

2021 統一超商

永續報告書



「我的永續 你的日常」



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）所發行之第十三本永續報告書（Sustainability Report）^{（註）}，係依循全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）GRI 準則核心選項與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）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 2021 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（請參閱永續管理藍圖章節），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。

註：今年起由企業社會責任報告書更名為永續報告書

報告書時間、邊界與數據

本報告書揭露 2021 年度（自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日止）企業永續發展之相關績效，部分資訊溯及 2021 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；另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、捷盟行銷及捷盛運輸等 4 家物流型關係企業納入範疇，涵蓋主題包含氣候變遷（範疇三）、顧客健康與安全等，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。

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
- 統一超商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】
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	中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」獨立有限確信（limited assurance）【PwC Taiwan 資誠聯合會計師事務所】

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：2022 年 6 月發行
- ▲ 上一發行版本：2021 年 6 月發行

本報告書聯絡單位

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

地址：台北市東興路 65 號 2 樓

電話：（02）2747-8711

公司網址：www.7-11.com.tw

統一超商永續發展網址：
<https://www.7-11.com.tw/company/csr.asp>

聯絡窗口：統一超商永續發展委員會秘書處 趙珮玟

目錄

前言

關於本報告書	01
經營者的話	05
永續亮點績效	07
榮耀與肯定	08
永續專欄	09
深化減塑行動	09
惜食管理	11
轉型低碳營運	13
永續採購	15

附錄

歷年永續績效	131
GRI Standard 指標對照表	149
永續會計準則委員會對照表	155
TCFD 索引表	159
依「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項加強揭露事項與確信項目彙總表	160
會計師有限確信報告	164
AA1000 獨立保證意見書	166



永續管理藍圖

1.1 永續發展宣言與永續藍圖	17
1.2 永續發展委員會	19
1.3 重大性評估	20
1.4 利害關係人溝通	24
1.5 永續目標管理進程	27
1.6 永續價值鏈	31



增進員工福祉

4.1 人才吸引與留任	69
4.2 職業安全衛生	79



強化公司治理

2.1 公司治理	35
2.2 風險管理	39
2.3 法規遵循	43



深耕社會公益

5.1 公益發展策略	89
5.2 公益募捐	90
5.3 環境保護	93
5.4 促進健康福祉	95
5.5 消除飢餓	97
5.6 永續城市	98
5.7 教育品質	100



承諾產銷永續

3.1 產品服務與創新	47
3.2 顧客健康與安全	51
3.3 永續供應鏈管理	57
3.4 永續採購	65



成就永續地球

6.1 環境管理	105
6.2 包裝包材管理	107
6.3 氣候變遷減緩與調適	112
6.4 剩食與廢棄物管理	126

經營者的話



2021 年是充滿挑戰及契機的一年，新冠肺炎疫情持續衝擊全球經濟。即使在嚴峻的疫情期間，統一超商以累積超過 40 年零售通路經驗，持續積極展店並擴大會員生態圈，掌握新的市場需求與機會。除了營運表現，作為與人們生活緊密結合的零售平台，統一超商肩負提供永續商品與服務的責任，讓消費者能更加容易地做出對環境和社會更好的選擇。統一超商定調 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」，更同時以「我的永續、你的日常」為概念，讓消費者可以透過遍佈全台超過 6,400 家^(註)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。

統一超商不斷精進 ESG 永續發展，2021 年永續治理也成效斐然，持續獲得國內外永續評比肯定。我們已連續三年入選「道瓊永續指數」（Dow Jones Sustainability Index, DJSI）「世界指數」與「新興市場指數」成分股，名列世界標竿企業，為國內零售業唯一；亦持續入選 FTSE4Good 新興市場永續指數、MSCI ESG 領導者指數（MSCI ESG Leaders indexes）、MSCI 全球 SRI 指數（MSCI Global SRI Indexes）、台灣公司治理指數 100、台灣永續指數等多項成分股。同時更榮獲第十四屆 TCSA 台灣永續獎「台灣十大永續典範企業獎（服務業組）」的殊榮，各項永續專案也屢獲亞洲企業社會責任獎等各類永續類獎項，更是零售業上市公司中唯一蟬聯七屆公司治理評鑑前 5% 企業。

統一超商作為一個與人們生活緊密結合的平台，肩負提供永續商品與服務的責任，我們重新定調 2021 年為「永續元年」，將永續策略落實於商品、服務與組織架構中，並聚焦減塑、減碳、惜食與永續採購四大專案小組，各司其職推展綠色營運。四大小組 2021 年具體行動包含：藉由一次性塑膠減量、擴大回收機制、減少一次性容器、循環經濟異業合作等，承諾 2050 年全面淘汰一次性塑膠目標；門市推廣「i 珍食」、營業端建置 AI 訂貨預測系統等，透過減少報廢鮮食，逐步達成 2030 年前剩食減半目標；門市極力推動節能減碳專案，已節省約當於近 480 家門市在 2021 年整年的用電量，同時在物流運輸上



也整合物流路線、更新或汰換物流車輛，並設立「天素地蔬」蔬素食商品專區鼓勵消費者從飲食習慣減少碳排放；透過採購永續認證原物料與門市用品、建立循環回收示範模式等推動永續採購。在社會參與上統一超商亦持續創新求變，2021 年因應疫情統一超商領先零售同業首創「OPEN POINT APP 線上慈善捐款」服務，並首次攜手社會企業、社福團體以「福企好 CHIC」計畫打造循環經濟實現腦麻兒家庭就業夢想，同時實踐環保減塑和弱勢扶助。我們亦善用企業規模與通路優勢，持續耕耘環境保護、公益捐款、健康與福祉、銀髮者照護、城鄉永續和教育品質等領域，長期推動「好鄰居送餐隊」、「幾點了咖啡館」、「好鄰居同樂會」等計畫。統一超商亦延伸樂齡友善理念至門市營運，與社福團體合作建構全中高齡者經營的「樂齡門市」，透過優化樂齡者教育訓練和 workflows、建置樂齡友善設施等，成為樂齡最佳示範店。

承繼 2021 年永續元年，統一超商將持續邁步前進，透過創新、整合的經營模式，優化人、店、商品、系統、物流、制度、文化等七大經營基礎元素，成為「超越顧客期待的生活型服務平台」。展望 2022 年「永續行動年」，我們將攜手消費者與供應商等利害關係人共同展開「地球永續、你我日常」永續行動，進一步展現落實環保減塑、節能減碳、永續採購、惜食提升食物使用率等長期永續目標的決心。企業永續經營，永無止盡，統一超商將繼續秉持「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，發揮積極影響周遭人事物的力量，偕同利害關係人一起邁步迎向更永續的未來，朝向世界一流的永續企業邁進。

註：此為 2022 年 4 月數據





永續亮點績效

E 永續地球

8% 佔比	100% 導入FSC包裝	年度總節電量達 15,567,712 度	減少 6,467.4 公噸
自有商品共購原料永續認證採購佔比達8%；iseLect冷藏飲品包材已100%導入FSC包裝		高電費門市節能輔導後年度總節電量達15,567,712度	i珍食共減少6,467.4公噸剩食產生
下降 3%	溫室氣體排放量 減少 1.4%	會員數達 1,400 萬	下降 2.4%
門市年度EUI較去年下降3%	範疇一與範疇二溫室氣體排放量較2020年減少1.4%	OPENPOINT會員數達1,400萬、年成長15%	2021年一次性塑膠包材佔比為20.9%，較2020年下降2.4%

S 共好社會

0.2 總合傷害指數	2.16 億元	2.5 億元	15 萬人次	12 萬人次
總合傷害指數0.2，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	門市零錢捐款/捐物募得2.16億元	ibon便利生活站捐款募得超過2.5億元	好鄰居送餐隊累計送取餐服務超過15萬人次	好鄰居同樂會DIY素材累積超過12萬人次使用

G 幸福企業

6,379 家門市	262,735,464 仟元	前 5% 企業
突破6,300家門市，共有6,379家門市，市佔率第一	年度合併總營收為新台幣262,735,464仟元	零售產業上市公司中唯一蟬聯七屆公司治理評鑑前5%企業



榮耀與肯定

國外

- 連續三年入選DJSI「道瓊永續世界指數」與「道瓊永續新興市場指數」，名列世界標竿企業。
- 入選FTSE4Good新興市場成分股、MSCI ESG領導者指數(MSCI ESG Leaders indexes)成分股、MSCI全球SRI指數(MSCI Global SRI Indexes)成分股。
- 入榜《2021零售力量與趨勢展望》全球Top 250。

國內

- 蟬聯「第七屆公司治理評鑑」前5%佳績，是零售產業上市公司中唯一蟬聯七屆的企業。
- 入選台灣公司治理指數100成份股、台灣永續指數成份股。
- 獲得第十四屆TCSA台灣永續獎「台灣十大永續典範企業獎(服務業組)」，及「永續報告書白金獎(貿易百貨)」、「永續發展目標行動獎金獎」、「永續單項績效類-社會共融領袖獎」。
- 第十七屆遠見CSR企業社會責任獎「ESG綜合績效楷模獎」
- 持續入榜天下雜誌永續公民獎

永續專案類獎項

- 再度榮獲亞洲企業社會責任獎，好鄰居020同樂會獲**第十屆「Social Empowerment社會公益發展獎」**。
- 第十七屆遠見CSR企業社會責任獎「樂齡友善首獎」
- 第五屆資誠永續影響力獎：「高年級實習生-超商樂齡新生活」獲銅獎、「加減新生活-福企好CHIC」獲社會共融影響力獎；「幾點了咖啡館專案」、「閱讀勵學計畫20度好球帶」入選
- 第五屆台北金雕微電影展-「閱讀勵學計畫-20度好球帶」獲十大永續微電影、「7-ELEVEN有您真好」獲最佳社會共融及十大永續微電影
- 「2021食創獎」企業永續創新獎-「加減新生活-福企好CHIC-7-ELEVEN永續循環經濟專案」優勝，便利商店業唯一獲獎。「好鄰居020同樂會」入圍。
- 經濟部Buying Power社會創新產品及服務採購獲**首獎**，「加減新生活-福企好CHIC-7-ELEVEN 永續循環經濟專案」榮獲「Buying Power特別獎(社會共榮組)」，便利商店業唯一獲獎。

永續專欄

深化減塑行動

塑膠的耐久及低成本特性雖為人類社會帶來革命性的便利，也為環境帶來沉重的負荷。隨著塑膠廣泛且大量地被一次性使用消耗，且在自然環境中需上百年才可分解，塑膠垃圾對陸域、海洋生態的威脅，以及處置過程對人類健康的危害已不容忽視。統一超商重視因為塑膠而衍生的環境議題，將減塑議程視為公司營運的優先事項，並透過持續推動 FSC 認證包材及一次性塑膠減量來達成 2050 年在自有營運範疇內完全淘汰塑膠的願景。在 2020 年宣示「減塑元年」以後，2021 年統一超商持續推展包裝包材的減塑策略，精進在一次性塑膠減量、擴大回收機制、減少一次性容器、循環經濟異業合作等面向的作為（完整內容請見 Ch6 成就永續地球），透過多元減塑行動，統一超商期盼以「地球永續、你我日常」的綠色思維，與消費者一起從生活實踐永續行動。



至 2021 年 12 月新材料包裝
銷售數量約

573 萬個



替代材質使用

為減少近年來塑膠廢棄物的難題，統一超商持續與供應商共同研究包材減塑解方，包含 2021 年領先全通路，採用英國 BSI 認證等級的可分解塑膠材質「Cycle+」作為鮮食包材。「Cycle+」是由台灣南部化成公司與英國 Polymateria 共同開發的新一代生物分解材料，不須經過嚴苛溫溼度限制的工業堆肥環境，即可在露天的陸地環境中於 2 年內自然分解，轉化為二氧化碳、水及生物質，不會在環境中留下塑料或有害物質。目前統一超商已應用於雙拼起司奶香焗飯、海鮮起司焗飯兩款鮮食商品外盒，並結合會員優惠活動，期望能帶動消費者綠色消費的行動，至 2021 年 12 月新材料包裝銷售數量約五百七十三萬個，未來將逐步擴大應用到其他鮮食商品。

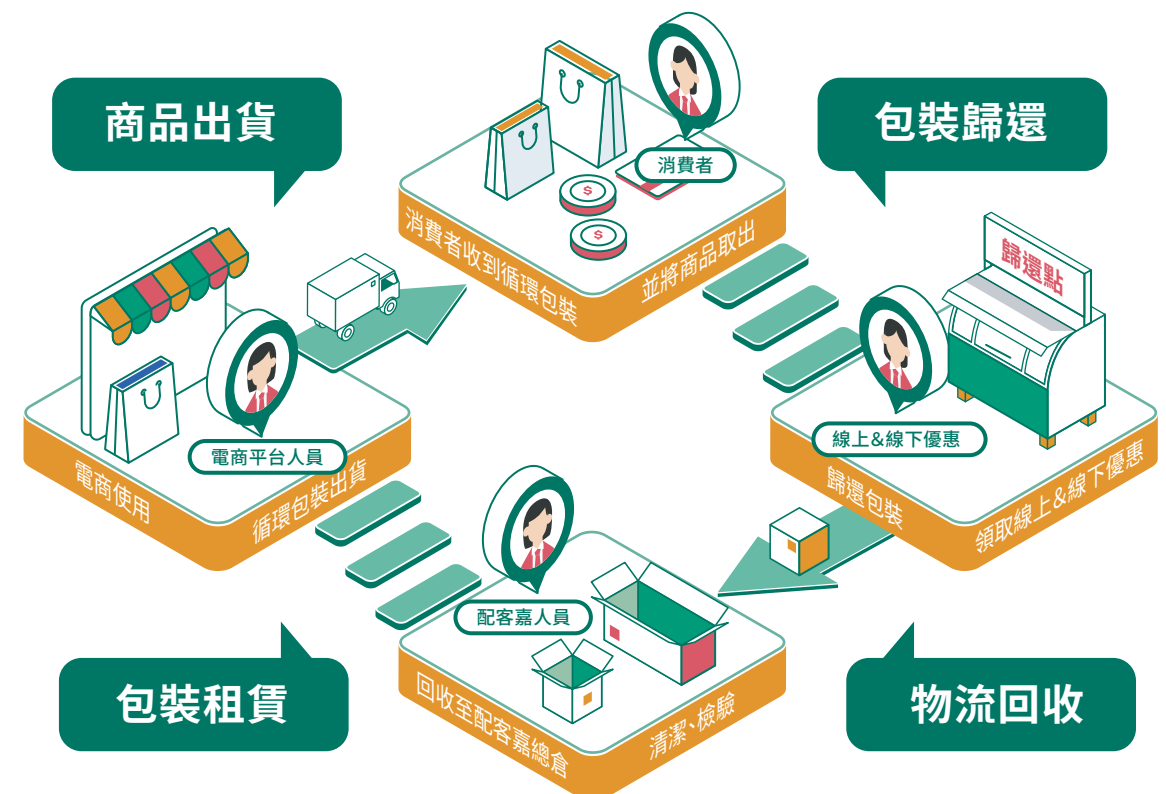


異業合作，建構綠色消費服務模式

2021 年我們開始與社會企業 PackAge+ 配客嘉合作，透過在門市設置循環包裝回收機台，支持網購循環包裝的理念。PackAge+ 循環包裝系統由電商、消費者與實體通路共同參與，由配客嘉提供循環包裝給電商出貨，消費者收貨後可將循環包裝拿至超商 29 家合作門市歸還，合作物流業者便會將回收循環包裝交由清潔團隊處理。為了鼓勵資源循環利用，只要消費者透過線上平台歸還循環包裝，統一超商便提供限量中杯咖啡兌換券，盼透過提升誘因建立消費者綠色消費意識，至 2021 年 12 月，合計已歸還 214 個網購循環包裝。

至 2021 年 12 月，合計已歸還

214 個網購循環包裝



惜食管理

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。剩食不僅只是浪費食材，更是糧食生產中使用的資源的損失，包括土地、水、能源與勞動力等，也可能產生糧食安全問題；剩食在垃圾掩埋場分解過程中也會排放溫室氣體。因此，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，展現統一超商欲積極減緩剩食議題的決心。

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。2021 年工廠生產損耗（每百萬元營收之食廢金額）較 2019 年基期已下降 55.4%。

2021 年工廠生產損耗較 2019 年基期

已下降 **55.4%**



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 年預計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。

2021 年 i 珍食共減少

6,467.4

公噸剩食產生



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」（註），優惠品項涵蓋上百種商品，2021 年 11 月更於 OPEN POINT APP 推出 i 珍食地圖功能，不僅可預先查詢庫存情況，也可事先訂閱商品到貨通知。2021 年 5 月起整體門市鮮食報廢有逐漸下降趨勢，2021 年鮮食報廢金額較 2020 年已下降 10.29%，推估 1 年平均每家門市可提升 1 成食材使用率。未來也規劃導入委外清運門市，全數加入廚餘回收作業。而在我們的持續努力下，2021 年 i 珍食共減少 6,467.4 公噸剩食產生。

註：2021 年 5 月由原本 7 折調降為 65 折，增加消費者購買誘因

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）、以及門市廚餘回收率（導入廚餘回收門店比例）等管理指標，逐步達成於 2030 年前，將剩食減半之目標，共同為減緩氣候變遷努力。



轉型低碳營運

在第 26 屆聯合國氣候變遷大會（COP26）落幕後，各國紛紛喊出 2050 淨零排放目標並加強氣候合作，台灣也將溫室氣體管制法更名為氣候變遷因應法，顯示出面對當前氣候變遷議題的發展，企業皆須更積極地應對與管理。隨著國內外法規對於溫室氣體排放及產品服務相關管制漸趨嚴格，消費者與投資人對於企業應對氣候變遷議題能力更加重視，轉型至低碳營運模式也成為企業提升競爭力的關鍵因素。

有鑑於此，統一超商於 2021 年正式成立減碳小組，不僅加強自身對於氣候韌性的調適能力，也努力減緩溫室氣體排放對於外部的衝擊。2020 年我們開始建置 TCFD 架構，將氣候變遷議題的風險與機會納入公司既有的風險管理架構中，2021 年我們持續延續 TCFD 揭露架構，深入分析統一超商之關鍵議題於各類氣候情境下對於公司營運的影響，以幫助公司完善氣候風險與機會的管理並加強低碳治理。為了迎接淨零排放時代，統一超商已著手評估與規劃科學基礎減碳目標（Science-Based Targets, SBT）的導入，以強化整體價值鏈的碳治理，朝實踐淨零排放的目標邁進。（詳細 TCFD 執行結果，請參考 Ch6 成就永續地球）



減碳小組

2021 年 12 月永續發展委員會成立減碳推動專案小組，制定策略、中長期目標與行動方案，並定期召開例會追蹤各項行動計畫執行。此外，我們亦額外擬定減碳小組之溫室氣體排放減量目標達標獎勵措施，依據所設定之目標值規劃不同減量級距之達標獎金，期望藉由獎勵措施強化公司於整體氣候變遷與能源管理的績效與成果。



節能減碳成效

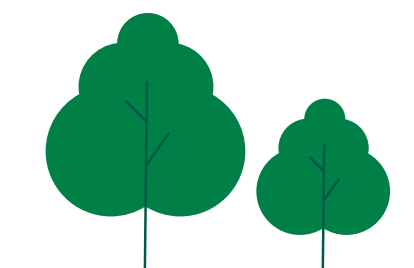
統一超商作為全國家數最多的便利超商業者，每年都投入十幾億元進行老舊門市重新裝修，並建立門市用電資料庫系統，針對異常用電門市即時進行輔導改善，且對高電費門市進行節能輔導。新開門市均需符合設備與環境管理能源效率的基礎要求，既有門市則積極評估各項節能措施導入的可行性，在物流運輸上我們也透過整合物流路線、更新冷藏冷凍車輛、汰換燃油車等方式來降低碳排放。2021 年統一超商門市共推動七項節能減碳專案，總計節電 68,968,976 度，相當於 479 家門市在 2021 年一整年的用電量。2021 年四湖門市參與雲林縣服務業節能績效評獎計畫選拔，就能源管理方式、節電措施及實際效益進行評比，四湖門市透過汰換老舊設備與門市燈具改用 LED 照明，相較於去年同期減少用電 43,120 度，榮獲零售業特優獎，也從中與外部交流，吸取他人成功經驗。



數位節能生活圈

為加速達成溫室氣體排放目標，電動車成為各界關注的焦點之一。然而電動車充電樁的普遍設置不足，一直是台灣電動車難以普及化的瓶頸。為回應國際減碳趨勢，統一超商早在 2015 年便攜手 Gogoro Network 共同打造全台首家電動機車電池交換站的便利商店創新店型，累積至今超過 190 家門市成功導入，服務據點遍布北中南東，2021 年服務人次突破 350 萬。此外，2021 年更擴大與光陽集團 Ionex 合作便利換電站，擴大充電交換站之服務對象。2022 年我們將推出電動汽車充電服務，並將視需求擴大相關充電的服務據點，我們期望透過門市綿密的服務網絡以及 OPEN POINT 生態圈，打造便捷的數位節能生活圈，

攜手消費者共同迎向低碳生活的願景。



永續採購

永續採購是國際趨勢，更是企業展現正面外部影響力的具體實踐。身為台灣內零售業的領導公司，統一超商觀察到全球資源枯竭及部分開發中國家強迫勞動議題，將永續採購及提高資源永續性設為公司 ESG 發展的重點項目，於 2021 年啟動永續採購專案小組，擬定自有商品 / 原物料永續採購政策，範圍涵蓋公司之自有商品原物料、咖啡商品原物料及門市用品，並在供應商評選制度中納入人道、循環、環境保護等項目，優先採購有永續認證或符合永續原料及減碳效應之原物料及供應商，重點關注動物福祉、有機蔬菜、產銷履歷等議題，輔導原物料供應商建立永續經營理念，提供消費者更多在生活中支持永續的選擇。



推動做法

1. 建立誠信經營及永續供應鏈

統一超商規劃於供應商合約中加入環境及永續相關條文，強調供應商對員工及環境的關注，要求新供應商需進行簽屬，我們預計將於 2022 年完成修訂並於官網中將此條文進行公開宣告以展現公司對供應鏈永續的承諾與決心；此外，我們亦將永續條文列於評鑑條文中，優先採購符合條件的供應商，並持續向供應商宣導永續採購的重要性。

3. 永續認證原物料採購

統一超商與供應商共同創建永續經營理念，透過向供應商採購具永續認證的原物料，提高資源永續性。我們聚焦於重要大宗原物料，優先聚焦稻米、國產蔬菜、豬肉、牛肉、雞肉、蛋品、水產品、咖啡、包材九大類別，持續提高永續認證原物料的採購比例，優先採購具雨林認證或公平交易認證之原物料，預期透過社會和市場力量增加可永續利用的農畜產品來源、確保供應鏈落實生物多樣性保護政策、保護自然及改善農民生活、並降低包材環境足跡。

類別	認證內容	認證標章
稻米	產銷履歷(T-GAP)、GLOBALG.A.P	
果產蔬菜	產銷履歷(T-GAP)、GLOBALG.A.P	
豬肉	動物福利 & 友善飼養認證；Welfair；LAWS-Interporc 等地區動服認證	

2. 建立循環回收示範模式，並持續鼓勵循環回收優良供應商

統一超商將循環回收和提升能效列為供應商社會責任提升的關注重點，我們盤點現有大宗原物料供應商的減碳行動，透過優先採購機制鼓勵供應商持續提升資源使用效率或減少碳排放量如鍋爐改善、廢棄物再利用等，並將設置示範農場，以廢棄物、供應鏈的農業及食物循環為主軸，從中建立顧客、超商、供應商及代工廠四方循環的永續農業模式，以此作為未來進一步優化超商永續採購模式之樣板，並帶動整個供應鏈持續提升資源使用率。

類別	認證內容	認證標章
牛肉	USRSE(美國)、Australian Animal Welfare Strategy(AAWS)、ANIMAL WELFARE AUDIT(Paraguay 巴拉圭)等地區動福認證	
雞肉	PAACO/US-RSPE 等地區動福認證	
蛋品	人道飼養、友善飼養(豐富籠)	
水產品	MSC、ASC、BAP	
包材	FSC、PEFC	
咖啡豆	雨林認證、公平交易認證	

4. 永續認證門市用品採購

在低碳永續的全球浪潮下，消費者也越來越重視產品包裝產生的環境衝擊。統一超商聚焦於提升門市包材的永續認證比例，以此降低包材使用對環境的傷害，使消費者能夠兼顧便利性與環境保護。我們設定門市用品認證採購標準，持續增加門市紙包材取得 FSC 認證標章比例，並陸續將大燒包專用袋、大亨堡專用紙袋、現蒸地瓜專用袋等包材轉換為 FSC 認證之產品。



永續採購經營目標

永續認證原物料採購比例

>9%
2022年

>11%
2025年

>14%
2030年

實績與未來規劃

統一超商 2021 年自有商品共購原物料中永續認證原物料採購金額達 623.3 百萬元，認證採購比例約 8%，其中馬鈴薯、紅蘿蔔和牛肉三大類型原物料的個別永續認證採購金額占比均超過 90%；在銷售產品部分，我們積極提升具永續認證的自有商品品項，2021 年 iseLect 冷藏飲品包材 100% 導入 FSC 認證，並且於門市銷售雨林認證咖啡，具認證之產品營收達 109.8 百萬元。在此基礎下，我們設定了 2022 年永續採購佔比超過 9% 之短期目標及 2030 年超過 14% 之長期目標，持續提高永續認證原物料的採購占比、及增加將一般紙材轉換為 FSC 紙材的使用量。展望未來，身為台灣零售業龍頭，我們將繼續探索更多循環永續的示範模式，透過供應商承諾文件及供應商獎勵制度，鼓勵供應商逐步提高永續水平，從採購的角度切入，發揮零售業者的永續影響力，帶動整體供應鏈一同提升，並提供消費者更多友善環境與社會的良性選擇。

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。



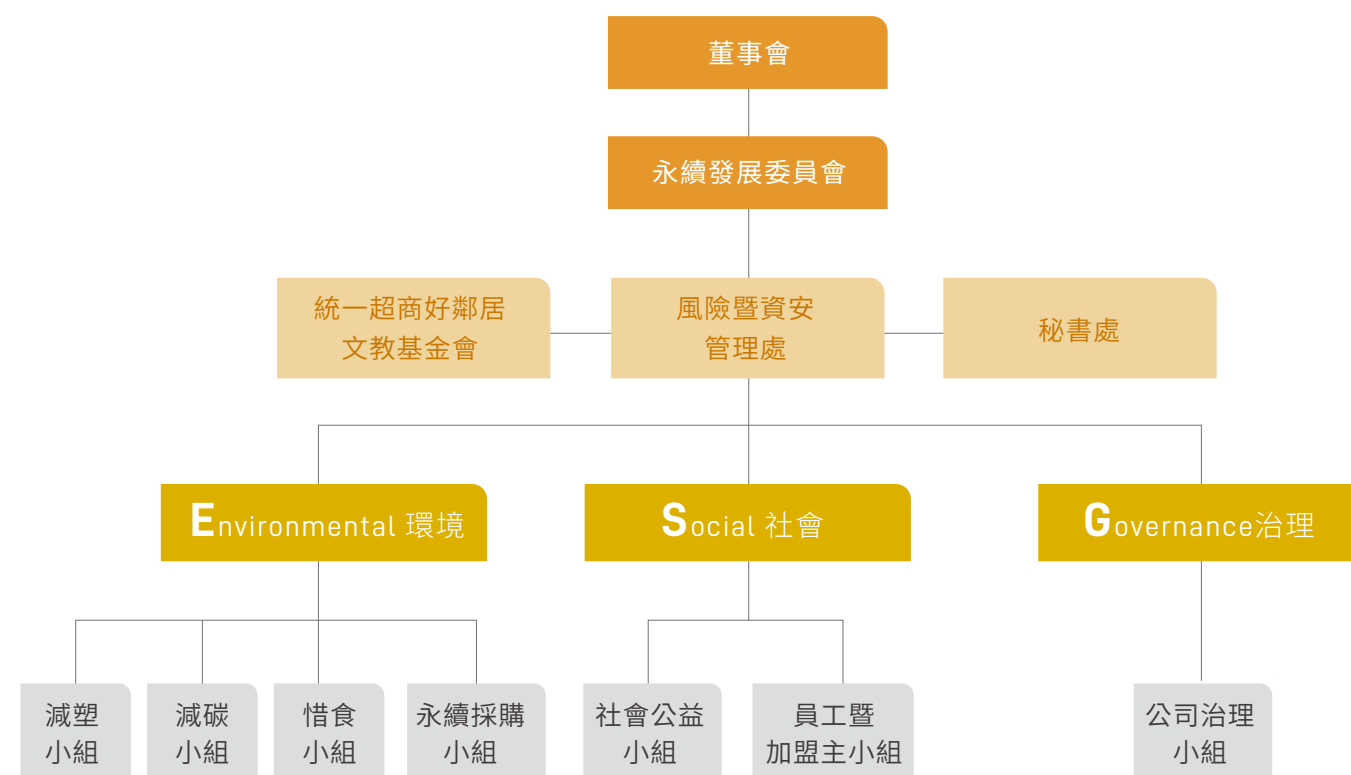
1.2 永續發展委員會

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

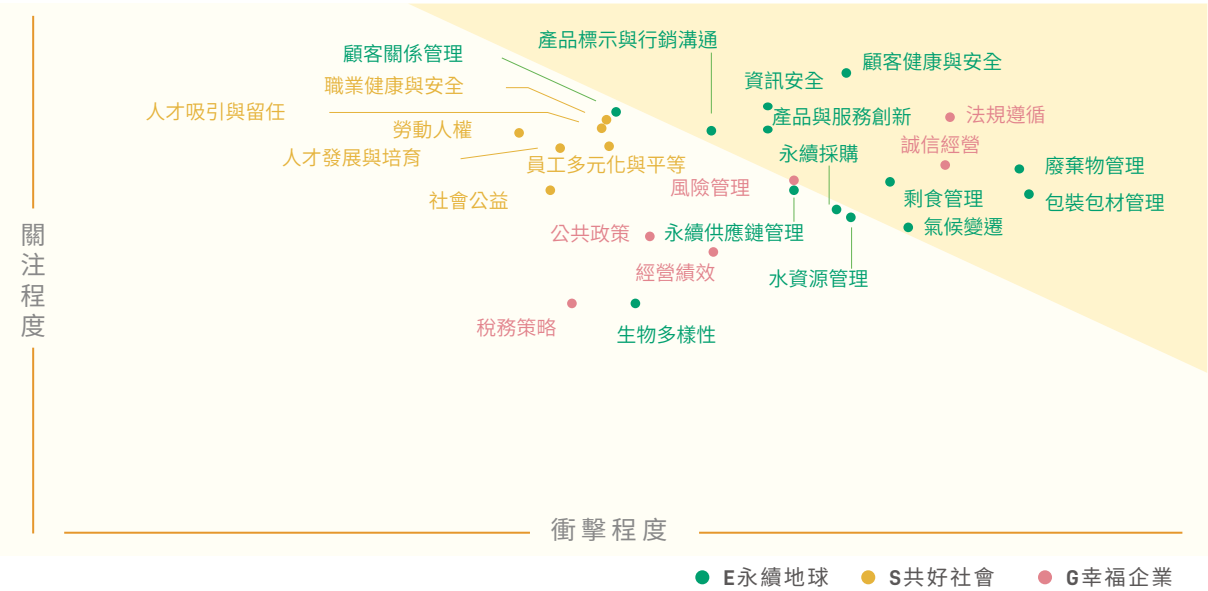
14 個重大主題

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) 永續供應鏈管理、永續採購、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	永續供應鏈管理	GRI 308 GRI 414	供應鏈之環境和社會影響管理	3.3 永續供應鏈管理
	永續採購	NA	供應鏈之環境和社會影響管理	3.4 永續採購
	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。

重大主題	排序變動情形	對組織意義
永續供應鏈管理	↓	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
永續採購	●	消費者日益關注其購買的商品的生產方式、來源等，持續增加永續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	物流關係 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	● 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	● 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	● 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	● 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	- 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	利害關係人郵件信箱案件數共 2,858 件
					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，為統一超商永續運營最重要關鍵	- 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	- 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	- 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	- 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	- 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	- 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	- 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		📈	
	302	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%	➡	
	305	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	✅	
	306	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%	▲	
	308		具有環保及節能標章產品採購金額占比	10%	9%	7%	8%	📈	
	414	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%	📈	第六章 管理方針
	416		門市用電密集度 (EU I) 值相較前一年減少占比	0.5%	0.5%	0.5%	3.1%	📈	
	417		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	📈	
	418	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%	📈	
		剩食管理	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%	📈	
			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	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
	305								
	306								
	308								
	414		自帶杯占比	自帶杯 + 循環杯使用占比 25%	10%	10%	6.5%		
	416								
	417								
418	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



CH 02

強化 公司治理

實踐聯合國永續發展目標



6,379 門市 **No.1** 市佔率

突破**6,300**家門市，共有**6,379**家門市，市佔率第一。

262,735,464 仟元

年度合併總營收及稅後淨利分別為新台幣**262,735,464**仟元及**10,018,536**仟元。

3 年入選

連續三年入選DJSI道瓊永續世界指數成分股以及DJSI道瓊永續新興市場指數成分股，名列世界標竿企業。

7th

再度蟬聯「第七屆公司治理評鑑」前**5%**佳績，是零售產業上市公司中唯一蟬聯七屆的企業。

對應重大主題

誠信經營 法規遵循 資訊安全

對應利害關係人

投資人 供應商 顧客 員工 加盟主
民間組織 政府機關 社區鄰里

▶ 管理目的

統一超商內部由上到下，以及外部之價值鏈，皆受到誠信經營嚴密的規範。唯有以誠信經營為基礎，營運始能長久且穩固，擔負起企業對於利害關係人之責任與義務。另因政府法令變更迅速，為主動掌握政府法令修正趨勢，確保公司組織之各項運作均能符合政府各項法令要求，故須進行法令管控，以確實減低法律風險且維護公司權益。此外，統一超商也透過線上的服務平台，提供給消費者更便捷的生活選擇。如何管理和保護客戶之隱私，並且依據消費者消費所產生之大數據，提供消費者更優質的服務，是統一超商永續運營的關鍵，亦是對於消費者的責任。

▶ 政策

- ❏ 公司治理實務守則
- ❏ 誠信經營政策暨守則
- ❏ 誠信經營作業程序及行為指南
- ❏ 統一超商法令管控暨突破運作辦法
- ❏ 個人資料保護管理制度與政策

▶ 權責單位

- ❏ 誠信經營推動小組
- ❏ 法規鑑別委員會
- ❏ 數位創新部
- ❏ 聯合服務中心
- ❏ 法務部個人資料保護專案小組

▶ 行動計畫

- ❏ 對內實行內部宣導以及教育訓練，對外則要求供應商簽署行為準則，藉以落實誠信經營
- ❏ 統一超商成立法規鑑別委員會，並且透過「法情通報」、「法規鑑別」以及「法令突破」此三方面之法規遵循機制，使統一超商能強化法律遵循之落實
- ❏ 統一超商設有個人資料保護專案小組，並且透過個資內部稽核與外部驗證（「台灣個人資料保護與管理制度（TPIPAS）」）、危機預防以及教育訓練，為消費者的資料把關。除此之外，統一超商不斷優化和擴大OPEN POINT會員制度的服務範疇，讓消費者在E化的時代，能享有更便利之服務。

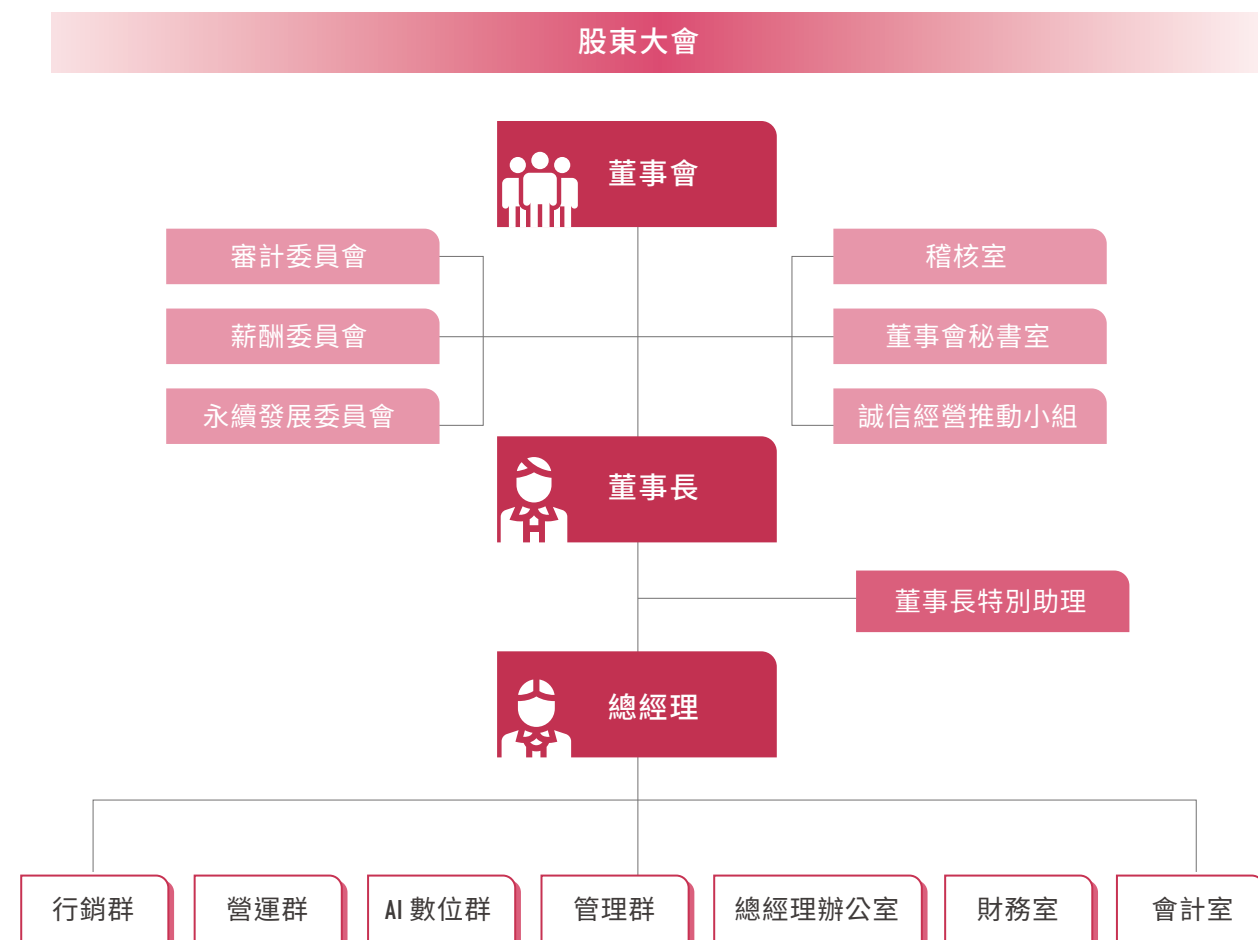
▶ 申訴機制

- ❏ 聯合服務中心
- ❏ 官網之利害關係人專區
- ❏ 內部提案制度
- ❏ 稽核室專線
- ❏ 利害關係人申訴信箱
- ❏ 部門內之個資申報的聯繫窗口

2.1 公司治理

治理架構

對統一超商而言，健全的治理架構，是企業穩定發展的重要基石。統一超商建構健全且嚴謹的公司治理架構，除了清楚的分層管理外，亦針對特定重大議題設定功能性委員會或推動小組，讓統一超商能站穩步伐，並持續茁壯。2021年統一超商榮獲第七屆公司治理評鑑維持排名前5%，並持續入選台灣公司治理指數100成分股、台灣永續指數成分股、FTSE4Good新興市場成分股、MSCI ESG領導者指數及MSCI全球SRI指數成分股。此外統一超商連續三年入選DJSI世界指數成分股以及DJSI新興市場指數成分股，名列世界標竿企業。



董事會

董事會作為統一超商之最高指導單位，為了強化公司之財務資訊揭露、經理人之績效和穩定性以及企業永續發展，董事會轄下成立審計委員會、薪酬委員會、以及永續發展委員會，透過由上而下的管理與監督，健全公司的運作。

統一超商設董事13人（含獨立董事3人），任期3年，採候選人提名制度，由股東就董事候選人名單中選任之。統一超商之董事會成員具備豐富之多元性：董事會成員平均年齡為62歲，並有2位女性董事。董事之專業背景涵蓋了企業管理、經濟、行銷、會計、法律、資訊工程等多元面向。董事之詳細學經歷、專業知識、支付酬金之揭露，可參閱2021年度年報第19至26頁內容^{（註1）}。

為了確保董事會運作之獨立性，依「董事會議事規範」之規定，為避免最高治理者利益衝突，董事對於會議事項，若與其自身或其代表之法人有利害關係，致有害於公司利益之虞者，得陳述意見及答詢，不得加入討論與表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。此外，董事會應至少每季召開1次，以審核企業經營績效和討論公司發展策略及重大投資議題。本公司於2021年已召開7次董事會，董事平均出席率為100%。

統一超商定有「董事會績效評估辦法」，以落實公司治理並提升本公司董事會及功能性委員會功能，建立績效目標以加強運作效率。多項評估指標皆與公司治理與企業永續發展具高度連結，藉以確保公司的永續運營。2021年經評估董事會、個別董事成員及各功能委員會已良好掌握公司及委員會目標及任務，符合公司運作需求，有效促進公司永續經營、社會責任、風險管理及長期策略發展，並落實公司治理精神。

註1：年報可在公開資訊觀測站或本公司投資人關係網站（<https://www.7-11.com.tw/company/ir/>）中下載取得

審計委員會

統一超商已依照「公開發行公司審計委員會行使職權辦法」規定，於2012年6月21日設立審計委員會，旨在協助董事會監督和控管公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則以及公司存在或潛在風險之管控。該委員會由全體三位獨立董事組成，陳亮獨立董事擔任召集人，至少每季召開1次委員會。本公司於2021年已召開5次審計委員會，審委會委員實際出席率為100%。

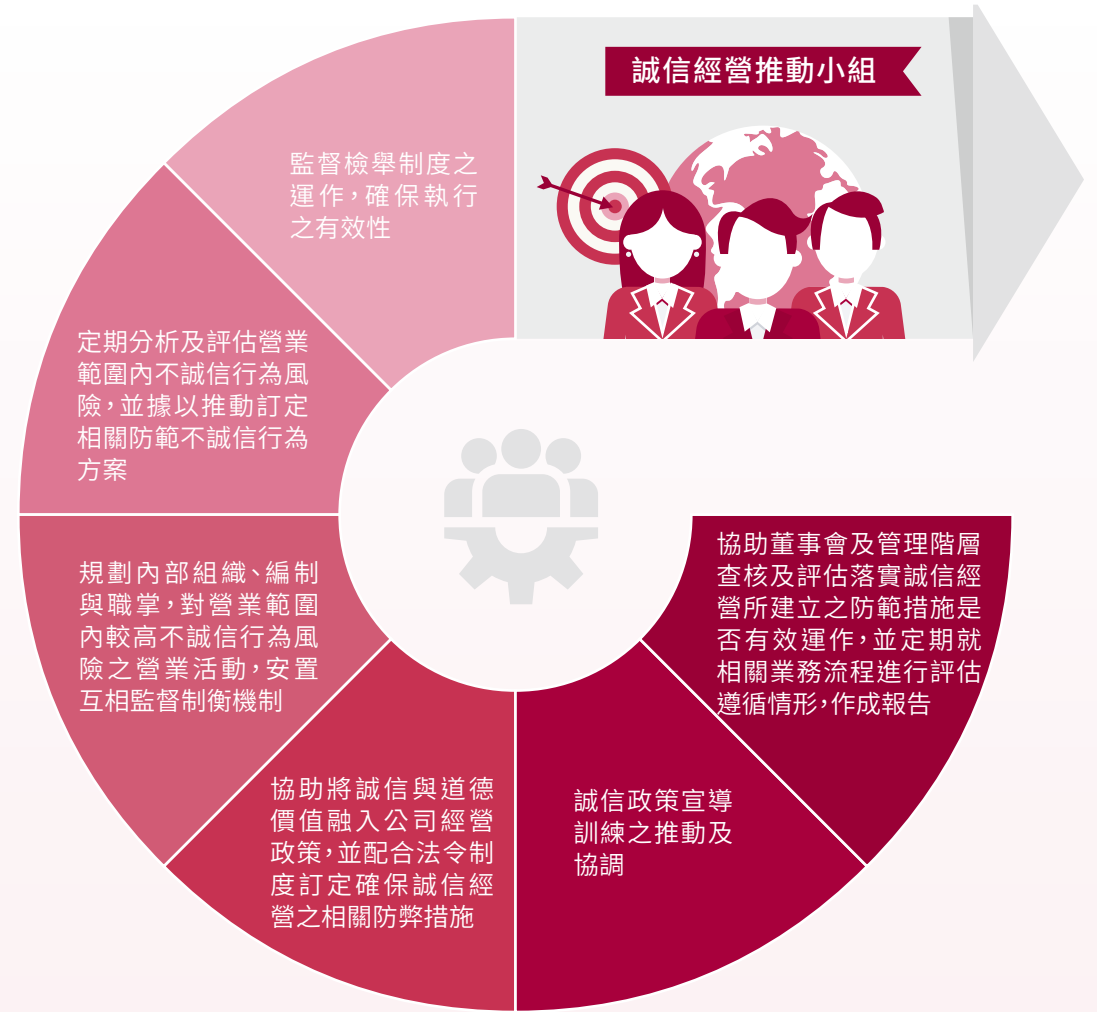
薪酬委員會

統一超商已依照「股票上市或於證券商營業處所買賣公司薪資報酬委員會設置及行使職權辦法」規定，於2011年8月19日設立薪資報酬委員會，旨在協助董事會執行與評估公司整體酬勞與福利政策，以及董事及經理人之報酬。該委員會由三位獨立董事組成，年中經改選由許克偉獨立董事擔任召集人，至少每年召開2次委員會。本公司於2021年已召開2次薪酬委員會，薪酬委會委員實際出席率為100%。

誠信經營

誠信經營是統一超商極為重視之經營原則。我們於董事會轄下設立「誠信經營推動小組」，並且訂定「公司治理實務守則」、「誠信經營政策暨守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」，以規範公司內部誠信經營之行為準則，並於每年5月在官網以及年報中充分揭露誠信經營推動之實績。2021年度無貪腐、賄賂和違反公平交易法事件相關事件。

誠信經營推動小組



內部教育訓練與對外規範

統一超商於內部實施誠信經營管理月報之宣導，由誠信經營推動小組蒐集誠信經營案例或宣導事項，宣導誠信經營觀念及政策。而誠信經營之教育訓練，則適用統一超商全體員工，並且擴及門市店經理。在對外與供應商的合作之部分，我們透過設置誠信經營條款，來規範供應商之誠信經營。2021 年度供應商合約及原物料供應協議書共 1,125 件、採購合約共 482 件。前述合約之誠信經營條款及企業社會責任相關條款簽署率皆達 100%。

誠信經營申訴管道

若有任何違反誠信經營之情事發生，員工也可透過聯合服務中心、Email 信箱、官網之利害關係人專區及內部提案制度，即時向管理階層反映並提出意見。而外部之利害關係人若查知相關違反誠信經營之情事，可利用本公司稽核室及聯合服務中心設置之專線或官網之利害關係人專區檢舉。

當利害關係人透過利害關係人專區之專屬 e-mail 提出意見時，該訊息會透過系統傳送至對應之專責窗口，專責窗口必需在指定時間內回報處理進度，公司並於每月定期進行收件數與處理進度之彙整統計與追蹤。

財稅治理

2021 年受國內疫情影響，面臨來客數急遽減少甚至完全停頓營業的狀況下，整體營運受到前所未有的重大挑戰。不過在逆境中，統一超商始不斷的精進商品和服務的發展，持續為消費者提供創新與便利的商品與服務。詳細營運財務績效請於公開資訊觀測站參閱本公司個體財務報告。

同時亦秉持統一超商稅務政策的核心價值，遵守營業所在地之當地稅務法規，誠實申報及完納稅負，善盡納稅義務人之社會責任，並支持政府推動促進產業創新、研究發展與再投資等永續發展政策。

2021 年統一超商（股）公司及子公司於各國家 / 區域之營業收入、稅前損益、當年度應付所得稅與所得稅支付數。

營業收入：新台幣 262,735,464 仟元

地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	228,480,604	26,481,589	7,773,271
占比	86.96%	10.08%	2.96%

稅前損益：新台幣 12,071,695 仟元

地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	12,712,625	(246,383)	(394,547)
占比	105.31%	-2.04%	-3.27%

當年度應付所得稅：新台幣 1,410,650 仟元

地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	1,393,466	67	17,117
占比	98.78%	0.01%	1.21%

所得稅支付數：新台幣 2,816,338 仟元

地區別	中華民國	菲律賓	其他 (含大陸地區及日本)
金額	2,776,828	3,270	36,240
占比	98.60%	0.11%	1.29%

● 有效稅率

2021 年及 2020 年之有效稅率低於行業平均值，主要係因營業利益來源在台灣之營利事業所稅為 20%，而 GICS 之食品及日用品零售業的平均稅率係來自全球相關行業，受到高稅率國家影響而拉高平均值。

年度	2020	2021 ^(註 4)	行業平均稅率 ^(註 1)
帳面有效稅率 (%) ^(註 2)	17.9%	17%	26.4%
現金有效稅率 (%) ^(註 3)	18.6%	23.3%	26.60%

註 1：行業平均稅率來自全球行業分類標準（Global Industry Classification Standard，GICS）之食品及日用品零售業的平均稅率

註 2：帳面有效稅率 (%) = 所得稅費用 / 稅前淨利

註 3：現金有效稅率 (%) = 支付所得稅 / 稅前淨利

註 4：2021 年現金有效稅率高於帳面有效稅率及 2020 年度之現金有效稅率，主要係因以前年度估列之所得稅負債項目於 2021 年實現，致使所得稅現金支付數增加。

2.2 風險管理

對於風險的掌握以及回應，是公司可以持續成長和穩定營運的重要關鍵。我們將整個集團組織與子公司納入風險管理的範圍中，由董事會、各階層管理人員及員工共同參與並推動執行。透過清楚分類各項風險、訂定管理方針並且設置風險暨資安管理處作為相應的權責單位，我們進而辨識、分析、衡量、監控、回應、報告風險，並且改進我們的因應措施。主要風險管理組織及各項風險管理執行與負責單位如下：

風險辨識

風險類型	風險管理執行說明	權責單位
策略營運風險	各事業群及子公司制訂投資與營運計劃、風險評估，由本公司總經理辦公室定期進行相關指標分析，並定期主題式重點轉投資事業專案經營檢視中，進行營運績效追蹤及分析，並根據市場競爭和消費趨勢變化，適時調整營運策略方向，以確保每個事業體的經營策略能符合其營運目標與經營願景。	總經理辦公室
財務、流動性及信用風險	由本公司財務室依據法令、政策及市場之變化，訂定各項策略、程序與指標，定期分析及評估相關風險的變化狀況，並採取適當的因應措施，以降低公司整體潛在的風險。 並隨外部疫情變化，滾動更新金流預估適時調整現金水位，維持資金流動性無虞。	財務室
市場風險	各部門及事業單位依據功能執掌，針對國內外重要政策、法令及科技變動，定期進行分析評估，並採取適當因應措施，以降低未來潛在經營風險。此外，本公司亦成立跨單位之法規鑑別小組，除關注法令趨勢外，並定期召開「法規鑑別會議」，隨時掌握最新國內法規變動資訊，以採取適當之因應措施；另，各權責單位主管也組成「危機處理小組」，針對可能發生或已發生的風險與危機進行有效的控管與處理。	各事業單位 / 法規鑑別委員會 / 危機處理小組
食品安全風險	超商重視消費者的健康及安全，將食品安全列為第一要務，每年持續投入資源，確保嚴格控管食品安全議題。 由於食品安全風險的存在可能衝擊公司形象，且影響公司營收與獲利的表現，因此建立商品安全流程控管機制，以及強化供應鏈之管理，為本公司長期努力的方向。因應措施如下： 1. 成立「商品安全委員會」，定期召開例會，討論內容包括政府法規鑑別、代工廠與供應商評鑑缺失、商品安全訊息、食品安全監測計畫及其執行進度等。 2. 為確保上架安全無虞，制定「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，蒐集自有商品安全相關訊息，並建立追蹤程序。 3. 此外，導入契作與產地管理、食材溯源機制與系統、供應商分級管理與實地評鑑制度、物流中心與門市端定期查核，以及原物料與商品不定期抽驗等作法，從產地到門市全流程把關，持續為消費者建立嚴謹的食品安全防護網。	營運群 / 行銷群

風險類型	風險管理執行說明	權責單位
加盟秩序維護風險	為了門市單店持續成長以及本公司整體營運的穩定，持續優化加盟制度，提升加盟主報酬，維護穩定的加盟秩序，亦為本公司相關因應措施。	營運群 / 行銷群
氣候風險	統一超商氣候風險管理已整合於既有風險管理架構，與氣候變遷議題有關之 5 大面向事務單位盤點和評估與統一超商氣候變遷相關的風險和機會議題，議題包含政策 / 法規、市場 / 技術、名譽等轉型風險，以及立即性、長期性等實體風險。並針對重大議題提出調適管理策略與管理目標。詳細氣候風險之治理與因應對策，請詳第六章「成就永續地球」之章節說明。	各事業單位

新興風險

身處於快速變動的食品零售產業，統一超商長期關注重大社經與環境趨勢，以掌握影響永續經營的風險項目。統一超商已將長期新興風險的鑑別與因應方式，整合於既有的風險管理架構。目前已鑑別出對統一超商未來發展具高度衝擊的新興風險如下：

風險類型	新興風險	未來衝擊	超商因應
社會就業與生活危機	人口結構變化 2021 年台灣出生數創历史新高，人口較 2020 年減少 18.6 萬人，低出生率、低或負增長、人口老齡化的情況下，預計在未來幾年將導致勞動年齡人口減少、消費者族群老齡化。	統一超商參考國發會發布人口推估資料、政府單位提供高齡社會與人力資源運用等資料，進行情境分析，預測未來人口變化並預估中長期對於超商門市人力與客群之衝擊。 超商門市以及對營運具有重要意義的物流皆需要高勞動力投入，此外，在老齡化社會中，亦會導致主要消費者族群變化，故針對此風險，統一超商可能有以下潛在衝擊： 1. 人才招聘、人事成本衝擊 2. 高齡消費者族群所需的商品結構和服務不同的衝擊	1-1. 規劃與學校合作開發多元雇用管道，並設立人力招募平台，整合資源做好人力招募 1-2. 規劃在地招募機制，增加招募中高齡夥伴，並提出彈性的工作安排，為中高齡夥伴重新安排工作流程 1-3. 規劃於門市導入各種 AI 智慧化及省力化工具，如自助結帳機台以及自助咖啡機台等，達成作業省力及降低人事成本與勞動力需求 2-1. 著重銀髮族商品開發、導入天素地蔬複合店 2-2. 評估門市環境全齡設計，提供友善消費環境



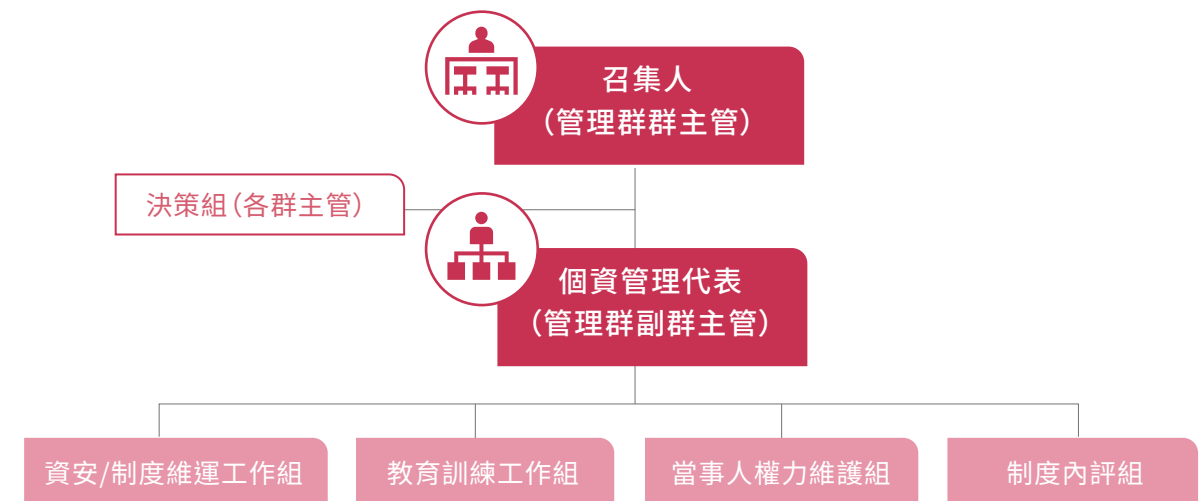
資訊安全與隱私保護

統一超商透過數位科技的力量，希望能讓消費者的生活變得更為便利。藉由 7-ELEVEN 線上購物中心、ibon 便利生活站、OPEN 錢包、icash Pay、icash 2.0、OPENPOINT APP(包含 i 划算、i 預購等)、交貨便、賣貨便等數位化工具提供顧客金流、物流、資訊流服務，讓消費者將統一超商妥善運用，作為處理生活中大小事的據點和服務中心。

數位科技的背後，牽涉到許多客戶之個人資料。統一超商透過專案小組的成立、通報機制的建立、教育訓練以及內部稽核，具體落實消費者個人資料之保護。

「個人資料保護專案小組」為一跨部門之小組，定期執行個資盤點、風險分析、制度內評、通報修訂、資料銷毀、教育訓練等工作。本小組於每月簽呈會報中說明上月之確認結果。我們將教育訓練系統化，透過線上修課的方式，達成 100% 的內訓完成率。除了也將個資風險管理整合於企業整體風險管理及稽核機制中，訂定各部門個資保護管理通報，並在與外界之供應商合作時，在合約中加註個資保護條款，以確保所有營運單位與供應商均符合公司個資保護政策。而統一超商的內評計畫及外部驗證制度，能有效監管和協助各部門就內評或稽核不符合事項訂定矯正預防措施或改善措施，並作成與留存改善記錄；針對人員違反公司個資保護管理規則，亦有訂定相當的懲處辦法。

統一超商個人資料保護專案小組架構



內部稽核與外部驗證

統一超商將個資風險管理整合於企業整體風險管理及稽核機制中，而統一超商的內評計畫及外部驗證制度，能有效監管和協助各部門就內評或稽核不符合事項訂定矯正預防措施或改善措施，並作成與留存改善記錄。針對關鍵之系統，統一超商每一年皆會執行弱點掃描，檢視作業系統、網路服務、作業系統或網路服務的設定、帳號密碼設定及管理方式等，確保統一超商之資訊系統之安全性。

為了進一步確保資訊之安全，統一超商於 2014 年首度通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，並於 2020 年更新驗證取得證書，2021 年落於此認證之效期內。除此之外，統一超商委由第三方管理系統之安全與維護，並計畫於 2022 年取得 ISO 27001 認證，認證範圍涵蓋門市電子發票系統。

申訴管道

統一超商針對不同的個資蒐集管道，亦設有相應的個資事件申報聯繫窗口，以提供消費者完善的個資保護機制。

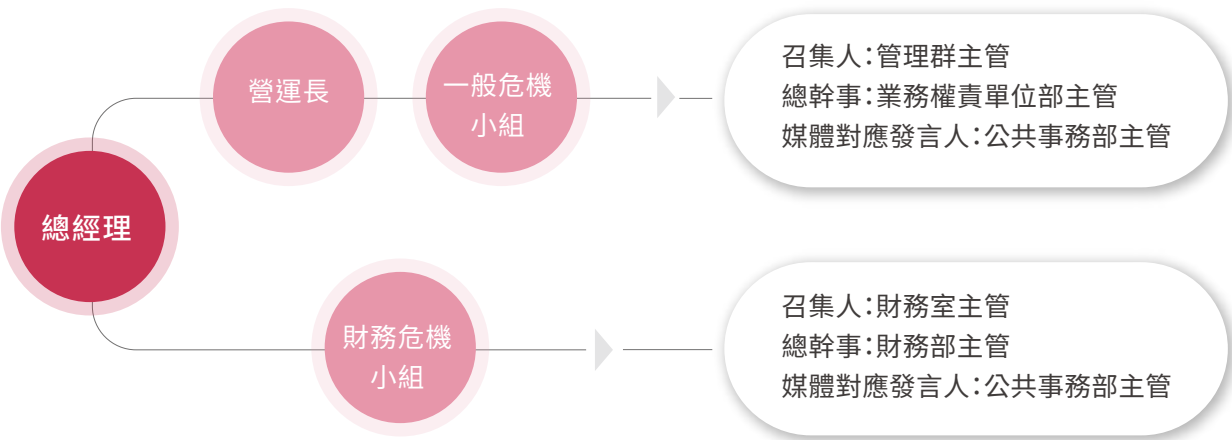
身分別	個資申訴管道和聯絡窗口
消費者	聯合服務中心 電話：0800-008711 Email：public@mail.7-11.com.tw (E-mail) 部門內皆設有個資申報的聯繫窗口
非消費者	由於統一超商之部門眾多，因此無法逐一列舉個資申訴管道。設置於各部門之個資申訴窗口，亦為處理和因應之窗口。而處理和因應之件數，將統一反應予個人資料保護專案小組作為紀錄。

統一超商於 2014 年首度通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，並於 2020 年更新驗證取得證書，2021 年未有任何侵犯客戶隱私之情事。

危機應變管理

除了掌握風險，統一超商亦建立健全之危機管理權責單位以及危機因應之標準化作業流程，制定「統一超商股份有限公司危機管理手冊」，以期將危機所導致之損害降至最低。我們成立跨部門的「危機專案小組」，以總經理為首，轄下有「一般危機小組」、「財務危機小組」，並針對各類型危機事件指派權責單位、制定回報原則，以及時因應危機事件，就規範事件從發生、處理至對外因應的流程，透過嚴密之機制，鞏固統一超商之營運。

總部危機小組組織圖示



2.3 法規遵循

統一超商設有「統一超商法令管控暨突破運作辦法」，當中將法規鑑別委員會設為法規遵循之指導單位、設置各單位之法規鑑別窗口並確立法律遵循之機制，藉以掌握政府法令修正趨勢，確保公司組織之各項運作均能符合政府各項法令要求。

法律鑑別委員會



法規遵循之機制

藉由法規鑑別委員會之成立，統一超商矢志落實「法情通報」、「法規鑑別」以及「法令突破」之目標。



2021 年違規情形

食品之為民生必需品，對於民生之影響甚鉅；因此，統一超商極度重視商品之安全。統一超商針對門市販售之食用商品受食品安全衛生管理法及其子法所規範，其中之子法包含「食品良好衛生規範準則」及「食品衛生標準」等衛生福利部公告之法令函釋。2020 年 10 月統一超商門市販賣之大杯冰美式咖啡因標示與抽樣檢測後違規，而違反食品安全衛生法標示違規，遭罰 30,012 元。2021 年統一超商已針對違反食品安全衛生法受罰之情形，進行檢討並實行改善之措施並對各門市加強宣導相關規定。詳細之裁罰事項說明、各別裁罰金額以及改善措施請詳下表以及 2021 年年報第 65 頁。除了食品安全衛生法外，統一超商亦注重經濟、環境和社會面三大面向之營運合規性。2021 年統一超商未違反重大環境、經濟、勞動基準法、或社會法規。

註：統一超商之裁罰事項重大性係指判定其裁罰金額達一萬元以上之罰款。

違反之法令	違法情事	裁罰金額	改善措施
食品安全衛生管理法	咖啡因實際含量與標示不符	30,012	- 法務同步參加主管機關衛福部之會議並建議主管機關改以最高值標示。 - 主管機關採納意見公告修正現場調製飲料標示規定。 - 各門市依法以最高值標示

CH 03

承諾
產銷永續

實踐聯合國永續發展目標

3 健康與福祉



182,173 仟元

96% 占比

投入開發及研發
費用達新台幣
182,173仟元

優質服務評核，A級店
與B級店的加總佔比
達96%

122,971 仟元

1,400 萬 15% 成長

投入食品安全管
理經費達122,971
仟元。

Open Point會員數達1,400
萬、年成長15%

12 責任消費
與生產



8%

100%

90% 一階

98% 非一階

自有商品大宗原物
料及包材之永續採
購佔比達8%，而
iselect冷藏飲品已
100%導入FSC包裝

一階供應商90%、
非一階供應商98%
完成供應商教育
訓練

對應重大主題

產品與服務創新 顧客健康與安全
商品標示與行銷溝通 永續供應鏈管理 永續採購

對應利害關係人

投資人 供應商 政府機關 員工 加盟主
顧客 民間組織

管理目的

政策

權責單位

行動計畫

申訴機制

現今社會和環境快速變遷，消費者的環保意識提升、健康飲食的概念盛行及社會步調加快，消費者對於商品的需求和要求不斷的更迭。持續不斷地精進和優化統一超商的產品和服務，並實踐客戶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，包含對於供應鏈有系統的管理和查核，我們力求提供安全無虞且具合規標示之商品予我們的客戶，並透過增加永續責任採購佔比鼓勵供應商關注人權、循環、環保、減碳等議題，同時強化消費者永續意識之宣導，扮演好統一超商之為民生夥伴的角色。

- 商品安全管理規章
- 商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準
- 自有品牌商品安全維護辦法
- 包裝內控設計制度
- 自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法
- 原物料供應商及原物料管理辦法
- 門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法
- 統一超商暨轉投資事業協力廠商行為準則
- 食品類代工廠風險分級評估指引

- 行銷活動部
- 商品安全委員會
- 品保部
- 供應鏈管理部
- 採購部
- 咖啡事業部
- 數位創新部
- 生活美食部
- 行銷群
- 創新整合專案
- 永續採購小組

- 持續投入開發及提供創新之產品與服務，並跨足外送市場，首創店內以手機購物及結帳服務，並開設天素地蔬概念店，提升消費者生活便利性。
- 針對顧客健康與安全，在原物料段透過原物料管理及品保作業查核來管控品質；物流段則透過對於物流人員的培育和管理，來確保運送品質；而門市的部分透過優質服務評核、品保與誠信經營認證訓練查核持續優化我們的服務品質，以確實保障消費者的健康與安全。
- 於「商品安全管理」規章中，明訂進貨商品之標示須符合主管機關之規範，門市亦於進貨時驗收商品標示，以此把關商品標示與行銷溝通之合規性。
- 鑑別關鍵供應商及落實供應商管理辦法、要求供應商簽署行為準則，並且持續地對供應商進行教育訓練以及評鑑，藉此強化供應鏈管理來保障服務品質。
- 成立永續採購小組，將供應商誠信經營及環境永續相關條款納入合約，並持續提升原物料永續認證採購比例。

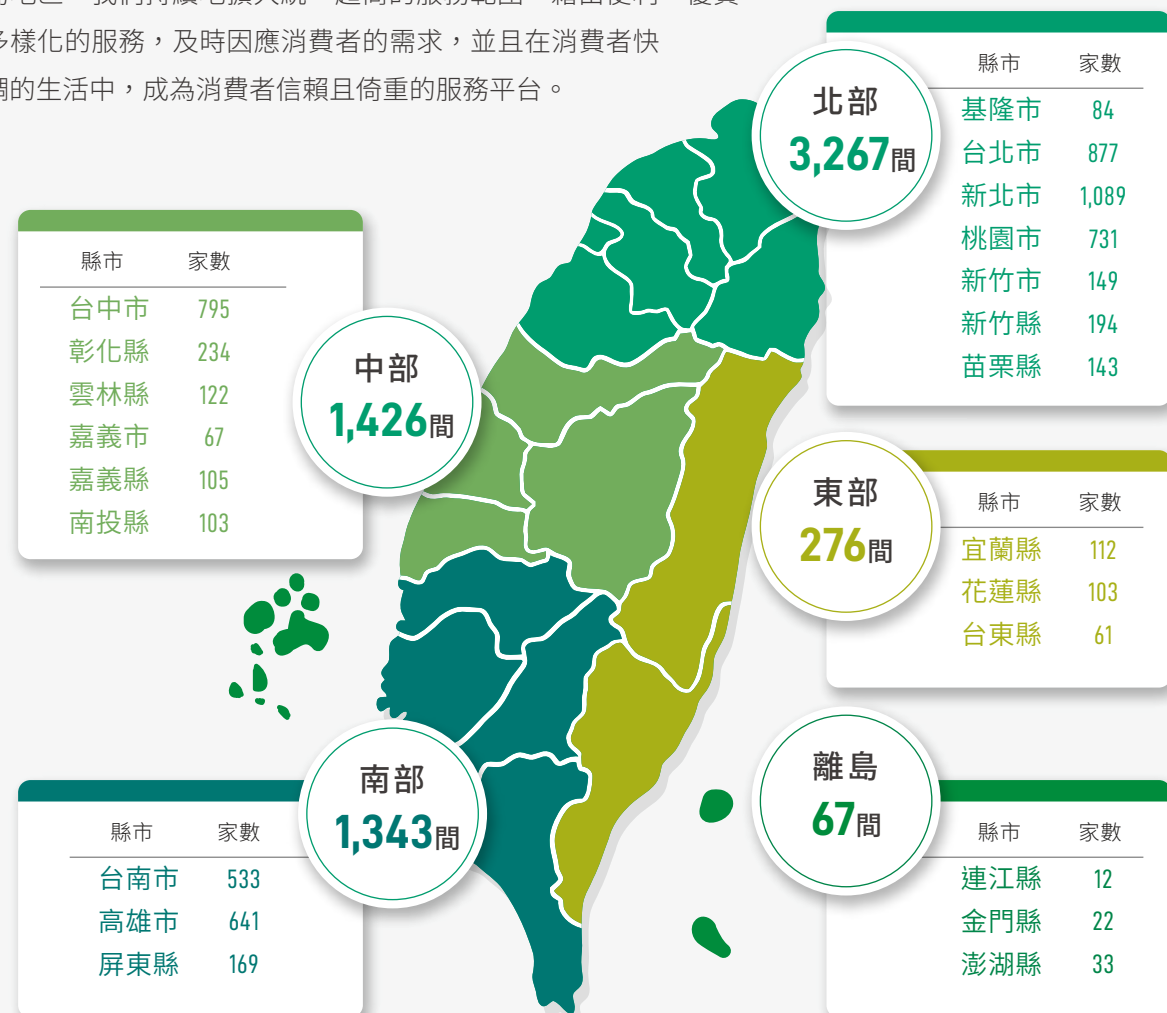
- 聯合服務中心
- 利害關係人專區

3.1 產品與服務創新

統一超商以「提供創新性、多樣性、品質講究，能超乎消費者期待的商品」為目標，整合企業內部資源，推動產品與服務創新；我們在 2021 年的總商品數約 6,859 項、服務項目約 841 項，並積極拓展自有品牌產品，2021 年自有品牌產品佔總營收達 20.42%、超過年度目標 20.40%。透過持續提供消費者更多優質的商品選擇和便利服務，成為人們日常生活的好幫手。

門市據點

統一超商以提供消費者便利且安心之服務為己任。截至 2021 年，已擁有 6,379 家門市，相較 2020 年，我們增設了 355 個門市。門市的範圍遍布北、中、南本島及離島地區。我們持續地擴大統一超商的服務範圍，藉由便利、優質和多樣化的服務，及時因應消費者的需求，並且在消費者快步調的生活中，成為消費者信賴且倚重的服務平台。



同時也透過數位科技的力量，希望能讓消費者的生活變得更為便利。藉由 7-ELEVEN 線上購物中心、ibon 便利生活站、OPENPOINT APP、交貨便、賣貨便等數位化工具提供顧客金流、物流、資訊流服務，讓消費者將統一超商妥善運用，作為處理生活中大小事的據點和服務中心。

OPEN POINT 會員制度

統一超商於 2020 年起採取會員、點數、支付三大策略，累積擴及國內外合作能量、共同服務 1,400 萬會員，至今結盟餐飲、百貨、量販、藥妝、航空、旅遊、銀行、加油站、點數平台、社群平台、共享平台等超過五十產業品牌，帶動會員活躍持續以 10% 以上的速度成長。期望不斷優化線上之服務範圍和品質，成為消費者生活上的助手，為消費者提供更便利的生活。



擴張

統一超商在 2020 年已奠定 1,200 萬會員的基礎，為了擴張 OPEN POINT 的服務族群，除了持續優化 OPEN POINT APP 系統效能、操作介面及豐富功能外，亦積極拓展會員生態圈。我們在 2021 年成功達到成長 15%、會員數達 1,400 萬之目標。^(註)

(註) 為 2022/1/1 數據

除了吸引消費者成為 OPEN POINT 之會員，統一超商積極布局會員生態圈，於 2020 年起積極跨界串聯，除了於 OPEN 錢包導入多家合作銀行資源，使消費者可以使用 OPEN POINT APP 進行支付之外，亦積極擴大 OPEN POINT APP 適用範圍，2021 年已整合集團目前 18 家通路，更向外拓展至台塑加油站、美廉社等民生消費場域，並與中國信託合作連結金融服務。2021 年底 APP 月活躍人數將近 500 萬人，較去年成長 24%；未來也會更加積極拓展外通路，提供更廣大客群優質的服務。



串聯



整合與創新

在 2021 年，OPEN POINT APP 增加了 i 划算、行動隨時取訂閱制、小七集點全面電子化、i 珍食、雲端禮物卡等創新業務，讓消費者可以在單一 APP 上，使用所有功能。除了整合不同的數位服務功能及 icash Pay、LINE Pay、街口等支付工具外，統一超商於 2021 年新增整合 Pi 錢包、橘子支付、悠遊付、台新 pay 等支付工具，消費者綁定 OPEN POINT 會員後透過單一條碼及可一次完成支付、累點、存發票服務，非接觸式支付工具尤其是在三級警戒期間，成為消費者抗疫好幫手。此外「發票日誌服務」名列 OPEN POINT APP 前五大常用功能之一，2021 年共減少 3.15 億張紙本發票的列印，是雲端發票儲存成長最多通路，亦獲財政部長官來訪嘉許。

除了會員制度的建立，統一超商以 OPEN POINT 會員資料庫為分析基礎，掌握現有會員屬性及其忠誠度、分析新品上市潛力及潛在購買族群，進而設計「會員優先」和「會員專屬」等活動，以滿足消費者的需求。透過我們對於大數據的運行，2021 年來自會員之營收相較 2020 年大幅成長 114%。而未來，統一超商將持續精進會員經營，透過策略合作連結內外部資源以建立更具吸引力的會員生態圈，持續推動擴大 OPEN POINT 會員人數並強化客戶黏著度和會員數，我們預期在 2022 年會員人數成長一成、達到 1,500 萬人，並設定會員活躍度超過 60%、消費活躍會員數達到 960 萬人的積極目標。

創新商品與服務

2021 年，雖然國內台灣受疫情影響限縮民眾對餐飲、大眾運輸及休閒娛樂的消費力度，但隨著疫情趨緩及疫苗普及率提升，加上政府的多項振興政策推動下，整體內需市場逐步回穩。在內需市場逐步復甦的趨勢下，統一超商以全方位生活的核心概念出發，秉持提供消費者物超所值的商品與消費體驗的原則，持續精進軟硬體的技術研發，進一步結合多項創新的商品與服務，保持統一超商的永續競爭力。統一超商於 2021 年投入開發及研發費用達新台幣 182,173 千元，開發出多樣新商品與服務模式；我們建立全新的網購平台「i 預購與 i 划算」，優化線上線下整合商業模式，並擴大「天素地蔬」和「X-Store」之服務型態，推出台灣首家蔬食主題複合門市，領先同業率先引進可直接透過智慧手機進行購物和結帳的「手機自助結帳」智慧零售新型態，打造全方位的便利服務，全面提升消費者的購物體驗。

虛實貨架指尖購：i 預購與 i 划算



為提供民眾更便利的消費管道，統一超商推出全新「i 預購」平台，結合網路購物及行動支付的消費趨勢，透過線上線下整合，以「預購虛實合一」、「虛擬貨架創造延伸商機」、「會員經營再升級」三大策略，讓民眾可以隨時隨地在 i 預購平台線上購物，就近到鄰近門市線下取貨；平台打破門市地坪限制，提供貨架上買不到的商品，從最早期的節令商品，到現在的 Daily 即時復熱料理甚至家電，讓消費者購買名店美食免排隊、訂購低門檻免湊團，我們以 LIFESTYLE 為出發點，每月針對不同生活主題進行提案，站內除每月主題、最夯團購商品外，更導入生鮮水產、冷凍食品、生活家電、時尚百貨及美妆保養…等，只要一指輕鬆點選就能購齊，宛如社區購物中心，無限延伸虛擬貨架商機。

在 i 預購平台，我們更進一步透過跨界合作，讓消費者不只可以便利購物、更能夠輕鬆的滿足生活所需或進行公益。在 8 月中元期間，我們與北港朝天宮、大甲鎮瀾宮合作貼心推出「代辦贍普服務」，透過 i 預購下訂「北港媽祖慈悲普度箱」或是到門市預購「鎮瀾宮買足 - 慶贊中元澎派組」，普渡品將各別送至北港朝天宮、大甲鎮瀾宮一起進行普渡，法會結束後，可選擇宅配到府或是統一捐贈給弱勢單位；針對居家普渡及民間保平安需求，我們獨家販售北港朝天宮神衣設計外箱的「中元平安拜拜箱」、大甲鎮瀾宮的「鎮瀾宮糕餅舖拜拜包」和與北港朝天宮及烘爐地南山福德宮合作之「平安隨取卡福袋」，讓小家庭輕鬆完成居家普渡，也讓民眾能夠「平安福袋著走」。



此外，為了在社群網路時代更好的發揮超商在地好厝邊角色，我們於 OPEN POINT APP 自創全新智能團購平台「i 划算」，提供一鍵上架、訂單秒速統計、到貨一鍵推播通知等智慧功能，讓門市店長們化身為離家最近的社群團購團長。消費者只要擁有一個 OPEN POINT APP、開啟「i 划算」功能，即可輕鬆加入各地 7-ELEVEN 門市團購群組，即時掌握最新團購、限定優惠資訊不漏接，可完成下單、付款、累點、存發票 4 大流程，只要店長認證、一人也可享團購價。我們透過創新服務使消費者就近買、安全付、安心吃，打造全台最大、最便利的 O2O 熟客生態圈，讓指尖經濟成為統一超商的新藍海。

天素地蔬 2.0

考量蔬果在人體營養和食物安全上扮演的重要角色，聯合國大會將 2021 年訂為「國際蔬果年」，號召全球共同投入資源，提升全球蔬果飲食意識，促進均衡及健康的飲食及生活方式。統一超商積極響應國際蔬果年，開立全新「天素地蔬複合店」，共有近 300 種素蔬食品項，當中近 4 成為純素商品，除廣受素蔬食者喜愛的冷凍盒餐、微波鮮食之外，更擴大引進冷凍、冷藏與常溫三種溫層居家烹調型素食商品，包含全球知名、本土植物肉品牌的植物肉漢堡排、植物肉調理包和知名素食品牌的乾拌麵、穀物棒、植物奶等商品，以此滿足不同消費情境的內用外帶需求。



針對 2020 年開始推出的「天素地蔬」自有品牌及系列商品，我們亦持續投入及擴大，透過在各門市冷藏冰箱內的品類專區，消費者可以輕鬆方便的就近獲得多樣化蔬食選擇，2021 年全年有 1,500 間門市銷售數十款蔬素食商品，已吸引超過 700 萬人次購買，累計約可減少超過 1,552 公噸的碳排放量。

為提倡蔬食飲食，統一超商長期推動「週一蔬食日」，以 OPEN POINT 點數回饋鼓勵消費者；2021 年更於世界無肉日 (11/25) 期間推出「天素地蔬專區」全品項折扣活動，鼓勵更多消費者一同用蔬食飲食為地球盡一份心力。

智能零售

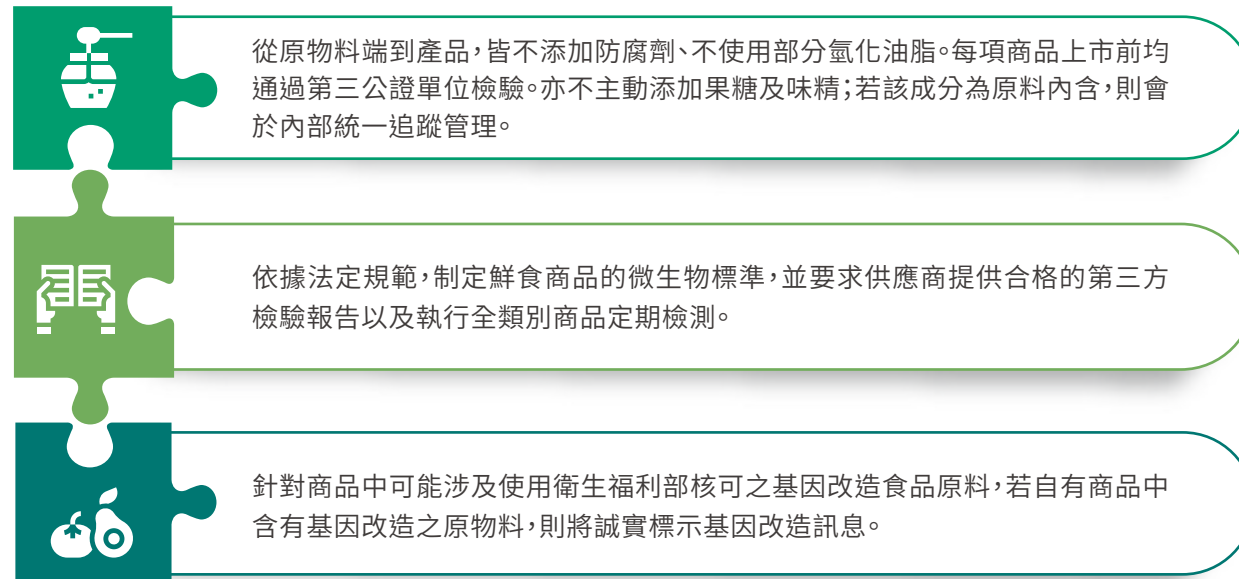
統一超商持續探索符合現代與未來零售所需的智能零售模式，不停嘗試以新科技提升日常消費便利性。我們於 2021 年開設全新 X-STORE 5，整合智能、聯名、會員架構全新數位生活經濟圈，藉由智能科技優化消費旅程體驗，全新開發「手機自助結帳」打造沉浸式數位消費體驗，打破傳統購物後至櫃台結帳模式，個人隨身智慧手機秒變智能行動購物籃，並結合多元支付工具，消費者無須排隊就能完成購物結帳，並快速連結 OPEN OPEN 生態圈，結帳、累點、發票等購物細節一指完成。



響應永續地球願景，我們積極導入節能、減碳、省紙化的智能科技實驗，藉由未來商店 X-STORE 5 持續導入較一般冰箱節電 50% 的 MIT 智能節能冰箱，同時全店使用 LED 照明，相關節能設備估算一年單店可省下超過 12,000 度的用電量。我們持續將 X-STORE 的成功創新智能技術移植至其他門市廣泛使用，如智能冰箱使用的節能系統、智 FUN 機、咖啡智 FUN 機、自助結帳、活動海報及貨架商品標籤電子化等，並帶來顯著的永續績效，例如後者的海報和標籤電子化估計每年可節省超過萬張紙張使用，相當於 10 座大安森林公園。

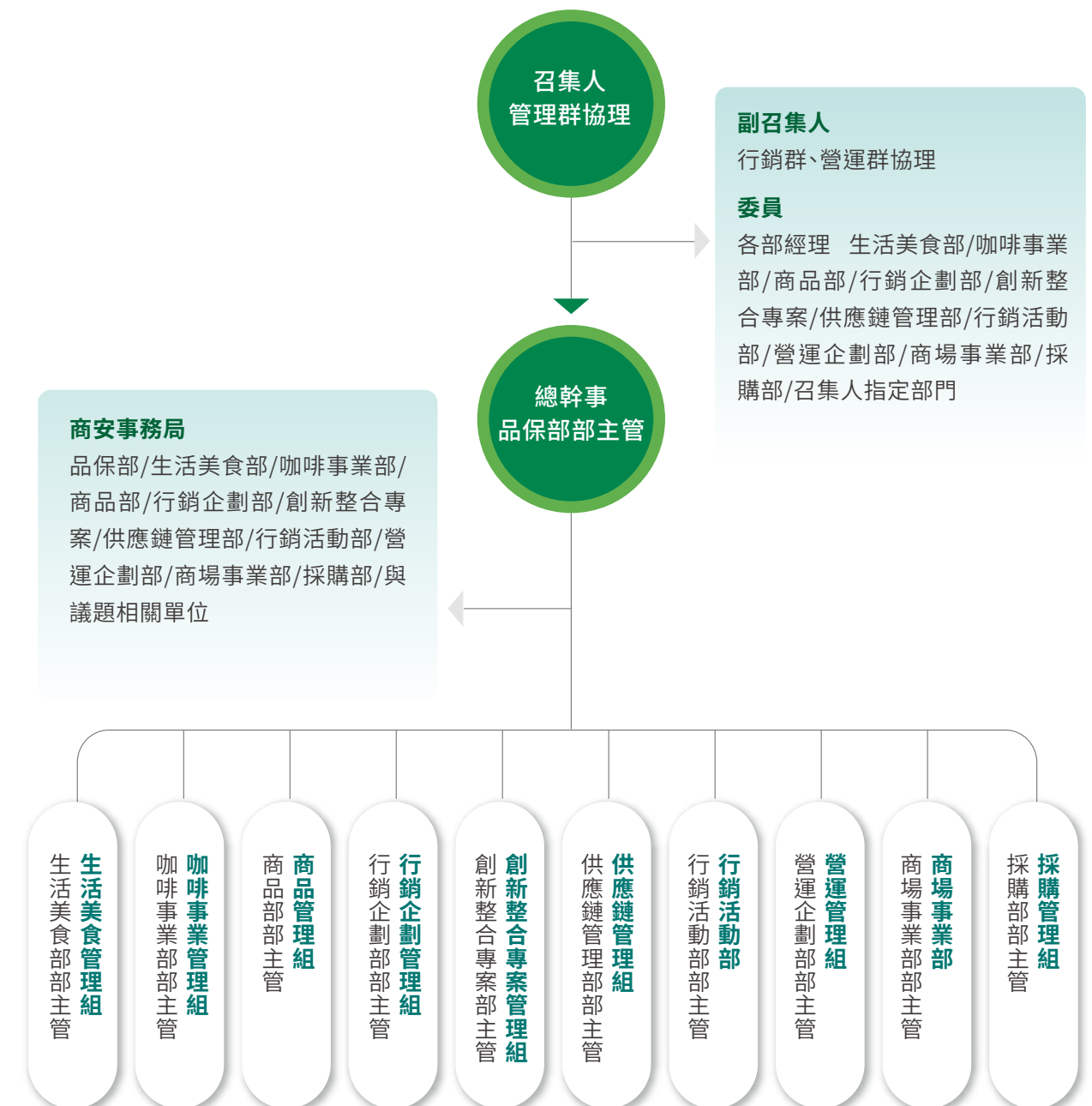
3.2 顧客健康與安全

商品安全是統一超商的經營基石，現今飲食健康已成為當前消費者關注事項之一，做為食品零售業，統一超商提供多種健康概念之商品，滿足消費者每日飲食所需營養亦是我們對於消費者的責任與義務。統一超商依循內部之「自有品牌商品政策」，掌握和管控商品的價值鏈，由原物料、物流至門市，設置管理機制，並且持續追蹤商品安全訊息與健全內部舉報機制，以落實商品安全之承諾。2021 年累積投入食品安全管理經費高達 122,971 仟元。



商品安全委員會

「商品安全委員會」共分三個主要層級。召集人由管理群協理派任，而由行銷群協理和營運群協理擔任副召集人，第二層由品保部主管擔任總幹事。在總幹事下，另設商安事務局負責整合彙集商品安全相關議題。第三層為 10 個執行小組，由各部門主管擔任小組長。「商品安全委員會」著眼於安全與品質，建立統一超商自有商品之管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。2021 年共召開一次會議，討論內容包括重要商安訊息報告和追蹤、法規變動規劃因應等。



註：因應公司組織調整，於 2021 年 12 月更新修訂組織架構

商品安全訊息蒐集及盤查

對於商品安全的訊息的掌握，是統一超商落實商品品質管理的關鍵之一。商品安全訊息，即為統一超商所收到跟自有商品相關之負面報導、商品不合格之訊息、主管機關所頒佈之法令或國外之法規訊息。統一超商依循「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，將訊息做分層管理。此制度適用於統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的100%。2021年商品安全訊息共495件，包括A級1件、B級364件及L級130件。2021年A級訊息均進行後續追蹤並確認改善狀況，完成結案。

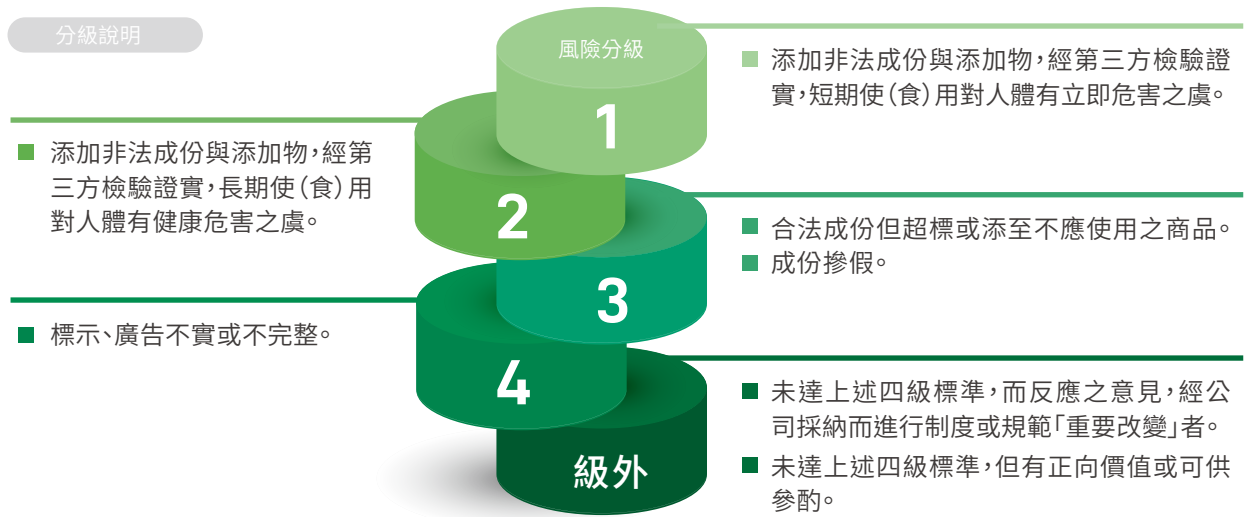
訊息等級	分級說明
A 級訊息	與統一超商及其轉投資事業直接相關之負面商安訊息及不合格資訊。此類訊息須納入追蹤結案作業。
B 級訊息	A 級以外之其他商安訊息。
L 級訊息	國內中央主管機關頒佈之草案及法規與國外之法規訊息。

註：A 級、B 級及 L 級訊息係以公司內部訊息公告日統計。

內部舉報制度

統一超商依循「自有品牌商品安全維護辦法」建立商品內部監督機制，透過此機制邀請內部員工一起扮演監督商品安全的角色。舉凡後勤、直營店門市人員與加盟主如對自有品牌商品廣告、標示、成份有任何疑慮，皆可透過此機制反應，經呈報之問題經商品安全委員會確認屬實，將依商品安全事件風險分級給予不同額度獎金。2021 內部反應事件共計 0 件。

統一超商商品安全事件風險分級



申訴機制

統一超商設立「聯合服務中心」作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。消費者可藉由電話專線及電子郵件信箱，向聯合服務中心提出訴求及意見。經聯合服務中心受理後成立的案件，聯合服務中心將追蹤後續處理情形，至完善回復消費者後始得銷案。2021 年線上即時處理率維持在 92.3 以上、案件銷案率 100%、利害關係人信件處理率 100%，亦無接獲重大申訴。

商品價值鏈



原物料管理

追溯追蹤

為有效監控商品安全，以及落實統一超商身為零售業的責任，我們與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫（原物料暨品保管理系統，Material and Quality Assurance System, 簡稱 MAS），確保商品原料與供應商能被追溯管理。MAS 系統中的主要組成項目為商品仕様書，載明自有商品食品類產品之原物料與供應商來源，截至 2021 年底自有商品食品類產品之商品仕様書於 MAS 系統建檔完成比率為 100%。

同時，統一超商符合食品安全衛生管理法第 9 條餐盒食品之販售業者定義，依據 107 年 06 月 26 日衛授食字第 1071300516 號公告登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可）之餐盒食品^(註1)品項數共計 527 項，占當年度餐盒食品類品項數為 100 %。

(註1) 指以米、麵等穀類或其加工品為主食，搭配農、畜或水產等原料，經調理後，以明示菜單或明示產品形式之方式（包括盒餐與團膳），配膳組合成盒或盛裝於大容器，供團體或個人直接或經簡單復熱後，於短時間內食用之產品，惟僅由烘焙食品組合成盒者不在此限。



商品品質檢驗

為控管與掌握商品品質，我們的品檢實驗室針對衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 與財團法人全國認證基金會 (TAF) (ISO / IEC 17025:2017) 認證項目取得證書。此品檢實驗室於商品製成時，透過微生物或化學的方式進行抽檢，確保商品安全無虞後始可販售。截至 2021 底，該品檢實驗室已依 CNS 台灣食藥署等主管機關公告、建議所建立之檢驗項數為 622 項，而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 112 項。





財團法人全國認證基金會（TAF）認證項目

ISO/IEC 17025:2017 驗證範圍微生物	4 項
咖啡因	1 項



衛福部食品藥物管理署（TFDA）認證項目

微生物類	4 項
著色劑	8 項
赭麴毒素 A	1 項
棒麴毒素	1 項

● 物流管理

商品生產後，即透過物流運送至各門市；如何確保商品在運輸過程中的品質，係為穩固商品品質和安全的重要關鍵。因此，雖然物流公司並非本報告書主要揭露範疇，有鑑於其對於商品安全的影響，於此揭露物流之運作。統一超商的商品及原料由供應商及代工廠製造後，透過物流公司運送至各門市，為確保商品運送、儲存及展示過程中的品質維護與保障，降低物流過程中溫度、人員、衛生對產品品質產生的潛在風險，我們與物流公司合作導入初次運輸及門市商品管理與服務查核。初次運輸管理透過運輸整合，將品質控管流程由門市配送向上游推到供應商接貨端，建立全流程品質控管。2021 年初次運輸導入達 100% 的產品包含獨家販售和自有品牌之米飯、鮮食麵、沙拉、熟菜、冷藏調理麵包、地瓜類及生鮮食品。

● 門市管理

商品標示

商品透明標示是統一超商保障消費者權益和健康的關鍵。我們於「商品安全管理」規章中，明定將「商品標示需符合商標法」、「食品安全衛生管理法」或政府相關法令規定」作為新供應商的篩選標準，並要求供應商簽署協議書，保證商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求。除了新供應商的篩選，我們也將商品標示（包含條碼、日期標示、中文標示等）列為物流中心進貨驗收的必要項目。統一超商亦依循「包裝內控設計制度」管理制度，對自有商品的標示資訊進行把關，確保商品從製造、運輸乃至販賣都有清楚的標示資訊可以依循。2021 年統一超商有一件違反食品安全衛生法的大杯冰美式咖啡因標示違規事件，我們立即進行改善並且規範門市依法以最高值標示，相關內容請見「2.3 法規遵循」。

在 2021 年，統一超商持續聚焦於降低飽和脂肪、反式脂肪、鈉或糖之產品開發，同時也加強自有品牌中食品類商品之健康營養相關自願性標示，我們的自有品牌商品中有無化學添加、低脂肪、低鈉、低糖、自願標示之其他營養素含量等依循衛生福利部「包裝食品營養標示應遵行事項」和「包裝食品營養宣稱應遵行事項」之標示，以及其他健康營養相關自願性標章等有助於促進健康和營養的商品營收共 7,212 百萬元。

2021 年商品與原物料共檢測 1,173 個樣本，有 1,164 個通過檢驗合格，合格率 99.2%；前述檢測共對應 1,165 件商品，通過檢測的商品共 1,160 件，檢出不合格之商品，其中有 4 件商品在複檢後合格，唯 1 件商品因不合格而下架。除依合約處理外，亦加強後續的檢驗監控，以確保我們販售之商品皆安全無虞。品檢實驗室產生費用總計新台幣 37,701 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 21,232 仟元^{（註）}，佔個體營業收入 0.022%。

（註）品檢實驗室產生費用包含檢驗、薪資、折舊、租金、設備修理、雜項購置等費用。

同時統一超商也致力於取得自有商品之相關標章；在 2021 年，統一超商之自有商品原物料經外部檢驗，確認 100% 自有商品中皆無基因改造之成分。而為了讓消費者方便選購，統一超商亦致力於將相關標章於商品外包裝上清楚呈現，我們依循衛生福利部「包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」和「散裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」之規範進行非基因改造食品標示；2021 年在自有商品中，外包裝上標有「未含有基因改造成分」標籤之商品營收為 91,804 仟元。

優質服務評核

統一超商每年針對直營及加盟主門市進行優質服務評核，評核項目包含基本服務、專業服務、環境舒適及應對合宜四個面向，評核結果分成 A（優良）、B（符合預期）、C（待改善）三個評等。本年度獲得 A 級共 2,456 店次，佔受稽查店次的 62.10%。評核結果 C 級的門市，由營運幹部到店進行輔導，召開門市會議研擬改善方案及針對弱勢項目進行演練，並於 2 個月內再行覆評確保落實改善，以提供消費者優質購物環境。我們分別設定 A 級店次佔比及 A 級店次與 B 級店次加總佔比雙目標，2021 年優質服務評核，A 級店次與 B 級店次的加總佔比達 96.06%，高出所設定的目標 (95%)，而 A 級店次佔比部分略低於我們設定的高標準目標 (70%)，我們將持續透過區顧問深入輔導，以提升整體門市的服務品質。

2021 年初評等級	稽查店次數	佔比
A 級 (優良)	2,456	62.10%
B 級 (符合預期)	1,343	33.96%
C 級 (待改善)	156	3.94%

品保作業查核

為確保作業品質，統一超商透過外部管理顧問公司，針對門市的品保作業執行查核。2021 年受稽核的門市占所有門市的 98.97%^{（註）}。2021 年共計查核 22,682 店次，合格率達 95.891%。不合格之店家，主要係有商品過期之現象，統一超商已針對該情形提出具體改善建議，並持續追蹤改善狀況。

（註） 2021 年度受疫情影響，查核店數下降；航站北門市受疫情影響暫停營業無法執行盤查。少數門市係因 2021 年初即關店及 2021/10/30-2021/12/31 新開幕門市，故未於 2021 年度受稽核。

品保與誠信經營認證訓練查核

除上述門市查核外，為鞏固整體人員品保素質，統一超商持續對於新進及既有門市人員進行品保及誠信經營教育訓練，訓練內容涵蓋品保作業之落實、誠信經營遵守與公司形象之維護。2021 年共 74,145 人次參加訓練（含已離職人員）。統一超商亦委託管理顧問公司對門市品保訓練認證情形做稽核，2021 年受稽核的門市占所有門市 98.73%^{（註）}。

（註） 2021 年度受疫情影響，查核店數下降；航站北門市受疫情影響暫停營業無執行盤查。少數門市係因 2021 年初即關店及 2021/10/30-2021/12/31 新開幕門市，故未於 2021 年度受稽核。2021 年度異常門市均已完成複查且已改善。

3.3 永續供應鏈管理

統一超商的供應商分主要分為四大類：自有商品代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商以及門市食安相關用品供應商。我們透過供應商管理辦法以及評鑑制度，嚴加把關供應商之品質。

關鍵供應商鑑別

● 關鍵供應商

若以更廣義的角度來區分，統一超商的供應商可分為自有商品代工、非自有商品供應及其他三種類別。其中，自有商品供應商與統一超商的合作最為密切，統一超商也負有相應之重責；針對自有商品代工供應商，鑑別出統一超商之「一階供應商」以及「非一階供應商」；一階供應商之定義為統一超商自有品牌直接交易之供應商，如食品類代工廠，而非一階供應商的定義則為統一超商沒有直接交易之自有商品原物料供應商。而我們依據採購金額及產品類別，進一步鑑別出「關鍵一階」以及「關鍵非一階」供應商，藉以加強對重要供應商之管控。

2021 年共有 17 家關鍵供應商，針對關鍵供應商之定義如下：

關鍵供應商	關鍵供應商定義	2021 年關鍵供應商家數
關鍵一階	採購金額 > 3 仟萬元；且與門市營運直接有關之食品包材用品	2
	自有品牌商品前一年交易額前五大之供應商	5
關鍵非一階	PB 共購原物料前一年交易額前十大之供應商	10

供應商行為準則

統一超商作為台灣零售業的領航者，期待藉由自身的典範與要求，敦促供應商攜手履行企業社會責任。除了上述管理辦法及評鑑制度外，我們也訂定「統一超商暨轉投資事業協力廠商行為準則」，並要求所有供應商皆需簽署「誠信經營及企業社會責任協議書」，針對不願意簽署的供應商，將檢視其既定的內部規範、可承諾之範圍，要求其承諾部分重要事項，若經溝通無效但又必須採購時，則要求廠商簽署「誠信經營及清廉切結書」，確保我們對於供應商企業社會責任落實的堅持。2021 年，統一超商之供應商 100% 簽屬「誠信經營及企業社會責任協議書」。

● 行為準則規範項目

準則及協議中明訂供應商不得涉及賄賂、壟斷、餽贈的不正當利益、不得違反勞動法令（包含僱用規範、雇用童工、工作條件、薪酬、職業健康與安全等）且應保障勞工平等、不歧視的就業環境與基本人權、並提供符合環保和食安法令的產品以降低對環境與人體健康的衝擊等經濟、社會、環境面向之作為與規範。

供應商管理

● 供應商管理辦法

為了掌握和監督供應商的品質，統一超商訂定「商品安全管理」專章，確保所有供應商之公司設立、商品品質、配合檢驗情形符合法規及統一超商之規範。統一超商要求所有的供應商皆須簽屬「商品品質保證協議書」，其中，對統一超商營運及品牌有較重大影響性的自有商品與門市相關用品之相關供應商，則依其性質訂有不同之管理辦法，明確要求其產品之製造、包裝、檢驗、評鑑流程皆比照特定標準辦理。

項次	供應商類別	管理辦法
1	所有供應商	「商品品質保證協議書」
2	自有商品代工廠	「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」
3	直接交易原物料供應商	「原物料供應商及原物料管理辦法」
4	門市食安相關用品供應商 ^(註)	「門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法」

(註) 係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗…等與食品接觸產品之台灣製造廠。

另為提升供應商產品品質，我們盡力要求自有商品食品類別供應商需取得食品安全衛生管理系統 ISO 22000 驗證。於 2021 年期間，自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商）家數為 38 家，以供應商之工廠統計，共有 76 個工廠；其中自有商品食品類台灣代工廠數為 44 個代工廠，均 100% 取得國際食品安全管理系統 ISO 22000 驗證。

2021 ISO 22000 驗證情形

供應商類別	自有商品食品類 供應商數量	自有商品食品類供應商 之台灣代工廠數	自有商品食品類供應商之台灣代工廠 ISO 22000 : 2018 版驗證取得數量	
			數量	占比
自有商品食品類供應商	38	44	44	100%

(註 1) 此佔比之分母不包含供應商之海外工廠數

● 供應商教育訓練

統一超商供應鏈管理部每年針對自有品牌共購原料主要供應商定期宣導永續採購與溯源管理的概念，並要求其提供符合超商永續採購標準的原物料。除了合約簽訂以外，統一超商積極進行供應商教育訓練，在 2021 年，一階供應商 90% 完成供應商行為準則教育訓練受訓、98% 非一階供應商完成供應商行為準則教育訓練。

● 供應商評鑑

統一超商依據上述管理辦法，對自有商品代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商及門市用品類供應商進行定期的評核，且依據該供應商之特性和風險，訂有不同之評核內容；透過嚴密的評鑑，替消費者把關商品的品質和安全。以下將揭露供應商評估的評核要點、評核標準、評核頻率和評鑑結果。除此之外，為回應當前永續之發展，亦揭露 ESG 相關之評核項目佔整體評核分數的比例。

在 2021 年，統一超商達成「PB^(註1) 共購 + 與超商直接交易 + 牧場供應商稽核完成率 100%」以及「PB/

PL^(註2) 代工廠實地評鑑完成率 100%」之目標，未來也將持續以此高標準作為我們常態管理供應商稽核之管理方針。

(註 1) 係指與製造商簽約大量進貨或開發獨特規格的商品，如關東煮、米飯、速食、麵包等鮮食類產品及 CITY CAFE 等
(註 2) 係指統一超商自行設計之自有品牌商品，如 iseLect 系列冷凍加熱食品及零嘴等

新供應商評估

針對新供應商，我們針對其相關合法條件、品質認證、管理體制以及原料可塑性設定標準，並在評鑑制度中納入經濟、環境、社會標準，藉此評估和掌握供應商之品質。在引進新供應商時，新供應商皆須接受此評鑑，評鑑合格始得引進。2021 年共引進 9 家新供應商及代工廠，全數經過此制度之評估。

門市用品類供應商新廠導入的合格標準為 70 分，為確保消費者權益與產品使用安全，我們預計在 2025 年將門市用品類食品包材之台灣及海外供應商新廠導入之評鑑合格標準提高為 75 分，以善盡供應商篩選與管理的職責。2021 年新導入 1 家新廠之評鑑分數為 73 分，將持續精進朝向 2025 年目標評鑑合格標準為 75 分以上前進。

代工廠

合法條件

台灣
海外

商業登記證、工廠登記證等合法文件（登記證中所載產業類別須含有委外加工的產品品類）。
海外代工廠設立應符合該國之相關法令。

品質認證

食品類代工廠
非食品類代工廠

台灣製造廠應具備 ISO 22000 管理系統驗證，驗證範圍應包含我司委託代工之品項。
海外製造廠至少取得 HACCP 或 ISO 9001 管理系統驗證或其他國際食品安全系統驗證。
以國際品質認 / 驗證為優先考量，如 ISO 9001 等。

健全管理體制

良好品質管理、自主品檢能力、生產管理及衛生管理。

直接交易原物料供應商

合法條件

品質認證

公司登記證、工廠登記證、食品業者登錄字號等合法證明文件。

以通過 TQF、CAS、ISO 22000、HACCP 等驗證為佳。

蛋品供應商

品質認證

包裝標示
合規

檢驗合格

洗選廠原料蛋來源應由台灣優良農產品協會（以下簡稱 CAS）認可契約牧場提供，其洗選廠亦須通過 CAS 評鑑合格並具備資格（如該產品證書）。

蛋品包裝標示應符合國家法規及 CAS 優良農產品蛋品項目驗證基準，如品名、製造業者與經銷商的名號、地址及電話等。

蛋品經國家公告方法檢驗合格，檢驗項目為沙門氏菌、動物用藥、抗生素類 - 四環黴素、抗生素及其代謝物、氯黴素類。

門市用品供應商

合法條件

品質認證

公司登記證、工廠登記證、食品業者登錄字號等合法文件，登記證中所載產業類別須含有委外加工的品類。

以通過國際品質驗證為優先考量，如：ISO 9001 等。

● 既有供應商評估

評鑑項目

代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商、門市用品類因其性質，而有不同之評鑑項目。評鑑的範圍包含管理制度、環境衛生、製程與品質管制等，透過上述項目的檢視，確保商品的安全以及組織運作的良好管理。以下為各供應商之評鑑項目：



合格標準

評鑑的結果依照分數分成A（≥ 90分）、B（90>分數≥ 80）、C（80>分數≥ 70）、D（<70分）四個評級，合格標準如右：

針對評鑑不合格者，將依「商品品質保證協議書」或「供應廠商評鑑同意書」進行罰款。

供應商類別	佔比
食品類代工廠	B 級以上（80 分以上）
非食品類代工廠	
直接交易原物料	
蛋品供應商	
門市用品類供應商	C 級以上（70 分以上）

評鑑頻率

評鑑頻率係參考前次實地評鑑評級結果，執行不同頻率之評鑑。

1. 食品類代工廠

代工廠分為食品類、非食品類、台灣和海外，分別訂有不同之評鑑頻率。為評估台灣食品類代工廠風險，統一超商訂定「食品類代工廠風險分級評估指引」，作為風險評估依據。我們依據此指引，完成 2020 年自有商品食品類代工廠之風險分級，作為 2021 年代工廠實地評鑑頻率參考依據。

風險分級 \ 評級判定	A 級 ≥ 90 分	B 級 90> 分數 ≥ 80	C 級 80> 分數 ≥ 70	D 級 <70 分
	合格		不合格	
低風險	12 個月	6 個月	須每月評鑑一次，連續複評三個月，期間須連續合格，若複評期間連續兩次不合格得停止代工生產；通過複評，以最後一次評鑑合格結果作為下次評鑑頻率的訂立。	
中風險	6 個月	4 個月	得立即停止代工生產或每月評鑑一次，連續複評三個月，期間須連續合格，若複評期間連續兩次不合格得停止代工生產；通過複評，以最後一次評鑑合格結果作為下次評鑑頻率的訂立。	

海外食品類代工廠實地評鑑頻率對照表

評鑑級數	分數	判定結果	評鑑頻率 / 不合格處置
A 級	≥ 90 分	合格	1 次 /12 個月，需於當年度完成評鑑
B 級	90> 分數 ≥ 80		
C 級	80> 分數 ≥ 70	不合格	代工廠須立即停止產程安排，並於 6 個月內通過複評，始可恢復代工生產，否則得終止代工生產。
D 級	<70 分		

2. 非食品類代工廠

針對台灣非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上（含）者尚屬合格，評鑑頻率為 12 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，則比照台灣食品類代工廠商評鑑不合格標準辦理。針對海外非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上（含）者尚屬合格，評鑑頻率為 24 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，代工廠須立即停止產程安排，並於 6 個月內通過複評，始可恢復代工生產，否則得停止代工生產。

3. 其他（直接交易原物料供應商、蛋品類供應商、門市用品類供應商）

除代工廠外，針對直接交易原物料供應商、蛋品類供應商及門市用品類供應商則依其評鑑級數訂定 3~18 個月的評鑑頻率^(註)，若有不合格者將進行複評，直到合格為止，並依相關辦法（如：「供應商評鑑同意書」或「商品品質保證協議書」）執行後續處理。

（註）因應管理辦法修訂，2021 年 9 月起原物料供應商及蛋品類供應商之 A 級評鑑頻率調整為 18 個月。

評鑑結果

2021 年間統一超商有合作關係^(註1)之自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商）共計 38 家，稽核^(註2)完成百分比為 100%^(註3)；針對這 38 家供應商參照 P.63 表、供應商評鑑項目共執行 119 次稽核，稽核結果合格共計 119 次，合格百分比為 100%。

（註 1）定義為
(1) 2021 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。
(2) 2021 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。
(3) 於 2021 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。
（註 2）稽核項目係「評鑑項目」所列之項目
（註 3）1 家代工廠及 5 家直接交易型原物料供應商，已依供應商評鑑前次評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工，另直接交易型原物料供應商及原物料管理辦法之評級頻率介於 3-18 個月，故 2021 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

2021 年門市一次性用品類台灣供應商^(註1)共計為 13 家，稽核^(註2)完成百分比為 100%；針對這 13 家供應商參照 P.63 表、供應商評鑑項目共執行 14 次稽核，稽核結果合格共計 14 次，合格百分比為 100%。

（註 1）係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗…等與食品接觸產品之台灣製造廠。
（註 2）2 家門市用品供應商，已於年度評鑑計畫預計評鑑月份前結束製造及提出停止評鑑申請通過，故 2021 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。

	供應商數量	稽核完成百分率	稽核次數	合格次數	合格百分比
有合作關係之自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商）	38	100%	119	119	100%
門市一次性用品類台灣供應商	13	100%	14	14	100%

而針對自有品牌供應商中，食品類代工廠評核級數為 C 級（含）以下及非食品類代工廠評核級數 D 級以下者，我們將其視為「高永續風險供應商」。2021 年未有高永續風險供應商。

ESG 評鑑項目

除了產品的品質和衛生的面向，因應永續發展的趨勢，統一超商將經濟、環境、社會面向（Economic, Social, Governance，簡稱 ESG）納入供應商的評鑑範圍中，期望透過納入永續指標的評鑑，聯合統一超商供應鏈的力量，一同落實永續發展。其各面向佔稽核項目配分之權重說明如下表。

	供應商類型	經濟類權重	環境類權重	社會類權重	其他權重
 代工廠	非食品類代工廠（含門市用品類供應商）	14%	3%	13%	70%
	食品類代工廠	50%	15%	14%	21%
 蛋品類供應商		50%	2%	2%	46%
 原物料供應商	原物料 - 工廠型	61%	30%	4%	6%
	原物料 - 貿易商型	61%	24%	4%	11%
	原物料 - 初級農畜產型	58%	21%	0%	21%

供應商 ESG 評鑑面向中，統一超商特別著重「作業環境衛生」及「職員健康與衛生」。由於統一超商的自有品牌供應商多與食品製造或原料相關，為確保供應商符合食品安全法規要求及我們的品質管理要求，故將作業環境的衛生管理納入所有供應商的稽核項目。此外，我們著重供應商對員工的保護與權益保障，要求供應商應善盡企業社會責任且不得違反勞動基準法，考量生產線上的職員健康與衛生情形也可能影響產品品質，因此在社會面向上著重供應商職員的健康與衛生條件。2021 年一階供應商評鑑結果未發現上述相關問題。

為有效降低整體供應鏈 ESG 風險及提高供應商對永續議題的關注，統一超商設定提升一階供應商導入 ESG 風險評估比例和提升非一階供應商永續重要性宣導比例的長期目標。在 2021 年，針對一階供應商，我們與關鍵一階供應商進行互動溝通，了解 ESG 風險評估執行之可行性，並進一步設計 ESG 風險評估機制，達成公司設計 ESG 風險評估機制的年度目標；針對非一階供應商，我們彙整永續趨勢和重要性之宣導素材，達成公司完成永續宣導內容和素材的規劃和整理的年度目標。

統一超商期望與供應商共同致力落實企業社會責任，我們透過供應商評鑑，檢視其在員工健康安全及工作條件等是否符合勞動法規要求，以發揮社會影響力保障供應鏈員工的勞動權益。

3.4 永續採購

為了能使統一超商之供應鏈減少環境足跡並發揮社會正向影響力，統一超商持續實踐在地採購之精神，並且致力於取得相關永續認證，偕同供應商力行永續發展。為因應國際趨勢並發揮統一超商的外部永續影響力，我們於 2021 年成立永續採購小組，並設定 2030 年永續認證原物料採購比例超過 14% 之中長期推動目標。

綠色採購與永續原物料

統一超商作為零售業，落實永續經營的其一管道，即為提供消費者永續商品之選擇。在 2021 年，統一超商成立永續採購小組，積極提高獲得永續認證原物料之採購比例，以此提升整體供應鏈在環境保護、友善飼養、節能減碳各方面的永續效益，2021 年自有商品共購原物料永續認證採購佔比達整體原物料採購金額之 8%^(註)。

(註) 相關內容請見 [永續採購專欄](#)

除了原物料之外，統一超商亦積極透過推動綠色採購管理設備、耗材與建材，採買取得節能標章、環保標章或驗證、或具有實際環保效益的設備與耗材應用於門市，並選擇綠建材進行門市裝修，在維持營運順暢與服務品質的同時，也降低消耗天然資源與環境負面影響。

我們綠色採購品項與採用的環保標章、認證與彙整於下，2020 年綠色採購總金額達 8.97 億元，占統一超商整年度採購總金額達 8.54%，達成原定年度採購占比達 7% 之目標。

環保標章 / 綠色認證		採購品項	數量	採購金額 (仟元)
Energy Star	符合 Energy Star 美國能源之星產品能效要求	螢幕	4,723 台	91,129
FSC 認證	驗證木材產品的整個製造過程符合 FSC 永續經營要求	OURS 刊物	10 式	216
		調棒	292,469 包	6,968
		御便當免洗筷 (100 入)	182,996 包	4,914
PAPER STAR 影印紙碳足跡標籤證書	顯示產品生命週期的溫室氣體排放量	影印紙	76,473 包	4,733
節能標章	1. 冷氣機效能標示—冷氣季節性能因數 (CSPF) 達一級 2. 經濟部能源局節能標章	變頻冷氣	2,293 台	138,706
		循環迴風扇	610 台	4,544
		LED 燈 / 燈箱	2,864 個	9,723
綠建材標章	獲得財團法人台灣建築中心綠建材標章或採用環保專利工法	綠建材	24,523 式	76,847

環保標章 / 綠色認證		採購品項	數量	採購金額 (仟元)
環保標章	第一類產品環保標章	雷射印表機	1,332 台	3,063
	塑膠材質替代品	開水機	1,014 台	11,965
RoHS		門市環保包材 PLA- 咖啡杯、霜淇淋杯 / 思樂冰杯	51,535,650 個	108,920
	PLA 吸管	329,507 包	13,129	
	不斷電設備／電池	834 台	5,230	
	咖啡機	528 台	130,085	
	ST	333 台	4,445	
	Switch	1,242 台	9,623	
	WAP	487 台	1,031	
	智販機	486 台	116,118	
	POS 收銀機 / 後台電腦	856 台	70,714	
	具有實際環保效益	客製化設備由統一超商自行測試具有實際省電效益	節電裝置	832 台
塑膠材質替代品		隨取卡 (塑膠卡 --> 紙卡)	660,000 張	1,452
		塑膠袋 (使用再次料)	202,585 包	15,395
綠色採購金額合計				897,726

在地採購

對於在地產品的支持，不僅能減少碳足跡以落實環境永續，亦能為在地的務農者帶來經濟上的助益，進而扶助社會。在 2021 年，統一超商開發新供應商管理系統，安排供應商定期至系統上傳商品的出貨數量和金額，進而能夠更精準地以單品來統計採購資訊，新系統顯示我們在 2021 年總採購並使用 5 萬噸、67 億元之農特產品，包含稻米、雞、豬、蛋、菜、果等類別。台灣地區供應商農產品採購數量佔總體的 75%、農產品採購金額為 43 億元，佔整體採購金額的 64%

地區	採購數量 (噸)	採購數量比例 (%)	採購金額 (億元)	採購金額比例 (%)
農產品在地採購 (台灣)	38,355	75%	43	64%
農產品非在地採購 (海外)	12,811	25%	23.9	36%
合計	51,166	100%	66.9	100%

CH 04

增進員工福祉



實踐聯合國永續發展目標

241 位 **2.89** 倍

共僱用**241**位身心障礙員工，
為法定名額**2.89**倍

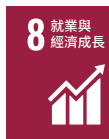


ISO 45001 通過

以「零缺失」通過**ISO 45001**職業
安全衛生管理系統年度追查

0.2 總合傷害指數

總合傷害指數**0.2**，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**0.38**
(2018-2020年平均)



52.74%

業務相關女性主管占比達
52.74%

對應重大主題

職業健康與安全

對應利害關係人

員工 加盟主 政府機關 民間組織 供應商

管理目的

統一超商致力於打造健康安全的職場，堅信惟有辨識及評估職安衛之高風險危害，才能完整保障所有員工擁有安全與衛生無虞的工作環境。

政策

「職業安全衛生政策」，共五大執行方針，並持續推行「過負荷預防計畫」、「人因性危害預防計畫」、「身心不法侵害預防計畫」及「母性健康保護計畫」職安四大保護計畫。

權責單位

- 安全衛生委員會
- 勞安室

行動計畫

邀集各單位最高主管及勞工代表共同商討公司安全衛生業務，並訂定職業安全績效目標；每年辦理管理審查會議，審議、協調及建議安全衛生相關事項，確認職安衛運作之適切性及有效性。

為了落實總合傷害指數低於我國零售業平均標準值並降低每年重大職安事件發生，統一超商每年通過ISO45001系統驗證，並推行以下行動：安全衛生教育訓練、安全風險以評估暨安全稽核、空氣、照度及飲用水質監測，藉由預防與風險辨識保障同仁的健康與安全。

申訴機制

利害關係人可透過聯合服務中心、專屬Email信箱、利害關係人專區反映對職安衛之意見。

4.1 人才吸引與留任

勞雇關係

為滿足各區門市及消費者需求，除台北總部外，共設有八個營運部。截至 2021 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 8,348 人^{註1}，加盟門市人員總數截至 2021 年 12 月為 41,278 人^{註2}。統一超商女性員工占比達 56.13%^{註3}，而業務相關女性主管占比也達 52.74%^{註4}，部經理女性比例目標為 2025 年 12%，TEAM 經理、店經理、區顧問與部經理總和之女性比例目標為 2025 年 50%，顯示超商所提供的工作環境及人才運用上均尊重性別平等。

註 1：包含後勤員工與直營門市人員。

註 2：加盟門市人員總數為截至 2021 年 12 月勞健保查核之人數；開幕未滿月的門市未進行查核，故排除此類門市人員數。

註 3：此處及以下章節的統計數據並未包含加盟門市。

註 4：相關數據請見附錄歷年績效。

人員雇用遵循「勞動基準法」絕不僱用未滿 15 歲人員，也秉持「就業乃是支援弱勢自立生活最直接支持」的理念，除提供二度就業民眾和在學兼職的工作機會，亦與高中職合作招收建教生，另更聘用多於法規人數的身心障礙者。2021 年總公司與直營門市一共晉用 241 位身心障礙員工，佔總員工人數 2.89%，為法定名額 2.89 倍。除身心障礙的員工外，統一超商同時晉用 127 位原住民員工，佔總員工人數 1.52%。

勞資溝通

統一超商重視每位員工的意見與回饋，設有各種溝通管道，舉凡「聯合服務中心」、「專屬 Email 信箱」、「利害關係人專區」等，鼓勵員工直接與管理階層進行溝通，反映亟須改善的職場議題，並進一步聚焦研擬具體改善計畫，以提升員工對組織的信任度。更於內部設立提案制度，讓員工充分反映對公司經營的意見。員工若對公司有任何建議或自認權益受到損害，皆可透過上述管道反映。2021 年與員工權益相關的反映案件共有 223 件，多以加班費、投保級距、減班爭議為主，所有反映案件皆於 2021 年當年度處理完畢。

我們依法訂定勞資協商辦法並定期召開勞資會議，勞資雙方代表各 5 人，資方代表皆為部主管，而勞方代表由各部門提名並代表 100% 在職員工；會議中勞資雙方代表得以直接對話、協商各項福利與制度、就業情形、工作環境改善及促進勞資合作等議題，以確保並提升雙方溝通有效性。2021 年召開 4 次勞資會議，討論包括重大修法宣導（留職停薪辦法、勞基法第 49 條第 1 項違憲）、福利事項調整等主題。勞資會議的討論結果將交由相關單位執行。另外統一超商企業工會 2019 年底由員工成立，會員約 30 人，旨在提升勞工權益與幸福感並充實勞工知能，目前無簽署團體協約，未來公司將持續與工會保持良好互動，並秉持著人權政策，恪守當地勞動法規，持續多元溝通共創勞資和諧及雙贏之勞動環境。

統一超商持續與員工保持暢通溝通，2021 年無罷工或停工事件。另外，當統一超商有勞基法第十一條情事時，預先與員工進行聘僱溝通，工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；而繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。

中高齡友善就業

因應高齡化與少子化對於勞動人口的衝擊，統一超商自 2018 年起啟動樂齡店專案，積極鼓勵門市任用中高齡求職者，並搭配相關措施以推動中高齡者就業。截至 2021 年 12 月底，直營門市任用 45-54 歲 903 人，55 歲（含）以上 181 人，合計 45 歲以上任用人 1,084 人，佔所有直營門市員工人數比例約 18.16%。未來將持續擴大中高齡者招募、優化培訓機制並強化友善工作環境，以持續提高中高齡者投入門市工作之意願。

招募訓練上配合不老店長、各地銀髮中心與就服站等管道特別招募中高齡人力，並為中高齡者量身設計訓練計畫。為確保高齡者友善安全工作環境，針對門市端除舉辦適合導入店訓練會議，建置樂齡店標竿店，有三項主要推動構面：「用人觀念溝通」、「工作流程安排」、「友善環境建置」。

鼓勵門市進用中高齡就業者

- 透過標竿案例持續向適合的門市溝通
- 提供門市「樂齡者學習計畫表」協助門市有效地訓練中高齡就業者



2020 年底與畢嘉士基金會合作「全樂齡者經營」的屏基門市，聘用樂齡夥伴並且優化樂齡者教育訓練和工作流程、設計專屬學習課表等，目前屏基門市店長加上員工共 9 人，全員年齡介於 46-65 歲之間，成為樂齡最佳示範店專案效益。2021 年，統一超商更與銀髮中心合作，透過與門市結合舉辦之『不老店長體驗營』，藉由體驗活動幫助長輩們能夠更理解超商的運作狀況，並提升中高齡者就業之意願。

福利薪酬與關懷照護

● 薪資報酬

統一超商薪資政策確保所有全職員工起薪高於法定基本工資，係考量台灣各地區之物價水準，以及零售同業新進人員平均薪資調查結果。統一超商每年檢視員工薪資水準是否具備市場競爭力且符合員工需求，每年 4 月調整超商新進人員起薪。2021 年門市人員起薪以零售同業之新進人員薪資 50 百分位數（中所得水平），後勤人員起薪為第 70 百分位數（高所得水平）。此外，物價水準較高地區的員工，統一超商額外提供本薪 5-10% 的津貼，以使員工及其家人可妥善生活。

若員工於薪資權益受到不公平待遇，可透過超商聯合服務中心及稽核室的勞資爭議溝通管道進行反映。2021 年起，統一超商除了法定薪資、同業薪資水準外，預計將生活工資^{註1}納入新進人員薪資標準之設定參考，依此評估現有員工薪資的合理性，以支付更具市場競爭力且合理的薪資。

註 1：統一超商生活工資計算方法係參考中華經濟研究院之生活工資研究報告所提：「工資應滿足勞工本身及其家庭（受扶養家屬）之最低（基本）生活所需」，故採「台灣平均每人每月消費支出 * 台灣平均每人每月食衣住相關消費支出占比 *（勞工個人 + 扶養比）」加以推估 2021 年平均生活工資水準。相關計算數據引用主計處最新年度公開之台灣 109 年家庭收支調查結果，歸納台灣平均生活工資為 28,738 元^{註2}。

註 2：2021 年台灣平均每戶就業人口應負擔照顧家庭人口數為 1.11 人；平均每人每月消費支出為 23,262 元，其中食衣住相關消費支出比例加總占 59%，包含食品飲料及菸草、衣著鞋襪類、住宅服務水電瓦斯及其他燃料、家具設備及家務服務、餐廳及旅館五大類別。

統一超商新進起薪為男女同工同酬，薪資福利不因性別、年齡而有所差別。2021 年新進後勤專員中大學畢業生起薪與基本工資 (24,000 元) 比為 1.47 倍；碩士則為 1.71 倍。2021 年男女薪資報酬比率無顯著差異，各類別員工基本薪資加上年終獎金比率皆在 1.1 倍以內。薪資調幅部分，2021 年亦以調幅比例 >2% 為多數。

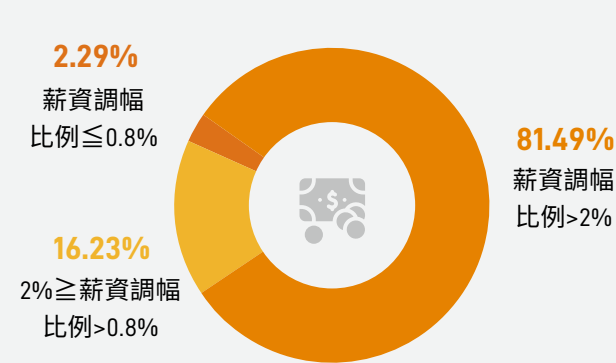
2021 年男女薪資報酬比率

	男性人數	女性人數
門市人員	0.92	1
管理人員	1.04	1
非管理人員	1.05	1

註 1：薪資報酬為年度基本薪資加上年終獎金。

註 2：統計範圍為 2021 年底仍在職之全職員工（但排除實習生與 2021 年 3 月 15 日時新進或調任未滿半年之人員），以其 2021 年 3 月 15 日之基本薪資 x 13 個月推估之薪資報酬。

2021 年有調薪之全職員工薪資調幅比例



註 1：以薪資調幅比例 >2% 計算為例，佔比 = (薪資調幅比例 >2% 員工數) / 總全職員工數。

註 2：統計範圍為 2021 年底仍在職之全職員工（但排除實習生與 2021 年 3 月 15 日時新進或調任未滿半年之人員），以其 2021 年 3 月 15 日之基本薪資 x 13 個月推估之薪資報酬。

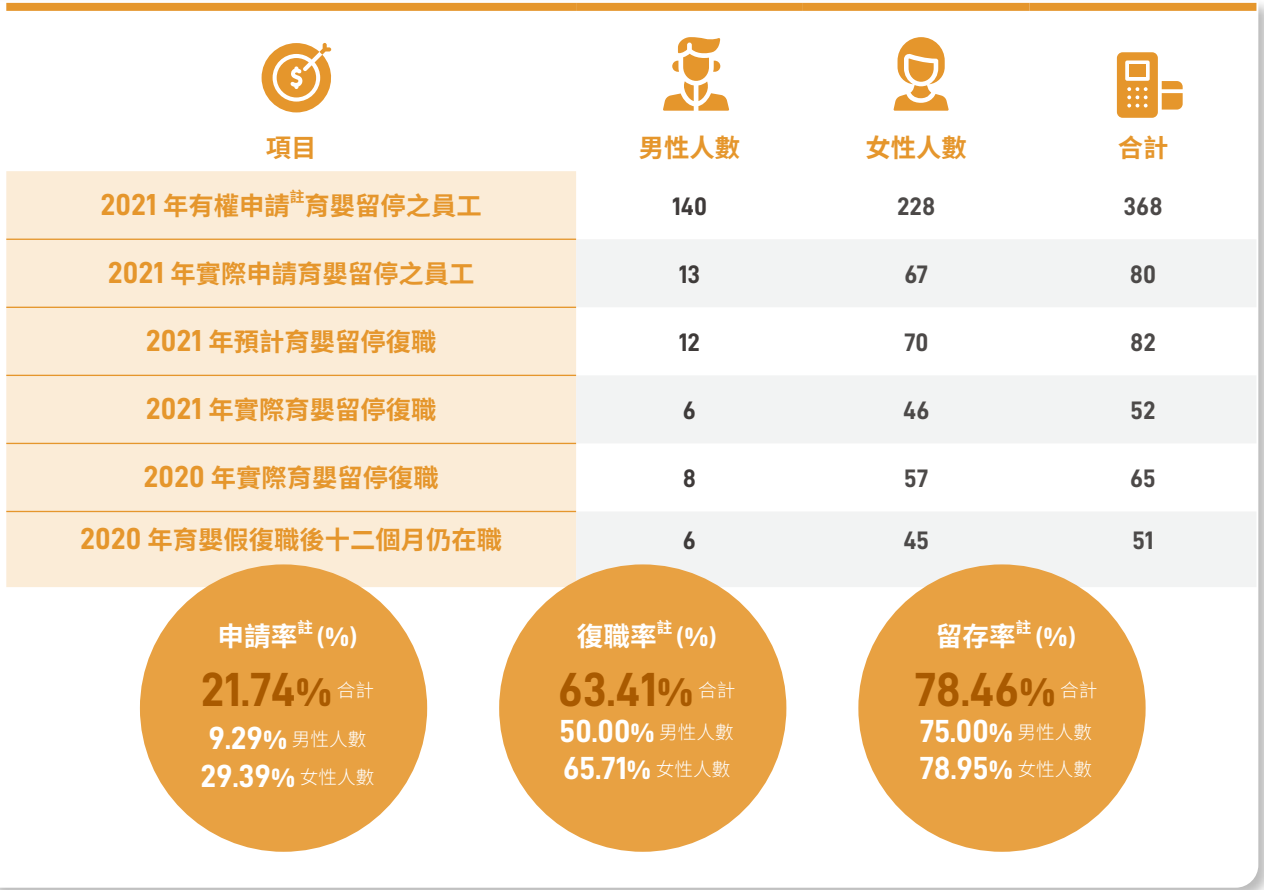
2021 年依上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法第四條揭露非擔任主管職務全時員工人數^註為 5,117 人，薪資平均數為 933 千元，薪資中位數為 807 千元；2021 年全時員工人數較 2020 年減少 204 人；2021 年薪資平均數約較 2020 年減少 45 千元、薪資中位數減少 20 千元。

註：非擔任主管職務全時員工為非屬台財證三字第 920001301 號函定義之經理人，且工作時數達到公司規定之正常上班時數（每月 152 小時）之員工。係以全年度排除經理人之員工為統計範疇。

● 工作及生活平衡協助

統一超商照顧員工也協助員工家庭，辦公場所設置集哺乳室，並與幼兒托育機構簽約提供優惠價格，以降低員工育兒的負擔；統一超商產假與小產假優於法令，不限年資皆予以全薪，給予女性員工更完善之照顧。此外，後勤同仁也可彈性選擇上下班時段，方便員工調配時間，達成工作與生活平衡。另自 2020 年起因 COVID-19 疫情影響，統一超商特訂定「同仁居家辦公實施辦法」與同仁在辦公場所外之工作準則出，開放後勤同仁在家遠端工作。統一超商亦有完整的任用制度，員工得轉任全職或兼職，提供員工轉換身分的彈性。

2021 年育嬰假申請、復職申請、留任的比例



註 1：有權申請係指 2019-2021 年請領生育補助的員工

註 2：申請率：實際申請育嬰留停之員工數 / 有權申請育嬰留停之員工數

註 3：復職率：實際育嬰留停復職員工數 / 預計育嬰留停復職員工數

註 4：留存率：前一期間育嬰假復職後十二個月仍在職員工數 / 前一期間實際育嬰留停復職員工數

● 加盟主福利

2021年統一超商已超過 6,300 家門市，加盟主人數共 3,707 人。為照顧加盟主，統一超商持續關心加盟主的獲利，2021年針對受疫情影響嚴重區域加盟店共提供 162,345 仟元補助，建構創業安心、獲利穩定的加盟環境。

統一超商亦規劃加盟主的身體照護及休閒活動，2021年編列 2,501 萬預算在加盟主渡假補助及其他福利補貼。為擴大照護加盟夥伴並關心其家庭健康，2020年起擴大於門市工作之加盟主配偶同享健檢補助福利，雖因疫情防護減少進出醫療院所，2021年健檢人數仍較去年增加 25%(+65 人)，配偶申請共有 147 位 (+21 人)，後續仍持續鼓勵加盟夥伴定期查檢關照健康。其他福利項目請見下表。

加盟主之保險補貼與福利

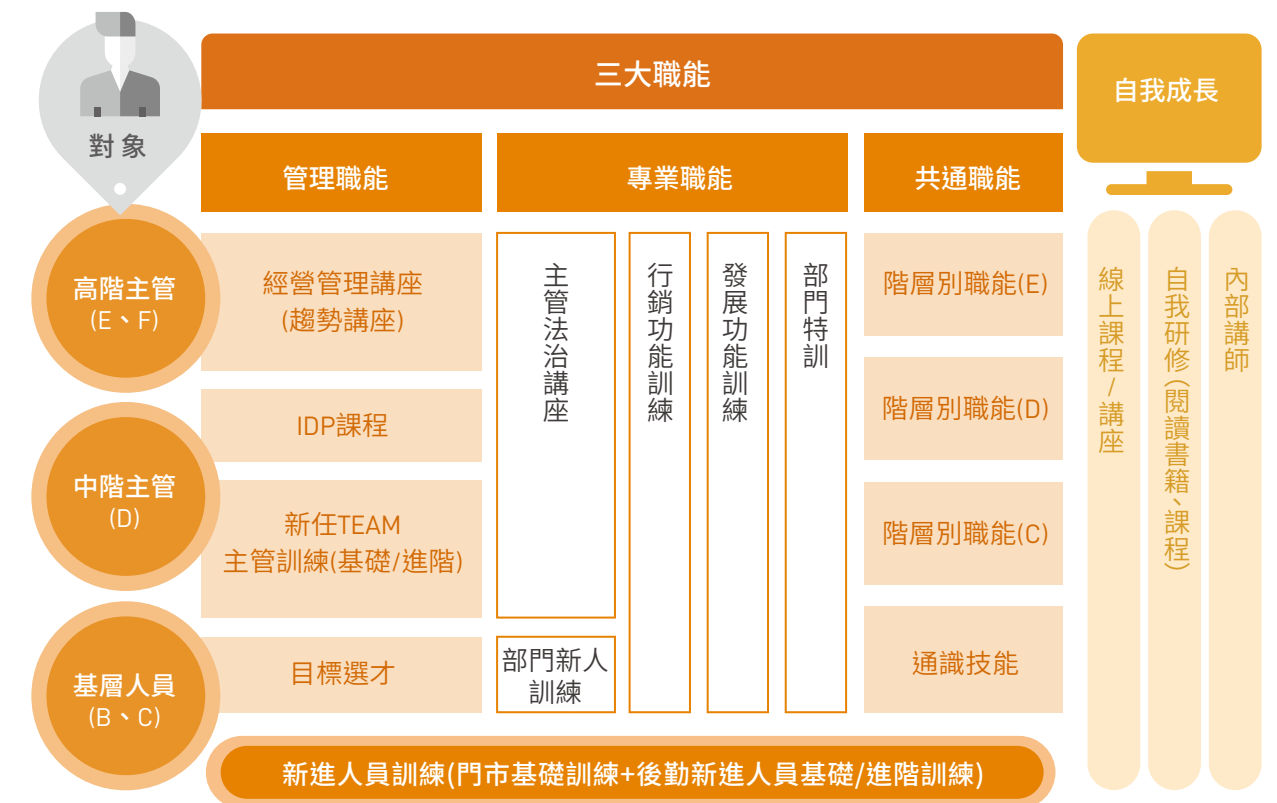


人才發展與培育

● 員工教育訓練

教育訓練是組織成長的主要動力，因此統一超商對員工的訓練與發展不遺餘力，不因男女而有訓練發展差異，全力支持夥伴充實新知與提升技能。我們訂有「後勤階層別共通能力架構暨訓練課程設定規範」、「訓練管理辦法」，明訂各職位夥伴應具備能力與對應課程，並規範各項訓練活動，協助員工強化行為或技巧。我們的目標在於強化營業 / 行銷訓練架構，且擴大集團企訓、規劃內外部講座，由人力資源部人才發展 TEAM 與營運企劃部營業訓練 TEAM 專責推動全公司教育訓練。

訓練架構



我們有多元的進修管道，包括：主管及同儕指導、知識管理系統、外訓課程、公司內訓練課程、講座與座談會、數位學習、工作現場教育、在職進修等；並積極培育內部有熱情且樂於分享的夥伴成為專業的內部講師，以進行專業傳承；除了執行教育訓練，亦提供在職進修獎學金與外語進修補助，鼓勵同仁工作之餘充實與工作內容相關的學識。同時我們亦藉由滿意度調查了解同仁對於教育訓練之評價，作為評估課程調整的依據。若同仁對於教育訓練有任何想法，可透由聯合服務中心、人資信箱、利害關係人專區及內部溝通平台提出建議或需求。

教育訓練統計

統一超商每年持續投入大量教育訓練資源，針對不同階層、部門設計規劃不同課程，包含新進人員訓練、階層別訓練、門市、後勤公開班、通識課程、及各單位專業訓練。2021年教育訓練總費用投入共 18,230 仟元，平均每人訓練費用 2,184 元^{註1}；全公司教育訓練總時數為 106,825 小時，平均每人受訓時數為 12.80 小時^{註2}，近 5 年全公司平均每人受訓時數皆在 25 小時以上。2021 年，疫情期間持續執行人才發展計畫運作，積極打造數位學習環境，以線上數位學習為主，提供更彈性自主學習模式，2021 年度線上課程時數佔所有員工學習時數 49%。

註1：受疫情影響並考量公司防疫政策下，將全公司之教學觀摩、年度特訓、營業門市、後勤各階層別等訓練活動改為線上學習模式。2021年起公司將門市新人之實體課程訓練時數縮減並改為線上課程，訓練時數大幅縮減並改以工作現場學習及操作取代，雖與2020年度平均每人受訓時數及訓練費用相較，皆呈現下降趨勢，也因為大量導入線上學習，使得同仁能不受時間、空間與疫情限制，更促進同仁之彈性學習。

註2：分母計算基礎為 2021/12/31 8,348 人 2021 年員工教育訓練平均時數 (教室 + 線上課程 + 線上測驗 + 派外訓練)

員工類別	門市人員		管理人員		非管理人員		合計	
訓練總時數	10,096	22,296	8,463	2,268	32,420	31,282	50,979	55,846
員工總人數	2,452	3,518	217	52	993	1,116	3,662	4,686
每名員工接受訓練的平均時數	4.12	6.34	39.00	43.63	32.65	28.03	13.92	11.92

● 教育訓練課程



線上學習策展

2021 年受疫情影響，實體課程多無法開課，為避免疫情導致學習中斷，且提高同仁學習動力，我們持續進行年度線上學習策展。客製化專屬培育課程推動內容與執行成果為：

「全員」共推行兩波線上主題課程：數據能量之旅、數位創新與行銷之旅，共 8 堂課 (15 關)，共計通過 5,008 人次；「行銷」推行 BIG FIVE 五週學習計畫：根據趨勢 & 單位痛點，安排行銷新趨勢與財會思維課程，共 10 堂課，共計通過 3,858 人次；「主管」推行集團法治 + 財務思維課程：掌握局勢、建構敏銳商業思維，共 3 堂課，共計通過 1,127 人次。



大師 OPEN 講

大師 OPEN 講建構多元數位講座，引進業界大師傳授獨家知識、成功工作心法、企業成功關鍵，使全員可以隨時學習、掌握趨勢。2021 年度共引進 6 門數位線上講座與舉辦實體講座一場次，共計通過 4,657 人次，較去年學習人次成長 139 %。



TK 文化推動 - ISE (In store Education) 店內學習訓練

為實踐現場主義，強化主管現場意識，透過門市重點業務的實作學習及交流反思，找出支援前線之方法，即時解決門市問題，2015 年起開始透過客製的門市體驗，協助主管更貼近門市立場思考各項方案。2021 年度啟動變革計劃，更名為店內學習訓練 ISE(In-Store Education)，並擴大將所有後勤專員也納入實施對象，以主題式學習與並肩工作方式，讓後勤同仁與門市夥伴進行所屬工作業務的溝通交流。

2021 年共執行 10 梯次，279 位主管與 814 位專員參與店內學習，開辦至今已累計至 135 梯次，完成 1,342 人次的店內學習訓練。



共同法治教育

2021 年共同教育訓練情形

法治教育

對象	統一超商 TEAM 級以上主管，必修法治時數 3 小時 / 年，其他各階人員採主題式修習。
課程內容	法治課程基礎課程包含法律小常識 (公平法、食安法、勞動法、性騷擾及職場暴力)、7-ELEVEN 品牌使用，其他課程有主管法令_公平法、防範內線交易宣導、職場零暴力、辦公室危害預防、門市違約案例宣導 - 後勤篇、如何預防過勞、預防職場暴力與性騷擾 (門市)、勞工法講堂等
2021 年成果	- 自製導入客製化線上課程 3 門 - 線上課程 / 講座 (含視訊場次) 12 場 - 法治課程：14,183 人次完成

我們運用集團資源，與母公司統一企業共同推動「法治教育」，以提高主管決策時的法律敏感度。並逐步建立其他共同選修科目，共享教育訓練資源。



永續人才 培育推動

永續經營課程

2021 年透過永續經營 - 環保減塑愛地球線上課程，讓全體同仁認識 SDGs 與 ESG 意涵及了解 7-ELEVEN 永續經營的決心，藉由認識 7-ELEVEN 永續元年的行動計劃，鼓勵員工響應公司的減塑行動一起環保愛地球，以培育同仁養成永續觀念。

課程共計通過 7,546 人佔總公司員工人數近九成，透過這些 7-ELEVEN 永續種子，將永續理念與行動不斷地推廣與影響週遭的人。

註：統一超商亦將永續觀念融入日常營運中，並透過緊密合作延伸至每一個價值鏈參與者，其中加盟門市人員共計 8,189 人參與永續課程提訓，讓永續價值得以持續落實與拓展於生活行動中。



● 加盟主教育訓練

在學習方面，每年投入上千萬元預算在講座課程，開辦加盟主訓練課程，並配合傑出店長選拔激勵加盟主成長。

加盟主訓練課程主要有 2 種，分別是加盟主基礎訓與店經理特訓。加盟主基礎訓係指以連續 4 週共 172 小時密集訓練，學習管理經營能力、帳務管理、品保與鮮度管理與經營法令知識等擔任店經理所需的知識與技能，經完成訓練且測驗合格後，始取得擔任加盟主之資格。2021 年共完成 192 人次的加盟主訓練。店經理特訓則依據年度經營主題，以貼近門市實務進行課程規劃，每年針對所有門市經營者進行訓練，以提升門市經營者經營能力，課程以「後疫情時代 - 趨勢、消費行為的改變與應變」為主題，2021 年共 6,453 人完成店經理特訓。

● 績效管理

落實績效管理，除建立公司與員工達成目標的共識、促進公司成長，強化全體同仁考評指標與公司重要營運績效連結度外，員工亦可依據工作目標，隨時檢視目標達成率，並進行適當調整或尋求主管給予建議，協助自我發展。

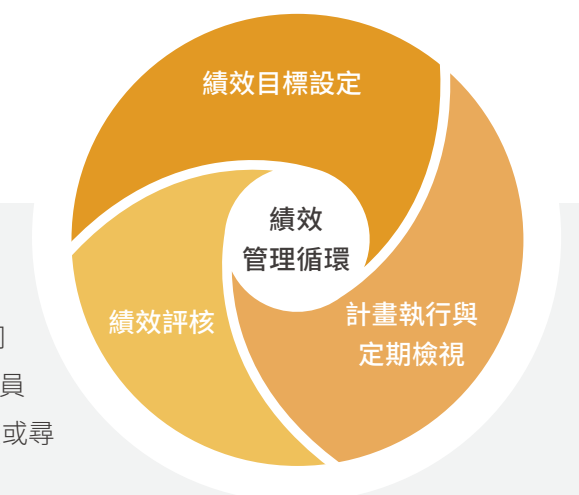
統一超商全職員工不分性別、年度績效週期符合評核天數者需定期接受績效檢核。若員工於其職務上持續展現良好績效並獲主管肯定，則可運用升等制度提升職等，提升職等即提高基本薪資、福利及獎金的核發標準，以激勵員工持續進步與貢獻。對於績效落後員工，透過直屬主管輔導與目標改善定期檢視，協助績效提升與強化弱項能力。

關鍵人才管理與工作輪調

統一超商每年度盤點檢視各階層接班人選，並建置不同單位關鍵人才庫，針對潛力人才進行量身訂作的「個人發展計劃」，鼓勵跨單位輪調，協助發展成長與人才培育，2021 年合計辦理 7 場人才評議會，共有 58 位人員列入儲備人才庫中。

統一超商亦希望透過工作輪調提供員工跨單位歷練機會，並拓展視野格局，培育優秀人才，2021 年內部轉調比率^註為 59.29%。

註：統一超商員工轉調人數 / 統一超商年度累計職缺數。



資安教育強化

為強化同仁資安觀念及建立資安危機意識，降低個人與公司重要資料外洩風險，提升整體資安防護力，2021 年度自製【資安漏洞防範】數位動畫線上課程，為超商後勤全員指定必修課程，共計通過 1,856 人，並同步擴散宣導至所有轉投資事業，共計通過 4,265 人。



全職人員

上半年進行「績效目標設定」，由主管與員工共同討論設定年度目標；評核期間主管可視任務計畫達成狀況進行指導

年末啟動「期末績效評核」（當年度考勤期間未在职天數>273天者不列入考核）



績效管理制度

兼職人員

每月進行營運獎金分配考核，以即時激勵門市兼職人員積極維護商店形象、服務品質及品保管理

4.2 職業安全衛生

安全衛生委員會

為保障所有員工擁有安全與衛生無虞的工作環境，我們遵循「職業安全衛生法」設置一級單位勞安室，並成立安全衛生委員會，委員人數共 28 人，其中員工推舉之勞工代表 10 位，佔比為 35.71%，勞安室則編制 3 名專職人員（安全管理師 1 人、衛生管理師 1 人、安全衛生管理員 1 人）。委員會每季召開乙次會議，由雇主代表擔任會議主席，勞安室、護理師進行季度業務報告，各單位進行目標方案報告，邀集各單位最高主管及勞工代表共同商討公司安全衛生業務，並訂定職業安全績效目標、討論目標進度；每年辦理管理審查會議，審議、協調及建議安全衛生相關事項，確認職安衛運作之適切性及有效性。除上述會議，相關利害關係人可透過聯合服務中心、專屬 Email 信箱、利害關係人專區及內部溝通平台反映對職安衛之意見。

安全衛生委員會

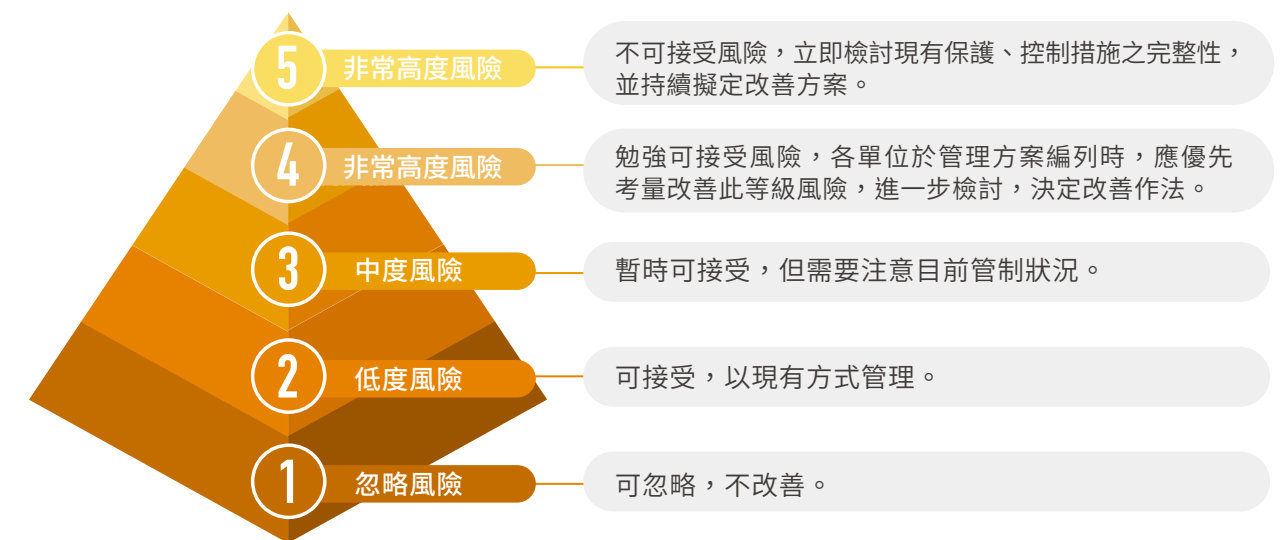


職業安全衛生政策

2018 年由總經理核定「職業安全衛生政策」，共五大執行方針，以落實風險預防管控。2021 年我們亦以總合傷害指數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及零重大職安事件為年度目標為達此目標，我們推行以下行動：安全衛生教育訓練、安全風險評估暨安全稽核、空氣、照度及飲用水質監測。此外持續推行「過負荷預防計畫」、「人因性危害預防計畫」、「身心不法侵害預防計畫」及「母性健康保護計畫」職安四大保護計畫，藉由風險辨識與預防保障同仁的健康與安全。

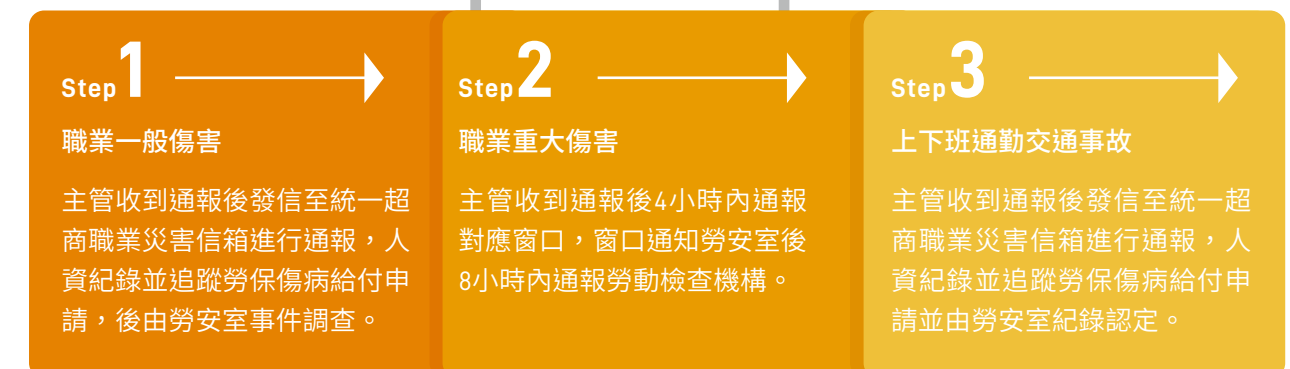
統一超商每年進行一次風險評估，辦理風險評估及內部稽核人員每年皆有 2 小時之教育訓練，以確保流程品質及人員能力依據作業之不同辨識相關危害及後果，並同時確認現有防護措施評估風險發生之嚴重性進行風險等級畫分，並判斷該風險是否可透過控制措施被降低，再確認改善措施後的剩餘風險也將持續進行監督與量測。若權責單位新增設備、作業流程或變更作業程序、職災意外事件及不符合事項影響風險績效之個案則不在例行性評估之範圍內。2021 年共評估 71 項作業，依風險等級判定皆有軟硬體控制措施，鑑別結果為第一級共 25 件、第二級共 35 件、第三級共 11 件，整體無第四級、第五級之高風險狀況。

風險等級之判定基準



為降低員工職業災害發生之機率，2021 年勞安室與人資共同合作優化職業災害通報流程架構，強化職業事故通報、案件追蹤、乃至勞保傷病給付申請；透過職安通報機制掌握職業災害事故，啟動事件調查追蹤，確認事發經過，針對特殊情況，例如：遭受職場不法侵害，立即啟動關懷員工、相關保護及協助之機制，探究發生原因進行危害辨識，檢視分析改善機會點，評估環境安全設備，加強人身保護，透過教育訓練強化人員緊急應變能力等方法，實施改善，以消除、降低風險，防止類似災害發生，保障員工工作安全，創造友善職場環境。

災害發生情況流程



職安四大保護計畫

依法推動職場保護計畫，透過辨識及評估高風險群和風險，確認危害因子、選定改善方法及執行、安排醫師面談及健康指導、調整或縮短工作時間及更換工作內容之措施、實施健康檢查、管理及促進、建構同仁行為規範、辦理相關教育訓練與執行成效之評估及改善等流程，落實員工健康保護。



註：外部係指暴力的來源非內部員工

職業安全與衛生管理執行情形

	說明	2021 年績效
安全衛生教育訓練	辦理證照訓練（丙業 / 急救）課程： 委由訓練單位辦理，並依門市作業環境及員工作業型態，由勞安室建立專屬門市之丙業在職訓練教材。	辦理 160 場 / 共 4,374 人完成證照訓練
	「交通安全宣導（防禦駕駛）」課程： 辦理交通安全課程，以提升同仁用路安全觀念，辨識交通危害潛在風險，降低事故發生機率。	共 19,493 人完成訓練
	「辦公室人因危害預防」課程： 透過危害辨識，評估後勤人員工作型態，因應辦公室長時間操作電腦、久坐等特性，避免肌肉骨骼慢性傷害，提升同仁保護自身肌肉骨骼能力，由勞安人員與醫師等醫護人員共同合作，規劃辦理其課程。	共 1,989 人完成訓練
環境監測（總部）	每季檢測飲用水質，每半年檢測二氧化碳濃度、照明。	檢測結果皆優於標準。
	2021 年消毒頻率為每週 1 次，加強環境清潔，提升防疫效果。	
承攬商管理	廠商安全協議組織會議：配合公司防疫政策暫停會議辦理，以書面資料宣導。	共 149 家廠商。
	2021 年工地 ^註 風險評估，揭露不安全行為及環境。 註：工地意指門市裝修的工地	前五風險依序為未戴安全帽、勤前教育未完全、墜落、感電、火災爆炸。
	2021 年第一季透過工地現場安全觀察，與現場施工人員進行安全輔導。	共宣導 74 家重點風險承攬商，共 415 人次。

針對承攬商，統一超商於採購合約規範承攬商遵守職業安全衛生相關法令及協力廠商行為準則，以確保承攬商安全衛生觀念與保障所屬勞工權益。建立高風險機具設備作業標準、屋頂作業工法、既有店修繕危害告知等作業標準，合作前舉行承攬商安全協議組織會議，以降低施工風險；每年度進行工地無預警稽核，有勞安缺失者予以罰款。

● 職業安全衛生管理系統與健康認證

2021 年統一超商以「零缺失」通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統三年一次之重新取證，依該管理系統執行內部稽核及外部認證之範疇涵蓋總部員工 745 人，佔所有員工 8.92%，展現建立符合國際標準安全文化之決心。未來將落實全員參與共同打造友善安全職場，亦持續帶動承攬商共同參與；為使供應商符合職業安全衛生法規及供應商行為準則，勞安室與供應鏈管理部共同推動『職安認證 5 年計畫目標』，從 2019 年開始展開至 2023 年。2019 年進行前溝通準備，2020 年至 2022 年展開全面性輔導，透過自主檢查、到廠輔導及教育訓練，循環式強化工廠職業安全衛生觀念，最終目標為 2023 年所有自有品牌供應商需取得 ISO45001 第三方認證，作為後續供應商引進門檻。



● 人權與勞動稽核

為保障員工與加盟門市勞動權益，降低營運風險、確保符合勞動法規，統一超商針對勞動法令進行教育訓練，2021 年共訓練 314 名人員。經評估個體營運範圍內營運據點所在地區及工作性質後，考量門市員工因服務需要可能接觸高 / 低溫、搬運重物等有職安疑慮的工作環境，及因輪班制度可能造成考勤紀錄不全、薪資或休假未依法給予、排班間隔過短等有損勞動權益的問題，或者後勤員工超時加班。另外，勞安室亦依不同工作環境進行後勤、門市及商場之職安衛風險評估及無預警稽核，2021 年共查核 211 場，其中 39 場零缺失，並改善 373 項缺失，改善率 100%；查核場次數較去年成長 2.4%。其他人權風險評估與減緩措施請見「統一超商人權盡職調查程序^註」。

註：可於統一超商投資人關係網站：<https://www.7-11.com.tw/company/ir/policy.html> 中下載。

後勤

稽核行動	稽核頻率	2021 年結果
考勤紀錄檢查	每月	無異常
主管機關勞動稽核	不定期	無違法事件

註：2021 年無違反職安衛法之罰款事件

直營門市

稽核行動	稽核頻率	2021 年結果	改善措施
考勤紀錄檢查	每月	無異常	-
職安衛門市自檢與區顧問複檢	每年 5 月	門市進行自檢與複檢	皆由門市主管持續輔導追蹤各門市改善措施
主管機關勞動稽核	不定期	無違法事件	-

註：2021 年無違反職安衛法之罰款事件。

加盟門市

稽核行動	稽核頻率	2021 年結果	改善措施
職安衛門市自檢與區顧問複檢	每年 5 月	所有門市均進行自檢與複檢。	皆由門市主管持續輔導追蹤各門市改善措施
第三方 ^{註1} 勞動條件查核	每年 6-10 月 2021 年原定 4-8 月查核，受疫情停盤影響延至 9 月	查核家數為 5,541 家加盟門市，查核異常共 154 家。主要缺失排序前三為考勤資料未記錄到分鐘數、員工輪班換班間隔未達 11 小時、未出示請假紀錄或薪資清冊無年度剩餘特休假時數或未休特休薪資	
第三方 ^{註1} 職安衛查核	每年 6-7 月	查核家數為 5,597 家加盟門市，缺失率為 2.46% ^{註2} ，較 2021 年缺失率上升 0.27%；主要缺失為電箱前未依規定堆放物品、職安四大保護計畫紀錄不完整微波爐設備檢測紀錄過期等	

註 1：委託第三方顧問公司協助執行。

註 2：門市缺失項目數 / 所有門市查核項目數，門市缺失項目數排除 3 項與訓練、健檢相關項目，係因 2020 年受疫情影響，較不易進行訓練與健檢，故排除於缺失之統計。

承攬商

稽核行動	稽核頻率	2021 年結果	改善措施
工地無預警 職安衛稽核	每月	123 場，30 場零缺失，改善 190 項缺失，缺失改善率 100%，查核場次數較去年成長 5%。	缺失檢視及重點宣導：為避免承攬商缺失重複發生，分析稽核結果，第一季透過工地現場安全觀察，與現場施工人員進行安全輔導。

職業傷害統計

統一超商致力於降低工作傷害的發生，透過各項安全衛生管理計畫，已達成連續六年零死亡之重大職災，2021 年員工總合傷害指數 0.2 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 0.38 (2018-2020 年平均)。惟本年度女性員工可記錄之職業傷害比率較上一年度提升，係因本年度發生較多之跌倒、與高溫 / 低溫之接觸及被切、割、擦傷等事件。已確認事發經過及探究發生之原因，掌握問題，再藉由環境設備、管理（教育訓練、宣導等）、個人防護具等改善措施，以防止類似災害發生。本報告書之職業傷害統計範疇涵蓋總部員工及直營門市，統一超商將於 2022 年下半年啟動跨部門協調，並承諾於 2023 年將加盟門市之職業傷害數據納入統計範疇。另 2021 年員工及承攬商相關失能傷害統計請見附錄。

2021 年員工按性別劃分之傷害類別人次

	墜落、滾落	跌倒	物體倒塌、 崩塌	被切、 割、擦傷	與高溫 / 低溫之接觸	不當動作	其他	總計
男性	0	1	0	0	0	0	3	4
女性	3	5	1	3	3	2	1	18
合計	3	6	1	3	3	2	4	22

2021 年承攬商按性別劃分之傷害類別人次

	墜落、滾落	總計	
男性	1	1	註 1：統一超商市鑫直營門市於 2021 年 10 月 23 日發生一起員工因顧客未配戴口罩之問題，遭受不法侵害之職業傷害人次。
女性	0	0	註 2：統一超商千禧加盟門市於 2021 年 11 月 21 日發生一起員工因顧客未配戴口罩之問題，遭受不當暴力攻擊之死亡事件。
合計	1	1	註 3：改善措施： 由於疫情趨緩，顧客會遺漏防疫動作 - 實聯制及戴口罩，如顧客不配合也要委婉說明政府防疫規定，一切要以自身安全為主。 發現顧客衝進櫃台有不法意圖，務必利用櫃台、貨架、機器設備及倉庫來和顧客保持距離，並立即報警，避免危險狀況發生。

健康促進活動

員工是公司重要資產，讓員工身心健康是統一超商打造幸福企業的目標之一。希望透過幸福合作社的主動關懷機制 (幸福合作社截至 2021 年已累計共 3,665 關懷人次、2,844 小時關懷時數)、健康促進活動、孕婦媽咪友善環境等，讓員工維持健康、獲得幸福感。2013 年起推動「健康管理計畫」，聘任專業護理師提供健康諮詢，並於總部大樓設置醫務室，提供血壓量測、簡易外傷處理等健康服務，同時提供員工專屬「健康護照」，2019 年起，透過 APP 建立員工專屬的「健康運動生活圈」，2021 年在疫情影響下，仍持續鼓勵全公司員工保持運動習慣；另定期以電子報、健康講座等衛教宣傳，鼓勵員工做好自我健康管理。

資源及服務

	說明	2021 年績效
健康檢查 追蹤	員工一般及食品從業人員健康檢查 (每年)。 年資滿 5 年且年滿 36 歲 (實歲) 全職員工 16,000 元健康檢查補助 (每兩年)。	2021 年受疫情影響僅辦理門市夥伴食品從業人員檢查，符合法令年限規定之一般勞工健康檢查則個別安排受檢，2021 年共 4,216 人受檢，參與率達 85.8% 註。 共提供 2,192 人可申請檢查補助。
醫療個人 健康服務	自 2013 年開始提供醫師健康服務。 設有 4 名護理師。	醫師服務 576 小時，提供一對一健康服務共 753 人次，員工滿意度達 4.92 分。 ■ 護理師提供護理處置共 133 人次。 ■ 另針對健康檢查異常同仁進行健康分級管理，極重大風險同仁 100% 介入管理、異常矯治追蹤和個案追蹤管理。
健康促進 APP	透過 APP 建立員工專屬的「健康運動生活圈」。2021 年推動四波運動活動 (每波活動一個月)，包含：新春防疫齊步走、美食星球、花好月圓、鬼怪遊台。	活動共有 5,338 人次參與，年度步行約共消耗熱量 1,970 萬卡，等同於 2,559 公斤)。
疫苗接種	鼓勵同仁施打疫苗： ■ 定期宣導 COVID-19 疫苗預約接種資訊、專案協助北北基桃門市人員施打第一劑疫苗，另提供同仁疫苗險保障。 ■ 秋冬為維護同仁呼吸道健康、預防病毒入侵，辦理流感疫苗職場接種活動提升同仁施打動機。	■ COVID 疫苗接種：後勤員工第一劑覆蓋率 96% ，第二劑覆蓋率 77% ，年度協助北北基桃門市 COVID-19 疫苗接種專案完成 15,988 人。 ■ 流感疫苗施打活動：流感疫苗職場接種協助 177 人。

註：參與率係以檢查當月的總人數統計，未包含未滿三個月的新進人員。

CH 05 深耕社會公益

實踐聯合國永續發展目標



對應重大主題

社會公益

對應利害關係人

民間組織 社區鄰里 媒體 員工

管理目的

統一超商以核心本業為起點，在社區經營過程中，我們了解民眾需求，累積信任及情感，充分運用企業資源深耕健康與福祉、消除飢餓、城鄉永續、教育品質、環境保護等領域，與民眾在各地超過 6,300 家門市，攜手創造美好永續的社會，致力成為社區中無可取代，傳遞溫暖、給人安心的好鄰居。

政策

公益發展策略

權責單位

透過統一超商 100% 捐贈成立的統一超商好鄰居文教基金會，及公益募款平台「把愛找回來」二大公益版圖深耕地方：前者與 7-ELEVEN 協力舉辦公益活動或推動社區服務；後者則提供民眾簡便透明的小額捐款管道（零錢捐款、點數捐贈、APP 線上捐款、捐物及 ibon 便利生活站），並將募捐所得捐助公益團體或社會福利機構，將 7-ELEVEN 打造為民眾可信賴的公益平台。

行動計畫

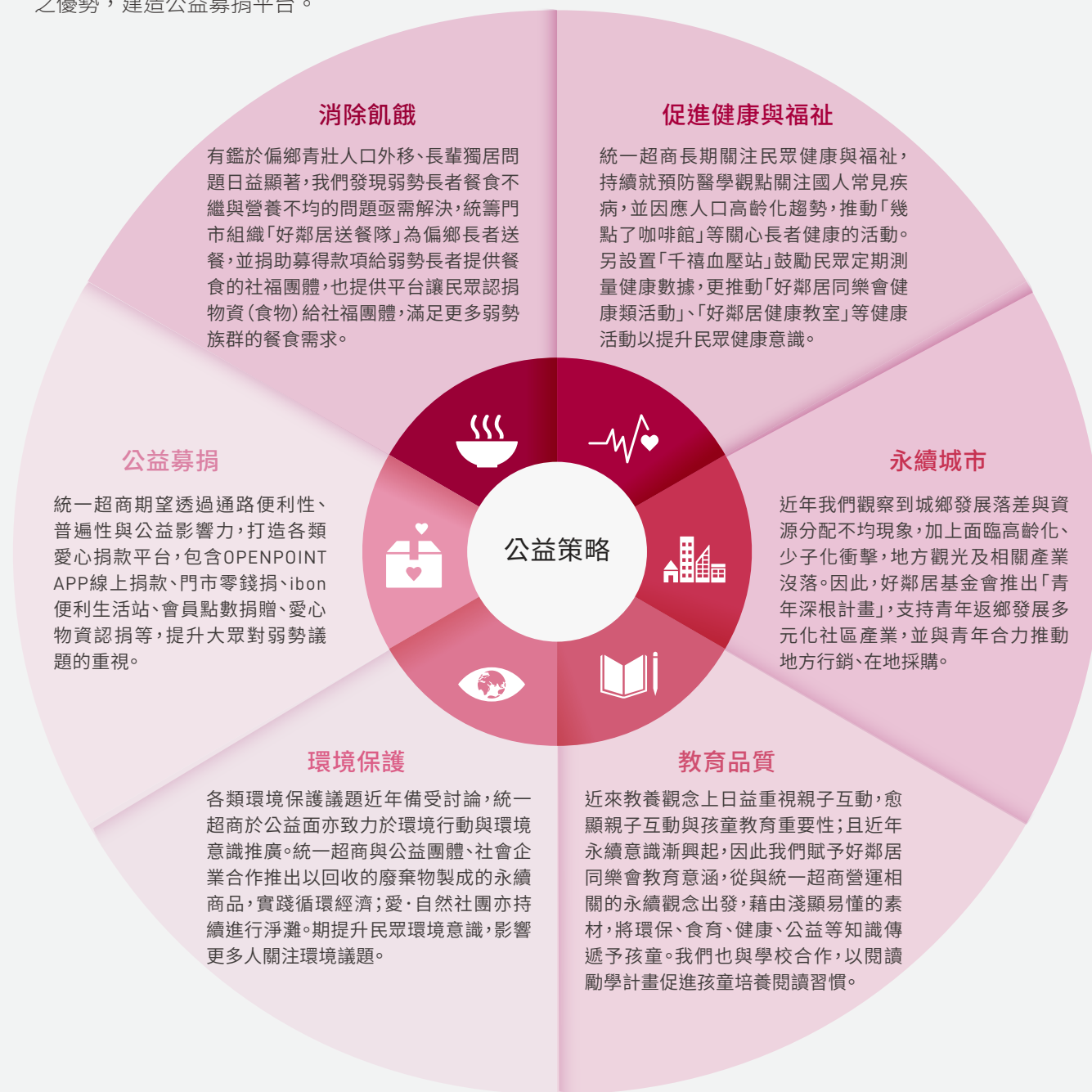
- 健康與福祉：幾點了咖啡館、好鄰居健康教室、千禧血壓站、好鄰居同樂會健康類活動
- 消除飢餓：好鄰居送餐隊
- 永續城市：青年深根計畫
- 教育品質：永續同樂會、閱讀勵學計畫
- 環境保護：加減新生活-福企好 CHIC、淨灘活動
- 公益募捐：公益募款、點數捐贈、物資募捐

申訴機制

設有聯合服務中心接受各界傳達對超商公益發展之想法。

5.1 公益發展策略

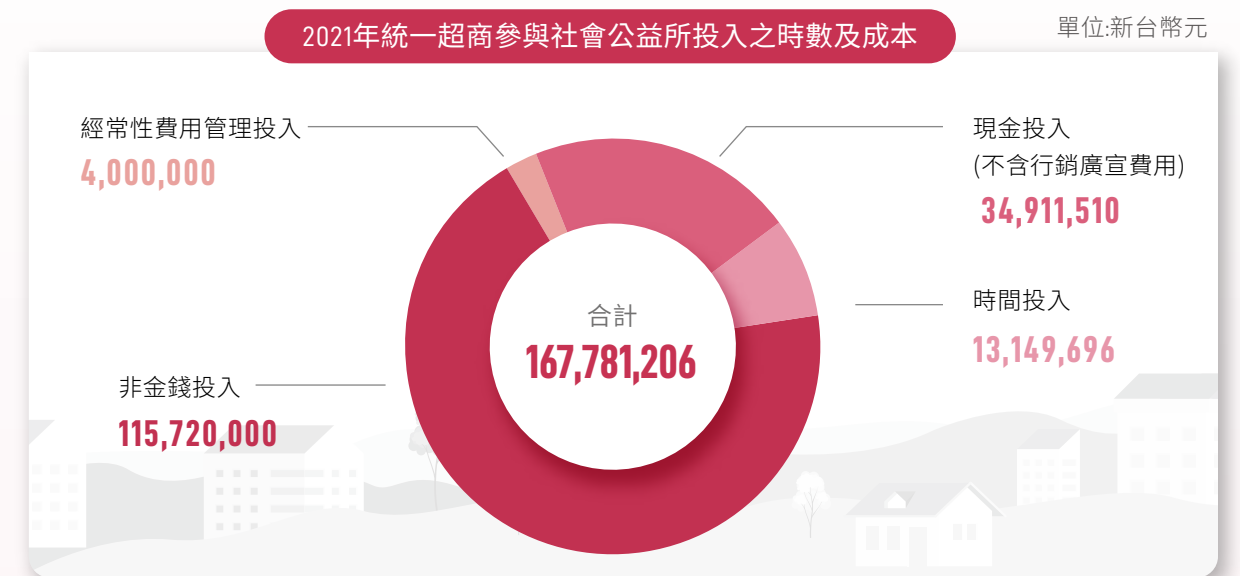
統一超商優先關注健康與福祉、營養餐食需求及城鄉永續發展議題，實現 SDG2 消除飢餓、SDG3 促進健康與福祉、SDG11 永續城市的目標；亦關注 SDG4 教育品質及環境保護議題、SDG 12 責任生活消費，並以廣大通路之優勢，建造公益募捐平台。



藉由推動社區服務與捐款、捐物、點數捐贈等慈善募款，不僅達到促進健康、消除飢餓、社區發展、教育品質與環境保護的公益目的，同時也從與民眾互動過程中，深入瞭解潛在的健康營養或對地方經濟發展的需求，這些都可能轉換為未來的商機，促進如健康鮮食品的銷量增長，達成統一超商社會公益與經濟面永續發展。

年度參與與公益投入

統一超商發揮企業影響力，積極投入社會公益活動，2021 全年參與社會公益所投入之時數及成本各項金額請詳下表。



(註) 數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資及活動舉辦場次等參數估算之。現金投入包含慈善捐款 33,801,910 元，包括千禧之愛健康基金會、鮮食發展協會、學術單位捐款及獎助學金等。

5.2 公益募捐

公益捐款

• APP 線上捐款

「把愛找回來」公益募款平台是目前台灣最完整、最大之捐款通路之一，2021 年 5 月更因應疫情領先同業推出公益創新作法「OPENPOINT APP 慈善捐款」，讓廣大的會員可以隨時隨手行善，符合行動支付趨勢，於疫情期間便利消費者用具體行動安心做好事。並領先零售業界推出「捐款訂閱制」，消費者只要操作一次便能定期定期捐款。且線上捐款串聯公益團體捐款帳戶，公益團體可以直接、快速獲得現金流，解決燃眉之急、運用更靈活。2021 年 APP 線上捐款與 9 間公益團體合作，共募得超過 571 萬元。

• 門市零錢捐

「把愛找回來」公益募款自 1988 年開始推行，於超過 6,300 家門市設置「把愛找回來」零錢捐款箱。我們也定期清點及稽查募款箱金額，透明化金流與帳務處理，為社會大眾愛心把關，讓民眾行善沒有顧慮。

因應高齡化社會來臨，自 2014 年零錢捐募款計畫切入「銀髮關懷」面向，2021 年我們觀察到疫情期間，被視為高風險群的長者，在防疫居家期間更加劇長者的孤獨感，除了維持基本生存所需與延緩身心老化，維持人際關係互動與持續社會參與及貢獻也是重要一環。故把愛找回來公益募款持續攜手社福團體，共同推動加一點關心、減一點冷漠的「加減新生活 - 銀齡新生活」公益募款行動；2021 年也首度以環境議題為主題，與關注環保議題的公益團體合作；另外也與關注身心障礙者的公益團體合作募款^(註1)。2021 年門市零錢捐共募得 1.79 億元。

(註1) 與該公益團體除了合作募款，更進一步從零售本業核心出發，與社會企業與非營利組織共同打造循環經濟商品。

請詳 [「加減新生活 - 福企好 CHIC」](#) 段落內容。

(註2) 相關影片請 [點此觀看](#)

合作單位與內容

- 荒野保護協會進行生態調查、舉行環境教育活動、環境講座，並培訓協會志工。
- 中華民國腦性麻痺協會為腦麻兒進行職業培訓，創造進入職場的可能性。
- 一粒麥子基金會為需扶助長者進行送餐及共餐照顧、協助家屋修繕，並支持弱勢長者使用長照服務，幫助偏鄉長者在好好吃飯、安心生活。
- 天主教中華聖母基金會提供老老家庭、獨居長輩，從居家到社區客製化照顧服務，疫情期間提供宅家安心箱、新鮮餐食給弱勢家庭。
- 弘道老人福利基金會提供在地社區式照顧，延緩身心老化，疫情期間加強電話問安、居家課程與線上諮詢。
- 屏東基督教醫院幫助屏東偏鄉獲得失智症預防與健康照顧，疫情期間持續守護長輩身心狀態、消除孤獨感，並減輕照顧者壓力。

2021 年共募得
超過 **2.5** 億元

• ibon 便利生活站捐款

為使統一超商能協助更多公益團體進行社會服務，扶持更多弱勢族群，2008 年開始民眾可於「ibon 便利生活站」進行捐款，以最即時便利的捐款，讓愛心不打烊。



2021 年 4 月太魯閣號意外事故，ibon 便利生活站捐款第一時間便與政府合作，共同啟動緊急募款；5 月整體公益募款受疫情影響備受挑戰，在後續五倍券發放時，也率先與 5 家公益團體合作「五倍券勸募專區」，提倡振興經濟同時也發揮愛心，為下半年的公益團體募款困境注入一劑強心針。2021 年 ibon 便利生活站捐款首度依關注的五大議題（生態環保、消除貧窮飢餓、促進健康關懷、扶助弱勢就業及閱讀教育）支持了 74 家公益團體，共募得超過 2.5 億元。

● 商場捐獻

2021 年受到 COVID-19 疫情影響公益團體的捐款收入，統一超商商場遍佈各地，持續關注各地公益團體。統一超商各地 50 座商場連絡當地受疫情影響的公益團體，盤點與購買其需要的物資，共捐贈給 11 個公益團體，扶助範圍多元，包括身心障礙者、偏鄉、年長者與兒童等，捐贈物資價值共約 84.3 萬元。



點數捐贈

數位化時代來臨，低接觸經濟學當道，結合數位工具的公益捐贈，讓公益更快速便利，也多了新的捐贈選擇。我們提供民眾兩大數位點數捐贈方式，分別是 OPENPOINT APP 中的 OPENPOINT 會員點數捐贈，及各檔活動集點卡愛心捐贈，雙點數機制讓顧客有多元化做公益的選擇。

2021 年共募得近 1,450 萬點，其中 OPENPOINT 點數近 250 萬點、各檔活動集點卡點數近 1,200 萬點，換算募得金額超過 870 萬元。點數捐贈主要協助需要協助的長輩、家庭或孩童的餐食與生活物資需求，共捐贈給 55 個合作單位。

物資募捐

統一超商希望號召民眾一同募集資源提供給經濟較需要協助的家庭，解決生活上的困難。自 2018 年起與公益團體合作，鼓勵民眾透過 7-ELEVEN 認捐愛心物資，品項如 1919 救助套餐 / 年菜 / 鮮乳 / 中秋禮盒 / 母親節蛋糕等，勸募基本民生物資與節令禮盒捐贈給合作團體扶助的個案。認捐的管道從傳統的 7-ELEVEN 紙本預購誌、門市的 ibon 機台，2021 年起更擴展到數位平台的 i 預購，愛心認購方式突破空間與時間限制，大幅增加顧客認捐物資的方便性。2021 年度捐物金額達 0.36 億元，合計約 10 萬餘套物資。

利害關係人回饋

王騰仁（中華基督教救助協會）

「2021 年遇到太魯閣號意外事件以及防疫三級警戒的特殊狀況。很感謝 7-ELEVEN 的夥伴在最快的第一時間能夠協助救助協會，一起用物資及 OPENPOINT 募款來及時幫助這些在急難及受疫情影響的朋友們。不只是回應迅速，相關的行政配合也十分的順暢。」



5.3 環境保護

循環經濟

● 加減新生活 - 福企好 CHIC

統一超商首度與社會企業、社福團體跨界合作，「加減新生活 - 福企好 CHIC」計畫攜手中華民國腦性麻痺協會與社會企業 Story Wear，結合「廢棄物循環經濟」與「協助腦麻家庭就業」概念，將回收統一超商門市的寶特瓶、鮮乳空瓶作為素材，透過 Story Wear 零廢設計，再交由腦麻家庭及非營利組織媽媽們手工縫製「永續商品」，消費者可透過全台門市或預購網站購買商品。此計畫實踐循環經濟，同時具體實踐環保減塑和扶助弱勢的理念，創造企業、公益團體（弱勢家庭）、社會企業的多贏。

（註）相關影片請 [點此觀看](#)

社會企業設計產品、7-ELEVEN 逆物流回收

7-ELEVEN 以逆物流方式回收門市寶特瓶、咖啡鮮乳空瓶，將廢棄原料委由零廢時尚社會企業 Story Wear 循環再製、設計再生。另外收集廢棄衣物廢布料運用於產品當中，減少工廠布料報廢的浪費。

非營利組織媽媽手工製作零廢永續商品

透過腦麻家庭及其他串聯的非營利組織媽媽們，彈性運用時間，手工製作「飲料杯袋」和「丹寧包」兩款永續商品；在製作商品同時也能照護腦麻子女，甚至孩子們還可以幫上忙，讓照顧者能兼顧子女照護與經濟收入。

而產品本身也極具環保概念，「LOVE* & EARTH」丹寧包「不僅使用庫存丹寧布，更結合回收 PET 寶特瓶紗製成織帶，連包包底板都由回收鮮乳空瓶製成，此外也公開透明資訊，於商品上印刷其身分證，讓消費者了解商品背後的永續歷程。」「LOVE* & EARTH」杯袋以升級再造的永續手法，開發出市面上罕見能夠 100% 永續再生，可回收到寶特瓶分類箱的零廢商品。且兩項商品外包裝都是使用回收鮮乳瓶「零廢」製成，減少一次性的塑料使用。

民眾參與公益行動

消費者可透過 7-ELEVEN 門市或 i 預購網站購買商品，同時做到環保與支持腦麻家庭的就業。

7-ELEVEN 推廣環保意識

為讓消費者能響應「加減新生活-福企好 CHIC」計畫，好鄰居基金會全新開發三款永續 DIY 手作，主題包含分類回收、寶特瓶循環再生等，將本計畫寶特瓶回收的旅程融入繪本，教導孩童正確回收觀念。另外，7-ELEVEN 把愛找回來粉絲專頁也發起「愛地球請舉手」社群串聯活動，促進民眾環保意識。

永續商品銷售
超過 1 萬個，
超過 1 萬人次響應
公益行動

專案具體效益

永續商品銷售額達 **400** 萬，創造公益團體
零錢捐額外收入（截至 2021.7）

提供 **92** 位非營利組織媽媽就業機會，幫助
近百個弱勢家庭

超過 **1** 萬人次消費者響應公益行動，永續商品共銷售超過 **1** 萬個

資源回收再利用

2,520 kg
寶特瓶 (PET)

2,968 kg
業務用鮮乳空瓶 (PE)

3,400 碼
廢棄牛仔布料

利害關係人回饋

愷愷（腦麻朋友）

「跟媽媽一起工作中，我最喜歡拆縫線，而且可以主動協助打掃，回到家也可以幫忙做曬衣服等簡單的家事，讓我對自己的能力更有信心，也可以為辛苦一直照顧陪伴我的家人做一些事情。」

翁媽媽（腦麻家屬）

「對孩子未來工作有多一些的信心與希望。對於孩子工作的馬斯洛金字塔概念，了解首要的是工作的動機，概念及態度培養，進而才是工作能力。」

海洋與山林保護

● 淨灘與淨山

「愛・自然社團」自 2016 年起以企業社團名義參與環保署推動的倡導認養美麗海岸線及維護海岸清潔（金山中角沙珠灣、萬里翡翠灣、萬里頂寮海灘），2021 年考量 COVID-19 疫情持續嚴峻僅規畫 3 場，保守估計每場清出近 600 公斤^(註)來自於惡意棄置、漁業行為、海岸遊憩 & 生活棄置、異國海漂、天災 & 掩埋場等垃圾（海廢）。我們都知道，海洋廢棄物總是撿不完，但社員們持續堅持讓海洋環境恢復自然清淨的樣貌、減少生物傷亡的信念，以實際行動履行公民責任，希望讓更多人關注此議題，影響更多人加入。

(註) 每場次至少清出估計 30 袋以上垃圾 (70L 環保局垃圾袋，不含大型垃圾)* 每袋估計 20 公斤

2021 年愛・自然社團除淨灘外，也持續空氣品質淨化區認養計畫，認養 2 所學校（瑪陵國小、尚仁國小），並在基隆七堵種植 20 顆落羽松，除美化環境、提供休憩場所，還有調節氣候、空氣，減少噪音、涵養土地、豐富生態等許多優點，期能藉由植樹造林對社會盡一份心力。



另外，統一超商商場在清境地區經營已超過 20 年，與在地有深厚連結，每年皆會響應南投縣政府淨山活動；2021 年由商場中區營運經理、商場幹部與志工參加淨山，清境、小瑞士商場也響應淨山活動，贊助志工餐費 3 萬 6 仟元，當天淨山活動共清出 900 公斤垃圾，希望民眾能經由親身參與活動及相關報導的介紹，提升山林環保意識。

公益相結合，並借鏡歐洲和日本的經驗，2017 年開始與中華聖母基金會等社福團體合作，首創「幾點了咖啡館」，失智長輩每週固定到合作門市體驗一小時，以高齡學習生的身分，在門市夥伴陪伴下，協助接待、擺放陳列、收銀、沖泡咖啡等工作。打造超商門市成為失智長輩日常復能活動的安全場所，也是民眾最佳的友善失智實體教室。

2021 年幾點了咖啡館專案達 16 店^(註1)、服務長輩 235 人次^(註2)、累積服務長輩超過 1,700 人次。2022 年目標預計達 20 店、服務長輩 1,200 人次；2025 年目標預計達 32 店、服務長輩 1,600 人次。期能持續藉由幾點了咖啡館不僅延緩失智長者症狀惡化，更能提升民眾對失智症的認知與維護個人健康的意識。

(註1) 第 16 店因疫情影響延至 2022/1 月開始服務

(註2) 5-11 月因疫情暫停，故服務人次較去年少

(註3) 相關影片請 [點此觀看](#)



至 2021 年累積服務
失智長輩超過
1,700 人次

利害關係人回饋

小雪（門市夥伴）

「很高興有這樣的機會認識秀枝阿嬤，雖然常常需要提醒她工作內容，但是不會覺得厭煩，反而可以耐心教導她該如何做，其實長輩只是需要有人陪伴。雖然知道她可能不會記得我，但我們曾經一起互相學習也是彼此成長的一部分。」（註：非照片中人物）

社區居民關懷

● 好鄰居同樂會健康類活動與好鄰居健康教室

統一超商長期關注民眾健康與福祉，持續就預防醫學觀點關注國人常見疾病。2008 年開始好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於門市擇點成立「千禧血壓站」。亦推動「好鄰居同樂會健康類活動」、「好鄰居健康教室」等健康活動以提升民眾健康意識。

「千禧血壓站」提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務，每年並舉辦健檢活動，呼籲民眾一同遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群。「好鄰居同樂會健康類活動」2021 年共舉辦 1,872 場，內容涵蓋捐血、量血壓等活動，超過 2 萬人次參與。其中 2021 年 89 量腰日與全國健康日，好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會號召全門市於活動期間，免費為民眾測量腰圍及透過線上遊戲強化代謝症候群認知，共舉辦 1,425 場。「好鄰居健康教室」2021 年與四個公益團體合作推出線上同樂會活動，以趣味互動的方式進行病症認知、營養餐食、用藥安全、健康操運動等主題的衛教與健康促進活動，提供長輩及家人正確的衛教資訊。

5.4 促進健康與福祉

長者關懷

● 幾點了咖啡館

台灣 65 歲以上老人的失智症盛行率約 3.4%，每 12 人中就有 1 名失智長者，更有研究發現，社會大眾對失智症未有正確認知並缺乏警覺性，加上台灣對失智症者及照顧者的服務量能不足，顯示失智預防與照護已是刻不容緩的議題。統一超商體認到高齡社會已不可逆，故透過自身據點廣泛、商品及服務多元的優勢來與社區

5.5 消除飢餓

鄰里關懷

● 好鄰居送餐隊

統一超商坐落在各鄉鎮與城市，透過我們首創的門市送取餐服務，讓經濟弱勢家庭或長輩免於擔心餐食問題，亦能補足公益團體假日送餐人手不足的缺口。自 2014 年開始，從花蓮台東為起點，至 2021 年已涵蓋 10 個縣市、累計 43 間門市提供服務，甚至離島（綠島）也有服務據點。

至 2021 年累計
送取餐服務超過

15 萬人次



我們號召門市熱心夥伴們為獨居或行動不便的長輩送餐，除了送餐也同時關懷長輩動態，如有異狀回報公益團體以採取行動；或是讓經濟弱勢家庭或長輩可以到門市取餐，解決餐食困境之外，更鼓勵長輩出門互動。2020 年末因應疫情，將定點送取餐提升成行動送物資，將送取餐的服務面向擴大、發揮更多效益。2021 年與中華聖母基金會、門諾基金會、弘道老人基金會、一粒麥子基金會等 4 個基金會合作，共累計 57,591 送餐人次，較 2020 年增加約 5 成。

利害關係人回饋

黃爺爺（服務個案）

「有了 7-ELEVEN 的門市取餐，不僅增加了我出門與人互動的機會，更不用擔心每天的支出太多，還每天都吃到不一樣的餐點，讓生活減輕不少壓力呢！」



● 商場義賣

統一超商商場開放顧客會經過的空間，無償提供在地小農舉辦義賣活動，或讓在地居民兌換農產品，協助在地小農曝光與增加銷售管道。2021 年泰安商場舉辦 2 場活動，其中「rock potato」活動現場烹調馬鈴薯創意料理，並供后里居民憑泰安商場購物發票免費兌換馬鈴薯，總共向在地農民購買 480 公斤馬鈴薯共 12,000 元，增加小農收入。



5.6 永續城市

在地產業發展

● 青年深根計畫

統一超商門市遍布各鄉鎮，我們看見許多鄉鎮面臨高齡化、少子化衝擊，地方觀光及相關產業沒落，然而也有一群青年進鄉發展，努力尋找資源，力圖振興產業，讓鄉鎮重獲生機。因此，好鄰居基金會 2017 年開始規劃青年深根計畫，除投入經費與媒合資源，更邀集相關領域多位專家擔任顧問，一起陪伴、輔導青年創業共榮地方。

好鄰居基金會發現青年在地創生，缺少的不是創意與能力，而是能夠根植在地、就近展示成果、與市場接軌的場域，故攜手統一超商替返鄉青年提供展演、交流分享平台，推出「OPEN! 青春同樂會」串聯在地社區資源。青年深根計畫讓青年團體共享統一超商通路資源（實體門市展售、線上賣貨便上架），亦提供門市作為青年團體舉辦食農 / 食魚教育與在地文化推廣活動的空間，讓統一超商成為地方創生最好的協力夥伴。與更多返鄉青年攜手合作讓鄉鎮重獲生機，長期下來也有助提升統一超商的在地採購，於地方產業發展、在地採購、地方行銷等創造企業與環境、社會三贏局面。2021 年共與青年團體合作 7 個專案，合作專案數較 2020 年增加 1 倍之多；青年團體結合門市舉辦之食農 / 食魚教育與在地文化推廣等活動共 131 場、約 3,200 人次參與。2022 年目標為青年團體合作專案數量 7 個；2025 年累積達 34 個專案（自 2018 年累計）。

（註）相關影片請 [活動細節請點此查閱](#)

● 2021 年計畫內容與成效

宜蘭金魚。厝邊 傳遞在地文化故事

「金魚。厝邊」以「好厝邊」精神串連在地人、地、產，挖掘在地城鎮特色。

與頭城在地藝術家所舉辦之工作坊結合門市推出「OPEN! 青春同樂會 - 自慢頭城職人體驗」，透過藝術家帶領民眾創作與學習，並更認識在地職人與過去歷史故事，2021 年共舉辦 11 場次、306 人次參與。另從宜蘭青年創業加速器開始陪伴宜蘭跨鄉鎮青創團隊，強化宜蘭門市商品的特殊性。



雲林三小市集 食農教育

三小市集透過建立值得消費者信賴的品牌，成為產銷間的溝通橋樑，讓生產者專心耕種、得到合理收入、並轉型友善栽培，讓在地農業與土地得以永續經營。同時透過食農教育，深度介紹雲林食材與生產者的故事，帶動消費者一同打造不一樣的產銷關係。2021 年「OPEN! 青春同樂會 - 認識旺來鳳梨 & 尋找本土小麥」活動讓民眾更認識鳳梨與本土小麥，共舉辦 12 場次、366 人次參與。



三峽禾乃川國產豆製所 傳遞在地好食物理念

禾乃川國產豆製所以社會企業理念結合返鄉青農的國產大豆，發展穩定的商業模式。本次與在地門市合作舉行「OPEN! 青春同樂會 - 豆豆隊長出任務」活動，以在 7-ELEVEN 嚐一口土地的美好為題，透過影片、美好生活實驗室及上班族一日生活菜單等方式，讓繁忙的都市人能在門市感受慢活，並提高民眾對於在地好食物及社會企業的認識與關注。2021 年共舉辦 28 場次、573 人次參與。



利害關係人回饋

金魚。厝邊團隊（青年團體）

「本次計畫使團隊能與在地 7-ELEVEN 門市合作，透過執行活動串連更多在地居民及將青創團隊商品上架至 7-ELEVEN 門市，因疫情減少了實體空間的人流，金魚團隊也將培育青創團隊商品上架至 7-ELEVEN 賣貨便平台，使得消費者可以在線上選購，獲得許多正面迴響。」

5.7 教育品質

永續扎根

永續同樂會

統一超商自 2009 年開始舉辦「好鄰居同樂會」活動，聚焦親子互動等四大主題，深入社區關懷所需。親子互動類型活動如小小店長，帶領孩童體驗店長工作，協助孩童增進生活自理、應對、人際互動等能力；亦舉行各式親子協力完成的體驗或 DIY，促進親子關係。2020 年疫情嚴峻時，許多實體活動包含好鄰居同樂會因此停辦，觀察到疫情影響非短期，統一超商積極對應，透過跨部門溝通並運用系統化組織，於同年 5 月首創「好鄰居 O2O（Online To Offline）同樂會」，虛實整合遍及各地的 7-ELEVEN 門市及好鄰居基金會活動，持續舉辦不間斷，也因此面對疫情更加嚴峻的 2021 年，統一超商依舊舉辦了近 1 萬場好鄰居同樂會，共近 7 萬人次參與。

統一超商更觀察到永續教育的重要性與相關教材之稀缺，自 2020 年起推出近 20 款自製教材（2021 年推出 10 款），將環保、食安、健康、公益等知識，轉化成淺顯易懂的素材傳遞，除可透過好鄰居基金會官網下載，更可透過 ibon 直接列印，多樣化 DIY 素材於 2021 年共 7.5 萬人次使用、累積超過 12 萬人次使用，透過主題活動操作，讓好鄰居同樂會活動再進化，成為傳達永續知識之平台。

（註）相關影片請 [點此觀看](#)



利害關係人回饋

參與家長

「不只是教導小朋友，連大人也一起學習，很棒的親子遊戲」

多樣化 DIY 素材
累積至 2021 年
超過 **12** 萬人次使用



● 青年永續扎根計畫

統一超商積極響應 SDG4 教育品質等目標，著眼於新世代人才與消費者的永續培力。2020 年起，以「青年永續扎根計畫」專案出發，前進各大專院校推動 SDGs 議題的培力，透過「扎根永續－SDGs 培力工作坊」，提升青年永續認知度，並與學生們分享統一超商經營理念、產銷永續計畫、多元募款平台及青年深耕計畫等永續專案。至 2021 年累計前進 15 所大專院校，包含政治大學創新國際學院、中國醫藥大學、中央大學尤努斯社會企業中心等，期望讓青年從認識永續議題，到思考與行動，展現青年力量。

● SDGs 創意挑戰賽

統一超商與交通部、英國在台辦事處等單位，在泰安商場展出全球 SDGs 創意挑戰賽台灣學生 36 件優選作品，共同響應聯合國 17 項 SDGs。如作品用藥提醒裝置「一錠藥記住你」回應 SDG3 促進健康與福祉，設計發想是因為許多樂齡人士常會忘記自己是否已經按時服藥，甚至出現錯誤用藥情況導致危險，所以將用藥提醒裝置設計成像遊戲機，有按鈕、燈光、音樂等裝置，除了增加樂趣，最重要的是記得用藥。期待藉由比賽，帶領學生創意發想與實踐 SDGs 議題，更藉由展覽進一步將 SDGs 議題向外擴散。



● 永續社群

統一超商公益社群（[7-ELEVEN 把愛找回來](#)官方 FB 粉絲專頁、[IG](#) 及 [統一超商好鄰居文教基金會 LINE](#)）2021 年由公益社群轉型成為 ESG 永續社群，除了揭露企業永續資訊外，更期許能提升大眾對永續教育的認知及行動。



2021 年分別舉辦「我的永續 你的日常」數位與實體的策展，期能促成消費者實踐個人永續行動。數位策展以簡單插畫告訴消費者可以如何於生活中落實永續；實體活動結合精品咖啡、現萃茶，與消費者溝通自帶杯減塑、零錢捐與數位捐款，及熱帶雨林認證及永續商品，推廣統一超商永續理念。統一超商更串聯長年深耕永續的媒體，及社企組織、公益團體共同發聲，期能擴大永續影響力，2021 年 7-ELEVEN ESG 永續社群總觸及超過 3 千萬人次。^(註)

註：尚未包含好鄰居文教基金會 LINE 社群的好友數

閱讀推廣

● 閱讀勵學計畫

根據調查^(註)，各地鄉鎮小學有超過 20% 沒有購書經費，且高達 90% 必須透過外部資源來推動閱讀活動。響應聯合國永續發展目標 SDG 4「教育品質」目標，自 2014 年起於鄉鎮小學推動閱讀，透過閱讀集點方式，提升孩童閱讀動力。2021 年共支持 97 所學校、陪讀班據點，所在縣市包含雲林、嘉義、台東、蘭嶼、金門等地，鼓勵 6 千多位孩童，並提供免費永續教案進行永續教育。

(註) 根據好鄰居基金會 2016 年針對六都及鄉鎮進行「國民小學閱讀習慣與資源」問卷調查結果。

2021 年暑假推出「好鄰居愛閱讀徵文比賽」鼓勵孩子疫情間不忘閱讀寫作，徵文對象以參與閱讀勵學計劃的學校及陪讀班據點為主，短短不到三個月的徵文時間，總計 224 位孩童投稿，共有 302 篇作品角逐，更邀請金鼎獎童書暢銷作家王文華老師評比，共選出 2 組共 20 篇優勝作品。另外也跨域合作，如結合太古可口可樂與兒福聯盟，將《我有我的霸免權》反霸凌計劃推入閱讀勵學之合作學校，將插畫故事及相關教材、線上課程帶到課堂，讓友善校園的理念能影響超過 6 千名孩童。

(註) 相關影片請[點此觀看](#)



CH 06 成就永續地球

實踐聯合國永續發展目標

12 責任消費與生產



減少 **6,467.4** 公噸

2021年i珍食共減少**6,467.4**公噸剩食產生

減少 **117.06** 公噸

2021年包裝包材塑膠用量較2020年減少**1.2%**，共計**117.06**公噸

13 氣候行動



減少 **1.4%**

2021年溫室氣體範疇一與範疇二排放量較2020年減少**1.4%**

減少 **3%**

2021年門市用電密集度評估指標EUI值較2020年減少**3%**

對應重大主題

氣候變遷 包裝包材管理 剩食與廢棄物管理

對應利害關係人

供應商 員工 加盟主 民間組織
政府機關 社區鄰里

管理目的

當前各類環境議題如氣候變遷、塑膠污染、剩食與資源稀缺等，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。

政策

- 環境政策
- 溫室氣體政策
- 能源政策
- 包裝包材管理

權責單位

- 減碳小組（門市、總部大樓、物流關係企業之節能減碳行動）
- 減塑小組（門市用品、鮮食代工廠等減塑行動）
- 惜食小組（推動惜食措施與剩食管理）
- 營運企劃部（管理門市廢棄物）、行政服務TEAM（管理總部大樓廢棄物）、物流企劃TEAM（管理門市逆物流回收）、工程科技部（推動門市設備整備再利用）

行動計畫

- 環境資訊盤點與管理（溫室氣體盤查、包裝包材數據、追蹤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
- 減塑行動規劃與執行（一次性塑膠減量、擴大回收機制、循環經濟合作）
- 剩食管理（降低鮮食報廢率、完善代工廠管理機制、提升廚餘回收率、i珍食活動）
- 廢棄物3R管理（推動門市便利環保回收平台、門市設備整新利用）

申訴機制

「聯合服務中心」電話專線(0800-008-711) 或
電子信箱(public@mail.7-11.com.tw)

6.1 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「環境政策」、「能源政策」與「溫室氣體政策」做為集團環境議題作為的指導核心，並在此基礎上訂定各項議題之短中長程目標（詳見 1.5 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。2021 年統一超商啟動「永續元年」，擴大減塑、減碳、惜食策略，深化永續到我們的營運及商業模式中，讓綠色消費成為日常。

● 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。本公司承諾如下：

- ✔ 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。

● 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。

● 溫室氣體政策

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，期以減少溫室氣體排放，為環境盡一份心力。

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。統一超商於 2021 年 4 月推出減塑數位課程，帶領員工及加盟主認識統一超商永續相關行動計畫，共有 15,735 人響應。2021 年總計完成環境相關宣導及課程的門市夥伴共有 34,218 人次，參與對象包含直營門市員工及加盟主，共計 12,385 人時。

2021 年環境相關宣傳或課程



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。自 2020 年起門市節能作為地區工程評核項目，每季評鑑取前 3 名頒發團體獎金各 1,000 元，2021 年度發放團體獎金總計 12,000 元，門市異常電費追回發放獎金 4,400 元。截至 2021 年累計發放 24,000 元，門市異常電費追回發放獎金 9,845 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。此外，我們亦結合「好鄰居 020 同樂會」活動，教導孩童正確回收觀念，將減塑活動從 7-ELEVEN 門市延伸至家中，並辦理多項線上活動，如「超級正面金句」線上活動、「愛地球請舉手」社群串聯活動，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。未來門市將規畫實施 RO 逆滲透餘水再利用，將 RO 逆滲透過濾過程中浪費的餘水從排水管線取出、接回水塔，可作為簡易水龍頭洗滌、大樓清潔及浴廁沖洗用。

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，扣除現調飲品相關用水量，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%。2021 年平均單店用水量為 368(度 / 門市數)，較基準年下降 18.3%，除統一超商積極管控門市用水量外，由於 2021 年受疫情影響部分門市暫停營業 7 至 100 天不等，門市用水量較往年下降許多，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。

6.2 包裝包材管理

政策與承諾

近年來減塑風潮聲量高漲，雖然在疫情紛擾下全球減塑議程延遲，但利害關係人對塑膠污染的關注並未減弱，由於零售業的產業型態受惠於塑膠的耐久與低成本特性，成為零售商品中常見的包裝包材材料選擇之一，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。為強化永續經營，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，統一超商於 2020 年正式成立減塑專案小組，並對自有品牌商品包裝包材設定一系列管理政策，由上而下建立減塑環保商業模式，從自有品牌出發，結合商品、服務、物流及電商各面向營運策略，以期達成 2050 在營運範疇完全淘汰一次性塑膠的願景。詳細減塑時程與 2021 年達標進度請見 1.5 永續目標管理進程。

- 考量環境及生態保護，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，並鼓勵消費者多利用可重複使用之包材（或容器），門市主動不提供顧客吸管，並針對現調飲品系列商品實施自帶杯獎勵金機制。

- 於冷藏飲料商品引進 FSC 認證包材，並逐年提升相關包材使用占比。
- 於現調飲品系列商品，其杯套及杯架等包裝包材採用部分回收再製材質。
- 成立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，推展包材減塑策略、目標、行動方案並追蹤執行績效，並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。



減塑專案小組

任務

咖啡事業單位	現調飲品包材減量、導入重複使用杯具模式
鮮食單位	鮮食包裝
商品單位	自有品牌商品開發定位、包材與原物料成本管理
供應鏈管理單位	自有品牌供應商合作與溝通、替代材質開發
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、替代材質開發
公共事務單位	內外部溝通
人力資源單位	減塑教育訓練

包裝包材用量統計

統一超商將塑膠包裝與包材分為可重複使用塑膠、可堆肥或分解塑膠或可回收塑膠以及一次性塑膠，再由產品生命週期與服務類型兩維度盤點各階段與面向的塑膠使用量，作為績效衡量與目標達成檢討，並規劃對應的減塑行動方案。2021 年塑膠包材用量總計為 9,921.42 公噸，較 2020 年減少 1.2%，其中一次性塑膠使用比例於 2021 年為 20.9%，我們將持續降低一次性塑膠的使用，朝 2023 年一次性塑膠占比 20% 之目標邁進。

註一：環保署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，但仍未取得環保署回收標章，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。

註二：門市垃圾袋若使用回收再製材質，仍為一次性使用。

可重複使用塑膠

不需要輔助產品即可以重新填充或再次使用於相同用途的包裝

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

可回收塑膠

環保署定義可回收塑膠^(註一)

一次性塑膠

無法回收、無法堆肥 / 分解且無法重複使用之塑膠^(註二)

2021 自有品牌生命週期包裝包材用量統計 (註)



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 96.84% 自有品牌商品；非塑膠包材統計涵蓋 100% 之自有品牌商品。

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

在減塑行動上，統一超商以「源頭減量」、「創新包材」、「鼓勵自帶」等三面向著手，從自有商品與服務的一次性塑膠減量開始，積極與供應商合作開發創新包材，並結合消費優惠鼓勵減少一次性容器使用，2021 年更透過異業合作導入循環租借杯模式，期許在提供便利服務之餘亦能創造環境雙贏的結果。

一次性塑膠減量

● 產品包裝減塑

我們致力於在產品包裝上降低對地球的負擔，自 2019 年起我們開始在咖啡杯導入使用 PLA 材質、杯蓋改為 PET 材質，並在鮮食加熱型商品容器上均導入 PP 材質，透過使用可回收、可分解塑膠降低環境衝擊。近年我們更從源頭出發，與供應商合作思考包材設計中如何移除、減少或取代塑膠材質，持續推動「包裝減重工程」在不影響包裝安全、品質及消費者使用便利性的前提下，我們透過調整包裝外盒設計，達成降低包裝厚度、穩定結構的輕量化包材，以減少鮮食包裝的塑膠用量，例如燴飯與涼麵包裝盒的厚度經重新設計平均減少約 3%、熱狗堡塑料用量平均減少 80%、輕食便當導入紙盒等作為，2021 年較 2020 年鮮食產品包裝已成功減少 293 公噸的塑膠用量。此外，我們亦與統一企業合作推出台灣第一支無瓶標礦泉水，讓回收流程變得更友善。

● 門市服務減塑

為了降低塑膠使用，從 2019 年開始我們便開始將門市所販售的現調飲品全面改用就口紙杯，並自 2020 年起全面不主動提供塑膠吸管。在 2021 年，我們推出輕量版購物袋及環保可重複利用購物袋，並透過自備購物袋送 Open Point 點數活動，鼓勵消費者自備購物袋。此外，我們也在自有營運範圍內落實塑膠減量，門市垃圾袋自 2021 年 5 月起已全數改為 100% 再次回收料材質。

● 網購包裝循環與減量

我們也在取貨、寄貨的「交貨便」上積極推動包材減量，不僅將交貨便寄件專用袋包材輕量化，2021 年也開發可分解材質寄件袋，以及開始使用自黏標籤取代服務單專用袋，減少不必要的塑膠用量，2021 年約減少 79.78% 的服務單專用袋使用數。2021 年起我們與社會企業配客嘉合作推出網購循環包裝，鼓勵消費者歸還循環包裝袋到 29 間超商合作門市，透過循環使用降低資源耗用，詳見永續專欄－減少塑膠使用。



擴大回收機制

統一超商創新導入自動資源回收機，透過提供 Open Point 點數提升民眾回收寶特瓶意願，2020 年首先於長權及興陽兩門市試行，長權門市單月累計破 3 萬瓶，且每月平均以 5000 瓶的速度穩健成長，因試行成效顯著，統一超商在 2021 年新增設置寶特瓶回收機台 10 台，2021 年總計回收 704,857 瓶。後續將持續規畫門市寶特瓶回收機台擴大設置，並與縣市環保局合作導入新一代自動資源回收機（ECOCO 智慧回收機），擴大回收品項，提升回收機制與績效。



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、提供租借杯及內用杯的方式鼓勵消費者力行環保。為了追蹤自帶杯的推動成效，我們進一步設定 2021 年自帶杯占比 10% 的目標。2021 年實際自帶杯比例 6.5%，雖相較於 2020 年 5.1% 成長了 27%，但因上半年受疫情影響，門市停止使用自帶杯影響未達成目標。疫情解封後自帶杯比例有些許提升，且持續推廣每月 1 日自帶杯由 3 元提升至 5 元活動，相較於折扣 3 元，自帶杯比例成長 28%，未來將持續推廣自帶杯，期能透過提升消費者誘因，鼓勵重複使用的消費行為。

除了自帶杯以外，我們也提供租借杯及內用杯的選項，讓消費者能無痛實踐綠色行動。自 2020 年開始，統一超商與社會企業好盒器合作展開租借杯計畫，目前已有九家門市分布於台北、桃園及台南三個縣市，預計於 2022 年導入 500 家門市。消費者可透過櫃檯旁的借杯機台，簡單快速的自行租借環保飲料杯，且超商同樣提供自帶杯優惠，消費者使用後再投放到機台，由好盒器協助後續收回、清潔與配送，再重複利用，減少用完即丟的飲料杯廢棄物，2021 年循環杯佔自帶杯 15%，總計減少 1,657 個一次性飲料杯。未來規劃擴大導入重複使用的營運模式，不僅降低消費者使用環保杯的阻力，也加速我們達成減塑目標。

公益結合循環經濟 創造雙贏

統一超商減塑工作不僅是單獨行動，更要擴大影響力，結合公益活動帶動循環經濟，2021 年我們與非營利組織、社會企業串聯推出之循環再生商品，將統一超商回收的寶特瓶、牛奶空瓶委由 Story Wear 設計並再製，並攜手中華民國腦性麻痺協會，由腦麻兒家庭媽媽、中年二度就業的裁縫師 100% 手工製作成丹寧飲料提袋與報童包，實現從「搖籃到搖籃（Cradle to Cradle）」的理念，當此商品最終需要被回收時，也可以 100% 直接被回收，重新再製成全新的商品，期待創造多贏，消費者消費做環保也做公益，不僅協助在地弱勢團體，也減少廢棄物產生。



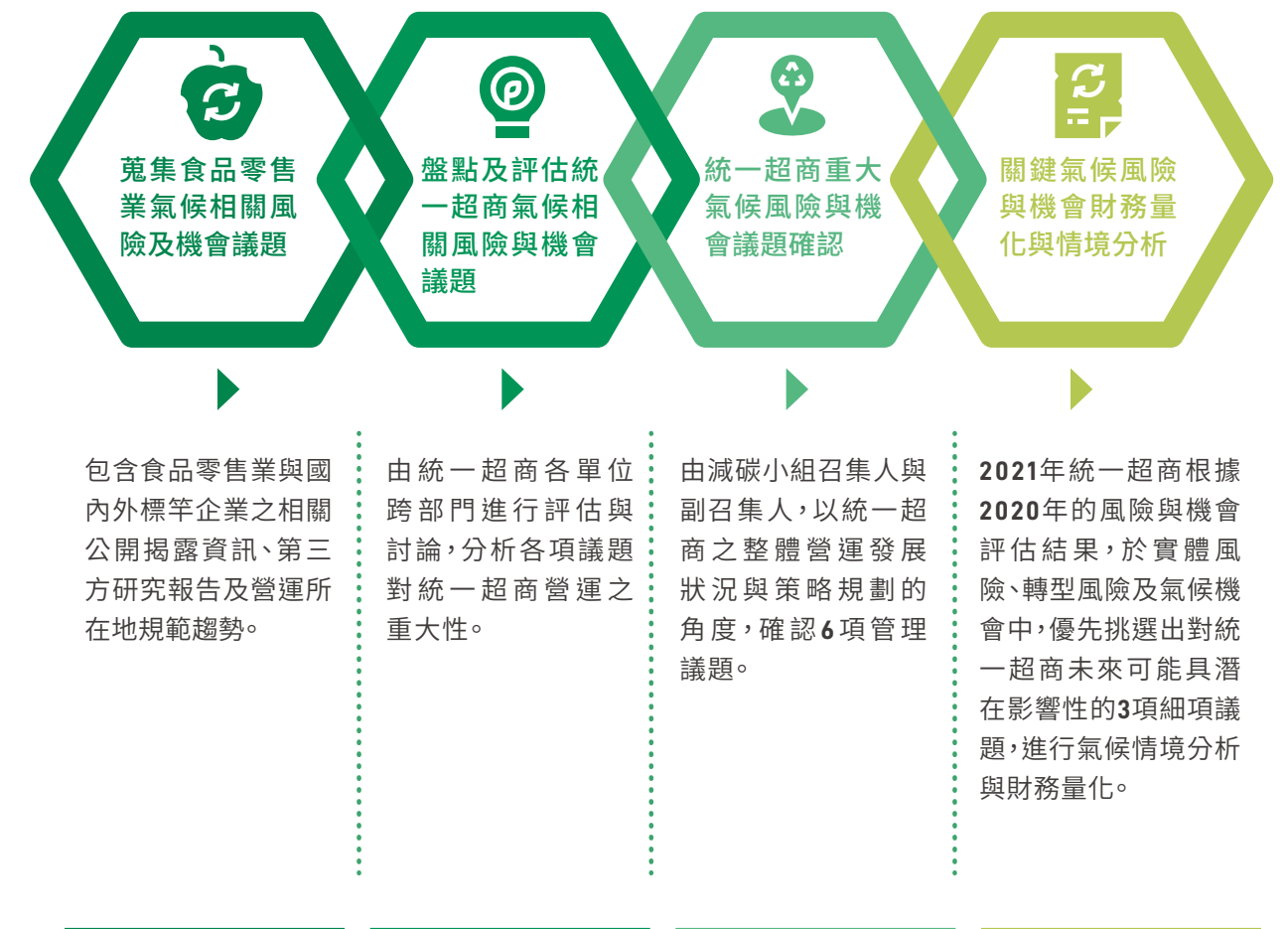
6.3 氣候變遷減緩與調適

氣候治理

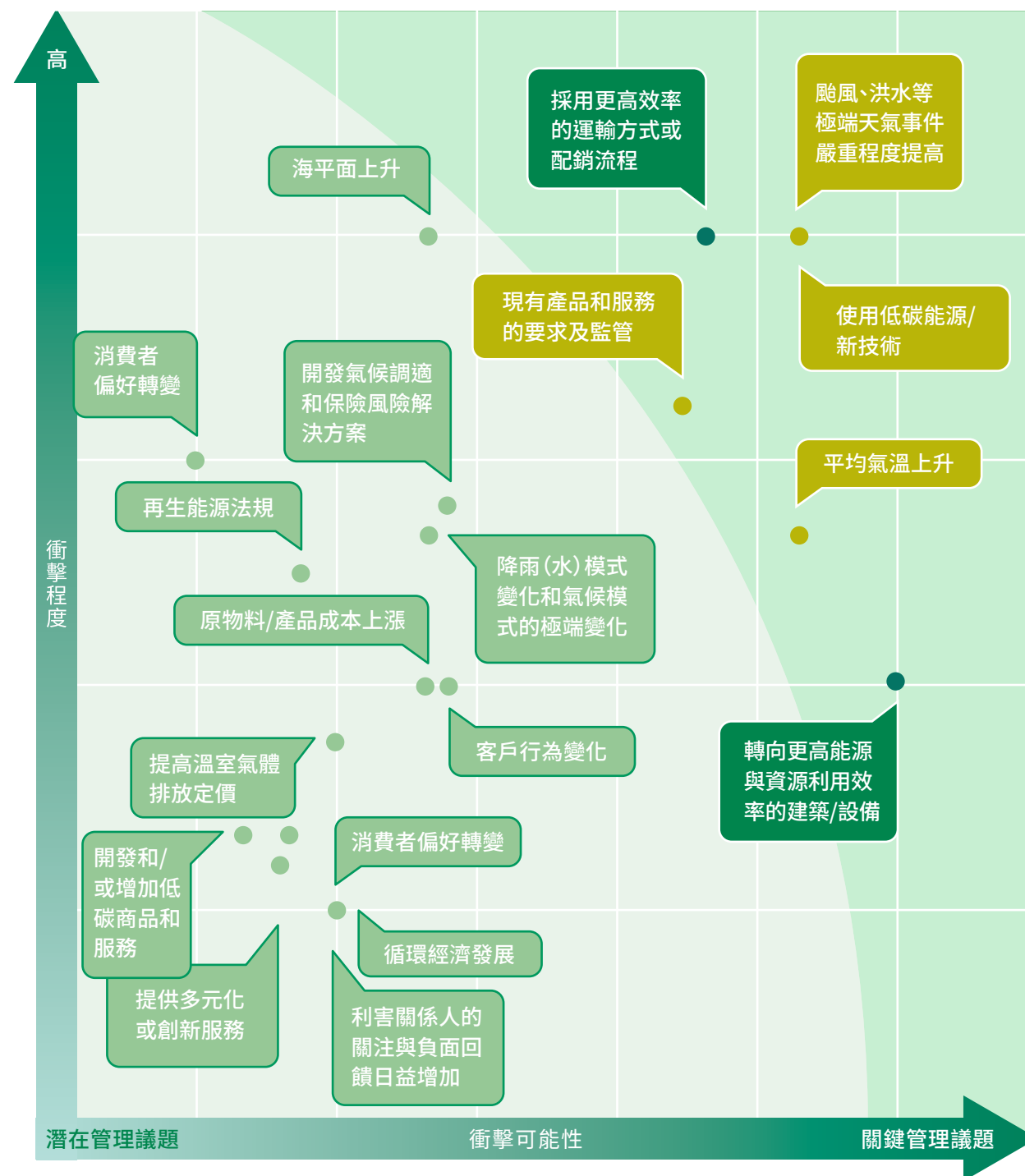
統一超商於氣候變遷議題之治理架構，由董事會作為最高的監管單位，相關議題管控機制建構於永續發展委員會下，透過委員會轄下之工作小組進行議題的管理與風險評估，由委員會定期向董事會報告議題的管理執行情況。2021 年統一超商正式成立減碳小組，作為評估與管理氣候變遷風險與議題的工作組織，此小組由永續發展委員會的秘書長擔任召集人，依據各部門之業務執掌設有任務編組，相關說明請參考「永續專欄—轉型低碳營運」及「1.2 永續發展委員會」章節段落。

氣候風險與機會評估

為了解在氣候變遷議題下對統一超商營運的影響性，我們於 2020 年透過以下流程梳理與評估出 6 項重大氣候風險與機會，並於 2021 年進一步針對 3 項關鍵氣候風險與機會議題進行情境分析與財務衝擊量化。



統一超商氣候風險與機會



(6 項關鍵氣候風險與機會詳細的評估說明，請參考 2020 年度統一超商企業社會責任報告書 - 關鍵氣候風險與機會議題因應與管理)

關鍵議題一：實體風險

針對「颱風、洪水、下雪等極端天氣事件嚴重程度提高」之實體風險，可能導致超商門市淹水、設備損壞、停電、停水等事件的發生機率提高，進而影響超商門市營運，我們針對全台超商門市在不同氣候情境下，於本世紀中（2050 年）可能會受到淹水風險的影響進行評估。

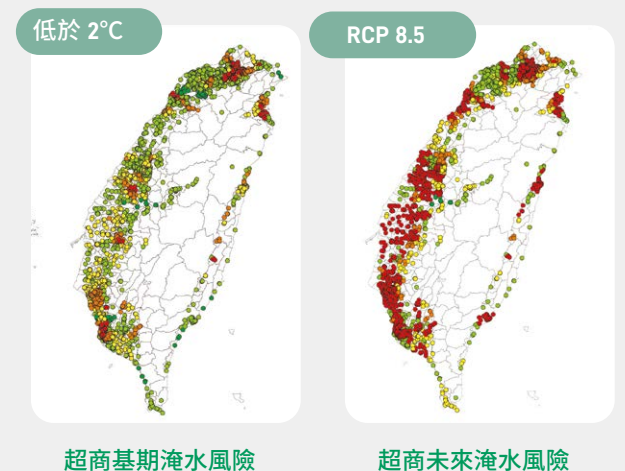
選用情境、參數與假設

- 1 低於 2°C 情境：根據國家災害防救中心（NCDR）基期（1976-2005 年）淹水風險等級，假設本世紀末不升溫超過 2°C，世紀中仍維持與現況相同之氣候環境來評估世紀中的門市淹水風險等級，並評估該類門市之淹水財務衝擊影響。
- 2 RCP 8.5 情境：根據國家災害防救中心（NCDR）RCP 8.5 情境之未來推估（世紀中 2036 ~ 2065 年）淹水風險等級，評估在高暖化趨勢下於世紀中（2050 年）的門市淹水風險等級，並評估該類門市之淹水財務衝擊影響。

分析方式與結果

- 1 比對超商 2021 年全台所有門市所在位址與 NCDR 風險分級，位於淹水高風險（第五級）之門市數：
 - 低於 2°C：佔 2021 年門市數之 26.7%
 - RCP 8.5：佔 2021 年門市數之 63.9%
- 2 以過往歷史經驗推估並假設高風險區域內門市遇到淹水時，門市無法營運並且造成門市設備毀損，世紀中將造成營收下降並增加設備修復的費用估計約為：
 - 低於 2°C：世紀中潛在淹水財務衝擊約影響營收 0.04%
 - RCP 8.5：世紀中潛在淹水財務衝擊約影響營收 0.1%

統一超商 全台門市淹水風險地圖



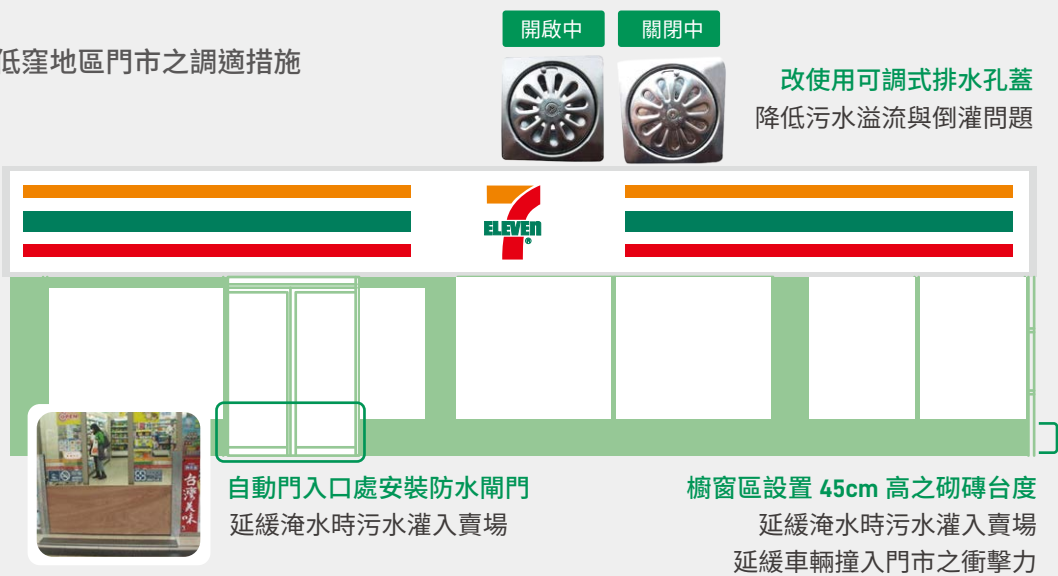
圖例 風險等級



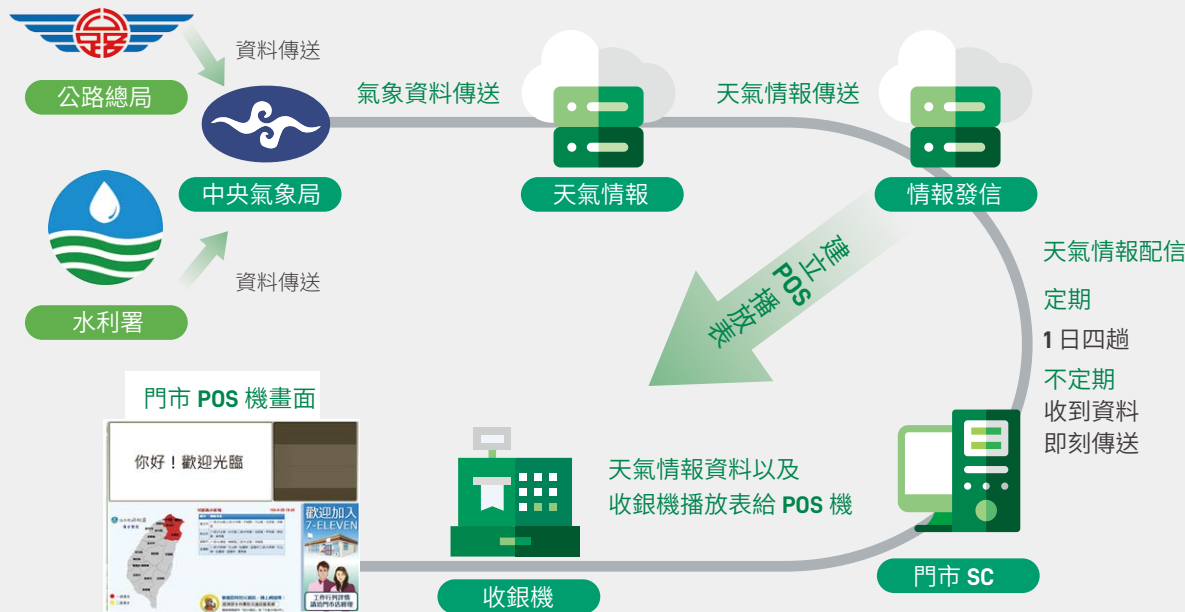
調適管理
策略

為了降低門市受到淹水風險的衝擊影響，統一超商訂有「低窪地區門市防水閘門及矮牆施工規範」並設置「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。為同步降低門市因淹水所造成之損失，超商亦訂有風險緊急應變流程，規範物流配送應變調配機制，並投保門市天災產物保險，並降低災損對財務之影響性。

地勢低窪地區門市之調適措施



天氣情報配信系統示意圖



關鍵議題二：轉型風險

由於統一超商全台門市相當多，考量目前環保署已進行氣候變遷因應法的修法，預計將於 2024 年開始針對碳排大戶收取碳費，雖然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，未來統一超商納入碳費規範的機率將大幅提升。為能提前了解未來的潛在影響，評估若未來統一超商被納入碳費收取對象，於 2025 年可能會產生的財務衝擊影響。

選用情境、
參數與假設

- 1 Net-Zero 情境：**根據台灣環保署委外研究報告 Carbon pricing options for Taiwan (2020)，若要達到 2050 年淨零排放，建議 2025 年收取之碳費每公噸 CO₂e 為 52 元美金。
- 2 國家自訂減量貢獻 (NDC)：**根據台灣環保署委外研究報告 Carbon pricing options for Taiwan (2020)，若依據目前國內自訂減量貢獻，建議從 2021 年每公噸 CO₂e 收取 10 元美金起，每年增加 10%，2025 年收取之碳費每公噸 CO₂e 為 14.6 元美金。

分析方式與
結果

- 1** 根據超商 2021 年溫室氣體排放量並考量未來營運成長，在不施加管控措施的 BAU 情形下推估 2025 年之排放量。
- 2** 依據 BAU 情形下，推估 2025 年之溫室氣體排放量，套用不同情境下之碳費，計算可能需要額外支出的費用約為：
 - Net-Zero 情境：2025 年所增加成本約占年營收 0.41%
 - NDC 情境：2025 年所增加成本約占年營收 0.12%

調適管理
策略

- 1 再生能源導入：**為回應國際減碳要求，並降低傳統電力的依賴，我們預計於 2022 年規劃門市導入再生能源，逐步朝低碳能源轉型。

雖然超商目前尚未被納入徵收碳費之對象，但為了降低未來可能之財務衝擊，超商在全台營運據點持續推動多項節能減碳措施，逐步提高能源使用效率，以降低溫室氣體排放。

調適管理策略

- 2
- 能源管理系統導入：為推動總部與門市節能與能源效率提升，2021 年持續保有總部大樓及兩家門市 ISO 50001 能源管理系統認證，其他據點亦根據能源管理系統運作精神與架構進行能源管理，以達到能源使用持續改善之目的。
- 3
- 門市節能措施及成果：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。2021 年統一超商門市透過七大專案成功節省 68,968,976 度電與 161,387,405 元電費，同時也減少了間接排放 34,622 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。

門市節能行動方案		導入數量	節能量		溫室氣體減排量 (公噸 CO ₂ e)	節能專案成果節 能減碳占比
			kWh	GJ		
空調及冷藏 設備節能升級	變頻冷氣	2,407	37,880,744	136,371	19,016	55%
	三代組合冰箱	637	6,221,528	22,398	3,123	9%
	新型 節能冷凍櫃	1,126	4,086,761	14,712	2,052	6%
門市照明系統 節能優化	騎樓照明 節能升級	8,571	3,227,395	11,619	1,620	5%
	賣場燈管配置	22,372	6,479,737	23,327	3,253	9%
	橫字招牌 節能改良	20,682	10,128,129	36,461	5,084	15%
改善熱交換 環境	節能風除室	154	944,684	3,401	474	1%
總計		55,949	68,968,976	248,288	34,622	100%

註 1：由於 2021 年度電力排碳係數尚未公告，採 2020 年度 0.502 公斤 CO₂e/度為溫室氣體排放計算參數計算溫室氣體減排量。
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。

統一超商門市節能設計

設置電容自動控制器

- 依門市內之各項設備實際需求，自動控制電容投入與切出，降低系統電源、門市設備異常故障及減少電容器的故障率

賣場燈管配置

- 改變燈管配置方式，減少燈管配置總量
- 導入LED燈管，相較於T5燈具可節能43%



騎樓照明節能升級

- 將原緊鄰配置改為有間隔的排列，減少燈管配置總量，燈具改使用LED，相較於T5燈具可節能三分之一



三代組合冰箱

- 採用直流排風扇、LED 照明，與智慧控制冰箱除霜，改善冰箱24小時耗能表現
- 增加感應玻璃門，減少冷氣洩漏，2021年新加裝電熱器節電器及冷凍無電熱玻璃，並優化組合冰箱門框組，可達成進一步節能效益



節能風除室

- 考量空間及法令可行性，於自動門外再設置有門的緩衝空間，以防止室內冷氣外洩及蚊蠅入侵，提高空調使用效率



優化門市建築設計
減少開窗面積

- 運用門市地理環境與建築設計概念，減少太陽曝曬與開窗面積，維持門市冷房效率
- 以新竹塘門市為例，門市節能改造前後電費較去年同期平均節省 6,209元，平均日用電度數節省125度



4 高電費門市輔導：我們持續對高電費門市^註進行節能輔導。本年度我們針對 2,332 家高電費門市進行輔導，透過總部派員至高電費門市訪查，與門市共同探討節能方案，2021 年總節電量為 15,567,712 度。而在高電費門市中有 405 家門市為既有屆齡門市，為提升門市營運的能源效率進行門市全面的節能改造，整體較 2020 年用電量減少 8,346,666 度。收效最佳的是位於林口的至富門市，該門市透過在 K. Seren 品牌之臨窗範圍貼圖減少日曬、原有中島冰箱改為開放式展示櫃、更新全店戶外機台以增加效能，共節省該門市 69,400 度用電，較 2020 年下降 31% 的用電量。

門市節能改造前

門市節能改造後

K. Seren 品 牌
之臨窗範圍貼
圖以減少日曬



原有中島冰箱
改為開放式展
示櫃



註：高電費門市選擇對象為 2021 年門市同期用電度數超過同一面積門市群組平均值，且較 2020 年同期用電度數成長及同期業績衰退的門市。

5 辦公室節能措施及成果：總部大樓的辦公室能源使用模式與門市不同，除了持續更新總部大樓節能目標及績效指標外，在節能的具體措施上，我們持續導入 ESCO (Energy Service Company) 節能服務系統，追蹤用電量並鑑別、降低異常用電情形，利用系統效率改善、設備使用時機改善、員工節能意識與能源使用監控等策略，針對總部大樓的主要能源消耗進行改善，2021 年總部大樓用電度數較 2020 年下降 76,280 度，下降幅度明顯，其原因主要歸功於調整冰水主機出水溫度、空調室內送風機設置定時異動啟閉、減少午休時間照明等措施。

改善措施	空調系統	照明系統	電器使用
系統功率改善	- 調整空調系統參數 - 節能變頻獨立空調主機更新	逐步汰換成 LED 燈	-
使用時機改善	- 利用全熱交換機，在冬季引進新鮮冷空氣 - 室內空調機設置定時啟閉系統	- 裝設自動啟閉照明感應器 - 刪減梯廳照明間接燈 - 減少午休時間照明	電梯、事務機、熱飯機、飲水機、冰箱等設定非上班時間關閉
員工意識提升	宣導節能教育		
能源使用監控	保全巡檢		

關鍵議題三：機會

因應氣候變遷加劇，全球高度關注減碳、低碳轉型，台灣相關法規政策也朝向淨零排放規劃，超商全台灣門市眾多，物流運輸為營運重要的一環，如能提前因應進行低碳運輸轉型，將有助於因應國家淨零政策發展。



分析情境：

在國家溫室氣體減量管理法第一階段部門溫室氣體管制行動方案、氣候變遷因應法等國家淨零政策發展之下，評估超商於運輸系統及運具能源使用效率的低碳運輸轉型計畫與相關規劃下，於 2026 年所產生的策略影響。

轉型計畫與潛在機會效益：

統一超商對節能減碳的承諾不僅實施在營運門市與辦公區域，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。

我們在低碳轉型計畫目前共有三大執行面向：

1

新型環保期數的物流車輛導入：
為了減少物流所造成的碳排放，
超商截至 2026 年預計汰換 267 台
三期及四期環保車輛，並採購共
計 267 台五期環保車輛，其中包
含低溫和常溫的車輛，以及不同
的車型大小，以符合超商全台門
市物流運輸所需。除了積極導入
新型環保期數的物流車輛外，我們也定期了解和安排國內外物流運輸行
業交流，隨時因應台灣產業與法規趨勢進行調整。

新型環保期數的物流車輛導入：

- 截至 2026 年預計汰換 **267** 台三期及四期環
保車輛，並採購 **267** 台五期環保車輛
- 截至 2026 年預估可節省 **357,087** 公升的
油耗量

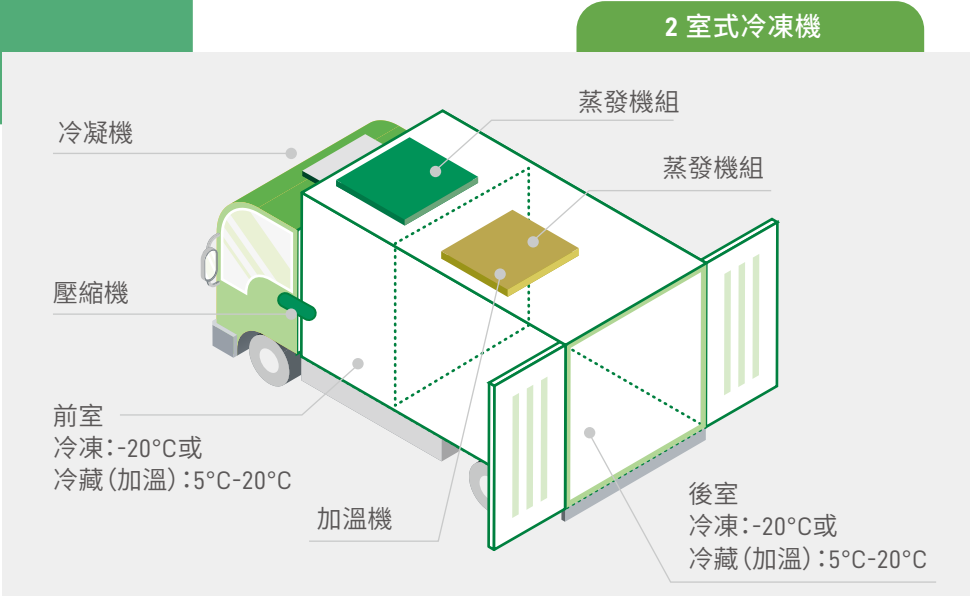
整合物流路線並調整物流車輛設備：

平均每年可節省：

- **1,460** 趟物流次數
- **239,797** 公升的燃料使用
- **664.7** 公噸的碳排放

2

推動雙溫共配整合物流路線：為提升運輸效益，
我們進行冷藏冷凍共同配送路線調整，並將原本
僅有單溫層的配送物流車輛進行替換，轉換成具
有雙溫層（冷藏、冷凍）的車輛，將不同溫層
的商品共同配送，既提升裝載效率，也達成了物流
關係企業的節能效益。



3

優化內部作業流程及設備：在物流中
心的內部作業環境及設備上，我們規
劃導入配銷自動化設備，以減輕人員
檢貨負荷、減少人員行走距離等，節
省人力配銷的作業時間，同時整合初
次轉運物流路線、更新物流中心燈具，
提升整體內部營運的節能效益。

配銷自動化及節能減碳措施：

平均每年可節省：

- 人力成本約 **8,319** 萬元
- 節電 **102,441** 度、減少柴油 **82,773** 公升

物流公司	節能措施	能資源節省量	節能量 (GJ)	減少溫室氣體排放量 (公噸 CO ₂ e) ^(註 2)
統昶行銷	● 更換 LED 燈具 170 盞 ● 更換變頻空調	年節省用電量 47,071 度 ^(註 1)	169.5	23.6
統旭行銷	整合 10 線初次運輸轉 運趟次	年減少 322,816 公里數，共節 省 82,773 公升 的柴油	2911.2	215.7
大智通	安裝 LED 微波感應燈管 50 盞，儲位安裝微波 感應盒 800 支工事燈	年節省用電量 55,370 度	199.3	27.8

註 1：每盞燈更換後預計減少消耗 26W，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：統昶行銷物流運輸趟次，以 1 公升柴油可供物流車跑 3.9 公里，柴油溫室氣體排放係數參考環保署公告之溫室氣體排放
係數管理表 6.04 版之 2.606 公斤 CO₂e/ 升。進行計算，柴油熱值參考經濟部能源局能源產品單位熱值表柴油熱值進行計算。

註 3：由於 2021 年度電力排碳係數尚未公告，採 2020 年度 0.502 公斤 CO₂e/ 度為溫室氣體排放計算參數。

關鍵績效指標與目標

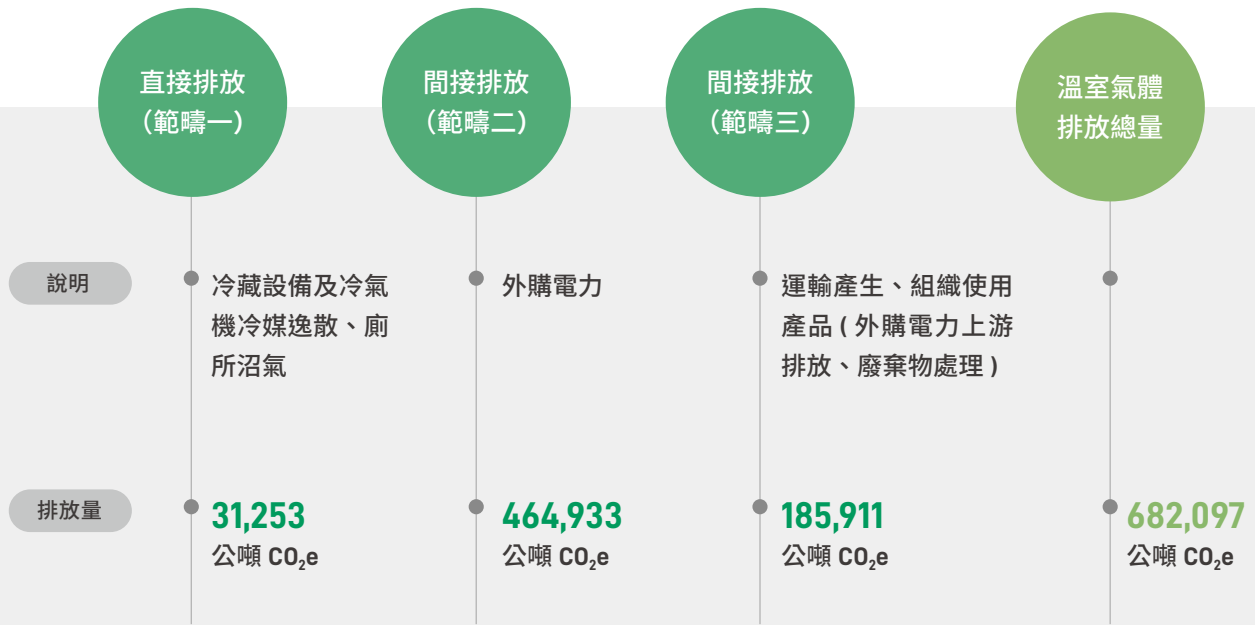
● 能源使用與溫室氣體排放

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，2021 年度溫室氣體盤查範圍涵蓋 6,522 個據點，溫室氣體盤查邊界涵蓋率 99.41%。

2021 年ISO 14064-1:2018認證已導入之營運據點

門市 (超商&商場)	6,494家門市 ^(註1) 、 17家商場
辦公室& 訓練中心	總部、9個分區後勤支援 辦公室和1個訓練中心
共計 6,522 個據點	

註：2021 年盤查之 6,494 家門市包含在 2021 年搬店或關店之 115 家門市



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 IPCC 2007 年第四次評估報告數值，倘若 IPCC 2007 年第四次評估報告並未有參考數值，則引用 IPCC 2013 年之暖化潛勢值。

註 2：間接排放中外購電力計算方式採用地點為基礎，由於 2021 年度電力排碳係數尚未公告，採 2020 年度 0.502 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 2021 年排放量，佔直接排放 86%，其中不含破壞臭氧層的製冷劑佔比為 100%。

排放設備	排放源	直接排放量 (公噸 CO ₂ e)	直接排放量占比 (%)
化糞池	水肥	4,344	14%
思樂冰與啤酒機	CO ₂	3	0%
商用冷凍設備	冷媒 (R134a、R404a、R410a)	26,906	86%

● 間接排放

2021 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。

2021 年度所有盤查據點的使用電力為 92,616 萬度，耗能 3,334,180 GJ，造成的間接溫室氣體排放量為 464,933 公噸 CO₂e，相較 2020 年排放量下降 1.57%，主要原因是門市多年投入節能改善設計及設備性能提升，2021 年有 498 家門市參與節能改造計畫，合計節省 1,052 萬度電，加上因疫情影響來客數，更間接節省了門市用電。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，以逐步達成承諾之 2025 年減量目標。

排放源		使用量	耗能量 (GJ)	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	92,616 萬度	3,334,180	464,933	71%
	外購電力上游排放		-	85,485	13%
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	24,804,451 公升	872,392	83,839	13%
固體和液體廢棄物處理產生之排放	門市店鋪廢棄物處理	46,075 公噸	-	16,587	3%

註：電力來源 100% 來自電網供應，且無使用再生能源。

● 能源與溫室氣體排放管理目標

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。

2021 年門市用電密集度減量目標為 914.7 度 / 平方米，較 2020 年減少 0.5%，而 2021 年實際門市用電密集度為 891 度 / 平方公尺，比 2020 年減少 3%。本年度已達成用電密集度減量目標。

EUI ^註								
年度	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
EUI	1,094	1,046	1,012	1,008	962	947	919	891
下降百分比		-4%	-3%	-0.4%	-5%	-2%	-3%	-3%

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坪用電度數，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。

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 2021 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。2021 年在疫情衝擊下間接影響門市用電，溫室氣體排放強度為 2.95 公噸 CO₂e/ 百萬營業額，較基準年下降 1.33%。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，未來預計將結合科學基礎減碳目標（Science-Based Targets, SBT）的導入，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。

6.4 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，統一超商作為全台門市店數最多、門市分布最廣的領導企業，對於剩食與廢棄物議題責無旁貸。

統一超商產生的廢棄物主要為生活垃圾，屬於環保署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，包含上游鮮食代工廠的營運廢棄物、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。2021 年超商門市營運及總部活動所產生之不可回收廢棄物為 56,156.01 公噸（註），佔全國廢棄物焚化量之 1.6%，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、回收與再利用，最少化不可回收廢棄物，除掌握廢棄物產生量與確保妥善處理外，亦將「便利」與「回收」行動有效結合，發揮多據點的特性，協助民眾回收資訊類廢棄物。針對因產品與服務所產生之包裝包材廢棄物，雖未納入自有營運的範圍，屬於價值鏈下游之廢棄物，我們仍然關注塑膠的難以分解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，逐步降低社會對一次性塑膠的依賴。（詳細包裝包材管理措施，請參考 6.2 包裝包材管理）

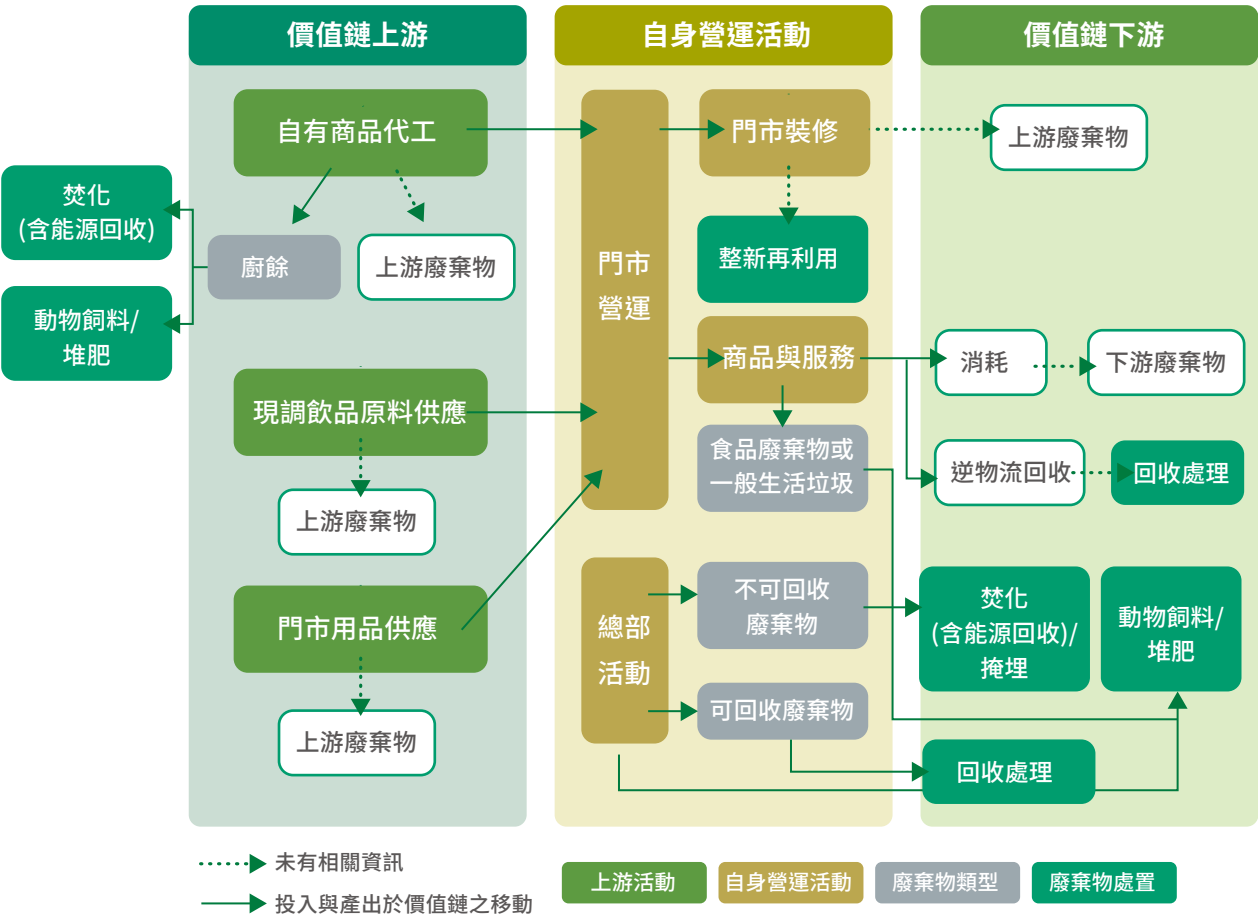
因便利商店服務型態所產生之剩食，亦是統一超商無法迴避的重要議題。超商營運所產生之食品廢棄物型態依供應鏈流程可分為四類，包含上游代工廠生產產生之廚餘、物流運送作業中產生之耗損、門市營運所產生之鮮食報廢品及廚餘。無法妥善處置之食品廢棄物不僅浪費食材，進而衍生糧食安全的問題，亦會在垃圾掩埋場分解的過程中排放溫室氣體，加劇溫室效應。因此，統一超商在 2020 年宣布 2030 年剩食減半目標後，詳細盤點對於食品廢棄物流向之掌握，並於 2021 年起推行四大策略方針，分別為：鮮食報廢率逐年下降、代工廠生產損耗下降、物流作業耗損下降，及門市廚餘回收率上升；統一超商透過這四項指標定期追蹤績效，持續在生產、訂貨配送、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。（詳細惜食作為，請參考永續專欄一惜食管理）

註：不含因 2021 年非洲豬瘟影響，廚餘無法進入養豬場而進入焚化之重量。

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、新北市及桃園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廚餘產生量與追蹤廚餘處理方式，以掌握剩食情況。而門市之可回收廢棄物部分，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，詳細運作機制請參考「便利環保回收平台」說明。

統一超商廢棄物產出流程概念圖



● 廢棄物管理績效

2021 年共計 1010 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保署公告之當年度全國廢棄物處理量進行估算。

2021 年門市營運以及總部活動合計不可回收廢棄物（不包含因 2021 年非洲豬瘟影響而進入焚化之廚餘重量）清運總量為 56,156.01 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 2021 較基準年下降 1%，至 2025 年較基準年下降 15% 為目標。2021 年單店廢棄物產生量為 7.4 公噸，較基準年下降 12.2%，除統一超商積極導入各項廢棄物減量措施外，由於 2021 年受疫情影響部分門市暫停營業 7 至 100 天不等，門市廢棄物產生量較往年下降許多，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。

2021 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 (噸)	自有營運 (噸)
離場	動物飼料 / 堆肥	食品廢棄物	1,222.24	258.59
離場	焚化 (含能源回收)	食品廢棄物	76.63	8,527.28 ^(註 3)
離場	衛生掩埋	食品廢棄物	-	607.08
離場	回收處理	回收塑膠	-	647.31
離場	回收處理	紙類	-	10,632.65
離場	回收處理	金屬	-	39.12
離場	回收處理	乾電池	-	341.06
離場	回收處理	光碟片	-	71.39
離場	回收處理	電子用品	-	57.39
離場	衛生掩埋	一般生活垃圾	-	3,134.79
離場	焚化 (含能源回收)	一般生活垃圾	-	43,910.46

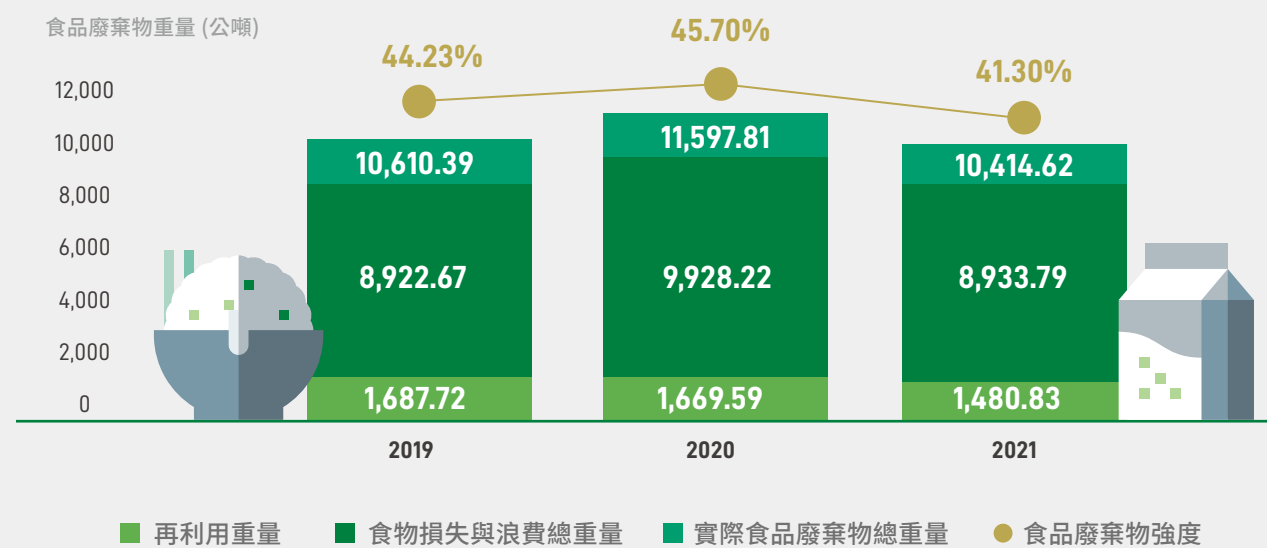
(註1) 除總部大樓及部分門市，依據廢棄物委外清運商之清運合約統計處置方式外，其餘門市及推估之營運據點之廢棄物處置方式，依據環保署公布截至 2021 年全國一般廢棄物處理量，計算焚化與衛生掩埋之處理比例，焚化比例為 93.34%

(註2) 自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：超食代台北、花蓮、台南、高雄等 4 廠

(註3) 因 2021 年台灣受非洲豬瘟之影響，2021 年 9 月廚餘不得做為動物飼料使用，故該月之廚餘僅能以焚化處理，自有營運部分廚餘因非洲豬瘟影響而進行焚化之處理量為 23.6 公噸

剩食管理績效

此外，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，2021 年實際食品廢棄物總重量為 10,414.62 公噸，較 2020 年下降 10%，受限於門市廢棄物清運管理機制，食物再利用比例為 14.22%（主要為動物飼料 / 堆肥），為有效降低食物損失與浪費，我們將提升門市廚餘回收率納入管理策略中，持續優化委外清運廠商合作計畫，鼓勵所有門市共同加入一同為惜食管理做出努力。



剩食與廢棄物減量再利用行動

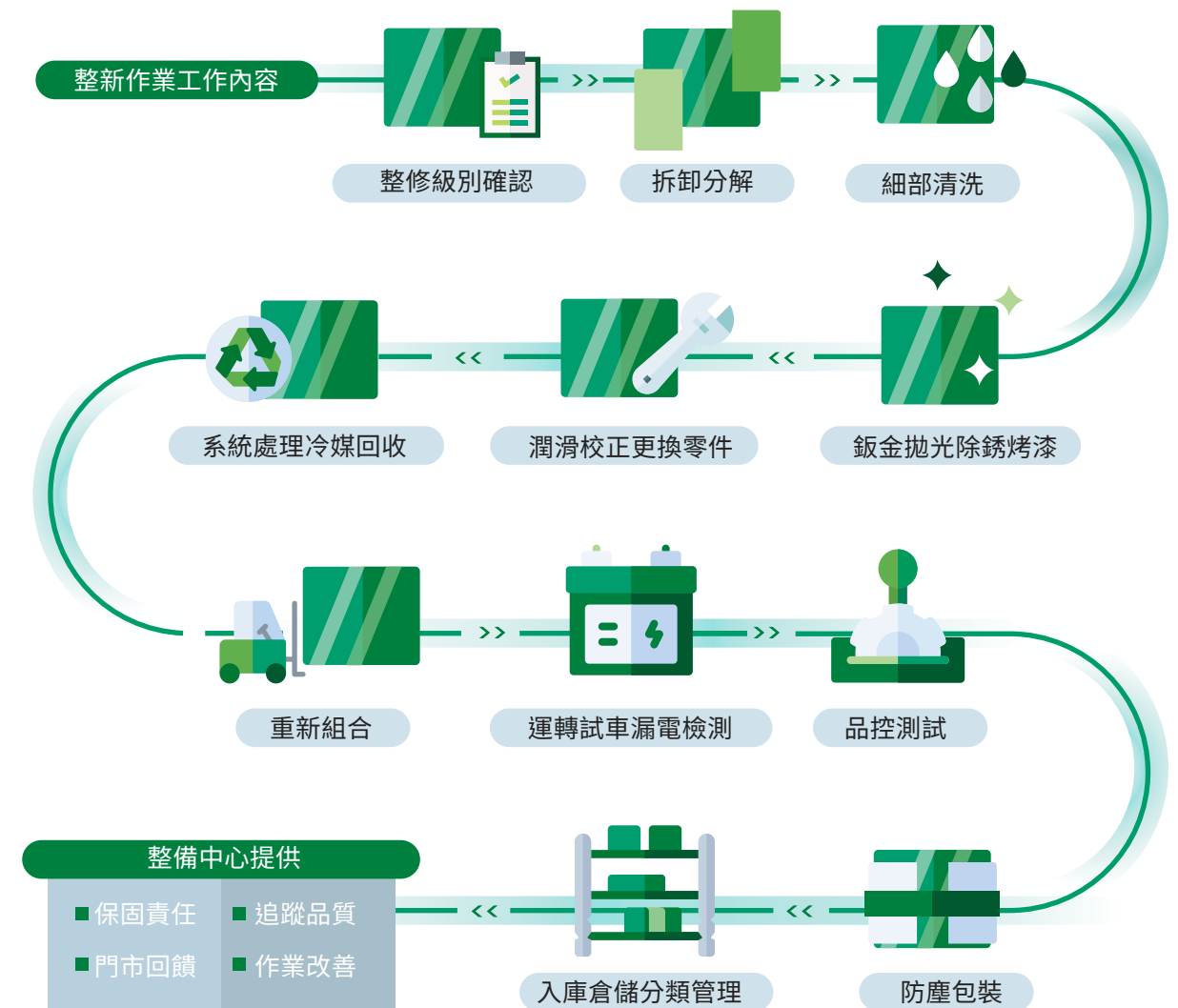
● 便利環保回收平台

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，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。

● 門市設備再利用

統一超商全台灣有超過 6,300 家門市，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。2021 年整新再利用機台種類達到 25 種，總數達 1,958 台，也藉此節省設備購置費用達 57,078,521 元。

● 設備整新作業流程



● 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。延續 2020 年的 i 珍食計畫，2021 年我們推出 i 珍食地圖的功能，結合 APP 功能，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，2021 年 i 珍食共減少 6,467.4 公噸剩食產生。詳細惜食管理措施請見永續專欄—惜食管理。除攜手消費者共同為惜食努力外，2022 年我們計畫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。

● 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，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，2021 年紙張人均用紙量較前一年度減少約 3%。此外，總部大樓也持續落實資源分類回收，2021 年回收重量總計 20,624 公斤，較前一年度增加約 8%。

附錄
歷年永續績效

歷年數據

- 公司治理

外部參與

揭露項目		揭露子項目		單位	2018	2019	2020	2021
參與之公協會組織名稱	參與身分	關注議題						
中華鮮食發展協會	理事長	食品安全	元	5,219,000	5,209,000	5,209,000	5,209,000	
台灣優良食品發展協會	理事							
中華民國企業永續發展協會	磐石會員	企業永續						
中華民國國際行銷傳播經理人協會	會員							
台北市百貨商業同業公會	會員							
中華民國工商協進會	會員							
台灣服務業聯盟協會	理事							
台灣連鎖暨加盟協會	理事							
中華民國無店面零售商業同業公會	理事							
零耗能建築技術發展聯盟	會員	永續環境						
公協會捐款或參與費用	-							
公協會捐款或參與費用之覆蓋率	-		%	100	100	100	100	

財務績效

	單位	2018	2019	2020	2021
實收資本額	新台幣仟元	10,396,223	10,396,223	10,396,223	10,396,223
個體財務績效 / 產生的直接經濟價值					
營業收入	新台幣仟元	154,074,731	158,031,567	168,147,856	168,010,130
營業毛利	新台幣仟元	53,012,367	54,177,435	56,557,043	56,287,789
所得稅費用	新台幣仟元	2,227,402	1,677,606	1,476,353	959,740
稅後淨利	新台幣仟元	10,206,388	10,542,860	10,238,162	8,861,619
每股盈餘	元	10	10	9.85	8.52
每股股利	元	9	9	9	9
股東權益報酬率	百分比	23.77	29.50	28.34	25.25
資產總計	新台幣仟元	89,246,516	132,464,048	141,503,950	146,442,976
負債總計	新台幣仟元	53,994,466	96,241,167	105,483,759	112,279,968
權益總計	新台幣仟元	35,252,050	36,222,881	36,020,191	34,163,008

產品與服務

揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2018	2019	2020	2021
優質服務評核之 A 級店 與 B 級店加總占比		%		98.6	98.8	98.85	96.06

員工

揭露項目	揭露子項目	單位	說明	2018	2019	2020	2021
歧視相關之 員工訴案件數量		件數		0	0	0	0
各級主管女性比例	TEAM 經理、店經理、區顧問	%		0	0	50.31	50.84
	部經理	%		0	0	6.67	10.20
	TEAM 經理、店經理、區顧問、 部經理	%		0	0	48.99	49.54
業務相關主管女性比例		%	包含店經理、區顧問、區經理、營運部部 經理	0	0	52.02	52.74
女性擔任科學、資訊工 程、數理相關職位比例		%	包含 AI 數位群	0	0	53.7	56.14
員工國籍分佈	本國籍	%		0	0	99.59	99.58
	中國大陸籍	%		0	0	0.25	0.24
	越南籍	%		0	0	0.11	0.10
	其他	%		0	0	0.06	0.08
員工 FTEs 依年齡層分佈	≤30 歲	%	1. FTEs (full-time equivalents)= 該類員工年度 總經歷工時 /1 名全職員工年度應工作 時數。 2. 此處總經歷工時，為以年底存在的員工 (8,348 人)，回溯於 2021 年總工作時數。 3. 比例為該年齡層 FTEs/ 所有員工 FTEs	0	0	35.16	34.08
	31-50 歲	%		0	0	55.43	55.20
	>50 歲	%		0	0	9.41	10.72
男女平均薪酬比(女/男)	非主管員工基礎薪資	比例	包含門市人員與非管理人員	0	0	0.96	0.96
	TEAM 經理與部經理基本薪資	比例		0	0	0.94	0.93
	TEAM 經理與部經理薪資報酬	比例	薪資報酬含基本薪資和年終獎金	0	0	0.94	0.93
	協理(含)以上主管基礎薪資	比例		0	0	0.83	0.96
	協理(含)以上主管薪資報酬	比例	薪資報酬含基本薪資和年終獎金	0	0	0.85	0.97
員工依性別統計 平均訓練時數(per FTE)	男性	小時	1. FTEs (full-time equivalents)= 該類員工年度 總經歷工時 /1 名全職員工年度應工作 時數。 2. 此處總經歷工時，為以年底存在的員工 (8,348 人)，回溯於 2021 年總工作時數。 3. 計算方式為該類別總員工訓練時數 / 該 類別 FTEs	0	0	35.05	17.40
	女性	小時		0	0	34.59	15.10
員工依管理職級統計 平均訓練時數(per FTE)	門市人員	小時		0	0	34.03	7.40
	管理人員	小時		0	0	33.99	42.00
	非管理人員	小時		0	0	36.64	32.20
員工向心力調查	回答屬於積極的員工百分比	%	註：受訪者皆為區顧問	48.25	48.25	60.16	60.16
	調查覆蓋率	%		8.62	8.62	6.52	6.52

揭露項目	揭露子項目		單位	說明	2018	2019	2020	2021
員工平均 (per FTE) 訓練費用與時數			元	1. FTEs (full-time equivalents)= 該類員工年度總經歷工時 /1 名全職員工年度應工作時數。	0	0	3,692	2,753
			小時	2. 此處總經歷工時，為以年底存在的員工 (8,348 人)，回溯於 2021 年總工作時數。 3. 平均訓練費用 (per FTE)= 年度總訓練費用 / 所有員工 FTEs 4. 平均訓練時數 (per FTE)= 年度總訓練時數 / 所有員工 FTEs	0	0	34.80	16.1
員工依性別及勞雇合約分布之情形	男性	不定期合約	人		3,604	3,814	3,796	3,662
		定期合約	人		0	0	0	0
	女性	不定期合約	人		4,497	4,616	4,704	4,686
		定期合約	人		0	0	0	0
員工依區域及勞雇合約分布之情形	北區	不定期合約	人		5,356	5,439	5,423	5,380
		定期合約	人		0	0	0	0
	中區	不定期合約	人		984	1,154	1,106	1,147
		定期合約	人		0	0	0	0
	南區	不定期合約	人		1,761	1,837	1,971	1,821
		定期合約	人		0	0	0	0
員工依性別及勞雇類型分布之情形	男性	全職	人	註：全職即月薪制，兼職即時薪制	2,344	1,885	1,864	1,850
		兼職	人		1,260	1,929	1,932	1,812
	女性	全職	人		2,904	2,229	2,175	2,156
		兼職	人		1,593	2,387	2,529	2,530
員工依年齡分佈之情形	門市人員	男性	≤30 歲	註：管理人員係指 TEAM 經理、部經理及協理（含）以上管理人員，非管理人員為後勤一般員工。	1,383	1,607	1,528	1,370
			31-50 歲		941	907	927	929
			>50 歲		87	122	131	153
		女性	≤30 歲		1,624	1,659	1,671	1,604
			31-50 歲		1,653	1,650	1,676	1,667
			>50 歲		153	198	221	247
	管理人員	男性	≤30 歲		0	0	0	0
			31-50 歲		120	115	115	122
			>50 歲		84	88	88	95
		女性	≤30 歲		0	0	0	0
			31-50 歲		36	42	41	44
			>50 歲		12	11	7	8
	非管理人員	男性	≤30 歲		123	164	186	185
			31-50 歲		750	683	679	659
			>50 歲		117	128	142	149
		女性	≤30 歲		162	206	218	233
			31-50 歲		784	754	744	730
			>50 歲		72	96	126	153

揭露項目	揭露子項目			單位	說明	2018	2019	2020	2021
按年齡層、性別劃分之 新進員工總數及比例	北區	男性	≤30 歲	人	註 1：新進人數包含新進、留停復職、關係企業調任 註 2：年度總新進比率為 38.31% 註 3：新進比率 (該類別年度新進員工人數 /2021 年 12 月 31 日該類別在職員工人數) 註 4：若以 FTEs 計算新進員工人數，則 2021 年新進員工人數為 945 人 (FTEs (full-time equivalents)= 該類員工年度總經歷工時 /1 名全職員工年度應工作時數。此處總經歷工時，為以年底存在的員工 (8,348 人)，回溯於 2021 年總工作時數。)	39	1,040	898	920
				%		0	88.06	80.83	89.41
			31-50 歲	人		22	121	137	142
				%		0	10.93	12.33	12.8
			>50 歲	人		1	15	25	21
				%		0	7.32	11.01	8.3
		女性	≤30 歲	人		41	771	833	787
				%		0	66.41	72.69	68.73
			31-50 歲	人		39	196	260	245
				%		0	12.27	16.1	15.29
			>50 歲	人		1	41	44	52
				%		-	21.93	20.66	21.49
	中區	男性	≤30 歲	人		14	307	163	144
				%		0	125.82	76.17	69.23
			31-50 歲	人		2	36	32	31
				%		0	17.48	15.02	13.96
			>50 歲	人		0	9	0	2
				%		0	15.52	0	3.85
		女性	≤30 歲	人		25	289	175	141
				%		0	95.07	57.57	47
			31-50 歲	人		3	98	36	40
				%		0	32.13	12.95	12.99
			>50 歲	人		0	8	2	7
				%		0	21.62	4.55	12.28
	南區	男性	≤30 歲	人		0	312	322	273
				%		0	90.17	82.78	85.85
			31-50 歲	人		3	46	57	54
				%		0	11.73	14.36	14.25
			>50 歲	人		0	3	5	4
				%		0	4	6.17	4.35
		女性	≤30 歲	人		11	281	329	277
				%		0	70.25	74.94	70.66
			31-50 歲	人		5	107	97	92
				%		0	19.71	17.08	17.33
			>50 歲	人		0	12	11	13
				%		0	14.81	11.34	11.93

揭露項目	揭露子項目			單位	說明	2018	2019	2020	2021		
按年齡層、性別劃分之 離職員工總數及比例	北區	男性	≤30 歲	人	註 1：離職人數包含留停人數 註 2：年度總離職比率為 38.73% 註 3：年度自願離職率（排除退休 & 因病離職） 為 38.69%	32	1,012	914	930		
				%		0	85.69	82.27	90.38		
			31-50 歲	人		51	161	176	160		
				%		0	14.54	15.84	14.43		
			>50 歲	人		3	37	36	41		
				%		0	18.05	15.86	16.21		
		女性	≤30 歲	人		48	873	816	716		
				%		0	75.19	71.2	62.53		
			31-50 歲	人		57	236	287	248		
				%		0	14.77	17.77	15.48		
			>50 歲	人		2	43	61	65		
				%		0	22.99	28.64	26.86		
	中區	男性	≤30 歲	人		15	250	164	157		
				%		0	102.46	76.64	75.48		
			31-50 歲	人		9	45	23	31		
				%		0	21.84	10.8	13.96		
			>50 歲	人		3	2	8	9		
				%		0	3.45	15.09	17.31		
		女性	≤30 歲	人		10	252	163	138		
				%		0	82.89	53.62	46		
			31-50 歲	人		4	68	52	40		
				%		0	22.3	18.71	12.99		
			>50 歲	人		2	4	4	8		
				%		0	10.81	9.09	14.04		
	南區	男性	≤30 歲	人		8	249	294	257		
				%		0	71.97	75.58	80.82		
			31-50 歲	人		7	44	61	62		
				%		0	11.22	15.37	16.36		
			>50 歲	人		7	11	14	11		
				%		0	14.67	17.28	11.96		
		女性	≤30 歲	人		5	283	295	242		
				%		0	70.75	67.2	61.73		
			31-50 歲	人		13	100	93	93		
				%		0	18.42	16.37	17.51		
			>50 歲	人		2	12	22	25		
				%		0	14.81	22.68	22.94		
	正職員工離職率					%	註：為排除兼職員工之離職率	3.68	4.72	5.67	6.44
	少數群體組成	門市人員				人	註：少數群體包括原住民 127 位、外籍員工 35 位與身心障礙人士 241 位；身心障礙人士以 FTEs 計算占比為 2.39%；管理人員本國籍比例為 100%，無外籍員工	359	370	383	369
						%		6.15	6.02	6.22	6.18
		管理人員				人		4	3	3	3
						%		1.59	1.17	1.2	1.12
		非管理人員				人		26	24	28	31
						%		1.29	1.18	1.34	1.47

揭露項目	揭露子項目		單位	說明	2018	2019	2020	2021
員工按性別劃分之失能傷害統計 (不含上、下班交通安全事故數據)	男性	總經歷工時 ^(註 1)	小時	註 1：總經歷工時 = 當月工作日數 *8 小時 * 全職員工人數 + 兼職員工實際工作時數。 註 2：損工日數 180 天以內者 註 3：損工日數超過 180 天者且不含死亡人次 註 4：由於無法取得加盟門市員工 2021 年相關統計資料，代工廠工作者人數未達重大，故未揭露前兩者職業安全績效相關資訊。 註 5：統一超商市鑫直營門市於 2021 年 10 月 23 日發生一起員工因顧客未配戴口罩之問題遭受不法侵害，該名同仁截至 2021 年 12 月 31 日止尚未復工，故雖計入 2021 年之一般職業傷害人次，損工日數將會於 2022 年該名同仁復工後統一計算並揭露。	0	0	7,123,469	6,988,719
		一般職業傷害人次 ^(註 2)	人		0	0	5	4
		嚴重職業傷害人次 ^(註 3)	人		0	0	0	0
		死亡人數	人		0	0	0	0
		可紀錄之職業傷害人次合計	人		0	0	5	4
	女性	總經歷工時 ^(註 1)	小時	註 5：統一超商市鑫直營門市於 2021 年 10 月 23 日發生一起員工因顧客未配戴口罩之問題遭受不法侵害，該名同仁截至 2021 年 12 月 31 日止尚未復工，故雖計入 2021 年之一般職業傷害人次，損工日數將會於 2022 年該名同仁復工後統一計算並揭露。	0	0	8,555,624	8,556,371
		一般職業傷害人次 ^(註 2)	人		0	0	11	18
		嚴重職業傷害人次 ^(註 3)	人		0	0	0	0
		死亡人數	人		0	0	0	0
		可紀錄之職業傷害人次合計	人		0	0	11	18
職業傷害比率、損工日數比率、總合傷害指數	男性	職業傷害所造成的死亡比率 ^(註 1)	%	註 1：職業傷害所造成的死亡比率 = 死亡人數 *10^6/ 總經歷工時 註 2：嚴重的職業傷害比率 = 嚴重職業傷害人次 *10^6/ 總經歷工時 註 3：可記錄之職業傷害比率 = 可記錄之職業傷害人次合計 *10^6/ 總經歷工時 註 4：損工日數比率 = 總損工日數 *10^6/ 總經歷工時	0	0	0	0
		嚴重的職業傷害比率 ^(註 2)	%		0	0	0	0
		可記錄之職業傷害比率(失能傷害頻率) ^(註 3)	%		0	0	0.7	0.43
		損工日數比率(失能傷害嚴重率) ^(註 4)	%		31.59 (男女合計數)	23.87	14.74	0.57
		總合傷害指數 ^(註 5)	%		0.25 (男女合計數)	0.14	0.1	0.02
	女性	職業傷害所造成的死亡比率 ^(註 1)	%	註 5：√ (失能傷害頻率 FR × 失能傷害嚴重率 SR)÷1000 註 6：此處總經歷工時，為每月統計之人數與其工作時數。 註 7：統一超商市鑫直營門市於 2021 年 10 月 23 日發生一起員工因顧客未配戴口罩之問題遭受不法侵害，該名同仁截至 2021 年 12 月 31 日止尚未復工，故雖計入 2021 年之一般職業傷害人次，損工日數將會於 2022 年該名同仁復工後統一計算並揭露。	0	0	0	0
		嚴重的職業傷害比率 ^(註 2)	%		0	0	0	0
		可記錄之職業傷害比率(失能傷害頻率) ^(註 3)	%		0	0	1.29	2.1
		損工日數比率(失能傷害嚴重率) ^(註 4)	%		31.59 (男女合計數)	45.54	28.75	49.2
		總合傷害指數 ^(註 5)	%		1.97 (男女合計數)	0.27	0.19	0.32
	所有員工	可記錄之職業傷害比率(失能傷害頻率) ^(註 3)	比率		1.97	1.29	1.02	1.35
	承攬商之失能傷害統計 (不含上、下班交通安全事故數據)	總經歷工時		小時	註 1：以當年度施工開幕店數及合約內容推估承攬商現場工作人員總經歷工時 註 2：該數據已包含加盟店之相關數據	724,480	0	578,560
一般職業傷害人次		人	2	0		4	1	
嚴重職業傷害人次		人		0		0	0	
死亡人數		人	0	0		0	0	
可紀錄之職業傷害人次合計		人	2	0		4	1	
職業傷害所造成的死亡比率		%	0	0		0	0	
承攬商職業傷害比率、損工日數比率		嚴重的職業傷害比率		%		註：該數據已包含加盟店之相關數據	0	0
	可記錄之職業傷害比率（失能傷害頻率）		%	2.76	0		6.91	1.46
	損工日數比率（失能傷害嚴重率）		%	0	0		658.53	78.74
員工職業病			人次		0	0	0	0

環境

揭露項目		揭露子項目		單位	說明	2018	2019	2020	2021
溫室氣體排放量 ^(註1)	直接排放		t CO ₂ e/ 年	註1：歷年溫室氣體排放量引用過去年度 CSR 報告書揭露數據。2020 年溫室氣體盤查轉用 ISO 14064-2018 版，將調整以 2020 年做為基準年，並將間接排放區分為外購電力及其他。		137,580.02	30,702.89	30,910.58	31,252.97
	間接排放（外購電力）		t CO ₂ e/ 年			464,330.67	446,064.80	472,365.15	464,932.82
	間接排放（其他） ^(註2)		t CO ₂ e/ 年			-	-	193,802.00	185,910.72
	總量		t CO ₂ e/ 年	註2：間接排放（其他）包含：外購電力上游排放、物流中心至分店配送運輸柴油、門市店鋪廢棄物處理。 註3：與上一版資訊差異說明：營運據點總數誤植		601,910.68	476,767.69	697,077.73	682,096.51
	營運據點盤查覆蓋率		%			99.49	99.52	99.06 ^(註3)	99.41
用電量	總部大樓		萬度	註：與上一版資訊差異說明：營運據點總數誤植		113.40	111.30	109.39	102.69
	門市		萬度			83,149.80	83,063.90	92,573.12	92,373.59
	商場		萬度			410.9	410.9	22.1	22.1
	區辦公室與訓練中心		萬度			140.10	103.40	97.97	117.72
	總用電量		萬度			83,814.20	83,689.50	92,802.58	92,616.10
	營運據點盤查覆蓋率		%			99.49	99.52	99.06 ^(註)	99.41
用水量	實際統計	總部大樓	度	-		5,390.00	5,318.00	5,429.00	4,012.00
		門市	度	2021 年涵蓋範圍共 4,071 家門市		1,234,393.03	1,758,809.00	1,845,456.00	1,577,006.00
	推估 ^(註)	區辦公室	度	區辦公室以當年度總部的人均用水量及區辦公室員工人數推估；門市以當年度有實際統計之門市平均用水量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的用水型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。		11,418.00	11,221.00	11,876.00	8,794.00
		門市	度			726,393.00	883,610.00	967,557.00	894,063.00
	總用水量		度	-		1,977,594.03	2,658,958.00	2,830,318.00	2,483,875.00
	實際統計門市數		家數	-		3,380	3,764	3,952	4071
	推估範圍		-	-		8 處區辦公室及 1,989 家門市	8 處區辦公室及 1,891 家門市	8 處區辦公室及 2,072 家門市	9 處區辦公室及 2,308 家門市
	營運據點盤查覆蓋率		%	註：與上一版資訊差異說明：營運據點總數誤植		99.06	99.11	99.11 ^(註)	99.12
包裝包材量	紙類包裝	總重量	噸	紙類與金屬包裝資料於 2019 年起開始統計		-	8,983.7	9,008.1	8,294.6
		資料覆蓋率	%			-	100	100	100
	金屬包裝	總重量	噸			-	173.7	182.8	194.7
		資料覆蓋率	%			-	100	100	100
	塑膠包裝總重量		噸			8,432.43	10,184.12	10,038.48	9,921.42
	可回收塑膠包裝占比		%			62.95	68.22	65.95	66.85
	可堆肥 / 可分解塑膠包裝占比		%			3.47	5.19	6.94	7.43
	可重複使用塑膠占比		%			4.83	3.24	3.87	4.85
	統計資料覆蓋率		%			67	66	74	97

揭露項目	揭露子項目		單位	說明	2018	2019	2020	2021
廢棄物量 - 不可回收	實際統計	總部大樓	噸	註 1：2017 年總部及各年度區辦公室以 2018 年總部的人均清運量及當年度總部 / 區辦公室員工人數推估；門市以清運廠商提供的平均門市清運量與總門市數量推估。考量訓練中心與商場的廢棄物產生型態較總部及門市不同，故排除於推估範圍。	23.93	24.09	25.36	21.24
		門市委託清運 ^(註 2)	噸		5,117.09 ^(註 4)	5,262.49	6,529.27	7,204.72
		門市自行處理 ^(註 3)	噸		11,029.23	9,100.00	10,122.13	9,110.76
	推估值 ^(註 1)	區辦公室	噸	註 2：門市委託廢棄物清運廠商處理之清運量，自 2018 年起開始統計其中所包含的廚餘量，故 2018 年後之門市清運量為已扣除廚餘之總重量。	50.69	50.85	55.48	46.57
		門市 ^(註 4)	噸	註 3：配合 GRI 306 新版調整新增門市鮮食報廢品之處理量，考量部分門市未參與委外清運，無法確認鮮食報廢品之處理方式，故歸類於不可回收項目。	39,644.23	42,253.45	37,061.08	39,772.71
	不可回收廢棄物清運總量 ^(註 5)		噸	註 4：考量推估門市無法證實實際有進行廚餘回收，故 2018 年後的門市清運量之推估值將以實際清運總量（未扣除廚餘量）來推估。	55,865.17	56,690.88	53,793.32	56,156.01
	實際統計門市數		家數		633	645	925	1010
	推估範圍		-	註 5：與上一版資訊差異說明：配合 GRI 306 新版調整新增門市鮮食報廢品之處理量。	8 處區辦公室及 4,736 家門市	8 處區辦公室及 5,010 家門市	8 處區辦公室及 5,009 家門市	9 處區辦公室及 5,369 家門市
廢棄物量 - 可回收	塑膠	總部大樓	噸	-	1.64	1.50	0.07	0.06
		門市	噸	-	559.87	676.31	633.88	647.25
	紙類	總部大樓	噸	-	9.46	13.32	17.20	18.71
		門市	噸	-	8,611.59	8,916.81	9,262.45	10,613.94
	金屬	總部大樓	噸	-	0.53	0.45	1.87	1.85
		門市	噸	-	21.72	12.83	27.00	37.27
	乾電池	門市	噸	-	304.55	327.16	365.57	341.06
	光碟	門市	噸	-	56.19	65.89	74.00	71.39
	資訊用品	門市	噸	資訊用品於 2021 年起開始以重量方式統計，並回推至 2019 年數據	-	62.55	61.85	57.39
	廚餘	總部大樓	噸	自 2021 年起統計總部大樓委託清運之廚餘量。	-	-	-	4.99
		門市	噸	自 2018 年起統計門市委託廢棄物清運廠商清運量其中所包含之廚餘量。	181.64	177.33	193.91	277.20
		代工廠	噸	自 2018 年起統計專屬 4 家代工廠委託廢棄物清運廠商之廚餘量。	1,423.03	1,510.39	1,475.68	1,298.87

揭露項目	揭露子項目		單位	說明	2018	2019	2020	2021
廢棄物量 - 依處理方式統計 (含不可回收、焚化處理及回收)	衛生掩埋 (A)		噸	-	1,055.56	1,074.85	1,295.03	3,260.16
	焚化處理 (含能源回收) (B)	上游 (代工廠)	噸	因 2021 年 9 月非洲豬瘟疫情，廚餘禁止作為養豬飼料，故該月份的廚餘量以焚化處理，其餘重量為回收處理或再利用。	-	-	-	76.63
		自有營運	噸		54,809.61	55,616.03	52,498.29	52,919.45
	回收處理或再利用 (C)	上游 (代工廠)	噸		1,423.03	1,510.39	1,475.68	1,222.24
		自有營運	噸		9,747.19	10,254.14	10,637.78	12,047.51
	廢棄物處理量 (A + B)		噸	-	55,865.17	56,690.88	53,793.32	56,256.24
	廢棄物總產生量 (A + B+C)		噸	-	67,035.39	68,455.41	65,906.78	69,525.99
	營運據點資料覆蓋率		%		99.06	99.11	99.11	99.12
	焚化處理比例		%	歷年焚化處理比例以環保署公佈之全國一般廢棄物處理量扣除回收再利用部份，計算焚化處理占不可回收廢棄物的比例。	97.92	97.91	97.26	93.34
剩食與再利用量 ^(註 1)	剩食產生量(A)	總部廚餘	噸	註 1：自 2020 年起統計統一超商自有品牌商品相關之食物浪費與廢棄量，因過往資料取得有限，以 2019 年及 2020 年之資料較完整。 註 2：剩食統計資料覆蓋率＝納入剩食統計的自有品牌商品營收 / 所有自有品牌鮮食商品營收 註 3：與上一版資訊差異說明：調整自有商品營收數據統計範圍為鮮食商品 註 4：門市報廢量已包含門市廚餘 註 5：因 2021 年 9 月非洲豬瘟疫情，廚餘禁止作為養豬飼料，故該月份的廚餘量以焚化處理，其餘月份則作為養豬飼料或堆肥視為再利用處理。	-	-	-	4.99
		門市報廢量	噸		11,029.23	9,100.00	10,122.13	9,110.76
		代工廠廚餘	噸		1,423.03	1,510.39	1,475.68	1298.87
	再利用重量(B) ^(註 4)	總部廚餘	噸		-	-	-	4.52
		門市廚餘	噸		181.64	177.33	193.91	254.07
		代工廠廚餘	噸		1,423.03	1,510.39	1,475.68	1,222.24
	食品廢棄物總重量(A - B)		噸		10,847.59	8,922.67	9,928.22	8933.79
	食品廢棄物強度(重量 / 食品營收)		%		59.60	44.23 ^(註 3)	45.70 ^(註 3)	41.30
	剩食統計資料覆蓋率 ^(註 2)		%		99.35	98.41 ^(註 3)	97.57 ^(註 3)	98.49

GRI Standard 指標對照表

一般揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
組織概況			
GRI 102：2016	102-1 組織的名稱	[關於本報告書] 本報告書聯絡單位	1
	102-2 活動、品牌、產品與服務	3.1 產品與服務創新	47
	102-3 總部位置	[關於本報告書] 本報告書聯絡單位	2
	102-4 營運據點	3.1 產品與服務創新	47
	102-5 所有權與法律形式	[關於本報告書]	2
	102-6 提供服務的市場	3.1 產品與服務創新	47
	102-7 組織規模	4.1 人才吸引與留任 3.1 產品與服務創新 附錄 歷年數據	47 135-136
	102-8 員工與其他工作者的資訊	附錄 歷年數據	135-136
	102-9 供應鏈	3.3 永續供應鏈管理	57-64
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	本報導期間未有重大變化	-
	102-11 預警原則或方針	2.1 公司治理 6.3 氣候變遷減緩與調適	39-41 112
	102-12 外部倡議	本報導期間無外部倡議	-
	102-13 公協會的會員資格	附錄 歷年數據	131
策略			
GRI 102：2016	102-14 決策者的聲明	[關於本報告書] 經營者的話	5-6
	102-15 關鍵衝擊、風險及機會	2.1 公司治理 6.3 氣候變遷減緩與調適	39-41 113
倫理與誠信			
GRI 102：2016	102-16 價值、原則、標準及行為規範	2.1 公司治理	37
治理			
GRI 102：2016	102-18 治理結構	1.2 永續發展委員會	19
		2.1 公司治理	35

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
利害關係人溝通			
GRI 102：2016	102-40 利害關係人團體	1.4 利害關係人溝通	24
	102-41 團體協約	4.1 人才吸引與留任	69
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	1.3 重大性評估	20
	102-43 與利害關係人溝通的方針	1.4 利害關係人溝通	24-26
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	1.4 利害關係人溝通	24-26
報導實務			
GRI 102：2016	102-45 合併財務報表中所包含的實體	[關於本報告書] 報告書時間、邊界與數據	1
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	1.3 重大性評估	23
	102-47 重大主題表列	1.3 重大性評估	21
	102-48 資訊重編	附錄 歷年數據	153-158
	102-49 報導改變	1.3 重大性評估	22
	102-50 報導期間	[關於本報告書] 報告書時間、邊界與數據	1
	102-51 上一次報告書的日期	[關於本報告書] 發行時間	2
	102-52 報導週期	[關於本報告書] 發行時間	2
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	[關於本報告書] 本報告書聯絡單位	2
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	[關於本報告書]	1
	102-55 GRI 內容索引	[附錄] GRI 索引表	147-152
	102-56 外部保證 / 確信	[關於本報告書] 報告書管理	2
		[附錄] 會計師有限確信報告	159
		[附錄] AA1000 獨立保證意見書	161

重大主題

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
誠信經營			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 2 強化公司治理	22-23
	103-2 管理方針與其組成部分		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
GRI 205：2016	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.3 法規遵循	36
法規遵循			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖	22-23
	103-2 管理方針與其組成部分	2 強化公司治理	27-30
	103-3 管理方針的評估	3 承諾產銷永續 4 增進員工福祉	46
GRI 307：2016	307-1 違反環保法規	2.3 法規遵循	44
GRI 419：2016	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	2.3 法規遵循 4.2 職業安全衛生	44
資訊安全			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 2 落實公司治理	22-23
	103-2 管理方針及其要素		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
GRI 418：2016	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.2 風險管理	42
產品與服務創新			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 3 承諾產銷永續	22-23
	103-2 管理方針及其要素		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
顧客健康與安全			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 3 承諾產銷永續	22-23
	103-2 管理方針及其要素		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
GRI 416：2016	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.3 法規遵循	44
商品標示與行銷溝通			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 3 承諾產銷永續	22-23
	103-2 管理方針及其要素		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
GRI 417: 2016	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.3 法規遵循	44
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.3 法規遵循	44

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
永續供應鏈管理			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 3 承諾產銷永續	22-23
	103-2 管理方針與其組成部分		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
GRI 308: 2016	308-1 供應商環境評估採用環境標準篩選新供應商	3.3 永續供應鏈管理	59-64
GRI 414: 2016	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	3.3 永續供應鏈管理	59-64
永續採購			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 3 承諾產銷永續	22-23
	103-2 管理方針及其要素		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
職業安全與健康			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 4 增進員工福祉	22-23
	103-2 管理方針及其要素		27-30
	103-3 管理方針的評估		46
GRI 403：2018	403-1 職業安全衛生管理系統	4.2 職業安全衛生	83
	403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查	4.2 職業安全衛生	79-80
	403-3 職業健康服務	4.2 職業安全衛生	86
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	4.2 職業安全衛生	79
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	4.2 職業安全衛生	82
	403-6 工作者健康促進	4.2 職業安全衛生	86
	403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	4.2 職業安全衛生	82-83
GRI 403：2018	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	4.2 職業安全衛生	83
	403-9 職業傷害	4.2 職業安全衛生	85
	403-10 職業病	4.2 職業安全衛生	85
社會公益			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 5 深耕社會公益	22-23 88
	103-2 管理方針及其要素		27-30 88
	103-3 管理方針的評估		88

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
氣候變遷			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 6 成就永續地球	22-23 104
	103-2 管理方針與其組成部分		27-30 104
	103-3 管理方針的評估		27 103
GRI 302：2016	302-1 組織內部的能源消耗量	6.3 氣候變遷減緩與調適	124
	302-3 能源密集度	6.3 氣候變遷減緩與調適	125
	302-4 減少能源消耗	6.3 氣候變遷減緩與調適	116 -122
GRI 305：2016	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	6.3 氣候變遷減緩與調適	123
	305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排放	6.3 氣候變遷減緩與調適	123
	305-3 其他間接（範疇三）溫室氣體排放	6.3 氣候變遷減緩與調適	123
	305-4 溫室氣體排放密集度	6.3 氣候變遷減緩與調適	125
	305-5 溫室氣體排放減量	6.3 氣候變遷減緩與調適	116 -122
包裝包材管理			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 6 成就永續地球	22-23 104
	103-2 管理方針與其組成部分		27-30 104
	103-3 管理方針的評估		28 103
剩食管理 / 廢棄物管理			
GRI 103：2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	1 永續管理藍圖 6 成就永續地球	22-23 104
	103-2 管理方針與其組成部分		27-30 104
	103-3 管理方針的評估		27 103
GRI 306：2020	306-1 廢棄物產生與廢棄物相關顯著衝擊	6.4 剩食與廢棄物管理	125-127
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	6.4 剩食與廢棄物管理	126-127 129-130
	306-3 廢棄物之產生	6.4 剩食與廢棄物管理	128
	306-4 廢棄物的處置移轉	6.4 剩食與廢棄物管理	128
	306-5 廢棄物之直接處置	6.4 剩食與廢棄物管理	128

其他主題

GRI 準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
GRI 200：經濟			
GRI201：2016	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1 公司治理	38
GRI 202：2016	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.1 人才吸引與留任	71
GRI 400：社會			
GRI 401：2016	401-1 新進員工和離職員工	附錄 歷年數據	137-140
	401-2 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4.1 人才吸引與留任	70-73
	401-3 育嬰假	4.1 人才吸引與留任	72
GRI 402：2016	402-1 關於營運變化的最短預告期	4.1 人才吸引與留任	69
GRI 404：2016	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4.1 人才吸引與留任	75
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	4.1 人才吸引與留任	78
GRI 405：2016	405-1 治理單位與員工的多元化	4.1 人才吸引與留任	70-71
	405-2 女男基本薪資和薪酬的比率	4.1 人才吸引與留任	71
GRI 409：2016	409-1 具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	4.2 職業安全衛生	83-85
GRI 412：2016	412-1 接受人權檢核或人權衝擊評估的營運活動	4.2 職業安全衛生	83-85
GRI 415：2016	415-1 政治捐獻	本報導期間無政治捐獻	-

永續會計準則委員會對照表

揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	頁數	說明
車隊燃料管理	FB-FR-110a.1	量化	車隊的燃料消耗 (GJ) 與再生能源使用比率 (%)	124	相關內容詳見 6.3 氣候變遷減緩與調適
製冷產生的氣體排放	FB-FR-110b.1	量化	全球範圍的範疇一製冷劑排放 (t-CO ₂ -e)	124	相關內容詳見 6.3 氣候變遷減緩與調適
	FB-FR-110b.2	量化	使用非破壞臭氧層製冷劑的百分比 (%)	124	相關內容詳見 6.3 氣候變遷減緩與調適
	FB-FR-110b.3	量化	平均製冷劑排放率 (%)	-	2021 年無相關統計資料
能源管理	FB-FR-130a.1	量化	(1) 營運的能源消耗 (GJ) (2) 來自電網的電力使用百分比 (%) (3) 再生能源使用比例 (%)	124	相關內容詳見 6.3 氣候變遷減緩與調適
剩食管理	FB-FR-150a.1	量化	剩食產生量，以及有轉作它用的剩食之百分比	129	相關內容詳見 6.4 剩食與廢棄物管理
資訊安全	FB-FR-230a.1	量化	(1) 資訊洩漏次數 (2) 洩漏之資訊中，含有個人可識別資訊之比例 (3) 受影響之客戶數量	42	2021 年無發生資料外洩之情事
	FB-FR-230a.2	質化	識別和解決資訊安全風險之方法	41-42	相關內容詳見 2.2 風險管理
食品安全	FB-FR-250a.1	量化	重大食安風險之違反率	-	2021 年統一超商未有違法重大食安法規，亦無商品召回之情事。
	FB-FR-250a.2	量化	(1) 召回次數 (2) 召回之商品數 (3) 召回之自有商品占所有召回之比例	-	
商品健康與營養	FB-FR-260a.1	量化	標記有促進健康和營養之商品之營收	55	相關內容詳見 3.2 顧客健康與安全
	FB-FR-260a.2	質化	如何識別和管理可回應消費者對於營養和健康考量之商品	55-56	相關內容詳見 3.2 顧客健康與安全

揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	頁數	說明
產品標示與行銷	FB-FR-270a.1	量化	違反產品標示或行銷的法規之次數	44	相關內容詳見 2.3 法規遵循
	FB-FR-270a.2	量化	因與行銷或標示攸關之法律訴訟所造成的財務損失	-	相關內容詳見 2.3 法規遵循
	FB-FR-270a.3	量化	(1) 標記有基因改造標籤之產品營收 (2) 標記有非基因改造標籤之產品營收	56	相關內容詳見 3.2 顧客健康與安全
勞動實務	FB-FR-310a.1	量化	按區域別劃分之門市與配送中心員工 (1) 平均時薪 (2) 領取最低工資的比例	-	2021 年無相關統計資料
	FB-FR-310a.2	量化	勞資協議涵蓋的在職員工比例	69	相關內容詳見 4.1 人才吸引與留任
	FB-FR-310a.3	量化	(1) 停工次數 (2) 因停工而閒置的天數	69	2021 年無罷工或停工事件。
	FB-FR-310a.4	量化	因違反勞動法令或因有員工歧視相關法律事件而造成的財務損失金額	44	相關內容詳見 2.3 法規遵循
供應鏈之環境和社會影響管理	FB-FR-430a.1	量化	具有永續採購第三方認證之商品之營收	16	相關內容詳見永續專欄「永續採購」及 3.4 永續採購
	FB-FR-430a.2	量化	(1) 非籠飼雞的雞蛋佔營收之百分比 (2) 無使用條板箱飼養之豬隻佔營收之百分比	-	1. 統一超商無販售非籠飼雞之雞蛋 2. 統一超商並無單獨販售肉品，故本指標不適用統一超商
	FB-FR-430a.3	質化	管理供應鏈有關之環境和社會風險，包含動物福利	15-16	相關內容詳見永續專欄「永續採購」及 3.4 永續採購
	FB-FR-430a.4	質化	減少包材的環境衝擊之策略	107-111	相關內容詳見永續專欄「減少塑膠使用」及 6.2 包裝包材管理
活動指標	FB-FR-000.A	量化	門市數量	-	6,379
	FB-FR-000.B	量化	門市占地面積	-	1,098,860 平方公尺

TCFD 索引表

TCFD 要求事項與揭露項目			對應章節及特別說明	頁碼
治理	揭露組織與氣候相關風險與機會的治理情況	a. 董事會如何監督氣候相關風險與機會的治理情況	6.3 氣候變遷減緩與調適	112
		b. 管理階層如何管理與評估氣候相關風險與機會	永續專欄－轉型低碳營運 1.2 永續發展委員會	13 19
策略	揭露氣候相關風險與機會對於組織的業務、策略與財務規劃的實際與潛在影響	a. 描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	6.3 氣候變遷減緩與調適	113
		b. 描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的影響	6.3 氣候變遷減緩與調適 2020 年統一超商企業社會責任報告書 -6.2 氣候變遷減緩與調適	114-122 131-134 (2020)
		c. 描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境（包含 2 °C 或更嚴苛的情境）	6.3 氣候變遷減緩與調適	114-122
風險管理	揭露組織如何鑑別、評估和管理氣候相關風險	a. 描述組織在氣候相關風險的鑑定和評估流程	6.3 氣候變遷減緩與調適	112
		b. 描述組織在氣候相關風險的管理流程	6.3 氣候變遷減緩與調適	114-122
		c. 描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度	2.2 風險管理 6.3 氣候變遷減緩與調適	40 112
指標和目標	針對重大性的資訊，揭露用於評估和管理氣候相關議題的指標和目標	a. 揭露組織依循策略和風險管理流程來進行評估氣候相關風險與機會時所使用的指標	6.3 氣候變遷減緩與調適	123
		b. 揭露範疇一到三的溫室氣體排放和相關風險	6.3 氣候變遷減緩與調適	123-124
		c. 描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標與績效。	6.3 氣候變遷減緩與調適 1.5 永續目標管理進程	125 27-28

依臺灣證券交易所「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項（以下簡稱「作業辦法」）加強揭露事項與確信項目彙總表：

編號	標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
1	「商品安全委員會」著眼於安全與品質，建立統一超商自有商品之管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。2021 年共召開一次會議，討論內容包括重要商安訊息報告和追蹤、法規變動規劃因應等。	P52	2021 年商品安全委員會組織及運作管理程序及 2021 年間商品安全委員會召開次數總和，及其影響的主要產品類別與百分比。 百分比係依據商品安全委員會運作範圍及結果，若影響全公司所有自有產品類別，即為 100%。	第一目
2	統一超商依循「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，將訊息做分層管理。此制度適用於統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%。2021 年商品安全訊息共 495 件，包括 A 級 1 件、B 級 364 件及 L 級 130 件。2021 年 A 級訊息均進行後續追蹤並確認改善狀況，完成結案。 註：A 級、B 級及 L 級訊息係以公司內部訊息公告日統計。	P53	依據「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」所定義之訊息，2021 年度蒐集之商品安全訊息數及其影響的主要產品類別與百分比。 百分比係依據商品安全訊息蒐集及盤查追蹤運作範圍及結果，若影響全公司所有自有產品類別，即為 100%。	第一目
3	2021 年初次運輸導入達 100% 的產品包含獨家販售和自有品牌之米飯、鮮食麵、沙拉、熟菜、冷藏調理麵包、地瓜類及生鮮食品。	P55	依據公司所訂導入初次運輸物流配送管理機制，2021 年初次運輸導入達 100% 的產品類別。 百分比係依據 2021 年已簽訂初次運輸物流配送合約之廠商其供貨該產品類別項目銷售額佔公司 2021 年該產品類別總銷售額的百分比。	第一目
4	此外亦透過管理顧問公司，針對門市的品保作業執行查核。2021 年受稽核的門市佔所有門市的 98.97% ^(註) 。 註：2021 年度受疫情影響，查核店數下降；航站北門市受疫情影響暫停營業無執行盤查。少數門市係因 2021 年初即關店及 2021/10/30-2021/12/31 新開幕門市，故未於 2021 年度受稽核。	P56	依據公司門市過期品下架控管查核機制，全年度所有門市中受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度所有門市數之百分比。	第一目

編號	標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
5	統一超商亦委託管理顧問公司對門市品保訓練認證情形做稽核，2021 年受稽核的門市占所有門市 98.73% ^(註) 。 註：2021 年度受疫情影響，查核店數下降；航站北門市受疫情影響暫停營業無執行盤查。少數門市係因 2021 年初即關店及 2021/10/30-2021/12/31 新開幕門市，故未於 2021 年度受稽核。	P.56	參照「食品良好衛生規範準則」制定品保訓練課程及測驗卷，全年度所有門市中受管理顧問公司稽查之門市數佔全年度所有門市數之百分比。	第一目
6	統一超商針對門市販售之食用商品受食品安全衛生管理法及其子法所規範，其中之子法包含「食品良好衛生規範準則」及「食品衛生標準」等衛生福利部公告之法令函釋。2021 年統一超商門市販賣之大杯冰美式咖啡因標示與抽樣檢測後違規，而違反食品安全衛生法，遭罰 30,000 元。而針對產品標示或行銷之規範，超商未有違反之情事。	P.44	2021 年度統一超商股份有限公司直營門市因違反「食品安全衛生管理法」暨子法，主管機關來函處以罰鍰之件數與金額。	第二目
7	2021 年度販售之 iseLect 冷藏飲品已 100% 導入 FSC 包裝。	P.45	2021 年度 iseLect 冷藏飲品包材導入 FSCTM 品項數除以當年度 iseLect 冷藏飲品品項數之百分比。	第三目
不適用，統一超商本身並無自我營運工廠。				第四目
8	2021 年間統一超商有合作關係 ^(註 1) 之自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商）共計 38 家，稽核 ^(註 2) 完成百分比為 100% ^(註 3) ；針對這 38 家供應商參照 p.63 表、供應商評鑑項目共執行 119 次稽核，稽核結果合格共計 119 次，合格百分比為 100%。 (註 1) 定義為 (1) 2021 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。 (2) 2021 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。 (3) 於 2021 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。 (註 2) 稽核項目係「評鑑項目」所列之項目。 (註 3) 1 家代工廠及 5 家直接交易型原物料供應商，已依供應商評鑑前次評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工；另直接交易型原物料供應商及原物料管理辦法之評級頻率介於 3-18 個月，故 2021 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。	P.63	依據「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」、「原物料供應商及原物料管理辦法」及「業務用蛋品原料之管理作業辦法」（請詳 p.63 表），對自有商品食品類商品供應商執行評鑑之家數、百分比、評鑑項目、稽核次數與結果。	第五目

編號	標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
9	2021 年門市一次性用品類台灣供應商 ^(註 1) 共計為 13 家，稽核完成百分比為 100% ^(註 2) ；針對這 13 家供應商參照 p.63 表、供應商評鑑項目共執行 14 次稽核，稽核結果合格共計 14 次，合格百分比為 100%。 (註 1) 係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗…等與食品接觸產品之國內製造廠。 (註 2) 2 家門市用品供應商，已於年度評鑑計畫預計評鑑月份前結束製造及提出停止評鑑申請通過，故 2021 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。	P.63	依據「門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法」（請詳 p.63 表），對門市一次性用品類國內供應商執行評鑑之家數、百分比、評鑑項目、稽核次數與結果。	第五目
10	統一超商符合食品安全衛生管理法第 9 條餐盒食品之販售業者定義，依據 107 年 06 月 26 日衛授食字第 1071300516 號公告登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可）之餐盒食品 ^(註 1) 品項數共計 527 項，占當年度所有餐盒食品品項數為 100%。 (註 1) 指以米、麵等穀類或（及）其加工品為主食，搭配農、畜或水產等原料，經調理後，以明示菜單或明示產品形式之方式（包括盒餐與團膳），配膳組合成盒或盛裝於大容器，供團體或個人直接或經簡單復熱後，於短時間內食用之產品，惟僅由烘焙食品組合成盒者不在此限。	P.54	2021 年度公司登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可）之餐盒食品品項數總和，以及其占當年度所有餐盒食品品項數之百分比。百分比係依據登錄至非追不可之餐盒食品品項數除以所有餐盒食品總數計算。	第六目
11	截至 2021 年底，該品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等主管機關公告、建議所建立之檢驗項數為 622 項。	P.54	截至 2021 年底品檢實驗室依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議所建立之檢驗項目數 ^(註) 及政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目數。 註：此檢驗項數含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。	第七目
12	而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 112 項。	P.54	截至 2021 年底品檢實驗室參照國外法規或國際期刊（非依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議所建立之檢驗項目 ^(註) 及政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目），所建立之非制式檢驗項目數。 註：此檢驗項含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。	第七目

編號	標的資訊	頁碼	適用基準	作業辦法
13	我們的品檢實驗室針對衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 與財團法人全國認證基金會 (TAF) (ISO / IEC 17025:2017) 認證項目取得證書。	P.54	取得衛福部食品藥物管理署 (TFDA)、財團法人全國認證基金會 (TAF) 之認證實驗室。	第七目
14	財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目：ISO/IEC 17025:2017 驗證範圍微生物 4 項，咖啡因 1 項。	P.55	取得財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證之項目及總和。	第七目
15	衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目： 1. 微生物類：4 項 2. 著色劑：8 項 3. 赭麴毒素 A：1 項 4. 棒麴毒素：1 項	P.55	取得衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證之項目及總和。	第七目
16	品檢實驗室產生費用總計新台幣 37,701 仟元，包括委外檢驗費用新台幣 21,232 仟元 ^(註) ，佔個體營業收入 0.022%。 註：品檢實驗室產生費用包含檢驗、薪資、折舊、租金、設備修理、雜項購置等費用。	P.55	2021 年品檢實驗室之相關支出佔個體財務報表營業收入之百分比。	第七目
17	2021 年商品與原物料共檢測 1,173 個樣本，有 1,164 個通過檢驗合格，合格率 99.2%。	P.55	依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議所建立之檢驗項目 ^(註) 、政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目及參照國外法規或國際期刊（非依 CNS 或行政院衛生福利部食品藥物管理署公告、建議所建立之檢驗項目 ^(註) 及政府公告合法使用食品添加物之檢驗項目）之非制式檢驗項目之檢驗總件數、檢驗合格件數與合格率。 註：此檢驗項含規範之方法學及統一超商自行開發之方法學。	第七目
18	於 2021 年期間，自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商）家數為 38 家，以供應商之工廠統計，共有 76 個工廠；其中自有商品食品類台灣代工廠數為 44 個代工廠，均 100% 取得國際食品安全管理系統 ISO 22000 驗證。	P.58	2021 年期間自有商品之食品類別供應商家數、工廠數總和、國內代工廠數總和、ISO 22000 認證證書及取得 ISO 22000 認證之國內代工廠數總和。	公司自願確信項目

會計師有限確信報告



會計師有限確信報告

資會綜字第 21020331 號

統一超商股份有限公司 公鑒：

本事務所受統一超商股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，對 貴公司選定 2021 年度永續報告書所報導之績效指標執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

有關 貴公司選定 2021 年度永續報告書所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其適用基準詳列於 貴公司 2021 年度永續報告書第 160 至 163 頁之「確信項目彙總表」。前述確信標的資訊之報導範圍業於永續報告書第 1 頁之「報告書時間、邊界與數據」段落述明。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照適當基準編製永續報告書所報導之績效指標，且維持與績效指標編製有關之必要內部控制，以確保績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依照確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對確信標的資訊執行確信工作，以發現前述資訊在所有重大方面是否有未依適用基準編製而須作修正之情事，並出具有限確信報告。

本會計師依照上述準則所執行之有限確信工作，包括辨認確信標的資訊可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執执行程序。因有限確信案件取得之確信程度明顯低於合理確信案件取得者，就有限確信案件所執执行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。

本會計師係依據所辨認之風險領域及重大性以決定實際執行確信工作之範圍，並依據本委任案件之特定情況設計及執行下列確信程序：

- 對參與編製確信標的資訊之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統，以及攸關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。

資誠聯合會計師事務所 PricewaterhouseCoopers, Taiwan
110208 臺北市信義區基隆路一段 333 號 27 樓
27F, No. 333, Sec. 1, Keelung Rd., Xinyi Dist., Taipei 110208, Taiwan
T: +886 (2) 2729 6666, F: +886 (2) 2729 6686, www.pwc.tw

會計師有限確信報告



- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，對確信標的資訊選取樣本進行包括查
詢、觀察及檢查等測試，以取得有限確信之證據。

此報告不對 2021 年度永續報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供
任何確信。

會計師之獨立性及品質管制規範

本會計師及本事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之
規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及
專業態度。

本事務所適用審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，因此維持完
備之品質管制制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策
及程序。

先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制。
對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

有限確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現確信標的資訊在所有重大方
面有未依適用基準編製而須作修正之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公
告後任何確信標的資訊或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工
作之責任。

資 誠 聯 合 會 計 師 事 務 所

會計師 張瑞婷 張瑞婷

2 0 2 2 年 6 月 2 4 日

AA1000 獨立保證意見書



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE
PRESIDENT CHAIN STORE CORPORATION'S SUSTAINABILITY REPORT FOR
2021

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by President Chain Store Corporation (hereinafter referred to as PCSC) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2021 (hereinafter referred to as the SR Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in the report presented during verification (2022/03/24~2022/05/18). SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all PCSC's Stakeholders.

RESPONSIBILITIES

The information in the PCSC's SR Report of 2021 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and the management of PCSC. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all PCSC's stakeholders.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The SGS ESG & Sustainability Report Assurance protocols used to conduct assurance are based upon internationally recognized assurance guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for report quality, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

The assurance of this report has been conducted according to the following Assurance Standards:

Assurance Standard Options and Level of Assurance	
A.	SGS ESG & SRA Assurance Protocols (based on GRI Principles and guidance in AA1000)
B.	AA1000ASv3 Type 2 High Level (AA1000AP Evaluation plus evaluation of Specified Performance Information)

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Reporting Criteria Options	
1.	GRI Standards (Core)
2.	AA1000 Accountability Principles (2018)

- evaluation of content veracity of the sustainability performance information based on the materiality determination at a high level of scrutiny for PCSC and moderate level of scrutiny for subsidiaries, joint ventures, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard v3 Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018); and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

ASSURANCE METHODOLOGY

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, Sustainability committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

LIMITATIONS AND MITIGATION

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) and SASB related disclosures has not been checked back to source as part of this assurance process.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from PCSC, being free from bias and conflicts of interest with the organization, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the reporting criteria.

We believe that the organization has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity PCSC has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, sustainability experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, It is encouraged to develop formal strategies for ongoing engagement and communication with stakeholders.
Materiality PCSC has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.
Responsiveness The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.
Impact PCSC has demonstrated a process on identify and fairly represented impacts that encompass a range of environmental, social and governance topics from wide range of sources, such as activities, policies, programs, decisions and products and services, as well as any related performance. Measurement and evaluation of its impacts related to material topic were in place at target setting with combination of qualitative and quantitative measurements.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, PCSC's SR Report of 2021, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, more detailed descriptions of the sustainability development committee involvement with sustainable management is encouraged. For GRI 403 disclosure, PCSC is expected to be responsible for all of branch store workers' occupational health and safety since their workplaces are controlled by the PCSC. It is encouraged to compile franchise store workers' occupational health and safety performance in future reporting.

Signed:
For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



David Huang
Senior Director
Taipei, Taiwan
15 June, 2022
WWW.SGS.COM





2021

統一超商

永續報告書