

2021 ESG 永續報告書

MOS BURGER
安心食品服務股份有限公司





Contents — 目錄

0	前言	3
0.1	關於安心食品 ESG 永續報告書	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	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	盡責治理 永續經營	23
2.1	盡責治理	25
2.2	誠信經營管理	28
2.3	商品創新	35
2.4	顧客意見管理	38
2.5	顧客滿意度調查	39
2.6	年度服務楷模夥伴	40
2.7	服務創新	41
2.8	神秘訪客訪查制度	42

3	透明食安 環境永續	49
3.1	食品安全管理系統	52
3.2	食品檢驗中心	52
3.3	供應商評鑑制度	56
3.4	永續供應管理	57
3.5	法規遵循管理	60
3.6	店鋪衛生抽檢機制	63
3.7	店鋪HDCS訪查機制	64
3.8	氣候變遷與能源管理	67
3.9	能源管理系統	71
3.10	能源資源及溫室氣體管理	72
3.11	環保節能投資	73
3.12	環境法規遵循	73
3.13	紙張資源管理	73
3.14	水資源管理	74
3.15	廢棄物管理	75
3.16	源頭減量管理	75
3.17	環境綠化管理	77

4	人才發展 社會共融	81
4.1	幸福職場包容力	84
4.2	人才多元化	84
4.3	中高階儲備幕僚制度	90
4.4	多元產學結合青年力	90
4.5	聆聽內部的聲音	95
4.6	人才培訓管理系統	97
4.7	孵育人才搖籃	104
4.8	推動安全文化建立健康職場	105
4.9	職業安全衛生巡檢	106
4.10	意外事件及職業傷病追蹤	108
4.11	健康促進與管理	113
4.12	深化社區影響力	116
4.13	發揮社會影響力	118

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	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	127

0 前言

0.1 關於安心食品ESG永續報告書

GRI 102-1 GRI 102-3 GRI 102-5 GRI 102-10 GRI 102-46 GRI 102-50
GRI 102-51 GRI 102-52 GRI 102-53 GRI 102-54 GRI 102-56

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，說明目前的策略與表現，作為實踐永續經營的成效檢視。本報告書及企業社會責任網站，皆是安心食品與利害關係人進行多元溝通的主要方式之一，秉持透明、誠信及客觀的立場，與利害關係人進行良性互動，共同為追求企業永續發展的願景戮力以赴，使安心食品成為永續發展的實踐者，亦自許成為永續發展的業界領導標竿。

報告書編撰原則

本報告書撰寫內容架構從經濟、環境及社會等不同面向，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，選出適用之行業準則，進一步檢視並加強揭露項目，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)之最新GRI準則「核心選項」方式進行編撰，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。

報告書範疇與時間

發行版本的數據及內容以2021年(自2021年1月1日至2021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。



歷年發行之永續報告書

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。

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

公 司 網 址：<http://www.mos.com.tw/>

聯 繩 窗 口：ESG 專案小組 李虹賢

聯 繩 信 箱：csr@mos.com.tw



●上期發行版本：2021年8月發行 ●現行發行版本：2022年8月發行



0.2 安心食品對社會的承諾

GRI 102-14 GRI 102-26

堅持食安第一 健康安心美味

安心食品為臺灣第一家引進日式速食的企業，秉持「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念，以提供健康好吃的摩斯米漢堡為特色，持續深耕在地。不受新冠病毒疫情的影響，摩斯漢堡持續重視食品安全，堅持食安以及員工製餐、顧客用餐環境的乾淨整潔，以高規的防疫措施面對、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。此外，為確保食品安全，安心食品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、安心且健康優質的商品給消費者。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。

攜手本土農漁民 創新開發在地食材

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，協助我國農漁業的發展。安心食品堅持「初衷」和「用心」，持續研發優質的產品，商品的美味品質不斷推陳出新，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，讓顧客享有與店鋪同等級安全又新鮮的食材。同時深入鄉鎮發掘新鮮在地食材，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，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。

推動數位轉型 提升顧客數位體驗品質

受到疫情衝擊以及智慧科技運用的不斷推陳出新，過去兩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優良飲食文化。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萐薜、草莓等新鮮作物的安心智慧農場、外送車隊服務等，安心食品因應無接觸服務需要，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，MOS APP線上服務導入「安心取溫馨送」新功能，方便顧客優惠量購、隨時隨店取用、溫馨遠距贈送分享，讓顧客享受到更完美、更滿意的用餐體驗。

致力永續經營 愛護地球環境

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。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，也能體驗國家公園的美好與意義。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，大家一起吃蔬食、愛地球。



愛護員工回饋社會 提供友善就業環境

安心食品自成立以來，開始聘用二度就業婦女並持續至今，年齡超過45歲以上者，人數超過1,000名(占員工總人數約18%)，友善聘用中高齡夥伴，並鼓勵更多企業關注，提供完整的獎勵制度、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。

支持SDGs 精進ESG

展望未來，安心食品全力支持聯合國的SDGs，致力ESG的進步。除了繼續堅持食安第一以外，安心食品以成為餐飲業中最具前瞻性、智慧化與永續性的企業經營為目標，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。我們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

環境



連續8年獲獎，
新北市環保局綠色
循環商店



速食業界首創成立
安心智慧農場，
持續種植研發各式蔬果



自2004年至今，採用具
普級省水標章馬桶



導入ISO 50001
轉換新版能源管理
系統6年，持續改善能源績效



2015年至今，
環保杯集點兌換超過79萬5仟杯，
節省至少423萬9仟個
紙杯及杯蓋



增加
電動外送車隊、
擴大綠色服務範圍



持續挖掘
在地食材開發新品



持續開發健康
蔬食商品-
健康沙拉、摘鮮綠系列漢堡



於世界地球日推出
「吃蔬食、愛地球」活動



APP綠色服務創新-
「MOS安心取溫馨送」



建立短鏈供應鏈-
屏東食品加工廠



歡慶30週年，
超過千人參與社區
環境清掃



推出咖啡紗環保
紀念Polo衫
贈與全體員工



與國家公園合作，
推廣環境教育
環境綠化管理

社會



「2021 幸福企業大賞」金獎



連續8年，連鎖業績優
服務人員獲
「服務天使獎」



連續19年培養多位傑出店長，
2021TCFA全國傑出暨
優良店長選拔2位榮獲
傑出店長



累積全台276家店，
榮獲餐飲衛生分級優良級
標章，取證率100%



支持小農，可溯源小農之農產品
總採購量為64,003公斤



100%審核
含有國外原料食材之相關
產地證明



無違反食品衛生管理法
而被處以罰款



2021年食品安全訓練課程
與專題講座，共舉辦6場
參與367人



員工人數達5,252人，2021年
新進員工291位



聘雇身心障礙夥伴人
數為125位，超越法令
規定1.3倍



超過50歲二度就業人數且
仍在職736人，占總員
工人數14%



舉辦4場「職場體驗營」，
參與人數共215人



持續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223人，
占總管理職人數61%



2021年員工活動
補助1,670萬元



2021年員工進修
及訓練總費用173萬元



2021年263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22,295人



自2017年舉辦至今，
超過15,760位
小朋友參與
感謝母親繪畫活動



治理



全台店舖數達
302家店，
合併營收超過
50億



EPS3.07元，
現金股利2.3元



2021年共召開8次董事會議，
董事平均出席率100%



2021年董事會審議42項
議案，包含治理、環境及社
會等議題



2021年投入630萬元研發
費用，積極接軌國際、合作
開發新品



國際獲獎，ASRA 第六屆「亞洲永續報告獎」(首次參加即入圍八項榮獲四項大獎)「亞洲最佳SDGs報告」金
獎、「亞洲最佳多元性報告」銀獎、「亞洲最佳供應鏈
報告」銀獎、「亞洲最佳職場報告」銅獎



首次國際獲獎，
「亞洲企業社會責任獎」 -
「健康衛生推廣獎」



首次獲獎，110年度財政部
全國營業人開立雲端發票競
賽活動「績優總機構獎」
第三名



連續5年，公司治理評鑑排名
前5%殊榮之上櫃公司



連續5年，天下企業公民中堅
企業組第10名，唯一獲獎
之餐飲服務企業



連續7年，第十屆「2021
臺灣服務業大評鑑」連鎖
西式速食金牌



連續7年，TCSA台灣企業永續
獎綜合績效獎-台灣永續企業
TOP50、企業永續報告類-白
金獎、單項績效獎-透明誠信
獎、社會共融獎



TCSA 台灣永續行動獎 –
全方位推動食品安全銅獎



行政院農業委員會農糧署 –
「農糧產品績優企業」



台中市及宜蘭縣政府食品衛生
自主管理評核，摩斯漢堡28家
全數榮獲優級認證

0.4 榮耀與獲獎



110年度全國營業人開立雲端發票競賽活動「績優總機構獎」第三名



工商時報「2021臺灣服務業大評鑑」連鎖西式速食金牌



「2021幸福企業大賞」金獎



2021第八屆連鎖業績優服務人員「服務天使獎」



2021 TCFA全國傑出暨優良店長選拔
摩斯2位榮獲傑出店長



榮獲基隆市、台北市、新北市、桃園市、新竹縣、苗栗縣、台中市、雲林縣、彰化縣、嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、澎湖縣等縣市餐飲衛生分級優良級標章，已取得餐飲評核優級認證



TCSA台灣企業永續獎綜合績效獎-台灣永續企業TOP50、企業永續報告類-白金獎
單項績效獎-透明誠信獎、社會共融獎



「亞洲企業社會責任獎」-「健康衛生推廣獎」殊榮



TCSA台灣永續行動獎-全方位推動食品安全銅獎



天下企業公民中堅企業組第10名
餐飲服務業唯一獲獎企業



國際首次
獲獎

ASRA 第六屆「亞洲永續報告獎」(首次參加即入圍八項榮獲四項大獎)「亞洲最佳SDGs報告」金獎、「亞洲最佳多元性報告」銀獎、「亞洲最佳供應鏈報告」銀獎、「亞洲最佳職場報告」銅獎



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2021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，與永續發展的治理、環境與社會面向連結，對應17項SDGs，並鑑別出九項和安心高度相關之SDGs，再結合5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



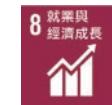
- 結合「生產履歷」、「在地食材」、「契作農場」積極推動綠色三合一採購政策，為農漁民創造新形態的銷售管道及提升食材運用廣度，詳見57頁。
- 安心為透過增加販售通路保障小農收入，每年提撥部分採購量，透過社會企業購買在地小農的農產品詳見58頁。
- 捐贈物資幫助艱困家庭度過艱難時刻，詳見116至117頁。



- 實施各項健康促進活動，如交通安全講座、不法侵害宣導、全體健康檢查宣導、安心場所AED+CPR急救教育訓練課程等，詳見113至114頁。
- 持續規劃員工社團活動，提供員工紓解壓力之管道，詳見88頁。
- 舉辦食育活動，教導正確健康飲食及衛生觀念，詳見119頁。



- 舉辦食安講座，強化員工食品衛生安全相關知識，詳見63至66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、實習生計畫等活動，詳見90至93頁。
- 與各大專院校合作舉辦「職場體驗營」，另經常開辦中高齡職場體驗營活動，詳見89頁、91頁。
- 訂有完整的員工教育訓練制度，因應趨勢導入數位學習，詳見97頁至101頁。
- 每年規劃安全衛生教育訓練相關講座和宣導，詳見114頁。
- 推廣環境教育，詳見118頁。



- 以台灣當地食材開發商品，讓地產地銷與在地連結，融入品牌經營概念，詳見18、43頁。
- 招募對服務業保持熱忱的銀髮族夥伴，詳見89頁。
- 推薦適合職務，讓年輕人發揮所學，招募新血，詳見84、90至93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94頁。



- 為減少碳排放，安心致力開發植物基商品，推出低環境衝擊、高營養價值且兼顧美味的植物肉漢堡。
- 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35頁。
- 持續建置自動點餐機並於廚房導入智能化系統，並於2021年推出MOS APP推出「安心取溫馨送」、詳見44頁。
- 建立短鏈供應鏈-安心智慧農場、屏東食品加工廠，詳見47和79頁。



- 續增加外送電動車隊，提供更便利完善的服務，詳見44頁。
- 員工參與社區環境清掃活動，詳見45頁。
- 擴大展店，進駐一級消費商圈，詳見46頁。
- 環境綠化管理，詳見77頁。
- 董事長及總經理帶領員工，參與環境教育活動，詳見77頁。
- 淡水安心學院、吉林研修中心設有員工宿舍，參加公司受訓期間皆提供免費住宿，詳見105頁。
- 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105頁。



- 導入內用瓷製熱杯、湯杯等，有效減少紙品及塑膠的使用。
- 店舖使用之冷飲塑膠杯及沙拉容器改為由玉米澱粉製成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)」。
- 因應世界地球日，持續推動「吃蔬食、愛地球」活動，詳見37頁。
- 推出咖啡紗環保紀念Polo衫，贈與全體員工，詳見46頁。
- 推動源頭減量、廢棄物減量與回收之管理，詳見75頁。
- 推出「MOS環保杯一杯一點·愛地球接力活動」，減少廢棄物產生，詳見75頁。



- 協助推動中國地區及澳洲地區的發展，於中國及澳洲開設分店。
- 透過與澳洲多邊合作，持續開發新商品與新客源，詳見37頁。
- 讓全體員工參與商品開發，詳見120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、主管機關、業主/客戶、供應商或下包商、社區居民、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/公司治理 ●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 財務報表/每季 年報/每年 官網訊息揭露/隨時更新 法人說明會 證交所公開資訊觀測站/隨時更新 透過電話及電子郵件回應投資人及分析師的提問/不定期	一年1次 一年4次 一年1次 公布相關訊息 一年至少2次 公布相關訊息 2021年回應投資人及分析師共2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/公司治理 ●有關環境保護的法規遵循 ●社會經濟法規遵循 ●顧客健康與安全 ●產品與服務創新	定期法規查核/每天 定期法規查核/不定期 環保法規遵循宣導/不定期 個資法規遵循宣導/不定期 食安法規遵循宣導/即時 勞資法規遵循宣導/即時 勞動法規遵循宣導/即時	品保課進行食安相關法規查核 法務組針對公司業務相關法規彙整與查核 庶務課及維修課配合環保法令增修並不定時宣導及因應 配合個資法令增修並不定時宣導 配合食安法令增修並即時宣導 配合勞資法令修改前進行內部宣導 配合勞動法令增修並即時宣導
業主或客戶	業主/客戶對我們的回饋，都是我們持續改善與成長的動力。	●產銷履歷 ●產品與服務創新 ●顧客健康與安全 ●經濟績效/公司治理	外部溝通信箱/每月	固定收集顧客意見調查表並進行統計
供應商或下包商	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 稽核管理/每季 稽核管理與輔導/每年	依出貨狀態，與供應商協商 依規劃實施年度供應商評鑑、檔期品訪廠 依規劃年度常態品、物流供應商包裝標示進行訪廠稽核
社區居民	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。	●排放 ●廢汙水與廢棄物 ●有關環境保護的法規遵循 ●顧客健康與安全	MOS Life/定期 ESG報告書/每年	2021年共出刊11次 編撰完成提出
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 ●有關環境保護的法規遵循 ●社會經濟法規遵循 ●經濟績效/公司治理	記者會/每季2場 發布新聞稿/每月2至4則	2021年共舉辦5場記者會 2021年共發布38則新聞稿，露出354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。	●廢汙水與廢棄物 ●有關環境保護的法規遵循 ●排放 ●供應商環境評估 ●社會經濟法規遵循	官方網站/不定期 E-mail信箱、電話/即時	公布相關訊息 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 職工福利委員會/每季 員工申訴電子郵件信/每月	召開兼職人員座談會 2021年共召開4次勞資會議，通過8項議案。 一年4次 全年共3件彙整及回覆

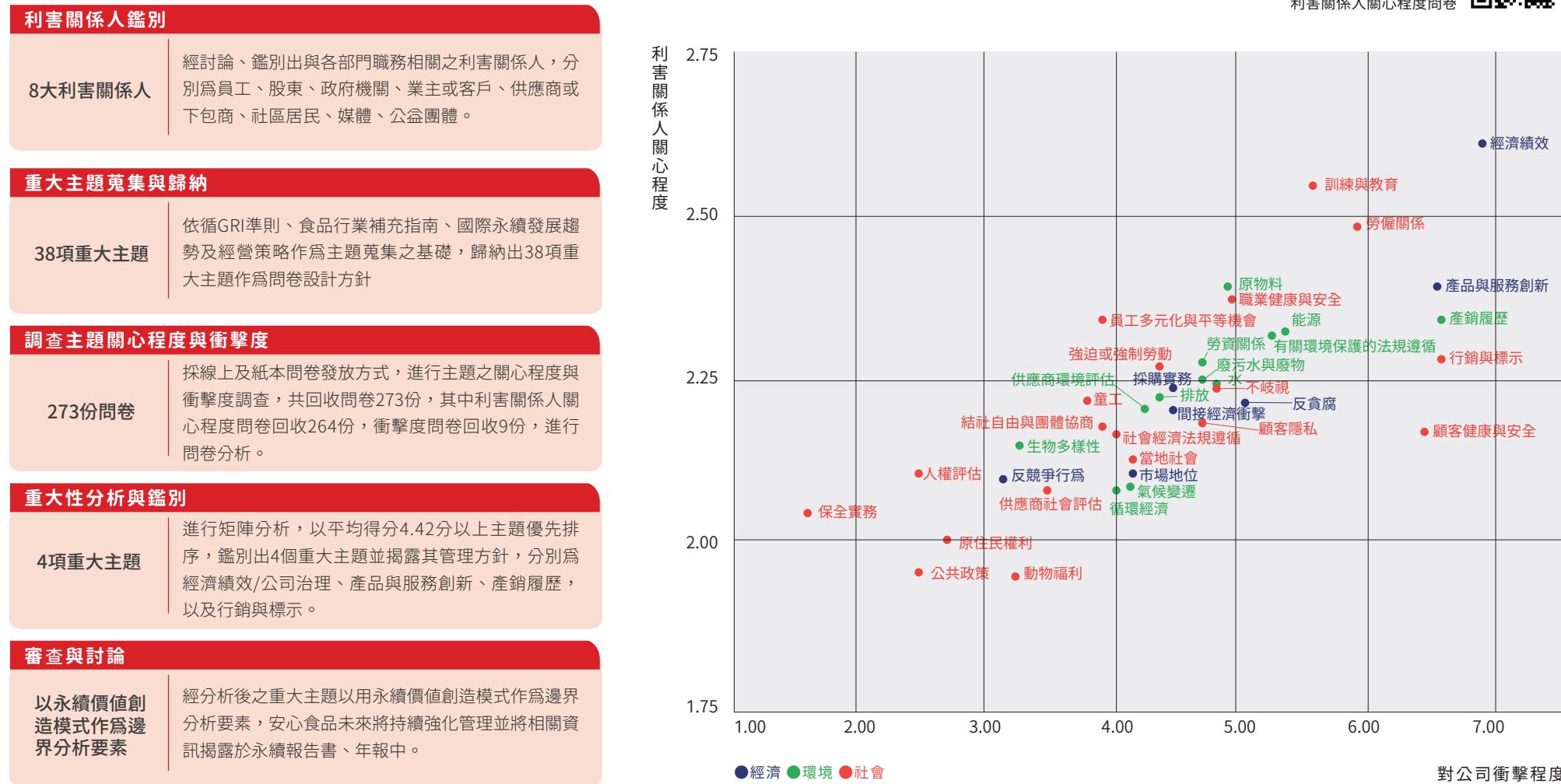
0.6.1 重大性分析 GRI 102-21 GRI 102-31 GRI 102-37 GRI 102-40 GRI 102-42 GRI 102-44 GRI 102-47

安心食品於每年遵循GRI準則報導原則的利害關係人包容性、永續性脈絡、重大性與完整性等四大原則，透過「利害關係人鑑別」、「重大主題蒐集與歸納」、「調查主題關心程度與衝擊度」、「重大性分析與鑑別」、「審查與討論」等5大步驟，決定重大主題，同時作為企業社會責任報告書的編撰方針，藉此盤點公司永續現況、推動各部門持續精進，為社會與公司創造共享價值。

重大性分析流程



利害關係人關心程度問卷



重大主題對應GRI準則

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 與參考章節
						總部	店舖	股東	政府 機關	業主 或客戶	供應商 或下包商	社區 居民	媒體	公益 團體	
治理	經濟績效/ 公司治理	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。	經濟績效		-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	第二章
	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，進行不同的商品與服務的研發。				●	●	●	●	●	●	●	●	●	
社會	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
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，保障消費者飲食安全。	顧客健康與安全			●	●	●	●	●	●	●	●	●	

● 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 GRI 102-7

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

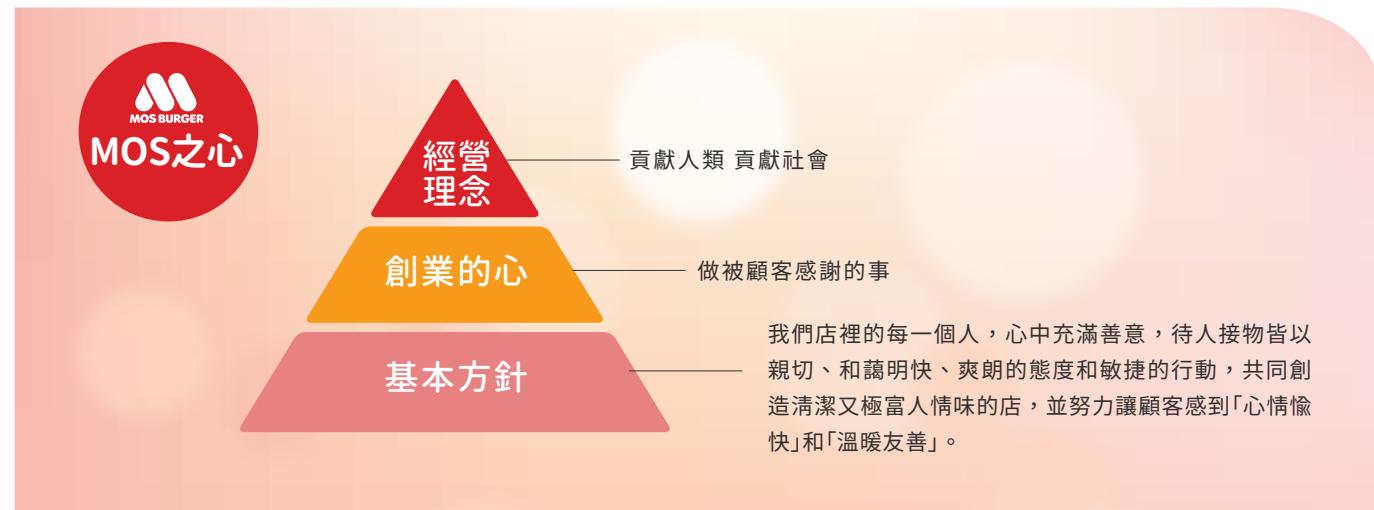
環境變化	六大資本	創造永續價值過程	永續價值與績效創造
<p>自動化效率提升</p> <p>外送服務持續成長</p> <p>智能監控</p> <p>智慧農業</p> <p>氣候變遷</p> <p>自然資源枯竭</p> <p>食材溯源</p> <p>食品安全</p> <p>健康意識抬頭</p> <p>植物性飲食興起</p> <p>新興傳染病</p> <p>勞動力不足</p>	<p>財務資本 透過有效率的財務管理，維護股東權益，創造最佳的經濟價值回饋。</p> <p>智慧資本 結合在地食材與創新的商品研發能力，持續發展品牌政策，強化食安檢驗專業。</p> <p>製造資本 不斷升級轉型，成為穩定提供美味餐點的店舖據點。</p> <p>自然資本 降低自然資源消耗，維持最佳的使用效率，朝向實現永續。</p> <p>社會資本 透過社會公益參與，貢獻社會並獲得社會的信賴。</p> <p>人力資本 尋找相同理念的優秀人才，共同實踐「MOS之心」。</p>	<pre> graph TD subgraph Create [創造永續價值過程] direction LR A[永續發展策略] --- B[MOS之心] A --- C[ESG委員會] D[經營策略] --- E[八大核心] D --- F[中心主管支持] G[食品安全政策] --- H[綠色三合一採購政策] G --- I[全員參與] end </pre>	<p>治理</p> <ul style="list-style-type: none"> • 店舖數302家 • 合併營業收入：5,034,182仟元。 • 合併稅後淨利：88,945仟元。 • 每股稅後盈餘：3.07元。 • 每股現金股利：2.3元。 • 董事會平均出席率100%。 • 公司治理評鑑前5%上櫃公司。 <p>環境</p> <ul style="list-style-type: none"> • FSC™驗證包材總採購54,250仟個(包含薯條袋、炸雞用袋、熱飲杯、冷飲杯、外袋)。 • PEFC驗證包材總採購8,585仟個(包含熱狗堡盒、冷飲杯)。 • 冷飲料杯、吸管與沙拉盒採用生質塑膠7,752仟個。 • 產銷履歷蔬菜採購595,357公斤。 • 支持小農，引進可溯源小農之農產品總採購量為64,003公斤。 <p>社會</p> <ul style="list-style-type: none"> • 無違反食品安全衛生管理法。 • 店舖進行衛生抽檢，店舖輔導複檢合格率達100%。 • 員工總數為5,252人。 • 超過50歲且仍在職近736人，占總員工人數14%。 • 產學合作大專院校系達93家，實習生達65人。 • 教育訓練總時數為22,980小時。 • 聘用身心受限員額數為125人，占總員工人數2.4%。 • 舉辦食育活動，總參與人數達22,295人。 • 2021年於全台摩斯漢堡的「發票捐贈箱」，共兌獎募集571仟元，「零錢捐贈」共募集409,040元。

1 安心企業概況

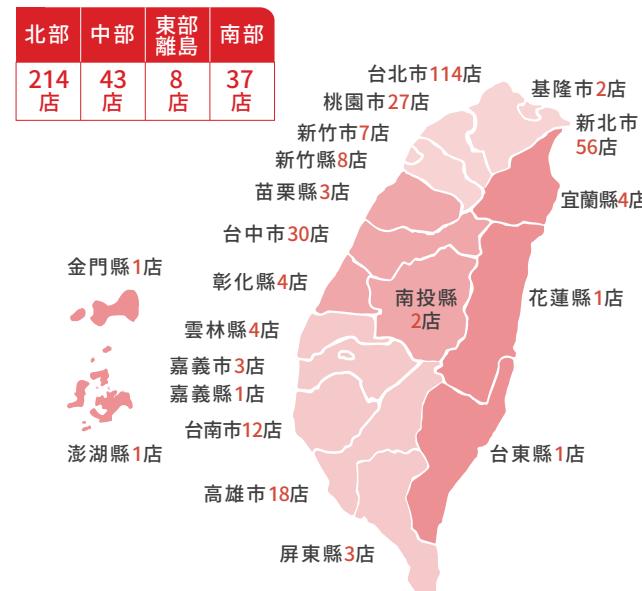
1.1 營運概況

GRI 102-1 GRI 102-2 GRI 102-3 GRI 102-14 GRI 102-5
GRI 102-6 GRI 102-7 GRI 102-9 GRI 403-1 GRI 403-8

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30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2021年底，全台店數達302家。我們透過多元化的經營策略佈局、活化資產，善用餐飲服務業的領航地位，期盼以自身的營運發揮對各產業及社會的影響力，不斷前進並帶動社會共好。



企業概況	
公司全名	安心食品服務股份有限公司
員工數 ^(註1)	5,252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 ^(註2)	臺北市大安區仁愛路3段136號2樓
資本額	新台幣323,895仟元
總店舖數 ^(註3)	302家
	基本資料
	公司沿革



特色店型

摩斯漢堡持續朝向多元店型發展，除了一般街邊店型、百貨賣場店型、複合式品牌店型外，還設有車道店型。2021年安心食品考量到因疫情導致外帶外送需求增加，為方便顧客能夠快速取餐，同時達到零接觸服務，新店舖皆開始增設取餐窗口，如2021年的新開店-台中沙鹿店、十全自由店和豐原圓環店等皆設有取餐窗口，未來摩斯為提供顧客更快速方便的取餐服務，將增設更多設置取餐窗口之店舖。

台中沙鹿店

十全自由店



豐原圓環店

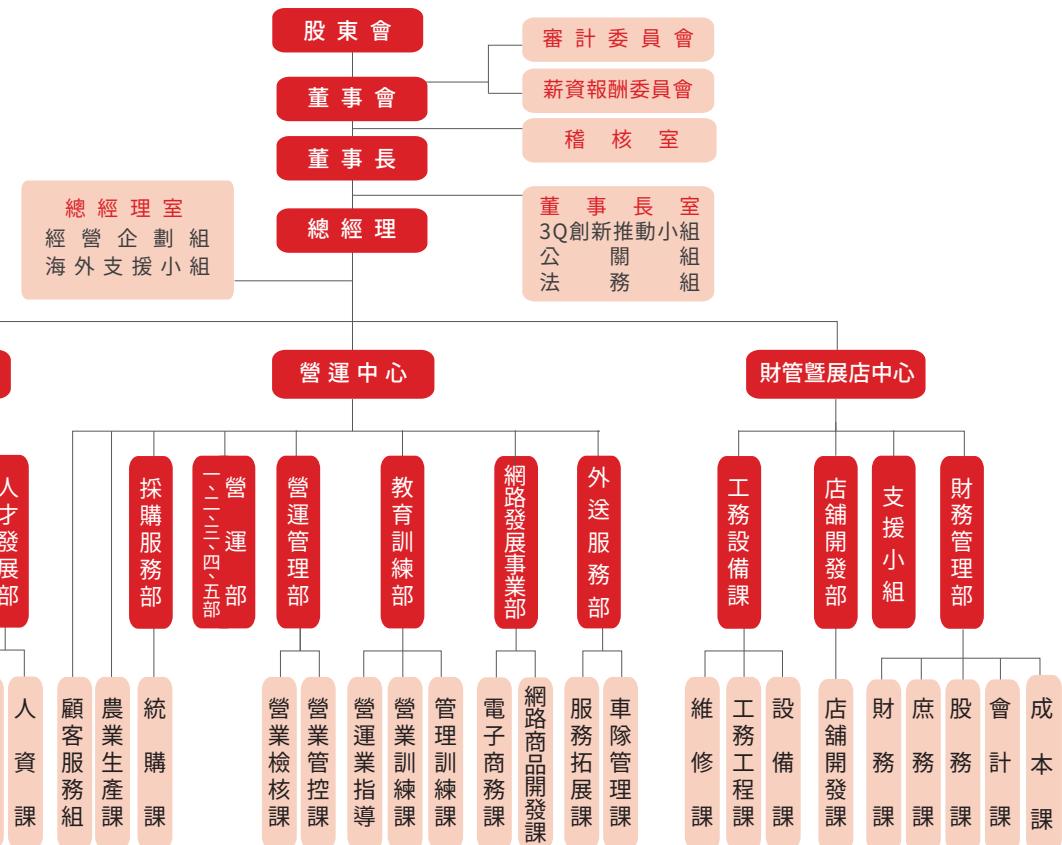


1.2 永續經營組織

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



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。

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。

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。

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、店頭行銷販促規劃、異業通路行銷合作規劃及異業銷售業務推展，以及企業形象及公共關係建立與維護。
- 提供並維護高品質及安心安全之商品保證事項。
- 統籌營業店鋪商品之衛生檢驗、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。
- 統合營業店鋪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 102-2

安心秉持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，持續以自身的營運，解決社會及產業的問題，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」摩斯漢堡為品牌，現場調理各式漢堡、米漢堡、熱狗堡、三明治、沙拉、甜點及湯品等商品，提供消費者在店內或以外帶外送的方式享用，商品分類及主要項目如下：



主餐類

漢堡、米漢堡、熱狗堡、三明治等。



點心類

雞塊、炸雞、薯條、沙拉、蒟蒻、甜點等。



湯飲類

熱飲、冷飲、果汁、鮮乳、濃湯、咖啡等。



其他類

禮盒、紀念品、摩斯卡等。

2021年5月，台灣的新冠疫情爆發，為防止疫情擴散，政府積極採取各項防疫措施，因而阻絕了人與貨物的流動，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，結合品質全面升級的3Q創新計畫，努力成為消費者心中的理想餐飲品牌。2021年在台灣疫情嚴峻之時，安心面對逆境仍然不斷前行，為加速企業轉型，安心不僅持續推動智慧科技與特色體驗，也積極擴大門市外送服務，提供顧客更方便多元的服務，以奠基餐飲地位長期發展。為此，安心定期召開各項重要會議追蹤進度，亦同時依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、食品工廠等新領域，為未來每一階段的經營策略逐步佈局，創造更大的價值，以實現企業永續經營。

2021年8月經營檢討(線上)會議



定期會報之重要會議^(註4)

ESG	類型	重要會議	頻率	最高治理階層
經濟	例行性	高階主管週會	每周	董事長
經濟/治理、環境		產銷協調會議	雙周	總經理
經濟/治理、社會、環境		精實會議	每周	總經理
經濟/治理、社會、環境		經營檢討會議	每月	集團會長
經濟/治理、社會、環境		年度策略會議	每年	集團會長
經濟/治理		營運中心會議	每周	副總經理
社會、環境		其他中心會議	每月	中心主管
經濟		營運動行動計畫會議	每月	副總經理
社會		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
經濟/治理	專案型	外送車隊會議	按進度召開	總經理
經濟/治理		安惠資訊會議	按進度召開	總經理
經濟/治理、環境		屏東工廠會議	按進度召開	副總經理
經濟/治理、社會、環境		分區店長月會	每月	董事長
經濟/治理、社會、環境	內部溝通會議	全國店長大會	每季	董事長
經濟/治理、社會、環境		總部月會	每月	董事長

(註4) 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。

年度代表創新商品

安心食品提供消費者餐飲服務，包含早餐、午餐、下午茶和晚餐，商品涵蓋漢堡、點心、甜點、冷熱飲、咖啡及湯品等類別。安心不斷嘗試結合各地風味，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，安心也積極與台灣當地農畜漁業緊密合作，不斷開發與在地食材結合之創意新品，同時因應消費者需求，持續開發符合消費趨勢之新商品。



2021 結合在地 食材&文化

持續使用台灣的農畜漁原料，協助生產者的產銷問題；融入台灣飲食文化 - 「刈包」，製作成熟騰騰的早餐供消費者選用。



2021 健康取向 新選擇

使用不過度加工的食材，提供營養均衡的飲食，使餐點更具營養價值。



2021 經典商品 再進化

將摩斯漢堡的經典人氣商品再進化，開發出不同口味，提高消費者對商品的新鮮感，同時也兼顧消費者的健康。



2021 跨國品牌 聯名合作

結合源自日本 - 獅季清酒的產品規劃，製造商品話題性，透過與日本品牌的合作，形成協同效應。



2021 30周年 商品提案

台灣摩斯漢堡 30 周年，特別舉辦商品競賽活動，提供摩斯夥伴們一個創意發想的舞台，將自己的創意化為實際商品，增加話題性，創造獨特且別具特色的商品^(註5)。



^(註5) 詳見P120創意米漢堡商品競賽之特別報導。

短中長期經營計畫

	ESG	SDGs	短期經營計畫	中長期經營計畫
治理			<p>● 有別於其它速食餐飲業者，深耕既有消費者並積極拓展潛在消費者。</p> <p>● 強調店舖地方特色經營，深耕社區互動之連結。</p> <p>● 加強供餐速度及流暢度，提升顧客滿意度，並持續導入KD (Kitchen Display)、座位點餐、電子看版、多元支付等。</p> <p>● 因應人事和租金成本高漲，調整店舖經營模式及型態。</p> <p>● 協助推動海外（中國、澳洲）地區之發展。</p> <p>● 安心智慧農場，持續研發試種各種作物。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 研發獨特差異化之優質商品，塑造高質感品牌印象。 持續導入智慧科技，應用智慧科技與大數據分析，提升服務效率及精準行銷。 培植優秀的經營團隊，提昇公司競爭力與創造附加價值。 持續提供綠色外送服務，拓展外送電動車隊。 跨足食品量產工廠，朝向自給自足之目標前進。 海外市場經營方面，中國大陸市場積極開發內需市場，以契合當地消費習慣之行銷手法，擴大營收成長的幅度，加速邁向獲利。 澳洲市場方面，除加速更迭符合澳洲客群之商品，亦積極營造摩斯漢堡與在地之連結，增加雇用當地經營管理人才及培育當地員工，並持續將澳洲之優良產品導入台灣市場，開發新的貿易模式，提供給消費者更多選擇。
環境			<p>● 加強多重安全檢驗，廣泛推展生產履歷制度，確保商品品質與安全。</p> <p>● 有效利用店舖水資源，並持續導入省水設備。</p> <p>● 推動源頭減廢及廢棄物回收再利用，落實垃圾減量。</p> <p>● 全面導入省電LED燈，降低用電量並持續運作能源管理系統。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 與理念相同的供應商，發展長期合作夥伴關係。 持續推動節能行動方案、廢棄物減量，減緩商業活動所造成的環境衝擊。 重視氣候變遷議題，透過掌握能源使用狀況，以落實持續改善能源績效。
社會			<p>● 設置透明的員工溝通管道，建立勞資和諧的職場環境。</p> <p>● 持續提供多元的就業型態，幫助各類族群順利就業。</p> <p>● 培養青年生產力，積極辦理職場體驗營、拓展產學合作、實習生計畫雙軌訓練生計畫、獎學金鼓勵學子等活動。</p> <p>● 打造健康友善之職場環境，提供員工運動及健康餐飲資訊。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 因應公司未來持續成長之人才需求，營造友善幸福職場、溝通零距離之工作環境。 與各大專院校共同建立安心學程、與產官學界持續進行各項合作計畫，達成社會共融之目標。 響應國家政策推動「地方創生」計畫，關心在地農民，以企業通路優勢，提供顧客台灣各地食材。

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。安心受新冠疫情影響略有下滑，2021年合併營收仍維持新台幣50億元，在全體同仁的共同努力下，安心食品仍追求良好的永續經營績效，深獲消費者的認同與信心。每股稅後盈餘(EPS)、股東權益報酬率(ROE)和資產報酬率(ROA)分別為3.07元、4.41%及1.79%，並以長期穩定的股利政策回饋投資人。

個體財務數據

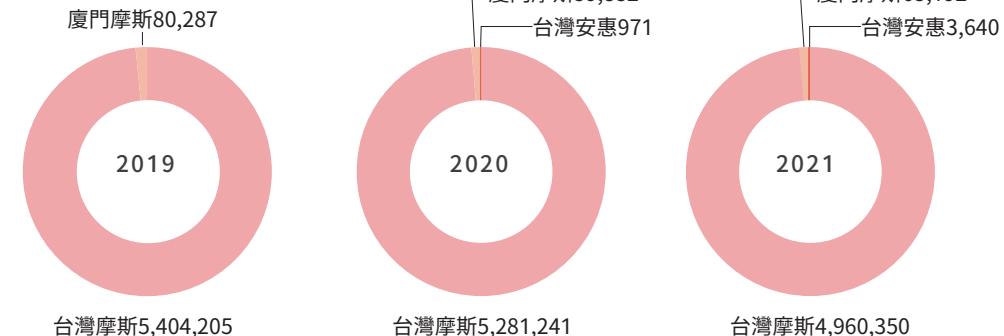
項目	單位	2019	2020	2021
營業收入	仟元	5,404,205	5,281,241	4,965,350
營業成本	仟元	3,995,469	3,995,469	3,723,931
營業費用	仟元	1,208,094	1,208,094	1,229,407
所得稅	仟元	30,755	30,755	18,751
薪資總額	仟元	1,430,613	1,430,613	1,328,425
員工福利總額	仟元	1,733,391	1,733,391	1,622,680
退休金總額	仟元	79,180	79,180	76,955

項目		單位	2019	2020	2021
直接經濟價值之產生	收入	仟元	5,431,693	5,311,361	5,001,796
	營運成本	仟元	3,470,172	3,417,064	3,330,658
	員工薪資與福利	仟元	1,725,189	1,709,523	1,617,655
	分配股東紅利	仟元	116,324	122,939	117,342
	繳納政府稅款	仟元	30,882	29,211	18,904
	社會參與投入	仟元	1,876	574	499
經濟價值之保留		仟元	87,250	32,050	-83,262

合併財務數據

項目	2019		2020 ^(註6)		2021	
單位	仟元	%	仟元	%	仟元	%
台灣摩斯	5,404,205	99	5,281,241	99	4,965,350	99
台灣安惠	-	-	971	-	3,640	0
廈門摩斯	80,287	1	59,882	1	65,192	1
合併營收	5,484,492	100	5,342,094	100	5,034,182	100

(註6) 2020年CSR報告書的數字誤植，本報告書已更正。



1.4 餐飲現況與產業發展 GRI 102-15

面對COVID-19疫情持續擴散及變異，「與病毒共存」已成為餐飲業最大的課題之一。2021年5月台灣疫情出現高峰，政府進行多項強制管制措施，從一開始的用餐實聯制、保持社交距離、設立用餐隔板等，到三級警戒宣布餐飲業禁止內用，種種限制之下，嚴重衝擊餐飲業者營運，一直到年末開放內用後，因聚餐商機受惠，用餐人潮才逐漸回溫，全台餐飲業第4季營業額為2,117億元，年增4.2%，結束連2季的負成長；2021年餐飲業全年營業額為7,280億元，年減6.4%。

根據經濟部2020年的餐飲業經營實況調查結果顯示，餐飲業者目前所面臨的困難以「營業成本上升」、「人事成本過高」及「同業間競爭激烈」為主，再加上基本工資逐年上升，近年來餐飲業者如何控制成本支出，減少營業壓力，是必須面臨的課題。此外，根據產業專家分析，餐飲業者將迎向商場餐飲品牌集團化、餐飲競爭去中心化、餐飲外帶量能提升等3大趨勢變遷。疫情一旦再起，將導致後疫情時代的消費力出現極大的不穩定性，因此，未來在商場的餐飲品牌將朝向「大者恆大」的趨勢；而「餐飲競爭去中心化」意味著即使疫情過後，使用外送平台消費仍是消費者的餐飲生活常態，過去可能只須與鄰近店家競爭，但消費者「叫外送」的習慣已養成，加上地理因素被減弱，店家將在點餐平台上被消費者挑選，競爭將更加激烈；同時也因應疫情可能再起，所有餐飲品牌都必須具備應變大量「外送、外帶」的能力。面對市場競爭與疫情影響的雙重夾擊，導致外送服務快速成長，線上產值高於線下消費，餐飲科技技術的提升、非接觸式送餐體驗、數位行銷與數位化服務等，已成為我國餐飲業未來的營運策略方向。

產業上、中、下游關聯性



餐飲產業趨勢與安心的現況：

防疫宅經濟持續正成長

2021年的防疫新生活改變了消費者的生活型態，餐廳無法內用導致營運備受挑戰，許多餐飲業者紛紛邁向多元化服務模式，提供外送、外帶、宅配等服務，以減緩疫情帶來的衝擊。經濟部統計報告指出，2021年提供外送或宅配服務的餐飲業者成長超過50%；統計處的數據顯示，餐飲業者提供的各項服務中，今年(2021年)與2020年比較，以「線上點餐系統」及「加入外送平台」的增幅最大，各增加了13.5%和12.4%。外加上居家自煮人口大幅成長，又因5月底傳統市場出現防疫破口，使得「蔬菜箱」宅配需求大增，餐飲業者也紛紛推出蔬菜箱，使得蔬果類也跨足新鮮蔬果宅配市場。

【安心的因應對策】

安心食品看好外送成長的消費趨勢，持續擴展外送服務，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；同時，安心食品與熊貓外送平台合作，擴大外送範圍、積極開發適合外送的商品和改善外送包裝。2021年安心的外送占整體業績的14.02%，配合外送平台的店鋪共有234家，與2020年相比擴增近2倍。另外，安心瞄準自煮料理商機，於6月推出「MOS蔬菜袋著走」，在市場反應甚佳，而後又推出「摩斯安心點」，並販售自家智慧農場蔬菜，搭配舒肥雞胸肉、沙拉和其它蔬菜水果讓消費者選購。未來安心將持續打造自家外送平台，擴大外送據點，並跟進消費需求與消費熱潮，提供給消費者最即時的服務。

健康意識抬頭，消費者更重視健康餐飲與生活品質

現代消費者對健康及生活品質有了更高的追求，在飲食方面也更注重食物品質與環境永續議題，因此帶動了「健康飲食」之風潮，大多數的消費者會因為對地球更友善而選擇植物基產品，此外，消費者對於產品的「透明度」也愈來愈重視，餐飲的提供不再僅限於「食」的訴求，因此，餐飲業者紛紛推出強調成分透明、配方簡單的商品，這對餐飲業者的生產技術進化無疑是一大挑戰。

【安心的因應對策】

安心食品一直秉持著「醫食同源」的精神，用新鮮、綠色的食材，打造健康又美味的樂活人生。堅持三合一綠色採購、加工品認證採購、本地農漁採購等政策，從源頭嚴格把關，保障消費者的飲食安全，讓顧客品嚐到最安心、安全的美味餐點。2021年，安心食品針對女性與重視健康的消費者推出了新品沙拉「樂活嫩雞沙拉」，它是嚴選鮮嫩台灣雞胸肉與鮮脆花椰菜米，搭配安心智慧農場的奶油萵苣和藜麥毛豆仁，口感清爽又具飽足感，也能攝取多樣蔬菜與蛋白質；蔬食新選擇則有「樂活鮮蔬沙拉」，是以豐富的新鮮蔬菜，搭配飽足感滿分又低熱量的花椰菜米。飲品方面也因健康風潮興起，推出了「無糖紅茶」，提供消費者更多元的選擇。



因氣候變遷，興起「永續共生、共享地球」之理念



餐飲業逐漸陷入紅海市場、全球吹起永續風潮，人們面對後疫情生活與環境的改變，愈來愈多人倡導「永續共生、與地球共好」之觀念，綠色永續潮流早已成為餐飲業的新顯學，而永續必須更貼近每一個人的生活，讓每日的飲食選擇達到與地球永續共生，進而緩解地球暖化所造成的危機。在永續環保的綠色之路上，不僅要使用在地、當季的天然食材，更應該從料理製作的源頭到用餐環境都環環相扣，如：使用環保建材、開發低碳商品、循環包材等，落實永續環保的理念。

【安心的因應對策】

安心食品響應政府環保政策，鼓勵消費者使用統一發票載具以及和各大電商平台合作銷售電子餐券，並在「MOS Order」App上開發「安心取溫馨送」的功能，在提升消費者的便利性之餘，亦能達到「無紙化」的環保訴求；此外，安心持續提倡「MOS環保杯贈點活動」，透過集點兌換飲料的方式，鼓勵消費者自備環保杯盛裝飲料，減少塑料包材之使用，進而減少碳排、降低環境污染；另外，蔬食人口與日俱增，同時為關懷生態環保盡到企業社會責任，安心採用Beyond meat人造植物肉，推出美味的「摩力蔬食堡」和以萵苣取代麵包的「摘鮮綠系列」，未來安心將持續研發植物基等替代性食品，於2022年第二季推出全新的植物肉漢堡。



虛實整合、透過智慧化縮短社群距離

疫情加速餐飲業去實體化，線上訂位/點餐、行動支付等數位服務持續成長。科技的進步導致5G服務、人工智慧與雲端科技等數位工具日益方便，也促使餐飲業者加速推動數位轉型。如今，零售產業已慢慢轉向虛實整合行銷(OMO)，將線上與線下相互結合，融合「會員、銷售、商品、數據」等四大軸線，達到精準行銷。如何將虛實整合、擴大與消費者的接觸管道、強化體質並運用數據分析，從而制定行銷策略，已是未來新趨勢。

【安心的因應對策】

在面對龐大多變的數位消費市場需求，為加快數位轉型，安心食品成立安惠資訊股份有限公司，全面提升科技服務轉型，建置多元數位數據系統，規劃新一代POS系統建置計畫，並推出「MOS Order」App訂餐服務，不斷優化內外場的服務流程，提升服務之穩定性。

根據公司內部統計，2021年使用「MOS Order」App訂餐的人數占所有來客數的15%。目前「MOS Order」App已串聯四大電子支付系統，如Line Pay、街口支付、悠遊卡、一卡通等，提供消費者多元的支付方式，為加快以數位化方式深化會員的經營，安心更於2021年末增設「安心取溫馨送」之功能，讓消費者可以一次購買大量的商品票券，再依照需求分次取貨。安心現階段以推動智慧行銷為主軸，目前已陸續完成各門市電子看板的建置，提高與消費者的互動體驗，安心未來將持續推動數位轉型，提供更多數位化服務，帶給消費者更多不一樣的餐飲體驗。

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，但在全球疫情尚未完全得到控制、全球經濟前景不明朗的情況下，餐飲業是和人們生活高度相關之產業，隨時都有可能出現新的變化，企業唯有善用自身優勢，柔軟應對問題，持續追求創新，並「超前部署」，才有機會永續經營。飲食風潮朝向健康蔬食、即食快速的型態轉變，新興科技也帶動了外送平台及無人服務之商機，顧客對特色差異的體驗要求也將持續增加。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。因此，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資訊安全管理制度
		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
		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
	自動化服務	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	擴大其他相似產品開發與測試

2 盡責治理 永續經營



關注利害關係人

股東 政府機關 業主或客戶 供應商或下包商 媒體 員工

管理方針

GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3

重大主題	對安心的意義	政策與承諾
經濟績效/ 公司治理	<ul style="list-style-type: none">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。	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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。	<ul style="list-style-type: none">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	2021年目標	2021行動計畫	2021年成效	中長期目標
經濟 績效/ 公司治理	投資人關係維護	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 透過電話及電子郵件回應投資人及分析師提問2件。 召開2次法人說明會。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續與投資人保持良好溝通關係。
	公司治理提升	<ul style="list-style-type: none"> 治理評鑑排名維持前5%。 	<ul style="list-style-type: none"> 完成公司治理評鑑自評作業，檢視未得分題目進行改善。 	<ul style="list-style-type: none"> 第八屆公司治理評鑑排名前5%(待更新2021年)。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續增強公司治理，參與公司治理相關評鑑，強化公司管理制度。
	落實董事會、股東會運作制度	<ul style="list-style-type: none"> 董事會全年召開8次。 每年6月召開股東常會。 	<ul style="list-style-type: none"> 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)。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年度總共召開8次董事會，決議42件議案。 2021年度召開1次股東常會，決議7件議案(報告事項、承認事項、討論事項)。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續落實董事會、股東會運作。
	落實功能委員會運作制度	<ul style="list-style-type: none"> 9大功能委員會，全年召開39次。 	<ul style="list-style-type: none"> 展店及採購平均每月1次，其餘8個委員會平均一年2次。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年度9大功能委員會總共召開39次。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續落實功能委員會運作。
	持續新展店與續約既有店，擴大市場佔有率	<ul style="list-style-type: none"> 達成MOS30週年300店目標。 	<ul style="list-style-type: none"> 積極於中南部區域(雙北以外)佈點展店。 疫情狀況下進駐熱門商圈精華區域。 得來速類型DT展店。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年底總店數為302店。 雙北以外新開店共9店，包含高雄、台南、台中、新竹，佔今年開店數53%。 以較低租金進駐西門町、捷運站旁、以及台大公館等精華地段。 已簽約三家DT店，預定2022年開業。 	<ul style="list-style-type: none"> 擴大商圈覆蓋率，強化服務的深度。 店舖體質調整，減少虧損店數，增加全公司獲利。
	會員關係經營	<ul style="list-style-type: none"> 每季規劃至少一次會員專屬活動。 會員獨享禮贈品開發，每季至少一項。 	<ul style="list-style-type: none"> 新商品品評會/會員嚐鮮活動/課程優先體驗。 會員酬賓活動/關企優惠活動/深度文化之旅。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021會員數突破131萬。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續深耕會員經營，與會員維持良好互動。
	單店營業額提升	<ul style="list-style-type: none"> 特色差異化經營。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 因受新冠肺炎疫情配合禁止內用，第2至第3季影響最盛，第4季開放後逐漸趨緩。 年度累計虧損店鋪增加41店，金額增加4,329萬。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續提升單店營業額及獲利。
商品與 服務創新	新商品開發	<ul style="list-style-type: none"> 開發新商預估 45 項。 	<ul style="list-style-type: none"> 依年度商品計畫進行。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年度推出48項新商品。 	<ul style="list-style-type: none"> 依據消費者需求及市場分析，開發新商品回應市場變化。
	不同目標客群對應	<ul style="list-style-type: none"> 預估開發8項商品。 	<ul style="list-style-type: none"> 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/功能性/混搭…)開發商品。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年度推出5項商品。 	<ul style="list-style-type: none"> 結合年度商品計畫執行開發規劃。
	擴大米原料的使用	<ul style="list-style-type: none"> 預估開發 4 ~ 6 項。 	<ul style="list-style-type: none"> 依商品年度計畫安排。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年度完成4項商品開發。 	<ul style="list-style-type: none"> 各類別商品皆有使用米原料的品項。
	顧客滿意	<ul style="list-style-type: none"> 顧客滿意度>85分。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年皆達成目標，平均分數87.30分。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續提升顧客滿意。
	顧客抱怨	<ul style="list-style-type: none"> 顧客抱怨率<0.008%。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年皆未達成目標，平均分數0.014%，其主因為疫情影響限縮人力，店舖營運人力控制的同時應檢視作業能力的強化提升。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續降低顧客抱怨率。
	神秘訪客	<ul style="list-style-type: none"> 神秘訪客評分>90分。 	<ul style="list-style-type: none"> 執行神秘訪客稽核。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年皆達成目標，平均分數91.23分。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續落實神秘訪客稽核制度。

2.1 盡責治理

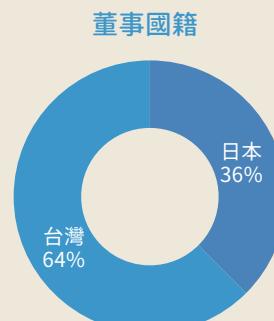
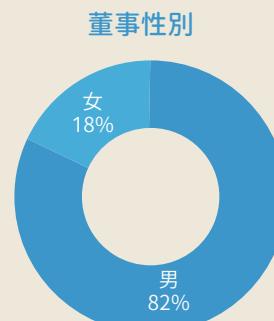
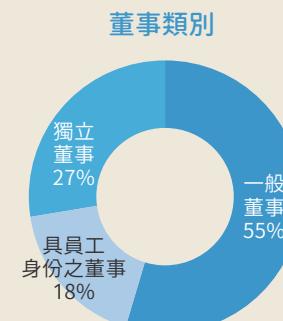
投資者越來越關注將環境、社會和治理(ESG)納入投資所帶來的益處，同時讓投資者看見企業長期的價值，因此，盡責治理已成為投資流程中的一個重要組成部分。對於安心來說，管理ESG能有助於和投資者進行溝通，建立更穩定長久的關係。董事會亦扮演督導與指導角色，每年度ESG委員會召集人皆向董事會報告當年度執行成果。

2.1.1 董事會

GRI 102-18 GRI 102-19 GRI 102-20 GRI 102-22 GRI 102-23 GRI 102-24 GRI 102-25
GRI 102-26 GRI 102-28 GRI 102-31 GRI 102-32 GRI 102-33 GRI 102-34 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，游朝堂董事曾任安永聯合會計師事務所所長、董事長；包含具有國際市場觀的瀧深淳董事、福光昭夫董事、前原廣伸董事；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；龔仁文獨立董事曾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2021年共召開八次董事會。



歷年董事會召開次數及出席率

項目	單位	2019	2020	2021
董事會召開次數	次	6	6	8
全體董事平均出席率	%	98.15	100	100
獨立董事出席率	%	94.44	100	100

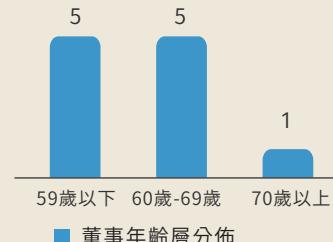


公司治理實務守則

獨立董事任期年資 (人)



董事年齡層 (人)

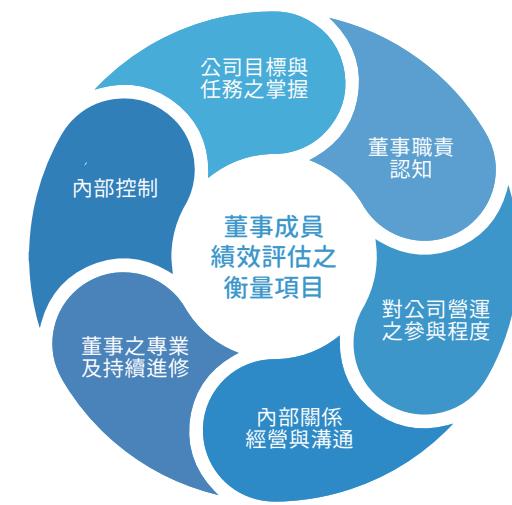


2021年期間修訂「公司章程」、「關係企業、特定公司及集團企業相互間財務業務相關作業規範辦法」、「其他管理作業-財務報表編制流程之管理、適用國際財務報導準則之管理、會計專業判斷程序、會計政策與估計變動之流程」、「取得或處分資產處理程序」，並增訂「風險管理政策與作業程序」等規章程序。本公司為落實公司治理並提升董事會運作效率功能，經董事會通過訂定「董事會績效評估辦法」及評估方式，依該辦法於2020年底結束時評鑑對象除董事會及功能性委員會（包含薪酬委員會）整體運作情形外，也針對董事成員本身進行自評，2021年2月23日經薪酬委員會彙總分析審議後，於2021年2月26日向董事會提出檢討報告。依董事會績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



內部重大資訊
處理作業程序



公司章程



取得或處分資產
處理程序



背書保證作業
程序



防範內線交易
管理作業



董事選舉辦法



董事會績效
評估辦法



股東會議事
規則



資金貸與他人
管理辦法

董事會成員

職稱	姓名 / 國籍	性別	主要學經歷	
董事長	林建元 	男	● 美國華盛頓大學交通工程系博士	● 台灣大學建築及城鄉研究所教授
董事	高順興 	男	● 高雄工學院 管科所碩士 ● 東海大學 工業工程系學士	● 樂雅樂食品(股)公司 執行副總
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	● 日本大学農獸医学部食品經濟学科 ● 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 ● 東元電機(股)公司董事長	● 中華民國工商協進會理事長
董事	游朝堂 ^(註1) 	男	● 政治大學會計研究所碩士	● 安永聯合會計師事務所所長、董事長
獨立董事	劉維琪 	男	● 美國西北大學管理學院博士 ● 台灣高速鐵路(股)公司董事長	● 國際票券金融(股)公司董事長 ● 國立中山大學校長
獨立董事	賴瑟珍 	女	● 國立交通大學管理科學研究所碩士 ● 交通部觀光局局長	● 華膳空廚董事長 ● 台灣觀光協會會長
獨立董事	龔仁文 	男	● 澳門科技大學工商管理博士 ● 美國史丹福大學商學院 ● 資訊工業策進會副執行長	● 創新應用服務研究所所長 ● 資訊工業策進會專家

(註1) 游朝堂董事於2022年1月28日辭任董事乙職。

2.1.2 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，依董事監需求及專業所需安排各項進修課程。2021年共計11人參加相關課程，參加時數共計72小時，平均每人進修時數6.55小時。



歷年董事會進修時數一覽表

職稱	姓名	單位	2019	2020	2021
董事長	林建元	小時	6	6	12
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	12	6	6
董事	福光 昭夫	小時	6	6	6
董事	黃茂雄	小時	6	9	6
董事	游朝堂 ^(註1)	小時	6	6	6
獨立董事	劉維琪	小時	-	9	6
獨立董事	賴瑟珍	小時	9	6	6
獨立董事	龔仁文	小時	13	6	6

(註1) 游朝堂董事於2022年1月28日辭任董事乙職。

2.1.3 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。2021 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
公司治理主管	施啓寅	小時	12	12

2.2 誠信經營管理



2.2.1 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，以建全企業經營。我們特別訂定並頒布「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」、「工作規則」，以及「員工行為準則」，推動誠信經營的專責單位為人才發展部。安心秉持公平、誠實、守信、透明原則從事商業活動，落實誠信經營政策並積極防範不誠信行為，具體規範人員執行業務時應注意之事項。安心於2021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151人，總時數達350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2021年11月2日召開之董事會報告。

全體員工

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

供應商

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



誠信經營守則



誠信經營作業程序及行為指南



安心食品員工行為準則



安心食品未發生違反重大誠信事件，亦未有任何因違法或違規被處以罰款，以及受罰款以外的制裁。稽核室負責執行監督並定期向董事會報告，安心食品透過稽核室建立獨立稽查流程與檢舉管道 (internal-auditor@mos.com.tw)，對於檢舉人身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。

2.2.1 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。

獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通情形

類型	頻率	2021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

2.2.2 風險管理

GRI 102-11

安心食品日常營運受多項財務風險之影響，包含市場風險(包括匯率風險及價格風險)、信用風險及流動性風險。整體風險管理政策著重於金融市場的不可預測事項，並尋求可降低對財務狀況及財務績效之潛在不利影響。風險管理工作由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。

2.2.3 功能性委員會

GRI 102-11 GRI 102-18 GRI 102-22 GRI 102-35 GRI 102-36 GRI 102-37



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

為健全公司風險管理及強化董事會功能，本公司於2021年7月9日經董事會決議通過設置風險管理委員會，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、參考內部管理程序遵循情形，以確保本公司中長期策略規劃及目標達成。

相關風險類型、管控風險方式以及負責單位如下：

功能性委員會

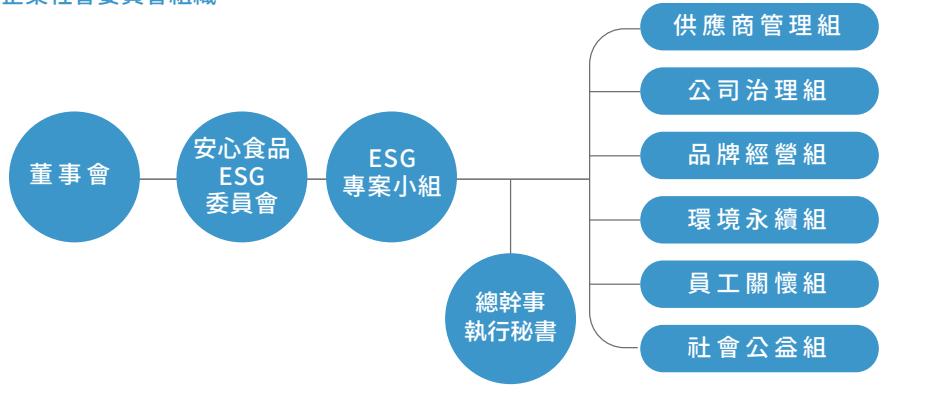
ESG	負責單位	風險類型	管控風險方式	2019		2020		2021	
				召開次數 (次)	出席率 (率)	召開次數 (次)	出席率 (率)	召開次數 (次)	出席率 (率)
經濟	展店審議委員會	店舖營運風險 展(撤)店作業風險	制訂展(撤)店相關規範，並審議與核決各項展(撤)店相關事宜。	10	87	11	95	10	96
	審計委員會	營運風險及管理風險 (營運管理績效及系統改善)	協助公司之營運、管理、稽核。	NA	NA	4	100	6	100
	理財委員會	投資金融商品、不動產等理財 商品風險及資金運用風險	協助公司設定資金運用計劃，評估投資效益。	2	100	2	100	3	92
	數位發展委員會 ^(註2)	數位科技快速發展風險	協助公司面對網路、行動通訊、科技等虛擬銷售市場發展環境的改變。	4	92	2	100	2	100
ESG	風險管理委員會 ^(註3)	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	NA	NA	2	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。	5	100	4	100	6	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。	3	100	2	82	2	93
環境	ESG委員會 ^(註4)	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	94	3	100	3	100
ESG	採購委員會	氣候變遷風險與市場變動風險 (採購作業有效率運作及高品質與最低成本之控制效果)	以廠商遴選與確認單價做為執行採購作業之依據，預先進行審議或核決。	6	100	7	100	5	100

(註2) 原智慧科技委員會更名為數位發展委員會。(註3) 安心於2021年新增風險管理委員會。(註4) 原企業社會責任委員會更名為ESG委員會。

ESG委員會

為健全企業社會責任制度，我們於2014年籌備企業社會責任委員會(於2021年間更名為ESG委員會)，並制訂企業社會責任實務守則，以利遵循；ESG委員會每年至少召開2次會議，2021年度ESG委員會共召開3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、黃茂雄董事、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。

企業社會委員會組織



審計委員會

安心於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」，2021年審計委員會已召開6次，出席率為100%，共討論25項相關議案。

薪資報酬委員會

為健全公司董事及經理人薪資報酬制度，我們於2011年8月設立薪資報酬委員會，並訂定組織規程，以利遵循；委員會成員由董事會決議委任之，總人數不得少於3人，其中應至少包括獨立董事1人，並由全體成員推舉賴瑟珍獨立董事擔任召集人及會議主席。薪酬委員會職權訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。依「薪資報酬委員會組織規程」，薪資報酬委員會每年至少召開2次會議，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
 - 定期檢討本公司薪酬辦法並提出修正建議。
 - 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。
 - 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
 - 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。
 - 不應引導董事及經理人為追求薪資報酬而從事逾越本公司風險胃納之行為。
 - 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。2021年度董事酬金較2020年度略減，惟因2021年稅後淨利較2020年下降致2021年酬金佔稅後比例增加。

董事薪酬

職稱	姓名	項目	單位	2019	2020	2021
董事	董事長 林建元	報酬(A)	仟元	8,736	10,135	11,136
		退職退休金(B)	仟元	-	-	-
		董事酬勞(C)	仟元	7,175	7,306	5,025
		業務執行費用(D)	仟元	973	1,127	1,371
		A、B、C及D等四項總額占稅後純益之比例	%	10.43	11.61	17.65
	兼任員工 領取相關 酬金 高順興 黃尚莉 瀧深淳 前原 広伸 福光 昭夫 黃茂雄 游朝堂	薪資、獎金及特支費用(E)	仟元	5,007	5,101	5,234
		退職退休金(F)	仟元	108	108	108
		員工酬勞(G)	仟元	366	329	20
		A、B、C、D、E、F及G等七項總額占稅後純益之比例	%	13.81	15.07	23.05
獨立董事	劉維琪 賴瑟珍 龔仁文					

監察人酬金

職稱	姓名	項目	單位	2019	2020	2021 ^(註5)
監察人	黃茂雄 張炯昌 游朝堂	報酬(A)	仟元	2,436	1,035	-
		酬勞(B)	仟元	1,025	741	-
		業務執行費用(C)	仟元	437	177	-
A、B及C等三項總額占稅後純益之比例		%	2.41	1.22		

(註5) 本公司業已設置審計委員會取代監察人制度，故2021年未有給付監察人之酬金。

總經理及副總經理酬金

職稱	姓名	項目	單位	2019	2020	2021
副總經理	高順興 福光 昭夫 何頌胤	薪資(A)	仟元	4,035	7,406	7,418
		退職退休金(B) ^(註6)	仟元	108	216	216
		獎金及特支費等等(C)	仟元	972	1,800	2,295
		員工酬勞金額(D)	仟元	366	561	172
A、B、C及D等四項總額占稅後純益之比例			%	3.38	6.24	10.17

(註6) 2021年度並無實際退休者，本欄位全屬退職退休金費用化之提列或提撥數。

經理人之員工酬勞

經理人職稱	姓名	單位	2019	2020	2021
會計主管、財務主管、 公司治理主管、協理	總經理	高順興 何頌胤 施啓寅 陳弘道	仟元	861	837
	副總經理				
	稽核主管				
總額占稅後純益之比例			%	0.53	0.52

董事、監察人、總經理及副總經理等酬金

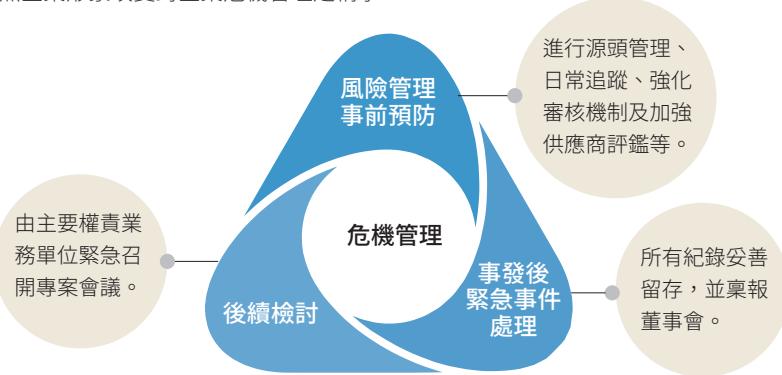
項目	單位	2019	2020	2021
董事酬金總額	仟元	16,884	18,568	17,532
董事酬金總額占稅後純益比例	%	10.43	11.61	17,65
監察人酬金總額	仟元	3,898	1,953	-
監察人酬金總額占稅後純益比例	%	2.41	1.22	-
總經理及副總經理酬金總額	仟元	5,481	9,983	10,101
總經理及副總經理酬金總額占稅後純益比例	%	3.38	6.24	10.17

員工與董監事酬勞

項目	單位	2018	2019	2020
員工酬勞	元	4,079,315	4,100,041	2,512,563
董(監)酬勞	元	8,158,631	8,200,082	5,025,127

2.2.4 危機管理 GRI 102-11 GRI 102-30

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影響企業危機管理之情事。



緊急重大事件處理 GRI 102-11

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

2.2.5 參與公協會組織 GRI 102-13

安心食品亦積極參與其他相關產業公會及組織的活動與交流，以公益為出發點推動產業發展，並參與相關同業規範制訂與討論，充分發揮企業社會責任。下表為2021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。	理事長1席	有	黃茂雄董事長 擔任理事長
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

2.2.6 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。2021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	2019	2020	2021
創新服務	創新研發、創新服務計畫	仟元	96	8,096	24
提升人才發展	雙軌訓練旗艦計畫、青年就業領航計畫、企業訓練補助費、僱用獎助	仟元	353	3,432	2,947
在地農產推廣	特色米糧亮點產品量產推動計畫	仟元	2,095	1,905	15,173
政府紓困	新冠疫情衝擊產業紓困振興措施	仟元	-	8,896	824
總計		仟元	2,544	22,329	18,968

2.2.7 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。2021年共2件店舖違反經濟法規，罰款金額約71仟元，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。

違反經濟法規之說明

經濟法規	專案簡述	改善對策
國稅局違章罰款-台東博愛店 ^(註7) 未依稅捐稽徵法第44條規定，罰款70,986。	台東博愛店於2020年10月購進貨物，但未依規定取得進項憑證，經國稅局查獲相關證據，違章事實堪以認定。	1. 公司立即將相關法規就公司全店舖公告轉知，嚴格管控，以免類似事情再度發生。 2. 惟因多年經營並無遭遇相關案例，就相關規定自無預見，爾後必定全盤檢視相關法令所規範之義務。
2021年7月至8月營業稅補繳滯納金5元。	未繳營業稅稅金利息。	1. 補繳2021年7月至8月營業稅滯納金5元。 2. 定期檢查是否有未繳交之款項。

(註7) 台東博愛店已於2022年4月11日撤店。

榮獲財政部全國營業人開立雲端發票競賽活動「績優總機構獎」之殊榮

安心食品榮獲財政部全國營業人開立雲端發票競賽活動「績優總機構獎」之殊榮，於2021年11月30日受邀參與110年度雲端發票推廣活動頒獎典禮，顯示摩斯漢堡積極配合政府推廣雲端發票政策深受肯定，長期以來秉持財政透明的企業行爲一直是摩斯漢堡進步的主要動力。

安心食品為長期配合政府政策，積極向民衆推廣使用雲端發票，更串聯四大電子支付系統Line Pay、街口支付、悠遊卡、一卡通等，提供消費者多元的支付方式，以數位方式深化會員經營，讓顧客臨櫃消費時使用多元支付及摩斯卡消費，不但結帳快速，且交易過程衛生免找零。



2.3 商品創新

由於COVID-19新冠疫情的影響，生活秩序都有了巨大的改變，連帶影響經濟活動的運作，同時也讓我們有機會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需求，安心依據時序、季節及市場趨勢，以滿足消費者的期待。

2.3.1 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2021年的目標以早餐再進化、特色食材使用、在地食材使用、特殊飲食需求等商品開發方向，將商品特色及顧客需求與市場趨勢做緊密連結，開發新商品；然而疫情影響消費習慣及原料取得，安心食品隨之調整商品方向，將融入更多健康概念，以「在地食材、原形食材」的使用為主，風味上以異國文化為方向，以期於消費市場急速轉變下，能回應消費者需求。2021年投入630萬元研發費用，2022年預計投入約640萬，視營運狀況維持一定幅度的成長，以維持安心食品在市場差異化的定位策略，確保擴大競爭優勢。

新商品開發流程：



2.3.2 新商品銷售

GRI 102-2



隨著新冠肺炎疫情的變化，2021年新商品開發計畫因應餐飲消費習慣的急遽改變，配合品牌發展策略，主要方向為「在地食材搭配異國風味」、「經典商品再進化」、「提供更健康的商品」、「日本知名品牌合作」、「內部商品提案競賽」等多方面搭配進行，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。另外，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，作為公司內部開發改善的參考。此外，日本摩斯也不定期派遣商品開發人員到安心食品，進行指導與溝通。



每年投入之研發費用

年度	單位	2019	2020	2021
研發費用 ^(註8)	仟元	6,216	6,256	6,300
合併營收淨額	仟元	5,484,492	5,342,094	5,034,182
研發費用占合併營收比例	%	0.11	0.12	0.13

(註8) 研發費用含臺灣及其他地區，其中台灣佔整體研發費用99%以上。

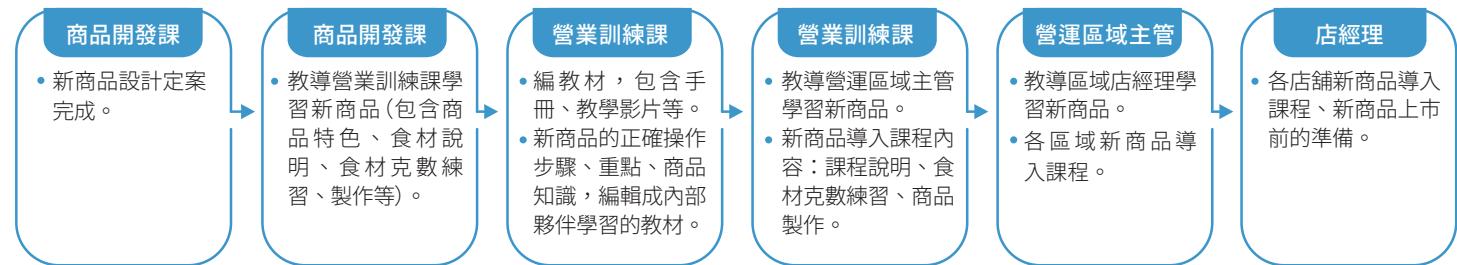


2.3.3 新商品導入課程訓練



摩斯漢堡每隔1至2月就會推出季節限定商品，餐點種類不但有別於市面上的速食業，同時以「醫食同源」的想法為商品設計主軸。在每一次新商品上市前，都會進行「新商品導入」之課程訓練，協助店舖夥伴瞭解新商品的相關知識與學習如何製作出正確美味的新商品。2021年為因應疫情，各區域新商品導入課程採用線上教學方式進行。

商品開發至店舖導入流程如下：

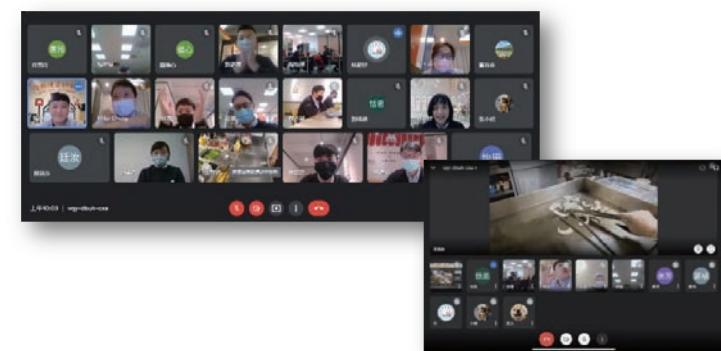


商品從研發到上市都要經過層層關卡的確認，才能成就出美味的新商品。安心食品堅持「做出美味的商品」，不論是在哪一個階段，只要始終秉持著這樣的心情與想法，所做出來的每一項商品，相信都能讓顧客感受到發自內心的美味，因為我們真心希望吃到商品的人們都能感受到幸福。我們於每月新商品正式導入前，皆會安排區經理參與新商品導入課程，2021年度接受新商品導入課程訓練的人數共有250人，同時，營業訓練課也會將新商品導入手冊與新商品簡報放置於E-Learning，供店舖夥伴下載及學習。

新商品導入之實體課程



新商品導入之線上課程



歷年新商品銷售

類別	2019				2020				2021						
	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	22	3,044	2.75%	254,839	4.65%	30	3,403	3.34%	261,087	4.89%	19	2,703	2.60%	245,008	4.71%
點心類	17	424	0.38%	23,561	0.43%	13	636	0.62%	34,648	0.65%	26	3,733	3.59%	194,791	3.75%
湯飲類	17	1,005	0.91%	65,687	1.20%	18	1,351	1.32%	87,164	1.63%	21	1,970	1.89%	93,701	1.80%
其他類	8	31	0.03%	4,689	0.09%	7	21	0.02%	3,848	0.07%	39	302	0.29%	36,261	0.70%
總計	64	45,04	4.07%	348,776	6.37%	68	5,411	5.31%	386,784	7.24%	105	8,708	8.37%	569,761	10.96%

世界地球日

邀請顧客一同「吃蔬食、愛地球」



為因應全球關注之環境永續議題，安心食品在商品創新上優先考量使用友善環境的食材，並於每年4月22日的「世界地球日」，傳遞實踐環境保護之理念，推出一系列「吃蔬食、愛地球」之活動，結合多項蔬食商品，如摩斯的人氣素食米漢堡-「藜麥杏鮑菇珍珠堡」，於世界地球日這天積極推薦給顧客，邀請顧客一同響應此盛事，以吃蔬食的方式為環境永續盡一份心力。

安心食品除了積極推出「吃蔬食、愛地球」活動，倡導顧客一同吃蔬食之外，也持續開發多項以健康蔬菜代替漢堡為出發點的「摘鮮綠」系列漢堡，外層是採用來自安智農場摘種之新鮮萵苣，不同於麵包綿密柔軟的口感，取而代之的是蔬菜的爽脆鮮嫩，高纖營養的蔬菜不僅降低了卡路里的攝取，也讓顧客吃得更健康安心。



全球夥伴

澳式咖啡 X 澳洲Tim Tam巧克力



安心食品為開發更多創新和國際化之商品，2020年和澳洲合作，於8月份開始在店舖販售澳式咖啡。2021年更因應摩斯漢堡慶祝30周年，於3月8日起，將澳式咖啡積極擴大至全店舖作為常態商品販售，並規劃行銷活動吸引顧客點購，讓顧客嘗試新的咖啡風味。截至2021年底為止，澳洲咖啡已擴大至245家店舖進行販售。



2021年，安心食品為拓展和澳洲地區之合作，持續積極開發創新品項，於2021年底引進來自澳洲的百年品牌

-Arnott's的「Tim Tam巧克力餅乾」，兩片鬆脆餅乾，中間夾著滑順的巧克力鮮奶油，外層再裹上濃郁巧克力，共三層夾心，可謂不同風味一次享受！「Tim Tam巧克力餅乾」同時也搭配濾泡式咖啡等商品，以禮盒方式於門市販售。

服務優化

積極推廣零接觸服務



2021年疫情大大地衝擊了台灣餐飲業之營運，尤其在政府宣布餐廳禁止內用後，更增加了餐廳營運上的困難，使餐飲業備受挑戰，安心食品將疫情視為服務創新和數位轉型之最佳契機，除積極拓展外送據點外，也於2021年積極增加附設取餐窗口之店鋪，並鼓勵消費者使用Mos App預約取餐、叫外送和線上支付，積極推廣零接觸服務。

除積極推廣外帶外送之服務，7月餐廳開放內用後，安心食品為促進顧客積極利用座位點餐，推出「座位點餐免接觸」之活動，鼓勵顧客使用座位點餐之方式，達到零接觸。



商品創新

因應疫情推出防疫新商品



安心食品考量到疫情期间，顧客在外用餐時間大幅減少、在家自煮的顧客愈來愈多，為此，摩斯推出一系列防疫商品，如咖哩包、日本拉麵、安智農場之新鮮蔬菜、和風沙拉醬等，還有能讓顧客一次帶走多種品項的「防疫蔬菜箱」，裡面不僅有新鮮蔬果，還有咖哩包、冰心地瓜等品項供顧客選擇，以優惠的價格讓民衆一次帶回家。除推出防疫商品，安心食品也為在家自煮的民眾提供食譜，讓顧客能將帶回家的摩斯商品，按照食譜即可製作出一道美味佳餚。



2.4 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。

2021年底安心食品門市數量為302間，較去年度增加14間；在2021年一共接獲16,253件顧客意見，較2020年度(14,583件)增加1670件，顧客意見來源主要分為五類，其中主要以官網信箱(e-mail) (72%)為最多，其次為0800電話專線(27%)；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，提供營運端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之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。

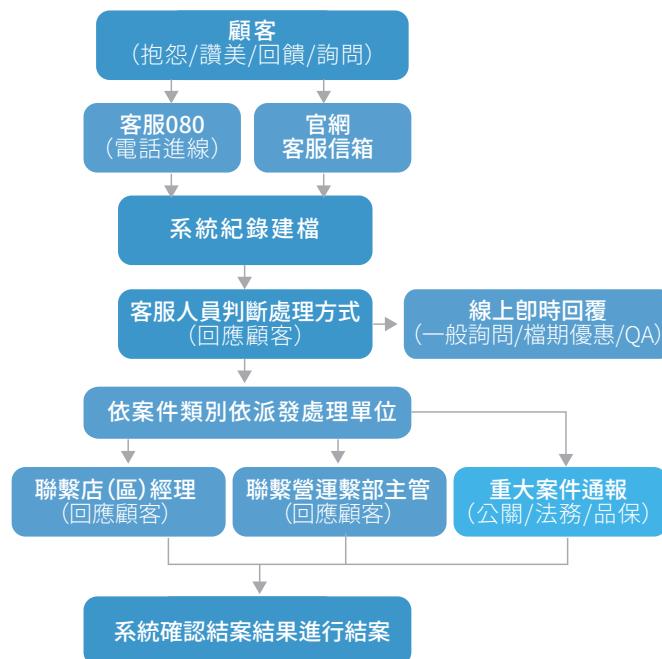
歷年顧客意見統計

項目	單位	2019	2020	2021
顧客意見	件	15,241	14,853	16,253

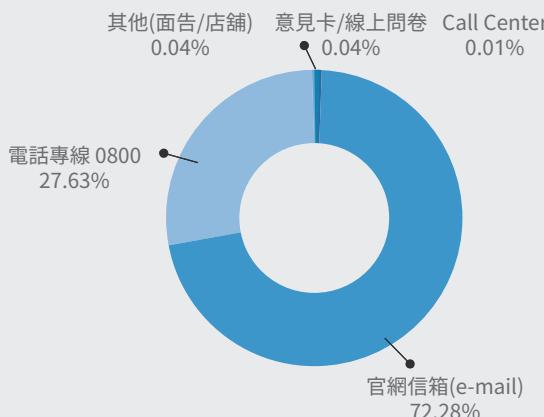
顧客意見管道



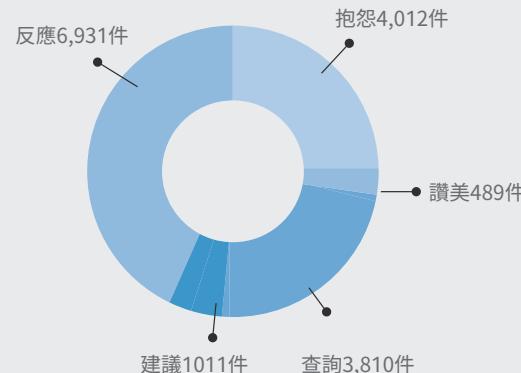
顧客意見處理流程圖



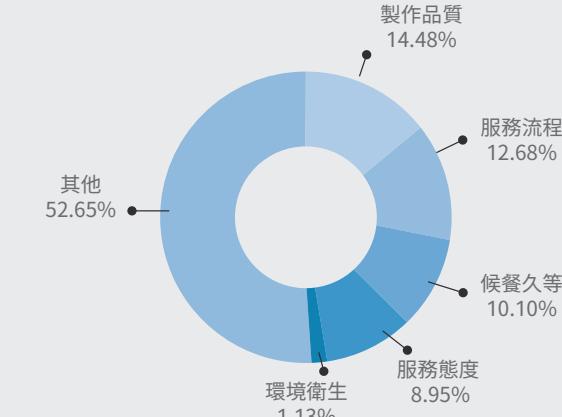
顧客意見來源



顧客意見類別分布



抱怨意見類別分布



2.5 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。為確保對顧客提供最佳服務，安心要求每間店舖每個月至少須回收30份以上的「顧客意見卡」，顧客意見卡收集後會交由顧客服務組進行數據分析，確認門市是否達成關鍵績效目標(2021年關鍵績效指標目標為顧客意見卡分數須達85分)。

2021年受到肺炎疫情影響，為配合政府政策門市暫停內用，故於四月至六月份暫停實體意見卡之發放，改由總部端開發之「線上滿意度問卷」，八月份起正式上線，顧客只要透過掃描銷售明細上的QRcode，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，促進顧客填寫意願，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，同時也能減少紙張的印製，為地球環境保護盡一份心力。

2021年全公司的每月顧客滿意度總平均皆達標。若有發生連續3個月未達標準的店鋪，內部會開出「異常處理單」要求店鋪進行改正措施，店鋪需針對滿意度較差的項目提出改善對策，並由上級主管確認和追蹤改善情況，方可結案。

2.5.1 顧客意見卡銷毀 GRI 418-1

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，店舖提供顧客意見卡供顧客填寫回饋意見之餘，上方載明僅供安心食品分析用途，並於每月將上個月所回收的顧客意見卡，委由專業資料銷毀處理廠商進行資料銷毀，每次的銷毀皆要求廠商簽署「保密切結書」及留存「文件銷毀妥善處理紀錄文件」。2021年度顧客意見卡銷毀紀錄留存一到四月(使用至該年四月為止)；後續於七月份變更改為線上問卷，由顧客服務組每月定期清除已屆保存3個月的「顧客滿意度調查資料」，並記錄於顧客滿意度調查資料刪除紀錄表，以確保顧客個資確實刪除。

歷年個資相關的顧客抱怨案件數

項目	單位	2019	2020	2021
個資相關的 顧客抱怨	件	0	0	0



隱私權聲明



接獲0件與個資相關的顧客抱怨案件

電子版顧客滿意度問

[摩斯漢堡顧客消費滿意調查]
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdPQWzXyfJLjDwvOOGHgkVYUoCmIw>

MOS BURGER

[摩斯漢堡顧客消費滿意調查]

整份問卷填寫約需2~5分鐘。

2022年度摩斯漢堡將於「每當月有效問卷」中抽出十名幸運兒，可獲得500元摩斯卡一張。
 (中獎名單預計隔月16日前公告於官網，並主動以Email聯繫中獎人)

#基於行銷、服務之目的，此問卷僅作為摩斯漢堡內部分析與參考用

登入 Google 即可儲存進度。瞭解詳情

*必填

1您當天所消費的店別是？ *

請依個人如照片中「發票」或「銷售明細表」上的「店號(三碼)或字號」。(或與門牌治號) 請勿買/進門市發票規格不同，請依實際發票記載項目登

顧客滿意調查推廣活動

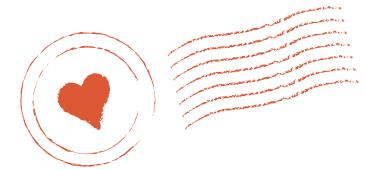


歷年顧客意見卡統計

項目	單位	2019	2020	2021
顧客意見卡	張	89,938	98,588	144,944
平均	分	87.25	87.30	87.83

2.6 年度服務楷模夥伴

我們經常收到顧客寄信或留言鼓勵優秀的服務夥伴，為串起這些溫暖的小故事，讓更多人知道摩斯服務楷模的動人事蹟，安心食品自2017年起採用系統統計數據，至今已累積超過2,056件讚美案例；2021年我們一共收到489件顧客來信給予我們的鼓勵。安心食品每個月內部會遴選具有代表性的顧客讚美，並分享給我們的夥伴們，同時也會刊登在每月發行的MOS Life刊物上，供內部員工及顧客閱覽，我們希望分享這些感人事蹟和來自顧客最真實的心聲，對社會散播正面的影響力。



2021年
服務楷模

人員用心 顧客暖心



【樹林學成店】鄭惠君

主動積極服務，
熱情從不耽誤。



【重慶北路店】黃韋皓

店員一聲問好，
顧客一天美好。



【南港展館店】傅薇秦

感恩節結良緣，
做被顧客感謝的事。



【台南永華店】王威堯

天寒心不寒，
摩斯溫暖你的心。



【樹林學成店】鄭惠君



第八屆連鎖業績優服務天使獎

汐止台五店同仁劉意雯及總公司品保同仁謝易軒榮獲「服務天使獎」殊榮，於2021年9月2日出席台灣連鎖暨加盟協會(TCFA)舉辦的「2021年第八屆連鎖業績優服務人員」頒獎典禮，由汐止台五店劉意雯(左)及品保課謝易軒(右)及福光昭夫副總經理代表出席領獎。以日式餐飲服務獲得廣大消費族群肯定的摩斯漢堡，持續堅持致力提供良好優質的顧客服務，打造舒適的用餐環境。



2.7 服務創新

GRI 102-2



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。

**摩斯漢堡電話訂餐
方便不用等待**

**449-2626
速速Call, 餓了餓了**

推行449-2626電話訂餐服務專線以及開放網路線上訂餐服務。

2009

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

2012

推出台灣速食業界首創訂餐MOS Order APP。



2015

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。

2018

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。



2020

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）。



2019

開放線下/線上信用卡支付，讓付款方式更多元與便利。

2021

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，除了享有量購優惠，亦可將取貨票券轉贈與其他的會員，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！



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



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。

2.8 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六年。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員工或主管等，評核的主要項目包含：「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，藉此讓其提供更深度的回饋及訪評建議。透過這些資料，除了讓店舖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，進行店舖問題之研討，進而提升店舖營運之服務水平。安心總部於每月月底亦會彙整評分資料提供相關單位，並於每季提出整體評分統計分析。此訪評成績亦列入門市績效考核範圍，成為促使門市更加進步的動力之一。

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，2021年我們主要針對冷飲杯就口杯蓋(Q1)、門市油煙感受調查(Q2)、點/製/候餐時間確認等內容(#第三季因受疫情影響暫停神秘訪客訪查活動)，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

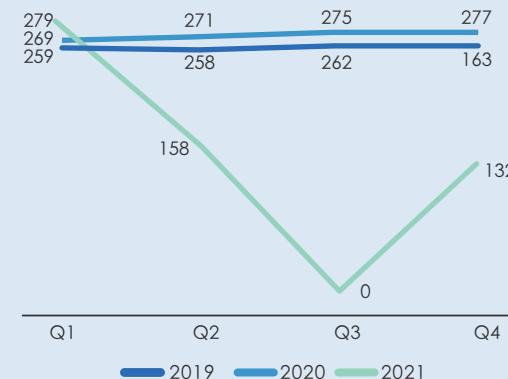
特定訪查專題	2019			2020			2021 (註9)		
	第一季	第二季	第三季	第四季	第一季	第二季	第三季	第四季	
飲料環保杯政策執行狀況					門市人員環境維護執行狀況			冷飲杯就口杯蓋	
洗手間環境清潔度維護					環保杯回饋活動執行成效檢核			門市油煙感受調查	
暑期店舖空調的運作狀況					暑期門市空調的運作情形			# 疫情期間暫停訪評作業	
點 / 製 / 候餐時間確認等內容					多元支付習慣普查			點 / 製 / 候餐時間確認等內容	

(註9) 第三季因應疫情緣故，暫停訪評作業。

歷年每季神秘客評分面向分佈



歷年年訪店數趨勢



歷年全店平均成績比較分析



開發在地食材，積極接軌國際



連續9年參展，
台北國際食品展



與政府合作，
致力於使用在地食材
開發新品



蒲燒石斑珍珠堡



御品白燒鰻珍珠堡

自2013年開始，安心食品已連續9年參加台北國際食品展，2021年的食品展主軸持續以「食在東元，實在安心」為初衷，不斷創新、結合台灣在地食材的運用，四天的展期推出樂雅樂、羽村、餡老滿等聯合品牌行銷活動。2021年雖是疫情嚴峻的一年，安心食品仍然邀請日本8個縣市、38個品牌，以及韓國10個品牌、土耳其等49個國際品牌，融合宜蘭縣、臺南市、高雄市、屏東縣、台東縣等地農漁產品共同展出，推廣美食交流，展現台灣第一新食力。今年台灣農漁出口雖受到疫情嚴重衝擊，安心食品仍盼能為在地農漁業盡一份心力，以實際購買行動支持台灣在地農漁特產，也希望透過專業展覽和商談促成，提升品牌實力及國際合作，達成國際溯源、永續經營的國際目標。

安心食品於2021年30周年達成全台300店里程碑，今年度與高雄市政府合作，特別結合農漁會特產，以新鮮美味的龍虎斑製成龍虎石斑珍珠堡、蒲燒石斑珍珠堡，深受消費者好評，安心食品於2021年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。

安心食品希望藉由推廣在地食材，讓更多的消費者認識台灣在地食材，發掘台灣在地食材的美味，並希望消費者能一起藉由行動，支持台灣在地食材。



連續3年參展，
高雄國際食品展



全球第一款甜味米漢堡在台問世



日本摩斯漢堡會長櫻田厚和著名清酒品牌「獺祭」的會長櫻井博志兩人交情深厚，2020年雙方合作，以獺祭「甘酒」入味製作聯名版奶昔，創下一個月賣出逾29萬杯的佳績，為此，雙方決定在台複製成功經驗，由安心食品商品研發團隊以「獺祭」甘酒作醬引味，並且採用高級食材入饌研發推出4款台灣限定聯名新品，其中包括有「御品白燒鰻珍珠堡」與「特上牛排珍珠堡」2款鹹味米漢堡、葡萄柚風味的「獺祭甘酒蒟蒻」，以及全球首見的甜味米漢堡-「蜜芋紅豆珍珠堡」，皆是摩斯漢堡入台30年首度推出的聯名米漢堡。

甜味米漢堡-「蜜芋紅豆珍珠堡」的粉紅色糯米是使用甜菜粉暈染，口感軟糯Q彈，夾入紅豆泥、蜜芋泥，再淋上用獺祭甘酒、煉乳和威士忌風味香料製成的「甘酒奶醬」，入口香甜軟糯並帶有奶香和甜酒香，讓人聯想到中式的「八寶糯米飯」與泰式的「芒果糯米飯」。安心食品希望持續發揮創意，開發創新米漢堡，讓消費者每年都有耳目一新的體驗。



蜜芋紅豆珍珠堡

安心綠色服務

成立外送電動車隊



隨著科技的進步以及現代人生活飲食型態的轉變，近年來國際間外送服務的市場規模不斷擴大，各式外送平台服務業者紛紛崛起，傳統餐飲門市為了拓展客群及提升營業額，也開始嘗試提供外送服務，不僅可縮小距離的限制外，更能照顧到少數不方便出門的客群。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。

2020年全球受到新冠疫情的影響，世界各國多項產業都遭受衝擊，對於餐飲市場來說更是一場嚴峻的挑戰。自2020年新冠疫情的影響，消費者飲食習慣已改變，許多人選擇在家烹煮，或改以外帶/外送的消費方式，2021年摩斯漢堡持續擴大自有車隊之服務規模。使用電動車外送可改善傳統燃油車碳排放的問題，並且讓使用效益具體提昇，以減少商業活動所帶來的環境衝擊，為促進環保盡一份心力。



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，充飽電可行駛約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。



擴大綠色服務 「MOS安心取溫馨送」



安心食品為了提供更完善優質的服務品質，MOS Order APP於2021年推出了「安心取溫馨送」的新功能，會員除了能以優惠價格大量購買商品，再使用票券取貨之外，還可以將票券轉贈給親朋好友或接收親朋好友贈送的票券。利用手機持有的票券，就可隨時隨地在全台店鋪取貨，享受零距離的服務。「MOS安心取溫馨送」提供量購的優惠商品包括MOS Cafe、摩斯紅茶、漢堡、點心及各項適合送禮的商品，透過一次大量採買票券的方式，顧客就不需要以宅配方式送禮，只需利用「安心取溫馨送」的轉贈功能，將轉贈碼傳送給好友即可成功贈送商品，不論受贈者身在台灣哪一個縣市，都可以接收票券，再到摩斯店鋪取貨，享受「送禮零距離」的溫馨服務！

以往傳統的送禮方式是親自送給客人，或是透過郵寄、宅配等方式送到府，但兩者皆必須使用運輸工具，因此會增加碳排放，透過「MOS安心取溫馨送」的取貨券，可以直接以電子票券的方式，代替傳統的送禮方式，減少包裝、運送所產生的廢棄物。安心食品深耕台灣市場已30週年，除了不斷提升品牌實力及國際合作之外，也希望達成淨零碳排、永續經營的發展目標，讓消費者吃得安心又放心。



30th 特別報導

千人社區清掃活動



安心食品為慶祝30週年開幕生日，林建元董事長及各部門主管率領安心總部百位同仁，串連全台店舖夥伴們，於3月12日早上，邀請各地鄰里顧客共超過千人，進行戶外社區清掃活動，一起愛地球守護環境。安心食品總公司同仁及全台店舖夥伴配戴30週年生日慶口罩，穿著制服及背心於店舖周遭社區及公園清掃，共同維護環境整潔，亦響應312植樹節永續精神。



歡慶摩斯漢堡30週年 台南西門店盛大開幕



摩斯漢堡在歡慶三十周年之初，攜手樂雅樂家庭餐廳，一同在台南西門店盛大開幕。摩斯漢堡自1991年開設新生一號店後，逐步拓展版圖至全台，近期更積極於南部地區拓點，以期讓各地的鄉親都能夠享受到摩斯的用心服務。台南西門店位於臺南市西門路一段，斜對面是新光三越台南新天地，旁邊緊鄰超高人氣的藍晒圖文創園區，非常適合假日逛街散步後，再到店裡享用摩斯漢堡，舒適優美的環境搭配摩斯新鮮美味的餐點，為您帶來一個愜意美好的時光。



30th 特別報導

安心夥伴穿著咖啡紗環保紀念 Polo衫，歡慶摩斯30週年！



摩斯漢堡於2021年邁向30週年！為了紀念這獨特的一年，安心食品為夥伴們特別訂製了30週年紀念Polo衫，為因應全球永續議題，安心致力於環保綠色消費，這件30週年紀念Polo衫即是選用環保材質「咖啡紗」所製作，它是將回收的咖啡渣通過環保方式加入到排汗纖維中，吸濕排汗效果更勝棉布，布料也有抑制異味產生的特性，是件不只兼具環保永續，也能讓夥伴們舒服穿著的Polo衫。

Polo衫有紅色和藍色兩種款式，安心食品為紀念30周年這特別的一年，於安心食品和日本聯名的「獵祭」新品上市活動期間(9/13~11/15)，讓安心的全體夥伴們依照單(藍)雙(紅)日，分別穿上不同顏色的30週年紀念Polo衫，一同歡慶摩斯漢堡30週年！



進駐一級消費商圈 西門成都店



摩斯漢堡在西門町有「西門中華店」和「西門成都店」兩間分店，而2021年10月新開幕的西門成都店，同時也是摩斯漢堡邁入300店的30年里程碑。附近除了西門徒步區商圈，更有百年歷史的台北天后宮、紅樓廣場、國賓影城等休閒娛樂景點，店舖總共三層樓，二樓和三樓設有寬廣明亮的客席座位區，更設有一面精緻的網美打卡牆，未來預計規劃西門商圈地圖觀光指南供旅客使用。

將第300家店選在西門町的原因，是因為西門町是台北市西區最重要且國際化程度最高的消費商圈，以年輕族群為主要的消費對象，也吸引了許多國際觀光客造訪此處，其特色包含台北市第一條指標性的徒步區、象徵青少年的流行次文化、以及見證電影脈動的電影街。在去年疫情的衝擊下，雖然觀光外國遊客減少了，但靠著大家齊心防疫，相信未來西門商圈的人潮會再次歸來。安心食品希望未來於全台各地開設新店舖並為不同顧客服務，讓不同地區的顧客都能享用摩斯漢堡的新鮮與美味。



30th 特別報導

屏東食品加工廠動土開工， 建立短鏈供應鏈



安心食品在3月7日於屏東農業生物科技園區舉辦食品加工廠動土典禮，特別邀請東元餐飲集團黃茂雄會長與安心食品主管參加，行政院農業委員會陳吉仲主委、屏東縣政府邱黃肇崇秘書長、屏東縣政府農業處鄭永裕處長，以及屏東農業生物科技園區謝勝信主任等貴賓出席蒞臨。安心食品預定投資屏東縣長治鄉的屏東生物科技園區，規畫萬坪基地打造專屬食品廠房、積極籌備屏東食品加工廠的建造，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，從產地到餐桌、食材到餐點全程嚴密控管，為顧客的食安把關。

新冠疫情打亂了全球供應鏈及運輸通路，安心食品一直以來堅持使用在地農漁產，此次籌備設立食品加工廠，不僅能縮短產地製成距離、降低碳足跡，更保存了食材的新鮮美味。安心食品廠房將以最新、最高規格建造，並符合國內外食安法規及趨勢，使用自動與半自動倉儲系統，初步供給全台店鋪米漢堡的產能。同時，安心食品也希望能夠連結產學合作，發掘在地產業及人才，為整合未來3至5年的營運量能發展做好準備，並帶動上、中、下游周邊產業發展，更期待將台灣的優質農漁產品加工後外銷至世界各地。



2021年重大議題

新冠疫情(COVID-19)防疫措施



2021年全球經濟面臨嚴重特殊傳染性肺炎(簡稱COVID-19新冠肺炎)的影響，各大產業陸續受到嚴重衝擊，所有產業中受到新冠疫情影響最深且最為慘重就屬餐飲業。2021年5月份，台灣疫情突然爆發，在三級警戒的嚴格管控下，政府禁止餐廳內用，導致許多餐廳因來客減少而被迫關門，餐飲連鎖店也因為民衆減少外出，經營方式被迫改變。安心為因應疫情，全面增加外送店舖和增加外送機車，同時投入大量資源，加強店舖防疫。營業檢核課和品保課於疫情期间，為確保店舖食品衛生安全，調整工作內容，加強防疫管理。

店舖因應防疫政策工作調整

因應三級警戒之工作調整 (5月17日起~)



【防疫宣導】

- 要求夥伴落實顧客實聯制、測量體溫等。
- 張貼防疫宣導之相關文宣。



店舖防疫文宣

【監督&追蹤店舖防疫情形】

- 每日確實清潔和消毒店舖，並以 Line 羣組回覆管理表格。
- 以照片回傳方式確認各項店舖安全距離設置是否符合規範。
- 與品保課分工，每天確認店舖前一日回傳表格內容(包括保存期限確認表、油品管理表、健康管理表)，針對缺失狀況回舖店舖，有異常管理立即回報區經理，並與店舖電話確認改善狀況。

【庫存管理】

- 確認酒精面罩、口罩和酒精數量是否齊全。
- 提出菜單簡化提案，減少食材準備及過期損耗管理問題。



全員投入
5,252人



使用
39,908公升
酒精



使用
560,800片
口罩



總投入防疫
9,564萬元

因應降至二級警戒之工作調整 (7月27日起~)

開放內用前確認事項：

- 確認酒精面罩、口罩和酒精數量是否齊全。
- 確認內用客席均設置隔板。
- 確實清潔廁所和內用客席。



開放內用後：

【防疫宣導】

- 內用客人離開時，立即擦拭和消毒桌椅。
- 加強宣導店舖引導顧客使用自助點餐機點餐，並張貼文宣鼓勵顧客使用摩斯卡等多元支付服務，減少人員接觸風險。

【店舖清潔】

- 落實每日消毒。
- 制定壓克力隔板清潔方式並公告店舖，督促店舖落實清潔管理。



- 5月17日起總公司採分區辦公(部分人員居家辦公)，分流時段須固定，不得任意調整。
- 會議全面採線上會議。
- 全體員工須配戴口罩、入辦公室前完成手部酒精消毒和體溫測量。
- 規定上班期間務必全程戴口罩，如身體不適則請假休息。
- 規定員工利用電子文件，勿讓紙本文件於不同辦公地區傳遞。
- 規定中午外出用餐不得超過5人，下班後禁止參加聚會。
- 分區辦公期間，員工每日下班前必須提供工作日誌，由主管統整。
- 如有需隔離者，務必立即通報人資課和安全衛生小組。



分區辦公員工工作日



- 取消居家辦公，採分區辦公方式；分流時段須固定，不得任意調整。
- 會議全面採線上會議。
- 全體員工須配戴口罩、入辦公室前完成手部酒精消毒和體溫測量。
- 規定上班期間務必全程戴口罩，如身體不適則請假休息。
- 規定員工利用電子文件，勿讓紙本文件於不同辦公地區傳遞。
- 如有需隔離者，務必立即通報人資課和安全衛生小組。

3 透明食安 環境永續



關注利害關係人

股東 社區居民 政府機關 業主或客戶 供應商或下包商 員工

管理方針

GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3

重大主題	對安心的意義	政策與承諾
顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none">● 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。	<ul style="list-style-type: none">● 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不間斷的落實店舖衛生管理，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的執行。
產銷履歷	<ul style="list-style-type: none">● 瞭解食材源頭不僅保障消費者飲食安全，亦加深顧客對安心食品的信賴感。	<ul style="list-style-type: none">● 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，從源頭把關。



重大主題	績效衡量指標	2021年目標	2021行動計畫	2021年成效	中長期目標
社會 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2021年度風險危害物質委外檢測 ^(註18) 共計145件，合格件數144件 ^(註19) ，輔導追蹤後複檢合格率達100%。 ● 針對2021年度食材原料，執行供應商供貨產品抽測共計486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2021年度自主檢驗報告書共223份。	● 食材自主把關率100%。 ● 食品品項風險危害物質控管率100%。
	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%。
	店舖衛生環境稽查輔導	● 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。	● 2021年度水質、商品、飲品複檢合格率達100%。 ^(註1) ● 2021年度A+B級店鋪占比達86%。 ● 2021年度共執行3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。
	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。	● 2021年2月22日通過年度績評作業，認證持續有效。	● ISO 22000食品安全管理系統持續有效。
		● 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。 ● 2021年5月20日通過TFDA展延評鑑，證書持續有效至2024年6月。	● ISO 17025實驗室品質管理系統持續運作與維護有效性。 ● 新增大腸桿菌-平板計數法檢驗方法。 ● 取得大腸桿菌檢驗方法(MOHWMM0023.02)TFDA及TAF認證。
		● TFDA衛福部食藥署認證維護。	● 依法規公告時程通過腸桿菌科檢驗方法認證。 ● 依據衛福部訂定「食品中微生物衛生標準」執行自主檢驗。 ● 導入新檢驗方法-單核球增多性李斯特菌。	● 取得TFDA金黃色葡萄球菌及腸桿菌科公告檢驗方法增項認證。 ● 食品檢驗中心搶先於2021年7月法規執行前就依據新法規自主把關，進行微生物檢測，以符合政府法規標準。 ● 於2021年5月導入單核球增多性李斯特菌並完成人員教育訓練。	● 維持認證有效性。
		● 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。	● 2021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%。 ● 2021年7月23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。
	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。
	衛生相關Call Center+080+Email顧客抱怨	● 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0.00023%。	● 衛生相關Call Center+080+Email顧客抱怨率持續<0.001%。

(註1) 截至2021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%。

重大主題	績效衡量指標	2021年目標	2021行動計畫	2021年成效	中長期目標
社會 顧客健康與安全	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，2021年5月至12月皆達成目標，每季平均值85.39%。	• 店舖衛生抽檢合格率持續>70%，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。
	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季未抽檢正式訓練店，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%。
	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。	• 2021年店長食安衛生平均訓練時數12.7小時(包含勞安平均訓練時數 3.4 小時，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。
	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。	• 2021年12月31日總店舖數為302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3,106次。 ^(註4)	• 每月各店施作病媒防治作業。
	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%。
	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。
	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38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。
	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。
環境	產銷履歷	推展生產履歷制度	• 採購產銷履歷農產品。 • 走訪鄉鎮尋找具在地特色之食材。	• 結合在地鰻魚及龍虎斑米漢堡商品，解決農漁民產銷問題。 • 產銷履歷蔬菜採購595,357公斤。	• 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。

(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2021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。

3.1 食品安全管理制度

FP5
3 檢驗與稽核

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。2021年松江店所販售商品金額占全公司個體報表之淨營收之0.375%^(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。2021年度共制修訂18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30項對於安心之內外環境議題並進行風險評估，將2項判定影響程度較大之內部議題列為2021年度食安行動方案，並於當年度結案後，持續追蹤執行情形及有效性。

項目	單位	2019	2020	2021
ISO 22000暨HACCP驗證佔全公司個體報表淨營收之百分比	%	0.65	0.57	0.37

ISO 22000證書



HACCP證書



3.2 食品檢驗中心

3 檢驗與稽核
4 教育與研究

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。

食品檢驗中心於2021年完成2場國際認證部門及政府機關部門現場稽核評鑑，除了通過TFDA展延評鑑外，為因應政府於2021年7月公告之「食品中微生物衛生標準」，實驗室也超前佈署於2019年為腸桿菌科檢驗方法做準備，並於2021年順利取得金黃色葡萄球菌及腸桿菌科檢驗方法認證。

食品檢驗中心成立以來，不斷並積極地開發及建立檢驗技術，以期許帶給顧客更優質且專業的服務。「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，未來也會持續遵照國際及政府規範，在嚴謹的認證過程及監督管理機制下，為摩斯漢堡的商品做最嚴格的安全把關。



(註5) 因松江店已於2021年10月24日撤店，固營業收入計算至10月24日。2022年後，規劃長春松江店為ISO22000示範店。

重要歷程

2010	<ul style="list-style-type: none"> • 以檢驗為食安把關，成立食品檢驗中心。
2011	<ul style="list-style-type: none"> • 取得財團法人全國認證基金會TAF認證（編號：2473）。
2016	<ul style="list-style-type: none"> • 導入新檢驗方法—瘦肉精快速檢驗(萊克多巴胺、克倫特羅)及抗生素檢驗套組。
2017	<ul style="list-style-type: none"> • 成功導入「實驗室生物風險管理系統」並於同年11月獲頒年度楷模獎章，成為台灣首家連鎖餐飲業導入系統的實驗室。 • 參與國內及國外知名能力試驗機構主辦之能力試驗，包含英國中央科學實驗室-FAPAS、台灣財團法人食品工業發展研究所、台灣台美檢驗科技有限公司。
2018	<ul style="list-style-type: none"> • 取得衛生福利部TFDA認證(編號：F106)，為連鎖速食業者首位且唯一取得TAF及TFDA雙認證之食品檢驗機構。
2019	<ul style="list-style-type: none"> • 取得TAF「測試與校正實驗室能力一般要求」(ISO 17025 : 2017；CNS 17025 : 2018)新版認證。 • 搶先於2021年7月法規執行前完成腸桿菌科檢驗方法導入。
2020	<ul style="list-style-type: none"> • 取得TFDA品質系統基本規範新版認證資格，全面符合衛福部食藥署檢驗機構規範運作。 • 取得TAF延展認證，並簽署ILAC-MRA國際認證聯盟相互承認協議。
2021	<ul style="list-style-type: none"> • 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。

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。2021年投入教育訓練時數共557小時，並新增一名檢驗人員及報告簽署人。此外，為使食品檢驗中心能夠持續鑑別與選擇改進的機會，每年皆會執行內部稽核及管理階層審查會議，藉由持續不斷實施查證管理系統和維持其有效性，以確保並監控實驗室的品質系統與技術能力皆能達到國際要求水平，使實驗室運行能夠更加地完善。

項目	單位	2019	2020	2021
教育訓練時數	小時	560	438	557

TFDA展延評鑑



TAF不定期稽核



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安心的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。2021年度針對食品及環境飲用水常見的衛生管理指標菌，共執行15個檢測項目，各項檢驗數據均獲「滿意」的成績。

衛生指標菌、病原菌 檢驗技術專業準確

食品檢驗中心於2021年度首度參加新導入之檢驗方法-「單核球增多性李斯特菌、金黃色葡萄球菌腸毒素」能力試驗，皆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，針對衛生管理指標菌及病原菌中的「腸桿菌科、金黃色葡萄球菌、單核球增多性李斯特菌」能力試驗結果，Z-score值依序為-0.2、0.3、-0.1，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，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。

安心的食品檢驗中心所取得每一張證書的背後，均呈現多年來所堅持的檢驗結果品質。實驗室不僅能為摩斯漢堡內部的食材和商品安全把關，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，安心食品期許食品檢驗中心能持續致力於食品安全的管控，為食品產業及廣大消費者帶來更多的幫助及服務。



食品檢驗中心可自行檢驗項目

2021年食品檢驗中心針對店舖商品、飲料、冰塊 / 水質及食材等^(註6)影響食品衛生安全之微生物^(註7)、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3,592件，合格件數3,161件，總合格率88.0%。微生物檢驗除了既有認證項目外，金黃色葡萄球菌、腸桿菌科檢驗方法也於2021年獲得TFDA的增項認可。新衛生指標菌-腸桿菌科因所涵蓋的菌種較大腸桿菌多樣，其中包含沙門氏桿菌、志賀氏菌……等，所以對於例行性食品安全衛生的監控更具有其管理代表性。

在指標性病原菌檢驗的部分，為滿足顧客期許，食品檢驗中心導入了單核球增多性李斯特菌公告檢驗方法，定量分析更能確保商品符合法規標準。且為了加強肉品及水產品的自主監測，也導入磺胺劑、四環黴素、氯黴素動物用藥檢測及腸炎弧菌、水產品揮發性鹽基氮檢驗方法，提升實驗室檢驗能量，提供更多樣化的檢驗服務。

分類	檢驗項目
微生物檢驗	<ul style="list-style-type: none"> ● 通過TFDA認證檢驗方法 【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌(2021年新增)、腸桿菌科(2021年新增)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 通過TAF認證檢驗方法 【食品】：生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、沙門氏菌、單核球增多性李斯特菌、腸桿菌科 【飲用水】：總菌落數、大腸桿菌群
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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(2021年新增)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
	<ul style="list-style-type: none"> ● 其他檢驗方法 【食品】：仙人掌桿菌(2021年新增)、腸炎弧菌(2021年新增)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境塗抹總生菌數與大腸桿菌群檢驗方法 乾式塗抹：東京都衛生局檢查法-參考 濕式塗抹：3M e.Swab (BPW) 塗抹棒
化學性檢驗	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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(2021年新增)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 參照TFDA公告檢驗方法 【水產品】：揮發性鹽基氮(2021年新增)

(註6) 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7) 2021年6月30日前，法規依據食品藥物管理署公告之生熟食混合即食食品類衛生標準、飲料類衛生標準、冷凍食品類衛生標準、飲用水水質標準、一般食品衛生標準、冰類衛生標準。2021年7月1日起，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。

單核球增多李斯特菌檢驗方法 挥發性鹽基態氮檢驗方法



抗生素快速檢驗試劑



2021年度食品檢驗中心產生之費用總計7,441仟元^(註8)，
包括委外檢驗費用1,617仟元，占年度營業淨利61.94%及營業收入0.15%

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

一、微生物自主檢測

2021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2,810件，合格件數2,379件，安心食品針對上述項目進行缺失矯正並擬定改善對策，各店舖均依照品保課發出的改善建議書進行缺失改善。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。由於食藥署公告之「食品中微生物衛生標準」將食品分為七大類，並將部分食品類別之規定納入採樣計畫、增訂指標性病原菌，食品檢驗中心也加強監測於法規實施前就依據新法規自主把關，自2021年7月1日起，店舖商品及廠商供貨食材皆遵循衛生標準進行微生物檢測，以符合政府法規標準。

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：有機磷劑、氨基甲酸鹽進行自主檢驗，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，農試所認可之農藥殘毒檢測人員共2名。

食材農藥殘毒快速檢測590件，合格率100%

三、動物用藥快速檢測

食品檢驗中心為了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，自2016年起每月利用瘦肉精快速檢測及抗生素檢測套組自主把關，早於法案上路前就針對肉品最常使用的3種瘦肉精藥物-克倫特羅、萊克多巴胺、沙丁胺醇進行檢測。更於2021年導入抗生素快速檢驗試劑，對磺胺劑、四環素及氯黴素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）192件，合格率100%

歷年農藥殘留與動物用藥檢驗件數

■ 農藥殘留 ■ 動物用藥

化學性檢驗（件數）



為落實食品安全與顧客安心的基本理念，針對食材中潛在的風險物質，如：防腐劑、重金屬、動物用藥、抗生素、農藥與塑化劑等項目，除委託第三方公證部門進行檢測，也持續落實每月檢測店舖商品及廠商供貨商品衛生規格，依據衛生福利部食品藥物管理署訂定之食中微生物衛生標準進行自主檢驗，雙重機制把關就是為了確保商品衛生安全，讓消費者食在安心。安心於2021年也開始著手進行食安稽核檢驗系統建置，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，可更即時回饋、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，並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，食品檢驗中心連續三年參加台北及高雄國際食品展，透過互動及影片讓大家了解微生物及食品安全的重要性，宣導摩斯漢堡安心安全餐點背後的堅持。

一直以來摩斯漢堡對食品安全的堅持，從源頭管理把關每一道流程，持續為顧客提供安心安全的餐點。秉持著「貢獻人類、貢獻社會」的企業服務理念，食品檢驗中心自2019年擴大服務對象，對外接收委託服務。2021年食品檢驗中心回饋社會，幫助其他食品業者自主檢驗共195件，未來也會繼續提供專業檢驗為消費者的食品安全把關。

2021高雄國際食品展



2021台北國際食品展



食在安心平台



3.3 供應商評鑑制度

GRI 102-9

GRI 102-10



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。

3.3.1 新供應商開發及新品製程評鑑

GRI 102-9

GRI 308-1

GRI 414-1

書面資料審查：確認符合法規登記證照，其他相關驗證證明。

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。2021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15家廠商、27場次之工廠產線實地評鑑，占2021年食材相關進貨供應商家數之19%，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3家廠商、3場次之工廠產線實地評鑑，合格率100%。2022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。

3.3.2 既有供應商評鑑

GRI 102-9

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；2021年與安心食品穩定合作的供應商共有93家^(註9)，其中以食材及農畜供應商占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。2021年針對與食材及農畜品相關進貨供應商35家廠商共計執行45次評鑑，占該年度所有食材及農畜品相關進貨供應商43%，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12家廠商執行12次評鑑，合格率均為100%。既有供應商評鑑共分為A、B、C三種等級，A級為70分以上優先採購及增加進貨量，B級為60至70分(不含70分)保持現狀為合格供應商，若於全年度評鑑中為C級(含)者，該供應商於當年度需要求改善或取消供應商資格。

(註9) 當年度有交易紀錄之供應商。

既有供應商評鑑項目

經營理念	產品品質	交期及服務力
<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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%

3.4 永續供應管理



安心的永續採購管理理念是對於產品與服務的需求，亦可使公司與社會均得以獲益，並同時對環境的衝擊降至最低。安心食品堅持推動生產履歷制度，結合「在地食材」、「契作農場」，並積極推動「綠色三合一採購」政策，一直以來，安心食品積極發掘台灣各地認真堅持、尊重食物、愛惜大地的生產者，推廣台灣在地特色農產品，與農民建立良好的供應鏈夥伴關係，優先採用具有產銷履歷(TAP)標章的蔬菜。「產銷履歷」是指「農產品之產製過程，依照中央主管機關訂定之標準化作業流程及模式進行生產作業，有效排除風險因素，降低環境負荷，以確保農產品安全與品質」之作業規範，強調經由風險評估，針對重要風險發生的原因採取因應對策，提早生產過程預防風險的發生，而非等到產品生產結束後，才去篩選問題產品。

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。2021年採購TAP產銷履歷標章之農畜產品總金額71,055仟元，占農畜產品採購金額之68%。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。

綠色三合一採購政策



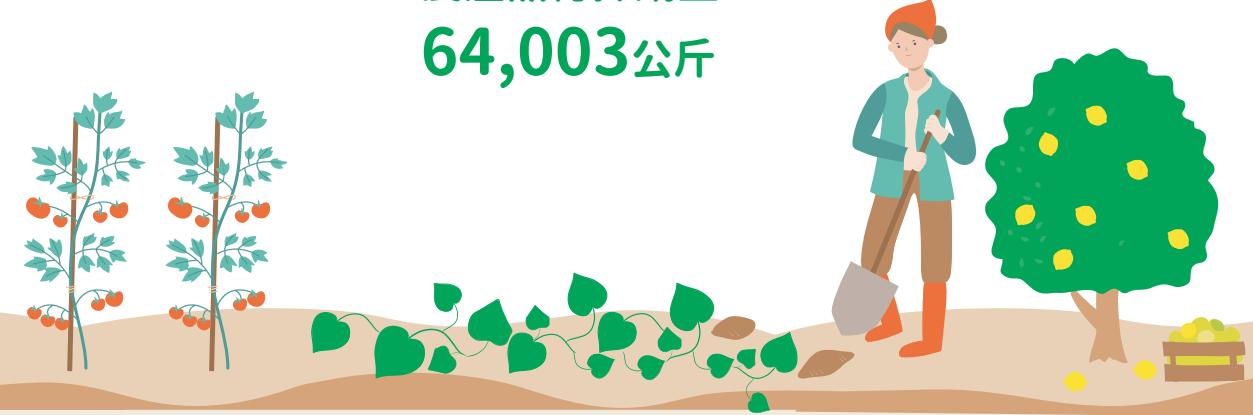
生產履歷

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，2021年採購可溯源之在地地瓜共139,830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，2021年安心食品為支持小農，引進小農所栽種之牛蕃茄、檸檬以及文旦等農作物，可溯源小農之農產品總採購量為64,003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	2019			2020			2021		
	項目	單位	使用量	占比	單位	使用量	占比	單位	使用量
因應季節、產量調節之非溯源農產品或初級加工品 ^{(註10)(註11)}	公斤	930,952	49%	公斤	655,332	42%	公斤	634,959	44%
具農委會產銷履歷(TAP)認證蔬菜	公斤	673,173	36%	公斤	634,451	41%	公斤	595,357	42%
可溯源小農之農產品	公斤	111,591	6%	公斤	73,998	5%	公斤	64,003	4%
可溯源之在地地瓜	公斤	178,290	96%	公斤	185,866	12%	公斤	139,830	10%
農產品總使用量	公斤	1,894,006	100%	公斤	1,549,416	100%	公斤	1,417,265	100%

(註10) 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。

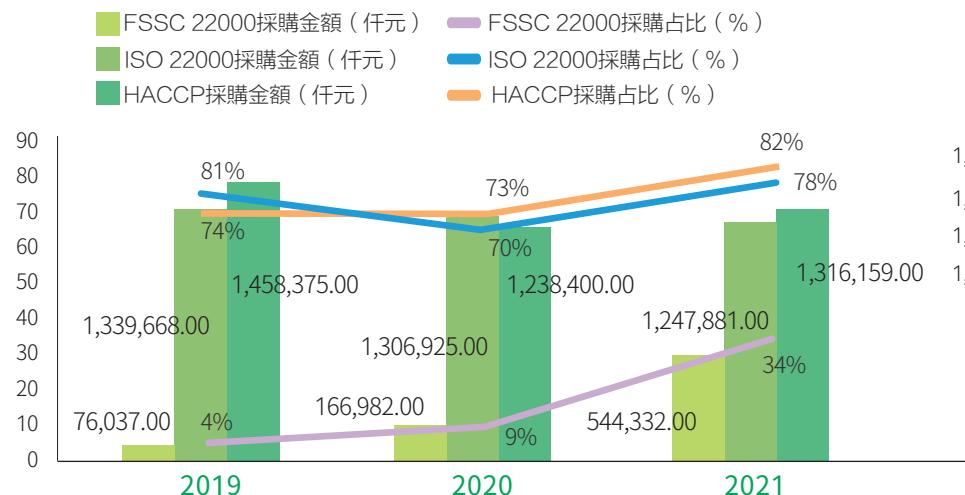
(註11) 配合產量供給或因天然災害等不可抗力因素，使用進口或蔬果市場購買之農產品，故追溯有困難。

安心食品現行使用的產銷履歷標章雞蛋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。安心食品以前瞻的觀點，採購符合國際永續趨勢的動物福利雞蛋。動物與人類一樣，都有完備神經系統、痛覺及趨樂避苦的本能反應，不應受到不必要的痛苦，即使是供應人類作為食物需要，也應考慮動物福利，安心食品自2015年提撥部分採購量引進動物福利雞蛋，2021年度使用515仟顆可溯源之動物福利雞蛋。

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。2021年與安心食品穩定合作的供應商共有95家，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)。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。

2021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\$544,332仟元，占總食材採購金額34%。2021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\$1,247,881仟元，占總食材採購金額78%。2021年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,316,159仟元，占總食材採購金額82%。

歷年符合食品安全驗證標準之供應商採購食材



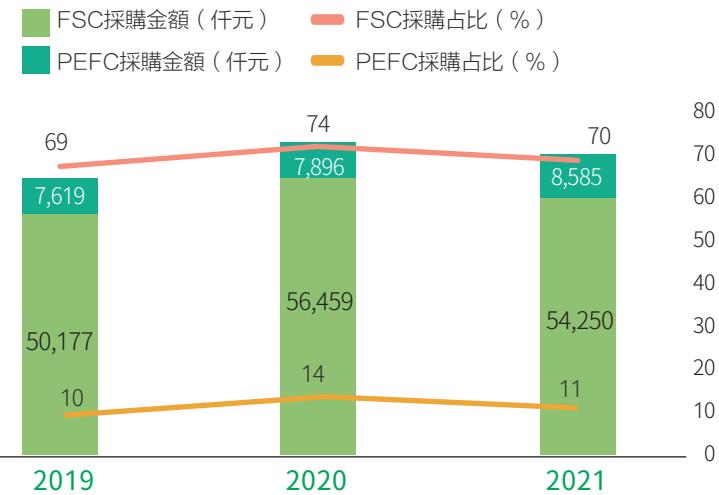
(註12) FSC™是創立於1993年的獨立非政府組織(NGO)，由來自25個國家的代表組成，包含環保團體、木材貿易組織、林業工作者、當地居民和驗證機構。FSC™是全球最被認可的森林驗證標準之一。

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

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

安心食品自2012年提撥部分採購量，使用源自負責任的森林資源之工廠所生產的紙類產品，截至2021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560,323仟元。2021年所使用的FSC™熱飲杯、薯條炸雞用袋、熱狗堡盒、外袋等紙類食品包材總採購金額為54,250仟元，占當年度總紙類包材採購支出之70%。2021年使用薯條袋22,718仟個、炸雞用袋3,970仟個、熱飲杯7,951仟杯、冷飲杯15,225仟杯，以及外袋30,053仟個；2021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，2021年所使用的PEFC驗證^(註13)冷飲杯、熱飲杯、熱狗堡盒等紙類食品包材總採購金額為8,585仟元，約占當年度總紙類包材採購支出之11%，2021年使用熱狗堡盒1,434仟個、冷飲杯5,497仟杯、熱杯1,789仟個；冷飲料杯、吸管與沙拉盒採用生質塑膠7,752仟個，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。

歷年FSC及PEFC食品紙類包材採購金額及占比



樂活市集

我們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。我們為鼓勵更多民衆享用當令時蔬、支持在地小農，每年三月會在全台各店舖舉辦樂活市集，希望消費者不只在摩斯漢堡可以享用現做餐點，還能方便購買到產地直送的新鮮蔬菜、雞蛋、有機米與台農57號黃地瓜製成的冰烤地瓜等食材，亦有安心智慧農場所生產的紅橡木葉萐萐與奶油葉萐萐兩款水耕蔬菜，可於摩斯門市及網路商城線上訂購。2021年台灣疫情嚴峻，安心食品推出「料理蔬菜組」、「樂活蔬菜組」等防疫蔬菜箱於門市販售，方便民衆帶著走。



3.5 法規遵循管理

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進而遭裁罰、聲譽損失甚至刑事追訴危及經營。品保課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，立即與相關部門進行內部溝通及檢視。

3.5.1 主動配合法規要求

GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1 FP8

2021年共有120項主管機關公告事項已同步提醒相關單位注意(資料來源：2021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)2021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、一般食品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14)。

(註14) 食品安全衛生管理法相關法規可至衛生福利部食品藥物管理署網站查詢

<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2021年主動參加台中市、新竹市、新竹縣、宜蘭縣、嘉義縣政府衛生局所舉辦之餐飲衛生分級評核，均獲得優異成績：

- (一) 台中市：2021年11月12日台中市食品藥物安全處公布156家優質餐飲業者中，安心食品在台中市的28家門市全數榮獲「優級」認證(圖4-1)，持證率100%。
- (二) 宜蘭縣政府衛生局針對轄內餐飲業者執行現場衛生評核，安心食品均取得餐飲衛生分級優良級認證(圖4-2)，持證率100%。新竹市、新竹縣、宜蘭縣、嘉義縣等政府衛生局針對轄內餐飲業者執行現場衛生評核，安心食品均取得餐飲衛生分級優良級認證，持證率100%。

台中市餐飲衛生管理分級評核頒獎活動



(圖4-1)

宜蘭縣餐飲衛生管理分級頒獎活動合影



(圖4-1)

【主動揭露自主檢驗報告】 食安好透明、安心看的見

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、安心看的見」之目標邁進！



【主動適用法規】 擴大自主監測，配合新衛生物衛生標準執行

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

(表一)食品中微生物衛生標準一覽表

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

食品安全衛生管理法第9條所規範，應建立追蹤追溯系統之強制公告食品業者中，安心食品一食品安全衛生管理法第9條所規範，應建立追蹤追溯系統之強制公告食品業者中，安心食品一直致力於維護顧客食品安全及提升食品衛生自主管理，雖非屬強制業別，安心仍建立自有商品的溯源管理資料庫，透過該資料庫，安心進行食品溯源管理，確保商品及原物料的供應商來源清楚。未來，安心仍會持續強化食材溯源管理，提供更安全的商品給顧客。

強化食材溯源管理重點及執行

項目	加強重點	執行情形
商品品質規格書查驗內容	<ul style="list-style-type: none"> 主動配合法規，修訂食品過敏原標示及自願性標示內容，並要求供應商應於產品外包裝上揭露完整過敏原資訊。 針對進口商品包裝標示啟動物流業者實地查核專案。 食材配方原料供應商揭露至第三階^(註15)。 	<ul style="list-style-type: none"> 安心食品雖非屬食品安全衛生管理法第9條所規範應建立追蹤追溯系統之業者，我們仍針對自我開發之新食材自願進行查核^{(註15) (註16)}，2021年共計審查61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44項，達成率72%^(註16)。
國外進口原料之安全文件蒐集	<ul style="list-style-type: none"> 產地證明文件(輸入許可證/報關單)^(註17)。 輻射檢驗證明(特定地區特定食品)(須為日本官方公布或認證之輻射檢驗機構核發之證明)。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年新審查61項自我開發新食材中，56項食材含有國外原料^(註17)，完成審核原料相關產地證明共56項，占含有國外原料食材項數之100%。
食材監測計畫	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 針對2021年度風險危害物質委外檢測^(註18)共計145件，合格件數144件^(註19)，輔導追蹤後複檢合格率達100%。
	<ul style="list-style-type: none"> 2021/6/30以前： 一般/冷凍食品衛生規格標準：總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌。 2021/7/1起： 依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如(表1) 	<ul style="list-style-type: none"> 針對2021年度食材原料，執行自主衛生抽檢共計306件，複檢後產品合格率100%。
	<ul style="list-style-type: none"> 實施強制檢驗自主管理，要求水產品、乳品、肉品加工、食用油脂等相關廠商自主檢測，並定期提供安全自主檢驗報告^(註20)。 	<ul style="list-style-type: none"> 定期取得常態性食材供應商之2021年度自主檢驗報告書共223份。
	<ul style="list-style-type: none"> 2021/6/30以前： 一般食品衛生規格標準：總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌 2021/7/1起： 依據食品中微生物衛生標準執行，詳細如(表1) 	<ul style="list-style-type: none"> 針對2021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15) 自我開發新食材之查核係指針對供應商合作開發之第一次使用、舊原料(食材)復售、配方更動並有提供商品品質規格書的品項作資料審查，不包括限店販售、非摩斯品牌在店販售及使用，以及蔬果原料之食材。

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

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

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

(註19) 係指供應商供貨產品經安心把關符合衛生福利部食品藥物管理署公告各項產品中衛生標準項目檢測之合格率為99.3%。

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

3.6 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21)，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22)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，定期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。2021年內部教育訓練課程研討共舉辦3場，參與人數35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



(註21) 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22) 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，持續透過衛生稽核管理團隊不間斷地落實店鋪現場衛生管理稽核外，內部也定期舉辦食品安全衛生訓練課程，藉由課程交流研討，讓店長們更加理解與重視餐飲製作現場，從食材製備、器具清潔、人員健康管理、環境衛生要求等各項管理。2021年內部教育訓練課程研討共舉辦3場，參與人數為35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3場，參與人數為332人。2021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。

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

項目	2019		2020		2021	
	場次	人數	場次	人數	場次	人數
內部課程	5	143	6	79	3	35
外部課程	5	276	5	291	3	332

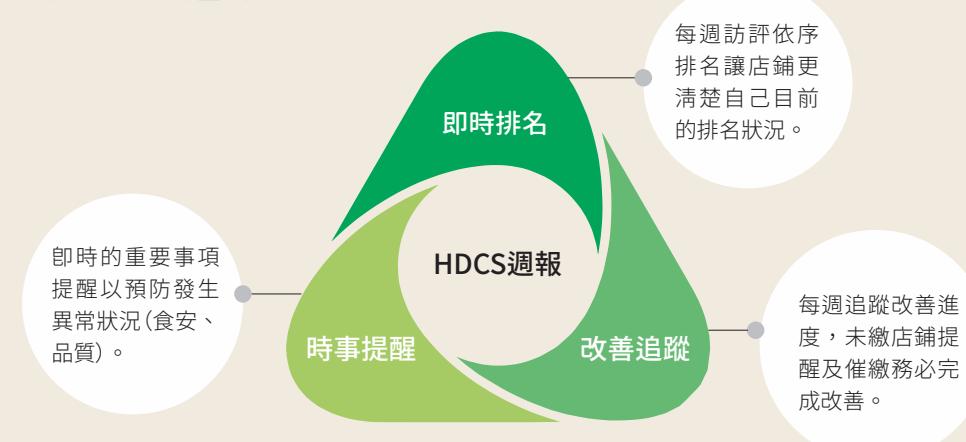


3.7 店鋪HDCS訪查機制



「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，2021年度共執行1,687次週期訪店。安心食品自2016年起，每年平均訪店評核至少1,400次以上，總累計訪店次數達9,292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、追蹤店鋪改善情形，以及針對時事提醒店鋪，預防發生異常狀況(食安、品質)。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。

店鋪HDCS訪查執行



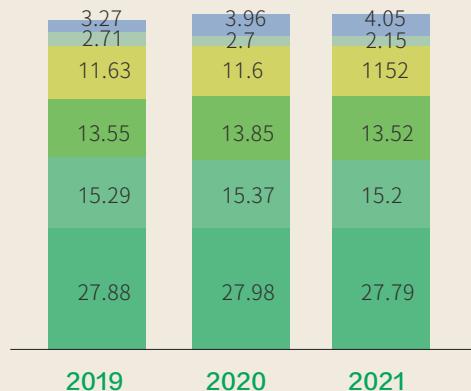
歷年訪店總次數

■ 年度訪店次數 ■ 年度訪店平均平均分數



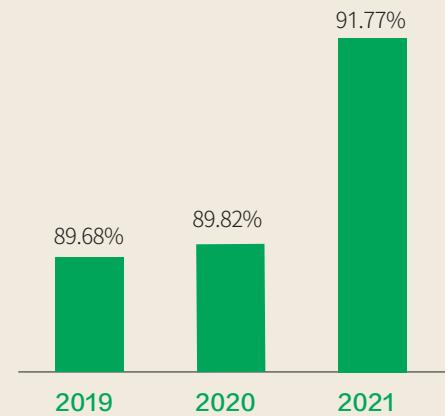
歷年全店HDCS訪店分數分布

■ H ■ D ■ C ■ 衛生 ■ S ■ ISO



歷年保存期限合格率

■ 保存期限平均合格率 (%)



保存期限評核基準：



2021年重大議題

防疫期間之店鋪衛生抽檢及食品安全訓練課程規劃



(一) 店鋪衛生抽檢機制：

- 訪店稽核作業：防疫強化期間，為減少人員流動接觸，暫停執行實體訪店稽核作業，由品保課與營業檢核課合作，改採線上方式執行。



- 水質複檢作業：定期彙整回報區域主管，以落實店舖管理



(註23) 包含健康管理表、保存期限檢查表、店舖濾油換油登記表。

(註24) 收樣人員除基本配戴口罩外，亦佩戴防護面罩、手套及酒精瓶，落實收樣前、後消毒，並隨時更換手套。

(註25) 收樣人員每日由自家出發前往店舖收樣，再至食品檢驗中心交件後返家執行線上文書作業，並避免前往疫情熱區，以降低接觸風險。

(二) 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



3.8 氣候變遷與能源管理

GRI 201-2



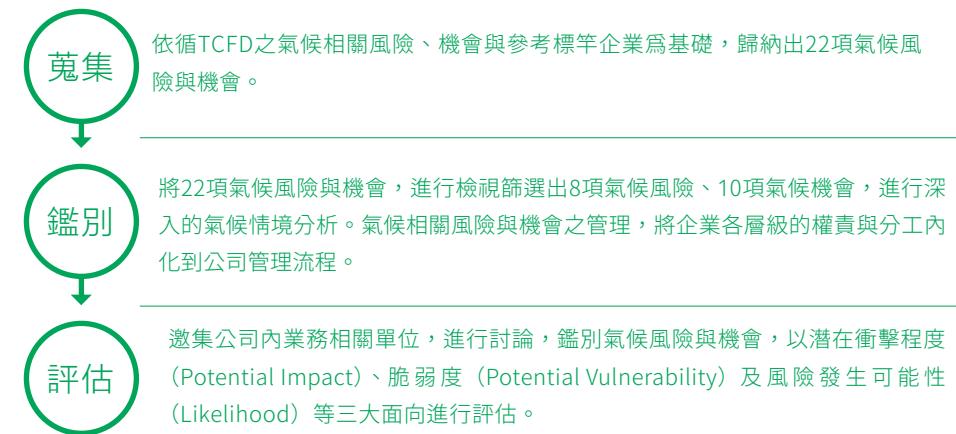
3.8.1 氣候變遷調適

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。

TCFD 四大揭露架構



氣候變遷風險矩陣分析流程

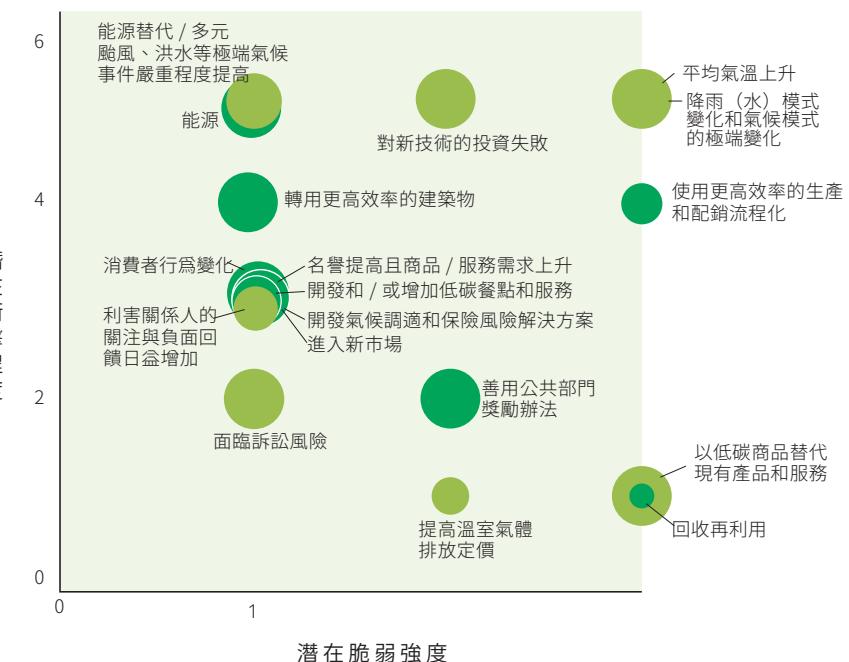


氣候變遷治理

2021年初世界經濟論壇 (World Economic 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，除了受疫情影響名列第四的「傳染病」以外，其餘四項皆與環境風險有關，分別為極端天氣、氣候行動失敗、人為的環境災害等氣候變遷相關風險，從經濟問題轉向環境問題已成為趨勢。儘管 2021 年全球仍受到新冠疫情的威脅，對於氣候變遷議題的重視不減反增。安心食品自 2014 年起，設立「企業社會責任委員會」指導「企業社會責任」相關事務。目前委員會成員由五名董事組成之，其中 1 位為獨立董事，並由獨立董事擔任召集人及會議主席，每年至少召開 2 次會議。

氣候變遷風險管理

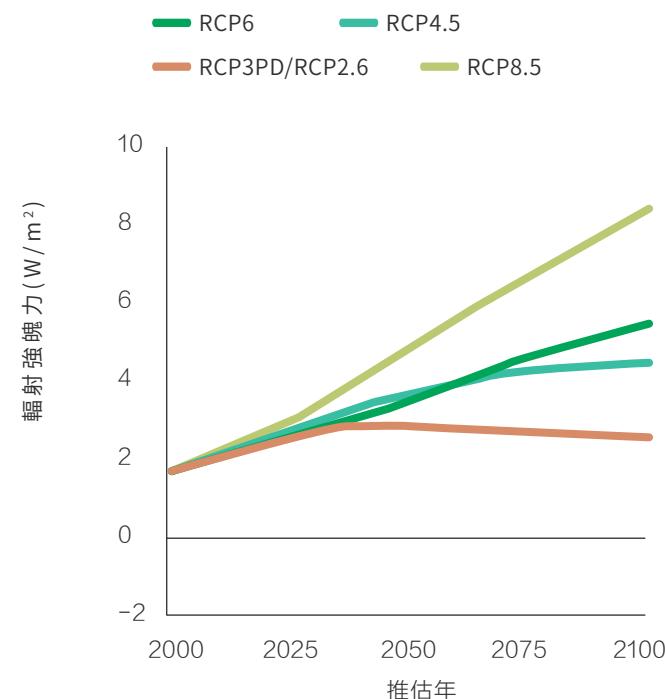
為因應氣候變遷與能源供應的潛在危機，安心食品結合經濟、環境、社會等面向，積極執行節能減碳與省水相關專案，並鑑別降低氣候變遷相關之風險，開發低碳蔬食商品與服務，強化氣候韌性與建立永續發展文化。為因應氣候變遷對於企業營運的衝擊與具體呈現氣候變遷的資訊揭露，安心食品自 2019 年起，依循 TCFD 公布之氣候相關財務揭露建議書架構，開始針對氣候變遷進行資料蒐集、鑑別、評估財務影響，以降低風險並掌握機會。



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26)。

(註26) AR5中共有四種假設情境，分別為RCP2.6、RCP4.5、RCP6 及RCP8.5，代表每平方公尺的輻射強迫力在2100年增加了2.6、4.5、6、8.5瓦。



實體風險與轉型風險的兩難：

溫室地球情境更多實體風險 ↔ 低碳經濟情境更多轉型風險	使用情境	情境描述	21世紀末	排放量管制
	RCP8.5 (溫室氣體高度排放的情境)	<ul style="list-style-type: none"> 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)	<ul style="list-style-type: none"> 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

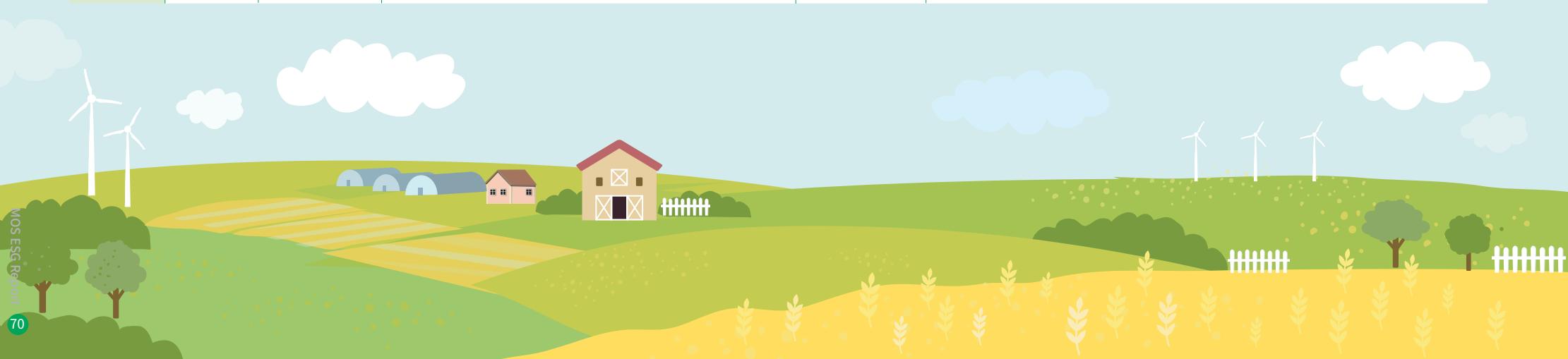
類型	類別	類型	對於公司特性描述	影響類型	財務影響之情境描述
風險	轉型	政策和法規	● 制定溫室氣體排放相關法規，開徵溫室氣體排放定價，使營運成本增加。	營業費用增加	● 台灣溫室氣體減量與管理法之規範上路，針對企業開徵碳稅，營運費用增加約6,197仟元。 ^(註27)
			● 店舖油煙排放問題，違反空汙法規遭罰款和判決，導致成本增加。	營業費用增加	● 店舖油煙排放問題，違反空汙法規遭罰款和判決，造成營業費用增加約100~1,000仟元。
	技術		● 部分門市使用燃油機車進行外送，逐步全面使用電動機車提供外送服務。	市場需求減少	● 全面使用電動機車提供外送服務，導致營業費用增加。
			● 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。
	實體	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抬昇，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2021年為例，原雞蛋採購成本為47,000仟元，若全面改為動服蛋採購成本64,000仟元，採購成本多出17,000仟元。
			● 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。
	立即性	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。	資產提前報廢	● 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。	營業成本增加	● 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27)根據聯合報2022年2月的新聞報導，倫敦政經學院的分析報告認為，台灣碳費起始價至少每公噸三百元並每年調升。

<https://esg.businesstoday.com.tw/article/category/180687/post/20220230007/%E6%B7%A8%E9%9B%B6%E5%A4%A7%E6%8C%91%E6%88%B0%E3%80%8B%E5%8F%B0%E7%81%A3%E6%9C%80%E5%BF%AB%E6%98%8E%E5%B9%B4%E5%90%91%E3%80%8C%E6%8E%92%E7%A2%B3%E5%A4%A7%E6%88%B6%E3%80%8D%E5%BE%B5%E6%94%B6%E7%A2%B3%E8%B2%BB%EF%BC%8C%E7%A2%B3%E7%A8%85%E8%97%8D%E5%9C%96%E6%80%8E%E9%BA%BC%E7%95%AB%EF%BC%9F%E4%BC%81%E6%A5%AD%E8%8B%A6%E7%AD%89%E7%92%BD%8E%4%BA%AE%E7%89%8C>

氣候變遷機會對策略、營運及財務規畫之影響

類型	類別	類型	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	產品和服務	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。
		能源來源	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。
			<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 使用原生材料之擦手紙、托盤、店舖裝潢材料、餐桌椅採用循環材料，創造品牌價值，提升消費者認同感，進一步帶動營業收入。
		能源來源	<ul style="list-style-type: none"> 提升既有店舖的能源使用、省水效率(使用LED燈、紅外線感應、變頻空調、省水馬桶、省水水龍頭)，新設門市/店舗將節能省水成效納入設計考量。 	資產價值增加	<ul style="list-style-type: none"> 店舖照明全面採用LED燈、非經常走動通道或洗手間照明採用紅外線感應、定頻空調改採用變頻空調。部分店舖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。
			<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 與政府合作結合在地食材推出漢堡商品(如：石斑魚漢堡)，營業收入增加約13,346仟元。
		產品和服務	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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20,000仟元。
		市場	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。
			<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。



氣候變遷指標與目標

2021年三月，國發會公布了「台灣2050淨零排放路徑及策略總說明」，當中提到台灣2050淨零轉型的四大策略(能源轉型、產業轉型、生活轉型、社會轉型)和兩大基礎(科技研發和氣候法則)。為有效管理氣候變遷相關風險與機會對安心的衝擊，除完成能源效率提升、安心智慧農場之目標外，我們也依照2021年國發會所公布的2050淨零路徑規劃當中所提到的其中一項階段里程碑-「2035年前將智慧電表布建率達到100%」，為達成此目標，安心目前正在規劃廠商安裝智慧電表，用以監測用電狀況；此外，安心針對台灣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	2021年管理目標	2021行動計畫	2021年成效	中長期目標
7 可負擔能源 	提升能源效率	銷售密集度<7.45度。	<ul style="list-style-type: none"> 逐步汰換能源效率較差的設備，持續提高能源效率。 	<ul style="list-style-type: none"> 未達到目標，銷售密集度8.31 汰換357台室內機及室外機 	<ul style="list-style-type: none"> 持續降低銷售密集度。
13 氣候行動 	建立短鏈供應鏈	結合安心智慧農場食材推出新品。	<ul style="list-style-type: none"> 研發試種蔬菜類作物並量產作物。 研發漿果類作物。 	<ul style="list-style-type: none"> 草莓工廠共設置四條產線，於2021年Q4開始量產。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續研發試種並量產作物。

3.9 能源管理系統

FB-RN-130a.1



安心建立系統化的能源管理制度並成立「能源小組」，檢視依據能源目標、標的權責範圍，執行管理方案的規劃與改善作業，確保能源管理方案的執行及時程進度掌握，以及所屬運作符合能源管理系統要求。為確保ISO 50001相關能源管理系統持續改善且有效地執行，我們於2021年11月8日至12日進行內部稽核，並於12月8日進行年度管理審查。同時配合原總部松江大樓都更，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。民生店取得ISO 50001認證目的，在於成為實施能源管理系統的示範店舖，其餘安心所有店舖也比照民生示範店標準，遵循ISO 50001管理系統進行管理及能源控制，有效率管理能源使用方面，降低溫室氣體排放，進而達成節能減碳的目標。2021年度共制修訂23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6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部議題列為2021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

項目	單位	2020	2021
使用智慧化廁所店舖數量	家	25	80



3.10 能源資源及溫室氣體管理

GRI 302-1

GRI 302-3

GRI 305-2

GRI 305-4

FB-RN-130a.1



2021年度安心食品總用電度數為41,286,314度，個體營收為4,965,350仟元，銷售密集度為8.31度/仟元營收。

電力使用與溫室氣體排放

年度	單位	2019	2020	2021
電力度數	度	40,242,150	41,348,775	41,286,314
次級能源 ^(註28)	百萬焦耳	144,871,740	148,855,590	148,630,730
產品密集度	百萬焦耳/生產量	1.42	1.55	1.63
服務密集度	百萬焦耳/服務量	4.06	4.43	5.17
銷售密集度	度/仟元營收	7.45	7.83	8.31
電力密集度	度/店舖數	146,335	144,072	136,710
電力密度	度/平方公尺	781	767	722
範疇二溫室氣體排放量 ^{(註28) (註29)}	噸CO ₂ ^e	20,483	21,047	20,726
溫室氣體排放強度	噸CO ₂ ^e /仟元營收	0.0038	0.0040	0.0042

(註28) 次級能源為外購電力，電力統計範疇包括總部與全台各店舖。溫室氣體排放量僅計算範疇二溫室氣體排放量。

(註29) 電力碳排放係數2019年採0.509kgCO₂/kWh計算，2020年採0.502kgCO₂/kWh計算，2021年電力碳排放係數尚未公布，故採用2020年排放係數0.502kgCO₂/kWh暫估。

3.10.1.節能行動方案

GRI 302-4 GRI 305-5



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。截至2021年底共有302家摩斯漢堡店舖，照明與空調設備的能源用量，占總電力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357台空調室內室外機，透過逐步汰換能源效率較差的設備，持續提高能源效率，達到節能減碳之目的。

另外，安心已陸續導入提高效能效率且節能的設備，將逐步汰換舊有耗能較高設備，未來將再規劃導入更多節能且提高效率之設備。目前已導入可提升員工使用上更具安全且穩定油質的油炸鍋和功率較大之變頻微波爐，預計將於2022年逐步導入至全店舖，此行動方案不僅能增加設備使用效能，提高店舖夥伴設備使用安全，也更節省能源讓店舖營運更提高效率，同時也達節能的雙贏效果。

歷年節能行動方案之碳減量效益

項目	單位	2019	2020	2021
室內機及室外機數量	台	290	267	357
預估每年節省之電力	度	1,088,080	1,001,980	1,340,234
預估每年節省之次級能源	百萬焦耳	3,917,088	3,607,128	4,824,841
碳減量效益 ^(註30)	噸CO ₂ ^e	554	510	673

(註30) 電力碳排放係數2019年採0.509kgCO₂/kWh計算，2020年採0.502kgCO₂/kWh計算，2021年電力碳排放係數尚未公布，故採用2020年排放係數0.502kgCO₂/kWh暫估。



電力
度數
2019年

40,242,150 度
總溫室氣體排放量
20,483 噸 CO₂^e



電力
度數
2020年

41,348,775 度
總溫室氣體排放量
20,757 噸 CO₂^e



電力
度數
2021年

41,286,314 度
總溫室氣體排放量
20,726 噸 CO₂^e

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」將於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。

板橋埔墘店



板橋館前店



新店中正店



3.11 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2021年仍將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	投資與費用合計(千元)		
		2019	2020	2021
材料商品檢驗	檢驗耗材費用、委外檢驗	3,044	2,880	3,695
	品保檢驗人力與硬體運作	8,082	7,870	7,725
採購環保材質	外送電動機車	-	2,922	0
	PLA材質包材 ^(註31)	16,681	15,350	9,903
	印刷用紙：使用具FSC™紙張	87	-	-
	辦公用紙：使用具碳足跡標章紙張	-	181	44
	辦公用紙：使用具PEFC驗證認證紙張	81	19	68
清潔及廢棄物處理	廢棄物處理	19,428	21,575	26,658
	截油槽疏通	586	642	678
	排油煙設備清洗	681	767	423
	綠化植栽	1,616	987	792
	廢棄物回收處理	1,445	1,170	1,106
清潔及廢棄物	油煙排放處理-靜電機、UV處理系統	4,098	5,008	4,274
	客席回收處理台	320	262	97
實施節約能源	節能設備	7,765	7,998	6,057
延長設備/建材等使用壽命	設備回收整備再利用	4,211	799	1,085
採購綠色用品	電子發票	2,906	3,004	2,914
合計		72,203	71,797	65,519

(註31) 2019年和2020年因數字誤植，經重新計算已修正。

3.12 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302家，仍難免有未盡周全之事宜，2021年共計1件小額之零星人為疏失事件，總計金額為1.2仟元，無其他大額環保罰款或處罰。針對誤觸法規深究檢討根本事由，並且提出改善對策，以避免類似錯誤再發生。

違反環境法令之項目

違反法規	事由	改善對策
東海店違反廢棄物清理法第27條第2款規定，罰款1,200元。	洗滌廢水汙染地面。	1.清除現場，經環保局複查已認定改善完成。 2.加強店舖人員教育訓練並督促人員行為。

3.13 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。2021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。

項目	單位	2019	2020	2021
一般影印紙使用量	張	-	-	-
PEFC森林驗證認可計畫使用量	張	472,500	95,000	142,500
產品碳足跡標籤使用量	張	800,000	1,170,000	537,500
總計	張	1,272,500	1,265,000	680,000



3.14水資源管理

GRI 303-3

GRI 303-4

GRI 303-5



我們的水資源耗用主要為店舖營運使用，水資源皆會經過高規格過濾水系統進行器皿清潔及清洗食材，降低任何可能汙染因子。安心強調食材新鮮，食材皆由產地直接送達店舖再進行調理，因此，較其他餐飲業界使用較多水資源進行食材清洗。廢汙水以餐廳廚房所產生為主，安心依據下水道用戶排水設備標準設置預先處理設備^(註32)、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。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，2021年我們持續於新設店舖安裝具有普級省水標章的馬桶共48座，每次沖水可節省50至67%的水量。

(註32) 預先處理設施：指處理下水，符合下水道機構公告下水道可容納排入之下水水質標準之設施。

歷年導入普級省水標章馬桶數量



水資源使用與用水密集度

年度	單位	2019	2020	2021
用水量 ^(註33)	噸	1,290,691	1,310,628	1,502,284
產品密集度	噸/生產量	0.013	0.014	0.016
服務密集度	噸/服務量	0.036	0.039	0.052
銷售密集度	噸/仟元營收	0.24	0.25	0.30
用水密集度	噸/店舖數	4,693	4,567	4,974
用水密集度	噸/平方公尺	25	24	26

(註 33) 用水量以水費 / 實際用水量單價推估。

耗水量

項目	單位	所有地區	具水資源壓力的地區
總耗水量	ML	-86.942	N/A
儲水量之變化	ML	0	N/A

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)	ML	0	N/A
地下水(總量)	ML	0	N/A
海水(總量)	ML	0	N/A
產出水(總量)	ML	0	N/A
第三方的水(總量) ^(註34)	ML	1,502.284	N/A
淡水(≤1,000 mg/L總溶解固體)	ML	1,502.284	N/A
其他的水(>1,000 mg/L總溶解固體)	ML	0	N/A
總取水量	ML	1,502.284	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	ML	0	N/A
地下水	ML	0	N/A
海水	ML	0	N/A
第三方的水 ^(註35)	ML	1589.226	N/A
供其他組織使用的第三方的水	ML	1589.226	N/A
總排水量 ^(註36)	ML	1589.226	N/A

(註 35) 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 36) 安心食品為餐飲服務業，僅產生餐飲製程廢汙水。

3.15 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。

3.16 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9年，累計兌換超過79萬5仟杯，至少減少423萬9仟個紙杯及杯蓋的使用。為持續回饋有環保理念的消費者，2021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2021年底共兌換約12萬8仟杯，至少減少76萬6仟個紙杯及杯蓋的使用。



年份	單位	2019	2020	2021
自備飲料杯優惠兌換	仟個	134	119	128
減少廢棄物	仟個	804	595	766



3.16.1 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。

3.16.2 廢棄物處理 GRI 102-35



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油品質與衛生安全，各店每日離峰時段、閉店時進行油渣撈除與濾油作業，並使用總極性物質測定儀^(註37)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≥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37) 總極性物質測定儀之總極性化合物含量≥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。

連鎖速食店業廢棄物分類回收量申報表

連鎖速食店業廢棄物分類回收量申報表				
資料名稱：安心食品服務股份有限公司(摩斯漢堡)				
分店家數：2家，總理、大東門、南鴻、南吉裡 3家 國外店鋪 0家				
申報期間：2019/12/26~2020/12/31 兌換日期：2019/12/26~2020/12/31				
項目	資源林務署統計(公頃)	面積	資源林務署統計(一英畝)	面積
林地				
草地				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				
旱田				
水田				
旱田				
草地				

歷年一般廢棄物量

項目	單位	2019	2020	2021
一般廢棄物	噸	4,302	4,506	4,139
產品密集度	噸/生產量	0.00004	0.00005	0.00005
服務密集度	噸/服務量	0.000012	0.000013	0.000014
銷售密集度	噸/仟元營收	0.00080	0.00085	0.00083
資源廢棄物密集度	噸/店舖數	15.64	15.70	13.71
資源廢棄物密集度	噸/平方公尺	0.08	0.08	0.07

歷年資源廢棄物量

項目	單位	2019	2020	2021
資源性廢棄物	噸	1,792	2,087	1,955
產品密集度	噸/生產量	0.000018	0.000022	0.000021
服務密集度	噸/服務量	0.000050	0.000062	0.000068
銷售密集度	噸/仟元營收	0.00033	0.00040	0.00039
資源廢棄物密集度	噸/店舖數	6.52	7.27	6.47
資源廢棄物密集度	噸/平方公尺	0.035	0.039	0.034

歷年一般廢油量

項目	單位	2019	2020	2021
廢油量 ^(註38)	噸	529	522	525
產品密集度	噸/生產量	0.0000052	0.0000054	0.0000058
服務密集度	噸/服務量	0.000015	0.000016	0.000018
銷售密集度	噸/仟元營收	0.000098	0.000099	0.000106
一般廢油量密集度	噸/店舖數	2.83	2.83	1.74
一般廢油量密集度	噸/平方公尺	0.010	0.010	0.009

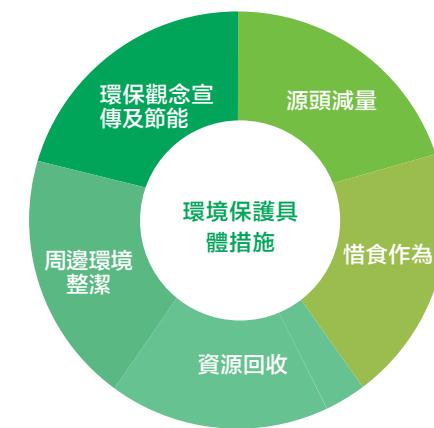
(註38) 廢棄物統計量以每月實際平均值*每月實際店舖數估算。



3.16.3 綠色循環商店評鑑

綠色循環商店評鑑是新北市環保局針對連鎖速食業、零售量販業、超級市場及餐飲業4大行業，分別就其源頭減量、惜食作為、資源回收、周邊環境整潔、環保觀念宣傳及節能等面向進行評鑑。安心食品為提升內部自主環境維護意識及善盡社會責任，同時推廣消費者於日常生活消費實踐環保作為，每年積極參與此盛事。

環境保護具體措施



綠色循環商店評鑑獲獎店數



(註39)2021年末參與新北市綠色商店評鑑。

3.17 環境綠化管理



為了改善城市中的「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，對於用餐環境也極為用心，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維護店舖的綠化維護管理，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，為環境美化與綠色地球盡一份心力。



摩斯漢堡登山社至雪霸國家公園巡禮



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，更於同年成立公司登山社社團，鼓勵員工夥伴利用假日親近自然，進而增進同仁間交流與聯誼情節，凝聚團隊向心力，除每年安排參加陽明山國家公園舉辦的外來種植物拔除活動^(註40)，以實際行動愛地球，安心食品於2021年3月20日亦安排雪霸國家公園一日遊巡禮。

雪霸國家公園範圍橫跨新竹、苗栗、台中，有多個遊憩區與登山路線，此次登山社的雪霸巡禮選擇從「新竹到雪霸觀霧遊憩區」的路線遊玩。

摩斯漢堡不斷致力於提供顧客安心與低碳的用餐環境，積極實踐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，藉由公司社團活動帶領員工親近自然，感受自然的魅力與感動，除了引發員工對環境保護的心意，進而積極參與環境保護活動外，更進一步號召消費者共同愛護地球環境。

(註40)2021年外來種植物拔除活動因疫情關係取消。



MOS食安專欄

MOS聯名洋芋片丙烯醯胺檢驗符合國際標準

丙烯醯胺是一種高溫加熱下食品中自然生成的物質。主要是因為食物中的胺基酸與還原醣進行梅納反應後所產生，正因如此，才能賦予食品特殊風味及色澤，較常見於高溫油炸食品。梅納反應是指當食材於120度以上的溫度環境下進行調理，包含油炸、燒烤、烘焙等製程時，其食材中的物質產生多種不同香味的小分子且開始產生褐變顏色的過程。目前衛生福利部食品藥物管理署參考國際相關規範以歐盟指標值訂定了「降低食品中丙烯醯胺指標值參考指引」供業者自主管理使用，業者只要透過加工程序的調整，就可以降低該物質的生成以確保消費者的飲食健康。日常生活當中，常見的食物舉凡咖啡、早餐穀物、餅乾、黑糖等經過烘烤過的食品也都含有微量的丙烯醯胺，消費者只要注意避免大量食用過分焦黑的食物，其所攝取到的丙烯醯胺是不至於對身體健康造成危害的。

摩斯漢堡一直以來都將顧客的食品安全做為首要任務，定期對各項食材進行檢驗。送檢的品項除薯條外，亦包含摩斯漢堡聯名厚切洋芋片(燒肉珍珠堡口味、辣味吉利熱狗堡口味)，皆經第三方公正單位SGS檢驗，其丙烯醯胺數值符合參考指引及國際規範，敬請安心享用。

湖池屋厚切洋芋片
-燒肉珍珠堡



湖池屋厚切洋芋片
-辣味吉利熱狗堡



摩斯薯條



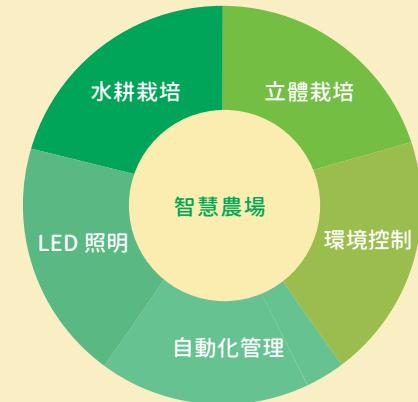
洋芋片檢驗報告

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，預計每年可生產約30噸。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。



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41)。安心食品之食材衛生管理、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280家中^(註42)，已取得餐飲評核優級認證的店舖達到276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、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、台東縣、澎湖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43)

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

以台中市衛生局所舉辦之「110年度台中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。

(註41) 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42) 數據資料係以2021年度安心食品報名當時之店舖數量為主。

2020-2021年餐飲衛生分級明細					
項目	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
新北市	51	51	0	0	2022.12.31
嘉義市	3	3	0	0	2022.12.31
澎湖縣	1	1	0	0	2022.12.14
桃園市	27	27	0	0	2022.12.31
基隆市	2	1	1	0	2022.11.30
臺南市	10	10	0	0	2022.11.30
高雄市	15	15	0	0	2022.12.29
屏東縣	2	2	0	0	2022.11.27
台東縣	1	1	0	0	2022.11.30
花蓮縣	1	1	0	0	2022.12.31
彰化縣(鎮)	2	2	0	0	2022.12.31
彰化縣(市)	2	2	0	0	2021.12.31
台北市	107	107	0	0	2021.11.29
嘉義縣	1	1	0	0	2023.12.16
台中市	28	28	0	0	2023.11.11
宜蘭縣	5	5	0	0	2023.12.14
雲林縣	4	4	0	0	2021.12.31
新竹縣	7	7	0	0	2023.09.30
苗栗縣	3	3	0	0	2022.01.01
新竹市	5	5	1	-	2022.12.31
南投縣	2	-	-	-	尚未參加
金門縣	1	-	-	-	尚未參加
合計	280	276	2	0	

(註43) 2021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2021年12月31日止，尚未取得餐飲衛生管理分級標章之縣市分別為：南投縣、金門縣，其原因為本公司尚未參加或該縣市衛生局尚未舉辦。

4 人才發展 社會共融



關注利害關係人 政府機關 媒體 員工

管理方針

		對安心的意義	政策與承諾
社會	勞僱關係	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 安心食品訂有「員工教育訓練作業」，提供多元化的教育訓練，各部門主管以及店舖夥伴透過這些專業的管理訓練，讓安心食品在變化快速的商業環境中，持續提供最優質的服務給顧客。
	職業安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> ● 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努力來維護的最重要勞動條件。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 以社區型店舖為主的摩斯漢堡，致力於促進地方繁榮，同時重視與地方鄰里間的正向互動。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 貫徹「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念。
	當地社區	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 貫徹「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念。



中度/一般主題	績效衡量指標	2021年目標	2021行動計畫	2021年成效	中長期目標
勞僱關係	人才招募	● 因受疫情影響，年度營運正職招募人數調整為290名。	● 依每月設定目標執行，定期維護人力招募職缺。	● 2021年度實際招募營運正職270人。	● 持續招募專業人才，提供就業機會。
	校園徵才活動	● 中高階儲備幕僚招募5名。	● 因受疫情影響，原訂參與各校園現場徵才活動，均改為線上徵才。	● 校園徵才活動參與55場、中高階儲備幕僚報到4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。
	入社典禮	● 入社典禮參與人數70人。	● 辦理入社典禮，提供新進人員透明的溝通管道。	● 2021舉辦入社迎新歡迎會，共98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。
社會 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。	● 2021年完成2次召開人評會，晉升11位人員。	● 持續召開人評會，每年召開兩次。
	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。	● 2021年完成4次召開勞資會議，通過8項議案。	● 持續召開勞資會議，每季至少召開1次。
	薪酬委員會	● 每年至少召開2次。	● 提報薪酬福利等制度辦法。	● 2021年完成6次召開薪酬委員會，通過17項議案。	● 持續召開薪酬委員會，每年至少召開2次。
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。	● 2021年總共執行9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。
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。	● 2021年387人完成專業職能訓練、38人完成主管才能訓練，總時數為1,291小時。	● 持續培育國內及派駐海外的營運及管理人才。

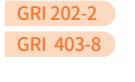
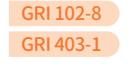
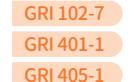
中度/一般主題	績效衡量指標	2021年目標	2021行動計畫	2021年成效	中長期目標
社會 職業安全衛生	母性健康保護	<ul style="list-style-type: none"> 於店長月會宣導母性健康保護。 進行族群分級管理。 母性計畫員工之健康風險評估完成80%。 	<ul style="list-style-type: none"> 哺乳室的設備維護。 進行母性計畫宣導/收案。 受保護之母性同仁的健康關懷及評估。 醫師協助母性保護計畫個案諮詢及評估。 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年總收案管理人數19位，針對各職場風險評估完成達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。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續關懷母性健康保護。
	職業促發腦血管及心臟疾病預防	<ul style="list-style-type: none"> 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80%。 每半年舉辦1場紓壓講座及課程。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 經過負荷評估調查後，2,788人不需面談、551人建議面談、51人需要面談，於每個月臨場服務中安排過負荷面談。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續預防職業促發腦血管及心臟疾病。
	不法侵害預防	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 執行職場暴力計畫宣導。 進行內部不法侵害評估。 安排相關講座。 	<ul style="list-style-type: none"> 年度總通報共計2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。 	<ul style="list-style-type: none"> 落實不法侵害預防計畫執行。
	人因性骨骼肌肉傷害預防	<ul style="list-style-type: none"> 危害確認完成率80%。 	<ul style="list-style-type: none"> 體檢實施人因問卷。 進行人因問卷及現場分析並建議改善。 	<ul style="list-style-type: none"> 經調查後，有效問卷3,023份，具有肌肉骨骼相關症狀，且需介入調查共計32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，有具體回覆者共8位，經評估後，判定非工作相關之人因危害。 	<ul style="list-style-type: none"> 落實人因性骨骼肌肉傷害預防。
	意外事件後續的追蹤及調查改善	<ul style="list-style-type: none"> 工傷員工後續追蹤與配工、復工評估90%。 	<ul style="list-style-type: none"> 記錄工傷員工進行後續追蹤，提高員工的職業傷害認知。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續追蹤意外事件後續追蹤及調查改善。

4.1 幸福職場包容力



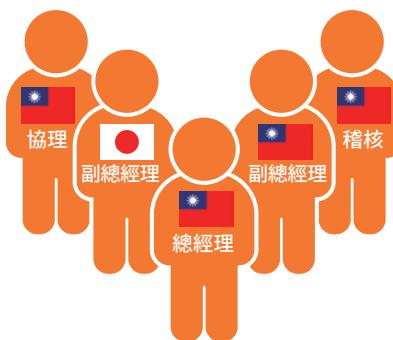
幸福職場的構成條件，包括提供有競爭力的薪資和福利，讓員工安心工作，同時具備雙向溝通管道，尊重與聆聽員工意見，並且提供展現的舞台，讓員工發展與茁壯。安心食品員工任用不限年齡層、不限學歷背景，凡是對餐飲服務業有熱忱的求職者，經公司內部甄選後，將安排職前實作培訓與職務輪調制度，亦提供完整升遷計畫，期許培養出優秀的經營管理人才。

4.2 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2021年12月31日止，安心食品員工人數合計為5,252人，其中82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2022年擴大招募約450人。高階專業經理人當中，日本籍為1人，其中中華民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	單位	男	女
本國籍	%	33	67
外國籍	%	26.8	73.2

(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在職之全職與兼職員工。 (註3)正職員工為簽訂不定期契約之全職與兼職員工。 (註4)臨時員工為簽訂定期契約之員工。

人權政策

The screenshot shows a webpage with a banner featuring three people in blue uniforms. Below the banner, the text '人權政策' is displayed. A detailed policy document is visible, containing several sections of text and bullet points.

人才招募網站

The screenshot shows a red-themed recruitment page with sections for 'Job Opportunities', 'Employee Benefits', and 'Application Process'. It includes a search bar and a list of available positions.

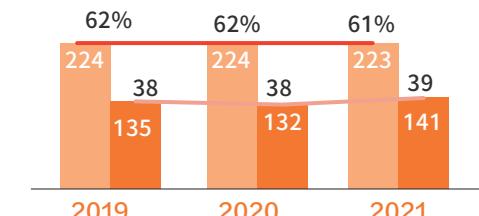
歷年按雇用類型及合約、性別劃分之員工總數及比例^{(註1)(註2)}

年份	2019		2020		2021		
	男	女	男	女	男	女	
員工人數 (依雇用類型區分)	行政管理職	37	64	32	61	32	57
	一般職員	21	51	21	51	23	54
	營運管理職	98	160	100	158	109	166
	門市人員	269	363	222	360	189	360
	兼職人員	1,651	3,251	1,482	2,965	1,373	2,889
	合計	2,076	3,889	1,857	3,595	1,726	3,526
員工人數 (依雇用合約區分)	正職員工 ^(註3)	2,076	3,889	1,857	3,595	1,726	3,526
	臨時員工 ^(註4)	0	0	0	0	0	0
	合計	2,076	3,889	1,857	3,595	1,726	3,526

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，2021年女性主管223人(包括行政管理職及營運管理職)，較2020年增加4位女性，目前女性主管占總管理職人數的61.26%。

歷年按主管職、性別劃分之員工總數及比例

男性主管人數(人) ■ 女性主管人數(人)
男性主管比例(%) — 女性主管比例(%)



歷年按階層、年齡層、性別劃分之員工總數及比例

員工類別	2019						合計	2020						合計	2021						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	5	30	56	6	3	101	1	3	26	55	5	3	93	0	0	25	54	7	3	89			
一般職員	5	22	15	26	1	3	72	2	26	18	24	1	1	72	4	29	18	23	1	2	77			
營運管理職	40	69	58	87	0	4	258	42	66	58	86	0	6	258	41	63	67	98	1	5	275			
門市人員	214	257	52	86	3	20	632	172	248	47	91	3	21	582	139	247	49	89	1	24	549			
兼職人員	1,327	1,745	263	920	61	586	4,902	1,174	1,491	255	897	53	577	4,447	1,058	1,369	256	887	59	633	4,262			
總員工人數	1,587	2,098	418	1,175	71	616	5,965	1,391	1,834	404	1,153	62	608	5,452	1,242	1,708	415	1,151	69	667	5,252			

按主管職及非主管職、性別劃分之員工比例

類別	單位	2019		2020		2021	
		年齡	單位	男	女	男	女
主管職	%	30歲以下	人	172	179	99	155
		31-50歲	人	44	46	30	39
非主管職	%	50歲以上	人	3	6	2	6
		合計	人	450		331	
		總員工人數	人	5,965		5,452	
		新進職率	%	8		6	

歷年按年齡層、性別劃分之新進員工總數及比例^{(註5)(註6)}

年度	年齡	2019		2020		2021	
		單位	男	女	男	女	男
30歲以下	人	172	179	99	155	90	142
31-50歲	人	44	46	30	39	21	34
50歲以上	人	3	6	2	6	1	3
合計	人	450		331		291	
總員工人數	人	5,965		5,452		5,252	
新進職率	%	8		6		6	

歷年按年齡層、性別劃分之離職員工總數及比例^{(註7)(註8)}

年度	年齡	2019		2020		2021	
		單位	男	女	男	女	男
30歲以下	人	125	204	133	143	102	116
31-50歲	人	45	61	44	51	31	57
50歲以上	人	4	8	4	8	2	3
合計	人	447		383		311	
總員工人數	人	5,965		5,452		5,252	
離職率	%	8		7		6	

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		菲律賓		越南		緬甸		南非		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	31	57	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	54	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	77
營運管理職	109	166	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	275
門市人員	185	351	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	1	5	0	1	0	0	549
兼職人員	1,357	2,838	0	21	0	1	0	1	1	2	4	2	5	4	0	2	6	16	0	2	1	1	4,262
總員工人數	1,704	3,466	1	22	2	1	0	1	1	2	4	2	7	6	0	2	7	21	0	3	1	1	5,252

(註5) 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。 (註6) 2021年1月1日至2021年12月31日期間。 (註7) 兼職員工異動較為頻繁，故目前僅統計全職員工之離職人數。 (註8) 2021年1月1日至2021年12月31日期間。

4.2.1 薪資獎金制度與各項福利制度

GRI 102-35 GRI 102-38 GRI 102-39 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，店舖人員依照「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，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
營運儲備幹部	實習組長(FT)	NT\$	31,000~33,000
營運正職服務人員	正職服務員(FT3)	NT\$	27,500~28,500
總部助理職	助理(STAFF)	NT\$	26,000~31,000
總部助理專員職	助理專員(STAFF)	NT\$	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)

男女薪酬比例^(註9)

類別	單位	男	女
主管職	%	60.3	62.1
非主管職	%	39.7	37.9

非主管職年薪平均數及中位數

年份	單位	2019	2020	2021
非主管職年薪平均數	仟元	526	558	562
非主管職年薪中位數	仟元	473	514	518
非主管職員工人數 ^(註10)	人	1,072	1,000	962

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 / 店舖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 / 縢優員工持股信託方案 / 縢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 / 店舖人員工作餐補助 / 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 / 縢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) 2021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，匯集衆人的愛心，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。

安心食品服務股份有限公司 員工急難救助金設置與申請辦法 <small>102年4月25日訂定</small>
第一章 總則
<small>第一條 為發揚安心食品服務股份有限公司（本公司）員工救助合作與友愛精神特訂定本「員工急難救助金設置與申請辦法」。</small>
<small>第二條 救助業務及款項由本公司職工福利委員會（以下簡稱福工委員會）辦理。</small>
第二章 救助人・事故人
<small>第三條 救助金申辦以本公司在職人員為申請對象，不因人員是否為救助人而例外。</small>
<small>第四條 本辦法所稱之事故人，為本公司在職員工或受本公司在職人員委託者為對象。</small>
<small>福工委員會視事故狀況依救助金補助標準所決定。</small>
第三章 救助金之籌措保管與應用
<small>第五條 本公司依營運狀況不定期撥款至救助金帳戶。</small>
<small>第六條 新進人員於到職時依個人意願於任職同意書簽署救助金額，現職人員則採問卷方式簽署救助金額，隨同薪資發放時一次繳交。往後每月固定繳交方式統一由人資課薪資作業時代扣。</small>

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	2019		2020		2021	
		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	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	114	82	114	82	68
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。	190	9,131	197	9,580	230	10,138
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。	47	66	46	73	50	79
旅遊補助	員工本人符合年資資格者，可申請旅遊補助。	799	3,764	810	3,679	1,579	5,669
結婚補助	員工本人結婚符合法律規定者，可申請結婚補助。	22	417	6	119	22	424
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。	9	114	1	15	3	63
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。	72	340	16	242	17	234
總 計		1,221	13,946	1,158	13,802	2,041	16,675

安心社團活動



安心食品羽球社是目前公司規模最大、社員最多的社團，社員人數為40人。約每週一次，來自不同部門的夥伴於公司附近的羽球場地，盡情揮灑汗水。完善的球具、運動飲品，沒有壓力的練球環境，不論新手或老手都能在羽球社中找到與自己最合拍的球友，也在這個輕鬆的環境下，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。2021年因疫情緣故，只舉辦了約20場。

歷年羽球社活動場次與參與人數

項目	2019		2020		2021	
	場次	參與人數	場次	參與人數	場次	參與人數
社團活動	40	1,600	40	1,600	20	180



為希望員工能養成規律的運動習慣，並增加員工之間的情誼，登山社每年不斷舉辦登山活動，讓社員們一起透過登山增進健康、親近自然，也藉此機會增進彼此之間的交流和連結，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。登山社更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。2021年因疫情緣故，只舉辦6個場次。目前社員人數為20人。

歷年登山社活動場次與參與人數

項目	2019		2020		2021	
	場次	參與人數	場次	參與人數	場次	參與人數
社團活動	15	134	15	89	6	104



安心食品的女性同仁占大多數，考量到職業婦女肩負工作和家庭的壓力，為了讓女性同仁透過瑜珈放鬆身心，摩斯瑜珈社以循序漸進的課程，讓學員在瑜珈課程中，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。目前社員人數為37人。

歷年瑜珈社活動場次與參與人數

項目	2019		2020		2021	
	場次	參與人數	場次	參與人數	場次	參與人數
社團活動	4	231	4	138	4	253



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，安心食品於2021年成立「桌遊社」，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，更可進而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。2021年因逢疫情，只舉辦了3場。

歷年桌遊社活動場次與參與人數

項目	2021	
	場次	參與人數
社團活動	3	12



4.2.2 中高齡招募計畫

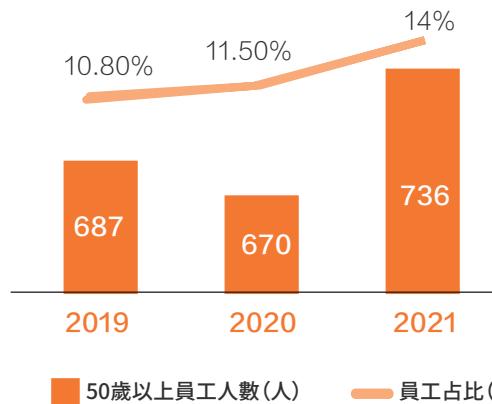


二度就業者通常擁有穩定的情緒與豐富的社會經驗，安心食品希望能將他們豐富的人生閱歷，傳承給店舖的年輕夥伴，店內的氛圍更溫馨、提供顧客更溫暖友善的服務。因此，安心食品自成立開始，持續聘用二度就業婦女與中高齡的求職者。2021年安心食品的二度就業人數，年齡層超過50歲且仍在職者近736人，佔總員工人數14%。除了善盡企業社會責任外，更希望拉近不同年齡層之間的距離，創造多元職場文化，也讓社會更溫暖友善，如同安心食品「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念。



歷年50歲以上之員工總數及比例

■ 50歲以上員工人數(人) ■ 員工占比(%)



4.2.3 中高齡職場體驗營



2021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。中高齡夥伴不僅社會經驗豐富，待客方式也更加圓融，亦能提升企業親善之形象。2021年中高齡職場體驗營及招募場次共舉辦4場，參與人數共215人，活動場次及人數因受疫情影響均較2020年少，2021年場次減少了2場，人數減少約170人。



4.3 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，2021年度持續進行海外及國內市場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。

4.3.1. 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；為期半年的店鋪實習結束後，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。每次的報告主題都會因應當時的產業趨勢和狀況而制定，例如，2021年的工作主題有：餐飲業因應新冠疫情的對策、未來摩斯漢堡在CSR跟ESG方面如何做的更好…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：時間管理、簡報技巧、壓力與情緒管理、由數字觀經營與管理…等，透過課程的訓練，為儲備幕僚們的專業技能奠定基礎。安心食品期望提供中高階儲備幕僚全面且系統性的學程，讓幕僚們了解公司的整體運作機制，藉此提升思考格局，強化各項職能。透過課程與主題報告的多方培育，讓未來的儲備幕僚與時俱進、培養創新思維及關鍵溝通力、分析力與思考力，成為公司未來高潛力之人才。

中高階儲備幕僚研討會－營運端培訓



中高階儲備幕僚培訓課程－營運端培訓



中高階儲備幕僚研討會－總部端培訓



中高階儲備幕僚培訓課程－總部端培訓



4.4 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
產學攜手合作計畫	3	3
三明治實習計畫	60	89
暑期實習計畫	7	9
雙軌訓練旗艦計畫	2	2
專科進修班	1	1
專科就業導向學分班	2	1
產業學院計畫	2	2
合計	77	107



4.4.1 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，學生完成修課後，經企業檢定，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2021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，課程共9堂課，共7名內部講師授課，有15名來自不同科系的學生報名參加(2021年因疫情緣故，限制參加人數)。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	2019	2020	2021
合作學校	間	2	2	1
合作系所	系所	12	13	5
課程數量	堂	19	21	9
企業講師	人	24	26	7
受惠學生人數	人	49	50	15



4.4.2 校園職場體驗營



安心食品積極與各校合作，培育連鎖餐飲品牌經營與管理實務之產業人才，深化其職能，協力養成優秀儲備人才，學用接軌，促進產業永續發展，進而打造安心安全的優質用餐環境與服務體驗。安心食品每年透過建教合作持續舉辦「職場體驗營」，2021年因受疫情影響，建教合作職場體驗營次僅舉辦1場，參與人數共15人。活動當天除了介紹安心食品的成長歷史、嚴謹的服務流程和企業經營理念，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或沙拉。此活動之主軸是為了讓在學學子提早認識職場，藉此提供有意願從事餐飲服務業的學生媒合工作的機會，更希望透過食品安全相關課程，讓他們了解安心食品是如何嚴格把關食安以及食安的重要性。

歷年舉辦職場體驗營場次與參與人數

項目	單位	2019	2020	2021
合作大專院系所	場次	9	11	1
實習生人數	人數	398	488	15



4.4.3 建教合作專案



安心食品為幫助較無社會經驗的青年學子更順利地從學校銜接職場，並及早養成專業職能，近年來持續擴大實施與大專院校的建教合作專案；相較於2020年，2021年與安心食品建教合作的大專院校系所增加了10家。實習期間表現優秀者，可依獎學金辦法提出申請，2021年共有58位學生符合資格，共計發出362仟元的獎勵金。為留住優秀人才，使其未來成為安心食品的生力軍，安心食品推出多項優渥福利，吸引建教生畢業後繼續留任，像是留任獎金、績效獎金、通過檢定考則予以調薪、部分職級當月出勤固定時數即享有獎金，並可享有與正職員工相同之福利等。

建教合作大專院校之系所與實習生人數

項目	2019	2020	2021
合作大專院系所	71	83	93
實習生人數	78	73	65



4.4.4 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在公司服務，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；2021年共有10位學生符合資格，共計發出45仟元的獎勵金。另外，為鼓勵員工積極介紹優秀人才，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；2021年共提供36.5仟元介紹獎金，受惠人數為29人次。2021年因全球新冠疫情持續蔓延，人力需求亦趨緩，故轉任獎金暫緩發放。

歷年獎勵金發放

項目	單位	2019	2020	2021
雙軌訓練生 學期獎勵金	仟元	51	51	45
	人	10	10	10
轉任獎金	仟元	492	640	停發
	人次	76	100	
介紹獎金	仟元	47	29	36.5
	人次	55	24	29

特別報導

產學合作

與世新廣電合作舉辦MOS創意微電影競賽



為提升品牌價值最大化與學生創意技能，安心食品與世新大學合作，結合廣電系互動式多媒體課程，一同舉辦MOS創意影片競賽。課程為世新大學110學年度第一學期的「互動式多媒體課程」，課程修課人數約40人，課程進行方式由老師帶領學生製作，作品以可在摩斯漢堡實體店鋪之相關電視牆面呈現為主。學生們會分組製作影片，再將競賽作品以「實體場地展演(世新大學全媒體大樓一樓)」以及「社群媒體(IG、Facebook等平台)」的方式呈現，作品內容以「提升摩斯漢堡的品牌形象或正能量的故事」為主軸，讓學生發揮創造力和團隊合作能力，將所學以致用，思考如何為品牌製作形象影片，一同完成作品。

競賽結果由廣電系、安心食品代表和校外評審評定得獎名次，作品評分標準分別為「敘事創意能力30%」、「敘事呈現能力40%」和「敘事技術能力30%」。評審們會從10組競選作品當中評選出前三名，並頒發獎金和獎狀，前三名的獎金分別為20,000元、10,000元和5,000元。



世新大學
MOS創意影片
競賽
第一名作品



青年就業領航計畫

\傾聽實習生的聲音/

亞東醫院店
張桂英

心得分享

亞東醫院店的張桂英同仁當初會參加領航計畫，是因為對未來感到茫然，對於升學也沒有意願，覺得直接工作比較實際，所以決定參加政府推出的就業補助計畫。她本來想嘗試其他不同的工作，最後選擇了餐飲業，第一次接觸連鎖速食產業的工作，對於如何管理和經營一間店都不太了解，但透過公司的完整教育訓練，參加豐富多元的課程，讓她更了解公司的經營理念及對食品安全衛生的堅持。張桂英同仁表示，如果想要得到顧客及夥伴的認同，不是只有管理者，也需要大家共同努力，一起持續堅持！

在這2年中，張桂英同仁從什麼漢堡都不會製作，一直到擔任值班主管要務。她覺得學到最多的就是應變能力和情緒管理，當危機發生時，要思考怎麼處理事情、如何才能讓顧客覺得愉快等問題，她學習站在顧客的角度，思考怎樣的處理方式對顧客而言才是最好的，進而解決問題。

每次的處理過程都是相當寶貴的經驗，讓張桂英同仁可以去改善這些問題，也可以比較從容地應對。她只要發現自己有什麼不足的技能，就會感到很緊張、想要盡快學起來，趕緊跟上大家的腳步，希望自己可以更有能力提供最棒的餐點及服務，當顧客感到心情愉快，也會因此獲得滿滿的成就感！今年，因為得到主管的信任及肯定，張桂英同仁從門市正職服務員晉升為營運儲備幹部，表示她即將承擔更重的責任及更大的挑戰，她表示會持續保持熱情，繼續加油！

張桂英同仁覺得自己很幸運可以加入摩斯漢堡這個大家庭，也很開心能和主管和同事們一起共同成長，只要有心想學習，大家都會盡力協助。她會把公司想要傳達「貢獻人類、貢獻社會」的精神延續下去！希望未來也能落實在生活、工作中，並要求自己持續進步，擁有更好的表現！



新竹北大店
邱競瑩

心得分享

新竹北大店邱競瑩同仁是來自中華大學觀光學院的大四實習合作學生。實習前她就在摩斯擔任工讀生，去年因緣際會參加摩斯漢堡與學校簽約的產學課程（畢業留任有機會參加儲備店經理快速培育班），從工讀生轉任實習生，開始她的第一份正職工作。

競瑩在擔任工讀生時就已經學會基本的行政作業和顧客應對方法，成為實習生後接觸的事務更多也更為繁雜。她很感謝自己很幸運能遇到一位很好的店長，和店舖夥伴也相處和樂，大家都很願意互相幫忙，讓她的工作能更快上手，雖然期間難免遭遇挫折，但她告訴自己：「沒有挫折就不會成長！」。

競瑩加入摩斯大家庭也快一年了，實習期間遇到很多開心和無奈的事，開心主要是來自於成就感，若自己能幫到店舖和店長，就會覺得自己又更厲害了些。雖然現階段還需要店長教導，但競瑩希望能趕快獨立，不讓店長操心。競瑩這半年來參與了許多店舖會議，每次開會都在思考如何讓店舖變得更好，以及如何讓夥伴更樂在工作，她很喜歡大家為了同一個目標而努力的工作氛圍，她覺得這就是摩斯漢堡獨特的魅力！偶而她會覺得無奈是因為實習一開始就碰上疫情，由於疫情難以預測，讓大家措手不及，但也讓她更明白臨場反應的重要性，體悟到遇到突發狀況時自己要先沉著冷靜，不能急躁慌亂。身為值班人員，就像是店舖的領導者，若領導者自己都慌了，那底下的夥伴會更不知所措。

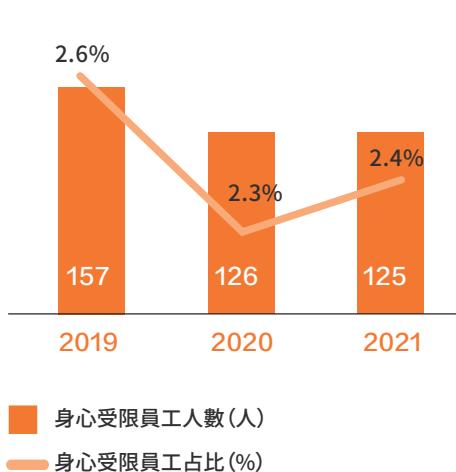
「以前看到摩斯報報的實習生分享心得就期許自己有一天也有這樣的機會，想不到機會這麼快就來了，真的很開心！」競瑩期許自己在未來的日子可以挑戰更多新事物、學習更多店舖營運管理技巧，並期許未來有機會能在摩斯升遷發展，就像摩斯創辦人櫻田慧在《勇敢做大夢》一書中所說，只要願意用心投入，相信就能克服一切困難，實現夢想！



4.4.5 打造身心受限者就業學堂



2021年總公司與店鋪聘雇身心受限者人數共有125位，占總員工人數2.4%。安心食品為消除教育上的不平等，確保弱勢族群有接受各階級教育的管道與職業訓練，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」。因此，安心食品長期與地區身障部門合作，將摩斯漢堡打造成支持社區就業的學堂。



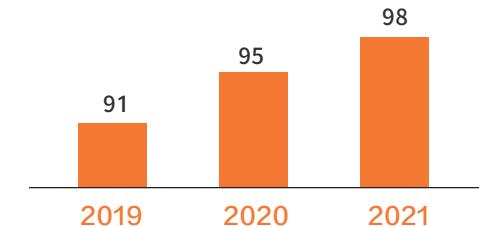
身心障礙者長期被視為社會負擔，但安心認為身障者們如同天使一般純真、善良，因此，公司內部稱呼這群工作夥伴為「小天使」。小天使們一樣需要工作機會，只要讓他們循序漸進、慢慢熟悉工作，一樣可以投入職場。因此，安心食品為解決社會問題，長期聘僱身心障礙者，期望藉由企業的力量，扭轉他們在社會上的形象，成為社會勞動力的另一項助力。

4.4.6 第六屆入社迎新典禮儀式與新人座談會



2021年舉辦第六屆入社迎新典禮及新人歡迎會，共98位夥伴成為安心食品的一家人。自2016年起，每年舉辦新進夥伴歡迎儀式，已逐漸形成傳統，截至2021年已有495人參與。透過一連串精心安排的活動，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，除了進行東元餐飲關係企業品牌參訪，也邀請學長姐進行經驗分享，讓新進夥伴對於未來的職涯有所依循，並讓新進夥伴代表分享感言，促進雙向交流。2021年為因應疫情，7月份的大型入社典禮停辦，自9月起，新人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。

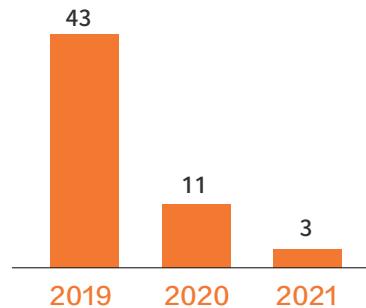
歷年入社迎新典禮儀式與新人座談會參與人數



4.5 聆聽內部的聲音

安心食品對於維護員工權益亦不遺餘力地進行，員工反映的任何意見和想法，我們都會在第一時間瞭解並處理。一直以來重視勞資關係的和諧，除在內部建立許多的溝通管道，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。2021年透過員工意見信箱受理的案件共3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



4.5.1 總部月會

安心固定於每月的最後一周召開總部月會^(註11)，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。2021年12月安心總部搬家至新住址後，於12月底召開於新總部的第一次總部月會。



(註11) 2021年因受新冠疫情影響，5月至11月為避免群聚，停止召開總部月會。

4.5.2 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、請優秀店鋪分享他們的經驗，同時也會頒發營運獎勵，鼓勵表現優良的店鋪。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，同時達到充實和激勵的效果。



4.5.3 繢優人員表揚

安心對於表現良好的部門或夥伴向來不吝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」，並且進行排名。表現良好的部門與夥伴經過主管提報，會在每月的總部月會進行內部公開表揚。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，用心聆聽他們需求，並給予適時的協助和幫助，因此，透過調查營運端對於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。2021年共有9個部門及夥伴獲得表揚獎勵。

歷年受表揚部門與總表揚金額



歷年舉辦職場體驗營場次與參與人數

項目	單位	2019	2020	2021
受表揚總部單位	個	14	20	9
總表揚金額	仟元	24	33	12



4.5.4 表揚資深員工

安心食品感謝員工長期的付出及努力，故於2021年11月25日舉辦資深員工表揚會，2021年度「10至25年年資者」共97位，其中「20年以上資歷者」將獲贈黃金金幣一枚，安心透過表揚會，感謝員工辛勞亦勉勵同仁繼續加油和精進。安心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。



4.5.5 社會法規遵循 GRI 419-1



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。2021年共6件違反社會法規之情事，罰款金額約60仟元，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。

違反社會法規之說明

社會法規	事由	改善對策
敦南店未經許可擺設攤位，罰單4筆共罰款7,500元（分別2,400元、2,400元、1,200元、1,500元）。	未經許可於道路擺設攤位，被警察取締。	尋找附近合格攤位擺設並積極洽談。
松山店外送車違停罰鍰900元。	在設有禁止停車標誌之處所停車。	加強外送人員交通規則之宣導。
安和店早餐外賣罰單1,200元。	店舖夥伴為增加營業額，故擺設攤位販售商品，但因附近暫時無臨時攤合法出租，因此被警察取締。	積極尋找合法攤位。
松山店外送車違停罰鍰900元。	停車方式未依規定。	加強外送人員交通規則之宣導。
重慶南路店違反勞基法第23條第1項，處罰鍰二萬元整。	工資未定期給付。	1. 要求店舖核薪務必於三日內完成，並列印出來請人員核對。 若人員有忘記打卡的狀況，人員必須先跟主管確認上班 2. 時間後進行補登簽名。
人力資源課違反勞基法第24條第1項，罰鍰金額\$50,000元，需另支付郵局劃撥手續費用20元，罰鍰金額共\$50,020元。	因店舖臨時更改人員的班表，導致未給臨時出勤大夜班的人員應有的加班費，造成當事人權益受損。	若有臨時更改班表的情形，務必打卡確認人員的出勤時段，以免薪資計算有誤。

4.5.6 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。

4.6 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，幫助夥伴進行各項操作技能與管理職能的提升，也會依照當年公司的策略目標，規劃相對應的課程，以協助公司達到當年度之目標。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。

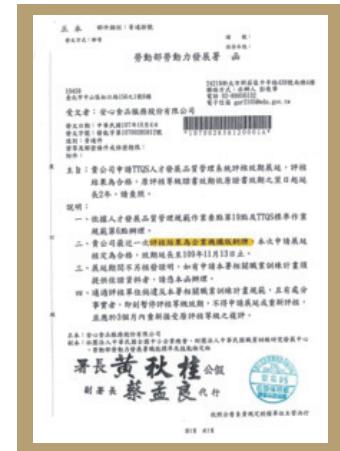
安心食品針對營運夥伴量身打造了職能精進計畫，包括公司的營運方針與策略、食品衛生專業知識、商品製作與銷售流程、洞悉顧客需求與未來產品趨勢等，並於不同階段安排各類店舖經營管理相關的實務演練；另外，營業訓練課也會依據營運現場的需求或是公司當年度之策略目標，規畫專案性的課程，強化夥伴的專業能力；例如：2021年5月因疫情升溫，為確保顧客與員工的安全，針對Covid-19主題規劃了相關課程，除了讓營運夥伴能深入了解Covid-19之外，也能了解政府訂定之規範和防疫措施，落實門市安全管理，實踐對顧客的承諾－「提供安心、安全的商品」。總部方面，除了強化同仁的通識管理能力(如簡報技巧、時間管理、衝突管理、書面撰寫技巧等)外，也會針對工作上所需要的技巧提供相關訓練課程，如Google高效運用、Excel進階課程等，安心希望透過這些訓練，培育出值得讓顧客信任、安心的管理員。

為使教育訓練更組織化及系統化，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，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



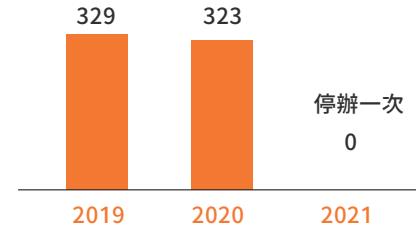
4.6.1 年度共識營「特色體驗」



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帶回工作中執行，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年因疫情緣故，停止舉辦一次。

歷年共識營參加人數

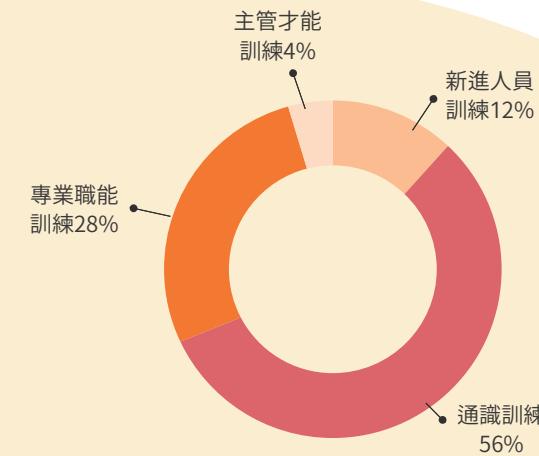
■ 共識營參加人數



4.6.2 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，讓安心食品在變化快速的商業環境中，領先並持續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。2021年員工進修、訓練費用共花費1,726仟元。



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，更有許多多元的培訓活動，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，像是歷年來我們舉辦過「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。另外，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，我們會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，協助夥伴們提昇工作相關之能力。2021年，我們在數位學習平台上持續更新與數位轉型、食品安全相關的學習資源，不僅協助夥伴們提升新知，豐富且多元的學習模式，也讓人才的培育更完整。

時間管理桌遊課程上課情形



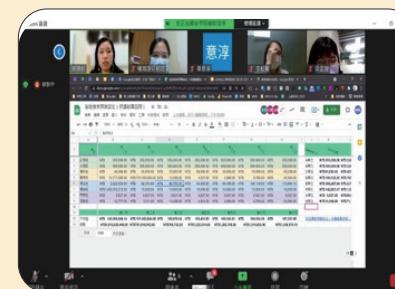
衝突管理上課情形



企劃案撰寫上課情形



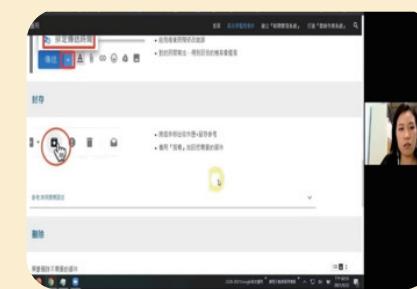
流程改善上課情形

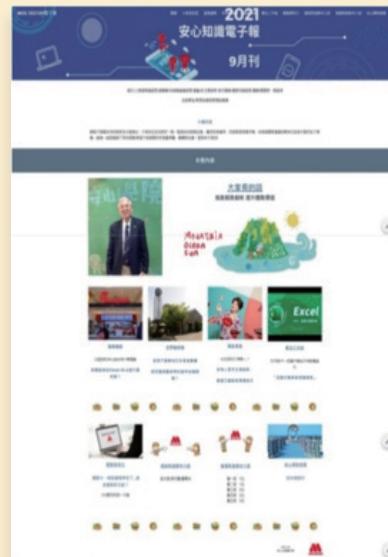


安全衛生回訓上課情形



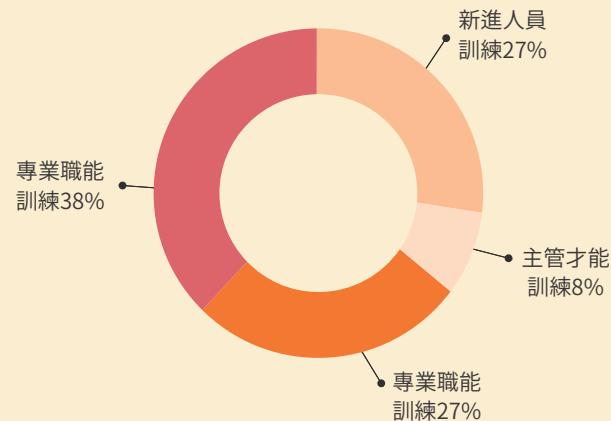
安全衛生回訓上課情形





安心主管管理與知識電子報

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；此新進人員占整體比例的27%。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8%。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27%。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38%。透過訓練培育更多專業的管理人才，讓店舖整體的經營不斷提升，為顧客創造更多好的服務與提供美味商品，使摩斯漢堡的品牌不斷成長、永續經營。



新進人員訓練

2021年共有263人次參加新人訓練，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。對於新進夥伴而言，新人訓練為非常重要的課程，除了可以在訓練過程中了解安心食品的經營理念及企業文化，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。

新人訓練第一天－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」。



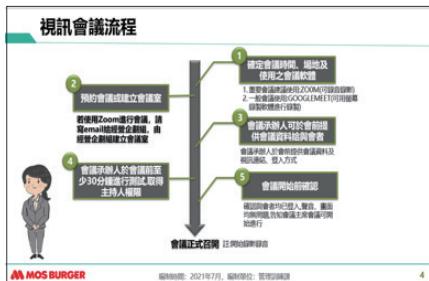
總部專用新人指引及工作百科

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。在2021年中，負責總部教育訓練的訓練單位特別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。今年更因疫情影響，線上會議的需求越來越高，但有許多夥伴並不知道如何進行線上會議，因此教育訓練部特別撰寫了線上會議手冊，協助夥伴們快速瞭解並熟悉線上會議相關軟體的操作。

會議召開手冊



視訊會議手冊



新人工作指引



4.6.3 停課不停學、課程數位化發展計畫



疫情不只改變了經濟與消費格局，也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，安心食品也將5年~10年後預計執行的轉型計畫提早開始，甚至是超前進行。安心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，因此在訓練課程上，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，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，則必須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。



總部及營運夥伴教育訓練平均時數

年度	2019						2020						2021					
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	1,092	2,694.5	37	64	29.51	42.10	379	666	32	61	11.84	10.92	632.5	1,416.5	167	359	3.79	3.95
一般職員	2,179	3,802	21	51	103.76	74.55	360.5	1,805	21	51	17.17	35.39	99	123	27	64	3.67	1.92
營運管理職	2,916.5	5,473.5	98	160	29.76	34.21	1,857	3,554	100	158	18.57	22.49	2,462	3,805	397	602	6.20	6.32
門市人員	9,730	11,246	269	363	36.17	30.98	8,474	12,380	222	360	38.17	34.39	5,444	8913.5	469	788	11.61	11.31
兼職人員 ^(註12)	28	120	1,651	3,251	0.02	0.04	64	180	1,482	2,965	0.04	0.06	24	60	11	14	2.18	4.29
總計	15,945.5	23,336	2,076	3,889	7.68	6.00	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

(註12) 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	2019						2020						2021 ^(註14)					
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13)	63	69	3	4	21	17.25	168	390	23	55	7.3	7.1	-	48	-	3	-	16
防火管理人	66	90	6	8	11	11.25	12	90	2	9	6.0	10.0	42	48	4	6	10.5	8
急救	72	93	4	6	18	15.5	36	108	12	26	3.0	4.2	72	18	4	1	18	18
合計	201	252	13	18	15.46	14	216	588	37	90	5.8	6.5	114	114	8	10	28.5	42

(註13) 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。

(註14) 2021年勞安相關外訓係經政府抽查後，才安排外訓，2021年因無男性店長被抽檢，因此無男性派訓之紀錄。

4.6.4 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，2021年度疫情更加嚴峻，整體的經營模式和顧客消費型態都備受影響，面對疫情所帶來的改變，能即時提出經營對策迎接挑戰，才能更顯現企業永續經營的價值。今年度摩斯漢堡不畏疫情，派出了7位優秀店長參加比賽，分別為土城裕民店的王思涵店長、康寧店的鄭伊涵店長、台東新生店的劉美瑤店長、高鐵台中店的莊宗儒店長、高雄中山二店的翁惟靖店長、台中西屯店的林孟君店長、以及新竹北大店的張麗君店長。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：



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

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

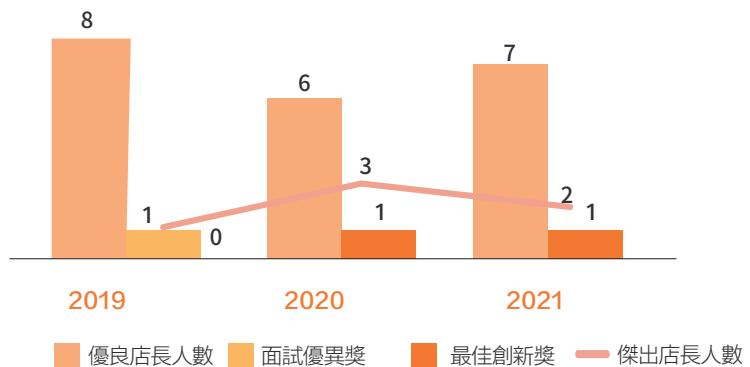
「溝通」是店長非常重要的能力，如何清楚地表達自己的想法是溝通的重點。店長們平時在營運現場需要即時給予顧客回應，有時也需立即反應處理，也因此雖然平時的反應力較高，但在表達上容易因求快而表達不完整或引起誤會。

【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。

2021年度2位表現傑出的店長榮獲殊榮，一位是在征戰過各類型商圈和店型且屢創佳績的張麗君店長，另外一位是在疫情危機下一直屢創神業蹟的莊宗儒店長，另外，康寧店的鄭伊涵店長的經營點子也獲得最佳創新獎，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，讓店舖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。



歷年傑出店長選拔競賽獲獎



4.7 孵育人才搖籃



4.7.1 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，自安心學院成立以來，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，所以適合當作培育人才、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，以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，繼續延伸擴大培訓課程的效益。例如，在萬聖節時，安心學院的走廊、交誼廳佈滿了萬聖節相關的圖案，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，這不僅能了解節日的意義，也能學習懂得如何及時表達感恩；聖誕節則利用學院隨手可得的物品，特製專屬活動的道具，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。在這些有趣的互動過程中，看到夥伴們熱情洋溢、全神貫注在遊戲中，表現出「只要擁有認真努力、勇往直前的精神，一定能夠一步步接近理想的目標」，這也是安心學院想要傳達給夥伴們的精神。雖然參與培訓的過程一定會有辛苦、需要努力和練習的地方，但透過每個月生動、有趣又結合節慶的遊戲，可以感覺到夥伴們不僅舒緩了學習壓力，更在潛移默化中了解到個人或團隊在工作中應有的態度及扮演的角色，相信透過這樣的學習和訓練，一定能有助於摩斯漢堡凝聚團隊向心力。

安心學院一樓的空間有許多教室還有講堂，提供補充能量的誠實商店，還有可以動動筋骨的籃球場。二、三樓除了住宿之外，還有多個交誼廳及休閒娛樂設施，像是健身器材、圖書室等，讓到訪的人都可以自由使用。安心學院也會依照不同的節日舉辦活動，如一月份的新年活動、二月份的元宵節猜燈謎、三月份的摩斯30周年活動、四月份的世界地球日環保手作、五月份的母親節手做康乃馨、九月份的中秋節快樂小投手、十月份的萬聖節尋寶大賽、十一月份的感恩節我想對你說，以及十二月份的聖誕節打雪球大賽。2021年共舉辦9個節慶活動，共37場，402人參與。

月份	節慶活動	2021年	
		場次	參與人數
1	牛年新年活動	3	22
2	元宵節猜燈謎	4	53
3	摩斯30周年祝賀活動	3	40
4	世界地球日環保手做	6	69
5	母親節手做康乃馨	3	21
9	中秋節快樂小投手	6	70
10	萬聖節尋寶大賽	5	55
11	感恩節我想對你說	3	37
12	聖誕節打雪球大賽	4	35
合計		37	402

安心學院牆面圖



課程活動圖



聖誕節活動



新年活動



安心學院臉書粉絲專業



歷年教室使用情形說明

項目	對象	單位	2019	2020	2021
訓練教室	內部員工	人次	3,996	3,688	1,762
	外部單位	人次	1,640	2,177	810

歷年外部團體租借場地受惠人數^(註15)

項目	活動內容	2019		
		受惠人數	2020	2021
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。	3,996	3,688	1,762
		1,640	2,177	810

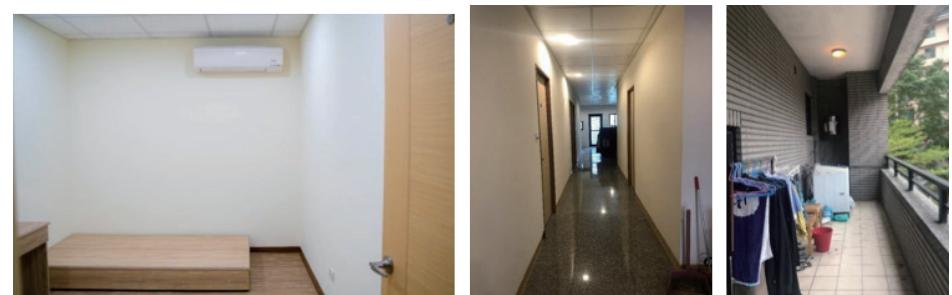
(註15) 2021年因疫情安全考量，部分課程改視訊外，也暫停開放外部租借，因此使用人數較2020年減少。

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，以優惠的房租提供非居住縣市員工入住。安心食品計畫在2022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	對象	單位	2019	2020	2021
員工宿舍	床位	床	175	185	165
	內部員工	人次	1,285	1,388	1,421
	外部單位	人次	791	988	301

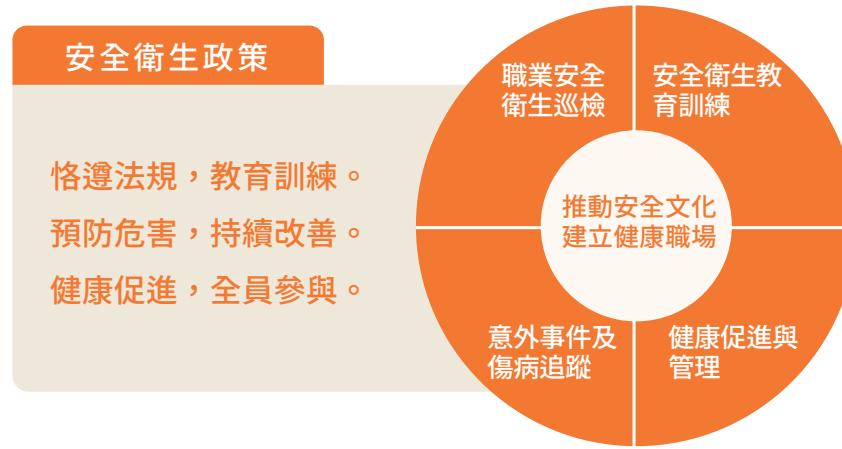


4.8 推動安全文化建立健康職場

GRI 419-1 GRI 419-3



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。



總部廁所牆上張貼健康知識衛教

2021年度，安心食品持續於每月更新職場健康促進衛教單張，於洗手間張貼文宣，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

安心食品於2021年12月20日搬遷至新辦公室，持續安排每日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。



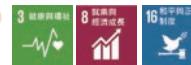
4.9 職業安全衛生巡檢

GRI 419-2



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舖進行巡檢，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。

4.9.1 作業環境測定

GRI403-2
GRI403-3
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，實施二氧化氮監測，確保每家店舖的客席區、工作區的二氧化氮濃度均在法令規範值以下，維護夥伴們的工作環境安全，2021年安心食品旗下店舖全數符合法定容許濃度5,000ppm以下。

4.9.2 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、燒燙傷和跌倒為店舖夥伴最常見的災害，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，2021年共舉辦了5場。因疫情影響，2021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2021年底共執行1,005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。2021年共執行216場勞工健康臨場服務。

勞工健康臨場服務情形



年度	2019	2020	2021
臨場服務場次	108	216	216
諮詢員工人數	168	212	320



職場暴力(不法侵害)心理職業災害

安心食品每年會於各營運部月會宣導不法侵害防治，提供專屬通報信箱並建立通報機制，藉由發放聯絡單與會議宣達，使夥伴了解通報管道，讓夥伴瞭解職場不法侵害、職場暴力和心理職業災害防治。

2021年透過全國店長大會，進行不法侵害-性騷擾防治專題講座，課程中利用案例帶入性騷擾防治主題，加強夥伴的法治觀念，落實兩性平等，並提供夥伴申訴管道，由專責單位受理後進行相關調查處理。

不法侵害預防簡報



拒絕職場性騷擾



MOS 性騷擾申訴管道

人力資源課申訴專線及電子信箱。
申訴專線電話：(02)2567-5001分機856-858
申訴專用信箱：(02)2567-5001分機856-858。
申訴專用信箱：service1@moss.com.tw

安全衛生小組 設置申訴專線及電子信箱
申訴專線電話：(02)2567-5001分機856-858。
申訴專用信箱：(02)6618-2700

MOS24H
性騷擾通報

4.10 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，即有可能為職業傷病，職業傷病又分職業傷害與職業病，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，建立權責分工的執行組織，進一步強化職業傷害的預防，朝建構最佳健康職場的目標邁進。

4.10.1 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

公傷事故通報調查表	stella.li@mos.com.tw (未分配) 微信賬戶 *必填
失能名單段	
填表日期	日期 年 / 月 / 日
受傷時間	
日期	時間 年 / 月 / 日 口： 上午
店鋪	
選擇	

計算公式說明

失能傷害頻率(FR)

$$= \text{全年失能傷害人數} \div \text{總工作時數} \times 1,000,000$$

失能傷害嚴重率(SR)

$$= \text{全年失能總損失日數} \div \text{總工作時數} \times 1,000,000$$

$$\text{職業病率} = (\text{職業病發生次數} / \text{總經歷工時}) \times 1,000,000$$

$$\text{缺勤率} = (\text{缺勤日數} \div \text{總工作日數}) \times 100\%$$

$$\text{失能傷害平均損失日數} = \text{總損失日數} / \text{總傷亡人數}$$

失能傷害統計（不含上下班交通安全事故數據）^(註16)

年份	2019		2020		2021		
	性別	男	女	男	女	男	女
失能傷害頻率		1.73	3.46	1.89	3.95	1.52	2.37
失能傷害嚴重率		36.52	141.47	42.65	76.02	42	35
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		0.09	0.20	0.27	0.19	0.04	0.09
失能傷害平均損失日數		21.08	42.83	22.55	19.21	28	15

(註16) 台中崇德二店：虞○○發生車禍事件，連續請假60天。

小港漢民店：曾○○發生車禍事件，連續請假63天。

4.10.2 勞工復工評估

GRI 403-2 | GRI 403-3 | GRI 403-7

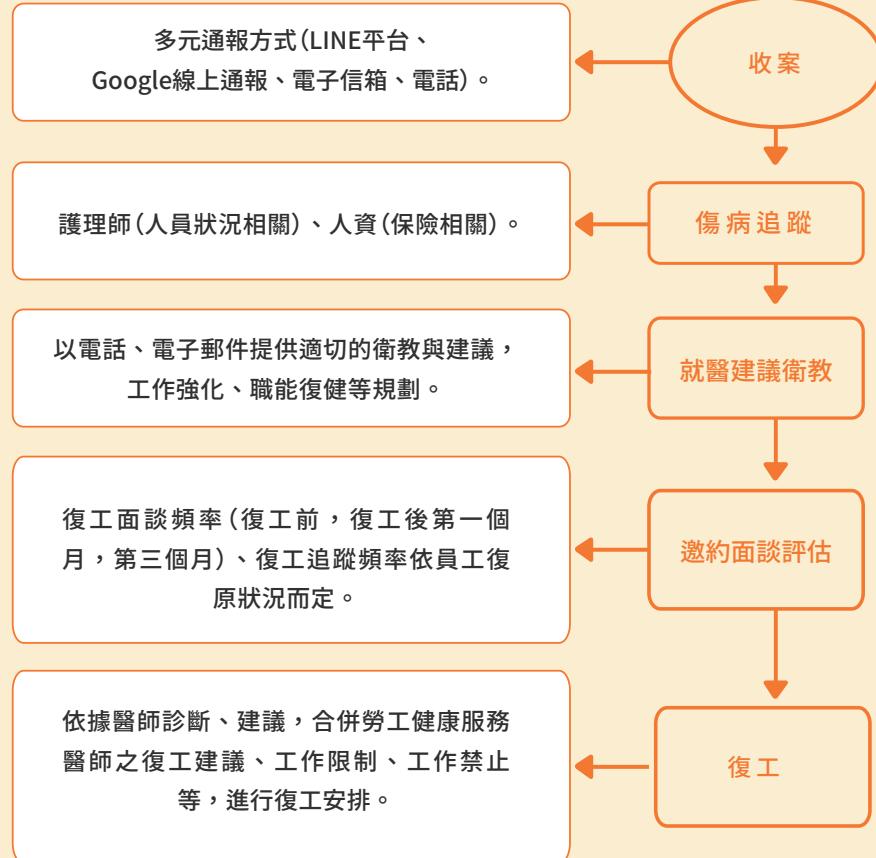


針對無法返回原職場的勞工，安心提供職業輔導評量，經過各項測驗評估，給予勞工轉職的建議。職業災害的發生實屬突發意外事故，輕則導致勞工頓失經濟來源、重則致部分失能、全部失能或喪命，甚至失去返回職場的信心，嚴重者會有相當程度的創傷後壓力症候群等等心理狀態。自2016年起，安全衛生本著協助員工復工的使命，成立復工計畫並落實於傷病後員工的復配工、懷孕員工適性配工、遭受不法侵害員工依適性配工介入進行職場調動等等措施。

自2016年至2021年，經復工計畫以協助員工順利復工共計66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

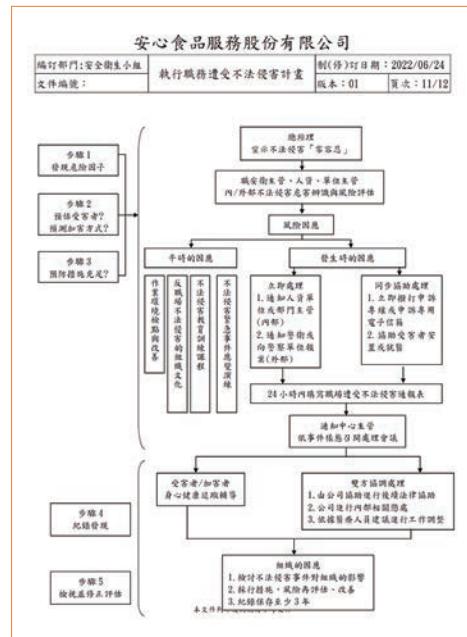


不法侵害預防及突發處理機制

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

The statement is from **Anxin Food Service Co., Ltd.** and is dated **2022/06/24**. It states:

本公司為保障所有員工的工作環境，對於遭受身體或精神不法侵害而致身心受創或加害，特以书面形式明確，絕不認為本公司之管理階層有經營霸凌之行為，欺騙及客觀為本公司員工之間或顧客、客戶、照顧對象及陌生人士對本公司員工有滿意度暴力之行為。

一、職場暴力的定義：工作者在與其工作相關的環境中（包含運動）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。

二、職場暴力行為的類型：

- (一)身體暴力（如：推撞、拳打、腳踢等）。
- (二)心理暴力（如：羞辱、歧視、威脅、恐嚇等）。
- (三)性別暴力（如：性騷擾、性侵犯、性虐、強姦等）。
- (四)性別歧視（如：不平等的性別政策與行為等）。

三、員工遭受到職場暴力時的反應：

- (一)同事間有支持與關懷。
- (二)增加自我保護意識，迅速向主管反應。
- (三)考慮自身有無缺失，請同事調查的評估的人與工作表現，找出問題點。
- (四)可藉以語言或行動方式加強自我行為做為保護。
- (五)向公司提出申訴。

四、本公司所有員工應齊心協力維護各部門職場暴力的工作環境，即何人違反職場暴力政策，將依本公司人事部門或執行工具申請獎勵，本公司依據不同的後續損害程度分別進行調查，並視調查屬實，將依進行獎勵。本公司對於剽窃他人知識產權者，追根溯源並調查其有無任何違法行為，若果，將會進行處罰。

五、本公司對於因執行職場暴力規定而身心受創之員工，將自行停止作業或逕直至全場內之停止。事假期間不會對其處以不利處分。

六、本公司鼓勵同仁能夠利用公司所設置之內部專門申請管理制度此類机制，協助員工參照相關協助本公司將盡力協助提供。

七、本公司擁有力爭公義，申請諮詢。

安衛生組組長 2021/06/24 日期: 2021/06/24
公司負責人: *陳志文* 日期: 2021/06/24

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詢或必要接受治療時，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。

過負荷評估暨建議表

The form includes sections for **2021臨場服務前計算10年風險及過負荷風險評估** (2021 Pre-service Calculation of 10-year Risk and Overload Risk Assessment) and **過負荷評估暨建議表** (Overload Assessment and Recommendation Form). It contains tables for risk assessment, a stamp for **健康職場認證 健康促進標章 安心食品服務股份有限公司** (Healthcare Worksite Certification Healthy Promotional Emblem Anxin Food Service Co., Ltd.), and a QR code.

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。



4.10.3 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

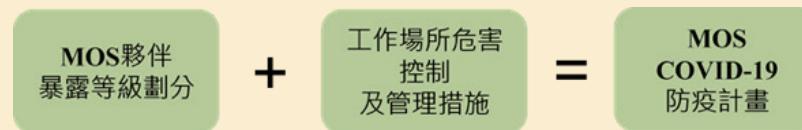
項目		單位	2019	2020	2021
腰圍(cm)	男≥110；女≥100	人	183	778	1,123
BMI (kg/m*m)	≥35	人	159	125	151
血壓(mm-Hg)	SBP≥160；DBP≥100	人	164	84	48
膽固醇(mg/dL)	≥300	人	24	27	30
三酸甘油脂(mg/dL)	≥500	人	10	0	8
低密度脂蛋白(mg/dL)	≥193	人	42	44	64
麴胺酸草酸轉氨基酶 ALT (IU/L)	≥200	人	10	5	3
肌酸酐(mg/dL)	≥2.5	人	3	5	3
血色素(g/dL)	≤7.5	人	7	11	18

4.10.4 2021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，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。

- 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、 統整後定期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，公司即設立體溫測量小站，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。



防疫相關單位工作職責

防疫相關單位工作職責



COVID-19相關足跡調查

電子郵件：
您的真實姓名：
您的姓名：
您的工作地點：

自主健康管理表(專用)

電子郵件：
員工姓名：
使用測量時間：
用途：

體溫紀錄

請於每天上班及下班各量一次溫，並填入本欄。

填入完即算工作總及姓名(例 9702161 完成)

何時：
○ 上班
○ 下班

用途：
● 健康



4.11 健康促進與管理

GRI 403-2 GRI 403-3 GRI 403-7



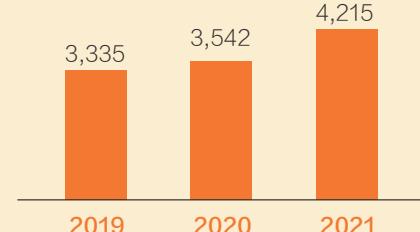
4.11.1 員工健康檢查

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檢服務，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。

2021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，採取立卽性就醫轉介之建議與協助，並安排適性配工評估計畫。(BSRS-5各題占比)

4.11.2 國建署健康促進標章

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。2021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、宣導品的提供之外，更錄製短片上架於GOOGLE雲端，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。

2021年舉辦6堂課程講座參與人數694人



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2022年期許朝向績優健康職場邁進。

2021年度各項健康促進活動

● 交通安全講座

11月全國店長大會開設交通安全講座，課程中引導夥伴認識安全騎機車的重要性，並教導正確的騎車技巧和行車相關的重要事項，及如何正確配戴安全帽，確保每一位員工能在職場中安心安全地工作。2021年參與人數為305人。



● 安心場所AED+CPR急救教育訓練課程

2021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，共辦理四堂課程，達成有照率70%，幕僚總計84人完成訓練。



4.11.3 母性保護計畫

GRI 401-3

GRI 403-7



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。

育嬰假後復職率與留存率

年度	單位	2019	2020	2021
復職率 ^(註17)	%	85	80	18
留存率 ^(註18)	%	59	88	100

(註17) 復職率：實際育嬰留停復職員工數／預計育嬰留停復職員工數

(註18) 留存率：前一期間育嬰假後復職後十二個月仍在職員工數／前一期間實際育嬰留停復職員工數



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乳室辦法，2015年起於總部規劃設置哺乳室，2016年申請通過政府哺乳室經費補助，使設備更加完善並通過績優哺乳室評核，於2017年獲得台北市政府衛生局頒發優良哺乳室認證標章，提供安心食品員工隱密、舒適的哺乳空間，因疫情影響，績優哺乳室依衛生局展延至2021年8月。

摩斯專屬好孕胸章寄送



醫師進行母性視訊面談



醫師進行母性面談



歷年育嬰留停復職和留任統計

項目	性別	2019	2020	2021
當年度實際申請育嬰留停之員工	男	6	2	0
	女	25	18	14
	總計	31	20	14
當年度預計育嬰留停復職	男	4	0	0
	女	9	5	14
	總計	13	5	14
當年度實際育嬰留停復職	男	3	0	0
	女	8	4	2
	總計	11	4	2
前年度實際育嬰留停復職	男	0	3	0
	女	22	21	15
	總計	22	24	15
前年度育嬰假後十二個月仍在職	男	1	3	0
	女	12	18	12
	總計	13	21	12

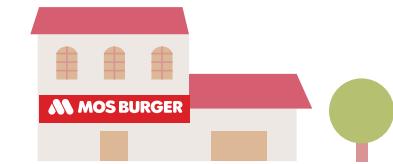


4.12 深化社區影響力

GRI 203-1 GRI 413-1



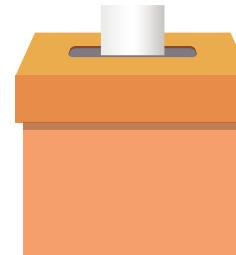
安心食品秉持深耕社區的信念，把自己當作社會的一份子，與社區居民維持良性互動關係，共同打造乾淨整潔、溫暖美麗的社區環境。



4.12.1 發票愛心捐贈、幫助弱勢孩童

依據衛福部統計數據顯示，每天有203件兒童少年保護通報案件，其中25.2%為身體的不當對待、2.6%為食衣住行環境等照顧不周。安心食品支持公益不遺餘力，長期於全台店舖放置「發票及零錢捐贈箱」，顧客可自由捐贈發票或小額零錢，2021年因疫情關係，歡迎消費者將電子發票捐給勵友基金會「愛心碼101」，也可直接使用摩斯卡消費綁定電子發票捐贈。安心食品與勵友中心共同攜手守護社區兒少，讓捐贈的發票金額實際幫助兒少學習成長。2021年全台摩斯漢堡的「發票捐贈箱」，共兌獎募集571,180元，「零錢箱」共募集409,040元，發票與零錢箱合計募集約98萬元。所募集之經費使用於勵友中心各服務據點，服務956位開案兒少。

2021年為全球新冠疫情最嚴峻的一年，也是安心食品與勵友中心攜手關懷逆境兒童與青少年的第七年。安心食品在三級警戒期間，透過捐贈93箱共2,232包牛肝蕈洋蔥濃湯，幫助超過120位兒少及其家庭度過艱困時刻。縱使疫情嚴峻，那座落在摩斯漢堡的發票及零錢箱內的關懷卻不中斷。摩斯漢堡帶著對逆境兒少的愛與關懷，深耕社區，陪伴兒少跨越困境，安心長大。



4.12.2 攜手做公益、落實並傳遞企業理念



摩斯漢堡的經營理念為「貢獻人類、貢獻社會」，摩斯漢堡自創業以來，一直以此經營理念為企業永續經營的目標，並希望透過執行各項公益活動，回饋社會。摩斯漢堡的店長們除了依循公司的經營理念，將其精神落實在每日的工作當中，帶給顧客滿足感與幸福感之外，店長們也不斷在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，許多店鋪夥伴們會透過自發性的參與或舉辦各式公益活動，讓企業理念落實並傳遞。例如：一起挽起衣袖捐出熱血、發揮惜人惜物精神的物資捐贈、店舖愛心義賣等，以實際的行動落實摩斯漢堡「貢獻人類、貢獻社會」的經營理念，將溫暖帶給社區，並期許能發揮更多影響力，讓愛分享並延續下去。



4.13 發揮社會影響力

GRI 203-2

GRI 413-1



企業如何有效發揮社會影響力，就是將企業的核心業務，創造具規模性和可持續性的社會效益方案。安心食品總共有302家店鋪，深入各個鄉鎮及社區，安心希望將店舖當作和社區居民溝通的橋梁，藉由店舖傳達摩斯漢堡的經營理念，積極和民衆互動、散播溫暖，發揮社會正面影響力。

4.13.1 攜手MOS夥伴們推廣國家公園環境教育

摩斯漢堡自2018年起，持續與內政部營建署合作推廣國家公園環境教育，除每年邀請員工到國家公園參訪外，2021年即使受新冠肺炎疫情影響，戶外活動被迫禁止，安心食品仍運用閱報和電子媒體介紹國家公園，並贈送安心的每一位成員國家公園月曆，致力於環境教育的推廣；安心食品同時也在店舖掛置國家公園月曆，讓顧客在用餐時，能夠邊欣賞台灣國家公園之美，不僅達到觀光宣傳的效果，也能喚起保護生態環境的意識。安心食品希望持續藉由各種方式推廣環境教育，讓員工更加重視環境生態等議題，並將保護生態環境的使命感與精神，綿延傳承給下一代。



4.13.2 MOS我愛媽咪繪圖告白活動

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「我愛媽咪繪圖告白」活動，參加人數至今已超過15,760位，累積活動獎品金額224仟元(224,455)。摩斯漢堡在5月份推出「幸福吃飽堡」與「暖心輕鬆點」的餐點優惠，邀請母親與小朋友來店舖一起享用餐點並參與彩繪活動，小朋友於彩繪活動完成後，可至摩斯漢堡兌換市價35元的中杯冰紅茶或小份薯條一份。2021年兌換及享有活動優惠之總人數為6,413人，較2020年增加2,217人，社會影響力較2020年成長53%。2021年因逢疫情，抽獎活動全面線上化，小朋友們只要把完成的作品拍照上傳至Facebook或Instagram，即可參加抽獎活動，2021年活動最終抽出了3位幸運得主，分別送出價值1,000元的摩斯卡。



4.13.3 幼兒食育活動



所謂的「食育」即是「飲食教育」，被定位與德育、智育、體育同等重要，「食」也是生活的基本，近年來因為飲食環境顯著改變，造成許多嚴重的問題，例如：營養不均衡、身體肥胖、生活習慣病等。摩斯漢堡希望藉由此活動來傳遞正確的飲食觀念，透過實際的飲食經驗，讓大家學習與食物有關的知識，知道如何正確地選擇對自己健康有益的飲食習慣。摩斯漢堡自2006年開始舉辦「食育活動」，致力健康飲食的推廣已長達十年以上的時間，每次的食育活動大約兩個小時，課程會先講解飲食的正確觀念，之後再進行商品實作流程，落實安心與健康的食品教育。

「食育」的課程設計針對不同年齡層，導入了2種不同的版本，有適用於國小年齡層使用的「小學版」及適用於3~6歲的「幼兒版」，兩個版本的課程設計主軸皆是透過互動式教學方式，教導孩子們日常生活的正確飲食觀念，更透過互動學習，增進親子情感，留下難忘回憶！摩斯漢堡希望「食育活動」能以有趣的方式引發學習，指導正確的觀念，這也意味著我們對於顧客的感謝以及對社會的回饋。「食育活動」自2015年起採用系統化統計，舉辦至今已超過22,295人參加，2021年度因新冠肺炎，只舉辦了5場食育活動，共花費25小時，總參與人數為50人。



4.13.4 銀髮長者食育活動



摩斯漢堡自2006年起，開始舉辦兒童食育活動，推廣健康飲食至今已長達15年，希望教導小朋友們不挑食及珍惜食物的重要性，活動從食物的營養成分連結到漢堡的製作，以輕鬆又富有惜食意涵的方式，讓小朋友學習正確的飲食觀念並親身體驗製作漢堡的樂趣！而陪伴兒童參加的家長及祖父母也能在活動中一同參與，和孩子一起學習正確的食物觀念，活動讓孩子及家長皆能收穫滿滿。

今年3月份，摩斯漢堡永吉店更結合周邊的信義區健康服務中心，共同舉辦「銀髮長者食育活動」，讓長者們先從簡易的運動開始，活動筋骨，避免肌少症發生，同時延續摩斯食育活動的特點，讓長者們親自動手製作專屬的漢堡餐點，從中認識攝取優質蛋白質的重要性！安心食品希望藉由活動，讓長者們能願意多外出走動，也可以相約親朋好友一起到摩斯漢堡品嘗現點現做的新鮮餐點，拉近親朋好友之間的感情，達到身心靈的健康！摩斯漢堡鼓勵長者多多參與社區活動，一起營造友善美好的生活環境。



特別報導 創意米漢堡商品競賽



結合在地食材，
發想MOS山海日精神商品

摩斯漢堡每兩個月推出一次期間限定商品，為了讓定期來店消費的顧客有不同的感官體驗和品嘗當季的新鮮食材，摩斯漢堡持續推陳出新、研發創新商品，期望給顧客帶來不同的驚喜和美味。負責摩斯漢堡商品開發的是摩斯總部的商品開發部門，以創新的研發能力變化出各種不同的美味，令人意想不到的是，摩斯漢堡的營運和總部夥伴們也是臥虎藏龍……。

為了能讓每個摩斯夥伴們都有機會研發出自己的創意料理，摩斯漢堡於30週年慶舉辦了「創意米漢堡商品競賽」，邀請夥伴們發揮自己的創意研發新商品，我們期待能透過活動，將更多的台灣在地食材及風味融入商品，同時展現摩斯愛地球、愛社會及崇尚自然健康的山海日精神，成為更具代表摩斯精神的商品。



入圍商品
「金沙蝦球珍堡珠堡」
即為12月上市的
「金沙海老珍珠堡」



MOS全體員工參與商品開發

創意米漢堡商品競賽共分為兩個階段，第一階段為「書面提案競賽」，夥伴們可於6月底前交出書面提案進行審查，店舖和總部共計81件投稿、21件入圍作品，其中入圍的「金沙蝦球珍珠堡」已在同年12月推出上市，它就是美味的「金沙海老珍珠堡」！11月舉辦的第二階段為「商品製作競賽」，比賽規則是讓入圍的夥伴們將自己的提案作品進行現場製作，不僅要展示商品、介紹商品設計概念，同時還要能夠在短時間內製作出來，作品完成後，還得讓評審們試吃品嚐。活動當天來自全台各地的夥伴們，各個發揮職人精神，卯足全力，每一款米漢堡都讓評審們感到驚呼！

摩斯夥伴們實在是創意無限，發想出來的米漢堡都獨具特色，同時結合台灣在地食材和特色小吃，開發出專屬於台灣的摩斯米漢堡。未來，就讓我們期待摩斯漢堡持續不斷帶來的新風味米漢堡吧！



5 附錄

5.1 會計師有限確信報告



會計師有限確信報告

資會綜字第 22002853 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」）之委任，對 貴公司選定 2021 年度 ESG 永續報告書所報導之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。

確信標的資訊與適用基準

有關 貴公司選定 2021 年度 ESG 永續報告書所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其適用基準詳列於 貴公司 2021 年度 ESG 永續報告書第 127 至 128 頁之「確信項目彙總表」。前述確信標的資訊之報導範圍業於 ESG 永續報告書第 3 頁之「報告書範疇與時間」段落說明。

上開適用基準係為臺灣證券交易所「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，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照臺灣證券交易所「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，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準，以編製 ESG 永續報告書所報導之績效指標，且維持與績效指標編製有關之必要內部控制，以確保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公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對確信標的資訊執行確信工作，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作修正之情事，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，包括辨認確信標的資訊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，並依據本委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
110208 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 110208, Taiwan
T: +886 (2) 2729 6666, F: +886 (2) 2729 6686, www.pwc.tw



- 對參與編製確信標的資訊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，對確信標的資訊選取樣本進行包括查詢、觀察及檢查測試，以取得有限確信之證據。

此報告不對 2021 年度 ESG 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制規範

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、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

本事務所適用審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，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質性解釋，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，本會計師並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依臺灣證券交易所「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，以及 貴公司依行業特性與其報導之績效指標參採或自行設計其他基準編製而須作修正之情事。

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 貴公司網站公告後任何確信標的資訊或適用基準之變更，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



2022 年 8 月 2 日

5.2 GRI準則索引表

GRI 100一般揭露

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
GRI 102 : 一般揭露 2016		
	組織概況	
	102-1 組織的名稱	3、15
	102-2 活動、品牌、產品與服務	15、16、35、41
	102-3 總部位置	3、15
	102-4 營運據點	15
	102-5 所有權與法律形式	3
	102-6 提供服務的市場	15
	102-7 組織規模	15-16、84-85
	102-8 員工與其他工作者的資訊	84-85
	102-9 供應鏈	15、56
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	3、56
	102-11 預警原則或方針	28-33
	102-12 外部倡議	無此情形，不適用
	102-13 公協會的會員資格	33
	策略	
	102-14 決策者的聲明	4
	102-15 關鍵衝擊、風險及機會	21-22
	倫理與誠信	
	102-16 價值、原則、標準及行爲規範	28
	102-17 倫理相關之建議與關切事項的機制	28
	治理	
	102-18 治理結構	25-27、30-32
	102-19 授予權責	25-27
	102-20 高階管理階層對經濟、環境和社會主題之責任	25-27
	102-21 與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	12-13
	102-22 最高治理單位與其委員會的組成	25-27、30-32
	102-23 最高治理單位的主席	25-27
	102-24 最高治理單位的提名與遴選	25-27
	102-25 利益衝突	25-27
	102-26 最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	4、25-27
	102-27 最高治理單位的群體智識	27-28

GRI 準則	永續發展目標	頁碼 / 補充說明
GRI 102：一般揭露 2016	102-28 最高治理單位的績效評估	25-27
	102-29 鑑別與管理經濟、環境和社會衝擊	12-13
	102-30 風險管理流程的有效性	33
	102-31 經濟、環境和社會主題的檢視	25-27
	102-32 最高治理單位於永續性報導的角色	25-27
	102-33 溝通關鍵重大事件	25-27
	102-34 關鍵重大事件的性質與總數	25-27
	102-35 薪酬政策	30-32、25-27
	102-36 薪酬決定的流程	30-32
	102-37 利害關係人的參與	30-32
	102-38 年度總薪酬比率	86
	102-39 年度總薪酬增加之百分比	86
	利害關係人溝通	
	102-40 利害關係人團體	12-13
	102-41 團體協約	無工會，不適用
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	12-13
	102-43 與利害關係人溝通的方針	11
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	12-13
	報導實務	
	102-45 合併財務報表中所包含的實體	本公司合併之子公司為： 1. An-shin Food Services (Singapore) Pte. Ltd. 2. 廈門摩斯餐飲管理有限公司(廈門摩斯)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。
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	3
	102-47 重大主題表列	12-13
	102-48 資訊重編	無此情形，不適用
	102-49 報導改變	無此情形，不適用
	102-50 報導期間	3
	102-51 上一次報告書的日期	3
	102-52 報導週期	3
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	3
	102-54 依循GRI準則報導的宣告	3
	102-55 GRI內容索引	122-125
	102-56 外部保證/確信	3、121

GRI 200 特定標準揭露

GRI 準則	揭露項目	頁碼 / 補充說明
經濟績效		
GRI 103：管理方針 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	12-13
	103-2 管理方針與其組成部分	23-24
	103-3 管理方針的評估	23-24
GRI 201：經濟績效 2016	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	20
	201-3 定義福利計劃義務與其它退休計畫	86-87
	201-4 取自政府之財務補助	34
商品與服務創新		
GRI 103：管理方針 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	12-13、23-24
	103-2 管理方針與其組成部分	49-51
	103-3 管理方針的評估	49-51
非GRI 指標，不適用	商品與服務創新	35-47
顧客健康與安全		
GRI 103：管理方針 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	12-13、23-24
	103-2 管理方針與其組成部分	49-51
	103-3 管理方針的評估	49-51
GRI 416：顧客健康與安全 2016	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	60-61
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	60-61
產銷履歷		
GRI 103：管理方針 2016	103-1 解釋重大主題與其邊界	12-13、49-51
	103-2 管理方針與其組成部分	49-51
	103-3 管理方針的評估	49-51
非GRI 指標，不適用	產銷履歷	57-60
GRI 202：市場地位 2016	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	84-85
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	116-119
GRI 302：能源 2016	302-1 組織內部的能源消耗量	71-72
	302-3 能源密集度	72
	302-4 減少能源消耗	72
GRI 303：水與放流水 2018	303-3 取水量	74
	303-4 排水量	74
	303-5 耗水量	74
	305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	72

GRI 準則	揭露項目	頁碼 / 補充說明
GRI 305：排放 2016	305-4 溫室氣體排放密集度	72
	305-5 溫室氣體排放減量	72
GRI 306: 廢汙水和廢棄物 2016	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	75-76
GRI 307：有關環境保護的法規遵循 2016	307-1 違反環保法規	73
GRI 308：供應商環境評估 2016	308-1 採用環境標準篩選新供應商	56
	308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	56
GRI 401: 勞雇關係 2016	401-1 新進員工和離職員工	84-85
	401-2 提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	86-89
	401-3 育嬰假	115
GRI 403: 職業安全衛生 2018	403-1 職業安全衛生管理系統	15、84-85、106
	403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查	105-115
	403-3 職業健康服務	105-115
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	105-107
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	105-107、113-115
	403-6 工作者健康促進	113-114
	403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	108-115
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	15、84-85、106
	403-9 職業傷害	108
	403-10 職業病	無此情形，不適用
GRI 404: 訓練與教育 2016	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	98-103
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	86-87
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	25-27、84-85
GRI 413: 當地社區 2016	413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	116-119
GRI 414: 供應商社會評估 2016	414-1 使用社會準則篩選之新供應商	56
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	56
GRI 417: 行銷與標示 2016	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	60
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	39
GRI 419: 社會經濟法規遵循 2016	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	34、96
FP1	向符合公司採購政策之供應商採購的數量百分比	57-59
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	57-59
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	119
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	52
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	60

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1	消除各地一切形式的貧窮	87、89、94、116-117
目標2	消除飢餓，達成糧食安全，改善營養及促進永續農業	116-117
目標3	確保健康及促進各年齡層的福祉	35、37、52-55、63-66、78、80、88、105-114、116、118-119
目標4	確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習	28、30、35-36、52-53、66、77、90、92-94、97-107、118-119
目標5	實現性別平等，並賦予婦女權力	25-27、84-86、89、109-110、115
目標6	確保所有人都能享有水及衛生及其永續管理	63-65、67-71、74、80
目標7	確保所有的人都可取得負擔得起、可靠的、永續的，及現代的能源	44、67-73
目標8	促進包容且永續的經濟成長，達到全面且有生產力的就業，讓每一個人都有一份好工作	30、47、57、67-71、84-85、89-94、98-100、105-110、115
目標9	建立具有韌性的基礎建設，促進包容且永續的工業，並加速創新	30、35、37、41、44、47、73、79
目標10	減少國內及國家間不平等	84-85、94、120
目標11	促使城市與人類居住具包容、安全、韌性及永續性	44、45、46、75-77、86、104-105、116-117
目標12	確保永續消費及生產模式	35、37、43、44、46-47、57-62、63-65、67-71、73、75-76、78、79、120
目標13	採取緊急措施以因應氣候變遷及其影響	30、37、44、67-71
目標14	保育及永續利用海洋與海洋資源，以確保永續發展	35
目標15	保護、維護及促進領地生態系統的永續使用，永續的管理森林，對抗沙漠化，終止及逆轉土地劣化，並遏止生物多樣性的喪失	57-60、71-72、73、75-77、79
目標16	促進和平且包容的社會，以落實永續發展；提供司法管道給所有人；在所有階層建立有效的、負責的且包容的制度	29、38-39、42、56、63-65、88、94、95-96、109-110、116-117、120
目標17	強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係	35、37、43、46、88、92、118-120

5.4 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	適用基準	作業辦法	頁次
1	<p>安心食品品保課全年持續針對全國摩斯店舖實施衛生抽檢機制^(註21)，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。</p> <p>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22)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%。</p> <p>(註 21) 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。</p> <p>(註 22) 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。</p>	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2021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	63
2	<p>2021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\$544,332仟元，占總食材採購金額34%。</p> <p>2021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\$1,247,881仟元，占總食材採購金額78%。</p> <p>2021年度自符合HACCP驗證標準之供應商採購食材商品之金額為\$1,316,159仟元，占總食材採購金額82%。</p>	2021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	59
3	<p>2021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、一般食品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14)。</p> <p>(註 14) 食品安全衛生管理法相關法規可至衛生福利部食品藥物管理署網站查詢 https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62</p>	2021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。	第一款第二目	60
4	2021年所使用的FSC™熱飲杯、薯條炸雞用袋、熱狗堡盒、外袋等紙類食品包材總採購金額為54,250仟元，占當年度總紙類包材採購支出之70%。	2021年度 FSC™紙類食包材採購金額除以當年度紙類食包材採購金額百分比。	第一款第三目	59
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。2021年松江店所販售商品金額占全公司個體報表之淨營收之0.375%	2021年度店舖通過ISO 22000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	52
6	<p>新供應商開發及新品製程評鑑</p> <p>書面資料審查：確認符合法規登記證照，其他相關驗證證書。</p> <p>現場資格審核：新供應商或新商品上市前，安心食品會依據食品良好衛生規範準則(GHP)進行廠商工廠視察，評鑑項目包括製造現場、機器設備、原物料管理、品質管制、人員管理等。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。2021 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15家廠商、27場次之工廠產線實地評鑑，占2021年食材相關進貨供應商家數之19%，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3家廠商、3場次之工廠產線實地評鑑，合格率 100%。</p>	2021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	56
7	<p>統購課在年底時，參考供應商供貨金額排序以及交易情形，依循「供應商管理程序」擬定「年度供應商評鑑排程」，對廠商持續進行管控，以確保合格供應商供貨品質符合現行標準。年度評鑑項目分別為經營理念、產品品質、交期與服務力三大項目。2021年針對與食材及農畜品相關進貨供應商35家廠商共計執行45次評鑑，占該年度所有食材及農畜品相關進貨供應商43%，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12家廠商執行12次評鑑，合格率均為100%。</p> <p>既有供應商評鑑共分為A、B、C三種等級，A級為70分以上優先採購及增加進貨量，B級為60至70分(不含70分)保持現狀為合格供應商，若於全年度評鑑中為C級(含)者，該供應商於當年度需要求改善或取消供應商資格。</p>	2021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	56
8	<p>安心食品雖非屬食品安全衛生管理法第9條所規範應建立追蹤追溯系統之業者，我們仍針對自我開發之新食材自願進行查核^{(註15)(註16)}，2021年共計審查61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44項，達成率72%^(註16)。</p> <p>(註15) 自我開發新食材之查核係指針對供應商合作開發之第一次使用、舊原料(食材)復售、配方更動並有提供商品品質規格書的品項作資料審查，不包括限店販售、非摩斯品牌在店販售及使用，以及蔬果原料之食材。</p> <p>(註16) 目前安心原料追溯係按食材分階，每一食材都有品質規格書，每份規格書都以揭露至三階資訊為目標。例如安心食品的食材有蕃茄、肉品、麵包等(第一階)，將再追溯其中肉品的供應商(第二階)及供應商上游(第三階)。</p>	2021年度依據「商品供應合約書」取得品質規格書並可追溯至三階供應商之新食材總項數及比例。	第一款第六目	62

編號	確信標的	適用基準	作業辦法	頁次
9	2021年新審查61項自我開發新食材中，56項食材含有國外原料 ^(註17) ，完成審核原料相關產地證明共56項，占含有國外原料食材項數之100%。 (註17)相關產地證明文件可包括進口報關單、輸入許可證、添加物許可證或檢驗證明/報告。	2021年度含有國外原料之新食材總項數與審核產地相關證明之新食材總項數及比例。	第一款第六目	62
10	2021年採購TAP產銷履歷標章之農畜產品總金額71,055仟元，占農畜產品採購金額之68%。	2021年度採購符合農委會產銷履歷TAP標章之總採購金額，及佔農畜產品總採購金額之百分比。	第一款第六目	57
11	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、金黃色葡萄球菌(2021年新增)、腸桿菌科(2021年新增) 通過TAF認證檢驗方法 【食品】生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、沙門氏菌、單核球增多性李斯特菌、腸桿菌科 【飲用水】總菌落數、大腸桿菌群 參照TFDA公告檢驗方法 【食品】仙人掌桿菌、金黃色葡萄球菌腸毒素、單核球增多性李斯特菌(2021年新增) 參照國際分析化學家學會(AOAC)認可之檢驗方法 【食品】總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、大腸桿菌 O157：H7 其他檢驗方法 【食品】仙人掌桿菌(2021年新增)、腸炎弧菌(2021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】3MeSwab(BPW)塗抹棒 化學性檢驗： 行政院農委會公告蔬果農藥殘毒快速檢測法 【農藥殘留】有機磷&氨基甲酸鹽系列農藥 生鮮肉品、蛋品、海鮮的抗生素、瘦肉精檢驗方法 抗生素快速篩檢試劑組Premi® Test 瘦肉精三合一(CB克倫特羅/RAC萊克多巴胺/SB沙丁胺醇)快速檢驗試劑 抗生素(磺胺劑/四環黴素/氯黴素)快速檢驗試劑(2021年新增) 參照TFDA公告檢驗方法 【水產品】揮發性鹽基氮(2021年新增)	2021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	54
12	2021年食品檢驗中心針對店舖商品、飲料、冰塊 / 水質及食材等 ^(註6) 影響食品衛生安全之微生物 ^(註7) 、蔬果農藥殘毒與動物用藥快速檢測總檢驗件數共3,592件，合格件數3,161件，總合格率88.0%。 (註6)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7)2021年6月30日前，法規依據食品藥物管理署公告之生熟食混合即食食品類衛生標準、飲料類衛生標準、冷凍食品類衛生標準、飲用水水質標準、一般食品衛生標準、冰類衛生標準。2021年7月1日起，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。	2021年6月30日前，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「生熟食混合即食食品類衛生標準」、「飲料類衛生標準」、「冷凍食品類衛生標準」、「飲用水水質衛生標準」、「一般食品衛生標準」、「冰類衛生標準」容許量及「蔬果農藥殘毒」及「動物用藥快速篩檢」判定標準。2021年7月1日起參照「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	54
13	2021年度食品檢驗中心產生之費用總計7,441仟元 ^(註8) ，包括委外檢驗費用1,617仟元，占年度營業淨利61.94%及營業收入0.15%。 (註8)食品檢驗中心費用包含：委外檢驗費用(含儀器校正費用)、實驗室藥品耗材費用、儀器設備雜項購置、人員薪資、租金、能力試驗、外訓報名及設備修繕雜項費用等。	2021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	55
14	2021年店長食安衛平均訓練時12.7小時(包含勞安平均訓練時數3.4小時，如：安全衛生、職安法規、災害預防等宣導)。	2021年安心食品舉辦店長食安衛相關課程 ^(註1) 總時數除以2021年平均店長人數 ^{(註2)(註3)} 。 (註1)2021年店長食安衛相關課程包含：(1)食安衛生教育訓練課程(2)衛生講習訓練課程(3)店長月會食安衛相關時數(4)店長證照派訓；其中店長月會規範所有店舖皆須派員參與，故若店長因故無法出席，非擔任店長職之員工將可能參與店長月會。有參與月會的店舖，每店以一人次計算。(註2)安心食品之店長定義包含：(1)代理店長(2)初任店長(3)A級店長(4)B級店長(5)資深店長；部分店舖由於人力調派因素，係由區經理(包含課經理、課副理及主任)擔任店長。(註3)2021年平均店長人數計算方式如下：(2020年12月店長人數+2021年12月店長人數)/2。	自願確信項目	51
15	針對2021年度風險危害物質委外檢測 ^(註18) 共計145件，合格件數144件 ^(註19) ，輔導追蹤後複檢合格率達100%。 (註18)風險危害物質係指依照衛生福利部食品藥物管理署公告各項產品中衛生標準項目進行檢測。 (註19)係指供應商供貨產品經安心把關符合衛生福利部食品藥物管理署公告各項產品中衛生標準項目檢測之合格率為99.3%。	2021年間委託第三公正單位檢測之檢驗總件數、檢驗合格件數及合格率。	自願確信項目	62
16	2021年12月31日總店舖數為302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3,106次。 ^(註4) (註3)包含2021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。	2021年度店舖病媒防治作業之執行情形與消毒次數 ^(註) 。(註)店舖消毒次數計算基準為獨立店、百貨店、校園店及賣場店。	自願確信項目	51
17	定期取得常態性食材供應商之2021年度自主檢驗報告書共223份。	取得常態性食材供應商之2021年度自主檢驗報告份數。註：部分2021年度自主檢驗報告係於2022年度取得。	自願確信項目	62



看見安心的笑容

台灣第一米漢堡、用心堅持、安心品質



榮獲2021年「CSR天下企業公民獎」
食品業及餐飲服務業之唯一獲獎企業

榮獲第六屆「亞洲永續報告獎」四大獎項
歷年獲獎最多之台灣企業

榮獲第十四屆TCSA台灣企業永續報告類白金獎
台灣TOP50永續企業獎等四大殊榮

榮獲第六屆公司治理評鑑TOP 5%之公司
連續五年公司治理評鑑結果前百分之五之公司



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：電話(02)2567-5001

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