

CH 01 永續管理藍圖

統一超商深信企業永續發展是企業營運的核心，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與永續專案小組，擘劃統一超商永續藍圖，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，矢志成為具永續營運價值的企業領航者。

1.1 永續發展宣言與永續藍圖

2019年，為了支持聯合國2030年的永續發展目標(Sustainable Development Goals, 下稱SDGs)，各地7-ELEVEN授權國代表共同發表了7-ELEVEN永續發展宣言。秉持著這樣的精神，統一超商進一步於2020年擬定永續藍圖，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。

統一超商更定調2021年為統一超商「永續元年」，致力於永續地球(Environment)、共好社會(Social)及幸福企業(Governance)三大目標。除企業社會責任委員會更名為「永續發展委員會」，並聚焦「減塑、減碳、惜食與永續採購」四個專案小組，更擴大減塑、減碳、惜食、蔬食、數位捐款等作為，以「我的永續、你的日常」概念經營，讓消費者可以透過遍佈全台超過6,300家的7-ELEVEN門市，以更簡易、便利的方式實踐永續生活與綠色消費。除了內部持續精進，也積極與國際同業交流永續作為，2021年統一超商代表7-ELEVEN品牌在亞洲企業零售高峰會分享在地永續做法，針對全球零售通路都需面對的減塑議題，分享統一超商同時維持營運成長、環境永續、食品安全等平衡點的具體行動方案。

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。

統一超商永續發展面向

致力於朝世界一流企業邁進的統一超商，積極回應聯合國永續發展目標，將17項SDGs的精神與理念，融入於日常營運與績效亮點中，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。



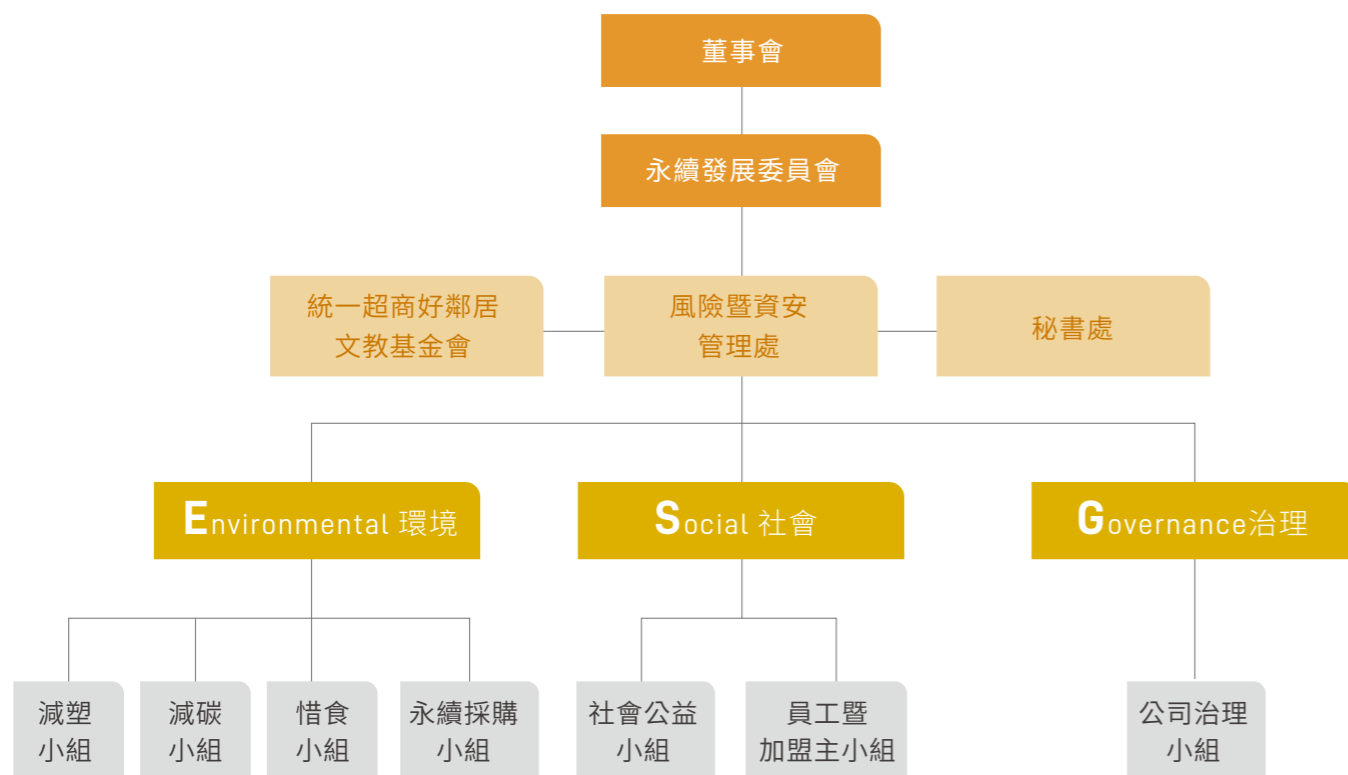
1.2 永續發展委員會

為落實企業永續發展之執行及管理，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永續發展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永續發展年度執行成果。2020年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。

(註) 2021年由「企業社會責任委員會」更名為「永續發展委員會」

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，2021年因應永續趨勢與企業進程，委員會下原五大小組(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)，整併為「Environment 環境(E)」、「Social 社會(S)」、「Governance 治理(G)」三大小組。其中環境小組包括「減塑」、「減碳」、「惜食」、「永續採購」四個專案小組^(註)，社會小組包含「社會公益」、「員工暨加盟主」小組，永續發展委員會負責企業永續發展政策、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，2021年於6和11月份各舉行一場。

(註) 四個永續專案小組 2021年工作成果請詳「永續專欄」



1.3 重大性評估

統一超商極其重視利害關係人的期待與需求，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議題對於經濟、環境及社會的衝擊程度，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該年度重大主題。2021年重大性評估流程及鑑別出之重大主題如下：

1 鑑別

確認利害關係人

9 大利害關係人

考量於「對統一超商產生影響或受統一超商影響的內、外部團體或個人」，確立九大主要溝通對象的利害關係人：統一超商員工、投資人、顧客、供應商、加盟主、民間組織、政府機關、媒體、社區鄰里

蒐集永續議題

25 項議題

由永續發展委員會成員以GRI Standard 考量面為基礎，同時考量國際永續標準與規範(SDGs, SASB, TCFD)、永續投資機構(DJSI, MSCI)、產業特性、同業發展情況、公司發展目標，篩選出統一超商攸關之25項關鍵永續議題

2 調查

永續衝擊程度

32 位同仁

由永續發展委員會下五大小組(組織異動前)32位同仁參與辨識永續議題對公司營運的影響

利害關係人關注程度

293 份問卷

問卷回收包括：統一超商員工(107份)、投資人(5份)、顧客(56份)、供應商(31份)、加盟主(43份)、民間組織(17份)、政府機關(6份)、媒體(3份)與社區鄰里(25份)共293份問卷

3 分析排序

4 確認

5 檢視

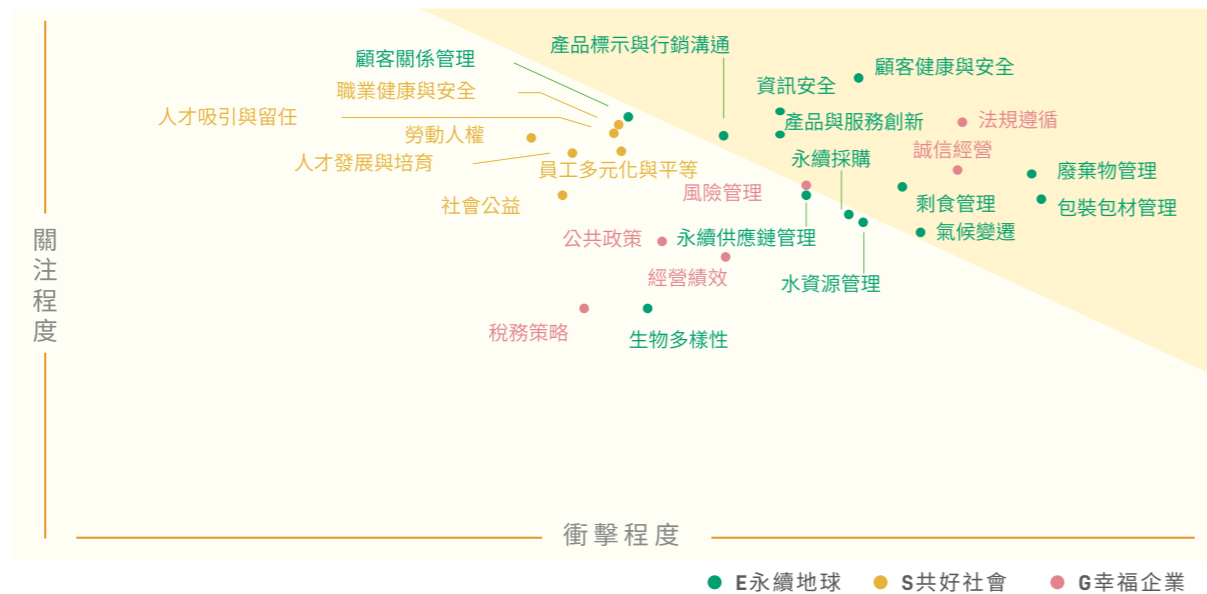
14 個重大主題

根據前一步驟的分析結果，分析各議題之利害關係人關注程度及對內外部經濟、環境跟社會層面之衝擊程度，繪製統一超商重大性矩陣，鑑別出14個重大主題

鑑別出14個重大主題後，由永續發展委員會確認此結果，並進一步評估重大主題對於組織內外的考量邊界，確保重要的永續資訊已被完整揭露於報告書中

編製完成報告書後，由永續發展委員會各小組進行最後的檢視與審閱，以確保永續資訊與績效是否有不當或不實表達

重大主題矩陣圖



(註) 永績供應鏈管理、永績採購、職業健康與安全及社會公益，在最初始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 4 項議題列為重大主題。

重大主題對照

永續主軸	重大主題	對應 GRI 準則	相關 SASB 主題	對應章節
E 永續地球	永績供應鏈管理	GRI 308 GRI 414	供應鏈之環境和社會影響管理	3.3 永績供應鏈管理
	永績採購	NA	供應鏈之環境和社會影響管理	3.4 永績採購
	顧客健康與安全	GRI 416	食品安全 商品健康與營養	2.3 法規遵循
	商品標示與行銷溝通	GRI 417	產品標示與行銷	2.3 法規遵循
	產品與服務創新	NA	NA	3.1 產品與服務創新
	資訊安全	GRI 418	資訊安全	2.2 風險管理
	氣候變遷	GRI 302 GRI 305	車隊燃料管理 製冷產生的氣體排放 能源管理	6.3 氣候變遷減緩與調適
	廢棄物管理	GRI 306	NA	6.4 剩食與廢棄物管理
	剩食管理	GRI 306	剩食管理	6.4 剩食與廢棄物管理
	包裝包材管理	NA	供應鏈之環境和社會影響管理	6.2 包裝包材管理
S 共好社會	職業健康與安全	GRI 403	勞動實務	4.2 職業安全衛生
	社會公益	NA	NA	5 深耕社會公益
G 幸福企業	法規遵循	GRI 419 GRI 307	資訊安全 食品安全 商品健康與營養 產品標示與行銷 勞動實務	2.3 法規遵循 4.2 職業安全衛生
	誠信經營	GRI 205	NA	2.3 法規遵循

● 重大主題意涵與變動說明

將各永續議題依據衝擊程度與利害關係人關注程度之平均分數綜合排序，並比較重大主題今年與前年度排序，據此得出重大主題兩年度排序變動情形。

↑ 上升 ▲ 不變 ↓ 下降 ● 新增

重大主題	排序變動情形	對組織意義
永績供應鏈管理	↓	對於供應鏈有系統的管理和查核，鼓勵供應商關注人權、環境保護等議題，強化整體供應鏈的永續價值
永績採購	●	消費者日益關注其購買的商品的生產方式、來源等，持續增加永績採購佔比方能符合顧客對於商品的要求
顧客健康與安全	▲	實踐顧客的健康與安全是統一超商之重責和最高指導原則，透過落實各項管理機制，力求提供安全無虞且具合規標示之商品
商品標示與行銷溝通	↓	產品標示和行銷溝通是統一超商與顧客溝通的重要管道，正確的產品標示和行銷溝通能創造顧客信任，並避免相關違法風險
產品與服務創新	↓	持續創新產品與服務，為顧客創造更好的消費體驗
資訊安全	↑	隨著數位化浪潮，持續精進資訊安全管理與強化防護能力，以符合資訊安全法規。落實個資及顧客隱私之保護亦與統一超商聲譽和客戶信任度關聯密切
氣候變遷	↑	妥善調適氣候變遷議題之營運策略，將能有效降低氣候變遷議題對企業的營收、成本、資產價值、商譽與營運產生的影響
廢棄物管理	↑	因天然資源稀缺及廢棄物處置所造成的污染挑戰，讓減少資源浪費成為統一超商在營運價值鏈中重要的一環。妥善管理廢棄物將能降低統一超商於整體環境的影響
剩食管理	↓	剩食不僅浪費食材，背後尚有其他環境問題。妥善管理剩食將能降低統一超商於整體環境的影響
包裝包材管理	●	塑膠的特性使其成為零售商品中常見的包裝包材材料，然因不當使用與管理，塑膠污染成為本世紀重大環境議題之一。為因應減塑趨勢，統一超商致力在自身營運中減少塑膠污染
職業健康與安全	●	打造健康與安全職場，降低職災率與職安風險，提高員工向心力
社會公益	↓	統一超商以核心本業為起點，充分運用企業資源投入社會公益，在社區經營過程中累積信任及情感，致力成為社區中無可取代的好鄰居
法規遵循	▲	透過確保統一超商各項運作符合政府法令要求，以減低違法風險且維護公司權益
誠信經營	↑	良好的誠信管理為統一超商永續經營的基礎

重大主題對應價值鏈邊界

重大主題	上游			公司營運			下游		
	投資人	供應商	政府機關	統一超商 (包含員工)	加盟主	企業(註)	顧客	民間組織	社區鄰里
永續供應鏈管理	●	●	●	●	●		●	●	
永續採購	●	●	●	●	●		●	●	
顧客健康與安全	●	●	●	●	●	●	●	●	
氣候變遷		●	●	●	●	●		●	●
廢棄物管理		●	●	●	●	●		●	●
剩食管理		●	●	●	●	●		●	●
包裝包材管理		●	●	●	●			●	●
產品與服務創新	●	●	●	●	●		●	●	
商品標示與行銷溝通	●	●	●	●	●		●	●	
社會公益				●				●	●
法規遵循	●	●	●	●	●		●	●	●
誠信經營	●	●	●	●	●		●	●	●
資訊安全	●	●	●	●	●		●	●	●
職業健康與安全		●	●	●	●			●	

(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

統一超商利害關係人包括投資人、供應商、顧客、員工、加盟主、民間組織、政府機關、媒體與社區鄰里等。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。其他與利害關係人溝通方式與管道如下所示。

利害關係人	對組織之重要性	關注主題	溝通管道	溝通頻率	2021 年溝通次數
投資人	統一超商需與投資人溝通經營績效、及在各項永續治理方面的表現，以獲得投資人青睞	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營 風險管理 職業健康與安全 勞動人權 產品與服務創新 顧客健康與安全 商品標示與行銷溝通 顧客關係管理 永續供應鏈管理 永續採購 	股東常會	定期(年)	1次
			公告財務報表	定期(季)	4次
			公告年報	定期(年)	1次
			官網訊息揭露	不定期	不定期
			自辦/受邀召開法人說明會	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 231場電話會議 4場線上論壇
			證交所公開資訊觀測站揭露	不定期	中/英文重大訊息共82則
			透過會面/電話及電子郵件回答投資人及分析師提問	不定期	不定期
供應商	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"> 法規遵循 風險管理 廢棄物管理 人才吸引與留任 職業健康與安全 	經營者會議	不定期	2場
			供應商大會	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 採購會議7場 商品類別會議超過30場
			供應商稽核	定期	83家

利害關係人	對組織之重要性	關注主題	溝通管道	溝通頻率	2021 年溝通次數
顧客	顧客觀點為商品和服務精進的重要參考依據，而顧客滿意度亦攸關統一超商營運績效	<ul style="list-style-type: none"> 法規遵循 職業健康與安全 勞動人權 產品與服務創新 顧客健康與安全 顧客關係管理 資訊安全 	聯合服務中心回覆利害關係人反映案 ^註	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 利害關係人郵件信箱案件數共 2,858 件
					<ul style="list-style-type: none"> 來電反映與建議共 139,724 件
員工	員工是統一超商營運最重要基石，落實與員工之議合，為統一超商永續經營最重要關鍵	<ul style="list-style-type: none"> 人才吸引與留任 員工多元化與平等 人才發展與培育 職業健康與安全 顧客健康與安全 	勞資溝通會議	定期 (季)	4 場
			職工福利委員會	定期 (季)	4 場
			員工申訴 Email 信箱	不定期	223 件
			幸福合作社志工個案關懷服務	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 志工個案服務共 102 人次 關懷工時 65.3 小時、外部專業諮商 5.5 小時
			安全衛生委員會會議	定期 (季)	4 場
加盟主	加盟主位居提供消費者服務的第一線。落實與加盟主之議合，是統一超商提供安心且優質服務的關鍵	<ul style="list-style-type: none"> 法規遵循 人才吸引與留任 職業健康與安全 產品與服務創新 顧客健康與安全 商品標示與行銷溝通 顧客關係管理 資訊安全 	更新專屬加盟官網	不定期	不定期
			區顧問計畫性訪店	定期 (月)	53 次
			書面月刊	定期 (月)	12 次
			加盟主座談會	不定期	20 場

(註) 針對顧客反應的信件，2021 年當日回覆率 100%，並於三個工作日回應處理進度，當年度銷案率 100%。

利害關係人	對組織之重要性	關注主題	溝通管道	溝通頻率	2021 年溝通次數
民間組織	秉持著取之於社會，用之於社會的精神，統一超商扶助民間組織，以期極大化社會正向影響力	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營 公共政策 勞動人權 社會公益 顧客健康與安全 資訊安全 	響應社會公益活動 / 倡議	不定期	門市零錢捐款、捐物共募得 2.16 億元
			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
政府機關	政府規範變遷快速，而為落實永續發展亦須仰賴公私部門通力合作。與政府機關議合將能確保統一超商營運合規性和永續性	<ul style="list-style-type: none"> 法規遵循 顧客健康與安全 商品標示與行銷溝通 顧客關係管理 資訊安全 	法規鑑別委員會	定期 (季)	4 次
			配合相關制度推廣	不定期	不定期
媒體	向媒體溝通公司永續經營績效，以讓更多利害關係人理解統一超商永續作為	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營 法規遵循 風險管理 氣候變遷 包裝包材管理 剩食管理 員工多元化與平等 人才發展與培育 顧客健康與安全 商品標示與行銷溝通 顧客關係管理 資訊安全 	公司設立專責聯繫單位、發布新聞稿與媒體需求協助	不定期	共發布 200 篇新聞稿，並提供新聞聯絡窗口協助媒體即時溝通
社區鄰里	統一超商的零售特性，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"> 氣候變遷 包裝包材管理 產品與服務創新 顧客健康與安全 顧客關係管理 	舉辦好鄰居同樂會	不定期	9,784 場
			統一超商好鄰居文教基金會官網	不定期	不定期

1.5 永續目標管理進程

永續目標管理進程

統一超商訂定永續主軸與永續藍圖，並依循重大主題設定短、中長期之量化目標，定期檢視績效及目標的達成情形。

🔍 超過目標 ✅ 達成目標 ❌ 未達目標 ▲ 追蹤中

永續主軸	相關 GRI 主題	重大主題	管理指標	2025 年中期目標 ^(註1)	2022 年目標	2021 年目標	2021 年績效	2021 年達成情形	管理方針與內部作為
E 永續地球	資訊安全		侵犯客戶隱私之違規件數與因資安事件而支付的罰款總額	件數與金額皆為 0	件數與金額皆為 0	件數與金額皆為 0	件數與金額皆為 0	✅	第二章 管理方針
			重大資訊安全事件數	≤ 3	≤ 3	無重大資訊安全事件	✅		
	產品與服務創新		OPEN POINT 會員人數	會員年活躍度 65% ^(註2)	活躍會員 960 萬	1400 萬	1400 萬 ^(註3)	✅	
	永續供應鏈管理		一階供應商導入 ESG 風險評估占比	95%	關鍵一階供應商 100%	一階供應商 90% 完成行為準則教育訓練	▲		第三章 管理方針
			非一階供應商永續重要性宣導占比	95%	關鍵非一階供應商 100%	非一階供應商 98% 完成行為準則教育訓練	🔍		
	顧客健康與安全		門市優質服務評核之 A 級店占比	72%	70%	70%	62%	❌	
	商品標示與行銷溝通		自有商品違反產品或服務的資訊標示規範與行銷傳播規範事件數	0	0	0	0	✅	
	永續採購		永續認證原物料採購金額占比 (基準 2021 年)	11%	9%	基準年	8%	▲	
			具有環保及節能標章產品採購金額占比	10%	9%	7%	8%	🔍	
	氣候變遷		直接 (範疇一) 與間接 (範疇二) 溫室氣體排放強度減少占比 (基準 2020 年)	7%	3%	1%	1.3%	🔍	
			門市用電密集度 (EUI) 值相較前一年減少占比	0.5%	0.5%	0.5%	3.1%	🔍	
			當年導入最新環保期數車輛數目標	六期車 151 輛	五期車 16 輛	五期 53 輛	引進 186 輛五期車	🔍	
	廢棄物管理		每家門市廢棄物清運量減量占比 (基準 2019 年)	15%	13%	1%	12.2%	🔍	第六章 管理方針
			鮮食額報廢率下降占比 (基準 2019 年)	2023 年 20% ; 2030 年 35%	12.5%	8.4%	10.29%	🔍	
	剩食管理		工廠每百萬單位營收食品廢棄物下降占比 (基準 2019 年)	2023 年 45% ; 2030 年 50% ; 2050 年 55%	5%	5%	55.4% ^(註4)	🔍	
			門市端廚餘回收占比 (基準 2019 年)	2030 年 50%	35%	33%	34%	🔍	

註 1：除表格內另外說明，其他 KPI 目標年度都是 2025 年

註 2：活躍度即會員有消費比例

註 3：為 2022/1/1 數據

註 4：因 2021 年推動 4°C 訂單提前 (由預估生產改為接單生產) 與集中生產 (單廠生產品項下降、原料浪費下降) 兩項政策，故 2021 年食品廢棄物量下降較多

📈 超過目標 ✅ 達成目標 - 未達目標 ▲ 追蹤中

永續主軸	相關 GRI 主題	重大主題	管理指標	2025 年中期目標 (註1)	2022 年目標	2021 年目標	2021 年績效	2021 年達成情形	管理方針與內部作為	
E 永續地球	302 305 306 308 414 416 417 418	包裝包材管理	一次性塑膠占比	2023 年 20%；2028 年 10%，全面淘汰購物用塑膠袋、塑膠吸管；2050 年完全淘汰	21%	22%	20.9%	📈	第六章 管理方針	
	自帶杯占比		自帶杯 + 循環杯使用占比 25%	10%	10%	6.5%	-			
	循環租用杯測試門市家數		2023 年 710 家	500	200	9	-			
	S 共好社會		職業健康與安全	員工總合傷害指數	持續低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年度零售業平均標準值	持續低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年度零售業平均標準值	持續低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年度零售業平均標準值 0.38	0.2	📈	第四章 管理方針
		403	社會公益	門市零錢捐款 / 捐物金額	2.13 億	2.02 億	1.85 億	2.16 億 ^(註5)	📈	第五章 管理方針
				好鄰居同樂會場次數及參與人次	1.8 萬場、34 萬人次	1.6 萬場、32 萬人次	1.6 萬場、32 萬人次	近 1 萬場、近 7 萬人次	-	
				好鄰居同樂會健康類活動場次	2,000	2,000	1,800	1,872	📈	
		銀髮族送餐服務 (好鄰居送餐隊) 服務人次		58,000	40,000	32,000	57,591 ^(註5)	📈		
G 幸福企業	205	法規遵循	重大違法事件件數	0	0	0	0	✅	第二章 管理方針	
	307	誠信經營	獨立董事席次占比	不少於 1/3	23.08%	23.08%	23.08%	✅		
	419		公司治理評鑑排名	前 5%	前 5%	前 5%	前 5%	✅		

註 1：除表格內另外說明，其他 KPI 目標年度都是 2025 年

註 5：2021 年績效係因疫情影響而增加，唯未來目標係排除疫情因素做設定

1.6 永續價值鏈

統一超商藉由六大資本投入，並驅動組織內部的永續管理機制，期能極大化產出效益，創造經濟、環境及社會價值。

在組織內部的永續管理推動上，統一超商持續優化人、店、商品、系統、物流、制度、文化等七大永續經營要素，衡量與管理公司整體價值鏈為社會所創造的價值

