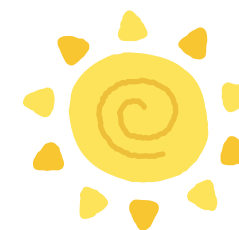




# 目錄

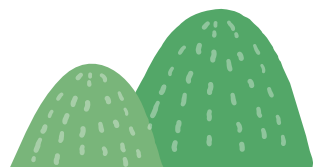


## 0 前言

0.1	關於本報告書	3
0.2	安心食品對社會的承諾	4
0.3	ESG永續績效	5
0.4	榮耀與獲獎	7
0.5	安心食品永續價值	8
0.6	利害關係人溝通	10

## 1 安心企業概況

1.1	營運概況	15
1.2	永續經營組織	16
1.3	永續商業模式	17
1.4	餐飲現況與產業發展	19



## 2 透明食安 環境永續

2.1	食品安全管理系	23
2.2	食品檢驗中心	26
2.3	供應商評鑑制度	30
2.4	永續供應鏈管理	31
2.5	法規遵循管理	33
2.6	店舖衛生抽檢機制	35
2.7	店舖HDSCS訪查機制	36
2.8	氣候變遷與能源管理	38
2.9	溫室氣體盤查	42
2.10	能源管理系統	43
2.11	能源資源及溫室氣體管理	43
2.12	環保節能投資	44
2.13	環境法規遵循	45
2.14	紙張資源管理	45
2.15	水資源管理	45
2.16	廢棄物管理	46
2.17	源頭減量管理	46
2.18	環境綠化管理	48
2.19	環境教育活動	48

## 3 人才發展 社會共融

3.1	幸福職場包容力	56
3.2	人才多元化	56
3.3	中高階儲備幕僚制度	64
3.4	多元產學結合青年力	65
3.5	聆聽內部的聲音	67
3.6	人才培訓管理系統	69
3.7	孵育人才搖籃	73
3.8	推動安全文化建立健康職場	75
3.9	職業安全衛生巡檢	76
3.10	意外事件及職業傷病追蹤	76
3.11	健康促進與管理	79
3.12	深化社區影響力	83
3.13	社區投資	87

## 4 盡責治理 永續經營

4.1	盡責治理	94
4.2	誠信經營管理	96

4.3	商品創新	103
4.4	顧客意見管理	105
4.5	顧客滿意度調查	107
4.6	年度服務楷模夥伴	108
4.7	服務創新	109
4.8	神秘訪客訪查制度	112

## 5 附錄

5.1	會計師有限確信報告	116
5.2	GRI準則索引表	117
5.3	聯合國永續發展目標SDGs索引表	121
5.4	氣候相關財務揭露	122
5.5	永續會計準則委員會	123
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	124



## 0 | 前言

## 0.1 關於本報告書

## 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。

## 聯絡資訊

安心食品服務股份有限公司

總公司地址 台北市大安區仁愛路三段136號2樓

電話 (02) 2567-5001 Ext : 605

公司網址 <http://www.mos.com.tw/>

聯絡窗口 ESG專案小組 李虹賢 專員

聯絡信箱 [csr@mos.com.tw](mailto:csr@mos.com.tw)

## 報告書範疇與時間

發行版本的數據及內容以2024年（自2024年1月1日至2024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：2024年8月發行

現行發行版本：2025年8月發行

## 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。

## 內部稽核

- 由ESG委員會、安心食品各部門主管檢視各章節內容之正確性。
- ESG專案小組編輯報告書內容，並定期向董事會報告ESG年度執行成果。
- 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】



報告書管理



企業社會責任專區



永續報告下載點

## 0.2 安心食品對社會的承諾

### 食安第一 安心安全美味

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，持續用心的經營。以食品安全為第一要務，堅持食安以及員工製餐、顧客用餐環境的乾淨整潔。為確保食品安全，建置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，具備國際檢驗能力與管理水準，以嚴謹的控管流程，落實對顧客食安的承諾，從產地到餐桌層層把關，增添美味的同時，也提供綠色永續、安心且健康優質的商品給消費者。每年在各縣市政府衛生局的餐飲衛生分級當中，摩斯漢堡總是名列優級。

### 攜手台灣農漁民 創新開發美味

安心食品每年攜手農會及漁會參加台北國際食品展及高雄食品展，協助農漁業產品的推廣。安心食品堅持「初衷」和「用心」，持續研發優質的產品，經常性推出新的季節性美味餐飲，落實「綠色三合一採購」政策，為顧客的飲食把關，將食材管控導入「生產履歷」，致力結合「在地食材」與「契作農場」。每年定期舉辦「樂活市集」，產地直送，讓顧客享有與店舖同等級安全又新鮮的食材。安心食品與屏東科技大學共同推廣省水、減少碳排SPRI益生菌水稻農法的永續低碳植米，耕作期間可達節水30%、降低2/3碳排放，更友善環境，且我們以永續低碳植米推出季節限定新品「台灣飛虎魚珍珠堡」，經典米漢堡同步推出永續低碳植米系列，2024上半年全店皆販售5顆經典米漢堡，皆可選擇搭配永續低碳植米，包含低碳植米元氣牛肉珍珠堡、低碳植米海洋珍珠堡、低碳植米薑燒珍珠堡、低碳植米燒肉珍珠堡、低碳植米杏鮑菇珍珠堡，同步響應綠色永續愛地球。2024年暑假適逢巴黎奧運，安心為迎接國際賽事，推出創新口味歐式風味新品「法式飛虎魚珍珠堡」與「橙香雞腿堡」等，一系列歐式風味餐點，讓消費者品嚐異國風情的美味。

### 安心農科廠整合產業鏈 促進南台灣經濟發展

以全球採購、契作生產推出綠色永續及眾多安心美味的餐點，結合農漁會特產，呈現出充滿在地原創、元氣美味的嶄新料理，於屏東長治鄉的屏東農業生物科技園區，打造四層樓食品工廠與物流中心，樓板面積近3萬平方公尺，使用自動與半自動倉儲系統，及半自動化產線，將於2025年正式營運，由魔術食品公司及集團旗下品牌樂雅樂食品進駐，全面提升食品製成及創新研發技術，從產地到餐桌、食材到餐點全程嚴密控管，為消費者的食安把關。安心農科廠地理位置絕佳，鄰近南臺灣農漁產區，便於進一步擴大整合在地供應鏈，將「食材到產線」一條龍模式完善設置，串聯食品產業的上游、中游、下游，促進地方經濟發展及就業機會，進而連結產學合作、培育產業人才，也同時推動安心農科廠產品外銷全球，打入終端消費(B2C)及全球企業(B2B)市場，展開多角化經營。

### 數位轉型、座位點餐 優化消費體驗

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，推動數位轉型，致力打造符合現代社會的餐飲消費體驗。除全環控的安心智慧農場及即將啟用的安心農科廠，安心食品積極拓展數位轉型，推出「MOS安心取溫馨送」，滿足顧客大量購買、慢慢取用，以及隨時可在全台各地便利取貨等需求，省時省力又環保減碳排。搭上人手一機(手機)的消費趨勢，我們也進一步優化QR CODE掃碼「座位點餐」服務體驗與MOS Order App的線上點餐功能，減少排隊等候時間並加速點餐作業，提升消費者舒適、便捷的用餐體驗，2023年至2024年另增開多項多元支付功能，讓整體服務更符合時下的消費模式。

董事長



### 優質公司治理 多元友善職場

安心食品自成立以來，即以永續發展為目標，積極提升公司治理的品質與董事會功能，依董事成員的專業與興趣，成立各種功能性委員會，指導公司經營團隊的運作，也在金管會的公司治理排名當中列名上櫃公司的前20%。長期以來，一直採取性別平等及年齡無差異的員工聘用制度，聘用青年、二度就業婦女及中高齡多元人才並持續至今，除了友善聘用中高齡夥伴，也聘用喜憨兒小天使。今年更首度榮獲天下人才永續獎及幸福企業餐飲服務金獎的肯定，並榮獲新北市、台中市友善中高齡績優企業表揚認證。

### 綠色永續 與社會共好

安心食品不斷致力於提供顧客安心與低碳的用餐環境，更積極發揚摩斯(MOS)的山海日(Mountain、Ocean、Sun)精神，將愛護對象擴及到整個地球的生態環境，鼓勵員工積極參與環境保護活動，更進一步號召消費者共同愛護地球環境，員工參與親山淨山及陽明山國家公園外來種植物拔除活動，以實際行動愛護地球。每年三月生日慶期間均由高階主管率領總公司同仁，串連北中南各縣市分店進行戶外社區清掃活動，邀請各地鄉里顧客共同於店舖周遭社區及公園進行清掃，共同維護環境整潔，為地球環境盡一份心力。

### 打造藝文摩斯場域 MOS化身街邊好鄰居

秉持「貢獻人類、貢獻社會」的理念，安心食品取之於社會、用之於社會、回饋於社會。2024年起大量投入藝文推廣，將全台北中南的店舖化身為社區活動藝文場所，不僅活化店面空間，積極推廣講座及摩斯音樂會等公益活動，敦親睦鄰、與民同樂，更為市民生活增添豐富度，讓大眾有機會走進音樂的世界，透過活動學習藝文鑑賞，以達成「品美食、賞音樂」的社會回饋宗旨。

### 支持SDGs、ESG永續經營

展望未來，安心食品將繼續全力支持聯合國的SDGs，致力ESG的進步，邁向2050淨零碳排。除了堅持食安第一的營運方針以外，安心食品仍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，期許將每家店舖打造成為永續發展的實踐基地，提升顧客的生活幸福感。未來我們仍將秉持著與社會共好的精神，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，全面延伸企業永續的理念。我們將繼續實踐企業社會責任，不斷提升顧客忠誠、員工滿意與環境友善，努力達成SDGs的目標。



## 0.3 ESG永續績效












### 榮譽與獲獎



榮獲2024 Ideal Green  
減碳永續獎最佳品牌

### 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ISO50001轉換新版能源管理系統8年，持續改善能源績效
-  持續挖掘在地食材開發新品
-  推廣綠色低碳米堡-低碳植米珍珠堡

-  建立短鏈供應鏈-屏東農科園區食品工廠
-  33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

### E-環境

## S-社會/人權

## 榮譽與獲獎

- 1.榮獲2024年天下永續公民獎
- 2.榮獲「2024幸福企業大賞」金獎
- 3.榮獲2024年《康健》第6屆CHR健康企業公民獎
- 4.榮獲2024 Buying Power 採購獎
- 5.榮獲2024年新北市中高齡友善職場認證
- 6.連續11年，連鎖業績優服務人員獲「服務天使獎」
- 7.榮獲TCFA第一屆服務金賞認證
- 8.連續22年培養多位傑出店長，2024年TCFA全國傑出暨優良店長選拔，1位榮獲傑出店長，1位同仁榮獲特別獎
- 9.累積全台291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341,629公斤
-  2024年食品安全訓練課程與專題講座，共舉辦7場，參與人次384人
-  員工人數達5,778人，2024年新進員工285位
-  聘僱身心障礙夥伴人數為181位，超越法令規定2.9倍
-  超過45歲二度就業人數且仍在職1,192人，占總員工人數20.6%
-  舉辦3場「職場體驗營」，參與人數共62人
-  2024年共4,161人次參加新人訓
-  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211人，占總管理職人數62%
-  2024年員工活動補助1,685萬元
-  2024年員工進修及訓練總費用47.8萬元
-  2015年起，舉辦食育活動至今總參與人數達26,166人
-  截至2024年，共超過26,855位小朋友參與我愛媽咪告白活動
-  於門市舉辦音樂饗宴、敦親睦鄰，2024年共計9場

## G-治理

## 榮譽與獲獎

- 1.榮獲2024工商服務業評鑑連鎖西式速食「金獎」
  - 2.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
  - 3.榮獲2024年天下永續公民獎暨天下人才永續獎
  - 4.連續10年，榮獲
    - TCSA台灣企業永續獎綜合績效「台灣百大永續典範企業獎」
    - 永續報告「餐飲及食品業-第1類白金級」
    - 永續單項績效「社會共融領袖獎」
- 三大殊榮

## 成果績效

-  全台店舖數達303家店，合併營收超過60億
-  EPS2.05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
-  2024年共召開10次董事會議，董事平均出席率100%
-  2024年董事會審議40項議案，包含環境、社會/人權及治理等議題
-  2024年投入673萬元研發費用，積極接軌國際、合作開發新品

## 0.4 榮耀與獲獎

連續  
4年獲獎



榮獲「2024幸福企業大賞」金獎

連續  
11年獲獎



榮獲TCFA第一屆服務金賞認證及  
第十一屆「服務天使獎」

連續  
21年獲獎



2024年TCFA「全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔」  
共2位同仁獲獎，分別為傑出店長，以及店務心得優異獎

累積  
291家

全國店舖已取得餐飲評核優級認證的店舖  
達到291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  
10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」、永續報告「餐飲及食品業-第1類白金級」、永續單項  
績效「社會共融領袖獎」三大殊榮



榮獲工商時報「2024臺灣服務業大評鑑」  
連鎖西式速食金牌及服務尖兵獎



榮獲2024年天下  
永續公民獎



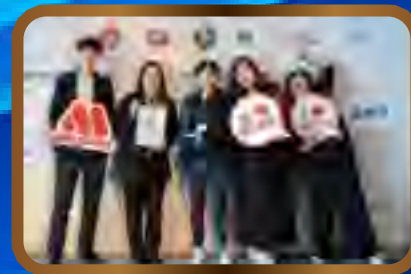
榮獲2024年《康健》  
第6屆CHR健康企業公民獎



榮獲2024 Buying Power  
採購獎



榮獲2024 Ideal Green  
減碳永續獎最佳品牌



榮獲2024年新北市  
中高齡友善職場認證

## 0.5 安心食品永續價值

### 安心永續願景

2024年我們不斷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，我們將持續呼應聯合國17項永續發展目標（SDGs），將其作為未來永續發展的指導方針。安心食品將專注於實踐永續經營，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，推動可持續的發展。

### 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，結合「創新」、「智慧科技」、「特色體驗」等經營策略主軸，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關注主題。

### 安心食品回應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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>與理念相同之供應商，發展長期合作夥伴關係。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>結合供應商，全面提升商品品質與安全，達到雙贏。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MOS慈愛社參與公益活動。</li> <li>店鋪發票愛心捐贈。</li> <li>店鋪參與物資捐贈、捐血、關懷弱勢等相關活動。</li> </ul>	P62、P83、P84-86
		建立安心安全的職場工作環境。	<ul style="list-style-type: none"> <li>設置透明的員工溝通管道，建立勞資和諧的職場環境。</li> <li>打造健康友善之職場環境，提供員工運動及健康餐飲資訊。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成功打造為友善幸福並健康的職場，成為標竿企業。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	P31-32、
		建立安心安全的職場工作環境。	<ul style="list-style-type: none"> <li>設置透明的員工溝通管道，建立勞資和諧的職場環境。</li> <li>打造健康友善之職場環境，提供員工運動及健康餐飲資訊。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成功打造為友善幸福並健康的職場，成為標竿企業。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>規劃員工社團活動，提供員工紓解壓力管道。</li> <li>員工安全衛生教育訓練。</li> <li>打造健康辦公室-總部辦公室健康操、健康知識衛教。</li> <li>勞工健康臨場服務。</li> <li>建立職業災害事故通報機制。</li> <li>執行勞工復工評估。</li> <li>建立不法侵害預防及突發處理機制。</li> <li>建立女性保護通報機制；總部設置哺乳室，保護職業婦女。</li> <li>執行年度員工健康檢查及後續追蹤。</li> <li>實施各項健康促進活動和教育訓練。</li> </ul>	P61、P75-83、P85-88
		建立安心安全的職場工作環境。	<ul style="list-style-type: none"> <li>設置透明的員工溝通管道，建立勞資和諧的職場環境。</li> <li>打造健康友善之職場環境，提供員工運動及健康餐飲資訊。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成功打造為友善幸福並健康的職場，成為標竿企業。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店鋪參與捐血活動。</li> <li>店鋪參與關懷長輩活動。</li> <li>舉辦食育活動，宣導正確健康飲食及衛生觀念。</li> </ul>	

#### 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。

#### 永續策略主軸

#### 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。



SDGs	細目標	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
		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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供年輕人與中高齡者就業機會。</li> <li>挖掘並培養年輕人與中高齡人才。</li> <li>挖掘並培養國際人才。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>廣泛招募並培養國際人才。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成為一個跨國際、跨世代的企業團隊。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦食安講座，強化員工食品衛生安全相關知識。</li> <li>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。</li> <li>規劃完整員工教育訓練制度，並導入數位學習。</li> <li>規劃安全衛生教育訓練相關講座和宣導。</li> <li>推廣環境教育。</li> </ul>	P35、 P65-66、 P69-72、 P81、 P48
		連結各大專院校，培養優秀人才並提供就業機會與輔導。	<ul style="list-style-type: none"> <li>設置透明的員工溝通管道，建立勞資和諧的職場環境。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>與各區域之大專院校合作，持續培養食品餐飲業界的人才。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>招募對服務業保持熱忱的銀髮族夥伴。</li> <li>推薦適合職務，讓年輕人發揮所學。</li> <li>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。</li> </ul>	P63-66
		持續開發並提供創新服務，以更效率的方式營運。	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>因應人事和租金成本高漲，調整店鋪經營模式及型態。</li> <li>研發獨特差異化之優質商品，提升品牌價值和質感。</li> <li>建立短鏈供應鏈。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>應用智慧科技與大數據分析，提升服務效率及精準行銷。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以AI科技取代部分人力，全面提升營運效率。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以台灣當地食材開發商品、地產地消，並融入品牌經營理念。</li> <li>每年提撥一占比作為研發支出，以維持安心食品在市場差異化的策略定位。</li> <li>建置自助點餐機並於廚房導入智能化系統。</li> <li>建立短鏈供應鏈-安心智慧農場、屏東農科園區食品工廠。</li> </ul>	P18、 P113-114、 P103-105、 P109-110、 P49-50、 P125
		因地制宜、強化社區連結，與在地民眾緊密結合。	<ul style="list-style-type: none"> <li>強調店鋪地方特色經營，深耕社區互動之連結。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>與在地社區連結，舉辦各類型ESG活動，培養在地人才、敦親睦鄰。</li> <li>摩斯藝文塾擴展為「實體+數位」並行的區域文化網絡。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將安心食品的ESG理念拓展至店鋪所在的各個角落。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>主管帶領員工參與環境教育活動。</li> <li>環境綠化管理。</li> <li>打造MOS藝文塾。</li> <li>舉辦MOS藝文活動。</li> </ul>	P73-74、 P48、 P89
		打造永續供應鏈，帶動上、中、下游一同為環境友善努力。	<ul style="list-style-type: none"> <li>有效利用店鋪水資源，並持續導入省水設備。</li> <li>推動源頭減廢及廢棄物回收再利用，落實垃圾減量。</li> <li>建置食品加工廠，建立短鏈供應鏈。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開發永續環境的商品，並打造永續的食品加工廠。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>導入內用瓷製熱杯、湯杯等，有效減少紙類及塑膠的使用。</li> <li>推動源頭減量、廢棄物減量與回收之管理。</li> <li>推出「MOS循環杯」，減少廢棄物產生。</li> <li>因應世界地球日，持續推動「吃蔬食、愛地球」活動。</li> </ul>	P32、 P46-47
		落實節能減碳，透過管理系統與查證單位檢視減排成效。	<ul style="list-style-type: none"> <li>全面導入省電LED燈，降低用電量並持續運作能源管理系統。</li> <li>安心智慧農場持續研發試種各種作物。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>配合政府淨零排放政策，規劃並落實溫室氣體排放管理。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>減少溫室氣體排放，達成淨零碳排目標。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>店鋪導入智慧廁所系統及較節能的照明、空調和廚房設備。</li> <li>總部辦公室調改善冷氣效率、調整燈板照度，以達節能效果。</li> </ul>	P43-44
		發揮安心食品的優勢，在業界擴大影響力。	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動國際市場發展，並持續開設分店。</li> <li>透過食品展，與各個國家交流，並將台灣食材推展至國際。</li> </ul>	P113

## 0.6 利害關係人溝通

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。

利害關係人	關注主題	溝通方式/頻率	溝通重點
<b>股東</b> 股東最關注安心食品經營績效、公司治理及永續發展。	<ul style="list-style-type: none"> <li>經濟績效</li> <li>市場地位</li> <li>產品與服務創新</li> </ul>	年度股東會/每年	一年1次
		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
		透過電話及電子郵件回應投資人及分析師的提問/不定期	2024年回應投資人及分析師共2件
<b>政府機關</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源</li> <li>溫室氣體排放</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>顧客隱私</li> <li>強迫或強制勞動</li> </ul>	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
		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
		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
<b>顧客/社區居民</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>廢汙水與廢棄物</li> <li>顧客健康與安全</li> <li>產品與服務創新</li> <li>產銷履歷</li> </ul>	外部溝通信箱/每月	固定收集顧客意見調查表並進行統計
		MOS Life/每月	2024年共出刊11次
		ESG報告書/每年	編撰完成並提出
<b>供應商</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>原物料</li> <li>產銷履歷</li> <li>採購實務</li> </ul>	獨立供應商會議/不定期	依出貨狀態，與供應商協商
		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
<b>媒體</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>經濟績效</li> <li>市場地位</li> <li>產品與服務創新</li> </ul>	記者會/每季2場	2024年共舉辦8場記者會
		發布新聞稿/每月2至4則	2024年共發布37則新聞稿，露出1020篇
<b>公益團體</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>廢汙水與廢棄物</li> <li>供應商環境評估</li> <li>供應商社會評估</li> </ul>	官方網站/不定期	公布相關訊息
		E-mail信箱、電話/即時	回覆及討論
<b>員工</b> 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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>職業健康與安全</li> <li>訓練與教育</li> <li>勞資關係</li> <li>勞雇關係</li> </ul>	定期勞資溝通會議/每季	召開兼職人員座談會 2024年共召開4次勞資會議，通過9項議案
		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1件彙整及回覆

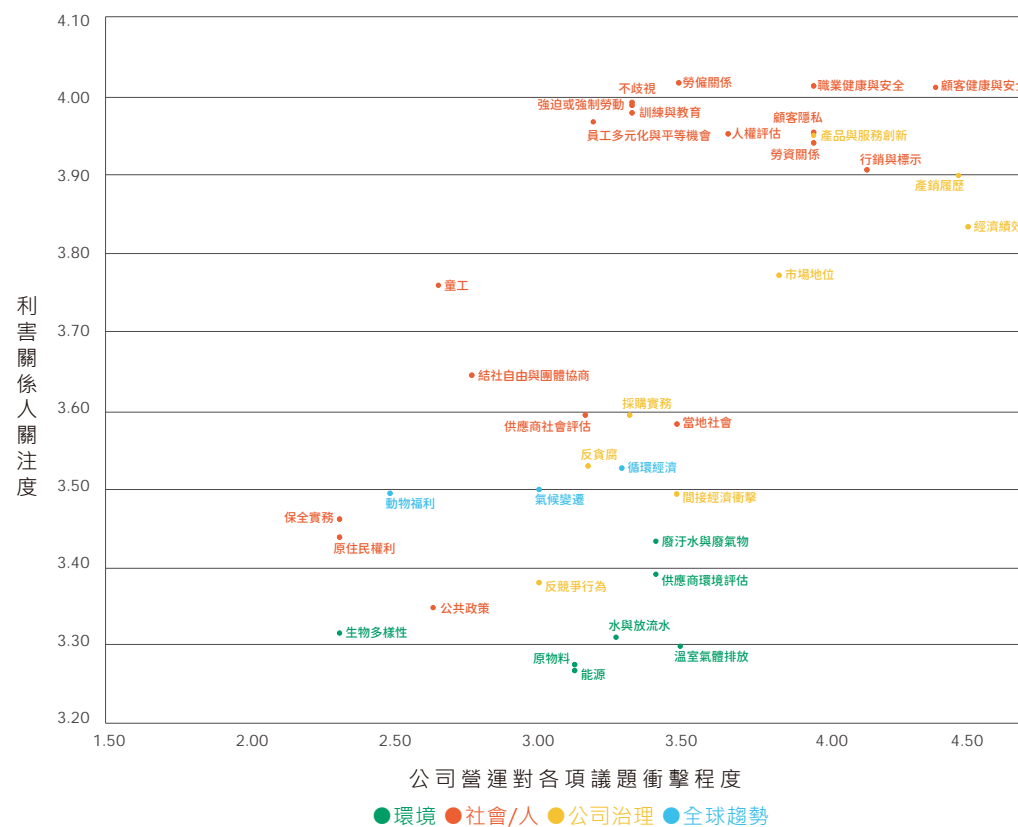
## 0.6.1 重大性分析

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。

### 重大性分析流程

步驟	進行方式	結果
1 利害關係人鑑別	經內部討論選出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最高度關係的利害關係人。	選出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，蒐集永續議題，並根據議題內容製作問卷。	經內部討論，2024年度共選出36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36項永續議題製作成利害關係人永續議題問卷，以電子問卷的形式發放給安心食品的七類利害關係人，調查利害關係人對各項永續議題的關注程度，並根據關注度給予5到1分之量化分數。	共回收520份問卷(員工400份、顧客91份、供應商16份、公益團體6份、媒體3份、股東2份、政府機關2份)，獲得不同利害關係人對各項議題的關注程度排序，以及所有利害關係人的平均關注程度。
4 組織內部衝擊	將36項永續議題製成公司營運對各項ESG議題的衝擊程度問卷，發放給公司五大高階主管、公關部門主管、經營企劃部門主管和ESG專案小組代表成員，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，並根據公司內部討論，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(產銷履歷、顧客健康與安全、職業健康與安全、教育與訓練、勞雇關係、勞資關係、經濟績效、產品與服務創新)，以利揭露於報告書中。

### 重大關注議題矩陣圖



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

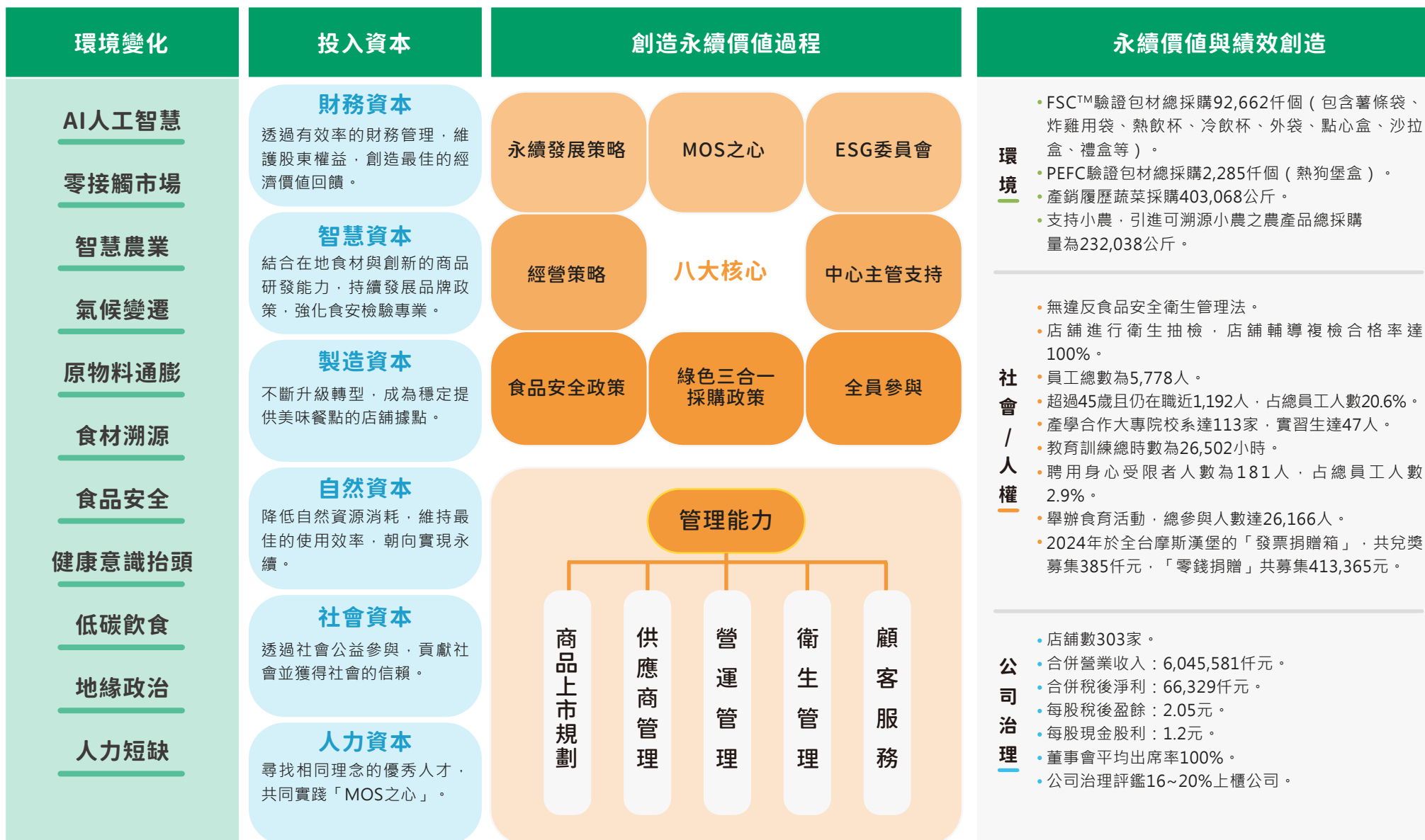
重大主題		對安心食品的意義	對應 GRI 準則	對應 SDGs	對應 SASB 準則	內部邊界		關注利害關係人							管理方針 參考章節
						總部	總部	股東	政府機關	顧客 社區居民	供應商	媒體	公益團體	員工	
環境	產銷履歷	落實「三合一綠色採購」政策，食材的選擇重點為結合在地食材、生產履歷以及契作農場，從源頭把關，保障消費者的飲食安全。	顧客健康與安全		供應鏈管理和產銷履歷	●	●	◎	○	◎	◎	○	○	◎	第二章
	顧客健康與安全	健康與安全一直是消費者所關心的話題，而重視食品安全，堅持將安心、安全傳遞給顧客，更是安心食品的堅持。	顧客健康與安全		食品安全	●	●	◎	◎	◎	◎	○	○	◎	第三章
社會 / 人權	職業健康與安全	員工是公司的重要資產，因此，保障員工的身心健康和工作環境是安心食品的重要使命。	職業健康與安全		勞動行為	●	●	◎	○	◎	○	○	○	◎	
	訓練與教育	職場是員工發揮潛力的舞台，鼓勵員工學習、提升員工的自學能力並激發思考能力，也是安心食品應盡的職責。	訓練與教育		—	●	●	◎	○	◎	○	○	○	◎	
	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。	勞雇關係		勞動行為	●	●	○	○	○	○	○	○	◎	
	勞資關係	提供多種透明的溝通管道，隨時傾聽員工的心聲，並儘早進行協調、溝通及回應，促進健康的友善職場環境，達成安心的永續經營目標。	勞/資關係		勞動行為	●	●	○	○	○	○	○	○	◎	
公司治理	經濟績效	除持續耕耘既有市場外，活化品牌價值，降低成本費用、提升經營效率，讓企業獲利持續增長，才是永續經營的動能。	公司治理		—	●	●	◎	◎	◎	○	◎	○	○	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。	—		營養成分	●	●	◎	◎	◎	◎	○	○	◎	

● 邊界範圍    ◎ 高影響程度    ○ 低影響程度



## 0.6.2 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。



## 0.6.3 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	2022績效	2023績效	2024績效			
E	邁向淨零永續	環境	氣候變遷、能源、 水與流放水		減少銷售密集度	銷售密集度 <7度	銷售密集度 <7.45度	7.89度	9.23度	9.42度	X	每年追蹤執行狀況，並 持續檢討與改善。	透明食安 環境永續P22
					導入高效節能設備 減少CO2排放量	持續減少 CO2排放量	減少 CO2排放量	節省 1,951,792度	節省 2,607,640度	節省 3,468,161度	O	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	減少用水量	較2021減少 636,244.89噸	較2022增加 95,450.05噸	較2023減少 16,776.72噸	X	每年持續執行相關節水 措施，並定期宣導。	
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%	0.0002%	0.00024%	0.0003%	O	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P22
					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	88.5分	88.1分	88.3分	O	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	O	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P52
					店長食安衛生平均 訓練時數 > 15小時	全年度，店長食 安衛平均訓練時 數 > 20小時	全年度，店長食 安衛平均訓練時 數 > 15 小時	平均訓練時數 15.1小時	平均訓練時數 15.1小時	平均訓練時數 19.84小時	O	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5%	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P90
					獲利(億元)	正獲利	正獲利	5,725,450 仟元	5,993,760 仟元	6,045,581 仟元	O	持續維持正獲利，並每 年穩定成長。	
		顧客			店舖衛生抽檢 合格率	每季，店舖衛生 抽檢合格率 > 85%	每季，店舖衛生 抽檢合格率 > 80%	衛生抽檢合格 率87%	衛生抽檢合格 率86.46%	衛生抽檢合格 率83.17%	O	每季定期抽檢，檢視是否 達成合格率。	透 明 食 安、 環境永續P22
					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%	O	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	O	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	每季5家、 合格率100%	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	O	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P22

# 1 | 安心企業概況

## 1.1 營運概況 ●●●●●●●●●●

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2024年底，已擁有303家店舖，店舖占地面積17,084.21坪。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。

### 經營理念

貢獻人類 貢獻社會

永恆不變的，摩斯的原點

## 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」。

### 創業的心

做被顧客感謝的事

### 基本方針

我們店裡的每一個人，心中充滿善意，待人接物皆以親切、和藹明快、爽朗的態度和敏捷的行動，共同創造清潔又極富人情味的店，並努力讓顧客感到「心情愉快」和「溫暖友善」。

### 經營藍圖

透過食物讓人們幸福



### MOS臉書粉絲專頁

粉專名稱：MOS Burger  
摩斯漢堡「癮迷」俱樂部



### MOS IG粉絲專頁

粉專名稱：  
mosburger\_taiwan



### MOS Threads粉絲專頁

粉專名稱：  
mosburger\_taiwan

## 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) 5,778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 臺北市大安區仁愛路3段136號2樓  
資本額 新台幣323,895仟元  
總店舖數 (註2) 303家  
店舖占地面積 17,084.21坪



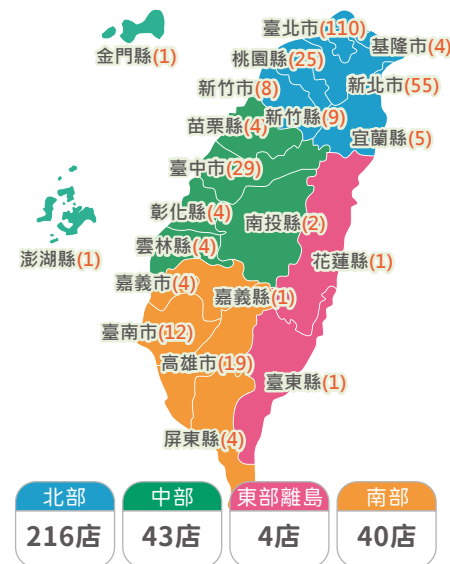
基本資料



公司沿革

(註1) 資料統計截至2024年12月31日。

(註2) 最新總店舖數詳見摩斯官網。



全台總店數: 303店

## 2024年特色店型

摩斯漢堡秉持「成為當地社區好朋友」的開店宗旨，因地制宜，根據各地區的特色打造專屬的特色店型，為當地居民營造舒適的用餐環境。

### 台南北安店

台南首間車道店坐落於交通交會點，提供開車族便捷的免下車點餐服務。店內以純白與木質調為主，明亮簡約，大面落地窗營造清新自然氛圍。牆上畫作融入摩斯「山海日」意象，展現自然與美食交融的多元體驗。



### 嘉義新民店

嘉義新民店位於市區商圈，交通便利，是摩斯漢堡第四家車道店，提供快速取餐服務並附設免費停車場。店內設計結合「山海日」意象，融入阿里山神木線條木作牆面，營造溫馨氛圍。



### 北科庭園店

北科庭園店位於台北科技大學新生南路側門旁的學生餐廳「綠光庭園」，提供綠意盎然的用餐空間，讓學生在忙碌課業之餘放鬆身心。店內設有長形收銀櫃台，採自助取餐後結帳的動線設計，縮短排隊時間，提升供餐效率。

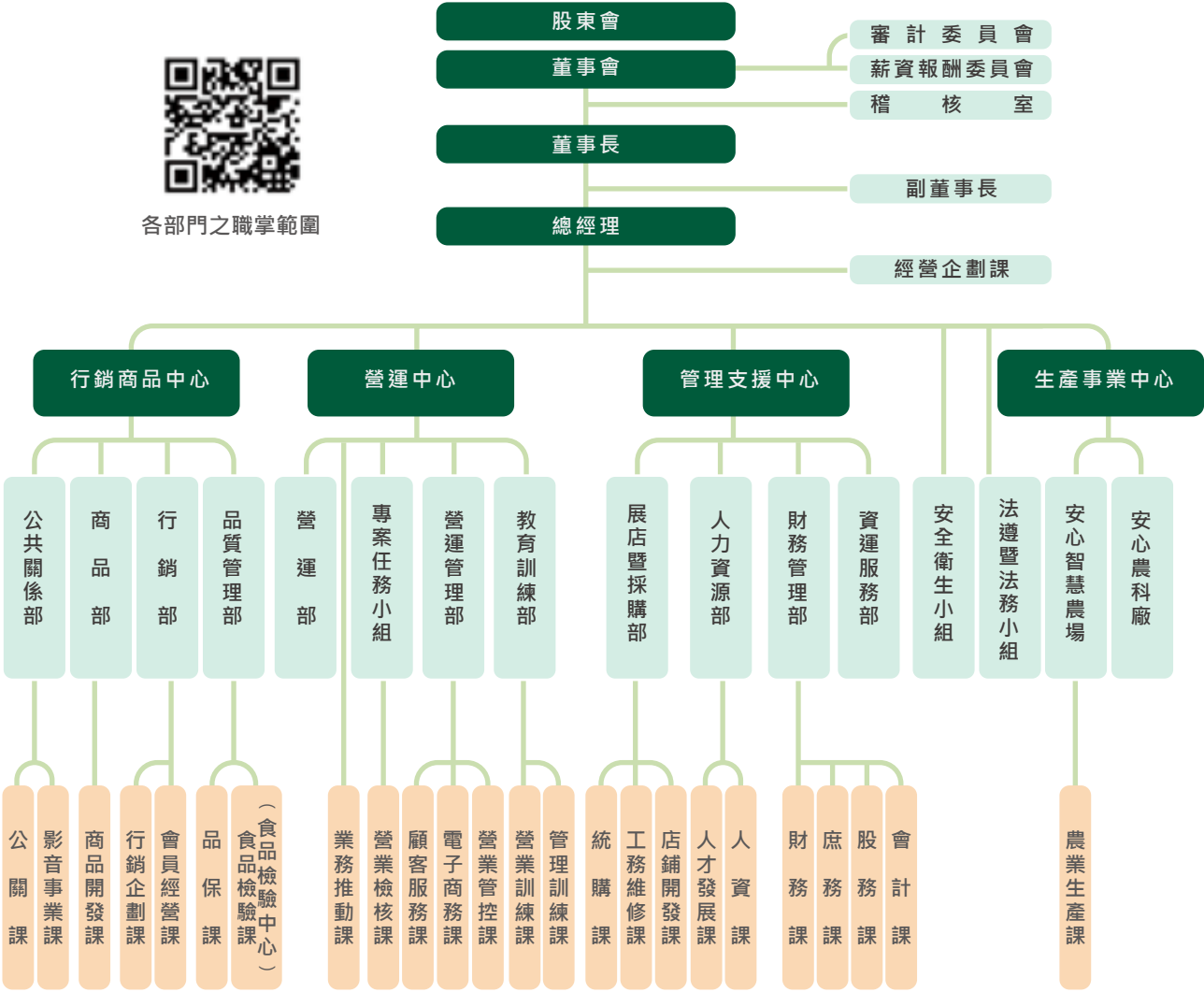


# 1.2 永續經營組織

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。



各部門之職掌範圍



經營組織架構

部門	掌管範圍
稽核室	<ul style="list-style-type: none"><li>綜理全公司內控管理制度推展，排定年度稽核計畫。</li><li>執行全公司例行性稽核。</li></ul>
經營企劃課	<ul style="list-style-type: none"><li>綜理全公司經營策略規劃、專案執行與新事業開發。</li><li>協助總經理推動專案及擬訂創新經營策略。</li></ul>
行銷商品中心	<ul style="list-style-type: none"><li>綜理主餐、點心、飲料與外商各式商品企劃及開發、企業廣告及商品廣告、店頭行銷販促規劃、異業通路行銷合作規劃及異業銷售業務推展，以及企業形象及公共關係建立與維護。</li><li>綜理全公司品牌及公關策略等業務規劃與執行。</li><li>提供並維護高品質及安心安全之商品保證事項。</li><li>維護ISO22000、HACCP等食品安全管理系統認證。</li><li>持續提升品質管理能力。</li><li>統籌營業店舖商品之衛生檢驗、食材安全監測計劃與執行，以及綜理實驗室管理系統並維護ISO/IEC17025國際共通規範認證。</li></ul>
營運中心	<ul style="list-style-type: none"><li>綜理全公司教育訓練與員工發展等規劃與執行。</li><li>綜理全公司各地區營業單位統合及協調支援、營運企劃專案之分析與執行，以及負責對各地區店舖之指導及支援。</li><li>綜理全公司電子商務行銷業務推展及維護管理。</li><li>消費者意見統計分析與回饋，以推動服務品質提升穩定的評鑑與客訴處理。</li></ul>
管理支援中心	<ul style="list-style-type: none"><li>綜理全公司人力資源規劃運用與整合、組織規章、員工福利事項、勞資關係協調等規劃與執行。</li><li>綜理全公司員工健康管理與職場安全衛生指導之策劃與實施。</li><li>綜理公司整體財務規劃及資金調度管理及預算控管等事宜。</li><li>綜理全公司成本管理、會計暨稅務作業規劃與執行。</li><li>股務業務執行與投資人關係維護。</li><li>綜理全公司總部及各店舖庶務管理及資產管理事宜。</li><li>統合營業店舖之開發籌設與租約管理及新展店、既有店工程、水電及空調等工程規畫與執行，消防安全確認及申報。</li><li>綜理全公司店舖裝修、改裝施工等營繕工程之規劃管理與維護。</li><li>綜理全公司資材統購與訂貨管理，著重供應商管理與成本控制。</li></ul>
生產事業中心	<ul style="list-style-type: none"><li>綜理安心農科廠與安心智慧農場之營運管理，包含生產計劃排程、製程優化及生產績效評估。</li><li>推動產品製程技術創新與自動化生產系統，強化生產效率並確保產品品質穩定。</li><li>規劃並推動農場智慧化生產技術導入，落實永續經營理念並提升產業競爭力。</li><li>執行供應鏈管理及庫存控管，確保原物料及成品供應穩定並有效控管生產成本。</li></ul>



## 1.3 永續商業模式 ●●●●●

安心堅持食品安全衛生及嚴選食材之原則，不懈地實踐商品創新與落實優質服務品質的承諾，同時結合在地食材，以提供安心、安全之商品作為我們的永續商業模式，將企業價值最大化。透過實現滿足消費者需求，持續以創新的營運方式，解決社會及產業問題，同時創造並傳遞安心的企業價值。

### 1.3.1 永續商業模式

安心食品係以完全直營進行連鎖速食餐飲之經營，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，商品分類及主要項目如下：

#### MOS商品分類

項目		商品品項
主餐類	早餐	● 三明治、漢堡、米漢堡、熱狗堡，以及其他特色漢堡，如布里歐堡、福堡(刈包)
	午/晚餐	● 漢堡、米漢堡、熱狗堡、摘鮮綠系列
點心類	副餐	● 各式沙拉 ● 炸物：雞(腿)塊、炸雞、薯條、可樂餅、方塊薯餅等 ● 限量販售：辣味雞(腿)塊、V型薯條、各式淋醬薯、期間限定可樂餅等
	甜點	● 各式口味米派、蒟蒻 ● 限量販售：部分口味蒟蒻、期間限定米派、布列塔尼米酥餅、焦糖布丁等
湯飲類	冷飲	● 各式茶類、(水果、蒟蒻)冰茶、碳酸飲料、果汁、摩斯豆奶、摩斯鮮乳、摩斯天然水等 ● 限量販售：期間限定茶類、冰茶、MOS抹茶歐蕾
	熱飲	● 各式茶類、熱可可
	湯品	● 玉米濃湯、鮮菇濃湯 ● 限量販售：豚汁蔬菜湯、紫米紅豆湯
	MOS Cafe	● 摩斯咖啡、拿鐵、摩斯奶茶、摩斯特調紅茶歐蕾 ● 限量販售：其他風味咖啡飲品
其他	外商品	● 各式零食、甜點、即時料理、年節禮盒、聯名商品等
	摩斯卡	● 依節慶、聯名活動推出的各式造型摩斯卡



MOS商品  
營養分析表



MOS商品  
過敏原情報



摩斯卡  
博物館

安心食品秉持食品安全與嚴選食材的原則，結合3Q創新計畫，持續朝消費者心中的理想餐飲品牌邁進。2025年，安心積極推動智慧科技與特色體驗，並擴大門市外送服務，提供更便捷多元的選擇。為確保目標達成，安心定期召開會議追蹤進度，並視專案性質適時舉行合作會議，以有效控管風險。營運面上，安心持續投入智慧農業，強化食材品質與穩定性，並規劃短鏈供應鏈以提升效率。自行籌建的食品加工廠預計於2025年正式營運，將優化生產流程、提升品質，並為多元產品的開發與供應奠定基礎。安心將持續深化經營策略，拓展事業版圖，創造更高價值，實現永續經營。

#### 定期會報之重要會議<sup>(註3)</sup>

ESG	類型	重要會議	頻率	最高治理階層
治理	例行性	產銷協調會議	雙週	總經理
環境、社會/人權、治理		精實會議	每週	總經理
環境、社會/人權、治理		經營檢討會議	每月	董事長
環境、社會/人權、治理		年度策略會議	每年	總經理
治理		營運中心會議	每週	副總經理
環境、社會/人權、治理		其他中心會議	每月	中心主管
治理		營運行動計畫會議	每月	副總經理
社會/人權、治理		食品安全管理審查會議	每年	總經理
環境、治理		能源管理審查會議	每年	總經理
治理	專案型	安惠資訊會議	按進度召開	總經理
環境、治理		屏東工廠會議	按進度召開	總經理
環境、社會/人權、治理		全國店長大會	每季	董事長
環境、社會/人權、治理		分區店長月會	每月	副總經理
環境、社會/人權、治理	內部溝通會議	總部月會	每月	總經理

(註3)以上內容未提及之其他風險管理措施，請參考其他章節內容。

# 2024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，涵蓋現場製作餐點、居家調理食品及年節禮品。商品類別豐富，包含**米漢堡**、**漢堡**、**熱狗堡**、**沙拉**、**點心**、**甜點**、**冷熱飲**、**咖啡及湯品**。我們持續創新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，支持台灣好農產

安心食品積極運用台灣在地優質的農畜漁原料，不僅協助生產者穩定產銷、提升加工技術，更讓這些優質食材被更多人看見與品味。



## 飲品多元進化，滿足不同風味需求

除了廣受大眾喜愛的摩斯紅茶外，我們也依據不同市場需求開發多樣化飲品。例如，推出強調健康概念的醋飲與蒟蒻飲品，滿足熟齡消費者喜好的芝麻飲品，以及適合不攝取咖啡因族群的果乾飲品，致力於提供更多元的飲品選擇。



## 米製甜點新升級，輕享美味無負擔

摩斯漢堡除了招牌米漢堡外，也積極拓展產品類別，如甜點系列。我們以台灣優質米製成的米穀粉取代麵粉，打造兼具健康與美味的甜點。不僅滿足特定飲食需求（如無麩質產品—巴斯克乳酪蛋糕），也為消費者的午茶時光增添更多美味選擇。



## 環境友善升級，享受美味也愛地球

安心食品全面採用雨林聯盟認證咖啡豆，不僅確保咖啡飲品的穩定品質，更積極履行保護地球環境與支持永續經濟的承諾。此外，摘鮮綠漢堡與沙拉是摩斯漢堡的特色產品，我們更推出以植物肉雞絲為主的沙拉，讓消費者有更多機會體驗美味的植物肉商品。



### 1.3.2 經營績效

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，2024年合併營收突破新台幣60億元，在全體同仁共同努力下，安心食品深獲消費者的認同與信心。每股稅後盈餘（EPS）、股東權益報酬率（ROE）和資產報酬率（ROA）分別為2.05元、2.31%及0.92%，並以長期穩定的股利政策回饋投資人。

#### 個體財務數據

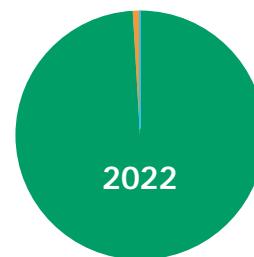
項目	類型	2022	2023	2024
營業收入	仟元	5,657,660	5,940,056	6,014,919
營業成本	仟元	4,200,085	4,490,065	4,638,168
營業費用	仟元	1,321,694	1,377,569	1,366,168
所得稅	仟元	22,025	14,065	2,460
薪資總額	仟元	1,490,017	1,584,489	1,598,608
員工福利總額	仟元	1,801,742	1,918,392	1,951,084
退休金總額	仟元	84,063	92,036	97,265

項目		單位	年度		
			2022	2023	2024
直接經濟價值之產生	收入	仟元	5,705,082	5,983,817	6,064,913
直接經濟價值之分配	營運成本	仟元	3,720,037	3,949,242	4,053,252
	員工薪資與福利	仟元	1,795,267	1,910,668	1,948,157
	分配股東紅利	仟元	74,496	84,213	75,426
	繳納政府稅款	仟元	22,025	14,065	2,544
	社會參與投入	仟元	209	104	68
	經濟價值之保留	仟元	68,586	4,229	-14,534

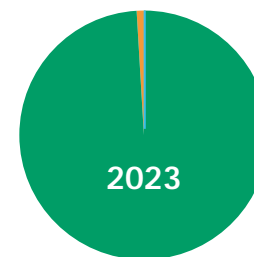
#### 合併營收財務數據

項目	2022		2023		2024	
單位	仟元	%	仟元	%	仟元	%
台灣摩斯	5,657,660	99	5,940,056	99	6,014,919	99.5
台灣安惠	7,285	0	3,669	0	5,137	0
廈門摩斯	60,505	1	50,035	1	25,525	0.5
合併營收	5,725,450	100	5,993,760	100	6,045,581	100

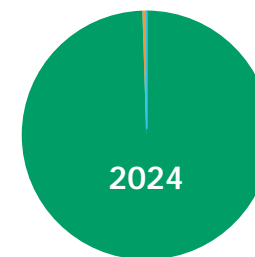
台灣安惠 7,285  
廈門摩斯 60,505  
台灣摩斯 5,657,660



台灣安惠 3,669  
廈門摩斯 50,035  
台灣摩斯 5,940,056



台灣安惠 5,137  
廈門摩斯 25,525  
台灣摩斯 6,014,919



## 1.4 餐飲現況與產業發展

根據中華經濟研究院的預測，2024年台灣經濟成長率約為3.96%，主計處則預估2024年的經濟成長率為4.3%。此外，台灣經濟研究院預測2024年經濟成長率為3.85%，較上次預測上修0.56個百分點，主要受惠於全球AI熱潮帶動的半導體產業投資，以及民間消費的穩健成長。

台灣餐飲業2024年的趨勢為無人化科技應用、多元支付方式、多角化經營、海外拓展以及環境友善等。然而，餐飲業也面臨缺工問題，傳統高工時、低休假的工作模式難以吸引年輕世代從業，業者需調整經營策略以應對人力短缺。總體而言，2024年台灣經濟持續穩健成長，餐飲業在科技應用與經營模式上展現多元化發展，但仍需克服人力資源等挑戰，以維持競爭力。

#### 產業上、中、下游之關聯性



## 2024餐飲產業趨勢與安心的現況

## 餐飲產業趨勢

## 無人化科技 - 掃碼點餐、自助結帳、送餐機器人

無人化科技因新冠疫情和缺工問題，快速改變台灣餐飲業。掃碼點餐、自助結帳、送餐機器人成為餐廳標準配備，無人化技術正提升餐飲業效率與便利性：

## 掃碼點餐：

·顧客自行掃描QR code查看菜單並下單，減少服務生工作量、提高準確性，避免衝突。

## 自助結帳：

·顧客可自行付款，縮短等待時間、降低結帳錯誤，服務人員可專注準備餐點。

## 多元支付 - 行動支付、電子發票

餐廳內除了桌上QR code，結帳櫃檯也增加了LINE Pay、Apple Pay等行動支付，並提供刷載具選項，電子支付與雲端發票的結合，正全面提升餐飲業的效率與便利性。

## 行動支付的快速普及：

·自2015年起，台灣積極推動行動與電子支付，截至2023年底，消費金額突破7.27兆元，年增近兩成。

## 年輕人主流：

·2024年第一季，未歸戶電子支付用戶達2,800萬人，餐廳若不支援行動支付，恐失去不帶錢包的顧客。

## 雲端發票的便利性：

·對消費者而言，雲端發票可省掉發票整理時間，並自動對獎，因此普及率大增；對業者來說，搭配電子支付可簡化結帳流程，不用購買紙本發票並省去作廢流程，還可直接結合報稅系統，提升經營效率。

## 多角化經營、海外拓展 - 多元策略與國際化

餐飲業透過多元策略與國際化，實現競爭力與市場拓展的雙重提升。

## 餐飲業多角化經營策略：

·多品牌經營、滿足不同客群需求，提升市場靈活性並分散經營風險。

**線上外送與外帶：**外送平台普及，餐廳推出外帶餐盒、專屬APP及訂餐網站。需重視線上訂單與廚房運作的整合，解決價格管理與庫存帳務問題。

## 海外市場拓展：

**亞洲餐飲的國際化：**亞洲風味與健康理念受青睞，大型連鎖餐飲積極海外展店。

**台灣手搖飲文化：**手搖飲品品牌遍及全球40多國，成功改變茶飲認知，並透過跨國加盟拓展國際市場。

## 安心的現況

- 持續導入KIOSK自助點餐機、座位點餐等創新服務。可參考p109-110
- 因應店舖需求，彈性調整外送人力，提升外送效率。可參考p111
- 提供年輕人及二度就業者的工作機會，打造青銀共榮的友善職場。可參考p63-64

- 提供載具服務。
- 提供LINE Pay、街口支付、信用卡等多元支付。
- 積極經營FB、IG等社群軟體，並重視數位行銷。可參考p15



摩斯電商平台

- 積極培養國際人才。
- 打造食品加工廠，自行把關上、中、下游。帶動周邊產業發展，並提供在地人就業機會。可參考p115
- 參與每年度的國際食品展，與各國食品餐飲業者交流、發展合作關係。
- 摩斯電商平台販售多元化商品，內容涵蓋在地商品和異國商品。

餐飲趨勢引用與參考資料：

<https://www.eats365pos.com/tw/fnbtrendmaster01>  
<https://www.eats365pos.com/tw/blog/post/2024fnbtrends>  
<https://www.businessweekly.com.tw/business/blog/3017720>  
[https://www.sinica.edu.tw/news\\_content/55/2918](https://www.sinica.edu.tw/news_content/55/2918)




## 產業分析及因應策略


2024年全球經濟受AI應用推動，商品貿易升溫，但製造業復甦不均，經濟成長仍緩慢。國內經濟因新興科技需求強勁，出口表現佳，全年GDP預估上修至4.23%。餐飲業受民間消費成長帶動，營收年增率達3.06%，但物價上漲可能影響部分需求。AI技術與自動化的普及為業者提升效率提供契機，但基本工資調漲及人力成本上升卻帶來挑戰。整體雖展望樂觀，但餐飲業須謹慎應對潛在挑戰與成本壓力。安心食品2024年規劃的因應策略如下：

### 機會與風險

ESG趨勢		食品餐飲業界趨勢	機會	風險	安心食品因應策略
E 環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>極端氣候事件持續增加</li> <li>全球氣溫持續上升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客關心店面是否環保、省電</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>擴增綠建築比例，友善自然環境</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>極端氣候影響營運</li> <li>氣候變遷調適失敗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境綠化管理</li> <li>導入節能設備</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源成本增加，綠電需求提升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客重視企業是否有節能減碳措施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升設備效能，降低用電</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投入再生能源和節能設備，成本增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>汰換舊設備，更換為節能設備</li> <li>重視員工節能減碳意識，並定期宣導</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>更重視節能減碳與淨零排放</li> <li>企業需揭露環境相關數據</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客重視企業是否有節能減碳措施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>發展低碳創新服務</li> <li>使用乾淨能源，減少碳排</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>低碳轉型增加營運成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開發低碳商品</li> <li>導入ISO50001、ISO16064-1</li> <li>定期公開環境資訊揭露</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>生物多樣性受到更多關注</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生物多樣性保育受到重視</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新店鋪與商品考量生物多樣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人力與時間投入增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開發商品將生物多樣性之保育納入條件</li> <li>結合MOS Café，提倡環境保護與生物保育</li> </ul>
S 社會／人權	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動人才多元化與國際化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>餐飲業人力持續短缺</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運用國際人才，提升效益</li> <li>員工組成多元，促進創新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>國際與多元人才招聘與培育成本高</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過產學合作，積極挖掘人才</li> <li>製作外語教材</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>面臨人口老化與少子化問題</li> <li>不同世代需協作與彈性工作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工來自不同背景，年齡層差距大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供各年齡層就業機會，擴大招募彈性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>跨世代溝通困難，衝突風險增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開設相關課程輔導，加強員工教育訓練</li> <li>提供溝通管道，減少衝突</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>關注人權與勞動條件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>更重視員工權益與福利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升員工滿意度，穩定團隊</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人力與時間投入增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極宣導不法侵害等相關資訊，提升內部員工的人權意識</li> <li>提供法律諮詢、心理諮商等相關資訊，鼓勵員工保護自身權益</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>社群媒體影響力擴大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FB、IG、LINE仍為主要行銷工具</li> <li>視覺化與動畫式內容吸引力上升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運用新媒體強化品牌形象</li> <li>多元溝通管道，提升資訊透明度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>負面訊息與公關危機風險</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以FB、IG等方式和顧客溝通</li> <li>以視覺和動畫方式宣傳</li> </ul>
G 治理	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品安全仍是焦點</li> <li>消費者偏好趨向健康與永續</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者關心食品安全與健康</li> <li>原料來源資訊需透明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>喚起顧客嚐鮮興趣，擴大市場觸及</li> <li>發展植物基產品，降低碳足跡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料與供應商控管難度提升</li> <li>供應商管理</li> <li>新食材接受度不一，影響銷售</li> <li>品項有限，無法滿足多元需求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食材溯源管理、生產履歷之推動</li> <li>食品檢驗中心為商品把關</li> <li>運用廣告文宣公開宣傳，並針對不同族群推出商品</li> <li>擴大其他相似產品的開發與測試</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>全球經濟變動帶來不確定性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原物料成本與供應仍具挑戰</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>採用替代方案，加速新品開發</li> <li>在地食材應用，強化產品特色</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料短缺影響商品開發與銷售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用在地食材開發各式商品</li> <li>提升在地採購的比例</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>資訊安全威脅增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多元支付普及</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行動裝置普及，推動線上交易</li> <li>消費者接受度提升，利於創新推廣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>系統建置與串接成本高</li> <li>交易錯誤風險與個資安全問題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全面增加支付方式選擇</li> <li>推行電子發票及行動載具</li> <li>投資資訊設備</li> <li>導入ISO27001資訊安全管理系統</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI技術普及</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自動化服務增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自動化降低人力負擔，提升效率</li> <li>蒐集數據，優化顧客體驗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>研發及數據分析能力需強化</li> <li>需重整人力與服務流程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>結合東元集團專業加速研發，提高人員效率及附加價值</li> <li>運用大數據及AI新科技</li> <li>推動新店型及店鋪設計</li> </ul>
供應 鏈	<ul style="list-style-type: none"> <li>永續供應鏈成為重點</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>智慧農業發展迅速</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>產學合作，促進產品研發</li> <li>建立創新商業模式</li> <li>積極因應氣候變遷，穩定供應</li> <li>減少資源消耗，降低碳排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>專業人才短缺，影響發展</li> <li>建設與環境投資成本高</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安心智慧農場自主把關農產品品質</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>支持在地採購與減碳物流</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>支持在地食材使用</li> <li>與在地小農合作成為趨勢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>帶動整體產業鏈發展</li> <li>提升台灣農漁產品國際能見度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料控管困難，影響穩定性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用在地食材開發各式商品</li> <li>提升在地採購的比例</li> <li>建置安心智慧農場與屏東食品加工廠，自行把關原物料</li> </ul>



# 2 透明食安 環境永續



股東 • 政府機關 • 供應商 • 顧客

## 2 | 管理方針



### 顧客健康與安全

#### 對安心的意義

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、安全的理念傳遞給顧客，更是安心食品的堅持。

#### 政策與承諾

落實「食品安全政策」與承諾，以系統化的食品安全管理制度，秉持嚴謹的內部教育訓練與落實店鋪的衛生管理，遵循並超越政府的食品安全法規要求，確保食品安全管理系統持續改善且有效地執行。



### 產銷履歷

#### 對安心的意義

瞭解食材源頭不僅能保障消費者飲食安全，亦能加深顧客對安心食品的信賴感。

#### 政策與承諾

安心落實「三合一綠色採購」政策，食材的選擇重點為結合在地、生產履歷以及契作農場，並從源頭把關。



重大主題		績效 衡量指標	2025年目標	2024年行動計畫	2024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	<ul style="list-style-type: none"><li>採購產銷履歷農產品。</li><li>和消費者溝通最新生產履歷資訊。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>走訪鄉鎮尋找具在地特色之食材。</li><li>定期於ESG官網更新生產履歷資訊。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>結合在地鬼頭刀米漢堡商品，解決漁民產銷問題。</li><li>產銷履歷蔬菜採購635,106公斤。</li><li>每月更新一次生產履歷資料，全年度共更新12次。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>持續透過ESG官網，和消費者溝通生產履歷資訊。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li></ul>
社會／人權	顧客健康與安全	食材自主把關率100%	正面表列-強制檢驗： <ul style="list-style-type: none"><li>全品項食材/菜單輪替性檢驗2次/年。</li><li>危害風險物質委外檢驗監控作業1次/年。</li></ul> 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。	<ul style="list-style-type: none"><li>針對2024年度風險危害物質委外檢測<sup>(註19)</sup>共計141件，合格件數139件<sup>(註20)</sup>，複檢率達100%。</li><li>針對2024年度食材原料，執行供應商供貨產品抽測共計481件食材/菜單，複檢後產品合格率100%。</li><li>定期取得常態性食材供應商之2024年度自主檢驗報告書共204份。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>食材自主把關率100%。</li><li>食材品項風險危害物質控管率100%。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li></ul>
		法規遵循	<ul style="list-style-type: none"><li>食品安全法規合規性輔導成效100%。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>衛生局抽檢不合格品項輔導改善。</li><li>預防措施-執行全店教育訓練課程委外驗證。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>全年無食品安全危害開罰事件之情形。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>食品安全法規合規性輔導成效100%。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
		店鋪衛生環境稽查輔導	<ul style="list-style-type: none"><li>年度水質、商品、飲品複檢合格率100%。</li><li>年度A+B級店鋪輔導至占比85%。</li><li>辦理區課現場交流。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>飲冰品/水質抽檢輔導。</li><li>GHP規範稽核改善確認。</li><li>各區課會案例分享。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>2024年度水質、商品、飲品複檢合格率達100%。<sup>(註1)</sup></li><li>2024年度A+B級店鋪占比達86.1%。</li><li>2024年度共執行2場區課衛生教育訓練課程研討交流。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>年度水質、商品、飲品複檢合格率100%。</li><li>年度A+B級店鋪輔導至占比85%。</li><li>辦理區課會議現場交流研討。</li><li>提供線上溫故知新影片輔助學習。</li><li>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。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>確保水質、商品、飲品的複檢合格率持續達到100%，提高產品品質和食品安全水準。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>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。</li></ul>
		系統制度維護	<ul style="list-style-type: none"><li>ISO22000暨 HACCP 證書有效性。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ISO22000：2018 (含HACCP) 持續運作與維護。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>2024年2月27日至2月29日執行ISO 22000：2018 (含HACCP) 外部稽核並通過，認證持續有效。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ISO22000食品安全管理系統持續有效。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
			<ul style="list-style-type: none"><li>ISO17025證書有效性。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ISO17025實驗室品質管理系統運作與維護有效性。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>TFDA及TAF實驗室品質管理系統運作與維護持續有效。</li><li>新增包裝飲用水及盛裝飲用水中糞鏈球菌之檢驗方法。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ISO17025實驗室品質管理系統持續運作與維護有效性。</li><li>通過TAF腸桿菌科(FW-004)之認證方法。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li></ul>
			<ul style="list-style-type: none"><li>TFDA衛福部食藥署認證維護。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>通過TFDA展延評鑑。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>2024年6月通過TFDA展延暨搬遷實驗室評鑑。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>維持認證有效性。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
			<ul style="list-style-type: none"><li>維持實驗室生物風險管理系統作業 (原CWA15793)。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>維持實驗室生物風險管理系統有效性。</li><li>感染性生物材料管控每季回報疾管署。</li><li>年度緊急意外事件演練1次。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>2024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%。</li><li>2024年8月30日完成年度緊急應變實地演練作業。</li><li>通過台北市政府衛生局生物安全暨生物保全實地查核。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>維持實驗室生物風險管理系統有效性。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
		安心資訊平台	<ul style="list-style-type: none"><li>落實業者自主管理及法規要求項目100%。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>管理衛生人員/業者登錄字號維護張貼。</li><li>安心資訊平台維護。</li><li>公司官網產品放置檢驗報告。</li><li>臺北市衛生局-食材登錄平台系統維護。</li><li>教育部-校園食材登錄系統維護。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>100%達成自主管理及法規要求項目。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>持續維護安心資訊平台。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>



重大主題		績效 衡量指標	2025年目標	2024年行動計畫	2024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0.00024%。	• 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。
		店舖衛生抽檢合格率	• 店舖衛生抽檢合格率 > 80%。	• 店舖衛生抽檢合格率 > 80%。 • 強化多重安全檢驗。	• 1至4月進行水質抽檢無關評分，2024年5月至12月皆達成目標，2024年實際平均值為83.17%。	• 店舖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。	• 加強店舖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 <sup>(註2)</sup> 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%。	• 提高店舖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。	• 2024年店長食安衛平均訓練時數19.84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。
		定期有效施作店舖病媒防治作業	• 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。	• 2024年12月31日總店舖數為303店 <sup>(註3)</sup> ，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3,360次。 <sup>(註4)</sup>	• 每月各店施作病媒防治作業。	• 確保每月定期進行病媒防治，保持店舖環境衛生，降低疫病傳播風險。
		店舖對消毒滿意度	• 店舖對廠商滿意度問卷成效 > 85%。	• 店舖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。	• 店舖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2024年12月31日止，針對摩斯漢堡仍在營業中之店舖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舖。


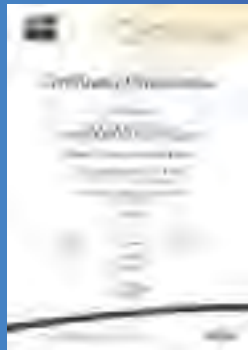
(註3) 包含2024年度試營運之店舖、POS機台點櫃。

(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22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舖。2024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0.36%。其餘安心所有店舖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舖淨營收隨著安心食品店舖不斷增長，占比逐年下降，但不影響安心所有店舖對於遵循ISO22000食品安全管理系統暨HACCP進行管理及產品品質控制。2024年度共制修訂9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43項對於安心之內外環境議題並進行風險評估，將4項判定影響程度較大之內外部議題列為2024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	2022	2023	2024
ISO22000暨HACCP驗證佔全公司個體報表淨營收之百分比	%	0.29	0.38	0.36

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14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	2011	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
以檢驗為食安把關，成立食品檢驗中心。	取得財團法人全國認證基金會TAF認證(編號：2473)。 	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。	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。	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。 	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。	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。	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。	取得TFDA及TAF大腸桿菌認證。	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。	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。

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。2024年投入大量的教育訓練，給予人員充分的資源。此外，在2024年3月受建教合作的邀請，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	2022	2023	2024
教育訓練時數 <sup>(註5)</sup>	小時	467	422	404

(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。



輔仁大學餐旅系參訪

## 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。2024年度針對食品及環境飲用水常見的衛生管理指標菌，共執行15個檢測項目，各項檢驗數據均獲「滿意」的成績。

## 食品檢驗中心可自行檢驗項目

2024年食品檢驗中心針對店鋪商品、飲料、冰塊/水質及食材等<sup>(註6)</sup>影響食品衛生安全之微生物<sup>(註7)</sup>、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3,453件，合格件數3,260件，總合格率94.4%。

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包裝飲用水及盛裝飲用水中糞便性鏈球菌之檢驗方法，提升實驗室檢驗能量的同時，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。

## 衛生指標菌、病原菌 檢驗技術專業準確

食品檢驗中心於2024年度首度參加新導入之檢驗方法-「食品微生物之檢驗方法-包裝飲用水及盛裝飲用水中糞便性鏈球菌之檢驗」，獲得能力試驗機構認可。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。



### 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
- ✓ 食品單核球增多性李斯特菌
- ✓ 食品沙門氏菌
- ✓ 食品仙人掌桿菌
- ✓ 飲用水中大腸桿菌群
- ✓ 飲用水總菌落數
- ✓ 飲用水糞便性鏈球菌

### ■ 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 【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(2024新增)
	● 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

2024年度食品檢驗中心產生之費用總計10,009仟元<sup>(註8)</sup>

包括委外檢驗費用1,952仟元，約佔年度營業淨利15.09%及營業收入0.17%。

(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

2024年食品檢驗中心針對店舖商品、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2,659件，合格件數為2,466件，安心食品針對上述項目進行缺失矯正並擬定改善對策，各店舖依照品保課發出的改善建議書進行改善，對於店舖抽檢結果與缺失，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。

店舖微生物檢測，共 2,466 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。

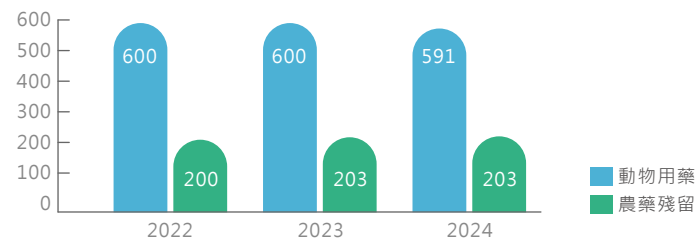
食材農藥殘毒快速檢測，共 591 件，合格率 100 %

### 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 203 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舖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，整合店舖、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。2024年食品檢驗中心回饋社會，幫助其他食品業者自主檢驗共127件，總業外收入共320,548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



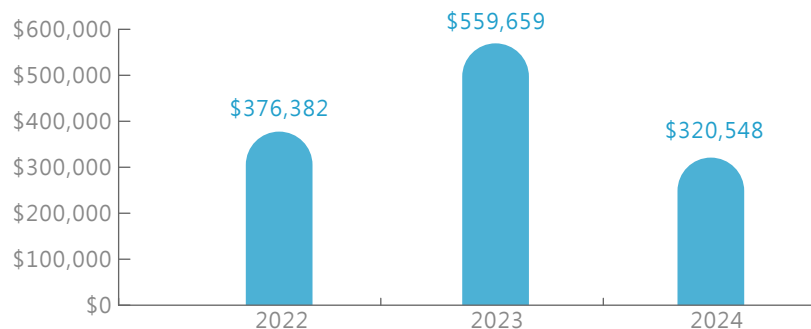
2024台北國際食品展



食在安心平台

食品檢驗中心業外收入明細表

項目	單位	2022	2023	2024
檢驗件數	件	303	394	127
收入總計	元	376,382	559,659	320,548



## 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。



## 響應2024巴黎奧運 摩斯舉辦奧運賽展現對食安的堅持

透過競賽活動，除了讓夥伴們強化工作意識、促進店舖交流、建立良性競爭，彼此互相激盪，擦出不一樣的火花，更能帶動工作熱情與能力提升，同時成為夥伴學習的榜樣。2024年以鐵人三項賽作為發想，鐵人三項由游泳、腳踏車和長跑三項運動組成，每一個項目都必須完成，才能獲得勝利。這就如同摩斯漢堡的店舖夥伴，提供餐點時需經歷食材準備、製作到包裝的每一個環節，每一步都不可忽略。不僅操作需確實落實，迅速且敏捷的行動更是不可或缺的重要條件。

### 關卡設計

第一關	專業知識快問快答
第二關	品質把關
第三關	商品製作
第四關	食品安全衛生



鐵人賽前三名夥伴與主管合照

## 2.3 供應商評鑑制度

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

✔ **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。2024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26家廠商、55場次之工廠產線實地評鑑，占2024年食材相關進貨供應商家數之46%，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9家廠商、15場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。2024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

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；2024年與安心食品穩定合作的供應商共有92家<sup>(註9)</sup>，其中以食材及農畜品供應商占85%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。2024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49%，合格率為100%。另針對其他交易供應商10家廠商執行12次評鑑，及非直接交易供應商12家廠商執行12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。

(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	產品品質	交期及服務力
<ul style="list-style-type: none"> <li>以達成客戶需求為優先</li> <li>有擴充與提升能力的企圖心</li> <li>新商品開發能力</li> <li>促銷案支持程度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品規格標準</li> <li>品質合格證明</li> <li>產品品質不良件數</li> <li>產地/廠房環境標準</li> <li>聯絡窗口服務能力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品交期符合時效與正確性</li> <li>送貨服務紀錄/門市互動</li> <li>聯絡窗口服務能力</li> <li>緊急訂單和庫存準備能力</li> <li>退貨/換貨情形</li> <li>工廠認證及增加設備</li> <li>社會企業責任</li> </ul>

#### 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求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產銷履歷標章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。2024年採購TAP產銷履歷標章之農畜產品總金額80,528仟元，占農畜產品採購金額之42%。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
<ul style="list-style-type: none"> <li>推動生產履歷制度，確保農產品安全與品質。</li> <li>積極推動「綠色三合一採購」政策，降低環境負荷。</li> <li>優先採用具有產銷履歷(TAP)標章的蔬菜。</li> <li>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。</li> <li>透過產銷履歷農產品資訊網和二維條碼來追溯生產過程。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推廣台灣在地特色農產品，與農民建立供應鏈夥伴關係。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>嚴謹的供應商評鑑和稽核制度，確保供應商的品質。</li> <li>增加食材來源穩定性及分散風險，開發合格備用廠商。</li> </ul>



綠色三合一採購政策



綠色三合一採購政策

### 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，2024年採購可溯源之在地地瓜共401,752公斤，推出地瓜薯條、地瓜夯薯塊等相關商品，為農民創造新形態的銷售管道及提升食材運用廣度。另外，2024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、酪梨、鳳梨、甜柿以及甘露梨等農作物，可溯源小農之農產品總採購量為232,038公斤。

### 歷年農產品使用量及占比

年份	2022			2023			2024		
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 <sup>(註10)、(註11)</sup>	公斤	578,620	35%	公斤	596,440	34%	公斤	760,464	42%
具農委會產銷履歷(TAP)認證蔬菜	公斤	735,639	45%	公斤	407,346	23%	公斤	403,068	23%
可溯源小農之農產品	公斤	112,358	7%	公斤	341,629	19%	公斤	232,038	13%
可溯源之在地地瓜	公斤	207,401	13%	公斤	432,602	24%	公斤	401,752	22%
農產品總使用量	公斤	1,634,017	100%	公斤	1,778,016	100%	公斤	1,797,322	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。

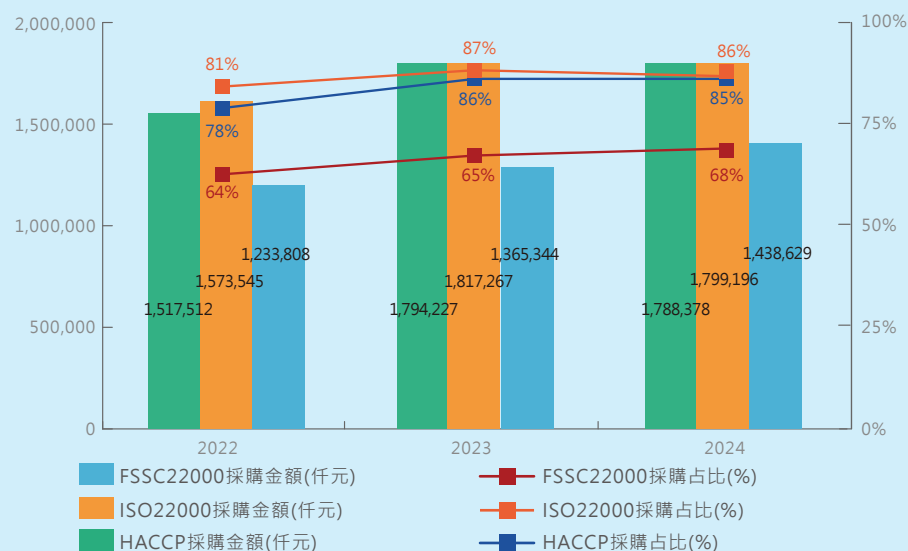


安心食品優先選用具有TAP產銷履歷標章的雞蛋，並以全熟安全的烹飪方式製作產品，讓顧客品嚐得到最安心、安全的美味餐點，露出屬於摩斯專屬的安心笑顏。

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。2024年與安心食品穩定合作的供應商共有92家，其中以食材及農畜品供應商占85%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。

2024年度自符合FSSC22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,438,629仟元，占總食材採購金額68%。2024年度自符合ISO22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,799,196仟元，占總食材採購金額86%。2024年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,788,378 仟元，占總食材採購金額85%。

■ 歷年符合食品安全驗證標準之供應商採購食材



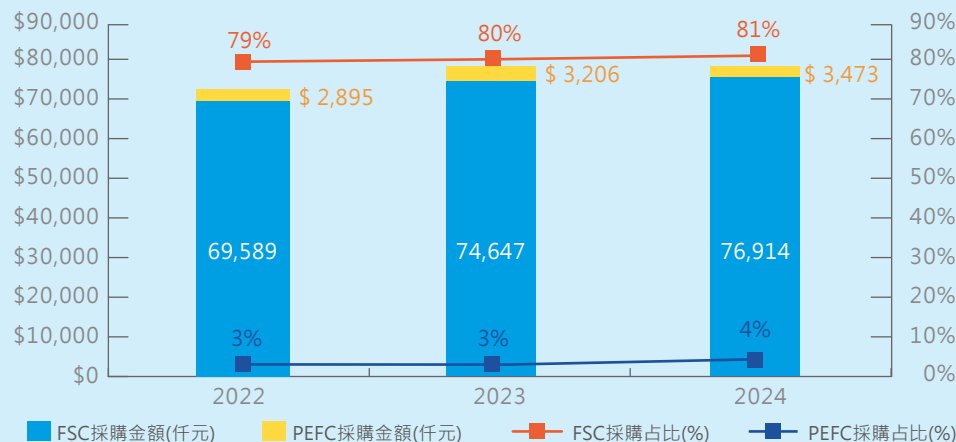
近年來全球各地不斷受到環境暖化和氣候變遷的威脅，全球紛紛關注永續環保、循環經濟等議題，安心致力於改善顧客的消費行為，試圖降低經濟活動對於環境所造成的污染，讓消費者在消費的同時，也能對地球更友善，以達到綠色消費、資源永續。安心提供餐點所使用的食品包材優先選用符合Forest Stewardship Council (FSC™，森林管理委員會) (註12)源自負責任的森林資源工廠所生產的紙類產品，安心以實際行動支持負責任的森林資源。

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，2024年使用的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總採購金額為76,914仟元，占當年度總紙類包材採購支出之81%。2024年使用薯條袋25,450仟個、炸雞用袋3,565仟個、冷/熱飲杯33,680仟個、沙拉盒1,939仟個以及外袋28,028仟個；2024年提撥部分採購量，使用具PEFC森林驗證認可計畫(註13)驗證紙廠所生產的紙類產品，2024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3,473仟元，約占當年度總紙類包材採購支出之4%，2024年使用熱狗堡盒2,285仟個，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2項咖啡豆及1項吉士片，占當年度所有咖啡豆及吉士片品項數37.5%（8項裡面佔3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)FSC™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。FSC™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	2022	2023	2024
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	0
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

2024年共有29項主管機關公告事項已同步提醒相關單位注意（資料來源：2024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）2024年安心食品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，而未有因違反食品衛生管理法而被處以罰款之情形<sup>(註14)</sup>。

**2024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2024年為止，全國店舖303家，依據各縣市評核計畫報名店舖數量共296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%。



苗栗縣餐飲衛生頒獎典禮



高雄市餐飲衛生分級頒獎典禮



獎牌

### 【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，替店舖商品、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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>針對進口商品包裝標示啟動物流業者實地查核專案。</li> <li>食材配方原料供應商揭露至第三階<sup>(註15)</sup>。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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<sup>(註15)</sup><sup>(註16)</sup>，2024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38項，達成率64%<sup>(註16)</sup>。</li> </ul>
國外進口原料之 安全文件蒐集	<ul style="list-style-type: none"> <li>產地證明文件（輸入許可證/報關單）<sup>(註17)</sup>。</li> <li>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）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年新審查59項自我開發新食材中。</li> <li>55項食材含有國外原料<sup>(註17)</sup>，完成審核原料相關產地證明共55項，占含有國外原料食材項數之100%。</li> </ul>
食材監測計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>大宗物資麵粉製品、油脂製品、強制檢驗標的。</li> <li>水產類重金屬、揮發性鹽基態氮檢驗標的。</li> <li>農產品之農藥殘留、真菌毒素檢驗標的。</li> <li>加工肉類產品之動物用藥殘留、抗生素檢驗標的。</li> <li>甜點、飲料類製品之塑化劑檢驗標的。</li> <li>冷凍薯條之配醃生物鹼檢驗標的。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對2024年度風險危害物質委外檢測<sup>(註18)</sup>共計141件，合格件數139件<sup>(註19)</sup>，輔導追蹤後複檢合格率達100%。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如<sup>(表1)</sup>。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對2024年度食材原料，執行自主衛生抽檢共計300件，複檢後產品合格率100%。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>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<sup>(註20)</sup>。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期取得常態性食材供應商之2024年度自主檢驗報告書共204份。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如<sup>(表1)</sup>。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對2024年度菜單商品，執行自主抽檢共計180件，複檢後產品合格率100%。</li> </ul>

<sup>(註15)</sup> 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。

<sup>(註16)</sup> 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）。

<sup>(註17)</sup> 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。

<sup>(註18)</sup> 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。

<sup>(註19)</sup> 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為100%。

<sup>(註20)</sup> 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 店舖衛生抽檢機制

安心食品品保課全年持續針對全國摩斯店舖實施衛生抽檢機制<sup>(註21)</sup>，並檢驗各店舖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）全店舖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<sup>(註22)</sup>以上之店舖占抽檢店舖比例達99.1%；其餘未達C（良）級之店舖輔導複檢合格率達100.0%。若店舖未達良級且商品檢驗出異常時，品保課會立即要求店舖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舖改善事項。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。

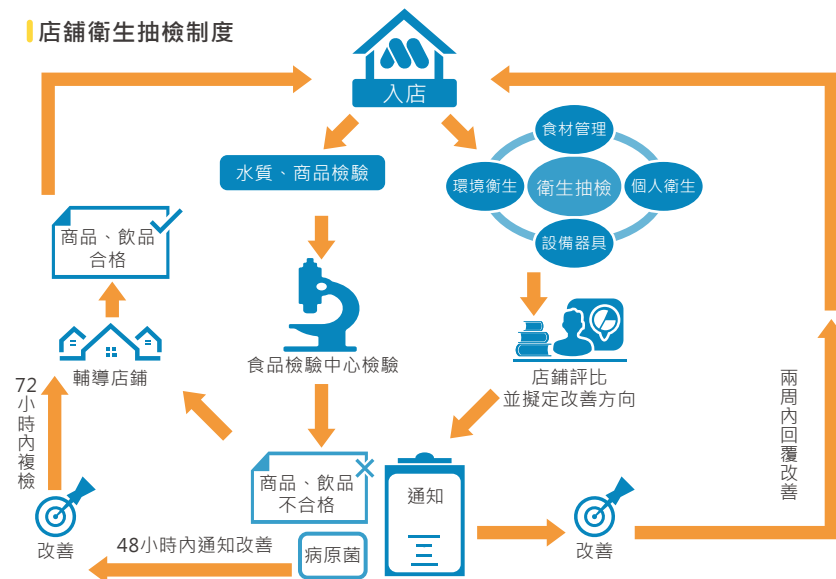
除了店舖稽核抽檢結果與缺失，定時追蹤店舖改善進度外，亦會分區進行食品安全訓練相關教育課程輔導店舖。藉由課程交流研討，讓店經理更加理解與重視餐飲製作現場，從食材製備、器具清潔、人員健康管理、環境衛生要求等各項管理。2024年內部教育訓練課程研討共舉辦2場，參與人數47人。

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，強化店舖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。

(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，除部分店舖因整修暫停營業、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4級：A（特優）、B（優）、C（良）、D（待改善）等4級，評級為D（待改善）之店舖另外開立異常訪店報告，並強化輔導直至複檢合格。

店舖衛生抽檢制度



內部講師授課與交流情形



## 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舖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。2024年內部教育訓練課程研討共舉辦2場，參與人數為47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337人。2024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場次實體課程並搭配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，同時強化店舖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	2022		2023		2024	
	場次	人數	場次	人數	場次	人數
內部課程	4	74	2	26	2	47
外部課程	5	330	5	378	5	337

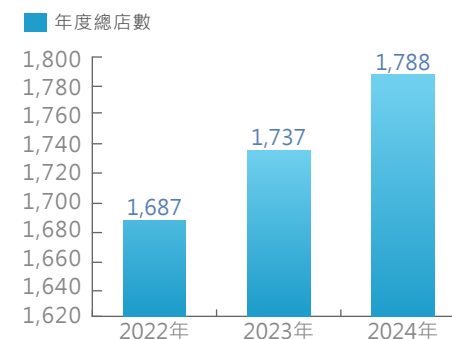
## 2.7 店舖HDCS訪查機制



「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舖稽核,並輔導店舖夥伴依循標準作業流程,以兩個月為一週期評核店舖HDCS與食品安全衛生,全年不間斷地評核全台所有店舖。營檢課於檢核當下會直接給予店舖夥伴建議,指導其正確操作方式,並要求店舖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。2024年度共執行6次週期訪店。安心食品自2016年起,每年平均訪店評核至少6次以上,總累計訪店次數達48次以上。此外,營業檢核課會提供HDCS週報,讓店舖更清楚自己目前的排名狀況,以追蹤店舖改善情形,並適時提醒店舖,預防發生異常狀況。針對每半年2次評分低於70分之C級店舖,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,加強店舖的輔導。



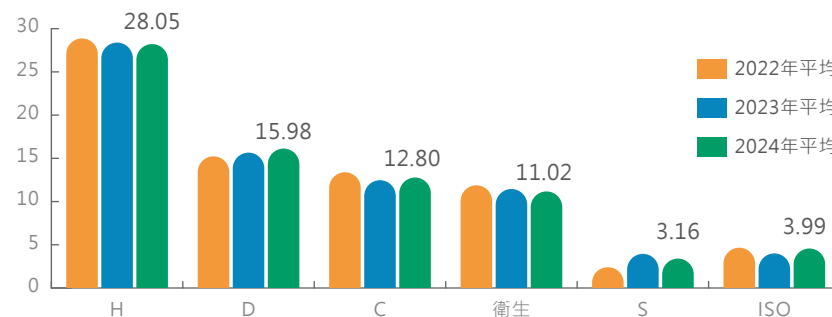
店舖HDCS訪查執行



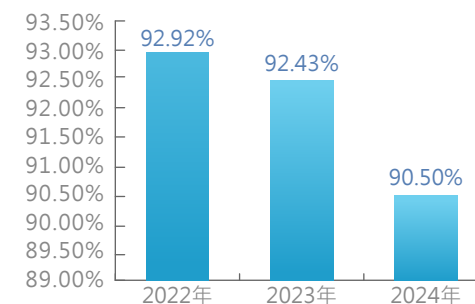
HDC訪店數趨勢

HDCS	2022年平均	2023年平均	2024年平均
H	28.39	28.22	28.05
D	15.35	15.82	15.98
C	13.31	12.78	12.80
衛生	11.45	11.17	11.02
S	2.42	3.40	3.17
ISO	4.00	3.95	3.99
年度平均	74.91	75.33	74.89
年度總店數	1,737	1,788	1,768

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



# MOS食安專欄

## 食安教育全民運動，建立食安小知識數位課程



### 1 打造全新系列【食安小知識】數位學習影片，每季一項主題，提升營運全體夥伴食品安全知識

食品安全為公司治理之重要根基，為使食品安全的觀念深植每位夥伴的心中，強化摩斯全體營運夥伴食品安全及法規知識，品保課自2022年起試辦，並於店長月會宣達【食安小學堂】皆獲得廣大好評，2024年起除了實體宣達，更增加數位學習影片，將食安小知識不僅限於店長學習，更深入到工讀生皆可一同學習，搭配安心數位學習平台即可觀看，每部影片不超過5分鐘，內容包含：葡萄蒟蒻白色結晶(食品知識)、摩斯鱈魚真的假的(食品知識及法規)、鮮乳牛乳傻傻分不清楚(食品知識及法規)、為什麼蛋堡裡有塑膠片(食品知識)，讓夥伴輕易學習無負擔，從工作中認識食品安全更可以帶回生活中實際應用，讓食品安全成為摩斯夥伴的全民運動！



學習平台課程-食安小知識

### 2 導入ATP冷光塗抹檢測系統：

摩斯漢堡於2024年度導入ATP冷光塗抹檢測系統，此方法可以利用分子內部所含有之物質，能夠快速反映整體清潔程度，與濕式塗抹相比減少大量人力操作及繁複作業流程，現場立即出具數值並達成快速修正，且塗抹數據可以量化分析並數位記錄，能夠更真實反映實際狀況及加強人員食品安全衛生文化，也是有效降低食安風險管控方法之一。

透過不同的精進與努力，並持續不斷的導入低汙染、高精度的操作方式，持續貫徹摩斯漢堡一貫的安心、安全的理念，同時達到守護環境、回饋社會的初衷。



ATP冷光塗抹儀器



ATP冷光塗抹檢測系統操作方式

## 2.8 氣候變遷與能源管理

### 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。

TCFD 四大揭露架構

### 2.8.1 氣候變遷治理

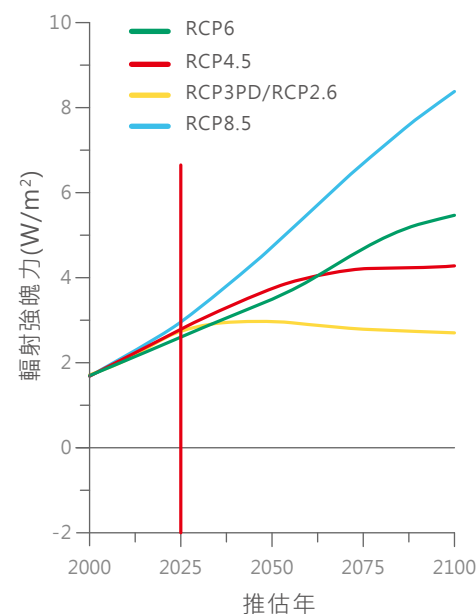
#### 管理架構



### 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<sup>(註23)</sup>。

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



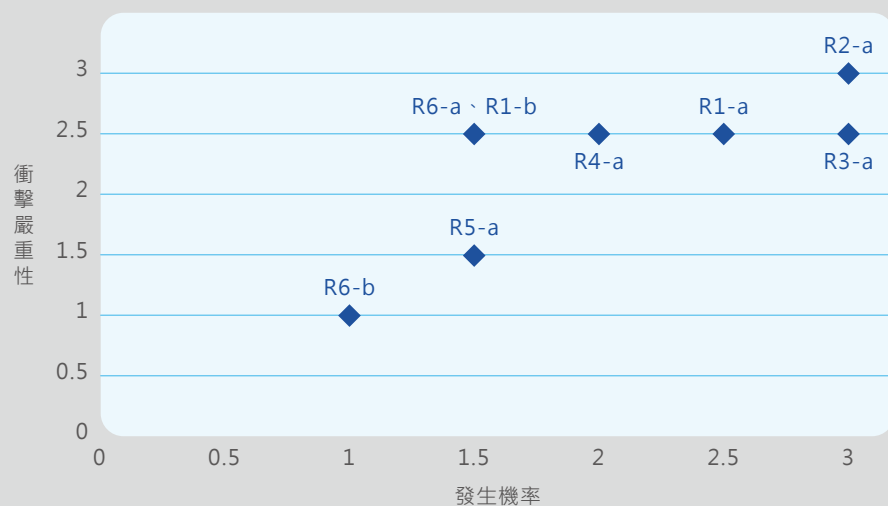
## 實體風險與轉型風險的兩難：

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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	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	●強化碳排放量報導義務
R1-b			●面臨訴訟風險
R2-a		技術	●以低碳商品替代現有產品和服務
R3-a		市場	●顧客行為變化
R4-a	實體風險	名譽	●利害關係人的關注與負面回饋增加
R5-a		立即性	●極端天氣事件的嚴重性和頻率增加
R6-a		長期性	●平均氣溫上升
R6-b			●降雨模式變化

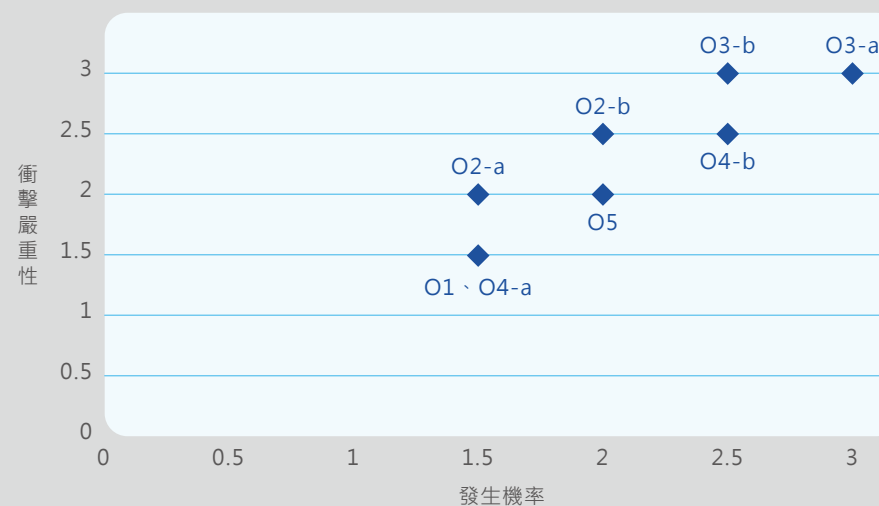
## 氣候相關風險矩陣圖



## 氣候相關機會鑑別

NO.	類型	風險類型	風險驅動因素
O1	機會	實體風險	●減少紙張使用量
O2-a		資源效率	●轉用更高效率的建築物
O2-b			●使用更高效率的生產和配銷流程化
O3-a		產品和服務	●開發低碳產品和服務
O3-b			●顧客偏好使用綠色產品及數位服務
O4-a		市場	●善用公共部門獎勵辦法
O4-b			●爭取政府節能獎勵補助
O5		韌性	●進入新市場

## 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

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
風險	轉型	政策和法規	短期 (1~5年)	● 制定溫室氣體排放相關法規，開徵溫室氣體排放定價，使營運成本增加。	營業費用增加	● 台灣溫室氣體減量及管理法之規範上路，針對企業開徵碳稅，以2023年度碳排放量為例，營運費用至少增加8,144.4仟元。(註24)
				● 店鋪油煙排放問題，違反空汙法規遭罰款和判決，導致成本增加。	營業費用增加	● 店鋪油煙排放問題，違反空汙法規遭罰款和判決，造成營業費用增加約100~1,000仟元。
		技術	短期 (1~5年)	● 逐步全面使用電動機車提供外送服務。	市場需求減少	● 全面使用電動機車提供外送服務，導致營業費用增加。
		市場	中長期 (5~10年以上)	● 因氣候變遷議題的因素，投資智慧農場、食品工廠等；但因定位或投資標的錯誤，或遭遇技術瓶頸，造成投資虧損。	資產提前報廢	● 投資智慧農場、食品工廠等，但受市場價格影響其競爭力，造成營業成本增加，影響獲利。
		名譽	中長期 (5~10年以上)	● 因為全球或地區性的永續意識提升，顧客、股東、公益團體、媒體對於產品或服務反應出更多的負面意見與訊息。	營業收入減少	● 全球或地區性的永續意識提升，品牌負面意見與訊息，造成消費需求減少，影響營業收入。 ● 原產品或服務改用較友善環境的食材，自2024年1月至10月，安心使用以SPRI栽種法種植的低碳植米米原料製作米板，採購成本為26,514仟元，相較一般米原料製成之米板，採購成本多出1,178.4仟元。
	實體	立即性	短期 (1~5年)	● 店鋪基礎設施或總部系統損壞成本升高，導致店鋪無法營業停產，使營業額降低、物流配送困難和供應鏈中斷。	營業收入減少	● 極端氣候造成短時間強降雨，導致店鋪設備受到淹水等危害加速資產折舊，增加設備維修成本，同時造成店鋪無法營業，導致營業收入減少。
		長期性	短期 (1~5年)	● 降雨頻繁及地勢較低之區域易造成淹水，導致店鋪營業困難。	資產提前報廢	● 降雨模式改變導致長期乾旱，將影響店鋪用水穩定性，造成營運中斷，營業收入減少，且店鋪需向外購買水源，亦造成營運費用增加。
			中長期 (5~10年以上)	● 極端氣候農損風險，包括颱風或豪雨造成的淹水災害、坡地災害及海岸災害等形成常態。 ● 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，導致農產品供應不穩，進而影響供貨穩定及品質。	營業成本增加	● 平均溫度上升，將使店鋪冷氣相關用電成本增加，營業費用增加，甚至公司需投入一定成本以改變商業模式。 ● 水資源短缺導致用水成本增加。

(註24) 根據環境部公告，若企業未符合優惠條件，則每公噸碳排放需繳納新臺幣300元。

參考網址：<https://ghg.tgpf.org.tw/LowcarbonSubsidies/>



## 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
機會	機會	實體風險	短期 (1~5年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>減少店舖、總部會議、員工教育訓練等用紙，全面無紙化。</li> <li>短期增加營運成本，長期可促進服務效率並降低營運成本。</li> </ul>	降低營運成本、調整服務流程	<ul style="list-style-type: none"> <li>研發無紙化服務、購買提供會議、教育訓練等軟體設備，需增加預算成本。</li> </ul>
		資源效率	短期 (1~5年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>改善工作環境安全、員工滿意度、降低食材LOSS率、提升產能，進而增加收入。</li> <li>廢棄物處理成本調高，導致生產成本提高。</li> </ul>	產能增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>廚房設備升級自動化並將部分到店處理的食材改由中央工廠統一處理後配送，配送物流全面採用電動車，提升生產效率，降低營運費用。</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>非直接接觸食材之包耗材採用再生材料，減少原生性資源的使用量。</li> </ul>	營業費用增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用原生材料之擦手紙、托盤、店舖裝潢材料；餐桌椅採用循環材料，創造品牌價值，提升消費者認同感，進一步帶動營業收入。</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>提升既有店舖的能源使用、省水效率(使用LED燈、紅外線感應、變頻空調、省水馬桶、省水水龍頭)，新設店舖將節省水成效納入設計考量。</li> </ul>	資產價值增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舖照明全面採用LED燈、非經常走動通道或洗手間照明採用紅外線感應、定頻空調改採用變頻空調。</li> <li>店舖逐步全面更換為金級省水馬桶及金級省水洗手台。</li> </ul>
		產品和服務	短期 (1~5年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者習慣採用外送平台，外送平台依舊為經營重點方向。</li> </ul>	市場需求增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>根據資策會產業情報研究所(MIC)於2025年2月12日發布的調查，2024年台灣有71.2%的網友使用外送服務，與2023年相比持平。foodpanda以67.8%的使用率位居第一，Uber Eats則以60.3%緊隨其後。</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>支持在地農漁業，增加正面形象，促進餐點/服務的需求增加。</li> </ul>	市場需求增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年持續使用台灣的農畜漁原料推出商品(如：台灣飛虎魚珍珠堡、豚角煮珍珠堡)，營業收入增加約48,538仟元。</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>減少開發牛肉商品、增加其他肉品(雞、魚)餐點，透過餐點的推陳出新(植物基)，有助於降低或調適全球因氣候變遷風險所帶來的衝擊。</li> </ul>	市場需求增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>推出蔬食、低碳排(雞、魚)餐點、植物基(如：肉、奶、蛋)餐點，每檔新品預計帶動營業收入增加約14,403仟元。</li> </ul>
		市場	中長期 (5~10年以上)	<ul style="list-style-type: none"> <li>順應市場需求，推出新商品(低碳、蔬食)增加收入，將經營模式複製至其他全球市場。</li> </ul>	新興市場開發	<ul style="list-style-type: none"> <li>順應市場需求，全面採用雨林聯盟認證咖啡豆。</li> <li>推出植物肉商品-魔力總匯沙拉。</li> <li>推出摘鮮綠系列等蔬食商品。</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>配合政府補助政策，推廣在地農產與汰換設備，申請農產與節能相關補助。</li> </ul>	資本獲得增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>參與政府氣候變遷相關專案，汰換老舊設備申請節能補助，爭取獲得政府補貼。</li> </ul>
		韌性	中長期 (5~10年以上)	<ul style="list-style-type: none"> <li>因應極端氣候變化，增加不同供應來源，確保供應穩定(數量、品質)。</li> </ul>	供應鏈穩定	<ul style="list-style-type: none"> <li>安心與多位農民及多家農產品供應商合作，以穩定供應鏈，並將營業成本控制在一定區間內，同時分散及降低採購風險。</li> <li>產品由安心智慧農場和屏東食品加工廠提供部分原物料，確保供貨穩定。</li> </ul>

## 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

ESG專案小組依循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	2024年管理目標	2024年行動計畫	2024年成效	中長期目標
	提升能源效率	銷售密集度 < 7.45度。	<ul style="list-style-type: none"> <li>淘汰能源較差的設備，持續提高能源效率。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>未達到目標，銷售密集度9.42。</li> <li>汰換139台室內機及室外機。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>為降低銷售密集度，將持續汰換設備，以提升能源效率。</li> </ul>
	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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>擴大安心智慧農場生產規模與通路布局。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安心智慧農場年產84噸。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續研發、試種並穩定量產作物，並建立作物標準規範書。</li> <li>持續致力於強化安心智慧農場的市場能見度與通路布局。</li> <li>舉辦摩斯產地之旅，推廣從產地到餐桌的食農教育。</li> <li>擴大摩斯漢堡、關係企業及外部通路的蔬菜需求。</li> <li>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。</li> </ul>

## 2.9 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，規劃導入ISO14064-1，以2022年為基準年，將溫室氣體盤查和查證，分階段進行(確定時程依顧問、查證公司規劃為準)，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、導入ISO 14064-1溫室氣體盤查管理系統、邀請外部講師辦理5場相關教育訓練等一系列計畫執行，以期提升全體同仁淨零排放之基本認知。

2023年度起，安心食品啟動溫室氣體盤查專案計畫，盤查年度為2023年，透過外部講師之實體教育訓練，培育門市種子人員；並設定盤查邊界為：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。透過培育種子人員及現場訪查等方式，初步了解各排放源之活動數據收集方式與碳排放量化方法，並搭配東訊數位平台，成功計算2023年度溫室氣體排放量，以作為未來每年執行溫室氣體盤查之基本執行架構。

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。

## 2.10 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2024年8月26日至8月30日進行內部稽核，並於9月26日進行年度管理審查，並於2024年11月5日通過第三方公正單位SGS外部稽核，使證書有效期延續到2025年11月23日。總部位於仁愛路芙蓉大樓，在設計規劃上除建置分區電源開關，並安裝智慧電錶，2023年因應時間電價調整系統，以便精準檢視總部用電狀況。同時做為管理單位，持續深化能源管理素養，以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舖，其餘安心所有店舖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。2024年度共制修訂6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13項對於安心之內外環境議題並進行風險評估，每年規劃節能行動方案，並於當年度結案後，持續追蹤執行情形及有效性。

### ISO50001證書



## 2.11 能源資源及溫室氣體管理

2024年度安心食品所使用的外購電力為5,665.96萬度，消耗能源總量為211,151.33GJ，外購電力百分比為96.60%，統計範疇包含全台店舖、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	2022	2023	2024
電力度數	度	57,236,200	54,854,362	56,659,600
次級能源 <sup>(註25)</sup>	百萬焦耳	206,050,320	197,475,703	211,151,330
產品密集度	百萬焦耳/生產量	2.27	2.09	2.14
服務密集度	百萬焦耳/服務量	6.49	5.83	6.03
銷售密集度	度/千元營收	10.12	9.23	9.42
電力密集度	度/店舖數	188,898	180,442	186,995
電力密集度	度/平方公尺	1,041	996	1,130
類別二溫室氣體排放量 <sup>(註25)(註26)</sup>	噸CO <sub>2</sub> e	28,332	27,098	26,857
溫室氣體排放強度	噸CO <sub>2</sub> e/千元營收	0.005	0.0046	0.0045

(註25) 次級能源為外購電力，統計範疇包含全台店舖、總部、食品檢驗中心、安心學院、智慧農場及屏東工廠。溫室氣體排放量僅計算類別二溫室氣體排放量。

(註26) 2024年的電力排放係為0.474kgCO<sub>2</sub>/kWh。

**2022年**  
電力度數  
57,236,200度  
總溫室氣體排放量  
28,332噸CO<sub>2</sub>e

**2023年**  
電力度數  
54,854,362度  
總溫室氣體排放量  
27,098噸CO<sub>2</sub>e

**2024年**  
電力度數  
56,659,600度  
總溫室氣體排放量  
26,857噸CO<sub>2</sub>e

### 2.11.1 節能行動方案

安心食品希望將店舖及總部的能源效率改善提高一倍，欲達成公司政策所設定的目標，盡可能量化績效所要求的事項，透過節能行動方案的改善，以達成預期目標。截至2024年底共有303家摩斯漢堡店舖，照明與空調設備的能源用量，占總電力30%以上。為提供顧客更便捷友善的店內環境，安心食品於2020年起，陸續導入智慧廁所系統，除了讓顧客一目了然廁所使用狀況，也藉由導入智慧感應系統，提高精準運用照明電力的效果。另外，除了新開店設計裝潢使用環保建材外，同時直接導入具有節能的照明、空調、廚房等設備。每年針對既有店改裝與空調單機陸續汰換，截至目前共汰換完成834台空調室內室外機，透過逐步汰換能源效率較差的設備，持續提高能源效率，達到節能減碳之目的。

另外，安心已陸續導入提高效能效率且節能的設備，將逐步汰換舊有耗能較高設備，未來將再規劃導入更多節能且提高效率之設備。目前已導入可提升員工使用上更具安全且穩定油質的油炸鍋和功率較大之變頻微波爐，預計將逐步導入至全店舖，此行動方案不僅能增加設備使用效能，提高店舖夥伴設備使用安全，也更節省能源讓店舖營運更提高效率，同時也達節能的雙贏效果。

### 歷年節能行動方案之碳減量效益

項目	單位	2022	2023	2024
室內機及室外機數量	台	520	695	834
預估每年節省之電力	度	1,951,792	2,607,640	3,468,161
預估每年節省之次級能源	百萬焦耳	7,026,449	9,387,504	12,845,830
碳減量效益 <sup>(註26)</sup>	噸CO <sub>2</sub>	966	1,291	1,717

## 總部節能減碳行動方案

庶務課於2024年進行了冷氣管線的全面疏通與保養，以防止管線堵塞，確保冷氣運作順暢，避免因冷氣效能降低而導致設備加速運轉，從而增加電費成本。另外，總部亦透過減少約52片燈板來降低照度，以達到節能效果。2024年共節省電量2,846度，節電率達2.14%。

2024年目標	做法	成果
較2023年減少1% (排除公共分攤)	<ol style="list-style-type: none"> <li>為防止冷氣管線堵塞，導致效能不佳而加速運轉，從而增加電費成本，進行冷氣管線的全面疏通與保養。</li> <li>總部電燈燈板約250片，照度為醫院等級，無法達到節能效果，庶務課於2024年於3月30日和5月2日進行燈板照度調整，減少52個燈板及調整照明位置，以期達到節能效果。</li> </ol>	2024年用電量較去年減少2,846度，節電率達2.14%。

## 店舖空氣品質提升專案

「餐飲業空氣汙染防制設施管理辦法」於2022年1月1日上路，為了減少店舖營運場所異味，避免影響鄰里居住品質，安心嚴守法規標準，我們已於2021年完成台北市、新北市100%店舖導入至少兩道的油煙抑制設備（包含水洗煙及油煙靜電機），期望透過空氣品質提升專案，改善店舖的用餐環境。同時更超越法規標準，未來也會持續導入全店舖，為環境維護盡一份心力。

店別	施工前	施工後
永和永安店		
板橋館前店		
新莊新泰店		

## 2.12 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相隔，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2024年持續對店舖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	2022	2023	2024
材料商品檢驗	檢驗耗材及委外檢驗費用	仟元	2,183	2,399	4,688
	品保檢驗人力與硬體運作	仟元	9,137	9,536	11,019
採購環保材質	外送電動機車	仟元	0	0	0
	印刷用紙：使用具FSC™驗證紙張	仟元	-	-	-
	辦公用紙：使用具碳足跡標章紙張	仟元	247	336	346
	辦公用紙：使用具PEFC驗證認證紙張	仟元	20	55	55
清潔及廢棄物處理	廢棄物處理	仟元	27,619	31,299	33,212
	截油槽疏通	仟元	677	1,024	1,007
	排油煙設備清洗	仟元	458	460	857
	綠化植栽	仟元	903	940	985
	廢棄物回收處理	仟元	1,193	1,395	1,466
清潔及廢棄物	油煙排放處理-靜電機、UV處理系統	仟元	5,356	7,407	10,243
	客席回收處理台	仟元	409	492	592
實施節約能源	節能設備	仟元	17,967	34,272	65,374
延長設備/建材等使用壽命	設備回收整備再利用	仟元	486	415	354
採購綠色用品	電子發票	仟元	3,320	3,603	3,623
合計		仟元	69,975	93,633	133,821



## 2.13 環境法規遵循

我們恪守各項相關之環保法令法規要求，全台店舖共303家，仍難免有未盡周全之事宜，2024年共計1件違反廢棄物清理法之事件，總計金額24仟元。安心食品針對誤觸法規深究檢討根本事由、並且提出改善對策，以避免類似錯誤再發生。

### 違反環境法令之項目

#### 違反法規

標 題：違反廢清法之罰鍰

貨款別：其他支出

(顧客賠償和解費用，罰鍰)

主 旨：基隆仁二店、基隆站前店、  
基隆深美店和基隆長庚店違反廢清法之罰鍰

#### 事由

因當初聯單遺漏未連線確認，故違反廢棄物清理法第31條第1項第2款之規定(裁處書字號：40-113-040004)。其罰鍰與環境講習皆已繳納與完成。

#### 改善對策

其罰鍰皆已繳納完成，相關人員也已接受環境講習。為避免疏失，未來庶務課單位宜加強管理。

## 2.14 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用無紙化，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。2024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，店舖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。

### 歷年紙張資源使用量

項目	單位	2022	2023	2024
一般影印紙使用量	張	-	-	-
PEFC森林驗證認可計畫使用量	張	95,315	87,619	80,638
產品碳足跡標籤使用量	張	1,173,874	1,342,854	1,258,632
總計	張	1,269,189	1,430,473	1,339,270

## 2.15 水資源管理



我們的水資源耗用主要為店舖營運使用，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舖再進行調理，因此，較其他餐飲業界使用較多水資源進行食材清洗。廢汙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<sup>(註27)</sup>、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，故全台摩斯店舖皆有裝設疏通截油槽。2024年安心食品之總取水量為1,057,523.22立方公尺 ( m<sup>3</sup> )，總耗水量為18,973.82立方公尺 ( m<sup>3</sup> )，統計範圍包含全台店舖、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，安心加強店舖節水設施的管理及汰換，調整客席洗手台的水龍頭流量。新開設的店舖，盡可能使用具有省水標章的馬桶，2024年我們持續於新設店舖安裝具有普級省水標章的馬桶共70座，每次沖水可節省50至67%的水量。

(註27) 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。

### 歷年導入普級省水標章馬桶數量

項目	單位	2022	2023	2024
普級省水標章馬桶	座	60	65	70

### 歷年紙張資源使用量

項目	單位	2022	2023	2024
取水量 <sup>(註28)</sup>	噸	866,039.11	1,070,585.59	1,057,523.22
產品密集度	噸/生產量	0.01	0.01	0.011
服務密集度	噸/服務量	0.027	0.028	0.03
銷售密集度	噸/仟元營收	0.15	0.16	0.18
用水密集度	噸/店舖數	2,858	3,163	3,490
用水密集度	噸/平方公尺	16	17	21

(註28) 取水量以水費/實際用水量單價推估。

## 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 <sup>3</sup>	0	N/A
地下水(總量)	m <sup>3</sup>	0	N/A
海水(總量)	m <sup>3</sup>	0	N/A
產出水(總量)	m <sup>3</sup>	0	N/A
第三方的水(總量) <sup>(註29)</sup>	m <sup>3</sup>	1,057,523.22	N/A
淡水(≤1,000 mg/L總溶解固體)	m <sup>3</sup>	1,057,523.22	N/A
其他的水(>1,000 mg/L總溶解固體)	m <sup>3</sup>	0	N/A
總取水量	m <sup>3</sup>	1,057,523.22	N/A

(註29) 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 <sup>3</sup>	0	N/A
地下水	m <sup>3</sup>	0	N/A
海水	m <sup>3</sup>	0	N/A
第三方的水 <sup>(註30)</sup>	m <sup>3</sup>	1,038,549.4	N/A
供其他組織使用的第三方的水	m <sup>3</sup>	1,038,549.4	N/A
總排水量 <sup>(註31)</sup>	m <sup>3</sup>	1,038,549.4	N/A

(註30) 排水的第三方單位是排入城市供水商合作的汙水處理廠。

(註31) 安心食品為餐飲服務業，僅產生餐飲製程廢汙水。

## 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 <sup>3</sup>	18,973.82	N/A
儲水量之變化	m <sup>3</sup>	0	N/A

## 2.16 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。

## 2.17 源頭減量管理

解決廢棄物問題，必須以源頭減量的觀念出發，因此，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月起配合政府法規調整為持環保杯現場折抵5元優惠，並於世界地球日推出自備環保杯購買MOS café，享半價優惠活動。2024年當年共節省181萬8仟個紙杯及杯蓋的使用，2022年7月起累積至2024年12月共節省約355萬杯個紙杯及杯蓋的使用。

另外，為達一次性飲料杯減量目標，安心食品的循環杯服務提供門市增加，截至2024年共計97家門市已導入循環杯，未來將持續擴大服務範圍。



## 安心食品榮獲2024 Ideal Green 減碳永續獎最佳品牌

安心食品攜手Edenred宜睿智慧，積極導入電子票券服務，發行電子票券，從2019至2023年底，碳足跡共減少49,441,373.9克碳排放量，節省了上千棵樹木免於砍伐，其成果榮獲2024 Edenred Ideal Green 減碳永續獎-最佳品牌。

## 2.17.1 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。

## 2.17.2 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。店舖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。2024年產生之一般性廢棄物量為4,368噸、資源性廢棄物為2,018噸、廢油量為555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。

為確保店舖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<sup>(註32)</sup>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 $170^{\circ}\text{C}$ 等符合以上條件之一，皆會立即進行換油作業。

(註32)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 $170^{\circ}\text{C}$ 等符合以上條件之一，皆會立即進行換油作業。



連鎖速食店業  
廢棄物分類回收量申報表



### 歷年一般廢棄物量

項目	單位	2022	2023	2024
一般廢棄物	噸	4,153	4,262	4,368
產品密集度	噸/生產量	0.00004	0.00005	0.00004
服務密集度	噸/服務量	0.00013	0.00013	0.00012
銷售密集度	噸/仟元營收	0.00073	0.00072	0.00072
資源廢棄物密集度	噸/店舖數	13.71	14.02	10.83
資源廢棄物密集度	噸/平方公尺	0.07	0.08	0.08

### 歷年資源廢棄物量

項目	單位	2022	2023	2024
資源性廢棄物	噸	1,962	1,983	2,018
產品密集度	噸/生產量	0.000022	0.000021	0.00002
服務密集度	噸/服務量	0.000062	0.000058	0.000057
銷售密集度	噸/仟元營收	0.00035	0.00033	0.00033
資源廢棄物密集度	噸/店舖數	6.48	6.52	6.66
資源廢棄物密集度	噸/平方公尺	0.034	0.036	0.04

### 歷年一般廢油量

項目	單位	2022	2023	2024
廢油量 <sup>(註33)</sup>	噸	558	559	555
產品密集度	噸/生產量	0.0000061	0.0000059	0.0000056
服務密集度	噸/服務量	0.000018	0.000016	0.000016
銷售密集度	噸/仟元營收	0.000099	0.000094	0.000092
一般廢油量密集度	噸/店舖數	1.84	1.84	1.83
一般廢油量密集度	噸/平方公尺	0.010	0.010	0.01

(註33) 廢棄物統計量以每月實際平均值\*每月實際店舖數估算。

## 2.18 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。

（基隆深美店）



（華陰京站店）



（店鋪綠化管理）

（總部綠化管理）



## 2.19 MOS環境教育活動



### 3月12日 摩斯漢堡33週年生日慶 邀顧客社區清掃維護環境

摩斯漢堡以社區清潔行動慶祝3月12日生日，全體員工及營運夥伴於全台店鋪進行清掃，並邀請顧客參與，展現對社區與環境的用心。活動傳遞「施比受更有福」的精神，營造正向社會氛圍，實現幸福、健康、樂活的企業宗旨。



### 4月30日 摩斯漢堡以行動愛地球 陽明山國家公園去除外來種植物

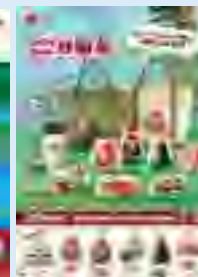
摩斯漢堡致力於提供安心與低碳永續的用餐環境，實踐「山海日」精神，並鼓勵員工積極參與環保行動。由於外來種植物嚴重影響台灣原生植物棲地，2024年4月30日，摩斯同仁們至大屯自然公園參與環境教育活動-移除外來種「巴西水竹葉」，並號召消費者共同守護地球環境。



### 11月-12月 提倡環境保護與生物保育 MOS Café 好朋友系列全新推出

為提倡環境保護與生物保育，安心食品於2024年11月全新升級推出「摩斯咖啡」與「拿鐵咖啡」，選用100%雨林聯盟認證咖啡豆，並同步攜手農業部林業及自然保育署，以6種台灣瀕危動物設計MOS Café 好朋友系列角色與週邊小物，並將保育動物融入餐盤紙設計，於全台10間門市進行主題佈置，期望觸及更多消費者。

2024年12月推出「來MOS喝咖啡愛地球-繪畫享好禮」活動，邀請消費者透過繪畫認識保育動物。完成繪畫活動後，可至摩斯漢堡兌換3選1餐點優惠，活動參與人數共2,748人，成功將保育觀念傳遞給更多人。





特別  
報導

## 安心智慧農場



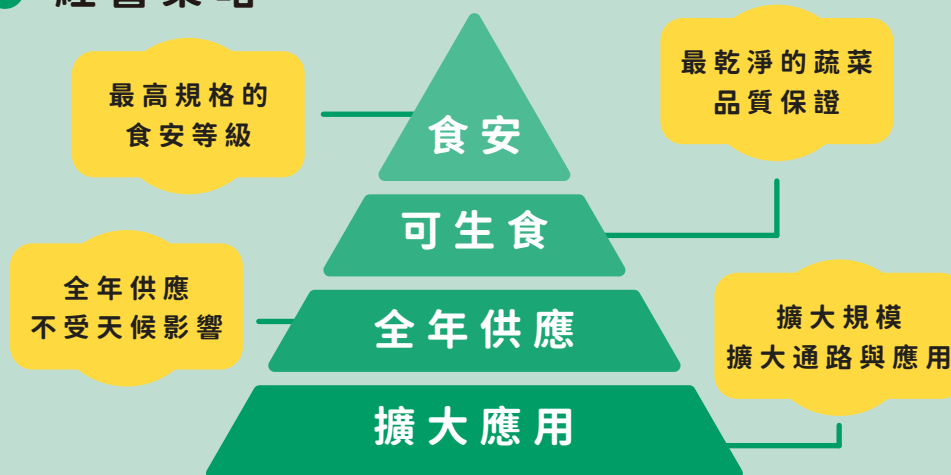
安心食品為減少受到極端氣候的影響，確保食材供貨穩定及解決土耕農藥殘留等問題，率先其他速食餐飲業者成立了「安心智慧農場」，安心智慧農場屬於「全環境控制型」垂直農場，結合了水耕栽培、立體栽培、自動化管理、環境控制、LED照明或補光等技術，達到部門面積產能極大化、全年穩定生產，並節省水資源、克服連作障礙、土地與氣候限制。目前安心智慧農場量產之主要作物為波士頓奶油萵苣、紅橡木葉萵苣、綠火焰萵苣、紅火焰萵苣、捲葉萵苣、羽衣甘藍、芝麻菜等數十餘種品項，每年可生產約40噸，持續穩定穩態量產中，因應農場栽種技術研發需求，設有3座實驗栽種架，迄今研發試種之作物約30餘種。我們在堅守食品安全與美味的同時，安心食品不斷創新前行，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~

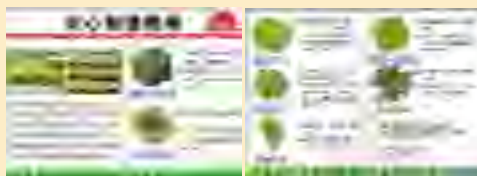
2022年

2023年

2024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。



- 持續在生產上精進成果。量產作物為波士頓奶油萵苣、紅橡木葉萵苣、綠火焰萵苣、紅火焰萵苣、京都水菜、捲葉萵苣等數十餘種品項，預計每年可生產約40噸，年產量精進三成。



- 擴大安心智慧農場生產規模與通路布局。



- 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。



- 草莓場2022年起，出貨於日系餐廳商業運用，落實商業效益。



- 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。



- 建立LINE@官方帳號不定期分享產品資訊。

## 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」<sup>(註34)</sup>。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<sup>(表一)</sup>，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2024年為止，全國店舖303家，依據各縣市評核計畫報名店舖數量共296家<sup>(註35)</sup>，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。<sup>(表二)(註36)</sup>

歷年餐飲  
衛生分級評核



(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	定期查核店舖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) 2023-2024年餐飲衛生分級明細

縣市	報名當年度店舖數量	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	6	4	2	0	2025.11.08
新竹縣	8	8	0	0	2025.11.30
苗栗縣	3	3	0	0	2026.12.09
台中市	30	30	0	0	2025.10.19
彰化縣	2	2	0	0	2025.10.30
南投縣	0	0	0	2	-
雲林縣	1	1	0	0	2026.12.31
	2	2	0	0	2025.12.31
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	2026.12.31
花蓮縣	1	1	0	0	2026.12.31
宜蘭縣	5	5	0	0	2025.10.17
澎湖縣	1	1	0	0	2026.12.31
金門縣	1	1	0	0	2026.11.30
合計	296	291	5	2	

(註34) 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35) 數據資料係以2023-2024年度安心食品當時報名之店舖數量為主。

(註36) 2024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，所參與店舖均取得餐飲衛生管理分級標章。截至2024年12月31日止，尚未取得餐飲衛生管理分級標章之縣市分別為：南投縣，其原因為本公司尚未參加或該縣衛生局尚未舉辦。



# 3 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	中度/一般主題	對安心的意義	政策與承諾
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。	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。
勞資關係	—	提供多種透明的溝通管道，隨時傾聽員工的心聲，並儘早進行協調、溝通及回應，促進健康的友善職場環境，達成安心的永續經營目標。	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，特依據勞動基準法法令規定，訂定工作規則並且要求全體員工遵守相關規定。
—	社會經濟法規遵循	落實社會經濟法規遵循是企業穩健成長與永續經營的重要基礎。	安心恪遵社會經濟法規遵循，定期檢視法規相關要求事項。
教育與訓練	—	每位員工皆是公司重要的資產，公司提供教育訓練，期望員工與公司一同努力、成長。	安心食品訂有「員工教育訓練作業」，提供多元化的教育訓練，各部門主管以及店舖夥伴透過這些專業的管理訓練，讓安心食品在變化快速的商業環境中，持續提供最優質的服務給顧客。
職業安全衛生	—	生命權應遠比工作權來的重要，而勞工安全更是安心與員工必須共同全力維護的最重要勞動條件。	安心身為雇主，我們遵循勞工法令規定，善盡企業社會責任，做好員工的照顧與保護工作，並且制訂安全衛生政策。
—	間接經濟衝擊	以社區型店舖為大宗的摩斯漢堡，致力於促進地方繁榮，同時重視與地方鄰里間的正向互動。	貫徹「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念。
—	當地社區	多年來持續辦理社會公益活動，將善心傳遞至台灣每個角落，致力成為社區的友善好鄰居。	貫徹「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念。

重大/一般主題		績效衡量指標	2025年目標	2024年行動計畫	2024年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
社會／人權	勞僱關係	人才招聘	年度營運正職招募人數調整為341名。	依每月設定目標執行並定期維護人才招聘職缺。	2024年度實際招募營運正職245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34場、中高階儲備幕僚報到2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 200 名參與。	辦理入社典禮，提供新進人員透明的溝通管道。	2024舉辦入社迎新歡迎會，共218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	每年召開兩次。	辦理人評會，提報晉升人員名單。	2024年完成2次召開人評會，晉升18位人員。	持續召開人評會，每年召開兩次。	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	每季至少召開一次。	討論與決議公司內部勞資相關議題、檢視工作規則內容。	2024年完成4次召開勞資會議，通過17項議案。	持續召開勞資會議，每季至少召開一次。	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	每年至少召開兩次。	提報薪酬福利等制度辦法。	2024年完成3次召開薪酬委員會，通過9項議案。	持續召開薪酬委員會，每年至少召開兩次。	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	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。	2024年總共執行8次勞資法令內部宣導，降低勞資法令觸法風險。	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行店長月會內部宣導。</li> <li>各區課會分享。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>
	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。	2024年3,176人完成專業職能訓練、172人完成主管才能訓練328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。

重大/一般主題		績效衡量指標	2025年目標	2024年行動計畫	2024年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
社會／人權	職業安全衛生	母性健康保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>於店長月會宣導母性健康保護。</li> <li>進行族群分級管理。</li> <li>母性計畫員工之健康風險評估完成100%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>哺乳室的設備維護。</li> <li>取得【優良哺乳室認證-特優級】，進行母性保護計畫宣導/收案。</li> <li>受保護之母性同仁的健康關懷及評估。</li> <li>醫師協助母性保護計畫個案諮詢及評估。</li> </ul>	2024年總收案管理人數37位，針對各職場風險評估完成達89%，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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>
		職業促發腦血管及心臟疾病預防	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續追蹤及執行相關預防方式至個人。</li> <li>正職過勞評估量表完成78%。</li> <li>每年舉辦2~3場紓壓講座及課程。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>選配工及改善計畫。</li> <li>安排相關講座。</li> </ul>	經職業促發腦心血管疾病風險等級，3,373人不需面談、92人建議面談、2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	<ul style="list-style-type: none"> <li>每年舉辦1場不法侵害預防講座。</li> <li>臨場服務時進行評估調查，並回饋給店舖。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>執行職場暴力計畫宣導。</li> <li>進行內外部不法侵害評估。</li> <li>安排相關講座。</li> </ul>	年度總通報共計5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81%。	<ul style="list-style-type: none"> <li>配合體檢時程，實施骨骼肌肉症狀調查問卷。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>經調查後，回收問卷份數共3,373份，其中693份具有肌肉骨骼相關症狀。</li> <li>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。</li> </ul>	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34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。



人權政策



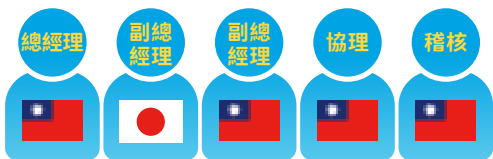
人才招聘網站



## 3.2 人才多元化

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，在公司總部與店舖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2024年12月31日止，安心食品員工人數合計為5,778人，其中150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，預計2025年擴大招募約341人。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75%，詳細資訊如下：

### 本國籍與外國籍高階專業經理人分布

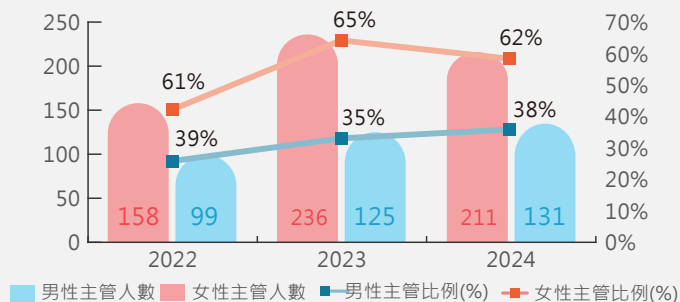


### 歷年按本國籍及非本國籍劃分之員工總數及比例

類別	佔比	男	女
本國籍	97%	1,830人	3,798人
外國籍	3%	40人	110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，2023年女性主管236人包括行政管理職及營運管理職，較2022年減少18位女性，目前女性主管占總管理職人數的65%。

### 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<sup>(註1)</sup> <sup>(註2)</sup>

年度		2022		2023		2024	
		男	女	男	女	男	女
員工人數 (依雇用類型區分)	行政管理職	32	60	35	61	31	50
	一般職員	23	48	21	47	26	47
	營運管理職	99	158	90	175	99	161
	門市人員	175	293	158	252	162	245
	兼職人員 <sup>(註3)</sup>	1,462	3,016	1,542	3,144	1,552	3,405
員工人數 (依雇用合約區分)	合計	1,791	3,575	1,846	3,679	1,870	3,908
	正職員工 <sup>(註4)</sup>	1,791	3,575	1,846	3,679	1,870	3,908
	臨時員工 <sup>(註5)</sup>	0	0	0	0	0	0
	合計	1,791	3,575	1,846	3,679	1,870	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	2022							2023							2024						
	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	0	25	56	7	4	92	0	3	28	55	7	3	96	0	0	27	45	5	3	82
一般職員	6	26	15	21	2	1	71	6	20	15	25	0	2	68	6	17	20	26	0	4	73
營運管理職	36	54	63	99	0	5	257	24	55	63	112	3	8	265	24	39	72	114	3	8	260
門市人員	128	176	45	92	2	25	468	104	137	53	90	1	25	410	107	109	51	105	4	31	407
兼職人員	1,095	1,312	289	976	78	728	4,478	1,121	1,198	331	1,097	90	849	4,686	1,031	1,199	410	1,256	110	950	4,956
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	1,265	1,568	437	1,244	89	763	5,366	1,255	1,413	490	1,379	101	887	5,525	1,168	1,366	580	1,546	122	996	5,778

按主管職及非主管職、性別劃分之員工比例<sup>(註6)</sup>

員工類別	2022			2023			2024		
	男	女	比例	男	女	比例	男	女	比例
高階主管(總部)	4	0	0.1%	4	0	0.1%	2	1	0.1%
中階主管(總部)	29	60	1.7%	32	64	1.7%	30	50	1.4%
基層主管(營運管理職)	100	158	4.8%	90	175	4.8%	99	161	4.5%
同仁(非主管群體同仁)	1,658	3,357	93.5%	1,720	3,440	93.4%	1,739	3,696	94%

## 員工教育程度分布

教育程度	2022		2023		2024	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例
學士以下	2,687	50.1%	2,605	47.1%	2,497	43.2%
學士	2,647	49.3%	2,883	52.2%	3,241	56.1%
碩士	32	0.6%	37	0.7%	40	0.7%
博士	0	0%	0	0%	0	0%
總人數	5,366		5,525		5,778	

歷年新進員工及離職員工結構<sup>(註7)</sup>

歷年新進員工及 離職員工結構		新進員工								離職員工									
		2022			2023			2024		2022			2023			2024			
		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	119	42.3%		116	47.9%		124	43.5%		137	36.4%		141	48.6%		114	37.1%	
	女	162	57.7%		126	52.1%		161	56.5%		239	63.6%		149	51.4%		193	62.9%	
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	94	116	74.7%	77	79	64.5%	77	89	58.2%	96	177	72.6%	94	95	65.2%	64	109	56.4%
	31以上至50歲（含）以下	22	41	22.4%	33	40	30.2%	41	54	33.3%	39	54	24.7%	38	43	27.9%	40	70	35.8%
	51歲以上	3	5	2.8%	6	7	5.4%	6	18	8.4%	2	8	2.7%	9	11	6.9%	10	14	7.8%
地區	北桃竹	191		68.0%	174		71.9%	165		73.4%	276		73.4%	203		70.0%	217		70.7%
	中部	45		16.0%	33		20.0%	57		13.0%	49		13.0%	50		17.2%	45		14.7%
	南部	40		14.2%	32		18.9%	54		13.0%	49		13.0%	34		11.7%	36		11.7%
	花東	4		1.4%	3		2.5%	7		0.5%	2		0.5%	2		0.7%	6		2.0%
	金門	1		0.4%	0		0.7%	2		0%	0		0%	1		0.3%	3		1.0%
新進 / 離職率（%）		5.0%			4.0%			4.9%			7.0%			5.0%			5.3%		
總人數		281			242			285			376			290			307		

(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

項目內容	2022	2023	2024
店舖員工自願離職率	6.0%	3.0%	6.4%
店舖員工非自願離職率	小於0%	小於0%	小於0%

## 各地區之最低工資與領取最低工資員工比例

員工類別	2022			2023			2024		
	北部	中部	南部	北部	中部	南部	男	女	南部
地區平均小時工資	161	156	161	177	177	178	185	184	185
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%

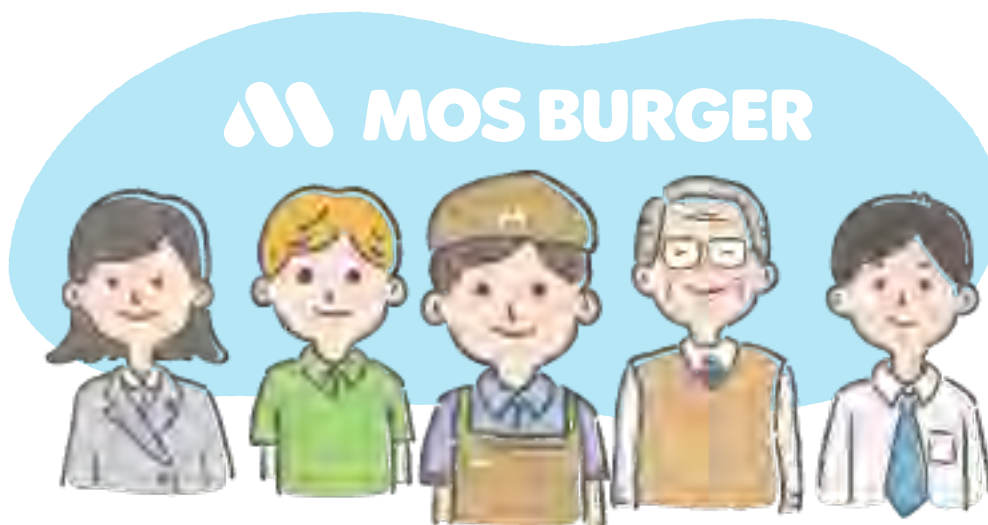
歷年按階層、國籍、性別劃分之員工總數及比例<sup>(註8)</sup>

員工類別	中華民國		大陸		日本		加拿大		印尼		香港		馬來西亞		越南		緬甸		菲律賓		泰國		英國		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	
行政管理職	30	50	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	81
一般職員	25	47	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	73
營運管理職	98	161	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	260
門市人員	156	235	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	4	5	1	2	0	1	0	0	0	0	1	0	407
兼職人員	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
臨時員工人數	1,521	3,305	0	24	0	0	0	1	2	14	2	1	2	9	17	38	8	11	0	1	0	1	0	0	4,957
總員工人數	1,830	3,798	1	25	2	0	0	1	2	15	2	1	6	14	18	40	8	12	0	1	0	1	1	0	5,778

各營運據點員工資訊<sup>(註8)</sup>

員工類別	台灣區		中國區		澳洲區	
	男	女	男	女	男	女
行政管理職	31	50	0	0	0	0
一般職員	26	47	0	0	0	0
營運管理職	99	161	0	0	0	0
門市人員	162	245	0	0	0	0
兼職人員	1,552	3,405	0	0	0	0
臨時員工人數	0	0	0	0	0	0
總員工人數	1,870	3,908	0	0	0	0

(註8) 僅限台灣的員工，不含廈門和澳洲摩斯。



## 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	2022年平均月薪	2023年平均月薪	2024年平均月薪
營運儲備幹部	實習組長(FT)	NT\$	31,000~33,000	31,000~33,000	32,000~39,000
營運正職服務人員	正職服務員(FT3)	NT\$	27,500~28,500	27,500~28,500	30,000~34,000
總部助理職	助理(STAFF)	NT\$	26,000~31,000	28,000~31,000	29,000~31,000
總部助理專員職	助理專員(STAFF)	NT\$	30,000~36,000	30,000~36,000	31,000~36,000
中高階儲備幕僚	實習組長(FT)	NT\$	35,500~37,500 (含月考核獎金 2,500~3,500)	35,500~37,500 (含月考核獎金 2,500~3,500)	36,500~38,500 (含月考核獎金 2,500~3,500)

### 年度總薪酬比率與年度總薪資報酬變化比率

類別	單位	2022	2023	2024
年度總薪酬比率	倍數	293%	296%	286%
年度總薪資報酬變化比率	倍數	104%	119%	24%

### 男女薪酬比例<sup>(註9)</sup>

類別	單位	男	女
主管職	%	17	31
非主管職	%	14	38

### 非主管職年薪平均數及中位數

類別	單位	2022	2023	2024
非主管職年薪平均數	仟元	603	621	623
非主管職年薪中位數	仟元	548	562	574
非主管職員工人數 <sup>(註10)</sup>	人	950	975	954



(註9) 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/gecddb/Stat\\_Statistics\\_DetailData.aspx?sn=EysMabrMoWtwK3!e0N8hQ%40%40&d=m9ww9odNZAz2Rc5Ooj%24wIQ%40%40](https://www.gender.ey.gov.tw/gecddb/Stat_Statistics_DetailData.aspx?sn=EysMabrMoWtwK3!e0N8hQ%40%40&d=m9ww9odNZAz2Rc5Ooj%24wIQ%40%40)

(註10) 2024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。

### 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

**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佔全公司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88位員工，補助金額超過635萬元，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，安心食品福委會於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。

### 歷年各項活動補助

項目	活動內容	2022		2023		2024	
		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 <sup>(註11)</sup>	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	183	200	310	199	290
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。	230	11,050	266	11,793	231	11,526
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。	63	119	94	137	111	160
旅遊補助	員工本人符合年資資格者，可申請旅遊補助。	960	4,378	989	4,422	1,045	4,546
結婚補助	員工本人結婚符合法律規定者，可申請結婚補助。	11	213	15	337	8	112
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	54	5	84	2	6
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。	80	435	84	628	55	218
總計		1,549	16,432	1,653	17,711	1,646	16,858

(註11) 受惠人數為安心食品所有社團(共9個社團)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。2024年共有9個社團運作。為有效管理福利金並達成創社目的，福委會將於2025年重新登記社團，重整資源。

## 2024年社團簡介

### 登山社

創立初衷為希望員工能養成規律的運動習慣，同時增加員工之間的情誼，登山社每年舉辦登山活動，讓社員們一起增進健康、親近自然，同時藉此機會增進彼此間的交流和連結、凝聚團隊向心力，並建立總部人員與店舖人員之間良好的人際關係。登山社也參與協辦環境生態教育活動，藉此活動喚起大家愛護大自然的初心。

### 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。

### 瑜珈社

成立初衷為考量到職業婦女肩負工作和家庭的壓力，為讓女性同仁透過瑜珈放鬆身心，瑜珈社以循序漸進的課程，讓學員藉由正確的肢體伸展，強化心肺功能、維持優雅體態，同時增加肌耐力，以達到身心靈的平衡。

### 歌友社

為營運部創立之社團，為新竹、台中、彰化和南投的營運夥伴提供一個展現自我歌喉的舞台，同時透過社團活動紓解壓力、增進夥伴彼此的交流。

### 桌遊社

為提升員工間交流互動與人際相處應對能力，並提供下班閒暇時間額外的娛樂選擇，讓對桌遊有興趣的員工們一同參與，除有益於員工下班後紓壓，更可以在遊戲過程中學習團隊合作能力、問題解決能力等，甚至引發對多元主題的興趣與探索。

### 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。

### 中職研究社

社員透過一同觀看球賽，欣賞棒球的力與美，培養團隊合作默契、永不放棄的精神，同時結合員工旅遊，至不同棒球場觀看比賽和參觀不同球場的經營，讓員工在工作之餘，也能身心靈獲得舒緩。

### 國際歡唱社

唱歌是忙碌生活紓解壓力最好的管道之一，國際歡唱設藉由定期舉辦活動，增進同仁間的交流與聯誼情節，凝聚團隊向心力。



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<sup>(註12)</sup>

社團	類別	創立年份	2022		2023		2024	
			場次	人數	場次	人數	場次	人數
登山社	運動類	2018	6	90	8	92	12	96
羽球社(1社、2社) (註13)			9	207	46	每場約8-14人	45	每場約8-10人
瑜珈社			4	272	5	210	5	246
歌友社	娛樂類	2020	2	每場約15-20人	4	總共約60人	4	每場約15-20人
桌遊社		2021	3	45	3	42	1	15
慈愛社	服務類	2022	2	30	2	30	3	92
樂活單車社	運動類		2	24	4	45	2	20
中職研究社			5	35	6	24	實體4場、線上觀賽逾200場	實體共45人
國際歡唱社	娛樂類	2023			5	43	6	60

### 樂活單車社



### 中職研究社



(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

2024.3.30

## 善牧基金會食育活動

透過食育活動讓溫暖與愛持續散播

摩斯漢堡慈愛社於2024年3月與善牧基金會合作舉辦食育活動，讓愛持續傳遞。除了社團成員，也有自發參與的摩斯夥伴們，透過輕鬆互動的方式，向小朋友傳授營養知識。

活動中，小朋友們學習製作蜜汁烤雞起司堡，依序從漢堡麵包加入起司、起司、蔬菜及烤雞腿，親手堆疊出營養美味的漢堡。看著孩子們滿足的笑容，夥伴們深感欣慰，而孩子們輕聲的「謝謝」更讓大家倍感溫暖。慈愛社透過食育活動傳遞愛與關懷，未來也將持續推廣，實踐摩斯「貢獻人類，貢獻社會」的理念。



## 摩斯運動會

建立健康職場與凝聚夥伴向心力  
樂於工作，熱於生活

摩斯漢堡為打造健康職場與凝聚夥伴向心力，於台藝大店舉辦摩斯運動會，以奧運精神實現工作與生活平衡。店經理們身穿象徵團結的紅色運動服，在主管勉勵與暖場活動中熱情高漲，透過隊名設計與互動，展現活力。活動包含五項競賽遊戲，考驗眼力、手速、團隊合作與戰略規劃。店經理們全力以赴，展現運動家精神，在競賽中收穫歡樂與交流。比賽結束後，前三名隊伍獲得獎勵，象徵團隊榮耀與努力成果。參與者將活動的感動與收穫傳遞給店內夥伴，體現摩斯漢堡「讓顧客感到愉快與友善」的理念，並持續傳遞「樂於工作，熱於生活」的精神給每位夥伴。

2024.11.15

## 基隆捐血車活動

慈愛社於11月邀請夥伴們捲起袖子，共同用熱血幫助需要的人。



2024.3.30

## 華山獨居老人探視

探視慰問長者活動讓冬天增添溫暖與愛

摩斯漢堡慈愛社於2024年與華山基金會合作，舉辦探視慰問獨居長者的活動。透過夥伴們的愛心響應，共募集近300份摩斯愛心商品，並由慈愛社成員與摩斯夥伴分組送至長者家中。探視過程中，夥伴們透過關懷問候與聊天，拉近彼此距離，並記錄長者的日常需求與叮嚀須留意的事項。活動後回饋給機構，以便提供更貼合需求的資源。透過傾聽與互動，夥伴們深刻體會到尊重與耐心溝通的重要性，也將這份關懷延續到日常的服務中。

慈愛社透過實際行動關懷社會弱勢，未來將持續傳遞愛與溫暖，實踐摩斯「貢獻人類，貢獻社會」的理念。





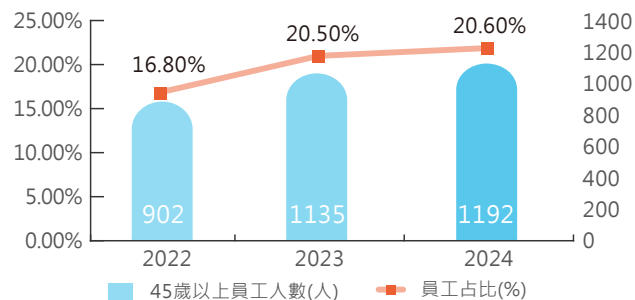
### 3.2.2 中高齡招募計畫



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，持續雇用二度就業婦女與中高齡的求職者。2024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1,661人，佔總員工人數28.75%，較去年同期成長1.96%，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。



45歲以上員工人數



### 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。2024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，為求職者提供實貴機會—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。



### MOS服務中高齡相關獲獎

#### 摩斯漢堡榮獲新北市中高齡友善職場認證

因應政府推廣中高齡及高齡者就業促進政策，摩斯漢堡再度榮獲「新北市中高齡者及高齡者友善職場認證」，未來也將持續打造全齡友善的就業環境。為因應就業人口結構的變化，安心食品將繼續支持中高齡及高齡者就業，提供優質的就業機會與環境，鼓勵二度就業者及中高齡求職者勇敢嘗試，再次展現自我價值，實踐企業「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念。



#### 摩斯漢堡榮獲台北市中高齡暨高齡者友善企業認證

摩斯漢堡再度榮獲台北市政府頒發的「中高齡者暨高齡者友善企業認證」。因應就業人口結構的變化，安心食品積極支持中高齡及高齡者就業，參與全台銀髮資源中心舉辦的多場中高齡職場體驗活動。透過這些活動，不僅讓求職者深入了解企業文化與工作內容，還促進統籌活動的摩斯夥伴們互相交流與學習。摩斯漢堡提倡多元共融的職場環境，並提供優質的就業機會，鼓勵二度就業者與中高齡求職者勇敢嘗試，再次展現自我價值，實踐企業「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念。



## 3.3 中高階儲備幕僚制度

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，2024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，第一階段為營運端的實習階段，主要是學習基礎門市與團隊管理，且每月會針對依照其學習進度內容進行專題學習討論；實習結束後則回到總部進行單位的實習，總部的實習也分為兩階段，第一階段會輪調2個單位歷練和學習專業技能外；進到總公司的第一年，會讓大家更清楚瞭解公司各單位運作，由各部門主管分享部門工作職責與專業，並訂定相關議題之研討主題，如：「流程改善與工作SOP建立」、「行銷2025新春主題活動規劃」、「利用社群媒體宣傳SP」、「門市提升顧客滿意的作法」等。除了專業部門課程外，還包括通識管理課程如：時間管理、傾聽與溝通技巧、簡報能力等。透過課程的訓練，為儲備幕僚們奠定專業知識及管理技能之基礎。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人才培育不遺餘力

### 培育新人的搖籃

#### —摩斯漢堡訓練店

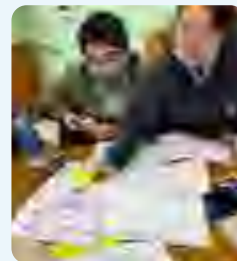
摩斯漢堡的訓練店是培育新人的搖籃，不僅傳授技能，更強調工作態度。竹北文興店賴鴻文店長分享，他20年前以計時人員身份加入MOS，深刻體會摩斯的廚房對於食安的重視，並始終以身作則，展現專業與堅持，讓顧客安心。在籌備訓練店過程中，他向夥伴傳遞對顧客的承諾，見證團隊成長，最終成功通過認證。他希望將這份堅持延續至更多店鋪，確保顧客都能享受安心美味的商品。桃園藝文廣場店王湘儀店長表示，他在摩斯的目標是帶領店鋪成為訓練店。籌備期間，他專注通過評核，全力追求卓越，並透過面談與指導激勵夥伴，最終成功實現目標。他致力於傳承摩斯理念，讓員工熱愛工作，學習正確觀念與誠信價值，營造溫暖友善的店鋪，吸引更多顧客與人才加入摩斯團隊。



### 區經理培訓進化

#### —打造卓越人才，驅動門市成長

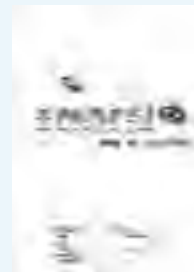
區經理不僅負責輔導門市經營與人才培育，還是公司與門市夥伴溝通的重要橋樑，將公司的理念與策略傳達至門市，並協助店長落實優化策略。他們在門市經營管理中扮演關鍵角色，因此我們規劃了豐富的培訓課程，幫助區經理成長。課程內容涵蓋職能提升、專題研討會以及跨領域經營者分享等，通過多元學習拓展區經理的視野與思維，進一步打造菁英團隊並創造高績效。2024年的培訓重點是團隊溝通與指導，包含外部講師授課及讀書會活動。讀書會分為「共讀、共享、共創」三部分，透過交流彼此的觀點，激發更多創新見解，實現共同成長與進步。



### 青銀共融職場X客製化培訓

#### —打造幸福職場，實現自我成就

安心食品積極提供年輕人與二度就業者機會，同時鼓勵中高齡與高齡者就業，營造世代共融的職場環境。為滿足不同世代的需求，我們運用摩斯專屬MAPS學習地圖，與新進夥伴進行面談，明確規劃學習與晉升路徑，並依個人特質制定專屬成長計畫，協助夥伴找到最適合的工作角色，實現自我成長與成就。在正式上崗前，夥伴將透過數位學習平台的影音教材進行職前訓練，建立對工作的基本認識。接著，由專責指導人員（OJT）提供實務培訓，確保夥伴能即時溝通與適應工作。此外，為提升學習效率，我們優化工作站教具，將操作流程圖像化並運用顏色管理，讓夥伴更輕鬆記憶、快速上手，降低學習壓力與不安。安心食品致力於打造幸福友善的職場，讓每位員工安心發展、盡情發揮。我們持續推動員工與企業的共同成長，期望實現雙贏與永續經營。



MAPS學習地圖



## 3.4 多元產學結合青年力



### 安心食品對於多元產學合作模式科系數

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	2022	2023	2024
產學攜手合作計畫	3	5	8
三明治實習計畫	93	94	95
暑期實習計畫	9	9	9
雙軌訓練旗艦計畫	2	_(註14)	_(註14)
專科進修班	1	1	0
專科就業導向學分班	1	1	0
產業學院計畫	2	3	2
合計	111	113	115

(註14) 教育部已於2023年停止計畫。

### 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2024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13堂課程、9名內部講師授課，有9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	2022	2023	2024
合作學校	間	1	1	1
合作系所	系所	8	8	3
課程數量	堂	9	9	13
企業講師	人	7	7	9
受惠學生人數	人	20	20	16



### 屏東科技大學產學課程



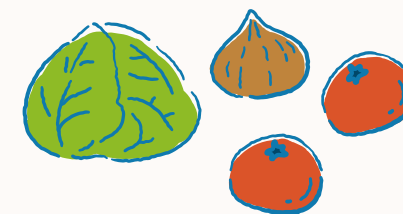
### 3.4.2 校園職場體驗營



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。2024年建教合作職場體驗場次共舉辦5場，參與人數共218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。

#### 歷年舉辦職場體驗營場次與參與人數

項目	單位	2022	2023	2024
職場體驗營場次	場次	4	8	6
職場體驗營參與人數	人數	108	285	245



### 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2024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，2024年共有12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，並可享有與正職員工相同之福利等。

項目	2022	2023	2024
合作大專院系所	97	111	113
實習生人數	46	29	47

### 3.4.4 各項獎勵金制度



安心食品與學校、勞動部三方合作雙軌訓練生計畫，讓學生能夠在校就讀的同時也為公司服務，凡是每學期期末成績合格、準時完成週誌填寫並於期限內繳交成績單者，即可發放學期獎學金，以茲鼓勵。2024年共有2位學生符合資格，共計發出6仟元的獎學金。另外，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；2024年共發出85仟元介紹獎金，受惠人數為88人次。

#### 歷年獎勵金發放

項目	單位	2022(註15)	2023	2024
雙軌訓練生學期獎勵金	仟元	33	18	6
	人數	9	5	2
轉任獎金	仟元	停發	161	672
	人數		25	107
介紹獎金	仟元	36.5	78.5	85
	人數	37	92	88

(註15) 2022年ESG報告書數字有誤，請以今年的數據為主。



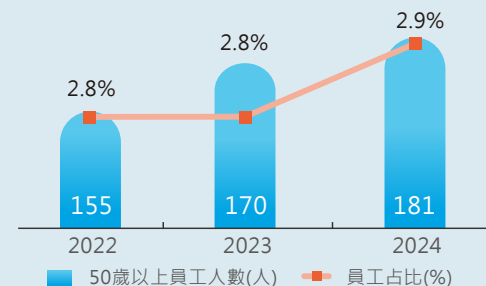
### 3.4.5 打造身心受限者就業學堂



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。2024年總公司與店舖聘僱身心受限者人數共有181位，占總員工人數2.9%。



#### 歷年身心受限者雇用情形



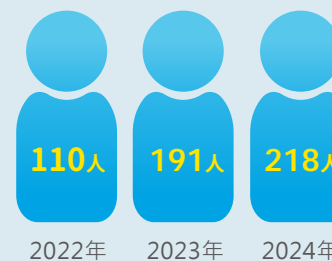
#### 歷年身心受限者在職員工人數及占比

項目	2022	2023	2024
行政管理職	1	2	0
一般職員	2	1	1
營運管理職	1	2	0
門市人員	2	2	5
兼職人員	149	163	175
小計	155	170	181
員工總數占比	2.8%	2.8%	2.9%

### 3.4.6 第八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2024年已有1020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2024年舉辦第九屆入社迎新典禮及新人座談會，共有218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



## 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。2024年透過員工意見信箱受理的案件共1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



## 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

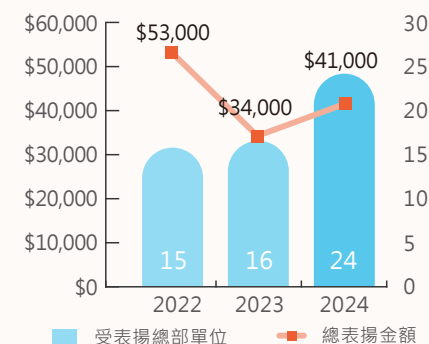
## 3.5.3 績優人員表揚

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。2024年共有24個部門及夥伴獲得表揚獎勵。

項目	單位	2022	2023	2024
受表揚總部單位	個	15	16	24
總表揚金額	仟元	53	34	41

### 歷年受表揚部門與總表揚金額



## 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。



總部月會日常宣達

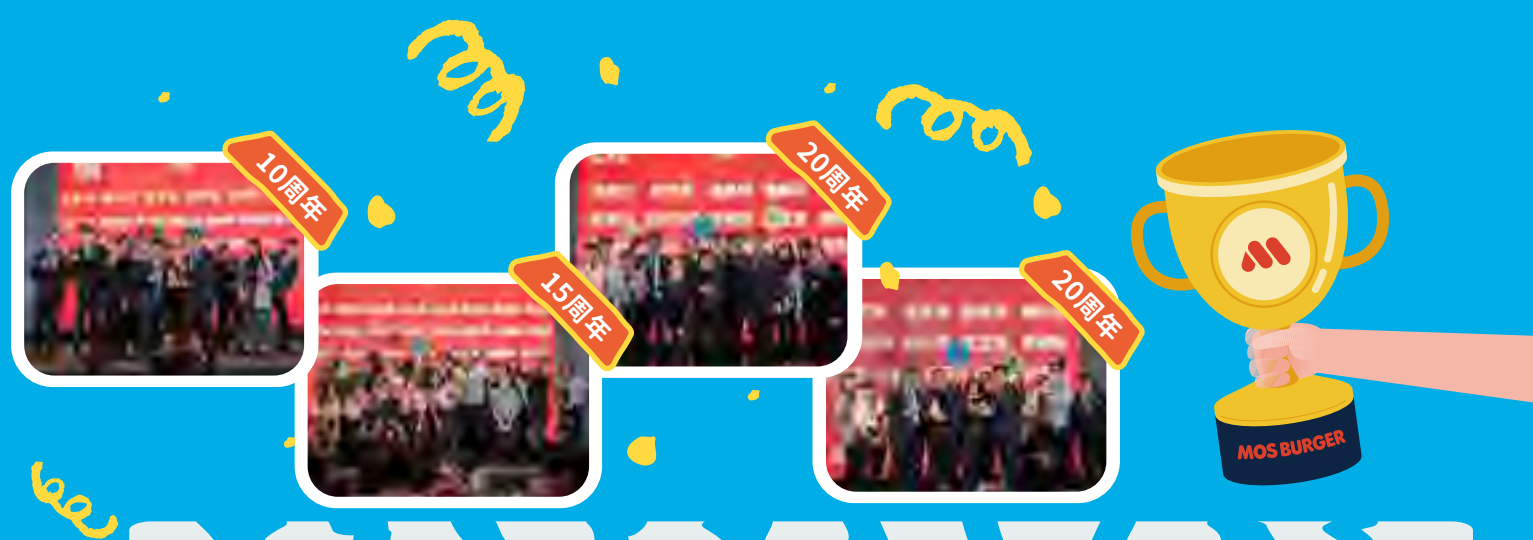


於總部月會感謝外派來台灣多年之日籍專員對安心食品的奉獻



### 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2024年3月18日舉辦資深員工表揚會，2024年度「10至25年年資者」共108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。



### 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，特依據勞動基準法法令規定，訂定工作規則並要求全體員工遵守相關規定。2024年共3件違反社會法規之情事，罰款金額約12仟元，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	2022	2023	2024
違反勞基法造成的金錢損失總額	50,000	40,000	120,000
違反就業歧視造成的金錢損失總額	0	0	0

#### 社會法規

標 題：宜蘭縣政府行政處分書  
貨款別：其他支出(顧客賠償和解費用、罰鍰)

#### 事由

2024年12月16日宜蘭縣政府勞工局來函勞資字第1130179724號，隨函附裁處書及繳款單據，罰鍰金額5萬元。

#### 社會法規

標 題：台中市政府勞工局審定書及裁處書  
貨款別：其他支出(顧客賠償和解費用、罰鍰)

#### 事由

2024年8月16日公司收到台中市政府\_府授勞動字第1130229180號 來函通知裁罰內容結果提出單位有違反勞基法第24條規定。隨函附裁罰書及繳費單據，罰鍰金額5萬元。

#### 社會法規

標 題：台南市政府勞工局就業歧視評議委員會審定書及裁處書  
貨款別：其他支出(顧客賠償和解費用、罰鍰)

#### 事由

受處分人安心食品服務股份有限公司受申訴涉違反性別平等工作法第17、21條規定，業經113年度台南市就業歧視評議委員會第3次會議評議，委員評定受處分人違法事由成立，本局爰依同法第38條第1項規定裁處罰鍰新台幣2萬元整。

#### 改善對策

1. 依辦法執行，請財務單位協助於期限內繳費。
2. 請營運主管們加強並持續宣導與落實管理，避免再發生。

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

安心食品建置了一套完善的培訓管理系統，由新進人員開始，夥伴便接受紮實的訓練，除依照明確的學習地圖，幫助夥伴提升各項操作技能與管理職能，也會依照當年公司的策略目標，規劃相對應的課程，以協助公司達到年度目標。

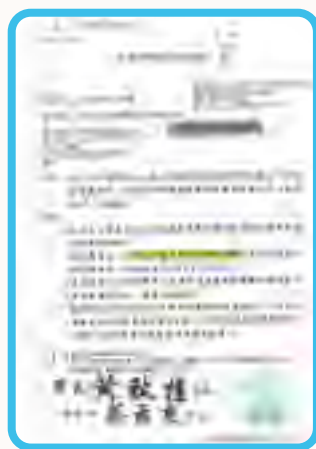
針對營運夥伴量身打造了職能精進計畫，包括公司的營運方針與策略、食品衛生專業知識、商品製作與銷售流程、洞悉顧客需求與未來產品趨勢等，並於不同階段安排店舖經營管理相關的實務演練；另外，也會依據營運現場的需求或是公司的年度策略目標，規畫專案性的課程，強化夥伴的專業能力。因此2024年除了基本職能課程外，針對新擔任店經理的夥伴，安排『店長思維成長與管理精進』專案課程，協助新任店長提升職能，突破管理瓶頸。

而總部幕僚方面，除了持續針對同仁的通識管理能力持續強化外，2024年也辦理多場次的專案課程及講座，像是延續2023年SOP與流程建立課專案課程，開辦更進階的「流程設計與跨部門溝通」，不僅只有建立流程更做到流程優化及進行跨部門溝通，讓提高人員管理能力及提升效率，還有「帶人帶心的領導力-DiSC團隊溝通術」及「星際解碼」團隊管理與溝通課程，協助主管們提高團隊力，創造更好的團隊績效。

除了課程，2024年還辦理多場次的專業講座如：除針對年度公司的年度目標的ESG講座、內部管理的食品安全、法遵講座、資安講座，希望透過講座，可以讓夥伴們更知道目前ESG、食品安全的相關趨勢及在崗位中應遵守的相關法規。分享、成長、關懷是安心食品在進行人才培訓過程中不變的核心價值，希望透過完整的人才培訓管理系統，培育出優秀的人才。



TTQS銅牌獎

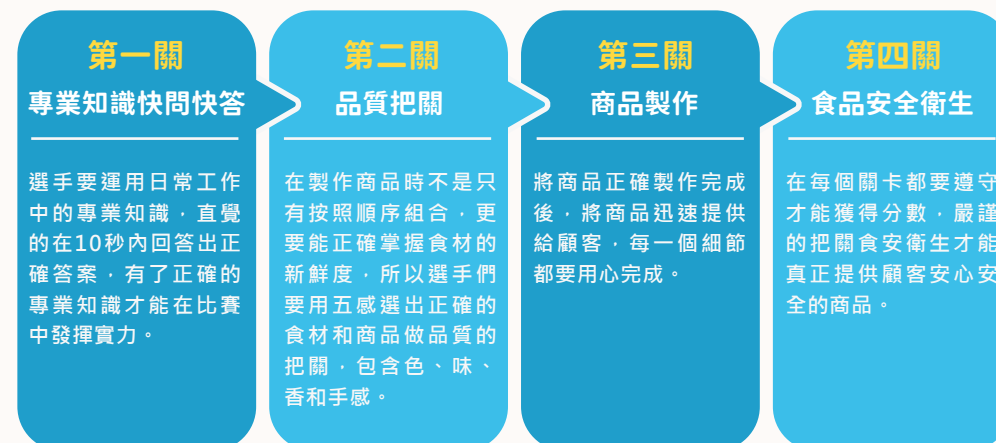


TTQS銅牌獎效期展延公文

### 3.6.1 多元系統化教育訓練

安心食品持續不斷地提供夥伴多元化的教育訓練，透過這些專業的管理訓練，讓安心食品能在變化快速的商業環境中，持續領先並提供好的服務給顧客。安心食品為消除教育上的不平等，訂有完整的員工教育訓練制度，分為職前訓練和在職訓練，並透過內外雙向的訓練方式，維護公司永續經營及發展的根基。為強化員工訓練的完整性及豐富的進修管道，部門主管及員工亦可視需要，派員或自行申請參加外部機構舉辦的課程與訓練，進一步提升員工的專業能力與核心競爭力。安心食品的教育訓練除了按照職級需求進行例行性的課程外，也會依照企業願景及策略目標開辦專案課程，包括相關管理職能訓練及專業能力外訓等，另外，安心食品的管理訓練課每年也提供總部各單位年度預算，讓員工可以申請費用，進修外部課程。2024年員工外部進修之訓練費用共花費478,879元<sup>(註16)</sup>。

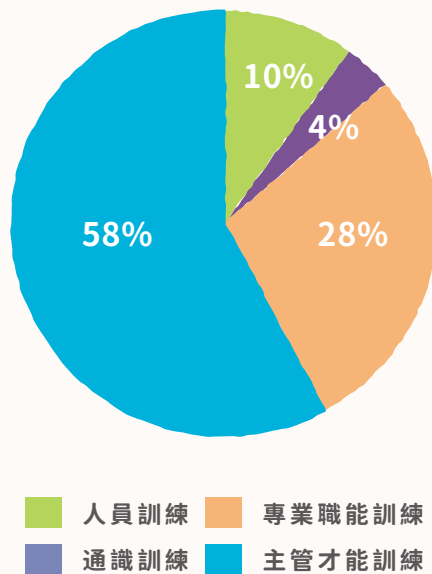
不僅限於課堂的學習、專業講座，體驗式的學習活動及各項的趣味的操作競賽，多元且饒富趣味的人才訓練也是摩斯漢堡所努力的訓練方向，我們舉辦過「漢堡快手」、「收銀快手」、「小黑板繪畫競賽」、「創意米漢堡設計競賽」等，2024年度辦理的是-摩斯鐵人挑戰賽，以鐵人三項競賽作為發想，鐵人賽是由游泳、腳踏車、長跑三項運動組成的比賽，每一個競賽都必須完成，才能獲得勝利，如同摩斯漢堡的店舖夥伴，提供餐點時從食材準備、製作到包裝，每一個關卡都不可忽略，不只操作要落實確實，迅速且敏捷的行動也是不可或缺的條件。因此在競賽中我們設計了四個關卡，考驗專業知識與技術：



除競賽關卡的規劃與往年的一樣，為讓店舖優秀夥伴也有表現機會，摩斯鐵人賽挑戰賽限制店主只能擔任指導者，輔導優秀夥伴參與競賽，從初選到決賽共有中南各店的176位武林高手，代表店舖參加爭取榮耀。透過操作競賽，我們希望能讓夥伴們強化工作意識、促進店舖交流建立良性競爭，彼此交流互相激盪擦出不一樣的火花，更帶動工作熱情與能力提升，也能成為夥伴學習的模範。

(註16) 營運端費用為209,300元，總部端為269,579元。

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23.2%。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9.5%。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70.3%。最後則是通識訓練1.4%。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。



安心知識電子報



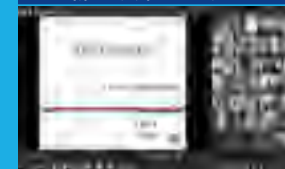
安心主管管理電子報

## 新進人員訓練

總部及店鋪新進人員報到後，安心食品會要求所有新進人員至淡水安心學院，進行四天的新人基礎訓練與實務操作課程。新進人員除了可以在訓練過程中了解安心食品的經營理念、企業文化外，更能夠體認安心食品對於「顧客」和「食材」的堅持與用心，安心食品希望透過課程與實務操作，讓大家對於店鋪的營運工作能有初步的瞭解，以期能更快熟悉工作環境並盡快上手。2024年共有4,161人次參加新人訓練。

新人訓練結束後，營運幹部的夥伴接著將到實習店鋪開始為期六周的實戰訓練學習，提升營運操作基礎的能力外，更重要的是深入了解企業文化並建立正確的觀念與工作態度，以期回到服務店鋪展現獨當一面專業服務。而總部新進夥伴都必須完成新人訓練跟店鋪實習兩週，透過實習了解營運門市操作後，也可以更清楚自己未來在工作上需扮演的角色，及工作崗位可以給予營運的協助。除此之外實習結束後，進到總部後還會進行總部的「職前訓練」，課程包含工作態度與職場禮儀、公司組織介紹及優質內部顧客關係建立，2024年特別針對新進主管開辦「主管職前訓練」，讓新進主管可以快速瞭解公司相關組織與人事規定，總部職前訓練(同仁 & 主管)2024年共有65人次參加。

新人訓練-企業介紹



新人訓練-廚房實習課程



新人訓練-廚房實習課程



## 課程數位化發展計畫

疫情改變了我們的生活與學習，雖然疫情已結束但課程的轉型計畫則是持續進行，考量摩斯漢堡高達5,000位以上的夥伴遍布南北各地，為降低長途移動的舟車勞頓，線上學習平台的運用、課程教材重新編修，以同步或非同步的課程取代原有的實體課程，持續為夥伴提升工作職能。

2024年的課程主軸除了非同步課程擴大運用之外，知識性非同步課程持續建構外，數位化、混成化的學習是則是近年的重點主軸，先以非同步課程學習基本知識，課堂中的時間則是進行實務與案例研討，如：「值班主管管理課程」先於學習平台學習基本值班管理業務工作知識，實體課程中則進行時段的工作規畫及人員分配研討，多元的學習資源及教材讓課程的實務性提高，也讓課程效益大幅提升。



## ESG教育訓練

永續發展已成為眾多企業經營的重要策略之一，尤其是對於ESG永續發展的關注日益增加。為提高員工對於ESG的基礎知識，並了解企業在環境永續發展方面的推動與執行，2024針對總部主管及營運店長辦理了多場次的講座，包含由經營企劃課李虹賢一級專員舉辦ESG同步線上講座，與總部夥伴們分享企業內部的ESG策略規劃及執行成果，則是針對ESG的基本知識及門市已執行、未來執行目標方便與店長們進行分享。以強化員工對環境、社會與治理議題的理解。另外，針對總部課級以上主管及營運單位主管則特別於年度的安心講堂(外部專家講座)邀請PwC資誠永續發展服務公司張瑞婷總經理分享ESG淨零碳排實務，讓主管們更可知道如何落實淨零碳排在工作上，希望能強化企業內部協作與文化轉型，提升品牌形象與市場競爭力。



林亞廷特助上課情形

### 總部及營運夥伴教育訓練平均時數

年度	2022						2023						2024					
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	413.5	629.5	77	147	5.37	4.28	267	483.2	75	139	3.6	3.5	1,280	2,008	140	338	9.14	5.94
一般職員	887.6	1,803.4	227	472	3.91	3.82	672	1,692	156	391	4.3	4.3	550	681	74	129	7.43	5.28
營運管理職	2,151.1	4,011.4	298	523	7.22	7.67	1,998	4,301	326	678	6.1	6.3	5,803	7,060	237	370	24.49	19.08
門市人員	4,386.8	7,415.5	452	775	9.71	9.57	4,746	7,304	160	248	29.7	29.5	76	324	2,085	4,105	0.04	0.08
兼職人員(註17)	4,757.1	9,119.2	4,283	7,774	1.11	1.17	3,420.5	6,125.8	1,679	2,965	2.0	2.1	3,401	5,318	324	506	10.50	10.51
總計	12,596.1	22,978.9	5,337	9,691	27.3	26.5	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

(註17) 店舖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	2022						2023						2024					
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18)	27	27	2	2	13.5	13.5	21	21	1	3	21	16	90	330	15	45	6	7.3
防火管理人	30	42	3	6	10	7	12	12	1	11	12	7.5	42	138	4	13	10.5	10.6
急救	19	16	2	1	9.5	16	24	24	2	1	12	12	21	84	7	28	3	3
合計	76	85	7	9	32.5	36.5	57	57	4	14	45	35.5	153	579	24	88	6.3	6.5

(註18) 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。



## 3.6.2

## 傑出店長選拔競賽

TCFA傑出店長選拔對連鎖店而言是一大盛事，對代表企業參選的店長來說是肯定更是鼓勵，因此每一年度摩斯漢堡皆會派優秀店長參加比賽，為了讓這些優良店長們成為夥伴們的表率，安心食品不僅鼓勵他們參加傑出店長選拔，也規劃安排了培育課程，主要培訓的職能有兩個方向。



## 傑出店長職能培訓

## 撰寫能力訓練

如何將店長的「帶店經驗」與「店舖商圈創新的經營方法」以文字呈現是店長們比較不擅長的，除了文章和口語的表達方式不同之外，因現代人習慣使用社群軟體，傾向以片段的表達方式呈現。

## 培訓重點

我們訓練店長們先將自己的想法寫在筆記中，重新整理一次想表達的內容，再運用條列式的方式歸納整理，進而提升書寫能力。

## 表達能力訓練

「溝通」是店長非常重要的能力，如何清楚地表達自己的想法是溝通的重點。店長們平時在營運現場需要即時給予顧客回應，有時也需立即反應處理，也因此雖然平時的反應力較高，但在表達上容易因求快而表達不完整或引起誤會。

## 培訓重點

訓練的重點分為兩個部分，一是「如何將腦中的想法轉換成更容易理解並具有邏輯性的文字」；另外一項則是訓練「說故事的能力」，這不僅能讓表達內容更豐富，又能提高聆聽者接收訊息的意願，以創造更有效的溝通。

除個人職能提升之外，店舖的服務力提升也是在參選過程中相當重要，透過內部神秘客與店舖夥伴的自我的評核，找出店舖較弱項目，與夥伴共同思考如何進行調整改善，以提高商品服務品質，帶給消費者更好的體驗，讓店長與店舖能共同成長。

除了內部的課程之外，同異業的優秀店長交流的過程，則可帶給店不一樣的啟發、更宏觀的想法，店舖的經營與管理能力也更加提升。2024年摩斯漢堡共派出六位優良店長：鄭伊涵店長、陳艷鋹店長、陳佳蓋店長、林永澤店長、林韋良店長、翁惟靖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康寧店-鄭伊涵店長榮獲為2024全國商店傑出店長；及擔任摩斯咖啡大使的高雄中正店-林韋良店長運用獨特的咖啡經營心法抓住顧客的心，榮獲店務心得優異獎。

## 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
2022	6	1	0	1	0
2023	7	1	1	1	0
2024	6	1	0	0	1



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)

2024 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

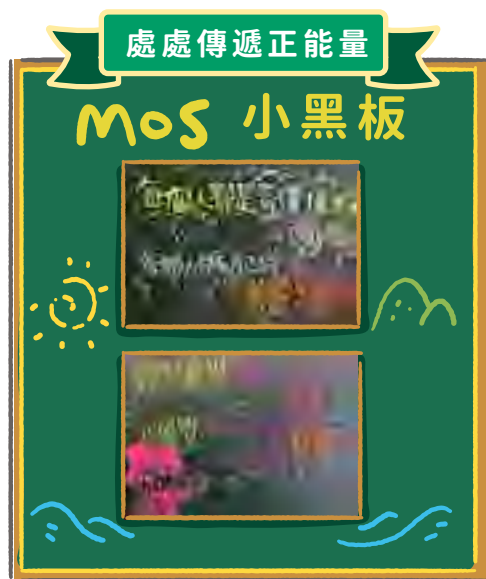
二、三樓除了提供住宿之外，也有多個交誼廳擺放休閒娛樂設施，像是健身器材、桌球室等，讓到訪的人可以自由使用。

#### 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，2024年共舉辦28場次的活動，262人參與。

月份	節慶活動	2024場次
1	安心有獎徵答活動	2
2	元宵猜燈謎活動	1
3	摩斯生日活動	3
4	地球日實果互動活動	2
5	母親節活動	4
6	端午節活動	4
7	著色活動	2
8	國際流浪動物實果	2
9	猜漢堡活動	1
10	萬聖活動	2
11	猜漢堡活動	2
12	聖誕節摺紙活動	3
合計		28



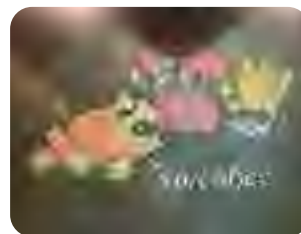
安心學院臉書粉絲專頁



安心學院端午節活動大黑板



摩斯生日活動



安心學院感恩節大黑板



猜漢堡活動



萬聖活動

## 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，成為正式員工後，亦提供天母、士東、北醫吳興、北安、林口竹林、三重、台中中港澄清等地區之宿舍，以優惠房租提供非居住縣市員工入住。安心食品計畫在2024年，持續增加各地員工宿舍，讓員工安心就業、服務大眾。



### 歷年宿舍使用情形

項目	宿舍分布		單位	2022	2023	2024
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			49	46	52
總計				138	135	141
使用對象	內部員工	安心學院	人次(註20)	544	699	848
		吉林研修中心(註19)		-	-	-
		店舖員工宿舍		378	388	355
	外部單位	安心學院	人次	644	721	1,007
		吉林研修中心		0	0	0
		店舖員工宿舍		-	-	-
總計				1,566	1,808	2,210

(註19) 僅開放內部員工受訓時臨時租借，故無統計移動率。

(註20) 住宿人次為當年度每月住宿人次的加總。

### 歷年教室使用情形說明

項目	對象	單位	2022	2023	2024
訓練教室	內部員工	人次	1,192	1,291	1,877
	外部單位	人次	1,301	1,643	2,332

### 歷年外部團體租借場地受惠人數

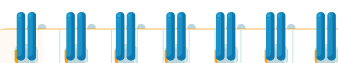
項目	活動內容	2022	2023	2024
		受惠人數	受惠人數	受惠人數
休閒空間 租借優惠	擁有舒適、寧靜的安心學院，除了內部授課及員工住宿之外，也提供合宜的價格租借給外部團體，共享資源。	1,301	1,643	2,332



## 3.8 推動安全文化建立健康職場



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管理系統，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

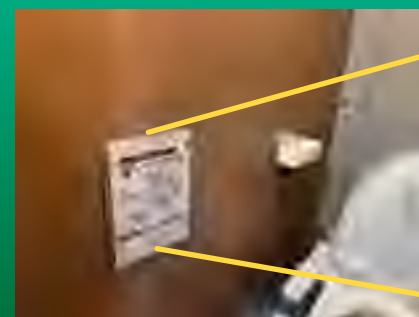
恪遵法規，教育訓練。

預防危害，持續改善。

健康促進，全員參與。

### 總部廁所牆上張貼健康知識衛教

2024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。



職業安全  
衛生巡檢

安全衛生  
教育訓練

推動安全文化  
建立健康職場

意外事件  
及傷病追蹤

健康促進  
與管理



## 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，2024年安心食品所有店鋪全數符合法定容許濃度5,000ppm以下。

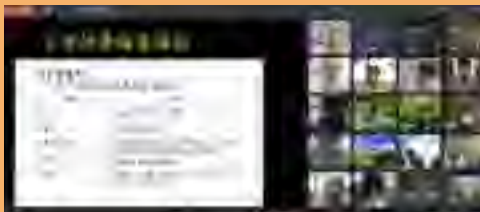
### 3.9.2 安全衛生教育訓練

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進行復工評估。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，並配合政府職安五法中，建立資料冊及實施職場不法侵害、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，2024年共舉辦了3場。因疫情影響帶來許多改變，將實體課程部分調整成線上教育訓練課程，讓更多夥伴參與課程並幫助夥伴們了解如何應變工作上的突發事件。



## 勞工健康臨場服務

2015年成立安全衛生小組至今，累計至2024年底共執行1,318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。2024年共執行216場勞工健康臨場服務。



項目	2022	2023	2024
臨場服務場次	162	216	216
參加員工人數	324	432	218

### 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，提供配合體檢時所作的過負荷問卷以外，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	2022	2023	2024
舉辦場次	10	0 <sup>(註21)</sup>	3
參加人數	558	0 <sup>(註21)</sup>	45

(註21)：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、下班交通意外事故）。

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)<sup>(註22)</sup>

年份	2022		2023		2024	
性別	男	女	男	女	男	女
失能傷害頻率	0.69	2.07	1.09	2.19	0.30	1.69
失能傷害嚴重率	25	59	17	39	4	31
職業病率	0	0	0	0	0	0
因公死亡事故數	0	0	0	0	0	0
缺勤率	0.22%	0.27%	0.09%	0.1%	0.08%	0.16%
失能傷害平均損失日數	28	36	16	18	14	19

(註22)忠孝二店陳○○發生跌倒事件，連續請假90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2024年，經復工計畫以協助員工順利復工共計34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。

### 2024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

每位員工年度健康檢查皆利用現場提供的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，進一步追蹤瞭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，包含有人因危害預防評估、過量評估量表、心情溫度計、日常健康認知、四癌篩檢需求及使用菸、檳榔、酒的狀況等等。

項目		單位	2022	2023	2024
腰圍 ( cm )	男≥110；女≥100	人	155	119	197
BMI ( kg/m*m )	≥35	人	149	163	196
血壓 ( mm-Hg )	SBP≥180；DBP≥110	人	55	54	70
膽固醇 ( mg/dL )	≥300	人	31	32	35
三酸甘油脂 ( mg/dL )	≥500	人	12	9	13
低密度脂蛋白 ( mg/dL )	≥200	人	41	34	44
麩胺酸草醋酸轉氨基酶ALT ( IU/L )	≥200	人	2	8	8
肌酸酐 ( mg/dL )	≥2.5	人	3	3	2
飯前血糖 ( mg/dL )	≥126	人	94	81	142

## 3.10.4 2024年台灣面臨多種傳染病挑戰，需要互相提醒及努力作預防

COVID-19防疫降階後，越來越多人摘下口罩，民眾對疫情逐漸放鬆警戒。然而，自2024年2月起，傷寒、麻疹、腺病毒、登革熱及流感等傳染病相繼爆發，因此仍需提升自主防護意識，加強消毒，阻斷病原傳播，確保夥伴們能在安全的環境中工作，並適時追蹤健康狀況，提供必要的協助與關懷。

## 3.11 健康促進與管理

### 3.11.1 員工健康檢查

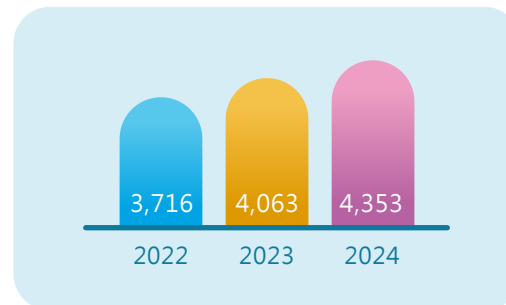
安心食品依據勞工健康保護規則及食品良好衛生規範規定，每年提供優於法規的員工健康檢查服務，內容包含餐飲業供膳體檢與一般體檢。體檢後依勞工健康保護規則的健康分級管理，針對健檢異常的項目由勞工健康服務醫師訂定健康檢查報告分級，同時進行管理及關懷，確保餐飲食品從業人員的健康狀況良好，無感染性疾病。為防止工作者有過勞的情形發生，配合職安法「過勞預防條款」(職業安全衛生法第6條第2項及第21條第1項、職業安全衛生設施規則第324條之2)的要求，雇主使勞工從事輪班、夜間工作及長時間工作，應妥為規劃並採取必要之安全措施。

2023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。

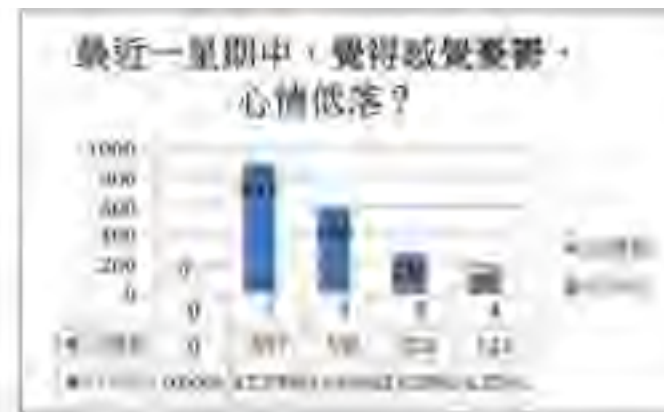
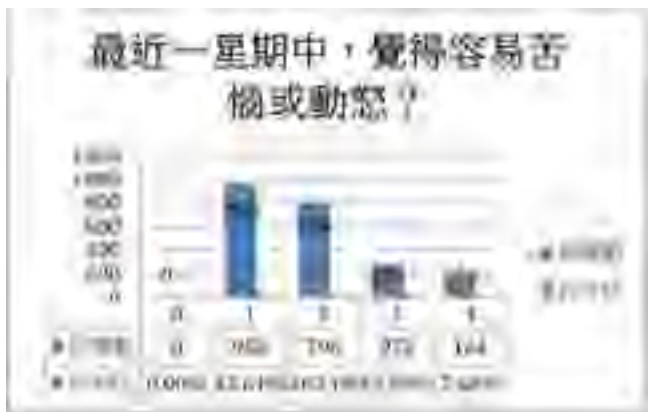
問卷調查收集資料後，進行後端的計分處理，利用Excel建檔後，建置個人化的醫師評估表單，並搭配心情溫度計(BSRS-5)進行個人整體性評估，於臨場服務現場時進行面談諮詢，如員工為需要接受專業醫師諮商或必要接受治療時，採取立即性就醫轉介之建議與協助，並安排適性配工評估計畫。(BSRS-5各題占比)

歷年員工定期健康檢查補助金額(千元)





## 員工體檢問卷內容



## 3.11.2 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。2022年COVID-19疫情仍未平息，團體活動仍無法全數辦理，我們的健康促進計畫不因此而停止，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，2025年期許朝向績優健康職場邁進。



健康職場、健康促進認證  
(111年1月1日-113年12月31日)



2024

# 年度各項健康促進活動

## 交通安全講座

4月於營運部安排交通安全講座，課程中引導夥伴認識安全騎機車的重要性，並教導正確的騎車上和行車相關規定的重要事項及相關案例分享，確保夥伴們能在職場中安心安全地工作。2024年參與人次為316人。



## 安心場所AED+CPR 急救教育訓練課程

2024年度常態急救教育訓練課程，針對總部幕僚進行初訓及回訓之教育課程，共辦理3堂課程，完訓率85%，幕僚總計92人完成訓練。



## 手工作業風 擴香乾燥花課程

手作相關的課程是近十年流行的療癒藝術之一，能幫助總部需要的夥伴，減輕壓力，親手製作一個兼具美觀與實用的工藝品，讓生活空間增添一抹自然與藝術的氣息，提升集中力與創造力。2024年參與人次共15人。



## 羊毛氈課程

為提供總部夥伴繁忙的工作中，更多紓壓養生的方法，安全衛生小組邀請專業的羊毛氈老師，學習如何運用柔軟的羊毛，製作出屬於自己的獨特鑰匙圈。不僅能夠培養耐心與創造力，還能製作出實用的生活小物，為日常生活增添一抹溫馨。2024年參與人次共12人。



## 咖啡紓壓講座

安全衛生小組會在喝咖啡之餘，安排給夥伴們認識咖啡、進而學習手沖咖啡技法，及了解喝咖啡如何搭配適合的甜點，沉浸在咖啡香氣中，進而感受到放鬆其實很簡單。2024年參與人次共20人。



# 母性保護計畫

安心食品遵守「性別工作平等法」及「育嬰留職停薪實施辦法」，提供員工育嬰留停等相關權益，員工任職滿一年，即可依規定於子女滿三歲前申請育嬰留職停薪，最長不超過兩年。

## 近三年育嬰留停申請率、復職率和留任率之統計

項目	性別	2022	2023	2024
符合申請育嬰留停之員工人數	男	6	7	10
	女	25	23	30
	總計	31	30	40
實際申請育嬰留停之員工人數	男	2	7	5
	女	11	21	25
	總計	13	28	30
育嬰留停申請率 (註23)		42%	93.3%	75%
育嬰假後預計(應該)復職之員工總數	男	2	6	5
	女	11	10	25
	總計	13	16	30
育嬰假後實際復職之員工總數	男	2	4	4
	女	4	10	15
	總計	6	14	19
育嬰留停復職率 (註24)		46%	87.5%	63.3%
前年度育嬰假後實際復職之員工總數	男	0	5	6
	女	10	13	23
	總計	10	18	29
休完育嬰假復職後十二個月仍在職之員工人數	男	2	4	4
	女	4	5	20
	總計	6	9	24
育嬰留停申請率 (註25)		60%	50%	82.7%

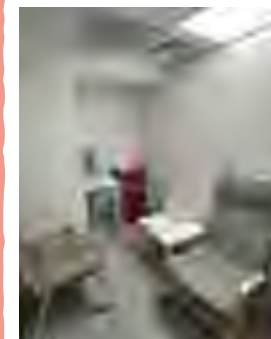
(註23) 育嬰留停申請率：實際申請育嬰留停之員工人數 / 符合申請育嬰留停之員工人數x100。

(註24) 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25) 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乳室辦法，2015年起於總部規劃設置哺乳室，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乳室評核，於2017年獲得台北市政府衛生局頒發優良哺乳室認證標章，提供安心食品員工隱密、舒適的哺乳空間，因疫情影響，續優哺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。



## 哺乳室使用心得 總公司 李OO小姐

很感謝總部的安全衛生小組提供這麼舒適的哺乳室，原本還擔心回職場後是否能繼續哺餵母乳，一來是怕麻煩，因為每天都必須帶擠乳器到公司，擠完母乳還要存放，擠乳器也必須清潔和消毒，但總部的哺乳室設備很完善，讓我能安心使用，將擠好的母乳放置在母乳專用的冰箱，也有消毒鍋可以用，真的很方便，讓我這個職場媽媽可以安心工作，同時又能順利哺餵母乳！



## 產後視訊面試

## 產後視訊面試結果通知



## 安心食品友善 職場推動計畫

2024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，我們進一步強化職場安全與員工關懷措施。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2024年度參與的公益活動和社會投資。

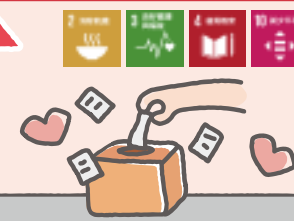
### 3.12.1 公益活動

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

安心食品長期於全台店鋪放置「發票及零錢捐贈箱」，讓顧客自由捐贈發票或零錢，消費者也可透過「愛心碼101」捐贈電子發票給勵友基金會，也可直接使用摩斯卡消費綁定電子發票捐贈。



#### 產出

勵友基金會於2024年在全台摩斯漢堡設置「發票捐贈箱」，共兌獎募集385仟元，「零錢捐贈」則募集413,365元。這些善款用於支持勵友中心1184位兒少及其家庭的服務，提供他們必要的資源與幫助。服務內容涵蓋多個面向，包括：

- 1 關注弱勢兒少的需求，致力於提供平等的機會與資源，幫助他們克服逆境。其中，兒少生活扶助費共幫助219人次，補助內容包括醫療費、急難救助、自立少年的過年紅包，以及經濟弱勢家庭所需的日用品、托育費等。
- 2 基金會每週四於兒少關懷據點（大橋據點及新興據點）提供課後餐點服務，目前服務約50位孩子。
- 3 為豐富兒少的成長經驗，基金會也舉辦多元學習活動，包括登山、露營、單車等戶外探索活動，以及手遊比賽、職人講座等不同類型的學習體驗，服務人次達234人次。此外，還舉辦了14場桌球學習活動、17場籃球學習活動、6場電競學習活動，以及戲劇、桌球、烹飪等各類學習活動，累計總服務人次超過1,000人次。
- 4 除了多元學習以外，基金會也安排課業輔導老師，透過補救教學與陪伴，協助學習低成就的兒少。同時，針對曾經歷創傷或情緒不穩定的兒少，透過整復、按摩及瑜珈等身心照顧方式，幫助他們學習關注自己的身體狀況，並透過練習舒緩情緒，以提升社會適應能力。共服務148人次。

#### 影響

- 1 生活扶助費為面臨突發困境的家庭提供即時援助，不論金錢、物資或心理支持，都幫助他們緩解經濟壓力，保障基本生活需求，並減輕照顧者的心理負擔。對遭遇疾病的家庭而言，醫療補助能支持其積極治療早日康復。
- 2 不僅滿足孩子們的基本營養需求，保障身體健康，也創造了一個安全的學習環境，提升教育公平性。支持弱勢兒少發展，減少家庭對其健康與教育的影響，幫助青少年在娛樂休閒中學習新技能，探索職涯發展。
- 3 幫助青少年在娛樂休閒中學習新技能，探索職涯發展。
- 4 讓兒少能學習關注身體，及練習回到當下，舒緩情緒不穩定，以恢復社會適應功能。針對曾經歷創傷事件，且目前生活有身心不穩定的兒少，透過身體照顧的方式關注其健康與福祉。



## 物資捐贈

## 投入

2024年店舖舉辦共7場



## 1 沐馨實(食)物銀行

地點：斗六店時間：2024年8月1日～2024年8月23日內容：雲林縣是全台年輕人外流最為嚴重的鄉鎮，居民為多年長者，在沒有年輕人可以照顧的狀況下，店舖希望透過物資捐贈活動幫助到他們。

## 2 華山基金會

地點：斗六店時間：2024年8月1日～2024年8月23日內容：和華山基金會一同參與公益棒球比賽活動，募集大家的愛心金點，並兌換摩斯經典紅茶，提供華山基金會在棒球比賽當天義賣。

## 3 陪伴孩子好好長大

地點：家扶基金會 南高雄家扶中心參與店舖：高雄中正店時間：2024年8月5日～2024年8月25日內容：由店舖舉辦物資捐贈活動。

## 4 天主教 安仁家園-摩斯金點贈餐

地點：安仁家園-嘉義縣六腳鄉蒜東村272-1號參與店舖：嘉義店時間：安仁家園-嘉義縣六腳鄉蒜東村272-1號內容：和店舖夥伴發起與顧客一起提供摩斯會員卡的點數，兌換商品提供給機構兒童們。

## 5 等家寶實-安心蔬果贊助

地點：等家寶實社會福利協會-台北市大安區 仁愛路四段85號6樓參與店舖：嘉義店時間：2024年8月4日～2024年8月20日內容：邀請大家參與水果箱的捐款，讓協會與台灣友善環境的小農把最新鮮的水果送到所需要的單位，保障育幼院孩子們的營養健康。

## 6 募集愛心「世界展望會」

地點：摩斯漢堡康寧店參與店舖：康寧店時間：2024年8月16日～2024年8月23日內容：透過募款提供兒童均衡又穩定的餐食，改善兒童生活照顧及學習。

## 7 傳遞幸福「伊甸基金會」

地點：伊甸基金會參與店舖：康寧店時間：2024年8月26日內容：藉由「飲食帶給人幸福」的理念，號召店舖夥伴募款並製作愛心餐點送至伊甸基金會，讓身心障礙朋友在享用餐點時感受到溫暖與幸福。

## 產出

- 1 捐贈一批物資給予沐馨服務協會。
- 2 邀請大家一同參與捐贈金點，並於活動結束後，由斗六店提供摩斯紅茶給華山基金會於公益棒球賽活動義賣使用。
- 3 捐贈8盒咖哩包、48罐豆奶和24瓶礦泉水給「台灣兒童暨家庭扶助基金會」的夥伴們。
- 4 和店舖夥伴發起與顧客一起提供摩斯會員卡的點數來兌換商品提供給機構兒童們。
- 5 捐贈水果6箱(共30斤)給「等家寶實社會福利協會」。
- 6 共捐贈2,000元給台灣世界展望會。
- 7 號召店舖夥伴共同募集金點兌換，並親手製作愛心餐點送到伊甸基金會。

## 影響

- 1 店長透過募捐活動，體驗到了社服單位的辛苦，未來也會在店舖持續落實公益活動，幫助更多需要幫助的人。
- 2 店舖透過海報、文宣幫忙宣傳活動，讓公益活動更快地把訊息傳播出去，也可以讓更多人參與公益活動。
- 3 透過及時的幫助與溫暖的關懷，讓大家更關注兒少議題，為社會上弱勢的兒童盡一份心力。
- 4 透過活動讓因為家庭問題被迫到機構的兒童們能感受到溫暖與人情味，同時讓夥伴們更重視弱勢兒童。
- 5 透過此次活動，能夠持續吸引更多參與，改善育幼院孩子的生活品質，同時支持環保及友善農業的發展，帶來正向的社會與環境效益。
- 6 台灣許多經濟弱勢家庭的兒童面臨三餐不足與營養缺乏，這次募款旨在提供他們均衡穩定的餐食，改善生活與學習條件。希望透過傳遞此活動，讓更多人為這些孩子盡一份心力。
- 7 伊甸基金會致力於服務弱勢族群，提供身心障礙朋友各項社會福利，店舖透過活動讓夥伴們能夠關注弱勢族群。





## 捐血活動

### 投入

2024年店舖舉辦共5場



#### 1 捐血小舉動～讓愛無限放大

參與店舖：斗六店

舉辦時間：2024年8月23日

#### 2 熱血青年捲袖口

參與店舖：高雄五甲二店

舉辦時間：2024年8月26日

#### 3 逗陣來捐血

參與店舖：高雄中正店

舉辦時間：2024年8月25日

#### 4 捐血一袋 救人一命

參與店舖：羅東車站店

舉辦時間：2024年8月16日

#### 5 愛在捐血

參與店舖：康寧店

舉辦時間：2024年8月14日



### 產出

至5家捐血地點捐血

- 1 雲林捐血站
- 2 高雄捐血中心-五甲捐血室
- 3 高雄捐血中心-捷運鳳山捐血室
- 4 羅東捐血車
- 5 汐止捐血室

### 影響

讓店舖夥伴了解「一個小小的善舉，就可以幫助他人」，而捐血就是我們可以貢獻社會的選項之一。



## 關懷長輩

### 投入

2024年店舖舉辦共3場



#### 1 關懷老人送溫暖

地點：愛耆扶慈善關懷協會

參與店舖：高雄五甲二店

時間：2024年7月16日～8月14日

內容：為讓獨居老人能夠補充營養補充體力吃的開心，店舖募集咖哩包與豆奶等比較好保存的食物，讓長輩們在需要時可以補充能量。

#### 2 重陽節感恩茶會

地點：羅東車站店

參與店舖：羅東車站店

時間：2024年10月17日

內容：與華山基金會一同舉辦「重陽節感恩茶會」，邀請高齡獨居老人一起參與漢堡製作的活動，陪伴長輩們一起歡度佳節。

#### 3 「蒟」杯慶祝，父親節快樂

地點：羅東車站店

參與店舖：羅東車站店

時間：2024年7月1日～2024年8月5日

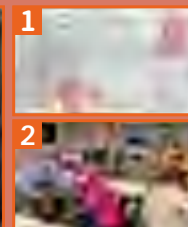
內容：店長希望華山基金會的弱勢長輩們也可以過個開心的父親節，因此主動聯繫華山基金會，並號召店舖夥伴和顧客一同共襄盛「蒟」、齊送愛心，將捐贈的蒟蒻——親自送至長輩家中。

### 產出

- 1 捐贈豆奶8箱、咖哩包6箱
- 2 與華山基金會一同舉辦「重陽節感恩茶會」
- 3 至華山基金會舉辦父親節活動

### 影響

- 1 因現今社會人口老年化，有許多獨居老人。希望透過愛耆扶慈善關懷協會，讓店舖夥伴及更多的顧客為社會貢獻一點心力。
- 2 夥伴們在過程中發現與長輩交流是一件很有趣的事情，透過活動的寓教於樂，讓長輩們吃的健康也玩得開心。
- 3 讓長輩們能在父親節時，享用店舖夥伴和顧客們的心意，過一個甜蜜的父親節。



## 關懷弱勢

### 投入

2024年店舖舉辦共1場

#### 傳遞手心溫度-暖心手作贊助

地點：嘉義家扶朴子服務處-嘉義縣朴子市祥和二路西段2號3樓

時間：2024年8月4日~2024年8月24日

內容：店長於暑假期間在店舖號召募款，邀請手作老師一同前往家扶中心，與弱勢家庭的小朋友一起同樂體驗DIY韓國毛料娃娃，邊玩邊學，激發創意、專注力和想像力，讓小朋友們製作屬於他們獨一無二的毛料娃娃。

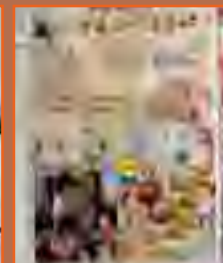


### 產出

前往嘉義家扶朴子服務處一同體驗DIY手作活動。

### 影響

透過關懷弱勢的活動，希望夥伴們在工作時，不忘實踐摩斯漢堡的經營理念-「貢獻人類、貢獻社會」，並有意識地關懷弱勢族群，讓社會更趨和諧。



## 關愛動物

### 投入

2024年店舖舉辦共2場

#### 1 浪愛集食 讓愛延續

地點：高雄五甲二店

時間：2024年7月1日~7月31日

內容：店長有在養流浪貓，也當中途之家，希望可以透過捐贈飼料活動，以FB、店舖海報宣傳方式讓更多顧客，加上店舖夥伴一同發揮愛心，讓更多的流浪動物可以飽餐一頓，讓愛延伸到更多地方。

#### 2 浪愛、集食！

地點：高雄中正店

時間：2024年8月5日~2024年8月25日

內容：店長有養動物，在新聞上常見許多愛心媽媽為了流浪的毛小孩們而努力，希望透過這次發起的募捐，讓大家一起為毛小孩們貢獻一份心力。

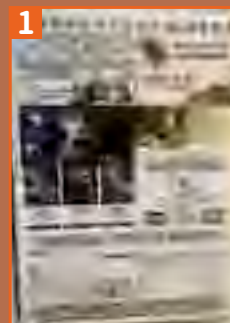


### 產出

- 1 共募集10,000元，捐贈給「浪愛集食」單位。
- 2 共募集4,000元，捐贈給「浪愛集食」單位。

### 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。



## 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**26,855**位，累積活動獎品金額**734**仟元。

### 投入

2024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繪畫活動，繪畫活動完成後，可至摩斯漢堡兌換市價50元的中杯摩斯咖啡一杯。



### 產出

- 2024年當年兌換及享有活動優惠之總人數為**4,181**人<sup>(註26)</sup>。
- 截止2024年，活動獎品累積總金額**734,195**元。



### 影響

參與人數較2023年增加**1,052**人，社會影響力較2023年成長**33.6%**。



(註26)查因2022年和2023年參加活動人數有誤，故今年度重新計算和修正。

### 3.13.2

## M O S 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2007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

內容：(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

方法：正確的食物觀念，並增進親子情感。

(1) 於門市舉辦食農活動，一場約1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**18**年。

2015年起累積參與人數超過**26,166**位。

2024年舉辦超過**19**場食育活動、花費超過**38**小時，參與人數共**851**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



康寧店



東興店



宜蘭新月店



花蓮中山店



羅東店



基隆深美店



基隆長庚店



# M O S 藝文活動

## 3.13.2.1 MOS藝文塾

摩斯漢堡秉持「山、海、日」(Mountain、Ocean、Sun)的大自然精神，重視文化傳承與藝術交流。2022年，摩斯於西門成都店全新打造「摩斯藝文塾」——一個融合多元藝術的空間。這裡結合音樂、繪畫、手作等豐富的藝文活動，讓藝術透過鄰里的摩斯漢堡融入顧客的日常生活。此外，摩斯更與甜豌豆五鋼琴重奏樂團攜手合作，在全台展開公益演出，讓顧客在摩斯享用美食的同時，也能感受味覺、聽覺與視覺交織的多重感官饗宴。



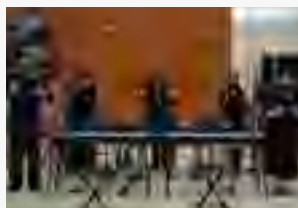
門市場地租借洽詢



### 摩斯漢堡攜手甜豌豆五鋼琴重奏樂團巡演打造音樂饗宴

活動地點：林口長庚醫院、陽明醫院、台中榮民總醫院、馬偕醫院中山院區

活動內容：摩斯攜手台灣創藝產業發展基金會與甜豌豆五鋼琴重奏樂團合作巡迴演出，以公益形式至醫療機構舉辦小型音樂會，將「美食、藝術、音樂、人文」串聯，透過品味摩斯漢堡美食和鑑賞藝術，營造有文藝氣息的質感生活。



2024.04.09  
林口長庚醫院演出



2024.04.10  
陽明醫院演出



2024.04.11  
台中榮民總醫院演出

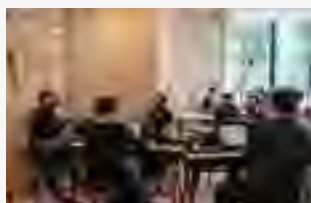


2024.04.17  
馬偕醫院中山院區演出

### MOS嘉義新民店音樂會

活動地點：摩斯漢堡嘉義新民店

活動內容：摩斯與台灣創藝產業發展基金會攜手合作，舉辦公益音樂演出，打造結合音樂與美食的饗宴，讓顧客在溫馨用餐的同時享受美妙樂曲。



2024.08.01

### MOS台南西門店音樂會

活動地點：摩斯漢堡台南西門店

活動內容：為店內用餐的顧客帶來全新的感官體驗，並邀請里長與居民共同品味藝術與美食。

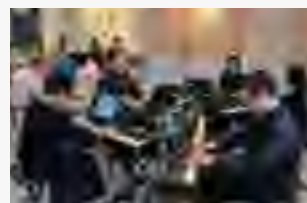


2024.08.31

### MOS台南北安店開幕音樂會

活動地點：摩斯漢堡台南北安店

活動內容：徐錦東團長帶領甜豌豆五鋼琴重奏樂團於台南北安店公益演出，台南市議會郭信良議員、周麗津議員、陳怡珍議員、李中岑議員等貴賓皆蒞臨共襄盛舉。

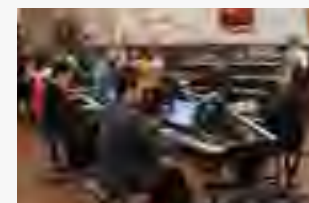


2024.09.01

### MOS台藝大店、康華店巡迴演出

活動地點：摩斯漢堡台藝大店、康華店

活動內容：MOS攜手甜豌豆五鋼琴重奏樂團，由徐錦東團長帶領至台藝大店與康華店演出，帶來溫馨音樂饗宴，邀請里民共賞美妙旋律。



2024.12.28



# 4 盡責治理 永續經營



股東 • 政府機關 • 員工 • 供應商 • 顧客

## 4

## 管理方針



## 公司治理

## 對安心的意義

面對越來越多變的經營環境，無論是天然災害、氣候變遷、貿易壁壘等因素，任何一個環節的問題都可能造成經營上的重大影響。企業唯有透過不斷強化公司治理的成效與應變力、恢復力，才能正面迎接任何挑戰。

## 政策與承諾

為深化安心誠信經營的企業文化及健全發展，提升經營績效，建立良好的商業運作架構，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」，確保安心永續經營。



## 商品與服務創新

## 對安心的意義

以誠信態度為基本，秉持「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念，不斷推出創新商品與全新服務，提供消費者健康安心的餐點、便利優質的服務，不斷創造品牌新價值。

## 政策與承諾

致力於提供健康安全的食品給消費者，以「安心安全有信心，健康美味很用心，客人滿意又放心」為宗旨，同時提供創新優質服務，持續導入新科技應用，提升顧客消費新體驗。



重大主題		績效衡量指標	2025年目標	2024行動計畫	2024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	<ul style="list-style-type: none"> <li>涉及經營團隊與董事成員變動需於事實發生日2日內完成資料更新。</li> <li>召開法人說明會。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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&amp;利害關係人專區維護。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過電話及電子郵件回應投資人及分析師提問2件。</li> <li>召開2次法人說明會。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續與投資人保持良好溝通關係。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
		公司治理提升	<ul style="list-style-type: none"> <li>治理評鑑排名維持前5%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完成公司治理評鑑自評作業，檢視未得分題目進行改善。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第十屆公司治理評鑑排名6~20%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
		落實董事會、股東會運作制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事會全年召開6次。</li> <li>每年5月召開股東常會。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期召開董事會。</li> <li>每年5月召開股東常會。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年度總共召開10次董事會，決議40件議案。</li> <li>2024年度召開 1 次股東常會，決議3件議案（報告事項4案、承認事項2案、討論事項1案）。</li> <li>2024年度召開 1 次股東臨時會，決議1件議案（討論事項1案）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續落實董事會、股東會運作。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
		落實功能委員會運作制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>9大功能委員會，全年召開35次。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>採購委員會召開5次、展店委員會召開8次，其餘委員會視情況召開；平均每年至少召開2次。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年度9大功能委員會總共召開38次。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續落實功能委員會運作。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
		持續新展店與續約既有店，擴大市場占有率	<ul style="list-style-type: none"> <li>因應商圈移轉，店鋪體質調整(汰弱換新)。</li> <li>增加醫院商店街、科技廠區店。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極於中南部空白區域佈點展店。</li> <li>雙北區域進行店質改善，配合商圈進行重新分配。</li> <li>得來速類型DT展店。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>截至2024年底總店數為303店。</li> <li>以提升獲利為主要目標，關閉南港車站店、三重重新店、格致店、福林店、台中老虎城店、木柵動物園店及台中東海店等營運效益較低的店鋪，有效降低公司虧損。</li> <li>針對獲利較高之科技園區進行商圈盤點並積極洽談設點，已成功進駐南科、新竹台積電等重點區域。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>
		會員關係經營	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升會員數，透過專屬活動/服務帶動回客及營業額。</li> <li>提升數位使用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每季會員回饋、專屬抽獎活動、年度獨享商品。</li> <li>會員獨享服務-安心取活動、座位點餐、每月新品搶先活動。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年會員數突破165萬(手機號碼驗證有效會員)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續深耕會員經營，與會員維持良好互動。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>



重大主題		績效衡量指標	2025年目標	2024行動計畫	2024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	<ul style="list-style-type: none"> <li>共創品牌價值及顧客滿意的消費體驗。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>點餐/支付方式多元化。</li> <li>服務創新-社區互動活動規劃。</li> <li>環境體驗-在地元素及季節性布置/閒置空間再利用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開放LinePay/街口/悠遊付。</li> <li>KIOSK擴大安裝，提供便利快速的點餐體驗。</li> <li>社區互動：舉辦食育活動、就業服務研習活動。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續與投資人保持良好溝通關係。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	商品與服務創新	商品上市計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>50項新商品上市。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年推出55項新商品。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依年度商品計畫進行。</li> <li>透過自有食品加工廠，開發更具商品及價格競爭力的商品。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據消費者需求及市場分析，開發新商品回應市場變化。</li> <li>開發食品加工廠供應外部通路的產品。</li> </ul>
		在地食材使用	<ul style="list-style-type: none"> <li>預估開發 4 ~ 6項。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依商品年度計畫安排。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年推出15項商品。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依年度商品計畫安排。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各類別商品皆有使用米原料的品項。</li> </ul>
		顧客滿意	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客滿意度 &gt; 86分。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年皆達成目標，平均分數88.39分。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續提升顧客滿意度。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
		顧客抱怨	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客抱怨率 &lt; 0.001%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客意見聯繫/處理與追蹤。</li> <li>即時/定期彙整顧客意見於雲端系統。</li> <li>提報相關單位研擬。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年平均抱怨率：0.014%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續降低顧客抱怨率。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
		神秘訪客	<ul style="list-style-type: none"> <li>神秘訪客評分 &gt; 90分。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>執行神秘訪客稽核。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年Q1~Q3皆達成目標，全年平均分數89.86分。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續落實神秘訪客稽核制度。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立完善的神秘訪客稽核制度，持續追蹤店鋪服務品質，提供持續改進的參考依據。</li> </ul>

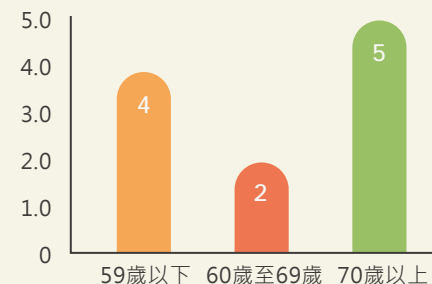
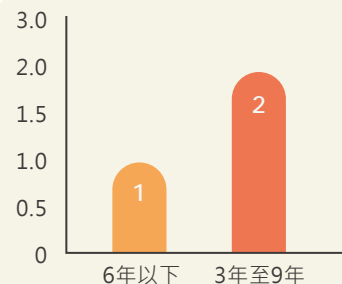
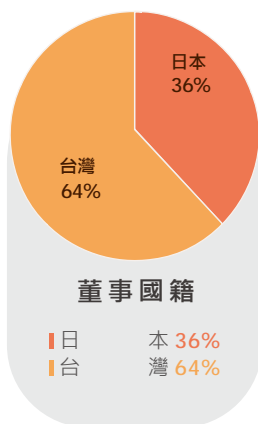
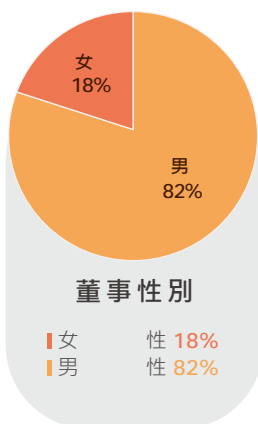
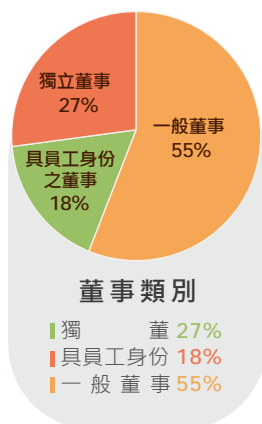
## 4.1 盡責治理

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



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席日籍董事占全體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、高順興董事、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2024年共召開10次董事會。



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2024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。2024年2月27日，薪酬委員會彙總分析評鑑結果並審議後，於2024年2月29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

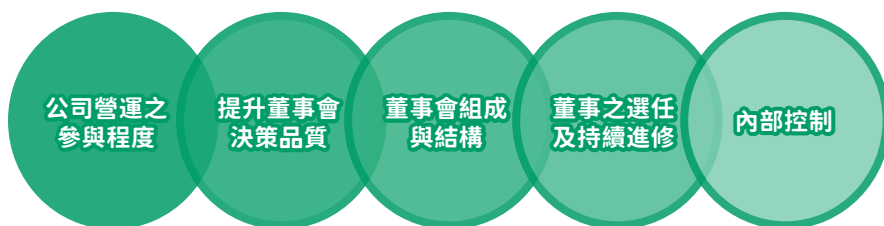


股東會  
議事規則

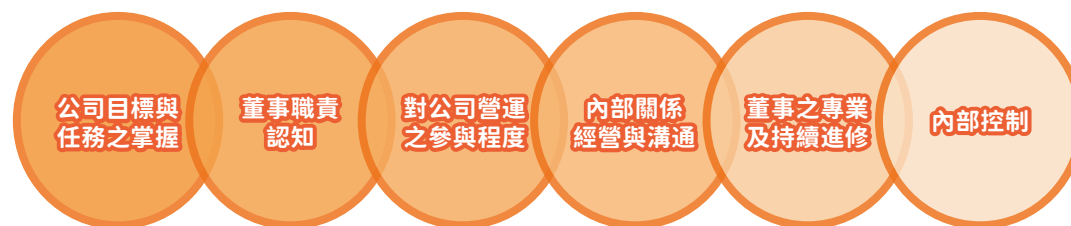


內部重大  
資訊處理  
作業程序

## 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。2024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	2022	2023	2024
董事長	黃茂雄	小時	9	6	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	(註1)	6	6
	瀧深淳	小時	6	6	6
	平林篤	小時	(註2)	(註2)	12
	福光昭夫	小時	6	6	6
獨立董事	劉維琪	小時	6	9	6
	賴瑟珍	小時	6	6	6
	龔仁文	小時	6	6	6

(註1) 2023年5月30日始擔任董事。

(註2) 原董事為平山美夫先生，俟於2024年4月1日改派平林篤先生擔任董事。

## 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。2024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2024年目前為止當年度新增總進修人數為25人，總時數達28小時以上；法令遵循與宣導講座由法務主管對總部同仁進行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等等，總進修人數為54人，總時數114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2024年11月8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

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），對於檢舉人身分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。

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

#### 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  
3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 風險管理

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。

#### 4.2.3 功能性委員會



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	2022		2023		2024	
				召開次數(次)	出席率(%)	召開次數(次)	出席率(%)	召開次數(次)	出席率(%)
環境	ESG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	100%	2	75%	2	75%
	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。	7	100%	6	100%	8	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%	3	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	79%	2	92	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。	11	95%	7	93%	5	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。	11	100%	6	100%	9	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。	5	100%	2	100%	4	100%
	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	100%	2	75%	3	100%

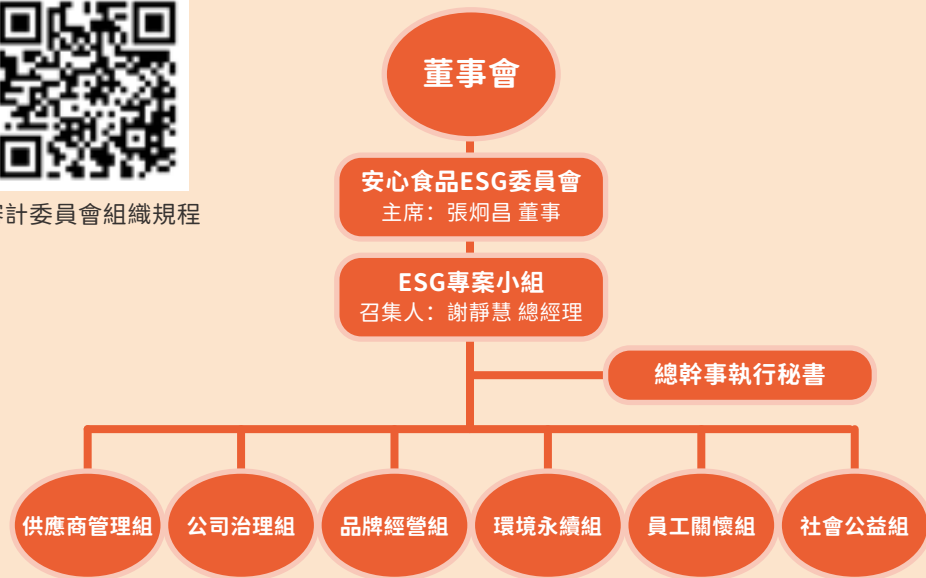
## ESG委員會

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2021年間更名為ESG委員會，並下設ESG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，ESG委員會每年至少召開2次會議，2024年全體委員平均親自出席率為100%，共討論11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ESG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。

2024年度共召開2次ESG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2024年8月9日召開之董事會進行ESG永續報告，就經營部門所提出之各項永續議題討論，並擬定未來策略。



審計委員會組織規程



## 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」，2024年審計委員會已召開9次，出席率達100%，並共審議28項相關議案。

# 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，2024年度薪酬委員會召開3次會議，全體委員平均親自出席率為100%，共討論8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。2024年度董事酬金較2023年度略有增加，惟因2024年稅後淨利較2023年減少，導致2024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<sup>(註2)</sup>、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	2022	2023	2024
董事酬金	報酬(A)	仟元	11,241	9,957	10,176
	退職退休金(B)	仟元	-	-	-
	董事酬勞(C)	仟元	6,475	7,723	2,927
	業務執行費用(D)	仟元	1,205	1,197	1,767
	A、B、C及D等四項總額占稅後純益之比例(%)	%	14.54	11.27	22.42
兼任員工領取相關酬金	薪資、獎金及特支費用(E)	仟元	4,699	5,227	5,565
	退職退休金(F)	仟元	108	108	180
	員工酬勞(G)	仟元	162	202	140
	A、B、C、D、E、F及G等七項總額占稅後純益之比例(%)	%	18.36	14.58	31.29



### 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	2022	2023	2024
薪資(A)	仟元	8,080	7,789	4,288
退職退休金(B)	仟元	216	216	184
獎金及特支費等等(C)	仟元	964	1,948	948
員工酬勞金額(D)	仟元	381	202	227
A、B、C及D等四項總額占稅後純益之比例(%)	%	4.71	6.06	8.51

### 董事、總經理及副總經理等酬金

職稱	單位	2022	2023	2024
董事酬金總額	仟元	18,921	18,877	14,870
董事酬金總額占稅後純益比例	%	14.54	11.27	22.42
總經理及副總經理酬金總額	仟元	9,641	10,155	5,647
總經理及副總經理酬金總額占稅後純益比例	%	7.41	6.06	8.51

### 經理人之員工酬勞

職稱	姓名	單位	2022	2023	2024
總經理	謝靜慧(註3)	仟元	-	-	285
會計主管	廖倩櫻	仟元	-	-	
總經理	高順興(註3)	仟元	601	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	0.14	0.43

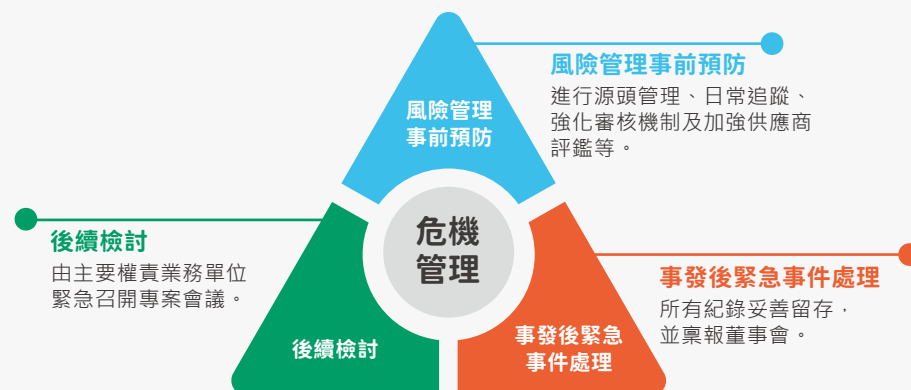
(註3) 總經理原由高順興君擔任，俟於113/5/10經董事會決議改由謝靜慧君擔任。

### 員工與董事酬勞

職稱	單位	2022	2023	2024
員工酬勞	元	3,237,613	2,896,390	1,463,610
董事酬勞	元	6,475,228	7,723,706	2,927,220

## 4.2.4 危機管理

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

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

## 4.2.5 與公協會組織

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2024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 占有之席位列	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>傳播內部稽核之理論與實務。</li> <li>促進國內內部稽核制度之健全發展。</li> <li>協助企業及機關團體改進經營管理制度。</li> </ul>	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、林建元 董事擔任理事
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	林建元董事長擔任 常務理事
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

## 4.2.6 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。2024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	2022	2023	2024
創新服務	創新研發、創新服務計畫	仟元	45	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	2,870	2,466	1,664
在地農產推廣	特色米糧亮點產品量產推動計畫	仟元	0	952	952.38
政府紓困	新冠疫情衝擊產業紓困振興措施	仟元	24,722 <sup>(註4)</sup>	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	27,637	4,604	2,883

(註4)2022年度的因數字有誤，故於此版修正。

## 4.2.7 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2024年無違反經濟法規之案件

## 4.3 商品創新

近年來，新冠疫情的衝擊、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。面對不斷變化的市場，我們將持續學習新知、靈活應對挑戰，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。

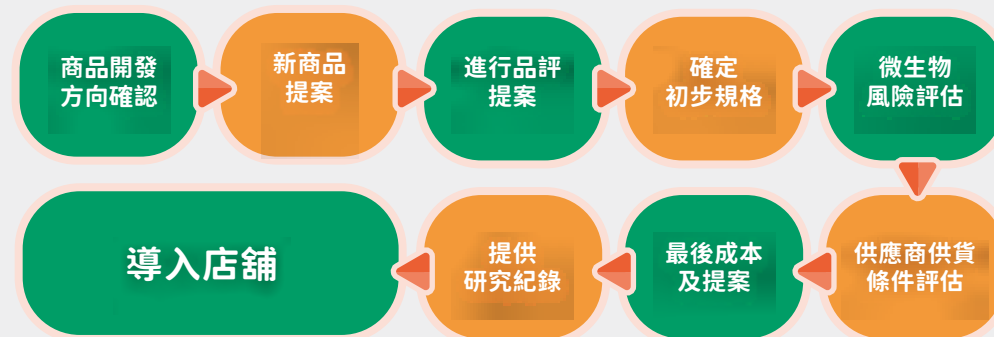
2024年，安心食品將以消費趨勢為核心，聚焦擴大在地食材運用、滿足特殊飲食需求、推動環境友善等方向，讓市場趨勢與消費者需求深植於商品特色之中。同時，我們將進一步強化永續發展理念，落實環境友善與健康飲食的承諾，提供對人與地球皆友善的產品。在研發投入方面，2024年共計投入673萬元，2025年則規劃投入約677萬元，並將視營運狀況保持穩健成長，以穩固市場定位，確保品牌的長期競爭優勢。

### 每年投入之研發費用

年度	單位	2022	2023	2024
研發費用 <sup>(註5)</sup>	仟元	6,670	6,700	6,730
合併營收淨額	仟元	5,725,450	5,993,760	6,045,581
研發費用占合併營收比例	%	0.12	0.11	0.11

(註5) 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。

### 新商品開發流程



### 4.3.2 新商品銷售



2024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」、「滿足特殊飲食需求」、「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，並透過專家講座汲取專業見解，作為內部研發的重要依據。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：

#### 商品開發課

- 新商品設計定案完成。

#### 商品開發課

- 教導營業訓練課學習新商品(包含商品特色、食材說明、食材克數練習、製作等)。

#### 營業訓練課

- 編輯教材，包含手冊、教學影片等。
- 將新商品的正確操作步驟、重點、商品知識，編輯成內部夥伴學習之教材。

#### 營業訓練課

- 教導營運區域主管學習新商品。
- 新商品導入課程內容：課程說明、食材克數練習、商品製作。

#### 營運區域主管

- 教導區域店經理學習新商品。
- 規劃各區域新商品導入課程。

#### 店經理

- 執行各店鋪新商品導入課程、新商品上市前之準備。

#### 新商品導入之線上課程



摩斯漢堡秉持著「做出美味商品，讓人品嚐後會心一笑」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。2024年度，共有338人接受新商品導入課程訓練。同時，營業訓練課程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	2022					2023					2024				
	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	23	3,971	3.6%	328,322	5.5%	28	4,685	4.1%	467,515	8.0%	25	4,242	3.7%	432,889	7.3%
點心類	11	3,331	3.0%	198,405	3.3%	7	3,853	3.3%	223,634	3.8%	16	1,986	1.7%	112,077	1.9%
湯飲類	18	1,227	1.1%	78,139	1.3%	16	832	0.7%	56,719	1.0%	20	1,777	1.5%	114,430	1.9%
其他類	41	158	0.1%	38,579	0.6%	48	158	0.1%	16,450	0.3%	69	307	0.3%	43,424	0.7%
總計	93	8,689	7.8%	643,446	10.8%	99	9,528	8.3%	764,318	13.0%	130	8,311	7.2%	702,819	11.8%

## 4.4 顧客意見管理

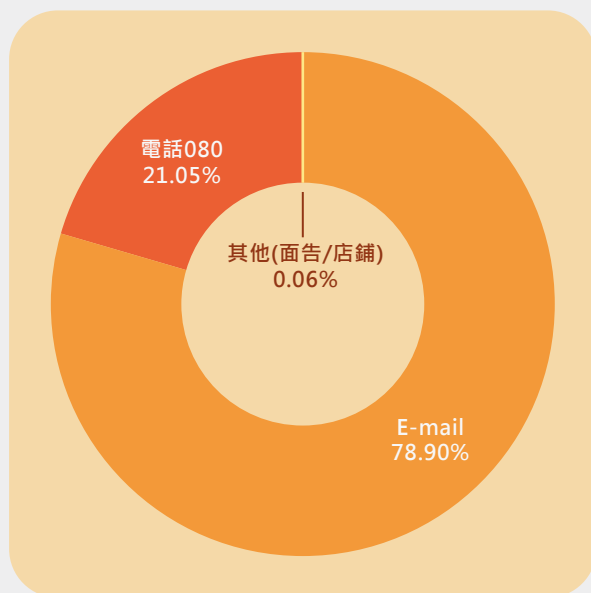
顧客意見的回饋有助於審視並改善我們的商品及各項服務，我們將顧客抱怨視為寶貴的資訊。透過顧客意見可以得知顧客的需求意向，讓我們更加了解並掌握門市的營運現況，同時透過與顧客溝通，建立良好的顧客關係。長年來，我們提供顧客多元化的意見回饋管道，如官網的顧客意見信箱、MOS Order APP、0800電話專線、Call Center、顧客滿意度問卷、官方社群平台等，安心食品建立了完善的顧客意見處理流程，針對消費者意見回饋事件，我們皆妥善判別問題所在及責任歸屬，並透過資訊系統的記錄存檔，要求相關部門進行改善檢討，希望能在最快的時間內，解決顧客問題，除了保障顧客的權益外，同時也讓我們持續的進步。

年份	件數
2022	19,660
2023	16,185
2024	16,203

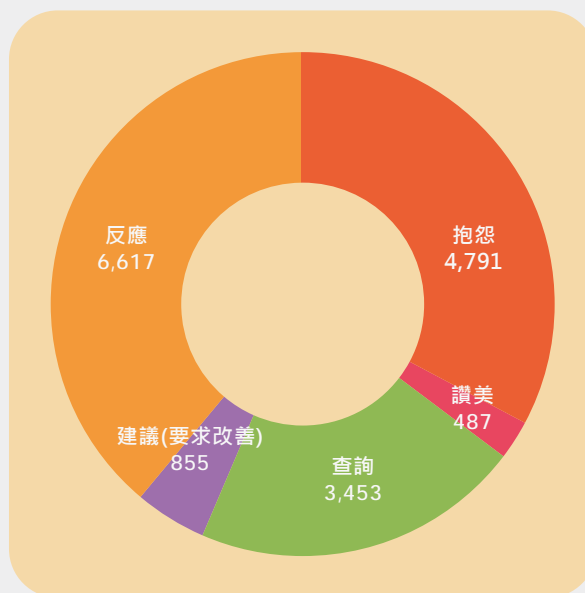
歷年顧客意見統計



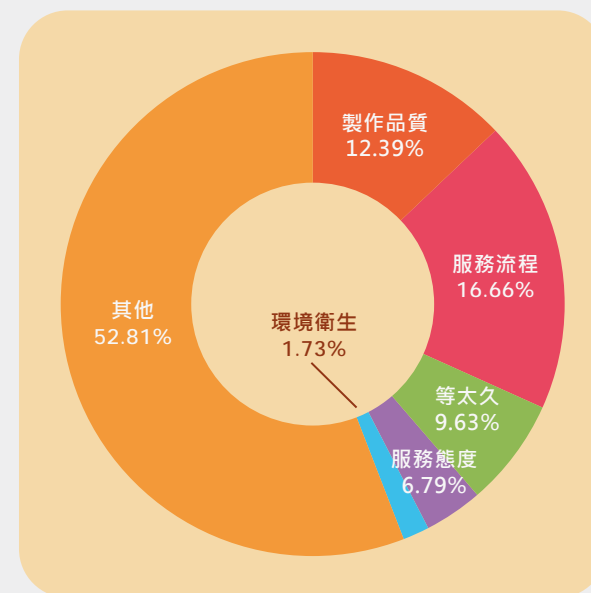
安心食品在2024年一共接獲16,203件顧客意見，較2023年度(16,185件)增加21件，顧客意見來源管道主要有六類，其中以官網信箱(78.9%)為最多，其次為0800電話專線(21.05%)；顧客意見類別經由系統化建置區分為五種，其中的抱怨意見類別主要以「服務流程/態度」(16.66%)、「製作品質」(12.39%)、「候餐久等」(9.63%)等項目占比最高，安心會將這些抱怨意見提供給營運端，要求檢討並提出改善對策，最後再經由單位主管確認後進行結案。安心食品重視顧客的反饋意見，對於顧客的投訴，我們始終秉持著積極處理的態度，旨在改善服務並解決問題，盡力滿足顧客的需求。為了持續提升服務品質，我們也會將實際發生的案例與店舖夥伴分享、討論，避免相同情況再次發生，進而提升整體門市的服務水準，以提高顧客滿意度。



2024年顧客意見來源占比



2024年顧客意見類別分布



2024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。

2024全年度延續線上問卷形式，透過門市海報文宣物以及交易發票明細上的QRcode，顧客只要使用手機進行掃描，就可連結至線上填寫滿意度問卷，並結合行銷活動推廣舉辦抽獎回饋活動，促進顧客填寫意願，並每月於官網頒布中獎公告。藉此除了可獲得數量更多的回覆件數，進而提升問卷的信度與效度之外，更能減少紙張的印製，為地球環境保護盡一份心力，2024年全公司的每月顧客滿意度總平均皆達標。如有連續3個月未達標準的店舖，公司內部會開出「異常處理單」，要求店舖進行改正措施。



### 4.5.1 顧客意見資料定期清除

安心食品訂定隱私權政策及嚴格的內部流程與規範，除此之外，由線上所蒐集之顧客問卷資料，上方載明僅供安心食品分析用途，並由顧客服務課每月定時清除線上已屆保存3個月的「顧客滿意度調查資料」，並於每次刪除後逐一記錄於「顧客滿意度調查資料刪除紀錄表」，以確保顧客個資已確實刪除。

接獲與個資相關的顧客抱怨案件

0件

### 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QRcode，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



線上顧客滿意度問卷調查活動中獎公告

年份	顧客意見卡	平均
2022	164,172份	88.53分
2023	153,045份	88.17分
2024	139,425份	88.39分

#### 歷年問卷資料個資相關的顧客抱怨案件數

年份	件數
2022	0
2023	0
2024	0



隱私權聲明

## 4.6 年度服務楷模夥伴

我們常收到顧客的來信或留言鼓勵優秀的服務夥伴，為了激發更多夥伴熱情服務的心，安心食品每個月會遴選出具有代表性的顧客讚美內容，分享給安心的夥伴們，並刊登在每月發行的MOS LIFE摩斯報報上，門市內會擺放MOS LIFE摩斯報報紙本刊物供顧客閱覽，顧客也可以至官方網站平台觀看內容。希望透過分享這些真實案例以及來自顧客最真實的心聲，不僅只是對公司內部，同時也是對社會散播正向的影響力。安心食品自2017年起採用系統統計數據，累計統計至今已超過3,300件讚美案例。在2024年，我們一共收到487件顧客來信給予我們的鼓勵，感謝一直以來支持著摩斯漢堡的消費者，讓我們有更多的動力可以持續不斷向前進步。

自2017年採用系統  
統計累積讚美信件數

3,387件



各期MOS Life月刊線上版

### 2024年服務楷模



永安店  
洪玉芬

一句暖心問候  
開啟顧客美好的一天



屏東中正店  
黃美惠

遇到狀況不慌亂  
按部就班急疏散



台北橋店  
陳柏翰

關注顧客需求  
提供即時協助



市政文心店  
吳俞萱

用笑容溫暖顧客的心



民權西路店  
邱渝真

親切積極好貼心  
摩斯漢堡揪甘心

## 第十一屆連鎖業績優服務天使獎

安心食品於2024年5月率團出席台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）第一屆「服務金賞認證」及第十一屆連鎖業績優「服務天使獎」頒獎典禮。

今年，摩斯漢堡的獲獎者為高鐵嘉義店的柯以倩與總公司人才發展課的石亦伶（圖右）同仁。摩斯漢堡始終以服務顧客為核心，未來將持續鼓勵員工精進服務品質，力求卓越。





## 4.7 服務創新

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。

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。

2009



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。

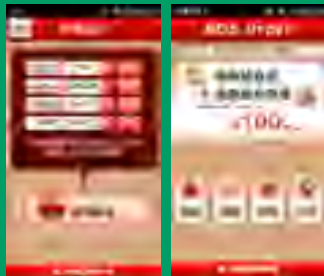
2012

2015

2016

2018

2019



推出台灣速食業界首創訂餐MOS Order APP。



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。



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。

1

開放線下/線上信用卡支付，讓付款方式更多元與便利。

2

送餐機器人的開發測試持續進行當中，未來安心食品仍會不斷積極投入創新。

3

開始與關係企業合作，進行外送車隊送餐服務。

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。

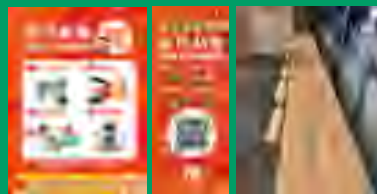


開放各種多元支付方式，如電子票證（悠遊卡、一卡通）、第三方支付（LINE Pay、街口支付）。

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。



設置「座位點餐」服務，將QRCode設置在店舖內用桌面上，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。



摩斯漢堡  
提供便利的支付服務



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。

2020

2021

2022

2023

2024

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

「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。

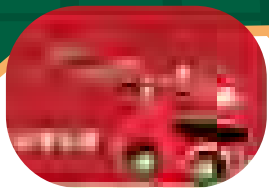


餐飲科技化成為主流，自助點餐可提供便利、個性化服務，並減緩缺工問題。摩斯漢堡於2016年率先推出全台首台自助點餐機，整合摩斯卡、行動支付等功能，操作簡單流暢，提高準確性並縮短顧客等待時間。截至9月底，全台162家店舖已安裝此設備，並透過獎勵競賽與專屬優惠提升使用率。



量身訂做第一代外送車 e-moving「小紅撲撲」，投入全省50個營業據點，進行外送服務。每輛 e-moving每日外送里程約20公里，充飽電可行駛約50公里。

2013



隨著科技的進步以及現代人生活飲食型態的轉變，各式外送平台服務業者紛紛崛起，安心食品為擴大服務客群，投入成立餐飲外送公司，負責餐飲網購外送事業經營。

2018



開始與關係企業合作，進行外送車隊送餐的服務，初期針對台北市大安、松山、中山區等外送熱點。

2019



正式成立摩斯漢堡外送電動車隊並制訂相關的外送規範，全新購入52輛光陽 ionex電動機車，擴大自有車隊的服務規模。

2020



安心食品於2021年擴增了24個行政區之門市車隊，外送人員增加至90位，比同期增長近3倍之多。

2021

MOS綠色服務

# 外送電動車隊



近年外送服務的市場規模不斷擴大，尤其在2020年新冠疫情之後，各式外送平台服務業者紛紛崛起。摩斯漢堡從自有的小規模外送服務做起，同時亦與外送平台合作，2019年摩斯漢堡與關係企業合作，初期針對台北市大安、松山、中山區等外送熱點，進行外送車隊送餐服務，並於2020年正式成立外送電動車隊，全面使用電動車，改善傳統燃油車碳排放的問題，減少商業活動所帶來的環境衝擊，為環保盡一份心力。安心食品逐年擴大外送服務範圍，並因應各門市的經營型態，調整各區域的外送服務需求。



2022年因政府防疫規定逐步放寬，安心食品調整經營策略，因應各區域之所需，增減外送員的需求。截至2022年，外送員共計74位，分佈在台北、新北和桃園共18個行政區。

2022



新冠疫情過後，各店舖的營運狀況已恢復。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舖的方式，改採彈性方式，讓門市依據各店舖的營運狀況調配外送人力，達到因地制宜的效果。

2023~



## 4.8 神秘訪客訪查制度

神秘訪客成員組成主要遴選自我們的顧客群、營運部門推薦的外部人選或是關係企業的夥伴等，評核的項目主要包含：「點/供餐速度」、「友善問候」、「點餐流程」、「店鋪清潔」、「商品品質」、「建議與回饋」等六大面向；希望藉由神秘客以一般消費者來店消費用餐的角度，實際體驗並給予消費評價，同時，透過每個月的持續性觀察，提升神秘客自身評核的專業素養和訪察的敏銳度，以提供店鋪更深度的回饋及訪評建議。透過這些資料，除了讓店鋪更清楚了解來自顧客的心聲，更可藉由神秘訪客所回覆的優缺點，針對問題進行檢討，進而提升店鋪營運之服務水平。



### 人員遴選

來自於我們的顧客與關係企業員工和主管等作為代表，並不定期更替。

### 店鋪訪評

每月進行抽查訪評，依提供的評核表至全台指定門市進行訪查。

P

D

### 改善措施

神秘客所回傳的資料統一由總部顧客服務課彙整，再回饋給各店鋪，各店鋪與主管共同檢討、回覆改善對策。

### A 後續回饋

神秘客除了提供固定的評分項目外，每季亦有特定專題特評，及自身當下的用餐體驗回饋。

C

A

### 歷年顧客意見卡統計

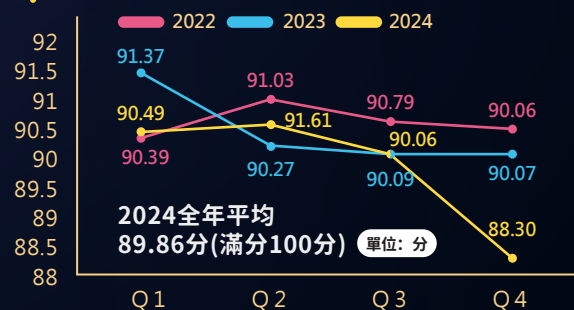
項目		2022	2023	2024
特定訪查專題	第一季	顧客滿意度調查文宣海報	客席/回收台清潔狀況	門市洗手台維護狀況
	第二季	門市油煙感受調查	安心取電子票券使用探查	門市用餐環境(設備)確認
	第三季	門市空調運作狀況	門市空調確認(外觀/運作)	門市空調確認(外觀/運作)
	第四季	點/製/候餐時間確認等內容	點/製/候餐時間確認等內容	點/製/候餐時間確認等內容

除了例行性檢核表的訪查項目外，我們亦在每季加入特定的訪查專題，2024年我們主要針對顧客滿意度調查門市洗手台維護狀況(Q1)、門市用餐環境(設備)確認(Q2)、門市空調確認(外觀/運作)(Q3)、點/製/候餐時間確認(Q4)等內容，請神秘客回饋相關狀況與意見，透過定期委託外部人員的實地檢核，公司亦能更加客觀地掌握門市的營運狀況，並了解顧客最真實的心聲與感受。依數據呈現當年度在Q4的表現呈現下滑，主要差異在人員服務態度面的部份，對此我們也將持續觀察追蹤，提升人員服務意識以及加強相關的教育訓練，如同我們的服務信念中所說：誠心誠意奉獻，設身處地的為顧客著想；同時心存感謝的接待每一位顧客。

### 2024年各季神秘客評分面相分佈



### 近三年神秘客訪評結果趨勢





### 安心食品PCI認證證書



## MOS取得資安認證顧客隱私更有保障

### 安心食品於2024年取得PCI認證，確保顧客資訊安全

PCI認證是「Payment Card Industry Data Security Standard」的簡稱，是支付卡行業訂定的資安標準，旨在確保處理信用卡資料的組織能有效保護資料，防範不當使用或盜竊。該標準制定了技術和操作標準，適用於企業、商戶和支付卡交易服務提供商。通過符合標準和相應驗證，即可獲得PCI認證。

信用卡是重要的交易工具，因此PCI認證對於安心食品至關重要。資料保護事關客戶隱私和支付安全，未經授權者存取資料可能導致信用卡詐騙等風險。安心食品於2024年11月取得PCI認證，展現在資訊安全方面的卓越表現，確保支付卡交易的安全性。

## MOS開發在地食材、積極接軌國際



### 國際 食品展

### ► 2024台北國際食品展

東元餐飲集團於2024台北國際食品展的開幕記者會，於6月26日在南港展覽一館舉行。活動以「整合在地、接軌國際、安心餐飲、綠色永續」為主題，由黃茂雄會長與對外貿易發展協會黃志芳董事長、澳洲駐台辦事處 柏丹禮(Daniel Bowman)代理副代表、行政院農業委員會范美玲主任秘書、日本岐阜縣 惠那市大塩康彦副市長、台東縣饒慶鈴縣長等多位國內外貴賓共同參與，推廣台灣在地食材、邁向國際。

今年展會邀集日本10縣市、韓國、菲律賓、澳洲及印度等超過80個國際品牌，展出超過200項商品，並結合台南、高雄、屏東、台東、花蓮等地的農漁產品，推動美食交流，展現台灣的創新食力。現場也特別展示安心農科廠，這座位於屏東的食品工廠及物流中心預計將生產米漢堡與烘焙點心，全面提升食品製程與創新技術，滿足國內需求並拓展國際市場。

### ► 2024高雄國際食品展

東元餐飲集團持續秉持綠色永續理念，推廣「食在東元，實在安心」，於10月24日至27日聯合集團內眾多品牌參加2024高雄國際食品展。集團旗下品牌包括摩斯漢堡、以日式精緻手法打造的創意西餐料理—樂雅樂、可頌專賣店—蜜可頌等，滿足消費者追求日式美饌的味蕾。



2024年3月1日~4月30日  
**MOS樂活市集**



推廣  
在地食材

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月於全台各店鋪舉辦樂活市集，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。





**台東**  
2024.3.8 - 4.15  
**鳳梨釋迦禮盒**  
扎實Q彈、鳳梨酸香、  
熱帶風味。

**台東**  
2024.3.8 - 4.15  
**大目釋迦禮盒**  
口感綿密、軟中帶Q、  
淡淡花香。



**屏東**  
2024.4.30 - 7.12  
**有機金鑽鳳梨禮盒**  
風味清甜、纖維細緻、  
香氣濃郁。



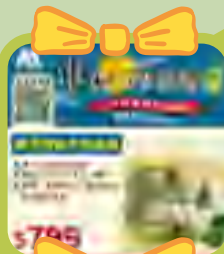
**台灣**  
2024.5.20 - 6.2  
**玉荷包禮盒**  
果型飽滿如荷包，果肉多  
汁如玉，色澤紅潤籽小，  
故名玉荷包。一年一產老  
饕千萬不可錯過！



**台東**  
2024.5.24 - 7.7  
**夏雪芒果禮盒**  
產銷履歷、友善耕作、  
產地直送。



**南投 嘉義 台南**  
2024.7.26 - 8.25  
**酪梨禮盒**  
嚴格品質檢驗，確保最佳口感  
與營養，是注重健康、健身、  
養生族群的理想選擇。



**台南**  
2024.8.21 - 9.1  
**特級文旦禮盒**  
產銷履歷、產地  
商標雙認證。



**花蓮**  
2024.8.21 - 9.12  
**流奶與蜜  
有機文旦禮盒**  
有機無農藥、無化  
肥的栽種方式，香  
氣清甜。



**花蓮**  
2024.8.21 - 9.12  
**阿公阿嬤的  
老欖文旦禮盒**  
40年老欖文旦樹，  
果肉更為細緻。



**台中**  
2024.10.8 - 10.27  
**寶島甘露梨禮盒**  
梨心不酸、果肉細緻、清甜爽口。



**台東**  
2024.11.25 - 12.20  
**大目釋迦禮盒**  
口感綿密、軟中帶Q、淡淡花香。



**台中**  
2024.12.20 - 2025.1.12  
**椪柑禮盒**  
果粒碩大、色澤橙黃似  
金，果肉酸甜適中。

**屏東**  
2024.12.20 - 2025.1.12  
**黑珍珠蓮霧禮盒**  
果型完整且色澤艷美、  
鮮美多汁，糖度10度以上。



**台中**  
2024.10.30 - 12.9  
**高山甜柿禮盒**  
鮮脆爽口。

## MOS支持台灣在地農產 與農會合作推出禮盒

安心食品在2024年持續與地方農產合作，推出禮盒，讓顧客一同支持台灣在地農產品，同時也將台灣好的農產品推廣行銷至全台各地。





# MOS綠色供應鏈

MOS屏東農科園區食品工廠預計2025年正式營運

安心食品於2024年3月27日，在屏東農業生物科技園區成功舉辦食品加工廠上樑典禮。該加工廠位於屏東縣長治鄉的屏東生物科技園區，廠房總規模包含四層樓的建築基地與先進的物流中心，樓板面積接近30,000平方公尺。預計於2025年全面投入營運，並計劃進一步提升食品製程與創新研發技術，助力當地經濟發展及創造更多就業機會。未來將進一步強化從產地到餐桌、食材到餐點的全程嚴密控管，為消費者的食安提供全方位保障。

此廠房採用最新的高規格建築標準，並已符合國內外食安法規與發展趨勢。工廠內部設置了自動化與半自動化倉儲系統，以提高作業效率與產品質量。同時，魔術食品公司與東元餐飲集團旗下的樂雅樂食品品牌將先期進駐，並提供全台摩斯漢堡的米飯生產能力。此外，我們亦計劃將台灣優質的農漁產品加工後外銷至國際市場，並與各大學及研究機構合作進行技術創新與人才培育，預計在未來3至5年內，將持續擴大產能並帶動上下游相關產業的發展。

安心食品的加工廠設立於農業資源豐富的南台灣屏東，得天獨厚的地理優勢，使得採購價格具競爭力，縮短了從產地到加工的距離，進一步優化供應鏈，減少碳足跡並保持食材的新鮮度。此外，這也為公司創造了更多的商機，帶動地方產業多元發展。



## 食品加工廠3-5年願景

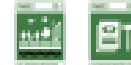
## SGDs

## 細項目標

- 提升食品製程及創新研發技術
- 擴大布局、促進地方經濟發展



- 食材採台灣在地農畜禽產品
- 食材從產地到餐桌，全程嚴密控管，減少碳足跡
- 掌握上、中、下游，從產地到產線、工廠出貨的食安控管



- 連結產學合作，發掘在地產業及人才
- 帶動上、中、下游周邊產業發展



- 將台灣的優質農漁產品外銷至世界各地





# 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	<b>1.組織及報導實務</b>	
	2-1組織詳細資訊	0.1關於本報告書：P3；1.1營運概況：P15-P16；品牌故事： <a href="https://reurl.cc/mDbkb9">https://reurl.cc/mDbkb9</a>
	2-2組織永續報導中包含的實體	1.1營運概況：P15-P16
	2-3報導期間、頻率及聯絡人	0.1關於本報告書：P3
	2-4資訊重編	1.1營運概況：P15
	2-5外部保證/確信	0.1關於本報告書：P3
	<b>2.活動與工作者</b>	
	2-6活動、價值鏈及其他業務關係	1.1營運概況：P15-17；2.3供應商評鑑制度：P30-32
	2-7員工	3.1幸福職場包容力：P56-58
	2-8非員工的工作者	3.1幸福職場包容力：P56-58
	<b>3.治理</b>	
	2-9治理結構及組成	1.1營運概況：P15-16；安心食品公司治理： <a href="https://reurl.cc/b9bdRy">https://reurl.cc/b9bdRy</a>
	2-10最高治理單位的提名與遴選	4.1盡職治理：P94-96
	2-11最高治理單位的主席	4.1盡職治理：P94-96
	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：P97-100
	2-14最高治理單位於永續性報導的角色	0.2安心食品對社會的承諾：P4
	2-15利益衝突	1.4餐飲現況與產業發展：P19-21
	2-16溝通關鍵重大事件	4.2.3功能性委員會：P97-100
	2-17最高治理單位的群體智識	4.1盡職治理：P94-96
	2-18最高治理單位的績效評估	4.1盡職治理：P94-96
	2-19薪酬政策	4.1盡職治理：P94-96、P100-101
	2-20薪酬決定流程	薪資報酬委員會：P100-101
	2-21年度總薪酬比率	董事薪酬：P100-101
	<b>4.策略、政策與實務</b>	
	2-22永續發展策略的聲明	0.2安心食品對社會的承諾：P4
	2-23政策承諾	4.2誠信經營管理：P96-103
	2-24納入政策承諾	管理方針：P23、P53、P91
	2-25補救負面衝擊的程序	管理方針：P23、P53、P91；4.2誠信經營管理：P96-103
	2-26尋求建議和提出疑慮的機制	4.2誠信經營管理：P96-103
	2-27法規遵循	4.2誠信經營管理：P96-103
	2-28 公協會的會員資格	4.2.5參與公協會組織：P102
	<b>5.利害關係人議合</b>	
	2-29 利害關係人議合方針	0.6利害關係人溝通：P10
	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	0.6.1重大性分析：P11
	3-2 重大主題列表	重大主題對照：P12
	產銷履歷	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P12；管理方針：P23、P53、P91
	產銷履歷	非GRI指標，不適用。安心食品溯源管理： <a href="https://reurl.cc/ZWd21a">https://reurl.cc/ZWd21a</a>
	GRI416：顧客健康與安全2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P12；管理方針：P23
	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：P75；3.9職業安全衛生巡檢：P76
	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：P76-79
	GRI403：職業健康與安全2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P12；管理方針：P53
	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：P75
	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：P76-79
	403-3 職業健康服務	3.10.2 勞工復工評估：P77-79；3.10.3 健康檢查後續追蹤：P79；3.11 健康促進與管理：P79-82
	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：P79-82
	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：P80
	403-6 工作者健康促進	安心社團活動：P60-61；3.8 推動安全文化建立健康職場：P75
	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：P76-79；3.11 健康促進與管理：P79-82
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	1.1營運概況：P15-P16；3.1幸福職場包容力：P56-58、P75
	403-9 職業傷害	3.10意外事件及職業傷病追蹤：P76-79
	GRI 404：訓練與教育 2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P12；管理方針：P53
	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：P71
	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：P59-61
	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：P59-61
	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：P68
	GRI 201：經濟績效2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P12；管理方針：P91
	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1.3.2 經營績效：P19
	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	2.8 氣候變遷與能源管理：P38-42
	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：P59-61
	201-4 取自政府之財務援助	4.2.6 響應政府政策之財務補助：103
	商品與服務創新	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P12；管理方針：P91
	商品與服務創新	非GRI指標，不適用。 年度創新商品：P18；服務創新：P109-111

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：P56-58
	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：P83-86；3.13 社區投資：P87-88
	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	扶植在地小農：P31-32
	GRI 205：反貪腐 2016	
	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	安心2024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	2.12 環保節能投資：P44
	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 能源資源及溫室氣體管理：P43-44
	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	2.15 水資源管理：P45-46
	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： <a href="https://reurl.cc/3xAk99">https://reurl.cc/3xAk99</a> ；提倡環境保護與生物保育：P48
	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 能源資源及溫室氣體管理：P43-44
	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 <sub>x</sub> ）、硫氧化物（SO <sub>x</sub> ）、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	2.15 水資源管理：P45-46；2.17 源頭減量管理：P46-47
	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：P30-32
	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：P94-96
	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：P59-61
	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：P78
	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	1. 安心企業概況 P15-16
	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2024年未發生相關事件；3.5.5 社會法規遵循：P68
	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2024年未發生相關事件；3.5.5 社會法規遵循：P68
	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：P69-71
	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：P68；安心食品人權政策： <a href="https://reurl.cc/N08N3q">https://reurl.cc/N08N3q</a>
	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 深化社區影響力：P83-86；3.13 社區投資：P87-88
	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：P30-32
	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： <a href="https://reurl.cc/gRyn57">https://reurl.cc/gRyn57</a>
	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P33； 2.5.1主動配合法規要求：P33-34
	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	4.2.7 經濟法規遵循：P103
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：P31-32
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：P31-32
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：P87-88
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：P26
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：P33-34

## 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	綠色三合一採購政策：P31；扶植在地小農：P31-32；捐贈物資：P83-86
目標3	確保健康的生活方式，促進各年齡層人群的福祉	員工社團活動：P60-61；健康促進活動和教育訓練：P79-81；食育活動：P87-88
目標4	確保包容和公平的優質教育，讓全民終身享有學習	食安講座：P35、37；環境教育：P48；3.4多元產學結合青年力：P65-66； 3.2.3中高齡職場體驗營：P63；3.4.2校園職場體驗營：P65；3.6人才培訓管理系統：P69-72 3.9.2安全衛生教育訓練：P76；2024年度各項健康促進活動：P81
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：P63；3.3中高階儲備幕僚制度P64；3.4多元產學結合青年力：P65-66
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	研發費用：P103；綠色服務：P111
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	2.18環境綠化管理：P48；2.19環境教育活動：P48；3.7.1安心學院：P73-74；3.13.2.1MOS藝文塾：P89
目標12	採用永續的消費和生產模式	2.4 永續供應鏈管理：P31-32；2.17 源頭減量管理：P46-47
目標13	採取緊急行動以對抗氣候變遷及其衝擊	開發友善環境商品：P18
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：P113；食品加工廠：P115

## 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。	P38
	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)。	P38-41
	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。	P42
	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。	P42
	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）。	P42、P43
	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。	P42 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	P43
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	P45-46
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：P31-32；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	P33
	FB-RN-250a. 2	(1)不良食品回收次數 (2)不良食品總計回收量	P33
	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	2024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	P17
	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	P58
	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	P58
	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	P68
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	參考2.4永續供應鏈：P31-32
	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（以下簡稱「作業辦法」）加強揭露資訊與確信項目彙總表

編號	確信標的資訊	適用基準	作業辦法	頁次
1	<p>安心食品品保課全年持續針對全國摩斯店舖實施衛生抽檢機制<sup>(註21)</sup>，並檢驗各店舖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。</p> <p>除第一季水質綜合衛生檢驗（包含冰塊、過濾水、自來水）全店舖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<sup>(註22)</sup>以上之店舖占抽檢店舖比例達99.1%；其餘未達C（良）級之店舖輔導複檢合格率达100.0%。</p> <p>（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，除部分店舖因整修暫停營業、撤店或新開店之情形另外安排作業。</p> <p>（註22）綜合衛生抽檢結果依序分為4級：A（特優）、B（優）、C（良）、D（待改善）等4級，評級為D（待改善）之店舖另外開立異常訪店報告，並強化輔導直至複檢合格。</p>	<p><b>水質檢驗</b> 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2024年第一季執行店舖水質檢驗。</p> <p><b>綜合衛生抽檢</b> 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2024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）級之店舖複檢合格率。</p>	第一款第一目	P35
2	<p>2024年度自符合FSSC22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,438,629仟元，占總食材採購金額68%。</p> <p>2024年度自符合ISO22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,799,196仟元，占總食材採購金額86%。</p> <p>2024年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,788,378 仟元，占總食材採購金額85%。</p>	2024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。	第一款第一目	P32
3	<p>2024年安心食品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，而未有因違反食品衛生管理法而被處以罰款之情形<sup>(註14)</sup>。2024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。</p> <p>（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：<a href="https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62">https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62</a></p>	2024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。	第一款第二目	P33
4	2024年使用的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總採購金額為76,914仟元，占當年度總紙類包材採購支出之81%。	2024年度 FSC™ 紙類食品包材採購金額除以當年度紙類食品包材採購金額百分比。	第一款第三目	P32
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舖。2024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0.36%。	2024年度店舖通過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。	第一款第四目	P26
6	<p><b>新供應商開發及新品製程評鑑</b> 書面資料審查：確認符合法規登記證照，其他相關驗證證書。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>2024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26家廠商、55場次之工廠產線實地評鑑，占2024年食材相關進貨供應商家數之46%，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9家廠商、15場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。</p>	2024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。	第一款第五目	P30
7	<p>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。2024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49%，合格率为100%。另針對其他交易供應商10家廠商執行12次評鑑，及非直接交易供應商12家廠商執行12次評鑑，合格率均為100%。</p> <p>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。</p>	2024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。	第一款第五目	P30



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2項咖啡豆及1項吉士片，占當年度所有咖啡豆及吉士片品項數37.5%（8項裡面佔3項）。	2024年公司登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可）之咖啡豆及吉士片之品項數總和，以及其占當年度所有咖啡豆及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咖啡豆及吉士片之品項數除以所有咖啡豆及吉士片之總品項數計算。	第一款 第六目	P32
9	<p><b>微生物檢驗</b></p> <p>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。）</p> <p>【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</p> <p>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。）</p> <p>【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</p> <p>【飲用水】：總菌落數、大腸桿菌群</p> <p>參照TFDA公告檢驗方法</p> <p>【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</p> <p>【飲用水】：綠膿桿菌、糞便性鏈球菌（2024新增）</p> <p>參照國際分析化學家學會（AOAC）認可之檢驗方法</p> <p>【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</p> <p>其他檢驗方法</p> <p>【食品】：仙人掌桿菌、腸炎弧菌、單核球增多性李斯特菌</p> <p>環境塗抹總生菌數與大腸桿菌群檢驗方法</p> <p>【乾式塗抹】：東京都衛生局檢查法-參考</p> <p>【濕式塗抹】：3M e.Swab（BPW）塗抹棒</p> <p><b>化學性檢驗</b></p> <p>行政院農委會公告蔬果農藥殘毒快速檢測法</p> <p>【農藥殘留】：有機磷&amp;氨基甲酸鹽系列農藥</p> <p>生鮮肉品、蛋品、海鮮的抗生素、瘦肉精檢驗方法</p> <p>→ 抗生素快速篩檢試劑組Premi® Test</p> <p>→ 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</p> <p>→ 抗生素（磺胺劑/四環黴素/氯黴素）快速檢驗試劑</p>	2024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。	第一款 第七目	P28
10	<p>2024年食品檢驗中心針對店舖商品、飲料、冰塊/水質及食材等<sup>(註6)</sup>影響食品衛生安全之微生物<sup>(註7)</sup>、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3,453件，合格件數3,260件，總合格率94.4%。</p> <p>（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。</p> <p>（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。</p>	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」。	第一款 第七目	P27
11	<p>2024年度食品檢驗中心產生之費用總計10,009仟元<sup>(註8)</sup>，包括委外檢驗費用1,952仟元，約佔年度營業淨利15.09%及營業收入0.17%。</p> <p>（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。</p>	2024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。	第一款 第七目	P28

編號	確信標的資訊	適用基準	作業辦法	頁次
12	2024年度安心食品所使用的外購電力為5,665.96萬度，消耗能源總量為211,151.33GJ，外購電力百分比為96.60%，統計範疇包含全台店舖、總部、食品檢驗中心、安心學院、智慧農場及屏東工廠。	<p>耗能源總量 ( GJ ) = 外購電力 ( 全台店舖 (註1、2)、總部 (註3)、安心學院及智慧農場 ) (註4) + 天然氣 ( 部分店舖 ) (註5)</p> <p>外購電力百分比 ( % ) = ( 外購電力能源 ( GJ ) ÷ 消耗能源總量 ( GJ ) ) X 100%</p> <p>( 註1 ) 全台店舖含當年度已關店的店舖。</p> <p>( 註2 ) 無單獨電表之店舖係以電費支出除以合約訂定每度電價格換算。</p> <p>( 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。</p> <p>( 註4 ) 外購電力轉換係數 ( 1 kWh轉換至GJ ) = 1 ( kWh ) X 3.6</p> <p>( 註5 ) 天然氣轉換係數 ( 1 m3轉換至GJ ) = 1L X 5,925 ( kcal/L ) X 4.187 ( KJ/kcal ) X 1/1,000,000</p> <p>( 註6 ) 上述轉換係數以能源局公告資訊為主。</p>	第一款第八目	P43
13	2024年安心食品之總取水量為1,057,523.22立方公尺 ( m <sup>3</sup> )，總耗水量為18,973.82立方公尺 ( m <sup>3</sup> )，統計範疇包含全台店舖、總部、安心學院、食品檢驗中心、智慧農場及屏東工廠。	<p>取水量：所有營運據點 ( 全台店舖 (註1、2)、總部 (註3)、安心學院及智慧農場 )，報告當年度各期取水量及依據 ( 水費單 )。</p> <p>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。</p> <p>總耗水量 ( m<sup>3</sup> ) = ( 現調飲品及現製湯品總耗水量 ( ml ) ÷ 1,000,000</p> <p>( 註1 ) 全台店舖含當年度已關店的店舖。</p> <p>( 註2 ) 無單獨水表之店舖係以水費支出除以合約訂定每度水價格換算。</p> <p>( 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度數得出。</p>	第一款第九目	P45
14	截至2024年底，已擁有303店舖，店舖占地面積17,084.21坪。	<p>報告當年度店舖數量及店舖占地面積。</p> <p>註：店舖包含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。</p>	第一款第十目	P15