

每個居住在地球上的一份子都有愛護、回饋地球的責任，7-ELEVEN這份珍愛環境的熱情，從企業做起更能達到拋磚引玉的效果。

好鄰居文教基金會 Good Neighbor Foundation

推展永續經營 從社區的好鄰居做起

為盡一份企業對社會的責任，將資源充分運用在每一個社區的角落，1999年9月，7-ELEVEN成立「財團法人好鄰居文教基金會」，每年固定提撥稅後淨利的千分之5，作為基金會營運基金，積極投入睦鄰安居工作，讓基金會正如其名，就像是社區的好鄰居一樣，與居民一同愛護地球、一起成長。

► 社區環保

愛地球，就從親手打掃社區環境開始！從2000年10月開始，好鄰居文教基金會結合7-ELEVEN門市及總部後勤員工，全面推廣社區清潔工作，將每月第三個星期五訂為社區清潔日。2008年全國有100個清掃點，號召門市人員及社區居民共19220人次參加，清掃出1813包垃圾，總重達12.7噸。許多門市更因此熱心參與社區事務，透過舉辦社區活動，不僅讓環境煥然一新，也拉近了彼此距離。

好鄰居文教基金會從2001年起，與澳洲Clean Up the World總會合作，連續8年在台灣發起「清潔地球、環保台灣」活動，每年9月第三週為全球清掃日，成為近年來全台規模最大的全民清掃活動。2007年的活動轉型為主題式深度清掃，深入山岳、河川及海洋等重要指標景點清掃垃圾，2008年與五大社團合作，從7月到9月共舉行5場清掃活動，號召2248名志工，共掃出8740公斤垃圾。





► 社區營造

好鄰居文教基金會自10年前開始，就開始協助社區營造的計畫，以專款支持65個社區營造，讓此觀念逐漸發酵成熟，成為社區經營中最重要的一環，並透過社區領導人才的培育，讓彼此從經驗交流與分享中，找到自己社區營造發展的方向與目標。

好鄰居文教基金會自2003年開始推行「老店大翻新」專案，選出全台各地具有特色的傳統美食老店，再由各領域專家組成顧問團隊，提供經營諮詢、補助部分整修費用以及公關宣傳活動。透過各項資源深入全國各鄉鎮宣傳，發掘具有地方特色與發展潛力的老店，協助店主永續經營、保存地方人文資產。2008年基金會完成了桃園縣大溪鎮的「游記百年油飯」，以及基隆市「泉利米香」，對提振地方經濟有很大的幫助。

► 人才舉薦

好鄰居文教基金會自2001年起協助日本愛心輪基金會在台招募活動，遴選優秀且具領導潛力的台灣身心障礙朋友，免費赴日本研修1年殘障福利相關課程，包含生活費、學費、住宿、機

票、電腦資訊設備等項目，提供豐富課程資源及充裕經費，協助身心障礙人士充實自我、學習生活，為人生展開新的一頁。另外像是帶領20名社區工作者，前往日本古川町、白川村等地參訪的「社區營造人才培訓計畫」，以及每年舉辦的「公益信託高島屋國際獎學基金」招募甄選，推薦代表赴日研修流通、流行、設計等專業領域，都有不錯的成果。

2008年4~9月「身心障礙領導人才赴日培訓計劃」第十屆研修生甄選，代表陳盈如已赴日研修；9~10月「公益信託高島屋國際獎學基金」則由劉齡遠、張乃云、施唯淵獲選為台灣地區第六屆推薦生。



公益活動

落實對土地的關懷 把公益當事業來經營

以隨手行善的觀念，推動「把愛找回來」公益活動，透過全國門市通路設置募款箱，將消費者的小零錢化為溫暖的力量。

「我從來不知道募款箱裡少得可憐的零錢到底可以幫助誰，直到現在，我才知道雖然只是一點點的心力，但匯集起來之後，卻是那群正在飢餓的孩子活下去的唯一希望。」一位統一超商員工在參與內部發起的飢餓三十活動——12小時飢餓體驗後，在公司內部網站上有感而發地寫著。

從1988年開始，7-ELEVEN便以隨手行善的概念，持續推動「把愛找回來」公益活動，透過全國門市通路設置募款箱，將消費者的小零錢化為大力量。近來發起的東部地區獨居老人送餐計畫、憂鬱青少年向陽計畫、搶救危機家庭等募款主題，展現7-ELEVEN因應時事變化，主動發掘社會議題改善現況，關懷

人文的企業價值。「我們要把公益當作事業來經營，落實對這塊土地的關懷。」徐重仁總經理說出7-ELEVEN 20年來推動公益活動的核心理念。20年來的公益募款所募集的愛心小零錢已突破11億元大關，幫助了100多個弱勢團體，不僅是台灣各企業進行募款金額最高者，各地綿密又方便行善的通路，讓愛心捐款便利的傳遞給需要幫助的人。

急難救助 第一時間支援

深入大街小巷的7-ELEVEN不僅是社區的好鄰居，在緊急災難發生的時刻，更堅持和民衆站在一起，克服重重困難，提供災民最及時、最溫暖的協助。從921地震、納莉、桃芝到敏督利颱風，每逢遭遇天災，7-ELEVEN門市、物流、後勤單位立刻動起來，在最快速時間內募集救災物資，並深入受災區，將物資送給最需要幫助的民衆。位於災區內的7-ELEVEN門市，也成為緊急重大事故救援的最前線，與民衆相互鼓勵打氣，也盡全力供應民衆民生需求；如921地震發生時，7-ELEVEN門市、後勤、物流全體總動員，將救援物資搶進災區，並於48小時內在組合屋大愛社區內建置完成7-ELEVEN臨時門市，讓家毀人散的災民能夠走出陰霾，盡快恢復正常生活。

除了在第一時間提供最即時的救助，7-ELEVEN也積極整合產官學界資源，投入災後社區重建工作。2000年3月由好鄰居文教基金會結合文建會委託社區營造學會，針對南投大安社區、中寮鄉龍安社區等6個921受災社區提出改造計劃，在好鄰居文教

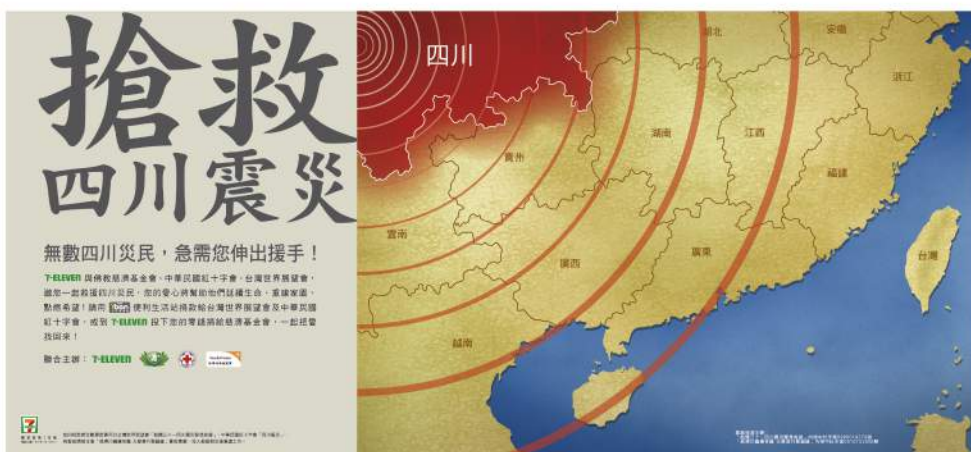
募款時間	合作團體	合作團體	募款成績	募款用途
2007年 1~6月	因為有愛就業無礙	聯合勸募協會	5009萬元	支持181家團體提出226件身心障礙類全生涯服務方案，支持身心障礙者六大需求，提升就業能力。
7~9月	第十八屆飢餓三十	台灣世界展望會	3167萬元	投入國內外緊急人道救援行動，包括台灣本土貧困急難家庭、天災防治救援及國外糧食短缺、戰火孤兒及愛滋遺孤關懷工作。
10~12月	救救肝苦人	肝病防治學術基金會	2680萬元	<ul style="list-style-type: none"> ■ 提供偏遠地區10640人免費肝病篩檢服務 ■ 開辦0800免付費保肝諮詢專線，由專業醫護人員解答問題 ■ 保肝衛教宣導
2008年 1~5月18日	打開無礙生活新世界	聯合勸募協會	4204萬元	結合170家社福團體，搭建身心障礙者生活支持服務網絡。透過各項服務預計將有40萬人受惠。
5月19日 ~6月	搶救四川震災	慈濟基金會	1932萬元 (不含外幣捐款)	投入國內外人道救援行動及災後重建工作，包括台灣本土急難及高風險家庭、天災防治救援及國外糧食短缺、戰火孤兒及愛滋遺孤關懷。
7~9月	第十九屆飢餓三十	台灣世界展望會	3288萬元	投入國內外人道救援行動及災後重建工作，包括台灣本土急難及高風險家庭、天災防治救援及國外糧食短缺、戰火孤兒及愛滋遺孤關懷。
10-12月	救救肝苦人	肝病防治學術基金會	2852萬元	<ul style="list-style-type: none"> ■ 支持偏遠地區保肝篩檢服務，預計篩檢6500人、超音波檢查1000人 ■ 為1500位偏遠地區國、高中生篩檢B肝抗體並追打B肝疫苗 ■ 持續推動保肝衛教宣導及免付費好肝諮詢專線

基金會與相關單位的努力下，逐漸改變社區風貌，為殘破的家園注入新生活力，7-ELEVEN將民衆的利益放在最前面，與這塊土地的人民攜手共渡難關。2008年5月中國大陸四川省發生強震災情，7-ELEVEN第一時間與慈濟基金會、中華民國紅十字會及台灣世界展望會攜手合作，從5月19日至6月底，全國7-ELEVEN門市與康是美門市同步展開「搶救四川震災」募款活動，透過門市募款箱及ibon慈善捐款平台，提供消費者隨手行善、援助災民的便利管道，將台灣民衆點點滴滴累積的愛心送進四川災區，搶救生命，點燃希望，募款也全數投入四川災區緊急救援及重建工作。從90年921大地震、94年南亞大海嘯到四川震災，7-ELEVEN在最短時間內，匯集民衆的愛心，為遭逢巨變的災民帶來希望與溫暖。

▶發揮企業核心優勢 協助社福機構建立獲利模式 創造就業機會

7-ELEVEN自1989年起推出「把愛找回來」門市募款活動，每年零錢募款金額穩定成長，2007、2008年更連續兩年突破1億元大關，幫助100多家社福團體進行社會服務工作，但7-ELEVEN並不以此為滿足，開始積極發展創新的公益模式，希望從實質的捐款補助，進一步發揮企業核心優勢，協助開發愛心商品，讓社福團體得以自立。2007年首次結合母親節預購平台，推出「把愛找回來」系列商品，短短4周銷售一空，獲得消費者熱烈迴響。而2008年則擴大與聯合勸募及五家社福機構合作推出5款愛心商品，銷售業績更成長3倍。除了協助社福機構

商品於超商預購通路上架，創造收入外，7-ELEVEN也完整導入企業經營及市場概念，全程參與愛心商品設計及包裝，提升愛心商品競爭力，進而創造就業機會。7-ELEVEN期望發揮企業影響力，不只是捐錢，期待能為社福團體引進更有效益的營運模式，協助身心障礙朋友改善生活，找回自信與尊嚴。



FOCUS ON

杜明翰：7-ELEVEN愛心關懷，始終如一



台灣世界展望會會長

「飢餓三十」20屆了，世界展望會與7-ELEVEN從第三屆「飢餓三十」就開始合作。在這17年的合作關係裡，我深刻感覺到7-ELEVEN是個「願意捲起袖子」服務社會大眾的企業，並主動關懷弱勢族群，讓他們能夠得到社會關注。7-ELEVEN的支持及協助從不間斷，就像在偏遠山區看到7-ELEVEN總會給人帶來非常安心的感受。7-ELEVEN是個非常好的合作夥伴，17年間除了給予世界展望會從一而終的支持之外，也定期提供我們評估社會回饋成效的指標考核，這督促了世界展望會不斷前進的動力，讓我們彼此學習、互相激勵，並一起成長。從去年開始，OPEN小將的出現，也讓我發覺7-ELEVEN是個平實中展現創新的企業，這個

創新舉動讓新一代的年輕人和孩子更喜歡親近7-ELEVEN，成功地将便利商店的角色從商業功能轉化為關懷服務。這種轉變的工作是世界展望會需要學習的，我們試圖讓大眾對弱勢團體的關心眼神，從悲傷憐憫轉化成鼓勵支持，並喚起社會大眾的主動關心，讓公益成為生活中的一部份，就像每天早上到7-ELEVEN買報紙咖啡一樣自然，而非刻意經營。7-ELEVEN在全港有四千多個店家，若將每個點連結起來，就能成為一個強而有力的網路，這對訊息及觀念的傳遞很有幫助，因此7-ELEVEN的社會責任也變得更大，希望世界展望會可以跟7-ELEVEN保持長久的合作關係，共同傳遞正確的社會價值觀，一起守護社區，為弱勢團體服務。

台灣清掃學習會

從清掃中學習 用雙手的力量改變世界

清掃，可以很簡單，也可以充滿學問。7-ELEVEN引進日本清掃學習會，藉由一年一度的廁所清掃活動，以實際行動喚起大家對環境的重視，並在過程中獲得對於生活的另一種體認。

目前在日本，廁所乾不乾淨被視為企業是否具備競爭力的一項隱性指標。因此7-ELEVEN近幾年將日本重視「廁所清潔」的觀念，散播到全台企業和機關學校，讓大家在清掃的過程中，得到不同的體認，進而提升企業文化與體質。

2003年，7-ELEVEN總經理徐重仁引進源自於日本的「清掃學習會」，在台成立「台灣清掃學習會」，推廣至今6年有成，目前擁有55個分會，其中包括各級學校、政府機關或企業團體，前前後後共舉辦超過100多場清掃活動。從基層到高層、學生到上班族，紛紛捲起褲管衣袖打掃髒污，不但獲得社會大眾的關注，也讓台灣民眾對於「清掃」有了不同的認知。



每年的清掃活動總是獲得各方熱烈參與，許多親身參與清掃活動的民眾們，在活動後對於生活環境都有更深的體驗，也更懂得感恩惜福的道理，紛紛將自己的心得感想與週遭分享，希望將這股感動與珍惜之情擴大至社區與社會。

未來，7-ELEVEN將持續在台灣各地推廣分會，號召更多志同道合的夥伴加入，並鼓勵分會持續強化組織並落實清掃理念，傳承清掃學習的推動經驗。日本清掃學習會發起人鍵山秀三郎的著作《掃除道》中文版也於2007年在台發行，藉由學習清掃，讓大家更懂得為他人設想的體貼之心，清掃學習會期望能將這份精神擴及社會大眾，讓世界更美好。



台灣清掃學習會分會資料

分會	成立日	負責區	公司&學校名稱
	9208	總會	統一超商股份有限公司
1	9209	總部	首卓企業管理顧問股份有限公司
2	9306	高屏	首卓南區 清掃分會
3	9311	彰中	首卓中區 清掃分會
4	9404	北二	統一超商北二ZONE
5	9406	總部	台北縣深坑國小
6	9411	高屏	高雄市三信家商
7	9411	北二	台北縣安坑國小
8	9411	嘉南	台南縣鹽水鎮南榮技術學院
9	9412	桃竹	桃園縣中壢市中原國小
10	9412	高屏	高雄市楠梓區國立高雄第一科技大學
11	9412	桃竹	統一超商桃竹ZONE
12	9501	彰中	財團法人瑪利亞社會福利基金會
13	9501	彰中	統一超商彰中ZONE
14	9503	北二	樂清服務股份有限公司
15	9504	北一	統一超商北一ZONE
16	9504	北二	恆商企業股份有限公司
17	9504	高屏	高屏ZONE
18	9504	高屏	力奧國際股份有限公司
19	9505	嘉南	統一超商嘉南ZONE
20	9505	嘉南	統一速達股份有限公司
21	9508	高屏	高雄市建設局
22	9509	桃竹	捷盟行銷股份有限公司
23	9509	桃竹	捷盛運輸股份有限公司
24	9511	桃竹	大智通文化行銷股份有限公司
25	9511	北一	統一速達股份有限公司
26	9511	北一	統一客樂得股份有限公司
27	9512	北二	速達&客樂得 統一訓練窗口
28	9512	北一	伸鴻行銷股份有限公司
29	9601	彰中	台北市士林國小
30	9601	彰中	統一速達股份有限公司(中區分會)
31	9601	彰中	捷盟行銷股份有限公司(中區分會)
32	9601	高屏	台中惠明學校
33	9601	高屏	統一速達股份有限公司(南區營運部分會)
34	9601	高屏	捷盟行銷股份有限公司(南區物流事業部)
35	9602	北一	統一蘭陽藝文股份有限公司
36	9603	北二	台北縣三重市重陽國民小學
37	9603	北二	統一武藏野股份有限公司
38	9603	北二	國堡國際股份有限公司
39	9603	嘉南	統一精工股份有限公司
40	9603	嘉南	南台科技大學
41	9603	高屏	中山工商
42	9603	高屏	社團法人高雄市調色板協會
43	9604	桃竹	統一速達股份有限公司(北區分會)
44	9604	高屏	高雄縣橋頭國民中學
45	9604	高屏	高雄縣高苑高級工商職業學校
46	9605	高屏	中崙國民中學
47	9610	高屏	高雄市原生植物園創價協會
48	9610	彰中	東海大會
49	9610	桃竹	國倫有限公司
50	9610	桃竹	永旭有限公司
51	9610	桃竹	平鎮市新勢國小
52	9611	北二	基隆市隆聖國小
53	9612	嘉南	環球技術學院
54	9703	北一	台北市逸仙國小
55	9705	北一	宜蘭縣羅東高中
	9708	北一	宜蘭縣宜蘭高中



Sanitary
Clean-up Activity



推動 LOHAS

對地球環境 最友善的生活態度

簡單無添加的新生活運動、愛自己也愛地球之餘也樂在生活，已是7-ELEVEN積極努力的目標，透過一連串的LOHAS運動，邀集大家一同為地球環境而努力。

LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability) 是現今最熱門的話題，這股從自身做起進而回饋地球環境的友善生活態度，成為現代人最嚮往的Lifestyle。為了讓更多人認識LOHAS的美好，7-ELEVEN自2006年初開始，大力推動這種與地球共生共存的生活概念，對內部積極宣導，對外發行《MY LOHAS生活誌》(於2009年3月起改為月刊)、提供無添加與樂活商品，並舉辦一系列相關活動，如分別於2006與2008年底舉辦的Simple Life簡單生活節，將樂活主張以多元化的風貌介紹給國人，引領一波台灣「新生活運動」，讓大家更貼近LOHAS Life。

▶「日本LOHAS風潮FUN to台灣」研討會

2008年，7-ELEVEN結合好鄰居文教基金會與《MY LOHAS生活誌》，舉辦「日本LOHAS風潮FUN to台灣」研討會，這場堪稱台灣2008年最大的LOHAS盛事，特別邀請台、日兩國專家暢談樂活經驗。包括首度來台公開演講的日本自由之丘商店街振興組合總編輯西村康樹、將LOHAS引進日本的樂活商業聯盟(LOHAS Business Alliance)共同代表大和田順子、知名生態作家劉克襄、政大廣告系教授陳文玲、大小創意齋公司創意長姚仁祿，以及統一生機總經理洪士民等人，這些樂活大師們在會中展開精闢的對談，分享LOHAS生活觀念與態度，提出更多輕鬆實踐樂活生活的提案。這場輕鬆又充滿活力的「日本LOHAS風潮FUN to台灣」研討會，一共吸引超過300多位社區居民、商店經營者與會，對於LOHAS都保有高度興趣，期盼汲取專家達人的寶貴經驗，創造更健康愉快的生活環境。



► MY LOHAS生活誌

2006年8月創刊的《MY LOHAS生活誌》，是第一本以「樂活」為主題的刊物，透過輕鬆且生活化的內容，引領讀者進入樂活的Lifestyle。雜誌內容規劃了許多與自然、健康、環保永續等主題，透過旅遊、生活資訊介紹以及國內外的樂活訊息，讓讀者隨時掌握最新樂活脈動。另外每個月以不同的特輯主題，提供讀者如何從旅遊、飲食、運動等層面體驗樂活生活。同時也邀請多位名人暢談自身的樂活經驗，以專欄與訪談方式，分享對LOHAS的體認與心得；此外還有服裝、天然保養、雜貨、書籍、音樂等LOHAS新知，在享受樂活的同時，也要懂得現今流行的趨勢，才能擁有良好的生活品質。

Lifestyles Of Health and Sustainability



與民宿主人有約 台北

「台北的民宿，不僅是提供一個住宿空間，更是一個可以讓人放鬆心情的地方。在台北，你可以找到許多風格迥異的民宿，從古色古香的傳統建築，到現代簡約的時尚設計，應有盡有。這些民宿主人，有的來自各行各業，有的則是專業經營者。他們將自己的家，變成了一個個溫馨的小天地，讓遊客在繁忙的都市生活中，找到一片寧靜的角落。在台北，與民宿主人有約，不僅是為了住宿，更是一次心靈的旅行。」

水藍秘密

「水藍秘密」是一個關於海洋生態的專題報導。它探討了海洋生態的脆弱性，以及人類活動對海洋環境的影響。文章介紹了許多海洋生物，包括珊瑚礁、海龜、鯨魚等，並呼籲大家採取行動，保護我們的海洋資源。此外，文章還介紹了一些海洋生態旅遊的景點，讓讀者可以親身感受海洋的奧妙與美麗。

台北頭等 海景

「這是在台北，你可以找到許多風景優美的地方。其中，海景是一個不容錯過的選擇。在台北，你可以欣賞到壯麗的海岸線，感受海風的吹拂，聆聽海浪的聲音。這些美景，不僅讓人感到心曠神怡，更是一種難得的放鬆體驗。在台北，與海景有約，讓你的假期更加完美。」

水藍風情 + 水藍秘密

水藍風情

「水藍風情」是一個關於海洋文化的專題報導。它探討了海洋文化的多樣性，以及海洋文化對人類社會的影響。文章介紹了許多海洋文化遺產，包括漁業文化、航海文化、海洋藝術等，並呼籲大家尊重海洋文化，傳承海洋文化遺產。此外，文章還介紹了一些海洋文化旅遊的景點，讓讀者可以親身感受海洋文化的魅力。



評選農夫市集

「農夫市集」是一個關於有機農產品的專題報導。它介紹了許多優質的農夫市集，並評選出了最佳的農夫市集。文章強調了有機農產品的健康與環保，並呼籲大家支持有機農業。此外，文章還介紹了一些有機農產品的種植與採收過程，讓讀者可以了解有機農產品的生產過程。

FARMERS' Market 農夫市集

「農夫市集」是一個關於有機農產品的專題報導。它介紹了許多優質的農夫市集，並評選出了最佳的農夫市集。文章強調了有機農產品的健康與環保，並呼籲大家支持有機農業。此外，文章還介紹了一些有機農產品的種植與採收過程，讓讀者可以了解有機農產品的生產過程。」

興大有機 農夫市集

「興大有機」是一個關於有機農產品的專題報導。它介紹了興大有機農夫市集的經營理念與產品特色。文章強調了興大有機對品質的堅持與對環境的保護，並呼籲大家支持興大有機。此外，文章還介紹了一些興大有機農產品的種植與採收過程，讓讀者可以了解興大有機農產品的生產過程。

推廣有機新生活，生鮮農作物品質有保障，買得安心!

「有機新生活」是一個關於有機農產品的專題報導。它介紹了有機農產品的健康與環保，並呼籲大家支持有機農業。文章強調了有機農產品的品質與安全，並呼籲大家買得安心。此外，文章還介紹了一些有機農產品的種植與採收過程，讓讀者可以了解有機農產品的生產過程。





Simple Life簡單生活節

簡單生活就很快樂！7-ELEVEN於2006年12月2日、3日第一次發起「Simple Life簡單生活節」活動，現場規劃多個主題區域，包括純淨市場、分享書房、街頭市集、天空舞台、微風舞台、輕衫逛街等，匯聚許多音樂人、文化人與創意工作者，一同宣揚簡單生活的重要意義，讓民眾在音樂、書香、手作藝術中輕鬆體驗LOHAS。隨後於2008年底再次舉辦「Simple Life簡單生活節」，在12月6、7日兩天，吸引近3萬名民眾至華山藝文中心體驗簡單生活的魅力，期盼藉此讓大家重視地球環境，珍愛這片土地，並傳達出樂活的生活態度。



► 清境植樹活動

7-ELEVEN不僅積極推動LOHAS觀與提倡節能減碳生活，植樹也是7-ELEVEN在土地保育計畫中十分重要的活動。舉例來說，多年以來，統一超商不僅與清境農場、清境社區發展協會於2003年開始，每年進行淨山活動，2005年更共同努力推行植樹綠化，增加清境地區的綠色資源，為增添生態旅遊內涵。

2008年4月9日舉行的清境植樹活動是歷年來規模最大的一次，當天號召了7-ELEVEN門市夥伴、清境農場以及上百位民眾共近200位志工，沿著500公尺長的步道種下兩千多棵櫻花樹，並一改以往提供花苗種子的方式，特別種下250株高達2.5公尺的富士、吉野及大島櫻花成木，以提高存活率(至2009年3月止，存活率高達9成)，不僅每年將可減少約50公噸的二氧化碳，同時也讓清境整體形象永續經營。

► LOHAS徵文活動

為了讓更多人參與LOHAS的生活態度，7-ELEVEN特別舉辦了「LOHAS愛地球，大家一起來」圖文徵稿活動，邀請民眾上網投稿，分享自己的LOHAS idea，期間共收到5000多件優秀的報名作品，迴響熱烈。

在活動網站上，7-ELEVEN除了展現企業的實踐成果，也提供減碳小撇步、減碳計算表等實用資訊。另外並設計讓網友轉寄的LOHAS明信片，提醒週遭好友環境保護的重要性，此活動獲得熱烈反應，也顯示LOHAS已逐漸獲得社會大眾的認同與喜愛。



LOHAS
SIMPLE LIFE

