

4

實現地方社區共存的好鄰居



7-ELEVEN 千禧健康小站舉辦六月血壓回測、八九量腰日及健康月等健檢活動，2013 年號召 **7 萬名** 以上民眾參與，時時為健康把關



維繫鄰里好關係的「好鄰居同樂會」社區活動，截至 2013 年累積舉辦超過 **2,400 場**



2013 年公益募款為新台幣新 **1.49 億元**

4.1

建構幸福社區

統一超商深入大街小巷，天天與民眾在一起，這是一種情感的連結，我們希望除了透過超值的商品及多元的服務滿足每個人日常所需外，更希望透過統一超商的平台，將真誠真意帶入社區，建構幸福的社會，也才會成就幸福的企業。為了達到這個目標，我們善用統一超商的核心理念，將企業資源充分運用在每一個社區角落，並在社區經營的過程中，了解民眾需求，作為開發商品及服務的基礎，以累積民眾信任度及情感，成為社區中無可取代、依賴安心的好鄰居，創造與社區共存的雙贏共益。

專業的後勤 know how 支援，再加上紮實的門市人員教育訓練。

由統一超商好鄰居文教基金會與公益組織、社區團體...等 NGO 一起合作，加乘貢獻效果。

全台
綿密網路

全台超過 4,922 家 7-ELEVEN 門市，深入街坊巷弄，每天平均吸引將近全台灣 700 萬人次造訪。

統一超商的
專業支持

與民眾生
活在一
起、洞悉
居民需求

提供日常生活各種面向的商品與服務，天天與消費者生活在一起，了解在地民眾需求。

統一超商
核心能力

良好的
合作網路

24 小時的
多通路慈
善平台

引領民眾關心社會議題，帶動消費者以簡單的行動即可參與，例如多元化的募款機制，如零錢捐、ibon 等，讓愛心能即時提供給需要的人。

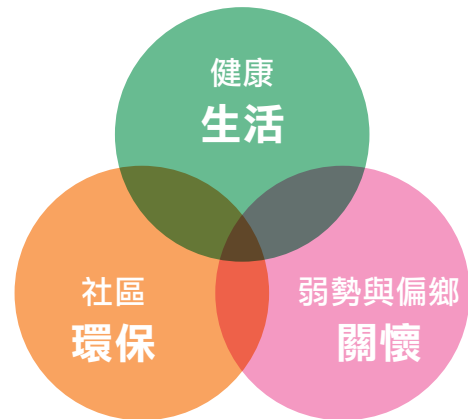
4.2 好鄰居文教基金會

統一超商於 1999 年捐助成立「財團法人統一超商好鄰居文教基金會」，至 2013 年已邁入第 14 年。長期以來，好鄰居積極投入社區睦鄰安居工作，並致力改善社區生活及延續地方文化，2009 年起透過深入大街小巷的 7-ELEVEN 門市力量，鼓勵員工投入社區關係經營，深入服務各鄉鎮鄰里及弱勢，發揮在地化的精神，以豐富民眾精神生活、提升生活品質，並以「成為社區服務中心」為目標邁進。



統一超商好鄰居文教基金會

Good Neighbor Foundation



好鄰居基金會關注社會活動之面向

2013 年好鄰居大事紀

6/1~6/15

7-ELEVEN 千禧健康小站首次舉辦民眾血壓回測活動，鼓勵 6,474 位民眾加入日常血壓監測行動

8/28

與遠見雜誌共同發布「台灣夜市環保行為」調查，拍攝「Clean Up The World 清潔地球環保台灣」環保宣導網路影片，引起年輕族群及社會大眾討論。

8 月

與千禧之愛健康基金會共同推動八九量腰日及健康月健檢活動，全台 575 家健康小站門市同步舉辦，參與人數突破 7 萬人次。

9/29

與澳洲 Clean Up the World 總會合作舉辦「Clean Up the Word 清潔地球 環保台灣—我們合力，夜市 Clean! 士林夜市暨全國大清掃」活動，號召 36,982 位民眾參與，將環保觀念遍地開花，刷亮台灣觀光地標。

9-10 月

延續偏鄉關懷議題，推動「拔一條河」電影於全國上映，並入圍第 50 屆金馬獎「最佳紀錄片」，引發社會大眾對偏鄉教育等社會議題關注。

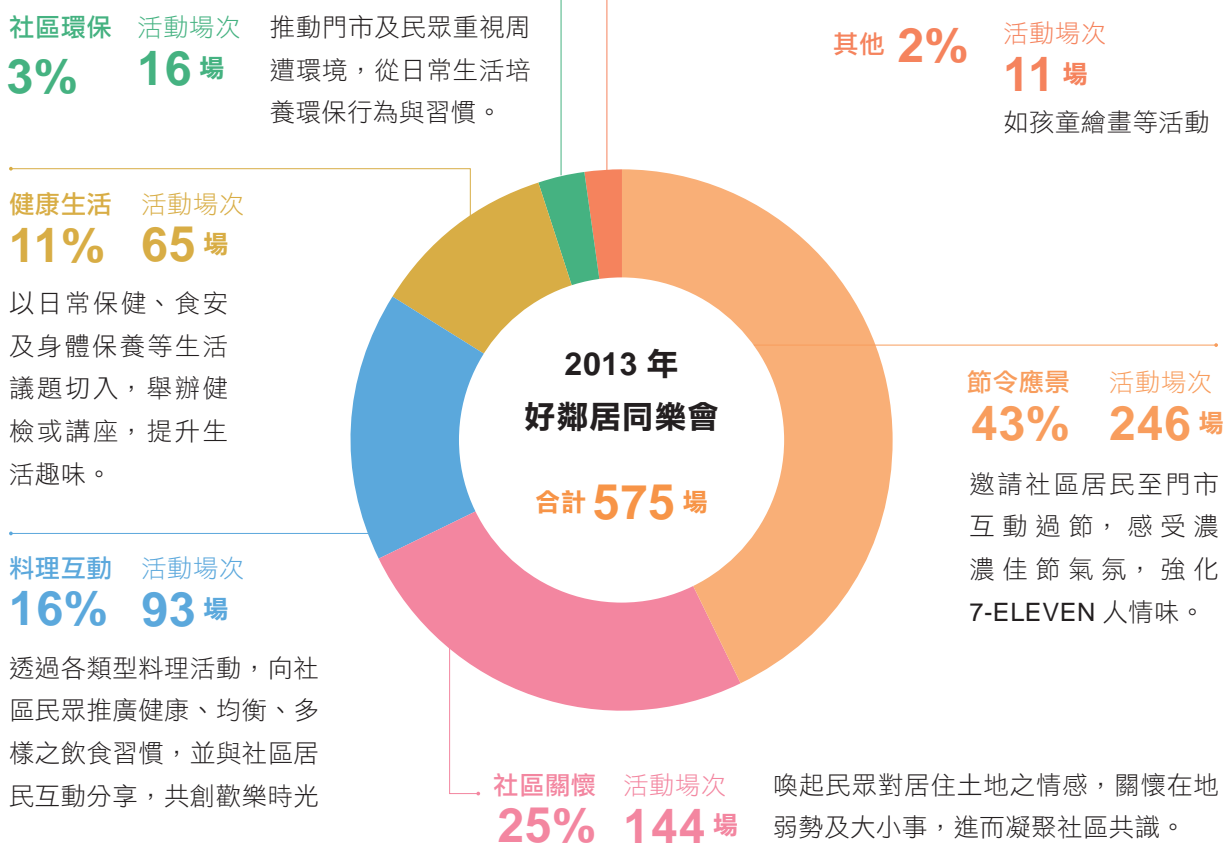
10-11 月

以「微小的力量 讓這裡不一樣」為主軸，將好鄰居同樂會中的真實門市社區經營故事，如：高雄新甲仙門市「閱讀與跑步集點換超值早餐」、南投詠旭門市「月考滿分送思樂冰」、桃園登冠「節能減碳蚊子電影院」等特色服務故事，拍攝成「跑步篇」、「思樂冰篇」、「看電影篇」3 篇公益廣告，期盼透過平凡又深刻的故事達到拋磚引玉效果，傳遞社會大眾只要願意發揮一己之力，也能讓週遭環境變得更美好的概念。

好鄰居同樂會

台灣一共有 365 個鄉鎮，住著背景多采多姿的人、有著豐富的生命故事，為了融入在地生活、真實貼近社區的情感，統一超商好鄰居文教基金會從 2009 年秋季開始推動「好鄰居同樂會」社區活動。截至 2013 年底，我們集結上萬名夥伴的力量及社區資源，累積舉辦超過 2,400 場同樂會活動，包含節慶活動、小小店長、社區清掃及弱勢孩童關懷等各類活動。而我們也同步運用 7-ELEVEN 愛世界 Facebook，分享相關花絮，期望發揮社群力量讓社區關懷議題更加擴大，將歡笑與溫暖散佈全台灣。7-ELEVEN 愛世界 Facebook 目前總計超過百萬粉絲，平均每則貼文曝光可接觸數萬人次粉絲，按讚數超過千次，未來統一超商將持續努力經營社區關係，更讓社區裡戶戶都是好厝邊、人人都是好鄰居。

好鄰居同樂會						
年度	2009	2011	2011	2012	2013	合計
活動場次	57	408	644	776	575	2,460
社區參與人數	6,779	76,197	94,037	105,265	76,818	359,096





小小店長體驗營 | 台北市內湖區經貿門市

經貿門市舉辦小小店長體驗營，邀請社區小朋友帶著穿上特製小制服，穿梭門市裡認識豐富商品、學習識別商品有效期限並體驗雙手收銀、找錢、喊話術等流程，讓孩子們從趣味互動中了解便利商店的基本運作，吸引 60 名孩童共同參與。



小小店長們學習拉排面、櫃台結帳等門市服務流程並開心留影紀念



關懷兒童病房活動 | 台南市東區成大門市

成大門市與成大醫院護理站辦了關懷病房兒童的活動。門市夥伴們以及報名參加活動的志工們一一變成白衣天使，一起用熱情溶化了孩子們的害怕與恐懼，家長們則是以堅強的笑容陪伴著孩子們，一起面對、互相鼓勵、互相加油。

親自送上小禮物關心



與兒童病患開心合影



與協助的護理人員合影



逐間探訪關心慰問鼓勵，大人、小孩都相當開心感謝

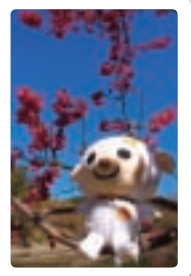
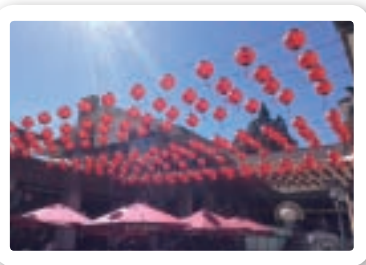
個案分享

「7-ELEVEN 清境旅客服務中心」、「清境農場小瑞士花園」兩大商場



統一超商自 2002 年起開始切入商場經營，至今累積超過 10 年的經驗，目前共有國際機場、觀光風景區、國道服務區、科技廠辦、醫療院所及大專院校等六大類型，超過 40 家商場、每年服務民眾達 5 千萬人次。為強化商場當地的環境機能，不僅精心規劃櫃位與硬體面，更特別經營商場與社區間之互動。

例如「7-ELEVEN 清境旅客服務中心」、「清境農場小瑞士花園」兩個商場，每年投入大量資源推廣風車節、耶誕節與跨年活動，持續精耕當地觀光競爭力；此外，團隊更投入植樹、淨山等環保行動，在清境農場共種下 2 萬多株植栽、清理一萬多公尺廢水管，相當於減少 125 萬公斤的二氧化碳。未來，小瑞士花園商場也會持續擴大社區互動，舉辦如學童的大自然生態導覽、繪畫比賽，並推廣富有當地文化特色的奔羊節、火把節等，期許在台灣每一個角落，都能扮演好社區好鄰居的要角。



千禧之愛健康基金會

有感於國家醫療支出的增加、高齡化社會的來臨，2003年由統一企業、統一超商共同捐助成立「財團法人千禧之愛健康基金會」，號召十多位具代表性之醫學、營養、食品科學之專家學者，結合統一企業集團之食品製造優勢及流通平台，共同投入預防醫學社會教育，並發起代謝症候群的公益宣導，陸續倡導「腰圍八九十健康常維持」、「實踐 3D (Do Control, Do Health Diet, Do Exercise) 健康生活」觀念。統一超商每年亦捐贈 500 萬元給財團法人千禧之愛健康基金會，作為其推動醫療保健社會教育。



為了加強國人對於健康腰圍標準數值的記憶度，2013 年度，統一企業集團聯合統一超商等關係企業力量，大規模舉辦「89 量腰日暨全國健康月」活動，並與國民健康署共同辦理。而為擴大活動的知名度及接觸族群，同時邀請健康形象良好的藝人擔任代言人，呼籲民眾關心腰圍健康，遠離代謝症候群。

7-ELEVEN 千禧健康小站



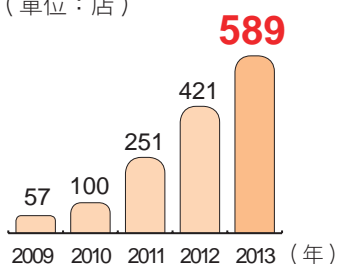
統一超商好鄰居文教基金會結合財團法人千禧之愛健康基金會，於 2008 年共同成立「社區健康小站」，在門市內提供血壓計、腰圍量尺、健康資訊等貼心服務，讓社區民眾可隨時檢測自己的腰圍及血壓，為健康把關。截至 2013 年底，共計有 589 家 7-ELEVEN 皆設置了健康小站，遠至澎湖、金門、馬祖離島等地都有據點。



「7-ELEVEN 千禧健康小站」除了定點提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務外，我們每年配合「89 量腰日暨全國健康月」活動，同步舉辦健康小站全國健檢，呼籲民眾一同「實踐 3D 健康生活」，遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群。同時不定時與醫療機構、衛生單位及衛教單位合作舉辦社區健檢、捐血等，時時關心民眾健康。

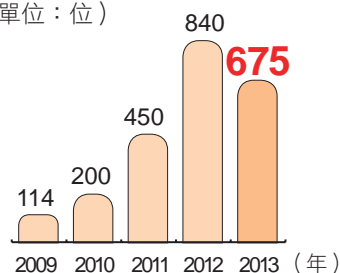
千禧之愛健康小站據點

(單位：店)



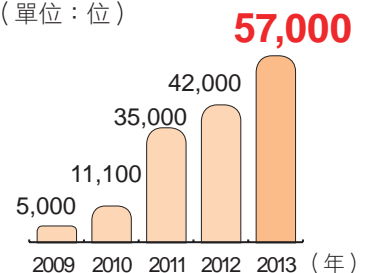
參與醫護人數

(單位：位)



參與活動人數

(單位：位)





健康小站活動 | 宜蘭同慶門市

持續舉辦

使用回測卡養成顧客到店量測習慣

設定主題

增加活動多樣化，吸引呼朋引伴

獎品贈品

送贈品顧客主動來，送獎品顧客搶著來



卡路里教室



健康講座



健康動一動



結合節慶



成功吸引銀髮族走入門市



顧客持續回流



門市夥伴向心力



成果展現



1. 舉辦過 **18** 場的健康健檢活動，共測量 **2,700** 人次
2. 年度回測超過 **3** 次達 72 人次
3. 舉辦 3 場健康講座，參與講座人數超過 **80** 人次
4. 業績較擴店前成長 **47%**



Clean Up the World—— 與世界接軌愛地球

2001 年起，統一超商好鄰居文教基金會與澳洲 Clean Up the World 總會合作，定期於每年 9 月和全世界超過 120 個國家、4,000 萬人同步舉辦「Clean Up the World 清潔地球、環保台灣」，以號召志工清掃為主軸，延伸結合資源回收、垃圾減量等環保概念，期望讓每個人從生活態度及日常習慣開始改變，進而改變自然環境，此活動現已成為國內每年最大規模的清掃盛事，自 2001 年辦理以來總計近 40 萬民眾共同參與清掃，一起用行動相挺愛護地球。

2013 年以「我們合力 夜市 Clean」為主題，串聯全台 85 個夜市清掃點，同步上街親手撿拾影響夜市髒亂印象的塑膠袋、竹籤、菸蒂及刷洗油污水溝、地板

等。北從金山基隆、南至恆春老街、東到花蓮自強夜市，參與志工年齡從 4 歲到 80 歲，並特別鎖定最愛逛夜市的學生族群共同參與，希望透過其影響力，從提升個人環保行為擴展到周遭生活環境與親友。本次活動成功吸引了全台超過 36,982 位志工朋友熱情動起來，15 至 35 歲的年輕族群佔總人數的一半。活動當天共同清出 3,601 袋垃圾，讓全台夜市及居家環境煥然一新，成功藉由大型活動舉辦，提醒國人將環保觀念落實到日常生活中。



《拔一條河》 感動人心的故事

統一超商致力發揮社區關懷引領效益，透過好鄰居文教基金會舉辦好鄰居同樂會，期望喚起同仁對社區關懷的責任。歷年經營下來，我們發現關懷種子已在各地門市遍地開花。

2011年，統一超商座落於高雄的新甲仙門市，傳來感動故事。店長觀察到當地孩子歷經八八風災、人口外移等環境劇變後，生活氛圍低落，便主動於門市發起「閱讀與跑步集點換餐活動」，鼓勵甲仙地區國中小學童，只要積極閱讀與跑步即可獲得門市商品。店長小舉動喚起社區居民總體意識，甲仙的孩子們在資源匱乏的環境下，努力證明自我價值外，災後大人們也因此受到了鼓舞。

為持續擴大議題影響力，2012年我們與國內知名紀錄片導演合作，以紀實手法拍攝29分鐘《拔一條河》微電影，將八八風災受創的偏鄉孩子們，努力從拔河競賽中爭取榮譽，喚回甲仙鄉民勇氣的故事傳遞出去。微電影發表後，受到社會大眾共鳴與回響，光是在影音網站上點閱率即超過60萬人次。2013年，我們進一步全額出資，創新選用電影作為傳播工具，除了將甲仙國小拔河隊的真实故事呈現外，甚至加入當地社區堅韌外籍媽媽的努力過程，期望喚起社會大眾對更多偏鄉弱勢的關懷與重視，也展現7-ELEVEN是支持在地發展的好鄰居。統一超商首創國內零售產業運用「紀錄片」推動國人對弱勢議題關注，獲社會共鳴，並創造品牌公益感性價值，而該部電影亦入圍金馬50最佳紀錄片，也是入圍金馬的企業首例，極具指標意義和榮耀。

此外，為實現企業承諾，統一超商好鄰居文教基金會持續挹注甲仙國小學習資源，並回歸電影起源「偏鄉閱讀」議題，協助將甲仙國小圖書館改建為「好鄰居圖書館」，打造當地居民交誼中心。



4.3 公益拉近您我的心

愛心捐款平台

門市零錢捐



不管是城市還是鄉間，不論是深夜或是白天，7-ELEVEN 從 27 年前「把愛找回來」開始，就以「公益生活、隨手行善」為理念，在門市內放置小小的募款箱，鼓勵消費者捐出結帳後的零錢，隨手做愛心幫助需要社會關懷的弱勢族群，讓這份愛 Always Open！27 年來累計募款新台幣 17 億 6657 萬元（累積至 2014 年 2 月 28 日止），已幫助超過 100 多個公益團體及弱勢朋友。

為把關大眾的愛心捐款，7-ELEVEN 從篩選合作團體的階段即謹慎用心，結合如財務、法務、稽核等單位，確實盤點其財務使用狀況，確認無虞才進一步規劃合作方案，且合作方向除維持該公益團體基本服務外，更與對方密集研討，針對其目前仍力有未迨之處，盡力提供資源和協助，不僅如此，開始執行活動後，7-ELEVEN 每週清點募款箱金額，透明化處理金流與帳務，各種作法確實做到公信把關，讓民眾可安心做善事。

另外為擴大公益團體能見度，讓更多民眾能知曉行善，7-ELEVEN 更投入大量人力和資金維護公益募款箱相關物流費、上架費，累計投入金額近 9,000 萬元。同時在愛世界 Facebook 粉絲團等自有媒體上進行宣傳，希望能確實扮演好雪中送炭的發聲者角色，喚起大眾對社會的關懷情感，把資源投入真正需要受助的需求上。



2013 年募款活動成果

辦理日期	募款活動名稱 (合作單位)	募款服務內容說明	募得金額 (元)
1.1-3.31	終止飢餓·救他們長大(台灣世界展望會)	募款用途主要用於援助台灣及海外 80 餘國，因全球重大災情受災的兒童與家庭。本年度透過專業社工的評估，以急難救助金或醫療補助，提供國內 190,401 人次、13,318 個家庭經濟、貧童健保等援助。而在國外服務部分，則投入糧食就援、戰火關顧重建、災害救援等項目，總受益人數為 3,625,518 人。	3,914 萬
4.1-8.31	學會了，就不怕未來一身心障礙者自立生活(聯合勸募)	為協助身心障礙者生活所需，提高其生活自主權，募款金額主要用於「人際社交支持」、「居家生活支持」、「社區生活支持」、「倡議保護」、「健康安全」、「就業支持」等面向，年累計服務達 567,797 人次。	6,040 萬
9.1-10.31	弱勢獨居老人照顧募款計畫(門諾基金會、弘道老人福利基金會)	呼應高齡化社會議題，「把愛找回來」與公益團體合作扶持弱勢長輩「居家服務」、「送餐服務」、「守護連線」、「社區日托」、「到宅沐浴」等基礎生活需求，總計幫助超過 30,000 人次弱勢長輩。	2,614 萬
11.1-12.31	救救肝苦人-偏鄉肝病篩檢計畫(肝病防治基金會)	偏鄉醫療資源匱乏、就醫不便，成為肝病防治推動死角。「把愛找回來」持續走進偏鄉、為民眾及 65 歲以上長者提供免費抽血及超音波病毒篩檢等服務，助其遠離肝病威脅，總計幫助超過 9,375 人次。	2,332 萬
合計			1.49 億元

ibon 慈善捐款

從 2008 年開始，我們利用 ibon 便利生活站為平台，建立慈善捐款的公益中心，讓捐款者可以自由於平台上選擇捐款的公益社福團體。2013 年總計募得新台幣 3,582 萬元，平均單筆捐款為新台幣 528 元。而針對當年度重大事件像是四川震災與菲律賓風災，亦透過 ibon 募款發起緊急救援，將愛心散播至海外。

四川震災專案

2013 年 5 月中國四川雅安地區發生 7.0 大地震，造成重大傷亡、受災民眾估計超過 200 萬人，極需要外界的援助，許多劫後餘生的災民面臨物資不足的困境，急需外界援助。為提供四川災民最即時幫助，早日重建家園，7-ELEVEN 與台灣世界展望會即時發動「四川雅安震災」募款，並開啟「飢餓三十」緊急救援機制，透過全台 4,859 家 7-ELEVEN 門市的 ibon 便利生活站慈善捐款平台，提供愛心民眾便利又即時的捐款管道，投入第一階段救援工作，陪伴災區渡過難關，帶來重建希望。



總募款金額新台幣 **446,736 元**

菲律賓風災



2013 年 11 月超級颱風海燕襲捲菲律賓中部地區，造成當地超過千萬居民嚴重死傷，加上重災區對外通訊中斷，橋樑、道路等基礎設施被嚴重破壞，災民糧食、飲水、醫療等資源嚴重短缺告急，急需外界伸手援助，台、美、日、菲等四國 7-ELEVEN 的動員，展現串聯力量。在台灣部分，統一超商除了捐款 10 萬美金予菲律賓 7-ELEVEN 外，更與世界展望會合作在 ibon 便利生活站展開為期 1 個月的募款，讓消費者可以隨手付出

愛心，此外，世界展望會緊急救援機制也同步啟動，陸續投入災區的民生物資、飲水衛生、緊急避難所等工作，更設置「兒童關懷中心」對受災兒童進行心理關懷、健康與營養照顧等救援行動，期望在各界觀還和支持下，讓菲律賓災區災民早日度過難關。

菲律賓 7-ELEVEN 則以 PFI (PhilSeven Foundation, Inc.) 基金會名義，匯集各界資金預計捐款近 1 千萬披索，協助當地政府救災。除了捐款，也在門市內為菲律賓政府社會福利部發起募款行動，並募集提供救災志工之飲食。因菲律賓為群島國家，物資運送只能仰賴空運或海運，從馬尼拉海運到災區各島需要 1 週時間，物資運輸成一大問題。因此菲律賓 7-ELEVEN 與社會福利部、物流公司、當地慈善團體等合作，針對雷伊泰島、薩馬島等重災區，以承租私人飛機方式運輸救援物資，縮短配送時間，期望藉由 7-ELEVEN 既有資源善盡社會責任。



總募款金額新台幣 **767,159 元**

為身心障礙工作者促進工作機會

根據聯合勸募調查數據顯示，身心障礙者失業率較一般民眾高出 3 倍，達 12.35%，其中甚至有高達 35% 的身障者等待就業已經超過一年，成為就業相對弱勢的族群。7-ELEVEN 從 2007 年開始，便運用全台門市募款平台發起募款，與聯合勸募攜手匯集民眾愛心，7 年來共已募得超過新台幣 3 億 8 千萬元，幫助超過 159 萬名身心障礙者展開新生活。2013 年再度邀請到知名藝人擔任募款代言人，從自身艱苦復健的體會談起，呼籲社會大眾接納支持障礙者，用善心捐款給予他們力量。



除了為身心障礙者募款，7-ELEVEN 從 2002 年起便開始晉用身心障礙員工，協助身障者擁有穩定的收入及尊嚴，跨出自立生活的第一步，截至 2013 年已有 286 位身心障礙小天使在門市服務，超過法令規定，其中 123 位更為中重度以上的障礙者。為擴大就業機會，未來 7-ELEVEN 更規畫打造身心障礙者工作媒合平台，透過更便利、即時的資訊交流管道，縮短就業等待時間，也為門市發掘可用人力。



弱勢獨居老人照護

台灣已逐步邁入高齡化社會，65 歲以上人口比例超過 7%，預估到 2025 年每五個人中將有一位是老年人，屆時長者居家照顧、獨居安全、社區日托等將成為問題。因此 7-ELEVEN 與社福團體合作「弱勢獨居老人照顧募款計畫」，呼籲大眾發揮愛心響應義舉。

而有鑑於目前政府對於弱勢獨居長者的餐食補助僅一天一餐，更遑論無人送餐的獨居老人更是常常挨餓。因此 7-ELEVEN 特以「為老人加 + 餐飯」為口號，呼籲民眾順手捐銅板支持零錢捐，讓弱勢獨居老人每天能獲得多一餐的溫熱飯菜。2013 年我們與門諾基金會、弘道老人福利基金會合作，結合其專業團隊深入關懷台灣東部在地獨居老人與弱勢長者。送餐團隊集結社工、護理師、營養師及送餐員，每天由中央廚房或合作單位烹調符合少油鹽、低普林等適合長者健康狀況的餐點，並使用保溫餐車，保溫袋配送，期望將來自全台 7-ELEVEN 的民眾愛心充分運用，給予長者溫暖的送餐服務。透過一連串的長者關懷公益活動，喚醒社會對弱勢獨居老人的關切，並為人口老化將對社會帶來的衝擊及早因應準備，也展現 7-ELEVEN 積極投入公益活動的決心。

更有門市店長自發性地出錢出力，購買民生或應景物資探訪獨居老人，可見 7-ELEVEN 深耕長者關懷已有顯著擴散。而 7-ELEVEN 也特別將「山腳門市」店長與長者互動的真實故事拍攝成公益短片「山腳的柑仔店」（<http://youtu.be/4OZjMwFioqU>），呼籲社會大眾關懷身邊長輩與弱勢獨居老人。於 7-ELEVEN 山腳門市所在的社區，不到二千人，其中有一半是老人和小孩，影片中刻劃出店長對待當地社區小孩與老人如家人般的細膩，使其成為最有人情味的「柑仔店」。此公益短片於 2013 年 9 月起於 7-ELEVEN 愛世界 Facebook 粉絲團、影音網站及門市 ichannel 等媒體播出，期盼藉由影片感染力，鼓勵大眾主動關懷身邊的老人家，也持續打造 7-ELEVEN 社區服務中心的品牌公益形象。





急難救助——愛心封館活動

歲末年終時，對一些情況特別的急難家庭而言，維持日常生活已經很困難，更遑論要開心地慶祝過年過節。為讓國內急難家庭能在年節時也能感受歡樂幸福的氣氛，從 2010 年開始，我們運用自身的通路資源，舉辦「愛心封館」活動，寒冬送暖為急難家庭的孩童提供免費挑選門市商品的機會。

2013 年特別擴大舉辦，串連北中南東部的 10 家門市，邀請 30 戶弱勢家庭到店除了封館也給予每戶家庭 1 萬元的「愛 cash」讓他們能挑選過年要用的民生用品及物資，並藉此呼籲大家關懷弱勢，幫助更多急難家庭。