

# 06

## 深耕 社會公益

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，在各地超過 6,600 家門市與民眾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。



### 對應重大主題



### 社會公益

#### 政策與承諾

- 公益發展策略

#### 管理行動

- 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：永續好鄰居同樂會、永續扎根計畫、閱讀勵學計畫
- 環境保護：自帶好福企永續循環經濟計畫、公民電廠
- 公益募捐：公益募款、點數捐贈、物資募捐

#### 管理方針

## 6.1 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。

### 公益策略架構圖

## 統一超商影響力願景

架構在地服務網絡最綿密的公益友善商店，搭建社福團體與民眾善意分享橋梁，持續帶動永續共好，致力成為社區中無可取代，傳遞溫暖、安心的好鄰居。

五大面向	策略	主題	行動	議題 (SDG)
消除飢餓	有鑑於購物不便區域的青壯人口外移、長輩獨居問題日益顯著，我們發現高齡長者餐食不繼與營養不均的問題急需解決，統籌門市組織為購物不便區域長者送餐，並捐助募得款項給高齡長者提供餐食的社福團體，也提供平台讓民眾認捐物資(食物)給社福團體，滿足更多高齡族群的餐食需求。	高齡關懷	好鄰居送餐隊 銀髮共食食堂	2 消除飢餓
促進健康福祉	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常見疾病，並因應人口高齡化趨勢，推動關心長者健康的活動、建立高齡友善的環境。另設置「千禧血壓站」鼓勵民眾定期測量健康數據，更推動健康類活動以提升民眾健康意識。	健康就業 高齡友善 社區關懷	實踐腦麻兒家庭 就業就養夢想 幾點了咖啡館 樂齡友善 DOG 陣行 好鄰居同樂會 健康類活動	12 責任消費與生產 3 健康與福祉
永續城市	近年我們觀察到城鄉發展落差與資源分配不均現象，加上面臨高齡化、少子化衝擊，地方觀光及相關產業沒落。因此，好鄰居基金會支持青年返鄉發展多元化社區產業，並與青年合力推動地方行銷、商場在地採購。	在地產業發展	青年深根計畫	11 永續城市
教育品質	近來教養觀念上日益重視親子互動，愈顯親子互動與孩童教育重要性；且近年永續意識漸興起，因此我們從與統一超商營運相關的永續觀念出發，藉由淺顯易懂的素材，將環保、食育、健康、公益等知識傳遞予孩童。我們也與學校合作，除了培力青年深根永續理念，也以閱讀勵學計畫促進孩童培養閱讀習慣。	永續扎根 閱讀推廣	好鄰居同樂會 青年永續扎根計畫 閱讀勵學計畫	4 優質教育
環境保護	各類環境保護議題近年備受討論，統一超商於公益面亦致力於環境行動與環境意識推廣。同時與公益團體、社會企業合作推出以回收的廢棄物製成的永續商品，實踐循環經濟。期望提升民眾環境意識，影響更多人關注環境議題。	棲地復育 循環經濟	多元環境教育支持 棲地守護計畫 自帶好福企	15 陸地生態 12 責任消費與生產

統一超商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，2022 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。2022 年統一超商參與社會公益所投入之時數及成本 (單位：新台幣元)

項目	金額
現金捐款 (不含行銷廣告費用) .....	34,540,550
時間投入成本 (員工帶薪工時內的志願服務) .....	12,540,864
實物捐贈 (產品或服務的捐贈、專案與夥伴關係或類似的捐贈) .....	113,455,000
經常性管理投入成本 .....	4,768,624
<b>合計 .....</b>	<b>165,305,038</b>

(註) 數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資、勸募平台營運管理費及活動舉辦場次等參數估算之。現金捐款包含慈善捐款 33,425,550 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，加上健康小站專案費用 1,115,000 元。

## 6.2 公益募捐

## 公益捐款

統一超商期望透過通路便利性、普遍性與公益影響力，打造各類愛心捐款平台，包含 OPEN POINT APP 線上捐款、門市零錢捐、ibon 便利生活站、會員點數捐贈、愛心物資認捐等多元管道，提升大眾對公益議題的重視。2022 年度公益捐款共募得約 4.63 億元，讓企業資源深耕健康福祉、消除飢餓、城鄉永續、教育培力、環境保護等領域，透過民眾與各地超過 6,600 家門市，攜手創造美好永續的社會。

## APP 線上捐款

「把愛找回來」公益募款平台是目前本土最完整、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「OPEN POINT 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額捐款。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。2022 年 APP 線上捐款已與 40 間公益團體合作，共募得超過 1,744 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6,600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，至今已深耕八年，觀察時勢需求、呼應社會議題，2021年起納入環境議題，聚焦「綠色生活」、「高齡友善」兩大重點，2022年除了持續與銀髮社福團體推動銀髮照護議題，幫助長輩維持基本生存所需與延緩身心老化，更持續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，透過零錢捐「一塊」小小的力量，為人民生活、環境永續創造更大的價值！2022年門市零錢捐共募得約1.96億元。

合作單位與內容	零錢捐募得金額
<p>第一季</p>  <p>荒野保護協會進行生態調查、棲地守護、監測與復育等工作維護生態環境，舉行多元環境教育活動、環境講座，並培訓協會志工，推動環境守護行動。7-ELEVEN也與合作夥伴荒野保護協會攜手響應國際減碳活動「Earth Hour 地球一小時」，逾6,300間門市於3/26(六)晚間關閉招牌燈1小時，約減少4.89(公噸CO2e)的溫室氣體排放量，讓地球淨呼吸。</p>	4,863 萬元
<p>第二季 第三季</p>  <p>中華民國腦性麻痺協會以實驗創新非典型就業模式，與統一超商共同發展永續商品，幫助腦麻家庭實踐就業夢想、活出人生價值，並啟動愛家園籌建全人照顧雙養計畫。</p>	9,835 萬元
<p>第四季</p>  <p>屏東基督教醫院致力提供多元健康促進服務、照顧人力支持培訓，並運用社會設計方案推動高齡及失智友善環境，實現在地安老的夢想。</p>	4,896 萬元

## 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，扶持更多需幫助的族群，2008年起，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。2022年ibon 便利生活站捐款持續關注五大議題（生態環保、消除貧窮飢餓、促進健康關懷、扶助特殊境遇就業及閱讀教育），支持了83家公益團體，共募得近1.8億元。



其中，因應疫情嚴峻而帶來的公益募款下滑、高關懷家庭因防疫隔離面臨的經濟困境與照顧艱難等衝擊，於2022年5至8月發起「疫情送暖、用愛陪伴」募款專案，總計募得款項2,036,262元，用來支持受疫情影響的需關懷家庭、補足資源缺口，為大疫年的公益募款困境注入一劑強心針。12月則響應印尼接連強震，發起「印尼震災救援」募款專案，海外緊急救援亦不缺席。

## 點數捐贈

### OPEN POINT 數位愛心捐點

2022年共募得超過2,100萬點

數位化時代來臨，低接觸經濟學當道，7-ELEVEN 持續架構在地服務網絡最綿密的友善公益平台，超前部署數位公益轉型，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。首創提供兩大數位點數捐贈方式，分別是 OPEN POINT APP 中的 OPEN POINT 會員點數捐贈，及 7-ELEVEN 的小七集點卡愛心捐贈，雙點數機制讓顧客有多元化做公益的選擇。7-ELEVEN 透過點數募捐，協助公益團體兌換生活物資，幫助有需要的個人與家庭。2022年共募得超過2,100萬點，其中 OPEN POINT 點數超過330萬點、各檔活動集點卡點數超過1,800萬點，換算募得兌換點數金額超過0.17億元。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，共捐贈給超過53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。其中，勸募類別，包括基本民生物資，如1919救助套餐，以及文具、鮮乳、母親節、中秋節、聖誕節、春節年菜等節令愛心禮盒，同時新增犬食、貓糧等愛心物資認捐，關懷流浪動物，倡議保護動物。認捐管道則是從傳統的7-ELEVEN 紙本預購誌、門市的ibon機台到數位平台的i預購，開放多元平台的愛心認購服務，突破空間與時間的限制，提供顧客認捐物資的方便性。2022年度捐物金額達0.53億元，合計近15萬套物資，全數捐贈給合作團體扶助的個案。





## 6.3 環境保護

### 循環經濟

#### 自帶好福企

##### 永續商品累積銷售超過 2 萬個，超過 2 萬人次響應公益行動

統一超商與社會企業、社福團體跨界合作，結合「廢棄物循環經濟」與「協助腦麻家庭就業」概念，將回收 7-ELEVEN 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」。2022 年以全新公益募款專案「自帶好福企」展開，推出「刺蝟愛抱包」與「星月小掛包」兩款永續商品，且首度邀請供應商太古可口可樂加入計畫，捐贈回收寶特瓶挹注為原料，經過技術製成再生布料。為讓認同理念的消費者感受到商品背後的溫度，特別由腦麻兒與網路人氣角色「爽爽貓」共同圖畫創作，作品蘊含腦麻兒的心情感受和夢想。累計超過 2 萬人次消費者響應公益行動，永續商品共銷售超過 2 萬個，共達 600 萬元創造公益團體零錢捐額外收入，也為近百位非營利組織媽媽提供就業機會，幫助近百個資源較少的家庭，且計畫回收再利用寶特瓶 (PET) 3,527 公斤、鮮乳空瓶 (PE) 3,064 公斤，實踐循環經濟同時具體實踐環保減塑和扶助團體的理念，創造企業、公益團體、社會企業的多贏。

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。

透過腦麻家庭及其他串聯的非營利組織媽媽們，手工製作「刺蝟愛抱包」和「星月小掛包」兩款永續商品；在製作商品同時也能照護腦麻子女，讓照顧者能兼顧子女照護與經濟收入。

兩項商品皆由 100% 回收塑膠瓶之 PET 寶特瓶紗「零廢」製作，「刺蝟愛抱包」內裡縫製商品身分證，揭露商品永續製程，主要圖案由腦麻兒余海蓉創作，表達海蓉喜歡有朋友，但因不善與人溝通，常常讓朋友誤會而討厭，漸漸地感覺自己好像隻刺蝟，身體的刺於無形中會傷人，透過商品告訴大家「腦麻兒想要與人親近，喜歡交朋友」。星月小掛包由腦麻兒林盈秀創作，盈秀離家在外求學，在住宿學校中，常常想念家人，只能抬起頭，幻想自己是一隻住在月亮上的兔子，看著滿天星空，想起家鄉的美好。

非營利組織  
媽媽手工製作  
零廢永續商品

民眾參與公益行動

消費者可透過 7-ELEVEN 門市預購商品，同時做到環保與支持腦麻家庭的就業就養夢想。



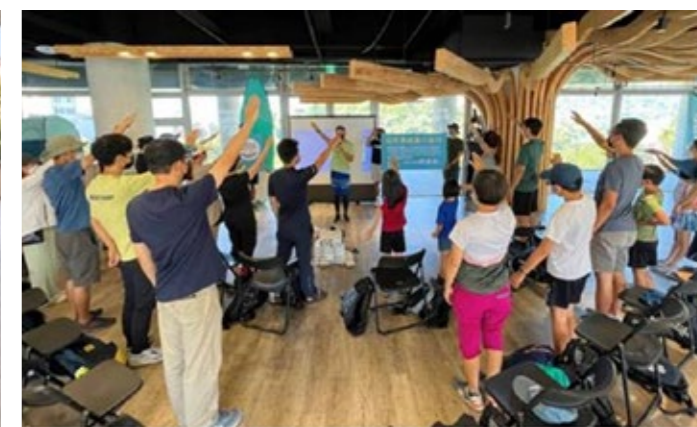
圖為腦麻創作者林盈秀、腦麻創作者余海蓉展示永續商品

### 環保推廣

#### 日月潭水社商場致力在地永續議題

為了支持在地永續議題，響應當地團體提供商場場地，為南投地區永續發展盡心力。2022 年日月潭水社商場結合南開科技大學、南投百香果資源永續與南投農村好物推廣聯盟，共同舉辦「農村好物青青市集」，共 19 攤符合 SDGs 攤商參與，讓旅客來到日月潭水社商場有吃又有逛。亦用行動支持「好盒器 - 容器租借服務」在商場設置歸還站與租借點，鼓勵遊客減少一次性容器，減少塑膠使用量。一起為 SDGs 永續發展盡心力，讓永續精神融入民眾生活。

此外，由日月潭國家風景區管理處（日管處）指導，統一超商與在地業者共同舉辦「親清日月潭，一日不耍廢小旅行」，由在地專業 SUP 立槳教練帶隊淨潭，再帶領民眾搭乘電動船，體驗邵族文化；最後再以邵族傳統工藝所編製而成的永續餐盒容器，導入趣味解謎方式，帶領民眾品嚐伊達邵在地風味小吃，完成一日的文化永續遊程，共 2 場、120 人參與。



#### 公益型公民電廠



2021 年荒野保護協會與統一超商合作推動「多元環境教育支持棲地守護計畫」，共同舉辦了超過 26 場「好鄰居 O2O 環教趣同樂會」之後，於 2022 年透過 7-ELEVEN 把愛找回來公益募款，推動「公民電廠設置示範計畫」，支持荒野保護協會分別於雲林縣口湖鄉及屏東縣瑪家鄉設置二座「公益型公民電廠」，藉此讓社會大眾對於公民電廠及自主發電有更多認識，更能讓勸募資源於鄉鎮地區建置太陽能設備，達到綠能推廣、綠能自發自用與照顧鄉鎮地區的公益精神。

(註) 相關影片請點此觀看



## 6.4 促進健康與福祉

### 長者關懷

#### ☑ 幾點了咖啡館

至 2022 年累積服務失智長輩超過 4,636 人次

本土 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，加上本土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，自 2014 年起長期關注資源較少的族群高齡議題，聚焦高齡化社會之下的失智症高盛行率，透過自身據點廣泛、商品及服務多元等優勢，與社區公益相結合，並借鏡歐洲和日本的經驗，2017 年起攜手中華聖母基金會等社福團體合作，首創「幾點了咖啡館」，讓失智長輩在 7-ELEVEN 夥伴陪伴下，結合 CITY CAFE 每周一次一小時體驗，以職能治療方式復健延緩其退化，維持社會參與能力，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。2020 年《幾點了咖啡館》計畫行動，已取得 SROI 國際認證，評估每投入 1 元即可創造 4.61 倍社會影響力，成果價值換算金額約 900 萬元。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。



2022 年回應疫情影響下的失智照顧與日常復能缺口，以「友善失智生活化」為出發，針對門市夥伴、失智長輩、學齡孩童 3 大族群，整合線上線下資源推出「幾點了咖啡館 O2O 體驗」、零售首創「哎呀！我忘記了」手掌繪本同樂會、「門市失智友善課程」，透過三大全新做法持續架構在地最有溫度的友善失智服務平台。

#### 幾點了咖啡館 O2O 體驗

響應國際失智日，統一超商攜手 17 大公益團體、串聯超過 30 家門市、舉辦超過 80 場「幾點了咖啡館」闖關活動，讓長輩在照護機構、居家環境也能遠距體驗活動，幫助銀髮長輩腦力激盪、提升手眼協調力。

#### 「哎呀！我忘記了」 永續 DIY 手掌繪本

統一超商與統一超商好鄰居文教基金會攜手天主教中華聖母基金會，針對學齡孩童量身規劃推出零售首創的「哎呀！我忘記了」永續 DIY 手掌繪本，邀請親子透過繪本玩中學習失智友善的重要性。

#### 門市失智友善學習課程

統一超商整合內部資源特別企劃拍攝「門市失智友善學習線上課程」影片，加強總部同仁、門市夥伴對失智者的認識及關懷，積極實踐「友善失智生活化」理念。

2022 年幾點了咖啡館專案達 19 店，累積服務長輩超過 4,636 人次。

2023 年目標預計達 22 店、服務長輩 1,320 人次；2025 年目標預計達 32 店、服務長輩 1,600 人次。



#### ☑ 利害關係人回饋



「大家一起做一件有意義的事情，我覺得很開心。」2022 年底，參與幾點了咖啡館跨區門市指導的吟芳店長分享，這是一項很值得推行且持續擴大的服務，很榮幸有機會能夠為一周一次一小時的體驗提供場域與協助長輩們，看到長輩們的笑容與進步，自己與門市夥伴的心也暖暖的。

#### ☑ 樂齡友善 DOG 陣行



統一超商攜手多年公益合作夥伴屏東基督教醫院，推出全新公益募款計畫「樂齡友善 DOG 陣行」，首度與台灣動物輔助治療專業發展協會合作，提供 7-ELEVEN 為服務據點，為失智症長輩提供專業「動物輔助治療」服務，從屏東地區出發，建立開放專業「輔療犬」入店的超商門市！

根據內政部統計，屏東縣 2021 年老化指數位居本土前五名，顯示相關長照服務的規劃已刻不容緩，7-ELEVEN 與屏東基督教醫院觀察到世界各國皆有動物參與幫助長輩進行「動物輔助治療」的機構，因此 2022 年特別主動與台灣動物輔助治療專業發展協會接洽，結合三方資源展開為期半年的健康促進活動，由動物輔助治療師、動物輔助治療員及治療犬所組成的「動輔金三角」，提供專業的動物輔助治療，並特別規劃讓長輩們練習帶著輔療犬進入 7-ELEVEN 門市，依照療育需要購買正確的商品、同時要牽好狗狗，這些對於許多人而言輕而易舉的行動，對失智長輩來說是相當具挑戰的事情。統一超商為推動高齡及失智友善環境付出許多心力，除了是超商首創開放輔療犬入店，更於屏東地區近 200 家 7-ELEVEN 門市進行輔療犬友善課程宣導、將門市自動門玻璃換上除了導盲犬，也歡迎輔療犬入店的全新貼紙，並且協助專業的輔療犬與長輩到門市購物。屏東基督教醫院個案管理師顏汝表示，失智症患者因認知功能退化、語言能力與肢體活動度受限等，會逐漸降低社區活動參與頻率；在輔療犬的帶動下完成超商採購，長輩們情緒上將大受鼓舞，提升了走出據點進入社區的意願。



## 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

2022 年「健康類活動」(含捐血、量血壓共舉辦) 1,833 場，超過 3 萬人次參與。



統一超商長期關注民眾健康與福祉，2008 年起，好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於 7-ELEVEN 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，每年定期舉辦健檢活動，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」2022 年共舉辦 1,833 場，內容涵蓋捐血、量血壓等活動，超過 3 萬人次參與，2023 年目標舉辦 2,000 場，2025 年目標維持舉辦 2,000 場。其中，2022 年好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會於 7-ELEVEN 門市舉辦全國健康日一量腰圍、量血壓、量小腿圍活動，共號召 1,092 家門市，超過 1.6 萬人參與。「好鄰居健康教室」則持續與屏東基督教醫院合作於門市舉辦衛教與健康促進活動，提供長輩及家人正確的衛教資訊。

## 6.5 消除飢餓

### 鄰里關懷

#### 好鄰居送餐隊

至 2022 年累計送取餐服務超過 19 萬人次

統一超商透過坐落在各鄉鎮與城市的據點優勢，首創門市送取餐服務，讓經濟資源較少的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力不足的缺口。自 2014 年開始，以花蓮、台東為起點，號召門市熱心夥伴們為獨居或行動不便的長輩送餐。送餐的同時也關懷長輩動態，如有異狀亦回報公益團體以採取行動；或是讓經濟資源較少的家庭、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。

2022 年《好鄰居送餐隊》持續與中華聖母基金會、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，送餐服務達 46,496 人次，至 2022 年止，累計送取餐服務達 19.86 萬人次，服務區域涵蓋 8 個縣市、累計 26 間門市提供服務。

2023 年將結合 OPEN! 行動購物車上路，將定點送取餐服務，提升為行動送物資，將送取餐的服務面向與區域擴大、發揮更多效益。



## 6.6 永續城市

### 在地產業發展

#### 青年深根計畫

至 2022 年累計與青年團體合作 22 個專案



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 年以「回家最好的創生平台」為理念推出「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。

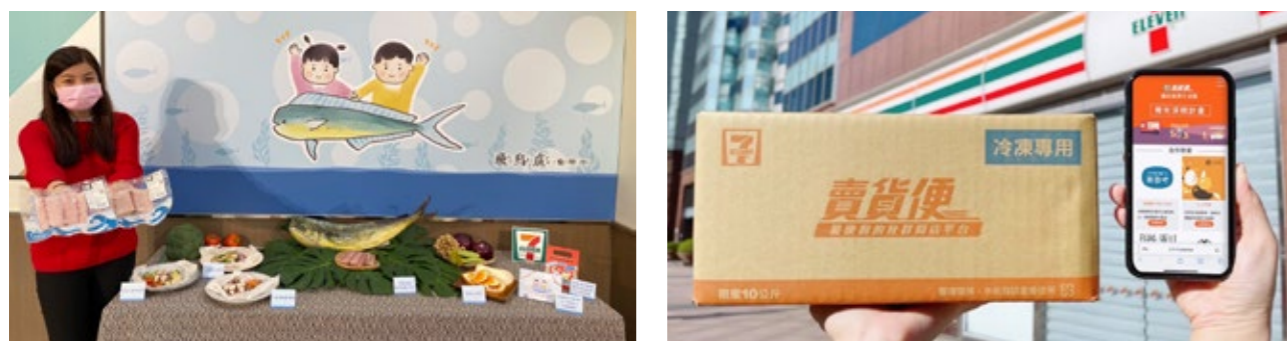
好鄰居基金會發現青年在地創生，缺少的不是創意與能力，而是能夠根植在地、就近展示成果、與市場接軌的場域，故攜手統一超商替返鄉青年提供展演、交流分享平台，推出「OPEN! 青春同樂會」串聯在地社區資源，讓各地門市成為地方創生最好的協力夥伴。

目前經營青年深根計畫有兩個模式，模式一為青年團體結合現有門市體驗活動(小小店長)；模式二為青年團體共享門市資源(空間、客源)。2022 年共與青年團體合作 9 個專案，合作專案數較去年成長，也陪伴更多返鄉青年讓鄉鎮重獲生機，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。2023 年目標為支持 10 個青年團體合作專案；2025 年累積達 34 個專案(自 2018 年累計)。



此外，統一超商也發現，青年返鄉創業並結合社會環境議題發展成社會企業，已成為活化在地鄉鎮社區生力軍，結合企業自身門市平台與經費投入，並提供「賣貨便」線上平台，並設立「青年深根計畫」專區給予免上架費支持，減低創業壓力，串聯線上、線下全通路平台，與青年共建永續夥伴關係，至今已陪伴 13 組在地社企，陸續推出超過百項社會企業商品，並結合在地門市舉辦逾 1,200 場好鄰居同樂會，以實際行動陪伴返鄉青年社企創業之路，「青年深根」陪伴計畫迄今擴散影響力逾 23 萬人次。

2022 年成功推動花蓮「洄遊吧 Fish Bar」對海洋生態環境友善的定置漁法撈捕的鬼頭刀魚片進駐 320 家門市的嚴選素材鮮物專區上架銷售，並結合好鄰居同樂會推動食農／魚教育與在地文化推廣，至今已累積超過近 4 萬名親子消費者體驗，讓永續教育向下紮根；同時，也獨家引進三峽社企「禾乃川國產豆製所」系列商品，與在地豆農契作，選用小農栽種，從產品、原料採購到服務供應皆為在地供應商，減少交通里程產出的碳排放量，於 20 家門市上市，讓在地社企青年創業夢想能於 7-ELEVEN 具體圓夢，立下嶄新里程碑。



### 📍 商場在地採購

統一超商於台中后里友達商場、新竹友達商場透過採購在地米與無償提供特賣場地等方式協助在地小農及資源較少的群體增加收入。自 2017 年起，后里友達商場內使用的米皆向后里農會採購，以實際行動支持當地農產，2022 年採購金額 324,800 元。新竹友達商場則不定期與在地小農及公益團體舉辦義賣會，協助資源較少的團體曝光與義賣銷售，有效增加利害關係人收入，全年共舉辦 6 個場次。



## 6.7 教育品質

### 永續扎根

#### 📍 永續好鄰居同樂會

##### 多樣化 DIY 素材累積至 2022 年超過 15 萬人次使用

統一超商自 2009 年開始舉辦「好鄰居同樂會」活動，聚焦於「親子互動、公益關懷、教育文化、環保樂活」等四大主題，深入社區關懷所需。至今好鄰居基金會透過超過 6,600 家的 7-ELEVEN 門市打造社區公益服務平台，以與社會共好共榮的理念，發揮其影響力為社會做出貢獻，並以成為「社區服務中心」為目標邁進。

同時，統一超商更觀察到永續教育的重要性，以及需向下扎根卻面臨教材不夠普及的狀態，故針對學齡前兒童推出多元化永續教材，將環保、食安、健康、公益等永續知識轉化為親子容易理解的內容，如今年推出「發現減塑智多星」手掌繪本，以各種自帶行為呼應減塑，幫助孩子在生活中接軌世界趨勢、強化永續素養。永續教材除可透過好鄰居基金會官網下載，更可透過 ibon 直接列印，至 2022 年累計開發 29 款親子共讀 DIY 繪本素材，更主動提供予百餘所鄉鎮小學及陪讀班超過 6,000 位學童。因方便取得的特性，多樣化 DIY 素材超過 15 萬人次下載，累計影響超過 36 萬人次，讓親子可透過 7-ELEVEN 的日常行為落實永續行動，打造「親子閱讀生活圈」，同步提升一線門市夥伴的永續認知，讓好鄰居同樂會成為傳達永續知識之平台。

此外，回應消費者在疫情期間也想參與同樂會的需求，透過跨部門溝通並運用系統化，獨創「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，2022 年總計舉辦 9,331 場好鄰居同樂會（包含實體與 O2O 場次），近 8 萬人次參與，近 1.9 萬位門市夥伴參與投入。





## 利害關係人回饋



孩童與家長：針對參與對象進行滿意度調查，家長多予以正面回饋，得分為 88 分。

「日後有這麼好的活動要常舉辦，很實用，收獲良多！」

「環境環保是需要大家共同維護的從小朋友開始做宣導。」

「讓我們瞭解到回收可幫助地球永生。」

「日後有這麼好的活動要常舉辦，很實用，收獲良多！」

「透過小活動讓小朋友自然的接受愛地球的概念很棒。」

「不只是教導小朋友，連大人也一起學習，很棒的親子遊戲。」

「環保愛地球，不只是口號，更是該身體力行才對，謝謝你們，辛苦了！」



7-ELEVEN 門市夥伴：對於總部提供道具包表示認同，門市無須自己準備。

「藉由永續好鄰居同樂會活動的舉辦，讓門市可拉近與顧客的距離、維繫關係，手掌繪本與 DIY 教材的提供，因為可促進親子之間的互動，很受歡迎，對於門市來說，操作也很簡單容易上手。」  
鑫寶門市



合作團體：透過合作將團體的理念傳達給更多的孩童，並讓更多人認識合作團體。



鄉鎮小學：將永續 DIY 素材及教案提供給合作的鄉鎮小學，老師可藉由教案推廣永續教育，學童可運用手掌繪本及 DIY 學習永續知識。

「孩子非常喜愛，透過遊戲及繪本中也灌輸孩子保護地球與生態的觀念。」— 萬安國小

「題材不錯，可搭配自然領域進行授課，學生很喜歡玩遊戲。」— 通興國小



社群評價：透過第三方外部社群資料庫分析單位進行年度網路輿情審視，在經營親子文教品牌中，好鄰居同樂會為所有企業品牌之冠，永續教案也被 TA 認可，可增加親子互動，也可培養小孩創意力。

## 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，讓更多青年具備永續知能。2022 年深化行動首創「永續校園大使」招募活動，鼓勵青年設計具有創意、完整與且可行的行動方案，將地球永續的理念轉化為實際行動，為更多青年族群深耕永續理念，有意識參與綠色行動。至 2022 年累計前往近 25 所大專院校合作、培育近千名青年人才。

2022 年青年永續扎根計畫透過「永續培力」、「永續行動家線上任務」、「永續校園大使」、「永續青年大調查」四階段，讓青年從認識永續議題到思考與行動，展現青年發聲，培育永續人才，擴散永續影響力。

## 階段一：永續培力

1

4-10 月底，分別於 8 所 USR 指標大學舉辦工作坊（國立聯合大學、國立成功大學、國立陽明交通大學、銘傳大學、世新大學、國立屏東大學、國立屏東科技大學、逢甲大學），共 8 場次；以及舉辦 2 場永續校園大使分享會：8 月共舉辦線上加線下 2 場分享會邀請人力資源部參與活動，共同推廣永續與雇主品牌。

## 階段二：永續行動家線上任務

2

4-8 月以趣味的社群活動「永續行動家—九宮格任務挑戰賽」帶動青年認識超商的永續措施，永續消費行為的養成。共累積 6,138 個永續行動。

## 階段三：永續校園大使

3

10-11 月招募校園永續大使，建構校園種子，扮演統一超商與各校青年溝通永續議題的橋樑。邀請青年從「永續生活提案」、「永續行動家」兩大主題出發，思考如何將地球永續轉化為實際行動，並落實於你我的日常生活中，錄取 30 位永續校園大使參與相見歡暨提案工作坊，並進行成果發表，歷經初審與大使們創意精彩提案後，最終選出三組優勝的「統一超商校園永續大使」團隊，除頒發獎狀外，更提供獎金獎勵大使們的提案具創意度、可行性與完整性。最終選拔出四組提案、五位傑出永續校園大使。活動共產出 10 個永續提案。

## 階段四：永續青年大調查

4

11-12 月展開調查，攜手 CSRone 平台展開本土第一份「青年永續職涯」調查報告，共產出 3 篇新聞報導、5 篇社群貼文倡議永續職涯、永續人才培育重要性，累積超過 10.6 萬觸及人次。

此外，「青年永續扎根計畫」也積極與外部單位合作並參與永續活動，包含雙橡教育所舉辦的「STW 高中生思考挑戰賽」；受邀台灣電通舉辦的「永續之森」，透過工作坊與青年面對面互動交流；以及參與 AIESEC「國際永續青年領導者計畫」向青年分享企業永續作為等，拉近企業與青年世代間的距離，並將影響力向外部擴散，共觸及約 2,550 位青年。



## SDGs 創意挑戰賽

透過寓教於樂的方式，引導民眾關心 ESG 議題的創意發想與實踐，深化民眾 ESG 教育文化培力，讓青年學子將所學運用在實際生活場景中，提升學習動力，繼 2021 年在泰安商場深獲好評，今年 2022 年在仁德商場接力舉辦。統一超商商場事業部、高速公路局、南區養護工程局、岡山工務等單位，在仁德服務區展出全球 SDGs



創意挑戰賽作品，共同響應聯合國所提出永續發展議題。活動除了展出得獎作品外，也有互動課程及體驗教學，邀請服務區用路人一同參與。活動期間展出 18 個參賽作品介紹、4 件實體展示，並進行為期 2 週線上課程，共 34 位學生參與。

## 兒童機場英語體驗營

2022 年正逢臺北航空站 72 週年慶，為了深化兒童機場相關英語實力，讓語言與生活結合，松機 T2 商場與機場共同舉辦本活動，以機場為主題，帶孩子們學習如何用雙語完成登機程序，另外 DIY 松機 72 週年限定木製飛機音樂盒，做完直接讓小朋友帶回家，收穫滿滿。活動共有 49 位孩童參與。



## 閱讀推廣

### 閱讀勵學計畫

統一超商好鄰居文教基金會長期關注閱讀議題，以閱讀勵學及永續教育兩大主軸，提升鄉鎮小學孩童的閱讀動力，並攜手永續夥伴投注資源，包含正隆公司、荒野保護協會、紙包裝協會、利樂包裝、未來親子等，多方共好，為永續教育投注更多資源。好鄰居基金會更透過各種計劃持續支持合作學校，其中，六甲國小湖東分校也因此而免於廢校。

好鄰居基金會自 2014 年起響應聯合國永續發展目標 SDG 4「教育品質」，推動鄉鎮小學閱讀勵學計畫，提升孩童閱讀動機，以「一本書一點」的閱讀集點方式鼓勵孩童閱讀，2022 年共與百餘所學校／陪讀班合作，年度集點量更高達 16.4 萬點，等同於每位孩童透過好鄰居閱讀勵學集點計畫年閱讀量達 38 本之多，是本土學童每年平均閱讀量之兩倍以上。

(註) 根據 2022 年遠見民調中心公布之「學童每年平均閱讀量」為 17 本，相關報導點此觀看

此外，好鄰居基金會自 2020 年推動「一校一專案」幫助孩童完成夢想，包含協助橄欖園陪讀班孩童擔任一日投手、六甲國小湖東分校學童於 7-ELEVEN 門市舉辦畫展、嘉義和順國小單車雙塔走讀計畫等。透過多元的專案深化對閱讀勵學合作學校的支持。

(註) 相關影片請點此觀看

## 利害關係人回饋

### 教師 (屏東羌園國小)

「感謝『統一超商好鄰居文教基金會』提供如此豐富與實際的獎勵，讓偏遠地區的孩子能夠享受超商購物的快樂。那是一種成就感，也是養成他們持續閱讀的重要動力。」

### 學童 (台南仙草國小)

「每天借故事書回家變成期待的事，甚至告訴老師，可以再多借一本回家嗎？」

### 教師 (彰化育德國小)

「推動獎勵計畫後，學生閱讀風氣明顯提升，從圖書管理系統的資料可以得知，若受疫情影響而停課的月份不計，學生借閱的冊數約為加入好鄰居獎勵計畫前的 3.5 倍，借閱人次則約為之前同期間的 3 倍。」

### 家長

(基督教救助協會 1919)

「感謝這項計畫，讓孩子在這段特殊的時期，找到一種方法可以幫家裡減輕負擔，讓學生體悟到讀書是有實質性的價值，也讓學生自己看到自己的進步。」

### 學童 (屏東縣車城國小)

「看著閱讀存摺裡的集點卡，就會回想起自己看了哪一本書，當集滿整張卡片時，就會覺得很有成就感。」

### 教師

(台南六甲國小湖東分校)

「謝謝好鄰居基金會閱讀集點數活動，讓孩子更樂於閱讀，推出的 DIY 素材讓孩子更懂得做環保愛地球，感謝基金會的用心。」

### 教師 (我願意教會陪讀班)

「注音認讀能力建立中，透過勵學計畫，小杰在陪讀班會唸一本繪本，相信在有形及無形中都對他的閱讀學習有很大的幫助。」





## 6.8 ESG 永續宣傳平台

2022 年為統一超商「永續行動年」，加上減塑有成，因此 2022 年也聚焦於邀請消費者與統一超商一起加入日常減塑作為，從世界地球日的影片、社群分享，至好鄰居同樂會的暑期同樂會「減塑智多星」，到全年度的永續快閃店實體活動，透過更多外部串聯，溝通統一超商減塑自帶杯與 OPEN iECO 循環杯服務等減塑行動。

### 永續倡議行動

統一超商與消費者、公益團體、媒體、供應商、員工等多方利害關係人共同響應永續行動。因應世界地球日，特別推出「創新減塑愛地球影片」，影片從消費者自帶態度出發，結合日常消費與超商減塑作為，並引導出統一超商減塑成果與重點做法。鼓勵消費者用輕鬆的方式，將永續行動落實到生活中，減塑影片總觸及 458 萬人次。此外透過參與天下雜誌的 SDGs 論壇、遠見永續生活節等活動，以「地球永續 你我日常」為主題出發，向外部溝通統一超商的永續行動包含環保減塑同時友善扶助的實踐；年底不僅呼籲公司全體同仁，更是邀請消費者共同參與「聯合報倡議 500 趴」活動，打造「統一超商永續快閃店」只要攜帶環保杯或不限金額愛心捐款，就可以免費喝 CITY PRIMA 精品美式咖啡，且現場布景部分以超商門市回收寶特空瓶製成的環保布料打造。

2022 年永續倡議實體活動總計觸及超過 15 萬人次參與，統一超商永續行動透過虛實整合，串聯線上與線下人群，引發消費者關注與共同參與響應。



創新減塑愛地球影片



天下 SDGs 國際論壇



聯合報 500 趴 統一超商永續快閃店

### 永續推廣



2022 年統一超商透過「[永續宣言連署](#)」的活動，邀請消費者與統一超商共同響應永續日常行動，共超過 4,000 人連署響應。此外，也在永續官網上推出兩款與利害關係人互動的[永續知識王](#)挑戰活動。其中一款為統一超商的整體永續行動作為溝通，邀請大家來挑戰對統一超商的永續了解有多少；另一款為因應四月世界地球日舉辦的活動，針對統一超商減塑行動邀請大家回答，共同響應「地球永續 你我日常」行動。透過軟性的議題包裝加上分享，帶動近千人互動，在永續知識王問卷調查結果顯示，超過 95% 利害關係人因統一超商在減塑上的努力與成果，提升了品牌的好感度。而社群媒體上的策略推廣「[自帶](#)」梗圖於社群 UGC 擴散，邀請消費者參與生活中的減塑，上傳自帶環保杯、自帶環保袋與自帶環保餐具等相關圖片，總觸及超過 240 萬人次、超過 1 萬個互動。



### 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。