

04 成就永續地球

當前各類環境議題如氣候變遷、塑膠污染、剩食與廢棄物處理等，皆與企業是否能永續經營息息相關，有效採行綠色營運並優化能資源的使用效率，落實環境永續，為統一超商在整體營運價值鏈中相當重視的環節。我們作為便利商店的領導企業，期許能在便利性與環境衝擊中取得平衡，致力在自身營運中減少塑膠、剩食與廢棄物的負面影響，亦積極提升應對氣候變遷議題能力。



管理方針

政策與承諾

- 環境政策
- 溫室氣體政策
- 能源政策
- 包裝包材管理
- 廢棄物管理
- 剩食管理

管理行動

- 環境資訊盤點與管理（溫室氣體排放量、包裝包材用量、營運據點廢棄物清運及剩食產生量）
- 自我營運以及價值鏈節能減碳行動、低碳轉型計畫
- 氣候相關實體及轉型風險調適策略
- 減塑行動（產品包裝及門市服務之一次性塑膠減量、網購包裝減量及循環包材、擴大回收機制、循環杯模式、永續認證包材採購）
- 剩食管理（降低鮮食報廢率、完善代工廠管理機制、提升剩食回收率、訂貨配送系統）
- 廢棄物管理（門市便利環保回收平台、門市設備整新再利用、營運據點廢棄物減量、與供應商合作管理廢棄物流向）



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



2023 年門市用電密集度評估指標 EUI 值較 2022 年減少 0.81%



2023 年 i 珍食約減少 13,723.31 公噸剩食產生



2023 年度 FSC 認證原物料採購金額達 296,736 仟元。

對應重大主題

- 氣候變遷
- 廢棄物管理
- 剩食管理
- 包裝包材管理

4.1 環境管理

政策與承諾

為了實現綠色營運的願景，統一超商制定了各項與環境管理相關的政策與計畫，內容包含能源、溫室氣體、水資源、生物多樣性、廢棄物與剩食管理等，以做為集團環境管理核心指導原則，並在此基礎上訂定各項議題之短中長程目標（詳見 1.4 永續目標管理進程），以將環境永續的概念落實到價值鏈的各個面向。自 2021 年起統一超商啟動「永續元年」，持續開展與深化各項永續策略如減塑、減碳、惜食等到我們的營運及商業模式中，讓綠色消費成為日常。此外，統一超商為加強與利害關係人溝通，設置「聯合服務中心」電話專線 (0800-008-711) 或電子信箱 (public@mail.7-11.com.tw)，提供民眾方便的溝通管道。



環境政策

「本公司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」。由「永續發展委員會」轄下環境小組之「減塑」、「減碳」、「惜食」、「永續採購」四大專案小組負責各環境面向之永續發展政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行。因此承諾如下：

- 遵循環境保護法規，嚴禁任何危害環境品質的行為
- 持續改善環境績效，致力於改善周遭環境品質
- 珍惜使用資源，本於「物盡其用」的原則，提升資源回收再利用
- 推動廢棄物減量，基於「污染預防」的觀點，減少廢棄物產生的機會
- 考量產品及服務在研發、設計、製造、包裝、配送等生命週期環節的環境衝擊，減少資源耗用並提升資源使用效率
- 逐步形塑友善環境之價值鏈，於供應商選擇、新專案開發、企業併購決策時納入環境面考量
- 關懷社區發展，經營永續社區關係
- 推廣環境教育，持續向員工與顧客宣導環境保護觀念，共同實踐保護環境的具體行動
- 設定短期與中長期的環境管理目標，積極減少從生產過程到配銷與物流價值鏈對環境的負面衝擊
- 響應《巴黎協定》升溫不超過 1.5°C 的全球氣候策略，承諾統一超商於 2050 年達成台灣門市營運的淨零排放目標
- 關注《全球塑膠公約》，承諾統一超商自有商品包裝 / 物料於 2030 年前較 2019 年減少 30% 的塑膠使用量，並將其中 50% 的使用材質轉換為環保材質



能源政策

我們在滿足消費者需求的同時，落實節能減碳行動成為公司營運策略中重要的核心價值。我們以門市作為節能減碳實踐基地，活用本身通路特性推動節能減碳，延伸節能效益發揮企業影響力。

我們承諾：

- 遵守政府能源法規，落實能源持續改善。
- 擴大節能設計商店，開發販售節能產品。
- 達成能源優化目的，創造企業永續發展。



淨零與減碳政策

統一超商作為地球村之一份子，重視能資源使用與環境衝擊，為善盡企業責任，不僅確實掌控及管理溫室氣體排放現況，並依據盤查結果，進一步推動節能減碳相關計畫，統一超商承諾於 2050 年在自身營運範圍內之溫室氣體盤查範疇一與範疇二達成淨零。

溝通與獎勵

我們透過各類宣傳、線上課程及教育訓練，將政策連結實務，傳遞到第一線工作夥伴上，讓環境管理落實到統一超商每一位夥伴的日常生活中。2023 年總計完成環境相關宣導及課程的門市夥伴共有 17,975 人次，參與對象包含直營門市員工及加盟主，共計 3,376 人時，此外為提升採購人員對於永續議題的關注，亦舉行零售業減碳與永續趨勢的宣導，參與人時共計 200 人時。

2023 年環境相關宣傳或課程

溝通事項	對象	人時
減塑數位課程	全體員工 / 加盟主	677
法令宣導：吸管限塑政策	門市全員	45
門市資源回收與咖啡渣再利用	門市人員 / 加盟主	167
門市節能減碳措施	門市人員 / 加盟主	785
咖啡品保與原物料管理之吸管限塑相關使用規定、鼓勵使用環保杯	門市人員 / 加盟主	1701
零售界減碳與永續趨勢	採購單位	200

為了激勵同仁積極管理門市能源使用，我們制定了門市節能獎勵管理機制，將新開及整修門市基本電費管理成效、既有店門市用電量管理及節能改善納入個人、門市及地區工程績效考核項目，並給予發現門市電費異常者現金獎勵。2023 年度門市異常電費追回發放獎金共計 31,755 元，本年度由於台電公司調整尖離峰時間，同仁透過異常電費的巡檢來降低該措施對於超商用電的衝擊，因此獎金較往年提高。截至 2023 年止，累計門市異常電費追回發放獎金共 49,484 元。

除了內部門市人員訓練，我們也持續推出各類永續活動，讓永續行動潛移默化到消費者的行為中，包含門市夥伴不主動提供一次性餐具、塑膠包裝回收折抵消費、廢電池及電子用品回收變現、減塑產品點數加倍送等活動，在 2023 年我們持續擴大「OPEN iECO 循環杯租借系統」的使用，並擴展至其他關係企業如星巴克、21 世紀風味館，此外我們推出智慧高效回收機服務，透過回收就可獲得門市獎勵金的制度，提升消費者回收寶特瓶與電池的意願。期許透過門市、線上、線下等各類管道，鼓勵各年齡層消費者支持環境友善行動，讓永續成為大家的生活日常。

水資源管理

連鎖便利商店營業型態，在提供消費者各項商品與服務的過程中，會直接或間接受到供水穩定及水質的影響，尤其在水資源供給緊張的地區，如何降低自身營運對當地水資源的影響衝擊是統一超商在整體營運價值鏈中相當重視的一環。統一超商所有營運據點均使用自來水，除現調飲品用水外，整體用水量以門市清潔為最大宗。目前門市的用水設備皆導入省水水龍頭與省水馬桶，此外亦在門市試點進行 RO 逆滲透於水再利用與雨水回收措施，回收水將回用至門市清潔使用。

經分析門市端營運活動型態與用水量的關聯性，我們將現調飲品相關用水量扣除，做為管理門市用水的基準，統一超商承諾以 2019 年為基準年，扣除現調飲品相關耗水量，每年單店實際用水量較基準年下降 1%，至 2025 年較基準年減少 5%。2023 年統一超商總取水量為 3,272,705.04 度，總耗水量為 129,723.72 度，統計範圍包含門市、總部、商場以及區辦公室；此外，統一超商平均單店用水量為 433.93 度，較基準年下降 4.87%，未來我們將持續追蹤用水量的變化，以作為未來目標設定與用水管理的參考依據。

總部大樓雖然用水量占比較少，但我們以身作則，密切觀測年度用水量作為內部管理指標，透過節水行動持續減少用水，例如：導入降低廁所與茶水間的水龍頭出水量並加裝省水器、裝設小便斗節水器、調整馬桶最適出水量、減少植栽噴灌頻率等。

生物多樣性管理

在全球化與都市化迅速發展的當下，連鎖便利商店早以是大眾日常生活的一部分，統一超商清楚了解到我們的價值鏈活動除了會對自然產生影響之外，也對自然資源有著高度的依賴，因此對於生物多樣性的保護是統一超商對於環境責任的體現，更是我們實踐永續發展的關鍵。

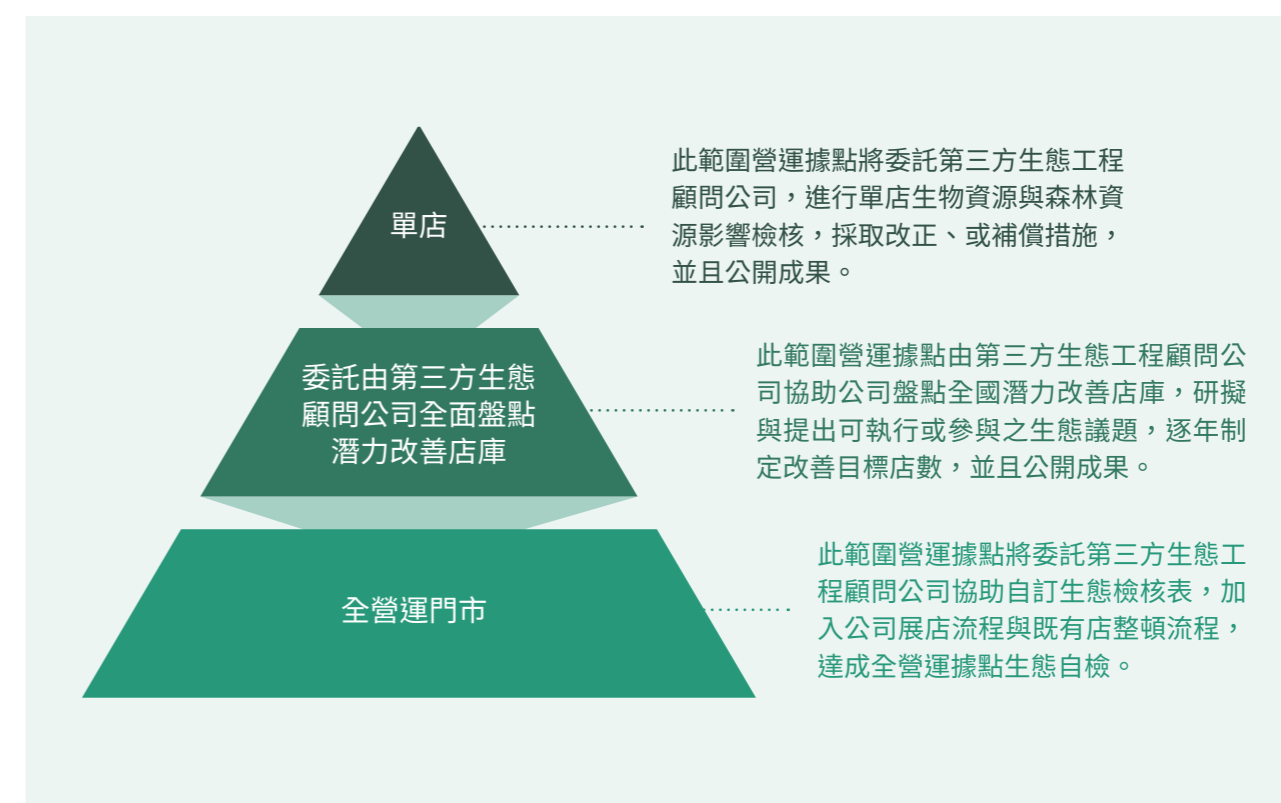
從 2022 年開始，統一超商通過生物多樣性保護及零毀林承諾，公開承諾所有營運據點與供應鏈皆遵循「生物多樣性保護」與「零毀林」政策。

項目	生物多樣性
範圍	營運據點與供應商
目標年	2025 年完成流程建置與盤點可量化之影響程度。 2050 年達成正面淨值效應。
執行	承諾將於制度內加入生物多樣性風險評估。
原則	依循減緩層級策略針對價值鏈包含營運據點、供應鏈、合作夥伴（廠商與加盟主）展開生物多樣性風險評估，並依據風險程度篩選重大關注議題訂定可衡量的管理目標，採取減緩行動，並公開揭露相關成果與利害關係人分享。
	要求價值鏈承諾避免在國際或國家重要的生物多樣性地區進行營運活動，價值鏈包含營運據點、供應鏈、合作夥伴（廠商與加盟主）
	承諾在統一超商價值鏈包含營運據點、供應鏈、合作夥伴（廠商與加盟主）範圍中，公司將扮演積極角色，除委請第三方生態顧問協助改正、最小化或補償措施，降低生態資源的破壞外，在優先區域訂定朝向淨零損失（No Net Loss, NNL）的目標。
	承諾積極與利害關係人進行生物多樣性議合確保統一超商與所有利害關係人共同朝向 2050 年達成正面淨值效應目標前進。

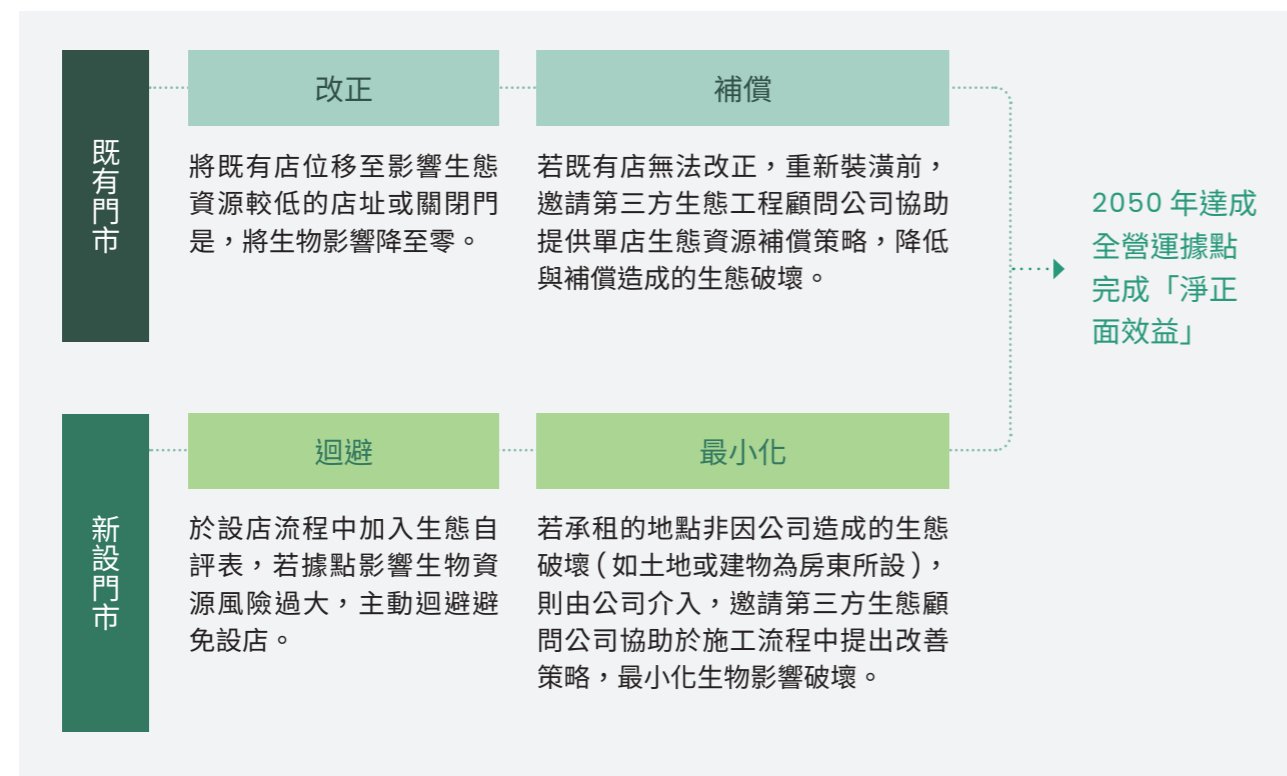
項目	零毀林
範圍	營運據點與供應商
目標年	2025 年完成流程建置與盤點可量化之影響程度。 2035 年達成零淨砍伐。 2050 年達成零總砍伐。
執行	承諾將制度內加入零毀林檢核機制。 逐年分層級與風險依序完成檢核，每年公開改善成果。
原則	承諾營運據點、營運範圍的鄰近區域、供應鏈以及合作夥伴（廠商與加盟主）與利害關係人活動應遵循零淨砍伐原則。
	承諾公司將扮演積極角色，參與社會造林活動，遵循零淨砍伐原則。
	承諾公司營運據點與供應鏈於目標年達成零總砍伐原則。 承諾與利害關係人進行生物多樣性議和。

為了有效開展對生物多樣性的保護與減緩行動，統一超商建立了我們的生物多樣性風險評估流程，在 2023 年，我們以國際生物多樣性評估工具（Integrated Biodiversity Assessment Tool, IBAT）進行生物多樣性風險分析，結果顯示 10 間門市位於政府指定之自然保護區、國家公園、國家自然公園或野生動物重要棲息地內。

盤點層級



我們採用四大減緩原則來規劃我們的生物多樣性保護與減緩行動



減緩與轉型原則	2023年實績
避免	在新設店的流程中，統一超商加入了生態自評表，避免在對生物資源風險較大的地點設立新店。這一措施幫助我們預先識別並迴避可能的生物多樣性風險。
減少	對於既有店面，我們評估了各店的立地條件，並計劃將影響較高之門市遷移至對生態資源影響較低的位置，或在必要時關閉門市，從而將生物多樣性的影響降至最低。對於新設店面，如果生態破壞非由統一超商造成（例如，土地或建物屬於房東），我們會邀請第三方生態工程顧問公司介入，協助在施工過程中提出改善策略，以減少對生物多樣性的破壞。
再生	統一超商投資於「永續農場」計畫，通過將門市的剩食回收並轉製成有機肥，再施用於農作物上，從而推動土壤環境的再生。（詳細管理措施請見 永續專欄—永續農場 。）
恢復	統一超商透過採購永續原物料，如 FSC 認證的紙包材、具有雨林認證的咖啡豆原料等，購買相關商品除確保我們的原物料是低環境影響外，亦可支持恢復該原物料的生態系統。（詳細管理措施請見 3.4 永續採購 。）
轉型	統一超商持續推動各項轉型計畫以降低營運對於生態系的衝擊，2023 年與產官學界合作進行低碳植米計畫，低碳植米較慣行農法可降低 30% 的灌溉水，並提升稻田土壤微生物多樣性。（詳細管理措施請見 永續專欄—低碳飲食 。）

4.2 包裝包材管理

政策與承諾

由於零售業的產業型態受惠於塑膠的耐久與低成本特性，塑膠成為零售商品中常見的包裝材料選擇之一，各界更是放大檢視與民眾日常生活最緊密的超市、超商及量販等通路的包裝與包材塑膠使用情形。2022 年全球共 175 個國家簽署《全球塑膠公約》，將研議制定具體且具有強制力的規章，解決各國從生產、消費到處置塑膠廢棄物的問題，並逐步限制與減少塑膠使用。統一超商為呼應全球減塑趨勢，並積極回應利害關係人對塑膠污染的關注及強化永續經營，期許能在便利性與環境衝擊中取得平衡，致力在自身營運中減少塑膠污染。統一超商提前布局並領先國際公約時程，於 2020 年成立減塑專案小組，並對自有品牌之商品包裝包材設定完整管理政策，由上而下建立減塑環保商業模式，從自有品牌出發，積極進行減塑管理行動，結合商品、服務、物流及電商等各面向營運策略，以期達成 2050 年在營運範圍完全淘汰一次性塑膠的願景，詳細減塑時程與 2023 年達標進度請見 [1.4 永續目標管理進程](#)。

	考量環境、生態保護及落實永續經營，於原物料採購時優先考量具環保材質、認證包材及提出包裝輕量化減量設計者，並制定自有商品包裝包材之減量目標。
	為進行源頭減量，減少一次性塑膠使用： <ul style="list-style-type: none"> 門市不主動提供顧客吸管，不再免費提供提網，2023 年提網減量至 22.62 噸塑膠，相較去年減少 94.61%。 導入製冰機以降低冰塊的塑膠包裝袋使用量，2023 年總計減少 6,280 萬個塑膠包裝袋，相當於減塑約 125.6 噸。
	統一超商與集團關係企業「統奕包裝」共同建置並開發循環容器服務，呼應『從生產製造一次性容器轉型至發展可重複使用』訴求： <ul style="list-style-type: none"> 響應法規導入「循環杯租借服務」，2023 年導入店數達 1,042 間，優於目標設定之 1,000 間門市；自帶杯占比達 18.90%，已達成今年度所設定之 15.00% 目標。 我們也鼓勵消費者多利用可重複使用之包材（或容器），現調飲品系列商品實施自帶杯獎勵金機制，如：提前響應環境部法規提供自帶杯省 5 元，且加碼每月 1 日 CITY 系列飲品自帶杯省 7 元優惠等活動。
	杯套及杯架等包裝包材採用部分回收再製材質，杯套為 65% 回收紙，杯架則為 100% 回收紙： <ul style="list-style-type: none"> 2023 年門市所使用的紙杯導入 FSC 紙包材認證。
	統一超商內部跨單位減塑專案推動小組，結合內部員工及外部供應商力量，推展包材減量策略、目標、行動方案並追蹤執行績效，且定期召開例會追蹤各項行動計畫執行。其耗費人力及測試資源（專案小組、研發、測試人力／原物料測試成本）每年約兩百五十萬元。減塑小組也透過顧問公司協助，以確實掌握外部競爭及業界資訊。

減塑推動專案小組	小組任務說明
咖啡事業單位	現調飲品包材減量、導入重複使用容器獎勵模式
生活美食單位	生活美食商品塑膠包材減重以及紙材質容器占比提升
商品單位	引入輕量化塑料容器商品
行銷企劃單位	自有品牌供應商專屬合作與溝通、替代材質開發、包裝減重工程持續優化
營運單位	優化門市回收機制、建立門市人員減塑意識
採購單位	採購門市用品、餐具減重及替代材質開發並導入
公共事務單位	內外部溝通、消費者認知推廣
人資單位	內部教育訓練，提升減塑認知
行政服務單位	企業內部減塑行動策畫

包裝包材用量統計

塑膠包裝包材

為了強化包裝包材管理效益，統一超商定義塑膠包裝包材的分類方式，依照「使用性」及「材質」分類盤點自有品牌商品與服務各階段的塑膠使用量，透過每季減塑小組會議定期檢討績效與目標達成情形，並規劃對應的減塑行動方案。

塑膠分類		說明
使用性分類	可重複使用塑膠	不需要輔助產品，清洗後就可以重新填充或再次使用於相同用途的包裝；可以在市場中流通，讓包裝可以重複填充
	一次性塑膠	設計為一次性或短暫使用之塑膠包裝，用過即丟，不可重複使用 ^(註1)
材質分類	可回收塑膠	環境部定義可回收塑膠 ^(註2)
	可堆肥 / 可分解塑膠	目前已開發出可堆肥，並且在技術上可回收的塑膠包裝
	使用回收材料塑膠	塑膠製品成分中含有經回收後再製的塑膠成分
	其他塑膠	無可回收性、無法堆肥 / 分解、無使用回收材料之塑膠

(註1) 門市垃圾袋若使用回收再製材質，仍為一次性使用；塑膠吸管若使用可回收材質，仍為一次性使用。

(註2) 環境部定義可回收塑膠包含 PET、PVC、PE、PP、PS、PS 未發泡、其他。若材質本身可回收，但仍未取得環境部回收標章，或於現行廢棄物處理系統無法妥善回收，不屬於可回收塑膠。

統一超商已公開宣示「一次性塑膠」之階段性減量目標，針對「一次性使用的其他塑膠」占比 2023 年低於 20%，2028 年低於 10%，並於 2050 年完全淘汰。2023 年統一超商之塑膠包材總用量為 10,292.92 公噸，較 2022 年增加 1.2%。「可回收塑膠」使用量相較於 2022 年增加 5.3%，主要以咖啡及其他鮮食銷售量上升導致；「使用回收材料塑膠」使用量相較於 2022 年增加 15.6%，主要因門市數量增加使垃圾袋用量上升；「可堆肥 / 可分解塑膠」因自 2022 年起配合法規淘汰 PLA 冷飲杯、2023 年將茶葉蛋盒 PLA 材質逐步汰換成可回收之 PET 材質，整體用量相較去年減少 51.8%，也提升可回收塑膠用量。2023 年「一次性使用的其他塑膠」占總塑膠用量為 22.47%，主因為業績來客提升造成購物袋及餐具用量增加，仍高於目標設定的 20%，我們持續監測一次性塑膠用量並落實改善措施，詳細管理措施請見「減塑管理行動」段落。

2022~2023 年統一超商自有品牌包裝包材用量變化

塑膠分類	重量 (公噸)	2022 年	2023 年	兩年度差異
使用性分類	可重複使用塑膠	420.03	22.62	-94.6%
	一次性塑膠	9,748.37	10,270.30	5.4%
材質分類	可回收塑膠	7,040.76	7,410.76	5.3%
	可堆肥 / 可分解塑膠	193.53	93.24	-51.8%
	使用回收材料塑膠	392.33	453.65	15.6%
	其他塑膠	2,541.77	2,335.26	-8.1%
塑膠總重量		10,168.40	10,292.92	1.22%

非塑膠包裝包材

減少自有品牌商品與服務的塑膠包材用量是統一超商努力的方向，我們也持續尋求具永續認證的非塑膠包裝包材，配合統一超商的永續採購政策，我們積極擬定目標在 2030 及 2050 年統一超商自有品牌商品包裝包材之永續認證紙包材占比達 70% 及 100%。我們也持續推動門市紙碗、杯套等物料取得永續認證。2023 年非塑膠包材（包含紙 / 木、金屬）整體用量相較於 2022 年度上升 5.2%，主因為咖啡銷售量上升進而提升咖啡紙杯與咖啡豆外包裝之用量，此外，因鮮食便當銷售增加也使紙餐盒包材用量提升。

2023 年自有品牌生命週期包裝包材用量統計

自有品牌生命週期	生產製造	供應商 / 代工廠	物流配送門市	門市販售與服務	總重量 (公噸)	
包裝包材項目	<ul style="list-style-type: none"> 鮮食外包裝、現調飲品用品、餐具 	<ul style="list-style-type: none"> 鮮食商品封膜 	<ul style="list-style-type: none"> 配送紙箱 	<ul style="list-style-type: none"> 門市用品，如購物袋、餐具、交貨便 / 電商包裝、緩衝材、膠帶、門市垃圾袋等 		10,292.92
	<ul style="list-style-type: none"> 咖啡豆 / 茶葉外包裝 	<ul style="list-style-type: none"> 包裝外箱、鮮食紙容器 	<ul style="list-style-type: none"> 運送封膜 	<ul style="list-style-type: none"> 線上購物中心及預購配送紙箱、交貨便零件箱、鮮食紙箱、紙碗及門市備品 		
分類	重量 (公噸)					
使用性分類 (塑膠)	可重複使用塑膠	0.00	0.00	0.00	22.62	10,292.92
	一次性塑膠	6,453.99	0.00	25.97	3,790.34	
材質分類 (塑膠)	可回收塑膠	5,685.60	0.00	0.00	1,725.17	10,292.92
	可堆肥 / 可分解塑膠	93.24	0.00	0.00	0.00	
	使用回收材料塑膠	0.00	0.00	0.00	453.65	
	其他塑膠	675.15	0.00	25.97	1,634.14	
材質分類 (其他)	紙 / 木	1,142.88	855.22	366.44	9,770.61	12,135.15
	金屬	274.87	-	-	-	274.87

● 塑膠 ■ 紙 / 木 ◆ 金屬 (複合材料)

(註1) 統計範圍為統一超商自有品牌商品本身包裝、門市販售及服務之用品(除用品的外包裝外,亦含用品本身的材質使用及物流配送使用之包裝。塑膠包材統計涵蓋100%自有品牌商品;非塑膠包材統計涵蓋100%自有品牌商品。

(註2) 紙/木之盤點包含一般紙箱、含有淋膜的紙容器,以及門市用品中餐具包裝及其內容物之材質統計。

減塑管理行動

統一超商在減塑行動上,以「源頭減量」、「創新包材」、「鼓勵自帶」等三面向著手,統一超商自2019年起開始投入減塑行動,2020年起成立減塑小組統整與減塑相關之策略,我們從自有商品與服務的一次性塑膠減量著手,重新設計產品包裝減少塑膠用量、導入認證紙材質及再生塑膠的使用,並結合消費優惠鼓勵減少一次性容器使用。此外,統一超商於2022年更整合集團建立「OPEN iECO 循環杯租借系統」,並於2023年底達成共1,042間門市導入的成效,期許在提供便利服務之餘亦能創造環境雙贏的結果。

2019

- 門市現調飲品全面改用就口紙杯
- 門市全面不主動提供塑膠吸管

2021

- 推出輕量版購物袋及環保購物袋
- 重新設計燴飯、涼麵、熱狗堡等鮮食包裝輕量化
- 門市垃圾袋全面改為100%再次回收料材質
- 與統一企業合作推出「無標礦泉水」
- 與社會企業配客嘉合作推出網購循環包裝
- 自帶杯獎勵每月1日由3元提升至5元
- 統一超商回收寶特瓶、牛奶空瓶與Story Wear合作設計再製手工丹寧飲料提袋與報童包

2023

- 製冰機擴大導入門市數已達2,457間
- 「OPEN iECO 循環杯租借系統」導入門市數突破千間
- 2款沙拉包裝採用經認證之rPET再生塑料

2020

- 統一超商成立「減塑小組」制定及管理減塑行動
- 統一超商宣布長期減塑目標「2050年前完全淘汰一次性其他塑膠」
- 啟動「包裝減重工程」推動鮮食包裝輕量化
- 展開「租借杯計畫」與社會企業好盒器合作
- 試行「自動資源回收機」寶特瓶回收計畫

2022

- 重新設計三明治包裝平均減塑約12.5%
- 農產品栽種套袋改為牛皮紙袋,減少約0.96公噸塑膠
- 茶葉蛋袋、關東煮碗蓋、一次性餐具等鮮食包裝輕量化
- 門市750間導入製冰機,減少袋冰使用
- 門市導入「高效智慧回收機」同時回收PET寶特瓶及乾電池
- 統一超商整合集團建立「OPEN iECO 循環杯租借系統」導入門市數達500間

一次性塑膠減量

產品包裝減塑

統一超商致力於在產品包裝上降低對地球的負擔,自2019年以來,透過擴大使用可回收塑膠並持續推動「包裝減重工程」降低環境衝擊。2022年起,我們的三明治塑膠包材經重新設計平均減少約12.5%。我們也與統一企業合作推出無標水,相較一般礦泉水2023年減少約0.46公噸塑膠用量,並於2023年共計銷售約59.2萬個環保購物袋,預估可減少4.47噸塑膠使用,未來亦會持續推廣此重複使用模式,以降低一次性塑膠使用。

近年來,統一超商更積極與供應商共同研究鮮食包材減塑解方,2023年起,我們持續擴大導入紙餐盒使用,減少約894噸塑膠,2024年將進一步推動紙餐盒上蓋改為封膜,此外,更將寶特瓶等可回收物料製成的再生塑料(Recycled PET, rPET),運用在2款生鮮沙拉包裝容器,我們仍持續努力尋求新型複合紙材,以持續降低鮮食包材塑料使用。



門市服務減塑

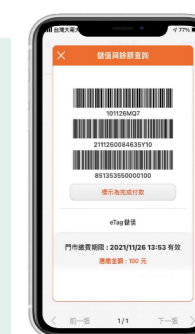


為了持續降低統一超商門市服務塑膠使用,2023年統一超商積極依循環境部法規,敦促門市落實「不主動提供一次性餐具」之規範,也改採更輕量之鮮食餐具,2022年起叉子每支減少28%塑料使用、湯匙每支減少15%塑料,2023年平均每月單店所使用之餐具重量相較去年下降30%。此外,統一超商更於2022年起於門市導入製冰機,以減少現調飲品使用的袋冰包材,2023年擴大導入店數達2,457間,共計可減少125.6噸的一次性塑膠,未來將會朝向全門市導入製冰機的目標持續邁進。統一超商更於2022年底起,將咖啡及鮮食提袋改採使用者付費,對降低提網使用量產生顯著影響,提網用量減少94.61%。另也於2023年起,逐步於門市導入封膜機,以降低一次性杯蓋使用,預計單個杯蓋可減少53.62%塑料使用。

網購包裝減量及循環包材

統一超商於2022年起將「交貨便」寄件專用袋包材輕量化(單件減重約14.86%),並導入可分解材質寄件袋的開發及使用,2023年寄件專用袋較去年減少約2.58公噸塑膠使用,可分解材質寄件袋占比達10.86%。除了寄件袋本身減重外,統一超商也從服務流程進行優化,配合自有OPENPOINT APP,以手機條碼取代傳統的條碼單,並導入自黏標籤取代服務單專用袋,減少不必要的紙類及塑膠用量,2023年約可減少18.9萬公噸紙張及18.06公噸一次性塑膠使用。

統一超商持續與社會企業配客嘉合作推出「循環包材回收站服務」,鼓勵消費者歸還循環包裝袋到20間超商合作門市,透過循環使用降低資源耗用,2022年6月起與橘子集團合作客戶贈禮,讓收到禮物的客戶能夠於超商進行循環袋回收,讓回收服務再升級。



擴大回收機制

呼應國際 ESG 潮流，再生資源需求量將逐年增加，疫後全球塑膠用量只增不減。歐洲部分國家自 2022 年起針對一次性或不可重複使用的塑膠製品進行稅務規劃，拋棄式塑膠將走向可全部回收的新局面，現行回收體制難以再生的廢棄塑膠，未來都將成為資源。因應此趨勢，統一超商自 2020 年起於門市逐步導入自動資源回收機，2022 年導入可以同時回收 PET 寶特瓶以及乾電池的「高效智慧回收機」，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，詳細說明請參考[永續專欄－智慧回收機](#)。

減少一次性容器使用－自帶杯與循環杯模式

重複使用是從源頭減量的根本作為，統一超商透過自帶環保杯消費優惠、提供租借循環杯的方式鼓勵消費者力行環保，結合「OPENPOINT」應用程式中的會員條碼，租借循環杯時預付金額，超過期限未歸還，則會自動扣繳預付金額，以確保消費者歸還，使得循環杯服務具有持續性。自 2022 年起因應減塑意識成熟與法規，統一超商整合集團建立「OPEN iECO 循環杯租借系統」，2023 年統一超商循環杯租借服務據點已超過千間門市，為單一通路提供規模最大的循環杯租借服務，更提前於環境部法規要求前陸續於特定門市提供「OPEN iECO 循環杯蓋」，以期積極推動飲料杯與杯蓋均能循環使用。而「OPEN iECO 循環杯服務」為擴大友善使用體驗，便利消費者可於 A 門市租借使用、B 門市歸還，詳細說明請參考[永續專欄－循環杯服務生活圈](#)。

4.3 氣候變遷減緩與調適

面對氣候變遷帶來的全球性挑戰，統一超商積極回應與適應氣候變遷帶來的影響，不僅體現了我們對環境的責任，也是確保統一超商永續發展的關鍵。

基於此概念，我們響應國內外的氣候倡議，承諾遵循《巴黎協定》的宗旨，致力於將全球氣溫上升幅度控制在比工業化前高出最多 1.5°C 內，並宣示支持台灣 2050 年淨零排放目標，為此我們依循 PDCA 循環建構統一超商的淨零轉型計畫，並建構完整的氣候治理架構，以此逐步實踐統一超商的淨零路徑，發揮正向影響力。

氣候治理

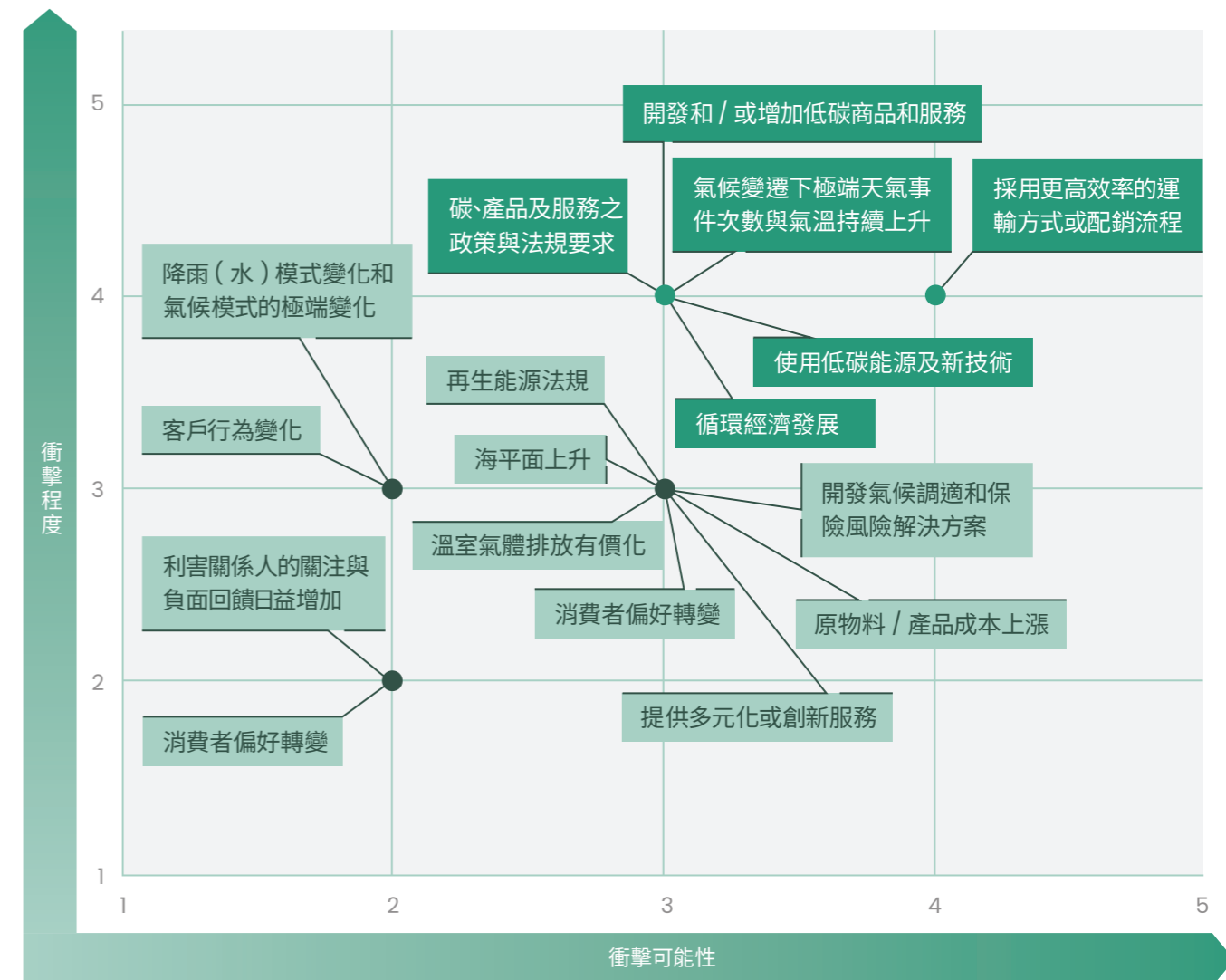
統一超商於氣候變遷議題之治理架構，由董事會作為最高的監管單位，授權由轄下的永續發展委員會執行氣候相關議題的監管與審核，並由減碳小組作為執行委員會，負責評估統一超商的氣候變遷風險及機會，規劃相關行動並向永續發展委員會報告行動的進展。此小組由永續發展委員會的委員擔任總召集人，依據各部門之業務執掌設有任務編組，相關細節說明請參考「統一超商氣候相關財務揭露報告」。

氣候風險與機會評估

為了解在氣候變遷對統一超商營運的影響性，本年度我們重新進行重大風險與機會的評估，透過以下流程梳理與評估重大氣候風險與機會，篩選出 3 項重大風險與 3 項重大機會，針對辨識過程相關執行細節請參考「統一超商氣候相關財務揭露報告」。



統一超商氣候風險與機會



重大氣候風險與機會影響評估結果

重大氣候風險影響說明

風險類別	風險描述	影響時程	價值鏈衝擊	營運及財務影響
轉型風險	使用低碳能源與新技術 因應國際淨零趨勢、臺灣氣候變遷因應法及電價調漲等政策法規發展，使企業逐步趨向使用低碳能源。超商營業活動以門市用電為主要能源使用，然而低碳能源轉型受限於超商業態與營運模式，前期投資可能需耗費大量成本，對於超商的營運可能造成潛在的風險。	長期	自身營運	<ul style="list-style-type: none"> 統一超商未來可能受到電費調漲影響，使營業費用增加。 投資再生能源設備與購買綠電亦會增加營業費用。
實體風險	氣候變遷下極端天氣事件次數與氣溫持續上升 當氣溫持續上升、極端天氣事件如乾旱、水災、風災或土石流等發生次數增加的情況下，可能會導致超商門市設備損壞、道路中斷而影響產品運輸和供應中斷等事件的機率提高。	長期	上游、自身營運、下游	<ul style="list-style-type: none"> 對應極端氣候事件而投入的相關管理措施將導致營運成本增加。 因門市設備毀損及產品供應中斷亦將增加資本支出與影響營收。
轉型風險	碳、產品及服務之政策與法規要求 <ul style="list-style-type: none"> 臺灣氣候變遷因應法已修法通過，預計將於 2025 年起針對碳排大戶收取碳費，雖現階段尚未規範至住商部門，但隨著政府政策朝淨零排放發展，未來統一超商若被納入碳費規範，考量營運成長性，預期可能帶來較大的財務衝擊。 因應全球減塑趨勢與臺灣限塑相關法規，如：禁用一次性吸管、提供自帶杯優惠、門市須逐步提升循環杯佔比等法規要求，統一超商現階段已經受減塑相關法規衝擊，統一超商已積極採取行動以符合法規要求。 	中期	自身營運	<ul style="list-style-type: none"> 若統一超商無法因應法規要求，將可能導致被政府開罰或收取規費，使得營運成本增加。 為提供循環杯服務，需投入系統開發、循環杯採購等資本支出與營運成本，而維持循環杯運作亦需額外投入清潔、物流及人力等維運，進而提升管理成本。



重大氣候機會影響說明

機會類別	機會描述	影響時程	價值鏈衝擊	營運及財務影響
資源使用效率	採用更高效率的運輸方式或配銷流程 使用能源效率高的運輸工具、路徑最佳化，降低運輸或配銷成本。	短期	上游、下游	採用高效率運輸方式或配銷流程將使燃料及人力成本下降，進而降低營運成本；但也導致增加車輛替換成本及研發成本。
產品和服務	開發和 / 或增加低碳商品和服務 消費者對氣候變化的認識不斷提高，可能導致對低碳產品和服務的需求增加，也提升了超商開發低碳產品和服務的機會。	短期	自身營運、下游	<ul style="list-style-type: none"> 增加低碳產品與服務項目，提升消費者購買意願，進而提升營收。 開發低碳產品與服務需額外投入研發與管理成本。
資源使用效率	循環經濟導入 統一超商導入循環經濟行動以降低自身營運對環境的影響，不僅降低營運風險，亦能吸引具永續意識的消費者正面關注，提升品牌形象，帶來嶄新的營運機會 <ul style="list-style-type: none"> 導入循環包材以減少超商自身營運所產生的一次性包裝使用，如：透過循環杯系統的導入，減少一次性紙杯及杯蓋的使用。 以獎勵機制推動資源回收再利用，如：導入高效智慧回收機，鼓勵消費者回收寶特瓶，並藉由獎勵金機制提升消費者消費意願，並同時提升資源循環率。 減少或重新利用超商營運產生的食品廢棄物，如：i 珍食提供即期鮮食品優惠折扣，提升消費者購買意願；使用門市咖啡渣、鮮食報廢品轉製為有機肥投入於作物耕種，或將即期蔬果沙拉製作為毛小孩可食用的凍乾，減少食物浪費。 	短期	自身營運	<p>循環杯服務</p> <ul style="list-style-type: none"> 減少現調飲品一次性紙杯使用，降低物料採購等營運成本。 為鼓勵消費者行為轉變所規劃之價格優惠，擴大吸引消費者消費，進而增加現調飲品產品營收。 <p>高效智慧回收機</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者因為高效智慧回收機所提供之寶特瓶回收獎勵金，增加至統一超商消費的機會，進而使營收成長。 回收寶特瓶 rPET 轉製成可銷售商品，使營收成長。 <p>i 珍食及永續農場</p> <ul style="list-style-type: none"> 推動 i 珍食商品，剩食清運重量減少，減少廢棄物清運成本並增加鮮食商品營收。

氣候調適與轉型策略

統一超商對整體價值鏈進行氣候相關風險與機會的鑑別。然而，我們意識到價值鏈各階段所面臨之風險與機會不盡相同，我們將重大氣候風險與機會統整為兩大主軸：淨零轉型、氣候調適，在這兩項主要策略中針對風險與機會財務衝擊與管理成本進行量化分析，以了解其對統一超商營運造成的影響，以下是我們的行動計劃與相關執行摘要，詳細資訊請參考「統一超商氣候相關財務揭露報告」。

氣候變遷因應策略	價值鏈行動計畫		
	上游	自身營運	下游
能源轉型	門市設備採購設置能效規範	<ul style="list-style-type: none"> 再生能源導入，2023 年太陽能發電共供應 3,000 度電 能源管理系統導入 門市七大節能措施導入，2023 年合計節能量達 420,257GJ 高電費門市輔導 總部大樓節能措施導入 	<ul style="list-style-type: none"> 透過循環杯服務與鼓勵消費者降低紙杯與塑膠杯的使用 透過高效 PET 塑膠瓶回收機與獎勵金機制鼓勵消費者進行塑膠瓶回收以「好鄰居同樂會」活動來推廣減碳、減塑、惜食等知識，達到與消費者溝通統一超商之永續理念 參與經濟部「微型抵換」專案針對臺北市 4 家門市進行照明測試，汰換燈管為 LED，並依據微型抵換作業辦法，委託外部驗證單位 BSI 進行減碳量確證後送交環保署審查。 參與內政部「門市耗能分級」專案支持政府建築節能減碳政策，成為第一家獲得內政部頒發的「近零碳建築」標章的便利商店 參與環保署「減塑」&「循環（外借）杯良好服務指引」專案積極推動減塑專案 參與荒野保護協會「Earth Hour 地球一小時」世界關燈日活動
產業轉型	<ul style="list-style-type: none"> 要求物流關係企業優化物流路線 要求物流關係企業採購新型高能效物流車 要求物流關係企業進行物流中心節能減碳，2023 年合計節能 4,350 GJ 採購如 FSC、低碳植米等低碳原物料 	銷售低碳商品如天素地蔬、低碳植米、紙包裝鮮食餐盒	
生活轉型	<ul style="list-style-type: none"> 鮮食廠剩食管理，降低原物料浪費 擴大使用再生塑膠 rPET 使用於食品容器 透過永續農場行動將剩食轉換為有機肥作為契作農產品的有機肥使用 	<ul style="list-style-type: none"> 透過 i 珍食服務降低門市鮮食報廢，提高營收 透過循環經濟服務包含循環杯服務、高效 PET 塑膠瓶回收機服務之獎勵金回饋提升消費者進店消費意願，進一步提高營收 	
氣候調適	掌握各原物料的品質與供應情況，並積極開發多元與替代物料來源，以確保供應鏈	<ul style="list-style-type: none"> 訂有「低窪地區門市防水閘門及矮牆施工規範」 設置「天氣情報配信」系統，即時通知門市天氣、淹水警訊，以降低門市受到淹水的衝擊 訂有風險緊急應變流程，規範物流配送應變調配機制，亦投保門市天災產物保險，以降低災損對財務之影響性 因應氣溫持續上升，統一超商積極導入門市與總部之節能措施，以優化能源使用效率 	

門市與物流節能減碳行動

為有效提升門市能源使用效率，統一超商針對新門市開設訂有設備與門市環境管理基礎要求，包含導入建築隔熱、招牌節能、燈具減量、減少開窗面積、採用變頻系統及 LED 燈具、室內照明管理、節能風除室等七大節能設計，並視個別門市條件導入節能風除室。既有門市則積極評估各項

節能措施導入之可行性，並陸續汰換高效能設備。2023 年統一超商門市透過節能專案成功節省 116,738,104.52 度電相當於減少了間接排放 57,669 公噸 CO₂e。除了更替節能設備外，所有門市員工皆接受訓練，依照「門市節能自檢作業」針對冷氣、迴風扇、照明、冷藏冷凍櫃、招牌櫥窗等設備定期點檢，以確保設備能維持高效率運轉。我們亦同時與政府及相關學術單位合作，致力於提升門市的能源使用效率。

此外統一超商對節能減碳的承諾不僅實施在自身營運上，為了掌握低碳所帶來的氣候機會，我們也積極影響長期合作的物流關係企業，逐步投入相對應的管理規劃或作為，透過各種節能減碳方式，提升能源使用效率並降低環境衝擊，持續調整營運策略，以及時因應低碳營運需求，提高因應氣候變遷議題帶來的正面效益，最後關於門市與物流節能減碳的細節資訊請參考「統一超商氣候相關財務揭露報告」。

門市節能行動方案	2023 導入數量	節能量 (kWh)	節能量 (GJ)	溫室氣體減排量 (公噸 CO ₂ e)	節能專案成果 節能減碳占比	
採用變頻系統	變頻冷氣	2,944	63,266,265	227,759	31,254	54.82%
	三代組合冰箱	1,534	26,164,367	94,192	12,925	22.67%
	新型節能冷凍櫃	219	687,346	2,474	340	0.60%
燈具減量、LED 燈具、室內照明管理	騎樓照明節能升級	22,789	14,929,653	53,747	7,375	12.94%
	門市照明升級	17,715	4,864,660	17,513	2,403	4.22%
招牌節能	橫字招牌節能改良	21,939	6,194,325	22,300	3,060	5.31%
改善熱交換環境	節能風除室	111	631,489	2,273	312	0.55%
總計		67,251	116,738,105	420,257	57,669	100.00%

(註 1) 減碳量計算依據最新公告 2023 年度電力排碳係數進行減排量的計算。

(註 2) 各項方案的年節能量係以單一設備改善前後量測值乘上總設備更換數量推估年度節能量。

物流公司名稱	節能措施能說明	節能量 (kwh)	節能量 (GJ)	溫室氣體減排量 (公噸 CO ₂ e)	
統昶行銷	更換 LED 燈具 208 盞與 18 台變頻空調	32,017	1,153	16	
捷盟行銷	空調設備 汰換舊新 / 停用待更新	47,426	1,707	23	
大智通	安裝大型磁浮吊扇共 45 座，取代傳統業扇，調整據點冰水主機使用時機與操作行為	1,281,232	1,490	633	
總計			1,360,675	4,350	672

(註 1) 統昶行銷每盞燈更換後預計減少消耗 8W，依據更換地點之每日使用時間以及一年使用 365 日計算；18 組空調依據更換地點之每日使用時間以及一年使用 365 日計算。

(註 2) 捷盟行銷公司汰換舊有空調設備，依據汰換與停用之空調設備前後能源使用量差異來計算節能量，其中能源使用量計算式為設備數量(台)*使用時數*使用率*月數比例進行計算。

(註 3) 大智通於樹林物流中心、大溪物流中心、楊梅物流中心、大肚物流中心、本洲物流中心安裝大型磁浮吊扇共 45 座，取代傳統工業扇，依據更換地點之每日使用時間以及一年使用 365 日計算。

(註 4) 減碳量計算依據最新公告 2023 年度電力排碳係數進行減排量的計算。

關鍵績效指標與目標

溫室氣體排放

統一超商主要營運據點包含全台及離島門市（包含超商與商場）與辦公室（包含企業總部、區辦公室、訓練中心等），為充分掌握統一超商整體溫室氣體排放情形，我們自 2017 年起便依循 ISO 14064-1:2006 進行溫室氣體盤查，並自 2020 年採用新版 ISO 14064-1:2018 進行溫室氣體盤查，且通過第三方查證。我們也持續擴大盤查據點，2023 年度溫室氣體盤查範圍涵蓋 7,009 個據點，溫室氣體盤查邊界涵蓋率 99.45%。

2023 年 ISO 14064-1:2018 認證已導入之營運據點

門市（超商及商場）	辦公室及訓練中心	共計 7,009 個據點
6998	11	

（註）2023 年盤查之 6,980 家門市包含在 2023 年位移或關店之 137 家門市。

排放種類	說明	排放量（噸 CO ₂ e）
直接排放（範疇一）	冷媒、沼氣、公務用車及生啤酒用 CO ₂	30,177.03
間接排放（範疇二）	門市、總公司、商場及地區辦公室、訓練中心用電	513,790.60
間接排放（範疇三）	包含採購商品、電力上游排放、上游運輸、廢棄物處理、商務旅行、員工通勤、銷售產品廢棄物處理排放	4,556,627.93
溫室氣體排放總量		5,100,595.56

（註 1）溫室氣體盤查係依據 ISO 14064-1:2018 方法學，組織邊界設定採用營運控制權法，溫室氣體排放係數參考 USEEIO、經濟部能源局電力排放係數、環保署排放係數管理表 6.0.4 與環保署產品碳足跡資訊網；GWP 採用 AR6 暖化潛勢數值。

（註 2）間接排放中外購電力計算方式採用地點為基礎，由於 2023 年度電力排碳係數尚未公告，採 2022 年度 0.495 公斤 CO₂e/ 度為溫室氣體排放計算參數。

（註 3）本次溫室氣體盤查涵蓋氣體種類包括二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氟氯碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、六氟化硫 (SF₆)、三氟化氮 (NF₃)。

（註 4）生物源的二氧化碳排放量為 0。

直接排放

統一超商的直接排放主要的排放源為門市冷凍、冷藏設備與空調設備的冷媒逸散，透過設備保修系統冷媒設備故障維修的冷媒充填量計算排放量，佔直接排放 90.87%，其中不含破壞臭氧層的製冷劑占比為 100%。

間接排放

2023 年間接排放調查，依照重大性原則進行評估，重大性間接溫室氣體排放源包含外購電力排放及上游排放、貨物配送、廢棄物處理所產生的間接溫室氣體排放，其中，外購電力排放為主要間接溫室氣體排放源。

經溫室氣體盤查，2023 年度所有盤查據點的使用的外購電力為 103,796 萬度，造成的間接溫室氣體排放量為 513,790.60 公噸 CO₂e，相較 2022 年排放量上升 1.8%，外購電力用電度數較 2022 年增加 4.7%，主要原因是門市增加 349 家且門市配合疫情消費者改變購物習慣，增加許多冷凍冰箱及電子螢幕還有製冰機等設備。統一超商將持續推動門市、辦公室節能以及物流運輸之減碳行動，並評估擴大設置太陽光電或是購買再生能源，以逐步達成承諾之 2025 年減量目標。

間接排放源		間接排放量 (公噸 CO ₂ e)	間接排放量占比 (%)
電力	外購電力排放註	513,790.60	10.13%
	外購電力上游排放	101,041.71	1.99%
購買之產品	購買之產品的排放	4,368,313.78	86.15%
上游運輸和貨物配送產生的排放	物流中心至分店配送運輸柴油	59,944.46	1.18%
固體和液體廢棄物處理產生之排放	門市店鋪廢棄物處理	17,843.10	0.35%
商務旅行產生之排放	員工因公出差之交通運輸排放	1,863.80	0.04%
員工通勤產生之排放	員工至公司上班的交通運輸排放	6,532.63	0.13%
產品生命終期階段的排放	產品包材處置	1,088.45	0.02%

（註）外購電力 100% 來自電網供應。

能源使用

統一超商於 2023 年開設的亞萬門市將再生能源融入門市設計，導入太陽能光電系統，未來將持續提升再生能源的使用，2023 年發電度數為 3,000 度。

2023 年度統一超商所有盤查據點總用電度數為 103,796 萬度，消耗能源總量為 3,737,432.37 GJ，外購電力百分比為 99.93%。而上游運輸交通的部分，物流中心至分店配送運輸柴油所消耗的能源以柴油為主，共消耗 18,055,560.40 公升柴油，相當 635,028.50GJ 的能源消耗量。

耗能設備	能源來源	使用量	單位	耗能 (GJ)	能源使用占比 (%)
公務車用油	汽油	79.68	千公升	2,600.27	0.07%
營運據點用電	外購電力	103,796	萬度	3,734,832.10	99.93%
消耗能源總量				3,737,432.37	100.00%

能源效率指標與目標

由於超商門市多為 24 小時服務，用電模式與總部、區辦公室、訓練中心等不同，為有效掌握超商門市用電量與逐步提升用電效率，我們設定了門市的用電密集度評估指標 (EUI) 與減量目標，並每月追蹤進度。

2023 年門市用電密集度減量目標為 886.5 度 / 平方米，較 2022 年減少 0.5%，而 2023 年實際門市用電密集度為 826 度 / 平方公尺，比 2022 年減少 0.81%。本年度已達成用電密集度減量目標。

EUI ^(註)								
年度	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
EUI	1,011	1,008	962	947	919	891	833	826
下降百分比	-3.35%	-0.30%	-4.56%	-1.56%	-2.96%	-3.05%	-6.46%	-0.81%

(註) 超商門市 EUI 以每月台電提供用電資料，計算各區門市平均每平方米用電度數，並用以推估該區無台電資料之門市用電度數，兩者相加為當月總用電度數，並除以總樓地板面積，最後再累計 12 個月份的 EUI 值。

溫室氣體排放強度指標與目標

由於統一超商的溫室氣體排放源以門市用電為最大宗，考量用電量將與門市規模、設備及營業型態有關，而最終將反應至營業收入，我們以每百萬營業額作為溫室氣體排放強度的目標設定方式，藉以擬定適宜之管理目標。為有效落實自我營運與價值鏈之溫室氣體管理，我們於 2022 年重新檢討過去的目標設定方式，將自我營運與價值鏈管理的溫室氣體排放進行目標設定之分流。在自我營運部分，以 2020 年溫室氣體盤查之範疇一與範疇二溫室氣體排放強度 2.99 公噸 CO₂e / 百萬營業額作為基準，設定 2025 年溫室氣體排放強度減少 7%，2030 年減少 14% 的減量目標。2023 年溫室氣體排放強度為 2.75 公噸 CO₂e / 百萬營業額，較基準年下降 8.04%。此外，在價值鏈管理的部分，我們正積極優化範疇三的盤點項目與盤查做法，未來預計將導入科學基礎減碳目標 (Science-Based Targets, SBT)，強化整體價值鏈的碳管理，更新中長期的減量目標，以期統一超商能發揮產業的領航角色，成為台灣成就淨零排放目標的重要夥伴。

4.4 剩食與廢棄物管理

剩食與廢棄物管理策略

因應當代繁忙的生活節奏，便利商店這樣複合式零售店的服務型態應運而生。商品及服務的推陳出新，更讓便利商店成為現代人日常便利生活不可或缺的存在，然而便利性也帶動更多一次性商品及包裝耗材的使用，統一超商門市數量眾多且門市分布範圍廣泛，對於剩食與廢棄物議題責無旁貸。

剩食

因便利商店服務型態所產生之剩食，是統一超商無法迴避的重要議題。超商營運所產生之食品廢棄物型態依供應鏈流程可分為：包含上游代工廠生產產生之剩食、物流運送作業中產生之耗損、門市營運所產生之鮮食報廢品及剩食。無法妥善處置之食品廢棄物不僅浪費食材，進而衍生糧食安全的問題，亦會在垃圾掩埋場分解的過程中排放溫室氣體，加劇溫室效應。因此，統一超商在 2020 年宣布 2030 年剩食減半目標（以 2019 年為基準年之門市端及工廠端之剩食廢棄量）後，詳細盤點對於食品廢棄物流向之掌握，並於 2021 年起推行四項管理指標，分別為：鮮食報廢率逐年下降、代工廠生產損耗下降、物流作業耗損下降，及門市剩食回收率上升。針對剩食議題的管理，統一超商內部包含鮮食單位、行銷企劃單位、物流企劃單位及營業相關部門之最高階主管，透過每月份的定期會議，對於這四項管理指標定期檢視及監測績效，持續在生產、訂貨配送、零售等三個階段，規劃剩食減量及降低食材耗損專案，從源頭減少剩食。

廢棄物

統一超商產生的廢棄物主要為生活垃圾，屬於環境部公告的一般廢棄物及一般事業廢棄物，並無任何有害事業廢棄物，其中大宗廢棄物的產生途徑與門市營運息息相關，包含上游鮮食加工廠的營運廢棄物、門市服務所產生的一般廢棄物（食品廢棄物、一般生活垃圾等）以及門市逆物流回收機制所產生之資源回收物等。因此，統一超商設定 2028 年前，門市單店廢棄物清運量下降 45%；2023 年目標為門市單店廢棄物清運量下降 35%（以 2019 年為基準年）。

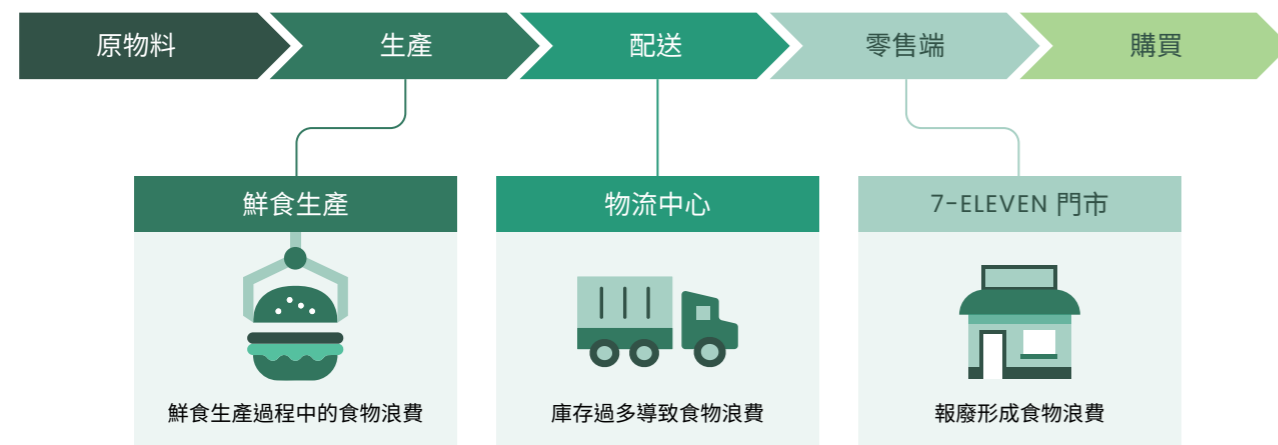
2023 年超商門市營運及總部活動所產生之不可回收廢棄物為 43,764.67 公噸，占全國廢棄物焚化量之 0.96%，當統一超商無法妥適處理廢棄物並推動廢棄物減量措施，不僅為各縣市之焚化廠帶來更沉重的負荷，也會強化垃圾焚化所帶來的後續環境衝擊。統一超商於整體廢棄物管理策略遵循 3R 原則，透過減量 (Reduce)、回收 (Recycle) 與再利用 (Reuse)，最少化不可回收廢棄物，在自身營運方面，我們關注塑膠難以分解的特性對環境所帶來的衝擊，善盡企業社會責任，從「源頭減量」、「創新包材」、「鼓勵自帶」三面向著手，並擴大推動門市回收機制，逐步降低對一次性塑膠的依賴，並確保自有營運廢棄物妥善處理，我們也積極關注價值鏈下游之廢棄物，發揮多據點的特性，將「便利」與「回收」行動有效結合，透過高效智慧回收機回收寶特瓶，協助民眾回收資訊類廢棄物，推動廢棄物資源化，善盡社會責任。（詳細包裝包材管理措施，請參考 [4.2 包裝包材管理](#)）

剩食產出與流向管理

根據聯合國糧食及農業組織 (Food and Agriculture Organization, FAO) 的統計，全球生產的食物中有 3 分之 1 遭到丟棄，每年約有 13 億噸，而根據環境部統計 2022 年全國剩食量亦高達約 49 萬噸。剩食不僅只是浪費食材，更是糧食生產中使用的資源損失，包括土地、水、能源與勞動力等，剩食在垃圾掩埋場分解過程中也會排放溫室氣體；也可能產生糧食安全問題。從剩食造成的環境衝擊即可發現，減少剩食的急迫性不言而喻。

統一超商身處零售業，與人們的飲食緊密扣合。統一超商從整體供應鏈減少食物浪費，由「生產」、「訂貨配送」與「零售」三個階段著手，擔負起零售業在剩食議題上的責任與義務。更於 2021 年成立隸屬永續發展委員會下的惜食永續專案小組，定期向永續發展委員會報告專案執行進度。

供應鏈流程



生產 - 減少鮮食生產過程的食物浪費

統一超商藉由三大變革減少工廠生產過程食物浪費，一是訂單由預估生產轉為接單生產，更能精準掌握生產量；二是藉由各品項集中生產減少原料浪費；最後是生產前做二次的原料預估調整，避免天氣影響或訂單波動造成備料過多。生產後的格外品則透過將格外品轉為員工餐，或將成品、半成品轉售予廠內員工認購的方式來降低食物浪費。2023 年工廠生產損耗（每百萬元營收之食廢金額）較 2019 年基期下降 41.86%。

自 2023 年起，我們更積極向代工廠了解其主要剩食類別，優先關注占比較高的剩食類別，進而與代工廠合作討論管理方針。如：與代工廠討論提升原料蔬果品質，減低蔬果邊料前期處理耗損。



訂貨配送 - 減少庫存過多導致食物浪費

統一超商營業端建置 AI 訂貨預測系統，透過精準訂貨減少庫存和報廢商品；而行銷端則透過每月監測低銷售、高報廢品項，以控管架上的最適品項。另外，於 2020 年 8 月起，我們將 4°C 鮮速食門市訂貨時間，提前至送貨前的 12 小時，讓鮮食廠更能提早調節供需，進而將食材耗損降至最低。同時為了降低物流配送過程中的食物損失，2022 年執行鮮食類別效期延長計畫，運用新技術延長鮮食類商品的效期，例如：使用高溫後殺設備與特殊材質封膜，以減少食物報廢。



零售 - 減少報廢形成食物浪費

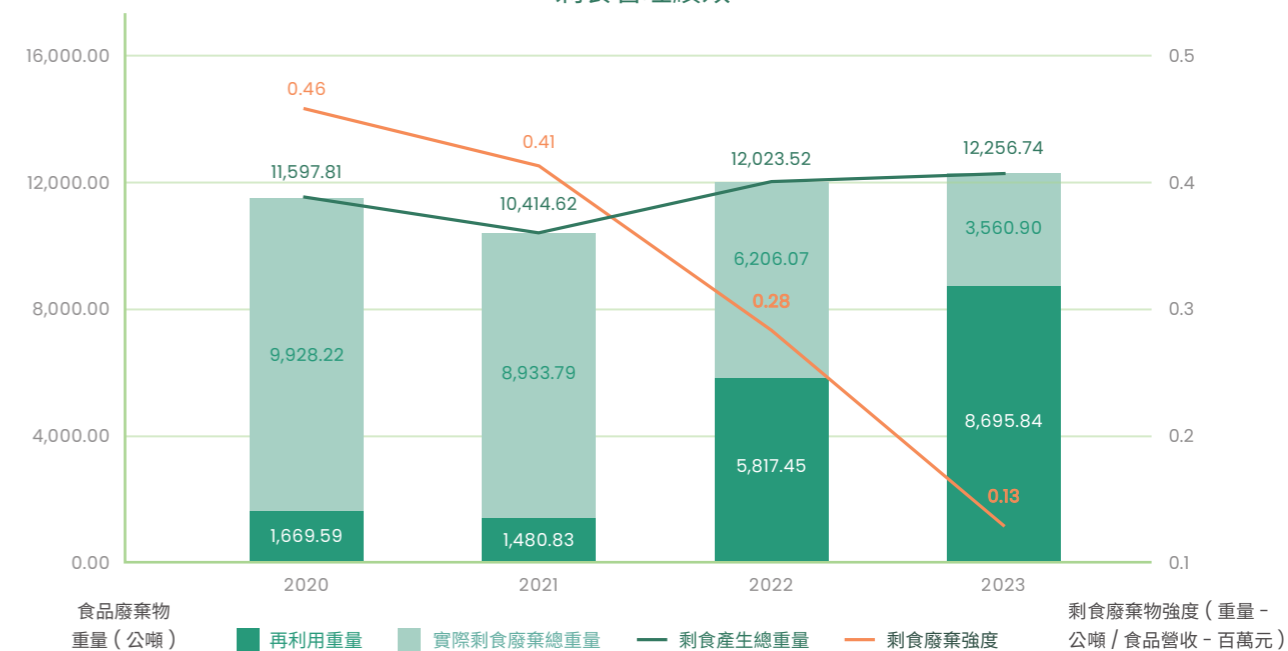
統一超商導入「i 珍食專案」，將原先用於警示過期商品的「智能標貼系統」升級，除了控管食物保存期限，更能掌控賞味期限（商品到期前 8 小時），並推出「賞味期限前 8 小時享 65 折優惠」，優惠品項涵蓋上百種商品，消費者可以透過 OPENPOINT APP 的 i 珍食地圖功能，預先查詢庫存情況，也可事先訂閱商品到貨通知，2023 年 i 珍食約減少 13,723.31 公噸剩食產生，相較去年成長 40.32%，未來也規劃導入委外清運門市，全數加入剩食回收作業。統一超商將持續透過價值鏈的控管，以及持續關注工廠生產損耗、鮮食報廢率（每百萬元營收之食廢金額下降比率）、以及門市剩食回收率（導入剩食回收門市比例）等管理指標，逐步達成於 2030 年前將剩食減半之目標（以 2019 年為基準年之門市端及工廠端之剩食廢棄量），共同為減緩氣候變遷努力。



剩食管理績效

統一超商亦針對自有商品的產銷流程，由生產製造至門市銷售，統計各階段的食物損失與報廢量，以掌握與規劃更適切之惜食行動，2023 年剩食產生總重量為 12,256.74 公噸，較 2022 年上升 1.9%，主要與本年度代工廠統計擴大範疇新增至 12 間（原為 4 間）以及門市數量、鮮食銷售持續成長有關；2023 年度之食物再利用比例為 70.95%（主要為動物飼料 / 堆肥），相較於 2022 年的 48.38% 顯著提升，其中代工廠剩食再利用比例，自 2022 年 87.00% 成長至 100.00%。實際剩食廢棄重量為 3,560.90 公噸，較 2022 年度減少 42.6%。統一超商未來將持續以降低食物損失與浪費、提升門市剩食回收率作為主要管理方針，並持續優化委外清運廠商合作計畫，及鼓勵所有門市共同加入，一同為惜食管理做出努力。

剩食管理績效



為積極減少剩食廢棄物，統一超商除了透過價值鏈了解剩食重量分布之外，更針對剩食類別分析，我們將門市剩食分為 10 個類別，根據其自有商品之重量推估占比並且排序，以了解剩食熱點項目進而提出管理作為。以 2023 年剩食種類而言，占比最高為飯糰達 17.69%，主因為銷售量較高但產品效期較短，較容易產生報廢；次高剩食類別為麵食類達 14.85%，主因亦為銷售量及銷售額占比較高。針對剩食比例較高之前三大項，包含飯糰、麵食及其他米食類鮮食商品，統一超商將採取訂單提前、集中生產加工廠備貨精準度、i 珍食兩階段優惠增加商品銷售機會以降低剩食產生，從生產、訂單配送及零售等三個面向著手，與各單位研議降低剩食管理措施。

剩食類別重量占比

剩食類別 ^(註1)	門市										代工廠	總部剩食	總占比
	熟食	麵食	沙拉	熱狗	茶葉蛋	便當	米食	飯糰	關東煮	冷藏調理麵包			
重量占比	5.81%	14.85%	3.94%	3.00%	2.27%	5.25%	10.47%	17.69%	3.96%	7.31%	25.39%	0.07%	100.00%

(註1) 剩食類別占比以自有商品重量推估。

剩食減量再利用行動

i 珍食升級，應用科技減少剩食

作為零售業的領導品牌，統一超商致力於減少食物浪費的問題。2022 年推出 i 珍食地圖的功能，結合 APP 方便消費者查詢 i 珍食商品庫存情形，藉以提升消費者響應 i 珍食之便利性，2023 年透過 i 珍食共避免 13,723.31 公噸剩食產生，較 2022 年成長 3,943.16 公噸；除攜手消費者共同為惜食努力外，2023 年我們執行鮮食效期延長的計畫，運用新技術延長鮮食類商品的效期，如使用高溫後殺設備與特殊材質封膜，以減少庫存過多所造成的食物浪費。

毛孩好福企，剩食循環關注公益

2023 年統一超商推出全新「毛孩好福企」惜食永續循環計畫，致力於減少剩食和促進資源循環利用的可能性，統一超商與社會企業及動保團體合作，將門市「i 珍食」時段販售的蔬果沙拉製成「毛孩凍乾」，並發起消費者也能共襄盛舉的「毛孩凍乾愛心認捐活動」，剩食循環再利用結合社會公益關懷，為永續行動增添新的可能性。（詳細管理措施，請參考[永續專欄—毛孩好福企](#)、[6.3 環境保護—循環經濟](#)）

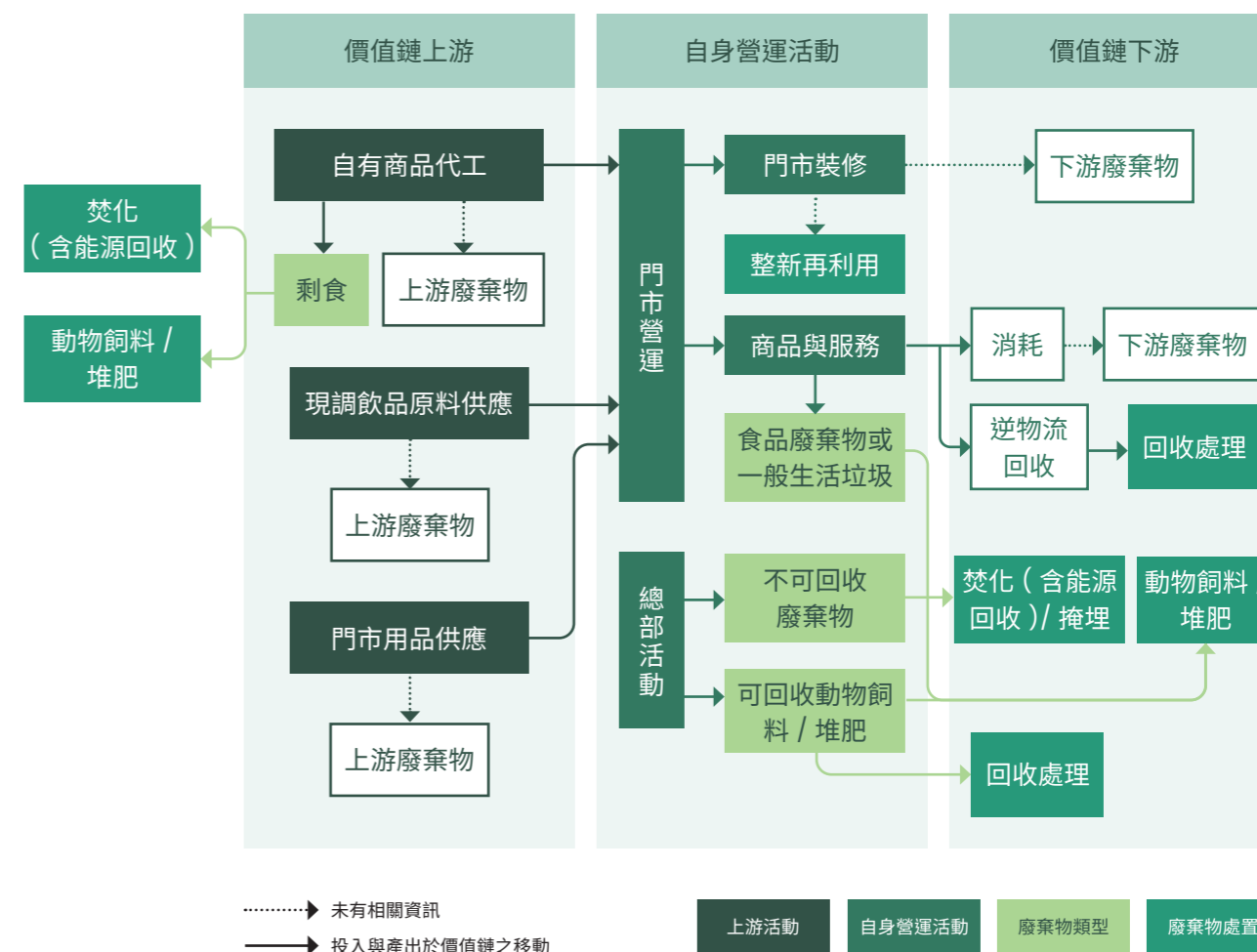
永續農場，友善環境飲食新選擇

為持續尋求永續循環經濟解方，統一超商自 2023 年起投入「永續農場」計畫，以「一杯咖啡友善土地」為出發點，將咖啡渣與即期、已開封或不良報廢品轉化為有機質肥料，透過與專業農業生技團隊合作黑水虻自動化養殖設備，轉製為安全無毒的有機質肥料，不僅土質良好肥沃，同時促進土壤恢復健康生態，藉此達到友善土地與環境永續，這些有機質肥料施用於高麗菜田間，採收後的高麗菜則用於鮮食配菜或在門市販售，「永續農場」仍持續耕耘不同的農產作物，持續以即期、已開封或不良報廢品及咖啡渣轉換成有機質肥料種植出高麗菜、香蕉、玉米、美生菜等作物，而這些作物也再次回到 7-ELEVEN 門市販售，不僅實現資源的循環利用，也供消費者永續飲食選擇。（詳細管理措施請見[永續專欄—永續農場](#)）

廢棄物產出與流向管理

為妥善了解廢棄物產生量與流向，統一超商每年定期蒐集與統計各營運據點之廢棄物量。總部大樓與廢棄物清運商簽訂處理合約，定期由清運商統計廢棄物產生量，並以合法處理商進行各類廢棄物處理。門市不可回收廢棄物清運部分，由於目前僅台北市、新北市、桃園市、台南市要求便利商店之廢棄物需單獨清運，而位於其他縣市之門市則併同各縣市之民生垃圾清運作業。統一超商已建立委外清運廠商合作計畫，除法規要求須單獨清運之門市外，亦逐步鼓勵其他縣市門市共同參與，以提升對於門市廢棄物產生量的實質掌握程度。除自身營運廢棄物外，統一超商亦重視價值鏈上游鮮食商品代工廠之廢棄物管理，我們定期統計代工廠的剩食產生量與追蹤剩食處理方式，以掌握剩食情況。而門市可回收廢棄物部分，主要為門市協助回收民眾資訊類廢棄物與外包裝紙箱為主。（詳細運作機制請見[便利環保回收平台](#)）

統一超商廢棄物產生流程概念圖



廢棄物管理績效

2023 年共計 1,004 家門市與總部大樓委託廢棄物清運廠商清運，透過清運廠商回報可實際掌握之廢棄物清運量與處理方式，包含食品廢棄物及一般生活垃圾等。其他無委託廢棄物清運廠商清運之門市與其他區辦公室廢棄物產生量（一般生活垃圾）因實際數據量測較為困難，因此採用單店或人均廢棄物產生量進行推估，而門市鮮食報廢品則透過鮮食報廢日期進行估算，未委外清運之廢棄物處理方式則依據環境部公告之當年度全國廢棄物處理量進行估算。

2023 年門市營運以及總部活動合計不可回收廢棄物清運總量為 43,764.67 公噸。為強化門市不可回收廢棄物（不含食品廢棄物）的管理成效，統一超商以 2019 年為基準年，將平均單店產生之廢棄物作為管理目標，以 2023 年較基準年下降 35%，至 2028 年較基準年下降 45% 為目標。2023 年單店廢棄物產生量為 5.92 公噸，較基準年下降 29.81%，雖有導入各項廢棄物減量措施，但未達成年度目標，未來我們將持續追蹤廢棄物的數據並積極擴大門市落實資源回收、資源再利用與減塑行動，加強門市不可回收廢棄物管理。

2023 年統一超商廢棄物產生與處置方式

廢棄物處置方式 ^(註1)	廢棄物組成	廢棄物產生位置 ^(註2)		
		上游 (公噸)	自有營運 (公噸)	
離場	動物飼料 / 堆肥 ^(註3)	食品廢棄物	3,112.00	5,575.50
離場	焚化 (含能源回收)	食品廢棄物	—	3,325.30
離場	衛生掩埋	食品廢棄物	—	235.60
離場	回收處理	回收塑膠	—	870.00
離場	回收處理	紙類	—	10,309.60
離場	回收處理	金屬	—	64.33
離場	回收處理	乾電池	—	439.10
離場	回收處理	光碟片	—	80.01
離場	回收處理	電子用品	—	70.50
離場	衛生掩埋	一般生活垃圾	—	2,534.36
離場	焚化 (含能源回收)	一般生活垃圾	—	37,905.00

(註1) 除總部大樓及部分門市，依據廢棄物委外清運商之清運合約統計處置方式外，其餘門市及推估之營運據點之廢棄物處置方式，依據環境部現況公布 2023 年全國一般廢棄物處理量，計算焚化與衛生掩埋之處理比例，焚化比例為 93.38%。

(註2) 有營運之統計範圍包含：總部、區辦公室、門市；上游之統計範圍包含 12 間代工廠。

(註3) 2021 年以前僅統計雙北跟桃園門市數據，2022 年起統計涵蓋全台灣門市。

廢棄物減量再利用行動

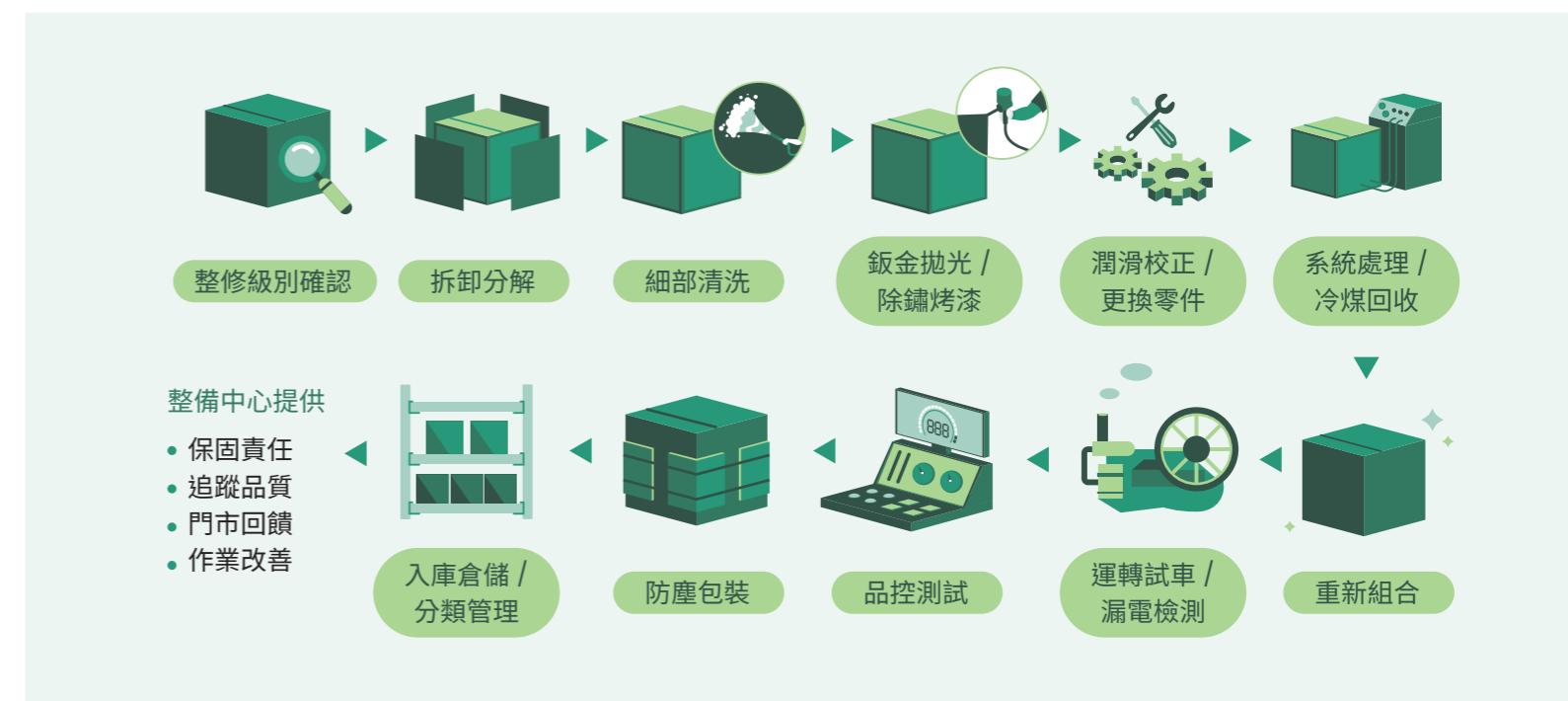
總部廢棄物減量

為鼓勵同仁節約資源使用，統一超商總部設定「節紙」作為內部管理指標，2023 年人均用紙量較前一年度增加 20.38%，主因為疫情解封後，居家上班同仁計 66 位回歸總部辦公室辦公，人均用紙量因此提升，我們將持續宣導以電子檔代替列印、掃描、影印、採用雙面列印等，以減少辦公與行政流程用紙量。此外，總部大樓也持續落實資源分類回收，2023 年回收重量總計 18,425 公斤，較 2022 年增加 3.36%，主因為上、下半年實行大掃除，透過每季持續宣導垃圾減量、宣導分類方式，進而增加總部大樓回收量。

門市設備再利用

統一超商為了提供最便利的商品與服務，仰賴機台設備之多元配置與服務量，有感於設備的耗損報銷造成極大環境負荷，我們善加利用本身靈活調度與門市基數大的特性，成立設備整備中心，透過回收體系將重新裝潢及關店門市的冷氣機、冰箱、關東煮機台、微波爐等既有設備進行回收，入場診斷、清洗、修復後重新回到線上使用，降低資源浪費及廢棄物產生，同時也節省設備購置的費用支出。2023 年整新再利用機台種類達到 34 種，總數達 2,616 台，也藉此節省設備購置費用達 93,794,438 元。

設備整新作業流程



便利環保回收平台

統一超商運用與民眾生活緊密結合的特性，協助回收民眾資訊類廢棄物，包含廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機及廢旅座充等，為鼓勵民眾多加利用便利商店進行回收，統一超商配合提供 3~120 元不等的商品抵用金額。此外，統一超商自 2022 年起導入可同時回收 PET 寶特瓶以及乾電池的「高效智慧回收機」，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，再結合我們密集、完善的物流業者門市運輸配送流程，將門市回收的物品經逆物流系統集中後再進一步分類處理。詳細說明請參考[永續專欄－智慧回收機](#)。

