店面用完之印表碳粉匣交由回收廠處理。辦公區實施垃圾不落地，全員垃圾減量，實施垃圾分類、資源回收。

省水裝置：使用變頻式冷氣取代水塔式冷氣、廁所設立省水裝置。

除了上述各項措施外，阿瘦亦致力於鞋盒、紙箱回收，近年來紙箱回收比例已超過 70%，而鞋盒回收也已突破 10%。自 2013 年起，新裝或改裝之營業店面，全面改用省電燈源、空調，以勵行節能活動，除 2014 年、2015 年連續二年獲得台北市商店節能設計評獎外，2015 年更獲得台北市節能領導獎殊榮。2016 年公益店及羅東店分別榮獲台電 2016 年節能減碳愛地球競賽活動特獎及參獎。

2016 年用水、用電度數較 2015 年分別下降 11% 及 14%，總計溫室氣體排放量減少約 574 噸 CO<sub>2</sub>e。而 2016 年所訂碳排放目標需較 2015 年下降 6%，實際卻下降了 14%，足見本公司致力於節能減碳之成效。各項數值比較請詳見下列各表：

全省水費 2016 年 VS. 2015 年使用度數及碳排放比較表：

場所	2016年總度數 (千度)	2016年碳排放 (噸)	2015年總度數 (千度)	2015年碳排放 (噸)	下降度數 (千度)	碳排放減少 (噸)	減少幅度
營業據點	25	3	31	4	-5	-0.41	-11%
總服務處	1	0	1	0	0	0.00	0%
總計	26	3	32	4	-5	-0.41	-11%

全省電費 2016 年 VS. 2015 年使用度數及碳排放比較表：

場所	2016年總度數 (千度)	2016年碳排放 (噸)	2015年總度數 (千度)	2015年碳排放 (噸)	下降度數 (千度)	碳排放減少 (噸)	減少幅度
營業據點	6,390	3,380	7,482	3,950	-1,091	-570	-14%
總服務處	310	164	318	168	-8	-4	-2%
總計	6,701	3,545	7,800	4,118	-1,099	-574	-14%

全省水費 2016 年實際 VS. 目標度數及碳排放比較表：

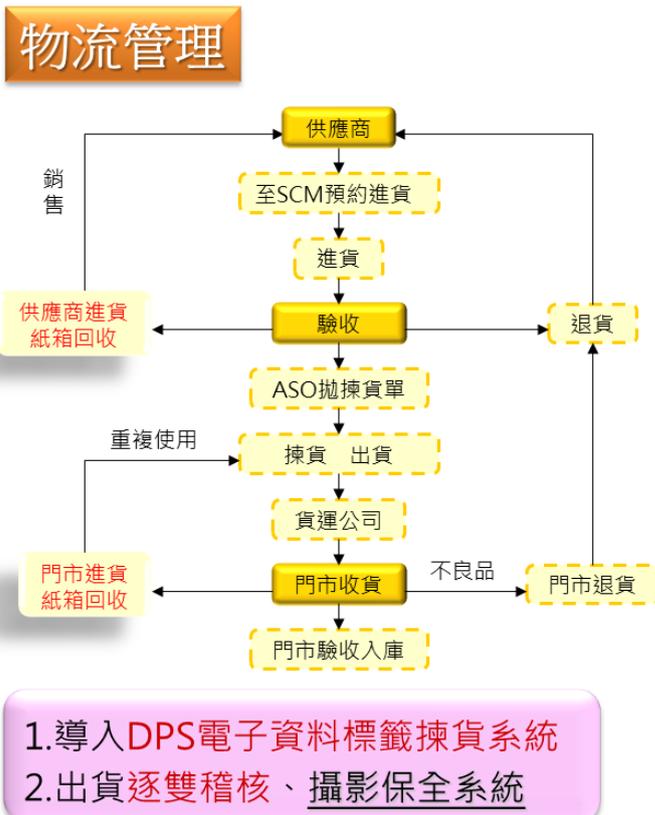
場所	總度數 (千度)	總碳排放 (噸)	目標度數 (千度)	碳排放目標 (噸)	下降度數 (千度)	碳排放減少 (噸)	減少幅度
營業據點	25	3	29	4	-4	0	-11%
總服務處	1	0	1	0	0	0	0%
總計	26	3	30	4	-3	0	-11%

全省電費 2016 年實際 VS. 目標度數及碳排放比較表：

場所	總度數 (千度)	總碳排放 (噸)	目標度數 (千度)	碳排放目標 (噸)	下降度數 (千度)	碳排放減少 (噸)	減少幅度
營業據點	6,390	3,380	7,033	3,713	-642	-333	-9%
總服務處	310	164	299	158	11	6	4%
總計	6,701	3,545	7,332	3,871	-631	-327	-8%

## 4.2 總倉物流推動計畫

阿瘦開發第三方物流商，從供應商進貨到商品送達門市的流程，以「進貨標準化」及「系統化」的模式，妥善控管運費支出及提高到貨精確度，因此到貨準確率趨近於100%，有效降低運送次數，進而減少碳排放量；並導入「今天供應商進貨，明天門市到貨」之物流機制，縮短進、出貨時間，提昇物流品質。



### 運費控管成效

年度	運費下降比例
2007	-
2008	1.3%
2009	1.1%
2010~	3.8%

### 到貨時效提升

年度	到貨時間(hr)
2007~2008	96
2009~2010	48
2011~	24

### 到貨準確率提升

年度	到貨準確率
2009~2010	99.9997%
2011~2016	99.9999%

## 社會

阿瘦除了重視市場競爭力及企業的財務表現外，亦不遺餘力地投入社會責任，以維護其他利害關係人的權益。

阿瘦認為員工是企業重要的資產之一，因此透過完善的人力資源制度，阿瘦提供員工合理且公平的薪資福利，舒適且安全的工作環境，透明的升遷管道及定期的教育訓練。阿瘦亦遵循人權的相關規定，並致力於防止歧視、童工、強制勞動等情事發生。

身為零售通路，阿瘦介於供應商與消費者中間。阿瘦的企業文化是「堅持品質、服務第一」，企業願景是「促進顧客足下與生活的美好」，透過有效且即時的供應商管理，阿瘦能夠掌握商品品質，並要求廠商遵循商品標示法。在長期發展下，阿瘦期待能與供應商共存共榮，一同為消費者創造更高價值！

### 5.1 育才、惜才

阿瘦為一連鎖鞋店，商品以流行、主題、功能、季節等系列為開發主軸，透過不斷地精進、研發，打造每一雙結合了「時尚設計」與「精湛工藝」的鞋款。希望帶給顧客「真、善、美、新」的品牌核心理念。因此，身為阿瘦的一份子，我們將生活融入工作，讓單調無趣的工作增添色彩，並在工作的同時提升流行的敏感度。

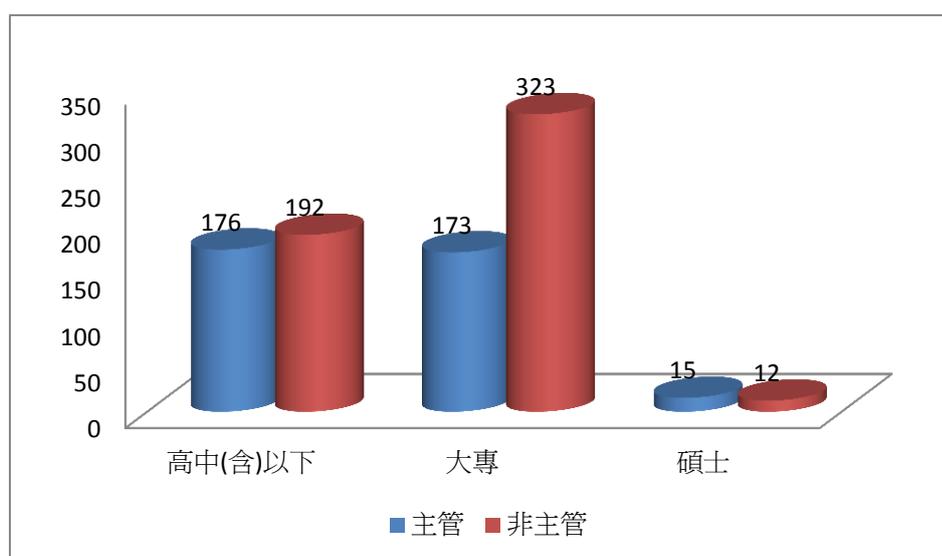
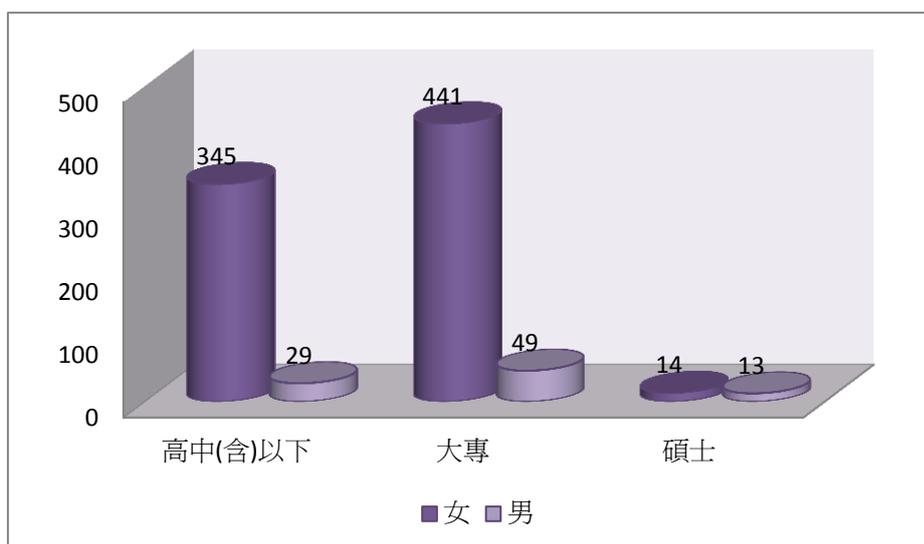
截至 2016 年 12 月 31 日止，阿瘦人共有 891 位，阿瘦雇用員工不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、婚姻、容貌、五官、年齡、身心障礙而予以歧視，亦積極雇用已婚及因家庭離開職場之二度就業女性員工。

由於阿瘦為通路商，員工遍布全台各地，若以地區區分，北區員工佔比為 52%，中區員工佔比為 21%，南區員工佔比為 27%。性別上，男女員工佔比分別為 1:9。

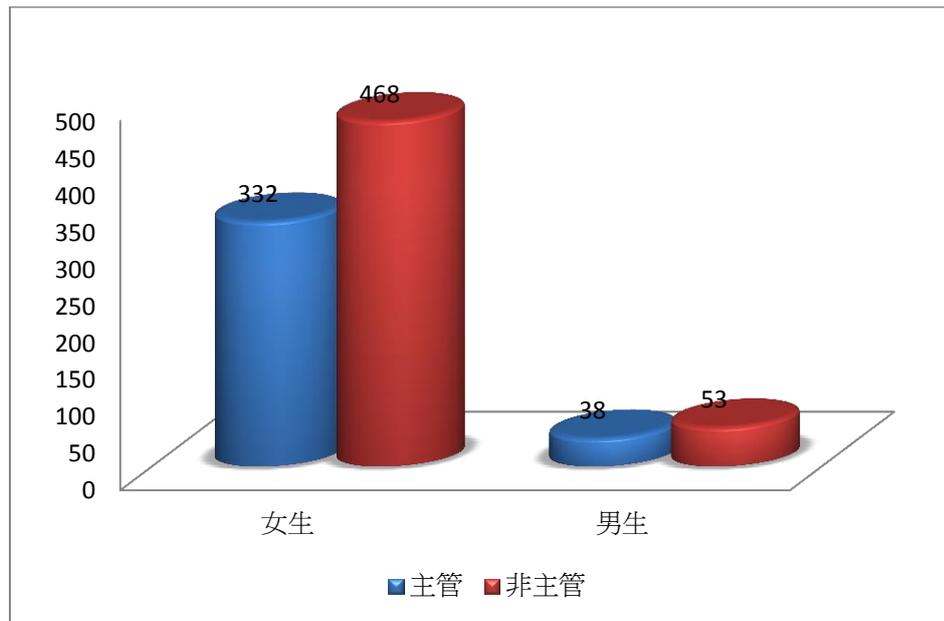
2016 年度		女生			
人員別	年齡區域	北區	中區	南區	新進/離職%
在職	未滿 30 歲	150	100	128	
	30 歲以上 50 歲以下	239	71	104	
	超過 50 歲	4	2	2	
新進	未滿 30 歲	67	42	60	18.8%
	30 歲以上 50 歲以下	45	7	7	6.6%
	超過 50 歲	1			0.1%
離職	未滿 30 歲	130	55	108	32.7%
	30 歲以上 50 歲以下	90	23	37	16.7%
	超過 50 歲	1			0.1%
2016 年度		男生			

人員別	年齡區域	北區	中區	南區	新進/離職%
在職	未滿 30 歲	23	8	3	
	30 歲以上 50 歲以下	39	4	6	
	超過 50 歲	8			
新進	未滿 30 歲	19	4		2.6%
	30 歲以上 50 歲以下	9	2	1	1.3%
	超過 50 歲				0.0%
離職	未滿 30 歲	25	4	2	3.5%
	30 歲以上 50 歲以下	13	2	1	1.8%
	超過 50 歲	1			0.1%

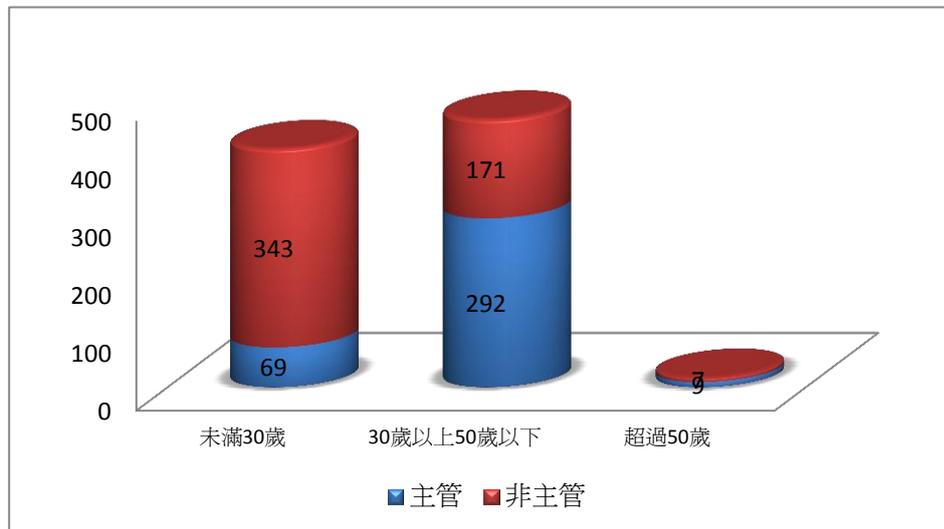
阿瘦五成以上員工具備大專以上學歷；基層主管職以上佔全體員工比例為 41%，以 30 歲以上 50 歲以下的年齡層居多。



註：主管係指課長、店長級以上



註：主管係指課長、店長級以上



註：主管係指課長、店長級以上

為了提高顧客價值與提供顧客更完善的服務，阿瘦期待阿瘦人能具備工作熱忱，並與阿瘦共同努力成長。然而，快速變動與高度競爭的環境，導致人力的高度流動。2016年阿瘦員工平均年齡為30.8歲，未滿30歲區間之員工流動性最高。

### ➤ 員工新獎與福利

阿瘦在薪酬制度上講求公平性，並排除因地區、年齡、年資、種族或性別之不同而區別起薪或調薪，每位同仁皆是經由綜合考績進行薪資調整，並提撥足額之退休金準備讓員工未來無後顧之憂。

阿瘦除了設置福委會外，亦提供優於勞基法的福利回饋給阿瘦人，例如：員工旅

遊及舒壓按摩，讓阿瘦人在工作之餘能有正當休假放鬆之外，也能夠與公司內的同仁一同出遊，凝聚向心力。

阿瘦女性員工佔比近9成，為保障女性員工權益，使其可兼顧工作、家庭及健康，阿瘦提供「生理假」、「家庭照顧假」、「產假」、「陪產假」、「哺乳時間」及「留職停薪辦法」等。總公司亦設有隱密及安全之哺乳室，供女性員工使用。



#### ➤ 員工安全與保護

工作環境之安全是公司責任的一部分，因此，除了針對門市及總公司舉行消防安檢、維護各項設施之外，針對門市環境及安全管理亦訂定緊急應變措施及 SOP 守則，以加強門市人員緊急應變能力。此外，總服務處並安排兩名兼任勞安人員於每年固定受訓法定時數取得證照，替公司的員工安全把關。

## ➤ 員工發展與訓練

### 一、人才培育

阿瘦集團秉持以人為本的核心精神，致力於集團各職能人才之養成、儲備，並持續落實 TTQS 的精神辦理各項教育訓練。董事長羅榮岳先生曾說：「要以辦學校的精神，辦理企業教育訓練」本公司秉持這樣的理念辦理公司各項教育訓練，也定期參加政府勞動力發展署的「人才發展品質管理系統評核」(TTQS)，並於 2011 年和 2015 年榮獲銀牌的肯定。

本公司依照集團教育訓練藍圖，針對營業端及幕僚端，提供不同階層的多元化專業訓練，包括：新人訓練、專業訓練、管理訓練、內部講師訓練等。2016 年阿瘦集團員工平均受訓時數如右表。

學員對象	2016 年平均受訓時數 (小時)		
	男	女	整體
營業端	22.2	22.2	22.2
後勤端	38.0	31.3	34.5
集團整體	30.1	26.7	28.3

### 二、內部訓練課程與訓練假期

阿瘦實業已具備完整之員工職涯發展藍圖，並承接企業的營業目標和人才發展策略，展開課程設計；針對各階層員工，皆有明確之訓練方向及培育計畫。

每一課程均依循清楚之訓練目標，於訓後執行學習驗收或認證評鑑，以確保學習效益與成果產出，使各訓練可有效協助員工職能提升，支持員工職涯發展之規劃。

類別	課程內容	學習評鑑	訓練假期
營業端	<u>在職訓練：</u> 新進人員訓練 銷售 SOP 流程訓練 <u>集中訓練：</u> 新品訓練 基礎商品知識訓練 儲備副店長訓練 儲備店長訓練 新任店長訓練 店長職能訓練	合格銷售認證 服務力評鑑 商品知識認證班評鑑 儲備副店長評鑑 儲備店長評鑑	所有訓練課程與評鑑均提供員工公假進行學習
後勤端	<u>在職訓練：</u> 新進人員訓練 <u>集中訓練：</u> 總處菁英會 儲備幹部訓練	儲備幹部評鑑	所有訓練課程與評鑑均提供員工公假進行學習

類別	課程內容	學習評鑑	訓練假期
	區顧問訓練 新任主管訓練 主管 HR 職能訓練 <u>學習型組織：</u> 創變讀書會	專案報告	

### 三、外部訓練的資助：

因應組織快速發展，員工職能提升需求，利用外部教育訓練的資源，藉以提升員工素質及工作效率，以符合員工職能提升規劃及企業發展策略。

凡到職三個月以上，正式任用之專員(含)以上職級，可申請派外訓練課程補助。申請補助之課程需與該員擔任之業務內容，或與該員之職涯發展相關之課程；課程完成後，需要撰寫心得與應用報告，經核准後才能請領補助款。

本項內容定義以該員之部門主管與訓練單位審核之。依職級職務需求，相關補助金額如下列：

職等	年度補助總額
3職等	5,000元
4~6職等	8,000元
7~8職等	12,000元
9職等以上	15,000元

### 四、定期績效

為了使公司績效評估能在公平、公正、客觀原則下，提供主管與員工溝通的管道，以增進部門與個人績效，考核結果將做為日後員工職務調整調薪及人才培育的參考依據。2016 年度的所有應該接受考核員工皆 100% 完成考核作業，考核結果也經由公司的人評會確認。

### 五、職涯發展

#### ◆ 完善的人才養成體系

本公司秉持創辦人的多元人才發展策略，整合產官學界資源，根據專業與管理職能模型展開各項數位與面授培訓項目，並設有人才評鑑中心，以期每位加入阿瘦大家庭的夥伴，都能發揮無限潛能，開啟輝煌前程。



◆ 透明晉升機制、完善主管培育課程

服務業是高度以人為本的產業類型，阿瘦集團一直以來強調全人發展，每年針對總處與營業端的新升任主管，升任前的管理職能培養到新任主管協助快速上手的實務課程，進階到擔任主管後的領導管理能力，皆為每年固定的課程。而營業前線透過每年2次的公開透明專業職能晉升評鑑，建立營業端儲備人才庫。

各類主管培育課程：

類別	開課時數	受訓人次(不重覆人次)
門市主管	152	288
門市主管評鑑	8	90
總處主管	51	36
總計	211	414

六. 傳承、五育並重

自1952年創業，阿瘦皮鞋以「真、善、美、新」為核心理念走過一甲子，為延續優良企業文化期許每位夥伴五育並重，成立「全人發展學院」，透過社會公益項目、體適能班、美學參訪與家庭日等活動促進每位同仁實現美好人生。



### ➤ 員工申訴機制

阿瘦提供員工完善的溝通及申訴管道，於官網建立專區提供員工申訴，同時透過電子平台及內部網絡，如EIP，阿瘦能與員工進行有效的雙向溝通。若員工對於組織、制度或政策有任何想法，亦可透過電子信箱及0800免付費電話，提出想法。

### ➤ 人權保護

阿瘦對於員工一視同仁，不因性別、年齡、種族、膚色、宗教、黨派、殘障等情況歧視員工，阿瘦保障員工「人人有權享受平等保護，不受任何歧視」。2016年報告期間，阿瘦並未有任何歧視事件發生。

阿瘦的營運活動及投資協議內容皆遵循各國法規辦理，故並未另載人權條款於合約書中。阿瘦重視人權保護，並要求所有人權相關之議題皆遵循法令要求。阿瘦不雇用童工，2016年報告期間，阿瘦並未有任何使用童工之情事。

阿瘦並無強迫及強制勞動之事件，阿瘦確保用於提供服務之人力及整體的雇用條件皆屬自願性。阿瘦提供員工符合、甚至優於當地法令之最低限度工資與福利。阿瘦提供員工有薪假，不強迫員工之工時超過當地法令規定，並遵守加班工資的要求或必要的補償。

## 5.2 供應鏈管理

阿瘦為一歷史悠久之本土企業，合作之供應廠商大都配合多年，阿瘦秉持長期發展、共存共榮的理念，積極輔導供應商進行「廠房更新」、「作業電腦化」、「流程標準化」，提高供應商產能及商品良率。

阿瘦與供應商合作前，均會對供應商進行一系列評估，評估合格後才會列入本公司配合之供應商名單。其中針對有無影響環境與社會的評估重點如下：

1. 供應商是否領有合格營運之相關證照。
2. 供應商使用的物料是否符合本公司之要求，例如皮料不含六價鎘。
3. 供應商生產過程中可能產生的各式污染物，是否具備處理能力及相關處理的軟硬體設備。

供應商契約書中，供應商應確保來料及商品品質，禁止侵害他人智慧財產權等之情事，恪遵相關法令規定，並應配合公司在人權面、環境面、產品責任面倡導達到企業永續經營之使命，達到公司與供應商共同致力提升企業社會責任的目的。若供應商違反企業社會責任政策，且對社會及環境有顯著影響時，本公司得隨時解除契約。

若商品有任何問題或疑慮，阿瘦會優先考量消費者，將問題或疑慮商品快速下架，且停止販售，以保障消費者權益及安全。

為了與供應商進行有效溝通，阿瘦每半年舉辦「供應商會議」做良性交流，同時不定期揭露最新資訊於供應商管理平台 (SCM) 上，以回應供應商之需求。在使用電子採購系統下，阿瘦能降低供應商作業流程，以達到快速、精準的供應商管理目標。

## 5.3 顧客服務

### ➤ 商品品質及安全

阿瘦以「堅持品質、服務第一，成為顧客足下與美好生活的第一選擇」為宗旨，嚴格要求供應商應確保來料及商品品質，禁止侵害他人智慧財產權等之情事，恪遵相關法令規定。同時，商品有任何問題或疑慮，必先下架且停止販售，以確保顧客之安全。

在賣場中，商品皆有標示售價，每月分店皆會依特價商品之售價，定期維護更換標示卡片，讓消費者能清楚知道到商品之售價，保障消費者權益。

### ➤ 賣場安全及保障

阿瘦的展務部門會定期檢查、巡視並維護門市設備，以確保賣場安全。一旦門市人員發現設備有所損壞，亦立即通知展務部門人員進行維修。於賣場安全中，為因應可能產生之風險，阿瘦皆提前準備預防危險之發生。

阿瘦皆為顧客投保公共意外險，若顧客於任一阿瘦分店中發生意外，分店人員會陪同就醫，並申請理賠，以保障顧客之人身安全。

➤ 顧客隱私保護

為確保營運所需之個人相關資料能獲得妥善保護，阿瘦於 2014 年訂定個人資料保護管理辦法。根據該管理辦法，分店所填之資料或顧客相關之表單，均經妥善保管，不得任意翻閱，並定期銷毀相關個資資料，以維護顧客資料之安全。

## 社會參與

### ➤ 美麗山田，萌出孩子的美感與視野

有感於偏鄉地區孩子，因文化環境不利、資源有限等因素，使學童困於學習，教育不平等，難以接近“美”的世界，即便孩子們擁有對美感及文化的天分，卻缺少社會為他們開啟一扇窗，迎向美麗的風景。因此阿瘦集團於2011年創立阿瘦文化藝術基金會，開啟「美麗山田—偏鄉美學播種計畫」，2016年邁入第六屆，六年來，贊助學校近百間，讓近萬名的偏鄉學童有機會接觸美學教育，透過與偏鄉小學的實際贊助合作，推動美學教育，以美學來進行公益回饋。



### ● 故事一：學生手作的漂流木創作，成為校園內的裝置藝術



位於雲林縣崙背鄉的大有國小，因位處偏鄉，學童家中環境有許多是隔代教養或務農世家，學校時常思考如何讓孩子們的課後生活能有更多學習的機會。

適逢得知阿瘦文化藝術基金會-美麗山田專案，校方自2014年起獲得基金會專案贊助，邀請外聘師資設計「裝置藝術課程」。讓無論是低年級或高年級學童都可以無礙地接觸藝術創作的美學課程。

從低年級的交趾陶創作，或是高年級分組的漂流木裝置藝術，皆由專業師資以開放式引導的教學方式，讓學童自由創作。2016年適逢該校建校70年，校方翻修校舍，學童們的作品，就成為校園裡最



美的裝飾，也成為學童們永遠的回憶。

- 故事二：樂音飄揚鹿草鄉間 小學校也有大樂團 讓孩子拉出生命樂章

鹿草國小創校以來，在藝術與人文領域的音樂教育推廣更是不於餘力，近十多年來更是在弦樂方面開始辦理基礎音樂教育紮根的推廣，在2003年成立小提琴社，十多年來小提琴社團變成了鹿草國小的特色社團之一。後續希望能擴大成為「弦樂團」，但初期在學生資質、經費、師資、樂器設備等各項條件並不完備。



在校長的奔走下，「美麗山田」計畫的資源得以進入這所校園，不只能邀請優秀的師資，也提供了偏鄉學童學習高水準弦樂器的機會，幾年下來，鹿草國小弦樂團已經成為嘉義當地知名的學生樂團，無論是古典、歌劇音樂皆難不倒他們。

學生們也表示在參加弦樂團以後，對自己更有自信，並培養了自我的音樂素質，對音樂更加有興趣，更熱愛這個社團。許多畢業的學長姐們，也都會自發性的回到學校，帶領學弟妹們練習，期許將來能在鹿草鄉間，隨處皆可聽見飄揚的優雅提琴聲。

### ➤ 彎腰清掃謙卑愛地球



阿瘦實業持續參與台灣美化協會各項活動，包括公共廁所的清掃學習、鄰近社區的清潔美化等，員工熱情參與，除了學習「凡事徹底、磨練心志、謙卑學習、感恩惜福」的精神，也期望彎腰清掃背後所帶來的謙卑、省思及愛地球的種種精神，能傳遞給更多人知道。

### ➤ 急難救助

阿瘦實業除阿瘦文化藝術基金會外，創辦人羅水木總裁另設「阿瘦羅小弟公益信託」、「羅媽咪阿豆公益信託社會慈善基金」，用於社會急難救助。2016年於尼伯特風災後捐贈台東基督教醫院；每年皆開放貧困家庭學生助學金申請、重障貧困生活資助、樂山教養院及台灣老人急重症基金會等社會機構捐。

此外，阿瘦皮鞋也捐助 571 盒年菜予安得烈食物銀行，分送給各個角落的弱勢家庭，讓需要幫助的人獲得溫暖與飽足。。



與台灣聖心文教基金會合作舉辦「把愛『袋』在一起」活動，透過認養偏鄉送愛心，讓偏鄉弱勢有需要的孩子們，能在聖誕前夕擁有全新文具，讓他們學習無障礙。



◎一般標準揭露

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
<b>策略與分析</b>			
G4-1	組織最高決策者對其組織與策略的永續性之相關聲明	02 經營者的話	P4
<b>組織概況</b>			
G4-3	組織名稱	03 關於阿瘦-公司簡介	P5
G4-4	主要品牌、產品與服務	03 關於阿瘦-公司簡介	P5-7
G4-5	組織總部位置	03 關於阿瘦-公司簡介	P5
G4-6	組織在多少個國家營運、在那些國家有主要業務與報告所述之永續性主題相關	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-營運策略	P5 P9
G4-7	所有權的性質與法律形式	03 關於阿瘦-公司簡介	P5
G4-8	機構所服務的市場(包括地區、服務的行業、客戶/受益者類型)	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-產業概況 03 關於阿瘦-營運策略	P5 P8 P9
G4-9	組織規模(資本額、營業據點總數、銷售額、員工總數)	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-財務資訊 05 社會-育才、惜才	P5 P10 P26-28
G4-10	員工人數(揭露 d 岸地區與性別劃分之員工人數)	05 社會-育才、惜才	P26-28
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	*在臺灣，阿瘦一般員工可透過福委會和員工申訴機制反映工作上相關問題。目前，阿瘦並無設立工會和員工協商機制。	
G4-12	描述組織的供應鏈情況	05 社會-供應鏈管理	P34
G4-13	報告期間內、組織規模、架構、所有權或供應鏈的重大改變	*阿瘦組織規模、架構、所有權或供應鏈定無重大改變。	
G4-14	組織是否有因應之預警方針或原則(營運規劃中的風險管理方法，或開發及推出新產品方法)	03 關於阿瘦-營運策略 03 關於阿瘦-公司治理 05 社會-供應鏈管理 05 社會-顧客服務	P9 P12-18 P34 P34
G4-15	組織參與或支持的外界發起的經濟、環境、社會公約、原則或其他倡議	03 關於阿瘦-獲獎榮耀 04 環境-用水及節能減碳方案	P11 P23
G4-16	列出所加入的協會(如行業協會)和	*阿瘦為「連鎖加盟協會」之一員	

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
	國家或國際性倡議機構，且：在協會佔有席位/參與專案或委員會/提供除了常規會費的大額資助/視會員資格具策略意義		
<b>鑑別重大性與邊界</b>			
G4-17	a.列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體 b.說明是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中	股東年報 *所有在組織合併財務報表或等同文件中的實體接包含在此報告書中。	
G4-18	a.說明界定報告內容和考量面邊界流程 b.說明組織如何依循「界定報告內容的原則」	03 關於阿瘦-利害關係人議合及真實性考量面鑑別	P19-22
G4-19	列出在界定報告內容的過程中確定所有重大考量面		
G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界		
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界		
G4-22	說明重新陳述前期報告所載資訊的影響，及重新陳述原因	*無重新陳述之情事。	
G4-23	說明範圍、方面邊界與此前報告期間的重大變動	*無重新陳述之情事。	
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	03 關於阿瘦-利害關係人議合及真實性考量面鑑別	P19-22
G4-25	利害關係人之鑑別		
G4-26	與利害關係人議合的方式，包括依照不同利害關係人群體及形式的議合頻率，並說明任何議合程序是否特別為編制此報告而進行		
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些議題與事項		
<b>報告書基本資料</b>			
G4-28	報告期間	01 關於我們的報告書	P3
G4-29	上一份報告日期		

# GRI 指標索引

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
G4-30	報告周期		
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的 連絡資訊		
G4-32	a.組織選擇的「依循」選項 b.針對所則選項的 GRI 內容索引 c.如報告書經外部保證/確信，請引述 外部保證/確信報告	01 關於我們的報告書 06 GRI 指標索引	P3 P39
G4-33	a.組織為報告尋求外部保證/確信的 政策與現行做法 b.如果未在永續報告書中附帶保證/ 確信報告，則須說明以提供的任何外 部保證/確信的根據及範圍 c.組織與保證/確信雙方之間的關係 d.最高治理機構與管理階層是否參 與尋求永續報告書外部認證的程序	*無相關之情事	
<b>治理</b>			
G4-34	組織的治理架構，包括最高治理機構 下的各個委員會，說明負責經濟、環 境、社會影響決策的委員會	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
<b>倫理與誠信</b>			
G4-56	組織的價值、原則、標準和行為規 範，如行為準則或倫理守則	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-公司治理 05 社會-育才、惜才 05 社會-供應鏈管理 05 社會-顧客服務	P5-7 P12-18 P26-33 P30 P31
<b>經濟</b>			
<b>經營績效</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	股東年報	
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	03 關於阿瘦-財務資訊 股東年報	P10
G4-EC3	組織確定福利計劃義務的涵蓋範圍	05 社會-育才、惜才	P26-33
<b>採購實務</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會-供應鏈管理	P30
G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自於當 地供應商之比例	05 社會-供應鏈管理	P30
<b>環境</b>			

# GRI 指標索引

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
<b>能源</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P23
G4-EN6	減少能源的消耗	04 環境-用水及節能減碳方案	P23-24
G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	04 環境-統倉物流推動計畫	P25
<b>排放</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P23
G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	04 環境-用水及節能減碳方案 04 環境-統倉物流推動計畫	P23-24 P25
<b>產品和服務</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P23
G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	04 環境-用水及節能減碳方案 04 環境-統倉物流推動計畫	P23 P25
<b>交通運輸</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P25
G4-EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	04 環境-統倉物流推動計畫	P25
<b>社會：勞工實務與尊嚴勞動</b>			
<b>勞雇關係</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P26-33
G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時與兼職員工)的福利	05 社會-育才、惜才	P26-29
<b>職業健康與安全</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P29
G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	05 社會-育才、惜才	P29
<b>訓練與教育</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P30
G4-LA9	按性別與員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	05 社會-育才、惜才	P30-33
<b>員工多元化與平等機會</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P26
G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和	03 關於阿瘦-公司治理 05 社會-育才、惜才	P12-18 P26-28

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
	各類員工的組成		
<b>社會：人權</b>			
<b>不歧視</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P33
G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	05 社會-育才、惜才	P33
<b>童工</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P33
G4-HR5	已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點及供應商，及採取有助於杜絕使用童工的行動	05 社會-育才、惜才	P33
<b>社會：社會</b>			
<b>反貪污</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
<b>反競爭行為</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	03 關於阿瘦-產業概況	P8
G4-SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果	03 關於阿瘦-產業概況	P8
<b>社會：產品責任</b>			
<b>顧客的安全與健康</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P34
G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別比例	05 社會-顧客服務	P34
<b>產品及服務標示</b>			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P34
G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	05 社會-顧客服務	P34
<b>社會：社會參與</b>			
-	社會參與活動成果	05 社會-社會參與	P36-38