



永續管理藍圖

統一超商深信企業社會責任不只是口號，唯有透過強而有力的管理機制、明確清晰的願景與目標、及因應研擬的營運策略與政策，才能確實落實我們對於營運、員工、環境、社區的堅持與責任，藉由企業社會責任委員會的設置、永續願景與目標的訂定與執行、結合營運策略的落實與管理，將永續管理在統一超商由上而下、由內而外全面開展。

統一超商自成立以來，不僅在營運有諸多突破與創新，更在經濟、環境、社會層面有諸多作為與努力，矢志成為具有永續營運價值的企業領航者。

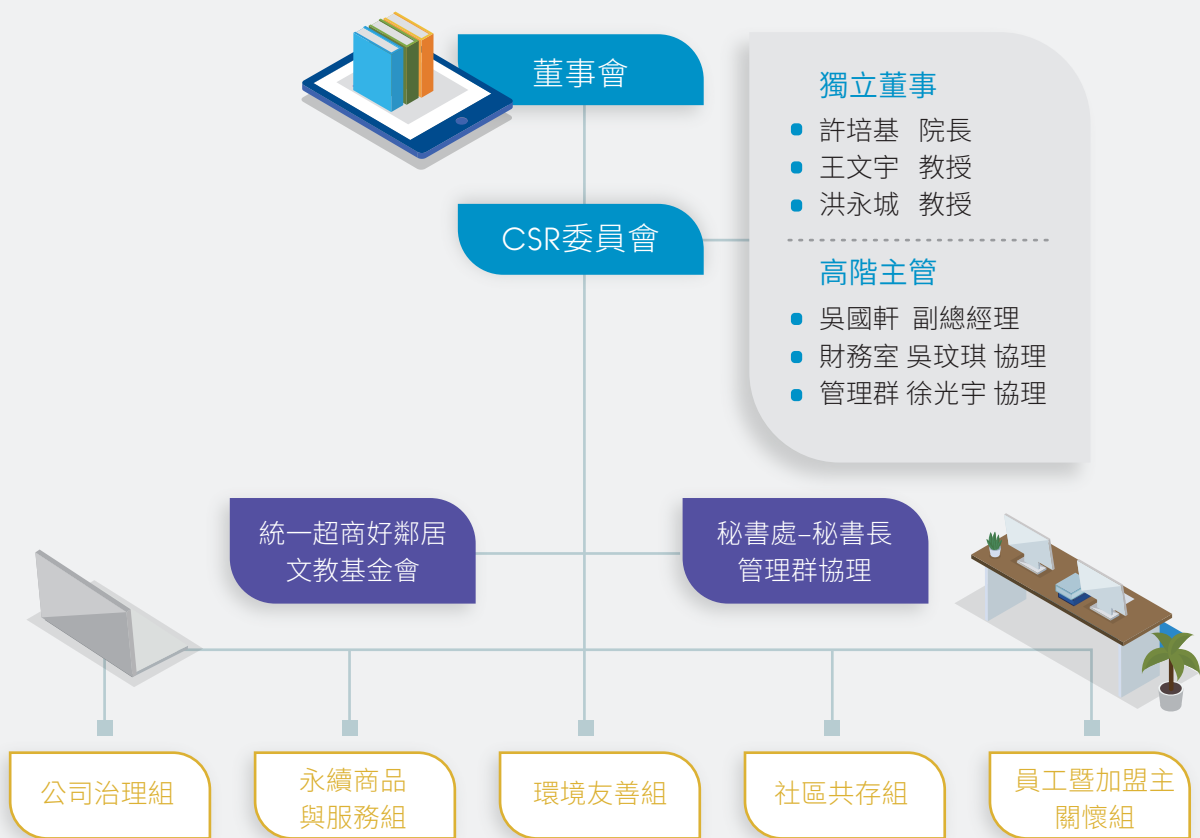
1.1 企業社會責任委員會

為落實企業社會責任之執行及管理，我們設置跨部門「統一超商企業社會責任委員會」（簡稱「CSR 委員會」），於 2018 年提高其所屬層級成為董事會下轄之功能性委員會。CSR 委員會負責擬訂和編修統一超商企業社會責任相關制度及規範、監督公司企業社會責任政策與計畫、定期追蹤與評估企業社會責任執行進度與成效、審定企業社會責任報告書等權責，並每年向董事會報告企業社會責任年度執行成果，同時訂定「企業社會責任實務守則」，做為推動企業社會責任的最高指導原則，期待透過所屬層級的提升及外部董事的客觀專業立場，加強公司企業社會責任精神與作為的高度、廣度、深度，提升組織規格，強化公司



CSR 決策及推動力道、擴大涵蓋面向，結合不同事業部達成最大績效、並強化監督機制，檢視行動方案是否能實際執行。

CSR 委員會由三位獨立董事與公司高階主管一同擔任委員，委員會下成五大小組，包括「公司治理」、「永續商品與服務」、「環境友善」、「社區共存」、「員工暨加盟主關懷」，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行。CSR 委員會每年至少召開兩次會議，2019 年於 2、6 和 10 月份各舉行一場。



1.2 永續願景與目標

CSR 目標與原則

統一超商將 CSR 核心理念融入經營目標中，並全面的肩負起不同層面的社會責任。我們由三大主軸「幸福企業」、「共好社會」、「永續地球」出發，透過五大實踐原則，具體落實企業社會責任。同時，我們也持續強化各部門與門市自我管理的能力，將 CSR 精神納入各部門年度計畫工作中，並設立 CSR 議題關鍵績效 (Key Performance Index, KPI)，透過系統化管理機制，有效逐年檢視 CSR 執行成果，以追求公司永續經營成長。



五大實踐原則

具體實踐內容

健全公司治理制度

- 隨時檢討 CSR 成效及持續改進，並由經營階層監督、各權責單位各自執行
- 全體員工應依自律公約，落實「真誠、創新、共享」企業文化
- 從事營運活動應遵循相關法規，以營造公平競爭環境

保障利害關係人權益

- 尊重利害關係人權益，並回應其所關切之重要 CSR 議題
- 確保產品與服務品質，落實消費者權益政策之執行
- 確實尊重消費者之隱私權，保護其所提供之個人資料

加強企業社會責任揭露

- 充分揭露具攸關性及可靠性之 CSR 相關資訊
- 揭露推動 CSR 情形，包括企業社會責任之實施績效、利害關係關注之議題與實施 CSR 之制度與行動方針

維護社會正義

- 遵守勞動法規，保障員工之合法權益
- 致力降低對員工安全與健康之危害因子，預防職業上災害
- 為員工之職涯發展創造良好環境，並建立有效之職涯能力發展培訓計畫
- 與供應商合作，共同致力提升 CSR
- 參與關於社區發展及社區教育之公民組織、慈善公益團體及地方政府機構之相關活動，以促進社區發展

發展永續環境

- 遵循環境法規及相關之國際準則規範，適切地保護自然環境
- 致力提升各項資源之利用效率，並落實綠色採購
- 從事研發、生產及服務等營運活動，考慮對生態效益之影響降低環境衝擊

聯合國永續發展目標 (SDGs)

聯合國於 2015 年發佈「翻轉我們的世界：2030 年永續發展方針」，做為未來 15 年全球各國需要共同努力解決的問題。統一超商回應全球永續發展目標不遺餘力，2016 年啟動聯合國永續發展目標專案，每年針對 SDGs 17 項永續目標及其細項目標進行分析，並考量行業別核心能力、營運範圍及本公司的 CSR 三大主軸，鑑別出統一超商可對應發展的永續目標。2019 年鑑別出六項對應之永續發展目標，作為我們主要回應之策略標的，而除了這六大標的外，我們也將 17 項永續發展目標的精神與內容，理念融入在常日的營運與績效亮點中，並整理揭露如附錄，期待透過整合性的管理思維善盡身為地球公民的社會責任。



ESG	SDGs	對超商的意義
治理 GOVERNANCE	 <p>8 尊嚴勞動與經濟成長</p>	統一超商持續獲利、穩定成長、創造工作機會，成為最令人安心滿意的企業品牌，並帶來「顧客滿意、夥伴滿意、股東滿意、社會滿意」的四方滿意，成為持續成長、永續經營的企業。
	 <p>2 終結飢餓</p>	重視產品品質、消費者安全健康，維護消費者吃的安全是最基本且重要的保證。
社會 SOCIAL	 <p>3 健康與福祉</p>	利用門市通路多據點的優勢，建構社區照顧網絡，讓門市成為偏鄉服務的最後一哩路，一起守護居民健康。
	 <p>11 永續城市與社區</p>	運用門市通路特點，替返鄉青年提供交流與分享成果的平台，協助青年返鄉發展，進而協助活化鄉鎮地方產業，同時促進城鄉之間的社經與環境的正面連結。
	 <p>12 責任消費與生產</p>	本身雖非製造工廠，但透過配送運輸的改變，降低對環境的影響，達到責任消費與生產。
環境 ENVIRONMENT	 <p>13 氣候行動</p>	身為在地零售業龍頭，為維持門市商品高品質及提供舒適消費環境，訂定新門市節能規範，要求新設門市採用高能源效率的設備系統，兼顧降低溫室氣體排放，達到環境平衡發展。

1.3 重大性評估流程

統一超商極其重視利害關係人的聲音，我們透過各類管道與不同利害關係人溝通，了解並鑑別其所關注的議題。每兩年藉由問卷，依循超商五大實踐原則、永續性的脈絡、重大性、完整性及利害關係人包容性，評估主要利害關係人關注議題及其對於經濟、環境及社會的影響程度，初步篩選出重大主題，並經由公司



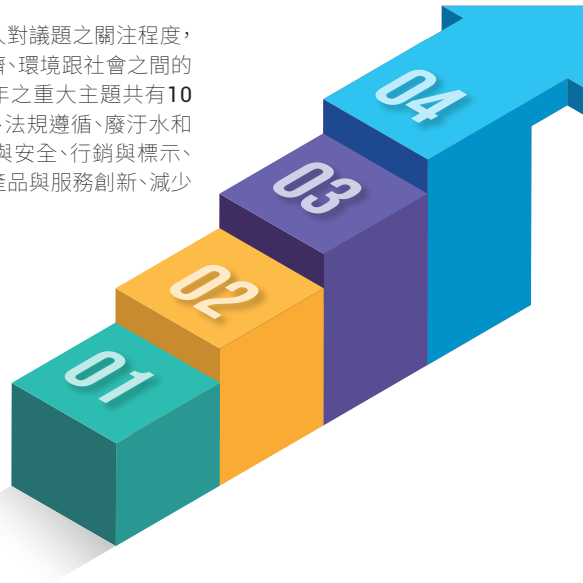
內部例行會議進行確認與補充，最後交由 CSR 委員會決議。統一超商建立系統性與標準化的重大性評估流程，分為四步驟，據此決定出超商的重大主題。2019 年重大性評估流程及鑑別出之重大主題如下：

step 02 排序

經由問卷發放辨識利害關係人對議題之關注程度，以及永續議題與公司內外經濟、環境跟社會之間的影響衝擊程度，辨識出2019年之重大主題共有10項(詳下圖)，分別為誠信經營、法規遵循、廢汙水和廢棄物、勞雇關係、顧客健康與安全、行銷與標示、客戶隱私、永續供應鏈管理、產品與服務創新、減少浪類資源。

step 01 鑑別

由CSR委員會成員以GRI Standard考量面為基礎，同時考量產業特性、永續投資機構(DJSI, MSCI)、國際趨勢與同業發展情況，篩選出統一超商30項關鍵CSR議題。



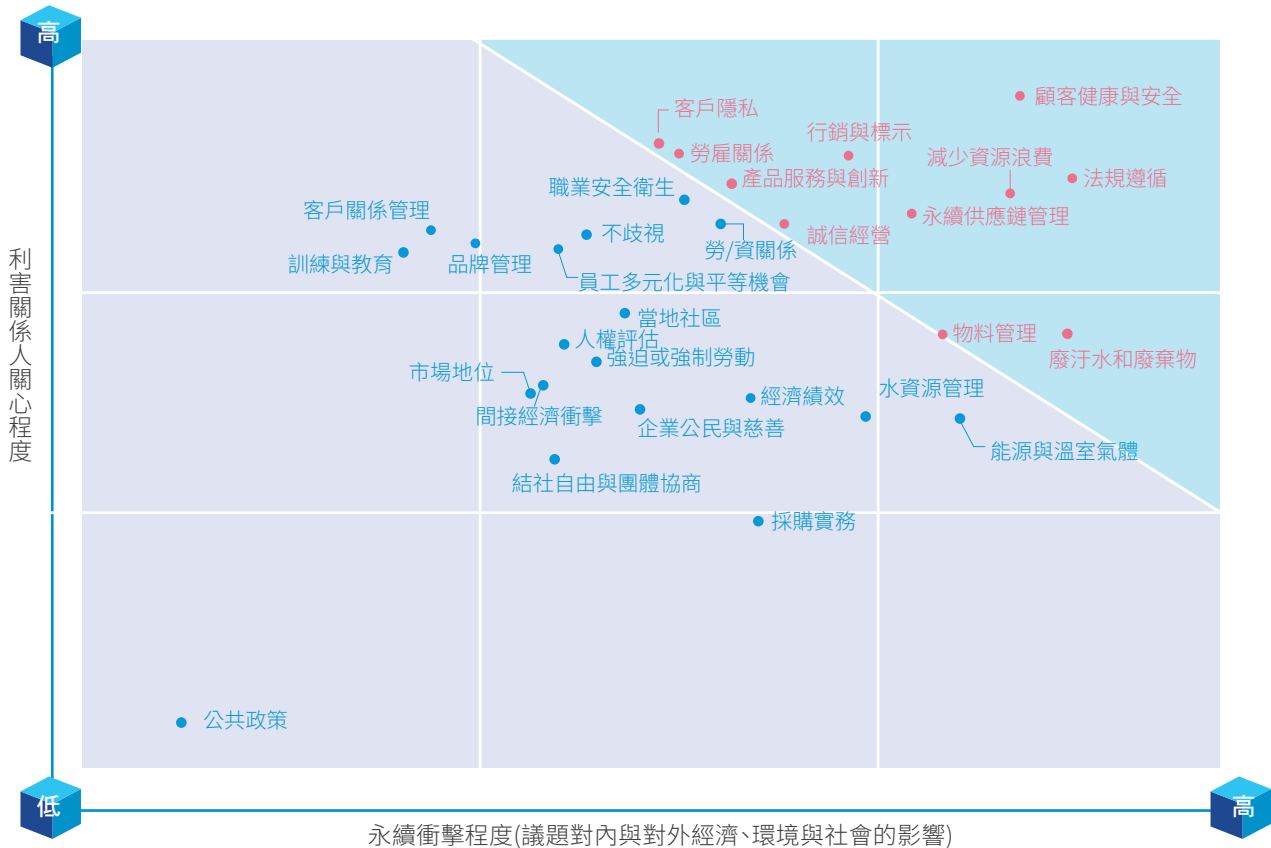
step 04 檢視

編製完成報告書後，CSR委員會各小組會再作最後的檢視與審閱，以確保CSR資訊與績效是否有不當或不實被表達；另外針對重大主題鑑別結果與利害關係人的回饋，也會作為下一年度報告之重要參考依據。

step 03 確認

鑑別出重大主題後，由 CSR 委員會確認主題之重大性，並進一步評估重大主題對於組織內外的考量邊界，確保重要的CSR資訊已被完整揭露於報告書中。2019年經公司內部討論並參考外部顧問建議，加入當地社區、能源與溫室氣體、客戶關係管理，以回應利害關係人對於此主題的關注及其可能對於經濟社會帶來的衝擊。

2019 年統一超商重大主題矩陣圖



註：2019 年經公司內部討論並參考外部顧問建議，加入當地社區、能源與溫室氣體、客戶關係管理，以回應利害關係人對於此主題的關注及其可能對於經濟社會帶來的衝擊。



面向	重大主題	對應 GRI 準則	組織內	組織外							對應章節	
			(包含員工)	投資人	供應商	顧客	加盟主	公益團體	政府機關	社區鄰里		
公司治理	誠信經營	GRI 205	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀			2.2 公司治理
	法規遵循	GRI 419 GRI 307	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	2.3 法規遵循
環境	能源與溫室氣體	GRI 302	☀					☀		☀		6.2 節能減碳落實
	廢汙水和廢棄物	GRI 306	☀	☀	☀			☀		☀		2.3 法規遵循
員工	勞雇關係	GRI 401	☀	☀	☀			☀	☀	☀		4.1 人力資源概況
產品	產品服務與創新	NA	☀	☀	☀			☀	☀		☀	3.1 產品服務與創新
	客戶隱私	GRI 418	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	3.4 客戶關係管理
	永續供應鏈管理	GRI 308 GRI 414	☀	☀	☀			☀	☀		☀	3.3 永續供應鏈管理
	減少資源浪費	GRI 301 GRI 303 GRI 306	☀	☀	☀			☀	☀		☀	6.2 節能減碳落實
	顧客健康與安全	GRI 416	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	☀	3.2 客戶健康與安全
	行銷與標示	GRI 417	☀	☀	☀	☀	☀			☀	☀	3.4 客戶關係管理
	客戶關係管理	NA	☀	☀	☀			☀	☀		☀	
社會	當地社區	GRI 413	☀					☀	☀		☀	5.1 公益發展策略

註：物流關係企業為統昶行銷、大智通文化、捷盟行銷、捷盛運輸



1.4 利害關係人溝通

統一超商之利害關係人包括投資人、供應商、顧客、員工、加盟主、公益團體、政府機關與社區鄰里等。我們對於利害關係人負有相當的責任，在官網已設置利害關係人專區 (<http://www.7-11.com.tw/communication.asp>)，亦設置實體信箱，透過各種方式及溝通管道，了解利害關係人的需求及對本公司的期許。其他與利害關係溝通方式與管道如下所示。

統一超商與利害關係人溝通管道與回應方式一覽表

利害關係人	關注議題	溝通管道、回應方式及溝通頻率
投資人	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營 法規遵循 顧客健康與安全 行銷與標示 永續供應鏈管理 產品與服務創新 	<ul style="list-style-type: none"> 定期年度股東大會 每季公告財務報表 / 每年公告年報 不定期官網訊息揭露 每年自辦 / 受邀召開法人說明會 證交所公開資訊觀測站揭露 不定期透過會面、電話及電子郵件回答投資人及分析師的提問
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營 法規遵循 廢汙水和廢棄物 勞雇關係 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶隱私 永續供應鏈管理 產品與服務創新 減少資源浪費 	<ul style="list-style-type: none"> 定期廠商聯誼會 定期供應商大會 定期執行稽核評鑑
顧客	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營 法規遵循 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶隱私 	<ul style="list-style-type: none"> 聯合服務中心定期回覆 不定期進行滿意度調查
員工	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營 法規遵循 勞雇關係 顧客健康與安全 行銷與標示 客戶隱私 永續供應鏈管理 產品與服務創新 減少資源浪費 	<ul style="list-style-type: none"> 定期勞資溝通會議 每季召開乙次職工福利委員會 員工申訴 Email 信箱視需求隨時可提出申訴 不定期內部提案制度 幸福合作社 - 不定期舉辦培育課程 / 視需求隨時可提出志工關懷



利害關係人

關注議題

溝通管道、回應方式及溝通頻率

加盟主

- 誠信經營
- 法規遵循
- 廢汙水和廢棄物
- 勞雇關係
- 顧客健康與安全
- 行銷與標示
- 客戶隱私
- 永續供應鏈管理
- 產品與服務創新
- 減少資源浪費

- 不定期更新專屬加盟官網
- 區顧問定期造訪
- 每月定期書面月刊
- 定期舉辦加盟主座談會
- 每季進行乙次滿意度調查

公益團體

- 誠信經營
- 法規遵循
- 勞雇關係
- 顧客健康與安全
- 行銷與標示
- 客戶隱私
- 永續供應鏈管理
- 產品與服務創新
- 減少資源浪費品牌管理
- 顧客健康與安全
- 客戶關係管理
- 當地社區

- 不定期響應社會公益活動 / 倡議
- 每季把愛找回來公益募款活動
- 年度募款提案 / 查核會議

政府機關

- 法規遵循
- 廢汙水和廢棄物
- 勞雇關係
- 顧客健康與安全
- 行銷與標示
- 客戶隱私

- 定期法規鑑別
- 不定期配合相關制度推廣

社區鄰里

- 法規遵循
- 勞雇關係
- 顧客健康與安全
- 行銷與標示
- 客戶隱私
- 永續供應鏈管理
- 產品與服務創新
- 減少資源浪費

- 不定期舉辦好鄰居同樂會
- 設置聯合服務中心
- 統一超商好鄰居文教基金會官網