



# 01

## 永續管理藍圖

統一超商深信企業社會責任是企業運營的核心，唯有透過強而有力的管理機制、明確清晰的藍圖及與利害關係人的持續溝通，始能落實永續發展。統一超商設置永續發展委員會，於 2020 年訂定統一超商的永續藍圖，期望透過願景的設定，能持續在營運、經濟、環境和社會層面不斷的突破和創新，矢志成為具有永續營運價值的企業領航者。

## 1.1 永續藍圖

在 2019 年，為了支持聯合國 2030 年的永續發展目標（Sustainable Development Goals, 下稱 SDGs），來自各國的 7-ELEVEN 授權國代表，齊聚東京，發表了 7-ELEVEN 永續發展宣言。而秉持著這樣的精神，統一超商進一步擬定了永續藍圖，具體化和脈絡化統一超商的永續發展，以期落實經濟、環境和社會共生共榮的永續未來。

### 7-ELEVEN 永續發展宣言

7-ELEVEN 將在經濟、社會以及環境保育三大領域中，以平衡且一致的步調，促進全球社會以及我們所服務之社區的永續發展。

從現在開始到 2030 年底，7-ELEVEN 將會信守其立下的承諾，包括創造永續環保的經濟成長、共榮並為大眾提供合適的工作機會。

透過聯合國永續發展目標 (SDGs) #17: 為了目標共同努力的實踐，我們將全力履行我們的承諾，讓這份橫跨全球的夥伴關係活絡起來，在落實目標的同時，我們也會一併將各授權國所面臨的情況以及當地發展納入考量。

### 統一超商永續藍圖

#### 幸福企業

##### 強化公司治理, 深耕永續管理

深化公司治理、落實誠信經營、優化風險管理以及恪遵法律規範，保障和優化利害關係人之權益



##### 增進員工福祉, 促進社會安定

完善職涯規劃、多元教育訓練、健康安全的工作環境及福利制度，照護員工，增進社會福祉



#### 共好社會

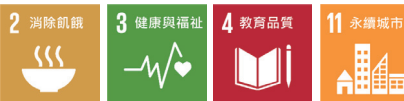
##### 承諾商品品質, 守護消費安全

把關顧客健康與安全、落實永續供應鏈管理，提供消費者安心的商品，促進消費者之健康與福祉



##### 參與社會公益, 造福社會弱勢

深耕健康福祉、消除飢餓、城鄉永續與教育培力，促進社會共榮



#### 永續地球

##### 善用零售特性, 打造便捷生活

透過開創產品服務與創新與健全客戶關係管理，提供人們便捷且優質的服務，成為人民生活的支柱



##### 實行節能減廢, 落實綠色營運

採行綠色營運並優化資源的使用效率，減少對於環境的衝擊，落實環境永續



- 提供符合促進健康與營養之商品 p.56, p.58
- 照護弱勢族群餐食需求 p.107

2 消除飢餓



- 舉行永續主題好鄰居同樂會，扎根永續意識 p.112-113
- 支持陪讀班與學校，建立孩童閱讀習慣 p.110

4 教育品質



- 與地方青年團體合作，支持地方產業發展專案 p.108-109

11 永續城市



12 責任消費與生產



- 導入i珍食，減少剩食浪費 p.11-12
- 落實在地採購 p.73
- 推動減塑 p.17-20
- 採購綠色產品 p.124-125
- 減少廢棄物 p.126

- 販賣防疫用品 p.8
- 員工巡迴健檢結果極重大異常者，由護理師進行健康管理介入 p.99
- 幸福合作社引進專業師資培育內部同仁擔任關懷志工，主動關懷或諮商轉介協助同仁消除工作及生活壓力 p.12-14
- 舉辦好鄰居同樂會健康類活動促進大眾健康 p.105-106
- 舉辦幾點了咖啡館服務失智長輩，實踐失智長者創新照顧模式 p.15-16

3 健康福祉



- 針對代工廠、原料供應商、蛋品供應商及門市一次性用品類國內供應商進行稽核 p.69-72
- 輔導代工廠取得食品安全認證 p.66
- 執行門市品保稽核 p.62
- 新設立天素地蔬品牌，提供消費者蔬素食之便捷消費管道 p.56-57

8 就業與經濟成長



- 立基良好的營運策略，創造經濟績效 p.37
- 晉用超過法定名額之身心障礙員工 p.81
- 執行樂齡店專案，建置中高齡者友善就業環境 p.84
- 進行執行職安四大保護計畫、安全衛生教育訓練、職安衛稽核 p.86-87、p.90-91

13 氣候行動

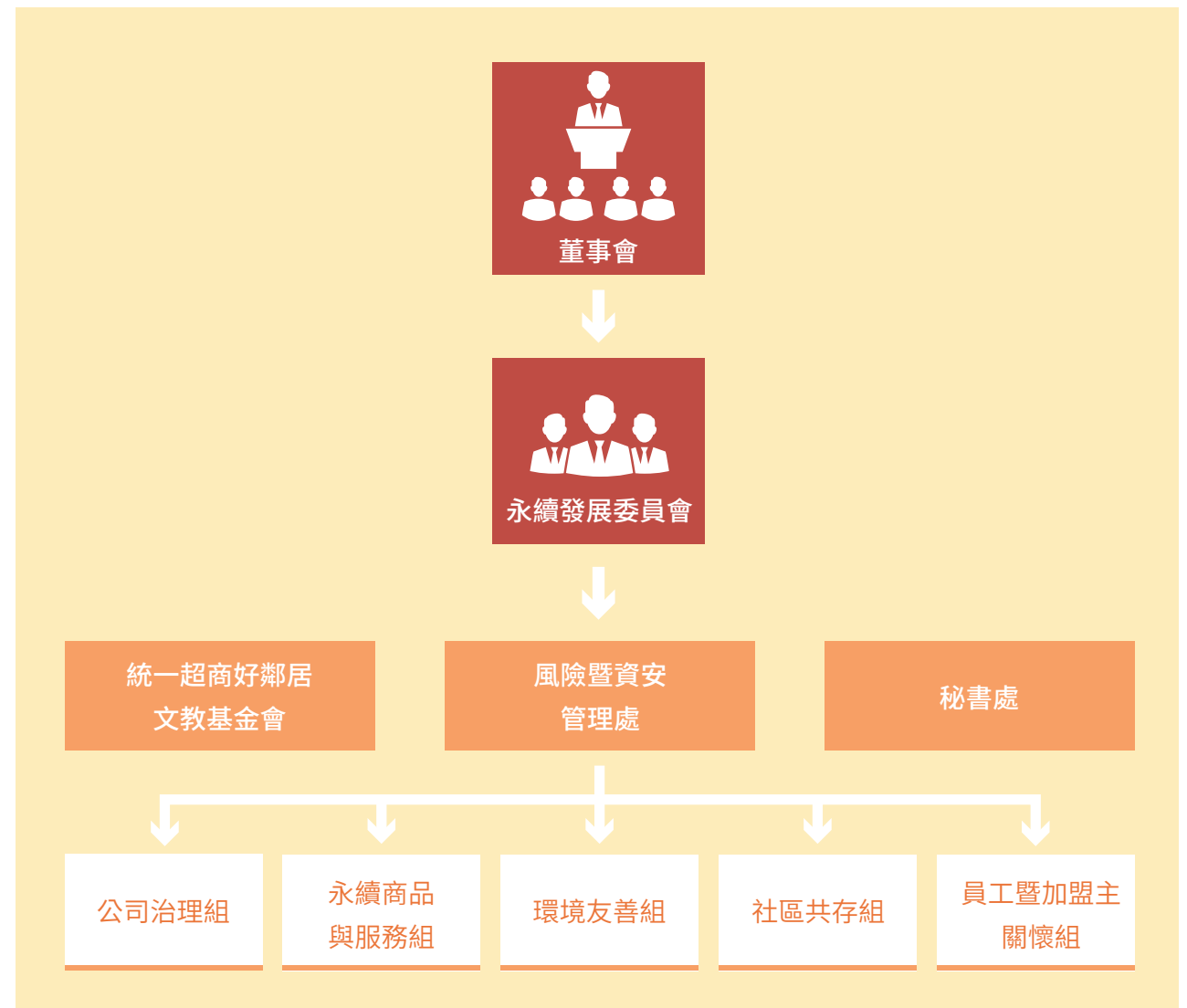


- 執行TCFD氣候相關財務風險評估 p.130-134
- 優化物流與更新設備，以落實能源與溫室氣體管理 p.138-140

## 1.2 永續發展委員會

為落實企業社會責任之執行及管理，統一超商董事會轄下設置「永續發展委員會」(註)。永續發展委員會負責企業社會責任政策方向與推動計畫之制定及監督執行，每年向董事會報告企業社會責任年度執行成果。統一超商董事會 2020 年 7 月決議於永續發展委員會轄下，增設「風險暨資安管理處」並通過「統一超商(股)公司風險管理政策」，作為本公司風險管理之最高指導原則。

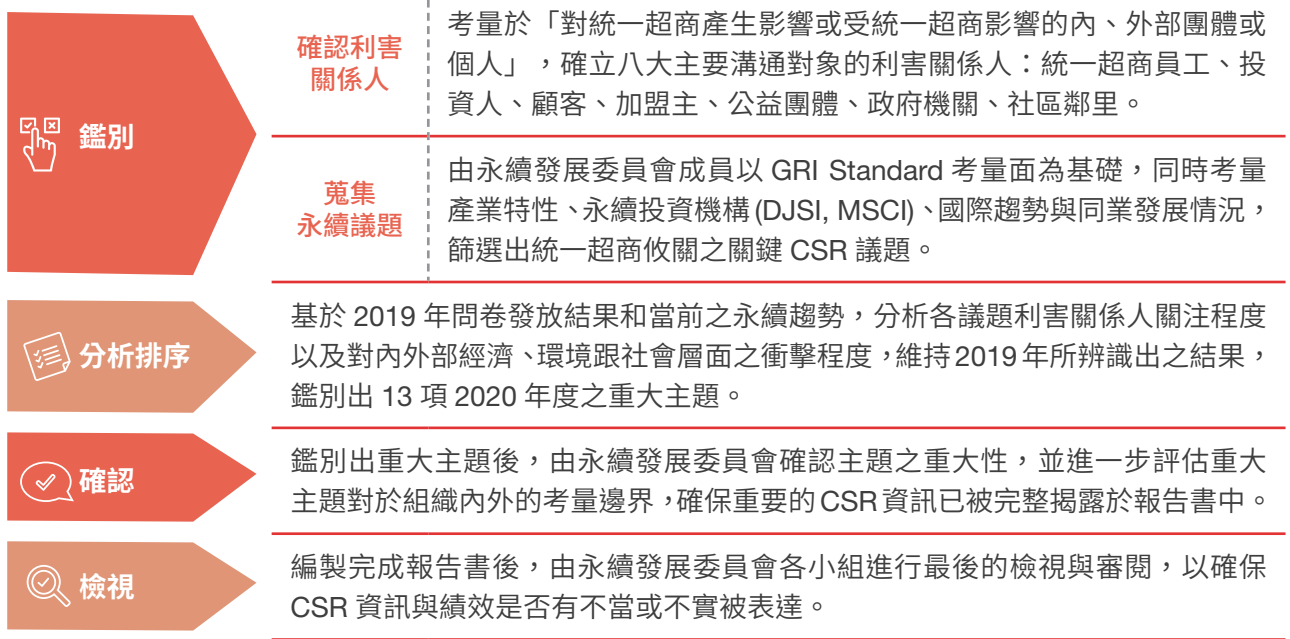
永續發展委員會由三位獨立董事與公司高階主管一同擔任委員，委員會下成五大小組，包括「公司治理」、「永續商品與服務」、「環境友善」、「社區共存」、「員工暨加盟主關懷」，負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行。永續發展委員會每年召開兩次會議，2020 年於 6 和 10 月份各舉行一場。



(註) 原先係為「企業社會責任委員會」，於 2021 年更名為「永續發展委員會」

# 1.3 重大性評估

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。每兩年將藉由問卷，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，最後交由永續發展委員會決議，決定出該年度之重大主題。2020 年重大性評估流程及鑑別出之重大主題如下：



(註) 客戶關係管理、當地社區及能源與溫室氣體，在最初利害關係人問卷分析中，並非位於矩陣圖中重大主題的位置，然經公司內部討論及參考外部顧問建議，仍將此三項議題列為重大主題。

面向	重大主題	對應 GRI 準則	上游			公司營運			下游			對應章節
			投資人	供應商	政府機關	統一超商 (包含員工)	加盟主	物流關係企業 (註)	顧客	公益團體	社區鄰里	
公司治理	誠信經營	NA	●	●		●	●		●	●		2.2 公司治理
	法規遵循	GRI 419 GRI 307	●	●	●	●	●		●	●	●	2.2 公司治理

產品	產品與服務創新	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 306	●	●		●	●				●	6.1 環境管理
	顧客健康與安全	GRI 416	●	●	●	●	●	●		●	●	3.2 顧客健康與安全
	行銷與標示	GRI 417	●	●	●	●	●			●	●	3.2 顧客健康與安全
	客戶關係管理	NA	●	●		●	●				●	3.4 客戶關係管理

員工	勞雇關係	GRI 401	●	●	●	●	●				●	4.1 人力資源概況 4.4 福利薪酬與關懷照護
----	------	---------	---	---	---	---	---	--	--	--	---	-----------------------------

社會	當地社區	GRI 413				●	●				●	●	5.5 教育文化培力
----	------	---------	--	--	--	---	---	--	--	--	---	---	------------

環境	能源與溫室氣體	GRI 302			●	●	●	●					6.2 氣候變遷減緩與調適
	廢汙水和廢棄物	GRI 306	●	●	●	●	●						6.1 環境管理

(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 (<https://www.7-11.com.tw/communication.aspx>)，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。

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>投資人</b> 統一超商需與投資人溝通經營績效、以及在各項永續治理方面的表現，以獲得投資人之青睞	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> <li>永續供應鏈管理</li> <li>減少資源浪費</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> <li>勞雇關係</li> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>	誠信經營	股東常會	定期(年)	1次
		法規遵循	公告財務報表	定期(季)	4次
		產品與服務創新	公告年報	定期(年)	1次
		客戶隱私	官網訊息揭露	不定期	不定期更新
		永續供應鏈管理	與海內外法人及分析師之電話會議和線上論壇	不定期	158場電話會議、6場論壇
		減少資源浪費	證交所公開資訊觀測站揭露	不定期	共35則
		顧客健康與安全	會面、電話及電子郵件回答投資人及分析師的提問	不定期	不定期
		行銷與標示			
		客戶關係管理			
		勞雇關係			

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>供應商</b> 供應商為統一超商營運的重要夥伴，共同開發創新商品和服務、提升產品品質和落實從業道德，為實踐永續供應鏈和提供優質服務之關鍵	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> <li>永續供應鏈管理</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> </ul>	誠信經營	經營者會議	不定期	2場
		法規遵循	經營者會議	不定期	2場
		產品與服務創新	供應商大會	不定期	1場
		客戶隱私	供應商大會	不定期	1場
		永續供應鏈管理	供應商大會	不定期	1場
顧客健康與安全	供應商稽核	定期	146次		
行銷與標示	供應商稽核	定期	146次		
客戶關係管理	供應商稽核	定期	146次		

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>政府機關</b> 政府之規範變遷快速，而為落實永續發展亦須仰賴公私部門之通力合作。與政府機關之議和將能確保統一超商營運之合規性和永續性	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> <li>永續供應鏈管理</li> <li>減少資源浪費</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> <li>勞雇關係</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>	誠信經營	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		法規遵循	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		產品與服務創新	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		客戶隱私	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		永續供應鏈管理	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		減少資源浪費	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		顧客健康與安全	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		行銷與標示	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		客戶關係管理	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
		勞雇關係	法規鑑別委員會	定期(季)	4次
配合相關制度推廣	配合相關制度推廣	不定期	不定期		

利害關係人	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
<b>員工</b> 員工是統一超商營運最重要之基石，落實與員工之議和，為統一超商永續運營最重要之關鍵	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> <li>永續供應鏈管理</li> <li>減少資源浪費</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> <li>勞雇關係</li> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>	誠信經營	勞資溝通會議	定期(每季)	4場
		法規遵循	勞資溝通會議	定期(每季)	4場
		產品與服務創新	職工福利委員會	定期(每季)	4場
		客戶隱私	職工福利委員會	定期(每季)	4場
		永續供應鏈管理	員工申訴 Email 信箱	不定期	11件
		減少資源浪費	員工申訴 Email 信箱	不定期	11件
		顧客健康與安全	員工申訴 Email 信箱	不定期	11件
		行銷與標示	員工申訴 Email 信箱	不定期	11件
		客戶關係管理	員工申訴 Email 信箱	不定期	11件
		勞雇關係	員工申訴 Email 信箱	不定期	11件
內部改善提案	內部改善提案	不定時	17件		
幸福合作社志工個案關懷服務	幸福合作社志工個案關懷服務	不定時	共190人次參與，關懷工時135小時，並協助轉介外部專業諮詢共30小時		



	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人		<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> </ul>	不定期更新專屬加盟官網	不定期	不定期
加盟主	加盟主位居提供消費者服務的第一線。落實與加盟主之議和，是統一超商提供安心且優質服務的關鍵	<ul style="list-style-type: none"> <li>永續供應鏈管理</li> <li>減少資源浪費</li> <li>顧客健康與安全</li> </ul>	區顧問計畫性訪店	定期(每周)	52次
		<ul style="list-style-type: none"> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> <li>勞雇關係</li> </ul>	書面月刊	定期(月)	12次
		<ul style="list-style-type: none"> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>	舉辦加盟主座談會	不定期	因非定期舉行，故無進行統計

	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人		<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>產品與服務創新</li> <li>客戶隱私</li> </ul>			
顧客	顧客之觀點為商品和服務精進的重要參考依據，而顧客之滿意度亦攸關統一超商之營運績效	<ul style="list-style-type: none"> <li>永續供應鏈管理</li> <li>減少資源浪費</li> <li>顧客健康與安全</li> </ul>	聯合服務中心回覆利害關係人反映案	不定期	利害關係人郵件信箱案件數共有1914件、來電反應與建議共136958件
		<ul style="list-style-type: none"> <li>行銷與標示</li> <li>客戶關係管理</li> <li>勞雇關係</li> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>			

	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人					於2020年響應聯合報系願景工程海洋保育之倡議，於7-ELEVEN超過4600家設有OPEN! CHANNEL的門市中播放《如果，海有你》30秒廣告
公益團體	秉持著取之於社會，用之於社會的精神，統一超商扶助公益團體，以期極大化社會正向影響力	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>當地社區</li> </ul>	響應社會公益活動/倡議	不定期	
			把愛找回來公益募款活動	定期(季)	4次
			募款甄選/查核會議	定期(年)	1次

	對組織之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	溝通次數
利害關係人			舉辦好鄰居同樂會	不定期	6517場
社區鄰里	統一超商之零售特性，使統一超商位居這塊土地上的各個角落。如何在營運的同時，降低社會和環境的負面衝擊，是統一超商的責任和義務	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循</li> <li>減少資源浪費</li> <li>當地社區</li> <li>能源與溫室氣體</li> <li>廢汙水和廢棄物</li> </ul>	聯合服務中心	不定期	利害關係人郵件信箱案件數共有1914件、來電反應與建議共136958件
			統一超商好鄰居文教基金會官網	不定期	不定期