

2020

統一超商

企業社會責任報告書



零飢餓



良好健康
與福祉



優質教育



就業與
經濟成長



可持續城市
和社區



負責任消費
和生產



氣候行動

7-ELEVEN.

7-ELEVEN®


6000th





我們一直是便利的代名詞…

我們也應該成為一個讓消費者感覺良好的地方，
讓做出好的決定變得更加容易。



關於本報告書

本報告書為統一超商所發行之第十二本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書，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 CSR 方面的觀點與具體作法，說明 2020 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。

報告書時間、邊界與數據

本報告書揭露 2020 年度 (自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日止) 企業社會責任之相關績效，部分資訊溯及 2020 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，涵蓋主題包含能源與溫室氣體 (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企業社會責任報告書
- 每年定期向統一超商董事會報告企業社會責任年度執行成果

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】
- 社會數據：Principles of Social Value【Social Value International】
- 永續數據：AA1000ASv3 Type 2【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，定期發行企業社會責任報告書，並於本公司網站 www.7-11.com.tw 中揭露。

- 現行發行版本：2021 年 6 月發行
- 上一發行版本：2020 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
- 統一超商企業社會責任網站網址：<https://www.7-11.com.tw/company/csr/index.aspx>
- 聯絡窗口：統一超商永續發展委員會秘書處 公共事務部 趙珮玟

目錄

前言

關於本報告書	01
經營者的話	05
榮耀與肯定	07
永續專欄	08
「防疫」—超商佇立 堅守防疫	08
「珍食」	11
「員工照護」—幸福合作社	12
「社會關懷」—幾點了咖啡館	15
「減塑」—減少塑膠使用	17

01

永續管理藍圖

1.1 永續藍圖	22
1.2 永續發展委員會	24
1.3 重大性評估	25
1.4 利害關係人溝通	27

02

落實公司治理

2.1 營運概況	34
2.2 公司治理	40

03

承諾服務品質

3.1 產品服務與創新	56
3.2 顧客健康與安全	58
3.3 永續供應鏈管理	64
3.4 客戶關係管理	74

04

打造幸福職場

4.1 人力資源概況	81
4.2 職業安全衛生	85
4.3 訓練與發展	92
4.4 福利薪酬與關懷照護	97

05

推動社會公益

5.1 公益發展策略	104
5.2 促進健康福祉	105
5.3 消除飢餓	107
5.4 城鄉永續發展	108
5.5 教育文化培力	110
5.6 環境保護	113
5.7 公益募捐	115

06

推展綠色營運

6.1 環境管理	123
6.2 氣候變遷減緩與調適	130

附錄

歷年永續績效	141
GRI Standard 指標對照表	149
永續會計準則委員會對照表	155
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	159
會計師有限確信報告	163
AA1000 獨立保證意見書	165

經營者的話



統一超商董事長

從 1978 年統一超商成立至今，已經歷了 42 個年頭。1999 年統一超商達到 2000 店門市、2005 年再達 4000 店門市，並於 2020 年突破 6000 店門市。快速成長的背後，除了致力於追求本業商品和服務之多樣化發展外，同時亦代表了統一超商已與人們生活中的食、衣、住、行、育、樂緊密交織，必須更積極與各方面利害關係人有良好互動，善盡企業公民責任。隨著氣候變遷、人口老化、貧富差距等多項永續風險日益顯著，作為一個與人們生活緊密結合的平台，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。

承繼著以往對 ESG 永續發展的積極推動，我們今年的永續治理實力更備受國內外肯定。2020 年統一超商在道瓊永續指數 (Dow Jones Sustainability Index, DJSI) 全球 63 家食品零售同業中脫穎而出，獲得「產業領導者 (Industry Leader)」之殊榮，並持續入選「世界指數」及「新興市場指數」成分股，成為食品零售業排名全球第一之企業。除此之外，我們更獲得 MSCI ESG AA 級肯定、為零售業唯一連續六年名列公司治理評鑑前 5% 排名的企業，並入選 FTSE4Good 新興市場永續指數、MSCI ESG 領導者指數 (MSCI ESG Leaders indexes)、MSCI 全球 SRI 指數成分股 (MSCI Global SRI Indexes)、台灣公司治理指數 100 成份股及台灣永續指數成份股。同時也持續榮獲 TCSA 台灣企業永續獎，是便利商店業唯一獲獎品牌。

永續治理最重要就是堅守企業核心價值，2020 年我們更首度聚焦了統一超商永續發展藍圖，透過「強化公司治理 深耕永續管理」、「承諾商品品質 守護消費安全」、「善用零售特性 打造便捷生活」、「增進員工福祉 促進社會安定」、「參與社會公益 造福社會弱勢」及「實行節能減廢 落實綠色營運」六大面向的開展，執行多項永續行動方案，以深耕這塊土地的共好。因應 COVID-19 新冠狀肺炎的爆發，統一超商響應政府的政策，販售口罩與隔離衣，並備齊長

效期耐保存的防疫食品。而為了減緩氣候變遷和環境資源的耗竭，我們創新推出了「i 珍食」、「天素地蔬」系列商品，將持續透過價值鏈的控管，逐步達成於 2030 年前剩食減半之目標；並啟動減塑元年成立「減塑小組」，由上而下建立減塑環保商業模式，立下了 2050 年完全淘汰一次性塑膠之目標，形塑世界級標竿企業形象。除了在環境永續上竿頭日進，統一超商對於員工和社會的責任與承諾更是銘諸於心，長期關注員工工作及生活壓力議題而成立「幸福合作社」，藉由內部志工主動關懷或諮商轉介照護員工的心理健康；我們亦持續投注心力於健康與福祉之促進、年長者照護、城鄉發展、教育文化、環境保護和公益捐款等領域，2020 年並以聚焦失智預防與照護議題的「幾點了咖啡館」專案導入社會投資報酬率方法學並取得 SROI (Social Return on Investment) 國際認證，評估每投入 1 元即可創造 4.61 倍之社會影響力，為台灣第一家出具與年長者照護議題相關 SROI 認證報告書之食品零售業。

為強化統一超商永續發展生態系，我們以人、店、商品、物流、系統、制度、文化等七大元素作為永續成長策略，同時響應金管會提出「公司治理 3.0- 企業永續發展藍圖」，我們定調 2021 年為統一超商「永續元年」，由董事會轄下「永續發展委員會」推動 ESG，藉此將永續治理深入公司文化與決策核心，以落實環保減塑、節能減碳、永續採購、惜食提升食物使用率等長期永續目標，響應聯合國永續發展目標 SDG#12 「促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式」之消費模式。展望未來，立基於統一超商的遍及性和便利性，我們期許自己發揮零售平台的特性，矢志成為超越顧客期待的依賴型服務平台和零售業的標竿典範，透過創新的思維與永續的願景，與消費者一同創造共生共好的零售生態系。

統一超商總經理



榮耀與肯定

再度入選2020年道瓊永續指數(DJSI)、「世界指數」和「新興市場指數」雙入榜，並獲得全球食品零售業「**產業領導者(Industry Leader)**」殊榮

再度蟬聯「**第六屆公司治理評鑑**」前5%佳績，為零售產業上市公司中唯一蟬聯六屆之企業

持續入選 FTSE4Good新興市場成分股、MSCI ESG領導者指數(MSCI ESG Leaders indexes)、MSCI全球SRI指數成分股(MSCI Global SRI Indexes)、台灣公司治理指數100成份股、台灣永續指數成份股

持續入榜 **天下雜誌企業公民獎**

首度榮獲 **SGS 2020 CSR Awards**

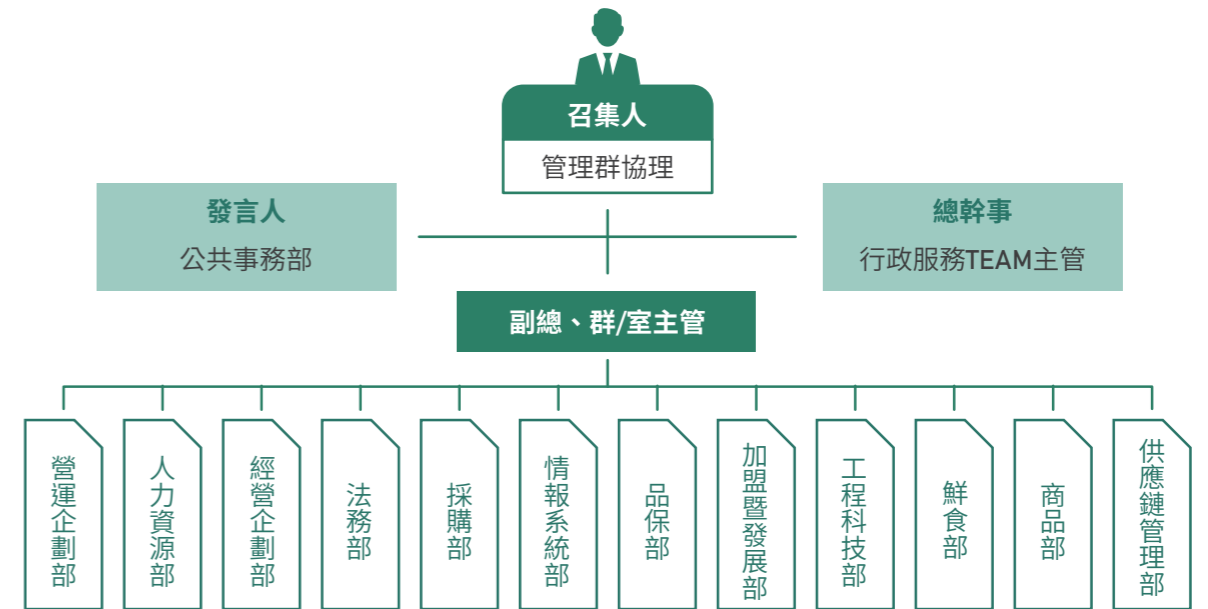
連續四年 獲得TCSA台灣企業永續獎，2020年更獲得 **批發零售業白金獎及英文報告書銀獎**

首度榮獲 Enterprise Asia亞洲企業社會責任獎「**Social Empowerment 社會公益發展獎**」



超商佇立 堅守防疫

2019年初，新型冠狀病毒如海嘯般來襲。在社會瀰漫恐懼與不安之際，統一超商展開高效的組織能力，成立以總經理為首之「COVID-19 新冠狀肺炎疫情危機處理小組」，從「社會守護」、「員工照顧」以及「營運固守」三面向著手，在各個角落設起一道道防線，與全民一同防疫。



社會守護 — 發揮通路特性，照護社會大眾

口罩、隔離衣與防疫食品之販售

疫情爆發之際，超商善用產業特性以及快速布局之能力，開始販售口罩與隔離衣。而在防疫期間，除了防範疫情，人民最掛心的莫過於生活必需品的供給。統一超商於門市備齊防疫食品，以米、麵、油、罐頭等長效期耐保存商品為主，讓消費者能夠就近購買多樣化且安心之商品。



門市防護措施

為了能兼顧防疫以及維繫服務，統一超商針對高風險門市，關閉用餐區或設立用餐區隔板、設置社交距離並標註排隊動線之安全距離。

營運固守

疫情的爆發，對於通路業的影響甚鉅，首當其衝即為供貨之穩定性以及物流之順暢性。除了擴大倉儲空間以及提高庫存準備量，統一超商設定「人員」、「車輛」以及「商品」的封城模擬計畫，以在這波挑戰中，站穩步伐，成為守護全民的好鄰居。

• 列管物流和代工廠人員居住地區，模擬物流和代工廠人員移動和上班之動線

• 消毒標準作業程序制訂
• 耗材(紙箱等)之安全庫存量提升
• 可配送範圍之盤點&支援計畫模擬

• 設定封城情況下代工廠之排班與產能
• 分級備貨: 針對暢銷商品進行備料準備
• 倉儲空間及大型店門市盤查, 確認庫存量

員工照顧

防疫措施

員工是統一超商最重要的資產，統一超商負有照護員工之責任和義務。在疫情爆發期間，統一超商透過「預防」、「通報」與「關懷」，照護員工在疫情期間的健康和生活。

預防	實體防範	<ul style="list-style-type: none"> ■ 要求同仁於上班期間配戴口罩 ■ 每日量測同仁之體溫 ■ 管控訪客拜訪，於疫情緊張期間暫停非必要之外部拜訪 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 增加總部辦公大樓消毒頻率 ■ 增加清潔備品備量 ■ 於開放空間設置隔板
	防疫補助	<ul style="list-style-type: none"> ■ 因疫情取消國外旅遊損失者，公司給予相關損失補助 ■ 宅配到府防疫包(當中包含防疫存糧食品與防疫清潔用品)予員工 ■ 針對派駐海外返台人員提供自費篩檢安排與全額補助 ■ 為全體員工投保防疫保險 	
	宣導	<ul style="list-style-type: none"> ■ 開發動畫防疫課程，協同仁短時間清楚掌握防疫資訊 	
通報	<ul style="list-style-type: none"> ■ 設置線上通報機制 ■ 設置各部門之內部通報標準流程，以及設置統一超商對外之標準回應程序 		
關懷	<ul style="list-style-type: none"> ■ 針對醫院型門市，統一超商提供院內感染風險津貼及增加醫院內外門市保險額度 ■ 高階主管以信件，替高風險門市之員工及家屬加油打氣 		

高階主管給予高風險門市同仁的信件

親愛的長林門市店經理及伙伴們，大家平安：

全世界正遭逢嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情影響，台灣官民齊心全力防堵，避免疫情升溫。各位夥伴身處防疫第一線，所受的壓力與辛苦，相信更為艱鉅！因為大家的堅持與付出，在此危機時刻，堅守崗位，犧牲奉獻，更彰顯 7-ELEVEN 安定社會的力量。在此，我代表統一超商營運群，向您致上最大的敬意與感謝！

防疫期間，我與後勤團隊持續全力協助各位夥伴在工作上的需要，包括必要防護物資與清潔商品(N95 口罩、酒精、防塵/防汗手套等)，公司也將提供大家於防疫期間每人、每月工作風險津貼；同時增加醫療保險等級，確保大家健康安全。若門市端於此時間有任何需求，亦請立即向區顧問、區經理反映，我與後勤團隊將全力協助。

疫情帶來各項衝擊，可能還需要一段時間處理，也希望大家在工作上，一定要隨時提醒自己做好衛生防護，關心自己與家人健康狀況，相信在大家同心努力下，一定可以共度難關與挑戰。

一流員工、創造一流企業與一流服務，讓我們一起努力，加油！

統一超商營運群 協理 敬上

i 珍食： 超商邀請消費者一同減少剩食

根據聯合國糧食及農業組織 (Food and Agriculture Organization, 簡稱 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。如果將剩食視為一個國家，它將是僅次於中國和美國的碳排第 3 大國。

剩食不僅僅只是浪費食材，其嚴重性在於剩食背後無形的溫室氣體排放、水資源短缺、森林和土地侵蝕、生物多樣性的喪失等等。因此，減少剩食的急迫性，不言而喻。

統一超商身處零售業，與人們的飲食緊密交織。統一超商由「原物料」、「物流」、「門市訂貨」與「銷售」此四個階段著手，擔負起零售業在剩食議題上的責任與義務。在 2020 年，因為 i 珍食的導入，統一超商成功地減少 4,257.53 公噸之剩食。



全球生產的食物中有三分之一遭到丟棄
每年約有13億噸

原物料—從源頭把關

為避免食材之浪費，統一超商使用最佳品質的鮮食，7-ELEVEN 要求供應商都需符合政府認定核可的 TQF、CAS 及 HACCP 廠商，產品不添加防腐劑，減少食用安全的風險及生產環節的浪費。而在食材的處理上，從食材處理、生產製作到配送，全流程均由 7°C 低溫冷鏈系統把關，並長期委託第三公正檢驗單位檢驗，提供符合檢驗標準的高品質鮮食，也避免食材因為滋生細菌而被丟棄。

物流

統一超商佈建綿密的低溫物流網絡，全台共有 14 座 18°C 和 4°C 溫層鮮食廠，並於物流配送過程中，全程以低溫配送，藉以減少失溫造成的微生物滋長，進而避免食物浪費。

門市訂貨

超商建置銷售預測訂貨系統，訂貨時，系統會自動產出訂貨值，除了將天氣等因子納入評估，還能比對該門市去年同期業績表現，進行精準的訂貨，減少庫存和報廢商品，以避免剩食的產生。

另外，於 2020 年 8 月起，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。

銷售

統一超商於 2020 年 4 月於台北 800 店導入「i 珍食專案」測試，並於 6 月 3 日起擴大導入 5,700 間門市，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 7 折優惠」。優惠品項涵蓋上百種商品。預估減少的浪費食材，相當於 400 萬顆御飯糰的份量。統一超商將持續透過價值鏈的控管，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而努力。

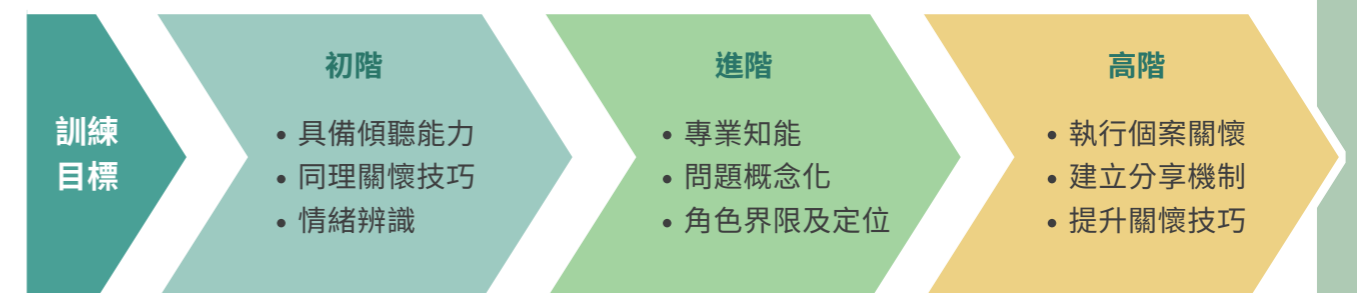


幸福合作社

為協助同仁消除工作及生活壓力，擁有健康身心與良好人際關係，「幸福合作社」自 2010 年成立，引進專業師資培育內部具熱情的同仁擔任關懷志工，藉由志工主動關懷或諮商轉介，提供同仁最即時、有效的協助。

專業師資培訓關懷志工

幸福合作社引進張老師專業資源協助培訓志工，採初階、進階到高階的漸進式訓練，讓志工循序獲得所需能力。訓練時期不只課程，初階完訓後亦須擔任實習志工進行個案關懷，使志工在理論與實作均有適足的訓練。





我們亦有嚴謹的授證機制，達成一定條件方能成為授證志工：除了需完成初階至高階的訓練，實際執行個案關懷亦有時數、件數、訪談紀錄、輔導心得等門檻的要求，也需參與小組座談會以與其他志工交流相長。取得授證後，我們亦有關懷小組支持網絡協助志工持續成長，並定期舉辦區域小組研討、年度大會促進志工之間的交流學習。藉由完整的志工培訓與後續進修機制，以確保志工們能提供兼具專業與溫度的服務。

關懷機制

志工關懷內容多元，有職場人際、工作調適、家庭、兩性關係及健康等議題，並將個案分級管理，若評估需進一步協助，即主動提供專業資源或轉介至專業諮商輔導機構。後勤辦公室各樓層及門市倉庫皆有張貼志工服務海報，讓無論在何處的統一超商夥伴都知道需要時如何尋求協助。



(註) 2020年因疫情考量停辦研習營，此為2019年活動相片

COVID-19 疫情下 協助同仁安頓身心

2020年 COVID-19 疫情，看著新聞媒體不斷報導，心中難免隨之焦慮不安。我們隨即啟動員工關懷，讓各地志工就近協助身邊夥伴安頓身心。另也因應海外疫情嚴峻，為使派外同仁於派駐地安心工作、在台家人放心，在公佈首例確診案例，即針對海外同仁及在台眷屬進行關心，並掌握派外同仁往返行程及建置返鄉通報機制與備援辦公室準備。除每日關心派外同仁之健康狀況，另安排視訊關懷會議了解同仁及眷屬之需求，並因應疫情發展提出對策與協助，例如防疫物資寄送、慢性病藥物寄送、提高駐外旅平險保障等。

服務成果

至2020年已培育**280**位集團志工，其中有**154**位完成志工授證。

2020年共執行**190**人次關懷個案，總關懷時數**135**小時，截至2020年已累計共**3,563**關懷人次、**2,779**小時關懷時數。

因應COVID-19疫情，2020年安排**6**場視訊關懷會議關心派外同仁之情況。

透過企業內部志工的培養，節省轉介至外部張老師之諮詢費用，推算投資效益為**2.21**倍(註1)。

員工主動求助與主管轉介員工的比率已達到**66%**，代表對幸福合作社的信賴與認同(註2)。

(註1) 投資效益為2010年~2020年累計每位志工訓練成本與張老師執行個案費用的比率，即透過外部張老師個案執行的推估累計費用(5,752千元)/志工總訓練成本(2,602千元)

(註2) 另外34%為志工主動關懷員工

心得分享

之前以為學習這些關懷技巧是為了幫助他人，卻發現其實是自己受益最多，對週遭的親友、同事有更多的包容、更多的體諒！



志工

加入幸福合作社，開始因為希望能增加自己的能力幫助身邊的人，但第一個受惠的卻是我自己。人生不會一帆平順，在低潮時剛好做了諮商，肯定了自己存在的價值，釐清了自己一直看不清的執著，想法、看法皆有所改變，心情也輕鬆了起來。



志工



受助者


慶幸當初有志工可以聽我說，讓我的情緒有抒發的管道，讓自己思考新的方式處理自己所遇到的問題。

幾點了咖啡館


根據衛生福利部統計，國內 65 歲以上老人的失智症盛行率約 3.4%，每 12 人即有 1 位失智長者，80 歲以上每 5 人就有 1 位失智長者，年紀愈大盛行率愈高。但有研究發現，社會大眾對失智症未有正確認知並缺乏警覺性，加上國內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。

對此，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」，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。

專案目標

 創造友善空間，實踐生活即復健的創新照顧模式

目前失智症無法根治，僅能依靠非藥物療法來延緩惡化。相關研究指出參與社區活動有助於延緩失智的退化，故統一超商提供實習體驗機會，讓失智長輩在友善且熟悉的環境，與人群保持交流互動，並得以從中發揮自身潛能、有尊嚴的生活，也讓照顧者有喘息的空間。


 成為社會示範平台，將失智症去標籤化


許多社會大眾將失智症視為老化的必然結果，因而忽略就醫的重要性，且對失智症的不了解易讓患者背負污名或備受歧視。統一超商與社福團體合作，期藉由此模式讓社會大眾有機會就近認識失智長者的樣貌，並將經驗複製到其他縣市。

活動內容

失智長輩每週固定到合作門市駐店一小時，以高齡實習生的身分值班，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。

專案特色

 首創台灣失智長者實習的超商店型：增加長者接觸人群的機會，延緩失智惡化

 大眾失智症教育場域：超商門市成為失智症教育場域，讓社會大眾在日常生活中就能更了解失智症



影響力評估結果

2020 年統一超商導入社會投資報酬率 (Social Return on Investment, SROI) 方法學衡量「幾點了咖啡館」專案成果，亦完成台灣第一本由食品零售業所出具且經認證之年長者照護議題之 SROI 報告書。

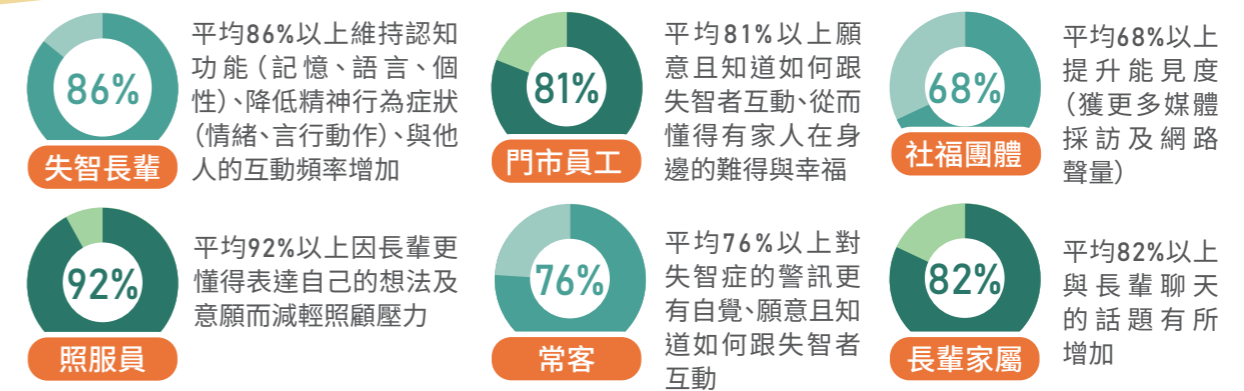
我們經由長輩家屬、門市員工、照服員等利害關係人訪談及問卷所辨識出的結果，得出幾點了咖啡館活動每投入 1 元新台幣，將創造出約等於 4.61 元新台幣之社會價值。

其中成果總價值最高為失智長者 (佔總成果 36%)，顯示本專案對主要目標群體有顯著效益。前三大成果分別為延緩失智病程、提升失智症識能率、改善家庭關係、提升統一超商 CSR 形象、增加門市業績，由前兩大成果可得知活動機制確實有助於減緩高齡失智病況並創造失智友善的社區環境。



SROI=4.61

服務成果亮點



心得分享



長輩家屬

覺得阿嬤的笑容變多，社交能力變好，以前只跟鄰居包肉粽，但參加了幾點了咖啡館以後變得外向，現在看到陌生人都會自己主動跟人家打招呼，也比較活潑、有自信。

活動能引起消費者重視到失智議題，我覺得體驗後的認知會回饋到自己身上，碰到周圍的朋友、親屬也都會聊。

常客



社福團體
照服員

阿嬤現在可以表達所以照顧互動比較好，但也要看長輩狀況，有些認知功能好的就會比較好照顧，相對不會那麼累，即便現在認知功能有在退，但是不會那麼快。

減少塑膠使用

塑膠耐久與低成本特性為人類帶來變革的便利性，然而，因不當使用與管理，塑膠汙染成為本世紀與氣候變遷並駕齊驅的重大環境議題，不僅威脅陸域、海洋生態，更衝擊人類健康。

統一超商自 1979 年開設第一家便利商店，全面改寫消費者生活，提供最便利的服務，但我們也深知，除了便利，我們的品牌核心理念更包含「創新」、「安心」，面對塑膠污染的挑戰，2020 年啟動我們減塑元年，展開減塑之旅，以開創者之姿持續引航提供人們便利、安心的生活。

減塑藍圖

由上而下建立減塑環保商業模式，從公司願景，自有品牌出發，結合商品、服務、物流、電商各面向營運策略，制定減塑政策及中長期目標、行動方案，並持續內外部溝通，形塑世界級標竿企業形象。



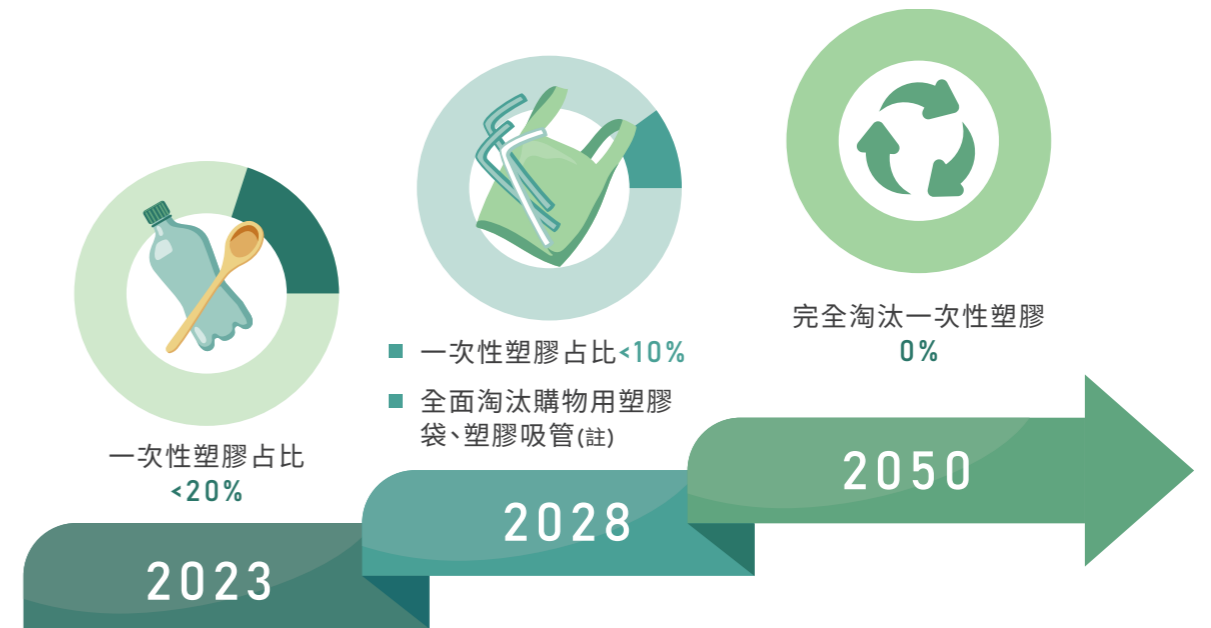
成立減塑專案小組

2020 年 8 月永續發展委員會成立減塑推動專案小組，制定策略、中長期目標與行動方案，並每月召開例會追蹤各項行動計畫執行。



宣布減塑目標

統一超商正式宣布中、長期減塑目標，以達成最終 2050 年全面淘汰一次性塑膠目標。



(註) 配合環保署政策，統一超商已不主動提供塑膠袋及外用吸管，此目標係針對民眾主動索取吸管或購買購物用塑膠袋，未來將不再提供或替換非塑膠材質。

包裝與包材用量統計

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。

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 1)
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 2)

(註 1) 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果善回收，不屬於可回收塑膠。

(註 2) 門市垃圾袋若使用回收再製材質，仍為一次性使用。

產品生命週期

自有品牌	生產製造	供應商出貨	物流配送門市	門市販售 & 服務
包裝商品	<ul style="list-style-type: none"> ● 鮮食：盒裝商品 (便當...) ● 鮮食：軟包裝商品 (御飯糰...) ● 自有品牌：iseLect 等包裝食品飲料 ● 自有品牌：UNIDESIGN 及其他日用品 ▲ 飲料：iseLect iBEER 		<p>(離島門市)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 封膜 ■ 紙箱 	<ul style="list-style-type: none"> ● 購物用塑膠袋、易提網、餐具、各類門市用品外包裝 (筷子包裝...) ● 封箱膠帶 ■ 各類門市用品外包裝 (攪拌棒...)
門市現調、熱食	<ul style="list-style-type: none"> ● 現調飲品牛奶罐、茶葉蛋品外盒、其他供應商提供外包裝 (關東煮湯包外紙箱)、調味醬包外包裝 ▲ 咖啡豆 / 現萃茶葉外包裝 	NA		<ul style="list-style-type: none"> ● 門市清潔用垃圾袋、清潔用品外包裝 ● 關東煮上蓋、熱食塑膠袋、提網 ● 冷飲杯、杯蓋 ■ 關東煮碗、熱食紙袋 ■ 紙杯、杯套、杯架
門市服務	NA		NA	<ul style="list-style-type: none"> ● 交貨便寄件專用袋 / 資料袋 ■ 交貨便寄貨專用小紙箱 ■ 交貨便寄件紙箱 (小 / 中 / 大)
電商通路 (7-ELEVEN 線上購物)	NA		NA	<ul style="list-style-type: none"> ● 封箱膠帶 / 緩衝材 / 包裝袋 ■ 專屬紙箱

● 塑膠 ■ 紙 / 紙容器 ▲ 金屬

包材減量

從源頭出發，我們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%。



租借杯模式

統一超商與社會企業好盒器合作展租借杯計畫，由台南三間門市率先試行，顧客可透過借杯機台，簡單快速的自行租借環保飲料杯，且同樣提供自動杯優惠，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，我們希望擴大導入重複使用的營運模式，加速達成減塑目標。

建置回收機制

統一超商創新導入自動資源回收機，透由提供 Open Point 點數提升民眾回收寶特瓶意願，2020 年首先於長權與興陽兩門市試行，長權門市單月累計破 3 萬瓶，且連續一周單日 1 千瓶以上，因試行成效顯著，統一超商目標在 2021 年設置 50 台，預估可達成年回收 1,860 萬瓶的效益。



公益帶動循環經濟

統一超商減塑工作不僅是單獨行動，更要同時擴大經濟、環境、社會影響力，2021 年將結合公益活動落實循環經濟，例如：串聯社會企業、非營利組織三方資源共同合作，推出永續商品上架販售，由腦麻家庭媽媽、中年二度就業的裁縫師以統一超商回收寶特瓶及鮮乳空瓶製作的飲料杯背袋與丹寧包，秉持循環經濟搖籃到搖籃 (Cradle to Cradle) 的精神，將廢棄物再製成全新的商品，期待創造多重的經濟、環境、社會正面影響力，消費者消費做環保也做公益，協助在地弱勢團體，並減少廢棄物產生。

