



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

永續報告書
2023年



關於本報告書

1

經營者的話

2

CH 1 經營理念與永續策略		CH 4 社會面	
1.1 經營理念	3	4.1 人力發展	35
1.2 永續發展策略	5	4.2 員工薪獎與福利	42
1.3 推動永續發展機制	6	4.3 職場安全及衛生	44
1.4 永續治理	8	4.4 員工安全與保護	45
		4.5 員工申訴機制	46
		4.6 社會參與	46
CH 2 重大議題管理		CH 5 環境面	
2.1 利害關係人議和	10	5.1 氣候變遷	51
2.2 重大主題	11	5.2 溫室氣體排放	51
2.3 重大主題管理方針	12	5.3 能源管理	53
		5.4 水資源管理	53
		5.5 廢棄物管理	54
		5.6 物流節能推動	54
CH 3 營運及治理		附錄：	
3.1 公司治理	14	GRI 內容索引表	56
3.2 經營績效	20		
3.3 誠信經營	22		
3.4 風險管理	23		
3.5 資訊安全	24		
3.6 參與各類社團組織	24		
3.7 產品管理	25		
3.8 供應鏈管理	28		
3.9 顧客服務	30		
3.10 產業創新	31		

關於本報告書

阿瘦實業股份有限公司自 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保護、社會責任及公司治理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.報告書期間

本報告書為阿瘦2023年度(2023年1月1日至12月31日)於經濟、治理、社會及環境相關之執行情形。首次出版發行時間為2014年12月，上一版本發行時間為2023年12月，下一版本預計發行時間為2025年8月，每年發行一份。

2.報告書邊界與數據

本報告書揭露組織範疇，涵蓋了阿瘦實業股份有限公司，包含總服務處、台灣境內各地直營門市及進駐購物中心經營據點均納入範疇，不包含子公司範圍。

3.報告書內容

本報告書由各單位主管審閱後提供，報告書內容與架構係參考臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」、永續準則委員會之國際財務報導準則永續揭露準則、全球永續性報告協會（The Global Reporting Initiative，GRI）出版之GRI通用準則2021 進行編製。財務數字以新台幣為計算單位，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。

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6樓

電話：(02) 6618-9999

傳真：(02) 6618-1888

電子郵件：IR@mail.aso.com.tw

經營者的話

COVID-19疫情直接影響消費者對鞋品及足配件的需求，阿瘦經營連鎖實體店面疫情期間首當其衝，消費著對鞋品需求急遽下降，直接影響到業績，疫後消費者購買需求及購買模式改變，零售店的經營面對更大的挑戰，阿瘦經營七十一年，秉持堅持品質服務第一的理念，衝破瘋情四年期間鞋零售店經營的危機，轉型佈局往「健康促進」與「美好生活」兩大策略主軸發展，2023年醫療鞋墊及健康鞋款的推展，為公司的營收帶來挹注，也讓阿瘦在2023年由虧轉盈。

近年氣候極端改變，導致環境變遷、全球暖化，影響到地球永續與人類未來，阿瘦永續經營背負重大的責任，台灣皮鞋產業用料與製程需面對快速變革，鞋材再生循環、製程導入有效循環利用，是阿瘦積極佈局的方針，近二年阿與與工研院及鞋技中心共同合作，將足健康與環境永續結合，從鞋材、研發、鞋廠製程根本性著手，阿瘦從本身做起，帶領著台灣製鞋工廠產業鏈走向永續經營、推動鞋業低碳轉型，追求環境永續為最終目標。

阿瘦門市遍佈全省及金澎外島，推動減碳、零碳排的門店管理是阿瘦重中之重之任務，總處辦公室及全省門店LED燈具汰換、辦公室空調溫度管制、飲水機定時關閉、鞋盒及紙箱回收循環再利用、降低包材及填充物用量、使用再生鞋盒包材、提升員工環境永續意識、取得網購包裝減量標章、獲得各縣市店舖節能競賽補助等，都是近年阿瘦為地球盡心力之成效。阿瘦秉持「一針一線、實實在在」之理念，堅守「堅持品質、服務第一」的初衷與承諾，持續努力邁向阿瘦永續。



董事長 羅榮岳

CH1 經營理念與永續策略

1.1 經營理念

台灣製鞋業早期曾是台灣主要創匯產業，並在國際間享有「製鞋王國」的美譽，90 年代時期，台灣許多製鞋業者紛紛出走，移往人力、土地成本低廉的國家，台灣面臨流失製鞋人才、技術與資金的衝擊，阿瘦逆向而行，堅持留在台灣製造與銷售，至今仍有 70% 的鞋款在台灣本土生產製作，直至今日，阿瘦皮鞋在國內仍有 30 多家供應商，其中有 60% 以上的供商與公司合作都已超過 20 年以上，足見阿瘦致力於照顧台灣本土產業永續的用心，也為台灣製鞋業留下僅存的聚落與技術，不致因產業外移被連根拔起，阿瘦七十多年來，秉持「堅持做台灣最好的鞋」為永續發展的理念，商品與服務品質深受消費者肯定，近年除導入門市服務優化的政策外，更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，提供健康舒適的好鞋及附屬品給消費者。

公司簡介：

公司全名	阿瘦實業股份有限公司
品牌成立時間	1952 年 11 月 5 日
公司成立時間	2003 年 8 月 25 日
股票上市時間	2014 年 9 月 15 日
創辦人	羅水木 先生
董事長	羅榮岳 先生
資本額	新台幣 6.68 億元
總部位置	台北市中山區松江路 168 號 6 樓
營業所在地	台灣本島、金門、澎湖

民國四十二年十一月五日羅水木總裁用手錶典當台幣一百二十元，換取擦鞋攤的創業資金，與友人在台北市延平北路二段97號巷口成立阿瘦擦鞋攤，堅持「擦三遍、亮三天」的擦鞋品質，在客人口碑相傳下，客人紛紛指名要找比較瘦的老闆擦鞋，自此「阿瘦仔」就變成羅水木總裁的稱呼，也成就了「阿瘦擦鞋攤」的商號。

某天，一位經過擦鞋攤的路人，誤以為擦好的鞋子是販售中的新鞋，一個美麗的誤會啟發了羅水木總裁賣皮鞋的動機，於是，民國五十五年冬天羅水木總裁順利地開立製鞋工廠，在攤位掛上『阿瘦男鞋號』的小招牌，正式開始販賣男鞋；本著『一針一線、實實在在』的理念，獲得消費者的認同，堅持不二價的銷售手法，讓鞋款暢銷熱賣，民國六十年四月，租下延平北路二段的店面開了第一家『阿瘦皮鞋』門店，至今邁七十多年來，阿瘦始終以「堅持做台灣最好的鞋子」的永續經營為信念，得到許多愛用者肯定。



社會環境不斷變遷，阿瘦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，過去五十年多年來傳統精湛的手工製鞋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。早期顧客在選擇鞋子時往往注重顏色和外型，犧牲了腳的舒適度、功能性與保護性，阿瘦透過不斷地精進、研發，除了打造每一雙結合了「時尚設計」與「精湛工藝」的鞋款外，開發製程、用料上更重視每雙鞋的舒適度，以客人的足健康為經營理念，為阿瘦的永續經營持續前進。

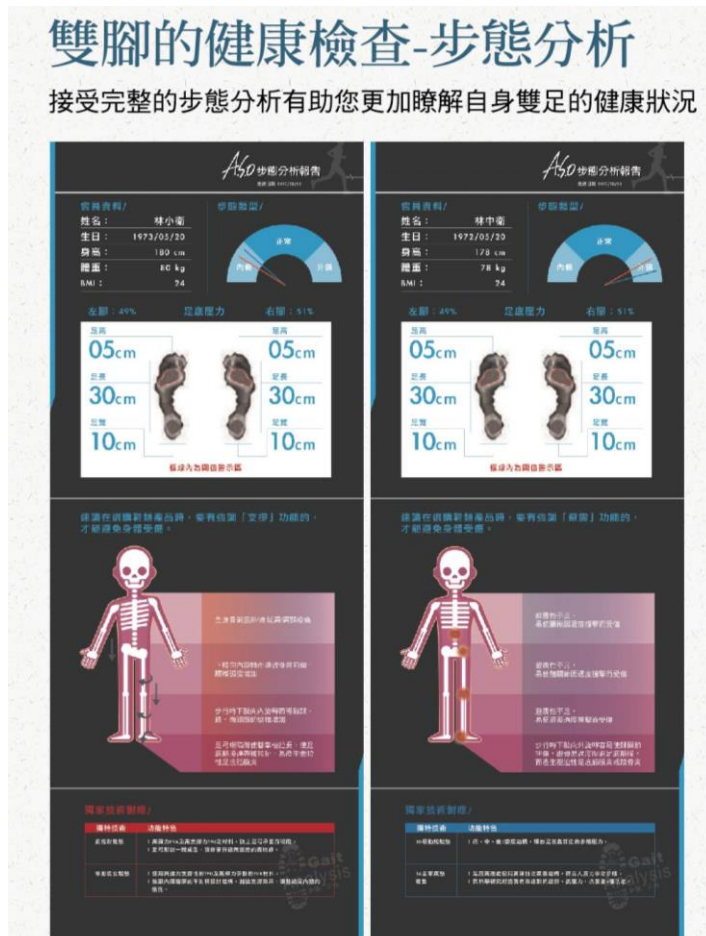


※上幅為民國 104 年創辦人羅水木總裁委請書畫家周澄先生撰寫之「阿瘦永續經營理念」。

1.2 永續發展策略

七十多年來的經營，阿瘦始終以「堅持品質、服務第一」的理念，為阿瘦相關的利害關係人創造高品質與好服務的企業永續價值。疫情期間消費的低潮影響阿瘦甚巨，疫後顧客對健康更為重視，夥伴們在服務客人時，發現許多人的腳踝、膝蓋會不適，「千里之行始於足下」，阿瘦認為足部健康應從預防開始，決定跳脫框架，轉型成足部健康事業，致力成為「足健康專家」，為全體利害關係人創造阿瘦之價值鏈。

阿瘦提出創新的「動態足壓量測」服務，從傳統量腳、做鞋的概念延伸至科技量測，近年與足部醫學專科、物理治療師、醫療照護顧問團隊等合作，在經營服務的過程中，解決顧客的問題，提出「先量腳再選鞋」之對策，投入超過千萬元研發具有自主專利的「動態足壓量測系統」，阿瘦投入五年的時間順利地將動態足壓量測系統導入全省每一家門店，阿瘦用心投入改革邁向永續發展方向經營，2023年不僅完成了轉型的第一步，也為阿瘦加深永續經營的底蘊，更為阿瘦持續帶領台灣製鞋業提升技能



「動態足壓量測」可以幫助客人更了解自己的足部結構和行走方式，以利選擇適合自己的鞋墊及鞋子，打造客制化的足部防護對策，減少客人因穿著不合適的鞋子，導致足部不適的問題，阿瘦「動態足壓量測」創新服務除提高消費者的購鞋體驗，同時也解決顧客在選擇鞋子時所面臨的困擾。阿瘦以顧客的足健康為使命，於2022年9月推出醫療級鞋墊，並於2023年1月推出健康鞋品，以ASO+ 品牌推出上市，在門市的服務以買鞋前先足測的理念，受到了顧客的信賴，為阿瘦永續發展的關鍵核心！

1.3 推動永續發展機制

全球鞋類總生產量超過250億雙，每生產一百萬雙鞋，約產生266噸的廢棄物。因為大量穿著過的舊鞋無去化管道，全球品牌廠朝向創新/再生材料開發。阿瘦在工業局協助下，建構台灣本土自給自足、永續零廢棄的循環再生鞋履，以循環設計、再生材料替代、再利用技術、生產者責任延伸等理念，鏈結供應鏈，讓舊鞋材料具有再生價值，達到節能減碳，降低環境衝擊的目的，更可提升台灣鞋業在國際上的競爭力。

阿瘦新創「ASO+」品牌，致力研發循環再生商品，以零廢棄、淨零碳排的製程為主軸，開創台灣鞋業的循環經濟新商機。



2017年哥本哈根時裝峰會，《全球時裝議程》呼籲時裝業簽署2020年《循環時裝系統承諾》，以採取行動應對循環性問題，概述四個即時行動：

- (1)實施可循環性設計策略
- (2)增加二手服裝和鞋類的收集量
- (3)增加二手服裝和鞋類的轉售量
- (4)增加紡織纖維製成的服裝和鞋類在消費後回收比例

在台灣鞋子為一般垃圾，不能回收（非環保署公告應回收項目），因此只能送焚化爐燒掉，環保署推估，台灣人大約每2年丟1雙鞋，每年有1千萬雙廢鞋丟棄，台灣製鞋業多為代工廠，原料及設計受限品牌廠要求，無法立即改變。



阿瘦透過工業局工研院的輔佐，研發循環再生鞋履，運用台灣製鞋技術、全鞋回收、在地生產、延續台灣企業責任，從循環鞋履打到相關民生的產品，以提升台灣鞋品牌之國際上競爭力。

阿瘦於2023年8月取得環保署之網購包裝減量標章，公司遵守政府制定的相關環境法規和規範，內部制定具體的作業辦法和流程，降低跨倉分箱出貨、包裝材料的使用及落實回收紙箱再利用，減少對自然資源的消耗和碳排放的產生，並鼓勵供應鏈夥伴，共同為環境保護貢獻心力，一起力行永續，未來會投入大數據計算，不斷改進追求更高的環保標準，對阿瘦來說標章不僅是一種榮譽，更是一個

承諾，承諾保護環境、減少對地球的負擔。

阿瘦從2007年起即推動紙箱及鞋盒回收再利用，響應愛地球紙類回收活動，並制定門市紙箱回收愛地球活動作業管理辦法，採用競賽獎勵方式，鼓勵前線伴夥舉手之勞回收紙箱，作為總倉再出貨到門市包裝使用，阿瘦紙箱回收愛地球活動，從2007到2023年止每年紙箱均回收率46.44%，近十七年期間阿瘦回收再利用紙箱總計約725,315個，阿瘦護樹(棵)約22,485棵(註1)，阿瘦落實節約包裝費用外，更實現紙箱循環、愛護地球的永續精神。



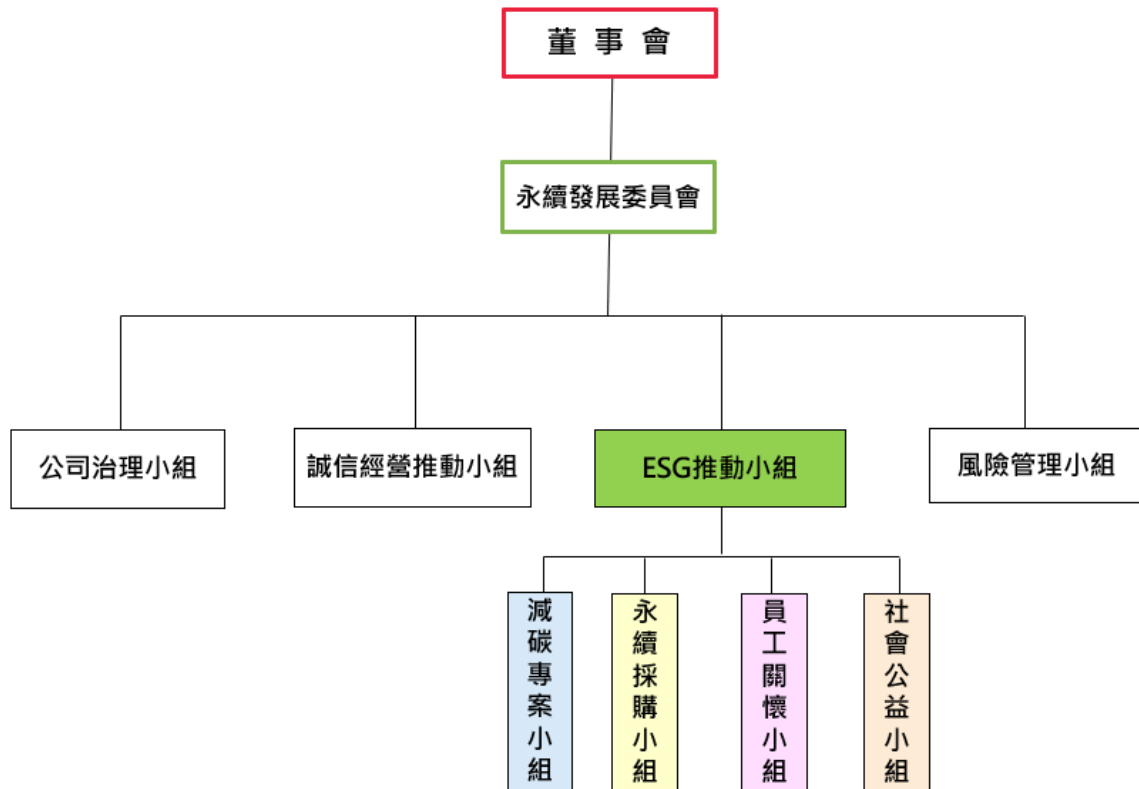
(註 1)計算參考：

阿瘦專用 4 號紙箱紙漿用量=每個紙箱重量約 1,297 克，生產一噸紙漿需要砍伐 24 棵平均高 12 公尺、直徑 15 至 20 公分的樹木。一噸紙漿可以製造出 771 個紙箱，因此每製造一紙箱約需伐木 0.031 棵樹。

1.4 永續治理

為落實阿瘦之企業永續發展之執行與管理，公司分工設立專責單位之永續發展委員會，並定期向董事會報告執行進度。依分工分 5 大專案工作小組，由總經理帶領各相關職能之主管擔任召集人，各小組分工並由召集人進行定期會議，進行跨部門資源整合推動永續發展之行動方案。2023 年減碳專案小組已委由顧問團隊進行內部人員的輔導，並著手進行各營運據點之碳盤查。

永續發展委員會組織



CH2 重大議題管理

2.1 利害關係人議和

利害關係人之鑑別

為邁向永續經營，本公司針對利害關係人所關注的議題進行重點整理，並持續與利害關係人保持透明及有效的溝通。由總經理領導企業社會責任報告工作小組負責執行利害關係人議和及蒐集相關資料並編撰報告書。

本公司透過專案小組討論辨別出關聯度高之利害關係人所關注之議題，結合該議題對內部營運衝擊度之影響程度，最終辨識出重大議題。



2023年公司營運並無重大變動，經評估後決定2023年利害關係人維持前一年度鑑別之結果：包括員工、店面鄰近社區、供應商、全省店面房東、消費者、股東及政府機關等。



2.2 重大主題

阿瘦依循產業性及GRI準則等，分析全球與台灣趨勢、公司內外部相關業務、蒐集與盤點永續議題，定期或不定期與利害關係人溝通，經討論評估後，整合相關意見，依據2022年度重大性主題執行之成果，與總經理及各高階主管討論、調整、彙整，完成2023年度重大性主題，並繪製2023年重大議題矩陣圖，以此作為本報告書之內容依據，為2024年企業永續之策略方向。

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	重大議題	組織內		組織外			
		集團	營業據點	顧客	供應商	社區	房東
經濟面	經濟績效	●	●				
	採購實務	●	●		●		
環境面	能源使用	●	●			●	●
	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	●	●	●		●	●

重大議題矩陣圖



2.3 重大主題管理方針

利害關係人溝通

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	- 商品品質 - 售後服務 - 服務品質 - 個人資料保護	- 官網及電子信箱、0800 客服專線 - 社群網站 - 通訊軟體 - 滿意度調查	不定期
股東/ 投資人	- 營運績效 - 公開資訊揭露 - 公司治理 - 股東權益	- 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	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
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
房東	· 氣候變遷與溫室氣體排放	· 房東管理	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

CH3 營運及治理

3.1 公司治理

傳承與展望

轉型期	2023 獲利台灣車鎖暨加盟協會傑出店長 2 席及店務心得異獎 1 席；取得國健署健康職場認證：健康促進標章；獲得 1111 人力銀行幸福企業金獎；併購持有生產醫療鞋材工廠執照之雙岳鞋業有限公司，改名為雙岳鞋業有限公司 2022 成立 ASO+ 品牌；榮獲第 17 屆金炬獎[醫療級超正步鞋墊獲得年度創新設計類獎]、榮獲日內瓦國際發明獎金牌獎 2021 獲得國家品牌玉山獎傑出企業及第十八屆國家創新獎(科技醫療服務) 2020 導入智能健康管理，推出逆齡活力中心 2019 足健康計畫 (動態足壓量測) 推廣 2018 啟動 O&O 全時空消費旅程邁向數位轉型 2017 成立 Comphy+ 科技機能襪品牌 2016 數位化管理導入、成立 Bo-Bonny 文創品牌
成長期	2015 推出會員新制度「購有利」卡 2014 股票上市 國際發明展雙料金牌獎--瑞士日內瓦、美國匹茲堡 續四年榮獲『台灣精品獎』，創鞋業品牌新紀錄 2012 經濟部台灣精品獎、金點設計獎工業設計大獎 2011 榮獲經濟部百大品牌殊榮 2010 榮獲經濟部第 12 屆國家磐石獎、經濟部台灣精品獎 經濟部商業服務業優良品牌獎
擴張期	2009 經濟部第 17 屆產業科技發展獎傑出創新獎 2008 傑出店長 (台灣連鎖暨加盟協會) 創下 7 席紀錄 2006 經濟部台灣優良品牌獎 2005 經濟部鞋業楷模獎 2002 第三代 CI 啟用
紮根期	2001 全台通路規模達 23 門店及 29 專櫃，共計 52 家店櫃 1987 第二代 CI 啟用、啟動全省連鎖系統佈局 1971 阿瘦雙馬皮鞋店成立 1966 阿瘦男鞋號成立 1952 阿瘦擦鞋號成立

3.1.1 董事會

阿瘦經營品牌及通路，深認到企業在永續發展上所背負的責任與日俱增，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，董事會分別於 2012 年 12 月 26 日、2012 年 8 月 10 日及 2015 年 3 月 25 日決議通過設置審計委員會、薪酬委員會及提名委員會，成立以來運作情形良好。另外，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。

阿瘦建立完善的治理架構，董事會為最高治理單位，由七位擁有豐富經營管理經驗或學術專長的董事依照「公司章程」、「董事會議事規範」等相關法令政策行使職權，負責公司整體的營運方向、監督、任命與指導公司管理階層，並且防制利益衝突及確保公司遵循各種法令。董事會成員組成應注重性別平等，並具備執行職務所必需之知識、技能及素養。阿瘦實業 2023 年董事共 7 人(含獨立董事 3 人)，其中女性董事 1 人，佔全體董事之 14%。

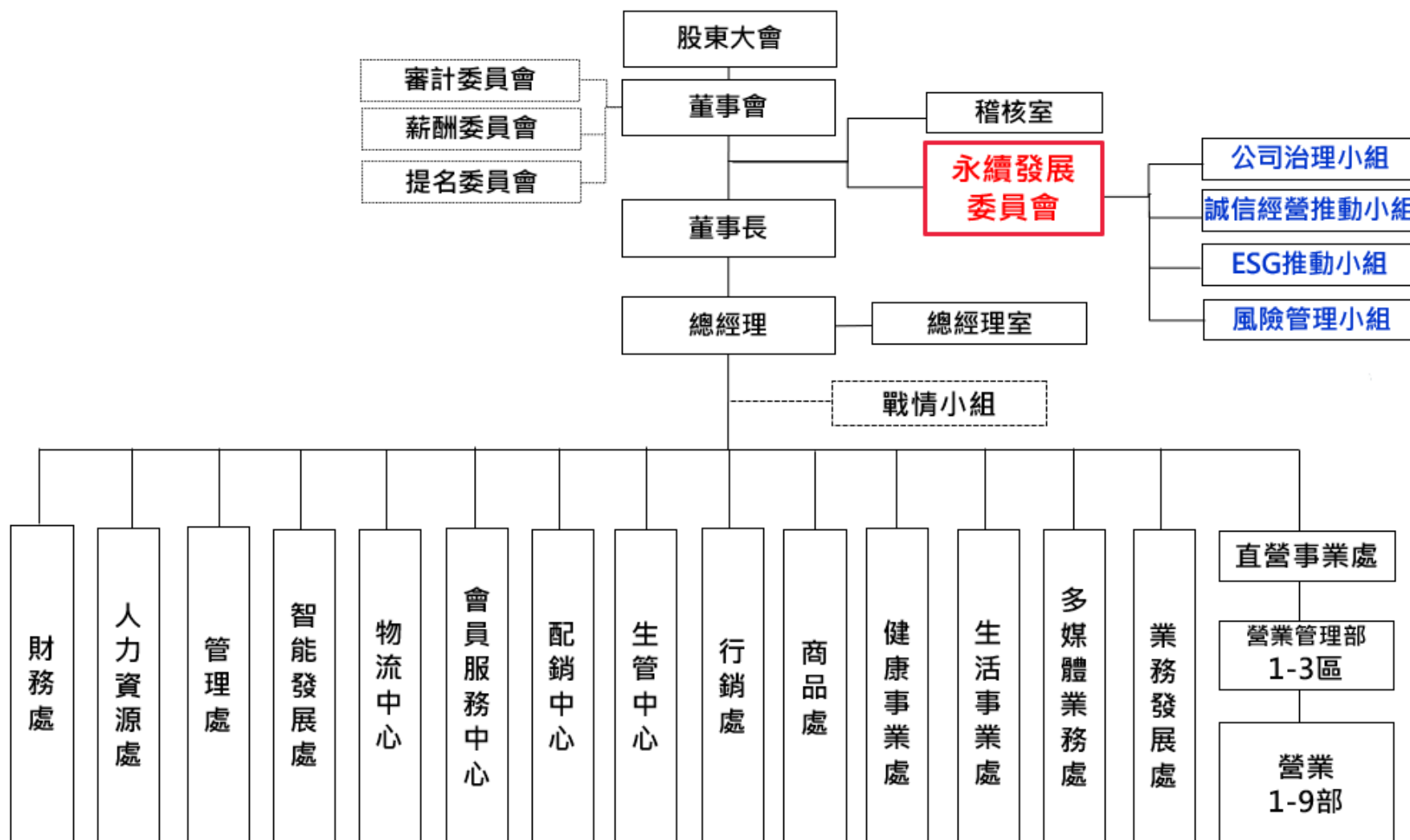
2023 年度董事會開會次數共計 7 次，平均實際出席率 93.9%。董事出席情形如下：

職稱	姓名	主要學經歷	性別	出席率(%) (不含委託)(註)
董事長	羅榮岳	台灣大學 EMBA 商學組碩士 阿瘦實業(股)公司董事長	男	85.7%
董事	羅水木	國小肄業 阿瘦實業(股)公司創辦人	男	100%
董事	林阿豆	仟樺建設(股)公司監察人 岳芽泉(股)公司董事	女	100%
董事	陳宗賢	美國威斯康辛大學企管碩士 聯聖企管顧問(股)公司董事長 大毅科技(股)執行長、監察人	男	85.7%

職稱	姓名	主要學經歷	性別	出席率(%) (不含委託)(註)
獨立董事	吳文欽	輔仁大學會計學系學士 吳念真企劃製作有限公司董事長	男	85.7%
獨立董事	呂信雄	美國聖路易大學公共衛生博士 東基醫療財團法人執行長	男	100%
獨立董事	李佩淵	國立成功大學生物醫學工程學系 博士 國立陽明醫學院醫學系學士 秀傳醫療社團法人秀傳紀念醫院 名譽院長	男	100%

(註) 實際出席率(%)以其在職期間董事會開會次數及其實際出席次數計算之。

3.1.2 公司組織架構：



3.1.3 審計委員會

本公司於 2012 年 12 月 26 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。獨立董事與公司內部稽核人員、簽證會計師溝通情況均良好。2023 年共召開 5 次會議，平均實際出席率 100%。

3.1.4 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。2023 年共召開 3 次會議，平均實際出席率 100%。

3.1.5 提名委員會：

本公司於 2015 年 3 月 25 日董事會決議通過提名委員會組織規程並成立提名委員會，提名委員會由全體三位獨立董事組成，旨在協助董事會辦理董事候選人之覓尋、審核及提名，建構及發展董事會之組織架構，以確保董事會妥善組成。相關議案並經董事會決議。提名委員會皆依規程執行運作以提升公司治理。2023 年共召開 3 次會議，平均實際出席率 100%。

3.1.6 功能性委員會委員出席狀況

姓 名	審計委員會 (5 次)	薪酬委員會 (3 次)	提名委員會 (3 次)
吳文欽 (獨立董事)	100% (召集人) (財務專家)	100%	100%
呂信雄 (獨立董事)	100%	100% (召集人)	100%
李佩淵 (獨立董事)	100% (任期內 3 次)	100% (任期內 3 次)	100% (召集人) (任期內 3 次)

3.1.7 董事會績效評核及結果

本公司為落實公司治理並提升董事會功能，於 2015 年 3 月 25 日經董事會通過制定「董事會績效評估辦法」，每年由董事會成員及董事會議事單位以問卷方式進行。評估範圍配合上市上櫃公司治理實務守則第 37 條修訂涵蓋個別董事成員及功能性委員會，以提升評鑑之完整性及有效性。

2023 年度董事會、董事會成員、審計委員會、薪資報酬委員會及提名委員會之績效評估案，業於 2023 年 12 月 26 日審議完竣，績效評估結果為「整體董事會績效尚屬有效運作」。各項評鑑涵蓋面向如下：

董事會自評	董事成員自評	功能性委員會自評
1. 對公司營運之參與程度 2. 提升董事會決策品質 3. 董事會組成與結構 4. 董事的選任及持續進修 5. 內部控制	1. 公司目標與任務之掌握 2. 董事職責認知 3. 對公司營運之參與程度 4. 內部關係經營與溝通 5. 董事的選任及持續進修 6. 內部控制	1. 對公司營運之參與程度 2. 功能性委員會職責認知 3. 提升功能性委員會決策品質 4. 功能性委員會組成及成員選任 5. 內部控制

※前開辦法及評鑑結果已揭露於本公司官方網站。

3.1.8 內部稽核

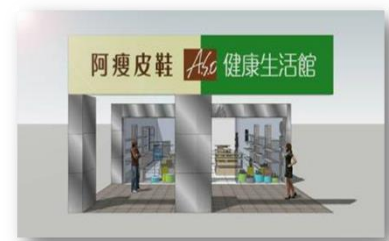
本公司稽核室隸屬於董事會，配置適任及適當人數之稽核人員，負責稽核本公司財務、業務等營運及管理功能。本公司訂有內部稽核實施細則，據以執行檢查及評估內部控制制度執行情形及衡量營運之效果及效率，適時提供改善建議，以合理地確保內部控制制度能持續有效實施。稽核室每年底依前一年度風險評估結果擬定次年度稽核計劃，再運用風險評估查核模式確實執行稽核，同時協助公司內部各單位及關係企業檢視風險項目、制度規劃及流程設計，以降低營運管理風險，進而增加組織價值。

3.2 經營績效

2023年新冠肺炎疫情後，俄烏戰爭、通膨升溫和升息壓力，無疑正侵蝕民眾的實際消費力，在快速改變的消費者行為以及破壞性創新科技的影響之下，實體店面的經營挑戰仍然很艱辛，為促使零售業者必須以更快的腳步迎接消費趨勢的變化並進行營運創新，阿瘦全體同仁將持續發展新的經營方式、經營技術，活用自己已打下的數位轉型工程基礎進行業態創新，推動「零售即服務」的創新業務模型，依循「健康促進」與「美好生活」二大策略主軸，致力促進顧客足下與生活的美好。重點策略與方針分述如下：

(一) 建構社區生活中心：阿瘦健康生活館

深入社區，落實體驗互動行銷與在地特色連結發展，同時開放場域，與健康產業及其他各類夥伴合作，共同創造健康生活館的主題，透過專業的足測服務，深化足健康專家的地位，並連結醫療照護與健康服務的協力夥伴，共同建立全方位的健康生活照護平台，以提昇阿瘦健康生活館的通路價值。



(二) 持續優化O&O會員服務價值鏈

完成線上線下會員的整合，包含會員資料、服務模組、購買體驗、互動方式等，讓顧客可隨時掌握最新資訊，同時持續發展顧客服務滿意度模型，並推動「專屬服務門市」制度，讓顧客無論在線上線下的消費都能享有一致的服務體驗，

並且有效發揮專業服務的價值。

同時整合顧客的各項服務歷程與步態資料，進行個人化的服務設計與精準的溝通主題，創新會員服務價值鏈，帶給顧客更個人化、客製化的服務。

(三) 推動「數位」&數據的新零售營運能量

擴大內部數據應用的範疇，將多端點的數據進行整合，建立統一的阿瘦數據銀行，並以人機協作的方式，導入自動化與決策建議模型，強化決策的速度與品質，同時提昇組織應變能力，提昇整體經營管理的效益。

協力廠商透過SCM系統，取得阿瘦銷售之相關資料，讓廠商可以活用資訊，創造與協力廠商合作共好的協作模式，發展B2B2C價值互換的新商業生態模組，故同提昇阿瘦零售場域新價值。

年度財務數據

財務績效			分配給利害關係人的經濟價值		
單位：千元			單位：千元		
項目	2023年	2021年	項目	2023年	2022年
資產總額	1,759,196	1,747,880	營業成本	488,069	662,984
負債總額	927,311	932,970	員工薪資與福利	302,518	308,997
權益總額	831,885	814,751	股東股利	0	0
營收淨額	1,178,163	1,241,073	支付政府款項(所得稅)	-	-

產品別營收

單位：千元

年度	2023年		2022年	
產品項目	營業收入淨額	比重(%)	營業收入淨額	比重(%)
總營收	1,178,163	100%	1,241,073	100%
產品別	2023年		2022年	
鞋	754,191	51.12%	634,483	51.12%
包	55,974	3.99%	49,513	3.99%
襪	37,475	2.77%	34,405	2.77%
其他	330,523	42.11%	522,672	42.11%

公司主要商品(服務)之銷售(提供)地區

單位：千元

銷售地區	2023年度		2022年度	
	金額	比率	金額	比率
內銷	1,178,163	100%	1,241,073	100%
外銷	0	0%	0	0%
總計	1,178,163	100%	1,241,073	100%

3.3 誠信經營

本公司已訂定「誠信經營守則」規定本公司董事、經理人、受僱人與實質控制者，於執行業務時，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益，包括回扣、佣金、疏通費或透過其他途徑向客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供或收受不正當利益。本公司已設置財務處為推動企業誠信經營之負責單位，監督各部門依其職責遵守「誠信經營守則」所訂規範。2023 年度本公司未發生貪腐之情事。

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，2023年度並未有員工違反道德行為準則之情事。

3.4 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。

評估本公司各項營運，將風險分為「策略及營運風險」、「財務風險」、「市場風險」、「災害風險」、「資安風險」及「個資風險」等，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因應措施如下：

風險類型	權責單位	因應對策
策略及營運風險	總經理室 直營事業處	進行經營環境分析，因應環境變化，提出短、中、長期策略規劃
財務風險	財務處	1.訂定各項策略並執行 2.風險評估查核模式
市場風險	董事會 總經理室	1.訂定各項策略並執行 2.針對可能發生之市場風險危機進行管控及處理
災害風險	管理處	訂定應變措施管理辦法及規劃教育訓練制度
資安風險	智能發展處	訂有資訊安全管理辦法及電子訊息規範書，規範檔案及設備安全使用、資料安全檢查及系統復原作業，確保資訊安全
個資風險	行銷處、人資處、智能發展處、管理處	依循個人資料相關法令，保護所持有之個人資料，使個人資料之蒐集、處理及利用程序合於法令之規定

3.5 資訊安全

公司設置專責單位：智能發展處負責公司資訊之安全，由資安長及 3 位資安同仁統籌管理資安，為提升資訊安全管理，公司推動資安管理制度，落實資安管理作業，並定期檢討執行成效。為確保資訊的機密性、完整性、可用性，強化資訊安全管理，避免公司資訊資產遭受內部、外部蓄意或意外之威脅與破壞，公司訂定有適合經營業務型態之資訊安全管理辦法，並建立資安事件應變處理程序，避免意外發生時傷害擴大。

公司系統均有透過權限管理制定帳號，各使用及管理的權限均符合職級之標準，申請開通權限亦需由申請單位主管審核及核准，資訊同仁定期盤點人員帳號權限。公司雲端及硬碟儲存系統均有制定內外部存取管理措施，各程序均保存操作行為軌跡紀錄。公司各終端電腦及總處主機，每天執行防護與更新，並每日進行本地及異地備份機制。

公司定期辦理資安教育訓練，強化全體同仁對資安之知識，為因應多元化的駭客攻擊，在安全防護程序上，採多關卡 24 小時防禦及偵測架構，以保護公司資訊之安全。

3.6 參與各類社團組織

台灣連鎖加盟協會(TCFA)。

國際體態平衡學會。

社團法人台灣美化協會。

台灣骨科足踝醫學會。

AMT 亞太行銷數位轉型聯盟協會。

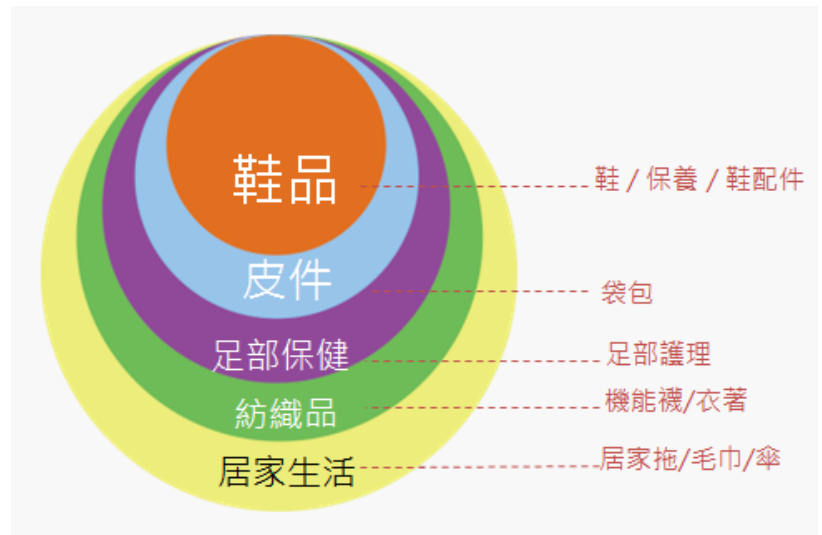
社團法人台灣足踝穿戴裝置協會。

彰化縣醫療器材商業同業公會。

3.7 產品管理

核心商品

阿瘦產品主要為鞋類、包類、醫療器材鞋墊、襪類、其他類等，鞋類商品包含紳士鞋、淑女鞋、童鞋、氣墊鞋、運動鞋及健促鞋等；包類商品包含皮革、布質、尼龍材質等多種包款配件；醫療級功能專業鞋墊；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。

健康促進+美好生活 發展主軸

近年來，鞋品的穿著已非僅是行走工具而已，更是現代人不可或缺的搭配物品，也隨著「健康、樂活」意識抬頭，希冀在平日穿著鞋款品的同時，亦能擁有保護與改善的貼心設計，讓使用者穿得舒適時尚，穿得健康。

現代人對鞋類穿著的需求，不僅要美觀、時尚，更重要的是健康。在消費者看來，一雙健康鞋，需要楦型設計合理、使用材料環保、穿著安全舒適。隨著新健康主義鞋類產品越來越多，鞋類健康理念亦隨之開展，此類產品被賦予了新的概念和技術，在原來健康概念鞋基礎上附加了高科技的材料、結構，如奈米鞋、氣墊鞋、空調鞋、減肥鞋、磁療鞋、增高鞋、會呼吸的鞋等，新健康功能包括或達到了時尚、抗菌、乾爽、除臭、減震、抗壓、預防、保健、矯正等。

隨著新健康主義的興起，消費者對穿鞋有了新的認識和訴求，許多鞋類品牌也努力在鞋的功能上進行創新，不斷向消費者傳遞新健康主義消費意識。為了實現新健康主義鞋的更多功效，本公司在流行設計基礎外，特別針對台灣的氣候環境、穿著習慣、個人偏好及健康訴求等因素，及依不同功能、場合、用途進行鞋款的研發與設計，讓國人擁有流行、實穿、健康舒適的好鞋。

阿瘦以創新服務模式，創造提升營業額的成長動力，創立全球第一個足部智慧健康服務合作模式，針對足部問題精準進行個人化調整，「智」動化量測數據整合，長期掌握足部健康趨勢，足墊提供多種組合模式，包括不對稱異常的解決方案。量測30秒完成，可查詢歷次量測資料、含量測值曲線圖，迅速產生專業物理治療足壓分析，依評估結果精準推薦最適當組合商品或衛教推廣，因應不同足底需求，針對痛點對應、步態調整，雙密度立體結構，搭配五種以上的功能墊片，組合出最適合足部狀況的鞋墊。

阿瘦皮鞋推動循環鞋履創造永續新價值是阿瘦皮鞋的企業願景，在經濟部工業局以及台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）的支持下，阿瘦實業以100%臺灣再生材料製鞋及環保再生鞋底，建立永續供應鏈，共同設計開發符合循環再生精神的鞋類產品，雖然過程必須投入更多的人力與資源，但期望可持續以零廢棄、零碳排為目標，持續與合作夥伴思考如何改善鞋款設計製程，降低對環境的影響，為我國的製鞋產業開創循環經濟新商機。



阿瘦除了關心消費者足部需求及健康，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。

品牌特色

品牌	屬性	成立年份	商品風格
	鞋類	民國 41 年	「堅持做台灣最好的鞋」，重視舒適、時尚
	鞋類	民國 81 年	充滿鮮豔色彩，展現青春活力
	鞋類	民國 94 年	BESO 源自西班牙「KISS」熱情、快速時尚
	鞋類	民國100年	義大利風尚美學
	鞋類	民國101年	時尚休閒
	文創	民國105年	以啾啾妮兔子插畫角色展演各種文創及親子商品，可愛萌造型好質感、親民好入手。
	襪子和紡織品	民國106年	以「舒適」為基礎，從「人的需求」出發，追求「讓穿著絕對舒適健康」；「+」是最重要的品牌精神，創造無限可能。
	鞋類	民國111年	以醫療健康為訴求，跨足醫師共同參與研發，以醫療器材肢體裝具、軀幹裝具、醫用輔助、醫用鞋墊等鑑別的保護、防護商品。

3.8 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，例如皮料不含六價鉻。
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體設備。

阿瘦並規範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。

另外，為了與供應商進行有效溝通，阿瘦定期舉辦「供應商會議」做良性交流，緊密結合供應鏈，共同提升台灣鞋業水準。本公司合作的供應商眾多，各有生產專長，如此多元組合使得本公司的供應鏈具備多樣性與彈性，利於本公司變化商品組合以及快速因應市場趨勢變動。其他競爭業者或因供應商類型單一，或因自行生產比例較高，其彈性與速度較無法因應市場變化。同時，本公司與供應商合作關係密切良好，在協同生產的合作過程中協助供應商提升管理與技術水平。例如藉著開發機能性材料，提供予製作正式鞋的廠商協助其生產具休閒機能特性的產品，有效整合供應鏈資源，提升生產水平並回應市場需求。

產業價值鍊

專注高產值流程，結合產、官、學、研、醫
創造5力大價值



在地化量產 & 低碳鞋品開發計畫

與鞋技中心合作，串聯台灣上下游供應鏈，結合智慧產線建置產前、上線、出貨等製程數位化管理。



同時為鼓勵廠商除揭露產品碳排放資訊外，能藉由產品本身、製程及供應鏈中找出減少溫室氣體排放機會，甚至檢討產品綠色設計，進一步降低消費者在使用及廢棄處理階段的溫室氣體排放量，達到實質減量成效，我國於2014年起推動碳足

跡減量標籤 (Carbon Footprint Reduction Label)，又稱減碳標籤(Carbon Reduction Label)。

申請減碳標籤使用權之產品，其五年內碳足跡減量需達3%以上，經審查通過後即可取得減碳標籤使用權，讓消費者在購物時即考量減緩全球暖化與氣候變遷問題，優先選購減碳標籤產品。



3.9 顧客服務

阿瘦的企業文化是「堅持品質、服務第一」，秉持著提供最好的「商品」與「服務」而努力，並以「真、善、美、新」為品牌核心理念，近期更以「促進顧客足下與生活的美好」為目標，整體方向都是以解決「足病苦、足病痛」為發展重點，為了全台灣人的足部健康，導入業界唯一「動態足壓量測」系統，透過科學化方式，測量真實步態，找出最適合消費者的鞋具，阿瘦持續創新結合健康與智慧概念來增加市場競爭力，以「人」為本出發，創造長期互信的服務價值體系及超乎客戶期待之消費體驗。

滿意度提升

針對每一位消費者的需求，2020 年阿瘦正式導入線上滿意度問卷，蒐集消費者意見並追蹤分析需改善的問題，以提升各項品質。2023 年度共計回收 11,684 份消

費者意見，各項指標線上滿意度皆有 95% 以上的消費者表示滿意，問卷評比項目主要區分為『迎賓接待』、『試鞋服務』、『整體服務』、『環境整潔』、『結帳送客』、『商品舒適性』七大指標。

溝通管道提供

消費者的回饋是我們最大的進步動力，因此我們建立了多元的管道讓消費者分享意見，使雙向溝通更即時，針對現場的回饋及非現場皆提供不同方式的滿意度回饋方式；例如，在門市現場可藉由（1）與服務人員直接反應，非現場的溝通管道則有（2）線上滿意度問卷（3）免付費 0800 客服專線，（4）官網留言及（5）官方臉書專頁等。對於正面的意見，我們將持續性提供一致高品質的服務與商品；在面對消費者的抱怨，客服單位皆會以最快的速度完成客訴處理，希望能在第一時間瞭解顧客的需求並給予回應，以確保處理方式讓每位消費者滿意，阿瘦並藉由上述 5 大溝通管道，找出提升滿意度方式，期藉由不斷的優化與改善，發展出更貼近消費者需求的服務模式。

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，已制定個人資料保護管理辦法並公告予相關單位遵循，根據該管理辦法，分店所填之資料或消費者相關之表單，均經妥善保管，不得任意翻閱，並定期銷毀相關個資資料，以維護消費者資料之安全。

3.10 產業創新

本公司創業初衷以立志「為台灣人做一雙最好的鞋」為目的，透過產官學研的主動合作，創新開發與技術整合，推出多款明星商品，本公司洞悉產業趨勢，自 2016 年起啟動健康促進專案，2017 年起整合產學資源，應用 3D 技術、數據分析，輔以過往銷售數據與研發經驗，2018 年整合專業醫療顧問團隊，由足開始，投入健康促進商機，推出鞋業首創「動態足壓量測」系統，結合工研院專利技術與物理治療師的專業判讀，深入分析 4 大足健康指標，打造每個人專屬的足部保養對策。

2019 年與國家級教練蔡牧師合作，設計方便操作的彈力帶操，導入各門市，讓藉由經訓練的門市人員與社區居民的互動，社區健康關懷站具體成形。2020 年結合物理治療師團隊提供的體態平衡評估與促進服務開始於阿瘦門店進行複合，同步結合足健康諮詢服務，內外部大數據資料彙整，分析消費者行為，提供客製化服務與專業建議，協助消費者照料足部健康問題。2017 年阿瘦全省門市取得各縣市政府衛生局核發醫療器材之販賣業藥商許可執照，2021 年自有品牌之超正步鞋墊取得衛福部核發之醫器製號。2022 年自有品牌之超正步鞋墊延伸系列包含小腿舒緩、足底筋膜舒緩、足清淨系列等，提供顧客健康促進的美好生活體驗。阿瘦於 2022 年申請醫材製造商認證字號商品，因此 2022 年為「阿瘦醫療元年」，正式推出醫療級商品。

阿瘦皮鞋新增足健康系列，2023 年升級為 ASO+，與民眾直接溝通「醫療、健康」的形象。特別是 2023 年密切與職能治療師、物理治療師合作，甚至是骨科醫師的足醫中心，不再只是賣鞋，而是成為「足健康」專家，轉往醫療科技的方向前進，ASO+ 提供附加價值更高的機能保健商品組合，並拓展到全人健康。

ASO+ 販售足健康、醫療級產品，售後服務亦同等重要，從販售前的足健康專業諮詢、販售中的動態足壓量測以了解自己的步態健康，到販售後的定期追蹤和足測回測。

此外，門市與在地醫療機構結盟，讓阿瘦足醫健康中心成為專業醫療服務之最佳夥伴，足部預防保健領域之領導廠商。並布局健康生態圈，以阿瘦品牌與消費者的信賴為核心，由足部出發，提供消費者豐富、多元化的機能性產品與足



部健康諮詢服務，透過專業知識的傳達、優質商品與服務的提供，建立以足下健康為主軸的健康生態圈，最終將門店轉型為社區健康關懷站，透過加值服務與專業體驗，提高客群認知與認同。

先足測，再選鞋



什麼是足壓？

站立時，雙腳承受全身重量所造成的足底壓力分佈狀況，即是足壓。



什麼是步態？

行走時，身體重心交互偏移，造成的足部受力與翻扭狀況，即是步態。



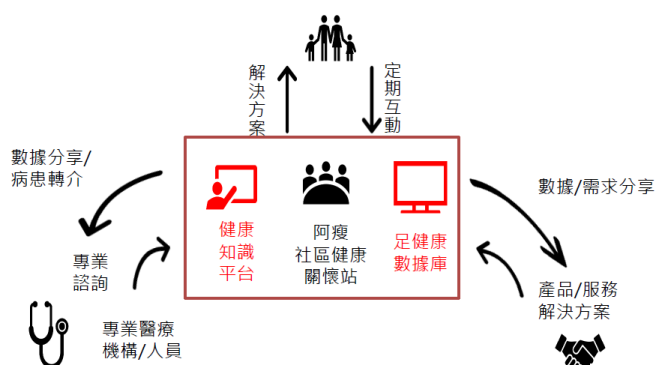
預防與保養

為了健康，我們會注意飲食、多運動、定期量血壓或健康檢查。同理，唯有知道自己真正的足健康狀態，才能找到最佳的預防及保養對策。讓你踏出的每一步，越走越健康。

專業足測服務流程



A.S.O 健促服務迴路



全方位服務整合

中心場域

評估服務、個人服務、團體服務



物理治療師團隊



體態分析



小型課程



自主健康促進



團體健康課程



運動處方

初級場域

體驗店面、全通路銷售、活動



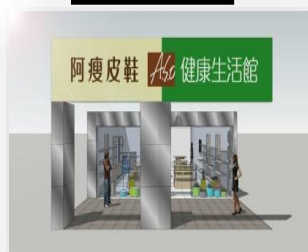
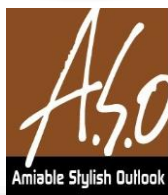
健康講座與體驗
多元商品與網路商店



全國唯一 健康專家

社區健康

研



醫



CH4 社會面

員工是企业重要的資產之一，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。

4.1 人才發展

員工結構

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。

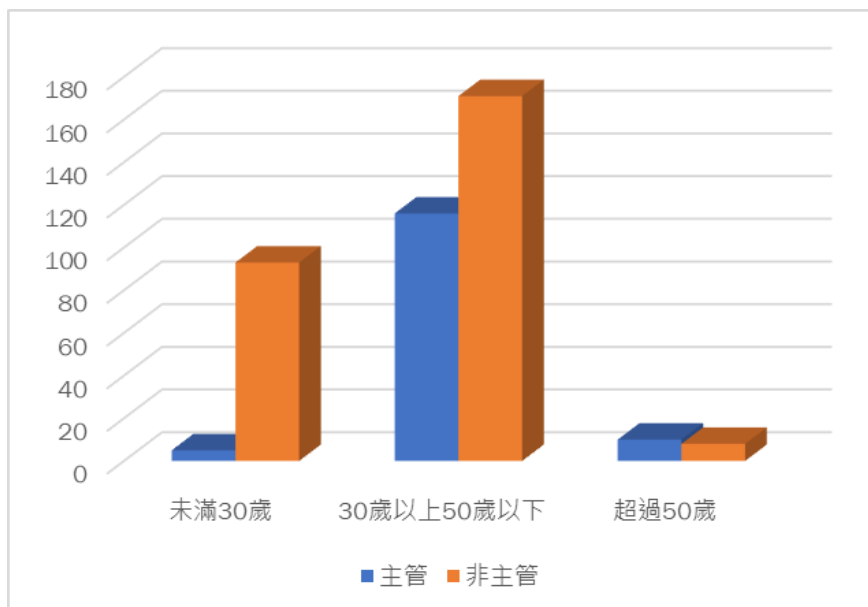
截至 2023 年 12 月 31 日止，阿瘦員工共有 418 位，阿瘦雇用員工不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙、星座、血型或以往工會會員身分等而予以歧視，亦積極雇用已婚及因家庭離開職場之二度就業女性員工。

阿瘦經營零售連鎖店舖，員工遍布全台各地，若以地區區分，北區員工佔比為 53.8%，中區員工佔比為 24.8%，南區員工佔比為 21.4%。性別上，男女員工佔比為 1：7.2。

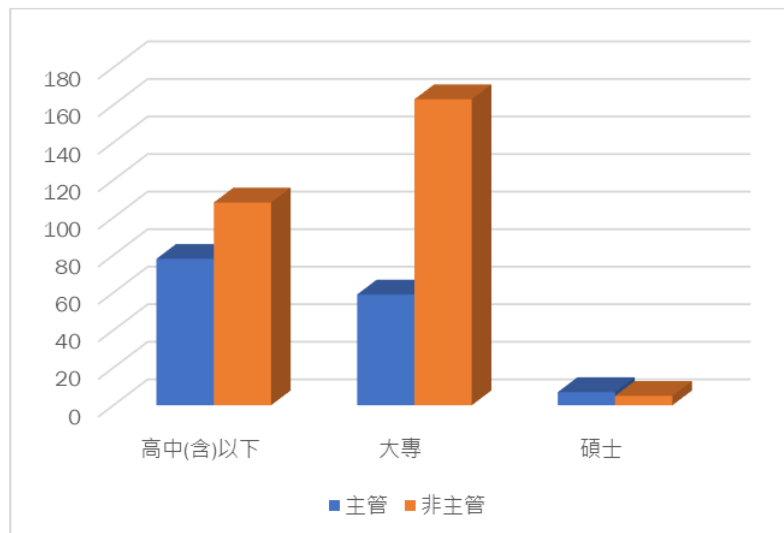
2023 年度		女 生			
人員別	年齡區域	北區	中區	南區	新進/離職%
在職	未滿 30 歲	29	38	22	
	30 歲以上 50 歲以下	148	56	59	
	超過 50 歲	11	4	2	
新進	未滿 30 歲	24	36	20	19.0%
	30 歲以上 50 歲以下	31	13	12	13.3%
	超過 50 歲	1			0.2%
離職	未滿 30 歲	22	28	15	15.5%
	30 歲以上 50 歲以下	31	23	18	17.1%
	超過 50 歲	1		1	0.5%

2023 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	6	4	1	
	30 歲以上 50 歲以下	25	2	5	
	超過 50 歲	7		1	
新進	未滿 30 歲	5	2	3	2.4%
	30 歲以上 50 歲以下	5	1		1.4%
	超過 50 歲	3			0.7%
離職	未滿 30 歲	3		3	1.4%
	30 歲以上 50 歲以下	6	1		1.7%
	超過 50 歲	5		1	1.4%

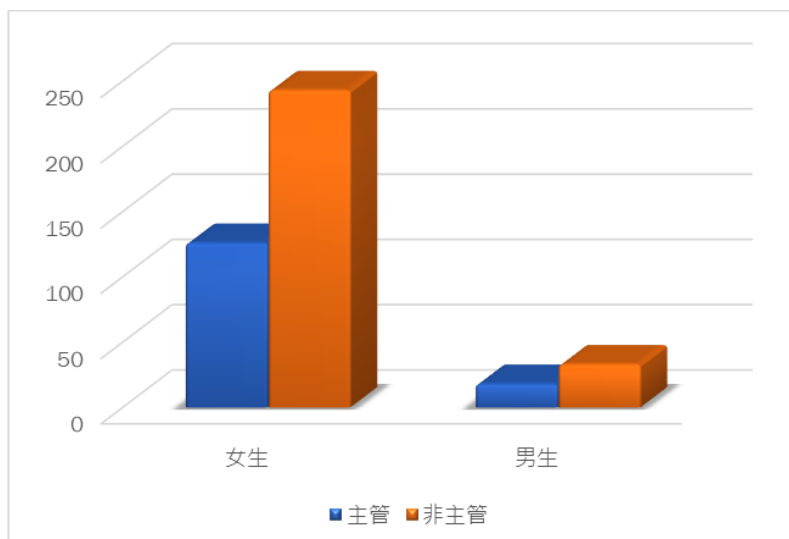
阿瘦員工具備大專以上學歷佔 55.7%；基層主管職以上佔全體員工 34.3%，年齡層介於 30 歲～50 歲之間佔 70.2%最多。



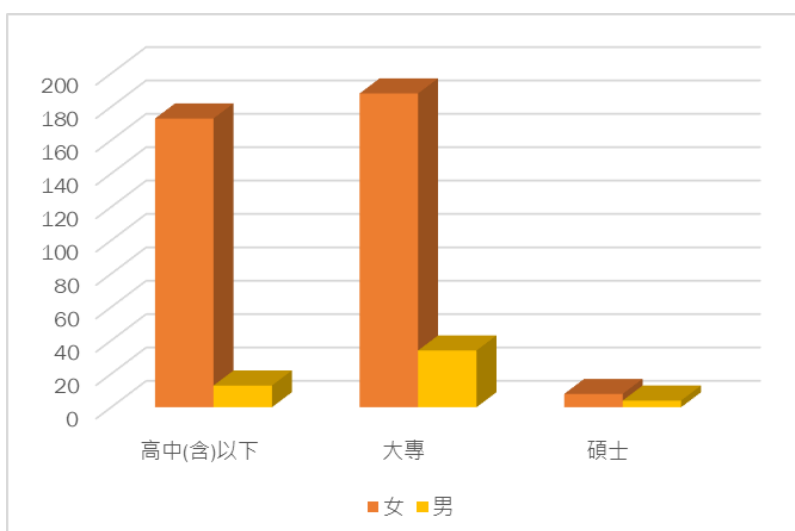
註：主管係指課長、店長級以上



註：主管係指課長、店長級以上



註：主管係指課長、店長級以上



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。2023 年阿瘦員工平均年齡為 36 歲，年滿 30 歲以上 50 歲以下區間之員工流動性最高。

員工發展與訓練

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、2015 年、2017 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。2023 年阿瘦集團員工平均受訓時數如右表。

學員對象	2023 年平均受訓時數 (小時)		
	男	女	整體
營業端	118.6	118.1	118.3
後勤端	30.7	30.2	30.4

阿瘦實業具備完整之員工職涯發展藍圖，承接企業的經營策略和人才發展目標，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，達到組織目標，更支持員工職涯發展之規劃。

類別	課程內容	學習評鑑	訓練考勤 機制
營業端	<u>基礎培訓</u> 基礎服務課程包 基礎商品知識課程包 進階商品知識課程包 進階商品服務課程包 <u>分級訓練：</u> 季：主題商品知識培訓 季：經營研討會 季：管理職能培訓 半年：主題職能培訓 年度：儲備管理職培訓	線上課程筆試合格 線上新人訓合格結訓 商品服務認證 (筆試 + 技能檢定) 儲備管理職評鑑 足健康專家 Lv. 3 認證 足健康專家 Lv. 2 認證 Power BI Lv. 1 認證 行動計畫	訓練課程 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> 儲備幹部訓練 新任主管訓練 高階主管訓練-經營管理 工作坊 新零售管理學院培訓 健康管理制院培訓 大數研究院-數據力培訓	新進人員線上筆試 各項專業證書 足健康專家 Lv. 1 認證 Power BI Lv. 2 認證 成果報告	訓練課程 提供員工 公假進行 學習

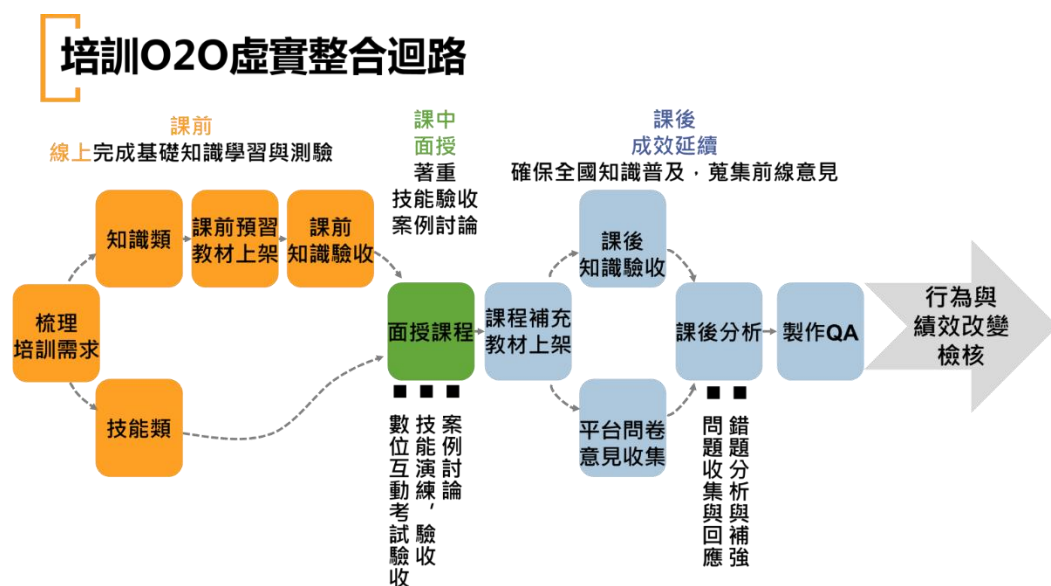
數位雲端工具使用與實體培訓執行，打造專屬阿瘦人成長學堂

十分重視人才發展的阿瘦實業，早在 2010 年即導入電腦版 e-Learning，2018 年更建立「瘦 Easy」平台，打造阿瘦人專屬的行動學習平台，透過手機、平板或電腦都可學習，重要資訊可透過 APP 的訊息推播功能即時公告，建立瞬效溝通與學習介面。課前及課後將課程相關課程資訊透過平台傳遞給上課學員，達到課前預習、課後複習之效，以提升整體培訓成效。後續結合內部溝通平台，將數位學習內容轉化至 Teams 軟體，除了維持電腦及手機皆可隨時使用的便利性，並利用軟體亦可直播視訊的優勢，打造線上直播課程，設

計實體與線上課程混程學習。

因應新零售時代數位轉型與組織發展目標，延續 2018 年開立的大數研究院學程，2019 年 Q3 啟動 Power BI 分級認證、足健康專家分級認證，透過前線後勤人才持續裝備，深化與廣化並進，打造更具競爭力的團隊。

同步，為更有效地增加學習與產出的關聯，大幅更新學習模組，將「硬知識留在雲端」，實體培訓以互動連結、觀念強化、練習驗收為目的，發展出專屬阿瘦人的成長學堂，並透過數位工具多元活用，積極因應環境變遷的發展需求。



外部教育訓練的重視

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。

凡正式任用之同仁，只要需再進修提升的課程，與業務內容發展有關，均可申請外部教育訓練資源補助，並在訓後提交報告，與同仁分享工作中的應用發展即可。為鼓勵資深同仁更加追求自我成長，2020 年度修正：年資滿 3 年以上的同仁，每年可申請金額再加 2,000 元，期許同仁能夠保持學習動能、持續自我提升；自主學習的獎勵政策獲得回響，延續執行至今，同仁追求自我成長的精神值得讚許。

本項內容定義以該員之部門主管與訓練單位審核之。依職務需求及年資對照表如表所示。

身分別	年資未滿三年	年資滿三年以上
非管理職	5,000	7,000
管理職	6,000	8,000
管理職為部門主管、營業總監者	8,000	10,000

定期績效檢核

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。2023 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。

職涯發展培訓與檢核機制

◆ 完善的職涯發展體系

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。



◆ 晉升管道透明、完善主管培育與評核機制

阿瘦集團針對總處與營業各級主管，從升任前的儲備幹部養成到新任主管快速上手實務課程，一路到擔任主管後的領導管理能力，皆為每年固定的課程，而營業每年 2 次公開透明的晉升考核，把關人才戰力。

2023 年各類別指定執行開班培訓項目如下表所示，其他線上學習不列入。

類別	開課時數	受訓人次
基礎培訓	93	1050
儲備管理培訓 與晉升評鑑	56	960
經營研討培訓	128	3600
總計	277	5610

文化傳承、五育並重

阿瘦皮鞋以「真、善、美、新」為核心理念，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」，透過活動集點卡的遊戲化運營模式，鼓勵同仁參與社會公益、運動賽事、生活美學講座與社團活動，共同實現美好人生。



4.2 員工薪獎與福利

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。

項目 / 年度 (單位：新台幣)	2023 年	2023 年	成長率
非擔任主管職之全時員工人數	362 人	383 人	-5.5%
非擔任主管職務之全時員工薪資平均數	603 仟元	570 仟元	+5.8%
非擔任主管職務之全時員工薪資中位數	558 仟元	515 仟元	+8.3%

※薪資包含：基本薪資、津貼、獎金。

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：員工旅遊及節慶活動，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。

阿瘦除事假、病假、緡假、喪假、公傷假、特別休假等請假類別外，阿瘦女性員工佔比較高，為保障女性員工權益，使其可兼顧工作、家庭及健康，提供「生理假」、「家庭照顧假」、「產假」、「陪產假」、「哺乳時間」、「留職停薪辦法」及「育嬰留停」等。總公司亦設有隱密及安全之哺乳室，供女性員工使用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。



因行業屬性，阿瘦女性員工人數佔88%，同仁育嬰留職停薪之申請與復職，依循相關法令規定作業。

2023 年育嬰假及育嬰留停人數 (人)	男性	女性	總計
2023 年享有育嬰假員工總數	1	49	50
2023 年申請育嬰假員工總數		15	15
2023 年育嬰留停後應復職人數(A)		6	6
2023 年育嬰留停後實際復職人數(B)		4	4
2022 年育嬰留停實際復職人數©		3	3
2022 年育嬰留停實際復職後且工作滿一年人數(D)		3	3
復職率% = B / A	0%	67%	67%
留任率% = C / C	0%	100%	100%

4.3 職場安全及衛生

阿瘦除總公司位於台北市外，遍佈全台及外島各縣市計有 105 家通路門店，不僅提供員工安全的工作環境，各門店的裝潢設計規劃、動線、商品陳列等，皆考量到顧客到店時的安全空間。

阿瘦總公司大樓管委會每年依法規定期進行消防與公共安全及衛生檢查，辦公室內由公司職安人員定期檢查及修護相關設備及空間；全台門市營業區主管定期到店負責賣場內的安全空間檢查。

阿瘦管控工作場所之專責人員定期進行職業安全衛生管理教育訓練，並定期為員工宣導健康教育。2023 年公司定期安排醫護人員進駐執行職護臨場健康服務員工；2023 年度員工人數總計 420 人，公司於 11-12 月期間安排員工健康檢查計 105 人，員工健檢率 25%。

公司為守護員工的健康，於 9 月購買 JooiSpots 軟體會員，導入全公司同仁健康促進活動，推行阿瘦一起相揪走競賽，由公司提撥獎金，以競賽方式進行健康運動活動，全公司同仁高達 80%以上的人數參與了走路健康運動。



公司與虹映科技 JiiSports 合作的健康促進活動案“阿瘦一起相揪走!”即將於 **11/1** 正式啟動。

請各位同仁夥伴於 **10/31(週二)**前完成以下步驟：

Step.1

至 Teams 確認 1. 活動參與名單&觀看 2. 健康促進活動說明。

Step.2

完成 JiiSports APP 下載，並依照 3. JiiSports 操作手冊完成帳號開通。

Step.3

依照手冊介紹熟悉 APP 操作，11/1 即開始步數競賽。

也預計在本周 **10/26 (四) 足健康早會**，針對此專案跟所有夥伴說明。

提案相關資料連結(Teams)：[JiiSports 健康促進專案](#)



4.4 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。

4.5 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。

4.6 社會參與

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。

支持弱勢偏鄉學童穿著專業戰鞋，讓偏鄉孩童在展演時也擁有自信與專業。

美麗山田，穿出孩子的專業與自信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，2021 年為了延續本業精神的根本，「美麗山田—偏鄉美學播種計畫」自第 12 屆起，開始著手為每位學童親手打造一雙適合展演的戰鞋，讓這些擁有豐



富才能的孩子們，能穿著專業的鞋款去展現自信專業的一面，而未來基金會也會繼續努力致力於這樣的贊助合作，成就更多偏鄉孩子們擁有更多的發展潛能，迎向更寬闊美麗的風景，2023 年美麗山田-偏響美學播種到全省 10 所美麗的小學，我們將持續推動美學教育，以美學來進行公益回饋。

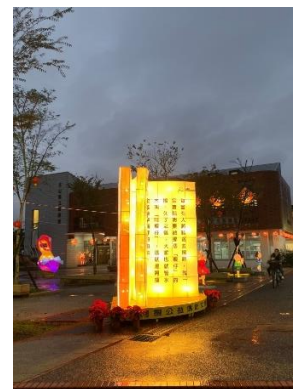


創辦人羅水木總裁更用個人名義捐贈宜蘭縣冬山鄉立圖書館建設經費新台幣 2,400 萬元，回饋成長的故鄉，提供冬山子民讀書進修的好環境，冬山鄉公所為感念羅水木總裁，將圖書館冠名為阿瘦羅水木紀念圖書館，冬山人稱為阿瘦圖書館。



阿瘦企業文化與裝置藝術結合發揮創意，提升鞋工藝之價值。

繼 2016 年阿瘦公仔花燈於宜蘭縣冬山鄉立圖書館阿瘦水木紀念圖書館前廣場展示後，2021 年初亦展示了「阿瘦千萬鑽石鞋」與「台灣阿瘦」一書之花燈，於 2022 年及 2023 年 二年度的春節~元宵節期間都在廣場前展覽供當地居民及遊客觀賞。



「阿瘦公益信託文教基金」於 2021 年委託「法務部矯正署宜蘭監獄作業科」製作「鞋」與「書」之作品來迎接農曆春節及元宵節的到來。



2016 年由創辦人羅水木總裁委託「法務部矯正署宜蘭監獄作業科」完成的阿瘦公仔，由「花布、絨布、鐵線、燈泡」等四種材料完成之花燈作品；宜蘭監獄受刑人慢工出細活，完成的花燈唯妙唯肖，讓人歎為觀止。

阿瘦全省門市自 2019 年開始，開始深入社區、各機關行號、安養中心，舉辦健康講座，提倡足部健康照護，為社區居民、客人提供免費足部動態量測及足部照護相關諮詢，2023 年鼓勵全省各門店參與社的里鄰活動，提供居民及客人免費足測及足部照護宣導。



※清水店參與社區活動提供足測服務。



※北投店前往潤福安養中心提供足測服務。



※高雄區門市同仁參與社區運動會，免費提供足測服務。

阿瘦與文化藝術的結合，支持親子活動，提升企業文化傳承的價值。



2023 年中秋節期間阿瘦公益信託文教基金與阿瘦全省門市攜手合作，進行客人文旦彩繪活動；2023 年聖誕節阿瘦公益信託文教基金與阿瘦門市客人進行歡樂活動。

花蓮中正店 文旦彩繪作品	屏東潮州店 文旦彩繪作品	新北板橋店 客人文旦彩繪作品
		
三多店與小小客人進 行歡樂聖誕活動	楊梅店與小小客人舉辦聖 誕歡樂慶活動	由羅水木總裁及羅榮岳 董事長扮成聖誕老公公 歡慶 2023 年聖誕快樂
		

CH5 環境面

5.1 氣候變遷

2023 年 11 月 30 日，世界氣象組織宣布 2023 年是有記錄以來人類歷史上最熱的一年，熱度「大幅升高」，極端氣候對人類及地球環境持續影響，相對地，也直接影響到人的生活形態，阿瘦為零售通路經營型態，在門店通路面管理、供應鏈生產管理、永續材料研發採購、產品包材回收重覆使用、廢棄物減量、減碳方案等積極推行氣候治理，透過實際行動因應氣候變遷對環境所造成的影響，朝向淨零排放的永續零售健康產業經營。

阿瘦近年的商品、服務形態轉往「健康促進」經營策略，符合近年歐盟強制產品使用壽命更長，禁止快時尚浪費的策略，歐盟強制產品導入新「生態設計」規則，新生態設計框架將為在歐盟銷售的所有產品製定永續性，要求包括產品耐用性、可重複使用性、可升級性和可修復性、抑制循環的物質的存在、能源和資源效率、回收成分、再製造和回收以及產品的碳和環境足跡，銷售的商品必須帶有「數位產品護照」，該護照提供有關產品環境永續性的資訊。

5.2 溫室氣體排放

阿瘦制定有溫室氣體盤查執行進度表，每季董事會安排執行進度報告，2023 年起聘顧問公司輔導、定期進行種子人員教育訓練，已從第一季起展開溫室氣體盤查數據資訊，預計於 2024 年取得溫室氣體確信意見書，並取得溫室氣體合理保證等級認證。

自 2013 年起，阿瘦的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，自 2014 年以來，連續多年參加各縣市舉辦的節能競賽均獲得優異成績之殊榮。

阿瘦公司 2023 年溫室氣體排放量較 2022 年減少 2.6%，較 2022 年碳排目標，減少 1.3 萬 KgCO₂e。各項數值比較請詳見下列各表：

二年度 102 家門市及總處用水度數比較表：

單位：度	2023年	2022年	增(減)	%
水費度數	10,824	11,022	(198)	-1.8%

二年度 102 家門市及總處用水度數換算碳排放量比較表：

單位：KgCO ₂ e	2023年	2022年	增(減)	%
用水碳排放量	685	698	(13)	-1.8%

二年度 102 家門市及總處用電度數比較表：

單位：度	2023年	2022年	增(減)	%
電費度數	3,044,905	3,070,486	(25,581)	-0.8%

二年度 102 家門市及總處用電度數換算碳排放量比較表：

單位：KgCO ₂ e	2023年	2022年	增(減)	%
用電碳排放量	1,549,857	1,562,877	(13,021)	-0.8%

本公司九成的營收來自實體門市，電力為本公司主要的能源需求。近幾年使用電力與水資源逐年降低，足見本公司致力於節能減碳之成效。

5.3 能源管理

阿瘦與鞋技中心合作，串聯台灣上下游供應鏈，結合智慧產線建置產前、上線、出貨等製程數位化管理。同時為鼓勵廠商除揭露產品碳排放資訊外，能藉由產品本身、製程及供應鏈中找出減少溫室氣體排放機會，甚至檢討產品綠色設計，進一步降低消費者在使用及廢棄處理階段的溫室氣體排放量，達到實質減量成效。

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 26 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。不論營業據點或總公司全部改用 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。

5.4 水資源管理

由於氣候變化，台灣近年各地受缺水、颶水之苦，阿瘦主要經營鞋零售店面，非屬於高用水行業。公司用水主要為門店營業時間及總公司同仁上班間之日常生活用水，基於保護環境之責任，本公司推行節約水資源之行動，每月追蹤每個據點用水之度數狀況，明確掌握水資源之管理。各據點使用後之污水經由店面及

辦公大樓之水管排往下水道處理，本公司並未產生製程之廢污水。

5.5 廢棄物管理

阿瘦主要經營鞋零售店面，廢棄物主要來自同仁日常服務所產生之一般廢棄物及行政管理單位文件紙張，本公司未有生產製程相關之有毒性之廢棄物，各據點所產生日常服務及生活之一般廢棄物依各縣市政府規定辦理。

另，針對本公司保存過期之文件紙張，總公司行政管理單位已行之有年，定期每半年集中將過期之文件紙張，統一運送到桃園，委託正隆紙業免費進行水銷、循環再生。

5.6 物流節能推動

除了能源管理各項措施外，阿瘦亦致力執行自行回收門市要丟棄包裝商品到店的外箱及客人不需要的鞋盒，導入標準化的鞋盒、紙箱回收流程，並制定管理法及獎勵機制。

近年來紙箱回收比例已超過 70%以上，而鞋盒回收也已突破 10%，回收之鞋盒與紙箱，由門店同仁整理，進行統一標準化之網綁，委由貨運公司協助運送回物流總倉，再經由物流夥伴整理，再投入包裝出貨到門市，每一個總紙箱均被



重複循環使用，阿瘦讓回收的鞋盒及紙箱使用到最佳化，終極目標做到 100% 的鞋盒及紙箱被回收再利用，達到淨零碳排的管理。

物流總倉亦實施存貨管理，提高庫存精確度，進貨透過配銷中心精確的銷售預測，確保生產的商品能夠滿足市場需求，整合安全庫存降低報廢品，依生產/上市規劃，安排進倉時間，縮短在倉停留時間，進貨當天出，門市隔天到貨；庫存整合資源配置，提高資源利用率，減少資源浪費，有效的存貨管理有助於提高供應鏈的效率，減少能源浪費。

附錄：

阿瘦已依 GRI 準則報導 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期間 GRI 內容索引表中引述的資訊。

GRI 1：基礎 2021

GRI 2：一般揭露 2021

GRI Standards 索引表

一般揭露 2021		
GRI 準則	揭露項目	章節、頁碼或內容概述
一般揭露 2021	2-1 組織詳細資訊	CH3 營運及治理
	2-2 組織永續報導中包含的實體	CH1 經營理念與永續策略 CH2 重大議題管理
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書
	2-4 資訊重編	本年度無資訊重編情事
	2-5 外部保證 / 確信	本公司之永續報告書依資本額規模尚不需經機構確信
	2-6 活動、價值鏈及其他業務關係	CH3 營運及治理；CH4 社會面
	2-7 員工	CH4 社會面
	2-8 非員工的工作者	CH3 營運及治理；CH4 社會面
	2-9 治理結構與組成	CH3 營運及治理
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	CH3 營運及治理
	2-11 最高治理單位的主席	CH3 營運及治理
	2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	CH1 經營理念與永續策略 CH3 營運及治理
	2-13 衝擊管理的負責人	CH3 營運及治理；CH5 環境面
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	CH1 經營理念與永續策略 CH3 營運及治理；CH5 環境面
	2-15 利益衝突	CH3 營運及治理
	2-16 溝通關鍵重大事件	CH1 經營理念與永續策略 CH2 重大議題管理
	2-17 最高治理單位的群體智識	CH3 營運及治理；CH4 社會面
	2-18 最高治理單位的績效評估	CH3 營運及治理
	2-19 薪酬政策	CH4 社會面

	2-20 薪酬決定流程	CH4 社會面
	2-21 年度總薪酬比率	CH4 社會面
	2-22 永續發展策略的聲明	經營者的話
	2-23 政策承諾	CH1 經營理念與永續策略 CH2 重大議題管理 CH3 營運及治理
	2-24 納入政策承諾	CH1 經營理念與永續策略 CH3 營運及治理
	2-25 補救負面衝擊的程序	CH3 營運及治理 CH4 社會面
	2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	CH2 重大議題管理
	2-27 法規遵循	CH3 營運及治理
	2-28 公協會的會員資格	CH3 營運及治理
	2-29 利害關係人議合方針	CH2 重大議題管理
	2-30 團體協約	公司未成立工會。公司每年定期舉辦勞資會議，具體討論與溝通。

重大主題

GRI 3：重大主題 2021

GRI 準則 / 揭露項目			章節、頁碼或內容概述
3-1	決定重大主題的流程		CH2 重大議題管理
3-2	重大主題列表		CH2 重大議題管理
3-3	重大主題管理		CH2 重大議題管理
經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	CH1 經營理念與永續策略 CH3 營運及治理
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	CH5 環境面
	201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	CH4 社會面
	201-4	取自政府之財務補助	本年度無取得政府之財務補助
溫室氣體排放 GRI305:2016	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	CH5 環境面
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	CH5 環境面
	305-4	溫室氣體排放強度	CH5 環境面
	305-5	溫室氣體排放能量	CH5 環境面

GRI 準則 / 揭露項目			章節、頁碼或內容概述
勞雇關係 GRI401:2016	401-1	新進員工和離職員工	CH4 社會面
	401-2	提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	CH4 社會面
	401-3	育嬰假	CH4 社會面
職業安全衛生 GRI403:2018	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	CH4 社會面
	403-6	工作者健康促進	CH4 社會面
	403-9	職業傷害	CH4 社會面
訓練及教育 GRI404:2016	404-1	每名員每年接受訓練的平均時數	CH4 社會面
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	CH4 社會面
當地社區	413-1	經當地社區溝通、衝擊評估與發展計畫的營運活動	CH4 社會面