

# 2 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

國家企業環保獎

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  
億元

6.5  
座玉山

「服务型碳標籤」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. 永續環境力

## 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	說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	回應台灣政府 2050 年淨零目標，早於法令規範主動導入 TCFD 氣候相關財務揭露之國際框架，自主進行溫室氣體盤查，強化氣候風險治理	
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)	—	—	

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 行動	預防與 減緩 行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>致力提升能源生產效率；發展再生能源，追求淨零</li> <li>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</li> <li>對於水資源進行管理，提高用水效率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>上游：推動永續選商、永續採購</li> <li>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</li> <li>下游：整合全台各店自媒體平台，進行綠色服務宣導</li> <li>攜手利害關係人，提高回收比例與資源再使用率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立氣候變遷委員會，正視氣候變遷帶來的衝擊與商機</li> <li>承作綠色定存</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>檢視溫室氣體排放熱點並規劃減碳策略</li> </ul>
	實際 行動 方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>積極佈局創能，建置太陽能發電案場</li> <li>使用雨水回收系統，更換省水設備裝置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>發展 SOGO Sustain 永續選商識別系統</li> <li>推動綠色餐廳</li> <li>落實綠色採購、社創採購、以租代買等永續採購原則</li> <li>提高資源回收比例、導入廚餘處理機</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各店逐步導入溫室氣體盤查</li> </ul>
	成效追縱	<ul style="list-style-type: none"> <li>用電度數</li> <li>每度用電創造的營收</li> <li>再生能源發電度數；占整體用電之比例</li> <li>用水度數</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全台綠色餐廳比例</li> <li>綠色採購占比</li> <li>其他永續採購金額（包含社創採購、以租代買）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>氣候治理的實務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>忠孝店、復興店、天母店完成 ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查</li> </ul>



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
利害關係人議合	溝通機制	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源管理委員會小組會議</li> <li>每年定期繳交 EP100 報告書</li> </ul>	自媒體：粉絲專頁、官網、IG、電子報、DM 等溝通管道	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事會定期報告</li> <li>年度永續報告書</li> <li>永續教育訓練課程</li> </ul>	
	2022年溝通頻率	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>和 EP100 總部不定期溝通（申請溝通、加入後的聯繫）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>每月利用自媒體進行永續倡議</li> <li>全台不定期小農 / 社創市集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦 3 次氣候變遷委員會小組會議</li> <li>辦理 1 次 TCFD 氣候治理主題教育訓練課程</li> <li>舉辦 10 場永續教育訓練</li> </ul>	
目標設定	短期目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>每度用電創造的營收成長</li> <li>啟用新竹店第二期太陽能發電案場</li> <li>天母店完成再生能源憑證申請</li> <li>【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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續透過倡議，提高顧客對於 SOGO 永續消費的認知與滿意度</li> <li>透過共創各項永續行動，攜手品牌專櫃轉型</li> <li>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</li> <li>強化綠色行銷，減少紙本 DM 印製、提高 eDM 發放占比</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>逐年提高 TCFD 氣候風險揭露程度，目標 2023 年成為 TCFD Supporter</li> <li>全台各店完成溫室氣體盤查</li> <li>2023 年規劃啟動全台的「碳足跡」申請作業</li> </ul>	
	中長期目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>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%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續提高環保禮贈品採購金額 100~200 萬元 / 年</li> <li>增加產品溯源與透明化的比例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2028 年全台各店取得減碳標籤</li> <li>2028 年後，每兩年完成一家單店碳中和</li> <li>2040 年完成全台 7 店碳中和</li> <li>2050 年響應政府政策淨零</li> </ul>	



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



### 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



### 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



### 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



### 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



### 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



### 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



### 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



### 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



### 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，且員工餐廳皆已取得



### 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

- 自媒體永續倡議與溝通共66則，觸及逾16萬人次



### ISO 14064-1:2018查證

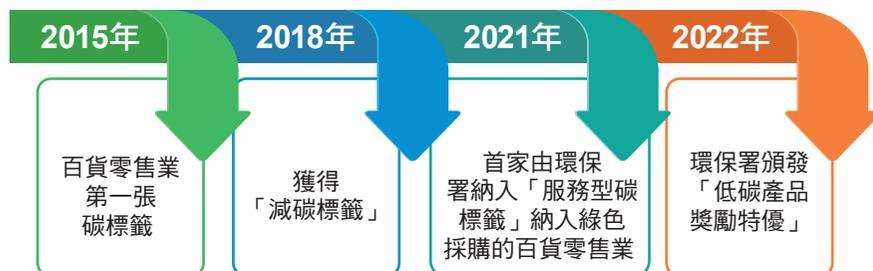
- 忠孝館、復興館、天母店完成2021年溫室氣體盤查並通過 ISO 14064-1:2018查證

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%，每度用電創造營收成長50.52%。

#### 典範意涵

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。

## 遠東 SOGO 永續框架里程碑

2015	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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）</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台百貨第一家發行電子禮券</li> </ul>	
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 從紙張開始，大規模進行綠色採購</li> </ul>		
2017	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台百貨第一家通過 ISO 50001 驗證（敦化館）</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	
2018	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台百貨首家獲減碳標籤（天母店）</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台百貨首家進行溫室氣體盤查（復興店）</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 天母店太陽能發電案場重新啟動</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• 復興店申請能源局 ESCO，更換冰水主機，獲得良好節能成效</li> </ul>
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 忠孝店、中壢店、高雄店申請能源局 ESCO 節能補助方案，更換冰水主機，獲得良好節能成效</li> </ul>		
2020	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 敦化館 ISO 50001 展延</li> <li>• 啟用位於新竹的第二座太陽能發電案場</li> </ul>		
2021	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 首度導入 TCFD，並於 2021 永續報告書揭露</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台百貨首家、二度榮獲減碳標籤（天母店）</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 百貨第一推動永續選商識別系統，推出〈SOGO Sustain·好物好選〉</li> </ul>
2021	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台百貨第一、輔導餐飲專櫃申請綠色餐廳</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 是環保署推行「服务型碳標籤」納入綠色採購的第一個百貨（天母店）</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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」</li> </ul>
2022	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 亞太首家加入 EP100 的百貨零售業者</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 連續 4 年榮獲國家企業環保獎</li> <li>• 天母店獲行政院環境保護署低碳產品獎勵 - 特優、經濟部水利署節水績優單位 - 優等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 首家承作綠色定存的百貨</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 啟動興建新竹店二期太陽能板建置計畫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>

## 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。

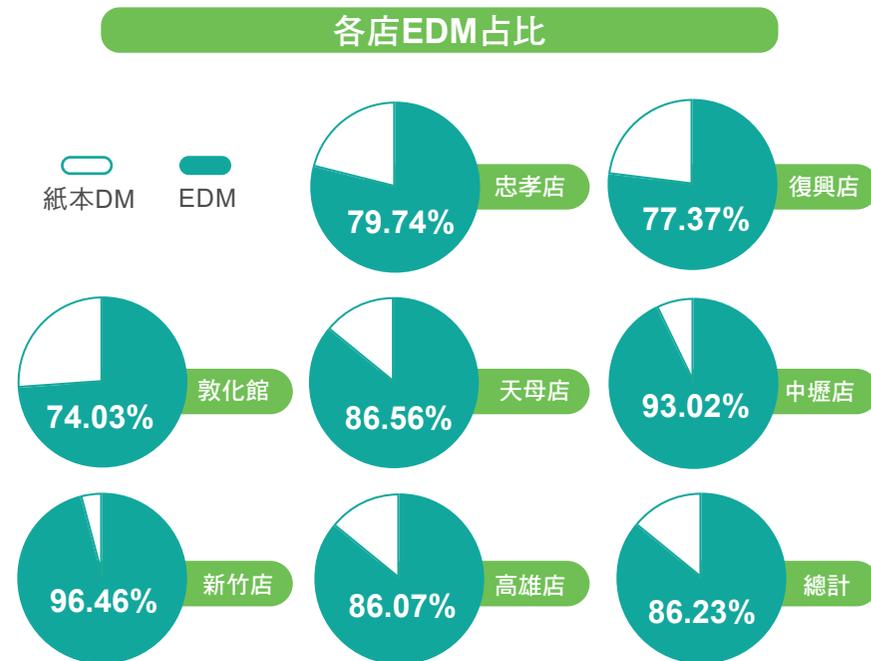
	2019	2020	2021	2022
Facebook 粉絲數	230,000 人	250,000 人	272,259 人	276,455 人
Instagram 粉絲數	16,569 人	18,965 人	21,213 人	22,387 人
LINE OA 好友數	80,462 人	99,507 人	119,384 人	139,628 人
Youtube 頻道訂閱數	-	-	-	396 人

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兌換券，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）



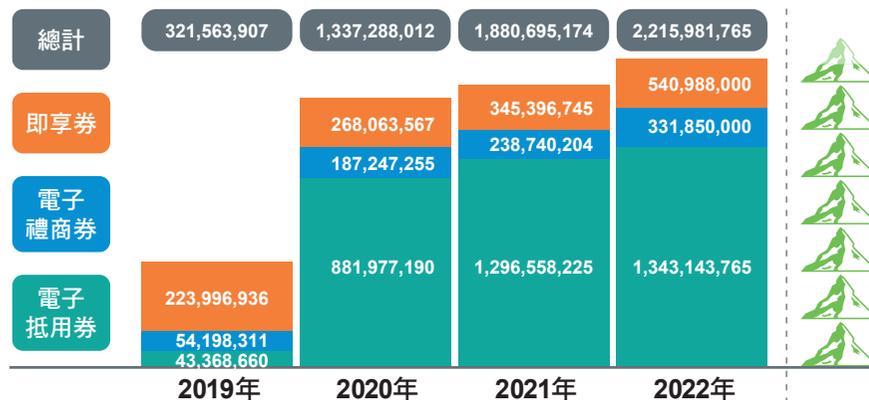
遠東 SOGO 提供 HAPPY GO 電子點數作為贈品選項，減少實體贈品在包裝與運送過程中產生碳排放，2018~2021 年點數發放連續 4 年成長。2022 年疫情升溫，加上 1~8 月捷運忠孝復興站 4 號連通口封梯工程影響，期間忠孝館來客數微幅下降，全年仍發出 5.55 億點，與前年相差不大。

### HAPPY GO 電子點數發放統計



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
特色	各類回饋兌換新選擇，即兌即享用！	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 一鍵兌換！
	減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染	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。	SOGO 自行發行之電子禮商券，除發放予 SOGO 同仁使用外，SOGO 贈獎系統及 PAY EASY 網站平台亦有販售。	搭配店內滿千送百等販促活動時發放，直接透過手機掃描發票 QR Code，即可兌換及使用。

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。



### 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	
	綠色採購	金額	31,956,905 元	30,208,221 元	25,387,484 元	35,048,931 元
		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
		占比	100%	100%	100%	100%
	獲獎	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 臺北市政府綠色採購表揚</li> <li>• 行政院環保署綠色採購表揚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 臺北市政府綠色採購表揚</li> <li>• Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎、特別獎</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 臺北市政府綠色採購表揚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 臺北市政府綠色採購表揚</li> <li>• Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制參獎、特別獎</li> </ul>	
	永續採購內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 包裝紙袋 (FSC)</li> <li>2. 影印紙 (FSC)</li> <li>3. 衛生用品 (FSC)</li> <li>4. 影印機 (環保標章)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 包裝紙袋 (FSC)</li> <li>2. 影印紙 (FSC)</li> <li>3. 衛生用品 (FSC)</li> <li>4. 影印機 (環保標章)</li> <li>5. 黑暗對話教育訓練 (社創採購)</li> <li>6. 吉星共享永續活動 (社創採購)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 包裝紙袋 (FSC)</li> <li>2. 影印紙 (FSC)</li> <li>3. 衛生用品 (FSC)</li> <li>4. 影印機 (環保標章)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 包裝紙袋 (FSC)</li> <li>2. 影印紙 (FSC)</li> <li>3. 衛生用品 (FSC)</li> <li>4. 電腦主機 (環保標章)</li> <li>5. 影印機、入金機、公務車 (以租代買)</li> <li>6. 環保材質禮贈品 (社創採購)</li> <li>7. 黑暗對話教育訓練 (社創採購)</li> <li>8. 環保材料制服 (其他)</li> </ol>	

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



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。



## 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」，搭配宣導說明，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「有卍乚 / 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
<p>節省能資源</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 午休關燈一小時</li> <li>• 二手好紙袋再利用</li> <li>• 電腦省電模式設定宣導</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 總公司響應同仁約 120 人</li> <li>• 2022 年共回收 162 個二手「好」紙袋循環再利用</li> </ul>
<p>源頭減量</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每月舉辦蔬食日</li> <li>• 員工餐廳全數取得環保署綠色餐廳認證</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 遠東 SOGO 同仁與專櫃人員受惠總計約 8,500 人次</li> </ul>
<p>永續採購</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022 年綠色採購占比達 5.07%</li> <li>• 其他永續採購總金額逾新台幣 993 萬元，年成長 74.56%。</li> </ul>
<p>環境綠美化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 舉辦綠美化競賽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>
<p>宣導倡議</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 結合公司社團或外部綠色活動，推動體驗式環境教育</li> <li>• 辦理遠東 SOGO ESG 最佳貢獻獎暨創新提案獎</li> <li>• 全員永續有獎徵答活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 舉辦 6 場環境教育，100 人次參加</li> <li>• 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%</li> <li>• 700 人參與全員永續有獎徵答活動，參與率 55%</li> </ul>

## 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 <sup>2</sup>
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) <sup>1</sup>	156.1	133.8	80.2	78.9

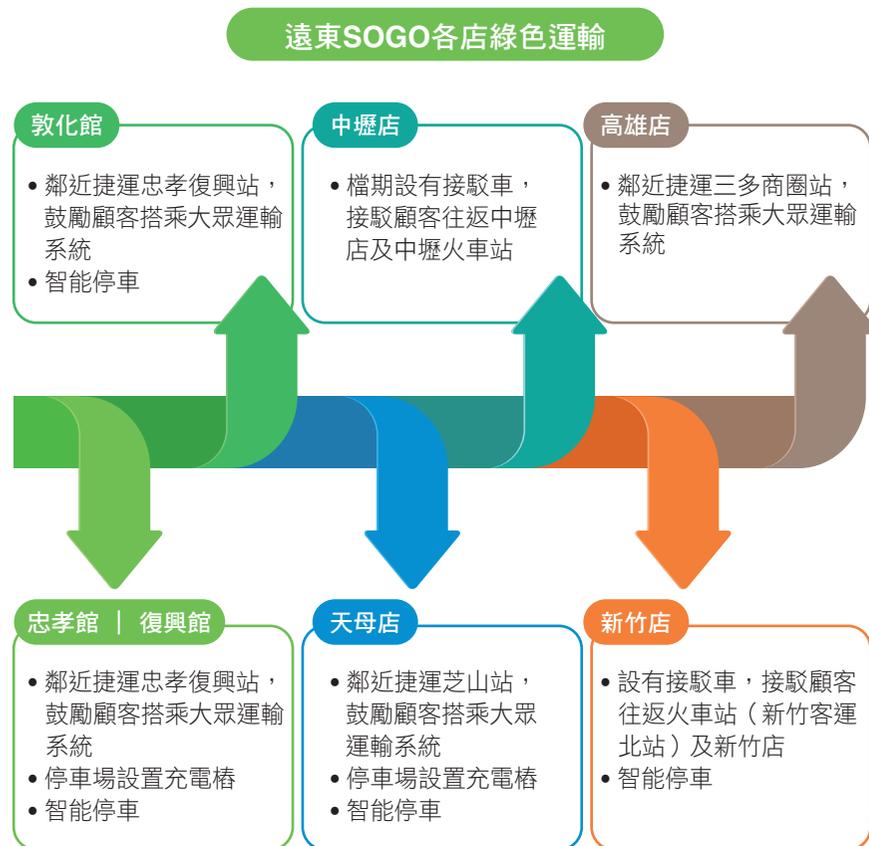
註：

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。



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	
源頭減量	<b>購物袋</b> 鼓勵消費者使用環保購物袋： <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>忠孝店 Fresh Club 入會送環保購物袋，贈出 8,299 個。</li> <li>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。</li> </ul>
	<b>超市包裝</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>自 2021 年起，以「網袋裝」包裝取代塑膠托盤。</li> <li>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。</li> </ul>
循環利用	<b>宅配與其他</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>目前宅配以店內包材及紙箱再利用為主。</li> <li>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。</li> </ul>



### 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。

<b>購物提袋</b>	全數使用通過國際FSC（Forest Stewardship Council，森林管理委員會）認證紙材。
<b>衛生紙</b>	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。
<b>廣告DM</b>	使用再生環保紙漿，讓紙材循環再利用。
<b>衛廁擦手紙</b>	

### 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
回收空瓶數	19 萬個	18.4 萬個	14.5 萬個	18.6 萬個
獎勵點數	57 萬點	55 萬點	44 萬點	55.8 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。

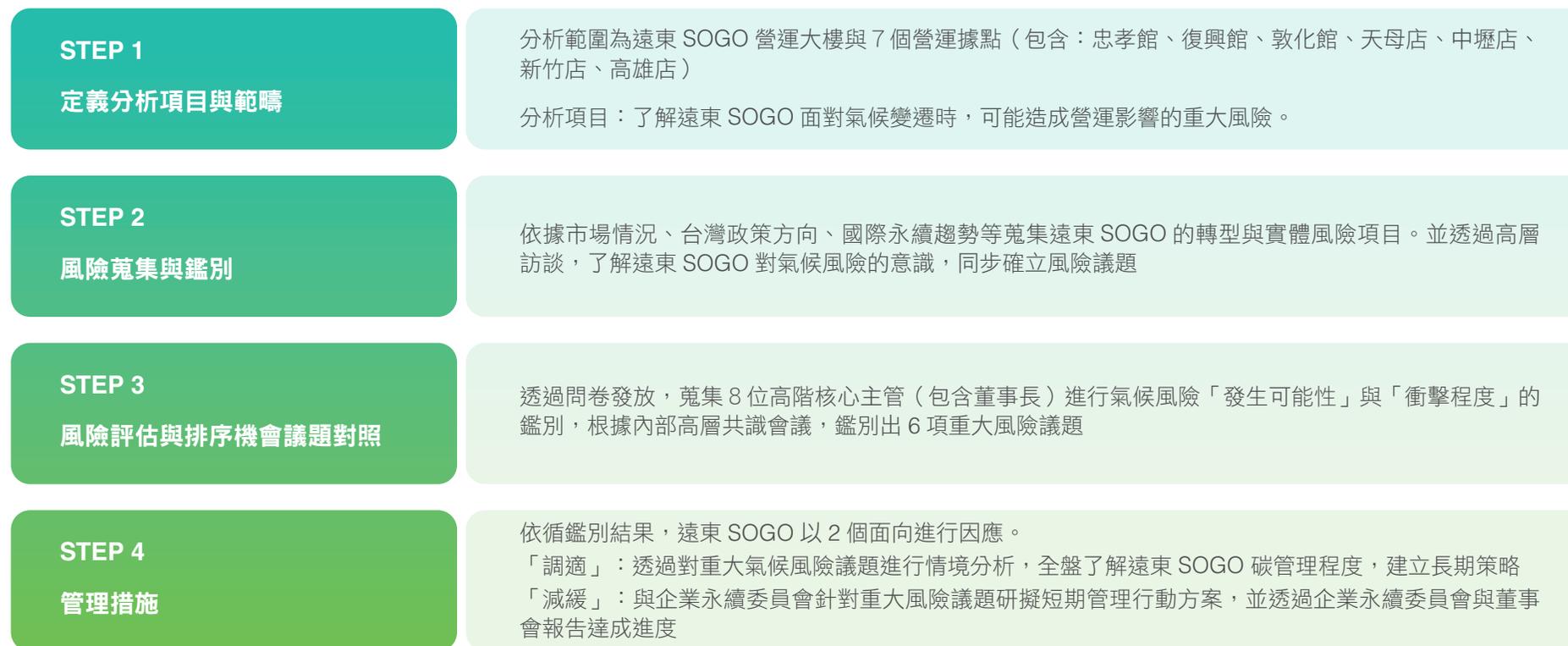
氣候相關財務揭露建議書（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）架構

	治理	策略	風險管理	指標與目標
管理策略與行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	<p>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方針，積極實踐永續行動於日常營運中，邁向「綠色百貨」之目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將氣候風險納入企業管理流程</li> <li>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</li> </ul>	<p>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</p>
執行情況	<ul style="list-style-type: none"> <li>全年召開 3 次氣候變遷委員會小組會議</li> <li>辦理 1 次 TCFD 氣候治理主題教育訓練課程</li> <li>執行成果於 2022 年 6 月、2023 年 2 月提報 ESG 高階主管策略會議</li> </ul>	<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完成各項行動方案潛藏成本之估算</li> <li>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</li> </ul>	<p>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</p>
章節連結	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.2 氣候變遷減緩與調適 p.69</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1.1 綠色行銷 p.57</li> <li>2.1.2 綠色行動 p.59</li> <li>2.3 能源管理 p.76</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理 p.73</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1.1 綠色行銷 p.57</li> <li>2.1.2 綠色行動 p.59</li> <li>2.3 能源管理 p.76</li> </ul>

## 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



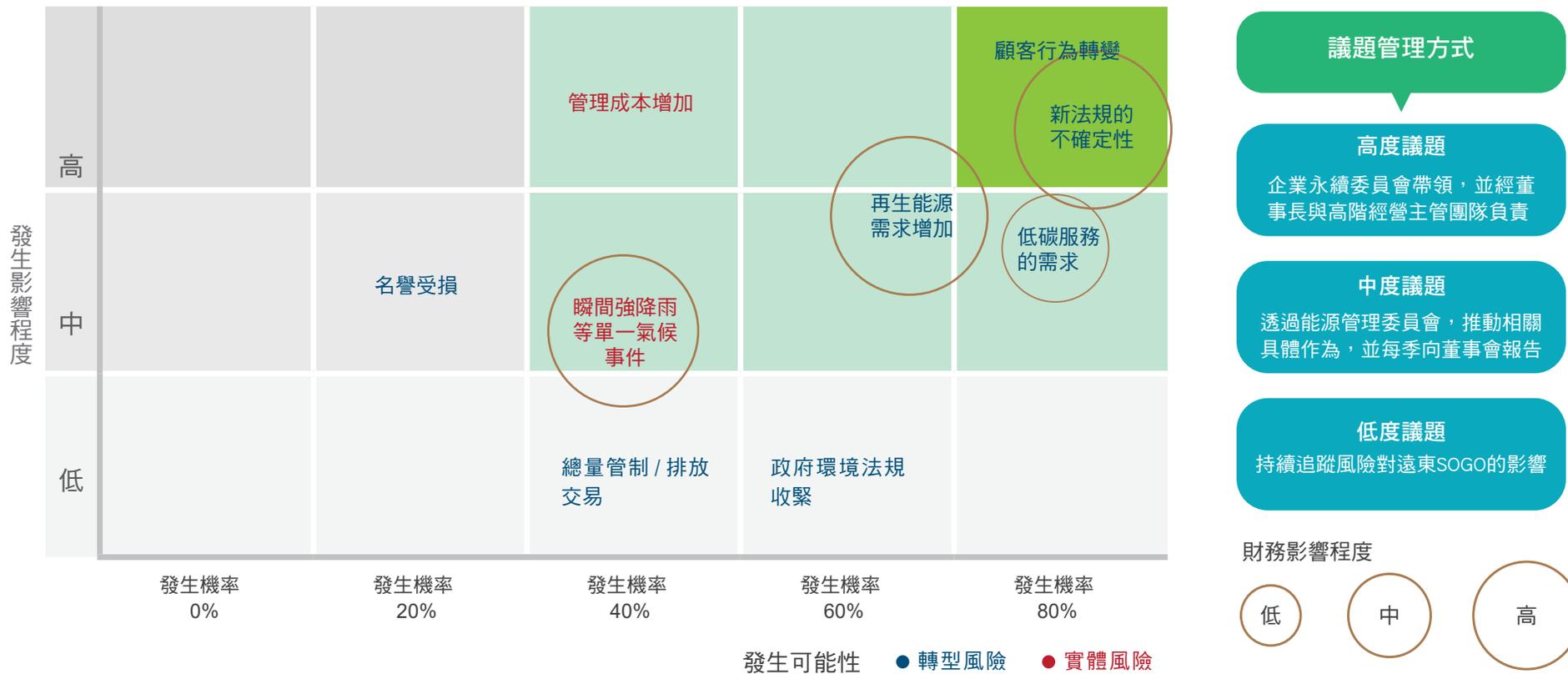
### 氣候變遷風險議題蒐集與鑑別

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。

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			風險等級 (高/中/低)	財務 影響程度 (高/中/低)
			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)		
轉型 風險	政策與法規	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	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
	技術	再生能源需求增加		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
實體 風險	立即性	瞬間強降雨等單一氣候相關事件		V		V			中	高
	長期性	管理成本增加		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。



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									
機會主題	機會議題	議題對遠東 SOGO 的意義	價值鏈影響階段			衝擊時間點			機會等級 (高/中/低)
			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)	
資源效率	能源效率	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」品牌形象	V	V		V	V	V	中
韌性	強化氣候韌性	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

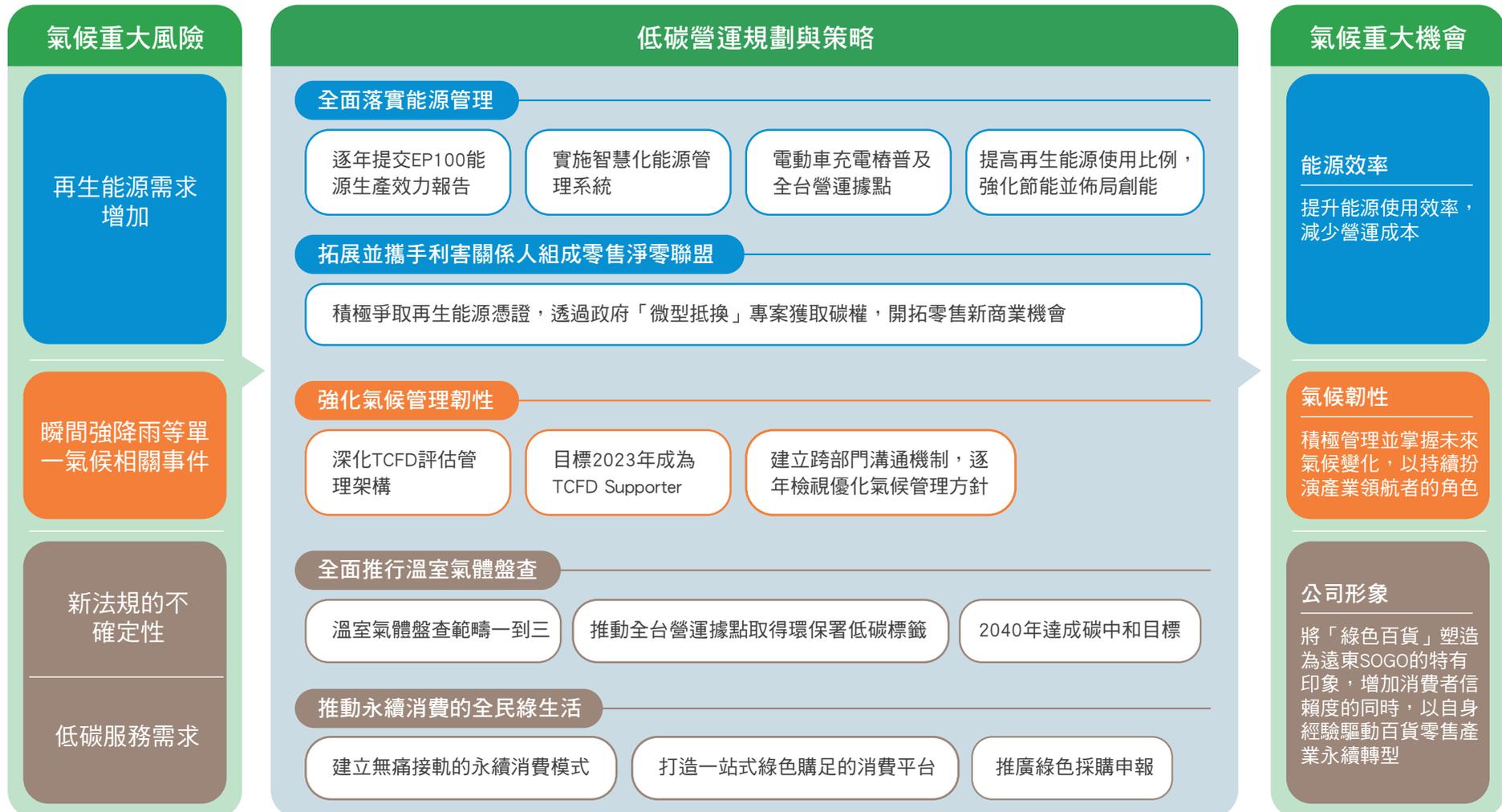
為回應相關高度風險與機會議題，遠東 SOGO 優先針對風險 / 機會等級為「高」的議題管理，深入進行財務風險衝擊之評估，並制定管理對策，以因應潛在的氣候風險，同時掌握轉型過程中之機會。

高度風險 / 機會主題	風險 / 機會議題	議題分析		
		議題說明	潛在財務衝擊	管理對策
轉型風險	政策與法規 新法規不確定性	<b>風險情境討論基礎：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣政府頒布 2050 淨零排放路徑</li> <li>氣候變遷因應法</li> </ul> <b>轉型風險情境變化：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>電動車市售占比達 100%</li> <li>環保署規劃「先大後小」、分階段徵收，向碳排大戶收取碳費</li> </ul>	1. 溫室氣體盤查認證費用 2. EP100 專案管理費用 3. 電動車充電樁建置與維運成本 4. 碳費	<b>全面推行溫室氣體盤查</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>溫室氣體盤查範疇一到三</li> <li>推動全台營運據點取得環保署低碳標籤</li> <li>2040 年達成碳中和</li> </ol> <b>推動永續消費全民綠生活</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>電動車充電樁普及全台營運據點</li> <li>打造一站式綠色購足的消费平台</li> </ol>

高度風險 / 機會主題	風險 / 機會議題	議題分析		
		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	<p>風險情境討論基礎：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣政府頒布2050淨零排放路徑</li> <li>經濟部能源局用電大戶條款</li> </ul> <p>轉型風險情境變化：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>台灣再生能源發電之裝置容量從2022年9.6GW至2030年增加至45.46-46.12GW</li> <li>用電契約之經常契約容量達5,000KW之用電大戶，需規劃設置再生能源發電設備之10%義務容量</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>太陽能發電案場建置與維運成本</li> <li>綠電購買費用</li> </ol>	<p>全面落實能源管理</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>逐年提交 EP100 能源生產效力報告</li> <li>實施智慧化能源管理系統</li> <li>提高再生能源使用比例</li> <li>電動車充電樁普及全台營運據點</li> </ol>
實體風險	立即性 瞬間強降雨等單一氣候相關事件	<p>風險情境討論基礎：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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)</li> <li>IPCC, 共享社會經濟路徑 (Shared Socioeconomic Pathways, SSPs)</li> </ul> <p>實體風險情境變化：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SSP5-8.5 情境下，台灣年總降雨量預計增加 15%</li> <li>SSP5-8.5 情境下，強颱比例將增加 5.5%</li> <li>SSP5-8.5 情境下，強颱雨量比例將增加 20%</li> </ul>	營業據點因單一氣候事件，導致暫停營業之營收損收	<p>強化氣候管理韌性</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>深化TCFD評估管理架構</li> <li>目標2023年成為TCFD Supporter</li> <li>建立跨部門溝通機制，逐年檢視優化氣候管理方針</li> </ol>
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%。	<ol style="list-style-type: none"> <li>太陽能發電案場建置與維運成本</li> <li>能源效率提升專案之推動成本</li> <li>水資源管理專案之推動成本</li> <li>利害關係人溝通成本</li> </ol>	<p>攜手利害關係人組成零售淨零聯盟</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>逐年提交EP100能源生產效力報告</li> <li>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%</li> <li>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</li> </ol>

## 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，說明潛在之財務衝擊，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 TCFF 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 年全台灣營運據點碳中和目標。



## 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 CO<sub>2</sub>e，較 2021 年 51,891 噸 CO<sub>2</sub>e 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	2021		2022
盤查邊界 <sup>1</sup>	全台 7 店	全台 7 店	忠孝、復興、天母 <sup>7</sup>	其餘 4 店	全台 7 店
查證情形 <sup>2</sup>	未查證	未查證	ISO 1064-1:2018	未查證	待查證 <sup>8</sup>
範疇一 (噸 CO <sub>2</sub> e) <sup>3</sup>	-	-	1,858	-	-
範疇二 (噸 CO <sub>2</sub> e) <sup>4</sup>	61,556	52,910	23,294	26,739	51,114
範疇三/類別三至六 (噸 CO <sub>2</sub> e) <sup>5</sup>	-	-	13,509	-	-
總排放量 (噸 CO <sub>2</sub> e) <sup>9</sup>	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 CO <sub>2</sub> e/千元) <sup>6</sup>	0.0014	0.0013	0.0008	0.0028	0.0011

註：

- 溫室氣體盤查邊界以營運控制法，設定於全台 7 大營運據點。
- 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。
- 範疇一，指溫室氣體的直接排放，遠東 SOGO 非製造業，屬範疇一之排放溫室氣體占比較小。
- 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。
- 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。
- 排放密集度=總排放量(公噸 CO<sub>2</sub>e) / 年營收(千元)
- 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%。
- 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 CO<sub>2</sub>e/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。
- 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%	<ul style="list-style-type: none"> <li>總用電量 361,550.31GJ，較 2021 年增加 2.14%</li> <li>每度電創造營收為 447.99 元 / 度，較 2021 年成長 6.97%</li> <li>總用水量 1,146.46 百萬公升，較 2021 年減少 10.53%</li> <li>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。</li> </ul>

### 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%。

遠東 SOGO 能源使用量彙總表

年份		2019		2020		2021		2022	
類別		用電量 (度)	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)
消耗電量	再生能源	-	-	64,955	233.72	75,634	272.15	58,668	211.10
	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
再生能源使用占比 (%)		-		0.062%		0.077%		0.058%	
年營收 (千元)		42,861,166		41,841,986		41,199,368		45,013,913	
能源密集度 (單位：GJ/百萬元)		9.70		9.08		8.59		8.03	
每度用電所創造營收 (營收/度電，單位：元)		371.12		396.30		418.82		447.99	
每度用電所創造營收 成長比 (單位：%)		4.01%		6.78%		5.68%		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%		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。



**ALC環境自動控制系統**

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°C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，減少冰水主機負載量，更能達到節能效益，以及改善賣場空氣品質。



**高效能照明燈具**

各據點逐步更換為高效能LED照明燈具，減少能源耗損。



**電梯電力再生系統**

為解決電梯消耗電力產生額外熱能的問題，遠東SOGO復興店電梯採用「電力再生系統」，電梯一邊運作，一邊再生電力，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，部份分店在人潮較少時段關閉部份電梯，以節約用電。低樓層或距離較短時，鼓勵顧客與同仁走樓梯。



**空氣簾 / 防風門**

入口處加裝空氣簾或規劃防風門，減少熱風進入賣場，導致溫度升高或冷氣外洩。



**遮陽簾**

玻璃帷幕裝置遮陽簾，減少陽光直接照射，維持賣場溫度。



**種植綠色草坪**

天母店等分店頂樓種植大片綠色草坪，藉此降低太陽照射高溫，以節約能源。

## 2022 年能源節約主要措施

管理措施	2022 成效概況 <sup>註</sup>
<b>空調節能</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>汰換老舊冰水主機</li> <li>機動性調節冷卻水出水溫度</li> <li>持續更換散熱水塔鍍片，以利增加冷熱交換效率</li> <li>固定清洗空調箱散熱鍍片提高效能</li> </ul>	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
<b>照明節能</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續更換新式節能燈具</li> </ul>	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。

年份	新竹店太陽能						天母店太陽能					
	2020		2021		2022		2020		2021		2022	
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

註：1 度電 = 1\*860\*4.184/106 GJ



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」。

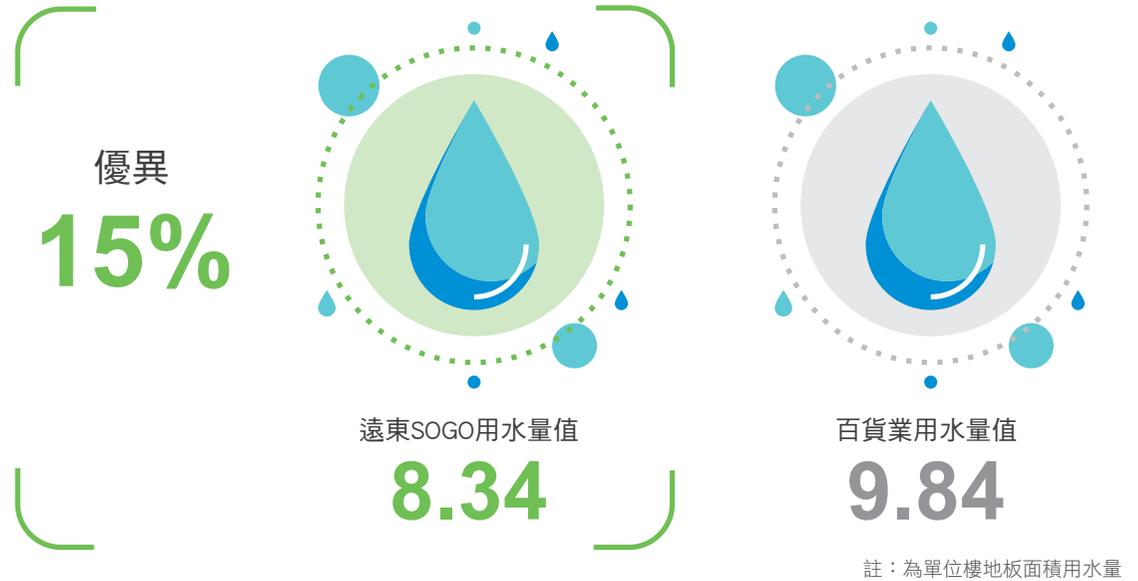
## 發展再生能源

- 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。



取排水路徑				
營運據點	取水			放流區域
	河川流域	取水來源	取水種類	
台北 3 館	北勢溪、南勢溪	翡翠水庫	自來水	公共污水下水道系統
天母店			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
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台各店使用節水設備</li> <li>• 工務會議定期檢討用水</li> </ul>	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 餐飲內用不提供一次性與美耐皿餐具</li> <li>• 輔導餐飲專櫃申請綠色餐廳，不提供外帶一次性餐具</li> <li>• 鼓勵顧客使用環保購物袋，超市購物自備購物袋贈點數</li> <li>• 自營超市推動青果及蛋盒包裝減量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022 超市自備購物袋贈點，近 1.3 萬人次參與</li> <li>• 超市青果及蛋盒包裝減量，共減少 1.16 公噸</li> <li>• 截至 2023 年 4 月，全台綠色餐廳占比 96%</li> </ul>
循環利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全台各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022 年共回收 18.6 萬個空瓶，獎勵 55.8 萬點電子點數</li> </ul>
終端處置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 其餘一般廢棄物交由合格之第三方組織單位代為處置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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%</li> </ul>

### 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
垃圾	集中分類	一般垃圾	合格廠商清運焚化
		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(污)水	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
	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					
(單位：公噸)					
類別	處理方式	2019	2020	2021	2022
回收再利用	現場處置	-	-	-	-
	離場處置	358.4	294.8	296	363.2
焚化	現場處置	-	-	-	-
	離場處置	7,051	6,097	5,977	6,675
廚餘	現場處置	-	-	-	-
	離場處置	2,332.6	2,031.9	1,845	2,171
總計		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。