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
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

3 全家產銷最安心

永續主軸

永續供應鏈

重大主題

食品安全管理、產品標示與行銷、供應鏈管理

利害關係人

供應商及承攬商、客戶及消費者

2 消除飢餓 | 3 健康與福祉 | 12 責任消費及生產 | 13 氣候行動 | 17 多元夥伴關係

2025 年 永續關鍵績效

供應商二者稽核合格率

100 %

通過

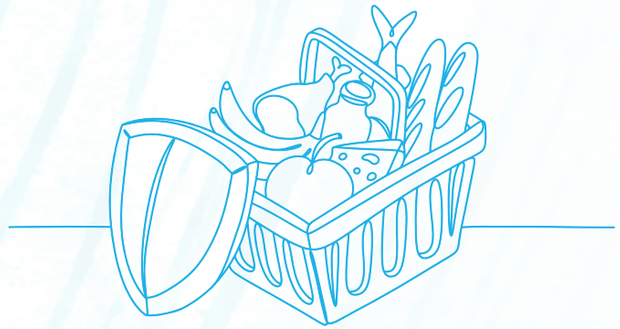
永續採購指南符合性查驗

ISO 20400

5 座鮮食自有廠

100% 取得食品安全管理系統認證

ISO 22000



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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

3.1 永續供應鏈管理

全家價值鏈管理

作為供應鏈終端販售業者，全家秉持提供「安全、安心、健康」商品之宗旨。針對原物料供應、產品製造、物流配送及末端店鋪，進行嚴格品質管控與嚴謹把關，確保消費者購買的食品安全無虞，落實價值鏈各環節的品質承諾。

全家價值鏈 (Value Chain)

間接供應者：我們的供應鏈中最上層的間接供應者可能是農、漁、牧民與國外之供應廠商，需再透過直接供應商與我們建立商業關係。

直接供應商：係供應鏈中主要與我們交易的供應商，分為製造廠商、貿易廠商及服務類供應商。其中部份提供全家便利商店鮮食產品之合作廠商，為確定其品質能符合我們的要求，其廠房及設備係由全家便利商店出資興建與建置，並出租予合作之鮮食廠商製造全家所要求的鮮食產品。

永續採購承諾

全家以「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」為核心策略。2025 年，全家正式通過 ISO 20400:2017 永續採購指南符合性查驗，成為全國首間達成此國際標準的便利商店。

我們不採業界常見的「自我遵循」模式，而是主動邀請獨立第三方公證單位進行嚴謹實地查證，將採購決策由傳統「價格導向」轉向納入環境保護、社會責任與公司治理的「價值管理」。不僅有效帶動近百家供應商成為永續夥伴，更確保從食材溯源、生產製造到物流配送的每一環節皆納入永續經營考量，以實質行動引領零售產業邁向永續新紀元。

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
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

供應商管理政策

全家依循 ISO 20400、聯合國全球盟約 (UNGC) 與聯合國工商企業與人權指導原則 (UNGPs) 制定「供應商管理政策」，強化供應鏈韌性：

1. **永續承諾：**供應商須簽署《供應商企業社會責任承諾條款》，承諾遵守全家便利商店之行為準則與永續政策。其內容涵蓋勞工權益與人權、環境保護、誠信經營、禁止賄賂等。
2. **合作相關：**供應商之 ESG 表現將納入合作、續約及評分考量。以確保供應商了解並承諾遵循全家便利商店之永續供應鏈管理要求。

管理文件與措施	規範與 2025 年遵循情形
供應商企業社會責任承諾條款	• 要求所有交易供應商均須簽署，承諾遵循全家之行為準則與永續政策 • 2025 年共計 992 家供應商完成簽署 (簽署率 100%)
供應商評估問卷與實地稽核	• 透過書面評鑑與實地稽核確保供應商符合規範 • 範疇涵蓋品質管理、食安衛生、環境保護、勞工權益與人權、職業安全衛生、風險應變及資通訊安全

供應商管理架構

全家依循 ISO 20400:2017 永續採購指南，建立由上而下、權責明確的管理體制。透過跨部門協作與定期審查機制，確保永續策略能有效落實於供應鏈的日常運作中。

本公司由董事會擔任最高決策單位，轄下設置「永續發展委員會」，負責整合整體營運策略並對標企業永續願景，定期審查執行進度並向董事會呈報成果。執行端則由商品本部下轄之「鮮食供應管理 Team」擔任核心角色，專責供應商督導與永續程序管理，並定期彙報各項供應鏈管理及永續專案進度。

同時，為提升採購團隊對永續採購之認知與執行力，確保團隊與供應商夥伴具備供應鏈風險與推動之專業能力。2025 年，全家供應鏈採購人員及合作供應商，辦理一系列永續採購教育訓練，累計參與人數達 127 人次，總訓練時數共 417 小時；並於 2026 年規劃啟動供應商 ESG 培力計畫，將永續影響力由內部擴展至夥伴端，實踐共好生態圈。

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
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

供應商管理流程

全家將 ISO 20400 轉化為標準化作業路徑，透過四大策略階段落實永續治理：

1. 策略治理與組織賦能

- **職能別組織治理**
  由商品本部下轄「鮮食供應管理 Team」專責落實管理
- **建立採購政策與承諾**
  訂定供應商管理政策，要求合作供應商簽署《供應商企業社會責任承諾條款》
- **建立程序文件**
  透過內部網站管理核決權限，確保策略執行之一致性
- **人員賦能與文化建立**
  定期執行教育訓練，提升採購人員對永續採購認知與執行力

2. 風險識別與排序

- **核心議題鑑別**
  定期召開會議，鑑別利害關係人關注之永續採購核心議題
- **關鍵供應商識別**
  依採購金額、永續風險及策略重要性識別「關鍵供應商」
- **風險與衝擊評估**
  運用風險分類矩陣，針對短中長期風險進行分類管理與決策應變

3. 標竿選用與執行

- **新進篩選機制**
  凡新進合作夥伴均須通過環境與社會標準評核，將 ESG 績效列為資格審查之關鍵門檻
- **深化書面評鑑**
  透過供應商評估問卷，將 ESG 指標納入重點評核項目
- **落實實地稽核**
  委由第三方公證單位執行現場點檢，範疇包含管理責任及品質維持外，擴展至環境保護、勞工權益、道德規範、職業安全、風險應變與資通訊安全

4. 精進監測與改善

- **動態分級管理**
  依實地稽核分數區分等級，並依落點分數決定定期稽核週期
- **缺失追蹤與輔導**
  建立嚴格改善機制，針對缺失項目要求限期提交改善計畫，並列入追蹤考核；未達標或持續違規者將評定為高風險或終止合作
- **多元申訴管道**
  提供多元且暢通之申訴管道，確保問題獲得即時、公平且安全的回應
- **績效與目標追蹤**
  持續追蹤各項管理 KPI，並定期向最高管理階層呈報執行成果

供應商選用機制

針對新進合作夥伴，於正式交易前依風險程度實施評核，由採購單位進行品保自檢或委託第三方機構執行二者稽核，範疇涵蓋公司合法登記、環境衛生、人員與品質管理，並納入環境保護與職安衛指標。2025 年，本公司原物料供應商共計 84 家，均納入環境與社會標準評核，篩選涵蓋比率 100%。

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

供應商稽核評鑑

三級管理

- 提高供應商管理強度，落實成品、製程、原物料品管作業
- 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)

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

一級管理 供應商自主管理

- 原材料、半成品、成品等，定期檢驗
- ISO 22000、CAS、TQF 等認證追蹤
- 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

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

三級管理 全家現場查核

- 全家人員至工廠，現場進行 GHP 符合性查核
- 透過二者稽核方式，至工廠現場查核
- 透過二者稽核方式，至原料供應現場查核

三階追溯

- 推動產地追溯觀念
- 供應商依三級追溯精神，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

- 主動停止製造、加工、販售及辦理回收
- 通報直轄市、縣（市）主管機關

一階追溯 成品書面管理

- 成品供應商與地點
- 成品營養標示、規格等

二階追溯 製造食材製成

- 食材供應商／交易商
- 製程與管制點

三階追溯 原料產地來源

- 各原料來源、產地
- 產地追溯追蹤系統管理

從農場到餐桌，食品安全無縫管理

為落實食品衛生安全，全家依循「三級管理、三階追溯」原則確保商品品質，並針對交易供應商訂定《供應商管理辦法》，依風險程度實施分類管理與差異化稽核。所有合作對象均須通過基本資料確認以確保合法登記立案，並以取得 ISO 20400、ISO 22000、HACCP、CAS 或 TQF 等國際認證合格之廠商為優先考慮合作對象。同時，針對「鮮食廠 (自有或委託)、自有品牌廠、原物料供應商」三大核心供應商落實嚴謹管控。

本公司針對鮮食委託廠及自有品牌廠，依據生產產品類別之性質設定差異化配分與稽核項目。稽核範疇完整涵蓋環境衛生管理、生產設施、品質管理、品質改善、生產流程、異物管理、庫溫、人員管理及抽測檢查、企業社會責任行為管理等核心指標；加權總分須達 80 分以上方為合格，確保供應商具備高度的食安管理能力。

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

在商品導入階段，全家實施之供應商商品檢驗係指抽樣商品並送交認證檢驗機構，遇有特殊狀況全家得隨時執行檢驗，凡檢驗不符品質標準之產品將立即下架不予販售。針對全家品牌等商品導入，則要求供應商先行送交第三方公證單位，確認商品標示均依政府法規明確標示後才得上架。所有商品均須於導入之 7 天前通過前述各項檢驗控制點，方可正式上架販售。透過前置評鑑與定期現場稽核的雙重保障，我們落實全方位的供應商管理，本年度供應商稽核管理之核心評鑑項目：

生產環境衛生管理

評鑑內容
- 環境硬體：廠區設施規範、衛生防治管理、環境衛生維護
- 製程衛生：生產設施維修、從業人員衛生控管
- 儲存控管：包裝材料管理、庫房與物流溫度監測

品質控管

評鑑內容
- 品保系統：品質管理制度、各項檢驗紀錄與監測
- 製程監控：生產流程控管、產品抽測檢查、異物管理
- 持續改善：缺失改善追蹤、供應商自主管理能力評核

永續治理

評鑑內容
- 永續治理：企業社會責任行為管理、重點條文遵循
- 源頭管理：溯源紀錄完整性、供應商評鑑、重大缺失預警
- 生物安全：牧場車輛消毒、環境防疫管理 (針對蛋品牧場)

註：供應商環境及社會衝擊評估及改善情形，請參閱附錄 1.【ESG 數據】。

1. 鮮食自有廠管理

截至 2025 年 12 月 31 日，全家共計五座鮮食自有廠 (屏榮大溪廠、屏榮新豐廠、晉欣、福比、長家)，已 100% 取得 ISO 22000 食品安全管理系統認證，涵蓋範圍為 100% 自有鮮食商品。

同時，全家針對鮮食自有廠所生產的商品，委請認證之檢驗機構針對品規、賣相外觀標示及微生物進行定期檢驗。2025 年鮮食自有廠生產商品共抽驗 554 件，其檢驗結果均符合限定規範，合格率 100%。工廠內部環境衛生與管理方面，每半年實施外部公證機構二者稽核。2025 年五座鮮食自有廠 (屏榮大溪廠、屏榮新豐廠、晉欣、福比、長家) 共執行 11 次稽核，稽核完成率 100%；稽核結果均為合格，稽核合格率 100%。

針對全家鮮食自有廠所屬子公司—福比與晉欣，各公司內部均訂有管理辦法作為作業依循，每日針對廠區環境衛生、生產設施、機器設備、人員衛生及作業流程執行管理確認。2025 年，福比 (新豐廠) 與晉欣 (岡山鮮食廠) 分別執行達 365 次自主檢查，此項措施，涵蓋福比 (新豐廠) 與晉欣 (岡山鮮食廠) 所生產之產品類別占比為 100%，透過高頻率且不間斷的源頭管理落實品質把關，確保生產端每一環節皆符合最高食安標準。

2. 鮮食廠供應商管理

★ 鮮食委託廠點檢與稽核

全家針對鮮食委託廠從「合作前審核」、「品質把關」及「管理機制」三面向嚴格控管，為確保鮮食品質，定期進行工廠現場之例行性點檢，並委由第三方公證單位每年執行二者稽核。針對評鑑 B 級與 C 級者要求限期改善，並進行罰款與覆核；若限期未改善且配合度不佳時，基於品質穩定考量，將與該供應商終止交易。

2025 年，與全家合作之鮮食委託廠共 66 間 (含代工廠及蛋品供應商)，稽核完成率 100%；針對此 66 間廠商共執行 93 次二者稽核 (註 1)，稽核結果均符合規範。

註 1：93 次包含特 A 級 (69 次)、A 級 (23 次)、B 級 (1 次)。

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

★ 雞蛋源頭管理

為強化雞蛋牧場源頭管理，全家與中央畜產會，針對蛋品洗選廠、雞蛋牧場與牧場附設洗選場等不同型態執行稽核。

2025 年，針對提供蛋品來源之 19 家雞蛋牧場（註 2）進行飼養管理與品質管理稽查，稽核完成率 100%。

註 2：19 次均為甲級。

3. 自有品牌 (FamiCollection) 供應商管理

FamiCollection 為全家自有品牌，以「發現生活的原味」為核心理念，致力於提供符合潔淨與環保要求的製品。為嚴格控管商品品質，我們將自有品牌 (FamiCollection) 食品類供應商納入二者稽核管理。合作廠商除須通過《供應商管理辦法》之基礎認證與訪廠外，亦須依《PB 商品品質管理辦法》規範，每年接受本公司委託之外部第三方公證機構執行二者稽核。

2025 年，與全家合作之自有品牌 (FamiCollection) 食品類供應商共 21 間，稽核完成百分比為 100%；針對此 21 間自有品牌 (FamiCollection) 食品類供應商共執行 22 次二者稽核（註），稽核結果均為合格。

註：22 次包含特 A 級 (21 次)、A 級 (1 次)。

4. 原物料供應商自主管理

全家秉持提供安心、安全的鮮食商品，從原物料源頭即展開嚴格控管。我們針對肉品、水產、蛋品、烘焙、醬料及包材類等大宗物料，制定專屬全家的品質管理制度作為稽核依據；從經營決策階層到現場作業人員，確保各管理環節均無疏漏，並定期到廠檢視食品工廠之品質管理、作業程序與執行程度。

在原物料供應商稽核中，全家高度重視永續環境議題並將其納入管理範疇，針對廢棄物、廢油、廢水與空氣污染物排放管理嚴格把關，致力於對生態環境盡一份心力。

2025 年，與全家合作之原物料供應商共 84 間，判斷應列為二者稽核供應商為 54 間，實際 52 間執行 54 次二者稽核，稽核完成率為 96%，稽核結果均為 100% 合格。

5. 食品容器與包材管理

為確保食品接觸容器之安全性，全家自 2016 年起納入嚴格管控體系。供應商於產品上市前，必須繳交第三方公證單位之檢驗報告；上市後則由品保或鮮食單位依據風險程度，排定不定期抽檢。

為進一步確保鮮食自有廠統購包材符合法令規範，本公司每月依據風險程度實施製程包材抽驗。抽驗方式依「壓空 / 射出成型」、「紙類 / 木筷」及「膠膜類」三大類別進行循環抽測；凡當季有新開發品項，則列為優先抽測對象，以嚴格控管包材使用之安全性。

2025 年，針對店舖使用中 22 項各類包材進行材料檢驗、溶出試驗及耐熱度檢驗，結果皆符合衛福部制訂之食品器具容器包裝衛生標準。另就咖啡包材供應廠商（註 1）共計 4 間，稽核完成率 100%，針對此 4 間包材供應廠共執行 4 次二者稽核（註 2），稽核結果均為合格。

註 1：稽核之包材供應廠為供應全家咖啡紙杯、杯蓋等備品廠商。
註 2：4 次均為特 A 級。

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

供應商管理目標與成果

管理項目	2025 年成果	2026 年目標
ISO 22000 認證	■ 正式認證店舖數：**5 店** ■ 店舖內部推廣：2025 年共計 1,479 店；累計達 **14,555 店**	■ 正式認證店舖數：**5 店** ■ 店舖內部推廣：每年約 **1,120 店**
鮮食自有廠管理	■ ISO 22000 國際認證：**5 廠**取得認證 ■ 定檢合格率：554 件，定檢合格率 **100%** ■ 二者稽核完成率：5 廠 11 次，稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**	■ ISO 22000 國際認證：**全數**取得認證 ■ 定檢合格率：定檢合格率 **100%** ■ 二者稽核完成率：稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**
鮮食委託廠管理	■ 二者稽核完成率：66 間 93 次，稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**	■ 二者稽核完成率：稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**
自有品牌供應商管理	■ 二者稽核完成率：21 間 22 次，稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**	■ 二者稽核完成率：稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**
原物料供應商自主管理	■ 二者稽核完成率：52 間 54 次，稽核完成率 **96%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**	■ 二者稽核完成率：稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：稽核合格率 **100%**
食品容器與包材管理	■ 二者稽核完成率：咖啡包材供應商 (4 間、4 次)，稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：咖啡包材供應商，稽核合格率 **100%** ■ 店舖用包材檢測：22 件，抽檢合格率 **100%**	■ 二者稽核完成率：咖啡包材供應商稽核完成率 **100%** ■ 二者稽核合格率：咖啡包材供應商稽核合格率 **100%** ■ 店舖用包材檢測：抽檢合格率 **100%**

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

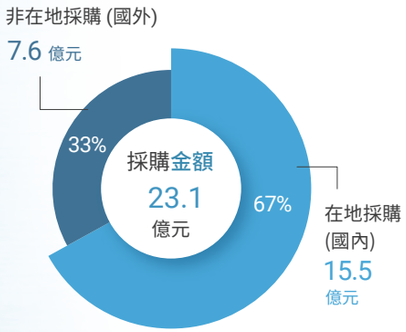
永續採購

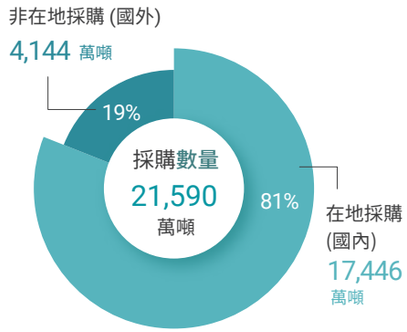
在地採購

全家以「穩定契作」、「安心溯源」、「創新扶植」三大策略，積極推動永續農業並支持台灣在地農民。鮮食商品採契作模式供應，透過明確的用藥與收購規範，穩定農民收益並提升食安信賴。2025 年，鮮食原物料台灣在地採購金額達 15.5 億元、數量合計 17,446 萬噸，在地採購金額佔比達 81%，具體展現對本土農業的長期支持與供應鏈韌性。

為深化永續採購管理，本公司於 2025 年通過「ISO 20400:2017 永續採購指南」之符合性查驗，成為台灣首間達成此標準之便利商店。我們將採購決策由傳統「價格導向」轉向納入環境保護、社會責任與公司治理的「價值管理」，攜手供應商依循 ISO 20400 永續採購指南共同成長，盼藉此發揮通路關鍵影響力，建構具備韌性與透明度的永續供應鏈生態系。

鮮食原物料採購類別





註 1：本報告所稱之「當地 (在地)」係指在台灣境內進行之採購活動，包含向國內供應商及台灣在地農民採購之原物料與相關產品；相關在地採購金額與比例，係以鮮食原物料採購為統計基礎。

註 2：本章節所揭露之供應鏈與在地採購資訊，係以全台營運體系及鮮食原物料供應鏈整體作為分析基礎，全台營運據點皆為全家之重要營業據點。

永續認證

本公司深植永續經營理念，積極推動森林永續發展與友善生態環境。自 2024 年起，大規模導入符合「FSC™ 森林永續認證」之紙材，廣泛應用於咖啡、茶飲、霜淇淋紙杯、番薯紙袋及熱狗袋等現做調理區包材。2025 年，全家店舖現做調理區使用符合 FSC™ 驗證工廠生產之紙類食品包材總採購金額 3.3 億元，占當年度紙類包材採購金額之 83%。未來我們將持續擴大認證紙材的使用比例，以具體行動實踐地球永續承諾。同時，我們持續關注動物福利議題，積極評估推動非籠飼雞蛋採購的可行性，預計於 2028 年達成非籠飼雞蛋占蛋品營收比重 20% 之目標；2025 年該項佔比已達 2.9%，期能透過採購影響力，引領消費者選擇提供更具永續性的商品選擇，並為提升整體社會的環境與動物福祉貢獻心力。

在綠色營運管理上，本公司翻轉傳統以價格與效率為導向的採購模式，建立全方位的綠色供應鏈管理機制。對內，透過員工培訓深化綠色採購意識，優先選用具環保、節能、節水標章之產品與綠建材，2025 年度綠色採購金額達 0.82 億元，榮獲「臺北市 114 年績優綠色採購民間企業及團體」表揚。對外，則與供應商緊密協作，除要求合作夥伴落實環境規範，更進一步優化設備能源效率，透過精準溫度管理提升壓縮機效能，從源頭降低能耗。藉由內外部資源的整合，本公司期能以實質採購力支持永續產業發展，建構低碳且具社會價值的永續消費生態圈。

標章類型	主要採購項目	採購金額 (千萬元)	占比
節能與其他環保標章	空調、冰箱、燈具	4.08	49.8%
能源之星	蒸烤箱	3.03	36.9%
綠建材標章	店舖裝修建材	0.75	9.1%
省水與環保標章	電腦、省水馬桶	0.31	3.7%
森林認證 (PEFC/FSC)	辦公用紙、資訊設備	0.04	0.5%
總計		8.21	100.0%

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

3.2 食品安全體制推動

3.2.1 食品安全管理

全家便利商店 安全安心

成品檢查

溯源機制

源頭管理

全員品保要落實

供應鏈品保作業落實
- ISO 22000 認證推廣
- 店舖品保作業落實
- 外部專家合作建立
- 鮮食廠稽核缺失罰則建立

縱向管理需深化

強調原物料品質管理
- 原物料統購作業精進
- 原物料三級品保規劃
- 重點原物料帳務管理
- 鮮食廠廢油回收及管理

履歷系統可追溯

納入履歷系統
- 履歷資料庫管理功能建立
- 履歷作業納入新品上架

實地查廠求事實

原物料廠商管理精進
- 訪廠機制及分級管理
- 委託廠源頭管理深化

專責組織來對應

專責組織對應食安風險
- 品保部

食品安全管理架構

為強化食品安全管理，全家每月定期召開「食安專案管理會議」，由品保部擔任幹事單位，協同集團相關部門主管共同參與。會議聚焦於品保政策、法規應對及食安預警等重要議題，並建立涵蓋 100% 自有商品的管理制度，確保食安管理與應變具備一致性與時效性。

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

食育推廣

全家積極掌握食安趨勢，近年更致力推動「食育」，研究健康食材與飲食趨勢。針對官方公告之不合格產品與違規供應商，本公司已建立「負面資料庫」作為風險控管參考。

2025 年，全家率先便利商店通路，攜手自有鮮食廠及合作供應商導入「Eatender 銀髮友善食品標誌」。其中「烤蛋白餐盒」與「健身 G 肉餐盒」更榮獲獎項，成為全台首家取得該標誌的便利超商。

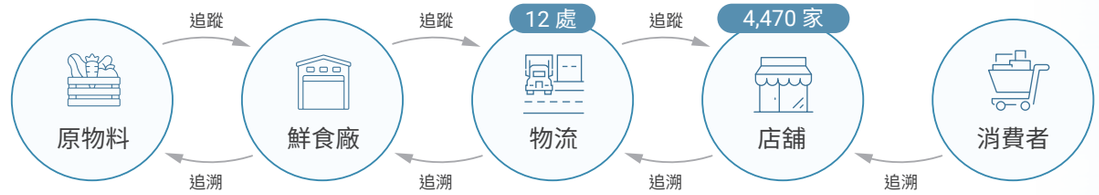
品保交流會議

為強化集團品保意識，全家定期舉辦「品保交流會議」，邀請產官學專家分享全球食安與食育趨勢。2025 年特別邀請食品工業發展研究所專家，針對「銀髮友善食品感官體驗」進行專題講演，深入探討高齡者吞嚥安全與營養需求，提升集團開發兼具美味與安全之高齡友善產品能力，確保技術研發與品管持續領先市場。

食品安全平台

全家建構食品安全管理平台，從原物料產地、供應商、鮮食廠、再經由 12 處物流中心 (建物面積 73,609.02 坪) 配送到全台 4,470 家店舖 (1 樓全場面積 212,572.2 坪 (不包含其他樓層及騎樓面積))，以農場到餐桌的概念定期追蹤檢驗溯源管理，用心做到最嚴格的品管、最安全的品質，以提供消費者安全安心、優質美味的商品。

食品從原物料到生產上市前，均須 100% 符合全家品質要求 (如：不使用基因改造原物料、不使用含人工氫化反式脂肪等)。上架後，店舖人員每日遵循品保規範，落實機台溫控、清潔及商品效期管理。



ISO 22000 食品安全衛生管理系統認證

全家深知食品安全為消費者核心訴求，自 2010 年導入 ISO 22000 認證，成為全台首家獲 ISO 22000 及 HACCP 雙認證之連鎖超商。採漸進式推廣計畫，透過教育訓練與輔導，並委託認證單位查核作業程序，確保店舖落實管理制度。截至 2025 年底，共 5 家店舖取得正式認證，其餘店舖則全面依循該模式進行內部推廣，累計已達 14,555 店次。

產品安全檢測

為確保生產品質穩定，各鮮食自有廠均透過廠內品檢室落實原物料、半成品及成品之自主檢驗。全家亦對商品檢驗進行把關，針對不同商品類別實施差異化檢測，並委請外部獨立檢測單位提供專業指導，確保品質把關更具嚴謹性與客觀性。2025 年，針對食品及與食品接觸之食器和包材投入之檢測費用達新台幣 1,178.9 萬元，自有品牌商品 100% 通過安全檢測，以實質行動守護消費者的食品安全。

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
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

產品標示審查

為確保販售商品標示符合《食品安全衛生管理法》與《包裝食品營養標示應遵行事項》等法規規範，全家提供「供應商食品標示自檢表」落實源頭自主檢核；針對全家自有品牌商品，更要求包裝標示須經第三方公證單位審核通過後方可上架，以嚴謹的雙重審查機制確保資訊揭露之精確與合規。

自 2018 年起，全家自有品牌商品導入 Clean Label 潔淨標示認證，遵照「慈悅國際評鑑標準」規範，嚴格落實從食品成分審核到生產實地勘查的層層把關，確保 100% 取得 Clean Label 驗證商品皆無添加八大添加物 (人工化學合成香料、人工化學合成色素、人工化學合成甜味劑、防腐劑、漂白劑、保色劑、結著劑、含鋁膨脹劑)、無直接使用含基因改造食品原料、農藥殘留符合法規的規範；截至 2025 年底，累計共有 1,614 種原物料、1,535 項鮮食以及 202 項自有品牌商品取得 Clean Label 驗證。

此外，全家販售商品之外包裝標示，均依循衛生福利部「包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」和「散裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」之規範，確保資訊透明，方便消費者選購。2025 年，外包裝標示「未含有基因改造成分」之販售商品營收達 27.8 億元。

食品安全履歷

全家自 2012 年起建構「食品溯源管理系統」，為全台首家通過經濟部審查之「CVS 通路食品履歷服務模式」示範業者。透過「食在購安心」平台提供透明友善的查詢服務；2025 年更與台北市政府衛生局合作舉辦「健康採購攏佇遮，食材聰明選」健康採購活動，推廣「Eatender 銀髮友善食品」標誌，強化消費者對營養選擇的掌握。

此外，全家遵循食品安全衛生管理法第 9 條規定，2025 年公告登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統 - 非追不可之餐盒食品 (註) 品項數共計 1,800 項次，占當年度所有餐盒食品品項數 100%。

註：餐盒食品係指以米、麵等穀類或 (及) 其加工品為主食，搭配農、畜或水產等原料，經調理後，以明示菜單或明示產品形式之方式 (包括盒餐與團膳)，配膳組合成盒或盛裝於大容器，供團體或個人直接或經簡單復熱後，於短時間內食用之產品，惟僅由烘焙食品組合成盒者不在此限。

全家食品實驗室

除委託第三方檢驗外，全家於 2017 年成立「全家食品實驗室」，並取得衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 及財團法人全國認證基金會 (TAF) 雙重認證。

為提供具公信力的檢測服務，目前已取得 9 項 TAF 認證檢測項目，涵蓋總生菌、大腸桿菌群、金黃色葡萄球菌、沙門氏桿菌及防腐劑等核心測項。2025 年，食品實驗室總投資金額達新台幣 995.7 萬元 (註)，佔個體營業收入 0.0095%。

註：食品實驗室投資費用包含儀器設備、檢驗、薪資及雜項購置等費用。

認證單位	取得認證項目	認證數	認證有效期間
衛福部 食品藥物管理署 (TFDA)	總生菌	1 項	2024.10.30~ 2027.10.29
財團法人 全國認證基金會 (TAF)	總生菌、大腸桿菌、大腸桿菌群、腸桿菌科、金黃色葡萄球菌、沙門氏桿菌、單核球增多性李斯特菌及防腐劑、丙酸等	9 項	2024.11.21~ 2027.11.20

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
3.1 永續供應鏈管理
3.2 食品安全體制推動
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

3.2.2 店舖品保管理

品保作業精進

全家透過完善的品保管理機制與教育訓練，全面強化全員食安意識。每年定期安排總部與營業幹部進行專業訓練；店舖從業人員則透過定期回訓，或利用全家數位學習平台「人資 e 網」進行線上課程學習，落實品保概念之推廣與扎根，確保第一線作業符合最高品質要求。

店舖品保規範落實與強化

自 2015 年起，全家委外執行店舖點檢，每月針對店舖工作日誌「文件管理、清潔用品管理、重點機台管理、設施設備管理、商品管理及觀察項目」等六大類別、共 33 項指標進行逐項稽核。2025 年共抽檢 12,279 店次，首檢合格率 97.7%。針對不合格店舖，次月將持續追蹤檢查至符合標準為止，確保店舖點檢之落實與精進。

近三年店舖抽檢合格率

年度	2023 年	2024 年	2025 年
抽驗店數	12,000	12,262	12,279
不合格數	236	257	293
合格率	98.0%	97.9%	97.7%
複查後合格率	100%	100%	100%

為強化第一線防護，全家每年於夏季高峰期前執行「品保演習」，模擬衛生主管機關抽驗模式，結合專業檢驗公司到店抽樣，深植店舖人員之衛管意識。在售後管理方面，訂有「顧客抱怨處理作業程序」積極回應消費者需求；其中針對過期品列為嚴重客怨情形，總部除發出改善通知書，亦依懲戒辦法落實處置，以嚴格控管商品品質。