

好米
RICE

在地好米
第一米漢堡

好肉
MEAT

優選肉質
美味吃得到

好菜
GREEN

產銷履歷
安心看得見

好蛋
EGG

品質把關
新鮮高品質

2025
永續報告書



目錄

0 關於安心食品

0.1	ESG永續績效	3
0.2	榮耀與獲獎	4
0.3	經營者的話	5
0.4	安心企業概況	6
0.5	關於本報告書	11

1 永續經營

1.1	安心永續價值	12
1.2	永續價值創造過程	13
1.3	風險與機會	16
1.4	重大性分析	17
1.5	利害關係人議合	20
1.6	安心回應SDGs之策略與行動計畫	21
1.7	永續指標與目標管理進程	23

2 透明食安 環境永續

2.1	食品安全管理系統	28
2.2	食品檢驗中心	28
2.3	供應商評鑑制度	32
2.4	永續供應鏈管理	33
2.5	法規遵循管理	35
2.6	店鋪衛生抽檢機制	37
2.7	店鋪HDCS訪查機制	38
2.8	氣候變遷風險管理與對策	39
2.9	自然與生物多樣性	44
2.10	國際財務報導準則第S2號	45
2.11	溫室氣體及能資源管理	46
2.12	溫室氣體盤查	46
2.13	能源管理系統	47
2.14	環保節能投資	48
2.15	環境法規遵循	48
2.16	紙張資源管理	48
2.17	水資源管理	48
2.18	廢棄物管理	49
2.19	源頭減量管理	49
2.20	環境綠化管理	51
2.21	環境教育活動	52

3 人才發展 社會共融

3.1	幸福職場包容力	62
3.2	人才多元化	63
3.3	中高階儲備幕僚制度	70
3.4	多元產學結合青年力	73
3.5	聆聽內部的聲音	76
3.6	人才培訓管理系統	78
3.7	孵育人才搖籃	81
3.8	推動安全文化建立健康職場	82
3.9	職業安全衛生巡檢	83
3.10	意外事件及職業傷病追蹤	84
3.11	健康促進與管理	86
3.12	敦親睦鄰、深化社區影響力	89
3.13	社區投資	93
3.14	藝文活動	95

4 盡責治理 永續經營

4.1	盡責治理	102
4.2	誠信經營管理	104
4.3	商品創新	111
4.4	顧客意見管理	113
4.5	顧客滿意度調查	115
4.6	年度服務楷模夥伴	116
4.7	服務創新	117
4.8	資訊安全管理系統	119
4.9	開發在地食材	120

5 附錄

5.1	會計師有限確信報告	122
5.2	GRI準則索引表	123
5.3	聯合國永續發展目標SDGs索引表 ..	127
5.4	氣候相關財務揭露	128
5.5	永續會計準則委員會	129
5.6	依「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項（以下簡稱「作業辦法」）加強揭露資訊與確信項目彙總表	130

0 關於安心食品

0.1 ESG永續績效

E-環境

成果績效

- 速食業界首創成立安心智慧農場，持續種植研發各式蔬果
- 自2004年至今，採用具普級省水標章馬桶
- 導入ISO 50001轉換新版能源管理系統9年，持續改善能源績效
- 持續挖掘在地食材開發新品
- 建立短鏈供應鏈-屏東農科園區食品工廠
- 34週年摩斯生日慶，超過千人參與社區環境清掃
- 持續與國家公園合作，推廣環境教育
- 環境綠化管理

S-社會/人權

榮譽與獲獎

- 榮獲2025年天下永續公民獎
- 榮獲1111人力銀行「2025幸福企業」餐飲服務類金獎
- 榮獲2025年台北市中高齡及高齡友善職場認證
- 榮獲2025年新北市中高齡及高齡友善職場認證
- 榮獲2025年桃園市中高齡及高齡友善職場認證
- 連續12年，榮獲TCFA「服務天使獎」
- 連續2年，榮獲TCFA第二屆「服務金賞」認證
- 連續23年培養多位傑出店長，2025年TCFA全國傑出暨優良店長選拔，2位榮獲傑出店長、1位同仁榮獲最佳創新獎
- 累積全台293家店，榮獲餐飲衛生分級優級標章，橫跨20縣市

成果績效

- 支持小農，可溯源小農之農產品總採購量為226,130公斤
- 2025年食品安全訓練課程與專題講座，共舉辦9場，參與人次417人
- 員工人數達5,686人，2025年新進員工258位
- 2025年聘僱身心障礙夥伴人數共178位，占總員工人數3.1%
- 超過45歲二度就業人數且仍在職1,797人，占總員工人數31.6%
- 舉辦6場「職場體驗營」，參與人數共231人
- 持續積極與各大學進行產學合作，量身打造「安心學程」
- 促進性別平權，女性主管共209人，占總管理職人數60%
- 2025年員工活動補助1,798萬元
- 2025年員工進修及訓練總費用51.7萬元
- 2015年起，舉辦食育活動至今，總參與人數達26,726人
- 截至2025年，共超過14,956位小朋友參與我愛媽咪告白活動
- 2025年於門市舉辦音樂饗宴、敦親睦鄰，共計6場

G-治理

榮譽與獲獎

- 榮獲2025年天下永續公民獎
- 榮獲2025年Uber Eats商家合作夥伴獎
- 連續11年，榮獲TCSA第17屆台灣企業永續獎綜合績效「台灣百大永續典範企業獎」、企業永續報告「餐飲及食品業-第1類金級」、永續單項績的「人才發展領袖獎」、「社會共融領袖獎」，以及國際獎項「Sustainability Reporting Award - Bronze Class」

成果績效

- 全台店鋪數達297家店，合併營收超過60億
- EPS2.45元，現金股利1.2元
- 100%審核含有國外原料食材之相關產地證明
- 營運符合食品安全衛生管理法，無違反事件
- 2025年共召開5次董事會議，董事平均出席率100%
- 2025年董事會審議43項議案，包含環境、社會/人權及治理等議題
- 2025年投入675萬元研發費用，積極接軌國際、合作開發新品

0.2 榮耀與獲獎

連續
11年獲獎



榮獲TCSA第17屆台灣企業永續獎綜合績效「台灣百大永續典範企業獎」、企業永續報告「餐飲及食品業-第1類金級」、永續單項績的「人才發展領袖獎」、「社會共融領袖獎」，以及國際獎項「Sustainability Reporting Award - Bronze Class」

連續
5年獲獎



榮獲1111人力銀行「2025幸福企業」
餐飲服務類金獎

連續
12年獲獎



榮獲TCFA第十二屆「服務天使獎」
及第二屆「服務金賞」認證

累積
293家

全國店舖已取得餐飲評核優級認證的店舖達到293家，包含台北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、苗栗縣、台中市、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、台南市、高雄市、屏東縣、台東縣、花蓮縣、宜蘭縣、澎湖縣、金門縣等20個縣市

連續
22年獲獎



第27屆全國商店
傑出店長，共2位獲獎



榮獲2025年天下
永續公民獎



榮獲台北市政府優良企業菁英獎



榮獲臺北市
中高齡及高齡友善職場認證



榮獲新北市
中高齡及高齡友善職場認證



榮獲桃園市
中高齡及高齡友善職場認證



榮獲2025年Uber Eats商家合作夥伴獎

0.3 經營者的話

食安第一、代代初代

安心食品為臺灣最早引進日式速食品牌的企業，秉持「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念，以提供健康美味的摩斯漢堡為特色，持續深耕市場、用心經營。公司延續「代代初代」的創業初衷，以謙卑務實的態度，持續創新突破，追求卓越品質。安心食品始終將食品安全視為第一要務，堅持從食材來源到製餐流程的嚴格把關，並重視製餐與用餐環境的乾淨整潔。為確保食品安全，建置完善的食品安全管制系統並取得國際驗證合格證書；食品檢驗中心更領先同業獲得TAF與TFDA雙重認證，具備國際級檢驗能力與管理水準。透過嚴謹的品質控管流程，安心食品落實對顧客的食安承諾，從產地到餐桌層層把關，提供綠色永續、安全且健康的優質商品，讓消費者吃得安心、享受美味。

攜手農漁、安心生產

安心食品每年攜手農會及漁會參加台北國際食品展與高雄食品展，協助推廣在地農漁產品，實現產地與消費者的連結。研發優質餐飲，經常推出季節性新品，並落實「綠色三合一採購」政策，將食材管控導入「生產履歷」，結合在地食材與契作農場，確保顧客飲食安全。每年定期舉辦「樂活市集」，由產地直送食材，讓消費者享用與店鋪同等級的新鮮與安心。持續開發創新餐點，如早餐貝果堡、泰式檸檬魚堡（嚴選台灣在地飛虎魚）、紫米紅豆湯、外商冰糖銀耳露，以及各式農漁會合作的禮盒品項，如黑珍珠蓮霧、卡蜜拉哈密瓜、甘露梨、甜柿、文旦等。另與高雄市美濃區農會合作推出米糧推廣「米達人」即食香米飯，消費者可輕鬆享用居家餐桌料理。以及與臺中市大人物農產運銷合作社推出「摩斯豆奶」，嚴選100%台中契作大豆原料，溯源透明且友善環境，打造健康飲品。透過契作穩定農民收益、推動 ESG 減碳及友善環境理念，安心食品結合多樣化餐點與優質服務，不僅優化整體營運量能，落實永續發展與在地支持的承諾。

鏈結供應鏈、產銷一條龍

安心農科廠整合供應鏈，提供從產地到餐桌的新鮮美味。安心食品以高規格標準，於屏東縣長治鄉農業生物科技園區設立生產基地，強化食材溯源管理與契作機制，善用屏東獨特的產地優勢，提升農漁產品附加價值。除規劃物流中心外，並串聯宅配通與線上電商平台，推動虛實整合通路布局，同時規劃東元集團旗下魔術食品進駐，打造米漢堡專屬生產線，未來將供應全台摩斯漢堡所需之米飯、帕陸、雞塊、水產製品、蒟蒻、調理食品及肉品等多元產品。可望將台灣優質農漁產品加工後推向國際，並結合產學合作導入技術研發與人才培育，整合營運量能，帶動周邊產業發展。未來全球消費者皆有機會享用來自安心農科廠生產的優質商品，開展嶄新的商業模式，實現產業升級與永續發展。

數位服務、智慧轉型

因應大環境與產業的快速變化，安心食品運用智慧科技與創新服務，積極推動數位轉型，致力打造符合現代社會需求的餐飲消費體驗。除建置全環控的安心智慧農場與安心農科廠外，亦持續拓展數位服務，推出「MOS 跨店取」，滿足顧客大量購買、分次取用，以及可於全台各地便利取貨等需求，兼具省時省力與環保減碳效益。同時，優化QR Code掃碼「座位點餐」服務體驗與 MOS Order App 線上點餐功能，減少排隊等候時間並加速點餐流程，並陸續於209家門市導入增設kiosk自助點餐機，升級服務品質，提升消費者舒適且便捷的用餐體驗。在線上支付方面，除既有摩斯卡外，亦開放信用卡、LINE Pay、街口支付及悠遊付等多元支付方式，讓顧客結帳更加快速便利，提供符合現代消費習慣的數位化服務體驗。

敦親睦鄰、因地制宜

秉持「貢獻人類、貢獻社會」的理念，安心食品秉承「取之於社會、用之於社會、回饋於社會」的精神，積極投入藝文與社區公益推廣。公司將全台300家店鋪化身為社區活動與藝文空間，不僅活化店面環境，更持續舉辦公益講座、摩斯音樂會、摩斯小黑板繪畫大賽巡迴展等活動，敦親睦鄰，豐富社區居民的生活體驗，讓大眾在「品美食」的同時，也能「賞藝文」，落實企業社會責任。此外，每年三月週年生日慶期間，亦號召全台店鋪同仁走入社區，進行環境清掃及共榮共好的公益活動，打造更美好、友善的生活環境。

綠色永續、社會共好

安心食品持續致力於為顧客提供安心且低碳的用餐環境，並積極推廣摩斯 (MOS) 山、海、日 (Mountain、Ocean、Sun) 的大自然精神，鼓勵員工與消費者共同參與環境保護。員工定期參與親山淨山及陽明山國家公園外來種植物拔除等實地保育行動，以實際行動守護地球。與農業部林業及自然保育署合作，推廣瀕危動物玩偶吊飾，以及老鷹公主友善農業講座，提升消費者對瀕危物種保護的認知與關注。同時，與內政部國家公園署雪霸國家管理處多年合作，近年相繼舉辦高山攝影展，以及邀請金鐘導演麥覺明、台灣山岳雜誌吳雲天總監等專業師資，舉辦環境永續與生態保育講座。透過與政府單位的合作與推廣，安心食品帶動消費者實際響應生態保護。

支持SDGs、永續經營

展望未來，安心食品將持續全力支持聯合國永續發展目標SDGs，推動ESG進步，朝2050年淨零碳排目標邁進。除了堅持「食品安全第一」的營運方針外，安心食品將持續推動數位轉型與綠色轉型，立志成為餐飲業中最具前瞻性、智慧化與永續性的企業，並將每家店鋪打造為永續發展的實踐基地，發揮「與社會共好」的精神，善盡企業社會責任，結合經營策略，堅持用心與美味，遵循食品安全基本方針，實際落實SDGs。

幸福企業、友善職場

安心食品自成立以來，即以永續發展為目標，積極提升公司治理品質與董事會運作效能，並依董事成員的專業背景與興趣成立各項功能性委員會，強化治理機制，指導經營團隊穩健發展。公司治理評鑑中亦名列上櫃公司前20%，展現良好的治理成果。安心食品長期落實性別平等與年齡無差異的聘用制度，積極延攬青年、二度就業婦女及中高齡等多元人才，打造包容與友善的職場環境。除友善聘用中高齡夥伴外，亦提供喜憨兒小天使就業機會，實踐企業社會責任與共融價值。安心食品連續多年榮獲幸福企業餐飲服務金獎，以及TCSA企業永續單項績效 - 人才發展領袖獎肯定，並獲得台北市、新北市與桃園市中高齡及高齡者友善企業表揚認證，展現企業在永續經營與友善職場上的具體成果。

董事長

董茂雄



0.4 安心企業概況

0.4.1 企業概況



安心食品 (1259) 與日本MOS Food Services, Inc. 合資與技術合作，在台經營「MOS BURGER」(摩斯漢堡)，同時也是東元餐飲集團最大的餐飲連鎖店品牌。營運據點遍及全台各縣市。安心食品深耕台灣市場33年，憑藉穩健的經營腳步、領先業界推出多樣且結合在地食材的商品，致力於成為符合市場需求與滿足社會期待之餐飲連鎖店，截至2025年底，已擁有297店鋪，店鋪占地面積16,661.8坪(不含騎樓)。我們透過多元化的經營策略佈局、活化資產，善用餐飲服務業的領航地位，期盼以自身的營運發揮對各產業及社會的影響力，不斷前進並帶動社會共好。

永恆不變的，摩斯集團的原點「MOS之心」

MOS擁有自成立以來就很重要的思維方式。它是所有為摩斯集團工作的夥伴們的指導方針，它是不會隨時間改變的「MOS之心」。



企業概況

公司全名 安心食品服務股份有限公司

員工數 (註1) 5,686人

創立時間 1990年11月23日

董事長 黃茂雄

總經理 謝靜慧

營運總部 臺北市南港區經貿二路66號16樓之3

資本額 新台幣323,895仟元

總店鋪數 (註2) 297家

店鋪占地面積 16,661.8坪(不含騎樓)



基本資料



公司沿革



MOS店鋪情報

(註1) 資料統計截至2025年12月31日。

(註2) 最新總店鋪數詳見摩斯官網。



MOS臉書粉絲專頁

粉專名稱：MOS Burger
摩斯漢堡「癮迷」俱樂部



@MOSBURGER_TAIWAN

MOS IG粉絲專頁

粉專名稱：
mosburger_taiwan

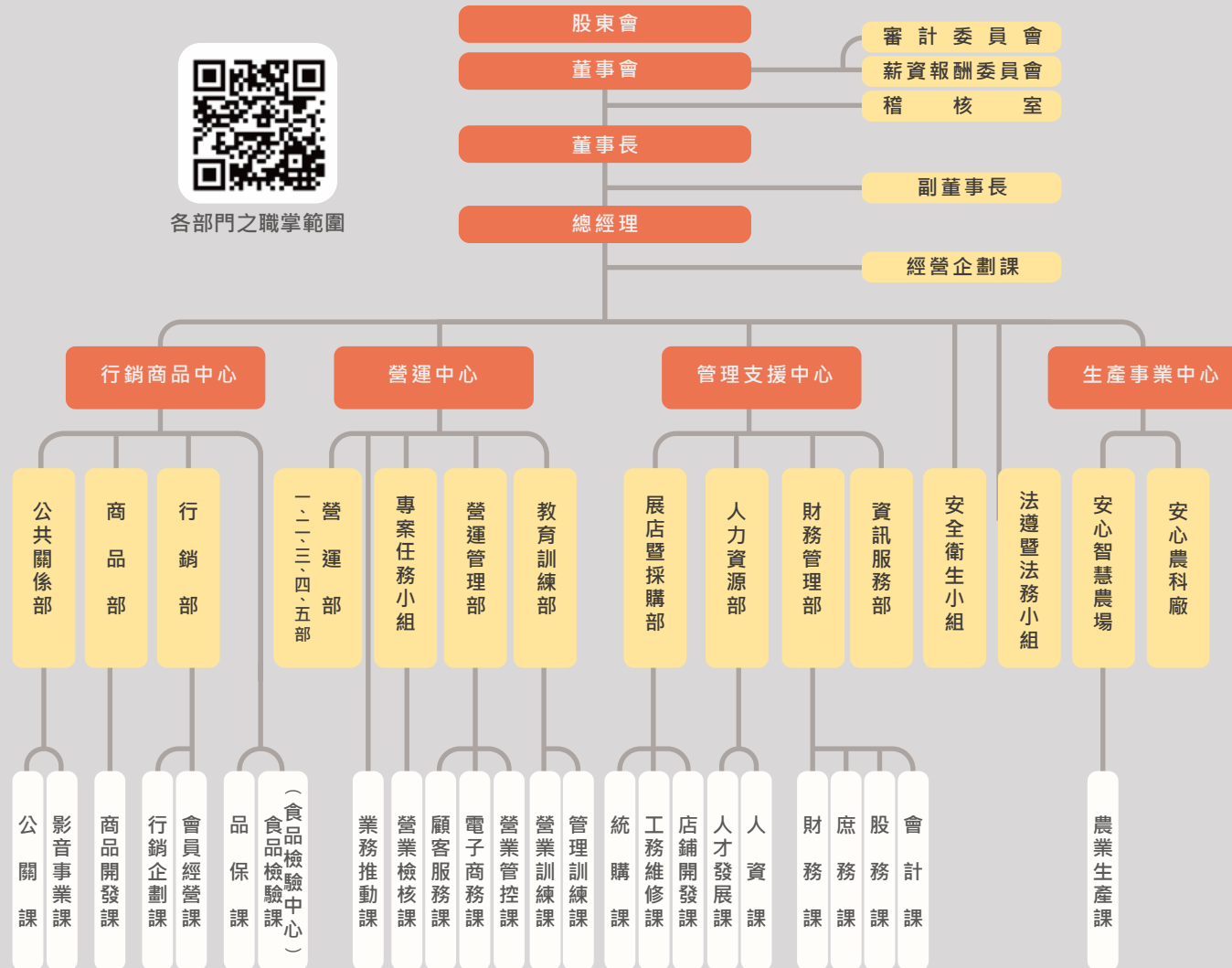


mosburger_taiwan

MOS Threads粉絲專頁

粉專名稱：
mosburger_taiwan

健全的經營組織是公司永續發展的必要條件之一，安心食品善盡職責，落實公司治理架構與執行實務規範，確保公司經營的穩定發展，以保障投資人及利害關係人的權益。



經營組織架構

0.4.3 經營績效

GRI 201-1

企業經營效益水準主要表現在企業的獲利能力、資產運營水準、償債能力和後續發展能力等方面。安心追求良好的永續經營績效，2025年合併營收突破新台幣60億元，每股稅後盈餘（EPS）和股東權益報酬率（ROE）分別為2.45元和1.2%，並以長期穩定的股利政策回饋投資人。

● 個體財務數據

項目	類型	2023	2024	2025
營業收入	仟元	5,940,056	6,014,919	6,061,873
營業成本	仟元	4,490,065	4,638,168	4,694,574
營業費用	仟元	1,377,569	1,366,168	1,384,070
所得稅	仟元	14,065	2,460	41,461
薪資總額	仟元	1,584,489	1,598,608	1,640,759
員工福利總額	仟元	1,918,392	1,951,084	2,012,801
退休金總額	仟元	92,036	97,265	101,503

項目		單位	年度		
			2023	2024	2025
直接經濟價值之產生	收入	仟元	5,983,817	6,064,913	6,110,768
直接經濟價值之分配	營運成本	仟元	3,949,242	4,053,252	4,065,843
	員工薪資與福利	仟元	1,910,668	1,948,157	2,011,187
	分配股東紅利	仟元	84,213	75,426	53,059
	繳納政府稅款	仟元	14,065	2,544	-41,087
	社會參與投入	仟元	104	68	39
	經濟價值之保留	仟元	4,229	-14,534	21,728

● 合併營收財務數據

項目	2023		2024		2025	
單位	仟元	%	仟元	%	仟元	%
台灣摩斯	5,940,056	99	6,014,919	99.5	6,061,873	100
台灣安惠	3,669	0	5,137	0	294	0
廈門摩斯	50,035	1	25,525	0.5	-	0
合併營收	5,993,760	100	6,045,581	100	6,062,167	100



0.4.4 餐飲現況與產業發展

GRI 201-1

根據中華經濟研究院（CIER）的最新預測，2025年台灣經濟成長率預計為3.05%至3.15%之間（中經院預估 3.05%，台經院預估 3.15%），主計總處則預期經濟成長動能雖較2024年的高基期略有放緩，但仍維持穩健。2025年的成長主力主要來自於AI伺服器與高效能運算（HPC）持續帶動的出口動能，以及半導體產業供應鏈的持續投資。

在餐飲業方面，2025年的發展趨勢已從單純的科技應用進化為「AI 全自動化與數據驅動」的深度轉型。面對日益嚴峻的結構性人力荒，2025年上半年住宿及餐飲業職缺率預估高達4.4%，業者已不再僅靠加薪搶人，而是轉向導入Agentic AI（代理型AI）。這類技術不僅應用於無人化點餐與機器人送餐，更進一步延伸至AI銷售預測、精準叫貨，以降低人為誤判帶來的損耗。此外，「多角化經營」與「海外展店」（特別是日本與北美市場）已成為大型餐飲集團維持成長的標配。在消費層面，民眾更傾向於「健康永續飲食」與「沉浸式用餐體驗」，且在通膨壓力下，市場呈現「M型化」發展，精緻餐飲面臨轉型陣痛，而剛需型餐飲則趨於品牌連鎖化。

總體而言，2025年台灣經濟在AI科技浪潮下展現韌性。餐飲業雖面臨職缺率創新高、食材與能源成本攀升等嚴峻考驗，但透過科技輔助人力與營運模式的數位升級，正積極從「勞力密集」向「智慧服務」轉型，以在高度競爭的市場中維持競爭優勢。

● 產業上、中、下游之關聯性



2025年度 代表創新商品

安心食品致力於為消費者提供多元化的餐飲選擇，包含現場製作餐點、居家調理食品、年節禮品及預購方式的農畜品。現場製作的餐點類別豐富，有米漢堡、漢堡、熱狗堡、沙拉、點心、甜點、冷熱飲、咖啡及湯品等。

我們注重食材選用與風味搭配，強調產品的獨特性與差異化，致力打造美味、健康、安心安全的品牌形象，並持續鞏固市場競爭優勢。此外，安心食品積極與台灣在地農畜漁業合作，採用更多本土優質食材，並依據消費者需求，不斷研發符合市場趨勢的新商品，讓美味與健康兼具，為消費者帶來更安心的選擇。

應用在地食材，支持台灣好物產

摩斯漢堡的多樣化商品，皆可使用台灣的優質物產。例如：珍貴的櫻花蝦，可以做為風味米飯亦可製成鮮味十足的醬料，所有豬肉製品皆為台灣豬，也能運用花東地區種植的晚崙西亞橙，做成好喝爽口的飲品。當然，台灣米絕對是摩斯漢堡使用的大宗原料，無論是米漢堡的米板、加入於甜點中的米穀粉及具有防災概念的常溫米飯。我們將持續秉持使用在地食材的理念，更加豐富商品內容。



櫻花蝦海洋珍珠堡



香吉士蒟蒻冰茶



MOS米達人-美濃香米飯

飲品多元進化，滿足不同風味需求

在激烈競爭的飲料市場中，必須開發更能契合消費者需求的產品；我們針對兩大方向「口感風味」及「健康概念」推出不同產品。我們將台灣的飲料指標產品-珍珠奶茶，透過優良的加工技術，維持珍珠的口感，搭配國人喜愛的泰式風味，組合成泰式珍珠奶茶，上市後獲得不錯的銷售成績。健康概念的飲品也是消費者的選擇需求，我們因此推出了無咖啡因的紫蘇國寶茶、加入了由穀物及水果釀造的酵醋所製成的冰茶，以及由國產大豆製成之富含蛋白質的厚豆奶與黑芝麻豆奶。摩斯漢堡透過多樣化的飲品選擇，以滿足消費者需求。



泰式珍珠奶茶



紫蘇國寶茶



黑芝麻豆奶

米製甜點新升級，輕享美味無負擔

摩斯漢堡持續經營米甜點系列產品，如米戚風、米穀酥、米派及巴斯克乳酪蛋糕等。此類商品印象已深植於消費者心中，為了嘗試更多類型產品，故限時限量推出「地瓜米吉拿」，配合流行趨勢，選用吉拿棒的造型，使用原料為米穀粉及國產地瓜泥，使其有QQ的口感及淡淡地瓜香氣，推出後深受顧客喜愛。



地瓜米吉拿(米穀粉)

環境友善升級，享受美味也愛地球



香蕉巧克力米派



摩斯厚豆奶

近年，攝取蛋白質的潮流正盛，植物性蛋白也成為極佳選擇；而豆奶是更具營養價值且方便取得的食物。摩斯漢堡除了提供美味、安心安全、健康的商品，同時希望能對環境貢獻更多心力，於是推出「摩斯厚豆奶」；此款豆奶採用台灣中部栽種的黃豆，該作物的節水、固氮及改善土壤狀況的優點，對於環境有極大幫助，而這也將成為我們持續努力的方向。

摩斯2025年創新角色IP，親子客群的好朋友！

2025年兒童節開始經營原創IP角色(MOS Friends)，以繪本經營學齡前兒童讀者，並開發周邊商品、以IP設計包裝食品等。



包裝食品



生活商品



兒童繪本

● 2025餐飲產業趨勢與安心的現況

餐飲產業趨勢

AI 與自動化升級

2025年，無人化科技不僅是掃碼或送餐機器人。隨著AI的成熟，餐廳正進入自動化2.0時代：

- **AI預測式點餐：**掃碼點餐系統現在能結合天氣、庫存、顧客歷史偏好，主動推薦菜色，實現「精準營銷」並有效降低食材損耗。
- **送餐流程自動化：**送餐機器人已能透過5G與電梯、門禁系統聯動，實現跨樓層配送；自助結帳櫃檯則結合了AI視覺辨識，顧客放上托盤即可自動感應菜色計價。
- **營運流程優化：**AI能自動分析每日尖峰時段，自動調整排班建議，應對勞動力成本持續上升的挑戰。

全場域數位支付與超個性化體驗

2025年，台灣的電子支付普及率已達到歷史新高，餐飲支付正朝向無感化與高度整合發展：

- **多元支付生態系：**除了LINE Pay、Apple Pay，顧客也可結合銀行API，讓顧客透過餐廳APP內即可完成儲值、分期與支付。
- **載具與點數經濟：**雲端發票已是標配，餐飲點數可折抵停車費或電商消費，增加顧客黏著度。
- **生物辨識支付：**連鎖品牌的「人臉辨識」支付的測試案例增加。

跨國集團化與 AI 虛擬品牌經營

多角化經營從實體延伸至數位與全球面對市場M型化，餐飲業者正透過品牌矩陣與跨境擴張來分散風險：

- 發展「虛擬雲端廚房」，僅在外送平台上經營特定受眾品牌。
- **台灣餐飲國家隊：**2025年，台灣連鎖品牌（如手搖飲、火鍋）更強調「文化輸出」，透過智慧化供應鏈系統，解決海外展店的人才培訓難題。
- **ESG綠色轉型：**海外市場對碳足跡要求提高，領先品牌開始在菜單上標註碳標籤，並使用 AI 監控廚餘與能源管理，以符合國際供應鏈標準。

安心的現況

- 持續導入自助點餐機、桌邊點餐服務。
- 店鋪改為平板盤點，提升作業效率。

- 提供多元電子支付服務
- 推出「MOS跨店取」，整合「量購優惠、跨店取貨、轉贈送禮、即買即用」四大功能，提升消費便利性，並透過全數位化流程減少紙本耗損。

- 建立安心智慧農場、屏東農科園區食品加工廠等短鏈供應鏈，加強供應鏈韌性。
- 參與國際食品展，與國內、外食品相關業者和農漁會交流，發展合作關係，提升台灣食品業的國際能見度。
- 汰換老舊、低效能的廚房設備，並採用節能設備。

餐飲趨勢引用與參考資料：

中經院-2025經濟展望：<https://www.cier.edu.tw/>

Eats365-2025餐飲科技趨勢報告：<https://www.eats365pos.com/tw/fnbtrendmaster01>

iCHEF-餐廳經營趨勢與數據觀察：<https://www.ichefpos.com/zh-tw/blog>

商業周刊-2025餐飲業大缺工下的生存戰：<https://www.businessweekly.com.tw/>

資策會-MIC-2025行動支付與消費者行為調查：<https://mic.iii.org.tw/>



摩斯電商平台

0.5 關於本報告書

GRI 2-2

GRI 2-3

GRI 2-4

GRI 2-5

報告書基本資料

本報告為安心食品服務股份有限公司（以下簡稱本公司、安心食品、安心、摩斯、摩斯漢堡或我們）向社會大眾及利害關係人闡述我們在企業永續發展努力的過程，以利害關係人關注的重大主題為主要面向，說明目前的策略與實際表現，作為實踐永續經營的成效檢視。本報告書及企業社會責任網站，皆是安心食品與利害關係人進行多元溝通的主要方式之一，秉持透明、誠信及客觀的立場，與利害關係人進行良性互動，共同為追求企業永續發展的願景戮力以赴，使安心食品成為永續發展的實踐者，亦自許成為永續發展的業界領導標竿。

報告書範疇與時間

發行版本的數據及內容以2025年（自2025年1月1日至2025年12月31日止）年度的資料為主，並包括未來的營運展望及機會。範疇係依據合併財務報表的原則設定組織邊界，報告績效呈現則以台灣地區為主。報告期間本公司規模、架構及所有權並無重大改變。

上期發行版本：2025年8月發行
現行發行版本：2026年8月發行

報告書編撰原則

本報告書撰寫內容架構從環境、社會/人權、治理等不同面向，向利害關係人具體說明本公司相關作為及近年成效，並重新辨識利害關係人及關注主題，連結聯合國全球永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）的17項重大永續主題，並加強揭露「管理方針」（Management Approach），回應各項重大主題對安心的重要性，持續讓社會大眾瞭解安心推動永續發展的努力成果。本報告書係參考「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」，並依循全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）GRI準則與永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board）之行業準則（RESTAURANTS）編製而成，再委託資誠聯合會計師事務所（PwC Taiwan）按照中華民國確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，進行有限確信（limited assurance），確信報告附於本報告書附錄。

聯絡資訊

安心食品服務股份有限公司

總公司地址 台北市南港區經貿二路66號16樓之3

電話 (02) 2567-5001 Ext: 605

公司網址 <http://www.mos.com.tw/>

聯絡窗口 經營企劃課 李虹賢 專員

聯絡信箱 csr@mos.com.tw

報告書資料蒐集

報告書數據蒐集，係邀集相關部門，彙整日常營運管理的數據、教育訓練的實績、主題討論的資料，及參考各部門的訪談記錄。各項指標數據資訊的收集、量測與計算方法，以符合當地法規要求為主要依據，如當地法規無特別規定，則以國際標準為準，如無國際標準可適用，則以產業標準或產業慣例為依歸。

報告書管理

內部稽核

經營企劃課編輯報告書內容，並由公關部定期向董事會報告ESG年度執行成果。

由永續發展委員會、安心食品各部門主管檢視各章節內容之正確性。

由董事會檢視ESG績效與策略目標。

外部認證

- 食安數據：ISO22000&HACCP【貝爾國際驗證股份有限公司】
- 環境數據：ISO50001【SGS台灣檢驗科技股份有限公司】
- 永續數據：【PWC資誠聯合會計師事務所】



企業社會責任專區



永續報告書下載點

1

永續經營

1.1 安心永續價值

安心永續願景

2025年，我們持續檢視並調整永續策略藍圖，根據經營策略、永續發展需求以及未來展望，靈活調整策略方向，確保其有效性與前瞻性。安心食品的經營策略主軸為「創新×智慧科技×特色體驗」，旨在加強與核心業務的高度一致性，進一步提升品牌競爭力與市場影響力。同時，我們持續呼應聯合國17項永續發展目標（SDGs），將其作為未來永續發展的指導方針。安心食品致力於為所有利害關係人創造長遠的價值，並在不斷變化的市場中，秉持對環境、社會/人權及治理的責任，實踐永續經營。

安心策略地圖

企業永續不僅在內部需調理永續發展的良好體質，成為「消費者心目中最安心的餐飲品牌」更是安心不斷努力的方向，也是永續發展策略的核心。安心永續發展以「安心安全、健康永續」為永續策略，並結合「創新」、「智慧科技」、「特色體驗」的經營策略主軸，與永續發展的環境、社會/人權與公司治理面向連結，對應17項SDGs，並鑑別出9項和安心高度相關之SDGs，再結合4項經營策略主軸相應之推展方向，形成永續發展策略架構，透過善用企業資源，創造及回應利害關係人的關注主題。



永續策略主軸

安心

深化安心永續理念至企業文化與價值鏈中，讓股東、顧客、員工安心。

安全

保障食材與產地安全無虞，健全產業鏈永續發展。

健康

提供健康商品，將守護顧客健康的理念融入企業DNA。

永續

以永續價值、綠色營運，形塑深耕在地與企業公民的角色。

1.2 永續價值創造過程

GRI 2-2 GRI 2-6 FB-RN-260a.1 FB-RN-260a.2 FB-RN-260a.3

安心食品秉持「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念，堅持「真誠、務實、守信」的企業精神。我們依循永續原則，致力於提供健康、美味、安全的飲食體驗，讓顧客、員工、公司三者皆能獲得幸福感，並結合在地農業、環境保護與供應商長期夥伴關係，實現「醫食同源」的永續願景。

機會與風險

我們從食品安全、氣候變遷與健康飲食趨勢切入，透過全球視角探索餐飲業轉型需求，設定相應的減碳與食安目標。

重大性分析

以重大性分析鑑別關鍵衝擊，選定「食安管理」、「綠色餐飲」、「人才培育」等安心食品重大主題。

價值鏈與SDGs分析

對應聯合國永續發展目標，特別是SDG 2（消除飢餓）、SDG 12（責任消費與生產），與國際接軌。

永續創新

透過價值鏈研擬「在地食材採購」與「數位化智慧點餐」等核心商業機會，與在地農友及利害關係人共同創造永續價值。

商業模式

安心食品致力提供高品質的餐飲服務，強調現點現做與在地生產，促成健康、安心與友善環境的良性循環。

指標與目標管理

依照ESG管理方針，嚴格監控食材溯源、門市節能成效、員工滿意度及各項永續績效達成狀況。

重大主題

ESG目標

績效管理與歷程

2030年願景

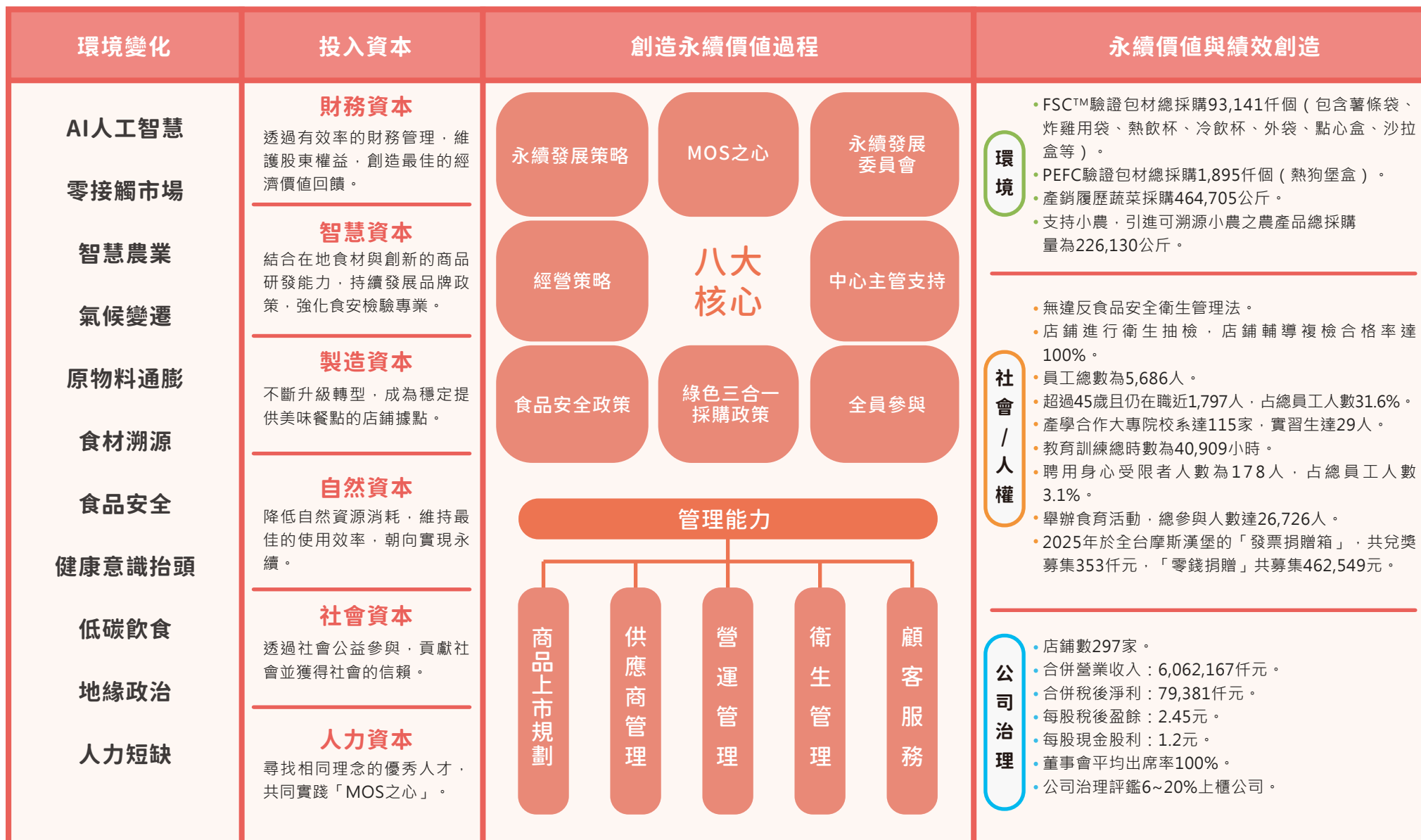
以「醫食同源」共創美味生活，成為最受信任的餐飲品牌。

2050年ESG經營方針

- 環境：打造綠色餐廳，邁向淨零碳排
- 社會/人權：落實在地共生，深耕敦親睦鄰
- 治理：嚴守食安品質，落實透明誠信
- 供應鏈：建構永續鏈結，共創夥伴價值

永續價值創造模式

安心食品在持續成長的過程中，透過六大資本的投入，結合八項核心與五項管理能力，建立永續價值創造模式，不斷檢視與修正，創造環境、社會/人權和公司治理的永續價值與績效創造。



永續創新

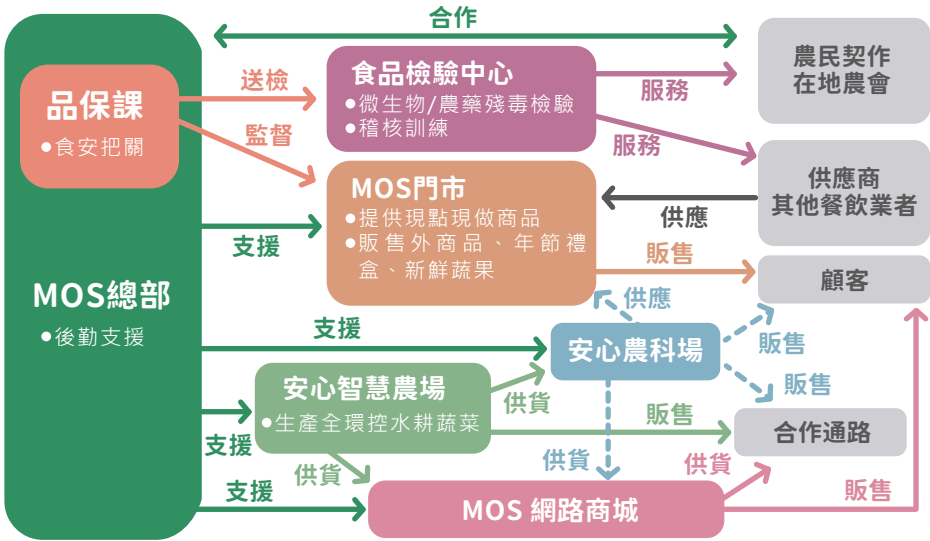
為提供利害關係人更好的照顧，安心食品希望兼顧利潤創造以及社會影響力，回應聯合國永續發展目標SDGs。為此，安心食品透過價值鏈發展自身的永續商業模式及服務，鑑別出可能的風險和機會，並將其整合至核心業務，因應全球及社會的需求。以下是安心食品因應風險與機會，所設計出的、涵蓋SDGs的企業永續策略。



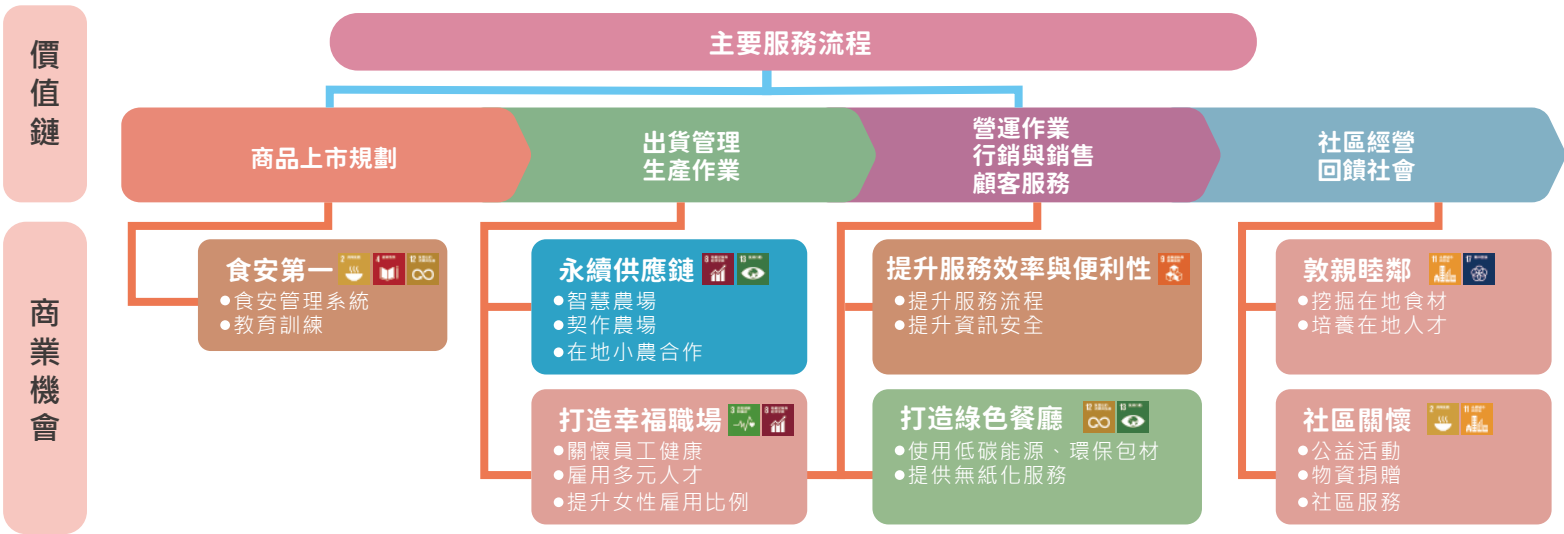
● 安心食品的價值鏈

商業模式

安心食品係以完全直營的方式，經營連鎖速食餐飲業，以「MOS BURGER」為企業品牌，於門市現場調理各式漢堡、米漢堡、熱狗堡、三明治、沙拉、甜點及湯品等，提供消費者以內用、外帶或外送的方式享用餐點，未來亦會結合工廠，由工廠提供部份原物料，將原料運送至門市。



● 安心食品商業模式



● 價值鏈與SDGs策略

1.3 風險和機會

● 全球ESG趨勢對產業的影響

	ESG全球趨勢	食品餐飲業界趨勢	對安心的影響(財務/非財務)	
			機會	風險
E 環境	低碳供應鏈與韌性採購	因應極端氣候，業者從「全球採購」轉為「在地韌性採購」，以降低運輸碳排與缺料風險。	深化在地農產契作（如番茄、生菜），提升品牌低碳形象。	極端氣候導致本土食材產能受損，成本波動加劇。
	包裝循環經濟2.0	各國法規從禁塑轉向「循環回收機制」，重視容器回收系統（如循環杯）的普及率與效率。	擴大數位循環杯借用系統，減少一次性耗材支出。	循環包裝系統的物流與清洗成本較高。
S 社會／人權	缺工常態化與高齡就業優化	面臨少子化，企業需重新設計工作流程，使其友善於中高齡員工與外國籍勞工。	擴大數位循環杯借用系統，減少一次性耗材支出。	循環包裝系統的物流與清洗成本較高。
	健康資訊透明化與誠信	消費者要求一鍵查閱食材履歷。	建立食材溯源系統，強化品牌的數位信任度。	若溯源數據不全或出錯，對品牌信譽損害巨大。
G 治理	AI輔助決策與營運效率	運用 AI 進行排班優化、精準預測點餐量以減少剩食，達成「數位減碳」。	導入 AI 點餐與預測系統，降低食材報廢率與人力成本。	數位化過程需加強資訊安全維護與個人隱私保護。
	法規揭露透明度深化	ESG 資訊揭露從「志願性」變為「強制性」，且數據需經過第三方確信。	藉由完善的ESG報告，取得銀行綠色貸款或更優的融資條件。	法規更新迅速，若數據收集不實將面臨法律罰則。
供應 鏈	供應鏈人權盡職調查 (CSDDD)	歐盟法規效應帶動全球，企業須確保整個價值鏈（含農場、物流）無強迫勞動及安全工作環境。	透過輔導農友與長期契作，建立穩固且符合人權標準的夥伴關係。	跨國原料（如進口肉類、咖啡豆）的勞工人權監控難度高。
	供應鏈韌性與在地化	因應地緣政治與氣候變遷，供應鏈從「長鏈」轉向「短鏈」，強調在地生產、在地消費。	擴大台灣在地食材應用，減少國際航運延遲與斷貨風險。	單一產區若遇颱風或蟲害，可能導致營運中斷。

1.4 重大性分析

GRI 3-1GRI 3-2

安心食品透過分析產業趨勢，蒐集利害關係人關注之永續議題，抓出和公司經營相關的重大議題。安心食品遵循GRI 2021的八大原則(註1)，透過「利害關係人鑑別」、「永續議題蒐集與鑑別」、「利害關係人關注度調查」、「組織內部衝擊程度調查」、「繪製重大性矩陣圖」等5大步驟決定永續主題，並作為企業永續報告書的編撰方針，藉此盤點公司在永續議題方面的現況，同時推動各部門持續精進，為社會/人權與公司創造共享價值。

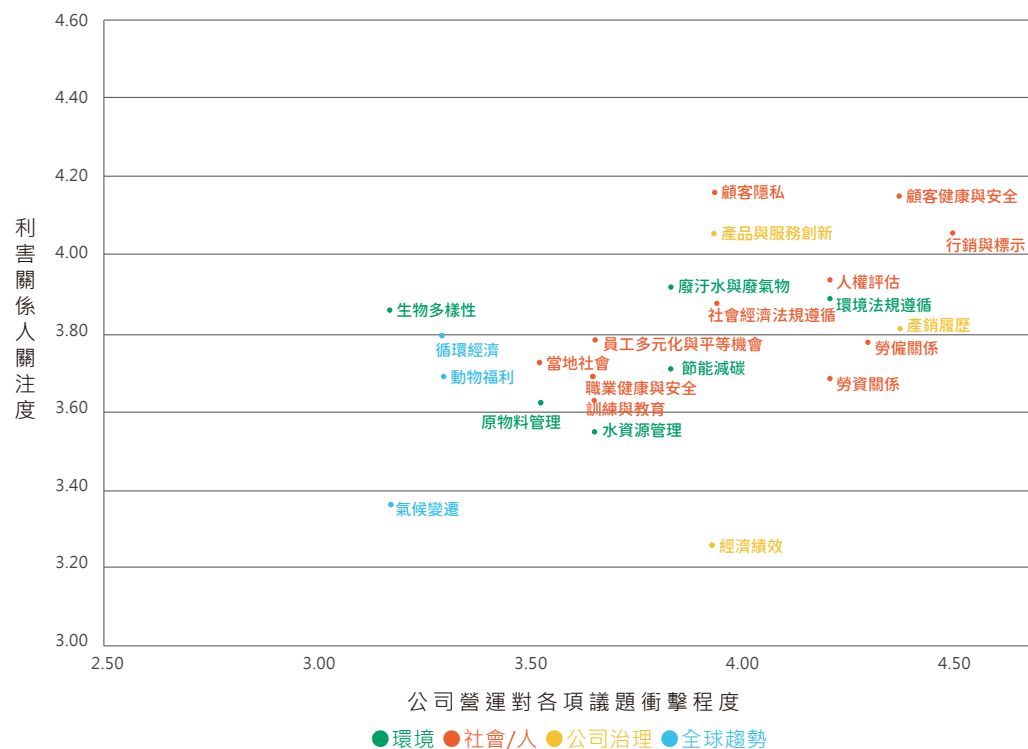
● 重大性評估流程

步驟	進行方式	執行結果
1.利害關係人鑑別	鑑別和安心食品高度相關的利害關係人，再根據AA1000SES-2015利害關係人議合標準的五大原則，排序和安心食品擁有高度關係的利害關係人。	鑑別出7個和安心食品具高度關係的利害關係人，並根據利害關係人評量表的總分，排序和安心食品最高度關係的利害關係人，依序為員工、顧客、股東、供應商、政府機關、媒體、公益團體。
2.永續議題蒐集與鑑別	參考國際和國內的同業永續報告書、GRI準則、SASB準則和國際趨勢，了解產業經濟活動和永續發展之間的關聯性，以及產業對於經濟、社會/人權和環境的影響。我們蒐集永續議題，並對應全球規範與標準，檢視和公司內部重要的產業議題，並根據議題內容製作問卷。	為提高問卷的回收率及有效性，2025年將2024年的部份議題合併成一題，並將問題內容以更簡單易懂的文字呈現。 2025年度共選出23項和公司高度相關的永續議題。
3.利害關係人關注度調查	將23項永續議題製作成永續議題問卷，以電子問卷的形式發放給安心食品的七類利害關係人，再根據關注度給予5到1分之量化分數。	共回收1,134份外部問卷(員工68份、顧客1019份、供應商36份、公益團體3份、媒體4份、股東2份、政府機關2份)，獲得各個利害關係人和公司內部主管對於各項議題的關注程度排序。
4.組織內部衝擊程度調查	將23項永續議題製成公司營運對各項ESG議題的衝擊程度問卷，發放給公司四位高階主管、公司治理主管、公關部門主管、經營企劃部門主管，以及永續發展委員會代表成員，判斷各項ESG議題對公司的衝擊程度調查，並依據衝擊程度給予5到1分之量化分數。	共回收8份問卷，獲得公司營運對各項ESG議題的衝擊程度，以及與公司營運的關聯性。
5.繪製重大性矩陣圖	將利害關係人關注度與組織內部衝擊度之量化數據，以XY散佈圖繪製在二維矩陣上，決定重大議題的項目。	各永續議題在重大性矩陣中的相對位置，決定公司之重大議題共8項(行銷與標示、顧客健康與安全、產銷履歷、人權評估、顧客隱私、勞雇關係、環境法規遵循、產品服務與創新)，以利揭露於報告書中。

● 重大主題列表

環境類	社會/人權類		治理類	產業趨勢
1.原物料管理 2.水資源管理 3.生物多樣性 4.節能減碳 5.廢汙水與廢棄物 6.環境法規遵循	7.勞雇關係 8.勞資關係 9.職業健康與安全 10.訓練與教育 11.員工多元化與平等機會 12.人權評估	13.當地社會 14.社會經濟法規遵循 15.顧客健康與安全 16.行銷與標示 17.顧客隱私	18.經濟績效 19.產銷履歷 20.產品與服務創新	21.氣候變遷 22.循環經濟 23.動物福利

● 重大關注議題矩陣圖



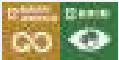
	關注議題	排序	前次排序	變動
16	行銷與標示	1	4	↑
9	顧客健康與安全	2	1	↓
19	產銷履歷	3	3	—
12	人權評估	4	9	↑
17	顧客隱私	5	6	↑
7	勞雇關係	6	11	↑
6	環境法規遵循	7	無此議題	
20	產品服務與創新	8	7	↓
8	勞資關係	9	8	↓
14	社會經濟法規遵循	10	無此議題	
5	廢汙水與廢氣物	11	19	↑
4	節能減碳	12	20	↑
11	員工多元化與平等機會	13	15	↑
9	職業健康與安全	14	5	↓
10	訓練與教育	15	14	↓
13	當地社會	16	16	—
2	水資源管理	17	25	↑
18	經濟績效	18	2	↓
1	原物料管理	19	27	↑
22	循環經濟	20	21	↑
3	生物多樣性	21	36	↑
23	動物福利	22	32	↑
21	氣候變遷	23	26	↑



利害關係人關心程度問卷

(註1) 本報告書依循GRI 1：基礎2021的八大報導原則進行編纂。八大報導原則包含準確性、平衡性、清晰性、可比較性、完整性、永續性脈絡、時效性、可驗證性。

重大主題對照

重大主題		對安心食品的意義	對應 GRI 準則	對應 SDGs	對應 SASB 準則	內部邊界		關注利害關係人							管理方針 參考章節
						總部	店鋪	股東	政府機關	顧客 社區居民	供應商	媒體	公益團體	員工	
環境	環境法規遵循	致力於降低營運過程對自然環境的衝擊，嚴格監控廢棄物處理、排放水質及節能技術，確保企業行為完全符合環保法規，落實環境永續與綠色經營。	GRI 2: 一般揭露 (法規遵循)		FB-RN-140a (水資源管理)、 FB-RN-150a (食/包材耗損量管理)	●	●	○	◎	◎	◎	○	○	○	第二章
	行銷與標示	透過透明且誠實的產品資訊揭露，確保消費者能輕易掌握營養成分、過敏原及食材來源；同時秉持誠信原則進行廣告溝通，避免誤導，保障消費者的知情權與選擇權。	GRI 417: 行銷與標示		FB-RN-260a (營養成分)	●	●	◎	◎	◎	◎	◎	○	◎	第三章
社會 / 人權	職業健康與安全	健康與安全一直是消費者所關心的話題，而重視食品安全，堅持將安心、安全傳遞給顧客，更是安心食品的堅持。	GRI 416: 顧客健康與安全		FB-RN-250a (食品安全)	●	●	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	
	人權評估	建立平等且零歧視的工作環境，積極預防任何形式的勞動剝削；透過定期評估營運據點及供應鏈的人權風險，落實對多元包容與尊嚴勞動的承諾。	GRI 412: 人權評估		FB-RN-310a (勞動行為)	●	●	○	○	○	◎	○	○	◎	
	顧客隱私	嚴格遵循個資保護相關法令，透過資訊安全管理體系的建置，確保會員與顧客的交易數據及個人資料不被外洩或非法使用，建立長期互信的消費關係。	GRI 418: 顧客隱私		—	●	●	○	○	◎	○	○	○	◎	
	勞雇關係	安心重視每位員工，唯有讓員工有尊嚴及快樂地工作，才能凝聚員工對企業的向心力。	GRI 401: 勞雇關係		FB-RN-310a (勞動行為)	●	●	○	○	○	○	○	○	◎	
公司治理	產銷履歷	落實「三合一綠色採購」政策，食材的選擇重點為結合在地食材、生產履歷以及契作農場，從源頭把關，保障消費者的飲食安全。	GRI 204: 採購實務、 GRI 308/414: 供應商評估		FB-RN-430a (供應鏈管理和產銷履歷)	●	●	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	第四章
	產品與服務創新	運用合宜的食材推出符合消費者需求的商品，與消費者建立情感連結，開發不同的商品與服務模式。	—		FB-RN-250a (食品安全)	●	●	◎	○	◎	○	○	○	◎	

● 邊界範圍 ◎ 高影響程度 ○ 低影響程度

1.5

利害關係人議合

GRI 2-29

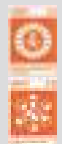
我們除了在餐飲服務本業中謀求最大成就，同時也與股東、政府機關、顧客、社區居民、供應商、媒體、公益團體、員工等利害關係人建立良好互動，用心傾聽利害關係人的聲音，作為決策的重要參考。對於利害關係人採取主動溝通的態度，透過企業社會責任網站、重要會議、年報、內部電子報、MOS Life、ESG問卷、MOS官網與社群媒體，以及顧客服務等多元的管道，與利害關係人進行雙向溝通，藉此彙集利害關係人所關注的主題，積極善盡企業公民責任，共同邁向永續未來。

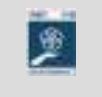
●

安心的利害關係人

種類與意義	關注主題	議合方法與頻率	議合結果	因應之道
股東 股東最關注安心食品經營績效、公司治理及永續發展。	- 經濟績效 - 產銷履歷 - 產品與服務創新	年度股東會/每年	一年1次	- 定期召開法說會與投資人交流，確保營運資訊透明化。 - 持續優化產銷履歷系統，降低食安風險以保障股東權益。 - 透過多元產品與數位服務創新（如APP升級），提升市場競爭力與獲利能力。
		財務報表/每季	一年4次	
		年報/每年	一年1次	
		官網訊息揭露/隨時更新	公布相關訊息	
		法人說明會	一年至少2次	
		證交所公開資訊觀測站/隨時更新	公布相關訊息	
		回應投資人及分析師的提問/不定期	2025年召開2次線上法人說明會，充份與股東、投資人即時溝通	
		定期法規查核/每天	品保課進行食安相關法規查核	
		定期法規查核/不定期	法務組針對公司業務相關法規彙整與查核	
		環保法規遵循宣導/不定期	庶務課及維修課配合環保法令增修並不定時宣導及因應	
政府機關 遵守法規是政府機關對於企業最基本之要求，同時也關係到公司經營績效與永續發展的關鍵。	- 節能減碳 - 環境法規遵循 - 社會經濟法規遵循 - 行銷與標示	個資法規遵循宣導/不定期	配合個資法令增修並不定時宣導	- 建立即時法規追蹤機制，針對食安、勞動及環保法令進行每日查核。 - 執行節能減碳計畫，包括店鋪設備汰換與廢棄物減量，以符合國家淨零轉型目標。 - 定期舉辦內部法規宣導說明會，落實企業誠信經營。
		食安法規遵循宣導/即時	配合食安法令增修並即時宣導	
		勞資法規遵循宣導/即時	配合勞資法令修改前進行內部宣導	
		勞動法規遵循宣導/即時	配合勞動法令增修並即時宣導	
顧客/社區居民 業主/客戶對我們的回饋，都是我們持續改善與成長的動力；安心深耕經營社區關係，以瞭解社區居民所關注的主題，建立和諧關係。	- 廢汙水與廢棄物 - 當地社會 - 顧客健康與安全 - 行銷與標示 - 顧客隱私	外部溝通信箱/每月	固定收集顧客意見調查表並進行統計	- 嚴格控管食材來源並全面標示營養資訊與產地，守護顧客健康。 - 優化外部溝通信箱處理流程，將顧客意見轉化為產品改良之依據。 - 深耕社區，舉辦多元公益與衛教活動，建立共榮互動關係。
		MOS Life/每月	2025年共出刊11次	
		ESG報告書/每年	編撰完成並提出	
供應商 安心秉持公正、公開、公平方式對待合作夥伴，達到利益共享與永續成長之目標。	- 行銷與標示 - 產銷履歷 - 產品與服務創新	獨立供應商會議/不定期	依出貨狀態，與供應商協商	- 落實供應商年度評鑑制度，推動綠色採購與在地採購。 - 提供技術輔導與稽核，協助合作夥伴強化食安管控與包裝標示準確性。 - 建立公平、公正的雙向溝通平台，達成利益共享之永續目標。
		稽核管理/每季	依規劃實施年度供應商評鑑、檔期品訪廠評鑑	
		稽核管理與輔導/每年	依規劃年度常態品、物流供應商包裝標示進行訪廠稽核	
媒體 重視與媒體之間的良性互動，即時回應媒體，維護及提升公司形象。	- 顧客建商與安全 - 行銷與標示 - 經濟績效 - 產品與服務創新	記者會/每季2場	2025年共舉辦4場記者會	- 維持透明的媒體溝通管道，定期發布新聞稿及舉辦記者會揭露營運亮點。 - 針對大眾關注之食安議題，主動說明公司管理措施，維護品牌信任感。 - 推廣ESG相關作為，提升公司在永續轉型上的社會影響力。
		發布新聞稿/每月2至4則	2025年共發布44則新聞稿，露出920篇	
公益團體 公益團體以社會大眾福祉與利益為主，傾聽公益團體的聲音，以瞭解社會大眾的期待與需求。	- 生物多樣性 - 節能減碳 - 人權評估 - 動物福利	官方網站/不定期	公布相關訊息	- 支持在地農業友善環境產品，守護生物多樣性與環境品質。 - 積極與公益團體合作，推動貧弱扶助、動物福利及人權關懷計畫。 - 建立即時回應機制，針對社會需求快速調整資源投入重點。
		E-mail信箱、電話/即時	針對問題回覆及討論	
員工 我們重視每位員工的意見，希望為夥伴提供幸福的工作環境。	- 勞雇關係 - 勞資關係 - 職業健康與安全 - 訓練與教育 - 員工多元化與平等機會 - 人權評估	定期勞資溝通會議/每季	召開兼職人員座談會 2025年共召開4次勞資會議，通過2項議案。	- 定期召開勞資會議與座談，維護員工權益並確保溝通管道暢通。 - 提供完善的職能訓練計畫與多元升遷路徑，促進人才適性發展。 - 落實職場健康管理與申訴機制，打造平等、友善且安全的幸福職場。
		職工福利委員會/每季	一年4次	
		員工申訴電子郵件信/每月	全年共11件彙整及回覆	

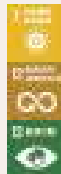
1.6 安心回應SDGs之策略與行動計畫

SDGs	細項目標	管理方針	短期策略(2025)	中期策略(2030)	長期策略(2050)	安心行動計畫	頁碼
		建立食品安全管理系統。	• 加強多重安全檢驗，廣泛推展生產履歷制度，確保商品品質與安全。	• 與理念相同之供應商，發展長期合作夥伴關係。	• 結合供應商，全面提升商品品質與安全，達到雙贏。	• MOS慈愛社參與公益活動。	P68
						• 店鋪發票愛心捐贈。 • 店鋪參與物資捐贈、捐血、關懷弱勢等相關活動。	P89-92
						• 結合「生產履歷」、「在地食材」、「契作農場」的綠色三合一採購政策，為農漁民創造新形態的銷售管道及提升食材運用廣度。 • 每年提撥部分採購量，透過社會企業購買在地小農的農產品，增加販售通路保障小農收入。	P33-34
		建立安心安全的職場工作環境。	• 設置透明的員工溝通管道，建立勞資和諧的職場環境。 • 打造健康友善之職場環境，提供員工運動及健康餐飲資訊。	• 因應公司未來持續成長之人才需求，打造友善幸福職場、溝通零距離之工作環境。	• 成功打造為友善幸福並健康的職場，成為標竿企業。	內部 • 規劃員工社團活動，提供員工紓解壓力管道。 • 員工安全衛生教育訓練。 • 打造健康辦公室-總部辦公室健康操、健康知識衛教。 • 勞工健康臨場服務。 • 建立職業災害事故通報機制。 • 執行勞工復工評估。 • 建立不法侵害預防及突發處理機制。 • 建立女性保護通報機制；總部設置哺乳室，保護職業婦女。 • 執行年度員工健康檢查及後續追蹤。 • 實施各項健康促進活動和教育訓練。	P68、 P83-89
						外部 • 店鋪參與捐血活動。 • 店鋪參與關懷長輩活動。 • 舉辦食育活動，宣導正確健康飲食及衛生觀念。	P90-94
		完善MOS安心學院的員工教育訓練，打造成優質成熟的人才培育環境。	• 提供年輕人與中高齡者就業機會。 • 挖掘並培養年輕人與中高齡人才。 • 挖掘並培養國際人才。	• 培植跨世代的優秀經營團隊，提升公司競爭力與創造附加價值。 • 廣泛招募並培養國際人才。	• 成為一個跨國際、跨世代的企業團隊。	• 舉辦食安講座，強化員工食品衛生安全相關知識。	P37
						• 擴大實施與大專院校的建教合作專案、安心學程合作計畫等活動。	P73-75
						• 規劃完整員工教育訓練制度，並導入數位學習。 • 規劃安全衛生教育訓練相關講座和宣導。	P78-82 P82-83
		連結各大專院校，培養優秀人才並提供就業機會與輔導。	• 設置透明的員工溝通管道，建立勞資和諧的職場環境。 • 培養青年生產力，積極辦理職場體驗營、拓展產學合作、實習生計畫、雙軌訓練生計畫、以獎學金鼓勵學子等活動，並培養國際人才。	• 與各大專院校共同建立安心學程、與產官學界持續進行各項合作計畫，達成社會共融之目標。	• 與各區域之大專院校合作，持續培養食品餐飲業界的人才。	• 推廣環境教育。	P52
						• 與各大專院校合作舉辦職場體驗營，另開辦中高齡職場體驗營，以打造青銀共融職場。 • 打造安心學程、舉辦校園職場體驗營，並透過建教合作提供青年學子實習機會。 • 招募對服務業保持熱忱的銀髮族夥伴。 • 推薦適合職務，讓年輕人發揮所學。 • 長期與地區身心受限社福機構合作，將店鋪職場打造為支持社區化就業的學堂。	P69-75
						• 以台灣當地食材開發商品、地產地消，並融入品牌經營理念。	P9、P121
		持續開發並提供創新服務，以更高效率的方式營運。	• 加強供餐速度及流暢度，並持續導入KD(Kitchen Display)、座位點餐、電子看版、多元支付等。 • 因應人事和租金成本高漲，調整店鋪經營模式及型態。 • 研發獨特差異化之優質商品，提升品牌價值和質感。 • 建立短鏈供應鏈。	• 應用智慧科技與大數據分析，提升服務效率及精準行銷。	• 以AI科技取代部分人力，全面提升營運效率。	• 提撥一定占比作為研發支出，以維持安心食品在市場差異化的策略定位。	P111
						• 建置自助點餐機並於廚房導入智能化系統。	P118
						• 建立短鏈供應鏈-安心智慧農場、屏東農科園區食品工廠。	P15

SDGs	細項目標	管理方針	短期策略(2025)	中期策略(2030)	長期策略(2050)	安心行動計畫	頁碼
		因地制宜、強化社區連結，與在地民眾緊密結合。	- 強調店鋪地方特色經營，深耕社區互動之連結。 - 將摩斯藝文塾定位為地區文化體驗平台，結合定期藝文展演與特色餐飲，深化與在地社群的情感連結，並提升品牌文化影響力。	- 與在地社區連結，舉辦各類型ESG活動，培養在地人才、敦睦睦鄰。 - 摩斯藝文塾擴展為「實體+數位」並行的區域文化網絡。	- 將安心食品的ESG理念拓展至店鋪所在的各個角落。 - 在各縣市設立據點，定期舉辦摩斯藝文活動，匯聚國內外藝術家、文化團隊合作，持續擴大文化影響力。	- 以優惠房租提供非居住縣市員工入住員工宿舍，讓員工安心就業。 - 淡水安心學院、吉林研修中心設有員工宿舍，提供受訓期間免費住宿。 - 主管帶領員工參與環境教育活動。 - 環境綠化管理。 - 員工參與社區環境清掃活動。 - 打造MOS藝文塾，舉辦MOS藝文活動。	P81-82 P52 P51 P52 P95-97
		打造永續供應鏈，帶動上、中、下游一同為環境友善努力。	- 有效利用店鋪水資源，並持續導入省水設備。 - 推動源頭減廢及廢棄物回收再利用，落實垃圾減量。 - 建置食品加工廠，建立短鏈供應鏈。	- 持續推動節能行動方案、廢棄物減量，減緩商業活動所造成之環境衝擊。 - 響應國家政策推動「地方創生」計畫，關心在地農民，以企業通路優勢，提供顧客台灣各地食材。 - 提升食品加工廠的產量，自主把關供應鏈，並將產品銷往世界各地。	- 開發永續環境的商品，並打造永續的食品加工廠。 - 將食品加工廠生產之商品外銷至世界各地，成為知名食品供應商。	- 使用FSC™驗證工廠生產之冷/熱飲杯、薯條炸雞用袋、外袋、點心盒、沙拉盒及禮盒等紙類食品包材。 - 使用具PEFC森林驗證認可計畫驗證紙廠所生產的紙類產品，如熱狗堡盒。 - 導入內用瓷製熱杯、湯杯等，有效減少紙類及塑膠的使用。 - 推動源頭減量、廢棄物減量與回收之管理。 - 推出「MOS循環杯」，減少廢棄物產生。 - 因應世界地球日，持續推動「吃蔬食、愛地球」活動。	P32-34、 P48-50
		落實節能減碳，透過管理系統與查證單位檢視減排成效。	- 全面導入省電LED燈，降低用電量並持續運作能源管理系統。 - 安心智慧農場持續研發試種各種作物。	- 重視氣候變遷議題，透過掌握能源使用狀況，以落實持續改善能源績效。 - 配合政府淨零排放政策，規劃並落實溫室氣體排放管理。	減少溫室氣體排放，達成淨零碳排目標。	- 開發植物基商品，推出低環境衝擊、高營養價值且兼顧美味的植物肉漢堡。 - 店鋪導入智慧廁所系統及較節能的照明、空調和廚房設備。 - 總部辦公室調改善冷氣效率、調整燈板照度，以達節能效果。	P47
		發揮安心食品的優勢，在業界擴大影響力。	結合在地與數位策略夥伴，深化既有市場並拓展潛在新客群。	透過建立穩定、永續且多元的全球合作網絡，強化品牌的國際信任度與影響力。	透過策略夥伴關係，在全球推動品牌據點擴張，邁向國際永續餐飲典範。	- 推動國際市場發展，並持續開設分店。 - 透過食品展，與各個國家交流，並將台灣食材推展至國際。	P120

1.7 永續指標與目標管理進程

安心食品制定永續發展策略方針，定期檢視績效及目標達成狀況，並透過內部確認與獨立第三方查證，提升績效之可信度。公司每年設定隔年度和2030年之量化或質化目標，並依據重大主題管理方針，追蹤目標達成狀況與進程。

ESG	長期目標	利害關係人	GRI、SASB 重大主題 和自訂重大主題	SDGs	管理指標	中期目標	短期目標	管理進程			達成與否	達成狀況說明	管理機制與 因應作為
	2050永續目標					2030目標	2025目標	2023績效	2024績效	2025績效			
E	邁向淨零永續	環境	氣候變遷、能源、 水與流放水		減少溫室氣體排放強度(單位：噸CO2e/仟元營收)	達成營運範圍淨零排放，排放強度維持在0	溫室氣體排放強度趨近於0	0.046度	0.045度	0.046度	○	每年追蹤執行狀況，並持續檢討與改善。	透明食安、 環境永續P24
					導入高效節能設備，減少CO2排放量	減少CO2總排放量1%	較上一年度減少CO2排放量	-	基準年	較2024年減少311.2公噸	○	每年持續執行相關節能減碳措施，並定期宣導。	
					減少用水量	持續減少用水量，達到高效率	較上一年度減少用水量	較2022增加95,450.05噸	較2023減少13,062.37噸	較2024減少183,807.75噸	○	每年持續執行相關節水措施，並定期宣導。	
					減少廚餘量	店鋪全面導入廚餘機，減少廚餘量	較上一年度減少廚餘量	2026年新增指標					
S	提供安心安全的服務	顧客/ 社區區民	顧客健康與安全、 產銷履歷、食品安全		衛生相關 CallCenter +080+ Email 顧客抱怨率	每月，顧客抱怨率 < 0.0004%	每月，顧客抱怨率 < 0.0007%	0.00024%	0.0003%	0.0002%	○	每月追蹤顧客抱怨狀況，並制定改善策略。	透明食安、 環境永續P24
					顧客滿意度	每月，顧客滿意度分數 > 88 分	每月，顧客滿意度分數 > 86 分	88.1分	88.3分	88.58分	○	每月進行顧客滿意度評鑑調查，追蹤狀況。	
		員工	訓練與教育		食品危害事件-消費者使用宣導層面每月=0 件	每月0件	每月0件	每月0件	每月0件	每月0件	○	每月關注相關食安新聞，並於會議上檢討相關議題。	人才發展、 社會共融P58
					店長食安衛生平均訓練時數 > 15小時	全年度，店長食安衛生平均訓練時數 > 20小時	全年度，店長食安衛生平均訓練時數 > 15 小時	平均訓練時數 15.1小時	平均訓練時數 19.84小時	平均訓練時數 17小時	○	每年定期執行教育訓練，完成店長應有訓練時數。	
G	打造安心安全的永續企業	股東	顧客健康與安全、 經濟績效、市場地位、 食品安全		公司治理評鑑	前5%	前5%	前6~20%	前6~20%	前6~20%	X	公司每年於ESG委員會上檢討未達標準的項目，並要求相關單位加以改善。	盡責治理、 永續經營P98
					獲利(億元)	正獲利	正獲利	5,993,760 仟元	6,045,581 仟元	6,062,167 仟元	○	持續維持正獲利，並每年穩定成長。	
		顧客			店鋪衛生抽檢合格率	每季，店鋪衛生抽檢合格率 > 85%	每季，店鋪衛生抽檢合格率 > 80%	衛生抽檢合格率86.46%	衛生抽檢合格率83.17%	衛生抽檢合格率87.77%	○	每季定期抽檢，檢視是否達成合格率。	透明食安、 環境永續P24
					正式訓練店衛生抽檢合格率	每季，正式訓練店衛生抽檢合格率 > 90%	每季，正式訓練店衛生抽檢合格率 > 85%	衛生抽檢合格率100%	衛生抽檢合格率100%	衛生抽檢合格率100%	○	訓練店會以更加嚴格的標準，每季定期抽檢，檢視是否達成合格率。	
					食品危害事件-正面表列	每月0件	每月0件	每月0件	每月0件	每月0件	○	每月關注食安新聞，並定期開會檢討相關議題。	
ESG	遵循企業倫理	供應商	供應鏈管理和產銷履歷		供應商品質評鑑合格率	每季 5 家，合格率 > 85%，平均分數 > 70分	每季 5 家，合格率 > 80%，平均分數 > 65 分	5家，合格率100% 平均分數 74.75分	5家，合格率100% 平均分數 77.25分	5家，合格率100% 平均分數 77.71分	○	在評選供應商的過程中，秉持ESG原則，透過定期檢核，與供應商一起成長。	透明食安、 環境永續P24

2

透明食安 環境永續

股東・政府機關・供應商・顧客

E - 環境

▶ 成果績效

- 速食業界首創成立安心智慧農場，持續種植研發各式蔬果
- 自2004年至今，採用具普級省水標章馬桶
- 導入ISO 50001轉換新版能源管理系統9年，持續改善能源績效
- 持續挖掘在地食材開發新品
- 建立短鏈供應鏈-屏東農科園區食品工廠
- 34週年摩斯生日慶，超過千人參與社區環境清掃
- 持續與國家公園合作，推廣環境教育
- 環境綠化管理

2

管理方針



重大主題

環境法規
遵循



對安心的意義

致力於降低營運過程對自然環境的衝擊，嚴格監控廢棄物處理、排放水質及節能技術，確保企業行為完全符合環保法規，落實環境永續與綠色經營。

政策與承諾

秉持「山、海、日」的自然精神，承諾全面符合環保法規。我們推動節能減碳、廢棄物減量及綠色採購，並定期盤查溫室氣體排放，致力於降低營運過程對生態環境的衝擊，朝向淨零排放目標邁進。

重大主題		績效 衡量指標	2026年目標	2025年行動計畫	2025年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
環境	產銷履歷	推展生產履歷制度	- 採購產銷履歷農產品。 - 和消費者溝通最新生產履歷資訊。	- 走訪鄉鎮尋找具在地特色之食材。 - 定期於ESG官網更新生產履歷資訊。	- 結合在地鬼頭刀米漢堡商品，解決農漁民產銷問題。 - 產銷履歷蔬菜採購464,705公斤。 - 每月更新一次生產履歷資料，全年度共更新12次。	- 持續推動綠色三合一採購政策，結合「生產履歷」、「在地食材」、「契作農場」，支持在地農畜業生產活動。 - 持續透過ESG官網，和消費者溝通生產履歷資訊。	- 增加在地食材採購比例，達到95%以上，並與更多契作農場建立穩固的合作關係，支持更多本地農畜業。 - 打造更具互動性和透明度的ESG官網平台，提供消費者更詳盡的生產履歷資訊，吸引更多消費者參與。
		食材自主把關率100%	正面表列-強制檢驗： - 全品項食材/菜單輪替性檢驗2次/年。 - 危害風險物質委外檢驗監控作業1次/年。 非正面表列-風險管理：監控歐盟風險物質更新MOS禁用產品資料庫。	- 針對2025年度風險危害物質委外檢測^(註19)共計145件，合格件數141件^(註20)，複檢率達100%。 - 針對2025年度食材原料，執行供應商供貨產品抽測共計484件食材/菜單，複檢後產品合格率100%。 - 定期取得常態性食材供應商之2025年度自主檢驗報告書共194份。	- 食材自主把關率100%。 - 食材品項風險危害物質控管率100%。	- 強化食材品項風險危害物質的控管措施，確保控管率持續達到100%，保障食品安全。 - 持續加強食品安全法規合規性輔導，確保成效持續達到100%，並持續更新適應最新法規。	- 強化食材品項風險危害物質的控管措施，確保控管率持續達到100%，保障食品安全。 - 持續加強食品安全法規合規性輔導，確保成效持續達到100%，並持續更新適應最新法規。
社會／人權	顧客健康與安全	法規遵循	食品安全法規合規性輔導成效100%。	- 衛生局抽檢不合格品項輔導改善。 - 預防措施-執行全店教育訓練課程委外驗證。	全年無食品安全危害開罰事件之情形。	食品安全法規合規性輔導成效100%。	持續加強食品安全法規合規性輔導，確保成效持續達到100%，並持續更新適應最新法規。
		店鋪衛生環境稽查輔導	- 年度水質、商品、飲品複檢合格率100%。 - 年度A+B級店鋪輔導至占比90%。 - 辦理區課現場交流。	- 飲冰品/水質抽檢輔導。 - GHP規範稽核改善確認。 - 各區課會案例分享。	2025年度水質、商品、飲品複檢合格率達100%。^(註1) 2025年度A+B級店鋪占比達89.3%。 2025年度共執行4場區課衛生教育訓練課程研討交流。	- 年度水質、商品、飲品複檢合格率100%。 - 年度A+B級店鋪輔導至占比85%。 - 辦理區課會議現場交流研討。 - 提供線上溫故知新影片輔助學習。 - 開發電子線上表單，以便簡化店鋪操作流程及方便資料彙整。	- 確保水質、商品、飲品的複檢合格率持續達到100%，提高產品品質和安全水準。 - 持續提升A+B級店鋪比例，將輔導至占比提高至90%以上，提升品牌形象和營運品質。 - 加強區課會議的現場交流研討，增進員工間的合作和學習氛圍，提高整體工作效率。 - 持續優化電子線上表單，提高操作效率，實現數據集中管理，為決策提供更準確的資訊支援。
		系統制度維護	ISO22000暨 HACCP 證書有效性。	ISO22000：2018（含HACCP）持續運作與維護。	2025年1月21日、1月22日執行ISO 22000：2018（含HACCP）外部稽核並通過，認證持續有效。	ISO22000食品安全管理系統持續有效。	確保ISO22000食品安全管理系統持續有效，並不斷提升管理水平，保障食品安全。
			ISO17025證書有效性。	ISO17025實驗室品質管理系統運作與維護有效性。	- TFDA及TAF實驗室品質管理系統運作與維護持續有效。 - 新增包裝飲用水及盛裝飲用水中糞鏈球菌之檢驗方法。	- ISO17025實驗室品質管理系統持續運作與維護有效性。 - 通過TAF腸桿菌科(FW-004)之認證方法。	- 持續運作和維護ISO17025實驗室品質管理系統，保證檢驗和實驗室的高品質和準確性。 - 持續追蹤和引進新的檢驗方法，提高檢測水準，確保飲冰品的安全性。
			持續維持TFDA及TAF雙認證之有效性。	- 通過TFDA定期查核。 - 通過TAF監督評鑑並新增腸桿菌科(AOAC 2003.01)檢驗方法認證。	2024年6月通過TFDA展延暨搬遷實驗室評鑑。	維持認證有效性。	確保相關認證的有效性，持續符合國際標準，提升企業形象和信譽。
			維持實驗室生物風險管理系統作業（原CWA15793）。	- 維持實驗室生物風險管理系統有效性。 - 感染性生物材料管控每季回報疾管署。 - 年度緊急意外事件演練1次。	2025年度無發生生物安全相關事故。 - 感染性生物材料管控完成率100%。 2025年8月26日完成年度緊急應變實地演練作業。 - 通過台北市政府衛生局生物安全暨生物保全實地查核。	維持實驗室生物風險管理系統有效性。	持續運作和維護實驗室生物風險管理系統，保障員工和環境的安全。
		安心資訊平台	落實業者自主管理及法規要求項目100%。	- 管理衛生人員/業者登錄字號維護張貼。 - 安心資訊平台維護。 - 公司官網產品放置檢驗報告。 - 臺北市衛生局-食材登錄平台系統維護。 - 教育部-校園食材登錄系統維護。	100%達成自主管理及法規要求項目。	持續維護安心資訊平台。	不斷升級和維護安心資訊平台，提供更完善的資訊和服務，滿足客戶需求。

重大主題		績效 衡量指標	2026年目標	2025年行動計畫	2025年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
社會／人權	顧客健康與安全	衛生相關Call Center+080+Email顧客抱怨率	•衛生相關Call Center+080+Email顧客抱怨率 < 0.0007%。	•衛生相關Call Center+080+Email顧客抱怨率 < 0.0007%。 •顧客抱怨聯繫/處理與追蹤。 •提報相關部門研擬。	•全年每月皆達成目標，累計平均值為0.0002%。	•衛生相關Call Center+080+Email顧客抱怨率持續 < 0.0007%。	•保持顧客抱怨率極低，持續改進顧客服務品質，樹立良好的顧客口碑。
		店鋪衛生抽檢合格率	•店鋪衛生抽檢合格率 > 80%。	•店鋪衛生抽檢合格率 > 80%。 •強化多重安全檢驗。	•1至4月進行水質抽檢無關評分，2025年5月至12月皆達成目標，2025年實際平均值為85%。	•店鋪衛生抽檢合格率持續 > 80%，各項商品均符合食品安全衛生法令規定，持續提供安全無虞商品。	•加強店鋪衛生抽檢和商品檢測，確保合格率持續增加，並符合相關法令規定，確保產品安全。
		正式訓練店 ^(註2) 衛生抽檢合格率	•正式訓練店衛生抽檢合格率 > 85%。	•正式訓練店衛生抽檢合格率 > 80%。 •強化多重安全檢驗。	•第1季末抽檢正式訓練店，第2至第4季平均值100%。	•正式訓練店衛生抽檢合格率持續 > 85%。	•提高店鋪員工對衛生抽檢的正式訓練參與率，確保抽檢合格率持續提高，降低檢測漏洞。
		店長食安衛生平均訓練時數	•全年度店長食安衛平均訓練時數 > 15小時。	•全年度店長食安衛平均訓練時數 > 15小時。 •開辦各項食品安全、安全衛生、職安法規、災害預防等相關課程。	•2025年店長食安衛平均訓練時數17小時（包含勞安平均訓練時數，如：安全衛生、職安法規、災害預防等宣導）。	•全年度店長食安衛平均訓練時數持續 > 15小時。	•確保店長對食安衛知識的持續學習，提升管理層對食品安全的重視和認知。
		定期有效施作店鋪病媒防治作業	•除因配合出租方調整時程或因天然災害等不可抗力因素外，各店均每月施作病媒防治作業。	•針對病蟲害防治廠商進行供應商評鑑，強化廠商消毒成效。	•2025年12月31日總店鋪數為297店 ^(註3) ，除因配合出租方調整時程或因天然災害等不可抗力因素外，各店均每月施作病媒防治作業。全年各店由安心食品合作之具行政院環保署病媒防治許可執照廠商消毒次數合計3,570次。 ^(註4)	•每月各店施作病媒防治作業。	•確保每月定期進行病媒防治，保持店鋪環境衛生，降低疫病傳播風險。
		店鋪對消毒滿意度	•店鋪對廠商滿意度問卷成效 > 85%。	•店鋪對廠商滿意度問卷成效 > 85%。 •針對病蟲害防治廠商進行供應商評鑑，強化廠商消毒成效。	•每季平均值為85%，未達成目標，已進行檢討並維持目標。	•店鋪對廠商滿意度問卷成效持續 > 85%。	•加強與廠商間的溝通和合作，提高廠商對公司的滿意度，確保穩定供應鏈。
		食材/商品履歷溯源管理	•正面表列食安事件零件。 •食材/商品履歷溯源管理放行後，合格100%。	•進行配方履歷審核。 •法規資訊、商品標示、安全文件、檢驗報告適法性審查。 •供應商產線評鑑作業合規性審查。 •各項監控統計報表產出。 •建置既有產品配方審查資料庫。	•全年無食品安全危害事件。	•持續進行食材/商品履歷溯源管理，正面表列食安事件零件。	•加強食材和商品的履歷溯源管理，提高食品安全溯源能力，正面應對食安事件，減少風險。
		供應商管理	•異常率 < 0.005%。 •供應商品質評鑑合格率評鑑合格率 > 80%。 •每年開發6家新供應商。	•定期執行供應商評鑑。 •依規劃開發新供應商。	•評鑑合格率100%，合計受評鑑供應商60家。	•異常率持續 < 0.005%。 •供應商品質評鑑合格率評鑑合格率持續 > 80%。 •每年持續開發新供應商。	•持續監測產品和服務的異常率，並加強改進措施，保持低異常率水平，提高品質穩定性。 •確保供應商品的評鑑合格率持續增加，提升供應商的品質水平和服務滿意度。 •不斷拓展供應商網絡，加強多元化供應來源，降低供應風險，提高競爭力。
		庫存管理	•檔期品廠商端安全庫存管理。	•定期提供商品產銷資料庫。	•每週提供商品產銷資料庫，供營運銷售部門進行產銷協調。	•規格品及流通品授權單價條件後，依實際需求進行採購，縮短作業期。	•優化採購流程，加速物料採購和製程，提高企業反應速度，降低庫存和成本。

(註1) 截至2025年12月31日止，針對摩斯漢堡仍在營業中之店鋪進行商飲品複檢作業，並達成複檢合格率100%。

(註2) 正式訓練店係為每一區域負責進行新人培育及協助落實區域教育訓練之店鋪。

(註3) 包含2025年度試營運之店鋪、POS機台點櫃。

(註4) 一個月若消毒超過一次僅計為一次。

2.1 食品安全管理系統

安心建立系統化的食品安全管理制度，並成立「食品安全小組」，編制人數約23位，轄下小組成員由各相關專業領域人士所組成，成員皆具備食品安全管理系統開發及相關的實務經驗，並與品保課相輔相成，攜手確保食品安全無虞。為確保ISO22000相關食品安全管理系統持續改善且有效的執行，我們於2025年1月完成監評。長春松江店取得ISO22000及HACCP認證目的，在於成為實施ISO22000食品安全管理系統的示範店鋪。2025年長春松江店所販售商品金額占全公司個體報表之淨營收之0.37%。其餘安心所有店鋪也比照長春松江店為示範標準，遵循ISO22000食品安全管理系統暨HACCP進行管理及產品品質控制，以期達到全部產品皆符合食品安全之標準。ISO22000食品安全管理系統的示範店鋪淨營收隨著安心食品店鋪不斷增長，占比逐年下降，但不影響安心所有店鋪對於遵循ISO22000食品安全管理系統暨HACCP進行管理及產品品質控制。2025年度共制修訂14份程序文件及表單，安心採取各項預防性措施來實現對顧客承諾的食品安全管理，鑑別出49項對於安心之內外環境議題並進行風險評估，將5項判定影響程度較大之內外部議題列為2026年度食安行動方案，並於當年度結案後，持續追蹤執行情形及有效性。

項目	單位	2023	2024	2025
ISO22000暨HACCP驗證佔全公司個體報表淨營收之百分比	%	0.38	0.36	0.37



ISO 22000證書



HACCP證書

2.2 食品檢驗中心

安心食品自2010年成立食品檢驗中心至今已逾15年，自始皆以檢驗為食安防守的最重要一環自許，致力符合國際規範及檢驗技術準確，同時符合TAF及TFDA規範要求，「檢驗技術專業準確、全員嚴守品質要求、服務滿足顧客期許、堅持公正保密原則」是食品檢驗中心全體人員對實驗室檢驗品質與技術一致的要求，並積極地開發及建立檢驗技術，以帶給顧客更優質且專業的服務。

食品檢驗中心於2023年10月搬至台北生技園區，台北生技園區為全台首座結合民間資源、專業與靈活營運思維，公私合力推辦，同時帶動生技產業全台串聯、接軌國際，是生技產業重要指標性園區，基地位置兼具「戰略位置」、「交通便捷」、「產業齊聚」三大重要優勢，並在嚴謹的認證過程及監督管理機制下，有效監控實驗室品質系統與技術達到國際水平，未來也會持續遵照國際及政府規範，為摩斯漢堡的商品做最嚴格的安全把關。

重要歷程

2010

以檢驗為食安把關，成立食品檢驗中心。

2011

取得財團法人全國認證基金會TAF認證(編號：2473)。



2016

導入新檢驗方法—瘦肉精快速檢驗(萊克多巴胺、克倫特羅)及抗生素檢驗套組。

2017

■成功導入「實驗室生物風險管理系統」並於同年11月獲頒年度楷模獎章，成為台灣首家連鎖餐飲業導入系統的實驗室。
■參與國內及國外知名能力試驗機構主辦之能力試驗，包含英國中央科學實驗室-FAPAS、台灣財團法人食品工業發展研究所、台灣台美檢驗科技有限公司。

2018

取得衛生福利部TFDA認證(編號：F106)，為連鎖速食業者首位且唯一取得TAF及TFDA雙認證之食品檢驗機構。



2019

■取得TAF「測試與校正實驗室能力一般要求」(ISO 17025：2017；CNS 17025：2018)新版認證。
■搶先於2021年7月法規執行前完成腸桿菌科檢驗方法導入。

2020

■取得TFDA品質系統基本規範新版認證資格，全面符合衛福部食藥署檢驗機構規範運作。
■取得TAF延展認證，並簽署ILAC-MRA國際認證聯盟相互承認協議。

2021

■取得衛生福利部TFDA金黃色葡萄球菌及腸桿菌科認證。
■導入新檢驗方法-單核球增多性李斯特菌、腸炎弧菌。

2022

取得TFDA及TAF大腸桿菌認證。

2023

■導入新檢驗方法-包裝飲用水及盛裝飲用水中綠膿桿菌之檢驗方法。
■2023年10月搬至台北生技園區。

2024

■導入新檢驗方法-包裝飲用水及盛裝飲用水中糞便性鏈球菌之檢驗方法。
■取得TAF實驗室認證。
■取得TFDA展延暨搬遷認證。

2025

■導入新檢驗方法-腸桿菌科(AOAC 2003.01)並通過TAF認證。
■完成TFDA定期查核評鑑。
■完成TAF監督評鑑。

每年食品檢驗中心人員皆會參與國內外舉辦之研討會、品質及技術的教育訓練，以提升人員的專業能力。2025年投入大量的教育訓練，給予人員充分的資源。此外，在2025年受建教合作的邀請，以多年的經驗與大學的學生分享在微生物檢驗的實務經驗，透過簡報及實驗課程讓學生了解食品、微生物及檢驗方法，三方面的相關重要性，同時也促使產學合作的發展。

項目	單位	2023	2024	2025
教育訓練時數 ^(註5)	小時	422	404	460

(註5) 教育訓練時數為實驗室人員當年度參與內、外部教育訓練的總時數。



● 屏東科技大學及實踐大學建教合作交流

多項檢驗能力屢獲國際認可

提供檢驗結果的準確度及公信力一直是食品檢驗中心最重視的目標，為持續精進檢驗能力並遵循食品檢驗中心制定的品質政策，食品檢驗中心每年積極參加國內及國際機構之專業能力試驗，包含英國中央科學實驗室-FAPAS、台灣台美檢驗科技有限公司等。2025年度針對食品及環境飲用水常見的衛生管理指標菌，取得16項檢驗數據之「滿意」的成績。

食品檢驗中心可自行檢驗項目

2025年食品檢驗中心針對店舖商品、飲料、冰塊/水質及食材等^(註6)影響食品衛生安全之微生物^(註7)、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3,384件，合格件數3,227件，總合格率95.4%。

除了既有認證項目外，在檢驗方法的方面，為符合法規依據，食品檢驗中心也導入了腸桿菌科(AOAC 2003.01)檢驗方法，提升實驗室服務效能的同時，也提供更多樣化的檢驗服務，來滿足顧客期許。

(註6) 樣品來源包含品保課抽檢之店舖商品、廠商供貨的食材、安心智慧農場供貨的食材，衛生局和賣場抽檢也會同步留樣。

(註7) 法規依據食品藥物管理署公告的乳及乳製品類之衛生標準、生鮮即食食品及生熟食混和即食食品類之衛生標準、包裝/盛裝飲用水及飲料類之衛生標準、冷凍食品及冰類之衛生標準，以及其他即食食品類之衛生標準。

衛生指標菌、病原菌 檢驗技術專業準確

食品檢驗中心於2025年度導入新檢驗方法-腸桿菌科(AOAC 2003.01)，獲得能力試驗機構認可並通過TAF認證。除了確保新檢驗方法的技術能力外，也不斷提升實驗室人員的檢驗準確度，衛生管理指標菌及病原菌等各項檢測結果，皆與主辦單位之標準值極為相近，展現出食品檢驗中心於檢驗技術上的準確性，也顯現食品檢驗中心的檢驗能力是能與國際接軌，且具有國際認可之公信力及專業度。

食品檢驗中心所取得的每一張證書背後，均呈現多年來所堅持的檢驗結果品質。食品檢驗中心不僅能把關摩斯漢堡內部的商品，也能夠提供專業的外部檢驗技術服務，以協助其他食品相關業者執行自主檢驗，安心食品立志持續提升食品檢驗中心控管食品安全的能力與專業度，為消費者及食品產業帶來更多的幫助及服務。



● 台美能力試驗通過證書



FAPAS能力試驗參加證明

- ✓ 食品生菌數
- ✓ 食品大腸桿菌
- ✓ 食品大腸桿菌群
- ✓ 食品腸桿菌科
- ✓ 食品金黃色葡萄球菌及腸毒素
- ✓ 食品單核球增多性李斯特菌
- ✓ 食品沙門氏菌
- ✓ 飲用水中大腸桿菌群
- ✓ 飲用水總菌落數

● 食品安全中心目前的檢驗項目如下：

分類	檢驗項目
微生物檢驗	● 通過TFDA認證檢驗方法(註：TFDA認證證書有效期間為2024/6/12至2027/06/11止。) 【食品】生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、腸桿菌科
	● 通過TAF認證檢驗方法(註：TAF認證證書有效期間為2024/10/8至2027/10/7止。) 【食品】生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、沙門氏菌、單核球增多性李斯特菌、腸桿菌科 (新增AOAC 2003.01檢驗方法認證) 【飲用水】總菌落數、大腸桿菌群
	● 參照TFDA公告檢驗方法 【食品】仙人掌桿菌、金黃色葡萄球菌腸毒素、單核球增多性李斯特菌 【飲用水】綠膿桿菌、糞便性鏈球菌
	● 參照國際分析化學家學會(AOAC)認可之檢驗方法 【食品】總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、大腸桿菌O157：H7、腸桿菌科
	● 其他檢驗方法 【食品】仙人掌桿菌、腸炎弧菌、單核球增多性李斯特菌
	● 環境塗抹總生菌數與大腸桿菌群檢驗方法 【乾式塗抹】東京都衛生局檢查法-參考 【濕式塗抹】3M e.Swab(BPW)塗抹棒
化學性檢驗	● 行政院農委會公告蔬果農藥殘毒快速檢測法 【農藥殘留】有機磷&氨基甲酸鹽系列農藥
	● 生鮮肉品、蛋品、海鮮的抗生素、瘦肉精檢驗方法 → 抗生素快速篩檢試劑組Premi® Test → 瘦肉精三合一(CB克倫特羅/RAC萊克多巴胺/SB沙丁胺醇)快速檢驗試劑 → 抗生素(磺胺劑/四環黴素/氯黴素)快速檢驗試劑

2025年度食品檢驗中心產生之費用總計10,852仟元^(註8)
包括委外檢驗費用1,813仟元，佔年度營業收入淨額0.18%。

(註8) 食品檢驗中心費用包含：委外檢驗費用(含儀器校正費用)、實驗室藥品耗材費用、儀器設備雜項購置、人員薪資、租金、能力試驗、外訓報名及設備修繕雜項費用等。

一、微生物自主檢測

2025年食品檢驗中心針對店鋪商品、飲料、冰塊、水質及廠商供貨食材等大項，影響食品衛生安全之微生物自主檢驗件數共2,581件，合格件數為2,424件，安心食品針對上述項目進行缺失矯正並擬定改善對策，各店鋪依照品保課發出的改善建議書進行改善，對於店鋪抽檢結果與缺失，將會定時追蹤並輔導至檢驗合格，輔導複檢合格率100%。且針對安心智慧農場所栽種的水耕蔬菜，也會在採收後定期檢驗微生物，嚴格監控蔬菜品質。

店鋪微生物檢測，共 2,424 件，複檢合格率 100 %

二、農藥殘留快速檢測

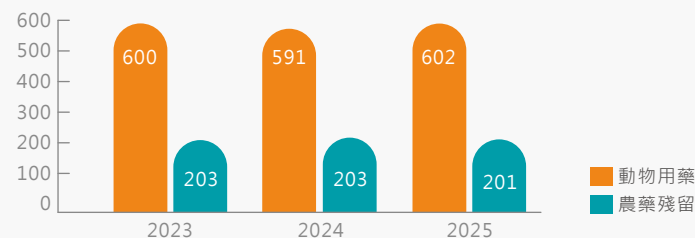
採用行政院農委會公告蔬果農藥殘毒快速檢測法，每月針對蔬果中常見的農藥類型，如有機磷劑、氨基甲酸鹽等進行自主檢驗，嚴格把關食品安全。食品檢驗中心為經農試所輔導之檢驗站，檢驗站編號為206，為農試認可之農藥殘毒檢測人員共2名。摩斯漢堡自2022年導入「摩斯雨林聯盟認證咖啡豆」及「摩斯澳式精選咖啡豆」，將摩斯咖啡系列商品配方升級的同時，也會定期檢驗以確保農藥殘留檢驗皆符合政府法規標準。

食材農藥殘毒快速檢測，共 602 件，合格率 100 %

三、動物用藥快速檢測

食品檢驗中心為提升自主檢測能力及提高食材中生鮮肉類、蛋品、海鮮的監測頻率，每月利用瘦肉精快速檢測及抗生素檢測套組自主把關，更於2021年導入抗生素快速檢驗試劑，對磺胺劑、四環黴素及氯黴素3種動物用藥個別監控，以確保摩斯漢堡所使用的肉品安全無虞。摩斯漢堡的豬肉是使用台灣豬，且豬肉產品皆有原產地標示，並定期檢驗以確保動物用藥皆符合政府法規標準。

食材動物用藥快速檢測，共 201 件，合格率 100 %



● 歷年農藥殘留與動物用藥檢驗件數

為落實食品安全與顧客安心的基本理念，針對食材中潛在的風險物質，如防腐劑、重金屬、動物用藥、抗生素、農藥與塑化劑等項目，除委託第三方公證部門進行檢測，也持續落實每月檢測店鋪商品及廠商供貨商品衛生規格，依據衛生福利部食品藥物管理署訂定之食中微生物衛生標準進行自主檢驗，雙重機制把關之目的為確保商品衛生安全，讓消費者吃的安心。食品檢驗中心於2023年導入食安稽核檢驗系統，整合店鋪、稽核單位及食品檢驗中心的資訊，透過數位化技術，自動產出報告，檢測報告完整歸檔並易於存取，同時提升工作效率及更方便地掌握報告數據，另外，透過各部門的密切合作，能更即時回饋、分析及改善問題，提升檢驗及稽核質量。

食品資訊透明化-食在安心平台

「食安好透明，安心看得見」是摩斯漢堡食安團隊的安心品質保證，因此，食品檢驗中心於2019年起建立食在安心平台（lab.mos.com.tw），定期更新食材檢驗結果報告於平台上，包含第三方公證部門之檢驗報告及食品檢驗中心自主檢驗農藥、動物用藥報告，將食品資訊透明化完整呈現，各商品使用之食材與原料檢驗的結果資訊可在平台上查詢，平台上也會透過食安小知識，傳達正確的食品安全資訊，與消費者建立溝通的橋樑。此外，食品檢驗中心於台北國際食品展設置活動，透過互動及影片讓大家了解微生物及食品安全的重要性，傳達摩斯漢堡對於食品安全的堅持。

隨著食品檢驗中心的檢驗技術日趨成熟，安心食品為在食品安全方面發揮更多影響力，食品檢驗中心自2019年起擴大服務對象，對外接收委託服務，從服務安心食品的關係企業起步，擴展到其他食品業者。2025年食品檢驗中心回饋社會，幫助其他食品業者自主檢驗共197件，總業外收入共452,748元。安心食品持續秉持食品餐飲業者對於食安應有的嚴謹態度和精神，透過擴大業務範圍，讓更多業者更重視食安議題，並和安心食品一同以嚴謹的精神審視自身企業，提高自主管理，用嚴格的標準為顧客的食安把關。



食在安心平台



2024台北國際食品展

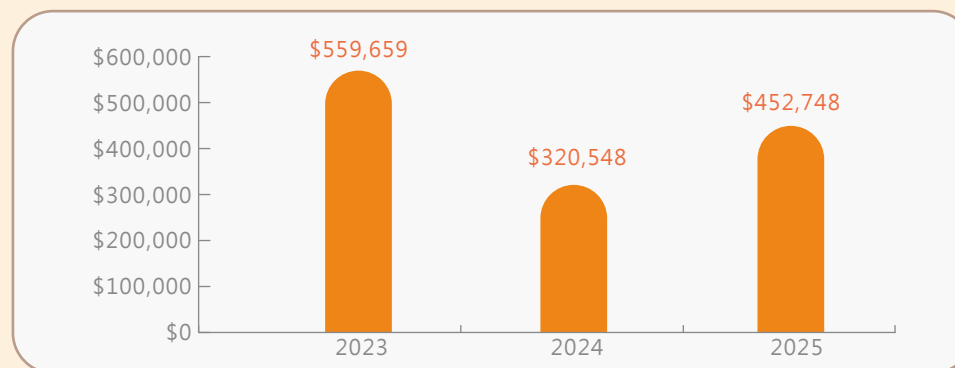


食在安心平台

● 食品檢驗中心業外收入明細表

項目	單位	2023	2024	2025
檢驗件數	件	394	127	197
收入總計	元	559,659	320,548	452,748

● 食品檢驗業外收入



摩斯漢堡榮獲台北市衛生局食材登錄平台「上市及上櫃連鎖餐飲專區」優良廠商

摩斯漢堡以食安為第一優先，榮獲台北市衛生局「上市及上櫃連鎖餐飲專區」優良廠商，由副總經理福光昭夫出席。摩斯漢堡建置食品安全管制系統，取得國際驗證合格證書，其食品檢驗中心更獲得TAF與TFDA雙重認證，展現國際級檢驗能力與管理水準。從產地到餐桌，層層把關，確保食品安全，並提供綠色永續、優質的商品給消費者。摩斯漢堡每年在各縣市政府衛生局評比中名列優等，致力於為顧客提供安心、安全、健康美味的餐點。



2.3 供應商評鑑制度

GRI 2-9

GRI 2-10

為有效管理協力供應商之品質控制、交期與成本及對環境議題的關心，並藉以確保符合各項法令規章、提高經營績效與競爭力，共創協力供應商與安心食品雙贏之契機。安心食品每年辦理新開發供應商評鑑、新品製程評鑑及既有供應商評鑑制度，以提供消費者最健康安心的產品。

2.3.1 新供應商開發及新品製程評鑑

GRI 2-9

GRI 308-1

GRI 414-1

✓ **書面資料審查**：確認符合法規登記證照，其他相關驗證證書。

✓ **現場資格審核**：新供應商或新商品上市前，安心食品會依據食品良好衛生規範準則（GHP）進行廠商工廠視察，評鑑項目包括製造現場、機器設備、原物料管理、品質管制、人員管理等。合格率判定為B級以上列為合格供應商（分數70分以上為合格），可進行邀商、提案或產線生產，評等為C級廠商經輔導改善後才進行合作，評等為D級則不得採用。2025年品保課針對當年度有交易之新供應商及新品製程廠商共執行32家廠商、63場次之工廠產線實地評鑑，占2025年食材相關進貨供應商家數之48%，合格率98%。另針對非直接交易新供應商及新品製程廠商共執行3家廠商、3場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。2025年品保課持續執行新品及新供應商工廠評鑑作業，並進行分級管理，如上游供應商的實地訪查，訪查項目包含人員衛生管理、製造環境、機器設備、原物料管理等，甚至擴及上游供應商之品管能力，由上游供應商提供書面資料給安心食品進行相關審查。

● 新供應商/新品製程評鑑項目

人員衛生管理	機器管理	原物料管理	現場製造	品質管理	其他
11%	7%	12%	23%	27%	20%

● 新供應商評鑑等級

等級	合格率級距
A	85%以上列為優良供應商。
B	70至84%列為合格供應商。
C	60至69%管理內容及項目未能確實執行，為不理想之供應商。
D	59%以下不得採用。

2.3.2 既有供應商評鑑

GRI 2-9

GRI 308-2

GRI 414-2

安心每年會依前年度與供應商的交易金額及年度合作狀況，執行商品開發課、品保課及統購課三方聯合評鑑；2025年與安心食品穩定合作的供應商共有101家（註9），其中以食材及農畜品供應商占86%為大宗，且安心優先採用具認證之食材及農畜品（如：TAP農產品產銷履歷、CAS台灣優良農產品、GMP良好作業規範、GHP食品良好衛生規範、ISO22000食品安全管理系統、HACCP危害分析重要管制點、FSSC22000食品安全管理系統等）。統購課在年底時，參考供應商供貨金額排序以及交易情形，依循「供應商管理程序」擬定「年度供應商評鑑排程」，對廠商持續進行管控，以確保合格供應商供貨品質符合現行標準。年度評鑑項目分別為經營理念、產品品質、交期與服務力三大項目。2025年針對與食材及農畜品相關進貨供應商38家廠商共計執行48次評鑑，占該年度所有食材及農畜品相關進貨供應商44%，合格率為100%。另針對其他交易供應商7家廠商執行9次評鑑，及非直接交易供應商15家廠商執行15次評鑑，合格率均為100%。既有供應商評鑑共分為A、B、C三種等級，A級為70分以上優先採購及增加進貨量，B級為60至70分（不含70分）保持現狀為合格供應商，若於全年度評鑑中為C級（含）者，該供應商於當年度需要改善或取消供應商資格。

（註9）當年度有交易紀錄之供應商。

● 既有供應商評鑑項目

經營理念

- 以達成客戶需求為優先
- 有擴充與提升能力的企圖心
- 新商品開發能力
- 促銷案支持程度

產品品質

- 產品規格標準
- 品質合格證明
- 產品品質不良件數
- 產地/廠房環境標準
- 聯絡窗口服務能力

交期及服務力

- 產品交期符合時效與正確性
- 送貨服務紀錄/門市互動
- 聯絡窗口服務能力
- 緊急訂單和庫存準備能力
- 退貨/換貨情形
- 工廠認證及增加設備
- 社會企業責任

● 既有供應商評鑑等級

等級	合格率級距
A	70分以上優先採購及增加進貨量。
B	60至70分(不含70分)保持現狀為合格供應商。
C	小於60分，落於全年度評鑑中為C級(含)者，該供應商於當年度需要改善或取消供應商資格。

● 既有供應商評鑑項目及評分比重

經營理念（創新能力、技術能力）	產品品質（品管能力）	交期及服務力（服務能力）
20%	30%	50%

2.4 永續供應鏈管理



安心的永續採購管理理念是對於產品與服務的需求，亦可使公司與社會均得以獲益，並同時對環境的衝擊降至最低。安心食品堅持推動生產履歷制度，結合「在地食材」、「契作農場」，並積極推動「綠色三合一採購」政策，一直以來，安心食品積極發掘台灣各地認真堅持、尊重食物、愛惜大地的生產者，推廣台灣在地特色農產品，與農民建立良好的供應鏈夥伴關係，優先採用具有產銷履歷（TAP）標章的蔬菜。

我們依季節性與蔬菜的使用需求，安排契作農戶耕種地，委託合作的農民代表確認耕地水質與土壤檢驗，相關生產管理、栽種紀錄，以及產銷履歷採用相同標準管理。唯有合乎健康安全標準，明確追溯生產流程的一切資訊，才能確實保障消費者的食品安全。在安心的企業社會責任網站的生產履歷網頁中，可以查詢當季使用蔬菜的栽種過程，如：耕地管理、種植/種苗繁殖、田間栽培管理、施肥、病蟲害防治、採收等生產過程，同時摩斯漢堡店舖前也會擺設小黑板隨時更新產地情報，即時與消費者進行溝通。真正的TAP產銷履歷標準一定都會具有驗證品項、驗證機構及其追溯號碼等相關資訊，而詳細的生產資訊也可以透過在產銷履歷農產品資訊網（<http://taft.coa.gov.tw>）或是二維條碼輸入追溯號碼來瞭解所有生產過程。2025年採購TAP產銷履歷標章之農畜產品總金額80,537仟元，占農畜產品採購金額之39%。因應季節、產量調節難以避免部分蔬菜使用進口蔬菜調節，但安心堅守確認食材來源、安全性以及品質三項標準，首先進行來源確認，進口廠商需提供產地證明與期初進口數量，每批出貨皆進行農藥快篩檢驗，加強安全性把關，每週與理貨廠商確認進口貨源品質並填寫產地情報，確保品質無虞才會提供給顧客。長期以來安心對食品安全的堅持，從源頭把關的做法，保障消費者飲食安全，深植社會大眾對安心食品的信賴感。

● MOS供應鏈管理之ESG準則

E環境	S社會/人權	G公司治理
- 推動生產履歷制度，確保農產品安全與品質。 - 積極推動「綠色三合一採購」政策，降低環境負荷。 - 優先採用具有產銷履歷(TAP)標章的蔬菜。 - 合理規劃契作農戶耕種地，委託合作的農民確認耕地水質與土壤檢驗。 - 透過產銷履歷農產品資訊網和二維條碼來追溯生產過程。 - 增加販售通路，保障小農收入，並促進企業與在地社區的連結，活絡地方經濟。	- 推廣台灣在地特色農產品，與農民建立供應鏈夥伴關係。 - 提供產地情報，與消費者進行溝通，建立消費者對安心食品的信賴感。 - 責任消費守護顧客的食安，並帶動整個餐飲產業，解決食安問題。	- 積極尋求理念相近且具有正確食安觀念的供應商合作，確保產品安全無虞。 - 嚴謹的供應商評鑑和稽核制度，確保供應商的品質。 - 增加食材來源穩定性及分散風險，開發合格備用廠商。



● 綠色三合一採購政策



● 生產履歷

扶植在地小農

另外，安心為透過增加販售通路保障小農收入，每年提撥部分採購量，透過社會企業購買在地小農農產品，以促進企業與在地社區的緊密連結，活絡地方經濟，在食材使用上更符合安心的訴求。因此，2025年採購可溯源之在地地瓜共851,711公斤，推出地瓜薯條、MOS地瓜脆片等相關商品，為農民創造新形態的銷售管道及提升食材運用廣度。另外，2025年安心食品為支持小農，引進小農所栽種之牛蕃茄、檸檬、文旦、蓮霧、芒果、玉荷包、釋迦、鳳梨、甜柿、極柑、哈密瓜、百香果以及甘露梨等農作物，可溯源小農之農產品總採購量為226,130公斤。

● 歷年農產品使用量及占比

年份	2023			2024			2025		
項目	單位	使用量	占比	單位	使用量	占比	單位	使用量	占比
因應季節、產量調節之非溯源農產品或初級加工品 ^{(註10)、(註11)}	公斤	596,440	34%	公斤	760,464	42%	公斤	672,789	30%
具農委會產銷履歷(TAP)認證蔬菜	公斤	407,346	23%	公斤	403,068	23%	公斤	464,705	21%
可溯源小農之農產品	公斤	341,629	19%	公斤	232,038	13%	公斤	226,130	10%
可溯源之在地地瓜	公斤	432,602	24%	公斤	401,752	22%	公斤	851,711	39%
農產品總使用量	公斤	1,778,016	100%	公斤	1,797,322	100%	公斤	2,215,335	100%

(註10) 經加工後（裁切或醃製）之可溯源農產品，認定為初級加工品，故不列入可溯源之農產品。

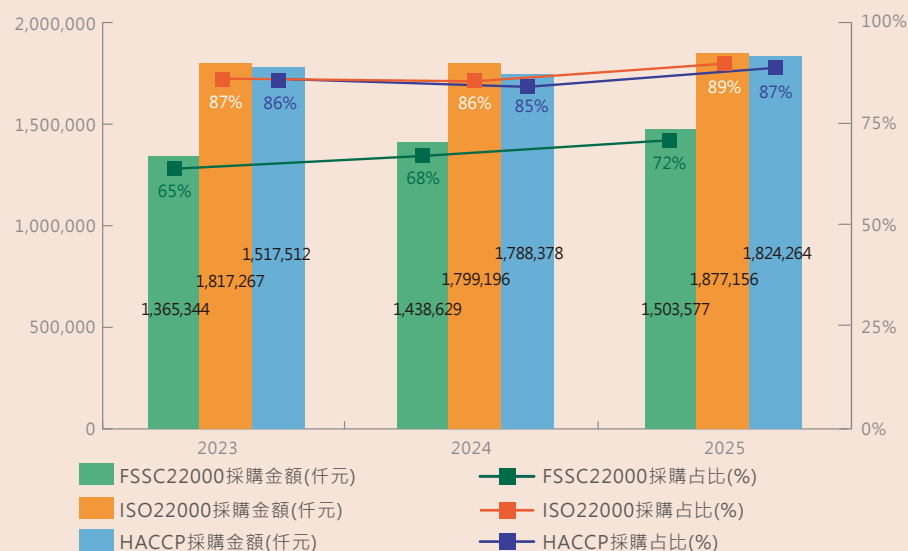
(註11) 配合產量供給或因天然災害等不可抗力因素，使用進口或蔬果市場購買之農產品，故追溯有困難。

安心食品現行使用的雞蛋100%具有TAP產銷履歷標章，並以全熟安全的烹飪方式製作產品，讓顧客品嚐得到最安心、安全的美味餐點。

安心食品為確保食品與衍生產品的商業市場發揮正常功能，並如期取得市場資訊，包括儲糧，減少極端的糧食價格波動。推動責任消費的首要工作就是要守護顧客的食安，並帶動整個餐飲產業，創造良性發展的供應鏈，才能真正解決食安問題。安心食品一直在尋求理念相近，且又具有正確食安觀念的供應商合作，透過緊密合作的關係，嚴謹的供應商評鑑和稽核制度，確保安心食品的產品安全無虞。2025年與安心食品穩定合作的供應商共有101家，其中以食材及農畜品供應商占86%為大宗，且安心優先採用具認證之食材及農畜品（如：TAP農產品產銷履歷、CAS台灣優良農產品、GMP良好作業規範、GHP食品良好衛生規範、ISO22000食品安全管理系統、HACCP危害分析重要管制點、FSSC22000食品安全管理系統等）。未來針對食安風險較高的食材，仍持續開發合格備用廠商，以增加食材來源穩定性及分散風險。

2025年度自符合FSSC22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,503,577仟元，占總食材採購金額72%。2025年度自符合ISO22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,877,156仟元，占總食材採購金額89%。2025年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,824,264仟元，占總食材採購金額87%。

● 歷年符合食品安全驗證標準之供應商採購食材



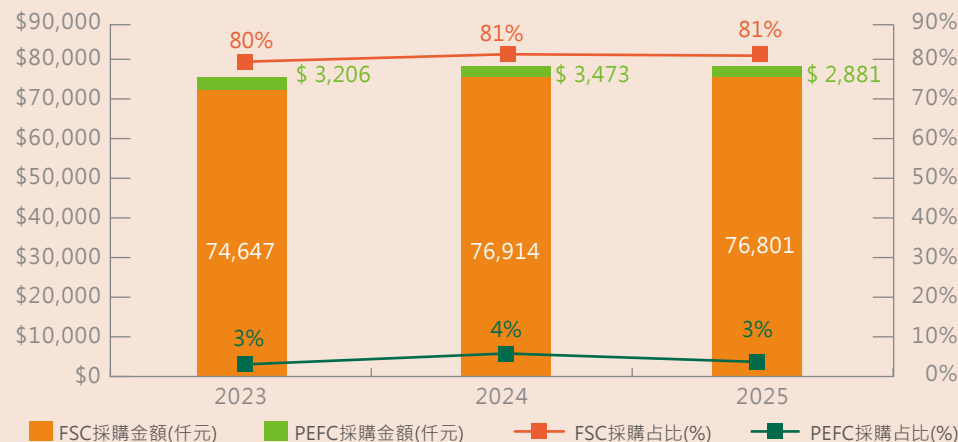
近年來全球各地不斷受到環境暖化和氣候變遷的威脅，全球紛紛關注永續環保、循環經濟等議題，安心致力於改善顧客的消費行為，試圖降低經濟活動對於環境所造成的污染，讓消費者在消費的同時，也能對地球更友善，以達到綠色消費、資源永續。安心提供餐點所使用的食品包材優先選用符合Forest Stewardship Council (FSCTM，森林管理委員會) (註12)源自負責任的森林資源工廠所生產的紙類產品，安心以實際行動支持負責任的森林資源。

安心食品自2012年提撥部分採購量，使用源自負責任的森林資源之工廠所生產的紙類產品，2025年使用的FSCTM驗證工廠生產之冷/熱飲杯、薯條炸雞用袋、外袋、點心盒及沙拉盒等紙類食品包材總採購金額為76,801仟元，占當年度總紙類包材採購支出之81%。2025年使用薯條袋26,818仟個、炸雞用袋3,489仟個、冷/熱飲杯33,010仟個、沙拉盒2,285仟個以及外袋27,539仟個；2025年提撥部分採購量，使用具PEFC森林驗證認可計畫（註13）驗證紙廠原料所生產的紙類產品，2025年所使用的PEFC驗證紙廠原料生產的紙類食品包材總採購金額為2,881仟元，約占當年度總紙類包材採購支出之3%，2025年使用熱狗堡盒1,895仟個，同時支持永續森林經營、生態環境維護及生物多樣性的保育，為地球盡一份心力。

另外，安心食品符合食品安全衛生管理法第9條之農產植物製品、菇（蕈）類及藻類之冷凍、冷藏、脫水、醃漬、凝膠及餡料製品、植物蛋白及其製品，以及鮮乳、保久乳、優格、乾酪、乳粉、奶油及煉乳等乳製品之輸入業者定義，依據107年06月26日衛授食字第1071300516號公告登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可），登錄1項吉士片，占當年度所有吉士片品項數33.3%（3項裡面佔1項）。

「非追不可-食品追溯追蹤管理系統」；網站連結：<https://ftracebook.fda.gov.tw/>。

● 歷年FSC及PEFC食品紙類包材採購金額及占比



(註12)FSCTM是創立於1993年的獨立非政府組織(NGO)，由來自25個國家的代表組成，包含環保團體、木材貿易組織、林業工作者、當地居民和驗證機構。FSCTM是全球最被認可的森林驗證標準之一。

(註13)PEFC森林驗證認可計畫是成立於1999年的國際非營利、非政府組織，通過第三方獨立機構驗證，促進管理永續森林，亦是全球最大的林業認證體系。

2.5 法規遵循管理

規遵循管理透過辨識、評估、建議、監控及報告法令遵循風險，使企業避免觸犯法令而遭到裁罰、聲譽損失甚至刑事追訴危及經營。安心秉持提供安心、安全的商品，品保課會定期檢視食品安全相關修正草案及法令規範進行盤點與鑑別，如有重大修正，立即對相關單位進行內部溝通檢核。

● 歷年違反食安相關法規之次數、產品下架次數與產品總重量

項目	單位	2023	2024	2025
違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件次數	次	0	0	1
產品下架次數	次	0	0	0
下架產品總重量	公噸(t)	0	0	0

2.5.1 主動配合法規要求

2025年共有31項主管機關公告事項已同步提醒相關單位注意（資料來源：2025年內部溝通紀錄，遵循衛生福利部食品藥物管理署發布訊息，挑選符合產業型態資訊轉知）。2025年安心食品整體均依循《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》、《食品安全衛生管理法施行細則》、《農藥殘留容許量標準》、《食品中微生物衛生標準》等相關法律和規定。惟當年度發生1件因違反《食品安全衛生管理法》（註14）而被處以行政罰鍰之情事，係因高雄自由店之客訴異物事件，經高雄市政府衛生局作成行政裁處，遭處以新臺幣3萬元整罰鍰。

2026年6月，國內發生油脂產品品質事件，部分市售大豆沙拉油產品經檢驗發現苯駢芘超標，引發食品安全關注，並波及部分下游食品及油品業者。本公司基於消費者健康與食品安全之考量，針對供應鏈涉及疑慮商品採取預防性管理措施，不受產品效期及批號限制全數自主進行下架或銷毀。同時，本公司亦委託第三方公正檢驗機構對相關油品進行檢測，在確認產品安全無虞前，已全面暫停使用該供應商所提供之相關油品。

截至本報告發布日止，依主管機關之通知及本公司目前掌握之資訊，尚無證據顯示本事件涉及本公司2025年度販售之商品。本公司將持續關注主管機關後續調查結果及相關公告，並依風險評估結果採取必要因應措施，以確保食品安全。

**2025年安心食品未發生產品下架事件，
下架商品次數及總重量皆為0。**

（註14）食品安全衛生管理法相關法規可至衛生福利部食品藥物管理署網站查詢。

參考網址：<https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62>

【主動配合政府計畫】參加全國餐飲衛生管理分級評核

安心食品主動積極參與各縣市衛生局辦理之「餐飲業衛生分級評核」，截至2025年為止，全國店鋪297家，依據各縣市評核計畫報名店鋪數量共297家，其中20個縣市包含台北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、苗栗縣、台中市、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、台南市、高雄市、屏東縣、台東縣、花蓮縣、宜蘭縣、澎湖縣、金門縣所屬門市之食品安全衛生自主管理能力，備受各縣市衛生局的肯定，獲得餐飲衛生分級標章，取證率100%。

● 台中市餐飲衛生分級頒獎典禮



● 新竹縣餐飲衛生分級頒獎典禮

【主動揭露自主檢驗報告】食安好透明、安心看得見

為提供顧客安心安全美味的商品，安心食品致力於原物料、食材的溯源及安全把關，除了不定期將所用食材委託第三方公正單位進行檢驗，相關檢驗結果除遵循食品藥物管理署的規範外，更建立『摩斯漢堡食在安心平台』，主動公開安心食品所送驗的各項產品、食材、餐點檢驗報告，透過掃描QR-Code，所有食材檢驗報告隨即映入眼簾，供消費者即刻檢視，實在安心！安心食品用心為消費者把關食材來源，努力朝向「食安好透明、安心看得見」之目標邁進！



【主動適用法規】擴大自主監測，配合新衛生物衛生標準執行

衛生福利部已於民國109年10月6日發布訂定新的「食品中微生物衛生標準」，並於110年7月1日起正式實施。重新將食品區分為七大類，並參採國際管理趨勢，將部分食品類別之規定納入採樣計畫、增訂部分指標性病原菌，以取代傳統之衛生指標菌，將使有關監測之結果更具風險代表性。安心食品一直以來皆遵照國際及政府規範要求，替店鋪商品、食材之衛生品質把關，讓消費者食得安心。

● (表一)食品中微生物衛生標準一覽表

	乳及乳製品類	嬰兒食品類	生鮮即食食品及生熟食混和即食食品類	包裝/盛裝飲用水及飲料類	冷凍食品及冰類	其他即食食品類	液蛋類
總生菌數							●
大腸桿菌群		●		●			
大腸桿菌	●		●	●	●		
腸桿菌科	●	●		●	●		
大腸桿菌O157:H7			●	●			
沙門氏桿菌	●	●	●	●	●	●	●
單核球增多性李斯特菌	●	●	●			●	
腸炎弧菌			●		●		
金黃色葡萄球菌						●	
金黃色葡萄球菌腸毒素	●						
阪崎腸桿菌		●					
綠膿桿菌				●			
糞便性鏈球菌				●			

食品安全衛生管理法第9條所規範，應建立追蹤追溯系統之強制公告食品業者中，安心食品一直致力於維護顧客食品安全及提升食品衛生自主管理，雖非屬強制業別，安心仍建立自有商品的溯源管理資料庫，透過該資料庫，安心進行食品溯源管理，確保商品及原物料的供應商來源清楚。未來安心仍會持續強化食材溯源管理，提供更安全的商品給顧客。

● 強化食材溯源管理重點及執行

項 目	加強重點	執行情形
商品品質規格書 查驗內容	- 主動配合法規，修訂食品過敏原標示及自願性標示內容，並要求供應商應於產品外包裝上揭露完整過敏原資訊。 - 針對進口商品包裝標示啟動物流業者實地查核專案。 - 食材配方原料供應商揭露至第三階^(註15)。	安心食品雖非屬食品安全衛生管理法第 9 條所規範應建立追蹤追溯系統之業者，我們仍針對自我開發之新食材自願進行查核^(註15) ^(註16)，2025年共計審查59項食材品質規格書，依其食材品質規格書可追溯原料至第三階供應商計有42項，達成率71%^(註16)。
國外進口原料之 安全文件蒐集	- 產地證明文件（輸入許可證/報關單）^(註17)。 - 輻射檢驗證明（特定地區特定食品）（須為日本官方公布或認證之輻射檢驗機構核發之證明）。	2025年新審查59項自我開發新食材中。 56項食材含有國外原料^(註17)，完成審核原料相關產地證明共56項，占含有國外原料食材項數之100%。
食材監測計畫	- 大宗物資麵粉製品、油脂製品、強制檢驗標的。 - 水產類重金屬、揮發性鹽基態氮檢驗標的。 - 農產品之農藥殘留、真菌毒素檢驗標的。 - 加工肉類產品之動物用藥殘留、抗生素檢驗標的。 - 甜點、飲料類製品之塑化劑檢驗標的。 - 冷凍薯條之配醣生物鹼檢驗標的。	針對2025年度風險危害物質委外檢測^(註18)共計145件，合格件數141件^(註19)，輔導追蹤後複檢合格率達100%。
	依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如^(表1)。	針對2025年度食材原料，執行自主衛生抽檢共計1,432件，複檢後產品合格率100%。
	實施強制檢驗自主管理，要求水產品、乳品、肉品加工、食用油脂等相關廠商自主檢測，並定期提供安全自主檢驗報告^(註20)。	定期取得常態性食材供應商之2025年度自主檢驗報告書共193份。
	依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如^(表1)。	針對2025年度菜單商品，執行自主抽檢共計185件，複檢後產品合格率100%。

^(註15) 自我開發新食材之查核係指針對供應商合作開發之第一次使用、舊原料（食材）復售、配方更動並有提供商品品質規格書的品項作資料審查，不包括限店販售、非摩斯品牌在店販售及使用，以及蔬果原料之食材。

^(註16) 目前安心原料追溯係按食材分階，每一食材都有品質規格書，每份規格書都以揭露至三階資訊為目標。例如安心食品的食材有蕃茄、肉品、麵包等（第一階），將再追溯其中肉品的供應商（第二階）及供應商上游（第三階）。

^(註17) 相關產地證明文件可包括進口報關單、輸入許可證、添加物許可證或檢驗證明/報告。

^(註18) 風險危害物質係指依照衛生福利部食品藥物管理署公告各項產品中衛生標準項目進行檢測。

^(註19) 係指供應商供貨產品經安心把關符合衛生福利部食品藥物管理署公告各項產品中衛生標準項目檢測之合格率为100%。

^(註20) 食用油脂、肉品加工、乳品加工、水產加工業等均需依法執行每季或每半年或每批原料檢驗。

2.6 店鋪衛生抽檢機制

安心食品品保課全年持續針對全國摩斯店鋪實施衛生抽檢機制^(註21)，並檢驗各店鋪販售之餐點衛生品質、水質衛生、調理器具設備、人員手部表面塗抹、溫度及各項重要衛生管理檢查。抽檢的方式皆依循食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則及飲用水水質標準，並參照食品安全管理系統及危害分析重要管制點程序執行衛生作業抽檢檢測。

除第一季水質綜合衛生檢驗（包含冰塊、過濾水、自來水）全店鋪經輔導後皆符合水質標準，第一季至第四季執行綜合衛生抽檢結果達C（良）級^(註22)以上之店鋪占抽檢店鋪比例達99.3%；其餘未達C（良）級之店鋪輔導複檢合格率達100.0%。

若店鋪未達良級且商品檢驗出異常時，品保課會立即要求店鋪進行缺失改善及環境清潔消毒作業，並通知營運主管入店確認店鋪改善事項。品保課於72小時內入店進行複檢，並發出異常訪店報告與改善建議，持續追蹤改善直到商品檢驗合格後，才發出結案通知。

除了店鋪稽核抽檢結果與缺失，定時追蹤店鋪改善進度外，亦會分區進行食品安全訓練相關教育課程輔導店鋪。藉由課程交流研討，讓店經理更加理解與重視餐飲製作現場，從食材製備、器具清潔、人員健康管理、環境衛生要求等各項管理。2025年內部教育訓練課程研討共舉辦4場，參與人數43人。

我們堅信透過內部訓練課程與外部專業認證師資，讓安心食品的夥伴能夠確實掌握最新的食品法規內容，強化店鋪管理階層的食品風險管理能力與增進食品衛生安全知識，是有效降低食安風險管控方法之一。

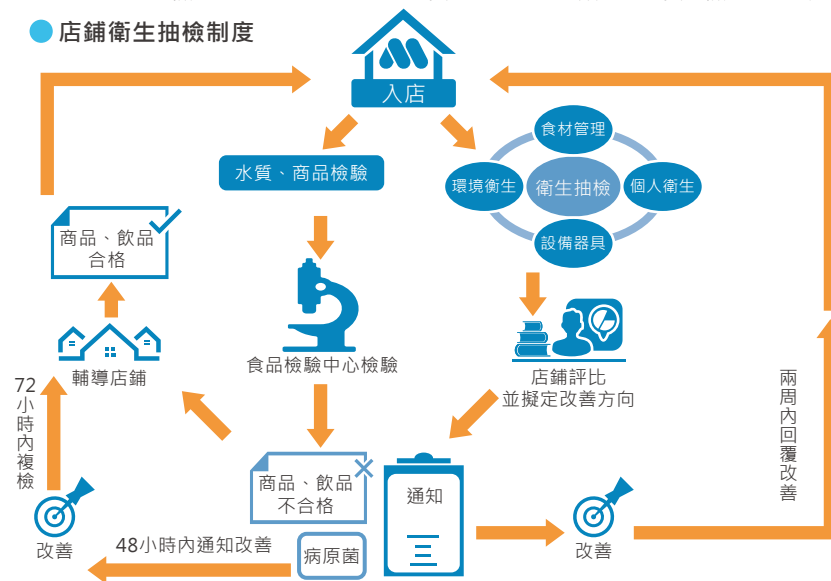
● 內部講師授課與交流情形



(註21) 包含第一季水質綜合衛生抽檢與第二至四季的綜合衛生抽檢，除部分店鋪因整修暫停營業、撤店或新開店之情形另外安排作業。

(註22) 綜合衛生抽檢結果依序分為：A（特優）、B（優）、C（良）、D（待改善）、E（檢查出病原菌）等5級，評級為D（待改善）、E（檢查出病原菌）之店鋪另外開立異常訪店報告，並強化輔導直至複檢合格。

● 店鋪衛生抽檢制度



食品安全訓練課程與法規講座

安心食品秉持對顧客食品安全品質的承諾，持續透過衛生稽核管理團隊不間斷地落實店鋪現場衛生管理稽核外，內部也定時舉辦食品安全衛生訓練課程，藉由課程交流研討，讓店長們更加理解與重視餐飲製作現場，從食材製備、器具清潔、人員健康管理、環境衛生要求等各項管理。2025年內部教育訓練課程研討共舉辦4場，參與人數為43人，並特聘請衛生主管機關所認可之辦理機構，進行食品安全衛生管理法規及食品良好衛生規範準則內容進行專題講座，共計舉辦5場，參與人數為374人。2025年為落實食品安全教育訓練並降低人力影響，安心與衛生主管機關所認可之辦理機構溝通，除執行4場實體課程並搭配1場次線上學習平台課程為無法出席實體課程的店長補課，確保每位店長均落實食品安全衛生教育訓練。

我們堅信透過食品安全訓練課程與法規講座，讓安心食品的夥伴確實掌握最新的食品法規內容，同時強化店鋪食品風險管理能力與增進食品衛生安全知識，是有效降低食安風險管控的方法之一。

項目	2023		2024		2025	
	場次	人數	場次	人數	場次	人數
內部課程	2	26	2	47	4	43
外部課程	5	378	5	337	5	374

2.7 店鋪HDCS訪查機制



「親切」、「美味」、「整潔」及「速度」(Hospitality, Delicious, Cleanliness, Speed, 簡稱HDCS)一直是安心食品服務顧客的核心價值。安心食品由營業檢核課負責店鋪稽核,並輔導店鋪夥伴依循標準作業流程,以兩個月為一週期評核店鋪HDCS與食品安全衛生,全年不間斷地評核全台所有店鋪。營檢課於檢核當下會直接給予店鋪夥伴建議,指導其正確操作方式,並要求店鋪需於一週內回覆改善結果,持續確認前期缺失改善後的維護狀況。2025年度共執行4次週期訪店。安心食品自2016年起,每年平均訪店評核至少4次以上,總累計訪店次數達40次以上。此外,營業檢核課會提供HDCS週報,讓店鋪更清楚自己目前的排名狀況,以追蹤店鋪改善情形,並適時提醒店鋪,預防發生異常狀況。針對每半年2次評分低於70分之C級店鋪,營業檢核課將會同區經理入店輔導店長,每月追蹤進度狀況和解決需協助的問題,並於每一週期確認改善狀況,加強店鋪的輔導。

即時排名

每週訪評依序排名讓店鋪更清楚自己目前的排名狀況。

HDCS週報

時事提醒

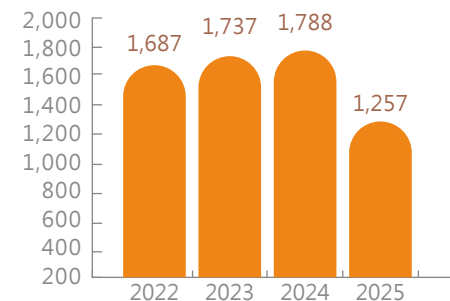
即時的重要事項提醒以預防發生異常狀況(食安、品質)。

改善追蹤

每週追蹤改善進度,未繳店提醒及催繳務必完成改善。

● 店鋪HDCS訪查執行

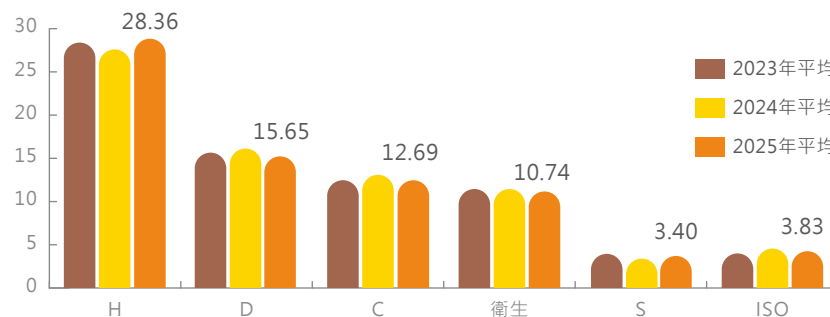
■ 年度總店數



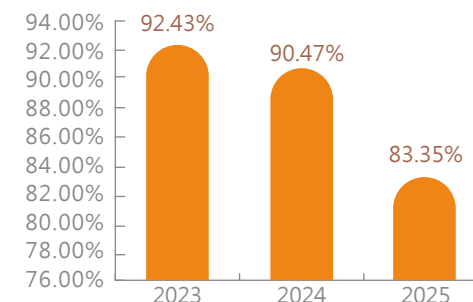
● HDC訪店店數

HDCS	2023年平均	2024年平均	2025年平均
H	28.22	28.05	28.36
D	15.82	15.98	15.65
C	12.78	12.80	12.69
衛生	11.17	11.02	10.74
S	3.40	3.17	3.40
ISO	3.95	3.99	3.83
年度平均	75.33	74.89	74.66
年度總店數	1,788	1,768	1,257

● 歷年全店HDCS訪店分數分布(單位:分)



● HDCS各項分數分布圖



● 歷史保存期限合格率

保存期限表
每日檢查三次

各區自行
檢查保存期限

保存期限系統
落實使用

準備量採
少量多次,配合
時段規劃進行準備

凌晨保存期限
到期商品於
打烊確實LOSS

● 保存期限評核基準

2.8 氣候變遷風險管理與對策



氣候變遷議題對安心食品的重要性

2024年，世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF) 發布《全球風險報告》，指出在未來10年內，全球最可能發生的前五大風險分別為：自然災害及極端天氣事件、地球生態系統的巨變、生物多樣性減少、自然資源短缺，以及假訊息與錯誤訊息。前四項風險皆與氣候變遷密切相關，顯示環境議題仍將是全球未來的重大挑戰之一。而「淨零排放」的趨勢也促使各產業不得不重視氣候變遷可能帶來的衝擊與危機。

根據許多研究及專家學者的建議，餐飲業可透過減少使用高碳排放的食材（如牛肉）、有效減少剩食，以及提升廚房設備的能源效率來降低碳排放。為此，安心食品積極進行氣候變遷風險管理，釐清氣候變遷可能對餐飲業造成的影響，並針對潛在危機採取預防措施。同時，公司亦期望在應對風險的過程中尋找轉型契機，為餐飲業的永續發展貢獻心力。

氣候變遷調適

2015年國際金融穩定委員會成立氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 工作小組，其任務為擬定一套具一致性的自願性氣候相關財務資訊揭露建議，協助投資者與決策者瞭解企業的重大風險，並可更準確評估氣候相關之風險與機會。安心依循TCFD公布之氣候相關財務揭露建議書架構：治理、策略、風險管理、指標與目標四大範疇揭露氣候相關資訊。

治理

▶ 安心針對氣候相關風險與機會的治理。

策略

▶ 氣候相關風險與機會對於安心的業務、策略和財務規劃的實際和潛在衝擊。

風險管理

▶ 安心鑑別、評估和管理氣候相關風險的流程。

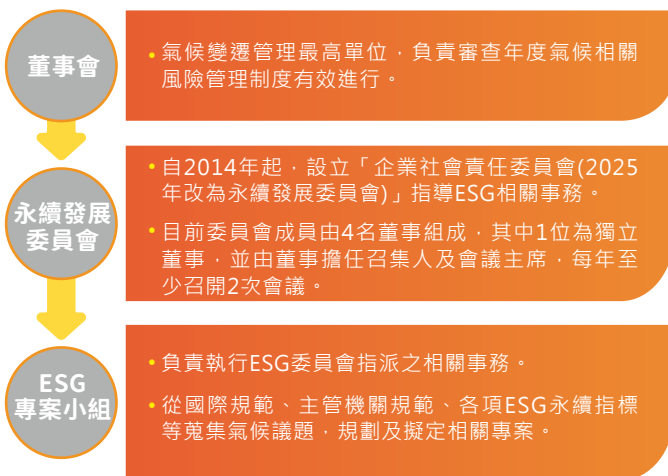
指標和目標

▶ 用以評估和管理與氣候相關風險與機會的指標和目標。

● 管理架構

2.8.1 氣候變遷治理

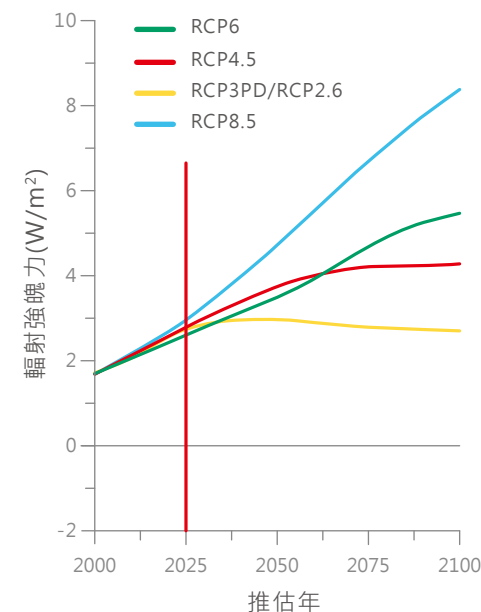
● 管理架構



2.8.2 氣候變遷策略

2015年12月，近200個國家透過《巴黎協定》中和工業化前平均溫度，確保全球平均升溫不超過2°C，並將升溫幅度控制在1.5°C以內做為目標。政府間氣候變化專門委員會 (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 針對1.5°C的科學問題撰寫了一份特別報告，並於2018年發表，強調0.5°C的差異會如何影響數百萬人的生命。2019年歐盟宣布綠色新政後，無形促成2020年國際間競逐淨零排放 (Net Zero)。安心依照IPCC第5次評估報告 (Assessment Report 5, AR5) 中，以「代表濃度途徑」(Representative Concentration Pathways, 簡稱RCPs) 定義未來氣候變遷的情境，選定RCP2.6及RCP8.5風險之情境^(註23)。

(註23) AR5中共有四種假設情境，分別為RCP2.6、RCP4.5、RCP6及RCP8.5，代表每平方公里的輻射強迫力在2100年增加了2.6、4.5、6、8.5瓦。



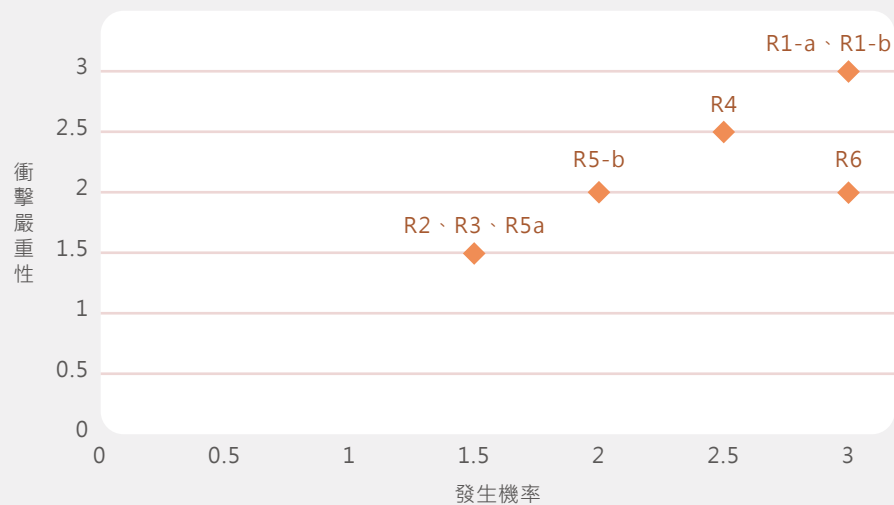
● 實體風險與轉型風險的兩難：

溫室地球情境更多實體風險 ↕ 低碳經濟情境更多轉型風險	使用情境	情境描述	21世紀末	排放量管制
	RCP8.5 (溫室氣體高度排放的情境)	極端氣候損害店鋪、產地風險，包括颱風或豪雨造成的淹水災害、坡地災害及海岸災害，形成常態。	4°C (全球暖化維持在工業化前升溫4°C)	排放量大幅上升
	RCP2.6 (暖化減緩的情境)	- 氣候變遷導致降雨分布不均，可能提升乾旱的頻率與強度，造成水資源短缺，進而影響農田用水量，造成農田休耕。 - 氣候變遷導致氣溫分布不均，可能提升農產品供應不穩，進而影響供貨穩定及品質。	1.5°C (全球暖化維持在工業化前升溫1.5°C以內)	排放量大幅下降

● 氣候相關風險鑑別

NO.	類型	風險類型	風險驅動因素
R1-a	轉型風險	政策與法規	● 國內碳費徵收與法規報導義務強化，導致營運成本增加
R1-b			● 店鋪油煙與廢棄物排放不合規，面臨訴訟與罰鍰風險
R2		技術	● 轉型低碳營運（如外送物流電動化）之初期設備投資成本高
R3		市場	● 舊型供應鏈因氣候高溫減產，面臨能源與採購成本過高之淘汰風險
R4		名譽	● 利害關係人對生物多樣性與環境永續的關注增加，未達標衝擊品牌形象
R5-a	實體風險	立即性	● 極端天氣事件（如強降雨、颱風）頻率增加，導致店鋪修繕與停業損失
R5-b			● 異常高溫日數創新高，導致店鋪電網壓力、設備耗損與電力成本激增
R6		長期性	● 降雨模式變化與平均氣溫上升，引發糧食通膨，衝擊在地食材供應韌性

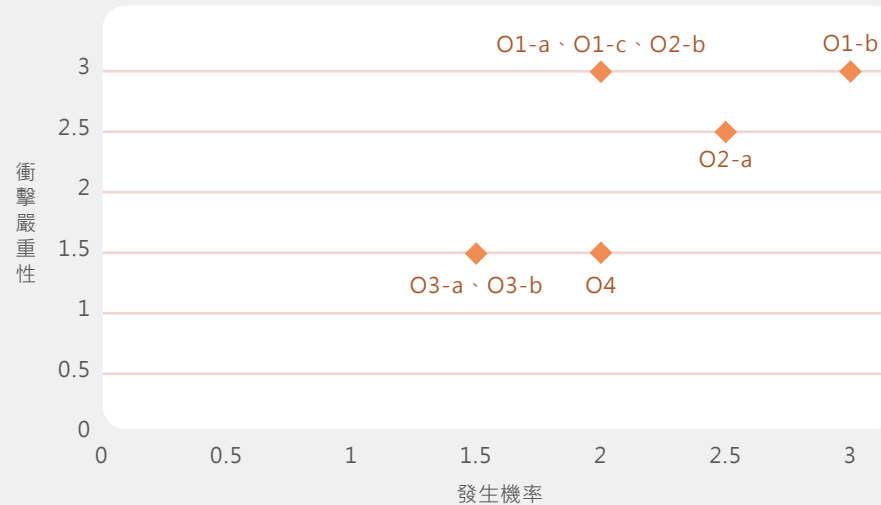
● 氣候相關風險矩陣圖



● 氣候相關機會鑑別

NO.	類型	風險類型	風險驅動因素
O1-a	機會	資源效率	● 導入生成式AI預測點餐與庫存，極小化食材耗損（Loss率）
O1-b			● 廚房設備自動化與中央工廠集中處理，提升生產與低碳物流效率
O1-c		產品和服務	● 提升既有與新設店鋪之能源與省水效率（如LED、變頻空調、省水標章）
O2-a			● 順應綠色消費偏好，開發與推廣「碳足跡標籤」及植物基低碳餐點
O2-b		產品和服務	● 支持在地農漁業、契作低碳、溯源食材
O3-a	市場	市場	● 善用公共部門低碳產業補助，爭取政府節能與國際化獎勵津貼
O3-b			● 將台灣成功之低碳綠色智慧營運模式複製、出口至海外新興市場
O4	韌性	韌性	● 建立「多元物料庫」與彈性供應鏈，應對氣候變遷引發的肉品價格波動

● 氣候相關機會矩陣圖



● 氣候變遷風險對策略、營運及財務規畫之影響

風險編號	類別	類型	影響期程	對於公司特性描述	影響類型	財務影響之情境描述
R1-a	轉型風險	政策和法規	短期 (1~5年)	台灣氣候變遷因應法上路，開徵溫室氣體排放定價，且SBTi內部碳定價標準趨嚴。	營業費用增加	針對企業開徵碳費，以2024年度碳排放量為例，若未符合優惠條件，基本營運費用至少增加9,097.8仟元(註24)。若加計內部碳定價（ICP）規畫，預估營運成本將增幅 15% 以上。
R1-b				環保法規日趨嚴格，店鋪若因油煙或廢棄物排放不合規，將面臨裁罰。	營業費用增加	若違反《空氣污染防治法》相關規定遭主管機關裁罰，預估單次罰鍰與改善訴訟成本約為新臺幣 100 至 1,000 仟元。
R2		技術		為因應淨零碳排，外送服務需全面轉型使用電動機車，引發初期資本投入壓力。	營業費用增加	全面汰換或購置電動機車提供外送服務，將導致初期資產折舊與維護費用增加。
R3		市場	中長期 (5~10年以上)	傳統舊型農場因能源成本與氣候調適能力不足面臨報廢，影響本公司既有採購穩定度。	資產提前報廢與成本上升	既有合作之舊型農場若遭淘汰，本公司需認列相關合作資產減損，且面臨轉型智慧農場、食品工廠之市場溢價，造成營運獲利受衝擊。
R4		名譽		TNFD（自然相關財務揭露）趨勢興起，消費者與股東要求更透明的「生物多樣性」足跡，未達標將引發負面輿情。	營業收入減少	若無法提供食材溯源之生物多樣性證明，品牌溢價力與永續形象將下降，預估導致 3%~5% 的潛在營收流失。
R5-a	實體風險	立即性	短期 (1~5年)	強降雨、颱風等極端天氣事件發生頻率增加，引發店鋪硬體修繕與被迫停業。	營業收入減少	天災引發的店鋪修繕、硬體損毀與暫停營業，單店損失預估增加至 1,500 仟元。
R5-b				夏季高溫日數持續創新高，導致店鋪空調負載過重、電網壓力與設備耗損加快。	營業費用增加	高溫導致店鋪空調電力成本增加12%，且加速廚房與空調設備之汰換與維修頻率。
R6		長期性	中長期 (5~10年以上)	降雨分布不均常態化與氣候乾旱，引發全球與本地糧食通膨，影響米與在地蔬菜供應。	營業成本增加	乾旱導致在地食材採購成本上漲 10%~15%，需額外投入預算於供應鏈分散化管理。

(註24) 根據環境部公告，若列管企業未符合優惠條件，則每公噸碳排放需繳納新臺幣300元。
安心食品尚未被納入列管企業，未來將持續關注法規變化，並根據自主減量計畫爭取優惠費率。

● 氣候變遷機會對策略、營運及財務規畫之影響

類型	類別	類型	影響期程	對於公司特性描述	影響類型	財務影響之情境描述
O1-a	機會	資源效率	短期 (1~5年)	導入生成式 AI 預測系統與數位化庫存管理，精準控管每日店鋪進貨與盤點。	降低營運費用	透過 AI 智慧庫存管理，預計可有效降低食材 Loss 率（耗損）20%，進而提升整體毛利率約 1.5% ~ 2.2%。
O1-b				廚房設備升級自動化，並由中央工廠統一處理配送；物流端全面採用電動車，提升產能。	降低營運費用	自動化與集中製程提升生產效率、降低店鋪現場勞力負載，結合電動綠色物流可大幅降低碳排與運輸成本。
O1-c				店鋪照明全面採用 LED 燈、紅外線感應，空調改用變頻，並逐步更換為金級省水標章設備。	資產價值增加	提升既有及新設店鋪之節能省水效率，雖有初期資本支出，但中長期可顯著降低水電營業費用。
O2-a		產品和服務		消費者偏好標註「碳足跡」與「再生農業」食材，積極推出蔬食、植物基及低碳排（雞、魚）餐點。	市場需求增加	推出具備「碳標籤」的米漢堡與植物基系列，預計吸引綠色消費族群，每檔新品預計帶動營業收入增加約 23,490 仟元。
O2-b				支持在地農畜漁業（如櫻花蝦、香吉士、美濃香米），推動低碳足跡餐點以促進餐點需求。	市場需求增加	持續使用台灣優質在地原料推出節令新品，提升品牌在地連結度，預估可使營業收入增加約 46,068 仟元。
O3-a		市場		積極響應政府綠色轉型，申請低碳產業與節能設備更新之補助。	資本獲得增加	申請政府「低碳產業國際化」等相關專案補助，預計可獲得資本或資金挹注增加 10,000 仟元。
O3-b			中長期 (5~10年以上)	將台灣安心智慧農場與食品加工廠之低碳綠色經營模式，成功複製並出口至海外新興市場。	營業收入增加	透過國際綠色品牌認證打破貿易壁壘，切入海外綠色餐飲藍海市場，擴大全球營收規模。
O4		韌性		與多位農民、屏東食品加工廠及多元供應商策略結盟，建立氣候應變「多元物料庫」。	供應鏈穩定	當傳統肉品或食材因氣候變遷減產漲價時，能迅速切換為智慧農場供應或低碳替代方案，控制營業成本，確保獲利平穩。

2.8.3 氣候變遷風險管理

為因應氣候變遷與能源供應的潛在危機，安心食品結合環境、社會/人權與公司治理等面向，積極推動節能減碳及節水相關專案，並鑑別氣候變遷相關風險、採取因應措施，以開發低碳蔬食商品與服務，強化氣候韌性，並建立永續發展文化。為因應氣候變遷對企業營運所帶來的衝擊，並具體揭露相關資訊，安心食品自2019年起即依循TCFD（氣候相關財務揭露）建議書架構，展開氣候變遷相關資料之蒐集、風險鑑別與財務影響評估，藉此降低風險、掌握轉型與創新機會。

● 氣候變遷風險矩陣分析流程

蒐集

永續發展委員會依循TCFD之氣候相關風險、機會與參考標竿企業為基礎，歸納出16項氣候風險與機會。

鑑別

將16項氣候風險與機會，進行檢視篩選出8項氣候風險、8項氣候機會，進行深入的氣候情境分析。氣候相關風險與機會之管理，將企業各層級的權責與分工內化到公司管理流程。

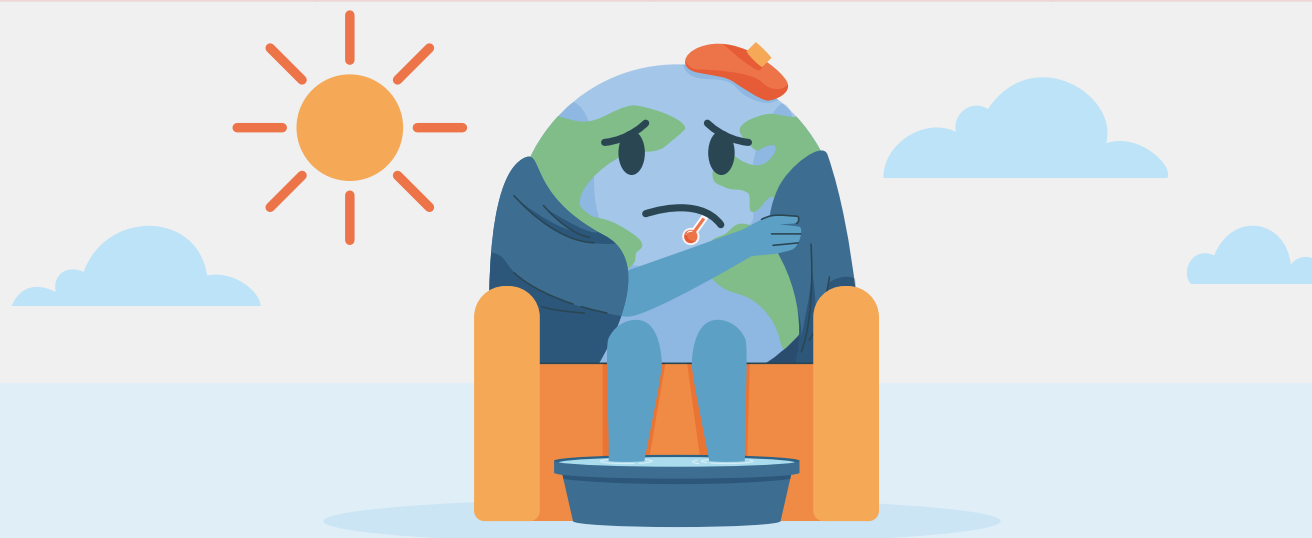
評估

召集公司內業務相關單位，進行討論，鑑別氣候風險與機會，以衝擊嚴重性和發生機率等二大面向進行評估。

2.8.4 氣候變遷指標與目標

為有效管理氣候變遷相關風險與機會對安心的衝擊，我們依循國發會公布的「台灣2050淨零排放路徑及策略總說明」，除完成能源效率提升、安心智慧農場之目標外，我們也規劃廠商安裝智慧電表，用以監測用電狀況；此外，安心食品也依循台灣2050淨零轉型的四大轉型當中的能源轉型政策，規劃設置儲能設備。

SDGs	關鍵績效指標	2025年管理目標	2025行動計畫	2025年成效	中長期目標
	提升能源效率	銷售密集度 < 7.45度。	淘汰能源較差的設備，持續提高能源效率。	- 未達到目標，銷售密集度9.71。 - 汰換144台室內機及室外機。	為降低銷售密集度，將持續汰換設備，以提升能源效率。
	建立短鏈供應鏈	結合安心智慧農場食材推出新品，擴大生產規模與通路。	擴大安心智慧農場生產規模與通路布局。	- 安心智慧農場年產49,659噸。 - 安心農場蔬菜行銷至零售通路如：家樂福超市、光鮮超市，推出多款安心樂活蔬菜盒、袋裝蔬菜等。	- 持續研發、試種並穩定量產作物，並建立作物標準規範書。 - 持續致力於強化安心智慧農場的市場能見度與通路佈局。 - 舉辦摩斯產地之旅，推廣從產地到餐桌的食農教育。 - 擴大摩斯漢堡、關係企業及外部通路的蔬菜需求。 - 讓更多消費者品嚐安心、健康且高品質的蔬菜，並享受健康食材的美味。



2.9 自然與生物多樣性

前言

全球對於自然保育與永續利用的重視與日俱增，因此，企業在推動生態系統韌性與永續發展中扮演關鍵角色。在《生物多樣性公約》第十五屆締約方大會(COP15)上，聯合國通過《昆明-蒙特婁全球生物多樣性框架》，以「人與自然和諧共生」為2025年全球願景，並制定4項長期目標及23項2023年前須達成的行動目標。

為落實《昆明-蒙特婁全球生物多樣性框架》行動目標，安心食品依循TNFD框架，從治理、策略、風險管理、指標與目標四大面項揭露自然相關資訊。

自然議題對安心食品的重要性

生物多樣性是全人類珍貴的資產，透過保育或復育生態將有助於減緩氣候危機，對農業發展、糧食問題、水資源、健康衛生以及經濟永續發展具正面意義。

自然與氣候行動重要里程碑

- 依GRI揭露環境資訊
- 進行溫室氣體盤查
- 通過ISO50001能源管理系統驗證
- 揭露TNFD

治理

目標：將自然議題納入董事會與管理層的決策流程。

- 董事會監督：安心食品將自然資本與生物多樣性議題納入「永續發展委員會」之管轄範圍。由董事會定期聽取關於氣候變遷及自然資源（如水資源、農產品供應穩定性）對公司營運影響的匯報。
- 管理層職責：由總經理召集各部門（採購、品保、研發、營運），負責執行「永續供應鏈管理政策」。針對農漁產品的採購，建立嚴謹的自然風險評估機制。

策略

目標：辨識營運過程對自然的依賴與衝擊，並制定因應策略。

自然依賴性分析：

- 生態系統服務：安心食品高度依賴健康的土壤（蔬菜、米）、淡水（食材處理及清洗）及授粉服務（蔬果產量）。
- 原物料供應：食材來源（如：產銷履歷蔬菜、雨林聯盟咖啡豆）直接受生物多樣性健全程度影響。

自然衝擊管理策略：

- 在地採購與契作：推動「在地食材、契作農場」，減少長途運輸碳排，並透過產銷履歷確保耕作方式不破壞當地生態。
- 低碳與環境友善菜單：研發植物肉堡及海洋友善產品，減少畜牧業與非法捕撈對自然的負擔。
- 門市綠化與減塑：落實廢棄物分類、循環餐具應用及門市節能導引，減少營運對周邊自然環境的負面壓力。

風險與衝擊管理

目標：描述辨識及評估自然相關風險與機會的流程（參考 LEAP 方法學）。

實體風險：

- 極端氣候影響產地：乾旱或洪災導致契作農場減產、食材成本上升。
- 病蟲害風險：生物多樣性下降可能導致特定作物抗病力減弱，威脅供應鏈韌性。

轉型風險：

- 法規要求：國際及國內對生物多樣性揭露及塑膠包裝限制的法規趨嚴。
- 消費者意識：消費者日益青睞具有環保標章或友善環境認證的餐點。

機會：

- 永續品牌溢價：透過TNFD揭露，強化安心食品「安全、健康、環保」的品牌價值。
- 供應鏈韌性提升：透過支持環境永續農業，確保原物料的長期供應穩定。

指標與目標

目標：量化追蹤管理成效，設定短中長期轉型計畫。

核心衡量指標：

- 永續採購率：具備產銷履歷、有機、或雨林聯盟認證之食材佔總採購額比例（目標：逐年提升3-5%）。
- 水資源管理：店鋪用水強度降低率（目標：2030年較基準年減少5%）。
- 廢棄物管理：廢棄物回收率及包材減塑百分比。

具體目標 (Targets)

- 2025年：全面檢視供應鏈中具有高度自然風險的關鍵物料（如咖啡、棕櫚油、特定魚類）。
- 2030年：達成在地採購比例 95%以上，並推動100%供應商簽署永續採購承諾書。
- 願景：實現「自然正成長 (Nature Positive)」發展，確保公司在提供美食的同時，亦能促進生物多樣性的恢復。

2.10 國際財務報導準則第S2號 (IFRS S2) 氣候相關揭露

治理

- 目的：揭露用於監控、管理及監督氣候相關風險與機會之治理流程與控制。
- 董事會監管由「永續發展委員會」負責監督氣候變遷相關策略，成員包含獨立董事，每年至少召開二次會議。
- **董事會審閱氣候相關財務風險評估報告，並將其納入公司年度經營計畫與預算審核。**
- 管理階層職責：由總經理擔任氣候風險小組召集人，負責跨部門的減碳執行計畫。
- 績效連結：逐步規劃將氣候目標（如節電率、廢棄物減量）納入管理階層的績效指標與薪酬考量。

策略

- 目的：揭露氣候相關風險與機會對經營模式、價值鏈及財務狀況之影響。

1. 氣候相關風險與機會辨識

根據 IFRS S2，安心食品辨識之關鍵項目如下：

類型	風險/機會項目	潛在財務影響
轉型風險	法規/低碳轉型：台灣碳費徵收或塑膠包材禁用政策加嚴。	營運成本增加、包裝研發費用上升。
實體風險	極端天氣：颱風或乾旱導致農產食材（如生菜、牛肉）減產。	採購成本大幅波動、供應鏈中斷。 吸引綠色消費者，提升品牌競爭力與營收。
氣候機會	低碳產品：發展蔬食（植物肉）產品線。 能源效率：門市導入節能設備與智慧電網。	長期降低電費開支與碳負擔。

2. 氣候韌性（情境分析）

- 公司採用 IPCC RCP 8.5（高溫情境）及 IEA NZE 2050（淨零轉型）進行情境測試。
- 評估結果：主要弱點在於上游食材供應受氣候災害影響的比例較高。公司已規劃多元供應商策略以分散地理風險。

風險管理

- 目的：揭露辨識、評估、排序及監控氣候相關風險與機會之流程。
- 辨識程序：每年結合各部門進行風險普查，透過「影響程度」與「發生可能性」矩陣，篩選出具重大財務影響之氣候風險。
- 整合機制：氣候風險已正式納入公司之「整體企業風險管理（ERM）」框架中，不再視為單一環保議題。

控管行動：

- 針對實體風險：強化冷鏈倉儲設備與緊急採購應變計畫。
- 針對轉型風險：逐步淘汰高能耗廚具，改用節能變頻設備。

指標與目標

- 目的：揭露用以衡量、監控及管理氣候相關風險與機會之指標，以及達標進展。

1. 溫室氣體排放指標

- 範疇1：瓦斯、公務車燃料。
- 範疇2：門市用電（主要排放來源）。
- 範疇3：食材採購（牛肉、蔬菜之碳足跡）、配送運輸、廢棄物處理。
- 依金管會時程，安心食品應優先揭露範疇1與2，並逐步完善範疇3數據。

2. 行業特定指標

- 能源管理：各分店平均單位面積用電量。
- 包材管理：原生塑膠使用減量比率。
- 低碳營收：逐年提升蔬食產品占總營收之百分比。

3. 氣候目標

- 短期：2026年前完成全台門市碳盤查與能源診斷。
- 中期：2030年範疇1和範疇2排放量較基準年減少1%。
- 長期：配合國家政策，朝2050淨零排放的願景前進。



2.11 溫室氣體及能資源管理



安心食品依據溫室氣體盤查議定書 (Greenhouse Gas Protocol, GHG Protocol) 進行盤查，2025年溫室氣體排放量為30,326.147公噸 CO₂e，其中直接排放量(範疇一)為1,437.2454公噸 CO₂e，能源間接排放量(範疇二)為28,851.4600公噸 CO₂e。

項目	單位	2024	2025
總排放當量 ^(註25)	公噸CO ₂ e	30,637.267	30,326.147
直接排放 ^(範疇一)	公噸CO ₂ e	1,038.6766	1,474.6867
能源間接排放 ^(範疇二) ^(註26)	公噸CO ₂ e	29,598.5906	28,851.4600
溫室氣體排放密集度	公噸(CO ₂ e/百萬元)	5.07	5.00

(註25)資料涵蓋範圍：本公司個體公司財報範圍之所有範疇一及範疇二排放量。若以2025年產業電力排放係數0.466kgCO₂e計算，則2025年總排放當量為29,839.202公噸CO₂。本報告書所揭露範疇1及範疇2溫室氣體排放尚未經確信機構執行確信，往後如有資訊更正，將更正於證交所/櫃買中心之ESG數位平台及最新年度永續報告書不另公告，最新數據請以ESG數位平台、最新版永續報告書為準。

(註26)為使數據統一，2025年暫時使用2024年之電力排放係數0.474kgCO₂e。若以2025年產業電力排放係數0.466kgCO₂e計算，則範疇二排放量为28,364.5154公噸CO₂。

2025年度安心食品所使用的外購電力為6,087.15萬度，消耗能源總量為226,481.65GJ，外購電力百分比為96.72%，再生能源使用率為0%，統計範疇包含全台店鋪、總部、食品檢驗中心、安心學院、智慧農場及屏東工廠。

● 電力使用與溫室氣體排放

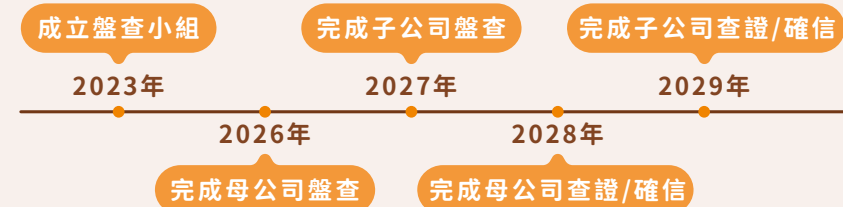
項目	單位	2023	2024	2025
電力度數	度	54,854,362	56,659,600	60,871,500
次級能源 ^(註27)	百萬焦耳	197,475,703	211,151,330	219,137,400
電力密集度	度/店鋪數	180,442	186,995	204,955
電力密集度	度/平方公尺	996	1,130	1,105
類別二溫室氣體排放量 ^{(註27)(註28)}	噸CO ₂ e	27,098	26,857	28,427
溫室氣體排放強度	噸CO ₂ e/仟元營收	0.0046	0.0045	0.0047

(註27) 次級能源為外購電力，統計範疇包含全台店鋪、總部、食品檢驗中心、安心學院、智慧農場及屏東工廠。數據統計區間為2025年帳單發生期間。

(註28)2025年的電力排放係數為0.467kgCO₂/kWh。

2.12 溫室氣體盤查

本公司依循金管會的要求，已在規畫溫室氣體盤查作業，依GHG Protocol(溫室氣體盤查議定書)標準導入溫室氣體盤查系統，預計以完成合併報表申報年2026年為基準年，將溫室氣體盤查和查證/確信，分階段進行(確定時程依顧問、查證/確信公司規劃為準)，目前規劃如下：



依據金融監督管理委員會（下稱金管會）2022年3月3日正式發布之「上市櫃公司永續發展路徑圖」，分階段推動全體上市櫃公司於2027年完成溫室氣體盤查，2029年完成溫室氣體盤查之確信，營造健全永續發展(ESG)生態體系。安心食品雖列為第四階段—需於2027年完成盤查之資本額50億元以下上市櫃公司之合併報表子公司，惟安心食品基於貢獻人類、貢獻社會之核心理念，仍優於法規要求，提早於2023年度積極啟動溫室氣體盤查、依GHG Protocol導入溫室氣體盤查管理系統，以安心總部(芙蓉大樓、食品檢驗中心、吉林研修中心、吉林研發廚房)、門市示範店2間(高鐵桃園店、中華店)等六處為示範點，透過示範店訪視及東訊數位平台建立基本執行架構，並於2024年首次完成個體公司報表邊界之盤查。

本公司採取營運控制法進行盤查，2025年之盤查資料，已於2026年4月完成初步盤查。接下來除了開始進行合併報表邊界的調查、相關資料收集準備外，亦將為後續確信作業開始籌備規劃，並持續精進、了解有關範疇三盤查的規定，以期達成主管機關要求。未來，安心食品將持續推動節能淨零碳排，透過企業永續情報分享、不定期相關議題專題報導，完善企業永續發展，從你我一起做起，共同為社會及地球盡一份心力。

2.12.1 溫室氣體盤查減量目標、策略及具體行動計畫

安心食品依金管會發布之上市櫃公司永續發展路徑圖規劃，擬設定以完成合併報表盤查之2026年資訊為基準年。預計於2030年前達到較基準年減量1%之目標。為達成減量的目標，將進行的策略及行動計畫有：

- 1 推廣節約能源，降低電力用量產生之溫室氣體排放，並逐步汰換老舊設備，以期達成電力用量較前一年減量1%。
- 2 控制並逐步減少使用化石燃料之店鋪數，期望每年使用化石燃料店數能較前一年減少2-3%。

2.13 能源管理系統

安心建立系統化的能源管理制度並成立「能源小組」，檢視依據能源目標、標的權責範圍，執行管理方案的規劃與改善作業，確保能源管理方案的執行及時程進度掌握，以及所屬運作符合能源管理系統要求。為確保 ISO 50001 相關能源管理系統持續改善且有效地執行，我們於2025年8月25日至8月29日進行內部稽核，並於9月18日進行年度管理審查。總部於2025年12月29日搬遷至台北市南港區世正經貿大樓，初期先以資料蒐集為主，由民生店持續維持驗證，並於2025年10月13日通過第三方公正單位SGS外部稽核，使證書有效期延續到2028年11月23日。總部做為管理單位，為持續深化能源管理素養，於7月17日至18日委由領導力企管安排內部稽核員訓練課程，包含總經理在內，共有43名總部與營運主管/夥伴完成訓練，藉由定期的訓練，以期達到落實能源管控的精神。民生店取得ISO 50001認證目的，在於成為實施能源管理系統的示範店鋪，其餘安心所有店鋪也比照民生示範店標準，遵循ISO 50001管理系統進行管理及能源控制，有效率管理能源使用方面，降低溫室氣體排放，進而達成節能減碳的目標。2025年度共制修訂3份程序文件及表單，安心採取各項預防性措施來實現對顧客承諾的能源管理，鑑別出10項對於安心之內外環境議題並進行風險評估，其中2項列入節能行動方案，並於當年度結案後，持續追蹤執行情形及有效性。

行動方案計畫名稱	負責人	目標	達成情形
總部節能方案 (冷凍管線疏通大保養)	庶務課	總部用電量較前一年減少1%	達成
空調設備及冷凍冷藏設備 散熱風機濾網清洗	工務課	店鋪降低耗能使用量1%	達成

● ISO50001證書



2.13.1 節能行動方案

策略目標與願景

安心食品致力於落實環境永續，目標將店鋪及總部的能源效率提升一倍。為達成此政策目標，我們透過量化績效管理與系統化節能行動方案，精準掌握能源使用狀況並持續優化。



新莊化成店

關鍵行動與執行成效

截至2025年底，安心食品於全台共設有297家摩斯漢堡店鋪。調理及空調設備占總電力消耗70%以上，我們針對該項目實施重點改善：

- **智慧化管理：**2020年起陸續導入「智慧廁所系統」，透過感應偵測精準控制照明電力，在提升顧客友善體驗的同時，優化能源使用效率。
- **硬體設備汰換：**
綠色門市設計：新設店鋪優先採用環保建材，並直接配置節能照明、空調及廚房設備。
既有店設備升級：每年有計畫地針對舊店進行改裝與空調單機汰換。截至2025年，累計完成978台空調室內外機之更新，顯著提升能源效率。
- **高效能廚具導入：**為兼顧營運效率與能源節約，我們導入高安全性且穩定油質的「高效能油炸鍋」及「大功率變頻微波爐」，不僅提升夥伴操作安全，更達到節能雙贏的效果。

● 歷年節能行動方案之碳減量效益

項目	單位	2023	2024	2025
室內機及室外機數量	台	695	834	978
預估每年節省之電力	度	2,607,640	3,468,161	4,067,000
預估每年節省之次級能源	百萬焦耳	9,387,504	12,845,830	14,641,200
碳減量效益(註28)	噸CO ₂	1,291	1,717	1,899

店鋪空氣品質提升專案

為響應2022年實施之「餐飲業空氣汙染防制設施管理辦法」，安心食品積極採取優於法規的環保措施：

- **法規遵循與超越：**我們於2021年已達成雙北地區（台北市、新北市）100%店鋪導入「至少兩道油煙抑制設備」（包含水洗煙及油煙靜電機）。
- **優化鄰里關係：**透過高效能淨化設備，有效減少營運場所異味排放，保護鄰里空氣品質，並持續規劃將此標準擴大至全國店鋪。

2.14 環保節能投資

衡量環保支出，可以追蹤與分析從事環境保護或降低環境衝擊所產生的花費，除幫助評估環保措施的效率外，也為內部成本效益提供有用的分析資訊。截油槽排水設備主要是將排放水中的油脂及其他不溶性物質阻隔，避免廚餘菜渣及油脂污染水溝。水洗、靜電式排煙設備為降低油煙及氣味排出污染空氣。安心食品於2025年持續對店鋪加強定期疏通截油槽、清洗排油煙設備、採購靜電式排煙設備等，以防範油煙及廢水污染環境事件的發生。

● 歷年節能行動方案之碳減量效益

項目	內容	單位	2023	2024	2025
採購環保材質	辦公用紙：使用具碳足跡標章紙張	仟元	336	346	344
	辦公用紙：使用具PEFC驗證認證紙張	仟元	55	55	55
清潔及廢棄物處理	廢棄物處理	仟元	31,299	33,212	31,017
	截油槽疏通	仟元	1,024	1,007	1,219
	排油煙設備清洗	仟元	460	857	4,139
	綠化植栽	仟元	940	985	808
清潔及廢棄物	油煙排放處理-靜電機、UV處理系統	仟元	7,407	10,243	39
	客席回收處理台	仟元	492	592	29
清潔及廢棄物處理	節能設備	仟元	34,272	65,374	5,734
總計		仟元	76,285	112,671	43,384

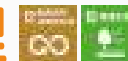
2.15 環境法規遵循

GRI 307-1

我們恪守各項相關之環保法令法規要求，全台店鋪共297家，仍難免有未盡周全之事宜，2025年無違反廢棄物清理法之事件。



2.16 紙張資源管理



安心食品積極推動數位轉型，減少紙張使用，但仍有諸多流程無法完全採行無紙化，因此，更換環保材質或輕量化使用量，減少碳足跡，降低環境衝擊。2025年總部影印紙使用PEFC森林驗證認可計畫紙張，藉由購買驗證紙張支持永續森林環保理念，降低營運對於環境衝擊的任何可能原因。產品碳足跡為產品的整個生命週期過程所直接與間接產生的溫室氣體排放量，因此，店鋪使用的影印紙張亦採取輕量化，由原本80磅一般紙張改成70磅產品碳足跡標籤影印紙。

為減少紙張的使用量，摩斯漢堡門市於2025年起，導入無紙化盤點，讓員工使用平板盤點，減少紙張的列印。

● 歷年紙張資源使用量

項目	單位	2023	2024	2025
PEFC森林驗證認可計畫使用量	張	87,619	80,638	79,257
產品碳足跡標籤使用量	張	1,342,854	1,258,632	1,248,517
總計	張	1,430,473	1,339,270	1,315,283

2.17 水資源管理



我們的水資源耗用主要為店鋪營運使用，水資源皆會經過高規格過濾水系統進行器皿清潔及清洗食材，降低任何可能汙染因子。安心強調食材新鮮，食材皆由產地直接送達店鋪再進行調理，因此，較其他餐飲業界使用較多水資源進行食材清洗。廢污水以餐廳廚房所產生為主，安心依據下水道用戶排水設備標準設置預先處理設備^(註29)、建築技術規則建築設備編餐廳之附設食品烹飪或調理場所之水盆及容器落水，應裝設油脂截留器，故全台摩斯店鋪皆有裝設疏通截油槽。2025年安心食品之總取水量為873,842.47立方公尺 (m³)，總耗水量為18,829.53立方公尺 (m³)，統計範圍包含全台店鋪、總部、安心學院、食品檢驗中心、智慧農場及屏東工廠。目前水資源使用數據發現總部大樓及營運據點發生缺水危機低於全球水平，均非屬具水資源壓力的地區。為盡可能減少不必要的水資源浪費，安心加強店鋪節水設施的管理及汰換，調整客席洗手台的水龍頭流量。

(註29) 預先處理設施：指處理下水，符合下水道機構公告下水道可容納排入之下水水質標準之設施。

● 水資源使用與用水密集度

項目	單位	2023	2024	2025
取水量 ^(註30)	噸	1,070,585.59	1,057,523.22	873,842.47
用水密集度	噸/店鋪數	3,163	3,490	2,942

(註30) 取水量以水費/實際用水量單價推估。

● 耗水量

項目	單位	所有地區	具水資源壓力的地區
總耗水量	m ³	18,829.53	N/A
儲水量之變化	m ³	0	N/A

● 依來源劃分取水

項目	單位	所有地區	具水資源壓力的地區
地表水(總量)	m ³	0	N/A
地下水(總量)	m ³	0	N/A
海水(總量)	m ³	0	N/A
產出水(總量)	m ³	0	N/A
第三方的水(總量) ^(註31)	m ³	873,842.47	N/A
淡水(≤1,000 mg/L總溶解固體)	m ³	873,842.47	N/A
其他的水(>1,000 mg/L總溶解固體)	m ³	0	N/A
總取水量	m ³	873,842.47	N/A

(註31) 第三方供水商為台灣自來水公司及台北自來水事業。

● 依終點劃分排水量

項目	單位	所有地區	具水資源壓力的地區
地表水	m ³	0	N/A
地下水	m ³	0	N/A
海水	m ³	0	N/A
第三方的水 ^(註32)	m ³	855,012.94	N/A
供其他組織使用的第三方的水	m ³	855,012.94	N/A
總排水量 ^(註33)	m ³	855,012.94	N/A

(註32) 排水的第三方單位是排入城市供水商合作的污水處理廠。

(註33) 安心食品為餐飲服務業，僅產生餐飲製程廢污水。

2.19 源頭減量管理

安心食品堅信解決廢棄物問題必須從「源頭減量」觀念出發，秉持永續經營理念，將減塑與無紙化策略落實於日常營運中。

2.18 廢棄物管理

解決廢棄物問題，首先以減量觀念出發，做到分類回收，最後才是廢棄物處理。安心正積極朝向資源永續目標，同時積極配合政府推動的限塑政策、垃圾處理政策、事業廢棄物管理政策、永續物料管理等政策，減少廢棄物的產出。

對外

推動一次性容器減量，攜手消費者守護環境

為達成一次性飲料杯減量目標，安心食品積極推行多元減量計畫：

- 環保杯回饋：安心推出「MOS環保杯一杯一點·讓地球更美麗活動」已超過10年，累計兌換超過138萬2仟杯，至少減少735萬3仟個紙杯及杯蓋的使用。2022年7月起，除配合政府法規調整為持環保杯現場折抵5元優惠外，更於世界地球日推出自備環保杯購買MOS café享半價之優惠。經統計，2025年當年共節省188萬1仟個紙杯及杯蓋的使用，2022年7月起累積至2025年12月共節省約543萬1仟個紙杯及杯蓋的使用。
- 循環杯服務：安心食品亦持續增加循環杯服務提供門市，截至2025年共計97家門市已導入循環杯，未來將持續擴大服務範圍。

對內

落實數位化管理，精進資源永續利用

在內部營運端，安心食品持續推動ISO各式表單線上化，從源頭減少大量紙張產生。目前已於線上系統建立包含：健康管理表、酒精擦拭檢查表、店鋪濾油換油登記表、生飲水過濾器濾心更換紀錄表、AJ淨水器設備濾心及壓力表登記紀錄表、製冰機清洗紀錄表，以及店鋪自主管理檢查表(P-004-08-02)等線上化表單。

單以「店鋪自主管理檢查表」論，根據2025年度每日平均使用店鋪約50間(持續增加中)，一年即可減少18,250張紙張產生。此外，透過新增「店鋪各項查驗表單管理行事曆」，不僅有效減少實體紙本需求，更能精進人力使用效率，達成資源永續利用之目的。

2.19.1 分類回收管理

環保已經成為全球性議題，做好垃圾分類與資源回收即是保護環境的第一步。安心食品依循「連鎖速食店業應設置資源回收設施規格及其他應遵行事項」與「事業廢棄物清理管理辦法」，用餐區回收設施設有明顯回收標誌，提醒消費者正確的垃圾分類。

2.19.2 廢棄物處理

安心遵循政府規定申報事業廢棄物清理計畫書，並依照廢棄物清理法規定繳納回收清除處理費。店鋪每天所產生的廢棄物皆會以不同類別記錄於「廢棄物登記表」每月回報總部，以利管控各類廢棄物的產生情形。2025年產生之一般性廢棄物量為4,283噸、資源性廢棄物為1,976噸、廢油量為497噸，皆會委託具行政院環保署所公告之許可清除處理機構進行廢棄物清運作業。

為確保店鋪使用之油炸油品質與衛生安全，各店每日離峰時段、閉店時進行油渣撈除與濾油作業，並使用總極性物質測定儀^(註34)確認油品品質，若達換油標準會進行更換，並且將更換後的廢油妥善保管，安心統一委託具行政院環保署所公告之許可廢油處理機構到店進行廢油回收，於每月發函給行政院環境保護署進行連鎖速食店業廢棄物分類回收量申報，並依法規公開廢食用油處理流向，讓消費者安心。總極性物質測定儀之總極性化合物含量 $\geq 21\%$ 以上、油品顏色過深、油品有黏漬及油耗味，或油溫低於 170°C 等符合以上條件之一，皆會立即進行換油作業。

此外，根據聯合國糧食及農業組織提出的內容，食品廢棄物減量最佳解決的方法為源頭減量，再來是再使用、再利用與循環使用，最後是焚化及掩埋；為落實廢棄物減量目標，安心食品於2025年即開始規劃，2026年初在部分店鋪開始試行導入廚餘機，處理完後的產物為乾燥粉末狀，體積較處理前減少90%以上，最後可直接丟入一般垃圾中，大幅降低清運頻率與減少碳排，節省垃圾袋與處置成本85%以上；同時，廚餘機具遠端管理系統功能，可隨時了解各項碳排數據、設備狀態，達到永續、節能、減碳。

(註34)總極性物質測定儀之總極性化合物含量 $\geq 21\%$ 以上、油品顏色過深、油品有黏漬及油耗味，或油溫低於 170°C 等符合以上條件之一，皆會立即進行換油作業。

● 歷年一般廢棄物量

項目	單位	2023	2024	2025
一般廢棄物	噸	4,262	4,368	4,283
一般廢棄物密集度	噸/店鋪數	14.02	10.83	14.42
	噸/平方公尺	0.08	0.08	0.03

● 歷年資源廢棄物量

項目	單位	2023	2024	2025
資源性廢棄物	噸	1,983	2,018	1,976
資源廢棄物密集度	噸/店鋪數	6.52	6.66	6.65
	噸/平方公尺	0.036	0.04	0.015

● 歷年一般廢油量

項目	單位	2023	2024	2025
廢油量 ^(註35)	噸	559	555	497
一般廢油量密集度	噸/店鋪數	1.84	1.83	1.67
	噸/平方公尺	0.01	0.01	0.004

(註35) 廢棄物統計量以每月實際平均值*每月實際店鋪數估算。

● 廚餘機導入狀況



連鎖速食店業
廢棄物分類回收量申報表





2.20 環境綠化管理

為了改善城市中「水泥森林」的型態，讓人得到舒適的生活環境，安心將店鋪門口、用餐區、窗台、街道等地方進行綠化。安心食品不只提供美味、健康的餐點，也期望透過企業影響力，帶動社會的正向循環，因此，對於用餐環境也極為用心，將店鋪門口、用餐區、窗台、街道等地方進行環境綠化，並定期聘請植物養護專業人員，協助店鋪的綠化管理，安心總部也會種植綠色植物，美化辦公環境。店鋪遇特殊節日，也會搭配主題節日運用植栽進行環境綠化佈置，創造優質的用餐環境體驗，改善城市樣貌，讓人得到舒適的生活環境，為環境美化與綠色地球盡一份心力。

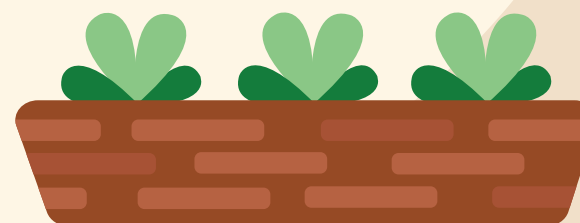
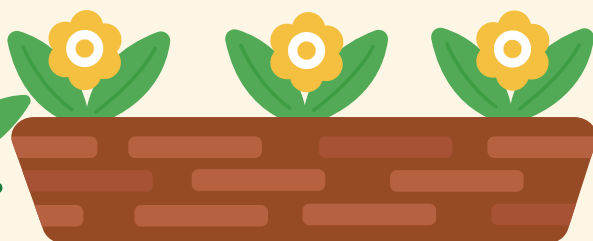


北新店



長安店

店鋪綠化管理



2.21 環境教育活動



2025年3月12日 摩斯漢堡34週年生日慶 夥伴們一同清掃維護社區環境

摩斯漢堡秉持服務人群、貢獻社會的理念，以社區環境清潔行動慶祝今年的312生日慶，全體總動員，邀請顧客一同參與，更連結社區打造幸福、健康、樂活的企業宗旨。



2025年4月30日、8月25日 摩斯漢堡邀請老鷹公主-林惠珊 一同提倡生物多樣性、支持友善動物食品

近年來，生物多樣性的議題日益受到全球關注。企業在追求發展的同時，如何確保業務不破壞甚至能保護生態，已成為一個必須正視的課題。摩斯漢堡為喚起消費者的生態意識，特別在2025年4月30日和8月25日，分別於西門成都店和店長月會，邀請農業部林業及自然保育署的「老鷹公主」林惠珊，分享台灣瀕危動物的處境與保護行動。摩斯漢堡希望透過支持友善動物食品，並推廣給民眾，共同為環境永續貢獻一份心力，也讓更多人關注並實踐生物多樣性的保護。



2025年5月14日 摩斯漢堡舉辦產地之旅 參訪美濃區農會「高雄147號米」

總公司和營運夥伴們於5月前往高雄美濃，展開產地溯源之旅，一同親身了解食材來源，體現摩斯從產地到餐桌的堅持，透過與在地農會及產銷單位的合作，致力於推廣台灣優質食材，共創永續價值。



2025年7月20日 摩斯漢堡攜雪霸國家公園舉行自然 環境教育講座《自然來一課：當摩斯遇見雪霸》

講師：麥覺明導演

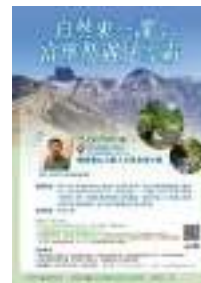
安心食品以山海日精神結合環境永續發展，再度攜手雪霸國家公園管理處，以「自然來一課：當摩斯遇見雪霸」為主題，於7月20日在台北生技園區的多功能廳，舉辦自然環境教育講座。此次活動特別邀請知名金鐘導演「麥覺明」講述《不必為我懸念 我在山裡》，用紀錄片來呈現鏡頭下的高山生態之美，引領民眾與大自然共處、共好，也邀請大眾一同守護珍惜美麗山林。



2025年12月13日 摩斯漢堡攜手雪霸國家公園， 舉辦生態保育講座《暢遊雪山山脈人文及生態之美》

講師：臺灣山岳雜誌總監 吳雲天

雪霸國家公園管理處與摩斯漢堡攜手舉辦生態保育講座，邀請您一起探索大自然的奧秘！以「暢遊雪山山脈人文及生態之美」為主題，於12月13日在摩斯漢堡美村向上店，舉辦自然環境教育講座。透過總監的分享，深入了解雪霸的壯麗山脈、人文歷史與生態之美，攜手守護自然資源！

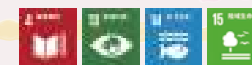


2025年9月12日 黃俊達店長號召嘉義區夥伴， 前往國小進行環境清掃。

9月12日，黃俊達店長號召全嘉義區共30位夥伴，一起去嘉義縣朴子市祥和國民小學進行環境清潔活動，沿著校園外掃了一圈，敦親睦鄰，鼓勵大家要多回饋社會。



MOS環境教育公益講座



初衷

在忙碌的現代社會中，人們常因工作與家庭的奔波而忽略了與家人的旅行，甚至在疲憊中逐漸喪失探索自然與體驗文化的動力。為了找回這份初衷，摩斯漢堡秉持著山（Mountain）、海（Ocean）、日（Sun）的精神，強調與大自然的密切連結，致力於將原始食材轉化為健康產品。摩斯希望透過舉辦公益講座，引領顧客深入認識台灣及世界各地的自然美景，並進一步探索豐富的在地文化，讓每一顆疲憊的心靈都能在自然的洗禮與文化的薰陶下，重新獲得放鬆的能量。

目標

- 希望摩斯的夥伴們可以保持終身學習，愛護地球的態度，在工作之餘，也透過聽講座，更認識台灣以及世界各地的山海日之美。同時，我們也邀請摩斯的顧客們一同參與，讓顧客們也一同學習。
- 結合聯合國永續發展目標SDG4(優質教育)、SDG13(氣候行動)、SDG14(保育海洋與海洋資源)以及SDG15(陸域生態)。

投入

- 人力與專業：
 1. 邀請專業講者（如：麥覺明導演、可樂旅遊專家）。
 2. 摩斯漢堡內部同仁的規劃與執行人力。
- 場地與通路：提供摩斯漢堡的空間和通路資源進行講座推廣。
- 合作對象：與雪霸國家公園、影視製作團隊、旅遊業者跨界合作。
- 教育推廣：舉辦多元主題講座：包含環境教育（山海日之美）、異國文化（日本鐵道物語）。
- 參與對象：內部：摩斯漢堡員工（鼓勵終身學習）。外部：摩斯漢堡顧客。

影響

- 知識提升：讓參與者深度認識台灣與世界的自然美景、歷史文化（如台日關聯）及動植物生態。
- 激發大眾走入自然、遠離 3C 產品的動力。
- 提升員工及顧客對於「山海日」大自然連結的品牌認同感。
- 提升生活品質：改善現代人因忙碌而忽略的身心健康，重建人與自然、人與家人的連結。
- 加強會員推廣、提升場地利用率及敦親睦鄰。
- 提升環境永續意識：透過教育轉化為行動，讓更多人愛護地球環境。
- 強化摩斯漢堡「健康、大自然、高品質」的品牌形象，將公益理念深植於顧客日常消費中。

產出

- ① 邀請老鷹公主-林惠珊來摩斯內部舉行2場演講，一同提倡生物多樣性、支持友善動物食品。
 - 講座主題：「用吃的也可以做生態保育：從黑鳶和草鴉談起」
 - 講師：老鷹公主 林惠珊
 - 時間：2025年4月30日、8月25日
 - 地點：西門成都店、公司內部店長月會



- ② 攜手雪霸國家公園管理處，舉行2場自然環境教育講座。
 - (1) 講座主題：「不必為我懸念 我在山裡」
 - 講師：麥覺明 導演
 - 時間：2025年7月20日
 - 地點：台北生技園區多功能廳
 - 參與人次：350人
 - (2) 講座主題：「暢遊雪山山脈人文及生態之美」
 - 講師：臺灣山岳雜誌總監 吳雲天
 - 時間：2025年12月13日
 - 地點：摩斯漢堡 美村向上店
 - 參與人次：100人



- ③ 攜手可樂旅遊舉辦2場環境教育講座。
 - (1) 講座主題：日本鐵道物語
 - 時間：2025年8月1日
 - 地點：摩斯漢堡 東興店
 - 參與人數：26名
 - (2) 講座主題：從運動看世界的文化旅程
 - 時間：2025年11月28日
 - 地點：摩斯漢堡 美村向上店
 - 參與人次：50人



- ④ 透過廖惠慶(甜碗豆五鋼琴重奏樂團的成員)的介紹，舉辦古蹟修復之旅講座。
 - 講座主題：茶金歲月 - 北埔姜阿新洋樓古蹟修復之旅
 - 講師：姜阿新教育基金會 廖惠慶
 - 時間：2025年11月29日
 - 地點：台北生技園區一樓
 - 參與人次：30人



特別
報導

安心智慧農場



安心食品為減少受到極端氣候的影響，確保食材供貨穩定及解決土耕農藥殘留等問題，率先其他速食餐飲業者成立了「安心智慧農場」，安心智慧農場屬於「全環境控制型」垂直農場，結合了水耕栽培、立體栽培、自動化管理、環境控制、LED照明或補光等技術，達到部門面積產能極大化、全年穩定生產，並節省水資源、克服連作障礙、土地與氣候限制。目前安心智慧農場量產之主要作物為波士頓奶油萵苣、紅橡木萵苣、綠火焰萵苣、紅火焰萵苣、皺葉萵苣、羽衣甘藍、綠橡木萵苣等十餘種品項，每年可生產約40噸，持續穩定穩態量產中，因應農場栽種技術研發需求，設有3座實驗栽種架，迄今研發試種之作物約30餘種。我們在堅守食品安全與美味的同時，安心食品不斷創新前行，期許自己成為連鎖速食業跨足植物工廠的領頭羊，更期待能夠在給予消費者全新的用餐體驗之餘，也帶動產業革新。



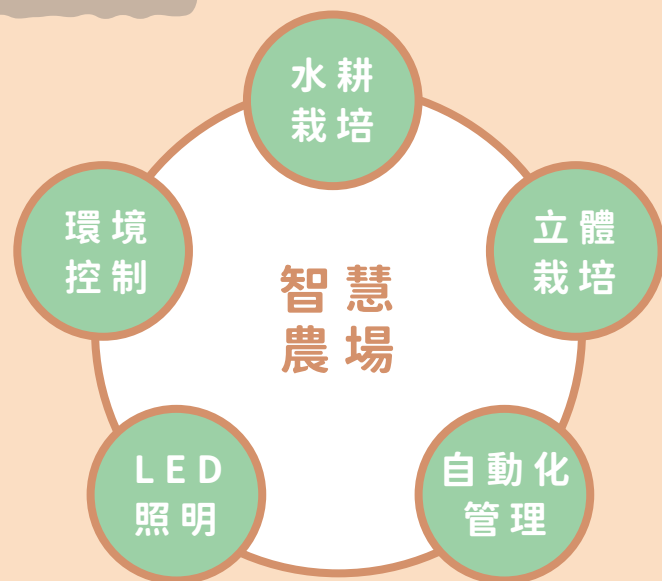
目

標

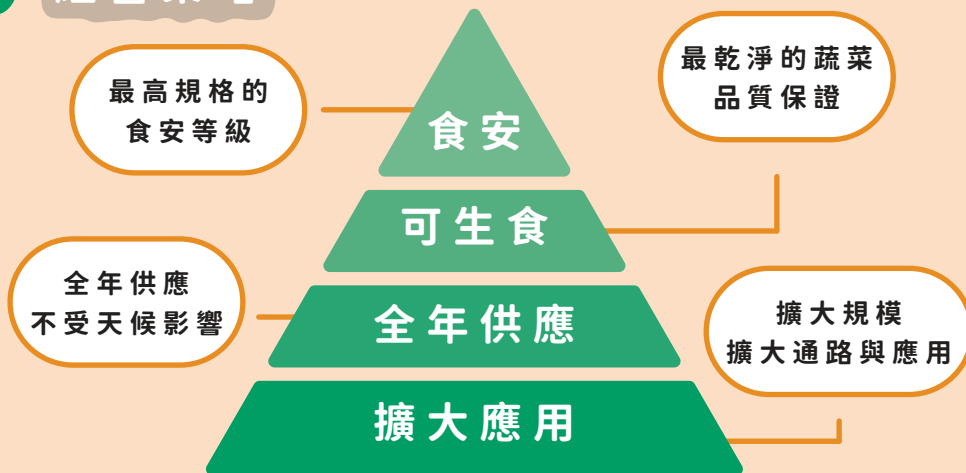
提供最適合漢堡使用的安心蔬菜



經營理念



經營策略



健康蔬菜特色

安心智慧農場打造全環控的植物工廠種植環境，嚴謹的環境控制讓農場全年穩定供應無農藥、無蟲害且衛生可靠的蔬菜。

1. 潔淨安全

以潔淨室等級室內環控種植，完全0農藥、0重金屬、0蟲卵、0寄生蟲的健康安心蔬菜。

2. 鮮嫩美味

嘗到的每一口都鮮嫩美味，讓不愛吃菜的小朋友都喜歡。

3. 輕鬆料理

省下食材挑菜清洗時間，使用乾淨飲用水微洗，即可享受到蔬菜最天然的滋味。



4. 新鮮健康

植株保有部與海綿，冷藏可放至8~12天（安心蔬菜相較一般蔬菜可保存更長時間。）

5. 智慧種植

以環控技術與數據收集分析調整至植物生長最適條件，可品質穩定供應每一批新鮮健康的安心蔬菜。

安心智慧農場歷史進程

since 2019年~



台北國際食品展宣布跨足智慧農業，開幕式以「安心智慧農場」為主題。

2023



- 擴大安心智慧農場生產規模與通路布局。
- 擴大安心農場蔬菜外銷通路，包含：高檔飯店、餐飲火鍋店、區域農產經銷商等，今年度下半年度將外售佔比從10%提升至25%，同時籌備安心農場蔬菜場二期擴建工程。預計再增加48公噸/年蔬菜產能，擴大摩斯漢堡、餐飲關係企業、外部通路蔬菜需求，讓安心、健康、高品質蔬菜讓更多消費者放心品嘗，享受健康食材。

2024



- 擴大安心智慧農場生產規模(年產84噸)與通路布局。
- 安心農場蔬菜行銷至零售通路如：家樂福超市、光鮮超市，推出多款安心樂活蔬菜盒、袋裝蔬菜等，讓更多人可以購買到安心智慧農場蔬菜。



- 建立LINE@官方帳號不定期分享產品資訊。

2025



- 擴大安心智慧農場生產規模與通路布局。
- 持續對台北市區高檔社區，或是各大辦公樓附近的輕食餐廳進行開發。這些區域有較多客群有意願消費水耕生菜。

特別
報導

打造優級連鎖餐飲品牌

安心食品一直以來致力於維護顧客飲食安全及提升食品衛生自主管理，積極參與各縣市衛生局所舉辦之「餐飲業衛生分級評核」^(註36)。安心食品的食材衛生管理、個人衛生管理、設備器具管理、環境衛生維護、製程與品質管制以及食安訊息揭露等六項自主管理(表一)，皆落實食品良好衛生規範準則(GHP)，超越食材健康、環境衛生、餐飲的高品質目標。安心食品主動積極參與各縣市衛生局辦理之「餐飲業衛生分級評核」，截至2025年為止，全國店鋪299家，依據各縣市評核計畫報名店鋪數量共299家^(註37)，全數取得餐飲評核認證，取證率達100%。其中20個縣市包含台北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市、新竹縣、苗栗縣、台中市、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、台南市、高雄市、屏東縣、台東縣、花蓮縣、宜蘭縣、澎湖縣、金門縣所屬門市之食品安全衛生自主管理能力，備受各縣市衛生局的肯定，獲得餐飲衛生分級標章。^{(表二)(註38)}



(表一)

項目	單位
食材衛生管理	嚴格遵守進貨保存、食材保存與食材使用管理
個人衛生管理	注重員工服裝儀容、洗手流程、消毒管理、加強食品中毒觀念以及每年定期健康檢查
設備器具管理	著重調理器具衛生管理、設備清潔衛生、抹布與溫度管理
環境衛生維護	做到廁所清潔維護、落實廢棄物及廢油處理
製程與品質管制	定期查核店鋪執行並確認符合安全衛生標準
食安訊息揭露	食品業者登錄資料完整性、食材來源、管理衛生人員標牌張貼

衛生福利部食品藥物管理署自2010年開始實施餐飲衛生管理分級評核制度，由各地方衛生人員、專家學者組成評核小組，對餐飲業者進行評核，評鑑重點包含硬體設備、環境衛生、製程品質、人員衛生、倉儲等是否符合食品良好衛生規範準則(GHP)，並確認食品業者登錄資料完整性、食材來源與保存紀錄、管理衛生人員標牌張貼、廢棄物管理、加強輔導人員對於食品中毒觀念及提升人員衛生習慣等。

(表二) 2024-2025年餐飲衛生分級明細

縣市	報名當年度店鋪數量	優級認證數量	良級認證數量	未取得認證數量	證書到期日
基隆市	4	1	3	0	2026.12.31
	1	1	0	0	2025.12.31
台北市	112	112	0	0	2026.12.31
新北市	56	56	0	0	2026.12.31
桃園市	25	25	0	0	2026.12.31
新竹市	8	6	2	0	2027.10.28
新竹縣	9	9	0	0	2027.12.31
苗栗縣	3	3	0	0	2026.12.09
台中市	28	28	0	0	2027.10.16
彰化縣	2	2	0	0	2027.12.31
南投縣	1	1	0	1	2027.11.10
雲林縣	1	1	0	0	2026.12.31
	3	3	0	0	2027.12.31
嘉義市	3	3	0	0	2026.12.31
嘉義縣	1	1	0	0	2026.12.31
台南市	11	11	0	0	2026.11.01
高雄市	19	19	0	0	2026.12.31
屏東縣	3	3	0	0	2026.11.13
台東縣	1	1	0	0	2026.11.30
花蓮縣	1	1	0	0	2026.12.31
宜蘭縣	5	4	1	0	2027.11.06
澎湖縣	1	1	0	0	2026.12.31
金門縣	1	1	0	0	2026.11.30
合計	299	293	6	1	

(註36) 認證評核係依據衛生福利部食品藥物管理署「餐飲衛生管理分級評核制度」及所頒「餐飲衛生管理分級評核制度辦理注意事項」。

(註37) 數據資料係以2024-2025年度安心食品當時報名之店鋪數量為主。

(註38) 2025年度安心食品主動配合各縣市政府衛生局所舉辦之餐飲衛生分級評核，所參與店鋪均取得餐飲衛生管理分級標章。

特別
報導深耕綠色餐飲：摩斯漢堡響應
「綠食飯桌」實踐淨零綠生活

摩斯漢堡為響應環境部推動之「綠食飯桌」計畫，我們致力於將環境永續融入每日的餐點與服務中。透過「源頭減量」、「國產食材」、「惜食點餐」等五大核心策略，結合綠色採購與節能管理，我們正與消費者攜手，共同打造低碳、友善環境的飲食生態圈。參與「綠食飯桌」不僅是我們對環境的承諾，更是摩斯漢堡追求永續成長的重要里程碑。未來，我們將持續發揮綠色影響力，串聯供應鏈與消費者，以每一份餐點、每一次服務，實踐對地球最溫柔的守護。

深度永續作為：
從採購到節能的全面實踐

推動綠色採購與溯源管理：

我們嚴選具備國家級認證的優質食材，優先採買「3章1Q」（CAS優良農產品、產銷履歷TAP、有機農產品）及具備台灣農產品生產追溯QR Code、綠色保育標章、溯源水產品之食材，確保消費者食得安心，同時守護土地生物多樣性。

優化廢棄物管理與循環經濟：

積極鼓勵顧客自備環保杯及餐具，並於門市配合推廣循環杯租借服務。透過自主性的減量措施與循環利用，建構更完整的循環餐飲模式。

精進節能減碳設施：

全台門市依據經濟部商業發展署《餐飲業節約能源手冊》，建立自主檢查機制。從照明設備優化到空調設備管理，我們全面落實節能降耗，致力降低營運過程中的能源足跡。



「餐桌上的淨零轉型」記者會(2026/11/17)

3

S - 社會 / 人權

▶ 榮譽與獲獎

- 榮獲2025年天下永續公民獎
- 榮獲1111人力銀行「2025幸福企業」餐飲服務類金獎
- 榮獲2025年台北市中高齡及高齡友善職場認證
- 榮獲2025年新北市中高齡及高齡友善職場認證
- 榮獲2025年桃園市中高齡及高齡友善職場認證
- 連續12年，榮獲TCFA「服務天使獎」
- 連續2年，榮獲TCFA第二屆「服務金賞」認證
- 連續23年培養多位傑出店長，2025年TCFA全國傑出暨優良店長選拔，2位榮獲傑出店長、1位同仁榮獲最佳創新獎
- 累積全台293家店，榮獲餐飲衛生分級優級標章，橫跨20縣市

▶ 成果績效

- 支持小農，可溯源小農之農產品總採購量為226,130公斤
- 2025年食品安全訓練課程與專題講座，共舉辦9場，參與人次417人
- 員工人數達5,686人，2025年新進員工258位
- 2025年聘僱身心障礙夥伴人數共178位，占總員工人數3.1%
- 超過45歲二度就業人數且仍在職1,797人，占總員工人數31.6%
- 舉辦6場「職場體驗營」，參與人數共231人
- 持續積極與各大學進行產學合作，量身打造「安心學程」
- 促進性別平權，女性主管共209人，占總管理職人數60%
- 2025年員工活動補助1,798萬元
- 2025年員工進修及訓練總費用51.7萬元
- 2015年起，舉辦食育活動至今，總參與人數達26,726人
- 截至2025年，共超過14,956位小朋友參與我愛媽咪告白活動
- 2025年於門市舉辦音樂饗宴、敦親睦鄰，共計6場

人才發展 社會共融

員工 • 顧客 • 媒體 • 公益團體

3

管理方針



社會／人權

重大主題

對安心的意義

政策與承諾

行銷與標示

透過透明且誠實的產品資訊揭露，確保消費者能輕易掌握營養成分、過敏原及食材來源；同時秉持誠信原則進行廣告溝通，避免誤導，保障消費者的知情權與選擇權。

嚴格遵守《食安法》與相關標示法規，承諾提供透明且真實的產品資訊。我們透過官網、App及門市文宣清楚揭露營養成分與過敏原，禁止任何誇大或誤導之行銷行為，確保消費者擁有正確的選擇權。

顧客健康與安全

健康與安全一直是消費者所關心的話題，而重視食品安全，堅持將安心、安全傳遞給顧客，更是安心食品的堅持。

以「醫食同源」為核心，建立嚴格的品質保證體系（QA）。從供應商溯源、進貨檢驗到門市製作環境，均符合國際食安標準，並定期進行自主檢驗，致力於提供營養均衡、無負擔的安心餐點。

人權評估

建立平等且零歧視的工作環境，積極預防任何形式的勞動剝削；透過定期評估營運據點及供應鏈的人權風險，落實對多元包容與尊重勞動的承諾。

恪守國際人權準則與勞動基準法，承諾保障性別平等、拒絕歧視與雇用童工。我們定期檢視供應鏈之人權風險，建立多元申訴管道，致力於營造公平、尊重且共融的友善職場，維護所有利害關係人之基本人權。

顧客隱私

嚴格遵循個資保護相關法令，透過資訊安全管理體系的建置，確保會員與顧客的交易數據及個人資料不被洩或非法使用，建立長期互信的消費關係。

建立完善的資安防護機制與個人資料管理制度，承諾嚴格保護會員與消費者的隱私資訊。所有資料蒐集均符合《個資法》，並定期進行系統滲透測試與資安稽核，確保數位交易環境之安全性。

勞雇關係

安心重視每位員工，唯有讓員工有尊嚴及快樂的工作，才能凝聚員工對企業的向心力。

特別訂定並頒布「工作規則」，以及「員工行為準則」。我們遵守相關勞資及勞動法令，保障同仁合理的工時及收入，希望創造健康的職場環境，與員工一起共同打拼。

社會／人權	重大/一般主題	績效衡量指標	2026年目標	2025年行動計畫	2025年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
	勞僱關係	人才招聘	年度營運正職招募人數調整為360名。	依每月設定目標執行並定期維護人才招聘職缺。	2025年度實際招募營運正職201人。	持續招募專業人才，提供就業機會。	建立良好的企業形象和聲譽，吸引更多優秀的專業人才，並保持穩定的員工流動率。
		校園徵才活動	中高階儲備幕僚招募10名。	多數校園現場徵才活動，改為線上徵才。	校園徵才活動參與39場、中高階儲備幕僚報到1人。	持續參與各校園徵才活動，提供就業機會、培養青年生力軍。	加強與高校合作，持續參與校園徵才活動，吸引並培養更多優秀的青年人才，成為業界的領先者。
		入社典禮	入社典禮共 290 名參與。	辦理入社典禮，提供新進人員透明的溝通管道。	2025舉辦入社迎新歡迎會，共290名新夥伴成為安心食品的一員。	持續舉辦入社迎新典禮及入社歡迎會，加速新人融入職場。	持續改進新人培訓計畫，加強新人融入職場的支持和培訓，提高新人的忠誠度和工作效率。
	勞資關係	人評會	每年召開2次。	辦理人評會，提報晉升人員名單。	2025年完成2次召開人評會，晉升23位人員。	持續召開人評會，每年召開2次。	確保人評會的效率和效果，建立更加公正和透明的人才評估制度，激勵員工的工作積極性。
		勞資會議	每季至少召開1次。	討論與決議公司內部勞資相關議題、檢視工作規則內容。	2025年完成4次召開勞資會議，通過2項議案。	持續召開勞資會議，每季至少召開1次。	建立穩固的勞資關係，促進雙方溝通和理解，共同解決問題，提高工作效率。
		薪酬委員會	每年至少召開2次。	提報薪酬福利等制度辦法。	2025年完成4次召開薪酬委員會，通過15項議案。	持續召開薪酬委員會，每年至少召開2次。	定期評估薪酬制度，合理調整薪酬水平，吸引和保留優秀人才。
社會經濟法規遵循	社會經濟法規遵循	遵循法規	執行勞資法規遵循事項宣導。	店長月會辦理內部宣導、勞基法相關訓練。	2025年總共執行4次勞資法令內部宣導，降低勞資法令觸法風險。	- 持續進行店長月會內部宣導。 - 各區課會分享。	- 加強店長月會的內部宣導和知識傳遞，提高店鋪管理水平和服務品質。 - 加強各區課會的內容分享和交流，促進各區之間的學習和合作，提高整體營運效率。
	訓練與教育	培育人才	培育國內及派駐海外的營運及管理人才。	辦理營運與總部幕僚教育訓練。	2025年2,189人完成專業職能訓練、1,321人完成主管才能訓練，總時數24,229小時。	持續培育營運及管理人才。	制定完善的培育計畫，提升營運和管理人才的專業素養，優化組織架構和運作效率。

職業安全衛生

重大/一般主題	績效衡量指標	2026年目標	2025年行動計畫	2025年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
職業安全衛生	母性健康保護	- 於店長月會宣導母性健康保護。 - 進行族群分級管理。 - 母性計畫員工之健康風險評估完成100%。	- 哺乳室的設備維護。 - 取得【優良哺乳室認證-特優級】，進行母性保護計畫宣導/收案。 - 受保護之母性同仁的健康關懷及評估。 - 醫師協助母性保護計畫個案諮詢及評估。	2025年總收案管理人數29位，針對各職場風險評估完成達100%，並針對受母性保護者同仁執行妊娠中及產後1年內母性保護面談與適性評估。	持續關懷母性健康保護。	- 建立健全的母性健康保護制度，提供全方位的支援和保障，營造女性友善的工作環境。 - 建立健全的母性健康保護制度，提供全方位的支援和保障，營造女性友善的工作環境。
	職業促發腦血管及心臟疾病預防	- 持續追蹤及執行相關預防方式至個人。 - 正職過勞評估量表完成100%。 - 每年舉辦8場紓壓講座及課程。	- 擬訂過負荷計畫，配合體檢時程，進行過勞量表評估，及後續分析。 - 選配工及改善計畫。 - 安排相關講座。	經職業促發腦心血管疾病風險等級，3,455人不需面談、405人建議面談、3人需要面談，於每個月臨場服務中安排過負荷面談。	持續預防職業促發腦血管及心臟疾病。	推行健康促進活動，提高員工健康意識，減少職業促發疾病發生率。
	不法侵害預防	- 每年舉辦2場不法侵害預防講座。 - 臨場服務時進行評估調查，並回饋給店舖。	- 執行職場暴力計畫宣導。 - 進行內外部不法侵害評估。 - 安排相關講座。	年度總通報共計6件，立即進行調查處理，並持續進行不法侵害內、外部風險評估。	落實不法侵害預防計畫執行。	強化不法侵害預防計畫，保障員工的人身安全和財產安全。
	人因性骨骼肌肉傷害預防	危害確認完成率100%。	- 配合體檢時程，實施骨骼肌肉症狀調查問卷。 - 後續若有骨骼肌肉問題與工作相關，會進行工作現場分析並建議改善。	- 經調查後，回收問卷份數共4,272份，其中4,111份具有肌肉骨骼相關症狀。 - 第二階段進階詢問不適症狀之相關部位與程度、詳細說明，經評估後，判定非工作相關之人因危害。	落實人因性骨骼肌肉傷害預防。	持續推行人因性骨骼肌肉傷害防護計畫，減少勞動災害發生率，保護員工健康。
	意外事件後續的追蹤及調查	記錄工傷員工進行後續追蹤，每月針對工傷危害提出宣導及危害注意事項，提高員工的職業傷害認知。	經復工計畫以協助員工順利復工共計48人次，並持續改善復工計畫、措施及加強復工的有效度。	持續追蹤意外事件後續追蹤及調查改善。	建立完善的事務調查和改善機制，減少意外事件的發生，提高安全防護措施。	記錄工傷員工進行後續追蹤，每月針對工傷危害提出宣導及危害注意事項，提高員工的職業傷害認知。

3.1 幸福職場包容力



幸福職場的構成條件，包括提供有競爭力的薪資和福利，讓員工安心工作，同時具備雙向溝通管道，尊重與聆聽員工意見，並且提供展現的舞台，讓員工發展與茁壯。安心食品員工任用不限年齡層、學歷背景，凡是對餐飲服務業有熱忱的求職者，經公司內部甄選後，將安排職前實作培訓與職務輪調制度，亦提供完整升遷計畫，期許培養出優秀的經營管理人才。

人權與勞動條件遵循

安心食品遵守各項法規要求以落實職場多元性，不因性別、性傾向、種族、階級、年齡、婚姻、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、容貌、五官、身心障礙為由，而為差別待遇或任何形式歧視，致力營造尊嚴、安全、平等、免於騷擾的工作環境。

人權保護機制

安心食品自成立以來，始終秉持著「以人為本」的精神，認同並自願遵循「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、「聯合國企業與人權指導原則」、「聯合國國際勞動組織」等國際公認之人權標準，杜絕任何侵犯及違反人權的行為，有尊嚴的對待及尊重所有同仁，通過相關人權承諾，尊重人權公約所訂定之保障，適用範圍及於子公司及關係企業，確保不侵犯基本人權，均能獲得公平且有尊嚴的對待，2025年無重大申訴事件。

管理政策與做法

安心食品提供安全與健康的工作環境，並且協助員工維持身心健康及工作生活平衡，以打造幸福職場為目標。不僅依法進行聘僱流程、杜絕不法歧視問題，同時禁止強迫勞動格遵當地政府勞動法令。

安心食品人權盡職調查

- 制定管理架構：**安心食品根據勞動法規與內部稽核的執行制定管理辦法，且將人權政策融入企業的各项規範與程序中。
- 鑑別議題：**安心食品列出利害關係人（涵蓋內部員工、外部顧客、供應商等），確保涵蓋內部和外部的不同群體，反映多樣化的觀點，按照風險的嚴重性和影響範圍進行排序。
- 建立風險減緩方針：**安心食品向利益相關者公開人權風險鑑別的過程和結果，增強信任和透明度。定期發布人權報告，更新風險鑑別和管理的進展。
- 改善與追蹤：**安心食品根據利益相關者的反饋，不斷改進風險鑑別方法和措施。確保企業的風險管理策略符合動態變化的環境和需求。
- 定期檢視優化：**安心食品定期更新風險清單，反映新出現的風險和變化的環境。與利益相關者保持持續溝通，確保風險清單的全面性和準確性。



人權政策



人才招聘網站



3.2 人才多元化

GRI 2-7 GRI 2-8 GRI 202-2 GRI 401-1 GRI 403-1 GRI 403-8 GRI 405-1 FB-RN 310a.1 FB-RN 310a.2

安心食品致力於打造溫暖且充滿人情味的職場，讓每位夥伴都能在真誠的交流中感受互動的美好，並豐富自己的人生故事。安心為跨國企業，在公司總部與店鋪皆會任用不同國家的優秀餐飲人才，促進多元族群融合，同時讓夥伴學習到不同國家的優點與相互包容的心。截至2025年12月31日止，安心食品員工人數合計為5,686人，其中164人為外籍員工，包含日本、加拿大、大陸、香港、馬來西亞、印尼、越南、緬甸、南非、菲律賓等多元化人才，與前年度並無重大變化或季節性差異。高階專業經理人當中，日本籍為1人，其中，中華民國國籍占總高階專業經理人的80%，詳細資訊如下：

● 本國籍與外國籍高階專業經理人分布



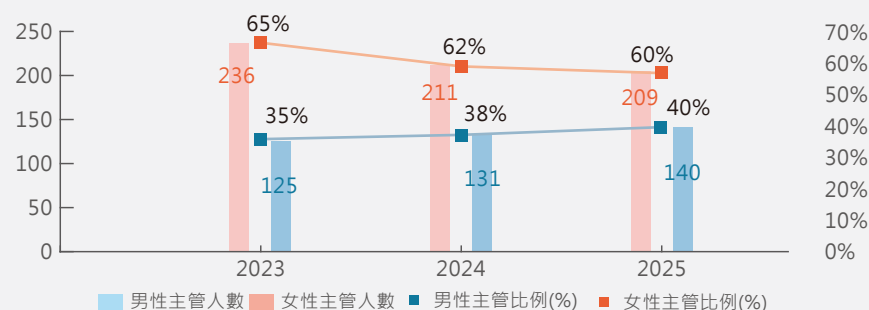
● 歷年按本國籍及非本國籍劃分之員工總數及比例

類別	佔比	男	女
本國籍	97%	1,737人	3,785人
外國籍	2.9%	41人	123人

安心食品提倡性別平等，確保婦女全面參與公司決策，體現婦女有公平的機會參與各個階層的決策領導，2025年女性主管209人(包括行政管理職及營運管理職)，較2024年減少2位女性，目前女性主管占總管理職人數的59.9%。

安心食品持續關注人才留任趨勢，經分析近兩年離職數據，針對30歲(含)以下青年族群離職率較高之現象，我們透過離職問卷深入了解其背後原因。除外部產業環境影響外，門市作業之複雜度亦為影響留任之關鍵因素。對此，本公司人力資源單位協同營業訓練部門，積極推動「門市作業精簡與效率提升計畫」，藉由標準化流程優化與數位化輔助，降低新進同仁的學習門檻，並致力打造更具成就感的工作環境，以提升整體員工滿意度與留任率。

● 歷年按主管職、性別劃分之員工總數及比例



● 歷年按雇用類型及合約、性別劃分之員工總數及比例^(註1) ^(註2)

年度		2023		2024		2025	
		男	女	男	女	男	女
員工人數 (依雇用類型區分)	行政管理職	35	61	31	50	37	58
	一般職員	21	47	26	47	27	51
	營運管理職	90	175	99	161	103	151
	門市人員	158	252	162	245	149	246
	兼職人員 ^(註3)	1,542	3,144	1,552	3,405	1,462	3,402
	合計	1,846	3,679	1,870	3,908	1,778	3,908
員工人數 (依雇用合約區分)	正職員工 ^(註4)	1,846	3,679	1,870	3,908	1,778	3,908
	臨時員工 ^(註5)	0	0	0	0	0	0
	合計	1,846	3,679	1,870	3,908	1,778	3,908

(註1) 員工數據蒐集涵蓋範圍為台灣。

(註2) 員工人數計算截至12月31日在職之全職與兼職員工。

(註3) 公司內部兼職員工為沒有被保證最低或固定工作時數的員工。法令規定每月最高工時為214小時，公司內部規範兼職人員最高工時不得超過190小時/月，鼓勵員工適時休息，並監督管理低(<20小時/月)、零工時人員，定期了解員工排班狀況。

(註4) 正職員工為簽訂不定期契約之全職與兼職員工。

(註5) 臨時員工為簽訂定期契約之員工。

● 歷年按階層、年齡層、性別劃分之員工總數及比例

員工類別	2023							2024							2025						
	30歲以下		31-50歲		51歲(含)以上		合計	30歲以下		31-50歲		51歲(含)以上		合計	30歲以下		31-50歲		51歲(含)以上		合計
	男	女	男	女	男	女		男	女	男	女	男	女		男	女	男	女	男	女	
行政管理職	0	3	28	55	7	3	96	0	0	27	45	5	3	82	0	3	30	46	7	9	95
一般職員	6	20	15	25	0	2	68	6	17	20	26	0	4	73	10	24	15	26	2	1	78
營運管理職	24	55	63	112	3	8	265	24	39	72	114	3	8	260	32	38	67	101	4	12	254
門市人員	104	137	53	90	1	25	410	107	109	51	105	4	31	407	97	119	49	99	3	28	395
兼職人員	1,121	1,198	331	1,097	90	849	4,686	1,031	1,199	410	1,256	110	950	4,956	937	1,135	404	1,226	121	1,041	4,864
臨時員工人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
總員工人數	1,255	1,413	490	1,379	101	887	5,525	1,168	1,366	580	1,546	122	996	5,778	1,076	1,319	565	1,498	137	1,091	5,686

● 按主管職及非主管職、性別劃分之員工比例 (註6)

員工類別	2023			2024			2025		
	男	女	比例	男	女	比例	男	女	比例
高階主管(總部)	4	0	0.1%	2	1	0.1%	3	2	0.1%
中階主管(總部)	32	64	1.7%	30	50	1.4%	34	56	1.6%
基層主管(營運管理職)	90	175	4.8%	99	161	4.5%	103	151	4.5%
同仁(非主管群體同仁)	1,720	3,440	93.4%	1,739	3,696	94%	1,638	3,699	93.8%

● 員工教育程度分布

教育程度	2023		2024		2025	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例
學士以下	2,605	47.1%	2,497	43.2%	2,523	44.37%
學士	2,883	52.2%	3,241	56.1%	3,101	54.54%
碩士	37	0.7%	40	0.7%	60	1.06%
博士	0	0%	0	0%	2	0.03%
總人數	5,525		5,778		5,686	

● 歷年新進員工及離職員工結構 (註7)

歷年新進員工及 離職員工結構		新進員工								離職員工									
		2023			2024			2025		2023			2024			2025			
		人數	比例		人數	比例		人數	比例	人數	比例		人數	比例		人數	比例		
性別	男	116	47.9%		124	43.5%		103	39.9%		141	48.6%		114	37.1%		104	40.8%	
	女	126	52.1%		161	56.5%		155	60.1%		149	51.4%		193	62.9%		151	59.2%	
年齡層		男	女	比例	男	女	比例	男	女	比例	男	女	比例	男	女	比例	男	女	比例
	30歲（含）以下	77	79	64.5%	77	89	58.2%	62	87	57.7%	94	95	65.2%	64	109	56.4%	57	69	49.4%
	31以上至50歲（含）以下	33	40	30.2%	41	54	33.3%	37	54	7%	38	43	27.9%	40	70	35.8%	44	66	43.1%
	51歲以上	6	7	5.4%	6	18	8.4%	4	14	35.3%	9	11	6.9%	10	14	7.8%	3	16	7.5%
地區	北桃竹	174	71.9%		165	57.9%		176	15.1%		203	70.0%		217	70.7%		172	67.5%	
	中部	33	20.0%		57	20.0%		39	68.2%		50	17.2%		45	14.7%		47	18.4%	
	南部	32	18.9%		54	18.9%		39	1.2%		34	11.7%		36	11.7%		34	13.3%	
	花東	3	2.5%		7	2.5%		3	0.4%		2	0.7%		6	2.0%		1	0.4%	
	金門	0	0.7%		2	0.7%		1	15.1%		1	0.3%		3	1.0%		1	0.4%	
總人數		242			285			258			290			307			255		

(註6) 安心食品主管定義規範如下： 高階主管：經理人
中階主管：總部管理職(主任級以上)+營運管理職(課級以上)
基層主管(營運)：營運管理職(店長級以上)

(註7) 兼職員工異動較為頻繁，故目前僅統計全職員工之新進人數。

● 員工自願離職率與非自願離職率

FB-RN
310a.1

項目內容	2023	2024	2025
店舖員工自願離職率	3.0%	6.4%	29.8%
店舖員工非自願離職率	小於0%	小於0%	1.2%

● 各地區之最低工資與領取最低工資員工比例

FB-RN
310a.2

員工類別	2023			2024			2025		
	北部	中部	南部	北部	中部	南部	北部	中部	南部
地區平均小時工資	177	177	178	185	184	185	193	191	192
地區領取最低工資店舖員工之百分比	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

● 歷年按階層、國籍、性別劃分之員工總數及比例

員工類別	中華民國		大陸		日本		加拿大		印尼		印度		美國		香港		馬來西亞		越南		緬甸		菲律賓		泰國		合計
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
行政管理職	36	58	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95
一般職員	26	51	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	78
營運管理職	102	151	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	254
門市人員	140	237	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	4	3	2	3	1	1	0	0	0	0	395
兼職人員	1,433	3,288	1	27	0	1	0	1	4	26	1	0	1	0	2	1	2	9	12	34	6	13	0	1	0	1	4,864
臨時員工人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
總員工人數	1,737	3,785	2	27	2	1	0	1	6	28	1	0	1	0	2	1	6	12	14	37	7	14	0	1	0	1	5,686



3.2.1 薪資獎金制度與各項福利制度



安心食品為促進社經政治的融合，夥伴皆享有各項薪資與福利，不因性別、年齡、國籍、身心障礙、種族或其他條件而有所差別，同時也積極提供二度及弱勢就業機會。安心食品除遵守勞動基準法及其他相關勞動法令辦理外，也會定期進行員工工作績效考核，店鋪人員依照「門市績效考核作業辦法」進行考核，其餘部門人員則依照「員工績效管理辦法」評估工作表現，並根據前述評核結果作為夥伴晉升、調職、工作報酬、利潤分享、獎金發放、教育訓練及職涯規劃等參考依據。安心食品秉持與員工利潤共享的理念，遵守勞動基準法及其他相關勞動法令辦理外，亦透過薪資報酬委員會、人才發展委員會，定期檢討薪酬及升遷制度，結合人評會進行客觀審核，透過整體薪酬與獎金制度，讓同仁樂在工作，找到自我價值，促進多元就業與社會安定。安心配合每位員工職涯發展需求，亦提供多樣化的福利措施，包括旅遊補助、語言學習津貼、生育津貼、子女教育補助、年度體檢及團保醫療等，並提供優秀人才至海外研習、參訪，讓他們有機會運用語言專長累積經驗，提升能力、實現自我。安心食品的所有福利支出均依法定提撥，薪資相關詳細資訊如下：

●大學新鮮人起薪

職務	職務	單位	2024年平均月薪	2025年平均月薪
營運儲備幹部	實習組長(FT)	NT\$	32,000~39,000	34,500~41,000
營運正職服務人員	正職服務員(FT3)	NT\$	30,000~34,000	32,000~36,000
總部助理職	助理(STAFF)	NT\$	29,000~31,000	-
總部助理專員職	助理專員(STAFF)	NT\$	31,000~36,000	32,000~38,000
中高階儲備幕僚	實習組長(FT)	NT\$	36,500~38,500 (含月考核獎金 2,500~3,500)	39,500~40,500 (含月考核獎金 2,500~3,500)

●男女薪酬比例^(註8)

類別	單位	男	女
主管職	%	13.8	20.5
非主管職	%	20.7	45.0

●非主管職年薪平均數及中位數

類別	單位	2023	2024	2025
非主管職年薪平均數	仟元	621	623	626
非主管職年薪中位數	仟元	562	574	572
非主管職員工人數 ^(註9)	人	975	954	988

(註8) 此數據來源係依國內勞動部提供之指標定義計算。

參考網址：https://www.gender ey.gov.tw/gecdb/Stat_Statistics_DetailData.aspx?sn=EysMabrhMoWtwK3!e0N8hQ%40%40&d=m9ww9odNZAz2Rc5Ooj%24wIQ%40%40

(註9) 2025年依上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法第四條揭露非擔任主管職務全時員工人數。

(註10) 安心食品於2026年新增生日假與主婚人假。

●兼職人員福利與保障

獎金津貼 23：00~06：00出勤上班，享夜班津貼每小時加發45元/國定假日出勤加倍薪/部份職級當月出勤時數達120小時（含）以上加發獎金。

福利補助 團體保險（意外傷害/意外醫療險）/旅遊補助（依服務年資與時數規定給予補助）/員工餐飲優惠/關係企業家電享員工優惠價/店鋪及公司辦理之不定期聚餐及康樂活動/好友分享券/介紹獎金。

退休制度 完善員工保障（享勞/健保、勞退提撥）。

職工福利委員會 生日禮金/端午禮金/中秋禮金。

終生學習 通過檢定考即可調薪。

●正職人員福利與保障

生日假、主婚人假^(註10) 2026年起，安心食品給予員工生日假與主婚人假各一天的福利。

獎金 員工分紅及增資認股/績優員工持股信託方案/績效獎金及各項目標達成獎金/參與員工酬勞分配/年終獎金。

福利補助 員工定期健康檢查補助金額/團體意外傷害保險/店鋪人員工作餐補助/定期員工聯誼聚餐/員工好友分享券/婚喪喜慶補助/生育獎勵金/外縣市員工宿舍/醫師定期到店巡檢及問診/關係企業家電享員工優惠價/不定期外商品及特約廠商優惠活動/偏遠地區薪資加給/員工房租津貼補助/介紹獎金/轉任獎金/每個社團一年最高補助20,000元。

退休制度 依循勞動基準法的規定，訂定員工退休相關辦法，並成立「勞工退休準備金監督委員會」，新進員工及選擇新制退休金條例的原有員工，提繳每月工資6%至勞保局個人退休帳戶。選擇適用舊制退休金辦法的原有員工及選擇適用新制退休金辦法的原有員工的舊制保留年資，按原員工退休辦法退休金給付標準計算提撥適額的退休準備金至台灣銀行專戶。目前選擇勞退舊制人數約占全公司0.1%，其他員工皆選擇勞退新制。

職工福利委員會 年度旅遊津貼補助每年每人2,000至6,000元/年節禮品及旺年會活動/端午及中秋獎金/生日禮金/端午及中秋禮金/設置員工急難救助金。

終生學習 員工教育訓練/內部電子報/主管讀書會/績優員工甄選國外培訓/提供外部課程及講座資訊/外語進修補助，只要通過補助條件，每人5,000至10,000元不等獎勵金/每人每月語文補貼1,500至2,000元。

急難救助專戶

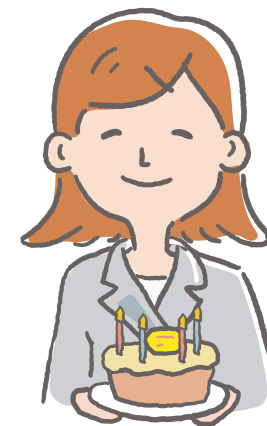
安心食品秉持著「摩斯人、一家人」的信念，給予夥伴支持與關懷。為照顧生活中突發遭遇變故，致生活陷於困難等急需協助的員工，安心食品已於2013年4月公告「員工急難救助金設置與申請辦法」，成立急難救助專戶。員工於到職時依個人意願簽署救助金額，每月隨同薪資發放時捐款扣存。捐贈的救助經費由福工福利委員會監管統籌保管，專款專用救助員工急難之用，運用有限的資源，匯集眾人的愛心，給予員工及時的關懷與幫助，協助員工渡過難關。因此，倘若家內發生急難事由且有生活陷困之虞或員工發生重大傷病，故無法工作取得報酬之狀況，可進行專案討論，申請急難救助金。

安心食品急難救助專戶能彌補保險照顧不到的特殊需求，在最短時間內提供員工適當的支持。專戶經費源自員工的自由樂捐，聚沙成塔、涓滴成河，自2013年實施員工急難救助金辦法至今，已補助超過91位員工，補助金額超過385萬元，陪伴夥伴度過艱困的日子，也協助員工家屬面對難關。



安心食品每年針對各項活動提供補助，更推出「員工持股信託」方案，激勵及留任主管人才，基層主管績效達到標準者即可參加，員工提撥月薪10%，公司同時提撥相對金額至個人信託帳戶內，為員工定期定額投資公司股票。換言之，參加持股信託的員工，不但可以得到穩定的理財效果，亦可以股東身份分享經營成果。此外，為了讓全體員工都能享有旅遊補助，並避免因期限問題而錯失福利，安心食品委會於2024年調整旅遊補助方案，改為讓員工在平台上領取點數，並可用於兌換購物、交通、旅遊、住宿等相關福利。此點數無使用期限。

此外，為營造友善職場並落實員工關懷，安心食品自2026年起新增「生日假」與「主婚人假」各一日之福利項目。此項舉措旨在提供優於《勞基法》之福利制度，鼓勵同仁在生命重要時刻能享有充足的陪伴與慶祝空間，進而提升員工職場幸福感。



● 歷年各項活動補助

項目	活動內容	2023		2024		2025	
		受惠人數	補助金額(仟元)	受惠人數	補助金額(仟元)	受惠人數	補助金額(仟元)
社團補助 ^(註11)	依社團評鑑成績及社團人數給予不同的補助，每年各社團申請之補助款最高上限為2萬元。若社團有活動專案申請，經審核後，另外每社團補助最高1萬5仟元。	200	310	199	290	200	400
持股信託	增進員工福祉、提高員工對公司的向心力、共享企業經營成果。	266	11,793	231	11,526	242	10,830
子女教育補助	員工子女在學各科成績（含體育、操行）不得有任何一科成績不及格，可申請子女教育補助。	94	137	111	160	104	136
旅遊補助	員工本人符合年資資格者，可申請旅遊補助。	989	4,422	1,045	4,546	1,527	6,063
結婚補助	員工本人結婚符合法律規定者，可申請結婚補助。	15	337	8	112	9	206
生育補助	員工本人生育於產假結束，恢復工作後，可申請生育補助。	5	84	2	6	10	19
喪葬補助	員工之父母、養父母、繼父母、配偶、子女死亡時，可申請眷屬喪亡補助。	84	628	55	218	48	335
總計		1,653	17,711	1,646	16,858	2,140	17,989

(註11) 受惠人數為安心食品所有社團的社員人數。

安心社團活動

安心食品職工福利委員會(簡稱福委會)致力於打造工作與生活平衡的職場，鼓勵員工成立社團，促進交流並提供下班後的休閒選擇，員工也可透過社團跨部門結交朋友。為有效運用社團資源，達到社團的創立初衷，福委會於2025年重新檢視社團的運作狀況，各個社團皆須定期向福委會報告社團運作狀況，2025年共計5個社團持續運作。

● 2025年社團簡介

羽球社 羽球社2 台中羽球社

目前公司規模最大、社員最多的社團。透過羽球盡情揮灑汗水、紓解壓力，並促進不同部門夥伴間的交流和話題，強健身體又能增進感情。

慈愛社

成立目的為服務弱勢、偏鄉地區孩童或長者，並探訪相關機構，透過活動帶給孩童和長者愛心關懷。

樂活單車社

藉由單車運動，達到有氧健身、提升心肺功能的效果，同時探索城市風景，讓員工對人文生態有更進一步的了解。



社團經費補助

每個社團每季最高補助10,000元，
即一年最高可補助40,000元。

● 歷年社團活動參與人次^(註12)

社團	類別	創立年份	2023		2024		2025	
			場次	參與人次	場次	參與人次	場次	參與人次
羽球社(1社、2社) ^(註13)	運動類	2018	46	每場約8~14人	45	每場約8~10人	52	每場約8~14人
台中羽球社	運動類	2025	-	-	-	-	-	-
慈愛社	服務類	2022	2	30	3	92	3	60
樂活單車社	運動類	2022	4	45	2	20	2	20

(註12) 參與人次的計算方式為2024年整年度每場參與人次的加總。

(註13) 統計數字為羽球1社和2社總共舉辦的場次和參與人次。

MOS慈愛社公益活動

2025.3.31

慈愛社&華山基金會

基隆區的店鋪與華山基金會合作，摩斯漢堡慈愛社也代表公司捐助一些商品，落實「貢獻人類、貢獻社會」的理念。在春暖花開的時節，讓爺爺奶奶們感受到溫暖的愛心。



2025.5.1

參與愛天使特教園遊會

摩斯漢堡參加臺北市府教育局和臺北市國小學生家長會聯合會主辦的愛天使特教園遊會，活動的宗旨是協助特教生和家人有多接觸的機會，給予自信和勇氣，也希望建立友善的環境，讓特教生被接納與尊重。本次活動，摩斯漢堡認領了一個攤位，並邀請摩斯的夥伴們認購物資，物資將在愛心園遊會當天，以遊戲贈品的方式贈送給特教生。



2025.10.2

慈愛社&愛慈基金會 中秋送暖活動

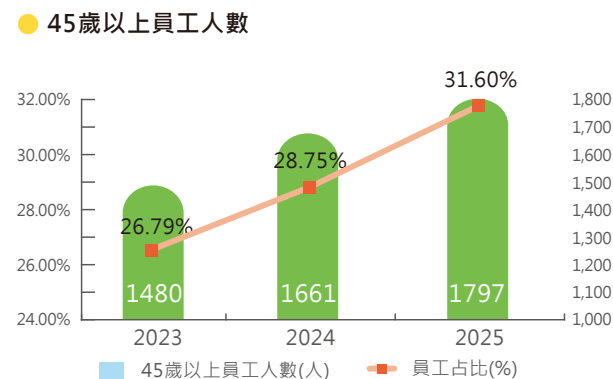
為給孩子們帶來驚喜與喜悅，讓孩子們在一同歡慶中秋節，摩斯漢堡慈愛社捐贈物資，落實「貢獻人類、貢獻社會」的企業理念，讓這份溫暖分享給每位夥伴。



3.2.2 中高齡招募計畫



二度就業者通常擁有穩定的情緒與豐富的社會經驗，安心食品希望能將他們豐富的人生閱歷，傳承給店鋪的年輕夥伴，讓店內的氛圍更溫馨、提供顧客更溫暖友善的服務。因此，安心食品自成立開始，持續晉用二度就業婦女與中高齡的求職者。2025年安心食品的二度就業人數，年齡層超過45歲且仍在職者近1,797人，佔總員工人數31.6%，較去年同期成長2.85%，希望日後顯著提高中高齡人數占比；除了善盡企業社會責任，更希望拉近不同年齡層之間的距離，創造多元職場文化，讓社會更和諧。

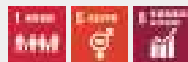


摩斯中高齡任用政策

善盡企業社會責任、活化銀髮能量促進經驗傳承



3.2.3 中高齡職場體驗營



安心食品持續與外部單位合作舉行中高齡友善企業參訪與產品製作體驗活動，透過此合作方式，希望招募對服務業有熱忱或有店鋪營運管理專長的二度就業及銀髮族夥伴，讓他們在職場上一展長才。中高齡夥伴不僅社會經驗豐富，待客方式也更加圓融，亦能當作年輕人學習的好榜樣。2025年中高齡職場體驗營及招募場次共舉辦3場，參與人數共62人。

邁向職場第一步：先體驗，再面試

摩斯漢堡與各縣市就業服務站及社區團體攜手推出「職場體驗」計劃，為求職者提供寶貴機會—先體驗工作，再進行面試。此計劃讓求職者在正式面試前，親身感受工作環境、了解職務內容與企業文化，並與現職員工合作，獲取實務經驗及職場建議。

透過體驗，不僅提升求職者的信心，也幫助企業挑選更合適的人才，實現雙贏。此外，這項計劃有助求職者更快融入職場，企業也能更準確評估應徵者的實際能力與適應性，降低因不適應而離職的風險。我們誠摯邀請各地就業服務站及社區團體加入推廣行列，共同打造順暢的就業之路，為社會創造更多工作機會與美好生活。



3.3 中高階儲備幕僚制度



● MA研討會

為符合公司未來發展，安心食品自2010年起辦理中高階儲備幕僚徵才活動，至今培育出多位後勤菁英夥伴，在總部各部門擔任主管職務，2025年度持續進行菁英人才的培訓，積極培養全方位人才。中高階儲備幕僚經甄選進入公司後，公司會安排一系列的職前教育、在職訓練與工作職務，並半年一次輪調，進行適才適所的實務訓練；實習結束後，公司會再依個人專長及考核，給予合適的部門及職務，甚至到海外或者關係企業歷練。安心食品希望藉由中高階儲備幕僚制度，培育出更多優秀的管理人才。



3.3.1 中高階儲備幕僚研討會

為培育公司未來之高階主管人才，建立長久性的人才梯隊，因此招募中高階儲備幕僚，並進行2.5年之培育計畫，培育計畫分為營運端及總部端兩個階段，營運端階段著重於門市營運與基礎管理能力的建立，讓儲備幕僚從第一線理解公司核心運作。主要內容包括：

- 學習門市營運流程、顧客服務、排班與人員管理。
- 參與門市日常營運決策與問題處理。
- 每月依學習進度進行一次專題討論，主題如門市營運改善、顧客體驗優化、團隊溝通與管理技巧等。

完成營運端實習後，儲備幕僚將回到總部進行約半年的跨部門見習與輪調，以建立宏觀視角並協助選擇未來深耕單位。內容包含三個階段：

1

跨部門見習（約1個月）

參與公司各類會議，了解決策流程與跨部門協作方式。認識總部各單位職能與運作模式，建立整體營運視角。

2

單位輪調（兩個單位）

依個人興趣與能力選擇兩個部門進行短期歷練。學習部門專業技能、流程與專案執行。參與部門主管的專業分享課程，進行專題研討。

3

為補強管理者必備能力，培育計畫亦安排通識管理課程，如：「時間管理」、「團隊領導與衝突管理」等，協助儲備幕僚建立溝通力、分析力、邏輯思考與管理基礎，最後則是第三階段至單位進行期兩年的深耕培育，此階段將深度參與部門專案。

透過多元且系統性的學程，讓幕僚們了解公司的整體運作機制，藉此提升思考格局，強化各項職能。透過課程與工作報告等多方培育，讓未來的儲備幕僚與時俱進、培養創新思維及關鍵溝通力、分析力與思考力，成為公司未來高潛力之人才。

【MOS人才培育計畫】

營運端

●培育新人的搖籃-摩斯漢堡訓練店

為確保全台門市服務品質一致，摩斯漢堡建立了完善且系統化的訓練店制度。透過「新進人員訓練課程 × 訓練店現場實作 × 數位學習平台（LMS）」三軌並行，形成完整的人才培育鏈，讓每位夥伴都能在標準化流程下快速成長。而在這套制度中，訓練店扮演關鍵角色，肩負人才培育與理念傳承的核心使命。

在此架構中，訓練店扮演關鍵角色，肩負人才培育與品牌理念傳承的核心使命。訓練店需在營運績效、顧客經營、食品安全與管理能力上達到高標準，並確保新人能在現場學習到正確、標準的作業流程。訓練店店長除負責門市營運外，同時也是公司內部的重要培訓者，負責將品牌文化、服務精神與操作規範傳遞給新進夥伴。

為強化訓練品質，公司建立訓練店遴選制度，並以「基礎管理落實」、「員工溝通與團隊建立」、「訓練規劃與指導」三大方向培育儲備訓練店長，搭配門市實務輔導，協助店鋪與店長持續成長。2025年度共有3位店長通過評核並晉升為正式訓練店，包括太平育賢店陳鈺鈴店長、高雄嘉義店黃俊達店長及嘉義吳鳳店游淇雅店長。

成為正式訓練店後，店長需定期安排回訓課程，並依公司制度進行每季店鋪考核，以確保基本操作標準與新人訓練品質的持續維持。2025年度全台10家正式訓練店皆通過年度評核，全年共培訓112名學員（含儲備幹部與總部同仁），訓練滿意度達9.5分，展現訓練店制度在人才發展、服務品質提升與組織永續上的實質成效。

●區經理培訓進化—強化人力資本，提升組織韌性

為強化組織的人才永續與管理效能，摩斯漢堡持續深化區經理的專業能力與領導職能。區經理不僅負責輔導門市經營與人才培育，更是公司與門市夥伴之間的重要溝通橋樑，將企業理念、營運策略與品牌精神有效傳遞至第一線，並協助店長落實與優化各項營運策略。他們在門市績效、服務品質與人才發展中扮演關鍵角色，因此公司持續投入系統化的培訓資源，強化其領導力與管理能力。

為支持區經理的持續成長，公司規劃多元化的培訓內容，包括職能提升課程、專題研討會與跨領域經營者分享等，協助區經理拓展視野、深化思維，並以更全面的能力帶領區域團隊創造高績效。2025年的培訓重點延續「團隊溝通與指導」核心，同時更聚焦於跨世代領導能力的強化。隨著職場逐漸從「多世代共存」走向「多世代高度交織、彼此依賴」的新常態，領導者若無法理解不同世代的價值觀、動機與工作方式，將面臨管理、溝通、留才與組織績效的挑戰。因此，跨世代領導已成為區經理必備的永續領導能力。

2025年度課程內容涵蓋四大主題：

跨世代溝通的理解與話術練習：提升領導者的溝通敏感度與應對能力。

找到自身工作價值並發揮影響力：強化領導者的內在動機與角色定位。

部屬指導溝通的四大流程：協助區經理在實務中更有效地培育人才。

創造跨世代共榮的工作場域：促進團隊包容性與合作效率。

為延續課程學習並促進知識內化，同步導入讀書會制度，並以跨世代領導為選書主軸，透過「共讀、共享、共創」的方式促進交流與反思，激發更多創新見解，支持區經理在實務中持續精進。此培訓模式不僅強化領導者的管理能力，也促進組織文化的包容性與多元性，進一步提升企業的人才永續發展能量。

區經理課程-跨世代溝通



●青銀共融職場X客製化培訓—打造幸福職場，實現自我成就

安心食品致力於推動多元共融（Diversity & Inclusion），積極提供青年、二度就業者、中高齡與高齡者多元就業機會，建立跨世代共融的職場文化。透過完善的培訓制度與友善支持機制，協助不同背景的夥伴安心就業、持續成長，實現人才永續。

1 MAPS 客製化學習地圖全面導入

- 依個人特質與能力設計專屬成長計畫
- 建立清晰的學習與晉升路徑，提升職涯可預期性
- 支持不同世代夥伴找到最適合的工作角色

2 數位化職前訓練提升學習效率

- 新進夥伴於上崗前完成數位影音教材訓練
- 建立對工作內容、流程與品牌文化的基礎認識
- 透過 LMS 平台提升學習便利性與一致性

3 OJT專責指導制度強化現場支持

- 每位新進夥伴皆由 OJT 指導員一對一帶領
- 即時回饋、即時調整，降低新人不安與適應壓力
- 強化跨世代互動，促進職場共融

4 工作站教具優化，降低學習門檻

- 將操作流程圖像化、步驟顏色管理
- 讓不同世代夥伴都能快速理解與記憶
- 減少學習挫折感，提升上手速度

總部端

●總部後勤主管訓練-多元發展與永續治理

後勤主管的培育不僅關乎內部效率，更是企業永續競爭力的重要基礎。後勤單位是組織運作的支柱，其管理能力直接影響前線門市的營運品質、員工體驗與顧客服務。為強化企業的治理韌性、促進跨部門協作與人才永續發展，2025年度的總部主管訓練以「年度策略」與「管理效能提升」為雙主軸，透過多元化學習活動打造具備創新力與永續思維的管理團隊。

本年度安心講堂以「突破、行動、改變」為主題，邀請企業經營者與專家分享永續轉型與創新治理的實務經驗，協助主管建立跨界視野與前瞻思維。

(1)安心講堂1場：以永續視角拓展管理者格局

金豐盛食品股份有限公司

自2012年創立後，以十年時間成為台灣第三大國產雞肉業者，突破傳統產業框架，不以成本競爭為唯一導向，而是以創新模式重塑百年產業價值，展現企業在永續供應鏈與產業創新的典範。

林聰明沙鍋魚頭

透過品牌再造、社群行銷與文化價值深化，成功在競爭激烈的餐飲市場中脫穎而出，展現品牌在社會連結、文化永續與顧客體驗的創新策略。

透過不同產業的案例刺激，協助主管跳脫既有框架，培養面對變局的創新能力與永續治理視角。



左圖為金豐盛食品_羅勻嫻行銷總監；右圖為林聰明砂鍋魚頭_林佳慧執行長

(2)年度課程2堂：強化組織韌性與人才永續

跨世代領導

面對多元世代共事的職場環境，本課程協助主管理解不同世代的價值觀、動機與工作方式，提升溝通、激勵與留才能力，打造具包容性的團隊文化，促進組織長期穩定發展。

工作創新與流程改善

課程引導主管從「問題觀察 → 現況描述 → 創新提案」的流程出發，培養流程優化與創新能力。透過提升工作彈性與改善速度，建立「持續改善」的文化，讓組織在變動環境中保持敏捷與競爭力。

●讀書會1場 — 打造心理安全與共創文化

《安全感的力量》一書聚焦於團隊中最容易被忽略、卻最關鍵的績效要素——心理安全感。在知識密集、需要高度協作的時代，心理安全感是創新與變革的基礎。透過讀書會的交流，主管們共同探索如何建立信任、鼓勵表達、促進共創，讓團隊能在安全的環境中提出想法、承擔風險，進而推動企業持續成長。

●自我學習電子報

主管學習電子報的目的，核心在於「讓學習成為管理文化的一部分」，而不只是傳遞資訊。電子報主要內容包含外部標竿案例、產業趨勢、管理新知，透過電子報將資訊轉化為內部可用的洞察。也讓主管掌握最新管理觀念與工具，縮短學習與應用的距離，讓主管具備更全面的視野。



3.4 多元產學結合青年力



安心食品對於餐飲業青年人才的培育不遺餘力，每年與多所大專院校合作，同時也歡迎內部夥伴持續回到校園進修，希望安心食品的每一位夥伴都能夠與公司一同成長。

● 多元產學合作模式科系數

多元產學合作模式	2023	2024	2025
產學攜手合作計畫	5	8	8
三明治實習計畫	94	95	98
暑期實習計畫	9	9	9
專科進修班	1	0	0
專科就業導向學分班	1	0	0
產業學院計畫	3	2	2
合計	113	115	117

摩斯漢堡深耕產學合作： 攜手中教大培育產業新星，打造就業零距離

2025年11月6日，摩斯漢堡出席國立臺中教育大學「國際企業學系產學合作實習啟航典禮」，與郭伯臣校長共同勉勵學子，展現企業與校園深度合作、共同厚植餐飲產業人才的決心。郭伯臣校長最喜愛摩斯漢堡的鱈魚堡餐點，本次活動以此堡命名為「博鱈堡」分享給現場學子，並與校長一同勉勵同學博學向上。

從校園到職場：縮短學用落差的實力橋樑

在說明會現場，摩斯漢堡展現出對培育新一代人才的極大投入，提供專業的職缺諮詢與完善的培訓計畫：

- **實務實踐：**透過第一線實戰演練，協助學生縮短學用落差，轉化理論知識為職場競爭力。
- **導師制度：**配合校方首創的「三導師模式」，確保實習過程中的學習品質，達成「零斷點接軌」。
- **在地思維：**以摩斯漢堡推廣「在地米食」的成功經驗為例，引導學生學習企業永續經營的戰略思維。

摩斯漢堡不僅是提供就業機會，更致力於成為學生的職涯領航員。隨著品牌走向國際化，公司正熱烈招募具備國際觀與創新思維的年輕世代。

「我們不僅在創造就業，更在培育改變產業的未來領袖。」摩斯漢堡秉持東元集團黃茂雄會長「以企業永續能量培育學生」的初衷，提供學生拓展國際視野的平台，幫助學子在校園期間即建立寶貴的業界人脈，為畢業後的職涯發展奠定堅實基礎，與摩斯一起勇敢做夢、開創無限可能。



3.4.1 安心學程



為培育連鎖餐飲品牌經營與管理實務之產業人才並深化職能，同時縮短學用落差，讓學生在校就能培養職前競爭力，降低學生無法適應職場實習、自職場流失等問題，安心食品自2019年起，積極與大學進行產學合作，量身打造適合各大學之「安心學程」。「安心學程」以企業講堂模式，由學校教師與業師共同規劃課程，將業界經驗與場域導入課程，學生完成課程並經企業檢定後，即可以正職身份到職場實習，並於畢業後銜接就業。

安心食品於2025年繼續與國立屏東科技大學達人學院合力開辦「安心學程」系列，總共9堂課程、9名內部講師授課，有22名來自不同科系的學生報名參加。安心食品期望能透過客製化之產業合作方式，結合東元餐飲的專業培育能力，為企業集團培育出第一線經理人，也為台灣創造更多優秀餐飲人才。

● 歷年安心學程系列課程

項目	單位	2023	2024	2025
合作學校	間	1	1	1
合作系所	系所	8	3	6
課程數量	堂	9	13	9
企業講師	人	7	9	9
受惠學生人數	人	20	16	22

● 屏東科技大學產學課程



3.4.2 校園職場體驗營



安心食品積極與各校合作，培育連鎖餐飲品牌經營與管理實務之產業人才，深化其職能，協力養成優秀儲備人才，學用接軌，促進產業永續發展。安心食品每年透過建教合作持續舉辦「職場體驗營」。此活動主軸是為了讓在學學子提早認識職場，並藉此提供有意願從事餐飲服務業的學生媒合工作的機會，也希望透過食品安全相關課程，讓學生了解食安的重要性並建立正確的觀念。

2025年建教合作職場體驗場次共舉辦6場，參與人數共231人。活動當天除了介紹安心食品的成長歷史、企業經營理念和安心食品嚴謹的服務流程，也讓學生們實際進入模擬廚房，體驗產品製作流程，並品嚐自己親手製作的漢堡和沙拉，透過活動了解安心食品如何嚴格把關食安。

● 歷年舉辦職場體驗場次與參與人數

項目	單位	2023	2024	2025
職場體驗營場次	場次	8	6	6
職場體驗營參與人數	人數	285	245	231

3.4.3 建教合作專案



安心食品為幫助較無社會經驗的青年學子更順利地從學校銜接職場，並及早養成專業職能，近年來持續擴大實施與大專院校的建教合作專案；安心食品於2025年增加了2家與建教合作的大專院校系所。實習期間表現優秀者，可依獎學金辦法提出申請，2025年共有29位學生符合資格，共計發出78仟元的獎勵金。為留住優秀人才，使其未來成為安心食品的生力軍，安心食品推出多項優渥福利，吸引建教生畢業後繼續留任，像是留任獎金、績效獎金、通過檢定考則予以調薪、部分職級當月出勤固定時數即享有獎金，並可享有與正式職員工相同之福利等。

項目	2023	2024	2025
合作大專院系所	111	113	115
實習生人數	29	47	29

● 城市科技大學職場體驗



● 頭城家商職場體驗



● 開南大學職場體驗



● 中華大學實習簡介活動



● 台中教育大學實習啟航典禮

3.4.4 各項獎勵金制度

安心食品為鼓勵員工積極介紹優秀人才，公司設有介紹獎金制度，凡符合相關資格規範並提出介紹獎金申請者，即可核發；2025年共發出79仟元介紹獎金，受惠人數為78人次。另外，公司也提供兼職人員轉正的管道，鼓勵表現優異的兼職夥伴轉為核心人才，凡經過甄選轉任為正職人員並服務滿一定期間者，提供轉任獎金，2025年共發出680仟元轉任獎金，受惠人數為155人次。

● 歷年獎勵金發放

項目	單位	2023	2024	2025
雙軌訓練生學期獎勵金	仟元	18	6	(註14)
	人次	5	2	
轉任獎金	仟元	161	672	680
	人次	25	107	155
介紹獎金	仟元	78.5	85	79
	人次	92	88	78

(註14) 教育部已於2023年停止計畫。



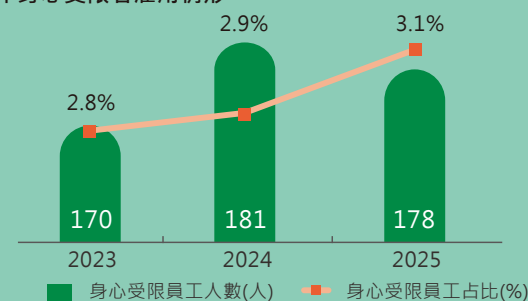
3.4.5 打造身心受限者就業學堂

身心障礙者長期被視為社會負擔，但我們認為身障者們如同天使一般純真、善良，公司內部稱呼這群工作夥伴為「小天使」，我們相信「他們不是不能，只要把工作細碎化，一樣能執行得很好」，小天使們一樣需要工作機會，只要讓他們循序漸進、慢慢熟悉工作，一樣可以投入職場。

為消除教育上的不平等，確保弱勢族群擁有接受教育和職業訓練的管道，安心食品長期與地區身障部門合作，將摩斯漢堡打造成為支持社區就業的學堂。安心食品長期聘僱身心障礙者，期望藉由企業的力量，扭轉他們在社會上的形象，成為社會勞動力的另一項助力。2025年總公司與店鋪聘雇身心受限者人數共有178位，占總員工人數3.1%。



● 歷年身心受限者雇用情形

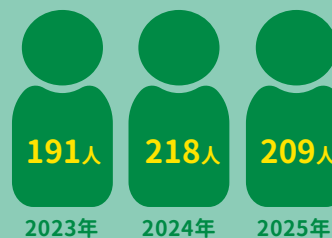


● 歷年身心受限者在職員工人數及占比

項目	2023	2024	2025
行政管理職	2	0	0
一般職員	1	1	1
營運管理職	2	0	1
門市人員	2	5	6
兼職人員	163	175	170
小計	170	181	178
員工總數占比	2.8%	2.9%	3.1%

3.4.6 第九屆入社迎新典禮儀式與新人座談會

安心食品自2016年起，每年舉辦入社迎新典禮及新人座談會，已逐漸形成傳統，截至2025年已有209人參與。透過一連串的活動，讓活潑熱情、喜愛摩斯漢堡的新鮮人，更加了解安心食品的企業文化。迎新活動中，除了參訪東元餐飲集團的關係企業，也邀請學長姐進行經驗分享，並讓新進夥伴代表分享感言，促進雙向交流。安心食品於2025年舉辦第十屆入社迎新典禮及新人座談會，共有209位夥伴成為安心食品的一家人。



歷年入社迎新典禮儀式與新人歡迎會參與人數



摩斯漢堡

3.5 聆聽內部的聲音

安心食品對於維護員工權益亦不遺餘力，員工反映的任何意見和想法，我們會盡力在第一時間瞭解並處理。安心食品一直以來重視勞資關係的和諧，我們在內部建立許多溝通管道，網站亦設有「獨立董事聯絡信箱」、「稽核室信箱」及「員工意見信箱」，設有專責單位處理相關事務，同時鼓勵志同道合的夥伴成立社團。2025年透過員工意見信箱受理的案件共4件，過往受理案件大部分係勞資雙方溝通或員工福利政策相關問題諮詢，所有案件數皆於當年度結案。

● 歷年員工意見信箱受理案件數



2023年 2024年 2025年



員工意見回饋專區



投資人專區



3.5.1 總部月會

安心固定於每月的最後一週召開總部月會，主要目的是讓各部門宣達重要資訊、表揚績優人員，同時讓總部夥伴們齊聚、促進交流，達到充分溝通。與一般企業不同，我們效仿日本站著開會的方式，希望充實會議內容，縮短會議時間，同時，站立的姿勢會使與會人員有一種緊張感，間接刺激積極活潑的討論，另外，站立姿勢也可以促進思考力。



3.5.2 店長大會

安心食品固定每月舉行分區店長月會、每季舉行全國店長大會，除了總部主管們向營運宣達重要資訊，也會規劃演講、邀請優秀店長分享經驗，同時也會頒發營運獎勵，鼓勵表現優良的店舖。安心食品希望能透過全國店長大會聚集全台店長，促進彼此的交流，同時達到相互激勵的效果。



● 2024年3月18日店長大會大合照

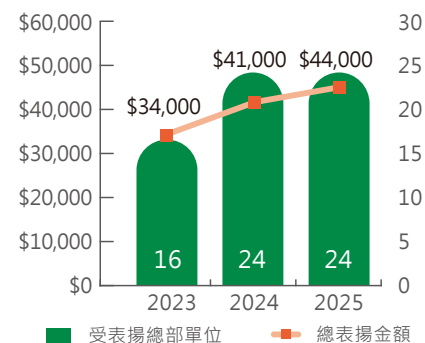
3.5.3 績優人員表揚

安心食品向來重視顧客服務，「營運端」服務的對象是「顧客」，而「總部端」服務的對象則是「營運夥伴」，也就是「營運夥伴」即是總部端必須重視的「顧客」。唯有傾聽顧客的聲音，才能瞭解顧客的心聲，因此，總部端也必須重視營運端的需求，將他們當成自己的顧客，用心聆聽他們的需求，並給予適時的協助和幫助，透過調查營運端對總部端各部門的滿意度，能夠時時警惕總部夥伴們，必須用心聆聽和重視「顧客」的心聲。

安心食品對於表現良好的部門或夥伴會給予公開表揚及獎勵，因此，營業管控課每季會向營運端調查「營運對於總部各單位之滿意度」，並進行排名。表現良好的部門與夥伴經主管提報，會在每月的總部月會上進行內部公開表揚。2025年共有24個部門及夥伴獲得表揚獎勵。

項目	單位	2023	2024	2025
受表揚總部單位	個	16	24	24
總表揚金額	仟元	34	41	44

● 歷年受表揚部門與總表揚金額



3.5.4 表揚資深員工

安心食品感謝員工長期的付出及努力，故於2025年3月18日舉辦資深員工表揚會，2025年度「10至25年年資者」共121位，並贈予「20年以上資歷者」黃金金幣一枚，安心透過表揚會，感謝員工辛勞亦勉勵同仁繼續加油。安心食品深信員工是企業經營最重要的基石，唯有與員工站在一起，讓員工明瞭公司的營運方針、認同經營理念，才能凝聚企業共識，為企業共創更美好的未來。

10週年



20週年



25週年



3.5.5 社會法規遵循



安心遵循國際人權公約等相關法規，如性別平等、工作權及禁止歧視等權利，並且訂定人權政策。此外，為保障勞資雙方之權利義務，使勞資雙方同心協力，共謀事業發展，特依據勞動基準法令規定，訂定工作規則並要求全體員工遵守相關規定。2025年共3件違反社會法規之情事，罰款金額約100仟元，相關部門針對違反之事由立即進行瞭解，並就問題提出改善對策，避免類似錯誤再發生。

● 違反社會法規之損失金額

項目內容	單位	2023	2024	2025
違反勞基法造成的金錢損失總額	元	40,000	120,000	80,000
違反就業歧視造成的金錢損失總額	元	0	0	0

社會法規

處分日期：2025年5月29日

處分字號：北市勞動字第11460083852號

違反勞基法第22條第2項規定，處罰鍰金額4萬元。

事由

發生緣由：工資應全額直接給付勞工。

社會法規

處分日期：2025年10月23日

處分字號：府授勞動字第1140324383號

違反勞基法第22條第2項規定，處罰鍰金額2萬元。

事由

發生緣由：工資應全額直接給付勞工。

社會法規

處分日期：2025年10月30日

處分字號：府勞資字第1140181029號

違反勞基法第22條第2項規定，處罰鍰金額2萬元。

事由

發生緣由：工資應全額直接給付勞工。

● 改善對策 ●

給付完成，依法規再次宣導並執行。

違反社會
法規之說明



3.5.6 營運變化最短預告期

安心食品依照勞基法第11條或第13條但書規定終止勞動契約者，其預告期間依下列規定辦理：

1

繼續工作3個月
以上1年未滿者，
於10日前預告之。

2

繼續工作1年以上
3年未滿者，
於20日前預告之。

3

繼續工作
3年以上者，
於30日前預告之。

4

勞工於接到前項預告後，為另謀工作得於工作時間請假外出。其請假時數，每星期不得超過2日之工作時間，請假期間之工資照給。

3.6 人才培訓管理系統

安心食品致力於建立具系統性、透明化且與企業策略緊密連結的人才培訓管理機制，確保員工自入職起即可獲得充分的學習資源與職涯發展支持。透過制度化的培訓流程、明確的學習地圖與年度策略導向課程，公司強化組織治理能力（G）、提升員工專業與服務品質（S），並促進營運效率與永續競爭力。

3.6.1 系統化培訓架構與治理機制

公司建置完整的人才培訓管理系統，涵蓋新進訓練、職能發展、管理訓練與專案課程等面向。所有課程均依據年度策略目標與部門需求規劃，確保人才發展與企業方向一致。透過標準化的學習地圖與能力模型：建立一致的管理與操作標準、提升跨部門協作效率、強化組織在面對市場變動時的韌性，使人才培育成為企業長期治理的一部分。此治理架構確保培訓制度透明、可追蹤、可衡量，並持續優化。

3.6.2 營運夥伴職能發展與專業強化

針對營運現場的夥伴，公司設計「職能精進計畫」，內容涵蓋：營運方針與策略理解、食品衛生與食品安全專業知識、商品製作與銷售流程、顧客需求洞察與產品趨勢分析、店鋪經營管理實務演練。此計畫協助夥伴提升專業能力與服務品質，並強化顧客體驗與品牌信任度，展現企業對社會責任（S）與食品安全的承諾。2025年，公司針對新任店經理推出「店長思維成長與管理精進」專案課程，協助主管提升領導力、問題解決能力與團隊管理能力，支持前線營運的永續發展。

3.6.3 總部幕僚能力提升與跨部門治理強化

總部同仁除持續接受通識管理能力訓練外，2025年亦規劃多場專案課程與專業講座，內容包括：食品安全與內部管理、法規遵循（法遵）、資訊安全（資安）、AI 基礎應用與數位轉型能力等。此類課程強化公司在法遵、資安與風險管理上的治理能力，並促進跨部門協作、提升組織整體效率與創新能力。

公司透過多元化的學習形式（課程、講座、專案訓練、數位學習）打造永續人才生態系，提升員工對外部趨勢與永續議題的敏感度。2025 年辦理多場專業講座，包括食品安全、法遵、資安與 AI 應用等主題，協助員工掌握產業變化與新興能力需求。

此學習模式不僅提升營運效率，也透過數位化與流程優化減少資源浪費，呼應環境面的永續精神。

此外，公司也持續不斷地提供夥伴多元化的教育訓練公司持續提供多元且公平的教育訓練資源，並以職前訓練與在職訓練為核心架構，確保所有員工皆能獲得必要的專業知識與技能。透過內外部雙向訓練模式，公司不僅提升員工專業能力，也落實教育機會平等，強化企業的人力資本韌性。為支持員工持續進修，各部門主管與同仁可依需求申請參與外部課程，公司亦提供年度管理訓練預算，鼓勵員工主動學習、提升競爭力。2025年員工外部進修之訓練費用共花費517,335元^(註15)。

營業訓練課以培訓營運的儲備幹部為主，新進人員的訓練課程主要是學習公司理念、食品安全衛生、商品操作標準、顧客服務概念等知識，課程完成後則會到訓練店進行現場實際操作學習，透過OFF-J.T.與OJT的訓練結合，讓新人將學習到的基礎知識落實並運用在店鋪的營運操作中；此新進人員訓練占整體比例的40%。而針對主管才能的訓練，則以提升經營管理能力為主，此訓練占整體比例的26%。專業職能訓練則專注於店鋪營運管理所需要的知識及技巧，如：顧客服務、盤點、值班、OJT指導技巧等，占整體訓練比例的33.7%。最後則是通識訓練0.3%。透過訓練培育更多專業的管理人才，不斷提升店鋪的整體經營能力，為顧客創造更多好的服務和美味商品，使摩斯漢堡的品牌不斷成長、永續經營。

(註15) 營運端費用為136,335元，總部端為381,000元。



3.6.4 新進人員訓練

安心食品重視人才發展，所有新進人員自報到起即納入公司完整的人才培訓管理系統。透過制度化、透明化的訓練流程，公司確保每位夥伴皆能獲得一致且高品質的學習資源，強化組織治理、提升員工專業能力。

●標準化新人訓練制度：奠定人才永續基礎

所有總部及店鋪新進人員均需至淡水安心學院參加為期四天的新人基礎訓練與實務操作課程。課程內容涵蓋：企業經營理念與文化、顧客服務精神、食材安全與品質堅持、店鋪營運流程與基本操作等。此訓練協助新進同仁快速理解企業價值與營運模式，縮短適應期並提升工作投入度。2025年共有266人次完成新人訓練。

●總部新進人員實習與職前訓練

總部新進夥伴除完成新人訓練外，亦需至門市進行兩週實習，以了解營運現場流程與顧客需求。此安排可協助同仁建立對前線營運的理解。

明確掌握自身職務如何支持門市、強化跨部門協作與內部顧客意識，回到總部後，同仁需完成「總部職前訓練」，內容包含：工作態度與職場禮儀、公司組織架構與部門職責、內部顧客關係與服務流程等。2025年亦針對新進主管開辦「主管職前訓練」，協助主管快速熟悉公司制度、人事規範與管理責任。2025年總部職前訓練（同仁與主管）共計22人次參與。



●總部及營運夥伴教育訓練平均時數

年度	2023						2024						2025					
員工類別	總受訓時數 (小時)		總人次 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人次 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人次 (人)		平均受訓時數 (小時/人)	
性別	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
行政管理職	267	483.2	75	139	3.6	3.5	1,280	2,008	140	338	9.14	5.94	1,594.5	2138.5	128	212	12.46	10.09
一般職員	672	1,692	156	391	4.3	4.3	550	681	74	129	7.43	5.28	1500.5	2,091.5	293	395	5.12	5.29
營運管理職	1,998	4,301	326	678	6.1	6.3	5,803	7,060	237	370	24.49	19.08	2,324	4,680	99	171	23.47	27.37
門市人員	4,746	7,304	160	248	29.7	29.5	76	324	2,085	4,105	0.04	0.08	5,473	6,892	269	248	20.35	27.79
兼職人員 ^(註16)	3,420.5	6,125.8	1,679	2,965	2.0	2.1	3,401	5318	324	506	10.50	10.51	4,143	11,072	1,445	4,040	2.87	2.74
總計	11,103.5	19,906	2,396	4,421	50.3	50.2	11,110	15,392	2,860	5,448	82.1	75.7	15,035	26,874	2,234	5,066	64.27	73.28

(註16) 店鋪兼職人員分散各地及離島，2015年開始即以線上系統E-learning，以遠端教學取代課堂教學方式。

●職安衛外訓平均受訓時數

年度	2023						2024						2025					
類別	總受訓時數 (小時)		總人次 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人次 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人次 (人)		平均受訓時數 (小時/人)	
性別	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
勞安 ^(註17)	21	21	1	3	21	16	90	330	15	45	6	7.3	21	0	1	0	21	0
防火管理人	12	12	1	11	12	7.5	42	138	4	13	10.5	10.6	12	36	2	3	6	12
急救	24	24	2	1	12	12	21	84	7	28	3	3	16	0	1	0	16	0
合計	57	57	4	14	45	35.5	153	579	24	88	6.3	6.5	49	36	4	3	14.3	12

(註17) 勞安課程包含丙種勞工安全衛生業務主管回訓、乙種勞工安全衛生業務主管回訓、台積電勞安等課程。

3.6.5 傑出店長選拔競賽

摩斯漢堡長期重視人才永續與服務品質提升，將「TCFA傑出店長選拔」視為推動人力資本發展的重要里程碑。對企業而言，這不僅是展現品牌文化與服務力的舞台，更是落實社會(S)與治理(G)的具體行動。對店長而言，則是肯定、激勵與職涯發展的重要推力。因此，針對參選店長的培育上我們著重在於：

傑出店長職能培訓

撰寫能力訓練

現代店長習慣以口語或社群片段式表達，較少以文字系統化紀錄經營方法。為提升知識傳承與經營透明度，安心食品規劃「撰寫能力訓練」：

- 引導店長將經營經驗、商圈創新方法以條列式整理
 - 透過筆記與重組思考，提升邏輯表達
 - 讓店長能以文字清楚呈現管理成果，強化組織知識庫
- 此舉不僅提升個人能力，也讓企業的經營know-how得以累積與延續。

表達能力訓練

店長在現場需快速回應顧客與夥伴，因此容易因求快而表達不完整。為提升溝通品質，課程聚焦：

- 將腦中想法轉換成具邏輯性的語句
- 運用「說故事」技巧提升溝通吸引力
- 讓店長能更有效傳遞資訊、帶領團隊、處理顧客需求，這不僅提升內部溝通效率，也直接改善顧客體驗。

在參賽過程中，摩斯漢堡導入內部神秘客制度與店鋪自評機制，更是協助店長與夥伴找出服務弱項以執行共同討論改善策略，提升商品品質與服務一致性，這些行動強化了顧客信任，也讓店鋪在永續經營上更具韌性。不僅如此透過與同業、異業優秀店長的交流，店長們能：

吸收不同產業的管理方法

引入創新服務概念

提升店鋪經營視野與競爭力

2025年摩斯漢堡共派出六位優良店長：鍾依涵店長、林妤綾店長、黃俊達店長、王湘儀店長、洪春慧店長、陳鈺玲店長參加傑出店長比賽，競爭激烈的餐飲類組共計有30位優良店長參與，選出7位傑出店長。摩斯漢堡今年是由跨世代領導表現亮眼的桃基二航管制店-鍾依涵店長及以效率與穩定著稱、帶動門市成長的高效店長-台中育賢店陳鈺玲店長榮獲為2025全國商店傑出店長。

● 歷年傑出店長選拔競賽獲獎人數

年份	優良店長人數	傑出店長人數	最佳創新獎	門市清掃獎	店務心得優異獎
2023	7	1	1	1	0
2024	6	1	0	0	1
2025	0	2	1	0	0



2025年2月24日賴清德總統接見「第27屆全國商店傑出店長」
(圖右為摩斯漢堡全國傑出店長-康寧店鄭伊涵)

● 2025 TCFA全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔

3.7 孵育人才搖籃



3.7.1 安心學院

摩斯漢堡淡水教育訓練中心「安心學院」坐落在風景優美的淡水，自2012年創立以來已超過十年的時間，自成立以來，一直是摩斯漢堡培育夥伴的重要學習基地，培育了很多「有朝氣、開朗熱情、誠實正直」的摩斯夥伴，因為擁有完善的軟硬體場地，所以適合作為培育人才、舉辦團體活動的地方，除了提供安心食品內部教育訓練使用外，也會提供給外部團體舉辦體驗營課程；從一開始的新進員工基礎教育訓練課程，到一系列的店長養成培訓課程，夥伴們在環境優美、溫暖友善的學習環境中，學習如何製作出安心美味的餐點，及如何成為令人信任的管理者、領導人。

在安心學院，不僅能夠在培訓課程中學習到專業知識，每個月也會依照節日，設計與學員的互動遊戲，希望能夠達到玩中學、學中玩，讓學員們除了在課程中學到專業技能外，也能夠在互動過程中，學習和他人交流，發現彼此的長處和優點。例如，在萬聖節時，讓學員們分組收服怪物，學習為團隊盡一份心力；感恩節時，讓學員們寫下最想感謝的人，並鼓勵和當事人當面感謝，讓夥伴學習如何及時表達感恩；聖誕節活動則是讓學員們分組比賽，學習如何在團隊中更有效率地進行事務。透過每個月生動有趣的節慶遊戲，不僅讓夥伴們舒緩平時的工作壓力，更讓夥伴們在潛移默化中，學習到個人或團隊在工作中應有的態度及扮演的角色，有助於摩斯的夥伴們凝聚團隊向心力。



3F、2F

- 二、三樓除了提供住宿之外，也有多個交誼廳擺放休閒娛樂設施，像是健身器材、桌球室等，讓到訪的人可以自由使用。



1F

- 一樓空間有教室及大講堂可以租借、可以隨時補充能量的誠實商店、休閒娛樂的交誼廳等休閒設施。
- 安心學院也會依照節日舉辦不同的活動，像是二月份的元宵猜燈謎活動、六月份的端午節活動等，2025年共舉辦26場次的活動。

月份	節慶活動	2025場次
1	元宵猜燈謎活動	2
2	元宵猜燈謎活動	3
3	摩斯生日活動	3
4	地球日實果互動活動	3
5	母親節活動	3
6	端午節活動	4
7	尋找單字活動	4
8	世界狗狗日-搖頭狗摺紙	3
9	腦筋急轉彎	1
合計		26

● 歷年教室使用情形說明

項目	對象	單位	2023	2024	2025
訓練教室	內部員工	人次	1,291	1,877	834
	外部單位	人次	1,643	2,332	1,067

● 歷年外部團體租借場地受惠人數

項目	活動內容	2023	2024	2025
		受惠人數	受惠人數	受惠人數
休閒空間 租借優惠	擁有舒適、寧靜的安心學院，除了內部授課及員工住宿之外，也提供合宜的價格租借給外部團體，共享資源。	1,643	2,332	1,067

資源共享-全台員工宿舍

為了讓外縣市的員工受訓時無須擔心住宿問題，安心食品於淡水安心學院和吉林研修中心皆設有員工宿舍，提供參加公司受訓的學員免費住宿，同時秉持資源共享的精神，亦提供外部部門申請入住。此外，為了給予安心食品的員工更好的住宿環境，安心食品於2025年重新整修部分宿舍，提供員工更好的住宿環境。

● 歷年宿舍使用情形

項目	宿舍分布		單位	2023	2024	2025
員工宿舍	安心學院		床	83	83	83
	吉林研修中心			6	6	6
	店舖員工宿舍			46	52	56
總計				135	141	145
使用對象	內部員工	安心學院	人次 ^(註19)	699	848	649
		吉林研修中心 ^(註18)		-	-	-
		店舖員工宿舍		388	355	282
	外部單位	安心學院	人次	721	1,007	458
		吉林研修中心		0	0	0
		店舖員工宿舍		-	-	-
總計				1,808	2,210	1,107

(註18) 僅開放內部員工受訓時臨時租借，故無統計稼動率。

(註19) 住宿人次為當年度每月住宿人次的加總。



● 2025年重新整修後宿舍

3.8 推動安全文化建立健康職場



GRI 403-1

GRI 403-8

安全是人類僅次於生理需要的重要生活需求，衛生更是維持人類健康，增進生活品質的必要條件，因此，照護員工的職業安全衛生是不可或缺的要項，更是確保健康及促進年齡層福祉、社會進步、文明發展的重要條件。安心身為雇主，為確保員工的職業安全和衛生健康，設有安全衛生小組實施安全衛生系統，遵循勞工法令規定，善盡企業責任，做好員工的照顧與保護工作，並且制定安全衛生政策，希望員工本身也應對於自己切身有關的職業安全衛生法規有所認識，並且有義務遵守，才能於工作時，保障自身的安全。因此，安全衛生小組也會運用各種創意方式，默默守護員工的健康，讓員工在每天辛苦上班的同時，也能注意自身的健康狀況。



安全衛生政策

恪遵法規，教育訓練。
預防危害，持續改善。
健康促進，全員參與。

職業安全
衛生巡檢安全衛生
教育訓練意外事件
及傷病追蹤健康促進
與管理

▲ 推動安全文化建立健康職場

總部廁所牆上張貼 健康知識衛教

2025年度，安心食品持續於每月更新職場健康促進衛教單張，於化妝室張貼文宣，協助員工進一步增加健康知識，並關心自己的健康。



總部辦公室健康操

安全衛生小組每日會於15:00播放健康操影片，讓總部夥伴固定於下午三點暫時放下手邊的工作，活動身體。



3.9 職業安全衛生巡檢

為消弭職場的災害，安心食品的安全衛生小組每月持續至各分店進行安全衛生巡檢，由職業安全衛生管理人員至各店鋪進行巡檢，為各項作業事先進行危害鑑別與風險評估，並針對危害提出預防控制措施，以確保員工在工作場所的職場安全。

3.9.1 作業環境測定

安心食品遵循法令規範，每六個月會定期委託勞動部認可的作業環境監測機構，實施二氧化碳監測，確保每家店鋪的客席區、工作區的二氧化碳濃度均在法令規範值以下，維護夥伴們的工作環境安全，2025年安心食品所有店鋪全數符合法定容許濃度5,000ppm以下。

3.9.2 安全衛生教育訓練

安心食品建立完整的職業災害網路通報機制，透過此項機制，除分析夥伴的受災害類型外，亦追蹤受職業災害者的復原狀況並確認如需進行復(配)工，則會安排職醫協助完成復(配)工評估。根據災害類型分析結果，其中切割傷、燒燙傷和跌倒為店鋪夥伴最常見的災害，故特別為夥伴舉辦教育訓練講座與宣導。另外，為大幅減少各地各種形式的暴力，並配合政府在職業安全法規，實施職場不法侵害、職場心理衛生及職場骨骼肌肉傷害預防、母性保護計畫宣導等課程。



職業災害預防措施

新進人員防災課程

針對正職人員的新進夥伴及在職夥伴們，進行人員的安全衛生教育訓練-防災課程，2025年共舉辦了4場。



勞工健康臨場服務

2015年成立安全衛生小組至今，累計至2025年底共執行1,534場次，為安心食品的夥伴健康把關。成員包含職安人員和勞工健康服務護理師，聘有北、中、南部共3位的勞工健康服務醫師，針對母性、不法侵害、過負荷、人因工程、職場心理衛生、復工、配工評估及工傷事故追蹤關懷，規劃訪視店鋪急救箱配置、員工健康檢查報告之健康諮詢及工作環境改善措施建議等。2025年共執行216場勞工健康臨場服務。

項目	2023	2024	2025
臨場服務場次	216	216	216
參加員工人數	432	218	186



過負荷防治專題課程

安心於各營運部月會宣導過負荷預防，除了提供配合體檢時所作的過負荷問卷，也針對平時夥伴的過負荷預防藉由發放聯絡單與會議宣達，為使夥伴更了解過負荷的防治。

項目	2023	2024	2025
舉辦場次	0 ^(註20)	3	3
參加人數	0 ^(註20)	45	40

(註20)：2023年因疫情逐步解封關係，隨政府做滾動式調整，避免群聚效應增加感染風險，於每月18場次的臨場服務中，做各家店鋪加強宣導及現場問題回饋。

3.10 意外事件及職業傷病追蹤

意外事件非因當事人之故意、過失、不當作為或不作為所致之不可預見的事故或不幸。而身體的疾病與工作中危險因子之間的因果關係，故疾病即有可能為職業傷病，職業傷病又分為職業傷害與職業疾病，職業傷害是指急性的疾病，而職業病是屬於較慢性的疾病，時間較久才會發生。因此，職業傷病的「預防」是最重要的。為落實職業安全衛生管控，安心食品建立權責分工的執行組織，進一步強化職業傷害的預防，朝向建構最佳健康職場的目標邁進。

3.10.1 職業災害事故通報機制

安心食品依職業安全衛生法的相關規定，每月定期上網申報職業災害統計分析。為使發生職業災害事故之處理有所遵循，俾建立職業災害事故通報機制，以即時掌握員工的職業災害狀況，同時，我們會分析夥伴的事故調查原因並進行改善措施，亦會追蹤受職業災害者的復原狀況進行配工、復工評估。安全衛生小組也會立即啟動事故調查，進行事故調查分析、處理及研擬改善措施，定期宣導相關安全衛生事項，以防止類似情形再發生。

依職業安全衛生法的相關規定，安心食品每月定期上網申報職業災害統計分析。職業災害統計分析資料，係依勞動部及GRI Standard所公布之重要失能傷害統計指標，選擇失能傷害頻率、失能傷害嚴重率做為主要統計依據（統計數字不含上、下班交通安全事故）。

事件通報調查表



計算公式說明

失能傷害頻率(FR)=全年失能傷害人數÷總工作時數×1,000,000
 失能傷害嚴重率(SR)=全年失能總損失日數÷總工作時數×1,000,000
 職業病率=(職業病發生次數/總經歷工時)×1,000,000
 缺勤率=(缺勤日數÷總工作日數)×100%
 失能傷害平均損失日數=總損失日數/總傷亡人數

● 失能傷害統計(不含上下班交通安全事故數據)(註21)

年份	2023		2024		2025	
性別	男	女	男	女	男	女
失能傷害頻率	1.09	2.19	0.30	1.69	0.32	1.91
失能傷害嚴重率	17	39	4	31	5.9	78.4
職業病率	0	0	0	0	0	0
因公死亡事故數	0	0	0	0	0	0
失能傷害平均損失日數	16	18	14	19	18.5	41

(註21)台北捷運爵士廣場店陳○○發生跌倒事件，連續請假119天。
 台中榮總店陳○○發生跌倒事件，連續請假92天。

3.10.2 勞工復工評估

針對無法返回原職場的勞工，安心提供職業輔導評量，經過各項測驗評估，給予勞工轉職的建議。職業災害的發生實屬突發意外事故，輕則導致勞工頓失經濟來源、重則致部分失能、全部失能或喪命，甚至失去返回職場的信心，嚴重者會有相當程度的創傷後壓力症候群等等心理狀態。自2016年起，安全衛生本著協助員工復工的使命，成立復工計畫並落實於傷病後員工的復配工、懷孕員工適性配工、遭受不法侵害員工依適性配工介入進行職場調動等等措施。

自2016年至2025年，經復工計畫以協助員工順利復工共計48人次，並持續改善復工計畫、措施及加強復工的效度。我們於2020年末，針對復工計畫的成效與實施效率，調整更新紀錄表單，讓評估人員進行評估時，更有效率地紀錄人員接受評估的過程。自2021年下半年開始，藉由告知人員復工診斷書開立的形式、多次的電訪、郵件關懷等措施，加強紀錄內容，讓評估人員無論是面對面的面談或視訊面談，皆更能掌握復工人員的狀況，達到高效率、精準的評估。當復工人員返回職場一段時間後，也會電訪關懷工作的情形，了解返回職場後是否能勝任工作。

此外，我們善用北、中、南、花東各地的醫院所提供的資源，如台北區台大醫院、台北榮總、雙和醫院等工作強化中心，中區以中山醫學院附設醫院、彰化基督教醫院，南區以成大醫院、高雄醫大等，連結員工在地醫學中心設有的專業工作強化中心、職能復健治療，提供傷後員工能有專業醫療及復健介入。返回職場前，由工作強化中心進行工作職能評估，並有職能評估報告，接著由勞工健康服務醫師與職能復健師共同進行職場環境評估，適時調整員工最需要的幫助與協助。

● 復工作服務指引



不法侵害預防及突發處理機制

執行職務遭受不法侵害即俗稱「職場暴力」，職場暴力指的是工作者在與工作相關的環境中遭受虐待、威脅或攻擊，以致於明顯或隱含地對其安全、福祉或與身心健康構成挑戰的事件。安心依據職業安全衛生法規及指引規劃並採取必要的安全衛生防護措施，列入職業安全例行性工作事項，落實職場環境風險評估與危害辨識。除此之外，營運作業環境亦定期進行不法侵害之預防作業，如內外部之不法侵害之風險評估與危害風險辨識，及早辨識可能的危害風險進而能透過工程、或行政上的改善，降低員工遭受不法侵害的風險。

為確保員工免於受侵害之權利，安心建構不法侵害通報，發生不法侵害事件時，依據不法侵害預防及事件處理流程進行事件處理。常態的不法侵害預防宣導，透過內部的總部月會、店長月會、內部聯絡單，以及定期舉行知能與識能的教育訓練，或不定期於主管會議時，讓主管自我評估並認識職場不法侵害。安心食品由董事長帶領宣誓不法侵害「零容忍」，建立反職場不法侵害的組織文化氛圍。



● 不法侵害事件處理流程圖 ● 預防職場暴力之書面聲明

預防異常過負荷促發 腦心血管疾病之評估與面談計畫

腦心血管疾病之促發，除個人因素（如原有疾病或生活習慣等）外，亦與工作負荷有關，故安心規劃相關的評估及面談計畫。問卷調查收集資料後，進行後端的計分處理，利用建檔後，建置個人化過勞表單再由醫師進行評估，同時搭配心情溫度計（Brief Symptom Rating Scale, BSRS-5）進行個人整體性評估，於臨場服務現場時進行面談諮詢，如員工為需要接受專業醫師諮商或必要接受治療時，採取立即性就醫轉介之建議與協助，並安排適性配工評估計畫。

性別	BSRS-5 分數	10000 分數	10000 分數	10000 分數	工作型態
女	1	15	15	15	低負荷
女	2	15	15	15	低負荷
女	3	15	15	15	低負荷
女	4	15	15	15	低負荷
女	5	15	15	15	低負荷
女	6	15	15	15	低負荷
女	7	15	15	15	低負荷
女	8	15	15	15	低負荷
女	9	15	15	15	低負荷
女	10	15	15	15	低負荷
女	11	15	15	15	低負荷
女	12	15	15	15	低負荷
女	13	15	15	15	低負荷
女	14	15	15	15	低負荷
女	15	15	15	15	低負荷
女	16	15	15	15	低負荷
女	17	15	15	15	低負荷
女	18	15	15	15	低負荷
女	19	15	15	15	低負荷
女	20	15	15	15	低負荷
女	21	15	15	15	低負荷
女	22	15	15	15	低負荷
女	23	15	15	15	低負荷
女	24	15	15	15	低負荷
女	25	15	15	15	低負荷
女	26	15	15	15	低負荷
女	27	15	15	15	低負荷
女	28	15	15	15	低負荷
女	29	15	15	15	低負荷
女	30	15	15	15	低負荷
女	31	15	15	15	低負荷
女	32	15	15	15	低負荷
女	33	15	15	15	低負荷
女	34	15	15	15	低負荷
女	35	15	15	15	低負荷
女	36	15	15	15	低負荷
女	37	15	15	15	低負荷
女	38	15	15	15	低負荷
女	39	15	15	15	低負荷
女	40	15	15	15	低負荷
女	41	15	15	15	低負荷
女	42	15	15	15	低負荷
女	43	15	15	15	低負荷
女	44	15	15	15	低負荷
女	45	15	15	15	低負荷
女	46	15	15	15	低負荷
女	47	15	15	15	低負荷
女	48	15	15	15	低負荷
女	49	15	15	15	低負荷
女	50	15	15	15	低負荷
女	51	15	15	15	低負荷
女	52	15	15	15	低負荷
女	53	15	15	15	低負荷
女	54	15	15	15	低負荷
女	55	15	15	15	低負荷
女	56	15	15	15	低負荷
女	57	15	15	15	低負荷
女	58	15	15	15	低負荷
女	59	15	15	15	低負荷
女	60	15	15	15	低負荷
女	61	15	15	15	低負荷
女	62	15	15	15	低負荷
女	63	15	15	15	低負荷
女	64	15	15	15	低負荷
女	65	15	15	15	低負荷
女	66	15	15	15	低負荷
女	67	15	15	15	低負荷
女	68	15	15	15	低負荷
女	69	15	15	15	低負荷
女	70	15	15	15	低負荷
女	71	15	15	15	低負荷
女	72	15	15	15	低負荷
女	73	15	15	15	低負荷
女	74	15	15	15	低負荷
女	75	15	15	15	低負荷
女	76	15	15	15	低負荷
女	77	15	15	15	低負荷
女	78	15	15	15	低負荷
女	79	15	15	15	低負荷
女	80	15	15	15	低負荷
女	81	15	15	15	低負荷
女	82	15	15	15	低負荷
女	83	15	15	15	低負荷
女	84	15	15	15	低負荷
女	85	15	15	15	低負荷
女	86	15	15	15	低負荷
女	87	15	15	15	低負荷
女	88	15	15	15	低負荷
女	89	15	15	15	低負荷
女	90	15	15	15	低負荷
女	91	15	15	15	低負荷
女	92	15	15	15	低負荷
女	93	15	15	15	低負荷
女	94	15	15	15	低負荷
女	95	15	15	15	低負荷
女	96	15	15	15	低負荷
女	97	15	15	15	低負荷
女	98	15	15	15	低負荷
女	99	15	15	15	低負荷
女	100	15	15	15	低負荷



● 2025 臨場服務前計算10年風險及過負荷風險評估 ● 過負荷評估暨建議表

母性保護通報機制

勞工健康臨場服務進行風險辨識與危害評估，針對母性保護工作場所環境為必要項目之一，以符合性別平等、著重保護女性員工有生育計劃考量時，降低女性員工於妊娠期間、產後復工時對職場環境安全有疑慮，期許能加強母性職場環境之友善度。自2016年起，安心的職場母性保護措施一路走來跟著勞動部職安署指引的腳步。自2020年起除了維持電子版通報系統、提供一枚母性好孕胸章於工作時配戴，並提供國健署孕產婦關懷網站的最新資訊，除了達到溫馨提醒的功效，也讓許多新手媽媽安全感倍增。



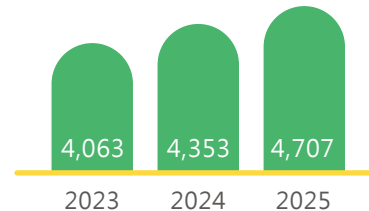
● 懷孕通報通知 ● 懷孕女性員工面談

3.10.3 健康檢查後續追蹤



每位員工於年度健檢時，皆可透過現場QR Code，完成電子健康問卷調查。透過系統後台的自動化統計分析，我們能精準掌握員工的健康促進需求，並依據問卷結果篩選出需進一步追蹤的面談對象。評估範疇涵蓋：人因危害預防、過勞風險量表、心情溫度計、日常健康認知、四癌篩檢需求，以及菸檳酒使用現況等，藉此提供更具有針對性的健康管理建議。

項目	單位	2023	2024	2025
腰圍 (cm)	男 ≥ 110 ；女 ≥ 100	人	119	197
BMI (kg/m ²)	≥ 35	人	163	196
血壓 (mm-Hg)	SBP ≥ 180 ；DBP ≥ 110	人	54	70
膽固醇 (mg/dL)	≥ 300	人	32	35
三酸甘油酯 (mg/dL)	≥ 500	人	9	13
低密度脂蛋白 (mg/dL)	≥ 200	人	34	44
麩胺酸草醋酸轉氨基酶ALT (IU/L)	≥ 200	人	8	8
肌酸酐 (mg/dL)	≥ 2.5	人	3	2
飯前血糖 (mg/dL)	≥ 126	人	81	142



● 歷年員工定期健康檢查補助金額(千元)



● 員工體檢問卷內容

3.11 健康促進與管理



3.11.1 員工健康檢查

安心食品依據勞工健康保護規則及食品良好衛生規範規定，每年提供優於法規的員工健康檢查服務，內容包含餐飲業供膳體檢與一般體檢。體檢後依勞工健康保護規則的健康分級管理，針對健檢異常的項目由勞工健康服務醫師訂定健康檢查報告分級，同時進行管理及關懷，確保餐飲食品從業人員的健康狀況良好，無感染性疾病。為防止工作者有過勞的情形發生，配合職安法「過勞預防條款」(職業安全衛生法第6條第2項及第21條第1項、職業安全衛生設施規則第324條之2)的要求，雇主使勞工從事輪班、夜間工作及長時間工作，應妥為規劃並採取必要之安全措施。

2025年透過過勞問卷、心情健康量表、Framingham十年心血管疾病風險預測，同時參照個人健康報告，進行分級管理，共分為0至4級，1至4級於每週至每月由護理師定期利用電子郵件和電話訪問，提供衛教諮詢及追蹤就診，以及安排臨場服務與勞工健康服務，醫師會以視訊或面對面方式諮詢。

員工於每年度體檢時，皆須利用體檢現場提供的QR Code，完成電子版健康檢查問卷調查，系統後台即可顯示問卷調查之統計分析，進一步追蹤了解員工的健康促進需求，透過問卷調查篩選需要進一步面談的員工，包含人因性危害預防評估、過勞評估量表、心情溫度計、日常健康認知、及使用菸、檳、酒的狀況等等。

問卷調查收集資料後，進行後端的計分處理，利用Excel建檔後，建置個人化的醫師評估表單，並搭配心情溫度計(BSRS-5)進行個人整體性評估，於臨場服務現場時進行面談諮詢，如員工為需要接受專業醫師諮商或必要接受治療時，採取立即性就醫轉介之建議與協助，並安排適性配工評估計畫。(BSRS-5各題占比)

3.11.2 國建署健康促進標章



安心食品為推動全體夥伴建立健康知能與落實健康促進，自2017年起，由啟新診所輔導辦理健康職場啟動計畫為期四個月，共計16小時的健康活動及講座，涵蓋個人體重管理、營養知識、運動等課程，透過專業的健康管理講師、營養師和運動指導員，並搭配智慧計步器，鼓勵員工身體力行，讓員工在職場上也能獲得健康，讓職場不只是疲勞的代名詞，而是能提供健康福祉、照顧員工的健康園地。

安心於2017年取得啟動標章證書，並於2018年申請健康促進標章並將促進標章擴及全台灣各店舖，讓全體員工動起來，一起擁有健康職場。2018年延續了健康職場啟動標章，在全體夥伴的共同努力下，獲得健康職場促進認證，並取得店舖連鎖認證。2021年積極爭取健康促進標章展延並再度獲得認證，持續推動提升全體夥伴健康知能及落實健康促進。2019年度至2020年度持續辦理常態性健康促進活動，以維護全體夥伴健康權益。除了內部公告、宣導品的提供，主題包含均衡飲食、居家運動、疾病衛教及心靈紓壓，透過動態的呈現，提供夥伴安心溫暖的關懷。夥伴們透過各項健康促進活動，從總部幕僚延伸至全台各店舖所有營運夥伴，讓健康促進深入員工的心，2026年期許朝向績優健康職場邁進。

2025 年度各項健康促進活動



例行課程

安心場所AED+CPR 急救教育訓練課程

- 每年舉行的常態急救教育訓練課程，是針對總部幕僚進行初訓及回訓之教育課程。
- 2025年共辦理3堂課程、完訓率82.6%、公司幕僚總計95人完成訓練。



身心健康講座

心理健康講座

- 2025年8月於營運部安排心理健康講座，今年的主題為「如何溝通化解衝突」，課程中分享給夥伴溝通的技巧及不同情境的方式，讓夥伴們彼此能在職場工作時減少衝突的發生。
- 2025年參與人次為320人



身心健康講座

環境生活與健康的關係

- 環境、生活與健康三者息息相關。環境提供空氣、水與土地，其品質直接影響生理機能；生活型態（如飲食、運動與減壓）則是健康的內在基石。當我們守護環境減少污染，並建立良好的生活習慣，便能形成正向循環，有效預防疾病並提升身心靈的整體生活品質。
- 2025年參與人次共320人。

紓壓課程

禪繞畫

- 禪繞畫是透過重複繪製簡單圖樣，讓人進入放鬆且專注的狀態，透過繪畫，可在一筆一畫中減壓並獲得心靈平靜。
- 2025年參與人次共300人。



紓壓課程

「蚵殼粉多肉花園盆栽」手作

- 活動前，將廢棄的蚵殼經過高溫日曬鍛燒處理，成為細緻的蚵殼粉，運用在手作盆栽作為骨材，可以強化盆栽硬度。是一堂能兼具「ESG、Team Building、舒壓療癒」的課程。
- 2025年參與人次共16人。



母性保護計畫

● 近三年育嬰留停申請率、復職率和留任率之統計

項目	性別	2023	2024	2025
符合申請育嬰留停之員工人數	男	7	10	2
	女	23	30	31
	總計	30	40	33
實際申請育嬰留停之員工人數	男	7	5	2
	女	21	25	27
	總計	28	30	29
育嬰留停申請率 (註22)		93.3%	75%	87.8%
育嬰假後預計(應該)復職之員工總數	男	6	5	7
	女	10	25	19
	總計	16	30	26
育嬰假後實際復職之員工總數	男	4	4	6
	女	10	15	10
	總計	14	19	16
育嬰留停復職率 (註23)		87.5%	63.3%	61.5%
前年度育嬰假後實際復職之員工總數	男	5	6	5
	女	13	23	25
	總計	18	29	30
休完育嬰假復職後十二個月 仍在職之員工人數	男	4	4	4
	女	5	20	19
	總計	9	24	23
育嬰留停申請率 (註24)		50%	82.7%	76.6%

(註22) 育嬰留停申請率：實際申請育嬰留停之員工人數 / 符合申請育嬰留停之員工人數x100。

(註23) 育嬰留停復職率：育嬰假後實際復職的員工總數 / 育嬰假後預計(應該)復職之員工總數x100。

(註24) 育嬰留停留任率：休完育嬰假復職後十二個月仍在職之員工總數 / 上個報導期間內休完育嬰假後實際復職之員工總數x100

安全衛生小組建構了線上通報表單，透過手機或電腦即可通報。凡經通報的女性母性員工，安全衛生小組會提供保護措施、工作環境危害辨識風險評估，以及定期追蹤提供關懷與協助，並在母性保護期間提供相關衛教及諮詢管道，間接加強照護健康的下一代。店舖為保護母性員工有安全及舒適的工作環境，會依母性員工意願調整適合的工作內容或工作地點。

依據女性母性工作場所保護指引、性別平等工作法及公共場所設置哺集乳室辦法，2015年起於總部規劃設置哺集乳室，2016年申請通過政府哺乳室經費補助，使設備更加完善並通過續優哺集乳室評核，於2017年獲得台北市政府衛生局頒發優良哺集乳室認證標章，提供安心食品員工隱密、舒適的哺集乳空間，因疫情影响，續優哺集乳室依衛生局展延至2021年8月。安全衛生小組於2022年因應總部公司地址遷址，除設置哺乳室外，也重新申請並通過台北市政府衛生局評核為優良哺(集)乳室，2023年台北市政府衛生局再度評核為特優等級之哺(集)乳室。



● 產後視訊面談



● 產後視訊面談結果通知

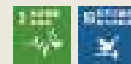
安心食品友善 職場推動計畫

2025年安心食品持續推動人權與友善職場，由人力資源部與安全衛生小組攜手維護員工權益與健康。自2023年起，我們積極推動「維護友善職場，人人有責」的宣導活動，透過公告聯絡單、店內文宣及總部張貼資訊，提醒同仁共同營造安心工作的環境。2024年開始，我們強化職場安全與員工關懷措施，於總部辦公室持續播放「員工健康、禁止性騷擾、拒絕不法侵害」的宣導標語，提醒員工關注健康並防範不法侵害。此外，安全衛生小組推出「您需要我們嗎？」小卡，提供各縣市性騷擾通報、法律諮詢與免費心理諮商預約等資訊，確保員工能獲得即時協助，保護自己與他人。

透過這些行動，安心食品致力打造安全、友善、幸福的職場環境，讓每位員工都能安心工作、快樂成長。



3.12 敦親睦鄰、深化社區影響力

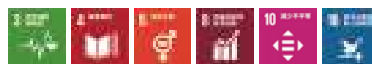


為實踐「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念，安心食品透過執行各項公益活動，深入各個鄉鎮及社區，將店鋪當作和社區居民溝通的橋梁，與社區居民維持良性互動關係，並散播溫暖，發揮社會正面影響力，共同打造溫暖友善的社區環境。安心食品運用LBG/B4SI框架，彙整2025年度參與的公益活動和社會投資。

3.12.1 公益活動

店長們除了將經營理念實踐在每日的工作當中，也會思考如何與夥伴們將「貢獻人類、貢獻社會」的精神持續擴大。因此，店鋪夥伴們會透過自發性的參與或舉辦各式公益活動，以實際行動落實企業經營理念，將摩斯的經營理念傳遞給更多人、發揮更多影響力，讓愛分享並延續下去。

發票愛心捐贈



投入

2025年摩斯漢堡持續與勵友中心攜手合作，於全台門市設置「發票捐贈箱」，並推動「零錢捐」行動，邀請消費者在日常消費中輕鬆參與公益。

產出

- 摩斯漢堡全年共募集發票兌獎金 352,836 元、「零錢捐贈」共 462,549 元，將社會大眾的善意轉化為穩定支持弱勢兒少的重要資源。這項合作讓「做好事」成為生活的一部分，實踐企業與社會大眾共同參與的永續行動模式。
- 透過企業與民眾的支持，勵友中心得以提供青少年完整的培力歷程。在「好Young少年創意基地」，開設攝影、彩妝、編髮等職涯課程，全年辦理64場次、服務 303 人次，協助青少年探索自我與未來方向。進一步透過「C2C職涯服務」，提供 246 人次個別輔導，成功協助 23 位弱勢青少年踏入職場，其中 17 位穩定就業達三個月以上，逐步建立自立能力。此外，課後據點全年提供 2,615 人次餐食與學習支持，讓孩子在穩定環境中安心成長，為未來奠定基礎。
- 2025年，勵友中心服務 255 位性侵害保護個案，並處理 352 件司法案件，提供 130 案陪同偵訊與出庭服務，致力降低兒少在司法歷程中的二次傷害。

影響

- **穩住家庭，就是穩住孩子的未來**
 - 透過資源挹注，勵友中心持續提供弱勢家庭物資、餐食、居家改善與急難補助等服務，有效減輕家庭壓力。服務回饋顯示，100% 家長認為生活品質獲得改善，顯示穩定支持對家庭與兒少具有關鍵影響力。
- **降低傷害，重建信任的安全網**
 - 透過專業介入，司法少年再犯率降至 6.9%，失蹤兒少再通報率為 13.8%，展現長期陪伴與系統性支持的具體成果。
 - 透過資源的挹注，勵友有機會同時導入身心整合的療癒服務（如瑜珈與身體放鬆課程），協助創傷兒少建立自我照顧能力，其中 90% 已能應用於日常生活，提升穩定度與社會適應力。
- **從受助到助人，形成正向循環的社會影響力**
 - 在企業與社會共同支持下，2025年有5位青少年從受助者轉變為「青教學長」，主動規劃營隊服務偏鄉學童，將被幫助的經驗轉化為回饋社會的行動，實踐正向循環的社會價值。
 - 此外，勵友中心「兒少100KM」知識管理計畫已產出 100 個專業知識點，並透過數位內容累計超過 10,753 人次觀看，將53年實務經驗轉化為可擴散的社會影響力。
- **企業 × 公益：讓永續成為日常選擇**
 - 摩斯漢堡與勵友中心的合作，展現企業如何透過通路與品牌影響力，將公益融入消費場景，讓更多人能輕鬆參與、長期投入，期盼合作持續深化，串連更多社會資源，打造更完整的兒少支持網絡。
- **讓每一份日常的選擇，都成為改變的起點**

物資捐贈



2025年店鋪舉辦物資捐贈活動共8場

① 一雙鞋，千里情

地點：舊鞋救命國際基督關懷協會
參與店鋪：高鐵桃園店
時間：2025年8月7日
內容：集結店裡夥伴及顧客閒置的鞋子送到非洲。

② 同心送暖，重建希望

地點：台南市北門區公所/七股區公所
時間：2025年7月18日
內容：號召親朋好友與夥伴一同投入物資募集的行列。

③ 一點心意，點亮微光

地點：台南私立惠山社會福利慈善事業基金會
參與店鋪：台南永華店
時間：2025年7月30日
內容：透過募集點數捐贈愛心餐點，探望身心障礙的大朋友。

④ 慢飛天使的幸福衣櫥

地點：心怡舊衣回收
參與店鋪：太平育賢店
時間：2025年8月15日-8月30日
內容：發起舊衣回收義賣活動，將衣物集中整理後交由精障朋友進行分類與販售，將所得轉為薪水。

⑤ 暖心牛奶傳遞計畫

地點：財團法人世界和平會
參與店鋪：摩斯漢堡太平育賢店
時間：2025年8月5日-8月23日
內容：為支持偏鄉弱勢孩童所需營養，活動透過募集經費提供鮮奶幫助更多的小朋友。

⑥ 一個娃娃，兩個笑容

地點：嘉義縣朴子市學府路二段92號 敏道家園
參與店鋪：高鐵嘉義店
時間：2025年8月16日
內容：透過夥伴募集的娃娃在店內義賣，以銅板價格讓家長買給小朋友，並將義賣的金額捐贈給敏道家園。

⑦ 點點成金，為愛打擊

地點：雲林縣斗六市明德北路三段76號(華山基金會)
參與店鋪：高鐵嘉義店
時間：2025年8月19日
內容：以「愛心不嫌少、1點、2點都可以」的方式，鼓勵顧客一起踴躍參與，共同募集金點，捐贈給華山基金會舉辦公益棒球賽。

⑧ 愛心蔬果箱，傳遞營養與溫暖

地點：等家實實社會福利協會
參與店鋪：桃機二航管制區店
時間：2025年8月8日
內容：參與安心蔬果箱公益活動，把溫暖傳到孩子心中。



- ① 捐贈一批鞋子至舊鞋救命國際基督關懷協會。
- ② 捐贈帆布34件和綁繩100條。
- ③ 募集點數捐贈愛心餐點，並探望身心障礙的大朋友。
- ④ 發起舊衣回收義賣活動，將衣物集中整理後交由精障朋友進行分類與販售，
- ⑤ 透過義賣所得轉為薪水，提供他們實際的工作機會與經濟支持。捐贈2,500元的牛奶。
- ⑥ 募集娃娃於店鋪義賣，並將金額5,200元捐贈予敏道家園。
- ⑦ 募集摩斯金點，並將點數兌換成100杯紅茶，捐贈至華山基金會。
- ⑧ 參與「等家實實的安心蔬果計畫」，並捐贈14,975元(蔬果25箱子)。



- ① 夥伴分享道：「一雙鞋的溫暖，可能改變他們的人生。小小付出，卻能傳遞無限希望。」
- ② 從新聞中看到丹娜絲颱風對台南沿海地區造成重大災情，店長心中感到非常難過與不捨，於是召集夥伴們，主動發起一場災後關懷行動。透過帆布募集，親自採買並聯繫防災中心，確認捐贈流程與需求。夥伴分享道：「在這過程中號召親朋好友與夥伴一同投入物資募集的行列，讓我內心充滿感動與使命感。當我們齊心將一箱箱防水帆布送達災區時，彷彿也將一份份溫暖與希望親手交到受災鄉親手中。災後重建的路途艱難，但這段經歷讓我深深相信：『團結與善意，是這個社會最溫柔的力量。』」
- ③ 夥伴分享道：「看似簡單的折紙、黏貼，他們一開始總是小心翼翼、帶著不確定，但在我們的鼓勵與陪伴下，逐漸露出笑容、主動詢問，甚至開始指導彼此。那一刻我明白，他們不只是接受幫助的人，更能成為給予的一方。這份過程中的互動，不只是技能的練習，更是價值與信任的建立。」
- ④ 夥伴分享道：「參與這次的活動，深刻體會到舊衣捐贈不只是物品再利用，更是對精障朋友的一份肯定，每一件衣服，都能成為他們自立生活的重要力量。」
- ⑤ 為支持偏鄉弱勢孩童所需營養，讓孩童在社團練習後可以藉由牛奶攝取成長的營養，透過募集經費提供鮮奶幫助更多的小朋友，小小的付出，帶來滿滿的力量與希望，同時讓愛傳遞出去。
- ⑥ 將夥伴募集的娃娃在店內義賣，並帶著夥伴到敏道家園，一起將大家義賣的金額捐贈給敏道家園。透過活動讓大家都更熱愛做公益，也藉此活動更凝聚團隊的向心力。
- ⑦ 夥伴分享道：「最後成功募集到100杯的紅茶，活動非常順利，這次與大家一起為華山基金會盡一份心力，真的是很棒的經驗。」
- ⑧ 夥伴分享道：「參與安心蔬果箱公益活動，不僅送上營養，更把溫暖傳到孩子心中，能與夥伴一起參與分享愛心，是一種幸福，也讓我更珍惜與夥伴一起實踐善的力量。」

投入

產出

影響

捐血活動



2025店鋪舉辦捐血活動，共4場

① 為生命續航，用愛加滿

參與店鋪：桃園藝文廣場店
時間：2025年7月26日

② 傳愛心，捐熱血

參與店鋪：高鐵桃園店
時間：2025年7月16日

③ 定期捐血，讓愛流動

參與店鋪：高鐵嘉義店
時間：2025年8月21日

④ 熱血行動，愛心延續

參與店鋪：桃機二航管制區店
時間：2025年7月25日



至4家捐血地點捐血

- ① 桃園市蘆竹區公所
- ② 桃園市南崁區150號
- ③ 嘉義市捐血站
- ④ 桃園市中壢區 捐血中心



- ① 夥伴們意識到：「捐血不只是單純的付出，更是一種「分享生命」的方式。」
- ② 夥伴分享道「透過捐血，不只是貢獻了一袋血，更收穫了『愛心可以循環』的體悟。」
- ③ 夥伴分享道：「一起去捐血，除了讓大家感情更好外，也了解到在捐血站的工作護理人員的辛苦外，也得知到捐血募集的不易。」
- ④ 夥伴分享道：「捐血一袋，救人一命，能號召夥伴一起用小小的舉動，幫助需要的人，讓我感受到生命連結的力量，也提醒自己持續付出愛心。」

關懷弱勢



2025年舉辦關懷弱勢活動，共4場

① 凝聚我們的力量，用愛傳遞各地

地點：安得列食物銀行台南辦事處
參與店鋪：台南永華店
時間：2025年5月17日
內容：提供客製化的食物箱給予基本生活支持與希望。

② 盲人重建，有你相伴

地點：桃園市蘆竹區中正路1號(南崁特力屋)
時間：2025年8月3日
內容：參與協助台灣盲人重建院的義賣活動，幫助院方籌募經費。

③ 愛心食育，暖心傳愛

舉辦門市：桃園藝文廣場店
活動地點：摩斯漢堡內壢環東店
時間：2025年8月28日
內容：邀請內壢國小特教班的學生來參與體驗活動。

④ 閱讀的力量，愛的行動

地點：太平育賢店
時間：2025年7月19日-8月15日
內容：於門市舉辦童書義賣活動，財團法人發展遲緩基金會。

投入

產出

- ① 提供客製化的食物箱給安得烈食物銀行。
- ② 捐款1,000元。
- ③ 贊助食育活動經費。



影響

- ① 得知協會近期人手不足，店長立即集結了店鋪夥伴，前往協助裝箱工作。每位夥伴都充份展現熱忱與責任感，分工合作 完成裝箱的工作。大家全心投入、彼此加油打氣，確保每一箱送出的食物都能帶給受助家庭真正的幫助與溫暖。店長分享道：「在短短幾小時的過程中，我看見了團隊最真誠的模樣，那是一份超越工作本身的凝聚力，是在公益中彼此成就的夥伴情誼。」
- ② 透過協助台灣盲人重建院的義賣活動，摩斯夥伴感受到公益的價值在於讓更多人看見、理解與參與。由顧客與夥伴的贊助活動的經費，順利舉辦「小小漢堡達人」活動，透過活動讓孩子親手體驗，獲得不同經驗與成就感，帶給孩子更多自信與歡笑。
- ③ 與顧客和夥伴共襄盛舉，將義賣所得捐贈於財團法人發展遲緩基金會，用於支持發展遲緩兒童的學習與生活，夥伴分享道：「透過這次義賣活動體會到微小的付出能凝聚成大大的力量，讓更多的人一起參與支持孩子的成长。」

投入

產出

影響

關愛動物



投入

浪浪情，心行動

地點：社團法人中華親善動物保護協會

時間：2025年8月28日

內容：店長與門市夥伴們在林口貓村擔任志工。

產出

與夥伴在林口貓村擔任志工，我們透過用心陪伴與細心清理，每一次的彎腰與付出，都成為讓貓咪安心生活的重要力量。

影響

透過活動，讓夥伴發揮愛護動物的精神，並主動關心流浪動物議題。



協助活動辦理

投入

防災小尖兵，居家知識王

地點：桃園市中壢五權親子館

時間：2025年8月21日

內容：這次參與教導孩子防災觀念的活動，透過生動有趣的方式教導，我們不僅把知識傳下去，也讓他們在遊戲中建立正確的安全意識，看著孩子們專注又開心的模樣，也讓我們在過程中收穫了快樂及成就感。

產出

協助靖娟兒童基金會辦理活動「居家防災知識王」。

影響

店鋪透過參與活動，以生動有趣的方式教導孩子防災觀念的活動，不僅傳授知識，也讓小孩在遊戲中建立正確的安全意識，看著孩子們專注又開心的模樣，也讓摩斯的夥伴們很有成就感。



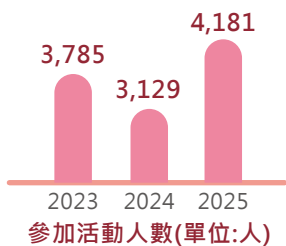
3.13 社區投資

3.13.1 MOS 我愛媽咪告白活動

為傳播愛與正能量，安心食品自2017年起，每年5月份都會舉辦「我愛媽咪告白」活動，參加人數至今已超過**41,811**位，累積活動獎品金額**1,102**仟元。

投入

- 2025年5月份推出「親子同享餐」的餐點優惠，邀請母親與小朋友來摩斯一起享用餐點並參與摺紙傳情活動，摺紙活動完成後，可至摩斯漢堡兌換市價50元的中杯摩斯咖啡一杯。

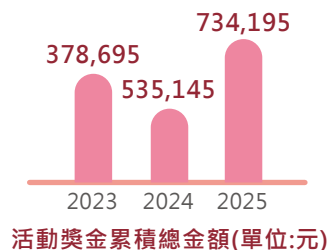


產出

- 2025年當年兌換及享有活動優惠之總人數為**14,956**人。
- 截止2025年，活動獎品累積總金額**1,102,395**元。

影響

- 參與人數較2024年增加**10,775**人，社會影響力較2024年成長**257.7**%。



3.13.2 MOS

食育活動

摩斯漢堡的食育活動發展

摩斯漢堡的食育活動始於2006年，最初由訓練單位規劃，邀請鄰近國小學生參加。活動不僅分享漢堡的歷史，還讓孩子親手製作蜜汁烤雞堡，並從中學習食材營養價值，例如萵苣、洋蔥絲和雞腿肉的營養成分。此外，活動也強調正確的洗手習慣、不挑食及珍惜食物的重要性。

2020年開始，摩斯漢堡進一步拓展食育計畫，針對3~6歲幼兒設計專屬課程，主軸包括：

- 透過互動教學，讓孩子學習顏色、數字、大小等概念，並與日常食物建立聯結，培養基礎辨識能力。
- 透過趣味故事，引導孩子學習正確的飲食禮儀與良好生活習慣。
- 透過親子互動學習，增進家庭情感，留下難忘的體驗。

摩斯漢堡的食育理念與目標

與傳統的職場體驗活動不同，摩斯漢堡的食育活動不僅僅是讓孩子體驗餐飲業工作，而是希望透過實際參與，培養兒童對健康飲食的正確認知。這種教育模式融合了日本與台灣的食育文化，使孩子在體驗樂趣的同時，也能學習食物的來源、營養知識與感恩之心。

此外，隨著全球ESG趨勢的推動，食育與食農教育成為世界各國關注的重要議題。摩斯漢堡透過其活動，希望讓孩子理解珍惜食物與環境保護的重要性，進一步養成對土地與自然的關懷。

未來展望：持續深化食育影響力

摩斯漢堡雖然已推行食育活動多年，但仍不斷思考如何精進，以確保其核心價值能真正落實於社會中。未來將持續透過創新的課程設計、社區合作及親子活動，讓更多人了解食育的重要性，並為台灣的食育推廣貢獻一份心力。摩斯漢堡希望將「美味與健康並存」的理念傳遞給更多消費者，讓食育成為全民共享的學習機會。

投入

● 兒童食育活動

地點：全台門市

時間：門市不定期舉辦

目的：(1) 藉由活動讓小朋友從小養成正確的飲食觀念，並了解農民的辛苦，學習體恤農民及珍惜食材。
(2) 家長及祖父母也能一同參與，和孩子一起學習正確的食物觀念，並增進親子情感。

方法：(1) 於門市舉辦食農活動，一場約2小時。
(2) 針對不同年齡層，設計適用於3~6歲的「幼兒版」和國小生使用的「小學版」2種版本。
(3) 於官網設置門市食育活動專區，公告活動消息。

產出

- 2006年起開始舉辦兒童食育活動已長達19年。
- 2015年起累積參與人數超過26,726位。
- 2025年舉辦超過7場食育活動、花費超過14小時，參與人數共560人。



影響

- 幫助孩童從小建立正確的飲食觀念，了解均衡飲食之重要性。
- 讓孩童從小建立珍惜食物的觀念，增加對「剩食問題」之意識。
- 為忙碌的現代父母親提供食農教育的機會，同時增加親子互動時間。
- 將「美味與健康並存」的理念傳遞給更多消費者，讓食育成為全民共享的學習機會。



● 幼兒版食育教材



● 小學版食育教材



● 店鋪食育活動辦理花絮

3.14 藝文活動

摩斯漢堡不僅餵飽顧客的胃，更致力於富足顧客的心。我們將持續深耕在地文化，讓每一間摩斯門市，都成為點亮社區人文之光的溫馨角落。

MOS藝文推廣與社區共融計畫

推動 初衷

摩斯漢堡一直認為，健康的身體來自於安心的食物，而心靈的健康也需要文化與藝術的陪伴。在現代高壓且忙碌的生活中，我們觀察到許多人經常處於緊繃狀態。藝術與文化有一種特別的力量，能跨越語言，直接帶給人平靜。我們希望將原本單純用餐的門市空間，轉化為一個讓藝術進入日常巷弄的窗口，讓大家在餐之餘，也能有一個舒緩焦慮的空間。

這個計畫的契機，源於我們內部有具備音樂才華的夥伴。因此，摩斯漢堡想到可以結合音樂與美食，這不僅能撫慰顧客的心靈，也能與周邊鄰里建立更好的互動。我們希望透過這樣的方式，讓藝術不再遙遠，而是成為豐富大家內在生活的一種日常。

計畫 目的

- 實踐敦親睦鄰精神：藉由餐廳與社區的深度結合，打破鄰里間的隔閡，讓門市成為街坊鄰居共享文化的溫暖據點。
- 打造社區藝文平台：成立「摩斯藝文塾」，透過音樂、繪畫、手作等多元形式，提供在地民眾一個交流、學習與共鳴的「社區客廳」。
- 提升感官用餐體驗：創造味覺與聽覺、視覺的雙重饗宴，讓顧客在繁忙日常中能在此舒緩壓力、陶冶心靈，重拾人與人之間純粹的連結。

歷史 事蹟

- 建立實體藝文據點：2022年起正式於「西門成都店」打造摩斯藝文塾，成功將門市空間延伸為多元形式的藝文交流平台。2022年於門市舉辦藝文相關活動，共計5場。
- 跨界音樂巡迴合作：2023年起攜手「豌豆五鋼琴重奏樂團」，正式將鋼琴五重奏搬進店鋪。音樂會足跡遍布全台各地據點，讓精緻藝術走出殿堂，融入大眾的日常飲食生活。
- 2023年於門市舉辦音樂饗宴活動，共計2場。
- 2024年於門市舉辦音樂饗宴活動，共計9場。
- 2025年於門市舉辦音樂饗宴活動，共計6場，與外部單位合作共計3場。

2025年成果



- 8月8日攜手「豌豆五鋼琴重奏樂團」於台北生技園區多功能廳舉行MOS父親節音樂饗宴；參與人次約350人。
- 8月16日和8月17日攜手「豌豆五鋼琴重奏樂團」分別於高雄中正店和高雄五甲二店演出，鳳山區南和里的李錦珠里長以及龍成里的張芳璋里長也一同參與。
- 12月19日攜手「豌豆五鋼琴重奏樂團」於台南健康店演出；參與人次40人。
- 12月23日攜手「豌豆五鋼琴重奏樂團」於台中高鐵店演出；參與人次超過1,000人。
- 12月24日攜手「豌豆五鋼琴重奏樂團」於美村向上店演出；參與人次40人。

活動影響力

- 隨著藝文活動的持續推廣，摩斯漢堡在音樂領域的投入逐漸受到外界關注，並於2025年延伸出更多具體的合作機會。我們陸續收到來自各界的邀約。
- 在花蓮光復鄉，我們透過音樂與美食舉辦了感恩音樂會，為當地社區傳遞關懷與溫暖。同時，我們也將資源投入於教育與人才扶持，提供空間讓孩子們有機會展現音樂才華。
- 這份影響力也促成了跨界的交流，例如高雄金色女聲室內合唱團便主動與我們聯繫，將摩斯門市作為演出舞台。這不僅讓音樂創作者擁有更多與大眾接觸的機會，也讓音樂能真正走入民眾的日常生活。對摩斯而言，這些外部合作讓原本的初衷得以擴大，將溫暖傳遞到更多角落。

MOS外部藝文活動

2025年，摩斯漢堡持續推動「藝文活動」，
將藝術與文化深入巷弄與門市，透過三場代表性活動，傳遞溫暖並扶植多元才藝。



門市場地租借洽詢

感恩音樂會 摩斯漢堡與台灣土耳其經貿協會 攜手扶植青少年音樂夢

- 時間：2025年12月5日
- 地點：台北生技園區多功能廳
- 活動單位：台灣土耳其經貿協會、台灣創藝產業發展基金會
- 參與人次：200人
- 活動內容：
摩斯漢堡與中華民國台灣土耳其經貿協會於台北生技園區多功能廳，共同舉辦「2025 年終感恩音樂會」。活動特別邀請長安國小的小朋友管弦樂團擔綱演出，希望透過正式的舞台經驗，扶植兒童與青少年的音樂發展。摩斯漢堡期盼在歲末年終之際，藉由悠揚的樂聲邀請大眾參與音樂饗宴，迎接2026年的到來，並讓更多人看見年輕學子投身藝術的成果。



聖誕送暖花蓮光復鄉 摩斯漢堡舉辦 愛心米漢堡活動與感恩音樂會

- 時間：2025年12月21日
- 地點：光復鄉大安社區活動中心；林田山林業文化園區(花蓮光復鄉)
- 參與人次：愛心米漢堡活動共計164人次；感恩音樂會超過1,000人次。
- 活動內容：
摩斯漢堡舉辦「花蓮加油—聖誕愛心米漢堡活動及感恩音樂會」，活動由徐振雄村長與摩斯花蓮中山店夥伴共同參與，邀請光復鄉學齡兒童（以中低收入戶優先）及其家長，一同參與手作米漢堡體驗活動，並於現場發放100份米漢堡與聖誕禮物，當天也同步舉辦感恩音樂會，活動主要針對光復車站重災區及阿美族部落居民，希望在聖誕節前夕，透過美食與音樂的陪伴，為災後重建家園的鄉親傳遞溫暖與支持，攜手為花蓮加油。



聖誕美聲傳遞溫暖 高雄室內金色女聲合唱團 前進摩斯高雄中正店

- 時間：2025年12月22日
- 地點：高雄中正店
- 活動內容：
摩斯漢堡推廣公益音樂的理念吸引了「高雄室內金色女聲合唱團」主動接洽，於高雄中正店舉辦聖誕演出。該合唱團在地深耕22年，曾連續五年獲選為文化部中央扶植團隊，致力於南台灣合唱藝術的推廣。活動當晚，團員們透過優美歌聲詮釋多首經典歌曲，將門市轉化為音樂舞台，讓顧客在享受美食的同時，也能近距離感受如天籟般的音樂饗宴，共同分享溫暖的聖誕氣氛。



MOS內部藝文活動

MOS創意小黑板繪畫大賽

摩斯的高階主管有一次經過某家摩斯店舖，對於小黑板的畫作感到無比震驚，才驚覺摩斯的夥伴們居然這麼有藝術天分，在這樣的契機之下，公司決定舉辦一場小黑板創作大賽，以代表摩斯的「山海日」為主題，讓大家發揮自己的創意，在摩斯的小黑板上創作一幅和摩斯山海日相關的幅畫。

前三名得獎作品



1 淡水中北店 楊麗君



2 林口仁愛店 蘇雅珍



3 高雄中山店 陳亭君



▲ 桃園高鐵店

◀ 活動海報

投入

初衷

摩斯漢堡一直希望帶給顧客溫暖友善的服務。我們店頭也會掛著小黑板，店舖的夥伴們會在上面寫上正面積極的話，鼓勵顧客，這樣一個小小初衷，開啟了員工們的藝術細胞，也吸引了具有繪畫天份的員工，會因應地方特色或者節慶活動，在小黑板上以各種有趣的主題進行創作。

進行方式

- 徵稿期間：2025年7月18日-7月31日
- 參加資格：摩斯漢堡全體在職員工
- 評選方式：外部線上評選(40%)與內部實體評選(60%)
- 獲獎公告：2025年8月13日

活動目標

- 採「藝文摩斯」元素持續溝通，並以「因地制宜、敦親睦鄰」為本，與顧客建立新溝通模式。全方位打造友善鄰里活動，達到敦親睦鄰的目的。
- 植入「貢獻人類、貢獻社會」經營理念，增加市場話題性，深化品牌影響力。
- 穩固員工夥伴對公司願景、理念、及品牌價值的認同。
- 提供員工另類舞台發揮創意，於職涯中找到自我價值，凝聚團隊。
- 活化店面閒置空間，發掘商圈內潛在喜愛文藝的客群，吸引更多顧客光顧摩斯。

產出

- 共計**70**幅參賽作品。
- 選出**15**名獲獎作品(頭獎、貳獎、參獎各1名、優選獎5名、參加獎7名)
- 2025年8月21日於西門成都店舉行頒獎典禮暨發表媒體記者會。
- 得獎作品於2025年9月於桃園高鐵店展出。超過1,000人次參與。
- 得獎作品於2025年10月於南港生技園區多功能廳展出。超過5,000人次參與。

影響

1.對公司的影響力：

- **激發隱形人才價值**：發掘夥伴在餐飲服務外的藝術專長，提升員工自信，並降低人員流動率，強化組織韌性。
- **美學行銷新亮點**：將原本制式化的店舖空間轉化為「社區藝廊」，讓顧客的消費體驗從生理飽足升華為心理滿足。
- **溝通模式的創新**：讓「山、海、日」的經營理念，透過小黑板具體化成為讓顧客看得見的溫馨創作。

2.對社會的影響力：

- **地方美學普及化**：透過巡迴展覽，將藝術帶進高鐵站、生技園區等高流動場域，縮短藝術與大眾的距離。
- **傳遞社會正能量**：小黑板上的文字與畫作，為繁忙的都市生活提供了心靈慰藉，強化了鄰里間的連結與溫馨感，促進社區和諧。

4

盡責治理 永續經營

股東 • 政府機關 • 員工 • 供應商 • 顧客

G - 治理

▶ 榮譽與獲獎

- 榮獲2025年天下永續公民獎
- 榮獲2025年Uber Eats商家合作夥伴獎
- 連續11年，榮獲TCSA第17屆台灣企業永續獎綜合績效「台灣百大永續典範企業獎」、企業永續報告「餐飲及食品業-第1類金級」、永續單項績的「人才發展領袖獎」、「社會共融領袖獎」，以及國際獎項「Sustainability Reporting Award - Bronze Class」

▶ 成果績效

- 全台店鋪數達297家店，合併營收超過60億
- EPS2.45元，現金股利1.2元
- 100%審核含有國外原料食材之相關產地證明
- 營運符合食品安全衛生管理法，無違反事件
- 2025年共召開5次董事會議，董事平均出席率100%
- 2025年董事會審議43項議案，包含環境、社會/人權及治理等議題
- 2025年投入675萬元研發費用，積極接軌國際、合作開發新品

4

管理方針



產銷履歷



對安心的意義

落實「三合一綠色採購」政策，食材的選擇重點為結合在地食材、生產履歷以及契作農場，從源頭把關，保障消費者的飲食安全。

政策與承諾

積極推動「在地食材」採購，優先選用具備產銷履歷 (TAP) 或優良農產品驗證之食材。透過資訊系統追蹤從農場到餐桌的每一道流程，縮短食物里程，並與在地農友建立長期契約，落實農業永續發展。

商品與服務創新



對安心的意義

運用合宜的食材推出符合消費者需求的商品，與消費者建立情感連結，開發不同的商品與服務模式。

政策與承諾

持續研發具備健康與環保概念的創新產品。我們結合數位科技優化點餐流程，提升顧客體驗，並透過流程創新降低資源浪費，以多元化的服務型態滿足消費者對高品質餐飲的期待。

重大主題		績效衡量指標	2026年目標	2025行動計畫	2025年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
治理	公司治理	投資人關係維護	- 涉及經營團隊與董事成員變動需於事實發生日1日內完成資料更新。 - 召開法人說明會。	法人股東來信及電話接待、法人投資人會議、官網投資人專區&利害關係人專區維護。	- 透過電話及電子郵件回應投資人及分析師提問2件。 - 召開2次法人說明會。	持續與投資人保持良好溝通關係。	建立穩固的投資人關係，定期舉行投資人交流會議，提供準確透明的資訊，增強投資者對公司的信心。
		公司治理提升	治理評鑑排名維持前5%。	完成公司治理評鑑自評作業，檢視未得分題目進行改善。	第十一屆公司治理評鑑排名6~20%。	持續增強公司治理，參與公司治理相關評鑑，強化公司治理制度。	建立高效的公司治理架構，參與外部評鑑，持續改進治理制度，提高公司營運效率和透明度。
		落實董事會、股東會運作制度	- 董事會全年召開5次。 - 每年5月召開股東常會。	- 定期召開董事會。 - 每年5月召開股東常會。	2025年度總共召開5次董事會，決議43件議案。 2025年度召開1次股東常會，決議9件議案（報告事項5案、承認事項2案、討論事項2案）。	持續落實董事會、股東會運作。	確保董事會和股東會運作的公平和有效，加強董事會成員的培訓和專業素養。
		落實功能委員會運作制度	9大功能委員會，全年召開34次。	採購委員會召開6次、展店委員會召開6次，其餘委員會視情況召開；平均每年至少召開3次。	2025年度9大功能委員會總共召開34次。	持續落實功能委員會運作。	建立健全的功能委員會運作機制，確保各功能委員會有效發揮作用，提高決策效率。
		持續新展店與續約既有店，擴大市場占有率	- 因應商圈移轉，店鋪體質調整（汰弱換新）。 - 增加醫院商店街、科技廠區店。	- 積極於中南部空白區域佈點展店。 - 雙北區域進行店質改善，配合商圈進行重新分配。 - 得來速類型DT展店。	- 截至2025年底總店數為297店。 - 以提升獲利為主要目標，台北榮總店、高雄台鋁店、中北二店、台大小福店、誠品站前店及康寧店等營運效益較低或存在重大安全疑慮的店鋪，有效降低公司虧損及營運風險。 - 針對獲利較高之商場進行商圈盤點並積極洽談設點，已成功進駐南港LaLaport。	- 擴大中南部商圈布局，提升店鋪覆蓋率，強化區域市場競爭力。 - 優化店鋪體質，關閉虧損店鋪，提升整體營運效益，增加公司獲利。 - 拓展新興據點，積極進駐新興住宅區、科技廠區及醫院周邊商圈，擴大市場版圖。	- 持續擴大商圈覆蓋範圍，增加新店鋪，同時加強現有店鋪的服務品質和深度，提升顧客滿意度。 - 透過合理調整店鋪經營策略，減少虧損店數，提高整體公司獲利能力。
		會員關係經營	- 提升會員數，透過專屬活動/專屬贈品/會員服務帶動回客及營業額。 - 推動開發全新會員系統、點數系統、電子商務系統。	- 會員新品嚐鮮優惠、會員活動優惠(生日禮/註冊禮/會員日)、專屬抽獎活動、分眾會員經營。 - 會員獨享服務-跨店取活動、會員專屬抽獎活動。	2025年會員數突破190萬（手機號碼驗證有效會員）。	持續深耕會員經營，與會員維持良好互動。	建立完善的會員經營體系，持續與會員保持良好互動，提高會員忠誠度和消費頻率。

重大主題		績效衡量指標	2026年目標	2025行動計畫	2025年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
治理	公司治理	單店營業額提升	共創品牌價值及顧客滿意的消費體驗。	- 點餐/支付方式多元化。 - 服務創新-社區互動活動規劃。 - 環境體驗-在地元素及季節性布置/閒置空間再利用。	- KIOSK安裝店數增加140店，使用率由19%提升至26%。 - 社區互動：舉辦食育活動、就業服務研習活動。 - 單店line社群經營，鼓勵加入官方會員並即時推播新品活動資訊。	持續提升單店營業額及獲利。	持續優化單店營運管理，提升每家店鋪的營業額和獲利水平，增加公司整體獲利。
	商品與服務創新	商品上市計畫	85項新商品上市。	依性別、年齡、用餐時段、外帶/外送、商圈別、食用習慣(蔬食/健康/低過敏原等)、餐飲風潮(植物基產品/混搭等)開發商品。	2025年推出97項新商品。	- 依年度商品計畫進行。 - 透過自有食品加工廠，開發更具商品及價格競爭力的商品。	- 依據消費者需求及市場分析，開發新商品回應市場變化。 - 開發食品加工廠供應外部通路的商品。
		在地食材使用	預估開發9項。	依商品年度計畫安排。	2025年推出12項商品。	依年度商品計畫安排。	各類別商品皆有使用米原料的品項。
		顧客滿意	顧客滿意度 > 86分。	透過線上問卷雲端蒐集、整理回饋、分析與建議，提報相關單位參考。	2025年皆達成目標，平均分數88.58分。	持續提升顧客滿意度。	建立持續改進的顧客滿意度評估機制，提高顧客滿意度，提升品牌忠誠度。
		顧客抱怨	衛生管理抱怨案件抱怨率： <0.0007%	- 顧客意見聯繫/處理與追蹤。 - 即時/定期彙整顧客意見於雲端系統。 - 提報相關單位研擬。	2025年平均抱怨率：0.00021%。	持續降低顧客抱怨率。	分析抱怨原因，持續改進服務流程和品質，降低顧客抱怨率，提高顧客滿意度。

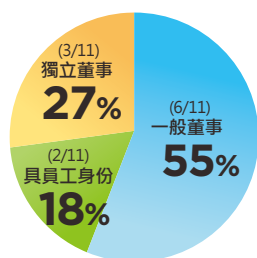
4.1 盡責治理

投資者越來越關注將環境、社會/人權和公司治理（ESG）納入投資所帶來的益處，同時讓投資者看見企業長期的價值，因此，盡責治理已成為投資流程中的一個重要組成部分。對於安心來說，管理ESG能有助於和投資者進行溝通，建立更穩定長久的關係。董事會亦扮演督導與指導角色，每年度ESG委員會召集人皆向董事會報告當年度執行成果。

4.1.1 董事會

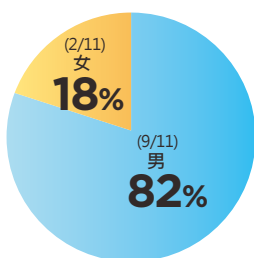


本公司董事會為公司營運面之最高決策機關，至少每季召開一次，並依「公開發行公司董事會議事辦法」，訂定「董事會議事規範」作為董事會之議事程序指導原則，且設有董事利益迴避原則。本公司業已依據「上市上櫃公司治理實務守則」制定董事會成員組成的多元化，就本身運作、營運型態及發展需求擬訂基本條件與專業知識技能之多元化方針，並落實執行。考量未來餐飲市場發展趨勢已無國界，期許外籍董事占比目標25%以上，目前4席外籍董事占全體11席董事比率為36%；本公司亦注重董事會成員組成之性別平等，至少需有1席女性董事，目前已有2席女性董事（含1席獨立董事）。董事會成員中，擅長經營管理、營運事業、產業發展、危機處理及領導決策者包括黃茂雄董事長、高順興副董事長、黃尚莉董事、林建元董事及張炯昌董事；包含具有國際市場觀的瀧深淳董事、福光昭夫董事、平林篤董事；劉維琪獨立董事為現任中華大學校長、曾擔任台灣高速鐵路（股）公司董事長、國票金融控股（股）公司董事長及國際票券金融（股）公司董事長，對財務與會計具有相當程度的專業知識與經驗；龔仁文獨立董事曾擔任資策會副執行長，專精於資訊科技（IT）與科技創新；賴瑟珍獨立董事曾擔任觀光局局長，對餐飲與觀光產業具有深厚的專業知識與經驗。董事會成員皆為各產業的精英與經營者，並具備多元的產業與學術背景，能從不同角度提供專業意見，對提升公司營運管理與經營績效具有極大助益。與公司治理相關的經濟、環境及社會議題由高階主管分層負責處理或直接委派至相關單位。其中，經濟績效議題由總經理負責，並定期向董事會報告重要業務。安心食品於2025年共召開5次董事會。



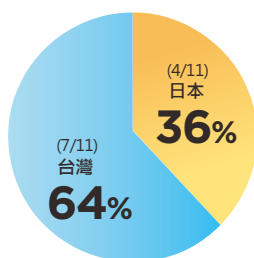
董事類別

■ 獨董 27%
■ 具員工身份 18%
■ 一般董事 55%



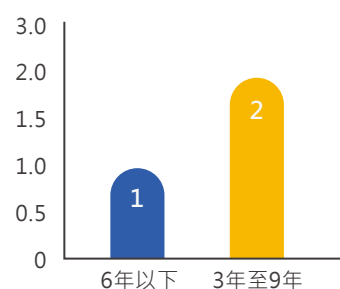
董事性別

■ 女性 18%
■ 男性 82%



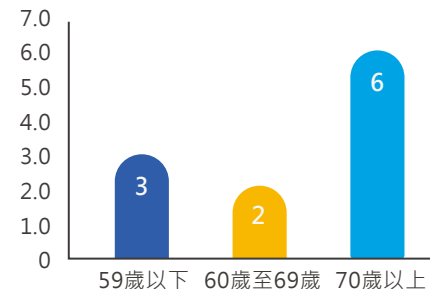
董事國籍

■ 日本 36%
■ 台灣 64%



獨立董事任期年資(人)

6 年 以 下	1 位
3 年 至 9 年	2 位



董事年齡層(人)

5 9 歲 以 下	3 位
6 0 歲 至 6 9 歲	2 位
7 0 歲 以 上	6 位

本公司為落實公司治理並提升董事會運作效率與功能，經董事會通過，訂定「董事會績效評估辦法」及評估方式。依據該辦法，於2025年底進行績效評鑑，評鑑對象包括董事會及功能性委員會（如審計委員會、薪酬委員會）之整體運作情形，並針對董事成員個別進行自我評估。2025年1月30日，薪酬委員會彙總分析評鑑結果並審議後，於2025年3月3日向董事會提交檢討報告。依據「董事會績效評估辦法」，評核結果均顯著超越標準。此外，本公司依該辦法，每三年委託外部專業獨立機構執行評估一次。本公司於2024年初委請「社團法人臺灣誠正經營學會」，透過「資料檢視」、「問卷」及「訪談」方式，進行2024年度董事會外部績效評估，提出觀察結論、評估報告及優化建議，並提報至2024年4月董事會審議。



公司章程



取得或處分
資產處理程序



資金貸與
他人管理
辦法



背書保證
作業程序



防範內線交易
管理作業



董事選舉
辦法



董事會績
效評估辦法



股東會
議事規則



內部重大
資訊處理
作業程序

● 評鑑之衡量項目



● 董事成員績效評估之衡量項目



● 董事會成員

國籍	職稱	姓名	性別	主要學經歷
台灣	董事長	黃茂雄	男	•美國賓夕法尼亞大學 經濟學碩士 •東元電機（股）公司董事長 •中華民國工商協進會 理事長
	副董事長	高順興	男	•高雄工學院管科所碩士 •東海大學工業工程系學士 •本公司總經理 •樂雅樂食品（股）公司執行副總
	董事	林建元	男	•美國華盛頓大學交通工程系博士 •台灣大學建築及城鄉研究所教授
		張炯昌	男	•德國科隆大學企業經濟研究 •中華民國工商協進會秘書長 •臺灣銀行法蘭克福辦事處顧問 •東元電機股份有限公司董事會主任秘書、董事會顧問、本公司監察人
	獨立董事	劉維琪	男	•美國西北大學管理學院博士 •台灣高速鐵路（股）公司董事長 •國際票券金融（股）公司董事長 •國立中山大學校長
		賴瑟珍	女	•國立交通大學管理科學研究所碩士 •交通部觀光局局長 •華膳空廚董事長 •台灣觀光協會會長
		龔仁文	男	•澳門科技大學工商管理博士 •美國史丹佛大學商學院 •資訊工業策進會副執行長 •創新應用服務研究所所長 •資訊工業策進會專家
日本	董事	黃尚莉	女	•日本國際基督教大學心理系學士 •愛必食股份有限公司董事長
		瀧深 淳	男	•日本大学農獣医学部食品経済学科 •日商魔術食品服務(股)公司 取締役常務執行役員 国際本部長
		平林 篤	男	•多摩大学経営情報学部経営情報学科卒業 •日商魔術食品服務(股)公司 執行役員 国際本部 副本部長兼 国際部長
		福光 昭夫	男	•創価大學經濟學部經濟學科 •日商魔術食品服務(股)公司 国際営業部長

4.1.2 董事進修時數



針對新任董事訂定初任講習制度，協助新任董事了解並掌握公司所處產業動態、財務狀況及責任義務，以利充分發揮職能。安心董事會成員除具有誠信與豐富產業相關經驗之外，依董事需求及專業所需安排各項進修課程。2025年共計11人參加相關課程，參加時數共計75小時，平均每人進修時數7小時。

● 歷年董事會進修時數一覽表

職稱	姓名	單位	2023	2024	2025
董事長	黃茂雄	小時	6	9	9
董事	高順興	小時	6	6	6
	黃尚莉	小時	6	6	6
	林建元	小時	6	6	6
	張炯昌	小時	6	6	6
	瀧深淳	小時	6	6	6
	平林篤	小時	(註1)	12	6
	福光昭夫	小時	6	6	6
獨立董事	劉維琪	小時	9	6	12
	賴瑟珍	小時	6	6	6
	龔仁文	小時	6	6	6

(註1) 2024年4月1日始擔任董事。

4.2 誠信經營管理



安心積極落實誠信正直與道德價值觀念，強化公司治理及風險管控，並建立誠信之企業文化，以健全企業經營。我們特別訂定並頒布「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」、「工作規則」，以及「員工行為準則」，推動誠信經營的專責單位為人才發展部。安心秉持公平、誠實、守信、透明原則從事商業活動，落實誠信經營政策並積極防範不誠信行為，具體規範人員執行業務時應注意之事項。2025年持續開設與公司治理有關線上課程(誠信經營、資訊揭露與內線交易、營業秘密保護與競業禁止)，主管、幕僚及新進同仁均全數完成進修並通過測驗，截至目前為止，2025年度新增總進修人數為28人，總時數達84小時以上；相關簡報與影音檔案置於內部學習網站，供同仁隨時觀看。法令遵循與宣導講座法，2025年度由資訊主管及法務主管對總部同仁進行資訊安全及相關法令遵循與宣導之課程，內容主題包括：認識法律與權利、人權公約、誠信經營、禁止內線交易、資訊安全及個人資料保護、性騷擾防治(法)、辦公室人員常不小心觸犯的法律類型及搭配全公司社交工程演練，有效預防潛在資安威脅等等，總進修人數為32人，總時數60小時；相關簡報檔案置於內部學習網站，供同仁隨時下載觀看。有關誠信經營運作及執行情形，專責單位業已提至2025年11月17日召開之董事會報告。



全體員工

- 訂定「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」、「工作規則」、「員工行為準則」，以及「給安心同仁的信-員工行為準則」，嚴格要求員工遵守所有對交易對象的廉潔管理之相關規定。



供應商

- 廠商專區首頁特別揭示聲明本公司之「誠信經營政策」。
- 重要年節前由統購課發送「誠信守則通知單」給全體員工、廠商，宣導誠信的經營政策。

誠信經營政策



誠信守則通知單

誠信
經營守則誠信經營
作業程序
及行為指南安心食品
員工行為
準則

安心食品未發生違反重大誠信事件，亦未有任何因違法或違規被處以罰款，以及受罰款以外的制裁。稽核室負責執行監督並定期向董事會報告，安心食品透過稽核室建立獨立稽查流程與檢舉管道（internal-auditor@mos.com.tw），對於檢舉人身份及檢舉內容將確實保密，保護檢舉人不因檢舉情事而遭受不公平對待或報復，並積極稽查與處理。

4.2.1 內部稽核管理

內部稽核之目的，在檢查、評估公司內部控制制度之缺失及衡量營運之效益，適時提供改善建議，以確保內部控制制度得以持續有效實施，並協助董事會及經理人確實履行其責任。內部稽核的工作特質是管理的輔助，使各項作業記錄及處理程序健全而無誤失，隨時收集各種資訊反應至管理階層，提供決策或計畫之參考。安心食品獨立董事與內部稽核主管及簽證會計師有直接聯繫管道，對公司財務、業務狀況定期進行查核，透過電話、E-mail、即時通訊軟體等方式溝通。

內部稽核之
組織及運作

● 獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通情形

稽核報告

每月

獨立董事收到稽核報告給予意見回饋外，稽核主管會依各獨立董事所提之要求，進行單獨業務報告。

審計委員會

每季

稽核報告內部稽核業務執行、內控自評暨稽核發現改善情形。

會計師與治理
單位溝通會議一年
2次

報告查核(核閱)結果，以及其他相關法令要求之溝通事項。

4.2.2 強化內部控制

● 強化ESG資訊揭露

TCFD、TNFD

強化「揭露氣候風險因應(TCFD)」。

2025年正式導入「自然相關財務揭露(TNFD)」。

SASB

揭露財務重大性和決策有用性。

IFRS S1/S2永續準則導入規劃

2025年：成立IFRS S1/S2永續揭露準則專案小組，規劃S1/S2永續準則導入作業。

2026年：擬定導入計畫，辨認重大差異及影響。評估重大財務資訊，蒐集所需資料。

2027年：試行編置年報永續資訊專章。

2028年以後：公告申報年報永續資訊專章。

4.2.3 風險管理

GRI 2-11

安心食品日常營運受多項財務風險之影響，包含市場風險(包括匯率風險及價格風險)、信用風險及流動性風險。整體風險管理政策著重於金融市場的不可預測事項，並尋求可降低對財務狀況及財務績效之潛在不利影響。風險管理工作由管理支援中心按照董事會核准之政策執行。管理支援中心透過與集團各營運單位密切合作，以負責辨認、評估與規避財務風險。董事會對整體風險管理訂有書面政策，亦對特定範圍與事項提供書面政策，例如信用風險以及剩餘流動資金之投資。

4.2.4 功能性委員會



GRI 2-11

GRI 2-18

GRI 2-22

功能性委員會為本公司治理機制中的重要環節，藉由專業分工及超然獨立之立場協助董事會決策，有效監督管理層的經營活動。安心為健全監督功能及強化管理機能，2020年6月3日設置「審計委員會」，取代原先監察人之制度，成員由三席獨立董事組成擔任之，並由全體成員推舉一獨立董事擔任召集人及會議主席。運作方式依本公司「審計委員會組織規程」辦理，其職權涵蓋：公司財務報表、公司稽核及會計政策與程序、公司內部控制制度、重大之資產或衍生性商品交易、募集或發行有價證券、簽證會計師之委任、解任或報酬，以及財務、會計或內部稽核主管之任免等。透過具專業背景之獨立董事擔任審計委員會成員，提供董事會專業與客觀之意見，並協助董事會作出對公司最有利之決策。

為健全公司風險管理及強化董事會功能，本公司於2021年7月9日經董事會決議通過設置風險管理委員會，半數以上成員為獨立董事，旨在落實公司治理並提供董事會決策參考，有效管理來自內部及外部的各種風險，能及時掌握與對應，促進公司持續成長且穩健營運。為能完善本公司風險管理機制，以既有的作業規範為基礎，提升風險管理的統合、有效評估與控管風險承擔能力、擬定因應策略、管考內部管理程序遵循情形，以確保本公司中長期策略規劃及目標達成。

相關風險類型、管控風險方式以及負責單位如下：

● 功能性委員會

ESG	負責單位	風險類型	管控風險方式	2023 召開次數(次) 出席率(%)		2024 召開次數(次) 出席率(%)		2025 召開次數(次) 出席率(%)	
環境	永續發展委員會	永續發展管理績效及改善	協助公司檢視永續發展上所面臨之風險及機會，並據以制訂永續發展政策及因應措施。	2	75%	2	75%	2	83%
	採購委員會	氣候變遷風險與市場變動風險(採購作業有效率運作及高品質與最低成本之控制效果)	以廠商遴選與確認單價做為執行採購作業之依據，預先進行審議或核決。	6	100%	8	100%	6	100%
社會 人權	薪資報酬委員會	酬勞與相關福利政策風險	協助董事會審視、評估公司整體酬勞以及相關福利政策。	3	100%	3	100%	4	100%
	人才發展委員會	餐飲業人力缺乏風險	為因應未來營運(國內、國外)各項業務的持續成長、供需兩端自動化作業，建立系統性的教育訓練、培育制度及內容。	2	92%	2	100%	2	100%
治理	展店審議委員會	店舖營運風險展(撤)店作業風險	制訂展(撤)店相關規範，並審議與核決各項展(撤)店相關事宜。	7	93%	5	100%	6	100%
	審計委員會	營運風險及管理風險(營運管理績效及系統改善)	協助公司之營運、管理、稽核。	6	100%	9	100%	5	100%
	理財委員會	投資金融商品、不動產等理財商品風險及資金運用風險	協助公司設定資金運用計劃，評估投資效益。	2	100%	4	100%	5	85%
	數位轉型委員會	數位科技快速發展風險	協助公司面對網路、行動通訊、科技等虛擬銷售市場發展環境的改變。	2	100%	2	100%	2	100%
	風險管理委員會	食安風險、資安風險、財務風險及勞安風險	落實公司治理並提供董事會決策參考，有效管理來自內部及外部的各種風險。	2	75%	3	100%	2	88%

永續發展委員會

為健全企業社會責任制度，本公司於2014年8月13日成立CSR委員會，成員由董事及獨立董事組成，俟於2025年更名為永續發展委員會，並下設永續發展專案小組，由董事會授權張炯昌董事擔任主席、謝靜慧總經理擔任召集人，並制訂企業社會責任實務守則，以利遵循；該專案小組由各部門代表依其功能職責配合委員會履行ESG相關活動，永續發展委員會每年至少召開2次會議，2025年全體委員平均親自出席率為83%，共討論22項企業社會責任委員會相關議案（含報告案、討論案、臨時動議）。本委員會召集人由張炯昌董事擔任，委員由黃茂雄董事長、龔仁文獨立董事、林建元董事、瀧深淳董事、平林篤董事等6位組成。主任委員負責督導ESG執行成效、主持及裁決相關議案，並指派永續發展專案小組訂定年度ESG策略規劃，落實企業永續發展相關業務規劃及執行，執行成果定期向董事會呈報。

2025年度共召開2次永續發展委員會，並均於最近一次召開之董事會報告運作及改善情形，議案內容包括：(1)鑑別需關注之永續議題，擬定因應方案；(2)永續相關議題目標訂定及政策修訂；(3)監督永續經營事項之落實，並評估執行情形及改善措施等。於2025年8月8日召開之董事會進行報告，就經營部門所提出之各項永續議題討論，並擬定未來策略。



審計委員會

安心已於2020年6月設立「審計委員會」，取代原監察人制度。該委員會由董事會獨立董事（3席）組成，並由全體成員推舉一名獨立董事擔任召集人及會議主席。本屆審計委員會召集人為劉維琪獨立董事。審計委員會的職責包括監督公司財務報表之適切表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與適任性、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則、公司存在或潛在風險之管控。委員會運作依據本公司「審計委員會組織規程」辦理，審議範圍涵蓋：公司財務報表、稽核與會計政策及程序、內部控制制度之有效性評估、重大資產或衍生性商品交易、募集或發行有價證券、簽證會計師之委任、解任或報酬，以及財務、會計或內部稽核主管之任免等事項。依據「審計委員會組織規程」，2025年審計委員會已召開5次，出席率達100%，並共審議25項相關議案。



審計委員會組織規程



薪資報酬委員會

為健全公司董事及經理人薪資報酬制度，我們於2011年8月設立薪資報酬委員會，並訂定組織規程，以利遵循；委員會成員由董事會決議委任之，總人數不得少於3人，其中應至少包括獨立董事1人，並由全體成員推舉賴瑟珍獨立董事擔任召集人及會議主席。薪酬委員會職權訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。依「薪資報酬委員會組織規程」，薪資報酬委員會每年至少召開2次會議，2025年度薪酬委員會召開4次會議，全體委員平均親自出席率為100%，共討論16項薪資報酬相關議案。

薪資報酬政策：

本公司薪資報酬委員會之職權，係以善良管理人之注意及專業客觀之角度，就本公司董事及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，至少每年開會二次，並得視需要隨時召開會議，向董事會提出建議，以供其決策之參考。

1

本公司薪資報酬委員會職權

- 1.定期檢討本公司薪酬辦法並提出修正建議。
- 2.訂定並定期檢討本公司董事及經理人之績效與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
- 3.定期評估本公司董事、監察人及經理人之薪資報酬。

2

薪資報酬委員會履行職權時，依下列標準為之

- 1.董事及經理人之績效評估及薪資報酬，應參考同業通常水準支給情形，並考量個人表現與公司經營績效及未來風險之關連合理性。
- 2.不應引導董事及經理人為追求薪資報酬而從事逾越本公司風險胃納之行為。
- 3.針對董事及高階經理人績效發放紅利之比例及部分變動薪資報酬支付時間，應考量行業特性及公司業務性質予以決定。

3

不只經理人，每位員工的績效考核成果，為晉升、調職、報酬、獎金發放、教育訓練及職涯規劃之參考依據；透過薪酬委員會每年定期檢討薪酬及升遷制度，結合人評會進行客觀審核。

董事薪酬

董事酬金包括報酬、業務執行費用及酬勞。其中，報酬及業務執行費用依公司章程規定，由董事會授權決定，並根據董事所承擔的責任、對公司績效的貢獻度，參考同業水準，以提供合理報酬。董事酬勞則以公司營運成果為主要考量，並綜合評估董事個別績效、任職天數及出席董事會的情況進行衡量。依規定，公司年度如有獲利，應提撥1%至2%作為員工酬勞，並提撥5%以下作為董事酬勞。相關績效考核及薪酬合理性均經薪酬委員會及董事會審核，並會根據實際經營狀況適時檢討酬金制度，以達成永續經營與風險控管的平衡。2025年度董事酬金較2024年度略有減少係因2025年稅後淨利較2024年增加，致2025年董事酬金占稅後淨利的比例較同期增加。

● 董事薪酬

董事薪酬包含董事長(黃茂雄)、董事(高順興、黃尚莉、瀧深淳、平山美夫^(註2)、福光昭夫、林建元和張炯昌)及獨立董事(劉維琪、賴瑟珍和龔仁文)。

項目		單位	2023	2024	2025
董事酬金	報酬(A)	仟元	9,957	10,176	10,176
	退職退休金(B)	仟元	-	-	-
	董事酬勞(C)	仟元	7,723	2,927	1,614
	業務執行費用(D)	仟元	1,197	1,767	1,288
	A、B、C及D等四項總額占稅後純益之比例(%)	%	11.27	22.42	16.47
兼任員工領取相關酬金	薪資、獎金及特支費用(E)	仟元	5,227	5,565	5,470
	退職退休金(F)	仟元	108	180	184
	員工酬勞(G)	仟元	202	140	53
	A、B、C、D、E、F及G等七項總額占稅後純益之比例(%)	%	14.58	31.29	17.55

● 總經理及副總經理酬金

總經理及副總經理酬金包含副董事長(高順興)、總經理(謝靜慧)和副總經理(福光昭夫、何頌胤)。

項目	單位	2023	2024	2025
薪資(A)	仟元	7,789	4,288	3,603
退職退休金(B)	仟元	216	184	184
獎金及特支費等等(C)	仟元	1,948	948	749
員工酬勞金額(D)	仟元	202	227	40
A、B、C及D等四項總額占稅後純益之比例(%)	%	6.06	8.51	5.76

● 董事、總經理及副總經理等酬金

職稱	單位	2023	2024	2025
董事酬金總額	仟元	18,877	14,870	13,078
董事酬金總額占稅後純益比例	%	11.27	22.42	16.47
總經理及副總經理酬金總額	仟元	10,155	5,647	4,576
總經理及副總經理酬金總額占稅後純益比例	%	6.06	8.51	5.76

● 經理人之員工酬勞

職稱	姓名	單位	2023	2024	2025
總經理	謝靜慧 ^(註2)	仟元	-	285	115
會計主管	廖倩櫻	仟元	-		
總經理	高順興 ^(註2)	仟元	240	-	-
稽核主管	陳弘道	仟元			
會計主管、財務主管、 公司治理主管、協理	施啓寅	仟元		-	-
副總經理	何頌胤	仟元		-	-
總額占稅後純益之比例		%	0.46	0.43	0.14

(註2) 總經理原由高順興君擔任，俟於113/5/10經董事會決議改由謝靜慧君擔任。

● 員工與董事酬勞

職稱	單位	2023	2024	2025
員工酬勞	元	2,896,390	1,463,610	806,805
董事酬勞	元	7,723,706	2,927,220	1,613,610

4.2.5 危機管理 GRI 2-11 GRI 2-30

除了功能性委員會與專責稽核室管控風險外，為推動風險管理及建立危機管理機制，同時培養同仁重視風險管理與危機處理意識，以達成企業永續經營之目的，內部訂定「風險管理程序」、「危機處理持續營運管理程序」。我們亦結合各主要權責業務單位專業負責各項風險管理事前預防、事發後緊急事件處理、後續檢討研擬預防措施、內控制度及相關業務之執行。本公司更戮力對外部或消費者做好關係經營，塑造摩斯漢堡在消費者心中喜愛度，如今深信獲得極高的評價，近年來並無企業形象改變對企業危機管理之情事。



緊急重大事件處理 GRI 2-11

自安心成立以來，遵守相關法令規定，積極強化內部管理與提升管理品質及績效，並保持和諧之勞資關係，以維護良好的企業形象；同時深耕顧客關係經營，以維持安心食品在消費者心中的喜愛熱度，近年來並無企業形象改變影響企業危機管理之情事。緊急重大事件處理之主要權責單位如下：

緊急重大事件處理範圍

主要權責單位

天然災害 (地震、颱風、水災)	▶ 工務工程課、 營業管控課、營運單位
基礎建設	▶ 工務工程課、維修課
環境影響	▶ 庶務課、維修課
職業安全衛生災害、 重大流行(傳染)性疫情	▶ 安全衛生小組
產品品質	▶ 品保課
供貨穩定	▶ 統購課
勞資爭議	▶ 人資課
顧客服務	▶ 顧客服務組
媒體事宜	▶ 公關組
廉政問題	▶ 稽核室
其他	▶ 依主要權責業務單位

4.2.6 參與公協會組織 GRI 2-13

安心食品亦積極參與其他相關產業公會及組織的活動與交流，以公益為出發點推動產業發展，並參與相關同業規範制訂與討論，充分發揮企業社會責任。下表為2025年度安心參與公協會等組織列表，除定期繳納會費外，均未提供大額資助。

● 參與公協會組織列表

組織名稱	規章、原則或其他倡議之規則（簡述）	在公協會 占有之席位別	是否參與 其專案或 委員會	會員資格 具有策略性意義
台灣連鎖暨加盟協會	秉持共同理念「同行不是冤家，異業可以為師」，不分業種、業別，只要對連鎖經營型態與發展有志者，都能一同鑽研連鎖經營技術，共同打造理想經營環境，期許連鎖加盟產業蓬勃發展。	理事1席 會員1席	否	否
社團法人中華民國 內部稽核協會	- 推動內部稽核之學術研究並與國際內部稽核組織加強聯繫。 - 傳播內部稽核之理論與實務。 - 促進國內內部稽核制度之健全發展。 - 協助企業及機關團體改進經營管理制度。	會員1席	否	否
中華採購與 供應商管理協會	以提昇採購人員專業素養、推展採購人員交流活動、協助企業及機關團體健全發展採購管理制度、促進國際性採購學術交流活動為宗旨。	會員1席	否	否
中華民國 東亞經濟協會	協助台灣工商團體、企業會員建立合作交流平台，增進台灣與日本及其他東亞地區國家之經貿關係。	榮譽理事長1席 理事1席	有	黃茂雄董事長擔任 榮譽理事長、高順興 副董事長擔任理事
中華民國 台灣印度經貿協會	提升台灣對印度經濟、社會、文化及其他相關領域之理解，促進台灣與印度雙方人民之交流與合作。	榮譽理事長1席	有	黃茂雄董事長擔任 榮譽理事長
中華民國 台灣土耳其經貿協會	結合政府與工商界力量，促進台灣與土耳其經貿關係。	常務理事1席	有	否
中華民國 工商協進會	工商協進會是國內主要工商組織之一，旨在積極聯繫國內外工商業者及團體，增進瞭解，加強合作。	榮譽理事長1席	否	黃茂雄董事長擔任 榮譽理事長

4.2.7 響應政府政策之財務補助

安心向來積極推動青年、中高齡與二度就業、創新服務、人才訓練發展，以及在地農產品推廣等各項政府政策。2025年為達到數位轉型以及綠色轉型的目標，安心食品申請多項補助以利推行，明細如下：

● 政府政策之財務補助列表

項目	專案簡述	單位	2023	2024	2025
創新服務	創新研發、創新服務計畫	仟元	1,113	-	-
提升人才發展	雙軌訓練旗艦計畫、 青年就業領航計畫、 企業訓練補助費、 僱用獎助	仟元	2,466	1,685	1,781
在地農產推廣	特色米糧亮點產品量產推動計畫	仟元	952	952	667
政府紓困	新冠疫情衝擊產業紓困振興措施	仟元	73	-	-
環保補助	環境部資源循環署-循環杯補助	仟元	1,095	245.5	-
工作生活平衡補助	111年度推動工作與生活平衡補助計畫	仟元	14	-	-
總計		仟元	4,604	2,883	2,448

4.2.8 經濟法規遵循

安心遵循公司法、會計和稅務詐欺、貪腐、賄賂、競爭、托拉斯和壟斷行為等相關法規。

安心食品於2025年無違反經濟法規之案件。

4.3 商品創新

近年來，全球政經環境的劇變及劃時代的科技發展，正加速改變人類的生活與消費模式。面對急速變化的市場，我們將持續學習新知、靈活應對挑戰，善用科技力量，以滿足消費者需求並確保品牌的永續經營。

4.3.1 商品開發動機

安心食品秉持「真誠服務、美味餐點、整潔環境、迅速應對」的理念，致力於開發符合「醫食同源」、強調「美味、安心、安全、健康」的產品。我們精選優質原料與原形食材，搭配大量蔬果，並融入各地料理風味，提供滿足多元需求的餐飲選擇。

2025年，安心食品將以消費趨勢為核心，聚焦擴大在地食材運用、滿足特殊飲食需求、推動環境友善等方向，讓市場趨勢與消費者需求深植於商品特色之中。同時，我們將進一步強化永續發展理念，落實環境友善與健康飲食的承諾，提供對人類與地球皆友善的產品。在研發投入方面，2025年共計投入675萬元，2026年則規劃投入約690萬元，並將視營運狀況保持穩健成長，以穩固市場定位，確保品牌的長期競爭優勢。

● 新商品開發流程：



● 每年投入之研發費用

年度	單位	2023	2024	2025
研發費用 (註3)	仟元	6,700	6,730	6,751
合併營收淨額	仟元	5,993,760	6,045,581	6,062,167
研發費用占合併營收比例	%	0.11	0.11	0.11

(註3) 研發費用含臺灣及其他地區，其中台灣佔整體研發費用99%以上。

4.3.2 新商品銷售



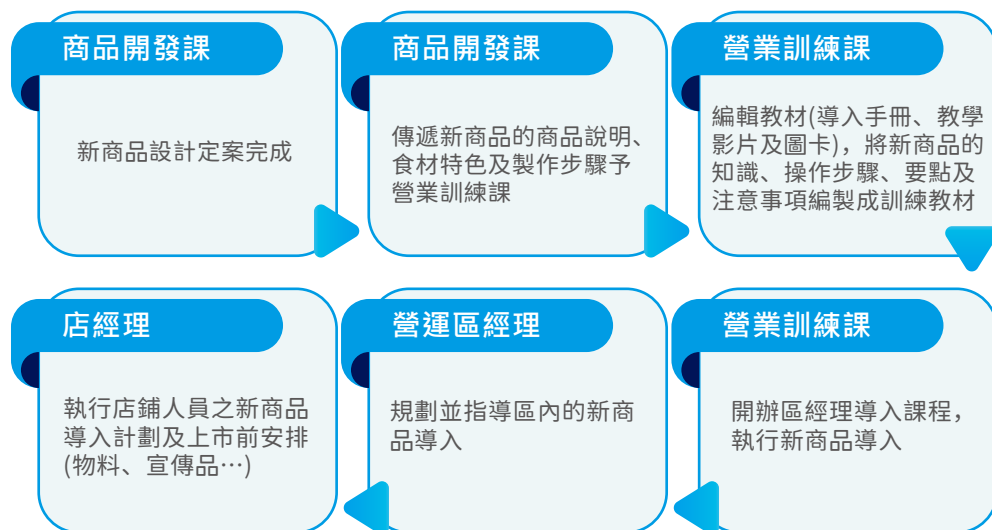
2025年新商品開發計畫將因應餐飲市場環境的變化，並結合品牌發展策略，聚焦於以下核心方向：「擴展商品類別」、「擴大在地食材使用」、「善用AI科技」、「推動環境友善」及「倡導永續生活」。我們致力於開發更貼近消費者需求的產品，為市場帶來更多創新選擇。同時，我們也積極把握國內外交流機會，學習最新的食材應用、產品趨勢與服務模式，以提升技術交流並拓展商品開發視野。此外，我們將參考國內外市場調查結果及各界專家分享，作為研發考量因素。此外，日本摩斯漢堡亦不定期派遣商品開發專家來台進行指導與交流，深化技術合作，確保產品創新與品質提升。

4.3.3 新商品導入課程訓練



摩斯漢堡根據年度計畫推出新商品，除了具備差異化與獨特性外，我們也將「醫食同源」的理念融入每一款產品設計中。在每次新商品上市前，我們會安排「新商品導入」課程，幫助店鋪夥伴深入了解產品特點，並學習正確的製作方式，確保每一份商品都能呈現最佳的美味。

● 商品開發至店鋪導入流程如下：



摩斯漢堡秉持著「做出美味商品，讓人品嘗後會心一笑」的理念，對每一款商品的研發過程都層層把關，致力於打造「美味、安心、安全、健康」的產品。在新商品上市前，我們會安排營運主管參與「新商品導入課程」，確保每位夥伴都能充分了解產品特點。2025年度，共有253人次接受新商品導入課程訓練。同時，營業訓練課也會將新商品導入手冊、簡報及影片上傳至E-Learning平台，供店鋪夥伴下載學習，確保每一位員工都能熟練掌握新商品的知識與製作技巧。

● 新商品導入之實體課程



● 歷年新商品銷售

新商品類別	2023					2024					2025				
	品項	銷售數量 (仟份)	佔比 (%)	銷售額 (仟元)	佔比 (%)	品項	銷售數量 (仟份)	佔比 (%)	銷售額 (仟元)	佔比 (%)	品項	銷售數量 (仟份)	佔比 (%)	銷售額 (仟元)	佔比 (%)
主/早餐類	28	4,685	4.1%	467,515	8.0%	25	4,242	3.7%	432,889	7.3%	31	5,808	5.1%	527,479	8.7%
點心類	7	3,853	3.3%	223,634	3.8%	16	1,986	1.7%	112,077	1.9%	17	3,137	2.8%	154,205	2.5%
湯飲類	16	832	0.7%	56,719	1.0%	20	1,777	1.5%	114,430	1.9%	26	1,836	1.6%	117,180	1.9%
其他類	48	158	0.1%	16,450	0.3%	69	307	0.3%	43,424	0.7%	72	270	0.2%	52,649	0.9%
總計	99	9,528	8.3%	764,318	13.0%	130	8,311	7.2%	702,819	11.8%	146	11,05	9.8%	851,512	14.0%

4.4 顧客意見管理

顧客意見的回饋有助於審視並改善我們的商品及各項服務，我們將顧客抱怨視為寶貴的資訊。透過顧客意見可以得知顧客的需求意向，讓我們更加了解並掌握門市的營運現況，同時透過與顧客溝通，建立良好的顧客關係。長年來，我們提供顧客多元化的意見回饋管道，如官網的顧客意見信箱、MOS Order APP、0800電話專線、Call Center、顧客滿意度問卷、官方社群平台等，安心食品建立了完善的顧客意見處理流程，針對消費者意見回饋事件，我們皆妥善判別問題所在及責任歸屬，並透過資訊系統的記錄存檔，要求相關部門進行改善檢討，希望能在最快的時間內，解決顧客問題，除了保障顧客的權益外，同時也讓我們持續的進步。

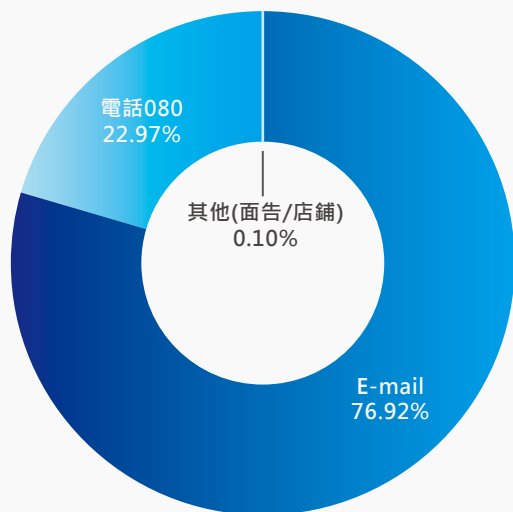
● 歷年顧客意見統計

年份	2023	2024	2025
顧客意見件數	16,185	16,203	16,280

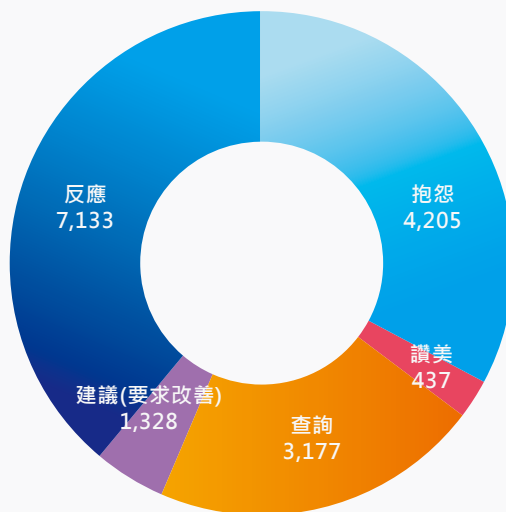


安心食品視顧客意見為企業進化的關鍵動能。我們建立多元化的利害關係人溝通管道，透過系統化管理，將顧客聲音轉化為品質優化的依據。

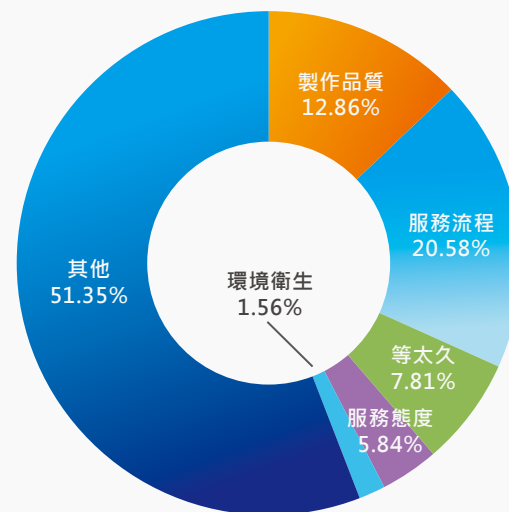
- 意見趨勢與管道分析：2025年，我們共接獲16,280件顧客意見（較2024年成長0.47%），反映出溝通管道的暢通與顧客參與度的穩定。主要來源以「官方網站信箱（76.92%）」及「0800 顧客服務專線（22.97%）」為主，顯示數位化溝通工具已成為品牌與消費者互動的核心。
- 關鍵議題與回應機制：我們透過系統化的類別管理，精準識別服務缺口。2025年主要精進議題集中於「服務流程與態度（20.58%）」、「製作品質（12.86%）」及「候餐時間管理（7.81%）」。
- 落實PDCA循環管理：針對顧客投訴，我們不僅採取「積極受理、迅速解決」的態度，更建立嚴謹的閉環管理機制。
 - ▶ 異常通報：意見即時反饋至營運端。
 - ▶ 根因分析：要求相關單位檢討並提出具體改善對策。
 - ▶ 績效追蹤：經由單位主管確認改善成效後方可結案。
- 預防措施與人才賦能：為防範重疊性問題發生，我們落實「知識共享機制」，定期將實際案例編撰成教材，於店舖會議中或是內部聯絡單的形式進行分享與情境討論。透過由內而外的服務文化重塑，提升第一線夥伴的專業職能，進而強化品牌韌性與顧客忠誠度，實現永續服務的承諾。



2025年顧客意見來源占比



2025年顧客意見類別分布



2025年抱怨意見主要類別占比

4.5 顧客滿意度調查



顧客滿意度取決於顧客預期之商品或服務的實現程度，反映預期與實際的一致程度。隨著消費者主義意識抬頭，如何滿足顧客的需求並做到讓顧客滿意為安心持續關注之議題。

安心食品秉持「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念，將顧客回饋視為推動企業永續成長的核心動力。隨著消費者權益意識提升，我們致力於建構透明且便捷的溝通管道，落實以下行動：

數位轉型與綠色營運：2025年全年度持續深化「無紙化滿意度調查計畫」。透過門市文宣與交易明細上之QR Code引導，我們將消費體驗回饋全面數位化。此舉不僅顯著提升了數據蒐集的即時性與樣本代表性(確保統計之信度與效度)，更大幅減少實體問卷印製，展現低碳營運的環保承諾。

多元議合與互動機制：為提升顧客參與度，我們結合行銷活動提供獎勵回饋，並透過官方網站刊登中獎公告，確保互動過程的公平性與透明度，藉此與消費者建立長期的信任關係。

品質管理與持續改善：我們將顧客滿意度納入「關鍵績效指標(KPI)」進行每月監測。2025年全公司平均滿意度表現穩定達標。針對未達標之店鋪，我們設有嚴謹的「營運優化預警機制」：凡連續三個月未達標之單位，即啟動異常改善專案，確保品牌服務品質的一致性與永續競爭力。



4.5.1 顧客意見資料定期清除

GRI 418-1

安心食品視顧客隱私為品牌信任之基石，致力於建構完善的資安管理體系。我們不僅制定嚴謹的《隱私權保護政策》及內部控管規範，更將「資料最小化」與「隱私設計」原則落實於日常營運中：

- 透明化告知與合規授權：線上顧客滿意度調查均明確載明資料僅用於改善服務品質之內部分析，確保蒐集目的之透明性，並嚴格落實目的外利用之禁止，維護消費者權益。
- 嚴謹的數據生命週期管理：針對已完成分析之問卷資料，由顧客服務課執行每月定時清理機制。我們實施優於法規標準的資料留存期限(僅保留近 3 個月)，確保非必要之個資不被過度留存。
- 可追溯的內控稽核機制：每次刪除作業均詳實記錄於《顧客滿意度調查資料刪除紀錄表》，透過具備追溯力的留痕管理，建立層層嚴密的查核防護網，確保顧客資料已確實、完整且不可逆地從系統中抹除。

透過上述機制，安心食品持續強化數位治理能力，致力為消費者打造一個安全、安心的消費環境，實踐企業對資訊安全的永續承諾。

接獲與個資相關的顧客抱怨案件 0 件

歷年顧客意見卡統計

項目	單位	2023	2024	2025
顧客滿意度問卷	份	153,045	139,425	117,400
平均	分	88.17	88.39	88.58

積極響應環保：

顧客滿意度調查全面使用QRcode!

安心食品於2022年將原先門市所使用的顧客滿意度紙本問卷全面汰換，改由使用文宣公告以及在銷售明細表上提供線上調查網址QR-code，進行滿意度問卷資料蒐集，此舉預估每年可節省約12萬張問卷紙張使用。



線上顧客滿意度問卷調查活動

歷年問卷資料個資相關的顧客抱怨案件數

年份	件數
2023	0
2024	0
2025	0



隱私權聲明

2025年服務楷模



十全自由店
陳宜翎



金門民權店
陳俊仁



天母店
羅月麗



羅東車站店
戴心慧



板橋火車站店
林素梅

4.6 年度服務楷模夥伴

安心食品始終將「人」視為企業永續發展的核心，致力於建構具有溫度與成就感的職場環境。為實踐員工關懷並建構正向激勵機制，我們建立了完善的顧客讚美分享系統。每月透過遴選具代表性的顧客回饋，將其事蹟刊登於《MOS LIFE 摩斯報報》刊物，除了在全台門市及官網上與顧客分享這份喜悅，更重要的是讓第一線夥伴的專業貢獻獲得認可，進而形塑「以人為本」的服務文化。我們相信，這種來自利害關係人的正向回饋，能轉化為品牌進步的動能，並對社會散播共好的影響力。

17年建置統計系統以來，我們已累計記錄超過3,824件讚美案例。2025年度，我們共收到437件顧客來信鼓勵。這些珍貴的聲音不僅是對於服務品質的肯定，更是推動安心食品落實卓越服務、持續邁向永續經營的最強大後盾。

自2017年採用系統
統計累積讚美信件數

3,824件

第十二屆連鎖業績優服務天使獎

為鼓勵且肯定連鎖業績優服務人員長期以來的付出與貢獻，榮獲此項殊榮，分別是行銷部的李如紅(上排左三)，以及教育訓練部的郭佩怡(上排右三)，高順興副董事長(上排左二)和謝靜慧總經理(上排右二)也一同出席。

李如紅自加入摩斯漢堡以來，已服務5年8個月，期間積極參與行銷企劃與跨部門協調，致力於資源整合與效率提升，為企業營運注入創新思維，並為顧客創造更優質的品牌體驗。郭佩怡則在摩斯深耕超過21年，以其豐富的門市經驗為基礎，透過系統化的教育訓練，持續強化第一線人員的專業能力，是推動摩斯營運品質穩健成長的關鍵人物之一。

摩斯漢堡始終秉持「以顧客為中心」的經營理念，未來也將持續重視人才發展，鼓勵員工精進服務品質，共同打造更卓越的服務文化，持續為顧客帶來感動與價值。



4.7 服務創新



GRI 2-2

唯有深入了解顧客需求，才能打造出更貼近期待的產品與服務。安心食品持續在「服務創新」領域突破自我，積極拓展多元創新服務，致力為喜愛摩斯的顧客提供更加便捷且優質的體驗。

2009

摩斯漢堡電話訂餐
方便不用等待

449-2626
速速Call, 餓了餓了

推行449-2626 電話訂餐服務專線
以及開放網路線上訂餐服務。

2016



速食業第一台MIT自助點餐機、
推出摩斯二代卡、建置行動支付
功能及優化MOS Order App
訂餐系統功能。

2018



店舖測試導入服務型送餐機器人，
部分店舖導入Kitchen Display
(KD)系統，提升整體餐點出餐效率。

2012



推出台灣速食業界首創訂餐
MOS Order APP。

2015



致力於電子商務之發展，
成立「網路發展事業室」，
主掌電子網路商務行銷
業務之推展。

2019



開放線下/線上信用卡支付，
讓付款方式更多元與便利。



送餐機器人的開發測試持續
進行中。



開始與關係企業合作，
進行外送車隊送餐服務。

2020



逐步汰換傳統燈片式Menu Board並導入電子看板，呈現生動的菜單及影片設計。



設置「座位點餐」服務，將QR Code設置在店鋪內用桌面上，透過與APP的連結應用，讓內用顧客免去櫃台排隊，直接在座位上用手機點餐/支付，等候餐點送上桌。



開放各種多元支付方式，如電子票證(悠遊卡、一卡通)、第三方支付(LINE Pay、街口支付)。



正式成立電動車外送車隊，提供送餐的服務，以服務到更多喜愛摩斯漢堡的顧客。

2023



為提供更便利的支付服務，安心食品不僅提供悠遊卡、LINE Pay、街口支付等行動支付，2023年安心食品也全面開通信用卡服務，凡持有任何一家信用卡的顧客，即可至門市消費。

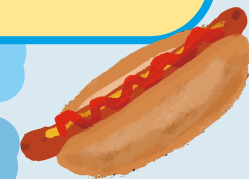
新冠疫情過後，各店鋪的營運狀況已恢復。為提升營運人員的整體工作效率，公司取消直接配置外送員至店鋪的方式，改採彈性方式，讓門市依據各店鋪的營運狀況調配外送人力，達到因地制宜的效果。



2024



餐飲科技化成為主流，自助點餐可提供便利、個性化服務，並減緩缺工問題。摩斯漢堡於2016年率先推出全台首台自助點餐機，整合摩斯卡、行動支付等功能，操作簡單流暢，提高準確性並縮短顧客等待時間。截至9月底，全台162家店鋪已安裝此設備，並透過獎勵競賽與專屬優惠提升使用率。



2021



安心於MOS Order APP上推出新功能-「MOS安心取溫馨送」。會員可利用「MOS安心取溫馨送」在APP上購買各項商品，除享有量購優惠，亦可將票券轉贈與其他會員，持有票券的顧客可至全台門市進行兌領，可謂送禮自用兩相宜！

MOS安心取溫馨送

2022



「MOS安心取溫馨送」將贈禮功能與日常問候結合，推出問候語電子禮品券及節慶賀卡電子禮品券，遠距送出生日快樂、謝謝你、加油等問候與祝福。

2025

為提供如便利商店般的服務，2025年「MOS安心取溫馨送」更名為「MOS跨店取」。透過更直覺的命名，協助顧客精確掌握服務核心。「MOS跨店取」整合「量購優惠、跨店取貨、轉贈送禮、即買即用」四大功能，提升消費便利性，更透過全數位化流程減少紙本耗損，實踐數位創新與環境友善的雙重承諾。



4.8 資訊安全管理系統

1 資訊安全管理組織



2 資訊安全政策

安心食品服務股份有限公司（以下簡稱本公司）為維護本公司營運之永續經營，遵循相關法令法規並保護本公司之資訊資產（包括資訊、軟體、實體、人員及服務等），免於因外在之威脅，或內部人員不當之管理與使用，致遭受竄改、揭露、破壞或遺失等風險，以確保資訊資產之機密性、完整性、可用性與個人資料之要求，並建立資訊安全管理體系與資訊安全管理準則，期以有效及合理地降低本公司營運風險。

3 資訊安全目標

為達成上述資訊安全政策目的，將相關目標訂定如下：

1. 確保相關資訊安全措施或規範符合資訊安全政策與現行法令之要求，每年至少進行一次資訊安全稽核。
2. 每年至少進行一次營運持續計畫之測試及檢核。
3. 確保資訊資產經風險評估後，受到適當之保護，防止未經授權或因作業疏忽對資產所造成之損害。
4. 確保所有資訊安全事件或可疑之安全弱點，皆依適當通報程序反應，並予以適當調查及處理。
5. 確保本公司資訊安全管理制度運作持續正常。
6. 定期實施資訊安全教育訓練，並視情況實施不定期教育訓練。
7. 基於此目標，本公司資通安全政策聲明為：「資通安全，人人有責。」、「人人謹慎又小心，資通安全有信心。」

4 資訊安全管理事項

本公司參考ISO 27001：2022國際標準，建立涵蓋「組織、人員、實體、技術」四大維度的防禦體系，確保資訊資產之機密性、完整性與可用性。透過以下關鍵領域之管理，落實風險控管並強化數位韌性：

- 組織與方針：訂定資訊安全政策、明確組織分權、落實供應商鏈管理及遵循法規。
- 人力資源安全：強化員工資安意識培訓，確保人員進用與異動過程之安全性。
- 實體與環境：建立嚴謹的實體進出管制與環境安全監控，防範物理性損害與蓄意破壞。
- 技術維運防禦：升級存取控制、加密技術、威脅情資監控及事故應變機制，確保資通系統開發與運維之穩定。

2025年
無重大
資安事故。

資安事故統計

5 人員資安與教育訓練

- 建立適當的控制以減少因人為過失、偷竊、詐欺、濫用或誤用資訊處理設備所造成的資訊安全風險，確保所有資訊使用者，了解其資訊安全管理相關責任，正確的執行其職務，並進行相關教育訓練以降低人為錯誤的風險，制定人員資安與教育訓練作業。
- 每年辦理資訊安全教育訓練。資訊安全專責單位人員與資訊技術人員，每年至少應接受十五小時以上資訊安全專業課程訓練或職能訓練。其他管理單位及業務單位之人員，每年至少須接受一小時以上資訊安全宣導課程，並納入「資訊安全年度教育訓練課程計畫表」控管。

2025年
釣魚信件演練
共五次，500人

資安教育訓練

6 績效成果

- 安心食品於2025年獲得 PCI DSS V4.0.1 國際支付卡產業資料安全標準合規證書。
- 摩斯漢堡在處理消費者的信用卡交易與金流資料時，其資訊安全防護與系統環境已通過專業資安機構（Secure Vectors）的評估，符合國際最新的嚴格安全規範，能有效保障消費者的刷卡安全並降低資料外洩風險。



4.9 開發在地食材

1 2025年國際食品展

2025年，安心食品（東元餐飲集團）分別於台北與高雄國際食品展盛大登場。我們不只將展位視為商機媒合的平台，更將其定義為「永續餐飲的實踐劇場」。以「整合台灣農漁、打造綠色餐飲、培育產業人才、外銷安心美味」為核心主軸，我們集結了近百家國內外優質品牌，向世界展示台灣餐飲的韌性與綠色實力。

綠色餐飲與數位轉型：因應氣候與市場變革

面對全球景氣波動與氣候變遷，摩斯漢堡積極投入「綠色餐飲」。透過智慧農場自產自銷的生菜與低碳排的產品研發，我們在滿足消費者味蕾的同時，也致力於降低環境負擔。東元集團黃茂雄會長更強調，集團將持續推動品牌多元化，跨足印度等新興市場，透過國際商談媒合，為台灣品牌建立長期穩定的全球夥伴關係。

從產地到國際：守護農漁民的職人溫度

在南台灣的高雄展區，我們以「安心農科廠」為核心佈局，深度連結台南、高雄、屏東及台東等地的農漁會，透過與美濃農會合作開發「美濃香米飯」等居家料理，我們協助在地農產轉化為高附加價值的即時料理。這不僅是商業合作，更是對「在地共榮」的承諾。在台北展區，我們更進一步將這份台灣味與日本、韓國、印度及美國等國際風味融合，展出超過200項跨國界商品，推動台灣優質食材走向全球供應鏈，實踐「外銷安心美味」的願景。

共創商機與產業培育：邁向永續經營

每一場食品展的背後，都是對產業人才的培育與通路優勢的展現。我們透過展覽促進商機交流，更在過程中強化產業實力。摩斯漢堡將持續秉持ESG精神，不僅在餐飲品質上追求卓越，更要在數位轉型與社會責任上精益求精。我們邀請每一位顧客與合作夥伴，在品嚐多元美食的同時，與我們共同建構一個更安心、更永續的餐飲未來。



台北國際食品展(6/25-6/28)



高雄國際食品(10/23-10/26)

2 推廣在地食材

MOS樂活市集(2025/3/1-4/30)

摩斯支持使用台灣在地食材，更長期與社會企業小農合作採購蕃茄及檸檬，保障農民的收入和合理的利潤。為鼓勵更多民眾享用當令時蔬、支持在地小農，我們每年會在每年3月~4月於全台各店舖舉辦樂活市集，讓消費者不只在摩斯漢堡可以享用現做餐點，還能方便購買產地直送的新鮮蔬果、雞蛋，以及可快速料理的即食料理，同時亦販售安心智慧農場生產的蔬菜。



MOS推廣台灣在地農產，構築永續夥伴關係

安心食品長期致力於縮短產地到餐桌的距離，與全台各地農會建立深厚的互信夥伴關係。我們不僅是餐飲通路，更是台灣優質水果的推廣推手。2025年，透過預購機制，我們攜手屏東、台東、台南麻豆、高雄美濃、台中東勢及台北農產等各地農會，協助農民將盛產時節的精華推向市場。

從年初的東勢茂谷柑、美濃小番茄與台東鳳梨釋迦揭開序幕；年中陸續推出屏東黑珍珠蓮霧、北農嚴選玉荷包、愛文芒果以及台東夏雪芒果；入秋後則由麻豆文旦、東勢新興梨與甘露梨接棒。我們透過全台門市通路，賦予農產品更高的附加價值，不僅讓顧客在摩斯就能品嚐到四季鮮甜，更以具體行動守護農民收益，讓台灣在地水果的職人精神在每一份禮盒中傳遞。

2025年安心食品推出的在地水果禮盒

春	2025/2/3~3/10 2025/2/18~3/16	茂谷柑禮盒(台中東勢區) 橙蜜小番茄禮盒(高雄美濃區)、 玉女小番茄禮盒(高雄美濃區)	
	2025/2/18~3/18 2025/2/25~3/25	黑珍珠蓮霧禮盒(屏東縣) 鳳梨釋迦禮盒(台東縣)	
夏	2025/5/18為止 2025/5/26~6/22 2025/6/1~6/8 2025/6/13~6/22 2025/6/23~7/6	阿羅斯哈密瓜禮盒 百香果禮盒(高雄美濃區) 玉荷包禮盒(北農嚴選) 夏雪芒果禮盒(台東縣) 愛文芒果禮盒(北農嚴選)	
秋	2025/7/15-8/24 2025/7/25-8/24	新興梨禮盒(台中東勢區) 頂級/優級文旦禮盒(台南麻豆區)	
冬	2025/9/22-10/23 2025/11/24~售完為止	甘露梨禮盒(台中東勢區) 卡蜜拉哈密瓜禮盒(高雄美濃區)	

5 附錄

5.1 會計師有限確信報告



5.2 GRI準則索引表

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
GRI2：一般揭露 2021	1.組織及報導實務	
	2-1組織詳細資訊	0.5關於本報告書：P11、0.4安心企業概況：P6-8、※品牌故事： https://reurl.cc/vGWKLy
	2-2組織永續報導中包含的實體	0.4安心企業概況：P6-8
	2-3報導期間、頻率及聯絡人	0.5關於本報告書：P11
	2-4資訊重編	0.4安心企業概況：P6-8
	2-5外部保證/確信	0.5關於本報告書：P11
	2.活動與工作者	
	2-6活動、價值鏈及其他業務關係	0.4安心企業概況：P6-8、1.2永續價值創造過程：P12-15、2.3供應商評鑑制度：P32-34
	2-7員工	3.1幸福職場包容力：P62、3.2人才多元化：P63-69
	2-8非員工的工作者	3.1幸福職場包容力：P62
	3.治理	
	2-9治理結構及組成	0.4安心企業概況：P6-P8、※安心食品公司治理： https://reurl.cc/DY3bEd
	2-10最高治理單位的提名與遴選	4.1盡責治理：P102-104
	2-11最高治理單位的主席	4.1盡責治理：P102-104
	2-12最高治理單位於監督衝擊管理的角色	無此情形，不適用
	2-13衝擊管理的負責人	4.2.3功能性委員會：P05-108
	2-14最高治理單位於永續性報導的角色	0.3經營者的話：P5
	2-15利益衝突	0.4.3經營績效：P8-10
	2-16溝通關鍵重大事件	4.2.3功能性委員會：P05-108
	2-17最高治理單位的群體智識	4.1盡責治理：P102-104
	2-18最高治理單位的績效評估	4.1盡責治理：P102-104
	2-19薪酬政策	4.1盡責治理：P102-104、P108-109
	2-20薪酬決定流程	薪資報酬委員會：P108-109
	2-21年度總薪酬比率	董事薪酬：P108-109
	4.策略、政策與實務	
	2-22永續發展策略的聲明	0.3經營者的話：P5
	2-23政策承諾	4.2誠信經營管理：P104-111
	2-24納入政策承諾	管理方針：P25、P59、P99
	2-25補救負面衝擊的程序	管理方針：P25、P59、P99、4.2誠信經營管理：P104-111
	2-26尋求建議和提出疑慮的機制	4.2誠信經營管理：P104-111
	2-27法規遵循	4.2誠信經營管理：P104-111
	2-28 公協會的會員資格	4.2.6參與公協會組織：P110
	5.利害關係人議合	
	2-29 利害關係人議合方針	1.5利害關係人議合：P2
	2-30 團體協約	安心食品有成立職工福利委員會，另參閱113年度年報P39。安心員工未成立工會，故無簽訂團體協約，惟安心均定期辦理勞資會議，以確保勞資溝通管道暢通。

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
GRI3：重大主題2021	3-1 決定重大主題的流程	1.4重大性分析：P17-18
	3-2 重大主題列表	重大主題對照：P20
	產銷履歷	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P20、管理方針：P25、P59、P99
	產銷履歷	非GRI指標，不適用。※安心食品溯源管理： https://reurl.cc/GgEGay
	GRI416：顧客健康與安全2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P20、管理方針：P25
	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.8推動安全文化建立健康職場P82、3.9職業安全衛生巡檢：P83
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.10意外事件及職業傷病追蹤：P84-86
	GRI403：職業健康與安全2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P20、管理方針：P59
	403-1 職業安全衛生管理系統	3.8推動安全文化建立健康職場P82
	403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	3.10意外事件及職業傷病追蹤：P84-86
	403-3 職業健康服務	3.10意外事件及職業傷病追蹤：P84-86、3.11健康促進與管理：P86-87
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	3.11健康促進與管理：P86-87
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	3.11.2國健署健康促進標章：P86
	403-6 工作者健康促進	安心社團活動：P68、3.8推動安全文化建立健康職場P82
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	3.10意外事件及職業傷病追蹤：P84-86、3.11健康促進與管理：P86-87
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	0.4安心企業概況：P6-8、3.13.1幸福職場包容力：P62
	403-9 職業傷害	3.10意外事件及職業傷病追蹤：P84-86
	GRI 404：訓練與教育 2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P20、管理方針：P59
	GRI 401：勞雇關係 2016	
	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	總部及營運夥伴教育訓練平均時數：P79
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	3.2.1薪資獎金制度與各項福利制度：P66-68
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	3.2.1薪資獎金制度與各項福利制度：P66-68
	GRI 402：勞/資關係 2016	
	402-1 關於營運變化的最短預告期	3.5.6營運變化最短預告期：P77
	GRI 201：經濟績效2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P20、管理方針：P99
	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	0.4.3經營績效：P8
	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	2.8氣候變遷風險管理與對策：P39-43
	201-3 確定給付制義務與其他退休計畫	3.2.1薪資獎金制度與各項福利制度：P66-68
	201-4 取自政府之財務援助	4.2.7響應政府政策之財務補助：111
	商品與服務創新	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P20、管理方針：P99
	商品與服務創新	非GRI指標，不適用。 年度代表創新商品：P9、4.3商品創新：P111-113、4.7服務創新：P117-118

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
其他非重大主題	GRI 202：市場地位 2016	
	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	3.2人才多元化：P63-69
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	
	GRI 203：間接經濟衝擊 2016	
	203-1 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	3.12深化社區影響力：P89-92、3.13社區投資：P93-94
	203-2 顯著的間接經濟衝擊	
	GRI 204：採購實務 2016	
	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	2.4永續供應鏈管理：P33-34
	GRI 205：反貪腐 2016	
	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	安心2025年未發生相關事件
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	
	GRI 301：物料 2016	
	301-1 所用物料的重量或體積	2.14環保節能投資：P48
	301-2 使用回收再利用的物料	
	301-3 回收產品及其包材	
	GRI 302：能源 2016	
	302-1 組織內部的能源消耗量	2.11溫室氣體及能資源管理：P46、 2.12溫室氣體盤查：P46、 2.13能源管理系統：P47、 2.14環保節能投資：P48
	302-2 組織外部的能源消耗量	
	302-3 能源密集度	
	302-4 減少能源消耗	
	302-5 降低產品和服務的能源需求	
	GRI 303：水與放流水 2018	
	303-1 共享水資源之相互影響	2.17水資源管理：P48-49
	303-2 與排水相關衝擊的管理	
	303-3 取水量	
	303-4 排水量	
	303-5 耗水量	
	GRI 304：生物多樣性 2016	
	304-1 組織所擁有、租賃、管理的營運據點或其鄰近地區位於環境保護區或其它高生物多樣性價值的地區	安心引進雨林聯盟認證咖啡豆： https://reurl.cc/3xAk99 、 2.9自然與生物多樣性：P44、 2.21環境教育活動：P52
	304-2 活動、產品及服務，對生物多樣性方面的顯著衝擊	
	304-3 受保護或復育的棲息地	
	304-4 受營運影響的棲息地中，已被列入IUCN紅色名錄及國家保育名錄的物種	

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
其他非重大主題	GRI 305：排放 2016	
	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	2.11溫室氣體及能資源管理：P46、 2.12溫室氣體盤查：P46
	305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排放	
	305-3 其它間接（範疇三）溫室氣體排放	
	305-4 溫室氣體排放強度	
	305-5 溫室氣體排放減量	
	305-6 臭氧層破壞物質（ODS）的排放	
	305-7 氮氧化物（NO _x ）、硫氧化物（SO _x ）、及其它顯著的氣體排放	
	GRI 306：廢污水和廢棄物 2016 (306-1~306-5)	
	306-1 依水質及排放目的地所劃分的排放量	2.17水資源管理：P48-49、 2.19源頭減量管理：P49-50
	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	
	306-3 嚴重洩漏	
	306-4 廢棄物運輸	
	306-5 受放流水及/或地表逕流影響的水體	
	GRI 308：供應商環境評估 2016	
	308-1 使用環境標準篩選新供應商	2.3供應商評鑑制度：P32、2.4永續供應鏈管理：P33-34
	308-2 供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	
	GRI 405：員工多元化與平等機會 2016	
	405-1 治理單位與員工的多元化	4.1.1董事會：P102-104
	405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率	3.2.1薪資獎金制度與各項福利制度：P66-68
	GRI 406：不歧視 2016	
	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	不法侵害預防及突發處理機制：P85、安心食品友善職場推動計畫：P89
	GRI 407：結社自由與團體協商 2016	
	407-1 可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	0.4安心企業概況：P6-P8
	GRI 408：童工 2016	
	408-1 營運據點和供應商使用童工之重大風險	安心2025年未發生相關事件。3.5.5社會法規遵循：P77
	GRI 409：強迫或強制勞動 2016	
	409-1 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	安心2025年未發生相關事件。3.5.5社會法規遵循：P77
	GRI 410：保全實務 2016	
	410-1 保全人員接受人權政策或程序之訓練	3.6人才培訓管理系統：P78-80
	GRI 411：原住民權利 2016	
	411-1 涉及侵害原住民權利的事件	3.5.5社會法規遵循：P77、※安心食品人權政策： https://reurl.cc/GgEGyd
	GRI 413：當地社區 2016	
	413-1 經當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的營運活動	3.12敦親睦鄰、深化社區影響力：P89-92、3.13社區投資：P93-94
	413-2 對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運活動	

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
其他非重大主題	GRI 414：供應商社會評估 2016	
	414-1 使用社會標準篩選新供應商	2.3 供應商評鑑制度：P32-34
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	
	GRI 415：公共政策 2016	
	415-1 政治捐獻	依公司章程規範，安心食品不得以公司名義政治捐獻。 ※安心食品公司章程： https://reurl.cc/z5b0a7
	GRI 417：行銷與標示 2016	
	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	2.5 法規遵循管理 P35、 2.5.1 主動配合法規要求：P35-36
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	
	GRI 418：客戶隱私 2016	
	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	4.2.8 經濟法規遵循：P111
FP1	向符合公司採購政策之供應商採購的數量百分比	2.4 永續供應鏈管理：P33-34
FP2	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分	2.4 永續供應鏈管理：P33-34
FP4	舉行推廣健康生活方式、預防心血管疾病、營養且可負擔之產品及改善社區之活動，這些活動之性質、範圍及有效性	3.13 社區投資：P93-94
FP5	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比	2.1 食品安全管理系統：P28
FP8	除了法令規定之外，公司對於成份及營養資訊與消費者溝通之政策及處理	2.5.1 主動配合法規要求：P35-36

5.3 聯合國永續發展目標SDGs索引表

永續發展目標		頁碼 / 補充說明
目標2	消除飢餓，實現糧食安全，改善營養狀況和促進永續農業	2.4 永續供應鏈管理：P33-34、3.12.1 公益活動：P89、捐贈物資、捐血活動、關懷弱勢：P90-92
目標3	確保健康的生活方式，促進各年齡層人群的福祉	安心社團活動：P68、3.8 推動安全文化建立健康職場 P82、3.9 職業安全衛生巡檢 P83-86、3.11 健康促進與管理：P86-88、食育活動：P93-94
目標4	確保包容和公平的優質教育，讓全民終身享有學習	食品安全訓練課程與法規講座：P37、2.21 環境教育活動：P52、3.4 多元產學結合青年力：P73-75、3.2.3 中高齡職場體驗營 P69、3.4.2 校園職場體驗營 P74、3.6 人才培訓管理系統：P78-80、3.9.2 安全衛生教育訓練 P83
目標8	促進持久、包容和永續經濟發展，促進充分的生產性就業和尊嚴就業	3.2.2 中高齡招募計畫：P69、3.3 中高階儲備幕僚制度 P70、3.4 多元產學結合青年力：P73-75
目標9	建立具有韌性的基礎設施，促進具有包容性的永續工業化，推動創新	4.3 商品創新：P111-113、4.7 服務創新：P117-118
目標11	建設包容、安全、有抵禦災害能力和永續的城市和人類住區	2.20 環境綠化管理：P51、2.21 環境教育活動：P52、3.7.1 安心學院：P81-82、3.14 藝文活動：P95-97
目標12	採用永續的消費和生產模式	2.4 永續供應鏈管理：P33-34、2.19 源頭減量管理：P49-50
目標13	採取緊急行動以對抗氣候變遷及其衝擊	2.8 氣候變遷風險管理與對策：P39-43
目標17	加強執行手段，重振永續發展全球夥伴關係	國際食品展：P120

5.4 氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 對照表

代碼	TCFD建議揭露事項	上櫃公司氣候相關資訊揭露事項	頁碼/補充說明
治理	TCFD1(a)描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。	1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	P39
	TCFD1(b)描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。		
策略	TCFD2(a)描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。	2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。	P39-43
	TCFD2(b)描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。	3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	
	TCFD2(c)描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境（包括2°C或更嚴苛的情境）。	5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	
風險管理	TCFD3(a)描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	P39-43
	TCFD3(b)描述組織在氣候相關風險的管理流程。		
	TCFD3(c)述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。		
指標和目標	TCFD4(a)揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。	6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	P45-46
	TCFD4(b)揭露範疇 1、範疇 2 和範疇 3（如適用）溫室氣體排放和相關風險。	9. 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫（另詳下1-1及1-2說明）。	P45-46
	TCFD4(c)描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。	8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。	P45-46 目前未使用碳抵換或再生能源憑證
		7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	目前未使用內部碳定價

5.5 永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB)

永續揭露主題與指標 (Sustainability Disclosure Topics & Metrics)

揭露主題	指標代碼	揭露指標	頁碼 / 補充說明
能源管理 (energy management)	FB-RN-130a. 1	(1)總能源耗損 (2)能源採用外購電力占總耗電量百分比 (3)可再生能源之百分比	P46
水資源管理 (water management)	FB-RN-140a. 1	(1)總取水量 (2)總耗水量、由水資源高壓力、極高壓力地區取水之百分比	P48-49
食/包材損耗量之管理 (food&packaging waste management)	FB-RN-150a. 1	(1)損耗總量 (2)食物損耗之百分比 (3)可回收轉化之百分比	為提供顧客安心、安全的商品，門市人員依照內部制定的商品食材保存期限規範執行，以確保提供顧客新鮮的食材，並將損耗之食物以廚餘方式進行回收處理。
	FB-RN-150a. 2	(1)包材總重量 (2)由回收或可再生材料製成包材之百分比 (3)可回收、可重複使用或可堆肥之包材百分比	參考2.4永續供應鏈：P33-34、揭露項目包括包材總採購金額和取得FSC、PEFC認證之紙類包材採購金額及占比。
食品安全 (food safety)	FB-RN-250a. 1	(1)食品安全監督機構檢查的餐館之百分比 (2)收到重大違規行為之百分比	P35
	FB-RN-250a. 2	(1)不良食品回收次數 (2)不良食品總計回收量	P35
	FB-RN-250a. 3	經確定為食物中毒之案例數和被疾管署調查案例之百分比	2025年未有食品中毒案例。
營養成分 (nutritional content)	FB-RN-260a. 1	(1)符合國家每日飲食指南的膳食選擇之百分比 (2)從(1)所獲得的總收入	參考 https://reurl.cc/gNMnQz
	FB-RN-260a. 2	(1)符合國家幼兒每日飲食建議的膳食選擇之百分比 (2)從(1)所獲得的總收入	安心食品未開發兒童餐。
	FB-RN-260a. 3	符合國家幼兒每日飲食建議之廣告展示次數、宣傳產品之百分比	
勞動行為 (labor practice)	FB-RN-310a. 1	(1) 餐廳員工的自願和 (2) 非自願離職率	P65
	FB-RN-310a. 2	(1) 按地區分列的平均小時工資和 (2) 按地區分列的賺取最低工資的餐館員工的百分比	P65
	FB-RN-310a. 3	違反 (1) 勞基法和 (2) 就業歧視造成的金錢損失總額	P77
供應鏈管理和產銷履歷 (supply chain management&food sourcing)	FB-RN-430a. 1	購買的食品百分比 (1) 符合環境和社會採購標準，(2) 已通過第三方環境和/或社會標準認證	P33-34
	FB-RN-430a. 2	(1) 來自無籠飼環境的雞蛋和 (2) 不使用母豬夾欄飼養的豬肉百分比	安心食品將ESG作為供應商之評核項目，並優先與有企業社會責任作法及展望之供應商合作。
	FB-RN-430a. 3	討論供應鏈內環境和社會風險管理的策略，包括動物福利。	安心食品一直秉持著綠色三合一的採購原則，採購在地、可溯源產銷履歷及與農民契作之食材。

5.6 依「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第二款（以下簡稱「作業辦法」）加強揭露永續指標與確信項目彙總表

編號	確信標的資訊	適用基準	作業辦法	頁次
1	安心食品品保課全年持續針對全國摩斯店鋪實施衛生抽檢機制^(註21)，並檢驗各店鋪販售之餐點衛生品質、水質衛生、調理器具設備、人員手部表面塗抹、溫度及各項重要衛生管理檢查。抽檢的方式皆依循食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則及飲用水水質標準，並參照食品安全管理系統及危害分析重要管制點程序執行衛生作業抽檢檢測。 除第一季水質綜合衛生檢驗（包含冰塊、過濾水、自來水）全店鋪經輔導後皆符合水質標準，第一季至第四季執行綜合衛生抽檢結果達C（良）級^(註22)以上之店鋪占抽檢店鋪比例達99.3%；其餘未達C（良）級之店鋪輔導複檢合格率達100.0%。 （註21）包含第一季水質綜合衛生抽檢與第二至四季的綜合衛生抽檢，除部分店鋪因整修暫停營業、撤店或新開店之情形另外安排作業。 （註22）綜合衛生抽檢結果依序分為：A（特優）、B（優）、C（良）、D（待改善）、E（檢查出病原菌）等5級，評級為D（待改善）、E（檢查出病原菌）之店鋪另外開立異常訪店報告，並強化輔導直至複檢合格。	水質檢驗 依循餐飲業食品良好衛生規範準則、食品衛生安全管理法及飲用水水質標準，於2025年第一季執行店鋪水質檢驗。 綜合衛生抽檢 依循餐飲業食品良好衛生規範準則及食品衛生安全管理法，並參照食品安全管理系統及危害分析重要管制點程序於2025年度第一季至第四季執行店面不定期之綜合衛生抽檢，其抽檢評級達C（良）級以上的百分比及未達C（良）級之店鋪複檢合格率。	附表一之一 編號一	P37
2	2025年度自符合FSSC22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,503,577仟元，占總食材採購金額72%。 2025年度自符合ISO22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,877,156仟元，占總食材採購金額89%。 2025年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,824,264仟元，占總食材採購金額87%。	2025年度自供應商採購 FSSC22000、ISO22000、HACCP認證產品之金額除以當年度食材（包含加工品及農畜產品）採購百分比。	附表一之一 編號四	P34
3	2025年安心食品整體均依循《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》、《食品安全衛生管理法施行細則》、《農藥殘留容許量標準》、《食品中微生物衛生標準》等相關法律和規定。惟當年度發生1件因違反《食品安全衛生管理法》（註14）而被處以行政罰鍰之情事，係因高雄自由店之客訴異物事件，經高雄市政府衛生局作成行政裁處，遭處以新臺幣3萬元整罰鍰。 2025年安心食品未發生任何產品下架事件，下架商品次數及總重量皆為0。 （註14）食品安全衛生管理法相關法規可至衛生福利部食品藥物管理署網站查詢。參考網址：https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62	2025年度因違反「食品安全衛生管理法」暨相關施行細則、辦法及準則，而被處以罰鍰金額，以及產品下架次數及下架產品總重量。	附表一之一 編號二	P35
4	2025年使用的FSCTM驗證工廠生產之冷/熱飲杯、薯條炸雞用袋、外袋、點心盒及沙拉盒等紙類食品包材總採購金額為76,801仟元，占當年度總紙類包材採購支出之81%。	2025年度 FSC™ 紙類食包材採購金額除以當年度紙類食包材採購金額百分比。	附表一之一 編號三	P34
5	為確保ISO22000相關食品安全管理系統持續改善且有效的執行，我們於2025年1月完成監評。長春松江店取得ISO22000及HACCP認證目的，在於成為實施ISO22000食品安全管理系統的示範店鋪。2025年長春松江店所販售商品金額占全公司個體報表之淨營收之0.37%。	2025年度店鋪通過ISO22000及HACCP驗證情形，與占該年度全公司個體報表淨營收之百分比。	附表一之一 編號四	P28
6	書面資料審查：確認符合法規登記證照，其他相關驗證證書。 現場資格審核：新供應商或新商品上市前，安心食品會依據食品良好衛生規範準則（GHP）進行廠商工廠視察，評鑑項目包括製造現場、機器設備、原物料管理、品質管制、人員管理等。 合格率判定為B級以上列為合格供應商（分數70分以上為合格），可進行邀商、提案或產線生產，評等為C級廠商經輔導改善後才進行合作，評等為D級則不得採用。2025年品保課針對當年度有交易之新供應商及新品製程廠商共執行32家廠商、63場次之工廠產線實地評鑑，占2025年食材相關進貨供應商家數之48%，合格率98%。另針對非直接交易新供應商及新品製程廠商共執行3家廠商、3場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。	2025年度依據GHP食品作業規範執行新供應商開發及新品製程評鑑之稽核項目、評鑑家數、場次、佔當年度與食材相關進貨供應商百分比及合格率，及非直接交易供應商之評鑑家數、次數及合格率。	附表一之一 編號五	P32
7	統購課在年底時，參考供應商供貨金額排序以及交易情形，依循「供應商管理程序」擬定「年度供應商評鑑排程」，對廠商持續進行管控，以確保合格供應商供貨品質符合現行標準。年度評鑑項目分別為經營理念、產品品質、交期與服務力三大項目。2025年針對與食材及農畜品相關進貨供應商38家廠商共計執行48次評鑑，占該年度所有食材及農畜品相關進貨供應商44%，合格率為100%。另針對其他交易供應商7家廠商執行9次評鑑，及非直接交易供應商15家廠商執行15次評鑑，合格率均為100%。 既有供應商評鑑共分為A、B、C三種等級，A級為70分以上優先採購及增加進貨量，B級為60至70分（不含70分）保持現狀為合格供應商，若於全年度評鑑中為C級（含）者，該供應商於當年度需要求改善或取消供應商資格。	2025年度既有供應商評鑑之稽核項目、評鑑家數、次數、佔該年度所有與食材及農畜品相關進貨供應商百分比及合格率，及其他交易與非直接交易供應商之評鑑家數、次數與合格率。	附表一之一 編號五	P32

編號	確信標的資訊	適用基準	作業辦法	頁次
8	安心食品符合食品安全衛生管理法第9條之農產植物製品、菇（蕈）類及藻類之冷凍、冷藏、脫水、醃漬、凝膠及餡料製品、植物蛋白及其製品，以及鮮乳、保久乳、優格、乾酪、乳粉、奶油及煉乳等乳製品之輸入業者定義，依據107年06月26日衛授食字第1071300516號公告登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可），登錄1項吉士片，占當年度所有吉士片品項數33.3%（3項裡面佔1項）。	2025年公司登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可）之吉士片之品項數總和，以及其占當年度所有吉士片之品項數之百分比。百分比係依據登錄至非追不可之吉士片之品項數除以所有吉士片之總品項數計算。	附表一之一 編號六	P34
9	微生物檢驗 通過TFDA認證檢驗方法（註：TFDA認證證書有效期間為2024/6/12至2027/06/11止。） 【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、腸桿菌科 通過TAF認證檢驗方法（註：TAF認證證書有效期間為2024/10/8至2027/10/7止。） 【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、沙門氏菌、單核球增多性李斯特菌、腸桿菌科（新增AOAC 2003.01檢驗方法認證） 【飲用水】：總菌落數、大腸桿菌群 參照TFDA公告檢驗方法 【食品】：仙人掌桿菌、金黃色葡萄球菌腸毒素、單核球增多性李斯特菌 【飲用水】：綠膿桿菌、糞便性鏈球菌 參照國際分析化學家學會（AOAC）認可之檢驗方法 【食品】：總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、大腸桿菌O157：H7、腸桿菌科 其他檢驗方法 【食品】：仙人掌桿菌、腸炎弧菌、單核球增多性李斯特菌 環境塗抹總生菌數與大腸桿菌群檢驗方法 【乾式塗抹】：東京都衛生局檢查法-參考 【濕式塗抹】：3M e.Swab（BPW）塗抹棒 化學性檢驗 行政院農委會公告蔬果農藥殘毒快速檢測法 【農藥殘留】：有機磷&氨基甲酸鹽系列農藥 生鮮肉品、蛋品、海鮮的抗生素、瘦肉精檢驗方法 → 抗生素快速篩檢試劑組Premi® Test → 瘦肉精三合一（CB克倫特羅/RAC萊克多巴胺/SB沙丁胺醇）快速檢驗試劑 → 抗生素（磺胺劑/四環黴素/氯黴素）快速檢驗試劑	2025年度食品檢驗中心通過TFDA或TAF認證檢驗方法、其他國際間認可檢驗方法（如AOAC）及其他自主檢驗方法之檢測項目。	附表一之一 編號七	P30
10	2025年食品檢驗中心針對店鋪商品、飲料、冰塊/水質及食材等（註6）影響食品衛生安全之微生物（註7）、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3,384件，合格件數3,227件，總合格率95.4%。 （註6）樣品來源包含品保課抽檢之店鋪商品、廠商供貨的食材、安心智慧農場供貨的食材，衛生局和賣場抽檢也會同步留樣。 （註7）法規依據食品藥物管理署公告的乳及乳製品類之衛生標準、生鮮即食食品及生熟食混和即食食品類之衛生標準、包裝/盛裝飲用水及飲料類之衛生標準、冷凍食品及冰類之衛生標準，以及其他即食食品類之衛生標準。	商品、飲料、冰塊/水質、食材之微生物及蔬果農藥殘毒/動物用藥快速檢測件數與總合格率，合格判定參照「乳及乳製品類衛生標準」、「生鮮即食食品及生熟食混和即食食品類衛生標準」、「包裝/盛裝飲用水及飲料類衛生標準」、「冷凍食品及冰類衛生標準」、「其他即食食品類衛生標準」。	附表一之一 編號七	P29
11	2025年度食品檢驗中心產生之費用總計10,852仟元（註8），包括委外檢驗費用1,813仟元，佔年度營業收入淨額0.18%。 （註8）食品檢驗中心費用包含：委外檢驗費用（含儀器校正費用）、實驗室藥品耗材費用、儀器設備雜項購置、人員薪資、租金、能力試驗、外訓報名及設備修繕雜項費用等。	2025年度食品檢驗中心之相關支出及其佔該年度個體財務報表營業淨利及營業收入淨額之百分比。	附表一之一 編號七	P30

編號	確信標的資訊	適用基準	作業辦法	頁次
12	2025年度安心食品所使用的外購電力為6,087.15萬度，消耗能源總量為226,481.65GJ，外購電力百分比為96.72%，再生能源使用率為0%，統計範疇包含全台店鋪、總部、食品檢驗中心、安心學院、智慧農場及屏東工廠。	耗能源總量 (GJ) = 外購電力 (全台店鋪^(註1、2)、總部^(註3)、食品檢驗中心、智慧農場及屏東工廠^(註4)) + 天然氣 (部分店鋪)^(註5) 外購電力百分比 (%) = (外購電力能源 (GJ) ÷ 消耗能源總量 (GJ)) X 100% (註1) 全台店鋪含當年度已關店的店鋪。 (註2) 無單獨電表之店鋪係以電費支出除以合約訂定每度電價格換算。 (註3) 總部係以安心食品總部佔該大樓電費比例乘以大樓總用電度數得出。 (註4) 外購電力轉換係數 (1 kWh轉換至GJ) = 1 (kWh) X 3.6 (註5) 天然氣轉換係數 (1 m3轉換至GJ) = 1L X 8,107 (kcal/L) X 4.187 (KJ/kcal) X 1/1,000,000 (註6) 上述轉換係數以能源局公告資訊為主。	附表一之一 編號八	P46
13	2025年安心食品之總取水量為873,842.47立方公尺 (m ³)，總耗水量為18,829.53立方公尺 (m ³)，統計範疇包含全台店鋪、總部、安心學院、食品檢驗中心、智慧農場及屏東工廠。	取水量：所有營運據點 (全台店鋪^(註1、2)、總部^(註3)、安心學院、食品檢驗中心、智慧農場及屏東工廠，報告當年度各期取水量及依據 (水費單)。 耗水量：報告當年度現調飲品及現製湯品銷售數量及其相關耗水量，以及統計報表。 總耗水量 (m³) = (現調飲品及現製湯品總耗水量 (ml) ÷ 1,000,000 (註1) 全台店鋪含當年度已關店的店鋪。 (註2) 無單獨水表之店鋪係以水費支出除以合約訂定每度水價格換算。 (註3) 總部係以安心食品總部佔該大樓水費比例乘以大樓總用水量數得出。	附表一之一 編號九	P48
14	截至2025年底，已擁有297間店鋪，店鋪占地面積16,661.8坪(不含騎樓)。	報告當年度店鋪數量及店鋪占地面積。 註：店鋪包含2種形式：(1) 街邊店，其面積衡量依權狀坪數為基準；(2) 賣場店，其面積衡量基準依合約面積為基準。	附表一之一 編號十	P6



榮獲2025年天下永續公民獎

榮獲2025年TCSA台灣企業永續獎綜合績效「台灣百大永續典範企業獎」、企業永續報告「餐飲及食品業-第1類金級」、永續單項績的「人才發展領袖獎」、「社會共融領袖獎」，以及國際獎項「Sustainability Reporting Award - Bronze Class」

榮獲1111人力銀行「2025幸福企業」餐飲服務類金獎



安心食品服務股份有限公司(摩斯漢堡)

總公司地址：台北市南港區經貿二路66號16樓之3 電話：(02)2567-5001 本公司網址：<https://www.mos.com.tw/>

查詢本報告書相關資料網址：公開資訊觀測站：<https://mops.twse.com.tw/>