

全家就是你家∞

 FamilyMart



2017 CSR

企業社會責任報告書

報告書內容

全家便利商店股份有限公司 (以下簡稱本公司、全家或我們)，創立於 1988 年。多年來，我們致力於經營連鎖便利商店事業，便利的提供各式生活用品予國人。2018 年再度發行台灣全家便利商店股份有限公司的企業社會責任報告書 (下稱 CSR 報告書或本報告書)，並上傳於公開資訊觀測站及公布於本公司網站。我們希望能藉由出版本報告書作為與全家利害關係人之間的溝通管道及平台，並說明全家在經濟、環境、社會與食品安全面向的努力與實際績效。

本報告書係依照全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, 簡稱 GRI) 所公布之 GRI 4.0 版綱領 (以下簡稱 GRI G4) 架構撰寫，並以核心揭露原則作為依循。財務數字以新台幣為計算單位，相關統計數據以國際通用指標為計算基礎表示。以上所揭露之量化指標含特殊意義時，另以註解方式說明。



報告發行時間與週期

全家於 2018 年發行 2017 年企業社會責任報告書，揭露 2017 年度 (2017 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止) 之永續發展績效及回應利害關係人所關注之議題；為求資訊之完整性及可比較性，部分資訊將追溯至 2015 年或往後延伸至 2018 年。此後將每年持續發行企業社會責任報告書。



邊界與範疇

本報告書報告地理邊界為台灣全家便利商店股份有限公司及所轄的全台便利商店，除經會計師簽證之財務資訊與部分永續性資訊外，不包含合併財務報表中之轉投資事業。



報告書確信

本報告書委託資誠聯合會計師事務所 (PwC) 按照中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」針對所選定指標執行獨立有限確信 (limited assurance)，確信報告附於本報告書附錄。



連絡資訊

聯絡單位：全家便利商店股份有限公司 管理企劃 潘怡君 課長

地址：台北市中山北路二段 61 號 7 樓

電話：(02)2523-9588 分機 6240

E-mail：smile@family.com.tw

網站：http://www.family.com.tw

經營者的話

1988 年在台灣設立第一家店舖的全家即將邁入 30 週年，這是全體員工、加盟者的努力以及顧客支持愛護下才能有的成果。我們相信，便利商店經營基礎是先能滿足顧客生活中的需要，進而創造顧客使用「全家」的價值，因此我們一直保持勇於創新、實踐的精神，隨時體察消費者的需求，同時也努力創造讓加盟主信賴的經營環境。面對未來充滿挑戰的零售服務業，除了人口結構的改變，社會邁入高齡化且人口成長停滯之外，另一挑戰則是數位化及科技變革帶來的衝擊，我們期許透過新零售、新會員經營及新複合加盟三個策略面向，提供消費者全方位的需求滿足，也為加盟主佈建事業成長空間，開啟新成長動能。

而在這過程中，我們體認到企業社會責任的重要性與日俱增，利害關係人所重視的議題也必然是企業永續發展的重要課題，也因此全家將每年持續發行「企業社會責任報告書」，希望透過這本報告書能讓社會大眾更了解全家在永續經營上的努力，並做為與利害關係人溝通的媒介，更希望成為激勵全家在 CSR 領域不斷進步的動力。

/ 食安管理層層把關 家人般的安心守護

國人外食比率甚高，提供消費者「安全、安心」的商品，是我們最高的品保政策。「安全」上：符合相關食安法規規範、「安心」上：符合消費者期待，善盡企業社會責任。

2010 年，全家便利商店針對我們的原物料供應商、鮮食廠，以及最後一關消費者店舖端，進行全面檢驗。確保顧客購買的食品，「從農場到餐桌」安全無虞。這段檢驗已通「ISO 22000 認證」，而全家也是全國第一家榮獲 ISO 22000 及 HACCP 雙認的連鎖便利商店。

2017 年「全家食品實驗室」開始啟動收件檢測，爾後每年擴增檢驗項目。並規劃取得衛福部 (TFDA) 與全國認證基金會 (TAF) 國家級實驗室的認證，以提升食品實驗室檢驗專業能力與公信力，我們將透過不斷拉高食安管理規格及資源投入，落實保障消費者「吃的安全」的承諾。

董事長

葉榮廷



全家就是你家 打造社區價值共享平台

全家便利商店期許自己成為一個公益平台，不僅為社區與社會創造價值，也讓群眾的美好價值共享，我們以企業核心優勢加上創新敢變的精神，串連超過三千間實體店舖與完整的供應鏈和物流體系，讓民眾無論於何時、何地走進任何一家全家便利商店，都能隨手參與公益。

在環境保護方面，全家主要的能源消耗在於全台的店舖，我們深刻體會到企業除了營收成長外更應肩負友善環境、永續發展、減少地球環境衝擊的企業責任。全家的環境管理政策以能源管理系統為核心，透過電腦系統動態調整各種設備運轉，減低耗能。未來在節能技術上，我們也將著重物聯網 (IoT)、資通訊技術 (ICT)、人工智慧 (AI) 三大領域，將高科技運用在節能系統上，提升能源管理效率，進而達到與地球和諧共生的目的。

創新 實踐 深化智慧零售佈局 成為消費生活領航者

總經理

薛東都



傾聽來自顧客與社會的需求，且勇於改變創新，這是我們所以不斷進步的原因，放眼未來，我們將持續朝創新、實踐、深化智慧零售佈局的方向努力，希望將全家打造成「消費生活的領航者」，不僅滿足需要，更要進一步思索如何提供更佳的生活提案給顧客。

朝向願景前進之際，我們感謝所有投資人、加盟主、全家夥伴們的一同付出，以及消費者的支持與回饋，你們的每一個需求與意見都是全家進步的來源，我們將持續努力，以期能為台灣社會的美好多盡一份心力。

目錄

經營者的話

2

1. 全家便利商店

6

- | | |
|------------------|----|
| 1.1 關於全家 | 7 |
| 1.2 全家便利商店的永續發展 | 10 |
| 1.3 公司治理 | 12 |
| 1.4 風險管理 | 16 |
| 1.5 利害關係人溝通與重大議題 | 20 |

2. 產品信賴

26

- | | |
|-----------------------|----|
| 2.1 提供【安全、安心】的商品－品質保證 | 27 |
| 2.2 供應商管理 | 30 |
| 2.3 全家鮮食供應鏈 | 43 |
| 2.4 食品安全體制推動 | 46 |

3. 顧客信任與社會關懷

54

- | | |
|-------------------------|----|
| 3.1 營造顧客信任的好店舖 | 55 |
| 3.2 消費者權益保護 | 55 |
| 3.3 好里長的便利服務 | 57 |
| 3.4 現場服務再升級 | 58 |
| 3.5 全家就是你家 一起打造社區價值共享平台 | 60 |



4. 最愛地球在全家 68

4.1 環境管理政策	69
4.2 力行節能減碳	69
4.3 綠色物流	73
4.4 環境友善專案	75

5. 志同道合一家人 78

5.1 員工關懷政策	79
5.2 人權與健康安全職場	80
5.3 員工溝通與申訴	83
5.4 薪酬福利制度	83
5.5 人才培育	86
5.6 加盟夥伴挺全家	90

附錄 92

附錄一 - GRI 4.0 指標對照表	93
附錄二 - 依「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」 第四條第一項加強揭露資訊與確信項目彙總表	100
附錄三 - 會計師有限確信報告	103



關鍵績效:



3,154 家

2017年全家持續展店，全台店數3,154店，新型態複合店共16店



644 億元

2017年營收644億元



14.60 億元

2017年營業淨利14.60億元(較2016年成長1.86%)



2017年第九度榮獲「遠見五星服務獎」便利商店類別第一名

SDGs



1

全家便利商店



1.1 關於全家

「全家就是你家」全家便利商店股份有限公司(以下稱全家、本公司及我們)是由日本FamilyMart集團在台投資所設立。全家以服務為核心，垂直整合物流、資訊系統、鮮食等各項機能，提供各式零售服務給一般消費者，包括日常生活用品、鮮食、代收、行動購物及網購到店取貨等最符合需要的商品、最具效率的服務給消費大眾。我們秉持著「顧客滿意、共同成長」的經營理念，視顧客如家人，致力提供如家一般的貼心服務以達到共創美好生活的目的。



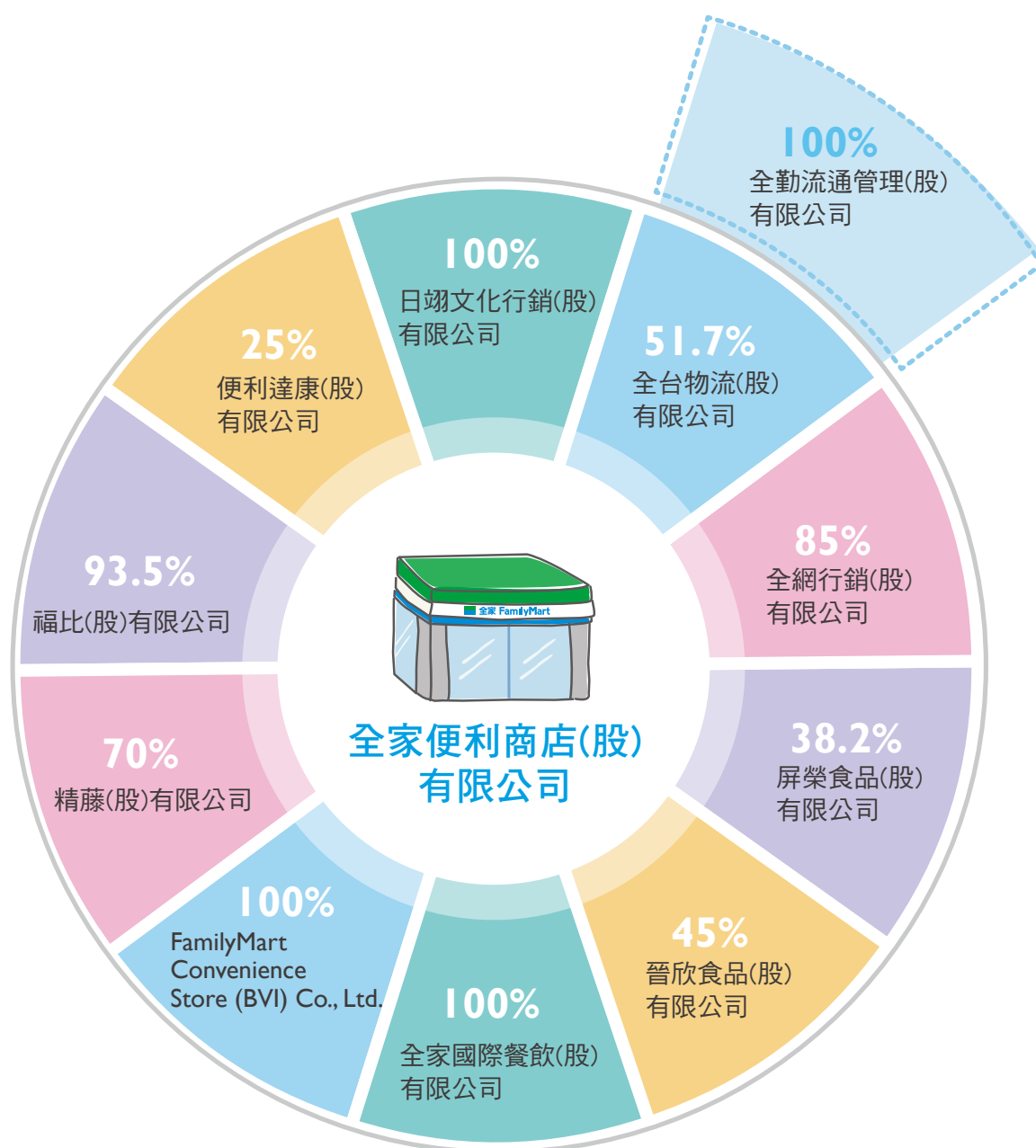
企業概況



創立時間	1988 年
董 事 長	葉榮廷
總 經 理	薛東都
最大股東	日商全家便利商店(股)公司 50.00%
資 本 額	22.32億元
營 業 額	644.28億元
員工人數	5,181人
店鋪數量	於台灣地區共計有3,154家店鋪
總部地址	台北市中山北路二段61號7樓

(資料更新至 2017 年 12 月 31 日為止)

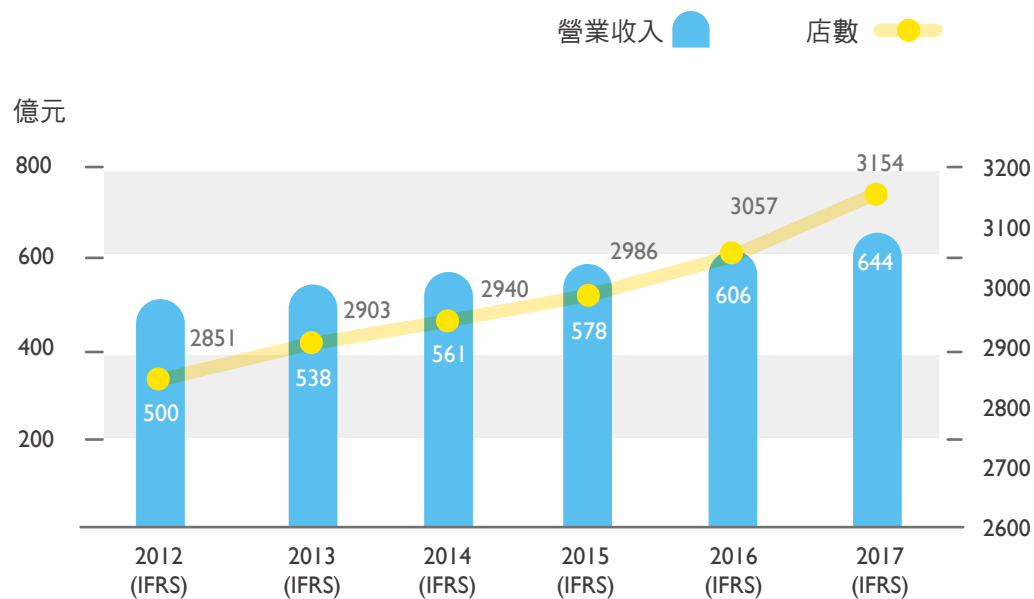
 轉投資事業





近年經營績效

全家便利商店



	2015年	2016年	2017年
營業收入	57,791,269	60,566,965	64,427,868
營業毛利	20,957,807	22,449,177	24,316,329
營業損益	1,373,925	1,394,569	1,338,486
營業外收入及支出	234,698	335,818	414,829
稅前淨利	1,608,623	1,730,387	1,753,315
繼續營業單位 本期淨利	1,326,846	1,433,686	1,460,341
本期淨利	1,326,846	1,433,686	1,460,341



1.2 全家便利商店的永續發展

自 1988 年成立以來，全家便利商店以「全家就是你家」之品牌精神提供消費者如家人般溫暖的服務，希望帶給社區居民更好的生活與生活方式。我們以創造未來價值 (future value) 作為我們的永續經營核心，建構出四個我們專注的永續價值：



在邁入 30 週年之際，全家便利商店為因應人口結構改變及長期社會趨勢變化，積極投入各式複合店型以及對應環保節能潮流的持續性綠能導入計畫，以做為全台逾 3000 間店鋪發展的指標方針。

近年來，消費者對於食品安心、安全的追求，帶動一波低頻自煮風潮，「全家」去年起推出全新超市店型因應，除了導入多種蔬菜、水果、冷凍生鮮食品，也主打「剪刀經濟」，邀請消費者收起菜刀、拿出剪刀，販售一系列可以簡易覆熱或 DIY 的菜餚，讓消費者更容易就能享受健康生活。同時，考量熟齡族群健康需求，也擴大導入於有機超市複合店中受歡迎的商品至適合商圈，滿足熟齡、小家庭等多元化需求。



智慧節電一直都是全家便利商店節能措施的主要方向，全家 1999 年起開始投資節能設備，2005 年與工研院環境與能源研究所合作，開發出「網路型分散式能源管理系統設計技術」，該系統已導入 87% 的店鋪，透過感應器調節室內外溫差、智慧管理空調，達到減少耗能效益。未來全家也將結合 IoT 人工智慧系統，針對需要報修的設備項目，即時回報，增進管理效益。



聯合國永續發展目標 (SDGs)

聯合國於 2015 年時基於對人類永續發展的需求以及針對所有國家都面臨的環境、社會與經濟問題，規劃出聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 共計 17 項，作為 2030 年永續發展的議程。全家為響應聯合國之 SDGs，主動對 SDGs 所作的貢獻進行盤點與揭露，以讓利害關係人了解全家接軌國際的積極性，以及致力邁向全球永續發展的決心。

SDGs 目標	全家對 SDGs 貢獻	對應章節
 目標 3: 健康與福祉	✓ 定期辦理員工健康檢查 ✓ 訂有「職業安全衛生工作守則」，並定期舉行會議	● 5.2 人權與健康安全職場
 目標 7: 可負擔能源	✓ 店舖節能自檢 ✓ 與工研院合作開發能源管理系統 ✓ 實施綠色物流行動	● 4.2 力行節能減碳 ● 4.3 綠色物流
 目標 8: 就業與經濟成長	✓ 遵循法令要求，保障勞工權益 ✓ 建構完善的薪酬福利制度，及建置「厚生福利平台」提供員工以優惠的價格採購日常生活用品 ✓ 提供扎實的員工專業培訓	● 人權與健康安全職場 ● 5.4 薪酬福利制度 ● 5.5 人才培育
 目標 12: 責任消費與生產	✓ 減廢回收再利用 ✓ 推行環境友善專案 (廢資源換消費折扣及發票與集點無紙化)，鼓勵民眾參與	● 4.4 環境友善專案
 目標 13: 氣候行動	✓ 推動節能方案，並將天然災害風險納入主要風險管理類別之一，以強化災害應變機制	● 4.2 力行節能減碳
 目標 16: 和平與正義制度	✓ 秉持廉潔、透明及誠信之經營理念，建構完善的公司治理規範	● 1.3 公司治理 ● 1.4 風險管理

圖片來源：聯合國永續發展知識平台網站



1.3 公司治理

公司治理是企業永續經營的基石，全家便利商店的治理政策以維護股東權利、誠信經營文化、穩固治理架構及資訊公開透明四個面向建構而成。

1. 維護股東權利：

我們委由股務代理機構「永豐金證券股份有限公司」專責處理股東之問題及建議。公司並設有發言人及代理發言人職位與投資人溝通專線，都是我們與股東間直接溝通的橋樑。

⚙ 發言人：執行副總經理 吳勝福 fu@family.com.tw

⚙ 代理發言人：管理本部協理 李建興 sof@family.com.tw

⚙ 投資人服務專線：02-25239588 # 6240 investor.relations@family.com.tw

2. 誠信經營文化：

我們相信以誠信與正直態度的經營事業，才會是企業永續經營的根本。故全家基於公平、誠實、守信、透明原則訂定「誠信經營守則」及「員工從業道德守則」。「誠信經營守則」要求公司董事會成員與管理階層均重視道德誠信之從業行為，秉持 潔、透明及負責之經營理念，以誠信政策執行。「員工從業道德守則」規範全家的所有員工，秉持誠信道德的態度、尊重個人與客戶、迴避利益與衝突及饋贈與業務款待條款。我們透過不定期舉辦的內部訓練課程、加盟主教育訓練與供應商會議，宣導法令規範與我們的自律規章。針對誠信經營事項全家設有內部專門信箱之溝通與舉報機制，外部之利害關係人也可藉由公開的網頁 http://www.family.com.tw/Web_Enterprise/page/contact_us.aspx 與免費服務電話 0800-221-363 作為溝通本公司誠信經營事項之管道。

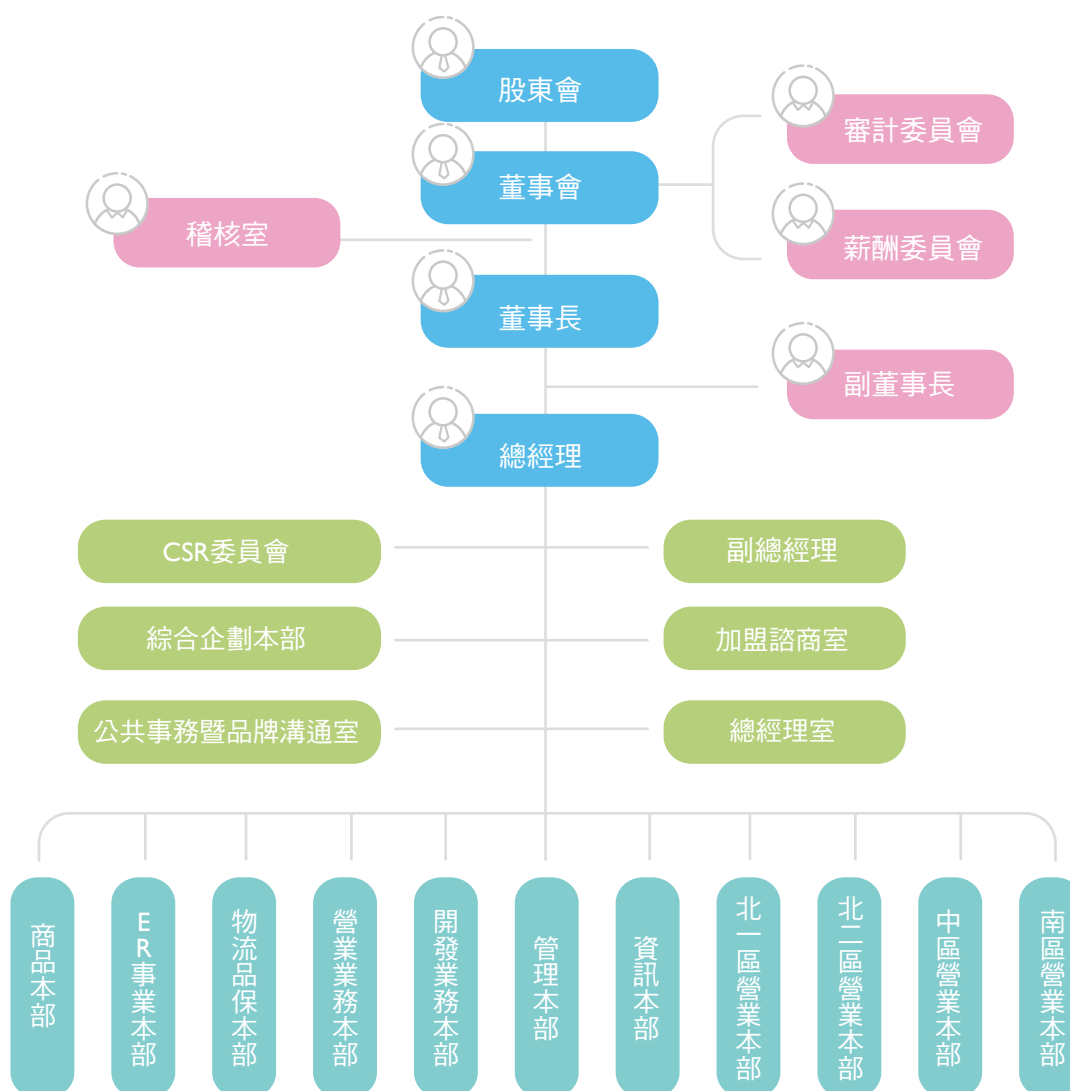
全家的稽核室為負責誠信經營之專職單位，並直接對董事會加以負責報告，2017 年度之稽核中並無發現違反法律與全家誠信自律準則情事。經檢視內外部的溝通機制後，亦無發現 2017 年度有違反誠信經營事項發生。



3. 穩固治理架構：

全家係為在台灣財團法人櫃檯買賣中心（下稱櫃買中心）公開交易之上櫃公司，公司治理規範與作為係遵循金管會與櫃買中心所發布法令為主，以股東會為公司最高意思決定機關，董事會為最高業務執行機關並選任董事長為代表與委任總經理對內經管公司業務，公司治理結構如下：

（一）組織結構





⚙️ 董事會

全家對董事所應具備之資格及經驗，除符合法規要求外，並依能力與經驗選賢任能。全家董事會目前計由 13 位董事所組成，其中並有獨立董事 3 名，任期 3 年，由股東會投票選出，並具有商務、法務、財務、會計或公司業務所需之專業技能。董事會成員之基本資料、學經歷、專長與酬金等資訊之揭露，可參閱我們上傳於公開資訊觀測站 (<http://mops.twse.com.tw/mops/web/index>) 之 2017 年度股東會年報第 6~13 頁內容。

我們並依據金管會之規定訂立本公司之董事會議事規則，著重管控利益衝突之風險。董事成員中若對於董事會所決議事項中，若發現與其自身或其代表之法人有利害關係，致有利益衝突之虞者，將不得加入討論與表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

本公司每季至少召開一次董事會，2017 年度共計召開 6 次董事會，除確實遵守本公司所訂定之「董事會議事規則」外，對於董事會之決策過程中需利益迴避議案均依規定執行。

⚙️ 審計委員會

本公司由獨立董事成立審計委員會，作為監督公司財務報表允當表達、簽證會計師之選(解)任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則、公司存在或潛在風險之管控。本公司內部稽核主管定期與審計委員會委員溝通稽核報告結果，若有特殊狀況時，亦會即時向審計委員會委員報告。2017 年並無上述特殊狀況，且審計委員會與內部稽核主管溝通狀況良好；簽證會計師於審計委員會會議中報告半年度與年度財務報表核閱或查核結果，以及其他相關法令要求之溝通事項，若有特殊狀況時，亦會即時向審計委員會委員報告。

⚙️ 薪資報酬委員會

本公司設置薪資報酬委員會，其職權為評估董事及經理人領取報酬之合理性。本公司董事之酬勞以公司章程之股利政策所訂定執行之，經理人領取固定薪資及年終紅利，年終紅利則與當年度之每股盈餘呈正向關聯。2017 年並無董事會否決委員會決議或該等委員對於董事及經理人之報酬案提出反對或保留意見情事。



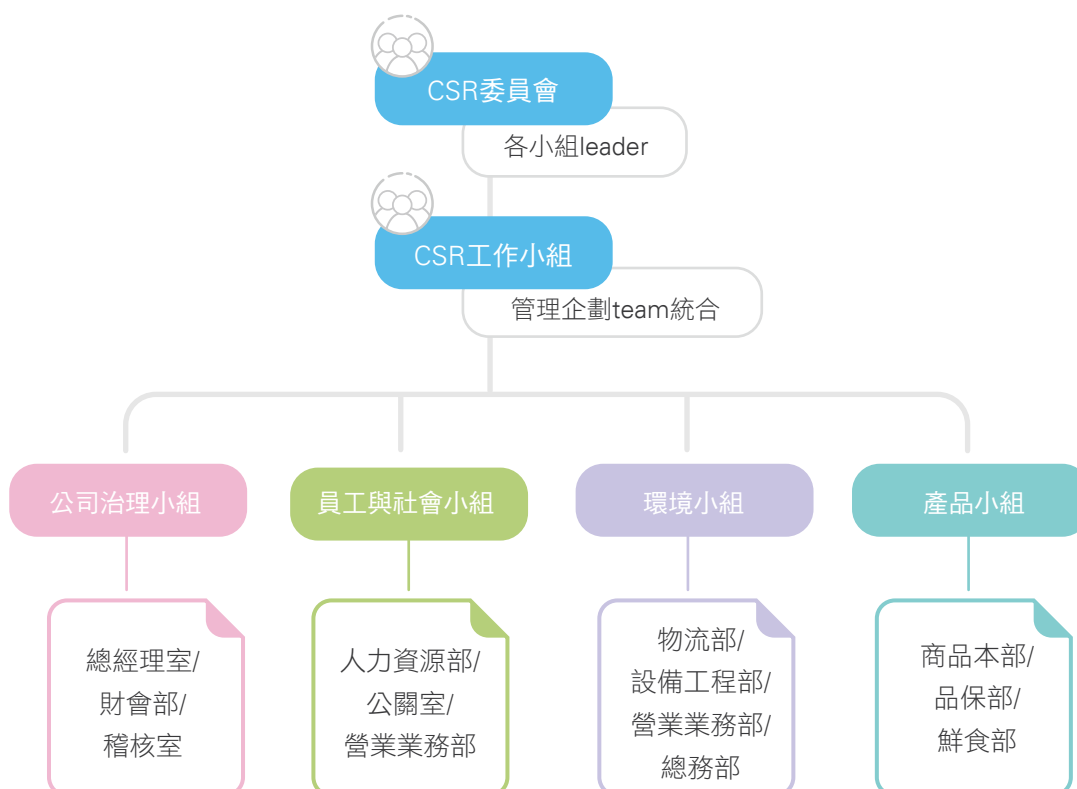
4. 資訊公開透明：

全家為在台股票市場公開交易之上櫃公司，依法定期揭露與上傳「經會計師查核簽證（年度）或核閱（季報）之財務報告」、「年報」、「每月營運情形」、「董事、監察人、經理人及持有股份總額 10% 以上之股東持股變動情形」與「股東會開會資料」等資訊於公開資訊觀測站。自 2015 年開始，我們每年定期編制 CSR 報告及建立官方網站上之 CSR 專區，作為與利害關係人溝通之重要管道與平台。

我們的公司官方網站並設有公開聯繫之方法及資訊，歡迎任何與本公司攸關的利害關係人與關心全家營運的消費者得以直接與本公司取得聯繫及溝通 (http://www.family.com.tw/Web_EnterPrise/page/contact_us.aspx)。

⚙ 企業社會責任治理：

為求落實永續經營之理念，我們於 2015 年針對永續議題之管理成立專責之 CSR 工作小組並由總經理為召集人，並依議題區分為 4 個領域工作小組，由各部門遴選適當職能主管及員工組成，每季舉行討論會議。CSR 工作小組將統籌管理與執行全家的 CSR 政策與活動，並負責每年度之 CSR 報告編撰與出版事宜。



公司治理小組：負責關於公司治理、誠信經營及法規遵循等與公司營運治理及財務面相關事項。

員工與社區關懷小組：負責員工權益、消費者權益及社區公益事項。

綠色環境小組：檢視與規劃全家關於環境管理政策方針與活動小組。

產品信任小組：負責產品上市各項環節與產品責任之控管。

1.4 風險管理

針對企業經營所面臨的各項風險與我們可能帶給利害關係人的衝擊，全家訂有風險管理暨危機處理推動體制，並抽出六大風險類別，以會議體制分層管理。

六大風險類別

食品安全風險

食品／原物料採購、製造、販售過程中，對於公司營運展生負項影響之不確定性事件

- 食品不當添加
- 問題原物料
- 過期品

公共安全風險

因可歸咎於我方之因素，所造成之風險事件，並對店鋪／總部及非特定人造成財物損失，機會損失之情況

- 未依規範施工造成人員傷害
- 電線走火／後場吸菸－火災
- 店鋪招牌砸傷民眾

勞動安全風險

未依照相關勞動管理之法規或其他非特定原因，造成勞供臨時性、永久性之意外傷害之不確定事件

- 未依法加勞保／健保
- 超時工作／排班異常
- 員工福利侵害

個人資料風險

因個人資料外洩，遭致非特定個人之權益受損之不確定性事件

- 個人資料外洩遭不當使用
- 未依規範保存個人資料

資訊安全風險

資訊系統、當機、故障、資料損毀或遭入侵……等，造成公司營運中斷或盜用，對公司營運產生影響

- 駭客入侵、資料竊取
- 資訊系統損害無法運作
- 系統異常

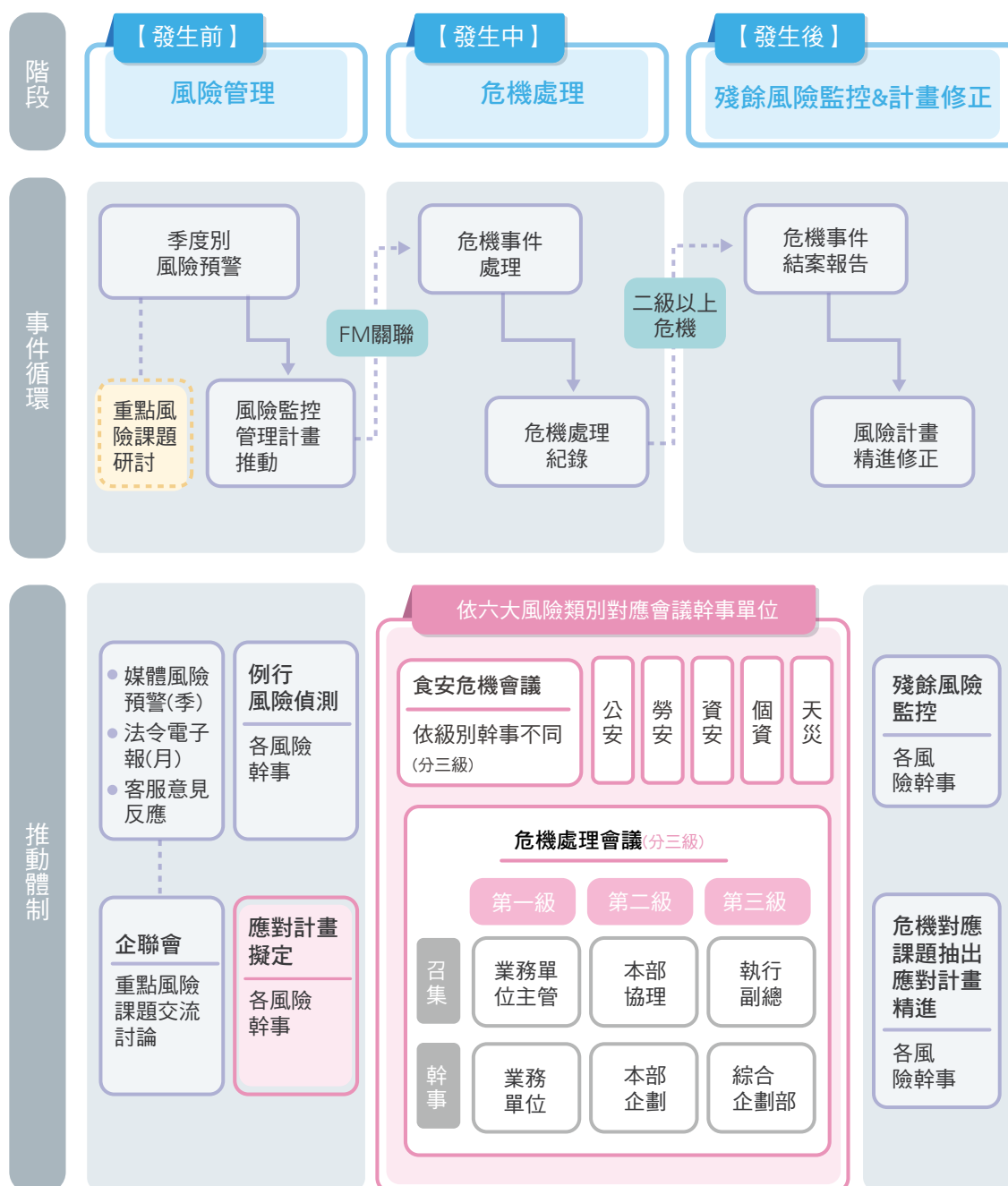
天然災害風險

因天然災害之故，造成總部、店鋪無法正常營運之不確定性事件

- 因天災造成對營運之衝擊
 - └ 颱風／地震／缺水
 - └ 其他衝擊性災害



風險管理暨危機處理推動體制





財務風險管理工作由本公司財會部按照董事會核准之政策執行。本公司財會部透過與公司營運單位密切合作，負責辨認、評估與規避財務風險。董事會對整體風險管理訂有書面原則，亦對特定範圍與事項提供書面政策，例如匯率風險、利率風險、信用風險以及剩餘流動資金之投資。

氣候變遷影響為全球所面臨的嚴峻挑戰，為善盡企業公民之責任，全家以環境保護行動之落實作為我們面對全球氣候變遷挑戰之作為。相關環境管理政策方針與具體行動請參考本報告書第 4 部分「最愛地球在全家」章節之說明與績效指標。

法規遵循

全家集團致力於法令遵循文化之建立，由專責單位致力於法令遵循之推動與執行，深化建置集團法令遵循制度，除總公司之法令遵循作業之外，擴展支援集團法令遵循，以降低集團法律風險，透過：(1) 法遵會議體制之建立、(2) 法遵作業管控、(3) 法令電子報優化、(4) 法律培訓課程、(5) 管理制度導入等方向，逐步讓集團之法律風險獲得一定的風險預警與管控效果！並將法令遵循之觀念持續推展讓集團所有同仁，把法令遵循形成企業文化！

1. 法遵會議體制之建立：自 2017 年下半年度起，由總公司建立關係企業法遵會議體制，透過定期召開關係企業法遵會議，擴展支援集團法令遵循，以降低集團法律風險。

2. 法遵作業管控：由專責單位針對相關法令影響部門進行法遵評估管控暨法令宣導，定期追蹤遵法狀況，此項法令遵循管控作業於 2017 年下半年擴及至關係企業，再於每季彙整全集團法遵內容成效呈報高階主管會議，使高階主管能掌握集團內法令風險與對應狀況，降低法令變動之經營風險。

3. 法令電子報優化：由專責單位每月彙整最新法令資訊，集團內發行法令電子報，使集團同仁們瞭解知悉與自身業務相關之法令訊息，達到法律資源知識共享，以提升集團同仁法律認知。

4. 法律培訓課程：便利商店之經營所涉法律領域包括但不限於：食品安全衛生管理法、公平交易法、個人資料保護法、智慧財產權法、消費者保護法、勞動基準法、公司法、環保法規、廣告行銷相關法令規範…等。全家每年都定期展開全體同仁之「個資」數位學習課程、「智慧財產基本概念與管理制度」數位學習課程，並邀請外部專家舉行個資、智財講座，讓同仁能從課程或講座中，瞭解知悉自身業務與法規遵循之關聯與重要。全家針對新進同仁，亦設計規劃有新人法律教育訓練之面授課程，及個資法與智慧財產權法之數位學習課程，以確保新進同仁熟悉相關法規與公司制度。而自 2017 年下半年起，總公司法務展開各關係企業之法律巡迴講座課程，深化支援關係企業之法律培訓提升集團同仁法律認知，總計訓練時數共 12 小時，160 人次參與。

此外，全家法務團隊同仁每年亦參與外部專業課程，不斷精進充實法規資訊，以及各項法律專業領域的法律最新動態。



5. 管理制度導入：鑒於新零售、新會員之推展，全家致力保護消費者個人資料與隱私權，自 2012 年起導入台灣個人資料保護與管理制度 (Taiwan Personal Information Protection & Administration System, TPIPAS)，並持續申請驗證取得 dp.mark 標章迄今，以確保消費者個人資料受完善保護。



資料隱私保護標章 data privacy protection mark	
驗證號碼	
網址	www.family.com.tw
公司名稱	全家便利商店股份有限公司
證書字號	0000002101
證書發給日期	2012-12-17
證書有效日期	2018-12-16
管理系統地址	台北市中山區中山路101號1樓
驗證標準	TPIPAS 2012
當事人權利行使	☐
電話	0896-221-355
傳真	02-2967-2436
E-mail	privacy@family.com.tw
備註	

又本於尊重並保護智慧財產權，全家自 2012 年成立智財管理專責單位，並於 2013 年起導入臺灣智慧財產管理制度 (Taiwan Intellectual Property Management System, TIPS)，每年持續申請驗證並取得 TIPS 標章迄今，不斷精進智財管理制度，以提升公司智財能量，並保護公司創新研發成果，2017 年累積近百件之專利，以及二百餘件註冊商標。



6. 遵法成效檢視：

2017 年度，全家總公司與店舖共計發生 2 件法規遵循疑慮事件，針對該等事件，我們皆在當下指派權責單位追蹤改善並加強教育訓練與提高點檢次數以防止違法情事再次發生。

法規	件數	金額	原因
食品安全法	1	40,000	宣稱香蕉療效的廣告立牌
噪音防制法	1	12,000	冷動櫃音量高於標準分貝



1.5 利害關係人溝通與重大議題

我們以 CSR 委員會及所轄之工作小組作為鑑別利害關係人與重大議題之平台，並委任外部獨立顧問提供符合本公司之永續性脈絡之建議，於各專業小組討論後分別以共識決及問卷方式鑑別全家之利害關係人及永續性議題。

本公司各 CSR 小組及外部獨立顧問依公司之永續性脈絡、產業特性及實務經驗參考 AA1000 Stakeholder engagements standard(AA1000 SES) 五項原則：依賴程度 (Dependency)、責任 (Responsibility)、關注程度 (Tension)、影響程度 (Influence) 及多元觀點 (Diverse perspective) 分別鑑別出股東及投資人、政府機關、員工、社區鄰里、供應商及承攬商、客戶及消費者、銀行、媒體、加盟主及公益團體為我們的永續發展之利害關係人。

⚙️ 全家與利害關係人溝通管道一覽表

利害關係人	關注議題	議合管道與方式	執行頻率
 股東及投資人	- 法規遵循 - 公司治理 - 經營績效 - 風險管理 - 永續發展策略	- 股東會 - 股務代理機構 - 公開資訊揭露 - 公司公開網頁 - 投資人關係管理小組信箱與專線	每年一次 不定期
 政府機關	- 社會公益 - 法規遵循 - 產品標示 - 勞工權益 - 食品健康與安全	- 政令宣導會議 - 公文函文往返 - 公司股務部門 - 公司公開聯絡電話	不定期
 員工	- 職場環境 - 勞工人權 - 勞資關係 - 職業健康安全 - 人才培訓	- 勞資會議 - 公司官網利害關係人專區 - 職工福利委員會 - 員工意見反映專線與信箱	不定期

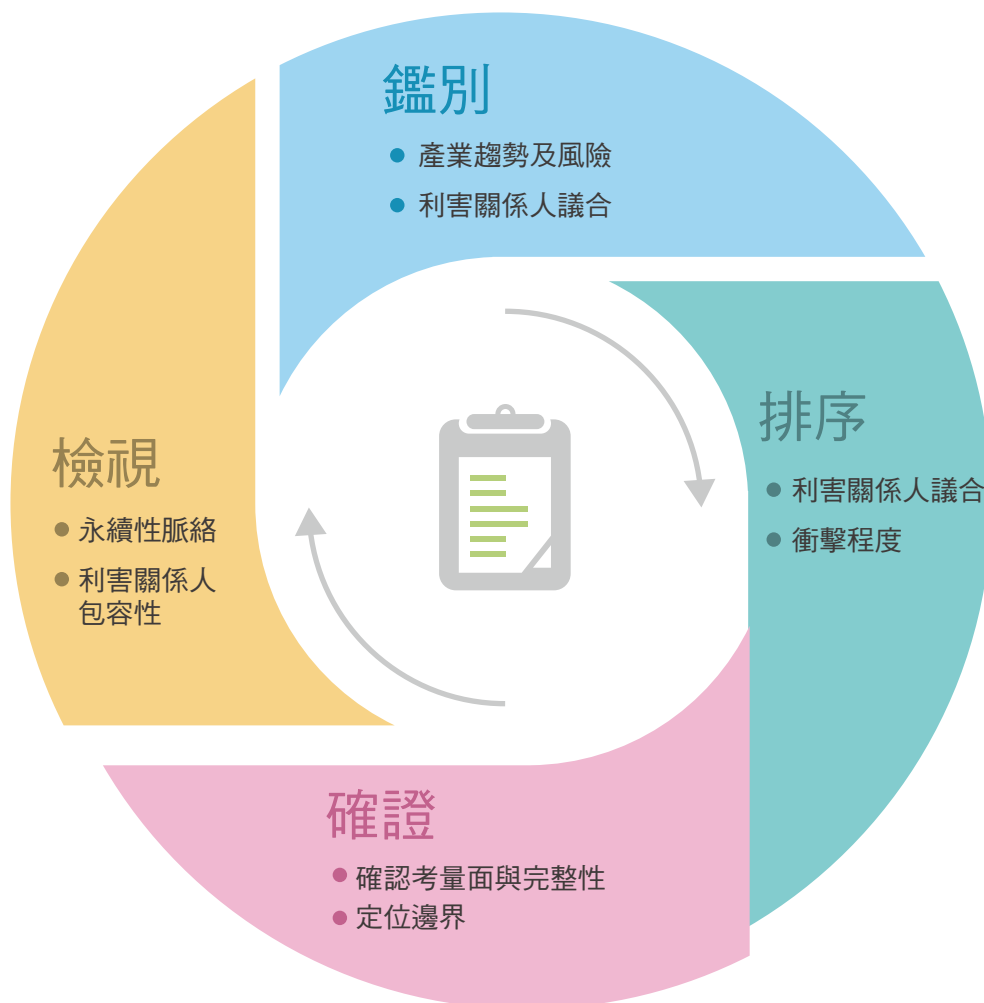


利害關係人	關注議題	議合管道與方式	執行頻率
 社區鄰里	- 社區關懷 - 環境管理	- 客服專線與信箱 - 店舖設置 FamiPort	不定期
 供應商及承攬商	- 供應鏈管理 - 產品創新 - 永續採購 - 原物料包材管理	- 不定期廠商會議 - 公司官網利害關係人專區 - 供應商稽核	不定期
 客戶及消費者	- 食品健康與安全 - 客戶權益 - 服務品質 - 產品標示 - 產品創新	- 客服專線及信箱 - 公司官方網站	不定期
 銀行	- 法規遵循 - 公司治理 - 營運績效	- 財會部門 - 財務簽證會計師	不定期
 媒體	- 法規遵循 - 公司治理 - 食品健康與安全 - 消費者權益 - 供應鏈管理	- 公關部門 - 公司官方網站 - 行銷中介供應商	不定期
 加盟主	- 加盟主培訓 - 產品創新 - 服務品質 - 職業健康與安全	- 加盟主會議 - 加盟主的教育訓練 - 公司官方網頁	不定期
 公益團體	- 社會公益與募款 - 勞工權益 - 節能減碳	公關部門	不定期



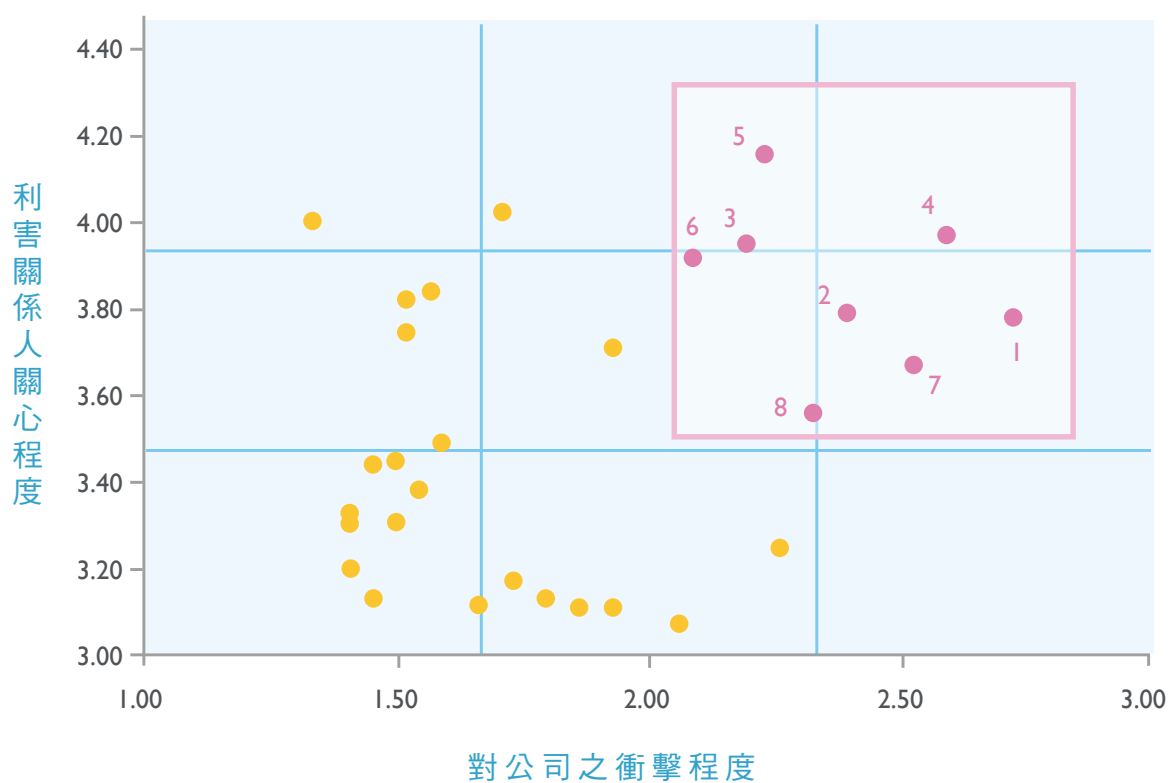
決定永續重大議題之流程

本報告書之主要目的係為針對全家的永續性重大議題向利害關係人提出回應與作為，並作為公司未來發展的方向與指標。本公司參考 GRI G4 綱領與 AA 1000 STAKEHOLDER ENGAGEMENT STANDARD(SES) 之指引，發展以下流程辨識全家的重大議題：





針對前述利害關係人所關切之永續性議題，我們由獨立的外部顧問設計專家問卷，參考重大性與利害關係人包容性原則，由 CSR 工作小組參考過往利害關係人回饋經驗與自身專業判斷出 8 項重大優先考量之永續議題





編號	重大議題	對應 GRI G4 考量面	對應章節	對應指標
1	公司治理	一般標準揭露： 治理 / 誠信經營	第一部分全家便利商店	G4-34、G4-56
2	風險管理	一般標準揭露： 策略與分析 / 組織概況 EC: 經濟績效	第一部分全家便利商店	G4-2、G4-14、EC2
3	經營績效	EC: 經濟績效	第一部分全家便利商店	EC1
4	法規遵循	PR: 法規遵循	第一部分全家便利商店 第二部分產品信賴	PR9
5	食品健康安全	PR: 顧客的健康與安全、 產品與服務標示	第二部分產品信賴	PR1、PR3
6	客戶權益	PR: 顧客隱私	第三部分顧客信任與社會關懷	PR8
7	供應鏈管理	一般標準揭露：組織概況 EN: 供應商環境評估 EC: 採購實務	第二部分產品信賴	G4-12、EN33、EC9
8	原物料包材管理	PR: 顧客的健康與安全	第二部分產品信賴	PR1



針對各項重大永續性議題，並將各重大議題之邊界予以定位。

重大永續議題	組織內		組織外			
	全家	加盟主	股東及投資人	社區鄰里	供應商	客戶及消費者
公司治理	○	○	○			
風險管理	○	○	○	○	○	○
經營績效	○	○	○			
法規遵循	○	○	○	○	○	○
食品健康安全	○	○	○		○	○
客戶權益	○	○				○
供應鏈管理	○	○			○	
原物料包材管理	○	○			○	



參與公協會組織

全家藉由參與產業公會活動，與同業進行交流與溝通。

參與之公協會	參與身分
台灣連鎖加盟協會	理事
中華民國工商協進會	候補理事
中華民國無店面零售商業同業公會	會員
台灣優良農產品發展協會	董事
台灣優良食品發展協會	會員

關鍵指標



ISO 22000

- (1) ISO 22000正式認證店舖數量 10店
- (2) ISO 22000店舖衛生內部推廣店次 4,074店
- (3) 2017年底營業中總店舖數為3,154店，其中已完成ISO22000內部推廣之店舖數為3,118店 完成率98.9%
- (4) 鮮食自有廠通過ISO 22000認證(5廠)PS.福比麵包廠於2018/3/27取得 100%通過



供應商管理

- (1) 鮮食(自有廠)供應商評鑑二者稽核(5廠、11次) 稽核完成率100%，合格率100%
- (2) 鮮食(委託廠)供應商評鑑二者稽核(51間、86次) 稽核完成率100%，合格率100%
- (3) FMC供應商評鑑二者稽核(18間、19次) 稽核完成率100%，合格率100%
- (4) 原物料供應商二者稽核(51間、51次) 稽核完成率 88%，合格率100%
- (5) 鮮食(自有廠)定檢件數(1,071、2次不合格) 合格率99.8%
- (6) 包材檢測(38件)



店舖管理

- (1) 店舖點檢(共抽檢6,480店次，不合格139次) 合格率97.9%
- (2) 各地衛生機關至店舖抽驗商品(199次)全家同步抽驗(199次) 合格率100%
- (3) 品保教育訓練 共10場480人次



檢驗費支出

- (1) 外部檢驗公司：食品、食品容器與包材檢驗費支出 1,035.6萬



自有食品實驗室

- (1) 可檢驗項目(大腸桿菌、大腸桿菌群、總生菌數) 3項
- (2) 2017年檢驗件數 1,170件
- (3) 2017年實驗室相關支出 632.5萬
(含儀器設備、檢驗、薪資、折舊及雜項購置等)

2

產品信賴



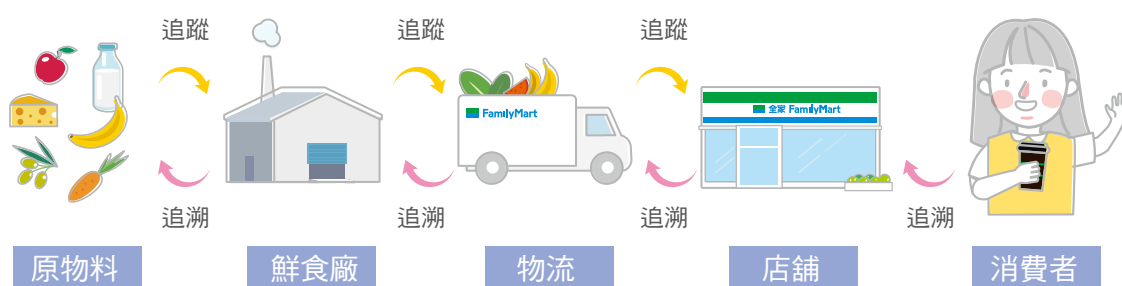
2-1 提供【安全、安心】的商品 - 品質保證

2010 年起，全家便利商店針對全家的原物料供應商、鮮食廠，以及最後一關消費者店鋪端，進行全面檢驗，確保顧客購買的食品，「從農場到餐桌」安全無虞。



2-1.1 食品層層把關

「全家」建構食品安全管理平台，從產地、供應商、鮮食廠、物流到店鋪，定期追蹤檢驗，「質量向上」管理，提供「優質、美味、平價、有份量」的食品。最嚴格的品管，最安全的品質！



食品從鮮食工廠生產開始到上市前，經過層層嚴格篩選與檢驗，100% 符合「全家」對品質的要求後方導入販售。上架後店鋪遵循品保工作規範，每日進行機台溫控、清潔與商品效期管理。

2017 年全國各地方衛生機關至「全家」店舖內抽驗 199 次，「全家」亦同步委由第三方公證機構至同店或同區域檢驗同批次商品，檢驗結果皆符合衛福部制訂之食品衛生標準。

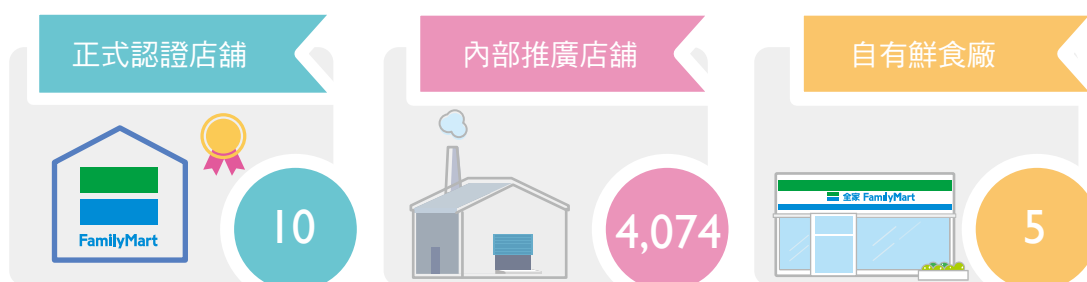


2-1.2 ISO 22000 認證

「全家」是全國第一家榮獲「ISO 22000 及 HACCP 雙認證」的連鎖便利商店。截至 2017 年 12 月 31 日，已有 10 家店舖取得 ISO 22000 認證證書，其餘店舖取得全家推廣認證證書。

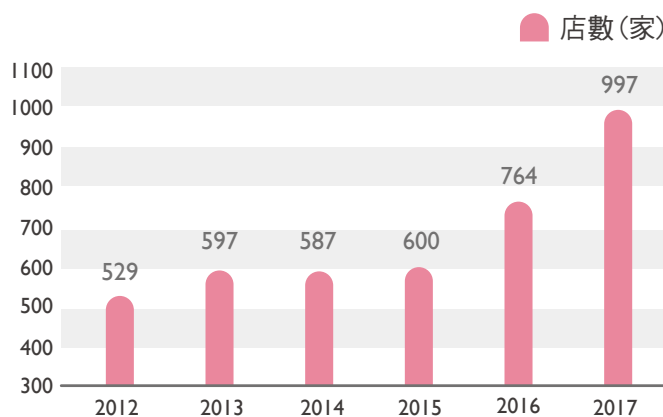
「全家」為落實全國店舖採行一致且符合 ISO 之食安管理作業規範，擬定了長期的 ISO 推廣計畫，以漸進式的方式逐年推廣店舖管理程序及進行內部認證。每年上半年針對選定的店舖加強教育訓練與輔導，下半年則透過獨立第三方公證單位進行店舖作業程序之遵循檢查，以確保店舖遵循公司建立之管理制度並作為內部推廣之績效認證。截至 2017 年 12 月 31 日為止，「全家」已逐年完成 ISO 22000 店舖內部推廣共計 4,074 家店次。2017 年底營業中總店舖數為 3,154 店，已完成 ISO 22000 內部推廣之店舖數為 3,118 店，完成率為 98.9%，其中 2017 年 4~12 月的新開店，將於 2018 年進行認證推廣。

爾後將以三年一循環，每年選定 1,100 店左右進行內部推廣，每三年進行 ISO 22000 認證換發。





ISO 22000 全家逐年推廣店數



如何通過 ISO 22000 認證？

STEP 01

原物料供應商

以白米供應原物料廠為例，自原物料從田間運送到廠區後，脫穀、淨米、雜質金屬檢測的過程，全面採用機械化，為商品品質把關！



STEP 02

鮮食廠

1. 人員入廠前需穿戴全套防護裝備，並逐一通過空氣浴塵室流程。
2. 確保食材中心溫度達 85°C 以上，冷卻溫度低於 25°C 以下，定時進行菌數檢測。
3. 開封沒使用完食材，即貼上封條，註明保存期限嚴密掌控食材新鮮度。
4. 商品上市前，經第三公證單位檢測。

STEP 03

物流中心

1. 各物流車溫層理貨、出貨與配送到店過程中，有溫度管理、清潔要求。
2. 鮮食從廠區送到物流中心，各溫層間進行理貨，期間商品不著地。
3. 存放商品的棧板，由木頭材質改為塑膠材質，避免孳生蚊蟲。

STEP 04

店鋪

1. 店鋪人員每日10時、15時、24時前，挑取出即將到期之商品。
2. 每日分早、中、晚及大夜班，進行機台溫度之檢查。
3. 環境清潔、人員操作、清潔劑定期管理。

2-2 供應商管理

目前「全家」列入供應商管理有三大類型：鮮食廠（自有或委託）、自有品牌廠及原物料供應商。

依循「三級管理、三級追溯」原則，為確保上架商品的品質，針對與全家便利商店交易的供應商，訂定「供應商管理辦法」。辦法中對於現有供應商做分類並依風險程度不同訂有不同管理方式，針對多數鮮食商品更增加多項控制點加以管控。首先，針對所有供應商均進行基本資料確認，確認欲合作之公司或工廠係合法登記立案，並以取得相關國際認證（如 CAS 或 TQF 或 ISO 22000/HACCP 或「全家」認可品質認證標準的認證合格）之廠商做為優先考慮合作對象。就供應商類別不同，品保部門規劃之考核辦法及稽核措施。

全家鮮食委託廠及自有品牌廠稽核評鑑依供應商類別分為 8 種（註），所適用之稽核項目配分依性質而不同，稽核項目為環境衛生管理 / 廠區硬體、生產設施和設備、品質管理、生產流程、異物管理、庫溫、人員管理、抽測檢查及重大缺失，總分八十分以上為合格。

「全家」實施之供應商檢查包含商品檢驗及商品標示檢驗，商品檢驗係指抽查商品並送交獨立第三方之公證單位檢驗，遇有特殊狀況全家得隨時檢驗，檢驗不符品質產品將立即下架不予販售。針對泛全家品牌商品中屬高溫油炸食品及咖啡，加驗丙烯醯胺，且需符合衛福部公告「食品中丙烯醯胺指標值參考指引」規範。商品標示檢驗則為首次導入之商品由供應商先行送交公正第三方檢驗單位確認是否均依政府法規明確標示後才得上架。於商品導入的 7 天前，即需通過前述之各項檢驗控制點，商品始得上架販售。

註：稽核評鑑項目及配分分為下列 8 種：

(1) 一般食品工廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	23.2%
2	生產設施和設備	11.6%
3	品質管理	33.0%
4	生產流程	5.4%
5	異物管理	7.1%
6	庫溫	4.5%
7	人員管理	11.6%
8	抽測檢查	3.6%
9	重大缺失	註

(2) 生鮮蔬菜工廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	25.0%
2	生產設施和設備	6.0%
3	品質管理	30.0%
4	生產流程	9.0%
5	異物管理	7.0%
6	庫溫	4.0%
7	人員管理	13.0%
8	抽測檢查	6.0%
9	重大缺失	註



(3) 包裝材料工廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	23.0%
2	生產設施和設備	6.0%
3	品質管理	36.0%
4	生產流程	7.0%
5	異物管理	12.0%
6	人員管理	16.0%
7	重大缺失	註

(4) 生鮮截切蔬果工廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	23.7%
2	生產設施和設備	8.8%
3	品質管理	33.3%
4	生產流程	6.1%
5	異物管理	7.0%
6	庫溫	4.4%
7	人員管理	11.4%
8	抽測檢查	5.3%

(5) 肉品工廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	24.1%
2	生產設施和設備	9.8%
3	品質管理	34.8%
4	生產流程	5.4%
5	異物管理	7.1%
6	庫溫	3.6%
7	人員管理	11.6%
8	抽測檢查	3.6%
9	重大缺失	註

(6) 冷凍食品工廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	23.2%
2	生產設施和設備	8.9%
3	品質管理	34.0%
4	生產流程	7.1%
5	異物管理	7.1%
6	庫溫	4.5%
7	人員管理	11.6%
8	抽測檢查	3.6%
9	重大缺失	註

(7) 洗選蛋工廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	12.0%
2	生產設施和設備	8.0%
3	品質管理	41.0%
4	生產流程	14.0%
5	異物管理	3.0%
6	溫度	5.0%
7	人員管理	17.0%
8	重大缺失	註

(8) 冷藏調理食品工廠

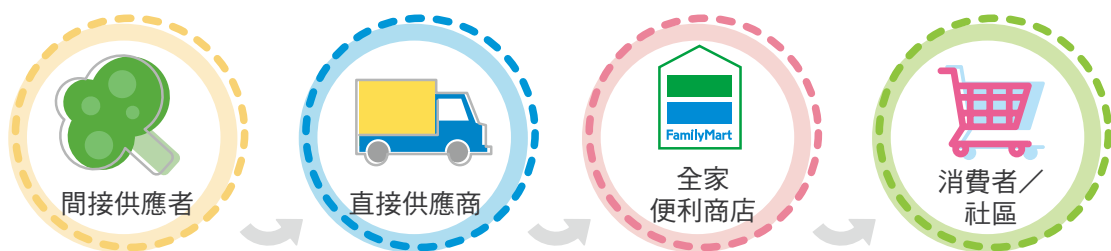
項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	23.2%
2	生產設施和設備	8.9%
3	品質管理	35.7%
4	生產流程	5.4%
5	異物管理	7.1%
6	庫溫	4.5%
7	人員管理	11.6%
8	抽測檢查	3.6%
9	重大缺失	註

註：重大缺失配分為 100。若發現未來商品，除該次評鑑分數以零分計算外，另依切結書執行罰則。

2-2.1 供應商三級管理、三級追溯

作為和人們、土地息息相關的便利生活提供者，「全家」用心做好良心企業的本分，致力於提供「質價量味」兼備，讓人們吃得安心的食品！所有食品生產流程層層把關，符合國家認證標準，確保消費者吃得安心。

落實「全家」食安價值鏈推行：從農場到餐桌安全把關機制，針對供應商採「三級管理、三級追溯」措施：



三級管理

- ⚙️ 1. 提高供應商管理強度，落實成品、製程、原物料品管作業
- ⚙️ 2. 供應商依三級管理精神，往前要求至原料商端

目的：落實食品良好衛生規範（GHP）

- 1. 從業人員教育足、衛生好
- 2. 作業場所保清潔、要管制
- 3. 建築設施防病媒、保清潔
- 4. 製程需管制、品管必落實

一級管理 供應商 自主管理

- 1. 原材料、半成品、成品等，定期檢驗
- 2. ISO 22000、CAS、TQF等認證追蹤
- 3. 依GHP準則，落實現場與文件自主管理



二級管理 全家 委外檢驗

- 1. 第三公證單位至工廠，執行原料／成品抽檢
- 2. 第三公證單位至店鋪，執行成品採驗檢測
- 3. 第三公證單位至原料供應端，執行原料抽檢



三級管理 全家 現場查核

- 1. 全家人員至工廠，現場進行GHP符合性查核
- 2. 透由二者稽核方式，至工廠現場查核
- 3. 透由二者稽核方式，至原料供應現場查核





三階追溯

- 1. 推動產地追溯觀念
- 2. 供應商依三階追溯精神，往前要求至原料商端

目的：確保來源品質無虞，發現產品可能有危害時

- 1. 主動停止製造、加工、販售及辦理回收
- 2. 通報直轄市、縣（市）主管機關

一階追溯 成品 書面管理

- 1. 成品供應商與地點
- 2. 成品營養標示、規格等

二階追溯 製造 食材製成

- 1. 食材供應商／交易商
- 2. 製程與管制點

三階追溯 原料 產地來源

- 1. 各原料來源、產地
- 2. 產地追溯追蹤系統管理



2-2.2 鮮食自有廠管理

截至 2017 年 12 月 31 日，「全家」之鮮食自有廠（註）共計五廠（屏榮食品大溪廠、屏榮食品新豐廠、晉欣食品、華福食品、福比），並已 100% 取得 ISO 22000 國際認證，其相關明細彙總如下表：



廠商名稱	認證活動	證書期間
屏榮食品大溪廠	Production of 18°C delicatessen food. [Food Sector: C3a/C3b Ready to eat] Production of 4°C ready to eat meals [Food Sector: C3a/C3b Ready to eat, chilled]	2016/8/16~2019/8/16
屏榮食品新豐廠	Production of delicatessen food (4°C) including sandwiches, hamburgers, salads, and rice-based meals [Food sector: Ready-to-eat, chilled]	2015/7/23~2018/7/23
晉欣食品	1. Production of 4°C ready-to-eat meals & salads [Food sector: C5 chilled] or [Food sector: D2 chilled] 2. Production of 18°C ready-to-eat meals-[Food sector: C5 chilled] 3. Production of frozen cooked dishes [Food sector: C5 Frozen]	2015/5/25~2018/2/6

廠商名稱	認證活動	證書期間
華福食品	1. Production of shelf stable toast, bread, western cakes, and Chinese cakes [Food sector: E3 Bakeries] 常溫土司、麵包、西式糕點、中式糕點之生產製造 2. Production of chilled bean stuffing [Food Sector: C5/D2 Chilled] 冷藏豆餡之生產製造	2016/7/2~2019/7/2
福比	Scope: Production of bread and cake 生產麵包及蛋糕 Food Chain(Sub) Category: CIV 食品鏈子行業類別 :CIV	2018/3/27~2021/3/26

註：鮮食自有廠為全家轉投資之鮮食生產供應商（福比、晉欣、屏榮大溪廠及新豐廠）及銷予全家商品占總營收 90% 以上並長期往來之供應商（華福）；鮮食委託廠則為提供 1) 使用全家品牌之鮮食；2) 自助區商品（如關東煮及熱狗）；3) 經內部評估具重大性風險高的商品（如水果地瓜），並排除全通路販售之供應商。

「全家」對於鮮食自有廠所生產的商品，每月委請第三方公證公司（英商全國公證 Intertek 與德商騰德姆斯），進行產品外觀標示及微生物之定期檢驗。2017 年針對鮮食自有廠生產之鮮食商品共抽樣 1,071 次，檢驗結果有 2 件不合格，合格率 99.8%。另對於工廠內部環境衛生與管理面，上、下半年各廠皆進行一次外部公證機構二者稽核，總計五廠（屏榮食品大溪廠、屏榮食品新豐廠、晉欣食品、華福食品、福比），稽核完成百分比為 100%，2017 年共計 11 次稽核，稽核結果均為合格（註）。鮮食自有廠之稽核項目與配分、稽核頻率及稽核結果分級標準請詳下表。

註：11 次包含特 A(8 次) 及 A(3 次)。

⚙ 稽核項目及配分表格

(1) 鮮食廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	15.6%
2	生產設施和設備	8.7%
3	品質管理	26.6%
4	生產流程	20.8%
5	異物管理	9.2%
6	庫溫	3.5%
7	人員管理	10.4%
8	標籤 (示) 管理	1.7%
9	檢驗	3.5%
10	重大缺失	註

(2) 麵包廠

項目	評鑑項目	配分
1	環境衛生管理 / 廠區硬體	16.2%
2	生產設施和設備	9.0%
3	品質管理	27.5%
4	生產流程	17.9%
5	異物管理	9.6%
6	庫溫	3.6%
7	人員管理	10.8%
8	標籤 (示) 管理	1.8%
9	檢驗	3.6%
10	重大缺失	註

註：重大缺失配分為 100。若發現未來商品，除該次評鑑分數以零分計算外，另依切結書執行罰則。



⚙️ 鮮食自有廠二者稽核評鑑結果分級標準、稽核頻率表

評核分級	特 A 級	A 級	B 級	C 級
分數區間	90 分 (含) 以上	80~89 分	70~79 分	小於 70 分
稽核頻率	每半年一次	每季一次	每月一次	每月一次

⚙️ 鮮食自有廠與委託廠製造之商品類別：

全家之鮮食商品		鮮食自有廠					鮮食委託廠
		屏榮大溪廠	屏榮新豐廠	晉欣	華福	福比	
1	杯裝飲料 (咖啡)						●
2	輕食點心 (霜淇淋)						●
3	蒸箱食品						●
4	燒烤食品 (番薯)						●
5	關東煮						●
6	飯糰	●		●			
7	壽司、手卷	●		●			
8	便當	●		●			
9	微波主食	●	●	●			●
10	三明治		●				
11	調理麵	●		●			
12	蔬菜、沙拉		●				●
13	小菜、微波	●	●	●			●
14	冷藏食品						●
15	冷藏甜點	●					
16	麵包				●	●	●
17	吐司蛋糕				●	●	●
18	蛋品						●
19	冷凍食品						●

2-2.3 鮮食廠供應商管理

「全家」對鮮食廠合作供應商管理機制

「全家」自 2010 年起，針對鮮食委託廠訂定更高的合作條件，從合作前基本條件審核、合作後品質把關與管理機制管理三個面向去嚴格管控：

● 新納入鮮食體系管理（基本條件）

1. 廠商登記文件 / 產品投保責任險
2. 人員衛生、作業環境
3. 消毒設備
4. 金屬檢測管制
5. 第三公證單位驗證通過 (如 CAS 或 TQF 或 ISO 22000/HACCP 或全家認可品質認證標準的認證合格)

● 新廠商導入前審核流程

1. 品保部得依供應商風險程度，評估安排導入前食品工廠點檢評核
2. 由品保擔當或委由第三公證單位於上市前 35 日進行首次點檢作業，依新自有品牌委託廠商評核標準規定，工廠經評核後，成績符合標準 (≥ 80 分) 者才可於全家販售

● 合作後品質把關

1. 認證面：每年查核認證標章效期
2. 稽核面：依二者稽核成績、品質穩定度，排定稽核頻率
3. 管理面：商品抽驗、源頭管理、食品履歷登錄

● 管理機制

新廠商導入前、既有廠商，均需符合以下規範：

1. 【二者稽核】稽核成績要求：自有廠 (特 A 級)、委託廠 /FMC 廠 (A 級)
2. 【第三公證單位認證】新廠商應取得 ISO22000 認證
3. 【品保查核】品保部依風險等級，排定訪廠、商品抽檢、文件調閱等，確認合法、屬實性
4. 【供應商品質協議】內容每年修訂 / 簽核，供應商如有違反，依協議執行罰款、暫停販售等措施



- 5.【商品檢驗與標示審查】上市日前 7 天需完成訪廠及符合全家導入之規範、商品檢驗及商品標示 (註 1) 合格、並簽訂品質協議書等作業。若未於時程內完成上述程序者，不得導入該商品。若緊急導入之新品，商品採購人員應於上市前繳交相關資料會辦品保部建檔存查。

為了確保鮮食品質，全家針對鮮食委託廠持續進行工廠現場之例行性點檢，全家並委由第三公證單位協助每年進行二者稽核，稽核結果分級標準、稽核頻率請詳下表。

⚙ 鮮食委託廠二者稽核評鑑結果分級標準、稽核頻率表

評核分級	特 A 級	A 級	B 級	C 級
分數區間	90 分 (含) 以上	80~89 分	70~79 分	小於 70 分
判定結果	合格	合格	不合格	不合格
稽核頻率	每半年一次	每季一次	每月一次	每月一次

針對 B 級與 C 級要求於限期內改善，並進行覆核。若鮮食委託廠於限期內仍未改善且配合度不佳時，基於鮮食商品品質穩定考量，公司將與鮮食委託廠中止交易。

2017 年間全家便利商店有合作關係之鮮食委託廠共計 51 間 (包含代工廠及蛋品供應商)，稽核完成百分比為 100%，針對這 51 間鮮食委託廠共執行 86 次二者稽核，稽核結果均為合格 (註 2)。

註 1：商品標示控管流程：合作廠商上市前將商品外裝標示送檢驗公司審閱，若審閱未違反食品標示管理法規等，則發審閱合格證書並由全家品保部、採購部門及鮮食委託廠供應商查存。

註 2：86 次包含特 A(49 次) 及 A(37 次)。



2-2.4 全家自有品牌 (FMC) 供應商管理

全家便利商店自有品牌 - 「FamilyMart Collection」於 2013 年 12 月全家便利商店 25 週年之際，因應整體外部環境及市場變遷，串連日本全家自有品牌，推出讓顧客感覺更加安全、安心符合消費者期待的商品。

截至 2017 年 12 月底止，「FamilyMart Collection」發展商品品類擴及飲料、零食餅乾、酒類、冰品、鮮食 4 度 c 及冷凍商品、日用品…等，總品項數 195 個，其中食品類品項數 120 個，佔比 62%。其發展主要精神為「發現生活的原味」，有特殊技術商品、品牌聯名、日本進口商品…等，給予消費者不同的消費體驗。

為控管商品品質，我們於 2015 年起將自有品牌食品類供應商納入二者稽核管理。合作廠商除依「供應商管理辦法」進行合作前基本認證審核與訪廠外，另需依「PB 商品品質管理辦法」規範，每年接受全家委託之外部第三方公證單位執行二者稽核。稽核結果分級標準、稽核頻率請詳下表。

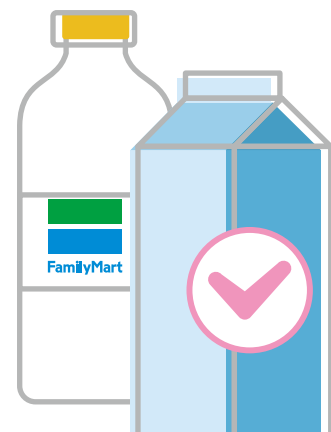
⚙️ 全家自有品牌 (FMC) 供應商二者稽核評鑑結果分級標準、稽核頻率表

評核分級	特 A 級	A 級	B 級	C 級
分數區間	90 分 (含) 以上	80~89 分	70~79 分	70 分 (不含) 以下
判定結果	合格	合格	不合格	不合格
稽核頻率	每半年一次	每季一次	不建議導入	不建議導入

2017 年間全家便利商店有合作關係之自有品牌 (FMC) 食品相關供應商共計 18 間，稽核完成百分比為 100%，針對這 18 間自有品牌 (FMC) 食品相關供應商共執行 19 次二者稽核，稽核結果均為合格 (註 2)。

註 1：FMC 商品：為印有「FamilyMart collection」標示之商品

註 2：19 次包含特 A (18 次) 及 A (1 次)。





2-2.5 原物料供應商自主管理

秉持提供安心、安全的鮮食商品，全家便利商店於原物料源頭即開始進行控管，2015 年起針對重點原物料商開始進行二者管理稽核作業，物料商品類別涵蓋肉品、海產、蛋品、烘焙、醬料類等大宗物料、以強化稽核面開始，確實管理出貨品質、以實現對消費者食的安心承諾，制定專屬全家便利商店的品質管理制度做為稽核原物料商的依據。從經營管理的決策階層到食品作業人員，任何一個工作管理環節都不能疏漏，定期到廠檢視食品工廠落實品質管理、作業程序及執行程度。判定其廠商對品質管理系統是否符合全家要求，讓消費者買的放心、吃的安心。

2017 年間全家便利商店有合作關係之原物料供應商共計 58 間，針對其中 51 間執行二者稽核，稽核完成百分比為 88%，共執行 51 次二者稽核，稽核結果均為合格。

2017 年原物料供應商二者稽核廠商數明細														
廠商屬性	蛋品	白米	麵粉	肉品	醬料	海苔	乳製品	水產	麵包	醃漬品	麵體	油脂	香辛料	甜品
稽核廠商數	4	3	1	14	10	2	3	3	2	2	3	1	2	1
共計 51 間														

⚙ 原物料供應商二者稽核評鑑結果分級標準

評核分級	A 級	B 級	C 級
分數區間	90 分 (含) 以上	89~75 分 (含)	74 分 (不含) 以下
判定結果	合格	合格	不合格



2017 年原物料供應商稽核重點		
稽核項目	評核項目	佔比
(一) 品質與管理系統	管理責任	3%
	緊急事件準備	
	廠內溝通	
	文件管制	
	人力資源	
	矯正和預防	
	客訴處理	
(二) 產品品質	原物料驗收及檢驗報告	15%
	供應商管理	
	食品添加物	
	原物料處理	
	化學藥品管制	
	成品管制	
	庫溫管控	
(三) 追溯管理和回收	產品回收	10%
	產品追溯	
	庫存管理	
(四) 製程管制	製程管制製造管理	32%
	異物防治	
	HACCP 計畫管制	
(五) 病媒防治	病媒防治	5%
(六) 衛生管制	區域動線	30%
	一般建築	
	出入口及排水系統	
	照明設備	
	廁所衛生	
	洗手消毒	
	水質管理	
	器具、設備清潔及保養維護	
	衛生管理	
	人員衛生	
	倉儲管理	
	運輸管理	
	廢棄物管理	
(七) 檢驗量測設備	實驗室管理	5%
	現場儀器管理	
(八) 改善能力 (上次稽核改善 & 品異改善)	品異改善能力	逐項扣分
	全家鮮食客訴確認	
	重大缺失 - 效期管理	
	重大缺失 - 禁用物質管理	



2-2.6 食品容器與包材管理

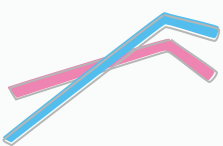
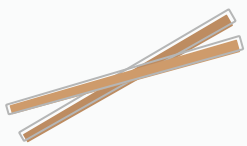
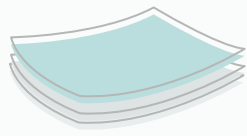
對於與食品直接接觸的相關容器與包材 2016 年起納入全面管控，上市前供應商須繳交第三方公證單位檢驗報告、上市後品保或鮮食單位依據成品或原料風險，排定不定期抽檢。

鮮食原物料課每月依據風險程度，抽驗製程中使用之包材，包材材質檢測分為供應商自檢及全家定檢：

- 1) 供應商自檢：每批新品需提出一年內有效材質檢驗證明及成品材質聲明書。
- 2) 全家定檢：可抽驗供應商新上架或既有品是否符合食品包裝法規規範。

以上檢測亦可因應 2018 年衛福部預計啟動之「食品接觸面含塑膠材質之食品器具、食品容器或包裝稽查抽驗專案計畫」，確保全家使用包材產品無疑慮。

品保部 2017 年針對店舖使用中 38 項包材進行材料檢驗、溶出試驗及耐熱度檢驗，檢驗結果皆符合衛福部制訂之食品器具容器包裝衛生標準。2017 年起規劃食品容器供應商每年 4 月須重新繳交合格檢驗報告，以管控包材品質安全。

分類	新導入包材 / 備品檢測項目	年度風險檢測項目
 塑膠杯 / 蓋、吸管等塑膠類製品	溶出測試、塑化劑、耐熱測試	溶出測試
 塑膠手套	塑化劑、重金屬	塑化劑
 竹製 / 木製品	二氧化硫、過氧化氫、聯苯	二氧化硫、過氧化氫
 紙製品	螢光增白劑、溶出測試	螢光增白劑

2-2.7 產品安全檢測

為了確保鮮食廠生產的食品安全，各鮮食自有廠皆會自行透過其廠內品檢室做自主檢驗，檢測原物料、半成品與所生產出之商品，同時「全家」亦會委託第三方公證單位（英商全國公證 Intertek 與德商騰德姆斯）做抽驗，對商品檢驗進行把關，檢測項目對應商品類別不同而調整，現有之檢測項目如下所示：

分類	檢驗項目說明
鮮食自有廠自行檢驗	1. 微生物（總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、黴菌…等）菌數 2. 米飯水份→水份率、碎飯率 3. 原料米驗收→水份率、碎米率、白粉質粒、異形粒、被害粒、熱損害粒、夾雜 4. 原料蛋液驗收→ pH 值
全家食品實驗室	微生物（總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌）
第三方公證單位檢驗	1. 微生物（生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、黴菌…等）菌數 2. 防腐劑 3. 食品添加物 4. 農藥 5. 動物用藥 6. 塑化劑、三聚氫胺…等化學檢驗 7. 重金屬 8. 其他檢驗（順丁烯二酸、丙烯醯胺）

「全家」為保障消費者食的安全，每年投入大量人力與資金做商品把關，針對所生產商品從原物料開始到店鋪販售陳列的成品，層層不定期的檢測，以確保商品的品質。「全家」期望透過外部獨立的檢測單位，專業的指導讓全家便利商店在品質把關上更嚴謹客觀。並建置對供應商品保分層管理的制度與規範。2017 年針對食品及與食品接觸之食器和包材投入之檢測費用共新台幣 1,035.6 萬元，與前一年度相比增加 5.5%。





2-3 全家鮮食價值鏈

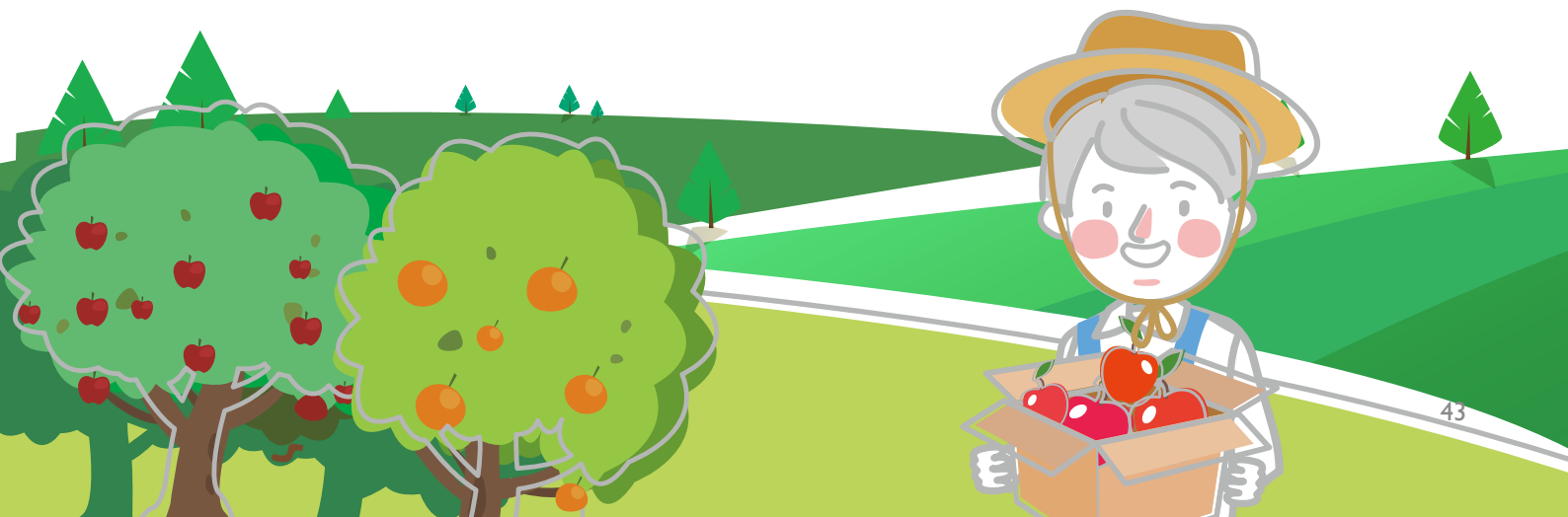
台灣外食族比例甚高，便利商店已成為顧客購買食品最便利的管道，作為以食品銷售為主的零售服務業，提供消費者可以吃的「安心」的食品，並確保「從農場到餐桌安心無虞」是最重要的價值。全家便利商店致力於原物料供應商、鮮食廠、物流中心及店舖端等供應鏈的全面檢驗，並持續努力的建制安心農場，讓消費者可以品嚐美味、安心又安全的食品。

2-3.1 安心農場新鮮供應

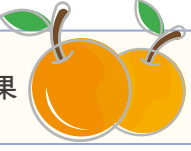
全家關心我們的土地及下一代，全家的鮮食產品中許多原材料是由第一線的農民辛勤栽種而成。我們希望藉由我們的力量保障農民的收入及農作物的品質。因此，在我們的生鮮原物料之供應中，我們建立契作、用藥及收購的規範，希望由我們做起建立在地的永續農業及安心農場。

全家在 2017 年持續與外部市場首屈一指的領導品牌「台糖」合作有機蔬菜的販售，提升店內販售蔬菜的供貨穩定及品質；而在店內販售的水果中，**90.9%** 為台灣在地生產，銷售最佳水果以香蕉及芭樂為主，其來源均來自台灣品質首選產地。芭樂產地為高雄燕巢，泥火山的土壤特性，透過草生栽培、產季調節、施肥效能運用及分級包裝等田間管理，確保每顆到店的芭樂都是安全美味的優級品。香蕉嚴選外銷日本指定品種「舊北蕉」，肉質細緻 Q 軟，產地主要來自於屏東與台東。透過低溫熟化技術、規格分級分裝及保溫配送至店舖，**24** 小時都能吃到香甜風味的香蕉。

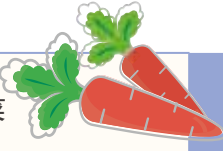
而年銷 **2,000** 萬條的「夯番薯」，其金黃綿密的香甜滋味是許多人的專業努力與嚴謹把關的辛苦成果。嚴選採用瓜瓜園農場優質台農 **57** 號地瓜，萬中選一、精挑細選送到全家的每顆夯番薯，歷經 **16** 道程序耗費近 1 年蘊釀，從源頭的健康種苗培育、入田耕作栽種、採收、分級挑選、儲存、出貨，是一連串緊緊互扣又密不可分的繁複流程與品管檢驗。當消費者在品嚐夯番薯，吃到的不僅是香甜美味與安心健康，還有背後近千名契作農民與工作人員的用心溫度！



2017 年度水果在台採購數量與比率

水果 	在地採購	非在地採購	合計
數量	3,691 噸	271 噸	3,962 噸
金額	222,389,000 元	22,241,000 元	244,630,000 元
金額佔比	90.9%	9.1%	100%

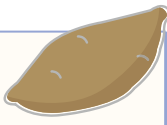
2017 年度蔬菜在台採購數量與比率

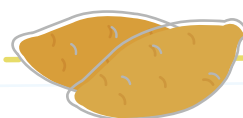
蔬菜 	在地採購	非在地採購	合計
數量	103 噸	12 噸	115 噸
金額	19,853,293 元	1,813,745 元	21,667,038 元
金額佔比	91.6%	8.4%	100%

2017 年度蔬菜認證比率

蔬菜 	有機	履歷	無認證	合計
數量	40 噸	16 噸	60 噸	116 噸
金額	7,986,274 元	3,083,562 元	10,597,202 元	21,667,038 元
金額佔比	36.9%	14.2%	48.9%	100%

2017 年度番薯在台採購數量

番薯 	在地採購	非在地採購	合計
數量	4,365 噸	0	4,365 噸
金額	318,273,106 元	0	318,273,106 元
金額佔比	100%	-	100%



農場直送 100% 自然甜的安心地瓜 - 夯番薯

根據市場調查顯示，近幾年消費者對原味飲食的接受度越來越高，歸因在食安風暴後，國人無論是飲食、食材或餐廳的選擇上都希望追求原味、去除添加物。而品牌識別度極高的熱銷商品 - 「夯番薯」，儼然已成為「全家」的代名詞，自 2008 年銷售至今熱潮不退，今年「全家」與「瓜瓜園」開發團隊努力穩定供貨源、提升品質控管，消費者也給予最直接的回饋，夯番薯榮登「全家」食品類含金量最高寶座！



不簡單「夯番薯」，16 道程序 1 年蘊釀的美味安心

有別傳統單純人工作業耕作方式流程，瓜瓜園農場與農民進行契作合作早已行之有年，建立起完整的契作與驗收制度，並持續不斷地導入現代化的科技管理系統與自動化機器，不僅提高地瓜品質標準也同步提升產量。

“美味安心”是夯番薯不變的承諾，也因此安心從“源頭”開始，瓜瓜園農場從一開始的種苗就嚴格控管，自行培育健康種苗，光是前段的種苗繁育工程就將近耗時半載，確定種苗品質符合標準，才能進入田間作業階段，並提供給全台所有契作農田使用。



田間作業階段，進入田間種植到採收約 5 個月，可說是最難控管又具高難度的挑戰關卡，因為台灣農田畸零散落，每塊契作田區就像人一樣，大小形狀、土壤情況、地勢高低、排水方向等等都不同，田間管理方式也就會跟著不同，此外還要隨時視天氣變化，做因應解決。為讓田區作業可以步上軌道，確保地瓜供貨品質與穩定性，瓜瓜園農場除了擁有豐富農作經驗傳承，並透過數位科技與中大型農機具的導入應用，將 1000 多頃的地瓜田全數登錄、納入管理，藉由友善的操作介面，迅速完成農場排程、田地定位、管理等事宜，讓經驗與科技的緊密結合，有了更多更好品質的香甜地瓜。

從種苗培育工程、田間作業耕作、採收、分級選別、儲存到最後出貨，16 道程序耗時 1 年作業，並且需再經過 6 道品管和 7 項檢驗的嚴格檢視，處處用心、層層把關，就是為了給消費者安心美味夯番薯！

2-4 食品安全體制推動



2-4.1 食安專責組織

為強化食品安全管控與對應突發的食安事件，2015 年成立「食安管理課」，主要負責食安法規推動因應、食安新聞資訊偵測蒐集及與外部衛生機關對應溝通的窗口，並對集團內部推展「食安」與「食育」政策。

項目	說明
食安推行面 以高於官方標準的規範進行食品／原物料把關	專案會議： 每月定期於召開，並就公告法令／草案進行決議與因應做法
	品保通報： 將專案會議中法令及因應做法以品保通報方式進行資訊共有
	擴大早會： 每月定期於週擴大早會宣達與同仁進行資訊共有
食育推行方面 就食材／原料、添加物，提出規範或建議	品保報導： 以法令推動為主要，並搭配節慶分為三個主題，以增進品保意識
	食育偵測： 提出對健康有益食材的相關報告，並建議可多使用



每月固定召開「食安專案管理會議」，並將跨部門之與會成員或組織分為五組，由物流品保本部長主持會議裁決全家集團內相關品保政策與法規對應。2017 年共召開 12 次「食安專案管理會議」重要食安法規決議有：

項次	食安法規	會議中裁決對應
1	廢棄物處理申報規定	依法令規範辦理
2	市售奶油、乳脂、人造奶油、脂肪抹醬之品名及標示規定	依法令規範標示
3	修正應建立食品追溯追蹤系統規範	依法令規範辦理
4	自動販賣機自主衛生管理指引	依法令指引辦理
5	含奈米物質食品器具包裝申請指引	依法令指引辦理
6	生鮮雞蛋品洗選作業指引	全家體系均使用 CAS 蛋
7	台北市食安自治條例 (日本產地標示)	依法令規範辦理
8	食品用洗潔劑標示原則	依法令規範標示
9	全家食品安全監測計畫作業準則	各單位依現有作業頻率執行
10	包裝食用醋標示規範	依法令規範標示
11	荷蘭、瑞典、日本等國牛肉進口規定	依法令規範辦理
12	包裝醬油品名標示規範	依法令規範標示
13	食品製造工廠衛生管理人員設置辦法	依法令修正規範辦理
14	應設置衛生管理人員之食品製造類別	依法令修正規範辦理
15	應設置專門職業或技術證照人員之食品業者類別及規模規定	依法令修正規範辦理
16	食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法	依法令修正規範辦理
17	食品安全管制系統準則規定	依法令修正規範辦理
18	食品業者登錄辦法	依法令修正規範辦理
19	食品業者應保存產品原物料、半成品、成品來源相關文件規定	依法令修正規範辦理
20	包裝食品正面營養資訊標示作業指引	依法令規範標示



食安會議編制成員：





為強化集團品保意識，2017 年 12 月召開首次集團品保交流會議，邀請外部專家學者與績優廠商專題分享，藉以推展集團食安暨食育政策、發展天然少添加、均衡飲食的鮮食概念。而鑑於觀察到消費市場對於食品天然、減少人工化學添加物、配方和加工製程簡單的「健康飲食與食育推展」趨勢，2018 年起全家亦展開「Clean Label 潔淨商品」規劃。



◎ 單位：里仁有機

分享主題：健康飲食趨勢
開發健康／少添加的商品與實務分享

◎ 單位：振芳公司

分享主題：添加物減量
食品添加物之管理與減量

◎ 單位：食力媒體

分享主題：食育推展
健康飲食與未來食育推展趨勢





2-4.2 店舖品保作業精進

藉由品保管理機制與教育訓練，每年安排總部與營業幹部教育訓練，店舖端從業人員則透過回訓或「全家數位學習網」中電腦線上課程，強化全員品保概念與意識。



品保作業精進作法：



品保教育訓練：

1. 總部與營業端幹部教育訓練：品保相關課程、店舖衛生管理清潔、食品標示說明…等。

2. 店舖端教育訓練：

- 上課人員：店長與門職人員、工讀生
- 課程內容：過期品管理、溫控作業、FF 商品操作等
- 線上課程明細：



學習目錄課程名稱	課程名稱
店鋪清潔達人速成班	全家店鋪清潔達人速成班 - 賣場篇（行動版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 制服篇（行動版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 休憩區篇（電腦版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 租賃用品篇（行動版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 廁所篇（行動版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 病蟲害防治篇（行動版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 一般清潔項目篇課程（電腦版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 他項清潔項目篇課程（電腦版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 輕鬆成為 NFI 店清潔達人篇（電腦版）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 病蟲害防治精進（備品運用篇）
	全家店鋪清潔達人速成班 - 季節型清潔維護篇
	店鋪清潔達人速成班 - 魔術靈清淨劑使用方法
	店鋪清潔達人速成班 - 登革熱防疫宣導
品保學院	全家品保學院 ISO 課程 - 倉庫清潔管理課程（電腦版）
	全家品保學院 ISO 課程 - FF 機台清潔管理（電腦版）
	全家品保學院 ISO 課程 - 清潔品管理（電腦版）
	全家品保學院人員衛生篇（電腦版）
	全家品保學院 - 病蟲害防治篇（電腦版）
	全家品保學院 - 商品保存篇（電腦版）
	全家品保學院 - 環境衛生篇（電腦版）

2017 年度總部、營業端幹部與 ISO 衛生內部推廣店鋪人員品保訓練課程共計 10 場次，有 480 人次參加受訓。

時間	教育訓練部門與課程名稱	人次
2017/1/18	商品標示法介紹	119 人次
2017/2/24	HACCP 食品安全管制系統	27 人次
2017/3/13~3/31(8 場)	ISO22000 教育訓練	334 人次
總計	10 場次	480 人次

（上述人次以受訓時在職人數為統計基準）



2-4.3 店舖嚴格控管

自 2015 年起，「全家」委由外部機構進行店舖點檢，每月針對品保工作日誌記錄情形、清潔用品管理、重點商品管理、設施 / 設備管理、商品管理及觀察項目六大類別進行逐項稽核，計分採倒扣方式，六大類別共 18 項檢查項目，除 6 項配分為 10 分外，其餘每項配分為 5 分，過期品則因屬嚴重缺失項目單項比分為 100，總分 80 分 (含) 以上方為合格。2017 年度共抽檢 6,480 店次，不合格為 139 次，包含檢驗有 139 次過期品，及格率為 97.9%。針對不及格者則於次月持續進行檢查，至店舖已達標準為止。而透過嚴格控管店舖合格率也逐年提升，如下表



近三年店舖抽檢合格率：

年度	2015 年	2016 年	2017 年
抽驗店數	6,004	6,483	6,480
不合格數	227	182	139
合格率	96.2%	97.2%	97.9%

「全家」亦訂定「顧客抱怨處理作業程序」積極回應消費者之客訴，其中針對過期品相關客訴列為嚴重客怨情形，總部將針對客訴店家發出改善通知書並根據明訂之懲戒辦法懲處店舖人員，管理商品品質。

每年夏季營業高峰期前，針對店舖執行《品保演習》，模擬各縣市衛生主管機關到店舖抽驗商品的模式，結合檢驗公司到店抽樣檢驗，以強化店舖人員品保意識與衛生管理。

本公司嚴格遵循政府單位所公告食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則、食品衛生標準及其他與食品安全衛生相關之法規與規範。雖然經過嚴格控管，但 2017 年在全台 3,154 間店舖之中，仍發生了 1 件因廣告不實而違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，遭主管機關裁罰新台幣 4 萬元。

詳細內容如下：

違反事項	主要原因	處分內容
食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項	新莊學府店及新莊建國店印製刊登「香蕉」廣告立牌，內容宣稱香蕉的功效：減少失眠、防治低血鉀症…等廣告文字，易誤導消費者該產品具有上述功效，涉及誇張易生誤解之情形	罰款 4 萬

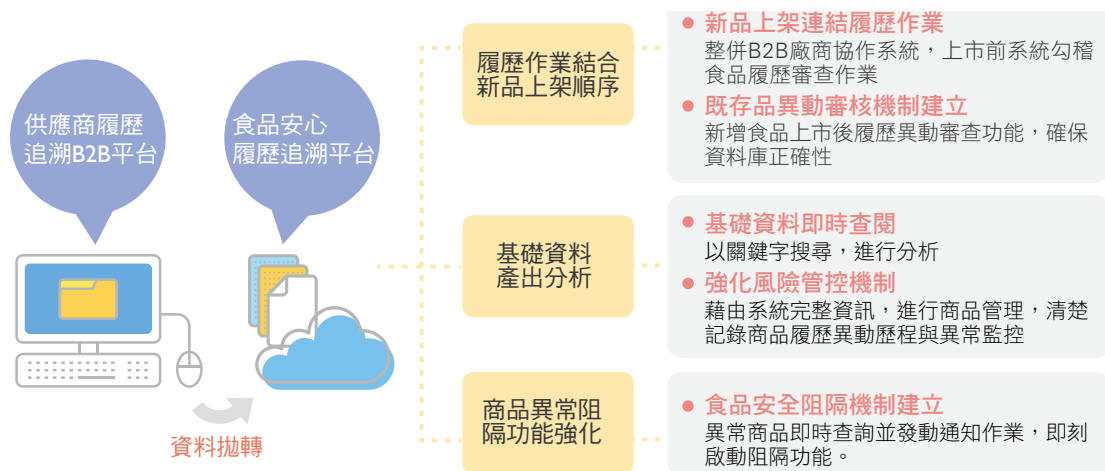
為了避免事件重複發生，我們加強了對店舖的教育，並向地區營業部宣導如有廣宣物需求，可連動鮮食部、整合行銷暨企劃部規劃，經智財審核後再行製作以免觸法。

2-4.4 食品安全履歷

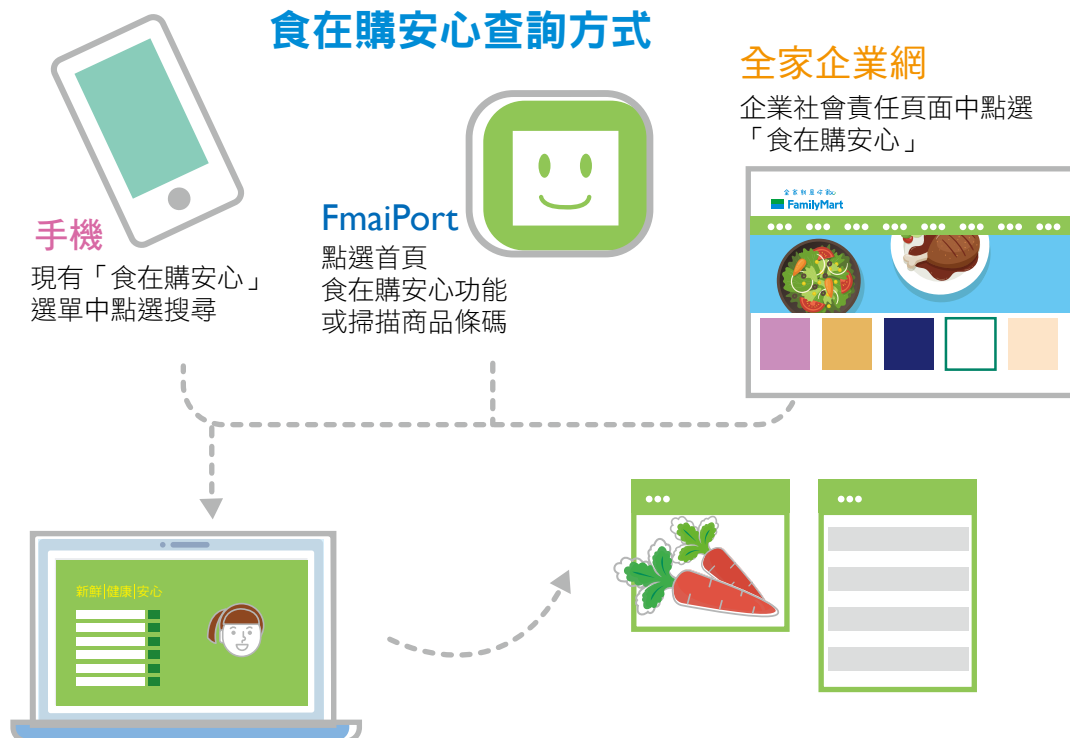
「全家」從 2012 年起開始逐步建構「食品溯源管理系統」，設立食品履歷雲端中心，並經第三公證單位查證，發現可疑食品，立刻阻斷，2014 年通過經濟部審查，成為全國第一家「CVS 通路食品履歷服務模式」示範業者，同時建置「食在購安心」平台，商品資訊全面透明化，讓你可以選擇不含過敏原、不含某些肉類（如：牛肉），或適合卡路里的食品，更建立通路阻隔機制，嚴格把關食品安全，讓你放心吃得安心！



履歷平台說明：



食在購安心查詢方式





2-4.5 全家自有食品實驗室建置

因應食安法規上市 / 櫃公司或經中央主管機關公告類別 (油脂、肉類等 10 類) 且資本額 1 億以上之食品業者，需設置實驗室，與金管會要求上市、上櫃公司在企業社會責任報告書中，應加強揭露依法規要求或自願設置食品實驗室相關支出占營業收入淨額之百分比的規定。

「全家」於 2015 年 12 月先完成抗生素快篩實驗室設置，並同步籌劃國家認證層級的食品實驗室，歷經 2 年多的廠房建置、空間規劃、人員招募與設備儀器採購，初期投資不含廠房建置，2017 年食品實驗室產生費用總計新台幣 632.5 萬元 (註)，佔個體營業收入 0.01017%。實驗室初期以檢驗店鋪架上商品、原物料及全家餐飲集團相關食品檢驗，優先落實自主檢驗把關及食安風險偵測的管理。長期目標則是提供外部檢驗服務，共享食安品保的安心價值。

(註) 食品實驗室產生費用包含儀器設備、檢驗、薪資、折舊及雜項購置等費用。

「全家食品實驗室」於 2017 年 4 月開始稼動收件檢測，至 2017 年共檢驗 1,170 件。目前可檢驗項目有 3 項，為食品衛生檢驗指標的大腸桿菌、大腸桿菌群、總生菌數，爾後每年擴增檢驗項目。並規劃取得衛福部 (TFDA) 與全國認證基金會 (TAF) 國家級實驗室的認證，以提升食品實驗室檢驗專業能力與公信力。



建置全家食品實驗室的目的是：



完備檢驗
安全安心

原物料：商品定檢、專案
檢測…等



食安快速
應變能力

即時採樣：即刻檢驗、快速
獲得結果



強化食安
監測機制

深化三級管理，品質監控
把關



關鍵績效:



112,138 個顧客聲音

2017年度全家總計處理112,138件消費者服務



1.518 億元

「全家」集大眾之力，小額募款大大幫助

2017「全家」透過零錢捐以及FamiPort小額捐款共計募得1億518萬4,234元，幫助台灣青少年權益聯盟、快樂學習協會、董氏基金會等23個團體。



共幫助 **23** 個公益團體

發揮平台優勢 協助23個公益團體越來越好

2017年「全家」透過零錢捐、FamiPort小額勸募，等公益行動，共協助23個公益團體在「兒少關懷、身障扶助、婦女關懷、動保關懷」等領域幫助社會，讓全家有機會和你一起越來越好。



279,066 份晚餐

助學偏鄉童，免費課輔班服務台灣各鄉鎮

全家與快樂學習協會合作免費課輔班活動，幫助弱勢孩童下課有人陪伴，2017年共募得2,353萬元，幫助2837名兒童接受免費課業輔導，供應279,066份晚餐。



511 位青少年

關懷國內青少年，提供職涯輔導明燈

全家關注國內青少年就學以及就業議題，自2007年起便與台少盟合作多項弱勢青少年培力方案，2017年共輔導511位青少年。

3

顧客信任與社會關懷



3.1 營造顧客信任的好店鋪

一直以來，我們將第一線服務人員的訓練及教育列為首要課題，唯有完善的服務訓練才能提供穩定的服務品質，現行店鋪從業人員訓練制度中，將服務教育區分為初階至高階等分階段漸進式學習，讓店鋪人員從最基本的基礎 SOP 應對服務、(如入門話術、專業應對，結帳禮儀)、逐步提升到中階感動課程，(多些關心和問候，提供消費者有溫度的服務，到客怨應對處理)，更甚高階課程導入商圈經營服務概念，進而將其所學實踐在每日的服務中。

在管理上，全家透過店長和營業幹部每週內部自我檢核機制，針對店鋪之服務 (S) 品質 (Q) 與清潔 (C) 項目進行檢視，並找出共識及改善缺失，另外，公司也委託外部機構評核，由消費者視角觀察，避免內部人員檢核盲點，讓服務更貼近消費者需求。

3.2 消費者權益保護

傾聽消費者的聲音，是我們與消費者溝通的重要管道之一。為配合店鋪 24 小時營運及提供消費者立即反應的管道，全家消費者服務專線於 2011 年 4 月起成立 24 小時中心，可隨時接收來自於消費者的反應聲音，為四大超商首例。除此之外消費者亦可透過全家官網信箱與全家進行聯繫與反應。消費者服務專線在接獲消費者反應後，依照業務或地區分類，通知負責單位立即進行瞭解及處理。處理完畢後，經負責單位協、經理確認後方可結案。(客訴處理作業詳細流程如下圖)

2017 年消費者服務專線每月平均為 9,345 位顧客提供即時的服務，總計共服務 112,138 個聲音。





全家便利商店 2017 年並無違反消費者權益的法規 (消費者保護法、個資法、公平交易法) , 而遭主管機關裁處之紀錄。2017 年亦無侵犯顧客隱私或遺失顧客資料有關的投訴, 未來我們也將繼續為消費者之權益而努力。

經銷單位：  經濟出版社



3.3 好里長的便利服務

全家的店舖以服務在地居民為主，全家總是「主動為顧客多想一點」，致力於開創創新服務模式。2017 年我們持續增加多項便民服務，包括如建構多元支付平台、導入台日跨境店到店等，以期許能成為每個社區的「好里長」。

新零售「隨」經濟發燒 建構最多元支付平台

金管會資料指出，信用卡刷卡額連續 8 年成長，為迎接虛實整合的全新零售業時代來臨，提供符合民眾需求的消費方式，全家持續導入受消費者喜愛的各種支付，截至 2017 年 12 月，我們導入的非現金支付工具如電子票證、信用卡及行動支付等達 26 種，為四大超商之冠，我們致力打造多元支付平台，提供消費者最便捷、快速的消費體驗。



「全家」首創台日跨境店到店服務

「全家」為提供顧客更便捷之服務，主動並積極地發想生活創新方案。根據資策會研究報告顯示，消費者跨境購物比例逐年增加，且相關報告預估 2020 年全球網購人口中，跨境購物比例將從四分之一成長至二分之一，其中高達 40% 營業額來自亞太地區，而日本為台灣消費者跨境網購最喜愛國家之一，因此台灣全家與日本全家運用自身物



流配送和綿密據點優勢，推動「台灣寄、日本取」店到店服務，除滿足一般民眾寄件需求之外，更希冀成為台灣個人賣家或小型商家開拓日本網購商機的橋樑。

3.4 現場服務再升級

便利商店經營核心為適時適地以最有效率的方式滿足顧客需求，解決顧客生活中的需要。連鎖加盟業態最難的就是一年 365 天，所有第一線服務人員都能提供穩定的服務品質。為了達成此目標，2017 年持續推動第一線服務人員教育課程，除一般基礎服務外，課程也帶入情境話術和感動服務案例說明，並於各地區提出服務示範店，以服務示範店為標竿，藉由示範店服務氛圍，提供其他店鋪觀摩學習。而在 2017 年，第一線同仁的努力也獲得消費者及各項評鑑的肯定。

全國商店傑出店長選拔

全家參與 2017 年台灣連鎖暨加盟協會舉辦的全國傑出店長競賽，今年在便利商店組共選出 7 位傑出店長，其中全家獲得 4 位佳績，佔總獲選人數 57%，並獲得 8 項個人獎。台灣連鎖加盟協會全國傑出店長選拔，於每年 7 月 ~11 月間進行，競賽項目包含面試、神秘客探訪、店務經營心得寫作、創新經營點子等項目。全家由各營業部門遴選各部表現優異店長，經過總部初選、複選、決選，通過決選之店長即為該年度準全國優良店長，並代表企業參加傑出店長選拔。





獲得如此佳績都是店長與團隊努力的結果，我們也深信，提升服務力與店長競爭力是全家加盟總部必要且長期的投資。



遠見服務力評鑑 超商組第九度奪冠



全家便利商店於強化第一線服務力的投入，獲消費者廣大好評，也在 2017 年的「遠見」雜誌服務力評鑑，再次榮獲便利商店業界冠軍！「遠見」雜誌服務力評鑑，被喻為「台灣服務業奧斯卡獎」，神秘客評鑑時間長達半年，評鑑內容分為基本能力測試，以及考驗現場第一線人員、隨機應變能力的「魔鬼題」，共計有 20 大服務業態接受

評測。根據「遠見」雜誌評鑑結果，全家便利商店的第一線服務人員的服務水準具一致性，且在細膩處用心，能對應不同顧客需求，因此順利通過考驗，拿下便利商店組冠軍。該雜誌今年度服務力評鑑，只有「全家」九度奪冠，不僅創下最多次的獲獎紀錄，也在便利商店組寫下新紀錄。



3.5 全家就是你家 一起打造社區價值共享平台

我們以企業核心優勢加上創新敢變的精神，串連超過三千間實體店舖與完整的供應鏈和物流體系，讓「全家」不僅僅是滿足您一家所需的便利商店，也促成人与人之间美好價值的永續。我們也期許每一家全家便利商店，都能成為凝聚臺灣各鄉鎮的力量，當民眾無論於何時、何地走進任何一家全家便利商店，都能隨手參與公益。



全家便利商店與社團法人中華基督教救助協會合作「愛心套餐」物資認購捐活動，運用店舖網絡號召民眾認購物資，2016 全年共募得 97,957 套愛心套餐，透過物流網路送至物資集散地，2017 年發放 46,316 套愛心套餐，共幫助 4,999 戶弱勢家庭獲得三餐基本飲食，渡過生活難關。

「全家」每天和顧客在一起生活，一起讓社會愈來愈好，這是我們的理念，更是不變的承諾，因此，身為社區裡價值的共享平台，對於每位來到店舖捐款的民眾負起代理監督的責任，主動要求合作的公益團體夥伴必須符合法規，公開財務資訊與遵循法令，並定期將募款成績與服務成果公佈於官網，以召公信。另一方面，「全家」在官網設立社會關懷聯絡專線，提供公益夥伴友善的聯絡管道。

全家 CSR 企業社會責任合作服務專線

02-25239588

pr@family.com.tw



全家公益平台，匯集愛心捐款幫助弱勢

全家擁有超過三千間店舖，都是民眾愛心捐款的公益平台，2017 年透過零錢捐與 FamiPort 小額捐款，共累積 1 億 518 萬元。2017 年度零錢捐分別和五大公益團體合作各項公益計劃，匯集民眾愛心捐款共 5,728 萬。五大公益行動分別是台少盟「逆風少年大步走青少年就業力培訓暨教育助學計劃」、董氏基金會「兒童食育力」計畫、勝利社會福利事業基金會「扶他一把好工作 - 身障者社區就業計畫」、唐氏症基金會「快樂工作，努力築夢」小作所培力計畫、快樂學習協會「愛's 零錢捐活動」

另透過「全家」店舖中的 FamiPort 小額勸募，共募得 4,790 萬元，幫助逆風少年專案、伊甸基金會、兒福聯盟等 19 個公益團體。公益團體如下：」。



1 財團法人切膚之愛社會福利慈善事業基金會

2 財團法人中華民國唐氏症基金會

3 社團法人台灣防止虐待動物協會

4 財團法人崔媽媽基金會

5 社團法人中華基督教救助協會

6 社團法人中華育幼機構兒童關懷協會

7 社團法人台灣失智症協會

8 財團法人中華民國兒童福利聯盟文教基金會

9 財團法人基督教芥菜種會

10 社團法人台灣少年權益與福利促進聯盟

11 財團法人屏東縣私立畢嘉士社會福利基金會

12 財團法人臺北市喜樂家族社會福利基金會

13 財團法人勵馨社會福利事業基金會

14 財團法人癌症希望基金會

15 社團法人中華社會福利聯合勸募協會

16 財團法人紙風車文教基金會

17 財團法人伊甸社會福利基金會

18 社團法人中華民國快樂學習協會

19 財團法人惠光導盲犬教育基金會



弱勢童陪伴行動，與弱勢童一起長大

「全家」長期關心弱勢孩童的教育議題，2012 年就與社團法人台灣非營利事業經營管理協會合作的「雙東微笑～偏鄉・弱勢孩童課後照顧陪伴募款計畫」，提供弱勢孩童課後輔導。

2015 年「全家」更與吳念真導演號召成立的「中華民國快樂學習協會」合作，透過為孩童們打造「孩子的秘密基地免費課輔班」，關懷缺乏家庭支援或是學習資源的弱勢孩童，幫助弱勢孩童下課有人陪伴。

2017 年透過零錢捐與 FP 小額捐募款，全年共募得 2,696 萬 4,219 元，幫助 100 個秘密基地課輔班、2,837 名兒童接受免費課業輔導，供應 279,066 份晚餐，讓他們下課有人陪，還有熱騰騰的食物可以吃！

2017 年「全家」也邀請 盧廣仲 擔任「全家公益小隊長」，與秘密基地課輔班孩童一起創作演唱「有你不一樣」單曲並拍攝 MV，呼籲民眾一起到店鋪投下零錢捐做公益，打造陪伴孩童的秘密基地。而這首「有你不一樣」MV 更有超過兩百萬的總瀏覽人次，其社群互動次數更超過五萬次，獲得廣大民眾參與。





全家攜手台少盟，世代關懷一起走

「全家」擁有大量青少年工作夥伴，消費客群中，也有為數甚多的青少年朋友。這層緊密的連結，促使「全家」長期關注青少年的成長發展，自 2009 年始，正式攜手台灣少年權益與福利促進聯盟（簡稱台少盟），展開「逆風少年大走」公益計畫，透過「就業力培訓」、「徵給力創意培訓」、「教育助學」等計畫提供弱勢青少年就業、就學的幫助，2017 年零錢捐共募得 1,440 萬 7,025 元、幫助 511 位青少年。

逆風就業力培訓計畫

2017 年共舉辦 8 場「職涯規劃團體」，服務 88 名青少年；而「就業力培訓課程」服務 48 名青少年並完成培訓課程，共有 44 名學員在職場見習及穩定就業。

本計畫執行 8 年期間，總計服務 960 位青少年、有 53 位「全家」店長及店舖共媒合 574 位職場前輩擔任愛心雇主，其中更已輔導培訓 757 位青少年媒合到職場見習及穩定就業，提升青少年就業力。



逆風多元創意徵給力 就業培訓計畫 (2017 新方案)

2017 年共有 8 家合作據點分別在全台各地提供弱勢青少年就業培力的服務，深度輔導 77 名逆風少年，由專業就業輔導人員提供就業力提升課程，職場見習等完整個案追蹤服務，另提供 228 名青少年職涯探索諮詢、測評、講座與營隊活動，協助青少年規劃職涯。

逆風教育助學計畫

透過教育助學計畫，2017 年共計幫助 70 名半工半讀的經濟弱勢學生完成夢想。截至 2017 年底，在「全家」企業志工投入招生宣傳下，學員透過教育資助金，完成自己的夢想。總計幫助 912 名半工半讀的逆風少年持續學習，並支持 529 名逆風少年完成夢想實踐計劃。

全家多元關懷，從弱勢族群到社區活動

勝利 x 全家便利商店，扶他一把好工作

全家與勝利身心障礙潛能發展中心（財團法人台北市勝利社會福利事業基金會前身，以下簡稱勝利）攜手合作，開創企業與公益團體跨界合作的便利商店就業模式至今，也是台灣第一間由身障者提供便利商店服務的合作超商，2016 年新開設「敦中店與新店新百合店」。

我們認為，便利商店具備就業專業門檻低，標準化且完善的就業訓練與社區連結度高等優勢，有助於身心障礙者作為進入社會職場的第一站。至 2016 年底，共開創五間勝利全家便利商店「台大二活店、松醫店、敦中店、汐止福全店、新店新百合店」。其中松醫店、敦中店、汐止福全店也同時兼具「庇護工廠」的功能，以「混合障別」工作團隊，SOP 重製轉化，加上輔導員兼店長專業協助，協助身心障礙者作為投入社會前，職場適應的第一站，未來，「全家」將和勝利持續合作，共同發展出「社區就業」新模式，持續幫助身心障礙者回歸一般性職場。



「全家」亦和「勝利」展開「扶他一把好工作—身心障礙者社區就業」計畫，透過零錢捐募集共同協助具有就業意願之身心障礙者，2017 年共募得 629 萬 691 元，以根據個人意願與職能選擇，在便利商店和加油站等不同的業種，接受工作技能與訓練，最終目標為讓每個身心障礙就業者回歸社區，發展穩定的就業能力與生涯規劃，形成獨立自主的工作人格與自信。



一塊支持小作所，一圓唐寶寶就業夢

根據統計，唐氏症者及特教學校身心障礙者之畢業生投入職場不到 2 成，其他大部份都回到家庭由家人照顧，長期下來身、心及工作技能皆慢慢退化，並成為家庭負擔。

為提供唐氏症及身心障礙者就業培訓、生活自理訓練、日間照顧的服務，「全家」透過超過三千家店舖募集零錢捐，支持唐寶寶就業力培訓計畫，2017 年共募得 427 萬 5,826 元，除持續幫助現有七家小型作業所維運外，於 2017 年 7 月，協助成立土城站全新小型作業所，提供唐氏症暨特殊教育畢業生工作訓練與日間照顧，幫助他們藉由工作找到自我價值，也解決畢業後家長無法工作需在家照顧的問題。進而將其推薦至庇護工場，希望他們能到企業上班，經濟獨立、自給自足。



提升兒童食育力，你我一起努力



根據 2012 年國民營養健康狀況變遷調查，國小學童高血糖盛行率為 27.11%，每 4 名兒童，就有一人血糖超標！其結果將提高患慢性病的可能性，將來藥不離身，成為膠囊世代。

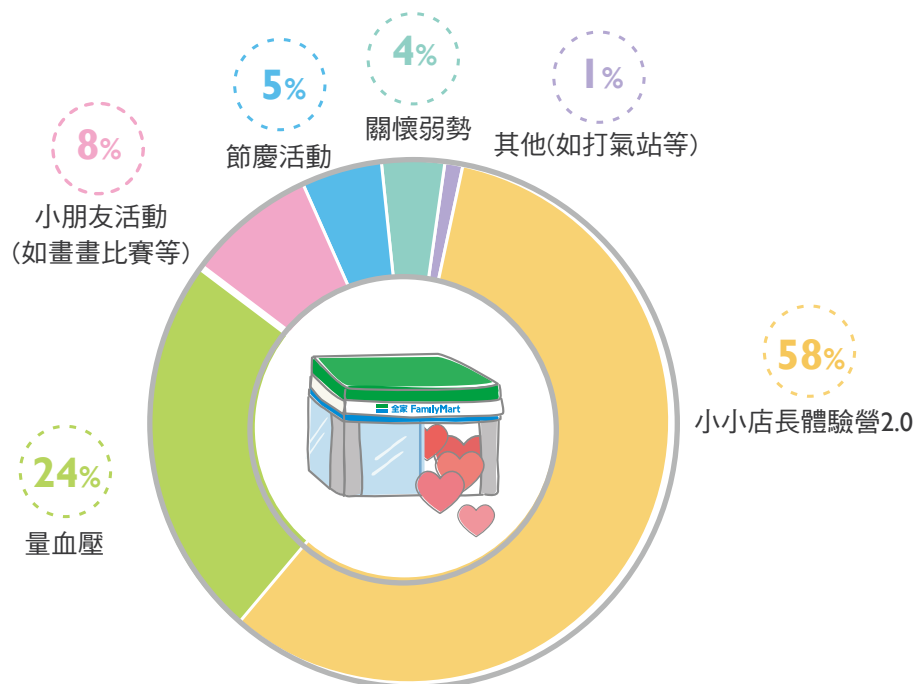
2017 年，全家與董氏基金會攜手合作「提升兒童食育力」公益專案，透過公益零錢捐募得 877 萬 5,231 元，並協助董氏基金會發展校園食育模組，共培訓超過 800 位人員成為食育推廣的校園種子部隊，從學校與家庭雙管齊下，從小培養孩子正確的飲食習慣。另一方面，全家也和董氏合作將正確的「飲食教育」融入小小店長的活動中，共計有超過 2500 個孩子透過遊戲習得正確的飲食習慣。

全家一起 互動學習

全家依據不同商圈的需求，舉辦各種不同與商圈顧客「搏感情」的社區活動，2017年合計舉辦 2698 店次，其中包含小小店長體驗營 2.0、節慶活動、關懷弱勢…等活動。社區活動能深入在地居民生活，使得「全家」店舖在當地形成「社區活動中心」、「里民交流中心」。我們的目標不只是讓顧客滿意，更希望與顧客培養家人般的情感。



⚙️ 2017 年社區互動之各類活動佔比





一起玩更好學的社區活動，小小店長體驗營



「全家」推出小小店長體驗營活動超過 9 年，累積近 63,000 個家庭參與，自 2016 年起，全新小小店長體驗營 2.0 版更加入了飲食教育與不定期的節慶特別版活動，讓孩子學習飲食觀念外，更讓親子在全家創造驚喜和回憶。2017 年共舉辦 1841 場，共 910 家店參與；參與兒童 22,899 人次，接觸顧客數 91,596 人。

小小店長來到全家的店舖中擔任一日店長，實際體驗及參與我們的工作。透過活動從中學習服務人群與付出。除了寓教於樂，也藉此拉近消費者與店舖的距離。體驗活動後，還可使用「全家小小讀本」親子一起複習生活教育。

在全家小小店長滿意度調查中顯示，參加全家小小店長體驗營 2.0 後，**97.2%** 的家長認為增加對「全家」的好感度並認同《小小讀本》能陪伴孩子享受親子共讀時光。且 **94.9%** 的家長認為參加小小店長活動後，可以讓親子關係更緊密，讓孩子的生活習慣變好。

97.6% 家長表示加入《飲食教育》，認為有助於對於孩子認識食物及均衡飲食。



我們相信，透過與消費者及社區間的互動，不僅能增進消費者的親子互動，也能透過這個場域，傳達全家提供好產品與服務及維護下一世代的企業社會責任信念。

關鍵績效:

✓ **2.3 %**
2017年用電密集度為6,271 kWh/百萬營收，
較2016年降低2.3%

✓ **3,130 台**
共回收3,130台廢筆電(統計2010至2017年)

✓ **67,973 支**
共回收67,973支廢手機(統計2010至2017年)

✓ **219 公噸**
共回收219公噸廢光碟(統計2010至2017年)

✓ **1,317 公噸**
共回收1,317公噸廢電池(統計2009至2017年)

SDGs



SDGs



SDGs



4

最愛地球在全家



4.1. 環境管理政策

身為台灣服務業領導品牌，全家便利商店不僅力求創新，成為支持大家生活各面向的「生活基盤」，更深刻意識企業肩負守護地球環境的責任，致力於打造兼具便利、舒適且環保的空間。為實現永續綠色經營，全家在節能、商品、店鋪、物流、總部營運等各面向，制訂持續改善計畫，隨時思考營運對環境可能產生的負面衝擊，確保與地球的和諧共生。

全家的環境管理政策主要有以下三個方向：

1. 以能源管理系統為核心，總部端進行店鋪用電需量監控
2. 具體推動照明設備，並透過照明設備減量，成功降低店鋪用電量
3. 最佳化空調配置，達到省電舒適雙重效果

4.2. 力行節能減碳



店鋪節能自檢



店鋪節能最重要的就是「人」的操作，全家針對門市節能自我管理共歸納 12 項作業內容，包括每日記錄品保溫度、晨間關閉騎樓燈、冷氣濾網清洗更換等。未來我們也將持續升級能源管理系統，並加入預警報修，達到智能化設備與電力管理目標。全家希望以能源管理系統為基礎，將冷凍、空調機台納入大數據分析，提升能源使用效率並進行科學化工程管理。

店舖節能自我管理 12 項作業內容

- | | |
|--|--|
| 01 落實品保記錄簿，記錄溫度異常 | 07 冷氣溫度設定 26度C |
| 02 晨間騎樓燈關閉 | 08 冷氣濾網應每週清潔一次，以降低風阻耗能 |
| 03 招牌 Timer 調整招牌晨間關閉 | 09 補貨後關閉冷藏庫內燈  |
| 04 隨手關閉後場電燈  | 10 補貨後應立即關閉冷藏櫃，避免外氣進入加耗能 |
| 05 開關一按省電不難 | 11 請店舖人員勿阻擋冷藏櫃下方迴風口，以免冷氣外洩造成電量增加 |
| 06 夜間溫降， 2號 空調關閉 | 12 店舖用電異常與電費季節調整提醒 |



節能管理措施

全家主要能源消耗的地方為全台的店舖，我們深刻體會到企業除了營收成長外更應肩負友善環境、永續發展、減少地球環境衝擊的企業責任。因此全家早在 2005 年與工研院環境與能源研究所合作，結合台灣產學研究團隊，開發出可以動態調節便利商店內各種設備的「網路型分散式能源管理系統設計技術」，透過電腦系統動態調整各種設備運轉，減低耗能。近幾年我們的節能策略包括操作節能、設備改良、系統控制等三個面向，門市到總部落實每個節能政策，讓節電如細水長流，最後就可節省可觀的費用，也有助減碳環保。近幾年，我們持續地導入能源管理系統，以「用電需量抑制」及「節能監控故障預知」為核心，截至 2017 年，能源管理系統裝設店數，總計 2828 店，裝機率達 89%，較 2016 裝機家數多了 161 家，裝機率提升了 2%。全家未來節能技術上，主要會著重物聯網 (IoT)、資通訊技術 (ICT)、人工智慧 (AI) 三大領域導入，希望物聯網可配置到主要設備上，資通訊技術協助能管系統升級改良，人工智慧技術則進一步運用在節能系統上，未來如發展智能便利商店，EMS 節能管理系統可望成為下一個世代通路的轉型關鍵，引領零售業朝綠能模式經營。

⚙️ 近三年能源管理系統安裝店數與裝機率

年度	2015	2016	2017
裝機店數	2,451	2,667	2,828
裝機率	82%	87%	89%



(亮點) 通路節能管理系統計畫

由於全家企業文化向來重視環保永續，故於 2005 年，我們與工研院合作開發能源管理系統，2017 年已開花結果，運用此綠色科技揪出「電力殺手」，實施至今，全臺 3,000 多家分店，近九成皆已安裝，平均每家店一個月節省 4,000 元電費，整體下來，全臺店舖一年省下 1 億 1,200 萬元電費。

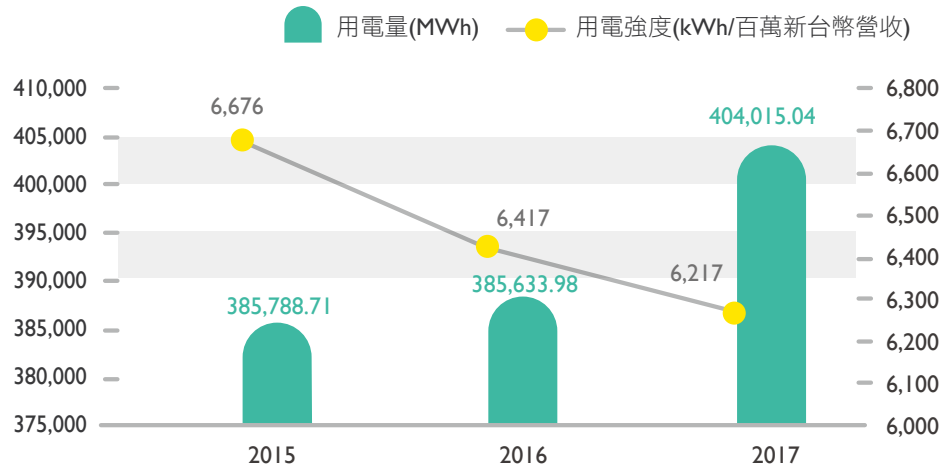
以全家便利商店經營的新竹科學園區科技生活館為例，運用 EMS 排程管理，會議室、教室視使用時間自動開關照明；空調則依尖峰與離峰時段做適當調配，在不影響消費者舒適度的情況下，離峰調高攝氏一至二度，每升高一度，就可減少 6% 耗能。此外，雖然竹科生活館為五年一標，全家仍基於永續經營的理念，改善節能設備，更將節能列為首要目標，除將此老舊建築達到四年共節省 230 萬度電力，減少約新臺幣 867 萬元電費支出，且於 2013 年獲得綠建築銀級標章，在工研院協助下，更於 2014 年再獲綠建築鑽石級標章，短短一年內升級，創下全國首例。而全家的默默付出，也獲得正面回饋，去年順利與竹科管理局續約五年。



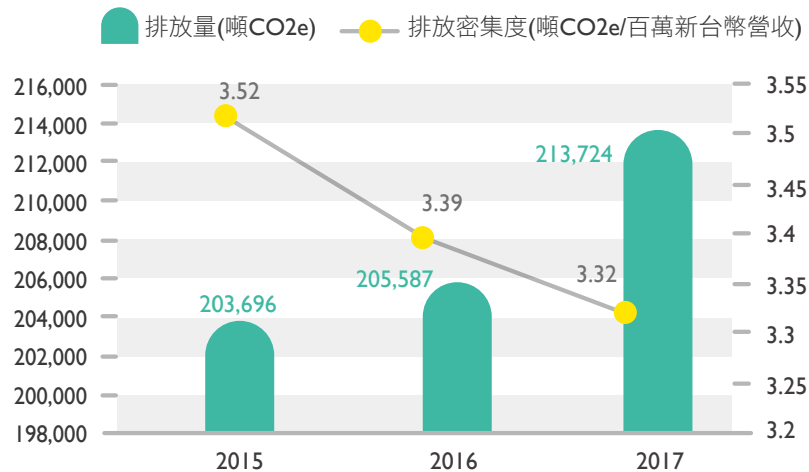
節能減碳績效

2017 年雖然因為營業擴增而導致用電量成長，約 404,015,041 kWh，換算範疇二溫室氣排放量為 213,723.96 噸 CO₂e。但是用電強度 (創造每百萬營收所消耗的用電度數) 卻有逐年下滑，2017 年用電強度為 6,271 kWh/ 新台幣百萬營收，較 2016 年降低 2.3%，用電強度已連續三年呈現降低趨勢，足見全家在節能的投入與努力。

⚙️ 近三年用電量與用電強度走勢



⚙️ 近三年溫室氣體排放量與排放強度走勢



除了自身的努力外，全家也利用便利商店店數眾多的優勢，發揮號召力，舉辦環保日活動，邀請民眾一起簽署減碳宣言，從日常生活中實踐減碳，例如每週一天不開車、冷氣控溫不外洩、鐵馬步行兼環保、多吃蔬食少吃肉、自備杯子並使用隨行杯購買咖啡館咖啡，並鼓勵購買綠色相關產品等。看似微小隨手的步驟，卻可以將環保行動更為內化，進而提升環保意識，喚起大家共同關注氣候變遷相關議題。



4.3. 綠色物流

全家便利商店遍及全台鄉鎮，每天物流車深入各地配送常溫、冷藏、冷凍產品，但是物流車使用的燃油與產生的溫室氣體排放會造成環境衝擊。為此，全家致力節省物流出車趟數，於偏遠地區，如平溪、宜蘭、東澳地區，以及特殊廠區、營區、學校內店舖採取多溫層共配。目前採行店舖約



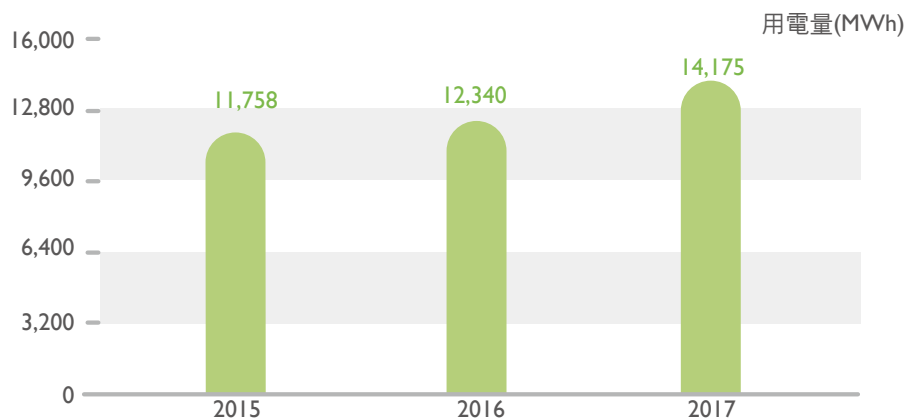
5.9%，每年約節省配送里程數 79.6 萬公里，相當於繞地球 19 圈的距離。已於 2016 年底完成全台物流自有物流車及協力廠商車輛裝設配送管理系統（固定式車機 576 台已全數安裝完成），除可即時掌握車輛位置、配送車輛溫度及車速，亦可確保溫控商品配送過程溫度符合規範，藉此提升配送品質。並於 2017 上半年完成全台物流系統調整，提升到店偵測率至 97%，而下半年則完成系統資料庫之數據演算，進行配送路線規劃輔助與計算，達到節省整體配送成本及提高配送效率。此外，預計於 2018 上半年規劃以系統進行北部配送車輛路線之優化。

為了增加我們對能、資源使用情況的瞭解，除了 2016 年納入的全台物流（註 1）、2017 年起也將日翊文化（註 2）納入我們的環境管理範疇，除增加揭露全台物流及日翊文化的環境資訊外，並完成 TMS 車輛管理系統上線，提高在外車輛行車紀錄、到店時間推播等功能，以優化配送管理作業。2017 年全台物流用電量約為 12,178,328 kWh，因 2016 年底於林口新增外食新倉 7 號及 24H 冷凍及外食倉辦公室之用電，導致 2017 年用電量較 2016 年增加 1,738,148 kWh。其中，日翊文化用電量約為 1,996,960 kWh，日翊文化因環狀理貨線與三期之四樓降溫設備啟用，導致 2017 年用電量較 2016 年略為增加 96,960 kWh。而全台物流用水量約為 25,534 度，較 2016 年減少 1,300 度，除節水措施貢獻外，主因為 2016 年初因進行林口外食倉興建工程，因此林口 DC 用水量 2016 年較大，而 2017 年用水量則回歸正常。另外，日翊文化用水量約為 2,187 度，較 2016 年增加 1,927 度，主因為日翊文化之三期廠三至五樓於稼動前，無實際度數之依據，造成實際用水量無法計入。

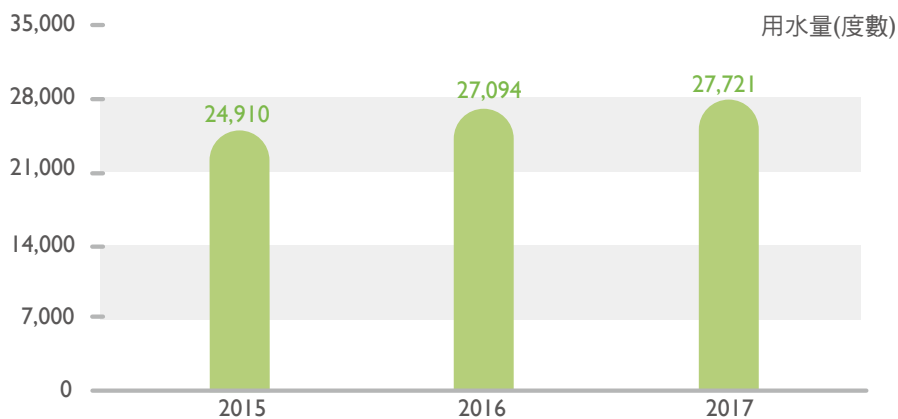
註 1：物流中心包括林口、大溪 / 八德、台中、雲林、高雄與花蓮等物流據點。

註 2：日翊文化行銷股份有限公司於 93 年成立，目前資本額約 9,105 萬，為全家便利商店股份有限公司 100% 轉投資公司。主要營業項目為出版品、文創、資訊 3C 商品開發與經銷服務、電子商務、網路平台商流開發、專業物流集貨中心，並提供全年無休之配送服務。

近三年物流中心與日翊文化總用電量



近三年物流中心與日翊文化總用水量



我們深知環境永續的重要，2017 年物流中心與日翊文化採取以下行動來減少能、資源的消耗。

據點	相關節省能資源措施說明
物流中心	● 使用棧板固定帶，減少收縮膜使用 ● 林口外食倉水龍頭安裝省水裝置，降低單次使用出水量；雨遮下方及外部照明與新停車場改為 LED 燈具 ● 雲林物流中心自 2017 年 3 月起裝設太陽板，並預計 2018 上半年於高雄物流中心新倉加設太陽能板 ● 全台物流內部推行使用環保餐具，減少一次性使用餐具之垃圾量，一年約可節省 12 萬雙筷子
日翊文化	● 新租賃倉庫及新光二倉之 368 座電燈採用 4 尺 LED 燈管 ● T8 燈管更換成 T5 省電燈管，及高功率水銀天井燈 (400W) 更換成 LED 天井燈 (150W) 預計每盞 LED 可省 1008 kwh/ 年 ● 加強宣導人員於下班前確實關閉電腦及電源 ● 依使用現況及年限逐一汰換非變頻冷氣與舊電器



4.4. 環境友善專案

全家便利商店除了提供貼心的服務，創新的 DNA 亦根植於企業的每個營運環結。我們導入了許多創新的綠色環保專案，讓節能減碳不只是口號，更落實於商業營運。例如所有影印用紙皆來自於經 FSC 認證的紙張、引進使用利樂「FSC 標章」包材的商品、廢資源換消費折扣、綠建築認證、提供民眾回收廢電池與廢通訊產品的平台等等。這些綠色專案，讓全家能夠匯集民眾的力量，以綠色消費推動永續。



廢資源換消費折扣

如何保留給未來世代更多的資源與美麗的環境？是全家不斷在思考的課題。瞭解資源有限的情況，全家投入許多心力，希望和民眾一起攜手，減少資源的浪費，減輕我們人為活動在地球上的生態足跡 (Ecological footprint)。2009 年全家便利商店與加泰環保有限公司合作，率先推出「廢資源回收換點心」活動。號召大家可以將家中用完的電池，拿至全台灣所有的全家店舖回收，避免隨意丟棄廢電池可能對地球環境帶來的污染及危害。2010 年更擴展回收平台，與國內最大 IT 產業清理商佳龍科技共同合作，增加有償回收項目，包括廢光碟片、廢手機及廢筆電。回收的廢資源將轉換為植草磚、步道磚、水溝蓋等，重新賦予廢棄電子產品新的生命，將資源做到充份有效的利用。2017 年與環保署及回收商多次合作舉辦回收活動，更將換點心活動調整為兌換商品折扣，相較於同業每台廢筆電回饋金差異 10 元，截至 2017 年，我們共收到了約 1,317 公噸廢電池、219 公噸廢光碟、67,973 支手機及 3,130 台廢筆電。2018 年預計將消費折價方式調整為當次使用，以期提高民眾的回收意願。

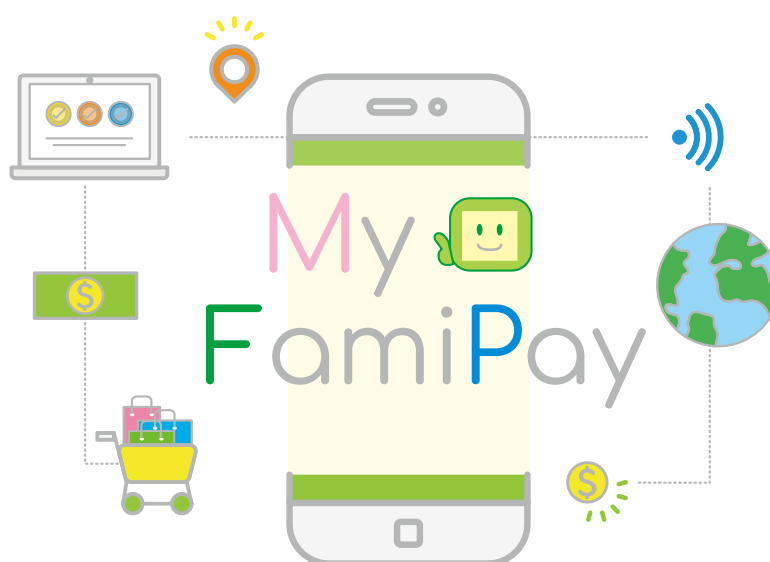
品項	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	總計
廢電池 (kg)	180,078	192,792	156,003	155,878	135,606	119,224	129,131	132,603	115,890	1,317,203
廢光碟 (kg)	-	22,660	27,659	36,164	35,479	28,963	30,023	18,900	19,365	219,212
廢手機 (支)	-	23,104	8,712	10,427	8,245	4,764	4,698	4,236	3,788	67,973
廢筆電 (台)	-	1,583	346	408	288	133	152	117	103	3,130





發票與集點無紙化

根據財政部資料顯示，台灣 2017 年電子發票高達 67.7 億張。全家便利商店為提供消費者更便捷、更環保的消費體驗，2017 年起正式推出電子發票存入「信用卡載具」服務，信用卡至店鋪內刷卡消費，將自動存入信用卡載具，不再列印紙本發票，再添消費者購物便利性。



最愛地球在全家

此外，為了減低能源的浪費，我們也捨棄使用一次性的集點活動貼紙，導入手機《My FamiPort》App 集點的活動，同時啟動電子發票存入「手機條碼」功能，若使用現金結帳，只要出示全家會員條碼或報手機號碼，即可累點、儲存發票，若透過全家自有錢包 My FamiPay，支付、累點、存發票將可一次完成，引領消費者進入無紙化的購物新體驗。上述相關無紙化革命預計一年將省下電子發票張數約千萬張。



關鍵績效:



2017年度聘用84位身心不便的夥伴，多於法規要求68%



2017年全家員工共接受14,214小時的教育訓練



2017年度共計補助員工健康檢查費用共新台幣10,916,472元

SDGs

3 健康與福祉



SDGs

8 就業與
經濟成長



5

志同道合一家人



5.1. 員工關懷政策

我們持續獲得消費者的肯定源自於全家夥伴的努力付出，並以快樂溫暖的心去面對我們的客戶。在全家，我們以企業文化建制我們的人力政策並轉化為具體行動方案照顧我們的夥伴。2017 年度包括總部、店舖、建教與兼職的員工共計有 5,181 位，男性有 2,764 位，女性有 2,417 位，男女比約為 1.1:1。全家的工作夥伴中，小於 30 歲的青年夥伴是我們主要的生力軍，佔整體員工的 61.26%。他們大都是在店舖第一線面對消費者的員工，亦是我們極為重要的年輕生力軍。2017 年度，全家便利商店課長級主管 100%、經理級以上主管則有 98% 比例為台灣籍幹部。此外，我們更優於法規規定聘用身心不便的夥伴，至 2017 年底，全家總計聘用 84 位身心不便的夥伴加入全家的行列，超過法定聘用人數計 68%，詳細內容於公益章節呈現。



2017 年員工人數

		總部及店舖	建教	兼職	小計
<30 歲	男 	760	143	694	1597
	女 	738	124	715	1577
30~50 歲	男 	951	0	132	1083
	女 	615	0	162	777
>50 歲	男 	80	0	4	84
	女 	47	0	16	63
合計		3191	267	1723	5181

(統計至 2017/12/31)

2017 年間新進員工有 782 位，離職員工有 735 位，主因我們店舖人力以建教合作與兼職員工為主，故人力資源流動較快速。

2017 年新進人員

	30 歲以下	206
	30 歲 ~50 歲	89
	50 歲以上	1
	30 歲以下	319
	30 歲 ~50 歲	160
	50 歲以上	7
總計		782

2017 年離職人員

	30 歲以下	163
	30 歲 ~50 歲	66
	50 歲以上	7
	30 歲以下	267
	30 歲 ~50 歲	224
	50 歲以上	8
總計		735

(統計至 2017/12/31)

5.2. 人權與健康安全職場

人權維護

在全家工作不會因為員工的國籍、宗教、種族、性別等條件而遭受任何的歧視，我們嚴格遵循勞動基準法之規範，不聘用 15 歲以下之童工，也未使用任何方式強迫員工勞動。

全家無限制員工集會結社之自由，並鼓勵員工成立與參加各式社團。我們由福利委員會訂定「社團籌組及管理辦法」並加以補助。總部各社團每年補助經費 20,000 元，社員超過十人以上者，其超出部份每人增加 500 元，經費最高補助至 30,000 元。另外我們鼓勵全家便利商店全台各營業部，設立提供該區各式活動的社團，營業組織以本部級為單位申請，最高補助至 60,000 元，截至 2017 年底，全家已有 11 個社團，提供員工聚會與活動的平台。



另外全家並無限制員工籌組工會之權利與自由，惟目前並無員工發起籌組工會。2017 年度並無任何不當侵害人權情事。

我們並配合勞基法第十六條規定，依勞基法第十一條或第十三條但書規定終止勞動契約者，給予預告期間。

- ⚙ 一、繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之。
- ⚙ 二、繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之。
- ⚙ 三、繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。

健康職場

提供安心與健康的職場是全家對於員工的承諾，全家訂有「職業安全衛生工作守則」，守則主要包含勞工安全衛生管理與權責劃分、設備之維護與檢查、工作安全與衛生標準、教育訓練、急救與搶救及防護設施之準備、維護與使用等內容，並經勞委會台北市勞動檢查處 2014 年同意備查。我們依勞動法規規定成立勞資會議及職業安全衛生委員會，由勞方與資方推選代表，其中資方代表 4 人勞方代表 5 人，並定期舉行會議，討論勞工權益、福利、環安衛等事項，並由會議中作成決定後執行並核備予台北市勞工局。職業安全與衛生事項之最高權責主管為總經理，並設立職業安全衛生委員會訂定環安衛政策與方針並由職業安全衛生小組推廣執行。

依 2017 年申報於台北市勞動檢查處的「行業別職業災害」資料統計，工傷事件計有 6 件，失能傷害頻率為 0.76。



2017 年工傷統計資料

總工作日數		993019
總經歷工時		7844855
總損失工作日數		527
失能傷害種類 (人數)	死亡	0
	永久全失能	0
	永久部份失能	0
	暫時全失能	6
失能傷害頻率		0.76
失能傷害嚴重率		67.17
總和傷害指數		0.22



2017 年缺勤統計資料

假別	日數		
	男性 	女性 	合計
病假	713	713	1,426
生理假	-	158	158
公傷假	1,032	704	1,735
總計 (A)	1,745	1,575	3,320
應工作日數總計 (含缺勤日)(B)	688,326	601,833	1,290,069
缺勤率 $\{(A/B)*100\}$	0.253%	0.262%	0.257%

備註：2016 年 CSR 報告統計之缺勤資料原時數欄位修正為日數

除了職業安全與衛生之專責小組外，我們制定從業人員年度體檢作業準則，針對一定職級與年資的員工補助健康檢查費用，期許員工能加強注重自身健康，安心於工作上發揮所長。於往年之檢查結果中，並未發現有特殊疾病與全家的工作環境有所關聯或是某特定好發疾病。2017 年度共計補助員工健康檢查費用共新台幣 10,916,472 元。



5.3 員工溝通與申訴

我們希望能與全家的夥伴們都保持良好暢通的溝通，我們為此訂定「員工提案與申訴作業準則」，提供員工得以提案與申訴的暢通管道。

依據該作業準則，我們設有保密的員工溝通專線與信箱：

🔧 專線：02-25239588 轉 6885

🔧 信箱：complain@family.com.tw

2017 年度我們的專線與信箱共計有 141 件員工提案與申訴案件，每件案件我們都以保密方式指派人力資源專員協助溝通與協調，並加以妥善處理。

除員工的提案與申訴管道外，我們並明文訂定性騷擾防制、申訴及懲戒辦法與檢舉專線、信箱：

🔧 專線：02-25239588 轉 6885

🔧 信箱：equal@family.com.tw

2017 年度發生 2 起性騷擾相關案件，我們已指派專人處理，輔導與依申訴人之意願轉調其他店舖，並對被申訴人依辦法加以懲戒。後續並錄製『性騷擾防制、申訴暨處理原則』數位課程，供同仁觀看，宣導性騷擾防治觀念，避免類似案件的發生。

5.4 薪酬福利制度

我們給予具有競爭力的薪資及多元的福利，以答謝與獎勵我們員工的努力。全家的薪資福利共分為薪津、獎金、保險、假期、休閒、補助、設施與教育資源共 8 類多元福利組合，於全家任職之員工皆可適用。2017 年員工按摩共舉辦總部 1,050 人次，營業部 740 人次，總計約 1,790 人次享用此項福利。我們成立職工福利委員會辦理各項員工福利事宜，於 2017 年度提撥新台幣 41,232,928 元，公司內部亦建置「厚生福利平台」提供員工以優惠的價格採購日常生活用品。



福利種類	內容
薪津	為員工的聘雇合約所約定之薪資報酬
獎金	年節獎金、績效獎金、證照津貼、久任獎金、推薦獎金、研發專利獎金、員工分紅
保險	勞保、健保、員工團保、眷屬團保
假期	特休假、生日假、陪產假、家庭照顧假、生產假、安胎育嬰假、生理假、事假、病假、喪假、婚假、生日假
休閒	年度聚餐、部門旅遊、社團活動、年終尾牙摸彩、全家日親子活動、企業電影日、三節禮券、勞動節禮券、中秋節禮券、生日禮券。
補助	國內外旅遊、婚喪喜慶、生育補助、子女教育補助、緊急救難協助
設施	育嬰保健室、醫師駐廠健康諮詢、全員健康檢查、企業按摩師 (總部及營業部)、圖書館、特約托兒所
教育資源	全家企業大學 – CVS 學院、餐飲學院、員工進修學院、標竿學院、全家數位學習網、員工職涯輪調計畫、外訓補助、國外進修、國內進修補助

我們希望能建立一個即時回饋與公平的工作環境予我們的工作夥伴。我們早於 1989 年即訂定從業人員考績辦法，並依營運環境與狀況滾動管理修訂。依據考績辦法，我們每半年即會開始工作績效評估程序，並有初評與複評的機制，務求公正。考評結果則與績效獎金之發放與升遷加以連結，全家便利商店的正式員工符合考績評核期間年資規範者適用該考績辦法。2017 年全家薪資與台灣地區基本薪資報酬比率，明顯高於台灣地區之基本薪資。



2017 年薪資與基本薪資比例

		[襄理以上主管]	[襄理以下人員]
北區	男性 	14.3	2.9
	女性 	9.3	2.6
中區	男性 	13.4	2.7
	女性 	0.0	2.5
南區	男性 	10.1	2.7
	女性 	0.0	2.5

註：統計範疇為總部地區營業部與直營店正職員工

志同道合一家人

育嬰留停

我們謹遵勞基法規定給予員工得以申請育嬰留職停薪的假期，對於申請育嬰留職停薪的員工無任何不當對待或歧視。2017 年度我們申請育嬰留停員工之復職率為 91.43%，留存率為 95.65%。經與未復職與離職員工訪談了解後，皆非遭受歧視或不平等待遇，為個人生涯規劃而離職。



2017 年申請育嬰留職停薪統計資料

項目	2017		
	男性 	女性 	Total
[期間] 實際申請育嬰留停之員工	19	55	74
[期間] 預計育嬰留停復職	9	26	35
[期間] 實際育嬰留停復職	9	23	32
[前一期間] 實際育嬰留停復職	6	17	23
[前一期間] 育嬰假復職後十二個月仍在職	6	16	22
復職率 (註 1)	91.43%		
留存率 (註 2)	95.65%		

(註 1) 復職率：實際育嬰留停復職員工數 / 預計育嬰留停復職員工數

(註 2) 留存率：[前一期間] 育嬰假復職後十二個月仍在職員工數 / [前一期間] 實際育嬰留停復職員工數

5.5 人才培育

「人」是企業最關鍵的競爭力，「全家」堅持「『全家』的人才，自己培育」，透過流通業唯一設立的企業大學、FC 學院 (Franchise)，以及店舖從業人員的相關訓練，分別對員工、加盟者及店舖從業人員鍛鍊扎實基本功，面面俱到，培育優秀人才。

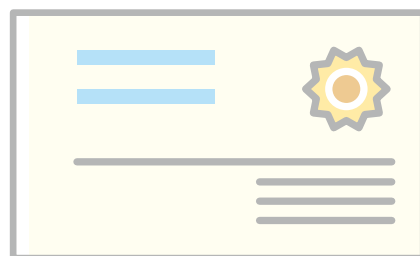
企業大學孕育關鍵人才

為培育將來可以獨當一面擔任協理、副總、總經理級的人才，全家成為業界第一設立「企業大學」的企業，希望以此做為未來中高階主管的培育搖籃。全家企業大學長達 1~2 年的課程，以培育管理階層人才為主，從管理課程、個案討論，到行動學習，從學中做、做中學。

因應公司策略發展，2017 年開始第一期的數據分析系列課程，並與設有巨量資料研究中心知名學校合作，講師群不僅學理知識豐富，又與業界有著長期合作關係，課程中包含統計分析與資料探勘技術，期望同仁可以成為資料分析專家，並輔以專題實作，使學員可實際應用於工作上，期能透過資料分析所顯示的趨勢，尋找出新的商業價值。



從 2003 至 2017 年，「全家」企業大學已舉辦 15 屆，畢業學員共達 408 位，內部課長、襄理修讀比例超過五成。





FC 學院 打造一店一 CEO



加盟者是打造卓越連鎖加盟企業最重要的事業夥伴；對加盟者而言，經營 FamilyMart 是成就自我的重要事業。信賴是前進的力量，也是合作的基礎，全家與加盟者一起追求顧客滿意，共同成長，每年投入千萬元訓練經費，加盟店的店長從新進訓練至 FC 學院（店長經營課程）延伸學習，小至商品陳列，大至商圈經營、服務品質提升等，讓每位加盟者都能成為 CEO，強化經營管理能力，更可以培訓自己的經營班底，以「複數加盟」模式，擴展事業版圖與人生格局。

店舖從業人員訓練 服務細膩又到位

全家依照第一線從業人員應具備的職能，規劃一系列的店舖從業人員訓練課程，課程內容從初階的基本操作能力、中階的訂購技巧、高階的店舖營運實務能力培養等，由淺入深的系統化課程，讓第一線從業人員具備正確的服務觀念及技能，以提供所有來店的顧客們更好的服務品質，大幅提升顧客滿意度。

2017 年度全家員工訓練總時數為 14,214 小時，其中針對正式職員與兼職人員分別投入 5,168 與 9,046 小時之教育訓練，分別訓練 7,980 與 18,796 人次，教育訓練經費總支出約為 21,306 仟元。



正式職員 (RC 人員)

課程名稱	2017 年開課 總場次 (1)	每場次 時數 (2)	2017 年開課 總時數 (1)*(2)	2017 年受訓 總人次
新進 - 見習課程	41	40	1640	529
新進 - 教室課程	41	40	1640	632
新進 - 實習課程	41	24	984	521
門市教育 - T 課程	55	8	440	1095
門市教育 - L 課程	8	24	192	176
門市教育 - 擔當職前	10	24	240	88
營業幹部例訓	11	2.2	32	4939
合計	207	162.2	5168	7980

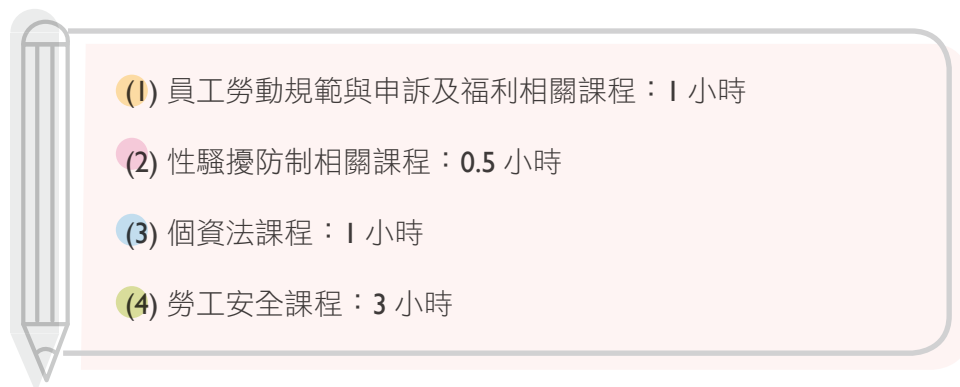
非正式職員 (兼職人員)

課程名稱	2017 年開課 總場次 (1)	每場次 時數 (2)	2017 年開課 總時數 (1)*(2)	2017 年受訓 總人次
從業人員教育 - 初階	12	3	36	6196
從業人員教育 - 中階	244	4.5	1098	5605
從業人員教育 - 高階	176	5.5	968	5830
新進加盟者 - 見習課程	48	40	1920	299
新進加盟者 - 教室課程	48	40	1920	365
新進加盟者 - 實習課程	48	48	2304	340
新進加盟者 - 經營課程	20	40	800	161
合計	596	176.5	9046	18796



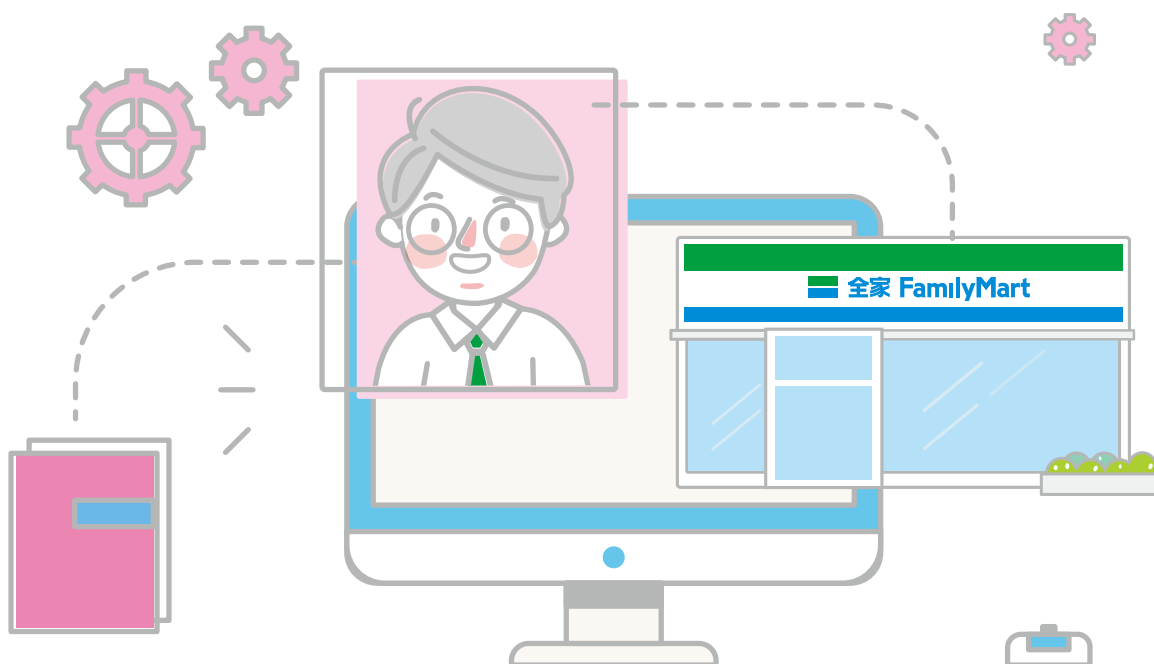
員工基本培訓

除了店舖營運所需職能外，我們並規劃所有新進人員必須修畢相關教育訓練課程之時數，確保員工了解自己在全家所應享有的權利與如何保障客戶權益。相關訓練課程及訓練時數如下：



職務學習地圖建立

建立職務學習地圖為人才培育有效工具之一，搭配知識管理文件與數位學習課程成為員工學習與職涯發展的動態學習指南，將學習地圖應用於新人輪調人員引導，使新進或輪調人員可依照訓練清單，漸進式學習工作相關知識與應用，縮短學習曲線，同時可減少資深人員教導新人時間。另外，針對現職人員職能缺口補足上，可藉此作為部門訓練計畫的依據，使訓練更加標靶化，並使訓練資源極大化利用。學習地圖未來可於內部知識管理平台查詢及瀏覽，以及鏈結相關文件及數位課程，使組織訓練體系完整呈現。



5.6 加盟夥伴挺全家

加盟主是全家大家庭最堅強的後盾與夥伴，透過加盟關係我們得以將全家的文化與精神帶到台灣的每一個角落。全家加盟店的成功率約為八成，比起坊間許多其它業態，是相對穩定的加盟選擇，而加盟店成功的必備條件，除了親和力之外，還包括執行力，要能徹底執行總部的管理方法與行銷策略，可協助提高成功指數。



我們建立一套「360 度個人優勢特質探索系統」，本系統會將每位申請加盟者各分成五種不同的行為模式，包括領導管理型、創意思考型、負責謹慎型、人際親和型、成熟幹練型，這五種行為模式不僅是全家判斷這個人是否適合加盟的參考，更是門市擔當日後輔導加盟者的溝通主軸。

除了系統的評鑑外，我們更高度重視加盟主對我們的意見回饋，而於每月、每半年與每年都有與加盟主的溝通機制：

（一）每月一次召開擔當轄區經營會議：

每個月我們都會請營業擔當召開轄區的店長會議，透過一個擔當所負責約 8-10 家店舖所召開的店長會議，可以直接與各店店長面對面溝通當地轄區意見與政策。

（二）每二周召開一次店長會議：

我們每二周分區召開店長會議，討論未來兩周的行銷主軸、特殊案例討論、營運創意發想、優秀店舖表揚及為當月壽星舉行慶生活動。我們的廢電池換點心之環保活動即是透過店長會議所激盪出的創意環境保護活動。



(三) 每年二次春夏與秋冬展示會：

全家每年於北區及中南區分別會舉辦春夏與秋冬展示會，除了作為未來新商品與新服務的宣導外。全家的董事長與總經理等一級高階主管也會於現場與各店店長面對面直接溝通各項政策與傾聽意見。

(四) 每年一次之店舖年度檢討會議：

由營業部長主導，作為單店的年度檢視績效的會議。營業所長、轄區營業擔當與店長都需參與，檢視單店年度營運狀況並檢視總公司應提供協助的方法，提升各店的經營績效的主要溝通管道。

(五) 並依需求召開特殊專案會議：

除前述四種例行性會議溝通外，我們也會依需求召開各式專案會議，作為與各店店長之溝通平台。





附錄

附錄一 GRI 4.0 指標對照表

附錄二 依「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項加強揭露資訊與確信項目彙總表

附錄三 會計師有限確信報告



GRI4.0 指標對照表



一般標準揭露

標示 * 者為核心揭露及重大考量面

GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
策略與分析			
*G4-1	提供組織最高決策者對永續性議題的聲明及回應議題的策略	2	經營者的話
組織概況			
*G4-3	說明組織名稱	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-4	說明主要品牌、產品與服務	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-5	說明組織總部所在位置	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-7	所有權的性質與法律形式	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-8	說明組織所提供服務的市場	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-9	說明組織規模	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-10	按聘僱類型、聘僱合約、聘僱地區及性別分類的員工總數	79	第 5 部分 志同道合一家人 5.1 員工關懷政策
*G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
*G4-12	描述組織的供應鏈	30	第 2 部分 產品信賴 2.2 供應商管理
*G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	-	無重大變化
*G4-14	說明組織是否具有因應相關之預警方針或原則	16	第 I 部分 全家便利商店 1.4 風險管理



GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
*G4-15	列出經組織簽署認可，而由外部所開發的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	-	未有對外部承諾之倡議
*G4-16	列出組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	20	第 I 部分 全家便利商店 1.5 利害關係人溝通與重大議題
鑑別重大考量面及邊界			
*G4-17	合併財務報表所包含的所有實體	7	第 I 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
*G4-18	界定報告內容與考量面邊界的流程及組織如何依循	20	第 I 部分 全家便利商店人 1.5 利害關係人溝通與重大議題
*G4-19	所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	20	第 I 部分 全家便利商店人 1.5 利害關係人溝通與重大議題
*G4-20	針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	20	第 I 部分 全家便利商店人 1.5 利害關係人溝通與重大議題
*G4-21	針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	20	第 I 部分 全家便利商店人 1.5 利害關係人溝通與重大議題
*G4-22	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	-	前期資訊未經過重編
*G4-23	和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	-	與前期報告相比，無範疇與考量面邊界的顯著改變
利害關係人議合			
*G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	20	第 I 部分 全家便利商店人 1.5 利害關係人溝通與重大議題
*G4-25	鑑別與選擇利害關係人的方法	20	第 I 部分 全家便利商店人 1.5 利害關係人溝通與重大議題



GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
*G4-26	與利害關係人議合的方式	20	第 I 部分 全家便利商店人 I.5 利害關係人溝通與重大議題
*G4-27	利害關係人所提出之關鍵議題與關注事項及組織的回應	20	第 I 部分 全家便利商店人 I.5 利害關係人溝通與重大議題
報告書基本資料			
*G4-28	提供資訊的報告期間	I	報告書內容
*G4-29	上一次報告的日期	I	報告書內容
*G4-30	報告週期	I	報告書內容
*G4-31	聯絡資訊	I	報告書內容
*G4-32	GRI 揭露指標、遵循選項以及外部確信報告	I 93 100	報告書內容 附錄一 GRI4.0 指標對照表 附錄三 會計師有限確信報告
*G4-33	組織為報告取得外部確信的政策與做法	I 100	報告書內容 附錄三 會計師有限確信報告
治理			
*G4-34	組織的治理結構	12	第 I 部分 全家便利商店 I.3 公司治理
倫理與誠信			
*G4-56	描述組織之價值、原則、標準和行為規範	12	第 I 部分 全家便利商店 I.3 公司治理

特定標準揭露

考量面類別	DMA 與指標		頁次	對應章節及特別說明
* 經濟績效	DMA	管理方針揭露	7	第 1 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
	G4-EC1	組織所產生及分配的 直接經濟價值	7	第 1 部分 全家便利商店 1.1 關於全家
			60	第 3 部分 顧客信任與社會關懷 3.5 全家就是你家 一起打造社 區價值共享平台
			83	第 5 部分 志同道合一家人 5.4 薪酬福利制度
市場形象	G4-EC5	在重要營運據點，不同性 別的基層人員標準薪資 與當地最低薪資的比例	83	第 5 部分 志同道合一家人 5.4 薪酬福利制度
	G4-EC6	在重要營運據點，僱用 當地居民為高階管理階 層的比例	79	第 5 部分 志同道合一家人 5.1 員工關懷政策
間接經濟衝擊	G4-EC7	基礎設施的投資與支援 服務的發展及衝擊	60	第 3 部分 顧客信任與社會關懷 3.5 全家就是你家 一起打造社區 價值共享平台
	G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊， 包括衝擊的程度	60	第 3 部分 顧客信任與社會關懷 3.5 全家就是你家 一起打造社區 價值共享平台
* 採購實務	DMA	管理方針揭露	43	第 2 部分 產品信賴 2.3 全家鮮食價值鏈
	G4-EC9	於重要營運據點，採購 支出來自當地供應商之 的比例	43	第 2 部分 產品信賴 2.3 全家鮮食價值鏈
能源	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	69	第 4 部分 最愛地球在全家 4.2 力行節能減碳
	G4-EN5	能源密集度	69	第 4 部分 最愛地球在全家 4.2 力行節能減碳
	G4-EN6	減少能源的消耗	73	第 4 部分 最愛地球在全家 4.3 綠色物流
產品及服務	G4-EN27	降低產品和服務對環境 衝擊的程度	75	第 4 部分 最愛地球在全家 4.4 環境友善專案



考量面類別	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
法規遵循	G4-EN29 違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	16	第 1 部分 全家便利商店 1.4 風險管理
* 供應商 環境評估	G4-EN33 供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動	30	第 2 部分 產品信賴 2.2 供應商管理
勞僱關係	G4-LA1 按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	79	第 5 部分 志同道合一家人 5.1 員工關懷政策
	G4-LA2 按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利	83	第 5 部分 志同道合一家人 5.4 薪酬福利制度
	G4-LA3 按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
勞資關係	DMA 管理方針揭露	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
	G4-LA4 是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
職業健康 與安全	DMA 管理方針揭露	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
	G4-LA5 在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
	G4-LA6 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場



考量面類別	DMA 與指標	頁次	對應章節及特別說明
訓練與教育	G4-LA9 按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	86	第 5 部分 志同道合一家人 5.5 人才培育
	G4-LA11 按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	83	第 5 部分 志同道合一家人 5.4 薪酬福利制度
員工多元化與平等機會	G4-LA12 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	79	第 5 部分 志同道合一家人 5.1 員工關懷政策
勞工實務 問題申訴機制	G4-LA16 經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	83	第 5 部分 志同道合一家人 5.3 員工溝通與申訴
投資	G4-HR2 員工接受營運相關人權政策的訓練總時數，以及受訓練員工的百分比	86	第 5 部分 志同道合一家人 5.5 人才培育
童工	G4-HR5 已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點和供應商，以及採取有助於杜絕使用童工的行動。	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
強迫與 強制勞動	G4-HR6 已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動	80	第 5 部分 志同道合一家人 5.2 人權與健康安全職場
人權實務 申訴機制	G4-HR12 經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量	83	第 5 部分 志同道合一家人 5.3 員工溝通與申訴
當地社區	G4-SO1 營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	60	第 3 部分 顧客信任與社會關懷 3.5 全家就是你家 一起打造社區價值共享平台
法規遵循	G4-SO8 違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	16	第 1 部分 全家便利商店 1.4 風險管理



考量面類別	DMA 與指標		頁次	對應章節及特別說明
* 顧客的健康與安全	DMA	管理方針揭露	26	第 2 部分 產品信賴
	G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	27	第 2 部分 產品信賴 2.1 提供【安全、安心】的商品 - 品質保證
	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	46	第 2 部分 產品信賴 2.4 食品安全體制推動
* 產品及服務標示	DMA	管理方針揭露	30 46	第 2 部分 產品信賴 2.2 供應商管理 2.4 食品安全體制推動
	G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定之重要產品及服務類別之百分比	30	第 2 部分 產品信賴 2.2 供應商管理
	G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	46	第 2 部分 產品信賴 2.4 食品安全體制推動
* 顧客隱私	DMA	管理方針揭露	16 55	第 1 部分 全家便利商店 1.4 風險管理 第 3 部分 顧客信任與社會關懷 3.2 消費者權益保護
	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	55	第 3 部分 顧客信任與社會關懷 3.2 消費者權益保護
* 法規遵循	DMA	管理方針揭露	16 46	第 1 部分 全家便利商店 1.4 風險管理 第 2 部分 產品信賴 2.4 食品安全體制推動
	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	16	第 1 部分 全家便利商店 1.4 風險管理

依「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項(以下簡稱「作業辦法」)加強揭露資訊與確信項目彙總表

編號	標的資訊	頁次	報導基準	作業辦法
1	截至 2017 年 12 月 31 日為止，「全家」已逐年完成 ISO 22000 店舖內部推廣共計 4,074 家店次。2017 年底營業中總店舖數為 3,154 店，其中已完成 ISO22000 內部推廣之店舖數為 3,118 店，完成率為 98.9%。	28	公司參照 ISO22000 方法執行內部衛生推廣檢查之店舖數及佔總店舖數百分比。	第一款 第一目
2	2017 年在全台 3,154 間店舖之中，仍發生了 1 件因廣告不實而違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項規定，遭主管機關裁罰新台幣 4 萬元。	51	2017 年度因違反「食品安全衛生管理法」暨相關施行細則、辦法及準則之罰款類別、次數及金額。	第一款 第二目
3	不適用，自有商品未有採購國際認可項目。			第一款第 三目
4	不適用，全家便利商店本身並無自我營運工廠。			第一款 第四目
5	對於工廠內部環境衛生與管理面，上、下半年各廠皆進行一次外部公證機構二者稽核，總計五廠(屏榮食品大溪廠、屏榮食品新豐廠、晉欣食品、華福食品、福比)，稽核完成百分比為 100%，2017 年共計 11 次稽核，稽核結果均為合格(註)。 註：11 次包含特 A(8 次)及 A(3 次)。	34	參照「食品良好衛生規範準則」訂定之點檢檢驗項目執行實地評鑑之鮮食自有廠之家數、次數及各評鑑結果。	第一款
6	2017 年間全家便利商店有合作關係之鮮食委託廠共計 51 間(包含代工廠及蛋品供應商)，稽核完成百分比為 100%，針對這 51 間鮮食委託廠共執行 86 次二者稽核，稽核結果均為合格(註)。 註：86 次包含特 A(49 次)及 A(37 次)。	37	參照「食品良好衛生規範準則」訂定之稽核項目執行實地稽核之鮮食委託廠商之家數、百分比、稽核次數及結果。	第一款 第五目



編號	標的資訊	頁次	報導基準	作業辦法
7	2017 年間全家便利商店有合作關係之自有品牌 (FMC) 食品相關供應商共計 18 間，稽核完成百分比為 100%，針對這 18 間自有品牌 (FMC) 食品相關供應商共執行 19 次二者稽核，稽核結果均為合格 (註)。 註：19 次包含特 A(18 次) 及 A(1 次)。	38	參照「食品良好衛生規範準則」訂定之稽核項目執行實地稽核之全家自有品牌 (FMC) 食品相關供應商之家數、百分比、稽核次數及結果。	第一款 第五目
8	2017 年間全家便利商店有合作關係之原物料供應商共計 58 間，針對其中 51 間執行二者稽核，稽核完成百分比為 88%，共執行 51 次二者稽核，稽核結果均為合格。	39	參照「食品良好衛生規範準則」訂定之稽核項目執行實地稽核之原物料供應商之家數、百分比、稽核次數及結果。	第一款 第五目
9	不適用，全家便利商店目前尚未被法規要求建立追蹤追溯系統。			第一款第 六目
10	2017 年食品實驗室產生費用總計新台幣 632.5 萬元 (註)，佔個體營業收入 0.01017%。 註：食品實驗室產生費用包含儀器設備、檢驗、薪資、折舊及雜項購置等費用。	53	實驗室之相關支出及其佔個體財務報表營業收入淨額之百分比。	第一款 第七目
11	截至 2017 年 12 月 31 日，「全家」之鮮食自有廠共計五廠 (屏榮食品大溪廠、屏榮食品新豐廠、晉欣食品、華福食品、福比)，並已 100% 取得 ISO 22000 國際認證，其相關明細彙總如下表： 詳 33~34 頁 ISO 22000 國際認證彙總表。	33 ~ 34	ISO22000 證書及 2017 年度通過 ISO 22000 認證證書及認證之鮮食自有廠家數及百分比。	公司自願 確信項目
12	2017 年針對食品及與食品接觸之食器和包材投入之檢測費用共新台幣 1,035.6 萬元。	42	2017 年度委託第三方公證單位之食品安全相關檢驗費用。	公司自願 確信項目



編號	標的資訊	頁次	報導基準	作業辦法
13	「全家」委由外部機構進行店鋪點檢，每月針對品保工作日誌記錄情形、清潔用品管理、重點商品管理、設施 / 設備管理、商品管理及觀察項目六大類別進行逐項稽核，計分採倒扣方式，六大類別共 18 項檢查項目，除 6 項配分為 10 分外，其餘每項配分為 5 分，過期品則因屬嚴重缺失項目單項比分為 100，總分 80 分 (含) 以上方為合格。2017 年度共抽檢 6,480 店次，不合格為 139 次，包含檢驗有 139 次過期品，及格率為 97.9%。針對不及格者則於次月持續進行檢查，至店鋪已達標準為止。	51	2017 年度委託第三方公證單位依照品保工作日誌規定項目執行店鋪點檢次數及結果。	公司自願確信項目
14	截至 2017 年 12 月 31 日，已有 10 家店鋪取得 ISO 22000 認證證書。	28	ISO 22000 認證證書及取得 ISO 22000 第三方認證之認證店鋪數。	公司自願確信項目
15	2017 年針對鮮食自有廠生產之鮮食商品共抽樣 1,071 次，檢驗結果有 2 件不合格，合格率 99.8%。	34	參照「一般食品衛生標準」之檢驗項目執行鮮食自有廠鮮食商品之實地檢驗之次數及結果。	公司自願確信項目
16	2017 年針對店鋪使用中 38 項包材進行材料檢驗、溶出試驗及耐熱度檢驗，檢驗結果皆符合衛福部制訂之食品器具容器包裝衛生標準。	41	2017 年度委託第三方公證單位依照食品器具、食品容器或包裝標示相關規定執行包材檢驗之次數及結果。	公司自願確信項目
17	2017 年全國各地方衛生機關至「全家」店鋪內抽驗 199 次，「全家」亦同步委由第三方公證機構至同店或同區域檢驗同批次商品，檢驗結果皆符合衛福部制訂之食品衛生標準。	28	2017 年度委託第三方公證單位參照「一般食品衛生標準」之檢驗項目執行店鋪商品之實地檢驗之次數及結果。	公司自願確信項目
18	2017 年度總部、營業端幹部與 ISO 衛生內部推廣店鋪人員品保訓練課程共計 10 場次，有 480 人次參加受訓。(上述人次以受訓時在職人數為統計基準)	50	2017 年度舉辦符合內部教育訓練辦法之品保訓練課程場次及參與該等訓練課程總人次。	公司自願確信項目
19	2017 年共召開 12 次「食安專案管理會議」。	47	食安管理課 2017 年度食安專案管理會議召開次數。	公司自願確信項目

會計師有限確信報告

資會綜字第 18003048 號

全家便利商店股份有限公司 公鑒：

本事務所受全家便利商店股份有限公司(以下稱「貴公司」)之委任，就 貴公司選定 2017 年度企業社會責任報告書所報導之績效指標執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

有關 貴公司選定 2017 年度企業社會責任報告書所報導之績效指標(以下稱「確信標的資訊」)及其適用基準詳列於 貴公司 2017 年度企業社會責任報告書第 100 至 102 頁之「確信項目彙總表」。前述確信標的資訊之報導範圍業於企業社會責任報告書第 1 頁之「邊界與範疇」段落敘明。

上開適用基準係為財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準，以編製企業社會責任報告書所報導之績效指標，且維持與績效指標編製有關之必要內部控制，以確保績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依照確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對確信標的資訊執行確信工作，以發現前述資訊是否在所有重大方面有未依適用基準編製而須作修正之情事，並出具有限確信報告。

本會計師依照上述準則所執行之有限確信工作，包括辨認確信標的資訊可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執执行程序。因有限確信案件取得之確信程度明顯低於合理確信案件取得者，就有限確信案件所執执行程序之性質

及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。

本會計師係依據所評估之風險領域及重大性以決定實際執行確信工作之範圍，並依據本委任案件之特定情況執行下列確信程序：

- 對參與提供確信標的資訊之相關人員進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統(若適用)，以及其攸關內部控制之設計及執行情形。
- 基於上述瞭解與評估，對確信標的資訊進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行測試，以取得有限確信之證據。

此報告不對 2017 年度企業社會責任報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

會計師之獨立性及品質管制規範

本會計師及本事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

本事務所適用審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，因此維持完備之品質管制制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制。對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

有限確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準編製而須作修正之情事。

其它事項

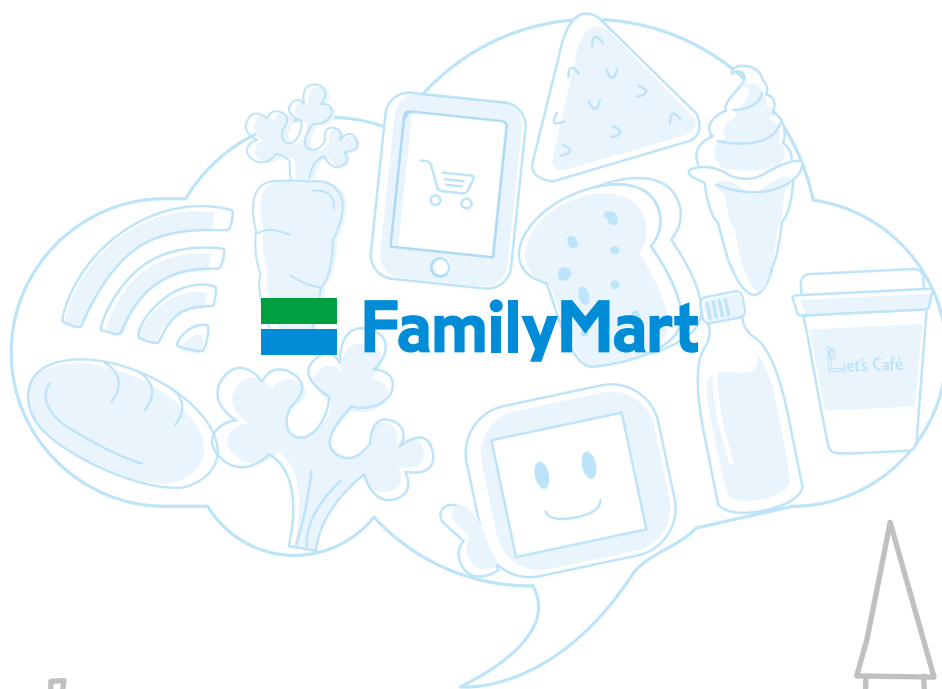
貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何確信標的資訊或報導基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資誠聯合會計師事務所

會計師 張志子



西元 2018 年 10 月 3 日



地 址 10491台北市中山區中山北路二段61號
電 話 02 - 2523 - 9588
CSR網址 <http://www.family.com.tw/newenterprise/csr/CsrreportIndex/>