

2022 遠東 SOGO百貨企業永續報告書







封面設計理念:

象徵圓滿的2個「O」,一個呈現遠東SOGO的LOGO, 另一個則呈現我們所居住的美麗的地球;遠東SOGO以 永續五力的精神,打造綠色百貨,推動永續消費。

\equiv

錄 CONTENTS

前言

۱.	爾於報告書	06
Π.	關於遠東 SOGO	07
	董事長的話	07
	ESG 特輯	80
	榮耀與肯定	12
	永續發展策略藍圖與價值創造	13
	遠東 SOGO 願景工程	14
Ш.	永續 SOGO	14
	永續專案推動機制	15
	永續議題管理流程	15
	永續議題之變動説明	17
	遠東 SOSO 價值鏈與永續議題關係	18
	利害關係人議合	20

1.	穩	健 經營力	22
	1.0	策略成果與規劃	23
	1.1	公司治理	26
	1.2	營運成果	35
	1.3	資安防護	40
	1.4	風險控管	43
	1.5	供應鏈管理	47
2.	永	續環境力	50
	2.0	策略成果與規劃	51
	2.1	綠色百貨	57
	2.2	氣候變遷減緩與調適	69
	2.3	能源管理	76
	2.4	水資源管理	82
	2.5	廢棄物管理	84

3.	安心服務力	86	竹錄	141
	3.0 策略成果與規劃	87	附錄一、國際永續揭露框架對照表	142
	3.1 商品安全管理	89	附錄二、聯合國全球盟約對照表	150
	3.2 顧客關係與服務	92	附錄三、保證聲明書	151
	3.3 商場安全維護	101		
4.	幸福職場力	102		
	4.0 策略成果與規劃	103		
	4.1 員工輪廓	106	With the second	
	4.2 薪酬福利	110		
	4.3 專業培育	117		
	4.4 職場安全與健康	123		

5. 社會影響力

5.1 各店皆為永續影響力基地 — CSR

5.2 在地化經營





關於本報告書

太平洋崇光百貨股份有限公司(以下簡稱為「遠東 SOGO」)發行之永續報告書,為連續第9年出版之永續相關資訊。遠東 SOGO 秉持透明公開、永續共進的精神,依循全球永續性報告協會(Global Report Initiative,簡稱 GRI)於2021年全球發佈的通用準則(Universal Standards 2021)進行內容撰寫。每年度出版一次透過報告書經濟、環境、社會之企業永續發展概況向利害關係人溝通,並展現具體績效成果。

編製依據

本報告書同時參照下述國際標準與指南進行編纂:

發布單位	準則框架/法規
聯合國 (The United Nations, UN)	聯合國全球永續發展目標(UN Sustainable Development Goals, SDGs)
全球永續性標準理事會(Global Sustainability Standards Board, GSSB)	GRI 2021 公布通用準則 2021(Universal Standards 2021)
國際金融穩定委員會(Financial Stability Board,FSB)	氣候相關財務揭露框架(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)
價值報導基金會 (Value Reporting Foundation, VRF)	SASB 準則(Sustainability Accounting Standards Board, SASB)

報導節疇

本報告書資料涵蓋期間自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 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。揭露邊界以遠東 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,於該段落附註説明。

報告書管理流程與發行

初稿蒐集、 內部數據查證

各權責單位提供資料,並由稽核室進 行數據查核

彙整編製

ESG 執行秘書小組 彙整,進行整體規 劃與編製

第三方 查證

通過外部 單位查證

發行報告書

由企業永續委員會(簡稱 ESG 委員會)審閱確認 後,定稿進行設計,發行 並公布於 ESG 網站

首次出版日期: 2015年6月 前一版本出版日期: 2022年6月 現行版本出版日期 2023 年 6 月

下一版本出版日期: 預定 2024 年 6 月發行

報告書內容保證

為確保資訊揭露的透明度與可信度,本報告書所揭露的相關資訊與數據,經台灣檢驗科技股份有限公司(SGS)依循 GRI Standards 2021 參照選項(Reference)及 AA1000 AS v3 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 永續發展辦公室 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

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



董事長的話

與時俱進、友善共好 遠東 SOGO 走過 35 年的變與不變

1987年11月11日11時,位於台北市忠孝東路商圈的SOGO百貨台北店忠孝館開幕,為當時東南亞最大的百貨公司,以「一次購足」(One-Stop Shopping)的全客層百貨,成為業界傳奇,無論在商品、服務及營運績效上,均創下無數傲人紀錄。35年後,遠東SOGO百貨年營收與獲利雙雙創新高,除了和過往一樣是「金雞母」,忠孝館多了「龍穴」、「美妝天后宮」的稱號;遠東SOGO更因自2015年起推展CSR企業社會責任、近年實踐企業永續發展,累計獲得逾150項國內外CSR暨ESG相關獎項,成為「百貨永續模範生」。

疫情期間,關懷利害關係人、攜手共度零售低潮的同時,遠東SOGO不斷提升自身永續能量,隨著疫情逐漸緩和,我們也交出亮麗的成績。重視永續的遠東SOGO,在全體同仁努力、顧客支持下,2022年營業獲利雙創新高;營收450億,年增9%,稅前/後淨利、每股稅後盈餘、股東權益報酬率均連續5年成長,其中EPS達1.69元、年增長逾20.7%,稅後盈餘成長20.5%。在遠東SOGO35歲這年,我們以ESG於環境、社會、公司治理等三個面向的永續績效作為禮物,送給我們摯愛的台灣土地與地球母親。

第一個禮物(E):倡議永續家園,為亞太第一個加入 EP100 的百貨

2022年遠東SOGO為亞太第一個加入國際倡議EP100的零售百貨,也連續四年拿下國家企業環保獎,同時獲環保署「低碳產品獎勵」特優,讓天母店因減碳標籤與「服務性碳標籤」納入綠色採購申報,整間百貨都是低碳產品。遠東SOGO不忘發揮通路影響力、以大帶小,攜手利害關係人邁向淨零,截至2023年,電子禮券省下的紙張可堆疊出超越7座玉山的高度。此外,響應政府「12項淨零關鍵戰略具體行動」中的「淨零綠生活」,遠東SOGO數度參與環保署座談、觀摩與分享,成為國內淨零綠生活典範企業。

第二個禮物(S):實踐社會共融,連續兩年加薪、獲人力銀行幸福企業金獎

疫情期間,遠東SOGO是第一個提供疫苗獎勵的百貨,員工施打疫苗劑劑 有獎勵、打滿三劑共可獲2千5百元。我們推動優於法令的有薪防疫假,三級警戒期間含之後,無論是確診或隔離,都提供有薪防疫假,同步發放慰問金給確 診和隔離的同仁和專櫃夥伴。為讓每位同仁具有國際職安衛的風險管理意識, 導入ISO 45001職業安全衛生管理系統,更創百貨與零售第一、以高規格的勞 動安全自我要求,連續10年獲台北市勞動安全獎。2022、2023年年初,遠東 SOGO連續2年全面加薪超過4%鼓勵同仁,加薪幅度為連鎖百貨之冠,將成果 與利害關係人分享,獲人力銀行幸福企業金獎。

第三個禮物(G):連續 9 年自主發行永續報告書、強化供應商永續韌性

遠東SOGO非上市上櫃公司,連續9年自主發行永續報告書,並經第三方查證。2022年遠東SOGO企業永續報告書獲「TCSA台灣企業永續獎」貿易百貨類最高等級白金獎,英文版首次發行即獲「GCSA全球企業永續獎」銅獎,綜合績效類名列百大永續典範。遠東SOGO是國內第一個進行供應鏈管理的百貨,因應SDG12責任消費與生產,我們將過去的企業社會責任條款,優化為含有9條細則的「永續條款」,強化供應商在社會和環境面向的永續作為(含勞動人權、環境永續、對懷孕與哺乳期婦女的照顧),藉此提升供應商永續韌性。

推動CSR、ESG理念是一條孤獨的志業,我時常告訴自己與同仁一句話:「路走對了,就不怕遠。」如今「路走對了,就不怕遠」已成為遠東SOGO從上而下的永續座右銘。我常鼓勵女性比例占多數的百貨同仁:「妳若盛開,蝶自來」無論基層員工,或中高階主管,最重要的是妳能不能把這份工作做得燦爛。因為重視與實踐自己的工作價值,就已經代表公司展開與利害關係人議合,就是永續DNA的展現!







ESG 特輯

遠東 SOGO 呼應聯合國永續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs),同時考量百貨業的經營型態,以「永續關鍵五力」為永續發展主軸,包含:「穩健經營力」、「永續環境力」、「安心服務力」、「幸福職場力」及「社會影響力」,作為日常管理永續議題的依循依據。為回應全球消費者與資本市場對 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」為「淨零三大策略」,攜手上中下游利害關係人,如品牌夥伴、供應商、同仁與消費者開展多項治理、環境與社會行動方案,邁向永續共榮幸福城市之願景。









2. 永續環境力

3. 安心**服務力**

4. 幸福**職場力**



永續關鍵 五力	重點績效	呼應 SDGs	淨零 三大策略	重點績效
穩健 經營力	以永續經營的態度及敏捷創新精神,優化賣場購物體驗,締造百貨領導品牌形象。 • 2022 營業總額為新台幣 450.1 億元,税前 / 後淨利、每股盈餘(税後)、股東權益報酬率均連續 5 年成長;EPS 達 1.69 元、年增長逾 20.7%,税後盈餘成長 20.5% • 忠孝館超市及銘店區、高雄店大規模改裝,強化顧客黏著度、挹注全年業績正向成長 • 推動全員數位安全教育訓練;SOGO APP 獲 MAS 資安標章認證	8 等級效果與 经消货股	/st.T==	 強化供應商永續韌性,優化供應商條款,於供應商首度簽約/換約/請款時全面簽訂 推動永續選商,以「SOGO Sustain好物好選」 識別系統,全年推薦650個嚴選商品 進行工程及庶務類供應商永續調查,回收198
安心 服務力	嚴格把關產品安全,強化消費者信任,打造百貨界「食安管理」典範 •針對利害關係人需求規劃「商品安全」行動方案,全台各店美食街餐飲櫃位及餐廳 88% 通過 GHP 認證,其中 97% 為優級 •強化商品溯源;超市引進完整生產履歷產品專區 •88% 顧客滿意遠東 SOGO「維護商品安全」,與 2021 年相比顯著提升 6.2 個百分點 •獲 2022 年「臺灣客服中心評鑑」百貨及購物中心金獎	12 負責任的 不可以	循 模	 進行工程及庶務類供應商水纜調查,回收 198份問卷,輔導、串聯上下游價值鏈推動淨零聯盟 落實綠色採購、社創採購、以租代買等永續採購原則,庶務類百分之百在地採購,綠色採購總額 3,500萬元,成長 38.06%;其他永續採購新台幣 993萬元,成長 74.56%





2. 永續環境力

3. 安心**服務力**

4. 幸福**職場力**

5. 社會**影響力**



永續關鍵 五力	重點績效	呼應 SDGs	淨零 三大策略	重點績效
幸福職場力	以接軌國際的職安衛環境提供安全工作場域,規畫優於業界水準的選用育留及薪酬福利, 創造幸福職場 •疫情期間,節約費用有成,獲利微幅增加,原固定7月調薪,2022年提前至1月執行,全 員加薪約4%,將成果與利害關係人分享,振奮員工士氣(2023年3月再次全員加薪約4%, 連續2年全員加薪) •平均月薪46,429元,超前同業7.91% •疫情強化員工照護,是國內第一個推動員工疫苗獎勵的百貨,劑劑有補助、完整接種三劑共 可獲2,500元 •提供優於法令的有薪防疫假,兩年申請1,583小時,同步發放慰問金給確診與隔離的同仁和 專櫃夥伴,有1千人次申請 •提供優於法令的福利,含生育補助5,000元、育兒補助金每胎1萬元,男女員工皆適用,新 生兒一歲內皆可申請;自2023年起育嬰縮短工時由無薪假改為八成薪 •員工教育訓練經費年成長143%,預計2023年將再成長20% •台北各店已全數導入接軌國際職安衛的ISO 45001	3 度好健康 與福祉 一 4 優質教育 5 性別平等 章 转载效業與 後經濟發展	永續	強化員工永續意識:2022年員工滿意度調查, 93%員工認同永續、89%員工願意在工作中 實踐永續 倡議永續消費,攜手利害關係人產生友善地球 的消費意識與行動: (1)投入763萬元,舉辦92場永續共創活動, 超過9萬人次參與,23萬人次受益 (2)舉辦2檔SOGO Sustain,DM與電子報合 計觸及115萬人;舉辦SOGO APP植樹活動,共1.86萬人次參與 (3)全年舉辦29場小農相關市集;忠孝館小農 展年消費逾4.8萬筆,業績成長32.4%,平 均客單價成長21% (4)自媒體永續倡議與溝通66則,觸及逾16萬
社會 影響力	以「關懷(Caring)」、「永續(Sustainability)」、「信賴(Reliability)」三大共好面向打造永續生態系 • 以全台各據點作為影響力基地,攜手 1,975 個多元夥伴,發起 912 場社會參與活動,投入資源價值超過 6,700 萬元,受益人次超過 200 萬 • 「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚活動」10 年投入逾 2,800 萬資源、獎助 290 位少年楷模,長年提升兒童福利、倡議 DEI,攜手利害關係人打造公益生態系,帶動社會善循環	10 減少不平等		人次 (5) 全台 96% 餐廳通過環保署綠色餐廳認證 (6) 雲端發票占比 53%,提前 3 年達成財政部半數開出雲端發票的規劃 (7) 2015 年起領先全台百貨發行電子禮券,8 年累計省紙量可疊出 6.5 座玉山高



1. 穩健經營力

2. 永續**環境力**

3. 安心**服務力 4.** 幸福**職場力**

5. 社會**影響力**

附錄



永續關鍵 五力	重點績效	呼應 SDGs	淨零 三大策略	重點績效
永續環境力	執行能源管理、建置節能措施,以打造一站式購足之綠色消費平台、亞洲綠色百貨標竿為目標 每度電創造營收為 447.99 元 / 度,較 2021 年成長達 6.97%,是近年新高;與 2018 年基準年相較,提高 25.55% 發展再生能源,啟動新竹店二期太陽能板建置計畫,預計提升綠電占比達 5.7%;天母店同步申請再生能源憑證;新竹再生能源案場 3 年發電逾 160 萬度、減碳達 5 座新竹公園吸碳量 忠孝館、復興館、天母店完成 ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查 單位樓地板面積用水量 8.34,單位來客及員工數用水量 0.1216,皆優於 2022 經濟部水利署用水指標建議值 首家承作綠色定存的百貨,金額由 3 仟萬增加至 2 億	7 可負擔的 7 漂浮能源 - 〇	節能減排	 正式加入 EP100 國際倡議(Energy Productivity 100),為亞太第一個零售百貨業會員,目標 2028 年能源生產力較 2018 年提升 50.52% 成立氣候變遷委員會,正視氣候風險與綠色商機,TCFD完成氣候風險與財務連結之評估 淨零目標:2028 年新竹店單店碳中和、2040 年至台各店碳中和、2050 年配合政府政策淨零



環境永續E:12項/1國際倡議



榮耀與肯定

加入1國際倡議、獲得30個獎項、5認證

綜合續效:5項

- 遠見CSR 暨ESG 獎一般服務業 楷模獎(連續5 年)
- 台灣企業永續獎(TCSA)台灣百 大永續典範企業(獲獎數 全台零售第一)
- 台灣企業永續獎(TCSA)永續報 告貿易百貨第一類 白金獎
- ●全球企業永續獎(GCSA)英文永 續報告 銅獎
- ●國家永續發展獎

- EP100 正式會員
- ●亞洲企業社會責任獎(AREA)綠色領導獎
- 國家企業環保獎 銀級(連續4年)
- 台灣永續行動獎(TSAA)環境永續 金獎
- 台灣企業永續獎(TCSA)氣候領袖獎
- ●全球企業永續獎(GCSA)氣候領袖獎
- 臺北市零碳標竿獎 典範獎
- 節約用水績優單位(天母店)

- 節水績優獎 優等(天母店)
- 低碳產品獎 特優(天母店)
- ●全國營業人開立雲端發票競賽 (北區)百貨業第一名(新竹店)
- ●全國營業人開立雲端發票競賽 (北區)百貨業第三名(中壢店)
- 桃園市綠色餐廳績優單位(中 壢店)

社會共融S:8獎/3認證

- 臺北市勞動安全獎優良單位(連續10年,百貨唯一)
- 臺北市勞動安全獎大心老闆
- 臺北市勞動安全獎優良人員
- ●亞洲企業社會責任獎(AREA)人力投資獎
- 1111 人力銀行 幸福企業金獎
- ●台灣企業永續獎(TCSA)永續單項績效 人才發展領袖獎
- ●人才發展品質管理系統(TTQS)銅牌獎(新竹店)
- 台灣客服中心評鑑 金牌企業
- ●健康職場認證(總公司、復興館、天母店)

公司治理G:5獎/2認證

- ●台灣永續行動獎(TSAA)經濟發展 銀獎
- 開立統一發票績優營業人
- Buying Power 社會創新產品及服務採購叁獎
- Buying Power 社會創新產品及服務採購特別獎(復興館)
- 臺北市環保局綠色採購續優單位(連續6年)
- SOGO APP 資安認證: iOS、Android 版



2022 遠見 ESG 企業永續獎 綜合績效楷模獎



2022TCSA 綜合績效 百大典範企業



2022TCSA 永續報告書 白金獎



2022GCSA 永續報告書 銅漿



2022 國家永續 發展獎



2022 低碳產品 獎勵特優



2022 臺北市 勞動安全獎



2022 幸福企業 金獎



2022 統一發票 營業績優單位



2022 Buyingpower 叁獎





2. 永續環境力

3. 安心服務力



永續發展策略藍圖與價值創造

顧客信賴的零售品牌

商業模式&價值鏈 六大資本 影響力 1. 財務資本 2022 年成效 向上撬動 穩健經營 向下啟蒙 善用股東投入資本與銀 • 營業額:450 億 行資金,以達到「營業 • 税前淨利: 18.2 億 獲利最佳」之願景 上游 營運 下游 領航打造幸福城市 供應商/承攬商 股東/投資人 顧客 2. 人力資本 同仁 承租廠商(櫃位) 鄰近社區、媒體 培養同仁專業知識與 • 總員工數: 1,315 人 技能,提供各面向福 • 育才人次: 6,569人次 綠色創新服務 利,以達「服務評價最 Circular 永續採購與選商 在地經營與陪伴 營運管理優化 好」、「員工薪資最高」 之願景 零售與消費的循環模式 專業人才培育 3. 社會資本 循環消費 關懷弱勢並強化與當地 • 舉辦場次:912場 社區的連結性,投入資 議和人次:203萬人次 綠色運輸 源與關懷能量,使本公 Integrate 司與在地發展脈動相互 結合 虚實內外的整合創新 2030遠東SOGO永續藍圖 4. 自然資本 推動節能減廢,並將永 • 每度電創造447.99元 遠東SOGO 領航零售業永續轉型,積極參與 領航綠零售 營收,成長6.97% 節能減排 續概念落實推動於日常 國際倡議,落實全面財務與非財務風險評估 **Trust** 消費中,領航產業綠色 7 70 800 3 13 KHOD 與管理,並內化永續DNA,以期發揮產業標 **Environment** 轉型 無形堅固的信任關係 5. 智慧資本 打造淨零綠生活 持續導入e化管理原 • APP會員:116萬 為將永續融入於日常生活,遠東 SOGO 積極 永續消費 • 發行22.16億 則與軟硬體設備,優化 5 thirth 11 Ames 12 Miles 17 Account to 18 電子禮券 購物流程, 並提高公司 Social Year 營運韌性 年續不斷的永續創新 6. 商品與通路資本 <u>啟動「淨零」聯盟</u> • 綠色採購占比5.07% 以創新模式規劃樓層位 為促進零廢棄目標,遠東SOGO 發揮向上撬 循環商模 • 永續採購成長 置,並強化商品與食 動、向下啟蒙的連結影響力,開創循環商業 74.56% 安,使本公司成為最受 Governance

模式,推動價值鏈永續變革。





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.)。

而為讓公司願景與使命,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合成:R.I.S.E,象徵 SOGO 以正向復 甦的能量迎向新常態。

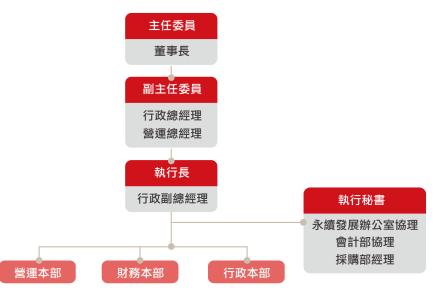


永續 SOGO

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」並積極設立委員會以開展、監督相關管理政策與行動。2020年呼應國際永續趨勢,將「CSR委員會」更名為「企業永續委員會」(簡稱ESG委員會),並訂定2020年為遠東SOGO「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、行政本部。其中,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、對外適宜管理政策。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。透過此跨部門執行與溝通的平台,加速推動遠東SOGO永續發展腳步。

◆ ESG 委員會推動架構







◆ 永續專案推動機制



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。為提高永續專案跨部門溝通之綜效與成效,遠東SOGO於2023年3月設立永續推動專責單位一永續發展辦公室,創全台百貨先例。

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執行秘書小組依循全球永續 性報導標準與框架,並參照百貨零售業之產業特性,依據AA1000:2018當責性 原則之「包容性、重大性、回應性、衝擊性」,以及利害關係人包容性進行鑑 別、分析、排序等管理流程。

STEP 1 利害關係人鑑別:7 類利害關係人

遠東 SOGO 參考 AA1000 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES) 的五大原則:依賴性、責任性、影響力、多元觀點及張力,審視營運商業活動與永續脈絡,依據核心重點小組討論,並經高階主管確認後,鑑別出7類利害關係人。

STEP 2 企業影響議題蒐羅:50 個影響項目

參考 GRI 準則、SASB、TCFD、ISO 26000 社會責任指引國際標準、國際評比 產業議題、聯合國 SDGs 及國內、外產業議題、全球性趨勢議題及媒體報導等, 鑑別影響項目以及對企業產生的正負影響,整理出 50 個影響項目。

STEP 3 將企業影響議題整合為永續議題: 22 個永續議題

經顧問團隊給予整合建議,將影響項目依主題整合為永續議題,並由 ESG 推動 小組核心成員與外部顧問討論後,整合為 22 個年度永續議題以進行後續鑑別。

STEP 4 重大主題分析與排序: 問卷回覆: 1,003 份

藉由線上問卷針對內、外部利害關係人進行調查,並透過各機能組與營業處協助發放,了解利害關係人對各項永續議題的關注程度。後依「利害關係人關注程度」及「對公司營運衝擊程度」,進行高、中、低強度分析,鑑別其重要性。2022年計回收986份利害關係人有效問卷、17份公司高層有效問卷。

STEP 5 議題影響評估與討論: 14 項重大主題

透過 GRI 3 重大性分析精神,衡量高、中度議題的財務影響及發生可能性,並參考外部顧問與專家學者之建議後,將重大主題對照 GRI 主題準則,鑑別出 14 項重大主題。

STEP 6 重大主題揭露與報導

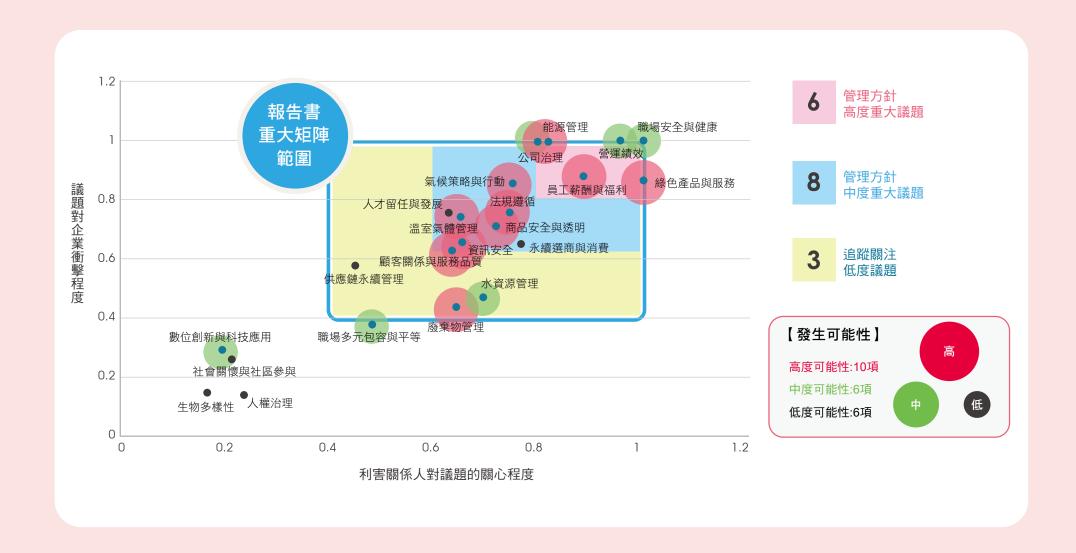
經本公司評估後,以 14 項重大主題作為本報告揭露重點,擬定議題管理方針。 未來持續檢視各項永續議題重要程度,回應利害關係人期待,確保報告書揭露內 容透明、合理與平衡。



前言



永續議題矩陣











環境永續(E)	綠色產品與服務、能源管理、氣候策略與行動、溫室氣體管理
社會共榮(S)	職場安全與健康、員工薪酬與福利、顧客關係與溝通、商品安全與透明、人才留任與發展
經濟治理(G)	營運績效、公司治理、法規遵循、資訊安全、永續選商與消費

永續議題之變動說明

全球度過疫情風波,各國皆出現開放與復甦的態勢。因應遠東SOGO永續經營與發展策略,並參照國際關注重大主題而言,相較於2021年,「能源管理」、「溫室氣 體管理」、「營運績效」、「公司治理」之重要度皆大幅提升。其餘議題調整概況請見下表。

2022 年	議題:	重要性		= 業務 経験 乗札 3○ nロ	料质产品	
問卷議題	2022 2021			。	對應章節	
營運績效	高度	中度		利害關係人關注遠東 SOGO 營運績效與財務表現,故重要性上升	1.2 營運成果 p.35	
公司治理	高度	中度	A	國際趨勢與利害關係人關注企業高階層級治理結構概況,故重要性上升	1.1 公司治理 p.26	
 能源管理	高度	中度	上升	呼應遠東 SOGO 永續發展與 EP100 目標,故重要性上升	2.3 能源管理 p.76	
溫室氣體管理	中度	低度		守應逐来 SOGO 小績發放與 EF 100 日信,以里安任上开	2.2 氣候變遷減緩與調適 p.69	
永續選商與消費	中度	高度	↓	遠東 SOGO 積極攜手供應鏈轉型,並內部推動全面管理措施,相較其他議題略降	1.5 供應鏈管理 p.47 2.1 綠色百貨 p.57	
商品安全與透明	中度	高度	下降	遠東 SOGO 長期推動高品質商品,具有良好管理制度,相較其他議題重要性略降	3.1 商品安全管理 p.89	





遠東 SOSO 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。

		GRI		財務衝擊程度 [註4]		衝擊與商業關係 (造成/促成/直接相關)						÷. √吉 □ ↓而	
回應 章節	永續議題					上游		營運		下游			永續目標 · (SDGs)
			高	中	低	承租廠商 (專櫃)	供應商 / 承攬商	股東 / 投資人	員工	顧客	鄰近 社區	媒體	
	營運績效	GRI 201 經濟績效		V		Δ	0	0	0	V	V		8 可用效果的 经济分别
	永續選商與消費	GRI 204 採購實務			V	0	0	V	0	Δ	V	V	12 東東任約 河南吳生唐
穩健 經營力	公司治理	GRI 205 反貪腐			V	Δ	Δ	0	0	V			16 和平正教教 教力的制度 上 。
	法規遵循	GRI 2-27 法規遵循 [註 3]			V	Δ	Δ	Ο	0	Δ			16 和平正教授
	資訊安全	GRI 418 客戶隱私			V	V	Δ		Ο	Ο			16 和平正教授 大力的制度
	能源管理	GRI 302 能源管理			V	Δ	Δ		0		٧		7 PARP
永續 環境力	氣候策略行動	GPI 205 Hith			V	Δ	Δ		0	Δ			6 電子 7 司動物 13 家保行動
	溫室氣體管理	GRI 305 排放			V	0	0		0	Δ	V		7 Thank 2 The T





		GRI 永續議題 主題準則	財務	衝擊程度	[註4]	衝擊與商業關係 (造成 / 促成 / 直接相關)						: Æ Æ	
回應 章節	永續議題		_		100	上		營運		下游		,	·· 永續目標 ·- (SDGs)
			高	中	低	承租廠商 (專櫃)	供應商 / 承攬商	股東/ 投資人	員工	顧客	鄰近 社區	媒體	
	綠色產品與服務*	-			V	Δ	0	V	Δ	0			12 角質性的 (日本) (日本) (日本) (日本) (日本) (日本) (日本) (日本)
安心服務力	顧客關係與溝通	GRI 416 顧客健康與安全			V	Δ	Δ		0	0		V	8 報酬基準 16 報刊正義報
	商品安全與透明	GRI 417 行銷與標示			V	Δ	Δ	V	Ο	0		V	2 海際組織 3 飛行機線
	員工薪酬與福利	GRI 401 勞雇關係			V			Δ	0				8 WENTER WINDS
幸福 職場力	職場安全與健康	GRI 403 職業健康與安全			٧	0	0	V	0	0			3 飛行健康 高端社 一人火
	人才留任與發展	GRI 404 訓練與教育 GRI 405 員工多元化與平 等機會			V		Δ	V	0				4 sana

備註:

- (1) 永續議題「*」代表無法對應 GRI Standards 指標,屬公司重視議題。
- (2) 涉入程度: 造成(O): 説明組織因其自身的活動所造成衝擊

促成(△):説明組織的活動致使、促進或誘使另一個實體造成的衝擊

直接關係(v): 一個組織沒有造成或促成負面衝擊,可能因其商業關係(營運、產品或

服務)而產生負面衝擊

- (3)「GRI 307 有關環境保護的法規遵循」與「GRI 419 社會經濟法規遵循」於 GRI 2021 更新框架後進 行整併
- (4)參考遠東 SOGO 進行氣候相關財務揭露 (TCFD) 之情境分析與財務衝擊之級距:

高:使遠東 SOGO 平均營業額減少 60% 以上

中:使遠東 SOGO 平均營業額減少 20%-60%

低:使遠東 SOGO 平均營業額減少 20% 以下





2. 永續環境力

3. 安心服務力





遠東SOGO之ESG委員會參考AA1000 SES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(顧客、員工、股東/投資人、 承租廠商(專櫃)、供應商/承攬商、鄰近社區、媒體),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	2022 溝通成效
	顧客 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 是否真 實確實掌握消費潮流的關鍵	營運績效 綠色產品與服務 職場安全與健康 員工薪酬與福利 法規遵循 資訊安全	營運部 販促部 人資部 顧服中心 永續發展辦公室	【定期】每年:顧客滿意度調查 【不定期】數位行銷工具、顧客意見 卡、免付費專線、線上留 言板	 346 件顧客意見 1,068 人參與滿意度調查 2 萬人次瀏覽永續官網 FB 永續粉專發布 66 則貼文, 觸及 14,564 人次
	員工 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	營運績效 綠色產品與服務 員工薪酬與福利 職場安全與健康 公司治理 能源管理	人資部 勞安室 職福會	【定期】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 【不定期】制度修改説明會、內部 E-HR 網站、EIP 網站、同 仁意見箱	 1,227 人參與滿意度調查 1 場意見工作坊 17 場勞資會議 94 人次接受 EAPs 協助 31 場 EAPs 講座共 906 人次參與 700 人參與永續有獎徵答 170 人次參加永續教育訓練
المرابع المراب	股東/投資人 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	營運績效 綠色產品與服務 公司治理 能源管理 氣候策略與行動	秘書室 財務部 會計部	【定期】每年:股東會、母公司年報 每季:董事會 【不定期】公開資訊觀測站	• 3 次董事會 • 1 次股東會



1. 穩健經營力

2. 永續環境力

3. 安心**服務力**

4. 幸福**職場力**

5. 社會**影響力**

附錄



利害關係人	關注議題	權責部門	溝通管道與頻率	2022 溝通成效
承租廠商(專櫃) 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	綠色產品與服務 職場安全與健康 永續選商與消費 能源管理 顧客關係與溝通	營運部 販促部 工務部 顧服中心 永續發展辦公室	【定期】每季:廠商聯誼會 每日:朝會日報 【不定期】電話、Email、書面信函、 説明與協調會(檔期協調 會、樓層改裝施工説明會)	 舉辦 2 檔 SOGO Sustain, 推薦 650 件永續商品 2,667 家承租廠商簽署永續 條款,涵蓋率 100% 每日朝會日報布達訊息
供應商/承攬商 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	法規遵循 綠色產品與服務 職場安全與健康 人才留任與發展	營運部 行政部 工務部 採購部	【不定期】電話、Email、書面信函、 現場會勘、各式會議(品 質改進會議)	1 次問卷調查,回收 198 份197 家供應商簽署永續條款, 涵蓋率 100%
鄰近社區 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	職場安全與健康 能源管理 商品安全與透明 營運績效 溫室氣體管理	工務部 法務室 電子商務部	【定期】「臺北市東區商圈發展協會」 理監事會議及會員大會 【不定期】電話、Email、書面信函、 現場會勘、各式會議	 連續 4 年主導東區商圈發展協會 第 14 屆天母萬聖節活動,5,000 人次參與 新竹店運動月觸及 17 萬人次
媒體 媒體即時取得公司正確訊 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	綠色產品與服務 職場安全與健康 員工薪酬與福利 永續選商與消費	媒體公關部 數位行銷課 永續發展辦公室	【定期】固定節日與檔期舉辦記者會 及餐敘 【不定期】電話、Email、書面信函、 各式採訪需求、自媒體	舉辦 9 場記者會發布 87 則新聞稿國際倡議貼文觸及 15 萬人次

Sound Operation

穩健經營力

遠東 SOGO 一直是最受消費者信賴的百貨, 引領台灣時尚 35 年, 與 時俱進、友善共好,以永續經營的態度及敏捷創新精神,優化賣場購 物體驗,朝「零售標竿企業」願景邁進,在追求營運績效的同時,積 極履行企業社會責任,同時締造百貨龍頭與 ESG 領導品牌形象。

對應 SDGs





▶ 回應永續議題

- 公司治理
- 營運績效
- 法規遵循
- 資訊安全
- 永續選商與消費

▶ 重要利害關係人

- 股東/投資人 媒體
- 員工
- 承租廠商(專櫃)
- 顧客
- 供應商 / 承攬商

淨利、每股盈餘 股東權益報酬率 連續 5 年成長 年增長 EPS 達 1.69^元 20.7%

稅後盈餘成長

20.5%

首度執行 供應商永續調查

回覆率

86%

SOGO Sustain 好物好選

一站式綠色服務觸及

115萬

人次



1. 穩健經營力

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。剛度過 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,並同時締造百貨龍頭與百貨 ESG 領導品牌形象。

重大主題	公司治理	營運績效	法規遵循	資訊安全	永續選商與消費	
衝擊說明	高階主管多元化,並評估商業	氣候變遷而產生的財務影響、 薪酬福利,以及來自政府的財	會經濟法律或法規而遭受重大	遠東 SOGO 因應全球性的資訊安全風險的崛起,而針對客戶隱私與資料安全所設立的管理機制與作為	因應顧客永續意識抬頭,強化綠色產品 占比與綠色服務,增加公司競爭力與品 牌形象	
政策承諾	誠信經營,永續發展	穩健經營,締造市場龍頭地位	遵循環境、經濟、勞動等相關 法規的標竿企業	守護顧客資安,打造數位韌 性	響應政府推動「淨零綠生活」,積極打造一站式綠色購足平台,攜手利害關係 人落實永續消費	
GRI 主題準則	GRI 205 反貪腐	GRI 201 經濟績效	GRI 2-27	GRI 418 客戶隱私	GRI 204 採購實務	
SASB 指標對照	_	營運指標: CG-MR-000.A、 CG-MR-000.B	_	資訊安全: CG-MR-230a.1、 CG-MR-230a.2	_	
預防與 減緩行動 管理 行動	倡導廉能治理, 實施誠信經營	透過功能委員會,進行公司治 理內控		強化數位韌性,落實日常維 運、避免資料外洩	 上游:推動永續選商、永續採購 中游:強化同仁與專櫃人員之永續意識,導入綠色服務產品與設備,提高永續服務品質 下游:整合全台各店自媒體平台,進行綠色服務宣導,攜手利害關係人,提高回收比例與資源再使用率 	
實際		於企業永續委員會下成立氣 候變遷委員會,評估氣候帶來 的風險與商機		藉由資安委員會管控,提升 本公司資訊安全	 發展 SOGO Sustain 永續選商識別系統 推動綠色餐廳 落實綠色採購、社創採購、以租代買等永續採購原則 提高資源回收比例、導入廚餘處理機 	





2. 永續環境力

3. 安心服務力

4. 幸福**職場力**



重	大主題	公司治理	營運績效	法規遵循	資訊安全	永續選商與消費
成	成效追蹤續追蹤、要求限期改善		營業總額、税前 / 後淨利、每 股盈餘(税後)、股東權益報 酬率、EPS	裁罰案數與金額、 供應商簽訂永續條款比例	內部稽核與外部稽核	全台綠色餐廳比例永續採購金額在地採購比例
利害關	§係人議 合	逐来 00 d0 止未小漠啊如政	定期召開董事會 / 股東會	法令宣導 內部教育訓練 ESG 網站	內部教育訓練	自媒體:粉絲專頁、官網、IG、電子報、DM等溝通管道 •每半年籌辦 SOGO Sustain 好物好選檔期,推廣永續商品、透過 APP 互動喚起永續意識 •每月利用自媒體進行永續倡議 •全台不定期小農/社創市集
目標	短期	 無重大舉報案件; 貪腐與賄	• 發展各店特色 • 強化電商經營	強化內部宣導,符合環境與 社會規範外,制定優於法令 之依循原則	•	 持續透過倡議,提高顧客對於 SOGO 永續消費的認知與滿意度 透過共創各項永續行動,攜手品牌專 櫃轉型 提高資源回收比例,並強化循環再利 用;各店陸續導入廚餘處理機 強化綠色行銷,減少紙本 DM 印製、 提高 eDM 發放占比
	中長期	全員接受反貪腐教育訓練董事與專業經理人薪酬與永續績效連結	展店吸客,提高市佔率建立強勢核心業種推動精準行銷,發展 OMO 策略	• 確保無重大違失	• 提升關鍵設施韌性	持續提高環保禮贈品採購金額 100~200萬元/年增加產品溯源與透明化的比例





年度亮點成果



擬定「道德行為準則」

 擬定「道德行為準則」,經 2022年底董事會通過,引導 本公司董事、經理人及全體 員工遵循,以提升永續績效



推動全員數位安全教育訓練

 推動全員數位安全教育訓練, 全年度共安排17場次進行資安 宣導,合計共887人次與會, 占全體同仁人數70%



96%綠色餐廳認證

• 全台96%餐廳通過環保署緣 色餐廳認證



忠孝館超市及銘店區 大規模改裝

 忠孝館超市及銘店區大規模 改裝,運用創新思維讓超市 35年後華麗轉身,挹注全年 業績正向成長



供應商永續條款優化

 供應商永續條款優化,於供應 商首度簽約/換約/請款時,全 面簽訂



綠色採購金額達3,500萬 成長44.74%

 綠色採購金額達3,500萬,成長38%;包含綠色採購、社 創採購及以租代買之永續採 購達4,498萬,成長44,74%



LOCAL概念全新店型

• 高雄店25年來首度大規模改 裝,力拚「減收增益」, LOCAL概念全新店型



永續調查回覆率86%

• 首度執行工程類與庶務類供應商之永續調查,回覆率86%



自媒體觸及逾16萬人次

• 自媒體永續倡議與溝通共66 則,觸及逾16萬人次



重新修訂完成

「資訊安全暨個資保護管理辦法」

• 重新修訂完成「資訊安全暨個資保護管理辦法」,包含三大項:「資訊安全暨個資保護組織規定」、「資訊安全管理辦法」共41條、「個資保護管理辦法」共10項作業程序



SOGO Sustain 共推薦650件永續商品,有1.86萬人次參與

•舉辦2檔SOGO Sustain,共推薦650件永續商品,DM與電子報合計觸及115萬人;同步舉辦SOGO APP植樹活動,有1.86萬人次參與



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。

執行長:楊政憲 行政副總經理

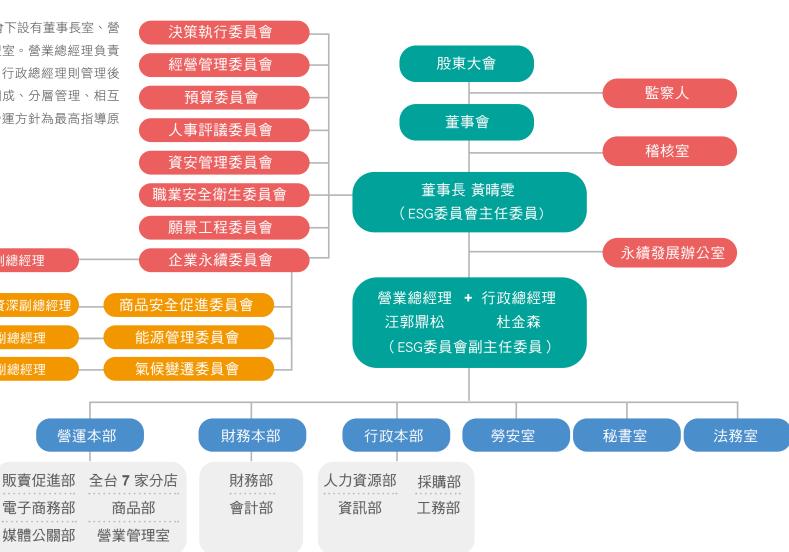
召集人:楊政憲 行政副總經理

召集人:彭學增 財務副總經理

電子商務部

媒體公關部

召集人:吳素吟 營業資深副總經理









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。2022 年召開董事會 3 次,董事均親自出席,董事出席率 100%,監察人列席率 67%。

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 環境永續、社會共融、公司治理(ESG)的永續發展目標					
永續發展之願景	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					
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					
利益衝突之避免	為健全公司治理,2022 年董事會通過訂定〈道德行為準則〉, 具體規範防止最高治理單位利益衝突之準則					

董事會運作情形						
公司	董事席次	女性董事				
公司	(含獨立董事)	席次	占比			
遠東 SOGO	5	2	40%			

2022 董事會運作概況						
開會次數	董事平均出席率 (%)					
3	100%					

重要決議事項							
類別	決議內容						
	日期屆次	議案內容	決議				
普诵決議	第 14 屆第 9 次 (111.3.2)	年度財務報表決算案年度董監酬勞、盈餘分配案年度營業報告書案	全體出席董事同 意通過				
百进次硪	第 14 屆第 10 次 (111.6.30)	年度股利分派討論案遠雄巨蛋商場租賃契約簽署案	全體出席董事同 意通過				
	第 14 屆第 11 次 (111.12.12)	1. 年度公司預算案 2. 本公司「道德行為準則」訂定	全體出席董事同 意通過				





遠東 SOGO 公司董事及經理人薪酬政策							
對象	績效檢視						
董監事	依公司章程第廿七條規定,公司年度如有獲利,應提撥至多 2% 為董事酬勞,實際分派之比率及數額由董事會考量企業永續經營績效評估、公司營運成果、及未來營運風險等因素議定,並報告股東會。遠東 SOGO 2022 年支付董事酬勞合計 3,000 仟元,董事酬金占公司税後純益比例為 0.21%						
經理人 (總經理、副總經理等經理人)	副總經理以上之經理人薪資報酬除依據公司經營績效給付及參考同業水準,並考量績效評估及依未來營運風險關聯因素彈性合理調整						
對象	發放項目						
	7						
董/監事	車馬費、獎金等						
董/監事 經理人 (總經理、副總經理等經理人)	車馬費、獎金等 • 固定月薪、各項獎金(含特別績效獎金、員工酬勞、週年慶獎金、年終獎金)、主管獎勵金,並依本公司「退休辦法」每月提撥退休(含新、舊制退休金)、福利金等 • 特殊情形支給主管退職金、資遣費、撫恤金等薪酬						
經理人	固定月薪、各項獎金(含特別績效獎金、員工酬勞、週年慶獎金、年終獎金)、主管獎勵金,並依本公司「退休辦法」每月提撥退休(含新、舊制退休金)、福利金等						

註:

- 1. 年度總薪酬比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬 / 其他員工年度總薪酬中位數
- 2. 年度總薪酬報酬變化比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比/其他員工之年度總薪酬中位數增加百分比
- 3. 員工總薪酬為固定薪酬及變動薪酬
- 4. 員工年度總薪酬決定方式:前一年8月編列新一年度調薪預算(調幅與總金額),提報並經董事會同意,當年度執行時,由人事單位依前一年經營績效與預算數提出調薪建議案,經高階主管與董事長討論同意,呈報集團董事 長核決後執行。



董事會成員多元化與輪廓

n±h fo)	職稱 姓名			年齡		目	前兼任本公司及
職 柟	姓名	性別	50-65	65-75	75 以上	Į	t他公司之職務
董事暨遠東集團董事長	徐旭東	男			V	遠東新世紀(股)公司董事長亞洲水泥(股)公司董事長東聯化學(股)公司董事長遠東百貨(股)公司董事長	 遠傳電信(股)公司董事長 裕民航運(股)公司董事長 遠東國際商業銀行(股)公司副董事長
董事長	黃晴雯	女	V			英屬維京群島太平洋中國控股有限公司董事長香港太平洋中國控股有限公司董事長香格里拉遠東國際大飯店董事鼎鼎聯合行銷股份有限公司董事	太平洋崇光文教基金會董事長太平洋崇光社會福利基金會董事長台中市政府國際事務委員會委員中華民國百貨零售企業協會常務理事
董事	黃茂德	男		V		徐元智先生紀念基金會董事暨執行長遠東集團法律顧問	太平洋流通投資公司董事遠鼎股份有限公司董事
董事	王孝一	男			V	遠東新世紀(股)公司董事遠東新世紀(股)公司公益事業執行長遠東國際商業銀行(股)公司執行董事	遠揚建設(股)公司董事長元智大學董事
董事	井琪	女	V			• 遠傳電信總經理 • Far Eastern Info Service (Holding) Ltd. 董事長暨總經理 • 全虹企業(股)公司董事長 • 遠欣(股)公司董事長 • 旭天能源(股)公司董事長 • 新世紀資通(股)公司董事暨總經理	 德誼數位(股)公司董事長 遠時數位科技(股)公司董事長 遠想原創(股)公司董事長 遠通電收(股)公司董事 鼎鼎聯合行銷(股)公司董事
監察人	王景益	男			V	元智大學董事上海商業儲蓄銀行文教基金會董事	宋作楠先生教育基金會前董事長及董事晨暉生物科技股份有限公司獨立董事

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,與產官學界交流,以火車頭角色扮演意見領袖,帶領百貨業共同前進,協助國內外及兩岸推動各項事務;同時持續參與「中華民國百貨零售企業協會」及「台北市百貨商業同業公會」,為產業提供建言。

時間/年	外部協會	擔任職務	本公司主管
		常務理事	黃晴雯董事長
1987	中華民國百貨零售企業協會	理事	汪郭鼎松總經理
		常務監事	杜金森總經理
1987	台北市百貨商業同業公會	理事	黄正一經理
2014	台中市政府國際事務委員會	委員	黃晴雯董事長
2017	台灣企業永續研訓中心(CCS)	理事	黃晴雯董事長
2018	台灣女董事協會	理事	黃晴雯董事長
2020	政大世界校友總會	理事	黃晴雯董事長
2022	EP100	會員	遠東 SOGO
2022	R20 區域氣候行動組織	會員	遠東 SOGO

永續國際倡議組織 EP100、R20

遠東 SOGO 呼應國內外淨零趨勢,積極參與國際倡議組織,2022 年遠東 SOGO 正式成為 EP100 會員,是亞太零售百貨業首例,承諾以 2018 為基準年,於 2028 年提升能源生產力 50.52%;同年亦加入聯合國支持成立之「R20 區域氣候行動組織」,期盼透過交流國際永續趨勢與前瞻觀點,發揮影響力,共同實踐環境責任。

°CLIMATE GROUP EP100







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,培育新一代傑出女性領導人。多次在女董協會或女董學院擔任論壇貴賓,傳承治理經驗,推動女性賦權。2022 年擔任女董學院「第二屆女性菁英領導人培訓專案」領導力講座導師。

百貨唯一受「再生能源憑證中心」約訪拍攝

經濟部標準局「再生能源憑證中心」為推廣再生能源憑證、鼓勵國內企業發展潔淨能源,並向國際傳達政府發展再生能源的決心,於 2022 年拍攝影片,為 2022 年 3 月 APEC「跨能源與標準」子論壇前導,遠東 SOGO 是唯二受約訪的企業,也是百貨唯一,演繹企業永續的作為與方向。





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
經營管理 委員會	2002年	 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 董事長召集,經理級以上主管出席,遠東集團董事 長列席參加 每季召開一次會議
預算 委員會	2012年	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定量化負責審查、報告及檢討該季預算與預算執行結果,包含追加預算之執行進度及預計績效目標每季召開一次會議
資安管理 委員會	2012年	 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 修訂最新資安管理作業流程及資訊
職業安全衛生委員會	2012年	 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 負責職業安全衛生各項事務與專案之監督、管理與追蹤 由總經理召集,每3個月開會一次





委員會	成立時間	執掌說明
人事評議 委員會	2014年	為公司整體組織架構設立與調整各單位編制及人事規章審議與修訂理階以上重大獎懲案件審議與調查年度公司各單位績效考核升等升職額度之評議、資遣案件之審議其他有關公司重大人事政策及福利政策之研議
決策執行 委員會	2014年	 公司營運與策略規劃之最高指導單位 委員包含董事長、總經理及副總經理級以上主管 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 每1~2週召開一次會議
企業永續 委員會 (ESG 委員會)	2015年	 推動及監督公司治理、企業承諾、社會參與及環境保護四大構面專案成效 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》 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 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 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。 2022年於企業永續委員會下成立氣候變遷委員會,以TCFD量化衝擊數字,評估氣候帶來的風險與商機(詳永續環境力章節)
願景工程 委員會	2020年	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

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 多資訊詳見投資人專區:https://esg.sogo.com.tw/4-3.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。2022 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

基於誠信營運方針,遠東 SOGO 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,同時要求全體同仁工作中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説明、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,利害關係人可線上舉報任何不當行為。如有道德廉潔相關疑慮,可向稽核室諮詢。舉報事件直接由稽核室調查與處理,2022 年未接獲重大舉報案件,並於 ESG 委員會中報告。為健全公司治理,建立企業誠信經營文化,經董事會通過訂定〈道德行為準則〉,引導本公司董事、經理人及全體員工遵循,以提升永續績效。

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。2022年新增訂〈道德行為準則〉明文規定公平交易、防止利益衝突、以不正當手段圖得私利、嚴守業務機密、遵循法規等。		「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。	員工手冊eWork APP內部會議朝會日報內部信件公告欄	「員工組成與	
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,最近一次修訂於2020 年公告「性騷擾防治管理辦法」。2022 年 78.7% 員工完成性別平等教育線上課程。		權益」專區	

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(包括但不限於傭金、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。

遠東SOGO 企業永續網站 企業廉潔 檢舉專區



第六章 離退與解雇

6.解雇

(21) 藉職務之便,有圖利自己或他人行為,情節重大者。

(22) 未經公司許可而在本公司以外,從事同類之業務,致影響勞動契約之履行者。

節錄自 < 員工手冊 >





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。

法務室亦不定期評估主要營運活動、商品及服務等專案,針對有違反法令、導致遭受裁罰、受媒體輿論負面評價之虞的重大客訴或法令遵循風險事件進行管理,並 建立與其他第二道防線之橫向溝通聯繫機制。

2022 年度遠東 SOGO 違規受罰事件如下,全年罰款總金額新台幣 225,000 元。單一個案皆完成改善,並於內部加強宣導,避免再度發生。

2022 年違規事件

類別	營業據點	法規	違反法規內容	改善辦法
治理面向	忠孝館	建築法	B1 挑高區手扶梯之前領有雜項執照,惟因交接疏漏未於規定 時限內申辦雜項使用執照,致該雜項執照失其效力。遭罰新台 幣 49,000 元	已委託建築師代辦相關程序,雜項使用執照申請中,預計於 2023 年 Q1 完成。
社會面向	高雄店	勞基法	四例同仁出勤違反勞基法,各被依法規定資本額逾億之公司裁 罰最低金額新台幣 2 萬、5 萬、5 萬、5 萬,合計 17 萬元。內 容為:休假期間出席公司內部會議、特休到公司處理公務、未 確實打卡也無申請加班導致無勤務紀錄、週年慶期間下班至隔 日上班打卡時間不符須間隔 11 小時之規定。	人資部門於各場合、週年慶會前會,以及朝會日報、eWork 公告,加 強宣導排班注意事項,並請各單位主管留意:休假可請代理人出席會 議,勤務間需間隔 11 小時以上、以調班方式避免休假加班。
環境面向	中壢店	廢棄物 清理法	2015 年 12 月申報廢棄物清理計劃書時,依當時大樓最大設置 總量申報,2016 年新法修定總量超過 100 公噸需設置專責人 員,因未設置專責人員而受罰,遭罰新台幣 6,000 元。	然本案環保局來函所指之核准事業廢棄物清理計畫書係於 2016 年做成,至來函日期已逾五年之請求期限,正由公司法務室申請訴願中。 且 2020 年 7 月本案向環保局申請水污染防治許可證變更後,已符合 廢棄物清理法之標準,無需設置專業技術人員。





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/4-1.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	2022 年度為 1,315 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。 開業年份・1987

台北店 忠孝館

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時尚商品,數位科技零售 體驗,優化顧客消費旅程,是台北東區流行旗艦百貨



2022 年營運概況

- 外牆首度大規模拉皮作業,裝設數位視屏板,強化數位行銷
- 超市及銘店區大規模改裝,運用創新思維華麗轉身,挹注全年業績成長,因應 疫後顧客對商品安全與衛生的重視,引進全台首創的 UV-C 推車滅菌艙
- 超市首度引進鮮花販售,提升生活儀式感,也與台灣在地的青農、小農合作, 提供消費者 farm to table 的新鮮美味
- 千萬打造8間護膚室,提供頂級保養品牌護膚療程,使用者有獨立空間,隱密 升級

開業年份·1994

台北店 敦化館

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
- 高質感的尊榮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
- 東區百貨最頂級餐廳形象,優雅與美味共享

2022 年營運概況

• 擺脱 COVID-19 陰霾,餐飲恢復生氣,主顧客回籠消費









開業年份・1996

高雄店

南台灣貼心、安心日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。



2022 年營運概況

- 25 年來首度大規模改裝,強化在地商圈的經營與友善共好,打造深耕鄰里、 提供最方便的全方位服務之區域百貨
- 農曆春節前,善盡企業社會責任,關懷社區弱勢,邀請北高雄家扶中心的家 長及小朋友,前來享用公益宴,溫暖過新年
- 防患城中城事件,捐贈高雄市政府消防局 1 千只住宅用火災警報器,提供弱 勢族群(低收入戶、獨居老人及身心障礙者)及火災高風險戶申請安裝;對 一般民眾則舉辦防災小英雄聯盟親子活動,宣導防災防火要領,期以讓居家 安全更有保障
- 舉辦當地小農市集與高雄購市集,以實際行動支持當地小農、推廣高雄觀光

開業年份・1998

桃園 中壢店

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,志工社參與社會公益不 潰餘力。



2022 年營運概況

• 新和約談判規劃,持續引進新品牌,打造安心舒適購物殿堂

開業年份·2006

台北店 復興館

頂級精品時尚龍頭 全台首家匯集世界五大精品

- 集結世界頂級品牌, 全台獨家同時匯集義大利精品 GUCCI和「法國精品四大天王」LOUIS VUITTON、 CARTIER、CHANEL、HERMES,為台灣精品百貨翹 禁。
- B3 頂級超市 CitySuper,擁有完整熟食區及中外食品 名店禮品,為「東區廚房」

2022 年營運概況

- 營業額創歷史新高(170.96 億),為遠東 SOGO 業績第一大店
- 針對高端客層,與 10 家國際品牌共同演繹永續時尚
- 舉辦台灣百貨最大規模社創展,展現通路力量,推廣永續消費;獲 Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制「特別獎」肯定

開業年份·2009

天母店

綠色百貨示範店

- 全台首家取得碳標籤的百貨,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
- 與台北市政府產發局、北投區農會洽談合作,推廣鄰近區域在地花農地的當季花卉
- 集結各式創意手作市集,促進在地民眾與攤商的交流

2022 年營運概況

- 1F 擴大香氣保養區,引進 SABON、JO MALONE; 4F 新增高爾夫品牌 HONMA,於櫃內增加試打室,優質品牌進駐帶動人流及業績
- 落實社會責任,展演會館一年舉辦 24 檔藝術美展,邀請學校及社團展出;與社 福團體合作募集上萬張發票與弱勢兒童心願禮物;攜手部落客舉辦捐血市集救 血荒,募得 935 袋熱血
- 參與天母萬聖節活動,營造商圈共榮







開業年份·2012

新竹店

親子友善、社會共榮的首選百貨

- 百貨結合購物中心打造零售新業態,緊密連結 市民生活
- 結合 ESG 議題,年度舉辦300場以上親子活動, 打造最友善百貨空間
- 開放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

2022 年營運概況

- 年度營業額近60億再創新高,為大新竹區百貨坪效之冠
- 全新打造 5F ThanQ CLUB 遊戲區,每週舉辦會員專屬體驗活動
- 新竹首家建置太陽能板之綠電百貨,3年發電逾160萬度、減碳達5座新竹公園吸碳量,獲TVBS專題報導
- 1F 女鞋區改裝,打造明亮舒適空間,全館使用 LED 節能照明,省電環保永續

1.2.2 營運績效

2022 年度遠東SOGO 營運績效



2022年度遠東 SOGO營業總額為 新台幣**450.1億**元



税前/後淨利、每股盈餘 (税後)、股東權益報酬率 均連續**5年**成長



EPS達**1.69元** 年增長逾**20.7%**



税後盈餘 成長**20.5%**

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 為遠東百貨轉投資之事業,因此營運績效、獲利目標、股權分布及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)合併於年報與法人説明會時揭露。

單位為新台幣千元;每股盈餘(税後)單位為新台幣元

	2019	2020	2021	2022
營業收入(IFRS)總額法	42,861,166	41,841,986	41,199,368	45,013,913
税前淨利	946,686	1,209,108	1,459,163	1,824,575
税後淨利	485,212	1,060,261	1,160,502	1,398,046
每股盈餘(税後)	0.59	1.28	1.40	1.69
股東權益報酬率(%)	4.42	9.36	9.76	11.43
資本額	8,280,000	8,280,000	8,280,000	8,280,000

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

單位為新台幣千元

	2019	2020	2021	2022
營業收入(IFRS)總額法(A)	42,861,166	41,841,986	41,199,368	45,013,913
營運成本(B)	39,081,760	38,317,983	37,685,751	41,078,942
員工薪資與福利 ¹ (C)	1,261,241	1,248,956	1,256,000	1,343,106
支付出資人之款項 ² (D)	165,600	910,800	1,001,880	1,043,280
繳納給政府之費用 ³ (E)	886,572	847,109	826,072	850,119
捐贈(F)	13,916	12,342	13,615	12,578
留存經濟價值(G) = (A-B-C-D-E-F)	1,452,077	504,796	416,050	685,888
政府財務補助總額 4	7,790	197,377	168,424	94,397

- 註:1.含本公司員工非常態性薪資,以及其他員工福利
 - 2. 發放股利之總額
 - 3. 含税費與罰金
 - 4. 含節能專案補助、肺炎補助(含肺炎紓困補助、肺炎租金補助、肺炎減免補助)、電費減收方案、 產業創新條例抵減等。2020~2023 年皆有肺炎相關補助金,其中 2020~2021 兩年金額較高。



商品類別與營業額占比

遠東 SOGO 販售的商品琳瑯滿目,2022 年以精品、化妝品與餐飲為主要營業額來源,占總營業額 48.9%。在國門不開,內需消費市場熱絡的狀況下,餐飲業績較 2021 年成長 22.3%;精品則成長 18.4%;文教玩具則屬落後指標,下滑 4.5%。



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。

自遠東 SOGO APP 於 2020 年問世後,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 2022 年底,會員人數成長至超過 116 萬,較 2021 年成長 28.03%。





藉由數位轉 內 優化 型擬定未來 數位治理 治理方針及 市場策略 2 大策略面 向 在人人皆有

深化

數位體驗

外

【即時數位溝通、推動精準行銷】 •••

- 建立顧客數據平台(CDP),發展數據貼標,以至少80種標籤深入挖掘 資料,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,同時節省員工90%的操作時間
- 供應商情報平台:整合品牌供應商資訊作為招商與危機/輿情處理資料庫

【強化系統韌性】

- 將資訊安全列入全員必修課
- 取得 SOGO APP 行動應用基本資安標章認證
- 強化資安、預防駭客,定期進行系統弱點掃描與災備演練,所有個資加密 處理,申請資安標章認證

2022年成效

1.70% 同仁接受資訊安全 / 個 資法課程

2.SOGO APP 行動應用獲 基本資安標章認證(Mobile Application Basic Security, 簡稱 MAS 標章)

【購物體驗升級】

- 遠東 SOGO 於 2020 年全面升級 APP 與 POS 機,改變以往手持發票兑換優惠 的限制,以 APP 便能進行 HAPPY GO 會員集點、停車折抵、電子折價券/抵用 券/來店禮等電子禮物之兑換。
- 因應手機隨身的消費型態,強化 SOGO APP 分眾行銷,提高 APP 數位贈獎活 動數量與數位抵用券之兑換金額,也做到節能減碳。

【電子化支付】

- 為台灣第一家推出電子禮券的百貨公司,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。
- SOGO 支援 12 種電子化支付方式,簡化顧客付款流程,SOGO APP 支援其中 4種。

2022年成效

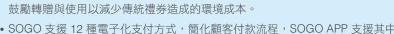
- 數位抵用券兑換金額年增 3.5%, 共兑换出 13 億 4,314 萬等值抵用券
- APP 數位贈獎活動數量年增 18.7%,全年共舉辦 3,340



行動裝置的

時代,打造

程



個數位贈獎活動





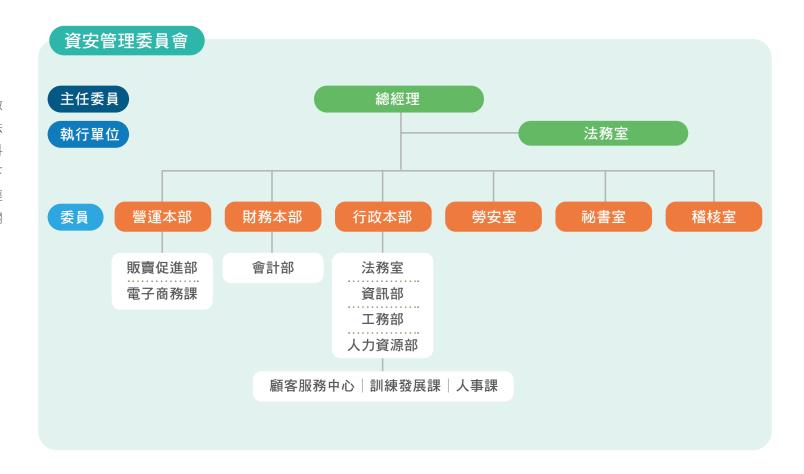
註: * 為 SOGO APP 特別支援。





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量龐大,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,掌握個資的相關業務單位擔任委員。



資安管理委員會不定期盤點各部門使用個資狀況,所有個資均加密處理,嚴格管控與稽核權限,並對資訊系統定期進行系統弱點掃描與災備演練;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。

遠東 SOGO 資安委員會於 2022 年 4 月修訂完成「資訊安全暨個資保護管理辦法」,包含三大項:「資訊安全暨個資保護組織規定」、「資訊安全管理辦法」共 41 條、「個資保護管理辦法」共 10 項作業程序。







行動方案

2022年成效



打造安心 購物環境

外

2大策略面向

• 一櫃一機,顧客在櫃 位即可完成結帳程 序,節省時間,亦免 除卡片離開視線造成 洩漏隱私之虞

• 會員卡電子化,與猿 東SOGO APP 串連, 優化消費者使用體 驗, 也減少實體卡片 遺失的資安疑慮

- 強化雲端安全防護
- 顧客如有個資之疑慮 或要求,可透過客訴 管道處理

遠東 SOGO 各雲端系 統均使用 AWS 雲端安 全防護機制保護

行動方案



奠定經營 治理基石

內

- 制定〈個人資料保護管 理政策》,如有個資相 關疑慮,或有個資外洩 之虞的事件發生,由對 應權責部門及資安管理 委員會處理
- 派員取得「TPIPAS 個 人資料管理師」證書, 全面提升資訊安全管理 能力
- 強化資安檢測、導入資 訊安全管理系統,推動 全員資訊安全課程
- 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 師培訓,考試合格,取 得「TPIPAS 個人資料管 理師」證書

2022年成效

- 全年度 21 場次資安官 導,合計887人次與會, 佔全體人數 70% (2023 年將持續推動,設定全 員參與 KPI 達九成)
- SOGO APP 經外部稽 核,取得 MAS 標章

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 可用件。







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

半年一次稽核室資安內稽

外部稽核

- 1.2022 年初,稽核室針對本公司 55 項資 : 3.SOGO APP 委由「數聯資安」 訊系統抽樣,針對使用單位及管理維護單 位,包含總公司資訊部(資訊開發課/網 站維護課)、人力資源部、數位通路部、 財務部(禮券課),進行資訊安全管理作 業查核,目的在確證資訊系統及相關軟 硬體之運用、保存及維護是否允當,並於 2022年2月發出查核報告。稽核過程確 有發現需注意及改進部分,已於稽核過程 中請相關單位及人員改進。
- 2. 下半年, 查核資訊部系統開發及程式修改 控制作業需求。稽核過程確有發現需注意 及改進部分,已於稽核過程中請相關單位 及人員改進。
- 於 2021 年 12 月至 2022 年 1 月 進行「行動應用 App 基本資安 檢測」初測,於2022年2月至 3月複測通過,iOS及Andorid 系統均取得「行動應用 App 基 本資安標章認證」(MAS標章 L3),認證到期日為2023年5
- 4. 委由會計師事務所每兩年一次執 行電腦審計及資訊安全查核,上 次外稽時間:2021年3月,外 稽單位:勤業眾信聯合會計師事 務所。

短期目標:導入 ISO 27001 資訊安全管理驗證

1.3.3 個資保護

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,該平台P.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,嚴格加密與保管所有顧客資料。

遠東 SOGO 僅留存會員編號對照檔,公司無法以任何方式取得會員資料或 鑑別會員身分,並依據遠東 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,控管卡片申辦過 程中對顧客資料之保護。2022年並無發生客戶隱私或遺失客戶資料之投訴案 件。

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,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
兑換贈品接觸之個資	活動後銷毀	販賣促進部
同仁個資	 在職同仁個資系統,設定查閱權限 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



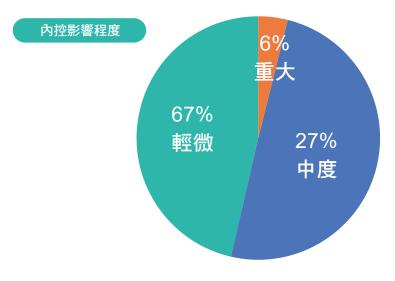
1.4 風險控管

1.4.1 風險管理

在全球化影響下,世界各地的經貿問題緊密關聯,且近年來全球氣候變遷 與商品安全議題備受關注;物聯網時代來臨,電商興起,新消費模式崛起,外 部環境風險與劇烈變化,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帶來之威脅與機會,積極發展對策。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。遠東 SOGO 並依金融監 督管理委員會訂頒之「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」辦理內部控 制制度之評估,本公司 2022 年度內部查核結果如下,內控無重大缺失,缺失 以文件流程不當、未遵循管理辦法為大宗占 57%。

2022 年查核發現



2022 年內部控制缺失彙總

單位: 查核缺失數量

項次	內控循環	內控規劃缺陷	報表紀載不實	影響財務 / 商譽	文件/流程不當	未遵循管理辦法	安全性不足	自動化不足	合計
1	銷售及收款	14	5	9	17	11	12	_	67
2	採購及付款	1	_	5	6	32	9	_	54
3	薪工	-	- -	-	8	-	-	2	10
4	資訊安全	-	_	_	1	-	-	_	1
5	固定資產	-	-	-	- -	-	-	_	-
6	投資活動	-	_	_	_	-	-	_	-
7	法規遵循	_	- -	-	- -	-	_	-	-
合計	•	15	5	14	32	43	21	2	132





2. 永續**環境力 3.** 安心**服務力 4.** 幸福**職場力**



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訂方針,視需要成立專案,定期追 蹤成果。並由稽核室進行公司內外部各類風險的評估,相關風險掌控如下:

風險類型	外部環境與風險	因應對策
	發生不可抗力之天災或其他災害,以致營 運中斷之虞	 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 加強人員教育訓練與日常演練,強化應變能力 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 透過線上通路持續保持顧客購買管道暢通 實體賣場改變交易方式 測試各項緊急通話設備是否保持暢通
登運 風險	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	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結合實體店面及虛擬通路之優點,建立虛擬整合的購物新通路,並發展網購店取以五感體驗與消費者互動,讓挺賣場轉化為「玩體驗」
	百貨公司有在賣場創造特色及吸引 之商業 空間之需求,但時間及預算掌控不佳,則 加增加營運成本	各店改裝工程採購驗收管理抽盤各單位固定資產,減少營運資產減失風險
	數位贈獎活動大增,嚴防作業弊端,避免 公司損失	• 檢核贈獎系統兑換資料正確性
野務 風險	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	加強專案控管,追蹤專案需如期完成妥善控管資本支出與成本,減少不必要之浪費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
人力資源 風險	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	 透過每年進行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 首重育才與留才,提升同仁向心力,落實同仁教育訓練機制 優化同仁權益與福利,加強同仁溝通管道與參與機制 打造幸福企業場域,提供同仁健康生活指引 抽查員工考勤、加班及假別申請合理性,以符合法令及公平原則 比照上市櫃公司制訂道德行為準則,引導董監事、經理人及員工行為符合道德標準,強化公司治理





2. 永續**環境力**



風	.險類型	外部環境與風險	因應對策
	(\$ 供應鏈	商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,將受到更嚴厲的檢視	嚴格落實供應鏈管理機制,強化與外部評核之結合,以客觀標準進行供應鏈管理盤查自營商品是否有逾期、包裝受損或標示不符之情形執行採購議價、驗收之會辦及簽核,確保作業符合規定,並提供消費者安心購物環境及優質禮贈品
,, <u>,,,,</u>	風險	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	建立貪腐舞弊防治與舉報機制定期對同仁進行宣導,以避免發生錯誤行為
<u></u>	資訊安全風險	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 易資料安全之虞,須加以控管	建構完整資訊安全管理機制,強化個人資料保護加強購物交易支付流程之控管,保護顧客個人之交易資訊強化同仁與專櫃廠商的認知教育,並善盡提醒、示警之責檢核系統開發及程式修改允當性
		數位轉型時期,線上活動增加,透過即時軟體或雲端協作應用維持日常業務蔚為主流, 人員使用的軟體或系統恐危及公司機密與顧客個資	 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 定期舉辦資安與數位防衛相關教育訓練與宣導 系統強化垃圾信件與病毒防堵 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 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
	環境災害風險	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	 深化能源管理系統,提升能源使用效率 持續自主推動環境自動化控制系統,節省能資源使用 積極爭取政府補助,替換節能設備 進行氣候風險連結財務衝擊之量化評估 檢核各店溫室氣體盤查作業
	法規遵循風險	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	執行年度稽核計畫作業依法令規範執行資金貸與、背書保證、資產取得與處分及子公司監理作業
	疫情風險	因應新冠疫情,國內與國際採行各種限制措 施,疫情的傳染力與不確定性可能影響營 運,造成營收下滑	當台灣第一位確診病例出現,遠東 SOGO 立即啟動「防疫指揮中心」系統,制訂防疫指引規範積極配合疾管署規範訂定防疫指引,即時採取對應措施





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,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。

2022 年特殊危機事件

日本和風節特展廠商確診

忠孝館原訂於 2022 年三月底至四月初舉辦為期 12 天「日本和風節特展」,第一時間得知參展廠商染疫後,立即請其居家隔離,並請該專櫃翌日起撤展,將連假期間接觸人員降至最低,並於接獲衛生局通知後,立即要求接觸者進行快篩,並通報北市衛生局針對快篩陽性者做 PCR 確認,也依北市衛生局指導,活動會館消毒靜置 3 天,參展廠商相關人員進行匡列及居家隔離。除了防疫規範及營業時間依照政府規定辦理,遠東 SOGO 更自主拉高防疫規格,主動全館閉店清消一天。

樓管詐領優惠券,已解雇並提告、無個資外洩或消費者受害

2020年4月至2021年11月,一名樓管專員趁周年慶及各大檔期舉辦滿額贈活動,利用發票與贈獎系統的時間差,竄改發票內碼,上傳到後台虛增不實消費紀錄,詐領近390萬的商品及抵用券。本公司資訊部發現大量異常假消費即展開調查,已解雇並提告該名樓管。該案無任何一筆個資外洩、亦無消費者受害。

年初,週刊王不實報導裁員 200 人

周刊王 (CTWANT) 未向本公司查證,憑空杜撰指本公司將「由南往北裁員 200 餘人」之不實報導,本公司除採取法律行動捍衛自身權利,也發出新聞稿以正視聽。

當時,高雄店正進行業務轉型,部分樓層調整經營模式,依勞基法規定程序,精簡28名員工,資遣條件優於勞基法。類似人力精簡於零售業界不乏先例, 周刊王罔顧查證的新聞原則,採用不實資訊誤導閱聽眾,已明顯違法。

而後,高雄店斥資新台幣 2 億元大規模改裝,於 10 月底正式開幕,將高雄店改裝成過去 SOGO 沒有、但三多商圈需要的店型。改裝花費兩年多時間,最大突破是營業面積精簡二分之一,把百貨樓層集中到七層樓內,提升精緻服務,其他生活機能移到 8 樓以上,改為出租使用,力拚「減收增益」。

事件摘要	媒體不實報導遠東 SOGO 全台裁員 200 人。實為高雄店業務轉型,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。
遠東 SOGO 因應	採取法律行動捍衛自身權利,並發出新聞稿以正視聽
優化方式	加強內部溝通,推動員工關懷措施



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,並要求簽署「永續條款」,進行供應鏈管理。

遠東 SOGO 自 2017 年推動新食器時代,全面禁用一次性與美耐 皿餐具,開啟百貨永續飲食風潮,爾後與專櫃和供應商陸續推動環保與 食安活動,包括無痕飲食、全面禁用塑膠吸管,領先全台百貨零售業, 不主動且不免費提供一次性餐具。為呼應 SDG12 責任消費與生產,自 2021 年推出〈SOGO Sustain·好物好選〉永續選商識別系統,輔導專 櫃因應永續消費趨勢,於 2022 年制訂全套永續條款、進行供應商永續 調查,期待強化供應鏈韌性,攜手邁向永續轉型之路。

遠東 SOGO 為國內第一個舉辦大規模小農展及社創展之百貨,為小農及社企搭起進軍百貨的最後一哩路時,有著嚴格的輔導機制:先透過接觸與選商,對於有實力、能開市集的社創或農社企進行半年以上的溝通與輔導;最後上架,藉由百貨的行銷與自媒體資源協助活動曝光;活動結束後,進行效益評估,提供營業額、消費筆數、及顧客回饋給合作單位。我們期許以本身的通路專業,培力(empower)對社會與環境友善之品牌與社企,也透過生態系之打造,強化本身通路之永續影響力。

供應鏈管理策略

面向	目的	2022 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 減碳供應鍵	皆位於台灣,2022 年庶務類 之採購 100% 向台灣當地廠	• 啟動淨零聯盟 →全台各店餐廳通 過環保署綠色餐 廳認證,達成率
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	• 呼應 SDG12 責任消費與生產,持續強化專櫃對 SOGO Sustain 永續商品的推薦。全年推薦 650 個嚴選商品,DM與電子報合計觸及 115 萬人與政府、社創團隊、小農等,全年舉辦 29 場市集;忠孝館小農展年消費逾 4.8 萬筆,業績成長 32.4%,平均客單價成長 21%	100% →偕同供應鏈與承租一機一級一個一級一個一個一級一個一個一個一個一個一個一個一個一個一個一個一個一個
強化 供應商韌性	降低負面衝擊,進行供 應商永續管理	制訂全套永續條款,要求供應商全面簽署進行永續供應鏈調查,發出調查問卷,鑑別供應商之重要性與衝擊度	範 →啟動供應商 ESG 調查,分級輔導

供應鏈管理推動歷程

2016年

供應鏈管理

- 制訂「供應商廉潔條款」,要求供應商正派經營
- 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〉

2017年 綠色選商

推動 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

2019年

與供應商合約中,全面簽訂「企 業社會責任承諾書」與「供應商 廉潔條款」,強化供應鏈管理

2021年 綠色選商

- 推動 SOGO Sustain 永續選商 識別系統
- 推動餐飲專櫃申請環保署綠色 餐廳認證

2022年

供應鏈管理

- 制訂永續條款,以9條細則, 強化供應商對社會和環境永續 作為之認知
- 進行供應商永續調查,強化供應商韌性

商 供應鏈管理



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,為確保合作廠商符合永續精神,2016 年起,遠東 SOGO 率百貨業之先,要求簽署〈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,進一步提升規格,在供應商、承租廠商的制式合約中,全面簽訂規範〈企業社會責任條款〉;2022 年優化為〈永續條款〉,承租廠商與供應商簽署率達100%,其餘採購金額較低者,請款時須於供應商資料表勾選同意遠東SOGO 永續條款;2023 年起,敦促與遠東SOGO 往來銀行於授信或保證合約中納入相關永續條款。

更多資訊請見「供應鏈管理」專區:https://esg.sogo.com.tw/4-8-1.php

永續條款簽署對象

合作廠商 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
簽署情況	於首次合約或定期換約時 簽署	採購金額新台幣 50 萬元以上,需 簽署合約	採購金額新台幣 100 萬元以上, 需簽署合約
2022 年已 完成合約數	2,667 份	194 份	50 份
涵蓋率	100%	100%	100%

更多資訊請見「供應鏈管理」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永續條款,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。

供應商驗收

	採購工務類	庶務類		
驗收單位	各店工務主責, 通知與會單位參與驗收	各店總務主責, 通知與會單位參 與驗收		
稽核參與驗收	採購金額大於新台幣 50 萬,稽核將參與驗收			
規格不符處置	若廠商未能如期、如約交貨 品質會議」進行違約賠償請	了或履行合約,由採購召開「供應商 求		

更多資訊請見「供應鏈管理」專區:https://esg.sogo.com.tw/4-8-1.php

循環商模,強化供應商韌性

2022 年 10 月,本公司針對 230 家供應商(含工程類 98 家、庶務類 132 家)進行永續作為調查,回收 198 份問卷(回收率 86%)。

調查發現

61.62%	無CSR或ESG作為之公司	
38.38%	公司有ESG或CSR作為	
8.08%	設立ESG委員會或專業單位	
4.04%	發行ESG報告書且經第三方確信	
3.03%	獲獎/標章者	



依據調查成果,遠東 SOGO 的確能作為供應商之永續楷模,將持續強化供應鏈管理政策,輔導、串聯上下游價值鏈推動淨零聯盟,邁向永續轉型。對於承攬商與供應商,未來將進行永續輔導,確保人權保護、環境保護、職場安全與永續採購上皆符合 ESG 原則。

循環商模 Center of Circular ecosystem · 全面強化 - 供應鏈管理政策



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實地勘查。此外,遠東 SOGO 遴選新任廠商亦相當謹慎,透過資料實廠商,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」,且以此做為供應商評核之一。合格廠商將晉升為來年供應商;輔導後仍不合格的廠商,則不予任用。

類型 管理與稽核機制 • 標籤管理辦法 • 進撤櫃作業流程 • 化妝品許可檢查 • 化妝品退換貨處理辦法 • 銷售及收款流程 百貨及 • 自營商品採購管理辦法 • 來店禮贈品檢驗 • 商品價格標籤檢查 • 存貨管理流程 • 商品採購及付款流程 超市 (可參考「安心服務力」 • 即期品檢查 • 成品回收及處理標準作 • 請採驗付作業流程 章節) 相關檢測: 環境與衛生檢查: • 專櫃冰塊檢驗 • 每日專櫃自主檢核 餐飲專櫃 • 每週遠東 SOGO 餐飲課檢核 • 飲用水檢驗 • 每月評比,頒發〈優良獎〉 • 外帶年菜器皿檢驗 • 依請購採購驗收付款作業管理辦法規範作業 • 依需要舉行供應商品質改進會議 供應商(庶務 • 為發揮集團綜效之採購案,由遠東集團聯合採購中心辦理者,統一要求供應商於採購合約書中簽署,除獨立性 類、工程類) 及成本分析等考量外,也包括遵守勞動基準法、政府相關法令及職業道德等 • 強化年度綠色商品採購金額占比,作為內部供應商採購依循

更多資訊請見「供應鏈管理」專區:https://esg.sogo.com.tw/4-8-1.php

Sustainable Environment

永續環境力

遠東 SOGO 積極於日常實踐環保理念,辨識氣候變遷風險與機會,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、永續採購,向顧客打造一站式綠色消費平台,推出綠色行銷,以通路力量推廣環境教育引領永續消費意識。同時,遠東 SOGO 積極接軌國際永續趨勢,期許以綠色百貨經驗,引領台灣產業轉型,打造零售淨零聯盟。

對應 SDGs







▶ 回應永續議題

- 能源管理
- 氣候策略與行動
- 綠色產品與服務
- 溫室氣體管理

▶ 重要利害關係人

- 顧客承租廠商(專櫃)
- 員工 供應商/承攬商

亞太零售百貨業 第一會員

加入國際永 續倡議組織 EP100

提升能源使用 效率

用電營收提高

6.97%

連續 4 年獲

國家企業 瑨侶將

銀級獎 以上肯定 創百貨先例

8 年發行 電子禮券 取代紙本 禮券高

64.25

6.5

億元

座玉山

「服務型碳標籤」納入 綠色採購的首家百貨

天母店

30%

發票金額可申報綠色採購







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、永續採購,向顧客打造一站式綠色購足平台,推出綠色行銷,以通路力量推廣環境教育,引領永續消費意識。

重大主題	能源管理	綠色產品與服務	氣候策略與行動	溫室氣體管理
衝擊說明	管理總能源消耗可減少成本和環境責任,達成企業國際倡議永續目標,並提 升企業競爭力	因應顧客永續意識抬頭,強化綠色產品占比與綠 色服務,增加公司競爭力與品牌形象	説明零售業因應淨零排碳的相關投資與行動對策,有助於內部減碳目標,以及外部溝通; 實體和轉型氣候風險會提高企業營運成本	零售業溫室氣體排放量以範疇三 (例:差旅、通勤所產生的碳排 放)為最高,受國際趨勢與框架 規範與矚目,故需提出減碳作為
政策承諾	呼應並接軌能源管理之國際趨勢,主動參與 EP100 並設定能源使用效率提升目標,落實節能減排	響應政府推動「淨零綠生活」,積極打造一站式 綠色購足平台,攜手利害關係人落實永續消費		,早於法令規範主動導入 TCFD 氣 主進行溫室氣體盤查,強化氣候風
GRI 主題準則	GRI 302 能源	GRI 204 採購實務	GRI 305 排放	
SASB 指標對照	零售與批發中的能源管理 (CG-MR-130a.1)	_	_	





2. 永續環境力

3. 安心**服務力**

4. 幸福**職場力**

5. 社會影響力

附錄



重	大主題	能源管理	綠色產品與服務	氣候策略與行動	溫室氣體管理
管理	預防與 減緩 行動	 致力提升能源生產效率;發展再生能源,追求淨零 透過能源管理委員會及全台工務會議,強化督導、監控用電、優化節能設備 對於水資源進行管理,提高用水效率 	 上游:推動永續選商、永續採購 中游:強化同仁與專櫃人員之永續意識,導入 綠色服務產品與設備,提高永續服務品質 下游:整合全台各店自媒體平台,進行綠色服 務宣導 攜手利害關係人,提高回收比例與資源再使用 率 	成立氣候變遷委員會,正視 氣候變遷帶來的衝擊與商機承作綠色定存	● 檢視溫室氣體排放熱點並規劃 減碳策略
行動	實際 行動 方案	 加入國際倡議 EP100,透過智慧化的環境監控系統提升用電效率,持續汰換高效率之用電設備 積極佈局創能,建置太陽能發電案場 使用雨水回收系統,更換省水設備裝置 	 發展 SOGO Sustain 永續選商識別系統 推動綠色餐廳 落實綠色採購、社創採購、以租代買等永續採購原則 提高資源回收比例、導入廚餘處理機 	成立氣候變遷委員會,並成立 永續發展辦公室專責永續策略 之執行,創百貨第一	● 各店逐步導入溫室氣體盤查
成	: 效追蹤	用電度數每度用電創造的營收再生能源發電度數;占整體用電之比例用水度數	全台綠色餐廳比例綠色採購占比其他永續採購金額(包含社創採購、以租代買)	• 氣候治理的實務	● 忠孝店、復興店、天母店完成 ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查





2. 永續環境力

3. 安心**服務力**

4. 幸福**職場力**



重	大主題	能源管理	綠色產品與服務	氣候策略與行動 溫室氣體管理
利害關	溝通 機制	能源管理委員會小組會議每年定期繳交 EP100 報告書	自媒體:粉絲專頁、官網、IG、電子報、 DM 等溝通管道	董事會定期報告年度永續報告書永續教育訓練課程
係人議合	2022 年 溝通 頻率	全年召開 12 次全台各店工務會議,每 月針對各店能源使用狀況做定期追蹤和 EP100 總部不定期溝通(申請溝通、加入後的聯繫)	 每半年籌辦 SOGO Sustain 好物好選檔期,推廣永續商品、透過 APP 互動喚起永續意識 每月利用自媒體進行永續倡議 全台不定期小農 / 社創市集 	舉辦 3 次氣候變遷委員會小組會議辦理 1 次 TCFD 氣候治理主題教育訓練課程舉辦 10 場永續教育訓練
目標	短期目標	 每度用電創造的營收成長 啟用新竹店第二期太陽能發電案場 天母店完成再生能源憑證申請 【單位來客及員工用水量(公升/人*日)】之指標每年減少1%作為節水目標 	 持續透過倡議,提高顧客對於 SOGO 永續消費的認知與滿意度 透過共創各項永續行動,攜手品牌專櫃轉型 提高資源回收比例,並強化循環再利用;各店陸續導入廚餘處理機 強化綠色行銷,減少紙本 DM 印製、提高 eDM 發放占比 	 逐年提高 TCFD 氣候風險揭露程度,目標 2023 年成為 TCFD Supporter 全台各店完成溫室氣體盤查 2023 年規劃啟動全台的「碳足跡」申請作業
設定	中長期目標	• 達成 EP100 目標,承諾以 2018 為 基準年,於 2028 年提升能源生產力 50.52%	» 持續提高環保禮贈品採購金額 100~200 萬元 / 年 » 增加產品溯源與透明化的比例	» 2028 年全台各店取得減碳標籤 » 2028 年後,每兩年完成一家單店碳中和 » 2040 年完成全台 7 店碳中和 » 2050 年響應政府政策淨零





年度亮點成果



加入EP100國際倡議

• 正式加入EP100國際倡議 (Energy Productivity 100) 為亞太第一個零售百貨業會員



環境保護署低碳產品 獎勵特優

• 天母店推動低碳營運, 打造綠 色百貨, 榮獲行政院環境保護 署低碳產品獎勵特優;環保署 首度將低碳產品獎勵首獎頒予 百貨業者



SOGO APP植樹活動, 有1.86萬人次參與

· 舉辦2檔SOGO Sustain, 共推薦 650件永續商品, DM與電子報合 計觸及115萬人;同步舉辦 SOGO APP植樹活動,有1.86萬 人次參與



成立氣候變遷委員會

• 成立氣候變遷委員會, TCFD 完成氣候風險與財務連結之 評估分析



經濟部水利署節水 績優單位優等

• 天母店推動節水措施成效卓著, 榮獲經濟部水利署節水績優單位 優等



環保署綠色餐廳認證

• 全台96%餐廳通過環保署綠色餐 廳認證, 月員工餐廳皆已取得



首家綠色定存的百貨

• 首家承作綠色定存的百貨, 金額由3仟萬增加至2億



太陽能板建置計畫

• 啟動新竹店二期太陽能板建置 計畫;天母店同步申請再生能 源憑證



綠色採購總額3.500萬元, 成長38.06%

• 綠色採購總額3,500萬元,成長 38.06%,該年度占比5.07%;其 他永續採購新台幣993萬元,成 長74.56%



自媒體永續倡議 觸及逾16萬人次

• 白媒體永續倡議與溝涌共66則, 觸及逾16萬人次



國家企業環保獎銀級獎

• 四度榮獲行政院環境保護署國 家企業環保獎銀級獎以上肯定



樓地板面積用水量8.34

• 單位樓地板面積用水量8.34, 單位來客及員工數用水量 0.1216, 皆優於2022經濟部水 利署用水指標建議值



ISO 14064-1:2018杳讚

• 忠孝館、復興館、天母店完成 2021年溫室氣體盤查並通過 ISO 14064-1:2018查證





呼應淨零,遠東 SOGO 自 2021 年發展出三大永續策略——「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」等三大面向,由百貨核心職能出發,打造低碳通路營運策略。同時為回應國際趨勢,遠東 SOGO 領先法規時程一年,於 2021 年永續報告書便首度導入「氣候相關財務揭露建議」(Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD),鑑別氣候風險議題;2022 年成立氣候變遷委員會,奠定氣候治理機制,逐年提高風險揭露程度;2023 年第一季成立永續發展辦公室,直屬董事長管理,以專責單位推動企業永續。

遠東 SOGO 於 2022 年正式成為 EP100 國際倡議 (Energy Productivity 100) 亞太第一個百貨零售業會員,承諾以 2018 為基準年,預計至 2028 年累計節電率達 40.30%,能源生產力(每度用電創造營收)成長 50.52%。

2022 年,天母店榮獲行政院環境保護署低碳產品獎勵特優,創國內百貨 通路先例,同年獲經濟部水利署節水績優單位優等。對於遠東 SOGO 而言,天 母店不只是典範,更是全台百貨綠色營運的種子,2015 年,取得百貨零售業第 一張「碳標籤」,定義出百貨零售服務業的 PCR(碳足跡產品類別規則訂定), 2018 年獲頒「減碳標籤」,2021 年取得碳標籤展延,並二度獲「減碳標籤」, 是環保署將「服務型碳標籤」納入綠色採購申報的首家百貨零售業者,政府機 構或民間公司,依政府機關採購指標需求,在 2021~2026 年至天母店採購, 發票總金額 30% 可申報綠色採購,為組織進行綠色加值。

遠東SOGO天母店 綠色百貨發展路徑



2022 年起,遠東 SOGO 落實 EP100 執行計畫,首先展開台北忠孝館、復興館與天母店的溫室氣體盤查(範疇一至三),並計畫於 2023 年起,領先金管會規範 2 年,於全台各據點自主進行溫室氣體盤查盤查(金管會規定 2025 年合併報表子公司完成),中期目標全台各店於 2028 年取得減碳標籤,全數加入環保署推動「服務型碳標籤」納入綠色採購的行列,持續以大帶小、帶動供應鏈一同邁向淨零。

SOGO x EP100

組織目的

EP100為氣候組織(The Climate Group)和節約能源聯盟(The Alliance to Save Energy)推動的全球性永續倡議。EP100原文"Energy Productivity 100% Improvement",意指「100%改善能源生產力」,會員需宣示提高能源效率來改善生產力,藉以降低溫室氣體排放,創造潔淨經濟發展模式。

會員組成

全世界超過120個會員

遠東SOGO目標

自基準年2018年起10年,遠東SOGO將透過AI智能控制優化整體能源系統,至2028年累計節電率達40.30%,每度用電創結營收成長50.52%。

典節意涵

遠東SOGO於35週年之際加入EP100國際倡議,不僅是國內百貨零售業唯一,也是亞太百貨零售業第一;將每年提交報告至EP100總部,與國際社群分享台灣百貨零售業推動淨零減排的經驗。

遠東SOGO 加入EP100 的行動 盤查各店既有ALC能源管理系統現況,導入AI能源管理系統、推動動力馬達節能,讓整個系統在手機APP上都能即時看到,可監、可控、可列印。為佐證電力耗用,2023年起全台各店將進行範疇1至3的溫室氣體盤查,並持續發展再生能源。遠東SOGO的減碳最終極目標,將攜手上、中、下游,引領與議和供應商、承攬商、顧客、同仁、消費者,共同邁向2050淨零。





2. 永續環境力

3. 安心**服務力 4.** 幸福**職場力**



遠東 SOGO 永續框架里程碑

2015

• 全台百貨第一家取得碳標籤、定義百貨零售服務業產品類 別規則(天母店)



• 全台百貨第一家發行電子禮券

2016

• 從紙張開始,大規模進行綠色採購

2017



• 全台百貨第一家通過 ISO 50001 驗證(敦化館)



• 全台百貨首家



• 領先政府政策兩年,創下百貨第一,全台各店全面禁用一次性 及美耐皿餐具

• 天母店太陽 能發電案場 重新啟動



ESCO, 更換冰水主機, 獲得良好節能成效

2019

2018

2020



- 敦化館 ISO 50001 展延



• 首度導入 TCFD,並於 2021 永續報



(天母店)



 百貨第一推動永續選商 識別系統,推出〈SOGO Sustain · 好物好選〉

2021



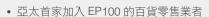


是環保署推行「服 務型碳標籤」納入 綠色採購的第一個



• 連續3年獲「國家企業環 保獎」銀級獎以上,獲頒 「榮譽環保企業獎」

2022



• 連續 4 年榮獲國家企業環保獎

• 天母店獲行政院環境保護署低碳產品獎勵 - : • 首家承作綠色定存的百貨 特優、經濟部水利署節水績優單位 - 優等

- 忠孝館、復興館、天母店展開 ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查(類別一至六),領: 先金管會規範兩年
- 啟動興建新竹店二期太陽能板建 置計畫
- 成立氣候變遷委員會, TCFD 完成氣候風 險與財務連結之評估分析





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。爾後呼應國際框架導入 TCFD,同步將策略調整為「能源管理」、「綠色行銷」、「綠色行動」、「氣候變遷調適」等四個面向,攜手利害關係人邁向永續。

2.1.1 綠色行銷

SOGO Channel 數位行銷整合

為強化數位與社群經營,遠東 SOGO 整合遠東 SOGO Channel,由專責企劃團隊,全力發展社群平台,發揮數位溝通即戰力。配合數位工具,以遠東 SOGO APP、線上購物館(iStore)、電子化支付、大數據、電子看板等工具,提供顧客便利且快速的購物資訊。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,降低對環境的影響,並可更有效溝通訊息。

	2019	2020	2021	2022
Facebook 粉絲數	230,000人	250,000人	272,259人	276,455 人
Instagram 粉絲數	16,569人	18,965人	21,213人	22,387 人
LINE OA 好友數	80,462 人	99,507人	119,384人	139,628 人
Youtube 頻道訂閱數	-	-	-	396 人

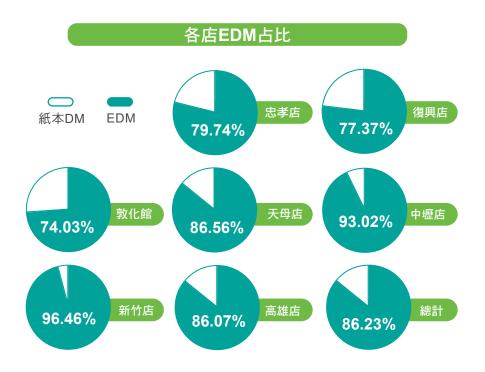
註 1:以上數據均為忠孝店、復興店、敦化館之總計

註 2: Youtube 頻道訂閱數為自 2022 年起新增項目, 2019~2021 年尚未記錄

SOGO APP 數位整合服務

遠東 SOGO APP 於綠色行銷扮演重要角色,整合各店訊息,消費者能於 APP 中掌握即時檔期促銷,並參與數位贈獎活動,2022 年全台發出的 DM 有86.23% 為 eDM,提供即時資訊的同時,大幅減少用紙。







SOGO APP 數位化整合服務,減少紙本印刷品、減少顧客時間及人力成本,符合行動永續精神,包含:線上 DM、HAPPY GO 電子點數、電子禮券、智慧停車、行動支付等十項功能。SOGO APP 的推出,讓消費者節省 75% 以上排隊時間,也因此提高 15% 提袋率。此外,為提升顧客使用黏著度與參與,2022 年遠東 SOGO 推出數位永續創新行動「SOGO APP 植樹活動」,連結數位服務與綠色行銷活動,強化顧客於日常生活中實踐永續。





SOGO APP 數位永續創新專案 -

SOGO 邀您一起種下希望之苗

2022年〈SOGO Sustain·好物好選〉於4月及10月推出,邀請SOGO APP會員線上參與種樹遊戲,完成指定任務即獲一張兑換券,可到店領取桂花樹苗或種子盆栽,遠東SOGO 發揮數位行動優勢,讓顧客透過APP趣味小遊戲,就能參與永續,相較大規模實體植樹,大幅減少活動產生的交通碳排與維護費用;且小樹苗託付給顧客在生活中直接參與植栽的成長、承擔起環保承諾,有效提升消費者的永續意識。

希望之苗種植方式



亮點績效

- 超過 18,000 人次參與
- 全台共贈出 8,500 份台灣原生種 桂花樹苗(4月)與香草種子可 分解盆栽(10月)







遠東 SOGO 提供 HAPPY GO 電子點數作為贈品選項,減少實體贈品在包裝與運送過程中產生碳排放,2018~2021 年點數發放連續 4 年成長。2022 年疫情升溫,加上 1~8 月捷運忠孝復興站 4 號連通口封梯工程影響,期間忠孝館來客數微幅下降,全年仍發出 5.55 億點,與前年相差不大。

HAPPY GO 電子點數發放統計

4.94億

5.48億

5.58億

5.55億

2019

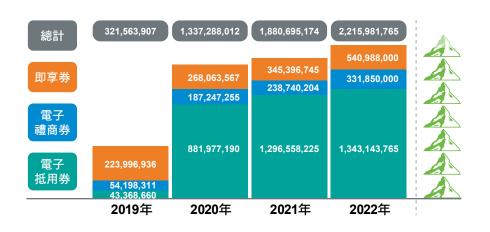
2020

2021

2022

遠東 SOGO 為國內第一家發行電子禮券的百貨,除響應節能減碳、持續推動電子支付外,同步推動禮商券、抵用券與優惠券等禮券類產品全面電子化整合於APP,2022 年共發行 22.16 億元,年增量 17.83%,電子占比成長 6.59 個百分點。8 年累計發行 64.25 億元電子禮券,取代的紙本禮券可堆出 6.5 座玉山的高度。

歷年電子禮券發放金額



遠東 SOGO 三大類電子禮券

	即享券	電子禮商券	抵用券
特	各類回饋兑換新選擇,即兑 即享用!	禮券就在 SOGO APP 裡, 帶手機出門就可購物!	不用排隊、不用找 贈獎處,用 SOGO APP 一鍵兑換!
色	減少紙本禮券印刷與郵寄產 生之汙染		減少搭乘電梯上下 樓層之需求
說明	SOGO 和宜睿智慧共同推出的 SOGO Ticket Xpress 即享券(簡稱「即享券」),創百貨電子禮券先例,提供消費者更多元的回饋選擇。顧客出示 QR Code 或手機簡訊電子序號,就能購買商品。	商券,除發放予 SOGO 同 仁使用外,SOGO 贈獎系 統及 PAY EASY 網站平台	等販促活動時發放, 直接透過手機掃描

遠東 SOGO 台北四店(忠孝館、復興館、敦化館、天母店)於 2012 年正式停用紙本停車券,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。優化消費者購物旅程的同時,每年減少逾 30 公噸 CO2 排放及近130 萬張的紙本停車券。

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」5 大構面設計永續消費旅程,攜手利害關係人一同邁向綠色百貨目標。



前言

1. 穩健經營力

2. 永續環境力





永續採購

建置綠色供應鏈

- 永續採購
- 社創採購
- 以租代買
- 在地採購
- 環保制服



吃出永續

引領綠色飲食

- 小農展
- 綠色餐廳



選品永續

推動永續消費

- SOGO Sustain
- 綠色商品專區
- 世界地球日倡議行動
- 永續時尚
- 社創展



行動永續

內化綠色生活

- 雲端發票
- 環保禮贈品
- 環境教育
- 志工淨灘
- 綠色辦公室
- 綠色運輸
- 空氣品質監控



不廢永續

促進循環經濟

- 鼓勵使用環保購物袋
- 超市與宅配包材減塑
- 使用森林認證紙張
- 使用大豆油墨印刷
- 鼓勵回收
- 導入廚餘回收機

永續採購

遠東SOGO 由內而外推動綠色百貨,除了庶務類 100% 在地採購,在營銷、 活動、庶務、能源等類別,以「綠色採購、社創採購、以租代買」三大原則, 逐年提高永續採購比例。例如,各營運據點逐步更換為 LED 照明燈具、節省標 章設備、全面使用 FSC 認證用紙,以減少資源耗損,2022 年綠色採購金額突 破新台幣 3.500 萬元,占庶務類採購總額 5.07%,連續 6 年獲臺北市環保局頒 發「綠色採購績優單位」。

禮贈品、異業合作等優先選擇社會創新團隊之產品與服務,遠東 SOGO 因支持社創團隊獲 2022 年經濟部中小企業處 Buying Power 社會創新產品及 服務採購獎勵機制參獎、特別獎肯定;硬體設備如事務機、入金機、主管公務 車採以租代買。不計綠色採購,其他永續採購總金額便達新台幣 993 萬元,較 2021 年大幅成長 74.56%。

環保制服

遠東 SOGO 女性員工及主管制服,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的布料產製。2022年共訂製 2.882件,當中秉持循環經濟精神,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。





	年份		2019	2020	2021	2022
(A)	綠色採購	金額	31,956,905 元	30,208,221 元	25,387,484 元	35,048,931 元
	水 巴 1 木井	占比	4.91%	3.95%	3.96%	5.07%
	社創採購 以租代買	金額	3,744,635 元	5,963,080 元	5,690,467 元	9,933,143 元
	在地採購	占比	100%	100%	100%	100%
	獲獎		臺北市政府綠色採購表揚行政院環保署綠色採購表揚	臺北市政府綠色採購表揚Buying Power 社會創新產品及 服務採購獎勵機制貳獎、特別獎	● 臺北市政府綠色採 購表揚	臺北市政府綠色採購表揚 Buying Power 社會創新產品及服務 採購獎勵機制參獎、特別獎 新國際 新國國際 新國國國際 新國國際 新國國際 新國國際 新國國際 新國
永續採購內容		1. 包裝紙袋 (FSC) 2. 影印紙 (FSC) 3. 衛生用品 (FSC) 4. 影印機 (環保標章)	1. 包裝紙袋 (FSC) 2. 影印紙 (FSC) 3. 衛生用品 (FSC) 4. 影印機 (環保標章) 5. 黑暗對話教育訓練 (社創採購) 6. 吉星共享永續活動 (社創採購)	1. 包裝紙袋 (FSC) 2. 影印紙 (FSC) 3. 衛生用品 (FSC) 4. 影印機 (環保標章)	1. 包裝紙袋 (FSC) 2. 影印紙 (FSC) 3. 衛生用品 (FSC) 4. 電腦主機 (環保標章) 5. 影印機、入金機、公務車(以租代買) 6. 環保材質禮贈品(社創採購) 7. 黑暗對話教育訓練(社創採購) 8. 環保材料制服(其他)	

註:

- 1. 自 2022 年起遠東 SOGO 揭露三大類永續採購資訊,包含綠色採購、社創採購、以租代買。
- 2. 綠色採購金額為登錄臺北市環保局之資料,綠色採購比例(%)=綠色採購金額(元)/庶務類採購總額(元),庶務類採購總額以每年12月20日採購部輸出報表加總計算。
- 3. 社創採購金額為向登錄於經濟部中小企業處社會創新組織採購之資料。
- 4. 在地採購定義為供應商公司登記地為台灣。





吃出永續

遠東 SOGO 推動「永續食農」,連續 5 年舉辦全台最大規模小農展,推廣在地優質農特產品,減少食物里程碳足跡。針對餐飲專櫃,2021 年起,遠東 SOGO 輔導品牌取得環保署綠色餐廳認證,2022 年擴大輔導員工餐廳轉型為綠色餐廳。遠東 SOGO 串連通路、餐飲專櫃、在地小農到顧客,發揮通路影響力,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、食永續」,自2018年起,台北店忠孝館每年與社創企業「好時好物」合作小農展,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,培養出逐年茁壯的永續消費客層。2022年忠孝館共舉辦7場小農相關活動,累計年消費逾4.8萬筆,業績成長32.4%,平均客單價590元,成長21%,顯示遠東SOGO長期耕耘永續飲食,顧客接受度日益增高。

奠基於忠孝館經驗,各店也依當地特色,規劃小農市集,2022年全台共舉辦 29 場相關活動。遠東 SOGO 透過小農展,為消費者發掘新的優質商品,更協助每位參展小農,銜接從「產地到貨架」的最後一哩路,消費者透過與生產者互動,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。

全球疫情邁入第三年,面對消費者飲食習慣轉變,「自煮健康」成為後疫情時代趨勢,遠東SOGO小農展也有了新使命:面臨疫情大災難(Pandemic),地球需要所有人「一起採取行動」才得以生存,因此在小農展的策畫上,遠東SOGO更強調「從產地到餐桌」概念,不單回應消費者需求,推廣在地農特產品,更透過工作坊和課程,帶領消費者吃得健康永續,傳達永續食農教育與在地文化。

【全台一起挺】遠東 SOGO 小農展推廣在地食材



專案延續性

忠孝館連續5年舉辦大型展覽 全台其他各店皆有相關活動

全台累計舉辦場次

82

全台累計受益人次

156萬

2022 年遠東 SOGO 忠孝店與 行政院農委會水土保持局合作 舉辦「農村好物展」,料理達 人蔡季芳現場示範使用在地食 材烹煮美味料理!

2022 年遠東 SOGO 忠孝店於夏季、冬季小農展,以「從產地到餐桌」為主題,推出當令獨家在地選品,設計講座讓消費者瞭解永續食農與在地文化。





新食器時代 5.0——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 忠孝店於 2020 年底針對店內餐飲櫃位輔導並推動綠色餐廳認證計畫,目前全數餐廳及喫茶店皆通過「綠色餐廳」認證。2022 年擴大輔導遠東 SOGO 員工餐廳(忠孝店、復興店、中壢店與新竹店)永續轉型,100% 通過「綠色餐廳」認證,服務 SOGO 同仁與專櫃 8,500 人次;中壢店員工餐廳獲選為 2022 年桃園市綠色餐廳績優單位。





從餐飲櫃位到員工餐廳的永續轉型,具體落實三大環保方向:



截至 2023 年 4 月,遠東 SOGO 全台 89 家餐廳,共 85 家通過 綠色餐廳認證,即 96% 為綠色餐廳,其中忠孝、中壢、新竹、高雄 店比例達 100%。其他為新進餐飲專櫃,尚待輔導或官方進一步查 核,或連鎖專櫃另有規劃。



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 年領先全台百貨,各店停用一次性與美耐皿餐具,開啟新食器時代。

新食器時代歷程



全台8店停用 美耐皿餐具, 開啟新食器時代 推廣「無痕飲食」, 倡議減塑、零負擔的 永續新生活 領先環保署政策, 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 • 推動綠色餐廳, 全台超過九成通過

• 全台員工餐廳100%通過 綠色餐廳認證



選品永續

SOGO Sustain·好物好選

遠東 SOGO 於 2021 年 11 月推出〈SOGO Sustain·好物好選〉,固定於 4 月及 10 月發行專刊,嚴選符合環境保護、試圖解決社會問題的永續性商品, 讓顧客每次消費都能簡單做出好選擇。2022 年〈SOGO Sustain·好物好選〉 專刊於台北店發行兩期,全台各店檔期 DM 亦規劃專屬版面,推薦逾 650 件永續商品,消費者觸及人次達 115 萬,更攜手專櫃品牌,首度與美妝大廠美商雅詩蘭黛集團共同響應永續綠生活,推出「二手衣回收計畫」。

〈SOGO Sustain·好物好選〉專刊將規劃多元主題,並蒐集專櫃品牌、 消費者、供應商、同仁的永續行動故事,讓永續消費成為你我的生活日常。同 時,商場販售具有環保及永續性的商品,都將貼上「SOGO Sustain」標籤供辨 識。

遠東 SOGO 在實體賣場設置綠色商品專區、DM 規劃特區,推廣友善環境的綠色與節能商品,營造永續消費購物場域。全台賣場家電樓層,如冷氣機、洗衣機等商品均強化標示「節能標章」,搭配宣導説明,提供消費者辨識並選購。賣場亦不定期舉辦綠色商品促銷,讓顧客以最實質優惠,力行環保節能,2022 年共售出 34,177 個節能/節水/綠色商品標章商品。

永續消費 · 愛地球行動

2022年4月世界地球日,遠東 SOGO 推動「愛地球」檔期,結合〈SOGO Sustain·好物好選〉專刊發行,協助消費 者選購環保商品。透過積極整合線上自媒 體社群,搭配線下實體活動的辦理,合計 將環保理念與商品推廣給 233.4 萬人次, 較 2021年(82萬人次)大幅成長 185%。



2022 年,遠東 SOGO 透過舉辦 APP 線上種樹、二手衣編織課程、二手衣捐贈等活動,號召消費者透過實際行動在日常生活中實踐永續;也攜手外部單位,如海科館、原生態工作室、台電、中華郵政、各縣市環保局等,合作推出認識生物多樣性、生態悠遊趣、守護地球行動劇等活動。此外,遠東 SOGO 匯聚超過千家專櫃品牌推出環保活動,透過自媒體推廣永續消費議題,擴大影響力。



永續時尚與社創生活展

遠東 SOGO 結合檔期實體活動,與消費者溝通永續消費議題。作為永續時 尚推動基地,2022 年 4 月復興店集結 10 家國際時尚品牌,以「永續時尚大秀」 概念,詮釋循環永續與時尚結合的趨勢。首度與「有卫さ / 商行」合作打造全 台最大社創生活展,與消費者分享永續創新解方,成為最挺社創團隊的好夥伴, 獲得經濟部中小企業處 2022 年 Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵特 別獎肯定。兩活動累計 827 筆消費,創下新台幣 200 萬元營業額,平均客單價 2,418 元。



2022 社創生活展

行動永續

雲端發票

遠東 SOGO 響應財政部開立雲端發票,連續兩年獲「全國營業人開立雲端發票競賽」總機構獎。2022 年全台消費筆數有 53% 開出雲端發票,提早三年達成財政部 2025 年雲端發票占比 50% 的目標;2022 年共省下 970 萬張紙本發票,可堆疊出 2 座臺北 101 大樓(101 大樓高 509 公尺),較 2021 年減量31%。遠東 SOGO 持續加強與消費者宣導,目標 2023 年全台雲端發票占比提升至 55%。



環保禮贈品

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生活一部份,電器類贈品優先採購具有環保標章的品項。2022 年疫情趨緩,遠東 SOGO 全年送出禮贈品微幅增加至 35.2 萬份。

年份	2019	2020	2021	2022
發出的環保禮贈品份數	42.8 萬	43.8 萬	32.7 萬	35.2 萬

志工淨灘

遠東SOGO志工社將2021年起,訂為「淨灘行動年」,認養專屬淨灘地段,以「海要更乾淨」為訴求,平均每季前往一次,皆計算海廢類別、數量及總重,量化淨灘成果,並帶領同仁認識海廢組成,推廣源頭減量。



[亮點績效]

- 2022 年台北及新竹店共舉辦 3 場淨灘, 102 人次參與
- 2018~2022年(2019未舉辦),4年共進行11場次淨灘、投入882小時, 清出逾2.4公噸重垃圾



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」、「永續採購」、「環境綠美化」和「宣導倡議」5 大指標。

5 大指標	行動方案	量化成效
節省能資源	午休關燈一小時二手好紙袋再利用電腦省電模式設定宣導	總公司響應同仁約 120 人2022 年共回收 162 個二手「好」 紙袋循環再利用
源頭減量	每月舉辦蔬食日員工餐廳全數取得環保署 綠色餐廳認證	 2022 下半年開始舉行,6場次共 134 人次參與,蔬食餐盒換算減 碳 104 公斤 遠東 SOGO 同仁與專櫃人員受惠 總計約 8,500 人次
们。。。。 永續採購	落實綠色採購、社創採購、 以租代買等永續採購原則, 庶務類百分之百在地採購	2022 年綠色採購占比達 5.07%其他永續採購總金額逾新台幣 993 萬元,年成長 74.56%。
環境線美化	● 舉辦綠美化競賽	• 2022 年 1 月呼應過年除舊佈新習俗,舉辦辦公室綠化競賽,共 3 單位獲團體獎、4 人獲個人獎
宣導倡議	結合公司社團或外部綠色 活動,推動體驗式環境教育辦理遠東 SOGO ESG 最佳 貢獻獎暨創新提案獎全員永續有獎徵答活動	 舉辦 6 場環境教育,100 人次參加 2022 年遠東 SOGO ESG 最佳貢獻獎暨創新提案獎申請數 40 件,環境類佔 55% 700 人參與全員永續有獎徵答活動,參與率 55%

綠色運輸

回應政府淨零排放目標,遠東 SOGO 佈局綠色運輸,2022 年亮點行動包括:鼓勵搭乘大眾運輸工具、建置電動車充電樁,宅配服務與取得減碳標籤之物流業者合作等。

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,設置免費接駁公車,供員工通勤與顧客搭乘,主要往返該據點與火車站。搭乘接駁車往返,較自駕小客車減少約 81% 排碳量,每年減碳約百噸。2022 年受 4 月份新冠病毒 Omicron 變異株疫情升溫,加上中壢店接駁服務調整為特定檔期行駛影響,整體接駁人次與去年相比減少 2.7%;單視新竹店則成長 8.7%。

接駁車歷年接送人次與減碳量						
	2019	2020	2021	2022		
中壢店(萬人次)	27.7	30.0	9.2	0.8 ²		
新竹店(萬人次)	133.3	108.5	73.2	79.6		
合計(萬人次)	161.1	129.4	82.6	80.4		
減碳量 (噸) ¹	156.1	133.8	80.2	78.9		

à‡ :

- 1. 減碳量=(總人次/每4人小客車*往返公里數*小客車45公里時速行駛省道排放係數)-(總人次/每40人一台公車*往返公里數*市區公車45公里時速行駛市區道路排放係數)。排放係數引用來源為政府資料開放平台。
- 2. 遠東 SOGO 中壢店自 2022 年起,接駁車調整為特定檔期活動方提供服務,2022 年行駛期間為 1/1~1/16 春節檔期;11/1~11/21 週年慶檔期



遠東 SOGO 公務車以租代買,目前共 11 台租賃車作為高階主管座車與貨運用車,並杜絕車齡超過 10 年之車輛,其中一台為油電混合,能減少空污排放,並提升能源使用效率。公務車租賃屆期時,將逐步導入綠色運具。

隨著電動車使用者增加,2021年遠東SOGO復興店導入4座直流快充站(每座有兩種規格),充電效率為家用三倍,掃描QR-Code就能隨充,同時整合便利支付、客服專線、監管及障礙報修等服務。2022年進一步於忠孝店、天母店分別設置4座及2座電動車充電樁,目前遠東SOGO共計導入10座。

遠東SOGO各店綠色運輸

敦化館

- 鄰近捷運忠孝復興站, 鼓勵顧客搭乘大眾運輸 系統
- 智能停車

中壢店

檔期設有接駁車, 接駁顧客往返中壢 店及中壢火車站

高雄店

鄰近捷運三多商圈站, 鼓勵顧客搭乘大眾運輸 系統

忠孝館 | 復興館

- 鄰近捷運忠孝復興站, 鼓勵顧客搭乘大眾運輸 系統
- 停車場設置充電橋
- 智能停車

天母店

- 鄰近捷運芝山站, 鼓勵顧客搭乘大眾 運輸系統
- 停車場設置充電橋
- 智能停車

新竹店

- 設有接駁車,接駁顧客 往返火車站(新竹客運 北站)及新竹店
- 智能停車

後疫情時代,消費者購物行為轉變,面對環境風險與劇烈變化,遠東 SOGO將電商平台視為銷售場域延伸,推出 iStore 電商平台業績顯著成長。為 掌握產品配送過程產生的碳足跡,全台各店宅配服務與取得「產品減碳標籤」 之物流業者合作,透過環保駕駛系統監控宅配車輛,有效管控燃料使用,積極 汰舊換新及投入製冷設備,減碳策略改善多溫層車輛的保溫效能。

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 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,各項皆符合標準。遠東 SOGO 也於天母店、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
2022 檢測成果	正常	正常	正常	正常	正常





不廢永續

超市與宅配包材減塑

遠東 SOGO 自營超市配合環保署塑膠類托盤及包裝盒減量,針對蔬果或根莖類農特產,全面推動包裝減量,藉此達到「減少塑膠包材」、「促進友善購物」,及「積極議合消費者」三大目的,2022 年共減少 1.16 公噸塑膠材料。

註:減量方式依環保署要求,以改用替代容器之產品及不使用容器包裝之產品分別乘上個數與重量後估算。

遠東 SOGO 2022 年減塑成果 鼓勵消費者使用環保購物袋: • Fresh Club 會員於超市自備購物袋,單筆滿 500 元,獲 HAPPY GO 點數, 2022 年共贈 18.2 萬點, 參與人數 1.3 萬。 購物袋 • 忠孝店 Fresh Club 入會送環保購物袋,贈出 8.299 個。 500元贈一點 滿3點送50元 • 忠孝店週年慶期間,超市會員消費熱賣生鮮商品單筆滿 2.500 元: 可獲一個保冰袋,5.000個全數贈完。 • 針對必要使用塑膠托盤的產品,透過制度遴選合作廠商,提升塑膠 源頭減量 托盤可回收率,並降低單一產品使用多個塑膠托盤包裝情況。 超市包裝 • 自 2021 年起,以「網狀袋」包裝取代塑膠托盤。 • 部分民眾購買後會將無毀損的托盤持至超市歸還,超市同仁清潔消 毒循環再利用,節省托盤使用。 • 目前宅配以店內包材及紙箱再利用為主。 ● 響應環保署「包裝循環減量計畫」,與致力於解決網購一次性包裝 問題的社會創新公司「PackAge+配客嘉」合作,於 2022 年 4 月 宅配與其他 響應世界地球日,超市宅配試行「循環包裝箱」,平均一次減少約 1.2 公斤碳排放及 300 公克一次性網購包材。消費者攜回指定處歸 循環利用 還可獲 HAPPY GO 35 點,活動期間規劃贈送 10,500 點,等同在 全館購買 105 萬等值商品的永續回饋點數。

超市歷年減塑量

年份	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
減塑量	1.23公噸	1.11公噸	1.10公噸	1.612公噸	1.16公噸

永續用紙(提袋、衛生紙、擦手紙、DM)

「紙張」是每個消費者在百貨公司最常接觸到的用品,遠東 SOGO 全台各店優先採購具環保標章及認證的商品,讓顧客消費的同時,一起守護地球。

購物提袋 衛生紙

全數使用通過國際FSC(Forest Stewardship Council,森林管理委員會)認證紙材。

廣告DM

減少紙本DM、採用數位行銷,如需發行紙本 DM,皆採大豆環保油墨印刷。 大豆油墨比傳統石油製成的油墨環保,且利於 廢紙回收與再生。

衛廁擦手紙

使用再生環保紙漿,讓紙材循環再利用。

鼓勵回收

遠東 SOGO 近年化妝品類業種營收皆占總營收 1~2 成,位居第一,因此,每年全台推出「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HAPPY GO 3 點。2022 年全台 294 個櫃位響應,回收 18.6 萬個空瓶,數量增加 28%,共獎勵55.8 萬點電子點數。此外,各店鼓勵顧客持廢電池到遠東 SOGO 回收,並舉辦贈點,廣受好評。

年份	2019年	2020年	2021年	2022年
回收	19	18.4	14.5	18.6
空瓶數	萬個	萬個	萬個	萬個
獎勵	57	55	44	55.8
點數	萬點	萬點	萬點	萬點



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,對氣候風險的審視角度 也自過去聚焦「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,並內化於日常管理原則,遠東 SOGO 自 2021 年起導入「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;對外積極發揮綠色百貨領航角色,帶動產業轉型、探詢創新商業機會。 2022年遠東 SOGO 提高揭露程度,針對 TCFD 四大核心 11 項建議揭露項目,已完整揭露 4 項。

	氣候相關財務揭露建議書(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)架構							
	治理	策略	風險管理	指標與目標				
管理策略 與 行動方案	» 負責單位 由企業永續委員會帶領,並經董事長與高階經 營主管團隊負責,定期檢視組織氣候變遷願景、 策略與長期目標 » 組織運作方式 2022 年於企業永續委員會轄下設立氣候變遷委 員會,由財務本部專責推動相關具體作為,並 每年定期向董事會報告	以「永續環境力」為核心、綠色 行銷、綠色行動、綠色運輸為三 大行動分針,積極實踐永續行動 於日常營運中,邁向「綠色百貨」 之目標	» 將氣候風險納入企業管理流程 » 跨部門合作,並檢視價值鏈之 氣候相關風險與機會。未來持 續評估氣候風險與財務之間的 連結,以擬定因應對策	透過氣候變遷風險鑑別,盤點重大風 險議題,並訂定相關管理方針與目標, 定期追蹤達成度後,藉由適切之管道 對外公開透明揭露				
執行情況	» 全年召開 3 次氣候變遷委員會小組會議 » 辦理 1 次 TCFD 氣候治理主題教育訓練課程 » 執 行 成 果 於 2022 年 6 月、2023 年 2 月 提 報 ESG 高階主管策略會議	針對所識別出之氣候風險,相關 部門完成對應之策略行動方案	» 完成各項行動方案潛藏成本之 估算 » 氣候變遷委員會完成財務 衝擊 程度鑑別,並連結各項氣候風 險,辨識財務衝擊程度	策略行動方案訂定短中長期目標,並 納入永續委員會例行追蹤項目				
章節連結	» 2.2 氣候變遷減緩與調適 p.69	2.1.1 綠色行銷 p.57 2.1.2 綠色行動 p.59 2.3 能源管理 p.76	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題 管理 p.73	2.1.1 綠色行銷 p.57 2.1.2 綠色行動 p.59 2.3 能源管理 p.76				









2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別

遠東 SOGO 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 6 項中、高 度重大風險議題,並加以研擬、優化管理措施。

氣候變遷風險議題分析流程

STEP 1

定義分析項目與範疇

分析範圍為遠東 SOGO 營運大樓與7個營運據點(包含:忠孝館、復興館、敦化館、天母店、中壢店、 新竹店、高雄店)

分析項目: 了解遠東 SOGO 面對氣候變遷時,可能造成營運影響的重大風險。

STEP 2

風險蒐集與鑑別

依據市場情況、台灣政策方向、國際永續趨勢等蒐集遠東 SOGO 的轉型與實體風險項目。並透過高層 訪談,了解遠東 SOGO 對氣候風險的意識,同步確立風險議題

STEP 3

風險評估與排序機會議題對照

诱過問券發放, 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,根據內部高層共識會議,鑑別出6項重大風險議題

STEP 4

管理措施

依循鑑別結果, 遠東 SOGO 以 2 個面向進行因應。

「調適」:透過對重大氣候風險議題進行情境分析,全盤了解遠東 SOGO 碳管理程度,建立長期策略 「減緩」:與企業永續委員會針對重大風險議題研擬短期管理行動方案,並透過企業永續委員會與董事 會報告達成進度

氣候變遷風險議題蒐集與鑑別

遠東 SOGO 從檢視自我營運概況出發,廣泛蒐錄市場發展現況、國際永續趨勢變化等面向,以未來 3 至 5 年本公司可能面臨之氣候變遷風險與機會議題進行分析。 依循 TCFD 架構,從「轉型風險」與「實體風險」兩面向,探討對遠東 SOGO 而言「發生可能性」與「發生影響程度」高的重大風險議題。



1. 穩健**經營力**

2. 永續環境力

3. 安心**服務力**

4. 幸福**職場力**

5. 社會影響力

附錄

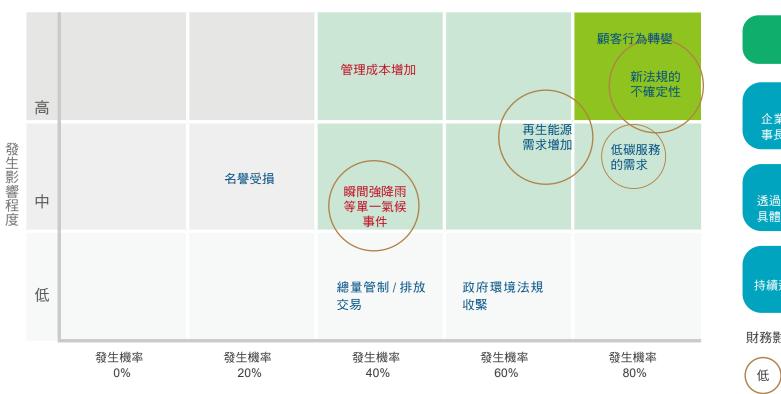


風險主題		風險 議題	議題對遠東 SOGO 的意義	價值鏈影響階段			衝擊時間點				財務
				上 游	營 運	下 游	短期目標 (近1-2年)	中期目標 (3-5 年)	長期目標 (5 年以上)	·· 風險等級 (高/中/低)	影響程度 (高/中/低)
轉型風險	政策 與 法規	新法規不確定性	台灣政府頒布 2050 淨零排放路徑之規劃,於 2040 年設立電動車、電動機車市售比達 100% 目標。因應政策方向,對於來店客對停車環境的需求可能帶來改變,如何在有限的資源下預留充電設備停車位,為遠東 SOGO 需積極規劃的項目之一	V	V		V	V	V	高	高
	技術	低碳服務 需求提升	台灣政府頒布 2050 淨零排放路徑之規劃,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	V	V		V	V	V	高	中
		再生能源 需求增加	台灣政府頒布 2050 淨零排放路徑之規劃,須於 2050 年達碳中和目標,故再生能源於能源占比需提高至 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	V	V		V	V	V	中	高
	市場	顧客行為 轉變	根據 WEF 2021 年出版的《可重複使用之消費模式的未來》報告指出,疫情衝擊後,48%消費者相較以往更加關注環境議題,55% 受訪者會傾向購買較環保的商品。因此,未來市場供需結構改變、客戶購物型態與習慣轉變,皆可能促成營運之綠色採購、銷售方式改變等成本增加		V	V	V	V	V	高	NA
實體風險	立即性	瞬間強降 雨等單一 氣候相關 事件	根據 IPCC 於 2021 年發布的調查與情境預測分析中指出, 2050 年極端暴雨恐增強 20%,故瞬間強降雨、洪水、颱風、 龍捲風等單一氣候事件,造成遠東 SOGO 暫時停業,或出現 相關硬體設備損壞		V		V			中	高
	長期性	管理成本 增加	根據 IPCC 於 2021 年發布的調查與情境預測分析得知,未來台灣夏天長度恐增加 155-210 天,且平均氣溫恐上升超過 1.8 度℃為此,衍伸性的水資源匱乏、持續性高溫、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		V					中	NA



氣候變遷風險議題分析結果

鑑別後以高度風險的「新法規的不確定性」、「低碳服務的需求提升」、「再生能源需求增加」、「顧客行為轉變」、「瞬間強降雨等單一氣候相關事件」和「管 理成本增加」等 6 項議題列為重大氣候風險。與高層訪談所對應的重大機會有「能源效率」、「公司形象」和「強化氣候韌性」等 3 項議題列為重大氣候機會。



發生可能性 ● 轉型風險 ● 實體風險

議題管理方式

高度議題

企業永續委員會帶領,並經董 事長與高階經營主管團隊負責

中度議題

透過能源管理委員會,推動相關 具體作為,並每季向董事會報告

低度議題

持續追蹤風險對遠東SOGO的影響

財務影響程度







備註:

- 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」3個面向進行評估。
- 發生影響程度「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
- 財務影響程度「高」、「中」、「低」以日平均營業額「減少20%以下」、「減少20-60%以下」、「減少60%以上」三個級距進行評估。



	氣候機會議題								
			價值鏈影響階段				衝擊時間點		继 命空犯
機會主題	機會議題	議題對遠東 SOGO 的意義	上游	營運	下游	短期目標 (近1-2年)	中期目標 (3-5年)	長期目標 (5 年以上)	(高/中/低)
資源效率	ŀ	台灣政府頒布 2050 淨零排放路徑之規劃,須於 2050 年達碳中和目標,故再生能源於能源占比需提高至 60%~70%。遠東 SOGO 全面施行節能措施與能源效率管理,在降低組織營運成本同時,可透過政府「微型抵換」專案獲取碳權,有望藉此開拓零售新商業機會		V		V	V	V	高
市場	公司形象	氣候變遷加劇,Z 世代消費價值觀以永續價值為核心。根據麥肯錫研究調查指出, 疫後亞太消費市場中,約 60% 消費者於購物時更加注重健康、安全與永續性內容, 為此遠東 SOGO 透過落實永續目標與綠色行銷管理強化「未來綠零售」品牌印象	V	V		V	V	V	中
韌性		因應氣候變遷之減緩與調適管理政策,提前針對風險進行預測與預防,以降低管理 成本或損失;同時可因政策與消費者行為提前掌握市場機會		V		V	V	V	中

2.2.3 氣候風險與機會議題管理

氣候風險與機會議題管理措施

為回應相關高度風險與機會議題,遠東 SOGO 優先針對風險 / 機會等級為「高」的議題管理,深入進行財務風險衝擊之評估,並制定管理對策,以因應潛在的氣候 風險,同時掌握轉型過程中之機會。

高度原	虱險 /	風險 /	····································						
機會	主題	機會議題	議題說明	潛在財務衝擊	管理對策				
	政策與 法規	新法規不確定性	風險情境討論基礎:	1. 溫室氣體盤查認證費用 2.EP100 專案管理費用 3. 電動車衝電樁建置與維運成本 4. 碳費	全面推行溫室氣體盤查 1. 溫室氣體盤查範疇一到三 2. 推動全台營運據點取得環保署低碳標籤 3.2040 年達成碳中和 推動永續消費全民綠生活 1. 電動車充電樁普及全台營運據點 2. 打造一站式綠色購足的消費平台				





2. 永續環境力

3. 安心服務力

4. 幸福**職場力**



高原	度風險/	風險 /		議題分析	
機	機會主題機會議題		議題說明	潛在財務衝擊	管理對策
轉型風險	技術	再生能源需求增加	風險情境討論基礎:	1. 太陽能發電案場建置與維運成本 2. 綠電購買費用	全面落實能源管理 1. 逐年提交 EP100 能源生產效力報告 2. 實施智慧化能源管理系統 3. 提高再生能源使用比例 4. 電動車充電椿普及全台營運據點
實體風險	立即性	瞬間強降雨等單 一氣候相關事件	風險情境討論基礎: • IPCC,不同大氣中溫室氣體濃度所衍生的代表濃度途徑 (Representative Concentration Pathways, RCPs) • IPCC,共享社會經濟路徑 (Shared Socioeconomic Pathways, SSPs) 實體風險情境變化: • SSP5-8.5 情境下,台灣年總降雨量預計增加 15% • SSP5-8.5 情境下,強颱比例將增加 5.5% • SSP5-8.5 情境下,強颱时	營業據點因單一氣候事件,導致暫 停營業之營收損收	強化氣候管理韌性 1.深化TCFD評估管理架構 2.目標2023年成為TCFD Supporter 3.建立跨部門溝通機制,逐年檢視優化氣候管理方針
機 會	能源效率		台灣政府頒布之 2050 淨零排放路徑之規劃中,須於 2050 年需要達碳中和目標,故能源配比之再生能源 需提至 60%~70%。	 太陽能發電案場建置與維運成本 能源效率提升專案之推動成本 水資源管理專案之推動成本 利害關係人溝通成本 	攜手利害關係人組成零售淨零聯盟 1.逐年提交EP100能源生產效力報告 2.實施智慧化能源管理系統,提高能源生產力,預計2028年累計節電率達40.30%,每度用電創造的營收成長50.52% 3.提高再生能源使用比例的同時,積極爭取再生能源憑證,透過政府「微型抵換」專案獲取碳權,開拓零售新商業機會



氣候治理策略藍圖

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, 説明潛在之財務衝擊, 並訂定氣候風險與機會議題管理對策, 2022 年召開 3 次氣候變遷委員會小組會議, 辦理 1 次 TCFD 氣候治理主題教育訓練課程, 一年兩次透過永續委員會向董事會成員報告。為發揮遠東 SOGO 減碳影響力, 2022 年正式加入國際能源生產力提升倡議組織 EP100,以自身營運為核心影響力,引動供應商/承攬商永續轉型,撬動消費者加入綠色生活行列。遠東 SOGO 預計於 2023 年申請成為 TCFD Supporter,持續深入剖析氣候相關風險與機會,以集合眾人力量,開創友好、友善、友愛的零售新氣象,達到 2040 年全台營運據點碳中和目標。

氣候重大風險

再生能源需求 增加

瞬間強降雨等單 一氣候相關事件

新法規的不 確定性

低碳服務需求

低碳營運規劃與策略

全面落實能源管理

逐年提交EP100能 源生產效力報告 實施智慧化能源管 理系統 電動車充電椿普及 全台營運據點 提高再生能源使用比例, 強化節能並佈局創能

拓展並攜手利害關係人組成零售淨零聯盟

積極爭取再生能源憑證,透過政府「微型抵換」專案獲取碳權,開拓零售新商業機會

強化氣候管理韌性

深化TCFD評估管 理架構 目標2023年成為 TCFD Supporter 建立跨部門溝通機制,逐年檢視優化氣候管理方針

全面推行溫室氣體盤查

溫室氣體盤查範疇一到三

推動全台營運據點取得環保署低碳標籤

2040年達成碳中和目標

推動永續消費的全民綠生活

建立無痛接軌的永續消費模式

打造一站式綠色購足的消費平台

推廣綠色採購申報

氣候重大機會

能源效率

提升能源使用效率, 減少營運成本

氣候韌性

積極管理並掌握未來 氣候變化,以持續扮 演產業領航者的角色

公司形象

將「綠色百貨」塑造 為遠東SOGO的特有 印象,增加消費者信 賴度的同時,以自身 經驗驅動百貨零售產 業永續轉型



溫室氣體排放與減量

為因應減碳趨勢, 遠東 SOGO 全面檢視溫室氣體排放量, 並自 2022 年, 從台北店忠孝館、復興館及天母店開始,進行前一年之 ISO 14064-1:2018 溫室 氣體查證。若比較範疇一與二之溫室氣體排放量,遠東 SOGO 2022 年排放量為 51,114 噸 CO2e, 較 2021 年 51,891 噸 CO2e 微幅減少,且年營收成長,整體排 放密集度下降 9.84%, 減碳可見成效。

	遠東 SOGO 溫室氣體排放量彙總表									
盤查年度	2019	2020	202	21	2022					
盤查邊界 1	全台7店	全台7店	忠孝、復興、 天母 ⁷	其餘4店	全台7店					
查證情形 ²	未查證	未查證	ISO 1064-1: 2018	未查證	待查證 ⁸					
範疇─ (噸 CO2e)³	-	-	1,858	-	-					
範疇二 (噸 CO2e)⁴	61,556	52,910	23,294	26,739	51,114					
範疇三/類別三至六 (噸 CO2e)⁵	-	-	13,509	-	-					
總排放量 (噸 CO2e) ⁹	61,556	52,910	25,152	26,739	51,114					
年營收(千元)	42,861,166	41,841,986	31,574,163	9,625,205	45,013,913					
排放密集度 (噸 CO2e/ 千元) ⁶	0.0014	0.0013	0.0008	0.0028	0.0011					

註:

- 全台 7 大營運據點。
- 2. 未執行溫室氣體排放量查證作業之年份與 據點,主要計算範疇二之排放。
- SOGO 非製造業,屬範疇一之排放溫室氣 體占比較小。
- 4. 範疇二,指來自於使用電力或蒸汽之能源 利用所產生之間接排放。遠東 SOGO 範疇 二之主要排放源為各營運據點之用電。
- 1. 溫室氣體盤查邊界以營運控制法,設定於 5. 範疇三對應類別三~六,指由事業活動產生之間接排放, 該排放源並非事業自有或可控制的,包含員工通勤,以及 產品生命周期產生的排放。
 - 6. 排放密集度=總排放量(公噸 CO2e)/年營收(千元)
- 3. 範疇一,指溫室氣體的直接排放,遠東 7. 遠東 SOGO 2021 年 ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查與 查證,全台營運據點涵蓋率 42.86%。
 - 8. 2022 年揭露排放量,主要計算範疇二排放量,電力排碳 係數 =0.509 公斤 CO2e/ 度。2023 年將進行全台 7 大營 運據點前一年度溫室氣體盤查,並於 2023 年永續報告書 更新數據。
 - 9. 總排放量僅加總範疇一與範疇二。

2.3 能源管理

2.3.1 能源管理政策與架構

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	目標	2022 成效概況
一、遵守法規自我要求, 支持能源效率產品 二、透過多元宣導管道, 提升同仁節能認知 三、落實節能減碳目標, 持續改善能源績效 四、善盡企業社會責任, 永續經營綠色百貨	以 2018 年為基準,於 2028 年每度電創造營收成長 50.52%	 總用電量 361,550.31GJ,較 2021 年增加 2.14% 每度電創造營收為 447.99元/度,較 2021年成長 6.97% 總用水量 1,146.46 百萬公升,較 2021年減少 10.53% 單位樓地板面積用水量 8.34,單位來客及員工數用水量 0.1216,皆優於 2022經濟部水利署之用水指標建議值。

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,重新定義下一個 30 年的願景,希望成為「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。透過內部永續快報、朝會日報、Facebook粉絲團等管道,與教育訓練課程,宣導國內外資訊及實務操作心法,提升同仁永續意識。

2.3.2 節能措施與成效

能源績效管考

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,並通過查證,為台灣連鎖百貨第一家導入 ISO 50001 能源管理系統的業者,期盼透過自主管理達到綠色經營實績。同時透過測量與監督,找出現階段能源使用可改善之處,同時管理未來能源供應的相關風險,藉此改善能源的使用績效,以減少能耗與支出。

遠東 SOGO 全台各店目前皆以 ISO 50001 能源管理精神進行控管,每月審視能源使用情形,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,各部門共同為永續目標努力。



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太陽能電力,無其他能源耗用。2022 年下半年隨疫情趨緩,台灣內需市場逐漸恢復疫情前之消費水準,2022 年遠東 SOGO 來客數較 2021 成長 10%。遠東 SOGO 持續透過各項節能措施,提升能源使用效率,在 2022 年來客數成長的趨勢下,總用電度數 100,479,766 度(含外購電力及再生能源電力),轉換成能源消耗量為 361,550.3GJ,與去年度相比,總用電度數增加約 2.14%,接近持平。在用電強度(能源使用效率)方面,遠東 SOGO 每度電創造營收為 447.99 元/度,較 2021 年成長達 6.97%,是近年新高。與 2018 年基準年相較,2022 年用電強度提高 25.55%。





	表表现的一种主义。 1980年 - 1980年 -										
年	⋿份	20	19	2020		2021		2022			
類	類別		能源量 (GJ)	用電量(度)	能源量 (GJ)	用電量(度)	能源量 (GJ)	用電量(度)	能源量 (GJ)		
	再生能源	-	-	64,955	233.72	75,634	272.15	58,668	211.10		
消耗電量	非再生能源	115,490,681	415,563.19	105,517,855	379,678.57	98,294,959	353,688.85	100,421,098	361,339.21		
	總量	115,490,681	415,563.19	105,582,810	379,912.29	98,370,593	353,961	100,479,766	361,550.31		
再生能源值	吏用占比 (%)		-	0.062%		0.077%		0.058%			
年營收	(千元)		42,861,166	41,841,986		41,199,368			45,013,913		
	密集度 GJ/ 百萬元)		9.70	9.08		8.59			8.03		
	所創造營收 ②,單位:元)		371.12	396.30		396.30 418.82			447.99		
每度用電所創造營收 成長比 (單位:%)			4.01%	6.78%		6.78%		6.78%			6.97%
每度用電所創造營收 成長比相較 2018 基準年 成長比 (單位:%)			4.01%		11.07%	11.07% 17.38%			25.55%		

註:

- 1. 消耗電量統計來源為全台 7 個營運據點大樓用電
- 2. 再生能源包含天母店、新竹店太陽能板所自發電力
- 3. 再生能源占比 (%)= 再生能源能源量 (GJ) / 消耗電量總量 (GJ)*100%
- 4.1 度電 =1*860*4.184/106 GJ

- 5. 能源密集度 (GJ/ 千元)= 消耗電量 (GJ) / 年營收 (千元)
- 6. 每度電所創造營收成長比 =(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%。
- 7. 每度電創造之營收數據 2020、2021 年資料重編,將再生能源自發自用之電量同步納入總耗電量計算。
- 8.2018 年每度用電所創造營收 = 356.81 元 / 度



節能措施

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



各店採美製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,並監視、管理賣場溫度及冰水主機效率,符合室內溫度26℃之國家環境管理規範。空調一律於開店前20至30分鐘開啟預冷,打烊即關閉。每月檢討、核實操作SOP流程,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



汰換冰水 主機 空調系統上, 適時汰換冰水 主機,減少能 源消耗。



外氣交換

適時運用冬季外 氣交換,減少冰 水主機負類節量, 更能達到及改善 場空氣品質。



高效能 照明燈具 各據點逐高與 能LED照 變具 能源耗損。



電梯電力 回生系統 為解決電梯消耗電力 產生額外熱能的題,遠東SOGO復 題,遠東SOGO復興 店電梯採用「電力回 生系統」,電梯一邊 運作,一邊回生。 力,有效節能減碳



電梯 分層停靠 客用電梯與同仁電梯 均分層停靠, 部份 店在人潮較少時段關 閉電。低樓層或距 較短時,鼓勵顧客 同仁走樓梯。



空氣簾 / 防風門

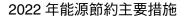
入口處加裝空 氣簾或規劃動 風門,減少 風進入賣場 導致溫度升。 或冷氣外洩。



玻璃帷幕裝置 遮陽簾,減 陽光直接 射,維持賣場 溫度。

種植 綠色草坪 天母店等分店 頂樓種植大,藉 綠色草坪、陽照 財高溫,以 約能源。





	管理措施	2022 成效概況 ^註
空調節能	 汰換老舊冰水主機 機動性調節冷卻水出水溫度 持續更換散熱水塔鰭片,以利增加冷熱交換效率 固定清洗空調箱散熱鰭片提高效能	忠孝店於 2021 年度汰換老舊冰水機,完整節能成效反應於 2022 年,約節約 27 萬度 / 年(971.52GJ)電力
照明節能	• 持續更換新式節能燈具	2022 年度,更換 4,118 個節能燈具,節省約 29 萬度(1043.49 GJ)電力

註:成效估算方式為:「設備功率 (kW) × 台數 × 運轉時數 (小時) × 設備負載率或使用率 (%) × 認列月數比例 (%) = 能源使用量 (kWh)」計算能源使用量,再以「改善前能源使用量加總 (kWh) - 改善後能源使用量加總 (kWh) = 總節能量 (kWh)」。

再生能源管理

遠東 SOGO 致力打造亞洲第一綠色百貨,積極響應政府之再生能源政策,並透過多元作法擴大「創能」佈局,提升再生能源比例,朝淨零目標邁進,先後於 2015 年在天母店、2020 年在新竹店頂樓完成太陽能集光發電系統建置,新竹店太陽能板面積總計約 2,300 平方公尺,建置容量 409.5KWp,投入建置費用逾 2,030 萬元。新竹店於 2022 年啟動二期太陽能板建置,新增第三座太陽能發電設備;天母店預計在 2023 年取得再生能源憑證。

	新竹店太陽能								天母店	太陽能		
年份	20	20	20	21	20	22	20	20	20	21	20	22
單位	度	GJ	度	GJ	度	GJ	度	GJ	度	GJ	度	GJ
總發電量	465,110	1,673.6	554,979	1,997	488,170	1756.6	10,900	39.2	11,430	41.1	9,583	34.5
自用發電	54,055	194.5	64,204	231.02	49,085	176.2	10,900	39.2	11,430	41.1	9,583	34.5





天母店太陽能板



新竹店太陽能板





未來規劃



國際倡議EP100

- 每年提交報告至EP100總部,自我期許作為 百貨典範,與國際分享台灣百貨零售業推動 淨零減排的經驗。
- 承諾以2018為基準年,推動三大能源措施, 提升能源生產效力:
- (1) 2023年盤查遠東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。
- (3) 智能化能源管理系統:工務部2022年編 制「節電率測算表」,並遴選出2家廠 商,2023年將先以忠孝及天母店導入冰 水泵變頻機制。
- 預計至2028年累計節電率達40.30%, 每度 用電創造營收成長50.52%。



推動溫室氣體盤查

- 2022年已完成忠孝店、復興店、天母店前一 年度溫室氣體盤查並經 ISO 14064-1:2018 查證。
- 2023年啟動4~6店環保署碳足跡標籤申請 作業。
- 2024年上半年完成全台7店2022年溫室氣體 盤查並經第三方查證,涵蓋率達100%。
- 2028年目標全台各店參照天母店皆取得 「減碳標籤」。



發展再生能源

- 2023年新竹店二期 太陽能板建置完成。
- 2023年天母店預計 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。因應氣候變遷可能 導致的缺水危機,遠東 SOGO 推動節水宣導、減量、水 回收利用等措施,透過每月檢討用水量並改善設備,結 合節水技術,2022年全台總用水約1,146,455度,相較 2021 年減少 10.53%; 用水效率優於 2022 年經濟部水利 署節水績優單位用水指標建議值。







9.84

註:為單位樓地板面積用水量

	取排水路徑									
營 運據點			放流區域							
宮廷豚和	河川流域	取水來源	取水種類	以加四收						
台北3館			自來水	公共污水下水道系統						
天母店	北勢溪、南勢溪	翡翠水庫	自來水 雨水回收	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	高屏溪、東港溪	澄清湖水庫、鳳山水庫	自來水	公共污水下水道系統						





	水資源管理彙整表								
年	F份	2019	2020	2021	2022				
取水來源 1:第三方的水	自來水(單位:百萬公升)	1,469.76	1,451.66	1,190.13	1,146.24				
取水來源 2:地表水	回收水(單位:百萬公升)	8.49	122.05	91.25	0.21				
總取水量(單	位:百萬公升)	1,478.25	1,573.71	1,281.38	1,146.46				
總排水量(單	位:百萬公升)	1,478.25	1,573.71	1,281.38	1,146.46				
總耗水量(單	位:百萬公升)	0	0	0	0				
年度總營收((單位:千元)	42,861,166	41,841,986	41,199,368	45,013,913				
單位營收用水量(單位:公升/千元)	34.49	37.61	31.10	25.47				
單位樓地板面積用水量	(公升/平方公尺*日)	9.72	9.36	8.81	8.34				
單位來客及員工用水量	(單位:公升/人*日)	0.1112	0.1451	0.1528	0.1216				

註:

¹ 統計邊界為全台 7 個營運據點大樓。

² 遠東 SOGO 營運據點取水來源為第三方的水(自來水)及地表水(回收水),排放終點為公共汙水下水道,屬第三方的水。

³ 總取水量(百萬公升)=取水來源1之取水量(百萬公升)+取水來源2之取水量(百萬公升)

⁴ 單位營收用水量(公升/千元)=總耗水量/年度總營收

⁵ 單位樓地板面積用水量(公升/平方公尺*日)=總耗水量/(樓地板面積*365)

⁶ 單位來客及員工用水量(公升/人*日)=總耗水量/(來客數*365)





2.4.2 管理措施與成效

管理措施	2022 成效概況
全台各店使用節水設備工務會議定期檢討用水	單位樓地板面積用水量 8.34,單位來客及員工數用水量 0.1216,皆優於 2022 經濟部水利署單位樓地板 9.84公升/平方公尺:日、單位來客及員工數用水量 24~36公升/人:日之用水指標建議值。

遠東 SOGO 重視氣候變遷,雖非耗用大量水資源之企業,仍自我監督做好每個節水環節。遠東 SOGO 天母店設有雨水回收系統,主要用於花台灌溉、洗手台、廁所馬桶用水。新竹店中水回收系統自 2021 年 9 月起併入新竹市污水下水道納管,故 2022 年總回收量係以天母店雨水回收 213 度為主。遠東 SOGO 天母店作為綠色百貨之典範,於 2021~2022 年推動節水措施之成果,於 2022 年獲經濟部水利署頒發「節水績優單位」優等獎肯定。

遠東 SOGO 節水措施							
省水衛廁設備	全台 7 店均設節水水龍頭、省水馬桶						
雨水回收系統	天母店設雨水回收系統,用於衛廁清潔及植栽澆灌						
用水檢討	每月工務會議定期檢討公共水費及專櫃水費						
檢測與查漏	各店定期檢測及查漏,合格率 100%						

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,從營業銷售活動推動源頭減量,搭配各項回收獎勵誘因機制,鼓勵消費者落實循環再利用,致力於減少資源消耗及降低環境污染。針對廢棄物之終端處置,商場廢棄物的處理重點分為「垃圾、廚餘、廢油、廢水、廢油煙」,依環保法令規定分類,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。

	管理措施	2022 成效概況
源頭減量	 餐飲內用不提供一次性與美耐皿餐具 輔導餐飲專櫃申請綠色餐廳,不提供外帶一次性餐具 鼓勵顧客使用環保購物袋,超市購物自備購物袋贈點數 自營超市推動青果及蛋盒包裝減量 	 2022超市自備購物袋贈點, 近 1.3萬人次參與 超市青果及蛋盒包裝減量,共 減少 1.16 公噸 截至 2023年4月,全台綠色 餐廳占比 96%
循環 利用	全台各據點推出「愛美麗更愛地球·化 妝品空瓶回收」活動	● 2022 年共回收 18.6 萬個空 瓶,獎勵 55.8 萬點電子點數
終端處置	天母店導入廚餘處理機,以廚餘處理機破碎並記錄減量成果,後續推廣至其他店其餘一般廢棄物交由合格之第三方組織單位代為處置	• 天母店 2022 年 3 月導入廚餘 處理機,9 月正式調整環保局 廚餘申報量,由 15 噸減少至 6 噸,減量 60%

各類廢棄物處理流程

遠東 SOGO 針對不同種類廢棄物,皆有妥善處理流程,垃圾、廚餘、廢油屬需外運後處理之廢棄物,各據點依個別需求委託合格之專業廠商處理。





廢棄物 種類	集中 / 分散 處理方式	分類方式	處理方式
		一般垃圾	合格廠商清運焚化
垃圾	集中分類	資源回收: 紙類、鋁罐 類、鐵罐類、 寶特瓶	合格廠商回收利用
廚餘	集中處理	-	合格廠商處理→作為掩埋、堆肥、養豬廚餘
廢油	集中存放	-	合格廠商至專櫃收取廢油→餐飲專櫃簽收 並保留單據→環保署網站申報
廢	集中處理	餐飲專櫃 產生	初級攔渣設備→末端截油槽→納管排放至 生活下水道系統
(污) 水	集中處理	自行排放	初級攔渣設備→末端截油槽→污水處理槽 →添加除油垢、除臭藥劑→達法規限定值 內再合法排放
廢氣 (油煙)	分散處理→ 集中排放	-	靜電式油煙處理設備→集中至大樓排煙管道 →屋頂水洗式油煙設備處理→排放至大氣

2.5.2 廢棄物產出結構

2022 年遠東 SOGO 全台各店產出廢棄物總計 9,209.88 公噸, 處置方式包 含回收廢棄物量 363.23 公噸, 焚化廢棄物 6,675.49 公噸, 廚餘 2,171.16 公噸。

百貨零售業之廢棄物產生結構,與來客數變動高度相關。2022年下半年隨疫情趨緩,台灣內需市場逐漸恢復疫情前之消費水準,2022年遠東 SOGO來客數較2021成長10%,亦反映於廢棄物產出總量增加13.46%,單位非有害廢棄物產生量增加3.84%。

針對廢棄物終端處置,遠東 SOGO 從「廚餘減量」及「提升回收率」兩大方向著手推動減量計畫。遠東 SOGO 於天母店導入廚餘機,已見環保局廚餘申報量減重 60% 的成果;透過瀝出廚餘所含油脂與水份,壓碎以降低重量,更能增加循環再利用之價值。

提升回收率不但可使垃圾減量,降低處理成本,亦可延長掩埋場及焚化廠的使用年限。2022年遠東SOGO之回收率自2021年的4.72%提高至5.16%。2023年遠東SOGO將持續加強廢玻璃及廢紙類、保特瓶(廢塑膠)、鋁罐(廢鋁類)、鐵罐(廢鐵類)、日光燈管、廢乾電池回收,回收率預估再成長10%,至2023年達5.68%。

	廢棄物產出結構彙整表							
類別 處理方式		2019	2020	2021	2022			
回收再利用	現場處置	-	-	-	-			
四权开机用	離場處置	358.4	294.8	296	363.2			
焚化	現場處置	-	-	-	-			
火儿	離場處置	7,051	6,097	5,977	6,675			
	現場處置	-	-	-	-			
廚餘	離場處置	2,332.6	2,031.9	1,845	2,171			
總言	t	9,742.1	8,423.7	8,117.6	9,209.9			
單位非有害廢棄物產生量 (公斤 / 百萬元)		227.29	201.32	197.03	204.6			
單位非有害廢棄物產生量 較前一年增減 (%)		-4.04%	-11.43%	-2.13%	3.84%			

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:交於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,僅忠孝店、復興店、敦化館、天母店受台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)為內部自行記錄。本表僅呈現忠孝店、復興店、敦化館、天母店四店廚餘量。

Assured Service

安心服務力

遠東 SOGO 以業界「服務評價最好」為目標,融合日系百貨的 細膩與台灣的友善,創造有溫度、有質感的服務,針對顧客分 群打造七大 club, 滿足全客層購物需求;嚴格把關產品安全與 透明度,強化消費者信任,打造百貨界「食安管理」典範。

對應 SDGs





▶ 回應永續議題

- 商品安全與透明
- 顧客關係與溝通

▶ 重要利害關係人

- 員工承租廠商(專櫃)
- 顧客

新食器時代 5.0

96%

通過環保署 綠色餐廳認證 客服中心評鑑

BURBER

金牌

APP 會員人數

116萬

28.03%

美食街

88% 通過 GHP 認證

97% 為優級

Fresh Club 超市會員數破

5萬

7大

CLUB 分眾服務

88%

顧客滿意遠東 SOGO 「維護商品安全」

顯著提升

6.2 個百分點









重	大主題	商品安全與透明	顧客關係與溝通		
	ī擊說明 	遠東 SOGO 針對產品之溯源資訊透明揭露,並確保產品品質之管理機制與作為;以及針對營運據點和產品是否有顧慮顧客的健康與安全,例如限用或禁用有害添加物	顧客與遠東 SOGO 的雙向溝通管道;遠東 SOGO 對顧客意見的回應與處理方式。		
政	双策承諾	為顧客把關,降低營運風險,塑造企業形象	提供滿意服務、打造安心賣場,營造顧客對遠東 SOGO 的品牌連結度		
GRI	主題準則	GRI 416 顧客健康與安全、GRI 417 行銷與標示	自訂指標:客訴事件結案率及顧客滿意度		
SASI	B 指標對照	產品溯源、包裝與行銷 (CG-MR-410a.1、CG-MR-410a.2、CG-MR-410a.3)	日司拍信・合計事件和条竿及麒合州忌反		
管理	預防與減 緩行動	定期採檢週年慶禮贈品,不定期採檢其他品項,於 ESG 官網公告	強化員工訓練,提供顧客滿意度以七大 CLUB 分眾服務顧客強化商品管理與溯源		
行動	動 實際行動 定時檢驗並強化商品標示與溯源,提高顧客滿意度 方案		每月定期表揚優良服務之星、每年表揚自營與專櫃模範員工,於朝會 日報、員工布告欄公布提供安心賣場措施		
成	え対追蹤	顧客滿意度調查、商品下架或召回次數、客訴次數、媒體報導、顧客成長人數、 違反食品安全或客戶安全相關法規件數	顧客滿意度調查、顧客受傷件數、 顧客意見回饋統計、媒體報導、網路社群輿論、會員成長率		
利害	關係人議合	 對外不定期於自媒體、ESG 官網、店內 LCD 液晶螢幕、檔期 DM 發布 對內透過朝會日報、eWork、員工布告欄等途徑公告 每年定期施做顧客滿意度與員工滿意度調查 			
短	短期目標● 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%● 提高台灣產銷履歷農產品 (TAP) 上架數量與比例		強化申訴管道的便捷度與暢通性,維護顧客權益持續爭取各項友善行人措施,暢通顧客入館動線推動安心場所認證,建立安全賣場		
中	長期目標	 提高品質管理與採購部門成員參與培訓人次 推動第三方認證管理系統,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 	透過服務優化,提高顧客忠誠度導入 ISO 9001 品質管理系統,強化顧客滿意度		







忠孝超市改裝

• 引進購物車紫外線消毒艙



輔導新進餐廳通過環保 署「綠色餐廳」認證

• 全台96%餐廳通過認證;未認證者多為新進櫃位,將持續輔導



強化商品溯源

 超市蔬果區引進完整生產履歷 產品,產地資訊透明清晰,顧 客採購更有安全感





攜手顧客減碳, 減少紙袋使用

• 忠孝店Fresh Club贈送 環保袋為入會禮



88%顧客滿意遠東SOGO 「維護商品安全」

• 與2021年相比顯著提升6.2個 百分點



全台各店美食街餐飲櫃位 及餐廳有88%通過GHP認證

• 其中97%為優級;未認證者 為新進櫃位,將持續輔導



獲台灣客服中心 評鑑企業金牌



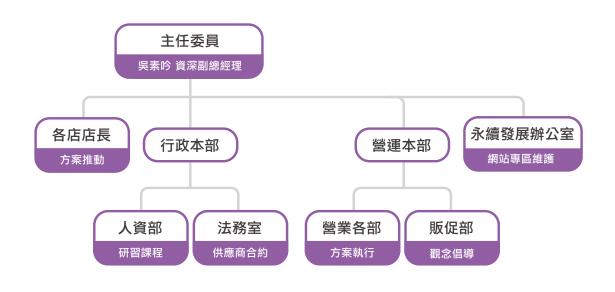




3.1 商品安全管理

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委,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,包括與小農等廠商合 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推動多項重要專案,確保購物安全,藉 此呼應 SDG12 責任生產與消費。



3.1.2 商品管理機制與行動方案

「商品安全性」與「服務高品質」為百貨零售業永續營運核心,遠東 SOGO 擔負起商品把關角色,所有商品經過健康和安全衝擊評估,確保對消費者無顯著負面影響,檔期贈品嚴格要求供應商提供第三方檢驗報告書,並於 ESG 網站建置「商品安全」專區,公布商品檢驗、原物料來源等資料;藉由永續採購原則,於合約內明訂〈企業社會責任條款〉(永續條款)要求業者遵循,更主動鎖定「商品標示」、「餐飲衛生」2 大面向定期檢驗與優化。

		餐飲衛生檢查	
項目	化妝品管理 一般商品管理		食以用 土似旦
內容	譽,制定商品定期檢查流程,掌	自營超市每日針對商品標籤嚴格控管,進貨以批次為單位,100% 落實檢核,確認商品標示之產地、價格及保存期限等資訊,且與進 貨單據核對,層層關卡確保上架商品標示正確	·



		商品標示檢查	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
項目	化妝品管理	一般商品管理	食助闰 土怓 鱼
推動方式	重申化妝品上架商品管理原則與 定期檢查流程,保證販售使用期 限一年以上化妝品、確保架上試 用品使用期限半年以上	 (1)每日超市標籤查核:補貨時,針對各走道商品進行數次標籤檢查,對產地、價格及保存期限特別謹慎,輔以抽檢查核,確保標籤正確性 (2)嚴格要求福島五縣市產品商標清楚:自2022年4月1日起開放之日本福島五縣市食品,均確保清楚標示州道府縣 (3)設定進貨標籤分期標示及架上試用品定期檢查辦法 (4)超市蔬果區引進完整生產履歷產品,產地資訊透明 	 (1)食品良好衛生規範(GHP)驗證:輔導餐飲櫃位申請, 全台餐廳共88%通過認證,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 (2)飲用水質及食用冰塊檢驗 全台餐飲櫃位100%定期檢驗,並通過當地主管機關衛 生局抽驗。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 (3)其他專案推行 疫情期間連續三年舉辦防疫餐(宅料理)競賽,將健康 飲食概念推廣給利害關係人
重點專案	_	遠東 SOGO 新食器時代	防疫餐競賽
2022 年 成效		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 2023 年 4 月,全台餐廳有 96% 通過認證(詳第二章永續環境力)	發揮企業職能,推廣健康飲食及綠色餐飲概念,並攜手餐飲 專櫃改良推出優勝料理,將成果分享給更多顧客(詳第五章 社會影響力)

化妝品管理辦法

【進貨標籤分期標示】

- 自營商品進貨期號以A---Z分期標示
- 半年為區間
- 現場清楚辨識進貨期

【商品銷售採先進先出】

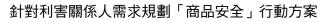
- 半年度盤點
- 採分期分區盤點
- 不同期別不能混淆放置

【保存期限定期檢查辦法】

- 每周一、四檢查試用品
- 未滿6個月試用品即時下架
- 每月初盤點時檢查販售商品保存期限
- 出售保存期不滿一年商品該商品免費贈送顧客
- 檢查負責人:營業課課長

商品安全管理詳見:<u>https://esg.sogo.com.tw/5-sgs.php</u>





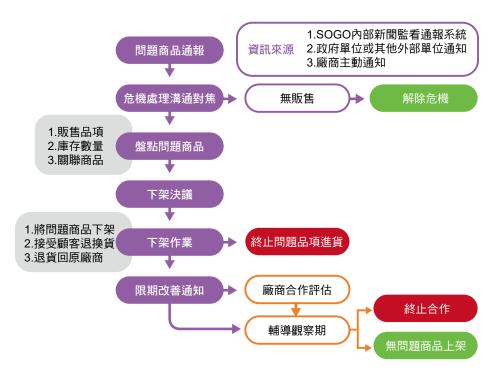
利害關係人	商品安全行動方案內容	顧客回饋
QO O O B A B B	 建置商品安全專區 輔導餐飲櫃位申請 GHP 輔導餐飲櫃位定期檢驗飲用水質及食用冰塊,並通過當地主管機關衛生局抽驗 輔導餐飲專櫃通過綠色餐廳認證 制定商品定期檢查流程 強化商品溯源、引進環境友善品牌 	 88%顧客滿意遠東 SOGO「維護商品安全」,與 2021 年相比顯著提升 6.2 個百分點 79.6%顧客認同「遠東 SOGO 向消費者提倡綠色飲食 Fresh Club 超市會員突破 5 萬人,自 8 月改裝以來,會員數有兩位數成長比例
〇 山 _{顧客}	自媒體推廣商品安全相關知識於店內餐飲專櫃消費有保障提供永續消費體驗	● 84.4%顧客滿意「遠東 SOGO 向消費者提倡綠色消費意識」
W -) 員工	 朝會日報、eWork、ESG 快報知識內化 設置 ESG 創新提案獎,鼓勵同仁優化現行設備或機制 講習與管理課程 落實商品查核機制 	• 87.3% 顧客認同「遠東 SOGO 的商品讓我感到信任」
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	 導入供應商評鑑機制 自主衛生管理 資訊揭露(每天) 源頭管理(每月) 自主查驗(每季) 申請評核(每年) 	● 88% 顧客對「遠東 SOGO 維護商品安全」感到滿意
(人) (人) (人) (社) (社) (社)	自媒體推廣商品安全與永續消費新知、國際倡議舉辦防疫餐競賽推廣健康飲食,2022 年評分項目加入「綠色飲食」,將永續概念融入競賽	• 73% 參賽者認為參加防疫餐競賽,有助於提升對永續飲食、綠色餐飲的認知
が 媒體監督企業與商家	● 透過〈SOGO Sustain·好物好選〉、美食節 DM 推廣理念	• 81.9% 顧客認同「遠東 SOGO 推動永續消費、推薦消費者永續商品」



問題商品下架流程

為加強掌握商品,遠東 SOGO 在 2016 年成立「商品安全監測網」,透過 通訊軟體串聯相關單位。當主管機關要求至遠東 SOGO 進行抽檢,或專人每日 進行媒體與政府資訊監測,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,提供退換貨管道。



召回事件

以往若發生商品召回事件,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,並配合退換貨處理。2022 年無發生商品召回事件。

3.2 顧客關係與服務

3.2.1 顧客關係管理與溝通

貼心的服務體驗

遠東 SOGO 以業界「服務評價最好」為目標,融合日系百貨的細膩與台灣的友善,創造有溫度、有質感的服務。

每日開門與閉店,向顧客道聲「歡迎光臨」、「謝謝您的惠顧」,日常招呼建立儀式性的服務傳統;忠孝店自 1987年開幕至今,仍保有「電梯先生、小姐」服務,蔚為特色與傳統。

另設有服務台回應顧客所有疑難雜症諮詢,多設置於各店 1 樓提供各項貼 心服務。疫情期間,服務台提供口罩等衛生用品,供需要的民眾使用。



「每日招呼」:歡迎光臨、謝謝您的惠顧

「誠摯招呼」: 值班主管與顧客服務人員以45度誠摯招呼



「電梯先生小姐」

「電梯語錄」:周到的服務敬語接待每位顧客



設置於各店1樓回應顧客疑難雜症諮詢

「貼心服務」: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

「疫情因應」:提供口罩、酒精等供民眾使用



了解遠東 SOGO 電梯先生、小姐的故事



多元溝通

遠東 SOGO 透過 ESG 官網、Facebook 粉絲團、朝會 / 朝報、ESG 快報及教育訓練,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
		朝會日報 /ESG 快報 /eWork	透過內部媒介,包含每日發行《朝會日報》,分享遠東SOGO永續行動、 獲獎訊息、業界永續新知與公益訊息,提升同仁與廠商永續意識。	
內化永續		ESG 最佳貢獻獎與 創新提案獎	每年舉辦 ESG 最佳貢獻獎,透過內部徵選,表揚永續貢獻卓越團隊或個人。2022 年新增 ESG 創新提案獎,鼓勵發想公司可精進的永續作為,獲獎提案除獲獎金,也將視可行度,由相關部門進一步執行。2022 年共徵得 40 個提案。	2022ESG版任實創版 B
基石	0	永續有獎徵答	2022 年起透過有獎徵答寓教於樂,共 700 位同仁參與,填答率 55%。	
	1	教育訓練	不定期邀請講師分享永續新訊、社福需求、環保觀念落實等內容。 2022 年起,每位新進同仁需接受半小時之永續教育初階課程。 不定期邀請學者、顧問及社創團隊與 ESG 執行委員會成員分享永續趨勢,2022 年共計舉辦 11 小時,170 人次參與。	TATE OF THE SHAPE STATE OF THE S
外部積極 議合	SOGO •	遠東 SOGO ESG 官網	遠東 SOGO 是全台第一家啟動 ESG 網站的百貨,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,做為與利害關係人互動平台,2022年因串連 SOGO APP與 SOGO 官網,累積逾 2 萬人瀏覽。	Social Section Control of the Contro



1. 穩健經營力

2. 永續環境力

3. 安心服務力

4. 幸福**職場力**

5. 社會影響力

附錄





尊榮的禮賓服務

遠東 SOGO 設有外商服務課,駐點於貴賓廳/卡友服務中心,項目包含卡務、禮券販售、退稅辦理等。服務人員必須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。為感謝 VIP 顧客支持,打造「VIP LOUNGE」供顧客在隱密空間休息,提供書報閱讀、茶水點心、按摩椅、擦鞋機、iPad 借用等服務,以及獨家飯店住宿與用餐、美容護膚、健身房等優惠。

頂級客層永續體驗

因應國際趨勢,2022 年秋季起,遠東 SOGO 每年 3 月春季及 9 月秋季新品期,各店舉辦 VIP WEEK,透過手作教學與工作坊,邀請頂級客層利用環保材質、舊衣改造或剩餘布料,再製裝飾品、購物袋,體會資源可持續回復、循環再生的理念,進而從生活實踐環保。



七大 CLUB 分眾服務貼近需求

為提供更貼近實際需求的服務,遠東 SOGO 整合會員資料,分眾化打造七大 Club,其中 Sports Club 為 2022 年初推出。

	類別		起始 時間		優惠 / 服務項目
À WIF	遠東 SOGO VIP		VVIP Club 2015年		同享 VIP 禮遇外,VVIP 享有 1 次 3 年會期、每日免費停車優惠 6 小時、購買 SOGO 禮券 / 商品券 100 萬以上 +1% 折扣優惠(年度限額 500 萬)。提供頂級會員尊榮服務,邀請參加 27 場藝術與精品
	EX JOGO VII	VIP Club	2006年	8,340	盤賞等特別體驗活動與購物服務。
Promium	Premium Club	2019 年		28,672	讓具 VIP 潛力的顧客有機會提前體驗 VIP 禮遇
	Wedding Club	2018年		60	全台百貨首創,集結近 200 個婚嫁相關品牌及異業結合,針對新人提供婚禮與新成家體驗、優惠與客製化服務
	ThanQ Club	2000年		38,157	針對親子客群,每月發送專屬優惠電子報、活動行事曆、消費來店禮。可優先使用各店兒童遊憩區、 參加「小小顧服體驗營」、「低碳教育小旅行」等
No.	Fresh Club	20	019 年	57,399	入會禮、滿額及週三會員日點數加倍、每月 30 日享超市特別優惠等,並定期邀請參加各式美食展、小農 展
Wow	Beauty Club	2020 年		115,682	於指定化妝品 / 香氛專櫃消費滿額即可加入,享入會禮、指定化妝品香氛單筆滿額點數 3 倍贈、不定期兑換新品試用、美妝小禮物、扣點兑換美麗購物金
SALE 26	Sports Club	2022 2022	₹ / 復興 2 年 3 月 新竹 2 年 7 月 天母 3 年 1 月	11,306	於忠孝館 / 復興館 / 新竹店 / 天母店指定運動 / 高爾夫服飾用品品牌,當日單筆消費 2,000 元即可入會。 指定檔期點數雙倍送、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

人手一支智慧型手機已是日常,遠東 SOGO APP 下載量自 2015 年起以倍數成長。透過 APP 整合數位服務,包含 HAPPY GO 會員集點、停車折抵、電子折價券 / 抵用券 / 來店禮兑換,及各店優惠訊息公告,增加使用率,並以數位整合推廣綠色行動,減少紙本印刷,回應遠東 SOGO 永續精神。SOGO APP 會員數至 2022 年底成長至 116 萬,較 2021 年成長 28.03%。



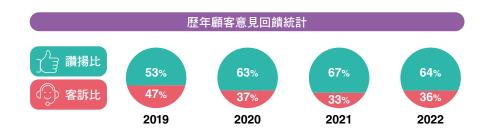
意見回饋管理

遠東 SOGO 是國內首家引進日本服務管理的百貨,2010年彙整公司資源 在高雄成立客服中心,接管各分店電話,同仁接到電話會多做一步,主動、積 極態度讓消費大眾留下好印象,強化顧客黏著度。

目前包括高雄客服中心 7 人,以及服務台和貴賓廳一線人員,共 79 名客服人員,新人從報到開始至現場上線,需經 14 天、共 112 個小時職能訓練,課程包括角色定位、服務範疇及品牌認知,加上近年線上營運模式也需要透過電話答詢,工作愈來愈多樣化,包括貫徹品牌服務精神,加強同理心、待客如親。每年安排二天一夜外宿訓練,提升客服人員凝聚力,並與營運業務交流,理解服務趨勢及處理流程,保持成就感與熱忱。

2022 年,客服中心團隊接到 20.1 萬通電話。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〉,完善管理顧客意見,並建置 e 化 管理系統,由客服中心建檔,後續追蹤、改善服務品質。2022 年列案 346 件 顧客意見,其中221件為讚揚事件(占64%),較2021年下降3個百分點, 其他125件為客訴事件(36%)較2021年上升3個百分點,內容多為流程缺失, 如未拆除購買商品磁扣、不熟悉館內活動而提供錯誤訊息、金額算錯等,遠東 SOGO每月檢核與調整,持續宣導並強化教育訓練。

遠東 SOGO 客服人員秉持「解決顧客疑難或提出替代方案」的服務概念, 並主動考慮到顧客下一步,貼心提供便捷措施,讓顧客留下恰到好處的體驗, 獲 2022 年台灣客服中心評鑑百貨及購物中心金獎。



顧客意見回饋管道







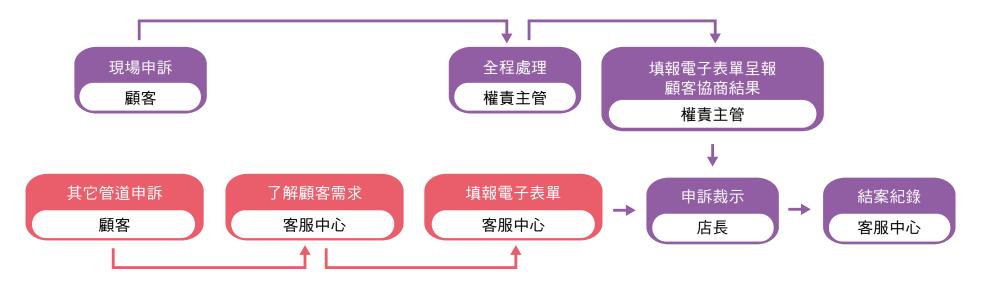


免付費專線

0800-212002



顧客意見回饋處理程序



ESG 顧客滿意度與議題影響力調查

遠東 SOGO 每年委託市調公司了解顧 客意見,2023年初以 HAPPY GO 會員為 母體,針對過去一年(2022.01.01~12.31) 曾至遠東 SOGO 百貨消費/集點至少一次 (含)以上者,抽樣 1,068 人(95% 信心 水準下,抽樣誤差為 ±3.0%),就品牌 消費力、公共參與力、創新管理力等三大 構面,執行 ESG 顧客滿意度與議題影響 力調查。







遠東 SOGO 秉持永續經營態度及創新精神,2022 年整體滿意度再度交出漂亮成績單,獲 90.7% 消費者讚許,連續四年滿意度維持在九成以上,88.9%消費者願意「未來持續購買遠東 SOGO 的商品」。另一方面,消費者近三年「關注遠東 SOGO 的促銷訊息或推薦商品」認同度下降,顯示電子商務蓬勃發達、零售商機疫後復甦,遠東 SOGO 需進一步提供切合顧客期待的服務,才能持續站穩零售標竿企業地位。

公共參與力

遠東 SOGO 基於過去防疫成效基礎,積極配合政府升級防疫政策,近八成 消費者為遠東 SOGO 遵照防疫準則打造的安全購物環境感到安心。其中顧客對 遠東 SOGO 於「賣場及衛廁定點設置酒精/消毒液」、「美食街定時消毒」有 八成以上安心感。

在環境政策上,「積極推動無紙化」(62.0%)是遠東 SOGO 消費者認知度最高的項目,説明遠東 SOGO 近年推廣電子禮券、雲端發票頗具成效。其次為「提倡綠色消費意識」(51.5%)和「使用環保再生材料」(40.8%)。

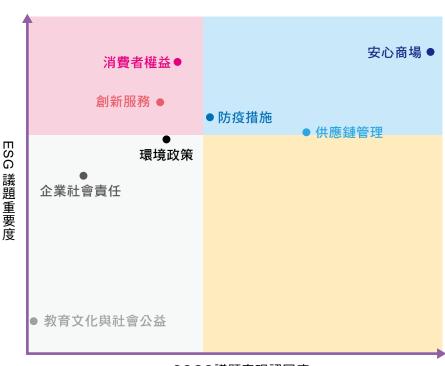
創新管理力

近九成消費者對遠東 SOGO 百貨打造安心百貨的整體滿意度給予正向回 饋;88%的顧客滿意遠東 SOGO 維護商品安全,較 2021 年顯著進步 6.2 個百 分點。77.4%滿意遠東 SOGO 維護消費者權益程度,其中 87.1% 顧客滿意遠 東 SOGO 的「客訴處理速度」。商品安全作為方面,以「賣場空間中落實規劃 危險警示標語」(60.6%)認知度最高。

永續議題影響力

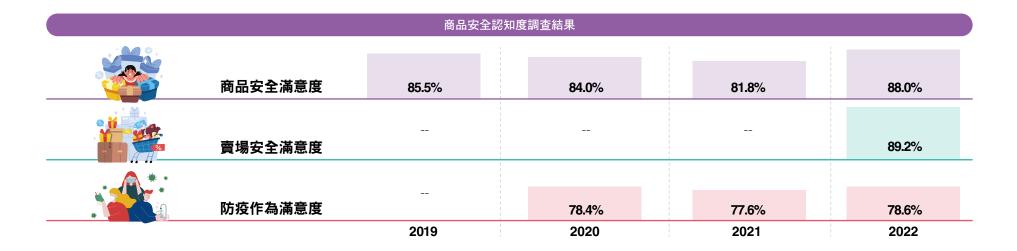
在永續議題重要性上,消費者認為百貨業者應首重打造「安心、安全的商場空間」(95.8%)、「保障消費者權益」(95.5%)、「推出創新服務與優質商品」(94.4%),其中,消費者對遠東 SOGO 的安心百貨滿意度(89.2%)佳,是議題中重視度與滿意度均最優的項目。

顧客對於環境政策、企業社會責任、教育文化及社會公益議題的重視程度相對少,連帶影響對遠東 SOGO 於該議題成果的評價,遠東 SOGO 將持續溝通相關議題,提高認知度與影響力。



SOGO議題表現認同度





	日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日				公共參與力			創新管理力				
	品牌態度	滿意度	忠誠度	購買意願	環境政策	教育文化		消費者權益			供應鏈 管理 *	創新服務 *
年增減 (%)	▲0.8%	▲0.7%	▼ 2.1%	▲1.1%	▼ 1.9%	▼ 4.5%	▲0.9%	▼1.1%	▲6.2%	N/A	N/A	N/A
2022Y	86.6%	90.7%	68.8%	88.9%	76.6%	70.0%	78.6%	77.4%	88.0%	89.2%	83.0%	76.5%
2021Y	85.8%	90.0%	70.9%	87.7%	78.5%	74.5%	77.6%	78.6%	81.8%	N/A	N/A	N/A
2020Y	86.6%	90.9%	71.9%	87.8%	76.9%	75.0%	78.4%	80.9%	84.0%	N/A	N/A	N/A
2019Y	87.9%	90.0%	68.4%	88.8%	78.9%	75.8%	N/A	80.0%	85.5%	N/A	N/A	N/A
2018Y	84.6%	86.9%	64.3%	85.5%	73.3%	71.4%	N/A	74.9%	79.2%	N/A	N/A	N/A

註: * 為 2022 年新增題組。



3.2.2 服務管理政策與檢核

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

DE CAL	: : : : : : 項目	: : : : : : : : : : : : : : : : : : :	: : : :	核成效	=∆nD
階段 			單位	人次/通過率	說明
0.0	常訓	服務台與電梯服務人員訓練	受訓人員(人次)	1,431	
	外訓	IN(防口央电 体 IN(防八臭训杯	受訓人員(人次)	0	因疫情取消
711 1	服務強化教育	被訴願自營、專櫃同仁	受訓人員(人次)	23	
O _{檢核}	小組競賽	每二個月辦理小組競賽,設定不同主 題抽測服務水準,如消防安全競賽、 優質禮儀競賽、店內指引競賽,每櫃	受測人員(人次)	18,186	含忠孝館866櫃位、復興館 502櫃位參與及其他各店
	小紅炕貝	(忠孝館/復興館)或每單位/樓層(其他外店)派代表進行抽測,確認同仁對賣場熟悉度、保障顧客安全	首次測驗通過率(%)	95.10%	未達合格分數者,持續抽 測至合格
行うない	走動式管理	透過朝會日報宣傳檔期、新品及永續 新知;樓面管理人員巡檢專櫃,提高 一線人員的服務技能和服務意識	新知及樓面人員應該 • 樓面管理人員每日 3-		
るのの表表	優良服務之星	透過朝會日報表揚每月優良服務之星,並每月以張貼海報於公布欄,分享其工作心得,發揮正向影響力。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	2022年共表揚		

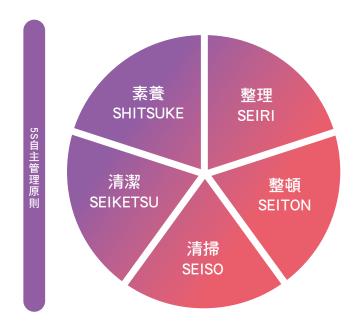




3.3.1 環境安全衛生管理

遠東 SOGO 重視安全衛生管理,定期巡檢環境,以保障顧客 與工作者享有安全的購物環境。巡檢重點為環境衛生與5S自主管 理。每月由行政副總召開全台安全衛生會議,檢討巡檢發現之缺失。 2022 年無安全違規事件。

各據點備有緊急發電機,停電時可立即啟動備援,提供賣場約 25%照明電力,以及電梯與樓梯間照明設備,確保顧客行動安全。 此外,各據點設置 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」,自主管理衛生消毒,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。



類別	執行項目	檢測頻率
+*	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
友善 設施	貼心小站巡檢	每週
HX//C	賣場洗手設備及腸病毒防疫查核	每月
	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
ΛĦ	賣場用電設備安全檢查	每月
公安管理	可燃性氣體檢查	每月
 日红	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
	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
設備	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
B-T	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
	病媒防治	每週
 علاد	電梯/電扶梯整體維護檢修	每月
事業 維護	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
(委外)	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

遠東 SOGO 全台各店均獲衛福部「安心場所認證」,為強化消防安全,每半年進行一次靜態及動態演練,確保全體同仁了解緊急應變程序;復興館與天母店為「消防安全自主管理優良場所」;台北店三館(忠孝、復興、敦化)與台北市大安區公所簽署合作防災備忘錄。



幸福職場力

後疫情時代的環境依然充滿多變與不確定性,服務業除了要設法解決 長期以來的高流動率問題,還得面對少子化和消費型態改變帶來的缺 工海嘯。遠東 SOGO 身為百貨業龍頭,且為零售業永續典範,首重「讓 員工安心」,以接軌國際的職安衛管理準則提供安全工作場域,守護 顧客與同仁的健康、保障薪資福利共榮共享、協助利害關係人適應新 常態,規畫完善的選用育留機制,創造幸福職場。

對應 SDGs









▶ 回應永續議題

- 員工薪酬與福利
- 職業健康與安全
- 人才留任與發展

> 重要利害關係人

- 員工
- 承租廠商(專櫃)

獲利與員工共享 連續 2 年平均加薪 4%。 教育訓練經費投入

> 全台各店通過 TTQS 評核

669萬

143.29%

高雄、新竹店獲

銅牌

144

月薪平均

46,429^元

7.91%

10年

連續獲臺北市勞動安全獎

安心職場成效領先 全台百貨

SOGO Now Life

ogo sogo sogo sog

sogo sogo so





4.0 策略成果與規劃

重	主大主題	員工薪酬與福利	人才留任與發展	職業健康與安全			
偅	計撃說明	遠東 SOGO 針對員工招募狀況與員工福利制度、 育嬰留停後的復職和留任比例説明	遠東 SOGO 於績效評核等制度提升員工向心力、 公平升遷之相關制度與作為,以及職涯發展規劃和 多元的教育訓練方案	遠東 SOGO 針對員工之工作環境與健康相關管理 機制與作為			
ß	対策承諾	優化勞資關係,塑造組織願景,結合組織目標與員 工績效,打造幸福職場,創造比同業更優的薪資與 福利	完整的教育訓練,搭配員工協助方案,強化專業能力與心理,並優化員工旅程,解決服務業人才流動問題。透過品牌願景工程的啟動,強化同仁對企業的認知與認同	以與國際接軌的職安衛水準,訂定業界反應最迅速的 防疫規範指引,打造安心職場,維護員工身心健康			
GRI	主題準則	GRI 401 勞雇關係	GRI 404 訓練與教育 GRI 405 員工多元化與平等機會	GRI 403 職業安全衛生			
SASB 指標對照		勞動條件:CG-MR-310a.1、CG-MR-310a.2、CG- MR-310a.3	職場多元與包容:CG-MR-330a.1、CG-MR-330a.2	-			
	預防與 減緩行動	確保職場多元、包容與平等	規劃內外兼備的人才培力與員工照顧計畫案	以 ISO 45001 精神管理職安衛			
管理 行動	實際行動 方案	» 公平、合理的薪酬制度 » 加強母性健康照護 » 研擬人權宣言 » 視障按摩師駐點服務,補足身障進用名額,同時 作為員工福利	» TTQS 人才發展管理系統 » EAPs 員工協助方案 » 員工 eWork app	» 確實遵守國內職安衛法規要求,降低違法風險, 提升營運效率 » 定期召開勞資會議及職安衛委員會 » 各單位 ISO 推動人員建立風險意識 » 全台各店擁有健康促進標章			





2. 永續環境力

3. 安心服務力

4. 幸福**職場力**



重大主題	員工薪酬與福利	人才留任與發展	職業健康與安全			
成效追蹤	» 平均薪資超前同業 7.91% » 平均每人每年教育訓練時數 11.18 小時 » 員工整體滿意度 73.1%,較 2021 年 (83.9%)下降 10.8 個百分點。 » 由於 2022 年間卷採新題型且題數減少,與去年成績對比僅為參考,遠東 SOGO 新增工作坊,實際了解基層心聲,持續調查並檢討員工政策。	» TTQS 評核成績全台通過,高雄店、新竹店獲銅牌	» 台北所有店點完成導入 ISO 45001 » 失能傷害嚴重率(SR)為 10,低於行業平均值 45 » 失能傷害頻率(FR)為 0.38,低於行業平均值 10			
利害關係人議合	» 年度員工滿意度問卷調查 » 多元意見管道開放同仁反應意見 » 17 場勞資會議	» 教育訓練	» 16 場職業安全衛生委員會議 » 朝會日報發布勞安相關訊息 » 教育訓練固定安排職安衛課程			
短期目標	» 員工整體滿意度 8 成以上 » 鼓勵同仁參加永續活動 » 2023 年頒布人權宣言	» 根據 TTQS 評核成果改善 » 2023 年員工 eWork app 第二階段功能上線	» 全台建置合適之職安衛管理事項或系統 » 設定「身心健康風險管理指標」、「疾病風險管 理指標」			
中長期目標	» 定期檢視獎酬制度,保持薪資市場競爭力 » 2025 年員工淨推薦值(eNPS)正值	» 全台各店 TTQS 銅牌獎以上 » 建構學習地圖,強化員工職涯發展 » 2025 年新人事系統上線	» 零職災 » 推動健康管理運動			









年度亮點成果



疫情期間,節約費用有成, 獲利微幅增加

• 原固定7月調薪,2022年提前至1月 執行,全員加薪約4%,將成果與利 害關係人分享,振奮員工士氣 (2023年3月再次全員加薪約4%, 連 續2年全員加薪)



平均月薪46,429元, 超前同業7.91%



公益假69人次申請

• 共409.5小時,年增97.82%



連續三年獲AREA亞洲企業 社會責任獎之人力投資獎



獲TCSA臺灣企業永續 獎之人才發展領袖獎



獲1111人力銀行幸福 企業金獎



全台各店通過TTQS人才 發展品質管理系統評核

• 高雄店、新竹店獲銅牌



連續10年獲臺北市 勞動安全獎

• 成效領先全台百貨



總公司、復興館、天母店 獲國健署「健康職場」認證



4.1 員工輪廓

4.1.1 員工組成與分布

本公司恪遵國內中央政府及營運據點所在地之地方政府勞動相關法規,保 障員工之合法權益,並遵循《聯合國全球盟約》、《聯合國世界人權宣言》及《國 際勞工組織工作基本原則與權利宣言》等各項國際人權公約所揭櫫之人權保護 精神與基本原則,充分體現尊重與保護人權之責任,有尊嚴的對待及尊重一切 受薪同仁,包含契約人員、實習生等。

遠東 SOGO 本著唯才適用精神,對聘任員工一視同仁,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,未曾發生雇用童工或違反人權或歧視之員工事件。2022 年因高雄店轉型,執行人力改組,同仁至勞動局檢舉,包括有員工加班與隔日早班未間隔休息 11 小時、休假期間出席週年慶會議、到辦公室處理事情,造成出勤時間未覈實記載與未符合二週二例休假之規定,總公司被裁處罰鍰 17 萬元。遠東SOGO 已要求落實排假規則,並加強宣導平衡之職場生活,避免再度發生。

截至 2022 年底,遠東 SOGO 台灣全體員工為 1,315 人(正職人員 1,285 人、約聘 4人、計時 26 人),較前一年減少約 4.08%,年齡以 31~50 歲為主,占全公司 53.16%。基於百貨業特性,遠東 SOGO 女性員工居多,占 67.8%,提出女性福利措施,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;針對懷孕同仁適度調整輪調職務;夜間工作提供車費補助。

遠東 SOGO 致力營造兩性平等工作環境,2022 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 2.06%(2021 年修正為女性中高階主管人數約比男性多 7.29%)。



2022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**2.06**%

而依據同仁在公司登錄之戶籍地址統計,2022年總計有75.28%之員工為各據點所在城市之居民(台北地區包含台北市、新北市及基隆市),其中高階主管聘用在地居民69.57%,與歷年約略相等。

管理階層及員工皆以漢民族為最大宗,原住民有7名,未特別統計新住民人數。尊重身心障礙者之工作權益,遠東SOGO依據《身心障礙者權益保障法》第38條規定,中壢店足額,新竹店、高雄店超額聘僱身心障礙者,惟台北店未僱得合適者,仍缺額2名。遠東SOGO將善盡調整職務內容及工作環境責任,提供公平多元之就業機會,以達法定應進用人數。規劃於2023年起,台北店與伊甸基金會視障按摩師簽訂定期契約,於公司設置健康按摩站,定期為員工提供紓壓服務,達法定進用人數。





								20	022年。	人力概況											
	性別						店 別														
分 類	女		男		總數		總公司		台	台北店 7		天母店		中壢店		新竹店		高雄店		總數	
	人 數	比 例																			
員工人數 (A) 1	891	67.76%	424	32.24%	1,315	100%	190	14.45%	587	44.64%	127	9.66%	178	13.54%	170	12.93%	63	4.79%	1,315	100%	
永久聘僱員工人 數 (B) 2	863	67.16%	422	32.84%	1,285	97.72%	188	14.63%	569	44.28%	126	9.96%	178	13.85%	162	12.60%	62	4.82%	1,285	97.72%	
臨時員工人數 (C) 3	3	75%	1	25%	4	0.30%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	1	25%	4	0.30%	
無時數保證的員 工人數 (D) 4		96.15%	1	3.85%	26	1.98%	0	0%	18	69.23%	1	3.85%	0	0%	7	26.92%	0	0%	26	1.98%	
全職員工人數 (E) 5	866	67.18%	423	32.82%	1,289	98.02%	190	14.74%	569	44.14%	126	9.78	178	13.81%	163	12.65%	63	4.89%	1,289	98.02%	
兼職員工人數 (F) 6	25	96.15%	1	3.85%	26	1.98%	0	0%	18	69.23%	1	3.85%	0	0%	7	26.92%	0	0%	26	1.98%	

註:

- 1. 員工人數 (A)= 永久聘僱員工人數 (B)+ 臨時員工人數 (C)+ 無時數保證的員工人數 (D)= 全職員工人數 (E)+ 兼職員工人數 (F)
- 2. 永久聘僱員工:簽訂無固定期限(即無限期)合約的全職員工
- 3. 臨時員工:簽訂有期限(即固定期限)合約的員工。該合約在指定的時間到期,或在具有評估時程的特定任務或事件完成時結束(如工作專案結束或原被代理職務的員工回任、約聘員工)
- 4. 無時數保證的員工:沒有被保證每天、每週或每月的最低或固定工作時數的員工,但其可能需視要求而處於可工作狀態,例如計時員工、臨時員工、零時契約 (zero-hour contracts) 員工、符命 (on-call) 員工
- 5. 全職員工: 每週、每月或每年之工作時數係根據國家有關工作時數的法律和實務定義之員工
- 6. 兼職員工: 每週、每月或每年之工作時數少於全職員工之員工
- 7. 台北店包含忠孝館、復興館、敦化館三個營運據點





			2022	年人力組成結構					
類 別	組 別	女	性	男	性	小計			
類 別		人數 (A)	比例 (D)	人數 (B)	比例 (E)	人數 (C)	比例 (F)		
	高階主管	11	47.83%	12	52.17%	23	1.75%		
職級	中階主管	88	50.87%	85	49.13%	173	13.16%		
呱奴	專業人員	792	70.78%	327	29.22%	1,119	85.09%		
	小計	891	67.76%	424	32.24%	1,315	100%		
	30 歲以下	298	76.61%	91	23.39%	389	29.58%		
在 松	31-50 歲	442	63.23%	257	36.77%	699	53.16%		
年齡	51 歲以上	151	66.52%	76	33.48%	227	17.26%		
	小計	891	67.76%	424	32.24%	1,315	100%		
	博士	0	0%	2	100%	2	0.15%		
	碩士	23	42.59%	31	57.41%	54	4.11%		
學歷	大學	510	68.27%	237	31.73%	747	56.81%		
字腔	專科	115	60.53%	75	39.47%	190	14.45%		
	高中職以下	243	75.47%	79	24.53%	322	24.49%		
	小計	891	67.76%	424	32.24%	1,315	100%		
	身心障礙	5	38%	8	62%	13	100%		

註:1. 本表以 2022 年 12 月 31 日員工人數為統計標準 2. 「高階主管」指協理階以上主管;「中階主管」指經理、副理及課階主管 3. D(%)=A/C;E(%)=B/C;F(%)=C/ 員工總數(2022 年為 1,315 人)



2022 年身心障礙員工進用數						
	女	男	合計	與法規要求人數差距		
台北地區	5	2	7	(-2)		
中壢	2	0	2	0		
新竹	0	2	2	+1		
高雄	1	1	2	+2		
合計	5	8	13			

4.1.2 員工流動

遠東 SOGO 透過網路人力銀行、校園徵才、就業博覽會、產學合作及獵才公司等多元管道招募人才;也於內部公布職缺,提供多元發展機會。2022 年新進 178 人,新進率13.54%;因高雄店轉型,調整人事,2022 年全公司離職共307 人,離職率23.35%,較去年度高7.38 個百分點。

2022年遠東 SOGO 離職原因依序為「轉換跑道」、「工作不適應」、「家庭因素」。離職員工中,30歲以下約占65%,主因新進員工多為社會新鮮人,工作一段時間後,決定轉換跑道。遠東 SOGO 除規劃提升整體薪酬,亦推動員工健康管理活動、工作與生活平衡措施等關懷措施。此外,屆齡退休人數增加,遠東 SOGO EAPs 專題講座規劃退休準備相關議題。

單位:人

2022 新進與離職員工結構表						
** 01	60 DJ	新進	員工	離職	員工	
類 別	組別	女性	男性	女性	男性	
	30 歲以下	110	35	142	60	
年齡	31~50 歲	12	21	55	25	
	50 歲以上	0	0	20	5	
合計		122	56	217	90	
新進率與離職率		9.28%	4.26%	16.5%	6%	

註:1. 新進率 (%)= 新進員工人數 (人) / 當年度 12 月底全體員工總數 (人)

2. 離職率 (%)= 離職員工人數(人)/當年度 12 月底全體員工總數(人)

3.2022 年 12 月底全體員工人數為 1,315 人





退離原因	人數	退離原因	人數
工作不適應	36	勤務配班	0
升學	6	試用不合格	1
合約期滿	13	資遣	28
家庭因素	30	薪資	6
退休	16	轉換跑道	151
健康狀況	17	其他	2
死亡	1	總計	307

4.1.3 非員工組成與分布

遠東 SOGO 非員工包含承租廠商聘僱之專櫃人員、透過仲介公司僱用之 IT 派遣人員,以及委外承包服務人員,共 9.104 人。

2022 年非員工組成結構						
類別	女	男				
專櫃人員	6,781	1,878				
保全人員	23	134				
維護人員	243	36				
員工餐廳	3	2				
停車場收費員	2	0				
派遣人員	1	1				
合計	7,053	2,051				

註:不包含工作不受組織控制的工作者,如定期維護組織設備的供應商工作者、工程需求臨時人員等。

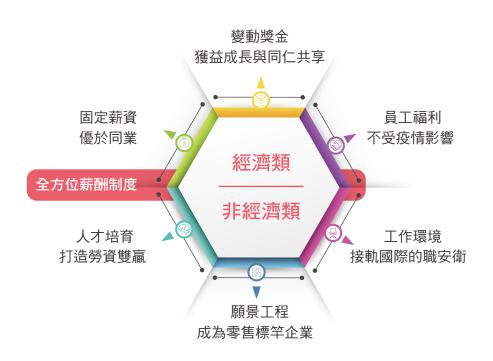
4.2 薪酬福利

4.2.1 薪酬制度

2022 年台灣仍受疫情影響,遠東 SOGO 全年未減薪並啟動調薪計畫,獎 金照常發放,保障全體同仁福利與工作權。

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分析,並與同業交流,參考市場水平制訂。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,並依員工專業能力、工作表現、績效成績做適當評核後調薪。

主計處發布 2022 年「批發及零售業」每人每月經常性薪資為 43,026 元, 同年遠東 SOGO 員工每月經常性薪資平均為 46,429 元,超前同業約 7.91%。





非主管全時員工人數及年度薪資統計

	2021	2022
非擔任主管職務之全時員工人數	1173	1,093
非主管全時員工薪資平均數 (千元 / 人)	431	449
非主管全時員工薪資中位數(千元 / 人)	430	451

註:1. 薪資指經常性薪資,包括本薪與按月給付之各項固定之津貼

2. 非擔任主管職務之全時員工不包含兼職員工,且職級為專業人員的員工

專業人員起薪與法定最低薪資比(無性別、地區差異)

學歷	遠東 SOGO 給付最低 薪資(元)	2022 年法定最低薪資 (元)	核薪標準優率
大學	31,400	25,250	24.36%
高中職	26,300	23,230	4.16%

註:核薪標準優率 (%)= 遠東 SOGO 給付最低薪資(元)/法定最低薪資(元)

遠東 SOGO 規劃兩性公平的升遷與薪酬制度,2022 年高階主管女性人數占比 47.83%,較去年度增加 4.35 個百分點;高階主管的薪資性別比為 1:1.17,逐年接近。中階主管女性占比,50.87%,與 2021 年的 52.84% 相比,差異不大;專業人員女性占70.78%,與 2021 年的 70.99% 相比,差異也僅 0.21 個百分點。

歷年各職級平均薪酬性別比

	年 份	20	19	20		20	21	20	22
	性 別	女	男	女	男	女	男	女	男
高階主管	人數比例	40.91%	59.09%	47.62%	52.38%	43.48%	56.52%	47.83%	52.17%
高陌土官	薪酬性別比	1	1.18	1	1.29	1	1.19	1	1.17
中階主管	人數比例	54.29%	45.71%	53.59%	46.41%	52.84%	47.16%	50.87%	49.13%
甲陷土官	薪酬性別比	1	0.96	1	0.98	1	0.97	1	1.003
事業人員	人數比例	69.86%	30.14%	70.71%	29.01%	70.99%	29.01%	70.78%	29.22%
- 李未 人貝	薪酬性別比	1	1.07	1	1.07	1	1.08	1	1.06

註:1.薪酬 = 固定薪 + 變動薪

2. 人數比例為該職級男女比

3.2021 年度各職級男性薪酬性別比勘誤



4.2.2 員工福利

福利措施

遠東 SOGO 以各類獎金、津貼、補助等多面向福利,給予同仁友善照顧。 員工旅遊受 COVID-19 疫情影響無法成團,職福會改發放電子商品券,福利不 縮水。總公司及各分店辦公室增設自助咖啡機及智慧販賣機,選擇多元,同仁 可以優惠價格,隨時補充活力。

為鼓勵同仁進行社會參與,遠東 SOGO 志工假自 2021 年起改為公益假, 非勤務時間從事公益活動也能申請。2022 年共 69 人次申請,總時數達 409.5 小時,皆較前一年提升。

公益假申請狀況

2021年

50人 207小時

2022年

69人 409.5小時 38%

97.82%





福利類別	項目說明
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、育兒補助金
娛樂補助	國內外旅遊補助(最高 15,000元)、社團經費補助(每年 32,000元)、 員工聚餐補助 *2022 年旅遊補助以電子商品券代金發放
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
保險與健康	勞保、健保、團保、母性保護措施、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 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	首家提供疫苗獎勵的百貨,劑劑有獎勵;完整接種三劑 COVID-19 疫苗,共可獲 2,500 元獎勵
確診隔離 慰問金	本人確診隔離補助 2,000 元,因同住家人確診而被隔離補助 1,000 元





生育補助

遠東 SOGO 依據性別工作平等法與勞基法保障,針對女性同仁提出合法甚至優於法令的福利措施,包括育兒減少工時假、育兒補助金、生產慶金等。為鼓勵生產,減少產婦後顧之憂,遠東 SOGO 提供生產婦女同仁 5,000 元津貼,高於企業平均金額。

津貼項目	遠東 :	sogo	104 人力銀行對各企業調查數據
生產	公司	職業福利委員會	平均金額
土性	3,000 元	2,000 元	3,498 元 (2022 年調查)

為體現對員工育兒辛勞之關懷,遠東 SOGO 自 2023 年 1 月起,除了生育補助 5,000 元外,新增優於法令規定的育兒補助金每胎 1 萬元,男女員工皆適用,新生兒一歲內皆可申請,共 15 位 2022 年生育的員工提出申請。

店別	總公司	忠孝館	復興館 (含敦化 館)	天母店	中壢店	新竹店	高雄店	合計
申請育兒補助金人數	1	4	1	4	1	3	1	15

針對懷孕同仁,遠東 SOGO 適度調整輪調職務,提供夜間工作車費補助;遠東 SOGO 總公司辦公室及全台各店營運據點,已全數設有哺集乳室,有需求的女性同仁可就 近使用。



育嬰支持措施

2022 年有 11 位女性、3 位男性同仁申請育嬰留停;育嬰留職 停薪復職率為 66.67%,復職周年留任率為 100%,皆較去年成長。

百貨服務業多採排班制,相較於其他業種,更顯著影響家有新生兒的同仁復職及長期留任意願。遠東 SOGO 彈性開放育嬰縮短工時,並規劃自 2023 年起,育嬰縮短工時假從無薪調整為給八成薪,協助同仁兼顧育兒與維持穩定收入。





育嬰假留停統計								
	20	19	20	2020 2		21	2022	
	女	男	女	男	女	男	女	男
享有育嬰假人數 (A)	84	29	69	23	67	23	58	21
申請育嬰假留停人數 (B)	14	0	14	1	14	0	11	3
預定該年度復職人數 (C)	17	0	20	1	14	0	9	0
實際復職人數 (D)	15	0	14	0	8	0	6	0
前一年實際復職人數 (E)	24	0	15	0	14	0	8	0
復職後 12 個月仍在職人數 (F)	16	0	9	-	9	-	8	-
育嬰留停申請率 =(B)/(A)	16.67%	0	20.29%	4.35%	20.90%	0	18.97%	14.29%
留職期滿復職率 =(D)/(C)	88.24%	N/A	70%	0	57.14%	0	66.67%	0
────	66.67%	N/A	60%	N/A	64.29%	N/A	100%	N/A

註:1.申請育嬰假資格為育有三歲以下幼兒之同仁,以過去三年生育津貼申請人數計算 2.2021年享有育嬰假人數資訊勘誤

推動DEI政策打造友善職場 加速實現多元、平等、共融



性別平等支持措施

- 總公司、全台各店設置 育嬰哺乳室(覆蓋率100%)
- 育嬰假、母性保護措施
- 適度調整懷孕同仁輪調職務

- 女性同仁夜間工作車費補助
- 公平的升遷與薪酬制度
- 2022年女性中高階主管較男性+2.06%
- 高階主管性別平均薪資差距1:1.12



優於法令福利措施

- 生育補助5,000元(PR75%為4,000元)
- 2023年新增育兒補助10,000元
- 育嬰減短工時假由無薪改為八成薪



維護身心障礙者就業權利

- 總公司與視障按摩師簽訂定期契約
- 2023年身心障礙進用人數達標
- 新竹、高雄超額進用





遠東 SOGO 期望建立良善的勞資互動關係,透過內部網站、布告欄公告、 員工意見箱、説明會、行政通報、朝會日報等多元機制強化溝通,人資部設置 常態性員工意見信箱,稽核室亦設有申訴信箱,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,遵循勞基法規定之最短預告期告知相關資訊,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,2022 年無相關案件發生。

權責部門 **溝涌管道與頻率** 內部內部E-HR網站、EIP網站、員工 意見電子信箱(公布於ESG網站利害 即時 關係人專區hr@mail.sogo.com.tw) 即時 同仁意見箱 每天 朝會日報 每季 人力資源部 勞資會議 職福會 每年 同仁滿意度調查、同仁永續認知調查 不定期 制度修改説明會

遠東 SOGO 每季舉辦勞資會議,協商勞方權益事項,全台各據點勞方代表共 23 人,約占全公司正職人數 1.79%。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,2022 年共舉行 17 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。

店別	2022 勞資會議日期
總公司、台北店 (忠孝館、復興館含敦化館)、天母店	3/21 × 6/28 × 9/28 × 12/20
中壢店	3/21 \ 6/20 \ 9/9 \ 12/12
新竹店	3/28 × 6/22 × 9/29 × 12/28
高雄店	2/10 \ 5/27 \ 8/26 \ 9/23 \ 12/24

員工滿意度

為了解員工對於各項制度、措施、福利滿意度以及對公司政策瞭解程度, 遠東 SOGO 自 2020 年起,展開為期 5 年的「願景工程」專案,委託顧問公 司進行員工意見調查,同時蒐錄「員工淨推薦值」(Emplyee Net Promoter Score, eNPS),了解同仁工作概況。調查結果數值偏低,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。





2. 永續**環境力 3.** 安心**服務力**



方案	目的	2022 成效	未來目標
員工體驗 優化	2020 年起執行員工滿意 度訪談,聆聽基層同仁 真實心聲,並開發專屬 APP,活化組織氣氛	 辦公環境改善, 汰換老舊辦公座椅 為提升操作便利性,與廠商進行新人事系統採購的前置作業評估與規劃,預算獲董事會支持通過 推動員工 eWork APP 第二階段升級與新功能開發 	員工 eWork APP 新增功能,包括: • 新人專區一入職手續線上化、新人手冊、必修課程、新進同仁 PAIR 負責人輔導工具 • 在職人員-朝報申請與查詢、課程線上簽到與課後問卷 • 離職人員-離職手續線上化 • 職工福利-員購資訊查詢、健檢與旅遊報名
EAPs 員工 協助方案	提供協助,預防及解決 可能導致同仁生產力下 降的問題,使同仁以健 康身心投入工作,企業 提升競爭力,塑造勞資 雙贏	性別平等 » 全台各店設哺集乳室;總公司設哺集乳室與諮商室 多元溝通 » 諮詢領域包括:法律、財務、税務、居家修繕、職安/健康、保險/退休金。94人次接受 EAPs 協助,需求最高為 74%健康諮詢,其次為 10% 法務諮詢教育訓練 » 舉辦主題講座,讓同仁瞭解 EAPs 概念。2022 年著重健康職場、自我成長議題,31 場計 906 人次參與健康職場 » 與伊甸基金會合作,提供同仁舒壓按摩,同時照顧社會弱勢,提供身心障礙者工作機會	»增加不同講座,例如退休準備主題,協助同仁更多需求 »持續宣導內部各領域諮商窗口以服務更多同仁

2022 年員工滿意度暨永續認知調查,共回收 1,227 份問卷,回收率 94.4%,以重要度與滿意度衡量企業、環境、個人驅動力等三大構面,分析員工參與度(包含幸 福度、忠誠度、eNPS),以及對於核心價值與 ESG 的認同度,並舉行三場工作坊聆聽同仁心聲,作為未來擬定員工策略之方向參考。

2022年, eNPS為-31.2, 較2020年上升3,批評者減少2.7個百分點,雖有進步,整體仍有成長空間,遠東SOGO持續深化改革方案,推動數位轉型與工作環境優化, 結合外部專業顧問,進行員工訪談與改善建議、薪酬與考核制度調整,針對第一線主管的授權、溝通、員工留任等管理能力進行主題培訓,希望讓同仁實質感受到公司 的改變。目標於 2025 年達成 eNPS 正值,推薦者比例大於批評者。



最多員工認為「公司在績效評核具公平性,且給予合理的薪酬」是最重要的,有 56.61%,其次是「公司重視同仁的身心健康,給予適當的工作量」,有 12.56%。

交叉分析重視度和滿意度,可發現兩者差異最小(員工重視且滿意度高)的整體構面為「企業驅動力」下的「價值及策略」,其中「我的公司注重對於 ESG 的責任」分數差異僅 0.18 為所有問題中最小,且為滿意度最高的項目,其次為「我的公司有良好的雇主品牌力及聲譽」,顯示同仁多數認同遠東 SOGO 的核心價值與經營理念。

兩者差異較大的構面(重要度高、滿意度低)則列為優先改善項目,包括「個人驅動力」下的「健康與幸福」、「環境驅動力」下的「數位賦能」,以及「企業驅動力」下的「創新」。遠東 SOGO 將朝優化薪酬升遷及考核方案、加班合規性檢核、協助員工規劃職涯發展路徑圖、簡化合約 流程、優化作業系統等方向努力,進而提升員工整體幸福度與忠誠度。

員工認為重要並覺得滿意 TOP3



企業驅動力

- 1 公司注重ESG責任
- 2公司有良好的雇主品牌力 及聲譽
- 3 時常聆聽顧客聲音並進行 改變



環境驅動力

- 1 公司提供安全工作環境, 確保同仁於工作場所的人 身安全
- 2 主管總是展現誠信與道德的行事準則
- 3 主管針對我的工作表現予以關心回饋



個人驅動力

- 1 公司具有設定目標思惟, 包括設定營運目標與延伸 目標
- 2 公司提供良好的福利制度
- 3 在工作中可以不斷地學習 新的事物

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劃完整課程,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。2022 年教育訓練經費投入 669 萬元,較 2021 年教育訓練經費投入 275 萬元,增加 143.29%;平均每人受訓成本 5,087.8 元,較 2021 年的 2005.8 元增加 153.65%。

2022年,原因疫情取消或轉線上的課程逐步恢復實體授課,共487人次完成人權課程,83人次參與性別平權課程。

呼應國際永續趨勢,2022年起,遠東SOGO將永續 視為通識教育,於新進人員訓練安排一堂課,由永續發展 辦公室介紹遠東SOGO自2015年的推動歷程;ESG例 會不定期邀請外部顧問或社創團體分享永續議題,全年辦 理11場共200人次;社團活動亦結合體驗式環境教育, 共舉辦6場次,100人次參加。2023年將持續並擴大辦理。

根據 2022 年員工滿意度調查結果,93% 認同永續, 89% 願意在工作中實踐永續,顯示永續已成為遠東 SOGO 的企業 DNA。



	教育訓練內容
新進訓練	協勤 / 營業單位皆進行 2 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
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
職業安全衛生	新進同仁一般職安衛教育、現場工作者職安衛教育(合梯使用安全)、活動進場申請作業流程、職安衛危害鑑別及風險評估、職場不法侵害、 心血管疾病及肌肉骨骼疾病預防
企業文化變革	「逆向導師」課程,內容不受限

	教育訓練受訓人次及投入金額						
年份	2019	2020	2021	2022			
開課次數 (次)	331	351	239	266			
受訓人次 (人次)	6,926	5,732	4,675	6,569			
總受訓人數 (人)	1,541	1,474	1,352	1,249			
員工總數(人)	1,388	1,397	1,371	1,315			
總投入金額 (元)	3,326,564	3,110,000	2,750,000	6,690,513			
每人平均受訓成本(元 / 人)	2,396.7	2,226.2	2,005.8	5,087.8			

註:1. 每人平均受訓成本 = 總投入金額 (元) 員工總數 (人)

2.2022 年度教育訓練會計帳目總金額為 9,224,544 元,其中 6,690,513 元為 2022 年實際執行項目,故以此為總投入金額進行計算。其餘 2,534,031 元之使用狀況將整併於 2023 年永續報告書揭露。





單位:小時

	歷年平均教育訓練時數							
1	年份	2019	2020	2021	2022			
每名員工接受訓練的平均時數		13.38	9.22	6.74	11.18			
性別	女	13.69	8.99	6.63	10.76			
'l± <i>n</i> 'j	男	12.72	9.70	6.97	12.06			
	高階主管	2.44	1.86	1.93	8.67			
職級	中階主管	24.38	13.07	5.12	17.11			
	專業人員	11.58	8.48	7.08	10.31			

註:平均教育訓練時數=該類別之員工受訓總時數(時數*場次*該類別員工受訓人次)/該類別員工人數

單位:人次

	依類別統計受訓人次列表						
課程種類/年份	2019	2020	2021	2022			
管理領導	457	527	51	331			
營業職能	720	406	470	941			
專業職能	1,107	718	819	2,692			
訓練專案	243	1,155	225	183			
基礎教育	1,392	552	547	461			
成長學習	935	1,148	1,011	1,034			
其他	2,072	1,226	1,552	927			
總計	6,926	5,732	4,675	6,569			

註:其他類型包含讀書會、宅配包裝教育、新系統教學、健康管理與促進等







「乾杯吧!」逆向導師課程

為打造年輕企業文化,遠東 SOGO 發展「逆向導師」課程,取名「乾杯吧!」以英文乾杯的 Bottoms-up 賦予 Bottom-up 文化的意涵,第一屆於2022~2023 年初舉辦 4 堂課,分別由副理、課長分享數位、時尚、露營知識,79% 理階主管參與,治理階層主管亦出席聽課,世代交流輕鬆融洽。



SOGO ESG 最佳貢獻獎暨創新提案獎

遠東 SOGO ESG 最佳貢獻獎於 2015 年開辦,徵選過去一年同仁執行過具永續意涵的專案,7年來徵得 113 件提案。為提高員工的 ESG 參與度,2022 年新增創新提案獎,號召同仁以公司發展與社會永續為考量提出想法,每位同仁都有機會參與公司決策,最後共徵得 28 件創意提案,其中,新竹店人事教育課提案獲採納,2023 年正式公告施行「育嬰縮短工時假」給予 8 成薪。

TTQS 人才發展品質管理系統

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,遠東 SOGO 於 2021 年起推動「人才發展品質管理系統」(Talent Quality-management System, TTQS),透過 5 大構面 19 項指標,持續改善並建構制度化的教育訓練。2022 年,全台各店「通過」評核,高雄店和新竹店獲銅牌獎。遠東 SOGO 將繼續強化人才訓練品質,針對評核結果之建議事項改進,提升成績與等級,期盼透過 TTQS 系統性規劃課程,加強企業文化的形塑與傳遞,達成願景工程目標。

2022 年各店評核成績						
總公司、台北三館	天母店	中壢店	新竹店	高雄店		
通過	通過	通過	銅牌	銅牌		

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,招募學生於各單位實習,讓學生應用在校所學,體驗百貨工作,提升就業競爭力。2022 年累計與 8 所大專院校合作,辦理多場校園招募説明會,提供職務包含營業單位、顧客服務及行政各部門,共報到 34 名實習生。2021 年產學合作實習生於 2022 年轉為正職員工的比率為 17.65%。

合作學校一覽

1	實踐大學	5	東南科技大學
2	台北城市科技大學	6	德明財經科技大學
3	臺北科技大學	7	宏國德霖科技大學
4	華夏科技大學	8	亞東技術學院



4.3.3 職涯發展

遠東 SOGO 每年績效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,以瞭解主管建議;管理職另有管理 職能績效評核項目。2022年在職員工不含見習期,接受評核率為100%。

				員工接受年度					
年任	年份 2019		20	2020		2021		2022	
性,		女	男	女	男	女	男	女	男
職 級	高階主管	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	中階主管	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	專業人員	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
合	 :	100	0%	10	0%	100)%	10	0%

發展階	段	對應遠東 SOGO 職階	培訓目標	受訓內容	
	經營主管	總經理以上	策略領航者	跨機能研習、專題講座	
市学蛙光	一級主管		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	
專業精進	二級主管	中階主管: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	中階主管: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			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	
基礎扎低	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	



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週舉辦教育訓練,講授遠東SOGO服務精神、賣場常態設施、安全防護機制等。針對客訴案件, 依個案情形進行強化教育。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、專櫃帳務、信用卡專業知識等,以提供最好的服務品質。

店別	類別	課程名稱	受訓人數(人)	受訓比率 (%)	備註:應訓人數
/- m A-	長派教育	長期派遣人員須知	673	68.3%	2022年到職人數 986 人
復興館 含敦化館)	長派 FOLLOW 教育	顧客應對技巧 & 如何贏得顧客心	177	13.1%	1,350人
台 教化略 /	信用卡專業知識教育	信用卡收授及真偽卡辨識	394	90.8%	434 櫃
	長派教育	長期派遣人員須知	682	79.7%	2022 年到職人數 856 人
忠孝館	專櫃帳務加強教育	專櫃帳務加強課程	253	44.9%	564 櫃
	信用卡專業知識教育	信用卡收授及真偽卡辨識	446	79.1%	564 櫃
	長派教育	長派教育 & 職業安全衛生教育及一櫃一機	187	80.6%	2022 年到職人數 232 人
天母店	職業安全衛生教育	職業安全衛生教育 - 消防安全	291	90.1%	323 櫃
	信用卡專業知識教育	信用卡辨識教育	320	99.1%	323 櫃
	長派教育	服務精神、賣場設施、安全防護機制、收銀系統操作要領。	622	45.5%	2022年到職人數 1,367 /
中壢店	週年慶全員教育	週年慶激勵、服務重點摘要、贈獎活動説明。	373	27.3%	393 櫃
	信用卡專業知識教育	信用卡收授要領、真偽卡辨識、週年慶結帳注意事項。	370	27.1%	393 櫃
	長派教育	長期派遣人員須知	436	32.2%	2022年到職人數 1,353 /
	長派教育	一櫃一機&雲端發票收銀相關教育	163	27%	2022年到職人數 1,353 /
新竹店	職業安全衛生教育	消防安全宣導	20	1%	2022年到職人數 1,353 /
利门伯	信用卡專業知識教育	偽卡辨識教育	365	117.3%	311 櫃
	職業安全衛生教育	勞工安全教育 消防器材實務操作(餐飲課)	20	9%	222人
	長派教育	長期派遣人員須知	188	77.7%	2022年到職人數 242人
高雄店	長派教育	一櫃一機課程	94	38.8%	2022年到職人數 242人
	信用卡專業知識教育	信用卡偽卡辨識課程	135	96.4%	140 櫃

註:1.各項比率之分母於備註説明

2. 標示櫃位數之課程為每櫃派一名代表受訓





4.4.1 職場安全管理

遠東 SOGO 將職業安全衛生視為重要管理環節,惟有打造重視安全衛生管理的工作環境,才能為顧客提供最優質的服務。遠東 SOGO 連續 10 年獲《台北市勞動安全獎》,2022年獲「績優單位」、「優良人員」、「大心老闆」三重肯定,領先全台零售業與服務業,在大型企業中亦名列前茅。

遠東 SOGO 自 2017 年即由黃晴雯董事長簽署〈職業安全衛生政策〉,從上而下落實安全衛生願景及承諾,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,管理範疇為遠東 SOGO 工作場所內所有工作人員;設有一級單位勞安室,負責各項事務與專案之推動、管理與追蹤。近年全體工作者無發生法定嚴重職業災害。



職業安全衛生委員會 2022 年度運作情形 • 會議召開情形: 2022 年共召開 16 次 • 會議召開頻率:3個月一次 • 委員出席率 • 委員組成 主仟委員(行政總經理) 1人 主任委員(行政總經理) 100% 職業安全衛生人員 4 人 職業安全衛生人員 100% 各部門主管 23 人 93.4% 醫護人員 醫護人員 100% 3人 1人 職業安全衛生相關工程技術人員 職業安全衛生相關工程技術人員 勞工代表 勞工代表 23 人 97.8% • 委員仟期:2年一仟 重大決議事項: 會議事項: » 2023 年起,員工健康檢查更改各職級檢查預算及實 » 對雇主擬訂之職業安全衛牛政策提出建議 施週期,原每年一次,更新為兩年一次。 » 協調、建議職業安全衛生管理計畫 » 審議安全、衛牛教育訓練實施計畫 » 審議作業環境監測計畫、監測結果及採行措施 » 審議健康管理、職業病預防及健康促進事項 » 審議各項安全衛牛提案 » 審議事業單位自動檢查及安全衛生稽核事項 » 審議機械、設備或原料、材料危害之預防措施 » 審議職業災害調查報告 » 考核現場安全衛牛管理績效 » 審議承攬業務安全衛牛管理事項

註:2022 年委員勞工代表 23 人,包含台北 8 人、桃園 5 人、新竹 5 人、高雄 5 人。

» 其他有關職業安全衛牛管理事項

包含員工與非員工

» 決議涵蓋遠東 SOGO 工作場所內所有工作人員,

註 1:委員將於 2026 年 4 月 5 日卸任改選註 2:出席率 = 實際參與次數 / 辦理次數





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〉,忠孝館領先全台百貨通過 ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統驗證,正式與國際接軌。後續將 ISO 45001 精神推展至各分店,台北各店已完成導入,2023 年將持續以此標準,於全台所有據點建置合適之職安衛管理系統。

遠東 SOGO 職安衛管理涵蓋所有工作者,包括員工 1,315 人,占 12.62%,以及非員工 9,104 人,占 87.38%,未排除任何 作業活動,依據標準條文制訂 22 項職安衛管理程序,公告於內 部系統,並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。近 5 年全體工作者無發生法定重大職 災,亦無因公死亡之人員。



	遠東 SOGO 各店導入 ISO45001 時程					
台北店忠孝館	台北店復興館(含敦化)	天母店	中壢店	新竹店	高雄店	總公司
2020 通過驗證	2021 完成導入	2022 年完成導入				
2,539 人	2,571 人	1,218人				
涵蓋率 40.12%	涵蓋率 40.63%	涵蓋率 19.25%	以導入為目標,建置管理項目			
	ISO45001 總涵蓋率 60.74%					



職場安全風險管理

遠東 SOGO 依據職業安全事件「發生前」、「發生時」、「發生後」三個階段,建立各階段管理作為,所有同仁皆可依此進行職安風險管理。2022 年遠東 SOGO 未發生重大職安事件。

		職業安全衛生管理流程
	危害辨識	建立危害辨識意識:教育訓練課程辦理「危害鑑別與風險評估」主題,由內部職安衛管理員擔任講師日常溝通:勞安室定期於朝會日報發布訊息,由營業樓管、各部門主管於朝會宣讀
發生前	風險評估	作業場所風險評估:每年一次風險發生型態:常態性發生(例:長期職業傷害風險)評估參與層級:部門主管、非管理職代表、專員
	專案改善	建立管理方案:逐年稽核檢討,災害演習辦理,追蹤頻率/指標建立應變流程:決議層級
V		
發生時	緊急應變	 COVID-19 確診: 一、訂定員工及專櫃人員確診(含快篩陽性及 PCR 篩檢確診)通報程序、加強消毒機制,以及恢復上班的時程,確保符合規定,以及工作與消費場域的衛生安全。 二、秉持共同抗疫立場,遠東 SOGO 對需要快篩的員工及專櫃人員支付費用,也對確診或需要隔離的員工及專櫃人員提供慰問金。 員工退避權:依據〈職業安全衛生法〉,工作者可自行離開其認為可能導致傷害或疾病的工作狀態之政策與流程,且免予處分
	職安通報	● 通報流程● 通報對象:組織內上級層級、組織外單位(當地勞動檢查機構)
▼		
	事故調查	參與單位:勞安室會同相關部門及勞工代表,實施調查、分析並做成紀錄。調查報告:事故類別、風險類別
發生後	檢討改善	● 檢討方案● 改善方案:負責單位、檢核頻率
	成效追蹤	• 方案追蹤成果● 追蹤結案:重新評估風險→回到「風險評估」階段、風險降至可接受程度→結案



	專案改善成效追蹤							
2021 年主要危害項目		2022 年改善情況	2023 年改善目標					
1	上下班交通事故 4 起	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。2022 年上下班交通事故降為 3 起,下降 1 起。	持續交通安全宣導等防禦性觀念,目標將上下班交通事故降至2起。					
2	取貨時跌倒事故 1 起	汰換及清理貨架,增加放置貨物空間。調整貨物存放位置,避免同仁需上下移動搬運。	透過安全宣導,強化各單位安全衛生管理觀念,並透過定期 / 不定期走動管理,目標將事件發生件數降至 0 件。					

職業安全衛生管理成果

2022 年遠東 SOGO 失能傷害嚴重率為 10,嚴重傷害頻率則為 0.38,遠低 於行業平均值。

		2019	2020	2021	2022
失能傷害嚴	遠東 SOGO	2	18	6	10
重率 (SR)	行業平均值	54	43	43	45
失能傷害頻	遠東 SOGO	1.07	2.18	0.38	0.38
率 (FR)	行業平均值	2.42	2.80	3.11	3.00

註:

- 1. 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:
 - SR = (公傷損失天數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時)×1,000,000
 - FR = (公傷件數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時)×1,000,000
- 2. 行業平均值參考「勞動部職業安全衛生署 職業安全衛生管理系統資訊暨申請平台」數據
- 3. 遠東 SOGO 計算方式不包含上下班交通意外,調整與業界一致
- 4. 指標名稱調整為與勞動部職業安全衛生署公告一致

2022 年遠東 SOGO 發生嚴重職業傷害 0 件,可記錄職業傷害 1 件,為踩空跌倒,公司協助就醫,給予公傷病假及團體保險理賠給付,並再度向同仁宣導職安衛工作安全。為精準掌握所有工作者的職場健康狀況,遠東 SOGO 正研擬非員工之職業災害回報機制,預計於 2023 年企業永續報告書開始逐步揭露。

遠東 SOGO 屬百貨零售業,無直接暴露於高風險因子之疑慮,2022 年未發生「職業醫學科醫師」認定之職業病案例。較常見員工因久站造成肌肉骨骼不適,故遠東 SOGO 設置專屬用餐休息區、於各專櫃提供安全且舒適之坐具、周年慶期間發放貼布,讓同仁緊繃身心獲得舒緩。

歷年員工性別職業傷害統計								
年份	2019		2020		2021		2022	
性別	女	男	女	男	女	男	女	男
總人數	936	452	944	453	935	436	891	424
嚴重職業傷害	0	0	0	0	0	0	0	0
可記錄之職業傷害件數	3	0	3	3	1	0	1	0
失能傷害頻率(FR)	1.59	0	1.61	3.37	0.56	0	0.56	0
失能傷害嚴重率(SR)	4	0	5	46	9	0	16	0

à‡ :

- 1. 嚴重職業傷害定義為職業安全衛生法第37條第2項,發生死亡災害、發生災害之罹災人數在三人以上或發生災害之罹災人數在一人以上,且需住院治療。
- 2. 可記錄之職業傷害定義依據職業安全衛生法第38條規定,中央主管機關指定之事業,雇主應按月依規定填載職業災害統計,報請檢查機構備查。
- 2. 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,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
- 3.2021 年女性 FR 與 SR 勘誤
- 4. 勞工總工時為 40(小時)*50(週)* 該性別員工人數





	歷年各地區員工職業傷害統計								
區域	項目	2019	2020	2021	2022				
/> II.	失能傷害頻率(FR)	1.64	2.18	0.57	0.55				
台北	失能傷害嚴重率(SR)	4	21	9	16				
桃園	失能傷害頻率(FR)	0	0	0	0				
170 (224	失能傷害嚴重率(SR)	0	0	0	0				
新竹	失能傷害頻率(FR)	0	2.87	0	0				
क्शाा	失能傷害嚴重率(SR)	0	5	0	0				
高雄	失能傷害頻率(FR)	0	5.10	0	0				
	失能傷害嚴重率(SR)	0	45	0	0				

àà :

- 1. 台北含總公司、台北店忠孝、復興、敦化館及天母店;桃園指中壢店
- 2. 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,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
- 3. 勞工總工時為 40(小時)*50(週)* 該地區員工人數

合作夥伴勞動安全推動與管理

遠東 SOGO 非員工類別包含保全、維護、員工餐廳工作人員、專櫃人員、 派遣人員等,2022 年總人數為 9,104 人,以勞動部最新公布 2021 年台灣勞工 平均年總工時 2,000 小時計算,總工作時數為 18,208,000 小時。

遠東 SOGO 不僅照顧同仁,也關心供應商夥伴,2019 年起,合約增加〈企業社會責任條款〉(2022 年修改為永續條款),明訂「勞工權益和人權保護條款」,要求保障勞工合法權益,並尊重國際公認之基本勞動人權原則。2022 年承攬商與承租廠商皆未發生台灣職安法定重大職災。

非遠東 SOGO 直接聘雇人員,亦可享大部分員工福利,包含健檢及旅遊優惠方案、駐診醫師諮詢、健康管理課程、社團活動等。

更多勞工權益條款請見: https://esg.sogo.com.tw/7-4.php

4.4.2 員工健康管理

遠東 SOGO 致力於提供員工身心健康之工作環境,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」,2023 年將針對中壢店、高雄店申請展延。

員工健檢

為照顧同仁健康,遠東 SOGO 於職業安全衛生委員會決議,2023 年起, 員工健康檢查更改各職級檢查預算及實施週期,調整為兩年一次,頻率優於法 規規定 39 歲以下每 5 年一次,40~64 歲每 3 年一次。

遠東 SOGO 與勞動部認可醫院合作,依年齡、職階、職場特性、工作型態等,規劃多元檢查,提供優惠加選項目及眷屬健檢優惠,每年提高規格;另針對 55 歲以上同仁增列心血管、骨密度及婦科等檢查,落實健康風險分級制度。



				免費加選健檢項目					
所有同仁植	所有同仁檢查項目		一般 員工	55 歲以上 員工	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	消化道心血管	無痛胃鏡				
腎功能檢查	聽力檢查	5	甲狀腺	顧骨荷爾蒙	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								

健康促進

遠東 SOGO 2022 年於各店安排 EAPs 健康促進講座共 14 場,共 405 人次參加,涵括改善腿部循環、健康飲食、伸展、紓壓等身心靈照護內容;台北地區根據同仁健檢結果,與勞工健康服務醫師討論後,針對三高(血壓、血脂、血糖)、身體質量指數(BMI)等問題,和台北市大安區健康服務中心合作開設拳擊有氧等健康促進課程。

肌肉骨骼疾病預防

遠東 SOGO 提供舒適的員工用餐休息區,並於各櫃位設置座椅,以緩解現場服務人員久站不適;醫務室提供健康護理服務,不定期邀請職安及健康促進專家宣導。





用餐休息區

各櫃設置座椅

醫師臨場服務

遠東 SOGO 各據點視員工人數雇用 1 ~ 3 名專任健康服務護理師,依法 令安排每 2 個月一次醫師諮詢。項目包含預防保健、健康管理、健檢諮詢、常 見疾病問診、慢性病控制管理、旅遊醫學諮詢、疫苗衛教等。



總公司設健康專區,可測量血壓、體脂、體重。

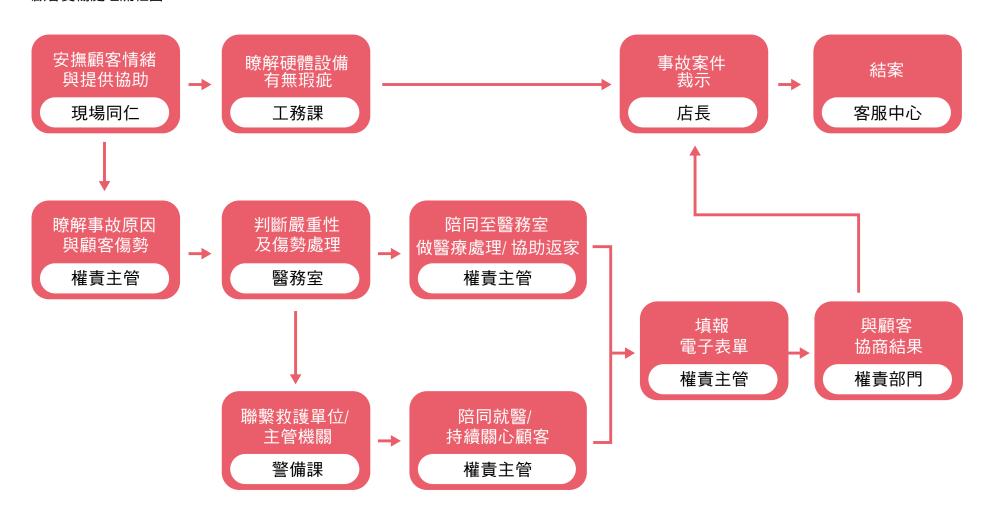


駐診醫師諮詢實況



遠東 SOGO 重視顧客安全,同仁緊急應變處理亦為服務訓練之重點。若賣場內發生意外事件,由現場同仁協助並安撫顧客,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。所有顧客受傷案件皆須填報電子表單,列案管理,由客服中心追蹤,持續關心並給予協助,店長確認事件處理完善,並依據顧 客受傷類型,進行檢討及改善作業,2022 年發生 447 起顧客受傷至護理站尋求協助之事件,已全數結案。

顧客受傷處理流程圖





社會影響力

遠 東 SOGO 致 力 以「 關 懷、 永 續、 信 賴 」 (Caring, Sustainability, and Reliability) 等三大主軸實踐社會參與,傳達社會共好、永續共創、文化共感理念,集結顧客、承租廠商及專櫃、員工等利害關係人,與其他企業和政府單位打造永續生態系,聯合眾人之力,共創社會影響力。

對應 SDGs







> 回應永續議題

• 社會關懷與社區參與

> 重要利害關係人

- 顧客承租廠商(專櫃)
- 員工 鄰近社區

字料理競賽推廣 綠色餐飲 3 年共觸及 **7,192** 萬人次

> SO GOOD 好小孩 少年楷模

SO GOOD 好小孩 耶誕心願

31 年累計為

4. 萬名

弱勢兒童圓夢

10 年累計發放逾

360 萬元獎金

290 位特境學童受益

2022 年共攜手

1,975 個外部單位

發起 912 場社會參與活動

投入資源價值逾 6,700萬

受益人次超過 200萬





5.1 各店皆為永續影響力基地 — CSR

遠東 SOGO 以公司使命「為所有人提供幸福」、核心價值 R.I.S.E(信賴可靠 Reliable、啟發創意 Inspire、永續長遠 Sustain、追求卓越 Excellence)為本,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,發揮通路優勢,攜手利害關係人,開創「遠東 SOGO NEW LIFE 工程」,持續投入資源於「關懷、永續、信賴」(Caring, Sustainability, and Reliability)等三大主軸實踐社會參與,各店依總公司政策,成為當地永續影響力基地。

2022 年遠東 SOGO 攜手 1,975 個外部單位,包括慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌、社會企業等,試圖解決各項社會問題,發起 912 場社會參與活動,共計投入資源價值超過 6,700 萬元,受益人次超過 200 萬。

為有效管理社會參與專案,2022年起,遠東SOGO開始使用B4SI (Business for Social Impact Framework)架構的系統化分析,希望藉由量化社會參與的投入與產出,提升資源分配效益。今後,遠東SOGO也將持續參考各項國際社會影響力評估框架,檢核活動成效並優化活動辦法。

攜手1,975個單位放大社會影響力 發起912場活動 投入資源6700萬 200人次受益



註: 1. 遠東 SOGO 依據 B4SI 計算三大公益面向投入資源(含現金捐贈、實物捐助、人力成本、管理費用)。 *2. 人力成本以 2022 年勞動部公告基本工資每小時 168 元計算。

B4SI三種動機

慈善捐助 41.80%

商業活動 30.39%

社區投資 27.80%

B4SI四種形式

現金捐贈 2.59%

> 人力成本 3.88%

實物捐助 34.60%

管理費用 59.82%

SOGO NEW LIFE的社會參與三大主軸(C·S·R)



社會共好 Caring

見少福利・弱勢關懷・防疫救災

永續共創 Sustainability

生態旅行・環保展覽・親子手作

文化共感 Reliability

職涯體驗・社區市集・藝文活動





5.1.1 永續公益鏈

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」,長期與文化機構、社福單位、學校配合,持續累積資源, 推動文化教育、社會公益,形成一股穩定的支持力量,每年固定舉辦三大指標活動。

基金會	財團法人太平洋崇光文教基金會		5人太平洋崇光文教基金會	財團法人 太平洋崇先社會福利基金會			
成立時間	1988 年			2000 4	‡		
發展宗旨	以提升全民文化藝術、生活品味為宗旨,長期推廣文化交流, 舉辦文教活動			延續遠東 SOGO 取之社會、用之社會的	延續遠東 SOGO 取之社會、用之社會的理念,致力推動社福與慈善活動		
2022 年 重點專案	第三屆遠東 SOGO 宅料理競賽暨逆風少年關懷行動			第 31 屆 SO GOOD 好小孩耶誕心願	第十屆 SO GOOD 好小孩少年楷模頒獎典禮		
合作單位	遠東集團徐元智先生紀念基金會 全民健康基金會 香格里拉台北遠東國際大飯店 逆風劇團			台灣兒童暨家庭扶助基金會陽光社會福利基金會羅慧夫顱顏基金會罕見疾病基金會 守見疾病基金會 台北市婦女救援基金會 基督教芥菜種會 國立臺南大學附屬啟聰學校 HAPPY GO 鼎鼎聯合行銷	HAPPY GO 鼎鼎聯合行銷 罕見疾病基金會 陽光社會福利基金會 羅慧夫顱顏基金會 家扶基金會		
		現金捐贈	● 總獎金 544,000 元	• 無	● 總獎金 363,000 元		
	10.7	實物捐助	• 10 個料理包,共 3,000 元	● 1,217 份禮物,均價 600 元,總價約 730,200 元	● 49 個福袋,包含生活用品、文具		
專案成效	<u>投入</u>	人力成本● 3 位專職同仁共投入 500 小時● 4 位志工共投入 28 小時		3 位專職同仁共投入 160 小時4 位志工共投入 32 小時	3 位專職同仁共投入 400 小時8 位志工共投入 26 小時		
		管理費用 • 2,056,000 元		• 361,500 元	• 1,847,000 元		





2. 永續環境力

3. 安心服務力

4. 幸福**職場力**

5. 社會影響力





基金會	財團法人太平洋崇光文教基金會		財團法人 太平洋崇先社會福利基金會			
專案成效	產出	 第一屆金牌料理商品化,與逆風劇團合作開啟百貨第一個料理包群募專案 媒合百貨4家餐廳,販售第二屆防疫餐優勝料理 207人報名參賽,較上屆成長33% 觸及逾3,192萬人次 63%為女性參賽者,女性參與率首次超越男性 	 超過 1,300 位民眾參與圓夢行動 7 家社福機構 1,217 位弱勢學童實現心願 加碼展示逆風劇團特境少年心願,期間計 166 人次參與料理包群募計畫 	 觸及逾 131 萬人次 49 位學童報名,選出 25 位楷模 發放獎學金給 4 位歷屆楷模 頒發 2 名熱心守護獎 十週年紀錄片 		
夺 采 以 X	影響力	 將「食安」、「防疫」、「綠色飲食」概念帶入供應鏈管理 73% 參賽者表示,本活動有助於提升對永續飲食、綠色餐飲的認知 85% 參賽者對遠東 SOGO 舉辦環保教育、文教活動、疫情期間照顧利害關係人感到滿意 	 遠東 SOGO 同仁擔任志工時數可抵公益假,員工參與度提高 遠東 SOGO 老顧客例行活動,公益之火薪傳不斷 羅慧夫顱顏基金會共同招募志工,並提前曝光攝影展作品,增加能見度 	學童被認同與肯定,獲得自信家長及照顧者努力有所回報社福機構透過協助個案報名,有機會向大眾傳達理念		

基金會透過 SOGO ESG 官網與 Facebook 粉絲頁,即時揭露最新訊息,讓公益故事廣為流傳,啟動社會善循環。

三大指標活動 深耕SOGO公益形象 長期投入社會參與 支持善意活水流動

少年楷模



10屆共獎勵 290位特境學童 獎學金360萬 44位總統教育獎 鼓勵多元 勇敢夢想

耶誕心願



31屆共4.1萬人次參與 2.8萬人次弱勢學童受益 **牽起M型社會兩端對話**

宅料理競賽



3屆共496人次參賽 累計觸及人次7,192萬 全民食育 綠色飲食



5.1.2 社會參與活動成果

2022年遠東 SOGO 與 1,975 個外部單位(次)合作,投入支援救災與防疫、支持公衛醫療、扶助弱勢、落實生態保育、推廣教育、促進體育及藝文發展、關懷社區鄰里、慈善捐贈等912場社會參與活動,並積極與合作廠商攜手,共創最大價值,例如服飾品牌 FREE 援助烏克蘭,捐贈 2,100 件保暖內搭衣、價值近 1,972 萬元;12 月全台有 1,753 個專櫃響應遠東 SOGO 發起的公益捐點,捐點換得購物金可折抵消費,等同 1,753 個專櫃願貢獻現金成本,共襄盛舉做公益。

年份	場次	參與人次	受益人次	投入資源價值(元)	合作單位數
2022	912	1,389,167	2,029,931	67,765,917	1,975
2021	391	1,312,745	1,802,019	22,105,733	268
2020	371	3,930,193	3,992,304	30,582,377	194
2019	158	1,131,775	1,229,362	21,587,265	80

註:

【 Caring 關懷 】

遠東 SOGO 於關懷面向傳達社會共好理念,執行專案類別橫跨社福、兒童及弱勢關懷,2022 年共投入 2,947 萬元,舉辦 140 場活動,逾 3 萬人次參與、11 萬人次受益。其中,大型兒福系列活動由財團法人太平洋崇光社會福利基金會舉辦,以「SO GOOD 好小孩」為標示。

SO GOOD 好小孩少年楷模



遠東 SOGO 自 2011 年起舉辦「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚」, 為台灣零售百貨唯一弱勢兒童典範徵選活動。全國身處清寒或疾病等逆境,仍 樂觀生活、熱心助人、勇敢夢想的6年級以下學童都可參選,目的不在「篩選」, 而是讓逆境向上的典範被看見,進而感動更多人;另設「熱心守護獎」,表彰 第一線老師與社工的貢獻。

歷年活動累計獎勵 290 位學童,邀請 46 位偶像名人為學童打氣,受 Covid-19 疫情影響,第十屆頒獎典禮順延至 2022 年,並擴大舉辦十週年成果 發表會,邀請歷屆得主共創長達 8 公尺巨型畫作、一同練習音樂,過程記錄成 短片、搭配學習單,將於 2023 年無償提供給全國小學及幼兒園,成為生命教育教材。

「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選」是「總統教育獎」的風向球,歷年共催生 44 名得主,遠東 SOGO 會邀請當年度獲總統教育獎的少年楷模及親友至百貨用餐,挑選服飾做為前進總統府領獎的行頭,亮麗登場展現生命正能量。

^{1.2022} 年起,遠東 SOGO 根據 B4SI 指引,投入資源加計人力成本、公司自有資源;如依原方式計算(現金、實物、部份管理費用),2022 年投入資源價值 50,908,693 元。

^{2.2021} 年社會參與活動數據重編。





黃晴雯董事長(中)與第10屆少年楷模合影





少年楷模 10 週年紀錄片

要解決的問題

以人氣百貨的通路力量 關注資源不足的弱勢兒童

解決方式

公開表揚 給予成就未來的勇氣 頒發獎學金

受益對象

弱勢與特殊生 家長 老師/社工

呼應SDGs





投入資源

依B4SI社區投資評估SOGO10年期間投入「少年楷模計畫」之貨幣化金額





72.1% 專案管理 16.1% 現金獎助 3.4% 人力資源 3.4% 實體物資

SO GOOD 好小孩的耶誕心願

專案延續性 累計參與人次 累計受益人次 31屆 4.1萬 2.8萬

遠東 SOGO 長期搭建公益平台,牽起 M 型化社會兩端對話,「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」是遠東 SOGO 公益計畫中,最廣為人知的一項,31 年來,逾 4.1 萬人次為超過 2.8 萬弱勢兒圓夢。2022 年,遠東 SOGO 串聯全台各店響應,共展示 7 間社福機構 1,217 位弱勢學童的心願卡;成功認領心願者,高達 69.8% 是首度參與,更有 52.3% 選擇為兩個以上兒童圓夢,顯示遠東 SOGO 深耕公益有成,將影響力拓展至更廣大客層。

除了耶誕心願,遠東SOGO更擴大將2022年11至12月定位為「暖心月」,以三大活動邀請消費者一起做公益。為支持兒童早期療育,遠東SOGO和遠東商銀、伊甸基金會推出互動式捐款裝置,共募集48,262元;東區地下街舉辦羅慧夫顱顏基金會「看見改變公益攝影展覽」,記者會邀請金曲歌后魏如萱分享勇於改變的過程;「點亮希望~捐點活動」則鼓勵消費者將HAPPY GO點數捐給家扶,可換100元購物金,全台募得點數換算超過新台幣28萬元。





	2022 特殊專案【暖心月】							
合作組織	遠東國際商業銀行 財團法人伊甸社會 福利基金會	羅慧夫顱顏基金會	財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會					
合作 方式	互動式捐款	於東區地下街舉辦 「看見改變公益攝 影展覽」	「點亮希望~捐點活動」鼓 勵消費者將 HAPPY GO 點數 轉捐予家扶,即可獲得遠東 SOGO 提供之 100 元購物金					
募集	共募集 48,262 元	實體展覽觸及 580 萬人次 活動網站觸及 170 萬人次	全台共 1,753 個專櫃響應收 券,活動共募得 793,800 點, 換算為 286,402 元捐款。					



遠東 SOGO 同仁每年享 10 小時公益假,圖為黃晴雯董事長(中)與 耶誕心願志工合照。



遠東 SOGO 串聯專櫃,鼓勵消費者捐點幫助弱勢,還可獲得購物金。

【Sustainability 永續】

遠東 SOGO 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,營造低碳教育場域,引導利害關係人內化環保意識。2022 年投入763 萬元,舉辦92 場永續共創活動,超過9萬人次參與,23萬人次受益。

亞太永續行動博覽會

遠東 SOGO 8 月受邀參與在台北世貿一館舉行的第一屆「亞太永續行動博 覽會」,與超過 100 個政府機關、企業、大學、社會企業、NGO 等致力推動 永續的夥伴,攜手展現行動成果,三天吸引近 2 萬人次參觀。

遠東 SOGO 以「綠色消費旅程」為策展主題,透過再生紙筒虛擬造林, 代表長期推動無紙化,為節省地球資源、生態保育盡一份心力,後方 LED 螢幕 呈現遠東 SOGO 永續績效亮點,並持續播放穿梭林間的意境,象徵走進遠東 SOGO 即開啟一場綠色消費旅程,也為熱鬧的展場保留一隅綠意。

公益心連心 二手衣募集

台灣每年丟棄 7 萬 2 千噸舊衣,相當於每分鐘丟棄 438 件衣服。遠東 SOGO 致力與合作夥伴共創永續行動,4 月世界地球日系列活動,與雅詩蘭黛集團聯手募集二手衣,從公司內部發起,擴及消費大眾,期望透過百貨業與美妝雙龍頭結盟,拋磚引玉,發揮 1+1>2 的影響力,呼籲大眾正視快時尚帶來的環境問題。

活動共 2,000 人次參與,回收 1,164 公斤衣物,捐給伊甸社會福利基金會,轉贈有需要的弱勢族群。遠東 SOGO 也將持續分享資源,不分大小,與願意友善地球的供應商一同努力,傳遞永續訊息。



永續教育向下扎根

遠東 SOGO 深諳教育的重要性,認為永續思惟應從小培養,故在規劃親子活動上,特別著重生態、環境保護。例如忠孝館 ThankQ 俱樂部與國立海洋科技博物館、台北市立天文科學教育館、國立台灣科學教育館合作舉辦 9 場課程,200 組家庭近千人寓教於樂;母親節檔期透過海洋繪畫比賽介紹生物、宣導環保,共95 位孩子參賽、3,000 人次挺展,讓百貨不只是消費場所,更達到親子互動及知識傳遞。



亞太永續行動博覽會



「海洋生物由我來守護」海洋繪畫展



與雅詩蘭黛共同發起二手衣回收

【Reliability 信賴】

「信賴可靠」是遠東 SOGO 核心價值,更是與利害關係人雙贏的關鍵。遠東 SOGO 全台營運據點共進駐超過 3,000 個櫃位,多元商品與服務是生活的縮影,各店透過辦理教育推廣、藝文發展、促進體育發展等文化共感活動,拉近與民眾的距離。2022 年投入超過 3,066 萬元於 680 場文化共感活動,累計超過 126 萬人次參與,逾 168 萬人次受益。

宅料理競賽

專案延續性

3屆

累計參與人次

496

累計觸及人次(含網路)

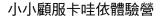
遠東 SOGO 舉辦「遠東餐廚達人賽」長達 12 年,為台灣培育近 2,000 名 餐飲精兵。2020 年起,國人飲食習慣受疫情威脅而減少外食,遠東 SOGO 看 見倡導健康飲食的契機,賽制轉型為面向全民的「防疫餐(宅料理)競賽」, 推廣自「煮」健康管理;2022 年,呼應「全民綠生活」,進一步導入國際永續 思潮,評分項目加入綠色餐飲概念,宣導減塑、不用一次性餐具、避免剩食、 使用在地當令食材。報名人數逐年成長,透過競賽進行全民食育,發揮人氣通 路的社會影響力。





許育鈴(左)以一道營養魚湯奪 下第三屆宅料理社會組冠軍。





遠東 SOGO 利用百貨通路具多元商品的優勢,推 出各項職人體驗,「小小顧服卡哇依體驗營」每年一開 放報名就被秒殺,2022 年忠孝館舉辦 10 場次,募集 60 位小小顧服員,從打卡換裝、迎賓、招呼語練習、服務 台諮詢、店內指引、廣播尋人、租借娃娃車,體驗遠東 SOGO 35 年來為人稱道的優質服務精神。還有高雄店的 「防災小英雄體驗營」、「小老闆市集」,天母店的「小 小木匠」等,鼓勵小朋友多元發展,尊重不同職業。







高雄店防災小英雄體驗營

顧客高度認同遠東 SOGO 深耕文教與公益

在基金會與各部門長期耕耘下,最新一期遠東 SOGO 顧客滿意度調查顯示,88.7% 消費者認為遠東 SOGO 值得信任,七成以上消費者對遠東 SOGO 在各項社會參與的相關作為給予正面評價,與上年度變動不大。最受好評的耶誕心願,滿意度高達 79.6%,第三屆宅料理競賽也獲得 75.2% 正評,與前一年度相較高出近 3 個百分點。調查結果已於 ESG 委員會提報,做為優化參考。

5.1.3 國際節日永續倡議

遠東 SOGO 響應國際趨勢,每月發起一項永續倡議,透過各店 FB 粉專、店內 LCD 與消費者溝通。2022 年 5~12 月共提出 8 項議題,包括國際不節食日、世界海洋日、世界人口日、國際青年日、低碳中秋、國際女孩日、世界無肉日、永續耶誕,總計觸及 15 萬人次。未來,遠東 SOGO 除將繼續關注永續議題,也將發起合適的行動方案,擴大串聯供應商響應。



















5.2 在地化經營

文 sogo

「百貨公司」為周遭帶來人潮與商機,被視為經濟繁榮的重要指標,遠東 SOGO 積極發揮核心能力,深耕在地,促進社區共融創生。

5.2.1 台北東區商圈共榮

遠東 SOGO 以企業社會責任出發,2019 年成立「台北市東區商圈發展協 會」,以「創意、創新、創業、創生」策略規劃,連續四年集結名店,祭出優 惠及抽獎,將週年慶人潮延伸至東區商圈,每年創造百萬人流。

遠東 SOGO 積極爭取振興東區, 2022 年成功完成多項照明強化及行人友 善設施;催生「東區廊帶計畫」,改善忠孝館卸貨區車輛停放問題,成果獲商 業處認可,後推出兩期工程,攜手市政府改造忠孝館後方廊帶,使東區地標遠 東 SOGO 與社區共融。

專案	重點	主導單位	成果與進度
振興東 區建設	1.強化照明與路線指引 2.增設行人友善設施與動線	遠東 SOGO	1.忠孝復興站站體下方照明提升 2.敦化南北路分隔島藝術燈照明 3.東區自行車道路線指引 4.忠孝復興站4號出口手扶梯建 置完成(2022/8/15) 5.忠孝復興路口試辦交叉行人穿 越線(2023/2/25)
東區廊帶計畫	1.改造忠孝館周邊使用目的,使空間利用符合法規並取得執照。 2.建置忠孝館後方廊帶,成為大面積綠色休憩園地。	遠東 SOGO 台北市 政府	細部規劃審查中,預計2023年5 月動工



遠東 SOGO 串聯東區週年慶帶動商機



捷運忠孝復興站雙向手扶梯竣工啟用



台北東區商圈發展協會舉辦市集吸引人潮



忠孝復興站站體下方照明提升



5.2.2 各店走入社區 化身影響力基地

遠東 SOGO 作為大家的百貨公司,營運據點開放館內公共空間,打造「OPEN SPACE」提供在地組織、民眾發揮的平台,攜手社區共好。

天母店 x 天母商圈

「萬聖節天母搞什麼鬼」是天母商圈最具代表性的年度活動。遠東 SOGO 長期與天母商圈發展協會合作,串連在地店家,帶來龐大商機,2022 舉辦第 14 屆,吸引 5,000 人次,不用出國就能感受濃濃的異國鬼節氣息! 元旦則有四校樂儀旗隊共 110 位學生聯合演出,引入 800 名人流,FB 直播影片超過 2,000 人點閱。

中壢店 x 六和商圈

六和商圈以遠東 SOGO 中壢店為核心,人氣與買氣蓬勃。一年一度的「萬聖鬼團踩街」和「百變驚像獎變裝 SHOW」邁入第 10 年,從遠東 SOGO 中壢店出發遊行,大人小孩卯起來展現最怪的自己,大喊「不給糖就搗蛋」,為商圈帶來生命力。虎年元宵,中壢店則配合桃園燈會舉辦「虎哩光明元宵燈籠彩繪展」,與畫室合作,讓小朋友發揮創意,成為中壢新地標,吸引 36,000 人次參觀。

高雄店 x 三多商圈

遠東 SOGO 高雄店與三多商圈保持友善互動,深耕在地里民關係,適逢 高雄店 26 週年慶,與交通部觀光局茂林國家風景區管理處舉辦「高雄觀光圈 x 高雄購市集」,邀請在地農特產與文創藝術品牌參與,讓民眾看見有群人努力 推廣高雄觀光,如同高雄店堅持提供最好的服務,為在地文化發聲。耶誕夜則 由三家教會組成幸福新三多報佳音團,用歌聲帶來暖意。

新竹店x桃竹苗親子百貨首選

遠東SOGO新竹店是桃竹苗地區親子百貨首選,「艾瑞·卡爾好好五重奏」 親子互動展 2022 年唯一場次即選在新竹店;同時,新竹店長期經營 ThanQ Club,打造親子友善空間,萬聖節邀幼兒園孩童打扮成小妖怪討糖,賣場充滿可愛「妖」氣。

2022年夏季,新竹店展開運動月特別企劃,舉辦拳擊、間歇訓練課程,邀居民燃燒脂肪、增加免疫力,活動累積觸及逾17萬人次。冬季請到新竹街口攻城獅籃球隊,人氣球員與民眾進行分組遊戲,拉近距離。



天母店聯合樂儀旗隊元旦演出



中壢店萬聖節踩街



高雄觀光圈×高雄購市集



新竹店「艾瑞·卡爾好好五重奏」 親子互動展

Appendix 附錄





附錄

附錄一、國際永續揭露框架對照表

全球永續性報告 GRI Standards 索引

下列指標係參考全球報告書協會(Global Reporting Initiative, GRI)永續性報導準則(GRI準則)2021年版本對應本報告書內容。相關資訊已如外部檢核聲明書所示,經檢驗符合 GRI Standards 對於外部檢核列表之要求。

使用聲明	GRI 1 使用	適用 GRI 行業準則
遠東 SOGO 自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期間內,依循 GRI 準則進行報導	GRI 1:基礎 (2021)	N/A

GRI 2: 一般揭露 2021

	揭露指標	參考章節	頁碼	註解
2-1	組織詳細資訊	關於報告書	6	
2-2	組織永續報導包含的實體	關於報告書	6	
2-3	報導時間、頻率與聯絡人	關於報告書	6	
		2.3 能源管理	76	重編 2019~2021 用電總量,加計再生能源
2-4	資訊重編	4.1 員工輪廓 4.2 薪酬福利 4.4 職場安全與健康	106 110 123	勘誤 2021 年中高階主管男女任用比例 勘誤 2021 年享育嬰假人數 勘誤 2021 年 FR、SR
		5.1.2 社會參與活動成果	134	重編 2021 年公益活動場次、參與 / 受益人次、投入資源價值
2-5	外部保證 / 確信	關於報告書	6	
2-6	活動、價值鏈與其他商業關係	1.5 供應鏈管理	47	
	員工	4.1 員工輪廓	106	
2-8	非員工的工作者	4.1 員工輪廓 4.4 職場安全與健康	106 123	僅揭露各專櫃及承攬商主動回報狀況,近年全體工作者無發生法 定重大職業災害。



1. 穩健經營力

2. 永續環境力

3. 安心**服務力 4.** 幸福**職場力**

5. 社會影響力

附錄



	揭露指標	參考章節	頁碼	註解
2-9	治理結構與組成	1.1 公司治理	26	
2-11	最高治理單位的主席	1.1.2 董事會	27	
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	Ⅲ永續 SOGO-永續推動機制與架構	15	
2-13	衝擊管理的負責人	1.1.3 內控機制	31	
2-14	最高治理單位在永續報導的角色	關於報告書	6	
2-15	利益衝突	1.1.2 董事會	27	
2-19	薪酬政策	4.2.1 薪酬制度	110	
2-20	薪酬決定的流程	4.2.1 薪酬制度	110	
2-21	年度總薪酬比率	4.2.1 薪酬制度	110	
2-22	永續發展策略的聲明	II. 關於遠東 SOGO	7	
2-23	政策承諾	II. 關於遠東 SOGO 4.1.1 員工組成與分布	7 106	
2-24	納入政策承諾	II. 關於遠東 SOGO 1.0 策略成果與規劃 2.0 策略成果與規劃 3.0 策略成果與規劃 4.0 策略成果與規劃	7 23 51 87 103	
2-25	補救負面衝擊的程序	關於報告書 1.0 策略成果與規劃 2.0 策略成果與規劃 3.0 策略成果與規劃 4.0 策略成果與規劃	6 23 51 87 103	
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	關於報告書	6	
2-27	法規遵循	1.1.4 誠信經營	32	
2-28	公協會的會員資格	1.1.2 董事會	27	



	揭露指標	參考章節		揭露指標		註解
2-29	利害關係人議合方針	關於報告書 Ⅲ永續 SOGO- 遠東 SOGO 價值鏈與永續議題關係 3.2.1 顧客關係管理與溝通 4.2.2 員工福利	6 18 92 112			
2-30	團體協約	無		本公司無設立工會,故無簽署協約		

GRI 主題準則

主題	GRI 指標對照	參考章節	內容或註解
❤~TH→△I	GRI 3-1 決定重大主題的流程	關於報告書	
管理方針	GRI 3-2 重大主題列表	關於報告書	
		營運績效	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	1.0 策略成果與規劃	
	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1.2.2 營運績效	營業總額新台幣 450.1 億元
GRI 201 經濟績效	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別	
(2016)	201-3 定義福利計劃義務與其他退休計畫	4.2.3 職場權益	
	201-4 取自政府之財務補助	1.2 營運成果	
		永續選商與消費	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	2.0 策略成果與規劃	
GRI 204 採購實務 (2016)	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	2.1.2 綠色行動	100% 在地採購



管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	1.0 策略成果與規劃	
官'理力虾			
GRI 205 反貪腐	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	1.1.4 誠信經營與企業廉潔	
(2016)	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.1.4 誠信經營與企業廉潔	
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	1.4.2 危機事件處理	
		法規遵循 	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	1.1 公司治理	
GRI 2-27	GRI 307 有關環境保護的法規遵循	1.1.4 誠信經營	2022 年無發生相關違規事件
法規遵循	GRI 419 社會經濟法規遵循	1.1.4 誠信經營	2022 年罰款總金額新台幣 225,000 元,皆已完成改善。
		能源管理、綠色產品與服務	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	2.0 策略成果與規劃	
	302-1 組織內部的能源消耗量	2.3.2 節能措施與成效	361,550.3GJ
	302-2 組織外部的能源消耗量	2.3.2 節能措施與成效	每度用電創造營收新台幣 447.99 元
GRI 302 能源 (2016)	302-3 能源密集度	2.3.2 節能措施與成效	8.03 GJ/ 百萬元
	302-4 減少能源消耗	2.3.2 節能措施與成效	
	302-5 降低產品和服務的能源需求	2.3.2 節能措施與成效	
		記候策略與行動、溫室氣體管理 	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	2.2 氣候變遷減緩與調適	
	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	2.3.2 節能措施與成效	
GRI 305 排放 (2016)	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	2.3.2 節能措施與成效	51,114 噸 CO2e
	305-3 其他間接 (範疇三) 溫室氣體排放	2.3.2 節能措施與成效	



1. 穩健經營力

2. 永續環境力

3. 安心服務力

4. 幸福**職場力**

5. 社會**影響力**

附錄



	305-4 溫室氣體排放密度	2.3.2 節能措施與成效	0.0011 噸 CO2e/ 千元
GRI 305 排放	305-5 溫室氣體排放減量	2.3.2 節能措施與成效	排放密集度下降 9.84%
(2016)	305-6 破壞臭氧層物質的排放	2.3.2 節能措施與成效	主要排放 CO2
	305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx),及其他重大的 氣體排放	2.3.2 節能措施與成效	無
		員工薪酬與福利	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	
	401-1 新進員工和離職員工	4.1.2 員工流動	新進 178 人,新進率 13.54%;離職 307 人,離職率 23.35%
GRI 401 勞雇關係 (2016)	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	11 位女性、3 位男性申請
		職場安全與健康	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	
	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	4.4.2 員工健康管理	
	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	
GRI 403	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	
職業安全衛生 (2018)	403-6 工作者健康促進	4.4.2 員工健康管理	
	403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生 的衝擊	4.4.1 職場安全管理	
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	4.4.1 職場安全管理	ISO 45001 涵蓋 6,328 人,涵蓋率 60.74%
	403-9 職業傷害	4.4.1 職場安全管理	失能傷害嚴重率 10,嚴重傷害頻率 0.38
	403-10 職業病	4.4.2 員工健康管理	無



1. 穩健經營力

2. 永續環境力

3. 安心服務力

4. 幸福**職場力**

5. 社會影響力

附錄



		人才留任與發展	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	
GRI 404	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4.3.1 員工培育	11.77 小時
訓練與教育 (2016)	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	4.3.1 員工培育	
(2010)	404-3 定期接受績效及職業發展檢覈的員工百分比	4.3.3 職涯發展	100%
GRI 405	405-1 治理單位與員工的多元化	1.1.2 董事會 4.1.1 員工組成與分布	
員工多元化與平等 機會 (2016)	405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4.2.1 薪酬制度	高階主管 1:1.17 中階主管 1:1.003 專業人員 1:1.06
	商品安全	≧與透明、顧客關係與溝通	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	3.0 策略成果與規劃	
GRI 416 顧客健康	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1.1 商品安全管理與架構	100% 商品經過健康和安全衝擊評估,對消費者無顯著負面影響
與安全 (2016)	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 商品管理機制與行動方案	2022 年無發生相關違規事件
ODI 447	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3.1.2 商品管理機制與行動方案	
GRI 417 行銷與標示 (2016)	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法	3.1.2 商品管理機制與行動方案	2022 年無發生相關事件
(2010)	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.1.2 商品管理機制與行動方案	2022 年無發生相關事件
	,	資訊安全	
管理方針	GRI 3-3 重大主題管理	1.0 策略成果與規劃	
GRI 418 客戶隱私 (2016)	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.3 資安防護	2022 年無發生相關事件



永續會計準則委員會 (SASB) 對照表

揭露主題	能源管理 Energy Management					
指標代號	揭露指標		對照	揭露		章節對照
		2019年	2020年	2021年	2022年	
CG-MR-130a.1	(1) 能源總消耗(GJ)	415,563.19	379,912.29	353,961	361,550.3	2.3.2
CG-IVIN-130a.1	(2) 總用電量百分比%	100%	100%	100%	100%	節能措施與成效
	(3) 再生能源百分比%	0%	0.062%	0.077%	0.058%	
揭露主題		數據安全【	Data Security			
指標代號	揭露指標		對照	揭露		章節對照
CG-MR-230a.1	具體描述數據風險鑑別的方式		員會」完成個人資料盤 全台同仁個資教育訓練			
CG-WIN-230d.	共	• 建立資安事件通報 員會,由法務室網				
		2019年	2020年	2021年	2022年	1.3
	(1) 數據洩露的數量	0	0	0	0	資安防護
CG-MR-230a.2	(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	00	0	0	0	
揭露主題		勞動條件 La	abor Practices			
指標代號	揭露指標		對照:	揭露		章節對照
		2019年	2020年	2021年	2022年	
CG-MR-310a.1	(1) 每小時平均工資(新台幣:元)	187	189	189	193	4.2.1 薪酬制度
	(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	
CG-MR-310a.2	(1) 店內員工自願離職率%	26.4%	14.3%	15.97%	20.76%	
OG-IVIN-3 (Ud.2	(2) 店內員工非自願離職率%	0.1%	0	0	2.25%	4.1.2 員工流動
CG-MR-310a.3	因訴訟引起的金錢損失總額(新台幣:元)	20,000	0	0	0	



1. 穩健經營力

2. 永續環境力

3. 安心**服務力 4.** 幸福**職場力**

5. 社會**影響力**

附錄



揭露主題	職場多元包容 Workforce Diversity & Inclusion										
指標代號	揭露指標										章節對照
				9年	2020年		2021年		2022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	
CG-MR-330a.1	各性別占全體員工的百分比%	男性	6.7%	25.9%	6.8%	25.1%	7%	24.8%	7.38%	24.87%	4.1.1
		女性	7.5%	59.9%	7.7%	60.5%	7.5%	60.7%	7.52%	60.23%	員工組成與分布
	各種族/族群占全體員工的百分比%	原住民	为 /见障台	 就業機會平 ⁹	 空・木 <i>小</i> 三	······································	3.丁括佐.	+	. 121		
	各種族/族群占全體員工的百分比% 新住民		(······································	·····································	以無怕關貝 	.^+ °	•••••	
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	0			
揭露主題		產品來源、包	裝與行銷 Product Sourcing, Packaging & Marketing								
指標代號	揭露指標			對照揭露						章節對照	
CG-MR-410a.1	獲得第三方認證環境/社會永續認證的產品	山收入 (新台幣元)	201 -	9年	202 -	0年	202 -	?1 年	202 -	2年	
CG-MR-410a.2	評估衡量產品中的化學相關的風險或危害的説明		遠東等新動態發現問	年成立「商 GOGO 會進 影 問題商品新 N組追蹤處理	行抽檢,5	另由專人每	日蒐集媒體	計聞與政府	· 育資訊,以		3.1 商品安全管理
CG-MR-410a.3	3 討論如何減少包裝對環境的影響		張所勢 • 紙本 [S店使用 FS 製成的購物打 DM 皆採大豆 以店內包材	是袋,並採 豆環保油墨	購 FSC 認 印刷	證擦手紙與		里委員會)	認證紙	2.1 綠色行銷





		營運指標					
指標代號	揭露指標		對照揭露				
		2019年	2020年	2021年	2022年		
CG-MR-000.A	(1) 營運據點數量	7	7	7	7	1.2 營運成果	
CG-MIN-000.A	(2) 配送中心數量	0	0	0	0		
CG MP 000 P	(1) 營運據點總面積(單位:平方公尺 m²)	392,633.02	392,633.02	392,633.02	392,633.02	1.2	
CG-MR-000.B	(2) 配送中心總面積 (單位:平方公尺 m²)	0	0	0	0	營運成果	

附錄二、聯合國全球盟約對照表

分類	10 項原則內容	對應章節
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
	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
勞工	消除一切形式的強迫和強制勞動	4.2.3 職場權益
標準	確實廢除童工	4.1.1 勞工組成與分布
	消除就業和職業方面的歧視	4.1.1 勞工組成與分布
	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	
環境	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



附錄三、保證聲明書



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PACIFIC SOGO DEPARTMENT STORES CO., LTD.'s SUSTAINABILITY REPORT FOR 2022

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by PACIFIC SOGO DEPARTMENT STORES CO. LTD. (hereinafter referred to as EAR EASTERN SOGO) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2022 (hereinafter referred to as the Report). The scope of assurance is based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology and AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 Moderate level to assess whether the text and data in accompanying tables contained in the report presented and complies with the GRI Universal Standard (2021) and AA1000 Accountability Principles (2018) during verification (2023/04/20~2023/05/24) in FAR EASTERN SOGO headquarter. The assurance process did not include the evaluation of specific performance information outside the scope, such as climate-related financial disclosures (TCFD) and sustainability accounting standards board (SASB), and non-material topics and its related performance indicators

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 FAR EASTERN SOGO's Stakeholders.

RESPONSIBILITIES

TWLPP 5008 Issue 2305

The information in the FAR EASTERN SOGO's Sustainability Report of 2022 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and management of FAR EASTERN 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 FAR FASTERN 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 and standards including the principles of reporting process contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) GRI 1: Foundation 2021 for report quality, GRI 2 General Disclosure 2021 for organisation's reporting practices and other organizational detail, GRI 3 2021 for organisation's process of determining material topics, its list of material topics and how to manages each topic, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and/or ISAF3000

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

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

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Reporting Criteria Options

- 1 GRI Universal Standard (2021) (Reference)
- 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 Universal Standards (2021) listed in the GRI content index where the organization has referenced for the preparation of the reported information.

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.

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) and SASB related disclosures related performance indicators 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 FAR EASTERN 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, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

FINDINGS AND CONCLUSIONS

ASSURANCE/VERIFICATION OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the disclosure with inclusivity, materiality, responsiveness, and impact information in the scope of assurance is reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the reporting

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

ADHERENCE TO AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018)

INCLUSIVITY

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

FAR EASTERN SOGO has established effective processes for determining issues that are material to the husiness. 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.

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

FAR EASTERN 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, FAR EASTERN SOGO's Sustainability Report of 2022, is reporting with reference to the GRI Universal Standards 2021 and complies with the requirements set out in section 3 of GRI 1 Foundation 2021. The significant impacts were assessed and disclosed with reference to the guidance defined in GRI 3: Material Topic 2021. and the relevant 200/300/400 series Topic Standard related to Material Topic have been disclosed. The report has properly disclosed information related to FAR EASTERN SOGO's contributions to sustainability development. For future reporting, FAR EASTERN SOGO is encouraged to prepare for the transition to reporting in accordance with the GRI Standards, with more comprehensive details of its management processes on the identified impacts on the economy, environment, and people, including impacts on their human rights. The target setting of identified material topics are expected to periodically review based on the sustainability context of FAR EASTERN SOGO.

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

AA1000 Licensed Report 000-8/V3-P5A08

Knowledge Deputy General Manager Taipei, Taiwan 14 July, 2023



用愛 啟 動 新 生 活











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

