

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：

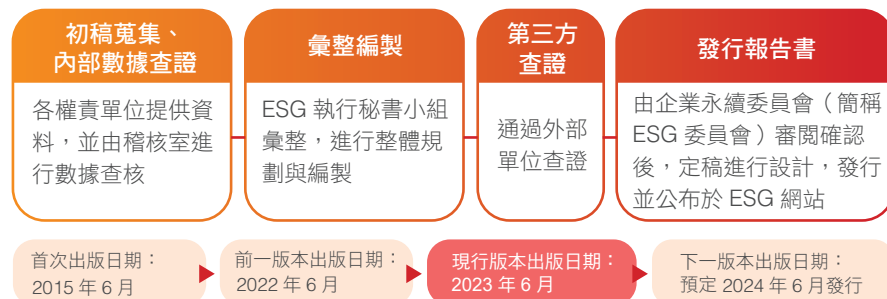
發布單位	準則框架／法規
聯合國（The United Nations, UN）	聯合國全球永續發展目標（UN Sustainable Development Goals, SDGs）
全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standards Board, GSSB）	GRI 2021 公布通用準則 2021（Universal Standards 2021）
國際金融穩定委員會（Financial Stability Board, FSB）	氣候相關財務揭露框架（Task Force on Climate-related Financial Disclosures,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

報導範疇

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，於該段落附註說明。

報告書管理流程與發行



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SOGO 35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！

遠東 SOGO 百貨 董事長

黃晴雯

2023 年 5 月

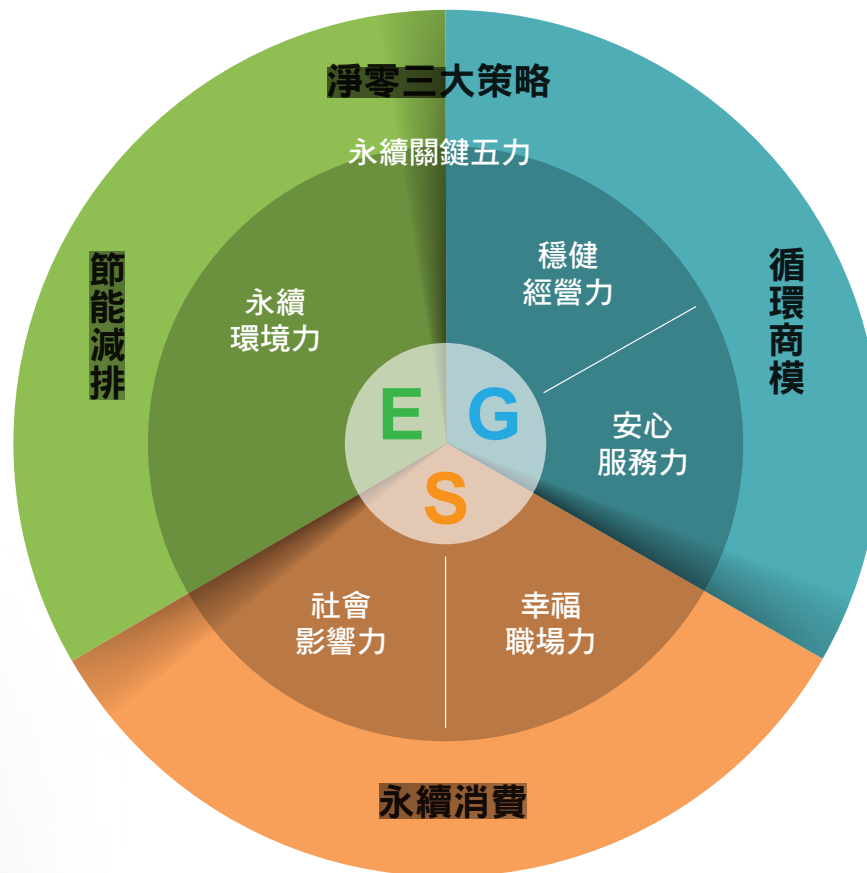


ESG 特輯

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。



遠東SOGO永續發展路徑圖



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，稅前 / 後淨利、每股盈餘（稅後）、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%，稅後盈餘成長 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			
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	 	循環商模	- 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 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%

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	   	永續消費	• 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
	以「關懷（Caring）」、「永續（Sustainability）」、「信賴（Reliability）」三大美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	  		

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	  	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 年全台各店碳中和、2050 年配合政府政策淨零



榮耀與肯定

加入1國際倡議、獲得30個獎項、5認證

綜合績效：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

環境永續E：12項/1國際倡議

- 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參獎
- 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績優單位(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
銅獎



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

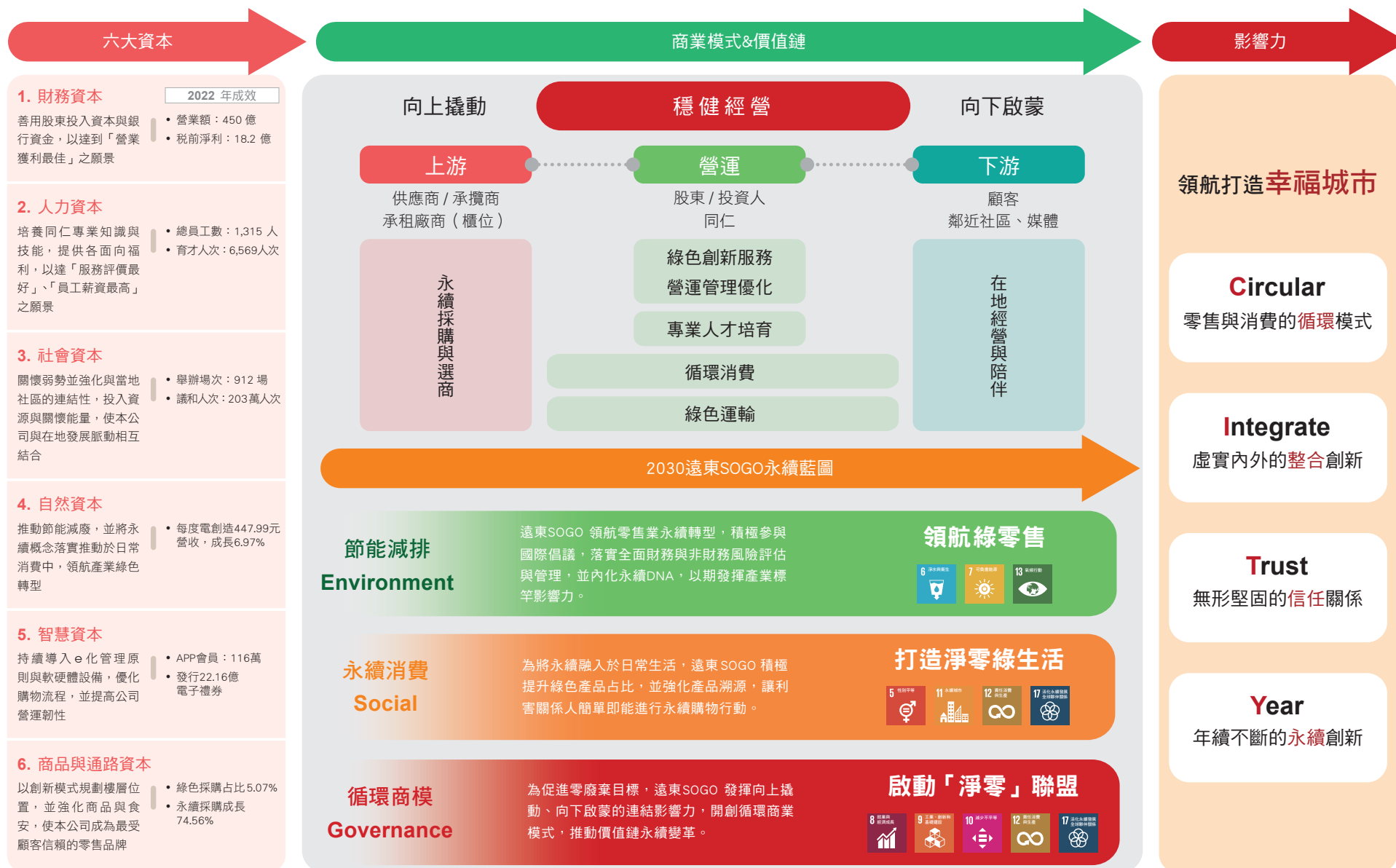


2022 統一發票
營業績優單位



2022
Buyingpower
參獎

永續發展策略藍圖與價值創造

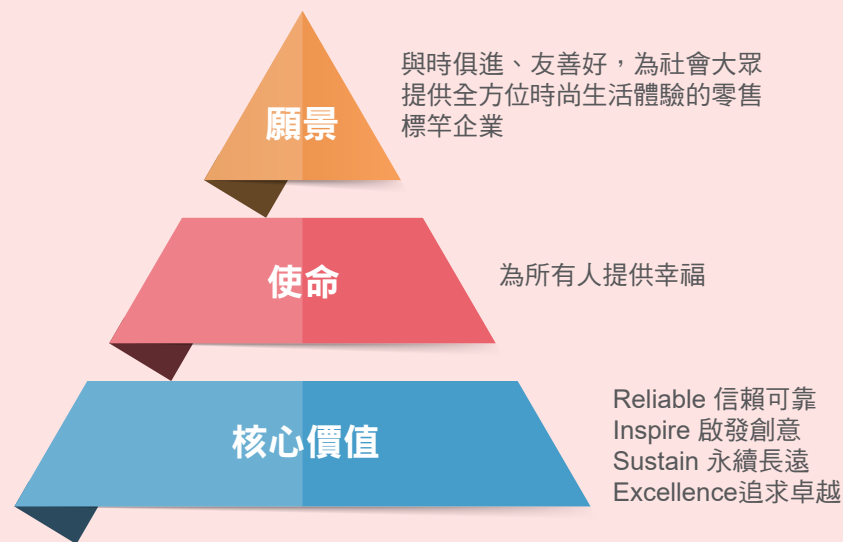


遠東 SOGO 願景工程

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。

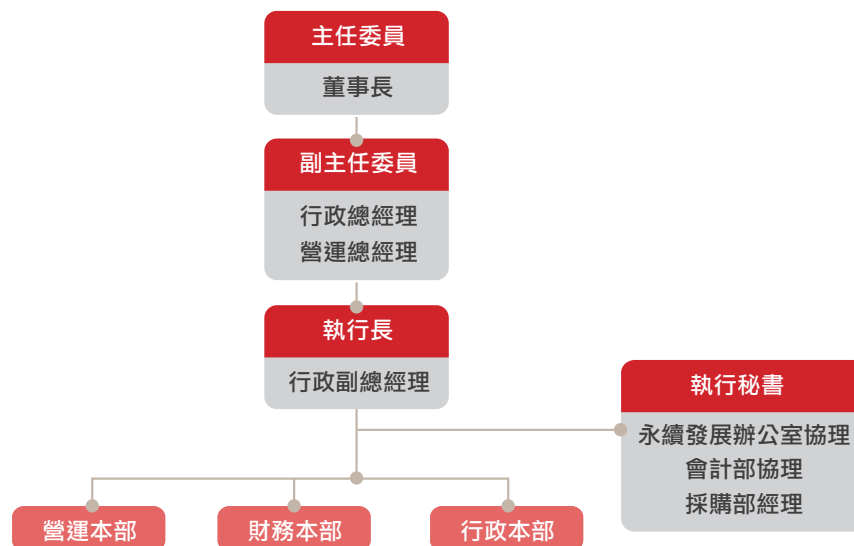


永續 SOGO

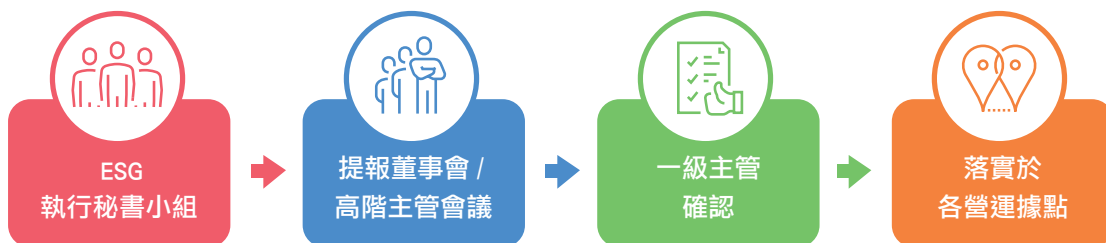
遠東SOGO自2007年啟動「NEW LIFE工程」，藉由「關懷分享、永續家園、優質生活、文化創新」四大精神推動永續行動；更將2015年定調為「CSR元年」並積極設立委員會以開展、監督相關管理政策與行動。2020年呼應國際永續趨勢，將「CSR委員會」更名為「企業永續委員會」（簡稱ESG委員會），並訂定2020年為遠東SOGO「永續元年」。

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—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。

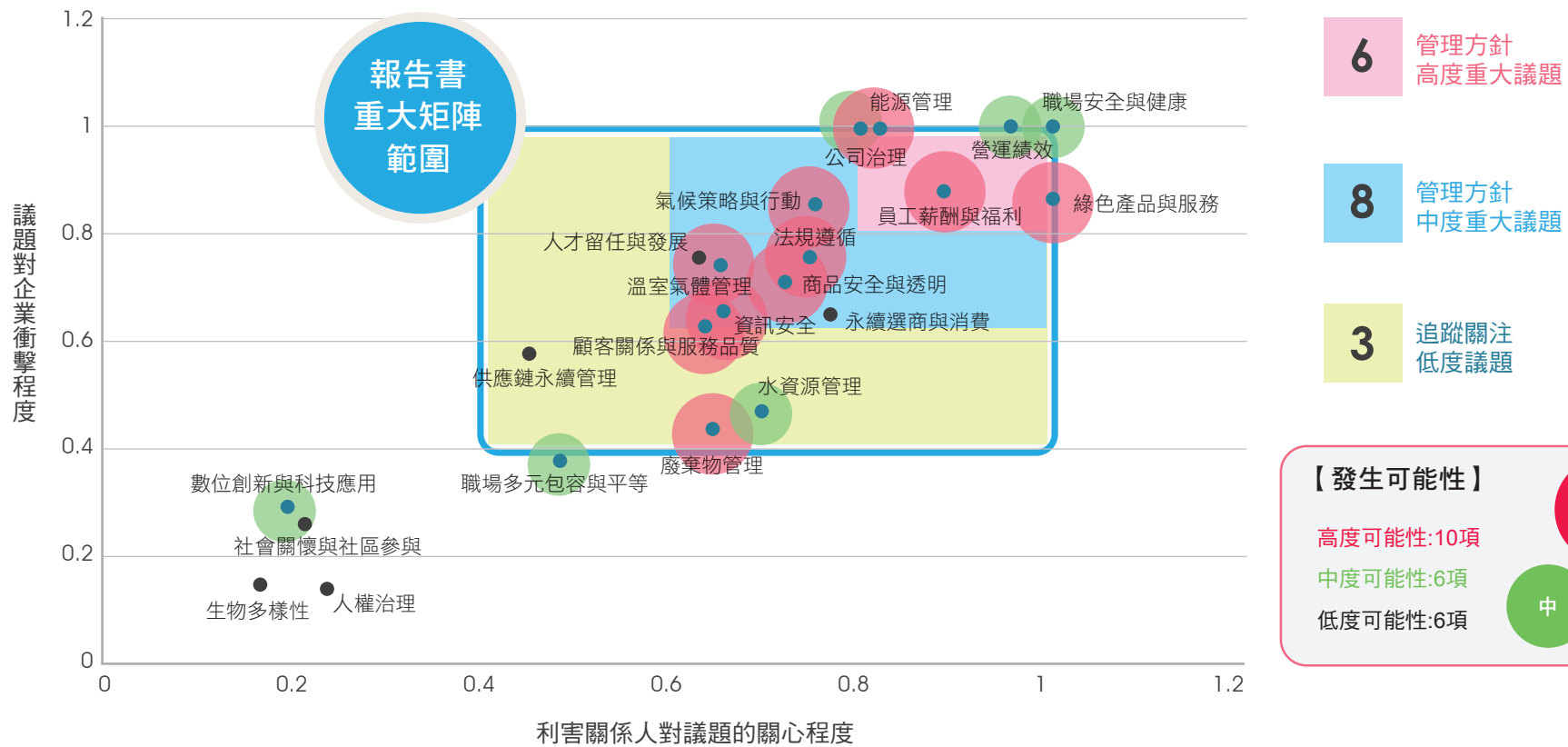
STEP 5 議題影響評估與討論：14 項重大主題

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。

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 問卷議題	議題重要性			議題變動說明	對應章節
	2022	2021			
營運績效	高度	中度	↑ 上升	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		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		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			2.2 氣候變遷減緩與調適 p.69
永續選商與消費	中度	高度	↓ 下降	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		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。

回應 章節	永續議題	GRI 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)							永續目標 (SDGs)
			高	中	低	上游		營運		下游			
						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	
穩健 經營力	營運績效	GRI 201 經濟績效		v		△	O	O	O	v	v		
	永續選商與消費	GRI 204 採購實務			v	O	O	v	O	△	v	v	
	公司治理	GRI 205 反貪腐			v	△	△	O	O	v			
	法規遵循	GRI 2-27 法規遵循 [註 3]			v	△	△	O	O	△			
	資訊安全	GRI 418 客戶隱私			v	v	△		O	O			
永續 環境力	能源管理	GRI 302 能源管理			v	△	△		O		v		
	氣候策略行動	GRI 305 排放			v	△	△		O	△			  
	溫室氣體管理				v	O	O		O	△	v		 

回應 章節	永續議題	GRI 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)							永續目標 (SDGs)
			高	中	低	上游 承租廠商 (專櫃)	供應商 / 承攬商	股東 / 投資人	營運 員工	顧客	下游 鄰近 社區	媒體	
安心 服務力	綠色產品與服務 *	-			v	△	O	v	△	O			
	顧客關係與溝通	GRI 416 顧客健康與安全 GRI 417 行銷與標示			v	△	△		O	O		v	 
	商品安全與透明				v	△	△	v	O	O		v	  
幸福 職場力	員工薪酬與福利	GRI 401 勞雇關係			v			△	O				
	職場安全與健康	GRI 403 職業健康與安全			v	O	O	v	O	O			
	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		△	v	O				  

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)：說明組織因其自身的活動所造成衝擊

促成 (△)：說明組織的活動致使、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

利害關係人議合

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】制度修改說明會、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
 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

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、說明與協調會（檔期協調會、樓層改裝施工說明會）	- 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