



遠東SOGO百貨

CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT
2018 企業永續報告書



遠東SOGO百貨

CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT

2018 企業永續報告書

Contents

2018 SOGO 企業永續報告書

PREFACE

關於報告書 4 董事長的話 6

創造永續價值 重大主題管理

· IR 圖	8	· 永續議題管理流程	12
· 永續關鍵六力	10	· 利害關係人議合	12
· 榮耀與肯定	11	· 永續議題分析與主題邊界	14

創新經營力

1-1 創新經營績效	18
1-2 公司治理與永續管理	25
1-3 風險管理	30

優質商品力

2-1 供應鏈管理	36
2-2 商品安全管理	37

感動服務力

3-1 感動服務	48
3-2 安心環境	53
3-3 顧客溝通	55

幸福職場力

4-1 人力概況	60
4-2 同仁權益	62
4-3 專業培育	66
4-4 職場安全與健康	69

關懷平台力

5-1 SOGO NEW LIFE 的新精神 —「CSR」	78
5-2 NEW LIFE 活動	79
5-3 長期合作單位	86

永續環境力

6-1 綠色百貨	90
6-2 能資源管理	94

附錄

GRI Standards 索引	104
聯合國全球盟約對照表	108
ISO 26000 對照表	108
保證聲明書	110

SOGO SO GOOD

關於報告書

本報告書為太平洋崇光百貨股份有限公司（以下簡稱為「SOGO」）
2018年企業永續報告書（Corporate Sustainability Report）（以下簡稱為「本報告書」）。

編製依據

本報告書已依循由全球永續性標準委員會（Global sustainability standard board, GSSB）所發布的GRI永續性報導準則（GRI Standards）：核心選項（Core）進行編製；同時參照國際整合性報告書委員會（International Integrated Reporting Council）出版之國際整合性報告書框架（International IR Framework）精神。揭露資訊亦呼應聯合國全球盟約原則和ISO 26000社會責任指引等國際標準。

報告期間

本報告書揭露SOGO 2018年度（2018年1月1日至12月31日）之CSR相關資訊，包含管理方針、重大主題、執行方案、績效表現等資訊。本報告書為第5本企業永續報告書，SOGO以每年發行一版為原則，前一版報告書發行日期為2018年6月，下一版報告書預定於2020年6月出版。

範疇邊界

本報告書邊界涵蓋SOGO之台灣營運據點、太平洋崇光文教基金會及太平洋崇光社會福利基金會在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」是指SOGO營業據點所在地。完整資訊亦同步公開於SOGO之CSR網站（<http://www.sogo.com.tw/csr>）。

數據說明

本報告書所揭露之財務相關數據係以經由會計師查證公開之資訊為準，其他數據是由SOGO自行彙整與統計所得，採四捨五入為原則。考量可比較性，部分績效資訊一併揭露近三至五年之數據。資料計算範疇與基礎改變之情形，於該段落附註說明。《2017年企業永續報告書》勘誤處請參閱：https://www.sogo.com.tw/CSR/4-1_detail.php?pid=224

報告書管理與審查

內部：

本報告書所揭露之數據與資料，是由各權責單位提供CSR執行秘書小組彙整後，由權責單位校閱確認，並經稽核室查核後，送呈CSR委員審閱後核定。

外部：

本報告書經台灣檢驗科技股份有限公司（SGS）依循GRI Standards核心項準則及AA1000 AS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

對於本報告書有任何疑問，或是對SOGO有任何建議，歡迎透過下列方式與我們聯絡。

聯絡單位：SOGO 公共關係室

Email：csr@mail.sogo.com.tw

電話：02-7712-9999 分機 8250

總部地址：台北市忠孝東路四段 45 號

各利害關係人聯絡窗口：<http://www.sogo.com.tw/CSR/8-1.php>

利害關係人線上回饋：<http://www.sogo.com.tw/CSR/8-2.php>



歷年報告書

董事長的話

轉眼間，這已是遠東 SOGO 百貨出版的第五本企業永續報告書。回顧這五年來，SOGO 打破傳統藩籬，堅持走一條任重而道遠的路，讓 CSR 成為 SOGO 的核心價值。在企業營運、環境永續、社會關懷各方面創下眾多「百貨業第一」的記錄，並榮獲逾 50 項國內、外 CSR 相關大獎肯定。營運表現更是有目共睹，2018 年全台業績成長 1.3%，屢創新高，穩坐國內百貨龍頭寶座。

卓著成效的背後，最值得驕傲的，是每一位 SOGO 人將 CSR 精神內化為 DNA，在日常營運與服務流程中，從容自然地落實聯合國永續發展目標 (SDGs)；並秉持「永續關鍵六力」— 經營創新力、優質商品力、感動服務力、幸福職場力、關懷平台力、與永續環境力，為顧客打造一把啟動幸福時尚的金鑰匙。

百貨大微利時代 深化服務底蘊

環顧 2018 年，全球零售總額成長趨於平緩，市場研究機構 eMarketer 預估台灣零售業在 2022 年前每年成長率不到 1% – 整體零售業面臨的，是百貨大微利時代的嚴峻挑戰。然 SOGO 大刀闊斧投入創新資源，並調整全台 16% 專櫃品牌，以提供顧客更優質的購物環境。

百貨業的每一天，就是送往迎來、周而復始的循環；如何抓住顧客的心，提升顧客忠誠度，是業界永遠學不盡的課題。我們認為惟有提供富含溫度的差異化服務，讓每一位走進 SOGO 的顧客享受客製化、個人化的尊寵感，才能贏得他們的「心佔率」。因此，SOGO 將顧客細分為 22 類，並結合六大 club，深化分眾行銷，滿足顧客不同階段的需求。我們的顧客服務不但廣受好評，更因而拿下「國家玉山品牌獎」最佳人氣品牌類首獎，獲總統接見表揚。SOGO 的每一份榮耀，都是來自顧客的肯定。

新時代的深度服務，應與顧客福祉連動 – 不只關照顧客個人的需求，更延伸至家庭及未來生活。SOGO 以 CSR 為發想，關照消費者，落實商品安全、餐飲衛生、環境安全管理，打造安心安全的購物環境。

SOGO NEW LIFE 工程 打造永續公益鏈

SOGO 以品牌形象與優質服務深受消費者喜愛，同時也發揮通路優勢，深耕社會關懷。藉由百貨平台特性連結供應商、顧客、同仁、社區等利害關係人之共同善念，以「SOGO NEW LIFE 工程」形塑獨到的公益精神，將「以人為本」的服務提升至新境界。

2018 年起，SOGO 結合國際趨勢，以「關懷 (Caring)、永續 (Sustainability)、安心 (Reliability)」賦予「CSR」新的使命，並透過兩個基金會與全台各據點共同力行實踐，重新演繹 SOGO NEW LIFE 工程。除了行之有年的「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」、「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選」、「遠東餐廚達人賽」之外，SOGO 與專櫃品牌夥伴攜手種下 3,000 棵樹苗，透過生態工法築起海岸綠色前哨，守護鄰近村落的居住安全與生活品質。

此外，SOGO 首度舉辦全台百貨規模最大的「台灣在地小農展」，以文創概念打造農產品市集，結合 Chef Table 精緻飲食創意，宣導低碳飲食觀念，將購買友善農法的農產品化為一種時尚態度，更是以創意結合善心與職能的最佳展現。

年底與公益贈物平台合作的「愛箱送」服務，更讓我們見證了台灣民眾的真善美。SOGO 邀請主顧客捐出家中閒置物品，由贈物平台與臺北市社會局媒合聘僱的弱勢婦女整理上架，再傳愛社福團體與弱勢族群。「愛箱送」完美結合社會公益與循環經濟：一個善念，不僅幫助了社會弱勢，帶給他們對美好生活的想望，同時延長了可用資源的生命，並為地球減少近 3 公噸的碳排放量。這些都是 SOGO 發揮平台特性與行銷創意，打造永續公益鏈，為社會注入善意活水的軌跡。

亞洲第一綠色百貨 多管齊下守護家園

在環境面，SOGO 以「打造亞洲第一綠色百貨」為目標，持續優化節能設備與措施，在日常營運過程身體力行環境保護。2018 年 SOGO 完成全台各店以 ISO 50001 精神管理能源的目標，同時通過 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，節能減碳成效卓然。

繼 SOGO 天母店取得亞洲第一張百貨零售服務業碳標籤證書後，2018 年天母店再以三年內減少近 25% 碳排放量的表現，獲行政院環保署頒發百貨零售服務業第一張「減碳標籤」，減碳成效大獲產官學界讚賞，我們因此成為「中華民國企業環保獎」舉辦 27 年來，百貨業獲獎首例。日前 SOGO 更榮獲亞洲企業商會「AREA 亞洲企業社會責任獎 (Asia Responsible Enterprise Awards)」綠色領導獎 (Green Leadership) 肯定，讓台灣企業力行 CSR 與環保的事蹟，在世界舞台發光發熱。

「做社會最好的企業，做對社會最好的企業」是 SOGO 對這片土地與人民的許諾。誠如愛因斯坦 (Albert Einstein) 所言，「我們不能用昨日的思維，來解決今日的問題」。面對城市軸線翻轉、市場競爭激烈，SOGO 將以 CSR 為引擎，啟動數位創新、發展智能客服，以打造智慧零售生態系為目標；同時培養創新人才，打造公益供應鏈，持續扮演綠色百貨標竿，進而帶動百貨零售產業升級，開啟幸福時尚的新紀元。



遠東 SOGO 百貨 董事長

黃晴雯

2019/06

創造永續價值

投入

財務資本

SOGO 善用由股東投入的資本及向銀行取得之資金，以達到「營運獲利最佳」之願景。

- 營運成本 358 億元

商品與通路資本

SOGO 以創新模式規劃樓層與進駐櫃位，並加強商品、食安及服務管理，使 SOGO 成為受顧客信賴的通路品牌。

- 全台共 8 家據點
- 成立 Wedding Club、規劃六大 Club

智慧資本

SOGO 持續導入 e 化設備與軟體，優化購物流程，提升顧客購物的便利性。

- 忠孝館、復興館增設電子看板
- 電子化支付工具擴增到 11 大項
- 投入創新資源約佔毛利 3%

人力資本

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

- 全體同仁共 1,471 人
- 員工福利費用 13.1 億元

社會資本

SOGO 關懷弱勢並強化與當地社區的連結，投入資源與關懷的能量，使 SOGO 能與在地發展之脈動相互結合。

- 舉辦超過百場社會參與活動
- 志工時數共 897 小時

自然資本

SOGO 推動節能減廢，並將觀念傳遞給在地顧客及學童，形塑百貨產業的綠色文化。

- 全面以 ISO 50001 精神管理能源
- 復興館領先全台百貨，通過 ISO 14064-1 溫室氣體盤查
- 投資 2,510 萬元，汰換節能設備

價值鏈+永續價值

價值願景



SDGs 專案

永續關鍵六力 ———— 重要利害關係人



1. 永續關鍵六力內涵請參閱P.10，執行內容與成果請參閱各章節。
2. SOGO以聯合國永續發展目標 (SDGs) 作為實踐永續六力之長期目標。

2018 年產出成果

財務資本

- 營業額 433 億元
- 營業收入連續 3 年成長
- 復興館全年業績成長 4.6%
- 2018 年周慶業績創新高，達 108 億元

商品與通路資本

- 顧客整體滿意度 86.9%
- 顧客讚揚比提升 18%，每兩位回饋意見的顧客，就有一位是讚揚
- 客訴件數減少 38%
- 顧客對落實 CSR 滿意度成長 10%

智慧資本

- 以 9 大綠色行銷工具與顧客即時互動，其中 SOGO APP 累積下載次數 13.2 萬次，成長超過 40% (詳參閱 CH6-2)
- 發放 3 億元電子化禮券，較前一年度成長 52%
- 發出 4.78 億 HAPPY GO 點數，代替實體贈品，較前一年增加 2%

人力資本

- 員工平均薪資超前同業 8.7%
- 每位同仁平均受訓時數提高 8.22%
- 同仁對福利制度滿意度 85.6%

社會資本

- 社會參與活動受益人次近 12 萬
- 與 72 個外部 CSR 單位合作，舉辦 116 場公益活動
- 長期合作的公益團體、學校、社會企業達 36 個


自然資本

- 天母店取得百貨零售服務業第一張「減碳標籤」
- 每度電創造營收提高 4.66%
- 公共用電量節約 5%
- 綠色採購支出共 4,103 萬元
- 獲得 6 個環保相關國內/外獎項

SDGs 專案


2 消除飢餓	<ul style="list-style-type: none"> ● 舉辦百貨規模最大的「台灣在地小農展」 ● 展售友善環境的小農產品與農社企商品 ● 以健康飲食活動與綠色講座，推廣友善農法的商品與理念
3 良好健康與福祉	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供優於法規的員工健檢，並根據健檢結果，規劃健康促進課程 ● 獲運動企業認證 ● 邀請社區共同參與四癌篩檢
4 教育品質	<ul style="list-style-type: none"> ● 以朝會日報提升同仁與廠商 CSR 意識，同時排定年度 CSR 課程 ● 舉辦 11 屆遠東廚師達人賽，培育餐飲優秀人才 ● 「星空計畫到宅公益」美學教育活動
5 性別平等	<ul style="list-style-type: none"> ● 董事會成員 40% 為女性 ● 男性育嬰留職停薪復職周年留任率 100% ● 招募男性顧服人員
8 就業與經濟成長	<ul style="list-style-type: none"> ● 女男薪酬差異連續五年遞減 ● 產學合作，提供學生實習與就業機會 ● 全台 8 據點均獲安心場所認證
10 減少不平等	<ul style="list-style-type: none"> ● 「SO GOOD 好小孩少年楷模」徵選暨表揚，提供弱勢學生獎助學金，同時彰顯社會議題 ● 「愛箱送」專案結合循環經濟與公益，解決閒置物資問題，並提供弱勢婦女就業機會
11 永續城市	<ul style="list-style-type: none"> ● 台北店連年舉辦東區商圈行銷活動，促進商圈共榮 ● 提供場地與行銷資源支持社區活動
12 責任消費與生產	<ul style="list-style-type: none"> ● 推廣無痕飲食，鼓勵自備餐具消費 ● 定期舉辦綠色生活講座，綠色商品銷售 13 萬件 ● 推動綠色供應鏈、綠色採購、綠色行銷
13 氣候行動	<ul style="list-style-type: none"> ● 百貨零售服務業第一張「減碳標籤」 ● 水資源回收系統 ● 溫室氣體管理
16 和平與正義制度	<ul style="list-style-type: none"> ● CSR 網站設立廉潔專區 ● 設有各利害關係人申訴管道
17 活化永續發展全球夥伴關係	<ul style="list-style-type: none"> ● 加入台灣企業永續研訓中心，與企業交流分享 CSR 經驗 ● 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〉

永續關鍵六力

1 ▶ 創新經營力 


SOGO 30 多年來，持續以永續經營的態度及創新的精神，朝「營運獲利最佳」的願景邁進，透過靈活的營運管理、區域整合、風險管理、領先導入創新科技等策略，締造百貨龍頭與百貨 CSR 模範生之品牌形象。

未來發展重點：**數位創新**

2 ▶ 優質商品力 


SOGO 透過招商評選優良專櫃廠商、簽署〈供應商企業社會責任條款〉、〈供應商企業社會責任承諾事項〉等領先業界的專櫃與商品管理程序，讓顧客安心購買，並與廠商維持共好的夥伴關係。

未來發展重點：**智慧零售生態系**

3 ▶ 感動服務力 

SOGO 展現日系百貨精神，服務人員應對禮儀、專業知識、雙向溝通機制及硬體措施的設置與維護等，均以顧客之舒適與安全為優先考量，持續朝「服務評價最好」之願景邁進，希望讓顧客感受到更有溫度的服務。

未來發展重點：**創新服務價值、智能客服**

4 ▶ 幸福職場力 


SOGO 在永續趨勢的推動下，不僅提供給同仁最好的福利及獎勵機制，更重視促使同仁成長的專業培力訓練，以及職涯發展規劃，且不論 SOGO 同仁或專櫃夥伴，皆享有健康照護，並確保其職場安全。

未來發展重點：**培養新型人才**

5 ▶ 關懷平台力 

SOGO 是受顧客信賴的百貨通路，最大優勢在於可化身為集結顧客、廠商、同仁、社福團體等利害關係人善心之平台，投入 SOGO NEW LIFE 的 Caring 關懷、Sustainability 永續、Reliability 安心等三大面向，擴大影響力。

未來發展重點：**公益供應鏈**

6 ▶ 永續環境力 

面對環境永續議題，SOGO 以綠色行銷、綠色採購、提倡綠色消費等策略打造綠色營運文化，在日常營運中實踐環保理念，執行能源管理及建置節能措施，並依各利害關係人提出行動方案，自各面向落實環境保護。

未來發展重點：**綠色百貨標竿**

榮耀與肯定

SOGO 2018 年共榮獲 18 個國內外 CSR 大獎、以及 6 項評選認證肯定。

獎項	主辦單位
天下企業公民獎-Top50	天下雜誌
台灣企業永續獎(TCSA) ● Top50 台灣永續企業獎 ● Top50 企業永續報告書-白金獎 ● 企業最佳單項績效獎-供應鏈管理獎 ● 企業最佳單項績效獎-社會共融獎	台灣永續能源研究基金會
百貨零售企業楷模	中華民國百貨零售企業協會
Asia's Top Sustainability Superwomen 亞洲頂尖永續超級女性-黃晴雯董事長	CSRworks
國家玉山品牌獎-最佳人氣品牌類首獎	中華民國國家企業競爭力發展協會
CSR影響力獎 ● 特優 ● 最佳影響力 ● 最佳創新力	資誠永續發展服務公司、坎城國際創意節台灣官方代表
低碳產品獎勵優等獎	行政院環境保護署
中華民國企業環保獎 銅級獎	行政院環境保護署
推行職業安全衛生優良單位	勞動部
台北市勞動安全獎	台北市政府勞動局

更多資訊 歷年榮耀與肯定 <http://www.sogo.com.tw/CSR/4-4.php>



遠東 SOGO 獲國家品牌玉山獎首獎，董事長黃晴雯（右）獲總統蔡英文（中）接見表揚



重大主題管理

永續議題管理流程

SOGO 依循 GRI 永續報告準則與百貨零售之產業特性，依據永續性脈絡、重大性、完整性及利害關係人包容性，進行鑑別、排序、確證與檢視等之重大主題管理流程，所有步驟與產出結果經 CSR 委員會討論確認。



利害關係人議合

SOGO 由各店店長及協理級以上主管，依據 AA1000 SES 標準「責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性」等五項構面評估關係程度，自 9 類利害關係人中鑑別出 5 類重要利害關係人。

利害關係人	重大關注永續議題	權責部門	溝通管道 / 頻率
■ 顧客 SOGO 評估市場脈動，引進各類品牌與櫃位，惟只有顧客到店的消費與支持，才是評核 SOGO 是否真實確實掌握消費潮流的關鍵。	· 交易與隱私權之保護 · 顧客關係管理 · 商品品質與安全 · 環境教育 · 道德與行為準則	· 營運本部 · 販促部 · 公共關係室 · 顧服中心	數位行銷工具 ▶ 即時 顧客意見卡、免付費專線、線上留言板 ▶ 即時 顧客滿意度調查 ▶ 每年

利害關係人	重大關注永續議題	權責部門	溝通管道 / 頻率
■ 同仁 面對消費趨勢的改變，以及通路與品牌的多元化，所有 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。	· 交易與隱私權之保護 · 職場安全與衛生 · 薪酬福利 · 商品品質與安全 · 人才任用與平等	· 人力資源部 · 勞安室 · 職福會	內部 E-HR 網站、EIP 網站 ▶ 即時 同仁意見箱 ▶ 即時 朝會日報 ▶ 每日 勞資會議 ▶ 每季 同仁滿意度調查、同仁 CSR 認知調查 ▶ 每年 制度修改說明會 ▶ 不定期
■ 股東/投資人 認同 CSR 理念，投入各項資源，支持 SOGO 推動企業永續的各項活動，成為百貨業的典範。	· 營運績效 · 永續發展策略 · 風險管理 · 法規遵循 · 公司治理	· 秘書室 · 財務部 · 會計部	董事會 ▶ 每季 股東會 ▶ 每年 母公司年報 ▶ 每年 公開資訊觀測站 ▶ 不定期
■ 承租廠商 (專櫃) SOGO 身為百貨業的領導品牌，除了所有同仁的共同努力，也有賴於同樣在各樓層服務的櫃位工作同仁，才能讓客戶獲得消費與服務的最佳的體驗。	· 交易與隱私權之保護 · 商品品質與安全 · 商品標示及行銷溝通 · 職場安全與衛生 · 顧客關係管理	· 營運本部 · 販促部 · 工務部 · 顧服中心 · 公共關係室	電話、Email、書面信函 ▶ 即時 檔期協調會 ▶ 重要檔期前 廠商聯誼會 ▶ 每季 樓層改裝施工說明會 ▶ 改裝前
■ 媒體 媒體是 SOGO 提供及收集各項訊息，以及與利害關係人相互理解的重要溝通管道。	· 營運績效 · 公司治理 · 商品品質與安全 · 隱私保護及交易安全	· 公共關係室 · 販促部	電話、Email、數位傳播、SOGO 官網、SOGO CSR 網站、Facebook 粉絲團 (CSR、各店) ▶ 即時 記者會、餐敘、專訪/聯訪、專欄/廣告、新聞稿發佈、活動文宣 ▶ 依檔期時程

永續議題矩陣

紅色與橘色色塊為重大永續議題



永續議題分析與主題邊界

SOGO 以「永續關鍵六力」作為管理重大永續議題的準則，並分析重大永續議題對 SOGO 的意義與重要性完整管理方針、目標與績效等資訊請參閱對應章節。

永續議題	GRI 重大主題	對 SOGO 的意義	重點管理方針	衝擊利害關係人
CH1. 創新經營力				
<ul style="list-style-type: none"> 營運績效 永續發展策略 風險管理 申訴機制 	201：經濟績效	永續願景、策略發展及與永續相關之實踐；評估各方面風險與機會，追求「營運獲利最佳」之願景，並揭露各項重要財務資訊	由 SOGO CSR 委員會每年針對重大議題修調策略藍圖，開會討論及追蹤相關專案；每年召開經營方針會議，檢討績效、擬定營運目標	股東 同仁
<ul style="list-style-type: none"> 道德與行為準則 公司治理 	205：反貪腐 405：員工多元化與平等機會	維護股東權益、投資人關係、董事會職能、獨立性及專業度，並訂定行為準則以防弊、反貪瀆及遵循法令、反貪腐、反壟斷、反歧視等，並以檢核機制追蹤執行成果	定期召開董事會及股東會，每三年進行董事改選，並確保董事之專業性與多元性；以《員工手冊》為標準作業規章，並據主管機關新增或修訂之相關法令予以調整	股東 顧客 同仁
<ul style="list-style-type: none"> 交易與隱私權之保護 	418：客戶隱私	維護龐大的顧客資料，保護顧客隱私權並使其安心交易，並做好訂單與交貨管理等	由資安管理委員會訂有〈個人資料保護管理政策及作業程序〉，並設有申訴管道	顧客 同仁 承租廠商
<ul style="list-style-type: none"> 法規遵循 	419：社會經濟法規遵循 307：有關環境保護的法規遵循	遵循經濟、環境、勞資及商品責任等相關法規，且善盡宣導責任	將零售相關法令公告於《朝會日報》及線上公布欄，並舉辦法令宣導課程	股東 同仁 媒體
CH2. 創新經營力				
<ul style="list-style-type: none"> 商品品質與安全 	416：顧客健康與安全	確保商品品質控管機制，維護顧客健康與安全	以商品安全管理機制與「食品安全網」持續為顧客把關	顧客 同仁 承租廠商 媒體
<ul style="list-style-type: none"> 商品標示及行銷溝通 	417：行銷與標示	管理商品標示及行銷推廣溝通內容，確保符合法規	定期檢視商標之合法性；以誠信作為宣傳之原則	承租廠商 媒體
<ul style="list-style-type: none"> 供應鏈管理 	414：供應商社會評估	以企業永續準則管理專櫃與供應商之品質、交期、環境及人權等面向	合作夥伴簽署之合約內含〈廉潔條款〉、〈CSR 條款〉及〈承諾事項〉	股東 承租廠商

CH3. 感動服務力

- 顧客關係管理

依「活潑、親切、敏捷」座右銘提供最感動的服務，並妥善管理顧客回饋之意見，作為改善服務流程重要依據，追求顧客滿意度不斷提升

以 e 化管理系統彙整全台顧客回饋意見，每月向理階主管呈報各類意見，並評選「優良服務之星」，各店相互學習

顧客
承租廠商
同仁

CH4. 幸福職場力

- 薪酬福利
- 勞動人權
- 勞資關係

202：市場地位
401：勞雇關係
402：勞 / 資關係

以「員工薪資最高」為願景，提供優於法規的薪酬福利

規劃公平、合理、具競爭性的薪酬制度、福利與獎勵措施

同仁

- 職場安全與衛生

403：職業安全衛生

維護工作場所（包含賣場）安全、管理職災風險與同仁健康等

由職業安全衛生委員會及一級單位勞安室評估工作環境風險及維護同仁身心健康，提升競爭力

同仁
承租廠商

- 人才任用與平等

405：員工多元化與平等機會

以平等原則聘用、管理與升遷適任之人才

唯才適用，不因性別、種族、宗教信仰、國籍、社會背景或身心障礙等因素而有歧視

同仁

- 教育訓練與職涯發展 *

404：訓練與教育

投入訓練資源，規劃教育訓練及職涯發展

依據職階與部門別，並考量社會趨勢，擬定教育訓練規劃

同仁

CH5. 關懷平台力

- 生態保育 *
- 社會關懷 *

413：當地社區

以通路資源投入社區參與及公益活動，關注公共議題，實踐 NEW LIFE 的 CSR 精神

由基金會深耕社會弱勢關懷外，每年盤點每年社會參與活動之投入與影響力

顧客
承租廠商

CH6. 永續環境力

- 綠色創新與服務
- 環境教育
- 能源管理

302：能源

提高營運對環境的友善程度，並提倡綠色消費與環保低碳理念

每年盤點公司營運中各類能源耗用量、能源密集度，以及相關之節能推動措施與成效

同仁
股東
媒體

- 廢棄物管理
- 溫室氣體管理 *

306：廢污水和廢棄物

實踐環境保護，盤點廢棄資源產量，並擬定管理策略及推行減量作法

逐年盤點節能減廢績效，並結合通路之特色，向顧客傳遞環境永續概念

股東
媒體

- 水資源管理 *

303：水

雖非大量耗水之產業，仍然重視水資源之珍貴性，每年盤點水資源使用與回收量、節水措施與成效、廢水處理與排放之管控

每年盤點公司取用水源、使用與回收量、節水措施與成效、廢水處理與排放之管控

股東

註：標註 * 者非重大永續議題

1 CREATIVE 創新經營力 OPERATION

SOGO 持續以永續經營的態度及創新的精神，朝「營運獲利最佳」的願景邁進。在百貨零售業的激烈競爭下，SOGO 仍透過靈活的營運管理，締造百貨龍頭與百貨 CSR 模範生之品牌形象。

SDGs



回應永續議題

- 營運績效
- 永續發展策略
- 風險管理
- 申訴機制
- 道德與行為準則
- 公司治理
- 交易與隱私權之保護
- 法規遵循

重要利害關係人

- 股東
- 同仁
- 顧客
- 媒體

天下
公民企業獎

Top50

非上市櫃民營企業
連三年獲獎

企業永續報告書
白金獎

連三年獲獎

國家玉山品牌獎
首獎

最佳人氣品牌類

Brand Asia
亞洲影響力品牌
零售通路優選

連續三年獲獎

週年慶業績達
108 億元

創新高

投入創新資源
約佔毛利

3%

1-1 創新經營績效

關於 SOGO

SOGO 時尚大世代

SOGO 致力於提供日系精緻細膩的服務與滿足全客層的商品，目前已邁入 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。

1

1987-1996

SOGO 1.0 世代

以人為本的服務時尚

· 特色 ·

提供顧客與日本同步的飲食文化與流行體驗之外，SOGO 引進台灣第一位電梯小姐，讓顧客更能感受到 SOGO 1.0 世代，人的溫度、笑容、禮貌與無微不至的親切感。

2

1997-2006

SOGO 2.0 世代

串聯生活的國際時尚

· 特色 ·

2002 年 SOGO 加入遠東集團，強調現代化與國際化，以串聯生活的國際時尚為流行底蘊，是 SOGO 2.0 世代最特殊之處；同時以串聯軌道經濟之優勢，匯集更多的高優質品牌。

3

2007-2016

SOGO 3.0 世代

永續家園的公益時尚

· 特色 ·

2007 年起推動 NEW LIFE 工程，以「關懷分享、永續家園、優質生活、文化創新」精神作為長期發展主軸；2015 年為 SOGO CSR 元年，結合永續關鍵六力，更全面地規劃企業永續發展。

4

2017-2026

SOGO 4.0 世代

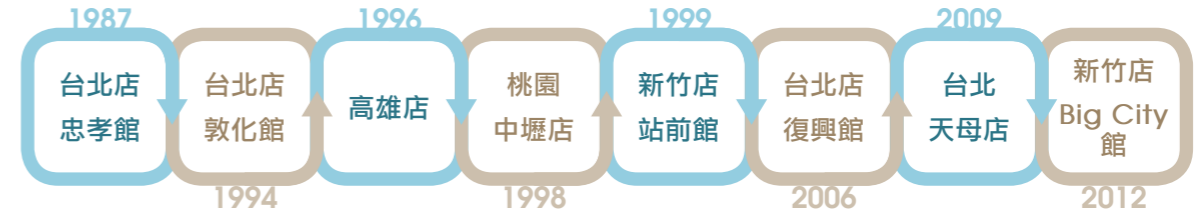
數位整合的幸福時尚

· 特色 ·

因應數位化服務的精進，提供免費無線網路、SOGO APP、LINE@ 生活圈、Facebook 粉絲團、電子化支付等數位整合服務。
2017 年適逢 30 週年，自 9 月起，商標全面由「太平洋 SOGO」轉成「遠東 SOGO」，公司名稱無變動。

營運據點

SOGO 台灣營運版圖遍及台北、中壢、新竹、高雄等城市，共計 8 家百貨據點。



各店特色

SOGO 致力了解在地顧客需求，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，提供顧客滿意之商品與服務。

台北店
忠孝館

- 針對全客層販售最新、最流行之時尚商品，是台北東區流行旗艦百貨
- 化妝品櫃位規劃引領潮流，坪效與營收始終勇冠全台第一，有「美妝天后宮」的美譽
- 推動農社企活動，強化社企產品競爭力；2018 年舉辦百貨規模最大的「台灣在地小農展」
- 舉辦特色活動，帶動人潮、話題與消費力；如：日本商品展、台灣各地美食展、中外藝品展等
- 2F 成立化妝品彩妝概念櫃、精品香水專區
- 改裝 New open：7F Men's 殿堂
- 引進新櫃：GIORGIO ARMANI (5 月)、邁泉、胡同燒肉、灶紅了 (7 月)
- 引進全台獨家櫃：Celvoke、SHISEIDO PARLOUR



台北店
復興館

- 時尚精品標竿，全台唯一集結 Louis Vuitton、CHANEL、HERMÈS、Cartier 等四大法國精品之百貨，全台精品坪效第一
- 以優質生活商品概念，提供展覽空間舉辦設計展、綠市集等相關活動
- 引進社會企業 - 成真咖啡，提供顧客美食並響應世界公益 (非洲水井建設工程)，體現 CSR 精神
- 2018 年業績達 133 億元 (含稅)，為 SOGO 在台業績最高店鋪
- 1F 引進 OMEGA、2F 引進 LV 男裝、3F 法國香水 floraiiku 全台首櫃 OPEN，再添精品火力
- 百貨第一！通過 ISO 14064-1 溫室氣體盤查查證
- 通過能源局 ESCO 節能專案補助，更換冰水主機並建置能源管理控制系統
- 與綠色和平組織合作舉辦環境教育活動

台北店
敦化館

- 東區珠寶盒概念，以國際精品服飾和高端珠寶販售見長
- 東區獨特性輕食咖啡廳和高級餐廳、烹飪教室教學
- 高級保養品獨立護膚體驗和男性 / 女性美容沙龍
- 改裝：prada 全新概念店
- 引進 SAISON du SOLEIL、SKII





- 全台唯一榮獲環保署「碳標籤」、「減碳標籤」認證之環境友善綠色百貨
- 通過台北市綠色商店驗證
- 定期與雙北各地農會合作舉辦蔬果市集
- 集結多家特色品牌，為北區市佔率最高的百貨賣場
- 假日提供表演場地，供北區學校學生成果發表
- 減碳近 25%，獲行政院環保署核定頒發「減碳標籤」
- 增建無營利展覽空間：3F 展演會館
- 改裝 Reopen：1F CHANEL、DIOR、8F 紅豆食府
- 改裝：2F 服飾區、3F 珠寶區、4F 戶外區、5F 西服區、6F 鍋具區、視聽影音區

天母店

桃園中壢店

- 與桃園市民卡合作，強化在地顧客連結
- 暑假期間舉辦蚊子電影館，增進親子互動
- 改裝 New open：6F 運動休閒童裝區
- 引進：GIORGIO ARMANI、1010 湘
- 適逢 20 週年慶，由店長帶領一級主管登上玉山主峰，象徵中壢店登峰造極、開創新局
- 舉辦「SOGO 20 幸福公益愛心捐血」，共計募集 150 袋熱血
- 與亞洲電台合辦「幸福聯合晚會」，歡慶中壢店 20 歲生日



新竹店 Big City 館

- 結合購物中心打造流行休閒娛樂之巨大城堡，與市民生活緊密連結之百貨
- 收集 50 個以上環保相關品牌及 100 場以上親子客層活動，積極經營 CSR 議題，打造最友善百貨空間
- 引進差異化品牌，新竹 SOGO 獨家佔比約四成
- 新竹最齊全之運動品牌購物通路
- 全新【吃四方 Eat For Fun】餐廳輕食區，引進歐亞多國特色料理，並設置貼心休憩座椅區
- 視覺與話題創新再造：聖誕最美打卡景點～「SNOOPY 與好朋友的滑雪場」、「日本展氣氛裝置藝術」、「SOGO 小學堂」等開創新局



新竹店 站前館



- 滿足商圈內顧客之需求，打造為「讓顧客天天想來的百貨公司」
- 以「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
- 改裝 New open：B1 3 大集團少女裝複合店、1F 化妝品 -POLA/PAUL & JOE、2F UCC café、10F 3C- 螞蟻數位
- 改裝 Reopen：9F 運動 -adidas/originals/Reebok、12F VIP LOUNGE 擴建
- 舉辦創意活動：Cargo Bike 餐車市集、劍玉世界盃亞太地區選拔賽、高雄模型藝術祭

高雄店

經營績效

2018 年度 SOGO 營業總額為新台幣 433.44 億元，營業收入已連續成長，其中 2018 週年慶業績為 108 億元，創歷年新高。公司財務狀況之審查主要是透過每日業績報表，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。SOGO 之營運績效、獲利目標、股權分布與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）合併於年報及法人說明會時揭露。

單位：新台幣仟元，每股盈餘（稅後）單位為新台幣元

	2016 年	2017 年	2018 年
營業收入 (IFRS) 總額法	42,666,434	42,807,652	43,344,369
銷貨收入	42,255,581	42,315,810	42,847,338
其他	410,853	491,842	497,031
營運成本	34,930,696	35,269,246	35,778,506
銷貨成本	34,763,033	35,098,070	35,594,107
其他	167,663	171,176	184,399
營業費用	5,403,834	5,431,197	5,283,313
員工福利	1,368,660	1,359,154	1,307,569
廣告費用	264,398	264,234	247,158
其他	3,770,776	3,807,809	3,728,586
營業利益	2,331,904	2,107,209	2,282,550
營業外收支 (淨額)	(1,322,664)	(1,412,852)	(1,452,862)
稅前淨利	1,009,240	694,357	829,688
稅後淨利	501,083	395,698	428,934
每股盈餘 (稅後)	0.61	0.48	0.52
股東權益報酬率 (%)	4.72	3.71	3.95
資本額	8,280,000	8,280,000	8,280,000

更多資訊 公開資訊觀測站 (2903) <http://mops.twse.com.tw/mops/web/t146sb05>

SOGO 販售琳瑯滿目的商品，2018 年仍以化妝品、精品、女性服飾及用品為主要營業額來源，佔總營業額 51.9%，餐飲、家電與超市食品之業績，也皆維持穩定。商品力穩固，是許多國際品牌進入台灣市場的首選，也反映在化妝品銷售業績占比連年成長。



創新優化

環視消費市場購物習慣與消費模式的轉變，SOGO 除持續發展新零售模式、開發新業種、追求商品特色、推動實境服務，並強化捷運便利圈及無現金生活圈，發揮捷運百貨之優勢。

SOGO 將創新主力放在提供顧優質、新穎、舒適以及具有國際視野的購物環境，2018 年投入在創新上的資源大約佔毛利的 3%，主要用於軟 / 硬體設備升級、數位化、提供顧客更優質的購物環境、以及強化與消費者溝通；2019 年預計投入 5% 毛利於創新。

台北大店整合配置 提升購物體驗

因應百貨業大微利時代來臨，SOGO 盤點戰力，整合資源，2015 年起逐步整合忠孝館、復興館、敦化館為 SOGO 台北店，以台北大店的概念，打造各具風格的「東區時尚購物金三角」。從公司內部組織、人力與招商整合著手，透過共同行銷的方式，促動發展潛力，不僅滿足顧客需求，也創造更好的商品與獲利。

SOGO 百貨以「只要最好」，和「絕不安於現狀」的堅持，鞏固商品力，成為許多國際品牌進入台灣市場的第一選擇，包含 TOM FORD、Sisley、Celveke、ADDICTION、雪花秀等等化妝品品牌，首櫃皆設在開幕迄今超過 30 年的忠孝館，該館一樓 210 坪的空間，進駐 51 個化妝品品牌，有數個全台業績櫃王，每年業績冠全台，達 30 億元，使忠孝館有「美妝天后宮」的美譽。

復興館為「時尚精品標竿」，是全台唯一集結 Louis Vuitton、CHANEL、HERMÈS、Cartier 等四大法國精品之百貨，更引進 8 個香氛品牌打造「香氛殿堂」，diptyque、10/10 HOPE、L'OCCITANE 都是全台業績店王。敦化館則以頂級保養沙龍為定位，全館包括蘭蔻、肌膚之鑰、嬌蘭、Sisley、La Prairie、LA MER、SK-II 等 7 家提供護膚沙龍的頂級保養品牌，洞察高端消費者的喜好，主打高隱私性。

精準規劃下，2018 年 SOGO 台北三大店創下 286 億元業績，並以復興館最為亮眼。該館不只有完整精品櫃位，更攜手日本最大藝術品集團 - 白石畫廊，舉辦國際當代藝術競投展，與紅酒大展等活動，年度業績 132 億元，首度超越忠孝館，去年相比成長 5.5%。

東區商圈共榮

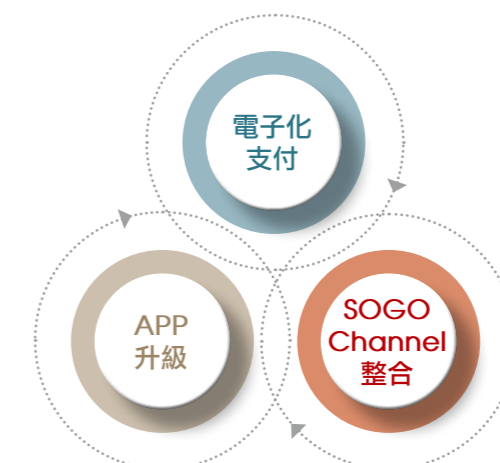
SOGO 台北店忠孝館、復興館、敦化館位於東區商圈，擁有捷運連線、餐飲林立、品牌多元、眾多特色店家的優勢，商業氛圍濃厚，因此，SOGO 主動與商圈內商家建立關係，連結商圈，創造共榮。2017 年推出「快樂東區 幸福商圈」地圖，邀消費者在周邊商店消費集點受到好評。2018 年 5 月 14 日至 7 月 8 日期間二度推出，集結周邊 32 家網美 IG 打卡愛店，邀請消費者品嚐美食、打卡分享，打造「台北第一美食商圈」。



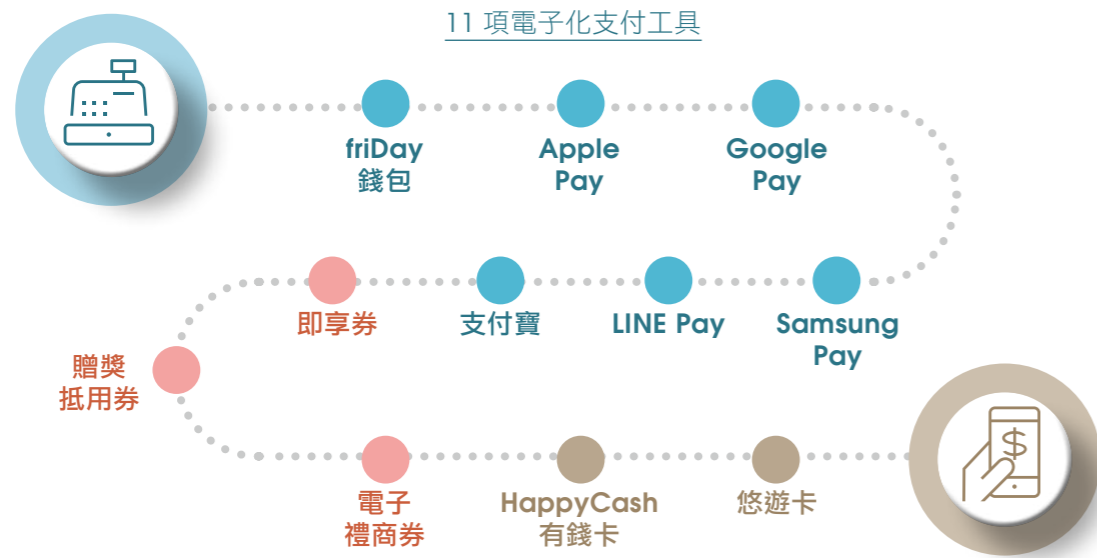
因應滑經濟 主打數位金三角策略

數位時代變化，滑經濟的戰國時代來臨，SOGO 對應消費習慣改變，在重點策略上，主打數位金三角，包含「電子化支付」、「APP 升級」、「SOGO Channel 整合」。

SOGO 數位金三角



為創造更便捷、快速的支付環境，SOGO 力推跨境 O2O (Online to Offline) 創新金融服務，成為支付寶在台第一家合作的百貨公司，為行動支付服務開創新頁外，目前已支援 11 種電子化支付方式，在服務流程中讓顧客習慣節能減碳的購物模式。



SOGO 自 2015 年推出 APP 後，到 2018 年底已累積超過 13 萬下載次數，因應消費者以手機為主要的生活、消費型態，SOGO APP 持續改版升級，消費者除了可以獲取各種百貨店鋪資訊，更可透過 SOGO 即享券，取代傳統的紙本禮券，減少傳統禮券造成的環境成本。2018 年 SOGO 的即享券、電子禮商券、電子抵用券共發出逾 3 億元，對比 2017 年成長超過 5 成。未來 SOGO 將成立 APP 改版專案小組，持續優化顧客體驗。

為強化數位與社群經營，SOGO 於 2017 年 3 月成立「數位行銷」部門，讓數位溝通發揮即戰力，2018 年並進一步將數位行銷力整合成 SOGO Channel。由專責企劃、小編、美編人員，全力發展 Facebook 粉絲團、Instagram、Youtube、Line@ 生活圈等社群平台。

SOGO 推播高品質內容，貼文 9 成以上都是原生圖文影片，並以直播方式，增加雲端消費者臨場感，2018 年台北店就舉辦過與藝人黑人合作的特賣直播，以及顧客活動「小小顧服員體驗」直播。截至 2018 年底，Facebook 粉絲超過 21 萬、光是台北店的 Line@ 生活圈好友超過 6.8 萬人；2018 週年慶期間，觸及高達 495 萬人次。

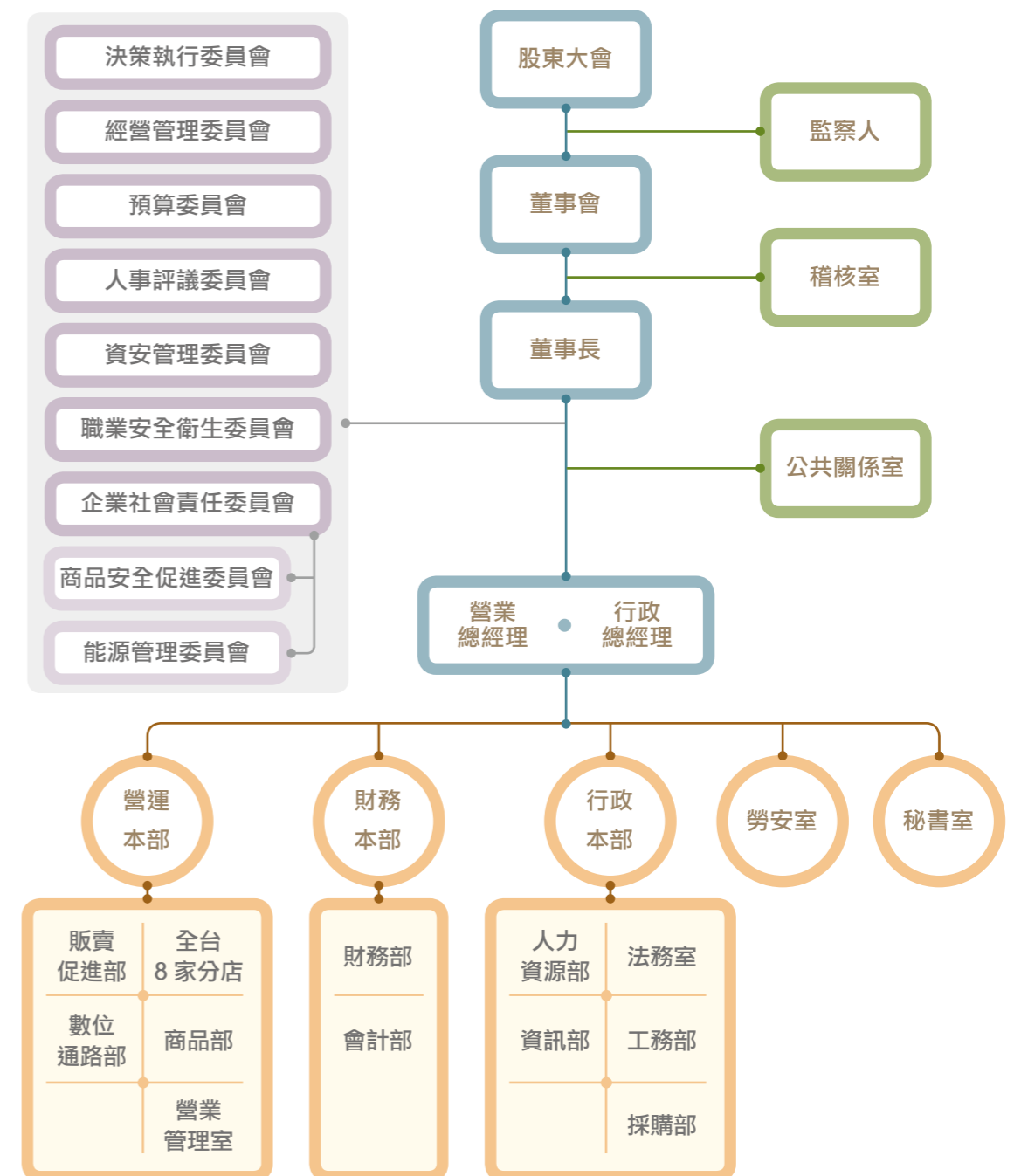


1-2 公司治理與永續管理

治理機制

組織架構

公司組織架構於董事會下設有董事長室、營業總經理室與行政總經理室，營業總經理負責統籌前線賣場營運作業；行政總經理則管理後勤行政運作，彼此相輔相成、分層管理、相互分工合作，共同以公司營運方針為最高指導原則，創造公司最大利益。



董事會

SOGO 最高治理單位為董事會，設有五名董事與一名監察人，以具備相關產業之專業與管理經驗作為遴選標準，於股東會進行選任，由董事互選一人為董事長。董事會由董事長召集，如有臨時議案則另行召開臨時董事會。2018 年召開董事會 3 次（日期 3/19、7/25、10/23），董事均親自出席，董事出席率 100%，監察人列席率 67%。

董監事任期為三年一任，連選得連任，2017 年 6 月 16 日召開股東常會，改選董事與監事，目前 SOGO 董事為徐旭東、黃晴雯、黃茂德、王孝一、李彬，監察人為王景益，董事成員中有 2 名為女性（40%），董監事平均年齡為 69 歲，其中 60 歲以下 2 名，60 歲以上 4 名。董事長由媒體界素負名望之黃晴雯女士擔任，董事會所有成員均能以其專業學識、洞察力、判斷力與創新力，帶領 SOGO 保有百貨零售業先驅地位。

職稱	姓名	性別	主要經（學）歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董事暨遠東集團董事長	徐旭東	男	<ul style="list-style-type: none"> 美國聖母大學碩士 美國哥倫比亞大學經濟研究所研究 交通大學管理學名譽博士 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 政治大學新聞系 美國加州州立大學聖地牙哥分校影視傳播碩士 	<ul style="list-style-type: none"> 太平洋崇光百貨（股）公司董事長 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 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 中華民國百貨零售企業協會常務理事
董事	黃茂德	男	<ul style="list-style-type: none"> 中興大學法學碩士 	<ul style="list-style-type: none"> 太平洋崇光百貨（股）公司董事 太平洋崇光文教基金會董事 徐元智先生紀念基金會董事暨執行長 遠東集團法律顧問 太平洋流通投資公司董事
董事	王孝一	男	<ul style="list-style-type: none"> 中興大學工商管理系 台灣大學管理研究學分班 	<ul style="list-style-type: none"> 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	李彬	女	<ul style="list-style-type: none"> 美國伊利諾大學香檳校區會計碩士 	<ul style="list-style-type: none"> 遠東集團新經濟發展總顧問
監察人	王景益	男	<ul style="list-style-type: none"> 中國國際商業銀行行員 勤業會計師事務所前所長 國立成功大學商學院商學士 美國伊利諾大學商學院會計碩士 美國哈佛大學商學院高級管理研究班 	<ul style="list-style-type: none"> 元智大學董事 上銀文教基金會董事 宋作楠先生教育基金會前董事長及董事 法鼓山人文基金會董事 盟立自動化（股）公司獨立董事 永生生技（股）公司獨立董事

更多資訊 董事會成員 <https://www.sogo.com.tw/csr/3-2-1.php>

內控監督單位

SOGO 為健全公司營運管理，於公司內部設立 7 個委員會，強化公司治理能量。

委員會	執掌說明
決策執行委員會	<ul style="list-style-type: none"> 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 至 2 週召開一次會議
經營管理委員會	<ul style="list-style-type: none"> 針對公司經營方針，釐訂經營目標，以及策畫達成目標所須採取之各項方案 董事長召集，經理級以上主管出席，遠東集團董事長列席參加 每季召開一次會議
預算委員會	<ul style="list-style-type: none"> 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 負責審查預算及預算執行結果 報告及檢討該季預算執行結果、追加預算之執行進度及預計績效目標 每季召開一次會議
企業社會責任委員會 (簡稱「CSR 委員會」)	<ul style="list-style-type: none"> 推動及監督公司治理、企業承諾、社會參與及環境保護四大構面專案的成效 由執行秘書小組定期向董事長報告，並負責編製《企業永續報告書》 委員會下設「商品安全促進委員會」，專責商品安全管理專案之長期推動；「能源管理委員會」，推動綠色營運文化及能資源管理
人事評議委員會	<ul style="list-style-type: none"> 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 階級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
資安管理委員會	<ul style="list-style-type: none"> 依據 SOGO 制定之個人資料保護管理政策及作業程序，作為處理顧客、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	<ul style="list-style-type: none"> 職業安全衛生最高決策單位，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

註：SOGO 非上市上櫃公司，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 投資人資訊 <https://www.sogo.com.tw/csr/3-2-2.php>

稽核機制

董事會下設有獨立之稽核室，稽核主管任免須經董事會同意，另設置專任稽核人員。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，擬定年度稽核計畫，依據稽核結果提出改善建議、追蹤後續改善成果，定期將稽核結果提報董事會。

永續 DNA

CSR 委員會

SOGO CSR 委員會負責推動及監督 CSR 計畫。CSR 委員會視議題召開討論會議，由行政副總經理擔任執行長主持會議，各部門主管皆須與會，由執行秘書小組工作報告，各部門專案報告，針對 CSR 議題進行跨部門討論與資源整合。CSR 委員會下另設「CSR 執行秘書小組」，負責 CSR 策略推展與各項專案推動與追蹤，以及統籌《企業永續報告書》之編製。

CSR 推動機制

從 2007 年開啟 NEW LIFE 工程，到 2015 年訂立為「SOGO CSR 元年」，都是 SOGO 導入 CSR 精神的重要里程碑。SOGO 每周召開之決策執行會議，由董事長凝聚高階管理階層之共識；每月召開之店長會議由一級主管進行專案討論，並於每月理階督會會議進行宣導與溝通，達成最後專案內容確認。CSR 專案經 CSR 委員會執行秘書小組開會討論，會後由 CSR 委員會執行秘書小組提報董事會，經董事會同意後執行專案。

永續意識

1 Step 植入 · 每一天

「CSR 訊息分享」專欄每天與同仁分享 CSR 相關新聞、案例學習或最新政策等，將企業社會責任之精神融入企業文化與同仁工作態度中。同時也將相關資訊張貼於 SOGO CSR Facebook 粉絲團，讓同仁與顧客都可以一同了解 SOGO CSR 最新成果與發展趨勢。



2 Step 創新 · 每一季

為了讓 CSR 觀念深植於 SOGO 全台各據點同仁心中，SOGO 每季舉辦 CSR 教育訓練課程，由外部講師或 CSR 執行秘書小組分享國內外 CSR 最新資訊以及實務操作心法，課程中以工作坊形式進行分組討論，引導各功能部門主管將其職責與 CSR 各面向結合，並從中獲得回饋建議與創新提案，評估未來可行性與推動方式。

3 Step 激勵 · 每一年

自 2015 年開始每年舉辦「SOGO CSR 最佳貢獻獎」徵選，報名專案須具備 SOGO NEW LIFE 精神—Caring 關懷、Sustainability 永續、Reliability 安心，以作為全公司同仁效法學習之楷模。由 CSR 委員會成員擔任評審團，遴選出 10 名得獎者，2018 年第四屆 SOGO CSR 最佳貢獻獎獲獎專案涵蓋創新營運、餐飲安全、綠色環保、安全健康等面向，得獎者由遠東集團徐旭東董事長於春酒晚會中頒獎。



4 Step 檢核 · 每一同仁

SOGO 在 2016 年首度針對全體同仁實施「CSR 認知程度問卷調查」，藉由調查過程了解 CSR 工程推動成效及擴散 CSR 精神，並作為公司擬訂永續經營策略之參考資料。2018 年調查結果顯示，87.8% SOGO 同仁重視公司是否注重企業社會責任，顯示 CSR 內化有成；83.2% 同仁認同 SOGO 有持續將企業社會責任融入日常營運，較往年提高 2.2%；86% 同仁認為公司積極舉辦環保活動並落實節能政策；高達 89.7% 同仁認為 SOGO 為顧客提供的商品或服務是安全可靠的。針對認知程度較低的公司治理面向，未來將透過 CSR 訊息分享專欄加強向同仁說明。

顧客 CSR 支持度

為瞭解顧客對於 SOGO 推動 CSR 之態度，SOGO 自 2016 年起特別在顧客意見調查中增加「企業社會責任落實與管理」構面，檢視推動績效。在 2019 年初，以 2018 年曾在 SOGO 消費的 Happy Go 會員為調查對象，針對品牌、CSR 執行效益、消費者認知等面向進行調查，回收 1,068 份有效問卷，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差為 ±3.0%。顧客整體滿意度達 8 成 6，其中服務、商品與人員專業度，都有 8 成以上消費者給予肯定。高達 73.3% 顧客肯定 SOGO 的環保作為，更有 77.1% 消費者對於 SOGO 落實與管理企業社會責任感到滿意，對比前一年度成長超過 10%。

外部組織參與

SOGO 透過參與外部協會會務，與產官學各界交流溝通，以火車頭角色扮演意見領袖，帶領百貨業共同前進，推動國內外及兩岸協助推動各項事物。此外，SOGO 也積極參與國內外 CSR 相關盛事，2018 年共計獲得 18 個國內外 CSR 相關獎項以及 6 項評選 / 驗證。

SOGO 持續參與的協會有「中華民國百貨零售企業協會」及「台北市百貨商業同業公會」。SOGO 在 2017 年正式加入台灣企業永續研訓中心 (CCS)，期許與 CCS 各績優會員企業一同發揮企業影響力，推廣企業永續理念，打造優良的供應鏈及消費環境，善盡企業社會責任，創造百貨業與國內社會發展的多贏局面，帶動國內企業標竿學習風潮，與所有會員企業共同攜手邁向永續發展。

1-3 風險管理

誠信經營與企業廉潔

基於誠信的營運方針，SOGO 的營運過程皆遵循內外部法令規範，且依據最新頒布之法令，新增及修改內部標準作業程序。各部門對外合約均須透過法務室審核，同時要求全體同仁在工作中應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。

反貪腐

SOGO 往來廠商眾多，為規範本公司同仁與廠商合乎企業誠信之往來關係，由董事會責成法務單位研擬〈企業廉潔條款〉於各項相關契約中，作為 SOGO 道德誠信及從業行為之基本原則。針對同仁，SOGO 於《員工手冊》制定員工道德規範，新進人員教育訓練時，會針對工作規範明確宣導，及說明獎勵事項與相關違規懲戒項目，例如不得怠忽職守、私自攜出公司之金錢或商品、以不正當手段圖得私利等。

反貪腐是同仁在工作上的最基本要求，除新進人員工作規則培訓課程外，採購部亦特別不定時利用部內例行會議，重申採購人員廉潔之重要性及必要性。若有採購弊案相關新聞時，採購部主管亦會透過機會教育，提醒與強化採購同仁廉潔要求。

SOGO CSR 網站設有「企業廉潔」專區，利害關係人可透過線上舉報系統，檢舉任何不當行為。如有道德廉潔相關疑慮，可向稽核室提出諮詢；舉報事件直接交由稽核室進行調查與處理，2018 年舉報貪腐事件為 0 件。

六大風險控管

在全球化的影響下，世界各地的經濟貿易問題緊密關聯，且近年來包含全球的氣候變遷問題，與商品安全議題都十分受到大眾關注；物聯網時代來臨，電商興起，各種新的消費模式快速崛起，外部環境的風險與劇烈變化，對百貨零售業而言是很大的挑戰。

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所帶來之威脅與機會，藉此積極發展因應對策，針對不同潛在風險類型制訂因應策略。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，期望 SOGO 能穩健經營與永續發展。

目前 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、行政及財務等部門主管，定期針對公司營運釐定方針，視實際需要成立專案，定期追蹤執行成果。

風險類型

外部環境與風險

因應對策



經營風險

電子商務及無店面通路消費模式快速崛起，促使消費者購物行為改變；各大百貨公司展店佈局空間漸趨飽和，成百家爭鳴新競爭時代。

- 大數據分析消費者購物行為
- 強化顧客消費偏好與習性之掌握
- 整合性推動樓層調整與商品配置
- 提升服務品質與購物體驗
- 結合實體店面及虛擬通路之優點，建立虛擬整合的購物新通路
- 以全方位複合式經營以及提升體驗的新思維，調整商品、環境及服務



財務風險

受大環境景氣及競爭加劇影響，營收成長受限之現狀，營運過程中之開源節流是能否獲利之關鍵因素。

- 加強專案控管，追蹤專案需如期完成
- 妥善控管資本支出與成本，減少不必要之浪費



人員風險

近年服務業大量徵才，優秀人才選擇機會多，而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。

- 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



供應鏈風險

顧客對於食安議題重視已成常態，法規亦逐漸加強對食品安全之管理。

- 深化供應鏈管理機制
- 強化與外部評核之結合，以客觀標準進行供應鏈之管理

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，以避免發生錯誤之行為



資訊安全風險

資訊多元化應用時代，從行銷階段到購物階段，涉及顧客個人隱私與交易資料安全問題，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



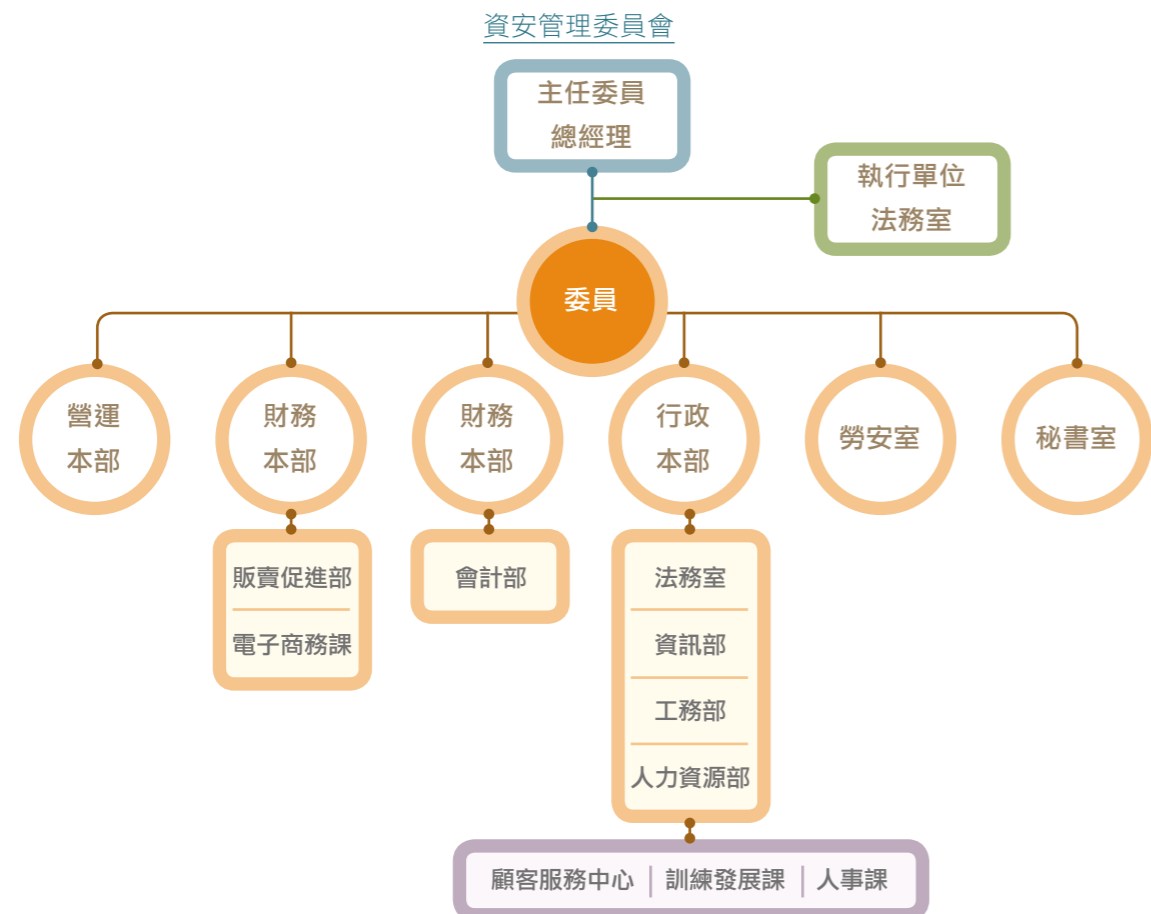
環境災害風險

氣候急遽變遷使國內外日益重視環境保護與能資源管理，可能成為主管機關對能資源耗用與溫室氣體排放的納管對象，或影響營業場所安全。

- 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

隱私權保護

鑑於百貨業接觸之個人資料數相當龐大，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，SOGO 設有「資安管理委員會」，由總經理擔任主任委員，另邀集掌握個資的相關業務單位擔任委員。資安管理委員會派員參與「台灣個人資料保護管理制度 (TPIPAS)」管理師課程培訓並考試合格，取得「TPIPAS 個人資料管理師」證書，全面提升資訊安全管理能力。



「資安管理委員會」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，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。

〈個人資料保護管理政策〉為 SOGO 處理顧客與同仁資料之依據，經資安管理委員會核定後發布。同仁與廠商如有個資相關疑慮，或有個資外洩之虞的事件發生，由各對應權責部門及資安管理委員會處理。顧客如有個資方面之疑慮或要求，可透過客訴管道處理，此外，全台各據點多採一櫃一機的結帳方式，顧客在櫃位即可完成結帳程序，除了節省時間，亦可免除卡片離開視線造成洩漏隱私之虞。2018 年無發生個資外洩等相關情事。

更多資訊 個人資料保護管理政策 <https://www.sogo.com.tw/home/terms>

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。該公司已取得 ISO 27001 (ISMS) 認證，並遵循台灣個人資料保護管理規範 (TPIPAS)，所有快樂購卡友資料，皆受快樂購之會員資料主機進行嚴格之加密與保管，並且於顧客滿意度調查執行階段，亦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. 電話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

法規遵循

SOGO 透過每日內部《朝會日報》與線上公布欄等管道，向所有同仁宣導法令規範；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。2018 年度 SOGO 違規受罰事件如下，單一個案皆已完成改善，並於內部加強宣導，避免再度發生。

2018 年受罰事件（按區域排序）

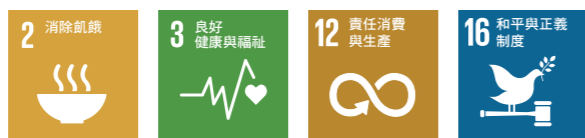
據點	違反法規內容	改善辦法
台北店 忠孝館	外籍舞者未具備工作許可證，勞動部裁罰新台幣 15 萬元	人資部在公司重要會議中提醒各部，若有聘僱外籍人士工作，不論是自聘或委外，皆必須詳細檢查相關工作證件，並要求「提供證件查驗」之相關說明。
中壢店	部分商品暫置於貨梯梯間，桃園市政府裁罰新台幣 6 萬元	第一時間完成物品清理，並於內部宣導建築物法規，複檢合格。
中壢店	同仁之加班費計算方式未將值班津貼列入每小時平均工資計算基礎，桃園市勞動局裁罰新台幣 2 萬元	預定於 2019 年 1 月起，從優將值班津貼列入加班費每小時平均工資計算基礎。
新竹 Big City 館	因中水回收不足，新竹市環保局裁罰新台幣 30 萬元	2018 年 11 月完成中水回收系統修復。
高雄店	頂樓噪音過大，高雄市環保局裁罰 1.2 萬元	斥資改善頂樓設備噪音問題，複檢後符合管制標準。

2 QUALITY 優質商品力 GOODS

特輯 P.42 百貨業規模最大的台灣在地小農展

SOGO 致力於提供豐富的商品，滿足全客層的購物需求，透過招商評選優良專櫃廠商、簽署〈供應商企業社會責任承諾事項〉等領先業界的程序，讓顧客安心購買；同時，與廠商維持共好的夥伴關係。

SDGs



回應永續議題

- 商品品質與安全
- 商品標示及行銷溝通
- 供應鏈管理

重要利害關係人

- 顧客
- 承租廠商（專櫃）
- 供應商
- 媒體

TCSA 企業
最佳單項績效獎
供應鏈管理獎
連續兩年獲獎

全台百貨規模最大
台灣在地小農展

榮獲環保署
低碳產品獎勵

售出綠色商品
13 萬件

2018 年簽訂
3,738 份
〈供應商企業社會
責任承諾事項〉

顧客商品安全
滿意度 8 成

2-1 供應鏈管理

供應商規範

SOGO 合作廠商主要有承租廠商與供應商兩類，承租廠商為百貨專櫃、超市和餐飲專櫃，供應商為工務類與庶務類廠商。SOGO 規範所有廠商皆須遵守合約內之〈企業社會責任條款〉與〈供應商企業社會責任承諾事項〉。

企業社會責任條款

2014 年起，廠商合約中增訂〈企業社會責任條款〉，確保消費者於 SOGO 所購買的商品，皆能符合法規規範，針對有危害消費者健康疑慮的產品，SOGO 保留主動下架權利。截至 2018 年累計共 3,910 家廠商簽訂〈企業社會責任條款〉，包含專櫃廠商 3,854 家、庶務類供應商 56 家。

供應商企業社會責任承諾事項

2015 年起為加強供應鏈管理，經企業社會責任 CSR 委員會通過，再增訂〈供應商企業社會責任承諾事項〉，於每年換約時與廠商簽訂，約束廠商在產品及服務責任、勞工權益和人權保護、商品安全和食品衛生、環境保護等面向之作為，務必符合企業永續之精神，並促進供應鏈朝永續面向持續改善，2018 年共與專櫃廠商簽訂 3,738 份〈供應商企業社會責任承諾事項〉，另與工程類供應商簽訂 22 份〈供應商社會責任承諾書〉。

更多資訊 〈供應商企業社會責任承諾事項〉 <http://www.sogo.com.tw/csr/4-5-3.php>

管理與稽核機制

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，不定期進行實地勘查。

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
- 爭議性商品風險控管流程

餐飲專櫃

環境與衛生檢查：

- 每日專櫃自主檢核
- 每週 SOGO 餐飲課檢核
- 每月評比，頒發〈優良獎〉

相關檢測：

- 專櫃冰塊檢驗
- 外帶年菜器皿檢驗
- 飲用水檢驗
- 中秋禮盒檢驗

工務類廠商 / 庶務類廠商

- 請購採購驗收付款作業管理辦法
 - (1) 供應商評選
 - (2) 供應商合作規約
 - (3) 供應商品質改進會議
- 逐步增加綠色商品之採購金額比例
- 為發揮集團綜效，超過 100 萬之採購案由遠東集團聯合採購中心辦理，統一要求供應商簽署聲明書，內容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。

更多資訊 供應商管理 <https://www.sogo.com.tw/csr/4-5-1.php>

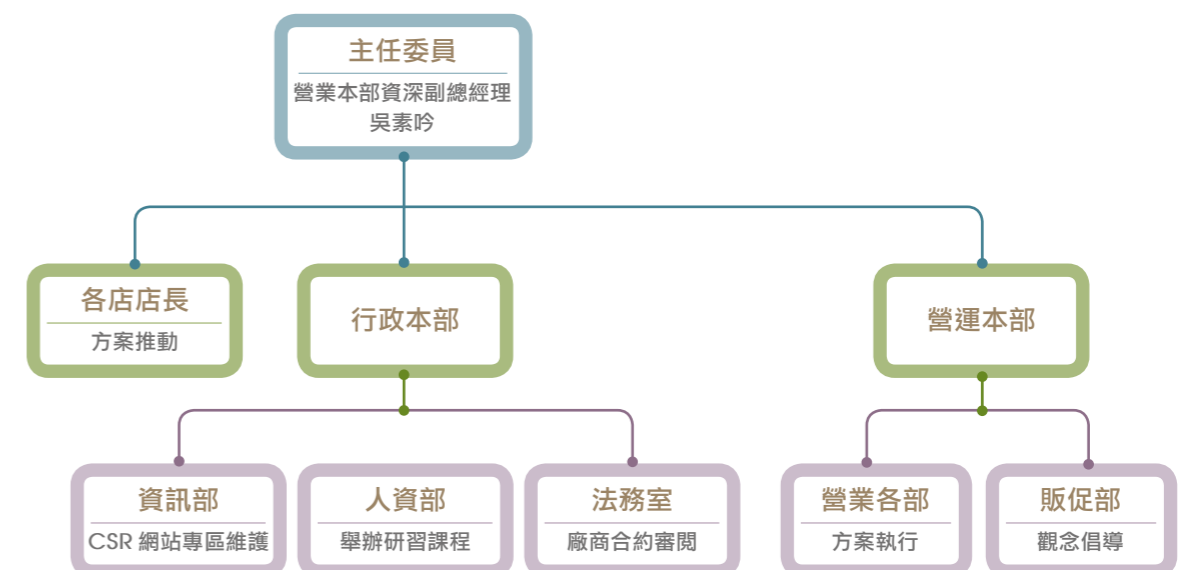
2-2 商品安全管理

商品安全促進委員會

SOGO 領先同業於 2015 年成立「商品安全促進委員會」，為顧客把關上架販售之商品與餐飲專櫃，同時降低營運風險。委員會隸屬於「企業社會責任委員會」，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任委員，成員由各店店長、相關營業單位、販促部、資訊部、人資部以及法務室共同組成，主要負責推動商品安全管理計畫之各項工作及教育訓練。

透過委員會運作，讓商品安全管理從「我（SOGO）」到「我們（利害關係人）」一起合作，持續落實專櫃商品安全和食品衛生管理，以〈企業社會責任條款〉與〈供應商企業社會責任承諾事項〉約束廠商，歷年來，「商品安全促進委員會」已經推動了各項重要專案，確保顧客購物的安全。

商品安全促進委員會組織架構



商品安全促進委員會歷年推動重點專案

2015
商品安全專案

黑心商品充斥年代，SOGO以全心投入CSR，強化顧客信任。SOGO聯合供應商的力量，以18項行動方案，打造百貨界第一且唯一的「食安管理」典範，提升品牌形象，使152萬人次受惠；SOGO因此被媒體封為「百貨業CSR模範生」。

2016
餐飲安全網

近年餐飲躍升為百貨業發展主力，2016年餐飲已佔業績近20%。然而食安問題卻是健康隱憂。SOGO打造「餐飲安全網」，對抗社會延燒多年的食安議題。「餐飲安全網」的組成為：資訊透明化的「雲端食安網」、管理精實化的「內部管理網」、觀念普及化的「外部教育網」。

此舉回應聯合國「永續發展目標」(SDGs)目標三：確保健康及促進各年齡層的福祉，以及目標十二：確保永續的消費與生產模式。

2017
拒用美耐皿專案

美耐皿餐具遇熱會釋出三聚氰胺，長期使用恐罹癌。為了顧客「食」的健康與安全，SOGO攜手全國8店153家餐飲專櫃，短短兩個多月汰換員工餐廳、美食街及餐廳內用餐具，成為全國第一家拒用美耐皿餐具的企業，影響逾12萬業者，開啟台灣新食器時代。

2018
無痕飲食

2018年7月起號召每年數百萬人次的餐飲顧客，自備餐具，一起加入「無痕飲食」行列。持續回應SDGs目標三：確保健康及促進各年齡層的福祉，以及目標十二：確保永續的消費與生產模式。

商品管理機制

商品檢驗

商品與服務是百貨零售服務業營運兩大支柱，顧客因著信賴而來店消費。為了讓顧客更加安心，SOGO擔負起把關的角色，除了慎選供應商並與之簽訂〈企業社會責任條款〉外，更主動將行銷檔期商品或贈品送檢驗，讓顧客更安心。

重點商品檢驗

每逢週年慶，顧客最期待的就是兌換週年慶的人氣來店禮。SOGO百貨自1987年開業以來，承襲日系對於商品與服務的嚴謹把關傳統，每年週年慶，都會特別將「器皿類」的來店禮贈品送檢驗，以確保顧客安全，嚴謹的把關一直延續到現在，至今已經30年。

受檢數量：

檢驗頻率：每年一次
檢驗時間：9-10月

2015年	2016年	2017年	2018年
15	24	24	48

SOGO針對飲用水衛生管理項目包含每季水質檢測，每半年清洗蓄水池；因應夏季餐飲用水使用量大增，向台北市環境保護局，申請檢驗餐飲專櫃的水質，檢驗項目有大腸桿菌群、總落菌數、濁度、色度、硝酸鹽氮、亞硝酸鹽氮、PH值。冰塊檢驗項目包含大腸桿菌群最確數、大腸桿菌最確數及生菌數。2018年受檢專櫃全數通過檢驗。

受檢數量：

檢驗頻率：每年一次
檢驗時間：5-6月

類別	2015年	2016年	2017年	2018年
專櫃冰塊	15	5	6	17
飲用水	13	26	20	26

每年農曆年將近，年菜預購進入高峰；自2016年起，SOGO不僅推出健康澎湃的年菜組，更主動將年菜「外帶器皿」送第三方單位檢驗，此舉領先政策一年，也創下了百貨先例。依據食品藥物管理署對「食品器具、容器、包裝檢驗」的規範，檢驗器皿的「含鉛量」、「含鎘量」、「鄰苯二甲酸酯類塑化劑」含量，2018年送檢容器全數「未檢出」前述任何危害物質，檢驗報告並張貼於SOGO CSR網站「商品安全專區」供民眾查閱。

受檢數量：

檢驗頻率：每年一次
檢驗時間：12月

2015年	2016年	2017年	2018年
-	5	5	5

商品標示檢查

SOGO直營超市每日針對商品標籤進行嚴格控管，於進貨時以批次為單位，100%落實檢核，確認商品標示之「產地」、「價格」及「保存期限」等資訊無誤，且與進貨單據核對，以層層關卡機制，確保上架商品標示之正確性。

餐飲衛生檢查

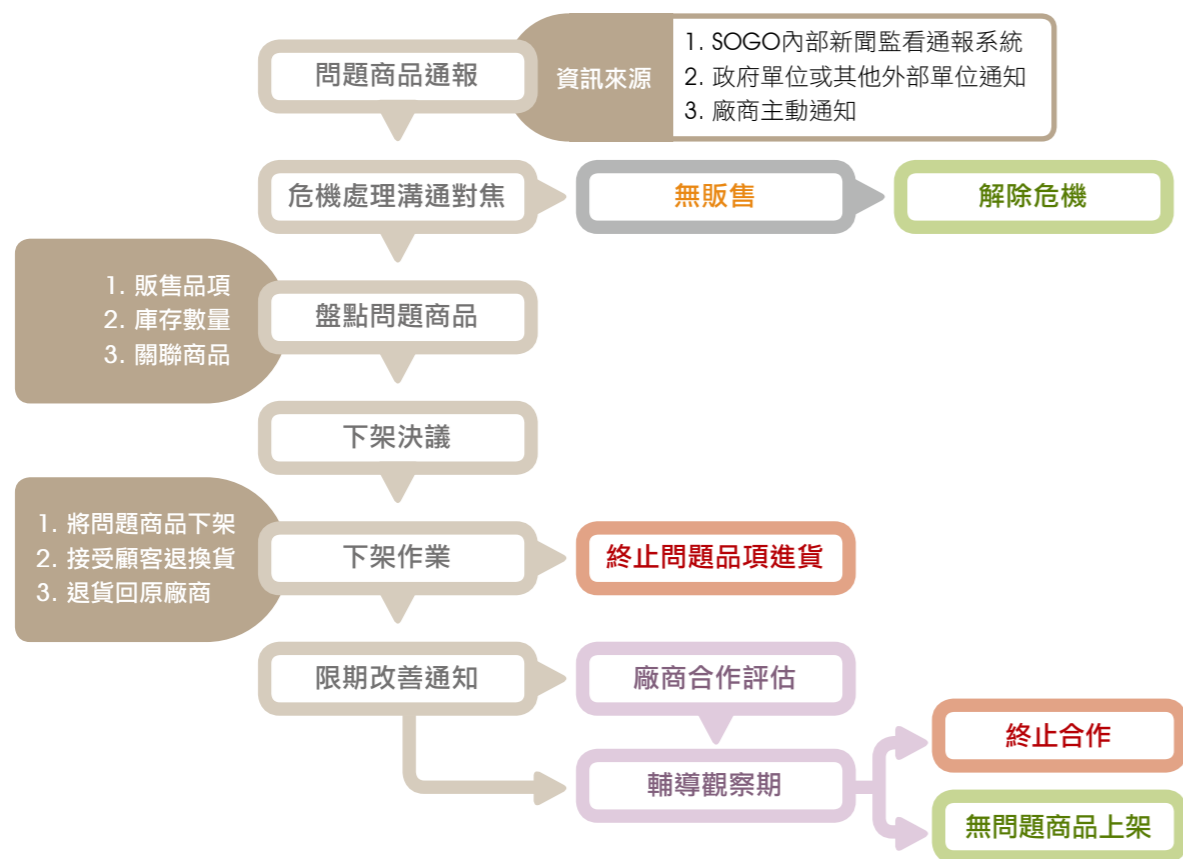
一向以提供優質服務自我要求，SOGO對於餐廳、美食街製備餐食的衛生清潔管理，更是謹慎把關，避免食物汙染造成顧客身體不適。依循台北市衛生局〈餐飲業衛生管理自主檢查〉規範，每日進行5大類、72項專櫃自主檢查，每週更由SOGO進行全面評核，讓衛生管理實踐於日常營運管理中。

問題商品下架流程

為了加強對問題商品的掌握，SOGO 在 2016 年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯各相關單位。當檢驗單位要求至 SOGO 進行抽檢，或是當媒體課每日的新聞監測與政府資訊監測，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。

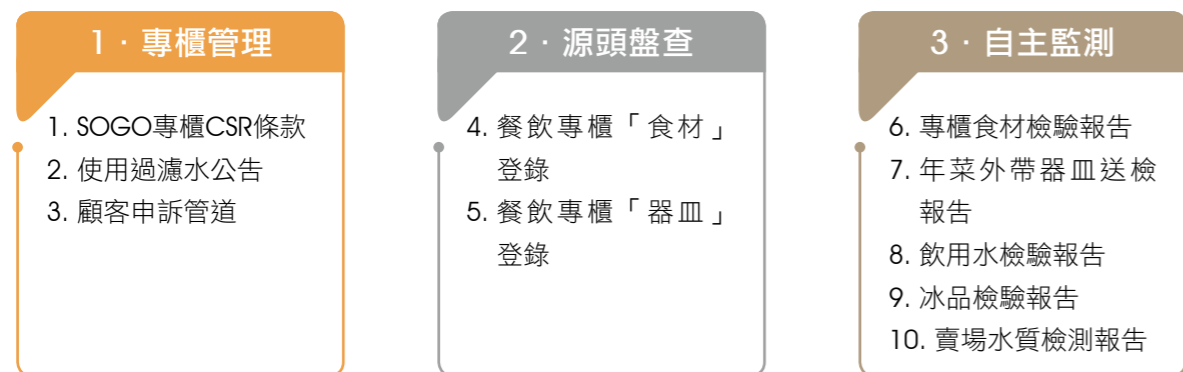
如未違反相關法規但為爭議性商品，SOGO 透過合約條款進行規範，視情節要求供應商配合預防性下架，並秉持顧客至上與誠信原則，提供退換貨管道，保障顧客權益及健康。

問題商品下架流程



商品資訊透明化

SOGO 將餐飲管理、檢驗報告、評核結果、食安知識等各方面的資訊，定期更新於 CSR 官網「商品安全專區」上，公告項目共計 30 類，資訊揭露最完整，顧客更放心。



4 · 商品檢驗報告

- 11. 來店禮贈品檢驗報告
- 12. 週年慶來店禮檢驗報告
- 13. 年菜外帶器皿檢驗報告
- 14. 端午節禮盒檢驗報告
- 15. 中秋禮盒檢驗報告
- 16. 食品檢驗報告
- 17. 化妝品檢驗報告
- 18. 家電容器檢驗報告
- 19. 嬰幼兒商品檢驗報告

5 · 流向追蹤

- 20. 廢油處理公告
- 21. 廚餘管理公告

6 · 評比公告

- 22. 每月優良獎公告
- 23. 衛生局評核結果公告

7 · 知識傳遞

- 24. 選購常識
- 25. 商品安全教育
- 25. 時事訊息
- 26. 相關連結
- 27. 餐廚達人賽
- 28. 商品安全線上課程
- 29. 線上DM
- 30. 線上《三片葉子的秘密》教育繪本

綠色消費

引進「無痕飲食」觀念

繼全面拒用美耐皿餐具、內用不提供一次性餐具後，SOGO 自 2018 年 7 月起進一步於美食街與員工餐廳推動「無痕飲食」，號召餐飲顧客一起加入「無痕飲食」行列。

「無痕飲食」是由網路社群發起的新生活運動，主張出門自備餐具，盡可能不留痕跡完成一天飲食。為實踐永續家園的承諾，SOGO 除了宣導之外，更逐步在美食街與員工餐廳推行「無痕飲食」-- 自備環保餐具盛裝外帶餐點享優惠活動，並於美食街設置水槽，方便顧客清洗環保餐具；同時，為了讓同仁與餐飲專櫃更了解無痕飲食的意義，特別邀請無痕飲食的發起團體與已實施的餐飲業者，分享如何在生活與營運中實踐，並透過討論解決執行上的困難，進一步落實無痕生活。


除了在店內實施外，SOGO 也透過自媒體與多元宣傳管道，推廣無痕飲食的環保理念。

綠色商品專區

SOGO 在實體賣場設置綠色商品專區，並透過在 DM 規劃特輯的方式，推廣友善環境的綠色商品與節能商品。

全台 SOGO 賣場的家電樓層，舉凡冷氣機、洗衣機等綠色家電商品，均在顯著地方強化「節能標章」的標示，提供消費者辨識並選購。SOGO 不定期舉辦各式綠色商品促銷活動，讓顧客能以最實質的優惠，力行環保節能。每年約售出 13 萬個具節能 / 節水 / 綠色商品標章的商品。



 SOGO 天母店是台北市第一家百貨業綠色商店，販售42類綠色商品，曾獲環保署〈綠色商店綠色行銷力評鑑〉績優單位。詳情可上環保署綠色生活資訊網查詢：<https://greenliving.epa.gov.tw/Public/GreenStore/Where#>

特輯 ▶

百貨業規模最大的台灣在地小農展



2018/11/22 台灣在地小農展遠東 SOGO 董事長黃晴雯（中）、小農展參展代表吳寶春（右）、策展人高靜玉（左）與現場參展小農代表合影，推廣當今當時飲食節能觀念，並呼籲大家一起支持台灣在地小農

為宣導飲食節能、產地到餐桌零距離，SOGO 台北店於 2018 年 11/22-11/25 舉辦為期 4 天、佔地 200 坪的「台灣在地小農展」，邀集全台 70 家、千種產品參展；並細分為生鮮區、海鮮畜牧區、加工品區與茶酒咖啡區等，是全台零售通路中最優質的小農盛會。

特色 1

以文創概念打造農產品市集

「台灣在地小農展」廣納來自台灣各地的當令無毒生鮮蔬果及優質農產加工品，每一項小農產品都有一段職人精神、用心栽培的故事，讓顧客的每一筆消費都可以支持小農友善土地無毒栽種的善念及善果，在消費過程中，對於台灣這片土地及所栽種的作物，可以產生更友善的回饋及生產循環。



特色 2

美食齊聚、現代版「芭比的盛宴」

平時僅出現於 VIP 餐會或頂級餐廳的 Chef Table(主廚餐桌)，也破天荒地在「台灣在地小農展」中登場。活動邀請來自中南部的「半島餐桌」與「Hero 英雄餐廳」北上參加，一中一西，廣受好評。其中來自恆春半島、集結 10 個社區特產的「半島餐桌」，將台灣最南端的小農特色物產透過料理手法一次呈現給大家，帶領顧客從吃來認識台灣在地食材，提供消費者全新的「FOOD」消費體驗。

特色 3

名人講座—在地農作物的聲音

除了參與盛會，SOGO 也期望藉由「台灣在地小農展」教育顧客「飲在地食當令」的低碳飲食，故邀請葉怡蘭、陳志煌等名人開講，介紹台灣當地食材的特色與魅力。



特色 4

關心永續台灣議題，美食、公益、環保兼具

「台灣在地小農展」中特別規劃農產百寶箱拍賣活動，活動邀請台灣之光吳寶春擔任「農產百寶箱」拍賣官，從參展小農中挑選最頂級的產品 3 箱，讓民眾舉牌競標，拍賣所得捐贈予長期關心台灣環境議題的台灣荒野協會。SOGO 董事長黃晴雯更將認購商品全數捐予食物銀行，讓一份善心發揮三倍效應。



特色 5

增設主廚採購時間，提高小農作物能見度

活動期間特別規劃「主廚採購時間」，邀請國內各大飯店及餐廳主廚前來鑑賞、選購食材，讓小農作物有機會登上 5 星餐桌。

挑戰

SOGO 素以擅長舉辦美食展聞名，無論是深具口碑的日本美食展，或是具集客魅力的台灣各地美食展，SOGO 實戰經驗豐富。然而首度舉辦佔地 200 坪的大規模「台灣在地小農展」，歷經近一年不斷的企劃、溝通。最大的挑戰在於——

Challenge 1.

全球暖化造成節令異常，農作物的開花結果超過經驗預期，因此參展的農產品品項直到開展前半個月才能確認收成狀況。

Challenge 2.

大多數小農是第一次進入百貨公司主流商業通路，須完整學習進場、布置、銷售話術、結帳流程……等賣場相關細節。

效益

這場具有原創性與實驗性，並囊括市集、講座、主廚餐桌及名店外賣於一堂的盛會，短短四天創下 470 萬新台幣的漂亮業績。

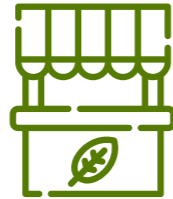
對顧客

無需奔波，即可便利買到全台各地優質產品。



對小農

從未預料過田裡的作物，可以在百貨當作精品賣！小農們從中不僅獲得實質收益，更賺到自信與成就。



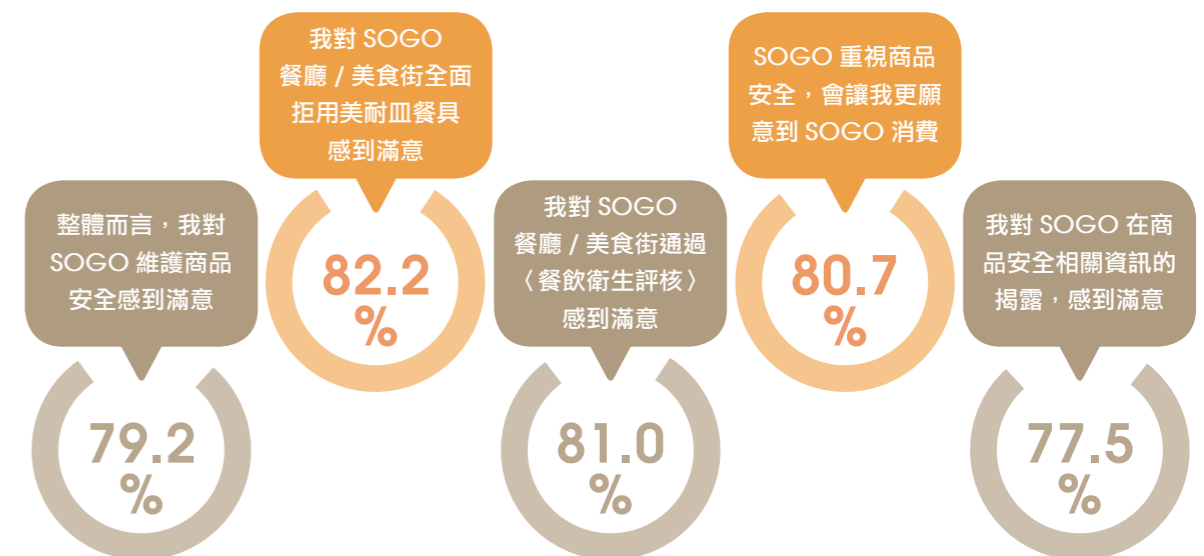
對 SOGO

舉辦差異性的優質活動，成功結合 CSR 與營運。



商品安全滿意度

SOGO 作為永續的平台，提供消費者高品質商品，以 2018 年整體商品安全滿意度而言，近八成顧客對於 SOGO 為商品安全把關的一系列舉措感到滿意，多項滿意度超過 8 成，顯示顧客肯定 SOGO 百貨對於商品安全的堅持。進一步分析發現顧客對於「SOGO 重視商品安全」和「資訊揭露」特別有感，未來 SOGO 會持續提供更完整的商品安全資訊，讓顧客更安心。



顧客對 SOGO 把關商品安全的各項政策中，認知程度最高的項目為「餐廳 / 美食街參加〈餐飲衛生管理分級評核〉」，2018 年與 2017 年相比，認知度成長 6.5%，達到將近七成；「各分店全面拒用美耐皿餐具」的認知程度，亦小幅增長 1.5%，達到 63.0%。

未來計畫

短期
2019-2020

建置食安 APP 從「資訊透明化」到「資訊行動化」

因應行動裝置發展與普及化，未來將在 SOGO APP 闢建商品安全專區，連結 SOGO CSR 官網登載豐富的餐飲管理資訊或政府食安雲網頁，讓顧客可以隨時查詢餐飲專櫃的食材檢驗報告、餐飲環境檢查結果等，讓顧客吃得更安心。

中長期
2021-2027

成立商品品質管理部門

安排專職人員管理全店的商品品質，管理潛在的風險物質，例如容器有毒物質之檢驗與管理。此外，將編撰《餐飲管理手冊》，讓管理者能夠有所依循。

3 TOUCHING 感動服務力 SERVICE

特輯 P.51 六大 CLUB 分眾服務貼近需求

SOGO 展現日系百貨精神，關心與滿足顧客的需求，包含服務人員應對禮儀、專業知識、雙向溝通機制及硬體措施的設置與維護等，均以顧客之舒適與安全為優先考量，持續朝「服務評價最好」之願景邁進。

SDGs

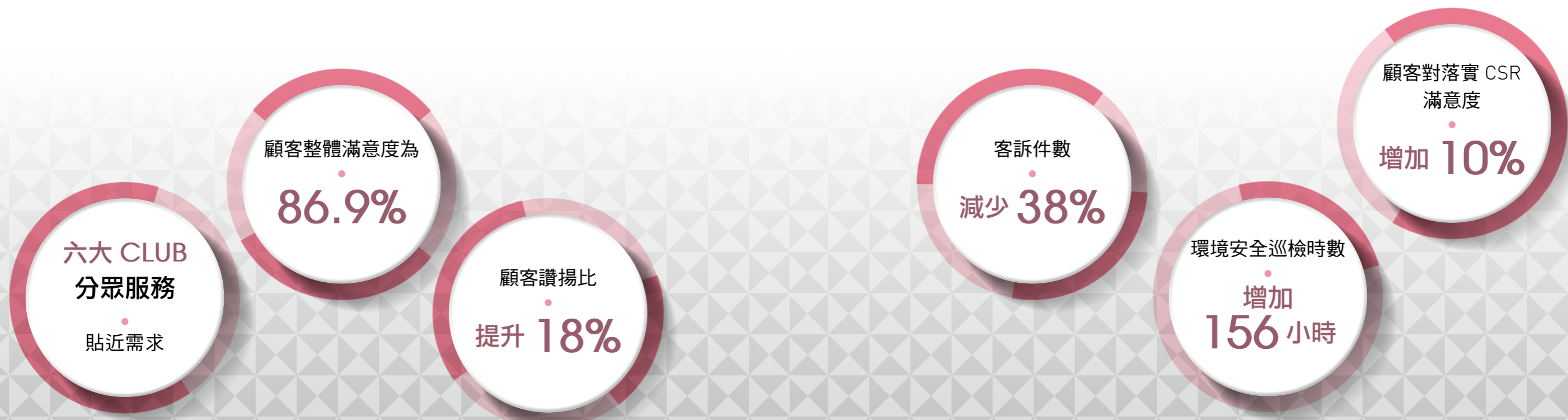


回應永續議題

- 顧客關係管理

重要利害關係人

- 顧客
- 員工
- 承租廠商（專櫃）



3-1 感動服務

服務體驗

SOGO 以業界「服務評價最好」為目標，視顧客如親，服務中融合了日系百貨的細膩與台灣的友善溫暖，創造有溫度、有質感的服務。每天開門與閉店時，由值班主管與顧客服務人員以 45 度鞠躬之姿，向顧客道聲「歡迎光臨」、「謝謝您的惠顧」。

顧客與電梯服務人員

SOGO 自 1987 年開幕以來，以獨立的顧客服務人員小組專門提供電梯服務，蔚為特色與傳統。除了大眾記憶中的「電梯小姐」外，2016 年更首度招募「電梯先生」加入服務團隊。至少 40 句的「電梯語錄」，搭配輕柔語調、優雅的招牌手勢，是顧客消費過程中，不可缺少的環節。

SOGO 訓練專業的顧客服務人員，以嚴謹的服務訓練制度，打造優質服務團隊，針對顧服人員的訓練包含：



顧服人員以發自內心的熱忱、親切的微笑、豐富且周到的服務敬語接待每一位蒞臨的顧客，創造專業、有禮的購物價值。



服務台與貼心服務

服務台多設置於各店 1 樓，回應顧客所有疑難雜症諮詢，如品牌位置、活動資訊等。並提供各項貼心服務，如外幣兌換、娃娃車／代步車借用、郵票代售、遺失物／拾得物處理等，盡力協助顧客。



<p>1</p> <p>顧客服務人員外訓 (兩天一夜)</p> <p>頻率：每年一次</p> <p>內容：服務心態、接待技巧、團隊共識、情緒紓壓</p>	<p>2</p> <p>新進人員專業訓練</p> <p>頻率：新人報到後，訓練為期三周，完成後方可上線服務</p> <p>內容：儀態、發音、接待技巧、店內指引、電梯操作…等</p>	<p>3</p> <p>彩妝課程</p> <p>頻率：半年一次</p> <p>內容：最新彩妝資訊及化妝技巧</p>	<p>4</p> <p>儀態訓練</p> <p>頻率：半年一次</p> <p>內容：站姿、走姿、敬禮動作、用語練習</p>
<p>5</p> <p>外幣兌換練習</p> <p>頻率：一季一次</p> <p>內容：外幣最新資訊及兌換練習</p>	<p>6</p> <p>外語廣播練習 (總機人員)</p> <p>頻率：一季一次</p> <p>內容：外語廣播練習、語音機台操作、播音技巧強化</p>	<p>7</p> <p>手語演練</p> <p>頻率：半年一次</p> <p>內容：寒暄迎賓式手語演練及測試</p>	<p>8</p> <p>服務案例研討</p> <p>頻率：不定期</p> <p>內容：服務案例分享、客訴處理技巧</p>

感動服務

- 購物不斷線**
周年慶期間，提供行動電源 / 充電線借用服務。
- 小紅帽兵團**
周年慶期間，派駐戴有紅色帽子的工作人員，協助顧客提重物。
- 更溫暖的語彙**
以「代步車」稱呼「輪椅」。

貼心服務一覽

重點服務項目	忠孝館	敦化館	復興館	天母店	中壢店	新竹站前店	新竹 Big City 店	高雄店
顧客服務人員	●	●	●	●	●	●	●	●
電梯小姐	●		●	●	●			●
奉茶服務	●				●			●
App 停車位查詢	●	●			●	●	●	●
腳踏車架				●			●	
樓層介紹/指引標示	●	●	●	●	●	●	●	●
服務動線標示	●	●	●			●	●	●
計程車叫車/排班服務	●	●	●	●		●	●	●
安全候車區	●		●	●				
愛心傘	●	●	●	●	●	●	●	●
置物櫃	●		●	●	●	●	●	●
服務台提供女性用品	●	●	●	●	●	●	●	●
臨時手機充電站	●	●	●	●	●	●	●	●
Wi-Fi 無線上網	●	●	●	●	●	●	●	●
開飲機	●	●	●	●	●	●	●	●
寵物不落地	●	●	●	●	●	●	●	●
老花眼鏡借用					●		●	
無障礙專用停車位	●	●	●	●	●	●	●	●
無障礙斜坡道	●	●	●	●	●			●
無障礙動線標示								●
無障礙優先電梯	●	●	●	●	●	●	●	●
來店禮行動不便者優先櫃檯				●			●	●
無障礙洗手間	●	●	●	●	●	●	●	●
嬰兒車借用/紙尿布提供	●	●	●	●	●	●	●	●
育嬰室/哺集乳室	●	●	●	●	●	●	●	●
親子共用型洗手間	●	●	●	●	●	●	●	●
幼兒尿布台	●	●	●	●	●	●	●	●
洗手間兒童用馬桶	●	●	●	●	●	●	●	●
孕婦專用車位							●	●
防走失貼紙	●	●	●	●	●	●	●	●

來店購物便利服務

年長與行動不便者關懷服務

嬰幼兒照顧服務

禮賓服務

SOGO 設有外商服務課，駐點於貴賓廳/卡友服務中心，服務項目包含卡務、禮券販售、退稅辦理等。服務人員必須要有財務專業知識及良好的外語能力，在退稅流程中做好國民外交。

SOGO 為感謝 VIP 顧客的支持與愛護，打造「VIP LOUNGE」供顧客在隱密的空間休息，提供書報閱讀、茶水點心、按摩椅、擦鞋機、iPad 借用等服務，並獨家提供飯店住宿與用餐、美容護膚、健身房等優惠。

特輯 ▶

六大 CLUB 分眾服務貼近需求

VVIP CLUB

起始時間 · 2016 年
加入條件 · 特別邀請制
須入會費 / 效期三年

· 優惠 / 服務項目 ·

VIP 服務之外，外加每日免費 6 小時停車以及一年 60 場以上特別體驗課程 / 邀請活動 / 購物服務

VIP CLUB

起始時間 · 2006 年
加入條件 · 特別邀請制
須入會費 / 效期一年

· 優惠 / 服務項目 ·

21 項禮遇：生日禮、會員禮、每日免費 3 小時停車、點數兌換購物券、滿額點數雙倍、館內餐廳優惠、餐廳訂位服務、免費宅配服務、VIP 尊榮貴賓券 優惠、彩妝造型服務、料理課程 / 美髮美容美體 / 健身俱樂部 / 汽車美容 / 遠東飯店 / 合作溫泉會館、渡假飯店指定項目優惠

Premium Club

起始時間 · 於 2019 年 Q1 進行招募
加入條件 · 特別邀請制
免費入會 / 效期一年

· 優惠 / 服務項目 ·

生日禮、每日加贈免費停車 1 小時、點數換購物券、免費體驗 lounge 一次、周慶特別感謝禮、活動優先邀請

Wedding Club

起始時間 · 2018 年
加入條件 · 憑婚禮相關訂單或證明
免費入會 / 效期一年

· 優惠 / 服務項目 ·

入會禮、認證禮、婚禮專屬會員手冊 / 本、免費停車加贈 1 小時 (12 次)、婚禮品牌獨享優惠與 SOGO 客製化服務、滿額贈、VIP 特別邀請及特別加贈入會禮、婚禮合作廠商專屬優惠、遠東快樂信用卡新戶獨家結婚基金回饋、結婚周年專屬餐廳優惠

ThanQ Club

起始時間 · 2000 年
加入條件 · 憑寶寶手冊
免費入會 / 12 歲以下有效

· 優惠 / 服務項目 ·

每月：專屬優惠電子報、專屬活動行事曆、消費來店禮平日免費停車加贈 1 小時、品牌單筆 500 元以上快樂購點數雙倍送、生日卡、ThanQ 家族見面會 / 同樂會、指定餐飲專屬優惠

Fresh Club

起始時間 · 於 2019 年進行招募
加入條件 · 超市單筆消費滿 1,000 元
免費入會 / 終生有效

· 優惠 / 服務項目 ·

入會禮、滿額點數翻倍、週三會員日點數 double、每月 30 日 300 點換超市購物金 100 元以及超過 30 項商品特別優惠、週年慶全台免費配送

服務管理

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

服務品質管理機制		
階段	項目	內容
培訓	常訓 / 外訓 / 服務強化教育	詳見 P.48 顧服人員訓練
檢核	「我應該知道的」考試	確認同仁對賣場環境熟悉度，特別是櫃位、重要分機號碼（醫務室、中控、警備室）、急救設施等，保障顧客安全
	小組競賽	每 2 個月辦理小組競賽，設定不同主題抽測服務水準，未達合格分數者，必須持續抽測直至合格
管理	走動式管理	樓面管理人員巡檢專櫃廠商服務水準，提高一線服務人員的服務技能和服務意識
表揚	優良服務之星	<ul style="list-style-type: none"> 透過《朝會日報》表揚每月優良服務之星，邀請其分享工作心得，發揮正向影響力，讓所有同仁學習與成長，2018 年共表揚 112 位優良服務之星 每月以海報張貼於公布欄 由各店店長寄發致謝函給品牌廠商，感謝廠商派駐於 SOGO 之服務人員具備優良的服務態度及專業能力

2018 優良服務之星



中壢店 5 樓 LEVI'S 專櫃
服務人員 呂忻璇

《 感動的服務 》

因顧客的先生至桃園出差，忘記帶外套又剛好遇鋒面報到，她擔心先生會受涼，故致電中壢店 5 樓 LEVI'S 專櫃請服務人員協助選購外套，並希望幫忙送到先生下榻的飯店。

顧客知道這已超出服務範圍，沒想到卻接到服務人員呂忻璇來電告知，已協助挑選好外套，且下班後可幫忙送至飯店櫃檯。

《 呂忻璇的工作感言 》

沒有 100 分的工作，只有不斷自我改變和正向能量，才能樂於工作中。

《 呂忻璇的小秘方 》

站在顧客的立場為對方著想，有溫度的服務！



天母店 8 樓新葡苑餐廳
服務人員 何洪新

《 感動的服務 》

顧客與家人至天母店 8 樓新葡苑餐廳用餐，因帶嬰幼兒有推娃娃車，服務人員何洪新看見，立刻主動提供兒童座椅及兒童餐具。服務人員的細心貼心，讓顧客倍感窩心，故留言表揚。

一個貼心的小動作，能夠提升顧客對我們的印象，幫助我們贏得顧客的心，創造永續經營的企業價值。

《 何洪新的工作感言 》

對於每天該做的工作，竟能得到顧客的嘉獎，深感榮幸。適時提供顧客需要的服務，客人有在家的感覺。

《 何洪新的小秘方 》

小小的貼心與關心，都會讓人溫暖。

3-2 安心環境

環境安全衛生管理

管理準則與績效

SOGO 重視安全衛生管理，定期巡檢環境，以保障顧客及工作者享有安全的購物環境。巡檢重點為環境衛生與 5S 自我管理。每月由行政副總召開全台安全衛生會議，檢討巡檢發現之安全缺失。2018 年巡檢總時數增加 6.29%。

歷年巡檢時數



SOGO 各據點均備有緊急發電機，在停電時可立即啟動備援電力，提供賣場空間內約 25% 之照明電力，以及電梯與樓梯間之照明設備，使顧客在停電時間內之行動安全無虞。此外，各據點皆有設置自動體外心臟電擊去顫器（AED），各據點均取得衛福部「安心場所認證」。另執行「法定傳染病防治專案」，建立衛生消毒自我管理，全面修補孔洞，內部進行法定傳染病之預防及宣導，向外會同政府衛生單位推動防疫。

類別	檢查項目	檢測頻率
友善設施	AED及各單位急救箱日常檢查、哺乳室清潔檢查、各樓層巡檢	每日
	貼心小站巡檢	每週
	賣場洗手設備及腸病毒防疫查核	每月
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	每月
	賣場用電設備安全檢查	每月
	可燃性氣體檢查	2個月
	倉庫安全檢查	每季
	倉庫整潔檢查、消防安全檢查、消防設備安全檢測申報	每半年
	室內空氣品質檢測	每年
	建築物公共安全檢查簽證及申報	每年
	機房設備安全檢查	不定期
	高壓變電站空調機房巡查	7次/日
設備管理	各項設備修護	每日
	用電安全自行檢查、各項設備檢測、空調設備濾網清洗	每月
	飲用水質檢測	每季
	環境噪音檢測	不定期

類別	檢查項目	檢測頻率
專業（委外）維護	病媒防治及消毒除害	每週
	電梯／電扶梯整體維護檢修	每月
	高壓電氣設備保養及檢測、飲用水蓄水池清洗、冷卻水塔清洗滅菌及檢測	每半年
	發電機維護檢修、高低壓盤紅外線攝影及高壓變壓器局部放電檢測、空調主機大保養（含熱顯像儀及震動儀檢測）	每年

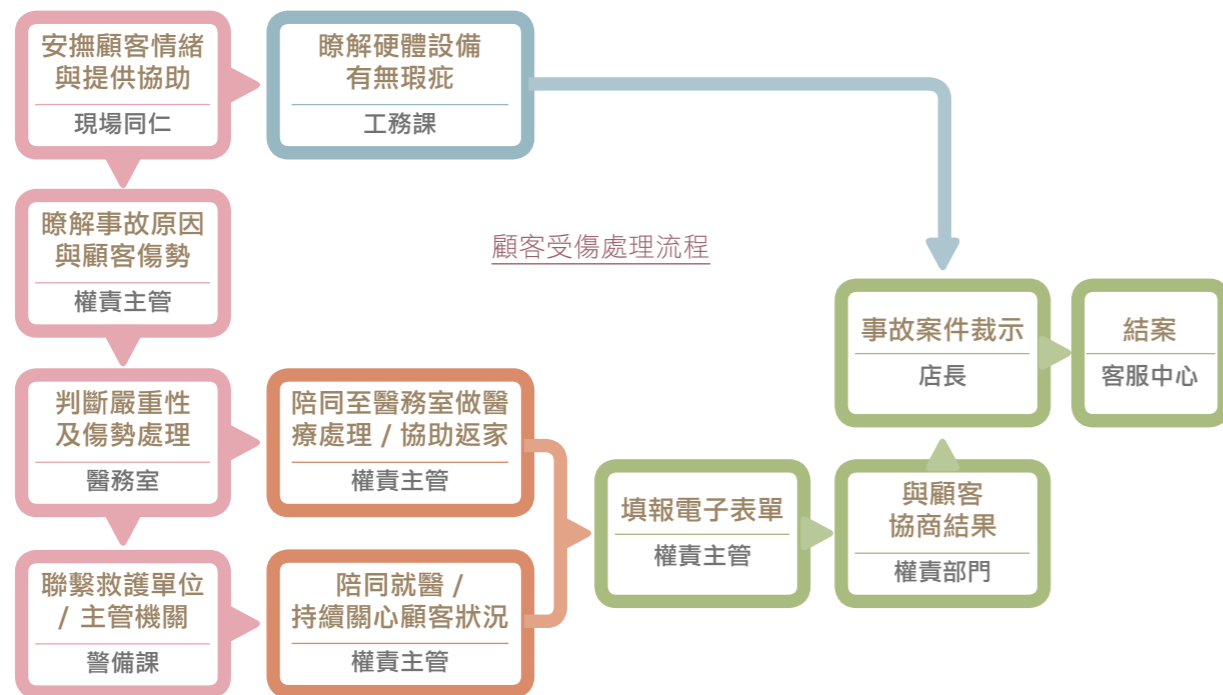
顧客安全

為強化消防安全，每半年進行消防安全靜態及動態演練一次，確保全體同仁了解緊急應變程序，提供顧客最安全、最放心的消費環境。SOGO 獲得衛福部「安心場所認證」；此外，台北店復興館與天母店，皆為「消防安全自主管理優良場所」。

顧客安全是 SOGO 極為重視的一環，同仁緊急應變處理亦為服務訓練之重點。若在賣場內發生意外事件，由現場同仁提供顧客所需之協助及安撫情緒，並立即通報權責主管；通報程序啟動後，醫務室、警備課與工務課同步展開應變程序。所有顧客受傷案件，皆須填報電子表單，由客服中心進行後續之追蹤，且由各店店長確認事件處理完善後，始可完成結案程序。

SOGO 根據顧客受傷類型，進行後續檢討及改善作業，2018 年共發生 32 起顧客在賣場中受傷的事件，已全數結案。同仁第一時間協助顧客處理，並持續關心與提供相關協助。所有顧客受傷的案件皆會列案管理，確保處理完成。

根據統計，去年受傷的事件中，28% 為賣場設備所致，其餘多為第三者或自體導致。2018 年曾發生顧客撞到桌角導致受傷事件，除第一時間協助顧客處理，內部也立即針對顧客容易碰撞的櫃台桌角，設置保護措施，避免發生類似危險。



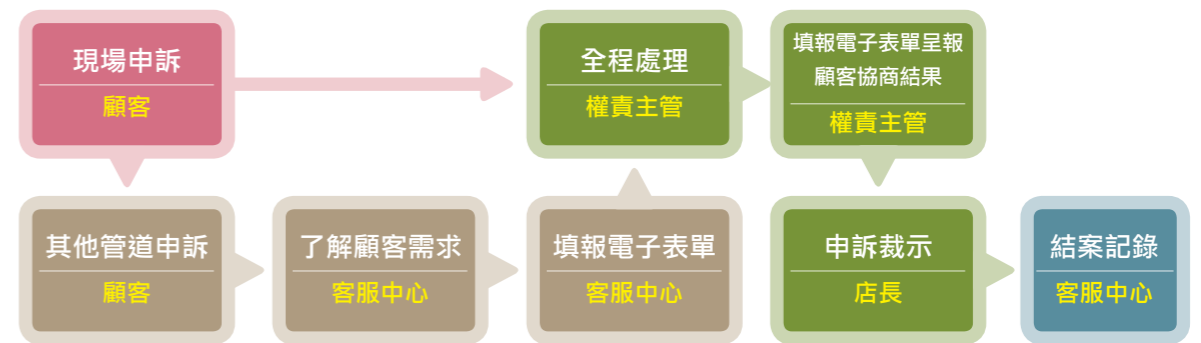
3-3 顧客溝通

意見回饋管理



為強化管理與追蹤顧客意見，SOGO 訂有〈顧客意見回饋處理程序〉，並於 2015 年修訂，以俾完善管理顧客回饋之意見。SOGO 建置有 e 化管理系統，由客服中心負責將所有意見回饋建檔，以追蹤後續結果，並改善服務品質。

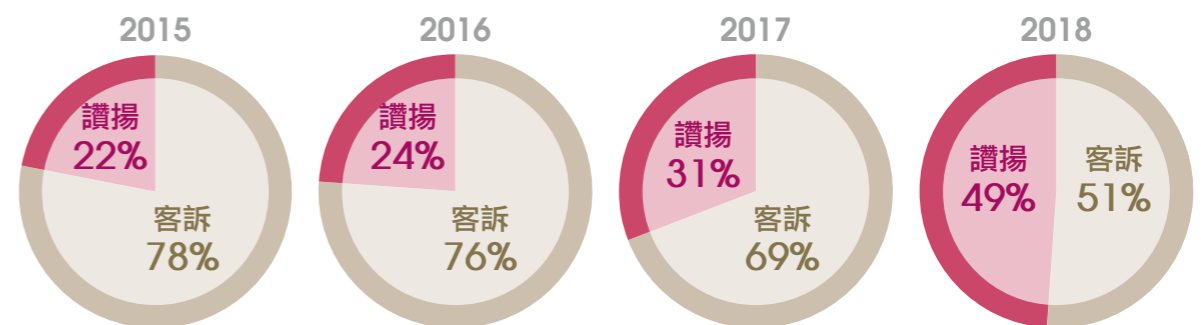
顧客意見回饋處理流程



SOGO 秉持著主動積極的服務熱忱，創造使顧客溫暖幸福的購物之旅，讓不少顧客感動而主動讚揚。2018 年讚揚件數共 282 件，較前一年度增加 32%，且占顧客意見回饋總件數之 49%，意即每兩位回饋意見的顧客中，就有一位是表讚揚。

SOGO 將顧客申訴意見視為調整服務流程之重要參考，每月檢核與調整，使流程更臻完善。2018 年客訴件數共 294 件，較 2017 年降低 38%，成果顯著。

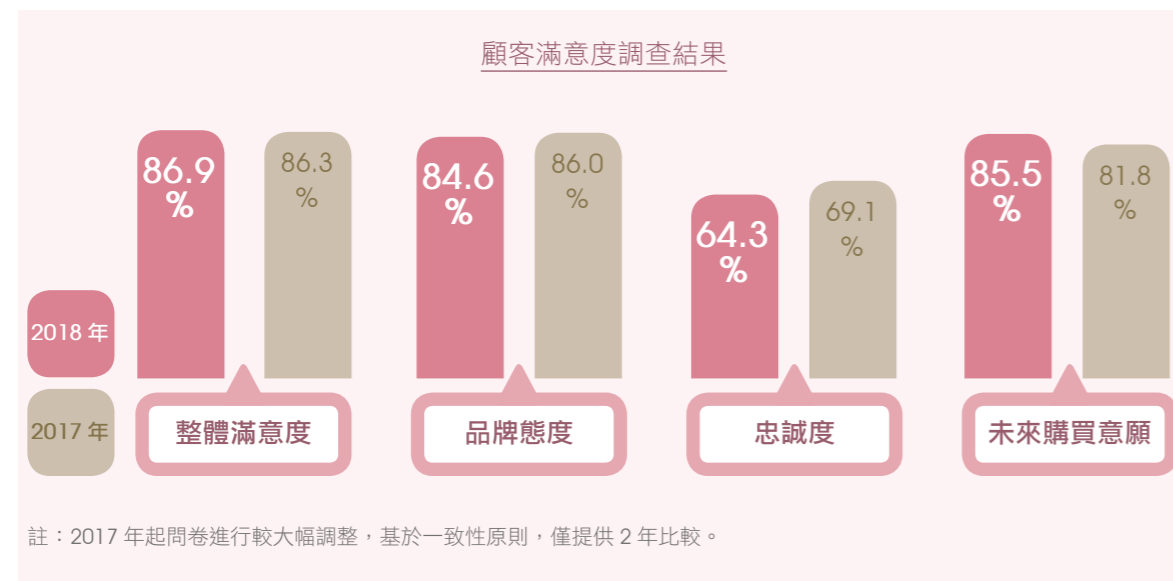
歷年顧客意見回饋統計



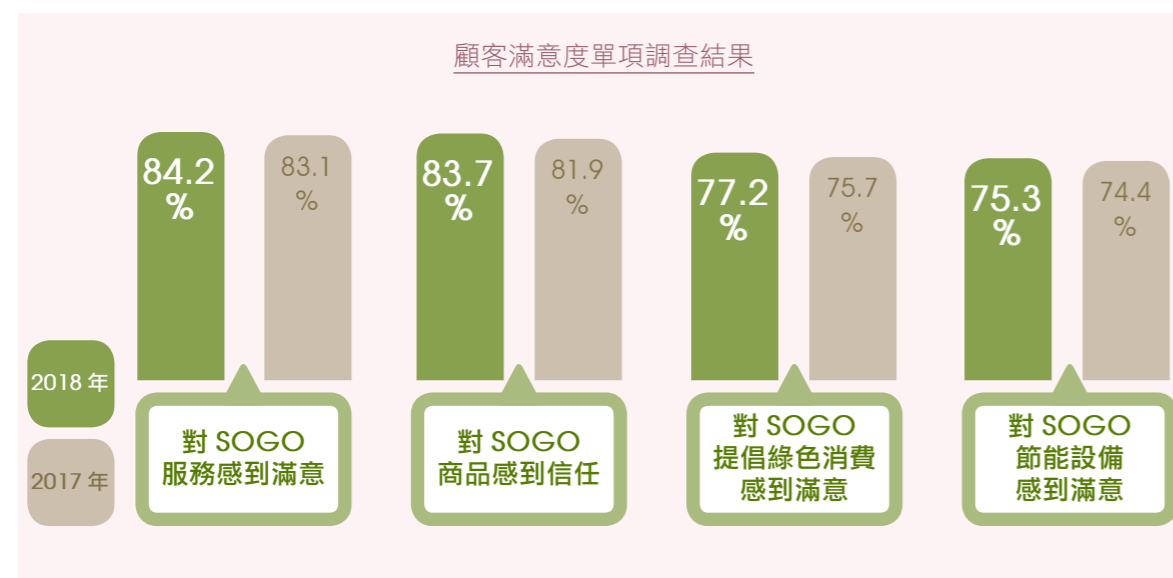
顧客滿意度

SOGO 每年執行品牌暨企業社會責任效益與顧客認知印象調查，以 HAPPY GO 會員為母體，抽樣 1,068 人，調查涵蓋品牌消費力、公共參與力、創新管理力及企業社會責任議題關注指標等四大構面，以期達到三大願景中的「服務評價最好」。

2018 年整體滿意度為 86.9%，較去年微幅提升；各面向的滿意程度，與去年相比，皆維持一定水準。其中未來購買意願的成長幅度較明顯，進一步分析，近 7 成的顧客表示會推薦其他人到 SOGO 購物，也有 7 成 6 的人表示下次仍會到 SOGO 購物，顯示 SOGO 的商品與服務內容，切合顧客期待。在忠誠度方面，64.3% 的人自認是 SOGO 的忠實顧客，對比去年雖微幅下降，但是其中台北店三館（忠孝、敦化、復興）皆有 7 成以上，又以敦化館 76% 忠誠度居冠。



另外，在單項調查中，顧客對於 SOGO 服務、商品信任度、人員專業，以及近來提倡的綠色消費意識，皆有良好的滿意程度。

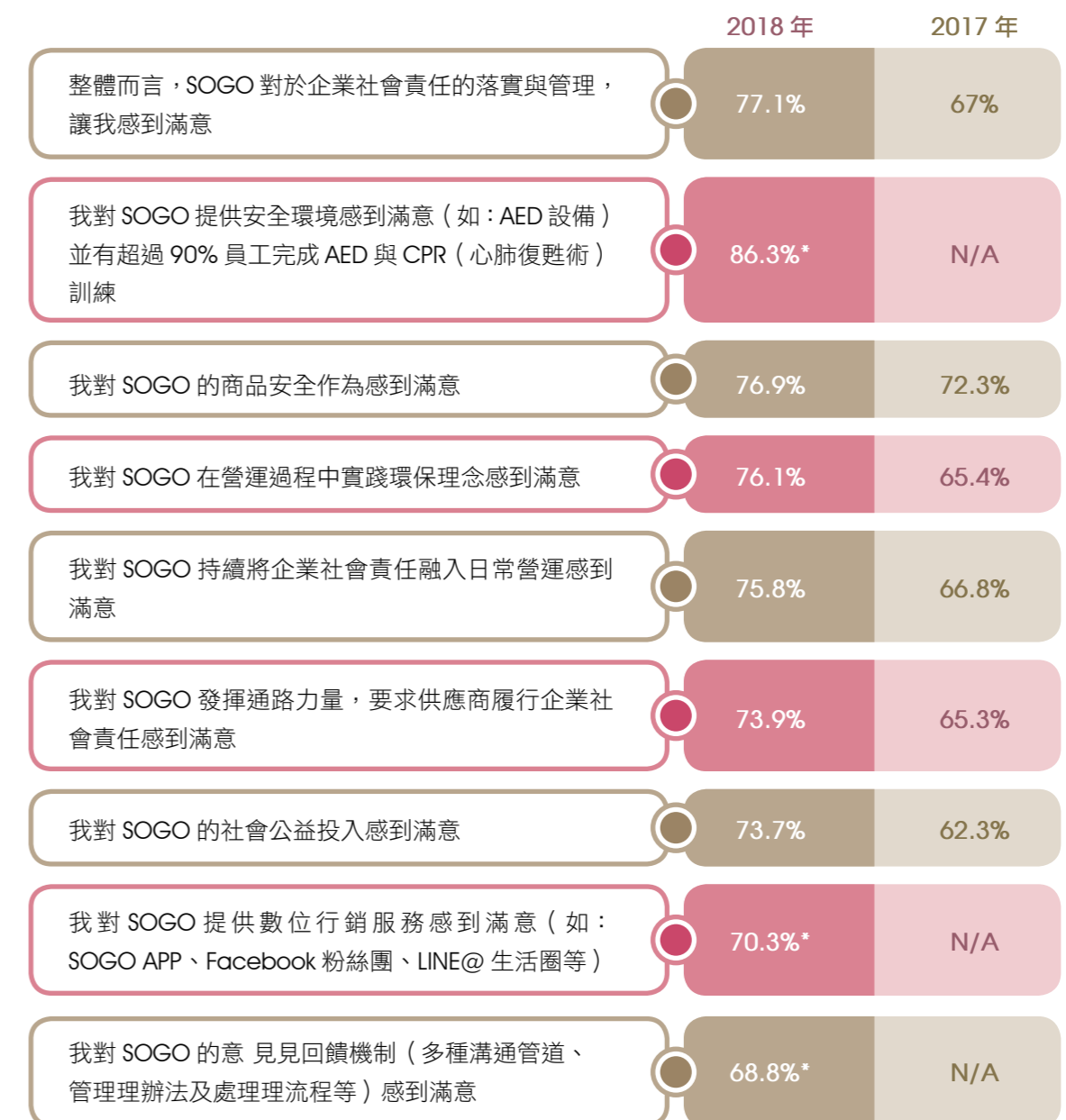


顧客 CSR 認同調查

SOGO 將 2015 年訂定為 CSR 元年，近來在永續發展、企業社會責任的落實與表現上，屢獲肯定，也明顯反映在顧客調查中。

整體而言，有 77.1% 的顧客肯定 SOGO 百貨在企業社會責任落實與管理上努力成果，與去年調查相比成長超過 10%。所有單項滿意度，皆顯示成長，「提供安全環境」（86.3%）為滿意度最佳的項目；其次，商品安全（76.9%）、環保理念（76.1%）、企業社會責任融入日常營運（75.8%）的滿意度亦表現不俗。

顧客 CSR 認同調查結果



* 為 2019 調查新增選項

4 WORKFORCE ENVIRONMENT

幸福職場力

特輯 P.74 健康促進活動

SOGO 在永續趨勢的推動下，不僅提供給同仁最好的福利及獎勵機制，更重視促使同仁成長的專業培力訓練，以及職涯發展規劃，且不論 SOGO 同仁或專櫃夥伴，皆享有健康照護，並確保職場安全。

SDGs



回應永續議題

- 薪酬福利
- 勞動人權
- 勞資關係
- 職場安全與衛生
- 人才任用與平等

重要利害關係人

- 同仁
- 承租廠商（專櫃）

勞動安全獎
連六年獲獎

同仁平均
受訓時數
提高
8.22%

平均薪資
超前同業
8.7%

同仁福利
滿意度
85.6%

全年共舉辦
20場
勞資會議

員工福利費用
13.1 億元

4-1 人力概況

人力組成

SOGO 本著唯才適用精神，對聘任同仁一視同仁，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，從未雇用童工。截至 2018 年底，SOGO 在台灣的全體同仁為 1,471 人（正職人員 1,425 人、約聘 14 人、計時 32 人），其中以女性同仁為多數，占全公司總人數 67.23%，近年來性別刻板印象逐漸破除，SOGO 男性同仁的占比，已連續 4 年增加。

同仁年齡以 31-50 歲為最主要之族群，占全公司人數 56.83%。近三年人力組成穩定，性別與年齡組成類別之比例差異皆小於 3%。2018 年因作業流程改善及提供優退方案，全公司人數較前一年度減少約 5%。

歷年全體同仁性別與年齡組成

年份	依性別		依年齡		
	女	男	30 歲以下	31-50 歲	51 歲以上
2018 年	989	482	464	836	171
2017 年	1,063	490	478	909	166
2016 年	1,158	527	535	969	181
2015 年	1,167	515	512	1,010	160
2014 年	1,249	520	499	1,087	183

非正式員工性別組成

年份	約聘		計時		合計
	女	男	女	男	
2018 年	12	2	22	10	36
2017 年	3	0	33	14	50
2016 年	3	0	20	11	34
2015 年	5	1	0	0	6

2018 年中階以上主管男女任用比例相當，自 2015 年以來中階女性主管比例逐年提升，全體同仁大學以上學歷比例增加。依據同仁在公司登錄之戶籍地址統計，2018 年總計有 76.68% 之同仁為各據點所在城市之居民（台北地區包含台北市、新北市與基隆市），其中高階主管聘用在地居民之比例近八成，與歷年約略相等。

歷年人力組成

類別	子類別	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	
		總公司	231	220	227	209	206
店別 (單位：人)	台北店	683	659	673	619	597	
	天母店	159	156	156	145	143	
	中壢店	223	219	212	195	183	
	新竹店	313	290	272	248	242	
	高雄店	160	138	145	137	100	
	全台總人數	1,769	1,682	1,685	1,553	1,471	
	學歷	博士	0.11%	0.12%	0.12%	0.13%	0.14%
碩士		3.00%	3.57%	3.68%	3.80%	3.60%	
大學		46.86%	48.99%	50.74%	51.96%	55.40%	
專科		17.07%	15.99%	15.61%	15.45%	14.75%	
高中職以下		32.96%	31.33%	29.85%	28.65%	26.10%	
職級	高階主管	女	0.51%	0.42%	0.59%	0.64%	0.61%
		男	1.47%	0.95%	0.89%	0.97%	0.95%
	中階主管	女	6.05%	5.83%	5.99%	6.63%	6.53%
		男	5.48%	5.47%	5.40%	5.67%	5.44%
	專業人員	女	64.05%	63.14%	62.14%	61.17%	60.10%
		男	22.44%	24.20%	24.99%	24.92%	26.38%

註：高階主管指協理階以上主管，中階主管為經 / 副理及課階主管。

人員流動

SOGO 透過網路人力銀行、校園徵才、就業博覽會、產學合作（企業實習）及獵才公司等多元管道進行人才招募；為提供在職同仁之多元職涯發展機會，也會在公司內部公布職缺，讓有興趣同仁投遞履歷。2018 年新進同仁共 297 人，新進率 20.19%；離職同仁共 385 人，離職率為 26.17%。

歷年新進人員組成（依性別 / 年齡）

年份	依性別		依年齡								
	女	男	30 歲以下	31-50 歲	51 歲以上	人數	佔比				
2018 年	209	88	275	15	7	275	92.59%	15	5.05%	7	2.36%
2017 年	154	89	229	12	2	229	94.24%	12	4.94%	2	0.82%
2016 年	195	112	283	21	3	283	92.18%	21	6.84%	3	0.98%
2015 年	193	80	247	26	0	247	90.48%	26	9.52%	0	0.00%
2014 年	203	73	245	30	1	245	88.77%	30	10.87%	1	0.36%

歷年離職人員組成 (依性別/年齡)

	依性別		依年齡						
	女	男	30歲以下	31-50歲	51歲以上	人數	佔比		
2018年	289	96	239	114	32	239	62.08%	29.61%	8.31%
2017年	249	132	248	70	63	248	65.09%	18.37%	16.54%
2016年	187	109	210	64	22	210	70.95%	21.62%	7.43%
2015年	209	95	201	80	23	201	66.12%	26.32%	7.57%
2014年	236	62	180	102	16	180	60.40%	34.23%	5.37%

2018年人員流動

	依性別		依年齡		
	女	男	30歲以下	31-50歲	51歲以上
新進率	21.13%	18.26%	59.27%	1.79%	4.09%
離職率	29.22%	19.92%	51.51%	13.64%	18.71%

4-2 同仁權益

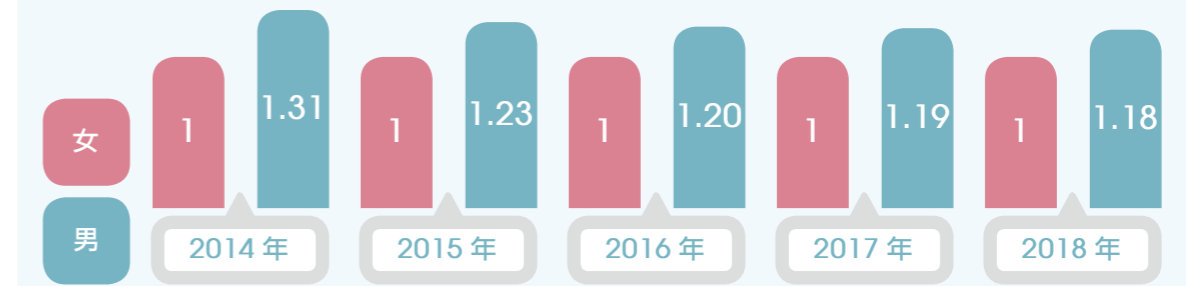
薪酬制度

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，無經驗之大學畢業生起薪為 29,000 元，2018 年核薪標準之最低起薪優於勞基法最低薪資 31.82%。此外，SOGO 自 2016-2018 年共調薪 2 次，每次平均調幅約 3%，同仁平均薪資優於同業平均水準，約超前 8.7%。

註：此資料採主計處公告之 2017 年綜合商品零售業經常性薪資 39,852 元做為比較基準，2018 年資料尚未公布，查詢網址：<https://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=42911&ctNode=3103>

經營管理委員會每年參考同業薪資結構、公務人員年度調幅、物價指數等因素，並依同仁專業能力、工作表現、勤務狀況做適當之評核後予以調薪。女男薪酬差異自 2015 年起逐年遞減。基層人員標準薪資與 2018 年中華民國基本工資相比為 1:1.32，男女均同。

歷年男女薪酬比

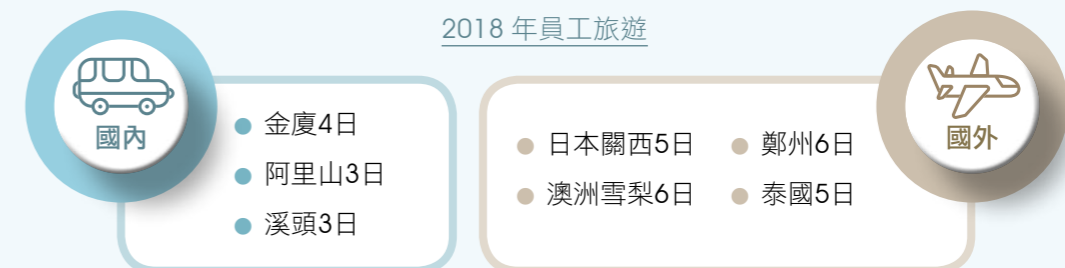


福利措施

SOGO 以多面向之福利措施，給予同仁最友善與貼心之照顧，包含各類獎金、福利津貼、娛樂補助等，特別是定期於每年 3 至 6 月舉辦國內外員工旅遊，任職滿 40 天即可參加國內旅遊行程、年資滿一年以上者則可參加國外旅遊行程，同仁補助額最高 18,000 元，並歡迎攜眷參加；同仁亦可選擇自行出遊，依規定可申請補助最高 10,000 元。85.6% 同仁對福利制度感到滿意。

類別	內容
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
娛樂補助	國內外旅遊補助 (最高 18,000 元)、社團經費補助 (每年 24,000 元)、聚餐補助 (每人 600 元)
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、志工假
保險與健康	勞保、健保、團保、每年員工健康檢查 (2016 年 55 歲以上同仁新增加心血管疾病檢測)
便利設施	員工餐廳、停車位、育嬰室、醫護室
退休福利	依勞退新舊制提撥退休金、退休同仁餐敘補助金 (最高 7,000 元)、歡迎退休同仁報名員工旅遊等活動
優惠項目	員購優惠、關係企業員工優惠、特約商店優惠

2018年員工旅遊



育嬰留停

近五年申請育嬰留停之同仁主要為女性，2018年申請率稍微下滑，復職率為82.76%，與前一年相去不遠。

	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年	
	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男
享嬰留停資格人數 (A)	147	38	131	48	128	38	113	41	98	37
申請育嬰留停人數 (B)	22	2	37	2	40	1	33	1	22	-
預定該年度復職人數 (C)	22	2	37	2	36	2	33	1	29	-
實際復職人數 (D)	15	2	23	-	28	1	28	1	24	-
復職後1年仍在職人數 (E)	17	1	10	2	21	-	21	1	16	1
育嬰留停申請率 (B)/(A)	14.97%	5.26%	28.24%	4.17%	31.25%	2.63%	29.20%	2.44%	22.45%	N/A
留職期滿復職率 (D)/(C)	68.18%	100%	62.16%	0.00%	77.78%	50.00%	84.85%	100%	82.76%	N/A
復職週年留任率 (E)/前一年 (D)	70.83%	100%	66.67%	100%	91.30%	-	75.00%	100%	57.14%	1

註1：申請育嬰假資格為育有三歲以下幼兒之同仁。

勞資溝通

SOGO 以多元管道與同仁溝通，期望建立良善的勞資互動關係，透過內部網站、佈告欄公告、員工意見箱、書面信函、說明會、行政通報、朝會日報等多元溝通機制暢通，強化勞資雙方之溝通，稽核室亦設有申訴電子信箱，提供保密且安全之申訴機制。

2018年申訴案件為0件。若營運遇重大變化，影響擴及同仁時，遵循勞基法規定之最短預告期告知員工相關資訊，以保障同仁權益。SOGO 落實性別平等精神，訂有《性騷擾防治辦法》公告於內部網站，各店亦張貼性騷擾防治海報，公告通報信箱與電話，以維護當事人隱私進行處理，2018年無相關案件發生。

重大關注永續議題 (前六項)	權責部門	溝通管道與頻率
<ul style="list-style-type: none"> ● 交易與隱私權之保護 ● 職場安全與衛生 ● 薪酬福利 ● 商品品質與安全 ● 綠色創新與服務 ● 顧客關係管理 	人力資源部 職福會	內部 E-HR 網站、EIP 網站 即時 同仁意見箱 即時 朝會日報 每天 勞資會議 每季 員工滿意度調查、員工 CSR 認知調查 每年 制度修改說明會 不定期

SOGO 每季定期舉辦勞資會議，由勞資雙方協商關於勞方權益事項，全台各據點勞方代表共 25 人，約佔全公司人數 1.7%。台北地區由台北店三館和天母店共同舉行，新竹地區由新竹店兩館共同舉行，中壢店及高雄店則分別舉行，全年共舉辦 20 場勞資會議，比 2017 年增加 4 場。

會議中報告公司內部重要活動，如員工旅遊、員工健檢、人事異動、販促活動等，同時揭露各項獎金發放情形、員工健檢異常項目分析報告、工作環境安全等，並歡迎同仁代表提出建議於會議上討論。

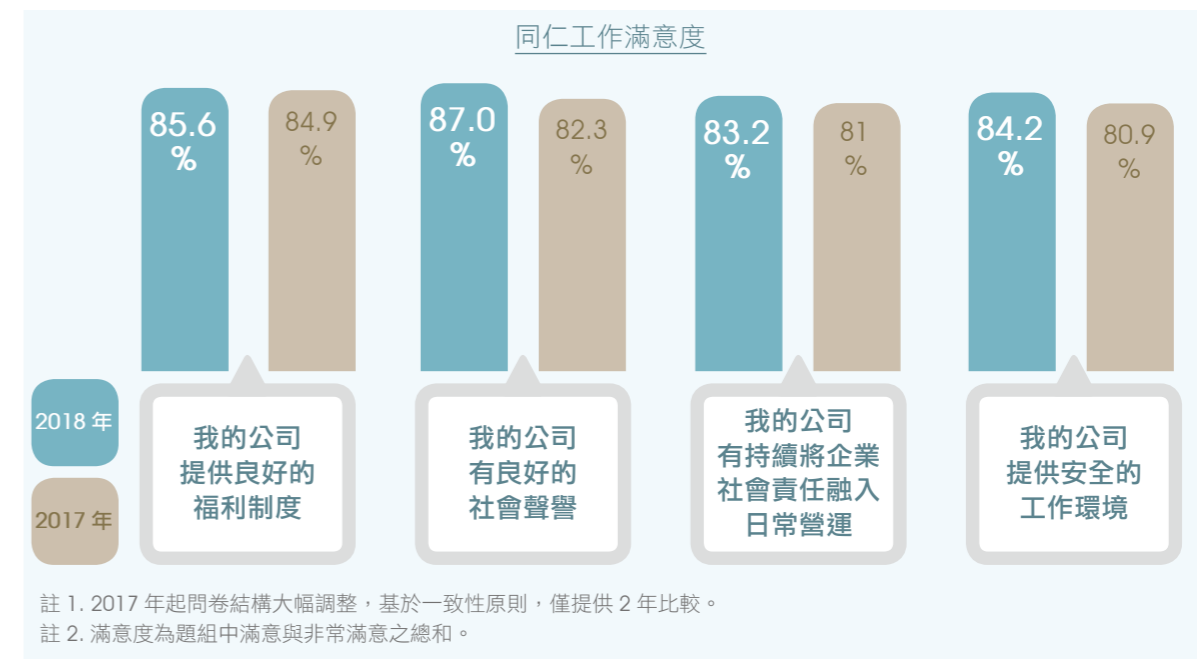
勞資會議



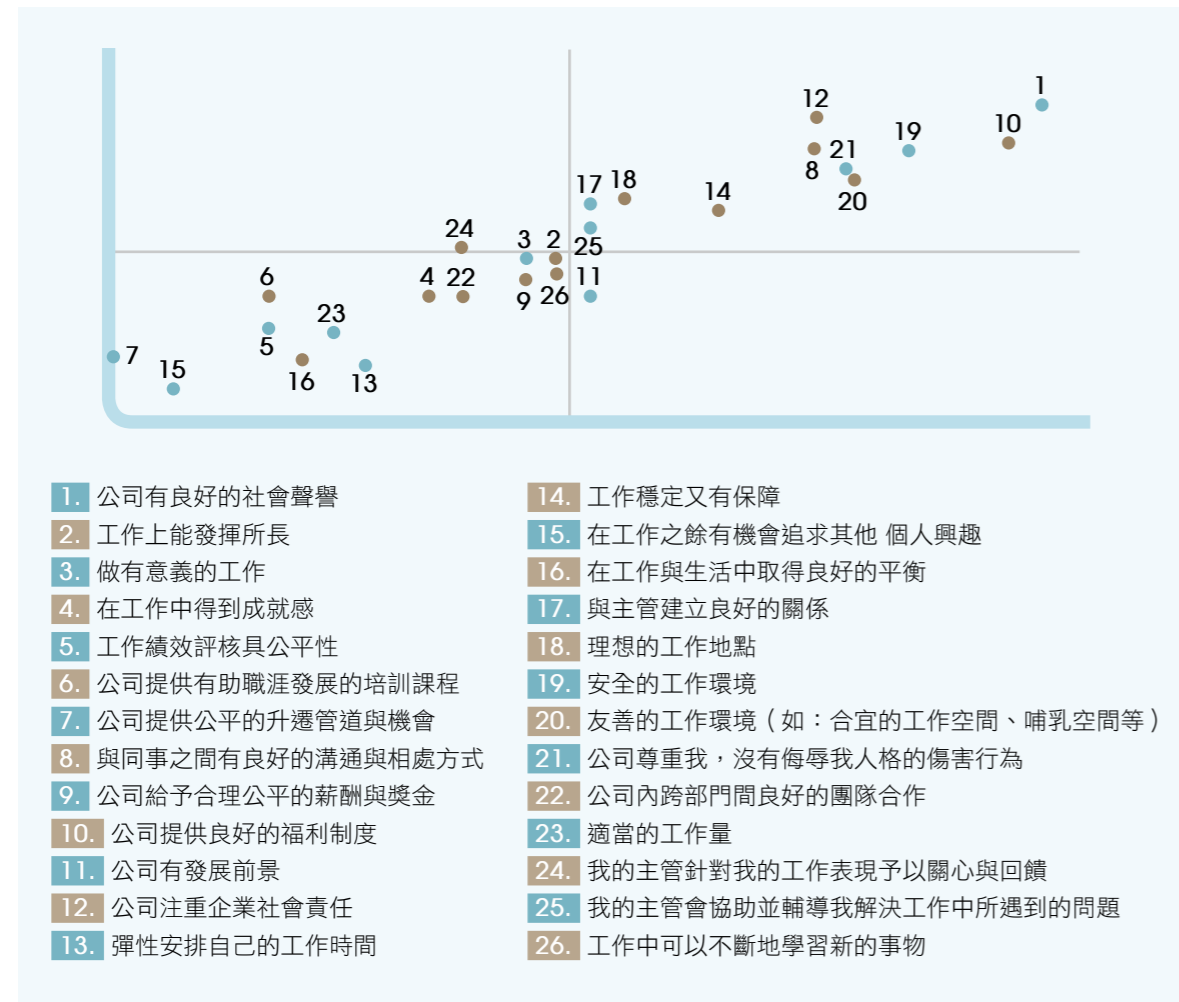
同仁工作滿意度

SOGO 於 2019 年初，委託輔仁大學進行 2018 年度全體同仁工作滿意度暨 CSR 認知調查，共計回收 1,193 份問卷，回收率為 81.1%，有效問卷 1,080 份。

整體而言，同仁各項滿意度皆為正向成長，根據交叉分析的結果，更可發現，同仁對於 CSR 認知越高，則整體滿意度、留任意願和工作表現也會越高；CSR 認知越低，則整體滿意度、留任意願和工作表現也會偏低。



此外，為了更了解同仁的工作滿意度，本次調查委託輔仁大學企業管理學系進行重要性與滿意度的分析，積極尋找同仁心目中 SOGO 需要繼續保持與首要改善的項目。象限一為繼續保持項目，包含良好聲譽、安全環境、友善空間等；象限四與三為主要改善與次要改善項目，包含彈性工作時間，工作之餘培養興趣等。



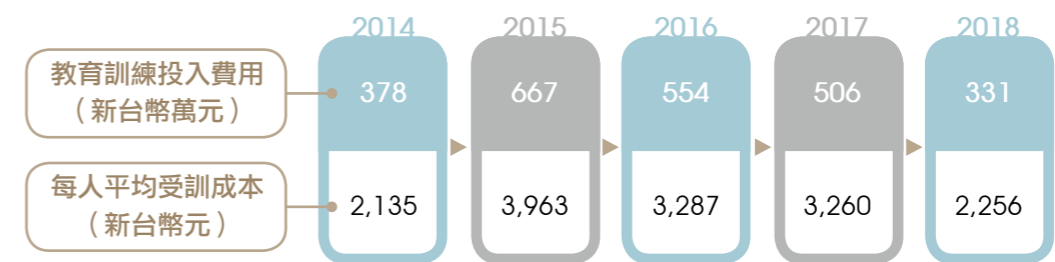
4-3 專業培育

同仁成長

教育訓練

SOGO 針對不同部門、不同職階之管理職能與專業職能規畫完整課程，包含新進訓練、職能培訓、管理職能培訓及成長學習課程。歷年來持續投入教育訓練資源，作為同仁學習成長之動力，2018 年教育訓練經費投入約 331 萬元，平均每人之受訓成本為 2,256 元，因相關課程規模化與常態化，並由內部訓練的種子教師開課，因此投入較少費用，但開課次數、每人平均受訓時數皆為增加，資源更有效運用。2018 年各項教育訓練總計為 20,633 人時，每人平均受訓時數為 14.03 小時，每人平均受訓時數，已連續三年增加。

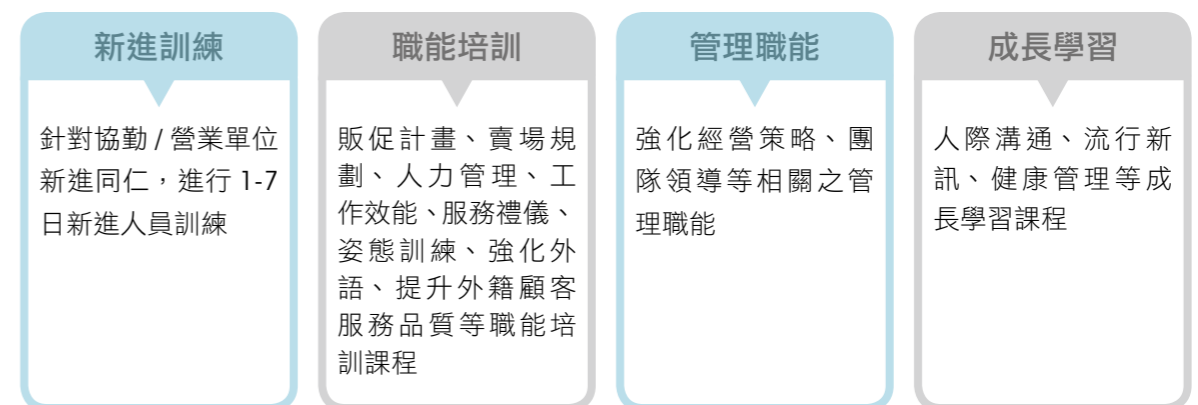
歷年教育訓練投入



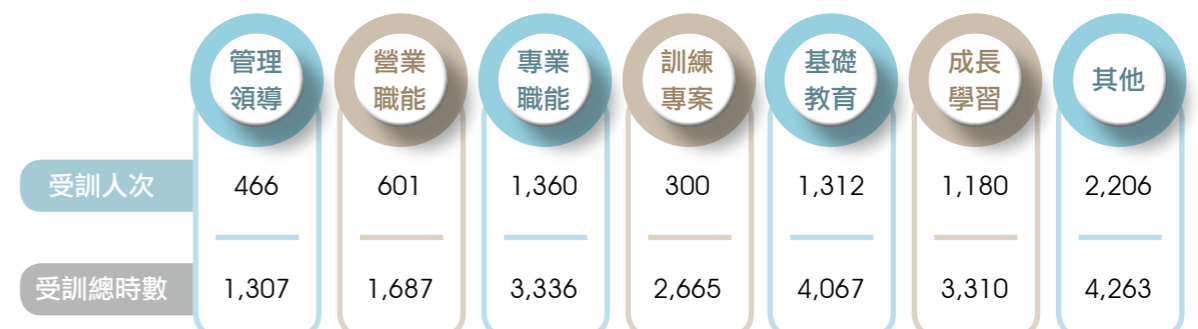
歷年平均教育訓練時數

		2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
性別	女	8.94	14.00	9.93	12.82	14.32
	男	10.59	14.14	9.78	13.27	13.41
職級	高階主管	2.14	3.30	5.88	6.58	8.70
	中階主管	13.88	7.23	8.11	20.01	17.70
	專業人員	9.00	15.09	10.18	12.07	13.61

教育訓練內容



教育訓練概況



職涯發展

SOGO 開設多元課程，提升同仁專業能力並發展第二專長與興趣，於每年績效評核時檢視同仁職涯發展，評核項目包含業績達成率、顧客服務滿意成績、專業職能績效及出勤表現等，評核結果須交由受評者確認，以瞭解主管的評語與建議；管理職依部門或職務屬性不同，另有管理職能績效評核項目，2018 年同仁接受評核率為 100%。

專櫃人員培訓

針對非直接雇用之專櫃新進人員，SOGO 依各據點規模，約 1-3 週舉辦 1 次新進專櫃人員之教育訓練課程，講授 SOGO 服務精神、賣場常態設施、安全防護機制等，讓專櫃人員能知行合一，將最好服務呈現給每位顧客。同時，亦針對客訴案件，依照個案情形進行服務強化教育，以確保服務之落實。不定期執行服務流程與系統操作之教育訓練，如收銀系統操作方式，以提供給顧客最好的服務品質。

外部人才培育

產學合作

SOGO 自 2015 年起開始與大專院校產學合作，招募在學生在各單位實習，提供機會讓學生實踐在校習得之知識，並體驗百貨業工作型態，及從中精進工作技能。2018 年與 12 所大專院校合作，辦理多場校園招募說明會，各校學生踴躍報名，2018 年共聘用 62 名學生，較前一年度增加 44%，職務包含營業單位、顧客服務及行政各部門，有學生在畢業後已進入 SOGO 百貨擔任正職。



實習心得

豫章工商 / 汪芸竹

- 我覺得這是一個很特別也有挑戰的體驗！我們實習期間剛好是百貨公司一年一度週慶，怕自己會帶給別人麻煩，幸好正式上工時有前輩們的幫助，才能讓我們很快的進入狀況。
- 我覺得收穫良多，學習到很多如何跟客人應對進退的方法，以及對客人要更有耐心，我覺得這對以後的工作很有幫助。

豫章工商 / 林德羽

- 在面對客人，要面帶微笑時，多說「謝謝」、不好意思等。
- 見到了遠東 SOGO 的內部結構，原來 SOGO 內部還有如此多的地方是普通顧客所不能接觸的。
- 了解 SOGO 員工們微笑背後所持有的汗水與艱辛。

此外，有鑑於時尚產業已儼然成為全球文創發展中最具產值的環節，同時也是青年學子趨之若鶩的就業領域，國立台灣師範大學（簡稱「台師大」）國際時尚高階管理碩士在職專班特別邀請 SOGO 百貨董事長黃晴雯擔任「品味與時尚專題」任課教授，將 SOGO 串連時尚與公益、時尚與環境永續、時尚與企業社會責任的力行成果導入課程中。產學合作的經驗除了強化品牌的正面形象外，也可直接培力品牌行銷、時尚管理、美感美學的一流人才。

4-4 職場安全與健康

職場安全

職場安全管理

SOGO 將職業安全衛生視為責無旁貸的重要環節，惟有打造重視安全衛生管理的工作環境，才能讓同仁們安心、安全地為顧客提供最優質的服務。2018 年 SOGO 百貨領先全台零售業者與服務業者，獲《台北市勞動安全獎》最高榮耀「優良單位」以及「績優健康職場」、「優良人員」三重肯定，這也是 SOGO 連續六年獲獎。此外，SOGO 在台北市政府推薦下，參加勞動部「推行職業安全衛生優良單位及人員」選拔，獲優良單位獎，為歷年來全台唯一一家獲得國家級職安衛大獎的百貨業者。

SOGO 職業安全衛生最高決策單位為「職業安全衛生委員會」，主任委員為行政總經理，委員包含職業安全衛生人員、各部門主管、醫護人員與職業安全衛生相關工程技術人員，以及勞工投票推選之勞工代表。委員任期 2 年，委員會每 3 個月開會一次，管理範疇為 SOGO 工作場所內所有工作同仁。SOGO 設置有一級單位勞安室，負責職業安全衛生各項事務與專案之推動、管理與追蹤。2018 年委員勞工代表共 25 人，占比為 47.17%；25 人當中，台北 8 人、桃園 5 人、新竹 5 人、高雄 7 人。

職場安全風險管理

SOGO 藉由作業場所風險評估，篩選出風險程度較高之作業，建立管理方案逐一改善，並逐年稽核檢討。針對颱風等惡劣氣候發生時，由高階長官與各店店長視實際天氣情況決議營業與否，基於服務精神正常營業時，同仁可視需求申請計程車補助及彈性調班，若家中有災情者或不便前往公司者則無須到班；各部門主管須向當月總值星回報同仁安全狀況，再由總值星向集團回報。SOGO 同步督促專櫃廠商保障專櫃工作者之安全。

職業災害事件發生時，SOGO 立即採取必要之急救、搶救等措施，由勞安室會同相關部門及勞工代表實施調查、分析及作成紀錄。對於虛驚事件，邀集各相關部門研討適當之源頭改善措施及強化防護方式，以消弭災害發生機率。

職業衛生安全管理成果

2018 年 SOGO 失能傷害嚴重率為 80，高於勞動部公告的綜合商品零售業平均值 37；至於失能傷害頻率則為 6.77，高於零售業平均 2.29。主因為 SOGO 計算方式中，包含上下班交通意外。另 2018 年有一位同仁於值班休息期間，起床後腳步著力失衡，導致腳部受傷。不過其他跌倒等受傷原因，案例並未明顯增加，此事件後，內部也再次宣導相關安全事宜。

近 5 年全體工作者無發生法定重大職業災害，亦無因公死亡之人員，顯見 SOGO 維護同仁職場安全有成，84.2% 同仁對 SOGO 提供安全的工作環境感到滿意。2018 年公傷件數共 20 件，近三年件數變化不大，因同仁公傷意外多屬交通意外、跌倒意外，因此也特別加強宣導相關安全。依性別檢視相關職業傷害指標，女性發生公傷之情形高於男性，但與人力組成男女比例略同。

歷年公傷統計 (依性別)

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
						
失能傷害頻率 (IR)	0.86	1.10	0.72	1.46	0.99	1.00
職業病發生率 (ODR)	-	-	-	-	-	-
公傷損失日數比例 (LDR)	14.51	3.06	3.37	17.09	1.45	19.67
缺勤率 (AR)	684	798	459	915	1,101	692
嚴重傷害頻率 (FR)	4.31	5.50	3.61	7.29	4.97	5.02
嚴重傷害率 (SR)	73	15	17	85	7	98
公傷死亡人數	-	-	-	-	-	-

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
						
失能傷害頻率 (IR)	0.74	0.98	0.54	0.52	0.97	2.08
職業病發生率 (ODR)	-	-	-	-	-	-
公傷損失日數比例 (LDR)	4.07	4.08	6.85	0.52	3.1	8.52
缺勤率 (AR)	201	393	363	266	350	268
嚴重傷害頻率 (FR)	3.70	4.90	2.70	2.61	4.84	10.39
嚴重傷害率 (SR)	20	20	34	3	15	43
公傷死亡人數	-	-	-	-	-	-

歷年各地區公傷統計

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
台北	缺勤率 (AR)	427	612	393	707	653	460
	嚴重傷害頻率 (FR)	4.65	7.37	4.96	7.43	2.95	8.54
	嚴重傷害率 (SR)	79	20	35	55	5	29
桃園	缺勤率 (AR)	791	898	622	523	907	541
	嚴重傷害頻率 (FR)	-	2.08	-	-	7.36	2.68
	嚴重傷害率 (SR)	-	6	-	-	15	238
新竹	缺勤率 (AR)	290	609	356	937	1,589	989
	嚴重傷害頻率 (FR)	1.54	3.16	1.64	5.09	11.62	6.18
	嚴重傷害率 (SR)	46	22	3	139	25	189
高雄	缺勤率 (AR)	1,467	812	549	547	962	423
	嚴重傷害頻率 (FR)	13.74	-	-	3.29	3.50	-
	嚴重傷害率 (SR)	27	-	-	23	7	-

註：台北含總公司、台北店 3 館及天母店；桃園係指中壢店；新竹店含新竹店 2 館

註：上述統計中，FR 與 SR 是依據勞動部職業安全衛生署規範之職業安全指標（以百萬工時為基準計算），相關指標公式如下：

- FR = (公傷件數 ÷ 總工時) × 1,000,000
- SR = (公傷損失天數 ÷ 總工時) × 1,000,000
- AR = (公傷假 + 病假 + 生理假 (小時)) / 總上班時數 × 200,000
- IR = (公傷起數 / 總工時) × 200,000
- LDR = (公傷損失天數 / 總工時) × 200,000

合作夥伴勞動安全

勞動安全是企業永續發展的一環，SOGO 不僅照顧同仁，也關心承租廠商（專櫃）與供應商夥伴。從 2016 年起，SOGO 與所有專櫃廠商簽訂〈供應商企業社會責任承諾事項〉，明訂「勞工權益和人權保護條款」，要求專櫃配合規範，提供安全及健康的工作環境，2018 年承攬商與承租廠商皆未發生公傷意外。

健康管理

SOGO 致力於提供同仁身心健康之工作環境，獲得內外部的肯定，2018 年榮獲台北市勞動局頒發「勞動安全獎」績優健康職場；而內部有 88.3% 同仁對 SOGO 提供必要資源以了解健康狀況感到滿意。

此外，2018 年 SOGO 勞安室更根據同仁健康檢查報告結果，與專業醫師諮詢討論後，針對需加強的心血管、體重、體脂超標等問題，加強開設相關健康管理課程。盛行運動的公司氛圍，也讓 SOGO 在 2018 年獲教育部體育署頒發《運動企業認證標章》，朝「健康百貨」的目標更上一層樓，同時也是台灣百貨首度獲頒此標章

2018 年並擴大舉辦免費四癌篩檢活動，邀請台北市大安區健康服務中心指導，並且同時服務社區鄰里，讓 SOGO 在鄰里中盡一份心力。

員工健檢

為照顧同仁的健康，SOGO 每年皆安排同仁參加健檢，健檢頻率與項目皆優於法規。SOGO 與勞動部認可之醫院合作，依同仁年齡、職階、職場特性、工作型態等，規劃多元化檢查項目供同仁選擇，並提供多項優惠加選項目及眷屬健檢優惠，每年提高健檢規格；另針對 55 歲以上中高齡員工增列心血管、骨密度及婦科等檢查項目，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			
		#	一般同仁	課階	理階
心血管功能檢查	防癌篩檢	1	心血管	乳房	胃+甲狀腺
血液常規檢查	電解質	2	乳房	子宮	腸+甲狀腺
X光檢查	身體脂肪分布指標	3	子宮	愛肝、甲狀腺	愛心
肝功能檢查	理學檢查	4	愛肝	顧肺	顧肺
腎功能檢查	聽力檢查	5	甲狀腺	幽門桿菌	婦女
糖尿病篩檢	視力檢查	6	顧骨	腫瘤篩檢	腦血管
尿液常規檢查	一般檢查				

肌肉骨骼疾病預防

評估百貨業工作者可能因久站造成身體負擔，SOGO 提供給同仁舒適完善的用餐休息區，並於各櫃位設置座椅，以緩解百貨現場服務同仁與專櫃夥伴久站之不適。SOGO 設置勞工健康服務醫師及護理人員，提供健康護理服務的醫務室，另不定期邀請職業安全及健康促進之專家學者，加以宣導。

SOGO 週年慶固定於每年 11 月中旬展開，也是專櫃與同仁工作量最大的期間，週年慶前同仁全力準備提供最好的商品與服務，一直到週年慶的 12 天檔期每天密集接待顧客，疲勞指數達到最高，這段期間內，為使同仁放鬆身心，也特別安排各種貼心小服務，讓同仁身心獲得舒緩。

2018 週年慶 貼心小物

- 免費發放痠痛貼、蒸氣眼罩
- 視障按摩師提供免費舒緩經絡
- 設置按摩機

醫師駐診服務

SOGO 安排每月醫師駐診，駐診醫師為亞東紀念醫院家庭醫學科專任主治醫師古君揚，駐診服務項目包含預防保健、健康管理、健康檢查諮詢、常見疾病問診、慢性病控制管理、旅遊醫學諮詢等項目，2018 年駐診服務共計 126 小時，較前一年增加 17%。



社團與志工活動

依據 SOGO 的〈職工福利委員會社團組織規範〉，集結 20 位同仁即可申請成立「社團」，為鼓勵各地區同仁交流，社團可跨店參與，讓同仁們於工作之餘亦可培養生活興趣，達到工作與生活的平衡，各社團每年可獲補助 24,000 元。2018 年共有四個社團，分別為 SOGO 志工社、SOGO 登山社、羽球社、運動樂活社，從社團型態可發現，同仁相當重視規律運動，培養健康的生活習慣。



為鼓勵同仁延續服務精神、發揮人文關懷、促進個人成長，SOGO 開放每人每年可申請 10 小時「有薪志工假」，2018 年同仁共申請 104 小時志工假。SOGO 以專案活動的形式規劃公益活動，另外，許多志工活動是與行銷活動或是營運結合，讓同仁在工作中就能做公益。



SOGO 志工社協助迷你小校坪林國小漁光分校維護校園生態



SOGO 志工在水深及腰的生態魚池中清除外來種水芙蓉

特輯 ▶

健康促進活動

SOGO 致力推行健康職場，依據同仁健康檢查報告之分析，量身打造適合共同參與之健康促進宣導課程及活動。2018 年台北店健康列車系列課程，與臺北市衛生局、大安區健康服務中心等各方政府主管機關合作辦理；中壢店則舉辦佛朗明哥與賽爾維亞舞蹈教學、乳房健檢、並訂下目標、完成玉山登頂；高雄店則參與「為女著紅 為心而跑」路跑，與前鎮衛生所共同舉辦免費癌症篩檢。全台共舉辦 15 場次健康促進活動，總計 681 人參與。

SOGO 的健康管理由上至下，普及全面，提高健康管理的觀念並實踐，為同仁的健康大大的加分。



Dance with me

新竹店 Big City 館邀請知名健身教練潘若迪老師至現場與民眾同歡，以熱鬧且活力四射的韻律舞蹈和大家揮灑汗水，一起運動健身，將運動對健康的重要性傳達給大眾。

佛朗明哥與賽爾維亞舞蹈

SOGO 中壢店宣導有健康的身體，才有快樂的人生；同時也主張學習藝術能陶冶性情，因此特別針對同仁舉辦舞蹈課程，除了鼓勵同仁維持良好人體的形體美，進而鍛鍊同仁優雅儀態外，透過專業老師以靜中有動、動中有靜的健身方式，搭配曼妙舞姿和時而快時而慢的節奏，讓同仁隨時保持輕盈並使關節靈活，促進人體血液循環和新陳代謝。



登峰造極 SOGO 中壢店登頂玉山計劃

中壢店於 2018 年初訂下登頂玉山的目標，隨即成立登山社團，展開體能訓練，由石門山、頂山石梯嶺步道與東眼山開始，進行初步的登山體驗；第二階段則進行海拔高度 2,305 公尺、全長 7 公里、海拔落差高達 1,200 公尺的玉山前哨站 - 谷關馬崙山挑戰，一趟往返歷時 10~12 小時，奠定了攻頂玉山的決心。10/4 中壢店一行人順利登上海拔高度 3,952 公尺的玉山主峰，完成登頂計劃。



健檢知多少課程

由專業醫療人員授課，教授同仁預防醫學重要性，同時蓋括解說公司提供的免費健康檢查，是針對身體健康哪些部分篩檢，並提醒同仁平常需如何自我保健，達到良好身心狀態。

好眠課程

有鑑於現代人經常會有睡眠相關問題，加上同仁健康檢查中，也反映睡眠品質需要加強，SOGO 特別開設好眠課程，由專業人員解析何謂失眠，以及提供各種助眠小秘訣。



核心肌群訓練課程

SOGO 台北店與衛生局大安健康服務中心合作課程，由專業運動教練親自示範動作，針對同仁核心肌群進行全方位訓練，同時教導大家，平常如何在家中簡易自我訓練，希望透過培養運動習慣，改善同仁健檢報告中，體脂偏高的問題。

癌症篩檢擴大服務

SOGO 台北店於 2018 年擴大舉辦免費四癌篩檢活動，邀請台北市大安區健康服務中心指導，並且服務社區鄰里，讓 SOGO 在企業社會責任進一份心力。

SOGO 高雄店與前鎮衛生所共同舉辦免費癌症篩檢與健檢活動，秉持企業社會責任與提供顧客更多元的服務，期以透過與公家機關活動合作的機會，一方面響應政府推廣預防醫療的政策外，另一方面也期望可以帶動更多企業一同壯大整體的醫檢系統。



運動企業認證

三十年來永不間歇的早操，並舉辦接力路跑活動邀請廠商、同仁及顧客等一起參與，SOGO 2018 年獲教育部體育署頒發《運動企業認證標章》，朝「健康百貨」的目標更上一層樓，同時也是台灣百貨首度獲頒此標章的業者。

5 CARING 關懷平台力 PLATFORM

特輯 P.81 「愛箱送」服務 以愛的串連啟動循環經濟

SOGO 是受顧客信賴的百貨通路，化身為集結顧客、廠商、同仁、社福團體等利害關係人善心之平台，2018 年 SOGO NEW LIFE 精神，重新以「CSR」三大重點詮釋，包含 C-Caring 關懷、S- Sustainability 永續、R-Reliability 安心，打造特有的社會關懷精神。

SDGs



回應永續議題

- 環境教育
- 社會關懷
- 生態保育

重要利害關係人

- 同仁
- 顧客
- 鄰近社區
- 非營利組織 / 社會企業

連續三年榮獲
TCSA 企業最佳
單項績效獎
社會共融獎

「愛箱送」活動
連結循環經濟
與社會公益

星空計畫到宅公益
公益里程達
7,458
公里

北海岸植樹
3,000
守護海岸美麗

NEWLIFE 活動
受益對象
116,895
人次

NEW LIFE 活動
投入總資源
價值千萬元

5-1 SOGO NEW LIFE 的新精神——「CSR」

SOGO 為台灣零售業「以人為本」服務之濶鱗，除了讓顧客享受與國際同步的飲食文化、流行體驗與精緻服務之外，更發揮通路優勢，集結百貨、廠商、顧客及社會大眾等利害關係人之善心，以「SOGO NEW LIFE 工程」打造 SOGO 特有的社會關懷精神。2018 年起，SOGO 結合趨勢，以「CSR」重新演繹 SOGO NEW LIFE 工程，透過「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」、全台 8 家 SOGO 百貨共同實踐之。



基金會

1988 年 SOGO 成立「財團法人太平洋崇光文教基金會」，以提升全民文化藝術、生活品味為宗旨，長期推廣文化交流、舉辦各項文教活動。有感於社會上仍有許多需要協助面向，於 2000 年成立「財團法人太平洋崇光社會福利基金會」，延續 SOGO 取之社會、用之社會的理念，致力於社會福利及慈善活動的推動。

2018 年 SOGO 基金會重點專案包含：第 27 屆 SO GOOD 好小孩耶誕許願信箱、第 8 屆 SO GOOD 好小孩少年楷模徵選、第 11 屆遠東餐廚達人賽、歷年扶助弱勢個案追蹤等。SOGO 基金會在舉辦活動時，亦透過 FB 粉絲團即時揭露活動資訊、小故事與活動結果等最新訊息，讓社會公益的故事透過社群網絡廣為流傳，啟動社會善循環。

更多資訊 基金會 <http://www.sogo.com.tw/NewLife/>

更多資訊 基金會FB粉絲團 <https://www.facebook.com/SOGONEWLIFE/>

顧客支持度

在 SOGO 基金會的長期耕耘下，有 71.4% 的消費者對於 SOGO 百貨的教育文化與社會公益作為感到滿意，並有 74.9% 的消費者肯定 SOGO 關懷弱勢族群的作為，而在提供場地與服務作為社會公益推廣使用、辦理志工活動、藝文活動等的認同程度達到 7 成左右。

5-2 NEW LIFE 活動

2018 年 SOGO 積極與 72 個外部 CSR 單位合作，包括公益慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌、社會企業等，參與社會公益活動，執行投入扶助弱勢族群、推動生態保育、推廣教育藝文、強化公衛醫療、回饋社區鄰里、發起慈善捐贈等共 116 項公益活動。

	場次	參與人次	受益人次	投入資源價值
C Caring 關懷	26	23,553	14,401	4,041,800
S Sustainability 永續	27	29,190	29,090	2,366,300
R Reliability 安心	63	17,183	73,404	4,607,500
總計	116	69,926	116,895	11,015,600

Caring 關懷

SO GOOD 好小孩少年楷模——我的正能量

SOGO 長期投入兒少關懷，扮演「以人氣通路搭建公益橋樑，牽起 M 型化兩端對話」的公益角色。自 2011 年起舉辦「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚」，為台灣百貨唯一的弱勢兒童典範徵選活動。全國清寒向上、逆境樂觀、熱心助人、疾病困苦卻不忘夢想、孝順友悌的幼兒園與國小學童，都可由各縣市國小、社福機構舉薦。由太平洋崇光社會福利基金會邀請專業領域之社工或學者評選。此外，SOGO 亦設置「熱心守護獎」，表彰第一線老師與社工對於弱勢兒童的投入與關懷。

2018 年第 8 屆活動以「我的正能量」為主題，選出 3 位評審團特別獎、19 位優秀楷模獎得主，另特別頒發「熱心守護獎」予「嘉義縣和順國小」以及「臺中市北區中華國小」。活動舉辦八屆以來，累計獎勵 242 位學童、催生 20 名總統教育獎、邀請 37 位偶像名人為學童打氣、發出 288 萬元獎助學金。SOGO 設置此獎項的目的不在於「篩選」，而是在於讓逆境向上的典範能夠被看見、被鼓勵，進而感動更多人。

「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚」活動曾獲亞洲企業商會頒發「亞洲企業社會責任獎」(Asia Responsible Entrepreneurship Awards) 社會公益發展獎，也曾執行公益投資社會報酬分析 (SROI)，評估活動活動所產生的效益為 10.18，意即每投入 1 元成本，可為利害關係人創造 10.18 元的正面影響力。



星空計畫到宅公益

為深耕公益、增加弱勢學習資源，2016年起 SOGO 與太平洋崇光社福基金會結合通路資源，與專長於視覺藝術的教師群攜手，針對喜愛繪畫的少年楷模推出「星空計畫到宅公益」計畫，讓美術老師到學童家裡教繪畫，陪伴孩子們彩繪夢想。這項 SOGO 首創的到宅公益由擅長藝術創意班級經營、曾獲全國 Super 教師「評審獎」與星雲教育獎「典範教師」的彰化橋信國小李英杰老師，及獲美術新人獎的桃園石門國小古明倉老師攜手，直接到宅公益教學，實現學童的彩繪夢想，創造人生未來更多的可能。



累計至 2018 年，SOGO「星空計畫到宅公益」計畫共開辦 16 場次，投入 384 小時志工時數（人時），公益里程累計 7,458 公里（人公里），約可環島 8 圈。

SO GOOD 好小孩的耶誕心願

SOGO 與國內社福機構合作，關懷弱勢及特殊境遇兒童，建立心願認領平台，邀約社會大眾於歲末寒冬認領弱勢兒心願，傳遞人間溫暖。



2018 年第 27 屆 SOGO「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」由 SOGO、太平洋崇光社會福利基金會與家扶基金會、陽光基金會、罕見疾病基金會、基督教芥菜種會、婦女救援社會福利事業基金會、台南大學附屬啟聰學校等社福機構，邀請弱勢孩童在耶誕卡上許願，由社會大眾為孩子們圓夢。活動舉辦 27 年來，滿足了超過 2.3 萬人次弱勢兒童的心願，每年約有四成以上的心願認領者曾參與一次以上，顯示 SOGO 有一群穩定而年輕的公益客層，持續關注社會公益。

參與者回饋

參與民眾：

- 97% 認領人對活動感到滿意
- 98% 願意分享 / 推薦活動

社福單位：

- 婦援會：感謝 SOGO 每年都想到婦援會。
- 桃園家扶中心：一份禮物代表著企業及民眾溫馨祝福，真的超級溫暖。
- 南大附聰老師：在這個暖暖的冬天，太平洋崇光社會福利基金會透過 SOGO 百貨扮演聖誕老公公應許了每一個心願。



SOGO 志工冬至送愛 陪伴樂山院生溫暖過節

SOGO 志工秉持關懷分享的精神，於 12/22 前往樂山教養院，陪伴院生度過溫暖週末。位於八里的樂山教養院早期為收容痲瘋病人而創立，現今則是 100 多位身心障礙天使溫暖的家。SOGO 同仁為身障院生推輪椅到戶外曬太陽、玩互動遊戲，並為每人準備福袋，在耶誕節前夕、冬至這天，陪伴他們度過歲末最溫暖的時刻。

特輯 ▶

「愛箱送」服務 以愛的串連啟動循環經濟

有鑑於過度生產與閒置物資對環境造成嚴重衝擊，SOGO 與 GIVE543 贈物網合作打造「愛箱送」服務，邀請 VIP 會員將家中閒置物資捐出，並聘請弱勢婦女擔任「贈物管家」，以 12 道流程將物資上架，供贈物平台目前合作的 400 多家社福機構與社會弱勢索取。活動舉辦三個月，共媒合送出 3,248 件物品，減少碳排 2,890.7 公斤。

「愛箱送」VIP 公益服務流程



註：排碳量計算方式為，每焚化 1 公噸垃圾產生 0.89 公噸二氧化碳，計算，送出 3,248 件物品，共減少碳排 2,890.7 公斤。
 參考資料：《高雄市政府環境保護局統計通報》<https://reurl.cc/GvONv>
 《新北市政府主計處統計通報第 108 年第 13 號 (環保水利)》<https://reurl.cc/k2g8r>



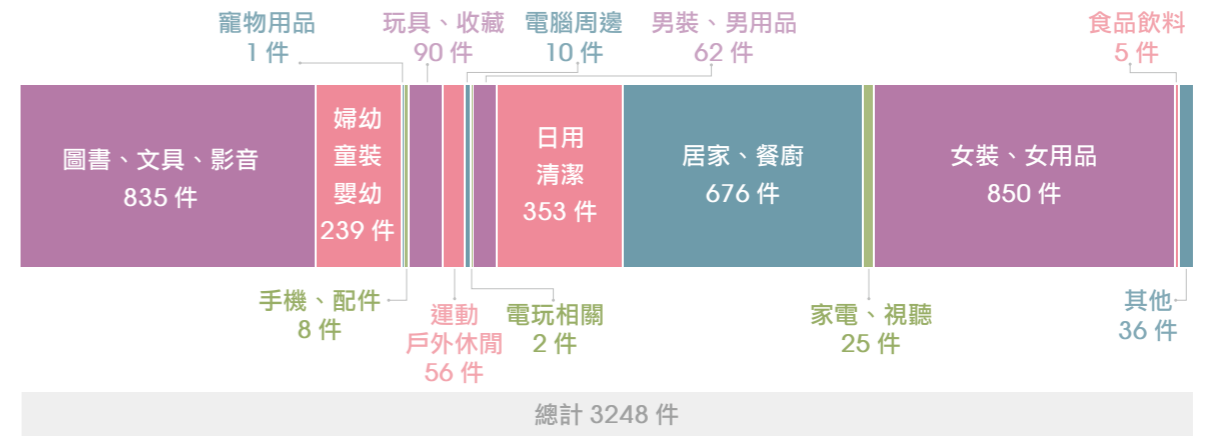
SOGO 在過去申請碳標籤、計算碳足跡的過程中，看到了產品的生命週期以及生產過程所耗費的能源；也在「SO GOOD 好小孩少年楷模」徵選活動中，發現許多弱勢婦女在面對子女畢業或頒獎典禮等重要場合時，苦無體面的衣裳可穿。因此，SOGO 善用 SOGO 的平台特性，延長產品生命週期，減少能源、資源浪費，同時也透過愛的串連，讓社會的美善傳遞出去。

透過「愛箱送」服務，邀請 VIP 會員分享愛心與資源，不僅協助解決家中物資閒置問題、提升生活品質，更協助弱勢婦女就業，並透過贈物平台將資源送到最適合、最需要的人手中，一舉數得。

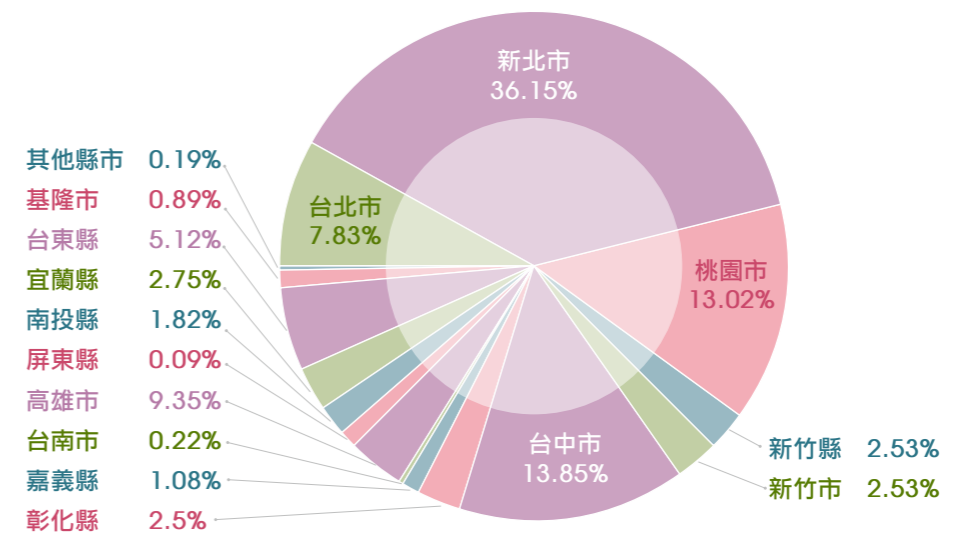
「愛箱送」效益評估



送出物品的類別分析



送出物品的流向分布



SOGO 董事長黃晴雯：
送實用的東西，能立即解決生活所需；送有美感的東西，可以提高對生活的想望。

Sustainability 永續

SOGO 三十而「立」守護海岸美麗、植樹三千

以「打造綠色百貨」為目標的 SOGO，與林務局及民間造林專業團隊 - 財團法人慈心有機農業發展基金會合作，於新北市萬里海岸植樹造林，由 SOGO 董事長、總經理、一線主管率上百位同仁，與台灣萊雅、Timberland 等供應商，種下 3,000 棵海岸第一線林帶的林投、黃槿、海草桐...等樹種，透過生態工法築起台灣海岸綠色前哨。除了捍衛國土外，更阻擋強風飛砂，守護鄰近聚落的居住安全與生活品質。

海岸造林因為土壤鹽化、風砂、高溫、缺水等問題具有相當難度，SOGO 從最難的地方出發，響應政府建構國土生物安全網，延伸海岸綠帶面積，解決海岸線後退，成為四面環海的台灣捍衛氣候變遷最堅實的防線。



小小海科館樂一夏

SOGO 首度與國立海洋科技博物館合作，將台北店忠孝館打造成環境教育場域，現場展出英國藝術家 Sue Bamford 針織珊瑚藝術裝置，喚起大家對於海洋及珊瑚保育的共鳴。另外，海洋生物也於 SOGO 忠孝館內與大小朋友一起比身高，增進知識性與寓教於樂的功能。展出期間亦舉辦多場海洋知識及手作講座，讓大小朋友對於海洋保育更進一步認識。

SOGO 志工社淨灘

有感於海洋垃圾汙染日益嚴重，SOGO 志工社持續關注海洋環境，第一季生態保育工作即聚焦海岸維護，於 2/24 前往萬里區下寮沙灘淨灘。在一般淨灘團體不易走到的地方，14 名志工淨灘 1.5 個小時，共清出 23 大袋、總重 205 公斤的垃圾，平均每人撿拾多達 15 公斤的垃圾。6/9 再度響應世界海洋日，參與新北市環保局於萬里翡翠灣舉辦之「2018 世界海洋日大型淨灘活動」。SOGO 是該活動唯一連續兩年主動參與的企業，志工偕同親友發揮團結的力量，清除現場碎裂的塑料垃圾，並在淨灘後與所有參與者一起排出海龜圖案，攜手實踐與宣導愛護海洋生態的理念。



SOGO X 綠色和平 (GREENPEACE) 翻玩環境教育

世界地球日期間，為了使民眾更加了解氣候變遷及環境的議題，SOGO 台北店復興館與全球性的環保組織 - 綠色和平 (GREENPEACE) 基金會合作，推出「藍天白雲製造所」，邀請顧客體驗用雙腳踩自行車發電的經歷，在寓教於樂的環境與氛圍中讓民眾重視氣候變遷對人類帶來的重大影響。7 月暑假檔期再度與綠色和平合作，邀請顧客以雙腳發電 2 分鐘，換取美味冰淇淋獎賞外，也讓更多人了解再生能源的無限可能。

Reliability 安心

第 11 屆遠東餐廚達人賽

擁有「餐廚界奧斯卡」美譽的「遠東餐廚達人賽」，是國內青年廚藝競賽中規格最高、競爭最激烈、獎金最高的比賽，首創結合內場與外場的青年廚藝競賽，賽事總獎金高達新台幣 100 萬元。2018 年舉辦第 11 屆賽事，首度與國際乳品協會合作，以「It's Real!」為主題，講究食材的真材實料，更反應選手備賽的兢兢業業。

為因應內外場角色界線解構的新飲食趨勢，本屆賽事將參賽人力從過去的一隊 5 人優化為一隊 3 人，培養內場廚師走到客人面前說菜的能力，冀盼培育更多元、全能、善溝通的餐飲尖兵。最後由來自高雄餐旅大學的全女子隊「META」脫穎奪冠，成為台灣代表隊，除可獨得 30 萬元高額獎金，更將在 2019 年 1 月出國參訪廚藝殿堂 CIA (The Culinary Institute of America, 美國廚藝學院)，與世界各國餐廚烘焙菁英交流。

「遠東餐廚達人賽」歷年舉辦已為國內培育兩千餐飲尖兵，完成「培育團隊人才、打開國際視野、增進兩岸交流、養成廚德教育」的階段任務。



35 場在地優質農產品展售會

近年來，青年返鄉務農的熱潮，為傳統農業帶來新活力，其追求的友善大地、有機樂活精神，以及堅持生產新鮮、健康與安全的農特產品，更大大減少碳足跡，縮短產地與餐桌距離。SOGO 全台各據點於 2018 年與各地農會合作，舉辦 35 場在地優質農產品展售會，廣受顧客好評。參與農友表示很高興能面對面與消費者溝通、說明有機農產品特點與生長環境，提供顧客安心保證。



第三屆 SOGO 盃士林區創意燈籠彩繪大賽

SOGO 天母店連續三年與福林國小、雨聲國小及士林國小合作，舉辦「SOGO 盃士林區創意燈籠彩繪大賽」，聯合展出學童創作的創意手繪燈籠，宣傳士林區在地之美。活動連結在地情感，廣受學校師生與當地居民好評。

健康雲計畫 全家 e 起來

國人日漸重視健康議題，為此，SOGO 台北店復興館特別與遠東集團旗下的亞東醫院合作，推廣健康雲計畫，並舉辦「生活飲食沒煩惱」健康生活講座，吸引各年齡層民眾參加。同時，血壓機等這類健康儀器因與生活品質息息相關，吸引不少顧客上前體驗健康與生活科技所帶來的便利。

活動報名狀況踴躍，其中女性佔了 87.9%；主因除了女性較重視個人健康之外，同時也是家庭成員的健康把關者。

5-3 長期合作單位

SOGO 長期投入社會福利與教育相關領域之公益活動，歷年來亦與社福單位、學校長期配合，資源的投入需要長期累積，才足以形成一股穩定的支持力量，下表是 SOGO 持續配合 3 年以上之社福單位、學校、與社會企業，以及在 2018 年所合作之公益活動項目及內容。

單位名稱	2018 年合作項目
1 台灣兒童暨家庭扶助基金會	「SO GOOO 好小孩的耶誕心願」受贈單位：500 名學童受惠
2 財團法人陽光社會福利基金會	「SO GOOO 好小孩的耶誕心願」受贈單位：200 名學童受惠
3 財團法人罕見疾病基金會	「SO GOOO 好小孩的耶誕心願」受贈單位：45 名學童受惠
4 財團法人婦女救援社會福利事業基金會	「SO GOOO 好小孩的耶誕心願」受贈單位：91 名學童受惠
5 基督教芥菜種會	「SO GOOO 好小孩的耶誕心願」受贈單位：250 名學童受惠
6 財團法人羅慧夫顱顏基金會	「SO GOOO 好小孩的耶誕心願」受贈單位：100 名學童受惠
7 台灣女人連線	高雄店與其合作「為女著紅為心而跑」路跑活動
8 世界和平會	參與該單位舉辦之「『夢想的八拍』愛心公益展」活動，捐贈 3 箱、共 213 件生活用品作為現場公益市集義賣物資
9 台灣導盲犬協會	新竹店 Big City 館與該單位合作舉辦「讓愛閃耀」導盲犬推廣及發展經費勸募活動
10 綠色和平組織	台北店復興館與該單位合作「藍天白雲製造所」以及「甜甜的再生能源～純素冰淇淋製造所」
11 私立懷德風箏育幼院	中壢店暖冬公益活動合作單位：40 名學童受惠
12 Give543 贈物網	合作「愛箱送」公益活動
13 慈心有機農業發展基金會	「SOGO 三十而『立』一守護海岸美麗、植樹三千」協辦單位
14 台灣婦產科醫學會	高雄店與其合作「為女著紅為心而跑」路跑活動
15 心路社會福利基金會 新竹兒童發展中心	新竹店志工服務
16 徐元智先生紀念基金會	合作舉辦「遠東餐廚達人賽」
17 臺北市私立育達高職	<ul style="list-style-type: none"> ● SO GOOD 好小孩的耶誕心願 - 產學合作 ● 遠東餐廚達人賽 - 產學合作；決賽場地設備、人力合作 ● 愛心服務人力合作

單位名稱	2018 年合作項目
18 福林國小	天母店與該校共同舉辦士林區創意燈籠彩繪大賽，推廣傳統藝術之美
19 芝山國小	<ul style="list-style-type: none"> ● 天母店與該校共同舉辦士林區創意燈籠彩繪大賽，推廣傳統藝術之美 ● 天母店與該校「天空 4.5 樂團」合辦「甜馨樂餐」活動
20 士林國小	天母店與該校共同舉辦士林區創意燈籠彩繪大賽，推廣傳統藝術之美
21 嘉義和順國小	社福基金會贊助學童七股燈塔單車之旅的旅途補給
22 新北市濕地故事館	合作「海」要更乾淨 SOGO 志工社淨灘守護海洋活動
23 泰北高中	天母店與該校合作繪畫活動
24 國立海洋科技博物館	台北店忠孝館與其合作「小小海科館樂一夏」
25 桃園石門國小	社福基金會與其合作「天『材』老師到我家」星空計畫到宅公益活動
26 彰化縣僑信國小	社福基金會與其合作「天『材』老師到我家」星空計畫到宅公益活動
27 亞東醫院	台北店復興館與其合作健康講座
28 明倫高中	天母店與該校合作繪畫活動
29 新北市坪林國小	SOGO 志工協助 5 人小校維護生態
30 日僑學校	天母店與該校合作太鼓表演活動
31 高雄餐旅大學	遠東餐廚達人賽 - 產學合作、賽事諮詢顧問
32 弘光科技大學	遠東餐廚達人賽 - 產學合作；初賽場地設備、人力合作
33 台南大學附屬啟聰學校	社福基金會與其合作「天『材』老師到我家」星空計畫到宅公益活動
34 台灣師範大學	合作培訓百貨時尚專業人才
35 彰化縣大村國小	社福基金會與其合作「天『材』老師到我家」星空計畫到宅公益活動
36 木人艸	<ul style="list-style-type: none"> ● 「愛箱送」活動在地餐飲內容設計與供應 ● 台灣本土優質農友與農產品資訊提供

6

SUSTAINABLE 永續環境力 ENVIRONMENT

特輯 P.98 百貨第一「減碳標籤」

SDGs



回應永續議題

- 環境教育
- 生態保育
- 綠色創新與服務
- 能源管理
- 水資源管理
- 廢棄物管理
- 溫室氣體管理

重要利害關係人

- 顧客
- 政府 / 主管機關
- 承租廠商 (專櫃)

SOGO 是受顧客信賴的百貨通路，為集結顧客、廠商、同仁、社福團體等利害關係人的平台。面對環境永續議題，SOGO 以數位行銷、綠色採購、提倡綠色消費等策略打造綠色營運文化，在日常營運中實踐環保理念，執行能源管理及建置節能措施，並依各利害關係人特性提出行動方案，從各面向落實環境保護。



6-1 綠色百貨

面對環境永續議題，SOGO 以綠色行銷、綠色購物、綠色行動、綠色運輸等策略打造綠色營運文化，在日常營運中實踐環保理念，執行能源管理及建置節能措施，並依各利害關係人提出行動方案，從各面向落實環境保護。

綠色行銷

綠色行銷工具

SOGO 以 9 大綠色行銷工具：SOGO APP、LINE@ 生活圈、Facebook 粉絲團、Instagram、線上購物館、YouTube、電子化支付、大數據、電子看板等，提供顧客便利且快速的購物資訊，減少紙張使用，進而降低對環境的影響。2018 年 SOGO APP 累計下載數達 13.2 萬次，較前一年增加近 4 萬次，顯示 SOGO APP 不斷優化的功能與介面，讓數位互動模式廣為顧客接受。

2018 年起逐步將館內宣傳版面電子化，以減少紙張與相關耗材使用，並可更有效溝通訊息。台北店忠孝館與復興館已於 2018 年將手扶梯兩側布告欄改為電子式看板。



行銷活動宣導綠色理念

SOGO 透過台灣在地小農展、青年農民展售會、鮮綠夏日市集等行銷活動，向顧客宣導環保觀念，寓教於樂，推廣環境友善農法，帶領顧客體驗低碳生活，宣導環境永續的觀念；並將無痕飲食等環保訴求與來店禮結合，期望顧客能培養環保的習慣，減少塑膠袋和一次性餐具的使用。2018 年共送出近 35.5 萬個環保類禮贈品。



減少包裝材料

SOGO 近年來積極推廣綠色行銷，考量贈送實體贈品會在包裝與運送過程中產生碳排放，SOGO 提供 HAPPY GO 電子點數作為贈品選項，使行銷活動更環保。2018 年全年共發出 4.78 億 HAPPY GO 點數，相當於 478 億消費金額，較前一年度成長約 2%。

歷年發出 Happy Go 點數



鼓勵回收

近 3 年化妝品類業種營收皆占總營收 14% 以上，位居第一名。因此，SOGO 每年在全台各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動，顧客持化妝品/香氛正貨空瓶至各專櫃回收，每只可獲贈 HAPPY GO 點數 3 點。2018 年共回收 18.2 萬只空瓶，較前一年增加 4%。此外，全台各店均鼓勵顧客持廢電池到 SOGO 回收，並不定期舉辦廢電池回收贈點活動，廣受好評。



使用環保再生與無毒材料

SOGO 全台各店均使用 FSC (Forest Stewardship Council, 森林管理委員會) 認證紙張所製成的購物提袋，並採購具有 FSC 認證的擦手紙與衛生紙，從細節中對環境保護盡一份心力。

此外，SOGO 發行之 DM 皆採用大豆環保油墨印刷。大豆油墨是以大豆油為原料所製成的印刷油墨，比傳統石油製成的油墨更環保，且利於廢紙回收與再生。

綠色購物

電子化禮券

SOGO 為國內第一家推出電子禮券的百貨公司，提升消費者使用的便利性及節省紙券印刷和郵寄等環境成本。

	特色	說明
電子抵用券	● 不用排隊、不用找贈獎處，用 SOGO APP 一鍵兌換！ ● 減少搭乘電梯上下樓層之必要需求	搭配店內滿千送百等販促活動時發放，顧客無須持發票至贈獎處排隊兌換，直接透過手機掃描發票之 QR Code，即可兌換及使用電子抵用券。2018 年發放金額較前一年增加 49%。
即享券	● 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	SOGO 推出 SOGO Ticket Xpress 即享券（簡稱「即享券」），為台灣第一家使用即享券的百貨業者，提供消費者更多元的回饋選擇。顧客僅需出示 QR Code 或手機簡訊電子序號，就能購買商品。2018 年發放金額較前一年增加 54%。
電子禮商券	● 禮券就在 SOGO APP 裡，帶手機出門就可購物！ ● 減少紙本禮券印刷與郵寄產生之汙染	電子禮商券為 SOGO 自行發行之電子化禮商券，目前僅限於發放予同仁使用。2018 年發放金額較前一年增加 50%。

SOGO 所推出的行動支付工具中，「電子禮券」因為數位行銷發展有成，使用率不斷提升。2018 年共計發出逾 3 億元電子化禮券，較前一年成長 52%。將全年發出的電子禮券換成紙本禮券，堆疊高度約等同於 12 座 SOGO 忠孝館，省下的紙張，約可拯救 145 棵 12 公尺高的樹木。

電子禮券類型	發放金額 (單位：新台幣千元)		
	2016 年	2017 年	2018 年
電子抵用券	22,994	28,564	42,524
即享券	60,000	140,000	215,092
電子禮商券	42,569	30,031,436	45,122
總計	125,564	198,596	302,739

退稅流程 e 化

SOGO 透過數位簽名，即時結合國稅局退稅核定明細單，同時運用雲端效能整合全台各據點數據分析統計，率先於 2016 年 10 月啟用「外籍旅客退稅作業優化流程」系統，以帶給顧客更便給的購物體驗。「外籍旅客退稅作業優化流程」系統 2018 年共有 108,013 筆退稅記錄，共計節省 5,400 小時人力、10.8 萬張 A4 紙；在人流繁忙的週年慶期間，成效更為卓越。

「外籍旅客退稅作業優化流程」系統重點特色



綠色行動

綠色採購

為由內而外推動綠色百貨，SOGO 在採購時會優先選用具有環保標章及認證的商品。2018 年在四大類別進行綠色採購，共投入約 4,103 萬元。



綠色運輸

SOGO 多數據點均位於交通薈萃之處，針對非座落於交通樞紐的中壢店與新竹店 Big City 館，則設置免費接駁公車。中壢店每 30 分鐘一班，接駁顧客往返中壢店及中壢火車站，同時搭配線上接駁車動態查詢系統，可預估接駁車到站時間，讓顧客對行程的掌握度更高，搭乘意願也與日俱增；新竹地區主要服務為接駁顧客往返站前館及 Big City 館，平日每 20-30 分鐘一班、假日每 10 分鐘一班。顧客如搭乘 SOGO 接駁車，每趟往返比自行駕駛小客車減少約 82% 排碳量。

2018 年中壢店共往返接駁 14,235 趟、新竹店 Big City 館 10,950 趟，每年共減碳逾 12 公噸。



此外，為推動節能減碳，同時避免車輛過多造成社區居民不便，SOGO 天母店首創全國百貨賣場設置自行車停車場，增加使用便利性，鼓勵同仁及顧客多利用自行車或步行等更健康、更環保的交通方式。

空氣品質管控

SOGO 屬應符合室內空氣品質管理法之公告場所，除了符合法規，每兩個月進行一次可燃性氣體檢查、每半年進行一次二氧化碳氣體檢查，以及其他環境衛生安全相關檢測外，SOGO 於天母店加裝「空氣品質資訊看板」，即時公布各樓層二氧化碳濃度，以維護顧客與同仁的健康；未來各店也將陸續設置。

執行項目	頻率
可燃性氣體檢查	每 2 個月
二氧化碳氣體檢查	每半年
空調設備濾網清洗	每月
冷卻水塔清洗滅菌及檢測	每半年
空調主機大保養	每年

6-2 能資源管理

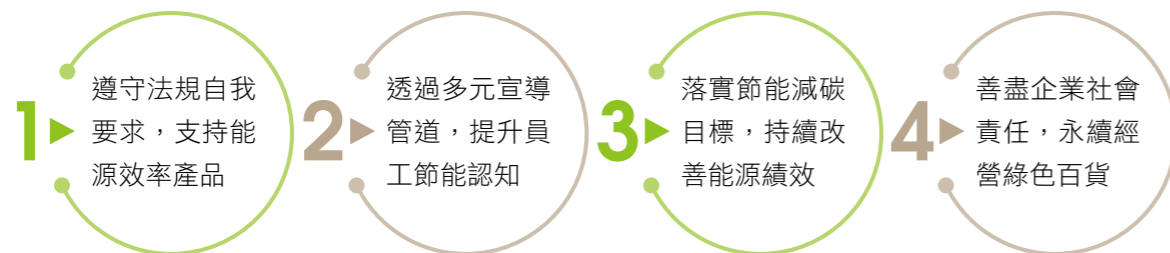
能資源管理

能源管理委員會

SOGO 設置「能源管理委員會」，由行政總經理擔任主任委員，帶動全公司上下實踐能源政策，降低對生態環境的影響。



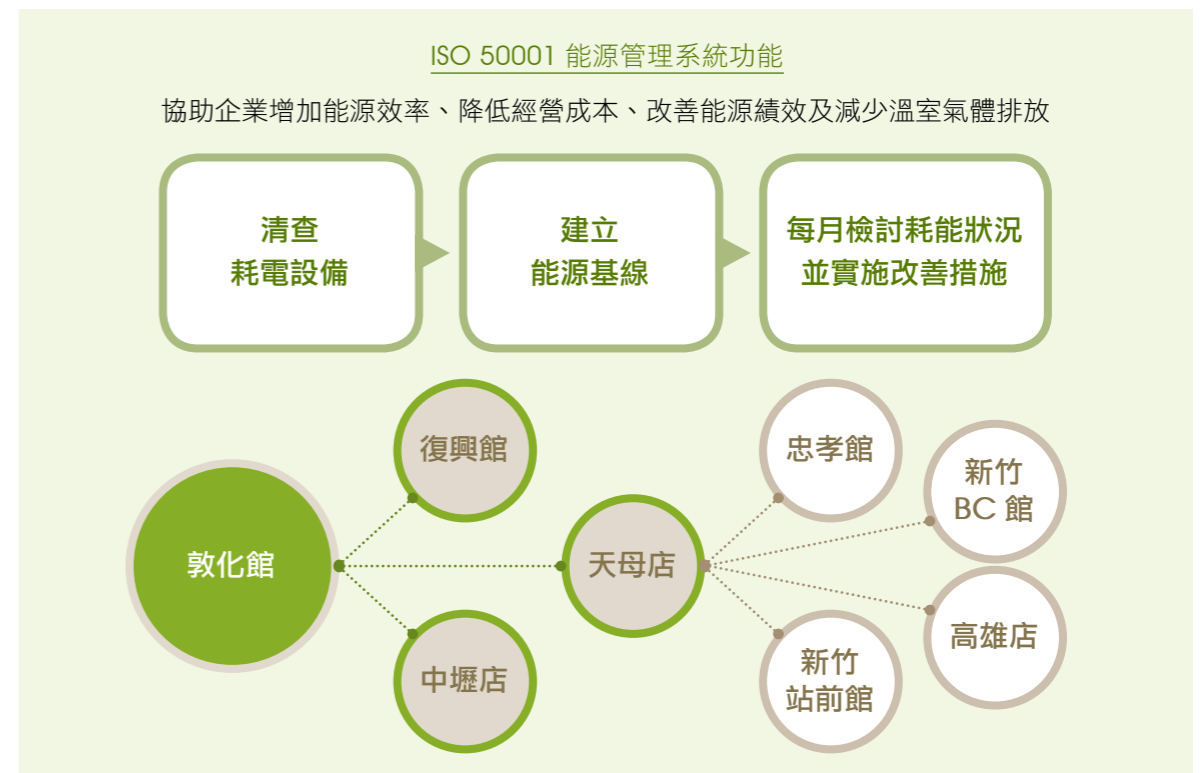
能源政策



能源管理

導入 ISO 50001 能源管理系統

SOGO 於 2017 年以台北店敦化館為標的，導入 ISO 50001 能源管理系統，成為台灣連鎖百貨第一家導入 ISO 50001 能源管理系統的業者。透過測量與監督，SOGO 找出現行能源使用可改善之處，並管理未來能源供應的相關風險；同時藉此改善能源使用績效，以減少能耗與支出。SOGO 全台各店也在 2018 年年底達成全數以 ISO 50001 能源管理系統的精神進行能源控管，提高能源使用效率。



用電量管理

SOGO 全台 8 大營業據點能源耗用以外購電力為主，2018 年用電 121,477,260 度 (KW/h)，轉換成能源消耗量為 437,318.136 千兆焦耳 (GJ)，總用電量減少 3.32%，二氧化碳排放量為 67,298.4 公噸 (依能源局公告之 2017 年電力排放係數 0.554 公噸二氧化碳 / 度計算)。2018 年每度用電之營收為 356.81 元，較前一年度提高 4.66%。

在公共區域節電績效更為顯著。2018 年公共用電量共減少 500 萬度 (4.8%)、節省 1,490 萬元費用 (5.8%)；2017-2018 年公共用電量共節約 770 萬度電 (7.2%)、省下 3,560 萬元能源成本 (12.8%)。

台北店復興館與中壢店申請 2017 年能源局「能源技術服務業 (ESCO)」節能專案補助，已於 2018 年年底更換復興館與中壢店冰水主機各一台，並於復興館建置能源管理控制系統，專案預計可於兩館下一年度節電 27.1%。

歷年電力能源耗用

電力能源耗用量 (單位：千兆焦耳) 每百萬營業額電力能源耗用量 (單位：千兆焦耳/佰萬元)

2018年	437,318.136	10.08
2017年	451,789.22	10.55
2016年	455,783.17	10.68
2015年	453,455.15	10.48
2014年	455,055.38	10.46
2013年	462,013.40	11.31

節電 3.32% 重點作為

①

以 ISO 50001 管理系統控管各店能源，依規範推動各項系統標準操作程序，減少因人員操作疏失所導致之能源耗損

②

以晚開早關為目標，於不影響賣場舒適度之前提下，調整冰水主機開關時間

③

持續更換高節能 LED 燈具

通過 ISO 14064-1 溫室氣體查證

SOGO 在經濟部商業司「商業服務業能源管理與技術輔導計畫」下，率全台百貨業者之先，由財團法人台灣綠色生產力基金會輔導，遵循 ISO14064-1:2006 相關規範進行溫室氣體盤查作業，以期有效瞭解排放總量，並解析排放源和排放趨勢，進而進行管制。經盤查以及台灣檢驗科技股份有限公司 (SGS) 的查證，SOGO 台北店復興館溫室氣體總排放量近 11,710 公噸二氧化碳當量；未來將依此提出減量措施，逐步減少碳排放量。



節能措施

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

電梯電力回生系統

為解決電梯消耗電力之餘產生額外熱能的問題，SOGO 復興館電梯採用「電力回生系統」，讓電梯一邊運作、還能一邊回生電力，有效節能減碳。

ALC 環境自動控制系統

各店皆採用美製 ALC 環境自動控制系統，由系統管理燈光照明、插座電源、空調系統啟閉控制，並監視、管理賣場溫度及冰水主機效率，透過嚴密監控，將賣場環境溫度控制在符合國家規定之室內溫度 26 度 C。空調一律於開店前 20 至 30 分鐘開啟預冷，打烊前 15 分鐘關閉。

電梯分層停靠

客用電梯與同仁電梯均採分樓層停靠，部份分店在平日人潮較少時段亦會關閉部份電梯，以達節約用電目的。低樓層或是距離較短時，鼓勵顧客與同仁以走樓梯取代搭乘電梯。

高效能照明燈具

各據點逐步更換為高效能照明燈具 (如 LED 燈具)，以減少能源耗損。2018 共更換 9,658 盞節能燈具，節省 80.3 萬度電。

空氣簾 / 防風門

入口處加裝空氣簾或規劃防風門，以減少熱風進入賣場，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

天母店頂樓種植大片綠色草坪，藉此降低太陽照射高溫，以達到節約能源目的。

能源績效管考

為評估能源管理績效，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 CSR 委員會例會，以了解目前公司最新 CSR 相關政策與計畫，由各部門共同為永續目標努力。同時，SOGO 設立內部獎勵機制，激發部門與同仁的環保創意與低碳競爭力。

SOGO 精神獎

SOGO 承襲遠東集團立業精神，透過全體同仁的努力奮鬥，不斷創造出亮眼的成績，奠定了在台灣百貨業界不可撼動的地位。為了讓 SOGO 的精神可以廣為流傳與傳承下去，每年由人力資源部主辦「SOGO 精神獎」徵選活動，期許透過每一件優秀楷模的事蹟，傳遞給全體同仁更多的正面能量，樹立更優質的公司文化。得獎隊伍頒予獎金鼓勵，優選隊伍可代表 SOGO 參加「遠東精神獎」。2018 年「SOGO 精神獎」獲獎件數與環保相關創意提案佔總件數的 50%，顯示 SOGO 同仁在日常工作中積極發展綠色創意，力行永續的綠色行動。

SOGO CSR 最佳貢獻

為使 CSR 精神廣為流傳與再登高峰，特舉辦「SOGO CSR 最佳貢獻獎」徵選活動，期許透過同仁傑出貢獻的事蹟，傳遞更多正能量予 SOGO 人，樹立優質公司文化，將 SOGO 型塑為 CSR 永續幸福企業。2018 年「SOGO CSR 最佳貢獻獎」與環保相關提案佔總件數的 42%，代表 SOGO 人已逐漸將綠色文化內化為 DNA。

特輯 ▶

百貨第一「減碳標籤」

2015年取得第一張百貨零售服務業「碳標籤」後，SOGO力行減碳政策，天母店以三年減碳24.77%的減碳績效，獲行政院環保署核定頒發「減碳標籤」。

SOGO的減碳歷程



2015年 SOGO 在申請「碳標籤」的過程中，定義出百貨零售服務業的 PCR(Product Category Rules, 碳足跡產品類別規則訂定)，讓全台 80 萬家相關業者，都能據此計算碳排放量，訂定適合自己的減碳計畫。

透過「百貨零售服務」碳足跡盤查作業，從原料取得、服務及廢棄物處理階段等過程檢視，SOGO 瞭解碳排放比例前三名為服務流程中的電力（83%）、天然氣（9.2%）及廢棄物處理（6.3%）。後續積極推動五大積極綠色作為包括提高電子行銷比例、太陽能板發電、智慧空調管理、購買綠色電力及提供雲端服務等，以達成減碳 2% 的目標。

三年來 SOGO 結合顧客、供應商、同仁等利害關係人，搭配軟硬體設備與措施，減少近 25% 碳排放量，遠超出三年內達到 3% 以上減碳量的資格規範。



註：標籤的碳排放量為 EPA 之級距呈現的量，與實際排放量有些微的差異。

外界讚賞

環保署管考處
洪淑幸 處長



SOGO 力行減碳環保的優異成果，等於是企業的力量在與國際接軌，尤其 SOGO 清楚知道自己的減碳熱點在哪，做出**超過標準 8 倍效益**的成果，非常可貴，創造了企業、政府與民眾三贏的成功模式。

百貨業對民眾的影響力很大，透過參與政府「減碳標籤」認證的行動，將能為社會為民眾帶動更積極的環保減碳影響力。

台灣環境管理協會
顧洋 理事長



台灣 SGS
黃世忠 資深副總裁



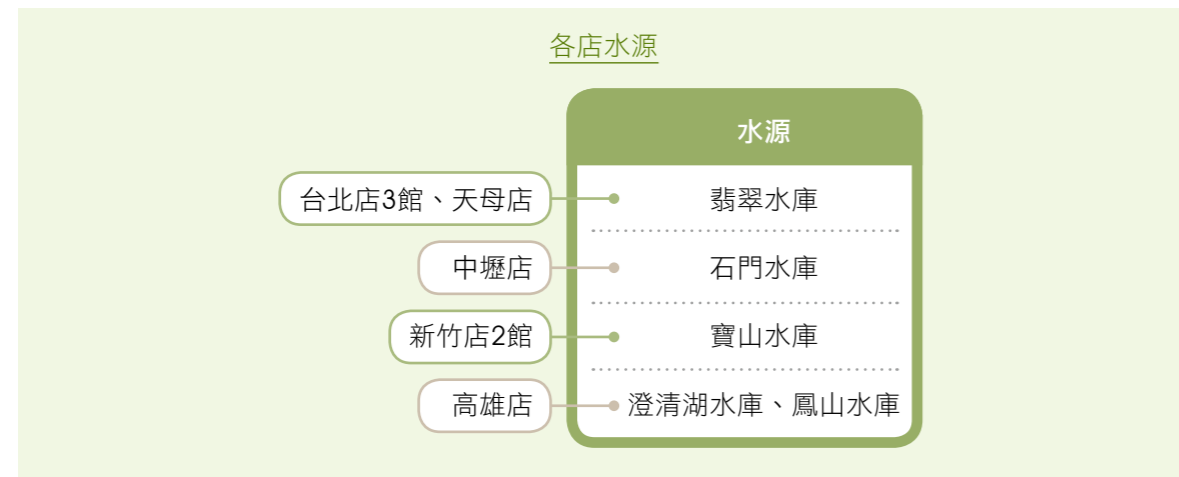
SOGO 對減碳標籤的投入，在整體零售服務產業來看，是非常有遠見、有前瞻性的！

獲得「減碳標籤」的天母店，三年來不僅在節能減碳上交出了漂亮的成績單，業績亦逐年成長；代表著只要下定決心，採取正確的行動方案，百貨零售服務業的營運績效與減碳成效可以同步蒸蒸日上。SOGO 取得「減碳標籤」不但是百貨界的創舉，後續又獲行政院環保署頒發「低碳產品獎勵優等獎」，希望藉此帶領台灣百貨業重視氣候變遷溫室氣體控管議題，與政府攜手達成減碳 2% 的永續目標。



水資源管理

SOGO 全台 8 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。SOGO 重視日益嚴重的氣候變遷問題，雖非耗用大量水資源之企業，仍監督自我做好每一個節約用水的環節，為保護地球盡一份心力。2018 年全台總用水量約 147.35 萬立方公尺，相較 2017 年微幅增加 0.52%，主要因為新設餐飲專櫃增加用水 7,640 立方公尺。天母店設有雨水回收設施，2018 年回收量為 1,061 立方公尺，占全公司用水量之 0.07%。



省水設備

省水衛廁設備

復興館、天母店等分店使用節水水龍頭及省水馬桶，顧客每一次使用都能省水。

雨水回收系統

天母店設有雨水回收系統，用於灌溉。

中水回收系統

新竹店 Big City 館設有中水回收系統，用於洗手間清潔。

歷年水資源耗用

年份	歷年水資源耗用量 (單位：立方公尺)	歷年單位水資源耗用量 (單位：立方公尺/佰萬元)
2018 年	1,473,536	34.00
2017 年	1,465,896	34.24
2016 年	1,411,971	33.09
2015 年	1,366,018	31.56
2014 年	1,621,438	37.28
2013 年	1,535,669	37.60

廢棄物管理

SOGO 營業內容以百貨交易買賣為主，產生之廢棄物依環保法令規定分類，皆屬一般事業廢棄物，無有害特性認定廢棄物之產出。各據點皆依法交由環保主管機關登記核可之專業廢棄物處理廠商清運，送交公營焚化爐焚燒處理。同時全面進行垃圾分類、廚餘回收及資源回收，並在茶水間皆擺放垃圾桶、廚餘回收桶及電池回收桶，各樓面亦設立各類資源回收區。

2018 年全台共有 10,267 噸廢棄物，其中回收再利用廢棄物與焚化類廢棄物均較 2017 略少，顯示從源頭減量已有成效，分別比去年減少 2.38% 與 0.18%。然因百貨業經營環境改變，餐飲類專櫃來客數與業績均提升，且餐飲類快閃店與美食展檔期增加，相關食材運送、製作、販售與食用的過程中，皆會產生食材殘料與廚餘。對此，SOGO 建立廚餘回收再利用機制，加強宣導廚餘回收、增設廚餘回收點，全程控管送至畜牧場作為養豬飼料，因此廚餘回收量自 2014 起逐年增加，2018 年較 2017 年增加 14.23%。

歷年非有害廢棄物統計

年份	廢棄物類別 (單位：公噸)			總計
	回收再利用	焚化	廚餘	
2018 年	374	7,372	2,521	10,267
2017 年	383	7,385	2,207	9,975
2016 年	349	7,463	2,055	9,866
2015 年	369	7,786	1,996	10,151
2014 年	361	7,736	1,691	9,788
2013 年	348	7,056	1,722	9,126

未來計畫

未來 SOGO 將持續深化碳管理，積極推動能資源節約管理，並在百貨大微利時代逆勢加碼投資約 4,680 萬元 (2018 年 2,510 萬元、2019 年 2,170 萬元) 於大型節能減碳設備，預計每年至少減碳 1%。

專案 1.

持續投資於節能設備升級與優化

2018 年 SOGO 空調系統優化節能方案獲選能源局節能專案補助 490 萬元，將於 2019 年更換台北店忠孝館與高雄店冰水主機各一台。

專案 2.

太陽能發電系統

於新竹店 BC 館建置第二座太陽能發電系統。

專案 3.

每年逐步減碳

每年至少減碳 1%，預計全台各店總排放量在 2023 年減少 2%。

APPENDIX

· 附 錄 ·

GRI Standards 索引

GRI 102：一般揭露 ▶

	揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
1. 組織概況	102-1 組織名稱	I	4	V
	102-2 活動、品牌、產品與服務	1-1	18-24	V
	102-3 總部位置	1-1	5	V
	102-4 營運活動地點	1-1	19	V
	102-5 所有權與法律形式	I	4-5	V
	102-6 提供服務的市場	1-1	19-21	V
	102-7 組織規模	1-1 4-1	19-21 60-62	V
	102-8 員工與其他工作者的資訊	4-1	60-63	V
	102-9 供應鏈	2-1	36-37	V
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	無	-	V
	102-11 預警原則或方針	1-3	30-33	V
	102-12 外部倡議	無	-	V
	102-13 公協會的會員資格	1-2	29	V
2. 策略	102-14 決策者的聲明	II	6-7	V
	102-15 關鍵衝擊、風險及機會	IV-3	12-13	V
3. 倫理與誠信	102-16 價值、原則、標準及行為規範	1-3	30-33	V
	102-17 關於倫理之建議與顧慮的機制	1-3	30-33	V
4. 治理	102-18 治理結構	1-2	25-27	V
	102-19 委任權責	1-2	25-28	V
	102-20 管理階層負責經濟、環境和社會主題	1-2	26-27	V
	102-22 最高治理單位與其委員會的組成	1-2	26-27	V
	102-23 最高治理單位的主席	1-2	26-27	V
	102-24 最高治理單位的提名與遴選	1-2	26-27	V
	102-26 最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	1-2	26-27	V
5. 利害關係人溝通	102-40 利害關係人團體	IV-2	12-13	V
	102-41 團體協約	無公會	-	V
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	IV-2	12-13	V
	102-43 與利害關係人溝通的方針	IV-2	12-13	V
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	IV-3	14-15	V

	揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
6. 報導實務	102-45 合併財務報表中所包含的實體	1-1	21	V
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	IV-3	12-13	V
	102-47 重大主題表列	IV-3	14-15	V
	102-48 資訊重編	I	5	V
	102-49 報導改變	無	-	V
	102-50 報導期間	I	4	V
	102-51 上一次報告書的日期	I	4	V
	102-52 報導週期	I	4	V
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	I	5	V
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	I	4	V
	102-55 GRI 內容索引	附錄	102-109	V
	102-56 外部保證 / 確信		110-111	V

GRI 200：經濟主題 ▶

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
201：經濟績效	管理方針	IV-3 1	14 18-33	V
	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1-1	21	V
	201-4 取自政府之財務補助	無	-	V
202：市場地位	管理方針	IV-3 4	15 58-75	V
	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4-2	62	V
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	4-1	60	V
205：反貪腐	管理方針	IV-3 1-3	14 30	V
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	無	-	V

GRI 300：環境主題 ▶

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
302： 能源	管理方針	IV-3 6	15 88-101	V
	302-1 組織內部的能源消耗量	6-2	95-96	V
	302-3 能源密集度	6-2	95-96	V
	302-4 減少能源消耗	6-2	94-99	V
	302-5 降低產品和服務的能源需求	6-1	90-93	V
303： 水	管理方針	IV-3 6-2	15 94	V
	303-1 依來源劃分的取水量	6-2	100	V
	303-3 回收及再利用的水	6-2	100	V
306： 廢汙水和 廢棄物	管理方針	IV-3 6-2	15 94-101	V
	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	6-2	101	V
307： 有關環境保護 的法規遵循	管理方針	IV-3 1-3	15 30	V
	307-1 違反環保法規	1-3	33	V

GRI 400：社會主題 ▶

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
401： 勞雇關係	管理方針	IV-3 4	15 58-75	V
	401-1 新進員工和離職員工	4-1	61-62	V
	401-2 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4-2	63	V
	401-3 育嬰假	4-2	64	V
402： 勞 / 資關係	管理方針	IV-3 4-2	15 58-75	V
	402-1 關於營運變化的最短預告期	4-2	64-65	V

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
403： 職業安全 衛生	管理方針	IV-3 4-4	15 69-75	V
	403-1 由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	4-4	69	V
	403-2 傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	4-4	69-71	V
	403-3 與其職業有關之疾病高發生率與高風險的工作者	4-4	69 71-72	V
404： 訓練與教育	管理方針	IV-3 4-3	15 66-68	V
	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4-3	66-67	V
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	4-3	68	V
405： 員工多元化 與平等機會	管理方針	IV-3 1-2 4-2	15 25-26 62	V
	405-1 治理單位與員工的多元化	1-2	26-27	V
	405-2 女性對男性基本薪資加薪的比率	4-2	62-63	V
414： 供應商社會 評估	管理方針	IV-3 2	14 34-45	V
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	2-2	37-40	V
416： 顧客健康與 安全	管理方針	IV-3 2	14 34-45	V
	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2-2	38-40	V
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	無	-	V
417： 行銷與標示	管理方針	IV-3 1-3	14 30	V
	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	2-2	39	V
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	無	-	V
418： 客戶隱私	管理方針	IV-3 1-3	15 32-33	V
	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	無	-	V
419： 社會經濟 法規遵循	管理方針	IV-3 1-3	15 33	V
	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	1-3	33	V

聯合國全球盟約對照表

分類	10 項原則內容	對應章節 / 說明	頁碼
人權	企業界應支持並尊重國際公認的人權	4-2 同仁權益	62-75
	保證不與踐踏人權者同流合污	2-1 供應鏈管理	36-37
勞工標準	企業界應支持結社自由及確實承認集體談判權	SOGO 尚無成立工會	-
	消除一切形式的強迫和強制勞動	4-2 同仁權益	62-75
	確實廢除童工	SOGO 未聘用未滿 16 歲以下之童工	-
	消除就業和職業方面的歧視	4-1 人力概況	60-62
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰		
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	6-1 綠色百貨 6-2 能資源管理	90-93 94-101
	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	1-3 風險管理	30-33

ISO 26000 對照表

分類	主要議題	對應 GRI 準則	對應章節 / 說明	頁碼
組織治理		102-14	II	6
	執行目標時下決策與實施的系統	102-18, 22, 23, 24	1-2	26-27
人權	符合法規並避免因人權問題造成之風險之查核	414-2	2-2	36-37 38-40
	避免有同謀關係—直接、利益及沉默等同謀關係	205-3	1-3	30
	歧視與弱勢族群	202-1	4-2	62
	工作的基本權利	202-1	4-2	62-63

分類	主要議題	對應 GRI 準則	對應章節 / 說明	頁碼
勞動實務	聘僱與聘僱關係	202-1	4-2	62-63
		401-1	4-1	60-62
		405-1	1-2	25-26
		202-2	4-1	60
	工作條件與社會保護	401-1	4-1	61-62
		405-2	4-2	62-66
環境	工作的健康與安全	403-1, 2	4-4	69-71
	人力發展與訓練	404-1, 2, 3	4-3	66-68
	污染預防	306-2	6-2	101
	永續資源利用	302-3, 4, 5 303-1, 3	6-1, 6-2 6-2	90-97 94-95
公平運作實務	氣候變遷減緩與適應	302- 3, 4, 5	6-1, 6-2	90-101
	環境保護，生物多樣性與自然棲息地修復	306-2	6-2	101
	反貪腐	205-3	1-3	無
	促進價值鍊的社會責任	205-3 414-2	1-3 2-2	無 37-41
消費者議題	公平的行銷、資訊與契約的實務	417-3	1-3	無
	保護消費者的健康與安全	416-1, 2	2-2	37-45
	消費者服務、支援、抱怨與爭議解決	102-43	3-3	55-56
	消費者資料保護與隱私	418-1	無	無
社區參與與發展	教育與認知	417-1	2-2	38-39
	社區參與	413-1	5	78-87
	教育與文化	413-1	5	78-87
	增加就業與技術發展	202-1 401-1	4-2 4-1	63 62-63
	創造財富與收入	201-1	1-1	21
	健康	403-1, 2	4-4	69-75
社會投資	413-1	5	78-87	

保證聲明書



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PACIFIC SOGO DEPARTMENT STORES CO., LTD.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2018

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by Pacific SOGO Department Stores Co., Ltd. (hereinafter referred to as SOGO) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2018 (hereinafter referred to as CSR Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the SOGO's CSR Report of 2018 and its presentation are the responsibility of the management of SOGO. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in SOGO's CSR Report of 2018.

Our responsibility is to express an opinion on the report content within the scope of verification with the intention to inform all SOGO's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008) at a moderate level of scrutiny; and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from SOGO, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within SOGO's CSR Report of 2018 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of SOGO sustainability activities in 01/01/2018 to 12/31/2018.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI Standards in accordance with Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1, Moderate level assurance.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

SOGO has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, it is recommended to collect each stakeholder group's concerns in a more balanced way.

Materiality

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.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, SOGO's CSR Report of 2018, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, SOGO may consider how to estimate the amount of reductions in energy consumption achieved as a direct result of conservation and efficiency initiatives. In addition, SOGO is recommended to demonstrate the management approach in PDCA logic (GRI 103-2). When reporting on goals for each material topic, the expected results are suggested to be set, if applicable, with quantitative objectives. It is also proposed to explain the mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach specifically in the future (GRI 103-3).

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



David Huang
Senior Director
Taipei, Taiwan
2 July, 2019
WWW.SGS.COM







用愛 啟動新生活



SOGO百貨CSR網站



SOGO百貨LINE好友



SOGO百貨CSR報告書



SOGO百貨行動APP