

115年度第1季法務部矯正署澎湖監獄外部視察報告權責機關回覆

案由	視察小組意見或建議	權責機關回覆
<p>機關對於收容人收受金錢、飲食及必需物品等之辦理情形。</p>	<p>建議機關持續精進風險分級管理機制，針對高風險收容人（高風險、幫派、特殊列管）採差異化檢查措施；並建立異常案件統計分析機制，針對退件、違規夾藏等案例進行統計分析，作為風險預警依據；同時加強對外界（如會客菜業者）送入規定之宣導，降低違規或誤送情形。</p>	<p>一、本監訂有「加強幫派分子及高戒護風險收容人列管處理作業流程」和「高戒護風險收容人戒護勤務規範」，針對高風險收容人（高風險、幫派、特殊列管）均列冊建檔，並對其通信與接見來往對象及平時言行舉止、各項安全檢查及各項處遇實施情形，均加強考核與紀錄。</p> <p>二、製作「外界送入金錢與飲食及必需物品注意事項」文宣，供收容人及民眾參閱；並將相關修法規定公告於相關網頁及候見室，且更新接見室看板，利用電子跑馬燈進行宣導；另編製「矯正機關常見收容問題 Q&A」置於接見室明顯處及機關網頁，供接見民眾參閱及瞭解，相關規定亦於收容人生活手冊載明；對於不諳送入金錢、飲食及物品之相關法規或不識字之民眾，專責由接見室物檢人員及登記人員主動逕行講解說明，提升為民服務品質。</p>
<p>機關對於食品工場衛生及安全管理辦理情形。</p>	<p>建議機關產品（麵包烘培及咖啡）已有一定基礎與口碑，建議可結合品牌行銷，提升附加價值與收容人技能轉化。</p>	<p>一、本監食品工場（烘焙及咖啡）產品品質已具穩定基礎，為回應視察委員建議，將於115年度起逐步導入品牌化經營機制，提升產品附加價值及市場辨識度。</p> <p>二、在品牌行銷方面，規劃辦理下列具體作為：</p>

		<p>(一)建立產品品牌識別系統：設計統一品牌名稱、標誌 (LOGO) 及包裝風格，並結合澎湖在地意象 (如海洋特色)，提升商品形象。</p> <p>(二)優化產品包裝：導入禮盒化設計 (如咖啡禮盒、烘焙產品組合包)，強化送禮市場定位，並提升產品價值感。</p> <p>(三)拓展通路與曝光：結合本監既有展售平台及機關參訪活動，增加產品展示與試吃機會，並配合節慶檔期推出限定商品。</p> <p>三、在技能轉化方面，將結合職業訓練課程辦理：</p> <p>(一)於烘焙及咖啡相關課程中納入基礎品牌概念、產品設計及簡易行銷知識，提升收容人整體職能。</p> <p>(二)強化實作導向，讓學員參與產品包裝設計、組合規劃及出貨流程，使其了解從製作至銷售之完整流程。</p> <p>(三)評估與外部資源 (如民間團體或專業講師) 合作，引入實務經驗，提升訓練與市場接軌程度。</p> <p>四、後續將持續滾動檢討產品品質、品牌經營及銷售成效，逐步建立具在地特色之作業產品品牌，俾利提升收容人技能實用性及出監後就業競爭力。</p>
--	--	--