



S  
O  
G  
O  
D

台北市忠孝東路四段45號  
02-2776-5555  
www.sogo.com.tw

用愛 啟動新生活



SOGO ESG官網



SOGO百貨ESG永續粉絲團



SOGO百貨永續報告書



SOGO百貨行動APP



本刊物採用環保大豆油墨印刷以及FSC森林管理委員會驗證紙張，SOGO用心，邀您一起愛地球。



S  
O  
G  
O

遠東SOGO百貨·2021企業永續報告書



2

2

1

遠東SOGO百貨  
企業永續報告書

Environment  
Social  
Governance



**SOGOSOGOOD**

2021 遠東SOGO永續報告書

關於報告書 — 永續 SOGO	4
關於遠東 SOGO	6
董事長的話	6
榮耀與肯定	8
永續發展策略藍圖與價值創造	10
遠東 SOGO 願景工程	12
遠東 SOGO 防疫特輯	14
永續推動機制與架構	16
永續議題管理流程	17
利害關係人議合	22

<b>CH1 穩健經營力</b>	24
特輯 · 打造綠色百貨、創造零售淨零聯盟	26
1.0 策略成果與規劃	28
1.1 公司治理	30
1.2 營運成果	38
1.3 資安防護	46
1.4 風險控管	48
1.5 供應鏈管理	52

<b>CH2 永續環境力</b>	56
特輯 · 百貨第一、獲環保署頒發「榮譽企業環保獎」	58
2.0 策略成果與規劃	59
2.1 綠色百貨	63
2.2 氣候變遷減緩與調適	78
2.3 能源管理	82
2.4 水資源管理	87
2.5 廢棄物管理	89

<b>CH3 安心服務力</b>	92
特輯 · 提供消費者安心、優質的服務	94
3.0 策略成果與規劃	96
3.1 商品安全管理	97
3.2 顧客關係與服務	102
3.3 商場安全維護	110

<b>CH4 幸福職場力</b>	112
特輯 · 照顧疫外之才 打造共好員宇宙	114
4.0 策略成果與規劃	116
4.1 員工輪廓	117
4.2 薪酬福利	120
4.3 專業培育	129
4.4 職場安全與健康	134

<b>CH5 社會影響力</b>	140
特輯 · 美味戰「疫」—遠東 SOGO 舉辦廚藝競賽 推廣健康飲食	142
5.0 策略成果與規劃	144
5.1 遠東 SOGO NEW LIFE 的公益精神 — CSR	145
5.2 在地化經營	155

<b>附錄</b>	160
GRI Standards 索引	160
永續會計準則委員會 (SASB) 對照表	167
聯合國全球盟約對照表	169
保證聲明書	170





## 關於報告書 — 永續 SOGO

本報告書為太平洋崇光百貨股份有限公司（以下簡稱為「遠東 SOGO」）發行之第 8 本永續報告書（以下簡稱為「本報告書」）。遠東 SOGO 雖非上市櫃公司，仍秉持透明公開、永續共進的精神，每年度透過報告書向利害關係人說明經濟、環境、社會之企業永續發展概況。

因應台灣金融監督管理委員會之要求，遠東 SOGO 自 2022 年起正式將報告書更名為「企業永續報告書」，資料涵蓋期間自 2021 年 1 月 1 日至 12 月 31 日止，包含管理方針、重大主題、執行方案、績效表現等資訊。

### 編製依據

本報告書已依循由全球永續性標準委員會（Global Sustainability Standards Board, GSSB）所發布的 GRI 永續性報導準則（GRI Standards）：核心選項（Core）進行編製；同時參照下述國際標準與指南：

- GRI 永續性報導準則（GRI Standards 2016）
- TCFD 準則（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 氣候相關財務揭露，簡稱 TCFD）
- SASB 準則（Sustainability Accounting Standards Board, 永續會計準則委員會，簡稱 SASB；SASB 準則為該委員會所制定）
- 國際整合性報告書委員會（International Integrated Reporting Council）出版之國際整合性報告書框架（International IR Framework）精神
- 聯合國全球盟約原則

### 報導範疇

本報告書邊界以遠東 SOGO 之台灣營運據點為主體，並涵蓋太平洋崇光文教基金會及太平洋崇光社會福利基金會於企業社會責任相關作為與績效，包含經濟、社會、環境等面向。報告書所提「當地」為遠東 SOGO 營業據點所在地，且本公司財務報表中所含之台灣 7 家營運據點，其相關資訊皆已於本報告書中揭露。

報告內容與財務數據資料引用，係以經由會計師查證公開之資訊為準，其他數據則由遠東 SOGO 自行彙整與統計所得。考量可比較性，部分績效資訊一併揭露近四年之數據。資料計算範疇與基礎改變之情形，於該段落附註說明。

### 報告書管理流程與發行



### 報告書內容保證

本報告書經台灣檢驗科技股份有限公司（SGS）依循 GRI Standards 核心項準則及 AA1000 AS 第一類型中度保證等級進行查證，相關保證／查證方法與結果請參閱本報告書附錄查證聲明書。

### 聯絡資訊

感謝您閱讀本報告書。若您對本報告書或遠東 SOGO 有任何疑問或建議，歡迎透過下列方式與我們聯絡。

聯絡單位：遠東 SOGO 公共關係室 徐宛韻 協理

Email：esg@mail.sogo.com.tw

電話：02-7713-5555 分機 8251

總部地址：台北市忠孝東路四段 45 號

利害關係人聯絡窗口：<https://esg.sogo.com.tw/9-6.php>

利害關係人線上回饋：<https://esg.sogo.com.tw/9-2.php>

遠東 SOGO 企業永續官方網站：<https://esg.sogo.com.tw/>

遠東 SOGO 企業永續報告書下載：<https://esg.sogo.com.tw/ESG-Report.php>



## 關於遠東 SOGO

### 董事長的話

遠東 SOGO 雖非上市公司，但已連續 8 年自主發表《企業永續報告書》，迄今獲得國內外 114 座 CSR 暨 ESG 相關獎項。每一年年初，我們就上個年度企業在環境、社會與治理 (ESG) 的成果與永續競爭力的展現進行揭露，並於 5 月完成查證、進而出版。企業永續報告書，是我們與利害關係人溝通最重要的工具之一。

隨著 COVID-19 從人人聞之色變，到與疫共存，新冠疫情是這兩年對零售服務業最嚴峻的考驗。如何因應疫情的變化，「照顧同仁」、「關懷客戶」，並回應近年的減碳趨勢「守護地球」，是遠東 SOGO 力行永續的三大面向。



#### 獲榮譽環保企業獎，接軌國際邁向淨零

自 2015 年遠東 SOGO 取得第一張百貨零售服務業「碳標籤」後，幾乎便是百貨界的綠領航者角色，爾後便積極打造綠色營運文化，實踐永續目標。我們亮麗的成績讓遠東 SOGO 得以連續 3 年獲得「國家企業環保獎」銀級獎以上的肯定。2021 年更獲頒「榮譽環保企業獎」進總統府接受表揚，並代表獲獎企業致詞，創百貨先例！

除了自身的節能減碳，我們更在 2021 年的週年慶前推出 (SOGO Sustain · 好物好選) 嚴選永續商品，透過定期發行月刊，向顧客推薦兼顧社會共好、友善環境的永續商品，提供綠色商品一站式購足服務，攜手消費者消費愛地球。

遠東 SOGO 的新食器時代至 2021 年邁向 5.0，我們積極串連餐飲專櫃實踐永續，領先所有百貨推動「綠色餐廳」。截至 2022 年 4 月底，遠東 SOGO 全台有 82 家餐廳，共 78 家通過綠色餐廳認證，即 95% 的餐廳為綠色餐廳，其他未通過者乃新進餐飲專櫃尚待輔導或待官方進一步查核。

同時為減少資源消耗，遠東 SOGO 除了持續推動非現金支付，也致力於將禮商券、抵用券與優惠券等過去紙本印刷的禮券類產品電子化，並結合遠東 SOGO APP 全面優化顧客體驗，節省大量紙張。7 年來我們發行廿餘億電子禮券，取代的紙本禮券堆積起來，可堆出逾 3.7 座玉山的高度。

呼應國際淨零趨勢，2021 年遠東 SOGO 已經展開氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 的盤查，在今年發表的報告書裡就有相關的揭露，並逐年提高 TCFD 的揭露程度。今年也正式加入國際倡議 EP100，成為亞太第一個加入的百貨零售業者，聯合供應商與專櫃打造零售淨零聯盟，逐步往淨零的方向邁進。



#### 百貨首個疫苗獎勵、舉辦防疫餐競賽，打造安心賣場

疫情期間，遠東 SOGO 致力於讓員工「安心」，首要之務就是不減薪、福利不打折，讓所有員工在工作崗位上平安渡過疫期。受到疫情影響，百貨業辛苦作戰，遠東 SOGO 2021 年 5 至 8 月影響極大，累計全年業績 412 億元 (IFRS)，較 2020 年減少 1.53%，但因節約費用有成，獲利微幅增加，因此我們年終獎金照發，並於 2022 年 1 月起全員加薪約 4%，以振奮員工士氣。

為增加員工防疫的抵抗力，2021 年 7 月起，提出疫苗接種獎勵，截至 2022 年四月底，接種第一劑與第二劑疫苗比率達九成九，第三劑亦達八成五；每劑疫苗接種皆獲公司獎勵，完整接種三劑可獲得 \$2,500，藉此鼓勵同仁保護自己，也保護家人及顧客。同時遠東 SOGO 積極配合縣市政府的防疫宣導，中壢店、新竹店的防疫作為，獲鄭文燦市長及林智堅市長讚賞。

而看見了疫情期間向大眾倡導「健康飲食」的契機，遠東 SOGO 連續兩年推出面向全民的「遠東 SOGO 防疫餐競賽」，藉由競賽推廣自「煮」健康管理，提升全民免疫力！這不僅是首個以「防疫」為主題的廚藝競賽，我們更將最終獲得優勝的健康料理「商品化」，與遠東 SOGO 內的人氣餐廳合作，推出全台獨家健康料理。賽事榮獲有「亞洲永續諾貝爾」之稱的亞洲企業社會責任獎「健康推廣獎」，遠東 SOGO 也成為全台第一個將「食安」與「防疫」概念帶入供應鏈管理的百貨，具體實踐健康飲食的新概念。



#### 領航數位創新，稅後淨利、每股盈餘連續 4 年成長

遠東 SOGO 防疫有成，營造安心、安全賣場，顧客消費意願反應在營運績效上。去年週年慶業績開紅盤，整體成長率達 4.8%；全年營運績效更優於百貨零售業整體表現，2021 年度遠東 SOGO 營業總額為新台幣 412 億元，稅前/後淨利、每股盈餘 (稅後)、股東權益報酬率均連續 4 年成長；其中 EPS 達 1.40 元、年增長逾 9.37%，稅後盈餘成長 9.53%。

同時，遠東 SOGO 因為電商業績成長和數位行銷工具的整合，獲得顧客讚賞，遠東 SOGO 從網路 28 億留言數中，脫穎而出獲網路口碑之星一創新領航獎。三級警戒期間，我們視廠商為合作夥伴，一起解決問題，並成功開發新商模、建立 OMO 策略並推動行動支付，將禁止內用、空無一人的餐廳與美食街，業績回流二成以上。

#### 與時俱進、友善共好，邁向永續

20 世紀最偉大的政治和精神領袖一聖雄甘地 (Mahatma Gandhi) 曾說，「未來，取決於我們今天的所作所為 (The future depends on what we do in the present)」。當我們在 2020 年發展出公司願景因應未來的挑戰時，便已知道永續是現在 35 歲的 SOGO、以及下一個 35 歲的 SOGO，持續會走的路！我們相信：「路走對了，就不怕遠」。我們自許成為：「與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業」。

為回應全球消費者與資本市場於 ESG 議題的高度關注和期待，2021 年我們在企業委員會的決策下，重新聚焦、擘劃 2030 永續發展策略藍圖，鎖定「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」3 大面向，並接軌聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，攜手全台營運據點、供應商與消費者一同開展多項治理、環境與社會行動方案，邁向永續共榮幸福城市之願景。



遠東 SOGO 百貨 董事長

黃晴雯

2022/06



## 榮耀與肯定

遠東 SOGO 2021 年共榮獲 21 個國內外 CSR 暨 ESG 獎項、及 2 項認證肯定。

獎項 / 認證	主辦單位
<b>第十七屆遠見雜誌企業社會責任獎—ESG 綜合績效類</b> 1. 一般服務業組—楷模獎 (連續 4 年獲獎, 百貨唯一)	遠見雜誌
<b>國家企業環保獎 (連續 3 年獲獎, 百貨唯一)</b> 2. 榮譽環保企業獎 (連續 3 年獲頒銀級以上) 3. 金級獎	環保署
<b>TCSA 台灣企業永續獎 (連續 7 年獲獎)</b> 4. 永續報告金獎 5. 台灣永續企業績優 (綜合績效)	台灣永續能源研究基金會
<b>6. AREA 亞洲企業社會責任獎 (連續 3 年獲獎)</b> (Asia Responsible Entrepreneurship Awards) ● 健康推廣獎 (Health Promotion) 百貨唯一獲獎 ● 人力投資獎 (Investment in People) 百貨唯一獲獎	亞洲企業商會
<b>7. 全國營業人開立雲端發票競賽—零售業 (連續 2 年獲獎)</b> ● 績優總機構獎全國第五名	財政部
<b>8. TSAA 台灣永續行動獎 (百貨唯一獲獎)</b> ● 銅牌獎 (防疫零接觸 SOGO 電子禮券大爆發) ● 銀牌獎 (SOGO 翻轉東區商圈 推動地方創生) ● 銀牌獎 (綠色百貨! SOGO 打造環境永續新藍圖)	台灣企業永續學院
<b>9. 農糧產品行銷貢獻卓越企業 (百貨唯一獲獎)</b>	農糧署
<b>臺北市勞動安全獎 (百貨唯一獲獎; 連續 9 年獲獎)</b> 10. 大心老闆獎 (第一次開辦即獲獎) 11. 優良單位 12. 優質人員—廖偉閔	臺北市勞動局
<b>13. 節能領導獎 (連續 2 年獲獎)</b> ● 優等獎 (百貨唯一獲獎)	臺北市環保局
<b>14. 2021 網路口碑之星—百貨商場「領航創新獎」</b> ● 口碑之星	《網路溫度計》
<b>15. Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制</b> ● 特別獎 (百貨唯一獲獎)	經濟部中小企業處
<b>16. 新竹市「第八屆國家環境教育獎」</b> ● 民營事業類—第 2 名	新竹市環境保護局
<b>17. 人才發展品質管理系統 (TTQS)</b> ● 銅牌獎 (高雄店) (首度參賽即獲獎)	勞動力發展署

### 獎項 / 認證

### 主辦單位

#### 商業服務業 \* 夏月揪 4 來減碳

- 第 2 名

經濟部商業司

#### 產品碳足跡減量標籤證書 (二度榮獲碳標籤, 三年減碳 40.46%; 百貨唯一)

- 產品碳足跡標籤證書

環境保護署



### 國家企業環保獎, 代表獲獎企業發聲

遠東 SOGO 連續 3 年獲得「國家企業環保獎」銀級獎以上的肯定, 於 2021 年更獲頒「榮譽環保企業獎」進總統府接受表揚, 並代表獲獎企業致詞, 創百貨先例!

在政府尚未確認淨零路線之際, 黃晴雯董事長代表企業心聲, 期待政府能協助民間朝淨零碳排的目標邁進, 多些溝通、多些輔導、多些獎勵、多些典範學習, 讓產官學能一起協力, 邁向永續共好的未來。





# 永續發展策略藍圖與價值創造

## 六大資本



## 商業模式 & 價值鏈

## 2030 遠東 SOGO 永續藍圖



## 影響力



### 1. 財務資本

2021 年成效

善用股東投入資本與銀行資金，以達到「營業獲利最佳」之願景

- 營業額：412 億
- 稅前淨利：14.6 億

### 2. 人力資本

培養同仁專業知識與技能，提供各面向福利，以達「服務評價最好」、「員工薪資最高」之願景

- 總員工數：1,371 人
- 育才人數：4,675 人次

### 3. 社會資本

關懷弱勢並強化與當地社區的連結性，投入資源與關懷能量，使本公司與在地發展脈動相互結合

- 舉辦場次：429 場
- 議和人次：180 萬人次

### 4. 自然資本

推動節能減廢，並將永續概念落實推動於日常消費中，領航產業綠色轉型

- 節電 6.85%
- 減少 3.6% 廢棄物產生

### 5. 智慧資本

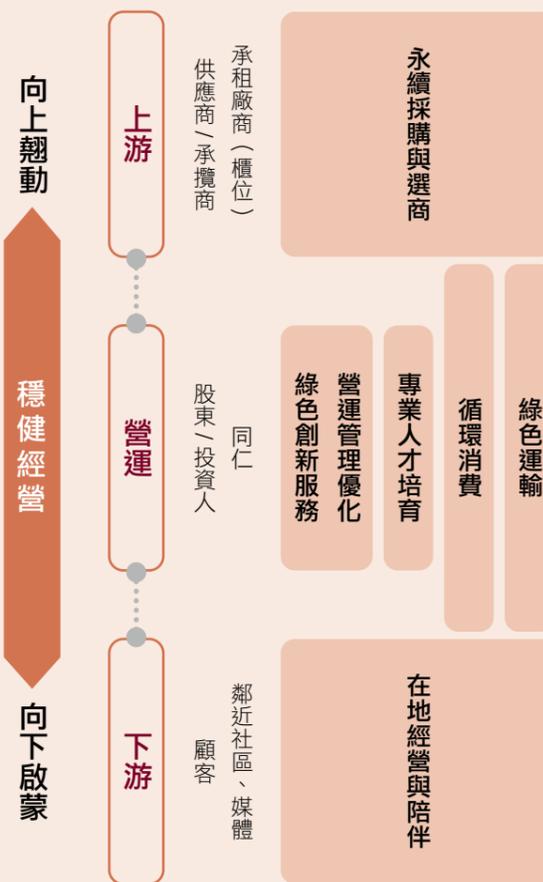
持續導入 e 化管理原則與軟硬體設備，優化購物流程，並提高公司營運韌性

- APP 人數 90.6 萬
- 管理 e 化

### 6. 商品與通路資本

以創新模式規劃樓層位置，並強化商品與食安，使本公司成為最受顧客信賴的零售品牌

- 綠色採購占比 3.96%
- 供應鏈合約簽署率 100%



### 節能減排 · Environment

遠東SOGO領航零售業永續轉型，積極參與國際倡議，落實全面財務與非財務風險評估與管理，並內化永續DNA，以期發揮產業標竿影響力。



#### 領航綠零售



### 永續消費 · Social

為將永續融入於日常生活，遠東SOGO積極提升綠色產品占比，並強化產品溯源，讓利害關係人簡單即能進行永續購物行動。



#### 擘劃未來藍圖



### 循環商模 · Governance

為促進零廢棄目標，遠東SOGO發揮向上翹動、向下啟蒙的連結影響力，開創循環商業模式，推動價值鏈永續變革。



#### 啟動「淨零」聯盟



## 領航打造幸福城市



**Circular**  
零售與消費的循環模式

**Integrate**  
虛實內外的整合創新

**Trust**  
無形堅固的信任關係

**Year**  
年績不斷的永續創新



為回應全球消費者與資本市場於 ESG 議題的高度關注和期待，遠東 SOGO 多年致力於推動並整合永續發展策略與營運核心，以達亞洲第一綠色百貨之目標。2021 年在 ESG 委員會的帶領下，本公司重新聚焦、擘劃 2030 永續發展策略藍圖，鎖定「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」3 大面向，並接軌聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），攜手全台營運據點、供應商與消費者一同開展多項治理、環境與社會行動方案，邁向永續共榮幸福城市之願景。

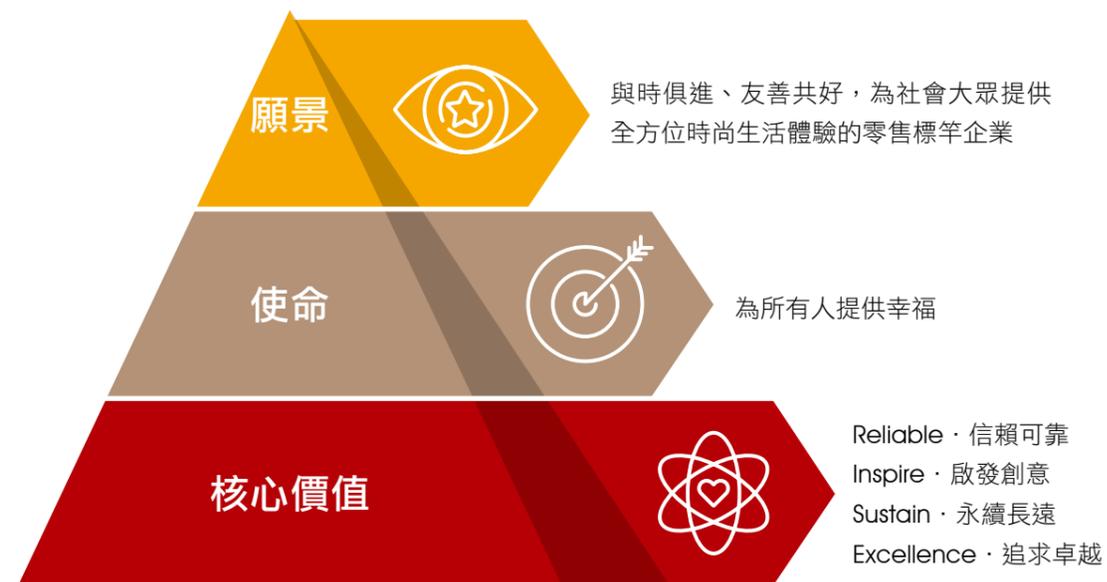
此外，遠東 SOGO 為深化永續發展於核心，今年度首度展開營運價值鏈（Value chain），藉由國際整合性報告書委員會所出版之整合性報告框架（IR），檢視六大資本於商業營運過程之投入與產出概況，並積極與利害關係人議合，展現遠東 SOGO 透明、誠懇、值得信賴的最佳百貨典範特色。

## 遠東 SOGO 願景工程

### I 因應新常態 啟動願景工程

疫情帶來的新常態，讓零售產業的消費市場產生巨變。為了描繪未來的樣貌，勾勒前瞻策略，2020 年我們啟動了「願景工程」。以 ESG 三大構面推展未來營運方針，重塑企業願景：與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業。同時發展出公司使命，以及核心價值。我們的使命是：為所有人提供幸福（Our Mission is to Bring Happiness to All.）。

而為使公司願景與使命，讓所有同仁貫徹和實踐，我們發展出四個核心價值：「信賴可靠 Reliable」、「啟發創意 Inspire」、「永續長遠 Sustain」、「追求卓越 Excellence」，四個核心價值的第一個英文字母組成：R.I.S.E，象徵遠東 SOGO 以正向復甦的能量迎向新常態。



### I 策略方針

我們從新願景開展核心策略，也將依據核心策略擬定行動方針。我們從內部鑑別同仁的關鍵能力、外部洞察零售新趨勢，導出「C.O.E」三大策略方針，並於 2021 年發展出 6 項行動。



#### 打造顧客旅程來帶動創新商務模式

Craft future customer journey to formulate innovative business model

Quick win	成效
1. 數據貼標	已發展數據貼標平台，以至少七、八十種標籤，將顧客分群、分眾達到精準行銷
2. 促銷活動簡化	將促銷贈獎活動簡化，2021 年儘管費用節約，因為促銷活動簡化，顧客更容易瞭解，業績成果表現亮眼。以復興館為例，家電業績成長 7.5%。未來也將強化「活動回饋率與業績成長無顯著關連」的認知，有效控制成本



#### 組織豐富生態系來活化通路佈局

Organize a rich ecosystem to energize channel orchestration

Quick win	成效
3. 電商定位	結合承攬商優勢，找出遠東 SOGO 電商獨特性，將於 2022 年 8 月底推出全新電商



#### 強化員工體驗來落實永續成長

Enhance employee experience to realize sustainable growth

Quick win	成效
4. 企業文化再造	<ul style="list-style-type: none"> <li>進行公益假改革，開放勤務時間外的志工活動申請。公益假申請人數因此較 2020 年申請人數成長 163.6%</li> <li>發展「逆向導師」課程，將課程取名為「乾杯吧！」，除以英文乾杯的 Bottoms-up 賦予 Bottom-up 文化的意涵，也象徵世代交流輕鬆且融洽</li> </ul>
5. 優化員工體驗	因應疫情分流，推出 SOGO eWork APP，結合打卡、聯絡人、訊息通知、會議室預定等四大常用功能，讓員工作業更有效率
6. 行政效能優化	根據 2021 年 8 月針對全台中階主管（課階）以上之例行性會議進行統計（不含政府規範召開之會議），每店平均年度會議有 353 個場次，約 74% 的會議屬營促會議。2022 年將依會議功能整併，與提升主管行政管理思維，優化同仁工作效率



· 特 輯 ·



## 遠東 SOGO 防疫特輯

2020 年初，突如其來的一場全球浩劫，為世界帶來空前危機。當台灣出現確診首例後，遠東 SOGO 立即啟動「防疫指揮中心」系統，以啟動自主管理機制，隨時應變。2021 年疫情更升溫至三級警戒，為百貨業帶來嚴峻的挑戰，然而，遠東 SOGO 始終謹守著三大使命，也是對利害關係人的承諾：

- 守護顧客與同仁的健康：除了最基本、最嚴實的防疫環境外，也持續深耕健康職場。
- 保障同仁的薪資福利不打折：疫情當前，全球零售業者紛紛採取閉店、裁員、縮短營業時間、減薪等方式度過眼前難關。但遠東 SOGO 的各項福利措施，不受疫情影響、不縮水，雖然不能國外旅遊，旅遊補助也以禮券及餐券發放，讓同仁無後顧之憂。
- 協助利害關係人適應新常態：透過教育訓練、行銷溝通與開發新商模，讓同仁、顧客、供應商儘速調整營運或生活步調，適應新常態。



### I 防疫安全網

2020 年當台灣出現確診首例後，遠東 SOGO 立即啟動「防疫指揮中心」系統，以啟動自主管理機制，隨時應變。爾後積極配合疾管署規範訂定即時的防疫指引，確保人員與顧客健康。

經歷 2020 疫情初來乍到的摸索經驗，2021 年遠東 SOGO 的防疫更聚焦在照顧利害關係人（同仁、顧客、承租廠商（專櫃）、社會），並在疫情中突圍，使得業績再創新高。



利害關係人	防疫安全網亮點	
同仁	提供安全工作環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 截至 2022 年四月初第一劑員工施打覆蓋率達 99%，第二劑覆蓋率達 99%，第三劑覆蓋率 85%</li> <li>● 依法規實施疫苗假與家庭照顧假外，也鼓勵有需求的同仁於，三級警戒期間多請特休陪家人</li> <li>● 遠東 SOGO 是最早宣布第一線同仁上班配戴口罩的百貨。2021 疫情升溫，更發放全員護目鏡，避免飛沫噴濺</li> </ul>
	給予良好福利制度 · 完善工作穩定保障	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 員工的各項福利措施不受疫情影響、不縮水，旅遊補助仍以禮券及餐券方式發放</li> <li>● 2021 年全面推動「員工協助方案」(Employee Assistance Programs, 簡稱 EAPs)，其中 77% 為健康諮詢，減輕同仁防疫壓力</li> <li>● 儘管百貨業受疫情影響辛苦作戰，遠東 SOGO 仍於 2022 年 1 月起全員加薪約 4%，為連鎖百貨業之冠</li> </ul>
顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 積極配合疾管署規範，量身訂製百貨業防疫指引，2021 共制訂 13 個防疫指引；中壢店與新竹店分別獲鄭文燦市長及林智堅市長讚賞</li> <li>● 忠孝館、復興館導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，創造安心購物環境</li> <li>● 連續 9 年獲〈台北市勞動安全獎〉肯定，領先全台百貨零售業</li> <li>● 經統計調查，77.6% 的消費者對於遠東 SOGO 整體防疫作為感到安心</li> </ul>	
承租廠商（專櫃）	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 照顧廠商，遠東 SOGO 成功開發新商模，將三級警戒禁止內用、空無一人的餐廳與美食街，業績回流二成以上，打造雙贏。</li> <li>● 鼓勵廠商經驗分享，打造良性競爭氛圍</li> <li>● 建立 OMO (Online Merge Offline) 策略並推動行動支付：透過遠東 SOGO APP 美食快意通，鼓勵顧客線上點餐，減少停留時間，增加消費意願</li> <li>● 協助知名餐廳打造外帶餐盒，於離一樓入口不遠的美食街擺起便當市集，讓民眾就近購買</li> <li>● 共體時艱，三級警戒期間，對所有專櫃降租（降包底、或免包底），餐廳更降管理費 50%</li> </ul>	
社會	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 針對廣大消費者，遠東 SOGO 連續兩年舉辦百貨第一個以「防疫」為主題的廚藝競賽，推廣健康飲食，除了歡迎所有年齡層報名，並邀請營養師、美食家、全民健康基金會等，共同在疫情期間推廣「健康飲食」。活動結合「防疫」與「健康」訴求，吸引第一線醫療工作者報名參加，將醫學與營養概念融入作品，並帶給蕭條的餐飲業正能量</li> <li>● 遠東 SOGO 也與專櫃品牌攜手舉辦力挺醫護、推廣健康飲食、教導親子防疫，及急難救助等相關活動，共 19 場，3 萬人受益</li> </ul>	



# 永續 SOGO

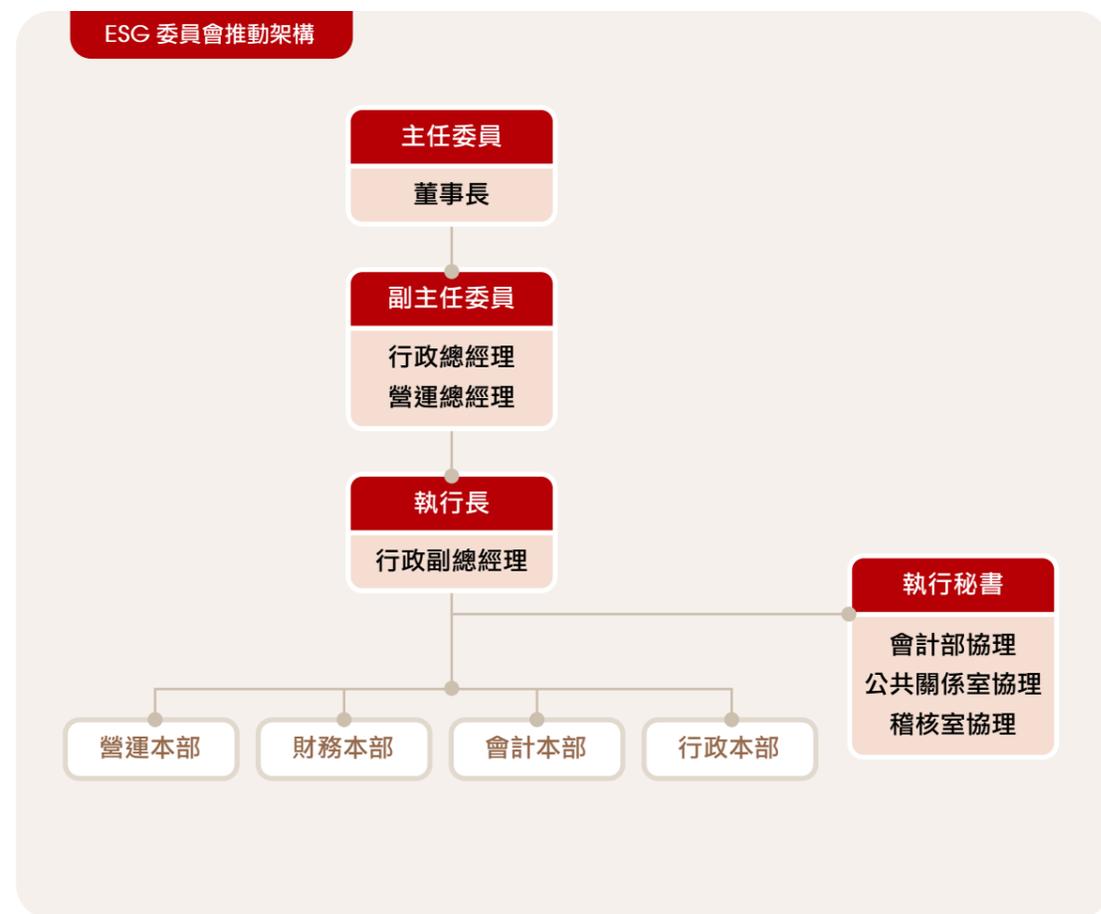
## 永續推動機制與架構

遠東 SOGO 自 2007 年啟動「NEW LIFE 工程」，藉由「關懷分享、永續家園、優質生活、文化創新」四大精神推動永續行動；更將 2015 年定調為「CSR 元年」並積極設立 CSR 委員會，開展及監督相關管理政策與行動，2020 年更名為「企業永續委員會」(簡稱 ESG 委員會)，並呼應國際永續趨勢，以 2020 年為「永續元年」。

ESG 委員會由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員、行政副總經理擔任執行長，組織包括營運本部（營業與販促）、財務本部、會計本部、行政本部，是個跨部門執行與溝通的平台。

ESG 相關政策係由 ESG 委員會制定之，並由人資、公關、販促、商品、營業、工務、勞安、會計、財務、稽核等部門及各分店共同執行，依照利害關係人不同屬性，推出對內、對外不同管理政策。

ESG 執行秘書小組針對 ESG 議題進行跨部門討論與資源整合，且負責永續策略推展、各項專案進程追蹤與《企業永續報告書》之編製。

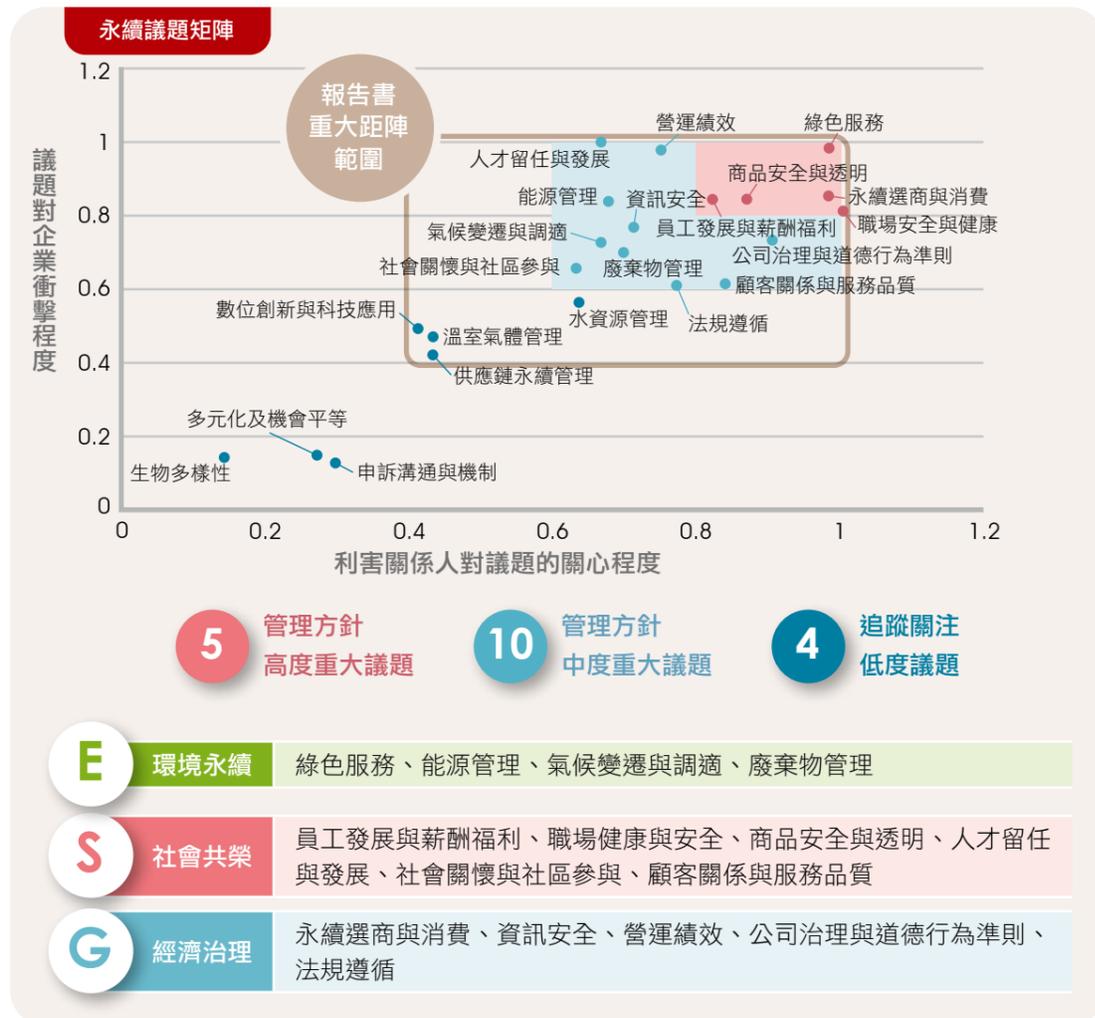


ESG 專案經 ESG 委員會執行秘書小組開會討論後提報董事會或高階主管會議，經同意後執行專案。各項專案執行前會在遠東 SOGO 每周召開之決策執行會議中，由董事長凝聚高階管理階層之共識；再進入每月召開之店長會議，由一級主管進行專案討論，後續於每月經理級以上主管會議進行宣導與溝通，達成最後專案內容確認。

## 永續議題管理流程

永續議題與利害關係人之鑑別與管理，是推展 ESG 的核心基礎。遠東 SOGO 於每年編製企業永續報告書時，皆透過 ESG 執行秘書小組依循國際標準與框架，並參照百貨零售業之產業特性，依據永續性脈絡、重大性、完整性，以及利害關係人包容性進行鑑別、分析、排序等管理流程。

		STEPS	說明
包容性	鑑別	7 類重要利害關係人	遠東 SOGO 各店店長及協理級以上主管，參考 AA1000 :2011 利害關係人議合標準的 5 大原則，鑑別重要利害關係人。包含：顧客、同仁、股東／投資人、承租廠商（專櫃）、供應商／承攬商、鄰近社區、媒體
		蒐集 22 項永續議題	蒐集並參酌國際永續發展趨勢、產業概況、日常營運實務，以及利害關係人關注面向，彙整共 22 項永續議題清單
重大性	排序	18 位主管評估衝擊程度	由 18 位高階管理階層評估各項永續議題對經濟、環境及社會所產生之影響程度
		757 份問卷回饋關注程度	針對內、外部利害關係人發放問卷，了解其對各永續議題的關注程度並分享永續資訊需求。共回收 757 份問卷，前三大回饋占比分別為同仁、顧客、承租廠商（專櫃）
		定錨 15 項永續重大議題	依據「公司營運衝擊程度」與「利害關係人關注程度」2 大構面，將永續議題以高、中、低強度進行分析，以此定錨 15 項重大議題並繪製永續矩陣
回應性	分析	對照永續重大議題	遠東 SOGO 優先依循 GRI 永續報告準則揭露管理方針與績效，並經價值鏈適當性評估、確認報導邊界後，由 ESG 委員會通過 5 項高度、10 項中度之重大議題
		溝通與回應	針對重大永續議題定期檢視、優化管理目標，並針對各議題之涵蓋 ESG 面向，積極與利害關係人議合



### 永續議題之變動說明

今年度在疫情後復甦的環境因素影響下，資本市場、消費者行為皆出現巨幅改變。因應遠東 SOGO 永續經營與發展策略，並參照國際關注重大議題而進行調整，故相較於 2020 年「永續選商與消費」、「員工發展與薪酬福利」、「能源管理」、「氣候變遷與調適」、「人才留任與發展」之重要度皆大幅提升。其餘議題調整概況請見下表。

2021 年議題	議題重要性		議題動態	關注程度追蹤
	2021 年	2020 年		
永續選商與消費	高度	低度	↑ 上升	<b>議題整併</b> 將原「綠色營運與提倡永續消費」和「永續選品」重新歸納整理，由內向外驅動消費者關注永續議題
員工發展與薪酬福利	高度	中度		

2021 年議題	議題重要性		議題動態	關注程度追蹤
	2021 年	2020 年		
能源管理		低度	↑ 上升	<b>重要性調升</b> 因應遠東 SOGO 永續發展策略，並回應國際能源議題趨勢，關注程度提升
氣候變遷與調適		低度		<b>議題整併</b> 因應國際永續環境趨勢而此項議題關注程度提升
人才留任與發展		低度	↓ 下降	<b>重要性調升</b> 因應產業數位化、永續採購、低碳經濟與資訊安全的人才需求而關注程度提升
營運績效	中度	高度		<b>重要性下降</b> 相較於其他永續議題，今年營運績效、公司治理與道德行為準則、法規遵循議題關注度微幅下降
公司治理與道德行為準則		高度		<b>議題整併</b> 將原「社會關懷」、「環境教育」進行整併歸納，並聚焦當地社區關懷行動
法規遵循		高度		
社會關懷與社區參與		高度		

### 遠東 SOGO 價值鏈與永續議題關係

遠東 SOGO 以報告書「永續關鍵五力」作為管理重大永續議題的準則，並分析重大永續議題對遠東 SOGO 的意義與重要性，更進一步對應組織營運價值鏈和 GRI 主題準則。

永續議題	永續目標 (SDGs)	意義與衝擊	價值鏈			GRI 主題準則
			上游 供應商 / 承攬商、承租廠商 (櫃位)	營運 股東 / 投資人、同仁	下游 顧客、鄰近社區、媒體	
公司治理與道德行為準則	16 和平與正義	維護股東權益、投資人關係、董事會職能、獨立性及專業度，並訂定行為準則以防弊、反貪瀆及遵循法令；訂定行為準則（反貪腐、反壟斷、反歧視等）並以檢核機制追蹤執行成果	●	●	▲	GRI 205：反貪腐
法規遵循	16 和平與正義	遵循並合乎法規為遠東 SOGO 企業經營之根本	●	●	▲	GRI 307：有關環境保護的法規遵循 GRI 419：社會經濟法規遵循



永續議題	永續目標 (SDGs)	意義與衝擊	價值鏈			GRI 主題準則
			上游	營運	下游	
			供應商 / 承攬商、承租廠商 (櫃位)	股東 / 投資人、同仁	顧客、鄰近社區、媒體	
營運績效	8 經濟成長	永續願景、策略發展及與永續相關之實踐；評估各方面風險與機會，追求「營運獲利最佳」之願景，並揭露各項重要財務資訊	●	●	●	GRI 201：經濟績效
資訊安全	16 和平與正義	鑒於遠東 SOGO 作為客戶、承攬商等物品與資訊交流平台，特別重視利害關係人之資訊安全與隱私保護	●	●	●	GRI 418：客戶隱私
永續選商與消費	12 責任消費與生產	以企業永續準則管理專櫃與供應商之品質、交期、環境及人權等面向	●	●	●	GRI 102：一般揭露

永續關鍵五力 2. 永續環境力

綠色服務*	12 責任消費與生產	提供符合 ESG 理念之相關服務項目，以達遠東 SOGO 綠色百貨願景	▲	●	●	
氣候變遷與調適	13 氣候行動	適切的減緩與調適策略，能降低氣候變遷對營運所造成之衝擊	▲	●	▲	GRI 201：經濟績效 GRI 305：排放
能源管理	6 淨水與衛生 7 可負擔能源	提高營運對環境的友善程度，並提倡綠色消費與環保低碳理念	●	●	▲	GRI 302：能源
廢棄物管理	13 氣候行動	實踐環境保護，盤點廢棄資源產生量，並擬定管理策略及推行減量作法	●	●	▲	GRI 306：廢棄物

永續關鍵五力 3. 安心服務力

商品安全與透明	2 消除飢餓 3 良好健康與福祉 12 責任消費與生產	管理商品標示及行銷推廣溝通內容，確保符合法規	●	●	●	GRI 416：顧客健康與安全 GRI 417：行銷與標示
---------	-----------------------------------	------------------------	---	---	---	----------------------------------

永續議題	永續目標 (SDGs)	意義與衝擊	價值鏈			GRI 主題準則
			上游	營運	下游	
			供應商 / 承攬商、承租廠商 (櫃位)	股東 / 投資人、同仁	顧客、鄰近社區、媒體	
顧客關係與服務品質	8 經濟成長 16 和平與正義	依「活潑、親切、敏捷」座右銘提供最感動的服務，並妥善管理顧客回饋之意見，作為改善服務流程重要依據，追求不斷提升顧客滿意度	●	●	●	GRI 416：顧客健康與安全 GRI 417：行銷與標示

永續關鍵五力 4. 幸福職場力

員工發展與薪酬福利	8 經濟成長	以「培養重點人才戰略思考能力」為願景，提供優於法規的薪酬福利	▲	●	▲	GRI 401：勞雇關係 GRI 402：勞 / 資關係 GRI 407：結社自由與團體協商
人才留任與發展	4 教育品質 5 性別平等 10 減少不平等	以平等原則聘用、管理與升遷適任之人才	▲	●	▲	GRI 404：訓練與教育
職場安全與健康	3 良好健康與福祉	維護工作場所（包含賣場）安全、管理職災風險與同仁健康等	●	●	●	GRI 403：職業安全與衛生

永續關鍵五力 5. 社會影響力

社會關懷與社區參與	11 永續城市 17 強化永續發展全球夥伴關係	以通路資源投入社區參與及公益活動，關注公共議題，實踐 NEW LIFE 的 CSR 精神	▲	●	●	GRI 413：當地社區
-----------	----------------------------	--	---	---	---	--------------

註 1. 永續議題「\*」代表無法對應 GRI Standards 指標，屬公司重視議題。  
2. 遠東 SOGO 依各階段涉入程度分為：直接關係 (●)、間接關係 (▲)



## 利害關係人議合

遠東 SOGO 之 ESG 委員會參考 AA1000 S 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES, 2011) 之「責任、依賴性、影響力、多元觀點、張力」5 大原則，由副總、營運據點店長及協理級以上主管，鑑別本公司永續發展過程中之 7 大重要利害關係人，並藉此深化議合過程，強化遠東 SOGO 永續發展策略，且提升社會當責性。

利害關係人	關注議題	權責部門	溝通管道與頻率	2021 溝通成效
<b>顧客</b> 遠東 SOGO 評估市場脈動，引進各類品牌與櫃位，惟只有顧客到店的消費與支持，才是評核遠東 SOGO 是否確實掌握消費潮流的關鍵	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客關係與服務品質</li> <li>綠色服務</li> <li>永續選商與消費</li> <li>職場安全與健康</li> <li>公司治理與道德行為準則</li> <li>資訊安全</li> </ul>	營運部 販促部 人資部 顧服中心 公共關係室	<b>定期 ▼</b> 每年：顧客滿意度調查  <b>不定期 ▼</b> 數位行銷工具、顧客意見卡、免付費專線、線上留言板	<ul style="list-style-type: none"> <li>1,068 名顧客參與顧客滿意度調查</li> <li>338 名顧客進行意見反應</li> </ul>
<b>同仁</b> 面對消費趨勢的改變，以及通路與品牌的多元化，所有遠東 SOGO 同仁皆以創新思維在各自工作崗位上積極求變，爭取顧客認同，追求最佳經營績效	<ul style="list-style-type: none"> <li>職場安全與健康</li> <li>員工發展與薪酬福利</li> <li>綠色服務</li> <li>公司治理與道德行為準則</li> <li>永續選商與消費</li> </ul>	人資部 勞安室 職福會	<b>定期 ▼</b> 每年：同仁滿意度調查、同仁 ESG 認知調查 每季：勞資會議 每日：朝會日報  <b>不定期 ▼</b> 制度修改說明會、內部 EHR 網站、EIP 網站、同仁意見箱	<ul style="list-style-type: none"> <li>1,282 位同仁參與員工滿意度暨 ESG 調查</li> <li>共 109 人次接受 EAPs 服務；403 人次上 EAPs 課程</li> <li>共 120 人接受醫生駐診健康諮詢</li> </ul>
<b>股東／投資人</b> 認同 ESG 理念，投入各項資源，支持遠東 SOGO 推動企業永續的各項活動，成為百貨業的典範	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工發展與薪酬福利</li> <li>綠色服務</li> <li>營運績效</li> <li>職場安全與健康</li> <li>公司治理與道德行為準則</li> <li>水資源管理</li> </ul>	秘書室 財務部 會計部	<b>定期 ▼</b> 每年：股東會、母公司年報 每季：董事會  <b>不定期 ▼</b> 公開資訊觀測站	<ul style="list-style-type: none"> <li>召開股東會，說明 ESG 成果與展望</li> </ul>

利害關係人	關注議題	權責部門	溝通管道與頻率	2021 溝通成效
<b>承租廠商 (專櫃)</b> 遠東 SOGO 身為百貨業的領導品牌，除了所有同仁的共同努力，也有賴於同樣在各樓館服務的櫃位工作同仁，才能讓客戶獲得消費與服務的最佳體驗	<ul style="list-style-type: none"> <li>職場安全與健康</li> <li>綠色服務</li> <li>永續選商與消費</li> <li>顧客關係與服務品質</li> <li>公司治理與道德行為準則</li> </ul>	營運部 販促部 工務部 顧服中心 公共關係室	<b>定期 ▼</b> 每季：廠商聯誼會 每日：朝會日報  <b>不定期 ▼</b> 電話、Email、書面信函、說明與協調會 (檔期協調會、樓層改裝施工說明會)	<ul style="list-style-type: none"> <li>集結專櫃的永續商品資訊，出版〈SOGO Sustian〉</li> <li>朝會日報 ESG 訊息發布</li> </ul>
<b>供應商／承攬商</b> 提供遠東 SOGO 賣場最具競爭力產品與設施的背後推手，與遠東 SOGO 共同打造豐富商品與舒適的環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>職場安全與健康</li> <li>綠色服務</li> <li>永續選商與消費</li> <li>顧客關係與服務品質</li> <li>公司治理與道德行為準則</li> <li>廢棄物管理</li> <li>氣候變遷與調適</li> </ul>	營運部 行政部 工務部 採購部	<b>不定期 ▼</b> 電話、Email、書面信函、現場會勘、各式會議 (品質改進會議)	<ul style="list-style-type: none"> <li>攜手供應商 / 承攬商持續打造節能環境，天母店二度獲減碳標籤，為百貨第一</li> </ul>
<b>鄰近社區</b> 落實企業社會責任於營運據點所在之鄰近社區，提升正面社會影響力，並攜手利害關係人一同打造共榮家園	<ul style="list-style-type: none"> <li>職場安全與健康</li> <li>綠色服務</li> <li>法規遵循</li> <li>人才留任與發展</li> <li>永續選商與消費</li> <li>社會關懷與社區參與</li> </ul>	工務部 法務室 電子商務課	<b>定期 ▼</b> 「台北市東區商圈發展協會」理事會會議及會員大會  <b>不定期 ▼</b> 電話、Email、書面信函、現場會勘、各式會議	<ul style="list-style-type: none"> <li>連續三年主導東區協會舉辦東區週年慶</li> <li>向經濟部提出東區智慧應用提案</li> <li>催生東區廊帶</li> <li>為社區提供法律諮詢</li> </ul>
<b>媒體</b> 媒體單位即時且正確取得公司相關訊息，有利於本公司與利害關係人溝通，降低營運風險，並塑造公司形象	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客關係與服務品質</li> <li>能源管理</li> <li>永續選商與消費</li> <li>商品安全與透明</li> <li>營運績效</li> <li>氣候變遷與調適</li> </ul>	公共關係室 媒體課 數位行銷課	<b>定期 ▼</b> 固定節日與檔期舉辦記者會及餐敘  <b>不定期 ▼</b> 電話、Email、書面信函、各式採訪需求、自媒體	<ul style="list-style-type: none"> <li>搭配檔期或媒體需求，安排發稿與自媒體發布</li> </ul>

## 穩健經營力

Sound  
Operation



特輯 / P.26

打造綠色百貨、  
創造零售淨零聯盟

淨利、每股盈餘 EPS 連續 4 年成長

EPS 達 1.4 元、年增長 9.37%

稅後盈餘成長 9.53%

榮獲《網路溫度計》口碑之星  
數位創新能量被看見！

推出〈SOGO Sustain·好物好選〉品牌  
提供顧客一站式綠色消費服務

全台有 95% 的餐廳  
完成環保署綠色餐廳認證

遠東 SOGO 邁入第 35 週年，多年來持續以永續經營的態度及創新精神，與時俱進朝「零售標竿企業」願景邁進，在百貨零售業的激烈競爭下，遠東 SOGO 仍透過靈活的營運管理、區域整合、風險管理、領先導入創新科技等策略，優化實體賣場的購物經驗，締造百貨龍頭與百貨 ESG 領導品牌之形象。為回應全球消費者與資本市場於 ESG 議題的高度關注和期待，遠東 SOGO 更致力於推動並整合永續發展策略與營運核心，攜手利害關係人邁向永續經營。

對應 SDGs



回應永續議題

- 公司治理與道德行為準則
- 法規遵循
- 營運績效
- 資訊安全
- 永續選商與消費

重要利害關係人

- 股東 / 投資人
- 同仁
- 顧客
- 媒體
- 承租廠商 (專櫃)



## · 特 輯 ·

## 打造綠色百貨 創造零售淨零聯盟



因應新冠疫情延宕一年的聯合國氣候峰會 COP26，於 2021 年 11 月英國格拉斯哥順利落幕。在全球矚目的氣候峰會舉辦期間，通過了數個標竿性的重要環境里程碑，包含：維持〈巴黎協定〉限制全球升溫於 1.5 度以內的目標、超過百國承諾 2030 年停止森林砍伐；誕生全球首個減煤倡議。而我國政府亦接軌國際趨勢，宣示了 2050 淨零目標，並發布永續轉型路徑藍圖，促進產業變革。

為呼應全球永續願景，並敦促消費市場邁向更為環境友善的趨勢轉型，身為國內零售標竿、百貨 ESG 領導者的遠東 SOGO 百貨，自 2015 年取得第一張百貨零售服務業「碳標籤」後，就以「能資源整合」、「綠色行銷」與「環境教育」三大面向為基礎，積極打造綠色營運文化，實踐永續目標。我們亮麗的成績讓遠東 SOGO 得以連續 3 年獲得「國家企業環保獎」銀級獎以上的肯定。2017 年遠東 SOGO 攜手餐飲專櫃，展開全面的環保與食安行動，全台停用一次性與美耐皿餐具，改以安心安全的環保餐具替代開啟新食器時代。此次使全台 8 家營運據點、153 家專櫃全數更換，且淘汰 3 萬個美耐皿餐具的標誌之舉，不僅成為全台百貨首發，更是領先政府政策 2 年倡議減塑生活；迄今仍是國內百貨攜手專櫃、供應商的綠色典範。

2021 年遠東 SOGO 更邁入新一階段的永續策略轉型，透過「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」三大構面全面推動 ESG 行動方針，除攜手組織同仁思考轉型路徑之外，亦翹動價值鏈之供應商夥伴、消費者一同創造台灣首個零售淨零聯盟，打造綠色標竿百貨。同年，本公司亦獲頒「榮譽環保企業獎」進總統府接受表揚，並代表獲獎企業致詞，創百貨先例！



遠東 SOGO 黃晴雯董事長（左二）與汪郭鼎松總經理（右二）、吳素吟資深副總（左一）及忠孝店李景銘店長（右一）

## 循環商模 — SOGO Sustain · 好物好選

除此之外，遠東 SOGO 更於 2021 年 11 月正式推出〈SOGO Sustain · 好物好選〉專刊，嚴選符合環境保護、試圖解決社會問題的永續性商品，並讓顧客「每次消費都能簡單做出友善未來的選擇」。

〈SOGO Sustain · 好物好選〉第一期已於 2021 年 11 月出刊，自 2021 年 12 月起，遠東 SOGO 所有紙本 DM 都將規劃 1-2 頁的〈SOGO Sustain · 好物好選〉商品，為顧客推薦對地球及社會更友善的產品。透過每期一至兩頁的永續選品專刊，對外不僅使顧客於母親節、週年慶等特定活動期間，能在購物之際認識永續好物，更能對內使遠東 SOGO 的承租商、供應商與同仁皆進一步認識永續選品概念，正式「讓永續走入日常生活」。



與此同時，遠東 SOGO 於內部舉辦 SOGO Sustain logo 徵選，廣泛邀請同仁及親友們投稿，最終選出以「愛心」象徵對社會共好、以「箭頭」代表對環境友善、以「小樹苗」象徵「永續」的標誌性 logo。往後，遠東 SOGO 所販售具有環保及永續性的商品，都將附上此標籤，積極攜手消費者共同邁向永續共好願景。





# 1.0 策略成果與規劃

遠東 SOGO 自 1987 年 11 月 11 日成立至今，一直都是全台灣最受消費者信賴的百貨品牌，引領著台灣的時尚與流行。正邁入第 35 週年的遠東 SOGO，多年來持續以永續經營的態度及創新的精神，與時俱進朝「零售標竿企業」的願景邁進，同時締造百貨龍頭與百貨 ESG 領導品牌形象。

重大性議題	公司治理與道德行為準則	法規遵循	營運績效	資訊安全	永續選商與消費	
GRI 主題準則	GRI 205：反貪腐	GRI 307：有關環境保護的法規遵循 GRI 419：社會經濟法規遵循	GRI 201：經濟績效 GRI 202：市場地位	GRI 418：客戶隱私	GRI 308：供應商環境評估 GRI 414：供應商社會評估	
策略目的	倡導廉能治理 實施誠信經營	改進應對商業環境變化的方法，遵從最新市場監理要求	穩健經營，締造公司市場龍頭地位	避免資料外洩、落實日常維運	完善供應鏈管理，避免環境與社會衝擊	
管理方針	<b>【主責單位】</b> 秘書室、稽核室、法務室、會計本部、財務本部、營運本部、資訊部、採購部 <b>【溝通方式】</b> 《朝會日報》、線上公布欄、法令宣導、課程、SOGO DM、eDM、供應商問卷					
	管理方式與溝通機制	遠東 SOGO 企業永續網站設有「企業廉潔」專區，亦可逕向稽核室舉報	透過內控及教育訓練，強化全員法遵認知	透過功能委員會，進行公司治理內控	藉由資安委員會管控，提升本公司資訊安全	透過「企業社會責任條款」之簽署要求，進行供應商管理
	評量機制	透過內控機制及稽核作業評估	裁罰案數與金額	<ul style="list-style-type: none"> <li>營業總額</li> <li>稅前/後淨利</li> <li>每股盈餘(稅後)</li> <li>股東權益報酬率</li> <li>EPS</li> </ul>	內部稽核與外部稽核	建立供應商管理機制

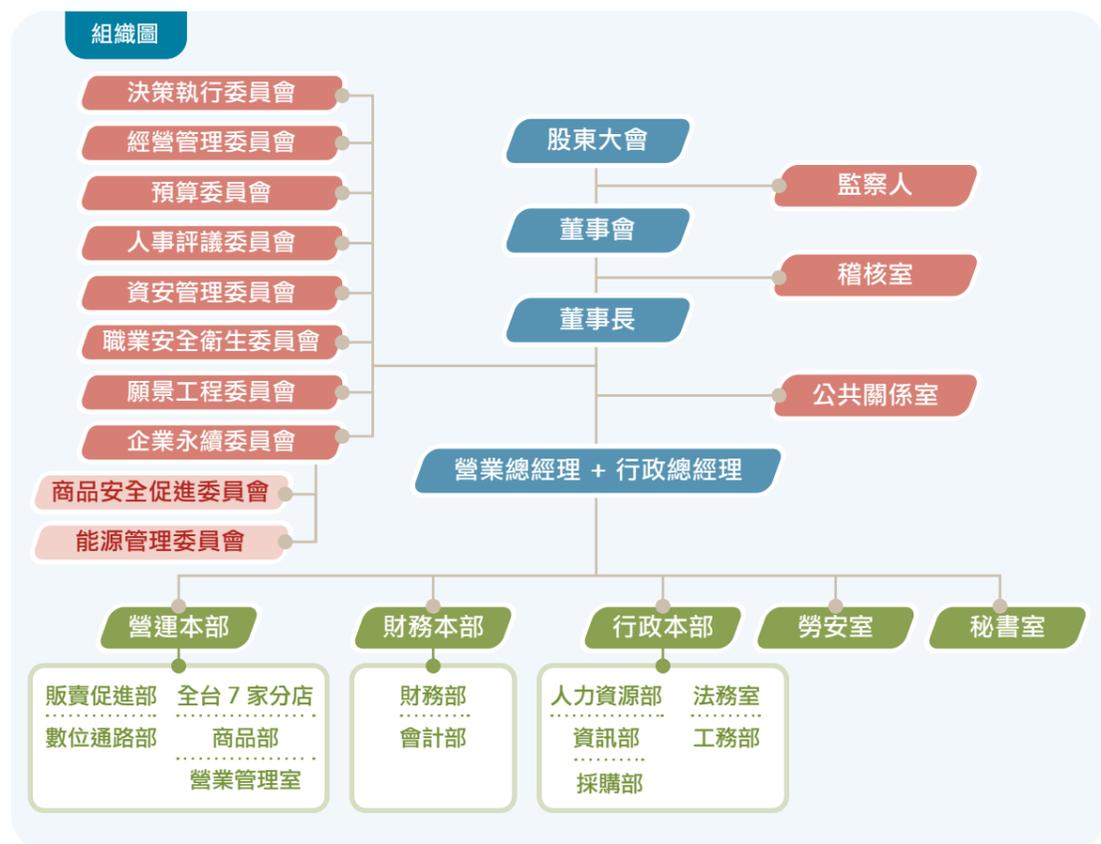
重大性議題	公司治理與道德行為準則	法規遵循	營運績效	資訊安全	永續選商與消費	
目標設定	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>無重大舉報案件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>強化內部宣導，符合環境與社會規範外，制訂優於法令之依循原則</li> <li>制訂高階經理人「董事及經理人道德行為準則」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>發展各店特色</li> <li>強化電商經營</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>招募資安人才</li> <li>強化資訊安全系統</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調查承攬商與供應商永續作為</li> <li>強化 SOGO Sustain 永續選商</li> </ul>
	中長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>貪腐與賄賂舉報案件數為 0</li> <li>提升董事會智識，持續參與外部協會並內外進修課程</li> <li>執行內部稽核評估作業，並由企業永續委員會監督</li> </ul>	確保無重大違失	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立強勢核心業種</li> <li>推動精準行銷，發展 OMO 策略</li> </ul>	提升關鍵設施韌性	<ul style="list-style-type: none"> <li>輔導供應商優化永續作為</li> <li>創造零售淨零聯盟</li> </ul>
年度亮點成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠見企業社會責任獎 - 楷模獎 ▶ 百貨第一、連續 4 年獲獎</li> <li>淨利、每股盈餘 EPS 連續 4 年成長</li> <li>EPS 達 1.4 元、年增長 9.37%</li> <li>稅後盈餘成長 9.53%</li> <li>《網路溫度計》口碑之星 ▶ 數位創新能量被看見！</li> <li>推出〈SOGO Sustain·好物好選〉品牌，嚴選永續商品、搭配綠色採購，為顧客提供一站式綠色消費服務</li> <li>輔導餐飲專櫃申請綠色餐廳，截至 2022 年 4 月，全台有 95% 的餐廳完成環保署綠色餐廳認證</li> </ul>					



# 1.1 公司治理

## 1.1.1 組織輪廓

遠東 SOGO 於董事會下設有董事長室、營業總經理室與行政總經理室。營業總經理負責統籌前線賣場營運作業；行政總經理則管理後勤行政運作，彼此相輔相成、分層管理、相互分工合作，共同以公司營運方針為最高指導原則，創造公司最大利益。



## 1.1.2 董事會

遠東 SOGO 最高治理單位為董事會，設有 5 名董事與 1 名監察人，以具備相關產業之專業與管理經驗作為遴選標準，於股東會進行選任，由董事互選 1 人為董事長。董事會由董事長召集，如有臨時議案則另行召開臨時董事會。2021 年召開董事會 5 次，董事均親自出席，董事出席率 100%，監察人列席率 80%。

董監事任期為三年一任，連選得連任，2020 年 6 月 12 日召開股東常會，改選董事與監事，現任董事成員中有 2 名為女性（40%）。董事長由媒體界素負名望之黃晴雯女士擔任，董事會所有成員均能以其專業學識、洞察力、判斷力與創新力，帶領遠東 SOGO 保有百貨零售業先驅地位。

遠東 SOGO 董事會所扮演的角色

**董事會宗旨** ● 董事會全體成員恪盡職守，導引並協助執行部門穩步向前，追求公司治理、環境永續、社會(ESG)共融的永續發展目標

**永續發展之願景** ● 與時俱進、友善共好，成為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業

**面對 ESG 面向的策略與政策** ● 從「節能減排、永續消費、循環商模」三大永續策略構面攜手承攬商、供應商、消費者等利害關係人共同邁向永續未來

**董事會運作情形**

公司	董事席次 (含獨立董事)	女性董事席次	占比
遠東 SOGO	5	2	40%

**2021 董事會運作概況**

開會次數	5	董事平均出席率 (%)	100%
類別	普通決議	重要決議事項	決議內容
		<ul style="list-style-type: none"> <li>年度公司預算案</li> <li>年度財務報表決算案</li> <li>年度董監酬勞、盈餘分配案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度營業報告書案</li> <li>110 年股東會延期召開討論案</li> <li>年度股利分派討論案</li> <li>年度 ESG 策略與成果</li> </ul>
以上全體出席董事同意通過			

## 董事學經歷

姓名	性別	年齡			主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
		50-65	65-75	75 以上		
■ 董事暨遠東集團董事長						
徐旭東	男				<ul style="list-style-type: none"> <li>美國聖母大學碩士</li> <li>美國哥倫比亞大學經濟研究所研究</li> <li>交通大學管理學名譽博士</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠東新世紀(股)公司董事長</li> <li>亞洲水泥(股)公司董事長</li> <li>東聯化學(股)公司董事長</li> <li>遠東百貨(股)公司董事長</li> <li>遠傳電信(股)公司董事長</li> <li>裕民航運(股)公司董事長</li> <li>遠東國際商業銀行(股)公司副董事長</li> </ul>



姓名	性別	年齡			主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
		50-65	65-75	75以上		
<b>■ 董事長</b>						
黃晴雯	女	●			<ul style="list-style-type: none"> <li>政治大學新聞系</li> <li>美國加州州立大學聖地牙哥分校影視傳播碩士</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>太平洋崇光百貨(股)公司董事長</li> <li>英屬維京群島太平洋中國控股有限公司董事長</li> <li>香港太平洋中國控股有限公司董事長</li> <li>香格里拉遠東國際大飯店董事</li> <li>鼎鼎聯合行銷股份有限公司董事</li> <li>太平洋崇光文教基金會董事長</li> <li>太平洋崇光社會福利基金會董事長</li> <li>台中市政府國際事務委員會委員</li> <li>中華民國百貨零售企業協會常務理事</li> </ul>
<b>■ 董事</b>						
黃茂德	男		●		<ul style="list-style-type: none"> <li>中興大學法學碩士</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>太平洋崇光百貨(股)公司董事</li> <li>徐元智先生紀念基金會董事暨執行長</li> <li>遠東集團法律顧問</li> <li>太平洋流通投資公司董事</li> <li>遠鼎股份有限公司董事</li> </ul>
王孝一	男			●	<ul style="list-style-type: none"> <li>中興大學工商管理系</li> <li>台灣大學管理研究學分班</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠東新世紀(股)公司董事</li> <li>遠東新世紀(股)公司公益事業執行長</li> <li>遠東國際商業銀行(股)公司執行董事</li> <li>遠揚建設(股)公司董事長</li> <li>元智大學董事</li> </ul>
井琪	女	●			<ul style="list-style-type: none"> <li>美國普渡大學管理資訊系統博士</li> <li>遠傳電信公司首席轉型長</li> <li>美國 AT&amp;T 技術發展部門副總裁</li> <li>美國 AT&amp;T 技術開發助理副總裁</li> <li>美國 AT&amp;T PMOSS 規劃、工程和開發總監</li> <li>美國 AT&amp;T 區域經理、AT&amp;T 全球網路控制中心</li> <li>亞利桑那州立大學商學院決策與資訊系統助理教授</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠傳電信總經理</li> <li>Far Eastern Info Service (Holding) 董事長暨總經理</li> <li>全虹企業公司董事長</li> <li>新世紀資通公司董事暨總經理</li> <li>遠時數位科技公司董事長</li> <li>德誼數位科技公司董事長</li> </ul>

姓名	性別	年齡			主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
		50-65	65-75	75以上		
<b>■ 監察人</b>						
王景益	男			●	<ul style="list-style-type: none"> <li>中國國際商業銀行行員</li> <li>勤業會計師事務所前所長</li> <li>國立成功大學商學院商學士</li> <li>美國伊利諾大學商學院會計碩士</li> <li>美國哈佛大學商學院高級管理研究班</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>元智大學董事</li> <li>上海商業儲蓄銀行文教基金會董事</li> <li>宋作楠先生教育基金會前董事長及董事</li> <li>盟立自動化(股)公司獨立董事</li> </ul>

更多資訊 | 請參考遠東 SOGO 官方網頁「董事會成員」：<https://esg.sogo.com.tw/4-3.php>

## 外部組織參與

遠東 SOGO 透過參與外部協會會務，與產官學各界交流溝通，以火車頭角色扮演意見領袖，帶領百貨業共同前進，推動國內外及兩岸各項事物。

遠東 SOGO 持續參與協會「中華民國百貨零售企業協會」及「台北市百貨商業同業公會」，皆擔任理事，為百貨零售產業提供建言。

時間	外部協會名稱	擔任職務	本公司主管
1987年	中華民國百貨零售企業協會	理事	汪郭鼎松總經理
1987年	台北市百貨商業同業公會	理事	黃正一副理
2014年	台中市政府國際事務委員會	委員	黃晴雯董事長
2017年	台灣企業永續研訓中心 (CCS)	理事	黃晴雯董事長
2018年	台灣女董事協會	常務理事	黃晴雯董事長

## 為產業發聲

### 女董事協會，提倡女性賦權

女力崛起帶動「她經濟」，遠東 SOGO 董事長黃晴雯擔任台灣女董事協會常務理事，定期發表女性治理白皮書並舉辦國際性論壇，推動「女董學院」成立，致力培育新一代傑出女性領導人。多次在女董協會或女董學院活動中，擔任論壇貴賓，傳承女力企業家的治理經驗，推動女性賦權。



### 百貨唯一接受「再生能源憑證中心」約訪拍攝

遠東 SOGO 是經濟部標準局「再生能源憑證中心」唯二主動約訪拍攝的企業，也是百貨唯一。該影片的目的在作為 2022 年三月 APEC「跨能源與標準」子論壇的前導，從遠東 SOGO 的角度演繹企業永續的作為與方向，並鼓勵國內企業發展潔淨能源，申請再生能源憑證。



請掃描 QRcode 觀看約訪影片

### 1.1.3 內控機制

#### 功能性委員會

遠東 SOGO 為健全公司營運管理，於公司內部設立 8 個委員會，強化公司治理能量。

委員會	成立時間	執掌說明
1. 經營管理委員會	2002 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對公司經營方針，釐訂經營目標，以及策畫達成目標所須採取之各項方案</li> <li>董事長召集，經理級以上主管出席，遠東集團董事長親自與會參加</li> <li>每季召開一次會議</li> </ul>
2. 預算委員會	2012 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>對公司營運目標進行預算監控，將組織決策目標及資源配置加以量化</li> <li>負責審查、報告及檢討該季預算及預算執行結果，包含追加預算之執行進度及預計績效目標</li> <li>每季召開一次會議</li> </ul>
3. 資安管理委員會	2012 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據遠東 SOGO 營運特性制定之〈個人資料保護管理政策及作業程序〉，作為內外部處理顧客、同仁及專櫃合約內個人資料之依據與準則</li> <li>修訂最新資安管理作業流程及資訊</li> </ul>
4. 職業安全衛生委員會	2012 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>職業安全衛生之最高決策單位，對雇主擬訂之安全衛生政策提出建議，並審議、協調及建議安全衛生相關事項</li> <li>負責職業安全衛生各項事務與專案之監督、管理與追蹤</li> <li>由總經理召集，每 3 個月開會一次</li> </ul>

委員會	成立時間	執掌說明
5. 人事評議委員會	2014 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>為公司整體組織架構設立與調整</li> <li>各單位編制及人事規章審議與修訂</li> <li>理階以上重大獎懲案件審議與調查</li> <li>年度公司各單位績效考核升等升職額度之評議、資遣案件之審議</li> <li>其他有關公司重大人事政策及福利政策之研議</li> </ul>
6. 決策執行委員會	2014 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司營運與策略規劃之最高指導單位</li> <li>委員包含董事長、總經理及副總經理級以上主管</li> <li>每月初於會議上針對營運現狀檢討業績損益及討論業務策略，針對未來營業目標或可能面臨之經營問題，提出改善計畫</li> <li>每 1~2 週召開一次會議</li> </ul>
7. 企業永續委員會 (ESG 委員會)	2015 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動及監督公司永續經營成效</li> <li>由執行秘書小組每月定期向董事長報告，並負責編製每年度之《企業永續報告書》</li> <li>委員會下設「商品安全促進委員會」，專責商品安全管理專案之長期推動；「能源管理委員會」，負責管理總公司及各據點之能源使用概況</li> <li>2020 年因應時勢，由「企業社會責任委員會」更名為「企業永續委員會」，亦要求各部門主管擔任執行秘書小組委員，以利各項 ESG 專案計畫推動。</li> <li>2021 年將企業永續委員會的簡稱「CSR 委員」會更名為「ESG 委員會」使公司各部門都能投入於公司治理、環境永續、社會共融的永續運作。</li> </ul>
8. 願景工程委員會	2020 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>旨在形塑公司願景，透過品牌願景工程的啟動，強化同仁的企業品牌認知</li> </ul>

註 遠東 SOGO 非上市櫃公司，因此無相關法令要求成立審計、薪酬委員會，或遴選獨立董事之要求。

更多資訊 | 投資人資訊：<https://esg.sogo.com.tw/4-7.php>

#### 稽核機制

董事會下設有獨立之稽核室，稽核主管任免須經董事會同意，另設置專任稽核人員。遠東 SOGO 比照上市櫃公司內控內稽要求，建立風險管理策略及各項風險管理制度，並持續調整優化。稽核室依法令規定及風險評估結果擬定年度稽核計畫，除依稽核計畫執行各項稽核作業外，亦按法規異動及新辨識出的風險，執行專案稽核，以進行全面的風險管理、提高經營績效，進而增進公司整體利益。2021 年度稽核作業執行結果已提報董事會，並持續追蹤後續改善成果。





## 1.1.4 誠信經營

### 誠信經營與企業廉潔

基於誠信的營運方針，遠東 SOGO 的營運過程皆遵循內外部法令規範，且依據最新頒布之法令，新增及修改內部標準作業程序。各部門對外合約均須透過法務室審核，同時要求全體同仁在工作中應具備商業倫理與責任，並遵循法令規定。新進同仁到任後，皆須完成工作規範培訓課程，同時不定期對同仁進行法令遵循說明、管理守則、倫理教育與人權之宣導與釋疑等，強化從業道德，期許全體同仁展現人文精神。

遠東 SOGO 企業永續網站設有「企業廉潔」專區 (<https://esg.sogo.com.tw/9-4.php>)，利害關係人可透過線上舉報系統，檢舉任何不當行為。如有道德廉潔相關疑慮，可向稽核室提出諮詢。舉報事件直接交由稽核室進行調查與處理，2021 年末接獲重大舉報案件，並皆於 ESG 委員會中進行報告。

誠信經營	內容說明	執行方式	相關連結
反貪腐	董事會責成法務單位研擬〈企業廉潔條款〉，並納於各項相關契約中，作為遠東 SOGO 道德誠信及從業行為之基本原則。其中明文規定，不得怠忽職守、私自攜出公司之金錢或商品、以不正當手段圖得私利等。	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工手冊</li> <li>eWork APP</li> <li>內部會議</li> </ul>	「企業廉潔」專區
反歧視	遠東 SOGO 規劃公平、合理、具競爭性的各項制度，不受性別、年齡、種族、信仰等因素影響，鼓勵多元文化並存，同仁間除學習尊重他人，學習文化衝突管理，更能從差異中獲得更多創意，進而發展出獨有的 SOGO 人文化。	<ul style="list-style-type: none"> <li>朝會日報</li> <li>內部信件</li> <li>公告欄</li> <li>教育訓練：自 2022 年起，進行反貪腐與反歧視課程規劃。</li> </ul>	「員工組成與權益」專區
性別平等	自 2018 年起遠東 SOGO 制訂〈性別平等法〉，後依中央規範及時調整內部辦法。例如：生理假，最近一次修訂，是在 2020 年公告「性騷擾防治管理辦法」。2021 年有 89% 員工完成性別平等教育訓練。		

#### 企業廉潔條款



乙方（供應商）不得為不當之競爭行為，甲方（SOGO 百貨）如認為乙方之促銷行為有妨害他人營業之虞者，得予以制止，乙方如未立即停止，甲方得終止合約。任一方履行本合約約定之義務時，不得直接或間接以任何方式對任何他方之職員、受僱人、代理人、代表人、受任人，或上開人員之關係人提供或試圖提供任何款項或利益（包括但不限於佣金、回扣、或其他有形、無形之利益）以影響該職員、代理人或受託人有關本合約之各項行為，任何一方知悉有人員違反前述約定，應立即告知他方，並提供相關證據、資料，以配合司法或其他有權機關調查。一方如因此而受有損害時，得立即中止或解除雙方間之交易關係，並向他方請求損害賠償。本條所謂「關係人」指任一方職員、代理人或受託人或上開人員之配偶、父母、子女、兄弟姊妹、祖父母及外祖父母、孫子女及外孫子女或其他關係密切之親屬或朋友。



#### 〈員工手冊〉規定，公司對於合乎下列懲戒基準之員工得予懲戒

- (1) 由於怠忽職守帶給公司損害而影響業務者，依情節輕重扣點 1~10 點。
- (2) 妨害公司營業者，依情節輕重扣點 1~10 點。
- (3) 擾亂公司風紀者，依情節輕重扣點 1~10 點。
- (4) 違反勤務規定者，依情節輕重扣點 1~10 點。
- (5) 非業務需要而私自攜出公司之金錢、商品，及其他物品或以不正當之手段圖得私利者，依情節輕重扣點 1~10 點。
- (6) 違反紀律規定者，依情節輕重扣點 1~5 點。
- (7) 違反服務禮儀者，依情節輕重扣點 1~5 點。

### 法規遵循

遠東 SOGO 透過每日內部《朝會日報》與線上公布欄等管道，向所有同仁宣導法令規範；法務室定期至各營業據點，進行法令宣導課程（客訴、個資、賣場安全等），確保各項活動均依相關法令規範進行。

2021 年度遠東 SOGO 違規受罰事件如下，全年罰款總金額 120,750 元。單一個案皆已完成改善，並於內部加強宣導，避免再度發生。而 2021 年未有任何違反環保法規及勞動法令之紀錄，亦無影響環境之重大事件。

#### 2021 年經濟治理相關違失事件

類別	營業據點	法規	違反法規內容	改善辦法
經濟治理	總公司	所得稅法	因疏漏未依限申報免扣繳憑單，罰鍰 \$750	強化作業同仁留意扣繳憑單的申報年度
	忠孝館	建築法	2020 年底台北市政府聯合稽查，忠孝館安全門部分故障無法完全閉合，罰鍰 \$120,000	故障之安全門已完全修復完成，並加強定期檢查



# 1.2 營運成果

## 1.2.1 關於遠東 SOGO

### 遠東 SOGO 時尚大世代

遠東 SOGO 在追求營運績效的同時，積極履行企業社會責任，以 ESG（環境、社會、治理）三大構面推展未來營運方針，重塑企業願景。我們的願景是成為「與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業」。

遠東 SOGO 致力於提供日系精緻細膩的服務與滿足全客層的商品，目前邁入遠東 SOGO 4.0 世代，以數位整合的幸福時尚為目標，精進數位化服務。詳見：<https://esg.sogo.com.tw/2-5.php>。

### 遠東 SOGO 基本資料

公司名稱 ● 太平洋崇光百貨股份有限公司

創立時間 ● 1987 年

實收資本額 ● 新台幣 82.8 億元

總部位置 ● 台北市大安區忠孝東路四段 45 號

產品與服務 ● 百貨零售

員工人數 ● 2021 年度為 1,371 人

公司型態 ● 未公開發行

營運據點 ● 台灣（共 7 處營業場所，亦為本公司重要營運據點）



### 營運據點與各店特色

遠東 SOGO 台灣營運版圖遍及台北、中壢、新竹、高雄等城市，共計 7 家百貨據點，致力於了解在地顧客需求，依據設定之目標客群營造各店的經營特色，以最佳的服務品質，提供令顧客滿意的商品與服務。



台北店 忠孝館 開業年份 · 1987

### 台北東區流行旗艦 美妝天后宮

- 美式風格，融合日式美學，呈現忠孝館「簡約又溫暖」的特色。針對全客層販售最新、最流行之時尚商品，數位科技零售體驗，優化顧客消費旅程，立足東區，引領台北流行，是台北東區流行旗艦百貨
- 推動小農社企活動，強化社企產品競爭力；自 2018 年舉辦百貨規模最大的「台灣在地小農展」廣受好評之後便常態性舉辦
- 1F 增設精品區引進精品品牌：FERRAGAMO、Chloe、GEORG JENSEN、RIMOWA
- 1F 化妝品區改裝，引進 Hermes Beauty、cle de Peau Beaute 全台首家虛擬試妝服務店、MAC 亞洲首家 Red Concept 概念櫃、YSL 獨家高訂香氛區等
- 1F 移至 2F 女鞋區硬體設備升級，精品等級空間打造法式優雅的空間體驗，另提供免費試鞋絲襪，創造女性消費者嶄新貼心的消費旅程
- 女裝樓層升級改裝，以消費者需求為核心，打造「無齡感賣場」
- 7F 增設 Men's Care Station 打造男士專屬保養空間，另設有沉浸式體驗的高爾夫試打室，打造男士一站式購物空間

2021 年  
營運概況

- 2021 年開始與農糧署合作舉辦台灣豐物展，推廣花東與台灣在地物產



台北店 復興館 開業年份 · 2006

### 頂級精品時尚龍頭 全台首家匯集世界五大精品

- 全台獨家擁有義大利精品 GUCCI 和「法國精品四大天王」LOUIS VUITTON、CARTIER、CHANEL、HERMES 的精品百貨
- 1~2F 集結世界頂級精品品牌，位居台灣精品百貨翹楚地位
- 頂級精品香氛、高端保養品與精品同步成長 3 成以上
- B3 集結頂級超市 city'super，擁有完整熟食區及中外食品名店禮品，為名符其實之「東區廚房」

2021 年  
營運概況

- 2021 年疫情肆虐，民眾不能出國旅遊，島內精品消費大爆發，業績去年成長再增 3 成，業績排名全台百貨第三



### 桃園 中壢店

開業年份 · 1998

#### NEW FAMILY · NEW LIFE百貨

- 位處南桃園核心地段，引領區域時尚與潮流
- 配合地方政府推動防疫與市民政策，桃園市長鄭文燦均到場視察並肯定
- 饗食天堂全新升級、餐飲新品牌引進，增加美食饗宴多元選擇
- 舉辦多項多次環保行動，推廣節能減碳，獲夏季減碳金獎
- 志工社夥伴參與社會公益不遺餘力

#### 2021年 營運概況

- 4F 完成全樓層大改裝，提供更明亮、更優質、更舒適的購物環境



### 新竹店

開業年份 · 2012

#### 親子友善、社會共榮的首選百貨

- 以百貨結合購物中心打造零售新業態，與市民生活緊密連結
- 結合 ESG 議題年度舉辦 300 場以上親子客層活動，打造最友善百貨空間
- 開放百貨室內演藝廳優質空間串聯市府志工講座等活動，延伸共榮共享企業形象
- 新竹最齊全之運動品牌購物通路
- 全新增設二間哺集乳室，貼心打造友善生育的購物環境
- 引進桃竹苗區首家樂高授權專賣店，「拼」出孩子的夢想樂園
- 以「法式浪漫」全新概念打造 2F 流行女裝賣場，建構普羅旺斯花園香氛區

#### 2021年 營運概況

- 年度業績達 58.1 億元，市占 33.1%，再創新高



### 高雄店

開業年份 · 1996

#### 南台灣貼心、安心且精心的時尚藝術與人文匯聚地

- 打造「遠東 SOGO 美學殿堂」，支持在地文創發展與藝文表演，定期舉辦相關活動

#### 2021年 營運概況

- 2021 年 11 月下旬開始進行百貨賣場改造計畫，主題：【陽光、空氣、水】將大自然意象融入店裝設計，呼應友善環境議題，預計 2022 年 6 月完工
- 積極經營永續議題，訓練品質榮獲勞動部勞動力發展署肯定，2021 年度榮獲「人才發展品質管理系統」(TTQS) 企業機構版銅牌成績

### 台北店 敦化館

開業年份 · 1994

#### 低調、奢華的貴婦生活圈

- 低調奢華、深耕在地主顧客，為東區精品時尚發源地
- 以高質感、尊榮的顧客服務深受主顧客青睞與肯定
- 深化經營高端保養品 / 護膚沙龍空間，擁有首屈一指之優質體驗環境
- 打造東區百貨最頂級之餐廳形象，優雅與美味共享

#### 2021年 營運概況

- B2 以有機超市、養生 / 有機商品為主軸，不受疫情影響，主顧客穩定
- 高端保養化妝品牌共計 10 個，同時提供主顧客預約護膚服務及全台獨家男士美體護膚 SALON，以高質感、尊榮的顧客服務體驗長期經營東區高級客群
- 高級餐飲疫情期間，持續提供顧客高級專屬的聚餐空間及美食享受，業績看俏



### 天母店

開業年份 · 2009

#### 綠色百貨旗艦示範店

- 全台首家取得碳標籤的百貨公司，亦是環保署推行服務型碳標籤納入綠色採購的第一家百貨
- 2021 年以三年減碳 40.406% 的優異表現，二度獲頒「減碳標籤」，並獲得「臺北市節能領導獎」優等獎
- 與臺北市政府產發局、北投區農會洽談合作，推廣鄰近區域在地花農的當季花卉
- 集結各式創意手作市集，促進在地民眾與攤商之間的交流

#### 2021年 營運概況

- 週年慶業績 11 億，創新高
- 內衣區改裝，增加商品豐富度



## 1.2.2 營運績效

2021 年度遠東 SOGO 營業總額為新台幣 412 億元，稅前 / 後淨利、每股盈餘（稅後）、股東權益報酬率均連續 4 年成長；其中 EPS 達 1.40 元、年增長逾 9.37%，稅後盈餘成長 9.53%。

公司財務狀況之審查主要透過每日業績報表，由單位主管檢核當日營收狀況，定期追蹤與預估目標之間差異。遠東 SOGO 之營運績效、獲利目標、股權分布與關係企業之相關重要資訊，皆會與母公司遠東百貨股份有限公司（2903-TW）合併於年報及法人說明會時揭露，遠東 SOGO 為遠東百貨轉投資之事業。

單位：新台幣仟元，每股盈餘（稅後）單位為新台幣元

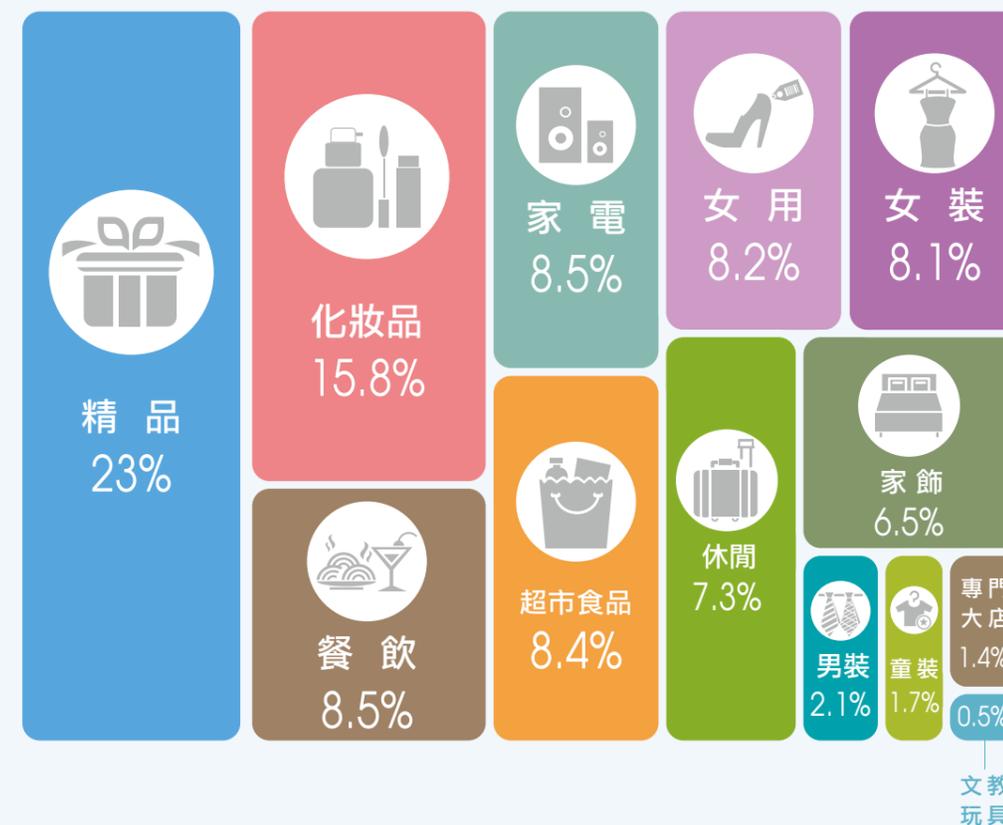
	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
營業收入（IFRS）總額法	43,344,369	42,861,166	41,841,986	41,199,368
銷貨收入	42,847,338	42,320,804	41,300,951	40,671,300
其他	497,031	540,362	541,035	528,068
營運成本	35,778,506	35,446,032	34,885,037	34,602,198
銷貨成本	35,594,107	35,259,898	34,698,642	34,415,650
其他	184,399	186,134	186,395	186,548
營業費用	5,283,313	5,151,764	4,935,099	4,598,939
員工薪資與福利*	1,307,569	1,261,241	1,248,956	1,256,000
廣告費用	247,158	258,008	419,589	298,648
其他	3,728,586	3,632,515	3,266,554	3,044,291
營業利益	2,282,550	2,263,370	2,021,850	1,998,231
營業外收支（淨額）	(1,452,862)	(1,316,684)	(812,742)	(539,068)
稅前淨利	829,688	946,686	1,209,108	1,459,163
稅後淨利	428,934	485,212	1,060,261	1,160,502
每股盈餘（稅後）	0.52	0.59	1.28	1.40
股東權益報酬率（%）	3.95	4.42	9.36	9.76
資本額	8,280,000	8,280,000	8,280,000	8,280,000

\* 「員工薪資與福利」包含本公司員工非常態性薪資，以及其他員工福利。

更多資訊 | 請參考公開資訊觀測站（2903）<http://mops.twse.com.tw/mops/web/t146sb05>

遠東 SOGO 販售的商品琳瑯滿目，2021 年仍以化妝品、精品、女性服飾及用品為主要營業額來源，占總營業額 55.1%；其中，受疫情影響，民眾不能出國旅遊，島內精品消費大爆發，精品業績占比比較去年成長 4.7%；餐飲則因疫情下滑 1.3%，超市則微幅增加 0.3%；家電與超市食品之業績，維持穩定。

遠東 SOGO 販售之商品類別與營業額占比



## 1.2.3 數位發展

環視近年疫情衝擊、消費市場購物習慣與消費模式的大幅轉變，一再突顯組織數位轉型的重要。為此遠東 SOGO 將危機視為數位化商機，自「優化數位治理」與「深化數位體驗」2 大策略面向出發，並透過客戶關係管理（Customer Relationship Management, CRM）工具進行數據分析，在兼顧利害關係人數位隱私、提升購物品質與掌握消費旅程間取得平衡。

遠東 SOGO APP 於 2020 年改版優化，積極建立 OMO 策略，並推展即時、高品質、永續性的購物服務。截至 2021 年底，會員人數已突破 90 萬人，相較前一年成長率達 49%。



## I 2 大策略面向

### 內 · 優化數位治理



#### 目的

藉由數位轉型擬定未來治理方針及市場策略

#### 行動方案

##### OMO 策略建立

- 結合 APP 推播，「e-MENU 美味快易點」功能，在疫情期間，以線上點餐、線下取貨，大量減少停留時間，強化顧客點餐意願
- 搭配實體檔期，iStore 推出輸日水果預購、特殊節慶檔期預購活動；推動電商定位，找出 SOGO 電商獨特性
- 積極發展數據貼標，將顧客分群、分眾達到精準行銷

##### 精準行銷推動

- 遠東 SOGO 發展數據貼標，透過操作平台的開發，讓標籤不再侷限於性別、人口統計、興趣愛好、社會屬性、消費行為等，以至少約 80 種標籤深入資料挖掘，洞察客戶行為、喜好，將顧客分群、分眾達到精準行銷以貼近消費者需求，並同時節省員工 90% 的操作時間

##### 強化系統韌性

- 週年慶檔期的流量是平時的 10 倍，提前兩個月進行系統壓力測試，於週年慶期間設置戰情室，隨時進行系統監測、障礙排除，讓贈獎系統、POS 系統、官網都能順暢運作，更順利克服流量暴增的挑戰
- 過去每個分店的 POS 系統都是將銷售資料儲存於所在地伺服器，再分批上傳總公司，2021 年優化為即時上雲，更有利資料整合與營業數據蒐集，便利各店互相支援。

#### 2021 年成效

- 將過去操作顧客分群的時間，節省了 90%，同仁工作更有效率
- 遠東 SOGO iStore 業績成長 884%
- 完成電商定位，將於 2022 年 8 月底起改版
- 週年慶期間贈獎系統運作順暢

### 外 · 深化數位體驗



#### 目的

在人人皆有行動裝置的時代，打造愉快的數位體驗環境，優化顧客旅程

#### 行動方案

##### 購物體驗升級

- 疫情警戒升溫，鼓勵顧客使用 APP 零接觸；遠東 SOGO 於 2020 年全面升級 APP 與 POS 機，改變以往手持發票兌換優惠的限制（APP 功能包括：HAPPY GO 會員點數集點、停車折抵、電子折價券 / 抵用券 / 來店禮等電子禮物之兌換，及各店優惠訊息公告）
- 促銷活動簡化，將過去琳瑯滿目的促銷贈獎活動簡化，如將最複雜的家電促銷活動，從過去針對品項的 10 大類，併整為 6 大類

#### 行動方案

##### 即時數位溝通

- 透過自媒體 Facebook、Instagram、LINE@ 生活圈及 APP 等數位媒介發佈商品訊息或進行直播，藉由獨步全台百貨的 IG Shopping 及直播導購，同時附上商品連結
- 因為電商業績成長和數位行銷工具的整合，獲得顧客讚賞，遠東 SOGO 從網路 28 億留言數中，脫穎而出獲網路口碑之星 - 創新領航獎

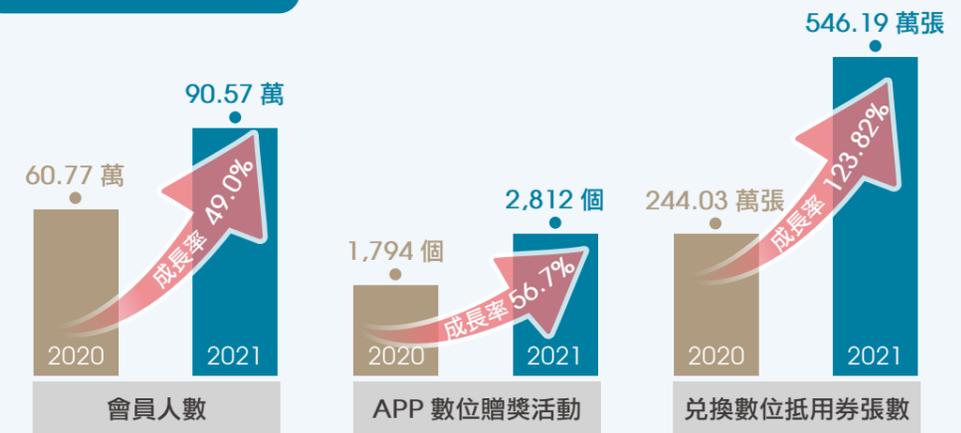
##### 電子化支付

- 為台灣第一家推出電子禮券的百貨公司，因應消費者購物型態改變，並促進環境保護等考量，遠東 SOGO APP 透過電子禮券發放、鼓勵轉贈與使用以減少傳統禮券造成的環境成本。
- 開放支援 13 種電子化支付方式，簡化顧客付款流程，SOGO APP 支援其中 4 種

#### 2021 年成效

- 截至 2021 年底，遠東 SOGO APP 已有 90.6 萬會員，成長 49%
- APP 抵用券兌換張數成長 123%
- 社群人數增加 12%
- 去年儘管費用節約，因為促銷活動簡化，顧客更容易瞭解，業績成果表現亮眼。以復興館為例，家電業績成長 7.5%
- 2021 年行動支付金額，較 2020 年成長 46%

#### 遠東 SOGO APP 成長率



#### 遠東 SOGO 開放支援 13 種電子化支付





# 1.3 資安防護

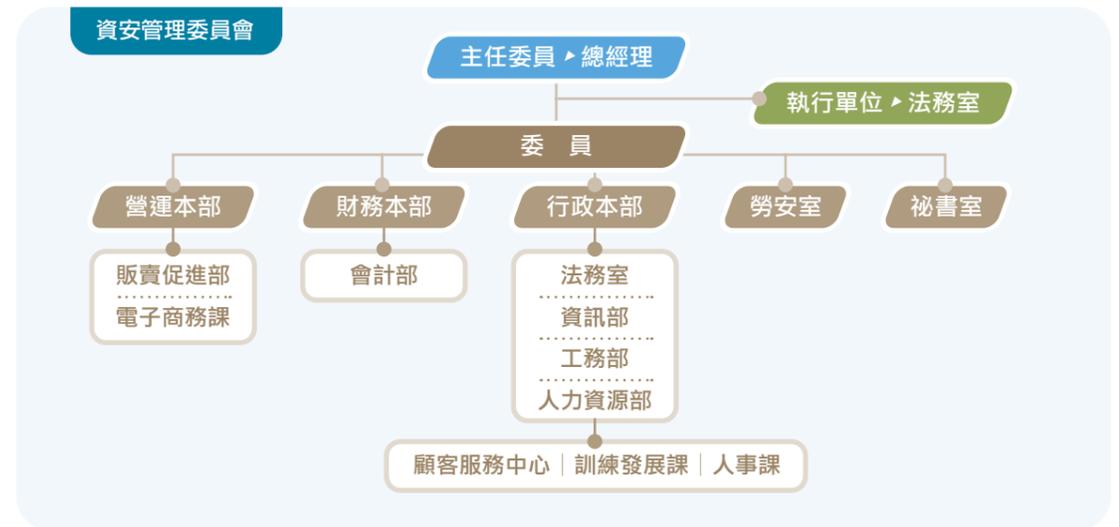
## 1.3.1 資安管理委員會

鑑於百貨業接觸之個人資料數相當龐大，遠東 SOGO 恪遵法律規範，保護顧客與同仁個人資料及其財產隱私之安全。本公司轄下設有「資安管理委員會」，由總經理擔任主任委員，另邀集掌握個資的相關業務單位擔任委員。

為強化全面資安防護，遠東 SOGO 於 2021 年派員參與「台灣個人資料保護與管理制度規範 (Taiwan Personal Information Protection and Administration System, TPIPAS)」管理師課程培訓，並考試合格，並至少 1 人取得「TPIPAS 個人資料管理師」證書，全面提升資訊安全管理能力。

資安管理委員會不定期盤點各部門使用個資狀況，已陸續完成個人資料盤點、個人資料蒐集程序建立、專櫃合約個資條款修訂、全台同仁個資教育訓練、檔期行銷方式變更等處理程序。為求慎重，遠東 SOGO 成立〈資安事件通報系統〉，發生或發現個資問題的單位，有義務通報資安管理委員會，由法務室統籌執行處理。

策略面向	行動方案	2021 成效
<b>外</b> 打造安心購物環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>採一櫃一機的結帳方式，顧客在櫃位即可完成結帳程序，除了節省時間，亦可免除卡片離開視線造成洩漏隱私之虞</li> <li>會員卡片電子化，與遠東 SOGO APP 串連，不僅優化消費者使用體驗，也能減少實體卡片遺失的資安疑慮</li> </ul>	全台各據點 2021 年無發生個資外洩等相關情事
<b>內</b> 奠定經營治理基石	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定〈個人資料保護管理政策〉經資安管理委員會核定後發布。如有個資相關疑慮，或有個資外洩之虞的事件發生，由各對應權責部門及資安管理委員會處理</li> <li>暢通溝通管道：顧客如有個資方面之疑慮或要求，可透過客訴管道處理</li> <li>強化資安檢測、導入資訊安全管理系統</li> </ul>	2021 年 12 月至 2022 年 4 月由外部單位進行「行動應用 App 基本資安檢測」，iOS 和 Android 均符合「行動應用 App 基本資安檢測基準 V3.1」



## 1.3.2 資安風險管理

為了促使本公司資訊安全管理制度能貫徹執行、有效運作、監督管理、依 P.D.C.A 循環流程管理持續改善，維護公司重要資訊系統的機密性、完整性與可用性。



為強化人員認知、避免資料外洩、落實日常維運，遠東 SOGO 已於 2021 年規劃資安稽核以找出可能的風險，並確切定義資安稽核所欲達成之稽核目標。

內部稽核	外部稽核
<ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年 3 月，勤業眾信會計師執行電腦審計及資訊安全查核</li> <li>2021 年上半年完成全台各店內外部稽核，確證個人資料保護作業係依相關法令與公司規定程序辦理及其內部控制之適當性。稽核過程中發現部分值得提出供受查單位注意及進一步改進者，已於稽核過程中與相關人員討論並促請研究改進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年 12 月至 2022 年 4 月由「數聯資安」進行「行動應用 App 基本資安檢測」，iOS 和 Android 均符合「行動應用 App 基本資安檢測基準 V3.1」</li> </ul>

未來短期目標 ▶ 導入 ISO 27001 資訊安全管理驗證



### 1.3.3 個資保護

針對顧客「快樂購聯合集點卡」之個人資料，遠東 SOGO 僅留存會員編號對照檔，供日後與快樂購卡紅利積點平台對應資料，公司無法以任何方式取得會員資料或鑑別會員身分，並依據 SOGO 訂定之「個資保護管理辦法」，建立顧客個人資料之蒐集、處理、利用及檔案安全維護作業之相關流程，以有效控管卡片申辦過程中對於顧客資料之保護。

遠東 SOGO 將顧客資料保存於快樂購卡紅利積點平台—鼎鼎聯合行銷股份有限公司，快樂購卡紅利積點平台已取得 ISO 27001 (ISMS) 認證，並遵循台灣個人資料保護管理規範 (TPIPAS)，取得資料隱私保護標章 (Data Privacy Protection Mark, DP Mark) 授證，所有顧客資料皆於快樂購卡紅利積點平台進行嚴格加密與保管。

遠東 SOGO 每年委託「鼎鼎聯合行銷」以 Happy GO 卡友為對象，進行顧客滿意度調查，並且於顧客滿意度調查執行階段，亦確認受訪者意願後才開始執行調查，受訪者意見將受保護，不會單獨呈現個人意見及資料。

#### 重點個資管理

項目	管理方式	保管單位
簽帳單	各專櫃每日閉店前交給出納，簽帳單保管於倉庫或金庫，保管期限 1 年，年限到期後銷毀	出納課
活動參加者名單	活動後銷毀	販賣促進部
兌換贈品接觸之個資	活動後銷毀	販賣促進部
同仁個資	1. 在職同仁個資系統，設定查閱權限 2. 離職同仁個資，依法規封存資料，保存 5 年後銷毀	人力資源部
顧客調貨資料	保存 1 年後銷毀	營業各部
訴願資料	1. 店內紙本訴願資料，結案後保留 1 週即銷毀 2. 電子訴願個資由系統表單建檔，待案件結束後資料封存，並設定查閱權限	顧客服務課
顧客租借服務	租借填寫資料，當日歸還後銷毀	顧客服務課
拾獲物表單	保留 2 年後銷毀	顧客服務課

## 1.4 風險控管

### 1.4.1 風險管理

在全球化的影響下，世界各地的經濟貿易問題緊密關聯，且近年來包含全球的氣候變遷問題，與商品安全議題都十分受到大眾關注；物聯網時代來臨，電商興起，各種新的消費模式快速崛起，外部環境的風險與劇烈變化，對百貨零售業而言是很大的挑戰；COVID-19 更改變了全球零售業的樣貌。

遠東 SOGO 衡量企業經營風險，藉由建立內控機制、誠信經營，確實預防與適時處置各類風險所帶來之威脅與機會，藉此積極發展因應對策，針對不同潛在風險類型制訂因應策略。同時透過各功能性委員會定期召開會議，確保相關風險管理策略之有效性，期望遠東 SOGO 能穩健經營與永續發展。遠東 SOGO 並依「金融監督管理委員會」所訂頒之「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」規定辦理內部控制制度之評估，本公司 2021 年度內部控制制度並無重大缺失。

目前遠東 SOGO 以「決策執行委員會」為最高決策單位，委員會組成涵蓋營業、販促、行政與財務等部門主管，定期針對公司營運釐定方針，視實際需要成立專案，定期追蹤執行成果。並由稽核室進行公司內外部各類型風險的評估與掌控，2021 年相關的風險掌控如下：

風險類型	外部環境與風險	因應對策
營運 風險	發生不可抗力之天災或其他災害，以致營運中斷之虞	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 訂定危機事件處理辦法，有效針對危機事件進行系統性與分級化管理</li> <li>● 加強人員教育訓練與日常演練，強化應變能力</li> <li>● 落實庫存管理，並定期與供應商、承租廠商 (專櫃) 檢視供貨流程，確保供應鏈不中斷</li> <li>● 透過線上通路持續保持顧客購買管道暢通</li> <li>● 實體賣場改變交易方式</li> </ul>
	零售業面臨電子商務與無店面通路消費模式快速崛起，消費者購物行為急速轉變；各大百貨公司展店佈局空間漸趨飽和，成百家爭鳴新競爭時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 以大數據分析消費者購物行為，並強化顧客消費偏好與習性之掌握</li> <li>● 整合性推動樓層調整與商品配置，同時提升服務品質與購物體驗</li> <li>● 結合實體店面及虛擬通路之優點，建立虛實整合的購物新通路，並發展網購店取</li> <li>● 以五感體驗與消費者互動，讓逛賣場轉化為「玩體驗」</li> </ul>
	百貨公司有在賣場創造特色及吸引力之商業空間之需求，但時間及預算掌控不佳，則增加營運成本	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2021 年制訂改裝工程管理規範，以確保投資效益；針對忠孝館 1-4F 的改裝有效管控支出，減少近 5% 的採購發包費用，僅花費 77.3% 預算即完成整體改裝</li> </ul>
財務 風險	數位贈獎活動大增，嚴防作業弊端，避免公司損失	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 於 2021 年新增建置自動化贈獎檢核系統，防止弊端，提高經營績效</li> </ul>
	全球經濟緩步成長，中長期趨於保守，受大環境景氣及競爭加劇影響，營收成長受限之現狀，營運過程中之開源節流是能否獲利之關鍵因素	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 加強專案控管，追蹤專案需如期完成</li> <li>● 妥善控管資本支出與成本，減少不必要之浪費</li> <li>● 依法令規範執行財會循環作業稽核，包含資貸、背保及資產取得與處分等</li> </ul>



風險類型	外部環境與風險	因應對策
 <b>人員風險</b>	百貨業工作忙碌且壓力大，優秀人才留才不易，易造成專業能力斷層	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 透過每年同仁工作滿意度調查，進行留任意願、工作表現、工作需求重視度等分析</li> <li>● 首重育才與留才，提升同仁向心力，落實同仁教育訓練機制</li> <li>● 優化同仁權益與福利</li> <li>● 加強同仁溝通管道與參與機制</li> <li>● 打造幸福企業場域，提供同仁健康生活指引</li> <li>● 2021 年檢核員工離職、留職停薪及退休作業之允當性</li> <li>● 2021 年檢核各店教育訓練課程办理流程及一致性</li> </ul>
 <b>供應鏈風險</b>	<p>食品安全議題漸受政府與顧客重視，法規亦多有規範，然遠東 SOGO 做為台灣百貨業的營運與永續領導者，將受更嚴厲的檢視</p> <p>全年營收額可觀，與專櫃廠商及供應商之間的往來易產生弊端</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 嚴格落實供應鏈管理機制</li> <li>● 強化與外部評核之結合，以客觀標準進行供應鏈管理</li> <li>● 2021 年盤查自營化妝品及超市商品是否有逾期、包裝受損或標示不符之情形</li> <li>● 建立貪腐舞弊防治與舉報機制</li> <li>● 定期對同仁進行宣導，避免發生錯誤行為</li> <li>● 2021 年執行工程及庶務類採購議價會辦、簽核及驗收 625 件，確保作業符合公平、公正、公開原則，並提供消費者安心購物環境及優質禮贈品</li> </ul>
 <b>資訊安全風險</b>	<p>資訊多元化應用時代，零售業從行銷、購物、結帳等各階段，均有涉及顧客個人隱私與交易資料，均須加以控管，以確保安全無虞</p> <p>數位轉型時期，線上活動模式增加，且透過即時軟體或雲端協作應用來維持日常業務已蔚為主流，人員使用的軟體或系統恐危及公司機密與顧客個資</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建構完整資安管理機制，強化個人資料保護</li> <li>● 加強購物交易支付流程之控管，保護顧客個人之交易資訊</li> <li>● 強化同仁與專櫃廠商的認知教育，並善盡提醒、示警之責</li> <li>● 2021 年檢核 55 項系統帳號、密碼及權限管理允當性，強化資訊安全</li> <li>● 工作用各式電腦設備安裝可靠的防毒軟體，並隨時更新，防止病毒或惡意程式入侵</li> <li>● 定期舉辦資安與數位防衛相關教育訓練與宣導</li> <li>● 系統強化垃圾信件與病毒防堵</li> <li>● 建構數位同理心，針對有數位使用需求的同仁給予積極協助</li> <li>● 2021 年盤查各單位涉及之個資，查證其適法性及資料保護有效性，強化個資防護</li> </ul>

風險類型	外部環境與風險	因應對策
 <b>環境災害風險</b>	全球日益重視環境保護與能資源管理，主管機關可能將零售業之能資源耗用與溫室氣體排放納管，或透過提高使用成本的手段進行控管	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 深化能源管理系統，提升能源使用效率</li> <li>● 持續自主推動環境自動化控制系統，節省能資源使用</li> <li>● 積極爭取政府補助，替換節能設備</li> <li>● 2021 年進行氣候風險相關財務揭露 (TCFD) 盤點與評估</li> </ul>
 <b>法規遵循風險</b>	若不確實遵循法規，將致法令主管或監理機關懲罰，影響營收及公司信譽	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2021 年執行年度稽核計畫作業</li> <li>● 2021 年執行子公司監理作業</li> <li>● 2021 年檢核大陸各子公司之營運 / 財務管理 / 採購簽核作業</li> </ul>
 <b>疫情風險</b>	因應新冠疫情，國內與國際採用各種限制措施，疫情的傳染力與不確定性，可能影響營運，造成營收下滑	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 當台灣第一位確診病例出現後，遠東 SOGO 立即啟動「防疫指揮中心」系統，制訂防疫指引規範</li> <li>● 2021 年積極配合疾管署規範訂定防疫指引，即時採取相對應措施</li> </ul>

### 1.4.2 危機事件處理

遠東 SOGO 遵循〈遠東集團危機事件處理辦法〉，設置總值星 1 名，由公司協理階以上 1 位主管輪值，接受每日 1-2 位正副值班長緊急通報。平日統籌掌握公司有關危機事件動態，遇有天然災害、能源短缺、工安事故、環保或抗爭事故、勞資爭議、犯罪案件、法定傳染疫情、營運中斷或其他重大危機事件發生時，於 30 分鐘內向集團通報，並登錄於線上危機通報系統，定期回報後續發展。

在危機事件發生時，遠東 SOGO 即啟動應變指揮體系，成立指揮中心，由總經理擔任總指揮、呈報董事長，運籌帷幄，在最短時間內動員足夠之人力物資處理，防止事件危及營運或公司形象。

#### 2021 年特殊危機事件

2021 年年初，一名員工利用公司電腦系統不當取得 90,500 元抵用券。該事件並未有個資外洩，亦未造成消費者權益受損，主要影響為增加公司促銷費用。公司主要改善作為：(1) 嚴格執行帳號密碼實名制，(2) 人力資源部增訂持有系統帳號密碼之管理規範，(3) 強化資訊安全風險稽核。截至 2022 年 5 月底前，刑案仍在地檢署偵辦中。



# 1.5 供應鏈管理

為構築安心且值得信任的購物環境，遠東 SOGO 進行在地採購，並透過「企業社會責任條款」之簽署要求，進行供應鏈管理，並於 2021 年推出〈SOGO Sustain·好物好選〉永續品牌，輔導專櫃因應永續消費趨勢，以期強化供應鏈韌性，並攜手供應商一同邁向永續轉型之路。

## 供應鏈管理策略

面向	目的	2021 年成效	未來目標
落實 在地採購	遠東 SOGO 身為通路業者，發揮通路力量，以本地採購鼓勵消費者採購在地特產品，鼓勵在地產業發展，並落實減碳供應	遠東 SOGO 的重要營運據點皆位於台灣，2021 年庶務類之採購 100% 向台灣當地廠商進行在地採購，支出金額為 6 億 4039 萬元（以供應商登記地為台灣計算）	<b>啟動淨零聯盟</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>全台各店餐廳通過環保署綠色餐廳認證，達成率 100%</li> <li>偕同供應鏈與承租廠商進行「一櫃一綠色行動」實踐永續消費</li> </ul>
深化 永續選商	輔導專櫃推出永續商品，達成競爭者的產品服務差異化	<ul style="list-style-type: none"> <li>推出〈SOGO Sustain·好物好選〉永續品牌，於 2021 年 11 出版第一期刊物</li> <li>全台 95% 餐廳通過環保署綠色餐廳認證</li> </ul>	<b>推動循環商模</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>制訂供應商永續管理政策，促進供應鏈 ESG 面向符合永續管理規範</li> <li>啟動供應商 ESG 調查，並依供應商永續類別進行輔導</li> </ul>
強化 供應商 韌性	降低負面衝擊，進行供應商永續管理	將百貨專櫃之承租廠商與供應商全數納入管理範疇，並透過「企業社會責任條款」之簽署要求，確保其符合商品安全、勞動權益、環保與永續等規範	

## 永續消費 — 輔導餐飲專櫃通過「綠色餐廳」認證

遠東 SOGO 從 2017 年開始推動的 SOGO 新食器時代，與餐飲專櫃攜手，打造國內第一家「全面禁用美耐皿及一次性餐具」的百貨。爾後更有一系列的新食器時代活動，無論是推動「無痕飲食」、「全面禁用塑膠吸管」、「領先全台百貨零售業，不主動、不免費提供『一次性餐具』」，皆是和供應商和專櫃品牌推動的環保與食安活動。

2021 年遠東 SOGO 將觸角深入百貨人氣餐廳，輔導餐廳通過環保署「綠色餐廳」認證。響應「源頭減量、使用在地食材、進行惜食點餐」三大要點。截至 2021 年底，台北三館（忠孝、復興、敦化）已全數通過綠色餐廳認證，天母店、新竹店也有八成以上餐廳通過認證。未來遠東 SOGO 會持續輔導尚未完成主管機關查核、驗證的餐飲專櫃，朝全台 100% 餐廳通過綠色餐廳認證的目標邁進。



遠東 SOGO  
推動新食器時代  
邁入 5.0 —  
綠色餐廳

## 1.5.1 供應商規範

遠東 SOGO 合作廠商主要有承租廠商與供應商兩類，承租廠商為百貨專櫃、超市和餐飲專櫃，供應商為採購工務類與庶務類廠商。為確保供應商符合遠東 SOGO 力行永續精神，2014 年起，遠東 SOGO 率百貨業之先，要求承租廠商與供應商簽署〈企業社會責任條款〉與〈供應商企業社會責任承諾事項〉；2019 年起，更進一步提升規格，於供應商合約中，全面簽訂規範企業社會責任條款。



更多資訊 | 遠東 SOGO 官方網站「供應商管理」專區：<https://esg.sogo.com.tw/4-8-1.php>



遠東 SOGO 規範所有廠商皆須遵守合約內之企業社會責任條款，確保商品安全、勞動權益、環保與永續等規範，並有完善驗收流程，要求供應商履約。此外，遠東 SOGO 稽核室也會定期針對供應商進行稽核，作業方式包含書面審查，或實際至工廠視察。



## 制定永續管理準則

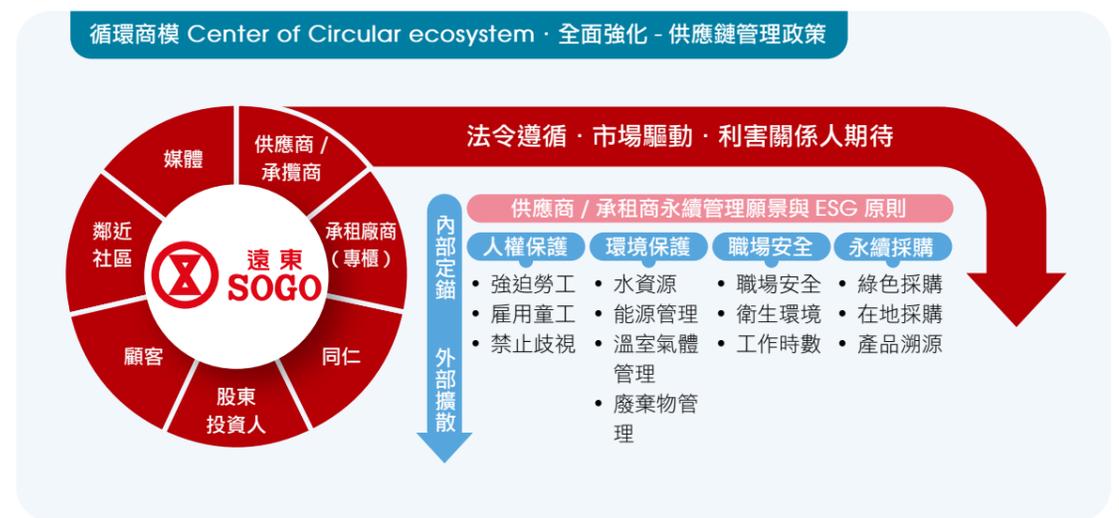
遠東 SOGO 在供應商的制式合約中，全面訂定規範〈企業社會責任條款〉〈供應商企業社會責任承諾事項〉，期望能夠發揮領頭羊角色，與廠商共同攜手，創造更加永續的環境。

供應商類別	承租廠商 (含百貨專櫃、超市、餐飲專櫃)	庶務類供應商	工程類供應商
管理部門	各營業據點相關單位 / 商品部	採購部	採購部
簽署條約	首次合作於基本條款合約內簽署〈企業社會責任條款〉，定期換約則於商業條款合約內簽〈供應商企業社會責任承諾事項〉	採購金額 50 萬元以上的供應商，簽署〈企業社會責任條款〉	採購金額 100 萬元以上的供應商，簽署〈供應商企業社會責任承諾書〉
2021 年 已完成合約數	3,462 份	160 份	43 份
涵蓋率	100%	100%	100%

更多資訊 | 遠東 SOGO 官方網站「供應商管理」專區：<https://esg.sogo.com.tw/4-8-2.php>

## 循環商模，強化供應商韌性

遠東 SOGO 將持續強化供應鏈管理政策，串聯上下游價值鏈一同推動淨零聯盟，邁向永續轉型。對供應商將進行永續輔導，於人權保護、環境保護、職場安全與永續採購上皆符合 ESG 原則。



## 1.5.2 管理與稽核

遠東 SOGO 的廠商類型多元，根據不同廠商屬性設計管理機制，落實現場管理與檢查，確保提供顧客的商品安全無虞；另針對高風險廠商，不定期進行實地勘查。

此外，遠東 SOGO 遴選新任廠商亦相當謹慎，透過資料蒐集、面談、評分等方式，篩選出優質廠商，並由稽核積分高者獲得合作機會。而使用單位需針對供應商填寫「評鑑表」，以此做為供應商評核之一。合格的廠商將晉升為來年供應商；對於輔導後仍不合格的廠商，則不予任用。



更多資訊 | 遠東 SOGO 官方網站「供應商管理」專區：<https://esg.sogo.com.tw/4-8-1.php>

## 永續環境力

Sustainable Environment



特輯 / P.58

百貨第一、獲環保署頒發  
「榮譽企業環保獎」

2021 用電量減少 **6.85%**  
用電營收提高近 **6%**

連續 **3** 年獲「國家企業環保獎」銀級獎  
以上的肯定，創百貨先例

天母店再度取得碳足跡標籤認證展延  
再度獲得「減碳標籤」

發行 **42** 億電子禮券，取代的紙本禮券  
堆積起來，可堆出 **3.7** 座玉山的高度

面對環境永續議題，遠東 SOGO 以綠色行銷、綠色採購、提倡綠色消費等策略打造綠色營運文化，在日常營運中實踐環保理念，執行能源管理及建置節能措施，並依各利害關係人提出行動方案，自各面向落實環境保護，以通路的力量向外推廣環境教育及引領綠色消費意識。同時，遠東 SOGO 積極接軌國際之永續趨勢，期許以自身經驗引領台灣百貨零售產業永續轉型。

### 對應 SDGs



### 回應永續議題

- 綠色服務
- 氣候變遷與調適
- 能源管理
- 廢棄物管理

### 重要利害關係人

- 顧客
- 同仁
- 承租廠商（專櫃）
- 供應商 / 承攬商



## · 特 輯 ·

### 百貨第一

### 獲環保署頒發「榮譽企業環保獎」



2021 年全球防疫升級，台灣也經歷了長達兩個餘月的三級警戒。儘管疫情影響零售百貨與餐飲甚鉅，遠東 SOGO 因應氣候變遷的作為，從未因此耽擱或停歇，期間，遠東 SOGO 於 2021 年共獲得 7 個環境永續相關獎項，以及 2 項認證。

2021 年遠東 SOGO 因連續三年獲得「國家企業環保獎」銀級獎以上的肯定（2019 年獲銀級獎、2020 年獲銀級獎、2021 年獲金級獎），獲頒「榮譽企業環保獎」，創百貨先例。不僅得以進總統府晉見總統，黃晴雯董事長更代表所有國家企業環保獎晉見代表致詞：「對比科技大廠、金融集團，對遠東 SOGO 這樣的非上市零售百貨業者而言，力行減碳、環境永續，絕對不是件簡單的事，但將配合政府，竭盡所能打造綠色購物環境，攜手供應商與利害關係人朝『2050 年淨零碳排』的目標邁進！」。

在節能減排面向，遠東 SOGO 天母店搶先全台百貨，於 2015 年取得百貨零售業第一張「碳標籤」。2018 年又以三年減碳 24.77% 的優異表現，獲頒「減碳標籤」。2021 年天母店再度取得碳足跡標籤認證展延，在百貨零售服務中碳足跡為 28 g CO<sub>2</sub>e/ 每平方公尺·每小時，與 2018 年相較減碳 40.406%，再度獲得「減碳標籤」。遠東 SOGO 取得「減碳標籤」，不但是百貨界的創舉，更希望藉此拋磚引玉，帶領台灣百貨業重視氣候變遷溫室氣體控管議題，一起節能減碳，讓環境永續。

遠東 SOGO 天母店為全台第一家取得碳標籤百貨公司，也是環保署推行服務型碳標籤納入綠色採購的第一個百貨。凡政府機構或民間公司，可依照政府機關採購指標需求，至遠東 SOGO 天母店進行商品採購，只要在遠東 SOGO 天母店取得減碳標籤的期限內進行採購（2021 年至 2026 年），即可以總金額之 30% 申報綠色採購金額，為自身組織綠色加值。



遠東 SOGO 因永續表現卓越獲國家企業環保獎金級獎及「榮譽企業環保獎」



## 2.0 策略成果與規劃

面對環境永續議題，遠東 SOGO 積極於日常營運中實踐環保理念，執行能源管理及建置節能措施，打造綠色營運文化，並依各利害關係人提出具體行動方案；向上游專櫃、供應商，進行永續選商、綠色採購等，向顧客推出綠色行銷、提倡綠色消費，期許以通路的力量，向外推廣環境教育及引領綠色消費意識。

重大性議題	綠色服務	氣候變遷與調適	能源管理	廢棄物管理
GRI 主題準則	產業議題	GRI 201：經濟績效 GRI 305：排放	GRI 302：能源	GRI 306：廢棄物
策略目的	上游▶供應鏈管理 下游▶針對顧客進行環保理念溝通	透過碳盤查，瞭解各店碳排比重，進一步安排減量與調適	減少用電（用水）消耗，增加再生能源使用	從百貨日常營運出發，致力減少資源消耗，進而降低環境污染
管理方針 管理方式與溝通機制	<b>【主責單位】</b> 營運本部、財務本部、工務部 <b>【溝通方式】</b> 透過定期月刊發布訊息： 2021 年：地球日月刊、SOGO Sustain 好物好選月刊 2022 年起每年出版兩次 SOGO Sustain 好物好選月刊 • 不定期進行新聞稿發布，並於自媒體與 ESG 網站發布 • ESG 信箱、顧客服務電話			
評量機制	上游▶永續選商、綠色採購 下游▶綠色服務宣導	透過企業永續委員會及能源管理委員會，強化督導	透過能源管理委員會及全台工務會議，強化督導	
目標設定	<ul style="list-style-type: none"> <li>發展 SOGO Sustain，進行永續選商</li> <li>推廣社創產品</li> <li>強化綠色行銷，提高綠色餐廳占比</li> <li>推出循環包材再利用專案</li> </ul>	各店進行碳盤查、溫室氣體盤查的比例	<ul style="list-style-type: none"> <li>節省能源（水）耗用；用電（水）以 2018 為基準期，用電逐年減少 6%，用水逐年減少 1%</li> <li>提高再生能源發電與使用占比；於新竹店停車塔樓，新增第三座太陽能發電設備；自發電力占復興館用電 10%</li> <li>加入 EP100</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高回收比例</li> <li>以 2018 年為基準年，每一元營收製造的垃圾，逐年減少 3%</li> </ul>



重大性議題		綠色服務	氣候變遷與調適	能源管理	廢棄物管理
目標設定	中長期	增加產品溯源與透明化的比例	全台各店完成碳盤查與溫室氣體盤查	<ul style="list-style-type: none"> <li>全台各店均完成 ISO 50001 能源管理系統驗證</li> <li>達成 EP100 倡議目標</li> </ul>	導入循環經濟，提高廢棄物再生利用率
年度亮點成果		<ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年用電量減少 6.85%、用電營收提高近 6%</li> <li>因連續三年獲得「國家企業環保獎」銀級獎以上的肯定（2019 年獲銀級獎、2020 年獲銀級獎、2021 年獲金級獎），獲環保署頒發「榮譽環保企業獎」，創百貨先例</li> <li>天母店再度取得碳足跡標籤認證展延，在百貨零售服務中碳足跡為 28 g CO<sub>2</sub>e/ 每平方公尺 · 每小時，與 2018 年相較減碳 40.406%，再度獲得「減碳標籤」</li> <li>首度參考並導入國際框架「氣候相關財務揭露建議」（The Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）</li> </ul>			



遠東 SOGO 已過五年用電量逐年下降，每度用電所創造的營收卻逐年提高，逐步打造零售業的綠能藍圖，獲「台灣永續行動獎」銀牌獎的肯定；也參與「臺北市節能領導獎」獲得優等獎；亦於用電高峰月份，參加經濟部商業司舉辦「商業服務業 \* 夏月揪 4 來減碳」競賽活動，因減少電費支出，獲得佳績。而遠東 SOGO 新竹店也因推廣植樹活動、舉辦員工淨灘，和召集萬人完成十天以上一萬步的挑戰，再度獲得新竹市環境教育獎。

為全面落實企業永續，遠東 SOGO 自 2021 年起，參考並導入國際框架「氣候相關財務揭露建議」（The Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD），透過深度訪談、問卷調查、資料蒐集與交叉分析，深入鑑別營運相關之氣候風險與機會，藉此推動氣候變遷調適與減緩工作，以提升企業營運韌性，帶動產業轉型、創造新商業機會。



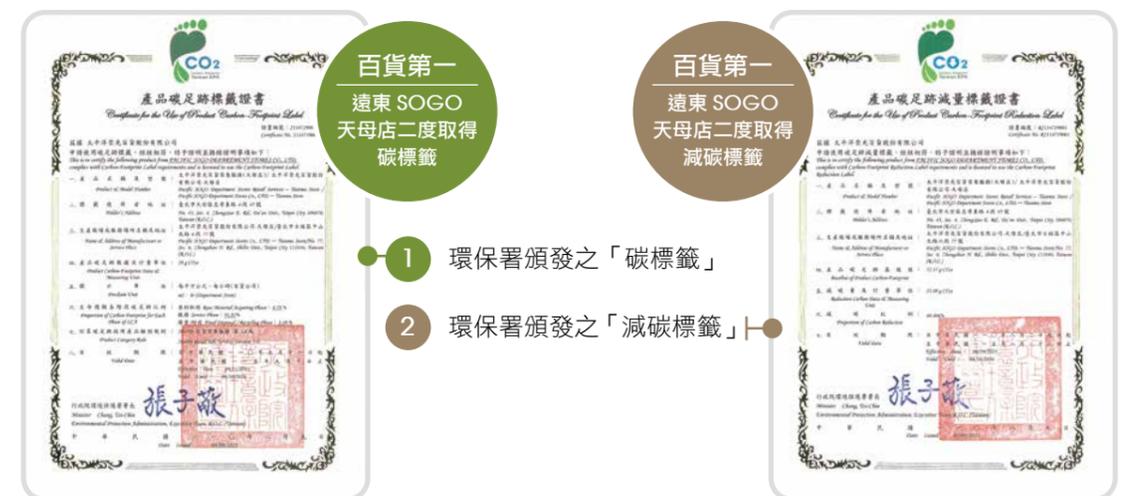
在對自身節能減排的同時，遠東 SOGO 推動永續消費倡議。於 2021 年週年慶前，遠東 SOGO 發展永續選商專案，推出〈SOGO Sustain·好物好選〉嚴選永續商品，透過定期發行月刊，向顧客推薦兼顧社會共好、友善環境的永續商品，教育消費者滿足當代、眼前的需求時，也能夠不犧牲下一代的權利；而顧客能透過消費，決定我們會擁有什麼樣的未來。

同時，遠東 SOGO 進行綠色採購、庶務類 100% 在地採購，並攜手供應鏈推動「新食器時代」。至 2021 年新食器時代已經邁入 5.0，遠東 SOGO 輔導餐飲專櫃申請環保署「綠色餐廳」認證，截至 2022 年 4 月，全台各店 95% 以上的餐廳皆為綠色餐廳。

### 遠東 SOGO 2021 環境永續獲獎項目



### 遠東 SOGO 2021 環境永續認證





## I 遠東 SOGO 永續框架里程碑



## 2.1 綠色百貨

遠東 SOGO 自 2015 年取得第一張百貨零售服務業「碳標籤」後，就以「能資源整合」、「綠色行銷」與「環境教育」三大面向為基礎，積極打造綠色營運文化，實踐永續目標。我們持續優化節能設備，結合百貨業擅長的行銷創意與通路平台特性，以「打造亞洲第一綠色百貨」為目標，在日常營運與服務流程中，透過生活提案與多元宣傳，潛移默化地將環保意識深植於顧客、同仁、供應商及社會大眾等利害關係人心中。

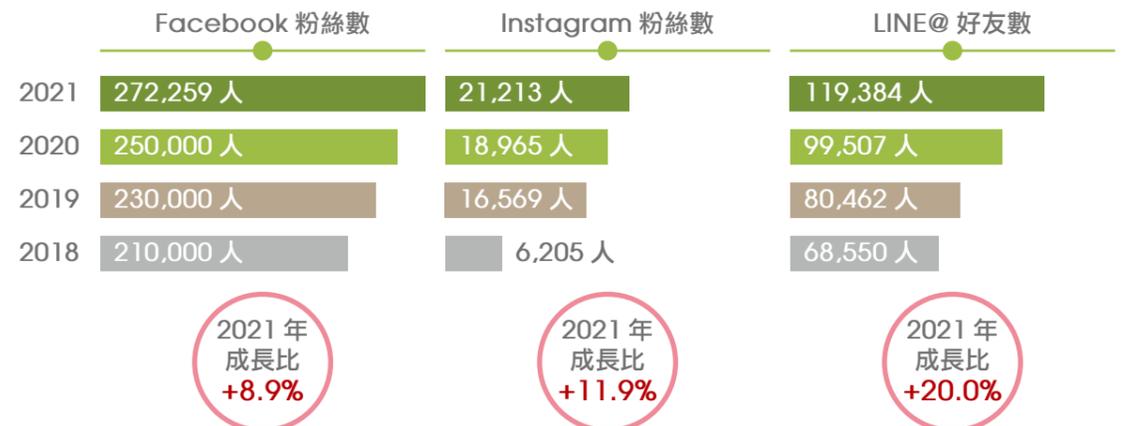
遠東 SOGO 本身為通路業者，並無直接生產產品，但透過積極推展各種行銷、活動與贈品形式，宣揚綠色觀念。讓顧客從踏進遠東 SOGO 的第一步，就進入環境教育的場域、感受節能的環境、參與低碳教育活動、購買綠色商品，展開綠色永續的五感體驗。

### 2.1.1 綠色行銷

#### I SOGO Channel 數位行銷整合

遠東 SOGO 以 9 大綠色行銷工具：遠東 SOGO APP、LINE@、Facebook 粉絲團、Instagram、線上購物館 (iStore)、YouTube、電子化支付、大數據、電子看板等，提供顧客便利且快速的購物資訊，減少紙張使用，進而降低對環境的影響。2021 年週年慶期間，數位觸及達 336 萬人次，較 2020 年成長 24%。同時，遠東 SOGO 全台各據點已逐步將館內宣傳版面電子化，以減少紙張與相關耗材使用，溝通訊息更有效。

為強化數位與社群經營，遠東 SOGO 將數位行銷力整合成遠東 SOGO Channel。由專責企劃團隊，全力發展 Facebook 粉絲團、Instagram、Youtube、Line@ 生活圈等社群平台，發揮數位溝通即戰力。



註：以上數據均為台北店忠孝、復興、敦化三館總計。

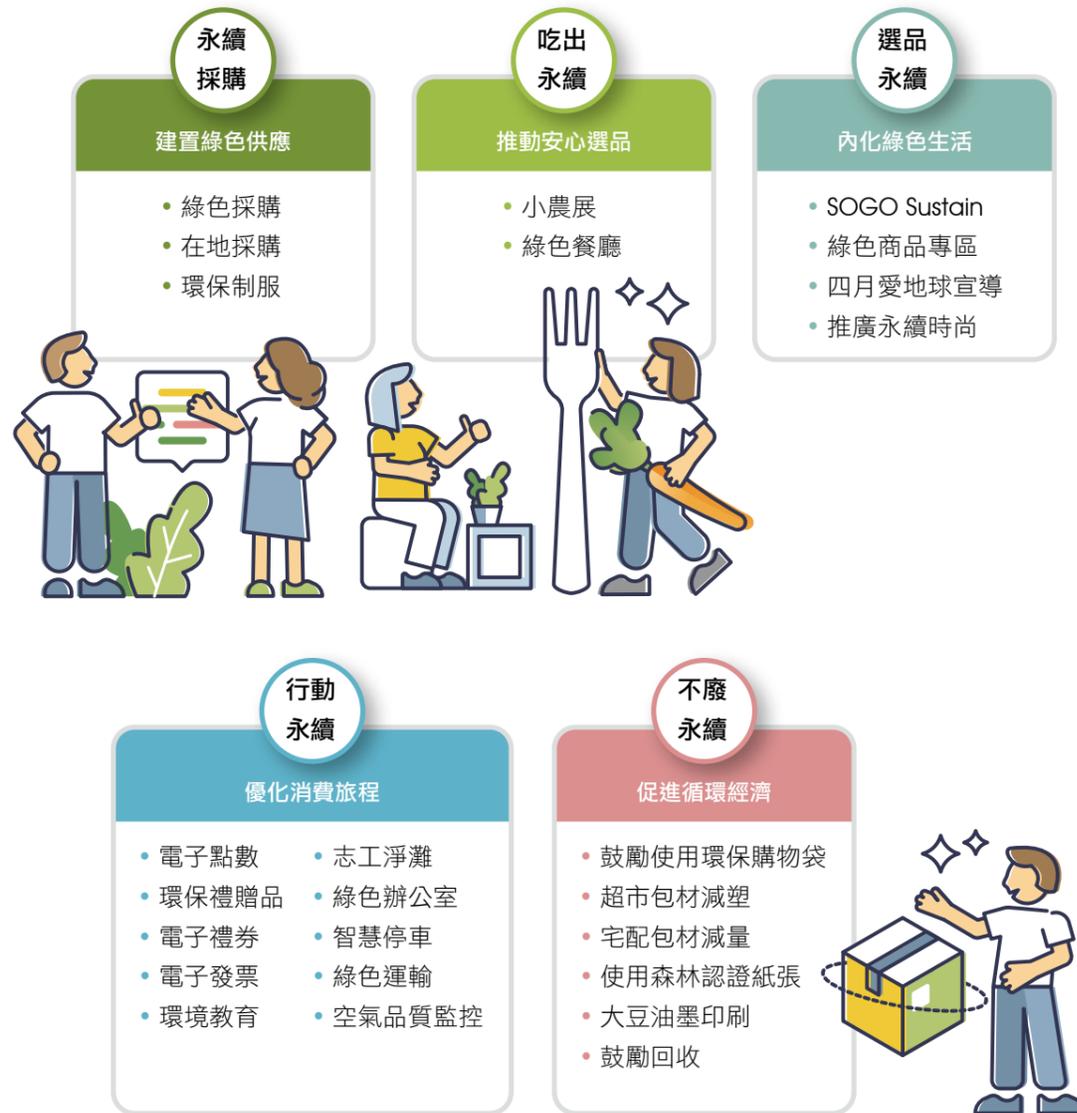


遠東 SOGO 推播高品質內容，貼文 9 成以上都是原生圖文影片，並以直播方式，增加雲端消費者臨場感。截至 2021 年底，遠東 SOGO Facebook 粉絲人數超過 27 萬、Line@ 好友人數近 12 萬，單台北店的自媒體會員人數便超過 41 萬。

此外，遠東 SOGO APP 也在綠色行銷扮演重大角色。APP 整合各店來店禮及優惠訊息，使得無論收到紙本 DM 或 eDM 的顧客，皆能於 APP 中掌握即時檔期促銷訊息、參與數位贈獎活動，大幅減少用紙成本。2021 年使用 APP 兌換的數位抵用券張數成長 123.82%，共節省紙張成本 530 萬元。

## 2.1.2 綠色行動

遠東 SOGO 結合百貨業擅長的行銷創意與通路平台特性，將永續消費、低碳生活等概念融入日常組織營運與服務流程中。透過「永續採購」、「吃出永續」、「選品永續」、「行動永續」、「不廢永續」等 5 大構面之組織原則與消費旅程設計，攜手利害關係人一同邁向綠色百貨目標。



## 永續採購

為由內而外推動綠色百貨，遠東 SOGO 在採購時會優先選用具有環保標章及認證的商品，在營銷、活動、庶務、能源等類別的綠色採購皆逐年增加，例如，各據點逐步更換為高效能照明燈具（如 LED 燈具）、節省標章設備、全面使用 FSC 用紙，以減少資源耗損。

	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
<b>綠色採購</b>				
<b>金額</b>	新台幣 33,855,330 元	新台幣 31,956,905 元	新台幣 30,208,221 元	新台幣 25,387,484 元
<b>占比</b>	當年度占比 達 4.49%	當年度占比 達 4.91%	當年度占比 達 3.95%	當年度占比 達 3.96%
<b>獲獎</b>				
獲臺北市綠色採購表揚	獲臺北市綠色採購表揚	獲臺北市綠色採購表揚	獲臺北市綠色採購表揚	獲臺北市綠色採購表揚
	獲行政院環保署綠色採購表揚			
<b>綠色採購內容</b>				
1. 包裝紙袋 (FSC)	1. 包裝紙袋 (FSC)	1. 包裝紙袋 (FSC)	1. 包裝紙袋 (FSC)	1. 包裝紙袋 (FSC)
2. 影印紙 (FSC)	2. 影印紙 (FSC)	2. 影印紙 (FSC)	2. 影印紙 (FSC)	2. 影印紙 (FSC)
3. 影印機 (環保標章)	3. 影印機 (環保標章)	3. 影印機 (環保標章)	3. 影印機 (環保標章)	3. 影印機 (環保標章)
4. 衛生用品 (FSC)	4. 衛生用品 (FSC)	4. 衛生用品 (FSC)	4. 衛生用品 (FSC)	4. 衛生用品 (FSC)
				5. 環保再生 POLO 衫

註 1. 綠色採購金額為登錄臺北市環保局之資料。  
2. 在地採購定義為供應商公司登記地為台灣。

## 環保制服

遠東 SOGO 女性員工及主管的制服，均依歐盟紡織品標章 OEKO-TEX 100 之標準檢測，採用經檢測對人體健康無害物質之布料產製。2021 年共計訂製 5034 件制服。2022 年亦秉持循環經濟精神，採購回收再製布料，製作販促部、商管課、禮券課 POLO 衫制服，約 450 件。



## 吃出永續

遠東 SOGO 從食材上選品，到舉辦全台最大規模小農展，聯手餐飲專櫃達成環保署綠色餐廳認證，達到吃出永續。

### 在地食材 / 農產推廣：讓小農展成為遠東 SOGO 特色

遠東 SOGO 長期關注環保與顧客健康，力推關注食物里程的「飲在地、食在地」，除了平時不定期的小農/在地商品展售，也連續多年於台北店忠孝館大規模舉辦台灣在地小農展，不僅為消費者發掘更多新的優質小農商品，更協助每一位參展小農，學習瞭解從「產地到貨架」最後一哩路的順利銜接。每一位農民都可以與消費者面對面，學習與消費者溝通的銷售技巧；消費者更可瞭解小農對其農產品栽種育成的過程及心血。



累計消費筆數  
逾 6 萬  
客單價較 2020 年  
成長 19%

遠東 SOGO 小農展讓更多顧客透過與農夫、生產者當面互動、交流，循序漸進讓友善農產品、綠色生活用品的愛好者，成為長期支持者與推廣者。2021 年全球疫情邁入第二年，小農展有了新的使命：全球的疫情大災難 (Pandemic)，讓人可以想見面臨危難的地球需要所有人一起採取行動，才得以生存；而購買有機農產品、友善在地加工品、低碳國產用具等，即是以消費支持地球，是隨手可做的綠行動。

遠東 SOGO 關注食物里程的「飲食節能」，自 2018 年起，遠東 SOGO 台北店忠孝館每年與社創企業「好時好物」合作小農展活動，推廣在地、當令、低碳飲食，以文創概念，行銷小農產品，成功

打響「台灣百貨最大規模小農展」稱號，迄今，培養出美食家、老饕，及逐年茁壯的永續消費客層，累計消費筆數逾 6 萬，且客單價逐年增加。即便受疫情升溫影響，2021 年小農展儘管來客數下降，客單價卻較 2020 年成長 19%。

2021 年因為舉辦小農展活動，除獲「Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制」之特別獎，更獲農糧署表揚，獲頒「農糧產品行銷貢獻卓著企業」。

遠東 SOGO  
攜手農糧署舉辦  
綠色豐物生活展



遠東 SOGO 百貨汪鼎松 總經理 (左五)，農糧署 署長胡忠一 (右五)，世界冠軍麵包 陳耀訓師傅 (左一)，法餐南霸天 簡天才主廚 (左二)

## 2021 年全台各店累積舉辦 19 場小農相關活動，受益超過 10 萬人次。

日期	主題	店別	合作單位	參與人次
2021/1/16~10/11	青農市集 (共 10 場)	天母店	新北市三重區農會	50,000
2021/1/23~1/24、5/8~5/9	美好食光小農市集 (共 2 場)	高雄店	同心園農場	2,000
2021/4/20~4/25、10/13~10/17	綠色豐物生活展 (共 2 場)	忠孝館	農糧署、水花園有機農學市集、台北市文化探索協會	14,000
2021/4/23~4/25	SOGO 挺小農 旺來添好運	新竹店	作息尚好	1,000
2021/8/9~8/22	夏日鮮活綠市集	復興館	瓜果食品行、棗金屋、瑞康生醫、大花農場、彩軒食品、東和製油、老長壽養生酒坊、里昂有機、力雄茶行、新譯漢方、薑欽爺	700
2021/10/19~10/24	宜花東豐物生活展	忠孝館	農糧署、水花園有機農學市集、台北市文化探索協會	5,000
2021/11/25~11/28	山海里的鮮味鋪 冬季小農市集	忠孝館	好時好物	15,000
2021/12/4~12/5	富里鄉農產展	天母店	富里鄉	11,000

### 超市常態設置小農專區

遠東 SOGO 除每年舉辦的短期性小農展售活動外，台北店忠孝館自營超市常態性設有小農專區，將來自產地的小農特產集中放置於專區，除方便顧客選購外，專區化的擺設也更吸睛。此外自營超市內也有社創企業「淺草堂」、世界最善良的巧克力「東尼巧克力」等永續產品的販售。



請掃描 QRcode  
觀看綠色小農專區影片



## 與餐飲專櫃共同倡議「綠色餐廳」

響應環保署惜食 / 在地飲食計畫，遠東 SOGO 忠孝館於 2020 年底輔導店內餐飲櫃位，推動綠色餐廳認證計畫，2021 年 Q1 共計 9 家餐廳、4 家喫茶店全數通過「綠色餐廳標章」認證，代表遠東 SOGO 的餐廳，具體落實三大環保方向：



而忠孝館全數餐廳及喫茶店通過綠色餐廳也成為典範，推廣至全台各店，讓消費者用餐的每一筆消費，都是對環境更友善的選擇。截至 2022 年 4 月，遠東 SOGO 全台 82 家餐廳，共 78 家通過綠色餐廳認證，即 95% 的餐廳為綠色餐廳，其他未通過者乃新進餐飲專櫃尚待輔導或待官方進一步查核。



請掃描 QRcode  
觀看綠色餐廳完整資訊

更多資訊 | 遠東 SOGO 綠色餐廳列表：<https://esg.sogo.com.tw/greenrestaurant.php>

### 遠東 SOGO 新食器時代

遠東 SOGO 引領餐飲專櫃共同倡議「低碳飲食」，自 2017 年領先政府政策兩年，率先全台百貨，在遠東 SOGO 全台 8 店停用一次性與美耐皿餐具，改以安心安全的環保餐具替代，開啟新食器時代。



2017.04

全台 8 店停用美耐皿餐具，改以安全、安心的環保餐具替代，開啟新食器時代。

2018

積極推廣「無痕飲食」，倡議減塑、零負擔的永續新生活。

2019.05

領先環保署政策，全面禁用塑膠吸管。

2019.09

領先全台百貨零售業，不主動、不免費提供「一次性餐具」。

2020-2022

全面推動綠色餐廳，全台累積 95% 餐廳通過。

## 選品永續

### SOGO Sustain · 好物好選

除此之外，遠東 SOGO 更於 2021 年 11 月正式推出〈SOGO Sustain · 好物好選〉專刊，嚴選符合環境保護、試圖解決社會問題的永續商品，並讓顧客「每次消費都能簡單做出好選擇」。相關說明詳第一章、穩健經營力 P.27。

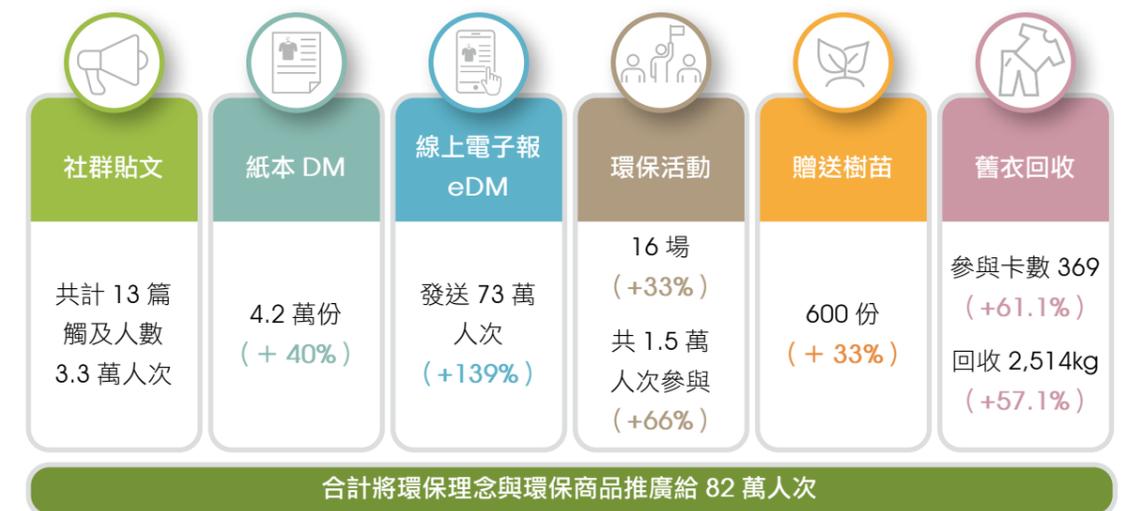
### 綠色商品專區

遠東 SOGO 在實體賣場設置綠色商品專區、在 DM 規劃特輯，推廣友善環境的綠色商品與節能商品。全台遠東 SOGO 賣場的家電樓層，舉凡冷氣機、洗衣機等綠色家電商品，均於顯著處強化「節能標章」的標示，搭配相關宣導說明，提供消費者辨識並選購。遠東 SOGO 不定期舉辦各式綠色商品促銷活動，讓顧客能以最實質的優惠，力行環保節能。2021 年共售出 4.5 萬個具節能 / 節水 / 綠色商品標章的商品，因受疫情影響較 2020 年減少 10%。

## 行動永續

### 四月地球日宣導

2021 年四月世界地球日，遠東 SOGO 推動「愛地球」檔期，引領民眾進行環保商品購買，以及推動環境友善理念。



2021 年，遠東 SOGO 亦舉辦「發表愛地球宣言、贈送綠色植栽」（送出 600 份）、二手衣編織課程、二手衣捐贈，亦與農糧署合作，舉辦環保有機商品展售會。此外，同時攜手外部單位，包含台北市立動物園、海科館、綠色和平組織、台灣電力、新竹林管處，分別推出認識生物多樣性親子活動、生態悠遊趣、北極生態裝置、守護地球行動劇、植樹小旅行等活動。更積極推廣百貨專櫃的環保活動，如牛仔褲品牌攜手舊換新。



## 永續時尚

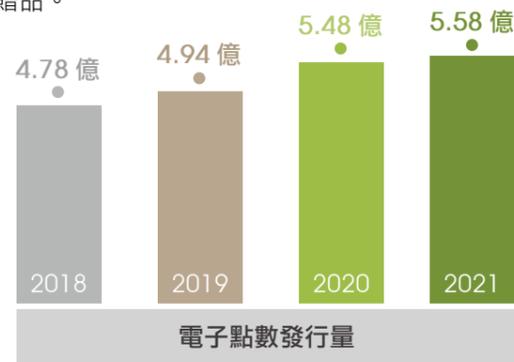
遠東 SOGO 復興館自 2020 年起推動永續時尚，展開與「GoodPoint Exchange 好事交易所」合作計畫，舉辦「好事高空交易所×精彩台灣時尚週」，盼能創造並延續永續風潮。

2021 年於 9 月上旬舉辦永續時尚週，於中庭將環保植栽作品，搭配時裝擺設，將永續與時尚結合，展現秋冬獨特的面貌。同時邀請台灣品牌 Story Wear 分享如何藉由二度就業婦女、在地裁縫師巧手，結合「永續、零廢棄時尚」理念，使用回收布料再製，在保護環境同時兼顧時尚並推動經濟體循環，達成永續精神。



## 以電子點數取代實體贈品

遠東 SOGO 近年來積極推廣綠色行銷，考量贈送實體贈品會在包裝與運送過程中產生碳排放，遠東 SOGO 提供 HAPPY GO 電子點數作為贈品選項，使行銷活動更環保。2021 年全年共發出超過 5.5 億的 HAPPY GO 電子點數，相關點數發放數量已連續四年成長，顯見推廣有成，消費者逐漸習慣索取點數，待需要時再兌換贈品。

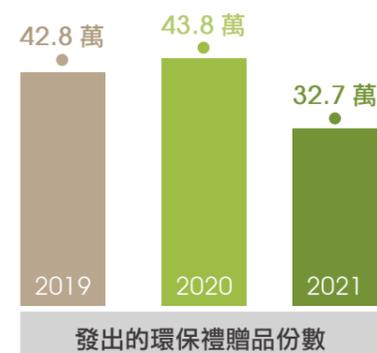


## 環保禮贈品

相當受歡迎的遠東 SOGO 禮贈品，也推出環保杯、悶燒罐、購物袋、保鮮盒、環保餐具等品項，鼓勵顧客讓環保商品，成為日常生活一部份，電器類贈品以符合環保標章為優先開發採購品項。

2021 年共發出 32.7 萬份環保贈品  
數量較前年減少原因：

1. 5-8 月因疫情，減少來店禮次數
2. 週年慶門檻提高，兌換份數減少，使消費者不要為了換而換減少浪費



2022 年 3 月與品牌推出永續時尚單品，引領綠色消費體驗，讓環保化身時尚潮流。也首度推出 100% 保特瓶回收再製而成的購物袋作為來店滿額禮，邀請顧客共同響應永續春時尚。

## 電子禮券

為減少資源消耗，遠東 SOGO 除了持續推動非現金支付，也致力於將禮商券、抵用券與優惠券等過去紙本印刷的禮券類產品電子化，經 1 年多推廣，遠東 SOGO APP 全面更新升級後，於 2020 年將使用最頻繁的抵用券與優惠券全面電子化，免除過往顧客需要排隊領取的時間、人力成本，節省大量紙張。

因為積極推動電子禮券，2021 年發行 18.8 億，年增量高達 41%。7 年來我們共發行 42 億電子禮券，取代的紙本禮券堆積起來，可堆出 3.7 座玉山的高度。

### 遠東 SOGO 三大類電子禮券

特色	說明
<b>抵用券</b> 不用排隊、不用找贈獎處，用 SOGO APP 一鍵兌換！ 減少搭乘電梯上下樓層之必要需求	搭配店內滿千送百等販促活動時發放，顧客無須持發票至贈獎處排隊兌換，直接透過手機掃描發票之 QR Code，即可兌換及使用電子抵用券。
<b>即享券</b> 各類回饋兌換新選擇，即兌即享用！ 減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染	SOGO 推出 SOGO Ticket Xpress 即享券（簡稱「即享券」），為台灣第一家使用即享券的百貨業者，提供消費者更多元的回饋選擇。顧客僅需出示 QR Code 或手機簡訊電子序號，就能購買商品。
<b>禮商券</b> 禮券就在 SOGO APP 裡，帶手機出門就可購物！ 減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染	電子禮商券為 SOGO 自行發行之電子化禮商券，除發放予 SOGO 同仁使用外，目前 SOGO 贈獎系統及 PAY EASY 網站平台亦有販售。



## 歷年電子化禮券發放金額

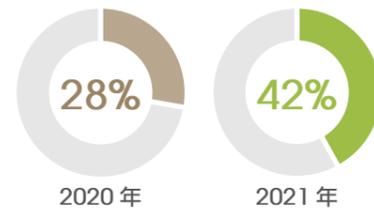
	2018年	2019年	2020年	2021年
即享券	215,092,075	223,996,936	268,063,567	345,396,745
電子禮商券	45,122,735	54,198,311	187,247,255	238,740,204
電子抵用券	42,524,431	43,368,660	881,977,190	1,296,558,225
總計	302,739,241	321,563,907	1,337,288,012	1,880,695,174



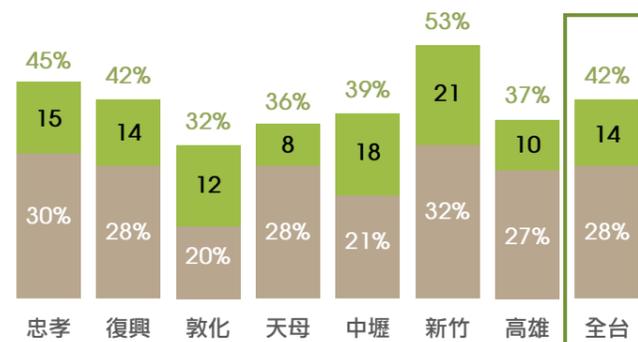
## 電子發票

遠東 SOGO 響應財政部開立電子發票，已連續兩年獲「全國營業人開立雲端發票競賽」總機構獎。2021 年全台的消費筆數有 42% 開出雲端發票，較 2020 年成長 14%；2021 年共省下 740 萬張紙本發票，共可堆疊出 1.5 座台北 101 大樓（101 大樓高 509 公尺）。

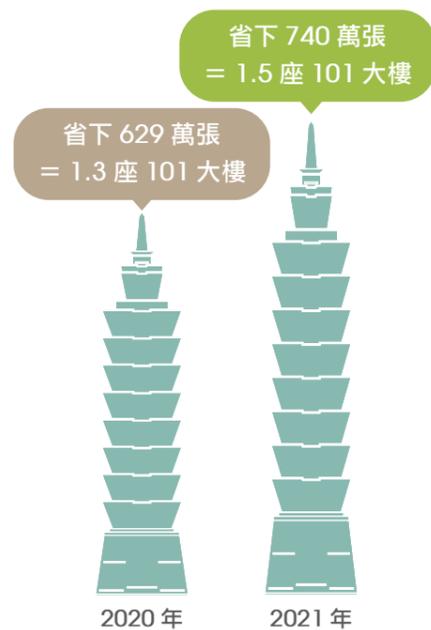
## 開出的雲端發票比例



## 2021 年雲端發票執行情形



## 省下的紙本發票張數



## 環境教育

遠東 SOGO 致力投入資源，以「打造亞洲第一綠色百貨」為使命，除提高服務流程之能源效率，更在日常營運與活動貫徹環保概念，把百貨打造成低碳教育的場域，引導利害關係人，將環保意識內化。2021 年雖受疫情影響，活動量下降，但全台投入 388 萬經費，全年仍舉辦 87 場環境教育活動，超過 13 萬人次受益。

## 志工淨灘

遠東 SOGO 志工社自 2017 年開始每年皆前往不同海域淨灘，一步一步踩出 SOGO 的淨灘史。2021 年特別認養專屬淨灘地段，將該年作為「淨灘行動年」，以「海要更乾淨」為訴求，一季前往一次，逐次計算海廢類別數量及垃圾總重，量化淨灘成果；並以環境教育，帶領同仁認識海洋廢棄物組成，推廣源頭減量、減少一次性使用的理念。然 2021 年受疫情影響，僅舉辦兩場次淨灘，共有 76 人次參與，清出 200 公斤垃圾。累計 2018、2020、2021 三年，共舉辦 8 場次淨灘、投入 713 小時，清出逾 2 公噸重的垃圾。

SOGO 志工社  
新北萬里淨灘

## 綠色辦公室

遠東 SOGO 響應環保署全民綠生活之「綠色辦公室」，以本部大樓作為推動點，推動「節省能資源」、「源頭減量」、「綠色採購」、「環境綠美化」和「宣導倡議」5 大指標。

## 環保署綠色辦公室五大指標



除開設臉書粉絲頁 PO 文、於總公司 Line 群組推廣相關訊息外，並於 2022 年 1 月呼應過年大掃除、除舊佈新的習俗，舉辦辦公室綠化競賽，共有 3 單位獲團體獎、4 個人獲個人獎。



## 智慧停車

遠東 SOGO 台北四店（復興、忠孝、敦化、天母）於 2012 年正式停止使用紙本停車券，將紙券換成代幣，並自 2019 年起導入智能停車系統，減少取票、停車時間。在優化消費者購物旅程的同時，亦於每年降低 31 公噸的 CO2 排放及近 130 萬張的紙本停車券發放。



## 綠色運輸

遠東 SOGO 在台多數據點均位於交通薈萃之處，針對非座落於交通樞紐的中壢店與新竹店，則設置免費接駁公車，供同仁通勤與顧客購物使用。中壢店每 30 分鐘一班，接駁顧客往返中壢店及中壢火車站，同時搭配線上接駁車動態查詢系統，可預估接駁車到站時間，讓顧客對行程的掌握度更高，搭乘意願也與日俱增；新竹地區主要服務為接駁顧客往返火車站（新竹客運北站）及新竹店。遠東 SOGO 接駁車，每趟往返比自行駕駛小客車減少約 82% 排碳量，每年減碳逾百噸。惟 2020 年及 2021 年受疫情影響，來客數減少，連帶使接駁車運送人次減少，其中 2021 年因疫情三級警戒，接駁車停駛 4 個月，大大影響運送人次。



此外，鼓勵員工與顧客多使用自行車，天母店更是全國百貨首創，設置自行車停車場。

遠東 SOGO 強制杜絕十年車，目前共有 11 台租賃車（作為高階主管座車及貨運用車），車齡都在十年內，能減少空氣污染物的排放，並可提升能源使用效率，達到環保及節能減碳的目標。

隨著電動車強勢崛起，各家百貨及量販業者也紛紛投入裝設充電樁，不僅減碳環保，也吸引電動車主前來消費。遠東 SOGO 在週年慶之前於台北店復興館完成共 4 座直流快充站的架設（每座有兩種規格），手機 QR-Code 掃描隨掃隨充，並整合便利支付、客服專線、監管及障礙報修等服務。週年慶期間更提供充電免付費，透過網紅宣傳館內電動車充電設施，讓電動車主很有感。預計 2022 年完成台北店忠孝館、天母店，與高雄店的電動車充電樁之設置。



部落客  
電腦王阿達  
介紹復興館  
充電樁



請掃描 QRcode 觀看  
電動車充電設施影片

## 遠東 SOGO 各店綠色運輸

忠孝館 復興館	<ul style="list-style-type: none"> <li>鄰近捷運忠孝復興站，鼓勵顧客搭乘大眾運輸系統</li> <li>復興館停車場設置充電樁</li> <li>智能停車</li> </ul>
敦化館	<ul style="list-style-type: none"> <li>鄰近捷運忠孝復興站，鼓勵顧客搭乘大眾運輸系統</li> <li>智能停車</li> </ul>
天母店	<ul style="list-style-type: none"> <li>鄰近捷運芝山站，鼓勵顧客搭乘大眾運輸系統</li> <li>停車場設置充電樁</li> <li>智能停車</li> </ul>
中壢店	<ul style="list-style-type: none"> <li>設有接駁車，接駁顧客往返中壢店及中壢火車站</li> </ul>
新竹店	<ul style="list-style-type: none"> <li>設有接駁車，接駁顧客往返火車站（新竹客運北站）及新竹店</li> <li>智能停車</li> </ul>
高雄店	<ul style="list-style-type: none"> <li>鄰近捷運三多商圈站，鼓勵顧客搭乘大眾運輸系統</li> </ul>

## 空氣品質管控

遠東 SOGO 屬應符合室內空氣品質管理法之公告場所，除了符合法規，每個月進行一次可燃性氣體檢查、每兩年進行一次室內空氣品質檢測，以及其他環境衛生安全相關檢測外，遠東 SOGO 於天母店、新竹店加裝「空氣品質資訊看板」，即時公布各樓層二氧化碳濃度，以維護顧客與同仁的健康。



執行項目	可燃性氣體 檢查	室內空氣 品質檢測	空調設備 濾網清洗	冷卻水塔 清洗滅菌	空調主機 大保養
頻率	每月	每 2 年	每月	每半年	每年



## 不廢永續

### 超市與宅配包材減塑

遠東 SOGO 自營超市針對蔬果或是根莖類的農特產，過去會使用塑膠托盤等方式包裝，為推展減塑行動，遠東 SOGO 全面推動包裝減量，藉此達到「減少塑膠包材」、「促進友善購物」，以及「積極議合消費者」三大目的。2021 年共減少 1.612 公噸塑膠材料，較 2020 年成長 47%。

疫情期間，網購與外送服務盛行，但卻也使得一次性包裝產生的垃圾量大增，平均台灣每年新增一萬噸的宅配垃圾。針對宅配包裝的議題，遠東 SOGO 目前的顧客宅配商品，均以店內包材 / 紙箱重新再利用為主，於後場有專人挑選乾淨、可再利用的紙箱，供顧客宅配包裝用。

遠東 SOGO 雖非電商平台，自主響應環保署的「包裝循環減量計畫」，與致力解決台灣網購一次性包裝浪費問題的社會創新公司「PackAge+ 配客嘉」合作，於 2022 年 4 月響應世界地球日，試行宅配使用「循環包裝箱」。針對有超市宅配需求的顧客，視其意願，將商品以循環包裝箱寄出。

「PackAge+ 配客嘉」為環保署網購包裝減量聯盟認列的循環包材企業，其循環包裝系統之包材以回收寶特瓶與玻璃材質製成，具防水、防汙、防撞、防盜等功能，更可重複使用 50 次以上，平均使用一次可減少約 1.2kg 的碳排放以及 300 公克一次性的網購包裝材使用。



週年慶  
紙箱回收  
再包裝



宅配使用  
「循環包裝箱」  
減少一次性  
包裝浪費



### 遠東 SOGO Fresh Mart 超市 2021 年減塑成果

源頭減量	其他
<ul style="list-style-type: none"> <li>遠東 SOGO 鼓勵顧客自備購物袋，凡 Fresh Club 會員於超市購物，自備購物袋，單筆滿 500 元，獲 HAPPY GO 點數 10 點。2021 年度，共贈 228.5 萬點，即有近 2.3 萬人次參與自備環保袋贈點的活動。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對必要使用塑膠托盤的產品，遠東 SOGO 透過嚴謹制度遴選合作廠商，把關塑膠托盤品質，提升可回收率，並大幅降低單一產品使用多個塑膠托盤包裝概況。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>自 2021 年起，以「網狀袋」包裝形式取代塑膠托盤。</li> <li>部分民眾於購買後會將無毀損的托盤持至超市回收，超市同仁因此能夠透過清潔消毒循環再利用的方式，節省托盤的使用。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>回收店內包材 / 紙箱並重新利用。</li> <li>與致力解決台灣網購一次性包裝浪費問題的社會創新公司「PackAge+ 配客嘉」合作，於 2022 年 4 月響應世界地球日，試行宅配使用「循環包裝箱」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>其他</li> </ul>

### 年減塑量



### 永續用紙 (提袋、衛生紙、擦手紙、DM)

對環境永續議題，遠東 SOGO 除了自身節能，更希望打造綠色賣場，讓顧客進到 SOGO 就彷彿踏入綠色環境教育場域。

遠東 SOGO 採購時會優先選用具有環保標章及認證的商品，「紙張」是每個消費者在百貨公司中最常接觸到的用品，我們在全台各店所採用的紙張都是具有永續與環保的，讓顧客在消費的同時，也能和遠東 SOGO 一起守護地球。

● **購物提袋、衛生紙**：全數使用通過國際 FSC 認證的紙材 (Forest Stewardship Council, 森林管理委員會)，使用紙張的同時，也是在保護我們的森林！

● **廣告 DM**：遠東 SOGO 除減少紙本 DM、多採用數位行銷外，如需發行紙本 DM，皆採用大豆環保油墨印刷。大豆油墨是以大豆油為原料所製成的印刷油墨，比傳統石油製成的油墨更環保，且利於廢紙回收與再生。

● **衛廁擦手紙**：使用再生環保紙漿，讓紙材資源能被循環再利用。

現在起，您只要一走進 SOGO，就能開啟一場綠色消費的旅程！



### 鼓勵回收

遠東 SOGO 近 3 年化妝品類業種營收皆占總營收 1-2 成，位居第一名，因此，遠東 SOGO 每年在全台各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動，顧客持化妝品 / 香氛正貨空瓶至各專櫃回收，每個可獲贈 HAPPY GO 點數 3 點。2021 年全台共有 272 個櫃位響應，共回收 14.5 萬個空瓶，獎勵 44 萬點電子點數。此外，全台各店均鼓勵顧客持廢電池到遠東 SOGO 回收，並舉辦廢電池回收贈點活動，廣受好評。





## 2.2 氣候變遷減緩與調適

### 2.2.1 氣候變遷管理策略

盤點組織現況並公開揭露檢視風險概況，是企業邁出低碳轉型的關鍵步伐。在氣候變遷已然成為全球企業營運重要議題之一的商業環境下，企業組織對氣候風險的審視角度也自過去聚焦的「負面衝擊與預防」，逐步擴大並思量風險所帶來的「新商業機會」。

為強化管理氣候相關風險，並內化於企業日常管理原則，自 2021 年起遠東 SOGO 導入「氣候相關財務揭露建議」（The Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）國際框架，對內普及並推動氣候變遷減緩與調適管理作為、增加商業營運韌性；對外則積極發揮綠色百貨領航角色，帶動產業轉型、探尋創新商業機會。



### 2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別

遠東 SOGO 自 2021 年起參考並導入國際框架 TCFD，透過深度訪談、問卷調查、資料蒐集與交叉分析等流程，全面盤整、鑑別與營運相關之氣候風險與機會。最終鑑別出 4 項中、高度重大風險議題，並加以研擬、優化管理措施。

### I 氣候風險分析流程

#### Step1

##### 定義分析項目與範疇

- 本次分析範圍為遠東 SOGO
- 依循 TCFD 定義之風險與機會類別進行分析

#### Step2

##### 風險蒐集與鑑別

透過高層訪談，了解遠東 SOGO 對氣候風險的意識。並透過市場情況、台灣政策方向、國際永續趨勢等蒐集 9 項風險議題

#### Step3

##### 風險評估與排序

透過問卷發放，蒐集 8 位高階核心主管（包含董事長）進行氣候風險「發生可能性」與「衝擊程度」的鑑別，根據結果鑑別出 4 項重大風險議題

#### Step4

##### 管理措施

依循鑑別結果，與企業永續委員會研擬風險短期管理行動方案，建立未來對碳議題管理的長期策略

### I 氣候風險議題蒐集與鑑別

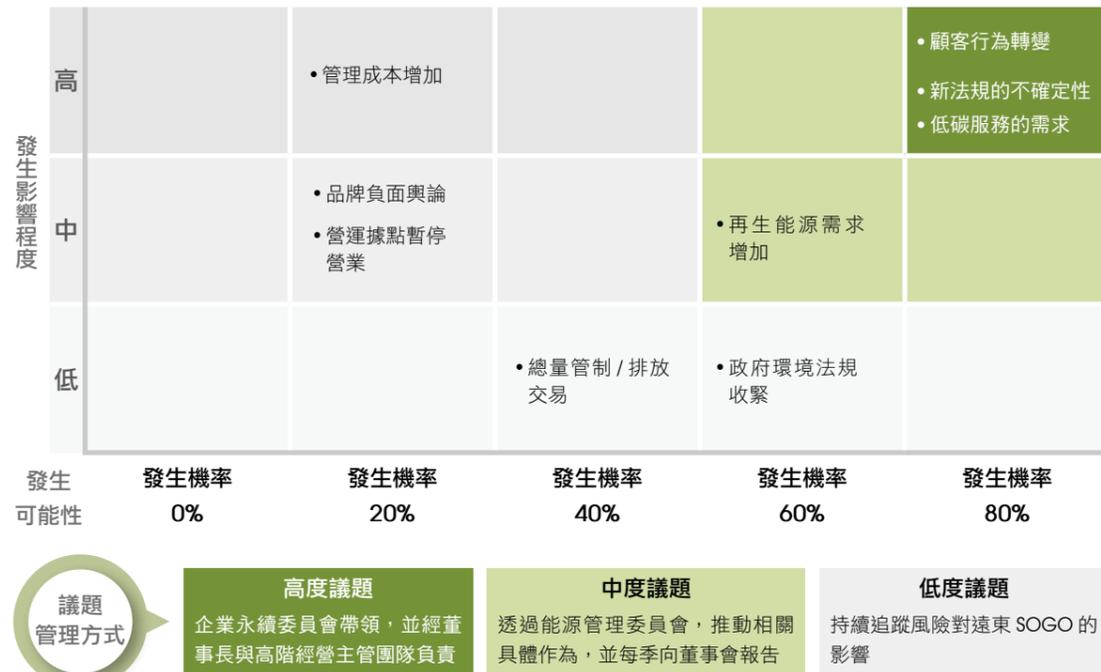
遠東 SOGO 從檢視自我營運概況出發，廣泛地蒐錄市場發展現況、國際永續趨勢變化等面向，並以未來 3 至 5 年本公司可能面臨之氣候變遷風險議題進行分析，最終共決議鎖定「政府環境法規逐步緊縮」、「總量管制/排放交易」、「未來新法規的不確定性」等 9 大議題進行管理階層之深度訪談。

風險主題	風險議題	議題對遠東 SOGO 的意義
轉型風險	政策與法規	政府環境法規逐步緊縮 遠東 SOGO 面臨「溫室氣體排放目標」、「提高用電/用水使用效率」等法規所帶來之審核、處罰、獎勵之壓力與影響
	總量管制/排放交易	
	未來新法規的不確定性	面對氣候變遷的壓力，國際趨勢對「碳費/稅」、「碳價」與「碳交易」等法規制定策略，皆積極討論。而台灣政府也積極針對「2050 淨零路徑規劃」，研擬相關「減緩」與「調適」的管理措施，對遠東 SOGO 而言為符合未來法規的要求，可能造成內部營運結構的改變，例如管理政策、投入資源等
技術	低碳服務需求提升	據台灣政府 2050 淨零排放路徑之規劃，政府已於 2040 年設立電動車、電動機車市售比達 100% 目標。因應政策方向，對於來店客對停車環境的需求可能帶來改變，如何在有限的資源下預留充電設備停車位，為遠東 SOGO 需積極規劃的項目之一
	再生能源需求增加	據台灣政府頒布之 2050 淨零路徑規劃，2050 年需要達成碳中和目標，故能源配比之再生能源需提至 60%~70%。對遠東 SOGO 而言，營運成本增加、電力管理設備汰換等，恐造成一定影響
市場	顧客行為轉變	氣候變遷影響市場的方式繁多，對遠東 SOGO 而言，其中核心面向分別為：市場供需結構改變、客戶購物型態與習慣轉變、組織採購成本增加等
名譽	品牌負面輿論	全球氣候變遷影響範疇廣泛，各類利害關係人將評斷組織是否致力於低碳轉型。因此，組織氣候治理與作為，將對企業品牌聲譽產生一定壓力和與機會
實體風險	營運據點暫停營業	因瞬間強降雨、洪水、颱風、龍捲風、傳染性疾病等單一氣候事件或外在風險，造成遠東 SOGO 暫時停業，或出現相關硬體設備損壞之壓力與影響
	立即性長期性 管理成本增加	全球氣候變遷所帶來之長期性風險，例如：水資源匱乏、持續性高溫、夏季變長、冬季變短、海平面上升等，皆可能造成遠東 SOGO 營運調節之管理成本的提升和創新機會



### 氣候風險議題評估與排序

遠東 SOGO 透過 TCFD 架構及早鑑別氣候變遷風險，緩解氣候對財務與營運之衝擊，以達避險與增力之雙重效益。本公司今年度依循 TCFD 架構，自議題「發生可能性」與「發生影響程度」2 大面向出發，鑑別出具有中、高度風險議題分別為「顧客行為轉變」、「新法規的不確定性」、「低碳服務的需求」和「再生能源需求增加」。



註 1. 發生可能性的發生機率依據「過往發生過的頻率」、「未來法規規範強度」與「現在企業因應韌性」三面向進行評估。  
 註 2. 影響程度「高」、「中」、「低」以「發生對營運影響的規模」、「發生對價值鏈的影響規模」與「影響類別」三面向進行評估。

風險主題	風險議題	風險重大性	價值鏈影響階段		
			上游	營運	下游
政策與法規	政府環境法規收緊	低		√	
	總量管制/排放交易	低		√	
	新法規的不確定性	高		√	
技術	低碳服務的需求	高		√	
	再生能源需求增加	中		√	
市場	顧客行為轉變	高		√	
名譽	不良名譽	低		√	√
立即性災害	暫停店鋪營業	低		√	√
長期性災害	管理成本的增加	低	√	√	

### 氣候風險議題管理措施

為積極應對氣候風險、掌握綠色商機脈動，遠東 SOGO 具體擘劃氣候藍圖管理路徑，自「全面落實能源管理」、「全面進行溫室氣體管理」、「全面普及低碳運輸」以及「持續強化氣候管理韌性」4 大面向出發，將鑑別後具有中、高度風險的「顧客行為轉變」、「新法規的不確定性」、「低碳服務的需求」和「再生能源需求增加」等 4 項議題皆列為重大氣候風險，並每季定期透過永續委員會向董事會成員報告。

另一方面，為發揮遠東 SOGO 減碳影響力，本公司於 2022 年加入國際能源生產力提升倡議組織 EP100，並以自身營運為核心影響力，驅動供應商/承攬商一同永續轉型，且翹動消費者加入綠色生活行列。展望未來，遠東 SOGO 將持續深入剖析氣候相關風險與機會，以集合眾人之力，開創友好、友善、友愛的零售新氣象，共同達到 2030 年之減碳目標。





## I 溫室氣體排放與減量

為因應減碳趨勢，遠東 SOGO 將於 2023 年於各店推行全面盤查溫室氣體排放，並進行 ISO 14064-1 溫室氣體盤查的查證，其中 2022 年忠孝館、復興館及天母店優先進行溫室氣體盤查與第三方查證。

遠東 SOGO 溫室氣體排放量彙總表 單位：公噸 CO<sub>2</sub>e

	範疇一	範疇二	總排放量	排放密集度 (噸 CO <sub>2</sub> e/ 百萬元)
2021	-	49,344	49,344	1.20
2020	-	56,217	56,217	1.34
2019	-	58,784	58,784	1.37
2018	-	64,747	64,747	1.49

- 註 1. 範疇一係指溫室氣體的直接排放，因本遠東 SOGO 屬非製造業，故屬範疇一之排放溫室氣體占比係較小，2021 年度尚無範疇一溫室氣體之查證數據。
2. 範疇二係指溫室氣體之間接排放，係來自於輸入蒸汽、電力之溫室氣體排放；排放溫室氣體包含二氧化碳、甲烷、氧化亞氮。
3. 範疇二之計算為依據 2020 年電力排碳係數 = 0.502 公斤 CO<sub>2</sub>e/ 度。
4. 排放密集度 = 總排放量噸 (公噸 CO<sub>2</sub>e) / 年營收 (百萬)。
5. 溫室氣體盤查邊界係以營運控制法，設定於全台 7 大營運據點。
6. 遠東 SOGO 以 2030 減碳目標為方向開展溫室氣體排放減量措施。
7. 2021 年復興館範疇一、二排放量已完成第三方查驗證；忠孝館、復興館、天母店將於 2022 年度執行溫室氣體盤查。相關確證數據將於 2023 年度永續報告書中揭露。

## 2.3 能源管理

### 2.3.1 能源管理政策與架構

#### I 能源管理委員會

ESG 委員會設置「能源管理委員會」，由行政總經理擔任主任委員、簽署能源政策，帶動全公司上下實踐能源政策，期能攜手利害關係人，降低能資源消耗，對環境友善，並達到企業永續之目標。



#### 遠東 SOGO 節能政策

1. 遵守法規自我要求，支持能源效率產品
2. 透過多元宣導管道，提升同仁節能認知
3. 落實節能減碳目標，持續改善能源績效
4. 善盡企業社會責任，永續經營綠色百貨

#### 2021 節能目標

以 2018 為基準期，用電逐年減少 6%，用水逐年減少 1%

#### 2021 成效概況

- 用電度數為 98,294,959 度，較 2020 年節約用電 6.85%
- 用水度數為 1,190,128 度，較 2020 年節約用水 18%

#### I 環保觀念內化，永續為公司願景

2020 年遠東 SOGO 成立「願景工程委員會」，積極展開轉型。我們重新定義下一個 30 年的「願景」，我們的願景是成為「與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業」，其中友善共好揭櫫了我們對環境永續的責任。

同時也透過內部 ESG 快報、朝會日報、Facebook 粉絲團等管道，定期對同仁宣導永續理念，每季更舉辦教育訓練課程，由外部講師或 ESG 執行秘書小組分享國內外環境永續最新資訊以及實務操作心法，提升同仁環保意識。



## I ISO 50001 能源管理

為有效進行能源管理與使用，遠東 SOGO 於 2017 年以台北店敦化館為標的，導入 ISO 50001 能源管理系統，成為台灣連鎖百貨第一家導入 ISO 50001 能源管理系統的業者。證書到期前並於 2020 年再次取得證書。

在減少碳排放量已經成為全世界各國必須共同正視的重要議題之際，全台各店均導入 ISO 50001 能源管理系統，以此精神進行能源控管，透過每月召開會議審視能源使用情形，企盼透過自主管理達到綠色經營的實績。



## 2.3.2 節能措施與成效

### I 能源績效管考

透過測量與監督，遠東 SOGO 找出現階段能源使用可改善之處，並管理未來能源供應的相關風險；同時藉此改善能源的使用績效，以減少能耗與支出。遠東 SOGO 全台各店目前全數以 ISO 50001 能源管理系統的精神進行能源控管，透過每月召開會議審視能源使用情形，以增加能源效率，降低經營成本、改善能源績效及減少溫室氣體排放。

為評估能源管理績效，遠東 SOGO 積極參與遠東集團每季舉行的「能源使用效率競賽」，並要求各部門主管參加永續委員會例會，以了解目前公司最新 ESG 相關政策與計畫，由各部門共同為永續目標努力。



### I 近年電力能源耗用

遠東 SOGO 全台各營業據點能源耗用以外購電力為主，搭配新竹店自發自用的太陽能電力，無其他能源耗用，2021 年總用電度數 98,294,959 (kWh)，轉換成能源消耗量為 353,689GJ (1 度電約消耗 3.6 MJ)，總用電度數減少約 6.85%，全年二氧化碳排放量為 49,344 公噸 (依能源局公告之 2020 年電力排放係數 0.502 公斤 CO<sub>2</sub>e/度計算)。2021 年每度用電之營收為 419.14 元，較前一年度提高約 5.7%，也是近年新高。與 2018 年基準年相較，2021 年的用電強度較 5 年前節約 17.47%。

年份	消耗電量 (單位：度)	二氧化碳排放當量 (單位：噸)	每度用電創造營收 (營收/度；單位：元)	每度用電創造營收 成長比 (單位：%)
2021 年	98,294,959	49,344	419.14	5.7%
2020 年	105,517,855	52,969	396.54	6.85%
2019 年	115,490,681	58,784	371.12	4.01%
2018 年	121,477,260	64,747	356.81	4.66%

- 註 1. 消耗電量統計來源為全台 7 個營運據點大樓用電。  
 2. 2020 年電力排碳係數 = 0.502 公斤 CO<sub>2</sub>e/度。  
 3. 每度用電創造營收成長比 = (今年度用電創造營收 - 去年度用電創造營收) / 去年度用電創造營收 \* 100%。  
 4. 2020 年消耗電量重編。

### I 節能措施

遠東 SOGO 以「永續環境力」朝成為「綠色百貨」之目標邁進，在日常營運中實踐環保理念，嚴密管控空調、照明燈具與電梯等設備，推動各項節電措施，以提升設備之能源使用效率。

- 電梯電力回生系統**

為解決電梯消耗電力之於產生額外熱能的問題，遠東 SOGO 復興館電梯採用「電力回生系統」，讓電梯一邊運作、還能一邊回生電力，有效節能減碳。
- ALC 環境自動控制系統**

各店皆採用美製 ALC 環境自動控制系統 (Automated Logic Corporation)，由系統管理燈光照明、插座電源、空調系統啟閉控制，並監視、管理賣場溫度及冰水主機效率，透過嚴密監控賣場環境溫度，符合國家規定室內溫度 26°C 之相關環境管理規範。空調一律於開店前 20 至 30 分鐘開啟預冷，打烊即關閉。且每月檢討、核實操作 SOP 流程，是否符合現狀以發揮最大效益。

遠東 SOGO 以 ALC 環境自動控制系統進行能源管理
- 電梯分層停靠**

客用電梯與同仁電梯均採分樓層停靠，部份分店在平日人潮較少時段亦會關閉部份電梯，以達節約用電目的。低樓層或是距離較短時，亦鼓勵顧客與同仁以走樓梯取代電梯。
- 高效能照明燈具**

各據點逐步更換為高效能照明燈具 (如 LED 燈具)，以減少能源耗損。
- 空氣簾 / 防風門**

入口處加裝空氣簾或規劃防風門，以減少熱風進入賣場導致溫度升高、或冷氣外洩。
- 遮陽簾**

玻璃帷幕裝置遮陽簾，減少陽光直接照射，維持賣場溫度。
- 種植綠色草坪**

天母店等分店頂樓種植大片綠色草坪，藉此降低太陽照射高溫，以達到節約能源目的。
- 外氣交換**

適時運用冬季外氣交換，減少冰水主機負載量，更能達到節能效益，以及改善賣場空氣品質。



## 2021 年能源節約主要措施



空調  
節能

1. 機動性調節冷卻水出水溫度
2. 汰換老舊冰水主機
3. 持續更換散熱水塔鰭片，以利增加冷熱交換效率
4. 固定清洗空調箱散熱鰭片提高效能



照明  
節能

- 持續更換新式節能燈具



電梯  
節能

- 分高低樓層停靠

## I 再生能源管理

遠東 SOGO 百貨落實企業社會責任，致力打造亞洲第一綠色百貨，在日常營運中，實踐「永續環境力」，繼天母店頂樓的太陽能集光發電系統後，新竹店頂樓亦釋出空間，於 2019 年底建置完成第二座太陽能發電系統，太陽能板面積約 2,300 平方公尺，建置容量 409.5KWp，建置費用 2,030 萬元，2020 年稼動運轉。

遠東 SOGO 2021 年新竹店太陽能發電量 554,979 度，其中自發自用 64,204 度，其餘電量未來將轉移給復興館。

另外，新竹二期太陽能板將於 2022 年建置施工，以符合復興館用電大戶條款需有 10% 之再生能源。而天母店太陽能案場，也將持續爭取取得再生能源憑證。

## 新竹店與天母店太陽能發電

	新竹店		天母店	
	發電量 (度)	自發自用 (度)	發電量 (度)	自發自用 (度)
2020 年	465,110	54,055	10,900	10,900
2021 年	554,979	64,204	11,430	11,430



## 自發自用再生能源使用占比

耗用項目	單位	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
再生能源 (A)	度	-	-	64,955	75,634
非再生能源 (B)	度	121,477,260	115,490,681	105,517,855	98,294,959
再生能源使用占比 (C)	%	-	-	0.062%	0.077%

- 註 1. 消耗電量統計來源為全台各營運據點之大樓用電。  
 2. 再生能源包含天母店、新竹店太陽能板所自發電力。  
 3. 自發自用再生能源占比 (C)=A/(A+B)\*100%

## I 未來規劃

- 加入國際倡議 EP100**

成為 EP100 國際倡議會員：

  1. 盤查遠東 SOGO 各店既有的 ALC 能源管理系統現況
  2. 推動動力馬達節能系統，由復興館先行推動，再逐步推廣至各店
  3. 導入 AI 能源管理系統
- 推動 ISO 14064-1 溫室氣體盤查**

2023 年全台各店均執行溫室氣體盤查，推動碳盤查同時，同步推動碳足跡及減碳標籤，以使遠東 SOGO 各店未來成為綠色採購商場
- 發展再生能源**

  1. 新竹二期太陽能板建置施工，以符合復興館用電大戶條款需有 10% 之再生能源
  2. 天母店太陽能，爭取取得再生能源憑證

## 2.4 水資源管理

## 2.4.1 水資源管理政策

遠東 SOGO 全台 7 據點皆位於都會區域，主要水源為自來水，主要耗費於生活用水。2021 年全台總用水量約 119.02 萬立方公尺，相較 2020 年減少 18%。

因應氣候變遷風險可能導致的缺水危機，遠東 SOGO 推動節水管理，每月檢討用水量並改善用水設備，同時結合節水技術，雙管齊下推動各項節水宣導、用水減量、水回收利用等節水措施，落實全方位節約用水，共同達成以 2018 年為基準年逐年節約 1% 的目標。



## I 用水結構

營運據點	取排水路徑			放流區域
	河川流域	取水來源	取水種類	
台北四店	北勢溪、南勢溪	翡翠水庫	自來水	公共污水下水道系統
中壢店	大漢溪	石門水庫	自來水	公共污水下水道系統
新竹店	頭前溪之支流上坪溪	寶山水庫	自來水	公共污水下水道系統
高雄店	澄清湖水庫、鳳山水庫	高屏溪、東港溪	自來水	公共污水下水道系統

歷年水資源耗用		
	水資源耗用量 (單位: 立方公尺)	單位水資源耗用量 (單位: 立方公尺/佰萬元)
2021 年	1,190,128	28.89
2020 年	1,451,661	34.69
2019 年	1,469,763	34.29
2018 年	1,473,536	34.00

### 2.4.2 管理措施與成效

#### 遠東 SOGO 節水政策

1. 全台各店使用節水設備
2. 工務會議定期檢討用水

#### 2021 節水目標

較 2020 年節水 1%

#### 2021 成效概況

單位水資源耗用量  
節約 16.72%

## I 省水設備

遠東 SOGO 重視日益嚴重的氣候變遷問題，雖非耗用大量水資源之企業，仍監督自我做好每一個節約用水的環節為保護地球盡一份心力。各店的省水措施如下：

1	• 省水衛廁設備	全台 7 店均設有節水水龍頭、省水馬桶
2	• 雨水回收系統	天母店設有雨水回收系統，用於衛廁清潔及植栽澆灌；後者採用省水器材
3	• 中水回收系統	新竹店執行污水納管工程，將中水回收系統自 2021 年 9 月起併入新竹市污水下水道納管
4	• 用水檢討	每月工務會議定期檢討公共水費及專櫃水費
5	• 檢測與查漏	各店皆有定期檢測及查漏，合格率 100%

為積極推動節水措施，遠東 SOGO 於天母店與新竹店分別設有雨水回收系統、中水回收系統，主要用於花台灌溉、洗手台、廁所馬桶用水，2021 年總回收量為 91,247 度，占全公司用水量之 7.7%，較 2020 年減少 25%，主要是因為新竹店將中水回收系統自 2021 年 9 月起併入新竹市污水下水道納管。



## 2.5 廢棄物管理

### 2.5.1 廢棄物管理政策

遠東 SOGO 從百貨日常營運出發，致力於減少資源消耗及降低環境污染。商場廢棄物的處理重點包括：「垃圾、廚餘、廢油、廢水、廢油煙」。遠東 SOGO 營業內容以百貨交易買賣為主，產生之廢棄物依環保法令規定，廢棄物分類皆屬一般事業廢棄物，無有害特性認定廢棄物之產出。各據點皆依法交由環保主管機關登記核可之專業廢棄物處理廠商清運，送交公營焚化爐焚燒處理。

此外，賣場和辦公室亦落實垃圾分類，全面進行垃圾分類、廚餘回收及資源回收，並在茶水間皆擺放垃圾桶、廚餘回收桶及電池回收桶，各樓面亦設立各類資源回收區，強化分類管理達到廢棄減量。

	源頭減量	循環利用	終端處置
管理措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 餐飲內用不提供一次性與美耐皿餐具</li> <li>• 輔導餐飲專櫃申請綠色餐廳，不提供外帶一次性餐具</li> <li>• 鼓勵顧客使用環保購物袋，超市購物自備購物袋贈點數</li> <li>• 自營超市推動蔬果及蛋盒包裝減量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動</li> <li>• 電池回收贈點活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 天母店導入廚餘處理機，執行廚餘處理破碎並記錄減量成果，後續推廣至其他店</li> <li>• 其餘一般廢棄物交由合格之第三方組織單位代為處置</li> </ul>
減量目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 以 2018 年基準年，每一元營收製造的垃圾，逐年減少 3%</li> </ul>		
2021 成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021 超市自備購物袋贈點，有近 2.3 萬人次參與</li> <li>• 超市蔬果及蛋盒包裝減量，共減少 1.612 公噸</li> <li>• 截至 2022 年 4 月，全台綠色餐廳占比為 95%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021 年共回收 14.5 萬個空瓶，獎勵 44 萬點電子點數</li> </ul>	



## 2.5.2 廢棄物產出結構

推動廢棄物減量方面，2021 年遠東 SOGO 於全台可回收廢棄物量為 295.8 公噸。針對廢棄物產出之處置方式，包含焚化廢棄物為 5,977 公噸，廚餘為 1,844.9 公噸，廢棄物總計 8,117.6 公噸，回收廢棄物占比為 3.65%。

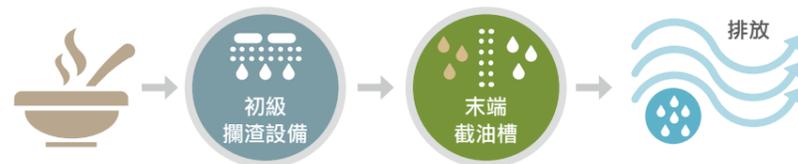
廢棄物類別		單位：公噸					
年度	回收再利用		焚化		廚餘		總計
	現場處置	離場處置	現場處置	離場處置	現場處置	離場處置	
2018 年	-	373.9	-	7,372	-	2,520.6	10,266.6
2019 年	-	358.4	-	7,051	-	2,332.6	9,742.1
2020 年	-	294.8	-	6,097	-	2,031.9	8,423.7
2021 年	-	295.8	-	5,977	-	1,844.9	8,117.6

註 1. 回收再利用廢棄物：交由合格之第三方回收廠商代為處置；新竹店因由遠東巨城購物中心統一處理，故不納入統計。  
 2. 焚化廢棄物：交由合格之第三方組織單位代為處置並依環保署之事業廢棄物規範申報；新竹店因由遠東巨城購物中心統一處理，故不納入統計。  
 3. 廚餘廢棄物：廚餘之收集與回收，各縣市因地制宜並無統一。目前遠東 SOGO 七家營業據點，僅忠孝館、復興館、敦化館、天母店受臺北市政府環保局規範強制申報廚餘產生量；其餘三店（中壢店、新竹店、高雄店）目前為內部自行紀錄。本表僅記錄忠孝館、復興館、敦化館、天母店四店廚餘量。

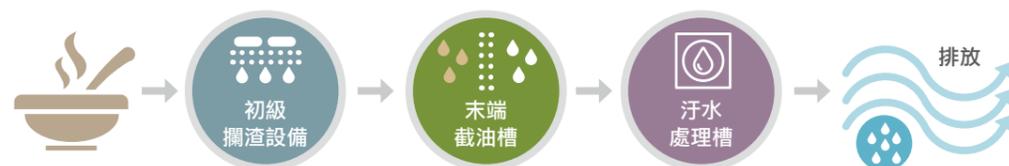
### 廢（污）水處理

廢（污）水處理是防止水污染的重要過程。遠東 SOGO 會將餐廳與美食街小吃專櫃產生的廢（污）水經過初級攔渣設備，先過濾較大菜渣，再經由末端截油槽，同時處理較細菜渣收集及油水分離作業，添加除油垢、除臭藥劑，才納管排放至縣市生活下水道系統。自行排放的廢（污）水，除依據上述簡易處理外，另設置污水處理槽再經調勻、生物處理、沉澱、加藥過濾後，達法規限定值內再合法排放。

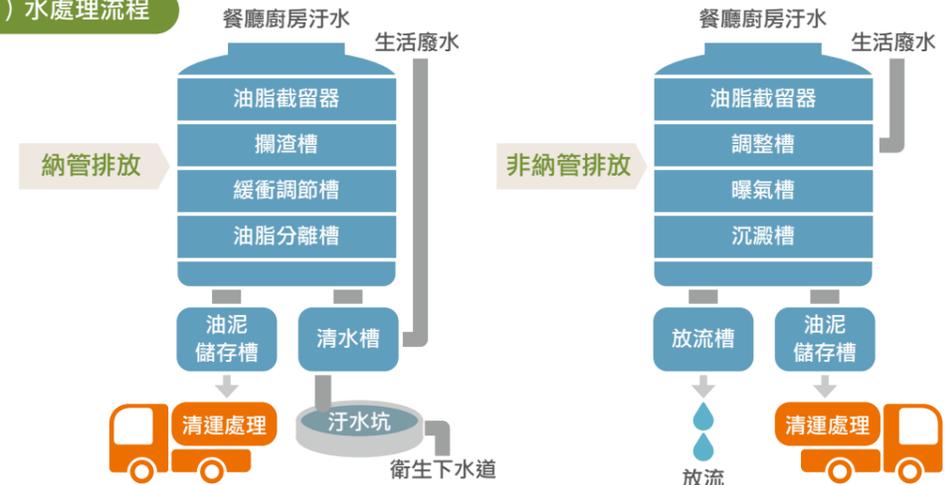
#### 餐飲專櫃產生的廢（污）水處理流程



#### 自行排放廢（污）水處理流程

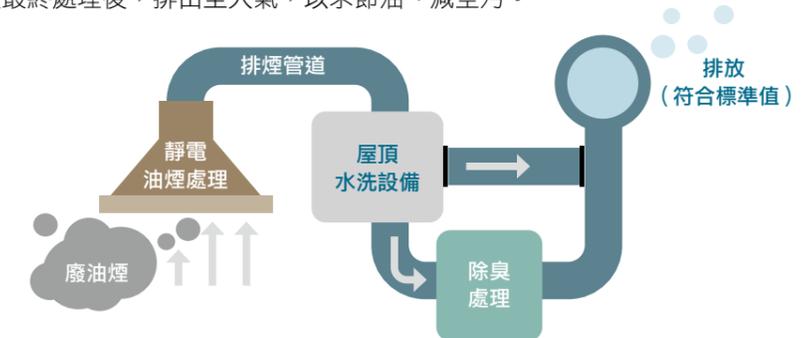


### 廢（污）水處理流程



### 廢氣處理

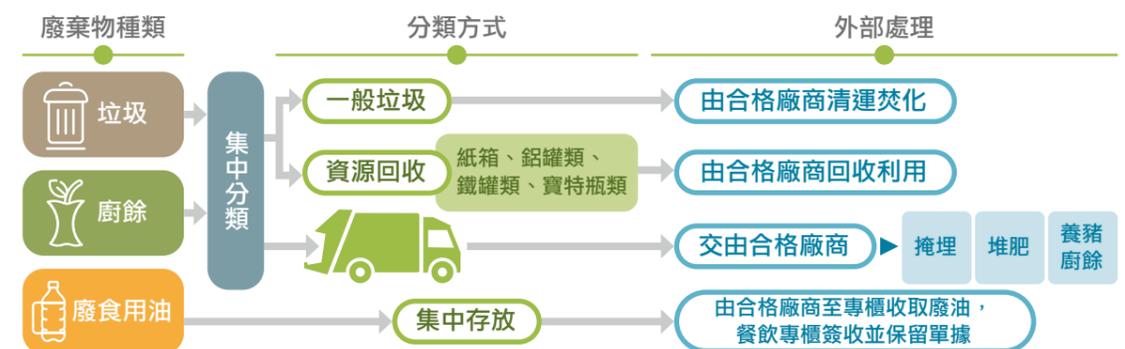
遠東 SOGO 針對會產生重油煙的餐飲專櫃，會要求其廚房現場裝置靜電式油煙處理，利用靜電分離的方式將油滴微粒吸引至電極板上，排放出較乾淨的熱空氣，最後再經由大樓排煙管道，接至屋頂水洗式油煙設備做最終處理後，排出至大氣，以求節油、減空污。



### 廢棄物處理

遠東 SOGO 針對廢食用油集中存放，委託合格之專業廠商定期回收，由餐飲專櫃簽收、保留單據，並向環保署網站申報，其它廢棄物之種類亦皆依循法令規範處理。

#### 遠東 SOGO 各類廢棄物之處理流程



# 安心服務力

## Assured Service



特輯 / P.94  
提供消費者安心、  
優質的服務

量身打造 7 大 CLUB 分眾服務  
貼近顧客需求

顧客整體滿意度達 90%  
近三年皆維持 9 成滿意度的優秀表現

購物旅程數位創新，2021 年底成長至  
90.6 萬會員，成長 49%

2021 年客訴事件下降 4%

遠東 SOGO 致力於提供豐富的商品，針對顧客量身打造七大 Club，滿足全客層購物需求。在全球化的消費市場中，遠東 SOGO 自詡為「商品安全的守護者」，嚴格把關產品透明度，以強化消費者信任。這兩年來疫情影響著我們的生活，更改變了消費型態，遠東 SOGO 始終將「提供消費者安心、優質的服務」擺在第一位，確保每位消費者來店購物的安心、安全。

### 對應 SDGs



### 回應永續議題

- 商品安全與透明
- 顧客關係與服務品質

### 重要利害關係人

- 顧客
- 同仁
- 承租廠商 (專櫃)



## · 特 輯 ·



### 提供消費者安心、優質的服務

疫情不只影響著我們的生活，更改變了日常的消費型態，新冠疫情在這兩年對零售服務業來說更是一場嚴峻考驗，而遠東 SOGO 始終將「提供消費者安心、優質的服務」擺在第一位。2021 年三級警戒的全民防疫期間，遠東 SOGO 除了強化百貨賣場之電梯、手扶梯、專櫃及公共區域的消毒安全，同時也加強員工、專櫃人員的健康自主管理，以最高規格的防疫規範要求自我，確保每位消費者來店購物的安心、安全。

防疫生活改變了消費模式，更促成了商業模式的推陳出新。其中，「零接觸外帶服務」更成為近兩年的消費主流趨勢，遠東 SOGO 整合電商平台與實體商場空間，在疫情期間推出全台百貨獨有的「美妝、美食快取站」創新服務，回應民眾的「安心購物」需求。美妝快取站由各大品牌輪流駐站，讓消費者不用進到店內即可取貨，還能同時進行專業諮詢，充分享受既安心又便利的購物體驗。



遠東 SOGO 將電商平台視為銷售場域的延伸，而「快取站」同時結合遠東 SOGO 在實體商場所奠定下的深厚基底，將細緻貼心「服務力」和新潮多元「商品力」，包裝在快取站的「便利性」中。而美妝快取站的經驗，遠東 SOGO 也將其延伸至「美食街」，在三級警戒禁止內用期間，讓消費者能夠在快取站買到人氣美食料理，提供消費者新型態的購物體驗，讓貼心服務更直接、更到位、更便利！

2021 年，遠東 SOGO 因線上整合線（Online Merge Offline）的多元創新服務，獲得由《網路溫度計》所主辦的年度網路口碑之星獎項肯定。在評選期間（2020/07/01~2021/06/30），遠東 SOGO 網路聲量共有 9,214 筆；Google Maps 的地點評論則有 10,486 筆，其中正面評論就占 84.34%，得見遠東 SOGO 於疫情下所推出的各項創新服務係深受消費者肯定。



遠東SOGO榮獲  
2021網路口碑之星—  
百貨商場領航創新獎



## 3.0 策略成果與規劃

重大性議題		商品安全與透明	顧客關係與服務品質
GRI主題準則		GRI 416：顧客健康與安全、GRI 417：行銷與標示	
管理方針	策略目的	為顧客把關，降低營運風險，塑造企業形象	提供滿意服務，營造顧客對遠東 SOGO 的品牌連結度
	管理方式與溝通機制	<p>【主責單位】 營運本部、勞安室、人力資源部</p> <p>【溝通方式】 不定期發布於朝會日報、eWork、ESG 官網、店內 LCD 液晶螢幕、員工布告欄</p>	
	評量機制	每年定期採檢週年慶禮贈品，與不定期採檢其他品項，於 ESG 官網公告	每月定期表揚優良服務之星，於朝會日報、員工布告欄公布
目標設定	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>餐飲專櫃食品良好衛生規範 (GHP) 驗證、飲用水質及冰塊檢驗通過率 100%</li> <li>確保福島商品之標示完整</li> <li>強化商品標示，提高顧客滿意度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加員工訓練，提高顧客讚揚件數</li> <li>強化永續作為之揭露，提供顧客滿意度</li> </ul>
	中長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高品質管理與採購部門成員參與培訓人次</li> <li>推動第三方認證的管理系統，納入風險危害控制，如導入 HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) 食品安全管制系統驗證</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>強化申訴管道的便捷度與暢通性，維護顧客權益</li> <li>透過服務優化，提高顧客忠誠度</li> </ul>

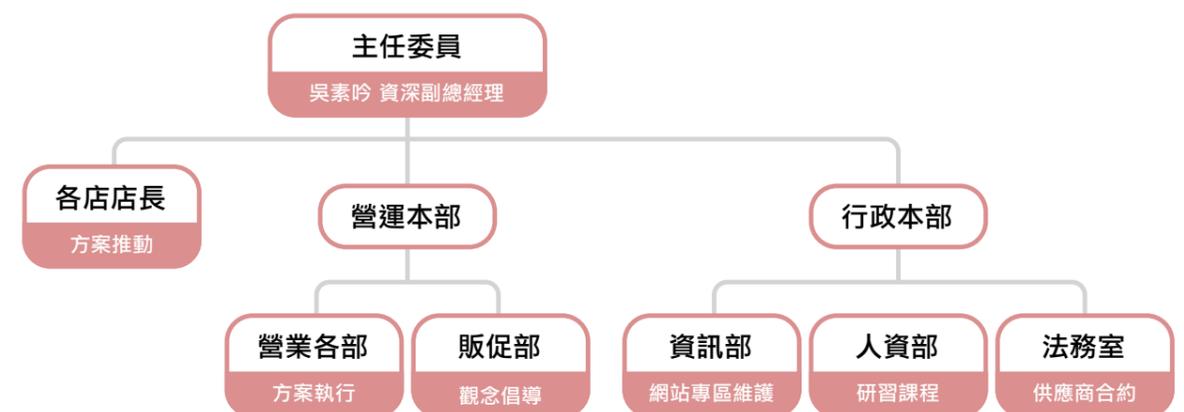
重大性議題	商品安全與透明	顧客關係與服務品質
年度亮點成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>輔導餐飲櫃位申請 GHP，全台餐廳共有 61% 通過認證，其他未完成認證者，多為疫情期間衛生局查核作業延後或新進櫃位</li> <li>全台餐飲櫃位共 98% 通過當地主管機關衛生局飲用水質及食用冰塊檢驗，其他未完成檢驗者為新進櫃位</li> <li>自 2022 年 4 月 1 日起開放之日本福島五縣市食品，均確保有州道府縣的清楚標示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022 年初起以七大 CLUB 分眾服務顧客</li> <li>購物旅程數位創新，2021 年底 SOGO APP 會員數成長至 90.6 萬會員，較 2020 年成長 49%。</li> <li>客訴事件較 2020 年下降 4%</li> <li>顧客整體滿意度達 9 成，近三年皆維持 9 成滿意度的優秀表現</li> <li>表揚 103 位優良服務之星，作為同仁服務的楷模</li> </ul>

## 3.1 商品安全管理

### 3.1.1 商品安全管理與架構

遠東 SOGO 於 2015 年成立「商品安全促進委員會」，為顧客把關上架販售之商品與餐飲專櫃，同時降低營運風險。委員會隸屬於「企業永續委員會」，層級高於行政部門與營運部門，由資深副總經理吳素吟擔任主任委員，成員由各店店長、相關營業單位、販促部、資訊部、人資部以及法務室共同組成，主要負責推動商品安全管理計畫之各項工作及教育訓練。

透過委員會運作，讓商品安全管理從「我（遠東 SOGO）」到「我們（利害關係人）」一起合作，包括與小農和社企合作辦理食安訓練及推廣，持續落實專櫃商品安全和食品衛生管理，以〈供應商企業社會責任條款〉約束廠商，歷年來，「商品安全促進委員會」已經推動了各項重要專案，確保顧客購物的安全，並希望藉此呼應聯合國 SDG 目標 12：責任生產與消費。





## 商品安全促進委員會推動重點專案

重點專案	專案內容	推動成效
<b>商品安全專案</b> 	<p>在全球化的消費市場中，產品透明度需經層層把關，以強化消費者信任。遠東SOGO全心投入企業永續，自2015年起攜手供應商，打造百貨界第一且唯一的「食安管理」典範。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>遠東SOGO被媒體封為「百貨永續模範生」</li> <li>推動認證機制： <ul style="list-style-type: none"> <li>輔導餐飲櫃位申請GHP，全台餐廳共有61%通過認證</li> <li>全台餐飲櫃位共98%通過當地主管機關衛生局「衛生局飲用水質及食用冰塊檢驗」</li> </ul> </li> </ol> <p>上述兩項未完成檢驗者為新進櫃位</p>
<b>餐飲安全網絡</b> 	<p>近年百貨業內餐飲業種所占業績比重日漸增加，但食安問題卻成為健康隱憂。遠東SOGO打造「餐飲安全網」，透過資訊透明化的「雲端食安網」、管理精實化的「內部管理網」、觀念普及化的「外部教育網」，積極對抗社會延燒多年的食安危機。</p>	<p>因應疫情連續兩年舉辦防疫餐競賽，發揮企業職能，將健康飲食概念推廣給利害關係人，並攜手餐飲專櫃推出防疫餐優勝料理，將成果分享給更多顧客。</p> <p>(相關說明請見第五章、社會影響力P.142)</p>
<b>遠東SOGO新食器時代</b> 	<p>隨著永續意識提升，消費者購買行為也逐漸轉變，不僅講究食材來源，更注重食器使用流程與回收處理機制。遠東SOGO推行此項專案，從內用不使用一次性與美耐皿餐具開始，逐步擴充至不免費提供免洗筷、塑膠湯匙、叉子等一次性餐具，藉以大幅減少廢棄物產生，並促進社會綠色生活。</p>	<p>至2020年起演進至5.0，領先所有百貨，輔導餐飲專櫃申請環保署「綠色餐廳」認證。截至2022年4月全台餐廳共有95%通過認證。上述兩項皆為截至2021年底之數據，未完成檢驗者為新進櫃位，預計2022年全數通過。</p> <p>(相關說明詳第二章、永續環境力P.68)</p>

## 針對利害關係人需求規劃「商品安全」行動方案

利害關係人	商品安全行動方案內容
<b>餐飲專櫃</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>建置商品安全專區</li> <li>輔導餐飲櫃位申請GHP</li> <li>輔導通過當地主管機關衛生局「衛生局飲用水質及食用冰塊檢驗」</li> <li>輔導通過綠色餐廳認證</li> </ul>
<b>顧客</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>自媒體推廣商品安全相關知識</li> <li>於店內餐飲專櫃消費享有保障</li> <li>推廣永續消費體驗</li> </ul>
<b>同仁</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>朝會日報、eWork、ESG快報知識內化</li> <li>講習與管理課程</li> <li>落實商品查核機制</li> </ul>
<b>供應商</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入供應商評鑑機制</li> <li>源頭管理（每月）</li> <li>自主衛生管理</li> <li>自主查驗（每季）</li> <li>資訊揭露（每天）</li> <li>申請評核（每年）</li> </ul>
<b>社會/社區</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>防疫餐競賽推廣健康飲食</li> </ul>
<b>一般民眾</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>自媒體推廣商品安全與永續消費新知</li> <li>推廣國際倡議</li> </ul>
<b>媒體監督企業與商家</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過〈SOGO Sustain·好物好選〉</li> <li>推廣永續消費理念</li> </ul>



### 3.1.2 商品管理機制

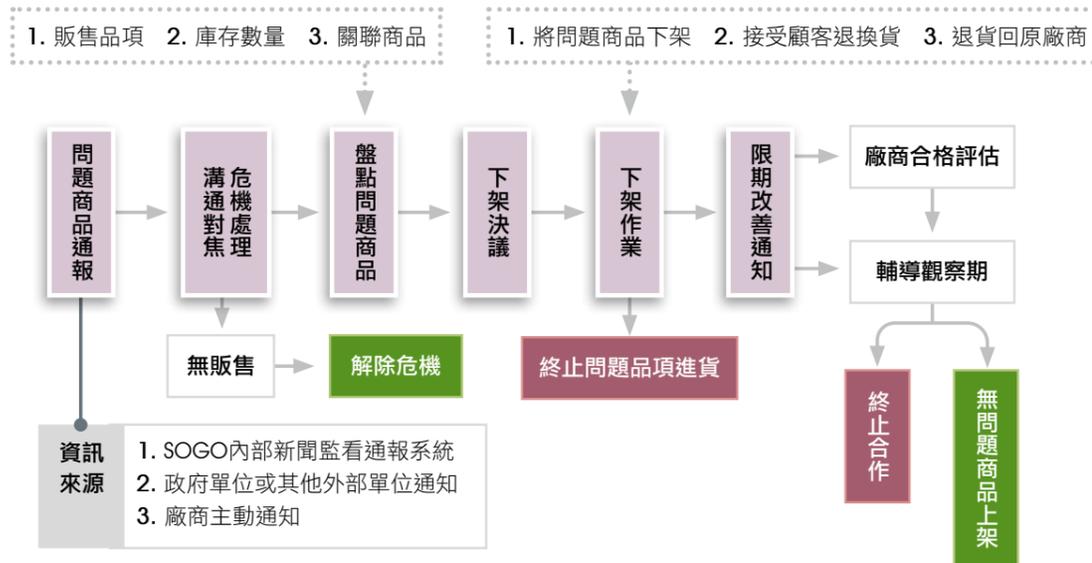
「商品安全性」與「服務高品質」是百貨零售業永續營運核心支柱。為不負消費者信賴，並使顧客更加安心購物，遠東SOGO擔負起商品把關之角色，除秉持永續採購原則，並於合約內明訂〈企業社會責任條款〉要求相關供應業者遵循外，更主動鎖定「商品標示」、「餐飲衛生」2大面向定期檢驗與優化。

面向	商品標示檢查	餐飲衛生檢查
內容	遠東SOGO自營超市每日針對商品標籤進行嚴格控管，於進貨時以批次為單位，100%落實檢核，確認商品標示之產地、價格及保存期限等資訊無誤，且與進貨單據核對，以層層關卡機制，確保上架商品標示之正確性	一向以提供優質服務自我要求，遠東SOGO對於餐廳、美食街製備餐食的衛生清潔管理，更是謹慎把關，避免食物汙染造成顧客身體不適。依循台北市衛生局〈餐飲業衛生管理自主檢查〉規範，每日進行5大類、72項自主檢查，每週更由遠東SOGO進行全面評核，讓衛生管理實踐於日常營運管理中，相關評核結果並會作為優良櫃位表揚依據
2021年成效	<p><b>(1)每日超市標籤查核</b> 補貨時，針對各走道商品進行數次標籤檢查，對產地、價格及保存期限查特別謹慎，輔以抽檢查核，確保商品標籤之正確性</p> <p><b>(2)嚴格要求福島五縣市產品商標清楚</b> 自2022年4月1日起開放之日本福島五縣市食品，均確保有州道府縣的清楚標示，以確保消費者的權益</p>	<p><b>(1)食品良好衛生規範(GHP)驗證</b> 輔導餐飲櫃位申請，全台餐廳共有61%通過認證，其他未完成認證者，多為疫情期間衛生局查核作業延後或新進櫃位</p> <p><b>(2)飲用水質及食用冰塊檢驗</b> 全台餐飲櫃位共98%通過當地主管機關衛生局檢驗，其他未完成檢驗者為新進櫃位。檢驗項目包含：大腸桿菌群、總落菌數、濁度、色度、硝酸鹽氮、亞硝酸鹽氮、PH值、生菌數等</p>

#### 問題商品下架流程

為了加強對問題商品的掌握，遠東SOGO在2016年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯各相關單位。當主管機關要求至遠東SOGO進行抽檢，或是由專人每日進行媒體新聞與政府資訊監測，以掌握最新動態，發現問題商品新聞時，立即啟動「問題商品風險監控程序」，由問題商品風險控管小組追蹤處理結果。

如未違反相關法規但為爭議性商品，遠東SOGO透過合約條款進行規範，視情節要求供應商配合預防性下架，並秉持顧客至上與誠信原則，提供退换货管道，保障顧客權益及健康。



#### 召回事件

2021的商品召回事件，皆於第一時間接獲通報後緊急下架，對於惡意業者暫停營業或停止合作；並配合退换货處理。以下事件，皆未對顧客產生身體健康重大之危害。

店別	廠商	品牌	商品名稱	召回原因	處理結果	發生日期
中壢店	展裕國際有限公司	樂扉	樂扉寶寶米餅	遭檢舉使用「非食用」級氮氣填充米餅，新北市衛生局偵察後證實	產品下架、業者暫停營業	2021 3/9
復興館	遠東都會股份有限公司	citysuper	青江白菜	衛生局公布復興館citysuper檢查出青江白菜有農藥殘留	該產品立即停賣，對於供貨商津華永久停止合作。並已要求所有菜商須每週提供農藥快篩結果，未來將以有機及產銷履歷為合作對象	2021 11月
復興館	香港商歌帝梵亞洲有限公司台灣分公司	Godiva	杯裝冰淇淋	接獲上游供應商通知，自法國進口之杯裝冰淇淋部份批號其中一項常用於冰淇淋製作原料「刺槐豆膠」有可能受到極微量「環氧乙烷」(ETO)的影響	為謹慎替消費者把關，將有可能受影響批號的產品主動下架及停售。退貨總金額為121,376元。	2021 12/8



## 3.2 顧客關係與服務

### 3.2.1 顧客關係管理

#### 服務體驗

遠東 SOGO 以業界「服務評價最好」為目標，視顧客如親，服務融合了日系百貨的細膩與台灣的友善溫暖，創造有溫度、有質感的服務。每天開門與閉店時，由值班主管與顧客服務人員（後稱顧服人員）以 45 度鞠躬之姿，向顧客道聲「歡迎光臨」、「謝謝您的惠顧」。

#### 顧客與電梯服務人員

遠東 SOGO 自 1987 年開幕以來，以獨立的顧服人員小組專門提供電梯服務，蔚為特色與傳統外，更已連續四年招募「電梯先生」加入服務團隊。在電梯空間中，至少 40 句的「電梯語錄」搭配輕柔語調、優雅的招牌手勢，周到的服務敬語接待每一位蒞臨的顧客。顧服人員以發自內心的熱忱、親切的微笑、豐富且周到的服務敬語接待每一位蒞臨的顧客，創造專業、有禮的服務價值。

遠東 SOGO 訓練專業的顧服人員，以嚴謹的服務訓練制度，打造優質服務團隊。針對顧服人員的訓練詳見 ESG 官網：<https://www.sogo.com.tw/5-1.php>



#### 服務台與貼心服務

服務台多設置於各店 1 樓（復興館設於 B2 捷運連通樓層），回應顧客所有疑難雜症諮詢，如品牌位置、活動資訊等。並提供各項貼心服務，如外幣兌換、娃娃車／代步車借用、郵票代售、遺失物／拾得物處理等，盡力協助顧客。疫情期間，服務台亦提供口罩等衛生用品，供需要的民眾使用。

#### 禮貌教育向下扎根

遠東 SOGO 顧服人員彬彬有禮的服務，受到許多人稱讚，為了讓學童透過活動體驗人與人的互動並以禮待人，各店不定期舉辦「小小顧服體驗營」，讓學童了解在服務顧客前有諸多準備工作，例如個人的服裝儀容、工作分配及應對禮儀等，並體驗如何與顧客應對、如何服務顧客。



#### 禮賓服務

遠東 SOGO 設有外商服務課，駐點於貴賓廳／卡友服務中心，服務項目包含卡務、禮券販售、退稅辦理等。服務人員必須要有財務專業知識及良好的外語能力，在服務過程做好國民外交。

遠東 SOGO 為感謝 VIP 顧客的支持與愛護，打造「VIP LOUNGE」供顧客在隱密的空間休息，提供書報閱讀、茶水點心、按摩椅、擦鞋機、iPad 借用等服務，並獨家提供飯店住宿與用餐、美容護膚、健身房等優惠。



#### 七大 CLUB 分眾服務貼近需求

為了提供顧客分眾化、更貼近實際需求的服務，整合過去的會員資料，針對顧客量身打造七大 Club，其中 Sports Club 為 2022 年初推出。

類別		起始時間	目前會員數 (截至2022年3月底)	優惠/服務項目
遠東 SOGO VIP	VVIP Club	2016年	1,315	同享VIP會員禮遇外，提供頂級會員尊榮服務，每年邀請會員參加逾60場藝術與精品鑑賞等特別體驗活動與購物服務
	VIP Club	2006年	8,710	會員享有21項禮遇與品酒會、手沖咖啡、品茗、花藝、美容保養等體驗活動，並透過VIP Lounge提供溫馨服務
Premium Club		2019年	22,747	使有潛力成為VIP的顧客有機會提前體驗VIP主顧客享有的禮遇
Wedding Club		2018年	391	全台百貨首創，集結近200個婚嫁相關品牌&異業結合，針對即將邁入人生另一階段的新人提供婚禮與新成家相關體驗、優惠與客製化服務



類別	起始時間	目前會員數 (截至2022年3月底)	優惠/服務項目
ThanQ Club	2000年	33,189	針對親子客群而成立，每月發送專屬優惠電子報、專屬活動行事曆及消費來店禮，會員可優先使用各店KIDS Lounge、參加「小小顧服體驗營」、「低碳教育小旅行」等體驗行程
Fresh Club	2019年	51,054	2019年新成立，會員享有入會禮、滿額及週三會員日點數加倍、每月30日可以Happy Go點數300點換超市購物金100元、商品特別優惠等，並定期邀請會員參加各式美食展、小農展
Beauty Club	2020年	90,550	於化妝品/香氛專櫃消費滿額即可加入，即享消費贈點、不定期可兌換新品試用、美妝小禮物，由於加入門檻低、優惠多，短短一年就累積大量會員
Sports Club	2022年3月 NEW	1,346	於忠孝館/復興館指定運動/高爾夫服飾用品品牌，當日單筆消費2,000元即可免費入會並永久享六大特別禮遇回饋！ <ul style="list-style-type: none"> <li>• 六大特別禮遇</li> </ul> 指定檔期點數雙倍送、點數再加碼運動購物金、不定期會員獨享特別活動、Happy Go Pay入會禮、點數加贈

### 串接購物旅程的數位創新

在人手一支手機的「滑經濟」當道時代，使用 APP 已是消費者生活中不可缺少的習慣，遠東 SOGO APP 的下載量自 2015 年起以倍數成長。2021 年因疫情警戒升溫，遠東 SOGO 鼓勵顧客使用 APP 零接觸的累點，強化 SOGO APP 使用率，透過 HAPPY GO 會員點數集點、停車折抵、電子折價券/抵用券/來店禮等電子禮物之兌換，及各店優惠訊息公告，增加顧客使用率。輔以 APP 數位贈獎活動，較 2020 年增加 56.74%，整體使得 SOGO APP 會員數至 2021 年底成長至 90.6 萬會員，較 2020 年成長 49%。



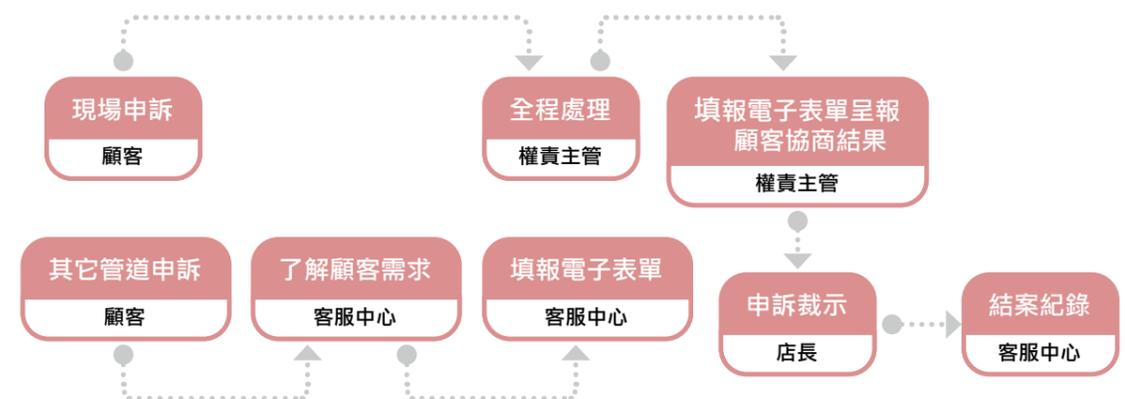
### 意見回饋管理

為強化管理與追蹤顧客意見，遠東 SOGO 訂有〈顧客意見回饋處理程序〉，俾利完善管理顧客回饋之意見。遠東 SOGO 建置有 e 化管理系統，由客服中心負責將所有意見回饋建檔，以追蹤後續結果，並改善服務品質。

### 顧客意見回饋管道



### 顧客意見回饋處理程序

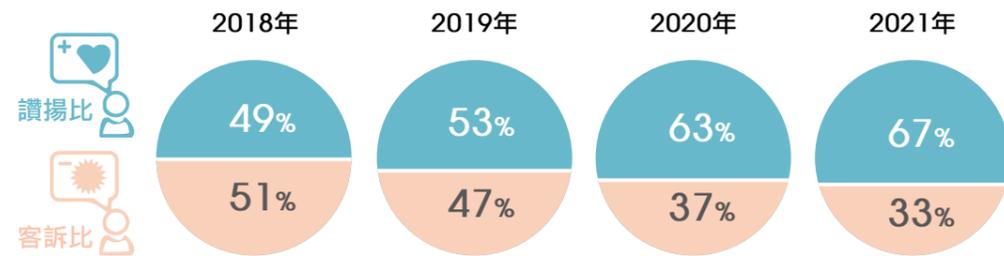


遠東 SOGO 秉持主動積極的服務熱忱，創造提升顧客幸福感的購物之旅，讓不少顧客感動而主動讚揚。2021 年共列案 338 件顧客意見，其中 226 件為讚揚事件（67%）為歷年新高，其他 112 件為客訴事件（33%）較 2020 年下降 4%。



遠東 SOGO 將顧客申訴意見視為調整服務流程之重要參考，每月檢核與調整。客訴事件中多數為服務流程的缺失，如未事先詢問累積點數的會員卡號等。未來將對服務流程持續宣導，並強化相關教育訓練。

## 歷年顧客意見回饋統計



## 顧客滿意度

遠東 SOGO 每年執行品牌暨企業社會責任效益與顧客認知印象調查，委託外部市調公司，以 HAPPY GO 會員為母體，抽樣 1,068 人，調查涵蓋品牌消費力、公共參與力、創新管理力及企業社會責任議題關注指標等四大構面，進行滿意度調查，以期達到「與時俱進、友善共好」的願景。

2021 年整體滿意度達 9 成，近三年皆維持 9 成滿意度的優秀表現，各面向的滿意程度皆維持一定水準。整體而言對遠東 SOGO 的商品感到信任、服務感到滿意的消費者超過 8 成，顯見近年在商品選品與服務品質上，皆有一定成效。

此外，達 87% 消費者下次購物時仍會選擇遠東 SOGO，與 2020 年持平。並有 75% 的人會推薦親友到遠東 SOGO 購物，顯示遠東 SOGO 的提供的服務切合顧客期待。在忠誠度方面，70.9% 的消費者自認是遠東 SOGO 的忠實顧客，與 2020 年持平。

## 顧客滿意度調查結果

	整體滿意度	品牌態度	忠誠度	未來購買意願
2021年	90.9%	85.8%	70.9%	87.7%
2020年	90.9%	86.6%	71.9%	87.8%
2019年	90.0%	87.9%	68.4%	88.8%
2018年	86.9%	84.6%	64.3%	85.5%

在單項調查中，顧客對於遠東 SOGO 服務、商品信任度、人員專業，皆有良好的滿意程度。而關於「不提供一次性餐具」及「提倡綠色消費」連續 2 年微幅下降，前者推測與防疫期間消費者較希望使用免洗餐具有關，後者將由專責單位強化宣傳力道。

## 顧客滿意度單項調查結果

	對服務感到滿意	對商品感到信任	對服務人員專業感到滿意	對使用環保再生材質感到滿意	對不提供一次性餐具(含內用與外帶)感到滿意	對提倡綠色消費感到滿意
2021年	87.5%	87.2%	85.7%	82.6%	80.7%	80.2%
2020年	89.0%	89.3%	85.3%	83.1%	83.0%	82.4%
2019年	88.0%	88.2%	85.3%	81.9%	84.3%	83.9%
2018年	84.2%	83.7%	80.5%	77.9%	N/A	77.2%

註：N/A代表該年度未進行此調查

## 商品安全認知度

遠東 SOGO 商品安全作為方面，八成消費者知道「餐廳/美食街，外帶餐飲不主動提供一次性餐具」，認知度最高，其次為「全國各分店餐廳/美食街，全面拒用美耐皿及一次性餐具」，有近七成表示知道。「公開商品檢驗報告」及「主動將商品送檢驗」也各有四成三的認知度。

次族群中，50 歲以上消費者對於外帶不主動提供餐具、禁用美耐皿及一次性餐具以及主動將商品送檢驗等措施均顯著比其他年齡層更加關注；相對來說，29 歲以下年輕族群對於各項商品安全作為則較不熟悉。

而在商品安全作為上，有 81.8% 表示滿意，但較 2020 年減少 2.2%。細項中主要是以「商品安全相關資訊的揭露」(78.8%) 的認同度相對偏低，其他項目則均有八成三以上的滿意度。未來將持續以公開透明之方式提供可靠的資訊，進一步提升消費者在商品安全方向的整體滿意度。

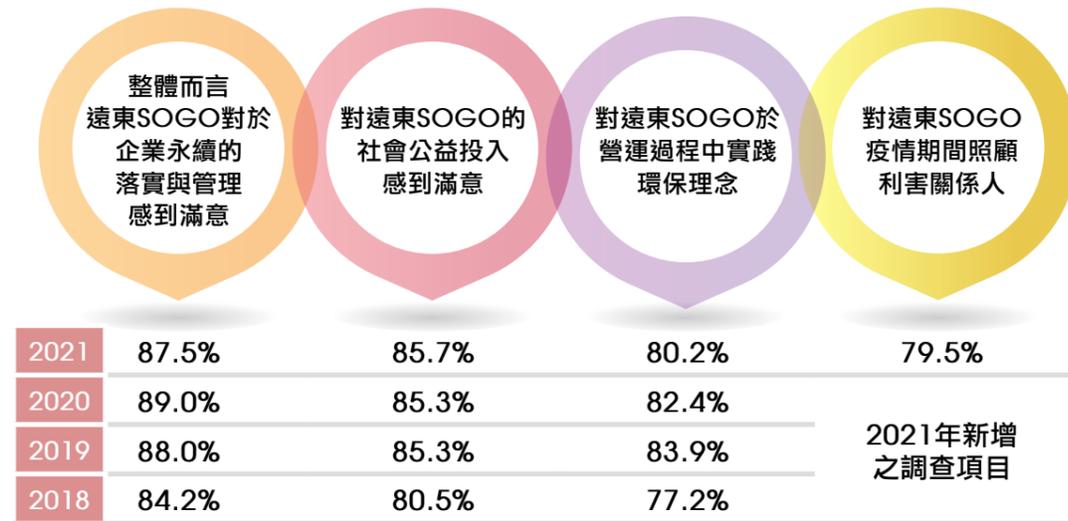
## 顧客永續認知調查

遠東 SOGO 將 2015 年訂定為「CSR 元年」，並呼應國際永續趨勢，以 2020 年為「永續元年」，近來在永續發展、企業社會責任的落實與表現上屢獲肯定。2020 年我們啟動了「願景工程」，以 ESG 三大構面推展未來營運方針，重塑企業願景。相關永續作為，也反映在顧客調查中。

在企業永續的管理作為上，77.9% 民眾對遠東 SOGO 表示滿意，相比上次調查小幅下滑。而「營運過程中實踐環保理念」以及「疫情期間照顧利害關係人」(79.5%) 是最獲消費者認同的項目，其他各項也均獲七成以上的肯定。各細項中主以「意見回饋機制」的滿意度上升幅度最大(74.3% vs.71.6)，相比之下，在「提供安全環境」(78.9% vs. 86.7%) 該項表現未能同上波調查出色，後續可再多與消費者勤加溝通。



## 企業永續作為滿意度



## 3.2.2 服務管理政策與檢核

### 服務管理

遠東 SOGO 全體同仁與專櫃夥伴皆須遵守服務座右銘「微笑、敏捷、活潑」，謹記遠東 SOGO「提供最親切的服務，以贏得顧客之信賴及滿足」之服務宗旨。

### 服務品質管理機制

階段	項目	內容
培訓	常訓	顧客與電梯服務人員訓練
	外訓	
	服務強化教育	
檢核	「我應該知道的」考試	確認同仁對賣場環境熟悉度，特別是櫃位、重要分機號碼（醫務室、中控、警備室）、急救設施等，保障顧客安全
	小組競賽	每2個月辦理小組競賽，設定不同主題抽測服務水準；未達合格分數者，必須持續抽測直至合格
管理	走動式管理	樓面管理人員巡檢專櫃廠商服務水準，提高一線服務人員的服務技能和服務意識
表揚	優良服務之星	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過《朝會日報》表揚每月優良服務之星，邀請其分享工作心得，發揮正向影響力，讓所有同仁學習與成長，2021年共表揚103位優良服務之星</li> <li>每月以海報張貼於公布欄</li> <li>由各店店長寄發致謝函給品牌廠商，感謝廠商派駐於遠東SOGO之服務人員具備優良的服務態度及專業能力</li> </ul>

## 2021 優良服務之星 (節錄 5月)



### NIKE專櫃 / 黃愷毓

忠孝館10樓

**感動的服務/** 顧客日前至台北忠孝館10樓NIKE專櫃購買鞋子，因顧客腳型關係，故一連試了約七雙鞋，試穿期間人員黃愷毓先生態度奇佳無比，完全無一絲不耐煩，且很客氣地持續幫顧客找尋適合的鞋款，最後順利地有找到適合又舒適的鞋子，讓顧客有一個很愉快的購物體驗！真的是一位專業又親切貼心的好服務人員，請給予鼓勵肯定並嘉許人員。  
**熱情地招呼顧客，親切的提供顧客諮詢，並關心顧客的需求且提供解決的建議，相信每一位同仁，都能在第一線為顧客提供最優質的服務。**

**黃愷毓的工作感言/** 用心幫忙客人找到喜歡的商品，看到客人滿意的樣子也會很有成就感。

**黃愷毓的小秘方/** 上班時間保持愉快心情，才可以把這種氣氛傳達給客人。



### MUJI無印良品專櫃 / 鄭笛安

中壢店3樓

**感動的服務/** 顧客日前至中壢店3樓MUJI無印良品專櫃購買洗面乳，看到櫃上服飾質感摸起來很舒服，人員鄭笛安小姐看到馬上親切及熱心過來招呼，並帶顧客前往更衣室試穿，顧客覺得人員服務態度非常親切熱忱，值得嘉許。

**傾聽、觀察並注意顧客的感受，了解顧客真正的需求，提供顧客發自內心地服務，創造業績達到雙贏。**

**鄭笛安的工作感言/** 盡心理解每一位客人的需求，為客人推薦適合的商品。

**鄭笛安的小秘方/** 希望客人來到這裡像回到家一樣舒適自在。



### 精光堂時計專櫃 / 莊湘怡

中壢店3樓

**感動的服務/** 顧客日前至中壢店3樓精光堂時計專櫃選購手錶，人員莊湘怡小姐服務態度親切，顧客花費很多時間考慮，人員服務態度完全沒有不耐煩，且還提供多款商品試戴，讓顧客感受到人員真誠的服務。提供顧客滿意的服務是我們追求的目標，請同仁們以此例為標竿，繼續以更熱忱更親切的服務態度，營造出更感動顧客的消費空間。

**莊湘怡的工作感言/** 保持著剛進來百貨初衷的熱忱，角色常想妳也是客人的立場。

**莊湘怡的小秘方/** 耐心不要怕客人試戴，客人考慮反問她的考慮點。



### Jo Malone專櫃 / 鍾金芷

新竹店1樓

**感動的服務/** 顧客至新竹店1樓Jo Malone專櫃，由鍾金芷小姐服務，顧客認為鍾金芷小姐非常熱情且專業地介紹適合顧客的產品，富有耐心地回答顧客的問題，值得給予公開讚揚。  
**「熱愛工作」就會「樂在其中」，樂在其中，才會營造出卓越服務的心情和行為。**

**鍾金芷的工作感言/** 用心對待顧客，顧客也感受到且給予正向回饋。

**鍾金芷的小秘方/** 用同理心對待每一位顧客。



### 席夢思專櫃 / 吳詩芸

新竹店6樓

**感動的服務/** 顧客至新竹店6樓席夢思專櫃已近打烊時間，人員吳詩芸小姐服務態度無不耐煩且親切有禮，依照顧客需求專業介紹適合商品以供參考，讓顧客覺得是愉快的購物。  
**以服務親切又熱忱的態度與顧客應對，提供顧客需要的服務，帶給顧客如同家人般愉快的購物享受，也為自己贏得好人氣。**

**吳詩芸的工作感言/** 客戶的支持是我前進的動力，真心的服務永遠是快樂的。

**吳詩芸的小秘方/** 聆聽客戶的需求，為客戶打造全新的夢想美眠。



## 3.3 商場安全維護

### 3.3.1 環境安全衛生管理

遠東 SOGO 重視安全衛生管理，定期巡檢環境，以保障顧客及工作者享有安全的購物環境。巡檢重點為環境衛生與日式管理的 5S：整理（SEIRI）、整頓（SEITON）、清掃（SEISO）、清潔（SEIKETSU）、素養（SHITSUKE）自主管理。每月由行政副總召開全台安全衛生會議，檢討巡檢發現之安全缺失。2021 年無安全違規事件。

遠東 SOGO 各據點均備有緊急發電機，在停電時可立即啟動備援電力，提供賣場空間內約 25% 之照明電力，以及電梯與樓梯間照明設備，使顧客在停電時間內行動安全無虞。此外，各據點皆有設置 AED（自動體外心臟電擊去顫器），另配合政府主管機關執行「法定傳染病防治專案」，建立衛生消毒自主管理，對內進行法定傳染病之預防及宣導，對外則會同政府衛生單位推動防疫，打造安全、安心的工作與購物環境。

#### 檢查項目

類別	執行項目	檢測頻率
友善設施	AED及各單位急救箱日常檢查、哺乳室清潔檢查、各樓層巡檢	每日
	貼心小站巡檢	每週
	賣場洗手設備及腸病毒防疫查核	每月
公安管理	逃生安全動線檢查、消防安全設備自主檢查	每日
	大型冷藏室安全開關檢查	每月
	賣場用電設備安全檢查	每月
	可燃性氣體檢查	每月
	倉庫安全檢查	每季
	倉庫整潔檢查、消防安全檢查、消防設備安全檢測申報	每半年
	室內空氣品質檢測	每2年
設備管理	建築物公共安全檢查簽證及申報	每年
	高壓變電站空調機房巡查	7次/日
	各項設備修護	每日
	用電安全自行檢查、各項設備檢測、空調設備濾網清洗	每月
	飲用水質檢測（依法規抽樣）	每季
機房作業環境噪音監測（自行執行）	作業前	

專業 (委外) 維護	病媒防治及消毒除害	每週
	電梯/電扶梯整體維護檢修	每月
	高壓電氣設備保養及檢測、飲用水蓄水池清洗、冷卻水塔清洗滅菌及檢測	每半年
	發電機維護檢修、高低壓盤紅外線攝影及高壓變壓器局部放電檢測、空調主機大保養（含熱顯像儀及震動儀檢測）	每年
	二氧化碳作業環境檢測	每半年

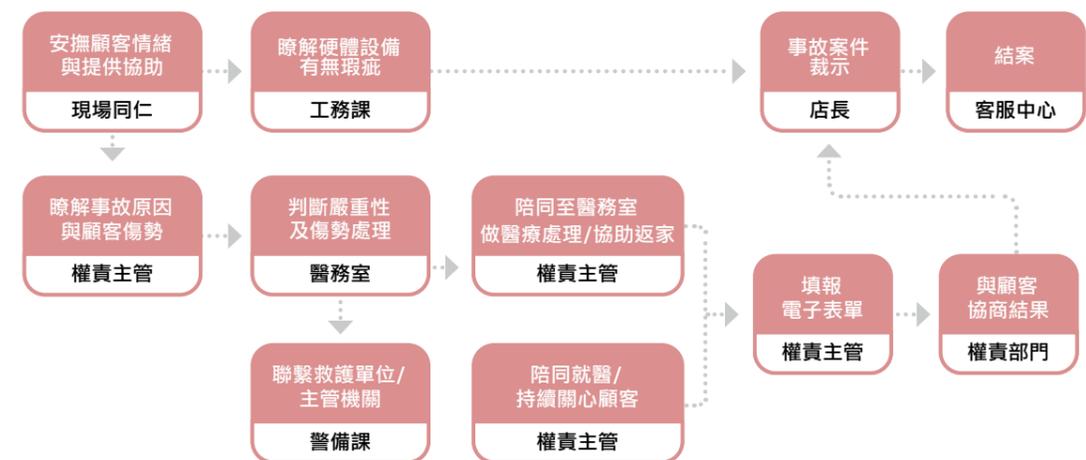
#### 顧客安全

為強化消防安全，每半年進行消防安全靜態及動態演練一次，確保全體同仁了解緊急應變程序，提供顧客最安全、最安心的消費環境。遠東 SOGO 全台各店均獲得衛福部「安心場所認證」；此外，台北店復興館與天母店，皆為「消防安全自主管理優良場所」；台北店三館（忠孝、復興、敦化）並與台北市大安區公所簽署合作防災備忘錄。

顧客安全是遠東 SOGO 極為重視的一環，同仁緊急應變處理亦為服務訓練之重點。若在賣場內發生意外事件，由現場同仁提供顧客所需之協助及安撫情緒，並立即通報權責主管。

通報程序啟動後，醫務室、警備課與工務課同步展開應變程序。所有顧客受傷案件皆須填報電子表單，由客服中心進行後續追蹤，且由各店店長確認事件處理完善後，始可完成結案。

#### 顧客受傷處理流程圖



遠東 SOGO 根據顧客受傷類型，進行後續檢討及改善作業，2021 年共發生 312 起顧客受傷至護理站尋求協助之事件，已全數結案，數量較前一年降低 26%。同仁第一時間協助顧客處理，並持續關心與提供相關協助。所有顧客受傷的案件皆會列案管理，確保處理完成。

遠東 SOGO 針對顧客容易跌倒、滑倒、撞傷之處，全面檢討改善，加裝保護措施，因此顧客受傷事件，已連續三年降低。

## 幸福職場力

Happy  
Workplace



### 特輯 / P.114

照顧疫外之才  
打造共好員宇宙

百貨首例，鼓勵施打疫苗，三劑施打完成

共可獲新台幣 **2,500** 元獎勵

連鎖百貨之冠，2022 年初平均加薪 **4%**  
公司盈餘和員工分享

首度推動 **EAPs** 員工協助方案  
共 **109** 人次接受諮詢

首度推動 **TTQS** 人才發展品質管理系統評核  
全台各店均通過，高雄店獲銅牌

連續 **9** 年獲臺北市勞動安全獎  
成效領先全台百貨

遠東 SOGO 在永續趨勢的推動下，以照顧員工、達到良好的選用育留出發，規畫出「內外兼備」的人才培力與員工照顧計畫案；以與國際接軌的職安衛水準提供良好的工作環境，訂定業界反應最迅速的防疫規範指引，推動零接觸服務，發放疫苗獎勵，照顧同仁的外在（身體）；並搭配完整的教育訓練，推廣員工協助方案，強化同仁的內在（專業能力與心理），並優化員工旅程，藉此解決服務業人才流動問題，並透過品牌願景工程的啟動，強化同仁對企業品牌的認知與認同。

#### 對應 SDGs



#### 回應永續議題

- 員工發展與薪酬福利
- 人才留任與發展
- 職場安全與健康

#### 重要利害關係人

- 同仁
- 承租廠商（專櫃）



## · 特 輯 ·



### 照顧疫外之才 打造共好員宇宙

對百貨零售業而言，優秀的人才才是高品質服務的重要基石。新冠疫情自 2019 年延燒至今已兩年有餘，多變的市場與政策環境，不時為企業營運發展帶來「意外」（疫外）挑戰。在此時的艱辛時刻，如何使員工（人才）安心、放心、舒心投入工作，即成為遠東 SOGO 的重要課題。

有鑑於 2003 年 SARS（嚴重急性呼吸系統綜合症）流行病症肆虐台灣期間，遠東 SOGO 即妥善建立針對流行性傳染疾病爆發的防範 SOP，期盼未來備而不用，面對突發事件時，皆能有最完善的準備。因此，自 2020 年初 COVID-19 流行期間，本公司第一時間成立「遠東 SOGO 百貨防疫指揮中心」，由總經理擔任總指揮，公告各部門防疫擔當責任事項，並滾動式調整優化防疫指引，截至 2021 年累計共有 25 項為百貨業量身訂製的規範。

因應疫情升溫，為使同仁「放心」，2021 年起本公司全面發放護目鏡，規定於營業時間配戴，避免飛沫噴濺。並於防疫期間推廣心理健康與居家健身運動，鼓勵同仁保有正面思考。駐診醫師、駐店護理師也定時提供健康諮詢。

另一方面，遠東 SOGO 2021 年 5 至 8 月營收受疫情三級警戒影響極大，累計全年業績 412 億元（IFRS），較 2020 年減少 1.53%。雖然百貨業受到疫情劇烈衝擊，然為使員工「安心」就業，遠東 SOGO 仍透過「薪資不減、福利不打折」原則發放年終獎金，並於 2022 年 1 月起全員平均調薪約 4% 以振奮員工士氣（個人實際調薪依 2019、2020、2021 三年度績效考核結果核定）。

為增加員工防疫的抵抗力，遠東 SOGO 是國內百貨第一個發放員工疫苗獎勵的公司。2021 年 7 月起，提出疫苗接種獎勵，截至 2021 年底，接種兩劑疫苗比率逾九成；每劑疫苗接種皆獲公司獎勵，完整接種三劑可獲得價值新台幣 2,500 元電子商品券。因體質、健康或其他因素不適合施打疫苗者，經提供大型或聯合醫療機構（不包含小型診所）之診斷證明，亦可發給價值新台幣 1,000 元電子商品券。

此外，針對同仁防疫期間的各項權益，亦是以健康為第一優先考量，包含提供有薪防疫假、婚假得延後申請等。三期警戒期間採 A、B 組分流上班，期間若同仁有健康與家庭考量，公司鼓勵申請特休假。



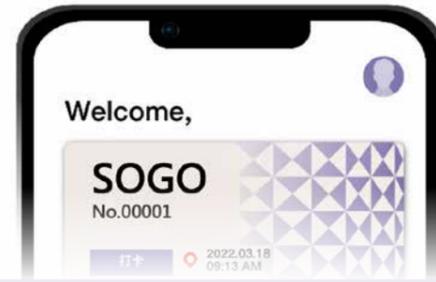
2021 年除基礎防疫規範外，亦推動下述行動方案，使同仁深植數位技能，並促進整體人才發展：

- 首度執行 EAPs 員工協助方案，從法務、稅務、居家修繕、職安健康、保險退休金等面向提供員工諮詢服務，2021 年共接受 109 人次諮詢。
- 推動 TTQS（人才發展品質管理系統），全店通過評鑑，其中高雄店首次參加便獲得銅牌獎。
- 首度推行員工 eWork APP，免去傳統打卡的缺點，輔以 APP 內建的多樣功能，優化員工體驗。
- 執行願景工程，進行行政效能優化、企業文化塑造。
- 推動 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，讓遠東 SOGO 的職安衛與國際接軌，2021 年已於忠孝館、復興館導入。
- 臺北市勞動安全獎連續 9 年獲獎，在職業安全衛生委員會推動下，近年全體工作者無發生法定重大職業災害，失能傷害嚴重率、失能傷害頻率統計皆低於業界，領先全台百貨零售業。

遠東 SOGO 以照顧員工、達到良好的選用育留出發，規畫出「內外兼備」的人才培力與員工照顧計畫案；以與國際接軌的職安衛水準提供良好的工作環境，訂定業界反應最迅速的防疫規範指引，推動零接觸服務，發放疫苗獎勵，照顧同仁的外在（身體）；並搭配完整的教育訓練，推廣員工協助方案，強化同仁的內（專業能力與心理），並優化員工旅程，藉此解決服務業人才流動問題，並透過品牌願景工程的啟動，強化同仁對企業品牌的認知與認同。藉此在疫情期間，疫無反顧，打造共好員宇宙。



# 4.0 策略成果與規劃



重大性議題	員工發展與薪酬福利	顧客關係與服務品質	顧客關係與服務品質
GRI主題準則	GRI 401：勞雇關係 GRI 402：勞/資關係 GRI 407：結社自由與團體協商	GRI 404：訓練與教育 GRI 405：員工多元化與平等機會	GRI 404：訓練與教育
策略目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>打造幸福職場，創造比同業更優的薪資與福利</li> <li>優化勞資關係</li> <li>塑造組織願景，結合組織目標與員工績效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>降低異動率，減少公司人員異動成本</li> <li>塑造公司良好文化氛圍</li> <li>滿足員工自我實現</li> <li>協助員工提升職場競爭力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>打造安心職場，維護員工身心健康</li> <li>於疫情期間守護員工與顧客健康</li> </ul>
管理方針	<p>【主責單位】</p> 人力資源部、勞安室、職工福利委員會	<p>【溝通方式】</p> 內部網站、佈告欄公告、員工意見箱、書面信函、說明會、行政通報、朝會日報、員工APP訊息公告、各階級或各店Line群組、勞資會議、申訴電子信箱、ESG網站員工意見信箱	
評量機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工流動率</li> <li>員工滿意度</li> <li>人力銀行的同業薪資比較</li> <li>EAPs參與人數</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工滿意度</li> <li>離職原因分析</li> <li>課程意見回饋</li> <li>「人才發展品質管理系統」(Talent Quality-management System, 簡稱TTQS) 評核</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工滿意度</li> <li>健康檢查意見調查</li> <li>失能嚴重傷害率</li> <li>失能嚴重傷害頻率</li> <li>危害鑑別與風險評估</li> </ul>
管理方針	每年以員工滿意度、申訴內容，調整策略		

重大性議題	員工發展與薪酬福利	顧客關係與服務品質	顧客關係與服務品質
目標設定	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工整體滿意度8成以上</li> <li>鼓勵同仁參加志工活動，且不侷限於公司舉辦</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>根據TTQS評核成果進行改善</li> <li>各店導入ISO 45001</li> <li>設定「身心健康風險管理指標」、「疾病風險管理指標」</li> </ul>
	中長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期檢視獎勵制度保持薪資市場競爭力</li> <li>建構學習地圖強化員工職涯發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平均每年每人教育訓練達20小時以上</li> <li>全台各店獲TTQS銅牌以上</li> <li>推動健康管理運動</li> <li>零職災</li> </ul>
年度亮點成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>百貨首例，鼓勵施打疫苗，三劑施打完成共可獲新台幣2,500元獎勵</li> <li>連鎖百貨之冠，2022年初平均加薪4%，公司盈餘和員工分享</li> <li>因應疫情分流，優化員工旅程，推出SOGO eWork APP，作業更有效率</li> <li>首度推動EAPs員工協助方案，共109人次接受諮詢</li> <li>首度推動TTQS人才發展品質管理系統評核，全台各店均通過，高雄店獲銅牌</li> <li>連續9年獲臺北市勞動安全獎，成效領先全台百貨</li> <li>80%員工完成線上性平教育課程</li> </ul>		

## 4.1 員工輪廓

### 4.1.1 員工組成與分布

遠東SOGO本著唯才適用精神，對聘任同仁一視同仁，不因種族、性別、宗教信仰、國籍、社會背景或身心障礙等因素而有差別待遇或歧視，恪遵勞基法規定，從未雇用童工。2021年未曾發生雇用童工或違反人權或歧視之員工事件。

於員工組成面向，截至2021年底，遠東SOGO在台灣的全體同仁為1,371人（正職人員1,355人、約聘2人、計時14人），其中以女性同仁為多數，占全公司總人數68.20%。基於百貨業特性，遠東SOGO以女性同仁居多，也因此針對女性同仁，提出相關福利措施，包含依據性別工作平等法與勞基法保障、育兒減少工時假、哺乳室、生產慶金；針對懷孕同仁會適度調整輪調職務；夜間工作亦提供車費補助。

同仁年齡以31-50歲為最主要之族群，占全公司人數53.46%。近三年人力組成穩定，性別與年齡組成類別之比例差異皆小於3%。2021年雖受疫情影響，遠東SOGO全年不僅未減薪，獎金亦照常發放，保障全體同仁福利與工作權，聘用人數較前一年減少約1.86%。



2021年中高階主管男女任用比例相當，女性中高階主管人數約比男性多0.7%。而依據同仁在公司登錄之戶籍地址統計，2021年總計有75.64%之同仁為各據點所在城市之居民（台北地區包含台北市、新北市與基隆市），其中高階主管聘用在地居民之比例78%，與歷年約略相等。

類別	組別	女性		男性		合計
		人數	佔比	人數	佔比	
職級	高階主管	10	0.73%	13	0.95%	23
	中階主管	93	6.78%	83	6.05%	176
	專業人員	832	60.69%	340	24.8%	1,172
年齡	30歲以下	309	22.54%	109	7.95%	418
	31-50歲	479	34.94%	254	18.53%	733
	51歲以上	147	10.72%	73	5.32%	220
店別 (單位：人)	總公司	122	8.9%	65	4.74%	187
	台北店	409	29.83%	197	14.37%	606
	天母店	94	6.86%	39	2.84%	133
	中壢店	127	9.26%	53	3.87%	180
	新竹店	114	8.32%	58	4.23%	172
	高雄店	69	5.03%	24	1.75%	93
	全台總人數	935	68.2%	426	31.8%	1371
勞動契約	正職	922	67.25%	429	31.29%	1351
	非正職-約聘	0	0	3	0.22%	3
	非正職-計時	13	0.95%	4	0.29%	17
學歷	博士	0	0%	1	0.07%	1
	碩士	23	1.68%	26	1.9%	49
	大學	532	38.8%	252	18.38%	784
	專科	128	9.34%	72	5.25%	200
	高中職以下	252	18.38%	85	6.2%	337

註1：本表係以2021年12月31日正職與非正職員工人數作為統計標準。

註2：「高階主管」係指協理階以上主管；「中階主管」係指經/副理及課階主管。

註3：「非正職-約聘」包含：派遣人員、定期契約人員等。

註4：「非正職-計時」包含：計時人員、工讀生等以小時計算工資者。

註5：佔比=該類別人數/當年度12月底全體同仁總數

註6：雇用人數無任何重大變化



## 4.1.2 員工流動

### 人員流動



遠東SOGO透過網路人力銀行、校園徵才、就業博覽會、產學合作（企業實習）及獵才公司等多元管道進行人才招聘；為提供在職同仁之多元職涯發展機會，也同步於公司內部公布職缺，讓有興趣同仁投遞履歷。2021年新進同仁共125人，新進率9.12%；離職同仁共219人，離職率為15.97%。

此外，2021年高雄營業據點因應市場環境與消費者習慣改變，而進行業務調整和轉型，並啟動新計畫。為此，2022年初依勞基法規定程序，精簡28名員工，資遣條件優於勞基法相關規定，類似人力精簡於零售業界不乏先例。

### 2021新進與離職同仁結構表

單位：人數

類別	組別	新進同仁		離職同仁	
		女性	男性	女性	男性
年齡	30歲以下	89	16	128	42
	30~50歲	8	10	26	14
	50歲以上	1	1	7	2
	合計	98	27	161	58
新進與離職比例(%)		7.15%	1.97%	11.74%	4.23%

註1：新進率=新進人員數/當年度12月底全體同仁總數

註2：離職率=離職人員數/當年度12月底全體同仁總數

註3：2021年12月底全體同仁為1,371人

### 離職原因調查與統計

針對人員流動，遠東SOGO也調查離職原因，進一步啟動因應措施。如增加訓練課程、強化主管人員的管理能力，以降低工作環境適應問題、提高新進人員薪資水準，達到留才效果；加強建教合作機制，讓人才培育向下扎根。

2021年離職率略15.97%與2020年約略相等，離職原因最大宗為同仁個人生涯規畫轉換跑道最高，其次為工作不適應、合約期滿等因素。此外，同仁離職原因另包含健康因素、家庭因素、退休等。而離職人數中30歲以下者約占77%，與疫情升溫，零售與餐飲服務業曝險有關，進而轉換跑道。



退離原因	人數	退離原因	人數
工作適應	34	勤務配班	1
升學	2	試用不合格	2
合約期滿	14	資遣	2
家庭因素	24	薪資	4
退休	4	轉換跑道	111
健康狀況	15	其他	4
死亡	2		
		<b>總計</b>	<b>219</b>

## 4.2 薪酬福利

### 4.2.1 薪酬制度

遠東SOGO規劃公平、合理、具競爭性的薪酬制度，不受性別、年齡、種族等因素影響，由人力資源部與顧問公司合作進行薪酬分析，並與百貨同業交流薪酬福利市場水平制訂。經營管理委員會每年參考同業薪資結構、公務人員年度調幅、物價指數等因素，並依同仁專業能力、工作表現、績效成績做適當之評核後予以調薪。



### 全方位薪酬制度。經濟類 非經濟類

- 固定薪資—優於同業
- 變動獎金—經濟成長與同仁共享
- 員工福利—不受疫情影響
- 人才培育—打造勞資雙贏
- 工作環境—接軌國際的職安衛
- 願景工程—成為零售標竿企業



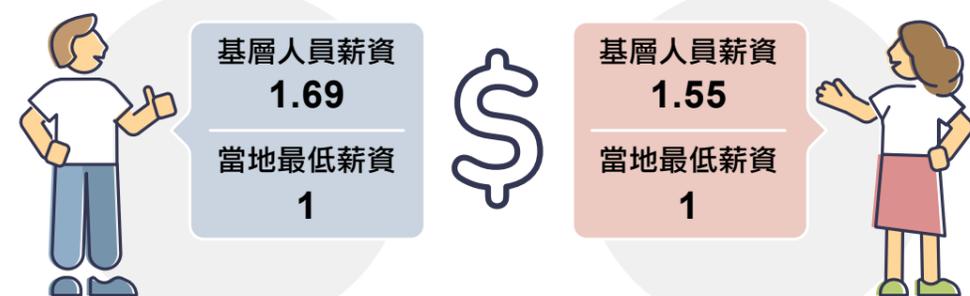
根據主計處於2021年發布之「批發及零售業」每人每月經常性薪資為新台幣43,246元，同年遠東SOGO員工平均薪資為新台幣45,269元，超前同業約4.67%。

	2018	2019	2020	2021
非擔任主管職務之全時員工人數	1,297	1,247	1,172	1,173
非主管全時員工薪資平均數(千元/人)	531	528	544	555
非主管全時員工薪資中位數(千元/人)	529	539	555	556

註：薪資為總薪酬(固定薪酬+變動薪酬)

學歷	遠東SOGO給付最低薪資	2021年法定最低薪資	核薪標準優率
大學畢業生	新台幣31,400元	新台幣24,000元	30.83%
高中職	新台幣26,300元		

### 基層人員薪資與當地最低薪資比



遠東SOGO規劃兩性公平的升遷與薪酬制度，中高階主管的男女比例逐漸接近，2021年高階主管女性占比43.48%，雖低於2020年的47.62%，但與2020年人數持平；且高階主管的性別平均薪資差距，為近六年最小。中階主管女性占比52.84%，與2020年的53.59%幾乎持平。



## 歷年各職級平均薪資比較

年份	2018		2019		2020		2021	
	女	男	女	男	女	男	女	男
高階主管	1	1.15	1	1.18	1	1.29	1	1.13
中階主管	1	0.98	1	0.96	1	0.98	1	1.04
專業人員	1	1.06	1	1.07	1	1.07	1	1.09

註：薪資為總薪酬（固定薪酬+變動薪酬）

遠東SOGO於2019年前，連年調薪，每次平均調幅約3-5%。唯2020年受COVID-19疫情影響並未調薪。遠東SOGO於2021年5至8月受新冠肺炎影響甚鉅，累計全年業績新台幣412億元，較2020年減少1.53%。雖業績略微下滑，但初估獲利微增，依舊核發員工年終獎金，並於2022年1月起全員加薪約4%以振奮員工士氣。

## 4.2.2 員工福利

### 福利措施

近兩年全球受到COVID-19影響，但遠東SOGO以多面向的福利措施，給予同仁友善與貼心的照顧，包含各類獎金、福利津貼、補助等。其中同仁滿意度高的員工旅遊補助，雖受疫情影響，無法成團，但遠東SOGO職福會改以禮券、餐券方式發放，讓相關福利措施在疫情緊縮下仍不縮水。此外，2021年雖持續受疫情影響停辦春酒，為慰勞員工之辛勞，仍發放聚餐補助及職工福利獎項。

在福利方面，非由遠東SOGO直接聘雇的專櫃人員，亦可享有大部分正職同仁的福利措施，包含優惠方案健檢、駐診醫師諮詢，另外為避免長期站立造成身體傷害，實施一櫃一座椅政策。



福利項目	遠東SOGO福利措施說明
獎金發放	年終獎金、紅利獎金、週年慶獎金、特別績效獎金、餘絀代金
福利津貼	三節/生日/結婚/生育慶金、子女獎助學金、通話費補助、油資補助
娛樂補助	國內外旅遊補助（最高新台幣18,000元）、社團經費補助（每年新台幣32,000元）、員工聚餐補助 * 2021年旅遊補助以禮券/餐券代金發放
急難救助與撫卹	住院慰問金、急難救助金、弔金
休假制度	法定休假、生日假、彈性工時、公益假（2021年「志工假」改制為「公益假」）
保險與健康	勞保、健保、團保、母性保護措施、每年員工健康檢查、推動EAPs、住院慰問金、重大疾病慰問金
便利設施	員工餐廳、停車位、育嬰室、醫護室
退休福利	依勞退新舊制提撥退休金、退休同仁餐敘補助金（最高新台幣7,000元）、開放退休同仁報名員工旅遊等活動
優惠項目	員購優惠、關係企業員工優惠、特約商店優惠
疫苗獎勵	完整接種三劑可獲得新台幣2,500元獎勵

### 員工生育補助

為鼓勵生產，及讓生產婦女減少後顧之憂，遠東SOGO提供生產婦女同仁新台幣5,000元的津貼，高於104對各企業的調查PR75%（新台幣4,000元）。

津貼項目	SOGO百貨		人力銀行對各企業調查數據			
	公司	職福會	平均金額	企業發放比例	PR75%	PR25%
生產	3,000	2,000	3,731	73%	4,000	2,000



由於百貨業特性，遠東SOGO以女性同人居多，也因此針對女性同仁，提出相關福利措施，包含依據性別工作平等法與勞基法保障、育兒減少工時假、哺乳室、生產慶金；針對懷孕同仁會適度調整輪調職務；夜間工作亦提供車費補助。

全台各店營運據點均設有哺/集乳室，2021年總公司之台北辦公室已完成哺乳室的設置，讓全體女性同仁有需求的話，都能就近使用哺乳室。

### 營運據點哺乳室設置位置

總公司	忠孝館	復興館	敦化館	天母店	中壢店	新竹店	高雄店
芙蓉大樓	5F	4F	2F	3F	6F	5F	6F



### 育嬰假留職停薪

近年申請育嬰留停之同仁主要為女性，2021年有14位女性同仁申請。2021年育嬰留職停薪復職率為57.14%，復職週年留任率為64.29%。

### 育嬰留停生產率

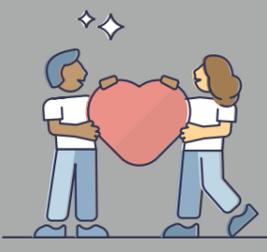
項目	2018		2019		2020		2021	
	女	男	女	男	女	男	女	男
享有育嬰留停資格人數(A)	98	37	84	29	69	23	32	13
申請育嬰留停人數(B)	22	0	14	0	14	1	14	0
預定該年度復職人數(C)	29	0	17	0	20	1	14	0
實際復職人數(D)	24	0	15	0	14	0	8	0
復職後12個月仍在職人數(E)	16	1	16	0	9	-	9	-
育嬰留停申請率(B)/(A)	22.45%	0	16.67%	0	20.29%	4.35%	43.75%	0
留職期滿復職率(D)/(C)	82.76%	N/A	88.24%	N/A	70.00%	0	57.14%	0
復職週年留任率(E)/前一年(D)	57.14%	100.0%	66.67%	N/A	60.00%	N/A	64.29%	0

註：申請育嬰假資格為育有三歲以下幼兒之同仁

### 4.2.3 職場權益

遠東SOGO以多元管道與同仁溝通，期望建立良善的勞資互動關係，透過內部網站、佈告欄公告、員工意見箱、書面信函、說明會、行政通報、朝會日報等多元溝通機制暢通，強化勞資雙方之溝通，稽核室亦設有申訴電子信箱，ESG網站亦設有員工意見信箱，提供保密且安全之申訴機制。

若營運遇重大變化，影響擴及同仁時，遵循勞基法規定之最短預告期告知同仁相關資訊，以保障其權益。遠東SOGO為落實性別平等精神，訂有《性騷擾防治辦法》公告於內部網站，各店亦張貼性騷擾防治海報，公告通報信箱與電話，以維護當事人隱私進行處理，2021年無相關案件發生。

權責部門	溝通管道與頻率	
人力資源部 職福會 	內部EHR網站、EIP網站、ESG網站	即時
	同仁意見箱	即時
	朝會日報	每天
	勞資會議	每季
	同仁滿意度調查、同仁永續認知調查	每年
	制度修改說明會	不定期

遠東SOGO每季定期舉辦勞資會議，由勞資雙方協商關於勞方權益事項，全台各據點勞方代表共25人，約占全公司人數1.82%。台北店三館和天母店共同舉行，新竹店、中壢店及高雄店則分別舉行，2021年共舉行14場勞資會議。

會議中報告公司內部重要活動，如員工旅遊、員工健檢、人事異動、販促活動等，同時揭露各項獎金發放情形、員工健檢異常項目分析報告、工作環境安全等，並歡迎同仁提出建議於會議中討論。

店別	2021勞資會議日期
總公司、忠孝館 復興館、天母店	3/30、9/30、12/23，6月份因疫情三級警戒暫停一次
中壢店	3/8、9/13、12/20，6月份因疫情三級警戒暫停一次
新竹店	3/26、6/24、9/24、12/24，6月份因疫情三級警戒採視訊進行
高雄店	3/26、6/23、9/25、12/21，6月份因疫情三級警戒採視訊進行



## I 同仁工作滿意度

為了解員工對於各項制度、措施、福利滿意度，與對公司政策瞭解程度，遠東SOGO自2016-2019年，皆委託學術單位，進行員工滿意度暨永續認知調查。

2020年為期5年的「願景工程」專案負責啟動員工意見調查，委託顧問公司進行員工各大面向評分，同時蒐錄「員工淨推薦值（Employee Net Promoter Score, eNPS）」，了解同仁於遠東SOGO就業概況。經調查後eNPS結果顯示為負數，且相關數值偏低，仍有大幅成長空間。有鑑於此，遠東SOGO提出「員工體驗優化」與「EAPs員工協助方案」兩個改革面向。

方案	目的	2021成效	未來目標
員工體驗優化	過去遠東SOGO針對同仁的調查，僅以簡單的問題詢問，並未深入做質化分析。自2020年起執行訪談，收錄基層同仁真實心聲與憂心。未來將開發專屬的員工APP，活化組織氣氛。	<p>開發專屬的員工APP，活化組織氣氛，與員工共同邁入企業資訊數位化新紀元。開發過程也同步進行訪談員工的測試與回饋，以更符合操作實用性。</p> <p>員工專屬APP (SOGO eWork) 已於2021年底進行測試，並於2022年1月1日正式啟用。不用侷限在辦公室操作電腦，線上就可進行各項公告與朝報訊息查詢、場地預借，提升同仁的工作時效性與便利性。</p> <p>第一版功能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.員工打卡：使用手機進入APP，就能輕鬆打卡，省去找卡片的不便</li> <li>2.訊息通知：朝會日報公告、公司公告事項、調查</li> <li>3.會議預約：能預約全台各店一個月內的會議地點</li> <li>4.通訊錄：能快速查出全台各店主管同仁的聯繫方式，俾利即時溝通</li> </ol>	<p>下一階段即將在2022年完成上線，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 新人專區－入職手續線上化、新人手冊、上必修課程、新進同仁PAIR負責人輔導工具</li> <li>• 在職人員－課程線上簽到與課後問卷、員工福利專區</li> <li>• 離職人員－離職手續線上化</li> </ul>
EAPs員工協助	針對員工在職場的身心適應提供協助措施，包含提供法律、財務、居家修繕等諮詢服務，所有有需求的同仁皆可提出申請	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 全台各店百貨內皆設有哺乳室，針對非位於營業場所的總公司辦公樓層，首度設置哺乳室與諮商室</li> <li>2. 提供員工法律諮詢、財務諮詢、稅務諮詢、居家修繕、職安/健康諮詢、保險/退休金諮詢。2021年共有109人次接受EAPs協助</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2022年將持續增加不同主題講（例如職場與家庭關懷面）以幫助同仁更多需求</li> <li>2. 持續宣導內部各領域諮商窗口以服務更多同仁</li> </ol>



## 2021年EAPs員工協助方案推動項目

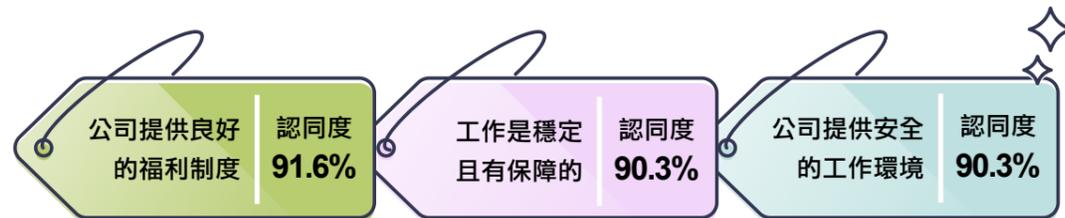
項目	2021年成效																												
性別平等	<p>全台各店百貨店內皆設有哺乳室，針對非位於營業場所的總公司辦公樓層，首度設置哺乳室與諮商室。</p>																												
多元溝通	<p>共109人次接受EAPs協助。相關諮詢需求最高者為77%健康諮詢，其次為12%法務諮詢</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>諮詢內容</th> <th>單位</th> <th>聯絡窗口</th> <th>諮詢人次</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>法律諮詢</td> <td>法務室</td> <td>陳威韶 副理</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>財務諮詢</td> <td>財務課</td> <td>連莉玲 課長</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>稅務諮詢</td> <td>帳務課</td> <td>孫燕秋 課長</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>居家修繕</td> <td>工務部</td> <td>陳文彬 副理</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>職安、健康諮詢</td> <td>勞安室</td> <td>吳凱達 資深專員</td> <td>84</td> </tr> <tr> <td>保險、退休金諮詢</td> <td>人事課</td> <td>林玠好 專員</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>3月起公告可提供諮詢的窗口，接受諮詢的領域包括：法律諮詢、財務諮詢、稅務諮詢、居家修繕、職安/健康諮詢、保險/退休金諮詢</p>	諮詢內容	單位	聯絡窗口	諮詢人次	法律諮詢	法務室	陳威韶 副理	13	財務諮詢	財務課	連莉玲 課長	6	稅務諮詢	帳務課	孫燕秋 課長	0	居家修繕	工務部	陳文彬 副理	1	職安、健康諮詢	勞安室	吳凱達 資深專員	84	保險、退休金諮詢	人事課	林玠好 專員	5
諮詢內容	單位	聯絡窗口	諮詢人次																										
法律諮詢	法務室	陳威韶 副理	13																										
財務諮詢	財務課	連莉玲 課長	6																										
稅務諮詢	帳務課	孫燕秋 課長	0																										
居家修繕	工務部	陳文彬 副理	1																										
職安、健康諮詢	勞安室	吳凱達 資深專員	84																										
保險、退休金諮詢	人事課	林玠好 專員	5																										
教育訓練	<p>共開辦13場，計有403人次參與</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>各季主題</th> <th>總公司、台北三店、中壢店、新竹店、高雄店</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第一季</td> <td>健康職場：(29人) 醫師面對面-心理衛生相關知識 健康職場：(22人) 高效運動、傷害OUT</td> </tr> <tr> <td>第二季</td> <td>健康職場：(34人) 遠離代謝症候群 健康職場：(18人) 從飲食打造健康身體</td> </tr> <tr> <td>第三季</td> <td>關懷職場：(75人) 跨世代員工的管理與關懷 家庭關懷：(8人) 一起成為教養達人 健康職場：(19人) 精油芳香舒壓</td> </tr> <tr> <td>第四季</td> <td>理財職場：(28人) 投資理財工具報你知 健康職場：(30人) 香氛減壓療癒法 關懷職場：(20人) 為情緒找出口-職場EQ管理 法律知識：(45人) 認識消費者保護法 關懷職場：(46人) 職場情緒壓力釋放 理財職場：(19人) 聰明理財，智慧人生</td> </tr> </tbody> </table> <p>舉辦相關主題課程或講座，讓同仁瞭解EAPs概念與提供不同資源與協助</p>	各季主題	總公司、台北三店、中壢店、新竹店、高雄店	第一季	健康職場：(29人) 醫師面對面-心理衛生相關知識 健康職場：(22人) 高效運動、傷害OUT	第二季	健康職場：(34人) 遠離代謝症候群 健康職場：(18人) 從飲食打造健康身體	第三季	關懷職場：(75人) 跨世代員工的管理與關懷 家庭關懷：(8人) 一起成為教養達人 健康職場：(19人) 精油芳香舒壓	第四季	理財職場：(28人) 投資理財工具報你知 健康職場：(30人) 香氛減壓療癒法 關懷職場：(20人) 為情緒找出口-職場EQ管理 法律知識：(45人) 認識消費者保護法 關懷職場：(46人) 職場情緒壓力釋放 理財職場：(19人) 聰明理財，智慧人生																		
各季主題	總公司、台北三店、中壢店、新竹店、高雄店																												
第一季	健康職場：(29人) 醫師面對面-心理衛生相關知識 健康職場：(22人) 高效運動、傷害OUT																												
第二季	健康職場：(34人) 遠離代謝症候群 健康職場：(18人) 從飲食打造健康身體																												
第三季	關懷職場：(75人) 跨世代員工的管理與關懷 家庭關懷：(8人) 一起成為教養達人 健康職場：(19人) 精油芳香舒壓																												
第四季	理財職場：(28人) 投資理財工具報你知 健康職場：(30人) 香氛減壓療癒法 關懷職場：(20人) 為情緒找出口-職場EQ管理 法律知識：(45人) 認識消費者保護法 關懷職場：(46人) 職場情緒壓力釋放 理財職場：(19人) 聰明理財，智慧人生																												



2021的員工滿意度暨永續認知調查，則於2022年初委託專業顧問執行。共計回收1,282份問卷，回收率93.5%。

針對員工滿意度暨永續認知調查，乃區分為「重要度」與「滿意度」兩層次進行調查統計。「重要度」旨在了解員工對於公司在各項政策與營運計畫上之重視程度，藉以了解同仁所在意的政策項目之優先順位；「滿意度」則針對同仁對於去年度公司已執行的各項政策之認同與好感，藉此掌握公司未來須加強的面向。

72.2%同仁對各項工作條件滿意度給予肯定，其中以下題目是重要度九成五以上，且滿意度逾九成工作條件，係員工相當重視且滿意公司現況的工作條件。

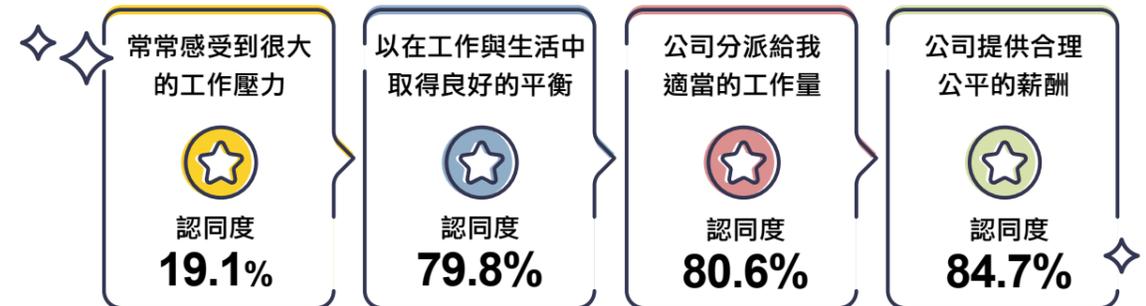


而留職傾向評價為68.2%，且近三成為維持正面態度的無離職干擾者。而約有83.9%員工給予整體滿意度正面的評價，有82.4%「以身為這家公司的一份子為榮」，是認同度、重要性及相關性最高，是留職傾向最為關鍵的題目。

而就目前評價相對較低的「計劃在公司做長期的職業發展」項目，未來將投入資源促進員工認同感，預計可對留職傾向有正向影響。此外，離職干擾評量「常常感受到很大的工作壓力」僅接近兩成員工能肯定給予未受影響的回覆，值得關注，將進行深度瞭解，也將倡導同仁於工作與生活取得良好平衡。



工作條件滿意度評價對整體滿意度相關性僅次於留職傾向，是可次要關注的良好相關面向。透過重要度與滿意度分析，「可以在工作與生活中取得良好的平衡」是員工普遍重視，滿意度有待提升的可優先考量項目。次要考量項目可就多店別重視的「公司分派給我適當的工作量」、「公司提供合理公平的薪酬」來進行改善，藉此達成工作條件滿意度與整體滿意度的正向影響。



## 4.3 專業培育

### 4.3.1 員工培育

#### 教育訓練

遠東SOGO針對不同部門、不同職階之管理職能與專業職能規畫完整課程，包含新進訓練、職能培訓、管理職能培訓及成長學習課程。歷年來持續投入教育訓練資源，作為同仁學習成長之動力，2021年教育訓練經費投入約275萬元，較2020年教育訓練經費約投入311萬元，受疫情升溫影響，減少11.6%。而2021年平均每人之受訓成本為2,005元，較2020年2,226元減少9.95%。

2020年因受疫情影響，部分課程取消，平均受訓人次較往年低。自2021年Q1起，遠東SOGO包含性平與環境教育相關內容，改由每日朝會日報公布學習網址，線上教學。2021年，有1,035人同仁完成性平線上課程，完成率達80.6%。

2021年

開課次數 239  
受訓人次 4,675

2020年

開課次數 351  
受訓人次 5,732

2019年

開課次數 331  
受訓人次 6,926

2018年

開課次數 365  
受訓人次 7,253





## 依受訓類別統計受訓人次列表

單位：人次

課程種類/年分	2018	2019	2020	2021
管理領導	466	457	527	51
營業職能	601	720	406	470
專業職能	1,360	1,107	718	819
訓練專案	300	243	1,155	225
基礎教育	1,312	1,392	552	547
成長學習	1,180	935	1,148	1,011
其他	2,206	2,072	1,226	1552
總計	7,425	6,926	5,732	4,675

註：其它類型包含讀書會、宅配包裝教育、新系統教學、健康管理等。

## 歷年平均教育訓練時數

單位：小時

		2018	2019	2020	2021
性別	女	14.32	13.69	8.99	6.63
	男	13.41	12.72	9.70	6.97
職級	高階主管	8.70	2.44	1.86	1.93
	中階主管	17.70	24.38	13.07	5.12
	專業人員	13.61	11.58	8.48	7.08

註：平均教育訓練時數=該類別員工受訓總時數/該類別員工總數

新進訓練	針對協勤/營業單位同仁，進行1-3日新進人員訓練
職能培訓	販促計畫、賣場規劃、人力管理、工作效能、服務禮儀、姿態訓練、強化外語、提升外籍顧客服務品質等相關課程
管理領導	強化經營策略、團隊領導等相關管理職能
成長學習	永續趨勢、人際溝通、流行新訊、健康管理等成長學習課程

## TTQS 人才發展品質管理系統

面對市場競爭環境的變化，為確保公司營運策略能確實與人力政策結合，進而強化組織競爭力，為公司精進人才發展、優化勞資關係，遠東SOGO於2021年起推動「人才發展品質管理系統」(Talent Quality-management System, 下稱TTQS)，並派員受訓，了解TTQS的五大構面及其19項指標，並秉持著持續改善的精神，建構有制度、有系統的教育訓練與公司策略串接，塑造學習型組織並形成文化。

2021年申請政府的輔導與評核，期望透過公正單位的指導，強化訓練的有效性，以提升組織績效。遠東SOGO全台各店皆獲「通過」，其中高雄店更獲得「銅牌獎」。

## 2021年各店評核成績

總公司、台北三店	中壢店	新竹店	高雄店
通過	通過	通過	銅牌獎



2022年也將繼續強化人才訓練的品質，針對評核結果之建議事項檢討改進，提升評核成績與等級。遠東SOGO盼透過TTQS，讓課程系統性的SOP流程規劃，達成重大專案-願景工程的目標加強企業文化面的形塑與傳遞。



## 4.3.2 外部人才培育

## 產學合作

遠東SOGO自2015年起與大專院校進行產學合作，招募在學學生於各單位實習，提供機會讓學生應用在校所學知識，體驗百貨業工作型態，從中精進工作技能，以提升未來就業競爭力。2021年累計與10所大專院校合作，辦理多場校園招募說明會，各校學生踴躍報名，職務包含營業單位、顧客服務及行政各部門，2021年共培育20名建教生。其中2021年度產學合作實習生轉為遠東SOGO正職同仁的比率為42.11%，較2020年(32%)成長10%。



### 合作學校一覽

1 中國科技大學	6 景文科技大學
2 台北城市科技大學	7 聖約翰科技大學
3 東南科技大學	8 實踐大學
4 金門大學	9 德明財經科技大學
5 康寧大學	10 亞東技術學院

### 4.3.3 職涯發展

#### 提升同仁專業能力

遠東SOGO開設多元課程，提升同仁專業能力並發展第二專長與興趣，於每年績效評核時檢視同仁職涯發展，評核項目包含業績達成率、顧客服務滿意成績、專業職能績效及出勤表現等，評核結果須交由受評者確認，以瞭解主管的評語與建議；管理職依部門或職務屬性不同，另有管理職能績效評核項目，2021年同仁接受評核率為100%。

發展階段	對應遠東SOGO內部職階	培訓目標	受訓內容
專業精進	經營主管	總經理以上	策略領航者 跨機能研習、專題講座
	一級主管	協理階以上	策略規劃、變革管理、營運方針擬定 新任部門主管訓練、中階主管跨機能研習
	二級主管	理階	加強市場敏感度、主管領導力 主管儲備訓練、跨機能訓練、新任主管研習、職務專業訓練
	基層主管	課階	管理能力的培養、管理工具的運用、授權能力 職務專業訓練、主管儲備訓練、職務訓練認證
基礎扎根	基層人員	專員	著重於專業能力的培養與提升 職務基礎、職務專業訓練、職務訓練認證
	新進人員	新進人員	瞭解公司簡介、規章制度、自己工作範圍 新進人員訓練



高階主管願景工程策略共識營



顧服外商人員外訓課程

#### 專櫃人員培訓與考核

針對非直接雇用之專櫃新進人員，遠東SOGO依各據點規模，每1至3週舉辦新進專櫃人員之教育訓練課程，講授遠東SOGO服務精神、賣場常態設施、安全防護機制等，讓專櫃人員能知行合一，將最好服務呈現給每位顧客。同時，亦針對客訴案件，依照個案情形進行服務強化教育，以確保服務之落實。不定期執行服務流程與系統操作之教育訓練，如收銀系統操作方式，以提供給顧客最好的服務品質。





## 4.4 職場安全與健康

### 4.4.1 職場安全管理

遠東SOGO將職業安全衛生視為責無旁貸的重要環節，惟有打造重視安全衛生管理的工作環境，才能讓同仁們安心、安全地為顧客提供最優質的服務。2021年遠東SOGO百貨領先全台零售業者與服務業者，獲《台北市勞動安全獎》「績優健康職場」、「優良人員」、「大心老闆」等三重肯定，這是遠東SOGO連續9年獲獎，成效不僅領先全台百貨零售業，在大型企業中亦是名列前茅。



遠東SOGO自2017年即由董事長黃晴雯簽署〈職業安全衛生政策〉，從上而下落實安全衛生願景及承諾。組織內部職業安全衛生最高決策單位為「職業安全衛生委員會」，委員每三個月召開一次會議。在職業安全衛生委員會推動下，近年全體工作者無發生法定重大職業災害，失能傷害嚴重率、失能傷害頻率統計皆低於業界。

遠東SOGO職業安全衛生最高決策單位為「職業安全衛生委員會」，主任委員為行政總經理，委員包含職業安全衛生人員、各部門主管、醫護人員與職業安全衛生相關工程技術人員，以及同仁投票推選之勞工代表。委員任期2年，委員會每3個月召開一次，管理範疇為遠東SOGO工作場所內所有工作人員。遠東SOGO設有一級單位勞安室，負責職業安全衛生各項事務與專案之推動、管理與追蹤。2021年委員勞工代表共26人，占比為50.98%；26人當中，台北9人、桃園5人、新竹5人、高雄7人。

#### ISO 45001 職場安全衛生管理

2020年遠東SOGO啟動職安衛系統驗證計畫，頒布〈職業安全衛生工作守則〉，歷時五個多月終於通過BSI認證，領先全台百貨於台北店忠孝館率先導入ISO 45001:2018職業安全衛生管理系統，讓遠東SOGO的職安衛管理正式與國際接軌。

遠東SOGO台北店忠孝館導入相關系統，歷時5個月，進行內部文件化、標準化，依據標準條文制訂22項職業安全衛生管理程序，並公告於內部網路系統中。在建置過程中，挑選各單位種子同仁參與「危害鑑別暨風險評估」、「內部稽核員」教育訓練課程，成為職安衛種子，再回到各個單位發揮全員參與的公司職業安全衛生政策。

遠東SOGO通過ISO 45001驗證，涵蓋範圍包含忠孝館所有的員工、承攬商專櫃人員，未排除任何的作業活動。

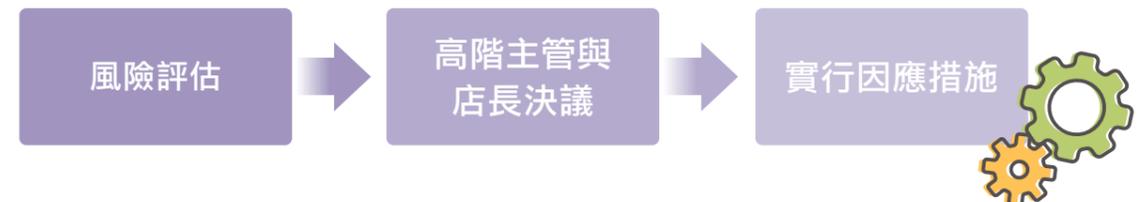
未來，將全面推展ISO 45001的精神，延伸推動至全台其他營業據點，預計導入順序如下：復興館、天母店、敦化館、新竹店、高雄店、中壢店，每據點預計3~5個月完成。

2021年遠東SOGO持續於全台各店導入ISO 45001的管理精神，台北店復興館已於2021年完成，預計2022年台北所有店點完成導入，2023年所有營運據點全面導入。

#### 遠東SOGO各店導入ISO 45001時程



#### 職場安全風險管理



遠東SOGO藉由作業場所風險評估，篩選出風險程度較高之作業，建立管理方案逐一改善，並逐年稽核檢討。針對颱風等惡劣氣候發生時，由高階長官與各店店長視實際天氣情況決議營業與否；基於服務精神正常營業時，同仁可視需求申請計程車補助及彈性調班；若家中有災情者或不便前往公司者則無須到班；各部門主管須向當月總值星回報同仁安全狀況，再由總值星向集團回報。遠東SOGO同步督促專櫃廠商，保障專櫃工作者之安全。

職業災害事件發生時，遠東SOGO立即採取必要之急救、搶救等措施，由勞安室會同相關部門及勞工代表，實施調查、分析並作成紀錄。對於虛驚事件，邀集各相關部門研討適當之源頭改善措施及強化防護方式，以消弭災害發生機率。針對公共安全防護，遠東SOGO定期於店內舉行消防演練，偕同縣市政府消防單位指導。

為強化內部同仁對作業中風險更加了解，從而審視相關的管理措施（工程控制、管理控制、個人防護具等）是否足夠將風險程度降至可接受範圍，勞安室與教育訓練單位2021年率先在忠孝館安排「危害鑑別與風險評估」課程，透過危害鑑別與風險評估後，將風險列入年度改善目標。



	2020年 主要危害	2021年 改善情況	2022年 改善目標
1	部分配電箱中隔板設置未完全，有「感電」風險	已完成153個中隔板裝設工程，尚餘約190個持續改善中	2022年度配電箱中隔板工程全數完成。
2	未完全裝設逃生避難圖影響消防緊急避難	已於2021年完成「裝設逃生避難圖」改善	

針對職業安全相關資訊溝通，遠東 SOGO 勞安室定期於每日「朝會日報」上發布相關訊息，並由營業樓管、各部門主管於朝會中宣讀，將相關資訊傳遞給同仁、專櫃夥伴。在教育訓練課程方面，針對專櫃人員定期的教育訓練、新進人員教育訓練中，皆會安排 30~50 分鐘的職業安全衛生教育課程，並由內部職業安全衛生管理員擔任講師。



## 職業衛生安全管理成果

2021 年遠東 SOGO 失能傷害嚴重率為 6，至於失能嚴重傷害頻率則為 0.38。2017 年以前，遠東 SOGO 計算方式包含上下班交通意外；2017 年起，調整與業界一致不列入交通意外，比較基準較為準確。統計 2018 ~ 2021 年同仁主要受傷原因仍是以上、下班交通事故為主，因此遠東 SOGO 勞安室製作交通安全資料公告，於朝會日報宣導，並在職業安全衛生教育訓練課程內容，提高同仁「防禦性駕駛」觀念。

SR歷年失能嚴重傷害率				
	2018	2019	2020	2021
遠東SOGO	4	2	18	6
行業平均值	37	54	43	43

FR歷年失能嚴重傷害頻率				
	2018	2019	2020	2021
遠東SOGO	2.03	1.07	2.18	0.38
行業平均值	2.29	2.42	2.80	3.11

近 5 年全體工作者無發生法定重大職業災害，亦無因公死亡之人員。此外，2021 年工傷件數共 1 件，該員下樓見神踩空 4 階，公司除在當下由單位主管陪同至醫務室，並轉鄰近醫院就醫，已給予公傷病假並提供團體保險理賠給付，事後也進行相關安全宣導，再度向同仁進行職業安全衛生工作安全宣導：

- (1) 於上、下樓梯時，應減少使用電子設備、交談或其他使其分心之事。
- (2) 工作區域不可潮溼、雜物堆積或照明不足等危險因子。



## 歷年各性別工傷統計

年分	2018		2019		2020		2021	
	女	男	女	男	女	男	女	男
工傷件數	3	3	3	0	3	3	1	0
失能傷害頻率 (IR)	0.30	0.62	0.32	0	0.32	0.67	0.67	0
工傷損失日數比例 (LDR)	0.30	1.87	0.74	0	1.08	9.22	9.22	0
嚴重傷害頻率 (FR)	2.42	4.68	1.59	0	1.61	3.37	3.37	0
嚴重傷害率 (SR)	2	12	4	0	5	46	46	0

## 歷年各地區工傷統計

區域		2018	2019	2020	2021
台北	嚴重傷害頻率 (FR)	3.20	1.64	2.18	0.57
	嚴重傷害率 (SR)	7	4	21	9
桃園	嚴重傷害頻率 (FR)	0	0	0	0
	嚴重傷害率 (SR)	0	0	0	0
新竹	嚴重傷害頻率 (FR)	0	0	2.87	0
	嚴重傷害率 (SR)	0	0	5	0
高雄	嚴重傷害頻率 (FR)	0	0	5.10	0
	嚴重傷害率 (SR)	0	0	45	0

註1：台北含總公司、台北店忠孝、復興、敦化館及天母店；桃園係指中壢店

註2：上述統計中，FR與SR是依據勞動部職業安全衛生署規範之職業安全指標（以百萬工時為基準計算），相關指標公式如下：

- FR = (公傷件數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時) × 1,000,000
- SR = (公傷損失天數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時) × 1,000,000
- IR = (公傷起數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時) × 200,000
- LDR = (公傷損失天數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時) × 200,000



## 合作夥伴勞動安全推動與管理

勞動安全是企業永續發展的一環，遠東SOGO不僅照顧同仁，也關心承租廠商（專櫃）與供應商夥伴。2019年起更進一步於合約中增加〈企業社會責任條款〉，明訂「勞工權益和人權保護條款」，要求專櫃配合規範，提供安全及健康的工作環境，2021年承攬商與承租廠商皆未發生台灣職安法定重大職災。未來將建立蒐集非屬受雇的工作者的職災統計資料，以待明年發表。

此外，包含員工健檢、員工旅遊等提供內部同仁的福利，專櫃夥伴皆可以優惠方案參與，同時內部醫師駐診服務、健康管理課程、社團活動，專櫃夥伴、工作者亦可享有。

更多勞工權益條款請見遠東SOGO官方網站：<https://esg.sogo.com.tw/4-8-2.php>

### 4.4.2 員工健康管理

遠東SOGO致力於提供同仁身心健康之工作環境，獲得內外部的肯定，2021年榮獲臺北市勞動局頒發「勞動安全獎」大心老闆獎。目前全台各店（忠孝館納入總公司範疇）均擁有衛福部國民健康署「健康促進標章」，2022年將針對「總公司、天母店、復興館、新竹店」申請展延作業。

此外，2021年遠東SOGO勞安室也根據同仁健康檢查報告結果，與勞工健康服務醫師諮詢討論後，針對需要加強的心血管、體重、體脂、BMI超標等問題，加強開設相關健康管理課（如：拳擊有氧）。

### 員工健檢

為照顧同仁的健康，遠東SOGO每年皆安排同仁參加健檢，頻率優於法規規定的每3~5年1次（39歲以下每5年1次，40~64歲每3年1次）。遠東SOGO與勞動部認可之醫院合作，依同仁年齡、職階、職場特性、工作型態等，規劃多元化檢查項目供同仁選擇，並提供多項優惠加選項目及眷屬健檢優惠，每年提高健檢規格；另針對55歲以上中高齡同仁增列心血管、骨密度及婦科等檢查項目，落實健康風險分級制度。

所有同仁檢查項目		免費加選健檢項目			
		#	一般同仁	55歲以上同仁	課階以上
心血管功能檢查	防癌篩檢	1	婦女	女性專案	愛心
血液常規檢查	電解質	2	愛肝	愛肝甲狀腺	顧肺
X光檢查	身體脂肪分布指標	3	心血管	肺癌篩檢	婦女
肝功能檢查	理學檢查	4	顧骨		無痛胃鏡
腎功能檢查	聽力檢查	5	甲狀腺		無痛全大腸鏡
糖尿病篩檢	視力檢查	6	上消化道		腦血管
尿液常規檢查	一般檢查				



各櫃位設置座椅，以緩解現場服務同仁與專櫃人員久站可能造成的不適



提供同仁舒適完善的用餐休息區

### 肌肉骨骼疾病預防

評估百貨業工作者可能因久站造成身體負擔，遠東SOGO提供同仁舒適完善的用餐休息區，並於各櫃位設置座椅，以緩解現場服務同仁與專櫃人員久站可能造成的不適。遠東SOGO設置勞工健康服務醫師及護理人員，提供健康護理服務的醫務室，另不定期邀請職業安全及健康促進之專家學者，加以宣導。

遠東SOGO週年慶固定於每年11月中旬展開，也是專櫃與同仁工作量最大的期間。週年慶前同仁全力準備提供最好的商品與服務，週年慶檔期間每天密集接待顧客，疲勞與壓力指數飆升。這段期間內，為使同仁放鬆身心，遠東SOGO也特別發放蒸氣眼罩、貼布等，讓同仁身心獲得舒緩。

### 醫師臨場服務

全台遠東SOGO各據點視員工人數雇用1至3名專任健康服務護理師，並依從法令安排每2個月1次的醫師臨場健康服務。其中台北地區各營運據點特別邀請亞東紀念醫院家庭醫學科專任主治醫師古君揚臨場服務，服務項目包含預防保健、健康管理、健康檢查諮詢、常見疾病問診、慢性病控制管理、旅遊醫學諮詢、疫苗衛教等項目，提供遠東SOGO員工與專櫃夥伴等工作人員服務。



駐診醫師服務公告資訊與現場諮詢實況

## 社會影響力

## Social Impact



遠東 SOGO 是深受顧客信賴的百貨通路，致力以「關懷 (Caring)」、「永續 (Sustainability)」、「信賴 (Reliability)」三大共好面向之公益工程，集結顧客、承租廠商 (專櫃)、同仁等重要利害關係人，與其他民間、政府單位打造永續公益鏈，聯合眾人之力，共創社會影響力。



### 特輯 / P.142

美味戰「疫」—  
遠東 SOGO 舉辦廚藝競賽  
推廣健康飲食

連續兩年舉辦遠東 SOGO 防疫餐競賽  
推廣防疫健康飲食，共觸及 **4 千萬** 人次

SO GOOD 好小孩耶誕許願信箱  
歷年累計為 **2.7 萬** 名弱勢兒童圓夢

SO GOOD 好小孩少年楷模徵選  
歷年累計發放逾 **350 萬** 元獎金  
累計 **290** 位弱勢學童受益

遠東 SOGO 新竹店「十載·精彩」啟動  
ESG 10 件好事，受益人次近 **10 萬人**

2021 年共攜手 **268** 個外部單位合作  
發起 **429** 項公益活動  
投入逾新台幣 **2 千萬** 元資源  
受益人次近 **200 萬人**

### SDGs



#### 回應永續議題

- 社會關懷與社區參與

#### 重要利害關係人

- 顧客
- 同仁
- 承租廠商 (專櫃)



## · 特 輯 ·

### 美味戰「疫」——

## 遠東 SOGO 舉辦廚藝競賽 推廣健康飲食



經歷疫情衝擊，遠東 SOGO 對於作為「協助利害關係人適應新常態」的永續百貨使命更加堅定。遠東 SOGO 積極整合跨部門資源，透過不同利害關係人共創與協力，發揮加倍的影響力。自 2020 年疫情期間，連續舉辦兩屆防疫餐競賽，發揮企業職能，透過百貨通路，串連全台消費者推廣居家防疫、安心料理、健康飲食，迎接防疫新生活，並讓防疫競賽的成果延伸分享給利害關係人，獲 72% 以上的消費者滿意與認同。

2020 年遠東 SOGO 第一屆防疫餐競賽，即創下 800 萬人次觸及率獲得高度關注。2021 年第二屆競賽觸及人數更達 3,200 萬人次，較前一年度成長 301%。尤以，第二屆報名期間正值受疫情警戒升級影響之際，參賽者職業當中餐飲從業人員或餐飲相關背景出身的比例明顯增加，遠東 SOGO 透過賽事帶給蕭條的餐飲業正能量。優勝結果公布後，金銀銅牌亦皆是餐飲業人員或與餐飲業相關的背景出身。

除了單純的賽事外，遠東 SOGO 擴大賽事成果的影響力，將優勝料理的食譜華麗變身，成為遠東 SOGO 人氣餐廳的主打料理，讓防疫成果與利害關係人分享。2020 年獲獎的優勝素人主廚的作品，於 2021 年 4 月至 9 月於遠東 SOGO 百貨台北忠孝館、復興館、敦化館的人氣餐廳獨家販售，創下百貨先例。疫情期間，更是提供餐飲從業人員一個展現的平台。



2021 年防疫警戒升級，遠東 SOGO 防疫餐獲徐元智先生紀念基金會奧援擴大舉辦，不僅參賽獎金提高，總金額成長 67%，增加參賽誘因，更於遠東 SOGO 台北、新竹、高雄等據點，舉辦巡迴防疫美食分享會。此外更舉辦「全民投稿」活動，並與高雄家扶中心合作辦理「公益宴」，擴大參與地區與參與族群，使得活動受益人數較 2020 年成長近一倍，遠東 SOGO 傳遞愛與關懷，充分體現「社交有距離、關懷無距離」的精神。

遠東 SOGO 長期推廣食育，積極向消費者溝通食安議題，是全國首家響應政府「禁用一次性及美耐皿餐具」政策的企業，同時推動「無痕飲食」，向一年近千萬人次餐飲顧客推廣無塑新生活，也善用通路平台展售小農安心商品，是國內綠色百貨與企業社會責任的模範生。透過防疫餐競賽，遠東 SOGO 亦鼓勵參賽者使用在地台灣食材，盡可能使用可重複利用的密封容器、餐具或環保筷，替代塑膠袋；減少料理用電量，為減碳盡一份心力。遠東 SOGO 整合跨部門、跨領域資源，透過不同利害關係人的共創與協力，發揮加倍的社會影響力。





# 5.0 策略成果與規劃

重大性議題		社會關懷與社區參與			
GRI 主題準則		GRI 413：當地社區			
管理方針	策略目的	以遠東 SOGO 全台營運據點為基地，透過各項與營業結合之公益活動，深化在地社區影響力。			
	管理方式與溝通機制	在地夥伴	公益夥伴	公司同仁	一般民眾
		<b>【主責單位】</b> 營運本部、公共關係室、人力資源部 <b>【溝通方式】</b> 朝會 / 朝報、ESG 快報、教育訓練、eWork、FB 粉絲團、LINE 群組等平台			
評量機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度顧客滿意度調查：近 75% 的消費者對於遠東 SOGO 百貨在教育文化與社會公益的表現給予正面評價，更有超過九成的消費者高度信任遠東 SOGO 的品牌</li> <li>落實公益專案資源投入與成果產出等資訊追蹤</li> </ul>				
目標設定	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過各項社區公益行動，協助民眾適應後疫情時代的新生活常態</li> <li>強化民眾對於遠東 SOGO 在地行動的認知度與認同感</li> </ul>			
	中長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升公益活動與遠東 SOGO 核心業務能力的連結，深化公益供應鏈</li> <li>定錨社會關懷關鍵專案，形塑遠東 SOGO 公益形象識別度</li> <li>提高同仁的永續認知與凝聚力</li> </ul>			
年度亮點成果		<ul style="list-style-type: none"> <li>連續兩年舉辦遠東 SOGO 防疫餐競賽，推廣防疫健康飲食，共觸及 4 千萬人次</li> <li>第 30 屆 SO GOOD 好小孩耶誕許願信箱，歷年累計為 2.7 萬名弱勢兒童圓夢</li> <li>第 10 屆 SO GOOD 好小孩少年楷模徵選，歷年累計發放逾 350 萬元獎金，累計 290 位弱勢學童受益</li> <li>遠東 SOGO 新竹店「十載。精彩」啟動 ESG 10 件好事，受益人次近 10 萬人</li> <li>2021 年共攜手 268 個公益慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌、社會企業等外部單位合作，發起 429 項公益活動，投入逾新台幣 2,000 萬元資源，受益人次近 200 萬人</li> </ul>			

# 5.1 遠東 SOGO NEW LIFE 的公益精神—CSR

遠東 SOGO 為台灣零售業「以人為本」服務之濶錫，提供融合國際與在地特色的飲食文化、流行體驗與精緻服務之外，更發揮通路優勢，集結百貨、廠商、顧客及大眾，開創「遠東 SOGO NEW LIFE 工程」，打造特有的社會關懷精神。

遠東 SOGO 藉由「財團法人太平洋崇光文教基金會」、「財團法人太平洋崇光社會福利基金會」兩大基金會，以及本公司全台各營運據點，攜手顧客、同仁、社區、供應商、政府機關、公益團體、學校等利害關係人，持續投入資源於「Caring 關懷」、「Sustainability 永續」、「Reliability 信賴」3 大共好面向之公益工程，善盡社會公民責任、發揮企業永續影響力。

為深植遠東 SOGO 公益精神於同仁心中，2021 年亦將「志工假」修改為「公益假」，並將原來僅限於勤務時間內從事志工活動方得申請，開放為勤務時間外的志工活動也能於事後申請補休，鼓勵同仁參與各項公益行動。2021 年度公益假申請狀況，申請人數較 2020 年成長 163.6%，申請小時數也提升 237.5%。

2021 年遠東 SOGO 攜手 268 個公益慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌、社會企業等外部單位合作，積極參與社會公益。本年度一共發起 429 項公益活動，共計投入逾新台幣 2,000 萬元資源，受益人次近 200 萬人。未來遠東 SOGO 將持續參考國際相關社會影響力評估框架，檢視各項公益活動成效並與利害關係人溝通。

核心價值		給予幸福力量的感動 RISE Happiness								
共好面向		Caring 關懷			Sustainability 永續			Reliability 信賴		
傳遞價值		圓夢共好			參與共創			文化共感		
專案類別		社會福利	兒童關懷	弱勢團體	環境教育	生態保育	循環利用	藝術文化	夥伴關係	地區共榮
2021 年成效	投入資源	新台幣 2,375,322 元			新台幣 3,063,772 元			新台幣 16,605,639 元		
	受益人次	97,812 人次			132,930 人次			1,571,057 人次		
	舉辦場次	93 場次			87 場			249 場次		



## 5.1.1 永續公益鏈

### I 公益基金會

遠東 SOGO 先後捐助成立「財團法人太平洋崇光文教基金會」與「財團法人太平洋崇光社會福利基金會」，致力推動文化教育、社會公益與慈善活動，實踐取之社會、用之社會的理念。



基金會在舉辦活動時，亦透過官方網站與 Facebook 粉絲團，即時揭露活動資訊、溫馨故事與活動結果等最新訊息，讓社會公益的故事透過社群網絡廣為流傳，啟動社會善循環。

更多資訊 | 基金會 <https://newlife.sogo.com.tw/>

更多資訊 | 基金會 FB 粉絲團 <https://www.facebook.com/SOGONEWLIFE/>



## I 長期合作單位

遠東 SOGO 長期投入社會福利與教育相關領域之公益活動，歷年來亦與社福單位、學校長期配合，資源的投入需長期累積，才足以形成一股穩定的支持力量，下表為遠東 SOGO 持續配合 3 年以上之社福單位、學校、與社會企業，以及在 2021 年所合作之公益活動項目及內容。

Caring 關懷	
合作對象	2021 年合作項目
1 台灣兒童暨家庭扶助基金會 臺北市北南區家扶中心	SO GOOD 好小孩少年楷模—協辦單位、受贈單位 受贈禮物份數：200
2 台灣兒童暨家庭扶助基金會北高雄家扶中心	SO GOOD 好小孩的耶誕心願—受贈單位 受贈禮物份數：100
3 台灣兒童暨家庭扶助基金會苗栗家扶中心	SO GOOD 好小孩少年楷模
4 台灣兒童暨家庭扶助基金會桃園家扶中心	SO GOOD 好小孩的耶誕心願—受贈單位 受贈禮物份數：100
5 台灣兒童暨家庭扶助基金會新竹家扶中心	SO GOOD 好小孩的耶誕心願—受贈單位 受贈禮物份數：100
6 台灣兒童暨家庭扶助基金會彰化家扶中心	SO GOOD 好小孩少年楷模
7 陽光社會福利基金會	SO GOOD 好小孩少年楷模—協辦單位、受贈單位 受贈禮物份數：200
8 台灣弱勢病患權益促進會	SO GOOD 好小孩少年楷模
9 失親兒福利基金會	SO GOOD 好小孩少年楷模
10 婦女救援社會福利事業基金會	SO GOOD 好小孩的耶誕心願—受贈單位 受贈禮物份數：150
11 基督教芥菜種會	SO GOOD 好小孩的耶誕心願—受贈單位 受贈禮物份數：152
12 羅慧夫顏顏基金會	SO GOOD 好小孩少年楷模—協辦單位、受贈單位 受贈禮物份數：110
13 罕見疾病基金會	SO GOOD 好小孩少年楷模—協辦單位、受贈單位 受贈禮物份數：53
14 心路基金會	<ul style="list-style-type: none"> <li>SO GOOD 好小孩少年楷模</li> <li>HPG 來店禮—心路基金會手工皂</li> <li>森森不息—捐發票贈樹苗</li> </ul>
15 UNICEF 聯合國兒童基金會	<ul style="list-style-type: none"> <li>國際婦女節</li> <li>清晰視力 看見未來·視覺關懷行動</li> <li>歐舒丹 2021 乳油木公益系列活動</li> </ul>
16 財團法人世界和平會	<ul style="list-style-type: none"> <li>搶救受飢兒 兒童慈善公演義賣</li> <li>生活物資捐贈—受贈單位</li> <li>按摩椅捐贈—受贈單位</li> </ul>
17 財團法人伊甸社會福利基金會	<ul style="list-style-type: none"> <li>二手衣捐贈公益活動</li> <li>Roots 新衣募集慈善計畫</li> <li>DAKS 手工泰迪熊聯名義賣</li> <li>身障體驗活動</li> <li>2021 愛 in 慢飛 繽紛歡樂分享愛</li> </ul>

合作對象	2021 年合作項目
18 財團法人全民健康基金會	遠東 SOGO 防疫餐—協辦單位
19 喜憨兒基金會	<ul style="list-style-type: none"> <li>音園積繪公益活動</li> <li>CLARINS 捐贈餐點助貧童</li> </ul>
20 新竹市基督教榮光全人關懷協會	孩子的秘密基地—香山課後輔導班
21 榮光教會	跟著 ThanQ 逛綠色百貨
22 築心之家	物資捐贈分類清理、照明改善
23 勵馨基金會	<ul style="list-style-type: none"> <li>黛你 拋出妳的愛</li> <li>Together 在一起</li> <li>中秋送暖活動</li> </ul>
24 台灣導盲犬協會	<ul style="list-style-type: none"> <li>導盲犬勸募</li> <li>國際導盲犬宣導日</li> </ul>
25 弘道老人福利基金會	<ul style="list-style-type: none"> <li>打包愛心 衣起助老</li> <li>二手衣精品義賣會</li> </ul>

Sustainability 永續	
合作對象	合作項目
1 GREENPEACE 綠色和平	2021 EarthDay SHOW ROOM
2 伊甸基金會	<ul style="list-style-type: none"> <li>ThanQ 植樹小旅行</li> <li>新衣回收計畫</li> </ul>
3 台灣黑熊保育協會	THERMOS「保護台灣最美的深 V」
4 荒野保護協會	<ul style="list-style-type: none"> <li>agnes'b x PLASTIC AT SEA 淨灘活動</li> <li>AVEDA 2021 年地球月</li> <li>KIEHLS 延續美好天然環境</li> </ul>
5 慈心基金會	品木宣言 2021 年地球月

Reliability 信賴	
合作對象	合作項目
1 徐元智先生紀念基金會	遠東 SOGO 防疫餐—協辦單位
2 台北市東區商圈發展協會	混東區—東區商圈週年慶
3 泰北高中速寫社	媽咪我最繪速寫活動
4 中華飛雁創業互助協會	<ul style="list-style-type: none"> <li>客家市集</li> <li>女創美學市集</li> </ul>



## 5.1.2 NEW LIFE 公益活動成果

2021 年遠東 SOGO 主動與 268 個公益慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌、社會企業等外部單位合作，積極參與社會公益，投入支援救災與防疫行動、扶助弱勢族群、落實生態保育、推廣教育活動、促進體育發展、促進藝術文化發展、支持公衛醫療、關懷社區鄰里、發起慈善捐贈等公益活動。

受 COVID-19 疫情加上政府頒布三級警戒的影響，遠東 SOGO 在實踐社會影響力的同時，更加重視利害關係人於參與過程中的健康與安全。2021 年度遠東 SOGO 投入超過新台幣百萬元資源，應用於防疫行動與支持公衛醫療的公益活動。此外，在公益活動上更遵守高規格防疫規範進行人流管制，故於 2021 年度所執行的公益活動場次係增加 16%，達 429 場，相對應在平均受益人次則減少約 20%。

	場次	參與人次	受益人次	投入資源價值	合作單位
2021 年	429	2,086,318	3,184,181	25,992,434	268
2020 年	371	3,930,193	3,992,304	30,582,377	194
2019 年	158	1,131,775	1,229,362	21,587,265	80
2018 年	116	69,926	116,895	11,015,600	72

## Caring 關懷

遠東 SOGO 長期投入兒少關懷，扮演「以人氣通路搭建公益橋樑，牽起 M 型化兩端對話」的公益角色，2021 年共投入 238 萬元於社會關懷，當中舉辦 93 場活動，共計 8.5 萬人次參與、9.8 萬人次受益。

2021 年度於社會關懷面向上所執行的公益專案類別橫跨社會福利、兒童關懷、弱勢關懷三大面向。由「財團法人太平洋崇光社會福利基金會」舉辦系列兒童福利活動，並以「SO GOOD 好小孩」做為系列活動的標示：

2021 亮點專案	活動目的	子活動
1 SO GOOD 好小孩 少年楷模徵選 (第 10 屆)	全台弱勢學童及特殊生表揚活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>SOGO 創造「美力」獎勵少年楷模前進總統府</li> <li>SO GOOD 好小孩展演</li> </ul>
2 SO GOOD 好小孩 耶誕心願圓夢公益活動 (第 30 屆)	弱勢兒童耶誕圓夢活動，受贈對象為社福團體個案	無

## SO GOOD 好小孩少年楷模徵選

發放獎助學金	催生菁英	累計受益學童
逾新台幣 350 萬元	共 44 位榮獲總統教育獎	290 位

遠東 SOGO 自 2011 年起舉辦「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚」，為台灣百貨唯一弱勢兒童典範徵選活動。獎勵全國清寒向上、逆境樂觀、熱心助人、疾病困苦卻不忘夢想、孝順友悌的幼兒園與國小學童，都可由各縣市國小、社福機構舉薦，由太平洋崇光社會福利基金會邀請專業領域之社工或學者評選。另增設「熱心守護獎」，表彰第一線老師與社工對於弱勢兒童的投入與關懷。

2021 年計畫正式邁入第 10 屆，累計獎勵 290 位學童、催生 44 名總統教育獎、拍攝 27 支少年楷模短片、邀請 42 位偶像名人為學童打氣、發出逾新台幣 350 萬元的獎助學金。遠東 SOGO 設置此獎項的目的不在於「篩選」，而是在於讓逆境向上的典範能夠被看見、被鼓勵，進而感動更多人。

除了舉辦徵選、頒獎典禮獎勵優秀的特殊境遇學童之外，遠東 SOGO 每年由董事長邀請當年榮獲「總統教育獎」的少年楷模得主及親友至遠東 SOGO 用餐，並讓優勝學童自由挑選百貨的服飾，做為他們隔天前進總統府領獎的行頭，透過「時尚的力量」，希望富有品牌特色與時尚氣息的美麗力量，讓獲獎者能亮麗登場，向大眾展現自己做為生命鬥士的正能量。



遠東 SOGO 黃晴雯董事長 (左三) 與好小孩少年楷模合影



遠東 SOGO 楊政憲副總經理 (右一) 與獲頒總統教育獎的第十屆好小孩少年楷模合影

## SO GOOD 好小孩的耶誕心願 圓夢公益活動：世代共好

專案延續性	累計參與人次	累計受益兒童
推行迄今滿 30 年	逾 4 萬人次	達 2.7 萬人次

「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」為遠東 SOGO 與國內社福機構合作，旨在關懷弱勢及特殊境遇兒童，透過建立心願認領平台，邀約社會大眾於歲末寒冬認領弱勢兒心願，傳遞人間溫暖。

此項專案推行 30 年，歷年逾 4 萬名民眾，透過遠東 SOGO 平台認領弱勢兒童心願，累計為超過 2.7 萬人次弱勢兒童圓夢。2021 年在計畫邁入 30 年之際，遠東 SOGO 以「送愛 30 載」為主題，為放大平台影響力，不僅從台北店出發，更加入天母店，展示全台上千位弱勢學童的耶誕心願，供社會大眾認領，幫助弱勢兒童圓夢。遠東 SOGO 百貨搭建公益平台，拉起 M 型化社會對話的理念。





「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」是遠東 SOGO 舉辦的公益計畫中，最廣為人知的一項。舉辦 30 年來，滿足了超過 2.7 萬人次弱勢兒童的心願，今年有 45% 的心願認領者曾參與一次以上，較去年成長 6%，顯示遠東 SOGO 有一群穩定而年輕的公益客層，持續關注社會公益，並穩定成長中。



近年世界地球日，遠東 SOGO 與進駐的服飾品牌櫃位，皆會透過辦理「二手衣物回收」的活動，以降低快時尚所產生的大量紡織廢棄物，減緩環境所造成的衝擊與汙染。民眾「惜物」的精神，從這些回收的二手衣物中也能發現，許多衣物稍加整理，其實都有華麗轉身再次被穿上的機會，這也讓遠東 SOGO 開始與弘道老人福利基金會、伊甸社福基金會、Story Wear 故事衣、田野間等社福單位及社創團隊合作，共創循環再造、愛心捐贈等帶狀活動，放大社會影響力！

## Sustainability 永續

### 與消費者面對面溝通，攜手落實環境永續

遠東 SOGO 致力投入資源，以「打造亞洲第一綠色百貨」為使命，在日常營運與活動貫徹環保概念，將百貨打造成低碳教育的場域，引導利害關係人，讓環保意識內化。2021 年雖受疫情影響，活動量下降，但遠東 SOGO 於全台仍舊投入逾新台幣 300 萬元經費，舉辦 87 場環境教育活動，超過 13 萬人次受益。

### 防疫新常態，透過教育內化永續 DNA

遠東 SOGO 出版百貨業第一本低碳教育繪本，更將百貨公司化為環境教育的場域，帶領學童在百貨公司裡探索環保足跡。疫情中我們更深刻體認：防疫新常態，要透過教育來潛移默化。我們觀察口罩與一次性餐具在防疫期間被大量使用，因而造成嚴重的環境汙染。為此，遠東 SOGO 推出市場上第一套，兼具防疫與環境教育的遊戲圖卡，以輕鬆好玩的內容，帶出正確的環保觀念，這是百貨業唯一透過繪本與遊戲圖卡，深耕環境教育的創舉。

2021 年遠東 SOGO 也將低碳教育繪本的經驗持續延伸，攜手台北市立動物園、海洋科技博物館、台灣電力公司等單位合作，透過繪本、行動劇等趣味且活潑的互動方式，讓生態保育與環境永續的意識，融入孩子們的日常，並深植於心中！



## Reliability 信賴

「信賴可靠」是遠東 SOGO 的核心價值，更是與利害關係人互信互利、共創雙贏的關鍵。遠東 SOGO 於全台營運據點共進駐超過 3,000 個品牌櫃位，百貨公司中多元多樣的產品與服務，更可以說是民眾日常生活的小縮影。為此，本公司以全台各店為落實社會影響力的據點，透過辦理教育推廣、藝術文化發展、促進體育發展等文化共感活動，拉進與民眾間的距離，成為大家所信賴的品牌。2021 年投入超過新台幣 1,600 萬元於各項社區參與，舉辦 249 場活動，更累計超過 157 萬人次參與。

### 陪伴成長 舉辦職業體驗激發孩童生涯想像

「長大後你想做什麼呢？」這可以是說每個小朋友在成長過程中，必被問到的一個問題，這也讓孩子們對於職業體驗活動有著許多的憧憬與想像，成為一個專業小小職人，更是每個小朋友嚮往的目標，無論是從小小樓管、小小顧服、小小超商店員，乃至於小小一日店長，在在都讓小朋友可以體驗到不同職業的不同樂趣與辛苦，從而更認識專業、尊重專業。

遠東 SOGO 利用百貨通路具有多元商品與服務的優勢，推出各項「小小職人體驗活動」。除了超受歡迎的遠東 SOGO「小小顧服卡哇依體驗營」外，高雄店與「UCC Café Mercado」亦共同舉辦「小小咖啡師體驗營」活動，讓孩童可以實際體驗成為咖啡師的步驟。天母店也攜手特力屋辦理「小小木工師系列」活動等。

多元的體驗活動讓每個親子家庭來到遠東 SOGO 不僅只有消費，透過動手做或是親自體驗的過程，更能了解每個職業甚至是每項商品背後的文化意涵與故事。





### 5.1.3 多元溝通

遠東 SOGO 透過遠東 SOGO ESG 官網、遠東 SOGO ESG Facebook 粉絲團、朝會 / 朝報、ESG 快報以及教育訓練，與利害關係人溝通永續與公益議題。對外發揮影響力，以善意啟動社會向上的力量；對內提升同仁對各項永續公益計畫的認知度與熟悉度，進而積極參與，發生實質影響。

溝通管道	說明	相關網址與內容
朝會 / 朝報	遠東 SOGO 透過內部每日發行的《朝會日報》，分享遠東 SOGO 的各項永續行動、業界永續新知與公益訊息，藉以提升同仁與廠商永續意識。2021 年起更推出 ESG 時間頻道，融入有獎徵答等互動機制促進同仁參與。	
ESG 快報	遠東 SOGO 透過內部《ESG 快報》，不定期與同仁分享永續新知、公益訊息、ESG 獲獎訊息等，藉以強化同仁與永續連結。	
教育訓練	遠東 SOGO 不定期舉辦永續或公益相關教育訓練課程，邀請外部講師或 ESG 執行秘書小組分享國內外永續最新資訊、國內社福需求、環保觀念落實等相關內容。 遠東 SOGO 2021 年舉辦課長階以上「ESG 永續策略工作坊」，並將工作坊的部分提案納進公司的永續藍圖中，展現 Bottom-Up 共創永續藍圖的精神。	

外部積極議合	說明	相關網址與內容
遠東 SOGO ESG 官網	遠東 SOGO 是全台灣第一家啟動 ESG 網站的百貨公司，內容集結企業永續報告書、商品安全專區、公益活動、榮耀與肯定等，以做為與利害關係人互動的平台。	<a href="https://esg.sogo.com.tw/">https://esg.sogo.com.tw/</a>
遠東 SOGO ESG FB 粉絲團	利用社群媒體即時、粉絲高黏著度且易於分享、轉載的特性，遠東 SOGO ESG FB 粉絲團隨時揭露最新公益活動消息、分享國內外永續新知、與大眾即時溝通零時差。	<a href="https://www.facebook.com/SOGOESG">https://www.facebook.com/SOGOESG</a>
遠東 SOGO 自媒體	遠東 SOGO 第一時間將公益活動的招募與成果，於自媒體上發布，將成果與利害關係人分享。同時亦將倡議內容，透過自媒體進行宣傳。	

### I 顧客支持度

在基金會與各部門的長期耕耘下，民眾對於遠東 SOGO 的品牌信賴，也能從我們於一項針對遠東 SOGO 顧客滿意度的網路調查（2022 年 1 月調查，N=1,068，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差為 ±3.0%）中發現，有近 75% 的消費者對於遠東 SOGO 百貨在教育文化與社會公益的表現給予正面評價，更有超過九成的消費者高度信任遠東 SOGO 的品牌。

而此項顧客滿意度調查，已於 ESG 委員會中提報，交由相關部門，包含販賣促進部與公共關係室評估，作為往後活動優化之基礎。



## 5.2 在地化經營

遠東 SOGO 做為台灣具影響力的百貨零售通路，旗下匯聚超過百家餐飲櫃位，我們長期關注環保與顧客健康，力推關注食物里程的「飲在地、食在地」，以發揮通路影響力。為此深耕在地經營，遠東 SOGO 由核心職能出發，整合營業據點與行銷通路的優勢推出「小農展」，提供在地小農一個與消費者溝通、宣傳與販售的平台，至今小農展已成為遠東 SOGO 的品牌特色！



遠東 SOGO 除了平時不定期於全台各店辦理小農 / 在地商品展售活動，更連續 6 年於台北忠孝館大規模舉辦台灣在地小農展，不僅為消費者發掘更多新的優質小農商品，更協助每一位參展小農，學習瞭解從「產地到貨架」最後一哩路的順利銜接。每一位農民都可以與消費者面對面，使消費者更可瞭解小農對其農產品栽種育成的過程及心血。

值得一提的是，2021 年受到疫情影響，超過兩個月的三級警戒，禁止內用的限制令對於餐廳業者係首當其衝，對於供應原物料的小農來說，收入亦受到嚴重衝擊。遠東 SOGO 充分發揮平台力量，整合營業據點與多元自媒體行銷管道的優勢，2021 年小農展儘管來客數下降，客單價卻較 2020 年成長 19%，為此遠東 SOGO 獲行政院農業委員會頒發「農產行銷卓越獎」的殊榮。



## 2021 年全台各店累積舉辦 19 場小農相關活動，受益超過 10 萬人次。

日期	主題	店別	合作單位
2021/1/16-2021/10/11	青農市集 (共 10 場)	天母店	新北市三重區農會
2021/1/23-2021/1/24	美好食光 小農市集	高雄店	同心園農場
2021/4/20-2021/4/25	綠色豐物生活展	忠孝店	農糧署 水花園有機農學市集 台北市文化探索協會
2021/5/8-2021/5/9	美好食光 小農市集	高雄店	同心園農場
2021/4/23-2021/4/25	SOGO 挺小農旺來添好運	新竹店	作息尚好
2021/8/9-2021/8/22	夏日鮮活綠市集	復興店	瓜果食品行 棗金屋 瑞康生醫 大花農場 彩軒食品 東和製油 老長壽養生酒坊 里昂有機 力雄茶行 新譯漢方 薑欽爺
2021/10/13-2021/10/17	綠色豐物生活展	忠孝店	農糧署 水花園有機農學市集 台北市文化探索協會
2021/10/19-2021/10/24	宜花東豐物生活展	忠孝店	農糧署 水花園有機農學市集 台北市文化探索協會
2021/11/25-2021/11/28	山海里的鮮味鋪 冬季小農市集	忠孝店	好時好物



遠東 SOGO  
以特色小農展與  
綠色市集  
讓每一筆消費  
都很環保

## 打造台北東區共榮商圈

遠東 SOGO 發揮企業核心能力，促進社區共融創生

「百貨公司」一直被視為地方社區經濟繁榮的重要指標，遠東 SOGO 每年皆有上百萬的來客數蒞臨，為營運據點的周遭社區帶來人潮與商機。

身為台北東區原住民的遠東 SOGO，在 2017 年歡度 30 歲生日時，以企業的社會責任為出發，發揮百貨業領頭羊角色，規劃「快樂東區·幸福商圈」活動，重建東區商圈魅力，於 2019 年成立「台北市東區商圈發展協會」，並以「創意、創新、創業、創生」的策略規劃，打造東區商圈特色！

自此，遠東 SOGO 連續三年擴大舉辦商圈週年慶，提供價值約新台幣 104 萬元之獎品，並集結百家東區名店，邀請消費者吃喝玩樂享優惠，並提供百萬好禮抽獎，成功地將週年慶人潮延伸至東區商圈。

此外，遠東 SOGO 更催生「東區廊帶計畫」，初步改善忠孝館卸貨區車輛停放問題，處理成果已獲商業處認可，後推出兩期工程，攜手市政府改造忠孝館後方的綠帶及瑠公公園：

### 東區廊帶計畫



2021 年遠東 SOGO 更進一步協同資策會與經濟部中小企業處提出「東區智慧應用計畫」，期望優化社區裡的軟硬體設備，打造宜居、友善的生活空間。

## 開創新竹愛心循環

新竹「十載·精彩」啟動 ESG 十件好事

2021 年，遠東 SOGO 新竹館正式邁入十週年。為發揮 10 年在地耕耘影響力，遠東 SOGO 自環保、公益、幸福職場等方面啟動「新竹 ESG 實踐 十件好事」計畫，回饋新竹在地居民的同時，更深化遠東 SOGO 與新竹在地的連結。

在 4 月 15 日 - 4 月 29 日生日慶期間，邀請遠東 SOGO 店的 400 多個品牌一同響應參與，只要任一筆消費，即捐贈 10 元至財團法人罕見疾病基金會籌建新竹縣關西福利家園，幫助社會並回饋當地，最終一共募得超過 40 萬元的籌建經費。

遠東 SOGO 新竹店不僅是百貨空間，在過去十年陪伴在地居民的日子裡，更早已成為民眾們的日常。遠東 SOGO 將新竹店內的演藝廳空間打造為「影響力平台」，針對親子顧客特別設計一系列活動，讓大朋友、小朋友來到百貨公司達到「寓教於樂」的效果。更提供在地高中職作為學校成果發表展演舞台，鼓勵年輕學子勇於秀自己。



遠東 SOGO 新竹店，結合演藝廳場地，辦理公益活動



針對遠東 SOGO 每年獎勵 SO GOOD 好小孩少年楷模，新竹店也特別邀請十位包括書法少女、盲鋼琴手、體操選手等藝文領域奮力不懈的少年楷模到店展演，提供弱勢學童一個發光的舞台，提升少年們的自信心的同時，更讓弱勢學童「化逆境為蛻變」的力量被看見，帶動社會向上。



SO GOOD 好小孩少年楷模 展演

遠東 SOGO 新竹店邀民眾與同仁一同歡慶十週年，在週年慶期間舉辦「親子家庭日」與「萬人健走」活動，將環境永續與健康議題融入到活動中，用「愛」守護地球、關懷社會，一起幫地球減少碳足跡，種下更多良善種子。遠東 SOGO 新竹店因推廣植樹活動、舉辦員工淨灘，和召集萬人完成十天以上一萬步的挑戰，更二度獲得新竹市環境教育獎的殊榮。



親子家庭日，植樹小旅行

### 遠東 SOGO 新竹店十週年，ESG 十件好事

1	捐贈助罕病	店內消費，每一筆消費業者即捐贈十元至財團法人罕見疾病基金會籌建關西福利家園，與館內 400 多個品牌共同捐贈了 401,060 元
2	SOGO 志工關懷在地	回饋在地居民，招募志工協助新竹在地教育關懷協會「築心之家」整理義賣物，身體力行為地方盡一份心力
3	讓愛延續「點」亮生活	攜手九大公益團體，動員卡友捐贈點數，捐贈逾 3,600 萬點
4	環保系列特展、活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>重視環境保育及永續生存議題，舉辦甲蟲生態展</li> <li>推出「ThanQ 攜帶型保溫瓶」來店禮結合環保商品</li> <li>與在地小農合作推出獨家來店禮「好運鳳梨茶」</li> </ul>
5	萬人十萬步 健康齊步走	完成十天以上達成一萬步的挑戰，就有機會獲得點數或運動舒眠椅，15,988 人一同響應減少碳足跡
6	SO GOOD 好小孩 少年楷模展演	邀請十位包括書法少女、盲鋼琴手、體操選手等藝文領域奮力不懈的少年楷模到店展演

7	親子家庭日	邀請員工及家人一起參與人文講座，親子趣味競賽等活動，串聯 SOGO 大家庭
8	小小顧服職涯體驗	小朋友穿著量身訂製的服務台顧服制服，體驗迎賓、接電話、借娃娃車等流程，學習真實的服務業，傳達百貨服務精神
9	市府合作環保活動	與新竹市環保局舉辦環保課程講座；與林務局合作「植樹小旅行」，和 12 組親子認識周遭生態環境；邀民眾捐發票換取樹苗，共兌出 403 株樹苗，全數發票捐至「心路基金會」
10	ThanQ 十週年生日 PARTY	有趣的腹語互動秀、魔術氣球秀，還有「成長禮—我最有 GUTS」，讓小朋友彩繪石頭，在邁向高年級的路上更加的勇敢堅韌！

### 全台各店走入社區，成為居民的日常

「萬聖節天母搞什麼鬼」是天母商圈最具代表性的年度活動，更已成為天母地區的特色活動。遠東 SOGO 長期與天母商圈發展協會合作，於天母店所在的館外腹地，串連在地店家規劃系列活動，為天母商圈帶來龐大的商機，也廣受大小朋友的喜愛，不用出國就能感受濃濃的異國鬼節氣息！



萬聖節天母搞什麼鬼

遠東 SOGO 在南台灣據點高雄店，亦與高雄市政府有長期的合作。像是過去與社會局共同推動「女子經濟」的學習平台，藉由與政府、企業、社會組織共創，開辦創業培力課程，更邀請專家為學員所製作的產品提供個別化診斷，共同尋求創新方法來提升婦女經濟自主性。除此之外，原住民文創藝術是台灣珍貴的文化資產，高雄店亦特別與高雄市政府原住民事務委員會，舉辦「原選好物·原駁館慶週年特賣會」展售在地原住民藝術工作者的創作品，藉由跨域及跨產業間的共創，讓原民文化拓展的管道更加多元，同時也讓原民藝術與時尚產業結合。



原選好物 原駁館慶週年特賣會

遠東 SOGO 作為大家的百貨公司，各營運據點積極開放館內公共空間，打造「OPEN SPACE」提供在地組織、社區民眾一個發揮與展現的平台，除邀請社區內的學校、學生團體、在地藝文團體於特定節日表演外，更不吝提供展演場所供作品發表，攜手社區打造永續公益鏈。微笑服務是我們的本職，奉獻付出是我們的日常，遠東 SOGO 更已成為社區生活中不可或缺的日常！



## GRI Standards 索引

### I GRI 102：一般揭露

揭露項目	對應章節	備註
<b>■ 1. 組織概況</b>		
102-1 組織名稱	關於報告書	
102-2 活動、品牌、產品與服務	關於報告書	
102-3 總部位置	關於報告書	
102-4 營運活動地點	關於報告書	
102-5 所有權與法律形式	關於報告書	
102-6 提供服務的市場	關於報告書	
102-7 組織規模	關於報告書 4-1 組織輪廓	
102-8 員工與其他工作者的資訊	4-1 組織輪廓	無重大改變
102-9 供應鏈	1-5 供應鏈管理	
102-10 組織與其供應鏈的重大改變	無	無重大改變
102-11 預警原則或方針	1-4-1 風險管理	
102-12 外部倡議	無	本公司已遞交 EP100 申請並通過審核
102-13 公協會的會員資格	1-1-2 董事會	
<b>■ 2. 策略</b>		
102-14 決策者的聲明	關於報告書	
102-15 關鍵衝擊、風險及機會	關於報告書	
<b>■ 3. 倫理與誠信</b>		
102-16 價值、原則、標準及行為規範	1-1-4 誠信經營	
102-17 關於倫理之建議與顧慮的機制	1-1-4 誠信經營	
<b>■ 4. 治理</b>		
102-18 治理結構	1-1-1 組織輪廓	
102-19 委任權責	1-1-1 組織輪廓	
102-20 管理階層負責經濟、環境和社會主題	關於報告書	
102-21 與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	關於報告書	
102-22 最高治理單位與其委員會的組成	1-1 公司治理	

揭露項目	對應章節	備註
102-23 最高治理單位的主席	1-1 公司治理	
102-27 最高治理單位的群體智識	1-1-2 董事會	
102-29 鑑別與管理經濟、環境和社會衝擊	關於報告書	
102-32 最高治理單位於永續性報導的角色	關於報告書	
102-33 溝通重要關鍵議題	關於報告書	
102-34 關鍵議題的性質與總數	關於報告書	
102-35 薪酬政策	4-2-1 薪酬制度	
102-36 薪酬決定的流程	4-2-1 薪酬制度	
102-37 利害關係人的參與	關於報告書	
<b>■ 5. 利害關係人溝通</b>		
102-40 利害關係人團體	關於報告書	
102-41 團體協約	無	本公司無設立工會故無簽署協約
102-42 鑑別與選擇利害關係人	關於報告書	
102-43 與利害關係人溝通的方針	關於報告書	
102-44 提出之關鍵主題與關注事項	關於報告書	
<b>■ 6. 報導實務</b>		
102-45 合併財務報表中所包含的實體	關於報告書	
102-46 界定報告書內容與主題邊界	關於報告書	
102-47 重大主題表列	關於報告書	
102-48 資訊重編	關於報告書	重編 2020 年消耗電量
102-49 報導改變	關於報告書	
102-50 報導期間	關於報告書	
102-51 上一次報告書的日期	關於報告書	
102-52 報導週期	關於報告書	
102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	關於報告書	
102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	關於報告書	
102-55 GRI 內容索引	附錄	
102-56 外部保證 / 確信	附錄	



## I GRI 200：經濟主題系列 2016

### ■ 重大性議題：營運績效、氣候變遷與調適

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 1-2 營運成果	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 1-2 營運成果	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 1-2 營運成果	
GRI 201：經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1-2 營運成果	
GRI 202：市場地位	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4-2-1 薪酬制度	
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	1-1-2 董事會	

### ■ 重大性議題：永續選商與消費

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 1-5 供應鏈管理 2-1-2 綠色行動	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 1-5 供應鏈管理 2-1-2 綠色行動	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 1-5 供應鏈管理 2-1-2 綠色行動	
GRI 204：採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	2-1-2 綠色行動	

### ■ 重大性議題：公司治理與道德行為準則

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 1-1 公司治理	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 1-1 公司治理	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 1-1 公司治理	
GRI 205：反貪腐	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	1-1-4 誠信經營	

## I GRI 300：環境主題系列 2016

### ■ 重大性議題：綠色服務、能源管理

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 2-3 能源管理	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 2-3 能源管理	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 2-3 能源管理	
GRI 302：能源	302-1 組織內部的能源消耗量	2-3-2 節能措施 與成效	
	302-3 能源密集度	2-3-2 節能措施 與成效	

### ■ 重大性議題：氣候變遷與調適

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 2-2 氣候變遷減 緩與調適	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 2-2 氣候變遷減 緩與調適	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 2-2 氣候變遷減 緩與調適	
GRI 305：排放	305-2 能源間接 ( 範疇二 ) 溫室氣體排放量	2-2 氣候變遷減 緩與調適	

### ■ 重大性議題：廢棄物管理

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 2-5 廢棄物管理	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 2-5 廢棄物管理	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 2-5 廢棄物管理	
GRI 306：廢棄物 (2020)	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	2-5 廢棄物管理	
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	2-5 廢棄物管理	



GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 306 : 廢棄物 (2020)	306-3 廢棄物的產生	2-5-2 廢棄物 產出結構	
	306-4 廢棄物的處置移轉	2-5-2 廢棄物 產出結構	
	306-5 廢棄物的直接處置	2-5-2 廢棄物 產出結構	
<b>■ 重大性議題：法規遵循</b>			
GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103 : 管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 1-1 公司治理	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 1-1 公司治理	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 1-1 公司治理	
GRI 307 : 有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	1-1-4 誠信經營	2021 無違反環保法規事件
GRI 419 : 社會經濟法規遵循	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	1-1-4 誠信經營	

## ■ GRI 400 : 社會主題系列 2016

<b>■ 重大性議題：員工發展與薪酬福利</b>			
GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103 : 管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 4 幸福職場力	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 4 幸福職場力	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 4 幸福職場力	
GRI 401 : 勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	4-1-2 員工流動	
	401-2 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	4-2-2 員工福利	
	401-3 育嬰假	4-2-2 員工福利	
GRI 402 : 勞 / 資關係	402-1 關於營運變化的最短預告期	4-2-3 職場權益	

<b>■ 重大性議題：職場健康與安全</b>			
GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103 : 管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 4-4 職場安全與健康	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 4-4 職場安全與健康	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 4-4 職場安全與健康	
GRI 403 : 職業安全衛生 (2018)	403-1 職業安全衛生管理系統	4-4-1 職場安全管理	
	403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查	4-4-1 職場安全管理	
	403-3 職業健康服務	4-4-1 職場安全管理	
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	4-4-1 職場安全管理	
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	4-4-1 職場安全管理	
	403-6 工作者健康促進	4-4-2 員工健康管理	
<b>■ 重大性議題：人才留任與發展</b>			
GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103 : 管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 1 穩健經營力 4 幸福職場力	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 1 穩健經營力 4 幸福職場力	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 1 穩健經營力 4 幸福職場力	
GRI 404 : 訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4-3 專業培育	
GRI 405 : 員工多元化與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元化	1-1 公司治理 4-1 員工輪廓	
	405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4-2-1 薪酬制度	



### ■ 重大性議題：社會關懷與社區參與

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 5 社會影響力	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 5 社會影響力	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 5 社會影響力	
GRI 413：當地社區	413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	5-2 在地化經營	

### ■ 重大性議題：商品安全與透明度、顧客關係與服務品質

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 3-1 商品安全管理	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 3-1 商品安全管理	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 3-1 商品安全管理	
GRI 416：顧客健康與安全	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3-1-2 商品管理機制	
GRI 417：行銷與標示	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3-1 商品安全管理	
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	3-1-2 商品管理機制	
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3-1-2 商品管理機制	

### ■ 重大性議題：資訊安全

GRI 準則	揭露項目	對應章節	備註
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	關於報告書 1-3 資安防護	
	103-2 管理方針及其要素	關於報告書 1-3 資安防護	
	103-3 管理方針的評估	關於報告書 1-3 資安防護	
GRI 418：客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1-3 資安防護 3-2-1 顧客關係管理	

## 永續會計準則委員會 (SASB) 對照表

### 揭露主題：能源管理 Energy Management

揭露指標	對照揭露				章節對照
指標代號：CG-MR-130a.1					
	2018年	2019年	2020年	2021年	
1. 能源總消耗 (GJ)	437,104.43	415,563.19	379,678.57	353,689	2-3-2 能績效 管考
2. 總用電量百分比%	100%	100%	100%	100%	
3. 再生能源百分比%	0%	0%	0.062%	0.077%	

### 揭露主題：數據安全 Data Security

揭露指標	對照揭露				章節對照
指標代號：CG-MR-230a.1					
具體描述數據風險鑑別的方式	<ul style="list-style-type: none"> <li>由「資安管理委員會」完成個人資料盤點、個人資料蒐集程序建立、專櫃合約個資條款修訂、全台同仁個資教育訓練、檔期行銷方式變更等處理程序</li> <li>建立〈資安事件通報系統〉，發生或發現個資問題的單位，有義務通報資安管理委員會，由法務室統籌執行處理</li> </ul>				1-3 資安防護

### 指標代號：CG-MR-230a.2

	2018年	2019年	2020年	2021年	
1. 數據洩露的數量	0	0	0	0	1-3 資安防護
2. 涉及個人資訊 Personally Identifiable Information (PII) 洩露的百分比%	0	0	0	0	
3. 受影響的顧客數量	0	0	0	0	

### 揭露主題：勞動條件 Labor Practices

揭露指標	對照揭露				章節對照
指標代號：CG-MR-310a.1					
	2018年	2019年	2020年	2021年	
1. 每小時平均工資 (新台幣：元)	180	187	189	189	4-2-1 員工組成 與分佈
2. 店內員工領取當地最低工資占全體員工的百分比%	0	0	0	0	



揭露指標	對照揭露								章節對照	
指標代號：CG-MR-310a.2										
	2018年		2019年		2020年		2021年			
1. 店內員工自願離職率%	21.5%		26.4%		14.3%		15.97%		4-1-2 員工流動	
2. 店內員工非自願離職率%	4.7%		0.1%		0		0			
指標代號：CG-MR-310a.3										
因訴訟引起的金錢損失總額（新台幣：元）	20,000		20,000		0		0		4-1-2 員工流動	
揭露主題：職場多元包容 Workforce Diversity & Inclusion										
揭露指標	對照揭露								章節對照	
指標代號：CG-MR-330a.1										
	2018年		2019年		2020年		2021年			
	管理階層	所有其他員工	管理階層	所有其他員工	管理階層	所有其他員工	管理階層	所有其他員工		
各性別占全體員工的百分比	男性	6.4%	26.4%	6.7%	25.9%	6.8%	25.1%	7%	24.8%	4-1 員工輪廓
	女性	7.1%	60.1%	7.5%	59.9%	7.7%	60.5%	7.5%	60.7%	
各種族／族群占全體員工的百分比	原住民	為保障就業機會平等，本公司並無登記員工種族，故無相關資料。								
	新住民									
指標代號：CG-MR-330a.2										
與就業歧視相關的法律訴訟所造成的總金額損失（新台幣：元）	0		0		0		0		無發生就業歧視相關之法律訴訟案件	
揭露主題：產品來源、包裝與行銷 Product Sourcing, Packaging & Marketing										
揭露指標	對照揭露								章節對照	
指標代號：CG-MR-410a.1										
	2018年		2019年		2020年		2021年			
獲得第三方認證環境／社會永續認證的產品收入（新台幣元）	-		-		-		-		3-1 商品安全管理	
指標代號：CG-MR-410a.2										
評估衡量產品中的化學相關的風險或危害的說明	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯各相關單位</li> <li>遠東 SOGO 會進行抽檢，另由專人每日進行媒體新聞與政府資訊蒐集，以掌握最新動態</li> <li>發現問題商品新聞時，立即啟動「問題商品風險監控程序」，由問題商品風險控管小組追蹤處理結果</li> </ul>								3-1 商品安全管理	

揭露指標	對照揭露				章節對照				
指標代號：CG-MR-410a.3									
討論如何減少包裝對環境的影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>全台各店均使用 FSC（Forest Stewardship Council，森林管理委員會）認證紙張所製成的購物提袋，並採購具有 FSC 認證的擦手紙與衛生紙</li> <li>SOGO 發行之 DM 皆採用大豆環保油墨印刷</li> <li>SOGO 以店內包材／紙箱重新再利用為主，於後場有專人挑選乾淨、可再利用的紙箱，供顧客宅配包裝用</li> </ul>				2-1-2 綠色採購				
營運指標									
揭露指標	對照揭露				章節對照				
指標代號：CG-MR-000.A									
	2018年		2019年		2020年		2021年		
1. 營運據點數量	8		7		7		7		1-2 營運成果
2. 配送中心數量	0		0		0		0		
指標代號：CG-MR-000.B									
1. 營運據點總面積（單位：平方公尺 m <sup>2</sup> ）	259018.34		243642.77		212891.63		212891.63		1-2 營運成果
2. 配送中心總面積（單位：平方公尺 m <sup>2</sup> ）	0		0		0		0		

## 聯合國全球盟約對照表

分類	10項原則內容	對應章節 / 說明
人權	企業界應支持並尊重國際公認的人權	4-2-3 職場權益
	保證不與踐踏人權者同流合污	1-5-1 供應商規範
勞工標準	企業界應支持結社自由及確實承認集體談判權	4-2-3 職場權益
	消除一切形式的強迫和強制勞動	4-2-3 職場權益
	確實廢除童工	遠東 SOGO 未聘用未滿 16 歲以下之童工
	消除就業和職業方面的歧視	4-1 員工輪廓
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	2 永續環境力
	鼓勵開發和推廣環境友好型技術	
反腐敗	企業界應努力反對一切形式的腐敗，包括敲詐和賄賂	1-1-4 誠信經營



## 保證聲明書



## ASSURANCE STATEMENT

### SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PACIFIC SOGO CO., LTD.'s SUSTAINABILITY REPORT FOR 2021

#### NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by PACIFIC SOGO CO., LTD. (hereinafter referred to as SOGO) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2021 (hereinafter referred to as the Sustainability Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in the report presented during verification in the period of 11 May 2022 to 6 June 2022. SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

#### INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all SOGO's Stakeholders.

#### RESPONSIBILITIES

The information in the SOGO's Sustainability Report of 2021 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and management of SOGO. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report.

Our responsibility is to express an opinion on the report content within the scope of verification with the intention to inform all SOGO's stakeholders.

#### ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The SGS ESG & Sustainability Report Assurance protocols used to conduct assurance are based upon internationally recognized assurance guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for report quality, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

The assurance of this report has been conducted according to the following Assurance Standards:

Assurance Standard Options and Level of Assurance	
A.	SGS ESG & SRA Assurance Protocols (based on GRI Principles and guidance in AA1000)
B.	AA1000ASv3 Type 1 Moderate Level (AA1000AP Evaluation only)

#### SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

##### Reporting Criteria Options

1. GRI Standards (Core)
2. AA1000 Accountability Principles (2018)

- AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018) at a moderate level of scrutiny; and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

#### ASSURANCE METHODOLOGY

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, ESG committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

#### LIMITATIONS AND MITIGATION

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) and SASB related disclosures has not been checked back to source as part of this assurance process.

#### STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from SOGO, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

#### FINDINGS AND CONCLUSIONS

##### VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the reporting criteria.

We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.



## AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

### Inclusivity

SOGO has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to customers, employees, shareholder/ investors, lessee counter, suppliers/ contractors, communities, media, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, SOGO may proactively consider having more direct two-ways involvement of stakeholders during future engagement.

### Materiality

SOGO has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

### Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

### Impact

SOGO has demonstrated a process on identify and fairly represented impacts that encompass a range of environmental, social and governance topics from wide range of sources, such as activities, policies, programs, decisions and products and services, as well as any related performance. Measurement and evaluation of its impacts related to material topic were in place at target setting with combination of qualitative and quantitative measurements.

## GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, SOGO's Sustainability Report of 2021, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, it is recommended to have more descriptions of SOGO's involvement with the impacts for each material topic (103-1), and how efforts were given to mitigate the impacts. When reporting on goals and targets for each material topic, the expected results are suggested to be set and reference previous year results, if applicable, with quantitative objectives. More disclosures of environmental topics to all operation locations are encouraged in future report.

### Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

David Huang  
Senior Director  
Taipei, Taiwan  
13 June, 2022  
[WWW.SGS.COM](http://WWW.SGS.COM)



AA1000  
Licensed Report  
000-8/V3-I9KYQ