美食的顧客健康與安全

第二十四條 等級：初級

資料來源：2017年美食企業社會責任報告書

*美食企業藉由食品安全小組來統整公司對產品的採購及品質管理並達到保護客戶健康與安全的目標*

**企業概述**

Gourmet Master Co. Ltd. 於2008 年09 月26日設立於開曼群島，係知名咖啡烘焙連鎖品牌85ºC之控股公司，為台灣地區咖啡複合連鎖餐飲領導者。本公司主營產品分為咖啡、麵包、西點，提供消費者單品乃至多項搭配的消費選擇。自從創立以來，以「五星級的產品、平民化的價格」為主的行銷策略，直營與加盟雙管齊下的展店模式，從2004 年於台灣台北縣永和市開設第一間店以來，迅速擴張至全台灣，成功建立平價奢華的餐飲品牌形象。為強化集團控股，本集團於2008 年底進行股權重組，於開曼地區設立控股公司，以公司經營團隊為原始股東，整合集團資源，邁向資本市場。

**案例描述**

回顧近年，美食發現，餐飲業者身處的環境與以往有極大差異；業者面對的往往不是單一風險，風險間可能交互影響，加劇對社會的影響。聯合國永續發展高峰會已通過“改變我們的世界－2030年永續發展議程”，訂出17項永續發展目標，也帶給企業思考未來永續發展的課題。為回應環境變化所帶來的各種風險及永續發展目標，美食隨時關注可能的風險並嘗試提出具體管理方案。

美食發現每一次食品安全事件，都衝擊台灣消費者的消費信心與消費意願，整體產業短期間營收下降，無可避免。消費信心與消費意願的復原，除了個別業者自我管理與因應速度的要求之外，業界整體的處理態度，也有很大的關連。此外，這些事件也都影響到台灣商品在國際市場的形象與競爭力，甚至波及企業的海外發展，這個部分不是單一品牌如何努力可以解決，而是要靠政府與業界一起來努力。近年本公司在食品安全持續投入資源，從源頭產品設計開始，即儘量減少添加物的使用，或者採用天然食材來取代添加物。

此外，持續強化合作廠商的管理，選擇信譽良好的合作廠商，聚焦管理，創造雙贏。在食品安全管理制度的落實，除了遵循台灣法令規定，也研究最新的國際趨勢，雙軌並進，落實執行。為了做好溯源及通路管理，85ºC也備有食品安全小組，負責合作廠商、中央廚房、門店端的食品安全工作。