

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。

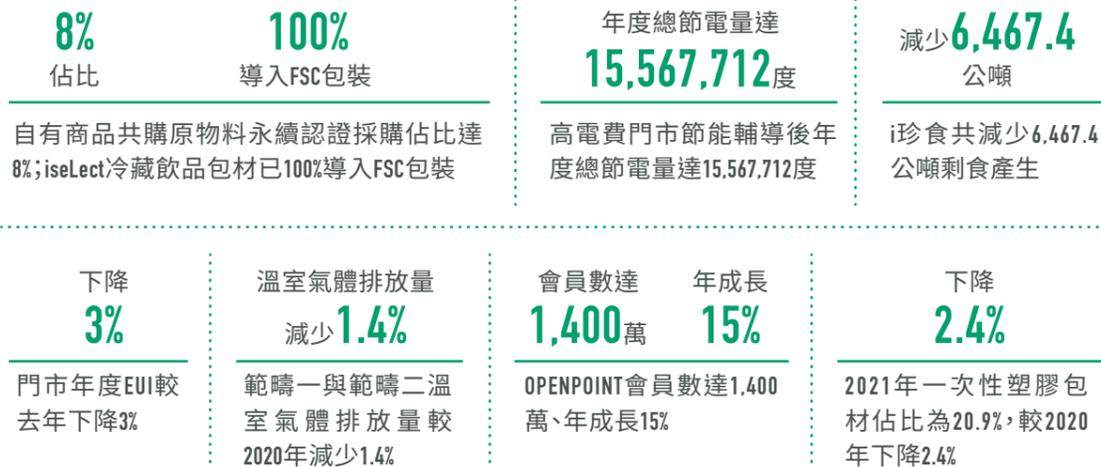
註：此為 2022 年 4 月數據





永續亮點績效

E 永續地球



S 共好社會



G 幸福企業



榮耀與肯定

國際

- 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。

在地

- 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。
- 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
- 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。

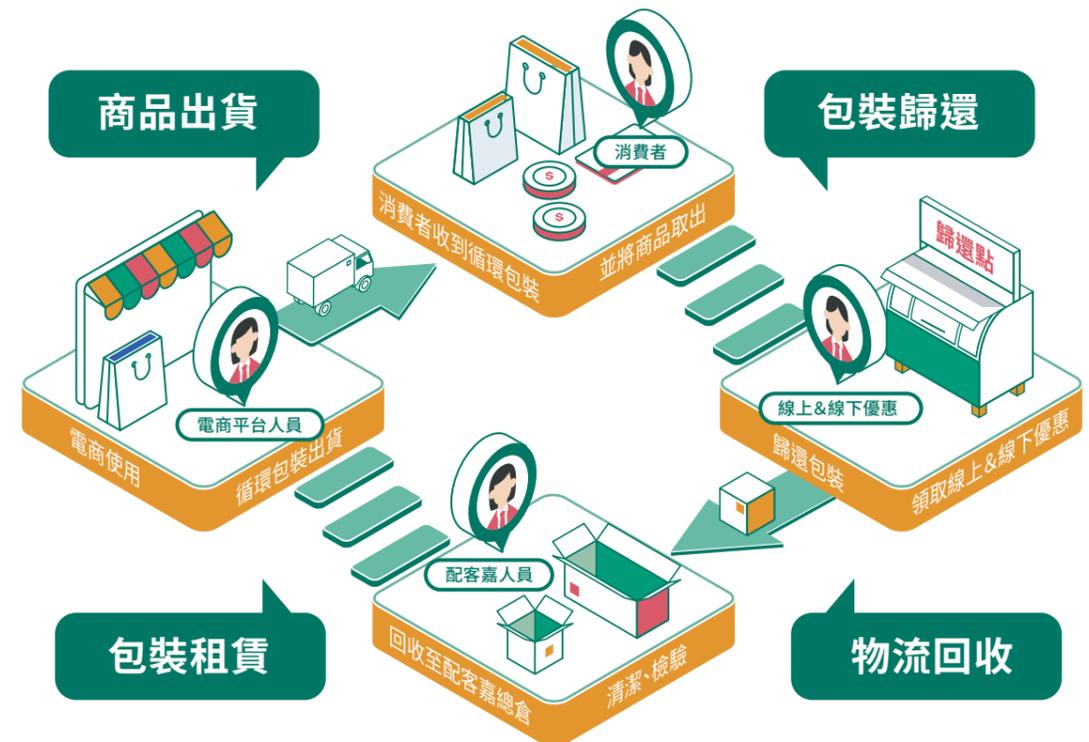


異業合作，建構綠色消費服務模式

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

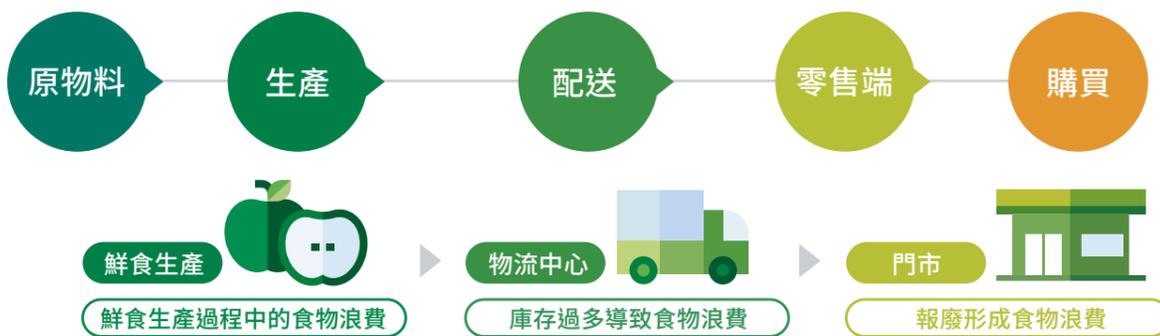


惜食管理

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 (導入廚餘回收門市比例) 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。



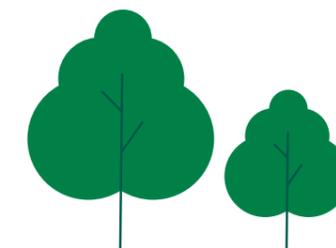
數位節能生活圈

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，

2021 年服務人次突破

350 萬人次

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署，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



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。在此基礎上，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。