

# 溫暖安心好鄰居



## 2019 亮點績效



門市申辦**17,960**場好鄰居同樂會、超過**36**萬人次參與<sup>註1</sup>

門市零錢捐款/捐物年度募得逾**1.9**億元<sup>註2 註3</sup>

2019年以經費投入、媒合資源、顧問輔導陪伴**2**個青年團隊發展在地產業

註 1：對應績效為好鄰居同樂會環境樂活主題

註 2：對應績效為弱勢銀髮族送餐服務與認捐愛心商品

註 3：對應績效為健康促進活動與服務

統一超商與民眾日常生活緊密連結，不論城市或鄉村總是可以看到統一超商在大街小巷，以明亮的光芒歡迎著每一個人。我們的使命在於成為社區中無可取代，傳遞溫暖、給人安心的好鄰居。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，將企業資源充分運用在社會每一個角落，與民眾在各地共 5,600 多家門市，攜手創造美好永續的社會。



# 5.1 公益發展策略

## 管理方針

統一超商持續拓點，以一鄉鎮一店的展店模式與特色門市創新複合店經營型態，深入各都會、城市、鄉村，提供齊全的優質商品、多樣化的服務，滿足消費者需求。公益慈善方面，透過統一超商 100% 捐贈成立的統一超商好鄰居文教基金會，及公益募款平台「把愛找回來」二大公益版圖深耕地方：前者與 7-ELEVEN 協力舉辦公益活動或推動社區服務；後者則提供民眾簡便透明的小額捐款管道（零錢捐款箱及 ibon 便利生活站），並將募捐所得捐助公益團體或社會福利機構，將 7-ELEVEN 打造為民眾可信賴的公益平台。

我們長期關注民眾健康福祉，持續就預防醫學觀點關注國人常見疾病，並因應人口高齡化趨勢，推動「幾點了咖啡館」、「聖誕肌動趴」等關心長者健康的活動。另設置「健康小站」鼓勵民眾定期測量健康數據，更推動「健康教室」、「千禧之愛 89 量腰日」等健康活動以提升民眾健康意識。有鑑於偏鄉青壯人口外移、長輩獨居問題日益顯著，我們發現弱勢長者餐食不繼與營養不均的問題亟需解決，統籌門市組織「好鄰居送餐隊」為偏鄉長者送餐，並捐助募得款項給弱勢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，滿足更多弱勢族群的餐食需求。近年我們也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，鄉鎮人口外移，地方觀光及相關產業沒落。因此，好鄰居基金會推出「青年深根計畫」，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、在地採購，創造不同的銷售機會並提升超商的 brand 認同感。

藉由 7-ELEVEN 推動社區服務與零錢捐、捐物、ibon 便利生活站慈善募款，不僅達到促進健康、消除飢餓與社區發展的公益目的，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。我們也針對公益策略中優先關注的健康福祉、營養需求及在地社區發展議題於 2020 年初設定中長期目標，達成統一超商公益平台經濟與社會面永續發展局面。

公益策略	聯合國 永續發展目標	2019 年成果	活動與中長期目標
<p>促進健康福祉</p> <p>推動「健康教室」、「幾點了咖啡館」等健康活動以提升民眾健康意識，設置「健康小站」鼓勵民眾定期測量健康數據</p>	 <p>3 健康與福祉</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019 年健康教室場次 1,897 場</li> <li>2019 年幾點了咖啡館共 578 長輩實習人次</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024 年健康教室場次成長至每年 1,800 場</li> <li>2024 年幾點了咖啡館長輩服務人數預估每年可達 1,500 人次，自 2020 年開始歷年累積達 6,000 人次</li> </ul>



公益策略	聯合國 永續發展目標	2019 年成果	活動與中長期目標
<p><b>消除飢餓</b></p> <p>統籌門市組織「好鄰居送餐隊」為偏鄉長者送餐，並捐助募得款項給替弱勢長者提供餐食的社福團體</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>2019 年共 53 家門市，提供 27,335 餐次</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024 年將服務範圍拓展到每年十二個縣市及離島，預估 90 家門市、提供 3 萬餐次</li> </ul>
<p><b>城鄉永續發展</b></p> <p>「青年深根計畫」，支持青年返鄉發展多元化社區產業</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>2019 年 2 組青年團體</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自 2018 年開始至 2024 年合作累計達 30 組青年團體</li> </ul>

## 年度公益參與及投入

統一超商發揮企業影響力，積極投入社會公益活動，2019 年全年參與社會公益所投入之時數及成本各項金額請詳右表。

2019 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
現金投入 (不含行銷廣宣費用)	35,860,072
時間投入	21,552,000
非金錢投入	136,600,000
經常性費用管理投入	4,000,000
合計	198,012,072

註：數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資及活動舉辦場次等參數估算之。  
現金投入包含慈善捐款 34,750,472 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。

# 5.2 統一超商好鄰居文教基金會

「統一超商好鄰居文教基金會」由統一超商於 1999 年捐助成立，深耕在地 20 年，以零售通路的品牌特性及經營 know-how，發揮門市據點遍布各地的優勢，在各地的公益網絡投入社區經營與弱勢關懷。好鄰居基金會每年投入近 7 萬人次的門市夥伴及上千萬的預算，主要服務對象為社區民眾，持續關注並發展「健康生活」、「社區環保」、「弱勢與偏鄉關懷」等三大面向，讓門市成為社區服務或地方發展的好鄰居。並於 2019 年 3 月設立統一好鄰居文教基金會官方 LINE，當年度會員數超過 1 萬人，透過會員機制以與民眾互動更緊密。

好鄰居基金會目前長期執行的公益活動有「好鄰居同樂會」、「好鄰居閱讀勵學計畫」、「千禧健康小站」，及 2018 年於社區開展之「青年深根計畫」。



## 青年深根計畫

7-ELEVEN 門市遍布各鄉鎮，我們看見許多鄉鎮人口外移，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 年開始規劃青年深根計畫，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。

以經費投入、媒合資源、顧問輔導至今支持 **3** 個青年團體發展在地產業

行政院將 2019 年定調為「地方創生元年」，地方創生遍地開花之際，各項商品、服務如雨後春筍般出現。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 7-ELEVEN 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 7-ELEVEN 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）且辦理市集擴大受益的青農團體。

另外，「青年深根計畫」以「一起洄遊吧」與「我在你左右」兩部支持花蓮及苗栗青年返鄉創生的紀錄片，首度參加「2020 年第四屆台北金鵬微電影展」，其中「一起洄遊吧」獲得優等影片，在影音及永續類獎項皆獲得各項優等，是唯一入圍七項獎項的微電影作品；另一支紀錄片「我在你左右」也獲得優等經營治理。

2020 年起將持續並與「台灣公益團體自律聯盟」合作，提供支持經費外，串聯遍佈各地的 7-ELEVEN 門市據點與空間，以及好鄰居同樂會等社區活動資源，陪伴更多返鄉青年讓鄉鎮重獲生機，長期下來也有助提升超商的在地採購，於地方產業發展、在地採購、地方行銷，創造企業與環境、社會三贏局面。

## 2019 年計畫內容與成效

“

### 案例一

#### 花蓮洄遊吧

#### 「門市版小小魚達人」

「洄遊吧 Fish Bar」核心理念為食魚教育推廣，創辦人黃紋綺為海洋環境及工程背景，看見漁業資源日漸匱乏，海洋環境缺乏關注，因此決定推動傳統漁業轉型，協助產業提升。

自 2017 年起與好鄰居文教基金會合作，在花蓮地區 7-ELEVEN 門市，推出知識型的「小小魚達人」活動，以親子互動的模式，邀請家長與孩子一起透過玩樂互動了解食魚教育與永續海洋的重要性。



”

「小小魚達人」於花蓮地區自 2019 年 6 月推出以來舉辦 25 場活動，參與人數近 750 人。除了「小小魚達人」活動外，洄遊吧更透過好鄰居教基金會、7-ELEVEN 花蓮地區的門市店長、地方區顧問的指導與協助，串連在地門市與商家，推出七星潭漁村第一個結合文史類型的導覽



地圖的「七星潭漁人藏寶圖」集章兌獎活動，參與對象包含 4 家 7-ELEVEN 與 60 家商店，讓在地民宿、飯店、餐廳等業者方便引導遊客們拿著地圖走進社區遊玩，進而帶動地方觀光。

二年合作推動食魚教育青年培力，建置食魚知識平台，各項體驗活動共影響近萬人次，讓人與海洋的關聯不只是餐桌上那盤美味的海鮮，在享用它無私給予的同時再多關心它一些，共同認識永續海洋文化！

“

## 案例二

### 苗栗青農市集

”

苗栗縣青年農民聯誼會由「橘二代」品牌負責人黃文詣，與苗栗當地青農如「芋稻田園樂」的顏佩玲、「禾心農農場」的黃峻和等十一人一起經營。苗栗縣青年農民聯誼會於 2019 年初與好鄰居基金會合作「OPEN! 青春同樂會」大地好朋友青農市集，此創新做法對青農而言，於在地 7-ELEVEN 門市舉辦市集，一來可以省去長途車資、時間成本與舟車勞頓。二來透過與 7-ELEVEN 的結合可以接觸多元客層，提升青農品牌能見度。另外技術層面更可以學習到如何與企業合作，從企劃、產品開發與品保到實地銷售。



經過半年共同討論與規劃，終於在暑假與坐落於台三線 7-ELEVEN 新雪霸門市合作，推出「OPEN! 青春同樂會」大地好朋友青農市集，近距離與民眾互動，推廣苗栗在地農產品。對於 7-ELEVEN 門市而言，可合力推動地方行銷、在地採購，創造不同的銷售機會，也能將區域特色文化融入社區活動經營，提升品牌好感度。

## 好鄰居同樂會

好鄰居基金會從 2009 年開始推動「好鄰居同樂會」，凝聚社區情感與力量，拉近人與人之間的距離。同樂會持續聚焦「親子互動、弱勢關懷、教育文化、環保樂活」四大主題，深入關懷社區所需。2019 年在各門市主動策畫下，申辦近 1 萬 8 千場，共 368,641 人次參與；參與門市共 4,934 家，占所有門市中 87.3%。

2019 年首創會員點數 (OPEN POINT) 結合同樂會活動，有 22 場活動開放以愛心捐會員點數報名，所有報名點數全數捐助給社團法人台灣展臂閱讀協會支持偏鄉早療弱勢病童。另外，2019 年導入公益小小店長，將小小店長結合公益共同推廣，全年度共舉辦近 300 場。四月「愛心書接力傳愛」為鄉鎮募集學齡前童書，捐助一本童書即可參與特別版小小店長，共舉辦 177 場，有超過 4 千個家庭近萬人參與，共募集近 5,000 本童書，分送 14 個縣市、60 個醫療據點；十二月「聖誕超有愛小小店長」推廣 ibon 便利生活站慈善捐款，募得近 20 萬元。

申辦近 1 萬 8 千  
場，超過 36 萬  
人次參與



## ▶ 2019 年好鄰居同樂會活動

活動類型	活動內容說明	代表性主題活動	活動場次 (活動佔比)	活動參與人數 (人數佔比)
 教育文化	以寓教於樂的便利商店經營體驗，讓民眾體會服務價值	<ul style="list-style-type: none"> <li>兒童閱覽室活動</li> <li>食安教育課程</li> </ul>	1,052 (5.9%)	17,187 (4.7%)
 親子互動	在門市閱覽室提供親子互動課程，促進親子關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>小小店長</li> <li>繪畫</li> <li>各式 DIY</li> <li>變裝活動</li> </ul>	13,503(75.2%)	222,819(60.4%)
 環保樂活	促使民眾關注身邊環境與健康議題，將環保理念融入平時生活，並養成健康的生活習慣	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康小站</li> <li>好鄰居健康教室 - 肝炎 / 失智篩檢</li> <li>社區清掃</li> </ul>	3,186(17.7%)	122,899(33.3%)
 弱勢關懷	喚起民眾對居住土地之情感，關懷在地弱勢，凝聚社區共識	<ul style="list-style-type: none"> <li>不老店長</li> <li>OPEN! Cares 健康打氣站</li> </ul>	219(1.2%)	5,736(1.5%)
合計			17,960(100%)	368,641(100%)

親子互動活動為參與度最高，也是我們一直在推行寓教於樂的體驗方式，讓民眾體會服務價值，也更能對服務業將心比心；弱勢關懷活動參與度較低，後續的經營上，我們也會透過各門市據點發揮在地影響力，我們將持續努力，喚起民眾對在地的弱勢族群更多的關注。

## 千禧健康小站

2008 年由好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於門市 (包含澎湖、金門、馬祖離島地區) 擇點成立「千禧健康小站」。「千禧健康小站」提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務，每年並舉辦健檢活動，呼籲民眾一同遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群。2015 年於 ibon APP「生活服務」單元下設立「千禧 i 健康」單元，民眾可手動記錄每天的血壓、腰圍、體重、血糖值等，並由系統自動產生曲線圖，還可至門市 ibon 便利生活站列印做為就診參考資訊，上線至今已累積 25.1 萬筆以上紀錄。

於 **677** 家門市設置千禧健康小站

2018 年健康小站升級為千禧智慧健康小站，2019 年新增功能，目前能提供全方位 6 項量測服務 (包含血壓、心跳、體重、體脂、BMI 及壓力感測)、腰圍量尺及健康知識衛教資訊，方便民眾索取並隨時監測



自身健康狀況。同時量測值也會自動上傳到 **ibon APP**「千禧 i 健康」單元，與家中記錄一起彙整且同步到手機，方便自我健康管理或就診參考，體現「門市量，手機查」的雲端智慧健康管理生活。「千禧健康小站」2019 年共計有 677 家門市設置、占所有門市 12%，至 2019 年估計超過 2,486 萬人次來小站量血壓。



### ► 健康推廣活動

我們持續就預防醫學觀點關注國人生活習慣。根據歷年健康日暨 2019 年千禧健康小站數據，30 歲以上民眾有 48% 腰圍超標，使代謝症候群風險升高，因此 2019 年「千禧之愛 89 量腰日」邀請民眾至各地 7-ELEVEN 索取免費量腰尺，共發出 124.8 萬條，並利用千禧智慧健康小站持續記錄腰圍。

另因應社會高齡化趨勢，基金會也開始關心長者肌少症問題。2019 年 11 月首次舉辦「聖誕肌動趴」，有 350 位長者參與。活動為 55 歲以上長者進行肌力檢測、醫師諮詢、阻抗型運動器材體驗、彈力帶操等肌少症防治活動，做為長者的轉「肌」攻略。7-ELEVEN 鮮食部門並提供增肌營養補給教學區的產品內容，讓民眾更了解便利商店有多樣化的優質蛋白質商品可供選擇。

## 閱讀勵學計畫

### ► 「閱讀勵學集點」計畫

年度超過 **4,000**  
名孩童參加，換算超  
過 **7.5** 萬本借閱量

高雄甲仙地區於 2009 年及 2010 年經歷颱風與地震的破壞，學習資源較為匱乏。為了提升當地孩童的學習動機，統一超商好鄰居文教基金會於 2011 年與 7-ELEVEN 新甲仙門市共同推動閱讀集點換早餐計畫，利用集點換餐活動，讓閱讀成為社區生活一部份。

2014 年將此作法擴及至台南、台東 8 所小學，鼓勵孩童閱讀，更透過闖關的機制，結合超商資源，以提升孩童閱讀動力與榮耀感及培養閱讀習慣。2019 年與 52 所小學、26 個陪讀班合作推動閱讀勵學集點計畫，學生閱讀後經老師認證即可獲得點數，學童集滿 50 點即可兌換 50 元 7-ELEVEN 商品卡。2019 年超過 4,000 名孩童參加此勵學集點計畫，共超過千名孩童獲得獎勵，換算點數達超過 7.5 萬本的借閱量。

### 勵學集點計畫 案例分享

搭配閱讀獎勵計畫發現台南區菁寮國小的孩子們有了改變。透過閱讀集點獎勵和老師的引導，孩子們更樂意主動借閱書籍，甚至還去當小小說書人，認真地完成閱讀心得並發表自己的看法！校內積極推動閱讀集點獎勵的班級，學生的閱讀量和識字量都有顯著的提升呢！





## 好鄰居教室

為提升孩童學習動機，透過推廣好鄰居教室，將門市當作戶外教學的地點，2015年開辦以來累計共舉辦超過百場，活動主題橫跨語文、數學、健康教育、生活禮儀..等、結合7-ELEVEN門市關懷在地孩童教育，期望教育的影響力不僅在教室內，在各種生活情境與場域上發揮各種可能。

累計舉辦超過  
**100** 場好鄰居教室

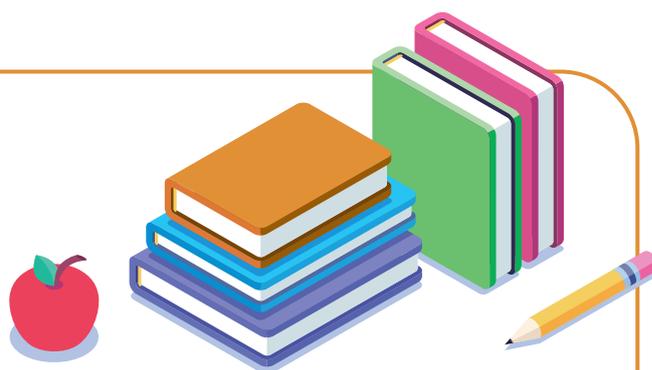
### 好鄰居教室 案例分享

雲林縣台西鄉新興國小在老師的帶領下，來到7-ELEVEN進行課外活動，將注音符號運用能力、聆聽態度、數學、家政教育、生活管理教育帶到實際場域來體驗教學。過程中也認識的商店運作，孩子也體會到了服務業的辛苦。而7-ELEVEN也提供了獎勵誘因，讓學生在進行活動時，都有非常強烈的學習動機，當天的氣氛就像同樂會一樣，雖然有很多任務要完成（算數、寫卡片等），但每個學生都樂此不疲，還會不停地來問問題，想盡快完成自己的學習任務。

活動期間的意外更是讓孩子學習的好時機，例如一個孩子打翻了水，座位區大淹水，但翻倒水的同學非常負責任地跟店員借拖把處理乾淨。在當中看見孩子的抗壓性及危機處理能力增強，也能夠為自己的行為負責任。甚至在最後的「寒冬傳播愛」環節中，讓孩子用自己獲得的獎勵，挑選店內商品給想送禮的對象。出發前，老師特別提醒孩子，要站在對方的角度思考，想想送禮對象需要或想要什麼，一個孩子挑選的時候，就說：「老師，我要選給阿嬤，她不能吃甜的。」還有一個孩子沒有選餅乾糖果，而是選了「礦泉水」，並在卡片中寫道：

「媽媽，我買了水要送給妳，因為那個對身體很好。」還有一個孩子選了口香糖，因為他覺得爸爸每天回家都很累，需要口香糖來提振精神。在當中，更能看見不少孩子開始能夠體會家長的辛勞，也能夠為對方著想。這些都是課

本上學不到，在真實生活中透過感受，才能學習到的。

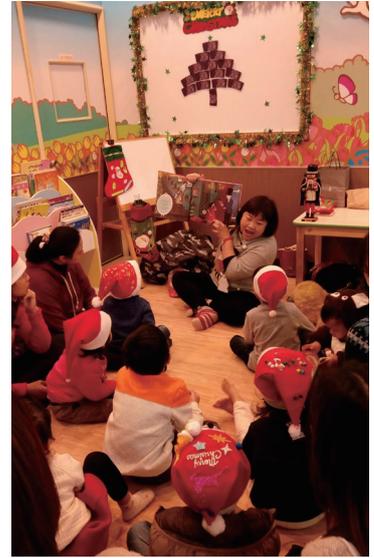




249 家門市設有  
閱覽室

## OPEN! 閱覽室

為推廣社區閱讀風氣，統一超商於 2016 年首創門市加入閱覽室功能的「OPEN! 閱覽室」，提供空間給親子共讀，亦不定期推出兒童說故事活動並與當地圖書館合作共同推動閱讀計畫，讓閱讀更普及於日常生活。截至 2019 年，共有 249 家門市有閱覽室，占所有門市 4.4%。



# 5.3 公益捐助平台

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，包含門市零錢捐、ibon 便利生活站、愛心物品認捐、創意倡議等，提升大眾對弱勢議題的重視，與民眾一起為聯合國永續發展目標 (SDGs) 消除貧窮、消除飢餓、促進健康福祉及減少不平等貢獻心力。

## 門市零錢捐與 ibon 便利生活站慈善捐款

### ▶ 門市零錢捐

「把愛找回來」公益募款自 1988 年開始推行，於超過 5.600 家門市設置「把愛找回來」零錢捐款箱，鼓勵消費者捐出結帳後的零錢，落實「公益生活、隨手行善」理念，讓溫暖在社會每個角落 **Always Open**！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「把愛找回來」零錢捐募款計畫切入「銀髮關懷」面向，2019 年串聯 4 家公益團體：屏東基督教醫院、肝病防治學術基金會、一粒麥子社福基金會、弘道老人福利基金會，聚焦弱勢長輩關懷計畫，共同關注偏鄉失智預防與照護、偏鄉肝病篩檢、老老照顧、獨老送餐等不同面向的需求，捐助團體與捐助專案服務皆呼應統一超商公益策略中 SDG2 消除飢餓、SDG3 促進健康與福祉的目標。

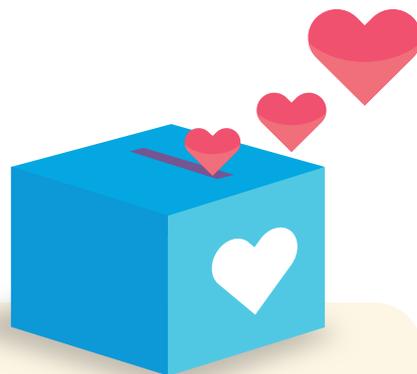
年度募款金額超過  
新台幣 1.6 億元

為擴展民眾對銀髮議題的關注，7-ELEVEN 成立「把愛找回來」的社群網絡，2010 年開始經營臉書粉絲團，2019 年成立「把愛找回來 IG」，持續以創意、趣味的貼文吸引社群粉絲關注，更獲得 OpView 社群口碑社會公益議題網路聲量報告書中，企業慈善基金會臉書粉絲聲量排行冠軍。今年更結合知識型平台與網路紅人共同推廣公益，並首次整合 AR 互動技術，推出「AR 分享愛」活動，期望以線上趣味的互動遊戲，吸引年輕人認識銀髮議題。而今年是把愛找回來公益平台邁入第 31 年，將公益品牌與最具代表統一超商企業意象的「OPEN」結合，設計「OPEN! LOVE」全新品牌概念，以開拓的公益平台與 24 小時公益不打烊的理念，讓消費者能便利、隨手、時時傳愛做公益。

### 2019 年募款活動成果

募得金額合計

**168,874**<sup>註</sup> 仟元



#### 及早救智 一塊用愛捐款 讓遺忘不遺憾

主辦單位：  
屏東基督教醫院

辦理期間

1.1-3.31

募得金額

**41,761** 仟元



#### 2019 年 募款服務內容說明

- 提升失智症識能率打造友善行動力，共有15,875人次獲得照護。
- 從醫療健康照護到居家社區創新生活方案，讓長者不再無援，共有412,678人次獲得照護。
- 肯定失能/失智者能力，提升生命價值與意義，共有585人次獲得照護。

#### 救救肝苦人

主辦單位：  
肝病防治學術基金會

辦理期間

4.1-6.30

募得金額

**41,187** 仟元



#### 2019 年 募款服務內容說明

- 幫助偏鄉超過2萬9千名肝苦人獲得新生。
- 7-ELEVEN門市舉辦「肝病篩檢」：共30場，幫助4,886人次。
- 偏鄉肝病篩檢：幫助15,357人次，改善偏鄉肝炎防治品質。
- 保肝全壘打2.0-全方位醫療到點服務計畫：幫助超過6,034人次。肝病專科醫師下鄉為病友篩檢，個管師追蹤，協助掛號、諮詢、轉診等。
- 肝病急難救助：53萬元。幫助508人次的經濟弱勢患者就醫治療與交通補助。





## 一塊捐款 守護弱勢老人「家」

主辦單位：  
弘道老人福利基金會

### 2019 年 募款服務內容說明

辦理期間

7.1-9.30

募得金額

43,479 仟元

- 弱勢老人好宅修繕：關懷訪視近7千位弱勢長者居家安全需求，截至2019年底已完成154戶修繕，已通報評估修繕需求中的有21戶。
- 7-ELEVEN門市送取餐服務暨Care Light弱勢獨居長者區域整合服務協調與社區培力計劃：提供16,046人次弱勢長者獲得門市送取餐服務；改善1,513位弱勢獨居失能長者的長期照顧生活；培力34個志工站、62個小型社區組織及2,869位志工，並串連組織合作及互助。
- 強化長者的自信心，達到自我肯定，提高長輩的社會參與：開設百歲小學堂11個班級，共計服務長輩2,886人次。開設不老樂團，共計服務長輩4,425人次。舉辦健康促進或社區劇場等相關活動，提供8,560人次長者社會融合活動。



## 好好吃飯

主辦單位：  
一粒麥子社福基金會

### 2019 年 募款服務內容說明

辦理期間

10.1-12.31

募得金額

42,445 仟元

- 捐款計畫服務超過44萬人次。
- 家庭廚房&部落廚房 - 預計21,580人次透過社區鄰里家庭共餐，讓獨居老幼就近關懷。
- 社區行動共餐 - 預計8,840人次。
- 行動共餐車進入社區開伙，讓獨居老幼有伴吃飯。
- 居家送餐 - 預計405,600人次。
- 平假日送餐、取餐服務，將溫飽送進偏鄉。
- 老幼臨托共餐 - 預計7,800人次。
- 提供獨居老幼共餐，營養補充、臨時托顧及關懷，讓愛不被阻礙。



(註) 此為實際數字合計

## ▶ ibon 便利生活站慈善捐款

2008年開始民眾可於 ibon 便利生活站捐款，使之成為行善不打烊的公益平台！2019年總計募得新台幣 112,407 仟元，平均單筆捐款為新台幣 609 元，捐助予 50 家公益團體。歷年募款成果請見附錄社會績效。

募款金額超過

新台幣 1.1 億元



## 創意倡議 - 愛的行動咖啡車

7 場活動募集近  
20 萬元

7-ELEVEN「把愛找回來」公益募款長期關注弱勢長輩議題，亦持續以創新有趣的互動方式帶給民眾獨特的捐款體驗，希望藉由有趣獨特的方式帶動更多人投入社會公益。自 4 年前陸續推出「鋼琴捐款箱」、「DJ 捐款箱」、「愛的鼓勵牆」及韓國「黏黏怪物研究所」合作創造 10 台不同怪物造型的「為愛出力機」後，2019 年以「OPEN!



LOVE」展現全新公益品牌概念，延續過去 30 年來結合「人、店、服務」的公益策略，進一步串聯集團內部資源，協助公益團體募款、捐物與推動公益服務。2019 年首次與 CITY CAFE 跨界規劃「愛的行動咖啡車」，展開近兩個月的巡迴，期望透過一杯有溫度的精品咖啡，喚醒民眾的愛心行動力。

「OPEN! LOVE」7-ELEVEN 把愛找回來首次以跨界的創新做法，與 CITY CAFE 精品咖啡合作，打造「愛的行動咖啡車」，設計三款公益活動專屬立體造型貼紙、大型創意募款箱等，更首創結合藝人、YouTuber 及直播平台，巡迴於各地觀光景點舉辦 7 場愛心咖啡募款活動，其中包含兩大設計展：屏東的台灣設計展

與臺北時裝週。亦規劃「7-ELEVEN 有愛最大咖 缺你一咖」社群活動，以集結社群粉絲傳散度，在社群網絡帶起分享熱潮。



近兩個月的活動，共分享 1,500 杯咖啡，募集近 20 萬元，現場參與人數超過 3,000 位，線上社群觸及人數達 2,000 萬人。

## 7-ELEVEN 社區關懷站

除了把愛找回來的募款捐助公益團體，7-ELEVEN 尚以門市力量扶持弱勢，深度發揮社區關懷站的能量。隨著高齡化社會來臨，統一超商發現社區中許多弱勢長輩有照護、餐食、生心理健康等需求，尤其是偏遠的屏花東地區與高齡者比例高的縣市。因此 2014 年起著重於銀髮議題，藉由與長期關注銀髮議題的非營利組織合作，於 7-ELEVEN 屏花東、嘉義等地區的部分門市提供弱勢長輩照護、送餐取餐、健康檢測的服務，期望未來讓 7-ELEVEN 全台門市成為在地弱勢長輩的關懷站，以全方位社區服務緩解高齡現象在社區的影響。



## 2019 年服務內容

項目	服務說明	參與門市數 或場次數	受益人次
<b>讓門市成為失智症友善環境</b>			
<b>幾點了咖啡館</b> (中華、老五老、真愛、畢嘉士、郭吳麗珠社會福利慈善事業、弘道老人福利基金會)	<p>2017 年在嘉義與天主教中華聖母基金會共同推出業界首家「幾點了咖啡館」，安排長者每週固定到統一超商門市值班一小時，由門市人員指導長者協助接待顧客、沖泡咖啡等簡易勞動，讓失智長者活化腦部以減緩失智，更讓失智長者有社會參與、學習甚至是圓工作夢的機會，同時也讓社會大眾認識失智症、了解如何與失智長者互動。</p> <p>根據 IADL(工具性日常生活活動能力)功能量表評估失智長輩的行為發現，超過 9 成實習長輩情緒趨穩定也更活潑、樂於嘗試新事物，且無明顯失智退化，除了長輩在生活自理能力有所維持外，甚至其中有 15% 的長輩在行走、移位表現上狀況有所進步。</p>	8 店	578 人次
<b>門市協助補足公益團體不足之人力需求 讓服務更完整</b>			
<b>好鄰居送餐隊 - 假日送餐</b> (門諾、一粒麥子、中華聖母、弘道基金會)	<p>從花東門市組成「好鄰居送餐隊」協助弱勢長輩假日送餐服務，擴至台中、彰化、嘉義、屏東及台北等縣市，提供長輩或志工取餐送餐，解決餐食困境之外，更鼓勵長輩出門互動。</p> <p>除了送餐也同時關懷長輩動態，如有異狀回報公益團體以採取行動。更與一粒麥子基金會共同開發「災害救助餐包」，因應天災交通中斷或長輩不便的緊急需求。</p>	53 店	27,335 餐次
<b>發揮門市普遍性與易達性優勢 成為服務的最後一哩路</b>			
<b>好鄰居健康教室</b> (屏東基督教醫院、肝基會)	<p>提供門市作為據點，於偏鄉門市舉辦肝炎、認識及預防失智症課程，讓救命路不再遙遠，幫助在地居民提早發現病症。</p>	70 場	7,508 人次
<b>智慧健康量測站</b> (屏東基督教醫院)	<p>於屏東區門市裝設智慧健康量測站，民眾至門市測量血壓後相關數據將自動上傳及儲存至雲端資料庫，且資料與在地 10 家醫療院所串聯，方便民眾就醫診療。</p>	14 店	103,096 人次
<b>不老店長</b> (弘道基金會)	<p>門市邀請長輩到店體驗門市工作，讓長輩與社會接觸，增加長輩與外界互動的機會。</p>	16 場	433 人次



### 幾點了咖啡館故事分享

當失智長者遇上幾點了咖啡館，驚喜相遇現代科技還開心秀英文

84歲輕度失智的郭阿嬤曾是家管，但失智後沒想到這輩子最熟悉也最擅長的料理三餐也都忘了怎麼煮，讓阿嬤備受打擊。弘道老人福利基金會西松日間照顧中心邀請阿嬤參加7-ELEVEN「幾點了咖啡館」時，女兒提及媽媽一直很喜歡學習，有這機會可以讓失智的媽媽再學習是很棒的。

在正式開幕前的實習期間，由於失智容易喪失短期記憶，因此每次煮咖啡，一壓按鈕咖啡就自動煮出來時，郭阿嬤都會驚喜地說：「哦這樣就出來了！」為顧客嗶嗶結帳時也覺得十分新奇有趣，甚至有民眾使用電子錢包刷付時，郭阿嬤也驚呼：「哦這樣就可以付錢了！」科技商店的一切都讓長者驚喜不已，郭阿嬤開心的說：「可以來當店員真的很好，可以來學習真的很好！」心情愉快的郭阿嬤更秀出曾學過的英文問顧客：「How are you? What do you want?」煮好咖啡給客人的時候還會問客人：「Is it good?」特別的是，容易問過、看過就忘的郭阿嬤，實習結束過了一段時間後，再問阿嬤剛剛去哪裡，沒想到郭阿嬤竟然能馬上回答「到Seven啊！」女兒也分享說，自從開始實習後媽媽出門的準備動作也變快了，不用一直等了！

## 認捐愛心商品

2018年推出物資認捐機制，只要到門市ibon便利生活站機台操作並至櫃檯結帳，或於櫃檯直接刷條碼付費，即可完成認捐愛心商品流程，讓民眾有更便利的方式響應公益。

除了與基督教救助協會合作「1919救助套餐」，幫助弱勢家庭三餐溫飽外，更與中華聖母基金會、一粒麥子社福基金會、中華基督教救助協會等公益團體，於年節與母親節號召民眾認捐愛心物資，所有民眾認捐的愛心商品，協助配送給團體協助的弱勢家庭。兒童節前夕也攜手統一超商好鄰居文教基金會為弱勢家庭的小朋友募集愛心鮮乳。2019年消費者認捐愛心商品包括救助套餐(44,906組)、母親節蛋糕(10,382組)、中秋節月餅(10,000組)、年菜(10,000組)及鮮乳認捐(1,087組)共募得超過27,304仟元。

消費者共認捐超過 **7.6**  
萬套商品和逾 **1.5**  
億點 OPEN POINT



2019 年推出 OPEN POINT APP「點數愛心捐贈」服務，邀請 OPEN POINT 會員捐出年底即將到期的剩餘點數，共募得超過 1.5 億點，所有點數贈與一粒麥子社福基金會，轉換成各式民生必需物資，幫助花東地區弱勢長輩與祖孫家庭，一起好好吃飯！

## ▶ 專欄：2019 年商場活動回顧

我們除了透過總部及門市作為實現地方社區共榮的橋樑，亦運用商場據點作為與消費者、當地居民及社會大眾溝通交流的管道。透過不同商場營運特性，舉辦各類活動，如淨山、藝文表演、公益活動等，在各個角落發揮統一超商好鄰居精神。

### 2019 年商場活動回顧



## 松機 T2 商場

統一超商自 2017 年取得松山機場國

內線經營權後，在一樓打造專屬展覽空

間、三樓觀賞飛機起降的觀景台打造全新 3D 繪畫牆「航空市民舞台」，並在商場不定期舉辦各式活動，為旅客增添樂趣。

例如邀請國小學童參加「動手做好玩的太空飛機創意科學實驗營」，帶領學生明白飛機構造及動力來源，並透過紙飛機讓同學體驗操控飛機的方法以及實作橡皮彈射動力飛機。

與水保局臺東分局舉辦「萬物糧倉，大地慶典」展覽，將台東特色店家，轉化成插畫角色，藉由互動與主題呈現，帶出台東的職人、遊程、店家、風景。

「響見松機 聖誕快閃」活動，在觀景台打造獨特聖誕燈海，並邀請臺北市立介壽國中弦樂團演出濃郁聖誕風情的樂曲。

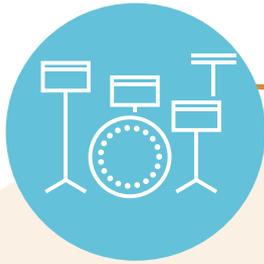




## 清境 . 小瑞士商場

在南投縣政府一年一度的淨山活動中，統一超商商場在今年與當地政府團體共襄盛舉，進行為期三日的「南投是我家 - 清淨臺灣 - 清境行動」(Clean Taiwan, CingJing Action) 活動，由商場事業部部長、中區營運經理帶領區長、商場經理們實地參與當天淨山活動，一同實踐無痕山林，垃圾不落地的精神。並在第二天活動贊助 300 位志工午餐餐點，以感謝志工們對清境地區的付出。





## 新仁德商場

新仁德商場位於仁德服務區，統一超商於 2019 年取得仁德服務區的續約經營權，並將仁德服務區以「傳承印象古都、再創科技魅力」為理念，讓旅客感受到台南歷史傳承及科技創新的全新體驗。

在商場氛圍的營造上，統一超商運用每個月節慶主題與旅客作緊密連結，讓旅客時時有驚喜。

商場開放用路人、休息旅客會經過的空間，無償供公益與弱勢團體使用。2019 年共舉辦街頭藝人 90 場表演與 66 場弱勢團體公益活動。



## 泰安商場

2019 年三月由統一超商取得泰安服務區經營權，以「春暖花開遊樂園」與「花串音樂館」為主題打造全新意象，服務每月近 3 百萬人次的民眾。

統一超商與老五老基金會攜手關懷用路人的健康，採用專業儀器，免費幫用路人測量血壓，或邀請花卉推廣團體，指導用路人插花，提升生活美亦或提供表演場地給給當地公益團街頭藝人義賣或表演。





## 專欄

### 統一超商福委會 - 愛 · 自然社團

統一超商福委會「愛 · 自然社團」由一群注重環境保護、愛護地球的統一超商員工組成，自 2016 年起以企業社團名義參與環保署推動的倡導認養美麗海岸線及維護海岸清潔 (金山中角沙珠灣、萬里翡翠灣、萬里頂寮海灘)，響應淨灘至



2019 年底已超過 22 場，

保守估計清出近 13.2 噸 (註

1) 來自於惡意棄置、漁業行為、海岸遊憩 & 生活棄置、異國海漂、天災 & 掩埋場等垃圾 (海廢)，雖海廢在特定區域總撿不完，但我們堅持讓海洋環境恢復自然清淨的樣貌、減少生物傷亡的信念，以實際行動履行公民責任，落實環保、友善理念，讓更多人關注此議題，影響更多人加入。



今年社團亦結合國際同際會基隆如意分會，同時也主動參與台灣愛分享、至善園等友善環境團體共同淨灘，將維護海洋環境的力量擴大。

社團除參與淨灘外，2018 年起亦參與基隆市環保局之空氣品質淨化區認養計畫 (尚仁國小、瑪陵國小)。以種植植物綠化及維護環境為主，以達到改善空氣品質、提昇休閒生活生態環境品質與環境教育和資源永續利用之目的，2019 年同樣得到基隆市政府的肯定。

註 1: 累計淨灘場次 22 場 \* 每場次至少清出估計 30 袋以上垃圾 (70L 環保局垃圾袋，不含大型垃圾) \* 每袋估計 20 公斤

