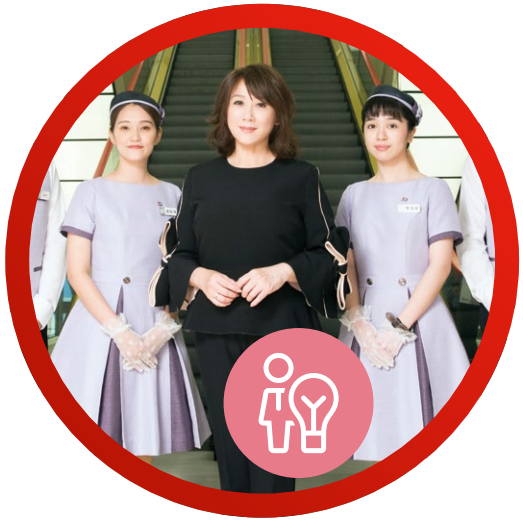
遠東 SOGO

SOGO



SOGOOD

2020 遠東SOGO百貨・企業永續報告書
CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT

SOGO
SO
GOOD

2020 遠東SOGO百貨・企業永續報告書
CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT

CONTENTS

PREFACE

關於報告書 P.4

董事長的話 P.6

創造永續價值

- IR 圖 P.8
- 榮耀與肯定 P.11
- 因應未來潮流 啟動願景工程 P.12

重大主題管理

- 永續議題管理流程 P.14
- 利害關係人議合 P.15
- 永續議題分析與主題邊界 P.17

1 創新經營力 P.20

特輯

遠東 SOGO 防疫安全網—應變能力最快、最完整、最徹底 P.22

1-1 創新經營績效 P.26

1-2 公司治理與永續管理 P.31

1-3 誠信經營與企業廉潔 P.36

1-4 未來計畫 P.41

2 優質商品力 P.42

特輯

虛擬策略積極進化 P.44

2-1 供應鏈管理 P.45

2-2 商品安全管理 P.46

2-3 未來計畫 P.51

3 感動服務力 P.52

特輯

千人 AED+CPR 訓練 P.54

3-1 感動服務 P.55

3-2 安心環境 P.59

3-3 顧客溝通 P.61

3-4 未來計畫 P.63

4 幸福職場力 P.64

特輯
打造幸福職場 通過 ISO 45001 認證 P.66

4-1
人力概況 P.67

4-2
同仁權益 P.68

4-3
專業培育 P.72

4-4
職場安全與健康 P.74

4-5
未來計畫 P.79

5 關懷平台力 P.80

防疫安全網特輯
五星防疫餐線上料理競賽 邀全民自「煮」防疫 P.82

5-1
遠東 SOGO NEW LIFE 的新精神—「CSR」 P.84

5-2
NEW LIFE 活動 P.86

5-3
長期合作單位 P.91

5-4
未來計畫 P.93

6 永續環境力 P.94

防疫安全網特輯
百貨首創—防疫 X 綠色生活遊戲圖卡 P.96

6-1
綠色百貨 P.97

6-2
能資源管理 P.100

6-3
未來計畫 P.104

附錄 P.105

GRI Standards 索引 P.106

永續會計準則委員會（SASB）對照表 P.110

聯合國全球盟約對照表 P.113

ISO 26000 對照表 P.114

保證聲明書 P.115

關於報告書

歷年報告書

本報告書為太平洋崇光百貨股份有限公司（以下簡稱為「遠東 SOGO」）2020 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 Standards 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

本報告書揭露遠東 SOGO 2020 年度（2020 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 7 本企業永續報告書，遠東 SOGO 以每年發行一版為原則，前一版報告書發行日期為 2020 年 6 月，下一版報告書預定於 2022 年 6 月出版。

範疇邊界

本報告書邊界涵蓋遠東 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」是指遠東 SOGO 營業據點所在地。完整資訊亦同步公開於遠東 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，其他數據是由遠東 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。《2019 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=251。

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。

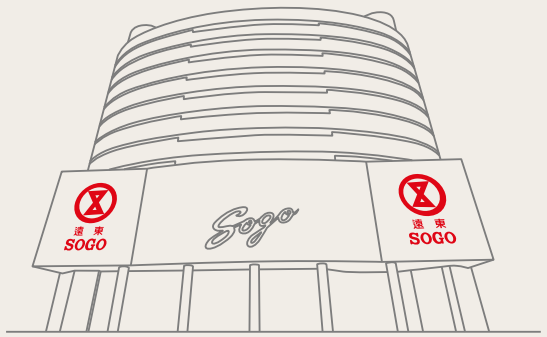
外部：

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，或是對遠東 SOGO 有任何建議，歡迎透過下列方式與我們聯絡。

聯絡單位：遠東 SOGO 公共關係室　　Email：csr@mail.sogo.com.tw
電話：02-7713-5555 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



董事長的話

2020 堪稱歷史上翻天覆地的一年！新冠疫情為全球帶來空前浩劫，徹底顛覆人類生存法則 – 國境封閉、消費萎靡、社交距離、宅不出戶，重創百工百業，零售服務業更是首當其衝。遠東 SOGO 百貨秉持「以人為本」初衷，以堅強厚實的營運基礎、視客猶親的服務底蘊、靈活迅捷的應變機制，與全台灣攜手走過風雨！

時至今日這本企業報告書出版當下，國內正遭逢疫情爆發以來最嚴峻的考驗，百貨零售業再度成為重災區。值此關鍵時刻，期盼同島一命，齊心抗疫，戰勝疫情！遠東 SOGO 百貨亦將延續去年防疫成果，善盡社會責任，持續為顧客與同仁的健康安全把關。

建構防疫安全網
捍衛利害關係人身心權益

遠東 SOGO 身為國內零售標竿、百貨 CSR 模範生，去年國內首位確診病例出現後，立即啟動「防疫指揮中心」系統、訂定防疫指引、啟動自主管理機制，是國內反應最迅速的零售通路。我們秉持三大使命，捍衛「人」的身心權益：首先是守護每位顧客與同仁的健康，第二是保障每位同仁的工作權，第三是協助同仁、顧客、供應商等利害關係人適應新常態。以這三大使命為核心，我們以最快的應變能力，建構最完整、最徹底的「SOGO 防疫安全網」，涵蓋環境、服務、商品、時尚、教育、預防等六大面向，為所有利害關係人築起一道堅不可摧的安全防線。

治理面

不畏疫情 營運績效逆勢成長

疫情當前，遠東 SOGO 擘劃各項 ESG 策略，均以防疫為發展核心。無論是去年底天母店，或是日前台北復興店，得知有確診案例來過賣場後，我們當機立斷立即閉店消毒，強化員工自主健康管理，積極配合政府疫調。部桃醫院疫情擴大時，中壢店的清潔消毒與防疫措施精準到位，防疫表現屢次得到政府部門公開讚揚。更重要的是，我們贏得消費者支持與認同一不分平時或疫情期間，遠東 SOGO「視客猶親」34 年如一日！

去年疫情剛爆發時，賣場人潮明顯減少。某天我去巡視樓面，向一名顧客致意、感謝她的支持。這位女士不假思索回答：「別家我不敢去，你們遠東 SOGO，我放心啦！」蘋果創辦人 Steve Jobs 說過：「品牌，就是信任兩個字！」消費者的信任，就是對我們最大的肯定。

遠東 SOGO 防疫有成，營造安心、安全賣場，顧客消費意願反應在營運績效上。去年周年慶業績開紅盤，全台 7 店揮出漂亮的全壘打，整體成長率達 6%，半數據點較 2019 年成長超過兩位數，領先該區域同業表現；全年營運績效更優於百貨業整體表現，全年稅後盈餘、及每股純益均創新高。

環境面

綠色消費標竿
環保教育圖卡百貨創舉

遠東 SOGO 以「亞洲綠色百貨標竿」自我期許，舉凡商品活動、行動支付均以綠色消費為依歸，加速數位化即為首要任務。去年 SOGO APP 全面升級，紙本抵用券全面電子化更力推電子禮券，全年共發出逾 13 億電子禮券，大量降低資源耗損。既有紙本禮券則由一本 10 張改為單張，禮券電子化與改版省下的紙，可堆出 91 座遠東 SOGO 忠孝館。

我們的綠色消費旅程既滿足客人購物體驗，更對環境有貢獻、對社會有意義，小農展即為一例。去年全台共舉辦 34 場百貨規模最大、最優質的小農活動。疫情當前，民眾對食材來源

更為謹慎，遠東 SOGO 小農展不僅為消費者把關，讓民眾食在安心，亦符合在地當令的「食物里程」環保原則;三年內，小農展業績成長10倍，成為綠色消費指標。

有感於疫情期間大量使用口罩與一次性餐具，嚴重環境汙染，遠東 SOGO 出版兼具防疫與環境教育的遊戲圖卡，透過賣場活動推廣，以寓教於樂內容帶出正確環保觀，為百貨業首度透過繪本與圖卡深耕環境教育的創舉。我們將持續把這套防疫環保圖卡推廣到偏鄉，強化環境教育。

社會面

永續公益鏈串連顧客同仁 實踐社會關懷

疫情嚴峻之際，遠東 SOGO 透過「永續公益鏈」連結利害關係人並落實社會關懷。對內，營造安心安全的幸福職場、照顧同仁與專櫃夥伴－疫情期間不裁員、不減薪，同仁在經濟上無後顧之憂。此外，我們取得全台百貨第一且唯一的 ISO 45001 職業安全衛生管理系統認證，代表遠東 SOGO 已達國際水準；全台百貨唯一「運動企業」，連續兩屆獲體育署表揚，更實現我們對同仁健康的承諾。

對外，永續公益鏈將遠東 SOGO 與消費大眾緊密串連。我們發揮通路優勢，結合實體與線上，舉辦百貨首創「五星防疫餐」創意廚藝競賽，串連全台消費者推廣居家防疫、安心料理、健康飲食，迎接防疫新生活。這些素人主廚的作品已於遠東 SOGO 台北三館開賣，創下百貨先例。

遠東 SOGO 啟動願景工程 為所有人提供幸福

美國文豪梭羅說過，「良善，是唯一不會失敗的投資！」鼎鼎行銷最新消費者調查，遠東 SOGO 百貨的品牌忠誠度、品牌推薦度連續三年持續成長，整體顧客滿意度更高達 90.9%，創下史上新高。消費者肯定是我們永續發展的最大動力，而轉型更是永續關鍵！

遠東 SOGO 去年啟動「願景工程」形塑公司願景、使命與核心價值，朝永續之路轉型。我們希冀與顧客、同仁、供應商等所有利害關係人攜手並進，共同擘劃願景藍圖，將遠東 SOGO 百貨打造成：「與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業」！

遠東 SOGO 百貨 董事長

黃晴雯

2021/06

創造永續價值

資本類型		投　入
財務資本	遠東 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 348.8 億元
商品與通路資本	遠東 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，使遠東 SOGO 成為受顧客信賴的通路品牌。	● 全台共 7 家據點 ● 規劃六大 Club 分眾經營
智慧資本	遠東 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。	● 遠東 SOGO APP 功能持續擴增，包含「E-MENU 美食快易點」新功能 ● 全面使用電子抵用券 ● 積極推廣電商導購
人力資本	遠東 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 1,397 人 ● 員工福利費用 12.5 億元
社會資本	遠東 SOGO 關懷弱勢並強化與當地社區的連結性，投入資源與關懷的能量，使遠東 SOGO 能與在地發展之脈動相互結合。	● 公益活動投入資源超過 3,000 萬元 ● 首度舉辦線上防疫餐競賽
自然資本	遠東 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 ● 提供 55 萬點數獎勵顧客資源回收 ● 綠色採購金額超過 3 千萬

價值鏈

價值願景

做社會最好的企業，做對社會最好的企業
提供幸福時尚的百貨通路

營運管理

專櫃管理 | 創新化服務 | 差異化商品

人資管理 · 技術開發 · 物流管理

販售行銷 | 分店特色經營

顧客關係

永續價值

永續關鍵六力 對應 利害關係人 回應 SDGs

1 創新經營力
- 股東/投資人 • 同仁 • 顧客 • 媒體 • 承租廠商（專櫃）

9 工業、創新和基礎建設 | 11 永續城市 | 16 和平與正義制度 | 17 活化永續發展全球夥伴關係

2 優質商品力
- 顧客 • 同仁 • 承租廠商（專櫃）• 供應商／承攬商 • 媒體

2 消除飢餓 | 3 良好健康與福祉 | 12 責任消費與生產 | 16 和平與正義制度

3 感動服務力
- 顧客 • 同仁 • 承租廠商（專櫃）

5 性別平等 | 11 永續城市

4 幸福職場力
- 同仁 • 承租廠商（專櫃）

3 良好健康與福祉 | 4 教育品質 | 5 性別平等 | 8 就業與經濟成長 | 10 減少不平等

5 關懷平台力
- 顧客 • 同仁 • 承租廠商（專櫃）

1 消除貧窮 | 2 消除飢餓 | 3 良好健康與福祉 | 4 教育品質 | 10 減少不平等 | 13 氣候行動 | 17 活化永續發展全球夥伴關係

6 永續環境力
- 顧客 • 同仁 • 承租廠商（專櫃）• 供應商／承攬商

6 淨水與衛生 | 7 可負擔能源 | 12 責任消費與生產 | 13 氣候行動

1. 永續關鍵六力執行內容與成果請參閱各章節。
2. 重要利害關係人之議題分析過程與結果 請參閱p.14重大主題管理。
3. 遠東SOGO以聯合國「永續發展目標」（Sustainable Goals, SDGs）作為實踐「永續關鍵六力」之長期目標。

2020 年產出成果

財務資本
- 營業額 418.4 億元
- 稅後淨利 10.6 億元，為 2014 年以來新高
- 全台七店周年慶業績正成長，113 億創歷史新高

商品與通路資本
- 顧客整體滿意度 9 成
- 顧客意見中，讚揚比超過 5 成
- 顧客對落實 CSR 滿意度連續 3 年成長

智慧資本
- 遠東 SOGO APP 累積下載次數近 60 萬次，較前一年成長近 292%。
- 發放 8.8 億元電子化禮券，成長 20 倍
- 遠東 SOGO istore 電商業績成長 40%

人力資本
- 平均薪資超前同業 5.79%
- 通過運動企業認證
- 勞動安全獎連 8 年獲獎
- 榮獲亞洲企業社會責任獎 - 人力投資獎
- 通過 ISO 45001 認證

社會資本
- 公益投資增加 41.67%
- CSR 活動受益對象成長 2.25 倍
- 全年共舉辦 371 場 CSR 活動

自然資本
- 每度用電營收提高 6.89%
- 榮獲「亞洲企業社會責任獎」- 綠色領導獎
- 二度榮獲「國家企業環保獎」
- 銷售 5 萬個環保商品
- 環境教育活動 2.1 萬人次受益

SDGs 專案

1 消除貧窮

- 舉辦小農 / 青農市集，改善小農銷售困境
- 「SO GOOD 好小孩少年楷模」徵選，提供弱勢學生獎助學金

2 消除飢餓

- 連續六年舉辦百貨規模最大的「台灣在地小農展」
- 以食演與綠色講座，推廣健康飲食
- 防疫期間以線上廚藝賽為特色，舉辦「五星防疫餐」競賽

3 良好健康與福祉

- 打造最全面的「防疫安全網」
- 百貨唯一通過 ISO 45001 認證
- 提供優於法規的員工健檢，依健檢結果規劃健康促進課程
- 百貨唯一取得運動企業認證
- 邀請社區共同參與四癌篩檢

4 教育品質

- 以朝會日報與訓練課程，提升同仁 / 廠商 CSR 意識
- 「星空計畫到宅公益」美學教育活動
- 設定主題「世代共好」，舉辦「好小孩耶誕心願」活動

5 性別平等

- 董事會成員 40% 為女性
- 招募男性顧服人員

6 淨水與衛生

- 建置雨水與中水回收系統
- 餐廳 / 美食街建立衛生自主檢查機制
- 實施廚餘回收，避免汙染水源

7 可負擔能源

- 2020 年第二座太陽能發電系統啟用
- 預計兩年內建置第三座太陽能發電系

8 就業與經濟成長

- 內部轉調機制，適才適用
- 產學合作，提供學生實習與就業機會
- 全台 7 據點獲安心場所認證

9 工業、創新和基礎建設

- 遠東 SOGO APP 改版上線
- 創新消費模式，發展行動購物與體驗行銷

10 減少不平等

- 女性主管比例提升
- 員工聘任秉持平等

11 永續城市

- 舉辦東區商圈共同行銷活動，促進商圈共榮
- 提供場地與行銷資源支持社區活動
- 認養公園綠地

12 責任消費與生產

- 忠孝館餐廳 / 喫茶店全面通過綠色餐廳認證，預計 2 年內推廣到各據點
- 推廣無痕飲食，鼓勵自備餐具消費
- 推動綠色供應鏈、綠色採購、綠色行銷

13 氣候行動

- 水資源回收系統
- 溫室氣體管理

16 和平與正義制度

- 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

- 加入台灣企業永續研訓中心，與企業交流分享 CSR 經驗
- 制式合約內訂定 CSR 相關條款

榮耀與肯定

遠東 SOGO 2020 年共榮獲 24 個國內外 CSR 大獎、以及 1 項評選驗證肯定，以下為重點獎項摘要。

獎 項	主辦單位
遠見雜誌企業社會責任獎 ● 年度大調查 — 一般服務業組楷模獎	遠見雜誌
台灣企業永續獎（TCSA） ● Top 50 台灣永續企業獎 ● 企業永續報告書 — 批發零售業金獎	台灣永續能源研究基金會
Asia Responsible Entrepreneurship Awards- Green Leadership （AREA 亞洲企業社會責任獎 — 綠色領導獎） Asia Responsible Entrepreneurship Awards- Investment in People （AREA 亞洲企業社會責任獎 — 人才投資獎）	亞洲企業商會
「第二屆國家企業環保獎」銀級獎	行政院環保署
Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制 ● 特別獎 ● 貳獎	經濟部中小企業處
台北市勞動安全獎	台北市勞動局

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

2020 遠見
企業社會責任獎

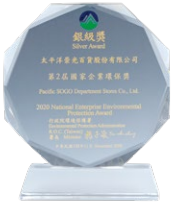
2020
台灣企業永續獎

2020
亞洲企業
社會責任獎

2020
Buying Power

2020
節能領導獎

2020
運動企業認證


2020
國家企業環保獎

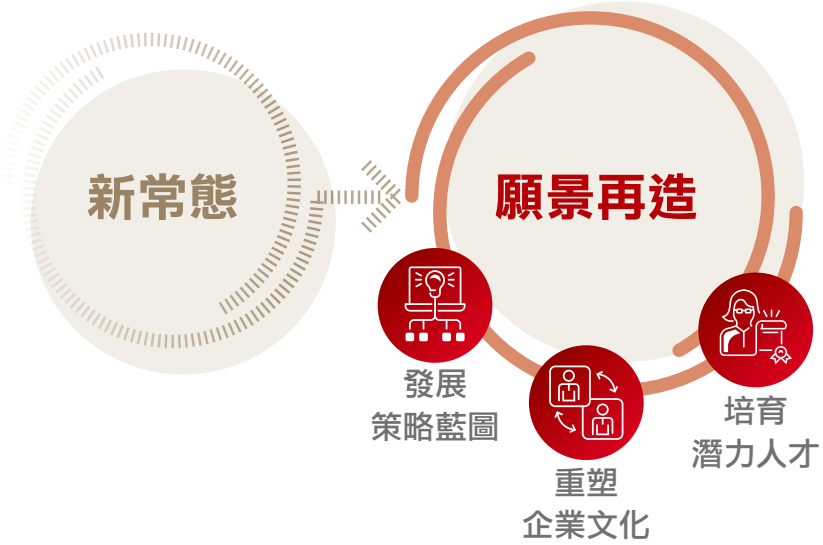
因應未來潮流 啟動願景工程

企業願景

2020 在全球充滿高度不確定性的因素下，遠東 SOGO 身為亞太指標型百貨，更需如舵手般掌握方向，由內而外展現溫柔堅毅的力量。

疫情帶來的新常態，讓零售產業的消費市場產生巨變。為了描繪未來的樣貌，勾勒前瞻策略，2020 年我們啟動了「願景工程」。以 ESG 三大構面推展未來營運方針，重塑企業願景：與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業。

我們於 2020 年 9 月，成立「願景工程委員會」作為計畫推動的單位，目標在發展策略藍圖、重塑組織文化。委員會由遴選出的 30 名潛力同仁組成，透過願景工程的推動，我們培育潛力人才、發展接班人計畫。而面對新常態，我們勢不容緩得加速數位轉型的腳步，以緊密的虛實整合策略，因應未來市場的挑戰。

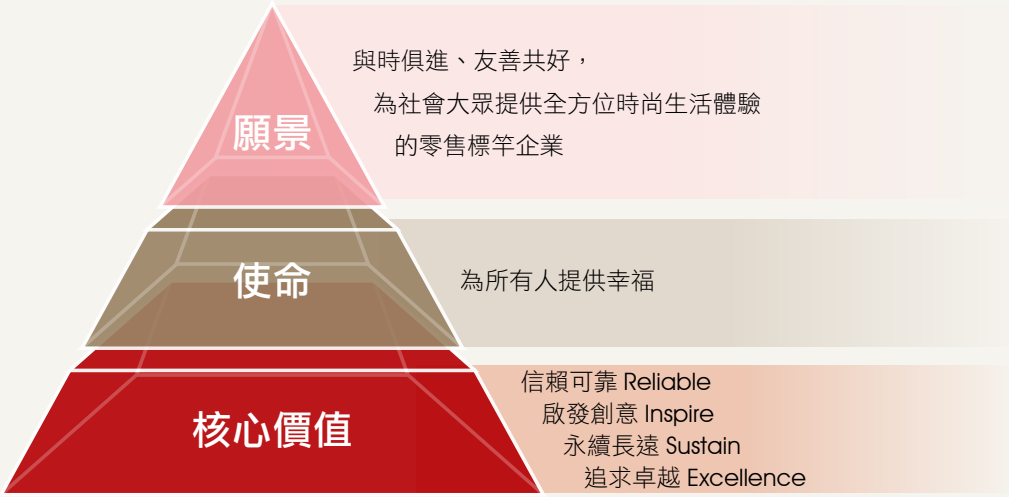


使命與核心價值

為穩定朝向願景邁進，我們發展出公司使命，以及核心價值。對我們而言，我們珍惜每一位消費者在遠東 SOGO 購物、消費的體驗。我們的使命是：為所有人提供幸福。Our Mission is to Bring Happiness to All.

而為讓公司願景與使命，讓所有同仁貫徹和實踐，我們發展出四個核心價值：「信賴可靠 Reliable」、「啟發創意 Inspire」、「永續長遠 Sustain」、「追求卓越 Excellence」，四個核心價值的第一個英文字母組合成：R.I.S.E，象徵遠東 SOGO 以正向復甦的能量迎向新常態。

遠東 SOGO 重新定義願景、使命、核心價值，引領全體同仁朝目標邁進，成為目標導向的企業。



策略方針

我們從新願景開展核心策略，也將依據核心策略擬定行動方針。經歷二十幾場的專案團隊討論會議、800 份的員工問卷、14 場的高階經理訪談、以及多份產業趨勢報告，我們從內部鑑別同仁的關鍵能力、外部洞察零售新趨勢，我們導出三大策略分針：C.O.E。

遠東 SOGO 三大策略方針

重大主題管理

永續議題管理流程

遠東 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。

STEPS		說　明
鑑別	鑑別利害關係人	遠東 SOGO 各店店長及協理級以上主管，依據 AA1000 SES 標準「責任、依賴性、影響力、多元觀點、張力」等五構面評估關係程度，自 9 類利害關係人中鑑別出 5 類重要利害關係人。
	蒐集永續議題	由 CSR 執行秘書小組評估國內外同業之永續議題、國際永續發展趨勢、聯合國永續發展目標（SDGs），並透過線上問卷蒐集各利害關係人所關注的議題，彙整永續議題清單，共 27 個永續議題。
排序	關注程度	邀請利害關係人以問卷評估其對各永續議題的關注程度，共回收 2,300 份問卷。
	衝擊程度	由 18 位高階管理階層評估各項永續議題對經濟、環境及社會所產生之影響程度。
	決定重大永續議題	依據永續議題的關注程度與對衝擊程度，繪製矩陣圖，確立 2020 年度永續議題重要程度。
確證	對照重大主題	將重大永續議題對應至 GRI 永續報告準則，確認 GRI 重大主題。
	界定重大主題	檢視每項重大主題在遠東 SOGO 價值鏈之執行成果，確認 2020 年報告書資訊揭露之主題邊界。
檢視		檢視永續性脈絡與利害關係人包容性。

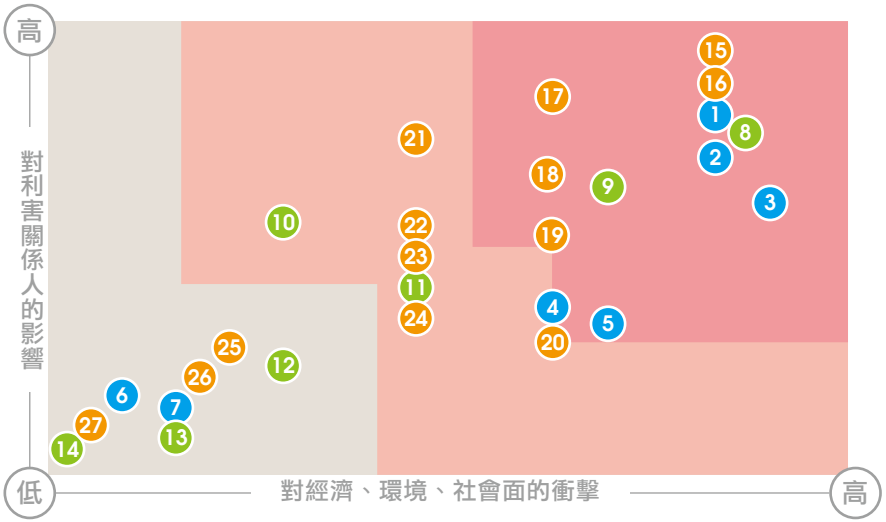
利害關係人議合

遠東 SOGO 由各店店長及協理級以上主管，依據 AA1000 SES 標準「責任、依賴性、影響力、多元觀點、張力」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	溝通管道與頻率
顧 客 遠東SOGO評估市場脈動，引進各類品牌與櫃位，惟顧客到店的消費與支持，才是評核遠東SOGO是否確實掌握消費潮流的關鍵。	· 交易/資訊安全與隱私權保護 · 顧客關係與服務品質 · 商品標示及行銷溝通 · 商品品質與安全 · 環境教育	· 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
同 仁 面對消費趨勢的改變，以及通路與品牌的多元化，所有遠東SOGO同仁皆以創新思維在各自工作崗位上積極求變，爭取顧客認同，追求最佳經營績效。	· 職場安全與衛生 · 健康職場 · 勞資關係 · 多元化與機會平等 · 勞動人權	· 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，支持遠東SOGO推動企業永續的各項活動，成為百貨業的典範。	· 營運績效 · 永續發展策略 · 風險管理 · 法規遵循 · 公司治理與道德行為準則	· 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） 遠東SOGO身為百貨業的領導品牌，除了所有同仁的共同努力，也有賴於同樣在各樓館服務的櫃位工作同仁，才能讓客戶獲得消費與服務的最佳體驗。	· 交易/資訊安全與隱私權保護 · 商品品質與安全 · 商品標示及行銷溝通 · 健康職場 · 顧客關係與服務品質	· 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
供應商 / 承攬商 提供遠東SOGO賣場最具競爭力產品與設施的背後推手，與遠東SOGO共同打造豐富商品與舒適的環境。	· 健康職場 · 綠色採購 · 商品品質與安全 · 營運績效 · 永續發展策略	· 營運本部 · 行政本部 · 工務部 · 採購部	電話、Email、書面信函 / 即時 現場會勘、圖說會議 / 依專案時程 品質改進會議 / 不定期

永續議題矩陣

今年針對 5 類重要利害關係人之意見依序加權計算，
深紅與淺紅色塊為重大永續議題。



經濟面
1. 風險管理　2. 法規遵循　3. 營運績效
4. 公司治理與道德行為準則　5. 永續發展策略
6. 申訴與溝通機制　7. 供應鏈管理

環境面
8. 綠色營運與提倡永續消費　9. 環境教育　10. 廢棄物管理
11. 綠色採購　12. 能 / 資源管理　13. 溫室氣體管理
14. 氣候變遷與調適

社會面
15. 職場安全與衛生　16. 商品品質與安全　17. 健康職場
18. 交易 / 資訊安全與隱私權保護　19. 商品標示及行銷溝通
20. 社會關懷　21. 顧客關係與服務品質　22. 勞資關係
23. 多元化與機會平等　24. 勞動人權
25. 數位創新與科技應用　26. 人才留任與發展
27. 永續選品

2020 年對比 2019 年，重大性議題差別如下表，其中經濟面議題中的風險管理，2020 年新增為重大性議題，與面對疫情，利害關係人風險意識提高有關。環境面議題中，綠色創新與服務修改為綠色營運與提倡永續消費，能源管理、溫室氣體管理的議題，因服務業種特色，2020 年整併到氣候變遷。社會面議題中，健康職場為顯學，亦為同仁日益重視的議題，其餘部分議題修正用語，因應趨勢。

永續議題變動列表說明

永續面向	永續議題	議題變動說明
經濟面向	風險管理	**永續議題調升** 與面對疫情，利害關係人風險意識提高有關
環境面向	綠色營運與提倡永續消費	**永續議題調整 / 整併** 由於永續消費已成趨勢，於2020年將「綠色創新與服務」調整為此議題
	綠色採購	**新增永續議題** 顯示消費者與供應商/承攬商日益重視源頭管理
	能源管理	**永續議題調整 / 整併** 因服務業種特色，2020年整併到氣候變遷與調適
	溫室氣體管理	
社會面向	健康職場	**新增永續議題** 健康職場為顯學，亦為同仁日益重視的議題
	顧客關係與服務品質	**永續議題調整 / 整併** 因應與利害關係人更有效的溝通，故調整相關說明，以利議合策略的實踐
	多元化與機會平等	
	薪酬福利	

永續議題分析與主題邊界

遠東 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遠東 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	對遠東SOGO的意義	重點管理方針	衝擊利害關係人
CH1. 創新經營力				
● 營運績效 ● 永續發展策略 ● 風險管理	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	由遠東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/投資人、同仁
● 公司治理與道德行為準則	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；訂定行為準則（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，並依據主管機關新增或修訂之相關法令予以調整	股東/投資人、顧客、同仁
● 交易/資訊安全與隱私權保護	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（專櫃）
● 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/投資人、同仁、媒體

永續議題	GRI重大主題	對遠東SOGO的意義	重點管理方針	衝擊利害關係人
CH2. 優質商品力				
● 商品品質與安全 ● 綠色營運與提倡永續消費	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持續為顧客把關；積極推動綠色飲食、永續消費	顧客、同仁、承租廠商（專櫃）、媒體
● 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（專櫃）、媒體
● 綠色採購 ● 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（專櫃）、供應商/承攬商
CH3. 感動服務力				
● 顧客關係與服務品質		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，追求不斷提升顧客滿意度	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（專櫃）、同仁
CH4. 幸福職場力				
● 勞動人權 ● 勞資關係	202：市場地位 401：勞雇關係 402：勞/資關係	以「培養重點人才戰略思考能力」為願景，提供優於法規的薪酬福利	規劃公平、合理、具競爭性的制度、福利與獎勵措施	同仁
● 職場安全與衛生 ● 健康職場	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（專櫃）

永續議題	GRI重大主題	對遠東SOGO的意義	重點管理方針	衝擊利害關係人
● 多元化與機會平等	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
CH5. 關懷平台力				
● 社會關懷 ● 環境教育	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（專櫃）、同仁
CH6. 永續環境力				
● 綠色營運與提倡永續消費 ● 環境教育 ● 能/資源管理*	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	每年盤點公司營運過程中各類能源耗用量、能源密集度，以及相關之節能推動措施與成效	同仁、顧客、承租廠商（專櫃）、供應商/承攬商
● 廢棄物管理 ● 氣候變遷與調適*	306：廢汙水和廢棄物	實踐環境保護，盤點廢棄資源產生量，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	同仁、顧客、承租廠商（專櫃）、供應商/承攬商

註 1. 標註 * 者非重大永續議題
註 2. 氣候變遷與調適、能 / 資源管理雖非重大永續議題，唯減碳為全球性重要議題，因此仍納入說明

1 創新經營力

CREATIVE OPERATION

遠東 SOGO 成立 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。在百貨零售業的激烈競爭下，遠東 SOGO 仍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，優化實體賣場的購物經驗，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

SDGs

回應永續議題

- 營運績效
- 永續發展策略
- 風險管理
- 公司治理與道德行為準則
- 法規遵循
- 交易 / 資訊安全與隱私權保護

重要利害關係人

- 股東 / 投資人
- 同仁
- 顧客
- 媒體
- 承租廠商（專櫃）

特輯 / P.22

遠東 SOGO 防疫安全網 - 應變能力最快、最完整、最徹底

百貨第一！
連續兩年
榮獲遠見
企業社會責任獎

淨利、
每股盈餘 EPS
連續 4 年
成長

稅後盈餘
成長 120%

特輯 • 遠東 SOGO 防疫安全網 - 應變能力最快、最完整、最徹底

2020 年初，突如其來的一場全球浩劫，為世界帶來空前危機。新型冠狀病毒（下稱 COVID-19）疫情蔓延全球，不僅顛覆人類的認知、翻轉人類的思維，更讓大家習以為常的生活慣性，產生史無前例的質變。零售服務業更是首當其衝，成為「海嘯第一排」的重災區。

然而，在嚴酷的疫情下，遠東 SOGO 始終謹守著三大使命，也是對利害關係人的承諾：

守護每位顧客與同仁的健康

除了最基本、最嚴實的防疫環境外，也持續深耕健康職場。

保障每位同仁的工作權

疫情當前，全球零售業者紛紛採取閉店、裁員、縮短營業時間、減薪…等方式度過眼前難關。但遠東 SOGO 堅持不裁員、不減薪，讓同仁在經濟上無後顧之憂，且薪資福利照舊。

協助利害關係人適應新常態

透過教育訓練與行銷溝通，讓同仁、顧客、供應商儘速調整營運或生活步調，適應新常態。

因此，當台灣第一位確診病例出現後，遠東 SOGO 立即啟動「防疫指揮中心」系統，訂定超過 20 項具體防疫措施指引規範，並啟動自主管理機制，是台灣零售業中反應最迅速的通路。

2020 年遠東 SOGO 防疫指揮中心成員表

職務	成員名單
總指揮	營業本部總經理
召集人	行政本部副總經理 (代理行政本部總經理)
防疫組織	營業本部資深副總經理、 行政本部副總經理、 各店店長、 人力資源部、工務部、勞安室部門主管
防疫事項執行	全台勞安室同仁

遠東 SOGO 的防疫管理由內管理通報機制的建立，到外部措施的落實，獲得近 8 成的消費者一致的認同，對於遠東 SOGO 在整體防疫作為感到安心。措施如下：

1. 「入口管制」：防疫零漏洞，外圍阻隔

- 顧客自進入排隊隊伍起，即預先逐一量測體溫，並要求務必佩戴口罩，提供賣場外圍第一層防護。
- 每一出入口（含停車場入口）皆有配戴「我防疫　您安心」臂章的專人進行體溫量測。同時進行防疫宣導，亦增加英、日文等外文文宣，方便外國顧客閱讀。
- 當顧客無口罩或損壞時，主動提供應急用紙口罩及指引至鄰近購買口罩，以達到零漏洞、全面阻隔之原則。

2. 「店內管控」：政策零誤差，全員參與

- 遠東 SOGO 防疫指揮中心，依百貨業特性量身制訂各項防疫指引，使全台各分店同仁遵循，例：「各等級疫情對應指揮體系啟動機制」、「應變指揮體系作為與分工表」、「防疫消毒措施」、「防疫宣傳」、「入口防疫管制」、「社交距離」、「顧客佩戴口罩」、「週年慶防疫」、「秋冬防疫」、「強化入口管制及店內管控」等具體防疫措施指引規範，以達一致性之嚴格防疫標準。
- 每日追蹤全體同仁健康狀態，防疫電子看版不間斷播出，每半小時進行防疫廣播，以及人潮易聚集時段與區域，由專人手持看板及擴音器等，提醒顧客佩戴口罩。
- 指派專門部門，派員每天密集巡檢各區域各項防疫措施，未落實防疫政策者，列入考核事項。

3. 「環境消毒」：消毒零死角，提高標準

- 本公司持續增加消毒預算，提高消毒頻率及面積，公共空間每 1-2 小時消毒。
- 每週安排專業外部消毒廠商，進行賣場及工作場所全面消毒；店內工作者則依場所屬性，依據公司消毒指引進行更細部消毒。
- 顧客易聚集場所、設施等，專人每日至少三次以 1:50 漂白水消毒，例：電梯間、電扶梯扶把、廁所、兒童遊戲區、育嬰室、超市購物推車、碗盤回收區等，於假日或店內活動人群較多時，則增加消毒頻率。

遠東 SOGO 防疫網

人員與健康

醫護加油，守護每位顧客與同仁的健康

- 因應成立 33 周年，連續 33 天邀請各部門與專櫃品牌在疫情嚴峻期為醫護人員加油打氣。
- 攜手供應商與專櫃廠商，捐贈物資與激勵品，組成「疫情指揮中心加油包」 向醫護人員致敬，並各店、各專櫃推出醫護人員特別優惠專案，慰勞辛苦的醫護人員。
- 美妝專櫃提供常戴口罩期間肌膚保養對策、口罩底妝教學部分專櫃提供醫護人員免費保養療程。
- 每月安排亞東紀念醫院家庭醫學科專任主治醫師古君揚輪流到台北各店駐診，提供專業的諮詢服務。

環境與衛生

打造安心的購物環境

- 各據點、特定專櫃提供免費清潔液並免費贈送抗菌商品。
- 遠東 SOGO 各據點的現場服務人員均仔細的宣導口罩正確配戴方式，服務客戶時配戴口罩、手套，落實防疫環境政策。
- 顧客接觸頻率較高設施，例：美食街桌面、各專櫃銷售櫃台、鏡面、門把、更衣室、櫃內桌椅等，於顧客每次使用完畢後，則立即進行消毒作業。

時尚與服務

協助顧客以平常心面對疫情後的新常態

- 「虛實融合」（Online Merge Offline, OMO）策略，讓防疫發展零接觸購物再升級，提供全台防疫商品全台免費配送，助攻於關心與孝心的傳遞，其中電商防疫商品成長 300%、超市防疫商品成長 3 成。
- 打造全台獨有的「美妝快取站」，消費者不用進到店內，就可取貨並進行諮詢服務。
- 推廣「口罩時尚」，讓民眾防疫無罣礙、社交無障礙。

教育與預防

寓教於樂，提升防疫知識

- 為落實安全環境維護教育，透過每日朝會 / 朝報加強衛教宣導，環境消毒要點、強化貼心安全的顧客消毒術、消毒用品貯藏要點、消毒用品安全分裝。
- 對顧客與社會大眾宣導防疫用品 DIY 以及防疫新知與正確防疫觀念。
- 舉辦全台第一以「防疫」為主題的飲食自「煮」競賽，推廣健康飲食，從自身保健做起。（詳 CH5 關懷平台力章節）
- 針對兒童製作防疫 X 環境教育遊戲圖卡，提升兒童的衛教意識。（詳 CH6 永續環境力章節）

1-1 創新經營績效

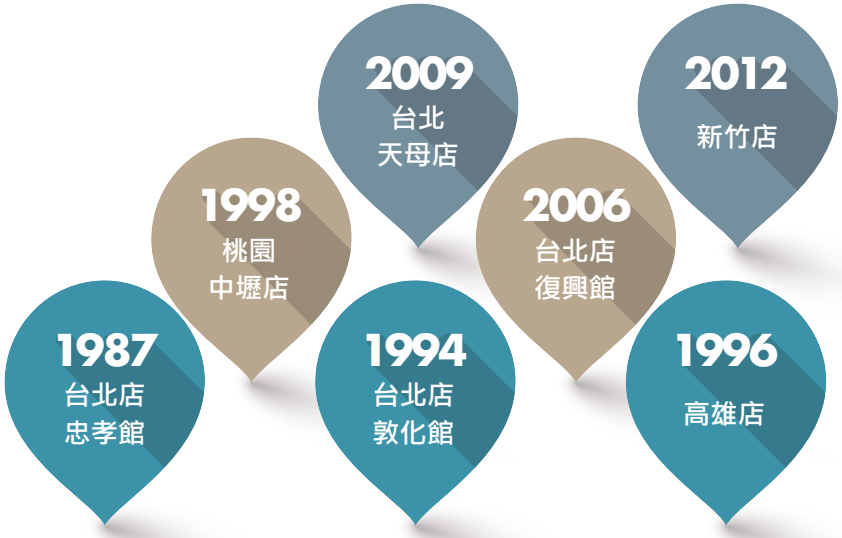
關於遠東 SOGO

遠東 SOGO 時尚大世代

遠東 SOGO 致力於提供日系精緻細膩的服務與滿足全客層的商品，目前邁入遠東 SOGO 4.0 世代，以數位整合的幸福時尚為目標，精進數位化服務。詳見：https://www.sogo.com.tw/csr/2-1-1.php。

營運據點

遠東 SOGO 台灣營運版圖遍及台北、中壢、新竹、高雄等城市，共計 7 家百貨據點。



各店特色

遠東 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，提供令顧客滿意的商品與服務。

台北店 忠孝館

台北東區流行旗艦
美妝天后宮

- 日系風格，立足東區，引領台北流行。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
- 推動農社企活動，強化社企產品競爭力；自 2018 年舉辦百貨規模最大的「台灣在地小農展」後，廣受好評，之後便常態性舉辦
- 參與台北東區振興活動，致力重現東區繁榮風貌
- ◎ 引進米其林餐廳 - 莆田、台灣首家金澤壽司與荷李活茶街
- ◎ 5F 增闢 KIDS Studio 兒童區新生活提案、哺集乳室更新
- ◎ B2F 美食街逾 10 年來首度改裝，坪數增加 100 坪、座位數增加至 340 席、餐飲品牌擴增為 22 家，其中 14 家為新登場品牌且有 5 家為百貨首發，打造餐酒館風格的新世代美食街

台北店 復興館

五大精品龍頭齊聚 時尚新指標

- 集結世界頂級精品品牌，位居台北精品百貨翹楚地位
- 2020 年全球疫情肆虐，但因台灣疫情控制得宜，反因民眾不能出國消費而受益，精品業績大幅成長 5 成，整體業績排名全台百貨第二

◎ Gucci 開幕，使復興館成為全台頂級精品百貨指標

◎ 化妝品成長 10%，尤其頂級精品香氛香水，成長 30% 以上；精品逆勢成長 5 成以上

台北店 敦化館

台北東區珠寶盒

- 打造東區百貨頂級餐廳形象
- 深化經營高級保養品護膚體驗沙龍

◎ 義大利精品 TOD'S 進駐

◎ 吉品養生 X 永齡農場進駐，推動綠色飲食與綠色消費

天母店

環境友善 綠色百貨

- 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
- 定期與雙北各地農會合作舉辦小農市集；與文創團體合作舉辦手創市集
- 展演會館提供無營利展覽空間

◎ 週年慶業績 11 億，創新高

中壢店

NEW FAMILY · NEW LIFE百貨

- 為大桃園地區提供與國際時尚零時差的最佳購物空間
- 舉辦多項環保、公益活動，提倡生態環境的保護並推廣愛心公益
- 全客層的商品與服務設計，是屬於全家人的時尚購物天堂
- ◎ 化妝品年度營業額 11.24 億元，創開店以來歷史新高
- ◎ 引進大桃園地區獨家品牌 NESPRESSO
- ◎ 引進 POYA 生活館，為全台百貨獨家全新概念店
- ◎ 積極落實防疫，獲桃園市長鄭文燦肯定

新竹店

社區友善 · 大新竹最好玩商場

- 以百貨結合購物中心打造零售新業態，與市民生活緊密連結
- 打造最友善百貨空間，積極經營 CSR 議題，引進逾 50 個環保相關品牌，年度舉辦 200 場以上親子客層活動
- 引進差異化品牌，流行時尚與大都會同步，獨家品牌占約 5 成之多
- 新竹最齊全之運動品牌購物通路
- ◎ 內衣區改裝，以「繆思女神祕境」營造品牌形象與神祕色彩
- ◎ 週年慶 12 天業績 17.3 億元，成長 12%，再創新高

高雄店

南台灣時尚百貨

- 滿足商圈顧客需求，打造為「讓顧客天天想來的百貨公司」
- 打造「遠東 SOGO 美學殿堂」，支持在地文創發展與藝文表演，定期舉辦相關活動
- ◎ 高雄市勞工局合作舉辦就業媒合活動，疫情期間協助提升就業率
- ◎ 引進寵物餐廳等服務性功能業種

營運績效

2020 年度遠東 SOGO 營業總額為新台幣 418.4 億元，稅前 / 後淨利、每股盈餘（稅後）、股東權益報酬率均連續 3 年成長；其中 EPS 達 1.28 元、年增長逾 1.17 倍，稅後盈餘成長 119%。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。遠東 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，遠東 SOGO 為遠東百貨轉投資之事業。

單位：新台幣仟元，每股盈餘（稅後）單位為新台幣元

	2018年	2019年	2020年
營業收入（IFRS）總額法	43,344,369	42,861,166	41,841,986
銷貨收入	42,847,338	42,320,804	41,300,951
其他	497,031	540,362	541,035
營運成本	35,778.506	35,446,032	34,885,037
銷貨成本	35,594,107	35,259,898	34,698,642
其他	184,399	186,134	186,395
營業費用	5,283,313	5,151,764	4,935,099
員工福利	1,307569	1,261,241	1,248,956
廣告費用	247,158	258,008	419,589
其他	3,728,586	3,632,515	3,266,554
營業利益	2,282,550	2,263,370	2,021,850
營業外收支（淨額）	（1,452,862）	（1,316,684）	(812,742)
稅前淨利	829,688	946,686	1,209,108
稅後淨利	428,934	485,212	1,060,261
每股盈餘（稅後）	0.52	0.59	1.28
股東權益報酬率（%）	3.95	4.42	9.36
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

遠東 SOGO 販售的商品琳瑯滿目，2020 年仍以化妝品、精品、女性服飾及用品為主要營業額來源，占總營業額 53.3%；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，也反映在化妝品與精品銷售業績占比連年成長。

遠東 SOGO 販售之商品類別

疫情加速數位化進程

環視疫情衝擊、消費市場購物習慣與消費模式的轉變，突顯數位轉型的重要，百貨業者對於消費者輪廓的掌握度更顯關鍵。遠東 SOGO 將危機視為數位化商機，先是充分展現集團綜效，藉由店內消費綁定 HappyGO 會員的優勢，透過客戶關係管理（Customer Relationship Management, CRM）數據分析，清楚掌握顧客的消費旅程。

APP 升級

遠東 SOGO 在 2020 的 9 月，完成 APP 全面升級，加入「E-MENU 美食快易點」新功能，讓顧客逛街之餘可透過 APP 先點餐、結帳，APP 通知幾分鐘後到店取餐、用餐，讓顧客點餐更有效率。截至 2020 年底，遠東 SOGO APP 已有 60 萬會員。

除了以更便利、環保的方式與顧客互動，更著眼於銀髮族群數位能力的提升，遠東 SOGO 端出專屬的來店禮，並且透過專櫃人員一步一步教學，加速銀髮族群數位步伐。

電子化支付

遠東 SOGO 過去曾是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。目前已開放支援 12 種電子化支付，在服務流程中，讓顧客習慣節能減碳的購物模式。

遠東 SOGO 是國內第一家推出電子禮券的百貨公司，因應消費者以手機為主的生活、消費型態，顧客除了可以從遠東 SOGO APP 獲取各項服務資訊，更可透過遠東 SOGO APP 使用 / 轉贈電子禮券，減少傳統禮券造成的環境成本。

地方共好：翻轉東區商圈 推動地方創生

台北東區商圈近年在城市軸線的移轉、消費型態轉為 M 型化、以及商圈發展缺乏創新定位與活化主題下，人潮減少，再加上長期以來租金居高不下，一般零售業難以維繫生存。因此，商圈空屋率逐漸增加，大型品牌街邊店紛紛退租，商圈榮景不再，氣氛陷入低迷。

身為台北東區原住民的遠東 SOGO，在 2017 年歡度 30 歲生日時，以企業的社會責任為出發，希望以百貨業領頭羊的角色，帶動台北東區商圈共榮、共好。因此，遠東 SOGO 由 2017 年起規劃「快樂東區 · 幸福商圈」活動，重建東區商圈魅力，並連續舉辦兩年。接著遠東 SOGO 與地方有志人士努力奔走，終獲台北市政府支持，於 2019 年成立「台北市東區商圈發展協會」，藉由盤點商圈內「地、產、人」的特色資源，以「創意、創新、創業、創生」的策略規劃，打造東區商圈特色！

遠東 SOGO 主動提供行銷協助與軟硬體資源，作為地區引領社區發展的發起者，希望讓商圈與社區一起動起來，進而在商圈品牌重新洗牌後，重新打造商圈特色與個性，重塑東區商圈的樣貌，引動區域發展。

遠東 SOGO 已連續兩年將年度最大盛事 -- 週年慶，擴大規劃成台北「東區週年慶」，將遠東 SOGO 週年慶人潮與消費動能導流至周遭商圈，為東區注入活水，每年為商圈帶來約 160 萬人潮，帶動周邊店家業績成長。2020 年以來，數間大型零售店鋪陸續進駐東區，重振商圈信心。

遠東 SOGO 除了實際提供經費資源、參與活動、支應能源費用之外，以 30 多年的零售經營 know-how 提供商圈店家經營者商業建議，是無法以金錢衡量的挹注。

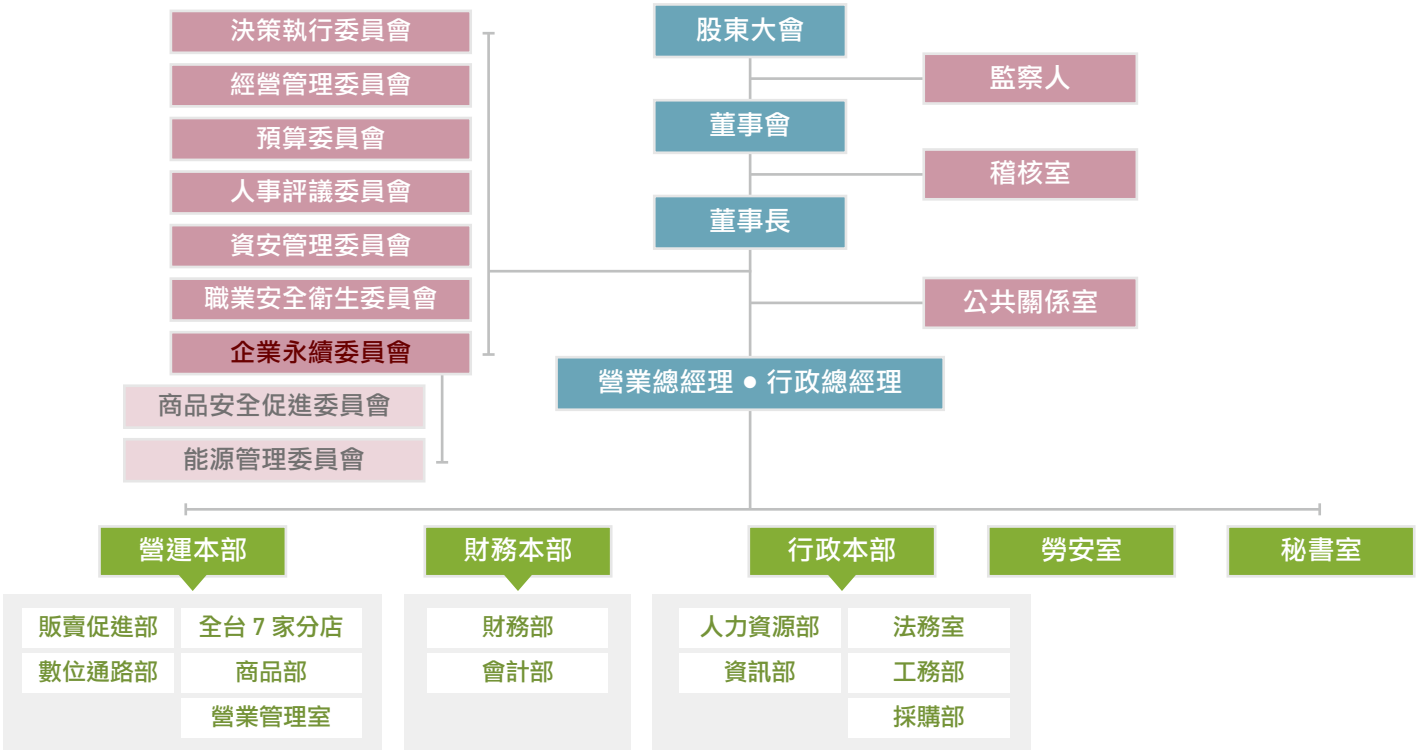
遠東 SOGO 的存在， 牽起公私部門的合作，讓社區營造有正向發展。以在地身分發聲，共構都市發展計畫，打造東區廊帶計畫與都市遊憩空間。

1-2 公司治理與永續管理

治理機制

組織架構

遠東 SOGO 於董事會下設有董事長室、營業總經理室與行政總經理室，營業總經理負責統籌前線賣場營運作業；行政總經理則管理後勤行政運作，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

遠東 SOGO 最高治理單位為董事會，設有 5 名董事與 1 名監察人，以具備相關產業之專業與管理經驗作為遴選標準，於股東會進行選任，由董事互選 1 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。2020 年召開董事會 4 次（日期 3/9、6/12、9/22、12/18），董事均親自出席，董事出席率 100%，監察人列席率 100%。

董監事任期為三年一任，連選得連任，2020 年 6 月 12 日召開股東常會，改選董事與監事，目前遠東 SOGO 董事為徐旭東、黃晴雯、黃茂德、王孝一、井琪，監察人為王景益，董事成員中有 2 名為女性（40%）。董事長由媒體界素負名望之黃晴雯女士擔任，董事會所有成員均能以其專業學識、洞察力、判斷力與創新力，帶領遠東 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	•美國聖母大學碩士 •美國哥倫比亞大學經濟研究所 •交通大學管理學名譽博士	•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	•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	•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 •鼎鼎聯合行銷股份有限公司董事 •太平洋崇光文教基金會董事長 •太平洋崇光社會福利基金會董事長 •台中市政府國際事務委員會委員 •中華民國百貨零售企業協會常務理事

董事	黃茂德	男	•中興大學法學碩士	•太平洋崇光百貨（股）公司董事 •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 •遠鼎股份有限公司董事
董事	王孝一	男	•中興大學工商管理系 •台灣大學管理研究學分班	•遠東新世紀（股）公司董事 •遠東新世紀（股）公司公益事業執行長 •遠東國際商業銀行（股）公司執行董事 •遠揚建設（股）公司董事長 •元智大學董事
董事	井琪	女	•美國普渡大學管理資訊系統博士 •遠傳電信公司首席轉型長 •美國AT&T技術發展部門副總裁 •美國AT&T技術開發助理副總裁 •美國AT&T PMOSS規劃、工程和開發總監 •美國AT&T區域經理、AT&T全球網路控制中心 •亞利桑那州立大學商學院決策與信息系統助理教授	遠傳電信總經理 Far Eastern Info Service (Holding) 董事長暨總經理 全虹企業公司董事長 新世紀資通公司董事暨總經理 遠時數位科技公司董事長 德誼數位科技公司董事長
監察人	王景益	男	•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	•元智大學董事 •上海商業儲蓄銀行文教基金會董事 •宋作楠先生教育基金會前董事長及董事 •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

遠東 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。

01 決策執行委員會

- 公司營運與策略規劃之最高指導單位
- 委員包含董事長、總經理及副總經理級以上主管
- 每月初於會議上針對營運現狀檢討業績損益及討論業務策略，針對未來營業目標或可能面臨之經營問題，提出改善計畫
- 每 1~2 週召開一次會議

02 經營管理委員會

- 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

03 預算委員會

- 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

04 企業永續委員會（簡稱「CSR 委員會」）

- 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
- 由執行秘書小組每月定期向董事長報告，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」，負責管理能源管總公司及各據點
- 2020 年因應時勢，由「企業社會責任委員會」更名為「企業永續委員會」，亦要求各部門主管擔任執行秘書小組委員，以利各項 ESG 專案計畫推動

05 人事評議委員會

- 為公司整體組織架構設立與調整
- 各單位編制及人事規章審議與修訂
- 理階以上重大獎懲案件審議與調查
- 年度公司各單位績效考核升等升職額度之評議、資遣案件之審議
- 其他有關公司重大人事政策及福利政策之研議

06 資安管理委員會

- 依據遠東 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

07 職業安全衛生委員會

- 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：遠東 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。

稽核機制

董事會下設有獨立之稽核室，稽核主管任免須經董事會同意，另設置專任稽核人員。遠東 SOGO 比照上市櫃公司內控內稽要求，建立風險管理策略及各項風險管理制度，並持續調整優化。稽核室依法令規定及風險評估結果擬定年度稽核計畫，除依稽核計畫執行各項稽核作業外，亦按法規異動及新辨識出的風險，執行專案稽核，以進行全面的風險管理、提高經營績效，進而增進公司整體利益。2020 年度稽核作業執行結果已提報董事會，並持續追蹤後續改善成果。

永續 DNA

CSR 委員會

遠東 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「遠東 SOGO CSR 元年」，都是遠東 SOGO 導入 CSR 精神的重要里程碑。CSR 專案經 CSR 委員會執行秘書小組開會討論後提報董事會，經董事會同意後執行專案。各項專案執行前會在遠東 SOGO 每周召開之決策執行會議中，由董事長凝聚高階管理階層之共識；再進入每月召開之店長會議，由一級主管進行專案討論，後續於每月經理級以上主管會議進行宣導與溝通，達成最後專案內容確認。2020 年，CSR 委員會執行秘書小組，於 3/9 召開之董事會中，進行 CSR 執行策略與成果報告。

永續意識

Step.1 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，將企業永續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遠東 SOGO CSR Facebook 粉絲團，讓同仁與顧客都可以一同了解遠東 SOGO CSR 最新成果與發展趨勢。

Step.2 創新 每一季

為了讓 CSR 觀念深植於遠東 SOGO 全台各據點同仁心中，遠東 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。

Step.3 激勵 每一年

自 2015 年開始每年舉辦「遠東 SOGO CSR 最佳貢獻獎」徵選，報名專案須具備遠東 SOGO NEW LIFE 精神—Caring 關懷、Sustainability 永續、Reliability 信賴，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，遴選出優勝 3 名、佳作 2 名，必要時得頒發特別獎。得獎者由遠東集團徐旭東董事長於春酒晚會中親自頒獎（註），自本年度起獎金由 3,000 元提高到最高 10,000 元，以獎勵在 ESG 面向表現優異之同仁。

2020 年第六屆遠東 SOGO「CSR 最佳貢獻獎」報名組數共 26 組，較去年成長 73%，獲獎專案涵蓋創新營運、餐飲安全、綠色環保、健康安全等面向，顯見同仁充分將 CSR 精神落實於日常工作中。

Step.4 檢核 每一同仁

遠東 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。

註：因時逢 COVID-19 疫情緊張，春酒晚會取消，故 2020 年第六屆遠東 SOGO CSR 最佳貢獻獎未公開頒獎，改由各店逕行頒獎。

外部組織參與

遠東 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，遠東 SOGO 也積極參與國內外 CSR 相關盛事，2020 年共計獲得 24 項國內 / 外 CSR 相關獎項與 1 項評選 / 驗證，為歷年新高，並獲邀至政府機關、民間機構以及企業分享推動企業永續的經驗。

遠東 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」，皆擔任理事。遠東 SOGO 在 2017 年正式加入台灣企業永續研訓中心（CCS），亦擔任理事，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。

遠東 SOGO 百貨楊政憲副總經理（前排左五）參加 CCS 永續長沙龍

1-3 誠信經營與企業廉潔

基於誠信的營運方針，遠東 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

遠東 SOGO 往來廠商眾多，為規範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，作為遠東 SOGO 道德誠信及從業行為之基本原則。針對同仁，遠東 SOGO 於《員工手冊》制定道德規範，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。

遠東 SOGO CSR 網站設有「企業廉潔」專區 (https://www.sogo.com.tw/csr/8-5.php)，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，2020 年舉報貪腐事件為 0 件。

法規遵循

遠東 SOGO 透過每日內部《朝會日報》與線上公布欄等管道，向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。2020 年度遠東 SOGO 違規受罰事件如下，全年罰款總金額 90,000 元，罰款金額已連續 2 年遞減。單一個案皆已完成改善，並於內部加強宣導，避免再度發生。

2020 年受罰事件（按區域排序）

據點	類別	違反法規內容	改善辦法
台北店忠孝館	職業安全衛生管理法	臺北市勞動檢查處至遠東SOGO忠孝館執行勞動檢查，於變電室內發現無合格繫材之合梯，有安全風險，罰鍰30,000元。	此一事件前，已要求全館檢查不合格之合梯，事件發生後，強化管理措施，嚴格禁止使用不合格合梯，遠東SOGO亦於2020年通過ISO 45001職業安全衛生管理系統驗證，建立各項管理機制，強化承攬管理，未來將更加落實執行。
中壢店	食品安全衛生管理法	桃園市衛生局派員稽查遠東SOGO中壢店超市時，發現架上有逾效期1日的點心，罰鍰60,000元。	針對商品效期檢查，原先已有上架、驗貨、每月例行檢查日，但仍有疏漏，此事件後商品檢查日，由原本固定人員負責檢查，增加人力改為全員共同檢查，多重確認。

隱私權保護

鑑於百貨業接觸之個人資料數相當量龐大，遠東 SOGO 恪遵法律規範，保護顧客與同仁個人資料及其財產隱私之安全，遠東 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。資安管理委員會預計 2021 年派員參與「台灣個人資料保護與管理制度規範（Taiwan Personal Information Protection and Administration System, TPIPAS）」管理師課程培訓，並考試合格，並至少 1 人取得「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

「資安管理委員會」管理個資，不定期盤點各部門使用個資狀況，已陸續完成個人資料盤點、個人資料蒐集程序建立、專櫃合約個資條款修訂、全台同仁個資教育訓練、檔期行銷方式變更等處理程序。為求慎重，遠東 SOGO 成立〈資安事件通報系統〉，發生或發現個資問題的單位，有義務通報資安管理委員會，由法務室統籌執行處理。

〈個人資料保護管理政策〉為遠東 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。2020 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

遠東 SOGO 每年委託「鼎鼎聯合行銷」以 HappyGO 卡友為對象，進行顧客滿意度調查。該公司已取得「ISO 27001 資訊安全管理系統（ISMS）」認證，並遵循「台灣個人資料保護與管理制度規範 (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. 電子訴願個資由系統表單建檔，待案件結束後資料封存，並設定查閱權限	顧客服務課
顧客租借服務	租借填寫資料，當日歸還後銷毀	顧客服務課
拾獲物表單	保留2年後銷毀	顧客服務課
防疫實名制個資	於公司雲端資料庫，保存28天後刪除	資訊部

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；COVID-19 更改變了全球零售業的樣貌。

遠東 SOGO 衡量企業經營風險，藉由建立內控機制、誠信經營，確實預防與適時處置各類風險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，期望遠東 SOGO 能穩健經營與永續發展。

目前遠東 SOGO 以「決策執行委員會」為最高決策單位，委員會組成涵蓋營業、販促、行政與財務等部門主管，定期針對公司營運釐定方針，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	發生不可抗力之天災或其他災害，以致營運中斷之虞	• 訂定危機事件處理辦法，有效針對危機事件做系統性與分級化管理 • 加強人員教育訓練與日常演練，強化應變能力 • 落實庫存管理，並定期與供應商、承租廠商(專櫃)檢視供貨流程，確保供應鏈不中斷 • 透過線上通路持續保持顧客購買管道暢通 • 實體賣場改變交易方式
	零售業面臨電子商務與無店面通路消費模式快速崛起，消費者購物行為急速轉變；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	• 以大數據分析消費者購物行為，並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，同時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，並發展網購店取 • 以五感體驗與消費者互動，讓逛賣場轉化為「玩體驗」
財務風險	全球經濟緩步成長，中長期趨於保守，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	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	• 透過每年進行同仁工作滿意度調查，進行留任意願、工作表現、工作需求重視度等分析，對症下藥 • 首重育才與留才，提升同仁向心力，落實同仁教育訓練機制 • 優化同仁權益與福利 • 加強同仁溝通管道與參與機制 • 打造幸福企業場域，提供同仁健康生活指引
供應鏈風險	食品安全議題漸受政府與顧客重視，法規亦多有規範，然遠東SOGO做為台灣百貨業的營運與永續領導者，將受到更嚴厲的檢視	• 嚴格落實供應鏈管理機制 • 強化與外部評核之結合，以客觀標準進行供應鏈管理
	全年營收額可觀，與專櫃廠商及供應商之間的往來易產生弊端	• 建立貪腐舞弊防治與舉報機制 • 定期對同仁進行宣導，以避免發生錯誤行為
資訊安全風險	資訊多元化應用時代，零售業從行銷、購物、結帳等各階段，均有涉及顧客個人隱私與交易資料安全之虞，須加以控管	• 建構完整資訊安全管理機制，強化個人資料保護 • 加強購物交易支付流程之控管，保護顧客個人之交易資訊 • 強化同仁與專櫃廠商的認知教育，並善盡提醒、示警之責
	數位轉型時期，線上活動模式增加，且透過即時軟體或雲端協作應用來維持日常業務已蔚為主流，人員使用的軟體或系統恐危及公司機密與顧客個資	• 工作用各式電腦設備安裝可靠的防毒軟體，並隨時更新，防止病毒或惡意程式入侵 • 定期舉辦資安與數位防衛相關教育訓練與宣導 • 系統強化垃圾信件與病毒防堵 • 建構數位同理心，針對有數位使用需求的同仁給予積極協助
環境災害風險	全球日益重視環境保護與能資源管理，主管機關可能將零售業之能資源耗用與溫室氣體排放納管，或透過提高使用成本的手段進行控管	• 深化能源管理系統，提升能源使用效率 • 持續自主推動環境自動化控制系統，節省能資源使用 • 積極爭取政府補助，替換節能設備

危機事件處理

遠東 SOGO 遵循〈遠東集團危機事件處理辦法〉，設置總值星 1 名，由公司協理階以上 -+2 主管輪值，平日統籌掌握公司有關危機事件動態，遇有天然災害、能源短缺、工安事故、環保或抗爭事故、勞資爭議、犯罪案件、法定傳染疫情、營運中斷或其他重大危機事件發生時，於 30 分鐘內向集團通報，並登錄於線上危機通報系統，定期回報後續發展。

在危機事件發生時，遠東 SOGO 即啟動應變指揮體系，成立指揮中心，由總經理擔任總指揮，運籌帷幄，在最短時間內動員足夠之人力物資處理，防止事件危及營運或公司形象。2020 年當台灣出現確診首例後，遠東 SOGO 立即啟動「防疫指揮中心」系統，以啟動自主管理機制，隨時應變。

2020 年 COVID-19 疫情期間，若遠東 SOGO 經衛生單位通知，出現確診者足跡，則立即啟動主管群組危機通報機制，並於官網、社群媒體上公告暫停營業時間，待完成清消隔日才會重新營業。

1-4 未來計畫

遠東 SOGO 透過營運管理、區域整合、風險管理、科技創新，締造營運與永續雙贏；未來將以推動零售全通路為目標，致力發展核心業種、強化體驗行銷、翻轉數位創新、打造戰略團隊、促進在地商圈共榮。

短 期
2021-2022

- **強化體驗行銷**
  販售夢想與快樂時光的百貨公司，要讓消費者藉由「沈浸」、「體驗」來增加品牌黏著度。
- **強化資訊安全系統**
  - 資安管理委員會納入管理資訊安全議題。
  - 通過 ISO 27001 認證
  - 落實內部系統帳號密碼實名制，強制定期更新密碼。

中長期

- **顧客數位體驗精進**
  - 持續強化 / 擴充 SOGO APP 的功能與使用體驗
  - CRM（Customer Relationship Management，顧客關係管理）系統強化
- **建立強勢核心業種**
  每個營業據點都要找出超越競品的「核心業種」，為消費者創造「非來不可的理由」，並與顧客互相建立信任關係。
- **促進在地商圈共榮**
  以強勢通路優勢結合商圈特性，帶動地方發展。
- **打造戰略團隊**
  建立人才梯隊、鼓勵創新文化、打造敏捷組織、傾聽顧客聲音，以因應一日數變的未來。

2 QUALITY GOODS

優質商品力

遠東 SOGO 致力於提供豐富商品，滿足全客層購物需求，不僅招選優良專櫃廠商，並於制式合約內增加〈企業社會責任條款〉，讓顧客安心，也與合作夥伴攜手邁向永續。遠東 SOGO 自詡為「商品安全的守護者」，隨著時代進步，食安觀念日漸成熟，消費者對於永續消費的理念與需求更甚，因此 2020 年起，遠東 SOGO 更新「優質商品力」單元，期許進一步成為「綠色消費的倡議者」。

未來發展重點：智慧零售生態系、綠色消費倡議

SDGs

回應永續議題

- 商品品質與安全
- 商品標示及行銷溝通
- 綠色營運與提倡永續消費
- 綠色採購
- 供應鏈管理

重要利害關係人

- 顧客
- 同仁
- 承租廠商（專櫃）
- 供應商 / 承攬商
- 媒體

特輯 / P.44
虛擬策略積極進化

小農展售會
受益人次
30 萬

銷售近
5 萬件
綠色商品

忠孝館 13 家餐飲
取得
「綠色餐廳」
標章

特輯 • 虛擬策略積極進化

遠東 SOGO 百貨 2019 年全面改版 SOGO APP，並進一步擬定積極的虛擬策略，希望網路成為實體賣場的延伸，不只因應數位化潮流，抑是在面臨如 COVID-19 等全球性重大事件時，能快速轉化商業策略。

受到 COVID-19 影響，綜觀業界，百貨服務業因外國觀光客減少，而影響生意。但遠東 SOGO 百貨長期以來，以經營在地消費者、連結商圈為主，觀光客只是收入其中之一，而非絕對的主要來源，因此反而隨著政府振興措施讓業績反彈。儘管如此，遠東 SOGO 仍因疫情關係，在虛擬策略上比過去更積極，當疫情導致危機 -- 主要客層不出門消費時，營運團隊一方面盤點顧客消費行為模式，同時檢視現有銷售管道與自媒體，第一時間發展線上與線下 OMO(Online-Merge-Offline) 的虛實融合策略。更將原本「服務力」、「商品力」兩個強項融入數位銷售中，使電商成為實體營運的豐厚助力。

全台 SOGO 店內的 60 家美食，都可以透過 Foodpanda 外送服務在家享受

遠東 SOGO 透過自媒體 Facebook、Instagram、LINE@ 生活圈及 APP 等數位媒介發佈商品訊息或進行直播，藉由獨步全台百貨的 IG Shopping 及直播導購，同時附上商品連結，消費者點擊後即可導進「遠東 SOGO istore 線上購物」結帳，徹底發揮延伸賣場貨架及延長購物時間的雙重效益，讓消費者在居家防疫之際，也可以安心購物。針對 VIP 客戶甚至還設計了「Store2Door」，顧客免出門商品送到家服務，將實體賣場貼心服務、優質商品延伸到虛擬賣場，在強力的投入下，遠東 SOGO istore 業績對比前一年成長 40%。

同時，遠東 SOGO 專櫃人員全體動員，發揮螞蟻雄兵的行銷力，提供行動收銀機等多元付款方式，讓專櫃銷售人員在防疫期間仍可滿足消費者的購物需求。疫情加速了數位化的腳步，針對不同客層的不同需求，遠東 SOGO 採取多管齊下的全方位數位行動策略。

2-1 供應鏈管理

供應商規範

遠東 SOGO 合作廠商主要有承租廠商與供應商兩類，承租廠商為百貨專櫃、超市和餐飲專櫃，供應商為採購工務類與庶務類廠商。遠東 SOGO 規範所有廠商皆須遵守合約內之企業社會責任條款，確保商品安全、勞動權益、環保與永續等規範。此外，遠東 SOGO 稽核室也會定期針對供應商進行稽核，作業方式包含書面審查，或實際至工廠視察。

制定永續管理準則：合約內的 CSR 條款

遠東 SOGO 在供應商、承租廠商的制式合約中，全面訂定規範〈企業社會責任條款〉〈供應商企業社會責任承諾事項〉，期盼能夠發揮領頭羊角色，與廠商共同攜手，創造更加永續的環境。

合作廠商類別	承租廠商（含百貨專櫃、超市、餐飲專櫃）	庶務類供應商	工程類供應商
管理部門	各營業據點相關單位/商品部	採購部	採購部
簽署條約	首次合作於基本條款合約內簽署〈企業社會責任條款〉，定期換約則於商業條款合約內簽〈供應商企業社會責任承諾事項〉	採購金額50萬元以上，簽署〈企業社會責任條款〉	採購金額100萬元以上，簽署〈供應商企業社會責任承諾書〉
2020年已完成合約數	3462份	160份	43份
涵蓋率	100%	100%	100%

更多資訊 〈企業社會責任條款〉https://www.sogo.com.tw/csr/4-5-1.php

管理與稽核機制

遠東 SOGO 的廠商類型多元，根據不同廠商屬性設計管理機制，落實現場管理與檢查，確保提供顧客的商品安全無虞；另針對高風險廠商，不定期進行實地勘查。

類型	管理與稽核機制
百貨及超市	● 進撤櫃作業流程 ● 自營商品採購管理辦法 ● 商品採購及付款流程 ● 請採驗付作業流程 ● 標籤管理辦法 ● 銷售及收款流程 ● 存貨管理流程 ● 成品回收及處理標準作業流程 ● 化妝品退換貨處理辦法 ● 商品價格標籤檢查 ● 即期品檢查 ● 化妝品許可檢查 ● 來店禮贈品檢驗 （可參考「商品管理機制」內容）
餐飲專櫃	環境與衛生檢查： ● 每日專櫃自主檢核 ● 每週遠東SOGO餐飲課檢核 ● 每月評比，頒發〈優良獎〉 相關檢測： ● 專櫃冰塊檢驗 ● 飲用水檢驗 ● 外帶年菜器皿檢驗
供應商（庶務類、工程類）	● 依請購採購驗收付款作業管理辦法規範作業 ● 依需要舉行供應商品質改進會議 ● 為發揮集團綜效之採購案，由遠東集團聯合採購中心辦理者，統一要求供應商於採購合約書中簽署，除獨立性及成本分析等考量外，也包括遵守勞動基準法、政府相關法令及職業道德等 ● 年度綠色商品採購金額統計

更多資訊 供應商管理 http://www.SOGO.com.tw/csr/4-5-3.php

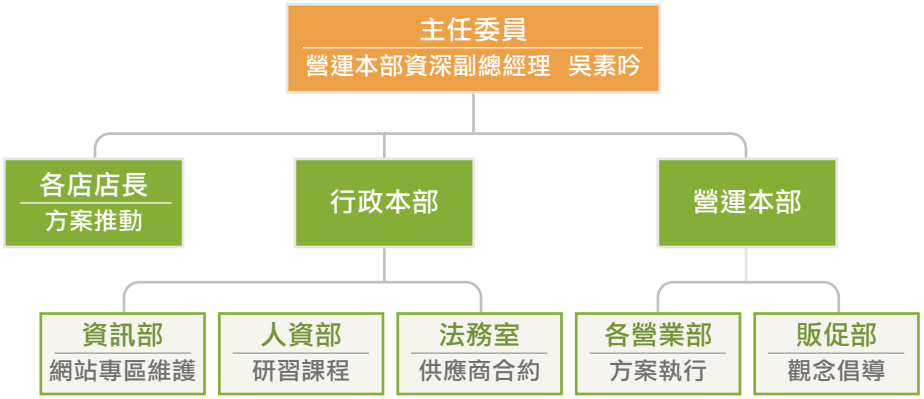
2-2 商品安全管理

商品安全促進委員會

遠東 SOGO 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「企業永續委員會」，層級高於行政部門與營運部門，由資深副總經理吳素吟擔任主任委員，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（遠東 SOGO）」到「我們（利害關係人）」一起合作，包括與小農等廠商合作辦理食安訓練及推廣，持續落實專櫃商品安全和食品衛生管理，以〈供應商企業社會責任條款〉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，並希望藉此呼應聯合國 SDGs 目標 12：責任生產與消費。

商品安全促進委員會組織架構



商品安全促進委員會推動重點專案

重點專案 1 商品安全專案

黑心商品充斥年代，遠東SOGO以全心投入CSR，強化顧客信任。遠東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，遠東SOGO因此被媒體封為「百貨業CSR模範生」。

重點專案 2 餐飲安全網絡

近年百貨業內餐飲業種所占業績比重日漸增加，但食安問題卻成為健康隱憂。因此遠東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」。

重點專案 3 遠東SOGO新食器時代

餐飲占百貨業績構成提高，而消費者也愈來愈注意食的安全，不僅對食材講究，食器亦須注重。遠東SOGO盼消費者從每一次的餐飲消費做起，逐步改變國人餐飲用具的使用習慣，新食器時代從內用不使用一次性與美耐皿餐具開始做起，逐步擴充到消費者外帶也不免費提供免洗筷、塑膠湯匙、叉子等一次性餐具。

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，遠東 SOGO 擔負起把關的角色，除了慎選供應商並於合約內明訂〈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。

每逢週年慶，顧客最期待的就是兑換週年慶的人氣來店禮。遠東 SOGO 百貨自 1987 年開業以來，承襲日系傳統，對於商品與服務嚴謹把關，每年週年慶都特別將禮贈品送驗，並公布於官網，以確保顧客安全。

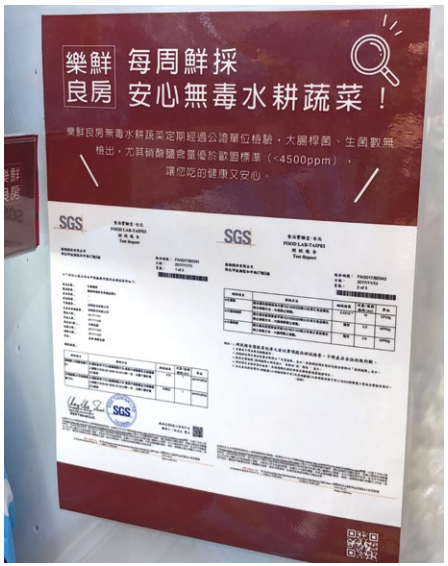
此外，遠東 SOGO 針對飲用水衛生管理項目包含每季水質檢測、每半年清洗蓄水池等；因應夏季餐飲用水用量大增，遠東 SOGO 向台北市衛生局申請檢驗餐飲專櫃的水質，檢驗項目有大腸桿菌群、總落菌數、濁度、色度、硝酸鹽氮、亞硝酸鹽氮、PH 值等。冰塊檢驗項目則包含大腸桿菌群最確數、大腸桿菌最確數及生菌數。

商品標示檢查

遠東 SOGO 自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，遠東 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 項自主檢查，每週更由遠東 SOGO 進行全面評核，讓衛生管理實踐於日常營運管理中，評核結果並會作為優良櫃位表揚依據。



榮譽狀

2020年3月份忠孝館餐飲課
「衛生自主管理評核」

優 良 獎

獲獎專櫃：MIOPANE

中華民國一零九年四月一日

太平洋崇光百貨股份有限公司忠孝館營五部餐飲課

問題商品下架流程

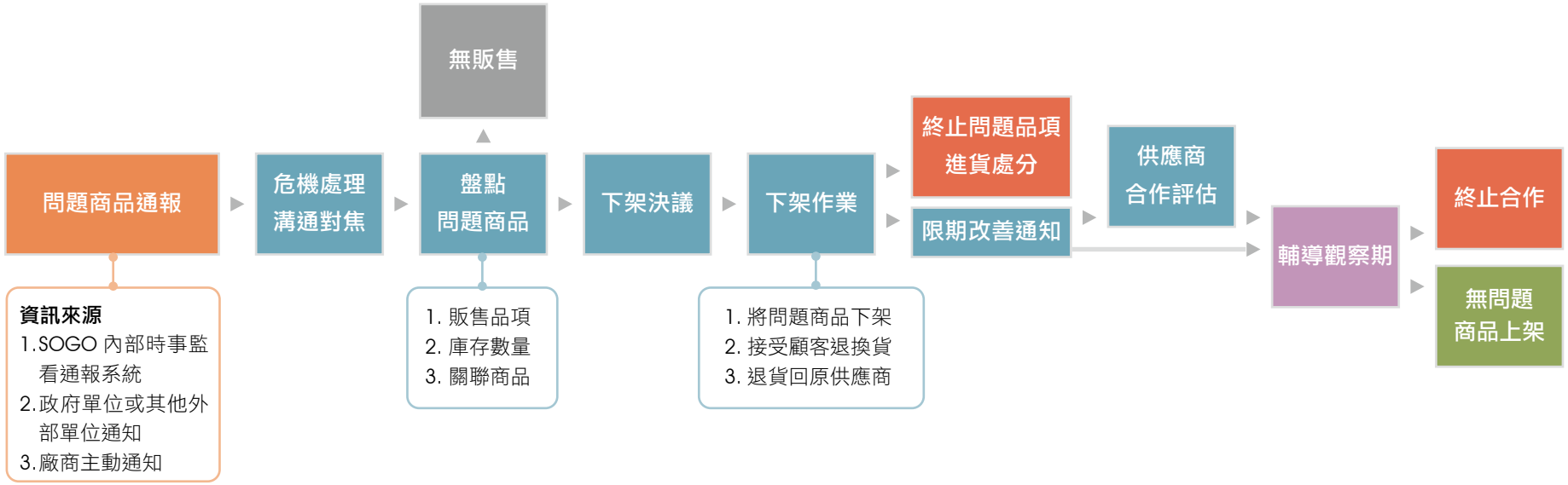
為了加強對問題商品的掌握，遠東 SOGO 在 2016 年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯各相關單位。當主管機關要求至遠東 SOGO 進行抽檢，或是由專人每日進行媒體新聞與政府資訊監測，以掌握最新動態，發現問題商品新聞時，立即啟動「問題商品風險監控程序」，由問題商品風險控管小組追蹤處理結果。

如未違反相關法規但為爭議性商品，遠東 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。

2020 年商品召回事件

店別	廠商	品牌	商品名稱	召回原因	處理結果	發生日期
中壢店	萬陽食品有限公司	三立	三立加鈣嬰兒米餅	衛福部檢驗重金屬鎘含量超標	下架	2020/12/25

問題商品下架流程



綠色消費

在地食材 / 農產推廣：讓小農展成為遠東 SOGO 特色

遠東 SOGO 長期關注環保與顧客健康，力推關注食物里程的「飲在地、食在地」，除了平時不定期的小農 / 在地商品展售，也連續 6 年於台北忠孝館大規模舉辦台灣在地小農展，不僅為消費者發掘更多新的優質小農商品，更協助每一位參展小農，學習瞭解從「產地到貨架」最後一哩路的順利銜接。每一位農民都可以與消費者面對面，學習與消費者溝通的銷售技巧；消費者更可瞭解小農對其農產品栽種育成的過程及心血。

值得一提的是，2020 年的小農展，遠東 SOGO 充分發揮平台力量，為了幫助因疫情無法外銷的台灣花農，小農展現場首度邀請專做出口的花農前來共襄盛舉，洋桔梗、小品嘉德麗雅蘭、與墨西哥鐵樹等近百種花卉樹種參展，讓現場花意盎然、別具巧思。展場也特別企劃療癒系課程如手作水苔植物、香料植物的認識與烹調運用等講座，舒緩自過年以來全民防疫的緊繃感。

2020 年全台各店累積舉辦 34 場小農相關活動，受益超過 30 萬人次，相關內容如下：

日期	主題	店別	合作單位
2020/1/1	遠東70周年 遠東農情過好年	忠孝館	在地青農、 遠東集團關係企業
2020/3/8~5/10	士林農會樂活假日市集（共10場）	天母店	士林區農會
2020/3/16~12/29	青年農民市集（共16場）	天母店	全國活力青農
2020/5/21~5/24	夏天的小農展	忠孝館	好時好物
2020/8/8~8/9、 8/29~8/30	三芝甘藷節（共2場）	天母店	新北市三芝區農會、 新北市三重區農會
2020/08/10~8/23	夏日鮮活綠市集	復興館	永春花苑、小葵有機、 新譯漢方、陳博士
2020/10/9~10/11	小農市集	新竹店	新竹市農會
2020/11/7~11/8	三芝美人腿節	天母店	新北市三芝區農會、 新北市三重區農會
2020/11/19~11/22	時間的風味 冬季小農特展	忠孝館	好時好物

綠色餐廳

響應環保署惜食 / 在地飲食計畫，遠東 SOGO 忠孝館於 2020 年底針對店內餐飲貴為輔導，並推動綠色餐廳認證計畫，2021 年 Q1 共計 9 家餐廳、4 家喫茶店全數通過「綠色餐廳標章」認證，代表遠東 SOGO 的餐廳，具體落實三大環保方向：

相關專案未來將持續推行，並拓展至全台各店，讓消費者的每一筆用餐消費，都是對環境更友善的選擇。

綠色商品專區

遠東 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 遠東 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，搭配相關宣導說明，提供消費者辨識並選購。遠東 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。2020 年共售出 5 萬個具節能 / 節水 / 綠色商品標章的商品。

遠東 SOGO 透過行銷活動搭配宣傳來響應政府環保政策，以節能家電補助政策為例，賣場家電部門自行設計商品推薦 LOGO，同時設置節能商品專區，鼓勵消費者優先選購環境友善商品。

2-3 未來計畫

短 期
2021-2022

- **全台各店餐廳通過環保署「綠色餐廳標章」認證**
  以做好源頭減量、優先使用在地食材、推行惜食點餐三大目標為主，將與專櫃廠商攜手合作，推動全台各店餐廳取得綠色餐廳標章。
- 全台各據點餐廳 GHP（食品良好衛生規範）標章取得率 100%
- 餐飲櫃位飲用水、冰塊統一送驗
- 啟動 SOGO Green Label 計畫
- 攜手重要利害關係人「承租廠商（專櫃）」共同執行，以一櫃一綠色行動為最終目標

中長期

- **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 感動服務力

TOUCHING SERVICE

遠東 SOGO 展現日系百貨精神，以無微不至的關心來滿足顧客的需求，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，以持續朝「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

SDGs

回應永續議題

- 顧客關係與服務品質

重要利害關係人

- 顧客
- 同仁
- 承租廠商（專櫃）

特輯 / P.54
千人 AED+CPR 訓練

顧客整體
滿意度達
9 成

顧客防疫安心
滿意度達
8 成

2,329 名
同仁與專櫃夥伴
通過急救訓練課程

特輯 • 千人 AED+CPR 訓練

COVID-19 蔓延全球，各行各業均無法置身事外，尤以觀光旅遊、餐飲零售業首當其衝， 在防疫的初期目標逐漸步入軌道後，遠東 SOGO 也持續秉持服務精神、落實職場安全、提供安全購物環境的精神，推出全員 AED+CPR 訓練。

遠東 SOGO 屬大型且人潮眾多的公共場所，為善盡企業對於顧客及員工之安全照護承諾，七年前起就成為台北市第一波取得「安心場所認證」之大型公共場所，2020 年再次規劃「AED+CPR 急救訓練」，在台北市衛生局大安區健康服務中心、台北市消防局及相關單位的指導下，完成訓練並通過「安心場所認證」，全台各店也都設置 AED（自動體外心臟電擊去顫器）。

為提供顧客更安心安全的購物環境，且因應高齡化社會，對於全員急救訓練的需求愈來愈高，遠東 SOGO 落實於辦理 AED+CPR 急救訓練。遠東 SOGO 為打造安心環境，以超過法規標準，有超過 90% 同仁完成訓練，更邀集廠商夥伴一同受訓，全台共計 2,329 名同仁與廠商夥伴結訓，急救訓練課程涵蓋全台店數 100%，各店皆通過「安心場所認證」。

遠東 SOGO 總公司所屬的台北市大安區健康服務中心為感謝企業積極共同推動職場健康促進、營造健康環境、提升員工健康，特別致贈感謝狀，肯定遠東 SOGO 百貨為員工健康努力的卓越成果。

關於 AED 與 CPR

CPR（心肺復甦術）與 AED（自動體外心臟電擊去顫器）是相輔相成的救命搭檔，適用於搶救突發性心跳停止的傷病患，CPR 是以胸外按壓，使血液持續循環，提供身體重要器官氧氣；AED 可謂心臟去顫，使心臟恢復正常跳動。

3-1 感動服務

服務體驗

遠東 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（下稱顧服人員）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

遠東 SOGO 自 1987 年開幕以來，以獨立的顧服人員小組專門提供電梯服務，蔚為特色與傳統。遠東 SOSO 第一家店一忠孝館，除了大眾記憶中的「電梯小姐」外，更已連續三年招募「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。

遠東 SOGO 訓練專業的顧服人員，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詳見 CSR 官網：https://www.sogo.com.tw/csr/8-4-1.php

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、有禮的服務價值。

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。2020 Covid19 疫情期間，服務台亦提供口罩等衛生用品，供需要的民眾使用。

禮貌教育向下扎根

遠東 SOGO 顧服人員彬彬有禮的服務，受到許多人稱讚，為了讓小朋友透過活動體驗人與人的互動並以禮待人，各店不定期舉辦「小小顧服體驗營」，讓小朋友了解在服務顧客前有諸多準備工作，例如個人的服裝儀容、工作分配及應對禮儀等，並體驗如何與顧客應對、如何服務顧客。

禮賓服務

遠東 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，在服務過程做好國民外交。

遠東 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。

六大 CLUB 分眾服務貼近需求

為了提供顧客分眾化、更貼近實際需求的服務，整合過去的會員資料，針對顧客量身打造六大 Club，其中 Beauty Club 為 2020 年新增主推：

類別		起始時間	目前會員數	優惠/服務項目
遠東SOGO VIP	VVIP Club	2016年	1,200	同享VIP會員禮遇外，提供頂級會員尊榮服務，每年邀請會員參加逾60場藝術與精品鑑賞等特別體驗活動與購物服務
	VIP Club	2006年	7,500	會員享有21項禮遇與品酒會、手沖咖啡、品茗、花藝、美容保養等體驗活動，並透過VIP Lounge提供溫馨服務
Premium Club		2019年	16,700	讓具有成為VIP的潛力顧客有機會提前體驗VIP主顧客享有的禮遇
Wedding Club		2018年	500	全台百貨首創，集結近200個婚嫁相關品牌&異業結合，針對即將邁入人生另一階段的新人提供婚禮與新成家相關體驗、優惠與客製化服務
ThanQ Club		2000年	37,500	針對親子客群而成立，每月發送專屬優惠電子報、專屬活動行事曆、及消費來店禮，會員可優先使用各店KIDS Lounge、參加「小小顧服體驗營」、「低碳教育小旅行」等體驗行程
Fresh Club		2019年	43,000	2019年新成立，會員享有入會禮、滿額及週三會員日點數加倍、每月30日可以Happy Go點數300點換超市購物金100元、商品特別優惠等，並定期邀請會員參加各式美食展、小農展
NEW Beauty Club		2020年	62,000	於化妝品/香氛專櫃消費滿額即可加入，即享消費贈點、不定期可兑換新品試用、美妝小禮物，由於加入門檻低、優惠多，短短一年就累積大量會員

串接購物旅程的數位創新

在滑經濟當道的時代，使用 APP 已是消費者生活中不可缺少的習慣，遠東 SOGO APP 的下載量自 2015 年起以倍數成長，為了給消費者更優質的服務，2020 年遠東 SOGO 全面使用電子抵用券、優惠券功能，不僅因應消費者的習慣，也大幅增加遠東 SOGO APP 的下載次數，累積下載次數對比前一年已翻倍成長，成長率相較前一年高達 191.8%。

遠東 SOGO APP 累計下載次數

此外，為增加顧客使用 APP 的黏著度，遠東 SOGO 更於 2020 年起嘗試推出 APP 專屬的來店禮品，顧客須使用電子會員卡累積消費金額，才能領取禮物。針對年紀較長的、不熟悉使用手機的顧客，遠東 SOGO 各專櫃人員皆手把手教學，周年慶使用量較大的期間，更於贈獎區設置專屬的 APP 教學窗口，協助顧客排除疑難雜症。

服務管理

遠東 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」，謹記遠東 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 3-1 顧客與電梯服務人員訓練
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	● 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，2020 年共表揚 86 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，感謝廠商派駐於遠東 SOGO 之服務人員具備優良的服務態度及專業能力

3-2 安心環境

環境安全衛生管理

管理準則與績效

遠東 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-- 整理（SEIRI）、整頓（SEITON）、清掃（SEISO）、清潔（SEIKETSU）、素養（SHITSUKE）自主管理。每月由行政副總召開全台安全衛生會議，檢討巡檢發現之安全缺失。

遠東 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，以及電梯與樓梯間照明設備，使顧客在停電時間內行動安全無虞。此外，各據點皆有設置 AED（自動體外心臟電擊去顫器），另配合政府主管機關執行「法定傳染病防治專案」，建立衛生消毒自主管理，對內進行法定傳染病之預防及宣導，對外則會同政府衛生單位推動防疫，打造安全、安心的工作與購物環境。

檢查項目

類別	執行項目	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	每月
	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2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
設備管理	高壓變電站空調機房巡查	7次/日
	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（依法規抽樣）	每季
	機房作業環境噪音監測（自行執行）	作業前
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
	二氧化碳作業環境監測	每半年

顧客安全

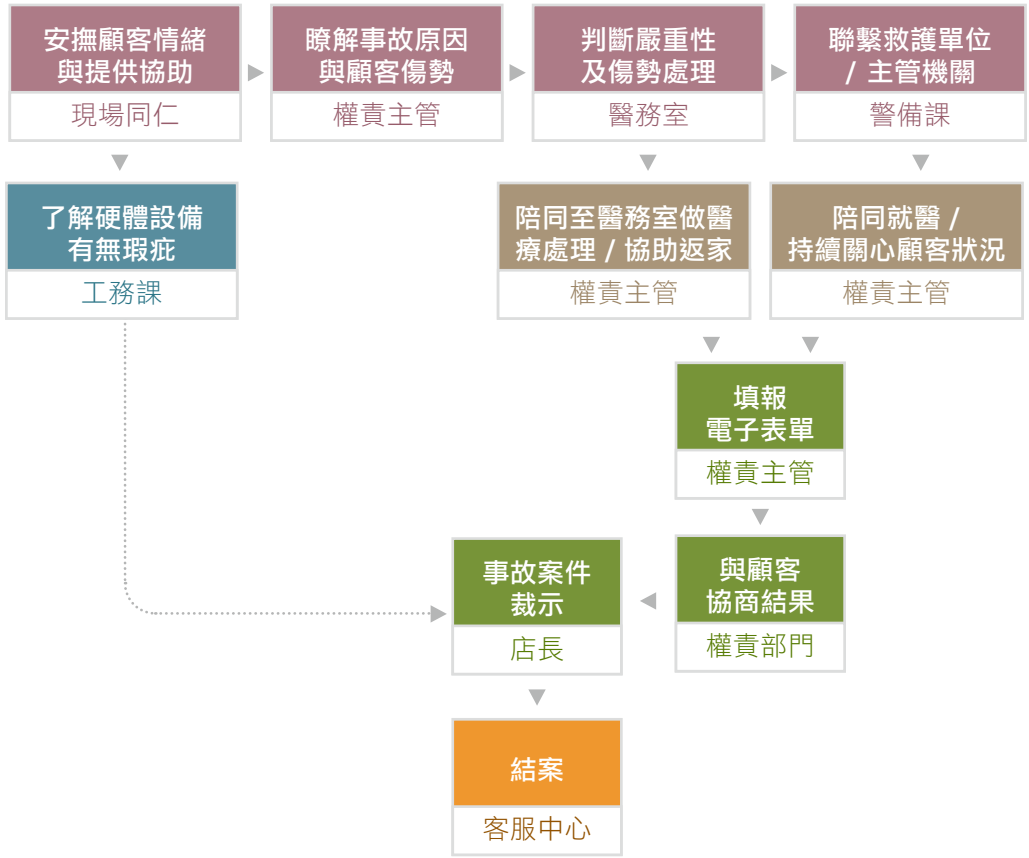
為強化消防安全，每半年進行消防安全靜態及動態演練一次，確保全體同仁了解緊急應變程序，提供顧客最安全、最安心的消費環境。遠東 SOGO 全台各店均獲得衛福部「安心場所認證」；此外，台北店復興館與天母店，皆為「消防安全自主管理優良場所」；台北店三館 (忠孝、復興、敦化) 並與台北市大安區公所簽署合作防災備忘錄。

顧客安全是遠東 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。（如下方流程圖）

遠東 SOGO 根據顧客受傷類型，進行後續檢討及改善作業，2020 年共發生 14 起顧客在賣場中受傷的事件，已全數結案，數量較前一年降低 39%。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。

遠東 SOGO 針對顧客容易跌倒、滑倒、撞傷之處，全面檢討改善，加裝保護措施，因此顧客受傷事件，已連續三年降低。

顧客受傷處理流程



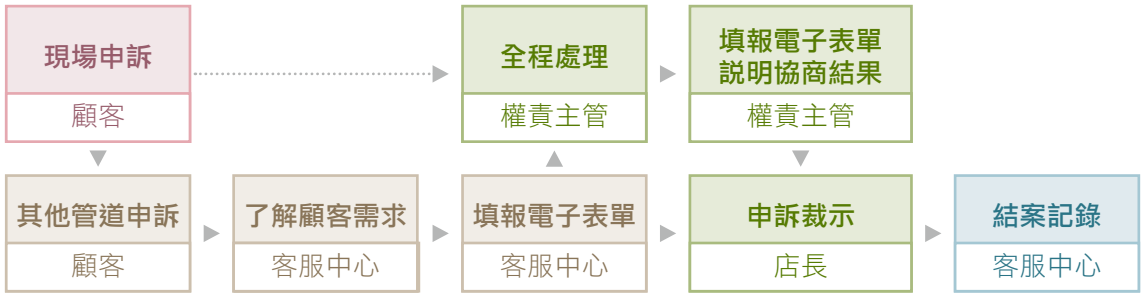
3-3 顧客溝通

意見回饋管理

顧客意見回饋管道

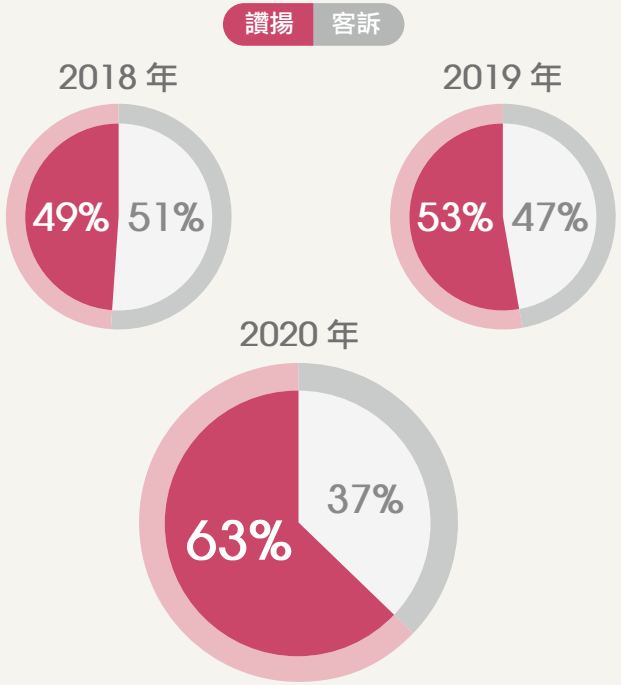
為強化管理與追蹤顧客意見，遠東 SOGO 訂有〈顧客意見回饋處理程序〉，以俾完善管理顧客回饋之意見。遠東 SOGO 建置有 e 化管理系統，由客服中心負責將所有意見回饋建檔，以追蹤後續結果，並改善服務品質。

顧客意見回饋處理流程



遠東 SOGO 秉持著主動積極的服務熱忱，創造提升顧客幸福感的購物之旅，讓不少顧客感動而主動讚揚。2020 年共列案 318 件顧客意見，其中 200 件為讚揚事件、118 件為客訴事件；客訴事件占比約 37%，較 2019 年下降 10%；讚揚事件占比約 63%，為歷年新高，亦比 2019 年增加 10%。

遠東 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。客訴事件中多數為服務流程的缺失，如未事先詢問累積點數的會員卡號等。未來將對服務流程持續宣導，並強化相關的教育訓練。



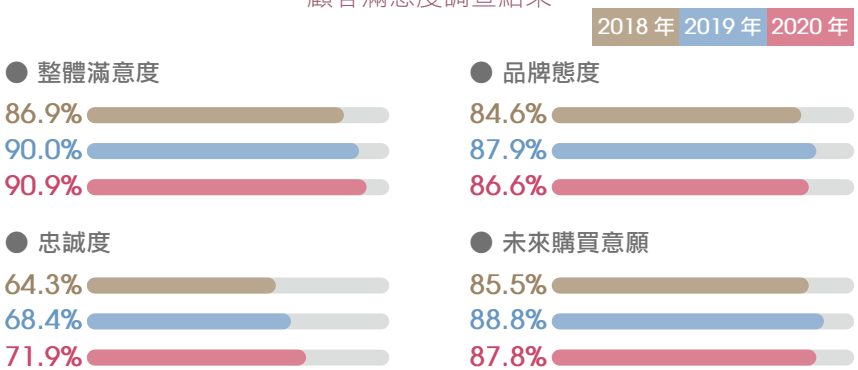
顧客滿意度

遠東 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，委託外部市調公司，以 HappyGO 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，進行滿意度調查，以期達到「服務評價最好」的願景。

2020 年整體滿意度達 9 成，各面向的滿意程度皆維持一定水準，整體而言對遠東 SOGO 的商品感到信任、服務感到滿意的消費者超過 8 成，顯見近年在商品選品與服務品質上，都有一定成效。

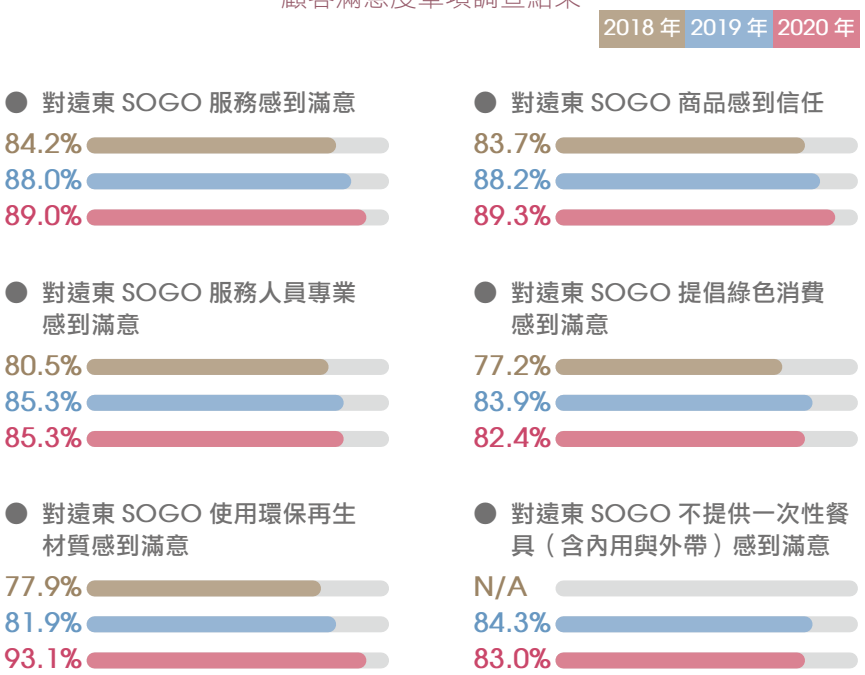
此外，達 8 成 7 消費者下次購物時仍會選擇遠東 SOGO，並有 8 成的人會推薦親友到遠東 SOGO 購物，顯示遠東 SOGO 的提供的服務切合顧客期待。在忠誠度方面，71.9% 的消費者自認是遠東 SOGO 的忠實顧客，對比去年提升約 3%。

顧客滿意度調查結果



在單項調查中，顧客對於遠東 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。其中遠東 SOGO 不提供一次性餐具滿意度降低，推測與防疫期間消費者較希望使用免洗餐具有關。

顧客滿意度單項調查結果



註：N/A 代表該年度未進行此調查

防疫安心度近 8 成

2020 年疫情黑天鵝降臨，遠東 SOGO 積極配合政府防疫政策，開展一系列防疫措施。整體而言，近 8 成消費者對於遠東 SOGO 在整體防疫作為感到安心。在細項中「與其他百貨相比，對於遠東 SOGO 的防疫措施安心」，約有 7 成 8 的消費者同意此描述。雖目前國內疫情相對穩定，各大通路 / 百貨仍維持高標準防疫措施，遠東 SOGO 除了維持目前防疫的優等生表現外，如何使消費者在遠東 SOGO 感受到相比其他百貨更安心的防疫作為，是未來將持續關注的方向。

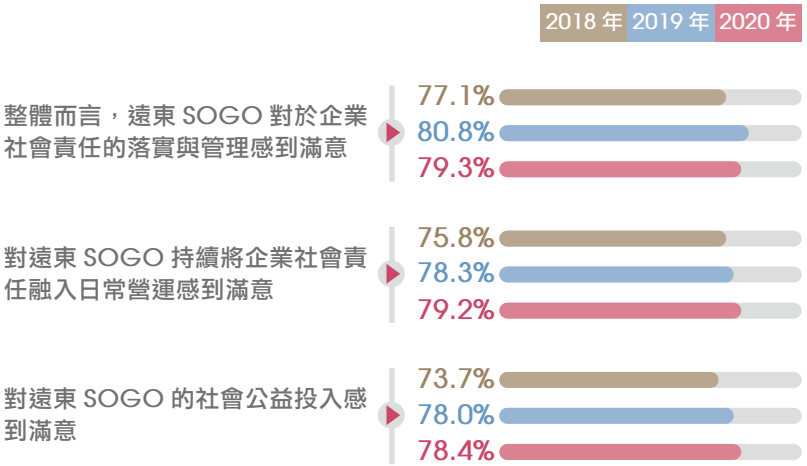
此外，身為以實體通路為主的零售業者，遠東 SOGO 也於調查中詢問疫情變化與購物意願，總體來說，雖然多數消費者肯定遠東 SOGO 防疫作為，但仍有 6 成 6 的消費者表示若國內疫情加重，將會影響到至遠東 SOGO 百貨購物的意願。未來疫情若出現升溫，多數消費者對於實體通路造訪將傾向更為謹慎，遠東 SOGO 將持續密切關注。

顧客 CSR 認同調查

遠東 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，有近 8 成的顧客肯定遠東 SOGO 百貨在企業社會責任落實與管理上努力成果，「提供安全環境」及「商品安全作為」分別受到 86.7% 與 81.6% 消費者認同，為滿意度最高的前兩個項目。另外，將「企業社會責任融入日常營運中」及「遠東 SOGO 投入社會公益 」其滿意度均在近三年調查有逐年上升的趨勢。

企業社會責任落實滿意度



3-4 未來計畫

短 期

● **以不同 club 分眾提供細緻服務，並擴大各 club 人數與服務**

持續回應分眾化，並提供更貼近實際需求的服務，遠東 SOGO 六大 club 將繼續精進，根據不同客層的需要，推薦、提供對應的服務與優惠，同時串聯分眾化經營，讓單身者、愛美者、銀髮族、新婚家庭、新手爸媽等族群，皆可擁有貼心服務。

中長期

● **顧客數位旅程精進**

因應數位化服務的精進，也結合遠東集團數位轉型的目標，遠東 SOGO 持續打造數位整合的幸福時尚，將擴展零售業的視野，除了繼續精進遠東 SOGO APP 的功能，串聯線上線下導購，也規畫於賣場中，引進更多科技化設備，拓展 O2O（Online-To-Offline）新零售模式。

4 幸福職場力

WORKFORCE ENVIRONMENT

遠東 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，且不論遠東 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、人才發展品質管理系統 (TTQS) 推動

SDGs

回應永續議題

- 勞動人權
- 勞資關係
- 職場安全與衛生
- 健康職場
- 多元化與機會平等

重要利害關係人

- 同仁
- 承租廠商（專櫃）

特輯 / P.66

打造幸福職場

通過 ISO 45001 驗證

榮獲亞洲企業社會
責任獎
人才投資獎

勞動安全獎
連 8 年
獲獎

推動健康促進
通過
運動企業
認證

特輯 • 打造幸福職場
通過 ISO 45001 驗證

遠東 SOGO 以照顧員工、達到良好的選用育留出發，規畫出「內外兼備」的人才培力計畫：以與國際接軌的職安衛水準提供良好的工作環境，照顧同仁的外在 (身體)；並搭配完整的教育訓練，強化同仁的內在 (專業能力) ，藉此解決服務業人才流動問題，打造金牌服務人才。並透過品牌願景工程的啟動，強化同仁對企業品牌的認知與認同。

據此，遠東 SOGO 設定的具體改善目標為增加訓練課程、強化主管人員的管理能力，以降低工作環境適應的問題；提高新進人員薪資水準，達到留才效果；加強建教合作機制，讓人才培育下向扎根。同時透過導入 ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統，建構安全、安心的工作環境。

2020 年遠東 SOGO 啟動職安衛系統認證計畫，頒布〈職業安全衛生工作守則〉， 歷時五個多月終於通過 BSI 驗證，領先全台百貨於台北店忠孝館率先導入 ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統，讓遠東 SOGO 的職安衛管理正式與國際接軌。

中華民國109年11月4日／星期三 https://ctee.com.tw 綜合要聞 A5 工商時報

SOGO職安衛生標準 再創第一

取得ISO 45001認證，接軌國際、領先全台百貨零售業

李麗萬／台北報導

遠東SOGO百貨（以下簡稱SOGO）再度領先百貨零售業，取得ISO 45001職業安全衛生管理系統認證，SOGO董事長黃晴雯表示，此次取得認證的SOGO忠孝館，是33年前SOGO首號店、更是起家厝，獲得認證顯示SOGO長期深耕職業安全衛生，已與國際趨勢接軌。

SOGO自2015年CSR元年起，深耕「永續關鍵六力」，納入環境、社會及公司治理（ESG）因子，針對不同利害關係人關切議題，歸納出創新經營力、優質商品力、感動服務力、幸福職場力、關懷平台力、永續環境力等六大面向，並期由內而外打造永續、優質企業。

其中，「幸福職場力」更與1,300多位員工息息相關，黃晴雯認為，勞動安全是企業永續發展的根基，對SOGO而言，全員參與、職災預防，符合法令及持續改善後為最基本的標準，更重要是要在職業安全衛生上超前部署。

SOGO自2017年即簽署「職業安全衛生政策」，從上而下落實安全衛生願景及承諾，率先組織內部職業安全衛生最高決策單位「職業安全衛生委員會」，委員每三個月召開一次會議。

在職安衛委員會推動下，近年全體工作者無發生法定重大職業災害，失能傷害最重率、失能傷害頻率統計皆低於業界，更已連續八年獲得台北市勞動安全獎肯定，不僅領先全台百貨零售業界，在大型企業中亦是名列前茅。

今年 SOGO更跨上國際舞台，獲得有「永續諾貝爾獎」之稱的亞洲企業社會責任獎—人才投資獎肯定。黃晴雯表示，社會普遍認為勞動安全、職業衛生是企業必要之責，是企業穩定發展的基石；但她指出，SOGO是將職安衛的責任範圍擴大，把員工的幸福感、健康與安全都視為重要責任，因為員工才是企業最重要的資產。

SOGO以PDCA（Plan、Do、Check、Action）循環漸進方式，從福利、照顧健康、心靈成長、職場安全等面向逐漸擴充，也隨著社會轉變、工作需求調查，持續增加不同內容，以全方位照顧員工的身心靈健康。

此次ISO 45001職業安全衛生管理系統授證儀式，由黃晴雯率領SOGO勞安團隊出席，檢驗單位BSI英國標準協會台灣分公司總經理蘭穎盛與轉導單位領導力企管總經理王聖源，皆肯定SOGO在職安衛上的成果，且期許透過認證，號召更多百貨零售業加入重視職安衛行列。

勞動安全、運動企業、社會參與

金三角 打造幸福暖實力

李麗萬／台北報導

為打造幸福企業的工作環境，SOGO董事長黃晴雯指出，幸福、安全的職場與安心、點心的購物環境，是SOGO努力不懈的方向，並透過落實勞動安全、打造運動企業、鼓勵社會參與，無疑是打造幸福暖實力的金三角。

就職安衛，SOGO實踐職安衛文化，在今年疫情最嚴峻時期就開始造，從第一個新冠肺炎確診案開始起開始，即內部啟動「防疫指揮中心」系統及員工自主管理機制，這都歸因於勞安團隊對環境衛生與安全的經驗豐富，才能即時對應環境改變。

而SOGO即將於5日展開周年慶，對於後疫情時代周年慶，SOGO將以浮，除考慮周年慶期間維持交易穩不易，除兼顧客地場、甚至在進入賣場外的排隊區域即須佩戴口罩，並由專人做測體溫；同時加強環境消毒的範圍、頻率，點餐食物客座區桌面及顧客易接觸的更衣室、鏡子、桌面等，均會在每次顧客使用完畢即消毒，在防疫的同時維持高品質的服務水準。

員工照護方面，SOGO除設置勞工健康服務醫師及護理人員，不定期邀請職業安全及健康促進等專家學者進行宣導，每月由安排益東醫院醫師駐診；在安全環境方面，SOGO自2014年起成為台北市第一波取得「安心場所認證」的大型公共場所，2017年再規劃「AED+CPR急救訓練」課程，超過90%員工完成該訓練；另今年SOGO進行到仁與專屬緊急救護訓，已取得全台七店的安心場所認證。

SOGO百貨 再創第一
通過ISO 45001職業安全衛生管理系統驗證
授證儀式

●SOGO忠孝館獲ISO 45001系統驗證，由BSI總經理蘭穎盛（左）授證予SOGO董事長黃晴雯。 圖／SOGO提供

本次選擇台北店忠孝館導入相關系統，歷時 5 個月，進行內部文件化、標準化，依據標準條文制訂 22 項職業安全衛生管理程序，並公告於內部網路系統中。在建置過程中，挑選各單位種子同仁參與「危害鑑別暨風險評估」、「內部稽核員」教育訓練課程，成為職安衛種子，再回到各個單位發揮全員參與的公司職業安全衛生政策。

遠東 SOGO 通過 ISO 45001 驗證，涵蓋範圍包含忠孝館所有的員工、工作者，未排除任何的作業活動。

未來，將全面推展 ISO 45001 的管理精神，延伸推動至全台其他營業據點，預計導入順序如下：復興館、天母店、敦化館、新竹店、高雄店、中壢店，每據點預計 3~5 個月完成。

4-1 人力概況

人力組成

遠東 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 2020 年底，遠東 SOGO 在台灣的全體同仁為 1,397 人（正職人員 1,375 人、約聘 4 人、計時 18 人），其中以女性同仁為多數，占全公司總人數 67.57%。由於百貨業特性，遠東 SOGO 以女性同仁居多，也因此針對女性同仁，提出相關福利措施，包含依據性別工作平等法與勞基法保障、育兒減少工時假、哺乳室、生產慶金；針對懷孕同仁會適度調整輪調職務；夜間工作亦提供車費補助。

同仁年齡以 31-50 歲為最主要之族群，占全公司人數 53.19%。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%。2020 年雖受疫情影響，遠東 SOGO 全年不僅未減薪，獎金亦照常發放，保障全體同仁福利與工作權，聘用人數較前一年增加約 0.7%。

2020 年中高階主管男女任用比例相當，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，2020 年總計有 77.74% 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 76%，與歷年約略相等。

歷年人力組成

類別	年度項目	2020年 人數	2020年 占比%	2019年 人數	2019年 占比%	2018年 人數	2018年 占比%
性別	男性	445	31.85%	452	32.56%	482	32.77%
	女性	952	68.15%	936	67.44%	989	67.23%
年齡	30歲以下	456	32.64%	399	28.75%	464	31.54%
	31-50歲	743	53.19%	777	55.98%	836	56.83%
	51歲以上	198	14.71%	212	15.27%	171	11.62%
勞動契約	正式	1375	98.42%	1358	97.83%	1425	96.87%
	非正式-約聘	4	0.28%	5	0.36%	14	0.98%
	非正式-計時	18	1.28%	25	1.80%	32	2.24%
店別（單位：人）	總公司	187	13.38%	205	14.76%	206	14.00%
	台北店	622	44.52%	590	42.50%	597	40.58%
	天母店	131	9.37%	138	9.94%	143	9.72%
	中壢店	183	13.09%	185	13.32%	183	12.44%
	新竹店	178	12.74%	171	12.31%	242	16.45%
	高雄店	96	6.87%	99	4.13%	100	6.79%
	全台總人數	1,397	100%	1,388	100%	1,471	100%
學歷	博士	0	-	1	0.07%	2	0.14%
	碩士	47	3.36%	50	3.60%	53	3.60%
	大學	801	57.34%	784	56.48%	815	55.40%
	專科	203	14.53%	204	14.70%	217	14.75%
	高中職以下	346	24.77%	349	25.14%	384	26.10%
職級	高階主管 女	10	0.72%	9	0.65%	9	0.61%
	高階主管 男	11	0.79%	13	0.94%	14	0.95%
	中階主管 女	97	6.94%	95	6.84%	96	6.53%
	中階主管 男	84	6.01%	80	5.76%	80	5.44%
	專業人員 女	845	60.49%	832	59.94%	884	60.10%
	專業人員 男	350	25.05%	359	25.86%	388	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

遠東 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，也同步於公司內部公布職缺，讓有興趣同仁投遞履歷。2020 年新進同仁共 198 人，新進率 14.17%；離職同仁共 200 人，離職率為 14.31%。離職率低於 2019 年的 26.51%，主因為 2019 年新竹站前店閉店，資遣 50 位同仁；另 2020 年在 COVID-19 期間，落實同仁工作保障，獎金福利並未縮減，推測因此降低離職率。

離職原因統計

針對人員流動，遠東 SOGO 也調查離職原因，進一步做因應措施，如增加訓練課程、強化主管人員的管理能力，以降低工作環境適應的問題；提高新進人員薪資水準，達到留才效果；加強建教合作機制，讓人才培育下向扎根。

根據統計，2020 年離職原因最大宗為同仁個人生涯規畫轉換跑道最高，其次為工作不適應、合約期滿等因素。此外，同仁離職原因另包含健康因素、家庭因素、退休等。

2020 年新進與離職同仁結構表

類別		新進同仁		離職同仁	
		人數	新進率	人數	離職率
性別	男	58	4.15%	72	5.15%
	女	140	10.02%	128	9.16%
	性別合計	198	14.17%	200	14.31%
年齡	30歲以下	182	13.02%	126	9.02%
	30~50歲	16	1.14%	56	4.00%
	50歲以上	0	-	18	1.29%
	年齡別合計	198	14.17%	200	14.31%

註：新進率 = 新進人員數／當年度 12 月底全體同仁總數
離職率 = 離職人員數／當年度 12 月底全體同仁總數
2020 年 12 月底全體同仁為 1,397 人

4-2 同仁權益

薪酬制度

遠東 SOGO 規劃公平、合理、具競爭性的薪酬制度，不受性別、年齡、種族等因素影響，2020 年無經驗之大學畢業生起薪為 31,400 元，核薪標準之最低起薪優於勞基法最低薪資 31.93%；無經驗之高中職畢業生起薪為 26,300 元，核薪標準之最低起薪優於勞基法最低薪資 10.50%。

非主管全時員工人數及薪資統計

	2018年	2019年	2020年
非擔任主管職務之全時員工人數	1,297	1,247	1,172
非主管全時員工薪資平均數（仟元/人）	531	528	544
非主管全時員工薪資中位數（仟元/人）	529	539	555

註：薪資為總薪酬 (固定薪酬 + 變動薪酬)

歷年各職級平均薪資比較

	2018年		2019年		2020年	
	女	男	女	男	女	男
高階主管	1	1.15	1	1.18	1	1.29
中階主管	1	0.98	1	0.96	1	0.98
專業人員	1	1.06	1	1.07	1	1.07

註：薪資為總薪酬 (固定薪酬 + 變動薪酬)

遠東 SOGO 於 2019 年以前每年調薪，每次平均調幅約 3-5%。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。唯 2020 年受 COVID19 疫情影響，並未調薪。

性別平等

遠東 SOGO 規劃兩性公平的升遷與薪酬制度，中高階主管的男女比例逐漸接近，2020 年高階主管女性占比 47.62%，高於 2019 年的 40.91%；中階主管女性占比 53.59%，與 2019 年的 54.29% 幾乎持平。

福利措施

2020 年全球受到 COVID-19 影響，但遠東 SOGO 以多面向的福利措施，給予同仁友善與貼心的照顧，包含各類獎金、福利津貼、補助等。其中同仁滿意度超過 8 成的員工旅遊補助，雖受疫情影響，無法成團，但遠東 SOGO 職福會改以禮券、餐券方式發放，讓相關福利措施在疫情緊繃下仍不縮水。此外，2020 年因疫情關係，未舉辦員工春酒活動，相關福利亦以禮券代金方式，發放全體同仁。

福利項目	遠東SOGO福利措施說明
獎金發放	年終獎金、紅利獎金、週年慶獎金、特別績效獎金、餘絀代金
福利津貼	三節／生日／結婚／生育慶金、子女獎助學金、通話費補助、油資補助
娛樂補助	國內外旅遊補助（最高18,000元）、社團經費補助（每年32,000元）、員工聚餐補助 *2020年旅遊補助以禮券/餐券代金發放
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、母性保護措施、每年員工健康檢查
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）、開放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

育嬰留停

近年申請育嬰留停之同仁主要為女性，2020 年有 1 位男性同仁申請、14 位女性同仁申請。2020 年育嬰留職停薪復職率為 67%，復職周年留任率為 60%。根據統計，2020 年離職原因最大宗為同仁個人生涯規畫轉換跑道最高，其次為工作不適應、合約期滿等因素。此外，同仁離職原因另包含健康因素、家庭因素、退休等。

	2018年		2019年		2020年	
	女	男	女	男	女	男
享有育嬰留停資格人數(A)	98	37	84	29	69	23
申請育嬰留停人數(B)	22	0	14	0	14	1
預定該年度復職人數(C)	29	0	17	0	20	1
實際復職人數(D)	24	0	15	0	14	0
復職後12個月仍在職人數(E)	16	1	16	0	9	-
育嬰留停申請率(B)/(A)	22.45%	0	16.67%	0	20.29%	4.35%
留職期滿復職率(D)/(C)	82.76%	N/A	88.24%	N/A	70.00%	0
復職週年留任率(E)/前一年(D)	57.14%	100.%	66.67%	N/A	60.00%	N/A

註：申請育嬰假資格為育有三歲以下幼兒之同仁

勞資溝通

遠東 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。

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同仁相關資訊，以保障其權益。遠東 SOGO 為落實性別平等精神，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，2020 年無相關案件發生。

重大關注永續議題（前五項）	權責部門	溝通管道與頻率	
● 職場安全與衛生 ● 健康職場 ● 勞資關係 ● 勞動人權 ● 多元化與機會平等	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
		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

遠東 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 26 人，約占全公司人數 1.86%。台北店三館和天母店共同舉行，新竹店、中壢店及高雄店則分別舉行，2020 年共舉行 17 場勞資會議。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，並歡迎同仁提出建議於會議中討論。

2020 勞資會議日期

同仁工作滿意度

為了解員工對於各項制度、措施、福利滿意度，與對公司政策瞭解程度，遠東 SOGO 自 2016-2019 年，皆委託學術單位，進行員工滿意度暨 CSR 認知調查。2020 年的員工意見調查，則在「願景工程」專案 (五年期 執行階段 2021-2025) 下進行運作。委託顧問公司進行員工各大面向評分，同時調查「員工淨推薦值（Emplyee Net Promoter Score, eNPS）」，結果顯示目前相關數值偏低，為負數，仍有大幅成長空間。

有鑑於此，遠東 SOGO 提出兩個改革方向：

1 「員工體驗優化」方案

過去遠東 SOGO 針對同仁的調查，僅以簡單的問題詢問，並未深入做質化分析，2020 年執行的訪談，與同仁聲音聆聽，較真實反映基層同仁心聲與憂心，因此在推動企業轉型的過程，優先執行「員工體驗優化」的部分，並將開發專屬的員工 APP，活化組織氣氛。

2 2021 年全面推動 EAPs 員工協助方案

針對員工在職場的身心適應提供協助措施，包含提供法律、財務、居家修繕等諮詢服務，所有有需求的同仁皆可提出申請。

4-3 專業培育

同仁成長

教育訓練

遠東 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，2020 年教育訓練經費投入約 148 萬元，平均每人之受訓成本為 1,057 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，因此投入費用較前一年度低。

2020 年因受疫情影響，部分課程取消，因此平均受訓人次較往年低。不過自 2021 年 Q1 起，遠東 SOGO 包含性平與環境教育相關內容，改由每日朝會日報公布學習網址，線上教學。

	2018年	2019年	2020年
開課次數	365	331	351
受訓人次	7,253	6,926	5,732

依受訓類別統計受訓人次

課程種類/年分	2018年	2019年	2020年
管理領導	466	457	527
營業職能	601	720	406
專業職能	1,360	1,107	718
訓練專案	300	243	1155
基礎教育	1,312	1,392	552
成長學習	1,180	935	1148
其他	2,206	2,072	1226
總計(人次)	7,425	6,926	5,732

註：其他類型包含讀書會、宅配包裝教育、新系統教學、健康管理等

歷年平均教育訓練時數

		2018年	2019年	2020年
性別	女	14.32	13.69	8.99
	男	13.41	12.72	9.70
職級	高階主管	8.70	2.44	1.86
	中階主管	17.70	24.38	13.07
	專業人員	13.61	11.58	8.48

註：平均教育訓練時數 = 該類別員工受訓總時數 / 該類別員工總數

教育訓練內容

新進訓練	針對協勤/營業單位同仁，進行1-3日新進人員訓練
職能培訓	販促計畫、賣場規劃、人力管理、工作效能、服務禮儀、姿態訓練、強化外語、提升外籍顧客服務品質等相關課程
管理領導	強化經營策略、團隊領導等相關管理職能
成長學習	人際溝通、流行新訓、健康管理等成長學習課程

職涯發展

遠東 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，2020 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，遠東 SOGO 依各據點規模，每 1～3 週舉辦新進專櫃人員之教育訓練課程，講授遠東 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。

在福利方面，非由遠東 SOGO 直接聘雇的專櫃人員，亦可享有大部分正職同仁的福利措施，包含優惠方案健檢、駐診醫師諮詢、健康管理課程，另外為避免長期站立造成身體傷害，實施一櫃一座椅政策。

人才發展品質管理系統

為了協助同仁有效提升職場競爭力，確保訓練流程的可靠性與正確性，遠東 SOGO 於 2021 年起推動人才發展品質管理系統 (下稱 TTQS)，初步已派員受訓，了解 TTQS 的五大構面及其 19 項指標，並秉持著持續改善的精神，整合與串聯訓練資源，同時將教育訓練更加系統化、規模化。

2021 年也將申請政府的輔導與評核，期望透過公正單位的指導，強化訓練的有效性，以提升組織績效。遠東 SOGO 盼透過 TTQS，讓課程統性的 SOP 流程規劃，達成重大專案 - 願景工程的目標加強企業文化面的形塑與傳遞。

外部人才培育

產學合作

遠東 SOGO 自 2015 年起與大專院校進行產學合作，招募在學學生於各單位實習，提供機會讓學生應用在校所學知識，體驗百貨業工作型態，從中精進工作技能，以提升未來就業競爭力。2020 年累計與 18 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，職務包含營業單位、顧客服務及行政各部門，2020 年共培育 23 名建教生。

1 中國科技大學
2 中華科技大學
3 元智大學
4 台北商業大學
5 台北城市科技大學
6 台南應用科技大學
7 東南科技大學
8 亞東技術學院
9 金門大學
10 致理科技大學
11 真理大學
12 康寧大學
13 景文科技大學
14 聖約翰科技大學
15 實踐大學/高雄
16 德明財經科技大學
17 德霖科技大學
18 醒吾科技大學

4-4 職場安全與健康

職場安全

職場安全管理

遠東 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。2020 年遠東 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》「績優健康職場」、「優良人員」雙重肯定，這也是遠東 SOGO 連續 8 年獲獎，成效領先業界。

遠東 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，以及同仁投票推選之勞工代表。委員任期 2 年，委員會每 3 個月召開一次，管理範疇為遠東 SOGO 工作場所內所有工作人員。遠東 SOGO 設有一級單位勞安室，負責職業安全衛生各項事務與專案之推動、管理與追蹤。2020 年委員勞工代表共 26 人，占比為 50%；26 人當中，台北 9 人、桃園 5 人、新竹 5 人、高雄 7 人。

職場安全風險管理

遠東 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。遠東 SOGO 同步督促專櫃廠商，保障專櫃工作者之安全。

「危害鑑別與風險評估」課程

職業災害事件發生時，遠東 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、分析並作成紀錄。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。針對公共安全防護，遠東 SOGO 定期於店內舉行消防演練，偕同縣市政府消防單位指導。

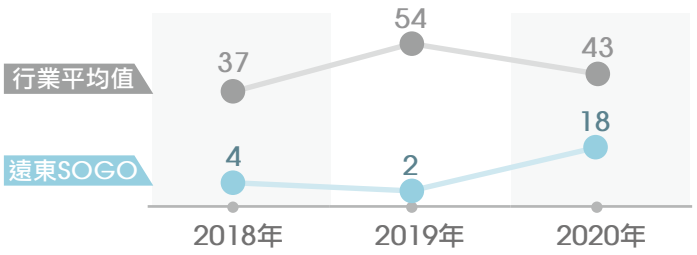
為強化內部同仁對作業中風險更加了解，從而審視相關的管理措施 (工程控制、管理控制、個人防護具等) 是否足夠將風險程度降至可接受範圍，勞安室與教育訓練單位率先在忠孝館安排「危害鑑別與風險評估」課程，挑選各單位中代表成為職業安全衛生種子同仁，參與此課程，了解如何辨視、分析、評估、管理作業中的「危害因子」並加以控制，參與同仁共有 23 位。透過危害鑑別與風險評估後，發現忠孝館主要危害為：1、部分配電箱中隔板設置未完全，有「感電」風險，2、未完全裝設逃生避難圖影響消防緊急避難。上述風險已列入年度改善目標，並於 2020 年 12 月完成「未完全裝設逃生避難圖影響消防緊急避難」。

針對職業安全相關資訊溝通，遠東 SOGO 勞安室定期於每日「朝會日報」上發布相關訊息，並由營業樓管、各部門主管於朝會中宣讀，將相關資訊傳遞給同仁、專櫃夥伴。在教育訓練課程方面，針對專櫃人員定期的教育訓練、新進人員教育訓練中，皆會安排 30-50 分鐘的職業安全衛生教育課程，並由內部職業安全衛生管理員擔任講師。

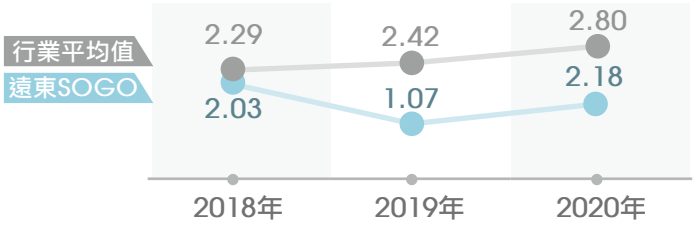
職業衛生安全管理成果

2020 年遠東 SOGO 失能傷害嚴重率為 18，至於失能傷害頻率則為 2.18。2017 年以前，遠東 SOGO 計算方式包含上下班交通意外；2017 年起，與業界一致不列入交通意外，比較基準較為準確；不過統計 2018～2020 年同仁主要受傷原因仍是以上、下班交通事故為主，因此遠東 SOGO 勞安室製作交通安全資料公告，於晨會進行宣導，並在職業安全衛生教育訓練課程同步宣導，提高同仁「防禦性駕駛」觀念。在宣導後，上、下班交通事故發生件數有明顯下降趨勢。

SR 歷年失能傷害嚴重率



FR 歷年失能傷害頻率



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。此外，2020 年工傷件數共 6 件，以跌倒、滑倒為主，檢視同仁滑、跌倒位置原有防滑設施皆無損壞，推測應屬個案或天氣因素造成（潮溼）。已對受傷同仁皆實施安全宣導：

1. 於上、下樓梯時，應減少使用電子設備、交談或其他使其分心之事。
2. 工作區域不可潮溼、雜物堆積或照明不足等危險因子。

歷年工傷統計（依性別）

	2018年		2019年		2020年	
	女	男	女	男	女	男
工傷件數	3	3	3	0	3	3
失能傷害頻率（IR）	0.30	0.62	0.32	0	0.32	0.67
工傷損失日數比例（LDR）	0.30	1.87	0.74	0	1.08	9.22
嚴重傷害頻率（FR）	2.42	4.68	1.59	0	1.61	3.37
嚴重傷害率（SR）	2	12	4	0	5	46

歷年各地區工傷統計

		2018年	2019年	2020年
台北	嚴重傷害頻率（FR）	3.20	1.64	2.18
	嚴重傷害率（SR）	7	4	21
桃園	嚴重傷害頻率（FR）	0	0	0
	嚴重傷害率（SR）	0	0	0
新竹	嚴重傷害頻率（FR）	0	0	2.87
	嚴重傷害率（SR）	0	0	5
高雄	嚴重傷害頻率（FR）	0	0	5.10
	嚴重傷害率（SR）	0	0	45

註：台北含總公司、台北店忠孝、復興、敦化館及天母店；桃園係指中壢店
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 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）×1,000,000
- SR ＝（公傷損失天數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）×1,000,000
- IR ＝（公傷起數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）×200,000
- LDR ＝（公傷損失天數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）×200,000

合作夥伴勞動安全推動與管理

勞動安全是企業永續發展的一環，遠東 SOGO 不僅照顧同仁，也關心承租廠商（專櫃）與供應商夥伴。2019 年起更進一步於合約中增加〈企業社會責任條款〉，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，2020 年承攬商與承租廠商皆未發生台灣職安法定重大公傷意外。未來將建立蒐集非屬受雇的工作者的職災統計資料，以待明年發表。

此外，包含員工健檢、員工旅遊等提供內部同仁的福利，專櫃夥伴皆可以優惠方案參與，同時內部醫師駐診服務、健康管理課程、社團活動，專櫃夥伴、工作者亦可享有。

勞工權益條款請見：https://www.sogo.com.tw/csr/4-5-3.php

健康管理

遠東 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，2020 年榮獲台北市勞動局頒發「勞動安全獎」績優健康職場；同時獲頒衛福部國民健康署「健康促進標章」。

此外，2020 年遠東 SOGO 勞安室也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、BMI 超標等問題，加強開設相關健康管理課程（如：拳擊有氧）；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。

員工健檢

為照顧同仁的健康，遠東 SOGO 每年皆安排同仁參加健檢，頻率優於法規規定的每 3~5 年 1 次 (39 歲以下每 5 年 1 次，40~64 歲每 3 年 1 次)。遠東 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 歲以上中高齡同仁增列心血管、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

心血管功能檢查	糖尿病篩檢	理學檢查
血液常規檢查	尿液常規檢查	聽力檢查
X光檢查	防癌篩檢	視力檢查
肝功能檢查	電解質	一般檢查
腎功能檢查	身體脂肪分布指標	

免費加選健檢項目

#	一般同仁	課階	理階
1	心血管	乳房	胃＋甲狀腺
2	乳房	子宮	腸＋甲狀腺
3	子宮	愛肝、甲狀腺	愛心
4	愛肝	顧肺	顧肺
5	甲狀腺	幽門桿菌 腫瘤篩檢	婦女
6	顧骨		腦血管

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，遠東 SOGO 提供同仁舒適完善的用餐休息區，並於各櫃位設置座椅，以緩解現場服務同仁與專櫃人員久站可能造成的不適。遠東 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。

遠東 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，週年慶檔期間每天密集接待顧客，疲勞與壓力指數飆升。這段期間內，為使同仁放鬆身心，遠東 SOGO 也特別安排各種貼心服務（如發放蒸氣眼罩、貼布等），讓同仁身心獲得舒緩。

流行性傳染疾病預防

早在 2003 年 SARS 流行期間，遠東 SOGO 即建立針對流行性傳染疾病爆發時的防範 SOP，期盼未來備而不用，面對突發事件時，皆能有最完善的準備。

2020 年初 COVID-19 流行期間，內部第一時間成立「遠東 SOGO 百貨防疫指揮中心」，由總經理擔任總指揮，公告各部門防疫擔當責任事項。遠東 SOGO 為最早宣布第一線同仁上班配戴口罩之業者；後續並啟動防疫安全網（CH1 特輯：遠東 SOGO 防疫安全網 - 應變能力最快、最完整、最徹底）相關專案。

此外，針對同仁防疫期間的各項權益，亦是以健康為第一優先考量，包含早於法規提供有薪防疫假、婚假得延後申請等，同時駐診醫師、駐店護理師也定時提供健康諮詢。

醫師臨場服務

全台遠東 SOGO 各據點皆（視員工人數）雇用 1 ～ 3 名專任健康服務護理師，並依從法令安排每 2 個月 1 次的醫師臨場健康服務，其中台北各館特別邀請亞東紀念醫院家庭醫學科專任主治醫師古君揚臨場服務，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，提供遠東 SOGO 員工與專櫃夥伴等工作者服務。

社團與志工活動

依據遠東 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興趣，達到工作與生活的平衡。2019 年起，社團每年提升 33%，鼓勵同仁積極參與社團活動，並可號召志同道合者成立新社團，2020 年新成立「遠東 SOGO 有氧健身團」。

為鼓勵同仁延續服務精神、發揮人文關懷、促進個人成長，遠東 SOGO 開放每人每年可申請 10 小時「有薪志工假」，2020 年同仁共申請 132.5 小時志工假，另，遠東 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。

有鑑於志工假使用時數偏低，加上同仁於意見調查中反應，多數人是利用休假時間做志工，並不會特意於平常上班日請志工假，現行志工假制度，較難獲得實際的獎勵效果。因此，遠東 SOGO CSR 執行秘書小組於 2021 年初，參考業界標竿企業作法，修正志工假制度，改為志工假 + 公益假雙軌，同仁於平常上班日若需做志工服務，可請志工假；同仁若於自己的休假日做志工，則可申請公益假抵休時數，於需要時補休，志工假 + 公益假一年合計 10 小時。

4-5 未來計畫

短 期 2021-2022

- **優化員工旅程體驗，提升行政效能**
  - **優化員工旅程體驗**：透過員工訪談設計員工 APP
  - **行政效率方案提升**：檢討整合各項會議及作業流程
- **強化職場安全與衛**
  - **工作者安全衛生管理措施**：承攬商進場施工前，建立「危害鑑別與風險評估」流程，並且舉辦 6 場內部教育訓練課程。
  - **進場施工前危害告知加強**：張貼大型危害告知海報，工作者閱讀後，才可進場施作。
  - **加強工作場所緊急應變設施**：裝設逃生避難圖，供緊急避難逃生使用。
  - **加強工作場所安全設施**：配電箱裝設中隔板，避免感電危害。

中長期

- **推動企業文化轉型**

  在願景工程計畫下，包含推廣願景、發展核心價值、便是組織中充氣與漏氣成分、強化員工體驗的核心方案、企業文化重塑，皆為下階段目標，正視員工真正的心聲，才能打造良好工作環境與永續企業。

5 關懷平台力

CARING PLATFORM

遠東 SOGO 是深受顧客信賴的百貨通路，致力以「關懷（Caring）、永續（Sustainability）、信賴（Reliability）」建構集結顧客、承租廠商（專櫃）、同仁等重要利害關係人，與其他民間、政府單位打造永續公益鏈，聯合眾人之力，帶動社會共好。

未來發展重點：深化公益供應鏈

SDGs

回應永續議題

- 社會關懷
- 環境教育

重要利害關係人

- 顧客
- 同仁
- 承租廠商（專櫃）

防疫安全網特輯 / P.82

五星防疫餐線上料理競賽

邀全民自「煮」防疫

建構永續公益鏈
公益參與人次
成長
2.5 倍

CSR 活動受益對象
成長
2.25 倍

公益投資
增加
41.67%

防疫安全網特輯 •

五星防疫餐線上料理競賽 邀全民自「煮」防疫

2020 上半年疫情嚴峻，人與人的疏離感增加。隨著防疫新生活的展開，遠東 SOGO 結合線上與實體，舉辦百貨第一個以「防疫」為主題的廚藝競賽，秉持五星（五心）防疫精神，鼓勵民眾透過料理，一起推廣防疫、健康的飲食；同時以「用心、真心、安心、關心、貼心」五心，傳遞愛與關懷，讓「社交有距離、關懷無距離」。

「遠東 SOGO 五星防疫餐線上料理競賽」由遠東 SOGO 百貨、太平洋崇光文教基金會主辦，全民健康基金會、香格里拉台北遠東國際大飯店協辦。活動邀請全民成為以鍋鏟代筆的歷史學家，用自煮料理來記錄疫情與後疫情時代，料理走向小而美、創意自煮的餐飲文化變遷。

活動不分年齡、不分組別、沒有門檻，全民藉由遠東 SOGO 五星防疫餐的平台，透過網路參與，打破廚藝競賽的年齡界線，讓銀髮族與年輕人都能透過科技公平自在地競爭。活動自 2020 年 8 月開辦以來，至 9 月中旬截止報名，一個半月共獲全台 133 位民眾透過網路報名，上傳料理介紹、做菜過程影音照片，經由初賽評審，晉級 20 名選手參與決賽。

決賽當日，來自全台、跨年齡層的選手，在家直播 90 分鐘的烹飪過程，並親送色香味俱全的餐點決賽現場供評審品嚐、評比。決賽當天共有 800 人次觀看直播。最終，活動由退休醫護人員劉姿勵拔得頭籌，獨得獎金 10 萬元。這些優勝素人主廚的作品，將於 2021 年起，在遠東 SOGO 台北店的餐廳公開販售。

遠東 SOGO 透過創意廚藝競賽，推廣居家防疫、安心料理，並且發揮企業職能，讓防疫競賽的成果延伸分享給利害關係人，獲 7 成以上的消費者讚揚。

金牌
養生無錫排骨

退休醫護人員—劉姿勵

為擔任醫生的兒子精心設計的防疫餐，特別將排骨中間的骨頭改為牛蒡，以增加膳食纖維，並加入自製紅麴排毒降血脂。

銀牌
柚子 米香 放山雞

餐飲科教師—陳慶麟

因為疫情導致學生準備不及，無法參賽，只好自己出馬，以「醫食同源」的概念設計菜單，同時作為學生實習的菜式。

「遠東餐廚達人賽」六度參賽—吳凱君

與男朋友搭檔設計的小型婚禮家宴菜單，慶祝國外好友的新婚，情感真摯又饒富創意。

銅牌
牽手

遠東 SOGO 長期投入餐飲教育，透過舉辦「遠東餐廚達人賽」，2007 年首屆舉辦以來，累計培育超過 2,000 名餐飲人才，向青年傳達正確的餐飲服務觀念、國際飲食趨勢。除了辦理餐飲人才的專業競賽活動，遠東 SOGO 更積極向民眾溝通食安議題，是全國首家響應政府「禁用一次性及美耐皿餐具」政策的企業，同時推動「無痕飲食」，向一年近千萬人次餐飲顧客推廣無塑新生活。

5-1 遠東 SOGO NEW LIFE 的新精神— CSR」

永續公益鏈

遠東 SOGO 為台灣零售業「以人為本」服務之濫觴，在提供融合國際與在地特色的飲食文化、流行體驗與精緻服務之外，更發揮通路優勢，集結百貨、廠商、顧客及大眾，開創「遠東 SOGO NEW LIFE 工程」，打造特有的社會關懷精神；並進而結合國際趨勢，透過「關懷（Caring）、永續（Sustainability）、信賴（Reliability）」，賦予「CSR」新的使命。遠東 SOGO 藉由「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」與遠東 SOGO 全台各據點，牽起顧客、同仁、社區、供應商、政府機關、公益團體、學校、媒體等利害關係人的手，打造永續公益鏈。2020 年更因應疫情打造「防疫安全網」，啟動全方位關懷。

基金會

遠東 SOGO 成立「財團法人太平洋崇光文教基金會」與「財團法人太平洋崇光社會福利基金會」，致力推動文化教育、社會公益與慈善活動，實踐取之社會、用之社會的理念。

基金會在舉辦活動時，亦透過官方網站與Facebook粉絲團，即時揭露活動資訊、溫馨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。

	財團法人太平洋崇光文教基金會	財團法人太平洋崇光社會福利基金會
成立時間	1988年	2000年
發展重點	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。	延續遠東SOGO取之社會、用之社會的理念，致力於社福與慈善活動的推動。
2020年重點專案	● 遠東SOGO五星防疫餐線上料理競賽	● 第29屆SO GOOD好小孩耶誕許願信箱 ● 第9屆SO GOOD好小孩少年楷模頒獎 ● 歷年扶助弱勢個案追蹤
相關成果	**投　入** ● 投入210小時 ● 花費200萬 ● 結合全民健康基金會、香格里拉台北遠東大飯店資源 **產　出** ● 全台共133人報名參賽 ● 網路觸及798萬人次 **影　響** ● 推廣全民健康飲食 ● 防疫美味料理線上公開及遠東SOGO販售防疫優勝作品，讓防疫美味分享給更多人 ● 記錄防疫期間的飲食文化變遷	**投　入** ● 248小時 ● 花費142萬 ● 攜手7社福團體、2企業、2視覺藝術志工老師 ● 邀請4素人偶像為少年楷模打氣 **產　出** ● 獎助31名弱勢學童 ● 為1,300位弱勢學童圓夢（提供滿足他們心願的耶誕禮物） ● 有上千位消費者一同參與位學童圓夢 ● 為6位弱勢學童提供公益到府藝術課程 **影　響** ● 拍攝少年楷模影片，散發學童的正能量，帶動社會向上 ● 遠東SOGO搭建公益平台，消費者參與、為弱勢學童圓夢 ● 協助7社福團體曝光、並宣傳他們的社福理念。

更多資訊 基金會 https://www.sogo.com.tw/NewLife/
基金會FB粉絲團 https://www.facebook.com/SOGONEWLIFE

多元溝通

遠東 SOGO 透過遠東 SOGO CSR 官網、遠東 SOGO CSR Facebook 粉絲團、朝會 / 朝報、CSR 快報以及教育訓練，與利害關係人溝通永續與公益議題。對外發揮影響力，以善意啟動社會向上的力量；對內提升同仁對各項永續公益計畫的認知度與熟悉度，進而積極參與，發生實質影響。

遠東 SOGO CSR 官網

遠東 SOGO 是全台灣第一家啟動 CSR 網站的百貨公司，內容集結企業永續報告書、商品安全專區、公益活動、榮耀與肯定等，以做為與利害關係人互動的平台。

https://www.SOGO.com.tw/csr/index.php

遠東 SOGO CSR FB 粉絲團

利用社群媒體即時、粉絲高黏著度且易於分享、轉載的特性，遠東 SOGO CSR FB粉絲團隨時揭露最新公益活動消息、分享國內外永續新知、與大眾即時溝通零時差。（https://www.facebook.com/ SOGOCSR/）

朝會 / 朝報

遠東 SOGO 透過內部每日發行的《朝會日報》，分享永續新知與公益訊息，藉以提升同仁與廠商永續意識。

CSR 快報

遠東 SOGO 透過內部《CSR 快報》，不定期與同仁分享永續新知、公益訊息、CSR 獲獎訊息等，藉以強化同仁與永續連結。

教育訓練

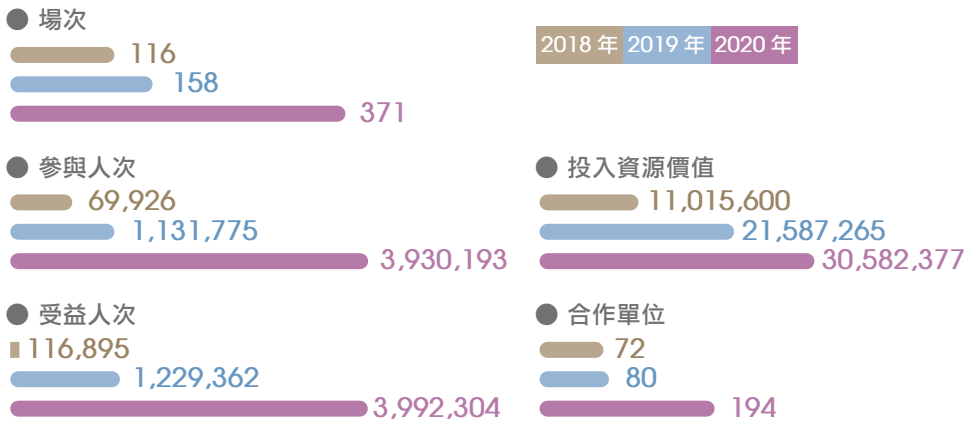
遠東 SOGO 不定期舉辦永續或公益相關教育訓練課程，邀請外部講師或 CSR 執行秘書小組分享國內外永續最新資訊、國內社福需求、環保觀念落實等相關內容。

5-2 NEW LIFE 活動

2020 年遠東 SOGO 主動與 194 個公益慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌、社會企業…等外部單位合作，積極參與社會公益，投入支援救災與防疫行動、扶助弱勢族群、落實生態保育、推廣教育活動、促進體育發展、促進藝術文化發展、支持公衛醫療、關懷社區鄰里、發起慈善捐贈等 371 項公益活動，共計投入逾 3,000 萬元資源，造福近 400 萬人次。

	場次	參與人次	受益人次	投入資源價值
C Caring 關懷	121	119,665	143,385	7,629,104
S Sustainability 永續	102	1,047,264	1,049,886	7,033,093
R Reliability 信賴	148	2,763,264	2,799,033	15,920,180
總計	371	3,930,193	3,992,304	30,582,377

近三年遠東 SOGO 在社會關懷投入的場次、資源價值、參與人次、以及受益人次均有明顯成長。



Caring 關懷

遠東 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，由「財團法人太平洋崇光社會福利基金會」舉辦系列兒童福利活動，並以「SO GOOD 好小孩」做為系列活動的標示：

Event 1. SO GOOD 好小孩 少年楷模徵選（第9屆）

活動性質

全台弱勢學童及特殊生表揚活動

子活動

- 表揚總統教育獎學童
- 星空計畫　到宅公益

Event 2. SO GOOD 好小孩的耶誕心願 圓夢公益活動（第29屆）

活動性質

弱勢兒童耶誕圓夢活動，受贈對象為社福團體個案

SO GOOD 好小孩少年楷模徵選

遠東 SOGO 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。另增設「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。

「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，也曾於 2018 年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。

活動舉辦 9 屆以來，累計獎勵 265 位學童、催生 31 名總統教育獎、拍攝 27 支少年楷模短片、邀請 42 位偶像名人為學童打氣、發出 318 萬元獎助學金。遠東 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。

除了舉辦徵選、頒獎典禮獎勵優秀的特境學童之外，遠東 SOGO 每年由董事長特別邀請當年榮獲「總統教育獎」的少年楷模得主及親友至遠東 SOGO 用餐，並讓優勝學童自由挑選百貨的服飾，做為他們隔天前進總統府領獎的行頭，透過「時尚的力量」，希望富有品牌特色與時尚氣息的美麗力量，讓獲獎者能亮麗登場，向大眾展現自己做為生命鬥士的正能量。

第十屆「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚」活動因疫情延後徵選作業期程，將於 2021 年 5 月展開徵選。

星空計畫 到宅公益

而為深耕公益、增加弱勢學習資源，「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚」於 2016 年推出「星空計畫 到宅公益」計畫，與專長視覺藝術的教師群攜手，讓美術老師到喜愛繪畫的少年楷模家裡教繪畫，陪伴孩子們彩繪夢想。這項遠東 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」的彰化橋信國小老師李英杰，及榮獲美術新人獎、桃園市師鐸獎的桃園石門國小老師古明倉攜手，執行到宅公益教學，實現學童的彩繪夢想，創造人生未來更多的可能。

累計至 2020 年，遠東 SOGO「星空計畫 到宅公益」計畫共開共開辦 27 場次（2020 年共舉辦 6 場），投入 473 小時志工時數，公益里程累計可環島 12 圈。

SO GOOD 好小孩的耶誕心願　圓夢公益活動：世代共好

遠東 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。2020 年第 29 屆遠東 SOGO「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」由遠東 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、羅慧夫顱顏基金會、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共 7 家社福機構，邀請 1,300 位弱勢孩童在耶誕卡上許願，由社會大眾為孩子們圓夢。

「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」是遠東 SOGO 舉辦的公益計畫中，最廣為人知的一項。舉辦 29 年來，滿足了超過 2.6 萬人次弱勢兒童的心願，今年有 45% 的心願認領者曾參與一次以上，較去年成長 6%，顯示 遠東 SOGO 有一群穩定而年輕的公益客層，持續關注社會公益。

Sustainability 永續

植樹小旅行、簡單生活實驗室　力推環境教育

遠東 SOGO 新竹店邀請行政院農業委員會林務局新竹林區管理處，為親子客群規劃植樹小旅行，帶領學童認識林務局管轄的森林範圍及工作職掌，並邀請學童擔任一日小小森林獵人，並一起種下樹苗，了解植樹對生態保育的重要。中壢店則與桃園市環保局合作打造「GO 就好！簡單生活實驗室」環境教育主題展系列活動，以「食衣住行 GO 就好」為主軸，規畫四大主題展區，帶顧客認識資源再利用的無限可能、綠色時尚、惜物愛物、生物多樣性等環境議題，透過寓教於樂的活動喚起民眾對於環境議題的重視與實踐的意願。

攜手利害關係人 舉辦淨灘守護濕地

遠東 SOGO 攜手利害關係人，主動舉辦或積極參與政府與民間舉辦之淨灘活動，包括：志工社發起第五度淨灘，前往新北市八里區北堤沙灘，守護淡水河出海口的濕地生態；新竹店邀請同仁與親友參加新竹市環保局舉辦的「秋季海洋淨灘活動」，成為守護海灘的熱血生力軍；專櫃品牌 FREE 也透過與遠東 SOGO 和黑潮海洋文教基金會合作，舉辦金山淨灘活動。

生態展寓教於樂 叫好又叫座

為喚起民眾對生態環境的重視，復興館舉辦「亞泥生態園區巡迴展」，由生態老師帶民眾認識森林忍者 - 竹節蟲；新竹店則與全台最具規模的恐龍主題樂園合作恐龍生態展；台北店除了與國立海洋科技博物館合作舉辦珊瑚海洋嘉年華特展外，也與在地藝術家合作展出「昆蟲奇觀裝置藝術大展」，將生態保育議題藉由藝術創作，提升關注度。

Reliability 信賴

好事高空交易所╳精彩台灣時尚週

自 2015 年首創百貨之先舉辦「農社企周」以來，遠東 SOGO 每隔 2-3 年會選定一家社會企業或社會創新事業進行深度合作，歷經以農食美學深耕在地文化的「木人艸」、贈物平台「GIVE543」之後，2020 年遠東 SOGO 於復興館展開與「GoodPoint Exchange 好事交易所」合作計畫，舉辦「好事高空交易所╳精彩台灣時尚週」，盼能創造並延續永續風潮。

以類社會企業模式經營的好事交易所，將善念化作貨幣，透過虛擬交易讓綠能永續行動以循環經濟模式長久經營；並藉由凝聚眾籌能量，架橋商業機會與生活連結，期待能創建全新的循環經濟框架，並達至地方創生的可能。

「好事高空交易所╳精彩台灣時尚週」以長達四週的跨國度藝術聯展，搭配四場精彩跨界對談、一系列跨領域工作坊。透過跨國界、跨領域的藝術家聯展與工藝家帶領的工作坊，就藝術、文化、科技與環境永續議題，帶來前瞻視野的高空對話。更透過現代科技與藝術結合的多樣新鮮互動環節，觸發人們內心更加深層的環保意識與反思，加強永續行動的群眾能量。

跨界 座談會

策展與永續的時代解方	綠色時尚—當藝術與永續走入日常	我們都是地球世代來跟地球說說話	8職人地球公民永續對話座談
VERSE—文化策展座談會	芙彤園	CSR@天下	美學聚落

跨界
工作坊

凝海植山—生態瓶製作工作坊

每一棵植物，都乘載著地球的一段記憶。
「CIAO! Flower Design X W春池計畫」帶領大家學習和植物相處，特選易栽種的室內植物，結合海廢玻璃，讓每個人用雙手完成專屬的森林瓶。

繡旅時光—用法式刺繡走訪法國小農酒莊

防疫期間，人們無法透過旅遊體驗各國風情，但從有機葡萄酒、到用繡線、羽毛和珠片妝點生活，Lunéville法式刺繡工作室帶民眾用刺繡走訪法國。

野性的呼喚—永續精油香氛工作坊

分享來自台東的香草能量，讓人人都能在日常生活中應用大自然賦予的寶藏——精油，在呵護自己及增進健康的同時，達到土地復育及環境永續。

09/06 – 09/11
lunéville法式刺繡工作室 主理人 宋亞樵
西版牙女性藝術家 Tavira
服裝設計師 汪俐伶
Porsche Impact

響應國際倡議　宣導正確醫療觀念

每年 10 月為全球乳癌防治月，遠東 SOGO 各店均結合內衣區與化妝品區專櫃品牌，共同響應粉紅絲帶乳癌防治活動。此外也與化妝品品牌聯手，推廣以行動消弭愛滋歧視。

舉辦免費健檢　促進社區健康

遠東 SOGO 不只照顧同仁健康，更主動邀請社區共同參與四癌篩檢，打造健康社區。新竹店與新竹市衛生局乳癌健康防治專車、華歌爾共同舉辦健檢活動，讓顧客與社區居民免費接受子宮抹片、乳癌 X 光及大腸癌檢查；台北店與高雄店則與在地健康中心 / 衛生所合辦免費四癌篩檢。

顧客支持度

在基金會與各部門的長期耕耘下，我們於一項針對會員的網路調查（2021 年 1 月調查，N=1,068，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差為 ±3.0%）中發現 75% 的消費者對於遠東 SOGO 百貨在教育文化與社會公益的表現給予正面評價，且各項社會公益作為均獲 7 成以上消費者贊同，其中以「SO GOOD 好小孩耶誕許願信箱」的認知度達 5 成以上，為知名度最高的活動，滿意度亦近 8 成。

5-3 長期合作單位

遠東 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，資源的投入需長期累積，才足以形成一股穩定的支持力量，下表是遠東 SOGO 持續配合 3 年以上之社福單位、學校、與社會企業，以及在 2020 年所合作之公益活動項目及內容。

SO GOOD好小孩少年楷模徵選

台灣兒童暨家庭扶助基金會	協辦單位
罕見疾病基金會	協辦單位
陽光社會福利基金會	協辦單位
羅慧夫顱顏基金會	協辦單位
台灣兒童暨家庭扶助基金會苗栗家扶中心	參與推薦單位
台灣兒童暨家庭扶助基金會彰化家扶中心	參與推薦單位
桃園市私立藍迪兒童之家	參與推薦單位
心路基金會	參與推薦單位

SO GOOD好小孩的耶誕心願圓夢公益活動

台灣兒童暨家庭扶助基金會	受贈單位，受贈禮物份數：200
台灣兒童暨家庭扶助基金會北高雄家扶中心	受贈單位，受贈禮物份數：100
台灣兒童暨家庭扶助基金會新竹家扶中心	受贈單位，受贈禮物份數：100
台灣兒童暨家庭扶助基金會桃園家扶中心	受贈單位，受贈禮物份數：100
罕見疾病基金會	受贈單位，受贈禮物份數：50
基督教芥菜種會	受贈單位，受贈禮物份數：250
婦女救援社會福利事業基金會	受贈單位，受贈禮物份數：147
陽光社會福利基金會	受贈單位，受贈禮物份數：199
羅慧夫顱顏基金會	受贈單位，受贈禮物份數：101
國立臺南大學附屬啟聰學校	受贈單位，受贈禮物份數：57

UNICEF聯合國兒童基金會	● 清晰視力 看見未來．視覺關懷行動 ● 「We can do anything」國際婦女節活動
心路基金會	音園積繪公益活動
世界和平會	物資捐贈受贈單位
台灣兒童暨家庭扶助基金會 南高雄家扶中心	送愛家扶．滿載幸福園遊會
台灣導盲犬協會	導盲犬勸募
台灣癌症臨床研究發展基金會	粉紅絲帶乳癌防治宣導
弘道老人基金會	二手衣（精品）義賣
伊甸基金會	● Roots冬衣募集慈善計畫 ● 義賣限量手工泰迪熊並捐所得予弱勢社區象圈工程計畫 ● 好爸快樂鬆一夏 ● 音園積繪公益活動
桃園市新都心生活文化協會	健康促進活動—飆汗老街溪健走
喜憨兒基金會	● 2020 支持全球貧童供餐計劃 ● 音園積繪公益活動
榮光之家	吃四方餐廳開幕記者會～感恩的心回饋鄉里
築心之家	● 築心之家音樂義賣會 ● 吃四方餐廳開幕記者會～感恩的心回饋鄉里
勵志少年楷模—周沛辰	小書法家 迎春揮毫

GREENPEACE綠色和平	▶ 環保教育推廣、舊衣絹印再生
世界自然基金會	▶ 響應2020 Earth Hour
伊甸基金會	▶ ThanQ植樹小旅行

台北市東區商圈發展協會	▶ 混東區～東區商圈週年慶
泰北高中速寫社	▶ 母親節速寫活動
普濟殿	▶ 精采奪目 閃耀燈場
朝山國小太鼓社	▶ 日本展—太鼓達人
臺北市立士林高商樂儀社	▶ 元旦樂儀旗隊表演
臺北市立中正高中樂儀社	▶ 元旦樂儀旗隊表演

5-4 未來計畫

短 期

- 持續舉辦五星防疫餐競賽，推廣健康飲食觀念，並將優勝作品產品化，實際提升營收。
- 規劃將獲獎的少年楷模精彩故事透過社群讓更多人看見，並出版短篇數位漫畫，成為特境楷模孵化器。

中長期

- 結合百貨業職能，每家分店由關懷（C）、永續（S）、信賴（R）三大面向中擇一發展亮點計畫，並使之系統化成為該店特色；後續促使各店互相複製、優化。
- 持續關注歷屆少年楷模扶助個案，長期關懷，並從中培育服務業人才，為國家與企業育才。

永續環境力

SUSTAINABLE ENVIRONMENT

面對環境永續議題，遠東 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，期許以通路的力量向外推廣環境教育及引領綠色消費意識。

未來發展重點：綠色百貨標竿

SDGs

回應永續議題

- 環境教育
- 綠色營運與提倡永續消費
- 能 / 資源管理
- 廢棄物管理
- 氣候變遷與調適

重要利害關係人

- 顧客
- 同仁
- 承租廠商（專櫃）
- 供應商／承攬商

防疫安全網特輯 / P.96

百貨首創—
防疫 X 綠色生活遊戲圖卡

三度榮獲
亞洲企業社會責任獎
—綠色領導獎

百貨首例
連續 2 年
榮獲
國家企業環保獎

舉辦 31 場
環境教育活動
共 2.1 萬
人次受益

防疫安全網特輯 •

百貨首創—
防疫 X 綠色生活遊戲圖卡

2020 年是全民防疫的一年，遠東 SOGO 長期投入環境教育，2020 年底再度針對兒童製作防疫 X 環境教育遊戲圖卡「跟著 ThanQ 逛綠色百貨」，藉由豐富有趣的圖卡，融入簡單的防疫觀念（如正確洗手、戴口罩），教導兒童包含個人衛生、飲食、節能、環保等 10 項重要觀念。

2021 年起，遠東 SOGO 全台各店使用圖卡，搭配世界地球日等節日，針對會員舉辦實體活動，同時也將數位版放上官網，供全民免費下載，造福更多小朋友。

「跟著 ThanQ 逛綠色百貨」遊戲圖卡與專業繪者、出版社合作，透過小朋友喜歡的連連看、畫圖、圈一圈等活動，在遊戲的同時，學習防疫、垃圾分類、個人衛生、產銷履歷、再生能源、餐桌禮儀等知識，將複雜抽象的概念，轉變為輕鬆好玩的內容，是繼「低碳教育繪本 - 三片葉子的秘密」後，遠東 SOGO 再度針對兒童製作的出版品，也是百貨業界唯一透過繪本與遊戲圖卡深耕環境教育的創舉。

跟著 ThanQ 逛綠色百貨

下載點：

三片葉子的秘密

下載點：

6-1 綠色百貨

遠東 SOGO 持續優化節能設備，結合百貨業擅長的行銷創意與通路平台特性，以「打造亞洲第一綠色百貨」為目標，在日常營運與服務流程中，透過生活提案與多元宣傳，淺移默化地將環保意識深植於顧客、同仁、供應商及社會大眾等利害關係人心中。讓顧客從踏進遠東 SOGO 的第一步，就進入環境教育的場域、感受節能的環境、參與低碳教育活動、購買綠色商品，展開綠色永續的五感體驗。

綠色行銷

SOGO Channel 整合

遠東 SOGO 以 9 大綠色行銷工具：遠東 SOGO APP、LINE@、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。2020 周年慶期間，數位觸及達 270 萬人次。

為強化數位與社群經營，遠東 SOGO 將數位行銷力整合成遠東 Channel。由專責企劃團隊，全力發展 Facebook 粉絲團、Instagram、Youtube、Line@ 生活圈等社群平台，發揮數位溝通即戰力。

	2018年	2019年	2020年	成長比
Facebook粉絲數	210,000人	230,000人	250,000人	+8.7%
Instagram粉絲數	6,205人	16,569人	18,965	+14.5%
LINE@好友數	68,550人	80,462人	99,507	+23.7%

註：LINE@ 好友數為台北店忠孝、復興、敦化三館總計

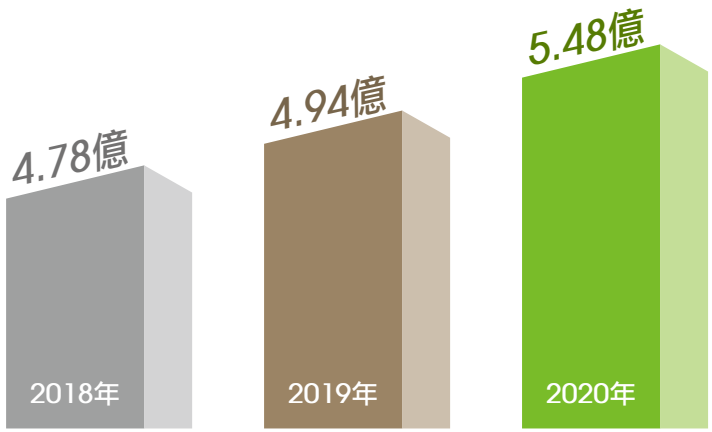
同時，遠東 SOGO 全台各據點已逐步將館內宣傳版面電子化，以減少紙張與相關耗材使用，並可更有效溝通訊息。

遠東 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。截至 2020 年底，遠東 SOGO Facebook 粉絲人數超過 25 萬、Instagram 粉絲數近 20 萬、光是台北店的 Line@ 生活圈好友 9.9 萬人。

減少包裝材料

遠東 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，遠東 SOGO 提供 HAPPY GO 電子點數作為贈品選項，使行銷活動更環保。2020 年全年共發出超過 5 億的 HAPPY GO 電子點數，相關點數發放數量已連續三年成長，顯見推廣有成，消費者逐漸習慣索取點數，待需要時再兌換贈品。

歷年電子點數發放數量



此外，電商興起，遠東 SOGO 的宅配商品以店內包材 / 紙箱重新再利用為主，於後場有專人挑選乾淨、可再利用的紙箱，供顧客宅配包裝用。

遠東 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，遠東 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。

鼓勵回收

遠東 SOGO 近 3 年化妝品類業種營收皆占總營收 1-2 成，位居第一名，因此，遠東 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，每只空瓶可獲贈 HappyGO 點數 3 點。2020 年共回收 18.4 萬個空瓶，獎勵 55 萬點電子點數。此外，全台各店均鼓勵顧客持廢電池到遠東 SOGO 回收，並舉辦廢電池回收贈點活動，廣受好評。

環境教育

遠東 SOGO 致力投入資源，以「打造亞洲第一綠色百貨」為使命，除提高服務流程之能源效率，更在日常營運與活動貫徹環保概念，把百貨打造成低碳教育的場域，引導利害關係人，將環保意識內化。2020 年雖受疫情影響，活動量下降，但全年仍舉辦 31 場環境教育活動，超過 2.1 萬人次受益。

綠色購物

電子化禮券

為減少資源消耗，遠東 SOGO 除了持續推動非現金支付，也致力於將禮商券、抵用券與優惠券等過去紙本印刷的禮券類產品電子化，經 1 年多推廣，遠東 SOGO APP 全面更新升級後，於 2020 年將使用最頻繁的抵用券與優惠券全面電子化，免除過往顧客需要排隊領取的時間、人力成本，更節省大量紙張。2020 全年發放的電子抵用券金額達 8.8 億，對比前一年成長超過 20 倍。

歷年電子化禮券發放金額

	2018年	2019年	2020年
即享券	215,092,075	223,996,936	268,063,567
電子禮商券	45,122,735	54,198,311	187,247,255
電子抵用券	42,524,431	43,368,660	881,977,190
總計	302,739,241	321,563,907	1,337,288,012

綠色行動

綠色採購與在地採購

為由內而外推動綠色百貨，遠東 SOGO 在採購時會優先選用具有環保標章及認證的商品，在營銷、活動、庶務、能源等類別的綠色採購皆逐年增加，例如，各據點逐步更換為高效能照明燈具（如 LED 燈具）、節省標章設備、全面使用 FSC 用紙，以減少資源耗損。2020 年綠色採購金額為 3,021 萬元（占總採購金額 3.95%），獲臺北市環保局頒發「綠色採購績優單位」。

		2018年	2019年	2020年
綠色採購	金額（元）	3,386	3,196	3,021
	占比	4.49%	4.91%	3.95%
在地採購	金額（萬元）	77,646	66,908	78,178
	占比	100%	100%	100%

註 1：綠色採購金額為登錄台北市環保局之資料
註 2：在地採購定義為供應商公司登記地為台灣

此外，2020 年遠東 SOGO 本地採購支出為 78,718 萬元 (以供應商登記地為台灣計算)，而遠東 SOGO 身為通路業者，更發揮通路力量，鼓勵消費者採購在地同特產品。

遠東 SOGO 本身為通路業者，並無直接生產產品，仍積極透過各種活動與贈品形式，宣揚綠色觀念。2020 年期間，遠東 SOGO 透過當令小農展、農民展售會、節能家電加碼補助等行銷活動，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；並將無痕飲食、惜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。

另外，相當受歡迎的遠東 SOGO 禮贈品，也推出環保杯、悶燒罐、購物袋、保鮮盒、環保餐具等品項，鼓勵顧客讓環保商品成為日常生活一部份，電器類贈品以符合環保標章為優先開發採購品項，2020 年共發出超過 43.8 萬個環保類型禮贈品，更包含電動機車抽獎，相關活動績效逐年成長。

綠色運輸

遠東 SOGO 在台多數據點均位於交通薈萃之處，針對非座落於交通樞紐的中壢店與新竹店，則設置免費接駁公車，供同仁通勤與顧客購物使用。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火車站（新竹客運北站）及新竹店。此外，鼓勵員工與顧客多使用自行車，天母店更是全國百貨首創，設置自行車停車場。

空氣品質管控

遠東 SOGO 屬應符合室內空氣品質管理法之公告場所，除了符合法規，每個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、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，遠東 SOGO 於天母店、新竹店加裝「空氣品質資訊看板」，即時公布各樓層二氧化碳濃度，以維護顧客與同仁的健康。新竹店於 2020 年榮獲「新竹市室內空氣品質優良場所」標章。

執行項目	頻率
可燃性氣體檢查	每 2 個月
室內空氣品質檢測	每 2 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

能源管理

能源管理

遠東 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

1. 遵守法規自我要求，支持能源效率產品
2. 透過多元宣導管道，提升同仁節能認知
3. 落實節能減碳目標，持續改善能源績效
4. 善盡企業社會責任，永續經營綠色百貨

能源管理委員會

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

遠東 SOGO 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。證書到期後並於 2020 年再次取得證書。

遠東 SOGO 全台各營業據點能源耗用以外購電力為主，搭配新竹店自發自用的太陽能電力，無其他能源耗用，2020 年總用電度數 105,473,000（kWh），轉換成能源消耗量為 379,702.8 GJ（1 度電約消耗 3.6 MJ），總用電度數減少約 8.67%，全年二氧化碳排放量為 53,685.8 公噸（依能源局公告之 2019 年電力排放係數 0.509 公斤 CO_2e/ 度計算）。2020 年每度用電之營收為 396.71 元，較前一年度提高約 7%。

歷年電力能源耗用

	消耗電量（單位：度）	每度用電創造營收（單位：元）
2018年	121,477,260	356.81
2019年	115,490,681	371.12
2020年	105,473,000	396.71

註：消耗電量統計來源為全台各據點大樓用電。

再生能源管理

遠東 SOGO 百貨落實企業社會責任，致力打造亞洲第一綠色百貨，在日常營運中，實踐「永續環境力」，繼天母店頂樓的太陽能集光發電系統後，新竹店頂樓亦釋出空間，於 2019 年底建置完成第二座太陽能發電系統，2020 年稼動運轉。

遠東 SOGO 新竹店太陽能板面積約 2,300 平方公尺，建置容量 409.5 KWp，建置費用 2,030 萬元。2020 年新竹店太陽能發電量 465,110 度，其中自發自用 54,055 度，其餘電量未來將轉移給復興館。

能源績效管考

透過測量與監督，遠東 SOGO 找出現階段能源使用可改善之處，並管理未來能源供應的相關風險；同時藉此改善能源的使用績效，以減少能耗與支出。遠東 SOGO 全台各店目前全台各店全數以 ISO 50001 能源管理系統的精神進行能源控管，透過每月召開會議審視能源使用情形，以增加能源效率，降低經營成本、改善能源績效及減少溫室氣體排放。

為評估能源管理績效，遠東 SOGO 積極參與遠東集團每季舉行的「能源使用效率競賽」，並要求各部門主管參加 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，遠東 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。相關獎項包含下列三項：

遠東節能獎

遠東集團仰賴全體遠東人「兢兢業業、不停創新、持續付出」的敬業精神，自成立以來不停成長，集團內部也舉辦多項競賽，以獎勵機制，鼓勵同仁發揮創意，從日常工作中找出更精進、更節能的方法，遠東 SOGO 身為集團一員，更鼓勵同仁提案參與遠東節能獎，與關係企業切磋、相互學習。

遠東 SOGO 精神獎

遠東 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。為了讓遠東 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「遠東 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，優選隊伍可代表遠東 SOGO 參加集團的「遠東精神獎」。

遠東 SOGO CSR 最佳貢獻獎

為使 CSR 精神廣為流傳與再登高峰，自 2015 年開始每年舉辦「遠東 SOGO CSR 最佳貢獻獎」徵選，報名專案須具備 遠東 SOGO NEW LIFE 精神—Caring 關懷、Sustainability 永續、Reliability 信賴，以作為全公司同仁效法學習之楷模。2021 年初評選的 2020 最佳貢獻獎，由評委會決議將優勝獎金由 3,000 元提高到 10,000 元，收件數與參賽品質也都創下歷年新高。

節能措施

遠東 SOGO 以「永續環境力」朝「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，遠東 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，並符合國家規定室內溫度 26℃之相關環境管理規範。空調一律於開店前 20 至 30 分鐘開啟預冷，打烊即關閉。
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，亦鼓勵顧客與同仁以走樓梯取代電梯。
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。
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	天母店等分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。

資源管理

水資源管理

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。遠東 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。

據點水源

台北店 3 館、天母店	▶ 翡翠水庫
中壢店	▶ 石門水庫
新竹店	▶ 寶山水庫
高雄店	▶ 澄清湖水庫、鳳山水庫

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

新竹店設有中水回收系統，用於洗手間清潔。

2020 年全台總用水度數約 145.17 萬立方公尺，相較 2019 年減少 1.23%。天母店與新竹店分別設有雨水回收系統、中水回收系統，主要用於花台灌溉、洗手台、廁所馬桶用水，2020 年總回收量為 122,047 度，占全公司用水量之 8.4%。

歷年水資源耗用

廢棄物管理

遠東 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廢棄物分類，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。

2020 年遠東 SOGO 全台可回收廢棄物量為 295 公噸，焚化廢棄物為 6,097 公噸，廚餘為 2,032 公噸，廢棄物總計 8,424 公噸，回收廢棄物占比為 3.5%。

廢棄物類別（單位：公噸）

	回收再利用	焚化	廚餘	總計
2018 年	374	7,372	2,521	10,267
2019 年	358	6,872	2,261	9,491
2020 年	295	6,097	2,032	8,424

6-3 未來計畫

未來遠東 SOGO 將積極投入節能設備建置與能資源節約管理，並持續深化對利害關係人的環境教育。

短 期

- **綠色行銷**
  以環境教育為各店舉辦公益活動的主要方向，每分店每年至少舉辦 12 場環境教育活動。
- **減碳具體行動（基準年：2018）**
  持續節約公共用電，公共用電每年較基準年節約 6%。
- **碳標籤展延**
  2021 年天母店碳足跡標籤到期後，進行展延認證。
- **再生能源行動**
  - 於新竹店停車塔樓，新增第三座太陽能發電設備。
  - 自發電力占復興館用電 10%。

中長期

- **減碳具體行動（基準年：2023）**
  - 持續節約公共用電 1%。（比較基準年）

附 錄

APPENDIX

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	26-29	V
102-3 總部位置	1-1	5	V
102-4 營運活動地點	1-1	26-28	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	26-29	V
102-7 組織規模	1-1 4-1	26-29 67-68	V
102-8 員工與其他工作者的資訊	4-1	67-68	V
102-9 供應鏈	2-1	45	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	39-41	V
102-12 外部倡議	無	-	V
102-13 公協會的會員資格	1-2	36	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	17-19	V

揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
3. 倫理與誠信			
102-16 價值、原則、標準及行為規範	1-3	36-41	V
102-17 關於倫理之建議與顧慮的機制	1-3	36-41	V
4. 治理			
102-18 治理結構	1-2	31-35	V
102-19 委任權責	1-2	31-35	V
102-20 管理階層負責經濟、環境和社會主題	1-2	32-35	V
102-22 最高治理單位與其委員會的組成	1-2	32-35	V
102-23 最高治理單位的主席	1-2	32-35	V
102-24 最高治理單位的提名與遴選	1-2	32-35	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	32-35	V
5. 利害關係人溝通			
102-40 利害關係人團體	IV-2	14-15	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	14-15	V
102-43 與利害關係人溝通的方針	IV-2	14-19	V
102-44 提出之關鍵主題與關注事項	IV-3	17-19	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	26-28	V
102-46 界定報告書內容與主題邊界	IV-3	17-19	V
102-47 重大主題表列	IV-3	16	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	106-109	V
102-56 外部保證/確信		115-116	V

GRI 200：經濟主題

揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
GRI準則．201：經濟績效			
管理方針	IV-3 1	17 22-41	V
201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1-1	29	V
201-4 取自政府之財務補助	無	-	V
GRI準則．202：市場地位			
管理方針	IV-3 4	18 66-79	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	68	V
202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	4-1	67	V
GRI準則．205：反貪腐			
管理方針	IV-3 1-3	17 36-37	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

揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
GRI準則．302：能源			
管理方針	IV-3 6	19 97-104	V
302-1 組織內部的能源消耗量	6-2	101	V
302-3 能源密集度	6-2	101	V
302-4 減少能源消耗	6-2	101-102	V
302-5 降低產品和服務的能源需求	6-1	97-99	V
GRI準則．306：廢汙水和廢棄物			
管理方針	IV-3 6-2	19 103-104	V
306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	6-2	104	V
GRI準則．307：有關環境保護的法規遵循			
管理方針	IV-3 1-3	19 37	V
307-1 違反環保法規	無	-	V

GRI 400：社會主題

揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
GRI準則．401：勞雇關係			
管理方針	IV-3 4	18-19 67-79	V
401-1 新進員工和離職員工	4-1	68	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	69	V
401-3 育嬰假	4-2	70	V
GRI準則．402：勞/資關係			
管理方針	IV-3 4-2	18-19 68-71	V
402-1 關於營運變化的最短預告期	4-2	70	V
GRI準則．403：職業安全衛生(2018)			
管理方針	IV-3 4 4-4	18-19 66 74-79	V
403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	4-4	74	V
GRI準則．405：員工多元化與平等機會			
管理方針	IV-3 1-2 4-2	18-19 32-33 68-71	V
405-1 治理單位與員工的多元化	1-2	32-33	V
405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4-2	68-69	V

揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
GRI準則．413：當地社區			
管理方針	IV-3	19	V
413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	1-1	30	V
GRI準則．414：供應商社會評估			
管理方針	IV-3 2	18 45-51	V
414-1 新供應商使用社會評測篩選	2-1	45	V
GRI準則．416：顧客健康與安全			
管理方針	IV-3 2	18 45-51	V
416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2-2	46-51	V
416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1-3 2-2	37 48	V
GRI準則．417：行銷與標示			
管理方針	IV-3 1-3	17 36-40	V
417-1 產品和服務資訊與標示的要求	2-2	47	V
417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	1-3	37	V
417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	無	-	V

揭露項目	對應章節	頁碼	外部查證
GRI準則．418：客戶隱私			
管理方針	IV-3 1-3	17 36-40	V
418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	無	-	V
GRI準則．419：社會經濟法規遵循			
管理方針	IV-3 1-3	17 36-40	V
419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	1-3	37	V

永續會計準則委員會 (SASB) 對照表

揭露主題	能源管理 Energy Management				
指標代號	揭露指標	對照揭露			章節對照
		2018年	2019年	2020年	
CG-MR-130a.1	(1) 能源總消耗（GJ）	437,104.43	415,563.19	379,517.17	6-2 能資源管理
	(2) 總用電量百分比%	100%	100%	100%	
	(3) 再生能源百分比%	0%	0%	0.03%	

揭露主題	數據安全 Data Security				
指標代號	揭露指標	對照揭露			章節對照
CG-MR-230a.1	具體描述數據風險鑑別的方式	● 由「資安管理委員會」完成個人資料盤點、個人資料蒐集程序建立、專櫃合約個資條款修訂、全台同仁個資教育訓練、檔期行銷方式變更等處理程序 ● 建立〈資安事件通報系統〉，發生或發現個資問題的單位，有義務通報資安管理委員會，由法務室統籌執行處理			1-3 隱私權保護
		2018年	2019年	2020年	
CG-MR-230a.2	(1) 數據洩露的數量	0	0	0	
	(2) 涉及個人資訊(Personally Identifiable Information (PII) 洩露的百分比%	0	0	0	
	(3) 受影響的顧客數量	0	0	0	

揭露主題	勞動條件Labor Practices				
指標代號	揭露指標	對照揭露			章節對照
		2018年	2019年	2020年	
CG-MR-310a.1	(1) 每小時平均工資（新台幣：元）	180	187	189	4-2 同仁權益
	(2) 店內員工領取當地最低工資占全體員工的百分比%	0	0	0	
CG-MR-310a.2	(1) 店內員工自願離職率%	21.5%	26.4%	14.3%	4-1 人力概況
	(2) 店內員工非自願離職率%	4.7%	0.1%	0	
CG-MR-310a.3	因訴訟引起的金錢損失總額（新台幣：元）	20,000	20,000	0	

揭露主題	職場多元包容 Workforce Diversity & Inclusion								
指標代號	揭露指標		對照揭露						章節對照
			2018年		2019年		2020年		
			管理階層	所有其他員工	管理階層	所有其他員工	管理階層	所有其他員工	
CG-MR-330a.1	各性別占全體員工的百分比%	男性	6.4%	26.4%	6.7%	25.9%	6.8%	25.1%	4-1 人力概況
		女性	7.1%	60.1%	7.5%	59.9%	7.7%	60.5%	
	各種族／族群占全體員工的百分比%	原住民	為保障就業機會平等，本公司並無登記員工種族，故無相關資料。						
		新住民							
CG-MR-330a.2	與就業歧視相關的法律訴訟所造成的總金額損失（新台幣：元）		0		0		0		

揭露主題	產品來源、包裝與行銷 Product Sourcing, Packaging & Marketing				
指標代號	揭露指標	對照揭露			章節對照
		2018年	2019年	2020年	
CG-MR-410a.1	獲得第三方認證環境/社會永續認證的產品收入（新台幣元）	-	-	-	2-2 商品安全管理
CG-MR-410a.2	評估衡量產品中的化學相關的風險或危害的說明	● 2016年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯各相關單位 ● 遠東SOGO會進行抽檢，另由專人每日進行媒體新聞與政府資訊蒐集，以掌握最新動態 ● 發現問題商品新聞時，立即啟動「問題商品風險監控程序」，由問題商品風險控管小組追蹤處理結果			
CG-MR-410a.3	討論如何減少包裝對環境的影響	全台各店均使用FSC （Forest Stewardship Council，森林管理委員會）認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 SOGO發行之DM皆採用大豆環保油墨印刷 SOGO以店內包材/紙箱重新再利用為主，於後場有專人挑選乾淨、可再利用的紙箱，供顧客宅配包裝用			6-1 綠色百貨

營運指標					
指標代號	揭露指標	對照揭露			章節對照
		2018年	2019年	2020年	
CG-MR-000.A	(1)營運據點數量	8	7	7	1-1 創新經營績效
	(2)配送中心數量	0	0	0	
CG-MR-000.B	(1)營運據點總面積（單位：平方公尺m^2）	259018.34	243642.77	212891.63	
	(2)配送中心總面積（單位：平方公尺m^2）	0	0	0	

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	68-71
	保證不與踐踏人權者同流合污	2-1 供應鏈管理	45
勞工標準	企業界應支持結社自由及確實承認集體談判權	遠東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	68-71
	確實廢除童工	遠東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	67-68
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	6-1 綠色百貨 6-2 能資源管理	97-99 100-104
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法		
	鼓勵開發和推廣環境友好型技術		
反腐敗	企業界應努力反對一切形式的腐敗，包括敲詐和賄賂	1-3 風險管理	36-41

ISO 26000 對照表

主要議題	對應GRI準則	對應章節/說明	頁碼
組織治理			
執行目標時下決策與實施的系統	102-14	II	6-7
	102-18, 22, 23, 24	1-2	32-35
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	46-51
避免有同謀關係－直接、利益及沉默等同謀關係	205-3	1-3	36-37
歧視與弱勢族群	202-1	4-2	68
工作的基本權利	202-1	4-2	68-71
勞動實務			
聘僱與聘僱關係	202-1	4-2	68-71
	401-1	4-1	68
	405-1	1-2	32-33
工作條件與社會保護	202-2	4-1	67
	401-1	4-1	68
	405-2	4-2	68-69
工作的健康與安全	403-1, 2	4-4	74-79
人力發展與訓練	404-1, 2, 3	4-3	72-73
環境			
污染預防	306-2	6-2	104
永續資源利用	302-3, 4, 5	6-1, 6-2	97-104
	303-1, 3	6-2	100-104
氣候變遷減緩與適應	302- 3, 4, 5	6-1, 6-2	97-104
環境保護，生物多樣性與自然棲息地修復	306-2	6-2	104
公平運作實務			
反貪腐	205-3	1-3	無
促進價值鍊的社會責任	205-3	1-3	無
	414-2	2-2	46-51
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	46-51
消費者服務、支援、抱怨與爭議解決	102-43	3-3	61-63
消費者資料保護與隱私	418-1	無	無
教育與認知	417-1	2-2	47
社區參與與發展			
社區參與	413-1	5	82-93
教育與文化	413-1	5	82-93
增加就業與技術發展	202-1	4-2	68
	401-1	4-1	68
科技發展	-	-	-
創造財富與收入	201-1	1-1	29
健康	403-1, 2	4-4	74-79
社會投資	413-1	5	82-93

SGS

ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PACIFIC SOGO CO., LTD.'S CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT FOR 2020

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by PACIFIC SOGO CO., LTD. (hereinafter referred to as SOGO) to conduct an independent assurance of the Corporate Sustainability Report for 2020 (hereinafter referred to as the 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 the report presented during on-site verification. SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all SOGO's Stakeholders.

RESPONSIBILITIES

The information in the SOGO's CSR Report of 2020 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and management of SOGO. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report.

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.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The SGS ESG & Sustainability Report Assurance protocols used to conduct assurance are based upon internationally recognized assurance guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for report quality, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

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

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

Assurance has been conducted at a moderate level of scrutiny.

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Reporting Criteria Options	
1	GRI Standards (Core)
2	AA1000 Accountability Principles (2018)

- AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018) 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.

ASSURANCE METHODOLOGY

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. In response to COVID-19 pandemic situation the assurance process was conducted via Teams.

LIMITATIONS AND MITIGATION

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts and Social Return on Investment assessments (SROI) 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.

FINDINGS AND CONCLUSIONS

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the reporting criteria.

We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity
SOGO has demonstrated its 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. Integrations of stakeholder engagement and responses into relevant policies, operational procedures and objectives settings are recommended for future implementations.
Materiality
SOGO has established processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.
Responsiveness
The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.
Impact
SOGO has included in this report the disclosures of the organisation's impacts on stakeholders and on the organization itself. Measurements and evaluations on potential impacts, such as direct and indirect, intended and unintended, and positive and negative impacts and the relevant management process to address these impacts are to be further described in future report.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, SOGO's CSR Report of 2020, 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, it is recommended to have more descriptions of SOGO's involvement with the impacts for each material topic (103-1), and how efforts were given to mitigate the impacts. KPIs are also recommended for monitoring future impacts and management performances.

Signed:
For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

AA1000
Licensed Report
000-8/V3-7T1C4

David Huang
Senior Director
Taipei, Taiwan
24 June, 2021
WWW.SGS.COM

TWLPP5008 Issue 2104

遠東 SOGO

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

台北市忠孝東路四段45號・02-2776-5555・www.sogo.com.tw

PRINTED WITH SOY INK

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