

關於本報告書

經營者的話

永續績效

榮耀與肯定

1 全家永續發展

2 全家永續治理

3 全家產銷最安心

4 全家就是愛地球

5 全家一起來關懷

6 幸福企業在全家

附錄

關於本報告書

報告書內容

全家便利商店股份有限公司 (股票代號 5903, 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，提供消費者各式便利生活與服務。2024 年持續發行台灣全家便利商店股份有限公司的永續報告書 (下稱本報告書)，並上傳於公開資訊觀測站及公布於本公司網站。

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

本報告書揭露 2024 年度 (自 2024 年 1 月 1 日至 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 2020 年或往後延伸至 2025 年。未來將每年一次持續發行永續報告書。

現行發行版本

2025 年 08 月發行

上一發行版本

2024 年 08 月發行

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全台所轄的便利商店，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。

報告書管理

撰寫依據

制定 / 發佈單位	依循項目
全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiatives, GRI)	GRI 永續性報導準則 2021 年版
臺灣證券交易所	上市上櫃公司永續發展實務守則
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永續報告書作業辦法
聯合國 (United Nations, UN)	永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)
永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB)	永續會計準則委員會之行業準則 (食品零售與分銷產業)
氣候相關財務揭露工作小組 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)	TCFD 揭露框架指引
自然相關財務揭露工作小組 (Task Force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD)	TNFD 揭露框架指引

資訊品質外部認證

	依循標準	第三方驗證機構
永續資訊	中華民國確信準則 3000 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)	資誠聯合會計師事務所 (PwC)
財務數據	會計師受託查核簽證財務報表規則，出具無保留意見查核報告	資誠聯合會計師事務所 (PwC)
環境數據	ISO 14064-1 組織型溫室氣體盤查	DNV 立恩威國際驗證
職安衛數據	ISO 45001 職業安全衛生管理標準	SGS 台灣檢驗科技
資安數據	ISO 27001 資訊安全管理系統	BSI 英國標準協會台灣分公司
個資保護數據	TPIPAS 台灣個人資料與保護與管理制度	財團法人資訊策進委員會

內部稽核

本報告書資料來源 (包括重大主題) 經各部門主管檢視內容之正確性，並由永續發展委員會審閱，經董事會決議通過後核准發行

聯絡資訊



全家便利商店股份有限公司

- 聯絡單位：公司治理暨企劃 TEAM
潘怡君 襄理
- 地址：台北市中山北路二段 61 號 7 樓
- 電話：(02)2523-9588
- 公司網站：www.family.com.tw
- 全家企業永續網站：
<https://www.family.com.tw/ESG/>

關於本報告書

經營者的話

永續績效

榮耀與肯定

1 全家永續發展

2 全家永續治理

3 全家產銷最安心

4 全家就是愛地球

5 全家一起來關懷

6 幸福企業在全家

附錄

目 錄

1 全家 永續發展

2 全家 永續治理

3 全家 產銷最安心

4 全家 就是愛地球

關於本報告書	1
經營者的話	5
永續績效	8
榮耀與肯定	9

1.1 企業永續藍圖	11
1.2 全家永續倡議	13
1.3 永續發展組織	14
1.4 利害關係人溝通與重大主題	15

2.1 公司治理	26
2.2 風險管理	31
2.3 客戶權益保護	34
2.4 法規遵循	36

3.1 永續供應鏈管理	39
3.2 食品安全體制推動	46
3.3 創新與永續良品	52

4.1 氣候變遷因應	55
4.2 綠色物流	62
4.3 全家減廢愛地球	63
4.4 自然與生物多樣性	66

5 全家 一起來關懷

6 幸福企業 在全家

附 錄

5.1 全家愛心大平台	73
5.2 環境教育行動	77
5.3 共融友善社會	79
5.4 物資循環與惜食	81
5.5 全齡關懷教育	82
5.6 未來展望	84

6.1 人才吸引與留任	86
6.2 勞動人權與勞資溝通	88
6.3 職業安全衛生	90
6.4 人才發展與培育	93
6.5 加盟夥伴挺全家	96

ESG 數據	98
GRI 內容索引表	105
永續會計準則委員會 (SASB) 指標對照表	112
氣候相關財務揭露 (TCFD) 及上市上櫃公司氣候相關資訊索引表	114
自然相關財務揭露 (TNFD) 索引表	116
依「上櫃公司編制與申報永續發展報告書作業辦法」第四條第一項（以下簡稱「作業辦法」）加強揭露事項與確信項目彙總表	117
供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表	120
第三方查證聲明與確信報告	124
IFRS 永續揭露準則導入計畫	127



全家多元共融實踐藍圖

打造便利商店中的「Place for All」

全家長期致力於推動多元、平等與共融 (DEI) 的企業文化，我們深信唯有兼容並蓄，才能真正實現永續發展。自 2011 年萌芽期開始，全家就積極與在地公益團體合作，推動身心障礙夥伴的就業機會；2016 年進入成長期後，更全面關注多元就業問題，透過結盟公益組織與推動身障者就業公益方案，創造多元共融的職場環境。到了 2024 年，全家正式邁入茁壯期，系統性地將 DEI 理念內化至企業核心策略，從內部的組織共識深化、制度精進，到外部社會影響擴散，打造健康、友善且多元包容的社會價值鏈。我們相信，以人為本的永續未來，必須建構在每一個人的價值都能被看見與尊重的基礎之上。

讓 DEI 成為日常

「便利」不僅止於商品與服務，更應涵蓋職場與社會的多元面向。全家相信，真正的便利，不只來自商品與服務的可及性，更來自一個讓每個人都能安心做自己、被尊重且有發揮機會的環境。

在全家，我們努力讓每一位員工，不論年齡、性別、身心狀態、文化背景，皆能找到適合的角色與自我價值；對顧客而言，將全家的每一間店舖，打造為無標籤、無距離的友善空間。

萌芽期

2011 年 ~



從心出發，共融起步

- 與勝利基金會合作，2011 年開設全台首間由身心障礙者營運的「DEI 便利商店」，建立可複製的創新商模，包括：
 - 混合障別組隊，發揮團隊互補
 - SOP 重製，降低學習門檻；職務再設計
 - 配置具輔導背景的店長，強化支持系統
- 拓展至 7 家店舖，累計晉用與培訓 327 位身心障礙夥伴
- 2023 年起導入銀髮員工，打造「障銀共融」便利商店，回應高齡社會挑戰
- 商模具備經濟效益，7 間店舖年營收合計達 2 億元
- 回應聯合國 SDG 目標：SDG8 (合適的工作及經濟成長) 、SDG10 (減少不平等)



成長期
2016 年 ~

 茁壯期
2024 年 ~

共融日常，持續改變

- 2016 年起與喜樂家族基金會合作，關注心智障礙少年的生活品質與社會參與機會；同時與唐氏症基金會合作，協助唐寶寶就業發展。
- 2019 年起推出「星期天學校計畫」，導入親子共學模式，設計感覺統合課程（打擊、舞蹈、戲劇等）強化身心障礙者家庭連結
- 回應身心障礙者「雙老家庭」挑戰，2024 年進一步聚焦延緩障礙者老化、減輕照護壓力
- 實踐 SDG3 (健康與福祉) 、SDG10 (減少不平等)，擴大身障家庭的公共參與與社會連結


便利無限，包容共好

- 關注 DEI 議題的面向，從身障就業擴大延伸，系統化推動「組織內共融 × 組織外共融」雙支柱策略，擴大 DEI 影響力
- 組織內：推動青銀共融就業模式，打造樂齡友善職場
 - ▶ 擴大聘用中高齡員工，提供彈性排班與適職調整，延續職涯、穩定就業
 - ▶ 定期舉辦「中高齡員工座談會」，聆聽員工的困難與回饋意見，並依此制訂相對應的配套措施和改善做法
 - ▶ 設立 20 間中高齡員工教育示範店，作為加盟經營者雇用中高齡工作者、建立友善職場的參考範例
- 組織外：推動全家一起友善移工計畫，打造購物平權環境
 - ▶ 與 One-Forty 合作調查逾 2,600 位移工需求，發現語言與文化適應為主要障礙
 - ▶ 全台 4,316 店導入東南亞語系溝通墊板，優化多語介面與商品標示
 - ▶ 設立東南亞商品專區、推動 NO PORK 友善標章、無豬肉熟食區等，強化文化尊重
 - ▶ 甄選 30 位文化交流大使，增進員工與移工理解與連結
- 回應 SDG8 (合適的工作及經濟成長) 、SDG10 (減少不平等) 、SDG17 (多元夥伴關係)，實踐便利商店的跨世代與跨文化共融使命

關於本報告書

經營者的話

永續績效

榮耀與肯定

1 全家永續發展

2 全家永續治理

3 全家產銷最安心

4 全家就是愛地球

5 全家一起來關懷

6 幸福企業在全家

附錄

1 全家永續發展

2 全家永續治理

3 全家產銷最安心

4 全家就是愛地球

5 全家一起來關懷

6 幸福企業在全家

附錄



經營者的話

用韌性與行動，攜手迎向每一個挑戰的 2024

2024 年，是全家成立第 36 個年頭。回望這一年，從全球經濟動盪、地緣政治衝突，到氣候變遷加劇，變化與挑戰幾乎成為每個人的日常。但我們始終相信，真正的成長來自於在不確定中，仍願意堅守初心、迎難而上。

在全體同仁與加盟夥伴的共同努力下，我們穩健前行。全台總店數達到 4,316 店，合併營收首度站上新台幣 1,051 億元大關，稅後淨利成長超過一倍，創下歷史新高。這些成果是全家人的努力，更是我們在變局中抓住機會、勇於創新、展現韌性的最佳證明。

【從顧客生活裡找到全家的價值】

零售從來不只是交易，而是大眾生活的延伸。這一年，我們看見人們對便利、健康、陪伴、永續的需求持續升溫，也秉持「以消費者為核心」的精神，持續推出各項服務。

全家積極響應聯合國永續發展目標 (SDGs)，致力推動責任生產與消費，並守護大眾健康。從 2019 年率先於零售業界推廣食品潔淨標章 (Clean Label) 後，2024 年我們更於麵包產品中導入「全穀標章」，這不僅是零售業界的創舉，更是全穀標章首次應用於烘焙產品中，展現了我們對商品資訊透明化與減少不必要添加物的堅定承諾。

支援民眾三餐點心的鮮食商品是我們最關注且便利商店最具優勢的領域，透過差異化與本質提升的長期策略，泛鮮食商品營收與業績構成比穩定成長。2024 年我們更跨界拓展手搖茶飲市場，透過專業煮茶設備，強化現調茶飲商品力；同時深化健康機能與低碳蔬食品類，積極發展「健康志向」、「植覺生活」兩大產品系列。此外，我們持續與名店合作並進行品質升級，成功孵化出眾多消費者喜愛的明星品牌，包括甜點 minimore、義大利麵 uno pasta、Let's Café、Familce 霜淇淋及匠土司等，成為穩定成長的商品主力。

關於本報告書

經營者的話

永續績效

榮耀與肯定

1 全家永續發展

2 全家永續治理

3 全家產銷最安心

4 全家就是愛地球

5 全家一起來關懷

6 幸福企業在全家

附錄



未來，我們將深化 FamiSuper 超市型店型設計，讓更多店舖成為「超市 + 便利」的混合場域，精準抓住家庭與社區消費需求。並結合會員 APP 中 Faminow 的線上訂購、自取與外送服務，打造更綿密的生鮮商品網絡。

【讓永續不只是責任，而是一種生活態度】

我們始終相信，零售業不只是提供商品，更承載著影響社會的力量。2024 年，全家持續以「便利永續 你也 +1」為 ESG 行動主軸，讓永續從口號變成生活裡的選擇。

在環境面，我們擴大循環杯借還服務，近 1,500 個借還點，一年減少超過 10 萬個一次性飲料杯。同時攜手「RE-THINK 重新思考環境教育協會」推動「全家一起學回收」計畫，除了推出便利商店版的線上回收指引「回收大百科」，更走入社區、走進校園，讓資源循環變得有溫度、也更容易達成。

在社會面，我們看見台灣超過 80 萬的移工人口，這群默默付出的無名英雄，是全家重要的顧客之一。2024 年，我們攜手「One-Forty 台灣四十分之一移工教育文化協會」發表《移工便利商店大調查》，這不僅有助於內部了解移工族群的消費樣貌，也是台灣第一份針對移工生活輪廓的調查報告，對於產官學界都有重要意義。

我們同時啟動「全家一起友善移工計畫」，從商品開發、東南亞專區設置到服務優化，讓每一位移工都能在全家安心、方便的購物；無豬肉熟食區、東南亞系列鮮食、No Pork 友善標章，以及結合全家同仁與移工的 30 位「文化交流大使」，更讓便利店成為真正的共融場域。

【善用科技 走出屬於全家的 OMO 路】

數位科技正在重塑零售版圖，但我們相信只要策略方向明確、布局長遠，自然行穩致遠，全家的優勢來自於實體店舖與線上渠道的雙重力量，我們擁有強大的冷鏈物流體系、綿密的實體通路據點、深耕多年的會員 APP 系統服務。2024 年，我們持續深化 OMO 布局，讓「人」與「數位」並行，滿足消費者對於快生活、懶商機的需求，服務更精準、體驗更有溫度。

我們活用「全家行動購」、「全 + 1 社群電商」團購 LINE 群組、「節慶預購」以及「食食購」四大線上渠道，透過線上線下整合，創造超過一成的數位業績年成長。為切實回應社會與人口結構變化帶來的新需求，架構於會員 APP 的生鮮電商「食食購」，自 2024 年開站以來便主打「一站購足」、「零門檻免運」與「指定日店取」三大核心特色，精選冷凍冷藏生鮮食材，並獨家推出「Fami 烹煮」系列，成為自煮族、小家庭餐桌的好幫手。

[關於本報告書](#)[經營者的話](#)[永續績效](#)[榮耀與肯定](#)[1 全家永續發展](#)[2 全家永續治理](#)[3 全家產銷最安心](#)[4 全家就是愛地球](#)[5 全家一起來關懷](#)[6 幸福企業在全家](#)[附錄](#)

【生意與善意並行 永續也能成為商機】

此外，全家營運多年的店到店服務，在 2024 年首創公益新解方，透過「店到倉到倉」的創新公益模式，與「舊鞋救命國際基督關懷協會」合作，號召民眾捐出乾淨完好的舊鞋到東非，協助當地兒童預防沙蚤。不僅民眾享有公益運費優惠，大幅降低寄送成本；協會省去高頻大量的包裹簽收勞務；因降低宅配送貨趟次而減少碳排放，讓公益行動善意再加乘，多方有利又共好。

2024 年全家與歐萊德合作推出的「Bio 永續美妝」，使用 Let's Café 回收牛奶瓶、咖啡渣再製而成系列洗沐商品，黑金也能變綠金，讓原本的廢棄物搖身一變成為新商品原料，具體落實循環經濟的概念，從商品研發端就存在永續的概念，同時推動生意與善意。

【把握新藍海，從共感出發創造新價值】

面對人口結構改變與社會變遷，全家看見了更多值得投入的藍海市場。台灣已邁入超高齡社會，移工、樂齡族、毛小孩，成為生活中不可忽視的主角。全家積極佈局，推出友善商品與服務，讓每個人生活中的全家便利商店更具溫度與包容。

我們相信，品牌的影響力來自於能否與人產生共感。因此，全家也開始用更多行動，創造讓人感動的消費體驗。從節慶行銷到事件合作，讓全家不只是買東西的地方，更成為人們記憶的一部分。

【未來，讓我們一起挑戰更高的目標】

展望未來，全球局勢仍充滿變數，但全家早已準備好，以更堅定的步伐迎接每一個挑戰。全家將聚焦四大核心戰略：「強化鮮食與數位力」、「搶攻全客層市場」、「深化 ESG 實踐」與「提升營運效率韌性」。

我們定下清晰的 KPI 目標，期盼日商、店數再創新高，更重要的是，未來的全家，將是「結合生意與善意」的品牌，讓每一次交易、每一項服務，都能創造社會價值，實踐我們對這塊土地最深的承諾。

謝謝所有支持全家的顧客、加盟主、同仁與合作夥伴，是你們讓全家有力量在變動中持續前行。未來，我們會繼續以「顧客滿意、共同成長」為核心，堅持以人為本、以誠為信，讓全家成為每個人生活中、這片土地上的最佳夥伴。



[關於本報告書](#)[經營者的話](#)[永續績效](#)[榮耀與肯定](#)[1 全家永續發展](#)[2 全家永續治理](#)[3 全家產銷最安心](#)[4 全家就是愛地球](#)[5 全家一起來關懷](#)[6 幸福企業在全家](#)[附錄](#)

永續績效

環境永續



年度提供循環杯服務店舖導入達 **1,450 店**，佔比達 **26%**，減少一次用飲料杯使用量比率達 **20%**



鮮食塑膠包材使用率對比 2020 年減量 **40%**



鮮食廢棄率對比 2020 年減量 **25.6%**



店舖能源管理系統及設備 IoT 監控管理系統裝機率達 **99.8%**

社會共融



年度公益募款金額達 **1.7 億元**，幫助 **57 個**公益團體



身心障礙者累計聘用人數達 **109 人**



總合傷害指數 (FSI) **0.04**，低於近三年我國綜合商品零售業平均標準值

公司治理



2024年總店數
4,316 店



2024年合併營收
1,051.04 億元



2024年合併稅後淨利
39.36 億元

關於本報告書

經營者的話

永續績效

榮耀與肯定

1 全家永續發展

2 全家永續治理

3 全家產銷最安心

4 全家就是愛地球

5 全家一起來關懷

6 幸福企業在全家

附錄



榮耀與肯定



大型企業 - 服務業組第 13 名



永續報告書 - 金獎

人權實踐與發展 - 領袖獎



樂齡友善組 - 首獎

公益推動組 - 楷模獎

教育推廣組 - 楷模獎

社會創新組 - 楷模獎



採購獎 - 首獎

新創共好組 - 特別獎



全家多元友善便利商店 - 銀級

全家影響力愛心大平台 - 銅級

實踐低碳支付的全盈家 - 銀級

打造全家永續經營韌性 - 銅級

