

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

1.1 企業永續藍圖

1.2 全家永續倡議

1.3 永續發展組織

1.4 利害關係人溝通
與重大主題

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

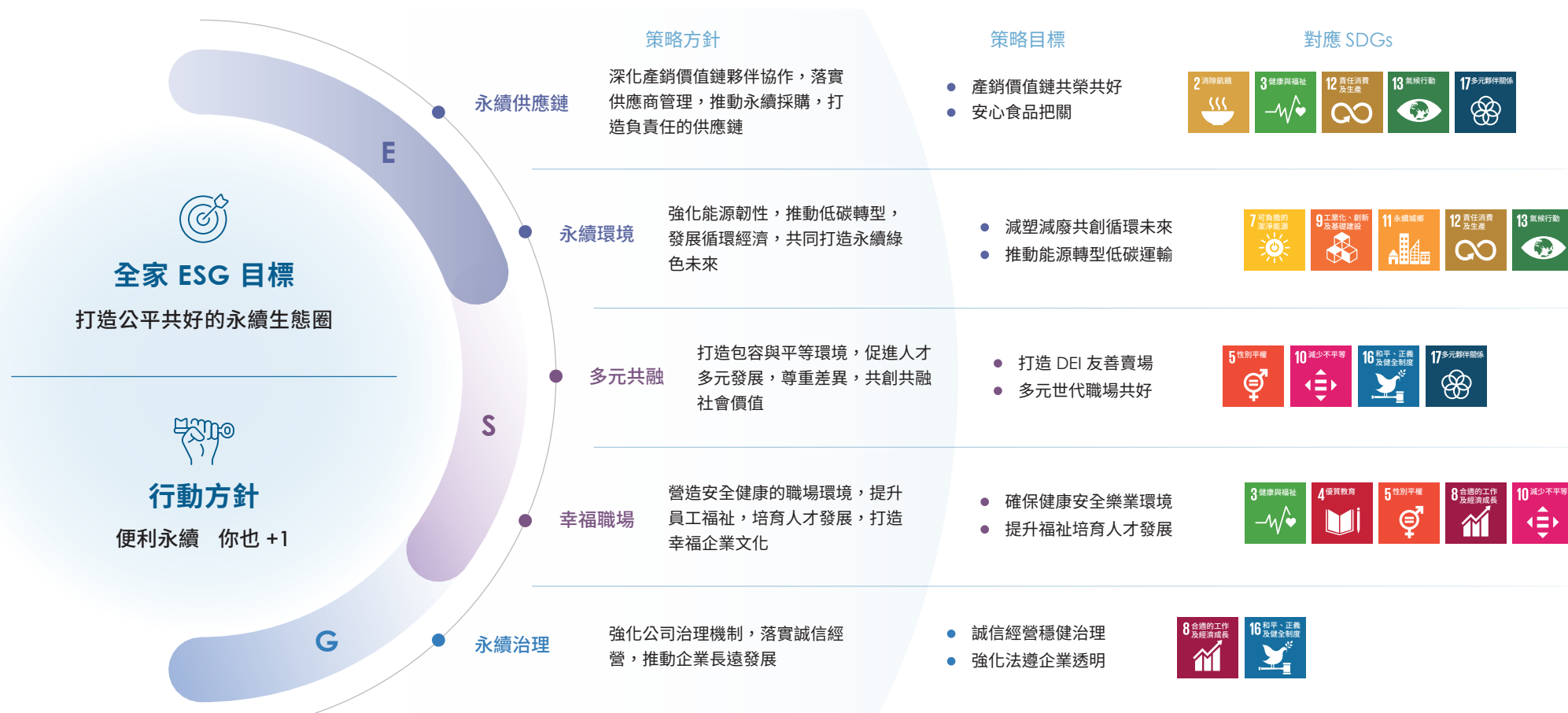




1.1 企業永續藍圖

永續發展策略及 SDGs 行動

全家以「打造公平共好的永續生態圈」為 ESG 目標，並以「便利永續 你也 +1」為行動方針，推動五大永續主軸，積極響應聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)。透過持續強化企業的永續競爭力、接軌國際標準，發揮更大的正向影響力，展現全家邁向全球永續發展的決心。





1 全家永續發展					
永續主軸	E		S		G
	永續供應鏈	永續環境	多元共融	幸福職場	永續治理
對應重大主題	<ul style="list-style-type: none"> 食品健康與安全 商品標示與行銷溝通 供應鏈管理 	<ul style="list-style-type: none"> 包裝包材管理 剩食管理 	<ul style="list-style-type: none"> 社會公益 	<ul style="list-style-type: none"> 職業安全衛生 人才發展與培育 	<ul style="list-style-type: none"> 經營績效 誠信經營 資訊安全
關鍵利害關係人	<ul style="list-style-type: none"> 供應商及承攬商 客戶及消費者 	<ul style="list-style-type: none"> 政府機關 供應商及承攬商 客戶及消費者 公益團體 	<ul style="list-style-type: none"> 員工 加盟者 客戶及消費者 公益團體 	<ul style="list-style-type: none"> 員工 加盟者 政府機關 公益團體 	<ul style="list-style-type: none"> 股東及投資人 政府機關 銀行
全家對應之計畫與成果	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年度自有及委託鮮食廠稽核完成率 100%、稽核合格率 100% 2024 年度投入食品安全管理經費達 1,304.2 萬元 供應商合約納入誠信經營條款 	<ul style="list-style-type: none"> 推動友善食光，對應剩食議題減少食物浪費 推動 Clean Label，減少不必要的添加物與碳足跡 導入設備 IoT 監控管理系統 店舖導入招牌、賣場及騎樓的 LED 節能燈具 由永續發展委員會下轄之環境小組制定環境管理政策，鑑別與氣候變遷相關之風險與機會，並提出因應措施，以期減緩氣候變遷對企業營運所帶來之衝擊 	<ul style="list-style-type: none"> 多元且平等之雇用政策，保障勞工權益 友善移工計畫 - 推出「東南亞語系溝通友善墊板」、設立「東南亞商品專區」 攜手勝利基金會打造全家共融便利商店 聘用 109 位身心不便的夥伴，高於法規要求 85% 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年全體員工教育訓練總時數達 359,372 小時，總投入經費達 3,766.7 萬元 全家數位學習平台「人資 e 網」提供數百門多元課程，2024 年度平台瀏覽量達 100.9 萬人次 導入 ISO 45001 職業安全管理系統 推動勞工健康保護四大計畫 - 員工健康管理、母性健康保護措施、EAP 員工協助方案、醫師臨場服務 	<ul style="list-style-type: none"> 穩定發放股利 設立誠信經營委員會，每年定期向董事會報告公司誠信經營履行情形 訂定「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件之處理辦法」，設置內外部檢舉管道，明定處理程序及確保檢舉人及相關人之合法權益
對應章節	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	2. 全家永續治理



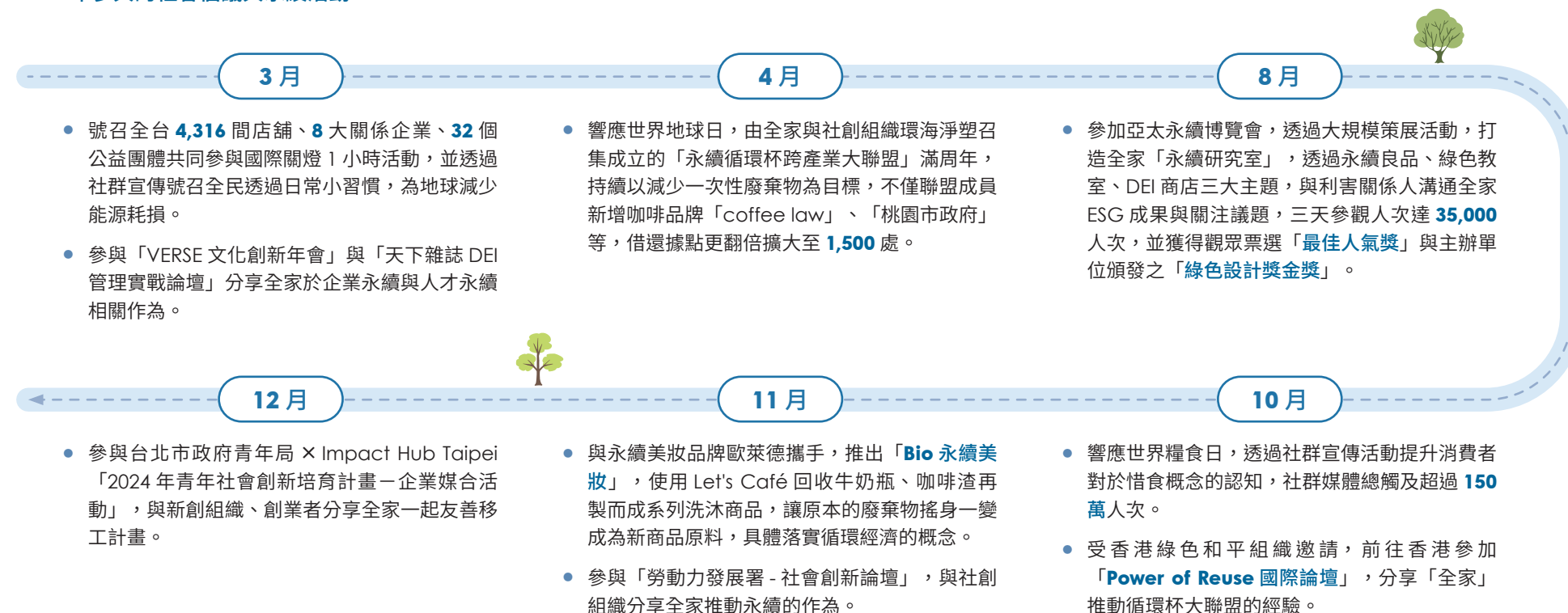
1.2 全家永續倡議

全家 2024 年起系統化參與外部永續倡議與消費者活動，旨在發揮通路影響力，串聯產官學界及消費者共同行動，擴大永續影響力。面對氣候變遷、社會共融等全球性挑戰，企業單打獨鬥難以帶來規模化的改變，透過參與專業組織、產業聯盟及社會倡議，掌握最新永續趨勢，強化管理策略與作法，並共同推動產業轉型。此外，結合消費者參與的行動設計，讓全民在日常消費中輕鬆參與環保、公益及社會議題，落實「便利永續 你也 +1」理念，將永續價值真正融入每個人的生活。

2024 年參與的永續組織

- 《天下雜誌》天下永續會
- 《遠見雜誌》遠見 ESG 共好圈

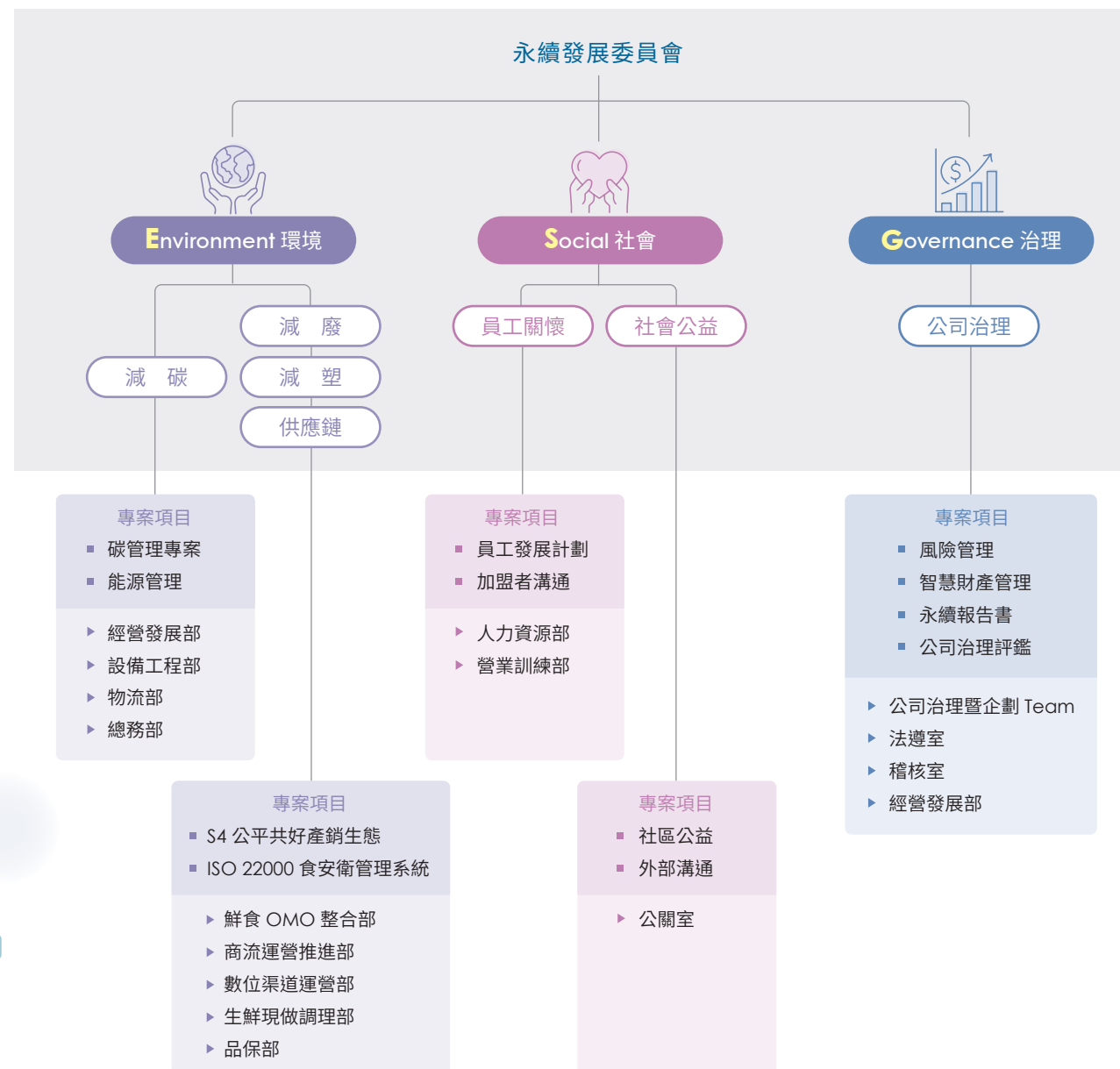
2024 年參與的社會倡議與永續活動





1.3 永續發展組織

全家在經營績效持續成長的同時，深刻體認企業於永續發展上所承擔的責任日益重大，亦重視利害關係人關切之議題，視其為永續經營的重要課題。為落實永續理念，公司設立「永續發展委員會」，由總經理擔任召集人，並依永續議題區分設置「環境」、「社會」、「治理」三大工作小組，由各部门遴選具職能之主管與員工組成，每季召開會議，整合資源、推動行動方案。每年一次向董事會報告年度成果及次年度規劃，強化溝通與監督機制。未來亦將持續精進治理架構，朝向將永續發展委員會升格為董事會轄下之功能性委員會，以強化決策層級並提升執行力。另由公司治理工作小組統籌永續政策之推動與執行，並負責每年度永續報告書之編撰與發布，展現全家對永續發展的承諾與行動力。





1.4 利害關係人溝通與重大主題

我們以永續發展委員會及所轄之工作小組作為鑑別利害關係人與重大主題之平台，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主題。

本公司各永續發展工作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公司營運重大資訊於公開資訊觀測站。自 2015 年開始，我們每年定期編制永續報告書及建立官方網站上之永續發展專區，作為與利害關係人溝通之重要管道與平台。此外，為了解利害關係人的需求及對本公司的期許，並給予即時回應，官網設置[利害關係人專區](#)，同時設有實體信箱，了解利害關係人的需求及對本公司的期許，並給予即時回應。自 2021 年起，每年定期向董事會報告當年度與利害關係人溝通情形，包含關注議題、溝通方式及溝通實績。

利害關係人溝通



股東及投資人

全家重視股東及投資人之意見，設有發言人制度及投資人關係聯絡窗口，並定期舉辦法人說明會及股東會，加強資訊揭露的即時性與透明度，保障股東及投資人的權益

- 風險管理
- 經營績效
- 公司治理
- 誠信經營
- 資訊安全

- 每年舉辦年度股東大會
- 定期更新官網「投資人專區」揭露資訊
 - ▶ 每季公告財務報表 / 每年公告年報
 - ▶ 每年發佈中英文永續報告書
 - ▶ 每季受邀或自辦法人說明會
- 不定期更新官網揭露資訊
- 投資人信箱與專線即時回應提問及需求

- 年度召開 1 場股東常會
 - ▶ 每月營收狀況、每季公司財務報告及每年公司年報定期更新
 - ▶ 每年發佈中英文永續報告書
 - ▶ 季度受邀參加 4 場法人說明會
- 中、英文重大訊息共 42 則
- 投資人信箱回覆 5 則、海內外法人及分析師進行共 32 場電話會議



政府機關

全家持續關注政府政策與法令規範，並維持良好溝通管道，落實法規遵循與協助政策推動

- 商品標示與行銷溝通
- 食品健康與安全
- 勞動人權
- 職業安全衛生
- 誠信經營
- 資訊安全

- 每月法規鑑別與傳達
- 不定期參與政策研討會或公聽會
- 不定期配合政府公文函文往返

- 定期召開集團法遵會議
- 舉辦 1 場營業秘密法宣導
- 年度刊登 12 期法令電子報
- 通過 TPIPAS 個資管理驗證

對全家的意義

關注議題

溝通管道與頻率

2024 年溝通實績或回應



對全家的意義

關注議題

溝通管道與頻率

2024 年溝通實績或回應



員工

全家的動能來自夥伴的努力與創新改變的心，提供完善薪酬福利及培訓制度，致力於提供員工愉悅及健康的工作環境

- 職業健康與安全
- 人才吸引與留任
- 勞動人權
- 誠信經營
- 人才發展與培育
- 員工多元化與平等

- 定期召開勞資雙方溝通會議
- 即時回覆官網利害關係人專區
- 即時回覆員工意見反映專線與信箱
- 每季召開職工福利委員會
- 每年執行員工滿意度調查

- 年度召開 4 場職業安全衛生委員會
- 官網利害關係人專區累計員工反映及諮詢共 8 件
- 員工意見反映專線與信箱累計員工反映及諮詢共 10 件
- 年度召開 3 場職工福利委員會
- 員工滿意度調查，回收問卷達 1,537 份，各項指標均介於 4.04 至 4.7 分 (滿分 6 分)



社區鄰里

全家身為社區鄰里的好夥伴，積極投入在地深耕、推動社區服務，落實社區永續發展與關懷

- 廢棄物管理
- 產品與服務創新
- 食品健康與安全
- 社會公益

- 不定期響應社區關懷活動
- 消費者至店鋪回收廢棄電子產品可折抵消費金額

- 舉辦 294 場小小店長活動，參與人數約 5,880 人
- 累計至 2024 年，共回收約 3,339 公噸廢電池、690 公噸廢光碟，以及近 50 萬支廢手機、30 萬台廢筆電、廢平板與廢行動電源



供應商及承攬商

供應商及承攬商為全家營運重要夥伴，透過緊密合作及供應商管理制度，攜手共創成長與建立永續價值鏈

- 供應鏈管理
- 誠信經營
- 產品與服務創新
- 永續採購
- 包裝包材管理

- 每年召開供應商會議
- 每年舉辦廠商聯誼會
- 每年執行供應商稽核

- 年度召開 1 場供應商會議
- 年度舉辦 1 場廠商聯誼會
- 完成 182 家供應商稽核，稽核合格率 100%



客戶及消費者

全家秉持以顧客需求為核心，滿足各式購物需求與消費體驗、積極打造最便利的生活服務平台

- 食品健康與安全
- 商品標示與行銷溝通
- 產品與服務創新

- 即時回覆消費者服務專線 0800-221-363
- 即時回覆官網利害關係人專區 (供應商、消費者、加盟主/房東)
- 不定期進行顧客滿意度調查

- 消費者服務專線與官網利害關係人專區累計顧客反映計 2.8 萬件
- 不定期進行顧客滿意度調查



對全家的意義

關注議題

溝通管道與頻率

2024 年溝通實績或回應



銀行

全家透過跟銀行緊密的溝通與互動，以獲得穩定與具競爭力的營運資金來源

- 公司治理
- 經營績效
- 資訊安全

- 不定期業務拜訪及會議
- 每季財務簽證會計師 - 資誠聯合會計師事務所

- 銀行不定期業務拜訪及會議
- 年度召開 4 場財務報告查核會議



媒體

媒體為全家對外溝通重要橋樑，設有發言人制度與公共事務暨品牌溝通單位，多元溝通管道傳遞一致性公司資訊及品牌形象，透由媒體溝通傳達給社會大眾和利害關係人

- 食品健康與安全
- 供應鏈管理
- 社會公益
- 法規遵循
- 公司治理

- 不定期舉辦採訪活動與記者會
- 不定期發佈新聞稿與接受專訪
- 專責單位專線及電子郵件即時回應提問及需求

- 媒體活動舉辦 6 場、媒體專訪約 13 場
- 新聞稿發佈 138 則以上
- 專責單位專線共計 95 通；電子郵件提問與回應共計 15 則



加盟主

運用日本專業經營 Know How，並結合多年在地經驗，全家淬煉出完整的加盟制度、後勤支援系統與專業的經營指導。視加盟主為事業夥伴，共同成就事業，推動各項合作計畫並整合各種資源，以提高品牌市場競爭力，做加盟主最穩靠的戰友

- 產品與服務創新
- 人才發展與培育
- 職業健康與安全
- 加盟夥伴的權益
- 誠信經營

- 每年舉辦政策說明會
- 不定期舉辦加盟者座談會與培訓課程
- 定期更新官網刊載加盟說明會訊息

- 舉辦 4 場政策發表會
- 舉辦 6 場加盟主經營講座及課程；單店每週計劃性訪店 1.5 次
- 加盟官網共刊載 550 場加盟說明會



公益團體

全家持續關注公益團體之活動與倡議，相互交流並發揮影響力，致力實踐企業之永續發展

- 剩食管理
- 氣候變遷
- 社會公益
- 勞動人權
- 職業健康與安全

- 不定期響應公益活動
- 常態設置零錢捐及小額捐款平台
- 不定期參與座談會與研討會
- 專責單位專線及電子郵件即時回應提問及需求

- 全家愛心大平台幫助 57 個公益團體
- 全家愛心大平台募款金額達 1.7 億元
- 參與座談會 / 研討會 5 場
- 專責單位專線共計 50 通；電子郵件提問與回應共計 120 則



決定永續重大主題之流程

全家參考 GRI 永續性報導準則 2021 年版本與 AA1000 Stakeholder engagements standard (AA1000 SES) 之指引，以包容性、重大性、回應性、衝擊性四大原則，辨識重大議題，評估重大性議題在經濟、環境、人權方面衝擊的顯著性，作為永續發展策略規劃的依據，也是本報告書揭露資訊的基礎。

蒐集永續議題

參考 GRI (Global Reporting Initiative) 準則、SASB (Sustainability Accounting Standards Board)、TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures)、道瓊永續指數 (DJSI) 等國際永續準則及評比，並根據利害關係人議和資訊、國內外同業與產業關注之主題，統整鑑別出與全家相關之 22 項永續議題。

衝擊顯著性評估

透過發放內部問卷，由永續發展委員會工作小組評估 22 項永續議題對於經濟、環境及人群 (包含其人權) 面向產生的影響，辨識實際與潛在的正負面衝擊，並將衝擊程度評估因子分為發生可能性及影響規模進行綜合評估並彙整為初步結果。考量全家 2024 年末遭遇導致重大性分析結果劇烈改變的企業經營重大課題，故 2024 年沿用 2023 年重大主題衝擊顯著性評估問卷結果。經檢視問卷調查後的重大主題分析結果，考量 2024 年外部趨勢變化、利害關係人回饋確認 2024 年重大主題排序，決定出 11 項重大優先考量之永續主題。

辨識重大主題流程



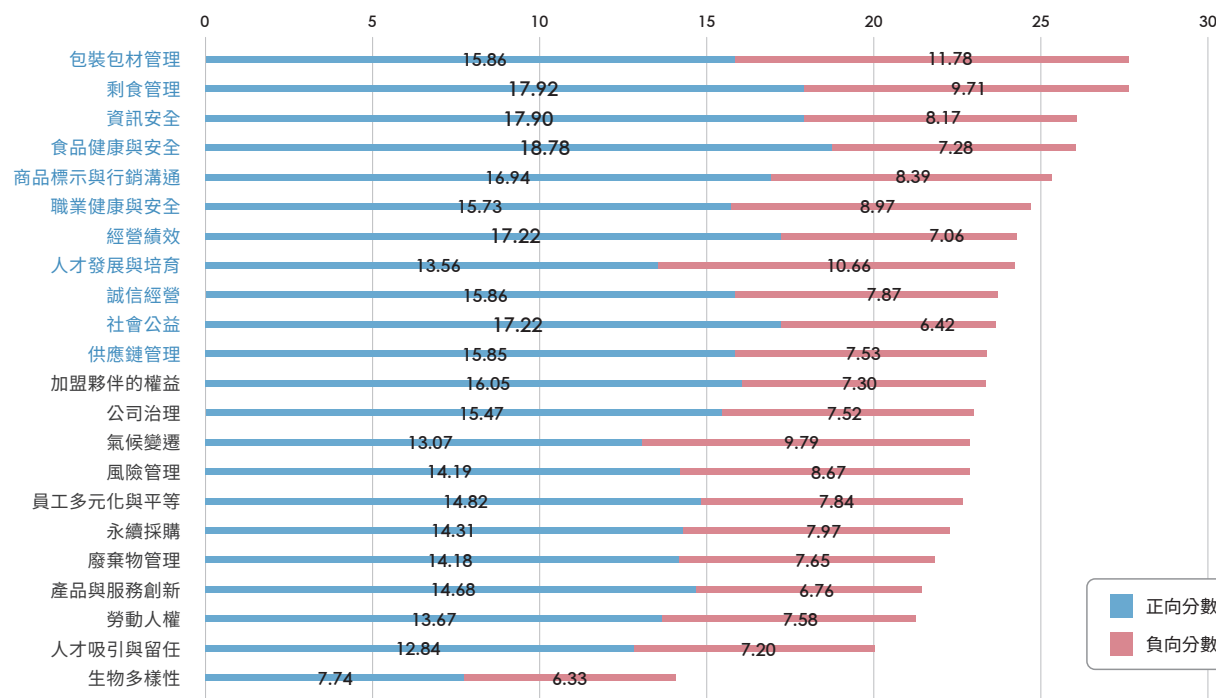
蒐集永續議題



評估衝擊顯著性



確認議題排序與揭露內容





重大主題說明

排序變動情形係將各永續議題依據衝擊程度平均分數排序，並比較重大主題今年與前一年度排序，據此得出重大主題排序變動情形。

永續主軸	重大主題	衝擊說明		對應 GRI 準則	對應章節	排序變動 情形
		正 面	負 面			
永續供應鏈	E 食品健康與安全	制訂完善食品安全管理政策 (包含食品履歷、第三方認證等)，從原物料到食品製成層層把關，保障消費者食的安全	食品或原物料之採購、製造、販售過程中若產生污染，將危害消費者健康	GRI 416	全家產銷最安心	➔
	E 商品標示與行銷溝通	廣告或行銷活動中帶有歧視或仇恨言論，影響公司形象；正確標示產品資訊，有助消費者做出符合其需求的選擇，創造顧客信任	若商品標示與產品不符，導致消費者權益受損	GRI 417	全家產銷最安心	➔
	E 供應鏈管理	妥善管理價值鏈夥伴之食品安全及人權等議題，降低因供應鏈管理不當對公司形象之衝擊影響，強化供應鏈之永續價值	若供應鏈發生食安議題或人權侵害等事件，將導致負面輿論聲浪，影響公司聲譽	GRI 204 GRI 308 GRI 414	全家產銷最安心	➔
永續環境	E 剩食管理	妥適管理剩食議題，能更有效地利用糧食資源、提升糧食安全，並降低環境衝擊	剩食若未適當減量、再利用，將於分解過程造成碳排放，且表示食物生產過程中產生資源浪費	---	全家就是愛地球	➔
	E 包裝包材管理	採用永續包材或是塑膠包材的減量，將能提升資源使用效率，並降低陸域、海洋生態的衝擊	未降低塑膠包材使用量，將嚴重影響環境生態，且塑膠廢棄物處置過程也將對人體健康造成嚴重影響	GRI 301	全家就是愛地球	➔
多元共融	S 社會公益	透過落實社區永續發展與關懷及開展各面向之社會公益活動，可加強鄰里關係，保護弱勢團體權益，提升社會行善之力量。	在地社區或社會弱勢團體若缺乏企業資金及關懷，將造成社會問題。	---	全家一起來關懷	新
幸福職場	S 人才發展與培育	公司相關政策能協助員工具備職場所需技能且幫助其職涯發展，進而提高員工專業能力及對公司之認同	員工教育訓練與生涯規劃方案不完善，或是員工未能適才適用，將導致公司營運效率降低	GRI 404	幸福企業在全家	➔
	S 職業安全衛生	透過有效管理職業安全衛生並提供員工健康與安全的工作環境，保障員工工作之健康安全權益	若職業安全衛生管理不當，將造成員工職業傷害、職業病及工安意外的發生	GRI 403	幸福企業在全家	➔
永續治理	G 經營績效	營收增加可加強公司穩定運作，增加股東、投資人投資	若營運虧損，將導致公司形象受損及面臨資源緊縮	GRI 201	全家永續治理	➔
	G 誠信經營	落實誠信經營及遵守商業倫理有助於企業建立良好形象，增加利害關係人信任，亦能共同維持穩健市場秩序，維護利害關係人利益	若有違反誠信經營、破壞市場公平性之情事發生，除了損害企業聲譽、損壞利害關係人之權益，亦有面臨訴訟、撤資之風險	GRI 205 GRI 206	全家永續治理	➔
	G 資訊安全	提升資通安全避免消費者隱私或資訊洩露，消費者滿意度提升	若資訊洩露或遺失消費者資料違反個人資料相關法規，將使公司面臨訴訟風險	GRI 418	全家永續治理	➔

註 1：「法規遵循」為 2023 年重大主題，惟考量全家已建立完善的公司治理架構，並確保營運活動均符合法規要求，故未納入 2024 年永續主題清單，但仍根據 GRI 一般揭露指標充分揭露法規遵循資訊。

註 2：「社會公益」為全家重視之議題，且為政府機關及社區鄰里最關注之永續議題，故本年度新增此重大主題。

註 3：「客戶權益」更名為「資訊安全」，隨數位化的加速，資訊安全為維護客戶權益的關鍵，故更名。



重大性主題邊界

重大主題	組織內		組織外			
	全家 (含員工)	加盟主	股東及投資人	社區鄰里及公益團體	供應商	客戶及消費者
 E	食品健康與安全	✓	✓	✓	✓	✓
	商品標示與行銷溝通	✓		✓		✓
	供應鏈管理	✓	✓	✓	✓	✓
	剩食管理	✓		✓	✓	✓
	包裝包材管理	✓		✓	✓	✓
 S	社會公益	✓		✓		
	人才發展與培育	✓		✓		
	職業安全衛生	✓		✓		
 G	經營績效	✓	✓	✓	✓	
	誠信經營	✓	✓		✓	
	資訊安全	✓	✓	✓		✓



重大性主題管理目標

重大主題	管理目標	2024 年績效	短期目標 (2025 年)	中期目標 (2026~2028 年)	長期目標 (2030 年)
E 食品健康與安全	鮮食與自有品牌交易供應商二者稽核率合格率	100%	100%	100%	100%
	店舖品保點檢合格率	98%	98.5%	99%	99%
E 商品標示與行銷溝通	自有品牌商品違反產品或服務資訊標示與行銷傳播規範事件數	0 件	0 件	0 件	0 件
E 供應鏈管理	供應商二者稽核合格率	100%	100%	100%	100%
E 剩食管理	鮮食廢棄減量率 (基準年 2020 年)	25.6%	29%	32%	35%
E 包裝包材管理	提供循環杯服務之供應店舖比率	26%	30%	持續推動並符合法令規範	持續推動並符合法令規範
	提供循環杯服務之店舖年度減量率	20%	25%	持續推動並符合法令規範	持續推動並符合法令規範
	循環箱 (袋) 使用率	45%	8.5%	2026 年：15%	持續推動並符合法令規範
	鮮食塑膠包材使用減量率 (基準年 2020 年)	40%	25%	28%	30%
S 社會公益	全家愛心大平台募款金額	1.7 億元	1.75 億元	1.90 億元	2 億元
	全家愛心大平台幫助團體數	57 個	58 個	60 個	65 個
	校園教育宣導主題	3 個	5 個	5 個	5 個
S 人才發展與培育	1. 教育訓練經費持續投入並逐年成長 2. 取得 TTQS 人才發展品質認證	教育訓練經費總投入 3,766.7 萬元	教育訓練經費達 4,000 萬	1. 持續投入教育訓練經費 2. TTQS 人才發展品質管理系統銀牌	1. 持續投入教育訓練經費 2. TTQS 人才發展品質管理系統金牌
S 職業安全衛生	通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統外部驗證	維持總部辦公室 ISO 45001 外部驗證有效性	維持總部辦公室 ISO 45001 外部驗證有效性	總部與營業場所 (直營店) 取得 ISO 45001 外部驗證	維持 ISO 45001 外部驗證有效性
	發生重大職安事件數	0 件	0 件	0 件	0 件
	總和傷害指數低於近三年我國綜合商品零售業平均標準值	總和傷害指數 0.04	總和傷害指數低於近三年我國綜合商品零售業平均標準值	總和傷害指數低於近三年我國綜合商品零售業平均標準值	總和傷害指數低於近三年我國綜合商品零售業平均標準值
G 經營績效	穩定發放股利	現金股利 11.5 元	穩定發放股利	穩定發放股利	穩定發放股利
G 誠信經營	違反誠信經營事件數	0 件	0 件	0 件	0 件
G 資訊安全	發生重大個資或侵權事件數	0 件	0 件	0 件	0 件

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

1.1 企業永續藍圖

1.2 全家永續倡議

1.3 永續發展組織

1.4 利害關係人溝通
與重大主題

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

重大性主題管理方針

重大主題	政策與承諾	管理方針	行動計畫		評估機制	申訴機制
			正面計畫推動	負面風險管理		
E 食品健康與安全	提供消費者安全、健康美味的食品是全家的使命之一，透過縝密的品保規範與員工教育訓練，確保消費者至全家購入的食品是安全無慮	店舖食品安全管理辦法	<ul style="list-style-type: none"> 建構食品安全管理平台，以農場到餐桌的概念定期追蹤檢驗溯源管理，提供消費者安全安心、優質美味的商品 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期執行店舖委外品保點檢，以確保商品品質無虞 	<ul style="list-style-type: none"> 品保點檢追蹤確認，如遇店舖分數低於 80 分者需進行缺失改善，複檢至改善完成為止 	<ul style="list-style-type: none"> 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。消費者亦可透過消費者服務專線 0800-221-363 及電子郵件信箱 service@family.com.tw，提出訴求及意見。經受理後成立之案件，將持續追蹤處理情形，至完善回覆消費者後始得結案 處理流程：反應申訴→權責單位評估→對應 / 優化方案提出→方案執行→成效追蹤
E 商品標示與行銷溝通	面對內外部環境快速變動，消費型態與需求不斷更迭，全家力求提供安全無虞且具合規標示之商品予消費者，同時以行動支持社會企業，攜手在地夥伴共同合作開發社會創新產品，致力提供貼近消費者需求、安全安心且優質便利的商品與服務	供應商管理辦法	<ul style="list-style-type: none"> 自有品牌商品持續推動 Clean Label 潔淨標章評鑑 在地食材商品開發與持續深化社會企業合作 「食在購安心」平台持續推廣與優化 	<ul style="list-style-type: none"> 落實各項管理機制，力求提供安全無虞且具合規標示之商品，以避免產生食安風險事件 	<ul style="list-style-type: none"> 定期召開例會追蹤各項行動計劃執行與階段目標達成進度 	<ul style="list-style-type: none"> 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。消費者亦可透過消費者服務專線 0800-221-363 及電子郵件信箱 service@family.com.tw，提出訴求及意見。經受理後成立之案件，將持續追蹤處理情形，至完善回覆消費者後始得結案 處理流程：反應申訴→權責單位評估→對應 / 優化方案提出→方案執行→成效追蹤
E 供應鏈管理	面對產品從溯源、設計、生產、倉儲、出貨到店之完整流程，全家建立完整供應鏈管理辦法，並以最高標準來完成任務，提供消費者安全安心的購物體驗	供應商管理辦法	<ul style="list-style-type: none"> 依循供應商「三級管理、三階追溯」原則，以確保上架商品的品質 供應商均經基本資料確認，審視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作為優先考慮合作對象 	<ul style="list-style-type: none"> 針對供應商 (鮮食自有 / 委託廠、自有品牌廠、雞蛋洗選場 / 牧場、咖啡包材廠等)，每年進行二者稽核，確保供應鏈之品質與穩定 每年針對稽核項目條文內容，分數配比依內外部環境因素進行修正，以維護稽核的準確性 	<ul style="list-style-type: none"> 供應商 (鮮食自有 / 委託廠、自有品牌廠、雞蛋洗選場 / 牧場、咖啡包材廠等)，每年進行二者稽核成績特 A 級與甲級以上佔比需達 70% 以上 	<ul style="list-style-type: none"> 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。消費者亦可透過消費者服務專線 0800-221-363 及電子郵件信箱 service@family.com.tw，提出訴求及意見。經受理後成立之案件，將持續追蹤處理情形，至完善回覆消費者後始得結案 處理流程：反應申訴→權責單位評估→對應 / 優化方案提出→方案執行→成效追蹤
E 剩食管理	積極對應剩食問題，全家於 2019 年首創「友善食光」機制，大幅降低剩食報廢問題，並以成為零售業剩食減量標竿企業，持續優化友善食光品類與 APP 搜尋地圖功能，期能盡社會責任並環保地球	剩食管理政策 (生產、訂購端精準訂購改革及友善食光機制等)	<ul style="list-style-type: none"> 研發長效期鮮食產品，並擴大複製品項數，以增加消費者的選擇性 店舖端鮮食建議訂購系統持續推進，提升精準度與使用率 	<ul style="list-style-type: none"> 持續推動「友善食光」共好參與，加速剩食去化 	<ul style="list-style-type: none"> 成立剩食管理推動專案小組，定期召開例會追蹤各項行動計劃執行與階段目標達成進度 店舖端鮮食訂購系統預估訂購與銷售準確率提升至 95% 以上 友善食光使用會員數逐年成長目標設定 	<ul style="list-style-type: none"> 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。消費者亦可透過消費者服務專線 0800-221-363 及電子郵件信箱 service@family.com.tw，提出訴求及意見。經受理後成立之案件，將持續追蹤處理情形，至完善回覆消費者後始得結案。 處理流程：反應申訴→權責單位評估→對應 / 優化方案提出→方案執行→成效追蹤



重大主題	政策與承諾	管理方針	行動計畫		評估機制	申訴機制
			正面計畫推動	負面風險管理		
E 包裝包材管理	<p>一次用飲料杯減量</p> <p>「環保愛地球」絕非口號，全家以實際行動力提供安全、安心的商品同時，也力求鮮食包材及一次性飲料杯減塑，電商產品包裝使用環保素材，並致力推廣消費者使用循環袋</p> <p>網購包裝減量</p>	<p>依循「一次用飲料杯限制使用」法令目標逐年訂定計畫達成 (循環杯供應店舖佔比 / 年度減量率)</p> <p>依循「網購包裝限制使用」法令目標逐年訂定計畫達成 (循環箱 (袋) 使用率)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 提供循環杯服務店舖依法規目標導入 鼓勵消費者使用循環杯或自帶杯 物流中心包材推薦系統優化 (系統化管理包材重量及建議使用之包材尺寸) 推廣鼓勵消費者使用網購循環包裝 	<ul style="list-style-type: none"> 跨部門減塑專案推動小組，定期檢討績效與目標達成情形，並規劃對應的減塑行動方案，以降低一次性廢棄物之產生，減緩對環境之破壞 	<ul style="list-style-type: none"> 定期會議檢視一次用飲料杯及網購包材減量推動各階段執行情形，持續PDCA循環管理方式讓目標可逐年達成 	<ul style="list-style-type: none"> 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外外部反應產品及服務問題的申訴管道。消費者亦可透過消費者服務專線 0800-221-363 及電子郵件信箱 service@family.com.tw，提出訴求及意見。經受理後成立之案件，將持續追蹤處理情形，至完善回覆消費者後始得結案 處理流程：反應申訴→權責單位評估→對應 / 優化方案提出→方案執行→成效追蹤
S 社會公益	<p>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」</p>	<ol style="list-style-type: none"> 辨識企業經營重大課題與永續重大主題，發展社會參與的四大面向 衛福部公益勸募條例 	<ul style="list-style-type: none"> 與公民團體及利害關係人共同倡議及推行環境教育、共融友善社會、物資循環與惜食、全齡關懷教育等社會公益行動 愛心大平台勸募行動之經營與推廣 	<ul style="list-style-type: none"> 按照公益勸募條例，確保持合作團體申請勸募字號，接受主管機關管轄 落實零錢捐稽核管理辦法，並定期公告勸募成果 	<ul style="list-style-type: none"> 定期檢核社會參與方案之成效並優化做法 年度參考國際社會影響力評估框架 B4SI (Business for Social Impact Framework)，量化投入與產出，提升資源分配效益 定期檢視既有方案與企業重大課題之間關聯性 	<ul style="list-style-type: none"> 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外外部問題的申訴管道，亦可透過「公共事務聯絡管道」電子郵件信箱 pr@family.com.tw 提出訴求及意見。案件受理後將持續追蹤，確保完善回覆後方可結案。 處理流程：反應申訴→權責單位評估→對應 / 優化方案提出→方案執行→成效追蹤
S 人才發展與培育	<p>全家深信員工為企業最重要之資產，建立完整訓練體制，與個人化員工發展計畫，讓同仁職涯多元發展與具備競爭力</p>	<ol style="list-style-type: none"> 人才發展品質管理系統 完整績效管理制度 提供以員工發展為核心的訓練體 	<ul style="list-style-type: none"> 建立員工發展計畫結合訓練規劃與展開，提升同仁發展路徑中學習資源運用 辦理企業大學及專業達人課程提供同仁進修學習管道 	<ul style="list-style-type: none"> 因應少子化、高齡化趨勢積極開發壯世代人才加入，提前部署勞動力短缺問題 	<ul style="list-style-type: none"> 全家數位學習平台「人資e網」瀏覽量達 100 萬登入人次 總部同仁 (課階以下) 員工發展計劃完成率達 95% 以上 	<ul style="list-style-type: none"> 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外外部反應問題的申訴管道。亦可透過「員工與人才招募」電子郵件信箱 recruit@family.com.tw 提出訴求及意見。案件受理後將持續追蹤，確保完善回覆後方可結案。
S 職業安全衛生	<p>健全的勞動力與國家發展息息相關，而職業安全衛生管理良窳影響勞工作業安全與健康及勞動力的供給，也是企業永續經營的要因之一，因此世界各國對於職業安全衛生管理要求漸趨嚴格，全家落實良好職業安全衛生管理，希冀攜手同仁及協力人員，共同維護安全工作環境</p>	<ol style="list-style-type: none"> 職業安全衛生工作守則 職業安全衛生管理政策 ISO 45001 職業安全衛生管理系統 	<ul style="list-style-type: none"> 提供員工多元教育訓練課程，包含定期辦理職業安全衛生之教育訓練，及舉辦健康檢查和辦理健康講座，以提升員工安全意識，掌握危急應變與自救能力 	<ul style="list-style-type: none"> 要求從業人員取得相關證照、建立災害通報機制、執行安全衛生查核並辦理災害演練，以有效管控職業安全之風險 	<ul style="list-style-type: none"> 定期召開勞資會議與職業安全衛生委員會會議 每兩年辦理員工健康檢查，參與率達 90% 以上 	<ul style="list-style-type: none"> 員工如遭受職場不法侵害等事宜，可透過下方申訴管道進行通報：申訴信箱 complain@family.com.tw 對應流程：災害事故發生→發現者或事故部門回報勞安小組→現場事故調查及確認 >(確認是否) 通報主管機關→ 8 小時內完成通報並記錄→提出改善措施及意外事故分析→改善措施提出與追蹤→結案



重大主題	政策與承諾	管理方針	行動計畫		評估機制	申訴機制
			正面計畫推動	負面風險管理		
G 經營績效	全家致力於經營績效之穩定成長、健全公司治理制度，成為員工、店鋪夥伴、加盟主及社會大眾能安全信任之企業品牌	1. 公司章程 2. 永續發展實務守則 3. 公司治理實務守則	■ 編制通過董事會承認之年度預算，每月進行運營績效檢討，因應市場做動態調整	■ 為因應中長期核心技術發展投資策略，內部設有投資審議委員會，強化投資決策程序與推動集團策略發展	■ 穩定發放之現金股利 ■ 定期召開例會檢視運營績效	■ 全家官網設有「利害關係人專區」，作為內外問題之申訴管道，亦可透過「投資人關係」信箱 investor.relations@family.com.tw 提出訴求及意見。案件受理後將持續追蹤，確保完善回覆後方可結案。
G 誠信經營	全家本於廉潔、公開透明及負責之經營理念，制定誠信經營政策，並以公平、誠實、守信、透明之原則，落實公司道德行為及誠信經營政策，以積極防範不誠信行為	1. 誠信經營守則 2. 誠信經營作業程序及行為指南 3. 檢舉非法與不道德或不誠信行為案件之處理辦法	■ 定期辦理誠信經營暨防範內線交易宣導教育訓練課程 ■ 定期於公司會議或教育訓練中宣導如何防範不誠信行為	■ 要求全體董事與高階管理階層出具遵循誠信經營政策之聲明，並於僱用條件要求受僱人遵守誠信經營政策 ■ 落實防範內線交易，於本公司公司治理實務守則明定內部人之股票交易控管措施，不得於封閉期間交易股票，經董事會通過後施行	■ 每年辦理誠信經營宣導課程，全體員工完成率100% ■ 全體董事與高階管理階層出具遵循誠信經營政策之聲明，並於僱用條件要求受僱人遵守誠信經營政策，完成率100%。 ■ 每年定期向董事會報告當年度誠信經營成果及推動情形	■ 全家依據《員工工作守則》、《檢舉非法與不道德或不誠信行為案件之處理辦法》及獎懲辦法，建立明確規範與申訴機制。由專責單位負責申訴案件處理，並設置外部檢舉信箱 Integrity@family.com.tw，供檢舉違反誠信經營之行為；另設內部檢舉管道，員工若發現不法情事，可立即向人力資源部舉報。
G 資訊安全	全家重視客戶權益，在數位發展下，個人資料保護及智慧財產權為重點，全家承諾打造數位經濟下優良個資保護環境，綿密會員個資保護網，建立使會員安心及認同的品牌價值	1. 個人資料保護管理制度 2. 智慧財產權管理制度	■ 加強對各部門宣導溝通，增加人員對個人資料保護關鍵字之敏感度，進而事前及時檢視相關文件內容及確保程序合法	■ 定期盤點既有商標、專利等權利狀況，另監控通路智財權利，以避免公司權利遭受侵害，進而造成消費者之疑慮產生	■ 通過 TPIPAS 臺灣個人資料保護與管理制度期中查核 ■ 通過 TIPS 台灣智慧財產管理規範 A 級驗證	■ 全家依不同個資蒐集管道設置專屬申報窗口，提供完善的個資保護機制。消費者可透過客服專線 0800-221-363 或電子郵件 service@family.com.tw 反映訴求，案件受理後將持續追蹤，確保完善回覆後方可結案。