

關於本報告書

本報告書為統一超商股份有限公司（股票代碼 2912）所發行之第十五本永續報告書（Sustainability Report），係依循全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）GRI 準則（2021 版）、永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）之行業準則（食品零售與分銷產業）與上市公司編製與申報永續報告書作業辦法所編製而成。

本年度報告書呈現統一超商在永續發展方面的觀點與具體作法，說明 2023 年公司治理、經濟、環境及社會面向的相關成果與未來規劃。同時，透過重大性評估流程（請參閱實踐永續管理章節），篩選出統一超商適用之重大主題，期望透過不同管道之揭露、溝通及回饋，為所有利害關係人創造出最大共益，邁向最卓越零售商之目標。

報告書時間、邊界與數據

本報告書揭露 2023 年度（自 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日止）企業永續發展之相關績效，部分資訊溯及 2023 年度以前相關績效。本報告書邊界以統一超商股份有限公司為主，包括總部營運大樓、門市與商場；本報告書未包含所有合併財務報表之子公司，基於與營運本業的攸關性及對重大主題的影響程度，將統昶行銷、大智通文化行銷、捷盟行銷、捷盛運輸及統一超食代等 5 家關係企業與統一超商好鄰居文教基金會納入範疇，於揭露剩食管理、包裝包材管理、氣候變遷、廢棄物管理、顧客健康與安全、社會公益重大主題時將部分提及前述組織之量化績效，預計在未來的報告中逐步納入其他關係企業數據，以具體呈現統一超商價值鏈的完整資訊。

發行時間

統一超商將以年度為主，定期發行永續報告書，並於本公司網站 www.7-11.com.tw 中揭露。

- 現行發行版本：2024 年 8 月發行
- 上一發行版本：2023 年 6 月發行

報告書管理

內部稽核

- 由統一超商各部門主管檢視各章節內容之正確性
- 由統一超商董事會與永續發展委員會審定永續報告書
- 每年定期向統一超商董事會報告企業永續發展年度執行成果

外部認證

- ▶ 財務數據
無保留意見查核報告
【PwC Taiwan 資誠聯合會計師事務所】
- ▶ 環境數據
ISO 14064-1:2018 【SGS 台灣檢驗科技】、
ISO 50001 【SGS 台灣檢驗科技】
- ▶ 治理數據
臺灣個人資料保護與管理制度（TPIPAS, Taiwan Personal Information Protection and Administration System）【財團法人資訊策進委員會】；ISO 27001 【BSI 英國標準協會臺灣分公司】
- ▶ 職安衛數據
ISO 45001 【SGS 台灣檢驗科技】
- ▶ 永續數據
AA1000 第二類型高度保證等級之要求
【SGS 台灣檢驗科技】
- ▶ 永續數據
針對選定資訊按中華民國確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行獨立有限確信（limited assurance）
【PwC Taiwan 資誠聯合會計師事務所】

本報告書聯絡單位

負責單位：統一超商永續發展委員會
永續發展網站：<https://www.7-11.com.tw/company/csr.asp>
公司網址：www.7-11.com.tw
電子信箱：public@mail.711.com.tw
電話：(02) 2747-8711
地址：台北市東興路 65 號 2 樓

統一超商股份有限公司
(President Chain Store Corporation)

統一超商董事長



統一超商總經理



經營者的話

2023 年疫情趨緩，然供應鏈斷鏈及通膨陰霾仍揮之不去，疫後的動盪不定更對於我們的商業環境和營運模式產生了不可逆的改變。儘管外在環境急遽變化，統一超商全體員工與加盟主展現韌性和應變力，以「生活品牌」為核心主軸，致力架構生活服務平台，提供滿足消費需求、即時便利的商品與服務，持續創建新高里程碑。2023 年重要里程碑之一，即是藉由超過 6,800 間門市連結 368 鄉鎮市區每個需要服務之處，從北到南、從高山到離島，實現「全鄉全店、全天服務」全新里程碑。除了讓更多民眾能便利取得服務，統一超商更肩負提供永續商品與服務的責任，使消費者得以更容易做出對環境和社會更好的選擇。2023 年統一超商持續於永續地球 (Environment)、共好社會 (Social) 及幸福企業 (Governance) 三大目標戮力以赴，以「地球永續、你我日常」之理念，「全鄉全店、全天服務」之精神，持續攜手價值鏈夥伴擘劃與深化各項永續發展專案，讓消費者能夠透過 7-ELEVEN 門市，以更簡易、便利的方式共創綠色消費與永續生活。

統一超商致力推展 ESG 永續發展，2023 年永續治理持續於國際與在地永續評比脫穎而出。統一超商連續九年名列公司治理評鑑排名前 5%，連續五年入選「道瓊永續指數」(Dow Jones Sustainability Index, DJSI)「世界指數」成分股，連續兩年參與「碳揭露計畫」CDP (Carbon Disclosure Project) 氣候變遷問卷榮獲「A-」領導等級殊榮。亦持續入選 MSCI Index series、FTSE4Good Index series、台灣永續指數等多項成分股。同時更持續入榜天下永續公民獎大型企業組等永續績效獎項，各項永續專案也於 TCSA 台灣企業永續獎之永續單項績效等永續類獎項屢次締造佳績。

能夠持續榮獲海內外永續評比肯定，必然奠基於深厚堅實和精益求精的永續作為。統一超商將永續策略實踐於商品、服務與組織架構中，聚焦環境 (E)、社會 (S)、治理 (G) 三大小組與環境小組下之「減塑」、「減碳」、「惜食」、「永續採購」四個專案小組，善用統一超商核心營運能力，優化或開展創新永續方案。在公司治理面，統一超商設定永續績效與高階主管薪酬連結，將 ESG 融入企業文化與營運策略，深化永續管理；並在董事會轄下設立風險暨資安管理委員會，強化公司風險管理及資訊安全。在環境永續面，透過跨單位之減塑、減碳、惜食與永續採購四大小組，設定短中長

期永續目標，定期檢視成效；2023 年領先同業承諾 2050 年範疇一與範疇二淨零碳排目標，積極因應氣候變遷並接軌國際；建置「永續農場」創新實踐循環經濟，將門市咖啡渣透過系統回收機制，轉製成有機質肥料並施用於契作高麗菜田，作物再用於鮮食產品或於門市新鮮販售，讓報廢品也能循環再利用；CITY 系列飲品擴大使用 FSC 永續認證紙杯；「OPEN iECO 循環杯服務」據點突破千店，更擴大至集團各餐飲品牌通路，提供在地規模最大的減塑循環杯服務。在社會參與面，2023 年延續公益 x 循環經濟模式推出「毛孩好福企」計畫，結合「i 珍食」惜食專案，將剩食轉製讓動物再續食，並透過培訓社福團體身心障礙人士參與製作，達成環境永續、弱勢就業及動物友善的多重效益；亦透過「擴大公益團體合作數」、「APP 捐款體驗升級」、「多元促捐活動與門市推廣」等方向，持續提升公益服務量能，支持近百家公益團體，勸募能量成長約五成。人才永續面，對內年度員工向心力調查回覆積極與非常積極者達八成，對外榮獲勞動部「健康勞動力永續領航企業」上市公司前 10% 績優企業與天下雜誌人才永續 50 強，顯示人才永續面獲內外部相當程度肯定。

過去、現在和未來，每一年都是最好的時刻，也是最壞的時刻；企業營運是場永無止境的馬拉松，有挑戰，更有機會，只要還在賽道上，就能「天行健，君子以自強不息」。統一超商將繼續以「矢志成為最卓越之零售業者，以提供生活上最便利之服務為宗旨，並善盡良好社會公民之責任」為責無旁貸的使命，成為「超越顧客期待的生活型服務平台」。展望 2024 年，我們仍以幸福企業、共好社會與永續地球作為三大核心，展現達成環保減塑、節能減碳、減少食物浪費、永續採購等長期永續目標的決心，並致力於精進公司治理、增進員工福祉、深耕社會公益。我們也體認唯有攜手各方於永續發展的道路並肩前行，方能發揮加乘效益、極大化永續價值，統一超商從自身營運出發，向外串聯價值鏈上永續夥伴，並善用統一超商與消費者生活緊密連結的特性共同實踐永續，偕同所有利害關係人構建永續共好生態系。

★ 永續亮點績效

E 永續地球

報廢品與咖啡渣回收約 **5噸** 轉換成肥料使用於製作田

整體門市節能改造節省 116.7 百萬度電 **相當於減少 57,669 公噸碳排放量**

高效智慧回收機已於 140 間門市設置，累積寶特瓶回收數量達 **791.2 萬瓶**

廢電池回收達 **274.8 萬顆**

OPEN iECO 循環杯租借系統門市 達 **1,042 店** (統一超商自身)

自帶杯比例約 **18.90%**

天素地蔬品牌累計至 2023 年底 **共約減少 57,239 公噸碳排放量**

i 珍食 **約減少 13,723.31 公噸剩食產生**

單店廢棄物產生量為 **5.92 公噸**

較基準年 (2019 年) **下降 29.81%**

永續認證原物料採購金額 (註) 達 **5,023 百萬元** 認證採購比例約 24.47%

■ 永續認證原物料範疇請詳 3.4 永續採購小節 永續原物料段落說明

S 共好社會

低於勞動部職業安全衛生署公布之近三年零售業平均標準值 **總合傷害指數 0.17**

員工向心力調查中，填答「積極」及「非常積極」員工百分比佔全體填答者 **80%**

公益捐款共募得 **7.17 億元**

好鄰居同樂會 DIY 素材累積使用超過 **29 萬人次**

G 幸福企業

突破 6,800 家門市 **共有 6,859 家門市** 市佔率第一

業務相關女性主管占比達 **56.04%**

榮獲第九屆公司治理評鑑維持排名前 5%，為零售產業上市公司中 **唯一蟬聯 9 屆之企業**

年度合併總營收為 **新台幣 317,041,854 仟元** 創新高 並較去年成長 **9.16%**

榮耀與肯定



持續入選 / 蟬聯佳績

- Member of Dow Jones Sustainability Indices (Powered by the S&P Global CSA)
- CDP (Disclosure Insight Action)
- FTSE4Good
- ★ 連續五年入選 DJSI「道瓊永續世界指數」，名列世界標竿企業
- ★ 連續兩年 CDP 碳揭露之氣候變遷問卷獲得 A- 領導等級
- ★ 持續入選 FTSE4Good 新興市場成分股
- ★ 持續入選 MSCI ESG 領導者指數 (MSCI ESG Leaders Indexes), MSCI ACWI 指數, MSCI 新興市場指數, MSCI EM Low Carbon SRI Leaders 指數, MSCI ACWI Value 指數, MSCI ACWI Growth 指數, MSCI Taiwan 指數 成分股
- ★ 持續入選台灣永續指數、臺灣就業 99 指數
- ★ 榮獲第九屆公司治理評鑑維持排名前 5%，為零售產業上市公司中唯一蟬聯九屆之企業
- ★ 連續四年永續報告榮獲 TCSA「貿易百貨 第 1 類白金級」
- ★ 持續入榜天下永續公民獎大型企業，2023 年排名第 15 名
- ★ 持續榮獲遠見 ESG 企業永續獎：「ESG 綜合績效類楷模獎」
- ★ 持續榮獲亞洲企業社會責任獎，2023 年獲社會公益發展獎、綠色領導獎、健康衛生推廣獎

指標獎項

- ★ 入選公司治理 100 指數成分股
- ★ 榮獲 TCSA 台灣企業永續獎綜合績效「台灣 100 大永續典範企業獎」
- ★ 榮獲天下人才永續 50 強
- ★ 商業周刊碳競爭力 100 強
- ★ 勞動部職業安全衛生署「健康勞動力永續領航企業」其它類別 (上市公司) 前 10% 績優企業
- ★ 工商時報臺灣服務業大評鑑：金牌獎
- ★ OPENPOINT 生態圈獲國家品牌玉山獎最佳人氣品牌獎首獎殊榮、哈佛商業評論數位轉型鼎革獎 - 商業模式轉型獎之大型企業組楷模獎暨 ESG 特別獎
- ★ 未來親子家庭最愛品牌網路調查：便利商店類別首獎

■ 註：其他永續專案類獎項請詳官網 (點此查閱)

永續專欄



永續專欄 - 共創永續影響力

在追求永續發展的道路上，統一超商一直秉持著共創永續影響力的理念，透過串聯不同利害關係人的努力，致力於實現聯合國永續發展目標（SDGs），構建永續共好生態系。2023 年我們主要聚焦於循環經濟、低碳飲食、樂齡友善等議題，分別呼應聯合國永續發展目標 **SDG 12 責任消費與生產**、**SDG 13 氣候行動**與 **SDG 3 健康與福祉**，並攜手不同利害關係人，包括消費者、研究單位、社福團體、社會企業、地方政府、農民等，展開「永續農場」、「毛孩好福企」、「低碳植米」及「幾點了咖啡館 PLUS」等跨域合作專案。統一超商將繼續探索創新解決方案，透過偕同利害關係人共同努力，實踐企業社會責任與永續經營的承諾，為地球與未來世代創造更美好的明天。

循環經濟

循環經濟是當前全球關鍵的永續發展方向之一，藉由資源的再利用和循環，實現經濟、社會和環境的共贏。統一超商作為零售業的先行者，積極尋求創新解決方案，致力於推動各項循環經濟計畫，如永續農場、毛孩好福企、循環杯服務生活圈及智慧回收機。這些計畫不僅在減少資源浪費、促進再利用方面發揮影響力，更透過多元的合作模式與社會參與，打造永續共好生態系。

永續農場

統一超商 2023 年率零售業之先啟動「永續農場」循環再生計畫，將門市即期、已開封或不良報廢品及咖啡渣透過系統機制回收，並與專業農業生技團隊合作，利用生物自然手法循環運行綠色零廢棄處置方式，以黑水虻自動化養殖設備轉製為安全無毒的有機質肥料，施用於統一超商永續農場契作田間，肥料富含有機質，可促進土壤恢復健康生態。



契作農作物採收後，使用於超商門市鮮食配菜或於門市新鮮販售。2023 年兩批即期、已開封或不良報廢品與咖啡渣回收約 5 噸轉換成肥料使用於契作田，**生產約 2.2 萬顆新鮮高麗菜、香蕉約 20 萬根及玉米約 1 萬根**，製成鮮食餐盒、「**黃金玉米棒**」及上等蕉等產品，已有近 80 萬名消費者支持。

永續農場計畫透過報廢品再利用來減少剩食產生的碳排，同時以小規模量產創造綠色商機，亦提供消費者低碳飲食新選擇。統一超商將持續推動永續農場，除門市報廢品、亦規劃將鮮食廠食品汙泥轉製成有機質肥；並考量廢棄物處理的地域性，持續將產製農作物模組延伸至不同地區，持續擴大循環經濟效益。



毛孩好福企

統一超商積極回應聯合國永續發展目標 SDG 12「促進綠色經濟、確保永續消費及生產模式」，將減塑、惜食議題結合公益，發展出全新的循環經濟模式。自 2021 年首創公益永續循環經濟模式，串聯超商、社福團體與社會企業，推出「加減新生活 - 福企好 CHIC」計劃(註)。2023 年延續公益 X 循環經濟模式，再次創新提出「毛孩好福企」惜食永續循環計畫，結合統一超商「i 珍食」惜食專案，以「食物零浪費的循環經濟」、「扶植社會企業」、「援助動保團體」三大理念，串連門市、社會企業、物流等資源，再創超商 X 社會企業 X 社福團體的跨界合作。

註：詳細計畫說明請詳統一超商 2022 永續報告書



統一超商串聯雙北合作門市，收集 i 珍食時段指定沙拉與水果，透過冷凍宅配業者運送到社會企業全球社會創新公司其協力之庇護工場——中華善愛社福協會附設小豆苗工作坊，採用專業冷凍乾燥技術，將合作門市 3 個月內共逾 13 公斤的剩食再製為動物可食用的凍乾商品，由工作坊 15 位身心障礙者夥伴進行包裝。最後邀請消費者一同參與進行認捐，共計約 1,500 名民眾響應認捐。認捐的凍乾捐贈給 ARTT 台灣動物緊急救援小組、台灣動物輔助治療專業發展協會，幫助近千隻犬貓。



註：相關影片請點此觀看

毛孩好福企計畫增加食物使用率，將原本可能被丟棄的剩食轉製讓動物再「續食」，並透過培訓社福團體身心障礙人士參與製作過程，達成環境永續、弱勢就業及動物友善的多重效益。消費者響應的同時，不只了解惜食理念，更是透過實際行動支持永續與公益。毛孩好福企計畫具體實踐循環經濟，創造公益團體、社會企業、企業的多贏。



循環杯服務生活圈

經環保署統計每年用掉的一次性飲料杯高達 40 億個，不論是飲料杯的生產、廢棄物的處理都造成環境不可輕忽的沈重負擔。統一超商攜手統奕包裝首創自建「OPEN iECO 循環杯還杯機」，耗時超過一年、斥資逾千萬元，於 2022 年底前成功建立門市循環杯租借服務，消費者僅須透過專屬會員 APP「OPENPOINT」在手機上操作，即可至門市借用與歸還可重複使用的循環杯。此外杯身獨家研發特殊 PP 專利隔熱層，可以同步減少杯套使用量。而使用後汰舊的循環杯也將回收再製為其他物品，達到資源再利用。



為推廣循環杯服務生活圈使用服務，我們從「便利性」與「獎勵回饋」著手。便利性方面，2023 年 OPEN iECO 循環杯服務導入 542 店，**累計導入 1,042 店**，並已擴及集團的**星巴克、21 世紀風味館**，**建構超過 1,500 家店的循環杯生活圈**。在回饋面，除了因應法規，統一超商額外在每月 1 號推出自帶杯省 7 元優惠，2023 年自帶杯比例也提升至 18.90%，達成了今年度設定的自帶杯比例 15% 目標。循環杯生活圈服務於 2022 年底導入後，累計至 2023 年已有近 7 萬人次使用租借，納入集團服務據點後則已累積減少近 20 萬杯一次性紙杯浪費。統一超商循環杯服務生活圈成效也獲得外部肯定，為第一家獲選環保署《循環(外借)杯良好服務標誌》企業。



2024 年將再擴大服務地區，預計統一超商自身累計導入循環杯達 2,300 店（優於法規要求 30%），整合集團服務據點將超過 3,000 店，共同擴大推動循環杯服務生活圈；統一超商自帶杯比例目標 2024 年將提升至 19%，另外，2024 年將導入循環杯蓋，期能透過擴大循環使用的範圍減少更多一次性材質使用。



智慧回收機

統一超商首創「高效智慧回收機」，為統一超商與統奕包裝耗時超過一年首創在地自建，機台可同時回收 PET 寶特瓶、乾電池，透過專利 AI 專利光學影像與材質辨識技術，簡易操作也可以快速回收。其中獨創「碾碎」功能可將寶特瓶絞碎成瓶片，優化既有坊間壓扁資源回收物流程，有效縮減體積高達 75%，提升同體積下的回收量，最小化運送碳足跡。此外，回收的寶特瓶塑料，後續由統奕包裝委由專業大廠製作再生材料，可以再製成門市制服或商品回到超商販售；也與寶特瓶大廠合作在中南區及離島建構「從瓶到瓶」的循環回收系統，將回收的寶特瓶交由廠商透過專業技術重新再製為寶特瓶，建立綠色再生的循環供應鏈。



智慧回收機 2023 年持續擴大規模，已於 140 間門市設置，累積寶特瓶回收數量達 791.2 萬瓶、廢電池回收達 274.8 萬顆，預計於 2024 年再設置 262 台「高效智慧回收機」。

低碳飲食

在追求永續生活方式的浪潮下，低碳飲食已是許多人關注焦點。零售業作為最貼近民眾生活的產業之一，協助消費者擁有更多低碳飲食選擇我們責無旁貸。統一超商推出了首款「低碳植米飯糰」，透過創新技術降低了水稻種植過程的碳排放和用水量。我們亦持續透過穩定採購支持在地農漁蔬果，並致力開發在地食材的附加價值，不僅有助於減少碳足跡，還能為消費者提供更加綠色的飲食選擇。

低碳植米

統一超商推出了首款「低碳植米飯糰」，將低碳植米商業化應用。「低碳植米」與農糧署、屏東科技大學及米商供應商合作，利用系統化大數據庫分析，以益生菌加有機質肥料於水稻灌溉，活化農田生態系的永續環境農法，與慣行農法相比可以節省 30% 的灌溉水；同時添加益生菌促進土壤內微生物多樣性，環境更加健康，連帶施肥次數減少，達到省水、省肥、減藥、降碳排的效果。2023 年低碳植米種植面積為 120 公頃，用於鮮食商品量約 24 萬公斤。未來我們將持續擴大門市品項的使用，致力於推廣低碳植米的應用。



在地食材

在地食材不僅減少因進口所衍生的碳足跡，也讓消費者更容易實踐綠色飲食。統一超商以「穩定採購」、「可持續性」、「計畫支持」三策略持續支持本土農漁蔬果，包括鮮食商品持續選用地優質米與時令食材，善用商品開發能力將優質在地食材開發成鮮食、現調飲品等差異化商品，提升在地農漁產品附加價值，並串接「i預購」、「i划算」平台，以數位工具輔助線上銷售在地生鮮和水果，以長期且穩定採購方式讓在地農產品能永續發展。

■ 註：其他在地採購詳細資訊請詳 3.4 永續採購



市面上的藍莓幾乎全數仰賴進口，統一超商 2023 年率先販售「最短碳足跡」的「山丘藍台灣藍莓」，由在地農民「山丘藍」團隊與臺灣大學進行產學技術合作，讓消費者可以品嚐到新鮮、低碳的本土藍莓。在現調飲品上 2023 年我們亦有所突破，融入屏東在地小農種植的「柳丁」與「梅爾檸檬」推出「橙香陽光」、「檸靜時光」小農水果冰磚咖啡。2023 年在地農產品採購數量佔總體 79%、在地農產品採購金額為 73.4 億元，佔整體採購金額的 68%。



■ 註：在地藍莓更多資訊請詳新聞稿

樂齡友善

幾點了咖啡館 PLUS

統一超商體認到高齡社會已不可逆，自 2014 年起長期關注資源較少的族群高齡議題，聚焦高齡化社會的失智症高盛行率，透過自身據點廣泛、商品及服務多元等優勢，與社區公益相結合，參考日本失智症患者重新投入職場，以職能治療方式進行復健，2017 年起攜手中華聖母基金會等社福團體合作，首創「幾點了咖啡館」，讓失智長輩在 7-ELEVEN 門市夥伴陪伴下，於門市體驗喊歡迎口號、遞送咖啡、整理桌面等簡單服務，希望透過讓失智長輩多與社會互動，減緩病症惡化的速度，維持社會參與能力。^(註)

■ 註：詳細計畫說明請詳統一超商 2022 永續報告書

為讓更多民眾可參與此別具意義的活動，統一超商與天主教中華聖母基金會 2023 年特別規劃「首間幾點了咖啡館獨立店」、「門市行動劇演出」兩大全新做法，讓失智症議題更貼近生活，喚起大眾關注。首間門市以外的幾點了咖啡館獨立店「幾點了咖啡館 PLUS」設置於人口老化比例最高的嘉義，店面位於通往阿里山必經道路旁，咖啡館由失智長輩駐點沖泡咖啡、收銀、結帳。「門市行動劇」則與天主教中華聖母基金會、如果兒童劇團合作，在 7-ELEVEN 門市展開多場行動劇表演，讓門市化身互動式劇場。希望透過戲劇演出，讓民眾更理解失智症，對失智長輩給予更多包容。



幾點了咖啡館因疫情停擺後於 2023 年重啟，2023 年與 18 個團體合作，於 21 家門市及 1 間「幾點了咖啡館 PLUS」推廣；2024 年目標 24 店參與、累積服務人次 2,372 人次。

