



## 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

7 可負擔的  
潔淨能源



12 負責任的  
消費與生產



13 氣候行動



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	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 簽署成為TCFD supporter。</li> <li>▶ 相對完整揭露項目提高至7項。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 建立跨部門溝通機制，逐年檢視優化氣候管理方針。</li> <li>▶ 氣候變遷委員會增能、擴大涵蓋部門。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 完善氣候治理機制。</li> <li>▶ 持續將氣候變遷相關議案納入董事會決策。</li> <li>▶ 高階主管薪酬連結氣候績效指標。</li> </ul>
打造綠色低碳營運賣場	啟動全台碳盤查作業。	未達標	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 完成忠孝、復興、天母、中壢、新竹店溫室氣體盤查。</li> <li>▶ 預計2024年進行碳足跡盤查及查證。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2024年全台各店完成溫室氣體盤查。</li> <li>▶ 2025年全數取得減碳標籤，並推廣綠色採購申報。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 全台各店持續進行溫室氣體盤查。</li> </ul>

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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%。</li> <li>▶ 天母店取得再生能源憑證。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 持續提高再生能源占比。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2028年新竹店碳中和。</li> <li>▶ 每兩年完成一家單店碳中和。</li> <li>▶ 2040年全台7店碳中和。</li> </ul>
	永續採購占比逐年提升、品項增加。	達標	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 綠色採購金額近3,670萬元，占比5.24%，提升0.17個百分點。</li> <li>▶ 社創採購、以租代買金額近1,870萬元，提升88%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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%。</li> <li>▶ 2024年女性冬季制服採環保材質</li> <li>▶ 2025年完成ISO 20400永續採購管理系統認證。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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。</li> </ul>
	行銷及營運善用數位工具，減少紙張耗用。	達標	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2023年發出DM86.51%為eDM，成長0.28個百分點。</li> <li>▶ 鼓勵發票存雲端，2023年全台消費筆數59%為雲端發票。</li> <li>▶ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 全台各店EDM占比&gt;90%。</li> <li>▶ 2024年全台雲端發票占比提升至60%。</li> <li>▶ 全台各店響應環境部綠色辦公室政策。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ DM全面無紙化。</li> <li>▶ 全台雲端發票占比提升至70%。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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。</li> <li>▶ 節能家電銷售3.1萬件，年成長16%。</li> <li>▶ 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。</li> <li>▶ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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。</li> <li>▶ 100%環保餐廳認證。</li> </ul>



🎯 重大主題	🌐 國際框架與指標	📍 定義與衝擊說明
能源管理 廢棄資源與再生	[GRI]302能源管理、306廢棄物 [SASB]零售與批發中的能源管理	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 ➤ 潛在 負面		➤ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2023年用電營收為497.02元/度，較2018年成長39.29%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 持續汰換老舊設備。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2028年每度電營收較2018年成長50.52%。</li> </ul>
減廢並強化循環再利用	各店逐步導入廚餘處理機。	達標	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2023年忠孝館完成導入。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2024年復興館完成導入。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 推廣至各店。</li> </ul>
消費端減少資源耗用	鼓勵自備購物袋/餐具、參與回收。	達標	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 超市自備購物袋，滿額贈點，減少使用6,442個紙袋。</li> <li>▶ 美食街推廣環保吸管，活動期間兌換出578組天然蒲草吸管。</li> <li>▶ 回收化妝品空瓶贈點，共回收19.8萬個，成長1.7%。</li> <li>▶ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 超市設置二手紙袋回收處，鼓勵再利用。</li> <li>▶ 舉辦活動或設置回收箱，推廣紡織衣物再利用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 增加循環材質商品銷售比例。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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。</li> <li>▶ 超市宅配使用約2.9萬個紙箱，原箱再利用比例為66%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 增加誘因及優惠，鼓勵顧客自備購物袋。</li> <li>▶ 托盤減少塑量使用，並積極尋找環保替代方案。</li> <li>▶ 推廣二手紙袋回收再利用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 研議紙袋付費機制，促使消費者自備購物袋。</li> </ul>
	電商包材減量。	達標	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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%。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 引進循環包裝，提升回收包材使用率、包材減重率。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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。</li> </ul>

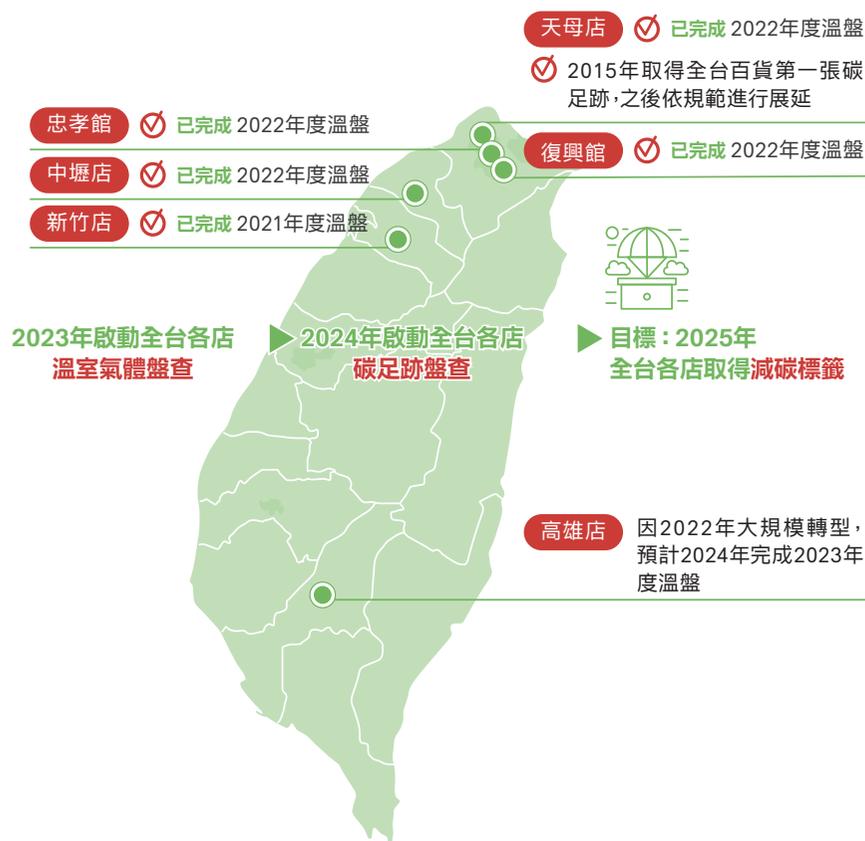
利害關係人群組	員工	顧客	承租廠商(專櫃)	供應商與承攬商
議合管道	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 員工永續認知調查(每年):1,139人受調,佔員工人數87%</li> <li>▶ 全台工務會議(每月):檢討各店能資源耗用情形</li> <li>▶ 朝會日報:不定期發布永續資訊</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 顧客滿意度調查(每年):1,068人受調,77.3%滿意遠東SOGO的環境保護作為</li> <li>▶ SOGO Sustain專刊(半年):台北店、天母各發行2期</li> <li>▶ 自媒體永續倡議(每月):11檔共觸及16萬人次</li> <li>▶ ESG網站(不定期):4.1萬人次瀏覽</li> <li>▶ 小農市集:全年各店共舉辦11場小農市集,觸及6.4萬人次</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 3,081個專櫃簽署永續條款</li> <li>▶ 95%餐廳取得環保餐廳認證</li> <li>▶ 美食街97%獲得GHP認證,93%為優良等級</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 簽署永續條款370份</li> <li>▶ 攜手專櫃推出SOGO Sustain,推薦逾677件永續商品</li> </ul>

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，議會供應商、承攬商、顧客、同仁、消費者，攜手邁向2050淨零



### 會員組成

全世界超過125個會員

### 典範意涵

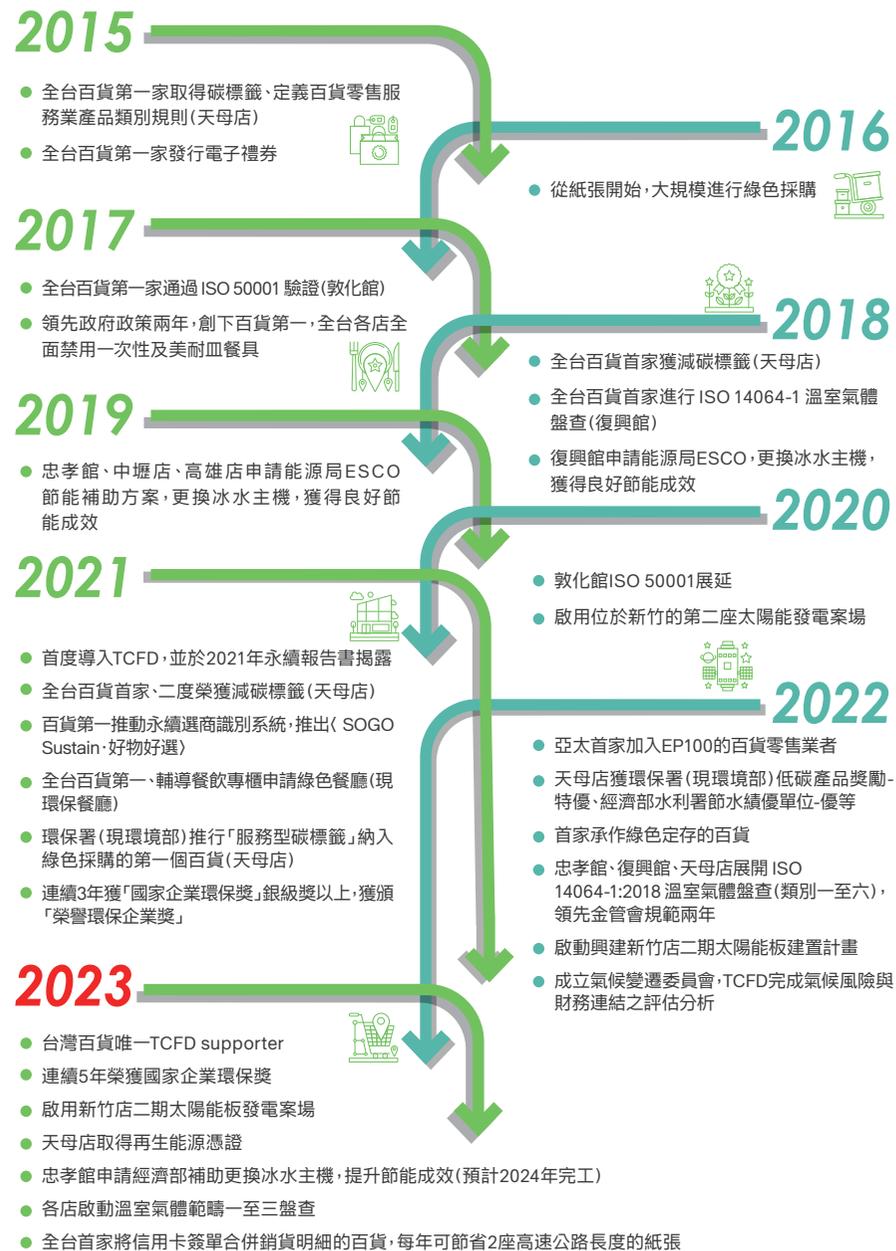
遠東SOGO於35週年之際加入EP100國際倡議，不僅是國內百貨零售業唯一，也是亞太百貨零售業第一；將每年提交報告至EP100總部，確保進度，並與國際社群分享台灣百貨零售業推動淨零減排的經驗

### 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



## 遠東SOGO低碳營運里程碑



## 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。

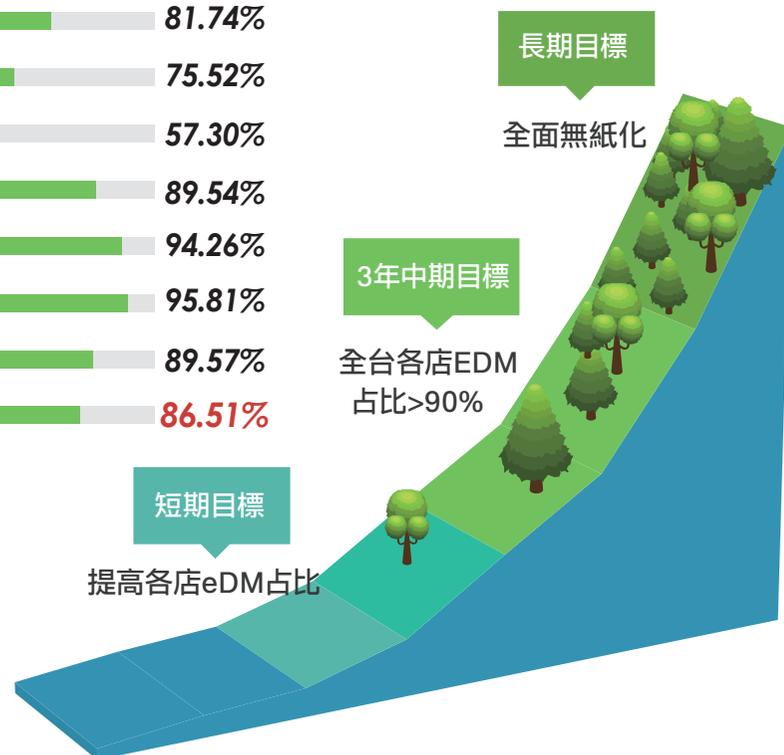
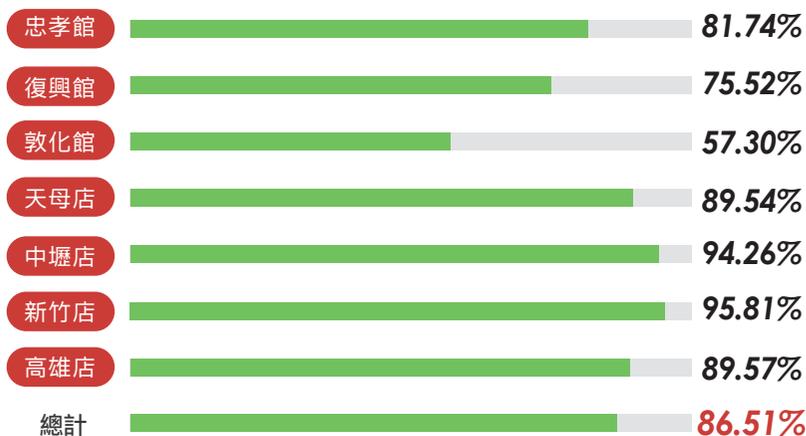


#### SOGO APP 數位整合服務

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。

**HAPPYGO Pay**



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	<ul style="list-style-type: none"> <li>各類回饋兌換新選擇，即兌即享用！</li> <li>減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>禮券就在SOGO APP裡，帶手機就可購物！</li> <li>減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不用排隊、找贈獎處，SOGO APP一鍵兌換！</li> <li>消費者免上下樓找贈獎處。</li> </ul>
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。





## 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		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 臺北市政府綠色採購表揚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 臺北市政府綠色採購表揚</li> <li>▶ Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制參獎、特別獎</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 臺北市政府綠色採購表揚</li> <li>▶ Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎</li> </ul>
永續採購內容		<ol style="list-style-type: none"> <li>1.包裝紙袋(FSC)</li> <li>2.影印紙(FSC)</li> <li>3.影印機(環保標章)</li> <li>4.衛生用品(FSC)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.包裝紙袋(FSC)</li> <li>2.影印紙(FSC)</li> <li>3.衛生用品(FSC)</li> <li>4.電腦主機(環保標章)</li> <li>5.影印機、入金機、公務車(以租代買)</li> <li>6.環保材質禮贈品(社創採購)</li> <li>7.教育訓練(社創採購)</li> <li>8.環保材料制服(其他)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.包裝紙袋(FSC)</li> <li>2.影印紙(FSC)</li> <li>3.衛生用品(FSC)</li> <li>4.紙本禮券(FSC)</li> <li>5.電腦主機(環保標章)</li> <li>6.影印機、入金機、公務車(以租代買)</li> <li>7.環保材質禮贈品(社創採購)</li> <li>8.教育訓練(社創採購)</li> <li>9.環保材料制服(其他)</li> </ol>

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

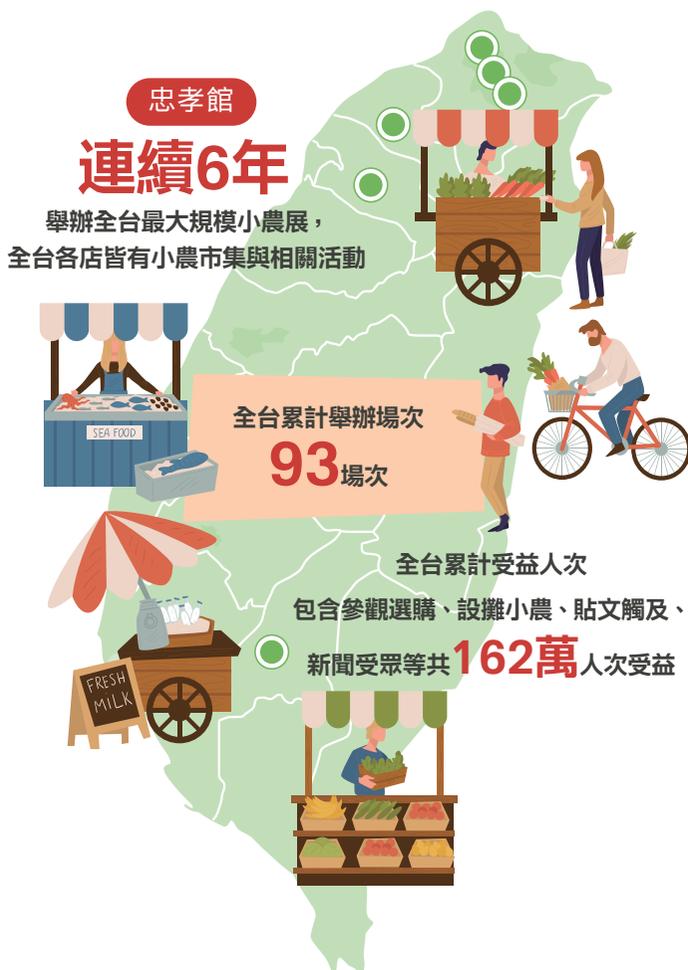
遠東SOGO推動「永續食農」，連續6年舉辦全台最大規模小農展，推廣在地優質農特產品，減少食物里程碳足跡。針對餐飲專櫃，2021年起，遠東SOGO輔導品牌取得環保署綠色餐廳認證，2022年擴大輔導員工餐廳轉型，2023年配合環境部改制，轉換為環保餐廳。遠東SOGO串連通路、餐飲專櫃、小農到顧客，發揮通路影響力，吃出永續。

### 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



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



全台8店停用美耐皿餐具，  
開啟新食器時代

推廣「無痕飲食」，倡議減塑  
、零負擔的永續新生活

領先環保署政策，全面禁用  
塑膠吸管

領先全台百貨零售業，  
不主動、不免費提供一  
次性餐具

• 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。



## 7大指標

SOGO Sustain

以7大指標嚴選永續商品，每次消費都能輕鬆友善地球

綠色飲食



減少碳足跡的蔬食及在地當令食材

環保包裝



有推出補充包或包裝可重複利用、可回收

永續認證



具有環保或節能標章的省水、省電產品

永續材料



使用環保或回收料製成，資源循環再利用

安心成分



成分友善環境及生物，降低環境衝擊

創新科技



運用新新科技節省能源

生物多樣性



講求產地無毒、守護生態的食材與產品

SOGOplus: <https://www.sogo.com.tw/>

Sogo+ SOGO PLUS 精神  
全台百貨第一個綠色電商平台



特色

#### 1. SOGO Sustain選品原則

開發台灣優質農牧產品、支持小農與青農上架商品、持續邀請B型企業加入銷售，創造對社會和環境友善商業循環

#### 2. 永續訂購模式

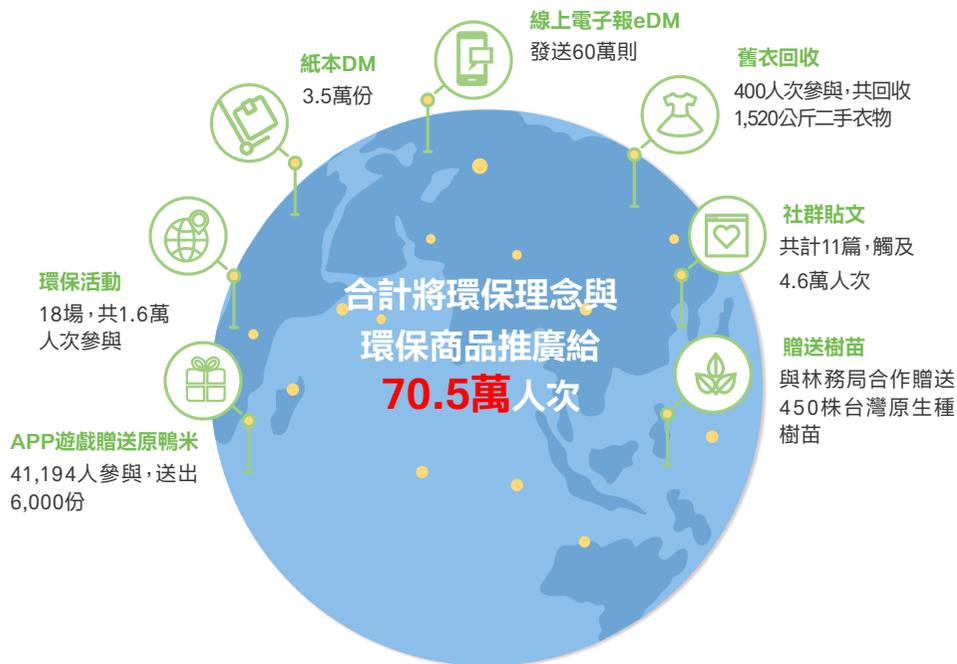
領先百貨同業，推出「一次買週期配」供應商原箱出貨新商模，減少過度宅配包裝浪費；也提供優惠、鼓勵到店取貨，減少宅配包材與運輸排碳

成果

倡議「有意義的消費」，以行銷和體驗創造網路聲量，獲2023網路口碑之星「健康休閒領域」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。

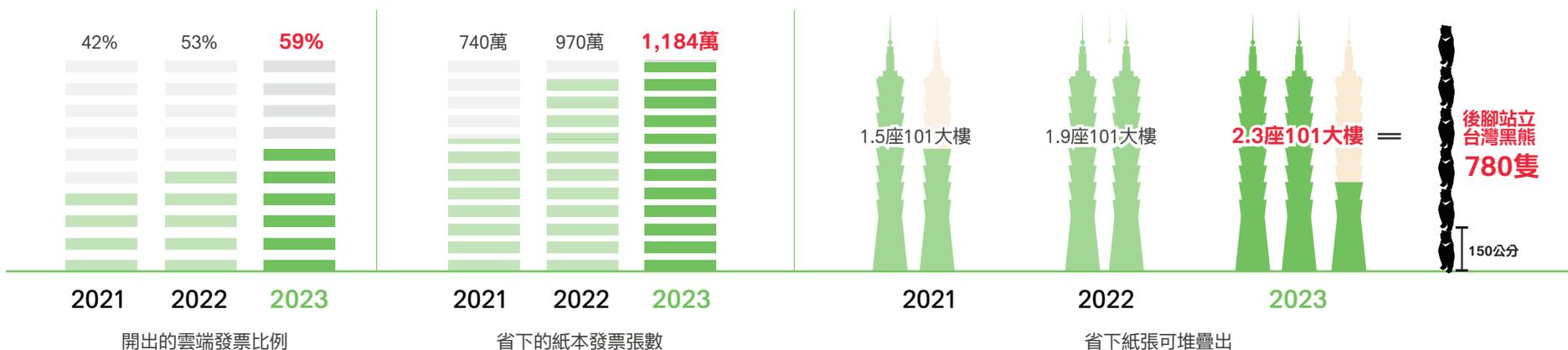




## 行動永續

### 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「玩舂植造」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。



- 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。





## 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<sub>2</sub>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

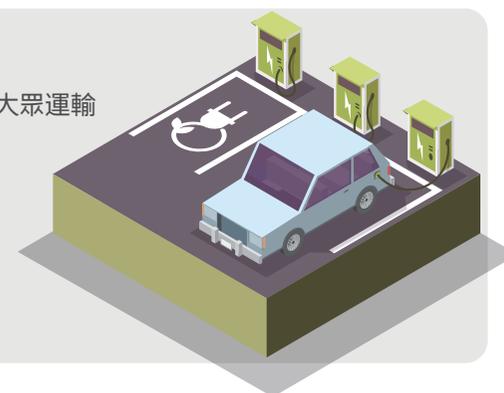
- 智能停車

#### 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 <sub>2</sub> e)	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	<p><b>鼓勵消費者使用環保購物袋：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 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。</li> <li>▶ 忠孝館Fresh Club入會送環保購物袋，贈出5,427個。</li> <li>▶ 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。</li> </ul>
	超市包裝	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 針對必要使用塑膠托盤的產品，透過制度遴選合作廠商，提升可回收率，並降低單一產品使用多個塑膠托盤包裝情況。</li> <li>▶ 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。</li> <li>▶ 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。</li> </ul>
循環利用	宅配與其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 宅配以包材再利用為主。</li> <li>▶ 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%。</li> </ul>

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	<p><b>負責單位 ▼</b> 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。</p> <p><b>組織運作方式 ▼</b> 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。</p>	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 低碳營運</li> <li>· 綠色行銷</li> <li>· 綠色行動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 將氣候風險納入企業管理流程。</li> <li>· 跨部門合作，檢視價值鏈之氣候相關風險與機會。</li> <li>· 持續評估氣候風險與財務的連結，擬定因應對策。</li> </ul>	<p>· <b>評估指標 ▼</b> 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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 定期追蹤行動方案進度。</li> <li>· 各店進行ISO14064-1溫室氣體盤查、ISO14067碳足跡查證。</li> <li>· 每年於永續報告書揭露範疇一至三的溫室氣體排放。</li> </ul>
執行情況	<p>▶ 執行成果於2023年8月、2024年2月ESG高階主管策略會議提報。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 識別短中長期、實體與轉型風險</li> <li>· 相關部門完成對應之策略行動方案</li> <li>· 強化供應商永續輔導，籌組減碳聯盟</li> <li>· 成為TCFD Supporter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 估算行動方案潛藏成本</li> <li>· 連結氣候風險，完成財務衝擊程度鑑別</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 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</li> <li>· 2025年各店取得減碳標籤</li> <li>· 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</li> <li>· 2040年碳中和</li> <li>· 響應政府2050年淨零政策</li> </ul>
章節連結	<p>📄 2.2 氣候變遷減緩與調適</p>	<p>📄 2.2 氣候變遷減緩與調適</p> <p>📄 2.3 能源管理</p>	<p>📄 2.2.2 氣候變遷風險與機會鑑別</p> <p>📄 2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理</p>	<p>📄 2.2.3 氣候變遷風險與機會議題管理</p> <p>📄 2.3 能源管理</p>



## 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

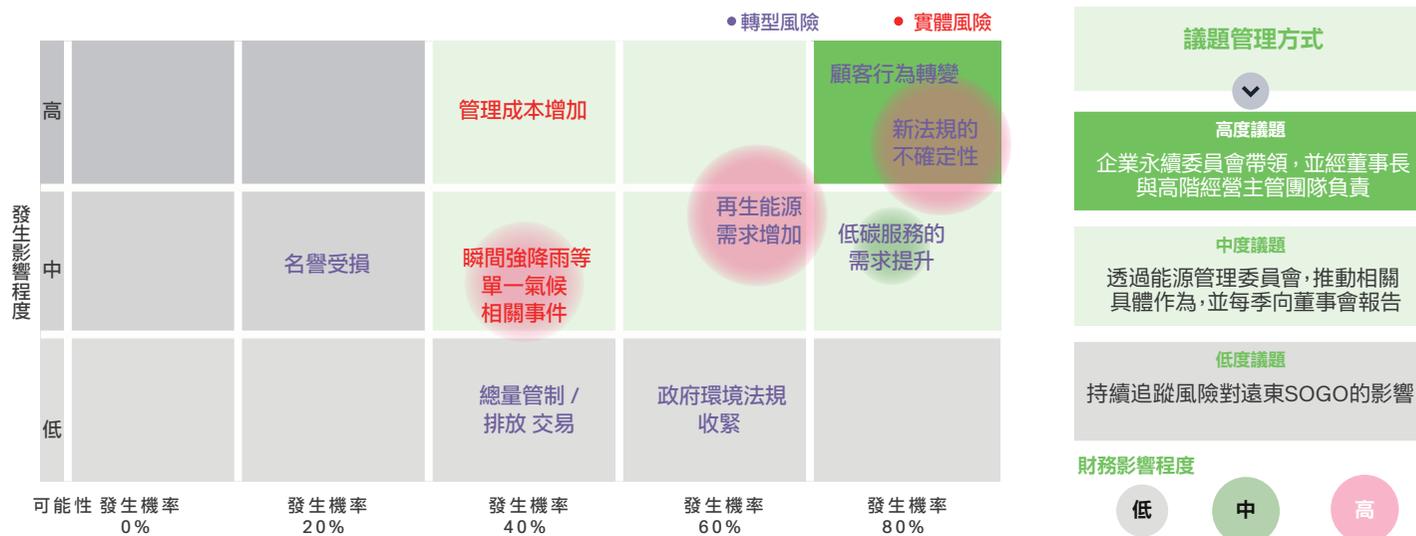
依循鑑別結果，遠東SOGO以2個面向進行因應。  
**「調適」：**透過對重大氣候風險議題進行情境分析，全盤了解遠東SOGO碳管理程度，建立長期策略。  
**「減緩」：**與企業永續委員會針對重大風險議題研擬短期管理行動方案，並透過企業永續委員會與董事會報告達成進度。

### 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，廣泛蒐集市場發展現況、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
- 發生可能性的發生機率依據「過往發生過的頻率」、「未來法規規範強度」與「現在企業因應韌性」3個面向進行評估。
  - 發生影響程度「高」、「中」、「低」以「發生對營運影響的規模」、「發生對價值鏈的影響規模」與「影響類別」三面向進行評估。
  - 財務影響程度「高」、「中」、「低」以日平均營業額「減少20%以下」、「減少20~60%」、「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	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。	✓	✓		✓	✓	✓	高	中
	 再生能源需求增加	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。	✓	✓		✓	✓	✓	中	高
	 顧客行為轉變	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。		✓	✓	✓	✓	✓	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	高
	 【長期性】 管理成本增加			✓					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」品牌形象。	✓	✓		✓	✓	✓	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	<b>風險情境討論基礎</b> ▾ · 台灣政府頒布2050淨零排放路徑 · 氣候變遷因應法 <b>轉型風險情境變化</b> ▾ · 電動車市售占比達100% · 環境部將「先大後小」分階段徵收，向碳排放大戶收取碳費	· 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	<b>全面溫室氣體盤查及減排</b> ▾ · 盤查溫室氣體範疇一到三 · 2025年全台灣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	<b>風險情境討論基礎</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣政府頒布之2050淨排放路徑之規劃</li> </ul> <b>轉型風險情境變化</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>商業營運場所燈具全面採LED燈;空調最佳化操作60%</li> <li>市區公車及公務車全面電動化</li> <li>電動車、電動機車市售比提升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公務車汰換為電動車成本</li> <li>電動車充電樁建置與維運成本</li> <li>節能燈具或設備汰換成本</li> </ul>	<b>全面溫室氣體盤查及減排</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>盤查溫室氣體範疇一到三</li> <li>2025年全台營運據點取得環境部減碳標籤</li> <li>2040年達成碳中和</li> <li>響應政府2050年淨零政策</li> </ul>
	 再生能源 需求增加	<b>風險情境討論基礎</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣政府頒布2050淨零排放路徑</li> <li>氣候變遷因應法</li> </ul> <b>轉型風險情境變化</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>電動車市售占比達100%</li> <li>環境部將「先大後小」、分階段徵收,向碳排放大戶收取碳費</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>溫室氣體盤查認證費用</li> <li>EP100專案管理費用</li> <li>綠電購買費用</li> <li>碳費</li> </ul>	<b>推動永續消費全民綠生活</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>建立無痛接軌的永續消費模式</li> <li>打造一站式綠色購足的消費平台</li> <li>推廣綠色採購申報</li> </ul>
實體 風險	 【立即性】 瞬間強降雨等單 一氣候相關事件	<b>風險情境討論基礎</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>IPCC,不同大氣中溫室氣體濃度所衍生的代表濃度途徑(Representative Concentration Pathways, RCPs)</li> <li>IPCC,共享社會經濟路徑 (Shared Socioeconomic Pathways, SSPs)</li> </ul> <b>實體風險情境變化</b> ▾ <ul style="list-style-type: none"> <li>SSP5-8.5情境下,台灣年總降雨量預計增加15%</li> <li>SSP5-8.5情境下,強颱比例將增加5.5%</li> <li>SSP5-8.5情境下,強颱雨量比例將增加20%</li> </ul>	營業據點因單一氣候事件,導致營運據點暫停營業之營收損失	<b>強化氣候管理韌性</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>深化TCFD評估管理架構,提高揭露項目</li> <li>建立跨部門溝通機制,逐年檢視優化氣候管理方針</li> <li>相關部門完成對應之策略行動方案</li> </ul>
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%。	<ul style="list-style-type: none"> <li>太陽能發電案場建置與維運成本</li> <li>能源效率提升專案之推動成本</li> <li>綠電購置費用</li> <li>利害關係人溝通成本</li> </ul>	<b>攜手利害關係人組成零售淨零聯盟</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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%</li> <li>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</li> </ul>



## 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
 <p>再生能源需求增加</p>	<p><b>全面落實能源管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>逐年提交EP100能源生產力報告</li> <li>實施智慧化能源管理系統</li> <li>電動車充電樁普及及全台營運據點</li> <li>提高再生能源使用比例，強化節能並佈局創能</li> </ul> <p><b>攜手利害關係人組成零售淨零聯盟</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續與供應商、承攬商議合</li> <li>啟動供應商輔導計畫</li> </ul>	<p><b>2024年</b> 向SBTi遞交申請書</p> <p><b>2028年</b> 每度用電創造營收較2018年成長50.52%</p> <p><b>2040年</b> 全台各店碳中和</p> <hr/> <p><b>2023年</b> 成立供應商減碳聯盟，持續擴大成員</p> <p><b>2040年</b> 成立百貨第一個零售淨零聯盟</p>	 <p><b>能源效率</b></p> <p>提升能源使用效率，減少營運成本</p>
 <p>新法規的不確定性</p>	<p><b>全面溫室氣體盤查及減排</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>盤查溫室氣體範疇一、二、三</li> </ul>	<p><b>2024年</b> 全台各店進行溫室氣體盤查</p> <p><b>2025年</b> 各店取得碳標籤、減碳標籤</p> <p><b>2040年</b> 全台達成碳中和</p> <p><b>2050年</b> 響應政府2050年淨零政策</p>	 <p><b>公司形象</b></p> <p>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</p>
 <p>低碳服務需求</p>	<p><b>推動永續消費的全民綠生活</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>建立無痛接軌的永續消費模式</li> <li>打造一站式綠色購足的消費平台</li> <li>推廣綠色採購申報</li> </ul>	<p><b>2024年</b> 電動車充電樁普及及全台各店</p> <p><b>2025年</b> 各店取得減碳標籤，皆可納入綠色採購</p>	
 <p>瞬間強降雨等單一氣候相關事件</p>	<p><b>強化氣候管理韌性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>深化TCFD評估管理架構，提高揭露項目</li> <li>建立跨部門溝通機制，逐年檢視優化氣候管理方針</li> <li>相關部門完成對應之策略行動方案</li> </ul>	<p><b>2023年</b> 正式成為TCFD Supporter</p> <p><b>2024年</b> 為相關部門提升相關智識，加強財務、會計角色</p> <p><b>2026年</b> 比照上市櫃公司接軌IFRS S1、S2框架</p>	 <p><b>強化氣候韌性</b></p> <p>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</p>

## 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年範疇二排放量为49,276噸CO<sub>2</sub>e，較2022年49,708噸CO<sub>2</sub>e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<sub>2</sub>e/百萬元，較2022年(1.10公噸CO<sub>2</sub>e/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<sup>1</sup>

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 <sup>7</sup>
範疇一(噸CO <sub>2</sub> e) <sup>2</sup>	-	1,858	-	3,201	-	-
範疇二(噸CO <sub>2</sub> e) <sup>3</sup>	52,970	29,625	20,407	29,899	19,809	49,276 <sup>8</sup>
範疇三/類別三至六(噸CO <sub>2</sub> e) <sup>4</sup>	-	13,509	-	18,642	-	-
範疇一+二總排放量(噸CO <sub>2</sub> e)	52,970	51,890		52,909 <sup>6</sup>		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 <sub>2</sub> e/百萬元) <sup>5</sup>	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(NO <sub>x</sub> )、硫氧化物(SO <sub>x</sub> )，及其它顯著的氣體排放	0	0	0	0	0	0

- 備註
- 溫室氣體盤查邊界以營運控制法，設定於全台7大營運據點。
  - 範疇一，指溫室氣體的直接排放，遠東SOGO非製造業，屬範疇一之排放溫室氣體占比較小。
  - 範疇二，指來自於使用電力或蒸汽之能源利用所產生之間接排放。遠東SOGO範疇二之主要排放源為各營運據點之用電。未執行溫室氣體排放量查證作業之年份與據點，主要計算範疇二之排放。
  - 範疇三對應類別三-六，指由事業活動產生之間接排放，該排放源並非事業自有或可控制的，包含員工通勤，以及產品生命周期產生的排放。
  - 排放密集度 = 範疇一+範疇二排放量(噸CO<sub>2</sub>e)/年營收(百萬元)
  - 2022年數據因更新查證數據重編。
  - 2023年全台各店溫室氣體查證尚在进行，故揭露範疇二排放量，將於2024年永續報告書更新數據。
  - 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<sub>2</sub>e/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。



#### 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<sup>1</sup>

	年份	2021		2022		2023		
		類別	用電量(度)	能源量(GJ) <sup>4</sup>	用電量(度)	能源量(GJ)	用電量(度)	能源量(GJ)
消耗電量	再生能源 <sup>2</sup>		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 <sup>7</sup>	353,961	100,479,766	361,550.31	99,920,018	359,536.21
再生能源使用占比(%) <sup>3</sup>			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) <sup>5</sup>			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:%) <sup>6</sup>			5.68%		6.97%		10.94%	
每度用電所創造營收成長比比較2018基準年成長比(單位:%) <sup>7</sup>			17.38		25.55%		39.29%	

備註

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

### ALC環境自動控制系統

各店採美製ALC環境自動控制系統(Automated Logic Corporation)，由系統管理燈光照明、插座電源、空調系統啟閉，並監視、管理賣場溫度及冰水主機效率，符合室內溫度26°C之國家環境管理規範。空調一律於開店前20至30分鐘開啟預冷，打烊即關閉。每月檢討、核實操作SOP流程，以發揮最大效益。

### 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。

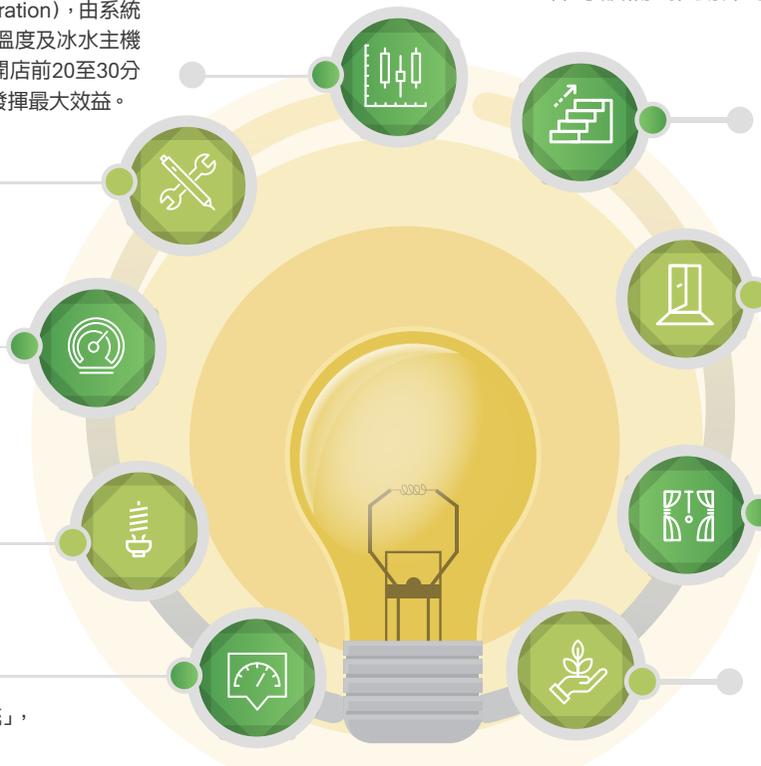
### 高效能照明燈具

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。

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。



### 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 ▶



- 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



- 照明節能：
- 持續更換新式節能燈具

### 2023 成效概況 註 ▼

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<sub>2</sub>e

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<sub>2</sub>e

【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，新竹店用电量綠電占比預計由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

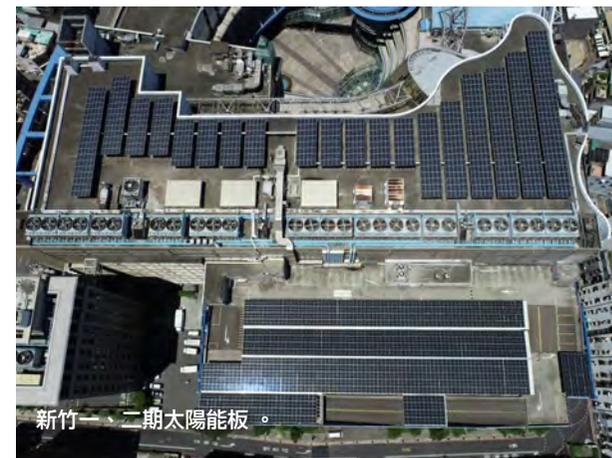
年份	2021		2022		2023	
	度	GJ	度	GJ	度	GJ
總發電量	554,979	1,997.0	488,170	1,756.6	837,136	3,012.22
自用發電	64,204	231.0	49,085	176.6	362,191	1,303.25

### 天母店太陽能

年份	2021		2022		2023	
	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度電 = 1\*860\*4.184/106 GJ
- 2021、2022年新竹店數據重編，使小數點位一致。



新竹二期太陽能板。

## 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%。

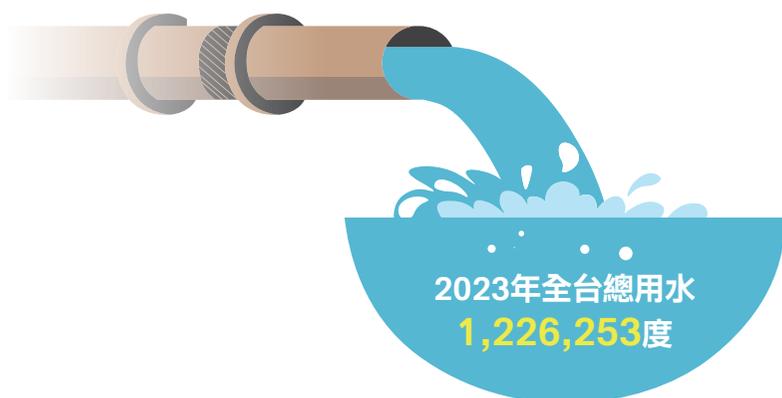
**目標** 綠電占比持續提升，不足部分購買綠電，目標2028年新竹店達碳中和。



## 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



水資源管理量整表<sup>1</sup>

年份		2021	2022	2023
取水來源 1: 第三方的水 <sup>2</sup>	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) <sup>3</sup>		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) <sup>4</sup>		41,199,368	45,013,913	49,661,966
單位營收用水量(公升/千元) <sup>5</sup>		31.10	25.47	24.69
單位樓地板面積用水量(每日:公升/平方公尺) <sup>6</sup>		8.79	8.29	8.93
單位來客及員工用水量(每日:公升/人) <sup>7</sup>		43.32	44.39	39.57

備註

- 統計邊界為全台7個營運據點大樓。
- 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。
- 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
- 單位營收用水量(公升/千元)=總耗水量/年營收。
- 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)
- 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。
- 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

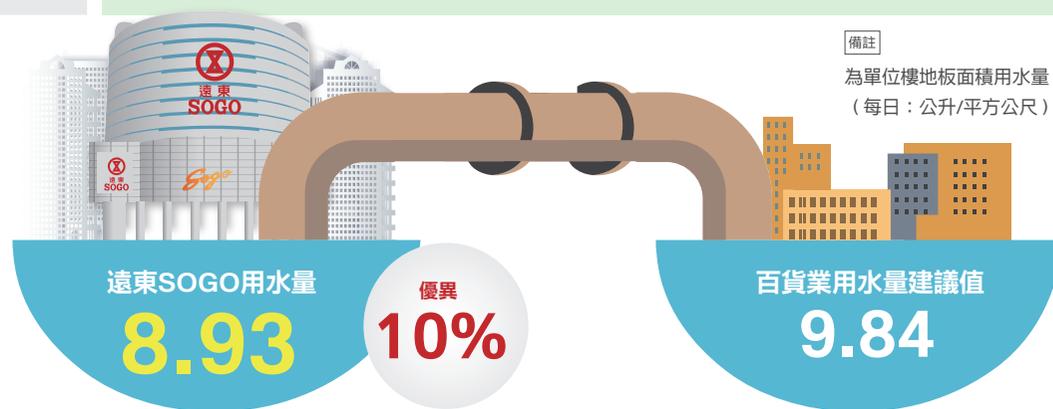
### 管理措施 ▶

 · 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。



### 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 ▼
 <b>源頭減量：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>餐飲內用與外帶不提供一次性及美耐皿餐具</li> <li>輔導餐飲專櫃加入環保餐廳</li> <li>鼓勵顧客使用環保袋，超市自備購物袋贈點</li> <li>自營超市推動青果及蛋盒包裝減量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6,442人次參與 超市自備購物袋贈點</li> <li>超市青果及蛋盒包裝減量1.1公噸</li> <li>全台環保餐廳占比95%</li> </ul>
 <b>循環利用：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動</li> <li>贈點鼓勵顧客回收電池</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>回收19.8萬個空瓶，獎勵59.3萬點電子點數</li> <li>1,457人次參與電池回收</li> </ul>
 <b>終端處置：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>其餘一般廢棄物交由合格之第三方組織單位處置</li> </ul>	<p>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%</p>

### 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。

