

國防部政治作戰局

111 年度施政績效報告

壹、前言

為執行施政績效評估作業，本局依「國防部施政績效管理作業手冊」及「國防部 111 年度施政績效評估作業實施計畫」等規範，持續進行施政成效檢討評估；本局 111 年度施政目標計「籌備政戰裝備，增進聯戰效能」、「精進福利服務，提供優質環境」、「鼓勵官兵進修，以滿足各職類專業需求」、「提升心輔職能，防杜自殺危安」、「傳承國軍光榮歷史，凝聚全民愛國意志」、「持續推動資訊心戰交流，拓展國際宣傳管道」、「籌建新式偵防器材，以肆應未來安全環境威脅」、「建立管控機制，嚴密保密作為」、「企製形象廣告，形塑國軍形象」、「主動行銷救災成效，積極救災新聞整備」、「妥適配置預算資源，提升預算執行效率」等 11 項，由各業管單位訂定執行策略，負責推動；各項工作均有豐碩成果，施政績效卓著。

貳、機關 108 至 111 年度預算及人力

一、近 4 年預、決算趨勢：

單位：百萬元

項 目	預決算	108	109	110	111
合計	預 算	547.6	685.972	695.087	623.992
	決 算	535.332	561.769	565.326	527.945
	執行率 (%)	97.75	81.89	81.33	84.61
普通基金 (公務預算)	預 算	547.6	685.972	695.087	623.992
	決 算	535.332	561.769	565.326	527.945
	執行率 (%)	97.75	81.89	81.33	84.61
備 註	本施政績效係就普通基金(公務預算)部分評估，特種基金不納入評估。				

二、預、決算趨勢說明

(一) 預算增減原因分析：

本局 111 年度獲賦預算較 110 年度減少新臺幣 7,109 萬餘元，主要係因基層單位社團補助經費改由各單位自行編列，及減列「野戰喊話作業車」等 2 項軍事投資建案。

(二) 預、決算落差原因分析：

本局 111 年度預、決算差異金額 9,604 萬餘元，主要係「『正氣樓多功能營舍新建統包工程』後續空調及陣營具裝修工程」等 2 案預算保留，及「儀隊暨愛國歌曲競賽」等案因疫情無法執行，辦理預算報繳所致。

三、機關實際員額：

年	度	108	109	110	111
職	員	144	140	140	136
約	聘	26	23	23	22
技	工	————	————	————	————
合	計	170	163	163	158

參、年度目標及策略推動成果

年度施政目標		執行策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
一	籌備政戰裝備，增進聯戰效能。	兵力整建計畫達成率。	一、本局暨所屬部隊(單位)111年度軍事投資共計5案，均屬自行列管案件。年度應辦理管考作業計4次，配合戰規司每季第3個月(3、6、9、12月)軍事投資計畫(預算)執行績效分析造報作業辦理，實際辦理管考作業計4次。 二、各項管考作為有效協助單位先期掌握窒礙問題，積極研處解決，均達成兵力整建計畫目標。	面對共軍近年更趨頻密與強硬之軍事威脅，並借鏡烏俄戰爭不對稱作戰啟示，依國軍未來五年兵力整建規劃方向，持續精進政戰組織與裝備汰換作業，以強化政戰整備，確保聯合作戰任務達成。
二	精進福利服務，提供優質環境。	優化官兵服務工作。	一、為精進官兵福利服務工作，營造良好服役環境，福利處積極提供優質福利品供應服務暨各項附加服務，各項成果如次： (一)為使高山偏遠(含外、離島)地區戰備留守官兵及單身退員感受過年之氣氛，援例致贈節品以彰顯關懷之美意，111年度寄送慰問節品計461箱、福袋522個、退員個人禮品286份。 (二)與各大企業結盟合作辦理敬軍活動，加入策略聯盟廠商計718家門市，詳細資訊均可至福利事業管理	一、服務官兵及軍榮譽屬為本局核心價值，福利處持續朝「多元化經營」、「自有品牌行銷」外，並以「提升福利證附加價值」、「建置地區宅配集團購取貨」等方式提升便利性，且針對消費者消費習慣，廣續招商引進優質商品

			處網站查詢(食:559家、衣:15家、住:95家、行:15家、育:20家、樂:14家)。 (三)為照顧年長之軍、榮譽屬，提供便捷購物服務，各福利站每週定期辦理「愛心送貨到府」服務，111年度計辦理6,208次，宅配金額新臺幣(以下幣制同)3,783萬餘元。 (四)官兵辦理福利證，除享有購物累計紅利點數及生日加碼回饋外、透過購物資訊可配合每月行銷活動抽獎、高鐵企業用戶窗口購票及特約商店識別優惠等附加服務。 (五)結合組織轉型，提供多元化服務，建置「電子商務」平臺，區分為國軍行政事務用品、部隊年節網購及網路商店等3部分。 1、國軍行政事務用品： 官兵藉由營區網路或營站點選下單訂購，公司採宅配、郵寄方式逕送各需求單位，貨到轉帳付款，降低採購人力及弊端肇生，提供單位適法便利之採購管道，有效節約採購人力，111年度銷售共計1億8,794萬餘元。 2、部隊年節網購：	，有計畫推展行銷作為，讓官兵及軍榮譽屬等會員能以更優惠價格購買到優質商品，以擴大回饋與服務績效。 二、囿於111年度政戰實務輔訪，發掘部分單位不熟悉「精進國軍士官兵及眷(徵)屬服務各級作法要點」，以致向軍友社申請官兵服務案件減少，規劃列為112年重點輔訪項目，以實質照顧基層急難病困官兵。
--	--	--	---	--

			製作 DM 型錄，提供部隊三節團膳、節品餽贈採購，減輕膳食人員勤務，111 年度銷售共計 1 億 0,299 萬餘元。 3、網路宅配及票券： 因應市場趨勢，配合網路世代消費習慣，推動線上即時購物，提供國內餐飲、旅遊(宿)、影城票券及線上購物滿額宅配，擴大服務效能，111 年度銷售共計 4,088 萬餘元。 (六)配合年度國軍重要戰訓展演、救災部隊慰勞等支援任務，參與三軍聯合婚禮、各軍種營區開放活動、五指山公墓春祭、秋祭典禮，提供行動福利車服務，自 102 年 6 月 28 日開始營運服務，至今計出勤 298 場次，服務逾 87 萬餘人次。 (七)為精進服務效能，111 年 12 月於新北市板橋區設置板橋福利分站，均採現代化超商模式完成市場整備，使賣場能明亮美觀、企業識別鮮明，營造溫馨之購物環境，增益服務效能。 (八)凡屬國軍眷改基地或無營站之軍事單位(含演訓)，均可透過各地區辦公室，	
--	--	--	---	--

			申請巡迴服務，使福利工作延伸擴及各角落。 二、為表達各級長官對長期戍守外離島、本島高山偏遠地區部隊(單位)及國軍住院官兵關懷之意，於每年三節時機，前往各單位及醫院辦理慰問，藉以提升部隊士氣；經統計111年共發放716個單位團體慰問金計1,054萬5,000元；另辦理住院官兵慰問，共計549人次，發放慰問金74萬1,000元。 三、為彰顯政府及各級長官主動關懷之意，適切核予為國家貢獻良多之國軍退役人員(春節)及黃埔3-5期貧困同學或其配偶(三節)慰問金；經統計111年「退役將領人員慰問」計2,363員，金額1,422萬7,510元；「黃埔3-5期慰問」計18人次，金額39萬元；另配合總統府國安會執行因戰公傷亡將士眷屬慰問，計46戶。 四、為使官兵無後顧之憂、安心服役，本部落實辦理因作戰或因公受傷、身心障礙、死亡國軍人員及其遺族之慰問；經統計111年計辦理「因戰、公傷亡慰問」15人次，核發320萬元。	
--	--	--	--	--

		五、軍人之友社各服務站主動策辦地區「與徵屬有約」座談會，並結合縣市政府役政單位辦理兵役座談；除宣導役男入營後生活、訓練、軍紀、適應等外，更應著意於徵屬關切子弟心意，利用時機多與之溝通、說明，以增進徵屬對軍中的瞭解；111年度迄今辦理座談會2,099場次，參加役男及眷屬人數計11萬6,161人，連絡輔訪各類服務工作績效總計1,777人次(含親訪31人)。 六、配合政府政策，加強照顧弱勢國軍官兵，各軍人服務站積極向地方政府爭取國軍官兵及眷(徵)屬急難病困慰問預算，以及地方(慈善機構、工商團體、地方仕紳等)善心捐助，111年度急難病困(傷亡)慰問計1,427戶，慰問金額1,005萬7,700元。	
	審議時限內，完成處理權益受損申請審議案件。	一、依國防部國軍官兵權益保障會政策指導，積極執行官兵權益保障工作，透過政策宣導與實務推動，有效處理權益受損申請審議案件，維護官兵合法權益，以營造健全合理服役環境。 二、111年度受理申請權保審議案件計22案，均於時限內完	一、賡續強化宣導：針對修頒審議要點及因公涉訟輔助規定，持續強化宣教作為，創新宣教方式，期藉各類教育時機，利

			成審議。	用新穎、活潑、有創意之宣導模式，將權保觀念落實至每一階層，深植各級所屬權保觀念。 二、分析撤另處個案意涵： 彙整年度內權保撤另處案件，分析決議情形及違失態樣，提供所屬單位參考運用，俾貫徹依法行政之要求，確維官兵權益保障。 三、落實一級輔導一級： 要求所屬單位確依法令規定辦理各項工作，如遇法令適用疑義，應主動詢問法務部門；另法務部門應積極提供人事部門適
--	--	--	------	---

				法意見，通力合作協助部隊主官(管)依法行政，完善內部管理作為；另落實一級輔導一級機制，發現業務窒礙或瑕疵，即時協助解決問題、修正錯誤，完備懲罰作業。
三	鼓勵官兵進修，以滿足各職類專業需求。	官兵公餘參與學位培訓。	為培育優質政戰幹部，提升所屬人員素質，鼓勵同仁參與學位公餘進修，年度參加公餘進修28員(博士：軍官3員；碩士：軍官13員、士官3員；學士：士官5員、兵4員；副學士學位：士官0員)，較110年度37員，減少9員，係因多數幹部均已取得學位，致參與進修人員逐年遞減。	持續鼓勵所屬同仁參與學位公餘進修，以培育優質政戰幹部及提升政戰專業能量。
		官兵參與專業專長證照培訓。	為提升政戰幹部專業職能，鼓勵政戰同仁參與證照及專業專長培訓，經統計111年度參加證照及專業專長培訓計45員(軍官：21員、士官：21員、士兵：3員)，較110年度48員，減少3員，係因疫情影響各培訓班隊減少開班。	持續鼓勵政戰同仁參與證照及專業專長培訓，以提升政戰幹部專業職能。
四	提升心輔職能，防杜	轉介心理輔導，提供多元服務。	一、落實三級防處： (一)國軍心理輔導體系以「初級	一、民間諮商輔助國軍輔導工作：

自殺危安。		發掘預防」、「二級專業輔導」、「三級醫療處遇」之三級防處架構，以促進官兵心理健康及防範自殺案件肇生，並由營、連、排、班級(含比照)基層領導幹部負責第一線防處工作，藉由教育推廣等作為，教育官兵「人人都是珍愛生命守門人」，期能及早發掘心緒不穩或具自殺傾向官兵，主動陪伴關懷及轉介心理衛生中心輔導，促進官兵身心健康。 (二)本部於111年12月令發心理衛生工作宣教通報111-008號，要求所屬「建立正確求助觀念」、「善用社會資源」、「強化家屬聯繫功能」、「提升專題講座效能」、「落實轉介機制」，發揮同袍互助的精神，適時導入相應資源，協助官兵恢復其家庭功能，使官兵無後顧之憂，安心於部隊服役。 二、鏈結民間資源： 考量官兵資源可近性及機構專長領域等特性，111年分由北、中、南及東部地區心衛中心辦理招商簽約作業，共計與105所諮商機構合作，統計官兵整體滿	(一)在「部隊輔導為主、外在資源為輔」前提下，接受輔導服務，可有效緩解身心問題，未來持续提升現職心輔人員教育訓練，朝專業化發展，並與民間資源長期合作，相互交流；另本部112年共計與109所諮商機構簽約，並增編預算，配合預算管控，期發揮最大效益。 (二)國軍官兵來自社會，在營由各級幹部依輔導管制作法協助官兵解決疑難；另屬家庭問題類型官兵，幹部應主動聯繫「社會福利服務中心」
--------------	--	--	--

			意度達9成以上。	，提供官兵相關協處作為，並依衛生福利部「脆弱家庭」協助對象，凡家庭關係疏離或衝突，需多重支持與服務介入之家庭，均可通報地方政府社會福利機構提供後續協助，鏈結社安網絡，完善照顧機制。 二、國防部e心守護APP建置：為提升官兵求助意願及危安防處效能，112年規劃推行「國軍e心守護APP」，提供多元輔導服務，並運用量表檢測及推播系統回饋機制，即時掌握官
--	--	--	----------	--

				兵心緒狀況，建立大數據資料庫。
		策辦教育推廣，提升心輔知能。	一、增加教育時數，提升心輔知能：依「國軍民國111年『地區心理衛生中心走入基層』具體作法」，要求國軍各地區心衛中心專業心輔員編組走入基層部隊，對班、排、連、營級幹部講授敏感度訓練、輔導實務技巧及自殺防治工作要領等課程，藉個案研討、經驗分享，促進雙向溝通，以解決單位疑難；另由各地區心衛中心統籌所隸地區基層部隊需求，邀請民間機構諮商心理師或社會工作師，前往單位實施生命教育、自殺防治等課程，增進官兵心輔知能。 二、邀請專家學者，強化生命教育：要求所屬各單位配合每季心衛教育、初級防處研習(每上、下半年)及心輔講座(每年至少1次)等時機，自行邀請張老師民間機構專家學者，以情感問題、情緒管理、壓力調適、自殺防治及成癮問題等課程，強化官兵生命教育、敏感度及心緒問題自我覺察能力，同時建立正確心理健康照護觀念。	一、策辦心輔列車走入基層宣教：本部112年策辦心輔列車走入基層宣教，統籌規劃師資培訓，並透過巡迴宣教方式，教育士官以上幹部，提升危安覺察能力，積極心理衛生教育作為。 二、提升專題講座效能：本部研析近年國軍自殺及心緒失衡案件肇因，並參酌全國自殺防治中心文獻，規劃「債務與情感」(第1季)、「壓力調適」(第2季)及「自殺防治及家庭教育」(第4

			三、結合巡迴宣教，精進輔導實務： 自111年8月上旬起，本部配合「國軍民國111年軍風紀專案巡迴宣教」，以「國軍自殺防治工作檢討與重點提醒事項」為題，對營級(含)以上主官、主管及士官督導長等人實施授課；同時攝製「部隊輔導關懷作為」，提供各級教育運用，持續精進基層部隊輔導實務工作。 四、專案活動宣導，強化心理健康： 本部於111年8月1起，結合9月10日「世界自殺防治日」、10月10日「世界心理健康日」，以「點亮『健康』人生-從『心』出發，用『愛』灌溉」為主題，規劃網路推廣活動，並透過國軍資訊平臺、營區廣播擴大宣導，並納入「莒光園地」電視教學，管制官兵全程收視，同時由國軍地區心理衛生中心組成宣教小隊，赴各單位實施宣教，傳達「愛自己，護同袍」重要觀念。 五、延長分科訓期，紮根初級防處： 為增進政戰學院及ROTC等初任政戰軍官初級防處知能，本部於111年結合「基層政戰實務工作講習班」(分科教育)，延長4週訓期；	季)等主題，各單位遴聘專業講師實施專題講座，並由單位主官親自主持，落實人員管制，以提升教育效果，強化全軍官兵珍愛生命觀念，教育官兵發掘異常徵候，立即反映回報，以掌握應處與轉介時效。
--	--	--	---	---

			其中，心輔相關課程邀請專家學者，針對精神醫學處遇、臨床心理等5類輔導專業課程授課，時數自11小時提升121小時，112年時數預劃提升至140小時，班隊增加政戰專業軍官班，以使政戰初任軍官具備輔導實務能力；另於111年10月4日至10月28日辦理15場次「連級輔導長心輔知能工作坊」，1,480人參加，邀請部外專家學者，就「自殺防治」等4項實務課程實施互動教學，精進基層幹部初級防處能力及敏感度。	
五	傳承國軍光榮歷史，凝聚全民愛國意志。	精神教育教材運用狀況、全民國防教育執行成效。	一、為教育官兵認識單位歷史，進而傳承部隊榮光，塑建精神戰力，本部編纂「精神教育教材」，區分「國軍的建軍與發展」、「各軍事校(院)史」及「國軍重要戰史回顧」等篇章，使官兵內化國軍光榮史蹟，展現軍人的自信與尊嚴，同時令頒「強化官兵精神教育」實施作法，運用既有文宣平臺與運作機制，採多元管道，結合國家重要慶典節日及國軍重要紀念日，教育官兵及學生認識部隊及歷史，進而傳承榮光薪火，塑建精神戰力。	一、由本部策劃製播國防通識教育教材教學影片，期透過影片收視，搭配主課教官課前提示及課後總結，達觀念及論述主軸一致性，以減輕單位教學整備負擔，提升訓員關注及興趣。 二、持續透過專案研究，掌握新

			二、為堅定年輕世代愛國信念，本部秉「初入營時打基礎，教育召集再強化」原則，編纂國防通識教育《從軍出發》及《動員即戰力》2本教材，並配合新兵入伍訓練及應召員教育召集時機施訓，透過圖文並茂的教材內容、精彩充實的課程影片，以及豐富多元的影音資料，形塑役男及應召員軍人核心價值與守護家園信念，2本教材經專案研究，透過對軍事訓練入伍役男1,205員及應召員1,260員，合計2,465員實施問卷調查，整體滿意度達訓練役男94%、應召員90.1%，顯見「國防通識教材」可使新兵及應召員從觀念的建立、深化，到身體力行，深刻體認從軍意義，並瞭解身為軍人的職與責。 三、111年全民國防教育多項活動，因疫情影響而取消或暫緩實施，本部依中央疫情指揮中心防疫政策指導下，在疫情趨緩之際，採「小群多批」方式策辦相關活動，成效如次： (一)支援高中(職)學生實彈射擊體驗活動： 由本部轄屬靶場單位官兵	兵及應召員學習成效與反饋成果，並據以納入教材修訂參據，以確保施訓官兵從中建立軍人核心價值與守護家園信念。 三、配合政府防疫政策及全民國防教育推展實需，本部112年規劃辦理學校、社會、在職教育、文物保護宣教及研究評鑑表揚等5類19項工作，並秉防疫優先原則，視國內疫情現況與政府防疫政策，適時調整全民國防教育活動辦理方式與規模，俾確保整體執行成效。
--	--	--	---	--

			支援，並擔任射擊助教及勤務人員，透由實彈射擊體驗課程，使學生植基保鄉保土、全民防衛之觀念與技能，111年計支援桃園市連絡處等74場次，參加射擊體驗學生16萬7,152人次。 (二)走入校園活動： 提供青年學子與軍事校院、部隊間之交流管道，111年由各軍司令(指揮)部編組具單位特色之宣教小組，採小群、多批次走入各級學校方式實施，111年辦理永平工商等91場次、1萬736員學生參與。 (三)全民國防教育網際網路有獎徵答活動： 111年以「國防政策、全民國防、通識教育、認知作戰、國軍戰史」等五項主軸撰寫題庫，並透過網際網路對外公開辦理有獎徵答，藉以推廣、宣導「全民國防教育」理念，增進全民國防知識及防衛意識。 統計活動期間(9月1至30日)達143萬937人次參與；另邀請大直高中及大直國小師生參加直播抽獎活動，並擔任抽獎人，公開抽出812位幸運得主，活動圓滿結束。	
--	--	--	---	--

			(四)第56屆文藝金像獎甄選活動暨頒獎典禮： 111年以「熱愛國家，全心守護」為主軸，策辦「國軍第56屆文藝金像獎」作品甄選活動，業於9月26日評選出125件得獎作品，並於12月2日在國防部迎賓大廳舉行頒獎典禮，由部長邱國正先生主持，典禮除頒獎表揚獲獎人員，並邀請各類評審老師及賓眷出席共襄盛舉。 (五)全民國防教育傑出貢獻獎選拔表揚： 年度評選出23個團體獎及43員個人獎，配合「民國111年慶祝九三軍人節暨全民國防教育日表揚活動」，公開由總統頒獎表揚，彰顯各界推動全民國防教育執行成效。 (六)專業師資巡迴，落實在職教育： 遴選具博士、助理教授(或具戰略學資)人員，擔任「全民國防教育政府機關(構)在職教育」師資，以「國際情勢、國防政策、全民國防、防衛動員及國防科技」等5大教育主軸為內涵實施教學，採分區巡迴、集中授課方式施教，111年遴派專業師資40人次，授課72場次	
--	--	--	---	--

			，參加人數達6,903人次。	
六	持續推動 資訊心戰 交流，拓展 國際宣傳 管道。	中共三戰策略與我應對作為。	針對兩岸當前情勢及中共三戰作為，藉專案與臨機性研究，召開「三戰策略諮詢會議」，汲取學者專家策略建言，以強化指導機制；111年「三戰策略諮詢會議」由國安會陳文政副秘書長列席指導，並邀集外交部等相關領域專家學者30員共同研討，彙整8點建議事項，並分送國家安全會議等7個相關部會參考運用。	結合時事及敵情威脅，擬定112年三戰策略諮詢會議主題，並邀請各領域學者專家提供策略建言，作為反制中共三戰策略的應處參據。
		部隊心戰工作執行成效。	結合駐地訓練課程，強化官兵心戰技能與媒體識讀能力，並透過各項基地、操演等時機驗證部隊心戰工作成效。	透過國防通識教育多媒體影音資料庫，提供官兵多元且豐富學習資源，建立官兵共信共行，堅定抗敵意志與發揚守護家園意志與決心。
		心戰專業部隊運用成效。	111年7月25至26日「漢光38號」實兵操演，指導心戰大隊編組心戰特遣隊配屬作戰區，協力軍事課目執行，依據作戰進程操演「後備部隊精神動員」、「假(爭)議)訊息反制具體作為」及「反擊階段心戰作為」等3項課目，並獲刊播34則正面報導。	112年結合國軍「聯合作戰計畫演練」每季規劃本島作戰區輪序執行「聯合國土防衛作戰演練」，編成心戰特遣隊配合實施戰略及戰術心戰作為操演，以強化整體防衛作戰效能，提升心戰聯戰指管及聯合戰力。

		強化認知作戰反制作為。	一、中共近年藉我國疫情升溫、烏俄戰爭、對臺軍演等重大事件期間，對我實施認知滲透，並以錯(假)訊息誤導、混淆視聽，企圖奪取在臺話語權，打擊軍民士氣，影響國人對政府政策、國軍防衛能力之信心，本部為因應中共對我認知作戰，已整合新聞、心戰、文宣、保防、法律及資電等相關單位，完成專案編組，積極應處；另有關對臺統戰、影響國安等訊息，同步提供各部會參處，共同應對中共威脅。 二、本部於111年3月製播「鞏固心防-認識敵人認知作戰」課程影片，結合新訓、駐地及教召訓練，提升官兵訊息識讀能力，年度迄今施訓20萬940人次，並上傳全民國防教育網，提供政府機關、學校教育運用；另辦理國防通識教育教材編修作業，期透過深入淺出及持續教育方式，強化官兵及國人媒體識讀能力，提升整體認知韌性。	密切掌握中共對我認知作戰作為，並積極教育官兵，建立媒體識讀能力；另鏈結臺灣事實查核中心等專業且非營利機構，協力提升國人媒體識讀能力，以強化國家韌性，降低中共認知作戰影響。
七	籌建新式偵防器材，以肆應未來安全環境威脅。	提升國軍反情報偵防能量。	一、辦理偵防車建案採購，及汰除老舊偵防車： 為執行國軍有關保密、防諜、防範秘密破壞，防制滲透、顛覆之情報蒐集、調查、檢	為提升國軍安全情報及政戰兵要運用效率與價值，未來將以保防資訊系統為資料交

			查、管制，預防措施及軍事安全調查工作，維護國軍安全，依據111年充實整備投資工作分支計畫，購置四門偵防車、五門偵防車及150CC偵防機車等裝備，對執行影響國軍安全情資蒐報及案件調查，並支援相關案件協偵工作，深有助益。 二、籌購新式反偵聽(視)設備：為執行旅級以上長官辦公處所、重要演訓及會議場所反偵聽(視)檢查，統計111年度購買寬頻檢測接收組、單眼數位相機、小型數位相機套、反偵聽(視)檢查儀、專業錄音機及非線性接合掃描器等裝備，以提升國軍反情報任務成效。 三、創新國軍安全情報作業：為機先防處危安預警，要求各級落實安全部署，並依年度規劃發展目標管制執行，統計期內各類危安預警情資計7,690件，通報各級長官及權管部門研採妥處作為，提升預警防處效能；另為強化營內、外保防部門協調機制，期內分區召開「思源地區會報」及連絡人會報21場次，地區情治分工機關計136個單位次與會橫向情	換平臺，運用電子軍圖提供共同圖像，建構作戰區安全情報管理系統，平時由軍事安全總隊協力資料建儲、部隊保防部門運用，戰時依部隊機動地區，透過資訊平臺即時下載區域安全情報資訊，提供各級政戰主管指導與運用，支援軍事作戰任務。
--	--	--	--	---

			資通報765件及協力安全狀況掌握481件。	
八	建立管控機制，嚴密保密作為。	安全調查成效。	一、人員安全調查： (一)辦理各類安全調查作業：為確保國軍人員純淨，依據國防法第32條訂定「從事及參與國防安全事務人員安全調查辦法」，於人員招募、進用或遴派重要職務、晉任上階前完成安全調查，111年度辦理各類人員安全調查82萬9,741人次，發現涉及安全限制條件者5萬2,341員，均依涉案情節提供送查單位參考，適採輔考、檢討汰除等作為，確維部隊素質。 (二)國軍人員電子安全調查資料運用：因應國軍人員電子安全調查資料(下稱電子安資)系統建置，本局已革新傳統紙本安調資料郵寄移轉模式，改以配合國軍電子兵資系統，同步於電子安資系統顯示異動訊息，提醒單位保防官針就調(離)職人員，完成資料核校、移轉及接收作業，本期計移轉5,599人次，多能在時效內完成電子安資移轉作業，執行率達93.12%；未能	一、人員安全調查 (一)主動查察嚴謹程序：保防部門接獲權責單位會辦各項安全調查作業，應要求送查單位提供查核基準，並審視法規是否合宜及給予適當建議，以免涉法與保障當事人權益，倘查獲涉限制條件人員，即落實驗證資訊正確與否，除藉以檢視各級保防部門是否依規定實施安全調查作業外，並藉以教育保防同仁齊一工作觀念。 (二)深化幹部教

			於時效內移轉者，檢討成因係承辦人員未定期檢閱系統異動訊息，以及未能掌握人事部門作業期程所致，業要求權管單位依規定落實執行。 二、國防廠商查核暨保密稽核： (一)辦理列管軍品廠商安全查核： 配合國防自主政策及因應「國防產業發展條例」施行，制定「列管軍品廠商安全查核辦法」，期內辦理列管軍品廠商安全查核計亞洲航空股份有限公司、凌威航太科技股份有限公司、通國防護裝備股份有限公司、漢翔航空工業股份有限公司及宏昇螺旋槳股份有限公司等5家廠商，計1,390人次。 (二)落實國防廠商保防人員安全調查暨稽核作業： 辦理陸、海、空軍司令部、資通電軍指揮部、軍備局及情報參謀次長室等6單位，送查「獵蜂專案」等36案、203人次國防廠商人員安全調查及保密稽核作業，經統計以軍備局「雄鷲專案」等13案90人占44%最多；及管制列管軍品評鑑級別認證廠商查核作業。	育訓練： 為提升各級保防幹部於執行安全調查作業熟稔法規，各一級單位除利用保防會報時機加強宣導教育外，應規劃辦理年度在職訓練，藉法規教育、案例研討等方式提升作業深度及精度，以厚植保防幹部專業職能。 (三)貫徹專線使用管制： 為落實專線運用紀律及申請管制措施，本局業已修訂稽核管理規定，除要求使用申請程序，並要求紀錄需留存以供稽查；另本
--	--	--	--	--

				局不定期清查各級專線使用權限，如遇調職或無使用需求單位，即檢討關閉渠等權限，以嚴肅專線紀律。 (四)國軍電子安資系統經多次研改，已鏈結17項子系統取代紙本安調資料，期藉「大數據」概念，透由資料整合鏈結，協助各級主官掌握人員安全調查重點資訊，各乙級單位保防部門應落實要求，稽核所屬保防幹部完善官兵各類安全狀況線上建儲，期達「見資料如見
--	--	--	--	--

				人」目標， 俾維單位人 員純淨安全。 二、國防廠商查核 暨保密稽核： (一)落實資安健檢 與駐廠稽核： 透過廠商安 全查核作業 ，輔導建置 專案辦公區 域，協同通 次室派員實 施資安健檢 ，強化資安 防護強度； 另運用駐廠 稽核方式， 每日針對機 敏辦公處所 實施保密稽 核作業，依 保密違規態 樣採立即改 進及依約裁 罰，重大違 失人員汰除 並限制接密 ，確維機密維 護與安全。 (二)完善列管軍品 廠商輔導： 為完善申請 列管軍品廠 商輔導作為
--	--	--	--	--

				，本部對廠商實施現地訪查後，即會同廠商代表召開研討會，並說明相關缺失及提供改進建議；另於查核作業效期內(3個月)，將給予廠商改正時限，並設置各業管聯絡方式，提供諮詢服務，以符本部扶植國防產業供應鏈政策。 (三)周延接密人員管制措施： 為周延接密及離退人員管制措施，本部業要求中科院擬定「參案涉密人員異動作業要求事項」作法，定期與建案單位完成參案名冊核校；另離退人員爰依該院「離
--	--	--	--	---

				(退)職人員 保密安全檢 管作為」落實 機密資訊交 接，本部將採 複式稽核方 式驗證，冀以 強化保密安 全管控。 (四)加強購案審查 及諮詢遴佈： 審視國防廠 商遭查獲使 用仿冒品、 陸製品及變 造原產地證 明供貨案件 ，均係諮詢 反映即時通 報，並由本 局調研相關 資料查察所 獲成果，顯 見諮詢遴佈 已初見成效 ，為防杜類 情與中資投 資人運用迂 迴方式滲透 國防產業， 伺機竊取科 技產業情報 ，將持恆廣
--	--	--	--	--

				布諮詢以發掘違常，並透由加強採購契約審查，將「禁止採購大陸製品（含零組件）注意事項」等契約規範，納入稽核、履約驗收重點，消弭陸製品或劣質品滲入採購供應鏈，確保國家安全。
九	企製形象廣告，形塑國軍形象。	結合網路宣傳，行銷國軍優質形象。	一、配合專案任務，強化專案行銷：結合重大事件或重點節日時機企製專案影片，為行銷國軍，展現精實戰力，111年度計企製「為國家與國人守歲」、「做萬全準備，確保國家安全」、「團結堅定，守護家園」、「堅定守護，自助人助」、「天馬神鷹操演」、「聯合截擊作戰」、「捍衛國家，堅定守護」、「守土衛疆，責無旁貸」、「韌性之島」、「堅守自由民主防線，堅定捍衛國家主權」、「國軍在安全就在	未來將賡續配合國防總體目標，策定政策議題，並整合相關資源，選擇合適文宣契機，適時對外說明，形塑國軍優質形象及軟實力；另持續運用新興傳播方式，以多元管道傳散資訊，有效發揮宣傳效果。

			」、「日常」、「延續美好」、「國軍在安全永遠在」、「守護為家，挺身為國」、「攜手前行」、「和平・幸福」、「捍空衛土，固守家園」、「守護幸福，捍衛民主」、「守護」、「九三軍人節，謝謝國軍守護家園」、「向天空一樣」及「熱愛國家、全新守護」等23部影片，並運用國防部發言人臉書等社群媒體多元行銷，有效提升國軍正面形象。 二、辦理粉絲活動，增進軍民互動： 本部運用「國防部發言人」臉書專頁與民眾互動交流，並廣納民眾對國防事務建言，爭取渠等對國防施政的瞭解，111年度計策辦「『國軍限定』-賀新年刺繡燙貼紅包袋」、「國軍虎小寶造型紅包袋」、「國際狗狗餅乾感恩節」、「榮耀裝甲兵節-CM11勇虎帽」、「兒童節三軍刺繡別針」、「勇鷹COOL一夏」、「雙十國慶，世代交替薪火相傳」、「榮民節-輔導會機能後背包贈獎」、「1111-認識CM11勇虎戰車」、「國軍形象桌月曆」及「陸海空三軍形象桌曆」等11場次全民國防抽	
--	--	--	--	--

			獎活動，均獲得社群粉絲熱烈回響，有效形塑國軍正面形象。 三、配合當前重要政策，主動傳達資訊： 本部利用例行記者會時機，安排當前重大國防政策、等議題主動向媒體說明，111年度計召開「F-16V光點消失初步說明」、「春節期間『外離島軍民輸運作業』及『國軍醫院醫療服務不中斷』規劃」、「110年度公職人員財產申報實質審查公開抽籤」、「新制教育召集整備概況」、「屏東縣恆春鎮鵝鑾鼻活動中心ROT案招商」、「全民國防手冊(範本)說明」、「國軍『漢光38號』演習說明」、「『國軍熱傷害防治及應處說明』以及『海軍高效能後續艦命名網路票選暨抽獎活動』」、「國軍111年災害防救整備概況」、「現階段國軍防疫工作報告」、「三總腎臟內科團隊創新醫療成果發表」、「萬安45號演習說明」、「中共軍演活動說明」、「九三軍人節系列活動規劃」、「『中共對臺軍演及威脅』說明國際記者	
--	--	--	---	--

			會」、「『111年軍人節系列活動-表揚大會』以及『全民國防教育有獎徵答活動』」、「全民國防教育有獎徵答抽獎」、「退輔會崇軍專案」、「國軍現階段防疫作為暨外離島醫療在地化成效」、「112年國軍形象月曆暨寒假戰鬥營規劃」、「國軍基本體能多元訓項說明」、「國防法務官考試說明」等22場次，將持續對外說明施政成效及回應媒體關切議題，俾使國人深入瞭解重大國防政策。 四、策辦媒體邀訪活動，運用管道擴大宣傳： 為彰顯國軍重大國防建設成果及致力戰備訓練實況，配合重大國防政策推動、農曆春節前夕、三軍重要演訓及重要武器裝備成軍等時機，辦理媒體邀訪活動，透過媒體正面報導，使國人肯定並支持國軍；111年度計辦理「中華民國111年元旦總統府升旗典禮」、「國軍『111年春節加強戰備』陸、空軍場次」、「國軍『111年春節加強戰備』海軍場次」、「一九二艦隊第一、二布雷艇中隊成軍典禮」	
--	--	--	---	--

			、「總統春節勗勉臺東地區部隊」、「空軍第4聯隊空軍烈士陳奕少校公祭典禮」、「總統春節勗勉北部地區部隊」、「總統春節勗勉南部地區部隊」、「111年第79屆兵役節慶祝大會暨頒獎典禮」、「新制教召首梯報到」、「總統視導新制教召訓練」、「新制教召輕兵器射擊訓練」、「步兵203旅新制教育召集-召員報到」、「特5營戰術任務訓練」、「步兵203旅砲兵營新制教召營戰備訓練」、「高級長官視導空軍第2戰術戰鬥機聯隊」、「總統端節勗勉北部地區部隊」、「軍備局209廠30鏈砲車性能說明」、「空軍殉職飛官徐大鈞公祭典禮」、「111年上半年陸海空軍晉任將官勗勉典禮」、「空軍第7聯隊-戰鬥機飛行員的搖籃」、「海軍殉職士官長劉尚鈞公奠」、「205廠輕兵器生產製造能量」、「海軍聯合截擊操演」、「陸軍步訓部科學化練兵」、「空軍一日戰備」、「總統秋節勗勉澎湖地區部隊」、「中樞紀念革命先烈暨秋季忠烈殉職人	
--	--	--	---	--

			員典禮」、「總統秋節勛勉花蓮地區部隊」、「三軍聯合作戰訓練測考」、「111年國軍反毒成效」、「海軍玉山軍艦交艦典禮」、「國慶典禮先期邀訪」、「國慶典禮媒體邀訪」、「三軍總醫院澎湖分院在地醫療暨陸軍澎防部鎮江操演」、「中科院無人機成效」、「111年下半年陸海空軍晉任將官勛勉典禮」、「高級長官勛勉澎湖地區部隊」等38場。	
十	主動行銷救災成效，積極救災新聞整備。	運用社群媒體平臺宣傳國軍執行救災成效。	為使國人瞭解國軍執行災害防救具體成果，111年度運用「國防部發言人」臉書專頁及Instagram等社群平臺發布「化學兵前進捷運，打擊病毒無死角」、「慈航天使-空軍救護隊」、「化兵群前往桃園機場執行消毒作業」、「特戰部隊高寒地救援」、「清明連續假期，防疫要注意」、「陸軍飛訓部空運作戰隊協力滅火任務」、「你守護病人，我們守護你，國際醫護節」、「齊心合作，穩定供水」、「榮耀印記後的『戰疫』故事」、「攜手前行，每位戰疫英雄不辭艱辛」、「地震不斷，前進第一線，有國軍請放心」、「國軍執行花蓮震災災後復原」等12則，共計觸及42萬餘人次，深獲網友	將持續透由社群媒體平臺傳遞國軍「愛民助民」形象，透過相關照(影)片，使民眾體認國軍於救災救難工作上不遺餘力，藉此穩定社會秩序及撫慰國人民心，並有效宣傳國軍優質形象。

			高度肯定，並有效提升國軍正面形象。	
		機關年度資本門預算執行率。	111年度辦理偵防車輛、偵防器材、總控室與錄音室設備系統及辦公用資訊設備與雜項設備採購等案，均依年度編列預算辦理，並按規定實施建帳及配賦作業，已達成年度施政計畫目標，預算執行率100%。	將賡續管制後續年度預算執行情形，持續朝執行率100%之目標精進。
十一	妥適配置預算資源，提升預算執行效率。	機關於中程歲出概算額度內編報情形。	本局111年度歲出概算編報數為6億2,634萬1,000元，中程歲出概算核定數為6億1,780萬1,000元，實際差異值〔(626,341,000元 - 617,801,000元) / 617,801,000元〕×100% = 1.3%，顯示本局預算編製作業與實際獲賦額度之差異甚微，工作執行成效良好。	後續將賡續精實辦理預算編製作業，俾利年度各項任務遂行。

肆、整體風險管理（含內部控制）推動情形

本局及所屬各部隊已依「行政院及所屬各機關風險管理及危機處理作業原則」，將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作，考量可能影響目標達成之風險，據以擇選合宜可行之策略及設定機關之目標，並透過辨識及評估風險，採取內部控制或其他處理機制，以合理確保達成施政目標。