遠東 SOGO

2023
Environment Social Governance Report

遠東SOGO百貨 企業永續報告書



封面設計理念



「為所有人提供幸福」

我們追求營運績效成長的同時，
不忘守護環境永續，分享善意，
願您走進遠東SOGO，即開啟一趟綠色旅程。

目　錄
Contents

前言

I. 報告書 05

II.關於遠東SOGO 06

- 董事長的話 06
- ESG特輯 07
- 榮耀與肯定 11
- 永續發展策略藍圖與價值創造 13
- 遠東SOGO願景工程 14

III.永續SOGO 14

- 永續專案推動架構 14
- 永續議題管理流程 15
- 永續議題變動說明 17
- 遠東SOGO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

1.0 策略成果與規劃 26

1.1 公司治理 28

1.2 營運成果 36

1.3 資安防護 41

1.4 風險控管 44

1.5 供應鏈管理 48



2023 ESG Report

2. 永續環境力

2.0 策略成果與規劃 56
2.1 綠色百貨 61
2.2 氣候變遷減緩與調適 75
2.3 能源管理 82
2.4 水資源管理 86
2.5 廢棄物管理 88

3. 安心服務力

3.1 商品安全管理 91
3.2 顧客關係與服務 96
3.3 商場安全維護 102

4. 幸福職場力

4.0 策略成果與規劃 105
4.1 員工輪廓 107
4.2 薪酬福利 111
4.3 專業培育 116
4.4 職場安全與健康 120

5. 社會影響力

5.1 社會共好、永續共創、文化共感 127
5.2 永續生態系 134
5.3 鮮明的永續店格 135

附錄

附錄一、國際永續揭露框架對照表 139
附錄二、聯合國全球盟約對照表 148
附錄三、保證聲明書 149



I .報告書

GRI 2-1 GRI 2-2 GRI 2-3 GRI 2-4 GRI 2-5

太平洋崇光百貨股份有限公司(以下簡稱「遠東SOGO」)發行之永續報告書,為連續第10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,參考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)
國際永續準則理事會 (International Sustainability Standards Board , ISSB)	氣候相關財務揭露框架 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)
	SASB準則 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB)

報導範疇

本報告書資料涵蓋期間自2023年01月01日至2023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。

報告書財務數據資料係引用經會計師查證後之資訊,若績效涵蓋邊界不同,將於報告書特別說明。其他非財務數據則由遠東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3-4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

01	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
02	彙整編製	永續辦公室彙整,進行整體規劃與編製,再經權責單位主管(各權責單位主管亦擔任本公司企業永續委員會委員))進行審核
03	第三方查證	通過外部單位查證
04	發行報告書	由企業永續委員會(簡稱ESG委員會)審閱確認後,呈報企業永續委員會主任委員(董事長)核定,發行並公布於ESG網站

外部驗證	認證機構
• 財務數據	勤業眾信聯合會計師事務所
• ISO 50001能源管理系統	SGS台灣檢驗科技股份有限公司 (效期至2023年9月)
• ISO 14064-1溫室氣體	BSI英國標準協會、SGS台灣檢驗科技股份有限公司
• ISO 14067碳足跡	SGS台灣檢驗科技股份有限公司 (效期至2023年6月)
• ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統	BSI英國標準協會
• IS0 27001:2013 資訊安全管理系統	亞瑞仕國際驗證股份有限公司
• MAS標章	數聯資安股份有限公司

首次出版日期	前一版本出版日期	現行版本出版日期	下一版本出版日期
2015年6月	2022年6月	2024年6月	預定2025年6月

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,本報告書經台灣檢驗科技股份有限公司(SGS)依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。

/ 遠東SOGO永續發展辦公室 徐宛韻
/ 02-7713-5555 分機8251
/ esg@sogo.com.tw
/ 台北市忠孝東路四段45號

利害關係人聯絡窗口:
請至遠東SOGO ESG官網「聯絡我們」

遠東SOGO企業永續報告書下載:
請至遠東SOGO ESG官網「永續報告書下載」

◎遠東SOGO
企業永續官方網站

II.關於遠東SOGO

GRI 2-22 GRI 2-23

董事長的話

氣候變遷讓沙漠也淹水！

阿拉伯聯合大公國4月中旬經歷了75年以來最嚴重暴雨，最大城杜拜一日就降下1.5倍的年均降雨量，機場和高速公路等要道都被淹沒。杜拜是去年第28屆聯合國氣候變遷大會的地主國，一般咸認要在化石燃料的生產國討論降低對化石燃料的依賴，格外具挑戰。這場強降雨正好即時反映出，碳排對地球氣候與生態影響的惡與深。

沒有環境與社會永續，就沒有企業未來！遠東SOGO雖非上市公司，早自2015年就成立「企業社會責任委員會」（現為「企業永續委員會」），至今連續10年自主發行《永續報告書》。去年設立百貨第一個「永續發展辦公室」，透過專責單位跟進跨部門溝通、執行的永續策略與專案。歷年締造無數國內百貨第一的紀錄、積極打造低碳營運，希冀成為百貨零售服務業的綠色典範，攜手利害關係人邁向淨零。2023年遠東SOGO營業收入497億，是百貨唯一雙位數成長；亮麗營收的同時，積極地解決社會與環境問題。



遠東SOGO百貨 董事長 黃晴雯

2024年6月

環境面 E 創四項百貨第一，打造一站式購足綠色消費平台

2023年，遠東SOGO創下四項國內百貨第一紀錄，包括五度獲國家企業環保獎銀級以上、成為TCFD Supporter、整併銷貨明細與信用卡簽單一年省紙長達2座高速公路，及禮券採用FSC森林認證紙材等。

為使顧客走進遠東SOGO即開啟綠色消費旅程，遠東SOGO首創永續選商〈SOGO Sustain · 好物好選〉，以7大指標嚴選對環境友善、社會共好的商品；推出百貨第一個綠色電商平台SOGOplus，消費者花最少的時間成本，輕鬆實行淨零綠生活。

社會面 S 倡導DEI，各店發展永續店格，成為影響力基地

遠東SOGO連續3年全體加薪鼓勵同仁，又因女性同仁占多數、賣場每天迎接形形色色的顧客，我們特別講求DEI，除了加強員工的母性照護，去年發布永續宣言與人權政策，在Me Too事件後，第一時間安排所有主管接受性騷擾防制課程。此外，我們是全台第一個通過ISO 45001職業安全管理系統的百貨，也是衛福部認證安心場所，每年舉辦千人回訓計畫，包含專櫃人員，平均每四人就有一人會CPR及AED。

創造營收之餘，遠東SOGO積極解決社會與環境問題，各店深耕永續DNA，發展個別特色，塑造明顯的永續店格，成為在地影響力基地。自2018年起，舉辦小農展累計上百場，打造「百貨小農展第一品牌」，以嚴格的選商輔導機制培力社創企業，為小農搭建與顧客對話的橋樑，也培養出逐年成長的永續客層，內部更跨部門從核心業務尋求解決方案，攜手創造對社創企業友善的生態系。

治理面 G ESG帶動EPS，營業總額、淨利、每股盈餘連續6年成長

疫情期間，每每以業界最快速度量身訂製百貨業防疫指引的遠東SOGO，讓顧客建立起強大的信賴感。為加快數位轉型的腳步，我們於去年通過ISO 27001：2013資訊安全管理系統驗證，讓顧客資料多一層保護。

疫情過後，零售業復甦，遠東SOGO再次創下史上營業收入新高紀錄，稅前/後淨利、每股盈餘（稅後）、股東權益報酬率均連續6年成長，其中EPS達2.65元，年增逾57%。

在供應鏈管理上，我們發揮通路影響力，以大帶小，輔導供應商減碳、館內餐廳倡議永續飲食、聯合專櫃品牌於地球日關燈一小時宣示節電決心。「永續模範生」遠東SOGO種種作為走在業界最前面，引領利害關係人一同實踐永續。

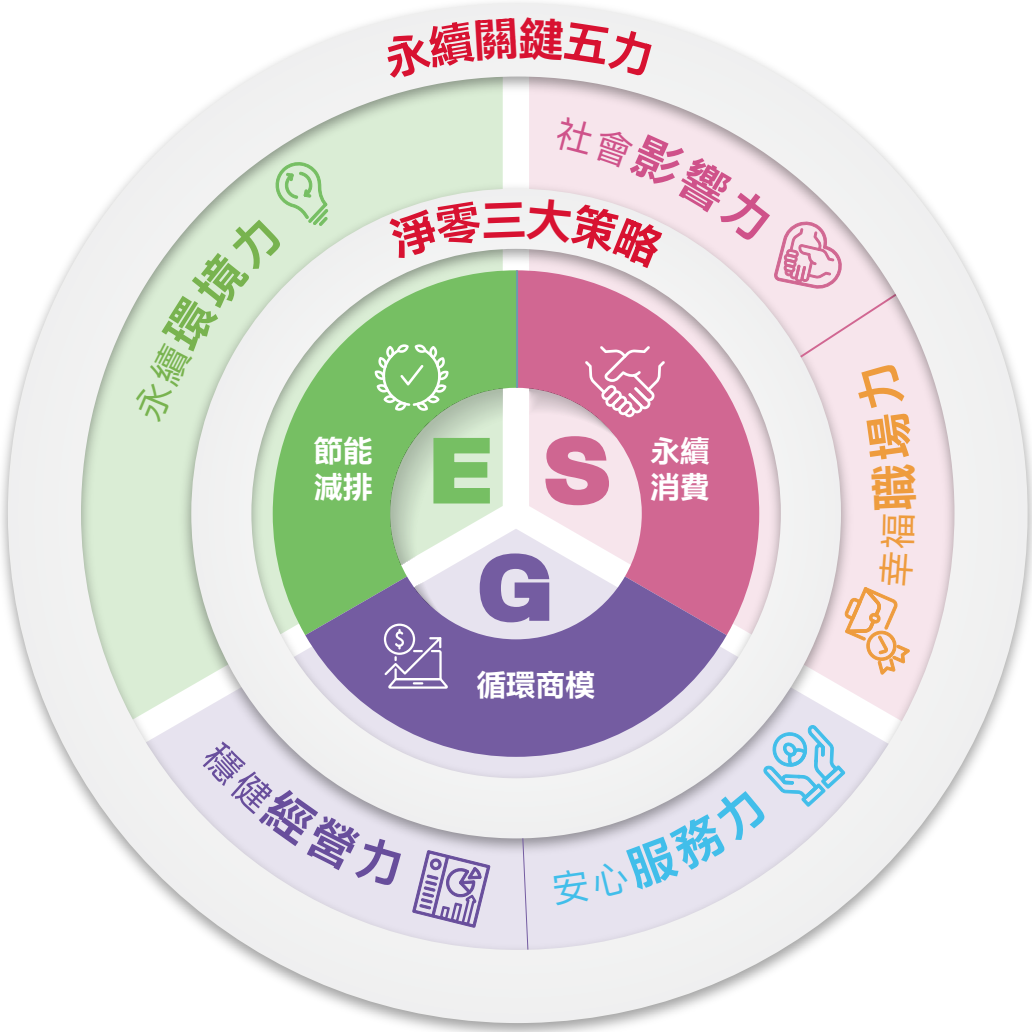
杜拜降下有天氣數據以來最大的降雨，身為企業，我們不能再以天災解讀所有的極端天氣事件。身為企業，我們應該做些什麼！遠東SOGO百貨始終相信，良善是我們最好的投資！我們將持續把共好的理念，向社會、利害關係人輻射。

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年在企業永續委員會的帶領下，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。 ● **營業收入497億**，是百貨唯一雙位數成長，稅前/後淨利、每股盈餘(稅後)、股東權益報酬率均**連續6年成長**。 ● **每股盈餘(EPS)2.65元 ，年增長逾57%。** ● 建構完整且完備的資訊安全管理系統，導入並通過 ISO27001:2013資訊安全管理驗證 。	8 尊嚴就業與經濟發展 12 負責任的消費與生產	循環商模	● 強化供應商永續韌性，供應商全面簽訂永續條款。 ● 推動永續選商，以**「SOGO Sustain 好物好選」**識別系統，全年推薦677件嚴選商品。 ● 串連供應商組成減碳聯盟，輔導供應商建立內部減碳目標。 ● 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3,670萬元；其他永續採購新台幣1,870萬元，成長88%，永續採購合計5,540萬，**年增23%**。
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。 ● 全台各店美食街餐飲櫃位及餐廳**97%通過GHP認證，其中93%為優級**。 ● 消費者滿意度90.7%。 ● 獲臺灣服務業大評鑑銀牌。	3 良好健康與福祉 4 優質教育 5 性別平等 8 尊嚴就業與經濟發展		

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，規劃優於業界水準的選用育留及薪酬福利，創造幸福職場。 ● **月薪平均48,309元，超前同業7.85%。** ● 強化DEI，頒布永續宣言、人權政策。 ● 獎勵員工實踐永續行動，ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎總獎金提升1.5倍。 ● 提供優於法令的福利，**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128%。 ● 台北所有店點導入ISO 45001職業安全衛生管理系統，其餘各店因地制宜設計管理系統。	3 良好健康與福祉 4 優質教育 5 性別平等 8 尊嚴就業與經濟發展	永續消費	● 強化員工永續意識：2023年員工永續認知調查，參與率87.5%，52%獲滿分， ● 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. 投入近1,129萬元，舉辦94場永續共創活動，超過9萬人次參與，27萬人次受益。 2. 台北及天母店各舉辦2檔SOGO Sustain，觸及123萬人次。 3. 全年舉辦11場小農相關市集；忠孝館好時好物小農展累計消費筆數逾9萬筆，業績成長32.4%，客單價年年增加。 4. 自媒體永續倡議11則，觸及逾16萬人次。 5. 全台95%餐廳通過環境部環保餐廳認證。 6. 2015年起領先全台百貨發行電子禮券，**9年累計省紙量可疊出10座玉山高**。 7. 全台百貨首家整併銷貨明細與信用卡簽單內容，**一年累計節省熱感紙長度達2座中山高速公路**。
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517個外部夥伴，發起529場社會參與活動，**投入資源價值超過5,000萬元，受益人次超過370萬**。 ● 「SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚活動」11年發出383萬獎學金、獎助313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 11 永續城市與社區 17 夥伴關係		

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	執行節能、創能各項措施，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497.02元，**較2022年成長達10.94%**，與2018年基準年相較，提高39.29%，再創新高。 ● **為國內百貨第一個TCFD Supporter**，完成氣候風險與財務連結之評估分析，完整揭露項目自4項提高至7項。 ● 單位樓地板面積用水量8.93，較2023年經濟部水利署用水指標建議值優異10%。	7 可負擔的潔淨能源 12 負責任的消費與生產 13 氣候行動	節能減排	● 新竹店二期太陽能板啟用，單店綠能占比達5.7%；新竹店三年發電量達188萬度、減碳量931公噸。 ● 忠孝、復興、天母、中壢、新竹店完成ISO 14064-1:2018溫室氣體盤查。 ● **淨零目標：2024年簽署SBT承諾、2028年新竹店單店碳中和、2040年全台碳中和、響應政府2050年淨零政策。**



榮耀與肯定

8 認證

1 國際倡議

1 國內倡議

29 獲得獎項

遠東 SOGO

綜合績效

4項獎項

1.TCSA台灣企業永續獎永續報告貿易百貨-第1類白金級・
2. TCSA獲獎數量百貨第一 TCSA台灣企業永續獎綜合績效台灣100大永續典範企業獎
3.SGS ESG Awards永續報告書獎
4.第六屆網路口碑之星健康休閒領域百貨零售類策略卓越獎

環境永續 E

7項獎項

1.第五屆國家企業環保獎銀級獎
2.AREA綠色領導獎
3. 唯一獲特優的方案 TSAA台灣永續行動獎環境永續SDG 12特優
4.TCSA台灣企業永續獎永續單項績效氣候領袖獎
5.GCSA全球企業永續獎永續單項績效-氣候相關
6.臺北市列管績優公廁企業永續公廁典範獎(天母店)
7.112年度節約用水績優單位-入圍複審(復興館)

社會共融 S

14項獎項

1.2023遠見ESG企業永續獎傑出方案公益推動組楷模獎
2.HR Asia亞洲最佳企業雇主獎
3.AREA 社會公益發展獎
4.AREA 人力投資獎
5.第二屆 DBTA 多元共融願景獎年度最佳DEI企業銀獎
6.2023幸福企業一般生活類金獎
7.服務業大評鑑銀牌
8.服務業大評鑑最佳服務尖兵
9.112年度臺北市勞動安全獎優良人員

公司治理 G

4項獎項

1.IIA國際創新獎最佳服務與解決方案
2.112年Buying Power貳獎
3.臺北市環保局綠色採購績優單位 連續7年
4.112年度「使用電子發票績優營業人」(復興館)

2認證

1.ISO 27001 資訊安全管理系統
2.ISO 45001 取得職業安全衛生管理系統(忠孝店)



IIA國際創新獎



HR Asia亞洲最佳企業雇主獎



第五屆國家企業環保獎銀級獎



112年Buying Power貳獎



TCSA台灣企業永續獎
百大永續典範企業獎

1國際倡議

1. 國內百貨首家 TCFD Supporter

3認證

1.臺北市環保局室內空氣品質認證場所金級(復興館)
2.臺北市環保局室內空氣品質認證場所金級(天母店)
3.臺北市消防安全自主管理優良場所(天母店)

10.TSAA台灣永續行動獎社會共融SDG 10銀級
11.TSAA台灣永續行動獎社會共融SDG 8銀級
12.GCSA全球企業永續獎永續單項績效社會共榮相關
13.TCSA台灣企業永續獎永續單項績效職場福祉領袖獎
14.TCSA台灣企業永續獎永續單項績效社會共融領袖獎

3認證

1.運動企業認證
2.安心場所認證
3.健康職場認證

1國內倡議

1.2023康健健康企業許諾



2023遠見ESG企業永續獎
傑出方案公益推動組楷模獎



DBTA年度最佳DEI企業銀獎



TSAA台灣永續行動獎
環境永續SDG 12特優



TCSA台灣企業永續獎永續報告白金級



第六屆網路口碑之星策略卓越獎

永續發展策略藍圖與價值創造

六大資本 | 2023年成效 ▶ 商業模式 & 價值鏈 ▶ 影響力

1. 財務資本

善用股東投入資本與銀行資金，以達到「營業獲利最佳」之願景

營業額：497億元
稅後淨利：291億元

2. 人力資本

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

總員工數：1,305人
育才人次：9,048人次

3. 社會資本

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

舉辦場次：529場次
議合人次：371萬人次

4. 自然資本

推動節能減廢，並將永續概念落實推動於日常消費中，領航產業綠色轉型

每度電創造497.02元營收，成長10.94%

5. 智慧資本

持續導入e化管理原則與軟硬體設備，優化購物流程，並提供公司營運韌性

APP會員：138.5萬元
電子禮券：36.8億元

6. 商品與通路資本

以創新模式規劃樓層位，並強化商品與食安，使本公司成為最受顧客信賴的零售品牌

綠色採購占比：5.24%
永續採購成長：23%

向上撬動 | 穩健經營 | 向下啟蒙

上游	營運	下游
供應商 / 承攬商 承租廠商（櫃位）	股東 / 投資人 同仁	顧客 鄰近社區、媒體
永續採購與選商	綠色創新服務 營運管理優化 專業人才培育 循環消費 綠色運輸	在地經營與陪伴

2024年遠東SOGO永續藍圖

節能減排 Environment

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

領航線零售

永續消費 Social

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

打造淨零綠生活

循環商模 Governance

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

啟動淨零聯盟

領航打造幸福城市

Circular
零售與消費的循環模式

Integrate
虛實內外的整合創新

Trust
無形堅固的信任關係

Year
年續不斷的永續創新

遠東SOGO願景工程

因應新常態 啟動願景工程

為了描繪未來的樣貌，勾勒前瞻策略，2020年我們啟動「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：為所有人提供幸福（Our Mission is to Bring Happiness to All.）及四個核心價值：「信賴可靠Reliable」、「啟發創意Inspire」、「永續長遠Sustain」、「追求卓越Excellence」，四個字首組合成：R.I.S.E，象徵SOGO以正向復甦的能量迎向新常態。



III.永續SOGO GRI 2-13 GRI 2-14 GRI 2-29 ESG委員會推動架構

遠東SOGO自2007年啟動「NEW LIFE工程」，藉由「關懷分享、永續家園、優質生活、文化創新」四大精神推動永續，將2015年定調為「CSR元年」，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，「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、會計本部、行政本部。其中，ESG相關政策由ESG委員會制定，並由人資、販促、商品、營業、工務、勞安、會計、財務、稽核、永續發展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執行秘書小組針對議題進行跨部門討論與資源整合，推展永續策略、追蹤各項專案進程與編製《企業永續報告書》。透過此跨部門執行與溝通平台，加速推進永續發展腳步。



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。各項專案執行前會在每周決策會議中，由董事長凝聚高階管理階層共識，再進入每月店長會議，由一級主管進行專案討論，後續每月由經理級以上主管會議宣導與溝通，達成內容確認。為提高永續專案跨部門溝通綜效，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執行秘書小組參考全球永續性報導標準與框架，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。

了解組織永續脈絡

Step1 利害關係人鑑別 › 8類利害關係人

遠東SOGO參考AA 1000利害關係人參與標準 (Stakeholder Engagement Standards) 的五大原則：依賴性、責任性、影響力、多元觀點及關注力，審視營運商業活動與永續脈絡，依據核心小組討論，經高階主管確認後，鑑別出8類利害關係人。

Step2 組織衝擊因子蒐集 › 51個衝擊因子

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51個影響項目。

辨認實際與潛在衝擊

Step3 將組織衝擊因子整合為永續議題 › 21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核心小組成員與外部顧問討論後，整合為21個年度永續議題以進行後續鑑別。

Step4 重大主題分析與排序 › 1,451份問卷（高層19份、利害關係人1,432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。

評估衝擊顯著性

Step5 主題影響性評估 › 11項重大主題

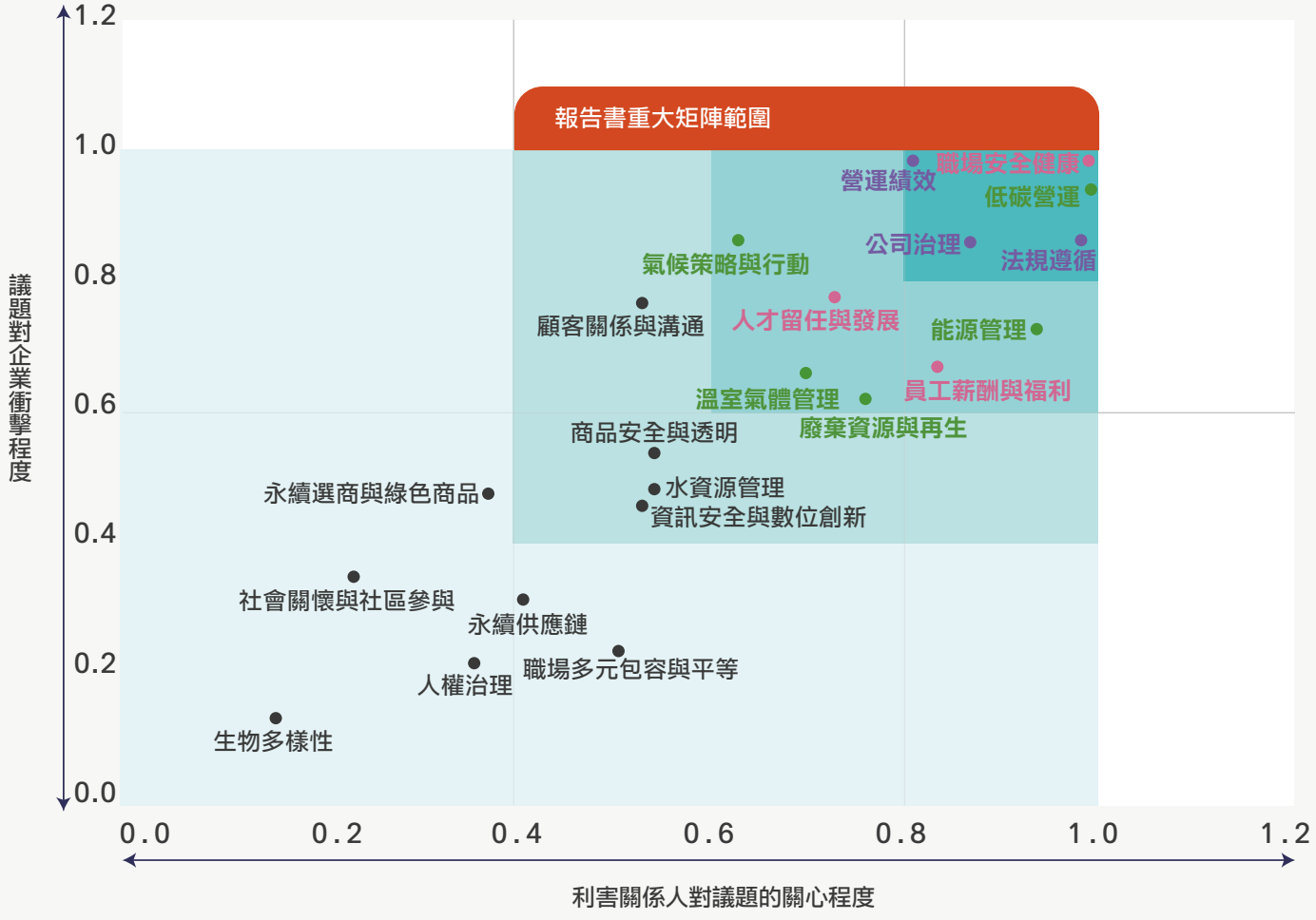
透過GRI 3重大性分析精神，衡量高、中度議題的財務影響及發生可能性，並參考外部顧問與專家學者之建議後，將重大主題對照GRI主題準則，鑑別出11項重大主題。

顯著影響主題揭露報導

Step6 議題回應與揭露 › 11項重大主題

經本公司評估後，以11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**



高中度重大主題即發生可能性

環境永續 E	低碳營運	高
	廢棄資源與再生	高
	能源管理	高
	氣候策略與行動	高
	溫室氣體管理	高
社會共融 S	職場安全健康	高
	員工薪酬與福利	中
	人才留任與發展	中
公司治理 G	法規遵循	高
	營運績效	高
	公司治理	高

管理方針範圍 ■ 數量

5	高度重大主題	6	中度重大主題	4	低度議題	6	矩陣外追蹤議題

永續議題變動說明

議題名稱	2023年重要性	2022年重要性	調整方式	變動/新增原因	對應頁碼
法規遵循	高度	中度	↑	考量新法規的不確定性及可能的市場變化，例如臺灣政府2050淨零排放路徑於再生能源使用比例的要求等，遠東SOGO提升對於法規遵循的關注。	1.2 營運成果 p.35
廢棄資源與再生	中度	低度	↑	呼應遠東SOGO淨零三大策略中的循環商模，強化對於廢棄資源與再生的關注，於永續環境力精益求精。	2.5 廢棄物管理 p.88
能源管理	中度	高度	↓	遠東SOGO加入國際倡議EP100，一直致力優化能源管理，且已有實際成效，例如建置太陽能發電廠，故重要性略微降低，但仍為今年度重大主題。	2.3 能源管理 p.83
員工薪酬與福利	中度	高度	↓	遠東SOGO長期落實良好的員工薪酬制度，並推展創新、多樣化員工福利，參與度積極，故議題關注度略為下降，但仍為今年度重大主題。	4.2 薪酬福利 p.111



遠東SOGO價值鏈與永續議題關係

回應章節	重大主題	GRI主題準則	財務衝擊程度			價值鏈衝擊範圍 ○ 造成/ △ 促成/ ✓ 直接相關								永續發展目標 (SDGs)
						上游			營運		下游			
			高	中	低	政府機構	承租廠商(櫃位)	供應商/承攬商	股東/金融機構	員工	顧客	社會(社區與媒體)	非營利與非政府組織	
穩健經營力	法規遵循	GRI 2			✓	○	✓	✓	○	○	△	✓	✓	16 和平正義與有力的制度
	營運績效	GRI 201 經濟績效			✓	○	△	✓	○	○	✓	✓	✓	8 尊嚴就業與經濟發展
	公司治理	GRI 2 GRI 205 反貪腐			✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓	✓	16 和平正義與有力的制度
永續環境力	低碳營運*	產業議題			✓	✓	△	△	✓	△	✓	✓	✓	13 氣候行動
	廢棄資源與再生	GRI 306 廢棄物			✓	✓	✓	✓	✓	△	✓	✓	✓	12 負責任的消費與生產
	能源管理	GRI 302 能源管理			✓	✓	✓	✓	✓	△	✓	✓	✓	7 可負擔的潔淨能源

回應章節	重大主題	GRI主題準則	財務衝擊程度			價值鏈衝擊範圍 ○ 造成/ △ 促成/ ✓ 直接相關								永續發展目標 (SDGs)
			高	中	低	上游			營運		下游			
						政府機構	承租廠商(櫃位)	供應商/承攬商	股東/金融機構	員工	顧客	社會(社區與媒體)	非營利與非政府組織	
永續環境力	氣候策略與行動	GRI 201 經濟績效 GRI 305 排放			✓	✓	✓	✓	✓	△	✓	✓	✓	6 潔淨水與衛生 7 可負擔的潔淨能源 13 氣候行動
	溫室氣體管理				✓	✓	✓	✓	✓	△	✓	✓	✓	7 可負擔的潔淨能源 13 氣候行動
幸福職場力	職場安全健康	GRI 403 職業健康與安全			✓	✓	○	✓	✓	○	✓	✓	✓	3 良好健康與福祉
	員工薪酬與福利	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			✓	✓	○	✓	✓	○	✓	✓	✓	8 尊嚴就業與經濟發展
	人才留任與發展				✓	✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓	4 優質教育 5 性別平等 10 減少不平等

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. 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

利害關係人鑑別方法與成果

Phase 1 鑑別

初步盤點利害關係人族群		透過國際趨勢、同業概況、過往利害關係人變動情況，重新梳理遠東SOGO利害關係人群組與定義。共定義出8類利害關係人。	**定義8類利害關係人**
單位回饋	**高階主管問卷**	**[對象] 遠東SOGO高階經營管理職** 透過問卷發放，了解經營管理層級之主管對遠東SOGO既有與新增的利害關係人議合狀況、深入了解回饋類別中重要的溝通對象。整體回收份數21份。	**回收21份問卷**
	聚焦訪談會議	**[對象] ESG委員會** 參考AA1000利害關係人議合標準(AA1000 Stakeholder Engagement Standard, SES)透過依賴程度、關注程度、影響力、責任以及多元觀點五大原則，進行核心小組與顧問聚焦討論會議，進行利害關係人重要程度評估，收斂最終利害關係人類別、定義、範疇輪廓。共確立出8類利害關係人。	**確立8類利害關係人**

Phase 2 排序與回應

重要性排序與關注議題回應	透過分析了解高層對8類關鍵利害關係人的重要性排序，並確立當責部門，依據利害關係人所關注的重點議題，完善且深化溝通策略。

8類利害關係人

顧客	員工	股東/金融機構	承租廠商(專櫃)	供應商與承攬商	政府機構	非營利與非政府組織	社會(社區與媒體)

顧 客

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
遠東SOGO評估市場脈動，引進各類品牌與櫃位，惟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。	・營運部 ・人力資源部 ・永續發展辦公室 ・販賣促進部 ・顧客服務中心	法規遵循 公司治理	穩健經營力
低碳營運	永續環境力
職場安全健康 員工薪酬與福利	幸福職場力

溝通管道與頻率		議合成效
【定期】	【不定期】	
每年：顧客滿意度調查	數位行銷工具、顧客意見卡、免付費專線、線上留言板	・368件顧客意見 ・1,068人參與滿意度調查 ・4.1萬人次瀏覽永續官網 ・臉書ESG粉專發布106則貼文，觸及30,283人次

員 工

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
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。	・人力資源部 ・勞安室 ・職工福利委員會	法規遵循	穩健經營力
低碳營運	永續環境力
職場安全健康 員工薪酬與福利	幸福職場力

溝通管道與頻率		議合成效
【定期】	【不定期】	
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	內部系統公告、同仁意見箱、制度修改說明會	・1,214人參與滿意度調查 ・1,139人參與永續認知調查 ・16場勞資會議 ・135人次接受EAPs協助 ・49場EAPs講座，共3,600人次參與 ・384人次參加永續教育訓練

股東/金融機構

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
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。	・秘書室 ・財務部 ・會計部	法規遵循	穩健經營力
		低碳營運 溫室氣體管理	永續環境力
		職場安全健康 人才留任與發展	幸福職場力

溝通管道與頻率		議合成效
【定期】	【不定期】	・3次董事會 ・1次股東會
每年：股東會、母公司年報 **每季：**董事會	公開資訊觀測站	

承租廠商(專櫃)

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
遠東SOGO身為百貨業的領導品牌，除了所有同仁的共同努力，也有賴櫃位夥伴的服務，承租廠商的支持與配合，才能讓客戶獲得消費與服務的最佳體驗。	・營運部 ・販賣促進部 ・工務部 ・顧客服務中心 ・永續發展辦公室	營運績效	穩健經營力
		低碳營運	永續環境力
		職場安全健康 員工薪酬與福利	幸福職場力

溝通管道與頻率		議合成效
【定期】	【不定期】	・台北和天母店各2檔SOGO Sustain，推薦677件永續商品 ・3,081家承租廠商簽署永續條款，涵蓋率99.8% ・每日朝會日報布達訊息 ・逾600家品牌與供應商參與世界地球日關燈倡議
每年：合約簽訂/換約 **每季：**廠商聯誼會 **每日：**朝會日報	電話、Email、書面信函、說明與協調會(招商說明會、檔期協調會、樓層改裝施工說明會、品牌成果發表會)	

供應商與承攬商

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
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。	・營運部 ・行政部 ・工務部 ・採購部	營運績效	穩健經營力
		低碳營運	永續環境力
		職場安全健康 員工薪酬與福利	幸福職場力

溝通管道與頻率		議合成效
【定期】	【不定期】	・供應商簽署永續條款涵蓋率近100% ・串連供應商組成減碳聯盟，輔導供應商建立內部減碳目標 ・永續採購金額成長88%
每年：合約簽訂/換約	電話、Email、書面信函、現場會勘、各式會議(品質改進會議、永續倡議說明會等)	

政府機構

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
政府機構對遠東SOGO至關重要，其制定法規、監管運作、提供基礎設施和影響投資方向。與政府建立良好關係，遵守法規，有助於企業穩定經營。	・營運部 ・工務部 ・財務部 ・法務室 ・永續發展辦公室	法規遵循	穩健經營力
		能源管理 氣候策略與行動	永續環境力
		職場安全健康	幸福職場力

溝通管道與頻率		議合成效
【定期】	【不定期】	・連續5年國家企業環保獎 ・連續7年臺北市環保局綠色採購績優單位 ・加入成為環境部「永續時尚聯盟」會員 ・認養新北市頂寮沙灘為專屬淨灘地段
每年：母公司遠東百貨於公開資訊觀測站申報財務性報表等相關事項資料	以電話、email、公文及召開會議等方式，進行雙向溝通；參與主管機關舉辦之座談會、研討會、公聽會及評鑑機制等；遵循主管機關法令規範，並配合主管機關之監理與查核及積極支持政府政策	

非營利與非政府組織

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
遠東SOGO持續攜手非營利與非政府組織，積極向利害關係人溝通公益議題，對外發揮影響力，啟動社會向善的力量；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。	・營運部 ・法務室 ・永續發展辦公室	法規遵循	穩健經營力
溝通管道與頻率	議合成效	能源管理 氣候策略與行動	永續環境力
【定期】 / 【不定期】	・4.1萬人次瀏覽永續官網 ・臉書ESG粉專發布106則貼文，觸及30,283人次	職場安全健康	幸福職場力
每年：四月世界地球日倡議、歲末社會關懷活動 / 電話、email、ESG官網、自媒體、活動合作、永續倡議			

社會（社區與媒體）

對遠東SOGO的重要性	權責部門	關注議題	回應章節
落實企業社會責任於整體社會環境，將能有助於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。	・工務部 ・法務室 ・電子商務部 ・媒體公關部 ・數位行銷課 ・永續發展辦公室	營運績效	穩健經營力
溝通管道與頻率	議合成效	低碳營運	永續環境力
【定期】 / 【不定期】	全台各店積極扮演永續影響力基地的角色，舉辦各式活動，以「關懷（Caring）」、「永續（Sustainability）」、「信賴（Reliability）」等三大主軸實踐社會參與，攜手517個外部單位、發起529場社會參與活動，370萬人次受益。	職場安全健康 員工薪酬與福利	幸福職場力
「臺北市東區商圈發展協會」理監事會議及會員大會 / 電話、Email、書信、自媒體、各式會議、實地場勘、活動合作			



1. 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36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。

本章節對應之SDGs

8 尊嚴就業與經濟發展

12 負責任的消費與生產

全台年營收破紀錄，百貨唯一雙位數成長

稅前/後淨利、每股盈餘（稅後）、股東權益報酬率均連續 **6** 年成長

每股盈餘（EPS）2.65元

年增長逾 **57%**

建構完整且完備的資訊安全管理系統

導入並通過入ISO 27001：2013資訊安全管理系統驗證

供應鏈管理

成立**供應商減碳聯盟**，輔導供應商建立內部減碳目標

〈SOGO Sustain．好物好選〉

推薦逾**677**件永續商品，觸及**123萬**人次

反性騷擾

因應Me Too風暴，開設性別友善職場講座，累計**120**位主管受訓

1.0 策略成果與規劃

遠東SOGO自1987年11月11日成立至今，引領時尚，一直是台灣最受消費者信賴的百貨品牌。剛度過36週年的遠東SOGO，以永續經營態度及創新精神，與時俱進朝「零售標竿企業」願景邁進，同時締造百貨龍頭與ESG領導品牌形象。

政策承諾

以ESG三大構面推展締造營運方針，締造百貨龍頭與ESG領導品牌形象。

組織願景

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。

重大主題

法規遵循	潛在	負面
營運績效	潛在	正面
公司治理	實際	正面

國際框架與指標

[GRI] 201 經濟績效、205 反貪腐
[SASB]營運指標
(CG-MR-000.A、CG-MR-000.B)

定義與衝擊說明

遠東SOGO財務經營表現、氣候變遷而產生的財務影響、薪酬福利，以及包含評估內部董事與高階主管多元化，並評估商業往來交易對象/供應商之誠信、合法交易與處罰等恐影響公司聲譽之行為。

管理行動	2023行動績效追蹤	達成情形	達成說明	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
經營表現	全台年營收破紀錄，百貨唯一雙位數成長。	達標	營收497億，成長10%	▸ 北市最大量體購物中心(大巨蛋店)開幕，注入營收動力。 ▸ 為氣候變遷委員會增能，辨識風險、創造商機。	▸ 各店發展營運特色，搭配電子商務，締造市場龍頭地位。
法規遵循	▸ 確保無重大違規。 ▸ 建構完整且完備的資訊安全管理系統。	達標	▸ 導入並通過ISO 27001:2013資訊安全管理系統驗證。 ▸ 特殊危機事件管理得當。	▸ ISO27001:2022轉版並通過驗證。 ▸ 通過TPIPAS(臺灣個人資料保護與管理制度)驗證，取得「資料隱私保護標章dp.mark」。	▸ 強化內部教育與外部稽核，確保無重大違規。
公司治理	防止舞弊與貪腐事件發生，持續追蹤、要求限期改善。	達標	無重大舉辦案件；貪腐與賄賂舉報案件為0	▸ 強化內部反貪腐教育訓練。 ▸ 提升董事會智識，持續參與外部協會並內外進修課程。	▸ 強化內控與內部教育，確保無重大違規。 ▸ 董事與專業經理人薪酬與永續績效連結。

利害關係人群組	股東/金融機構	承租廠商(專櫃)	員 工	顧 客
議合管道	▸ 重大檔期績效之新聞發布 ▸ 定期召開董事會/ 股東會	▸ ESG網站 ▸ 朝會日報 ▸ 供應商說明會 ▸ 教育訓練	▸ 法令宣導 ▸ 內部教育訓練 ▸ ESG 網站 ▸ 內部稽查 ▸ 稽核室舉報信箱	▸ 自媒體:粉絲專頁、官網、IG、電子報、DM 等溝通管道 ▸ 實體/各店服務台 ▸ 電話/免付費專線 ▸ 網路/線上留言板
溝通方式與成效	▸ 2023年召開董事會3次,董事出席率100% ▸ 每年定期召開股東會,2023年出席股東及股東代理人所代表股份總數佔本公司已發行股份總數81.83%	▸ 舉辦兩次供應商永續課程,共22家廠商、36人次與會	▸ 內部重大舉報案件為0 ▸ 員工滿意度調查近95%認同「Reliable/信賴可靠」為公司的核心價值	▸ 顧客滿意度調查九成以上認為遠東SOGO「商品與服務的整體印象良好」、是「值得信任的百貨」



1.1 公司治理

1.1.1 組織輪廓 GRI 2-11

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，相輔相成、分層管理，以公司營運方針為最高指導原則，創造公司最大利益。

1.1.2 董事會 GRI 2-9 GRI 2-10 GRI 2-15 GRI 2-16 GRI 2-17 GRI 2-19 GRI 2-21 GRI 2-26 GRI 2-28 GRI 405-1

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為遴選標準，於股東會進行選任，董事互選1人為董事長。由董事長召集董事會，如有臨時議案則另行召開臨時董事會，2023年召開董事會3次，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，2023年6月14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、判斷力及創新力，帶領遠東SOGO保有百貨零售業先驅地位。尤其，黃晴雯董事長因長期深耕永續，帶領台灣第一家引進國際管理經驗的百貨公司轉型創新，締造史上最佳營業成績與最高企業價值，榮獲2023年台灣英僑商會（BCCT）「最佳企業領袖獎」（Business Leader of the Year）肯定，是該獎項設置以來，獲得此殊榮的零售第一人。



- **董事會運作情形**

占比40%　5席

董事席次　女性董事 2席

- **2023董事會運作概況**

開會次數　3次　　董事平均出席率　100%

- **重要決議事項** 普通決議

決議內容

日期屆次	議案內容	決議
第14屆第12次 (2023年2月24日)	·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
第15屆第1次 (2023年6月14日)	·年度股利分派討論案	全體出席董事同意通過
第15屆第2次 (2023年12月19日)	·年度公司預算案 ·設立遠東大巨蛋分公司案	全體出席董事同意通過

董事長與高階經理人**薪酬政策**

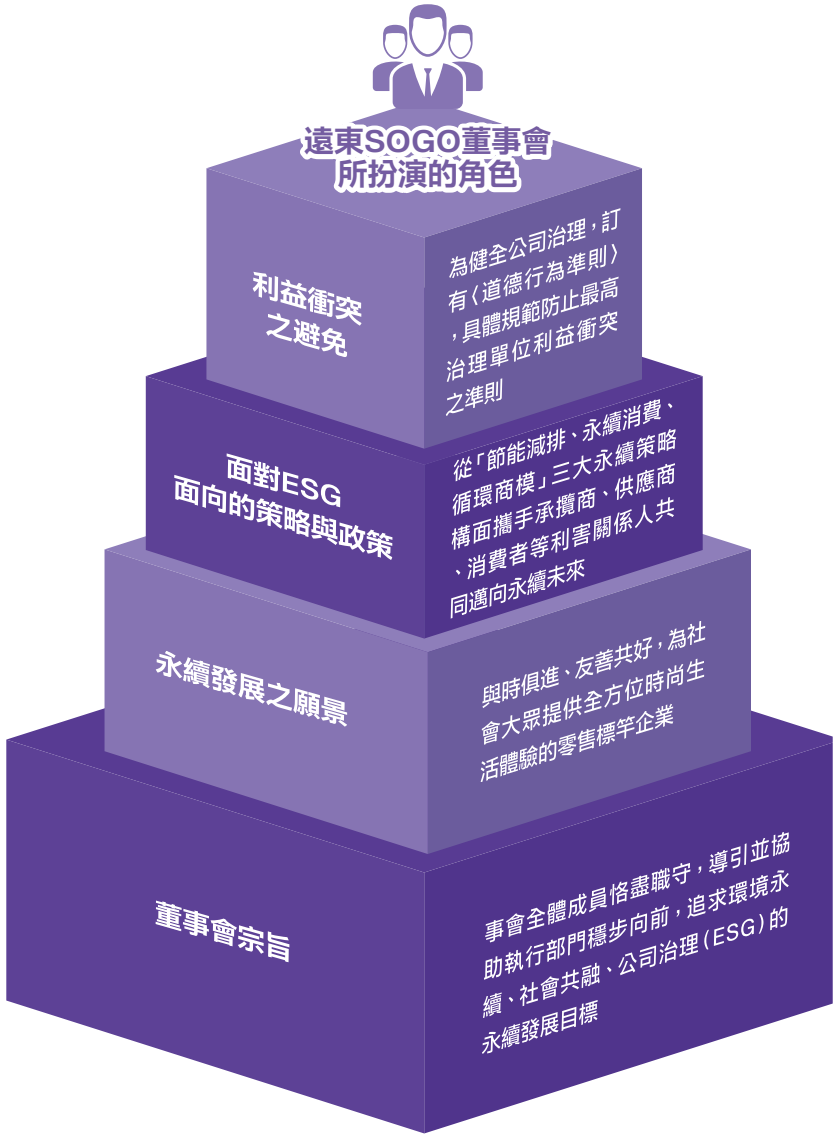
遠東 SOGO 公司董事及經理人薪酬政策

對 象	績效檢視	發放項目
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 2023年支付董監事酬勞合計30,000仟元，董事酬金占公司稅後純益比例為 1.3%。	▶ 車馬費、獎金等。
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。	▶ 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。

薪酬最高之個人/族群

項目/年份	2021	2022	2023
年度總薪酬比率	1,550%	1,947%	**1,812%**
年度總薪酬比率之增加百分比	-100%	615%	**6%**

備註
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**

職 稱	姓 名	性 別	年 齡			目前兼任本公司及其他公司之職務	
			50-65	65-75	75以上		
董事暨遠東集團董事長	徐旭東	男			✓	・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	✓			・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
董事	王孝一	男			✓	・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	✓			・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 ・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
董事	蔡敏雄	男	✓			・遠東新世紀股份有限公司資深副總經理 ・鼎元國際投資股份有限公司董事長 ・遠鼎投資股份有限公司董事 ・全虹企業股份有限公司董事	・遠鼎股份有限公司董事 ・裕鼎實業股份有限公司董事長 ・上海遠資信息技術有限公司董事長
監察人	王景益	男			✓	・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	

更多資訊請參考遠東SOGO ESG官網「公司治理」→「投資人資訊」

永續**智識發展**

依照公司產業特性及董事學、經歷背景，協助董事擬定年度進修計畫及安排課程，藉以強化董監專業職能，優化公司治理。董事進修4人，共30小時。

課　程	參與人次	參與成效
淨零趨勢下的創新與必要行動	1人	時數2小時
ESG—公司永續治理	1人	時數2小時
碳稅與百貨應知的碳商機	1人	時數2小時
全球淨零轉型下的挑戰與機會	2人	時數共6小時



課　程	參與人次	參與成效
產業AI化的今日與明日- Chat GPT衝擊與企業因應	2人	時數共6小時
最新公司治理政策法令與常見缺失解析	1人	時數3小時
建立ESG永續策略 提升競爭力	1人	時數3小時
如何正確理解公司治理評鑑指標	1人	時數3小時
「租稅犯罪」之法律責任及案例解析	1人	時數3小時

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	代表意義
1987-迄今	中華民國百貨零售企業協會	常務理事	黃晴雯董事長	配合業務推動、提供建言，引領百貨產業向上提升
		理事	汪郭鼎松總經理	
		常務監事	杜金森總經理	
1987-迄今	台北市百貨商業同業公會	理事	黃正一經理	為產業提供建言
2014-迄今	台中市政府國際事務委員會	委員	黃晴雯董事長	提供建言，打造台中為國際化城市
2017-迄今	台灣企業永續研訓中心(CCS)	理事	黃晴雯董事長	永續經驗交流，打造夥伴關係
2018-迄今	台灣女董事協會	理事	黃晴雯董事長	女性賦權、典範轉移
2022-迄今	國際倡議EP100	會員	遠東 SOGO	創建成功案例，成為亞太零售典範
2022-迄今	R20 區域氣候行動組織	會員	遠東 SOGO	永續經驗交流，打造夥伴關係
2023-迄今	國際倡議TCFD Supporter	會員	遠東 SOGO	堅定氣候治理決心，成為國內零售典範

永續國際倡議組織 EP100、R20、TCFD Supporter

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(全球能源生產力提升倡議)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。

遠東SOGO自2021年起，自主揭露「氣候相關財務揭露」(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)，依照「治理」、「策略」、「風險管理」及「指標與目標」等四大核心要素強化內部氣候治理架構。2023年遠東SOGO為國內百貨首家正式簽署成為TCFD的支持者（Supporter），加入自願進行氣候相關財務資訊揭露的行列，透過更佳的訊息揭露來防範氣候風險，深化內部氣候治理決心。

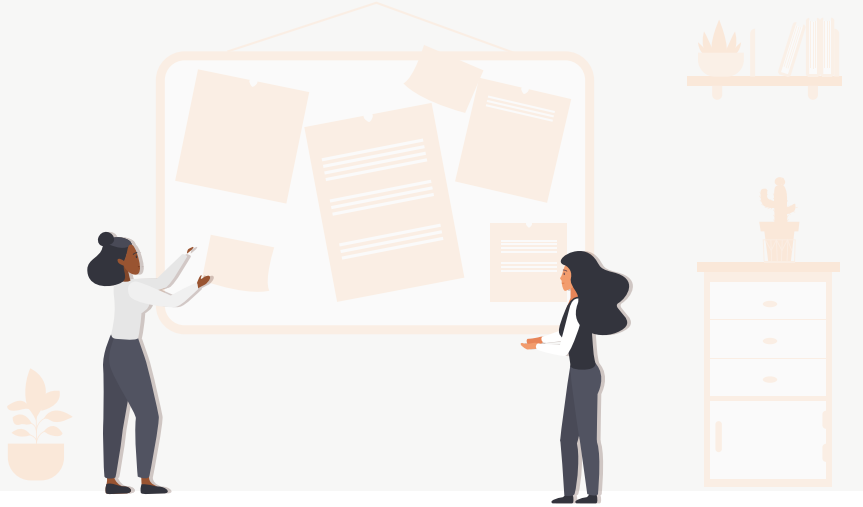


女董事協會，**提倡女性賦權**

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。自2021年起連續三年擔任女董學院「女性菁英領導人培訓專案」領導力講座導師。



黃晴雯董事長（後排左五）擔任第三屆女董學院講師，協助女性領導人以永續思惟規劃企業策略



1.1.3 內控機制 GRI 2-12

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;遠東集團董事長亦與會。 ・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		・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		・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。
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		・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	・由總公司各部門主管擔任執行秘書小組委員，每月定期召開會議，由永續辦公室定期向董事長報告;每半年召開副總階以上會議。 ・委員會下設「商品安全委員會」，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;「氣候變遷委員會」，評估氣候帶來的風險與商機。
願景工程委員會	2020 年	・形塑公司願景，推動數位轉型，優化顧客與員工體驗，強化對公司的品牌認同。

備註 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。
更多資訊請至遠東SOGO ESG官網「公司治理」→「投資人資訊」

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。稽核作業報告每年定期提報董事會；2023年度報告已提報，將持續追蹤後續改善成果。



1.1.4 誠信經營 GRI 2-25 GRI 2-27 GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3

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說明、管理守則、倫理教育與人權之宣導與釋疑等，強化從業道德，期許全體同仁展現人文精神。

遠東SOGO企業永續網站設有「企業廉潔」專區，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，2023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。

誠信經營與反貪腐制度

最高指導原則	誠　信 ▶
行為準則	董事會通過《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。
管理制度	1.公司章程 2.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。 3.《違反道德行為及誠信經營之檢舉及懲戒辦法》 4.內部控制制度與作業辦法 5.集團聯採合約〈供應商社會責任承諾書〉中明訂〈防賄條款〉，禁止任何形式的賄賂、貪污、勒索、盜竊、濫用權力及不正當的利益
宣導方式	・員工手冊 ・eWork APP ・內部會議 ・朝會日報 ・內部信件 ・公告欄
申訴管道	請至遠東SOGO ESG官網「利害關係人專區」→「企業廉潔」

誠信經營	內容說明	執行方式	執行績效
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	推動社會共融理念、打造DEI（Diversity, equity and Inclusion）幸福職場，2023年獲Womany女人迷年度最佳DEI企業銀獎
性別平等	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〉。為打造多元共融職場，遠東SOGO積極扎根基礎意識，全員必修兩性課程。		・辦公室與各店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。 ・當2023年台灣社會發生一連串Me Too事件，遠東SOGO第一時間為關鍵角色賦能，針對主管開設「性別友善職場講座」，培養處理職場性騷擾申訴案件的能力，累計120位(近六成)主管完成性別平等教育課程。
相關連結	「員工組成與權益」專區		

企業廉潔條款

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，亦按法規異動及新辦識出的風險，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。稽核作業報告每年定期提報董事會；2023年度報告已提報，將持續追蹤後續改善成果。



< 員工手冊 > 節錄：第六章 離退與解雇

第六條、解雇：員工合乎下列各項之一並應依個案事實認定，依法辦理解雇，公司不須預告、不發資遣費。
第21項：藉職務之便，有圖利自己或他人行為，情節重大者。
第22項： 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。

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。2023年度遠東SOGO違規受罰事件如下，全年罰款總金額新台幣180,000元。單一個案皆完成改善，並於內部加強宣導，避免再度發生。

2023年違規事件

社會面向

營業據點	法規	違反法規內容	改善辦法
忠孝館	建築法	現卸貨區原建築使照圖為綠化空間，但作為貨車卸貨區使用	▶已重新申請綠化空間及法定裝卸停車位設置，並經臺北市政府都市發展局核准，於2023年11月13日發放變更使用執照予我司
中壢店	建築法	公共安檢違規罰鍰	▶已於2023年底改善完畢
中壢店	違反食品衛生管理法	商品逾期罰款	▶將嚴格執行商品到貨驗收、簽收、入庫、上架、貨架檢查之程序，將自製造日起算超過四分之三有效之商品下架

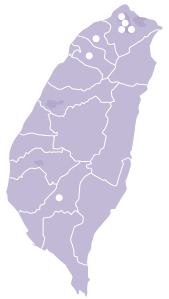
1.2 營運成果

1.2.1 關於遠東SOGO GRI 2-1 GRI 2-6

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。

詳見遠東SOGO ESG官網「永續願景」

公司名稱	太平洋崇光百貨股份有限公司	營運據點　台灣（共7處營業場所，亦為本公司重要營運據點）
創立時間	1987年	 台北忠孝館：台北市忠孝東路4段45號 台北敦化館：台北市敦化南路1段246號 台北復興館：台北市忠孝東路3段300號 天母店：台北市中山北路6段77號 桃園中壢店：桃園市中壢區元化路357號 新竹店：新竹市中央路239號 高雄店：高雄市三多三路217號
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	2023年度為1,305人	
公司型態	未公開發行	

營運據點與各店特色

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

台北店忠孝館

台北東區流行旗艦 美妝天后宮

開業年份 *1987*



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。

2023年營運概況

- 2023年4月中旬起口罩解封，母親節及年中慶檔期銷售提升。外國觀光客入境人數增加，帶動銷售成長。
- 形象再升級，部分樓面賣場整修，同時調整櫃位、引進新品牌，如TOD’ S、KENZO。
- 販促舉辦各式生活體驗活動，增加新客，也提升主顧客的黏著度，如參與台灣燈會、設置兔年藝術裝置打卡；舉辦經典鐵道模型展；親子活動等。
- 超市持續舉辦小農展,提供消費者新鮮美味。
- 向台北市政府爭取、催生「東區廊帶計畫」，忠孝館後方瑠公綠廊帶工程於2023年8月至2024年5月施工，透過停車空間減量、開放空間整體規劃，形塑帶狀綠廊空間，使東區地標遠東SOGO與社區共融。

台北店敦化館

低調、奢華的貴婦生活圈

開業年份 *1994*



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

2023年營運概況

- 2023業績表現持穩，餐飲績效持續成長。
- 強化各種型態之體驗活動，鞏固忠誠顧客。
- 與復興館合作串流，力圖增加新客。



高雄店

時尚藝術與人文匯聚地

開業年份 *1996*



南台灣貼心、安心且精心的時尚藝術與人文匯聚地

打造「遠東SOGO美學殿堂」，支持在地文創發展與藝文表演，定期舉辦相關活動

2023年營運概況

26年來深耕鄰里、強化與在地商圈的友善共好，提供顧客緊密的感情聯繫、在地化的區域連結，呼應SDG 4優質教育、SDG 1消除貧窮、SDG11永續城鄉、SDG12責任消費、SDG 13氣候行動、SDG15陸域生態舉辦各式公益活動，打造南台灣公益基地，如舉辦行動圖書館、黑熊保育活動、防災宣導、小農市集、親子二手市集等。

桃園中壢店

NEW FAMILY ‧ NEW LIFE 百貨

開業年份 *1998*



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

2023年營運概況

- 打造數位服務、流行體驗、社區共好
- 超市轉型新樣貌，提供更優質購物環境
- 賣場改裝增加餐廳，讓用餐選擇更多元
- 志工社持續參與志工及社會公益活動

天母店

綠色百貨示範店

開業年份 *2009*



- 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

2023年營運概況

- 強化全台第一綠色百貨之綠色影響力：2023年3月進行全館綠色教育，並向700個品牌及上市櫃公司倡議綠色採購；強化館內SOGO Sustain商品陳列，一年推出2檔專刊，介紹館內綠色設施及永續商品。
- 化通路為社會影響力基地，與台北市政府警消單位、各局處與護理師公會舉辦體驗活動及相關宣導；深耕在地，與天母主場球團-味全龍，合作活動優惠、見面會；強化商圈互動，參與天母萬聖節遊行及護理人員優惠與服務。

台北店復興館

頂級精品時尚龍頭

開業年份 *2006*



- 頂級精品時尚龍頭 全台首家匯集世界五大精品
- 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，為台灣精品百貨翹楚
- 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」

2023年營運概況

- 2023年營業實績達189.12億（未稅），創開店新高！
- 啟動歷年來最大規模改裝：擴增精品賣場/升級女裝賣場，改裝成效顯著。為邁向年度200億大店做萬全準備。

新竹店

親子友善、社會共榮的首選百貨

開業年份 *2012*



- 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，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

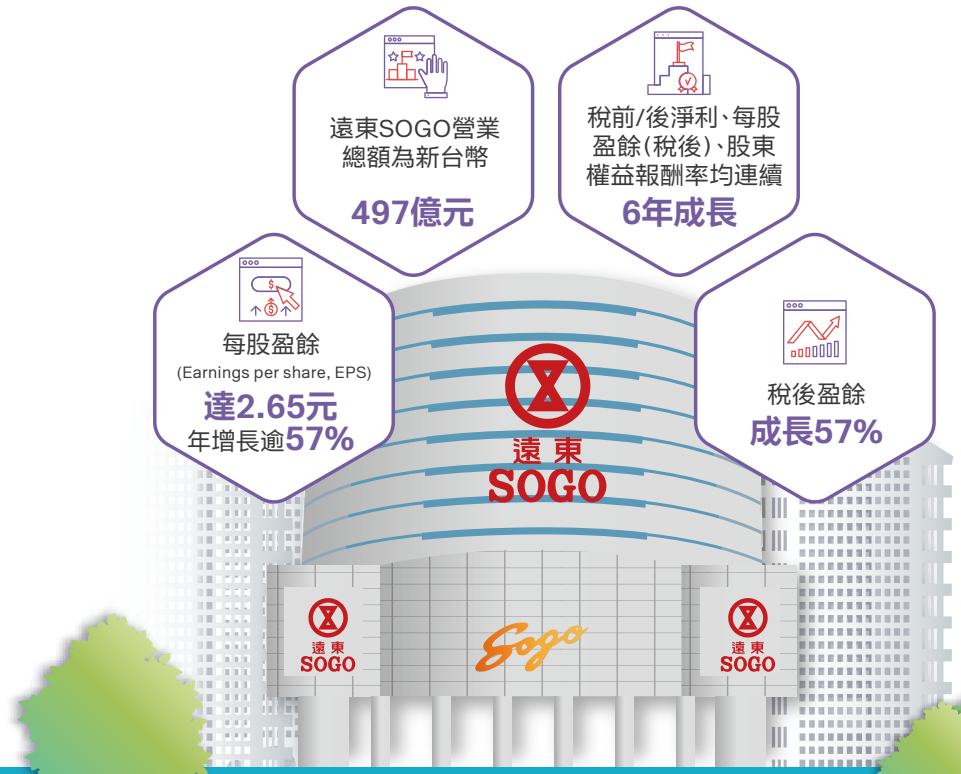
2023年營運概況

- 與新竹市政府衛生局結合推廣「助你好孕」之凍卵活動及「健康HAPPY GO」專案。
- 將藝術置入活動中，首度與台灣藝術家林凱恩老師合作舉辦全台獨家大怪獸展，運用在地資源達到低碳布展之效益。
- 優質教育向下扎根，推廣培養孩童閱讀興趣及語言能力，與信誼基金會攜手舉辦親子圖畫書互動特展。並與樂高合作，將THANQ CLUB打造為樂高樂園，激發孩童無限創意。

1.2.2 營運績效 GRI 201-1 GRI 201-4

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）合併於年報與法人說明會時揭露。

2023年度遠東SOGO營運績效



遠東SOGO歷年財務資訊

單位為新台幣千元；每股盈餘(稅後)單位為新台幣元

	2021	2022	2023
營業收入(IFRS)總額法	41,199,368	45,013,913	49,661,966
稅前淨利	1,459,163	1,824,575	2,914,351
稅後淨利	1,160,502	1,398,046	2,193,039
每股盈餘(稅後)	1.40	1.69	2.65
股東權益報酬率(%)	9.76	11.43	16.82
資本額	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

遠東SOGO歷年收支統計

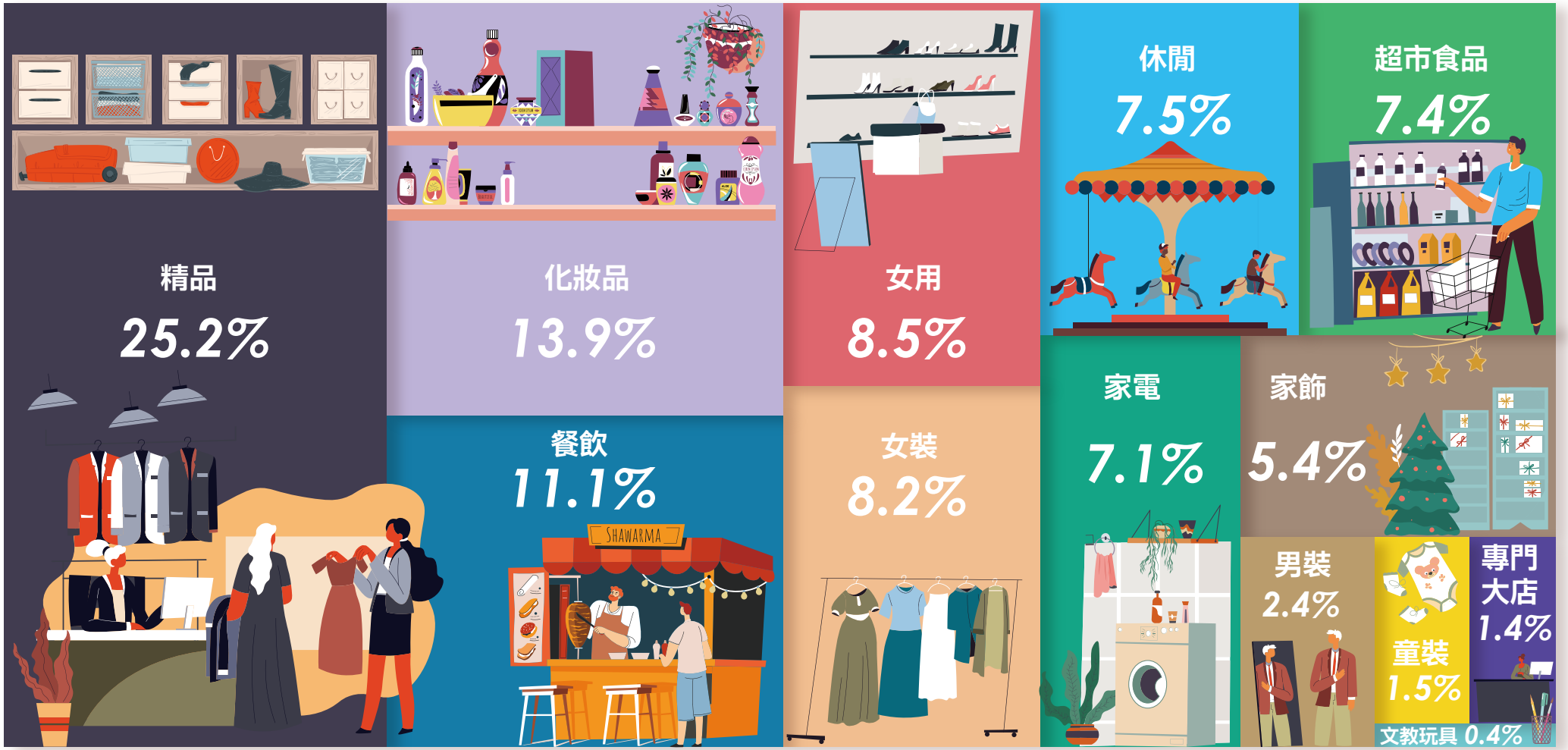
單位為新台幣千元

	2021	2022	2023
營業收入(IFRS)總額法(A)	41,199,368	45,013,913	49,661,966
營運成本(B)	37,685,751	41,078,942	44,893,775
員工薪資與福利(C)	1,256,000	1,343,106	1,507,295
支付出資人之款項(D)	1,001,880	1,043,280	1,904,400
繳納給政府之費用(E)	826,072	850,119	951,030
捐贈(F)	13,615	12,578	16,573
留存經濟價值(G) = (A-B-C-D-E-F)	416,050	685,888	388,893
政府財務補助總額	168,424	94,397	17,280

備註
1. 員工薪資與福利：含本公司員工非常態性薪資，以及其他員工福利。
2. 支付出資人之款項：發放股利之總額。
3. 繳納給政府之費用：含稅費與罰金。
4. 政府財務補助總額：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。2020~2022年皆有肺炎相關補助金，其中2021 年金額較高。2023年主要為節能專案補助金，占96%。

商品類別與營業額占比

遠東SOGO販售的商品琳瑯滿目，2023年以精品、餐飲、化妝品為主要營業額來源，占總營業額50.2%。走出疫情陰霾，內需消費市場熱絡，較2022年成長幅度最高的前三類為餐飲成長近27%、男裝成長23%、女裝成長14.6%；家電則屬落後指標，因疫情趨緩，清淨機銷售下滑，且消費可支配預算由內轉外下滑0.67%。



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年改版上線後，積極建立虛實融合行銷策略 (Online-merge-offline, OMO)，並推展即時、高品質、永續性的購物服務。截至 2023年底，會員人數成長至超過138.5萬，較2022年成長19%。

2大策略面向

內 優化數位治理

藉由數位轉型擬定未來治理方針及市場策略

【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】

- 導入ISO 27001資訊安全管理。
- 取得SOGO APP行動應用基本資安標章認證。
- 將資訊安全列入全員必修課。
- 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。

2023年成效

- 遠東SOGO於2023年5月開啟IS0 27001資訊安全管理制度導入，歷時半年，經第三方機構亞瑞仕國際驗證股份有限公司驗證通過。
- 通過「數聯資安」通過MAS標章L3複測。
- 共舉辦7場次資安教育與宣導，共174人次參與。

外 深化數位體驗

在人人皆有行動裝置的時代，打造愉快的數位體驗環境，優化顧客旅程

【購物體驗升級】

- 遠東SOGO於2020年全面升級APP與POS機，改變以往手持發票兌換優惠的限制，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兌換；透過雲端運算，支援顧客以SOGO APP一鍵試算、一鍵兌換。
- 持續深化顧客數據平台，透過篩選主題設定、AI貼標、自媒體發送，蒐集顧客行為，為顧客數據平台產生正向回饋，強化SOGO APP分眾行銷。

【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11種行動支付方式，簡化顧客付款流程，SOGO APP支援其中4 種。

2023年成效

利用雲端服務強大的計算能力和彈性，有效控管數據資料，處理週年慶期間龐大來客量的各式需求，如兌換來店禮、滿額禮品、銀行來店禮品等，助攻台北店週年慶12天120億業績。

2024年目標

- ISO 27001:2022轉版。
- 通過TPIPAS(臺灣個人資料保護與管理制度)驗證 ，取得 「資料隱私保護標章dp.mark」。
- Office 365 全方位數位轉型，創建行動辦公，提升團隊協作彈性與效率。
- 導入BPM商業流程管理系統，提升行政效率；業務流程自動化，自動產生報告和監測，減少人為錯誤。

行動支付工具

Apple Pay、LINE Pay、支付宝 ALIPAY、Samsung Pay、HAPPYGO Pay*、Google Pay、微信支付 WeChat Pay

備註 * 為 SOGO APP 特別支援。

電子禮券

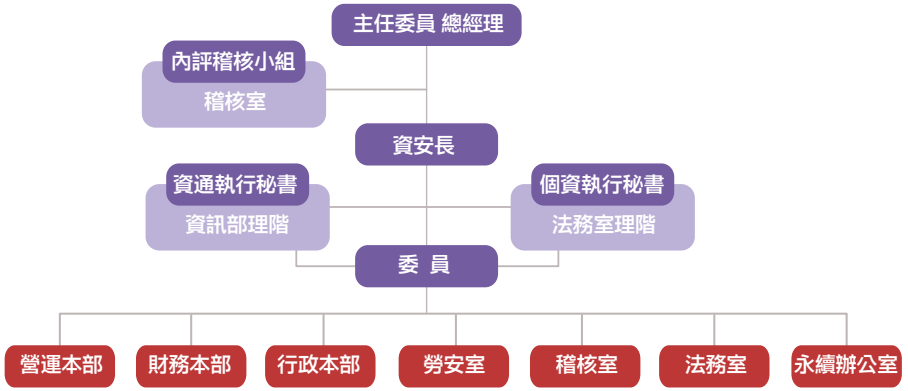
*、Edenred *、*

1.3 資安防護

1.3.1 資安管理委員會

鑑於百貨業接觸之個人資料數相當量龐大，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。2023年資安委員會架構變更，設置資通訊組與個資保護組，並設置資安長一職，由本公司資訊部協理葉為立兼任，負責制定資安策略、評估資安風險、應變資安事件等。2023年5月導入IS027001資訊安全管理系統，提升管理效率、建構完整且完備的資訊安全管理系統，確保資訊資產的安全、降低資料外洩的可能。

2大策略面向

內 奠定經營治理基石

行動方案

- 導入IS027001資訊安全管理系統。
- 推動資訊系統雲端化，提高數據資料安全性、系統乘載流量，使用AWS雲端安全防護機制保護，對資訊系統定期進行系統弱點掃描與災備演練。

2023年成效

- 導入並通過IS027001資訊安全管理系統驗證。
- 資訊系統上雲，強化資安韌性，讓SOGO APP安然度過尖峰時刻每秒鐘 1,500 個請求的情況，為遠東SOGO助攻週年慶商機。
- VPN導入MFA認證機制、各店防火牆更換；每半年進行AWS Well Architected，檢視雲端架構是否符合卓越營運、高安全性、高可靠性、高系統使用效率、成本最佳化與永續經營等六大指標。

外 打造安心購物環境

行動方案

- 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。
  派員參與「台灣個人資料保護與管理制度規範(Taiwan Personal Information Protection and Administration System, TPIPAS)」管理師課程培訓，並考試合格。
- 強化資安檢測、導入資訊安全管理系統，2022年起推動全員資訊安全課程，合計共887人次與會，占全體員工人數70%。

2023年成效

- 取得「TPIPAS個人資料管理師」證書，2023年由1人增為2人，全面提升資訊安全管理能力。
- 2023年將資安課程鎖定在職務工作與個資相關的部門及新進同仁，共舉辦7場次資安教育與宣導，共174人次參與。

1.3.2 資安風險管理

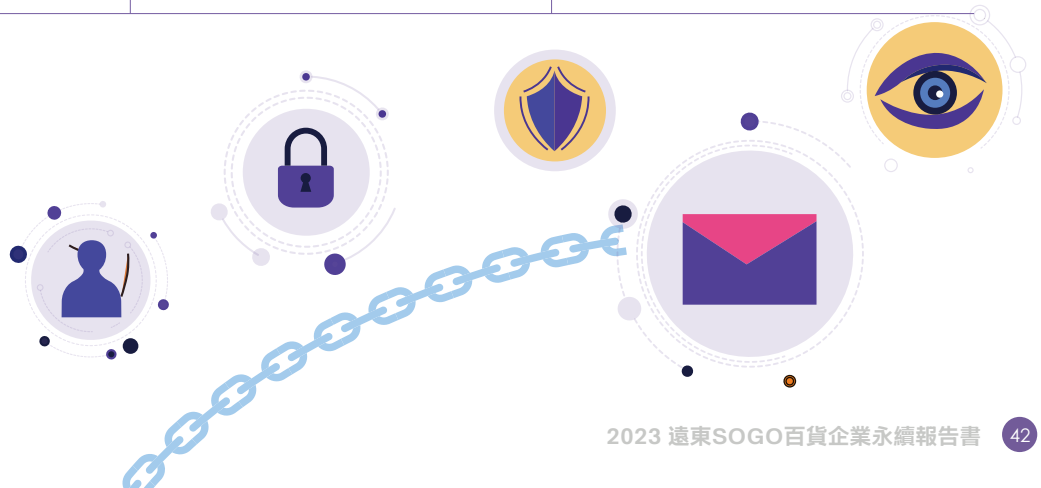
為了促使本公司資訊安全管理制度能貫徹執行、有效運作、監督管理、依P.D.C.A循環流程管理持續改善，維護公司重要資訊系統的機密性、完整性與可用性。





為強化人員認知、避免資料外洩、落實日常維運，遠東SOGO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
執行內容	• 2023年上半年，稽核室訪談總公司資訊應用課、資訊開發課及資訊管理課，並取得各項系統之資料查詢權限，覆核系統內存有之個資種類及內容，評估內控是否適當，於6月發出查核報告。 • 下半年，稽核室檢視請採購單、驗收付款單及相關附件，覆核其流程之允當性，並取得資訊留存之驗收工作紀錄，確證採購驗收付款之正確性，於11月發出查核報告。	• **通過MAS標章L3** SOGO APP iOS及Android系統於2022年取得「行動應用App基本資安標章認證」(Mobile Application Security, MAS 標章L3)，認證到期，進行複測。 • **會計師事務所審計及資安查核** 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，以評估公司資訊作業內部控制之有效性。
執行成果	• 稽核過程中發現需改善項目，已於稽核過程中與相關人員討論並促請研究改進。	• 2023年12月通過「數聯資安」通過MAS標章L3複測。 • 2023年2月執行電腦審計及資訊安全查核，外稽單位：勤業眾信聯合會計師事務所。



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，該平台已取得ISO 27001資訊安全管理系統（Information Security Management System, 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。2023年無發生重大客戶隱私或遺失客戶資料或個資外洩事件，然接獲一起疑似個資外流舉報，已報案偵查中，因無法確認行為人身份，於2024年簽結。

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
兌換贈品接觸之個資	活動後銷毀。	販賣促進部
同仁個資	1. 在職同仁個資系統，設定查閱權限。 2. 離職同仁個資，依法規封存資料，保存 5 年後銷毀。	人力資源部
顧客調貨資料	保存 1 年後銷毀。	營業各部
訴願資料	1. 店內紙本訴願資料，結案後保留 1 週即銷毀。 2.電子訴願個資由系統表單建檔，待案件結束後資料封存，並設定查閱權限。	顧客服務課
顧客租借服務	租借填寫資料，當日歸還後銷毀。	顧客服務課
拾獲物表單	保留 2 年後銷毀。	顧客服務課

個資申訴管道

申訴人	顧客或民眾
保護對象	顧客
申訴管道	實體/各店服務台 電話/免付費專線0800-212002 網路/線上留言板
申訴人	同仁
保護對象	同仁或顧客
申訴管道	稽核室舉報信箱



1.4 風險控管

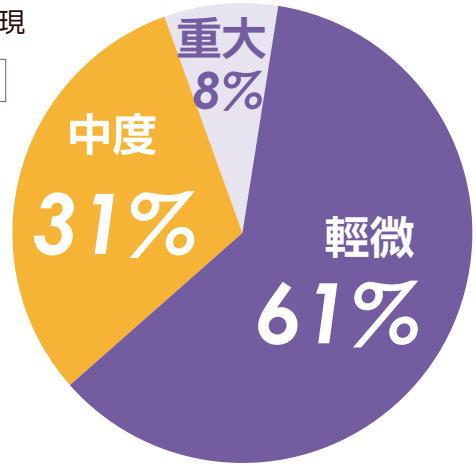
1.4.1 風險管理

在全球化影響下，世界各地的經貿問題緊密關聯，輔以近年地緣政治詭譎、氣候變遷帶來嚴峻考驗、戰爭動盪、資安危機四伏等外部環境風險與劇烈變化，對百貨零售業帶來消費市場變動的巨大挑戰。

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2023年度內部查核，共提出129項稽核建議事項，依內控影響程度來區分，將近6成的缺失是比較輕微的，較重大的缺失有10項（8%），主要為文件或流程的不當。

2022年查核發現

內控影響程度



2023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	6	2	16	30	5	1	-	60
2	採購及付款	2	3	5	26	17	2	-	55
3	薪工	-	-	-	5	-	5	-	10
4	資訊安全	1	-	-	1	-	-	-	2
5	固定資產	-	-	-	2	-	-	-	2
6	投資活動	-	-	-	-	-	-	-	-
7	法規遵循	-	-	-	-	-	-	-	-
合計		9	5	21	64	22	8	-	129

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，2023年內部風險掌控如下：

風險類型	外部環境與風險	因應對策
營運風險	百貨以餐飲聚客、提供高品質商品著稱，若發生商品安全或食安事件，將危害顧客生命及健康，同時損害公司商譽，造成經濟損失。	・落實化妝品/餐飲商品/衛生自主安全檢查。 ・稽核年度檢核餐飲專櫃食品安全衛生管理。 ・盤查自營商品是否有逾期、包裝受損或標示不符之情形。 ・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。
人力資源風險	數位贈獎活動大增，嚴防作業弊端，避免公司損失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。	・檢核贈獎系統兌換資料正確性。 ・透過每年進行員工滿意度調查，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。 ・抽查員工薪資核發正確性。
供應鏈風險	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。
	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。

風險類型	外部環境與風險	因應對策
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。 ・檢核資訊安全有效性及系統維護驗收允當性。
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。



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。

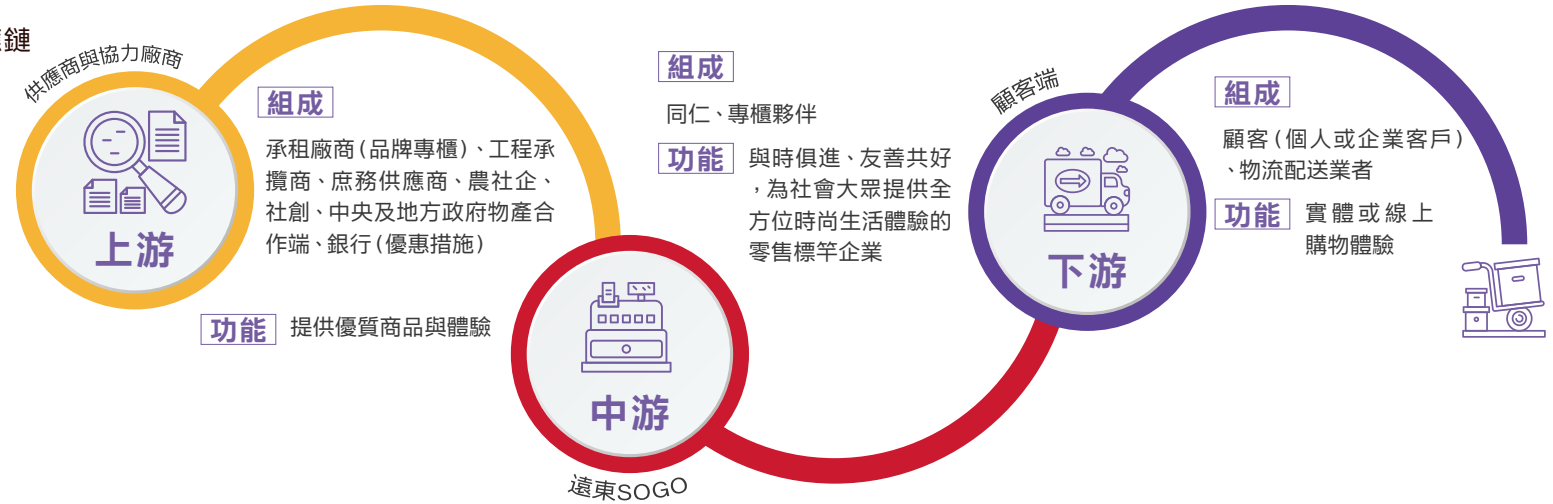
2023年特殊危機事件

事件名稱	內容概要	處理方式	事件結果
2023年6月 SOGO 國泰聯名卡分家	國泰世華銀行與SOGO百貨共同發行的SOGO聯名卡超過20年、擁有60萬名卡友。然此卡與國泰的合約為前任經營者時代簽訂，並未載明合約效期，遠東SOGO認為與運作常理相違，並於2023年6月根據仲裁結果行使合約終止權，持卡者相關優惠將終止。 依法院仲裁，國泰需於2個月前通知所有卡友。	1. 事先掌握國泰欲對外公佈的時間及概要內容。 2. 在國泰記者會前，內部擬定對外回應說法。 3. 國泰記者會當天同步監看，記者會結束隨即發布我方新聞稿對外說明。	媒體報導為兼顧我方說法之平衡報導，讓外界充分瞭解實際狀況，維持公司形象。
2023年6月 女童於天母店 廁間區域遭男子性騷	天母店七樓獨自上廁所的一對姊妹(妹妹)於廁所入口處，遭非員工、亦非供應商/承租商的陌生男子拉住非禮，幸姐姐大聲尖叫嚇跑男子。 受害者家人持百貨監視器報警提告，該男已被台北市警察局士林分局查緝到案，全案朝性騷擾防治法偵辦中。	1. 第一時間安撫顧客、調閱監視器畫面，保全警備依嫌犯特徵尋找嫌疑人、陪同顧客至警察局報案。 2. 後續強化樓面維護，提高廁所巡查頻率；加強5樓至8樓等高樓層廁所巡邏；提供嫌疑犯照片予各樓面同仁熟記，發現時回報並監控。	• 天母店與轄區警方充分合作，在最短時間將嫌犯逮捕到案，並將訊息向媒體說明，降低外界對百貨安全疑慮。 • 天母店與轄區警方進行安全防範措施之合作及宣導，透過各式媒體宣傳，宣示安全防護的決心。

1.5 供應鏈管理 GRI 2-6

百貨賣場臨立，身為國內第一家引進國際管理經驗的百貨公司，遠東SOGO以卓越的招商能力攜手具品牌口碑的承租廠商，結合供應商、承攬商，透過專業的賣場管理與供應鏈輔導，為顧客精緻體驗、安心商品，並型塑與時俱進、友善共好的新時尚生活典範。2023年供應價值鏈無顯著變化。

遠東SOGO供應鏈



遠東SOGO從2016年制訂供應商條款後，不斷透過供應鏈管理、永續選商，提高品牌專櫃與供應商的永續作為。並將工程及庶務類供應商依承攬金額分類，優先輔導與SOGO交易金額高的商業夥伴，含一級500萬以上，及二級250萬至500萬之供應商。

供應鏈資訊統計

級別	分類	工程			庶務					合計	百分比
		工程類	勞務服務類	設計類	贈品類	資訊類	庶務用品類	美工宣傳類	勞務服務類		
一級	500萬以上	9	3	2	3	2	5	3	2	29	31%
二級	300-500萬	2	2	0	2	4	0	3	0	13	14%
三級	100-300萬	4	2	0	2	5	3	13	1	30	32%
四級	50-100萬	2	0	0	6	1	4	8	0	21	23%
家數		17	7	2	13	12	12	27	3	93	100%

備註
- 篩選條件:年度交易次數3次(含)以上、年度交易額合計50萬以上。
- 皆為國內廠商。

供應鏈管理策略

面 向	目 的	2023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，並落實減碳供應鏈。	庶務類百分之百在地採購。	**啟動淨零聯盟** ➡ 偕同供應鏈與承租廠商進行「一櫃一綠色行動」實踐循環經濟。 **推動循環商模** ➡ 導入並通過ISO 20400永續採購指南，將永續準則納入採購流程、供應鏈管理。 ➡ 啟動承租專櫃 ESG調查，分級輔導。
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。	・連續6年舉辦全台最大規模小農展(忠孝館)。 ・連續2年舉辦全台最大規模社創展(復興館)。 ・全台各店以SOGO Sustain好物好選，攜手櫃位推薦逾677件永續商品，觸及123萬人次。 ・SOGO Sustain出貨件數佔綠色電商SOGOplus 10.5%。	
強化 **供應商韌性**	降低負面衝擊，進行供應商永續管理。	・尊重人權、為保障利害關係人之基本人權，頒佈人權政策。 ・成立供應商減碳聯盟，以為期三年的供應鏈管理計畫(問卷調查、陪伴諮詢/課程輔導、成果發表)，循序漸進，輔導供應商建立內部的環保政策。	

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SDG 12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供應鏈大事紀

供應鏈管理

- 2016：制訂「供應商廉潔條款」，要求供應商正派經營。
- 2016：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〉。
- 2018：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：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。
- 2021：進行供應商永續調查，強化供應商韌性。
- 2022：成立供應商減碳聯盟，輔導供應商建立內部減碳目標。

年份	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022	2023

永續選商

- 2015：開啟SOGO CSR元年，成立百貨第一個CSR網站及商品安全專區。
- 2017：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。
- 2018：開始連續舉辦全台最大規模小農展，從產地到貨架，推動食農教育與永續消費。
- 2021：推動〈SOGO Sustain好物好選〉永續選商識別系統。
- 2021：推動餐飲專櫃申請環保署綠色餐廳認證。
- 2022：開始連續舉辦全台最大規模社創展，向高端客層傳遞永續時尚的理念。
- 2023：百貨第一個綠色電商SOGOplus開台，24小時扶植在地良品。



遠東SOGO強化供應商韌性之輔導計畫

發展「SOGO Sustain」永續選商識別，攜手品牌專櫃推廣永續商品

遠東SOGO於2021年11月正式推出〈SOGO Sustain·好物好選〉永續選商識別系統，攜手專櫃、嚴選符合環境保護、試圖解決社會問題的永續性商品，現場陳設及紙本DM/eDM等向顧客宣傳，建構一次性永續消費平台，讓顧客「每次消費都能簡單做出好選擇」。

自2022年起，遠東SOGO台北三館設定一年兩個SOGO Sustain檔期，分別落在母親節前的四月、及週年慶前的十月，對外集中資源向顧客行銷永續好物，對內使遠東SOGO的承租商、供應商與同仁進一步認識永續選品概念，正式「讓永續走入百貨營運日常」。外店每期DM規劃1~2頁的SOGO Sustain選物推薦，擴大永續選商的影響力。2023年天母店推出SOGO Sustain檔期，結合店內「國內第一綠色百貨」特色，攜手品牌專櫃推廣永續商品。



輔導餐飲專櫃及員工餐廳供應商，申請環保署「綠色餐廳」認證

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



2021年遠東SOGO將觸角深入百貨人氣餐廳，輔導餐廳通過環保署「綠色餐廳」認證，響應「源頭減量、使用在地食材、進行惜食點餐」三大要點。截至2021年底，台北三館(忠孝、復興、敦化)已全數通過認證；2022、2023年，全台各店除新進餐飲專櫃外，輕食店及餐飲專櫃(餐廳)皆通過綠色餐廳認證，2023年下半年配合環境部政策，轉為「環保餐廳」。

搭建最後一哩路，輔導社創企業成功進軍百貨賣場

遠東SOGO為國內第一個舉辦大規模小農展與社創展之百貨，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；上架期間，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。



擴大永續選商SOGO Sustain社會影響力

依據國際影響力框架Business for Social Good (B4SI) 建置模版，第一階段設定天母店為統計標的，量化投入、產出與影響力，定期追蹤，優化專案。總計2023年天母店兩檔SOGO Sustain(4月、11月)動員近三成員工、號召84家品牌、觸及49萬人次，創下6.8億元業績，並有3,300人次實際參與APP永續倡議互動遊戲。

未來將擴大分析至台北店全年度永續選商產品，持續議合利害關係人，擴大〈SOGO Sustain·好物好選〉社會影響力，形塑新綠色消費文化。



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〉，以9條細則，包含勞動人權、環境永續、對懷孕與哺乳期婦女的照顧等，強化供應商在社會和環境面向的永續作為，並於供應商首度簽約/換約/請款時，全面簽訂。如果有違反導致影響遠東SOGO商譽或權益時，我方可以解除契約，以這樣的條文對廠商產生約束力。承租廠商與供應商簽署率近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。

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	首次建檔供應商
管理部門	各營業據點相關單位/商品部	採購部	採購部	財務部
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	採購金額新台幣100萬元以上，並經集團聯採者，需簽訂「供應商社會責任承諾書」	供應商首次建檔需填寫供應商資料表，其中包含詳閱永續條款並同意簽署
2023年已完成合約數	3,081份	180份	190份	534份
涵蓋率	99.8%	100%	100%	100%

永續條款、供應商社會責任承諾書請至遠東SOGO ESG官網「利害關係人專區」→「供應商永續條款」

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**

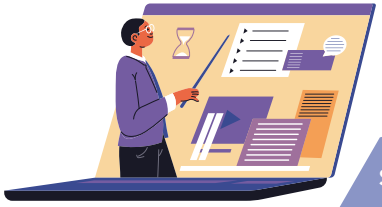
	採購工務類	庶務類
驗收單位	各店工務主責，通知與會單位參與驗收	各店總務主責，通知與會單位參與驗收
稽核參與驗收	採購金額大於新台幣 50 萬，稽核將參與驗收	
規格不符處置	若廠商未能如期、如約交貨或履行合約，由採購召開「供應商品質會議」進行違約賠償請求	

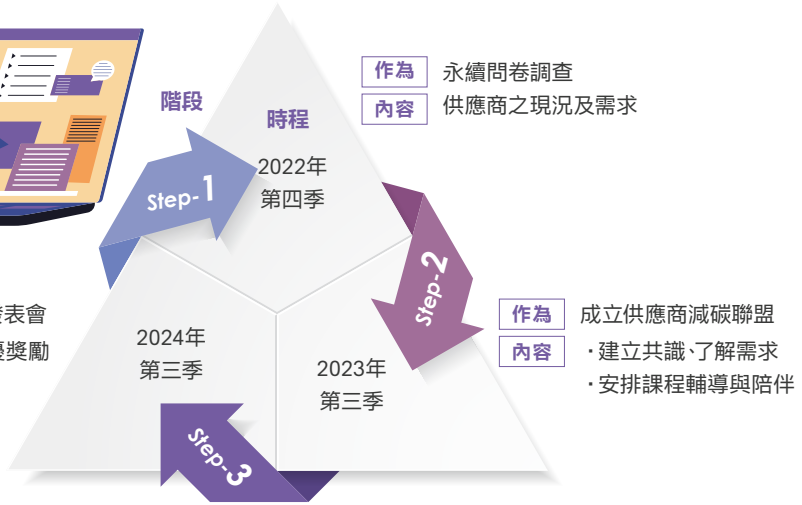
循環商模，強化供應商韌性

2022年10月，遠東SOGO首度針對採購金額逾新台幣10萬之工程類及庶務類之供應商發出永續自評表，調查供應商之永續相關作為，並進行永續風險鑑別，回覆率86.9%（採購金額10萬以上總家數229家，回覆199家）。供應商永續風險調查及鑑別兩年一次，預計下次執行為2024年。

並將供應商依承攬金額分類，優先輔導與SOGO交易金額高的商業夥伴一級（500萬以上）、二級（300萬-500萬）及與公司願景理念相符者，以為期三年的供應鏈管理計畫（問卷調查、陪伴諮詢、成果發表）循序漸進，輔導供應商建立內部的環保政策。

遠東SOGO供應商三年輔導計畫





遠東SOGO將導入並通過ISO 20400永續採購指南，將永續準則納入採購流程、供應鏈管理，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，將持續進行永續輔導，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。





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，透過資料蒐集、面談、評分等方式，篩選出優質廠商，並由稽核積分高者獲得合作機會。而使用單位需針對供應商填寫「評鑑表」，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	
百貨及超市	・進撤櫃作業流程 ・自營商品採購管理辦法 ・商品採購及付款流程 ・請採驗付作業流程 ・標籤管理辦法 ・銷售及收款流程 ・存貨管理流程	・成品回收及處理標準作業流程 ・化妝品退換貨處理辦法 ・商品價格標籤檢查 ・即期品檢查 ・化妝品許可檢查 ・來店禮贈品檢驗（可參考「安心服務力」章節）
餐飲專櫃	環境與衛生檢查： ・每日專櫃自主檢核 ・每週遠東 SOGO 餐飲課檢核 ・每月評比，頒發〈優良獎〉 ・輔導餐飲櫃位申請食品良好衛生規範(GHP)驗證	相關檢測： ・專櫃冰塊檢驗 ・飲用水檢驗 ・外帶年菜器皿檢驗
供應商 （庶務類、工程類）	・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 ・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	

更多資訊請至遠東SOGO ESG官網「穩健經營力」 ⟶ 「供應鏈管理」



2. 永續環境力

遠東SOGO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、創能措施，打造綠色營運文化，依各利害關係人提出具體行動方案，打造一站式綠色消費平台，以通路力量推廣環境教育及永續消費意識。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。

本章節對應之SDGs



台灣百貨首例

台灣綠色百貨典範

TCFD supporter

國內百貨第一

- **五度**獲「國家企業環保獎」獲銀級獎以上
- 9年電子禮券發行量**省紙達10座玉山高**
- 整併銷貨明細與信用卡簽單，**一年省紙長近2座高速公路**
- 紙本禮券採用FSC認證紙材

提升能源使用效率

- 每度電創造營收497.02元，年增***10.94%***
- 一年投入8千萬汰換設備
- 自2018年起，累計節電***8,600*萬度**、累計節省電費**2.26億元**

2.0 策略成果與規劃

遠東SOGO積極於日常營運實踐環保理念，執行能源管理及建置節能、創能措施，打造綠色營運文化，並依各利害關係人提出具體行動方案：向專櫃、供應商進行永續選商、永續採購，對員工進行永續教育，為顧客打造一站式綠色購足平台，以通路力量推廣永續消費意識。

政策承諾

早於法令規範導入TCFD氣候相關財務揭露框架、參與EP100國際倡議，強化氣候治理，制定明確目標，嚴格執行減碳行動，包括自發性導入ISO 14064-1溫室氣體、ISO 14067碳足跡、ISO 50001能源管理系統等，積極節能與創能，承諾「降低能資源消耗」、「提高能源生產力」、「提升再生能源占比」、「落實永續消費」，推動淨零綠生活，目標2040年碳中和、2050年淨零排放。

組織願景

結合節能減排、永續消費、循環商模等三大淨零策略主軸，將商業影響力延伸為永續影響力，引動供應商綠色轉型、與承租專櫃啟動低碳營運商機、撬動顧客改變消費習慣，引領台灣零售產業邁向淨零。

重大主題

低碳營運
氣候策略與行動
溫室氣體管理

實際 正面

國際框架與指標

[GRI] 201經濟績效、305排放

定義與衝擊說明

遠東SOGO對內創建低碳營運、對外提供綠色服務的管理機制與做法

1. 透過「減緩」與「調適」降低氣候變遷風險對營運衝擊
2. 設定溫室氣體排放的管理措施，及相關減碳目標

管理行動	2023行動績效追蹤	達成情形	達成說明	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
強化氣候治理	提高TCFD氣候風險揭露程度。	達標	▸ 簽署成為TCFD supporter。 ▸ 相對完整揭露項目提高至7項。	▸ 建立跨部門溝通機制，逐年檢視優化氣候管理方針。 ▸ 氣候變遷委員會增能、擴大涵蓋部門。	▸ 完善氣候治理機制 。 ▸ 持續將氣候變遷相關議案納入董事會決策。 ▸ 高階主管薪酬連結氣候績效指標。
打造綠色低碳營運賣場	啟動全台碳盤查作業。	未達標	▸ 完成忠孝、復興、天母、中壢、新竹店溫室氣體盤查。 ▸ 預計2024年進行碳足跡盤查及查證。	▸ 2024年全台各店完成溫室氣體盤查 。 ▸ 2025年全數取得減碳標籤，並推廣綠色採購申報。	▸ 全台各店持續進行溫室氣體盤查。

管理行動	2023行動績效追蹤	達成情形	達成說明	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
打造綠色低碳營運賣場	再生能源占比逐年提高。	達標	▸ 新竹店第二期太陽能發電案場啟用，單店綠電占比自0.6%提高至5.7%。 ▸ 天母店取得再生能源憑證。	▸ 持續提高再生能源占比。	▸ 2028年新竹店碳中和。 ▸ 每兩年完成一家單店碳中和。 ▸ 2040年全台7店碳中和。
	永續採購占比逐年提升、品項增加。	達標	▸ 綠色採購金額近3,670萬元，占比5.24%，提升0.17個百分點。 ▸ 社創採購、以租代買金額近1,870萬元，提升88%。	▸ 2024年環保禮贈品(含回收再製材質)採購金額占比自1.83%提升至5%。 ▸ 2024年女性冬季制服採環保材質 ▸ 2025年完成ISO 20400永續採購管理系統認證。	▸ 對供應商全面展開永續盡職調查，並進行輔導；打造全台第一零售淨零聯盟。
	行銷及營運善用數位工具，減少紙張耗用。	達標	▸ 2023年發出DM86.51%為eDM，成長0.28個百分點。 ▸ 鼓勵發票存雲端，2023年全台消費筆數59%為雲端發票。 ▸ 率先全台百貨推出信用卡簽單合併發票明細，2023年已省下295公里紙長，未來一年省2座高速公路長度的紙張。	▸ 全台各店EDM占比>90%。 ▸ 2024年全台雲端發票占比提升至60%。 ▸ 全台各店響應環境部綠色辦公室政策。	▸ DM全面無紙化。 ▸ 全台雲端發票占比提升至70%。
引領永續消費，推廣淨零綠生活	透過吃出永續、選品永續、行動永續，逐年培養永續消費客層。	達標	▸ 各店共舉辦11場小農/市集/友善環境活動，全年觸及6.4萬人次。 ▸ 節能家電銷售3.1萬件，年成長16%。 ▸ 全台各店以SOGO Sustain好物好選，攜手櫃位推薦逾677件永續商品，觸及123萬人次。 ▸ 近7.7萬人次參與SOGO APP線上插秧與採茶，透過遊戲認識永續知識。	▸ 設置綠色商品專區、強化SOGO Sustain永續商品識別、辦理永續活動，讓顧客走進遠東SOGO就能開啟綠色消費旅程。	▸ 響應政府淨零綠生活，透過通路引領消費者選購綠色商品、體驗綠色服務。 ▸ 100%環保餐廳認證。

重大主題

能源管理 — 實際 負面
廢棄資源與再生 — 潛在 負面

國際框架與指標

[GRI]302能源管理、306廢棄物
[SASB]零售與批發中的能源管理

定義與衝擊說明

遠東SOGO針對內、外部消耗能源的狀況與需求，並依可再生能源與不可再生能源進行分類，以及針對營運過程中，所排放之廢棄物總量，與其影響環境的程度和管理機制。 實際 負面

管理行動	2023行動績效追蹤	達成情形	達成說明	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
節能並提高能效	每度用電營收逐年成長 。	達標	▸ 2023年用電營收為497.02元/度，較2018年成長39.29%。	▸ 持續汰換老舊設備 。	▸ 2028年每度電營收較2018年成長50.52% 。
減廢並強化循環再利用	各店逐步導入廚餘處理機 。	達標	▸ 2023年忠孝館完成導入 。	▸ 2024年復興館完成導入 。	▸ 推廣至各店。
消費端減少資源耗用	鼓勵自備購物袋/餐具、參與回收。	達標	▸ 超市自備購物袋，滿額贈點，減少使用6,442個紙袋。 ▸ 美食街推廣環保吸管，活動期間兌換出578組天然蒲草吸管。 ▸ 回收化妝品空瓶贈點，共回收19.8萬個，成長1.7%。 ▸ 全台敦化館、天母店舉辦二手衣物回收，計663人次參與，回收3,020公斤衣物，捐贈給伊甸基金會。	▸ 超市設置二手紙袋回收處，鼓勵再利用。 ▸ 舉辦活動或設置回收箱，推廣紡織衣物再利用。	▸ 增加循環材質商品銷售比例。
營運端減少資源耗用	超市減塑、宅配使用回收紙箱或循環包裝。	達標	▸ 超市蛋、蔬果類及糕點麵包類容器與包材減塑，全年減量1.1噸塑膠。 ▸ 超市宅配使用約2.9萬個紙箱，原箱再利用比例為66%。	▸ 增加誘因及優惠，鼓勵顧客自備購物袋。 ▸ 托盤減少塑量使用，並積極尋找環保替代方案。 ▸ 推廣二手紙袋回收再利用。	▸ 研議紙袋付費機制，促使消費者自備購物袋。
	電商包材減量。	達標	▸ SOGOplus出貨符合環境部「網購包裝減量規定」，並提供誘因鼓勵顧客到店取貨， ▸ 2023年到店取貨占比高達10%；原箱出貨占69%。	▸ 引進循環包裝，提升回收包材使用率、包材減重率。	▸ 持續推出適合原箱出貨、到店取貨之商品，源頭減量外，亦創造百貨綠色電商形象。

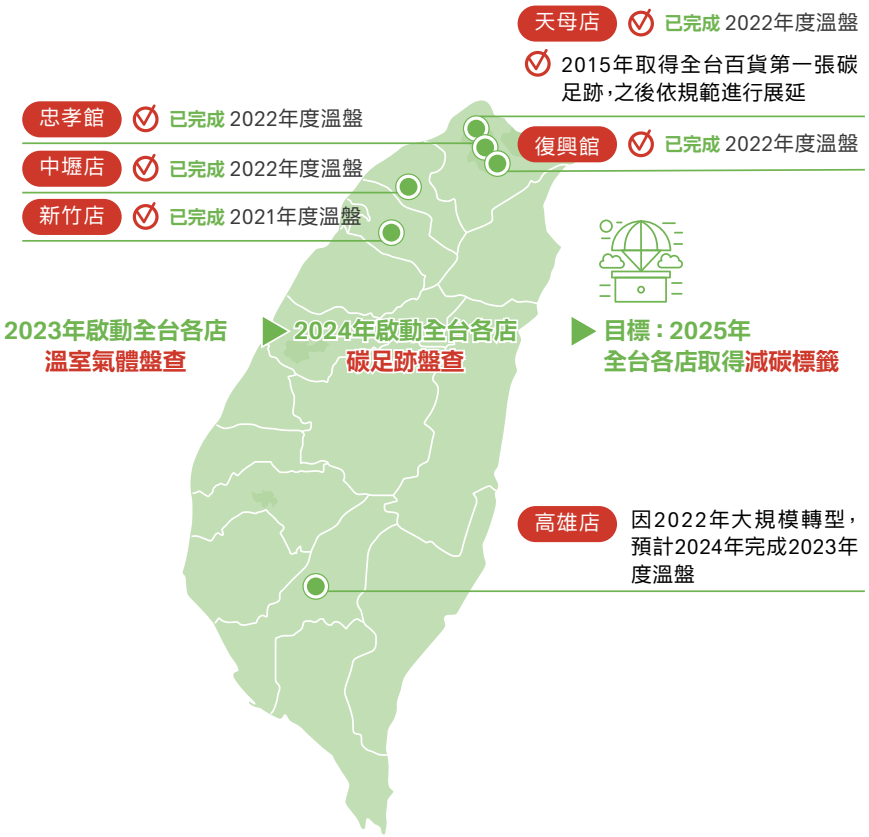
利害關係人群組	員 工	顧 客	承租廠商(專櫃)	供應商與承攬商
議合管道	▸ 員工永續認知調查(每年):1,139人受調,佔員工人數87% ▸ 全台工務會議(每月):檢討各店能資源耗用情形 ▸ 朝會日報:不定期發布永續資訊	▸ 顧客滿意度調查(每年):1,068人受調,77.3%滿意遠東SOGO的環境保護作為 ▸ SOGO Sustain專刊(半年):台北店、天母各發行2期 ▸ 自媒體永續倡議(每月):11檔共觸及16萬人次 ▸ ESG網站(不定期):4.1萬人次瀏覽 ▸ 小農市集:全年各店共舉辦11場小農市集,觸及6.4萬人次	▸ 3,081個專櫃簽署永續條款 ▸ 95%餐廳取得環保餐廳認證 ▸ 美食街97%獲得GHP認證,93%為優良等級	▸ 簽署永續條款370份 ▸ 攜手專櫃推出SOGO Sustain,推薦逾677件永續商品

呼應淨零,遠東SOG發展三大永續策略——「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」,由百貨核心職能出發,打造低碳通路。遠東SOGO領先法規一年,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 ClimateRelated 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年成立永續發展辦公室,直屬董事長管理,專責推動企業永續,並正式成為台灣百貨第一個TCFD supporter。

為加速實現節能減碳願景,遠東SOGO於2022年成為EP100國際倡議(Energy Productivity100)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%。

天母店是遠東SOGO綠色營運種子,2015年取得百貨零售業第一張「碳標籤」,定義百貨零售服務業的PCR(碳足跡產品類別規則訂定),2018年獲「減碳標籤」,2021年二度獲「減碳標籤」,是環保署(現環境部)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。

2022年起,遠東SOGO落實EP100計畫,2023年起啟動全台溫室氣體盤查,並於2024年進行碳足跡盤查,預計2025年各店取得減碳標籤。



SOGO x EP 100

遠東 SOGO 目標

設定2018年為基準年，至2028年累計節電率達40.30%，每度用電創造營收成長50.52%

2023年進度

10年計劃之第5年，能源生產力較基礎年已提升**39.82%**

遠東 SOGO 加入EP100 的行動

1. 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，系統即時於手機APP上呈現，可監、可控、可列印。預計2024年天母店率先導入，其他各店接續導入
2. 為佐證電力耗用，2023年完成忠孝、復興、天母、中壢、新竹店溫室氣體盤查，預計2024年涵蓋全台各店
3. 最終目標引領上、中、下游，議合供應商、承攬商、顧客、同仁、消費者，攜手邁向2050淨零

遠東 SOGO

會員組成

全世界超過125個會員

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，確保進度，並與國際社群分享台灣百貨零售業推動淨零減排的經驗

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

CLIMATE GROUP EP100

遠東SOGO低碳營運里程碑

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)
- 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

2018
- 全台百貨首家獲減碳標籤(天母店)
- 全台百貨首家進行 ISO 14064-1 溫室氣體盤查(復興館)
- 復興館申請能源局ESCO，更換冰水主機，獲得良好節能成效

2019
- 忠孝館、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

2020
- 敦化館ISO 50001展延
- 啟用位於新竹的第二座太陽能發電案場

2021
- 首度導入TCFD，並於2021年永續報告書揭露
- 全台百貨首家、二度榮獲減碳標籤(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〉
- 全台百貨第一、輔導餐飲專櫃申請綠色餐廳(現環保餐廳)
- 環保署(現環境部)推行「服務型碳標籤」納入綠色採購的第一個百貨(天母店)
- 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
- 亞太首家加入EP100的百貨零售業者
- 天母店獲環保署(現環境部)低碳產品獎勵-特優、經濟部水利署節水績優單位-優等
- 首家承作綠色定存的百貨
- 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

2023
- 台灣百貨唯一TCFD supporter
- 連續5年榮獲國家企業環保獎
- 啟用新竹店二期太陽能板發電案場
- 天母店取得再生能源憑證
- 忠孝館申請經濟部補助更換冰水主機，提升節能成效(預計2024年完工)
- 各店啟動溫室氣體範疇一至三盤查
- 全台首家將信用卡簽單合併銷貨明細的百貨，每年可節省2座高速公路長度的紙張

2.1 綠色百貨

2.1.1 綠色行銷

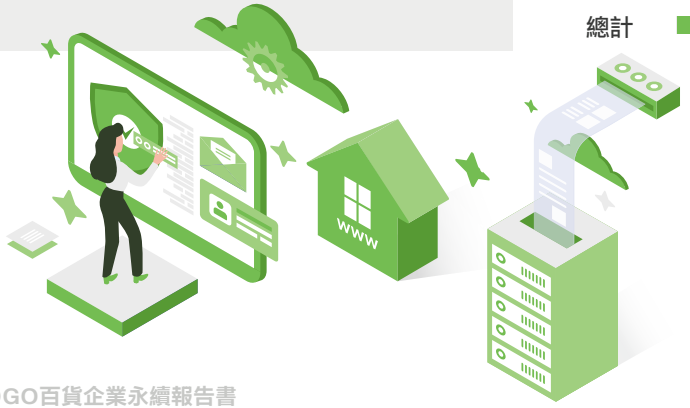
遠東SOGO自2015年取得第一張百貨零售服務業「碳標籤」後，以「能資源整合」、「綠色行銷」與「環境教育」三大面向為基礎，打造綠色營運文化，實踐永續目標。爾後導入TCFD國際框架，將策略調整為「能源管理」、「綠色行銷」、「綠色行動」、「氣候變遷調適」等四面向，攜手利害關係人邁向淨零。

SOGO Channel 數位行銷

遠東SOGO由專責企劃團隊全力發展社群平台，發揮數位即戰力，提供即時資訊。全台各據點逐步將館內宣傳版面電子化，減少紙張與耗材使用，降低對環境的影響，並可更有效溝通訊息。

年份	粉絲數(人)	粉絲數(人)	好友數(人)
2021	272,259人	21,213人	119,384人
2022	276,455人	22,387人	139,628人
2023	281,071人	24,956人	149,325人

備註 以上數據均為台北店（忠孝、復興、敦化）之總計。

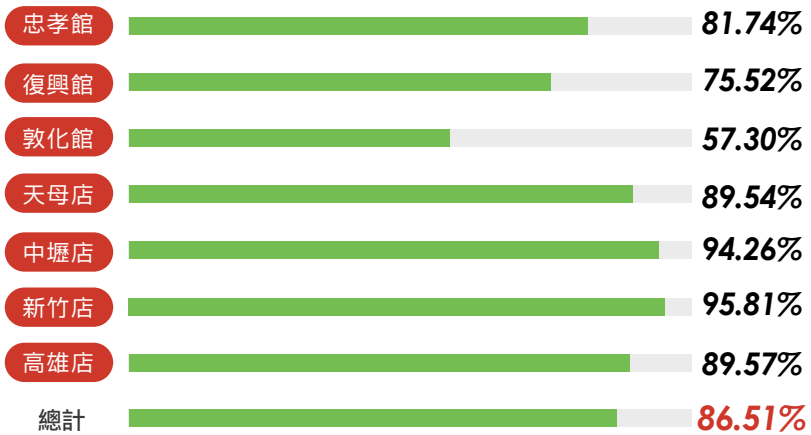


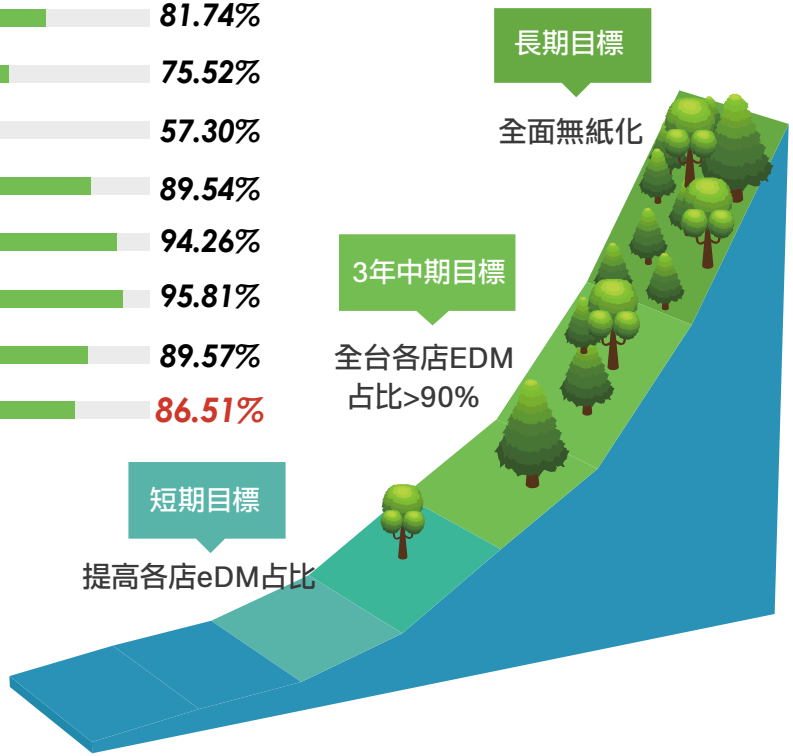
SOGO APP 數位整合服務

遠東SOGO APP於綠色行銷扮演重要角色，消費者能於APP掌握檔期促銷，並參與贈獎。2023年各店發出近4,368萬份eDM，占全年發出DM的86.51%，大幅減少用紙，等於少砍6萬棵樹。

備註 一份DM以12張A4紙計，一箱A4紙約25公斤(5,000張紙)，約需0.6棵樹計算。參考資料引用自環境品質文教基金會。

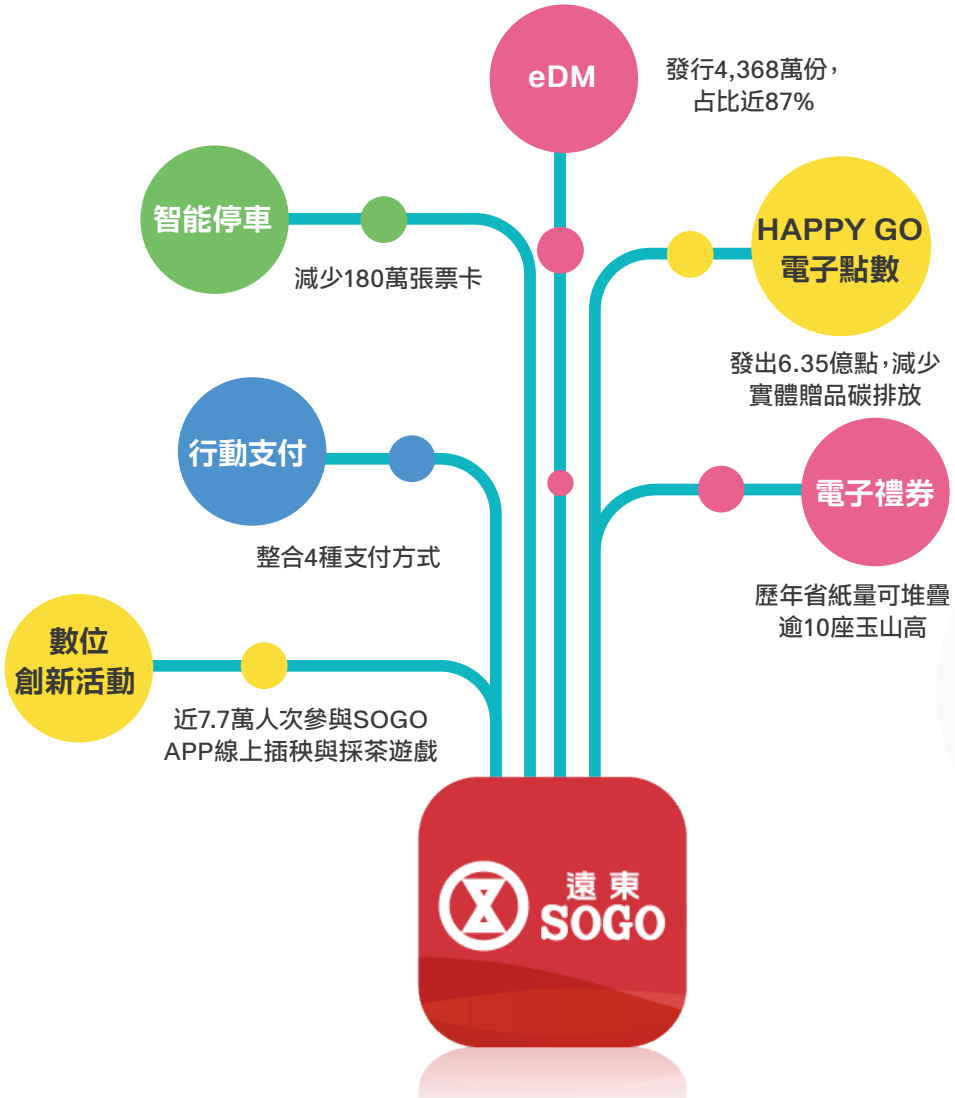
2023年遠東SOGO各店eDM占比





SOGO APP數位化整合服務，減少紙本印刷、節省人力成本，符合行動永續精神，包含：線上DM、線上購物、累積點數、點數換購物金、行動支付、來店禮、贈獎活動、餐廳訂候位、美食外送、停車服務等十項功能，讓消費者節省75%以上交易時間。此外，2023年遠東SOGO推出線上插秧與採茶小遊戲，連結數位服務與綠色行銷，提升顧客黏著度，促使顧客透過遊戲認識永續小知識，並於生活實踐永續。

2023年遠東SOGO APP數位整合服務亮點



SOGO數位永續創新專案－線上插秧與採茶

遠東SOGO於4月、10月分別於APP發起「線上插秧樂」與「採茶FUN樂趣」遊戲，會員完成任務可領取鴨稻共棲有機栽種的農作物、台灣原生茶葉製品，透過高質感環境友善商品的免費兌換，鼓勵消費者參與活動認識生物多樣性。

線上插秧互動流程



亮點績效

近77,000人次參與；
全台贈出6,000份原鴨米及5,626份茶皂



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；2023年發出6.35億點，較2022年成長14%。而HAPPY GO點子點數發放逐年成長，亦養成顧客索取電子點數取代實體贈品的習慣。

遠東SOGO以HAPPY GO電子點數取代實體贈品

2021 > 5.58億

2022 > 5.55億

2023 > 6.35億

備註 消費每單筆滿100元可累積1點；每滿35點可折抵消費10元。



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、持續推動行動支付外，同步推動禮券類產品全面電子化、全面整合於APP中。2023年共發行36.8億元電子禮券，年增量66.2%，占禮券發行量近五成。累計9年，發行101億元電子禮券，取代的紙本禮券可堆出逾10座玉山高度。

備註 玉山高度係將發行金額換算為500元禮券數量，並以一本禮券0.2公分厚度計。玉山高度為3.952公尺。

遠東SOGO三大類電子禮券

類別	即享券	電子禮商券	電子抵用券
特色	· 各類回饋兌換新選擇，即兌即享用！ · 減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染。	· 禮券就在SOGO APP裡，帶手機就可購物！ · 減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染。	· 不用排隊、找贈獎處，SOGO APP一鍵兌換！ · 消費者免上下樓找贈獎處。
說明	SOGO和宜睿智慧共同推出SOGO Ticket Xpress即享券（簡稱「即享券」），創百貨電子禮券先例，提供多元的回饋選擇。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，除發放予同仁，SOGO贈獎系統及PAY EASY網站亦有販售。	搭配滿千送百等販促活動發放，出示SOGO APP會員QR Code，自動載入消費資訊，即可兌換及使用。

自2023年起，抵用券9成以上改以電子抵用券發放，因此金額較2022年大幅成長超過112%。

歷年電子禮券發放金額

年度	即享券	電子禮商券	電子抵用券	總計
2021	345,396,745	238,740,204	499,000,000	1,880,695,174
2022	540,988,000	331,850,000	331,014,980	2,215,981,765
2023	**499,000,000**	**331,014,980**	**2,852,167,575**	**3,682,182,555**

2.1.2 綠色行動

遠東SOGO結合行銷創意與通路特性，將永續消費、低碳生活等概念融入組織營運與服務流程，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。



- 小農展
- 環保餐廳
- 宅料理競賽

- 綠色採購
- 社創採購
- 以租代買
- 在地採購
- 環保制服

- SOGO Sustain永續選商
- SOGOplus綠色電商平台
- 世界地球日倡議行動
- 永續時尚
- 社創展

- 雲端發票
- 永續概念禮贈品
- 環境教育
- 志工淨灘
- 綠色辦公室
- 綠色運輸
- 空氣品質監控

- 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

1.採購發揮影響力

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，2023年綠色採購金額近新台幣3,670萬元，占庶務類採購總額5.24%，連續7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112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貳獎肯定；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達新台幣1,870萬元，較2022年大幅成長88%。

2.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。2023年秉持循環經濟精神，採購回收再製布料，製作販促部、商管課、禮券課、工務課POLO衫制服約889件，減少碳排放及石化產業的生產。

年份		2021	2022	2023
綠色採購	金額	25,387,484元	35,048,931元	**36,696,928元**
	占比	3.96%	5.07%	**5.24%**
社創採購	金額	8,000元	2,387,461元	**10,069,467元**
以租代買	金額	5,682,467元	7,014,708元	**7,972,685 元**
其他環保商品	金額	-	530,974元	**657,601元**
在地採購	占比	100%	100%	**100%**
獲獎		▸ 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	▸ 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
永續採購內容		1.包裝紙袋(FSC) 2.影印紙(FSC) 3.影印機(環保標章) 4.衛生用品(FSC)	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.教育訓練(社創採購) 8.環保材料制服(其他)	1.包裝紙袋(FSC) 2.影印紙(FSC) 3.衛生用品(FSC) 4.紙本禮券(FSC) 5.電腦主機(環保標章) 6.影印機、入金機、公務車(以租代買) 7.環保材質禮贈品(社創採購) 8.教育訓練(社創採購) 9.環保材料制服(其他)

備註 1.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。
2.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。
3.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6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，2023年配合環境部改制，轉換為環保餐廳。遠東SOGO串連通路、餐飲專櫃、小農到顧客，發揮通路影響力，吃出永續。

1.台灣百貨小農展第一品牌：推廣在地食材

遠東SOGO關注食物里程，力推「飲在地、食永續」，自2018年起，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，成功打響「台灣百貨最大規模小農展」，培養出逐年茁壯的永續消費客層，累計9.5萬筆消費，客單價逐年增加。2023年邀請超過80家農特產良品，兩檔各4天，共吸引超過1.3萬人次參觀選購，平均客單價超過650元，以實質經濟效益支持在地農業發展。

「自煮健康」成為後疫情時代趨勢，遠東SOGO小農展有了新使命，不單搭建購物平台，更帶入產地故事，傳達永續食農教育與在地文化，強調「從產地到餐桌」，透過工作坊和課程，帶領消費者吃得健康永續，用飲食認識台灣，逆轉氣候危機。

奠基於忠孝館經驗，各店也依當地特色，規劃小農市集，2023年各店共舉辦11場相關活動，協助參展小農銜接從「產地到貨架」的最後一哩路，而消費者透過與生產者互動，從友善農產品、綠色生活的愛好者，成為長期支持與推廣者。



從「產地到貨架」—
遠東SOGO小農展推廣在地食材

2023年成果

遠東SOGO攜手食農平台「三小市集」，4月地球日期間於復興館9樓舉辦「地方野食力—春季地域物產展」，集結23家雲嘉南小農，推廣在地職人精神，為期一周檔期來客數8,000人次，創造2,532筆交易，營收逾150萬元。

遠東SOGO歷年在創造營收之餘，積極解決社會與環境問題，化人氣通路為永續消費平台，打造「百貨小農展第一品牌」，以嚴格的選商輔導機制培力社創企業，培養出逐年成長的永續客層，獲「2024遠見ESG企業永續獎」—傑出方案類社會創新組楷模獎。



2.新食器時代5.0：與餐飲專櫃共同倡議「環保餐廳」

響應環境部淨零綠生活計畫，遠東SOGO輔導店內餐飲櫃位申請環保餐廳認證， 從餐飲櫃位到員工餐廳的永續轉型，具體落實三大方向：

環境部「環保餐廳」三大要點

源頭減量
不主動提供
一次性產品

在地食材
優先使用
國產食材

惜食點餐
提供餐點
份量調整服務



遠東SOGO積極輔導店內餐廳取得環保餐廳認證

截至2023年底，全台共87家通過認證，95%為環保餐廳，其他為新進專櫃尚待輔導或進一步查核，或連鎖專櫃另有規劃；員工餐廳（忠孝、中壢及新竹店）100%通過認證，2023年總計服務5,675位專櫃與自營同仁。

新食器時代歷程

1.0 2017.04



全台8店停用美耐皿餐具，開啟新食器時代

2.0 2018



推廣「無痕飲食」，倡議減塑、零負擔的永續新生活

3.0 2019.05



領先環保署政策，全面禁用塑膠吸管

4.0 2019.09



領先全台百貨零售業，不主動、不免費提供一次性餐具

5.0 2020-2023



- 95%餐廳取得環保餐廳認證
- 100%員工餐廳為環保餐廳

選品永續

1.SOGO Sustain · 好物好選

遠東SOGO於2021年11月推出〈SOGO Sustain · 好物好選〉，每年定期發行2期專刊，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。2023年〈SOGO Sustain · 好物好選〉台北店於4月及10月、天母店於4月及11月發行專刊，規劃多元主題，並蒐集專櫃、消費者、供應商、同仁的永續行動故事，讓永續消費成為生活日常，各店檔期DM亦規劃版面，推薦逾677項永續商品，觸及123萬人次，且與品牌攜手回收391件舊內衣，再製成燃料棒，減少化石燃料使用。

賣場中具有環保及永續性的商品貼上「SOGO Sustain」標籤，方便辨識，並設置綠色商品專區，營造永續消費場域。家電樓層強化標示「節能標章」，搭配宣導說明，不定期促銷，提供實質誘因。2023年共售出30,906個節能/節水/綠色商品標章商品。



2.SOGOplus — 全台首創ESG線上概念店

後疫情時代，消費者購物行為轉變，遠東SOGO延伸銷售場域，於2023年4月18日成立全新概念購物網站SOGOplus，首創全台百貨第一個綠色電商平台，不競價，以ESG為核心理念，在SOGOplus即可「BUY GREEN」，用消費為世界做出好選擇。

SOGOplus延續實體百貨的SOGO Sustain永續商品選品原則，重視台灣在地連結，開闢「在地好物」專區，力推線上小農展和Farm to Table新鮮蔬果線上購，開站第一強檔即與屏東縣政府合作，上架巧克力及咖啡等話題商品。

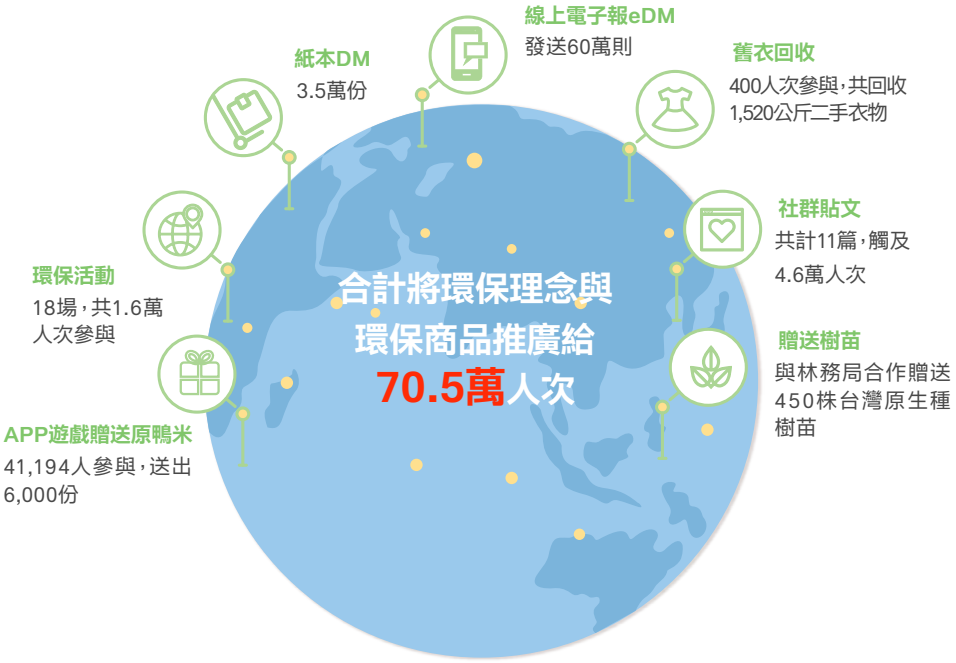
總結2023年SOGOplus銷售，SOGO Sustain出貨件數占10.5%，銷售金額占12.2%。SOGOplus出貨除了符合環境部「網購包裝減量規定」，贈點鼓勵顧客到店取貨，以減少宅配紙箱與包材，2023年到店取貨占比達10%。

SOGOplus優化介面，搭配多元支付，以及宅配、線上買到店取等多元購物方式，充分做到無摩擦消費體驗，推出即獲消費者喜愛，榮獲2023網路溫度計「網路口碑之星」百貨零售類策略卓越獎。



3.永續消費・愛地球行動

2023年4月世界地球日，遠東SOGO愛地球檔期整合線上社群，搭配線下活動，擴大影響力。



4.永續時尚 推動環保時尚新體驗

作為永續時尚推動基地，復興館2023年與臺北時裝週合作，集結超過40家台灣設計師品牌開設期間限定選品店，以環保紗、機能布料、天然植物染、回收布料、再生材質為主，詮釋永續結合時尚的趨勢。兩檔累計108筆消費，創造近60萬元營業額，平均客單價4,693元。

年底，特邀遠東新世紀在TITAS國際紡織展大獲好評的「創新綠色紡織科技展」，移師復興館9樓中庭，展出多項以創新綠色紡織科技、環保回收材質再製的得獎作品，以及國際品牌如NIKE、adidas採其材質推出的單品、風靡全球的世足賽球衣等，扭轉「環保=缺乏設計感」的刻板印象，呈現多款有型衣物。各店同步推出「SOGO 36週年36萬瓶寶特瓶回收大募集」，回饋快樂購最高30點，共回收近1.2萬個寶特瓶。



復興館與臺北時裝週合作開設選品店，推廣永續時尚。



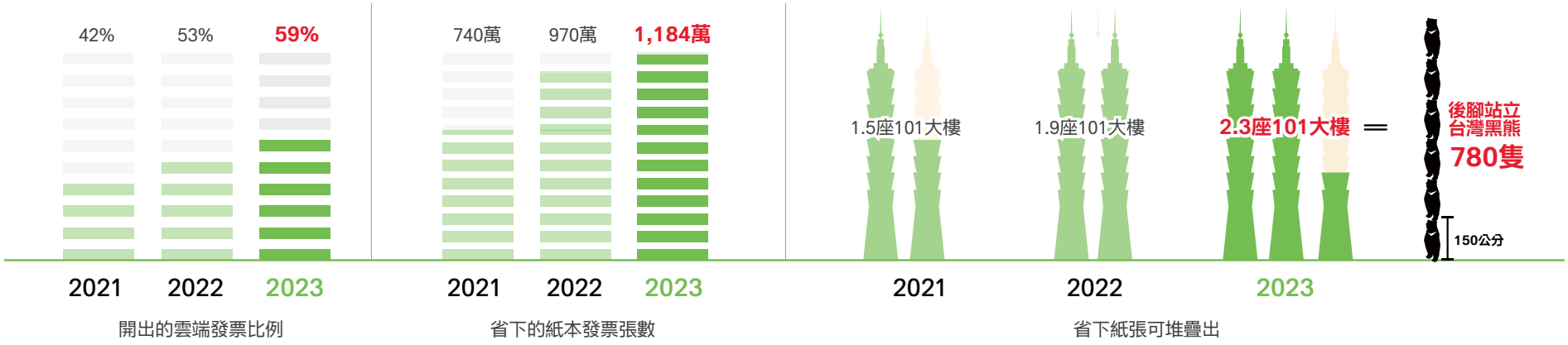
「創新綠色紡織科技展」期間，全台各店發起回收寶特瓶活動。



行動永續

1.雲端發票

遠東SOGO響應財政部開立雲端發票，2023年全台消費筆數有59%開出雲端發票，已高於財政部2024年雲端發票占比55%的目標。2023年共省下近1,184萬張紙本發票，可堆疊出2.3座臺北101大樓（101大樓高509公尺），相當於780隻後腳站立的台灣黑熊（台灣黑熊高150公分），目標2024年雲端發票占比提升至60%。



2.永續概念禮贈品

遠東SOGO致力於推動綠色消費，各檔期禮贈品優先挑選環保杯、悶燒罐、購物袋、保鮮盒、環保餐具等品項，鼓勵「重複使用」取代一次即丟。

2023年深化永續概念，特別採購回收材質產品或小農產品作為禮贈品，全年送出12.8萬份。例如，為鼓勵搭乘大眾運輸工具、發票存載具等低碳行為，遠東SOGO向社創公司「玩艸植造」採購100%蒲草吸管，倡議源頭契作之生物多樣性及優先聘僱弱勢族群員工的綠色商品，單筆消費滿500元並將發票存於載具即可兌換，共換出578組。未來將採購更著重於棲地守護、再生材質的環保禮贈品。

3.志工淨灘

遠東SOGO志工社認養專屬地段，以「海要更乾淨」為訴求，平均每季淨灘一次，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。





總公司志工社認養專屬淨灘地段，2023年受新北市環保局表揚。

・2023年總公司及中壢店共舉辦4場淨灘，110人次參與。
・2017~2023年（2019年因疫情未舉辦）共進行14場淨灘、投入1,317.5小時，清出逾2.7公噸重垃圾。

4.綠色辦公室

遠東SOGO響應環境部淨零綠生活之「綠色辦公室」，以本部大樓為據點，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。

1. 節省能資源

行動方案

- 午休關燈一小時
- 二手紙袋再利用
- 雙面影印
- 電腦設定省電模式

量化成效

- 總公司響應同仁約120人
- 2023年共回收151個二手「好」紙袋

2. 源頭減量

行動方案

- 每月舉辦蔬食日，2023年10月起，改為永續餐飲日，以循環餐盒提供葷/素選擇
- 員工餐廳全數取得環保餐廳認證

量化成效

- 2023年舉行11場次，共136人次參與，蔬食餐盒換算減碳72.54公斤
- 同仁與專櫃人員5,675人受惠

3. 永續採購

行動方案

- 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

量化成效

- 2023年綠色採購占5.24%
- 其他永續採購總金額逾新台幣18,699,753元，年成長88%

4. 環境綠美化

行動方案

- 水耕蔬菜架體驗

量化成效

- 2023年12月辦理2周水耕蔬菜體驗，89%同仁認同種植水耕蔬菜有綠化及放鬆作用，此外搭配永續餐飲日，製作沙拉讓同仁加菜，共25人參與

5. 宣導倡議

行動方案

- 結合公司社團或外部活動，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（永續認知調查）

量化成效

- 2場環境教育，56人次參加
- 遠東SOGO ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎申請數49件，環境類占51%。新增永續行動徵文，讓同仁以短文分享永續實踐心得，獲選35篇文章於朝報刊登
- 1,139人參加有獎徵答，參與率87%



5.綠色運輸

遠東SOGO台北四店（忠孝館、復興館、敦化館、天母店）於2012年停用紙本停車券，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CO_2排放及180萬張紙本停車券。

回應政府淨零排放目標，遠東SOGO佈局綠色運輸，2023年亮點行動包括：持續與取得減碳標籤之物流業者合作、佈建電動車充電樁等。

全台各店宅配服務與國內首家取得「產品減碳標籤」之物流業者合作，降低產品配送過程產生的碳足跡。

遠東SOGO已於台北店忠孝館、復興館及天母店架設10座電動車充電樁（每座皆具備2種充電頭規格），充電效率為家用三倍。手機QR-Code隨掃隨充，並整合便利支付、客服專線、監管及障礙報修等服務。預計2024年復興館、中壢店、高雄店增設6座充電樁。

遠東SOGO各店綠色運輸

忠孝館、復興館
- 鄰近捷運忠孝復興站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁（忠孝館2座；復興館4座）
- 智能停車

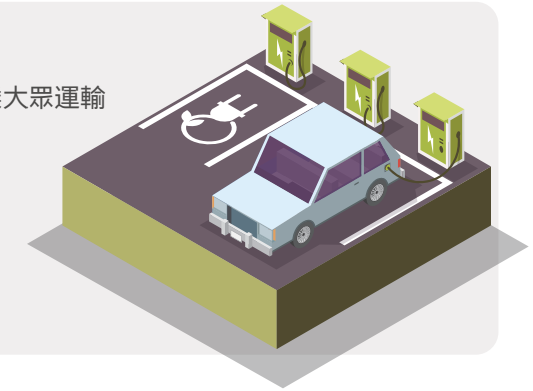
敦化館
- 鄰近捷運忠孝復興站、忠孝敦化站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 智能停車

天母店
- 鄰近捷運芝山站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁4座
- 智能停車

中壢店
- 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
- 停車設施由巨城購物中心管理

高雄店
- 鄰近捷運三多商圈站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 智能停車



遠東SOGO公務車以租代買，車齡皆在10年內，共11台租賃車作為高階主管座車與貨運用車，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。

遠東SOGO多數據點位於交通薈萃處，針對非座落於交通樞紐的中壢店與新竹店，設置免費接駁車，供員工通勤與顧客搭乘，主要往返火車站，較自駕小客車減少約82%排碳量，每年減碳百噸。新竹店搭乘人次較2021年成長44.9%，逐漸恢復到疫情前搭乘人次（2020年為108.5萬、2019年為133.3萬）。

接駁車歷年接送人次與減碳量

年度	2021	2022	2023
中壢店(萬人次)	9.2	0.8	--
新竹店(萬人次)	73.2	79.6	**106.1**
合計(萬人次)	82.6	80.4	**106.1**
預估減碳量(公噸CO_2e)	96.7	95.0	**125.5**

6.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，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，以及環境衛生安全相關檢測，各項皆符合標準。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，維護顧客與同仁的健康。2023年天母店、復興館獲臺北市室內場所空氣品質場所認證金級。

執行項目	可燃性氣體(瓦斯)檢查	空調設備濾網清洗	冷卻水塔清洗滅菌
頻率	每天	每3個月	每半年

執行項目	空調主機大保養	室內空氣品質檢測
頻率	每年	每2年

不廢永續

1.超市與宅配包材減塑

遠東SOGO自營超市針對蔬果或根莖類農產，全面推動包裝減量，達「減少塑膠包材」、「促進友善購物」，及「積極議合消費者」三大目的。

遠東SOGO 2023年減塑成果

源頭減量	購物袋	**鼓勵消費者使用環保購物袋：** ▸ Fresh Club會員自備購物袋，單筆滿額贈點，2023年送出6.4萬點，6,442人次參與。 ▸ 忠孝館Fresh Club入會送環保購物袋，贈出5,427個。 ▸ 忠孝館週年慶期間，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，贈出4,500個。
	超市包裝	▸ 針對必要使用塑膠托盤的產品，透過制度遴選合作廠商，提升可回收率，並降低單一產品使用多個塑膠托盤包裝情況。 ▸ 2021年起，以網狀袋取代塑膠托盤；2023年起，蛋品改用紙漿包裝盒。 ▸ 部分消費者會歸還無毀損的托盤，超市同仁清潔消毒循環再利用。
循環利用	宅配與其他	▸ 宅配以包材再利用為主。 ▸ 2023年忠孝超市宅配約使用2.9萬個紙箱，其中1.9萬個為回收再利用，占比66%。



自營超市逐年汰換蔬果包裝，已汰換品項不再重複計算，故減塑量逐年遞減。

超市歷年減塑量

年份	2021	2022	2023
公噸	1.61	1.16	1.10

備註 1.減量方式依環境部要求，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。
2.2021年為統一小數點位數據重編。

2.永續用紙（提袋、禮券、衛生紙、擦手紙、DM）

「紙張」是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，與顧客一同守護地球。

遠東SOGO推行電子禮券有成，考量紙本禮券需求仍在，為建立正向消費與經營循環，也透過實際行動促使同業參與，遠東SOGO自2023年10月起，紙本禮券皆以FSC認證紙材製作，已印製160萬張。

購物提袋	全數使用通過國際FSC(Forest Stewardship Council，森林管理委員會)認證紙材。
衛生紙	
紙本禮券	
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。



3.鼓勵回收

遠東SOGO近年化妝品類業種營收約占總營收1.5成，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／香氛正貨空瓶至專櫃回收，每個可獲HAPPY GO 3點。2023年全台272個櫃位響應，回收19.8萬個空瓶，較2022年成長6.29%，共獎勵59.3萬點。此外，各店以贈點等方式鼓勵回收廢電池，共1,457人次參與。

年份	2021	2022	2023
回收空瓶數	14.5萬個	18.6萬個	**19.8萬個**
獎勵點數	44萬點	55.8萬點	**59.3萬點**

4.銷貨明細與信用卡簽單整併

遠東SOGO一年信用卡消費將近1,000萬筆，每次交易至少印出一張簽單和一張銷貨明細，熱感應紙不可回收再利用，為減低環境傷害，遠東SOGO與聯合信用卡中心合作，於2023年8月開始，將銷貨明細與信用卡簽單內容整併在同一張，每筆消費縮減7公分熱感紙，至2023年底已節省295公里紙長，一年可節省長度達2座中山高速公路。

2.2 氣候變遷減緩與調適

2.2.1 氣候變遷管理策略 GRI 201-4

氣候變遷是全球企業營運必須面對的重要議題，審視角度也自過去聚焦「負面風險衝擊與預防」，擴大至其帶來的「新商業機會」。遠東SOGO 2021領先金管會時程，導入「氣候相關財務揭露建議」（The Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD），對內普及並推動氣候變遷減緩與調適管理作為、增加營運韌性，對外帶動產業轉型。2022年成立台灣百貨第一個氣候變遷委員會，建立跨部門氣候治理機制，並將財務衝擊連結氣候風險，2023年成為台灣百貨第一個TCFD Supporter。

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** 董事會監督，永續委員會帶領，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** 永續委員會下轄氣候變遷委員會，由財務本部專責管理，納入相關部門推動具體作為；重大氣候風險與機會議題，則由董事長直接帶領高階主管管理。每半年一次向董事會及副總級以上主管報告。	以「永續環境力」、「節能減排」為策略核心，三大方針實踐永續行動，打造綠色百貨2.0。 ・低碳營運 ・綠色行銷 ・綠色行動	・將氣候風險納入企業管理流程。 ・跨部門合作，檢視價值鏈之氣候相關風險與機會。 ・持續評估氣候風險與財務的連結，擬定因應對策。	・**評估指標** 溫室氣體排放密集度 每度電創造營收 單位樓地板面積用水量 ・定期追蹤行動方案進度。 ・各店進行ISO14064-1溫室氣體盤查、ISO14067碳足跡查證。 ・每年於永續報告書揭露範疇一至三的溫室氣體排放。
執行情況	執行成果於2023年8月、2024年2月ESG高階主管策略會議提報。	・識別短中長期、實體與轉型風險 ・相關部門完成對應之策略行動方案 ・強化供應商永續輔導，籌組減碳聯盟 ・成為TCFD Supporter	・估算行動方案潛藏成本 ・連結氣候風險，完成財務衝擊程度鑑別	・訂定短中長期目標與行動方案，納入永續委員會例行追蹤項目，於ESG小組月會報告 ・2025年各店取得減碳標籤 ・2028年每度電創造營收較2018年成長50. 52%；新竹店成為第一家碳中和百貨 ・2040年碳中和 ・響應政府2050年淨零政策
章節連結	2.2 氣候變遷減緩與調適	2.2 氣候變遷減緩與調適 2.3 能源管理	2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別 2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理 2.3 能源管理

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，並加以研擬與優化管理措施。

1.氣候變遷風險議題分析流程

Step1 定義分析項目與範疇

分析範圍：為遠東SOGO辦公大樓與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。

Step2 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。

Step3 風險評估與排序機會議題對照

透過問卷發放，蒐集8位高階核心主管(包含董事長)進行氣候風險「發生可能性」與「衝擊程度」的鑑別，根據內部高層共識會議，鑑別出6項重大風險議題。

Step4 管理措施

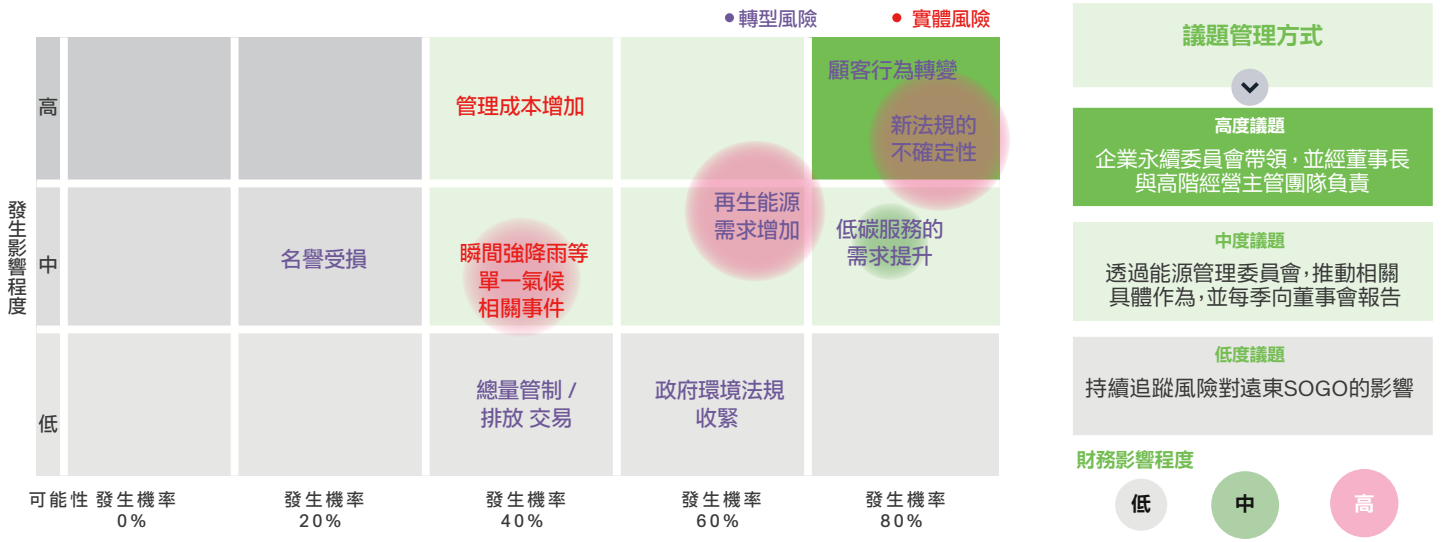
依循鑑別結果，遠東SOGO以2個面向進行因應。「調適」:透過對重大氣候風險議題進行情境分析，全盤了解遠東SOGO碳管理程度，建立長期策略。「減緩」:與企業永續委員會針對重大風險議題研擬短期管理行動方案，並透過企業永續委員會與董事會報告達成進度。

2.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，以至2030年為區間，分析本公司可能面臨之氣候議題。為評估風險與機會，遠東SOGO以「代表性濃度路徑」（RCP）、「共享社會經濟路徑」（SSPs）模擬定義未來氣候變遷，建構實體情境；轉型情境則設定於，為控制特定升溫幅度，不同政策結果及對應的技術布署，對能源供需與經濟的影響， 依循TCFD架構，從「轉型風險」與「實體風險」兩面向，探討對遠東SOGO「發生可能性」與「發生影響程度」高的重大氣候議題。

3.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 1.發生可能性的發生機率依據「過往發生過的頻率」、「未來法規規範強度」與「現在企業因應韌性」3個面向進行評估。
2.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。
3.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%」、「減少60%以上」三個級距進行評估。

氣候風險議題

風險主題	氣候風險議題	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	新法規不確定性	台灣政府頒布之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。	✓	✓		✓	✓	✓	高	高
	低碳服務需求提升		✓	✓		✓	✓	✓	高	中
	再生能源需求增加	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 。	✓	✓		✓	✓	✓	中	高
	顧客行為轉變	根據WEF2021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%的受訪者更指出會傾向於購買較環保的商品。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 。		✓	✓	✓	✓	✓	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、傳染性疾病等單一氣候事件，造成遠東SOGO暫時停業，或相關硬體設備損壞 。		✓		✓			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C。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營運節之管理成本的提升 。		✓					中	NA

氣候機會議題								
氣候機會	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)	
能源效率	台灣政府頒布2050淨零排放路徑之規劃，為達整體電力供應的去碳化，再生能源配比需提高至60~70%。故遠東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 。		✓		✓	✓	✓	高
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。	✓	✓		✓	✓	✓	中
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 。		✓		✓	✓	✓	中

2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理 GRI 305-2 GRI 305-4 GRI 305-5

氣候風險與機會**議題管理措施**

遠東SOGO優先針對發生機率、影響程度為中度以上，財務影響程度同時為「高」的議題，制定管理對策，以因應潛在氣候風險，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	新法規不確定性	**風險情境討論基礎** ▼ ・台灣政府頒布2050淨零排放路徑 ・氣候變遷因應法 **轉型風險情境變化** ▼ ・電動車市售占比達100% ・環境部將「先大後小」、分階段徵收，向碳排大戶收取碳費	・溫室氣體盤查認證費用 ・EP100專案管理費用 ・綠電購買費用 ・碳費	**全面溫室氣體盤查及減排** ▼ ・盤查溫室氣體範疇一到三 ・2025年全台營運據點取得環境部減碳標籤 ・2040年達成碳中和 ・響應政府2050年淨零政策

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	低碳服務需求提升	**風險情境討論基礎** ・台灣政府頒布之2050淨排放路徑之規劃 **轉型風險情境變化** ・商業營運場所燈具全面採LED燈;空調最佳化操作60% ・市區公車及公務車全面電動化 ・電動車、電動機車市售比提升	・公務車汰換為電動車成本 ・電動車充電樁建置與維運成本 ・節能燈具或設備汰換成本	**全面溫室氣體盤查及減排** ・盤查溫室氣體範疇一到三 ・2025年全台營運據點取得環境部減碳標籤 ・2040年達成碳中和 ・響應政府2050年淨零政策
	再生能源需求增加	**風險情境討論基礎** ・台灣政府頒布2050淨零排放路徑 ・氣候變遷因應法 **轉型風險情境變化** ・電動車市售占比達100% ・環境部將「先大後小」、分階段徵收,向碳排大戶收取碳費	・溫室氣體盤查認證費用 ・EP100專案管理費用 ・綠電購買費用 ・碳費	**推動永續消費全民綠生活** ・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
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,強颱雨量比例將增加20%	營業據點因單一氣候事件,導致營運據點暫停營業之營收損失	**強化氣候管理韌性** ・深化TCFD評估管理架構,提高揭露項目 ・建立跨部門溝通機制,逐年檢視優化氣候管理方針 ・相關部門完成對應之策略行動方案
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高至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 ・綠電購置費用 ・利害關係人溝通成本	**攜手利害關係人組成零售淨零聯盟** ・實施智慧化能源管理系統,提高能源生產力,預計2028年每度用電創造的營收成長50.52% ・提高再生能源使用比例,並透過政府「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**

遠東SOGO具體擘劃氣候治理藍圖，訂定管理對策，一年兩次透過永續委員會向董事會報告。為發揮減碳影響力，遠東SOGO2022年正式加入國際能源生產力提升倡議組織EP100，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，並於2023年成為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、2050年淨零目標。

氣候重大風險	低碳營運規劃與策略	目標與指標	氣候重大機會
再生能源需求增加	**全面落實能源管理** ・逐年提交EP100能源生產力報告 ・實施智慧化能源管理系統 ・電動車充電樁普及全台營運據點 ・提高再生能源使用比例，強化節能並佈局創能 **攜手利害關係人組成零售淨零聯盟** ・持續與供應商、承攬商議合 ・啟動供應商輔導計畫	2024年 向SBTi遞交申請書 2028年 每度用電創造營收較2018年成長50.52% 2040年 全台各店碳中和 2023年 成立供應商減碳聯盟，持續擴大成員 2040年 成立百貨第一個零售淨零聯盟	**能源效率** 提升能源使用效率，減少營運成本
新法規的不確定性	**全面溫室氣體盤查及減排** ・盤查溫室氣體範疇一、二、三	2024年 全台各店進行溫室氣體盤查 2025年 各店取得碳標籤、減碳標籤 2040年 全台達成碳中和 2050年 響應政府2050年淨零政策	**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
低碳服務需求	**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	2024年 電動車充電樁普及全台各店 2025年 各店取得減碳標籤，皆可納入綠色採購	
瞬間強降雨等單一氣候相關事件	**強化氣候管理韌性** ・深化TCFD評估管理架構，提高揭露項目 ・建立跨部門溝通機制，逐年檢視優化氣候管理方針 ・相關部門完成對應之策略行動方案	2023年 正式成為TCFD Supporter 2024年 為相關部門提升相關智識，加強財務、會計角色 2026年 比照上市櫃公司接軌IFRS S1、S2框架	**強化氣候韌性** 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

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。百貨碳排以範疇二為主，遠東SOGO2023年範疇二排放量為49,276噸CO_2e，較2022年49,708噸CO_2e減少0.88%。若將年營收成長納入考量，比較範疇二排放密集度，2023年為0.99公噸CO_2e/百萬元，較2022年(1.10公噸CO_2e/百萬元)下降10%，減碳可見成效。

遠東SOGO溫室氣體排放量彙總表[1]

盤查年度	2020	2021		2022		2023
盤查邊界	全台7店	忠孝、復興、天母	其餘4店	忠孝、復興、天母、中壢	其餘3店	**全台7店**
查證情形	未查證	ISO 1064-1:2018	未查證	ISO 1064-1:2018	未查證	**待查證[7]**
範疇一(噸CO_2e)[2]	-	1,858	-	3,201	-	**-**
範疇二(噸CO_2e)[3]	52,970	29,625	20,407	29,899	19,809	**49,276[8]**
範疇三／類別三至六(噸CO_2e)[4]	-	13,509	-	18,642	-	**-**
範疇一+二總排放量(噸CO_2e)	52,970	51,890		52,909[6]		**49,276**
年營收(千元)	41,841,986	31,574,163		45,013,913		**49,661,966**
排放密集度(噸CO_2e/百萬元)[5]	1.27	1.26		1.18		**待查證**
臭氧層破壞物質(ODS)	0	0	0	0		**0**
氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)，及其它顯著的氣體排放	0	0	0	0	0	**0**

備註
1. 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。
2. 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。
3. 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。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。
4. 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。
5. 排放密集度＝範疇一+範疇二排放量（噸CO_2e）/年營收（百萬元）
6. 2022年數據因更新查證數據重編。
7. 2023年全台各店溫室氣體查證尚在進行，故揭露範疇二排放量，將於2024年永續報告書更新數據。
8. 2023年電力排碳係數尚未公布，故沿用2022年電力排放係數為0.495公斤CO_2e/度。



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，推動與協調能源管理制度，帶動全公司實踐，攜手利害關係人，降低能資源消耗。

能源管理委員會	組織分工	工作職掌
	主任委員 行政總經理	主持能源審查會議、實施能源政策、資源整合、改善系統
	能源管理代表 行政副總經理	確保能源管理系統依標準建立、鑑別授權人員、支援能源管理活動
能源管理幹事 工務部副理	能源管理總幹事 工務部協理	協助能源管理代表推動相關事務、召開能源管理審查會議、內稽代表
	能源管理委員 各部門主管	協助審議及宣導能源政策、管理各權責部門相關事宜、執行指派任務
	總公司工務部	能源相關法規別登錄、文件發行管理
	忠孝館工務部	能源使用管理與規劃
	復興館工務部	設備管理與保養
	稽核室	內部稽核
	永續發展辦公室	內外部溝通
	採購部	設備採購與設計
	人力資源部	組織訓練規劃

遠東SOGO節能政策

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

目　標

以2018年為基準，於2028年每度電創造營收成長50.52%

2023年成效概況

- 總用電量359,536.21GJ，較2022年減少0.56%
- 每度電創造營收為497.02元/度，較2022年成長10.94%
- 總用水量1126.25百萬公升，較2022年增加6.96%
- 單位樓地板面積用水量8.93，較2022年經濟部水利署用水指標建議值優異10%。

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，透過內部公告、朝會日報、社群媒體、教育訓練宣導國內外資訊及實務操作，提升同仁永續意識。

2.3.2 節能措施與成效 GRI 302-1 GRI 302-3 GRI 302-4

能源績效管考



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，目前全台各店皆以ISO 50001精神，有效進行能源控管，每月召開工務會議，以燈號標示管理機制，審視各店能源使用情形；透過測量與監督，找出現階段可改善之處，同時管理未來能源供應的相關風險，藉此提升能源效率，降低經營成本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，搭配天母店與新竹店自發自用太陽能電力，無其他能源耗用。2023年遠東SOGO來客數較2022年成長26%。遠東SOGO持續透過各項節能措施，提升能源使用效率，在2023年來客數成長的趨勢下，總用電度數99,920,018度（含外購電力及再生能源電力），轉換成能源消耗量為359,536.21GJ，與去年度相比，總用電度數略減0.56%，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497.02元/度，較2022年成長達10.94%，是近年新高，與2018年基準年相較，提高39.29%。

遠東SOGO能源使用量彙總表[1]

年份		2021		2022		2023	
類別		用電量(度)	能源量(GJ)[4]	用電量(度)	能源量(GJ)	用電量(度)	能源量(GJ)
消耗電量	再生能源[2]	75,634	272.15	58,668	211.10	372,522	1340.42
	非再生能源	98,294,959	353,688.85	100,421,098	361,339.21	99,547,496	358,195.78
	總量	98,370,593[7]	353,961	100,479,766	361,550.31	99,920,018	359,536.21
再生能源使用占比(%)[3]		0.077%		0.058%		0.373%	
年營收(千元)		41,199,368		45,013,913		49,661,966	
能源密集度(單位：GJ/百萬元)[5]		8.59		8.03		7.24	
每度用電所創造營收(營收/度電，單位：元)		418.82		447.99		497.02	
每度用電所創造營收成長比(單位：%)[6]		5.68%		6.97%		10.94%	
每度用電所創造營收成長比相較2018基準年成長比(單位：%)[7]		17.38		25.55%		39.29%	

備註

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*4.184/106GJ 。
5. 因遠東SOGO營運耗用能源以電力為主，能源密集度(GJ/千元)=組織內部能源消耗電量(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% 。

節能措施

遠東SOGO在日常營運實踐環保，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℃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。

汰換冰水主機

空調系統適時汰換冰水主機，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，達到節能效益，並改善賣場空氣品質。

高效能照明燈具

陸續更換高效能LED照明燈具，減少能源耗損。

電梯電力回生系統

為減少電梯耗電產生額外熱能，復興館電梯採「電力回生系統」，一邊運作，一邊回生電力。



電梯分層停靠

客用電梯與同仁電梯均分層停靠，人潮較少時段關閉部份電梯。低樓層或距離較短時，鼓勵走樓梯。

空氣簾/防風門

入口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。

管理措施 ▶	2023 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	2023年度忠孝、復興、高雄汰換老舊冰水機 節省電力約為142.38萬度/年(5123.31GJ)，減碳705公噸CO_2e
照明節能：・持續更換新式節能燈具	2023年度，更換1335個節能燈具 節省約為11.15萬度電(401.27 GJ)，減碳55公噸CO_2e

備註 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。新竹二期太陽能板於2022年底開工，2023年8月啟動商轉，裝置容量428.46kw，新竹店用電量綠電占比預計由0.6%成長至5.7%，目標2028年達6%，不足的量將採購再生能源補足。天母店太陽能案場於2023年取得再生能源憑證。

新竹店太陽能

年份	2021		2022		2023	
單位	度	GJ	度	GJ	度	GJ
總發電量	554,979	1,997.0	488,170	1,756.6	837,136	3,012.22
自用發電	64,204	231.0	49,085	176.6	362,191	1,303.25

天母店太陽能

年份	2021		2022		2023	
單位	度	GJ	度	GJ	度	GJ
總發電量	11,430	41.1	9,583	34.5	10,331	37.2
自用發電	11,430	41.1	9,583	34.5	10,331	37.2

備註

1. 1度電 =1*860*4.184/106 GJ
2. 2021、2022年新竹店數據重編，使小數點位一致。


新竹一、二期太陽能板。

未來規劃

國際倡議

達成EP100目標

- 每年：提交報告至EP100總部，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. 盤查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. 導入AI能源管理系統
- 目標：至2028年累計節電率達40.30%，每度用電創造營收成長50.52%。

加入SBTi

- 目標：2024年簽署承諾，2026年提交科學基礎減量目標。

推動溫室氣體盤查

- 2023年：忠孝、復興、天母及中壢店完成2022年度之ISO 14064-1:2018溫室氣體盤查與查證，新竹店完成2021年度盤查與查證。
- 目標：2024年9月，新竹店取得2022年查證書，其餘各店取得2023年度查證書。

2025年全台各店皆取得碳標籤與減碳標籤。



發展再生能源

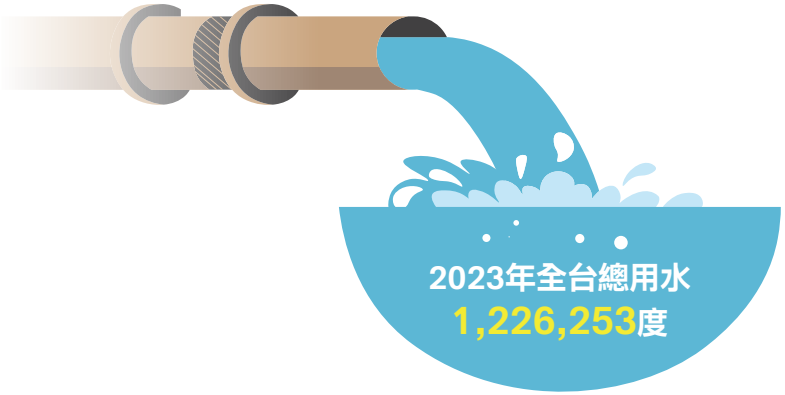
- 2023年：新竹店二期太陽能板建置完成，單店綠電占比由0.6%至5.7%。
- 目標：綠電占比持續提升，不足部分購買綠電，目標2028年新竹店達碳中和。



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，每月檢討用水量，並結合節水技術改善設備。



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	
中壢店	大漢溪	石門水	自來水	
新竹店	頭前溪之支流上坪溪	寶山水庫		
高雄店	高屏溪、東港溪	澄清湖水庫、鳳山水庫		

水資源管理彙整表[1]

年份		2021	2022	2023
取水來源 1：第三方的水[2]	自來水(百萬公升)	1,190.13	1,146.24	1,225.85
取水來源 2：地表水	回收水(百萬公升)	91.25	0.21	0.41
總取水量(百萬公升)[3]		1,281.38	1,146.46	1226.26
總排水量(百萬公升)		1,281.38	1,146.46	1226.26
總耗水量(百萬公升)		0	0	0
年度總營收(千元)[4]		41,199,368	45,013,913	49,661,966
單位營收用水量(公升/千元)[5]		31.10	25.47	24.69
單位樓地板面積用水量(每日：公升/平方公尺)[6]		8.79	8.29	8.93
單位來客及員工用水量(每日：公升/人)[7]		43.32	44.39	39.57

備註

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+取水來源2之取水量
4. 單位營收用水量（公升/千元）=總耗水量/年營收 。
5. 單位樓地板面積用水量（每日：公升/平方公尺）=總耗水量/（樓地板面積*365）
6. 因部分建築與其他單位共構，單位樓地板面積用水量以建築物公安申報範圍面積計算，故2021、2022年數據重編。
7. 單位來客及員工用水量（每日：公升/人）=總耗水量/來客及員工數。修正公式，故2021、2022年數據重編。

2.4.2 管理措施與成效

管理措施 ▶

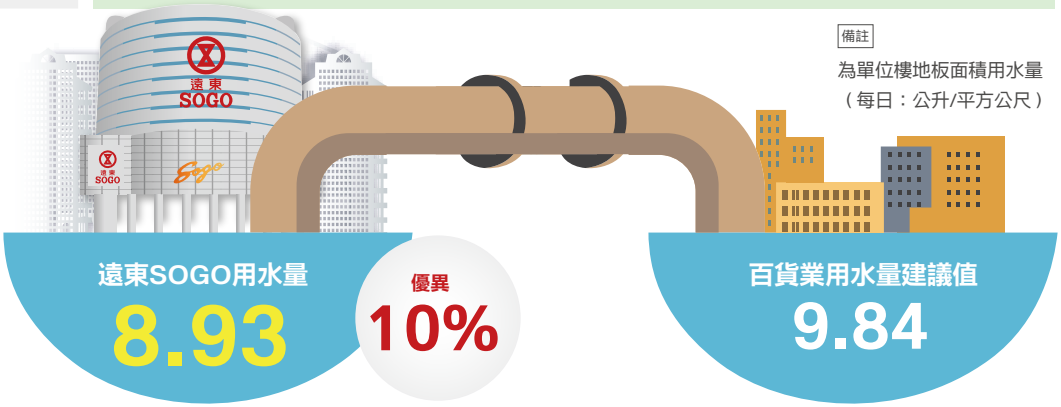
・省水設備換裝 ・用水管理SOP ・空調設備改善 ・節水觀念推廣

2023 成效概況 ▼

單位樓地板面積用水量8.93，

較經濟部水利署節水績優單位用水指標建議值優異10%。

遠東SOGO非耗用大量水資源之業種，仍自我監督做好每個節水環節，推動燈號管理，每月於全台工務會議上 檢討全台各店用水量，將單期水費實際費用與預算，與去年同期數據比較，累計費用也同樣比對差異，共檢視4項指標，最後以綠、灰、黃、紅四種燈號呈現，一目瞭然；結合節水技術、改善用水設備，推動各項措施，例如天母店設有雨水回收系統，主要用於花台灌溉、洗手台、馬桶用水；新竹店亦設管線，協助巨城購物中心回收雨水，作為建築公用水。



備註
為單位樓地板面積用水量
（每日：公升/平方公尺）

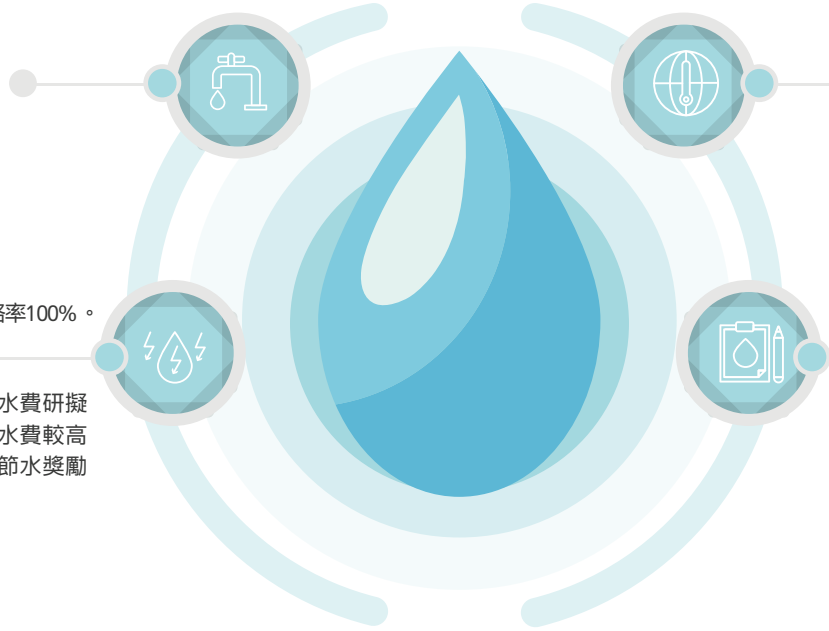
節水措施與推動方式

省水設備換裝

省水衛廁設備	全台7店均設有節水水龍頭、省水馬桶 。
雨水回收系統	天母店設有雨水回收系統，用於衛廁清潔及植栽澆灌，復興館正評估增設；衛廁設備皆採用省水器材

用水管理SOP

標準化管理(每日)	專人排班巡檢，各店定期查漏，合格率100%。
結合數位工具(每日)	電子總表監控，抄表紀錄 。
用水檢討(每月)	工務會議盤點水績效，針對公共水費研擬節水措施或替換省水設備，針對水費較高或增加的專櫃勸導，未來將研擬節水獎勵制度。
定期宣導(每月)	內部網站及會議宣導節水 。



空調設備改善

優化設備及設定	改善排放頻率、減少水量蒸發 。

節水觀念推廣

顧客溝通	洗手台設置標語、社群推播倡議 。
設置商品專區	環保標章搭配SOGO Sustain標示，引導購買節水家電 。

2.5 廢棄物管理

2.5.1 廢棄物管理政策 GRI 306-1 GRI 306-2

遠東SOGO推動源頭減量，搭配各項回收誘因，鼓勵消費者落實循環利用，減少資源消耗及降低環境污染。商場廢棄物的終端處置重點則分為「垃圾、廚餘、廢油、廢水、廢油煙」，依環保法令分類，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，送交公營焚化爐處理，無現場處置。

管理措施 ▶	2023 成效概況 ▼
源頭減量： ・餐飲內用與外帶不提供一次性及美耐皿餐具 ・輔導餐飲專櫃加入環保餐廳 ・鼓勵顧客使用環保袋，超市自備購物袋贈點 ・自營超市推動青果及蛋盒包裝減量	・6,442人次參與 超市自備購物袋贈點 ・超市青果及蛋盒包裝減量1.1公噸 ・全台環保餐廳占比95%
循環利用： ・各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動 ・贈點鼓勵顧客回收電池	・回收19.8萬個空瓶，獎勵59.3萬點電子點數 ・1,457人次參與電池回收
終端處置： ・2022年天母店、2023年忠孝館導入廚餘處理機，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處置	忠孝館廚餘處理機於2023年9月啟動，每月廚餘較未經處理前，平均減重22.09%

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	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
		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

2023年遠東SOGO全台各店產出廢棄物總計9,966.86公噸，包含回收廢棄物447.5公噸，焚化廢棄物7,254.4公噸，廚餘2,264.9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，遠東SOGO從「廚餘減量」及「提升回收率」兩大方向推動減量計畫。2023年遠東SOGO來客數較2022年成長26%，廢棄物產出總量僅增加8.22%，單位非有害廢棄物產生量減少1.91%。

2022年遠東SOGO天母店導入廚餘處理機，瀝出廚餘所含油脂與水份、壓碎以降低重量，且可增加廚餘循環再利用之價值，廚餘申報量由15噸減少至6噸，大幅減少60%。因成效顯著，忠孝館於2023年9月引進，較未經處理前，每月廚餘實際重量平均減少22.09%。2024年復興館亦將啟用，並持續推廣至其他店。

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。2023年遠東SOGO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，回收率達5.81%，略高於2022年的5.16%。

廢棄物產出結構彙整表 單位：公噸

類別	處理方式	2020	2021	2022	2023
回收再利用	離場處置	294.8	295.8	363.2	447.5
焚化	離場處置	6,097.0	5,977.0	6,675.5	7,254.4
廚餘	離場處置	2,031.9	1,844.9	2,171.2	2,264.9
總計		8,423.7	8,117.7	9,209.9	9,966.8
單位非有害廢棄物產生量（公斤/百萬元營收）		201.32	197.03	204.60	200.69
單位非有害廢棄物產生量 較前一年增減(%)		-11.43%	-2.13%	+3.84%	-1.91%

備註

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、復興、敦化、天母受台北市政府環保局規範強制申報；其餘三店（中壢、新竹、高雄）為內部自行記錄。本表僅呈現忠孝、復興、敦化、天母。





3. 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在地百貨的友善，創造有溫度與質感的服務，七大分眾club滿足全客層需求；嚴格把關產品，強化消費者信任，打造百貨界「食安管理」典範。

本章節對應之SDGs

8 尊嚴就業與經濟發展

12 負責任的消費與生產

打造安心賣場

82.9% 顧客對「遠東SOGO維護商品安全」感到滿意

美食街**97%**通過GHP認證，**93%**優良等級

提供有質感的服務

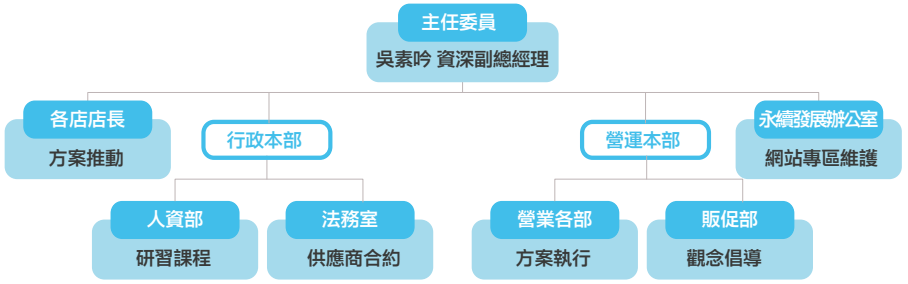
獲2023年臺灣服務業大評鑑**銀牌**

90.7% 顧客滿意整體服務

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，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、營業單位、販促部、資訊部、人資部及法務室組成，推動商品安全管理計畫之各項工作及教育訓練，讓商品安全管理從「我」（遠東SOGO）到「我們」（利害關係人），持續落實商品安全和食品衛生管理，以〈永續條款〉約束廠商，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」與「服務品質」為百貨零售業永續營運核心，遠東SOGO嚴格把關，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，檔期贈品要求供應商提供第三方檢驗報告，並於ESG網站「商品安全」專區公布商品檢驗、原物料來源等資料；合約明訂〈永續條款〉，更主動鎖定「商品標示」、「餐飲衛生」2大面向定期檢驗與優化。

項目	商品標示檢查		餐飲衛生檢查
	化妝品管理	一般商品管理	
內容	制定商品定期檢查流程，掌控上架商品安全。	自營超市嚴格控管商品標籤，進貨以批次為單位，100%落實檢核，確認產地、價格及保存期限等資訊，且與進貨單據核對，確保標示正確 。	依循台北市衛生局〈餐飲業衛生管理自主檢查〉規範，每日進行5大類、72項自主檢查，每週全面評核，實踐衛生管理，評核結果作為優良櫃位表揚依據 。
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、確保架上試用品效期內。	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 。 2. 設定進貨標籤分期標示及架上試用品定期檢查辦法。 3. 引進生產履歷生鮮蔬果，產地溯源資訊透明。 4. 與農委會水保局合作推廣「農村好物」。	1. 輔導餐飲櫃位申請食品良好衛生規範(GHP)驗證 。 2. 餐飲櫃位100%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。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. 輔導餐飲專櫃申請環境部環保餐廳認證，推廣淨零綠生活。 4. 連續四年舉辦宅料理競賽，攜手人氣餐廳推廣健康飲食 。

項目	商品標示檢查		餐飲衛生檢查	
	化妝品管理	一般商品管理		
重點專案	規格檢查	產地溯源	餐飲衛生安全檢查	環保餐廳、宅料理競賽
2023年成效	落實每月全省化妝品檢查項目: 1. 完整中文標示及成分標示 2. SOGO標籤完整 3. 產品效期:試用品效期內、正品一年以上	1. 自營超市生鮮蔬果產地溯源標示清楚供消費者查詢;提供100%安心食材。 2. 農委會水保局自2014年起選拔「農村好物」,截至2023年已選出343項產品;遠東SOGO自2022年起合作舉辦市集推廣。	1. 全台餐廳97%通過GHP認證,未完成認證者,為仍在查核作業或新進櫃位 。 2. 飲用水質及食用冰塊檢驗:全台應受檢櫃位119個,合格率100%。 3. 定期清查餐飲專櫃責任險保單;簽約/換約時廠商需附最新責任險保單。	1. 全台95%餐廳通過環境部環保餐廳認證 詳2.1.2。 2. 發揮企業職能,攜手餐飲專櫃改良販售優勝料理,將成果分享給利害關係人 詳5.1.2。

化妝品管理辦法

進貨標籤分期標示	商品銷售先進先出	保存期限定期檢查辦法
1.自營商品進貨期號以 A~Z 標示 2.半年為區間 3.現場清楚辨識進貨期	1.半年度盤點 2.採分期分區盤點 3.不同期別不能混淆放置	1.每周一、四檢查試用品 2.試用品到期即時下架 3.每月初盤點時檢查販售商品保存期限 4.出售保存期不滿一年商品該商品免費贈送顧客 5.檢查負責人:營業課課長



更多資訊請至遠東SOGO ESG官網「安心服務力」

針對利害關係人需求規劃「商品安全」行動方案

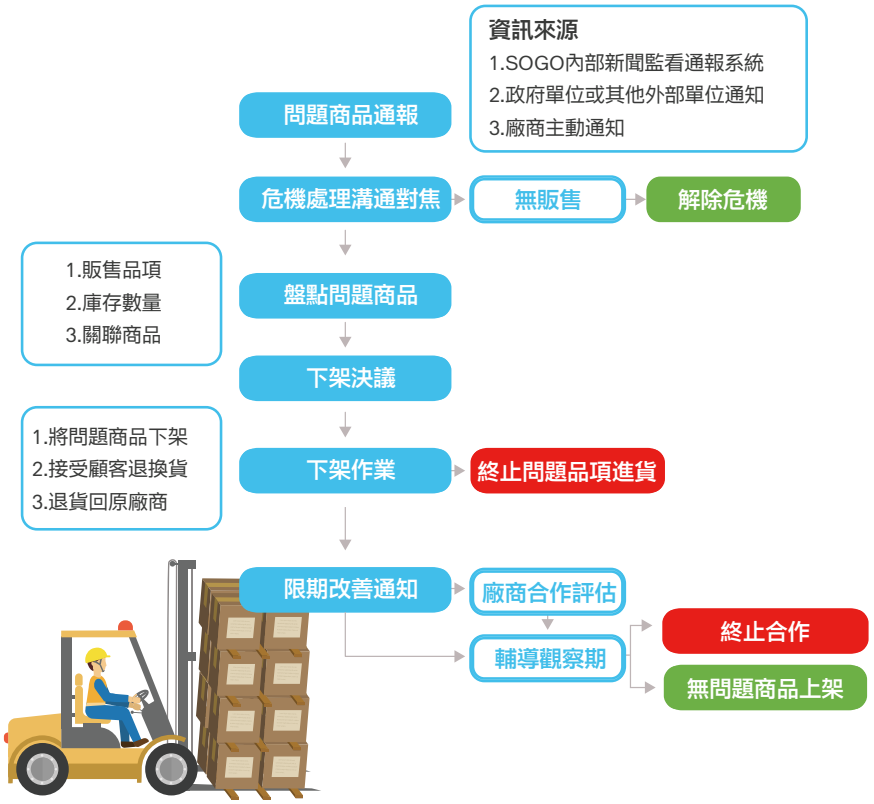
利害關係人	商品安全行動方案內容	顧客回饋
承攬商	▸ 建置商品安全專區 ▸ 輔導餐飲櫃位申請GHP ▸ 輔導餐飲櫃位定期檢驗飲用水質及食用冰塊，並通過當地主管機關衛生局抽驗 ▸ 輔導餐飲專櫃通過環保餐廳認證 ▸ 制定商品定期檢查流程 ▸ 強化商品溯源、引進環境友善品牌	▸ 82.9%滿意遠東SOGO「維護商品安全」 ▸ 75.3%滿意「遠東SOGO向消費者提倡綠色飲食 ▸ Fresh Club超市會員突破6.3萬人，會員數成長比例8.6%
顧 客	▸ 自媒體推廣商品安全知識 ▸ 店內消費有保障 ▸ 提供永續消費體驗 ▸ ESG網站設商品安全專區，揭露週年慶禮贈品資訊	▸ 77.8%顧客滿意「遠東SOGO向消費者提倡綠色消費意識」
員 工	▸ 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	▸ 88%認同「遠東SOGO的商品讓我感到信任」
供應商與承攬商	▸ 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)	▸ 82.9%對「遠東SOGO維護商品安全」感到滿意
社會（社區與媒體）	▸ 自媒體推廣商品安全與永續消費新知、國際倡議 ▸ 舉辦宅料理競賽推廣健康飲食	▸ 100%認同參與宅料理競賽，有助於提升對永續飲食與全食物利用的認知
	▸ 透過〈SOGO Sustain‧好物好選〉、各檔期DM推廣理念	▸ 74.3%滿意「遠東SOGO推動永續消費、推薦消費者永續商品」

問題商品下架

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。2023年發生3起商品下架事件，已加強宣導，避免再度發生。

2023年商品下架事件

營業據點	法規	下架緣由	改善辦法
忠孝館	食品安全衛生管理法	2023年6月衛生局抽驗穀豆類產品，檢驗殘留農藥及環氧乙烷，發現黑芝麻不合格。當下立即下架，並由廠商集中銷毀，該廠商亦被衛生局處以新台幣4萬元罰鍰。	要求上架產品檢附殘留農藥及環氧乙烷未檢出之證明。
中壢店	食品安全衛生管理法	2023年10月5日衛生局稽查時，超市賣場所販售之「北日本一口鹽奶酥餅」及「北日本一口玄米抹茶餅乾」，上架部分商品已逾有效期限，稽查當下將逾期商品全數下架及銷毀，並遭罰6萬元。	要求供應商出貨前檢視產品品質與效期，並於商管部門驗收、營業部門簽收、入庫、商品上架、貨架檢查時加強檢視。
忠孝館	食品安全衛生管理法	2023年11月民眾投訴超市商品疑似標示不實，超市確認申訴內容後，立即先行下架該商品，並要求廠商提供相關文件檢核。	進貨廠商臨時更換產地，為單一個案，已立即改正，往後也會嚴格加強管控。



召回事件

若發生商品召回事件，於接獲通報後緊急下架，與惡意業者暫停或停止合作，並配合退換貨處理。**2023年無發生召回事件。**

3.1.3 餐飲安全衛生管理

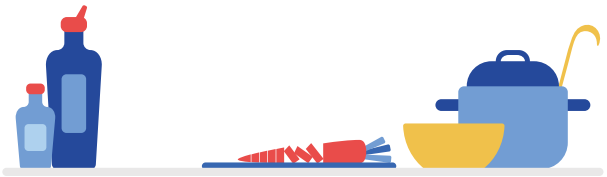
遠東SOGO重視顧客食的安全，2020年即擬定「遠東SOGO百貨餐飲安全衛生管理辦法」，訂定相關單位權責分工；並依GHP規範，制訂5大類18項72條管理項目，將輔導餐飲專櫃通過GHP設為年度重大目標。

餐飲安全衛生由餐飲專櫃每日自主檢核，並安排每日巡檢，相關部門定期督導，每月舉辦由餐飲部門、工務部門、警備部門及相關單位的聯合巡檢，檢查不合格者，將持續複查至缺失改善。

餐飲安全衛生管理檢查事項與頻率

檢查項目	檢查內容	負責單位	頻率
餐飲衛生管理自主檢查	依GHP規範要點檢查項目21項	餐飲專櫃自主檢查 餐飲主管巡檢複查	每日
水、電、瓦斯、消防等安全設備督導	滅火設備與安全門檢查、人員操作測驗	工務部門、警備部門	每2周
餐飲水電聯合巡檢	▸ 包含GHP規範項目5大類18項72條的管理項目，包含人員服儀及衛生行為、作業場所清潔維護及病媒防治、設備與器具的清潔管理、原物料的採購驗收與貯存、製備過程與品質管制等 ▸ 水電瓦斯消防檢查	餐飲部門、工務部門、警備部門	每月
餐飲衛生管理稽核	權責單位是否按規定作業	稽核室	不定期





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，創造有溫度、質感的服務。



開閉店招呼

「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鞠躬45度誠摯招呼



電梯接待服務

「電梯語錄」

周到的服務敬語接待每位顧客



服務台

回應顧客諮詢、訴願處理

「貼心服務」

外幣兌換、輪椅/嬰兒車借用、行動電源/USB出借、郵票代售、遺失物/拾得物處理等

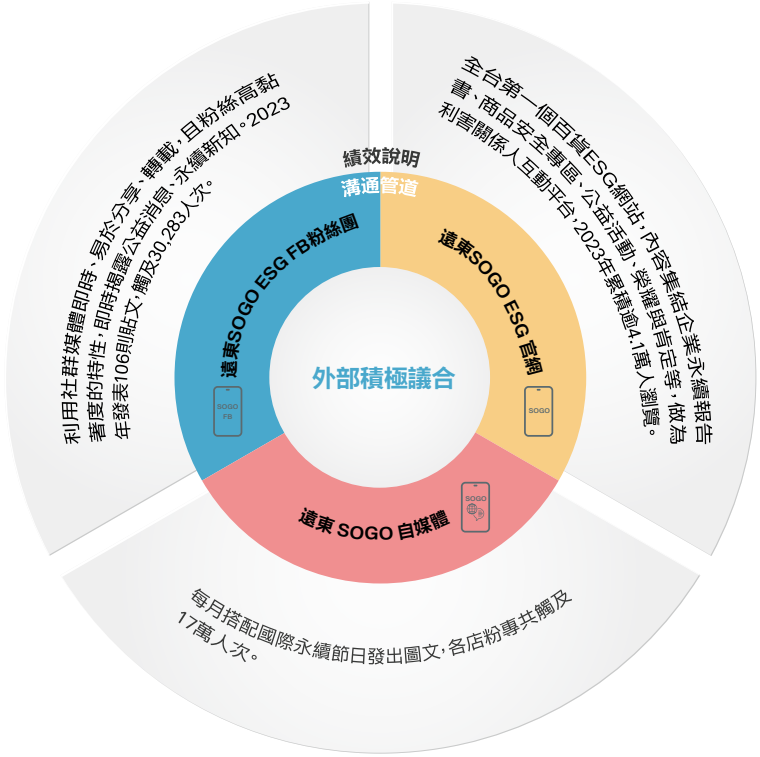
「傳染病因應」

提供口罩、酒精等供民眾使用

多元溝通

遠東SOGO透過多元管道與利害關係人議合，以善意啟動社會向上的力量。

忠孝館保有「電梯先生、小姐」的服務特色與傳統



尊榮的禮賓服務

遠東SOGO設有外商服務課（2024年改名為貴賓服務課），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。「VIP LOUNGE」提供書報、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。



七大 CLUB 分眾服務

為更貼近實際需求，遠東SOGO整合會員資料，分眾打造七大Club。

1. 遠東 SOGO VIP

起始時間	會員數	起始時間	會員數
2015年	1,762人	2006年	8,730人

優惠/服務項目

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26場藝術與精品鑑賞等特別體驗活動與購物服務。

2. Premium Club

起始時間	會員數
2019年	35,868人

優惠/服務項目

讓具VIP潛力的顧客提前體驗 VIP 禮遇 。

3. Wedding Club

起始時間	會員數
2018年	126人

優惠/服務項目

全台百貨首創，近200個婚嫁品牌及異業結合，提供婚禮與新成家體驗、優惠與客製化服務 。

4. ThanQ Club

起始時間	會員數
2000年	43,791人

優惠/服務項目

針對親子客群，每月發送專屬電子報、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。

5. Fresh Club

起始時間	會員數
2019年	62,772人

優惠/服務項目

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，定期受邀參加各式美食展、小農展 。

6. Beauty Club

起始時間	會員數
2020年	153,713人

優惠/服務項目

於指定化妝品/香氛專櫃消費滿2,000元即可加入，指定化妝品香氛單筆滿額點數2倍贈、不定期消費兌換新品試用、美妝禮、扣點兌換美麗購物金。

7. Sports Club

	起始時間	會員數
忠孝/復興店	2022年3月	24,353人
新竹店	2022年7月	
天母店	2023年1月	
中壢店	2023年9月	

優惠/服務項目

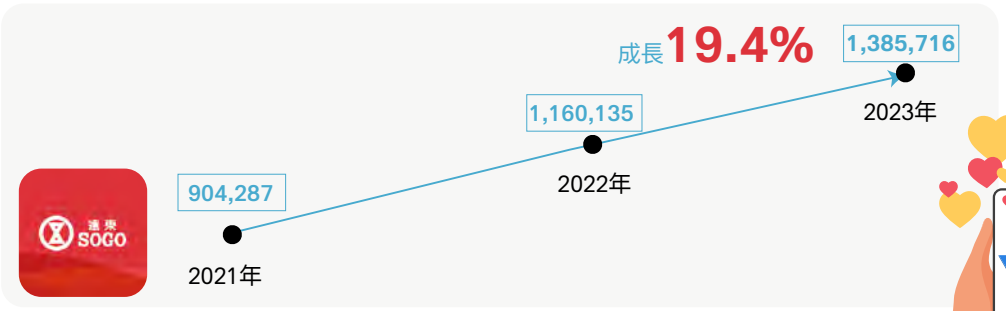
於忠孝館/復興館/天母店/中壢店/新竹店/指定運動/高爾夫服飾品牌，當日單筆消費2,000元即可入會。指定檔期點數雙倍送、加碼運動購物金、不定期會員獨享特別活動、HAPPY GO Pay 入會禮、點數加贈 。

備註 會員數結算（截至2023年12月底）

串接購物旅程的**數位創新**

遠東SOGO 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/來店禮兌換，及各店優惠訊息公告，推廣綠色行動，減少紙本印刷，會員數於2023年底超過138.5萬，較2022年成長19.4%。

遠東 SOGO APP 累計下載次數



意見回饋管理

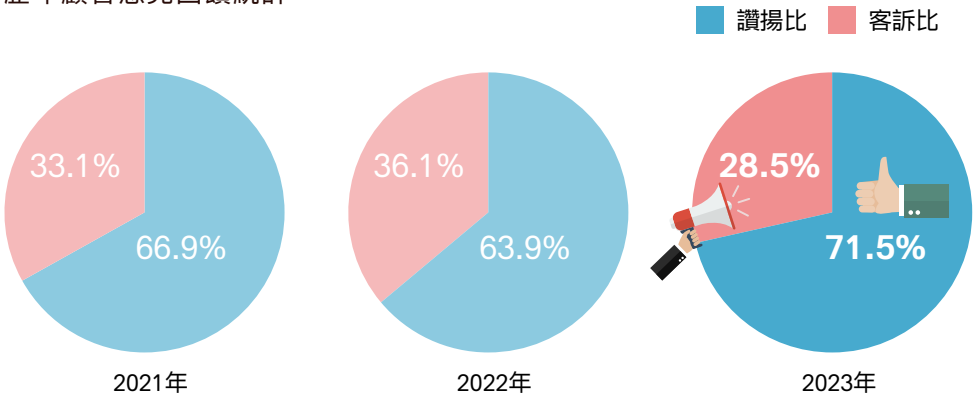
遠東SOGO是國內首家引進日本服務管理的百貨，2010年在高雄成立客服中心，接管各分店電話。目前包括高雄客服中心7人，以及全台服務台和貴賓廳一線人員，共138名客服人員，秉持「解決顧客疑難或提出替代方案」的服務概念，為顧客主動考慮下一步。新人從報到至上線，需經14天共112小時職能訓練，每年並安排二天一夜外訓。

2023年，客服中心接到18萬通電話。遠東SOGO訂有〈顧客意見回饋處理程序〉，建置e化管理系統，由客服中心建檔、追蹤、改善服務品質。2023年列案368件，其中263件為讚揚（占71.5%），較2022年上升7.6個百分點，其他105件為客訴（28.5%），較2022年下降7.6個百分點，多為服務人員作業程序失當、服務態度及應對用語不佳等，遠東SOGO每月檢核，持續強化教育訓練。

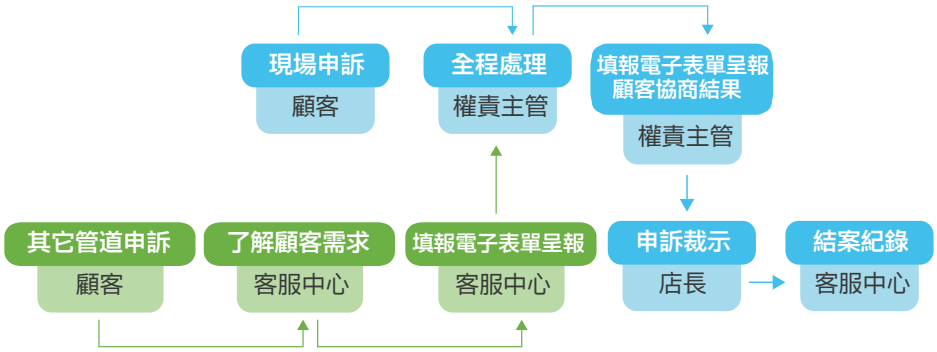
顧客意見回饋管道



歷年顧客意見回饋統計



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委託市調公司了解顧客意見，以HAPPY GO會員為母體，針對2023年1月1日至12月31日曾至遠東SOGO消費／集點至少一次以上者，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。

品牌 **消費力**	整體滿意度 → **90.7%** 未來購買意願 → **94%**	遠東SOGO秉持永續經營態度及創新精神，2023年獲90.7%消費者讚許，連續5年滿意度在九成以上。94%認同「未來持續購買遠東SOGO的商品」，較2022年成長5.1個百分點，超越歷年表現。另一方面，消費者「關注遠東SOGO的促銷訊息或推薦商品」認同度逐年下降，遠東SOGO將進一步提供切合顧客期待的服務。
公共 **參與力**	**72.6%** → 滿意遠東SOGO促進社區經濟共融 **77.3%** → 滿意遠東SOGO的環境保護作為 **81.3%** → 滿意遠東SOGO推動無紙化作業	整體環境保護作為滿意度77.3%，細項滿意度出現降幅。推測消費者對節能環保設備與環境教育活動的有感程度衰退，辦理新型態活動或許可增添活力。 與教育文化及社會公益相關的部分，消費者對「積極與當地商圈或社區合作，辦理各項促進社會與經濟共融的活動」議題（58.2%）認知度最高，滿意度高達72.6%。其他細項滿意度略降，遠東SOGO將加強「舉辦志工活動」、「開放場地與服務」。
創新 **管理力**	**88.7%** → 滿意遠東SOGO打造安心百貨 **79.6%** → 滿意遠東SOGO提供的創新服務 **74%** → 滿意遠東SOGO的「客訴處理速度」	88.7%消費者對遠東SOGO打造安心百貨給予正向回饋，82.9%滿意遠東SOGO維護商品安全。商品安全作為方面，以「賣場空間中落實規劃危險警示標語」（83.4%）認知度最高。81.8%滿意遠東SOGO維護消費者權益，其中74%滿意「客訴處理速度」。此外，消費者對創新服務的整體滿意度（包含永續消費模式、SOGO APP）達到79.6%。

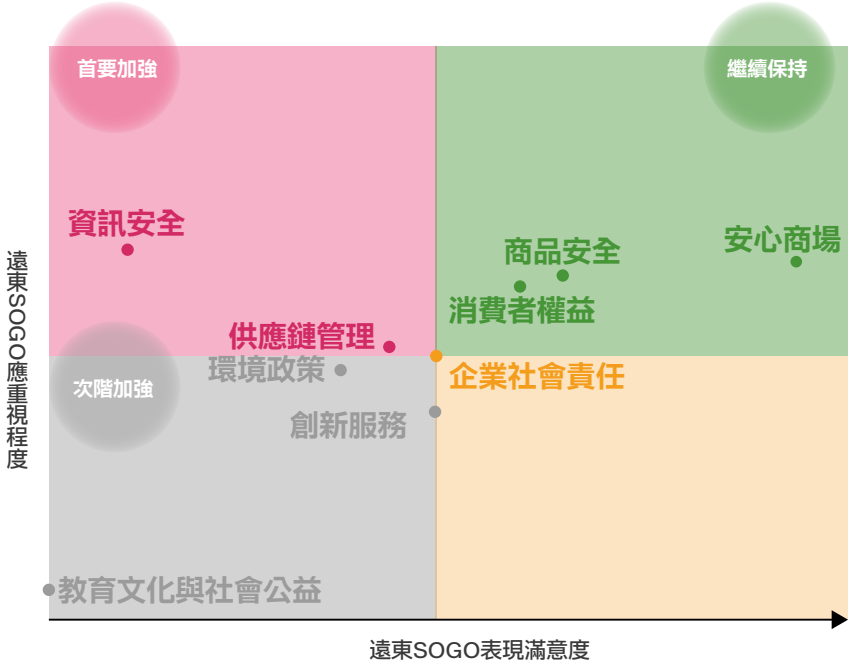
永續議題影響力

綜觀永續議題，「安心商場」是消費者認為百貨業者應重視（93.3%），且對遠東SOGO滿意度最高的項目（88.7%）。

至於消費者對環境政策、創新服務、教育文化及社會公益的重視程度相對少，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。

安心百貨相關滿意度調查

類別/年份	2021	2022	2023
商品安全滿意度	81.8%	88.0%	82.9%
賣場安全滿意度	--	89.2%	88.7%
資訊安全滿意度	--	--	72.0%



	品牌消費力				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	商品安全	安心百貨	供應鏈管理	創新服務
年增減(%)	▼ 0.1%	-	▲ 3.0%	▲ 5.1%	▲ 0.7%	▲ 0.1%	▲ 4.4%	▼ 5.1%	▼ 0.6%	▼ 4.4%	▲ 3.1%
2023年	86.5%	90.7%	71.8%	94.0%	77.3%	70.1%	81.8%	82.9%	88.7%	78.6%	79.6%
2022年	86.6%	90.7%	68.8%	88.9%	76.6%	70.0%	77.4%	88.0%	89.2%	83.0%	76.5%
2021年	85.8%	90.0%	70.9%	87.7%	78.5%	74.5%	78.6%	81.8%	N/A	N/A	N/A
2020年	86.6%	90.9%	71.9%	87.8%	76.9%	75.0%	80.9%	84.0%	N/A	N/A	N/A

3.2.2 服務管理政策與檢核

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」，提供親切服務，以贏得顧客信賴。

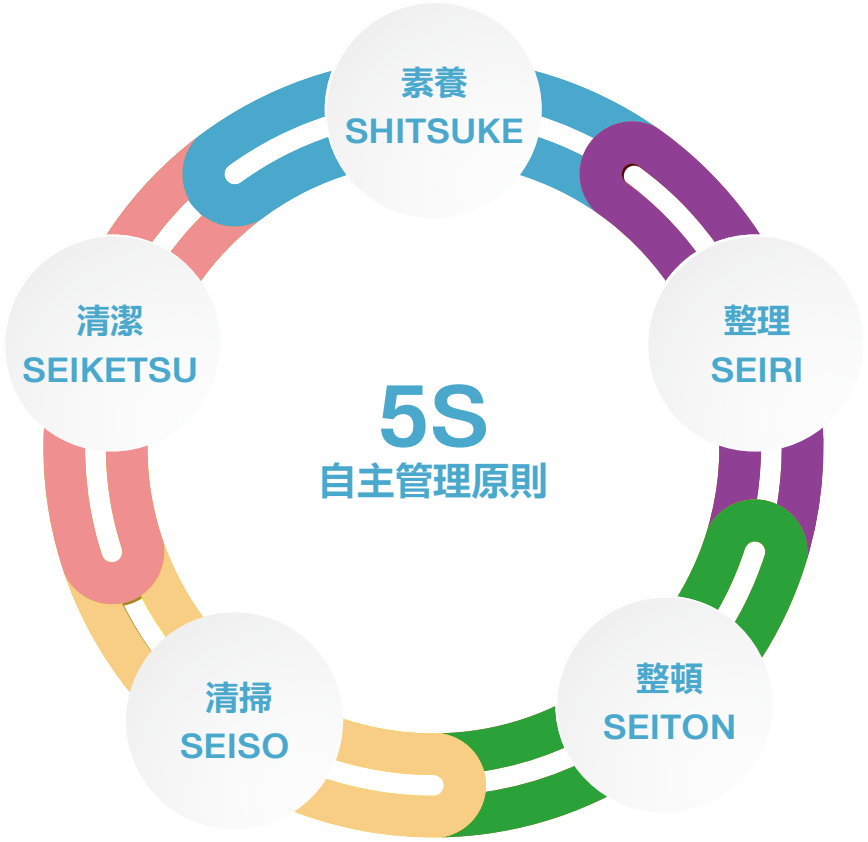
階段	項目	內容	檢核成效		說明
			單位	人次/通過率	
培訓	常訓	服務台與電梯服務人員訓練	受訓人次	569	顧客服務課職能培訓
	外訓		受訓人次	54	顧客服務課外訓
	服務強化教育	被訴願自營、專櫃同仁	受訓人次	9	
檢核	小組競賽	每二個月辦理小組競賽，抽測服務水準，如消防安全競賽、 優質禮儀競賽、店內指引競賽，每櫃 (忠孝館/復興館)或每單位/樓層(其他外店)派代表抽測，確認同仁對賣場熟悉度，保障顧客安全 。	受訓人次	18,010	以櫃位數統計，一櫃為一位受測人員
			首次測驗通過率	94%	所有單項通過率之平均
管理	走動式管理	宣傳檔期、新品及永續新知；巡檢專櫃，提高一線人員的服務技能和服務意識 。	▶ 每日朝會宣讀《朝會日報》，傳遞產品新知及樓面人員應知的事 ▶ 樓面管理人員每日3~5次巡檢 ▶ 樓面設置「貼心小站」提供服務及處理突發狀況		
表揚	優良服務之星	每月表揚優良服務之星，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，感謝廠商派駐之服務人員具備優良的服務態度及專業能力 。	2023年共表揚96位優良服務之星		

3.3 商場安全維護

3.3.1 環境安全衛生管理

遠東SOGO重視安全衛生管理，定期巡檢重點為環境衛生與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。2023年無違規事件。

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。各據點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，打造安全、安心的工作與購物環境。



類別	執行項目	檢測頻率
友善管理	哺乳室檢查	每日
	AED	每日
	各單位急救箱檢查	每季
公安管理	逃生安全動線檢查、消防安全設備自主檢查	每日
	大型冷藏室安全開關檢查	每日
	用電設備安全檢查	每月
	可燃性氣體檢查	每日
設備管理	高壓變電站空調機房巡查	每日
	空調設備濾網更換	每半年
專業維護(委外)	病媒防治	每週
	電梯/電扶梯整體維護檢修	每月
	飲用水質檢測(依法規抽樣)	每季
	高壓電氣設備保養及檢測、飲用水水清洗、冷水塔清洗滅菌及檢測	每半年
	消防設備安全檢測申報	每半年
	二氧化碳作業環境檢測	每半年
	發電機維護檢修、高低壓盤紅外線攝影及高壓變壓器局部放電檢測、空調主機大保養(含顯像儀及震動儀檢測)	每年
	建築物公共安全檢查簽證及申報	每年
	室內空氣品質檢測	每2年

3.3.3 顧客安全

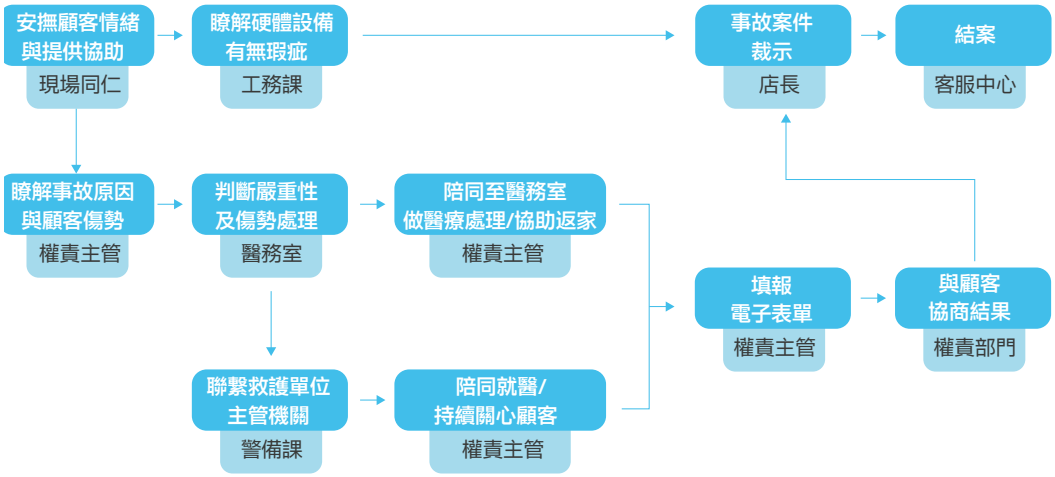
遠東SOGO重視顧客安全，半年進行一次消防安全靜態及動態演練，復興館與天母店為「消防安全自主管理優良場所」，台北店三館與大安區公所簽署合作防災備忘錄。

同仁緊急應變處理亦為服務訓練之重點，各店設有AED儀器，且為政府認證安心場所，推動千人防護計劃，兩年全員回訓一次急救課程，2023年舉辦43場，2,670人次完訓。

若賣場發生意外事件，由現場同仁安撫顧客，立即通報權責主管，醫務室、警備課與工務課同步展開應變。所有受傷案件皆須填報電子表單，列案管理，由客服中心追蹤，持續關心並協助，店長確認處理完善，並依據受傷類型檢討及改善。2023年發生21起，全數結案。


全員定期回訓急救課程

顧客受傷處理流程



2023年顧客受傷案件統計

案件類型	案件數量	處理措施	成效追蹤
自體	11	現場關心顧客並立即通知醫護人員，部分狀況陪同送醫 。	皆已結案 。
設施	3	現場關心顧客並立即通知醫護人員，部分狀況陪同送醫並支付醫療費用，後續針對設施改善處理。	
第三者導致	3	現場關心顧客並立即通知醫護人員，部分狀況協助支付醫療費用。	
其他	4		



4. 幸福職場力

面臨疫後缺工及少子化帶來的人力短缺衝擊，遠東SOGO啟動「願景工程」專案，重塑品牌形象，創造幸福職場，留住並吸引人才，進一步解決服務業人才斷層與流動頻繁等問題。2023年改善重點為：優化工作旅程、提升全員永續素養、建立安全與平權的工作環境，獲HR　Asia亞洲最佳企業雇主、女人迷最佳DEI企業等年度十大獎項與認證肯定。

本章節對應之SDGs



百貨第一 幸福企業

年度十大獎項與認證肯定

具競爭力的薪資制度

月薪平均48,309元，超前同業 7.85%

強化員工職涯發展

教育訓練經費投入1,524萬元，年增 128%

以人為本 強化DEI

頒布永續宣言、人權政策

4.0 策略成果與規劃

持續推動數位轉型與工作環境優化，透過改善員工體驗、規劃完整的教育訓練、強化員工專業能力與心理素質， 並以ISO 45001精神管理職場安全衛生，打造幸福且安全的職場，為公司留才、吸引人才，進一步帶動產業共好，解決服務業缺工、人才斷層與流動等問題。

組織願景

強化同仁對企業的認知與認同，打造與時俱進、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。

重大主題

職場安全健康	實際	正面
員工薪酬與福利	潛在	負面
人才留任與發展	潛在	負面

國際框架與指標

[GRI]401 勞雇關係、403職業健康與全、404訓練與教育、405 員工多元化與平等機會
[SASB] 勞動條件、職場多元與包容

定義與衝擊說明

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、工作環境與健康相關管理機制與作為，包含於績效評核等制度提升員工向心力、公平升遷制度與作為，以及職涯發展規畫和多元的教育訓練方案。

管理行動	2023行動績效追蹤	達成情形	達成說明	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
優化員工體驗	保障薪酬與福利 。	達標	▸ 加發績效獎金 。 ▸ 全體加薪4% 。	▸ 員工淨推薦值(eNPS)正值 。 ▸ 依據員工使用習慣開發員工APP第三階段功能。 ▸ 人事系統更新 。 ▸ 增進主管領導職能、創新變革及員工互動能力 。	▸ 保持薪資市場競爭力。 ▸ 人才轉化至高價值服務 。 強化專業職涯發展 。 ▸ 職級與薪酬重新設計。
	教育訓練人均成本成長10%。	達標	每人平均受訓成本成長129% 。		
	eWork app第二階段功能上線 。	達標	增加「員購專區、健檢報名、員工旅遊報名、員工福利公告、課程打卡、新人專區」，整合福利 。		
提升員工永續知識素養	擴大員工之社會參與。	達標	73人，共189人次申請公益假，總時數457.5小時，皆較2022年提升 。	▸ 全員必修永續課程 。 ▸ 每年主管安排6小時以上永續課程 。	▸ 全員具備永續基礎知能，融入日常營運 。
	獎勵員工實踐永續行動。	達標	ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎總獎金提升1.5倍 。		

管理行動	2023行動績效追蹤	達成情形	達成說明	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
建立安全平權工作環境	研擬人權政策。	達標	2023年9月由董事長簽署並公告。	▸ 全員CPR+AED課程，持續取得安心場所認證。 ▸ 女性制服新增褲裝。 ▸ 打造中高齡友善工作環境。	▸ 零職災。 ▸ 推動健康管理運動。 ▸ 建置非員工之職業災害回報機制。
	舉辦性騷擾防制課程。	達標	三場性別友善職場講座。		
	全台建置合適之職安衛管理事項或系統。	達標	台北所有店點導入ISO 45001，其餘各店因地制宜設計管理系統。		
	增加優於法令的福利措施，兩性育兒平權。	達標	▸ 縮短工時假給付八成薪。 ▸ 育兒補助10,000元。		
	足額進用身心障礙者。	達標	總公司及台北店定期聘僱視障按摩師。		
	統計非員工數據。	達標	已統計非員工組成，並開始蒐集公傷數據。		
	設定「身心健康風險管理指標」、「疾病風險管理指標」。	未達標	調整評估方式： ▸ 依員工主動回填過勞量表之負荷等級進行指標性身心健康風險管理。 ▸ 依員工健康檢查總評之十大異常項目進行指標性風險管理。		

利害關係人群組	員 工
議合管道	▸ 員工滿意度調查(每年)：1,214人受調，填答率95%，員工淨推薦值(eNPS)較前一年進步5.6。 ▸ 員工永續認知調查(每年)：1,139人受調，參與率87.5%，52%獲滿分，平均95分。 ▸ ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎(每年)：徵得49件投稿、40篇圖文，發出總獎金149,500元。 ▸ 勞資會議(每季至少一場)：16場。 ▸ 職業安全衛生委員會(每季至少一場)：16場。 ▸ 朝會日報(每日) ▸ 教育訓練(不定期)：424場，滿意度皆在4.0以上。 ▸ 不定期：內部系統公告、同仁意見箱、0場制度修改說明會(2023年無重大人事制度更動)、 49場EAPs講座、135人次諮詢EAPs。

4.1 員工輪廓

4.1.1 員工組成與分布 GRI 2-7 GRI 2-23 GRI 405-1

遠東SOGO人權政策

人權政策目的與範疇

遠東SOGO百貨尊重人權，為保障利害關係人之基本人權，本公司支持並遵循《國際人權法典》(International Bill of Human Rights)、《聯合國世界人權宣言》(UDHR)、《聯合國全球盟約》(UNGC)等各項國際人權公約，恪守本國勞動法規，制定人權政策。本政策除適用於本公司所有員工，亦適用於商業夥伴、供應商、承攬商及營運據點所在當地社區。

人權政策官網連結

請至遠東SOGO ESG官網「永續承諾與政策」



人權議題	承諾內容
不強迫勞動	遵循政府勞動法規，不強迫或脅迫任何無意願之人員進行勞務行為，並且禁止限制任何人員的行動自由，包含禁止扣押任何個人的證件資料。
禁用童工	禁止任何營運據點及供應鏈中僱用未滿16歲之童工。
工時、工資與福利	所有工作與加班時數、工作酬勞、相關福利與生活條件，均嚴格遵循政府勞動法令。
多元、平等與共融	雇用政策落實多元、平等與共融，不因個人性別、種族、階級、年齡、婚姻、語言、思想、宗教、黨派、五官、身心障礙、星座與血型等，而為差別待遇，尊重平權，保障同工同酬，並確保工作場所無任何形式之騷擾與霸凌。
母性保護	保障母性權利，建構性別友善的工作制度與環境。
隱私權保護	遵循政府相關法規確保個資安全。
健康與安全	遵循與職場健康安全有關的國際準則與政府法規，制定職業安全衛生管理機制，打造安全職場。
人權政策宣導	本公司除自身積極實踐企業永續及人權保護政策外，並以相同標準期許供應商、承攬商、合作夥伴及顧客等，共同致力於提升對人權相關議題之關注及重視相關風險之管理。

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之員工事件。

2023年，遠東SOGO台灣全體員工為1,305人（正職1,276人、約聘29人），較前一年減少0.76%；年齡以31~50歲為主，占全公司52.03%；女性員工居多，占66.82%。中高階主管男女任用比例相當，女性占49.27%。依據戶籍地址統計，78.85%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），與歷年約略相等。

管理階層及員工以漢民族為大宗，本國籍1,295名，原住民9名，非本國籍1名，未統計新住民人數。依據《身心障礙者權益保障法》第38條規定，提供公平多元之就業機會，足額聘僱身心障礙者。

2023年人力概況

分類	性別						店別											
	女性		男性		總數		總公司		台北店		天母店		中壢店		新竹店		高雄店	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
員工人數 (A)	872	66.82%	433	33.18%	1,305	100%	200	15.32%	572	43.83%	128	9.8%	177	13.56%	165	12.64%	63	4.83%
永久聘僱員工人數 (B)	850	66.61%	426	33.39%	1,276	97.78%	198	15.17%	555	42.53%	126	9.66%	177	13.56%	157	12.03%	63	4.83%
臨時員工人數 (C)	22	75.86%	7	24.14%	29	2.22%	2	0.15%	17	1.30%	2	0.15%	0	0%	8	0.61%	0	0%
無時數保證的員工人數 (D)	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
全職員工人數 (E)	872	66.82%	433	33.18%	1,305	100%	200	15.32%	572	43.83%	128	9.8%	177	13.56%	165	12.64%	63	4.83%
兼職員工人數 (F)	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-

備註
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、待命（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 。
8.本章人力統計基準皆為2023年12月31日，員工總數為1,305人 。

2023年人力概況

類別	組別	女性		男性		小計	
		人數 (A)	比例 (D)	人數 (B)	比例 (E)	人數 (C)	比例 (F)
	小計	872	66.82%	433	33.18%	1,305	100%
職級	高階主管	10	45.45%	12	54.55%	22	1.69%
	中階主管	91	49.73%	92	50.27%	183	14.02%
	專業人員	771	70.09%	329	29.91%	1,100	84.29%
年齡	30 歲以下	279	21.38%	100	7.66%	379	29.04%
	31-50 歲	431	33.03%	248	19.00%	679	52.03%
	51 歲以上	162	10.41%	85	6.51%	247	18.93%
學歷	博士	0	0%	2	100%	2	0.15%
	碩士	28	46.67%	32	53.33%	60	4.6%
	大學	505	67.07%	248	32.93%	753	57.7%
	專科	119	61.66%	74	38.34%	193	14.79%
	高中職以下	220	74.07%	77	25.93%	297	22.76%

備註 1.「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 。
2. D=A/C；E=B/C；F=C/員工總數 。

2023 年身心障礙員工進用數

地區/性別	女性	男性	合計	與法規要求人數差距
台北地區	5	3	8	0
中壢	0	2	2	+1
新竹	2	0	2	+1
高雄	1	1	2	+2
合計	8	6	14	

備註 台北地區應進用9名，因其中一名員工為重度障礙，依法可計算為2名，故為足額進用。

4.1.2 員工流動 GRI 401-1

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。2023年新進150人，新進率11.49%。

2023年遠東SOGO離職前三大原因依序為轉換跑道（43.8%）、工作不適應、家庭因素。遠東SOGO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。屆齡退休人數較2022年增加1位，遠東SOGO EAPs（Employee Assistance Programs, 員工協助方案）專題講座規劃相關議題。

2023 新進與離職員工結構表

類 別	組 別	新進員工		離職員工	
		女性	男性	女性	男性
年 齡	30 歲以下	84	35	125	35
	31~50 歲	17	13	34	20
	50 歲以上	0	1	8	4
地 區	台北地區	79	36	125	42
	中壢	4	3	8	2
	新竹	17	8	33	13
	高雄	1	2	1	2
合計		101	49	167	59
新進率與離職率		7.74%	3.60%	12.80%	4.52%

備註 1.新進率(%)=新進員工人數／當年度12月底員工總數。
2.離職率(%)=離職員工人數／當年度12月底員工總數 。

2023 新進與離職員工結構表

退離原因	人數	退離原因	人數
工作不適應	34	勤務配班	1
升學	4	試用不合格	1
合約期滿	28	資遣	1
家庭因素	30	薪資	3
退休	10	轉換跑道	99
健康狀況	13	其他	2
死亡	0	總計	226

4.1.3 非員工組成與分布 GRI 2-8

遠東SOGO非員工包含承攬商（保全、維護、員工餐廳等）、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，共9,144人。

非員工組成結構

類別/年度	2021		2022		2023	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
專櫃人員	7,219	1,857	6,781	1,878	6,794	1,855
保全人員	未統計		23	134	27	115
維護人員			243	36	238	69
員工餐廳			3	2	5	4
停車場收費員			2	0	17	17
派遣人員			1	1	1	2
合計	7,219	1,857	7,053	2,051	7,082	2,062

備註 數據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

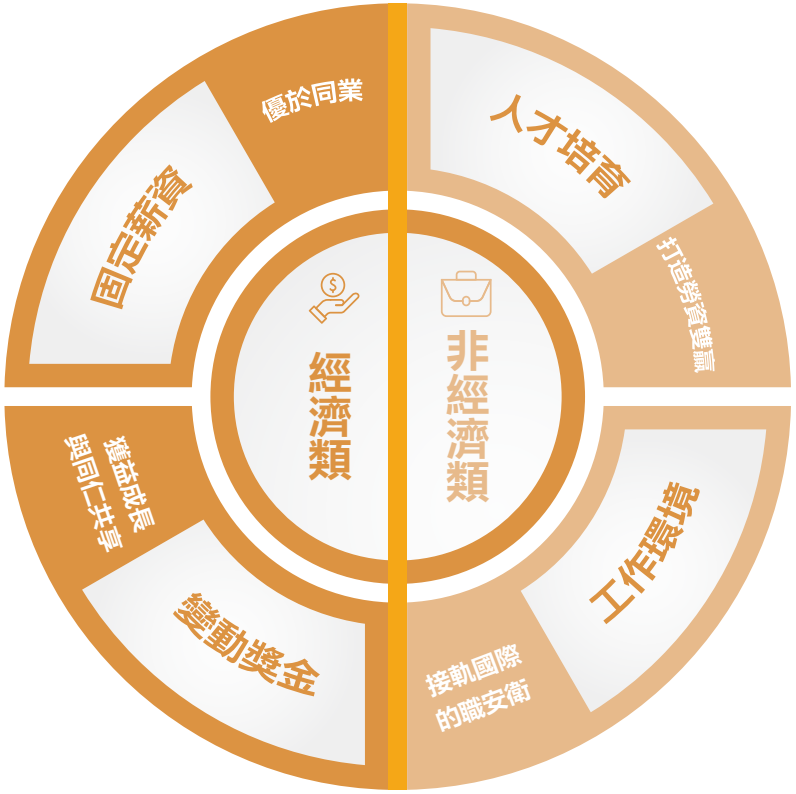
4.2.1 薪酬制度 GRI 2-20 GRI 405-2

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，當年度調薪預算於前一年度經董事會同意後編列，由人力資源部與顧問公司分析，參考社會經濟指標、軍公教人員及同業調薪幅度，並依員工專業能力、工作表現、績效評核後擬定，經集團董事長、公司董事長、經營管理委員會同意執行，尚無獨立最高治理單位成員或獨立薪酬委員會監督。顧問公司為獨立於組織之第三方機構，與組織、最高治理單位及高階管理階層無利害關係。

主計處發布2023年11月「批發及零售業」每人每月經常性薪資為44,794元，同年遠東SOGO員工每月經常性薪資平均48,309元，超前同業約7.85%。

疫情趨緩後，百貨業績回復水準，遠東SOGO 2022年營收與獲利雙創新高，2023年三月加發比上一年多兩成的績效獎金，並截至2024年，連續三年全體加薪約4%。

全方位**薪酬制度**



非主管全時員工人數及年度薪資統計

項目/年份	2021	2022	2023
非擔任主管職務之全時員工人數	1,173	1,093	1,100
非主管全時員工薪資平均數(千元/人)	431	449	460
非主管全時員工薪資中位數(千元/人)	430	451	466

備註 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)	2023 年法定最低薪資(元)	核薪標準優率
大學	31,400	26,400	18.94%

備註 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，2023年中階主管性別人數比例相當，高階主管薪資性別比逐年接近。

各職級性別薪資與薪酬比率

年份		2021		2022		2023	
性別		女性	男性	女性	男性	女性	男性
高階主管	人數比例	43.48%	56.52%	47.83%	52.17%	45.45%	54.55%
	薪資性別比	1	1.11	1	1.15	1	1.11
	薪酬性別比	1	1.01	1	1.11	1	1.09
中階主管	人數比例	52.84%	47.16%	50.87%	49.13%	49.73%	50.27%
	薪資性別比	1	0.97	1	0.99	1	1.02
	薪酬性別比	1	0.99	1	1.00	1	1.03
專業人員	人數比例	70.99%	29.01%	70.78%	29.22%	70.09%	29.91%
	薪資性別比	1	1.09	1	1.05	1	1.04
	薪酬性別比	1	1.10	1	1.06	1	1.04

備註
1. 薪資（固定薪）=本薪+津貼。
2. 薪酬=固定薪+變動薪（獎金）。
3. 人數比例為該職級男女比。

4.2.2 員工福利

GRI 201-3

福利措施

遠東SOGO提供各類獎金、津貼、補助等員工福利，辦公室設置自助咖啡機及智慧販賣機，員工可以優惠價隨時補充活力。

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、生育補助、育兒津貼*、育嬰縮短工時有薪假*
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
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、EAPs、住院慰問金、重大疾病慰問金



福利類別	項目說明
便利設施	員工餐廳、停車位、哺集乳室、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
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COVID-19疫苗獎勵的百貨，完整接種三劑共獲2,500元(至2023/3/19)
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(至2023/3/19)

備註 *優於法令。

退休福利

依勞動部定義計算，遠東SOGO目前45~65歲中高齡在職485人、逾65歲高齡在職5人，共占總員工數37.55%，服務年資滿20、30年的員工分別有394人、55人，針對擁有豐富工作經驗、忠誠度高的同仁，遠東SOGO研擬打造中高齡友善工作環境，EAPs新增退休理財等講座。遠東SOGO依法按月提撥員工退休準備金，員工另可自願提撥1~6%。

同時，遠東SOGO支持合作夥伴聘用中高齡工作者，例如警備廠商ABV安橋，2023獲台北市第一屆中高齡者暨高齡者友善企業認證。

退休金制度	舊制	NEW 新制
適用法源	勞動基準法	勞工退休金條例
提撥方式	按員工每月薪資總額5%提撥	按員工每月投保薪資6%提撥
提撥專戶	臺灣銀行員工退休準備金專戶	勞工保險局員工個人帳戶

推動DEI政策 打造友善職場

為鼓勵安家生養，遠東SOGO依據性別工作平等法與勞基法保障，提出合法甚至優於法令的福利措施，包括生產慶金、育兒減少工時假、生育補助等；新增優於法令規定的育兒津貼每胎1萬元，新生兒一歲內皆可申請，男女員工皆適用。

全台員工撫育0~6歲孩童共118名，新竹店與高雄店與鄰近幼兒園合作，提供註冊費、教材費、月費減免優惠，台北及桃園地區洽談中。


伊甸視障按摩師定期駐點服務

類別	行動說明
性別平等支持措施	・總公司、各店設置育嬰哺乳室(覆蓋率100%) ・女性同仁夜間工作車費補助 ・育嬰假、母性保護措施 ・適度調整懷孕同仁輪調職務 ・公平的升遷與薪酬制度 ・中高階主管男女任用比例相當
鼓勵結婚生育	・生育補助5,000元(優於企業)，2023年20人次申請 ・育兒津貼10,000元(優於法令)，2023年30人次申請 ・育嬰減短工時假給付八成薪(優於法令)，2023年4人次申請，共請假46小時 ・結婚慶金8,000元，2023年26人次申請 ・子女教育補助1,000元/年，2023年320人次申請
維護身心障礙者就業權	・總公司與視障按摩師簽訂定期契約 ・新竹、高雄超額進用

育嬰支持措施

2023年有4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100%，復職週年留任率為83.33%。服務業多採排班制，相較於其他業種，顯著影響家有新生兒的同仁復職及長期留任意願，遠東SOGO自2023年起，育嬰縮短工時假從無薪調整為給八成薪。

育嬰假留停統計

年份	2021		2022		2023	
性別	女性	男性	女性	男性	女性	男性
享有育嬰假人數 (A)	43	26	48	24	33	24
申請育嬰假留停人數 (B)	14	0	11	3	4	3
預定該年度復職人數 (C)	14	0	9	0	1	2
實際復職人數 (D)	8	0	6	0	1	2
前一年實際復職人數 (E)	14	0	8	0	6	0
復職後12個月仍在職人數 (F)	9	N/A	7	N/A	5	N/A
育嬰留停申請率=(B)/(A)	32.56%	0	22.92%	12.50%	12.12%	12.50%
留職期滿復職率=(D)/(C)	57.14%	0	66.67%	0	100%	100%
復職週年留任率=(F)/(E)	64.29%	N/A	87.5%	N/A	83.33%	N/A

備註 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.享有育嬰假人數，資格計算基準修正為天。2021、2022年數據重編。

公益假與公益點數

遠東SOGO員工每年享10小時公益假，非勤務時間從事公益活動，可申請補休。遠東SOGO設計志工任務，鼓勵同仁參與公司舉辦的公益活動。2023年底，邀請同仁一人一信勉勵弱勢學童，降低參與門檻，提升同仁參與意願。2023年73人、共189人次申請公益假，總時數457.5小時，皆較前一年成長。




高階主管表揚年度志工服務時數最高的單位


一人一信關懷弱勢學童

員工協助方案EAPs

遠東SOGO全面推動「員工協助方案」（Employee Assistance Programs, EAPs），同仁遇到工作適應、人際、婚姻、家庭照顧、健康、法律等狀況，可向窗口尋求協助，全年度135人次諮詢，年增44%。同時，各店舉辦49場EAPs主題講座、58場ESG與職場健康相關課程，全台共計3,600人次參加，堂數與人次都是前一年的兩倍。

此外，全台各店皆獲勞動部「工作與生活平衡補助」，用於友善家庭措施或員工紓壓課程，新竹店另獲勞動部企業人力資源提升計畫補助，增加員工安心感、企業競爭力。



EAPs安排多項身心主題課程，協助同仁紓壓

勞資溝通

遠東SOGO透過多元機制強化溝通，建立良善的勞資互動，若營運遇重大變化，影響擴及員工，將遵循勞基法規定之最短預告期告知資訊。

人資部及稽核室設置申訴信箱，保密且安全。為落實性別平等精神，遠東SOGO訂有《性騷擾防治辦法》，公告通報信箱與電話，以維護當事人隱私為原則進行處理，2023年無相關案件發生。

遠東SOGO每季舉辦勞資會議，全台各據點勞方代表共23人，占全公司1.78%，2023年辦理16場勞資會議及16場職業安全衛生委員會，報告重要活動，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	2023 年勞資會議及職業安全衛生委員會日期
總公司、台北店（忠孝館、復興館含敦化館）、天母店	3/17、6/27、9/27、12/25
中壢店	3/10、6/13、9/11、12/11
新竹店	3/30、6/30、9/22、12/22
高雄店	3/27、6/26、9/28、12/28

員工滿意度

為了解員工對各項制度、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。2024年初施行的「2023年員工滿意度暨永續認知調查」回收1,214份問卷，回收率95%，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、員工淨推薦值 eNPS）。eNPS -25.6較前一年進步5.6，對績效及獎金制度（58.9%）、工作量的重視度（14.58）占比提升，72.9%以身為遠東SOGO一份子為榮，多為在職五年以上的同仁。

遠東SOGO就調查結果設計工作坊聆聽同仁心聲，作為擬定策略之參考，針對提升員工的健康與幸福、數位賦能、加強主管領導與溝通等三大構面，持續深化改革方案。目標於2025年達成eNPS正值，推薦者比例大於批評者。

員工認為重要並覺得滿意（重要度與滿意度差異最小）TOP3

企業驅動力
- 公司注重ESG責任
- 公司有良好的雇主品牌力及聲譽
- 公司時常向同仁傳遞願景與使命*

環境驅動力
- 跨部門間有良好的團隊合作*
- 公司定期舉辦領導與溝通方面的學習課程*
- 公司倡導使用數據來洞察及決策*

個人驅動力
- 在工作中可以不斷學習新事物
- 公司具有設定目標思惟
- 公司提供良好的福利制度

備註 有*者表示2022年未上榜 。

4.3 專業培育

4.3.1 員工培育 GRI 404-1 GRI 404-2 GRI 403-5

教育訓練

遠東SOGO針對不同部門、職階規劃課程，包含新進訓練、職能、管理及成長學習課程。2023年教育訓練經費投入逾1,524萬元，較2022年增加128%；平均每人受訓成本11681.8元，較2022年增加129%。

教育訓練內容	
新進訓練	協勤及營業單位皆進行 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	「乾杯吧」逆向導師課程，內容不受限

教育訓練受訓人次及投入金額

	2021		2022		2023	
	男 性	女 性	男 性	女 性	男 性	女 性
開課次數	239		310		424	
受訓人次	4,675		6,581		9,048	
受訓人數	1,357		1,268		1,444	
員工總數	436	935	424	891	433	872
高階主管平均受訓時數	1.81	2.10	7.63	9.82	20.75	27.95
中階主管平均受訓時數	5.26	4.96	18.73	15.54	28.59	27.94
專業人員平均受訓時數	7.56	6.87	10.56	10.44	14.74	16.29
每人平均受訓時數	6.95	6.63	12.11	10.94	17.85	17.64
	6.73		11.32		17.74	
總投入金額(元)	2,750,000		6,690,513		15,244,792	
每人平均受訓成本(元)	2,005.8		5,087.8		11681.8	

備註 1.每人平均受訓成本=總投入金額/員工總數。
2.2023年總投入金額，加計「2022年度帳目於2023年實際執行項目」2,534,031元。
3.平均教育訓練時數=該類別員工之受訓總時數（時數*場次*該類別員工受訓人次）/該類別員工人數。
4.2021、2022年受訓人數、人次勘誤，計入實習生受訓時數。

各種課程受訓人次列表			單位：人次
課程種類 /年份	2021	2022	2023
管理領導	51	331	716
營業職能	470	941	370
專業職能	819	2,692	1,500
訓練專案	225	183	1,454
基礎教育	547	461	727
成長學習	1,011	1,046	1,798
資訊安全	-	-	58
永續相關	-	-	384
其他	1,552	927	2,041
總計	4,675	6,581	9,048

備註 1.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。
2.2023年起獨立統計資安、永續課程。

提升人權意識、杜絕性騷擾

因應社會#Me Too風潮、行政院通過「性平三法」修法，遠東SOGO強化雇主防治意識及責任，將性騷擾列為重要議題，尤其關注「權勢性騷擾」，優先為關鍵角色賦能，2023年針對主管開設性騷擾防治課程，提升職場性別平等敏感度，面對相關案件時能做出適當處置，在保護被害人安全及隱私的前提下，積極處理申訴，甚至遏止、進一步防止案件發生，120人次，約等於9.21%員工已完訓。2024年起擴大範圍，目標全員完成性別友善職場課程。另於新進人員教育訓練課程中宣導人權政策，全年共189人次完成人權課程。

「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！」賦予Bottom-up意涵，期望高階主管以開放心態吸收新知。2023年舉辦3場。



永續教育內化

據國內外多項研究，品牌「永續度」影響消費者購買意願及年輕工作者的任職意願，遠東SOGO希望全員提升永續知識素養，為企業文化帶來改變。



對象	課程/活動	頻率	說明
新進人員	新進人員訓練	1/4/6/8/10/12月	每期新進人員課程，安排半小時永續基礎知識與公司永續作為介紹。2023年6個場次，161人受訓。
全員	永續知識課程	不定期	傳遞新知與公司永續政策，開放全員報名。2023年共進行5堂課，158人參與。
全員	永續有獎徵答	一年一次/年底	向全體員工調查永續知識素養，2023年參與率87.5%，較2022年的47%大幅提升，平均95分，同仁對永續敏感度提高。
經理階(含)以下	ESG最佳貢獻獎與創新提案獎	一年一次/上半年	設有獎勵機制，表揚永續貢獻卓越團隊或個人，並鼓勵發想。2023年徵得20件永續成果、29件創新提案，最高獎金2萬元，另舉辦永續徵文，擇優35位分別獎勵500元禮券。獲獎提案視可行性執行。
中高階主管、ESG委員會成員	ESG例會	平均每月一次	與會人員為各部門主管，不定期邀請外部顧問或社創團體分享。2023年辦理10次共211人次參加，創造多次商業與永續結合的創新合作模式。
董事、理階以上主管	提升永續群體智識	一年3次	2023年起，比照上市櫃公司董事每年進修6小時，課程著重於企業永續發展，董事長親自出席，各店包括總公司，理階以上主管列為必修課程，第一屆邀請E、S、G領域三位權威授課，出席率高達87%，培養主管關注永續趨勢的習慣，把觀念帶回部門。

TTQS人才發展品質管理系統

為確保營運策略確實與人力政策結合，強化組織競爭力，遠東SOGO推動「人才發展品質管理系統」（Talent ualitymanagement System, TTQS），透過5大構面19項指標，建構制度化的教育訓練，全台各店通過評核。

各店評核成績

- 新竹店（2022~2024）：銅牌
- 高雄店（2021~2025/11）：銅牌
- 總公司、台北三館（2021~2023）：通過
- 天母店（2021~2023）：通過
- 中壢店（2021~2023）：通過



4.3.2 外部人才培育

產學合作

遠東SOGO自2015年起招募實習生，2023年累計與15所大專院校合作，較2022年增加7所，辦理多場校園招募說明會，提供營業單位、顧客服務及行政部門職務，共報到50名實習生。2022年產學合作實習生於2023年轉正職的比率為26%。

合作學校一覽			
1	政治大學	9	醒吾科技大學
2	聯合大學	10	東南科技大學
3	淡江大學	11	中華大學
4	實踐大學	12	中國科技大學
5	銘傳大學	13	明新科技大學
6	臺北城市科技大學	14	元培醫事科技大學
7	德明財經科技大學	15	玄奘大學
8	亞東科技大學		

4.3.3 職涯發展 GRI 404-3

遠東SOGO透過即時雙向溝通與年度績效面談，識別潛力人才並給予發展舞台，培育所需技能。年終評核項目包含業績達成率、顧客服務滿意度、專業職能績效及出勤表現等，管理職另有管理職能績效評核項目，作為獎金、晉升參考。2023年在職員工扣除特別聘僱之身心障礙人士、因同仁育嬰留停聘僱之定期人力不受考核，考核率100%。

發展階段		對應遠東 SOGO 職階	培訓目標	受訓內容
專業精進	經營主管	總經理以上	策略領航者	跨機能研習、專題講座
	一級主管	高階主管：協理階以上	策略規劃、變革管理、營運方針擬定	新任部門主管訓練、中階主管跨機能研習
	二級主管	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	基層人員	專業人員：專員	著重於專業能力的培養與提升	職務基礎、職務專業訓練、職務訓練認證
	新進人員	新進人員	瞭解公司簡介、規章制度、自己工作範圍	新進人員訓練

專櫃人員培訓

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，講授服務精神、賣場設施、安全防護機制等。針對客訴案件，依個案情形強化教育。不定期執行服務流程與系統操作教育訓練。

忠孝館

類別	課程名稱	受訓人數（人）	受訓比率(%)	應訓人數
長派教育	長期派遣人員須知	614	90%	684
專櫃帳務加強教育	專櫃帳務加強課程	630	88%	713
專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	440	91%	481
職業安全衛生教育	全員急救AED+CPR教育訓練	51	81%	63
職業安全衛生教育	緩降機實際操作課程	500	93%	536

復興館（含敦化館）

類別	課程名稱	受訓人數（人）	受訓比率(%)	應訓人數
長派教育	長期派遣人員須知	610	85%	721
專櫃帳務加強教育	專櫃帳務加強課程	489	82%	600
長派FOLLOW教育	顧客應對技巧&如何贏得顧客心	270	85%	319
職業安全衛生教育	全員急救AED+CPR教育訓練	42	81%	52
職業安全衛生教育	滅火器/消防栓實際操作課程	568	88%	643
專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	394	90%	440

天母店

類別	課程名稱	受訓人數（人）	受訓比率(%)	應訓人數
長派教育	長期派遣人員須知	275	96%	286
專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	316	97%	326
專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	293	99%	296
宣導課程	綠色百貨	302	96%	313

中壢店

類別	課程名稱	受訓人數（人）	受訓比率(%)	應訓人數
長派教育	長期派遣人員須知	448	85%	524
職業安全衛生教育	全員急救AED+CPR教育訓練	359	96%	374
專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	367	94%	389
全員教育	週年慶全員教育	358	89%	404

新竹店

類別	課程名稱	受訓人數（人）	受訓比率(%)	應訓人數
長派教育	長期派遣人員須知	447	95%	473
專櫃帳務加強教育	專櫃帳務加強課程	199	82%	242
盤點教育	年終盤點注意事項	25	93%	27
職業安全衛生教育	全員急救AED+CPR教育訓練	370	90%	410
職業安全衛生教育	消防安全宣導	40	74%	54
職業安全衛生教育	濃煙逃生體驗&地震防災知識宣導	416	99%	420
專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	367	94%	391
服務大評鑑	服務基本心態建立	370	97%	383

高雄店

類別	課程名稱	受訓人數（人）	受訓比率(%)	應訓人數
長派教育	長期派遣人員須知	123	91%	135
專櫃帳務加強教育	電子發票及一櫃一機作教學	42	91%	46
專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	124	94%	132
專櫃帳務加強教育	雲端發票強化教育課程	20	87%	23
職業安全衛生教育	B1F餐廳消防編組種子教學	13	68%	19
職業安全衛生教育	15F施舒雅消防編組演練	5	100%	5
職業安全衛生教育	全員急救AED+CPR教育訓練	157	90%	174

4.4 職場安全與健康

4.4.1 職場安全管理

GRI 403-1 GRI 403-2 GRI 403-4 GRI 403-8 GRI 403-9 GRI 403-10

遠東SOGO 2017年即由黃晴雯董事長簽署〈職業安全衛生政策〉，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；一級單位勞安室負責各項事務與專案之推動、管理與追蹤。

遠東SOGO近年全體工作者無發生法定嚴重職業災害，連續10年獲台北市勞動安全獎，領先零售業與服務業，2023年獲優良人員肯定。

職業安全衛生委員會	
會議召開頻率	
3 個月一次	
委員組成	
主任委員(行政總經理)	1人
職業安全衛生人員	4人
各部門主管	23人
醫護人員	3人
職業安全衛生相關工程技術人員	3人
勞工代表	23人
委員任期	
2年一任	

2023 年度運作情形	
會議召開頻率	
2023 年共召開 16 次	
委員出席率	
主任委員(行政總經理)	100%
職業安全衛生人員	100%
各部門主管	98%
醫護人員	83%
職業安全衛生相關工程技術人員	83%
勞工代表	100%

備註
- 2023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。
- 委員將於2024年3月於勞資會議，除當然委員外由資方及勞方代表推選之。
- 出席率=實際參與次數/辦理次數。

會議事項

- 對雇主擬訂之職業安全衛生政策提出建議。
- 協調、建議職業安全衛生管理計畫。
- 審議安全、衛生教育訓練實施計畫。
- 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。
- 審議各項安全衛生提案。
- 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。
- 考核現場安全衛生管理績效。
- 審議承攬業務安全衛生管理事項。
- 其他有關職業安全衛生管理事項。

重大決議事項

- 重新驗證審查忠孝館ISO45001職業安全衛生管理系統(2023~2026)。
- 各店持續取得健康職場認證。
- 增修訂危險性施工規範。
- 辦理工作者AED+CPR急救技能訓練，並取得安心場所認證。
- 配合國家放寬防疫政策，取消佩戴口罩規範(2023年2月16日遠東SOGO店內口罩規定調整指引)；惟餐飲從業人員仍依食品安全衛生法令配戴口罩。
- 法定每半年執行作業環境監測(二氧化碳+照度)
- 春節、週年慶等大型活動行前安全檢查。
- 全員健康促進課程宣導。



ISO 45001職場安全衛生管理

2020年遠東SOGO啟動職安衛系統驗證計畫，頒布〈職業安全衛生工作守則〉，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，與國際接軌，2023年再度通過驗證，台北各店完成導入，持續以此標準，於所有據點建置合適之管理辦法。

遠東SOGO職安衛管理涵蓋所有工作者，包括員工1,305人，占12.49%，以及非員工9,144人，占87.51%，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。


bsi.
Certificate of Registration
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY MANAGEMENT SYSTEM - ISO 45001:2018
...making excellence a habit.

職安衛政策詳見遠東SOGO ESG官網「永續承諾與政策」






遠東SOGO以國際標準，積極預防職災。



遠東SOGO各店導入ISO 45001狀況

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
通過驗證	完成導入	完成導入	以導入為目標，建置管理項目			
850人	231人	131人				

ISO 45001 總涵蓋率100%

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，建立管理流程。2023年遠東SOGO無發生重大職安事件。

職業安全衛生管理流程

發生前	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。	發生時	緊急應變	▶ 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 。	發生後	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。
	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。 ▶ 評估參與層級：部門主管、非管理職代表、專員 。					檢討改善	▶ 檢討方案 。 ▶ 改善方案：負責單位、檢核頻率。
	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。		職安通報	▶ 依流程通報。 ▶ 通報對象：組織內上級層級、組織外單位（當地勞動檢查機構）。		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

2022 年主要危害項目	2023 年改善情況	2024 年改善目標
同仁使用不合格合梯（故障）造成風險	加強宣導職安衛觀念（課程、晨會宣導）及管理措施（定期檢查、合格標準） 無發生同仁使用不合格合梯事件。	透過多元課程宣導、現場警示、現場管理等，目標將事件保持0起。



職業安全衛生**管理成果**

2023年遠東SOGO失能傷害嚴重率為81，失能傷害頻率為2.33，皆較前兩年提升，主因為新竹店三名員工公傷假合計199天，傷害類型為跌倒2件，為上下樓梯分心導致，後續改善措施為內部宣導上、下樓梯及行走時注意安全，不可使用手機並減少交談；貨物砸傷1件，原因為單人作業或物品堆疊重心不穩，後續要求應使用適合個人防護具（如：防滑手套）、雙人作業、使用適當輔助工具（如：油壓車等）、安全教育（穩固物品堆疊方式）等。

		2021	2022	2023
失能傷害嚴重率 (SR)	遠東 SOGO	6	10	81
	行業平均值	42		
失能傷害頻率 (FR)	遠東 SOGO	0.38	0.38	2.33
	行業平均值	3.02		

備註
1.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：
2.SR =（公傷損失天數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）× 1,000,000 。
3.FR =（公傷件數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）× 1,000,000 。
4.行業平均值參考勞動部職業安全衛生署2024年1月25日發布之「前三年度各行業總合傷害指數」。
5.計算方式與業界一致，不包含上下班交通意外。

百貨零售業無直接暴露於高風險因子之疑慮，2023年遠東SOGO發生法定重大職業傷害0件、「職業醫學科醫師」認定之職業病案例0件、可記錄職業傷害6件，皆為跌倒或貨物墜落砸傷。

員工職業傷害統計（性別）

年份	2021		2022		2023	
性別	女性	男性	女性	男性	女性	男性
總人數	935	436	891	424	872	433
死亡傷害數量	0		0		0	
死亡傷害比率	0		0		0	
嚴重職業傷害(排除死亡人數)	0		0		0	
可記錄之職業傷害件數	1	0	1	0	6	0
失能傷害頻率(FR)	0.56	0	0.56	0	3.5	0
失能傷害嚴重率(SR)	9	0	16	0	122	0

備註
1.法定重大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。
3.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 ÷ 該性別勞工總工時）× 1,000,000
・SR =（公傷損失天數 ÷ 該性別勞工總工時）× 1,000,000

員工職業傷害統計(地區)

區域	項目	2021	2022	2023
台北	失能傷害頻率(FR)	0.57	0.55	1.68
	失能傷害嚴重率(SR)	9	16	6
桃園	失能傷害頻率(FR)	0	0	0
	失能傷害嚴重率(SR)	0	0	0
新竹	失能傷害頻率(FR)	0	0	9.28
	失能傷害嚴重率(SR)	0	0	615
高雄	失能傷害頻率(FR)	0	0	0
	失能傷害嚴重率(SR)	0	0	0

備註 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÷該地區的勞工總工時）×1,000,000
・SR＝（公傷損失天數÷該地區的勞工總工時）×1,000,000

合作夥伴**勞動安全推動與管理**

遠東SOGO非員工2023年總人數為9,144人，以勞動部最新公布2022年台灣勞工平均年總工時2,007.6小時計算，總工時為18,357,494.4小時。

遠東SOGO與廠商合約內含〈永續條款〉，明訂保障勞工合法權益，尊重勞動人權原則，勞安室於2023年會同工務部、法務室，修訂承攬管理程序，增加安全衛生管理事項、違規罰則、風險評估、巡檢查核、危害告知、協議組織等。為精準掌握所有工作者的職場健康狀況，遠東SOGO已開始建立非員工之職業災害回報機制，2023年承攬商與承租廠商無發生公傷與法定重大職災。

更多勞工權益條款請見遠東SOGO ESG官網「永續承諾與政策」及「幸福職場力」

非員工性別職業傷害統計

年份	2023	
性別	女 性	男 性
總人數	7,082	2,062
死亡傷害數量	0	
死亡傷害比率	0	
嚴重職業傷害 (排除死亡人數)	0	
可記錄之職業傷害件數	0	
失能傷害頻率(FR)	0	
失能傷害嚴重率(SR)	0	

4.4.2 員工健康管理 GRI 403-3 GRI 403-6 GRI 403-7

遠東SOGO擁有衛福部國民健康署「健康促進標章」，2023年再度獲教育部體育署「運動認證企業」，致力於提供員工身心健康之工作環境，非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。

員工健檢

遠東SOGO 2023年起，提升員工健康檢查預算及變更實施週期，調整為兩年一次，頻率優於法規每三～五年一次，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，提供加選項目及眷屬健檢優惠；55歲以上同仁增列心血管、消化道及腦血管等檢查，落實健康風險分級制度。

所有同仁檢查項目		免費加選健檢項目				
		#	一般員工	55歲以上員工	課階	理階
心血管功能 檢查	防癌篩檢	1	女性-新薄式抹片	愛心	愛心鼻咽鏡	心肺腦血管
血液常規檢查	電解質	2	女性-HPV	顧肺	顧肺鼻咽鏡	消化道
X 光檢查	身體脂肪分布指標	3	肺癌篩檢	婦女	婦女	心血管
肝功能檢查	理學檢查	4	顧骨荷爾蒙	無痛胃鏡	消化道	婦女
腎功能檢查	聽力檢查	5	愛肝甲狀腺	腦血管	腦血管	全脊椎骨質密度
糖尿病篩檢	視力檢查	6	消化道心血管			
尿液常規檢查	一般檢查					



健康促進

勞安室會同各店教育訓練單位，推動員工健康與安全教育，包括心血管及肌肉骨骼疾病預防、職場不法侵害預防、職場情緒壓力管理、課階主管風險管理、百貨業防災實務，全年舉辦149場，共3,265人次參與。針對員工健檢結果十大異常項目，規劃職業病預防、動態課程如燃脂有氧、特約勞工健康服務之醫師、雇用勞工健康服務之護理人員提供健康衛教、諮詢等專業服務。

序	項目名稱	比例	序	項目名稱	比例
1	體重	48.75%	6	胸部X光	19.86%
2	舒張壓	27.00%	7	低密度脂蛋白膽固醇	19.83%
3	腰圍	25.45%	8	血色素	19.00%
4	總膽固醇	24.01%	9	三酸甘油脂	17.32%
5	肌酸酐	23.54%	10	尿潛血	16.53%

肌肉骨骼疾病預防

百貨零售業無直接暴露於高風險因子之疑慮，較常見員工因久站造成肌肉骨骼不適，故遠東SOGO設置專屬休息區、各專櫃提供安全舒適坐具、周年慶發放貼布；醫務室提供健康護理，不定期邀請職安及健康促進專家宣導。

醫師臨場服務

遠東SOGO各據點雇用1~3名專任健康服務護理師，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。



5. 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。

本章節對應之SDGs



提倡DEI 減少不平等

「SO GOOD好小孩少年楷模徵選與表揚」活動
表揚**23**位特境學童　發放**29.4萬**獎助學金

推廣永續飲食

「宅料理競賽」
191人次參賽　觸及**180萬人次**

關懷弱勢兒童

「SO GOOD好小孩的耶誕心願」圓夢活動
為**1,213名**弱勢學童圓夢

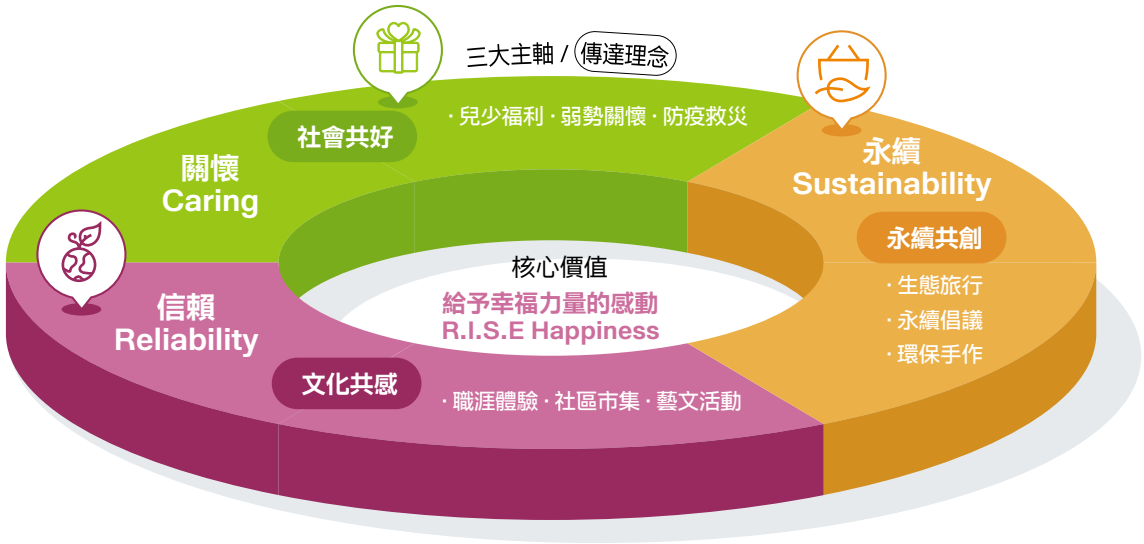
打造永續生態系

攜手**517**個外部單位　發起**529**場社會參與活動
投入資源價值逾**5,000萬**　受益人次超過**370萬**

5.1 社會共好、永續共創、文化共感

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。

為有效管理專案，遠東SOGO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，使用B4SI（Business for Social Impact Framework）架構，量化投入與產出，提升資源分配效益。配合總公司永續政策，透過環境教育共同邁向淨零願景，並且深化社區鏈結，各店活動重心由傳統的慈善捐助（社會共好），逐年轉移至永續共創、文化共感，投入資源占比大幅增加。



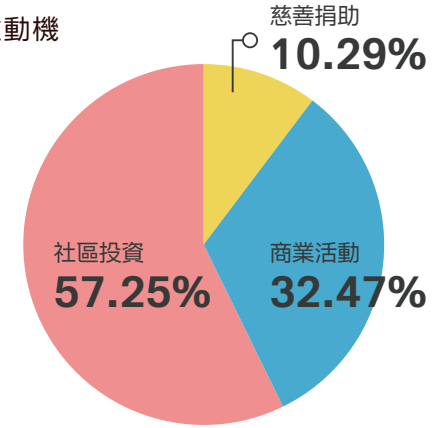
2023 成效

社會共好	
投入資源（元）	4,963,943
比　例	9.84%
受益人次	32,956
舉辦場次	36

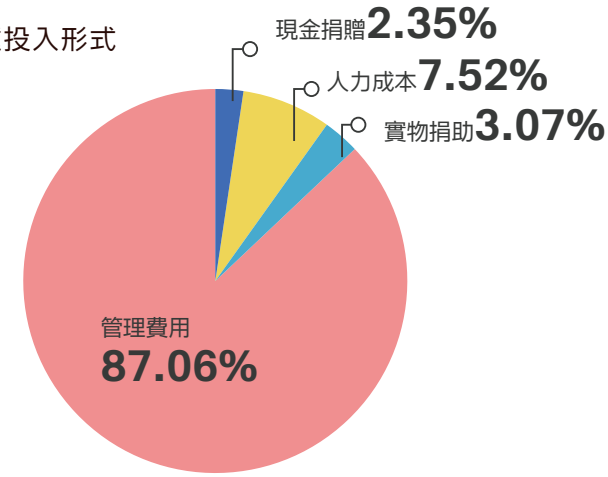
永續共創	
投入資源（元）	11,288,239
比　例	22.38%
受益人次	266,311
舉辦場次	94

文化共感	
投入資源（元）	34,189,488
比　例	67.78%
受益人次	3,406,050
舉辦場次	399

B4SI三種動機



B4SI四種投入形式



備註 1.依據B4SI架構，以現金捐贈、實物捐助、人力成本、管理費用等四種形式加總投入資源。
2.人力成本以 2023年勞動部公告基本工資每小時176元計算。

5.1.1 永續公益鏈

遠東SOGO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」，與文化機構、社福單位、學校配合，持續累積資源，形成推動文教、公益的穩定力量。每年固定舉辦三大活動，支持善意活水流動，並透過網路社群揭露最新訊息。

基金會	財團法人太平洋崇光文教基金會	財團法人太平洋崇光社會福利基金會	
成立時間	1988年	2000年	
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、用之社會的理念，致力推動社福與慈善活動	
2023年重點專案	第四屆遠東SOGO宅料理競賽	第32屆SO GOOD好小孩的耶誕心願圓夢活動	第11屆SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚
合作單位	**協辦單位** ・遠東集團徐元智先生紀念基金會 ・全民健康基金會 ・香格里拉臺北遠東國際大飯店 **贊助單位** ・瑞康屋 ・聯合利華 ・臺灣太古可口可樂 ・瓦城 ・三合院 ・三小市集 **倡議夥伴** ・聯合報倡議家 ・皇家哥本哈根咖啡輕食複合店(忠孝館餐廳) ・新葡苑(復興館餐廳) ・阿瑪迪斯(復興館餐廳) ・和食EN日本料理(敦化館餐廳)	**協辦單位** ・家扶基金會 ・陽光社會福利基金會 ・羅慧夫顱顏基金會 ・罕見疾病基金會 ・臺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	**協辦單位** ・家扶基金會 ・陽光社會福利基金會 ・羅慧夫顱顏基金會 ・罕見疾病基金會 ・HAPPY GO鼎鼎聯合行銷 **贊助單位** ・未來少年 ・未來兒童

基金會			財團法人太平洋崇光文教基金會	財團法人太平洋崇光社會福利基金會	
專案成效	投入	現金捐贈	・總獎金43萬元 ・捐贈逆風劇團10萬元	無	總獎金29.4萬元
		實物捐助	・50個料理包，價值2萬元 ・超過200份禮物	・1,315份禮物，均價600元，總值約78.9萬元 ・冰箱一台，22,900元	・39份禮物，包含生活用品及文具 ・300個料理包，價值12萬元
		人力成本	・5位專職共投入640小時 ・4位志工共投入64小時	・5位專職共投入300小時 ・8位志工共投入16小時	・5位專職共投入750小時 ・25位志工共投入37.5小時
		管理費用	2,013,107元	544,186元	898,414元
	產出		・191人完賽，為歷屆新高 ・20人入圍、9位優勝 ・觸及180萬人次 ・200人參與群募專案，製作800個料理包 ・90人參加體驗課程 ・美味再現：媒合百貨4家人氣餐廳，販售第三屆優勝料理	・超過1,300位民眾參與 ・1,316名弱勢學童獲得耶誕禮物	・23單位推薦37位學童報名，選出23位楷模 ・頒發向上獎學金給2位歷屆楷模 ・2間機構獲得熱心守護獎 ・2間國小獲得永續獎，成為遠東SOGO永續駐點學校 ・64篇徵文得獎作品、5個團體獎 ・觸及135萬人次
	影響力		・將綠色餐飲概念帶入百貨供應鏈管理 ・創造影響上游餐飲專櫃、引領同仁認識永續消費、帶動下游顧客參與低碳飲食的永續生態鏈 ・讓合作餐廳認知推展低碳飲食有助營收增長(單家營收成長逾23萬元) ・入圍決賽者認為活動能強化永續飲食(全食物利用、環保餐盒等)認知	・長年舉辦之歲末公益活動，逐年培養穩定之公益客層 ・人氣通路化身社福倡議平台，協助合作社福機構倡議相關理念：羅慧夫顱顏基金會招募患者擔任活動志工，提升其社交自信，提倡臉部平權；家扶中心現場推廣無窮世代 ・帶動社會產生良善的正向循環	・學童被認同與肯定，獲得自信 ・照顧者努力有所回報 ・社福機構透推薦個案，向大眾傳達理念 ・遠東SOGO同仁寫信關懷少年楷模，感受助人之快樂 ・攜手視覺藝術志工老師到宅教學、贈送畫具，陪伴少年楷模彩繪未來與夢想
活動網站			遠東SOGO宅料理	SO GOOD好小孩的耶誕心願	SOGO少年楷模

少年楷模活動
打造公益生態系十年有成

遠東SOGO深耕兒福 獲《遠見》公益推動楷模獎



遠東SOGO百貨與太平洋崇光社會福利基金會，自2011年開辦「SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚」，持續提升兒童福利，獲2023遠見ESG企業永續獎「公益推動楷模獎」肯定。

黃晴雯董事長表示，這是一個用時間換取空間的故事，也是全台所有看不見的角落，資源不足的家庭正在發生的故事。「這個獎項不是遠東SOGO獨得，而是在起跑線上不平等卻始終樂觀、向上的少年楷模得的，也是他們背後支持他們的第一線老師、社工得的。」



5.1.2 社會參與成果

2023年遠東SOGO與517個外部單位（次）合作，包括慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌等，發起529場社會參與活動，試圖解決各項社會問題，共計投入資源價值超過5,000萬元，受益人次超過370萬。

遠東SOGO社會參與成果統計

年份	場次	參與人次	受益人次	投入資源價值(元)	合作單位(次)
2023	529	935,016	3,705,317	50,248,810	517
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

備註 2022年起，根據B4SI指引，貨幣化計算所有投入資源。

【關懷 Caring】 社會共好

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，2023年投入近500萬元，舉辦36場活動，1.5萬人次參與、3.3萬人次受益。

鼓勵多元 勇敢夢想

SO GOOD 好小孩少年楷模

對應之SDGs



專案延續性	總獎助學金（元）	累計獎助學童（人）	觸及人次
11屆	383萬	313	748萬

受益對象

超過330個弱勢家庭及親友
330個第一線付出的社工與老師

總統教育獎

催生49位得主
（國內特殊生最高獎勵）



鼓勵多元 勇敢夢想

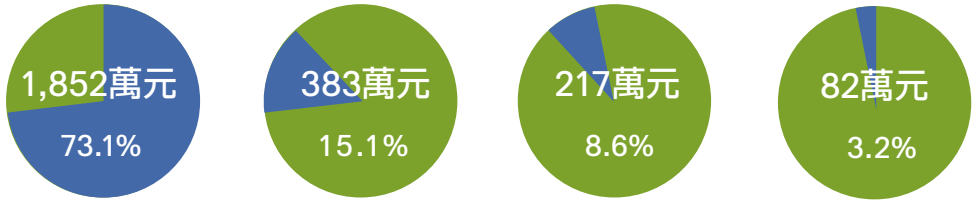
SO GOOD 好小孩少年楷模

宗旨 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 頒發獎學金，短期解決經濟困境
公開表揚，給予成就未來的勇氣

受益對象 弱勢與特殊生，及其家長/老師/社工

累計投入資源 總計2,534萬元



遠東SOGOG自2011年起舉辦「SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚」，為臺灣百貨唯一的弱勢兒童典範徵選活動。凡6年級以下學童，清寒、罹病或遭遇特殊狀況，仍努力生活，展現生命價值，都可參選，目的不在「篩選」，而是樹立向上典範，歷年邀請50位偶像共襄盛舉，藉由名人效應，也成功協助學童爭取資源；另設「熱心守護獎」，表彰第一線老師與社工的貢獻。

2023年以「我們都一樣——打破不平等！」為主題，倡導DEI，尊重生命差異、消弭歧視，發現每位學童的獨特價值。受到表揚的23位學童中，分別身處清寒，或罹患罕見疾病、重度聽障等逆境，都能克服障礙，執著於喜愛的事物上，例如繪畫、游泳，令人感動。

為擴大影響範圍與力度，遠東SOGOG首度向所有國小學童徵文，無償提供十周年紀錄片作為教材，鼓勵師長帶領學童思考從生活中消除不平等；向全民徵求永續提案，最終由兩位國小老師以關懷在地議題獲選，獲得執行提案所需的獎金與資源，並代表學校與遠東SOGOG簽訂合作備忘錄，未來一年共同推廣基層永續教育扎根。



對弱勢學童的持續關懷，形成穩定的支持力量。



提案獲選的兩所國小，成為遠東SOGOG首屆永續駐點學校。

評審團特別獎學童故事

牽起M型社會兩端對話

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
32屆	4.2萬	3萬



遠東SOGO每年號召千位消費者為弱勢學童實現耶誕心願。


黃晴雯董事長購買一級能效冰箱，為清寒少年楷模圓夢。

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最廣為人知的公益計畫，有31.2%民眾表示逛街看到而決定認領心願，顯示遠東SOGO發揮人氣通路影響力，帶動大眾關注兒福議題。遠東SOGO從不限制禮物的購買地點，不到三成禮物在SOGO購買，活動未直接帶來商業效益，SOGO仍每年堅持舉辦，32年逾4.2萬人次為超過3萬弱勢兒圓夢。

2023年，遠東SOGO各店展示1,315張弱勢學童心願卡，逾半數參與者一次認領兩張以上，67%主動加碼禮物，活動滿意度達78%，76.6%認同遠東SOGO具社會影響力，99.7%表示願意推薦親友參加。

本次結合另一項年度公益活動「SO GOOD好小孩少年楷模」，請孩子許下金額不限的心願。其中，太魯閣族少年小豪，家庭經濟來源靠低收、身障及社福機構補助，懂事的他擔負起一家之「煮」角色，想要一台冰箱儲存食物，綠色百貨遠東SOGO發揮核心優勢，贈送綠色家電，從SOGO Sustain選出一級能效冰箱，用電量不對小豪一家造成太大負擔，延長愛與關懷的保存期限。

此外，遠東SOGO響應耶誕溫馨氣氛，第二年發起APP歲末公益活動，全台顧客總計捐出250,800點，折合75,240元贈予家扶基金會「無窮世代」專案，提供弱勢家庭急難救助，協助學童發展才藝。

【永續 Sustainability】 永續共創

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。2023年投入近1,130萬元，舉辦94場永續共創活動，20萬人次參與，26萬人次受益。



全民食育 綠色飲食

宅料理競賽

專案延續性	累計參與人次	累計受益人次
4屆	687	7,372萬

遠東SOGO舉辦「遠東餐廚達人賽」長達13年，為臺灣培育近2,000名餐飲精兵，2020年起，疫情影響國人飲食習慣，轉型為面向全民的「宅料理競賽」，推廣自「煮」健康管理，透過競逐高額獎金，導入國際永續思潮，進行全民食育，報名人數逐年成長，2023年有191人完賽，較2022年成長五成，為歷年最高。

2023年賽事主題持續呼應「淨零綠生活」，宣導減塑、不用一次性餐具、使用在地當令食材，評分項目加入綠色餐飲概念，推廣「全食物利用」，避免剩食與廚餘，減緩氣候變遷與糧食危機；連續三年邀請餐廳重新詮釋優勝料理，讓更多人選擇獲環境部認證「環保餐廳」，結合營運本業，推廣綠色餐飲。


宅料理競賽推廣全食物利用，素人也有機會脫穎而出。



黃晴雯董事長（右）代表遠東SOGO捐贈10萬元及金牌料理包，支持逆風劇團中輟少年習得一技之長。

親子活動扎根永續教育

遠東SOGO深諳教育的重要性，認為永續思惟應從小培養，規劃親子活動著重生態與環境保護。例如各店每月ThanQ Club舉辦生日會，或籌備會員活動時，除開發新項目帶來有趣體驗，也力求寓教於樂，傳達永續知識。天母店首度租借士林3號廣場舉辦中秋低碳野餐日，打破中秋烤肉刻板印象，倡導源頭減量，與零食、飲品、環保餐盒品牌合作，並邀請當地國中小國樂團演出，增加社區互動，吸引百人參加。


天母店將回收尿布製成的環保紙漿，填入模具及種子製作植栽。


綠色百貨帶領大家體驗烤肉以外的中秋同樂方式。

【Reliability信賴 】 文化共感

遠東SOGO全台進駐超過3,000個櫃位，多元商品與服務是生活縮影，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。2023年投入3,418萬元於399場文化共感活動，累計超過72萬人次參與，340萬人次受益。

小小職人體驗營

除了家長引頸期盼、每年一開放報名就被秒殺的「小小顧服卡哇依體驗營」，各店也運用百貨優勢，推出各項職人體驗，鼓勵小朋友多元發展，尊重不同職業。例如天母店與臺北市政府婦幼警察隊合作「小小警察體驗」，2天吸引300人參與，小朋友除了於活動中實踐所學，還能影響同儕重視自身安全。


天母店「小小警察體驗」，推廣兒童安全與自我保護。


新竹店首度讓小小顧服穿上日式浴衣，體驗濃厚的日式風情。

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，七成消費者滿意遠東SOGO在整體教育文化與社會公益的表現，與上年度變動不大。

消費者對遠東SOGO與當地商圈或社區共融、開放場地與服務作為公益推廣、關懷弱勢、舉辦文教藝術活動的滿意度皆高，僅「對遠東SOGO舉辦志工活動，落實對社會及環境關懷的作為感到滿意」低於七成，遠東SOGO擬透過走入社區、擴大招募志工等計畫，提升消費者對志工活動的認知度與滿意度；「對遠東SOGO持續舉辦低碳或生態保育相關環境教育活動」滿意度較上一年度下滑10個百分點，遠東SOGO將持續增加活動多元性，創造新鮮感。調查結果已於ESG委員會提報，做為優化參考。

5.2 永續生態系

遠東SOGO致力於低碳營運，倡議永續消費，攜手上、中、下游利害關係人打造永續生態系。

5.2.1 以大帶小 培力社創與小農

遠東SOGO是國內第一個舉辦大規模小農展及社創展的百貨，發現新商機，更帶動購物新體驗，提供銷售管道的同時，有著嚴格的輔導機制，從前期選商、上架輔導與溝通，到展期與結束後的檢討建議，如同顧問公司量身輔導，再將其納入永續採購標的、社會參與專案伙伴，從點擴展成線、面，打造完整的永續供應鏈，期許以本身的通路專業，培力（empower）對社會與環境友善的品牌，以大帶小；也透過生態系之打造，強化永續影響力，促進創新模式擴散，協助小農及新創企業健全發展。

例如，2023年遠東SOGO投入價值逾200萬元資源，攜手三小市集，集結23家雲嘉南小農，打造「地方野食力——春季地域物產展」，以此為開端，於宅料理競賽」深化合作，結合其專業食農知識，共同倡議永續飲食；辦理全食物利用體驗，宣導面對氣候變遷與剩食危機的日常飲食對策。遠東SOGO也向三小市集進行社創採購，做為競賽素材及VIP禮品，增加小農曝光度，使更多消費者認識友善耕作農特產品。

遠東SOGO百貨
從產地到貨架培力社企
打造永續生態系





遠東SOGO 百貨化人氣通路為永續消費平台，打造「百貨小農展第一品牌」，創造營收之餘，解決社會與環境問題。累計六年，以嚴格的選商輔導機制培力社創企業，也培養出逐年成長的永續客層，162萬人次小農及消費者受益。

5.2.2 國際節日永續倡議

身負人氣通路之企業社會責任，遠東SOGO每月連結一個國際節日，發起一項倡議，透過各店FB粉專、店內LCD與消費者溝通。2023年共提出11項議題，包括節電、省水、DEI等，總計觸及16萬人次，也發起行動方案，擴大串聯供應商，例如4月份世界地球日晚間關閉外牆燈源，展示節能減碳的決心，呼籲大眾重視氣候變遷問題。



5.3 鮮明的永續店格

5.3.0 在地化經營

百貨為周遭帶來人潮與商機，被視為經濟繁榮重要指標，遠東SOGO深耕在地，促進社區共融創生，各店並依總公司永續策略，舉辦特色活動。

5.3.1 臺北東區商圈共榮

身為東區原居民的遠東SOGO以企業社會責任出發，2019年成立「臺北市東區商圈發展協會」，以「創意、創新、創業、創生」策略規劃，連續五年集結名店，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亦積極爭取振興東區，催生「東區廊帶計畫」，2023年動工，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。2024年大巨蛋店開幕後，更將擔負起串聯東區與信義區商圈的樞紐。

專案	重點	成果與進度
舉辦活動	・2023/7/28~7/29 東區夏日趴 ・2023/11/10~11/21 東區週年慶 ・2023/12/22 東區點燈儀式(市長點燈)	指標性大型特色活動，吸引上萬人次參與
爭取建設	東區廊帶計畫 ・變更忠孝館周邊使用目的，更符合民眾需求 ・建置忠孝館後方廊帶，成為台北市東區大面積的民眾綠色休憩園地	2023年動工，預計2024年完工
	捷運站通風井更新，改善東區社區、尤其忠孝東路之市容，並確保捷運站設施不致因雨水滲透引發危險	2023/9/15請市府跨局處會議列管本案，12月完成更新
	忠孝復興路口交叉行人穿越道，增進此一交通樞紐往來行人之通行安全與效率	2023/9月起持續試辦，刻正爭取劃設斑馬線
	新設計程車格(忠孝東路49巷)，方便社區居民搭乘及用路安全	2023年完工



臺北市市長蔣萬安（前排左2）代表出席東區夏日趴造勢。


東區商圈發展協會舉辦多元活動，將人潮帶回東區。

5.3.2 各店走入社區 化身影響力基地

遠東SOGO全台營運據點開放館內公共空間，提供在地舞台，人氣通路化身影響力基地，攜手利害關係人實踐社會共好。

臺北店（忠孝館、復興館、敦化館）點亮東區商圈

睽違23年，臺北市政府再度取得臺灣燈會的主辦權，東區作為「2023臺灣燈會」的重要展區，遠東SOGO提供場地，響應市府開放式藝廊概念；忠孝館前有大型兔子造型充氣裝置，復興館前廣場展出近12米高巨兔，象徵一座通往未來無限想像的通道。遠東SOGO亦在燈會期間推出打卡送美食折價券的集客活動，協助推廣，獲臺北市政府頒發感謝狀。

忠孝館為全客層百貨，舉辦多檔具話題性的親子檔期活動，如舉辦美國兒童文學作家艾瑞·卡爾的親子互動展；以「鐵道、火車」為主題鐵道風情展；與南投九九峰動物園異業合作，舉辦「恐龍探索樂園」；與國立海洋科技博物館、台北市天文科學教育館、國立台灣科學教育館、國立台灣博物館等展館合作，將「環保、永續、保育」等概念寓教於樂傳播給親子客層。

復興館推廣永續時尚，攜手「遠東新世紀」，於SOGO復興館9樓中庭展出以先進回收材質、運用於國際知名運動品牌的紡織技術「創新綠色紡織科技展」；也和原住民族委員會合作，推出「原民好物選品概念店」，將優質文創商品、生活用品及友善農業農特產介紹給都會區民眾。敦化館走貴婦百貨路線，舉辦二手衣回收，促進資源循環，兩天共募集1,520公斤品質與狀態良好的二手衣，贈予伊甸基金會重新利用。



臺北燈節復興館「future shuttle 未來・穿梭・兔子洞」


天母店「繽紛農趣小小農夫體驗」讓都市孩子體驗採收與栽種作物。

天母店 全台第一綠色百貨

天母店發揮全台第一家消費金額可認列綠色採購的優勢，打開B2B通路，同時持續與消費者溝通永續議題，從食衣住行各方面引導消費者實踐全民綠生活。如與臺北市政府產發局、北投區農會洽談合作，推廣鄰近區域在地花農地的當季花卉；集結各式創意手作市集，促進在地民眾與攤商的交流；持續打造在地獨有活動，如天母萬聖節遊行，計一萬人次參與。

中壢店 六和商圈流行指標

中壢店為當地唯一大型百貨公司，是六和商圈重要的流行集散地，2023年為慶祝25週年，舉辦顧客感動、公益關懷、商圈共榮、品牌合作、員工感謝等五大系列活動，深化在地連結。中壢店亦透過活動策展，推廣永續議題，如邀請食品模型領域的第一人——郭志忠老師，舉辦「臺灣料理食品模型特展」倡議永續飲食與臺灣在地文化的連結。



中壢店「共縫好事讓愛遠傳」，邀消費者縫製布衛生棉幫助非洲女孩。

新竹店 桃竹苗親子最愛

新竹店以百貨結合購物中心打造零售新業態，與市民生活緊密連結，更為桃竹苗地區親子教育的重要場域，培養孩童閱讀興趣及語言能力，2023年進一步運用特色演藝廳，規劃4場公益人文講座。四月舉辦「綠色生活節」，規畫系列活動，邀全民守護地球，逾1萬人次參與。


新竹店與信誼基金會合作親子互動特展，推廣「親子共讀」。

高雄店 在地百貨好厝邊

「耕耘在地，友善共好」是高雄店的經營理念，透過多項跨領域合作，共享資源，開創更大的活動平台，傳達在地文化。2023年邀請雲水書車行動圖書館三度前進港都三多商圈，破除圖書館建築的藩籬，降低城鄉差距及現代社會發展所產生的教養問題。舉辦三場「小老闆市集」邀請小朋友擺攤，為用不到的玩具、書籍或其它物品，找到新的主人，延續價值、實踐資源循環再利用。



高雄店邀請佛光山行動書車，陪伴孩童戶外閱讀。



Appendix
附錄

附錄

附錄一、國際永續揭露框架對照表

i.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2023年01月01日至2023年12月31日期間內，參考GRI準則進行報導	GRI 1：基礎 (2021)	N/A

GRI 2：一般揭露 2021

編號	揭露指標	參考章節	頁碼	省略/備註
2-1	組織詳細資訊	關於報告書	5	
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於報告書	5	
2-3	報導時間、頻率與聯絡人	關於報告書	5	
2-4	資訊重編	2.1.2 綠色行動	64	2021年超市減塑量重編。
		2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理	78	2022年溫室氣體排放量數據重編。
		2.3.2 節能措施與成效	83	再生能源發電量2021、2022年新竹店數據重編。
		2.4.1 水資源管理政策	86	單位樓地板面積用水量、單位來客及員工用水量數據重編。
		4.2.2 員工福利	112	享有育嬰假人數，2021、2022年數據重編。
		4.3.1 員工培育	116	教育訓練受訓人數、人次2021、2022年數據勘誤。 歷年平均教育訓練時數2021、2022年數據勘誤。
2-5	外部保證/確信	關於報告書	5	
2-6	活動、價值鏈與其他商業關係	1.5 供應鏈管理	48	
2-7	員工	4.1 員工輪廓	107	

編號	揭露指標	參考章節	頁碼	省略/備註
2-8	非員工的工作者	4.1員工輪廓 4.4職場安全與健康	107 120	僅揭露各專櫃及承攬商主動回報狀況，近5年全體工作者無發生法定重大職災。
2-9	外部保證/確信	1.1公司治理	28	
2-10	活動、價值鏈與其他商業關係	1.1.2董事會	28	
2-11	員工	1.1.1 組織輪廓	28	
2-12	治理結構與組成	1.1.3 內控機制	33	
2-13	最高治理單位的提名與遴選	1.1.3 內控機制	33	
2-14	最高治理單位的主席	關於報告書	5	
2-15	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.1.2董事會	28	
2-16	衝擊管理的負責人	1.1.2董事會	28	
2-17	最高治理單位於永續報導的角色	1.1.2 董事會	28	
2-18	利益衝突	1.1.2 董事會	28	
2-19	薪酬政策	1.1.2 董事會 4.2.1 薪酬制度	28 111	
2-20	薪酬決定流程	4.2.1 薪酬制度	111	
2-21	年度總薪酬比率	4.2.1 薪酬制度	111	
2-22	永續發展策略的聲明	II.關於遠東SOGO	6	
2-23	政策承諾	II.關於遠東SOGO 4.1.1 員工組成與分布	6 107	
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 4.0策略成果與規劃	6 26 56 105	

編號	揭露指標	參考章節	頁碼	省略/備註
2-25	補救負面衝擊的程序	1.1.4 誠信經營	34	
2-26	尋求建議與提出疑慮的機制	1.1.2 董事會	28	
2-27	法律規範遵循	1.1.4 誠信經營	34	
2-28	公協會的會員資格	1.1.2 董事會	28	
2-29	利害關係人議合方針	關於報告書 III永續SOGO 3.2.1顧客關係管理與溝通 4.2.2 員工福利	5 14 96 112	
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

編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	對應頁碼	省略/備註
GRI 3-1	決定重大主題的流程	III永續SOGO	14	
GRI 3-2	重大主題列表	III永續SOGO	14	
法規遵循、營運績效、公司治理、氣候策略與行動				
GRI 3-3	重大主題管理	1.0 策略成果與規劃	26	
GRI 2-27	法律規範遵循	1.1.4誠信經營	34	
GRI 201 經濟績效 (2016)	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1.2.2 營運績效	38	營業總額新台幣496.6億元
	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	76	
	201-3 確定給付制義務與其他退休計畫	4.2.2 員工福利	112	
	201-4 取自政府之財務援助	1.2.2 營運績效	38	

編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	對應頁碼	省略/備註
GRI 205 反貪腐 (2016)	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	1.1.4 誠信經營	34	
	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	34	
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	1.1.4 誠信經營	34	
能源管理				
GRI 3-3	重大主題管理	2.0策略成果與規劃	56	
GRI 302 能源 (2016)	302-1 組織內部的能源消耗量	2.3.2節能措施與成效	83	359,536.21 GJ
	302-3 能源密集度	2.3.2節能措施與成效	83	7.24 GJ/百萬元
	302-4 減少能源消耗	2.3.2節能措施與成效	83	節能度數5524.58 GJ
低碳營運、氣候策略與行動、溫室氣體管理				
GRI 3-3	重大主題管理	2.0 策略成果與規劃	56	
GRI 305 排放 (2016)	305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理	78	49,276噸CO_2e
	305-4 溫室氣體排放強度	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理	78	0.99噸CO_2e/百萬元
	305-5 溫室氣體排放減量	2.3.2 節能措施與成效	83	節能換算減碳760公噸
廢棄資源與再生				
GRI 3-3	重大主題管理	2.0 策略成果與規劃	56	
GRI 306 廢棄物 (2020)	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	2.5.1 廢棄物管理政策	88	
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	2.5.1 廢棄物管理政策	88	
	306-3 廢棄物的產生	2.5.2 廢棄物產出結構	89	
	306-4 廢棄物的處置移轉	2.5.2 廢棄物產出結構	89	
	306-5 廢棄物的直接處置	2.5.2 廢棄物產出結構	89	

員工薪酬與福利				
GRI 3-3	重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	105	
GRI 401 勞雇關係(2016)	401-1 新進員工和離職員工	4.1.2 員工流動	110	新進150人，新進率11.49%； 離職226人，離職率17.32%
	401-2 提供給全職員工(不包含臨時員工或兼職員工)的福利	4.2.2員工福利	112	
	401-3 育嬰假	4.2.2員工福利	112	4位女性、3位男性申請
職場安全健康				
GRI 3-3	重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	105	
GRI 403 職業安全與衛生 (2018)	403-1 職業安全衛生管理系統	4.4.1 職場安全管理	120	
	403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查	4.4.1 職場安全管理	120	
	403-3 職業健康服務	4.4.2 員工健康管理	125	
	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	120	
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	4.3.1 員工培育	116	
	403-6 工作者健康促進	4.4.2 員工健康管理	125	
	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	4.4.2 員工健康管理	125	
	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	120	員工1,305人，占12.49%； 非員工9,144人，占87.51%
	403-9 職業傷害	4.4.1職場安全管理	120	失能傷害嚴重率81，嚴重傷害頻率2.33
	403-10 職業病	4.4.1職場安全管理	120	

人才留任與發展				
GRI 3-3	重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	105	
GRI 404 訓練與教育 (2016)	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4.3.1員工培育	116	17.71
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	4.3.1員工培育	116	
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.3.3職涯發展	118	100%
GRI 405 員工多元化與平等機會 (2016)	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	28 107	
	405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率	4.2.1薪酬制度	111	薪資 高階主管1:1.11 中階主管1:0.97 專業人員1:1.09 薪酬 高階主管1:1.01 中階主管1:0.99 專業人員1:1.10

ii.永續會計準則委員會(SASB)指標內容揭露：
多產品線專業零售商與經銷商Multiline and Specialty Retailers & Distributors

指標代號	揭露指標	對照揭露			對應章節
揭露主題：在零售與物流業的能源管理 (Energy Management in Retail & Distribution)					
CG-MR-130a.1	(1) 消耗的能源總量 (單位：GJ)	2021年	2022年	2023年	2.3.2 節能措施與成效
		353,961	361,550.3	359,536.21	
	(2) 消耗電網用電量的百分比 (單位：%)	100%	100%	100%	
	(3) 消耗可再生能源的百分比 (單位：%)	99.923%	99.942%	99.626%	

指標代號	揭露指標	對照揭露			對應章節
揭露主題：數據安全 (Data Security)					
CG-MR-230a.1	描述如何辨別與說明資訊安全風險	▪ 由「資安管理委員會」完成個人資料盤點、個人資料蒐集程序建立、專櫃合約個資條款修訂、全台同仁個資教育訓練、檔期行銷方式變更等處理程序 ▪ 建立資安事件通報系統，發生或發現個資問題的單位，有義務通報資安管理委員會，由法務室統籌處理			1.3 資安防護
CG-MR-230a.2	(1)資料外洩件數	2021年	2022年	2023年	
		0	0	1	
	▪ 涉及個人資料的百分比 (PII) (單位：%)	0	0	100%	
	(1)影響到的顧客個數	0	0	1	
揭露主題：勞動條件 (Labor Practices)					
CG-MR-310a.1	(1)平均時薪 (單位：當地貨幣)	2021年	2022年	2023年	
		189	193	201	4.2.1 薪酬制度
	(1)店內員工獲得最低工資的百分比 (以地區計算) (單位：%)	0	0	0	
CG-MR-310a.2	(1)店內員工自願性離職的替換率 (單位：%)	15.97%	20.76%	17.24%	4.1.2 員工流動
	(2)店內員工非自願性離職的替換率 (單位：%)	0	2.25%	0.08%	
CG-MR-310a.3	因違反勞基法而進行官司所造成的錢財流失總額 (單位：當地貨幣)	0	0	0	

<table>
<tr><th>指標代號</th><th colspan="3">揭露指標</th><th colspan="6">對照揭露</th><th>對應章節</th></tr>
<tr><td colspan="10">揭露主題：職場多元與包容 (Workforce Diversity & Inclusion)</td></tr>
<tr><td rowspan="5">CG-MR-330a.1</td><td colspan="2" rowspan="4">管理階層與其他所有員工的性別百分比(單位：%)</td><td>年份</td><td colspan="2">2021年</td><td colspan="2">2022年</td><td colspan="2">2023</td><td rowspan="5">4.1.1 員工組成與分布</td></tr>
<tr><td>性別/層級</td><td>管理階層</td><td>所有其他員工</td><td>管理階層</td><td>所有其他員工</td><td>管理階層</td><td>所有其他員工</td></tr>
<tr><td>男</td><td>7%</td><td>24.8%</td><td>7.38%</td><td>24.87%</td><td>7.97%</td><td>25.21%</td></tr>
<tr><td>女</td><td>7.5%</td><td>60.7%</td><td>7.52%</td><td>60.23%</td><td>7.74%</td><td>59.08%</td></tr>
<tr><td colspan="3">各種族／族群占全體員工的百分比(單位：%)</td><td colspan="6">2023年漢民族1,295名，占比99.23%；原住民9名，非本國籍1名，合計占比為0.77%；未特別統計新住民人數</td></tr>
<tr><td>CG-MR-330a.2</td><td colspan="3">因歧視員工而進行官司所造成的錢財流失總額 (單位：當地貨幣)</td><td colspan="2">2021年</td><td colspan="2">2022年</td><td colspan="2">2023</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td></tr>
<tr><td colspan="10">揭露主題：產品採購、包裝與行銷 (Product Sourcing, Packaging & Marketing)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">CG-MR-410a.1</td><td colspan="3" rowspan="2">經過第三方永續標準認證的產品收益 (單位：當地貨幣)</td><td colspan="2">2021年</td><td colspan="2">2022年</td><td colspan="2">2023年</td><td rowspan="3">3.1 商品安全管理</td></tr>
<tr><td colspan="2">-</td><td colspan="2">-</td><td colspan="2">-</td></tr>
<tr><td>CG-MR-410a.2</td><td colspan="3">說明辨別與管理產品中化學物質造成之風險的過程</td><td colspan="6">▪ 2016年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯相關單位
▪ 進行抽檢，另由專人每日蒐集媒體新聞與政府資訊，以掌握最新動態
▪ 發現問題商品新聞時，立即啟動「問題商品風險監控程序」，由問題商品風險控管小組追蹤處理結果</td></tr>
<tr><td>CG-MR-410a.3</td><td colspan="3">說明減少環境衝擊的包裝的策略</td><td colspan="6">▪ 全台各店使用FSC(Forest Stewardship Council，森林管理委員會)認證紙張所製成的購物提袋，並採購FSC認證擦手紙與衛生紙
▪ 紙本DM皆採大豆環保油墨印刷
▪ 宅配以店內包材/紙箱重新再利用為主</td><td>2.1 綠色行銷</td></tr>
</table>

指標代號	揭露指標	對照揭露			對應章節
營運指標(Activity Metrics)					
CG-MR-000.A	營運據點數量 (個數)	2021年	2022年	2023年	1.2 營運成果
		7	7	7	
	配送中心數量 (個數)	0	0	0	
CG-MR-000.B	營運據點總面積 (平方公尺)	393018.39	393018.39	393018.39	
	配送中心總面積 (平方公尺)	0	0	0	

iii.氣候相關財務揭露(Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD)對照表

揭露核心	揭露項目	對應章節
治理	(A)描述董事會對氣候相關風險與機會的監督	2.2 氣候變遷減緩與調適
	(B)描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色	2.2 氣候變遷減緩與調適
策略	(A)描述組織鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別
	(B)描述衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會	2.2.1 氣候變遷管理策略　2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別
	(C)描述組織在策略上的韌性，並考量不同氣候相關情境(包括2°C 或更嚴苛的情境)	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理
風險管理	(A)描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程	2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別
	(B)描述組織在氣候相關風險的管理流程	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理
	(C)描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理
指標與目標	(A)揭露組織依循其策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理
	(B)揭露範疇1、範疇2 和範疇3(如適用)溫室氣體排放和相關風險	2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理
	(C)描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	2.3能源管理

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
勞工標準	企業界應支持結社自由及確實承認集體談判權	4.2.3 職場權益
	消除一切形式的強迫和強制勞動	4.2.3 職場權益
	確實廢除童工	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
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	2 永續環境力
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	
	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 2023

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE
SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by PACIFIC SOGO DEPARTMENT STORES CO., LTD. (hereinafter referred to as FAR EASTERN SOGO) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2023 (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 Standards and AA1000 Accountability Principles (2018) during assurance 2024/04/29~2024/05/30 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 (SASB).

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
The information in the FAR EASTERN SOGO's Sustainability Report of 2023 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 Sustainability Report.

Our responsibility is to express an opinion on the report content within the scope of assurance with the intention to inform all FAR EASTERN 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 organization's reporting practices and other organizational detail, GRI 3 2021 for organization'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.

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

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

TWLPP5008 Issue 2404

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 Standards (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) is conducted at a moderate level of scrutiny, and therefore the reliability and quality of specified sustainability performance information is excluded.
- The evaluation of the report against the requirements of GRI Standards is listed in the GRI content index as material in the report and is conducted with reference to the Standards.

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

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

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE
The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and assurance, 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 organization, 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.

ASSURANCE / VERIFICATION OPINION
On the basis of the methodology described and the assurance 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 criteria.
We believe that the organization has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

TWLPP5008 Issue 2404

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/financial institutions, suppliers, ESG 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.
MATERIALITY
FAR EASTERN SOGO has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.
RESPONSIVENESS
The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.
IMPACT
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 2023, 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 appropriate integration of relevant material topics.

Signed:
For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

AA1000 Licensed Report 000-8/V3-V88F9

Stephen Pao
Business Assurance Director
Taipei, Taiwan
19 June, 2024
WWW.SGS.COM

TWLPP5008 Issue 2404

遠東 SOGO

與時俱進　友善共好

SOGO ESG官網

SOGO百貨ESG永續粉絲團

SOGO百貨永續報告書

SOGO百貨行動APP

So good!

PRINTED WITH SOY INK

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