

2022ESG 永續報告書





Contents 目錄

0 前言..... 3

- 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..... 8
- 0.5 安心食品永續價值..... 9
- 0.6 利害關係人溝通況..... 11

1 安心企業概況..... 15

- 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..... 20

2 透明食安 環境永續..... 23

- 2.1 食品安全管理系統..... 26
- 2.2 食品檢驗中心..... 26
- 2.3 供應商評鑑制度..... 30
- 2.4 永續供應管理..... 31
- 2.5 法規遵循管理..... 34
- 2.6 店舖衛生抽檢機制..... 37
- 2.7 店舖 HDCS 訪查機制..... 38
- 2.8 氣候變遷與能源管理..... 40
- 2.9 能源管理系統..... 46
- 2.10 能源資源及溫室氣體管理..... 47
- 2.11 環保節能投資..... 48
- 2.12 環境法規遵循..... 48

- 2.13 紙張資源管理..... 48
- 2.14 水資源管理..... 49
- 2.15 廢棄物管理..... 50
- 2.16 源頭減量管理..... 51
- 2.17 環境綠化管理..... 51

特別
報導

- MOS 環境教育活動..... 51
- 食安專欄..... 52

3 人才發展 社會共融..... 55

- 3.1 幸福職場包容力..... 58
- 3.2 人才多元化..... 58
- 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..... 75
- 3.8 推動安全文化建立健康職場..... 77
- 3.9 職業安全衛生巡檢..... 78
- 3.10 意外事件及職業傷病追蹤..... 79
- 3.11 健康促進與管理..... 85
- 3.12 深化社區影響力..... 88
- 3.13 社區投資..... 92

4 盡責治理 永續經營..... 95

- 4.1 盡責治理..... 97
- 4.2 誠信經營管理..... 100
- 4.3 商品創新..... 106
- 4.4 顧客意見管理..... 108
- 4.5 顧客滿意度調查..... 110
- 4.6 年度服務楷模夥伴..... 112
- 4.7 服務創新..... 114
- 4.8 神秘訪客訪查制度..... 116

5 附錄..... 121

- 5.1 會計師有限確信報告..... 121
- 5.2 GRI 準則索引表..... 122
- 5.3 聯合國永續發展目標 SDGs 索引表..... 126
- 5.4 氣候相關財務揭露..... 127
- 5.5 永續會計準則委員會..... 127
- 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..... 128

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。

歷年發行之永續報告書



● 上期發行版本：2022年8月發行 ● 現行發行版本：2023年8月發行

報告書範疇與時間

發行版本的數據及內容以2022年(自2022年1月1日至2022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。

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、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「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」,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公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」,進行獨立有限確信(limited assurance),確信報告附於本報告書附錄。

內部稽核

- 由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。
- 每年定期向董事會報告 ESG 年度執行成果。

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】

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



企業社會責任專區

0.2 安心食品對社會的承諾

堅持食安第一 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。摩斯漢堡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。面對疫情，仍以高規的防疫措施、高品質的謹慎態度應變，致力於服務顧客以及維護顧客飲食健康。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評比當中，摩斯漢堡總是名列優等。

攜手本土農漁民 產學合作創新開發食材

安心食品持續每年攜手農會及漁會參加台北國際食品展及高雄食品展，協助我國農漁業產品的推廣。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。2022年與屏東科技大學簽署產學合作MOU，共同推廣少水、少肥、少藥、少碳排SPRI益生菌水稻農法的永續米，永續米的耕作期間可達節水30%、減少肥料50%，並增加產量20%，更友善環境，稻米更加飽滿營養，更以永續米推出季節限定新品「台灣飛虎魚珍珠堡」，邀請消費者品嚐珍愛地球的好滋味。與高雄市政府合作開發出全球第一顆以頂級龍虎石斑原塊切片製成的「龍虎石斑珍珠堡」、「蒲燒石斑珍珠堡」，口味獨特鮮美，一推出就締造熱銷佳績。另外，使用屏東佳冬蓮霧製成口感香醇的蓮霧蒟蒻，更與日本獺祭聯名合作，開發南台灣優質鰻魚，推出御品白燒鰻珍珠堡，2022年與農漁會合作推廣的餐點、禮盒商品品項超過50幾種，其中在地農漁產總採購超過5萬台斤，各式餐點皆使用臺灣豬、臺灣米，讓消費者吃得安心、吃得放心。

2022年安心食品啟動屏東生物科技園區內投資的廠房興建工程，打造專屬食品廠房，未來將全面提升食品製成及創新研發技術，擴大佈局促進地方經濟發展，提供安心、健康、美味的食材供應。疫情影響打亂全球供應鏈及運輸通路，設立食品廠房將可縮短產地製成距離，降低碳足跡，更保存食材的新鮮美味。安心食品將持續以誠信的態度、扎實的流程、嚴格的稽核檢驗以及負責的管理機制，致力於把每個食安環節做到最好，落實對顧客的承諾與保證。

優質公司治理 提供友善多元就業

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。在金管會歷年的公司治理排名當中，安心食品連續多年列名上櫃公司的前5%。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，年齡超過45歲以上者，人數超過1,000名(占員工總人數約18%)。除了友善聘用中高齡夥伴，也聘用喜憨兒小天使。不但提供完整的獎勵制度、也提供良好的員工福利(職福會旅遊津貼、婚喪補貼、健康檢查、生日端午中秋福利金等)、持續的員工進修訓練及員工持股信託認股制度。鼓勵員工重視健康促進活動，每天下午三點全體員工做體操，補助員工社團活動。

董事長 董茂雄



推動數位轉型 優化顧客消費體驗

受到疫情衝擊以及智慧科技運用的普及，過去三年來外送及線上服務急速成長，餐飲服務業正面臨巨大的挑戰。因應大環境的快速變化，運用在地特色、智慧科技與創新服務等三個不同的途徑，安心食品致力於打造符合現代社會的餐飲消費體驗。為更符合當前消費市場趨勢，秉持商品、服務、環境等三者品質改進的3Q創新思維，積極推動數位轉型。除了早期推出的摩斯漢堡送餐機器人以及無毒栽培萵苣、草莓等新鮮作物的安心智慧農場、外送車隊服務等，安心食品積極拓展數位轉型，MOS Order App的線上點餐功能，可免到現場排隊即可取餐，以因應無接觸服務需要，2022年進一步推出全新服務功能「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，消費者可以優惠價格購買平常喜愛的飲料或商品電子票券自用以外，也可以利用Line或其他通訊方法，將飲料或套餐結合節日溫馨問候語的電子票券可寄送給任何地方的親友，接收者持手機MOS APP內存放的電子票券，可到全台任一摩斯漢堡店面直接兌換餐點或禮品(除百貨及賣場店)，自用送禮兩相宜，減少消費者繁複的送禮程序，省時省力又環保減碳排。

推動綠色轉型 邁向淨零碳排

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雪霸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，邀請各地鄰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。安心食品持續與內政部營建署合作推廣國家公園生態環境教育，運用自有的閱報與電子媒體，介紹國家公園及其舉辦的活動，於店舖掛置國家公園月曆共同推動環境教育，在位於國家公園鄰近店舖提供所在地的國家公園相關資訊，將國家公園景觀特色融入店面設計，讓顧客品味美食的同時，也能體會大自然的寓意。今年更打造全新藝文空間「摩斯藝文塾」，結合各式多元音樂、繪畫、手作等藝文相關活動，逢國家公園設立50周年共同舉辦「太魯閣國家公園攝影展」、「雪霸國家公園四季之美—高山攝影展」等，以企業力量宣導環境教育及自然永續的重要。配合世界地球日推出全新植物肉漢堡及低碳商品並規劃節能減碳等行動方案，鼓勵消費者一起吃蔬食、愛地球。

堅定支持SDGs 精進ESG

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。人人都是社會永續發展的參與者，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

E 環境

▶▶ 榮譽與獲獎



2022年榮獲環保杯
優良服務認證



持續挖掘在地食材
開發新品



建立短鏈供應鏈-
屏東農科園區食品
工廠

▶▶ 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



開發健康米堡商品-
超級大麥珍珠堡



31週年摩斯生日
慶，超過千人參與
社區環境清掃



自2004年至今，採
用具普級省水標章
馬桶



綠色新商品-
低碳永續米



持續與國家公園合
作，推廣環境教育



導入ISO 50001轉
換新版能源管理系
統7年，持續改善
能源績效



APP綠色服務創新-
「MOS安心取溫馨送」



環境綠化管理

S 社會/人

►► 榮譽與獲獎



榮獲台北市就業服務處**第六屆「菁業獎」**



「**2022幸福企業大賞**」金獎



連續9年，連鎖業績優服務人員獲「**服務天使獎**」



連續20年培養多位傑出店長，**2022TCFA全國傑出暨優良店長選拔2位榮獲傑出店長**



累積全台280家店，榮獲餐飲**衛生分級優級標章**，橫跨**19縣市**

►► 成果績效



支持小農，可溯源小農之農產品總採購量為112,358公斤



2022年食品安全訓練課程與專題講座，共舉辦9場參與404人



員工人數達5,366人，2022年新進員工281位



聘雇身心障礙夥伴人數為155位，超越法令規定2.8倍



超過50歲二度就業人數且仍在職902人，占總員工人數16.8%



舉辦13場「職場體驗營」，參與人數共353人



持續積極與各大學進行產學合作，量身打造「安心學程」



促進性別平權女性主管218人，占總管理職人數62%



2022年員工活動補助1,630萬元



2022年員工進修及訓練總費用166萬元



2022年249人次參加新人訓練



2015年起採用系統化統計，舉辦食育活動至今總參與人數達23,429人



2022年，共超過14,267位小朋友參與我愛媽咪告白活動

G 治理

▶▶ 榮譽與獲獎



2022年榮獲證交所及櫃買中心舉辦「公司治理評鑑」為上櫃公司排名前5%之公司



2022年榮獲農糧署「農糧產品行銷績優企業」



100%審核含有國外原料食材之相關產地證明



連續8年，第十一屆「2022臺灣服務業大評鑑」連鎖西式速食金牌



2022年榮獲「農委會企業社會責任採購表揚」



無違反食品衛生管理法而被處以罰款



連續8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2類白金級」及永續單項績效中的「社會共融領袖獎」、「透明誠信領袖獎」、「人才發展領袖獎」五大殊榮

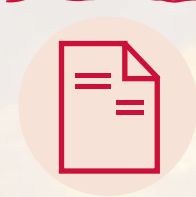
▶▶ 成果績效



全台店舖數達303家店，合併營收超過57億



2022年共召開6次董事會議，董事平均出席率100%



2022年董事會審議32項議案，包含環境、社會/人及治理等議題



EPS4.02元，現金股利2.6元



2022年投入667萬元研發費用，積極接軌國際、合作開發新品

0.4 榮耀與獲獎



7/5 連續8年獲獎

工商時報「2022臺灣服務業大評鑑」連鎖西式速食金牌



11/12 連續2年

「2022幸福企業大賞」金獎



5/10 連續9年獲獎

2022年TCFA第九屆連鎖業績優「服務天使獎」



12/08 連續20年獲獎

2022 TCFA全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔
摩斯2位同仁榮獲傑出店長及防疫新生活運動-門市清掃獎



取得餐飲評核優級認證店舖累積280家

全國店舖已取得餐飲評核優級認證的店舖達到280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、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19縣市



11/16 連續8年獲獎

榮獲第15屆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2類白金級」及永續單項績效中的「社會共融領袖獎」、「透明誠信領袖獎」、「人才發展領袖獎」五大殊榮



12/14 連續4年

榮獲台北市就業服務處第六屆「菁業獎」



1/14

榮獲農糧署「農糧產品行銷績優企業」



11/14

榮獲農委會企業社會責任採購表揚



11/24

環保杯優良服務認證



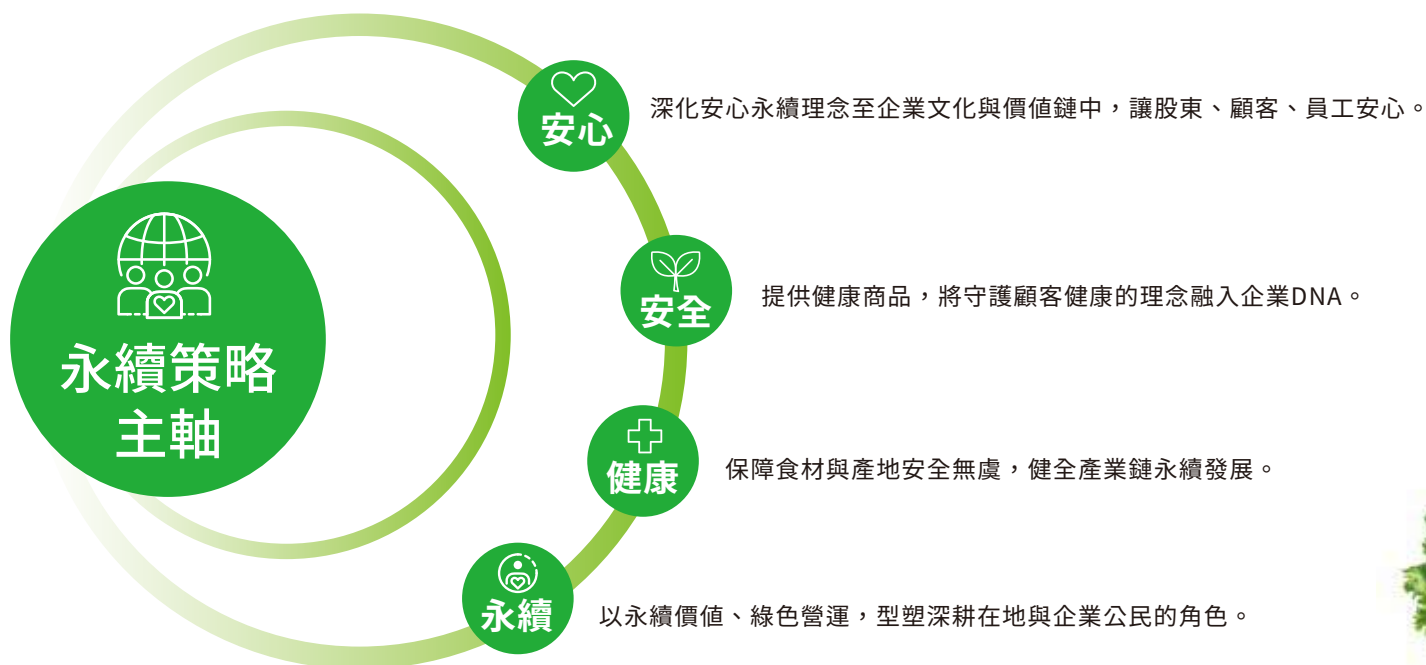
0.5 安心食品永續價值

安心永續願景

安心2017年提出「商品、服務、用餐環境」三種品質全面升級的3Q創新計畫。為追求更卓越的永續實踐，我們不斷檢視永續策略藍圖，依據經營策略、永續策略，以及對未來的展望，調整永續策略藍圖的目標方向。安心訂定2022年經營的策略主軸為「3Q創新×智慧科技×特色體驗」，以強化其與核心本業經營方向的一致性。為呼應17項聯合國永續發展目標 (SDGs)，落實永續經營及承諾創造利害關係人價值決心，我們將17項SDGs作為安心未來永續發展重點方向。

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「3Q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。





SDGs安心行動計畫

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		捐贈物資，幫助艱困家庭度過艱難時刻，詳見88至91頁。
		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，詳見31頁。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，詳見32頁。

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		實施各項健康促進活動和教育訓練課程，詳見 85至86頁。
		- 持續規劃員工社團活動，提供員工紓解壓力管道，詳見62至63頁。 - 安全衛生小組和鄰近健身房合作，鼓勵員工下班後運動。 - 舉辦食育活動，教導正確健康飲食及衛生觀念，詳見92至93頁。

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		舉辦食安講座，強化員工食品衛生安全相關知識，詳見38至39頁。
		- 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，詳見65至66頁。 - 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」活動，詳見64、66頁。 - 規劃完整員工教育訓練制度，並導入數位學習，詳見69至74頁。 - 規劃安全衛生教育訓練相關講座和宣導，詳見77至79頁。 - 推廣環境教育，詳見51頁。

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		- 招募對服務業保持熱忱的銀髮族夥伴，詳見63頁。 - 推薦適合職務，讓年輕人發揮所學，詳見65至66頁。
		
		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，詳見66頁。

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		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，詳見106頁。
		- 建置自助點餐機並於廚房導入智能化系統。 - 推出「安心取溫餐送」服務，詳見114頁。 - 建立短鏈供應鏈-安心智慧農場、屏東農科園區食品工廠，詳見53和120頁。

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		- 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，詳見75至76頁。 - 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，詳見75至76頁。
		- 董事長帶領員工，參與環境教育活動，詳見51頁。 - 環境綠化管理，詳見51頁。
		- 員工參與社區環境清掃活動，詳見51頁。 - 持續增加外送電動車隊，提供更便利完善的服務，詳見115頁。

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		- 導入內用瓷製熱杯、湯杯等，有效減少紙類及塑膠的使用。 - 店鋪使用之冷飲塑膠杯及沙拉容器改為可自然分解的聚乳酸 (PLA) 材質。 - 配合環保署推動「限塑政策」，推出「冷飲就口杯蓋 (PLA)」。 - 推動源頭減量、廢棄物減量與回收之管理，詳見50頁。 - 推出「MOS循環杯」，減少廢棄物產生。
		因應世界地球日，持續推動「吃蔬食、愛地球」活動。

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		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。
		

SDGs	細項目標	安心行動計畫
		- 動中國地區及澳洲地區的市場發展，並開設分店。 - 透過食品展，並與日本、澳洲等國家交流，並將台灣食材推展至國際，詳見118頁。

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	溝通管道	溝通重點
 股東 股東最關注安心食品經營績效、公司治理及永續發展。	● 經濟績效 ● 產品與服務創新 ● 顧客健康與安全 ● 產銷履歷	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	2022年回應投資人及分析師共6件
 政府機關 遵守法規是政府機關對於企業最基本之要求，同時也關係到公司經營績效與永續發展的關鍵。	● 經濟績效 ● 能源 ● 溫室氣體排放 ● 顧客健康與安全 ● 產品與服務創新	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
 顧客/社區居民 業主/客戶對我們的回饋，都是我們持續改善與成長的動力；安心深耕經營社區關係，以瞭解社區居民所關注的主題，建立和諧關係。	● 產銷履歷 ● 產品與服務創新 ● 顧客健康與安全 ● 經濟績效 ● 廢污水與廢棄物	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/定期	2022年共出刊11次
		ESG報告書/每年	編撰完成提出
 供應商 安心秉持公正、公開、公平方式對待合作夥伴，達到利益共享與永續成長之目標。	● 產銷履歷 ● 採購實務 ● 產品與服務創新 ● 原物料	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
 媒體 重視與媒體之間的良性互動，即時回應媒體，維護及提升公司形象。	● 氣候變遷 ● 經濟績效 ● 產品與服務創新	記者會/每季2場	2022年共舉辦11場記者會
		發布新聞稿/每月2至4則	2022年共發布42則新聞稿，露出958篇
 公益團體 公益團體以社會大眾福祉與利益為主，傾聽公益團體的聲音，以瞭解社會大眾的期待與需求。	● 廢污水與廢棄物 ● 供應商環境評估	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
 員工 我們重視每位員工的意見，希望為夥伴提供幸福的工作環境。	● 顧客健康與安全 ● 產銷履歷 ● 產品與服務創新 ● 勞資關係	定期勞資溝通會議/每季	召開兼職人員座談會 2022年共召開4次勞資會議，通過3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

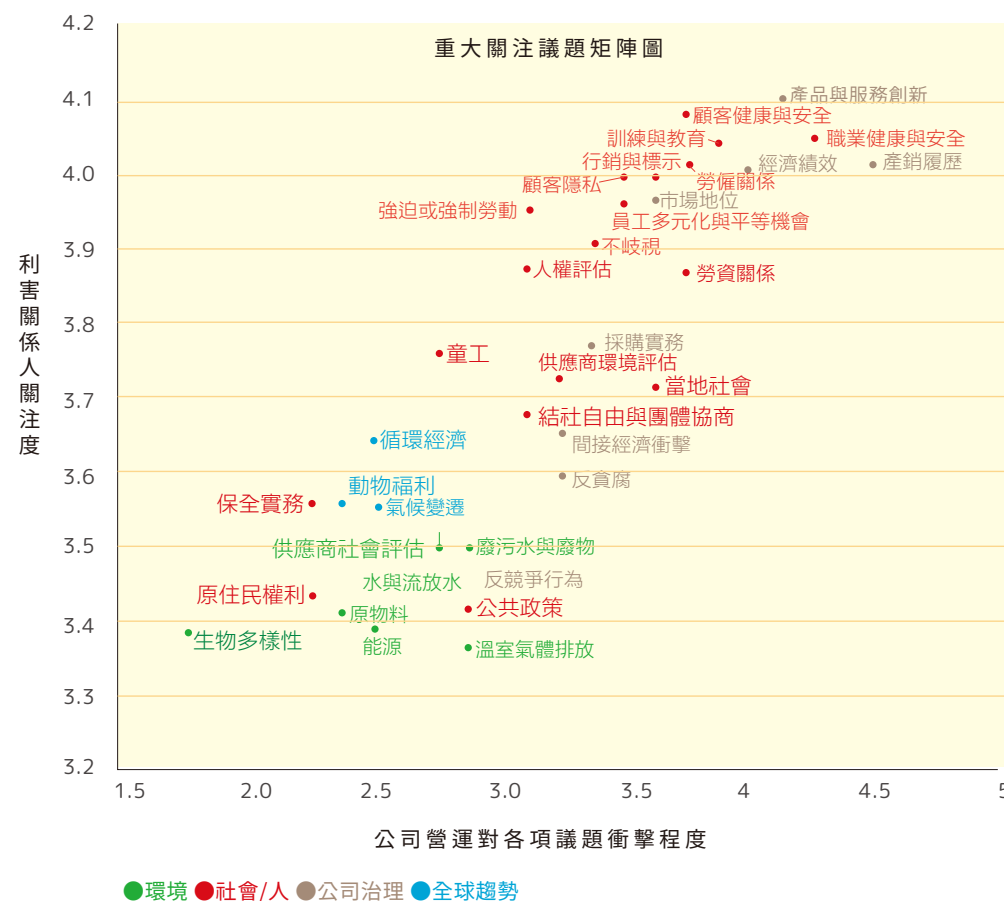
安心食品今年遵循GRI 2021的八大原則^(註1)，透過「利害關係人鑑別」、「永續議題蒐集與鑑別」、「利害關係人關注度調查」、「組織內部衝擊程度調查」、「繪製重大性矩陣圖」等5大步驟決定永續主題，並作為企業永續報告書的編撰方針，藉此盤點公司在永續議題方面的現況、同時推動各部門持續精進，為社會/人與公司創造共享價值。



利害關係人
關心程度問卷

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的五項要素（依賴、責任、影響力、多元觀點、張力），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。2022年重新判定安心食品的利害關係人，將社區居民歸類在顧客。
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，判斷法規遵循為必要遵守項目，非重大永續議題，因此剔除2項與法規遵巡有關的項目，2022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481份問卷，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 擊程度調查	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6項，以利揭露於報告書中。



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

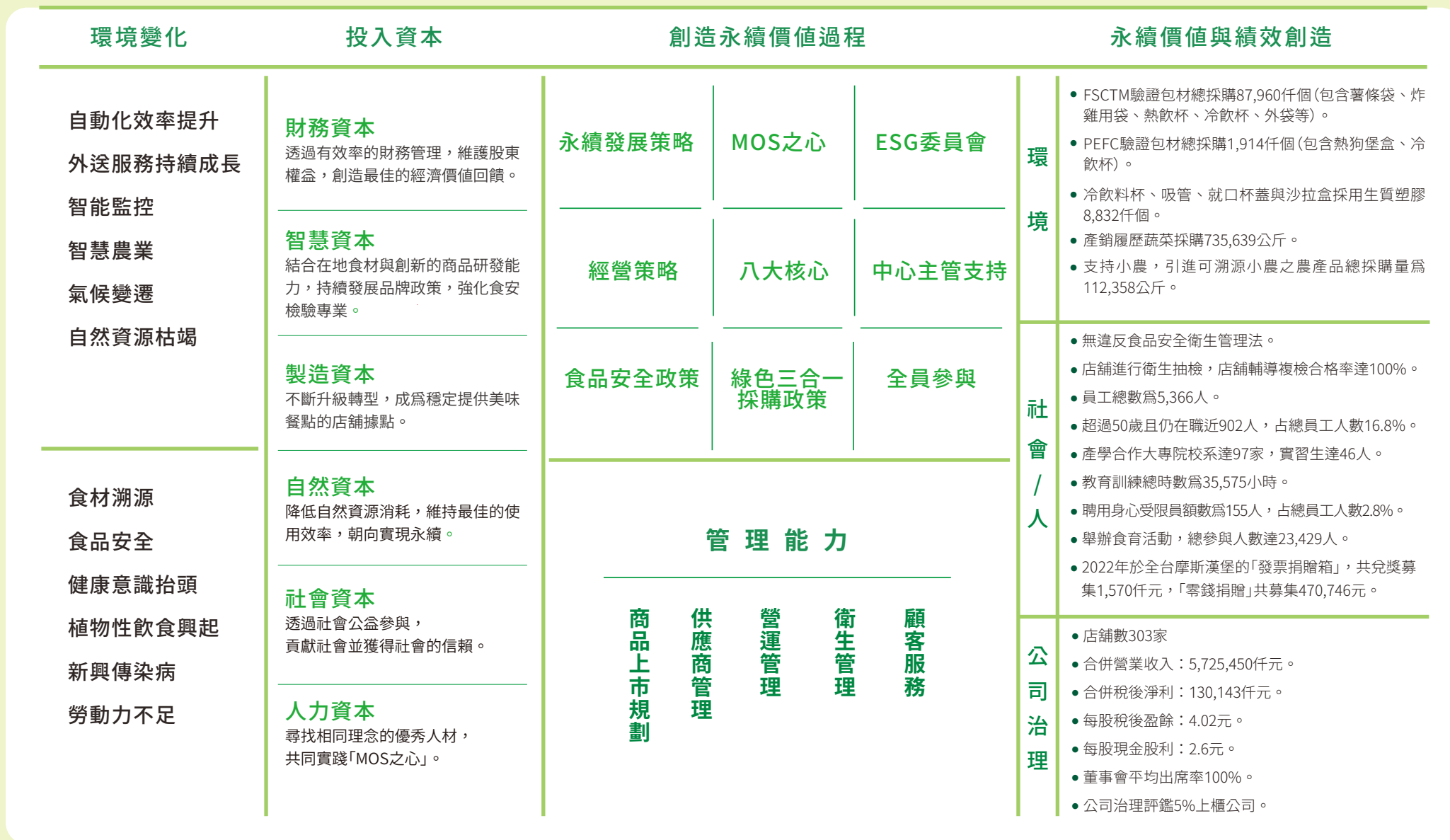
重大主題對照

重大主題		對安心食品的意義	對應 GRI 準則	對應 SDGs	對應 SASB 準則	內部邊界		關注利害關係人							管理方針 參考章節
						總部	店鋪	股東	政府機關	顧客 社區居民	供應商	媒體	公益團體	員工	
環境	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
社會 / 人	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
	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	 	—	●	●	◎	○	◎	○	○	○	◎	
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

安心食品持續成長的過程中，我們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，創造環境及社會/人和公司治理的永續價值與績效創造。



1 安心企業概況

GRI 2-1	GRI 2-2	GRI 2-3	GRI 2-4	GRI 2-5
GRI 2-6	GRI 2-7	GRI 2-9	GRI403-1	GRI403-8

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31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2022年底，已擁有303家店鋪，店鋪占地面積54979.67平方公尺。我們透過多元化的經營策略布局、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。



企業概況

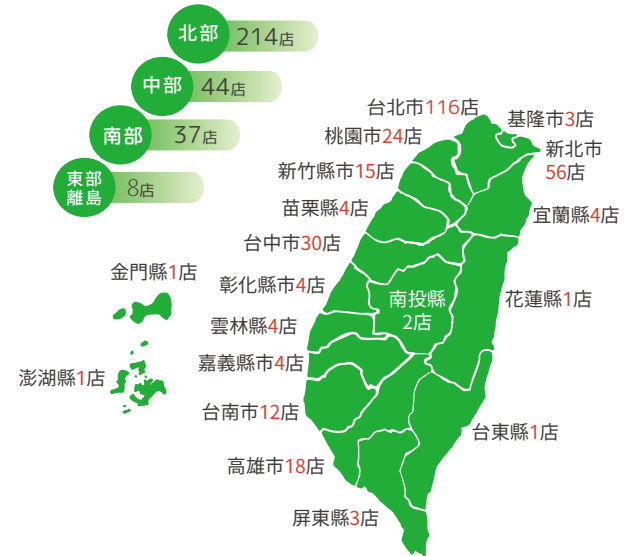


基本資料 公司沿革

- 員工數^(註1) 5,366人
- 創立時間 1990年11月23日
- 董事長 林建元
- 總經理 高順興
- 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
- 總店鋪數^(註2) 303家
- 店鋪占地面積 16631.35坪

(註1)資料統計截止2022年12月31日。

(註2)最新總店鋪數詳見摩斯官網



2022年 特色店型

摩斯漢堡會因應各種需求和地方特色開發不同店鋪型態，2020年起因新冠疫情影響，導致餐飲業內用空間閒置，為有效利用店鋪內用空間，自2022年開始，將部分店鋪的內用空間，提供顧客舉行會議、說明會，或者舉辦派對、讀書會等方式利用，截止2022年底全台共有29家店可提供租借服務。另外，為推廣大自然精神，將MOS山海日結合藝術創作，2022年摩斯漢堡於西門成都店成立「摩斯藝文塾」，提供藝術家展覽及會議空間的使用。除有效利用店鋪內用空間，摩斯漢堡也希望藉此推廣藝術，讓喜愛藝術的人有更多交流的機會。

MOS店鋪租借



摩斯藝文塾

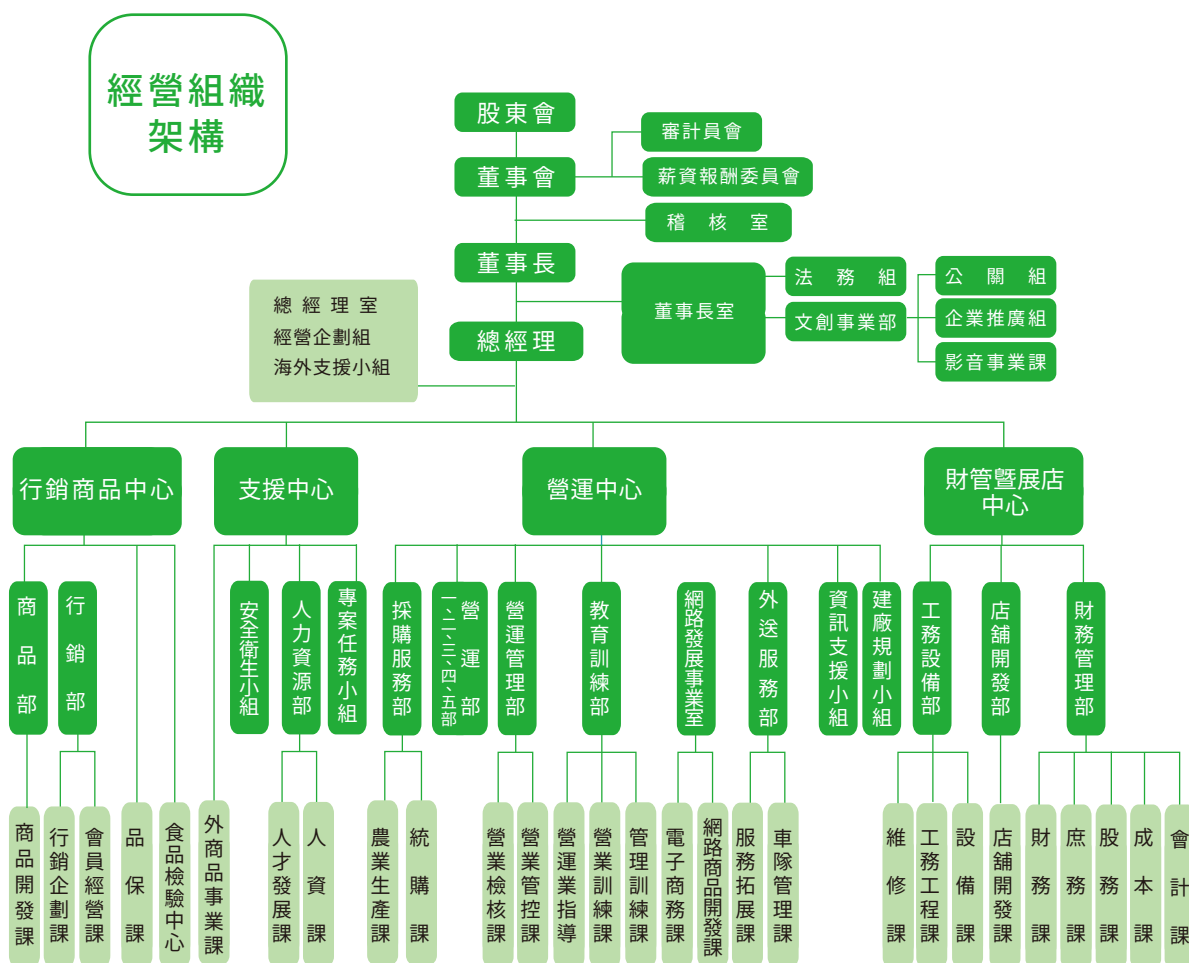


1.2 永續經營組織

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



部門

職掌範圍

董事長室

- 協助董事長推動專案及擬訂創新經營策略。
- 綜理全公司品牌及公關策略等業務規劃與執行。
- 綜理全公司合約審查管理及法務事務處理。

稽核室

- 綜理全公司內控管理制度推展，排定年度稽核計畫。
- 執行全公司例行性稽核。

總經理室

- 綜理全公司經營策略規劃、專案執行與新事業開發。
- 海外(大陸及澳洲)事業推展工作執行及支援。
- 綜理全公司教育訓練與員工發展等規劃與執行。
- 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。
- 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。

支援中心

- 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。
- 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。

行銷商品中心

- 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、店頭行銷促銷規劃、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。
- 提供並維護高品質及安心安全之商品保證事項。
- 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。

營運中心

- 綜理全公司教育訓練與員工發展等規劃與執行。
- 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。
- 綜理全公司電子商務行銷業務推展及維護管理。
- 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。
- 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。

財管暨展店中心

- 綜理公司整體財務規劃及資金調度管理等事宜。
- 綜理全公司成本管理、會計暨稅務作業規劃與執行。
- 股務業務執行與投資人關係維護。
- 綜理全公司資產管理事宜。
- 綜理全公司總部及各店舖庶務管理事宜。
- 綜理全公司經營分析與預算控制管理。
- 統合營業店舖之開發籌設與租約管理。
- 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。
- 綜理全公司店舖設備、食器及備品之開發規劃與維護。
- 綜理全公司新展店、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。

1.3 永續商業模式

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

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 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

主餐類

早餐 三明治、刈包、可頌堡、漢堡、米漢堡、熱狗堡

午/晚餐 漢堡、米漢堡、熱狗堡、摘鮮線系列



點心類

附餐 ●各式沙拉 ●炸物：雞(腿)塊、炸雞、薯條、北海道可樂餅、方塊薯餅等
●限量販售：辣味雞塊、地瓜薯條、夯地瓜、各式淋醬薯、洋蔥圈、炸魷魚、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、米斯球、鯛魚燒、達克瓦茲等



湯飲類

冷飲 各式茶類、(水果、蒟蒻)冰茶、果汁、鮮乳、豆奶、冰沙等
限量販售：期間限定茶類、冰茶

熱飲 各式茶類、熱可可

湯品 濃湯、蔬菜湯 **MOS Café** ●摩斯咖啡、拿鐵 ●澳洲咖啡、拿鐵



其他類

外商品 各式零食、甜點、即時料理、年節禮盒、(聯名)紀念品：如杯子、提袋、文具、餐具等

摩斯卡 依節慶、聯名活動推出的各式造型摩斯卡



新冠疫情大幅改變了人們的生活型態與消費模式，安心食品面對疫情造成的劇烈變化，仍然秉持著食品安全衛生及嚴選食材之原則，結合3Q創新計畫，努力成為消費者心中的理想餐飲品牌。2022年全球疫情逐步趨緩，安心食品為加速企業轉型，持續推動智慧科技與特色體驗，並擴大門市外送服務，提供顧客更方便多元的服務。為此，安心定期召開各項重要會議追蹤進度，亦同時依照專案性質及進展，不定期召開專案合作會議，以降低經營風險。此外，安心亦積極跨足智慧農業、成立安惠資訊、外送車隊，並規劃食品加工廠、建立短鏈供應鏈，為未來每一階段的經營策略逐步佈局、拓展事業版圖，創造更大的經濟價值，以實現企業永續經營。

定期會報之重要會議^(註3)

ESG	類型	重要會議	頻率	最高治理階層
環境、社會/人、治理	例行性	高階主管會議	每週	董事長
治理		產銷協調會議	雙週	總經理
環境、社會/人、治理		精實會議	每週	總經理
環境、社會/人、治理		經營檢討會議	每月	集團會長
環境、社會/人、治理		年度策略會議	每年	集團會長
治理		營運中心會議	每週	副總經理
環境、社會/人、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、治理		食品安全管理審查會議	每年	副總經理
環境		能源管理審查會議	每年	總經理
治理	專案型	外送車隊會議	按進度召開	總經理
治理		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	副總經理
環境、社會/人、治理	內部溝通會議	分區店長月會	每月	總經理
環境、社會/人、治理		全國店長大會	每季	董事長
環境、社會/人、治理		總部月會	每月	董事長

(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。

MOS商品



MOS商品營養分析表



MOS商品過敏原情報



摩斯卡博物館

2022 年度代表創新商品

安心食品提供消費者多元化的餐飲選擇，包含現場製作的餐點、居家調理食品及年節禮品等，商品涵蓋米漢堡、漢堡、點心、甜點、冷熱飲、咖啡及湯品等。安心食品於食材選用及風味搭配上不斷創新嘗試，並強調產品的差異化及獨特性，樹立「美味、健康、安心安全」的品牌特色，持續鞏固品牌的競爭優勢。此外，安心也透過與台灣當地農畜漁業的合作，利用更多的在地食材，同時因應消費者需求，持續開發符合消費趨勢之新商品。

在地食材 多方應用

持續使用台灣的農畜漁原料，協助生產者的產銷與生產技術問題，並擴大商品使用範圍，讓優質在地食材更廣為人知。



台灣飛虎魚珍珠堡 龍虎石斑珍珠堡



台東紅烏龍茶 黃金夯地瓜 寶島旺來蒟蒻冰茶

MOS嚴選食材

精心嚴選種植於北海道的美味米種「七星米（ななつぼし）」，製成米香四溢、口感絕佳的米板，帶給消費者新的米漢堡食用體驗，鞏固「台灣第一米漢堡」的地位。



鮭魚天婦羅珍珠堡 明太子可樂餅珍珠堡



健康取向新選擇 開發新米板

使用機能性原型穀類「超級大麥（BARLEYmax）」加入米板中，以增加膳食纖維的攝取；使用不過度加工的食材，提供營養均衡的飲食。



超級大麥海洋珍珠 超級大麥燒肉珍珠珍珠

聯名合作

與知名角色 IP 合作，開發話題性商品，引起消費市場討論，進而提高消費者嘗鮮意願。



蛋黃哥照燒嫩雞蛋

開發植物肉漢堡、 推廣蔬食

持續開發植物肉漢堡，並於世界地球日推廣「吃蔬食、愛地球」活動。



MOS 低碳永續米

首創以天然益生菌改善土質的 SPRI 栽培法，減少化肥農藥使用、降低約 2/3 碳排放、節約約 30% 且提升約 20% 產量，維持環境永續，產出美味又友善土地的好米。詳見 119 頁。

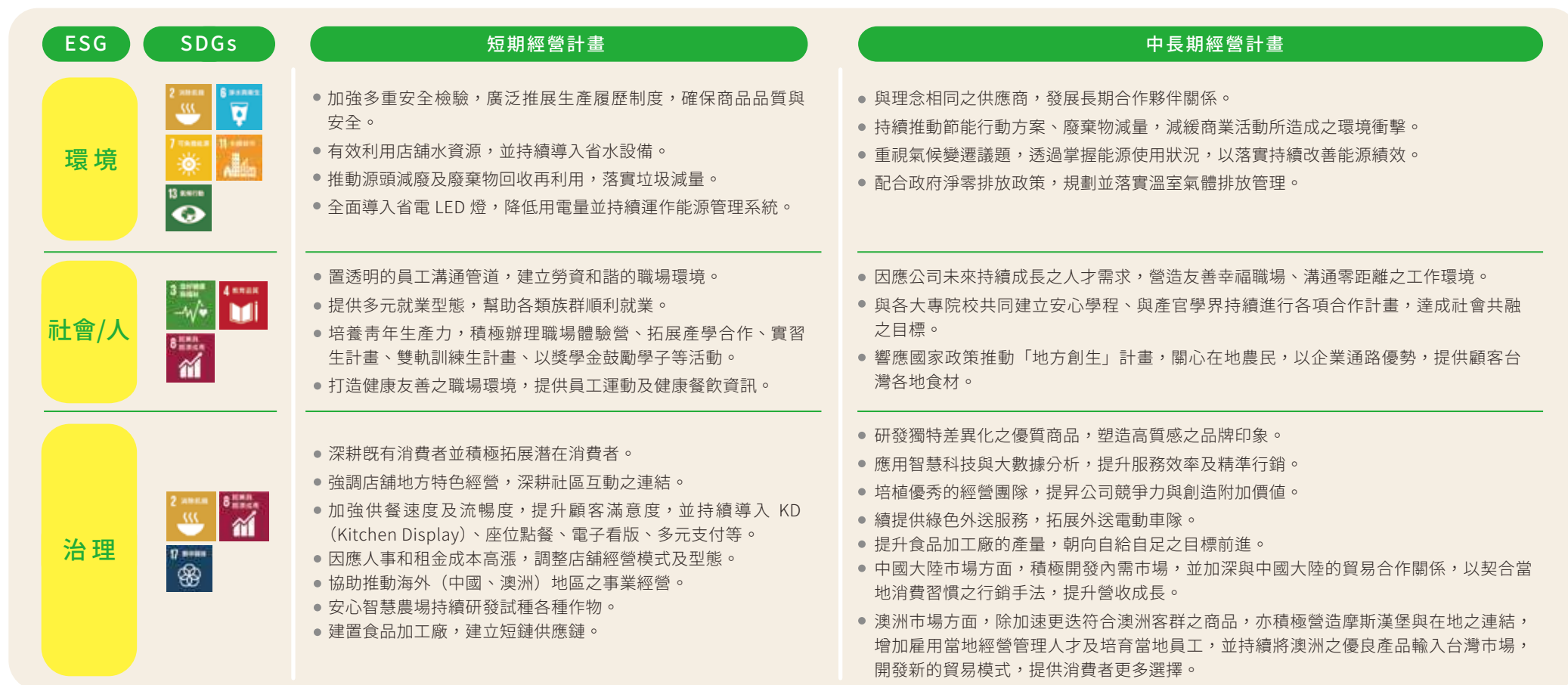


友善環境原物料

摩斯為對環境友善盡更多的心力，我們使用非基改國產大豆製成的豆奶，既可減少碳足跡、降低水資源的使用，也能友善種植環境、維護農地；另外，我們也採用「雨林聯盟認證咖啡豆 Rainforest Alliance, RFA」讓顧客在品嘗優質美味的咖啡時，也能對保護熱帶雨林生態環境，貢獻一份心力。



摩斯豆奶 (微糖) 摩斯豆奶 (無糖) 摩斯咖啡 (使用雨林聯盟認證咖啡豆)



1.3.2 經營績效 GRI 201-1

企業經營效益水準主要表現在企業的獲利能力、資產運營水準、償債能力和後續發展能力等方面。受惠於政府提供新冠肺炎紓困補助措施，2022年下半年防疫政策逐漸走向與病毒共存、解封，安心食品2022年合併營收突破新台幣57億元，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，持續追求良好的永續經營績效。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4.02元、6.43%及2.47%，並以長期穩定的股利政策回饋投資人。

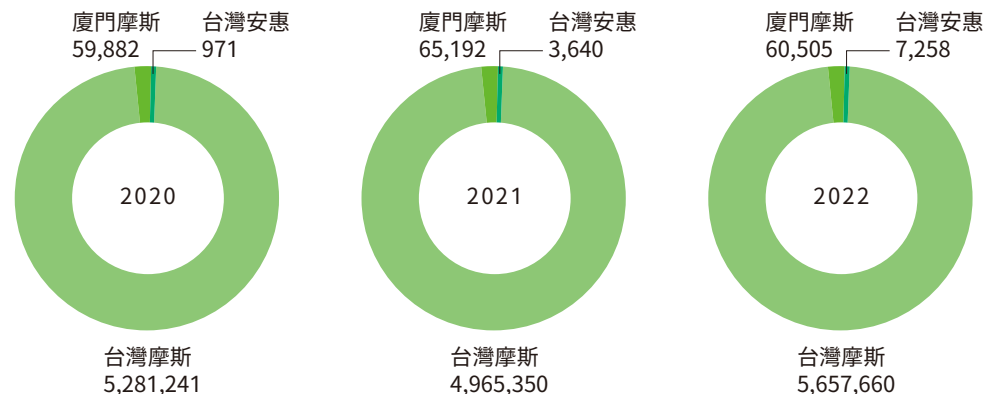
個體財務數據

項 目	單位	2020	2021	2022
營業收入	仟元	5,281,241	4,965,350	5,657,660
營業成本	仟元	3,899,120	3,723,931	4,200,085
營業費用	仟元	1,235,514	1,229,407	1,321,694
所得稅	仟元	29,178	18,751	22,025
薪資總額	仟元	1,420,716	1,328,425	1,490,017
員工福利總額	仟元	1,717,570	1,622,680	1,801,742
退休金總額	仟元	79,423	76,955	84,063

項 目		單位	年 度		
			2020	2021	2022
直接經濟價值之產生	收入	仟元	5,311,361	5,001,796	5,705,082
直接經濟價值之分配	營運成本	仟元	3,417,064	3,330,658	3,720,037
	員工薪資與福利	仟元	1,709,523	1,617,655	1,795,267
	分配股東紅利	仟元	122,939	117,342	74,496
	繳納政府稅款	仟元	29,211	18,904	22,025
	社會參與投入	仟元	574	499	209
	經濟價值之保留	仟元	32,050	-83,262	68,586

合併財務數據

項目	2020		2021		2022	
單位	仟元	%	仟元	%	仟元	%
台灣摩斯	5,281,241	99	4,965,350	99	5,657,660	99
台灣安惠	971	0	3,640	0	7,285	0
廈門摩斯	59,882	1	65,192	1	60,505	1
合併營收	5,342,094	100	5,034,182	100	5,725,450	100



1.4 餐飲現況與產業發展 GRI 2-15

據未來流通研究所的數據顯示，2021年台灣餐飲產業受三級警戒影響，迎來20年來首度衰退，全年整體產業規模年減1.0%；2022上半年受惠於疫情管制措施放寬、內需消費人潮回流，產業規模較2021H1大幅成長，寫下2014年後最大增幅。多項餐飲次產業別營收均較2021H1顯著復甦，與疫情前同期(2019H1)相較，亦展現出穩定成長幅度，尤其便當/自助餐、早餐店、連鎖速食店等平價快餐增幅均超過20%。根據財政部統計，受惠於疫情趨緩、外食消費增加，再加上去年同期基期較低，6月份餐飲業營業額增至619億元，較上月增加7.5%，年增61.7%；飲料店業年增66.6%；外燴及團膳承包業年增46.9%。

然而，根據未來流通研究所的資料顯示，2022年全台外食費用CPI(Consumer Price Index)大幅上揚，因此，除消費市場復甦外，外食物價上漲亦為推升產業規模上漲的主因之一。此外，在歷時超過兩年的疫情壓迫下，2022H1全台餐飲業營業家數年增幅降至2.9%，為2009年後新低，「吃到飽餐廳」家數更出現統計以來首度下滑，反映出業者在疫情下相對保守謹慎的展店規畫與營運趨向。

產業上、中、下游關聯性



2022餐飲產業趨勢與安心的現況：

餐飲產業趨勢

大環境影響

食材成本上漲，全球面臨漲價潮

2021年開始，全球感受到全方面物價上漲，歐美、日本和中國都在2021年10月創下通膨新高，全球餐飲、食品物價面臨漲價潮，根據《食力》雜誌vol.25的報導，造成全面性物價攀升的3大主因為：一、極端氣候導致黃小玉(黃豆、小麥、玉米)產量大減；二、疫情導致工廠停擺、航運卡關；三、各國隨著疫情復甦，爆發性消費和外食市場重啟，致使飲食消費需求大增。

餐飲業者面臨租金漲、缺工潮

根據主計處發布之2022年12月最新消費者物價指數(CPI)，全國房租指數達到107.34，再創歷史新高，在升息趨勢下，租金成本恐怕會愈來愈高，未來餐飲業者可能傾向承租低成本的店面，並搭配外帶外送服務縮小內用座位。另一方面，餐飲業面臨缺工問題，在疫情趨緩、內用人潮恢復以後，人力問題更加突顯，部分餐飲店家藉由縮短營業時間、增加休店日來減少人力負荷，更多餐飲集團則是以加薪、調薪等方式留住人才。

安心的現況

- 善用店鋪空間，並將部分店鋪內用空間提供顧客租借服務。→可參考p15
- 因應店鋪型態，適時調整店鋪營業時間和人力需求。
- 為因應全球漲價潮，我們盡力以調整食材、不漲價的方式調整商品MENU，持續為顧客展現新風味的商品。

展店
趨勢

名店品牌積極展店，導致「大者恆大」的M型化趨勢

根據《ICHEF》對餐飲業者2023年展店規劃調查，多店^(註4)品牌於明年計畫展店的比例，是單店^(註5)品牌的3倍以上，對於營業額也相較樂觀。由此可推知，連鎖品牌因營業收入較穩定、也能以量制價控制成本，業者較能以多開店、成立多品牌的方式，吸引更多不同族群的消費者，因此，未來餐飲業恐趨向「大者恆大」的M型化發展。業者如何透過標準化複製的方式持續擴大規模、同時提升經營效率，將成為大型連鎖品牌的未來挑戰。

(註4)近7成店數在2-6間；近9成開業3年以上。(註5)近9成為第一家餐廳；4成開業3年以上。

餐飲集團紛紛競相海外插旗

根據518職場熊報報導的未來餐飲趨勢，近年來國內餐飲業因疫情影響而收獲減少，2022年疫情逐漸趨緩、國境解封，餐飲集團紛紛進軍海外市場，尋求更高的機會和營收成長。

消費者
行為

精緻餐飲(Fine Dining)崛起

518職場熊報指出，疫情期間民眾被迫減少外出用餐，也無法至國外消費，導致更多民眾願意將錢花在奢侈品或高額商品，並選擇到精緻餐廳用餐獲得獨特體驗，以滿足個人心靈和虛榮感，高檔餐廳也因此出現「代訂風波」，由此可見，現代消費者不僅重視CP值(價錢)，也更重視CV值(價值)。

健康意識抬頭，蔬食、剩食等永續議題持續受關注

根據foodpanda2022年公布的《疫後關鍵報告》發現，解封後健康餐點的訂單量較疫情期間成長超過30%，吸引店家加入平台上架，加數更成長40%，代表消費者用餐習慣轉變為有意識地選擇健康飲食。

潛力
新商機

異國料理熱潮不斷

根據ICHEF《餐飲景氣白皮書》調查，韓式餐廳近年在台灣市場3年內成長3倍，除了王品於今年推出韓式料理新品牌「初瓦」，全聯、全家也分別推出韓食聯名商品；不僅韓式料理，泰式餐飲市場也緊迫在後，除「豆府集團」引進米其林必比登推薦的「帕泰家」，路易沙咖啡也跨界成立「初泰Pikul」泰式料理餐廳，顯示台灣人對於泰式料理的接受度愈來愈高，具有發展潛力。

單身新商機-獨食經濟

《食力》在疫情期間統計，全台有34.1%消費者看好疫情後的獨食需求，餐飲業者也進攻創食新商機，諸如提供個人套餐、一人燒肉店等，讓單身族或想一人用餐的顧客也能在餐廳好好享受。另外，個人吧檯式的用餐座位能提高空間利用率，顧客單獨用餐時間也會縮短，能有效提升翻桌率。

聯名合作盛行，其他非餐飲產業紛紛「跨界」餐飲業

518職場熊報指出，餐飲產業持續推出聯名、跨界合作商品，並推出具話題性、吸引目光的商品，藉此提高知名度，同時借助雙方力量提升影響力和網路聲量，吸引不同客群，創造雙贏。此外，餐飲界和其他產業的界線已愈趨模糊，近年來科技業、零售業和旅遊業也跨足餐飲業，像是雄獅集團的gonna共樂遊餐飲品牌、光碟大廠鈺德集團成立「食樂國際」等，由此可見，跨界賺錢、斜槓已成為產業的創新模式。

數位
科技
影響

外送、線上點餐已成為餐飲店家標配、餐飲零售化已成為趨勢

根據經濟部調查資料顯示，2022年提供外送服務的餐飲家數較疫情前(2019年4月)增加21.3%，提供「線上點餐」的家數也增加18.6%，另外，導入「線上訂位」、「行動支付」服務的店家也較疫情前提升，隨著科技的進步，餐飲店家提供餐飲外送服務、數位點餐、無接觸付款幾乎成了餐廳的標準配備。有些公司甚至會運用大數據分析調整菜單、分析顧客喜好並預測點餐，達到精準行銷。此外，大型餐飲集團也邁向電商化，如於線上販售零售商品、結合APP等。

年輕人尋找餐廳對照片、影像更具興趣

根據Google的研究指出，40%的年輕人已不再透過Google地圖搜尋餐廳，而是更傾向使用Instagram或TikTok等社群軟體搜尋評論，在新社群媒體的趨勢下餐飲業必須更了解新媒體的操作手法，嘗試不同的行銷方式接觸新的消費者，才不會被時代所淘汰。

- 國內外皆持續展店，並同步調整店鋪體質。



- 開發北海道七星米等頂級白米所製作的米漢堡。
- 將機能性原型穀類「超級大麥(BARLEYmax)」加入米板中，開發考量人體健康之米漢堡。推出豆奶等健康飲品。
- 於世界地球日推廣蔬食餐點。

- 與知名角色IP合作，開發話題性商品。
- 於MOS電商平台販售菲律賓CEBU宿霧芒果乾、菲律賓金吉飲等異國商品。
- 持續推廣澳式咖啡。
- 藉由每年度東元集團舉辦的食品展，與各國食品餐飲業者交流、發展合作關係。
- 設立屏東食品加工廠，建立供應鏈，自主把握關食材。



- 持續導入自動點餐機服務。
- 於MOS APP推出「安心取溫配送」服務。
- 運用FB、IG等社群媒體和顧客溝通。



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

產業分析及因應策略

行政院主計總處預估2022年台灣經濟成長率為4.42%，較前次預測值上修0.27個百分點，每人平均生產毛額(GDP)達3萬5,244美元，較2021年增加超過2千美元，近年全球因烏俄戰爭、禽流感等因素，導致物價全面上漲、缺工等問題，企業唯有善用自身優勢、柔軟應對、持續追求創新，並「超前部署」，才能永續經營。近年來飲食風潮轉向健康蔬食、即食快速的飲食型態，新興科技也帶動了外送平台及無人服務之商機，安心食品持續觀測產業趨勢，利用機會積極開發更好的商品、更創新的服務以及更優質的環境。規劃具體因應策略如下：

安心食品因應策略

SDGs	產業趨勢	機會	風險	安心食品因應策略
  	多元支付	行動裝置普及，促進線上交易發展	系統串接及建置的成本投入	逐步增加支付方式選擇
		消費者接受度提升	交易正確性	推行電子發票及行動載具
		減少發票印製數量	消費者個資安全性	・投資資訊設備・導入ISO27001資訊安全管理系統
		減少現金收付降低錯誤率	複雜的行銷回饋	優化現金管理
	外送服務	擴大銷售管道	餐飲業競爭加速擴大	成立外送服務專案小組
		接觸潛在之消費者	內用需求降低	自建外送車隊、開發適合外賣商品
		消費者方便即食的需求	增加外賣平台佣金支出	提高外送餐點的平均客單
  	自動化服務	零工經濟崛起	交通管理及廢氣排放量、外送員工之安全問題	加速投資新科技、採購電動機車
		減輕員工負擔、降低錯誤率，提升服務品質和效率	研發及建置成本	結合東元集團專業加速研發，提高人員效率及附加價值
		蒐集消費者資訊	資訊分析與判斷	運用大數據及AI新科技
		增加消費者體驗	人力配置的重新檢視、重塑服務流程	推動新店型及店鋪設計
   	智慧農業	產學合作	相關領域人才缺乏	與學校進行策略聯盟
		面對氣候變遷解決糧食危機	產量提升	成立農業生產課專責統籌、穩定供應鏈
		智慧農業科技創新	商業模式之建立	運用環控新科技監測
		減少資源使用與碳足跡	環境建構成本	循環經濟再利用、企業共同使用達規模經濟
	食品安全衛生	消費者對於食品安全的意識提升	原物料控管	食材溯源管理、食品檢驗中心為店內商品把關
		公共衛生	廠商管理	生產履歷之推動
		顧客嚐鮮及好奇心	不同消費族群對新食材的接受度不同	運用廣宣說明並針對不同族群推出商品
		植物基替代動物蛋白質	接受度漸增但品項選擇較少	擴大其他相似產品的開發與測試
    	食品加工廠	提升食品製程及創新研發技術	相關領域人才缺乏	加強教育訓練以培養內部人才
		擴大布局、促進地方經濟發展	研發及建置成本	・挖掘當地人才・與當地機構和學校建立合作關係
		從產地到餐桌，全程嚴密控管，減少碳足跡	研發製程產生的管理風險	導入ISO22000，確保食品衛生安全
		帶動上、中、下游周邊產業發展	周遭環境汙染的風險	連結產學合作，發掘在地產業及人才
		將台灣的優質農漁產品外銷至世界各地	原物料控管	挖掘台灣農漁產品

2 透明食安 環境永續



關注利害關係人



股東

政府機關

顧客

供應商

管理方針

GRI 3-1

GRI 3-2

GRI 3-3

重大主題	對安心的意義	政策與承諾
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、安全的理念傳遞給顧客，更是安心食品的堅持。	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	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。	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	2023年目標	2022行動計畫	2022年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
環境	產銷履歷	推展生產履歷制度	- 採購產銷履歷農產品。 - 和消費者溝通最新生產履歷資訊。	- 走訪鄉鎮尋找具在地特色之食材。 - 定期於ESG官網更新生產履歷資訊。	- 結合在地龍虎斑米漢堡商品，解決農漁民產銷問題。 - 產銷履歷蔬菜採購735,639公斤。 - 每月更新一次生產履歷資料，全年度共更新12次。	- 持續推動綠色三合一採購政策，結合「生產履歷」、「在地食材」、「契作農場」，支持在地農畜業生產活動。 - 持續透過ESG官網，和消費者溝通生產履歷資訊。	- 增加在地食材採購比例，達到95%以上，並與更多契作農場建立穩固的合作關係，支持更多本地農畜業。 - 打造更具互動性和透明度的ESG官網平台，提供消費者更詳盡的生產履歷資訊，吸引更多消費者參與。
社會 /人	顧客健康與安全	食品安全監測計畫	食材自主把關率100%。	正面表列-強制檢驗： - 全品項食材/菜單輪替性檢驗2次/年。 - 危害風險物質委外檢驗監控作業1次/年。 - 非正面表列-風險管理：監控歐盟風險物質更新MOS禁用產品資料庫。	- 針對2022年度風險危害物質委外檢測^(註19)共計145件，合格件數145件^(註20)，合格率達100%。 - 針對2022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%。 - 定期取得常態性食材供應商之2022年度自主檢驗報告書共 130 份。	- 食材自主把關率100%。 - 食材品項風險危害物質控管率100%。	- 強化食材品項風險危害物質的控管措施，確保控管率持續達到100%，保障食品安全。 - 持續加強食品安全法規合規性輔導，確保成效持續達到100%，並持續更新適應最新法規。
		法規遵循	食品安全法規合規性輔導成效100%。	- 衛生局抽檢不合格品項輔導改善。 - 預防措施-執行全店教育訓練課程委外驗證。	全年無食品安全危害開罰事件之情形。	食品安全法規合規性輔導成效100%。	持續加強食品安全法規合規性輔導，確保成效持續達到 100%，並持續更新適應最新法規。
		店鋪衛生環境稽查輔導	- 年度水質、商品、飲品複檢合格率100%。 - 年度A+B級店鋪輔導至占比85%。 - 辦理區課現場交流。	- 飲冰品/水質抽檢輔導。 - GHP規範稽核改善確認。 - 各區課會案例分享。	2022年度水質、商品、飲品複檢合格率达100%。^(註1) 2022年度A+B級店鋪占比達86.1%。 2022年度共執行4場區課衛生教育訓練課程研討交流。	- 年度水質、商品、飲品複檢合格率100%。 - 年度A+B級店鋪輔導至占比85%。 - 辦理區課會議現場交流研討。 - 提供線上溫故知新影片輔助學習。 - 開發電子線上表單，以便簡化店鋪操作流程及方便資料彙整。	- 確保水質、商品、飲品的複檢合格率持續達到100%，提高產品品質和安全水準。 - 持續提升A+B級店鋪比例，將輔導至占比提高至90%以上，提升品牌形象和營運品質。 - 加強區課會議的現場交流研討，增進員工間的合作和學習氛圍，提高整體工作效率。 - 持續優化電子線上表單，提高操作效率，實現數據集中管理，為決策提供更準確的資訊支援。
		系統制度維護	ISO 22000暨HACCP證書有效性。	ISO 22000：2018(含HACCP)持續運作與維護。	2022年4月20日通過換證書作業(驗證範圍異動)，認證持續有效。	ISO 22000食品安全管理系統持續有效。	確保ISO 22000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。
			ISO 17025證書有效性。	ISO 17025實驗室品質管理系統運作與維護有效性。	TFDA及TAF實驗室品質管理系統運作與維護持續有效。	- ISO 17025實驗室品質管理系統持續運作與維護有效性。 - 新增包裝飲用水及盛裝飲用水中綠膿桿菌之檢驗方法。	- 持續運作和維護 ISO 17025 實驗室品質管理系統，保證檢驗和實驗室的高品質和準確性。 - 持續追蹤和引進新的檢驗方法，提高檢測水準，確保飲用水和盛裝飲用水的安全性。
			TFDA衛福部食藥署認證維護。	- 依法規公告時程通過大腸桿菌檢驗方法認證。 - 通過 TFDA 定期評鑑。	2022年3月取得TFDA大腸桿菌公告檢驗方法變更認證。 2022年11月通過大腸桿菌FAPAS能力試驗。	維持認證有效性。	確保相關認證的有效性，持續符合國際標準，提升企業形象和信譽
			維持實驗室生物風險管理系統作業(原CWA15793)。	- 維持實驗室生物風險管理系統有效性。 - 感染性生物材料管控每季回報疾管署。 - 年度緊急意外事件演練1次。	2022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%。 2022年7月29日完成年度緊急應變實地演練作業。	維持實驗室生物風險管理系統有效性。	持續運作和維護實驗室生物風險管理系統，保障員工和環境的安全。
		安心資訊平台	落實業者自主管理及法規要求項目100%。	- 管理衛生人員/業者登錄字號維護張貼。 - 安心資訊平台維護。 - 公司官網產品放置檢驗報告。 - 臺北市衛生局-食材登錄平台系統維護。 - 教育部-校園食材登錄系統維護。	100%達成自主管理及法規要求項目。	持續維護安心資訊平台。	不斷升級和維護安心資訊平台，提供更完善的資訊和服務，滿足客戶需求。

重大主題		績效衡量指標	2023年目標	2022行動計畫	2022年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
社會 /人	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<0.001%。	● 顧客抱怨聯繫 / 處理與追蹤。 ● 提報相關部門研擬。	● 全年每月皆達成目標，累計平均值為0.0002%。	● 衛生相關Call Center+080+Email顧客抱怨率持續<0.0007%。	● 保持顧客抱怨率極低，持續改進顧客服務品質，樹立良好的顧客口碑。
		店舖衛生抽檢合格率	● 店舖衛生抽檢合格率>70%。	● 強化多重安全檢驗。	● 1至4月進行水質抽檢無關評分，2022年5月至12月皆達成目標，每季平均值86.37%。	● 店舖衛生抽檢合格率持續>75%，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 ^(註2) 衛生抽檢合格率	● 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>80%。	● 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	● 全年度店長食安衛生平均訓練時數>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。	● 2022年店長食安衛生平均訓練時數15.1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)。	● 全年度店長食安衛生平均訓練時數持續>15小時。	● 確保店長對食安衛生知識的持續學習，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。	● 2022年12月31日總店舖數為303間店 ^(註3) ，除因配合出租方調整時程或因天然災害等不可抗力因素外，各店均每月施作病媒防治作業。全年各店由安心食品合作之具行政院環保署病媒防治許可執照廠商消毒次數合計3,290次。 ^(註4)	● 每月各店施作病媒防治作業。	● 確保每月定期進行病媒防治，保持店舖環境衛生，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%。	● 針對病蟲害防治廠商進行供應商評鑑，強化廠商消毒成效。	● 每季均達成目標，每季平均值為100%。	● 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	● 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。	● 每季評鑑合格率100%，合計受評鑑供應商57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2022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2022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



FP5

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27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ISO 22000相關食品安全管理系統持續改善且有效的執行，我們於2020年4月9日通過換證複評。松江店取得ISO 22000及HACCP認證目的，在於成為實施ISO 22000食品安全管理系統的示範店舖。2022年松江店所販售商品金額占全公司個體報表之淨營收之0.29%^(註5)。其餘安心所有店舖也比照松江店為示範標準，遵循ISO 22000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。ISO 22000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ISO 22000食品安全管理系統暨HACCP進行管理及產品品質控制。2022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食品安全管理，鑑別出46項對於安心之內外環境議題並進行風險評估，將3項判定影響程度較大之內外部議題列為2023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。

	單位	2020	2021	2022
ISO 22000暨HACCP驗證佔全公司個體報表淨營收之百分比	%	0.57	0.37	0.29

ISO 22000證書



HACCP證書



(註5)松江店已於2021年10月24日撤店，2022年以後長春松江店為ISO 22000示範店。

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10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，為連鎖速食業首位且唯一的雙認證微生物實驗室，同時符合TAF及TFDA規範要求，其檢驗報告可與亞太實驗室認證聯盟(APLAC MRA)相互認可，與國際實驗室認證聯盟(ILAC MRA)接軌。「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2022年完成3場國際認證部門及政府機關部門現場稽核評鑑，通過TAF監評和大腸桿菌異動評鑑、TFDA定期評鑑，透過三年一次的延展評鑑、每年的不定期查核，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
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

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。2022年投入大量的教育訓練，並新增一名檢驗人員。此外，2022年9月受實踐大學邀請，以多年的經驗與實踐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可能性。

項目	單位	2020	2021	2022
教育訓練時數 ^(註6)	小時	438	557	467

(註6) 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。



TAF不定期稽核



實踐大學-微生物檢驗實務經驗分享



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。2022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16個檢測項目，各項檢驗數據均獲「滿意」的成績。

衛生指標菌、病原菌 檢驗技術專業準確

食品檢驗中心於2022年度首度參加新導入之檢驗方法-「大腸桿菌-直接平板法」能力試驗，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

- 食品大腸桿菌
- 食品大腸桿菌群
- 食品腸桿菌科、生菌數
- 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

台美能力試驗通過證書



食品檢驗中心可自行檢驗項目

2022年食品檢驗中心針對店舖商品、飲料、冰塊/水質及食材等^(註7)影響食品衛生安全之微生物^(註8)、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3,261件，合格件數3,070件，總合格率94.1%。

除了既有認證項目外，在檢驗方法的方面，為符合法規依據，食品檢驗中心導入了大腸桿菌-平板法的公告方法，並於2022年通過TFDA及TAF的認證；為滿足顧客期許，食品檢驗中心也導入了單核球增多性李斯特菌快速檢驗方法，提升實驗室檢驗能量的同時，也提供更多樣化的檢驗服務。

分類	檢驗項目
微生物檢驗	● 通過TFDA認證檢驗方法 【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、大腸桿菌-直接平板法(2022年新增)、金黃色葡萄球菌、腸桿菌科
	● 通過TAF認證檢驗方法 【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、大腸桿菌-直接平板法(2022年新增)、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
	● 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
	● 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(2022年新增)
化學性檢驗	● 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
	● 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
	● 參照TFDA公告檢驗方法 【水產品】：揮發性鹽基態氮

(註7) 樣品來源包含品保課抽檢之店舖商品、廠商供貨的食材、安心智慧農場供貨的食材，衛生局和賣場抽檢也會同步留樣。

(註8) 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。

2022年度食品檢驗中心產生之費用總計9,006仟元^(註9)，包括委外檢驗費用1,588仟元，約佔年度營業淨利6.63%及營業收入0.16%。

一、微生物自主檢測

2022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2,461件，合格件數為2,270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2,461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。

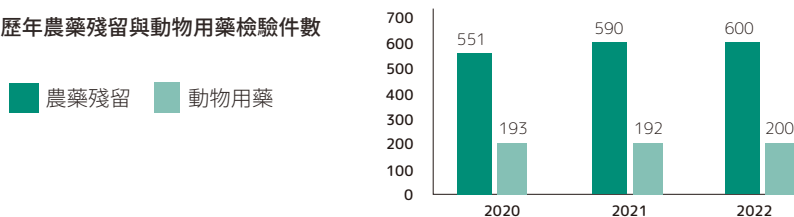
食材農藥殘毒快速檢測，共600件，合格率100%

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(抗生素、瘦肉精)，共200件，合格率100%

歷年農藥殘留與動物用藥檢驗件數



(註9) 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。

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。安心於2022年進行食安稽核檢驗系統流程測試，藉由系統整合店舖、稽核單位及食品檢驗中心的資訊，透過各部門的密切合作及系統加快作業流程，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，食品檢驗中心於高雄、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。2022年食品檢驗中心回饋社會，幫助其他食品業者自主檢驗共303件，總業外收入共376,382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。

2022 高雄國際食品展



2022 台北國際食品展

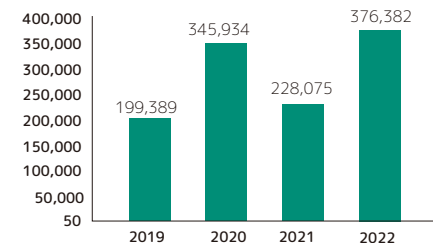


食在安心平台



食品檢驗中心業外收入明細表

項目	單位	2019	2020	2021	2022
檢驗件數	件	80	199	195	303
收入總計	元	199,389	345,934	228,075	376,382



2.3 供應商評鑑制度



GRI 2-9

GRI 2-10

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

2.3.1 新供應商開發及新品製程評鑑

GRI 2-9

GRI 308-1

GRI 414-1

書面資料審查：確認符合法規登記證照，其他相關驗證證書。

現場資格審核：新供應商或新商品上市前，安心食品會依據食品良好衛生規範準則(GHP)進行廠商工廠視察，評鑑項目包括製造現場、機器設備、原物料管理、品質管制、人員管理等。合格率判定為B級以上列為合格供應商(分數70分以上為合格)，可進行邀商、提案或產線生產，評等為C級廠商經輔導改善後才進行合作，評等為D級則不得採用。2022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24家廠商、36場次之工廠產線實地評鑑，占2022年食材相關進貨供應商家數之25%，合格率100%。另針對非直接交易新供應商及新品製程廠商共執行1家廠商、1場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。2023年品保課將持續執行新品及新供應商工廠評鑑作業，並進行分級管理，如上游供應商的實地訪查，訪查項目包含人員衛生管理、製造環境、機器設備、原物料管理等，甚至擴及上游供應商之品管能力，由上游供應商提供書面資料給安心食品進行相關審查。

新供應商/新品製程評鑑項目

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

新供應商評鑑等級：

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

2.3.2 既有供應商評鑑

GRI 2-9

GRI 308-2

GRI 414-2

安心每年會依前年度與供應商的交易金額及年度合作狀況，執行商品開發課、品保課及統購課三方聯合評鑑；2022年與安心食品穩定合作的供應商共有102家^(註10)，其中以食材及農畜品供應商占87%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、ISO 22000食品安全管理系統、HACCP危害分析重要管制點等)。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。2022年針對與食材及農畜品相關進貨供應商37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39%，合格率為100%。另針對其他交易供應商9家廠商執行12次評鑑，及非直接交易供應商11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。

既有供應商評鑑項目

經營理念

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

產品品質

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

交期及服務力

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

既有供應商評鑑等級：

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

(註10) 當年度有交易紀錄之供應商。

2.4 永續供應管理



FP1 FP2

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。

綠色三合一採購政策



MOS供應鏈管理之ESG準則

E 環境

- 推動生產履歷制度，確保農產品安全與品質。
- 積極推動「綠色三合一採購」政策，降低環境負荷。
- 優先採用具有產銷履歷(TAP)標章的蔬菜。
- 合理規劃契作農戶耕種地，委託合作的農民確認耕地水質與土壤檢驗。
- 透過產銷履歷農產品資訊網和二維條碼來追溯生產過程。
- 增加販售通路，保障小農收入，並促進企業與在地社區的連結，活絡地方經濟。

S 社會/人

- 推廣台灣在地特色農產品，與農民建立供應鏈夥伴關係。
- 提供產地情報，與消費者進行溝通，建立消費者對安心食品的信賴感。
- 責任消費守護顧客的食安，並帶動整個餐飲產業，解決食安問題。

G 公司治理

- 積極尋求理念相近且具有正確食安觀念的供應商合作，確保產品安全無虞。
- 嚴謹的供應商評鑑和稽核制度，確保供應商的品質。
- 增加食材來源穩定性及分散風險，開發合格備用廠商。

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。2022年採購TAP產銷履歷標章之農畜產品總金額93,327仟元，占農畜產品採購金額之55%。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。



生產履歷



扶植在地小農

另外，安心為透過增加販售通路保障小農收入，每年提撥部分採購量，透過社會企業購買在地小農農產品，以促進企業與在地社區的緊密連結，活絡地方經濟，在食材使用上更符合安心的訴求。因此，2022年採購可溯源之在地地瓜共207,401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，2022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、芒果以及玉荷包等農作物，可溯源小農之農產品總採購量為112,358公斤。



農產品總採購量 **64,003** 公斤

歷年農產品使用量及占比

年份	2020			2021			2022		
項目	單位	使用量	占比	單位	使用量	占比	單位	使用量	占比
因應季節、產量調節之非溯源農產品 或初級加工品 (註11、註12)	公斤	655,332	42%	公斤	634,959	44%	公斤	578,620	35%
具農委會產銷履歷(TAP)認證蔬菜	公斤	634,451	41%	公斤	595,357	42%	公斤	735,639	45%
可溯源小農之農產品	公斤	73,998	5%	公斤	64,003	4%	公斤	112,358	7%
可溯源之在地地瓜	公斤	185,866	12%	公斤	139,830	10%	公斤	207,401	13%
農產品總使用量	公斤	1,549,416	100%	公斤	1,417,265	100%	公斤	1,634,017	100%

(註11) 經加工後(截切或醃製)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。

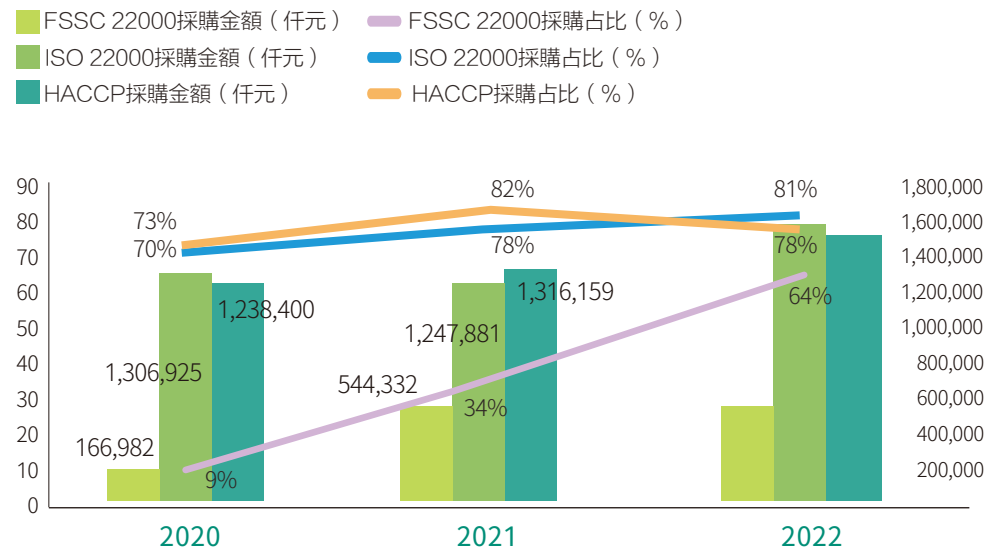
(註12) 配合產量供給或因天然災害等不可抗力因素，使用進口或蔬果市場購買之農產品，故追溯有困難。

安心食品現行使用的產銷履歷標章雞蛋100%具有TAP產銷履歷，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。2022年與安心食品穩定合作的供應商共有102家，其中以食材及農畜品供應商占89%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、ISO 22000食品安全管理系統、HACCP危害分析重要管制點等）。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。

2022年度自符合FSSC 22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,233,808仟元，占總食材採購金額64%。2022年度自符合ISO 22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,573,545仟元，占總食材採購金額81%。2022年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,517,512 仟元，占總食材採購金額78%。

歷年符合食品安全驗證標準之供應商採購食材



(註13) 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。

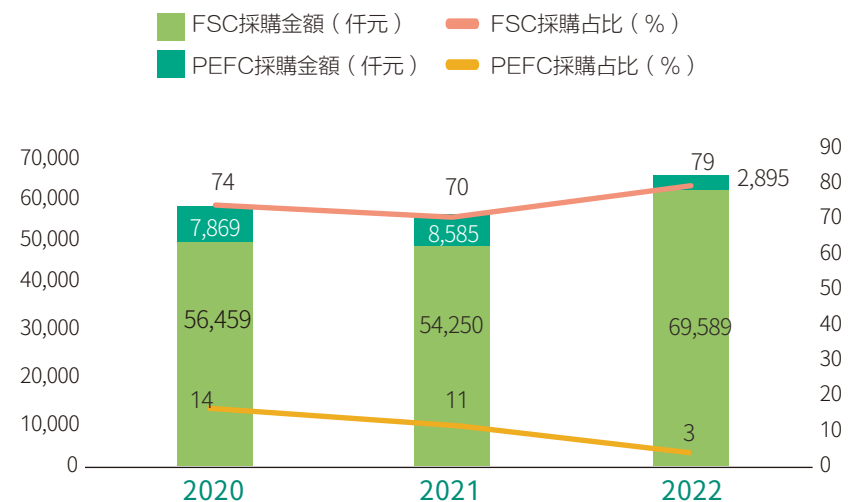
(註14) PEFC森林驗證認可計畫是成立於1999年的國際非營利、非政府組織，通過第三方獨立機構驗證，促進管理永續森林，亦是全球最大的林業認證體系。

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13)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，截至2022年使用的FSC™驗證工廠生產之熱飲杯、薯條炸雞用袋、熱狗堡盒、外袋、點心盒等紙類食品包材總採購金額為69,589仟元，占當年度總紙類包材採購支出之79%。2022年使用薯條袋24,746仟個、炸雞用袋4,842仟個、熱飲杯8,960仟杯、冷飲杯22,028仟杯，以及外袋27,384 仟個；2022年提撥部分採購量，使用PEFC森林驗證認可計畫所生產的紙類產品，2022年所使用的PEFC驗證^(註14)熱飲杯、熱狗堡盒等紙類食品包材總採購金額為2,895仟元，約占當年度總紙類包材採購支出之3%，2022年使用熱狗堡盒1,803仟個以及熱飲杯 111仟個；冷飲料杯、吸管與沙拉盒採用生質塑膠8,832仟個，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)之咖啡豆品項數共計2項，占當年度所有咖啡豆品項數為40%。

歷年FSC及PEFC食品紙類包材採購金額及占比



MOS樂活市集

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



MOS支持台灣在地農產 與農會合作推出夏雪芒果禮盒

為支持台灣在地農產，安心食品於2022年5月與高雄大樹農會合作推出玉荷包禮盒、6月與台東農會合作推出夏雪芒果禮盒、12月與佳冬鄉農會合作推出黑珍珠蓮霧禮盒，以預購單的方式讓顧客預購禮盒，除了提供顧客更多元的商品選擇，也讓顧客一同支持台灣的農產品。



摩斯漢堡獲農委會企業社會責任採購表揚

安心食品長期深耕在地，與農漁會合作，持續推出綠色永續及在地特色料理，行政院農業委員會於11月24日舉辦認購國產農產品記者會，由行政院農業委員會主委陳吉仲頒發安心食品「企業社會責任採購感謝狀」，肯定安心食品對於國產農產品的大力推廣及支持。



2.5 法規遵循管理



FB-RN-250a.1

FB-RN-250a.2

FB-RN-250a.3

法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。2022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。

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	2020	2021	2022
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

GRI 416-1

GRI 416-2

GRI 417-1

FP8

2022年共有68項主管機關公告事項已同步提醒相關單位注意(資料來源：2022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)2022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(註15)。

(註15) 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」，截至今年為止，全國店舖302家中，已取得餐飲評核優級認證的店舖達到280家，其中19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、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%。

高雄餐飲衛生頒獎典禮-高雄美術東店



台南市餐飲衛生分級獎牌-台南西門店



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，更與民間檢驗機構SGS攜手合作，設置檢驗報告專屬平台，主動公開安心食品所送驗的食材檢驗報告，透過掃描QR-Code，所有食材檢驗報告隨即映入眼簾，供消費者立即檢視，亦同步放上摩斯漢堡食在安心平台。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，讓消費者吃得安心。

(表一)食品中微生物衛生標準一覽表

	乳及乳製品類	蛋及蛋製品類	生鮮肉食品及生鮮禽肉食品類	肉類及肉製品類	海產食品類	其他動物性食品類	植物性食品類
衛生標準							
大腸桿菌數							
大腸桿菌							
菌落總數							
大腸桿菌(CFU/g)							
沙門氏菌							
綠膿桿菌							
金黃色葡萄球菌							
白葡萄球菌							
假單胞桿菌							
芽孢桿菌							
霉菌							
酵母菌							

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

強化食材溯源管理重點及執行

項目	加強重點	執行情形
商品品質規格書查驗內容	- 主動配合法規，修訂食品過敏原標示及自願性標示內容，並要求供應商應於產品外包裝上揭露完整過敏原資訊。 - 針對進口商品包裝標示啟動物流業者實地查核專案。 - 食材配方原料供應商揭露至第三階^(註16)。	安心食品雖非屬食品安全衛生管理法第9條所規範應建立追蹤追溯系統之業者，我們仍針對自我開發之新食材自願進行查核^(註16)^(註17)，2022年共計審查86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54項，達成率75%^(註17)。
國外進口原料之安全文件蒐集	- 產地證明文件(輸入許可證/報關單)^(註18)。 - 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)。	2022年新審查86項自我開發新食材中，61項食材含有國外原料^(註18)，完成審核原料相關產地證明共61項，占含有國外原料食材項數之100%。
食材監測計畫	- 大宗物資麵粉製品、油脂製品、強制檢驗標的。 - 水產類重金屬、揮發性鹽基態氮檢驗標的。 - 農產品之農藥殘留、真菌毒素檢驗標的。 - 加工肉類產品之動物用藥殘留、抗生素檢驗標的。 - 甜點、飲料類製品之塑化劑檢驗標的。 - 冷凍薯條之配醣生物鹼檢驗標的。	針對2022年度風險危害物質委外檢測^(註19)共計145件，合格件數145件^(註20)，輔導追蹤後複檢合格率達100%。
	依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如(表一)	針對2022年度食材原料，執行自主衛生抽檢共計301件，複檢後產品合格率100%。
	實施強制檢驗自主管理，要求水產品、乳品、肉品加工、食用油脂等相關廠商自主檢測，並定期提供安全自主檢驗報告^(註21)。	定期取得常態性食材供應商之2022年度自主檢驗報告書共130份。
	依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如(表一)	針對2022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%。

(註16) 自我開發新食材之查核係指針對供應商合作開發之第一次使用、舊原料(食材)復售、配方更動並有提供商品品質規格書的品項作資料審查，不包括限店販售、非摩斯品牌在店販售及使用，以及蔬果原料之食材。

(註17) 目前安心原料追溯係按食材分階，每一食材都有品質規格書，每份規格書都以揭露至三階資訊為目標。例如安心食品的食材有蕃茄、肉品、麵包等(第一階)，將再追溯其中肉品的供應商(第二階)及供應商上游(第三階)。

(註18) 相關產地證明文件可包括進口報關單、輸入許可證、添加物許可證或檢驗證明/報告。

(註19) 風險危害物質係指依照衛生福利部食品藥物管理署公告各項產品中衛生標準項目進行檢測。

(註20) 係指供應商供貨產品經安心把關符合衛生福利部食品藥物管理署公告各項產品中衛生標準項目檢測之合格率为100%。

(註21) 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^(註22)，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及食品良好衛生規範準則，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。

除第一季水質檢驗(包含冰塊、過濾水、自來水)全店舖皆需符合水質標準，無特定評級外，第二季至第四季抽檢結果符合良級^(註23)以上之店舖總計達98.5%；其餘未達良級之店舖輔導複檢合格率達100%。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。

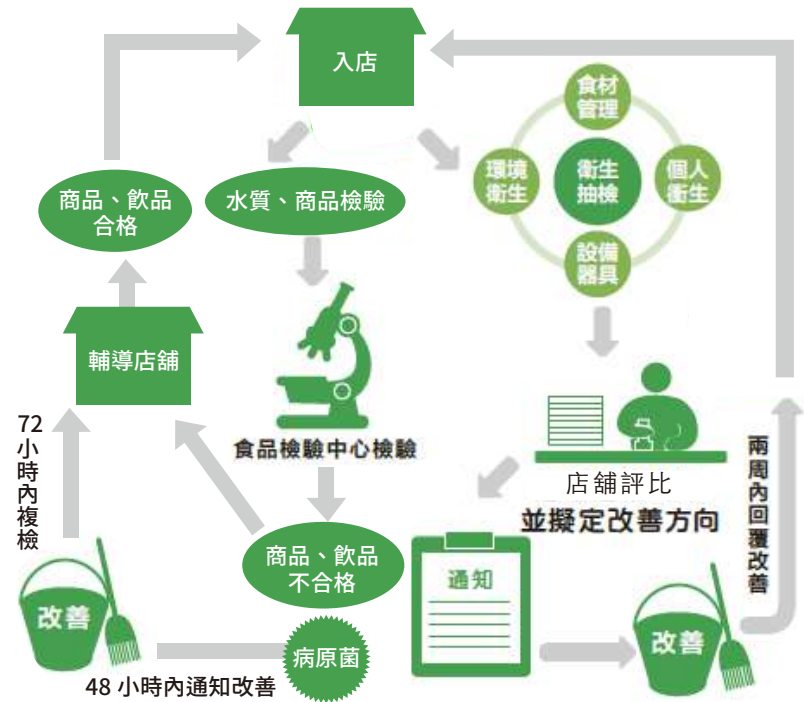
除了店舖稽核抽檢結果與缺失，定時追蹤店舖改善進度外，亦會分區進行食品安全訓練相關教育課程輔導店舖。藉由課程交流研討，讓店經理更加理解與重視餐飲製作現場，從食材製備、器具清潔、人員健康管理、環境衛生要求等各項管理。2022年內部教育訓練課程研討共舉辦4場，參與人數74人。

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。

內部講師授課與交流情形



店舖衛生抽檢制度



(註22) 包含第一季水質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23) 抽檢結果依序分為4級：特優、優、良、待改善等4級，待改善評級之店舖另外開立異常訪店報告，並強化輔導直至複檢合格。

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，除衛生稽核管理團隊不間斷地落實店鋪現場衛生管理稽核外，內部也定時舉辦食品安全衛生訓練課程，藉由課程交流及研討，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，到環境衛生要求等各項管理。2022年內部教育訓練課程研討共舉辦4場，參與人數為74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330人。2022年防疫期間，為落實食品安全教育訓練並避免大型集會，安心與衛生主管機關所認可之辦理機構溝通，改以線上視訊課程講習模式執行。

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

ISO 22000： HACCP食品安全管制系統訓練課程

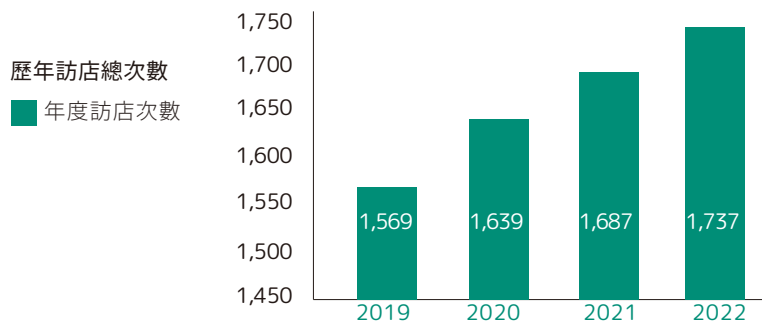
安心食品於2022年11月24日~11月25日邀請SGS(台灣檢驗科技股份有限公司)至公司授課，加強夥伴們對於食品安全內部管理系統的教育訓練。



2.7 店鋪HDCS訪查機制

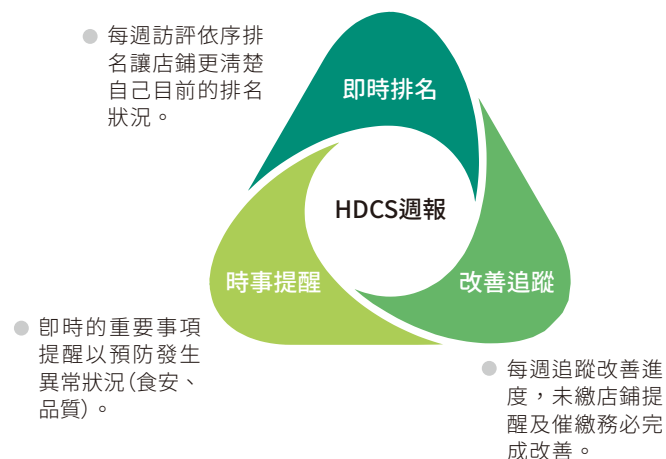


「親切」、「美味」、「整潔」及「速度」(Hospitality, Delicious, Cleanliness, Speed, 簡稱HDCS)一直是安心食品服務顧客的核心價值。安心食品由營業檢核課負責店鋪稽核，並輔導店鋪夥伴依循標準作業流程，以兩個月為一週期評核店鋪HDCS與食品安全衛生，全年不間斷地評核全台所有店鋪。營檢課於檢核當下會直接給予店鋪夥伴建議，指導其正確操作方式，並要求店鋪需於一週內回覆改善結果，持續確認前期缺失改善後的維護狀況，2022年度共執行1,737次週期訪店。安心食品自2016年起，每年平均訪店評核至少6次以上，總累計訪店次數達11,029次以上。此外，營業管控課會提供HDCS週報，讓店鋪更清楚自己目前的排名狀況，以追蹤店鋪改善情形，並適時提醒店鋪，預防發生異常狀況。針對每半年2次評分低於70分之C級店鋪，營業檢核課將會同區經理入店輔導店長，每月追蹤進度狀況和解決需協助的問題，並於每一週期確認改善狀況，加強店鋪的輔導。



項目	2020		2021		2022	
	場次	人數	場次	人數	場次	人數
內部課程	6	79	3	35	4	74
外部課程	5	291	3	332	5	330

店鋪HDCS訪查執行



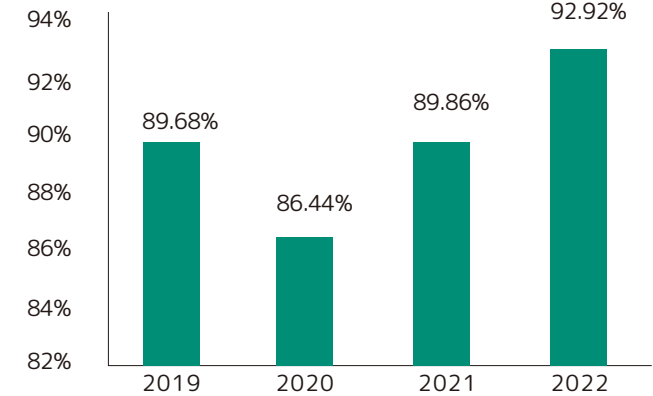
歷年全店HDCS訪店分數分布

HDCS各項分布	2020年平均	2021年平均	2022年平均
H	27.98	28.87	28.39
D	15.37	15.23	15.35
C	13.85	13.39	13.31
衛生	11.60	11.26	11.45
S	2.70	2.40	2.42
ISO	3.96	4.04	4.00
年度平均	75.47	75.20	74.91
年度訪店次數	1,639	1,687	1,737

保存期限評核基準：



歷年保存期限合格率



2022年 疫情因應 措施

防疫期間之店舖衛生抽檢及食品安全訓練課程規劃



(一) 食品安全訓練課程：

防疫期間，為落實食品安全教育訓練並避免大型集會，與衛生主管機關所認可之辦理機構溝通，改以線上視訊課程講習模式執行，透過外部專業認證師資線上課程及線上回饋表單，減少人員集會及文件傳遞接觸，降低跨區接觸風險，並落實強化店舖管理階層的食安風險管理能力及增進食品安全衛生法規知識，確保食品安全教育訓練課程進行。

線上食品安全訓練課程



分區線上上課情形



分區線上上課情形



2.8 氣候變遷與能源管理



GRI 201-2

氣候變遷議題對安心食品的重要性

2022年初世界經濟論壇(World Economy Forum, WEF)發布全球風險報告指出，未來10年內全球最有可能發生的前五大風險當中，前五項分別為氣候行動失敗、極端天氣、生物多樣性喪失、社會凝聚力侵蝕和生計危機，「氣候行動失敗」要超越「極端天氣」，躍升至第一名，顯示環境問題為全球必須重視之重大議題，近年來淨零排放的議題，更是讓許多產業不得不重視氣候變遷可能會來的危機。

餐飲業雖非碳排放量非常大的產業，但根據許多研究和專家學者的建議，餐飲業可以透過減少使用碳排放量大的食物(牛肉等)、有效減少剩食和提升廚房的設備效率，減少碳排放量。為此，安心食品透過氣候變遷的風險管理，找出氣候變遷可能對餐飲業所帶來的危機，針對危機實施預防措施，同時也希望找到轉型的契機，為餐飲業的永續發展而努力。

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。

2.8.1 氣候變遷治理

管理架構

董事會

- 氣候變遷管理最高單位，負責審查年度氣候相關風險管理制度有效進行。
- 目前委員會成員由4名董事組成之，其中1位為獨立董事，並由董事擔任召集人及會議主席，每年至少召開2次會議。

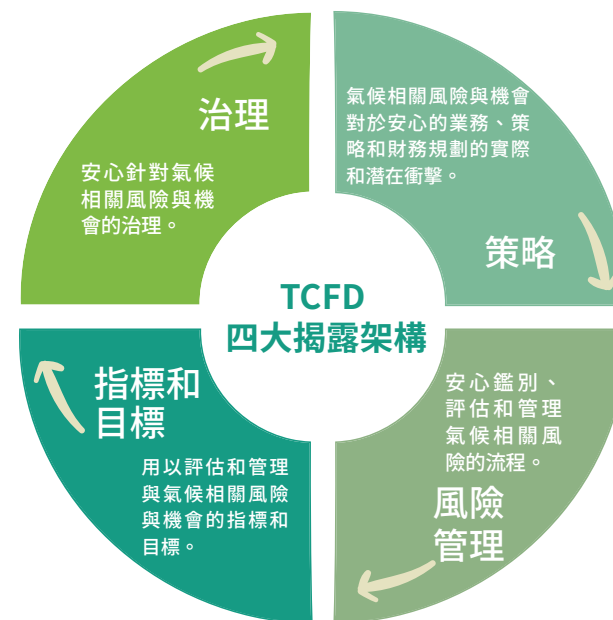
ESG委員會

- 自2014年起，設立「企業社會責任委員會(2021年已改為ESG委員會)」指導ESG相關事務。
- 目前委員會成員由4名董事組成，其中1位為獨立董事，並由董事擔任召集人及會議主席，每年至少召開2次會議。

ESG工作小組

- (環境永續組、員工關懷組、社會公益組、公司治理組、供應商管理組、品牌經營組)
- 負責執行ESG委員會指派之相關事務。
 - 從國際規範、主管機關規範、各項ESG永續指標等蒐集氣候議題，規劃及擬定相關專案。

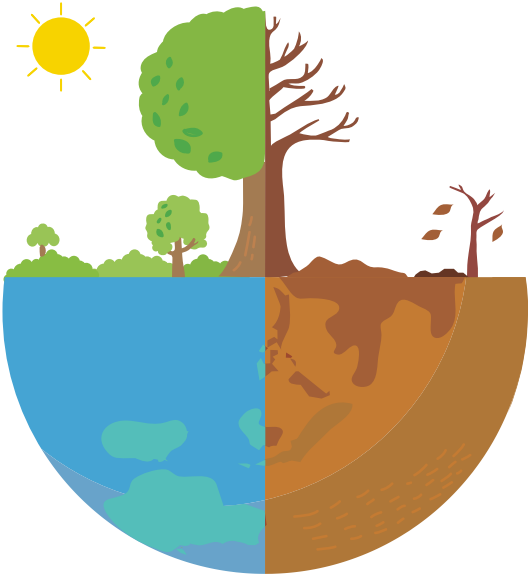
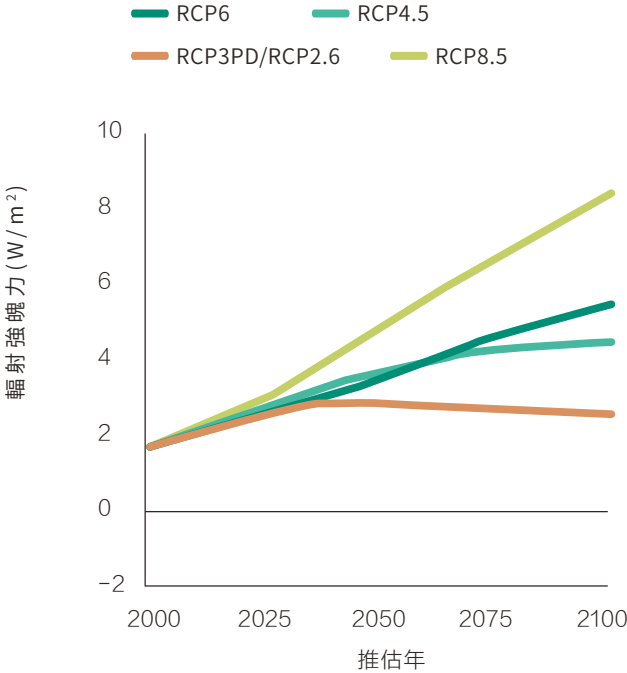
TCFD 四大揭露架



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。聯合國政府間氣候變遷專門委員會 (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年國際間競逐淨零碳排放 (Net Zero)。安心依照IPCC第5次評估報告 (Assessment Report 5, AR5) 中，以「代表濃度途徑」(Representative Concentration Pathways, 簡稱RCPs) 定義未來氣候變遷的情境，選定RCP2.6及RCP8.5風險之情境^(註24)。

(註24) 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)	極端氣候損害店舖、產地風險，包括颱風或豪雨造成的淹水災害、坡地災害及海岸災害，形成常態。	4°C (全球暖化維持在工業化前升溫 4°C)	排放量大幅上升
	RCP2.6 (暖化減緩的情境)	- 氣候變遷導致降雨分布不均，可能提升乾旱的頻率與強度，造成水資源短缺，進而影響農田用水量，造成農田休耕。 - 氣候變遷導致氣溫分布不均，可能提升農產品供應不穩，進而影響供貨穩定及品質。	1.5°C (全球暖化維持在工業化前升溫 1.5°C以內)	排放量大幅下降

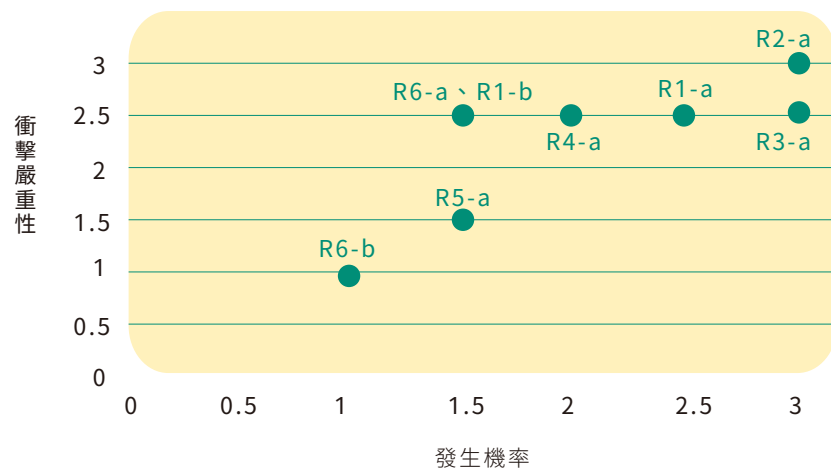
氣候相關風險鑑別

NO	類型	風險類型	風險類型
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

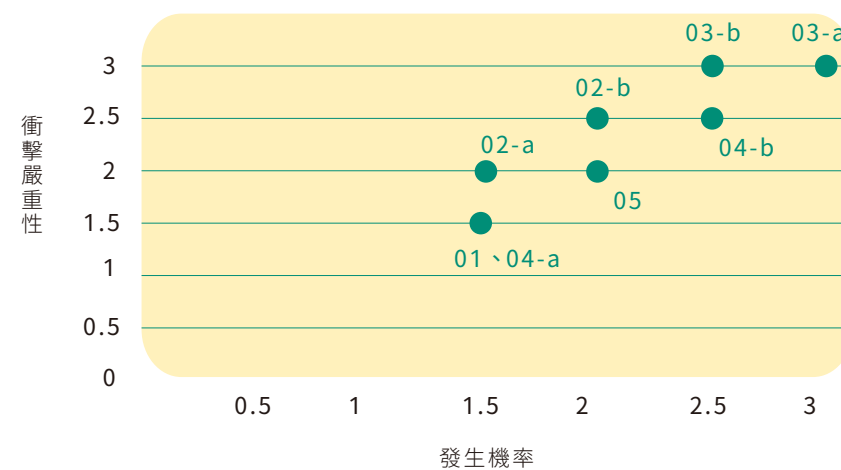
氣候相關機會鑑別

NO	類型	風險類型	風險類型
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

氣候相關風險矩陣圖



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	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	● 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，營運費用至少增加6,820.2仟元。(註25)
			● 店舖油煙排放問題，違反空汙法規遭罰款和判決，導致成本增加。	營業費用增加	● 店舖油煙排放問題，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	● 部分門市使用燃油機車進行外送，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	● 因為氣候變遷議題的因素，投資智慧農場、食品工廠等投資；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	● 氣候變遷議題的因素，投資智慧農場、食品工廠等投資；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	● 因為全球或地區性的永續意識抬昇，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。 ● 原產品或服務使用改採用較友善環境食材，如CAS雞蛋改全面採用動物福利蛋，以2022年為例，原雞蛋採購成本為55,881仟元，若全面改為動物福利蛋採購成本730,08.72仟元，採購成本多出17,127.72仟元。
	實體	立即性	● 店舖基礎設施或總部系統損壞成本升高，導致店舖無法營業停產，營業額降低，物流配送困難、供應鏈中斷。	營業收入減少	● 極端氣候造成短時間強降雨，導致店舖設備受到淹水等危害加速資產折舊，增加設備維修成本，同時造成店舖無法營業，導致營業收入減少。
		長期性	● 降雨頻繁及地勢較低之區域易造成淹水，導致店舖營業困難。	營業收入減少	● 降雨模式改變導致長期乾旱，將影響店舖用水穩定性，造成營運中斷，營業收入減少，且店舖需向外購買水源，亦造成營運費用增加。
			● 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，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。	資產提前報廢	● 平均溫度上升，將使店舖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。

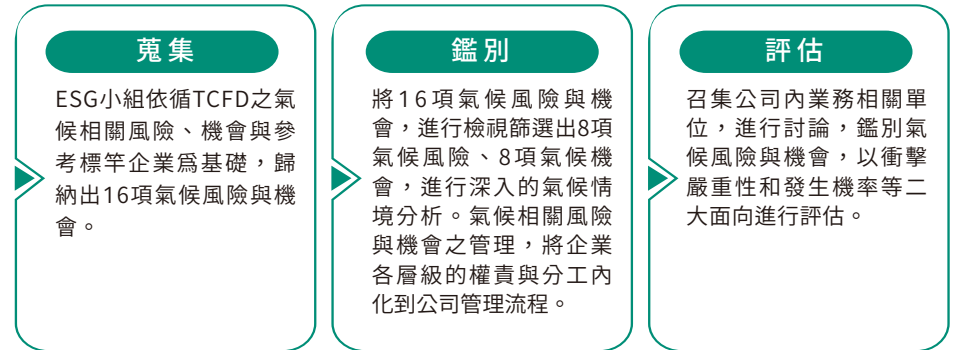
(註25)根據經濟日報2022年10月的新聞報導，台灣環保署表示最快2024年開徵碳費，每公噸碳費至少逾三百元。參考網址：<https://money.udn.com/money/story/12926/6665559>

類型	類別	類型	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	- 減少店鋪、總部會議、員工教育訓練等用紙，全面無紙化。 - 短期增加營運成本，長期可促進服務效率並降低營運成本。	降低營運成本 調整服務流程	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。
		資源效率	- 改善工作環境安全、員工滿意度，降低食材LOSS率，提升產能，增加收入。 - 廢棄物處理成本調高，導致生產成本提高。	產能增加	廚房設備升級自動化並將部分到店處理食材改由中央工廠(截切廠)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。
			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。	營業費用增加	使用原生材料之擦手紙、托盤、店鋪裝潢材料、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。
			提升既有店鋪的能源使用、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)，新設門市/店鋪將節能省水成效納入設計考量。	資產價值增加	- 店鋪照明全面採用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。 - 部分店鋪洗手間採用傳統馬桶、洗手台，全面更換金級省水馬桶及金級省水洗手台。
		產品和服務	外送平台崛起，消費者消費習慣改變，導致到店消費收入下降。	市場需求增加	外送平台崛起，消費者消費習慣改變，紛紛採用外送平台點餐，Statista(2019)指出2021年外送平台顧客滲透率已達29.3%，預估至2024年將達到36.3%，顯示在營業收入上具高成長潛力。
			支持在地農漁業，增加正面形象，促進餐點/服務的需求增加。	市場需求增加	與政府合作結合在地食材推出漢堡商品(如：浦燒石斑魚珍珠堡、御品白燒鰻珍珠堡)，營業收入增加約31,530仟元。
			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。	市場需求增加	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18,850仟元。
		市場	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。	新興市場開發	順應市場需求，推出魔力蔬食堡、燕麥奶等蔬食商品，並推廣至澳洲摩斯、廈門摩斯，提升品牌知名度，增加業外收入。
			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。	資本獲得增加	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/資本獲得增加約1,200仟元。
		韌性	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)。	供應鏈穩定	與農民簽署契作或是部分農產品採用進口替代，使供應鏈穩定，營業成本控制在一定區間，降低採購風險。

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，安心食品結合經濟、社會/人、治理等面向，積極執行節能減碳與省水相關專案，並鑑別降低氣候變遷相關之風險，開發低碳蔬食商品與服務，強化氣候韌性與建立永續發展文化。為因應氣候變遷對於企業營運的衝擊與具體呈現氣候變遷的資訊揭露，安心食品自2019年起，依循TCFD公布之氣候相關財務揭露建議書架構，開始針對氣候變遷進行資料蒐集、鑑別、評估財務影響，以降低風險並掌握機會。

氣候變遷風險矩陣分析流程



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，我們也持續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，已在規劃設置儲能設備。

SDGs	關鍵績效指標	2022年管理目標	2022行動計畫	2022年成效	中長期目標
	提升能源效率	銷售密集度<7.45度。	淘汰能源較差的設備，持續提高能源效率。	- 未達到目標，銷售密集度7.89。 - 汰換163台室內機及室外機。	為降低銷售密集度，將持續汰換設備，以提升能源效率。
	建立短鏈供應鏈	結合安心智慧農場食材推出新品。	- 研發試種蔬菜類作物並量產作物。 - 研發漿果類作物。	2022年智慧農場的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。 - 草莓場自2022年起，出貨於日系餐廳商業運用，落實商業效益。	持續研發、試種並量產作物。

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(確定時程仍應依顧問、查證公司規劃為準)，目前規劃如下：

盤查

2023年完成總部+示範店盤查
2024年完成全店舖導入
2025年完成全公司(個體)盤查

查證

2023年完成總部和示範店查證
2026年完成全公司(個體)查證

2.9 能源管理系統



FB-RN-130a.

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2022年8月1日至5日進行內部稽核，並於8月30日進行年度管理審查，並於2022年10月31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。總部配合原松江大樓都更，新總部搬遷至仁愛路芙蓉大樓時，在設計規劃上除建置分區電源開關，並安裝智慧電錶，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，針對相關單位於2022年9月28日至29日開辦內部稽核員課程，包括董事長在內各單位主管全程參與，總共有37位取得內部稽核員資格。民生店取得ISO50001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。2022年度共制修訂2份程序文件及表單，安心採取各項預防性措施來實現對顧客承諾的能源管理，鑑別出10項對於安心之內外環境議題並進行風險評估，將1項判定影響程度較大之內外部議題列為2022年度節能行動方案，並於當年度結案後，持續追蹤執行情形及有效性。

歷年使用智慧廁所系統數量



【MOS咖啡採用雨林認證咖啡豆】



MOS Café系列主要分成摩斯咖啡、拿鐵咖啡以及澳式咖啡，其中，摩斯拿鐵使用的咖啡豆是摩斯咖啡大使精選的巴布亞新幾內亞與印度綜合咖啡豆、而澳式咖啡則是採用精選新幾內亞咖啡豆，兩者皆是澳洲在地烘焙直送。

安心食品不僅堅守食品安全衛生，更希望能為永續發展、保護地球盡一份心力。為此，我們的摩斯咖啡是嚴選哥倫比亞與巴西的摩斯雨林聯盟認證咖啡豆，且經過摩斯咖啡大使專業精選，希望能在兼具美味的同時，也能保護生態雨林，維持生物多樣性。



雨林聯盟認證官方網站

MOS Café

供應時間 全時段供應
產品僅此供應 實地門市供應

摩斯咖啡環境永續

雨林聯盟認證咖啡豆

- ✓ 環境保護
- ✓ 農民權益
- ✓ 高品質咖啡豆

摩斯咖啡(M/L) \$50/\$60

2.10 能源資源及溫室氣體管理



GRI 302-1 GRI 302-3
GRI 305-2 GRI 305-4

2022年度安心食品所使用的外購電力為5,723.62萬度，消耗能源總量為218,532.27GJ，外購電力百分比為94.29%，統計範疇包含全台店舖、總部、安心學院及智慧農場。另有使用再生能源之情事。

電力使用與溫室氣體排放

年度	單位	2020	2021	2022
電力度數	度	41,348,775	41,286,314	57,236,200
次級能源 ^(註26)	百萬焦耳	148,855,590	148,630,730	206,050,320
產品密集度	百萬焦耳/生產量	1.55	1.63	2.27
服務密集度	百萬焦耳/服務量	4.43	5.17	6.49
銷售密集度	度/千元營收	7.83	8.31	10.12
電力密集度	度/店舖數	144,072	136,710	188,898
電力密集度	度/平方公尺	767	722	1,041
類別二溫室氣體排放量 ^(註26) ^(註27)	噸CO ₂ e	21,047	20,726	28,332
溫室氣體排放強度	噸CO ₂ e/千元營收	0.0039	0.0042	0.005

(註26) 次級能源為外購電力，統計範疇包含全台店舖、總部、安心學院及智慧農場。溫室氣體排放量僅計算類別二溫室氣體排放量。

(註27) 電力碳排放係數2020年採0.502kgCO₂/kWh計算，2021年採0.509kgCO₂/kWh計算，2022年電力碳排放係數為0.495kgCO₂/kWh。



41,348,775 度
總溫室氣體排放量
20,757 噸 CO₂e



41,286,314 度
總溫室氣體排放量
20,726 噸 CO₂e



57,236,200 度
總溫室氣體排放量
28,332 噸 CO₂e

2.10.1 節能行動方案



GRI 302-4 GRI 302-5

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。安心食品截至2022年底共有303家店舖，照明與空調設備的能源使用量，占總電力的50%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520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。

此外，安心已陸續導入高效能且節能的設備，目前已逐步汰換舊有耗能較高的設備，未來將再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，並逐步導入至全店舖，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上的安全，更能讓店舖營運提高效率，同時達到節能的雙贏效果。同時，2022年，安心食品為加強店舖的空調設備及冷凍冷藏設備散熱風機濾網清洗，預計在2023年針對ISO50001示範店舖的民生店，進行年度空調設備保養清洗，以及冷凍冷藏設備散熱風機的濾網清洗，以提升設備運轉效能，降低用電耗能。

歷年節能行動方案之碳減量效益

項目	單位	2020	2021	2022
室內機及室外機數量	台	267	357	520
預估每年節省之電力	度	1,001,980	1,340,234	1,951,792
預估每年節省之次級能源	百萬焦耳	3,607,128	4,824,841	7,026,449
碳減量效益 ^(註28)	噸CO ₂	510	673	987

(註28) 電力碳排放係數2020年採0.502kgCO₂/kWh計算，2021年採0.509kgCO₂/kWh計算，2022年電力碳排放係數為0.495kgCO₂/kWh。

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。

新莊五權店



施工前

施工後

智光店



施工前

施工後

林口竹林店



施工前

施工後

2.11 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2022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。

歷年環保節能投資與費用

項目	內容	單位	投資與費用合計(仟元)		
			2020	2021	2022
材料商品檢驗	檢驗耗材及委外檢驗費用	仟元	2,880	3,695	2,183
	品保檢驗人力與硬體運作	仟元	7,870	7,725	9,137
採購環保材質	外送電動機車	仟元	2,922	0	0
	PLA材質包材	仟元	15,350	9,903	12,784
	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	181	44	247
	辦公用紙：使用具PEFC驗證認證紙張	仟元	19	68	20
清潔及廢棄物處理	廢棄物處理	仟元	21,575	26,658	27,619
	截油槽疏通	仟元	642	678	677
	排油煙設備清洗	仟元	767	423	458
	綠化植栽	仟元	987	792	903
	廢棄物回收處理	仟元	1,170	1,106	1,193
清潔及廢棄物	油煙排放處理-靜電機、UV處理系統	仟元	5,008	4,274	5,356
	客席回收處理台	仟元	262	97	409
實施節約能源	節能設備	仟元	7,998	6,057	17,967
延長設備/建材等使用壽命	設備回收整備再利用	仟元	4,211	799	486
採購綠色用品	電子發票	仟元	2,906	3,004	3,320
合計		仟元	72,203	71,797	82,759

2.12 環境法規遵循 GRI 307-1

我們恪守各項相關之環保法令法規要求，全台店舖共303家，仍難免有未盡周全之事宜，2022年共計1件違反廢棄物清理法之事件，總計金額為6仟元。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。

標題 湖口服務區店違反廢棄物清理法

貨款別 其他支出(顧客賠償和解費用，罰鍰)

主旨 湖口服務區店違反廢棄物清理法_裁處罰鍰。

違反時間 2022年9月30日

新竹縣政府環境保護局於2022年9月30日至湖口服務區店稽查，發現店舖已有營運情形且產出廢棄物，店舖未於營運前取得地方主管機關審查核准之事業廢棄物清理計畫書，已違反廢棄物清理法第31條第1項第1款規定。

- 1.依照指令派公司庶務課主管接受環境講習。
- 2.相關單位最高主管請店舖開發單位確認其他商場有無類似情形，並下令即刻改善。

2.13 紙張資源管理



安心食品積極推動數位轉型，減少紙張使用，但仍有諸多流程無法完全採行無紙化，因此，更換環保材質或輕量化使用量，減少碳足跡，降低環境衝擊。2022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	2020	2021	2022
一般影印紙使用量	張	-	-	-
PEFC森林驗證認可計畫使用量	張	95,000	142,500	95,315
產品碳足跡標籤使用量	張	1,170,000	537,500	1,173,874
總計	張	1,265,000	680,000	1,269,189



2.14 水資源管理



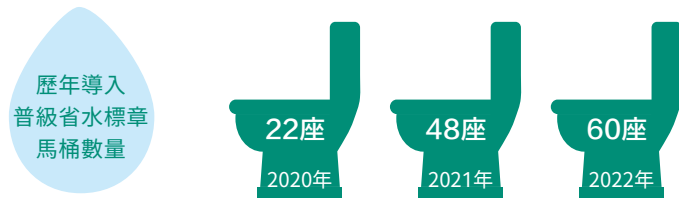
GRI 303-3

GRI 303-4

GRI 303-5

FB-RN-140a. 1

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。廢汙水以餐廳廚場所產生為主，安心依據下水道用戶排水設備標準設置預先處理設備^(註29)、建築技術規則建築設備編餐廳之附設食品烹飪或調理場所之水盆及容器落水，應裝設油脂截留器，故全台摩斯店舖皆有裝設疏通截油槽。2022年安心食品總取水量為866,039.11立方公尺(m³)，總耗水量為18,219.63立方公尺(m³)，統計範疇包含全台店舖、總部、安心學院及智慧農場。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，截至目前為止，已安裝超過130座具有普級省水標章的馬桶，2022年我們持續於新設店舖安裝具有普級省水標章的馬桶共60座，每次沖水可節省50至67%的水量。



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

水資源使用與用水密集度

年度	單位	2020	2021	2022
用水量 ^(註30)	噸	1,310,628	1,502,284	866,039.11
產品密集度	噸/生產量	0.014	0.016	0.01
服務密集度	噸/服務量	0.039	0.052	0.027
銷售密集度	噸/千元營收	0.25	0.30	0.15
用水密集度	噸/店舖數	4,567	4,974	2,858
用水密集度	噸/平方公尺	24	26	16

(註30) 用水量以水費/實際用水量單價推估

依來源劃分取水量

項目	單位	所有地區	具水資源壓力的地區
地表水(總量)	m ³	0	N/A
地下水(總量)	m ³	0	N/A
海水(總量)	m ³	0	N/A
產出水(總量)	m ³	0	N/A
第三方的水(總量) ^(註31)	m ³	866,039.11	N/A
淡水(≤1,000 mg/L總溶解固體)	m ³	866,039.11	N/A
其他的水(>1,000 mg/L總溶解固體)	m ³	0	N/A
總取水量	m ³	866,039.11	N/A

(註 34) 第三方供水商為台灣自來水公司及台北自來水事業處。

依終點劃分排水

項目	單位	所有地區	具水資源壓力的地區
地表水	m ³	0	N/A
地下水	m ³	0	N/A
海水	m ³	0	N/A
第三方的水 ^(註32)	m ³	847,819.48	N/A
供其他組織使用的第三方的水	m ³	847,819.48	N/A
總排水量 ^(註33)	m ³	847,819.48	N/A

(註32) 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33) 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 ³	18,219.63	N/A
儲水量之變化	m ³	0	N/A

2.15 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。

2.16 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。為持續回饋有環保理念的消費者，2022年集滿6點可兌換40至45元1杯等值飲品(咖啡、紅茶、熱可可、可樂、雪碧等)，截至2022年6月共兌換約8萬7仟杯，至少減少52萬7仟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，截至2022年12月共節省約73萬1仟杯個紙杯及杯蓋的使用；2022年當年節省125萬8仟個紙杯及杯蓋的使用。



(註34)截至2022年6月底。



連鎖速食店業廢棄物分類回收量申報表

2.16.1 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。

2.16.2 廢棄物處理



GRI306-2

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。2021年產生之一般性廢棄物量為4,139噸、資源性廢棄物為1,955噸、廢油量為525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品品質與衛生安全，各店每日離峰時段、閉店時進行油渣撈除與濾油作業，並使用總極性物質測定儀^(註35)確認油品品質，若達換油標準會進行更換，並且將更換後的廢油妥善保管，安心統一委託具行政院環保署所公告之許可廢油處理機構到店進行廢油回收，於每月發函給行政院環境保護署進行連鎖速食店業廢棄物分類回收量申報，並依法規公開廢食用油處理流向，讓消費者安心。總極性物質測定儀之總極性化合物含量 $\geq 21\%$ 以上、油品顏色過深、油品有黏漬及油耗味，或油溫低於 170°C 等符合以上條件之一，皆會立即進行換油作業。

(註35) 總極性物質測定儀之總極性化合物含量 $\geq 21\%$ 以上、油品顏色過深、油品有黏漬及油耗味，或油溫低於 170°C 等符合以上條件之一，皆會立即進行換油作業。

歷年一般廢棄物量

項目	單位	2020	2021	2022
一般廢棄物	噸	4,506	4,139	4,153
產品密集度	噸/生產量	0.00005	0.00005	0.00004
服務密集度	噸/服務量	0.00013	0.00014	0.00013
銷售密集度	噸/仟元營收	0.00085	0.00083	0.00073
資源廢棄物密集度	噸/店舖數	15.70	13.71	13.71
資源廢棄物密集度	噸/平方公尺	0.08	0.07	0.07

歷年資源廢棄物量

項目	單位	2020	2021	2022
資源性廢棄物	噸	2,087	1,955	1,962
產品密集度	噸/生產量	0.000022	0.000021	0.000022
服務密集度	噸/服務量	0.000062	0.000068	0.000062
銷售密集度	噸/仟元營收	0.00040	0.00039	0.00035
資源廢棄物密集度	噸/店舖數	7.27	6.47	6.48
資源廢棄物密集度	噸/平方公尺	0.039	0.034	0.034

歷年資源廢棄物量

項目	單位	2020	2021	2022
廢油量 ^(註36)	噸	522	525	558
產品密集度	噸/生產量	0.0000054	0.0000058	0.0000061
服務密集度	噸/服務量	0.000016	0.000018	0.000018
銷售密集度	噸/千元營收	0.000099	0.000106	0.000099
一般廢油量密集度	噸/店舖數	2.83	1.74	1.84
一般廢油量密集度	噸/平方公尺	0.010	0.009	0.010

(註36) 廢棄物統計量以每月實際平均值*每月實際店舖數估算。



2.17環境綠化管理

爲了改善城市中的「水泥森林」的型態，讓人得到舒適的生活環境，安心將店舖門口、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，對於用餐環境也極爲用心，將店舖門口、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，協助店舖的綠化管理，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，爲環境美化與綠色地球盡一份心力。



天母店



北新店



師大附中店

MOS 環境教育活動



摩斯漢堡31週年生日慶，
社區清掃活動守護環境愛地球



摩斯漢堡發揮MOS(山海日)愛地球的精神，
雪霸國家公園去除外來種植物 親山守護自然

安心食品一直重視自然、環保、健康的樂活理念，推廣環境教育愛地球，更以實際行動參與環境保育，董事長林建元於2022年4月9日(六)帶領總公司同仁至雪霸國家公園進行環境教育活動。安心食品自2018年起與內政部營建署簽署合作備忘錄，共同推廣國家公園的環境教育，此次辦理雪霸國家公園外來種植物拔除活動，以實際行動愛護地球，並積極實踐摩斯(MOS)山海日(Mountain、Ocean、Sun)大自然精神，進一步將永續策略核心「安心安全，健康永續」結合經營策略，將愛護對象擴及到整個地球的生態環境，藉由公司影響力帶領員工個人親身參與公益活動，形成正向循環。



安心食品每年生日慶(3月12日)期間由董事長及各部門高階主管帶領總公司同仁，串聯北中南各縣市分店，進行戶外社區清掃活動。今年3月總公司同仁及店舖夥伴穿著制服及背心，一同清掃店舖周遭社區及公園，同時邀請各地鄰里顧客一起參與，共同維護環境整潔。



MOS 食安專欄



食品安全教育升級、數位稽核效能提升

1 食品安全教育宣達課程

為了讓消費者吃得安心、安全，摩斯漢堡每位店長除了每年需進行衛生講習至少達四小時的課程外，同時也會藉由各種課程及影片，進行食品衛生安全的觀念講解及環境管理的重點須知，如食品安全、製冰設備管理、調理器具消毒步驟等，除了保護消費者的身心安全外，也確保商品的品質安全。

身為安心食品的夥伴，必須持續保有正確的食安觀念和知識，因此安心食品會在數位學習平台推出「溫故知新」的課程，持續加強夥伴們食安相關知識。2022年內部教育訓練課程「溫故知新」共推出四堂課程-「飲品製備須知」、「餐具的清潔消毒與管理」、「飲料機清洗流程」、「製冰機清洗重點」，觀看人數達5,918人次，總觀看時數達1,313小時22分鐘。

安心食品堅信透過內部訓練課程與持續不斷宣達食品安心安全的中心信念，能讓所有夥伴確實掌握最新的食品法規內容，同時宣達提供安心安全的產品給客人所需要注意之事項，以及還需加強管理的面向，安心食品堅持並相信，透過強化店舖夥伴對於食品風險的認知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。

2 數位轉型導入食安稽核系統

摩斯漢堡於2022年度導入食品安全稽核系統，以電子、數位化的方式將內部稽核人員所稽核之店舖情況，實質存在於系統上，除了方便相關夥伴使用，也減少了不必要的紙張浪費，同時夥伴們也可以隨時於系統上查看目前店舖的相關衛生狀況統計圖表，更透過跨部門的合作，希望透過不同面向的監控，一同守護安心食品一貫的安心、安全。

摩斯漢堡堅信除透過不斷的教育訓練，減少人員因繁瑣作業而花費的時間，可以有更多的時間關注店舖關於食品衛生安全的相關事務，更易於管理及問題分析，也是有效降低食安風險管控方法之一。

希望透過不同的精進與努力，透過不同部門的相互合作，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。

飲品製備須知



餐具的清潔消毒與管理



飲料機清洗流程



製冰機清洗重點



系統登入畫面



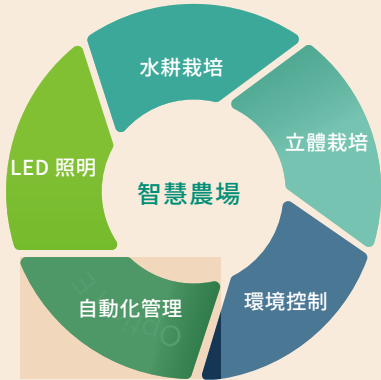
食安稽核系統跨部門合作

小區衛生稽核管理	小區衛生稽核管理	小區衛生稽核統計分析
稽核員管理	稽核員管理	稽核員管理
稽核員管理	稽核員管理	稽核員管理
稽核員管理	稽核員管理	稽核員管理
稽核員管理	稽核員管理	稽核員管理
稽核員管理	稽核員管理	稽核員管理

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、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，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。



2019
6月

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。



2020
6月

結合安心智慧農場所生產的奶油萵苣及「Beyond Meat未來漢堡肉」推出摩力蔬食堡。



2020
12月

結合農民生產的新鮮萵苣與番茄、安心智慧農場所生產的紅橡木葉萵苣，以及「Beyond Meat未來漢堡肉」推出摘鮮綠摩力堡。



2022

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。



成立「安心智慧農場」，生產蔬菜類波士頓奶油萵苣、紅橡木葉萵苣作為主要自產自用，減少食物哩程。

2019
7月



安心智慧農場開始設置「草莓栽培專區」。

2020
7月

安心智慧農場種植的「草莓」，於台北國際食品展記者會正式亮相。



草莓工廠共設置四條產線，產線A~C用於植株生長量產果實，產線D用途為草莓苗培育，於2021年Q4開始量產。

2021



草莓場2022年起，出貨於日系餐廳商業運用，落實商業效益。

特別報導

打造優級連鎖餐飲品牌

安心食品一直以來致力於維護顧客飲食安全及提升食品衛生自主管理，積極參與各縣市衛生局所舉辦之「餐飲業衛生分級評核」^(註37)。安心食品的食材衛生管理、個人衛生管理、設備器具管理、環境衛生維護、製程與品質管制以及食安訊息揭露等六項自主管理(表二)，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」，截至今年為止，全國店舖303家中^(註38)，已取得餐飲評核優級認證的店舖達到280家，其中19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、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%。^(註39)

歷年餐飲衛生分級評核



(表二)

六大構面	食品衛生自主管理
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

以台北市衛生局所舉辦之「111年度台北市餐飲業衛生管理分級計畫」為例，評鑑重點針對硬體設備、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。

2021-2022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	2	1	1	0	2024.11.30
台北市	113	113	0	0	2024.12.31
新北市	55	55	0	0	2024.12.31
桃園市	22	22	0	0	2024.12.31
新竹市	5	4	1	0	2022.12.31
新竹縣	7	7	0	0	2023.09.30
苗栗縣	3	3	0	0	2024.11.08
台中市	28	28	0	0	2023.11.12
彰化縣	2	2	0	0	2022.12.31
南投縣	0	0	0	2	—
雲林縣	2	2	0	0	2024.12.31
嘉義市	3	3	0	0	2023.12.16
嘉義縣	1	1	0	0	2023.12.31
台南市	11	11	0	0	2024.11.03
高雄市	18	18	0	0	2024.12.31
屏東縣	3	3	0	0	2024.10.31
台東縣	1	1	0	0	2024.12.31
花蓮縣	1	1	0	0	2024.12.31
宜蘭縣	5	5	0	0	2023.09.30
澎湖縣	1	1	0	0	2024.12.31
金門縣	1	1	0	0	2024.12.31
合計	282	280	2	2	

(註37) 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」

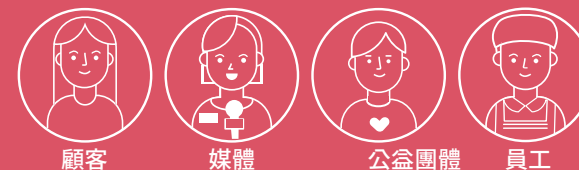
(註38) 數據資料係以2022年度安心食品報名當時之店舖數量為主。

(註39) 2022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2022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：彰化縣、南投縣，其原因為本公司尚未參加或該縣市衛生局尚未舉辦。

3人才發展 社會共融



關注利害關係人



管理方針

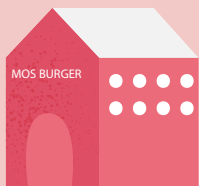
GRI 3-1

GRI 3-2

GRI 3-3

社會 / 人

重大主題	中度/ 一般主題	對 安 心 的 意 義	政 策 與 承 諾
-	勞僱關係	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，各部門主管以及店鋪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來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	以社區型店鋪為主的摩斯漢堡，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。



重大主題		績效衡量指標	2023年目標	2022行動計畫	2022年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
社會 / 人	勞僱關係	人才招聘	● 因受疫情影響，年度營運正職招募人數調整為450名。	● 依每月設定目標執行，定期維護人力招募職缺。	● 2022年度實際招募營運正職241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。	● 配合防疫政策，多數校園現場徵才活動，改為線上徵才。	● 校園徵才活動參與55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	● 入社典禮參與人數75人。	● 辦理入社典禮，提供新進人員透明的溝通管道。	● 2022舉辦入社迎新歡迎會，共110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。	● 2022年完成2次召開人評會，晉升16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。	● 2022年完成4次召開勞資會議，通過3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2次。	● 提報薪酬福利等制度辦法。	● 2022年完成3次召開薪酬委員會，通過11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。	● 2022年總共執行5次勞資法令內部宣導，降低勞資法令觸法風險。	● 持續進行店長月會內部宣導。 ● 各區課會分享。	● 加強店長月會的內部宣導和知識傳遞，提高店鋪管理水平和服務品質。 ● 加強各區課會的內容分享和交流，促進各區之間的學習和合作，提高整體營運效率。
	教育與訓練	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。	● 2022年3,684人完成專業職能訓練、249人完成主管才能訓練，總時數為2,771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。

重大主題		績效衡量指標	2023年目標	2022行動計畫	2022年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
社會 / 人	職業安全 衛生	母性健康保護	- 於店長月會宣導母性健康保護。 - 進行族群分級管理。 - 母性計畫員工之健康風險評估完成80%。	- 哺乳室的設備維護。 - 進行母性計畫宣導/收案。 - 受保護之母性同仁的健康關懷及評估。 - 醫師協助母性保護計畫個案諮詢及評估。	2022年總收案管理人數28位，針對各職場風險評估完成達100%，並針對受母性保護者同仁執行妊娠中及產後1年內母性保護面談與適性評估。	持續關懷母性健康保護。	建立健全的母性健康保護制度，提供全方位的支援和保障，營造女性友善的工作環境。
		職業促發腦血管及心臟疾病預防	- 持續追蹤及執行相關預防方式至個人。 - 正職過勞評估量表完成率86%。 - 每半年舉辦1場紓壓講座及課程。	- 擬訂過勞計畫，實施體檢過勞量表評估，進行過勞分析。 - 選配工及改善計畫。 - 安排相關講座。	經過負荷評估調查後，3,711人不需面談、363人建議面談、35人需要面談，於每個月臨場服務中安排過負荷面談。	持續預防職業促發腦血管及心臟疾病。	推行健康促進活動，提高員工健康意識，減少職業促發疾病發生率。
		不法侵害預防	- 每半年舉辦1場不法侵害預防講座。 - 臨場服務時進行評估調查，並回饋給店鋪。	- 執行職場暴力計畫宣導。 - 進行內外部不法侵害評估。 - 安排相關講座。	年度總通報共計1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80%。	- 配合體檢時程，實施骨骼肌肉症狀調查問卷。 - 後續若有骨骼肌肉問題與工作相關，會進行工作現場分析並建議改善。	- 經調查後，有效問卷3,731份，具有肌肉骨骼相關症狀，且需介入調查共計61份。 - 第二階段進階詢問不適症狀之相關部位與程度、詳細說明，經評估後，判定非工作相關之人因危害。	落實人因性骨骼肌肉傷害預防。	持續推行人因性骨骼肌肉傷害防護計畫，減少勞動災害發生率，保護員工健康。
		意外事件後續的追蹤及調查改善	工傷夥伴後續追蹤與配工、復工評估90%。	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45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。

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。

3.2 人才多元化

安心食品是一個充滿人性溫度的職場，在此工作能體會人與人真實接觸的溫度，點滴在心中，豐富每位不同夥伴的生命故事。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2022年12月31日為止，安心食品員工人數合計為5,366人，其中71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2023年擴大招募約331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80%，詳細資訊如下：

本國籍與外國籍高階專業經理人分布

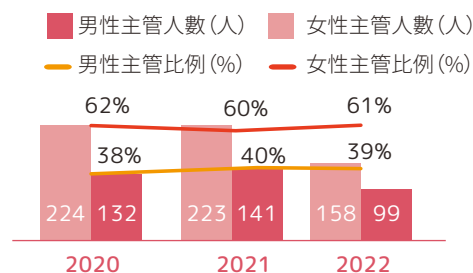


歷年按本國籍及非本國籍劃分之員工總數及比例

類別	佔比	男	女
本國籍	98.7%	1,776人	3,519人
外國籍	1.3%	15人	56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，2022年女性主管218人(包括行政管理職及營運管理職)，較2021年減少5位女性，目前女性主管占總管理職人數的62%。

歷年按主管職、性別劃分之員工總數及比例



歷年按雇用類型及合約、性別劃分之員工總數及比例 (註1) (註2)

年份		2020		2021		2022	
		男	女	男	女	男	女
員工人數 (依雇用類型區分)	行政管理職	32	61	32	57	32	60
	一般職員	21	51	23	54	23	48
	營運管理職	100	158	109	166	99	158
	門市人員	222	360	189	360	175	293
	兼職人員(註3)	1,482	2,965	1,373	2,889	1,462	3,016
合計		1,857	3,595	1,726	3,526	1,791	3,575
員工人數 (依雇用合約區分)	正職員工(註4)	1,857	3,595	1,726	3,526	1,791	3,575
	臨時員工(註5)	0	0	0	0	0	0
	合計	1,857	3,595	1,726	3,526	1,791	3,575

(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	2020						合計	2021						合計	2022						合計
	30歲以下		31-50歲		50歲以上			30歲以下		31-50歲		50歲以上			30歲以下		31-50歲		50歲以上		
	男	女	男	女	男	女		男	女	男	女	男	女		男	女	男	女	男	女	
行政管理職	1	3	26	55	5	3	93	0	0	25	54	7	3	89	0	0	25	56	7	4	92
一般職員	2	26	18	24	1	1	72	4	29	18	23	1	2	77	6	26	15	21	2	1	71
營運管理職	42	66	58	86	0	6	258	41	63	67	98	1	5	275	36	54	63	99	0	5	257
門市人員	172	248	47	91	3	21	582	139	247	49	89	1	24	549	128	176	45	92	2	25	468
兼職人員	1,174	1,491	255	897	53	577	4,447	1,058	1,369	256	887	59	633	4,262	1,095	1,312	289	976	78	728	4,478
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	1,391	1,834	404	1,153	62	608	5,452	1,242	1,708	415	1,151	69	667	5,252	1,265	1,568	437	1,244	89	763	5,366

按主管職及非主管職、性別劃分之員工比例^(註6)

類別	佔比	佔比	佔比
高階主管(總部)	0.1%	4人	0人
中階主管(總部)	1.7%	29人	60人
基層主管(營運管理職)	4.8%	100人	158人
同仁(非主管群體同仁)	93.5%	1,658人	3,357人

(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)

員工教育程度分布

年度	2020		2021		2022	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例
學士以下	528	51.9%	2,591	49.3%	2,687	50.1%
學士	2,580	47.3%	2,622	49.9%	2,647	49.3%
碩士	44	0.8%	39	0.7%	32	0.6%
博士	0	0%	0	0%	0	0%
總人數	5,452		5,252		5,366	

各營運據點員工資訊^(註8)

員工類別	台灣區		中國區		澳洲區	
	男	女	男	女	男	女
行政管理職	30	59	2	1	0	0
一般職員	23	48	0	0	0	0
營運管理職	99	158	0	0	0	0
門市人員	175	293	0	0	0	0
兼職人員	1,462	3,016	0	0	0	0
臨時員工人數	0	0	0	0	0	0
總員工人數	1,789	3,574	2	1	0	0

(註8) 僅限台灣的員工，不含廈門和澳洲摩斯。

歷年新進員工及離職員工結構^(註7)

歷年新進員工及 離職員工結構		新進員工						離職員工											
		2020		2021		2022		2020		2021		2022							
		人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例						
年齡層	男	131	39.6	112	38.5	119	42.3	181	47.3	131	39.6	131	39.6						
	女	200	60.4	179	61.5	162	57.7	202	52.7	200	60.4	200	60.4						
		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	99	155	76.7	90	142	79.7	94	116	74.7	133	143	72.1	102	116	70.1	96	177	72.6
	31以上至50歲 (含)以下	30	39	20.8	21	34	18.9	22	41	22.4	44	51	24.8	31	57	28.3	39	54	24.7
	51歲以上	2	6	2.4	1	3	1.4	3	5	2.8	4	8	3.1	2	3	1.6	2	8	2.7
地區	北桃竹	-	-	-	-	191	68.0	-	-	-	-	-	-	-	276	73.4			
	中部	-	-	-	-	45	16.0	-	-	-	-	-	-	-	49	13.0			
	南部	-	-	-	-	40	14.2	-	-	-	-	-	-	-	49	13.0			
	花東	-	-	-	-	4	1.4	-	-	-	-	-	-	-	2	0.5			
	金門	-	-	-	-	1	0.4	-	-	-	-	-	-	-	0	0			
新進／離職率(%)		6		6		5		7		6		7							
總人數		331		291		281		383		311		376							

歷年按階層、國籍、性別劃分之員工總數及比例

員工類別	中華民國		大陸		日本		加拿大		印尼		香港		馬來西亞		越南		緬甸		澳門		韓國		合計
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
行政管理職	29	59	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	89
一般職員	22	48	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	71
營運管理職	99	158	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	257
門市人員	174	285	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	3	0	0	0	0	468
兼職人員	1,450	2,968	1	22	0	2	0	1	2	4	2	1	2	5	5	12	0	1	0	0	0	0	4,478
臨時員工人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
總員工人數	1,774	3,518	2	23	2	2	0	1	2	4	2	1	2	7	5	14	0	4	0	0	0	0	5,363

員工自願離職率與非自願離職率^{FB-RN-310a.1}

類別	2020	2021	2022
店鋪員工自願離職率	7%	6%	6%
店鋪員工非自願離職率	0%	小於0%	小於0%

(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。

各地區之最低工資與領取最低工資員工比例^{FB-RN-310a.2}

項目內容(對象：營運PT、FT、FT3)	2022		
地區	北部	中部	南部
地區平均小時工資	161	156	161
地區領取最低工資(26,400)店鋪員工之百分比	0%	0%	0%

3.2.1 薪資獎金制度與各項福利制度



GRI 201-3

GRI 401-2

GRI 404-3

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

年份	職稱	單位	2021年平均月薪	2022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
營運正職服務人員	正職服務員(FT3)	NT\$	27,500~28,500	27,500~28,500
總部助理職	助理(STAFF)	NT\$	26,000~31,000	26,000~31,000
總部助理專員職	助理專員(STAFF)	NT\$	30,000~36,000	30,000~36,000
中高階儲備幕僚	實習組長(FT)	NT\$	35,500~37,500 (含月考核獎金2500~3500)	35,500~37,500 (含月考核獎金2500~3500)

男女薪酬比例(註9)

類別	單位	男	女
主管職	%	17%	31%
非主管職	%	16%	36%

非主管職年薪平均數及中位數

年份	單位	2020	2021	2022
非主管職年薪平均數	仟元	558	562	603
非主管職年薪中位數	仟元	514	518	548
非主管職員工人數(註10)	人	1,000	962	950

年度總薪酬比率與年度總薪資報酬變化比率

年份	單位	2022
年度總薪酬比率	倍數	293%
年度總薪資報酬變化比率	倍數	104%

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/社團補助。

退休制度

依循勞動基準法及勞工退休金條例的規定，訂定員工退休相關辦法，並成立「勞工退休準備金監督委員會」，新進員工及選擇新制退休金條例的原有員工，提繳每月工資6%至勞保局個人退休帳戶。選擇適用舊制退休金辦法的原有員工及選擇適用新制退休金辦法的原有員工的舊制保留年資，按原員工退休辦法退休金給付標準計算提撥適額的退休準備金至台灣銀行專戶。目前選擇勞退舊制人數約占全公司0.13%，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。

(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/gecdb/Stat_Statistics_DetailData.aspx?sn=EysMabrhMoWtwK3!e0N8hQ%40%40&d=m9ww9odNZAz2Rc5Ooj%24wIQ%40%40

(註10) 2022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。

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85位員工，補助金額近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。

歷年各項活動補助

項目	活動內容	2020		2021		2022	
		受惠人數	補助金額(仟元)	受惠人數	補助金額(仟元)	受惠人數	補助金額(仟元)
社團補助 ^(註11)	依社團評鑑成績及社團人數給予不同的補助，每年各社團申請之補助款最高上限為2萬元。若社團有活動專案申請，經審核後，另外每社團補助最高1萬5仟元。	82	94	82	68	200	183
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。	197	9,580	230	10,138	230	11,050
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。	46	73	50	79	63	119
旅遊補助	員工本人符合年資資格者，可申請旅遊補助。	810	3,679	1,579	5,669	960	4,378
結婚補助	員工本人結婚符合法律規定者，可申請結婚補助。	6	119	22	424	11	213
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。	1	15	3	63	5	54
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。	16	242	17	234	80	435
總計		1,158	13,802	1,983	16,675	1,549	16,432

(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)為打造工作與生活平衡的優質職場，鼓勵員工自發性成立社團，增進員工彼此交流的舞台，同時讓員工下班時找到適當的休閒活動，並透過社團活動進行跨部門交流，以興趣結交更多朋友。近年來員工愈發積極組織社團，截止2022年共有9個社團持續運作，未來期待公司夥伴持續發揮創意，集結公司志趣相投的夥伴，發展出更多不同領域的社團。



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。

讓愛傳出去-摩斯漢堡成立「慈愛社」

摩斯漢堡在幾位志同道合的同事的號召下，籌備已久的慈愛社終於在2022年成立了！慈善社的創設初衷是希望社團夥伴能以樂於分享及幫助他人的心情，自發性地參與公益活動，秉持摩斯漢堡「貢獻人類、貢獻社會」的精神，為社會做出更多的貢獻。

慈善社在11月與等家寶協會合作第一場愛心活動，共同準備育幼院的小朋友們所許願的耶誕禮物，透過包裝禮物及繪製卡片的過程，注入滿滿的愛，期望帶給小朋友們一個充滿關愛又溫暖的耶誕節。

慈愛社成員們覺得能夠盡自己的一份心力，完成孩子們期待已久的願望，是一件充滿幸福的事情，尤其在看到孩子們收到禮物後開心的神情時，大家的內心都感到無比的喜悅和充實。慈愛社成員們希望能夠持續將這份愛心透過各種慈善活動分享出去。



摩斯漢堡「慈愛社」於2022年正式成立



歷年社團活動參與人數 (註13)

社 團	類 別	創 立 年 份	2020		2021		2022		
			場 次	參 與 人 數	場 次	參 與 人 數	場 次	參 與 人 數	
登山社	運 動 類	2018年	15	89	6	104	6	90	
羽球社(1社、2社) ^(註14)		2018年	40	1,600	20	180	9	207	
瑜珈社		2018年	4	138	4	253	4	272	
歌友社	娛 樂 類	2020年			2	每場約 10-15人	2	每場約 15-20人	
桌遊社		2021年			3	12	3	15	
慈愛社	服 務 類	2022年						2	15
樂活單車社	運 動 類	2022年						2	24
中職研究社		2022年						5	35

(註12) 2021年每季最高補助金額為5,000元。(註13) 參與人數的計算方式為2022年整年度每場參與人數的加總。(註14) 統計數字為羽球1社和2社總共舉辦的場次和參與人數。

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，較2021年提
高20,000元。(註12)

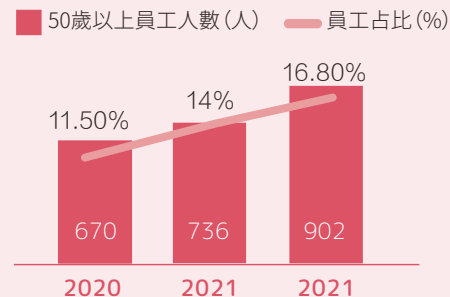
3.2.2 中高齡招募計畫



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，持續聘用二度就業婦女與中高齡的求職者。2022年安心食品的二度就業人數，年齡層超過50歲且仍在職者近902人，佔總員工人數16.8%，較去年同期成長2.8%。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。



歷年50歲以上之員工總數及比例



3.2.3 中高齡職場體驗營



安心食品於2022年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。2022年中高齡職場體驗營及招募場次共舉辦9場，參與人數共245人，活動場次及人數較2021年增加了6場，人數增加約39人。



MOS攜手新竹市政府勞工處培育產業人才，提供年輕人、中高齡及二度就業多元工作機會。

安心食品攜手新竹市政府勞工處，舉辦弱勢青年就業促進與職場體驗活動，由新竹市政府高虹安市長、新竹市政府勞工處黃錦源處長、財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會新竹分事務所沈俊賢主任、安心食品人力資源部吳欣蓉部長共同出席，與學員參與摩斯漢堡職場體驗營，透過餐點製作過程，熟悉產業工作環境型態，讓青年從學校順利接軌職場，適性多元發展，幫助學子拼出好未來。



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，2022年度持續進行菁英人才的培訓模式，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，以每半年輪調一個部門的方式，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

安心食品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，主要是學習基本的營運操作與店舖管理，且每月會針對當月的學習內容進行討論和提出相應對策；為期半年的店舖實習結束後，會進入到總部端的實習，除每月的例行課程之外，必須輪調2個工作崗位，到不同的單位歷練和學習專業技能；儲備幕僚剛進到總公司的第一年，每個月必須參與研討會，並針對指定的工作主題向主管們報告，訓練其簡報能力和口語表達能力。每次的報告主題會因應當時的產業趨勢和狀況而制定，例如，2022年的工作主題有：疫情之下如何增加營運業績及顧客回流、如何在疫情後，發揮單位功能協助公司整體提升經營及獲利、找尋業界2-3家做標竿，分析並思考可於部門執行或改善效率之建議等；同時，儲備幕僚也必須參與每月的訓練課程，課程內容包含：Excel高效活用、時間管理、簡報技巧、壓力與情緒管理、工作計畫與管理等，透過課程的訓練，為儲備幕僚們的專業技能奠定基礎。

中高階儲備幕僚研討會－營運端培訓



中高階儲備幕僚研討會



3.4 多元產學結合青年力

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

多元產學合作模式科系數

多元產學合作模式	2020	2021	2022
產學攜手合作計畫	3	3	3
三明治實習計畫	60	89	93
暑期實習計畫	7	9	9
雙軌訓練旗艦計畫	2	2	2
專科進修班	1	1	1
專科就業導向學分班	2	1	1
產業學院計畫	2	2	2
合計	77	107	111

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2022年繼續與國立屏東科技大學達人學院合力開辦「安心學程」系列，總共9堂課程、7名內部講師授課，有20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	2020	2021	2022
合作學校	間	2	1	1
合作系所	系所	12	5	8
課程數量	堂	19	9	9
企業講師	人	24	7	7
受惠學生人數	人	49	15	20

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，協培養優秀儲備人才，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」。此活動主軸是爲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。

2022年建教合作職場體驗場次共舉辦4場，參與人數共108人。活動當天除了介紹安心食品的成長歷史、企業經營理念和安心食品嚴謹的服務流程，也讓學生們實際進入模擬廚房，體驗產品製作流程，並品嚐自己親手製作的漢堡和沙拉，透過活動了解安心食品如何嚴格把關食安。

歷年舉辦職場體驗場次與參與人數

項目	單位	2020	2021	2022
合作大專院所	場次	11	1	4
實習生人數	人數	488	15	108



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爲公司服務，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。2022年共有9位學生符合資格，共計發出33仟元的獎勵金。另外，爲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；2022年共發出36.5仟元介紹獎金，受惠人數爲37人次。2021年和2022年因全球新冠疫情影響，人力需求趨緩，故轉任獎金暫緩發放。

歷年獎勵金發放

項目	單位	2020	2021	2022
雙軌訓練生學期獎勵金	仟元	51	45	45
	人	10	10	10
轉任獎金	仟元	492	停發	
	人次	76		
介紹獎金	仟元	47	36.5	36.5
	人次	55	29	29

3.4.3 建教合作專案

安心食品爲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2022年增加了4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，2022年共有45位學生符合資格，共計發出273仟元的獎勵金。爲留住優秀人才，使其未來成爲安心食品的生力軍，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。

建教合作大專院校之系所與實習生人數

項目	2020	2021	2022
合作大專院所	83	93	97
實習生人數	73	65	46

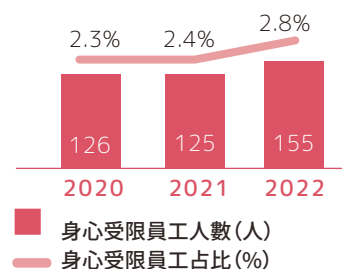


3.4.5 打造身心受限者就業學堂

身心障礙者長期被視爲社會負擔，但我們認爲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爲「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。

爲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，將摩斯漢堡打造成爲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，成爲社會勞動力的另一項助力。2022年總公司與店舖聘雇身心受限者人數共有155位，占總員工人數2.8%。

歷年身心受限者雇用情形



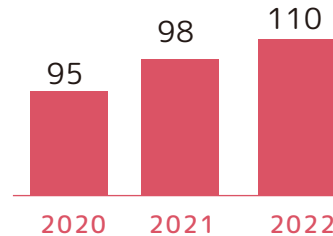
歷年身心受限者在職員工人數及占比

項目	2020	2021	2022
行政管理職	1	2	1
一般職員	1	2	2
營運管理職	2	1	1
門市人員	6	6	2
兼職人員	116	114	149
小計	126	125	155
員工總數占比	2.3%	2.4%	2.8%

3.4.6 第七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2022年已有605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2022年舉辦第七屆入社迎新典禮及新人座談會，共有110位夥伴成為安心食品的一家人。2022年為因應疫情，入社迎新典禮儀式與新人座談會改以半實體半視訊或以全面視訊的方式進行。

歷年入社迎新典禮儀式
與新人座談會參與人數

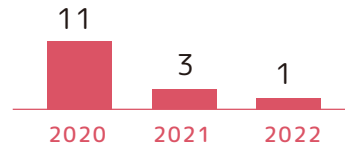


3.5 聆聽內部的聲音



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，我們會盡量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，如總公司辦公室設置董事長專用實體信箱，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。2022年透過員工意見信箱受理的案件共1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件數



員工意見回饋專區



員工意見回饋專區



投資人專區



3.5.1 總部月會

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

總部月會-表揚績優人



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。



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。2022年共有15個部門及夥伴獲得表揚獎勵。

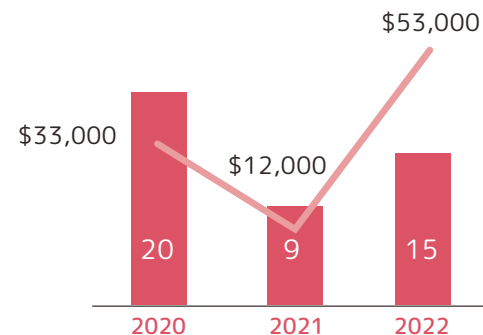


歷年舉辦職場體驗營場次與參與人數

項目	單位	2020	2021	2022
受表揚總部單位	個	20	9	15
總表揚金額	仟元	33	12	53

歷年受表揚部門與總表揚金額

■ 總表揚金額（仟元） — 受表揚總部單位（個）



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2022年9月14日舉辦資深員工表揚會，2022年度「10至25年年資者」共79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



GRI 419-1

FB-RN-310a.3

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。2022年共1件違反社會法規之情事，罰款金額為50仟元，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	2020	2021	2022
違反勞基法造成的金錢損失總額	0	50,020	50,000
違反就業歧視造成的金錢損失總額	0	0	0

違反社會法規之說明

勞動檢查違反裁罰(南投草屯店)。

貨款別：其他支出

(顧客賠償和解費用，罰鍰)

主旨：違反勞基法第24條第1頁-延長工時者，期延長工時之工資應依法令標準加給。

公司違反勞動基準法第24條第1項規定，業經南投縣政府審(調)查屬實，審酌違法應受責難程度及所生影響，茲依同法第79條規定，處新台幣5萬元罰款，另依同法第80-1條第1項規定公布事業單位名稱、負責人姓名、處分期日、違反條文及罰鍰金額，並令立即改善。

人力資源部針對問題開會檢討薪資計算過程是否有所疏忽，並檢討其改善方法，以加強未來薪資計算之正確性。

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：

- 繼續工作3個月以上1年未滿者，於10日前預告之。
- 繼續工作1年以上3年未滿者，於20日前預告之。
- 繼續工作3年以上者，於30日前預告之。
- 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，透過明確的培訓及檢核流程，在培訓過程中，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。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。

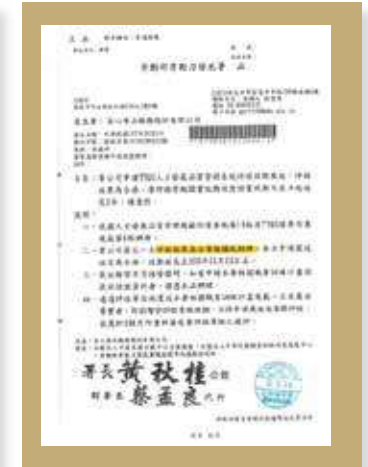
安心食品針對營運夥伴量身打造了職能精進計畫，包括公司的營運方針與策略、食品衛生專業知識、商品製作與銷售流程、洞悉顧客需求與未來產品趨勢等，並於不同階段安排店舖經營管理相關的實務演練；另外，營業訓練課也會依據營運現場的需求或是公司的年度策略目標，規畫專案性的課程，強化夥伴的專業能力，例如：2022年5月為因應環保杯及循環杯的導入，公司規劃相關知識學習與系統操作課程，除了讓營運夥伴能深入了解循環經濟之外，也教導夥伴如何於店舖中提供服務並落實ESG。總部方面，我們也持續強化同仁的通識管理能力(如簡報技巧、時間管理、衝突管理、專案管理、書面撰寫技巧等)，每年也會更新課程內容，並調整上課方式，例如：導入課程活動或桌遊，讓同仁們可以在有趣的學習過程中更有效地學習。2022年，教育訓練部針對總部的主任及五職等的夥伴規劃了「换位思考」的課程，讓儲備主管們強化溝通能力。此外，教育訓練部也針對工作上所需要的能力與技巧，規劃了相關的訓練課程，如Google高效運用、Excel進階課程、Office-手機高效應用講座等，希望透過這些訓練，強化同仁及主管的工作能力，培育出讓顧客值得信任、安心的管理者。

安心食品為使教育訓練更加組織化及系統化，同時提升人才訓練的品質，持續增加合格師資人數。安心食品依循人才發展品質管理系統 (Talent Quality-management System, 簡稱TTQS)，持續檢視組織需求、策略與訓練的連結性，並注意每一個訓練課程的執行細節與成效，安心取得評核之企業機構版銅牌展延至2023年11月02日，以維持訓練品質，持續精進。

TTQS銅牌獎



TTQS銅牌獎效期展延公文

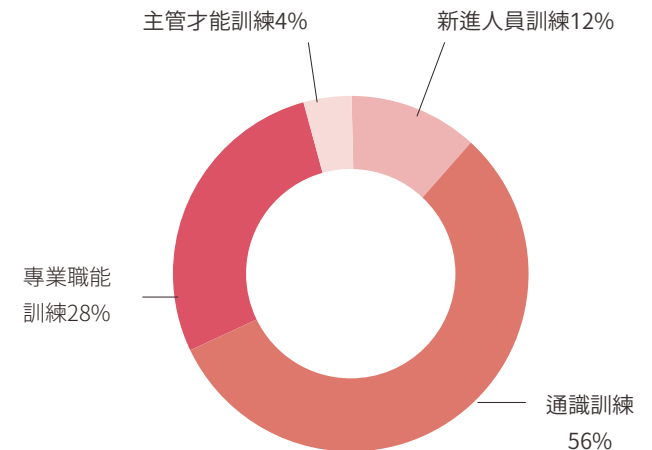


3.6.1 年度共識

安心每年年初都會舉辦「摩斯漢堡策略共識營」，制定每一年的策略主軸，希望透過活動，讓夥伴清楚知道公司及自己的年度目標並在工作中執行，透過整天的活動，不只能激發出各種創意想法，更凝聚夥伴的目標共識，不斷精進3Q (Environmental Quality, Product Quality, Service Quality) 的創新價值。2021及2022年因疫情緣故停止舉辦，改以透過內部會議及講座，與員工溝通年度策略與經營方向。

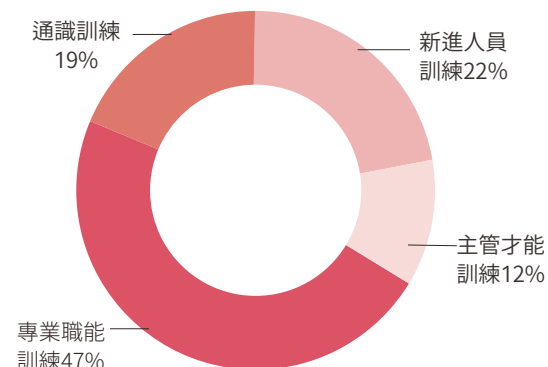
3.6.2 多元系統化教育訓練

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。2022年員工進修、訓練費用共花費1,664仟元。



安心食品不僅擁有傳統實體課堂的學習、數位平台的非同步課程，更有各項培訓活動，專題講座、操作競賽、體驗式課程及桌遊等，讓夥伴在有趣的課堂及競賽中，不斷提升相關職能，歷年來我們舉辦過「漢堡快手」、「收銀快手」、「小黑板競賽」等，讓夥伴可以互相分享交流、增加學習的空間與機會。另外，我們也會辦理一些訓練的大型活動，例如「共識營」就是利用體驗學習的概念，藉由培訓將大家聚在一起、凝聚共識，讓大家可以共同朝著公司的目標前進。不僅如此，優秀的夥伴還能至國外參訪學習，例如，到日本摩斯參訪，體驗不同文化，擴展視野。此外，為讓總部及營運夥伴們可以隨時接受管理新知，也讓高階主管的想法更容易傳遞至各部門及店舖，教育訓練部會在每月於學習平台的論壇分享課程和新知，讓夥伴增廣見聞，並於每季出刊安心知識電子報，內容包含產業趨勢、工作上的管理小技巧、電腦軟體操作、英文等，協助夥伴們提升工作相關之能力。2022年，我們在數位學習平台上持續更新與數位轉型、食品安全、Office小技巧等相關的學習資源，讓夥伴們提升新知，豐富且多元的學習模式，也讓人才的培育更加完整。

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舖的營運操作中；此新進人員訓練占整體比例的22.8%。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11.7%。專業職能訓練則專注於店舖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48.5%。最後則是通識訓練，包括理念的傳承，以及分享如何實踐「做被顧客感謝的事」，占整體比例的19.5。透過訓練培育更多專業的管理人才，不斷提升店舖的整體經營能力，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。



總部新進-職場禮儀

總部新進-職場禮儀



五大安全講座-職安課程



Office線上講座



五大安全講座-食安課程



安心知識電子報



安心主管管理電子報



新進人員訓練

總部及店舖新進人員報到後，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，讓大家對於店舖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。2022年共有249次參加新人訓練。

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



OJT指導小組介紹

OJT指導小組是現場人才培育的重要推手，安心食品向來重視員工的學習與成長，致力於培育優質管理的營運人才，針對各職位皆有一系列完整的訓練課程。安心食品因持續展店，為了因應不斷增加的人力需求，於2019年3月成立「營運指導課」，主要以OJT(在職培訓, On-The-Job Training)的方式，由專業的指導老師進入第一線的工作現場中，在實務操作上直接針對新進人員進行指導，此方式能增加新人的實務模擬操作，幫助學員快速上手，提升第一線人員的服務力。

指導老師於工作現場中，會親自向學員示範操作，從和顧客打招呼、幫顧客點餐、送餐、整理店舖環境、製作餐點等，也會不斷和學員分享如何表達對顧客的感謝，幫助學員學習如何將教材所指導的內容帶進日常工作中。有別於局限在教室內的課程，面對面的工作教導，更能了解新人面對因工作不熟悉而產生的緊張感，幫助學員學習排除與應對；給予他們不同的機會教育，從做中學、學中做，累積工作的經驗與成就感。員工能樂在工作，也大大提升了店舖的整體服務，實現摩斯漢堡的經營理念-「貢獻人類、貢獻社會」。

總部專用新人指引及工作百科

安心食品一直很重視員工的教育訓練，會因應不同的需求，採取多元化的學習方式，協助夥伴們不斷地接受新知、學習發展。負責總部教育訓練的管理訓練課，開發了多本工作手冊，如：總部新進人員指引、會議召開手冊等，內容包含了新進人員進到公司後需要熟悉的相關知識，幫助新人快速融入新環境；會議召開手冊則列出了安心食品內部的會議種類，以及召開會議的步驟和順序，讓所有夥伴可以順利並有效地進行會議。2020年開始因疫情影響，線上會議的需求越來越高，因此教育訓練部特別撰寫了視訊會議工作手冊，協助夥伴們快速瞭解並熟悉視訊會議相關軟體的操作。2022年為因應全球節能減碳的議題，更新增了節電節能操作手冊，透過此本手冊，讓夥伴們了解如何在辦公區域及個人生活上落實節能減碳，共同為環保盡一份心力。



總部新入人員指引網站

-提供各種新進人員必須知道的資訊，協助新進夥伴快速上手。對內容有任何疑問或建議，也可填寫回饋問卷，或聯繫總部的管理訓練課。



會議召開工作手冊

-列出安心食品內部的會議種類，以及召開會議的步驟和順序，讓夥伴可以順利並有效地進行會議。



視訊會議工作手冊



節電節能操作手冊

課程數位化發展計畫

新冠疫情改變了我們的生活與學習，雖然改變的過程困難重重，但也因此擁有更多的創新及彈性。對企業來說，不只是經營的方式必須隨之調整，內部的教育訓練也必須不斷向前邁進，為此，安心食品將5年~10年後預計執行的轉型計畫提早開始，秉持著停課不停學的想法，讓員工的教育訓練不因疫情而中斷，在訓練課程上，除了加速原有非同步的教材影片製作，也依據課程的內容特性和期待的學習成效，將實體面授課程逐步數位化，並將課程內容重新規劃和設計，藉由線上同步與非同步的方式，持續為夥伴提升工作職能。

為了提升學習效益，安心變更了課程的進行模式及重新編修教材，尤其是內容較為深入的管理職能課程，如：「值班主管的業務」等課程，改以圖像化的呈現代替文字，提升教材的活潑度和豐富度，並使用更淺顯易懂的方式指導專業知識，讓學員能更快速吸收，達到課程的學習效益；另外，較著重實作及演練的課程，如：「簡報能力技巧」等課程，則利用多元的網路互動軟體設計互動環節，或透過協作的方式取替實體課程的演練及作業產出，達到如實體課程般的互動學習效果。

以同步或非同步的課程取代原有的實體課程，除了能減少員工移動及交通往返的時間之外，也開啟了與實體課程不同的學習體驗，例如：學習運用數位軟體、學習在線上與老師和學員互動等，相信這些附加的收穫，也是同仁未來可以運用在工作上的能力。數位化、混成化的學習是無可抵擋的趨勢，未來我們也將持續規劃、提供更多元的學習資源及教材，讓夥伴在各種情境下都能持續提升工作職能。

除了持續進行原有的同步課程外，在2022年特別開辦了一系列的Office線上講座，如PPT-模板與母片、Word-合併列印、Excel-超基礎&進階樞紐分析、Excel-常用基本&進階函數、手機上的影片製作等，以及五大安全講座，如職安、法遵等，透過線上的方式，讓更多同仁一起學習與成長。

總部及營運夥伴教育訓練平均時數

年度	2020						2021						2022					
員工類別	總受訓時數 (小時)		總人數 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人數 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人數 (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	379	666	32	61	11.84	10.92	632.5	1,416.5	167	359	3.79	3.95	413.5	629.5	77	147	5.37	4.28
一般職員	360.5	1,805	21	51	17.17	35.39	99	123	27	64	3.67	1.92	887.6	1,803.4	227	472	3.91	3.82
營運管理職	1,857	3,554	100	158	18.57	22.49	2,462	3,805	397	602	6.20	6.32	2,151.1	4,011.4	298	523	7.22	7.67
門市人員	8,474	12,380	222	360	38.17	34.39	5,444	8,913.5	469	788	11.61	11.31	4,386.8	7,415.5	452	775	9.71	9.57
兼職人員 ^(註15)	64	180	1,482	2,965	0.04	0.06	24	60	11	14	2.18	4.29	4,757.1	9,119.2	4,283	7,774	1.11	1.17
總計	11,134.5	18,585	1,857	3,595	6.00	5.17	8,661.5	14,318	1,071	1,827	8.1	7.8	12,596.1	22,978.9	5,337	9,691	27.3	26.5

(註15) 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	2020						2021						2022					
類別	總受訓時數 (小時)		總人數 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人數 (人)		平均受訓時數 (小時/人)		總受訓時數 (小時)		總人數 (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16)	168	390	23	55	7.3	7.1	-	48	-	3	-	16	27	27	2	2	13.5	13.5
防火管理人	12	90	2	9	6.0	10.0	42	48	4	6	10.5	8	30	42	3	6	10	7
急救	36	108	12	26	3.0	4.2	72	18	4	1	18	18	19	16	2	1	9.5	16
合計	216	588	37	90	5.8	6.5	114	114	8	10	28.5	42	76	85	7	9	32.5	36.5

(註16) 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。

3.6.3 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，2022年度雖疫情趨緩，但疫情帶來的環境及產業衝擊，也都考驗著店長的經營能力，因此，為了讓店長們能持續不斷成長，摩斯漢堡今年派出了6位優秀店長參加比賽，分別為土城裕民店的王思涵店長、高雄中山二店的翁惟靖店長、基隆仁二店的王芃之店長、三重台北橋的蘇筱婷店長、台中豐樂店的鄭湘璉店長及金門民權店的鄭婷蓁店長。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，主要培訓的職能有以下兩個方向：

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「店鋪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。

傑出店長培育除了內部的課程之外，也會辦理各產業的優秀店長交流，透過互相分享了解到不同商圈的經營技巧與創新創意的人才培育方法，例如：銷售商品完全相同的電信業，如何透過服務的差異，增加銷售競爭力，或是商品琳瑯滿目的零售產業，如何觀察顧客需求找到關鍵商品外，如何透過陳列與擺設，提高顧客購買意願，創造業績。多元且豐富的課程不僅為了選拔競賽，而是希望能夠透過課程，帶領店長挑戰自我並拓展眼界與視野。

2022年度除了挑戰各類型商圈店鋪勇創佳績的台中豐樂店-鄭湘璉店長榮獲傑出店長殊榮外，以實際行動來貫徹企業理念的基隆仁二店 王芃之店長則榮獲特殊獎項-防疫新生活運動-門市清掃獎，傑出店長的培育除了透過表揚讓表現優異的店長有機會在舞台上發熱外，更期許透過提升店長的能力與視野，讓店鋪的經營管理持續進步，也讓更多喜愛摩斯的顧客享受到優質的服務。

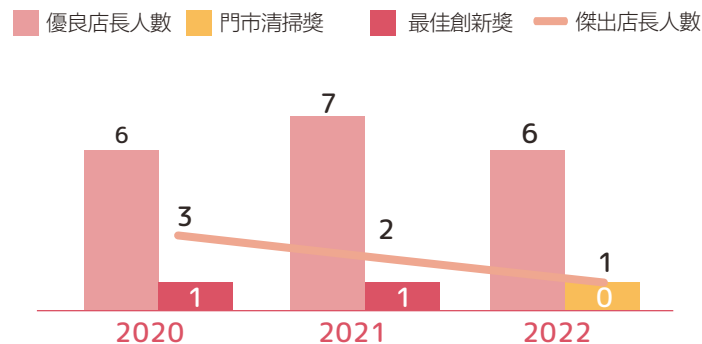
優良店長選拔



2022 TCFA全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔



歷年傑出店長選拔競賽獲獎



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年創立以來已有九年的時間，安心學院自成立以來，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

1F

- 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。
- 安心學院也會依照節日舉辦不同的活動，像是一月份的虎年過年活動、三月份的關燈一小時等，2022年共舉辦11個節慶活動，共38場，415人參與。
- 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、以及可以活動筋骨的籃球場。

月份	節慶活動	2022年	
		場次	參與人數
1	虎膽妙算	1	8
3	關燈一小時活動	3	28
4	世界閱讀日	2	26
5	世界無菸日	1	4
6	警察節	6	95
7	環保杯活動	7	87
8	父親節手做卡片	5	50
9	教師節九宮格任務	4	62
10	萬聖節活動	4	28
11	感恩節感謝卡	3	17
12	聖誕節支援前線	2	10
合計		38	415

處處傳遞正能量~摩斯小黑板~



安心學院宿舍



歷年教室使用情形說明

項目	對象	單位	2020	2021	2022
訓練教室	內部員工	人次	3,688	1,762	1,192
	外部單位	人次	2,177	810	1,301

歷年外部團體租借場地受惠人數^(註17)

項目	活動內容	2020	2021	2022
		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。	2,153	810	1,301

(註17) 2022年因疫情減緩，逐步開放內部使用與外部租借。

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2023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	2020	2021	2022
員工宿舍	安心學院		床	185	165	83
	吉林研修中心					6
	店舖員工宿舍					49
總計		138				
使用對象	內部員工	安心學院	人次	1,388	1,421	544
		吉林研修中心(註18)				-
		店舖員工宿舍				378
	外部單位	安心學院	人次	988	301	644
		吉林研修中心				0
		店舖員工宿舍				0
總計			2,376	1,722	1,566	

(註18) 僅開放內部員工受訓時臨時租借，故無統計稼動率。

安心學院宿舍



【MOS人才培育 不遺餘力】

培育MOS夥伴的搖籃-MOS訓練店

摩斯漢堡的訓練店是作為培育新人的重要店舖，因此篩選過程必須通過嚴格的考核，才能獲得訓練店的資格，摩斯漢堡為持續培育優秀的下一代主管接班人，鼓勵店舖以「成為訓練店」為目標，不僅提升自我成為更優秀的領導人，更能不斷培育新一代的摩斯人，將摩斯的經營理念和企業價值不斷綿延下去。

汐止台五店於2022年正式成為訓練店



秉持初心、摩斯人經驗傳承不停歇

人才培育不僅是企業永續經營的重點項目，「經驗傳承」更是保留企業文化與價值的重要元素，為此，安心食品於2022年度舉辦主管經營管理課程，讓公司的大主管藉此機會分享自身的經驗和想法給摩斯漢堡和其關係企業的主管們，安心食品更邀請東元餐飲集團黃茂雄會長，為主管們進行授課，分享他數十年來經營企業的心路歷程，期望主管們都能站在巨人的肩膀上，從不同角度學習不同的思維與決策力。

經營策略分享與案例解析 講者-黃茂雄會長



經營管理課程 講者-施啓寅協理



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

2022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

安心食品每日於15:00健康操活動，固定於下午三點播放健康操，讓全員暫時放下手邊的工作，活動身體。



3.9 職業安全衛生巡檢



GRI403-2

為消弭職場的危害，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



GRI403-2

GRI 403-3

GRI403-4

GRI403-5

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，2022年安心食品旗下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，並配合政府職安四法中，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，進行人員的安全衛生教育訓練-防災課程，2022年共舉辦了4場。因疫情影響，2022年無法到內湖防災科學教育館聆聽專業引導人員的說明及實地操作，但安心仍舉辦了線上課程，幫助新進夥伴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2022年底共執行1,113場次，為安心食品的夥伴健康把關。成員包含勞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，規劃訪視店舖急救箱配置、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。2022年共執行162場勞工健康臨場服務。

年度	2020	2021	2022
臨場服務場次	216	216	162
諮詢員工人數	212	320	324



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，2022年透過課程安排，對公司營運部門夥伴及總公司夥伴進行過負荷預防的專題課程，課程中透過心理師的解說及帶領，了解心理壓力的來源及釋放方式，也透過實作-禪繞畫及芳香療法，更懂得壓力排解，進而讓工作上能維持活力。

年度	2020	2021	2022
臨場服務場次	6	1	10
諮詢員工人數	355	305	558



3.10 意外事件及職業傷病追蹤 GRI 403-7

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的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 GRI 403-9

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）。

公傷事故通報調查表

計算公式說明

失能傷害頻率 (FR)

=全年失能傷害人數÷總工作時數×1,000,000

失能傷害嚴重率 (SR)

=全年失能總損失日數÷總工作時數×1,000,000

職業病率=(職業病發生次數/總經歷工時)×1,000,000

缺勤率=(缺勤日數÷總工作日數)×100%

失能傷害平均損失日數=總損失日數/總傷亡人數

失能傷害統計(不含上下班交通安全事故數據)^(註19)

年份	2020		2021		2022	
性別	男	女	男	女	男	女
失能傷害頻率	1.89	3.95	1.52	2.37	0.69	2.07
失能傷害嚴重率	42	76	42	35	25	59
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	0.27	0.19	0.04	0.09	0.22	0.27
失能傷害平均損失日數	22.55	19.21	28	15	28	36

(註19) 中港澄清店王：中港澄清店王○○發生滑倒事件，連續請假105天。
北安店：北安店朱○○發生車禍事件，連續請假62天。

3.10.2 勞工復工評估



GRI 403-2

GRI 403-3

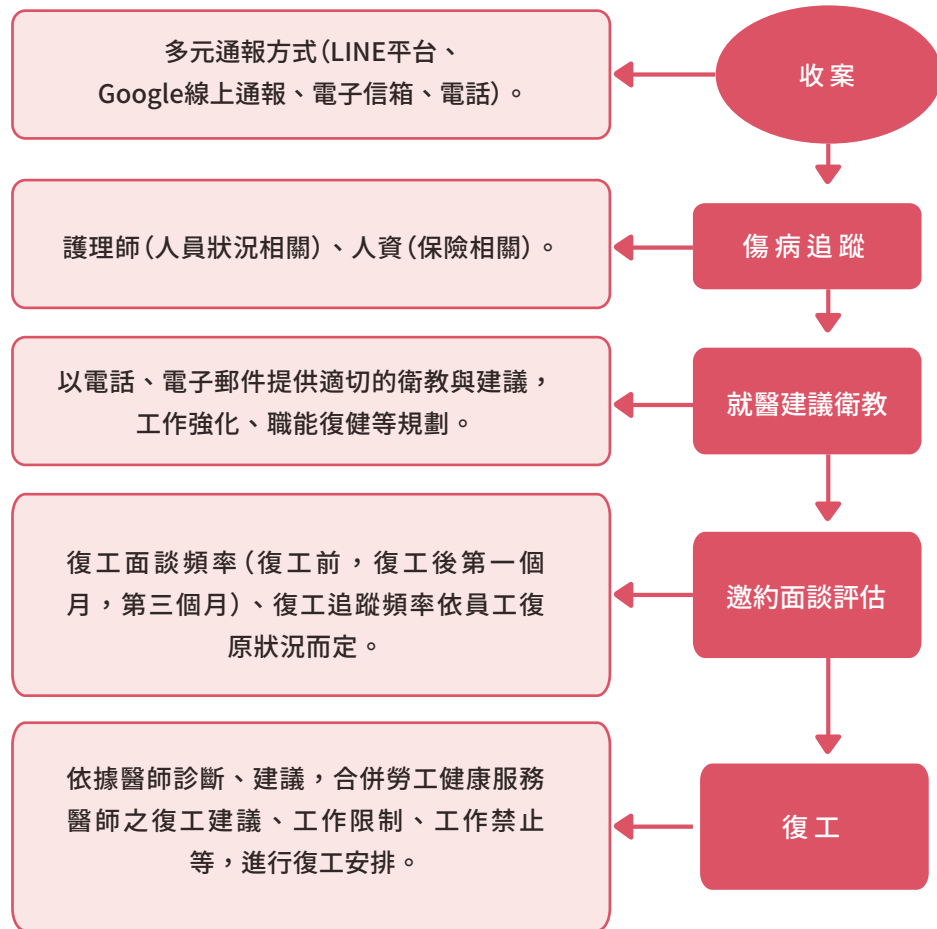
GRI 403-7

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2022年，經復工計畫以協助員工順利復工共計211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。

復工工作服務指引

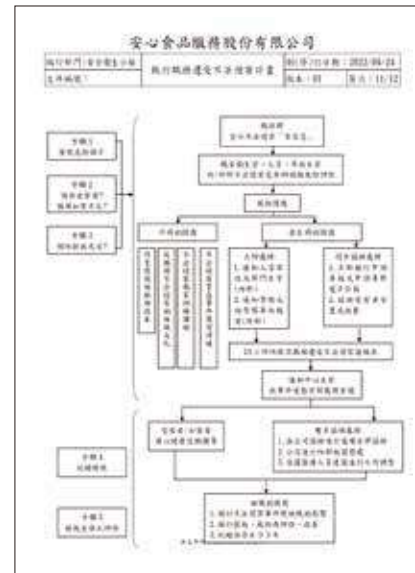


不法侵害預防及突發處理機制

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

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

不法侵害預防及事件處理流程圖



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。

2022臨場服務前計算10年風險及過負荷風險評估

2022/02/16 01:54 新发公司 - 工人健康检测数据																		
检测员工姓名	性别	1-男	2-女	PT	PT3	PT	PT2	检测项目	检测结果	检测日期								
0320	29	6	14	3	1	16	8	检测项目	检测结果	检测日期								
员工编号	中文姓名	性别	血型	年龄	身高	体重	体温	10年发病率	1_score	2_score	风险评估	检测健康	是否阳性		人员	性别	暴力	公伤
	PT	3-女																
	PT	3-女						3	3.36%	17	7	低风险低危	0-不健康					
	PT	3-女						2	11.73%	4	11	中风险低危	0-不健康					
	PT	3-女						0	0.60%	0	14	低风险低危	0-不健康					
	PT	3-女						10	8.80%	13	21	低风险低危	0-不健康					
	PT2	1-男						12	1.70%	30	60	低风险中危	1-不健康					
	PT	1-男						0	0.40%	0	14	低风险低危	0-不健康					
	PT	3-女																
	PT	3-女						1	4.60%	25	25	低风险低危	0-不健康					

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，並堅持每週一封衛教信，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。



過負荷評估暨建議表

[illegible]

3.10.3 健康檢查後續追蹤



GRI 403-7

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。

歷年體檢三級異常人數統計

項目		單位	2020	2021	2022
腰圍(cm)	男 ≥ 110 ；女 ≥ 100	人	778	86	155
BMI(kg/m ²)	≥ 35	人	125	151	149
血壓(mm-Hg)	SBP ≥ 180 ；DBP ≥ 110	人	84	48	55
膽固醇(mg/dL)	≥ 300	人	27	30	31
三酸甘油酯(mg/dL)	≥ 500	人	0	8	12
低密度脂蛋白(mg/dL)	≥ 200	人	44	64	41
麩胺酸草醋酸轉氨酶ALT (IU/L)	≥ 200	人	5	3	2
肌酸酐(mg/dL)	≥ 2.5	人	5	3	43
飯前血糖(mg/dL)	≥ 126	人	11	114	94

- 一、參考「台北市勞檢處-COVID-19職場防疫措施輔導查核表」及「職業安全衛生署-因應嚴重特殊傳染性肺炎(武漢肺炎)職場安全衛生防護措施指引」，從暴露等級風險劃分(辦公室及門市夥伴、外勤夥伴)、工作場所危害控制+管理措施及防護措施(工程控制：使用空氣清淨機、安裝透明隔板等；行政管理：教育訓練、通報紀錄追蹤等)三大方向進行，並結合各單位跨部門合作，確保每位員工的工作環境安全。
- 二、制定夥伴確診及確診者入店處理之SOP於店長/總部會議時講述，務求讓每位夥伴清楚了解，並於第一時間進行通報，由專責單位進行後續的追蹤及關懷。
- 三、協助暴露等級風險較高之北北基桃外送夥伴造冊，進行COVID-19疫苗第一劑接種。當年度共造冊1,011人，並於2021年7月底前完成890人之第一劑疫苗接種，接種率為88%。
- 四、落實足跡之通報，各單位藉由電話、郵件及LINE群組進行通報，後續由專責單位填寫雲端表單，之後進行2周之健康追蹤。經中央疫情指揮中心匡列居家隔離/自主健康管理對象之夥伴，一律採取自主回報健康管理數據，包含早晚各一次體溫記錄、是否出現相關症狀。如有夥伴未回覆，將以電子郵件或電話進行提醒。
- 五、統整後定時公告最新疫情走向及防疫政策讓全體夥伴知悉。
- 六、落實上下班量測體溫，於2020年春節期間疫情升溫之際，公司即設體溫測量小站，政策延續至2021年。進入辦公區域前即完成額溫測量、並自主完成體溫記錄，持續監測體溫。至2021年8月份，疫情稍有趨緩之勢態，我們仍力求維持體溫監測事宜，也為環保盡一份心力，提供無紙化方式，在打卡鐘附近貼上量測體溫的QR code，打造電子化監測模式，由員工自主、自發性的持續性做好自主健康管理，上下班皆完成體溫測量。並規律每週進行體溫測量提醒措施。

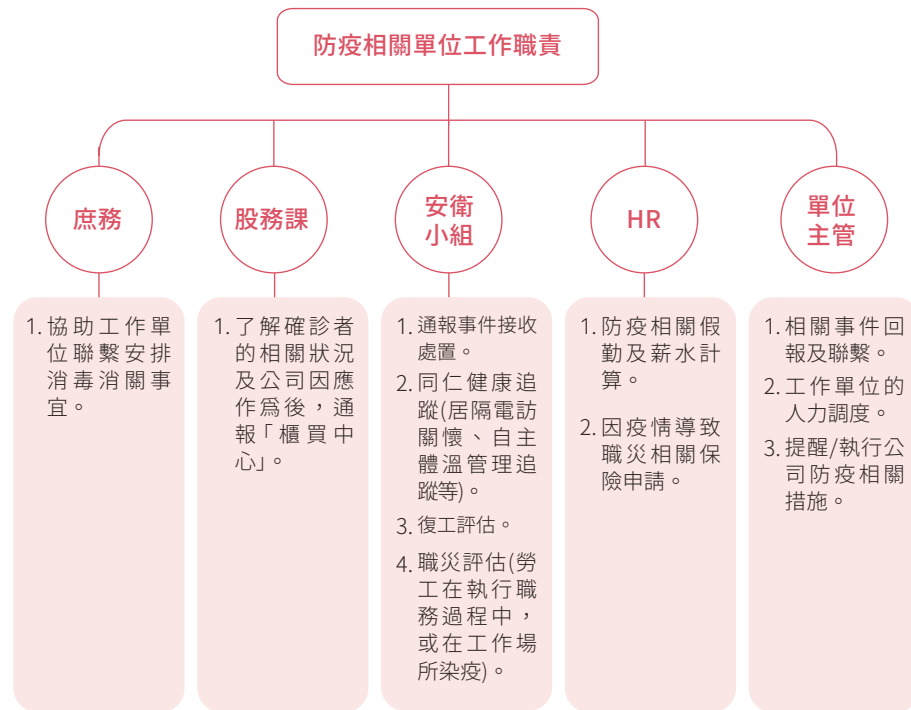
3.10.4 2022年因應COVID-19及確保工作環境安全



2021年5月台灣疫情爆發，安心食品為考量顧客的食安和衛生問題，安全衛生小組參考台北市勞檢處及職業安全衛生署的相關指引，規劃了一套「2021年因應COVID-19及確保工作環境安全」之方針，並於2022年增加了依中央疫情指揮中心防疫規定，制定出安心的【防疫指引】，讓夥伴們可以在疫情下，仍然可以維持運作，並確保營運夥伴們在安心安全的環境下工作，並追蹤夥伴們的健康狀況，給予適時的協助和關懷。



防疫相關單位工作職責



【HR居家上班因應策略】

2022年因疫情緣故，安心食品總部的人資部門制定一套居家上班SOP，不僅讓確診或被隔離的夥伴可以安心在家上班，也能讓主管更有秩序地管理在家上班的員工，讓公司不因疫情緣故而影響業務的正常運行。



3.11 健康促進與管理



GRI 403-2

GRI 403-3

GRI 403-7

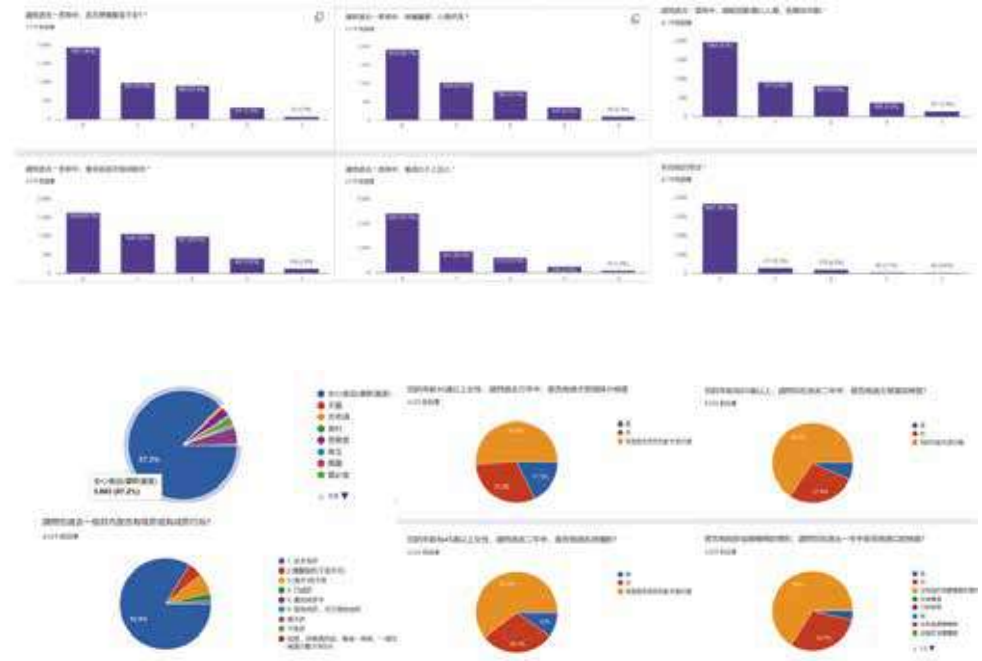
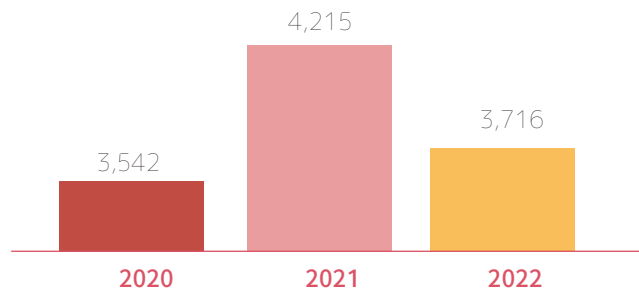
3.11.1 員工健康檢查

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。

2022年透過過負荷問卷、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、酒的狀況等等。

歷年員工定期健康檢查補助金額(仟元)



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。

3.11.2 國健署健康促進標章



GRI 403-3

GRI 403-5

GRI 403-6

GRI 403-7

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。然，2020年度受COVID-19疫情波及，全體夥伴全力配合防疫政策落實防疫措施，為避免群聚傳染，故暫停團體部分活動，共同對抗疫情。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。



舉辦健康促進講座及參與人數

2022年舉辦15堂課程
講座參與人數858人次



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基層夥伴，讓健康促進深入員工的心，未來2023年期許朝向績優健康職場邁進。

2022年度各項健康促進活動

交通安全講座

11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，確保每一位員工能在職場中安心安全地工作。2022年參與人數為60人。



安心場所AED+CPR急救教育訓練課程

2022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6堂課程，達成有照率77.4%，幕僚總計103人完成訓練。



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	2020	2021	2022
符合申請育嬰留停之員工人數	男	6	9	6
	女	22	32	25
	總計	28	41	31
實際申請育嬰留停之員工人數	男	2	0	2
	女	18	14	11
	總計	20	14	13
育嬰留停申請率(註19)		71%	34%	42%
育嬰假後預計(應該)復職之員工總數	男	0	0	2
	女	5	14	11
	總計	5	14	13
育嬰假後實際復職之員工總數	男	0	0	2
	女	4	2	4
	總計	4	2	6
育嬰留停復職率(註20)		80%	14%(註22)	46%
前年度育嬰假後實際復職之員工總數	男	3	0	0
	女	21	15	10
	總計	24	15	10
休完育嬰假復職後十二個月 仍在職之員工人數	男	3	0	2
	女	18	12	4
	總計	21	12	6
育嬰留停留任率(註21)		88%	80%	60%

(註19) 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20) 育嬰留停復職率：育嬰假後實際復職之員工總數／育嬰假後預計(應該)復職之員工總數x100。

(註21) 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。

(註22) 2021年永續報告書數字計算錯誤，應為 $2/14 \times 100 = 14.28$ ，復職率約為14%。

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，並在懷孕時即時提供母乳哺育衛教，產後提供哺餵母乳及育嬰相關的衛教諮詢，提升成功哺乳的機會，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、性別工作平等法及公共場所設置哺集乳室辦法，2015年起於總部規劃設置哺集乳室，2016年申請通過政府哺乳室經費補助，使設備更加完善並通過績優哺集乳室評核，於2017年獲得台北市政府衛生局頒發優良哺集乳室認證標章，提供安心食品員工隱密、舒適的哺集乳空間，因疫情影響，績優哺集乳室依衛生局展延至2021年8月。安全衛生小組於2022年因應總部公司地址遷址，除設置哺乳室外，也重新申請並通過台北市政府衛生局評核為優良哺(集)乳室。

醫師與母性保護員工產前面談



醫師與母性保護員工產後視訊面談



摩斯專屬好孕胸章寄送



3.12 深化社區影響力



GRI 203-2 GRI 413-1

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2022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。

貢獻人類、貢獻社會



發票愛心捐贈



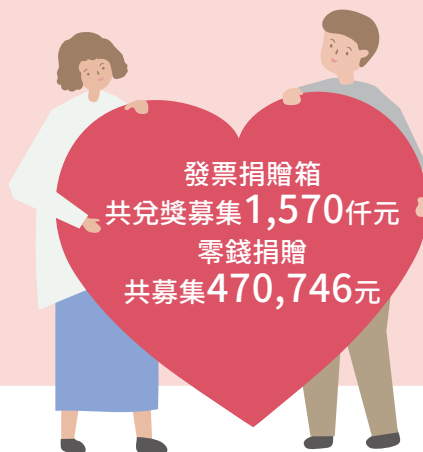
投入

- 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

- 2022年於全台摩斯漢堡的「發票捐贈箱」，共兌獎募集1,570仟元，「零錢捐贈」共募集470,746元。所籌募之款項使用於勵友中心1,259位開案服務的高危弱勢兒少，以及700位社區少年服務。其中，大橋、新興兒少課後據點提供國中小課輔2,027人次、供餐服務及生活照顧2,904人次、兒少多元學習及培力服務669人次、營隊活動847人次、線上據點服務372人次。中山大同區少年服務中心暨好young少年創意基地共服務1,632人次。



發票捐贈箱
共兌獎募集1,570仟元
零錢捐贈
共募集470,746元

影響

- 以課後陪伴的方式，提供課後輔導、生活照顧、營養晚餐，以及多元學習培力課程，幫助經濟弱勢的孩子們適性發展、更在各項課程與活動中，陪伴兒少發現興趣與專長，追逐夢想的同時，亦能分享所學成為社會上的貢獻者。
- 針對社區中有創傷經驗的兒少，提供創傷療癒服務，透過藝術治療團體以及諮商、整復等創傷服務，幫助有創傷經驗的兒少身心得以修復，找到情緒調節的方式，改善親子及手足衝突的狀況。
- 針對未升學未就業的社區少年，提供職場發展力課程，透過生涯初探與規劃、技能訓練與實務運用，最後協助少年進入就業職場，幫助少年找到生活的目標與重心。

物資捐贈



投入

2022年店舖舉辦物資捐贈活動共8場

1 您送金點，我做餐點

地點 基隆仁二店

時間 2022年08月23日

內容 募集摩斯金點送愛心給基隆市大光兒少之家。



2 二手衣募集捐贈

地點 土城裕民店

時間 2022年06月30日~07月02日

內容 邀請夥伴捐出平時已經用不到，但還乾淨的衣

3 善愛嘉年華

地點 台北南港展覽館1館

時間 2022年8月13日

內容 捐贈金額幫助偏鄉兒童。

4 共襄盛「蒔」、齊送愛心

地點 台中豐樂店

時間 2022年08月10日

內容 捐贈蒔蒔給育幼院。



5 摩斯用經典紅茶感謝您，有您真好

地點 金門民權店

時間 2022年7月18日~8月11日

內容 離島醫療資源相較本島較不足，防疫人員承受相當的壓力，藉由捐贈金典體恤防疫人員的辛苦。

6 小小文具，送愛到家扶

地點 金門民權店

時間 2022年8月13日

內容 捐贈開學文具給小朋友。

7 愛心延續，玩具總動員

地點 高雄大順店

時間 2022年08月17日

內容 店長與身邊親朋好友、夥伴、顧客一同募集二手玩具。

8 營二部餐具捐贈活動

地點 營二部(6~12課)全店舖

時間 2022年12月23日~12月25日

內容 捐贈美味派對琺瑯盤組、美味派對摺疊餐盒組。

產出

1 店舖夥伴與顧客共募集到500點。

2 捐贈乾淨二手衣物給伊甸基金會。

3 共捐贈4,200元給小樹傳愛協會。

4 共捐贈75杯蒔蒔給台中育幼院。

5 共募集1,000點金點(兌換1,000杯紅茶)給金門縣衛生局本局、衛生福利部金門醫院(含小金門分院)、金門5鄉鎮。

6 捐贈150組開學文具(150元/組，共22,500元)予財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會-金門分事務所。

7 將玩具整理乾淨，寄送到「高雄玩具碼頭」單位。

8 共捐贈8個單位，共433套。

- 許志文聖道基金會-50套
- 八里愛心教養院-162套
- 台北市私立體惠育幼院、聖道兒童之家-45套
- 基督教芥菜種會-100套
- 懷德風箏緣地育幼院-20套
- 沙崙身心障礙日照中心-31套
- 義光育幼院-25套



影響

- 讓資源更有效運用並讓夥伴學習珍惜資源。
- 讓小朋友們快樂過節。
- 讓夥伴學習，如同電影「玩具總動員」一樣，讓玩具可以繼續發揮它最大的價值。
- 讓夥伴學習可將未販售完的餐具發揮其他實質價值，提供給更多需要的人。



愛心義賣

投入

2022年店舖舉辦愛心義賣活動，共1場

店舖愛心義賣

- 地點** 土城裕民店
- 時間** 2022年07月14日~07月17日
- 內容** 土城裕民店在店內專區進行展售義賣，邀請顧客一起分享愛心。



產出

義賣活動所得全數捐贈
康泰醫療基金會，捐贈
金額共1,200。



影響

- 透過活動讓夥伴學習「貢獻人類、貢獻社會」的精神，為擴大影響力，也同步邀請顧客一同發揮愛心，幫助社會上需要的人。



捐血活動

投入

2022年店舖舉辦捐血活動，共6場

1 捐出熱血、助人為樂

- 地點** 基隆仁二店
- 時間** 2022年08月02日

3 捐血一袋、救人一命

- 地點** 台中豐樂店
- 時間** 2022年08月06日

2 揪團捐血、捐出熱血

- 地點** 土城裕民店
- 時間** 2022年07月02日

5 熱血不能沒有我

- 地點** 金門民權店
- 時間** 2022年07月28日

3 熱心捐血

- 地點** 三重台北橋
- 時間** 2022年08月13日

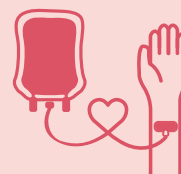
6 熱血不分老中青

- 地點** 高雄大順店
- 時間** 2022年08月22日

產出

至6家捐血地點捐血

- (1)基隆市捐血中心
- (2)新北市府中捐血站
- (3)三重捐血室
- (4)新光捐血車
- (5)高雄左營捐血室
- (6)高雄正忠文教協會捐血中心



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

2022年店舖舉辦關懷長輩活動，共**2**場

讓「愛」傳承

地點 基隆仁二店

時間 2022年08月02日

內容 嘉義縣溪口鄉柴林腳是基隆仁二店店長的故鄉，母親也受基金會照顧與陪伴七年多，店長號召伙伴們一起到鄉下服務長輩。

老人中心愛心協助

地點 台中豐樂店

時間 2022年08月10日

內容 為長輩提供臨場服務、陪老人家聊天和舒壓按摩。

產出

- 至柴林腳教育基金會服務長輩**1**天。
- 至大雅區十三寮老人聚落發展協會，為長輩提供**1**天的臨場服務。

影響

- 讓店舖夥伴們了解到每日陪伴父母就是孝順。
- 藉由活動，讓夥伴們體驗到長輩們有家人陪伴的重要性。



關愛動物



投入

浪愛即食，浪愛傳出去

地點 高雄大順店

時間 2022年08月04日

內容 店舖發起購買糧食捐贈給需要的單位，讓流浪之家的貓犬們都能安飽一頓。

產出

共募集**10,000**元，購買20日的糧食捐贈給「浪愛即食」單位。

影響

- 透過活動，讓夥伴發揮愛護動物的精神。



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**30,027**位，累積活動獎品金額**378**仟元。

投入

2022年5月份推出「超人媽咪組」與「女神媽咪組」的餐點優惠邀請母親與小朋友來摩斯一起享用餐點並參與摺紙活動，小朋友於摺紙活動完成後，可至摩斯漢堡兌換市價40元的大杯冰紅茶一杯。

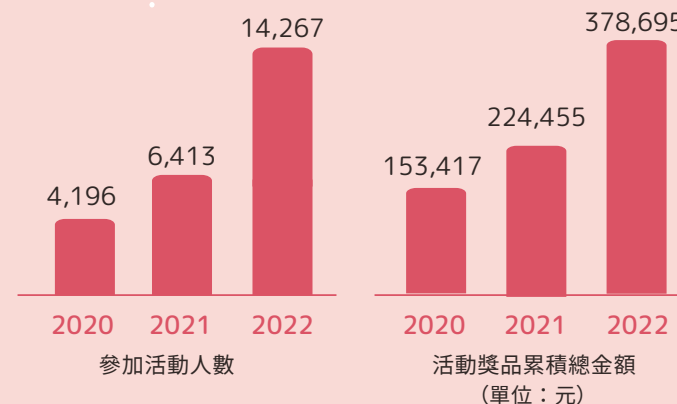


產出

- 2022年兌換及享有活動優惠之總人數為**14,267**人。
- 截止2022年，活動獎品累積總金額**378,695**元。

影響

- 參與人數較2021年增加7,854人，社會影響力較2021年成長**122.5%**。



3.13.2 MOS食育活動



所謂的「食育」即是「飲食教育」，它的定位與德育、智育、體育同等重要，「食」也是生活的基本，現代人因為營養過剩，再加上生活忙碌，造成許多健康問題，例如：營養不均衡、肥胖等，同時，食物過剩造成的浪費也導致嚴重的「剩食問題」，是餐飲業者必須面臨的重要課題。摩斯漢堡自2006年起開始舉辦兒童食育活動，至今已長達16年，「食育活動」自2015年起採用系統化統計，舉辦至今已超過23,429位。



投入

兒童食育活動

- 地點** 全台門市
- 時間** 門市不定期舉辦
- 目的**
- 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。
 - 家長及祖父母也能一同參與，和孩子一起學習正確的食物觀念，並增進親子情感。
- 方法**
- 於門市舉辦食農活動，一場約1小時。
 - 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。
 - 於官網設置門市食育活動專區，公告活動消息。

幼兒版食育教材



小學版食育教材



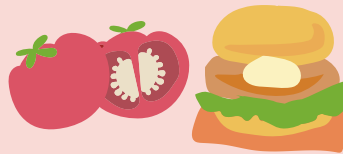
銀髮長者食育活動～日照中心(如何均衡飲食暨銀髮族食育活動)～

- 地點** 台灣受恩日照中心(三重)
- 時間** 2022年8月16日
- 目的** 為長輩盡一份心力，透過活動讓阿公阿嬤自己動手做米漢堡，並傳遞摩斯暖暖的人情味。

產出

- 2006年起開始舉辦兒童食育活動已長達16年，自2015年起累積參與人數超過**23,429**位。
- 2022年舉辦超過60場食育活動、花費超過120小時，參與人數共**1,134**人。

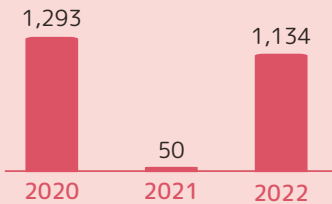
- 2022年舉辦**1**場銀髮族食育活動。



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。
- 教導長輩如何均衡飲食。
- 透過活動陪伴長輩，傳遞摩斯的溫暖友善，也讓店鋪夥伴了解陪伴長輩的重要性。

食育活動參與人數



店鋪食育活動辦理花絮



蘆洲長榮店



林森店



泰山明志店



實踐店

3.13.3 藝文活動-MOS藝文塾

摩斯漢堡於2022年於西門成都店打造全新藝文空間-「摩斯藝文塾」，「摩斯藝文塾」未來將結合各式多元音樂、繪畫、手作等藝文相關活動，歡迎大家踴躍傳遞推廣，讓更多親朋好友們一起參與，讓藝術透過鄰里中的摩斯漢堡貼近顧客生活。

【攜手內政部營建署舉辦「國家公園攝影展」】

8/15
9/11

為歡慶國家公園設立50周年，安心食品攜手內政部營建署舉辦「國家公園攝影展」。「國家公園攝影展」由游登良博士紀錄攝影、國內知名書畫家林章湖博士題詩，共同展現國家公園之美，共計展出18件作品。



【MOS藝文塾開幕展演】

摩斯藝文塾於10月11日舉辦開幕音樂會，邀請社會大眾一起享受MOS山海日音樂饗宴。

10/11



摩斯藝文塾開幕展演-
山海日之聲音樂會完美落幕

鋼琴手-張絮宇(右)、男中音-廖宇盟(左)

【MOS藝文塾展覽】

11/3
12/11

摩斯藝文塾於11月8日舉行「山海日的黃金歲月-張金鶚的風景與古厝」油畫展揭幕記者會，特別邀請國內知名學者張金鶚教授，分享山海日的黃金歲月人生，並在11月3日~12月11日於摩斯藝文塾展出張金鶚教授的風景與古厝的繪畫作品，藉由不同的視角看見台灣人文風情的美！

張金鶚教授是國內知名房地產政策專家，由建築設計橫跨繪畫藝術，藉由習畫機緣與山林相伴，開創豐富且樂活的第三人生，也用揮灑畫筆記錄下寶島建築之美，讓民眾以不同視角欣賞台灣的自然及人文風情。更鼓勵大眾從退休人生重新開始學習，找尋自己的興趣。

展覽共展出24幅畫作，包括13幅台灣各地走訪風景以及11幅台南Long Stay的古厝廟宇。



【MOS藝文塾-公益講座】

安心食品於2022年11月19日(六)與協辦單位「都市發展與環境教育基金會」，特邀國內知名學者張金鶚教授於摩斯藝文塾舉辦「退休後的住房規劃-住房的自由人生」免費公益講座，邀大眾一同欣賞張金鶚教授美麗的風景古厝油畫創作，並聆聽張教授對於住房的專業剖析。

11/19



【MOS藝文塾-國家公園攝影展】

摩斯藝文塾與雪霸國家公園合作舉辦《雪霸國家公園四季之美》高山攝影展，透過各種攝影作品紀錄高山的美景，使我們就算身在平地也宛若親臨壯麗的山麓之間。

2022.12/18
2023.1/29



4 盡責治理 永續經營



關注利害關係人



股東

顧客

政府機關

員工

供應商

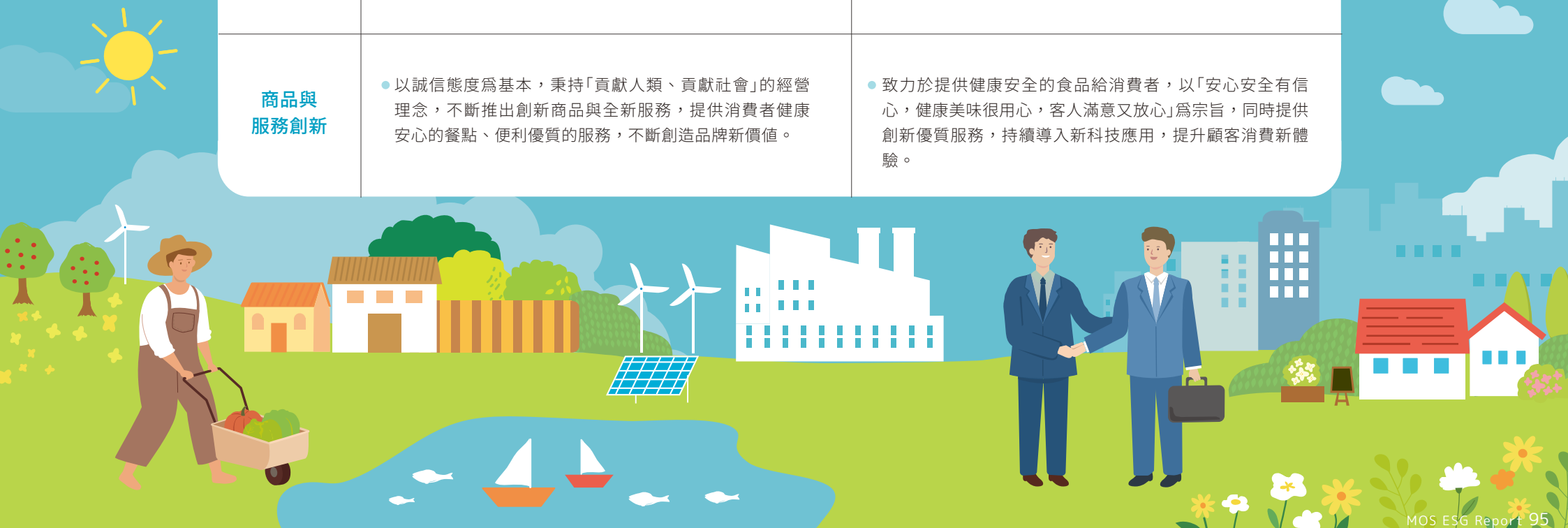
管理方針

GRI 3-1

GRI 3-2

GRI 3-3

重大主題	對安心的意義	政策與承諾
公司治理	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。	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	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。	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	2023年目標	2022行動計畫	2022年成效	中期目標(3-5年)	長期目標(5-10年)
治理	公司治理	投資人關係維護	- 涉及經營團隊與董監成員變動需於事實發生日2日內完成資料更新。 - 召開法人說明會。	法人股東來信及電話接待、法人投資人會議、官網投資人專區&利害關係人專區維護。	- 透過電話及電子郵件回應投資人及分析師提問6件。 - 召開2次法人說明會。	持續與投資人保持良好溝通關係。	建立穩固的投資人關係，定期舉行投資人交流會議，提供準確透明的資訊，增強投資者對公司的信心。
		公司治理提升	治理評鑑排名維持前5%。	完成公司治理評鑑自評作業，檢視未得分題目進行改善。	第八屆公司治理評鑑排名前5%。	持續增強公司治理，參與公司治理相關評鑑，強化公司治理制度。	建立高效的公司治理架構，參與外部評鑑，持續改進治理制度，提高公司營運效率和透明度。
		落實董事會、股東會運作制度	- 董事會全年召開8次。 - 每年6月召開股東常會。	定期召開董事會、6月召開股東常會(因疫情關係延至8月召開)。	2022年度總共召開6次董事會，決議32件議案。 2022年度召開1次股東常會，決議10件議案(報告事項6案、承認事項2案、討論事項2案)。	持續落實董事會、股東會運作。	確保董事會和股東會運作的公平和有效，加強董事會成員的培訓和專業素養。
		落實功能委員會運作制度	9大功能委員會，全年召開39次。	展店及採購平均每月1次，其餘8個委員會平均一年2次。	2022年度9大功能委員會總共召開45次。	持續落實功能委員會運作。	建立健全的功能委員會運作機制，確保各功能委員會有效發揮作用，提高決策效率。
		持續新展店與續約既有店，擴大市場占有率，並進行體質調整	超越MOS300店目標，店鋪體質調整，汰弱換新。	- 積極於中南部空白區域佈點展店。 - 雙北區域進行店質改善，配合商圈進行重分配。 - 得來速類型DT展店。	2022年底總店數為303店。 - 店質調整獲利為主，關閉桃捷三店、桃園中正店，減低公司虧損。 - 獲利高之科技廠進行商圈盤點並洽接佈點，已在台積電15B廠及群聯電子設店。	- 擴大商圈覆蓋率，強化服務的深度。 - 店鋪體質調整，減少虧損店數，增加全公司獲利。	- 持續擴大商圈覆蓋範圍，增加新店鋪，同時加強現有店鋪的服務品質和深度，提升顧客滿意度。 - 透過合理調整店鋪經營策略，減少虧損店數，提高整體公司獲利能力。
		會員關係經營	- 提升會員數，透過專屬活動/服務帶動回客及營業額。 - 提升數位使用。	- 每季會員回饋、專屬抽獎活動、年度獨享商品。 - 會員獨享服務-安心取活動、座位點餐、每月新品搶先活動。	2022會員數突破85.6萬(手機號碼驗證有效會員)。	持續深耕會員經營，與會員維持良好互動。	建立完善的會員經營體系，持續與會員保持良好互動，提高會員忠誠度和消費頻率。
		單店營業額提升	特色差異化經營。	- 各類店型服務與環境創新。 - 環境創新-在地元素及季節性布置/閒置空間再利用/數位化設備導入。 - 服務創新-商品組合調整/社區互動活動規劃/單店社群經營。	- 空間再利用：提供顧客場地租借服務。(詳細請參考P15) - 單店社區經營：因疫情緣故減少了與顧客面對面的服務機會，營運部積極透過社群媒體和網路的力量與持續顧客互動。 - 社區互動：舉辦食育活動、愛心捐贈活動、社區清掃活動。	持續提升單店營業額及獲利。	持續優化單店營運管理，提升每家店鋪的營業額和獲利水平，增加公司整體獲利。
	商品與服務創新	新商品開發	新商品開發43項	依年度商品計畫進行。	推出67項新商品。	依據消費者需求及市場分析，開發新商品回應市場變化。	建立敏銳的市場分析機制，持續開發新商品，符合消費者需求，保持市場競爭力。
		不同目標客群對應	預估開發8項商品。	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...)、餐飲風潮(植物基產品/混搭...)開發商品。	2022年度推出5項商品。	結合年度商品計畫執行開發規劃。	建立穩定的商品開發計畫，確保商品開發順利執行，提高新品上市成功率。
		在地食材運用	預估開發4~6項。	依商品年度計畫安排。	2022年度完成15項商品開發。	各類別商品皆有使用米原料的品項。	推動全面使用米原料的商品開發，提高米原料的使用比例，增強米食品產品的特色和優勢。
		顧客滿意	顧客滿意度>86分。	透過線上問卷雲端蒐集、整理回饋，分析與建議，提報相關單位參考。	2022年皆達成目標，平均分數88.53分。	持續提升顧客滿意。	建立持續改進的顧客滿意度評估機制，提高顧客滿意度，提升品牌忠誠度。
		顧客抱怨	顧客抱怨率<0.001%。	- 顧客意見聯繫/處理與追蹤。 - 即時/定期彙整顧客意見於雲端系統。 - 提報相關單位研擬。	2022年皆達成目標，平均抱怨率：0.00018%	持續降低顧客抱怨率。	分析抱怨原因，持續改進服務流程和品質，降低顧客抱怨率，提高顧客滿意度。
		神秘訪客	神秘訪客評分>90分。	神秘訪客評分>90分。	2022年皆達成目標，平均分數90.70分。	持續落實神秘訪客稽核制度。	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。

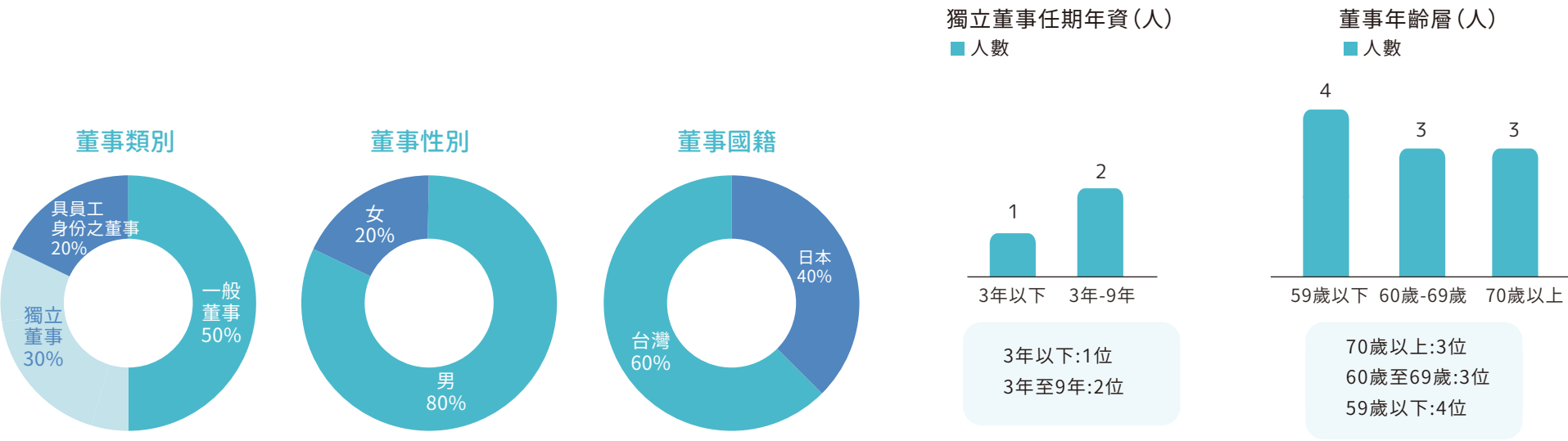
4.1 盡責治理

投資者越來越關注將環境、社會/人和公司治理 (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，每年度企業社會責任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 GRI 2-18 GRI 2-19 GRI 2-20 GRI 2-22 GRI 2-23 GRI 2-24 GRI 2-25 GRI 2-26 GRI 2-28 GRI 405-1

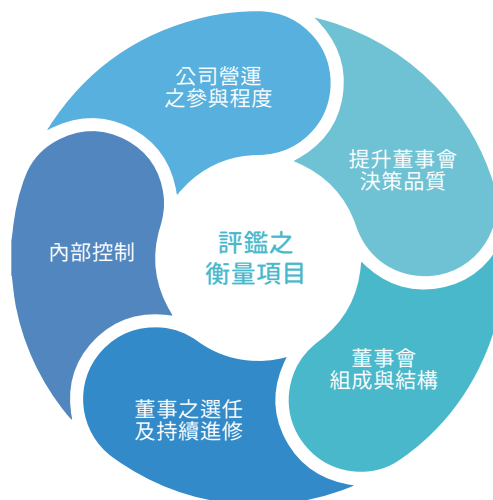
本公司董事會為公司營運面之最高決策機關，至少每季召開一次、每年召開六次，並依「公開發行公司董事會議事辦法」，訂定「董事會議事規範」作為董事會之議事程序指導原則，且設有董事利益迴避原則。本公司業已依據「上市上櫃公司治理實務守則」制定董事會成員組成的多元化，就本身運作、營運型態及發展需求擬訂基本條件與專業知識技能之多元化方針，並落實執行。考量未來餐飲市場發展趨勢已無國界，期許外籍董事占比目標25%以上，目前4席日籍董事占全體11席董事比率為36%；本公司亦注重董事會成員組成之性別平等，至少需有1席女性董事，目前已有2席女性董事(含1席獨立董事)。董事會成員中長於經營管理、營運事業、產業、危機處理及領導決策者有林建元董事長、高順興董事、黃尚莉董事、黃茂雄董事；包含具有國際市場觀的瀧深淳董事、福光昭夫董事、前原広伸董事；劉維琪獨立董事為現任中華大學校長、曾任台灣高鐵董事長、

國票金融控股公司、國際票券金融公司等，對財務、會計有相當程度之了解；龔仁文獨立董事會擔任資策會副執行長，專精於資訊IT、科技創新；賴瑟珍獨立董事亦擔任過觀光局局長，對餐飲觀光相當熟稔了解。董事會成員背景均為各個產業之精英、經營者，並具備產業、學術知識多樣化背景，可從不同角度給予專業意見，對提升公司營運管理、經營績效有莫大幫助。與公司治理相關之經濟、環境及社會議題由高階主管共同負責分層處理或直接委派予相關單位，經濟績效議題由總經理負責，並定期至董事會進行重要業務報告。安心食品2022年共召開6次董事會。

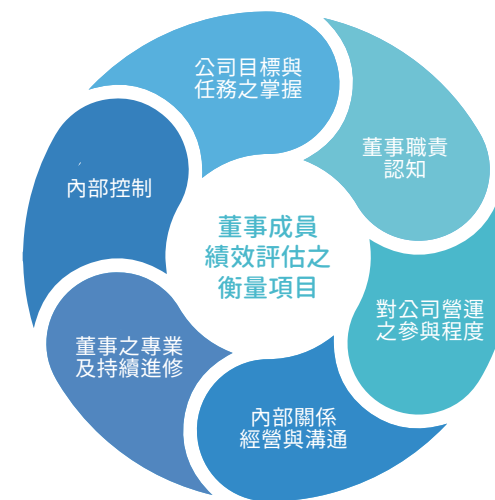


2022年期間修訂「公司章程」、「公司治理實務守則」、「取得或處分資產處理程序」等辦法。本公司為落實公司治理並提升董事會運作效率功能，經董事會通過訂定「董事會績效評估辦法」及評估方式，依該辦法於2022年底結束時評鑑對象除董事會及功能性委員會（包含薪酬委員會）整體運作情形外，也針對董事成員本身進行自評，2023年2月21日經薪酬委員會彙總分析審議後，於2023年2月24日向董事會提出檢討報告。依董事會績效評估辦法評核結果均為顯著超越標準。本公司亦依「董事會績效評估辦法」每三年由外部專業獨立機構執行評估一次，本公司委請「社團法人臺灣誠正經營暨防弊鑑識學會」以「資料檢視」、「問卷」、「訪談」之方式完成2020年度董事會外部績效評估作業，且提出觀察結論評估報告及優化建議，並提報至2021年4月召開之董事會，據以執行精進措施。

評鑑之衡量項目



董事成員績效評估之衡量項目



公司章程



取得或處分資產處理程序



背書保證作業程序



資金貸與他人管理辦法



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

董事會成員

職稱	姓名 / 國籍	性別	主要學經歷
董事長	林建元 (註1) 	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
董事	高順興 	男	● 高雄工學院 管科所碩士 ● 樂雅樂食品(股)公司 執行副總 ● 東海大學 工業工程系學士
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
董事	瀧深淳 	男	● 日本大学農獣医学部食品経済学科 ● 株式会社モスフードサービス 取締役常務執行役員 国際本部長
董事	前原広伸 	男	● 東京都立羽田高校 ● 株式会社モスフードサービス 国際本部国際マーケティング部長
董事	福光昭夫 	男	● 創価大学経済学部経済学科卒業 ● 株式会社モスフードサービス 国際営業部長
董事	黃茂雄 	男	● 美國賓夕凡尼亞大學經濟學碩士 ● 中華民國工商協進會理事長 ● 東元電機(股)公司董事長
獨立董事	劉維琪 	男	● 美國西北大學管理學院博士 ● 國際票券金融(股)公司董事長 ● 台灣高速鐵路(股)公司董事長 ● 國立中山大學校長
獨立董事	賴瑟珍 	女	● 國立交通大學管理科學研究所碩士 ● 華膳空廚董事長 ● 交通部觀光局局長 ● 台灣觀光協會會長
獨立董事	龔仁文 	男	● 澳門科技大學工商管理博士 ● 資訊工業策進會副執行長 ● 資訊工業策進會專家 ● 美國史丹福大學商學院 ● 創新應用服務研究所所長

(註1) 2023年5月30日經董事會推選由黃茂雄先生擔任董事長乙職。



4.1.2 董事進修時數



GRI 102-27

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。2022年共計10人參加相關課程，參加時數共計63小時，平均每人進修時數6.3小時。

歷年董事會進修時數一覽表

職稱	姓名	單位	2020	2021	2022
董事長	林建元	小時	6	12	6
董事	高順興	小時	6	6	6
董事	黃尚莉	小時	6	6	6
董事	瀧深淳	小時	6	6	6
董事	前原広伸	小時	6	6	6
董事	福光昭夫	小時	6	6	6
董事	黃茂雄	小時	9	6	9
獨立董事	劉維琪	小時	6	6	6
獨立董事	賴瑟珍	小時	9	6	6
獨立董事	龔仁文	小時	6	6	6

4.2 誠信經營管理

GRI 102-16 GRI 102-17

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力資源部。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。安心於2022年開設與公司治理有關之線上課程(誠信經營、資訊揭露與內線交易、營業秘密保護與競業禁止)，總部主管及幕僚人員均全數完成進修並通過測驗，總進修人數為147人，總時數達325小時以上；有關誠信經營運作及執行情形，專責單位業已提至2022年11月3日召開之董事會報告。



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

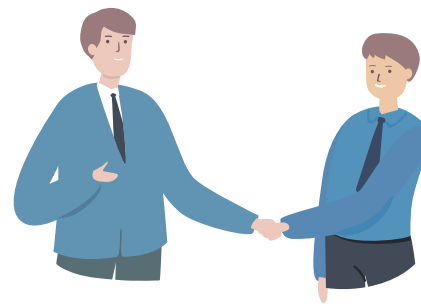
4.1.3 設立公司治理主管



為提升公司治理，經安心董事會決議通過，指定財管暨展店中心施啓寅協理擔任公司治理主管，負責公司治理相關事務及保障股東權益並強化董事會職能，主要職責為依法辦理董事會及股東會相關事宜、製作董事會及股東會議事錄、協助董事就任及持續進修、提供董事執行業務所需之資料、協助董事遵循法令等。2022年度公司治理主管進修情形如下：

公司治理主管進修時數

職稱	姓名	單位	2020	2021	2022
公司治理主管	施啓寅	小時	12	12	14



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。

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。

4.2.2 風險管理

GRI 2-11

安心食品日常營運受多項財務風險之影響，包含市場風險(包括匯率風險及價格風險)、信用風險及流動性風險。整體風險管理政策著重於金融市場的不可預測事項，並尋求可降低對財務狀況及財務績效之潜在不利影響。風險管理工作由財管暨展店中心按照董事會核准之政策執行。財管暨展店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。

獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通情形

類型	頻率	2022年溝通重點
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。



內部稽核之組織及運作



4.2.3 功能性委員會



GRI 2-11

GRI 2-18

GRI 2-22

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

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	2020		2021		2022	
				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	永續發展風險 (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。	3	100	3	100	2	100
	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	5	100	7	100
社會	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。	4	100	6	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	82	2	93	2	79
治理	展店審議委員會	店舖營運風險	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	10	96	11	95
	審計委員會	展(撤)店作業風險	協助公司之營運、管理、稽核。	4	100	6	100	11	100
	理財委員會	營運風險及管理風險 (營運管理績效及系統改善)	協助公司設定資金運用計劃，評估投資效益。	2	100	3	92	5	100
	數位發展委員會	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。	NA	NA	2	100	2	100

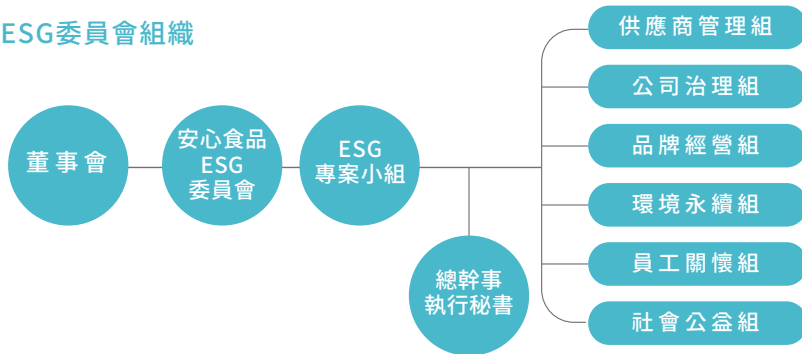
為健全公司風險管理及強化董事會功能，本公司於2021年7月9日經董事會決議通過設置風險管理委員會，由三位獨立董事組成，旨在落實公司治理並提供董事會決策參考，有效管理來自內部及外部的各種風險，能及時掌握與對應，促進公司持續成長且穩健營運。為能完善本公司風險管理機制，以既有的作業規範為基礎，提升風險管理的統合、有效評估與控管風險承擔能力、擬定因應策略、管考內部管理程序遵循情形，以確保本公司中長期策略規劃及目標達成。

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，由董事會授權高順興總經理擔任召集人，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，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)。本委員會主任委員由瀧深淳董事擔任，委員由劉維琪獨立董事、黃尚莉董事、前原広伸董事等四位組成。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。

2022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2022年8月5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。

ESG委員會組織



審計委員會

安心業已於2020年6月設置「審計委員會」，取代原先監察人之制度。委員會成員由董事會獨立董事(3席)擔任之，並由全體成員推舉一位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。審計委員會職權在於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。運作方式依本公司「審計委員會組織規程」辦理，審議事項涵蓋：公司財務報表、公司稽核及會計政策與程序、公司內部控制制度有效性的考核、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。依「審計委員會組織規程」，2022年審計委員會已召開11次，出席率為100%，共討論24項相關議案。

審計委員會
組織規程



薪資報酬委員會

為健全公司董事及經理人薪資報酬制度，我們於2011年8月設立薪資報酬委員會，並訂定組織規程，以利遵循；委員會成員由董事會決議委任之，總人數不得少於3人，其中應至少包括獨立董事1人，並由全體成員推舉賴瑟珍獨立董事擔任召集人及會議主席。薪酬委員會職權訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。依「薪資報酬委員會組織規程」，薪資報酬委員會每年至少召開2次會議，2021年度薪酬委員會召開6次會議，全體委員平均親自出席率為100%，共討論17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爲。
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 不止經理人，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

董事之酬金包含報酬、業務執行費用及酬勞；其報酬及業務執行費用依公司章程規定授權董事會依所承擔之責任及對本公司績效貢獻度，並參酌同業水準給予合理報酬；董事酬勞係以公司營運結果為考量並參考董事個別績效評估結果、其任職天數及出席董事會情形予以衡量，公司年度如有獲利，應提撥1至2%為員工酬勞，應提撥5%以下為董事酬勞。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，並隨時視實際經營狀況檢討酬金制度，以達永續經營與風險控管之平衡。2022年度董事酬金較2021年度微幅略增，惟因2022年稅後淨利較2021年增加，致2022年酬金佔稅後比例較同期減少。

董事薪酬

職稱	姓名		項目	單位	2020	2021	2022
董事長	林建元	董事酬金	報酬 (A)	仟元	10,135	11,136	11,241
董事	高順興		退職退休金 (B)	仟元	-	-	-
	黃尚莉		董事酬勞 (C)	仟元	7,306	5,025	6,475
	瀧深淳		業務執行費用 (D)	仟元	1,127	1,371	1,205
獨立董事	前原広伸	兼任員工領取相關酬金	A、B、C及D等四項總額占稅後純益之比例 (%)	%	11.61	17.65	14.54
	福光昭夫		薪資、獎金及特支費用 (E)	仟元	5,101	5,234	4,699
	黃茂雄		退職退休金 (F)	仟元	108	108	108
	游朝堂		員工酬勞 (G)	仟元	329	20	162
獨立董事	劉維琪	兼任員工領取相關酬金	A、B、C、D、E、F及G等七項總額占稅後純益之比例 (%)	%	15.07	23.05	18.36
	賴瑟珍						
獨立董事	龔仁文	兼任員工領取相關酬金					

董事、監察人、總經理及副總經理等酬金

項目	單位	2020	2021	2022
董事酬金總額	仟元	18,568	17,532	18,921
董事酬金總額占稅後純益比例	%	11.61	17.65	14.54
監察人酬金總額	仟元	1,953	-	-
監察人酬金總額占稅後純益比例	%	1.22	-	-
總經理及副總經理酬金總額	仟元	9,983	10,101	9,641
總經理及副總經理酬金總額占稅後純益比例	%	6.24	10.17	7.41

監察人酬金

職稱	姓名	項目	單位	2020	2021 (註2)	2022
監察人	黃茂雄	報酬 (A)	仟元	1,035	-	-
	張炯昌	酬勞 (B)	仟元	741	-	-
	游朝堂	業務執行費用 (C)	仟元	177	-	-
A、B及C等三項總額占稅後純益之比例			%	1.22		

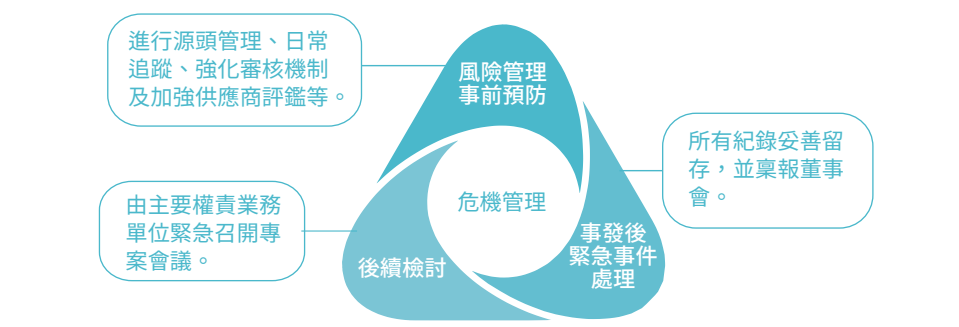
員工與董監事酬勞

項目	單位	2020	2021	2022
員工酬勞	元	4,100,041	2,512,563	3,237,613
董(監)酬勞	元	8,200,082	5,025,127	6,475,228

(註2) 本公司業已設置審計委員會取代監察人制度，故2022年以後未有給付監察人之酬金。

4.2.4 危機管理 GRI 2-11 GRI 2-30

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



緊急重大事件處理 GRI 2-11

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

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

資安事件緊急對策

安心食品於2022年遭遇不明人士假借公司員工，請消費者提供信用卡等相關個資，安心食品立即於FB等社群網站公告反詐騙訊息，呼籲消費者提高警覺防詐騙。



4.2.5 參與公協會組織 GRI 2-13

安心食品亦積極參與其他相關產業公會及組織的活動與交流，以公益為出發點推動產業發展，並參與相關同業規範訂制與討論，充分發揮企業社會責任。下表為2022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)	在公協會佔有之席位別	是否參與其專案或委員會	會員資格具有策略性意義
台灣連鎖暨加盟協會	秉持共同理念「同行不是冤家，異業可以為師」，不分業種、業別，只要對連鎖經營型態與發展有志者，都能一同鑽研連鎖經營技術，共同打造理想經營環境，期許連鎖加盟產業蓬勃發展。	理事 1 席 會員 1 席	否	否
社團法人中華民國內部稽核協會	推動內部稽核之學術研究並與國際內部稽核組織加強聯繫。 傳播內部稽核之理論與實務。 促進國內內部稽核制度之健全發展。 協助企業及機關團體改進經營管理制度。	會員1席	否	否
中華採購與供應商管理協會	以提昇採購人員專業素養、推展採購人員交流活動、協助企業及機關團體健全發展採購管理制度、促進國際性採購學術交流活動為宗旨。	會員1席	否	否
中華民國東亞經濟協會	協助台灣工商團體、企業會員建立合作交流平台，增進台灣與日本及其他東亞地區國家之經貿關係。	榮譽理事長 1席、 理事1席	有	黃茂雄董事擔任榮譽理事長 林建元董事長擔任理事
中華民國台灣印度經貿協會	提升台灣對印度經濟、社會、文化及其他相關領域之理解，促進台灣與印度雙方人民之交流與合作。	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。	理事長1席	有	黃茂雄董事長擔任理事長
台灣智慧城市發展協會	透過產官學研的共同努力，從政府機關、產業發展、交通運輸、綠能、醫療、資訊教育、健康服務、公共安全、智慧管理、人力發展等層面，協助城市提出適宜發展之智慧城市規劃方針與藍圖，以邁向城市永續發展為宗旨。	理事長1席 團體會員	有	林建元董事長擔任理事長
台灣衛浴文化協會	一、宣導衛浴生活文化。 二、提昇生活環境品質。 三、研討衛浴設備技術。	會員4席	否	否
中華民國工商協進會	工商協進會是國內主要工商組織之一，旨在積極聯繫國內外工商業者及團體，增進瞭解，加強合作	榮譽理事長 1席	否	黃茂雄擔任榮譽理事長

4.2.6 響應政府政策之財務補助 GRI 201-4

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。2022年因應新冠疫情衝擊各產業，部分店舖向政府承租、非住宅用戶電費，獲得政府於租金、電費及行銷補助，明細如下：

政府政策之財務補助列表

項目	專案簡述	單位	2020	2021	2022
創新服務	創新研發、創新服務計畫	仟元	8,096	73	45
提升人才發展	雙軌訓練旗艦計畫、青年就業领航計畫、企業訓練補助費、僱用獎助	仟元	3,432	3,771	2,870
在地農產推廣	特色米糧亮點產品量產推動計畫	仟元	1,905	0	0
政府紓困	新冠疫情衝擊產業紓困振興措施	仟元	8,896	12,978	25,631
總計		仟元	22,329	16,822	28,545

4.2.7 經濟法規遵循 GRI 419-1

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。2022年共1件違反經濟法規之案件，罰款金額為581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。

違反經濟法規之說明

經濟法規

營業稅違章罰款

貨款別：其他支出(顧客賠償和解費用，罰鍰)
主旨：營業稅違章罰款(台固電信費稅金多申報)

事由

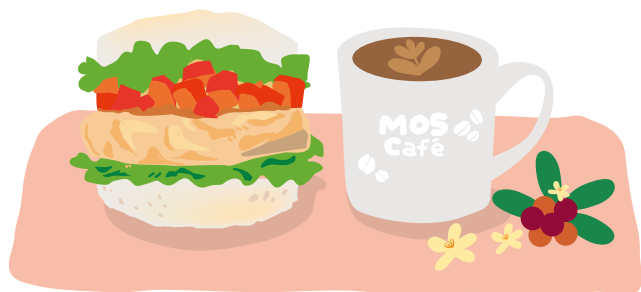
2022年01月01日至2022年02月28日虛報進項稅額581元，違反營業稅法第15條第1項(當期應納稅額或溢付稅額計算之規定)。

改善對策

已於2022年11月進行付款。

4.3 商品創新

由於新冠疫情的影響，造成人民的生活產生了巨大的改變，也連帶影響經濟活動的運作，但同時，也讓我們有機會重新檢視所使用食材取得的數量、品質與成本的穩定度。為滿足消費者及市場的需求，我們依據時序、季節及市場趨勢開發商品，以滿足消費者的期待。



4.3.1 商品開發動機

安心食品以提供真誠的服務與美味的餐點為出發點，堅持開發對健康有益的商品，透過選擇高品質的原料，融合各地料理風味，放入大量蔬果，以期提供更具創意、安心安全和美味健康的商品。

安心食品2022年的目標以消費趨勢、特色食材使用、在地食材使用、特殊飲食需求等為商品開發的方向，將商品特色結合顧客需求和市場趨勢。然而，疫情影響消費習慣及原料取得，在消費市場的急速轉變下，我們隨之調整商品開發方向，融入更多健康的元素，並以使用「在地食材、原形食材」為主，風味上也結合各國飲食文化，並關注更多健康及永續議題，以多方面的商品開發方向，回應市場需求。2022年共計投入667萬元的研發費用，2023年預計投入約690萬，視營運狀況維持一定幅度的成長，以維持安心食品的市場定位策略，確保在市場上的競爭優勢。

新商品開發流程：

4.3.2 新商品銷售



GRI 2-2

隨著新冠肺炎疫情的變化，2022年新商品開發計畫因應餐飲市場的環境改變，同時配合品牌的發展策略，商品開發的主要方向為「使用在地食材」、「健康取向新選擇」、「嚴選美味」、「聯名合作」、「使用對環境友善的原料」等構想執行，以期提供更切合消費者需求的商品。為了解全球餐飲趨勢，安心食品定期派遣表現優良的員工前往國外受訓，學習相關食材、產品或服務方面的知識與經驗，俾利相關技術交流及商品開發的參考方向。另外，我們亦每年不定期在國內外進行市場調查，掌握市場消費趨勢、同業產品及軟硬體相關資訊，同時也會於內部舉辦講座、邀請外部專家分享最新餐飲趨勢分析及市場調查等，作為公司內部商品研發的參考方向。此外，日本摩斯也會不定期派遣商品開發人員到安心食品，進行指導與溝通。

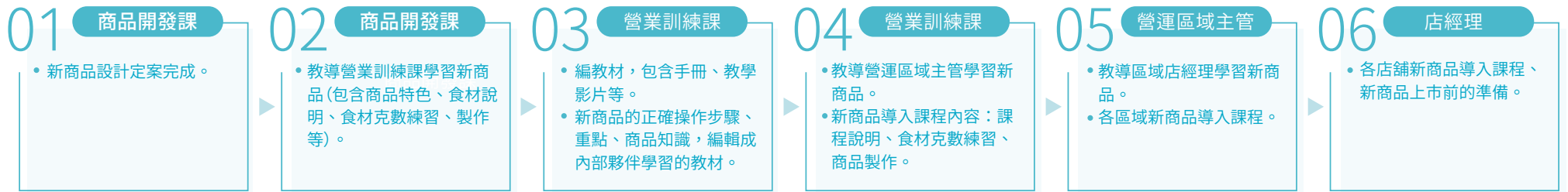
4.3.3 新商品導入課程訓練



摩斯漢堡依年度計畫推出季節限定商品，除了具備差異化及獨特性，也將「醫食同源」的想法融於商品的設計中。在每次的新商品上市前，也會進行「新商品導入」之課程訓練，協助店鋪夥伴瞭解商品知識，並學習如何製作出正確美味的商品。



商品開發至店鋪導入流程如下：



安心食品真心希望吃到商品的顧客都能由衷地感受到商品的美味，因此，我們始終秉持著「做出美味商品」的初衷，層層把關商品從研發到上市的每一個階段，成就出美味的新商品。我們於新商品上市前，皆會安排營運主管參與新商品導入課程，2022年度接受新商品導入課程訓練的人數共有400人，同時，營業訓練課也會將新商品導入手冊、簡報及影片放置於E-Learning，供店鋪夥伴下載及學習。

新商品導入手冊



新商品導入影片



歷年新商品銷售

類別	2020					2021					2022				
	品項	銷售數量 (仟份)	占比 (%)	銷售額 (仟元)	占比 (%)	品項	銷售數量 (仟份)	占比 (%)	銷售額 (仟元)	占比 (%)	品項	銷售數量 (仟份)	占比 (%)	銷售額 (仟元)	占比 (%)
主餐類	30	3,403	3.34%	261,087	4.89%	19	2,703	2.60%	245,008	4.71%	23	3,971	3.6%	328,322	5.5%
點心類	13	636	0.62%	34,648	0.65%	26	3,733	3.59%	194,791	3.75%	11	3,331	3.0%	198,405	3.3%
湯飲類	18	1,351	1.32%	87,164	1.63%	21	1,970	1.89%	93,701	1.80%	18	1,227	1.1%	78,139	1.3%
其他類	7	21	0.02%	3,848	0.07%	39	302	0.29%	36,261	0.70%	41	158	0.1%	38,579	0.6%
總計	68	5,411	5.31%	386,784	7.24%	105	8,708	8.37%	569,761	10.96%	93	8,689	7.8%	643,446	10.8%

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、顧客意見卡等，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，解決各種顧客問題，以保障顧客的權益。

2022年底安心食品門市數量為303間，較上年度增加1間；在2022年一共接獲19,660件顧客意見，較2021年度(16,253件)增加3,407件，顧客意見來源主要分為五類，其中主要以官網信箱(e-mail) (74%)為最多，其次為0800電話專線(25%)；顧客意見類別經由系統化建置區分為五類，其中的抱怨意見類別主要以「製作品質」、「服務流程/態度」、「候餐久等」的件數最多，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。安心食品相當重視顧客所回饋的意見，遇有顧客投訴均一貫堅持妥善處理，以期彌補第一線顧客服務的缺失，消弭抱怨。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，進而提升門市的服務水準，以提高顧客滿意度。

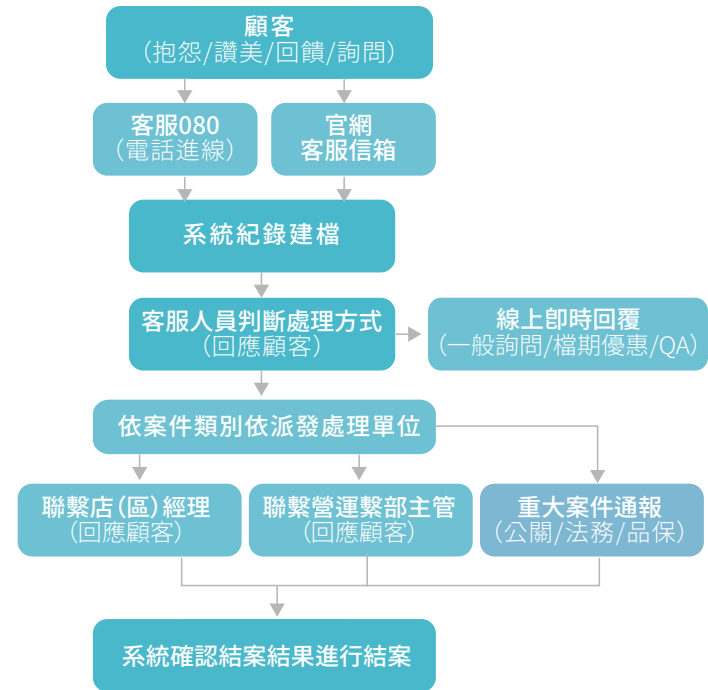
歷年顧客意見統計



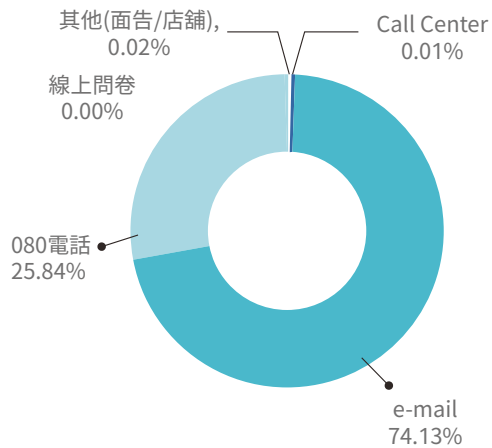
顧客意見反映管道



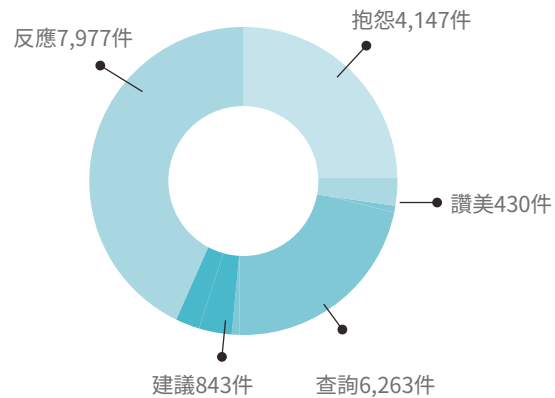
顧客意見處理流程圖



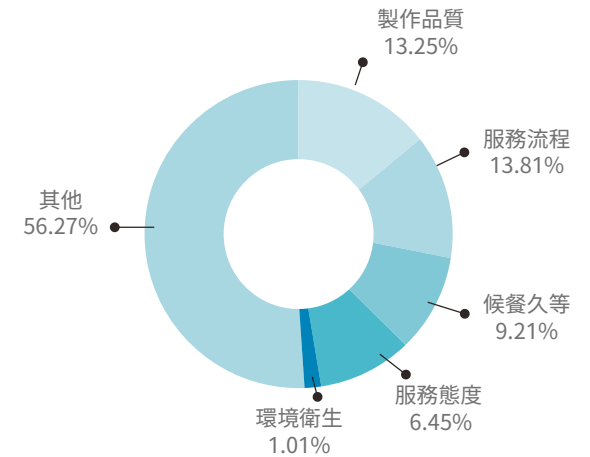
2022年顧客意見來源占比



顧客意見類別分布



2022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。

2022年全年度由前年的紙本滿意度問卷，全面改由線上填寫，除了能藉此獲得更多的寶貴意見，提升問卷的信度與效度之外，同時也減少紙張的印製，為地球環境保護盡一份心力，顧客只要透過掃描銷售明細上的QR code，就可連結至線上填寫顧客滿意度問券，並結合行銷活動推廣舉辦抽獎回饋活動，每月於官網頒布中獎公告，促進顧客填寫意願。2022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。

顧客滿意度未達標準之改正措施

針對未達標準店舖
開出異常處理單

店舖針對滿意
度較差的項目
提出改善對策

顧客意見
反映管道

進行顧客滿意
度調查

上級主管確認並追
蹤改善情況

電子版顧客滿意度問卷

顧客滿意調查推廣活動



4.5.1 顧客意見卡銷毀

GRI418-1

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，並由顧客服務組每月定時清除已屆保存3個月的「顧客滿意度調查資料」，並於刪除後逐次記錄於「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。

歷年個資相關的顧客抱怨案件數

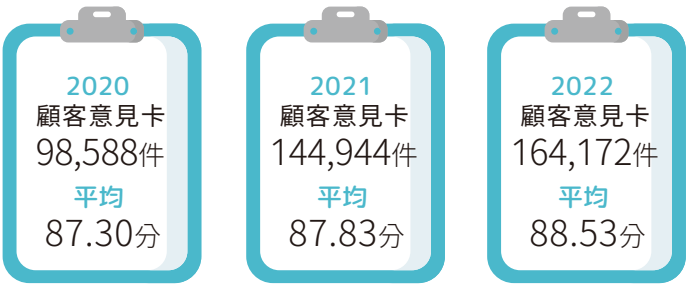


顧客意見卡銷毀保密切結書



隱私權聲明

歷年顧客意見卡統計



4.6 年度服務楷模夥伴

我們常有收到顧客的來信或是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，並將其內容刊登在每月發行的MOS LIFE摩斯報報上，門市會提供MOS LIFE摩斯報報紙本專刊讓顧客閱覽，顧客也可以至官方網站平台索取內容。安心食品希望透過分享這些真實案例以及來自顧客最真實的心聲，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，至今已累積超過2,486件讚美案例。2022年，我們一共收到430件顧客來信給予我們的鼓勵。

2022年服務楷模

體現摩斯
山海日的服務精神



高雄文化
中心店
林佳瑩

即使不在店裡
讓路人也讚賞的優質服務



忠誠店
傅延誠

摩斯溫馨大家庭
孕育熱情服務心



高雄自由店
劉美瑤

以溫暖感動人心
量身的貼心服務



新店中正店
潘雅玲

待客如親
設身處地為顧客著想



羅東車站店
陳澁鉉

自2017年採用系統統計，
累積2,486件讚美信件

第九屆連鎖業績優服務天使獎

士林忠誠店的林佳靜小姐(左)及總公司人才發展課的吳中文小姐(右)榮獲「服務天使獎」殊榮，由施啓寅協理率團，於2022年5月10日出席台灣連鎖暨加盟協會(TCFA)所主辦的第九屆連鎖業績優「服務天使獎」頒獎典禮。以日式餐飲服務獲得廣大消費族群肯定的摩斯漢堡，將持續堅持致力於提供良好優質的顧客服務，打造舒適的用餐環境。



士林忠誠店
林佳靜

林佳靜為第一線服務人員，總是提供顧客貼心的服務，態度親切、面帶微笑深具服務熱忱。林佳靜常有服務的貼心舉動，比如主動關心顧客需求，並給予溫暖熱情的回應，認真做到「被顧客感謝的事」，因此時常獲得顧客的讚美。



總公司
人才發展課
吳中文

吳中文積極協助公司招募許多優質人才，透過多元徵才管道舉辦面試並深耕經營全台就業服務站。因應疫情，吳中文設計方便求職者快速線上觀看之企業簡介平台，規劃視訊面試整體流程，讓單位主管可透過視訊進行面試、加速徵才。更同理新進夥伴進入新環境所面臨的適應問題，與訓練單位緊密合作，完成新人報到前的協助及關懷。



4.7 服務創新



GRI 2-2

唯有真正去了解顧客，才能創造出更符合期待的產品與服務。安心食品不斷在「服務創新」上追求突破，積極投入並跨足各項創新服務，希望為喜愛摩斯的顧客，提供更多更便捷的優質服務。

2009

推行449-2626電話訂餐服務專線以及開放網路線上訂餐服務。



2015

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



2018

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



開始與關係企業合作，進行外送車隊送餐服務。



2020

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



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）。



MOS安心取溫馨送



2022

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

摩斯漢堡電話訂餐
方便不用等待
449-2626
通通Call, 讚了讚了

推出台灣速食業界首創訂餐MOS Order APP。

2012



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。



2016



開放線下/線上信用卡支付，讓付款方式更多元與便利。



2019

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



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。



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！



2021

【MOS綠色服務】外送電動車隊



隨著科技的進步以及現代人生活飲食型態的轉變，近年來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。外送不僅可縮小距離的限制外，更能夠照顧到少數不方便出門的客群，同時，使用電動車外送也可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。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，逐年擴大服務範圍，並因應各門市的經營型態，調整各區域的外送服務需求。



摩斯外送服務歷程

2013

量身訂做第一代外送車 e-moving「小紅噗噗」，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，充電電可行駛約50公里。



2018

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。



2019

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。



2020

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。



2021

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。



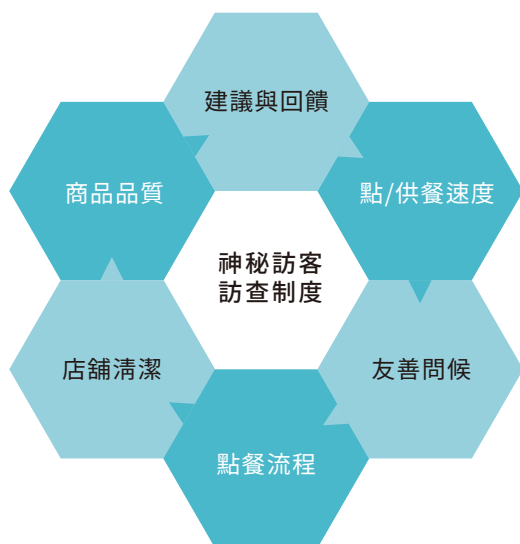
2022

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。

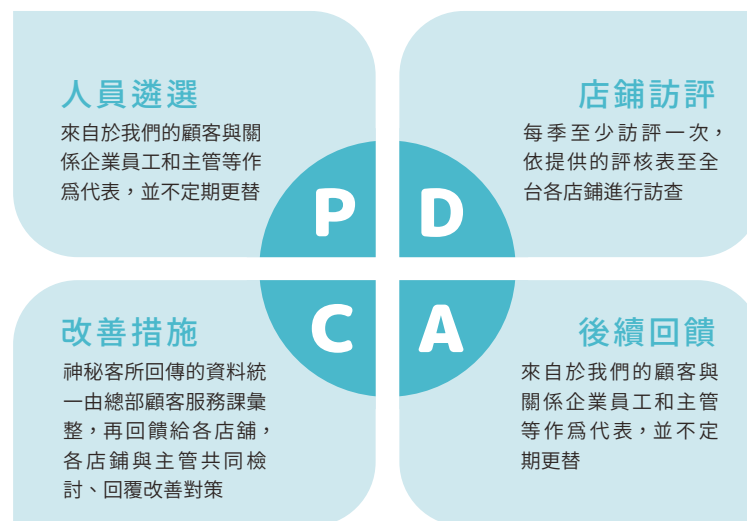


4.8 神秘訪客訪查制度

安心食品於2015年起啟動神秘訪客訪查制度至今已七年。神秘訪客成員主要遴選自我們的顧客群、營運部門推薦人選以及關係企業的夥伴等，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；希望藉由外部人員以一般消費者來店消費用餐的角度，實際體驗並給予評價，同時，透過每個月的持續性觀察，提升神秘客評核的專業素養和訪察的敏銳度，藉此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。



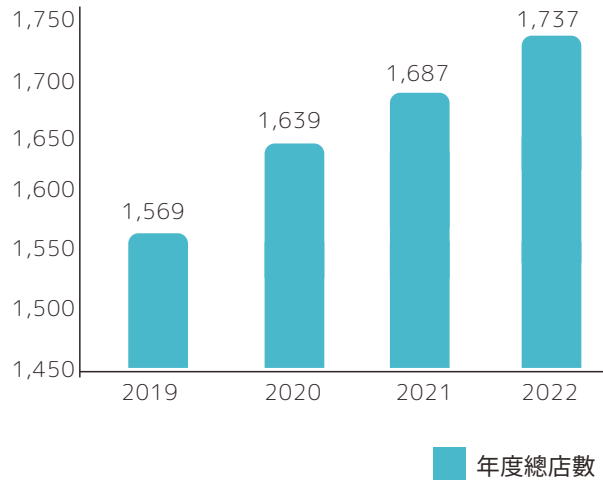
除了例行性檢核表的訪查項目外，我們亦在每季加入特定的訪查專題，2022年我們主要針對顧客滿意度調查文宣海報(Q1)、門市油煙感受調查(Q2)、門市空調運作狀況(Q3)、點/製/候餐時間確認 (Q4)等內容，請神秘客回饋相關狀況與意見，透過定期委託外部人員的實地檢核，總部單位亦能更加客觀地掌握門市的營運狀況，並了解顧客最真實的心聲與感受。



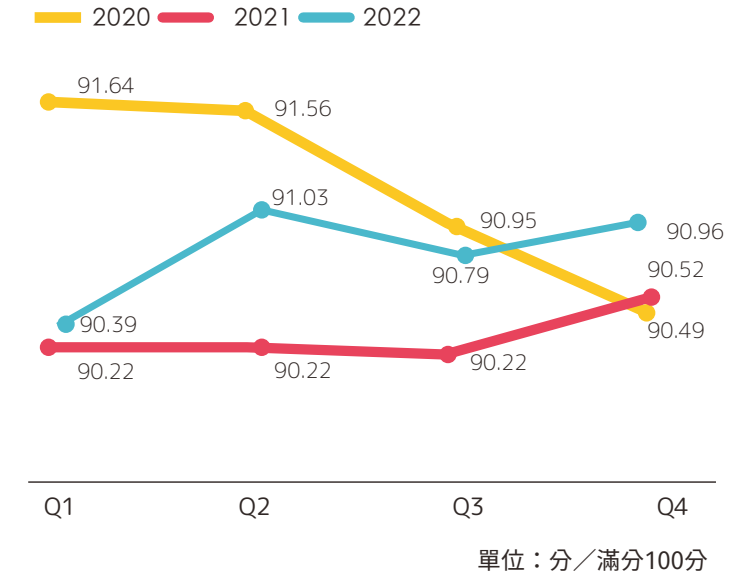
神秘訪客特定訪查專題項目

	2020	2021	2022
特定訪查 專題	第一季 門市人員環境維護執行狀況	冷飲杯就口杯蓋	顧客滿意度調查文宣海報
	第二季 環保杯回饋活動執行成效檢核	門市油煙感受調查	門市油煙感受調查
	第三季 暑期門市空調的運作情形	# 疫情期間暫停訪評作業	門市空調運作狀況
	第四季 多元支付習慣普查	點 / 製 / 候餐時間確認等內容	點 / 製 / 候餐時間確認等內容

歷年訪店總次數

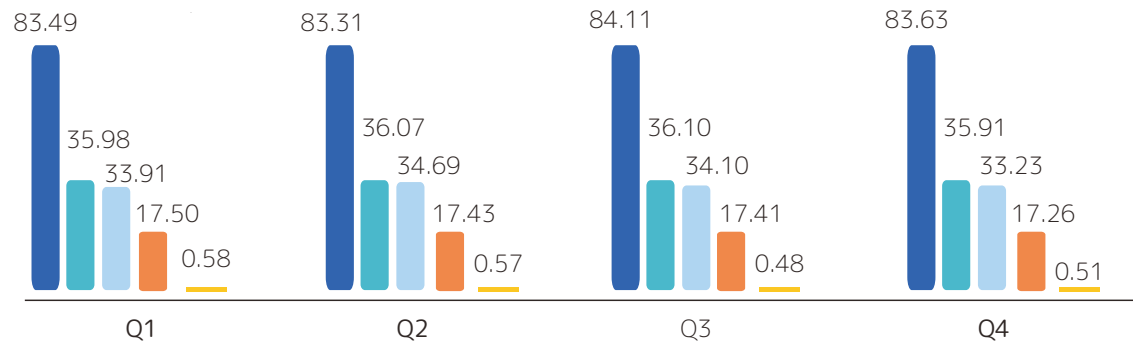


近三年全店平均成績比較



2022年各季神秘客評分面相分佈

● A友善 ● B執行 ● C清潔 ● D商品品質 ● E速度



開發在地食材、積極接軌國際



6月
22日-25日

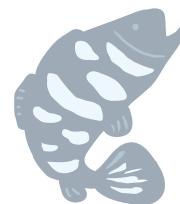
連續10年參展， 2022台北國際食品展。

東元餐飲集團2022台北國際食品展開幕記者會於6月22日在南港展覽一館舉行，食品展主軸為「食在東元，實在安心」，現場以「綠色永續、美味零距離」揭開活動序幕，四天展期推出精采豐富的聯合品牌行銷活動以及多重會員優惠，給予消費者超值的回饋。

東元餐飲集團聯合眾多品牌攜手展出，除了摩斯漢堡、樂雅樂、蜜可頌，亦涵蓋日式高級餐飲-羽村、京式宮廷盛宴-鮎老滿、壽司及鐵板燒-高樂以及歐亞餐廳-MADO等。東元餐飲集團更邀集日本8縣市共101個品牌、韓國5個品牌和菲律賓、立陶宛等國際品牌，並融合南台灣的台東縣、屏東縣、高雄市、台南市等在地農漁產品共同展出，以及東元電機推廣美食交流，展現台灣第一的新食力。

10月
27日-30日

連續4年參展， 2022高雄國際食品展。



東元餐飲集團2022年率旗下三大品牌摩斯漢堡、樂雅樂餐廳、蜜可頌連續第四年參加高雄國際食品展，並於10月27日中午12點在高雄國際食品展覽會舉行東元餐飲集團深耕南台灣之成果發表會。

東元餐飲集團秉持「食在東元，實在安心」的初衷，不斷創新台灣在地食材運用及優化顧客體驗，領導旗下餐飲品牌及東元電機聯袂展出，更特別結合台灣農漁會特產，堅持深化在地合作、共創農漁價值並邁向國際市場，呈現出充滿原創、熱情、朝氣的嶄新料理，包含安心食品連續三年與高雄市政府合作的龍虎石斑商品，如龍虎石斑珍珠堡、蒲燒石斑珍珠堡、柚香黑醋龍虎石斑珍珠堡，皆深受消費者好評。



MOS在地食材新商品

持續與各縣市合作、致力開發在地食材

安安心食品自2020年以來陸續推出以台灣在地食材製成的商品，如高雄梓官的花枝蝦排、屏東恆春的牛肝蕈洋蔥湯、屏東佳冬蓮霧製成的蓮霧蒟蒻、於2021年使用南台灣優質鰻魚所開發的御品白燒鰻珍珠堡、以及2022年的台東飛虎魚珍珠堡、夏雪芒果禮盒、高雄大樹的玉荷包禮盒、台南麻豆的文旦禮盒等。東元集團黃茂雄會長盼能為在地農漁盡一份心力，藉由旗下餐飲品牌的大力推廣和媒合各大餐飲品牌、飯店、零售商、製造商及超市等通路，以實際購買行動支持台灣在地農漁特產。2022年與農漁會合作推廣的餐點、禮盒商品品項超過50幾種，其中在地農漁產總採購超過5萬台斤。

摩斯漢堡今年也與台東縣政府攜手合作，7月1日開始全門市都能品嚐到台東鹿野茶香。台東縣政府為推廣在地茶產於松山文創園區展出「台東紅烏龍：慢茶學」展覽，摩斯漢堡聯名快閃店「台東紅烏龍小茶館X MOS Burger」也於7月1日~7月3日登場！



摩斯漢堡配合2022年的國慶煙火在嘉義故宮施放，讓路經嘉義高鐵站的旅客能品嚐當地知名且風味獨特的「阿里山咖啡」；摩斯漢堡也積極回應嘉義縣政府的建議，從10月1日開始在高鐵嘉義店獨家推出從種植管理、採豆、炒豆皆精挑細選的「阿里山卓武精品咖啡」。



近年健康養生生活習慣盛行，同時支持在地小農，摩斯漢堡與臺中市大人物農產運銷合作社攜手合作，10月14日於台中摩斯漢堡美村向上店舉辦「摩斯豆乳」新品發表會。從原料挑選，優先使用低碳、安全、可溯源的「摩斯豆乳」，是嚴選台灣在地高雄選10號大豆研磨而成，每顆大豆皆通過產銷履歷認證，更符合農糧署 TAP 產銷履歷認證規範，不添加防腐劑及消泡劑，無論原味及微糖風味的豆奶，都保有濃郁香氣，入口滑順，令人回味。



MOS米商品

發揚東方米食文化、開發創新米商品

身為台灣第一米漢堡品牌的摩斯漢堡，長期致力將米食美味帶給消費者，更堅持在地採購、減少碳足跡，並積極開發國產糧食商品，推動米食風潮。除2022年新登場的「摩斯豆乳」，近年研發的「台東紅藜米漢堡」、「抹茶紅豆米派」及「MOS巴斯克乳酪蛋糕」也是國產五穀雜糧的代表作。



MOS巴斯克乳酪蛋糕

2022年摩斯開發新米飯，以在地嚴選香Q美味的台南11號白米做基底，加入香Q美味的超級大麥製成米漢堡，推出全新米漢堡-超級大麥珍珠堡。除了米漢堡，摩斯也積極推出各類創新米商品，例如「抹茶紅豆米派」是採用台灣蓬萊米粉揉入派皮，以獨特工法製成、含油量低，襯出酥脆口感，搭配綿密的紅豆內餡，令人意猶未盡。2022年新推出的新甜點-無麩質的「MOS巴斯克乳酪蛋糕」，是以高雄147號米種製成的米穀粉取代小麥麵粉，非常適合對小麥或麩質過敏的顧客。

MOS友善環境新舉措

採用友善環境栽培法、種植永續米

安心食品與屏東科技大學合作，採用SPRI栽培法種植永續米，2022年11月已成功收割一批永續米，並以永續米推出季節限定商品「台灣飛虎魚珍珠堡」，希望顧客一同支持友善環境商品並關心永續議題。安心食品未來將持續採用永續米開發新商品，並提高永續米的使用，以行動支持並推廣友善環境的商品。

SPRI栽培法之效益

- 提高產量約20-30%
- 節省至少30%田間用水量
- 減少約50%的氮肥施用量
- 有效降低肥料使用量，避免土壤酸化；
- 提高土壤透氣性，增加土壤氧氣含量



MOS綠色 供應鏈

MOS插旗南台灣，屏東農科園區 食品工廠預計2023年完工！

安心食品於2022年3月7日在屏東農業生物科技園區舉辦食品加工廠動土典禮，1萬坪的加工廠作業基地預計會在2023年7月完工（510天工期），除了縮短產地製成與運輸距離，預計將帶動屏東農漁畜業並往生物科技方向發展。

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

SGDs 細項目標



SGDs 細項目標



- 食材採屏東在地農畜產品
- 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

SGDs 細項目標



SGDs 細項目標



- 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

SGDs 細項目標



- 將台灣的優質農漁產品外銷至世界各地



屏東農科廠房
新建工程動土儀式



東元餐飲集團會長
黃茂雄(如圖)提到，
農(漁畜)產優先是食
品加工廠的經營核心



位於屏東縣長治鄉的
屏東農科園區的食品加
工廠，佔地7200坪、四
層樓樓地板面積，
總計1萬坪

5 附錄

5.1 會計師有限確信報告



pwc 資誠

會計師有限確信報告

寶誠字第 23003428 號

安心食品服務股份有限公司 公鑒：

本事務所受安心食品服務股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委託，對「貴公司選定西元 2022 年度永續報告書所報導之關鍵績效指標（以下稱「所選定之關鍵績效指標」）執行確信程序，本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

標的資訊與適用基準

本確信案件之標的資訊係「貴公司上開所選定之關鍵績效指標，有關所選定之關鍵績效指標及其適用基準詳列於「貴公司西元 2022 年度永續報告書第 128 頁之「確信項目彙總表」。前述所選定之關鍵績效指標之報導範圍業於永續報告書第 3 頁之「報告書範疇與時間」段落說明。

上開適用基準係為財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」與相關問答集及有關法令之規定、全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)發布之最新版 GRI 準則(GRI Standards)與行業補充指南，以及「貴公司依行業特性與其所選定之關鍵績效指標參採其他基準」。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」與相關問答集及有關法令之規定、全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)發布之最新版 GRI 準則(GRI Standards)與行業補充指南，以及「貴公司依行業特性與其所選定之關鍵績效指標參採其他基準」，以編製永續報告書所選定之關鍵績效指標，且維持與所選定之關鍵績效指標編製有關之必要內部控制，以確保所選定之關鍵績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對所選定之關鍵績效指標執行確信工作，以發現前述資訊在所有重大方面是否有未依適用基準編製而須修正之情事，並出具有限確信報告。

本會計師依照上述準則所執行之有限確信工作，包括辨認所選定之關鍵績效指標可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執行程序，因有限確信案件取得之確信程度明顯低於合理確信案件取得者，就有限確信案件所執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。

本會計師係依據所辨認之風險領域及重大性以決定實際執行確信工作之範圍，並依據基本責任案件之特定情況設計及執行下列確信程序：

資誠聯合會計師事務所 PricewaterhouseCoopers, Taiwan
110206 臺北市信義區基隆路一段 333 號 27 樓
27F, No. 333, Sec. 1, Keelung Rd., Xinyi Dist., Taipei 110206, Taiwan
T: +886 (2) 2729 6666, F: +886 (2) 2729 6666, www.pwc.tw

pwc 資誠

對參與編製所選定之關鍵績效指標之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統，以及攸關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。

- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，對所選定之關鍵績效指標選取樣本進行包括查詢、觀察、檢查等測試，以取得有限確信之證據。

此報告不對西元 2022 年度永續報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

會計師之獨立性及品質管理規範

本會計師及本事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所適用品質管理準則「號「會計師事務所之品質管理」，因此維持完備之品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制。對於資料之相關性、重大性及正確性等之資訊解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

有限確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現所選定之關鍵績效指標在所有重大方面有未依財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」與相關問答集及有關法令之規定、全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)發布之最新版 GRI 準則(GRI Standards)與行業補充指南，以及「貴公司依行業特性與其所選定之關鍵績效指標參採其他基準編製而須修正之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係「貴公司管理階層之責任，對於確信報告於「貴公司網站公布後任何所選定之關鍵績效指標或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資誠聯合會計師事務所

會計師 張瑞婷 張瑞婷

西元 2023 年 8 月 10 日

5.2 GRI準則索引表

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
GRI2：一般揭露 2021	1.組織及報導實務	
	2-1組織詳細資訊	0.1關於本報告書：P3；1.1營運概況：P15品牌故事： https://reurl.cc/mDbkb9
	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
	2.活動與工作者	
	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：P30-33
	2-7員工	3.1幸福職場包容力：P58-P59
	2-8非員工的工作者	3.1幸福職場包容力：P58-P59
	3.治理	
	2-9治理結構及組成	1.1營運概況：P15 安心食品公司治理： https://reurl.cc/b9bdRy
	2-10最高治理單位的提名與遴選	4.1盡職治理：P97-99
	2-11最高治理單位的主席	4.1盡職治理：P97-P100
	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：P102-103
	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：P20-P22
	2-16溝通關鍵重大事件	4.2.3功能性委員會：P102-103
	2-17最高治理單位的群體智識	4.1盡職治理：P99-100
	2-18最高治理單位的績效評估	4.1盡職治理：P97
	2-19薪酬政策	4.1盡職治理：P97-99、P103-104
	2-20薪酬決定流程	薪資報酬委員會：P103-104
	2-21年度總薪酬比率	董事薪酬：P104
	4.策略、政策與實務	
	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：P100-101
	2-24納入政策承諾	管理方針：P23、P55、P95
	2-25補救負面衝擊的程序	管理方針：P23、P55、P95；4.2誠信經營管理：P100-101
	2-26尋求建議和提出疑慮的機制	4.2誠信經營管理：P100-101
	2-27法規遵循	4.2誠信經營管理：P100-101
	2-28 公協會的會員資格	4.2.5參與公協會組織：P105
	5.利害關係人議合	
	2-29 利害關係人議合方針	0.6利害關係人溝通：P11
	2-30 團體協約	安心食品有成立職工福利委員會。

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：P12
	3-2 重大主題列表	重大主題對照：P13
	產銷履歷	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P13、管理方針：P23
	產銷履歷	非GRI指標，不適用。安心食品溯源管理： https://reurl.cc/ZWd21a
	GRI416：顧客健康與安全2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P13；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：P77
	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：P79-80
	GRI403：職業健康與安全2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P13；管理方針：P55
	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：P77
	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：P79-80
	403-3 職業健康服務	3.10.2 勞工復工評估：P80-82；3.10.3 健康檢查後續追蹤：P83-84；3.11 健康促進與管理：P85-87
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	同上：P80-87
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	3.11.2 國健署健康促進標章：P86
	403-6 工作者健康促進	安心社團活動：P62；3.8 推動安全文化建立健康職場：P77-79
	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P79-84；3.11 健康促進與管理：P85-87
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	P15、3.1 幸福職場包容力：P58-59、P77
	403-9 職業傷害	3.10意外事件及職業傷病追蹤：P79-80
	GRI 404：訓練與教育 2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P13、管理方針：P55
	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：P73
	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：P60-62
	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：P60
	GRI 201：經濟績效2016	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P13、管理方針：P95
	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1.3.2 經營績效：P19-20
	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：P40-46
	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：P60
	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：P106
	商品與服務創新	
	3-3 重大主題管理	重大主題對照：P13、管理方針：P95
	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：P114

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：P58-59
	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：P88-91
	203-2 顯著的間接經濟衝擊	3.13 社區投資：P-92-94
	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：P32
	GRI 205：反貪腐 2016	
	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	安心2022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	2.11 環保節能投資：P48
	301-2 使用回收再利用的物料	
	301-3 回收產品及其包材	
	GRI 302：能源 2016	
	302-1 組織內部的能源消耗量	2.11 環保節能投資：P46-47
	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	2.14 水資源管理：P49
	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	P46 安心引進雨林聯盟認證咖啡豆： https://reurl.cc/3xAk99
	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	2.10 能源資源及溫室氣體管理：P47
	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(NOx)、硫氧化物(SOx)，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水量	2.14 水資源管理：P49- 2.16 源頭減量管理：P50~51
	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
	308-2 供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	
	GRI 401：勞雇關係 2016	
	401-1 新進員工和離職員工	3.2 人才多元化：P58-59
	401-2 提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	3.2.1 薪資獎金制度與各項福利制度：P60-61
	401-3 育嬰假	母性保護計畫：P87
	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 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：P97
	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：P60
	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：P81
	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
	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2022年未發生相關事件：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	3.6 人才培訓管理系統：P69-73

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
其他非重大主題	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：P69-73
	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： https://reurl.cc/N08N3q
	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：P88-91
	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	3.13 社區投資：P-92-94
	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
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	
	GRI 415：公共政策 2016	
	415-1 政治捐獻	依公司章程規範，安心食品不得以公司名義政治捐獻。安心食品公司章程： https://reurl.cc/lDbpKq
	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P34 主動配合政府計畫、主動揭露自主檢驗報告、主動適用法規：P35
	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：P106
FP1	向符合公司採購政策之供應商採購的數量百分比	31-33
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	31-33
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	P92-93
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	26
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	34-35

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；扶植小農：P32；捐贈物資：P88~P91
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：P62~P63；健康促進活動和教育訓練：P85~P86；食育活動：P92~P93
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：P38~P39；環境教育：P51；大專院校合作專案：P65~P66 職場體驗營：P63、P66；員工教育訓練制度：P69~P74； 員工教育訓練相關講座和宣導：P77~P79
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	招募銀髮族夥伴：P63；積極推薦年輕人職務：P65~P66；社區化就業學堂：P66
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：P106；綠色服務：P114
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	綠化管理、環境教育活動：P51；資源共享：P75~P76
目標12	採用永續的消費和生產模式	永續供應鏈管理：P31~P34；源頭減量管理：P50
目標13	採取緊急行動以對抗氣候變遷及其衝擊	開發植物肉商品；永續低碳米：P119
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：P118；食品加工廠：P120

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

代碼	TCFD建議揭露事項	頁碼/補充說明
治理		治理
TCFD1(a)	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。	P40
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。	P40
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。	P41-P44
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。	P41-P44
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)。	P41-P44

代碼	TCFD建議揭露事項	頁碼/補充說明
風險管理		治理
TCFD3(a)	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	P45
TCFD3(b)	描述組織在氣候相關風險的管理流程。	P45
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。	P45
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。	P45
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。	P45、P47
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。	P45

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	指標代碼	頁碼 / 補充
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	P47
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	P49
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	P33；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	P34
	FB-RN-250a.2	(1)不良食品回收次數 (2)不良食品總計回收量	P34
	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	2022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	P59
	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	P59
	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	P33
	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	安心食品將企業社會責任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	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 ^(註22) ，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及食品良好衛生規範準則，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。 除第一季水質檢驗(包含冰塊、過濾水、自來水)全店舖皆需符合水質標準，無特定評級外，第二季至第四季抽檢結果符合良級 ^(註23) 以上之店舖總計達98.5%；其餘未達良級之店舖輔導複檢合格率達100%。 (註22)包含第一季水質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23)抽檢結果依序分為4級：特優、優、良、待改善等4級，待改善評級之店舖另外開立異常訪店報告，並強化輔導直至複檢合格。	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2022年度執行店面不定期抽檢第二季至第四季良級以上的抽檢結果百分比及複檢合格率。	第一款第一目	37
2	2022年度自符合FSSC 22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,233,808仟元，占總食材採購金額64%。 2022年度自符合ISO 22000驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,573,545 仟元，占總食材採購金額81 %。 2022年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為1,517,512 仟元，占總食材採購金額78%。	2022年度自供應商採購 FSSC 22000、ISO 22000、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	33
3	022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 ^(註15) 。2022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15) 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	2022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	34
4	2022年使用的FSCTM驗證工廠生產之熱飲杯、薯條炸雞用袋、熱狗堡盒、外袋、點心盒等紙類食品包材總採購金額為69,589仟元，占當年度總紙類包材採購支出之79%。	2022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	33
5	為確保ISO 22000相關食品安全管理系統持續改善且有效的執行，我們於2020年4月9日通過換證複評。松江店取得ISO 22000及HACCP認證目的，在於成為實施ISO 22000 食品安全管理系統的示範店舖。2022年取得認證之示範店(註5)所販售商品金額占全公司個體報表之淨營收之0.29% (註5)。(註5)松江店已於2021年10月24日撤店，2022年以後長春松江店為ISO22000示範店。	2022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	26
6	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)進行廠商工廠觀察，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。2022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24家廠商、36場次之工廠產線實地評鑑，占 2022年食材相關進貨供應商家數之25%，合格率100%。另針對非直接交易新供應商及新品製程廠商共執行1家廠商、1場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。	2022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	30
7	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)進行廠商工廠觀察，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。2022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24家廠商、36場次之工廠產線實地評鑑，占 2022年食材相關進貨供應商家數之25%，合格率100%。另針對非直接交易新供應商及新品製程廠商共執行1家廠商、1場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。	2022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	30
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)之咖啡豆品項數共計2項，占當年度所有咖啡豆品項數為40%。善或取消供應商資格。	2022年公司登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統(非追不可)之咖啡豆品項數總和，以及其占當年度所有咖啡豆品項數之百分比。百分比係依據登錄至非追不可之咖啡豆品項數除以所有咖啡豆總品項數計算。	第一款第六目	33
9	微生物檢驗 通過TFDA認證檢驗方法 通過TFDA認證檢驗方法 【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、大腸桿菌-直接平板法(2022年新增)、金黃色葡萄球菌、腸桿菌科 通過TAF認證檢驗方法【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、大腸桿菌-直接平板法(2022年新增)、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 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 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(2022年新增) 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】：3Me.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&氮基甲酸鹽系列農藥 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(磺胺類/四環微素/氯霉素)快速檢驗試劑 參照TFDA公告檢驗方法 【水產品】：揮發性鹽基態氮	2022年度食品檢驗中心通過TFDA及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	28
10	2022年食品檢驗中心針對店舖商品、飲料、冰塊/水質及食材等 ^(註7) 影響食品衛生安全之微生物 ^(註8) 、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3261件，合格件數3070件，總合格率94.1%。 (註7)樣品來源包含安心食品品保課抽檢店舖商品、廠商供貨食材、安心智慧農場供貨食材及衛生局和賣場抽檢同步留樣。(註8)法規依據食品藥物管理署公告之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。	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	28
11	2022年度食品檢驗中心產生之費用總計7,482仟元 ^(註9) ，包括委外檢驗費用1,631仟元，約佔年度營業淨利5.51%及營業收入0.13%。 (註9)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。	2022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	29
12	2022年度安心食品所使用的外購電力為5,723.62萬度，消耗能源總量為218,532.27GJ，外購電力百分比為94.29%，統計範疇包含全台店舖、總部、安心學院及智慧農場。2022年度未有使用再生能源之情事。	消耗能源總量(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) 外購電力百分比(%)＝(外購電力能源(GJ)÷消耗能源總量(GJ))×100% (註1)全台店舖含當年度已關店的店舖。(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。(註3)總部係以安心食品總部佔該大樓電費比例乘以大樓總用電度數得出。(註4)外購電力轉換係數(1 kWh轉換至GJ)＝1(kWh)×3.6(註5)天然氣轉換係數(1 m3轉換至GJ)＝1L×8,000(kcal/L)×4.187(KJ/kcal)×1/1,000,000(註6)上述轉換係數以能源局公告資訊為主。	第一款第八目	47
13	2022年安心食品總取水量為866,039.11立方公尺(m³)，總耗水量為18,219.63立方公尺(m³)，統計範疇包含全台店舖、總部、安心學院及智慧農場。	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)。耗水量：報告當年度現調飲品及現製湯品銷售數量及其相關耗水量，以及統計報表。 總耗水量(m³)＝(現調飲品及現製湯品總耗水量(ml)÷1,000,000 (註1)全台店舖含當年度已關店的店舖。(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。(註3)總部係以安心食品總部佔該大樓水費比例乘以大樓總用水量度數得出。	第一款第九目	49
14	截至2022年底，已擁有303家店舖，店舖占地面積54,979.67平方公尺。	報告當年度店舖數量及店舖占地面積。 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。	第一款第十目	15



榮獲第十一屆「2022臺灣服務業大評鑑」
連鎖西式速食金牌

榮獲「2022幸福企業大賞」金獎

榮獲第十五屆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2類白金級」等五大殊榮

榮獲2022年公司治理評鑑上櫃公司
TOP5%之公司



安心食品服務股份有限公司(摩斯漢堡)

總公司地址：106台北市大安區仁愛路三段136號2樓201室 電話：(02)2567-5001 本公司網址：<https://www.mos.com.tw/>
查詢本報告書相關資料網址：公開資訊觀測站：<https://mops.twse.com.tw/>