

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

5.1 全家愛心大平台

5.2 環境教育行動

5.3 共融友善社會

5.4 物資循環與惜食

5.5 全齡關懷教育

5.6 未來展望

6 幸福企業在全家

附錄



5

全家一起來關懷

永續主軸

多元共融

重大主題

社會公益

利害關係人

員工、加盟者、客戶及消費者、公益團體



全家愛心大平台

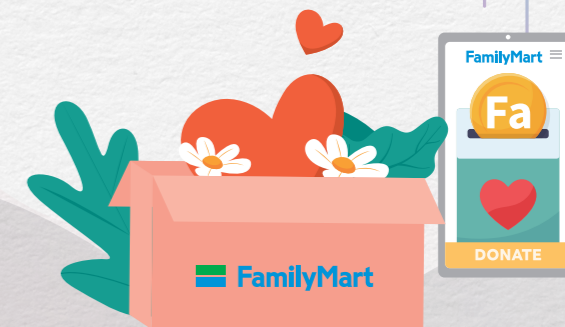
幫助 **57** 個公益團體



2024年
永續關鍵績效

全家愛心大平台

年度募款金額達 **1.7** 億元



5.1 全家愛心大平台

全家長期關懷所在土地與人民，運用企業資源深耕：環境教育行動、共融友善社會、惜食與物資循環、全齡關懷教育等領域，並透過深入社區的密集店點，與社創組織合作，打造有影響力的社會參與方案，並以廣大通路之優勢，建造公益勸募平台，讓「便利永續 你也 +1」。

5.1.1 全家愛心大平台願景與策略

全家與公民團體、利害關係人共同倡議及推行社會參與行動，實現 SDG2 消除飢餓、SDG3 健康與福祉、SDG4 優質教育、SDG8 合適的工作及經濟成長、SDG10 減少不平等、SDG12 責任消費及生產、SDG13 氣候行動，並透過勸募行動的經營與推廣，發揮企業正面影響力。

公益策略架構圖

面向	策略	主題	行動	議題
環境教育行動	因應全球氣候變遷，全家攜手環保團體共構全民環境教育計劃，前進校園進行學童環境教育扎根，同時將街角便利商店打造為最易達的社區環境教育基地，以通路密集店點與媒體影響力，線上線下推廣環保，期望提升民眾認同並落實綠色生活。	永續教育推廣	全家一起看見台灣 全家一起學回收	4 優質教育 13 氣候行動
共融友善社會	面對台灣移工人口及身心障礙者勞動力參與議題，「全家」與 One-Forty 社團法人台灣四十分之一移工教育文化協會、勝利基金會合作，打造多元包容的消費與就業環境。透過支持移工享有同等消費權，促進其社會融入；同時建構「社區就業」新模式，幫助身心障礙者回歸一般性職場，擁有職涯發展的機會。	移工友善	全家一起友善移工	8 合適的工作及經濟成長 10 減少不平等
		身障就業	全家身障共融便利商店	
物資循環與惜食	台灣每年食物浪費量達 360 萬噸，與此同時，弱勢家庭的溫飽問題亦不容忽視。此外，東非肯亞的沙蚤病疫情亦威脅著當地居民的健康。全家攜手「台灣全民食物銀行」，推動 Fa 點捐贈轉化物資，助益全台逾 220 個公益團體，實踐「No Waste, No Hunger」理念。同時，為「舊鞋救命」客製化物流模式，募集更多保命鞋，守護東非孩童健康。	弱勢關懷 減少剩食	全家 Fa 點公益捐 - 惜食助弱勢	2 消除飢餓 3 健康與福祉 12 責任消費及生產
		國際人道關懷	舊鞋救命 - 全家店到店募集	

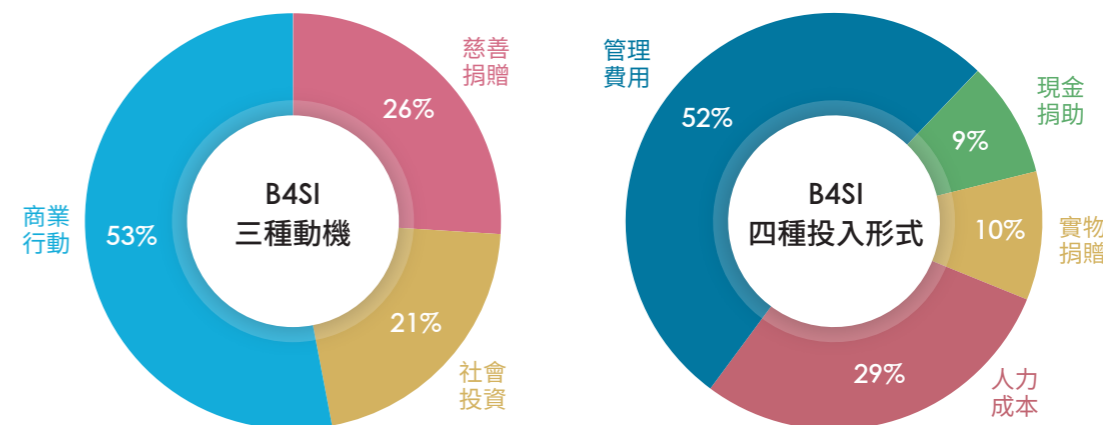


面向	策略	主題	行動	議題
全齡關懷教育	交通部數據顯示，台灣兒童交通安全及青少年發展議題亟需重視。全家攜手「靖娟兒童安全文教基金會」及「台灣少年權益與福利促進聯盟」，積極投入相關行動。透過支持靖娟基金會的交通安全宣導教育，強化家長與兒童的安全意識，致力降低兒童交通死傷。同時，與台灣少年權益與福利促進聯盟合作，推動青少年就業力培訓及教育助學計畫，協助弱勢青少年發展潛能。此外，「全家」亦提供身心障礙者及其家庭親子共學資源，促進其生活豐富與成長發展。	交通安全教育	小黃帽交通安全計畫	<div>3 健康與福祉</div> <div>4 優質教育</div> <div>8 合適的工作及經濟成長</div>
		青少年培力助學	逆風少年大步走	
		身障者培力賦能	喜樂星期天學校	

年度參與及公益投入

「全家」發揮企業影響力，積極投入社會參與行動，2024 全年所投入之時數及成本各項金額請詳下表。此外，我們亦參考國際社會影響力評估框架，檢核專案成效、優化管理方針，2024 年起首度以社會影響力 (Business for Societal Impact, B4SI) 框架相關原則，量化投入與產出，以便未來逐步優化資源配置。

項目	金額 (新台幣元)
現金捐款 (不含行銷廣宣費用)	2,082,279
時間投入成本 (含參與員工薪資投入等)	7,063,900
實物捐贈 (產品或服務的捐贈)	2,505,390
經常性宣傳與管理投入成本 (含專案及勸募平台宣傳 & 運營管理費)	12,574,819
合計	24,226,388

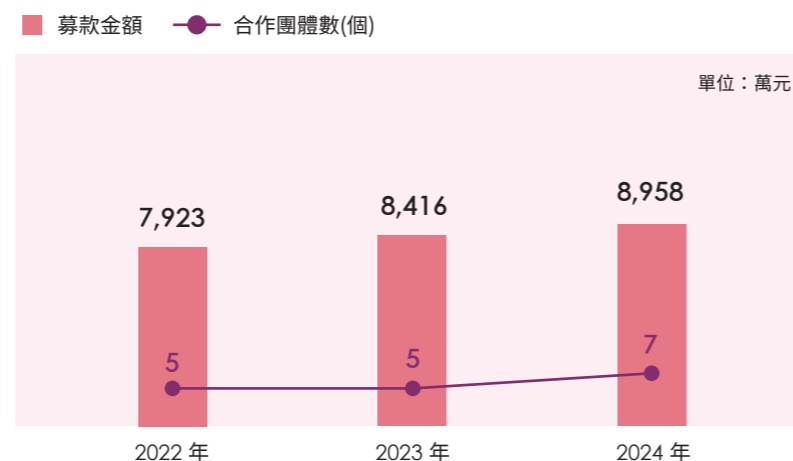


5.1.2 全家零錢捐

全家發揮通路優勢匯集民眾愛心，於 4,316 店櫃台設置愛心零錢捐箱，讓民眾到店即可隨手作公益，1 元也可捐，更便於民眾將愛心化作實際行動捐款，全家作為民眾與公益團體的愛心橋樑，我們定期清點稽查捐款箱金額，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。

因應社會需求，2024 年全家零錢捐合作團體涵蓋各領域，包含環境保護、教育培力、弱勢關懷、多元共融等，共提供 7 個公益團體募款管道，全年募得 8,958 萬元，在多元支付興盛的年代，仍較去年募款金額提升 5%，透過零錢捐「一塊」小小的力量，讓公益團體得以實現計畫，展現社會影響力！

全家零錢捐 3 年重點績效



5.1.3 全家 FamiPort 捐款

全家關心各種社會議題，發揮通路優勢，提供 50 個公益團體小額捐款的管道。民眾只要到全台 4,316 家店舖，就能透過「FamiPort 機台」進行小額捐款，每一筆捐款都「免手續費」，民眾只要輕鬆點選，就能將愛心捐款傳遞給需要幫助的團體，24 小時都能便利做好事！2024 年幫助 50 個公益團體共募得 6,401 萬元。



全台 FamiPort 機台就是最便利的公益站

此外，「全家 FamiPort 捐款」更在國內外發生緊急災害之際，成為民眾捐助愛心的重要管道。2024 年緊急救災募款共募得 5,473 萬元。

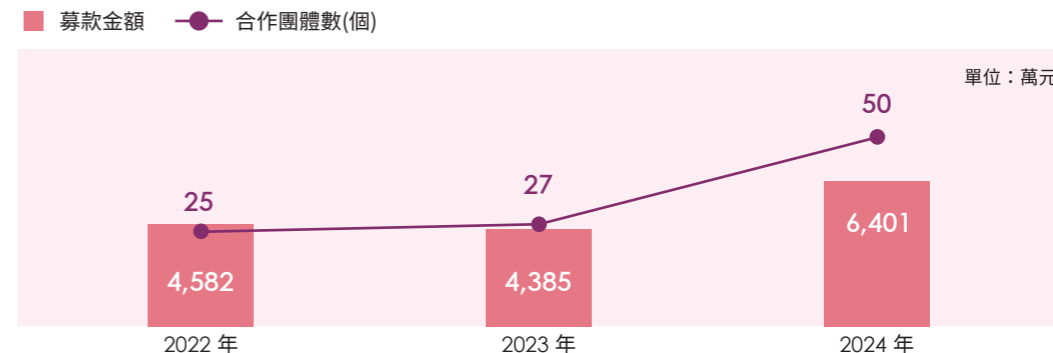
0115 能登半島地震捐

全家促進台日友好，與衛福部合作，於一天內開啟 FamiPort 作為募款管道，兩周共募得 3,757 萬元。

0403 花蓮地震捐

全家與行政院賑災基金會合作，一天內開啟 FamiPort 做為募款管道，近四周募得 1,716 萬元。日本全家亦跨海響應，於日本全家店舖募得 804 萬元，全數捐贈行政院賑災基金會，促進台日友好。

全家 FamiPort 小額捐款重點績效

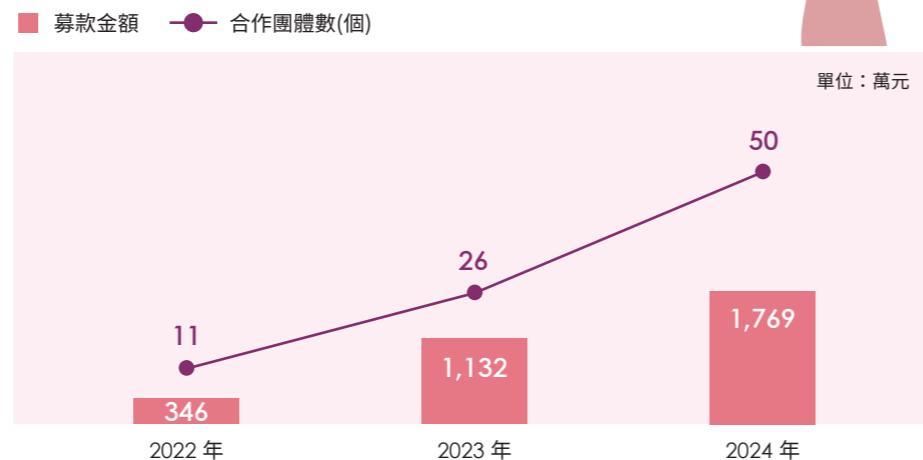


5.1.4 全家 APP 捐款

為了讓社會大眾做公益更便利，也更即時，全家推出「APP 捐款」服務，讓大家打開全家 APP 就能隨時、隨地、隨心捐款做公益，達成全家全通路線上線下都可捐款的便利渠道。2024 年幫助 50 個公益團體募款，關懷議題面向涵蓋「貧窮與飢餓」、「健康與福祉」、「弱勢與培力」、「身心障礙者」、「環保與生態」等，2024 年共募得 1,769 萬元。

「全家 APP 捐款」亦發揮即時捐款的優勢，於緊急救災之際成為民眾捐贈愛心的便利管道。2024 年與台灣世界展望會合作，針對「0403 花蓮地震」進行募款，共募得 396.9 萬元。

全家 APP 捐款重點績效



5.1.5 全家 Fa 點公益捐

全家發揮通路力量，除了透過全台超過 4,316 家店打造線上 + 線下的捐款公益平台，更將公益行動數位化。自 2018 年首創全家 APP「全家 Fa 點」捐公益行動，會員捐出的點數都會換成物資提供公益團體，讓你的每一點都不浪費，點點變愛心。



全家 Fa 點公益捐重點績效

年份	合作團體數	募款總計	換算物資
2022	11	17.74 億點	1,425 份平安箱、飼料 6,000 包、米 1,000 包、麵 900 包、保久乳 1,000 箱、成人尿布 1,500 箱
2023	8	10 億點	保久乳 1,000 箱、麵條 1,000 包、罐頭 700 罐、紙尿褲 200 包、飼料 1,000 包
2024	1	1.52 億點 (註)	公益點數惜食計畫 共捐贈米 420 包、麵條 900 包、肉醬罐頭 900 罐，以及 683 箱惜食食物箱；全家加碼捐出 1,780 包冷凍惜食品。

註：2024 年活動時間為 2024/6~2024/12，為首次推動公益點數惜食計畫，結合惜食與公益；並與全民食物銀行合作，由該單位統籌將物資分配給 10 個公益團體



5.2 環境教育行動

面對氣候變遷挑戰，全家深知零售通路對環境的影響與責任。我們運用全台綿密的店舖據點及全家愛心大平台資源，攜手專業環境 NGO 團體，推動全民環境教育，讓氣候變遷不再是遙遠議題，而是貼近生活的行動呼籲。全家與「看見·齊柏林基金會」、「RE-THINK 台灣重新思考環境教育協會」合作，深入校園培育學童環保意識，並將便利商店打造成社區最易接觸的環境教育基地，透過策展與數位傳播擴大影響力。我們相信，強化大眾對環境議題的認知，是推動綠色生活轉型的關鍵一步。期盼發揮通路優勢，共築更具韌性的永續未來。

5.2.1 全家一起看見台灣

「全家」自 2020 年起攜手看見·齊柏林基金會，啟動「全家一起看見台灣」五年環境關懷公益計畫，為國內零售通路首次大規模投入環境永續議題倡議的公益計劃。運用全台 4,316 間「全家」店舖作為環境教育基地，五年來共募得 1.1 億元善款，舉辦 368 場校園放映會、33 場環境教育講座，更支持 3 位導演完成環境紀錄片拍攝，直接影響超過 11 萬人次。

五年來，全家與看見·齊柏林基金會透過「小小齊柏林校園公播」，將《看見台灣》等環境影片及教育講師帶入全台 22 縣市，影響近 5.7 萬名學童，並克服地域限制，讓偏鄉學童也能透過影像重新認識這片土地。此外，也將環境教育延伸到社區與家庭，於全家店舖舉辦「飛閱台灣全家鄉講座」與「小小店長愛地球」體驗活動，透過沉浸式體驗，讓環境教育向下紮根。

同時，由全家愛心大平台 100% 支持的齊柏林空間年度特展，匯集齊柏林導演 60 萬張珍貴影像，共推出《映河》、《覓城》、《韌島》等不同主題策展，透過豐富的空拍影像及分齡教案，吸引超過 10 萬人次參觀，建立民眾與台灣這片土地的連結，成為台灣環境影像紀錄的重要據點。其中，2022 年推出的《映河》特展，更榮獲國際紅點設計獎 (Red Dot Award)，展現環境教育策展的專業與創新。

2020

勸募金額 **2,026 萬元**

首度於零售通路大規模倡議環境教育推廣，啟動「全家一起看見台灣」環境關懷公益計畫，開啟環境教育新篇章。

2021

勸募金額 **2,266 萬元**

突破傳統環境教育框架，跨界與饒舌歌手推出看見台灣公益主題曲，並邀請供應商一同響應，合作推出「看見台灣」黑松汽水罐，銷售突破 14 萬罐，將環境議題融入年輕世代的日常生活中。

2022

勸募金額 **2,366 萬元**

線上推動「台灣本色檢定考」，請消費者透過測驗發現專屬台灣的色彩，共 44 萬人踴躍參與；並跨界與國際品牌 Faber-Castell 合作推出「看見台灣環保色鉛筆」，上市當日即售罄，成功提升大眾對環境議題的認同與參與感。

2023

勸募金額 **2,516 萬元**

響應看見·齊柏林基金會「看見台灣 10 周年活動」，透過公益路跑吸引 8.5 萬人共同參與，並以北中南攝影巡迴展形式，將齊柏林導演珍貴的空拍作品帶入大眾視野，深化公眾對環境議題的關注與行動。

2024

勸募金額 **2,025 萬元**

首次運用 AI 技術打造虛擬網紅「雲朵阿 Q」，並結合齊柏林導演的空拍影像，以軟萌角色親近嚴肅的環境教育議題，讓民眾看到美麗的台灣與環境變遷的傷痛，觸及超過 300 萬人次；並實體化降落在全家林口文義店，引爆社群話題，主動吸引 44 家媒體報導，擴大環境教育的影響力。

展望未來，為深化環境教育的影響力，「全家」與看見·齊柏林基金會將於 2025 年啟動新一輪五年計畫，透過「十年一刻」長期地景紀實空拍計畫，持續追蹤並記錄台灣土地的變遷；並導入「國際環境影像展」，將全球環境議題帶入國內視野，擴大民眾對永續議題的理解與參與。此外，未來也將透過「逐岸行腳」計畫，邀請民眾親自踏上影像記錄的場域，深入感受並實踐守護環境的理念，持續推動全台民眾與土地共同成長，為永續發展盡一份心力。

5.2.2 全家一起學回收

全家與 RE-THINK 台灣重新思考環境教育協會於 2024 年起共同啟動了為期三年的「全民回收新運動 - 全家一起學回收」公益計畫，旨在透過全台 4,316 店舖，號召民眾將資源轉化為環境教育，深入校園與日常生活。

為了解消費者在便利商店的環保行為與需求，我們與台師大永續管理與環境教育研究所合作，進行「便利商店環保素養大調查」，收集 11,943 份有效樣本。調查結果顯示：

- 39.6% 的民眾不知道電子發票無法回收。
- 62.9% 的民眾會在便利商店索取一次性用品。
- 97.1% 的民眾願意響應便利商店的回收與減塑措施。

針對上述發現，計畫推出了「便利商店回收大百科」線上回收指引，提供正確的回收知識，幫助民眾了解如何正確分類常見的便利商店垃圾，如熱咖啡杯、紙飲料杯、三角飯糰包裝等。

在實體店面方面，我們合作推出「實驗垃圾桶計畫」，結合使用者研究與設計思考，設計符合使用者需求的垃圾桶，指導消費者正確分類，提升回收率。該計畫目前已在雙北 10 間店舖進行垃圾桶改造，預計持續擴展。整體發現，成果面 -- 垃圾分類正確率增加 20%，行為面 -- 完全沒有分類意願的消費者減少 13%，每店一般垃圾每日平均減少 0.4 公斤，推估每店每月可減少 12 公斤垃圾。

全家一起學回收計畫 2024 年關鍵成果

重點成效

- 6 週捐勸募金額 **695 萬元**
- 線上環境教育文宣觸及 **153 萬人次**
- 累計改造 **10 間**全家店舖垃圾桶
- 校園教育活動共舉辦 **51 場**、**1,275 人**參與

重點影響力

- 創造 **80 則**媒體露出，擴大影響人數
- 公益團體能見度大幅提升，活動期間 RE-THINK 的發票捐贈人數較去年同期成長 **20 倍**
- 推動年銷 **2 億杯**的 Let's Café 包材標註回收提醒



「全家」推出「小小店長愛地球」活動，透過育教娛樂學習愛地球知識



支持齊柏林空間年度策展，並邀請各級學校免費申請「環境教育基地營」，搭配不同教材，更深入討論環境議題



全家與 RE-THINK 自 2024 年起推出三年回收教育計畫



全家透過實驗垃圾桶改造計畫，引導消費者正確分類



5.3 共融友善社會

「共融」是實現社會永續的重要基石，作為深入全台社區的零售服務平台，全家關注多元族群的需求，致力於打造更具包容性的消費與就業環境，讓每一位生活在台灣的朋友都能被友善對待、擁有平等參與社會的機會。我們與 One-Forty 社團法人台灣四十分之一移工教育文化協會、勝利基金會合作，推動移工文化交流與友善服務，支持移民工朋友享有平等的消費權與生活便利，協助其更好地融入台灣社會，縮短彼此的距離。

同時，全家積極協助勝利基金會建構「社區就業」新模式，提供身心障礙者進入一般性職場的機會，透過完整培訓與支持，協助其發展職涯、實現自立。我們相信，當社會能接納每一份不同的力量，才能真正邁向共融與永續。

5.3.1 全家一起友善移工

內政部統計，至 2024 年 9 月，台灣移工人數突破 80 萬，連同新住民與留學生，東南亞人口接近 150 萬，成為產業發展與家庭照護的重要支柱。全家觀察到移工顧客日益增加，卻仍面臨語言隔閡、商品可得性與文化適應等挑戰。因此，我們攜手移工教育組織 One-Forty 社團法人台灣四十分之一移工教育文化協會，透過專業洞察優化服務，讓便利商店更友善。



設立「東南亞商品專區」，幫助移工就近買到家鄉味

2024 年，全家與 One-Forty 合作發佈《移工便利商店大調查》，短短兩週回收逾 2,600 份有效問卷，發現語言障礙、飲食選擇受限與文化適應是移工主要挑戰。六成以上受訪者表示，語言不通導致購物困難，近半數移工希望能有更多符合飲食習慣的商品。因此，全家推動一系列友善措施，在全台 4,316 店導入「東南亞語系溝通友善墊板」，提供印尼文、越南文、泰文及菲律賓文輔助，搭配圖示協助溝通。同時，優化 FamiPort 機台多國語系介面，並製作四支便利商店中文教學影片，幫助移工適應台灣生活。

在商品供應上，全家於 500 家店鋪設立「東南亞商品專區」，導入近百款東南亞進口食品，並增設「No Pork」標示，確保穆斯林顧客安心選購，飲品菜單亦新增多語系標示，讓便利商店成為真正的無障礙購物空間。此外，全家與 One-Forty 推動移工文化交流，招募 30 位印尼籍移工文化大使，舉辦六場活動，共計 153 位移工與全家員工參與，促進文化理解。

在多元文化交融的時代，企業的社會責任已不再侷限於營運績效，而是如何透過跨領域合作來推動創新與社會融合。我們相信，便利商店不僅是商品交易場域，更是促進文化共融的平台，全家將持續實踐 ESG 理念，讓每位顧客都能享受真正的「便利」，共創更包容的社會。



「全家」首創推出「東南亞語系溝通友善墊板」

全家一起友善移工計畫 2024 年重點成效

- 東南亞語系溝通友善墊板，導入 **4,316 店**
- 招募 **30 位** 印尼籍交流大使
- 舉辦 6 場文化交流活動，共計 **153 位** 移工、全家員工參與
- 舉辦 3 場員工內部活動，共計 **4,497 位** 員工參與
- 推出 **4 支** 四國語系便利商店常用中文教學影片，影片觀看 66 萬次，觸及近 **8 成** 在台移工

5.3.2 全家身障共融便利商店

自 2011 年起，「全家 × 勝利基金會」攜手打造全台首家由混合障礙者共同營運的 24 小時便利商店，為身心障礙者創造友善且穩定的就業環境。首家店舖落腳於台灣大學的台大二活店，隨著計畫的發展，至 2024 年已拓展至雙北、桃園地區，共計七家店舖，包括松醫店、敦中店、汐止福全店、新店新百合店、林口隆林店、小彎公宅店及中壢龍文店。其中，中壢龍文店於 2023 年 4 月開幕，佔地百坪，成為全台規模最大的公益便利商店，進一步擴大計畫影響力。

這些店舖提供的不僅是就業機會，更是一個讓身心障礙者發揮潛能、融入社會的舞台。店內員工涵蓋聽語障礙、自閉症、智能障礙、精神障礙及器官缺損等不同類別，透過全家與勝利基金會的專業輔導與支持，量身打造合適的工作流程與培訓機制。從 SOP 調整、跨障別協作模式，到社工專業輔導，確保每位夥伴都能在適才適性的環境下發展，實踐職場共融與 DEI 價值。

至今，這項計畫已成功培訓超過 300 位身心障礙者，並發展「社區就業」模式，幫助更多人從便利商店職場邁向更廣闊的就業市場，實現自立生活。同時，這項行動也呼應聯合國永續發展目標，推動 SDG10 減少不平等與 SDG8 合適的工作及經濟成長，為打造更具包容性的社會貢獻一己之力。2025 年也將持續展店，預計提供障礙者更多學習與就業機會。

我們對障礙者的關懷，也從便利店延伸至社會中，障礙者面臨出行的困難，因此透過全家零錢捐計畫，呼籲大眾捐款支持「無障礙巴士系統智能化」，共募到 695.7 萬元。透過開發智能系統提升無障礙巴士載運共乘量，從 0.5% 提升至 20%，全年運量增加至 45,000 趟，讓更多需求者受惠。同時也建造線上客服系統，創造重度障礙者居家工作機會，預計增加 8 位重度障礙居家就業機會。

全家身障共融便利商店計畫質化與長期影響力

- 2011 年開設第一家全家身障共融便利商店「台大二活店」
- 2018 招牌換上「全家♥勝利基金會」，將身障經營的特色外顯，店內也透過諸多設計（如識別臂章、名牌），讓顧客知道夥伴的不同。
- 2023 年全家身障共融便利商店跨出雙北地區，於中壢地區開設「中壢龍文店」，結合樸樹咖啡的複合店型態，提供更多障礙者就業機會。
- 截至 2024 年共開設七家身障共融便利商店：松醫店、敦中店、汐止福全店、新店新百合店、林口隆林店、小彎公宅店、中壢龍文店，累積幫助 300 位障礙者。
- 2024 年將關懷觸角延伸到便利商店以外，透過零錢捐支持「無障礙巴士系統智能化」幫助障礙者出行更便利。



中壢龍文店結合樸樹咖啡與便利商店複合型態，提供更多就業機會

5.4 物資循環與惜食

全球資源分配失衡與食物浪費問題日益嚴重，台灣每年產生數百公噸的剩食，同時仍有許多弱勢家庭面臨溫飽困境；放眼國際，資源極度匱乏的東非地區，更有數百萬孩童因缺乏基本物資而影響生存與健康。這些現象不僅凸顯社會結構中的不平等，也加劇了環境負擔與人道風險。

作為深入社區的零售平台，全家看見零售產業在串接資源與創造社會價值上的關鍵角色，致力推動物資循環、惜食行動與人道援助，讓過剩資源不再被浪費，而是轉化為改善社會弱勢處境的力量。我們相信，建立資源有效流動與循環的系統，是企業回應社會與環境挑戰的重要行動，更是實踐永續發展的責任與承諾。全家將持續推動物資共享、惜食減廢與跨國人道援助，為社會與地球創造更長遠的正向影響。

5.4.1 全家 Fa 點公益惜食計畫

過去我們首創「友善食光」計畫，應用創新的時控條碼科技，在鮮食到期前 5 小時打 7 折，有效減少食物浪費，成為店舖與消費者雙贏的機制。我們也觀察到有許多弱勢家庭面臨無法溫飽的景況，自 2024 年 6 月起，我們首創「全家 Fa 點公益惜食計畫」，邀請大眾透過全家 APP 捐出 Fa 點，1 點也能捐。秉持著「No Waste, No Hunger」的精神，每一點都會優先轉換成「惜食」物資，攜手「台灣全民食物銀行」幫助全台弱勢家庭溫飽，繼友善食光後，再度讓惜食物資獲得更完善的處理，幫助弱勢同時促進地球共好！

自 2024 年 6 月起至 2024 年 12 月，「全家 Fa 點公益惜食計畫」累計共捐贈米 420 包、麵條 900 包、肉醬罐頭 900 罐，以及 683 箱惜食食物箱；全家加碼捐出 1,780 包冷凍惜食品，幫助超過千戶家庭受益。



Fa 點換成溫飽物資，提供公益團體幫助弱勢)



惜食物資幫助需要的家庭溫飽

5.4.2 舊鞋救命 - 全家店到店募集

在東非資源匱乏的赤貧地區，當地居民每日所得不到 2 美元，難以負擔保護雙腳的鞋履，極易受到透由腳底吸食人血的寄生蟲「沙蚤」侵害。沙蚤會透由腳底吸附人體，流行率可達 60%，影響嚴重時可能造成截肢，甚至生命威脅。

「全家」攜手「舊鞋救命國際基督關懷協會」，發揮企業核心能力，打造「全家店到店」創新的公益模式，提供民眾捐鞋更有利。「全家店到店」創新的公益模式三大優勢如下：

- 民眾享有長期 50 元公益運費，大幅降低寄送成本，抗通膨發揮愛心少負擔
- 讓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 12 月 11 日開始募集，7 天募集超過 6.6 萬件捐物包裹，打破舊鞋救命協會過去的募集紀錄四倍之多，也顯見全家店到店的便利性，讓更多愛心民眾投入。全家也拋磚引玉，每一個捐鞋包裹再捐出 10 元 (上限 1 萬件)，共捐贈十萬元給舊鞋救命協會。



全家店到店攜手舊鞋救命協會一起募集舊鞋，幫助非洲孩子有鞋穿

5.5 全齡關懷教育

面對人口結構快速變化與多元社會需求，全家深知教育不僅是知識傳遞，更是促進社會共融、培養韌性的關鍵力量。因此，我們以「全齡關懷」為核心，關注不同年齡層與生命階段的獨特需求，與公益團體合作，設計有溫度的教育行動，陪伴社會每一個人走得更長遠。

針對兒童，全家看見交通安全議題的重要性，透過教育倡議降低事故風險，守護孩子的成長安全；面對逐漸浮現的雙老家庭困境，全家攜手專業單位，支持身心障礙者持續參與社區學習，協助其走出家庭、建立社會連結，減緩家庭照護壓力；青少年階段則是身心發展與價值觀塑造的關鍵期，全家與公益團體合作，關懷青少年失學、失業、人生迷惘等議題，期盼成為他們成長路上的重要夥伴。

我們相信，讓每一個世代都有被理解與支持的機會，才能真正打造共融友善、世代同行的永續社會。

5.5.1 小黃帽交通安全計畫

台灣被國際媒體評為行人地獄，每年超過千名孩童，在道路行走時發生事故。全家深耕台灣 30 餘年，深入社區鄰里，是社區居民的好夥伴。2020 年起，全家攜手靖娟基金會合作推動「小黃帽交通安全計畫」，並發揮通路優勢，呼籲民眾透過零錢捐支持小黃帽交安計畫，所有捐款全數投入關懷孩童安全教育，讓教育向下扎根，守護每一位孩童健康長大。



2024 年邀請方志友擔任代言人，擴大小黃帽計畫的曝光度

2024 年零錢捐宣傳期間，邀請知名藝人「方志友」擔任代言人，透過記者會與社群宣傳等方式，向大眾呼籲到全家捐下零錢；並串聯六都縣市首長與超過 20 位 KOL 一起響應小黃帽交安計畫。共募得 2,034 萬元，全數由靖娟兒童安全文教基金會協助研發教案、訓練講師、與規劃兒童交通安全教育課程，透過進校宣導、交通安全活動等，將交安知識傳遞給孩童與家長，2024 年共接觸 67,240 人次，提升交通安全觀念。

此外，全家也攜手供應商一同響應，與聯華食品「寶味味」連續三年推出小黃帽聯名商品，於包裝後印上交安宣導插畫，於全家通路獨家販售，每賣一包聯華食品再捐出 5 元，共捐出 36 萬元。

小黃帽交通安全計畫重點成果

2022

經營台灣第一個兒少交安教育網站，並發展交安教材、培育講師進校宣傳，奠定兒少交安教育第一品牌。

2023

推動系統化機制，開發多元教材供教師與親子應用。透過教材擴大教育觸及，深化交通安全觀念，期能有效提升全民交安意識。

2024

持續關注兒童馬路安全議題，發展「集、轉、探」過馬路口訣，讓駕駛與親子好記易學，小黃帽計畫成為兒少交安倡議領頭羊。

5.5.2 星期天學校計畫

身心障礙者及其家庭長期面臨社會參與機會不足，以及照顧壓力沉重的挑戰。全家自 2016 年起與台北市喜樂家族社會福利基金會攜手，關注心智障礙少年的成長與生活品質，透過教育與文化參與，協助其走出家庭、融入社會，實踐社會共融的永續願景。

自 2019 年起，雙方共同推動「星期天學校計畫」，以全台首創的「親子共學」模式，設計打擊、舞蹈、音樂、戲劇等 11 項感覺統合課程，促進身心障礙者與家庭關係的連結與和諧。全家看見台灣人口老化下「雙老家庭」問題日益嚴峻，2024 年進一步聚焦於延緩身心障礙者老化，藉由穩定且多元的課程與展演，豐富其生活，減輕家庭照護負擔。

計畫展現全家在社會面向的永續承諾，2024 年募得零錢捐款 1,079 萬元，支持 190 場演出、8 部戲劇創作，累計 12 萬人次參與活動。透過穩定資源投入與長期陪伴，全家攜手喜樂基金會持續為台灣社會打造一個更加友善、共融的生活環境，讓每一個生命階段、每一個族群都能被看見與支持。



「星期天學校計畫」透過教育與文化參與，協助身心障礙者家庭走出家庭、融入社會，實踐社會共融的永續願景

星期天學校計畫 - 重點推進

2019 年起

首創星期天學校計畫，將服務計畫重點從原先身心障礙青少年就業，拓展為更多元的親子共學面向

2021 年起

連續 10 年舉辦健走活動，本年度參與的身心障礙者家庭與志工人數突破千人，期盼打造更友善共融的環境

2024 年起

隨台灣人口結構改變，全力支持身心障礙雙老家庭，透過課程延緩障礙者老化、減輕照顧負擔

5.5.3 逆風少年大步走

全家秉持「與社會共好」的願景，長期關注台灣青少年就業與就學機會不均的問題。自 2009 年起，全家與台灣少年權益與福利促進聯盟（簡稱台少盟）攜手推動「逆風少年大步走 - 青少年就業力培訓暨教育助學計畫」，透過職涯培訓與教育助學，幫助弱勢青少年提升學習力與就業競爭力。截至 2024 年，該計畫已累積募集超過 2.6 億元善款，幫助超過 6,000 名青少年建立穩定的生涯規劃與職涯發展，並支持 1,369 名在校學生提升學習成效。

2024 年，「逆風少年大步走」零錢捐共募得 1,405 萬元，資助 572 位青少年接受職涯輔導與獲得教育資源，並協助 1,530 名青少年透過與職人對談交流，了解產業趨勢與職場生態，強化就業準備度。

因應數位資訊發達，青少年面臨的挑戰不僅侷限於經濟與教育資源的不足，網路資訊的氾濫也對身心發展產生影響，因此，2023 年全家與台少盟擴大計畫範圍，首度跨足探討青少年身心議題，關注青少年心理健康與社會適應問題，期能從根本協助其改善困境。2024 年更進一步推出「未來之翼」子計畫，以社區據點為核心，強化青少年支持網絡，打造更綿密的防護網，降低其失學失業的風險。未來，全家將持續串聯企業、公益組織及社區資源，共同打造一個公平且為具韌性的環境，確保每位青少年都能獲得應有的學習與職涯發展機會，實現真正的社會共融與永續發展。



「全家」黃志文店長走入校園，與青少年分享自身的「逆風故事」



逆風少年大步走 15 週年展，讓社會大眾一同見證「全家」與台少盟長期扶持青少年的努力與成效

逆風少年大步走計畫 - 重點推進

• 2009 年

首度發起「逆風少年大步走」就業力培訓計畫，支持身處弱勢的青少年們擁有平等的就業及教育機會

• 2017 年

發布「青少年職涯發展大調查」，倡議弱勢青少年就業議題，藉以喚起社會關注並創造具包容性的環境與資源投入

• 2023 年起

加強青少年服務的深度與廣度，從原先就學就業輔導，擴增「網路安全」、「心理衛生」面向

• 2024 年起

首創「未來之翼」計畫，延伸弱勢家庭青少年服務計畫，透過綿密社區據點，將服務對象範疇再擴大至有法律風險的青少年，期盼從源頭開始減少犯罪事件產生

5.6 未來展望

全家長期深耕社會公益，積極回應社會需求，展望未來，我們將持續以「全家愛心大平台」為核心，聚焦於環境教育、共融友善社會、惜食與物資循環及全齡關懷教育等四大社會參與主軸，結合公民團體及社創組織，共同推動符合聯合國永續發展目標 (SDGs) 的行動。

短期目標

持續推動四大公益主軸



環境教育行動

持續與環保組織合作，擴展校園、社區及大眾環境教育計畫，運用實體店舖和數位通路，促使更多人參與環境保護行動，積極推動全民落實綠色永續生活。



共融友善社會

擴大與社會創新組織合作，持續支持移工融入台灣社會，並打造身心障礙者友善就業環境，創造更大的社會影響力。



物資循環與惜食

持續推動「捐點換惜食」，幫助弱勢家庭、減少糧食浪費。更透過創新性的公益物流模式、提升捐鞋便利性，擴大實踐國際人道關懷。



全齡關懷教育

深耕投入交通安全與青少年培力，擴大與教育基金會及社福組織的合作，為弱勢兒童、青少年及身心障礙族群提供更多元的教育與賦能機會。

打造更具公信力的愛心大平台

全家將持續深化「全家愛心大平台」的專業性與公信力，透過：

- 與第三方單位台灣公益團體自律聯盟合作，強化平台治理機制，透過評量「服務計畫可行性」、「帶來的社會影響力」，及公益團體本身的「財務負債比與餘款比」，共計 3 大標準甄選合作的公益團體
- 擴大與專業公益組織、國際 NGO、學術單位合作，提升行動深度與廣度
- 持續公開揭露公益成果與影響力報告，接受外部檢視

中期目標

長期目標

參考社會影響力國際框架優化管理方針

全家將參考國際社會影響力衡量與管理標準，如 Social Value International (SVI) 標準、Business for Societal Impact (B4SI) 框架、GRI 413 社區議題指標，逐步建構更具系統性的公益管理機制，包含：

- 制定公益專案目標、成果與影響力指標 (Outcome & Impact KPI)
- 定期盤點與透明揭露公益資源投入及產出 (Input-Output)
- 強化利害關係人參與及回饋機制，確保專案回應實際社會需求
- 導入第三方審核或評估機制，提升管理透明度與可信度

透過上述行動，全家致力打造一個透明、公信、具規模影響力的愛心大平台，讓每一份善意都能被有效放大，真正實踐企業的社會責任與永續價值。