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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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。

全家 ESG 目標

打造公平共好的永續生態圈

行動方針

便利永續　你也 +1

		策略方針	策略目標	對應 SDGs
E	永續供應鏈	深化產銷價值鏈夥伴協作，落實供應商管理，推動永續採購，打造負責任的供應鏈	• 產銷價值鏈共榮共好 • 安心食品把關	
	永續環境	強化能源韌性，推動低碳轉型，發展循環經濟，共同打造永續綠色未來	• 減塑減廢共創循環未來 • 推動能源轉型低碳運輸	
S	多元共融	打造包容與平等環境，促進人才多元發展，尊重差異，共創共融社會價值	• 打造 DEI 友善賣場 • 多元世代職場共好	
	幸福職場	營造安全健康的職場環境，提升員工福祉，培育人才發展，打造幸福企業文化	• 確保健康安全樂業環境 • 提升福祉培育人才發展	
G	永續治理	強化公司治理機制，落實誠信經營，推動企業長遠發展	• 誠信經營穩健治理 • 強化法遵企業透明	

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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	■ 食品安全管理 ■ 產品標示與行銷 ■ 供應鏈管理	■ 剩食管理	■ 社會公益	■ 勞動人權與薪資福利 ■ 員工健康與職業安全 ■ 人才發展與培育	■ 資訊安全與隱私保護 ■ 風險管理
關鍵利害關係人	■ 供應商及承攬商 ■ 客戶及消費者	■ 政府機關 ■ 供應商及承攬商 ■ 客戶及消費者 ■ 公益團體	■ 員工 ■ 加盟者 ■ 客戶及消費者 ■ 公益團體	■ 員工 ■ 加盟者 ■ 政府機關 ■ 公益團體	■ 股東及投資人 ■ 政府機關 ■ 銀行
關鍵計畫與成果	■ **永續採購：** 通過 ISO 20400 永續採購指南符合性查驗 (詳見 3.1.1 全家價值鏈管理) ■ **Clean Label：** 減少非必要添加，從源頭守護消費者食品安全 (詳見 3.2.1 食品安全管理)	■ **循環經濟：** 成立「咖啡渣循環再生大聯盟」(詳見 4.2.2 廢棄物管理行動) ■ **剩食管理：** 透過「友善食光」機制與「食惜生貨架」，有效減少食物浪費 (詳見 4.2.2 廢棄物管理行動)	■ **友善移工：** 提供多語系溝通墊板與商品專區，營造包容性購物環境 (詳見 5.3.1 全家一起友善移工) ■ **多元聘僱：** 身心障礙、原住民、新住民及壯齡同仁，致力打造共融職場 (詳見 5.3.2 全家珍愛新住民)	■ **職安認證：** 通過 ISO 45001 職業安全管理系統驗證 (詳見 6.3.1 安心安全職場) ■ **員工福祉：** 「全家托嬰中心」正式營運，提供同仁完善的育兒支持 (詳見 6.3.3 全方位共融職場) ■ **職能培育：** 投入 5,559 萬元進行員工教育訓練，年度總時數達 14.5 萬小時 (詳見 6.4 人才發展與培育)	■ **資安治理：** 導入 TPIPAS 並通過 ISO 27001 資訊安全管理系統驗證 (詳見 2.2.2 資通安全風險管理) ■ **合規經營：** 年度無違反消保法、個資法、公平交易法之主管機關裁處紀錄 (詳見 2.3 客戶權益保護)
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

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

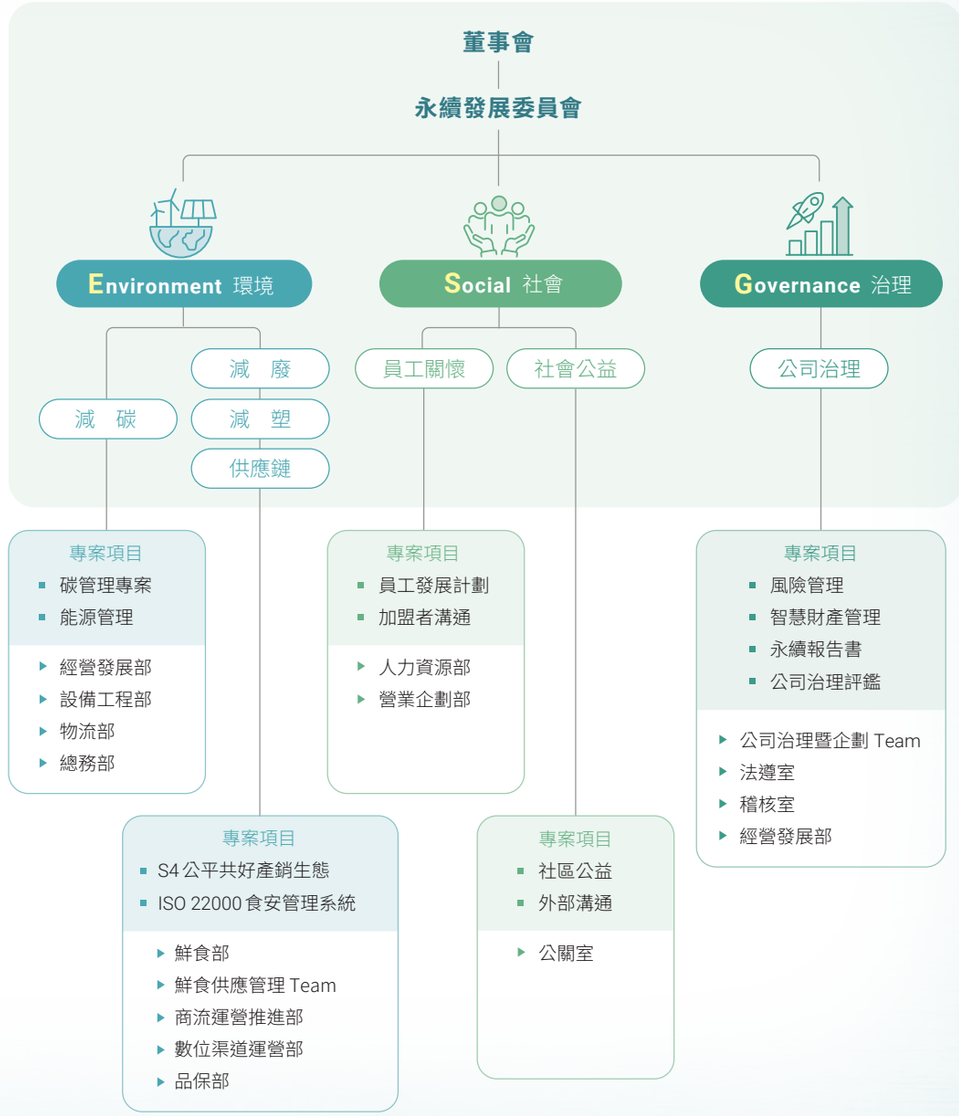
1.2 永續發展組織

本公司建構由上而下的永續治理體系，董事會為永續發展之最高指導單位，透過強化董事會對永續議題之監督職能，致力深化經營理念並與國際準則接軌。

永續治理單位：永續發展委員會

本公司於 2025 年經董事會通過訂定「永續發展委員會組織規程」，並於董事會轄下設置「永續發展委員會」，負責本公司永續策略之擘劃。

委員會組成	■ 成員共計 3 人 (含 1 名董事成員)
主要職權	■ 策略擬定與推動：制定永續發展政策、中長期策略與年度執行計畫 ■ 績效檢討與追蹤：定期追蹤永續績效執行情形與成效 ■ 資訊揭露與審議：督導永續資訊揭露事項並審議永續報告書 ■ 守則督導與執行：落實永續發展守則，並執行董事會決議之相關工作
決策與運作機制	■ 最高監督：委員會每年至少召開二次會議，各項重要議案經委員會決議後，定期提報董事會核定 ■ 執行與管理：委員會下設「環境」、「社會」、「治理」三大工作小組，由各部門遴選專業主管組成。每季召開進度會議，整合內部資源落實行動方案
2025 年運作成果	■ 完成推舉第一屆永續發展委員會召集人，正式啟動組織運行 ■ 召開 1 次會議，委員會成員出席率為 100% ■ 成立 IFRS 永續揭露準則專案小組，並制定採用 IFRS 永續揭露準則之導入計畫暨時程表 (提報 2026Q1 董事會)
2026 年執行規劃	■ 審議 2025 年永續報告書並提報董事會 ■ 監督 2026 年永續專案執行成效並向董事會報告 ■ 督導 IFRS 永續揭露準則導入計畫之落實

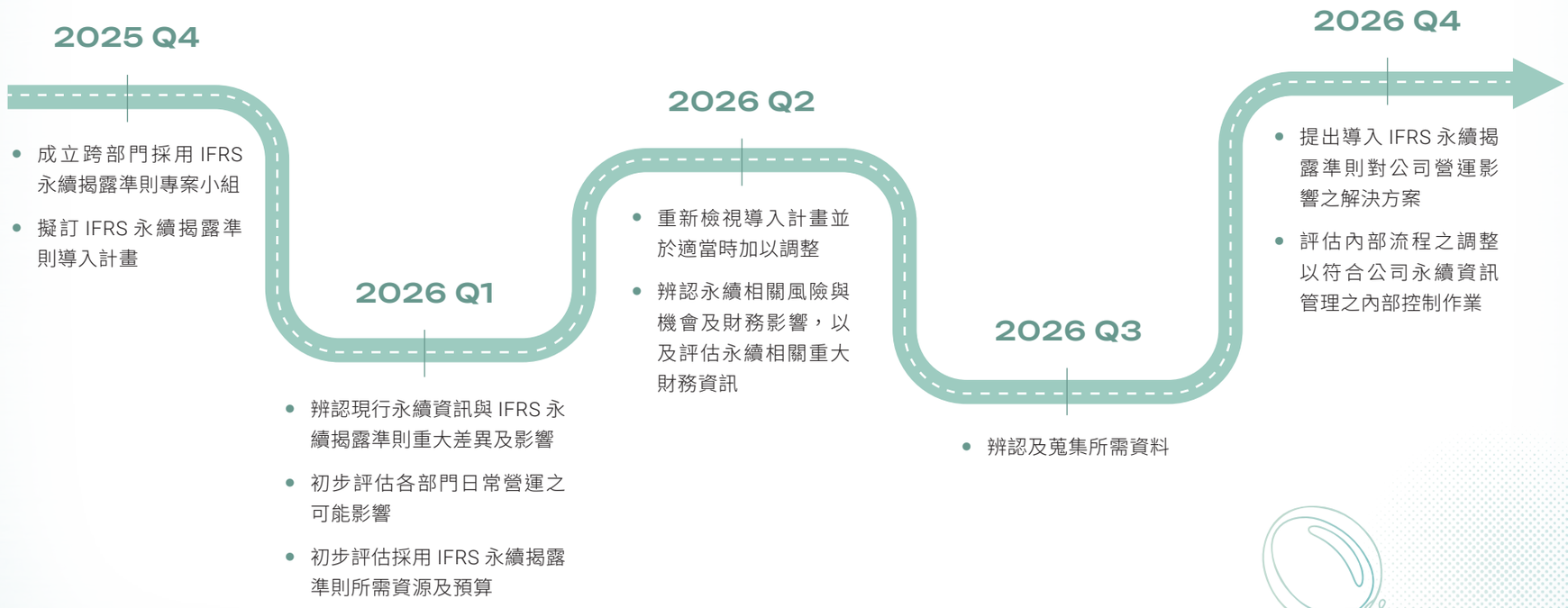


關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
1.1 企業永續藍圖
1.2 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

1.3 IFRS 永續揭露準則推動進展

本公司依金管會「我國接軌 IFRS 永續揭露準則藍圖」，正式啟動接軌計畫。本公司規劃將於 2028 年 1 月 1 日起首次適用 IFRS 永續揭露準則，規劃提前一年適用。

我們已成立跨部門採用 IFRS 永續揭露準則專案小組負責推動，並制定採用 IFRS 永續揭露準則之導入計畫暨時程表，且依預計完成時程次一季度將執行情形提報公司董事會控管。



註：完整導入計畫暨時程表請參閱附錄 7.【IFRS 永續揭露準則導入計畫執行進度】

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

1.4 利害關係人鑑別與溝通

全家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專業建議。經各專業小組深入討論後，綜合共識決與問卷調查結果，鑑別出本公司之利害關係人及永續性主題。

在鑑別過程中，我們結合公司永續脈絡、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)，據此定義出十大關鍵利害關係人。依據利害關係人議和強度 (Level of Engagement)，區分為「核心」與「關聯」兩大類別進行分級管理。核心利害關係人包含：股東及投資人、政府機關、員工、加盟主、供應商及承攬商、客戶及消費者；關聯利害關係人則涵蓋：社區鄰里、銀行、媒體及公益團體。

作為台灣上櫃公司，全家依法定期於「公開資訊觀測站」揭露營運重大資訊。自 2015 年起，我們每年編製永續報告書，並於官網設立「企業永續」專區，建立透明的資訊溝通渠道。此外，為即時回應利害關係人之需求與期許，官網設有利害關係人溝通專區並提供實體信箱，以確保雙向溝通之順暢。為落實永續治理，自 2021 年起，本公司每年定期向董事會呈報利害關係人之溝通情形，包含關注議題、溝通方式及年度溝通實績。

利害關係人議和

類別	對象	對全家的意義	關注議題	溝通管道與頻率	2025 年溝通情形
核心利害關係人	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	■ 資訊安全與隱私保護 ■ 風險管理 ■ 誠信經營	■ 每年舉辦股東常會 ■ 定期更新官網「投資人專區」揭露資訊 (1) 每季公告財報、每年發布年報 (2) 每年發佈中英文永續報告書 (3) 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	■ 召開 1 場股東常會 (1) 定期更新營收、財報與年報 (2) 每年發佈中英文永續報告書 (3) 受邀參加 4 場法人說明會 ■ 中、英文重大訊息共 34 則 ■ 投資人信箱回覆 7 則、海內外法人及分析師進行共 45 場電話會議
核心利害關係人	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	■ 食品安全管理 ■ 資訊安全與隱私保護 ■ 勞動人權與薪資福利 ■ 產品標示與行銷 ■ 員工健康與職業安全 ■ 誠信經營	■ 每月執行法規鑑別與傳達 ■ 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	■ 每季召開集團法遵會議 ■ 通過 TPIPAS 個資管理驗證 ■ 通過 TIPS 智慧財產管理驗證 ■ 刊登 12 期法令電子報

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

類別	對象	對全家的意義	關注議題	溝通管道與頻率	2025 年溝通情形
核心利害關係人	員工	全家的動能來自夥伴的努力與創新敢變的心，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	■ 勞動人權與薪資福利 ■ 人才發展與培育 ■ 員工健康與職業安全 ■ 員工多元與職場包容 ■ 誠信經營	■ 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及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	■ 召開 4 場職業安全衛生委員會 ■ 受理員工意見反映專線與信箱累計員工反映及諮詢共 12 件 ■ 召開 4 場職工福利委員會 ■ 員工滿意度調查覆蓋率達 87.4%
核心利害關係人	加盟主	運用日本專業經營 KnowHow，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	■ 人才發展與培育 ■ 員工健康與職業安全 ■ 誠信經營	■ 每年舉辦政策說明會 ■ 每年舉辦商品展示說明會 ■ 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 5 場政策發表會 ■ 舉辦 2 場商品展示說明會 ■ 辦理 3 場關係企業員工加盟說明會 ■ 加盟官網刊載訊息共 350 則
核心利害關係人	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	■ 食品安全管理 ■ 供應鏈管理 ■ 誠信經營 ■ 包裝包材管理	■ 每年召開供應商會議及廠商聯誼會 ■ 每年執行供應商稽核	■ 召開 1 場供應商會議 ■ 舉辦 1 場廠商聯誼會 ■ 完成 199 家供應商年度稽核；關鍵供應商稽核達成率 100%
核心利害關係人	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	■ 食品安全管理 ■ 剩食管理 ■ 產品標示與行銷	■ 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) ■ 不定期執行顧客滿意度調查	■ 消費者服務專線與官網利害關係人專區累計顧客反映計 3.1 萬件 ■ 持續透過滿意度調查優化服務

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

類別	對象	對全家的意義	關注議題	溝通管道與頻率	2025 年溝通情形
關聯利害關係人	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	■ 食品安全管理 ■ 社會公益	■ 不定期響應社區關懷活動	■ 舉辦 248 場小小店長活動，參與人數約 4,960 人
關聯利害關係人	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	■ 資訊安全與隱私保護	■ 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 ■ 召開 4 場財務報告查核會議
關聯利害關係人	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	■ 食品安全管理 ■ 供應鏈管理 ■ 社會公益	■ 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	■ 舉辦 3 場媒體活動、13 場專訪 ■ 發布新聞稿共 121 則 ■ 媒體專線與信箱回應共 86 件
關聯利害關係人	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	■ 勞動人權與薪資福利 ■ 剩食管理 ■ 員工健康與職業安全 ■ 溫室氣體排放管理 ■ 社會公益	■ 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團體數共計 58 個，募款金額達 2.3 億元 ■ 參與 7 場專業座談會與研討會 ■ 專線與信箱回應共 170 件

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

1.5 重大性分析

重大性評估流程

全家依循 GRI 永續性報導準則 2021 年版本、AA1000 Stakeholder engagements standard (AA1000 SES) 指引及國內外永續趨勢，自 2025 年起導入「雙重重大性」評估原則。

本公司透過全面評估永續議題對全家價值創造之財務影響 (財務重大性)，以及公司營運對外部經濟、環境及人群 (含人權) 產生的實質衝擊 (影響重大性)，據以鑑別出具備顯著衝擊之重大主題。此評估結果不僅奠定了本報告書資訊揭露的基礎，更是本公司規劃永續發展策略、落實風險管理的核心依據。

議題蒐集與識別

本公司依循 GRI 準則、SASB、TCFD 及 DJSI 等國際永續規範與評比要求，同時整合利害關係人議和資訊及國內外標竿同業關注主題。結合全家之營運脈絡與零售產業特性，涵蓋環境、社會及治理等關鍵面向，初步識別出與全家高度相關之 15 個關鍵永續議題。

衝擊程度評估

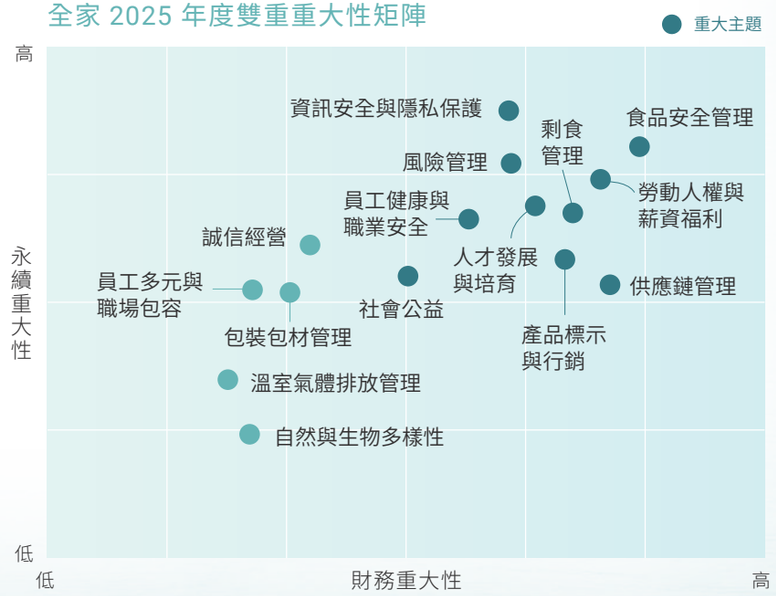
針對 15 項關鍵永續議題進行雙重重大性評估，透過「影響重大性」與「財務重大性」評估問卷，由高階管理階層及各永續發展工作小組代表，針對各議題對永續與財務的正負面衝擊程度、影響範圍及嚴重程度：

- 影響重大性：評估公司營運對外部經濟、環境及人群 (含人權) 所產生之實際或潛在、正面或負面的影響。評估範疇除企業自身營運外，亦納入價值鏈之相互連結，包含由自身產品、服務及業務往來關係所衍生之實質衝擊。
- 財務重大性：評估各項永續議題對全家價值創造之財務影響。識別各議題所衍生之風險與機會，對公司資產、財務狀況、現金流量及營運績效所產生之潛在衝擊。

重大主題鑑別與排序

綜合前述評分結果，各永續議題以永續與財務雙重面向評估重大性，產出「雙重重大性矩陣」，在此階段，本公司同步考量利害關係人之關注程度，並參考同業常見之永續主題，確保評估結果兼具內部營運韌性與外部利害關係人之期許。

全家 2025 年度雙重重大性矩陣



FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

確認重大主題鑑別結果

透過內部會議深入分析問卷評估結果，並聚焦公司中長期重點發展方向，確認鑑別出 10 項重大永續議題。

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		GRI ／ SASB 對應主題	揭露章節	排序變動情形
			正面	負面			
永續供應鏈	E	食品安全管理	透過嚴謹的食安管理制度與履歷把關，保障消費者健康與安全，建立品牌信任	若發生食安事件，將危害消費者健康並導致品牌信譽受損	▪ GRI 416 顧客健康與安全 ▪ FB-FR-250a 食品安全	全家產銷最安心	↑
永續環境	E	剩食管理	透過有效管理與減量計畫，提升糧食資源利用率，降低對環境的負擔	剩食若未妥善處置，將造成資源浪費並產生額外的廢棄物處理碳排放	▪ GRI 306 廢棄物 ▪ FB-FR-150a 剩食管理	全家就是愛地球	↓
永續供應鏈	E	供應鏈管理	透過對供應鏈夥伴在食安、人權與環境保護的要求，降低管理不當風險，強化供應鏈永續價值	若供應商發生食安、人權侵害或嚴重環境違規，將引發輿論衝擊，並可能因供應中斷導致公司營運損失	▪ GRI 204 採購實務 ▪ GRI 308 供應商環境評估 ▪ GRI 414 供應商社會評估 ▪ FB-FR-430a 供應鏈之環境和社會影響管理	全家產銷最安心	↑
永續供應鏈	E	產品標示與行銷	提供正確產品資訊，協助消費者做出符合需求的選擇；透明行銷有助於顧客信任	若商品標示與事實不符或行銷失當，將導致消費者權益受損並引發爭議	▪ GRI 417 行銷與標示 ▪ FB-FR-270a 產品標示與行銷	全家產銷最安心	↓
幸福職場	S	勞動人權與薪資福利	提供公平的薪酬制度與人權保障，有助於吸引與留任人才，維持組織穩定運作	若福利制度或人權保障不周，將導致人才流失，並可能面臨勞資爭議或法規處罰風險	▪ GRI 401 勞雇關係 ▪ GRI 405 員工多元化與平等機會 ▪ FB-FR-310a 勞動實務	幸福企業在全家	*New!*
幸福職場	S	人才發展與培育	透過教育訓練協助員工具備職務技能，提升專業能力並增加員工對公司的認同感	若訓練機制不完善，將導致員工專業力停滯，影響公司整體的營運執行效率	▪ GRI 404 訓練與教育	幸福企業在全家	↑

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

永續主軸		重大主題	衝擊說明		GRI ／ SASB 對應主題	揭露章節	排序變動情形
			正面	負面			
幸福職場	S	員工健康與職業安全	提供安全的工作環境與健康管理，保障員工基本權益，營造安心工作的氛圍	若職安管理疏漏，將導致職業傷害或工安意外，造成員工傷害與公司法律責任成本	▪ GRI 403 職業健康與安全	幸福企業在全家	↓
多元共融	S	社會公益	投入社區關懷與公益活動，強化與鄰里的互動連結，提升在地社會的支持力量	若缺乏對在地社區的實質參與，將削弱企業在社會責任上的影響力與社區認同	▪ GRI 413 當地社區	全家一起來關懷	–
永續治理	G	資訊安全與隱私保護	提升資安防護避免資料外洩，保護消費者隱私，維持穩定的服務滿意度	若發生個資洩漏，除面臨法律訴訟與罰鍰，也將損及消費者對數位平台的信任	▪ GRI 418 客戶隱私 ▪ FB-FR-230a 資訊安全	全家永續治理	↑
永續治理	G	風險管理	建立有效的風險識別機制，讓公司能預先因應市場變動，確保營運的穩定性與持續性	若缺乏對潛在風險的掌握，當重大危機發生時，將影響公司的應變效率與長期營運	---	全家永續治理	*New!*

重大主題邊界

	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	食品安全管理	●	●	●	●	●	●
E	剩食管理	●	●		●	●	●
E	供應鏈管理	●	●	●	●	●	●
E	產品標示與行銷	●	●		●		●
S	勞動人權與薪資福利	●	●		●		
S	人才發展與培育	●	●		●		
S	員工健康與職業安全	●	●		●		
S	社會公益	●	●		●		
G	資訊安全與隱私保護	●	●		●		●
G	風險管理	●	●	●		●	

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

重大主題管理目標

重大主題		關鍵指標	短期目標 (2026 年)	中期目標 (2027~2030 年)	長期目標 (2035 年)	管理進程			
						2025 年目標	2025 年績效	達成狀況	改善作法
E	食品安全管理	自有品牌商品違反重大食安風險事件之次數	0 件	0 件	0 件	0 件	0 件	✔	
E	剩食管理	鮮食廢棄減量率 (基準年 2020 年)	24%	25%	30%	29%	22%	–	持續導入精準訂購系統，並深化友善食光機制
E	供應鏈管理	供應商二者稽核合格率	100%	100%	100%	100%	100%	✔	
E	產品標示與行銷	違反產品標示與行銷傳播規範之次數	0 件	0 件	0 件	0 件	3 件	–	違規事件已立即處置 (無產品下架），同步強化內部審查機制與教育訓練
S	勞動人權與薪資福利	發生停工之次數	0 件	0 件	0 件	0 件	0 件	✔	
S	人才發展與培育	員工平均訓練時數	35 小時	40 小時	40 小時	20 小時	20.1 小時	✔	
S	員工健康與職業安全	發生重大職安事件之次數	0 件	0 件	0 件	0 件	0 件	✔	
S	員工健康與職業安全	員工總合傷害指數	低於勞動部公布近三年零售業平均標準標準值	低於勞動部公布近三年零售業平均標準標準值	低於勞動部公布近三年零售業平均標準標準值	低於勞動部公布近三年零售業平均標準標準值 0.39	0	✔	
S	社會公益	愛心大平台募款金額	2.5 億元	2.5 億元	2.5 億元	1.75 億元	2.3 億元	✔	
S	社會公益	愛心大平台幫助團體數	58 個	65 個	65 個	58 個	58 個	✔	
G	資訊安全與隱私保護	發生重大個資或侵權事件之次數	0 件	0 件	0 件	0 件	0 件	✔	
G	風險管理	發生三級危機事件之次數	0 件	0 件	0 件	0 件	0 件	✔	

註：重大主題 - 剩食管理及人才發展與培育，於本年度重新檢視並調整短、中、長期目標設定，以符合實際營運現況。

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

面向	重大主題	政策與承諾	管理方針	行動計畫		管理評核機制	申訴機制
				正面計畫推動	負面風險管理		
E	食品安全管理	提供安全、健康且美味的食品是全家的核心使命。透過嚴謹品保規範與教育訓練，確保消費者購入之食品安全無慮	店舖食品安全管理辦法	建構食品安全管理平台，落實「從農場到餐桌」的溯源追蹤檢驗，提供高品質且安心的商品	定期執行店舖委外品保點檢；針對評分低於 80 分之店舖要求即時改善並追蹤至複檢合格，預防食安事故	品保點檢缺失改善追蹤，針對不合格店舖進行複檢至改善完成	官網設有「利害關係人專區」，並提供消費者服務專線 (0800-221-363) 與「顧客留言板」受理訴求。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制
E	剩食管理	積極對應剩食問題，目標成為零售業剩食減量標竿。持續優化「友善食光」機制，落實環境保護責任	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)	開發長效期鮮食產品並擴大「友善食光」品項與 APP 功能，提供消費者更多元的惜食選擇	推進店舖端精準訂購系統，提升預估與銷售準確率，降低因供需落差產生的過剩廢棄	成立剩食管理專案小組定期召開例會，追蹤各項行動計畫執行與階段目標達成進度	官網設有「利害關係人專區」，並提供消費者服務專線 (0800-221-363) 與「顧客留言板」受理訴求。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制
E	供應鏈管理	針對產品溯源至出貨之完整流程建立管理辦法，以最高標準提供消費者安全安心的購物體驗	供應商管理辦法	依循「三級管理、三階追溯」原則，優先與取得國際認證之廠商合作，強化價值鏈永續價值	每年針對鮮食、自有品牌及關鍵包材廠進行二者稽核，動態修正稽核指標，嚴防供應斷鏈與品質違規	要求供應商二者稽核成績達 A 級以上，佔比需達 70% 以上	官網設有「利害關係人專區」，並提供消費者服務專線 (0800-221-363) 與「顧客留言板」受理訴求。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制
E	產品標示與行銷	力求提供安全無虞且具備合規標示之商品，攜手社會企業夥伴合作開發創新產品，致力提供便利且優質的服務	供應商管理辦法	自有品牌商品持續推動 Clean Label 潔淨標章評鑑，並深化在地食材與社會企業合作	落實標示管理審查機制，確保商品行銷與資訊揭露均符合法規要求，規避誤導或標示不實風險	定期召開例會追蹤各項行動計畫執行進度與合規目標達成率	官網設有「利害關係人專區」，並提供消費者服務專線 (0800-221-363) 與「顧客留言板」受理訴求。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制
S	勞動人權與薪資福利	尊重國際人權標準與勞動法規，承諾提供公平競爭的薪酬體系與包容職場，保障員工不因個人背景受歧視	薪資管理辦法、人權政策	定期進行薪資市場競爭力調查，確保酬勞優於產業水平，並推動多元族群聘僱計畫，強化組織向心力	落實人權盡職調查與風險評估，定期盤點營運據點之勞動環境，防範歧視、強迫勞動或職場不法侵害	定期執行員工意見調查，並審查薪資平等性指標與留任率	官網設有「利害關係人專區」，並提供職場不法侵害專線 (02)2523-9588#6885 (幫幫我) 與專屬信箱 complain@family.com.tw。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

面向	重大主題	政策與承諾	管理方針	行動計畫		管理評核機制	申訴機制
				正面計畫推動	負面風險管理		
S	人才發展與培育	深信員工為企業最重要資產，建立完整訓練體制與個人發展計畫，驅動同仁職涯多元發展	人才發展品質管理系統 (TTQS)、績效管理制度	透過提供多元進修管道，建立 IDP 連結學習資源，驅動人才專業化	針對勞動力缺口積極開發壯世代人才加入，並提供專屬培訓方案，緩解少子高齡化導致的職能斷層	追蹤年度員工總訓練時數與每人平均受訓時數	官網設有「利害關係人專區」，並提供員工與人才招募專屬信箱 recruit@family.com.tw。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制
S	員工健康與職業安全	落實良好職業健康與安全管理，攜手同仁及協力人員共同維護安全工作環境，確保企業永續經營	職業安全衛生管理政策、ISO 45001 系統	定期辦理健檢、健康促進講座與職安教育訓練，提升員工安全意識與自救能力，營造安心工作環境	要求承攬商取得合法證照，落實現場安全衛生查核與災害通報演練，將工安事故風險降至最低	定期召開勞資會議與職安委員會；追蹤員工健康檢查參與率達 90% 以上	官網設有「利害關係人專區」，並提供職場不法侵害專線 (02)2523-9588#6885 (幫幫我) 與專屬信箱 complain@family.com.tw。針對意外事故建立 8 小時內通報與改善之標準 SOP，確保即時應變與處置
S	社會公益	運用通路優勢與社創組織合作，深耕環境教育與共融友善社會，打造「便利永續 你也 +1」的公益平台	社會參與的四大面向、衛福部公益勸募條例	經營「愛心大平台」勸募與物資循環計畫，與公民團體共同倡議社會公益行動，擴大通路社會價值	嚴格遵守《公益勸募條例》，落實零錢捐稽核管理辦法，確保公益資源配置透明且合法合規	參考 B4SI 框架量化投入成效，並定期檢視計畫與企業重大課題之關聯性	官網設有「利害關係人專區」，並提供公共事務聯絡專屬信箱 pr@family.com.tw。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制
G	資訊安全與隱私保護	重視客戶權益，致力打造優良個資保護環境，建立會員安心認同的品牌價值，確保資通安全	個人資料保護管理制度 (TPIPAS)、智慧財產管理制度	導入 TPIPAS 並通過 ISO 27001 驗證，強化資安防禦深度，厚植消費者對數位服務的信任感	定期執行資安漏洞掃描與智財監控，預防個資外洩或智財侵權風險，維護消費者隱私與公司權利	通過 TPIPAS 查核與 TIPS 台灣智慧財產管理規範 A 級驗證	依不同個資蒐集管道設置專屬申報窗口，提供完善個資保護。亦提供消費者服務專線 (0800-221-363) 與「顧客留言板」受理訴求。所有案件均啟動標準化評估與追蹤程序，落實「回覆、結案」機制
G	風險管理	承諾建立完善風險治理架構，落實識別、評估與監督流程，建構預防導向且可追溯的治理框架	風險管理政策	每年滾動更新風險登記簿與應對機制，執行跨集團危機演練，透過量化評級強化治理成熟度	針對高衝擊風險啟動分級危機處置，落實通報、修復與事後檢視機制，修補管理缺口並降低再發風險	運用衝擊與機率進行量化評估，透過內外部稽核確認機制落實度，作為次年度資源配置依據	整合客服與主管機關通報，依危機等級啟動應對；處理結果納入風險情境更新，提升治理透明度

FamilyMart

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 永續發展組織
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展
1.4 利害關係人鑑別與溝通
1.5 重大性分析
1.6 永續影響力
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

1.6 永續影響力

六大資本投入

財務資本
強化財務資源管理，創造價值成長與回饋
✅ 資本額 **22.3 億元**；營業成本 **699.9 億元**

製造資本
優化店舖設施，提升營運韌性與設備能效
✅ 不動產、廠房及設備投入 **130.2 億元**

智慧資本
持續數位技術研發，驅動科技便利應用
✅ 技術及研發費用 **2.2 億元**

人力資本
深耕專業人才培育，打造安全幸福職場
✅ 員工福利費用 **48.5 億元**

社會與關係資本
深化利害關係人互動，共創正向社會效益
✅ 社會公益投入 **3,192.0 萬元**

自然資本
落實節能減碳策略，驅動循環經濟價值
✅ 綠色採購金額 **0.82 億元**

永續價值鏈管理

5 大永續主軸

- 永續供應鏈 (E)
- 永續環境 (E)
- 多元共融 (S)
- 幸福職場 (S)
- 永續治理 (G)

7 大永續核心策略

- 產銷夥伴共榮與食安管理
- 減塑減廢與循環經濟實踐
- 能源轉型與低碳運輸體系
- 多元共融職場與友善賣場
- 人才專業培育與福祉健全
- 樂業職場營造與職安維護
- 誠信治理落實與風險韌性

10 大關鍵利害關係人

核心類別
股東及投資人、政府機關、員工、加盟主、供應商及承攬商、客戶及消費者

關聯類別
社區鄰里、銀行、媒體及公益團體

10 個永續重大主題

- 食品安全管理
- 剩食管理
- 供應鏈管理
- 產品標示與行銷
- 勞動人權與薪資福利
- 人才發展與培育
- 員工健康與職業安全
- 社會公益
- 資訊安全與隱私保護
- 風險管理

永續價值創造

財務資本
展現穩健營運實力與股東價值
✅ 合併營收 **1,100.4 億元**；每股盈餘 **7.6 元**

製造資本
建構營運版圖與低碳店舖
✅ 全台總店數 **4,470 店**；導入能源管理系統店數占比達 **98.7%**

智慧資本
數位科技賦能，提升顧客消費體驗
✅ 全家會員數累計逾 **2,000 萬人**；以 AI 與自動化技術推動科技店

人力資本
厚植人才競爭力，實踐幸福職場願景
✅ 員工總人數 **7,228 人**；平均每位員工訓練時數 **20.1 小時**

社會與關係資本
深耕公益平台，發揮社會正面影響力
✅ 愛心大平台募款 **2.3 億元**、幫助 **58 個**公益團體

自然資本
推動資源循環應用，落實永續環境承諾
✅ 成立「咖啡渣循環再生大聯盟」，實現綠色價值轉型