

# 新光三越 | 永續報告書 2022

Shin Kong Mitsukoshi Sustainability Report 2022



# 目錄

|                        |    |                  |           |                        |           |
|------------------------|----|------------------|-----------|------------------------|-----------|
| 關於本報告書                 | 04 | <b>01 韌性經營管理</b> | <b>19</b> | <b>02 智能客戶體驗</b>       | <b>63</b> |
| 總經理的話                  | 06 |                  |           |                        |           |
| 2022 年度亮點              | 09 | <b>1.1 永續經營</b>  | 21        | <b>2.1 數位客戶體驗</b>      | 65        |
| 亮點專輯：安全為上 - 新冠疫情管理 3.0 | 12 | 1.1.1 經營績效       | 21        | 2.1.1 數位轉型投入           | 65        |
|                        |    | 1.1.2 永續發展管理     | 28        | 2.1.2 顧客關係經營           | 75        |
|                        |    | 1.1.3 利害關係人議合    | 31        |                        |           |
|                        |    | 1.1.4 重大主題鑑別     | 34        | <b>2.2 客戶隱私保護與資訊安全</b> | 81        |
|                        |    | <b>1.2 韌性治理</b>  | 38        | 2.2.1 資訊安全維護           | 82        |
|                        |    | 1.2.1 誠信治理       | 38        | 2.2.2 客戶隱私保護           | 87        |
|                        |    | 1.2.2 風險管理       | 46        | 2.2.3 年度稽核與防護成果        | 88        |
|                        |    | 1.2.3 綠色營運與商場    | 56        |                        |           |

|            |                    |           |            |                |            |                    |            |
|------------|--------------------|-----------|------------|----------------|------------|--------------------|------------|
| <b>03</b>  | <b>永續共好文化</b>      | <b>89</b> | <b>04</b>  | <b>信任生態圈</b>   | <b>147</b> | <b>附錄</b>          | <b>189</b> |
| <b>3.1</b> | <b>幸福職場</b>        | 91        | <b>4.1</b> | <b>永續生態圈建立</b> | 149        | GRI 準則索引表          | 189        |
| 3.1.1      | 職場多元包容與人權          | 91        | 4.1.1      | 永續消費倡議         | 149        | SASB 零售產業指引        | 195        |
| 3.1.2      | 員工薪酬與福利            | 96        | 4.1.2      | 永續供應鏈管理        | 159        | 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法 | 197        |
| 3.1.3      | 人力資本管理             | 104       | 4.1.3      | 嚴選台灣永續好物       | 167        | 氣候相關財務揭露 (TCFD)    | 198        |
| <b>3.2</b> | <b>職場健康與安全管理</b>   | 110       | <b>4.2</b> | <b>品質把關</b>    | 177        | 查證聲明               | 199        |
| 3.2.1      | 職業安全衛生管理與推動        | 112       | 4.2.1      | 商品安全與活動標示管理    | 177        |                    |            |
| 3.2.2      | 職業安全衛生風險評估與職災預防    | 116       | 4.2.2      | 食品安全管理         | 179        |                    |            |
| 3.2.3      | 職業傷害與職業病統計         | 127       |            |                |            |                    |            |
| <b>3.3</b> | <b>社會參與及藝術美育推廣</b> | 129       |            |                |            |                    |            |
| 3.3.1      | 社會共好參與             | 130       |            |                |            |                    |            |
| 3.3.2      | 藝術美育推廣             | 135       |            |                |            |                    |            |

# 關於本報告書

面對全球新冠疫情肆虐、政經情勢動盪與環境快速變遷等挑戰，企業經營與環境及人群的關係更為緊密，新光三越期能透過資訊透明化與利害關係人溝通並展現新光三越面對內外部環境、社會與經濟治理 (ESG) 挑戰的決心與成果，故自 2022 年起自願編製並發行永續發展報告書。本報告書為新光三越百貨股份有限公司（以下稱新光三越）發布之第二本永續報告書，以「R.I.S.E.」為年度主軸，四大主軸包含「Resilient Management 韌性經營管理、Intelligent Experience 智能客戶體驗、Sustainable Society 永續共好文化、Ecosystem of Trust 信任生態圈」揭露我們於 2022 年實踐 ESG 的成效與作為。

歡迎您可至新光三越官方網站「[永續專區](#)」下載永續報告書。

## 報告書期間

新光三越每年編製並公開揭露永續報告書。本報告書資訊揭露期間為2022年度（2022年1月1日至12月31日），為展現新光三越長期以來的耕耘成果與完整規劃，部分內容如涵蓋2022年1月1日以前，以及2022年12月31日之後之資訊，報告書中將明確說明。本年度(2022年)永續報告書發行時間為2023年7月，下一年度(2023年)永續報告書預計發行時間為2024年7月。

## 報告書邊界

本報告書涵蓋新光三越總公司以及15家分店與財團法人新光三越文教基金會之資訊，但不包含合併財報中子公司及關聯事業。部分數據若有範疇不同之處將於報告書中進行備註說明。本報告書之營運績效財務數據係經會計師查核簽證，所有財務數字均以新臺幣為計算單位，財務資訊均取自合併財務報表。

## 報告書編製內容與原則

「新光三越2022年永續報告書」係參照以下指引進行資訊彙總與編撰：

| 發布單位   | 依循與參考項目  |
|--|--|
| 全球永續性標準理事會<br>(Global Sustainability Standard Board, GSSB) | Global Reporting Initiative<br>永續性報導準則 (GRI準則)<br>2021年版 |
| 永續會計準則委員會<br>(SASB)  | 零售產業指引   |
| 金融穩定委員會<br>(FSB)   | TCFD氣候相關財務揭露框架   |
| 臺灣證券交易所<br>(TWSE)  | 上市公司編製與申報永續報告書作業<br>辦法之氣候相關資訊揭露建議                        |

### 報告書外部獨立與第三方查證

本報告書委由 SGS 台灣檢驗科技股份有限公司參照AA1000ASv3 第2應用類型(Type 2)、中度保證級(The Moderate Assurance)之標準辦理實地查核作業，證認符合GRI 永續性報導準則，相關查證報告請見附錄。

### 報告書建議回饋方式

如您對本報告書有任何的建議或想法，歡迎與我們聯絡。

聯絡人：永續秘書處

地址：110台北市信義區松高路19號7、8樓

意見回饋：<https://www.skm.com.tw/CustomerFeedback>

永續專區網址：<https://esg.skm.com.tw>

## 總經理的話

2022年全球新冠疫情邁入第三年，疫情帶來了許多變化與挑戰，讓我們變得更柔軟、也更堅強。在全體員工與合作夥伴齊心努力下，全年營業額達新台幣886億元，創歷史新高。所有的艱辛困難仍歷歷在目，衷心感謝所有關心新光三越且與我們一起努力的每一位成員，有您的支持與鼓勵，我們才能一同寫下新的篇章。

去年，我們以「永續生活美學，創造人文感動」為主軸，彙總我們一直以來的初衷及過去30年的堅持與努力，完成新光三越第一本永續報告書。

今年，我們在永續生活美學，創造人文感動的基礎上，更進一步以「R.I.S.E.永續前行、引領未來」做為報告書主軸，傳達新光三越擁抱改革，接軌永續發展的理念，同時呼應我們持續努力、勇於創新，期許共同向上，產生正向影響力。

### 改裝不間斷，持續提供新鮮體驗

百貨與人們的生活息息相關，節慶、紀念日、家人朋友聚會、看展覽、參與活動，每天有好多故事在這裡發生，新光三越全台共15間店20館，每年有超過1.3億人次造訪，這意味我們每天服務超過30萬人次。

雖然2022年上半年台灣疫情仍屬嚴峻，人們走入實體店鋪的頻率仍保守，新光三越無畏疫情挑戰，傾力提供安心安全與優質的空間與服務，持續融合潮流趨勢、美食饗宴、娛樂活動、文化藝術及生活體驗，打造特色場域。2022年我們投入了多達41項改裝計畫，包含11個全樓層及30個區域改裝，共調整及導入640個櫃位，不斷的給消費者新提案，全力迎接解封後的疫後生活。



新光三越總經理・吳昕陽

## 結合數位轉型，打造 Lifestyle 生態圈

因應數位潮流的變化，新光三越早在2013年開始佈局數位轉型，2014年推出以服務為導向的「skm APP」，期間我們循序漸進，串聯13種業種、15間店、逾2,000家廠商、近7,000個櫃位，完整涵蓋食、衣、住、行、育樂，從線下到線上OMO，形成自有生態圈。

在疫情期間我們加速數位腳步，2022年進行官網的全面改版，更提出五大數位服務，包括「數位會員、智能客服、齊享購、名人選物店、美食碼上點」，深化顧客接觸與連結，也因此造就新光三越會員突破300萬人，會員營收占比達85%；APP會員下載數逾200萬次，skm pay行動支付綁定約3成，具突破性的成效，也開創出未來無限的可能性。

接下來我們也將發揮新光三越的品牌價值及會員力量，藉由數位轉型「掌握最新的消費趨勢」，推升邁向「開放生態圈」，提倡永續消費，擴大與不同產業合作，與合作夥伴共同打造「信任生態圈」，提供消費者更多元的服務。

Lifestyle生態系建立在堅實的信任生態圈之上，將串聯「開放」、「信任」、「安全」三大要素，整合會員與數位創新，以全方位Lifestyle為宗旨，提供更美好的生活體驗。

## 強化安心安全，全面提升內外部管理

為整合各項安全議題，我們於2018年即領先業界首創「安控室」，定期召開安控會議，針對6大安全議題進行管理：職業安全、公共安全、食品安全、資訊安全、工程安全、環境安全。

從2014年食安風暴以來，團隊即強烈意識到食安的重要性，加上近年餐飲在百貨的占比增加，及消費者對食安的重視，我們深感應擔起保護消費者的責任，讓消費者來新光三越能夠更安心，因此我們從2014年開始陸續提升各項食品安全管理措施，訂定食安理念「食安有把關，顧客好心安」，每月召開食安會議，每年度透過教育訓練、內外部稽核及商品抽檢等方式落實食安管理。

同時，新光三越致力於提供消費者安全無虞的購物體驗，領先布局與持續強化資訊安全的防護。繼完成ISO 27001資訊安全管理系統國際認證3年循環，2022年進行ISO 27701隱私資訊管理標準系統前置作業，預計2023年正式導入，透過線上與線下系統整合，加強資訊安全及顧客個資管理。

2022年期間，新光三越繼續辦理防疫應變會議，共計召開30場次，與完成10項安全專案，提供消費者與員工全方位安全無虞的消費場域與工作環境。

## 關注永續議題，持續永續發展

為邁向永續經營，新光三越2021年成立永續委員會，轄下設立三個永續小組及祕書處，並於2022年發行首本永續報告書即獲得三項獎項殊榮。永續委員會會議，每季舉行一次，由我及副總經理級的主管組成，共同討論各項永續提案。同時，為納入更多年輕世代的想法，永續委員會中也邀請年輕種子成員參與，2022年度共召開3次會議，通過五項永續計畫提案。我們將持續於內部深耕ESG文化，並轉化為長久機制，落實於各部門日常工作中，強化環境、社會、治理面各項作為，關注利害關係人及永續議題，為永續發展投注心力。

展望未來，新光三越將堅持環境保護、社會參與、公司治理等ESG理念，致力企業永續發展。秉持「顧客至上、真心誠意」的經營理念，注入活力與創意，結合商品、活動、場景及店型，延伸實體及虛擬，開放與更多的夥伴策略聯盟，打造全方位Lifestyle生態圈，提供消費者更多元的服務。

我們將持續努力，勇於創新，深耕地方，打造新體驗、新消費、新永續的美好生活提案，攜手以永續R.I.S.E主軸：韌性經營管理Resilient Management、智能客戶體驗Intelligent Experience、永續共好文化Sustainable Society、信任生態圈Ecosystem of Trust，永續前行、引領未來。



# 2022年度亮點

## 環境面

提升能源管理，導入ISO 50001能源管理系統

### ISO 50001

與品牌合作舉辦永續活動、永續策展、引進永續概念品牌，提倡永續概念。週年慶卡友禮共兌換16,210件環保贈品。環保耶誕樹使用節能燈泡，節省30.7萬度電

### 攜手永續

綠色營運三大項目推動：更換為LED節能燈具、改善空調設備、規劃綠色停車場。2022年共汰換3,581盞燈具，年度節約562千度。綠色營運累計減少3萬公噸二氧化碳當量(2015-2022年)

### 綠色營運

推動DM數位化2022年網頁版瀏覽人次413萬次。雲端發票推廣2022年成長21%。BPM電子表單累計簽核超過66萬張(2014-2022年)。美麗市場導入2萬個電子標籤

### 推動無紙化

減塑行動：推動會員卡APP化，減少14萬張塑膠卡片印製。超市裸賣，減少塑膠850公斤

### 減塑行動

庶務採購優先挑選較具環保理念、對環境傷害較少、汙染程度較低之產品，綠色採購金額逾1億元

### 綠色採購

## 2022年度亮點

### 社會面

推出「職能三年計畫」導入全新職能架構與人力發展藍圖

### 職能三年計畫

舉辦29屆工藝之夢，21屆新光三越夏日藝術季，16屆新光三越國際攝影系列活動，各式公益活動及空間展等，長期投入文化藝術推廣，年度觀展人次逾1千萬人次

### 文化藝術推廣與社會參與

推動幸福企業：提供疫苗有薪假。勤務工時調整，前場人員每月需排定全班天數從8天降至4天。針對基層人員進行調薪，平均調幅6%，受惠人數1,700人

### 工時/工資調整

自營品牌美麗市場、好好集持續發掘台灣在地美好，支持在地商品，與小農合作，在地商品年度銷售額逾3千萬

### 在地共好

設有食品衛生安全小組及E化平台，定期進行教育訓練及稽核抽查，2022年進行1,500項商品稽核，持續強化食安把關

### 食安把關

榮獲2022年工商時報「臺灣服務業大評鑑」金牌獎。1111人力銀行「幸福企業」一般生活服務業金獎

### 金牌獎

# 2022年度亮點

## 經濟與治理面

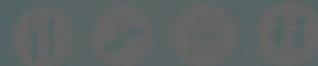
|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>持續以新體驗、新消費、新永續，不斷提供消費者美好生活體驗。2022年營業額突破886億，會員突破300萬</p> <p><b>886億</b></p>                                       | <p>2021年首本永續報告書獲得獲頒台灣企業永續獎 (TCSA, Taiwan Corporate Sustainability Awards) 貿易百貨第一類金級獎</p> <p><b>金級獎</b></p> | <p>7成會員持有會員點數，每年最高發出6億點效益，帶動點數經濟</p> <p><b>skm points</b></p>               |
| <p>通過多項ISO國際認證 (ISO 27001資訊安全管理系統、ISO 45001職業安全衛生管理系統、ISO 50001能源管理系統、ISO 10002客戶抱怨處理管理系統)</p> <p><b>ISO國際認證</b></p> | <p>會員體驗優化，APP改版，自有支付skm pay使用率逐年提升，2022年skm pay創下313億營業額</p> <p><b>skm pay</b></p>                         | <p>資安檢測品牌 Cymetrics 發表之《台灣百貨業資安曝險調查報告》之雲端安全項目獲評為A+</p> <p><b>雲端安全A+</b></p> |

# 亮點專輯

## 安全為上 - 新冠疫情管理 3.0

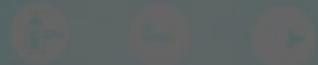
時時.日日.週週  
安心.安全 從小處做起

防疫工作 每日必做清單



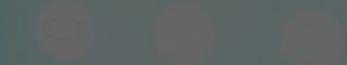
手錶機房消毒 電梯按鈕 門把 公共區公共用品消毒  
兒童遊戲區每日消毒清潔

顧客資訊 防疫工作 每日必做清單



進出入口及樓梯樓梯 服務區樓梯扶手 店內防疫設施  
樓梯扶手消毒 垃圾消毒作業

防疫工作 每日必做清單



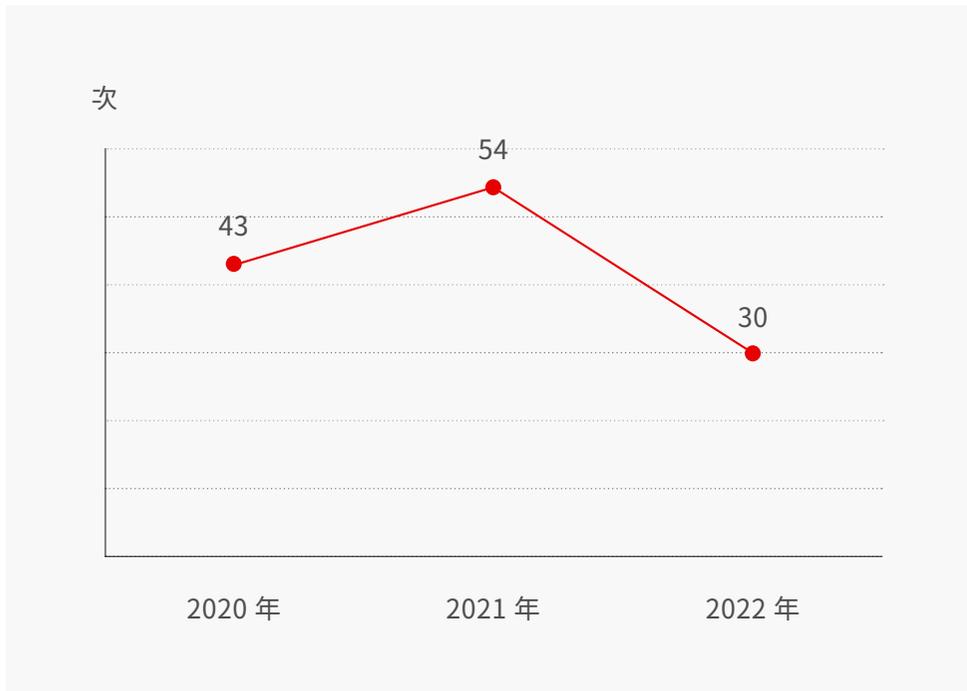
人員全數配戴口罩 自主測量體溫 查驗員工健康及旅遊史

新光三越關心您

## 安全為上 - 新冠疫情管理 3.0

三年來新冠肺炎疫情持續衝擊全球環境、經濟與社會，全方位改變人類生活。各國在新冠疫情帶來的不便及困擾下，均努力發展適應與轉型對策。其中原本強調實體銷售體驗的百貨服務業，商業型態更是受到波及。2022年無論是疫情嚴峻的上半年，抑或是邊界逐漸開放、經濟復甦的下半年，新光三越始終秉持著謙卑、積極且靈活的心態，整合線上與線下資源，致力開創一個讓消費者和員工等利害關係人都能「安心生活，安全體驗」的生態場域。

相較於歐美國家，台灣遲至2022年達到疫病感染情況的最高峰。面對此等嚴峻挑戰，新光三越不敢馬虎，為了掌握疫情變化即時應對，自2020年疫情擴散初期，新光三越便成立跨部門防疫應變會議，隨著疫情變化從最高頻率的每日召開至最低頻率的每14天召開一次。內部嚴謹跟隨中央疫情指揮中心防疫規範，滾動式調整公司防疫政策；另以「打造安全又安心的商場」為宗旨，確保運營。高階主管群在疫情期間密切地觀察研析疫情、制定對策，延續運作至今。



近三年防疫應變會議次數統計



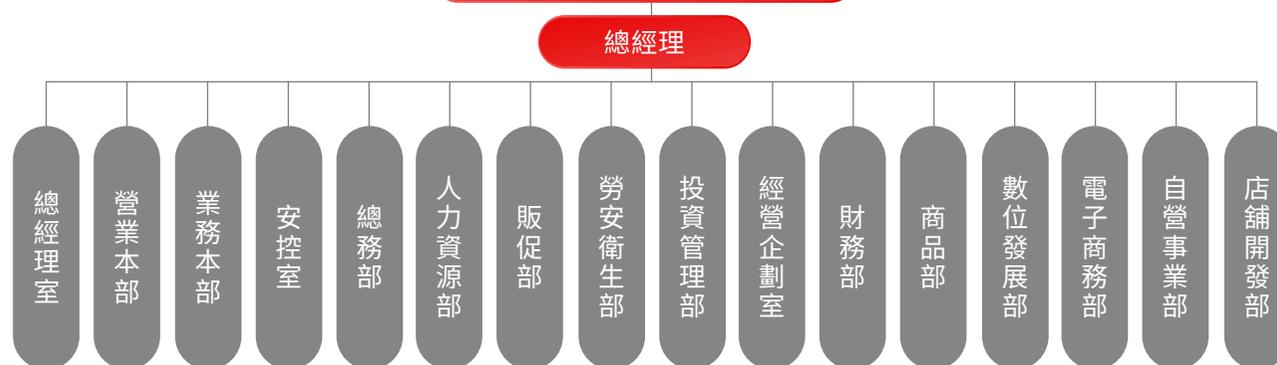
## 防疫應變會議：走過三年防疫不鬆懈

因應2020年1月新冠肺炎疫情爆發，新光三越全力配合政府防疫措施，由總經理擔任召集人，自主成立防疫應變會議，橫向連結16個部門共16名高階主管，一起制定結合安全、運營、運籌三大面向的高規格防疫策略，以兼顧新光三越整體健康安全、正常營運及財務風險管理。從應對中央與地方政府對企業防疫的指引與管制、商場營業時間調整、配戴口罩進出管制、餐飲客席設置隔板等對外營業注意事項，到員工疫苗險投保、分層分區分流辦公等內部人員管理事宜，乃至於紓困配套、櫃位減租等延伸議題皆有即時而完整的討論與規範，能夠快速因應疫情之變化。

# 新光三越

SHIN KONG MITSUKOSHI

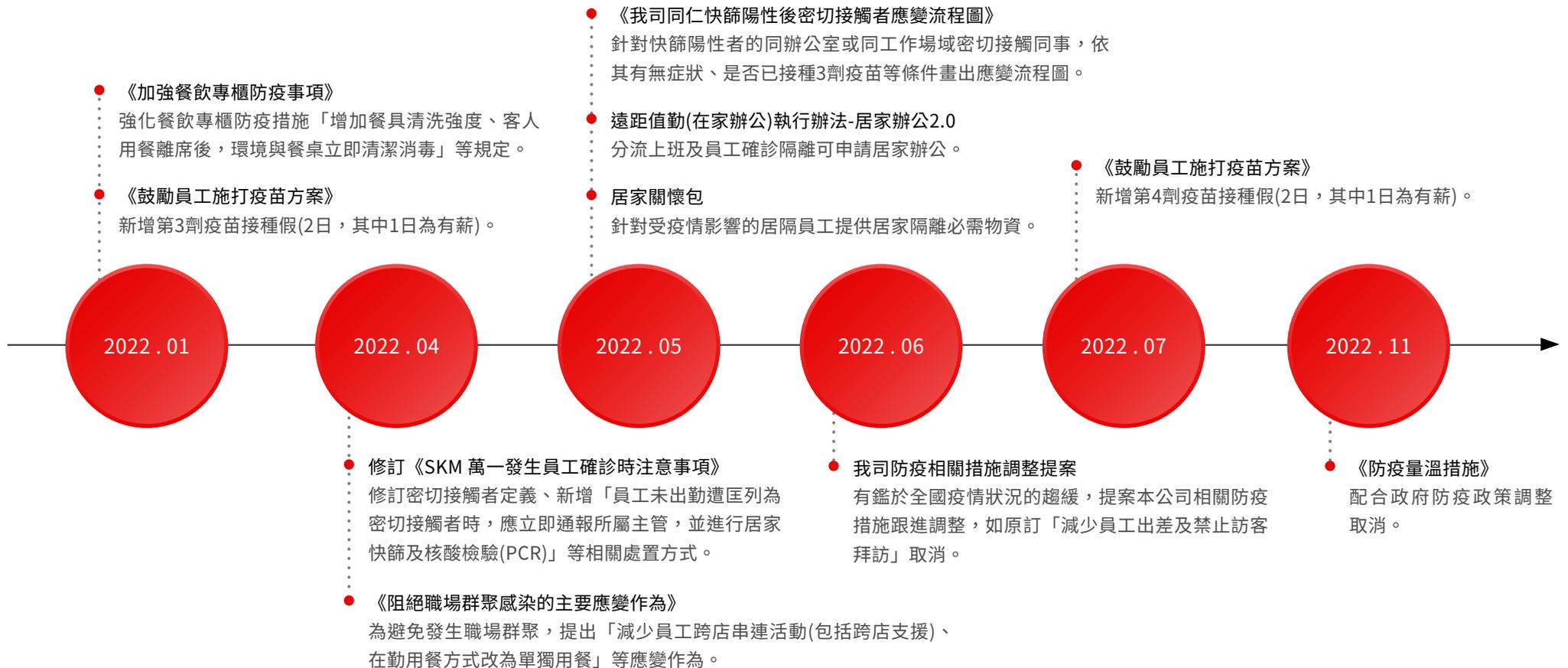
## 防疫應變會議組成與治理架構



|       |   |
|-------|---|
| 總經理室  | 協助總經理召開會議、已決議事項紀錄及管制                          |
| 營業本部  | 對所轄部門及分店疫情相關事務進行管理                            |
| 業務本部  | 對所轄部門及分店疫情相關事務進行管理                            |
| 安控室   | 協助總經理防疫決策，提供疫情預測及政府政策的研析報告，草擬公司防疫制度，監看全公司疫情狀況 |
| 總務部   | 防疫設備及物資採購、環境消毒作業、門禁管制                         |
| 人力資源部 | 防疫期間員工出勤異常統計彙整及追蹤、疫苗施打統計、員工關懷慰問、員工遠端工作        |
| 販促部   | 關於疫情及振興的市場訊息、營運概況、媒體對應                        |
| 勞安衛生部 | 全球疫情趨勢彙整                                      |

|       |                  |
|-------|------------------|
| 投資管理部 | 大陸疫情彙整、大陸分公司營運狀況 |
| 經營企劃室 | 對應政府防疫紓困措施       |
| 財務部   | 防疫紓困及財務運籌        |
| 商品部   | 對廠商溝通            |
| 數位發展部 | 數位轉型             |
| 電子商務部 | 數位轉型             |
| 自營事業部 | 超市生活必需品安全管控      |
| 店舖開發部 | 新店舖施工、櫃位改裝防疫措施管控 |

截至2022年底為止，防疫應變會議累計共召開127次。2022年因下半年疫情下降，我司疫情控制得當，故調整會議頻率，整年度共召開30次防疫應變會議，進行疫情風險觀察報告、彙整外界專家疫情預測資訊、公布公司內部確診情形、以及調整或推動疫情相關內部措施。重要推動事項包含減少實體公務接觸、提高商場環境消毒頻率、增加手部消毒器設置等，並透過獎勵推進全體同仁完成三劑疫苗施打達83.13%。2022年共新增或修訂10項防疫規範或流程的優化（會議摘要見下表）。



## 深化關懷，守護員工健康

新光三越期許自身對消費者、對員工、以及對其他利害關係人而言，都能成為最可靠的存在。以下分別說明新光三越於2022年藉由哪些亮點防疫行動，保障對內部員工和對外部商場往來客戶的權益。

2022年新冠疫情感染風險上升期間，新光三越採行分層分區辦公的分流管理、控管公務訪客數量、降低直屬員工公務出差次數、實施員工遠端工作等方案，減少同仁因辦公所需之實體接觸，以降低染疫風險。新光三越現階段防疫應變規定盤整如下表。

2022 年新光三越現階段防疫應變規定

| 政策方向  | 對應規範數 | 適用情境   | 制定單位 |     |     |     |
|---|-------|--|------|-----|-----|-----|
|   |       |  | 勞安部  | 人資部 | 安控室 | 總務部 |
|  防疫初期規劃    | 3     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 疫情初期應變規劃</li> <li>• 員工確診時</li> <li>• 員工管理及差勤處理</li> </ul>   | ✓    | ✓   | ✓   |     |
|  健康監測      | 2     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 掌握、追蹤員工染疫健康狀況</li> </ul>  | ✓    | ✓   | ✓   |     |
|  疫苗接種      | 1     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 鼓勵員工接種疫苗</li> </ul>   |      | ✓   |     |     |
|  防疫措施    | 4     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 減少感染傳播</li> <li>• 滾動式修正防疫措施</li> <li>• 執行分流上班時</li> </ul>   |      | ✓   | ✓   | ✓   |
|  企業及居家快篩 | 6     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 員工快篩陽性時</li> <li>• 員工及其同居住家人快篩陽性/確診時</li> <li>• 需自辦企業快篩時</li> <li>• 員工確診或健康監測</li> <li>• 快篩試劑庫存管理及領用</li> </ul> | ✓    |     | ✓   | ✓   |
|  確診及疫調   | 2     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 員工PCR確診時處理原則</li> </ul>   |      |     | ✓   |     |

新光三越依據營業本部通報資料、人資部出勤異常彙總表，監看全公司疫情狀況，詳實掌握公司受疫情影響程度；同時亦開展疫苗接種險投保專案、2022年1月起推動疫苗接種有薪假專案，促進員工自我健康管理，化被動防疫為主動，成功取得防疫亮眼佳績：新光三越各據點員工之平均確診率均低於衛福部所公布之該縣市平均確診率；針對已確診居家隔離員工，寄送實用居家及防疫物資，讓同仁能安心度過居家隔離。

## 2022 年新光三越內部防疫亮點成果

### 掌握並追蹤全公司疫情狀況

- 每日比對衛福部公告累積確診數，統計至2022年底新光三越員工確診率(19.05%)低於全國確診率(37.89%)。
- 同期間各分店員工確診率也都低於分店所在縣市確診率，顯示新光三越防疫工作成效。

### COVID-19疫苗接種有薪假獎勵措施(第三、四劑)

- 接種第三、四劑COVID-19疫苗，自接種之日起至接種次日24時止，均得申請二日疫苗接種假，其中一日為有薪假，超過原政府疫苗接種假不支薪的規定，以鼓勵員工積極施打疫苗。
- 統計2022年度，全體同仁第三劑疫苗覆蓋率為83.13%、第四劑疫苗覆蓋率為2.77%。

### 為染疫同仁發送居家關懷包

- 因應疫情，為避免同仁因隔離無法外出購買必要物品，寄送實用居家及防疫物資，讓同仁能安心度過居家隔離期。
- 2022年共計寄出1,300件。



台北確診率 35.58%

分店累計確診率 22.09%

桃園確診率 42.35%

分店累計確診率 23.71%

台中確診率 38.42%

分店累計確診率 13.81%

嘉義確診率 32.53%

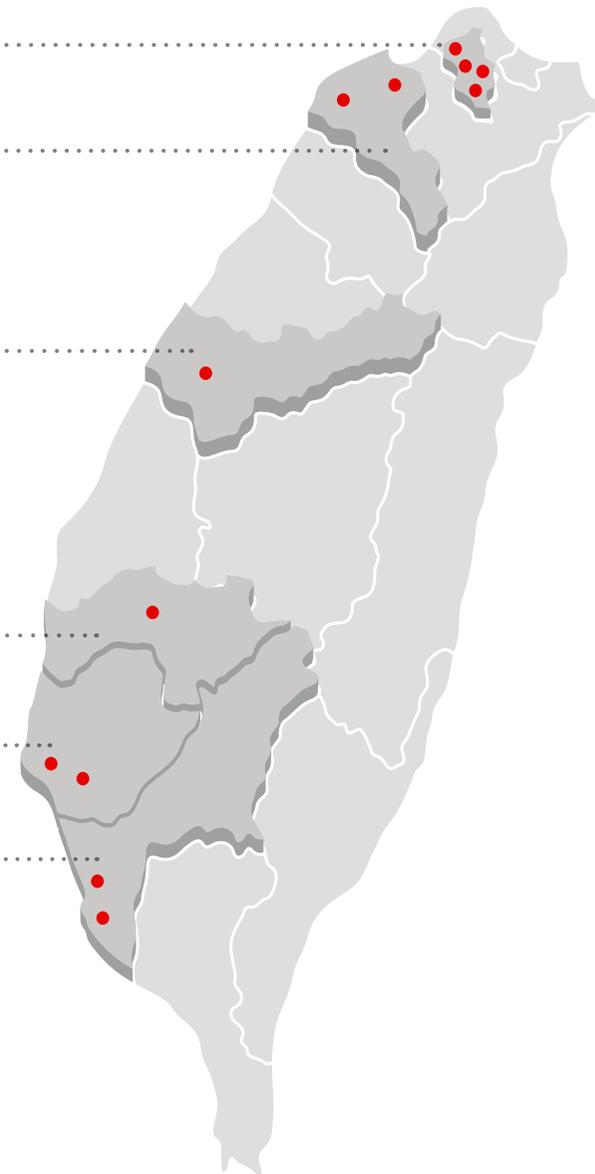
分店累計確診率 30.50%

台南確診率 33.43%

分店累計確診率 15.58%

高雄確診率 35.84%

分店累計確診率 17.01%



註：確診率統計員工包含總公司、分公司直屬、派駐及專櫃員工，不含子公司員工

## 與全民一同防疫，建立消費者優質購物環境

新光三越為保障來往商場各客戶之健康與安全，遵守中央防疫指揮中心即時政策規範，透過落實防疫實聯制、顧客進入買場全面佩戴口罩、增購紅外線溫度熱像儀、出入口全面量測體溫、小吃街公共客席全面放置隔板、增加手部消毒器擺設位置、周周消毒內外環境、日日排換空調流通、提高環境消毒頻率、閉店後至少每2天進行1次客席區全面漂白水消毒等管理措施，用心建立優質購物環境，讓消費者逛得安心、買得開心。

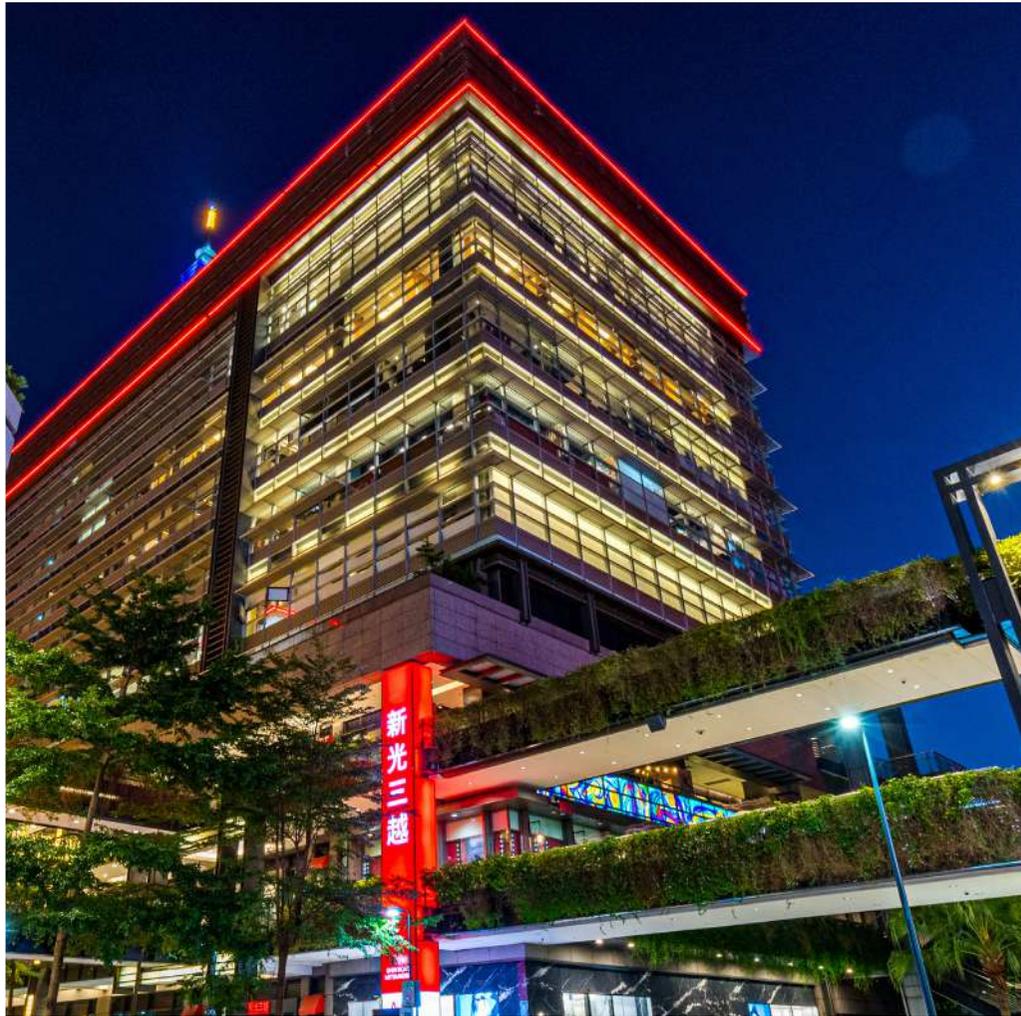


### 製作安全宣導影片「時時刻刻顧健康」增進公眾溝通

影片中呈現新光三越在防疫期間落實之各項防疫措施，並於美食街電子看板與新光三越官方YouTube頻道（2022/11上架）播放，揭露防疫作為，讓顧客更安心。

影片連結：<https://www.youtube.com/watch?v=TiTO2FTgayU>

回顧過往三年，新光三越一直全力防疫不曾懈怠，即使處於再困難的時期，都希望能以堅強的姿態陪伴消費者和員工一起度過，這是新光三越作為全台百貨行業龍頭責無旁貸的使命。新光三越將持續進行疫情風險觀察，除COVID-19外，其他流行性疾病亦配合政府相關指引進行管控，以防疫情再起。同時把握疫後經濟復甦的契機，打造優質的社交與生活場域，讓顧客享受安全、安心的服務體驗。



## Chapter 01

# 韌性經營管理 Resilient Management

新光三越成立三十多年，奠基了穩健的治理與營運機制，透過誠信為本的組織架構與風險管理，我們持續在韌性經營管理的基礎下精進營運策略。我們承襲過往的經驗，並保有勇於創新的精神，期許能提供消費者更加貼近需求的商品與服務；於此同時，我們不忘永續經營的重要性，近年來以綠色時尚、社會共好、幸福企業為主軸，投入多元領域的永續發展，致力於保障股東、客戶及其他利害關係人的長期權益。

# 第一章 · 韌性經營管理

| 重大主題  | 對應SDGs   | 相關利害關係人   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>營運績效(維護保障股東權益)</li> <li>公司治理與誠信經營(公司治理失當)</li> </ul> |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>股東/投資人</li> <li>員工</li> <li>專櫃廠商</li> <li>供應商</li> </ul> |



## 永續亮點



### 永續報告書金獎

發布**首本**永續報告書，並即獲頒台灣企業永續獎（TCSA, Taiwan Corporate Sustainability Awards）第一類**金級獎**



### 成立安控室

領先業界率先成立**安控室**，導入ISO 27001資訊安全管理系統、ISO 45001職業安全衛生管理系統、ISO 50001能源管理系統



### 業績886億元

會員數突破**300萬人**、skm pay創下**313億元**消費額、年度業績突破**886億元**

## 1.1 永續經營

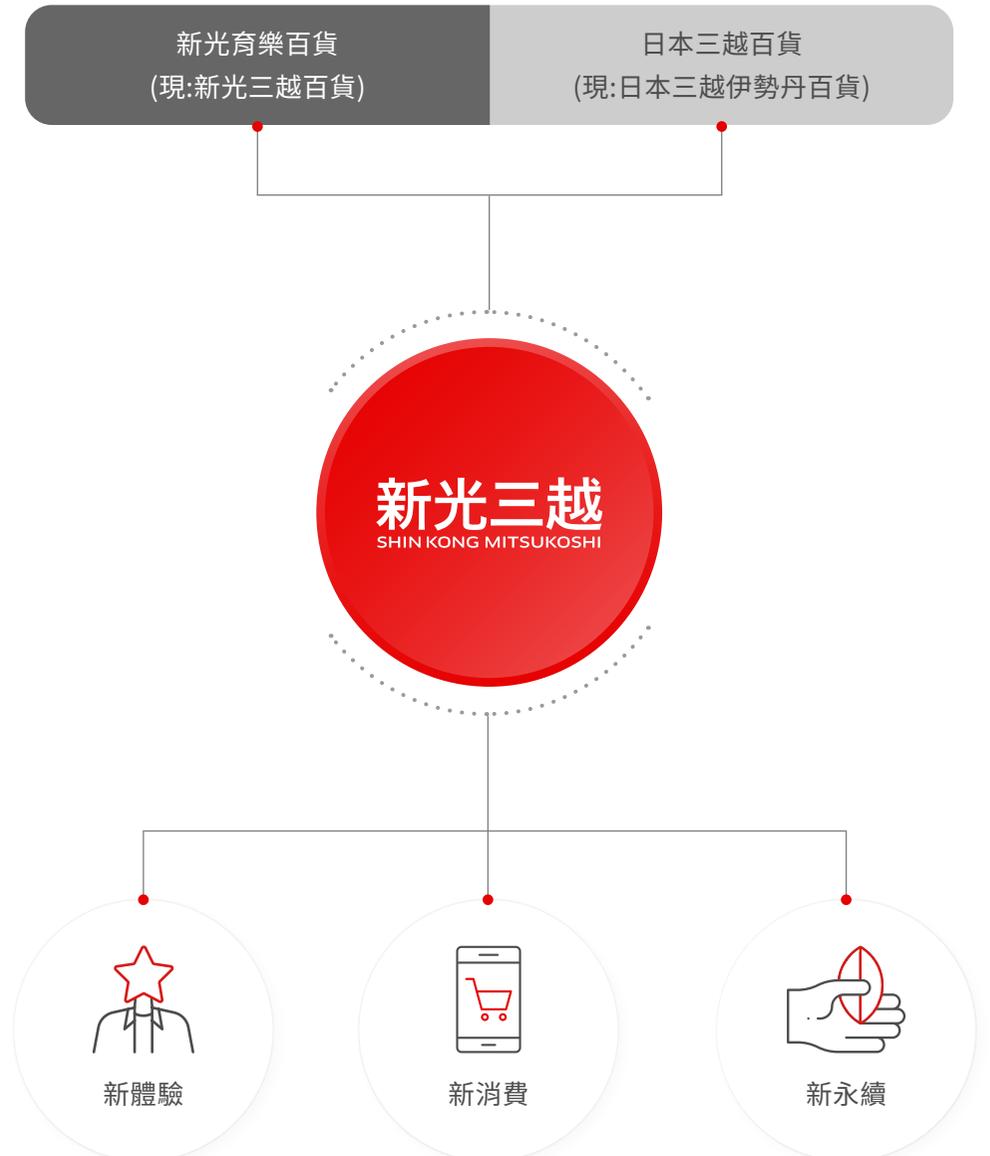
對應 GRI 指標：2-1、2-5、2-6、2-12、2-13、2-14、2-16、2-25、2-26、2-28、2-29、201-1、201-4

### 1.1.1 經營績效

#### 公司簡介與沿革

新光育樂百貨與日本三越百貨於1989年透過合資方式(現分別為新光三越百貨及日本三越伊勢丹百貨)成立新光三越百貨股份有限公司，經過多年的淬鍊，新光三越現已成為臺灣首屈一指的百貨公司。因具備豐富的展店經驗及創新的生活提案，新光三越所到之處皆以獨具特色的各項服務吸引人潮聚集，30年來秉持著以消費者為核心，不僅提供顧客實體的消費愉悅體驗，更整合線下資源，發展出線上購物服務。未來，新光三越將承襲過去的寶貴經驗，秉持獨特的前瞻眼光，並擘劃創新策略，持續打造新體驗、新消費、新永續的美好生活方式。

|   |                                    |
|---|------------------------------------|
|  公司名稱        | 新光三越百貨股份有限公司                       |
|  創立日期      | 1989年11月                           |
|  總部所在位置    | 台灣台北市信義區松高路19號                     |
|  營運據點及物流中心 | 台灣共有15個營運據點，總面積1,175,697平方公尺；無物流中心 |



## 營運據點與價值鏈

我們在全台的北、中、南區都設有分店據點，目前共設立了 15 店、20 館，近 7,000 個專櫃，每年吸引超過 1.3 億人次的顧客造訪。



### • 全台營運據點

#### ● 台北南西店一館

新光三越首家店—台北南西店開幕，以建立「台灣最高品質的世界感性百貨」自許。



#### ● 台南中山店

當時為新光三越在直轄市之外的第一個店舖。

#### ● 桃園大有店

新光三越第一家社區型百貨。

#### ● 台北信義新天地A8

台北信義新天地A8為新光三越在信義計畫區的第二家店，定位全客層百貨，豐富商圈繁榮及商品內容。

#### ● 台南西門店一館

當時為東南亞最大購物中心的台南西門店開幕。



1991年

1993年

1996年

1997年

1998年

2000年

2002年

#### ● 台北站前店

台北站前店、高雄三多店同日(12/23)開幕，創世界百貨史新紀錄。站前店為台北西區重要的百貨商場地標，位處交通樞紐，是購物觀光最佳景點。

#### ● 高雄三多店

台北站前店、高雄三多店同日(12/23)開幕，創世界百貨史新紀錄。以全客層大型綜合性百貨公司的型態首家進駐高雄三多商圈。

#### ● 台北信義新天地A11

台北信義新天地A11以首家百貨之姿領先進駐信義計畫區，帶動信義商圈成型。



#### ● 台中中港店

開啟新光三越進入大型店舖經營時代。



- 台北信義新天地A9

台北信義新天地A9為新光三越在信義計畫區的第三家店，國際精品匯集，為信義商圈帶入頂級客層並首創VIP貴賓室。

- 台北信義新天地A4

台北信義新天地A4為新光三越在信義計畫區的第四家店，信義商圈版圖完整建構。



- 高雄左營店一館

幸福公園為腹地，打造最美麗的生活購物中心－高雄左營店開幕。

- 高雄左營店二館

以市集為特色，連結高鐵、台鐵、高捷、左營店一館及幸福公園，型塑北高雄具特色的生活圈。



- 台北忠孝店

台北忠孝店為新光三越全台首家住商共融商場，目標打造新光三越最新一代店型、台北都會最時髦的購物及社交生活中心。預計2023年開幕。



2003年

2004年

2005年

2008年

2010年

2013年

2023年

- 台北天母店

打造台北天母商圈社區精緻百貨。

- 嘉義垂楊店

取得衣蝶百貨營業讓與權，首次進駐嘉義地區。

- 桃園站前店

取得衣蝶百貨營業讓與權，桃園第二家店開幕，帶動桃園車站商圈發展。

- 台北南西店三館

取得衣蝶百貨營業讓與權，台北南西店以多館別方式進一步帶動南西商圈發展，成為引領西區流行的時尚地標。

- 台南西門店二館

最新潮流遊樂新天地，台南風×世界潮－台南小西門開幕。

## 新光三越的價值鏈

新光三越屬於全球行業分類標準中的綜合商品零售業，提供超過 2,600 個品牌的商品與服務，並偕同多元的策略合作夥伴，帶給人們更美好豐富的生活體驗，並為企業、環境及社會永續發展貢獻力量。在價值鏈中，我們的上游包含專櫃廠商與供應商、中游為公司本身、下游則涵蓋消費者及社區；其中，新光三越的上、中、下游對應到價值鏈中不同的營業活動，例如生產與製造、物流運輸、銷售與退換貨等，對應情形請參考下方圖表。



### 上游 | 專櫃廠商、供應商

- 生產與製造
- 開發與選品
- 物流運輸



### 中游 | 新光三越

- 生產與製造(自營業務)
- 開發與選品
- 倉儲與包裝
- 物流運輸
- 實體或線上銷售
- 行銷與販賣
- 商品退換貨
- 包材/廢棄商品處理



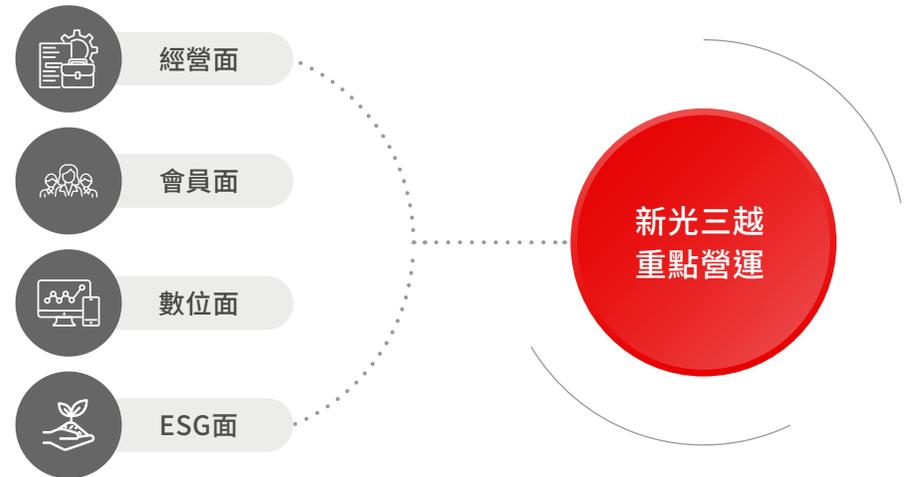
### 下游 | 消費者、社區

- 商品退換貨
- 包材/廢棄商品處理

註：新光三越的行業類別、價值鏈及商業關係較前一年度無顯著變化。

## 新光三越的價值鏈

新光三越 2022 年度業績突破 886 億元，其中透過 skm pay 消費的金額逾 313 億元，會員數更正式突破 300 萬人。當年度重點營運項目包含經營面、會員面、數位面、ESG 面等四個面向的多元專案，例如斥資上億元打造信義新天地 A8 的「饕客俱樂部」場域、推動會員數擴大專案等。



### 新光三越的價值鏈

|      |  |
|------|--|
| 經營面  | <ul style="list-style-type: none"> <li>進行史上最大規模改裝，2022年調整逾千個櫃位，更斥資上億、集結65間品牌，全新推出信義新天地A8的「饕客俱樂部」，為顧客打造最新潮的購物體驗</li> <li>「SKM Park Outlets」於2022年8月正式登場，此為新光三越首度進行Outlets Mall領域之營運</li> <li>beautySTAGE設立第五間實體門市「beautySTAGE永和比漾廣場」</li> <li>裝修預算專案執行</li> <li>重點店舖未來三年改造專案</li> </ul> |
| 會員面  | <ul style="list-style-type: none"> <li>積極推動會員數擴大專案，截至2022年底，會員數已突破300萬人</li> <li>點數新制「skm points」全新上線，推出APPLE週邊商品、化妝品、家電等系列兌點方案</li> <li>擴大會員生活圈</li> </ul>  |
| 數位面  | <ul style="list-style-type: none"> <li>五大數位服務全新上線：數位會員、智能客服、齊享購、名人選物店、美食碼上點</li> <li>會員體驗優化，APP改版，自有支付skm pay使用率逐年提升，總業績36%來自skm pay</li> <li>數位內容整合，時尚選物店推動，策展公版推出</li> <li>持續發展與推動電商業務</li> </ul>  |
| ESG面 | <ul style="list-style-type: none"> <li>永續委員會進行決策推動</li> <li>維持重要認證，爭取新認證資格</li> <li>幸福企業推動，薪酬福利制度優化</li> </ul>   |

## 財務績效表現(單位：新台幣千元)

| 項目     | 2022      | 2021       | 2020       |            |
|--------|-----------|------------|------------|------------|
| 直接經濟價值 | 營業收入      | 27,266,720 | 26,130,287 | 26,847,142 |
|        | 營業外收入     | 1,287,188  | 1,540,545  | 1,564,965  |
| 分配的經濟價 | 營業成本      | 13,150,719 | 13,187,134 | 13,516,672 |
|        | 營業費用      | 7,947,112  | 8,176,499  | 8,382,126  |
|        | 員工薪資福利    | 2,867,435  | 2,749,410  | 2,689,668  |
|        | 分配股東紅利    | 1,619,720  | 1,619,720  | 1,619,720  |
|        | 繳納政府所得稅   | 708,541    | 469,274    | 464,828    |
|        | 社區投資      | 20,807     | 41,256     | 44,095     |
|        | 獲利能力      | 稅前淨利       | 3,475,915  | 2,234,690  |
| 稅後淨利   | 2,767,374 | 1,765,416  | 1,941,291  |            |

備註：1. 新光三越百貨(股)有限公司合併財務報表。2. 社區投資主要為捐款：包含新光三越文教基金會等。

| 政府財務補助項目               | 2022   | 2021    | 2020    |
|------------------------|--------|---------|---------|
| 各項補助(含疫情補助、租金減免、投資抵減等) | 27,756 | 119,450 | 151,615 |

備註：政府財務補助主要為新光三越百貨台灣母公司。

## 外部參與

新光三越積極參與外部公協會組織，藉由與業界交流、集思廣益，進而串連企業間力量，發揮企業永續影響力，深化與社會間的連結，以長期維護共榮關係。

| 公協會名稱       | 角色   | 參與代表      |
|-------------|------|-----------|
| 台大法學基金會     | 董事   | 吳東昇 董事長   |
| 金廣福文教基金會    | 董事長  |           |
| 台日文化經濟協會    | 會員   | 田中豐彥 副董事長 |
| 日本工商會       | 會員   |           |
| 日本工商會流通部會   | 會員   |           |
| 財團法人商業發展研究院 | 董事   | 吳昕陽 總經理   |
| 中華民國三三企業交流會 | 會員   |           |
| 中美經濟交流合作策進會 | 理事   |           |
| 中華民國警察之友總會  | 理事   |           |
| 台北市警察之友會    | 常務理事 |           |
| 台灣工商企業聯合會   | 會員   |           |
| 中華民國東亞經濟協會  | 會員   |           |
| 台日商務交流協進會   | 理事   |           |

| 公協會名稱           | 角色               | 參與代表                                       |
|-----------------|------------------|--|
| 財團法人台灣永續能源研究基金會 | 台灣企業永續研訓中心企業會員代表 | 吳昕昌 副總經理                                   |
| 中華民國三三青年會       | 會員               |  |
| 台北市百貨商業同業公會     | 會員               | 謝英明 副總經理                                   |
| 台北市電影戲劇商業同業公會   | 理事長              |  |
| 中華民國電影戲劇商業同業公會  | 會員               |  |
| 社團法人台灣著作權保護協會   | 會員               | 吳昕陽 總經理、曹美虹 副總經理、吳昕昌 副總經理、郭文斌 副總經理、馬振華 安控長 |
| 台北市進出口商業同業公會    | 後備理事             |  |
| 台北市百貨商業同業公會     | 理事               |  |
| 台灣連鎖暨加盟協會       | 會員               |  |
| 中華民國百貨零售企業協會    | 會員               |  |
| 中華民國工商協進會       | 會員               |  |

## 1.1.2 永續發展管理

### 永續願景及策略目標



### 永續管理

目前新光三越的最高永續治理單位為永續委員會，日後將規劃提報重要的永續議案至董事會，提升永續發展層級。永續委員會負責檢視與核准永續發展策略、永續報導資訊及其他環境、社會、經濟面向的重要議案，包含審議參照新版 GRI 準則所評估的企業營運對「經濟、環境和人權產生之正負面衝擊」評估結果，相關衝擊管理方式於本報告書進行揭露，請參考「1.1.4. 重大主題鑑別」。此外，針對「1.1.3 利害關係人議合」所列之八大利害關係人，新光三越定期追蹤利害關係人的反饋並給予及時回應，進而優化公司的經營與內部管理程序。

2022 年董事會討論議案類別包含：營運管理事項、重大經營決策事項、股利分派、董事 / 監察人 / 經理人相關、財務報告等。



## 永續管理

### • 永續委員會組織架構



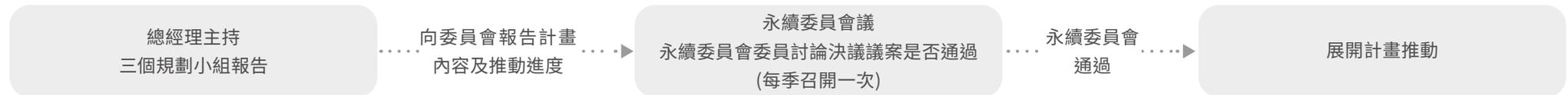
新光三越於 2021 年成立「永續委員會」，永續委員會主責永續整體政策方向之決定、公司永續行動方案的執行狀況及永續相關事項之審議，由總經理擔任主任委員，全公司副總經理級之主管擔任委員，成員涵蓋 19 個部門，並依各自部門權責負責各項議題衝擊管理，包含：溫室氣體、水資源、廢棄物管理、職場安全與勞工權益、資訊安全、顧客抱怨與爭議等。



在規劃階層，永續委員會下轄三大規劃小組，包含綠色時尚小組、社會共好小組、及幸福企業小組，負責評估、規劃、執行及追蹤各項 ESG 行動方案。在執行階層，新光三越總公司的各部門與各分店設置 ESG 專員，協助落實 ESG 行動方案。此外，委員會下設永續秘書處，負責永續委員會相關會議安排、報告彙整及資料管理。



永續委員會每季召開一次會議，由總經理主持，三個規劃小組則須每季向委員會報告計畫內容及推動進度。經各小組提案、永續委員會委員討論並提出意見後，由永續委員會共同決議議案是否通過；經永續委員會通過之議案將展開計畫推動，並每季於永續委員會報告內容及進度。



### 永續委員會執行情形(2022年)

| 會議次數         | 報告事項   | 決議事項             |
|--------------|--|------------------|
| 永續委員會共舉行3次會議 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2021年永續報告書摘要報告</li> <li>2022年永續報告書規劃</li> <li>提出導入ISO 50001能源管理系統、綠色停車場、表演藝術季、快樂員購、支持在地小農5項計畫案</li> <li>2022年台灣企業永續獎獲得三項獎項</li> </ul> | 通過3個規劃小組提案之5項計畫案 |

### 1.1.3 利害關係人議合

新光三越待客為尊、重視利害關係人溝通，並透過永續委員會旗下三大小組與利害關係人交流與溝通，2021 年依循 AA1000 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES) 五大原則，依循 AA 1000 利害關係人議合標準 (AA 1000 Stakeholder Engagement Standard) 五大原則：依賴性、責任性、影響力、多元觀點及關注力，鑑別出本公司八大利害關係人。



2022 年納入國際零售百貨與電商產業趨勢，透過蒐集研究 8 家國際領導公司及國內標竿同業之利害關係人相互比對與檢視，其調整如下，包含消費者、股東/投資人、員工、政府機關、專櫃廠商、供應商、媒體、社區與 NGO：

| 利害關係人檢視     |             |                                   |
|-------------|-------------|-----------------------------------|
| 2021 年利害關係人 | 2022 年利害關係人 | 調整原因                              |
| 消費者         | 消費者         | 無改變                               |
| 股東/投資人      | 股東/投資人      | 無改變                               |
| 同仁          | 員工          | 調整同仁名詞為員工                         |
| 政府機關        | 政府機關        | 無改變                               |
| 專櫃廠商        | 專櫃廠商        | 無改變                               |
| 供應商         | 供應商         | 無改變                               |
| 媒體          | 媒體          | 無改變                               |
| 社區民眾        | 社區與NGO      | 新光三越多年推動藝術美育並與多方NGO合作，建議調整為社區與NGO |

## 利害關係人與重大主題回應

2022 年針對八大利害關係人關注議題以及相關溝通狀況，彙整如下方表格，我們秉持誠信、透明且多元的方式與各類利害關係人溝通議合，透過定期追蹤與即時回應與反饋，進而優化公司經營管理政策與流程。



### 2022 年利害關係人溝通情形

| 利害關係人類別 | 對新光三越的意義                                       | 利害關係人關注永續議題  | 溝通管道及頻率  | 權責部門  | 2022 年溝通成效   |
|---------|--|--|--|---|--|
| 消費者     | 消費者的滿意體驗，是驅動不停成長與創新的動力來源。透過滿足消費者的期待，邁向永續經營的願景。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客關係經營</li> <li>永續消費倡議</li> <li>數位創新服務</li> <li>資訊安全與隱私保護</li> <li>商品品質與責任</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>社群媒體/不定期</li> <li>消費者問卷/不定期</li> <li>廣告與活動/不定期</li> <li>客服系統/即時</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客服務部</li> <li>電子商務部</li> <li>數位發展部</li> <li>販促部</li> <li>商品部</li> <li>安控室</li> <li>資訊部</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越社群粉絲累積 Line 141 萬人、FB 131 萬人、IG 7.3 萬人</li> <li>顧客意見共計 20,884 件</li> <li>不定期於全台各據點舉辦各式活動與消費者近距離溝通</li> <li>通過ISO 27001追蹤查核，2023年擬通過ISO 27701國際認證</li> </ul> |
| 股東/投資人  | 創造良好的價值報酬，並提供穩健經營資金，是永續道路上的重要夥伴。               | <ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理與誠信經營</li> <li>營運績效</li> <li>風險管理</li> <li>社會共好藝文推廣</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>董事會及委員會/每季</li> <li>股東會/每年</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>財務部</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>召開9次董事會</li> <li>召開1次股東常會</li> </ul>  |
| 員工      | 秉持優良服務，員工是創造永續競爭力不可或缺的重要資產。                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>營運績效</li> <li>公司治理與誠信經營</li> <li>人才培育與發展</li> <li>人才吸引與留任</li> <li>平等與健康職場</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>勞資會議/每年4次</li> <li>日常公告/不定期</li> <li>會議溝通/不定期</li> <li>教育訓練課程/不定期</li> <li>員工意見回饋/即時</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>人資部</li> <li>職工福利委員會</li> <li>安控室</li> <li>勞安衛生部</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦4次勞資會議，共計7項議案</li> <li>舉辦11次安控會議，共計8項議案</li> <li>舉辦48次職安委員會會議，共計24項議案</li> </ul>  |

## 2022 年利害關係人溝通情形

| 利害關係人類別 | 對新光三越的意義                          | 利害關係人關注永續議題  | 溝通管道及頻率   | 權責部門   | 2022 年溝通成效  |
|---------|-----------------------------------|--|---|--|---|
| 政府機關    | 政府機關訂定的法令，與新光三越共同達成永續經營準則。        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司治理與誠信經營</li> <li>• 商品品質與責任</li> <li>• 顧客關係經營</li> <li>• 平等與健康職場</li> <li>• 永續供應鏈</li> <li>• 低碳能源管理</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 政府/公協會來函/不定期</li> <li>• 座談會與交會/不定期</li> <li>• 安全現場稽查/不定期</li> <li>• 電話與信箱回饋/即時</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 財務部</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 無重大訊息發布</li> </ul>   |
| 專櫃廠商    | 共同為顧客創造優良服務及產品，創造永續百貨趨勢。          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 顧客關係經營</li> <li>• 商品品質與責任</li> <li>• 永續消費倡議</li> <li>• 永續供應鏈</li> <li>• 數位創新服務</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 晨會宣達/每日</li> <li>• 拜訪廠商與重點集團/不定期</li> <li>• 供應商服務專區/不定期</li> <li>• 廠商誓師大會交流會/每年</li> <li>• 電話與信箱回饋/即時</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 商品部</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022年因應疫情考量，暫停舉辦好夥伴新春聯歡會</li> </ul>                            |
| 供應商     | 供應商是打造安心及滿意購物環境，不可或缺的角色。          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 顧客關係經營</li> <li>• 商品品質與責任</li> <li>• 永續消費倡議</li> <li>• 永續供應鏈</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商協調會/不定期</li> <li>• 供應商宣傳會/不定期</li> <li>• 電話與信箱回饋/即時/不定期</li> <li>• 供應商服務專區/不定期</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 販促部</li> <li>• 自營事業部</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022年因應疫情考量，暫停舉辦聯歡會。</li> <li>• 年度進行34次供應商職業安全衛生評估。</li> </ul> |
| 媒體      | 媒體的報導及宣傳，影響商譽及利害關係人心中的形象。         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 營運績效</li> <li>• 顧客關係經營</li> <li>• 商品品質與責任</li> <li>• 永續消費倡議</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 媒體餐敘/每年兩次</li> <li>• 記者會/不定期</li> <li>• 電話與信箱回饋/即時</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 販促部</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 辦理兩次媒體餐敘</li> <li>• 辦理36次記者會</li> </ul>                        |
| 社區與NGO  | 秉持取之社會用之社會，藉由在地關懷與各NGO合作，發揮本身影響力。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 營運績效</li> <li>• 顧客關係經營</li> <li>• 商品品質與責任</li> <li>• 永續消費倡議</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現場活動/不定期</li> <li>• 親自拜訪/不定期</li> <li>• 電話與信箱回饋/即時</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 營業本部</li> <li>• 販促部</li> <li>• 基金會</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 與27個單位合作</li> <li>• 共28萬人參與</li> </ul>                         |

## 1.1.4 重大主題鑑別

### 重大主題鑑別流程

新光三越導入新版GRI準則，透過永續議題調整、衝擊定義、衝擊評估、衝擊分析及永續議題排序等流程進行重大主題鑑別



| 分析步驟   | 說明  |
|--------|---|
| 永續議題調整 | 以2021年之22項永續議題為基礎，經外部永續顧問建議針對4項相似之永續議題進行合併、並扣除2項內部議題，2022年共計有16項永續議題。   |
| 衝擊定義   | 根據16項永續議題對於經濟、環境、人群潛在的衝擊，定義新光三越的10項正面衝擊議題及10項負面衝擊議題。  |
| 衝擊評估   | 新光三越發放問卷給33個單位，各部門分開評估正面與負面衝擊議題、並針對各項衝擊議題進行衝擊程度與發生可能性的評分。   |
| 衝擊分析   | <ul style="list-style-type: none"> <li>回收各單位填寫之234份正面衝擊議題問卷、227份負面衝擊議題問卷後，將各單位的評分進行加總平均。</li> <li>其中針對負面衝擊議題，除了內部單位的評分，更納入人權議題、過往發生之風險事件、內部工作坊與訪談之盡職調查結果等調整因子進行加權。</li> </ul> |
| 永續議題排序 | 新光三越參照GRI改版規範、內部評估及調整因子加權，2022年之永續議題排序結果為：8項關鍵主題、5項次要主題及3項其他主題。   |

## 重大主題鑑別結果

| 16 項永續議題  | 正面衝擊         | 負面衝擊                   | 2022重大性(註) | 2021重大性(註) |
|-----------|--------------|------------------------|------------|------------|
| 人才培育與發展   | 完善的人才培育與發展制度 | -                      | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 人才吸引與留任   | 吸引與留任優秀人才    | -                      | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 數位創新服務    | 提升客戶數位購物體驗   | -                      | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 商品品質與責任   | 商品優良品質與安全保障  | 活動與廣告標示不清、<br>商品品質管理失當 | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 營運績效與創新策略 | 維護保障股東權益     | -                      | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 公司治理與誠信經營 | -            | 公司治理失當                 | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 資訊安全與隱私保護 | -            | 企業與客戶資訊洩露              | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 顧客關係經營    | 優良客戶關係維護     | 客戶申訴抱怨及爭議事件            | 關鍵主題       | 關鍵主題       |
| 平等與健康職場   | -            | 職場安全與勞工權益受損            | 次要主題       | 次要主題       |
| 社會共好與藝文推廣 | 推動藝文及社區發展    | -                      | 次要主題       | 次要主題       |
| 風險管理      | -            | 風險控管失當                 | 次要主題       | 關鍵主題       |
| 永續消費倡議    | 提升產業永續意識     | -                      | 次要主題       | 次要主題       |
| 廢棄物管理     | 推動循環經濟       | 廢棄物汙染                  | 次要主題       | 次要主題       |
| 水資源管理     | -            | 水資源耗用                  | 其他主題       | 次要主題       |
| 低碳能源管理    | -            | 能源耗用與溫室氣體排放            | 其他主題       | 其他主題       |
| 永續供應鏈     | 供應商共榮永續發展    | -                      | 其他主題       | 次要主題       |

註 1：本年度重大主題名稱調整：原「核心議題」更名為「關鍵主題」，原「主要議題」更名為「次要主題」，原「補充主題」更名為「其他主題」，此表名稱皆以本年度版本呈現。

註 2：本年度重大主題較前一年度變動項目為「風險管理」，主要變動原因為今年評估重大性之方法學改變，此議題與人權風險與衝擊之關聯性較其他主題低，且無相關主管機關裁罰事件，故排序相較於 2021 年度呈現微幅下降。

註 3：針對鑑別為關鍵主題之項目，本報告書揭露並說明其管理機制，並強化對應 GRI 指標。

## 重大主題衝擊說明與管理

| 重大主題    | 正面衝擊        | 負面衝擊      | 衝擊描述  | 價值鏈衝擊管理涉及部位    |            |              | 補救負面衝擊<br>的程序<br>(對應章節) |
|---------|-------------|-----------|---|----------------|------------|--------------|-------------------------|
|         |             |           |   | 上游<br>專櫃廠商、供應商 | 中游<br>新光三越 | 下游<br>消費者、社區 |                         |
| 人才培育與發展 | 完善的人才培育與發展制 | -         | 【人群】規劃完善的教育訓練與職能培訓，制定公平的績效考核標準，晉升時不因種族、性別、年齡、身心障礙而予以歧視，與員工共創正向的職涯發展體驗           |                | ✓          |              | -                       |
| 人才吸引與留任 | 吸引與留任優秀人才   | -         | 【人群】於招募人才時不因種族、性別、年齡、身心障礙而予以歧視，落實企業的多元及無歧視政策，並提供具競爭力的薪酬及福利，以留任優秀人才              |                | ✓          |              | -                       |
| 數位創新服務  | 提升客戶數位購物體驗  | -         | 【經濟/人群】透過數位科技的創新，為客戶帶來嶄新且便利的購物體驗旅程、順暢的意見反饋管道，保障客戶權益同時增加客戶回購與留存率、忠誠度等，進而促進產業經濟發展 | ✓              | ✓          |              | -                       |
| 商品品質與責任 | 商品優良品質與安全保障 | 活動與廣告標示不清 | 【人群】未妥善清楚標示活動內容或廣告不實，造成消費者誤解與相關糾紛，導致消費者權益受損                                     | ✓              | ✓          |              | 4.2. 品質把關               |
|         |             | 商品品質管理失當  | 【人群】未完善商品品質管理、稽核機制，或未妥善處理爭議商品事件(如食品安全)，造成客戶等相關利害關係人權益受損                         | ✓              | ✓          |              | 4.2. 品質把關               |

## 重大主題衝擊說明與管理

| 重大主題      | 正面衝擊     | 負面衝擊        | 衝擊描述   | 價值鏈衝擊管理涉及部位    |            |              | 補救負面衝擊的程序<br>(對應章節) |
|-----------|----------|-------------|--|----------------|------------|--------------|---------------------|
|           |          |             |  | 上游<br>專櫃廠商、供應商 | 中游<br>新光三越 | 下游<br>消費者、社區 |                     |
| 顧客關係經營    | 優良客戶關係維護 | 客戶申訴抱怨及爭議事件 | 【經濟/人群】透過完善的顧客關係管理機制，優化、改善客戶體驗，增加客戶滿意度與黏著度，間接促進產業經濟發展  | ✓              | ✓          | ✓            | 2.1 數位客戶體驗          |
| 營運績效與創新策略 | 維護保障股東權益 | -           | 【經濟】公司研擬實施創新策略，持續維持高營運績效及獲利，提升產業競爭力，並維護保障股東權益  |                | ✓          |              | -                   |
| 公司治理與誠信經營 | -        | 公司治理失當      | 【經濟/人群】因公司治理績效不佳、員工未遵守行為守則並未落實誠信經營，發生不誠信、貪腐、詐欺或舞弊事件，影響公司營運，侵害股東、客戶及其他利害關係人權益                         |                | ✓          |              | 1.2 韌性治理            |
| 資訊安全與隱私保護 | -        | 企業與客戶資訊洩露   | 【人群】公司與其商業夥伴(如專櫃廠商)未針對個人資料(員工與消費者)的蒐集、使用妥善保護，產生資安漏洞或遭受駭客網路攻擊，導致客戶個資或企業機敏資訊外洩，導致企業營運中斷，侵害客戶等相關利害關係人權益 | ✓              | ✓          |              | 2.2 客戶隱私保護與資訊安全     |

## 1.2 韌性治理

對應 GRI 指標：2-9、2-10、2-11、2-15、2-17、2-19、2-20、2-23、2-24、2-26、2-27、205-3

### 1.2.1 誠信治理

#### 管理方針



#### 政策與承諾

新光三越的最高指導原則為誠信經營，我們除依循《公開發行公司建立內部控制制度處理準則》等外部法規，並於內部訂定《公司章程》、《董事會議事規範》等誠信治理政策與規範。



#### 衝擊

公司治理失當(負面衝擊)。



#### 行動方案

##### 預防與減緩

- 訂定並落實《工作規則》，以明確勞資雙方之權利與義務與預防相關爭議。
- 供應商簽約需遵守本公司之《商場管理辦法》與《商場裝修管理辦法》。
- 為防止利益衝突，依《董事會議事規則》詳實記載各議案之摘要與決議。
- 法務單位負責政令規範業務，並透過多元管道與員工溝通相關資訊。

#### 補救措施

- 依據《工作規則》，當員工發生違約事項時，立刻進行事件調查，經查證屬實者，將依情節輕重給予相應之懲處、教育與輔導改善計畫。
- 依據《專櫃廠商設櫃約定》，如商品有客訴或偽造、仿冒等不法情事，廠商應配合辦理退换货，及撤除爭議商品。

#### 利害關係人議合

- 透過電話、通訊軟體、電子郵件、會議等方式與合作廠商進行相關業務溝通與交流。
- 法務單位透過教育訓練、個案諮詢等渠道與員工溝通與宣導重要法規資訊。



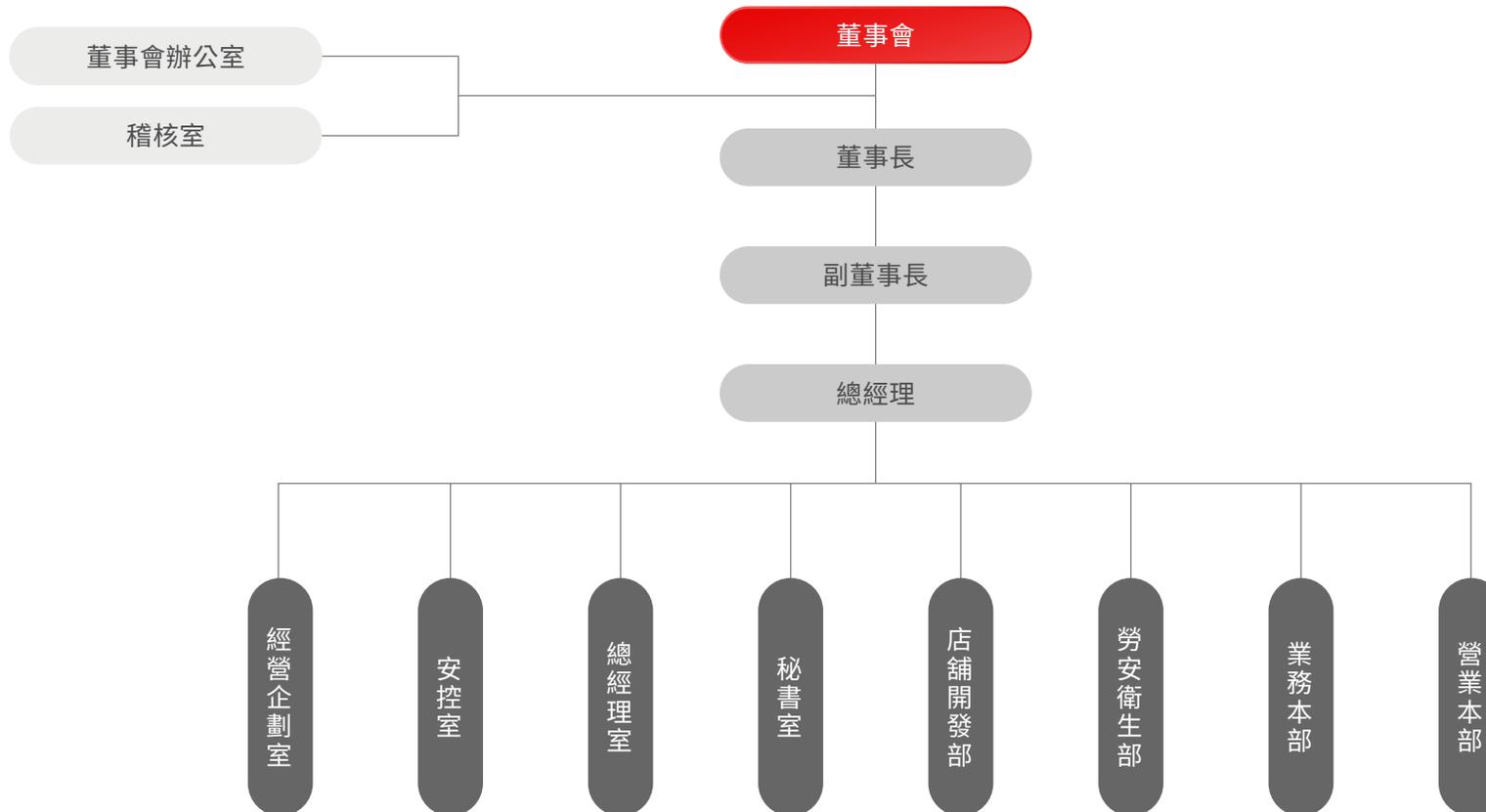
#### 評估與追蹤

稽核室每季向董事會呈報內部稽核報告，說明查核缺失、異常事項及後續改善規劃。

## 公司治理架構與董事會

董事會為新光三越最高治理單位，依據「董事會議事規則」，新光三越每三個月召集一次董事會，由董事長擔任會議主席，負責制定組織目標、使命、策略及計畫，並確保組織具備健全的政策、內控系統，以監控組織整體表現狀況。2023年4月增設董事會辦公室，負責董事會相關事宜，董事會下設之總經理掌管八個部室，透過專業分工發揮各層級與部室的功能性。

新光三越董事會成員的提名與遴選流程符合「董事及監察人選舉辦法」，透過股東自行評估提名，並由單記名累積投票法選出，未來上市規劃將納入董事多元性、獨立性、及是否具備組織衝擊管理相關能力等考量。



新光三越組織圖

## 董事成員組成

新光三越董事成員合計 13 名，設置董事長及副董事長各一人，董事長為新光三越最高治理長官，另有三位監察人，負責業務及財務狀況之查核、董事業務執行之查詢等；為確保董事會運行遵循誠信治理精神及避免利益衝突，依據公司董事會議事規則，董事會各議案之議事摘要、董事之異議、決議方法與結果，應依相關規定詳實完整記載；此外，董事有向董事會說明其自身利害關係之義務，有利益衝突董事應迴避議案，不得加入表決，並於本報告書揭露各董事兼任其他公司職務之情形。

### 新光三越董事會成員

| 姓名   | 董事類別 | 年齡區間  | 性別 | 任期 | 多元核心項目 |    |       |      |      |      | 目前兼任本公司與其他公司之職務 | 產業經歷  |  |
|------|------|-------|----|----|--------|----|-------|------|------|------|-----------------|---|--|
|      |      |       |    |    | 財務     | 法務 | 投資與併購 | 零售管理 | 風險管理 | 電子商務 |                 |   | 行銷   |
| 吳東昇  | 執行董事 | 50歲以上 | 男  | 3年 |        | ✓  | ✓     |      | ✓    |      |                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越百貨(股)公司 董事長</li> <li>新光合成纖維集團董事長</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光合成纖維集團董事長</li> </ul>  |
| 田中豐彦 | 執行董事 | 50歲以上 | 男  | 3年 |        |    |       | ✓    | ✓    |      | ✓               | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越百貨(股)公司 副董事長</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>株主会社三越伊勢丹執行役員 三越日本橋本店長</li> <li>成都伊勢丹百貨有限公司 董事總經理</li> </ul>            |
| 吳昕陽  | 執行董事 | 50歲以上 | 男  | 3年 |        |    | ✓     | ✓    |      | ✓    | ✓               | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越百貨(股)公司 總經理</li> <li>財團法人新光三越文教基金會 董事長</li> <li>法雅客(股)公司 董事長</li> <li>立展資訊科技(股)公司 董事長</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越百貨(股)公司 執行副總經理兼營業本部長</li> <li>新光三越百貨(股)公司 營業本部副總經理兼台中店店長</li> </ul> |

## 新光三越董事會成員

| 姓名  | 董事類別  | 年齡區間  | 性別 | 任期 | 多元核心項目 |    |       |      |      |      |    | 目前兼任本公司與其他公司之職務   | 產業經歷   |  |
|-----|-------|-------|----|----|--------|----|-------|------|------|------|----|---|--|--|
|     |       |       |    |    | 財務     | 法務 | 投資與併購 | 零售管理 | 風險管理 | 電子商務 | 行銷 |   |  |  |
| 吳東進 | 非執行董事 | 50歲以上 | 男  | 3年 | ✓      |    | ✓     |      | ✓    |      |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>財團法人新光吳火獅紀念醫院董事長</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光金控創辦人</li> <li>新光人壽董事長</li> </ul> |
| 吳東亮 | 非執行董事 | 50歲以上 | 男  | 3年 | ✓      |    | ✓     |      | ✓    |      |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>台新金控、台新銀行董事長</li> <li>財團法人台新銀行公益慈善基金會董事長</li> <li>台新創業投資董事長、董事</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光合成纖維董事長及總經理</li> <li>東元電機副董事長</li> <li>第一銀行-臺北區中小企業銀行及華南銀行董事、常務董事及監察人</li> <li>新光產物保險、新光人壽保險常務董事</li> </ul> |  |
| 吳昕達 | 非執行董事 | 50歲以上 | 男  | 3年 | ✓      | ✓  | ✓     | ✓    | ✓    | ✓    | ✓  | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越開發(股)公司董事長 2019/7 - 迄今</li> <li>大台北區瓦斯(股)公司董事 2019/6 - 迄今</li> <li>新光金融控股(股)公司董事 2020/6 - 迄今</li> <li>新光三越百貨(股)公司董事 2020/9 - 迄今</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越百貨(股)公司總經理 2004/11-2019/8</li> </ul>  |  |

## 新光三越董事會成員

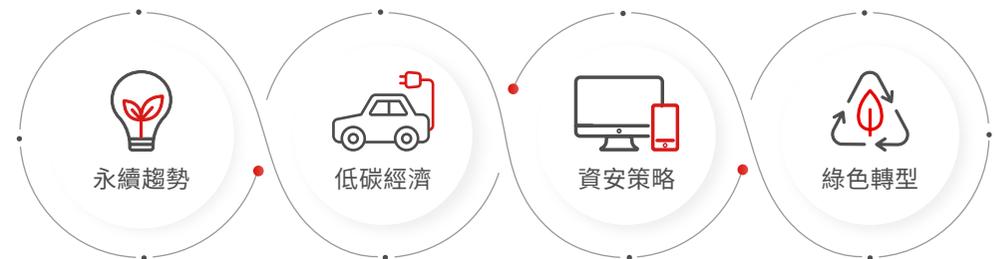
| 姓名   | 董事類別  | 年齡區間     | 性別 | 任期 | 多元核心項目 |    |       |      |      |      |    | 目前兼任本公司與其他公司之職務 | 產業經歷  |                                    |
|------|-------|----------|----|----|--------|----|-------|------|------|------|----|-----------------|---|------------------------------------|
|      |       |          |    |    | 財務     | 法務 | 投資與併購 | 零售管理 | 風險管理 | 電子商務 | 行銷 |                 |   |                                    |
| 吳昕恩  | 非執行董事 | 30   50歲 | 男  | 3年 |        |    | ✓     | ✓    |      |      | ✓  | ✓               | • 新光紡織董事長                                   |                                    |
| 林伯翰  | 非執行董事 | 50歲以上    | 男  | 3年 |        |    |       |      |      |      |    |                 | • 新光樂活事業股份有限公司董事長<br>• 新光金控 董事<br>• 新光人壽 董事 |                                    |
| 細谷敏幸 | 非執行董事 | 50歲以上    | 男  | 3年 |        |    | ✓     | ✓    |      |      |    | ✓               | • 株式会社三越伊勢丹HDS取締役 代表執行役社長                   | • 株式会社岩田屋三越代表取締役<br>• 三越伊勢丹HDS執行役員 |
| 牧野欣功 | 非執行董事 | 50歲以上    | 男  | 3年 | ✓      |    | ✓     |      |      |      | ✓  |                 | • 株式会社三越伊勢丹HDS 執行役常務CSDO兼CFO                | • 三越伊勢丹取締役兼常務執行役員總務人事總長            |
| 吉田正輝 | 非執行董事 | 30   50歲 | 男  | 3年 |        |    |       | ✓    | ✓    |      |    | ✓               | • 株式会社三越伊勢丹HDS 經營戰略統括部海外事業部長                | • 上海梅龍鎮伊勢丹百貨有限公司 董事總經理             |
| 額田純嗣 | 非執行董事 | 30   50歲 | 男  | 3年 |        |    | ✓     |      |      | ✓    | ✓  |                 | • 株式会社三越伊勢丹HDS 經營戰略統括部事業開發部部長               | • 株式会社三越伊勢丹研究所 代表取締役社長             |

## 新光三越董事會成員

| 姓名      | 董事類別  | 年齡區間     | 性別 | 任期 | 多元核心項目 |    |       |      |      |      |    | 目前兼任本公司與其他公司之職務 | 產業經歷   |  |
|---------|-------|----------|----|----|--------|----|-------|------|------|------|----|-----------------|--|--|
|         |       |          |    |    | 財務     | 法務 | 投資與併購 | 零售管理 | 風險管理 | 電子商務 | 行銷 |                 |  |  |
| 小寺悠司    | 非執行董事 | 30   50歲 | 男  | 3年 | ✓      | ✓  | ✓     |      |      |      |    |                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社三越伊勢丹HDS經營戰略統括部事業開發部企劃主管</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社三越伊勢丹物業設計取締役</li> </ul>     |
| 吳東勝     | 監察人   | 50歲以上    | 男  | 3年 | ✓      |    | ✓     |      | ✓    |      |    |                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光實業股份有限公司總經理</li> </ul>                |  |
| 朋萊(股)公司 | 監察人   |          |    | 3年 |        |    |       |      |      |      |    |                 |  |  |
| 菊谷真理    | 監察人   | 50歲以上    | 女  | 3年 |        | ✓  |       | ✓    | ✓    |      |    |                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社三越伊勢丹常勤監查役</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社三越伊勢丹執行役員第一MD組主管</li> </ul> |

## 董事職能提升與績效評估

新光三越鼓勵董事參與外部進修課程及論壇，以掌握即時法令、產業趨勢，並吸收永續領域新知，進而厚植穩健新光三越公司治理的根基。2022年新光三越的董事進修總時數達38小時，進修課程主題包含資訊安全、低碳趨勢等，強化董事會的永續經營能力，我們安排董事成員參與永續趨勢、低碳經濟、資安策略、綠色轉型等相關課程。針對董事成員進行多元化的能力培養，可協助新光三越實現永續發展願景，並提升利害關係人對本公司誠信治理與永續經營的信心。



## 2022 年董事會進修情形

| 姓名     | 進修日期       | 主辦單位            | 課程 / 演講名稱   | 時間 (小時) |
|--------|------------|-----------------|---|---------|
| 吳東昇 董事 | 2022.08.08 | 中華民國公司經營暨永續發展協會 | ESG的趨勢及疫情環境談全球稅制改革及企業稅務治理                           | 3       |
|        | 2022.11.07 | 中華民國公司經營暨永續發展協會 | 低碳經濟與企業低碳創新的全球趨勢與商機                                 | 3       |
| 吳東進 董事 | 2022.10.26 | 證基會             | 111年度內部人股權交易法律遵循宣導說明會                               | 3       |
| 林伯翰 董事 | 2022.03.29 | 金融研訓院           | 董監事會運作實務-公司治理研習班                                    | 3       |
|        | 2022.04.22 | 台灣永續能源研究基金會     | 台新三十永續淨零高峰會論壇-認真淨零成就永續2030                          | 3       |
|        | 2022.07.26 | 台灣永續能源研究基金會     | 新光金控董監事課程   | 1       |
|        | 2022.08.26 | 金融研訓院           | 董監事會運作實務-公司治理研習班                                    | 3       |
| 吳昕恩 董事 | 2022.08.08 | 中華民國經營暨永續發展協會   | 低碳經濟與企業低碳創新的全球趨勢與商機                                 | 3       |
|        | 2022.11.07 | 中華民國經營暨永續發展協會   | ESG的趨勢及疫情環境談全球稅制改革及企業稅務治理                           | 3       |
| 吳昕達 董事 | 2022.03.22 | 中華公司治理協會        | 綠色產業的發展動向—低碳投資展望與因應商業策略                             | 3       |
|        | 2022.03.29 | 新光金融控股(股)公司     | 資安策略思維與實務、以公司治理角度論企業社會責任報告書之重要性、綠色永續資訊公司揭露 CSR準則與案例 | 3       |
|        | 2022.07.26 | 台灣永續能源研究基金會     | 新光金控董監事課程   | 1       |
|        | 2022.08.26 | 財團法人台灣金融研訓院     | 董監事運作實務與公司治理研習班                                     | 3       |
|        | 2022.09.27 | 財團法人保險事業發展中心    | 接軌IFRS 17之轉型契機                                      | 3       |

## 薪酬政策

新光三越董事會與高階管理階層的薪酬規範與設計流程，主要係依公司章程辦理。根據公司章程記載，本年度若有獲利，應提撥不超過百分之四為董事、監察人酬勞；在高階主管面向，我們持續優化經理人薪酬與市場、績效及其職責的連結性，以支持落實長期營運策略，並持續提升公司的競爭力。

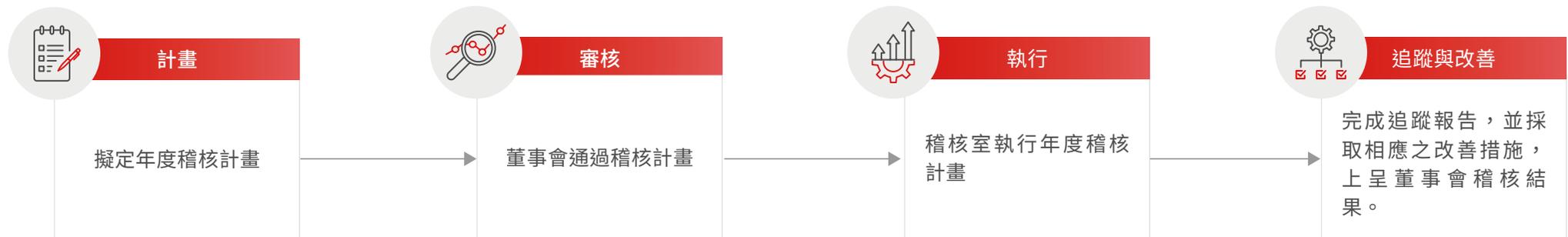
## 誠信經營

### • 誠信經營政策

誠信經營是新光三越的最高指導原則，我們明訂「公司章程」以維持良好公司治理運作。

新光三越講求營運細節均遵循誠信經營原則及法令規範，並要求同仁須具備商業倫理及道德，透過由上而下的力量，徹底落實永續經營精神。在員工行為準則面向，訂有「工作規則」，以明確勞資雙方之權利與義務、健全經營管理制度，並由人資部執行與落實。此外，新光三越遵循《勞動基準法》、《世界人權宣言》等國內法規與國際人權準則，落實以人為本的經營思維，在與供應商簽定的約定條款中，規範合作廠商之行為須符合消費者保護法、公平交易法、個人資料保護法等法令規定。透過資訊的透明流通、負責任的態度及清廉的經營理念，新光三越建構優良的公司治理制度，並竭誠接受來自各界的回饋與指教，向外揭露公司治理相關推動成果。

### • 內部稽核流程



### • 稽核機制

新光三越與董事會下設置獨立的稽核室，並由董事任免稽核單位主管，以檢核並控制整體組織營運。新光三越依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」制訂有效且完善的稽核制度系統。稽核室依據公司章程、法令政策及內部控制制度，建立詳細稽核作業清單，持續優化風險評估流程機制。每年擬定年度稽核計畫，訂定明確稽核項目及預訂時間。於每季召開董事會時，製作內部稽核報告並呈報董事會，說明查核缺失、異常事項及後續改善建議與時程。

2022 年度稽核作業執行結果已提報董事會，查核結果並未發現內部控制有重大缺失及異常之事項，僅針對作業流程提出建議，以做為各部門提升管理品質之參考。

## • 法令遵循

新光三越專設法務單位以處理法令規範相關事務，並透過員工教育訓練及個案諮詢時向同仁宣導法規政策，讓同仁能夠了解最新法規內容，確保組織各項活動均遵守法令規範。

新光三越 2022 年合計發生 0 件重大違反法規事件，對於重大違反法規之定義為違反勞動基準法之規定，被罰款的事件有 0 件，非金錢制裁的事件有 0 件；其中，上述 2022 年度被罰款的事件罰款總額為 0 元，前一年度的罰款總額則為 620,000 元。針對各項案件，新光三越均深入了解且釐清糾紛癥結及責任，並持續追縱案件處理情形，及評估各項案件對於組織營運的影響。

新光三越 2022 年未發生貪腐行為相關事件。

## 1.2.2 風險管理

### 管理方針



#### 政策與承諾

新光三越建立五大風險管理願景，成立安控室，並透過四大步驟，即「辨識」、「衡量」、「改善」、「追蹤」進行企業風險管理，辨識出公共安全、資訊安全、人事安全、食品安全、工程安全、職業安全、環境安全、ESG風險等風險項目。



#### 衝擊

風險控管失當(負面衝擊)。



#### 行動方案

##### 預防與減緩

- 新光三越以三道防線進行評估、管理與監督不同的風險項目。
- 對全體員工辦理安全教育訓練，提升同仁安全意識並協助其獲取新知。

#### 管理措施

定期及因應突發事件召開安控會議，相關部門代表就風險與安全項目進行討論及議決。

#### 利害關係人議合

總經理室、總務部、勞安部、資訊部、店舖開發部、顧客服務部及其他列席部門可透過安控會議提出並商議安全工作之改善途徑。



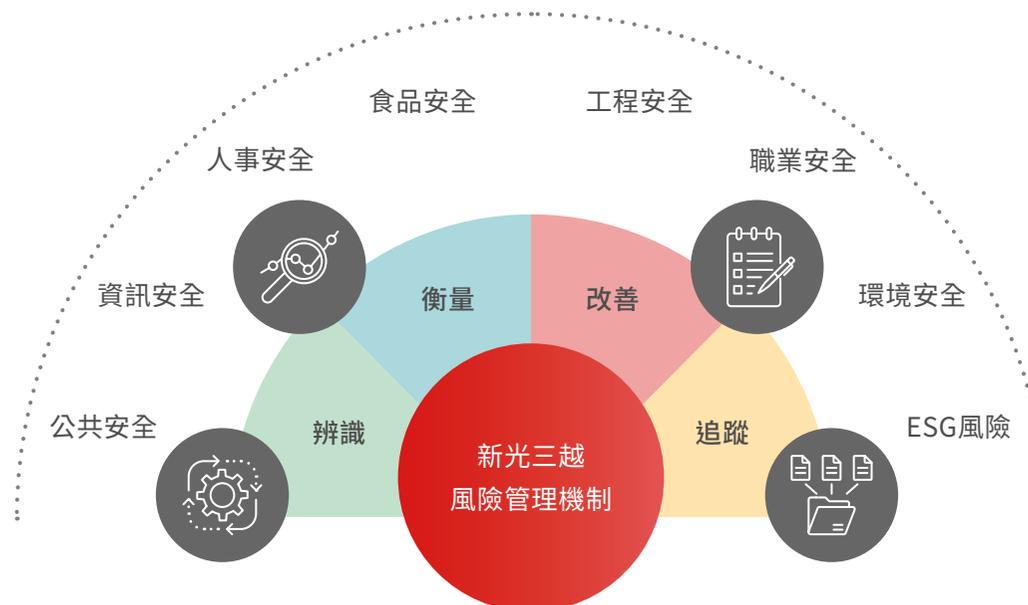
#### 評估與追蹤

- 安控長於每兩週經營管理會議提出當期風險管理報告。
- 安控室單獨或會同相關部門，不定期赴分店巡檢安全維護情形。
- 安控室就分店巡檢訪視情形與結果撰寫報告，於安控會議提出討論並研擬相關措施。
- 安控室就個別風險議題進行專案研究，並於每月經營策略會議提出報告。

## 風險管理三道防線



## 風險管理四大步驟



## 新光三越風險管理願景

### 精進營運系統

建立穩妥周全、可長可久、與時俱進的安全制度，規範安全工作的執行標準，並累聚國內外經驗，促成專業化。



### 提升安全意識

提高全公司工作人員的安全意識，時時刻刻警覺關於顧客、自身及社區安全問題，及早預防發生意外事件。



### 創新安全措施

創新本公司安全措施，充分運用科技發展的成果，提高安全工作的效能，迎接未來經營環境變遷的趨勢。



### 增加安全與信任感

增加顧客的安全感，轉化成為對於公司整體品牌的充分信任，進一步促升顧客來店消費的意願。



### 維護安全環境

強化本公司各層級連結外部資源，共同致力維護安全環境，做為推升營業績效的基礎建設之一。

## 風險管理架構與重點工作計畫

新光三越於2018年開創百貨業者先例設立「安控長」一職及專責單位「安控室」，具有所有安全相關政策建議權及監督考核權，其設置目的在建立本公司更完備的安全制度，促進整體安全。安全相關政策係指與公共安全、資訊安全、人事安全、食品安全、工程安全、職業安全、環境安全、ESG 風險有關之政策。新光三越定期召開安控會議，由總公司相關部門代表就安全工作進行討論，並持續關注5G、AI、雲端、數位應用等技術發展，評估其對提升本公司風險管理的效益。

新光三越之各項風險管理架構積極與國際標準對接，自主導入外部資源以最高的標準進行各項安全工作之推動。新光三越導入國際管理系統，更引進了國內外資訊安全、職業安全與食品安全衛生外部稽核等輔導機構與外部顧問，並依新光三越的安全事務需求，與各政府機關、學術單位及民間專業機構聯繫溝通，以加強協力關係、獲取公部門政策指引及私部門專業新知，相關執行內容請參考下方表格說明。

| 風險   | 權責單位                  | 重點工作計畫執行成果  | 未來規劃與目標  |
|------|-----------------------|---|--|
| 公共安全 | 安控室<br>總務部            | <ul style="list-style-type: none"> <li>推動監控系統六年改善計畫，截至2022年底已完成台北信義新天地與台北南西店等分店施作</li> <li>於2022年提前完成全店(除高雄三多店、高雄左營店、桃園大有店外)CCTV數位升級</li> </ul> | 2023年將進一步推動全店低壓過載保護斷路器(ACB)安全檢查，提升用電安全           |
| 資訊安全 | 安控室<br>資訊部            | <ul style="list-style-type: none"> <li>2020年取得ISO 27001資訊安全管理系統認證</li> <li>2021年、2022年通過ISO 27001追蹤查核</li> </ul>                                | 2023年擬進一步推動ISO 27701個人資料隱私資訊管理系統的驗證工作，預計同一年度取得認證 |
| 人事安全 | 人力資源部<br>勞安衛生部<br>安控室 | <ul style="list-style-type: none"> <li>為改善超時加班情形，2022年提出分店勤務工時調整案</li> <li>2022年度針對新冠病毒確診者、快篩陽性者與居家隔離者，宅配提供居家關懷包，協助同仁安心度過居家隔離期</li> </ul>       | 2023年將開始實施分店勤務工時調整案                              |
| 食品安全 | 食安推動小組<br>安控室         | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越推動食品衛生安全管理，2022年針對餐飲專櫃、包裝食品等項目進行合計1,462件抽檢，透過內外部食品安全稽核提供客戶可信任的消費環境與產品質量</li> </ul>                   | 每年執行四次餐飲專櫃例行抽檢與五次包裝食品檔期抽檢                        |

| 風險    | 權責單位         | 重點工作計畫執行成果  | 未來規劃與目標  |
|-------|--------------|---|--|
| 工程安全  | 店舖開發部<br>安控室 | <ul style="list-style-type: none"> <li>執行店舖改裝之設計、工程及資產維修</li> </ul>   | 尋訪、新增各專業之配合公司，強化與提昇工作團隊  |
| 職業安全  | 勞安衛生部<br>安控室 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2021年度取得ISO 45001職業安全衛生管理系統認證</li> <li>2022年通過ISO 45001追蹤查核</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2023年預計推動ISO 45001至北區六個分店，並實施教育訓練</li> <li>2024年預計推動ISO 45001至全台所有分店，並實施教育訓練</li> </ul> |
| 環境安全  | 安控室          | <ul style="list-style-type: none"> <li>因應新冠疫情對營運之影響，新光三越自疫情爆發起已召開逾130次的防疫應變會議，針對疫情變化、防疫措施、政策追蹤等項目進行報告與討論</li> </ul>   | 將持續因應新冠疫情變化召開防疫應變會議  |
| ESG風險 | 安控室          | <ul style="list-style-type: none"> <li>E – 觀注全球國際邊境碳關稅政策發展對新光三越的風險</li> <li>E – 觀注取得綠電憑證不易時，對新光三越的影響</li> <li>S – 觀注人權相關議題及新光三越相應的作為</li> <li>G – 觀注新光三越完成上市櫃後，主管機關的改變及法遵帶來的衝擊</li> </ul> | 針對四項重點工作，持續研究政府相關法規更新，並將其轉化為公司政策，以因應風險及降低衝擊  |

## 氣候風險管理

近年極端氣候事件持續於各國造成負面衝擊，氣候變遷已成為全球共同面臨之挑戰；2022年聯合國氣候變遷大會(COP27)呼籲各國提出更積極的溫室氣體減排承諾，國內政府亦於2023年初通過《氣候變遷因應法》之修訂，明定我國應於2050年達成溫室氣體淨零排放。因此，2022年新光三越針對氣候相關風險與機會事件進行鑑別及評估，相關流程及評估結果說明如下，未來新光三越將持續關注氣候議題，並強化內部對於氣候風險管理之能力。

## 氣候風險與機會鑑別

2022年新光三越透過「定義風險事件」、「分析風險衝擊」、「排序風險事件」等流程進行氣候風險與機會之盤點與鑑別。



### 定義風險事件

新光三越考量零售百貨業產業特性與資產配置，針對短中長期可能對公司營運與財務造成影響之氣候事件進行蒐研，製作新光三越之氣候風險事件與氣候機會事件清單，共定義出的11項氣候風險事件及16項氣候機會事件。



### 分析風險衝擊

新光三越根據風險事件的資訊，分析在特定情境和時間下，氣候風險事件對上、中、下游的何種資產或業務會產生影響，並評估其造成的直接或間接衝擊將導致何種財務影響，例如營業收入減少、直接成本增加等。



### 排序風險事件

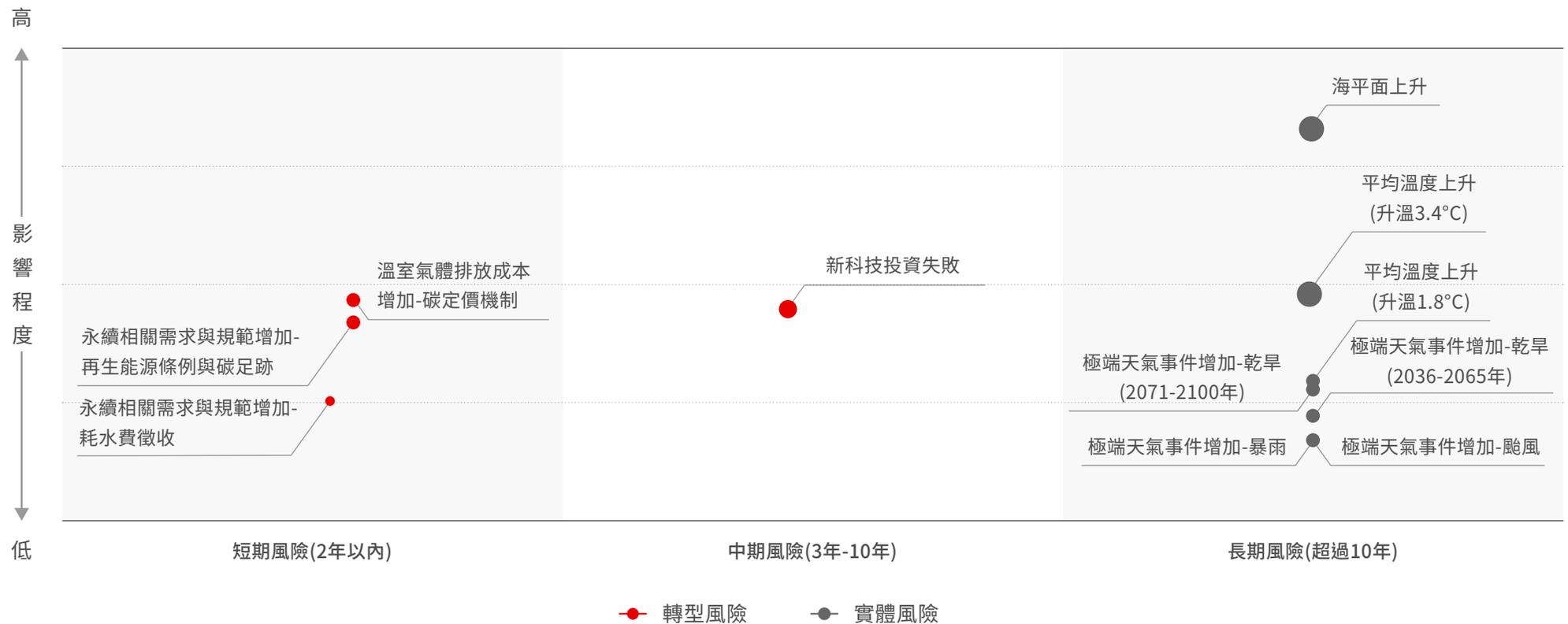
由新光三越16個單位之跨部門主管同仁，評估氣候風險與機會事件之潛在影響程度。於評估氣候風險時，除了考量不同的風險時間軸，如短期、中期、長期，各單位亦會針對潛在衝擊程度及潛在脆弱度進行評分，其中潛在衝擊程度須考量該風險可能帶來的財務損失、營運衝擊、品牌形象衝擊等，脆弱度則須評估公司對於該風險的準備程度及適應能力。

於評估氣候機會時，同樣會考量各機會事件的時間軸，並針對該機會可能帶給新光三越的影響及商機進行重大性評估。

## 氣候風險鑑別結果

新光三越定期辨識氣候相關風險，其中風險類別涵蓋實體風險與轉型風險，並進一步區分為短期風險(2年以內)、中期風險(3年至10年間)與長期風險(10年以上)。本年度鑑別出之氣候風險矩陣涵蓋七個實體風險以及四個轉型風險，其中短期風險及中期風險均屬法規政策改變與新科技等轉型風險，長期風險則皆屬長期性或極端性之實體風險。

新光三越氣候風險矩陣



註：各氣候風險的圓點大小與其「淺在影響程度」乘以「風險時間軸」之值成正比

本次鑑別結果中，短期風險主要面對的是國內法規及政策之改變，以溫室氣體及再生能源相關規範等轉型風險的影響程度較高，長期而言則主要會面臨氣候變遷帶來之實體風險，影響程度較高之風險事件包含海平面上升、平均溫度上升等。

此外，因公司營運涉及多個價值鏈，新光三越亦針對價值鏈上游、中游、下游可能面臨之氣候變遷風險進行評估。

#### • 新光三越價值鏈



針對上述鑑別結果中影響程度相對較高之氣候風險，其對於新光三越的潛在衝擊及對應之價值鏈請詳下表說明。

| 風險類型 | 氣候風險事件                   | 對新光三越的衝擊   | 上游 | 中游 | 下游 |
|------|--------------------------|--|----|----|----|
| 轉型風險 | 溫室氣體排放成本增加-<br>碳定價機制     | 主管機關法規對溫室氣體排放管制逐年提高，溫室氣體排放總量管制、碳稅、碳交易計畫等潛在之碳風險將直接或間接影響企業之營運成本。   | ✓  |    |    |
|      | 永續相關需求與規範增加-<br>再生能源條例與碳 | 因應再生能源發展條例、產品效能標準、碳中和及碳足跡等規範，導致新光三越或供應商之營運的產品與服務成本提升。  | ✓  | ✓  |    |
| 實體風險 | 海平面上升                    | 因海平面上升，使得新光三越營運據點淹沒，而造成不動產資產價值貶損、營運中斷等財務損失。  | ✓  | ✓  | ✓  |
|      | 平均溫度上升                   | 平均溫度上升對人體健康造成衝擊，進而降低勞工之勞動力、影響可出勤天數，導致企業營運受影響；新光三越各據點因斷電、限電或電費成本上升導致營收下降與營運成本增加，影響整體獲利；需大量用電之供應商或據點因斷電、限電或電費成本上升造成供貨與服務成本增加，進而影響新光三越營運成本。 | ✓  | ✓  | ✓  |

## 氣候機會鑑別結果

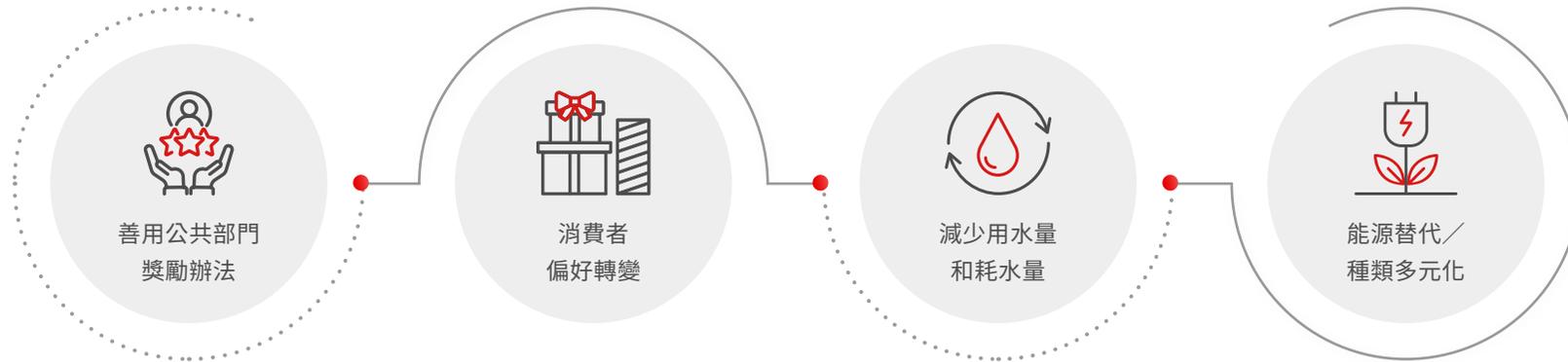
新光三越針對市場、產品和服務、資源使用效率、韌性、能源來源等構面之 16 項氣候機會事件進行評估，本年度的重大性分析結果如下表所示。



2022 新光三越氣候機會重大性排序

| 排序 | 機會構面   | 機會定義            | 排序 | 機會構面   | 機會定義            |
|----|--------|-----------------|----|--------|-----------------|
| 1  | 市場     | 善用公共部門獎勵辦法      | 9  | 能源來源   | 使用低碳能源          |
| 2  | 產品和服務  | 消費者偏好轉變         | 10 | 能源來源   | 採用獎勵性政策         |
| 3  | 資源使用效率 | 減少用水量和耗水量       | 11 | 資源使用效率 | 轉用更高效率的建築物      |
| 4  | 韌性     | 能源替代／種類多元化      | 12 | 資源使用效率 | 採用更高效率的運輸方式     |
| 5  | 產品和服務  | 業務活動多元化         | 13 | 產品和服務  | 開發和／或增加低碳商品和服務  |
| 6  | 資源使用效率 | 回收再利用           | 14 | 產品和服務  | 透過研發與創新開發新產品和服務 |
| 7  | 韌性     | 參與再生能源項目並採用節能措施 | 15 | 資源使用效率 | 使用更高效率的生產和配銷流程  |
| 8  | 市場     | 進入新市場           | 16 | 能源來源   | 使用新技術           |

新光三越本次鑑別結果中，「善用公共部門獎勵辦法」、「消費者偏好轉變」、「減少用水量和耗水量」、「能源替代／種類多元化」為重大性評分相對較高之氣候機會事件，上述事件對於新光三越的潛在機會請詳下表說明。



| 機會構面   | 氣候機會事件     | 對新光三越的機會  |
|--------|------------|---|
| 市場     | 善用公共部門獎勵辦法 | 藉由參與政府機關計畫或與綠色金融機構合作，新光三越可預先超前法規佈署，獲得相關輔導資源減少轉型投入成本，並成為永續轉型示範企業 |
| 產品和服務  | 消費者偏好轉變    | 因應永續消費意識提升，新光三越可藉由提倡永續零售消費，有助於增加競爭優勢與增加收入                       |
| 資源使用效率 | 減少用水量和耗水量  | 新光三越提倡節約用水或藉由用水回收，可降低整體耗水量並減少耗水費課徵                              |
| 韌性     | 能源替代／種類多元化 | 透過強化新光三越氣候韌性經營管理，與多角化經營供應鏈，可增加市場估值，並降供應鏈因氣候風險所造成的營運中斷           |

## 氣候風險管理

新光三越之氣候相關風險與機會管理，由董事長、總經理及高階經營主管負責，檢視組織氣候變遷相關具體作為。

### 1.2.3 綠色營運與商場

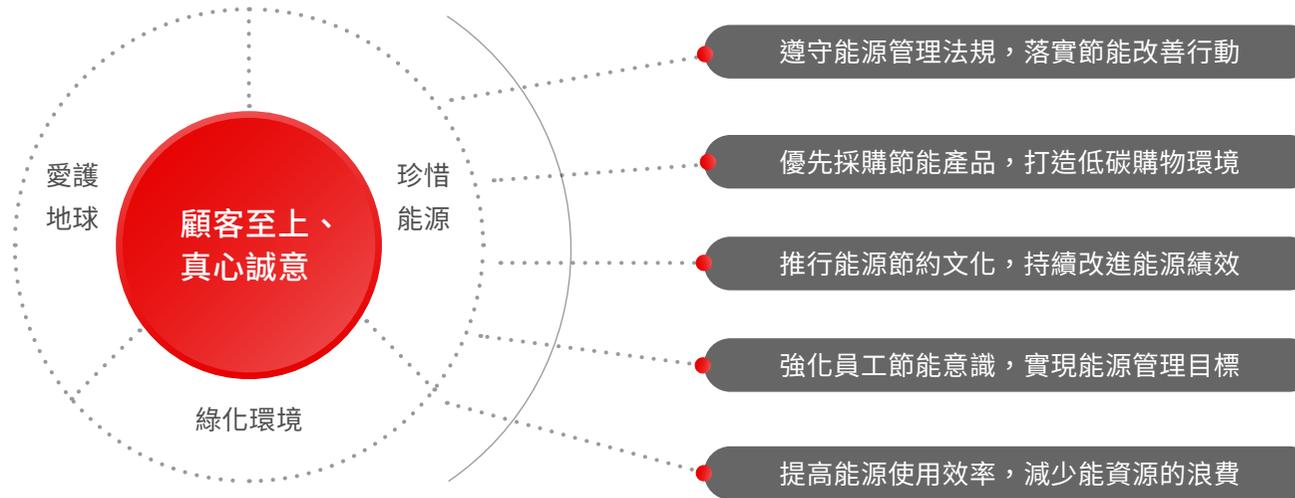
#### 綠色營運推動

新光三越持續朝節能減碳努力，已於 2022 年導入 ISO 50001 能源管理系統，並積極規劃將國際標準架構推行至全台各店實施；為強化溫室氣體管理，我們預計於 2023 年導入 ISO 14064 溫室氣體盤查，將率先導入總公司與台北信義新天地 A4，並陸續推行至全台各分店；於 2024 年，新光三越預計再導入 ISO 14001 環境管理系統。在綠色營運治理架構上，新光三越現設有由總經理領導之能源管理推動小組，未來將進一步調整組織架構並設立環境管理相關組織。

• 能源管理推動小組



我們於 2022 年 12 月對內公告《能源政策》，此政策秉持著「顧客至上、真心誠意」的經營理念，並承諾五大事項：



新光三越分析出百貨業最大之用電設備為空調系統，第二為照明系統，第三為載客設施，如手扶梯、電梯等，並根據這些面向著手進行能源管理，以最節約的能源消耗提供消費者舒適服務體驗。

在執行層面，由各分公司店舖管理職能轄下的總務與工務單位進行廢棄物、汙廢水、廢氣排放等環境管理相關作業，我們的每個分店皆配有一位能源管理員，定期與管理階層召開會議討論節能減碳之推動成效，並於採購要求中設有採購設備之能源效率，購買能源效率較高之能源設備。

### 新光三越 2022 年主要之綠色營運推動項目

#### LED節能燈具

- 自2013年起逐步汰換照明設備為LED節能燈具，目前全店之後場皆已汰換為LED照明
- 2022年共汰換3,581盞，年度節約562千度

#### 改善空調設備

- 台中中港店、台南西門店於空調箱馬達加裝變頻器，共計96台，年度節約1,176千度
- 台北天母店更新冷卻水塔散熱鰭片，年度節約120千度
- 為達節能並維持室溫26度之目標，持續檢討空調設備改善方向及使用管理

#### 綠色停車場

規劃綠色停車場專案，包含提升APP繳費並規劃減少繳費機設置、規劃設置充電樁、持續汰換LED照明等項目

## 溫室氣體排放減量作為

新光三越持續朝向減少溫室氣體排放量而努力，自 2015 年~2022 年我們做了各項照明系統、空調系統改善；空調主機調控及用電行為管理；另有載客設施、冷凍冷藏設備修繕及更新。

八年來，累計減少 30,000 公噸二氧化碳當量，約為地球種下 250 萬棵樹，相當於 77 座大安森林公園的吸碳量。此外，我們制定了溫室氣體減量策略，訂定自 2023 年起，每年減量 1.5% 二氧化碳當量的目標。

新光三越近三年溫室氣體排放量

| 年份    | 直接排放     |       | 能源間接排放     | 合計         |
|-------|----------|-------|------------|------------|
|       | 固定排放     | 移動排放  |            |            |
| 2020年 | 7,977.60 | 61.97 | 142,914.28 | 150,953.85 |
| 2021年 | 6,877.14 | 47.34 | 131,980.80 | 138,905.28 |
| 2022年 | 7,103.48 | 45.43 | 131,581.74 | 138,730.65 |

註 1：單位為公噸 CO2e/ 年。

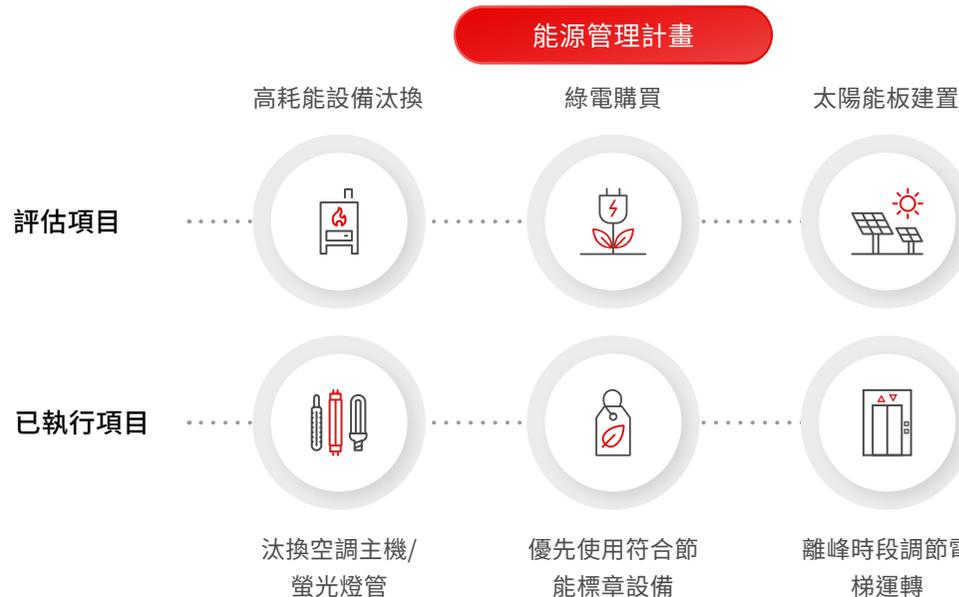
註 2：2020 至 2022 年之數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店，未涵蓋子公司及關聯事業。

註 3：排放係數：選用行政院環境保護署國家溫室氣體登錄平台「溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版」及經濟部能源局公告 2022 年度電力排碳係數。

註 4：逸散排放尚未盤查完成，預計 2024 年完成。

## 能源管理執行成效

新光三越的能源管理策略，主要以「提高能源使用效率」為目標，能源管理重點計劃包括積極評估高耗能設備的汰換計畫，並同步進行購買綠電、太陽能板建置等綠色能源相關評估。目前已執行之項目涵蓋：逐步汰換空調主機、逐步汰換螢光燈管 (2022 年合計汰換 3,581 盞)、推動全店電器設備設置優先使用符合節能標章設備、與配合各店人流量研擬載客設施合理使用時間，於離峰時段調節電梯運轉數量等。



### 新光三越近三年能源耗用量

| 新光三越能源耗用量       |    |               | 2020 年                  | 2021 年                  | 2022 年                  |
|-----------------|----|---------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 能源種類            | 單位 |               |                         |                         |                         |
| 非再生燃料           | 柴油 | 公升            | 5,517                   | 3,092                   | 1,035                   |
|                 | 汽油 | 公升            | 20,092                  | 16,630                  | 18,120                  |
| 外購電力            | 電力 | 度             | 284,689,805             | 259,294,711             | 265,821,694             |
| 自產電力銷售          |    | 度             | 0                       | 0                       | 0                       |
| 組織能源耗用量         |    | GJ            | 537,321                 | 489,324                 | 500,858                 |
| 能源採用外購電力佔總耗電百分比 |    | %             | 100                     | 100                     | 100                     |
| 樓地板面積           |    | 平方公尺          | 1,175,697               | 1,175,697               | 1,175,697               |
| 能源密集度           |    | 內部能源總用量/樓地板面積 | 537,321/1,175,697=0.457 | 489,324/1,175,697=0.416 | 500,858/1,175,697=0.426 |

註 1：數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店，未涵蓋子公司及關聯事業。

註 2：組織能源耗用量 = 非再生燃料 + 外購電力 - 自產綠色電力出售。

註 3：公升汽油 = 7,800kcal、1 公升柴油 = 8,400kcal、1 度電 = 860kcal、1kcal = 4,184J，資料來源：經濟部能源局。

註 4：GJ（十億焦耳）= 109J（焦耳）

新光三越設有「用電安全匯流排管理辦法」及電力設備安全管理五年計畫，確保電力提供之安全與穩定性，提供消費者安全舒心的場域。

2022 年低壓過載保護斷路器 (ACB) 安全檢查第一階段，檢查項目為過載保護斷電功能測試、隔離開關功能測試、負載啟斷開關功能測試、消弧、未消弧功能確認、操作訊號功能確認、主體外觀檢視。已完成台北信義新天地 A11/ 台北南西店 / 台北站前店 / 桃園大有店 / 台南中山店。

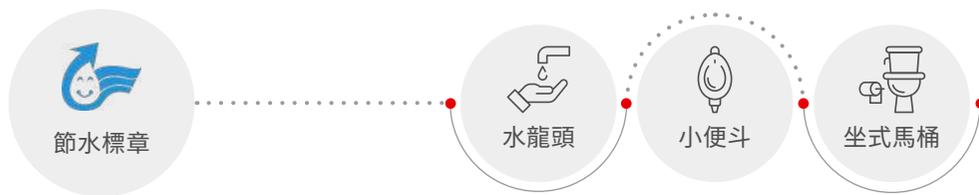
### 2022 至 2025 年電力設備安全管理計劃

| 2022                              | 2023                              | 2024                              | 2025~2027                 |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| 低壓過載保護斷路器(ACB)安全檢查第一階段<br>範圍：6家分店 | 低壓過載保護斷路器(ACB)安全檢查第二階段<br>範圍：5家分店 | 低壓過載保護斷路器(ACB)安全檢查第三階段<br>範圍：4家分店 | 高壓變壓器安全檢查<br>範圍：第一階段-5間分店 |

### 用水量管理執行成效

因氣候變遷，台灣極端降雨情形日趨嚴重，百貨業雖非大量用水之產業，但也深受影響，近幾年國內百貨業者數次面臨限水危機時，新光三越除了立即採取緊急應變措施，也再次意識到水資源的重要性。

新光三越落實水資源管理，為提升水資源使用效益，全面檢視並安裝節水裝置，水龍頭、小便斗、坐式馬桶等各項用水設備優先採購節水標章商品，並加強全體員工共同參與節水行動，汙廢水亦依法處理後排放至縣市地下水道系統。



### 新光三越近三年用水量

| 自來水用水量 | 單位   | 2020 年   | 2021 年   | 2022 年   |
|--------|------|----------|----------|----------|
| 全台用水量  | 百萬公升 | 2,631.14 | 2,114.94 | 2,320.82 |

註 1：數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店，未涵蓋子公司及關聯事業。

註 2：新光三越取水種類為自來水，取水來源包含翡翠水庫、石門水庫、鯉魚潭水庫、仁義潭水庫、蘭潭水庫、曾文水庫、南化水庫、烏山頭水庫、澄清湖水庫與鳳山水庫，並源自北勢溪、南勢溪、大漢溪、大甲溪、八掌溪、曾文溪、高屏溪、東港溪等河川流域；另，放流區域為公共物下水道系統。

註 3：2021 年因新冠疫情影響，於 5 月中旬至 7 月下旬期間減少營業時間及用水量，2022 年則未因疫情減少營業時間，故用水量較 2021 年度增加。

除了節水措施，新光三越也針對汙廢水擬定相關流程，在百貨買場內所產生的廢水，經攔渣、截油處理後，會排放至縣市地下水道系統，因營業產生之汗水則會排放至縣市地下水道系統。

## 廢棄物管理執行成效

百貨行業之主要廢棄物為生活垃圾和廚餘兩大類別，並無有害廢棄物產生，新光三越依法委託合格廠商進行廢棄物處理及廚餘回收，並依法進行事業廢棄物申報、落實垃圾分類執行、追蹤廢棄物流向，並加強規範美食街和餐廳的廚餘處理。

針對一般廢棄物，如生活垃圾，我們委託合格清潔公司以焚化處理；資源回收依鐵鋁罐、玻璃瓶、紙類、寶特瓶等類別分類，委託合格回收公司進行回收；廚餘則由合格畜牧場回收，用以飼養、堆肥或焚化處理。



為有效防止廢氣逸散造成環境汙染，新光三越百貨的建物皆設有水洗機、靜電處理機等設備，並於 2021 年頒布《廚房防污設備設置及清理辦法》，規範餐飲專櫃須依該辦法設置防污設施及管理清潔設備。2022 年上半年清洗餐廳、美食街共 305 櫃，排油煙管長度達 10,600 公尺、93 台水洗機、23 台靜電除油煙機，另更換 150 支軟管。為加強廚房安全，規範重油汙專櫃每季增加清洗排油煙管，計專櫃 90 櫃、排油煙管長度 1,100 公尺、更換軟管 30 支。

新光三越亦響應政府政令宣導及規範，包含不再提供一次性塑膠吸管、與百貨內各家餐飲品牌攜手減塑，提供自備環保餐具優惠之活動等具體作為，號召民眾當「食尚不塑之客」。



### 新光三越近三年廢棄物耗用量

| 廢棄物類型   | 單位 | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 |
|---|----|--------|--------|--------|
|  生活垃圾  | 噸  | 8,459  | 7,470  | 7,551  |
|  資源回收  | 噸  | 2,259  | 1,936  | 2,421  |
|  廚餘    | 噸  | 1,687  | 1,858  | 2,464  |
|  總廢棄物量 | 噸  | 12,405 | 11,264 | 12,436 |

註 1：資源回收之種類：紙類、玻璃瓶、寶特瓶、鐵鋁罐，不含廚餘。

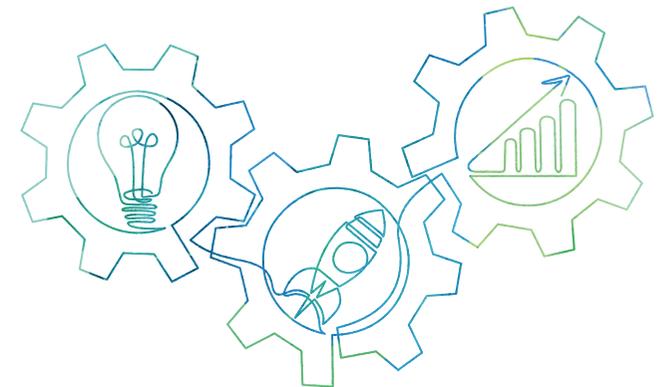
註 2：數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店，未涵蓋子公司及關聯事業。

註 3：2021 年因新冠疫情影響，於 5 月中旬至 7 月下旬期間減少營業時間及總廢棄物量，2022 年則未因疫情減少營業時間，故總廢棄物量較 2021 年度增加。

### 未來規劃與展望

新光三越將持續導入 ISO 50001、ISO 14064、ISO 14001 等國際認證並擴大其應用範圍，以系統管理架構落實能源管理、溫室氣體盤查及環境管理至全台各分店。

此外，透過能源盤查用電設備，新光三越將針對高耗能設備提出汰換計畫，並編列年度預算進行汰換；我們亦將積極評估綠電購買、太陽能板建置、空調節能設備改善、綠色停車場及更新 LED 照明等重要規畫項目。



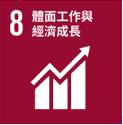


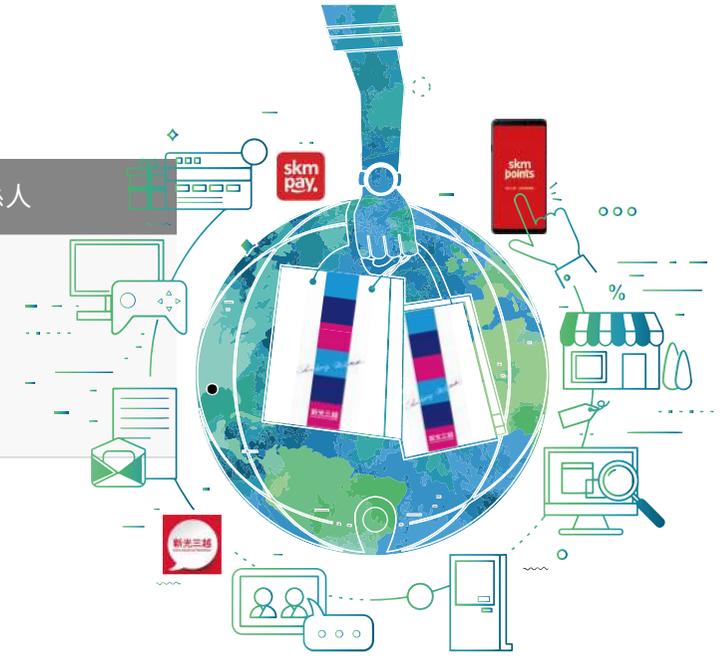
## Chapter 02

# 智能客戶體驗 Intelligent Experience

新光三越運用數位創新科技，與顧客攜手前行，不僅提供最貼心便利的服務，也透過不斷精進的資通訊技術，打造可信賴的資訊安全防護，創造令人安心的消費環境與長期穩固的夥伴關係。

## 第二章 · 智能客戶體驗

|   | 對應SDGs   | 相關利害關係人  |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>數位創新服務</li> <li>顧客關係經營</li> <li>資訊安全與隱私保護</li> </ul> |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客</li> <li>員工</li> </ul> |



### 永續亮點



#### 升級數位體驗

7成會員持有會員點數，每年最高發出6億點效益，帶動點數經濟。2022年新會員綁定skm pay比率由40%提升至近98%。



#### 服務業金牌獎

獲得2022年工商時報「臺灣服務業大評鑑」**金牌獎**。



#### ISO 10002第7年

首家通過「ISO 10002 客戶抱怨處理管理系統」國際驗證的百貨零售業者，已導入第7年。經新光三越對顧客服務之精進與改善，2022年顧客抱怨件數較2021年減少23.6%。



#### 雲端安全A+

資安檢測品牌 Cymetrics 發表之《台灣百貨業資安曝險調查報告》之雲端安全項目獲評為A+。



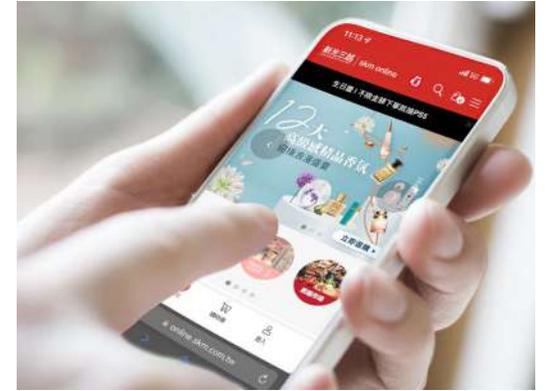
#### 導入ISO 27701

2022年起導入ISO 27701個人資料隱私資訊管理系統進行準備作業，並計畫於2023年申請ISO 27701之認證。

## 2.1 數位客戶體驗

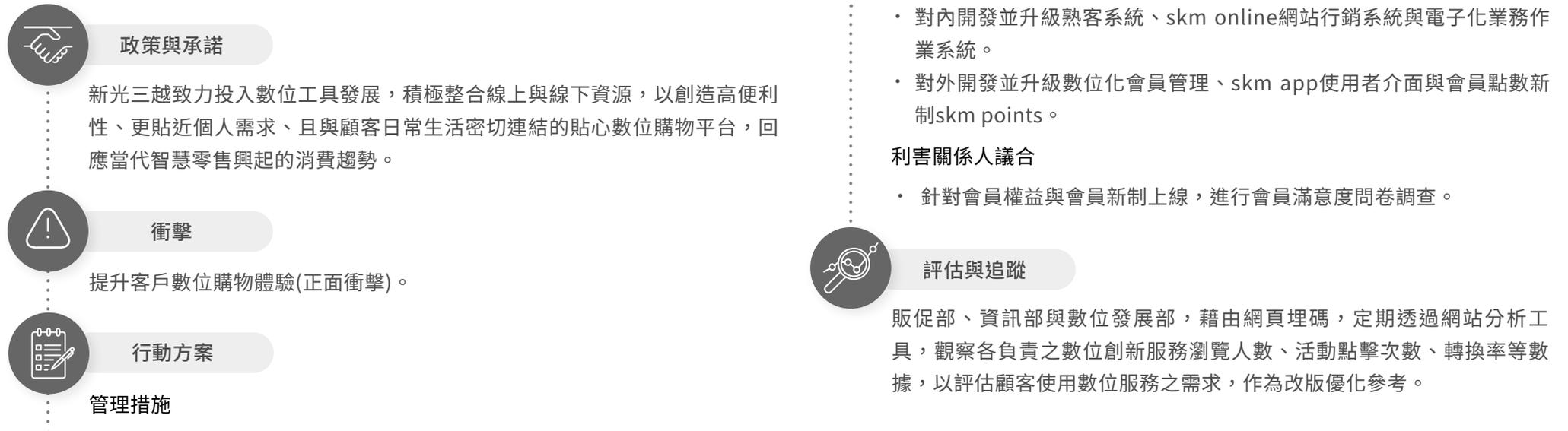
手機、平板、筆電……在人手「多機」的時代，新光三越不只希望提供能讓顧客放鬆購物的安心商場，也致力透過數位網絡科技整合線上與線下資源、發展多元行銷工具、提供 APP 時尚導覽、網站購物等數位服務，為顧客創造高便利性、更貼近個人需求、強化與客戶生活連結的貼心數位購物平台，讓顧客隨時隨地都能享有優質的消費體驗。

為了達成這項目標，新光三越自 2019 年即開始投入數位轉型，秉持增進服務客戶品質之精神，由資訊部、電子商務部、數位發展部與顧客服務部等部門，跨部門合作推展各項專案，包含開發與優化電商平台 skm online、行動支付 skm pay、skm app、線上智能客服聊天機器人等，以提升客戶滿意度。進而增加客戶對新光三越品牌的信賴與認同，實現長久良好的顧客關係。

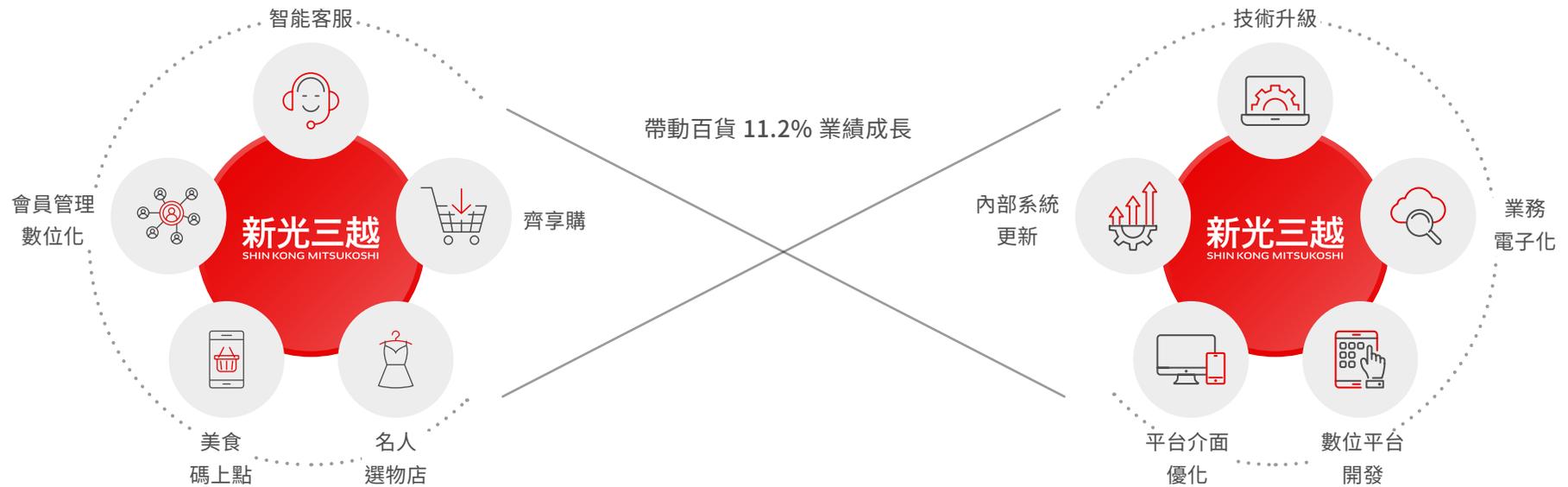


### 2.1.1 數位轉型投入

#### 管理方針



消費者的喜好與購物行為越來越多元，為了確實掌握顧客的需求，且提升服務人員即時應對的效率，新光三越致力投入數位轉型，2022年新光三越推出「會員管理數位化、智能客服、齊享購、名人選物店、美食碼上點」等五大數位服務，此外亦進行各項內部系統更新、技術升級、業務電子化、數位平台開發、平台介面優化，不僅確實增加APP與網站數位購物平台轉換率與不重複訪客數量，也獲得平台管理同仁的正面回饋，從消費者與百貨員工雙向都加深服務深度。2022年新光三越營收持續創下新高，數位轉型功不可沒，正向帶動全百貨業績 11.2% 成長。



## 管理系統再進化 - 創造優質深度會員服務

### • 亮點一：熟客系統升級

因應疫情造成顧客消費行為改變，2020年2月僅耗時11天便開發並推出熟客系統，熟客系統可幫助專櫃人員主動了解消費者需求，掌握消費者的喜好、風格後，專櫃人員即可利用系統開闢商城，讓顧客直接從中點選連結下單，省去搶購商品的時間；同時專櫃人員亦可透過系統，從線上給予消費者購物諮詢和合適商品建議，成為顧客專屬的時尚諮詢專家，適時推薦符合消費者需求的產品及服務，打造「比消費者更了解消費者」的嶄新購物模式，更大大減少為顧客留貨最後卻賣不出去窘境。對品牌而言，消費者使用熟客系統結帳，則讓品牌得以即時更新現金流。



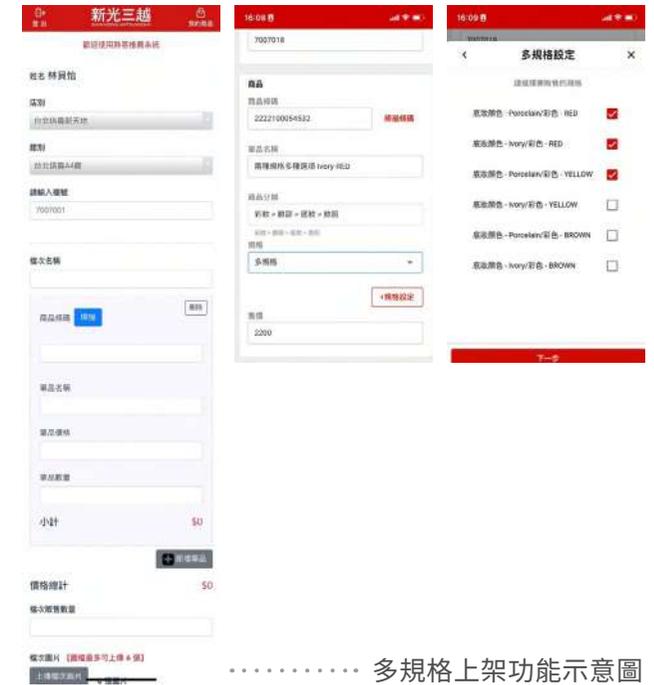
熟客系統上線迄今將近三年，每位專櫃人員都有個人商城，透過專櫃社群影響還能邀請越來越多民眾加入，且系統更是不斷優化、開發新功能。例如 2022 年，熟客系統新增多規格上架、優化商品購買檔次等調整後，使專櫃人員得簡化具不同規格商品之上架流程，於同時間提供顧客便利又多元的商品選擇機制，建立更具差異化的服務。2022 年熟客系統創造的業績超過 11 億元。



新增多規格上架、優化商品購買檔次



2022年熟客系統創造的業績超過11億



..... 多規格上架功能示意圖

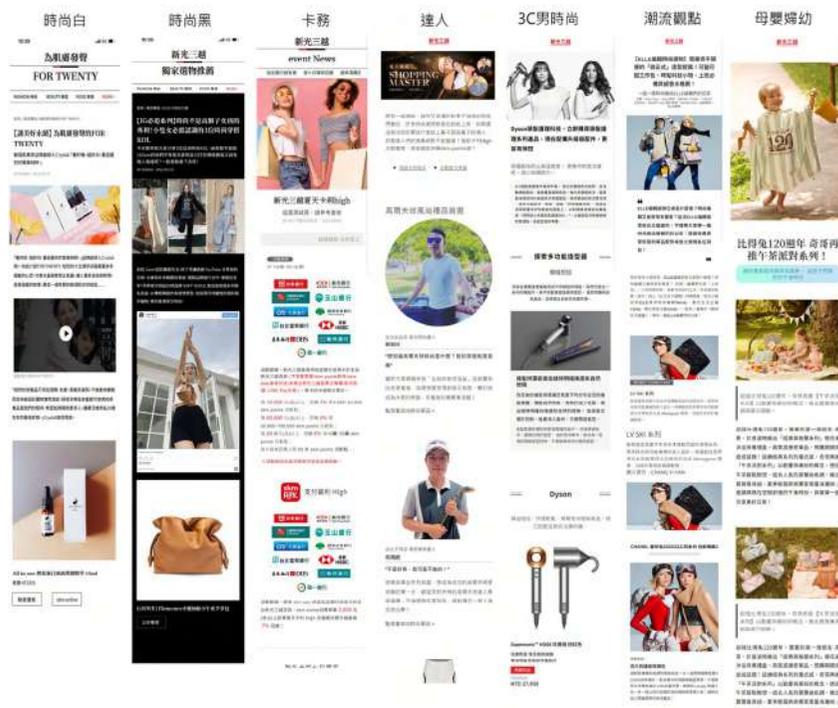
| 項目        | 功能   | 效益  | 量化成果  |
|-----------|--|---|---|
| 新增多規格上架功能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>簡化專櫃上架同商品不同款式的流程，且顧客可直接選擇款式進行購買。適用有款式選擇需求(尺寸/顏色/材質)的商品，包括服飾、化妝品、家電、名品(包、鞋)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>提升專櫃人員上架多樣化商品的效率</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>高達96%專櫃人員使用熟客系統</li> <li>2022年熟客系統業績超越11億元，交易筆數達4萬筆以上</li> </ul> |
| 優化商品購買檔次  | <ul style="list-style-type: none"> <li>新增原價呈現，強化凸顯優惠價格</li> <li>新增商品之圖文介紹（最多可3張）</li> <li>可單獨啟用特定取貨方式(到店/宅配)</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>協助專櫃人員透過強化價格視覺與圖文排版，吸引消費者目光</li> <li>方便專櫃人員依照不同消費者的需求啟用不同取貨方式</li> </ul> |   |

• 亮點二：skm online 網站及官網行銷工具大躍進

skm online 前身是新光三越原有的美妝電商 Beauty Stage，當 2021 年全台灣對新冠疫情全面爆發，實體銷售受到嚴重影響時，新光三越決定大膽突破，耗時僅 14 天將原有的 Beauty Stage 升級為 skm online，品項數從 2 萬增至 8 萬以上，成功在逆境中帶動業績成長，系統上線半年業績比轉型前成長 7 倍。

然而新光三越統計 skm online 自 2022 年 1 月至 4 月，轉換率只有 0.73%，代表顧客在站上無法找到喜歡的商品而導致整體轉換率偏低。隨著行動上網的比率越來越高，顧客在更小的手機螢幕中可被傳達的訊息有限，結合科技精準投放廣告已成行銷顯學，根據 Meta 發表「2022 年台灣市場洞察報告」顯示，53% 的消費者都希望有個人化推薦的購物；希望獲得個人化促銷與推廣活動的消費者亦有 54%。因此新光三越積極找尋市場上成熟的 Martech 技術，期望導入個人化廣告推薦系統來提升顧客體驗及全站的轉換率。

此外，新光三越還在官網上推出「名人選物店」的功能，在百貨線上平台透過各領域 KOL(Key Opinion Leader，意見領袖)的選物、帶貨，將名人帶貨風潮吹進百貨業，為官網導入更多使用者流量。各項行銷工具與官網功能改版後，共創造 2022 年官網不重複訪客總數 10,506,270 次，對比 2021 年同期成長 4.28%。



| 項目                   | 功能   | 效益  | 量化成果   |
|----------------------|--|---|--|
| SKM online 個人化廣告推薦系統 | <ul style="list-style-type: none"> <li>針對用戶個人站上的瀏覽行為、購物行為、新舊客身分以及推測可能偏好以不同型式，投其所好推薦適合的商品或活動</li> <li>導入智能推薦，以skm online網站商品/銷售大數據，提供包括最新到貨、熱銷商品、同類型相似商品推薦</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>藉由提供顧客更符合個人需求的商品或活動組合，具體改善顧客的逛店體驗，並達成提升全站轉換率效果</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>全站轉換率由0.73%提升至1.13%(成長55%)*</li> <li>平均客單價由\$6,016提升至\$12,945(成長115%)*</li> </ul>   |
| 官網推出策展公版             | <ul style="list-style-type: none"> <li>讓各分店員工可使用各種不同功能的策展公版，因應當季活動或商品迅速調整網頁，簡單產出有品質的行銷內容</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>降低官網網頁製作編排的技術門檻</li> <li>減少各分店員工製作官網策展頁面時間，提升員工工作效率</li> <li>目前策展公版模組已推出7種版型、模組6大類型，共36款功能（含圖片、商品、文章、社群、抽獎或活動清單等）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>將官網頁面平均製作時間從5個工作天降至2.5個工作天</li> <li>總公司與分店共產出918篇</li> <li>於2022年7到11月調查26位分店與總公司同仁使用回饋，整體滿意度為3.69(非常滿意5~不滿意1)</li> <li>超過六成滿意，反饋為簡單、不跑版、漂亮時尚、變化性高，期待包括增加扣點模組、編輯功能更多</li> </ul> |
| 名人選物店                | <ul style="list-style-type: none"> <li>於新光三越官網開設SKM Media專屬網頁與各領域KOL的合作，推出名人選物、帶貨，並同步將內容上線於新光三越各線上平台(含App和skm online)</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>提升新光三越品牌時尚形象，並替官網帶入新流量</li> <li>提供顧客生活靈感及趨勢</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022時尚選物店共操作12檔活動</li> <li>合計替官網帶入使用者15.3萬人次，瀏覽數22.9萬</li> </ul>  |

(\*：對比區間 2022 年 1 月 1 日 ~2022 年 5 月 15 日 vs 2022 年 5 月 16 日 ~2022 年 12 月 31 日)

### • 亮點三：電子化業務系統

在各大零售通路陸續數位轉型下，智慧零售風潮盛起，因應市場變化，除了優化既有 B2C 數位平台以外，新光三越也陸續開發電子化的業務系統，應用於原人工紙本作業上，既能減少紙資源耗用，大幅提升組織內部工作效率，也能降低人工出錯率，促進內部管理溝通，從而提供客戶更具品質的服務。

| 項目                | 功能   | 效益  | 量化成果  |
|-------------------|--|---|---|
| 雲端 POS<br>整併悠遊卡功能 | <ul style="list-style-type: none"> <li>在商場餐廳、美食街、食品櫃、超市使用的雲端POS系統中整併悠遊卡功能</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>強化雲端POS系統多元支付功能</li> <li>簡化服務人員系統操作流程</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022年8月底完成全台各分店餐廳、食品櫃位與超市，悠遊卡功能導入</li> <li>截至2022年12月底為止，共創造悠遊卡交易近82萬筆</li> </ul>            |
| 開發商品貨態系統          | <ul style="list-style-type: none"> <li>開發自有「商品貨態系統」功能包含：               <ol style="list-style-type: none"> <li>預購訂單電子化作業</li> <li>可連結POS系統</li> <li>商品、供應商管理</li> <li>顧客訂單處理</li> <li>貨態狀況追蹤</li> </ol> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>提高員工管理成效，即時又彈性的貨態管理可對應更多變的零售銷售趨勢</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>使用自有商品貨態系統，一年約可減少使用2.5萬張紙</li> <li>自2022年4月底全台各分店啟用該系統至12月底為止，累計處理禮品手冊業務訂單超過3.5萬筆</li> </ul> |
| 預算系統電子化           | <ul style="list-style-type: none"> <li>將預算系統管理流程標準化，並加入預算值與實際值比較，加強系統預算控管功能</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>將眾多預算編列表格，上傳資料庫儲存統一管理</li> <li>降低人工作業流程、耗時與人力</li> <li>透過系統自動提示檢查減少錯誤</li> <li>統一各分店系統為單一版本，便於管理</li> <li>提高多項目預算檢核作業效率</li> </ul> | -   |
| 無紙化辦公             | <ul style="list-style-type: none"> <li>透過以下工具促進新光三越邁向無紙化辦公：               <ol style="list-style-type: none"> <li>BPM表單電子簽核</li> <li>電子公文</li> <li>發展行動化員工作業平台</li> </ol> </li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>減少紙張耗用，強化企業永續運作</li> <li>改善作業流程提升作業便利性</li> <li>導入行動裝置辦公，減少設備採購</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2014至2022年BPM電子表單累計簽核超過66萬張</li> <li>電子公文累計簽核超過1萬份</li> <li>員工作業平台累計使用近43萬次</li> </ul>       |

## 創新數位購物旅程

### • 亮點一：會員管理數位化

過去會員卡申請以員工在實體商場的宣傳、紙本作業辦理為主，如今在 APP 上增加申請會員卡的入口，既符合現代數位化趨勢、降低疫情傳染風險，也盼能藉此增加無紙化作業，並釋出更多人力資源可投注在其他核心業務上。此外會員卡全面改以 APP 替代，自 2022 年 7 月 20 日起起不再發放實體卡，省去消費者隨身攜帶多卡的困擾，兼顧減少資源浪費與碳排放。



| 項目                   | 功能  | 效益  | 量化成果   |
|----------------------|---|---|--|
| 新增 skm app 線上申請會員卡入口 | <ul style="list-style-type: none"> <li>新增身分證+手機第三方認證，及視訊認證，兩種驗證方式，APP會員線上消費達門檻可點選【立即申辦】在線上就能進行身分認證完成申辦</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>簡化會員卡申辦流程，促進顧客直接在線上申請後綁定會員卡</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>自2022年7月上線後，全年共申辦79,136人，累計發行近8萬張數位貴賓卡，APP綁定率98%</li> <li>2022年新增APP綁定會員卡人數超過26萬人</li> <li>累積綁定人數佔全體會員數的68.5%</li> <li>截至2022年底減少卡片印製成本約3,626,338元</li> </ul> |
| 停發實體會員卡，推動會員卡 APP 化  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022年起停發實體會員卡，改以APP發放會員卡，並持續推廣持實體卡會員於APP上綁定會員卡</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>停發實體會員卡以促進顧客直接在線上申請並綁定會員卡</li> <li>減少卡片印製成本</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>自2022年7月上線後，全年共申辦79,136人，累計發行近8萬張數位貴賓卡，APP綁定率98%</li> <li>2022年新增APP綁定會員卡人數超過26萬人</li> <li>累積綁定人數佔全體會員數的68.5%</li> <li>截至2022年底減少卡片印製成本約3,626,338元</li> </ul> |
| 整合所有非正式數位會員為「橘卡會員」   | <ul style="list-style-type: none"> <li>非持有新光三越會員卡的顧客，只要下載APP即可免費成為橘卡會員，並統一以手機實行類實名制認證</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>讓會員管理更便利</li> <li>提升會員跨平台體驗度</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022年度共累積33.7萬名橘卡會員</li> </ul>  |

• 亮點二：skm app 使用者介面優化

新光三越注重創新服務與個人化體驗，所開發的 skm app 提供會員可隨時快速查看百貨活動與會員權益、流行商品立即購買、美食地圖 skm eats 餐廳瀏覽、事先瀏覽停車位等功能。2022 年新光三越以提高會員黏著度為出發點，進行 APP 介面的優化與調整，希望透過 APP 介面優化提升顧客的消費、瀏覽體驗，讓顧客能更快速找到想要的功能或活動，整體使用上變得更直覺，從而提高訂單轉換率。



APP 首頁改版前（左）與 APP 首頁改版後（右）

| 項目       | 功能  | 效益   | 量化成果   |
|----------|---|--|--|
| APP 首頁改版 | <ul style="list-style-type: none"> <li>使用者介面優化，包含：                             <ol style="list-style-type: none"> <li>依照顧客綁定skm pay自動切換合適圖示</li> <li>調整版面讓主視覺更搶眼</li> <li>提供購物車入口</li> <li>重要活動彈入口</li> <li>分店資訊捷徑</li> <li>依主題分類和日期呈現活動資訊</li> </ol> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>提升顧客擁有良好的APP使用者體驗</li> <li>提供各項功能點擊入口方便消費者找尋</li> <li>會員權益訊息更簡潔，一目瞭然</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>首頁新增重要活動icon作為點擊入口，2022年重要活動增加126萬點擊</li> </ul> |
| 優惠券與訂單整合 | <ul style="list-style-type: none"> <li>合併訂單與優惠券領取入口於同一頁面</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>調整前訂單與優惠券入口分開，許多消費者漏領優惠券，調整後使顧客在查詢訂單進度時，可一併看到有多少優惠券未領取</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022年熟客系統業績超越 11 億，交易筆數超過4萬筆</li> </ul>         |

### • 亮點三：skm points 會員點數新登場

skm points 的前身是新光三越的會員點數，自 2016 年首度推出，5 年來共創造近 7 成會員持有會員點數，每年最高發出 6 億點等效益。然而考量為提升會員兌點率、放大顧客手中點數價值，耗時 1 年，新光三越決定推出 skm points 會員點數新制。對比過往舊制的會員點數，skm points 會員點數新制上線後，放大會員手中所持有的點數，發出點數年增 12 倍，超過 50% 以上會員擁有點數；點數專區的多元化策展，可以讓會員依自己的喜好來兌換商品或參與抽獎，帶動會員回店使用點數的人數較去年增加 17.9 萬人，成長了 6 成。

更重要的是，skm points 會員點數新制能強化會員對於品牌的忠誠黏著度，創造「給予客人點數→客人兌換使用點數」的點數循環經濟。整年度點數回流率大於 9 成，遠超過以往的 7 成。新光三越更於 2022 年周年慶首度以點數發放滿額贈，當年度點數專區商品對比去年增加 3,702 個商品，共上架超過 10 萬項點數商品，點擊次數成長 64.5 萬，相比 2021 年成長 91%。

此外，skm points 會員點數新制上路後，除了品牌會員禮品外，還開始納入公益認購活動(詳情請見 3.3.1 社會共好參與)，讓會員可直接透過點數兌換物資捐給非營利組織並轉送所關注的弱勢群體。未來新光三越將持續尋求不同合作方式，打造點數生態圈，並開展更多公益專案，讓會員不只利用直接捐款送愛心，也有機會利用點數兌換加上金額換購公益品項，間接捐款或貢獻物資給需要的非營利組織。



點數兌換物資



點數兌換加上金額換購公益品項



• 亮點四：虛實整合打造全方位購物體驗

新光三越為建構線上線下舒適購物圈，持續佈局數位功能，於 2022 年一舉在 APP 上推出齊享購、美食碼上點等功能，保持顧客的購物饗宴線上線下不間斷。其中齊享購打破既有團購主揪粉絲團購的模式，顧客只要註冊成為會員完成登記，就能以優惠價格買到百貨專櫃商品；「美食碼上點」則讓顧客在午晚餐的熱門用餐時段，顧客掃描座位區或專櫃排隊區 QRcode 進行線上點餐，待餐廳完成餐點後，發送通知再到櫃前付款、取餐，有效節省顧客排隊時間。



| 項目    | 功能   | 效益  | 量化成果   |
|-------|--|---|--|
| 齊享購   | <ul style="list-style-type: none"> <li>百貨專櫃品牌搭配團購登記工具，加入會員完成登記，登記人數達指定門檻，即可解鎖獨家優惠</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>用多人促銷團購的方式，提升各項商品銷售量，也令顧客獲得更優惠的價格</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>上線半年，累積36檔團購操作活動</li> <li>共計帶入瀏覽數37.2萬，並創造305.7萬元業績</li> <li>參與過的會員中，有67%提升APP使用頻次</li> </ul> |
| 美食碼上點 | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客掃描座位區或專櫃排隊區QRcode進行線上點餐，待餐廳完成餐點後，發送通知再到櫃前付款、取餐</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>節省顧客排隊時間，避免美食街走道排隊佔用發生擦撞意外</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>午晚間用餐熱門時段，使用碼上點顧客，排隊時間從平均5分鐘縮短為0分鐘</li> </ul>   |

## 2.1.2 顧客關係經營

### 管理方針



#### 政策與承諾

新光三越秉持「顧客至上，真心誠意」的原則，提供顧客多元的意見回饋管道，也建立標準化的負面意見和意外事故處理流程以滿足客戶需求，持續依據顧客意見做出改善。



#### 衝擊

優良客戶關係維繫(正面衝擊)。  
客戶申訴抱怨及爭議事件(負面衝擊)。



#### 行動方案

##### 預防與減緩

- 推出SKM智能客服，提供顧客全天候的基本問答資訊回覆。
- 導入TECS顧客意見管理系統，依據不同顧客紀錄意見反饋與個案分析。

##### 管理措施

- 導入ISO 10002客戶抱怨處理管理系統。
- 建立標準化的客訴處理系統。
- 建立顧客意外事故通報與處理流程。

#### 利害關係人議合

- 對客訴事件調查處理完畢後主動致電顧客說明處理方式和結果。
- 邀請顧客針對負面意見處理填寫滿意度問卷。



#### 評估與追蹤

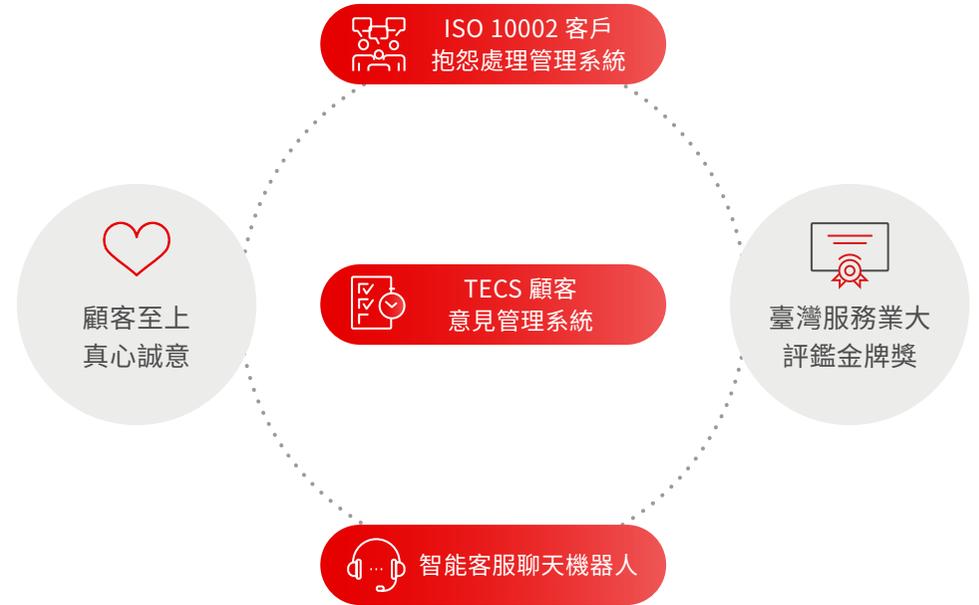
顧客服務部於每月店長會議向總經理呈報已處理和未處理客怨案件，說明處理結果和未來管理方案。

新光三越懷抱打造友善溫暖的服務環境訴求，秉持「顧客至上，真心誠意」的原則，相當重視顧客之意見回饋與蒐集，以及提升顧客對品牌形象之認可。是臺灣首家通過「ISO 10002 客戶抱怨處理管理系統」國際驗證的百貨零售業者，並逐年隨著不同版本持續更新驗證，連續 7 年皆維持 ISO 10002 客戶抱怨處理管理系統驗證有效性。2022 年除了繼續提供多元化的顧客意見回饋管道，還新增 TECS 顧客意見管理系統、智能客服聊天機器人等服務，給予顧客更即時的互動體驗；針對客戶抱怨與負面意見，新光三越不僅提供顧客多元的意見回饋管道，也建立標準化處理流程以滿足客戶需求，同時依據顧客意見做出改善。

種種精進措施使新光三越於 2022 年在工商時報舉辦的「臺灣服務業大評鑑」中取得金牌獎，同時這也是新光三越繼 2017、2018、2020、2021 年後，第五度獲頒此殊榮。

### 顧客意見回饋與客怨處理

新光三越重視所有利害關係者的意見、評論、要求，顧客意見回饋管道與客戶申訴處理流程說明如下：



新光三越顧客意見回饋管道統計

| 意見蒐集管道                       | 顧客意見主要回饋議題 |      |    |    |    | 2022 年顧客抱怨 / 回饋件數統計 |
|------------------------------|------------|------|----|----|----|---------------------|
|                              | 抱怨         | 意外事故 | 表揚 | 建議 | 諮詢 |                     |
| 0800 專線                      | ✓          | ✓    | ✓  | ✓  | ✓  | 8,532               |
| 現場各據點服務台                     | ✓          | ✓    | ✓  | ✓  | ✓  | 2,030               |
| 客戶意見回饋表                      | ✓          | ✓    | ✓  | ✓  | ✓  | 423                 |
| 官網「顧客意見回饋」專區                 | ✓          | ✓    | ✓  | ✓  | ✓  | 8,575               |
| IoT 物聯網 (Internet of Things) |            |      |    |    | ✓  | 228                 |
| 信函                           | ✓          |      |    |    | ✓  | 17                  |
| 其他                           | ✓          | ✓    | ✓  | ✓  | ✓  | 1079                |
| 2022 年顧客抱怨 / 回饋件數統計總和        |            |      |    |    |    | 20,884件             |



意見回饋管道示意圖

針對提出申訴、抱怨等負面意見回饋之顧客，新光三越顧客服務部將於接獲意見投訴後，依意見所屬業務性質派由相關權責部門啟動內部核實調查，並依照ISO 10002標準，判斷事件嚴重性後進行分級(共分成一般、中度、重度等三等級)，其中重度等級以上的案件將於6小時內對客初次處理聯繫。原則上所有案件均應於三日內盡速處理完畢，並主動向顧客回報處理進度、結果或追蹤流程，以利達成共識，最後邀請顧客針對負面意見處理進行滿意度回填。每月顧客服務部將蒐集所有已處理及未處理完畢的客怨案件，於店長會議中呈報總經理，並提出未來追蹤檢討方案。如為優良表揚事件，將會通知相關權責單位進行提報，並於該店全店朝會公開表揚。

### 顧客負面意見受理流程圖



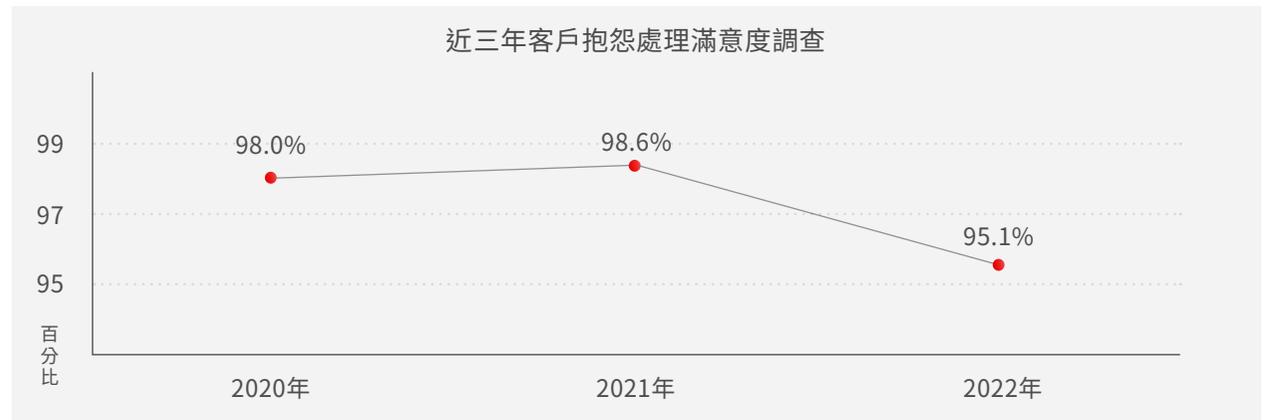
註：「統一處理單位」為顧客服務

另外，新光三越為提升顧客回填負面意見處理滿意度調查的執行率，等級為重度的客怨案件處理滿意度調查將改由人工執行；另在一般等級的對客處理結束時，亦會提醒顧客將發送滿意度調查，請顧客撥冗協助填寫。其中今年度客怨處理滿意度調查結果顯示，整體滿意度達95.1%，相較2021年微幅下降。對此已強力要求相關處理人員需以同理心、耐心仔細聆聽並了解顧客需求，安撫顧客不滿情緒，且力求積極改善處理並儘速回應，以期達到顧客滿意。

## 客戶服務亮點措施

### • 亮點一：SKM 智能客服

SKM 智能客服「新新」是新光三越自2022年7月11日導入skm online與skm app的聊天機器人服務，內建活動優惠資訊、點數兌換與累積、停車折抵等顧客常見基本問答資訊，設定自動回覆，顧客只需在聊天室視窗輸入關鍵字或點選自動推薦問答，便能及時獲得答案，服務24小時不中斷。導入智能客服前，多數基本諮詢皆需透由人工方式回覆，客服人員需耗費大量時間回答重複性問題；導入智能客服以聊天機器人設定自動回應後，不僅加速顧客獲得答案，同時間可服務的客戶量也上升，且更有效節省客服人力，使客服人員能專注於服務更深度或複雜的客訴問題。每日智能客服機器人約當3名人力，截至2022年12月31日，直接回答率提升至66.7%，識別率達94.8%。



自動回應，  
加速顧客獲得答案

服務客戶量上升，  
有效節省客服人力



## • 亮點二：TECS 顧客意見管理系統

新光三越於 2022 年 9 月導入 TECS 顧客意見管理系統，該系統可依據顧客個體記錄同一名顧客反應過的全部意見，提高客戶意見處理效率。在導入該系統前，原先所使用顧客意見管理系統屬於案件式管理，亦即單一反應意見單一成案，若需針對特定顧客反應意見進行個案分析，無法一次撈取該顧客所反應過之全部意見。導入 TECS 顧客意見管理系統後，同一名顧客的意見反應皆會記錄在其名下，只要調閱出顧客資料就能一覽無遺該名顧客反應過的所有意見，有助於新光三越釐清、追蹤同項問題改善進度，進而指派統一對客窗口，避免重複處理。

## 顧客滿意度調查與意見回饋統計

2022 年，新光三越以提升會員優質體驗為核心，陸續更新多項新措施，例如官網頁面、會員權益、skm points 會員點數新制等。未來新光三越將持續蒐集客戶意見回饋，執行滿意度調查，誠懇傾聽每位顧客的聲音，從顧客的滿意度回饋和意見申訴識別應改善之處，以虛心的態度不斷精益求精。

經新光三越對各項顧客服務之精進與改善，2022 年顧客抱怨件數為 2,789 件，較 2021 年 3,651 件減少 23.6%。未來新光三越將沿依 ISO 10002 精神與原則緊密維護顧客關係，透過顧客意見及滿意度調查回饋發現機會改善點，持續提升顧客滿意度。



## • 亮點三：ISO 10002：2018 客戶抱怨處理管理系統

新光三越早在 2015 年便導入 ISO 10002 客戶抱怨處理管理系統，並隨著認證系統改版持續更新驗證，至今已導入第 7 年，根據 ISO 10002：2018 的十四項基本指導原則蒐集、處理各項客訴事件，並遵循 ISO 10002 的指引於 2015 年完成全台 15 間分店都建置標準化的客訴處理系統。在符合 ISO 10002 原則的框架下，利用客訴處理系統蒐集並管理客戶的意見反饋。



### 近三年新光三越顧客意見回饋統計

| 年度   | 客怨件總數 | 意外事故件 | 優良件 | 建議件 | 諮詢件    | 顧客意見總數 |
|------|-------|-------|-----|-----|--------|--------|
| 2020 | 3,613 | 524   | 606 | 91  | 12,613 | 17,447 |
| 2021 | 3,651 | 432   | 587 | 84  | 24,944 | 29,698 |
| 2022 | 2,789 | 423   | 627 | 64  | 16,981 | 20,884 |

#### 顧客意外事件通報與處理

新光三越顧客服務人員隨時保持高度機動性，以應付各種突發事件，當商場內有顧客發生意外事故時，第一時間立即依「緊急傷病處理原則」進行處理，視情況提供協助或就醫，後續由新光三越顧客服務單位為對客統一窗口，進行對客慰問。對於顧客意外事件通報及處理，新光三越訂定一定的標準作業流程，各顧客服務人員皆需依規範處理，給予顧客安心安全的購物環境。

#### 五度獲頒台灣服務業大評鑑金牌獎

新光三越 30 年來始終從顧客角度出發，不斷精進服務內容，跟著消費趨勢的快速改變與時俱進，並積極面對疫情時代帶來的銷售轉變，透過快速的數位轉型，以「每個服務人員的手機就是一家百貨公司」為目標，建立虛實整合的顧問式銷售模式解決消費者的痛點。憑藉優異的服務，新光三越於 2022 年獲得工商時報主辦的「臺灣服務業大評鑑」金牌獎，同時這也是新光三越在 2017、2018、2020、2021 年後，第五度獲得金牌獎的殊榮。評鑑過程藉由神秘客深入店家進行親身消費與體驗，再經過兼具專業與公平性的國家級評鑑過程，從各業種中遴選出優質的服務企業及從業人員。



## 2.2 客戶隱私保護與資訊安全

對應 GRI 指標：418-1

### 管理方針



#### 政策與承諾

新光三越設立直屬總經理管轄之安控長一職，率安控室完成制定《資安再進步綱要》，並定期進行綱要檢視與修訂，據此落實新光三越客戶隱私保護與資訊安全維護機制。



#### 衝擊

企業與客戶資訊洩漏(負面衝擊)。



#### 行動方案

##### 預防與減緩

- 新光三越要求與資訊相關廠商合約都需新增修訂後的《保密同意書》及《資訊安全合約條文》，強化新光三越與供應商雙方針對資訊安全應盡的義務責任。
- 於2020年通過ISO 27001資訊安全管理系統驗證後，2022年啟動ISO 27701個人資料隱私資訊管理系統導入工作，並預定在2023年通過驗證，以持續強化企業與客戶資料的保護。
- 完成資安相關教育訓練2,081小時。
- 辦理電子郵件社交工程演練4次。
- 進行年度內部與外部稽核。

#### 補救措施

- 新光三越依ISO 27001資訊安全管理系統規範，訂定資訊安全事故管理程序書，制定資安事件通報程序，若遇到重大資安事故立即成立應變小組，以緊急排除資安事故問題並檢討後續改善措施，同時持續與利害關係人進行對應與溝通。
- 新光三越提供線上與線下多元的顧客意見反映管道，並建立客訴處理流程回應顧客需求。

#### 利害關係人議合

- 透過教育訓練和供應商宣導，強化資訊安全網。
- 顧客負面意見調查與處理完畢後，主動致電顧客說明結果。



#### 評估與追蹤

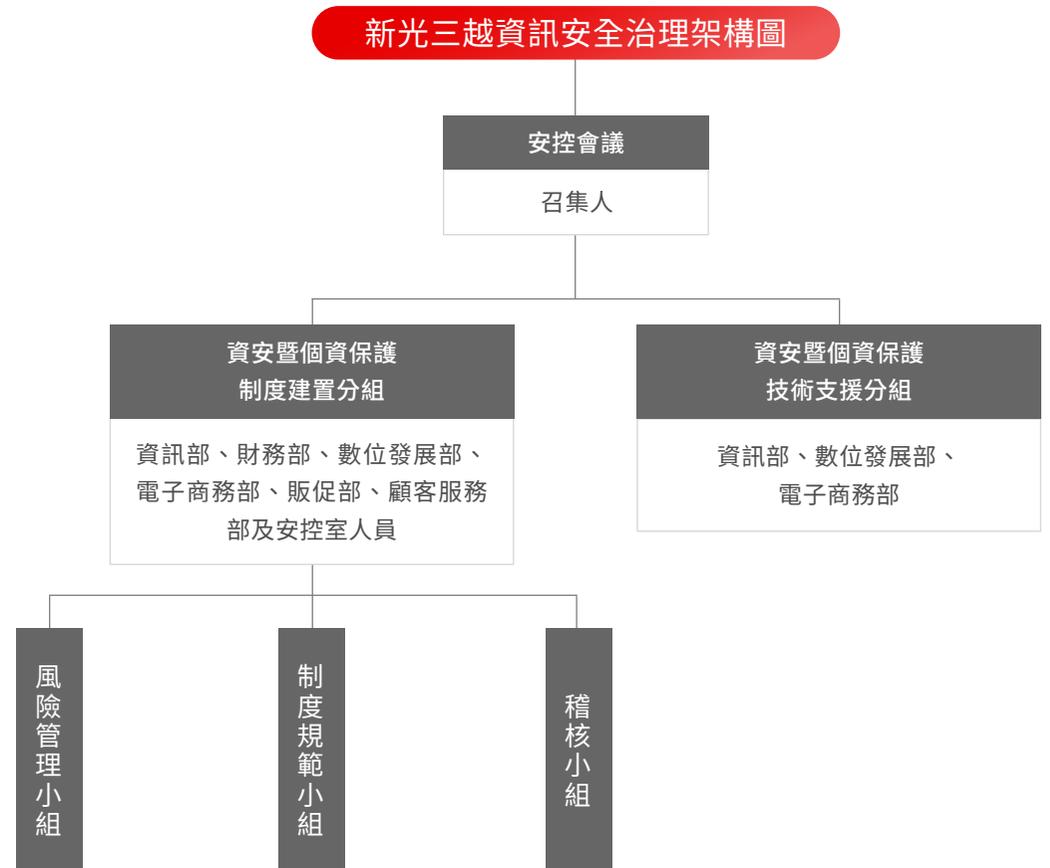
新光三越總公司每年至少召開一次資訊安全審查會議，並每月召開安控會議聽取資訊安全報告，審議資訊安全管理策略與追蹤執行績效。

客戶來源多元且數量龐大，是百貨服務業一大特性，截至 2022 年 12 月為止，新光三越已累積 300 萬名會員，巨量的顧客消費與廠商交易資料都需要被嚴密保護。隨著分店拓展與經營規模擴大，新光三越在資料的蒐集、存取和使用上，皆嚴謹恪守國內相關法規與政策，且自 2020 年起取得 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，2022 年啟動 ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統之個資盤點與先期教育訓練工作，預計 2023 年通過國際驗證。嚴密的資安防護工作令新光三越在 2022 年資安檢測品牌 Cymetrics 發表之《台灣百貨業資安曝險調查報告》中，取得雲端安全項目 A+ 評級。多年來，新光三越始終以國際標準自我要求，落實資訊安全與個人資料防護機制的建立和執行，確保公司擁有的個人資料及經營商業機密得到更妥善的保護，維護所有來往人員的隱私權益。

### 2.2.1 資訊安全維護

為促進完備組織內部安全政策，新光三越早於2018年便領先各大百貨業者，設立「安控長」一職及相關專責單位，並且預先符合金管會於2021年底發布的新版「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」之要求。安控室直屬總經理管轄，執掌整體安全政策之建議、調查與教育訓練，以完備相關各項制度，資訊安全亦涵蓋其中。由安控長擔任召集人、各單位權責主管兼任委員所召開之安控會議(安控會議內涵請參照1.2.2 風險管理)，下設資安制度建置分組及資安技術支援分組，負責處理風險管理、資安規範、危機應變及稽核相關事宜。

新光三越每月召開安控會議聽取資訊安全報告，審議資訊安全管理策略與執行績效，所促成共識與決議經簽呈總經理核定後，由各相關部門依權責執行，並於每年至少召開一次資訊安全審查會議。資訊安全管理審查會議參與部門包含安控會議成員、資安制度建置分組、資安技術支援分組等相關成員。



## 新光三越資訊安全執行單位與職責

### 統籌與決議

安控會議－負責監督管理制度系統之運作，審查與決議執行共通管理制度相關事務

| 角色                       | 業務職責  |
|--------------------------|---|
| 資安暨個資保護制度建置分組－<br>風險管理小組 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 蒐集及宣導管理制度資訊、培訓資訊安全技術</li> <li>2. 建置管理制度措施、執行安全監控</li> <li>3. 資產風險管理作業，包含資產清冊之維護、弱點與威脅調查、資產風險評估、資產風險處理計畫之擬定與進度追蹤等</li> </ol> |
| 資安暨個資保護制度建置分組－<br>制度規範小組 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 執行管理制度系統相關程序文件修訂及管制</li> <li>2. 管理制度之審查準備作業等</li> </ol>   |
| 資安暨個資保護制度建置分組－<br>稽核小組   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 規劃年度管理制度稽核作業實施計畫、「資訊安全稽核檢查表」</li> <li>2. 彙整稽核報告後提報安控會議報審查</li> </ol>  |
| 資安暨個資保護技術支援分組            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 執行本公司資安技術支援及管理制度危機應變</li> <li>2. 營運持續管理作業，包含營運衝擊分析、營運持續計畫、事件通報程序及相關演練活動等</li> </ol>   |

安控室於 2019 年 8 月 5 日完成制定新光三越《資安再進步綱要》，後每年進行綱要檢視與修訂，並據此落實新光三越資訊安全保護機制。另外，新光三越在 2021 年修訂委外安全管理程序書，要求與資訊相關廠商合約都需新增修訂後的《保密同意書》及《資訊安全合約條文》，規範新光三越與供應商雙方針對資訊安全應盡的義務責任。為了強化系統韌性與組織資訊安全防護網，2022 年新光三越持續透過更新 ISO 27001 資訊安全管理系統認證、完成資安相關教育訓練 2,367 小時、辦理電子郵件社交工程演練 4 次、進行內部與外部稽核等管理措施，降低資訊安全外洩風險。



新增修訂後的  
《保密同意書》  
及《資訊安全合  
約條文》



完成資安相關教  
育訓練2,367小時



辦理電子郵件社  
交工程演練4次



### 《資安再進步綱要》八大指引與執行

| 項次 | 指引            | 對應作法   |
|----|---------------|--|
| 1  | 導入資訊安全國際認證    | <ul style="list-style-type: none"> <li>2020年導入ISO 27001並維持證書有效</li> <li>2022年實施ISO 27701個人資料盤點教育訓練，預計2023年通過國際驗證</li> </ul>    |
| 2  | 繼續外部顧問        | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022年持續與多位產官學界的資安顧問維持長期合作關係</li> </ul>  |
| 3  | 策進公司資安政策      | <ul style="list-style-type: none"> <li>2020年總經理核定公告的資訊安全政策宣言</li> <li>2022年完成8篇專案研究報告，用以強化資安政策</li> </ul>                      |
| 4  | 確立資安風險管理的內部組織 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022年安控會議及因應ISO 27701規範增加個人資料保護管理組織</li> </ul>  |
| 5  | 研訂資安事件應變處理要則  | <ul style="list-style-type: none"> <li>新光三越重大資安暨個資事故通報與應變作業流程及因應ISO 27701規範增加個人資料保護應變程序</li> </ul>                             |
| 6  | 改進資安外部檢測及攻防演練 | <ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行電子郵件社交工程演練</li> <li>每年評比並更換不同資安廠商進行檢測，以獲取各家廠商的優點且避免定期檢測流於形式</li> </ul>              |
| 7  | 長期維護員工資安防衛能力  | <ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行電子郵件社交工程演練，以貼近時事的信件範本，定期提升員工資安意識</li> <li>進行員工資訊安全教育訓練與宣導並鼓勵員工取得資訊安全相關證照</li> </ul> |
| 8  | 評估資安保險        | <ul style="list-style-type: none"> <li>持續關注市售資安保險商品，適時評估投保資安保險</li> </ul>  |

2022 年新光三越資訊安全風險管理執行成果如下：

### 資訊安全管理認證

新光三越於 2020 年 7 月首度取得 ISO 27001 資訊安全管理系統證書，並陸續於 2021 年、2022 年通過追蹤查核。藉由 ISO 27001 標準的驗證，持續關注內外部議題，進行風險評鑑並透過風險處理計畫凝聚內部資安共識，達成系統機密性、完整性、可用性的資安目標，進而提升整體企業安全性，降低營運風險。2022 年則進一步為導入 ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統進行準備作業，包含執行個人資料盤點、風險評鑑教育訓練等，計畫於 2023 年申請 ISO 27701 之認證。

### 資訊安全教育訓練與宣導

資安業務相關人員每年均須完成 3 小時資安課程，新進同仁則進行資訊安全線上課程。此外，新光三越內部亦不定期針對資訊安全相關事項進行講座宣導，例如公視新聞資料庫遺失案例分享、商務電子郵件詐騙手法新趨勢分享等，提升同仁資訊安全意識。



2022 年新光三越資安訓練統計

| 課程名稱                      | 時數 | 參訓人數  | 總時數 (人 * 時) |
|---------------------------|----|-------|-------------|
| 本公司 ISO 27001 制度說明與資訊安全宣導 | 1  | 15    | 15          |
| 資訊安全一般業務人員通識宣導            | 3  | 9     | 27          |
| 一般人員資安宣導課程                | 2  | 10    | 20          |
| 社交工程演練防範宣導                | 1  | 1,743 | 1,743       |
| 新進人員線上課程                  | 1  | 276   | 276         |

## 資安風險鑑別與危害事件演練

新光三越除了在每月安控會議上，藉由統整與匯報外部攻擊次數、資安攻擊分析、資安檢測進度等事項，以評估當前資安風險外，還對內部進行多次的社交工程與仿造釣魚信件演練，不定期之資安系統檢測、模擬並測試面對資安攻擊的應變能力，據以訂定資安強化計畫。統計 2022 年資安檢測項目如下：

| 新光三越 2022 年資訊安全檢測 |                       |                              |
|-------------------|-----------------------|------------------------------|
| 檢測項目              | 目標                    | 結果概述                         |
| 外部網站弱點掃描          | 不得有高風險漏洞未修補           | 12 個網站之高風險弱點漏洞均修補完成          |
| 重要網站滲透測試          | 不得有高風險漏洞未修補           | skm online 購物網站之高風險弱點漏洞均修補完成 |
| 電子郵件社交工程演練        | 合格率不得低於 90%           | 2022 年合格率平均 94.36%           |
| 主機惡意程式掃描          | 不得發現含有惡意程式            | 200 台主機均未發現惡意程式存在            |
| 主機系統弱點掃描          | 不得有高風險漏洞未修補           | 200 台主機之高風險弱點漏洞均修補完成         |
| 程式原始碼檢測           | 不得有高風險漏洞未修補           | 掃描完成由開發廠商修正並提供更新版本           |
| skm app 資安檢測      | 通過行動資安聯盟之安全等級 - L3 認證 | 已通過認證                        |

## 資安事件通報與補救

針對可能造成資安危害事件之通報，新光三越依 ISO 27001 資訊安全管理系統規範，訂有資訊安全事故管理程序書，制定新光三越重大資安暨個資事故通報與應變作業流程，遇重大資安事故立即成立應變小組，以緊急排除資安事故問題，同時持續與利害關係人進行對應與溝通。在事件處理完畢後，需呈附資安事故報告單，明訂具體追蹤檢討事項及時程，以預防事件重複發生。2022 年並未有任何資料外洩、失竊或遺失、涉及個人識別資訊 (PII) 外洩之情事發生。

## 2.2.2 客戶隱私保護

新光三越十分重視客戶的權益，全力打造顧客可以信賴的安心購物環境，繼導入 ISO 27001 資訊安全管理系統驗證後，2022 年則進一步為導入 ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統進行準備作業，包含執行個人資料盤點、風險評鑑教育訓練等，計畫於 2023 年申請 ISO 27701 之認證，藉以更加精進並徹底實踐客戶隱私、個人資訊安全之維護。

同時，新光三越願意傾聽所有顧客的聲音，消費者如有任何意見，皆可利用 0800 專線、各大商場服務台、官網顧客意見回覆表等多元管道回饋建議或提出申訴(顧客意見反映管道與相關統計詳見 2.1.2 顧客關係經營)。本公司依循 ISO 10002 指導原則中之「保密性」，對於抱怨者個人可辨識之情資，僅用於處理抱怨服務，不會透露給非相關人士，並予積極嚴密管理。除非經抱怨者明白且同意，否則不得將個人情資對第三者公開。經部門自行調查統計，2022 年有關個資之客訴案件共有 6 件、合計影響 6 名顧客，並未有遭主管機關裁罰者(請見表四、個資相關客訴統計表)。

個資相關客訴統計表

| 個資客訴案件類型       | 主管機關陳情 / 裁罰 | 新光三越自行收集 / 調查 | 總計 | 受影響顧客數量 |
|----------------|-------------|---------------|----|---------|
| 行銷活動相關 (DM 寄送) | 無           | ✓             | 6  | 6       |

基於百貨業特性，新光三越擁有大量的顧客個人資料。上述個資相關客訴案件，新光三越均依照 ISO 10002 顧客抱怨處理程序進行調查，6 件行銷活動相關客訴，皆已釐清原因為辦卡人員建檔時誤將姓名欄位鍵入顧客身分證字號，導致有客戶收到本公司行銷信件時於姓名處看到其身分證字號，質疑可能發生個資外洩，後續皆依循顧客抱怨處理程序對客戶致歉說明並協助修正資料，亦提出檢討與改善措施，包含請顧客於線上申辦會員自行填寫資料；現場辦卡人員須確實核對顧客證件鍵入資料，並請顧客於螢幕確認資料正確後方能進行儲存；另對會員資料姓名欄位有不完整者發送簡訊通知，邀請顧客至任一分店服務台填寫資料異動單進行資料欄位維護。未來新光三越將汲取過去教訓，不斷健全客戶隱私管理機制。



## 2.2.3 年度稽核與防護成果

為實現永續經營，新光三越成立資訊安全組織、統籌資訊安全政策、建置資訊安全系統，每年新光三越規劃年度稽核制度計畫，制定「資訊安全稽核檢查表」，與外部第三方機構合作，進行全方位檢測。以確保新光三越之資訊安全與客戶隱私管理制度能有效執行，或針對可能造成危害之疏漏及時採取矯正措施，並符合內部資安管理標準、以及政府相關法令之要求，保障資料、資訊系統、設備及網路正常營運，避免內、外部之意外或威脅，並提供可靠的資通訊服務，令消費者、員工和合作廠商都安心。



### 2022 執行年度稽核

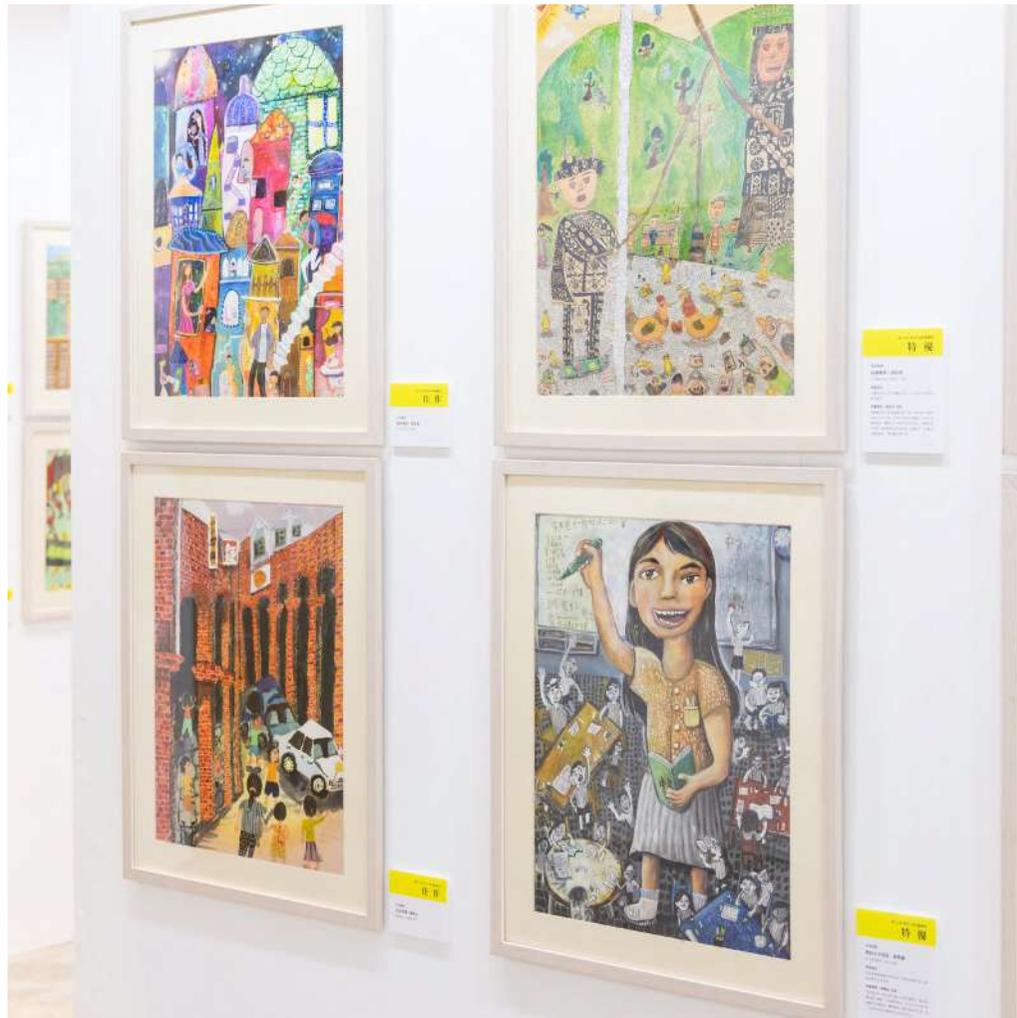
| 內部稽核 | 外部稽核 |
|------|------|
|------|------|

- 2022年6月 委託安侯企業管理公司執行ISO 27001 年度內部稽核
- 2022年6月 稽核室執行「電腦化資訊系統處理循環」
- 2022年3月 勤業眾信執行資訊作業年度查核
- 2022年7月 台灣檢驗科技SGS公司執行ISO 27001 年度定期查核

### 近三年 ISO 27001 稽核結果揭露

| 年份   | 內部稽核                      | 外部稽核                     |
|------|---------------------------|--------------------------|
| 2020 | 共發現0項次要缺失、16項觀察事項、12項建議事項 | 共發現8項次要缺失、37項觀察事項、0項建議事項 |
| 2021 | 共發現0項次要缺失、23項觀察事項、8項建議事項  | 共發現1項次要缺失、8項觀察事項、0項建議事項  |
| 2022 | 共發現0項次要缺失、14項觀察事項、7項建議事項  | 共發現1項次要缺失、11項觀察事項、0項建議事項 |

註：上述稽核項目均已改善完成，納入內部議題共3項，預計2023年8月改善完成。



### Chapter 03

## 永續共好文化 Sustainable Society

新光三越在乎全體員工的權益，建立完善的人才管理政策，從招募、培育、員工薪酬、福利到職場安全衛生，全方位打造健康共融的永續職場，吸引更多對百貨業具有熱情的人才加入新光三越，為顧客提供優質的服務。新光三越也期盼發揮自身力量，善盡企業社會責任，故長年投入社會公益事業，結合百貨營運活動邀請顧客一起貢獻愛心，並致力推動「工藝設計」、「兒童美育」、「影像藝術」等藝術推廣活動，希望促進台灣成為國際知名的藝術國度。

## 第三章 · 永續共好文化

| 重大主題   | 對應SDGs  | 相關利害關係人   |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>人才吸引與留任</li> <li>人才培育與發展</li> <li>平等與健康職場</li> <li>社會共好與藝文推廣</li> </ul> |   <br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>員工</li> <li>顧客</li> <li>專櫃人員</li> <li>供應商</li> </ul> |



### 永續亮點



#### 完善人才培育與發展

推出「職能三年計畫」導入全新職能架構與人力發展藍圖。



#### 推動工時/工資調整

勤務工時調整，前場人員每月需排定全班天數從8天降至4天。針對基層人員進行調薪，平均調幅6%。



#### 幸福企業金獎

2022年榮獲1111人力銀行「幸福企業」一般生活服務業金獎。



#### 文化藝術推廣與社會參與

舉辦29屆工藝之夢，21屆新光三越夏日藝術季，16屆新光三越國際攝影系列活動，各式公益活動及空間展，長期投入文化藝術推廣。

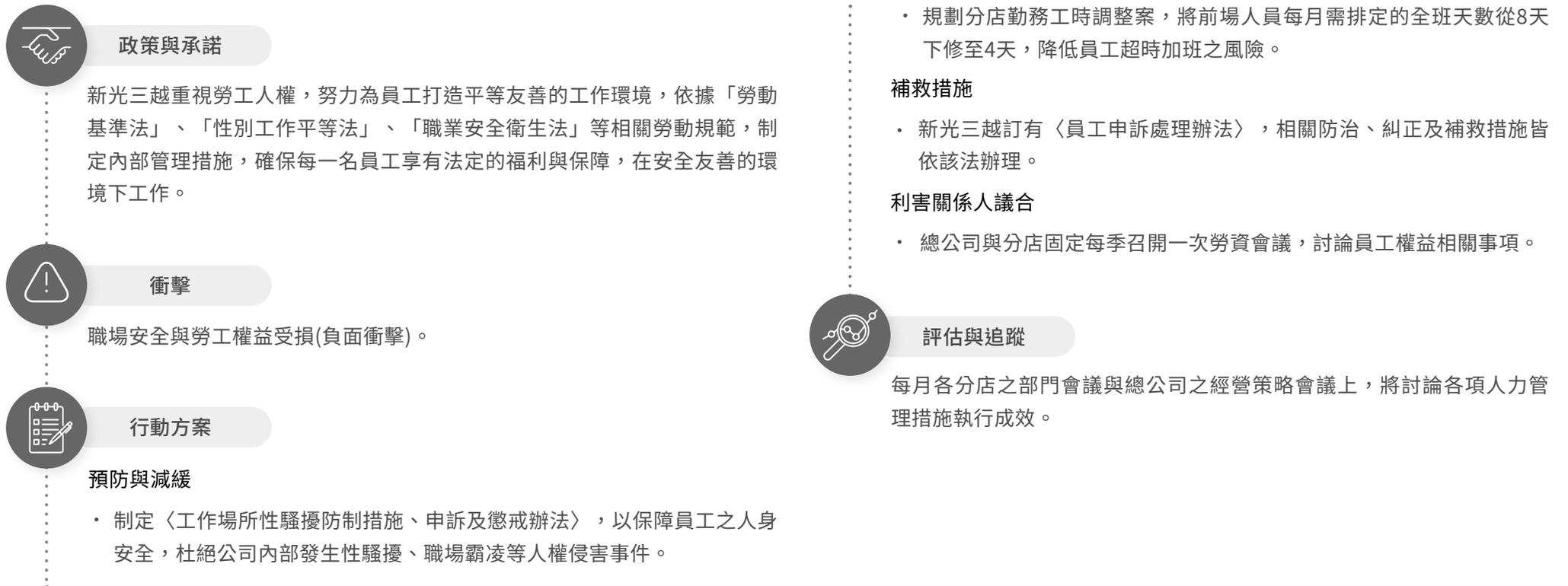
## 3.1 幸福職場

對應 GRI 指標：2-7、2-8、401-1、401-2、401-3、402-1、404-1、404-2、404-3、405-1、405-2、407-1

新光三越在永續趨勢的推動下，視員工為企業最寶貴的資產，積極進行內部人才的培育與任用，盡力招募具備發展潛力的百貨人才，提供完善的薪酬福利與補助措施，以國際接軌的標準為員工打造安全健康的工作環境，鼓勵員工與公司一同成長，邁向友善共融的幸福職場。

### 3.1.1 職場多元包容與人權

#### 管理方針



新光三越重視勞工人權，努力為員工打造平等友善的工作環境，依據「勞動基準法」、「性別工作平等法」、「職業安全衛生法」等相關勞動規範，制定內部管理措施，確保每一名員工之勞動條件均符合法令規定，並享有法定的福利與保障，在安全友善的環境下工作。如遭遇重大營運變化致影響同仁權益，新光三越將遵照勞動基準法規定之預告期，最短於十日前告知同仁們相關資訊。

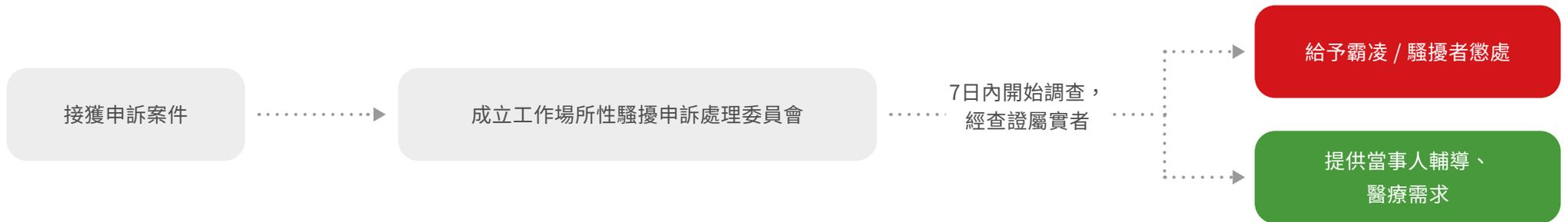
新光三越充分尊重勞工個體人權，對於員工之聘僱與解雇均秉持用人唯才的精神，並於公司內部網站設置員工專區，除了分享員工福利相關訊息，亦加強內部政令宣導職場平等以預防各式不法侵害事件之發生。



### 反騷擾、反霸凌

新光三越十分重視職場性別平等，為求杜絕公司內部發生性騷擾、職場霸凌等人權侵害事件，特別制定〈工作場所性騷擾防制措施、申訴及懲戒辦法〉，以保障員工之人身安全，讓員工可以在安穩放鬆的心情中工作。本公司設置性騷擾申訴管道，當接獲申訴案件後，成立工作場所性騷擾申訴處理委員會，於7日內開始調查，經查證屬實者，將視情節輕重依工作規則給予適當懲處，另對於當事人提供輔導、醫療需求等協助。2020年~2022年未發生性騷擾案件申訴。

#### 性騷擾申訴管道

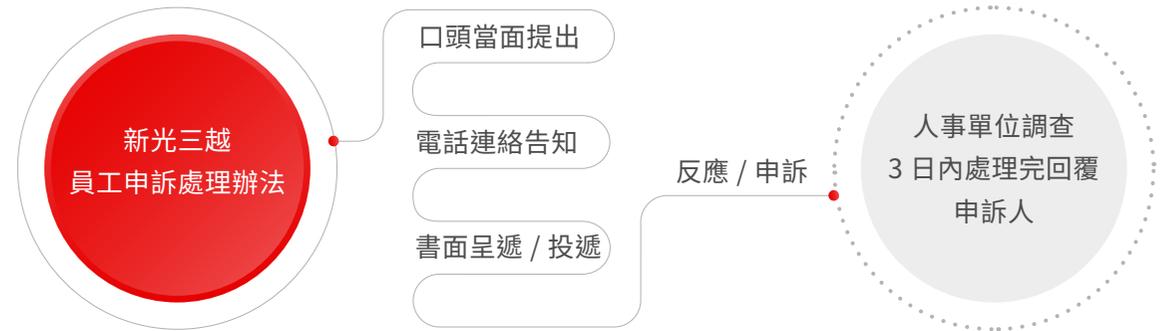


## 員工申訴與意見反映

針對可能發生之員工不法侵害事件，新光三越訂有〈員工申訴處理辦法〉，相關防治、糾正及補救措施皆依該法辦理，及時協助員工解決因工作受到不平等對待、權益受損或情緒不滿之情事。根據該辦法，員工可透過口頭當面提出、電話連絡告知、書面呈遞、書面投遞等管道，向人事單位進行內部意見反應或申訴。一接獲申訴案件，將由人事單位進行調查，於 3 日內處理完畢回覆申訴人。2022 年度並未發生申訴案件。

## 勞資互動關係維繫

新光三越未成立工會，勞資關係溝通上總公司及各分店各有勞資代表，每季定期舉辦勞資會議，雙方共同協商有關勞資關係、促進勞資合作、改善勞動條件、勞工福利籌劃、提高工作效率等勞方權益各事項，藉此互相交流意見以期取得共識，盼與員工建立良好勞資關係。



## 優化排班工時制度

因應百貨業營業高峰時間主要集中在晚上與假日之產業特性，新光三越於各分店針對自營正職人員採用彈性工時與排班制調派人力，並區分為前場營運人員和後場人員進行排班，早班、晚班、全班時數各為 7.5、8 和 9 到 9.5 小時。過去各分店自營正職人員，班別天數與時數均不一致，其中現場營運人員每月需排定 8 天全班。然考量現今就業市場勞工對於工作時間的就業條件越來越重視，以及關心員工體力的負荷，鼓勵兼顧工作與生活的平衡，推動友善職場，新光三越於 2022 年規劃分店勤務工時調整案，下修前場人員每月需排定的全班天數至 4 天，以降低員工超時加班之風險，盼使員工能在身心健康狀態下投入工作，發揮工作效率及創意。

分店勤務工時調整案將從 2023 年開始實施，調整後，各分店自營正職人員之班別天數與時數統一，並且現場營運人員每月須排全班天數減半，再搭配差勤系統以管控整體工時超時的風險。該差勤系統每日、每週、每月都會彙整員工出勤狀況自動派發給主管，主管可透過該系統掌握是否出現工時異常之員工，主動關心並調整班別，以預防超時加班再度發生。



## 員工組成

統計至2022年底，新光三越全台總員工數為2,245人(此為全時員工統計，不包含計時人員、專櫃人員、承攬人員)，其中30至50歲是本公司最主要族群，占全體員工的54.7%；男性與女性的百分比分別是34.61%、65.39%，基於百貨業特性，以女性佔多數，未來新光三越之人才招聘與任用，將秉持多元開放的心態，用人唯才的理念，共創最大的價值。新光三越亦適才任用多元族群，近三年皆無因就業歧視相關的法律訴訟所造成的金額損失；2022年新光三越聘僱身心障礙、原住民、和非本國籍員工，所占全體員工百分比分別為0.71%、0.71%、0.31%，本公司雖身心障礙進用人士百分比低於全體員工數1%，但一直歡迎身心障礙者加入新光三越，未來本公司將持續釋出工作機會，媒合身心障礙人士進本公司發揮所長，持續檢討改善，促進企業的多元組成及社會平等。

新光三越近三年員工年齡統計表

| 年齡      | 2020年  |        | 2021年  |        | 2022年  |        |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|         | 男性     | 女性     | 男性     | 女性     | 男性     | 女性     |
| 未滿 30 歲 | 266    | 637    | 228    | 596    | 204    | 571    |
| 百分比     | 10.34% | 24.77% | 9.57%  | 25.01% | 9.09%  | 25.43% |
| 30-50 歲 | 523    | 952    | 477    | 878    | 449    | 780    |
| 百分比     | 20.33% | 37.01% | 20.02% | 36.84% | 20.00% | 34.74% |
| 超過 50 歲 | 104    | 90     | 108    | 96     | 124    | 117    |
| 百分比     | 4.04%  | 3.51%  | 4.53%  | 4.03%  | 5.52%  | 5.22%  |
| 合計      | 893    | 1,679  | 813    | 1,570  | 777    | 1,468  |
| 百分比     | 34.72% | 65.28% | 34.11% | 65.89% | 34.61% | 65.39% |

新光三越近三年員工多元化指標統計表

| 多元化指標  | 2020年 |       | 2021年 |       | 2022年 |       |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        | 男性    | 女性    | 男性    | 女性    | 男性    | 女性    |
| 原住民    | 5     | 8     | 7     | 9     | 7     | 9     |
| 百分比    | 0.19% | 0.31% | 0.29% | 0.38% | 0.31% | 0.40% |
| 身心障礙人士 | 8     | 5     | 8     | 5     | 10    | 6     |
| 百分比    | 0.31% | 0.20% | 0.34% | 0.21% | 0.44% | 0.27% |
| 非本國籍   | 8     | 2     | 9     | 0     | 7     | 0     |
| 百分比    | 0.31% | 0.08% | 0.38% | 0.00% | 0.31% | 0.00% |

註：

- 1.以正職人員且於當年度12/31在職者計數名單。
- 2.今年度調整計算基礎以人資系統抓取之正職人員且於當年度12/31在職者資料為計數名單。(去年度以公司報表基礎統計)

截至2022年底，新光三越所有勞雇類型員工總計2,730人，分別為全時勞工(俗稱全職員工)2,245人、部分工時勞工(俗稱兼職員工、工讀生)485人；按勞雇合約區分則為定期契約勞工492人、不定期契約勞工2,238人。自2020年至2022年，本公司之部分工時勞工與定期契約勞工人數均逐年增長，主要原因在於檔期活動及各部門業務需求考量，配置合宜人力，未來新光三越將持續配合營運計畫隨時檢討人力需求，持續優化人力配置。

新光三越近三年各類別勞工統計

| 台灣    | 性別 | 勞雇類型  |        | 勞雇合約   |         | 承攬                      | 其他                          |
|-------|----|-------|--------|--------|---------|-------------------------|-----------------------------|
|       |    | 全時勞工  | 部分工時勞工 | 定期契約勞工 | 不定期契約勞工 | 無時數保證的員工 <sup>*註1</sup> | 非屬受雇勞工之其他工作者 <sup>*註2</sup> |
| 2022年 | 女  | 1,468 | 354    | 354    | 1,468   | -                       | -                           |
|       | 男  | 777   | 131    | 138    | 770     | -                       | -                           |
|       | 合計 | 2,245 | 485    | 492    | 2,238   | 0                       | 15,662                      |
| 2021年 | 女  | 1,570 | 273    | 273    | 1,570   | -                       | -                           |
|       | 男  | 813   | 100    | 107    | 806     | -                       | -                           |
|       | 合計 | 2,383 | 373    | 380    | 2,376   | 0                       | 17,321                      |
| 2020年 | 女  | 1,679 | 208    | 208    | 1,679   | -                       | -                           |
|       | 男  | 893   | 92     | 100    | 885     | -                       | -                           |
|       | 合計 | 2,572 | 300    | 308    | 2,564   | 0                       | 未統計                         |

註：

1. 無時數保證的員工：為非典型就業，即「接案式」的工作，雇主不保證最低工時。2020至2022年新光三越並無雇用此類型工作者。
2. 非屬受雇勞工之其它工作者：主要為承攬人員、再承攬人員(非常態不列入計算)、專櫃人員。
3. 全時勞工(full-time employees)：依據台灣勞基法第30條第1項，符合每週工時40小時、每日工時8小時的勞工。
4. 部分工時勞工(part-time employees)：工時未達全時勞工的條件(每週工時40小時，每日工時8小時)之勞工，其法定權益與全時勞工一樣者。
5. 定期契約勞工(temporary employees)：與雇主簽訂有期限勞雇合約者，即臨時性、短期性、季節性或特定性的約聘工作，契約到期就須離職或重新簽約。
6. 不定期契約勞工(permanent employees)：即一般全職工作者，與雇主簽訂沒有期限的合約，除非被裁員或自動離職，否則可以持續工作

### 3.1.2 員工薪酬與福利

隨著經營版圖不斷擴大，新光三越提供優渥的薪酬與福利，延攬市場上熱情多元的百貨零售人才，透過暢通的升遷管道與公平的績效考核制度，留任優秀人才。2022年更針對基層人員進行調薪，平均調幅6%，並持續推動活潑開放的社團活動，以及各項員工福利措施，2022年成功吸引人才新血加入新光三越的行列，員工新進率達25.21%，未來新光三越將持續提升員工幸福感與向心力，以達成穩定人力結構的目標。

#### 管理方針



#### 政策與承諾

新光三越提供優渥的薪酬與福利，延攬市場上熱情多元的百貨零售人才，透過暢通的升遷管道並訂定績效考核制度，留任優秀人才。



#### 衝擊

吸引與留任優秀人才(正面衝擊)。



#### 行動方案

##### 管理措施

- 每兩年定期委託外部顧問公司調查市場薪資行情，於必要時調整內部薪酬政策。
- 訂有績效考核制度，依照職級不同分別對全體員工擬定明確的績效目標，據此決定晉升與年度固定調薪之幅度。
- 提供員工多元化的福利項目，除了訂定優於法令的健檢補助、個人成長計畫教育補助、托兒/托幼/托老補貼等多達17項福利內容。

##### 利害關係人議合

- 總公司與分店固定每季召開一次勞資會議，討論員工權益相關事項。



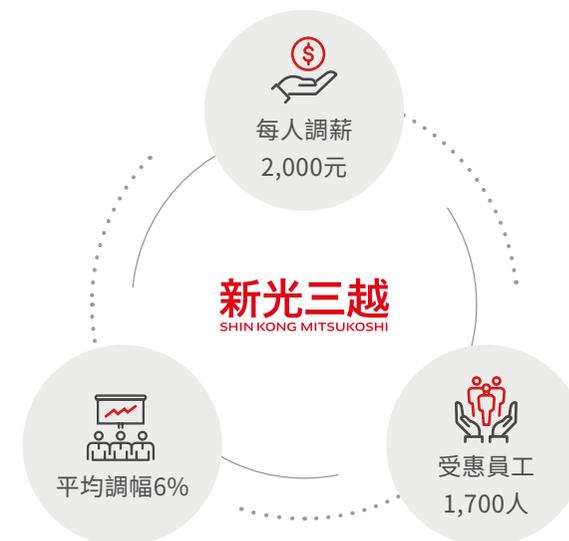
#### 評估與追蹤

每月各分店之部門會議與總公司之經營策略會議上，將討論各項人力管理措施執行成效。

## 定期薪酬調查與調薪

為使本公司薪酬可因應市場變化持續保有競爭力，新光三越不僅每年按照績效考核結果，對全體員工進行幅度不等的調薪，每兩年定期亦委託外部顧問公司調查市場薪資行情，了解同產業薪資水平，並即時調整內部薪酬政策以符合市場趨勢。考量近年通貨膨脹、物價持續上揚等因素影響，使基層員工之實際可支配所得呈下降趨勢，加上薪資調查結果分析，2022年新光三越不但在疫情期間達成零裁員，且全力配合政府政策調整基本工資、並進行年度例行考核調薪，更在第四季時提撥特別預算為基層同仁每人調薪2,000元，受惠員工數共1,700人、大約占員工總數的3/4，平均調幅6%，獲得廣大員工之正向回饋。

平時新光三越也會參加同業公會，定期與百貨同業交流，掌握最新薪酬動態與留才資訊。另外新光三越近三年員工之基本薪資與薪酬，無論管理職或非管理職，女性比男性的基本薪資和薪酬比值均小於1，未來新光三越將以更全方位的薪酬制度，吸引各方優秀人才入職並留任，打造企業核心競爭力。



新光三越近三年女性對男性基本薪資與薪酬比率

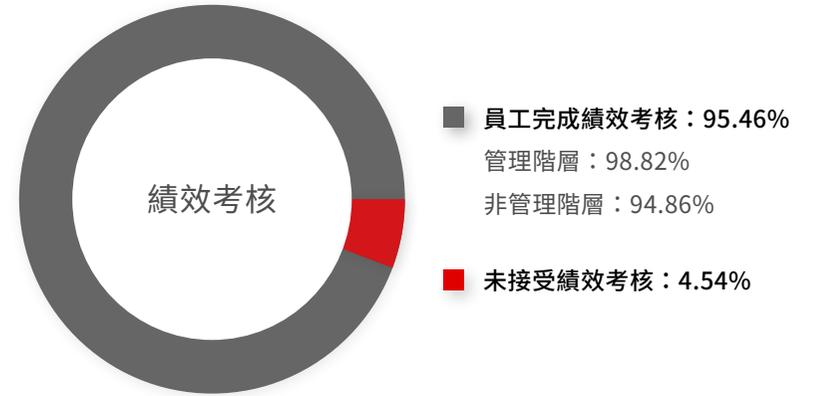
| 項目   | 員工類別 | 2020年 |      | 2021年 |      | 2022年 |      |
|------|------|-------|------|-------|------|-------|------|
|      |      | 女     | 男    | 女     | 男    | 女     | 男    |
| 基本薪資 | 管理職  | 1     | 1.14 | 1     | 1.16 | 1     | 1.15 |
|      | 非管理職 | 1     | 1.10 | 1     | 1.10 | 1     | 1.10 |
| 薪酬   | 管理職  | 1     | 1.19 | 1     | 1.21 | 1     | 1.20 |
|      | 非管理職 | 1     | 1.11 | 1     | 1.10 | 1     | 1.12 |

註：

1. 本統計表格涵蓋所有重要營運據點員工之女性對男性的基本薪資比率與薪酬比率。新光三越以台灣地區所有分店據點為重要營業據點。
2. 管理職含組長級以上員工。

## 績效考核制度

新光三越訂有績效考核制度，依照職級不同分別對全體員工擬定明確的績效目標，分為新進人員考核、一般職人員年度考核、主管職每季KPI考核，公司提供完整的培訓計畫及暢通的升遷管道；鼓勵員工良性競爭也勇於挑戰自己，共同提升職場專業性，提供顧客更高品質的服務。2022年新光三越共95.46%的員工完成績效考核，其中98.82%屬管理階層員工，94.86%為非管理階層員工，均接受績效考核與職涯檢核，另有約4.54%未接受績效考核，主要因出勤日數未連續滿3個月者以上，不符績效考核之員工，或因考核月份不在職而無法考核。未來新光三越將持續落實績效考核制度，以幫助員工適情適性發展，在新光三越建立職涯成就。



新光三越近三年定期接受績效考核與職涯發展檢核員工百分比

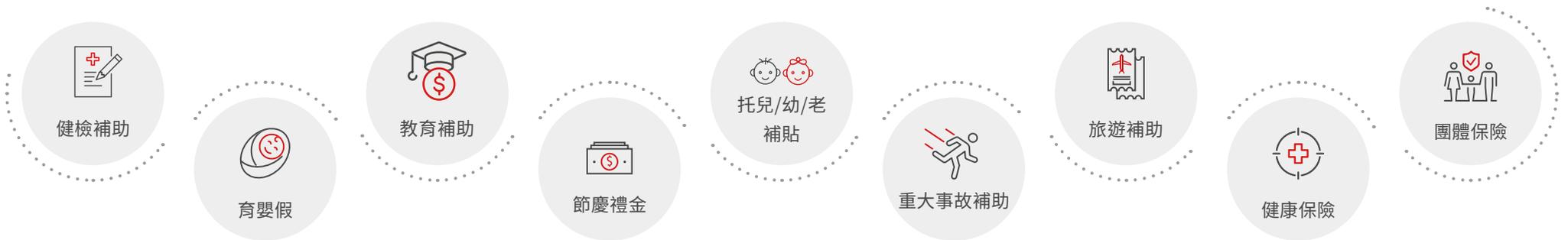
| 項目   | 2020年  |        |        | 2021年  |        |        | 2022年  |        |        |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|      | 男      | 女      | 整體平均   | 男      | 女      | 整體平均   | 男      | 女      | 整體平均   |
| 管理職  | 98.37% | 98.74% | 98.58% | 97.28% | 99.16% | 98.35% | 98.94% | 98.72% | 98.82% |
| 非管理職 | 94.77% | 95.55% | 95.30% | 94.75% | 94.21% | 94.39% | 95.93% | 94.08% | 94.86% |

註：

1. 本表格統計不同員工類別定期接受績效及職涯發展檢核的員工百分比=定期接受績效及職涯發展檢核的員工/總員工數。
2. 管理階層含組長級以上員工。
3. 部分員工未接受績效考核的原因為考核年度實際出勤日數未連續滿3個月者以上、考核月份不在職者。

## 多元員工福利

新光三越提供員工多元化的福利項目，除了訂定優於法令的健檢補助、育嬰假、個人成長計畫教育補助、托兒/托幼/托老補貼等多達17項福利內容，也因應新冠疫情研擬有薪防疫假、確診同仁居家防疫物資包等措施，讓同仁無後顧之憂。2022年新光三越總福利支出為新台幣25,675,684元，其中除包含各項節慶禮金、員工遭遇重大事故補助、旅遊補助等項目，還包括法定健康保險以外各項員工團體保險補助費用。



2022年新光三越自新冠疫情爆發後睽違三年恢復舉辦現場「歲末聯歡餐會暨資深員工表揚活動」，提供各項熱門3C商品、家電商品、禮券等獎項，既促進員工同樂也慰勞感謝所有員工一年來之辛勤。未來新光三越將持續優化各項福利措施，推廣社團活動，提升同仁幸福感，達成工作與生活平衡目標。

| 新光三越近三年福利支出統計 |            |            |            |
|---------------|------------|------------|------------|
| 年份            | 2020       | 2021       | 2022       |
| 總金額 (新台幣：元)   | 29,789,498 | 27,644,922 | 25,675,284 |

註：本統計表格涵蓋所有重要營運據點對員工福利支出。新光三越以台灣地區所有分店據點為重要營業據點。



## 守護員工健康

為關懷員工健康，創造健康的工作環境，加入「健康促進」的觀念，將消極的疾病防治觀念轉為積極的保持身心健康，提供員工一個安全健康的工作環境，以維護公司企業寶貴的人力資源，新光三越長期推行健康檢查、健康管理、臨場健康服務、健康衛生保健、健康促進活動等五大健康行動，詳見本報告書3.2.2職安衛風險評估與職災預防。

## 員工團體保險

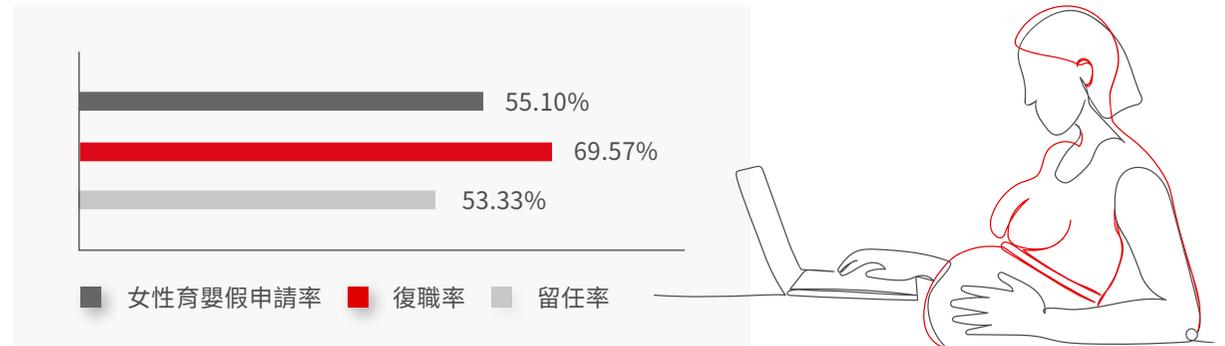
新光三越關心員工健康，並相信健康的員工，才能創造出高品質的服務，除了提供員工健康檢查、相關醫療及住院等費用的補助，也為員工提供團體保險，包含意外失能住院醫療險以及定期壽險，當遭遇意外事故以致失能或罹患重大疾病需要住院及醫療資源時，可以減少同仁醫療花費負擔。



## 安心完善的托嬰托育政策

新光三越全體員工中有65%同仁為女性，相當關切各位員工的家庭、育嬰與托嬰等議題，期望協助每位女性員工取得職涯與家庭的平衡，新光三越也鼓勵女性員工於生育後仍能回歸職場，完成職場成就與夢想，讓個人職涯發展不受限。據此本公司提供了完善的育嬰與托育政策、補助和職場環境，提供男性員工陪產假等。且全台15間分店皆設置育嬰室，其中10店已取得各地衛生局哺集乳室優良認證，為員工與顧客打造友善的親子空間。

2022年新光三越符合育嬰假申請資格人數為90人，其中女性人數為49人，女性育嬰假申請率為55.10%，復職率約69.57%，留任率達53.33%。



### 新光三越近三年育嬰停留統計

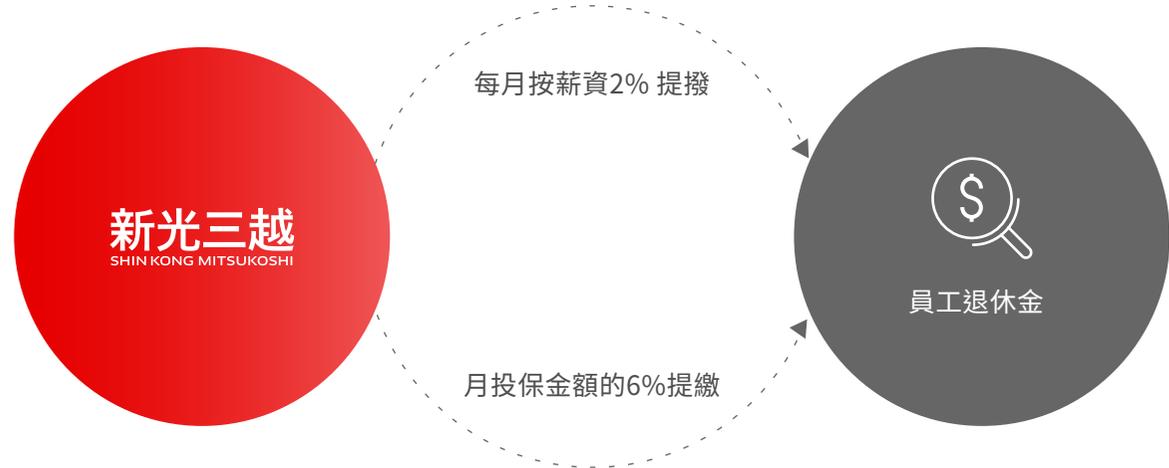
| 項目             | 2020 年 |        | 2021 年 |        | 2022 年 |        |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                | 男      | 女      | 男      | 女      | 男      | 女      |
| 當年度符合育嬰假申請資格人數 | 51     | 110    | 55     | 80     | 41     | 49     |
| 當年度實際育嬰假申請人次   | 3      | 29     | 3      | 20     | 7      | 27     |
| 申請率            | 5.88%  | 26.36% | 5.45%  | 25.00% | 17.07% | 55.10% |
| 請育嬰假者於當年度應復職人數 | 2      | 35     | 3      | 20     | 5      | 24     |
| 當年度實際申請復職人數    | 2      | 19     | 3      | 15     | 4      | 16     |
| 復職率            | 100%   | 54.29% | 100%   | 75%    | 80.00% | 69.57% |
| 上一年度復職人數       | 0      | 22     | 2      | 19     | 3      | 15     |
| 上一年度復職滿一年人數    | 0      | 17     | 1      | 14     | 0      | 8      |
| 留任率            | 0.00%  | 77.27% | 50.00% | 73.68% | 0.00%  | 53.33% |

註：

1. 申請率=當年度實際育嬰假申請人次/當年度符合育嬰假申請資格人數。
2. 復職率=當年度實際申請復職人數/請育嬰假者於當年度應復職人數。
3. 留任率=上一年度復職滿一年人數/上一年度復職人數。

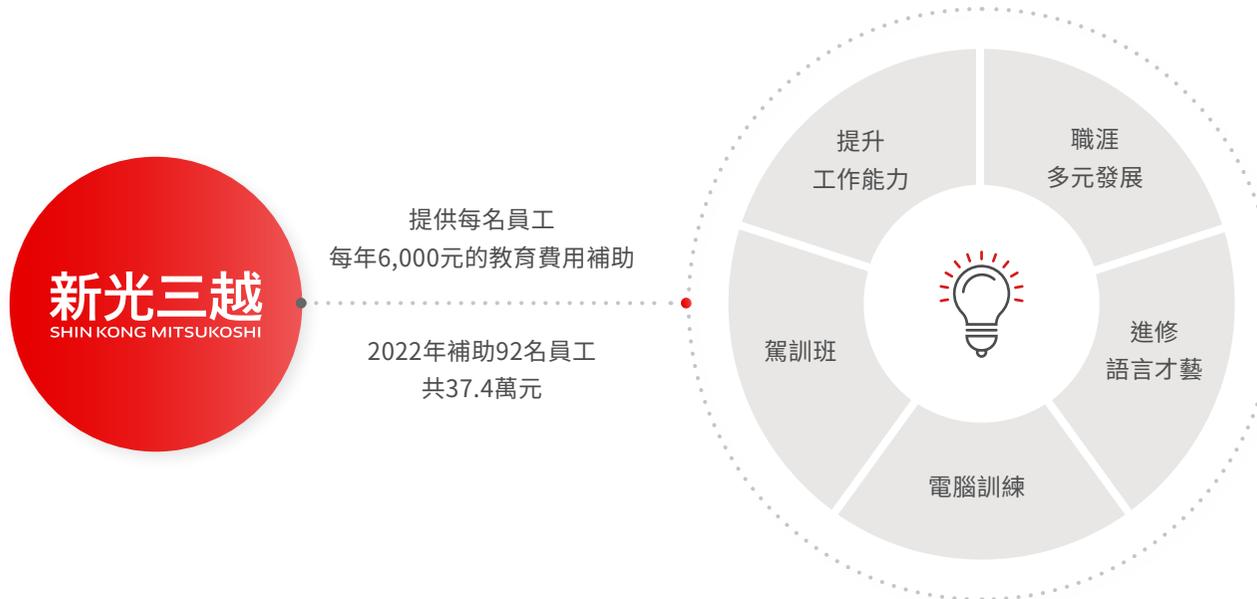
## 退休金制度

新光三越依據「勞動基準法」及「勞工退休金條例」規定，針對符合舊制退休金給付同仁，本公司每月按薪資2% 提撥退休準備金，由勞工退休準備金監督委員會負責管理，並以該委員會名義存入銀行帳戶；符合新制退休金提撥同仁，本公司依月投保金額的6%，按月提繳至勞保局之個人勞工退休金專戶，並每年委任顧問公司進行舊制退休準備金精算，確保所有員工的退休金權利。



## 個人成長計畫

新光三越鼓勵員工於下班後持續精進自己、提升工作能力與職涯多元發展，故提供每名員工每年6,000元的教育費用補助，有需求之員工可自行申請使用，用途包含進修語言才藝、電腦訓練、駕訓班等項目，員工可自行決定。2022年新光三越個人成長計畫共計補助92名員工，共37.4萬元。



## 新光三越人力結構

優渥的薪酬待遇與福利措施，加上完整的人才培訓，使新光三越的人力結構維持穩定。人力結構統計涵蓋新光三越總公司以及15家分店，所有員工均位於台灣境內，並不包含合併財報中海外子公司及關聯事業員工統計。2022年新光三越新進員工566名，較前一年度492名成長15.04%，占全體員工百分比為25.21%。新光三越將會持續視員工如親，優化各項福利措施，留下優秀人才與公司邁向永續未來。

| 新光三越近三年新進員工統計 |        |        |        |        |        |        |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 年齡            | 2020年  |        | 2021年  |        | 2022年  |        |
|               | 男      | 女      | 男      | 女      | 男      | 女      |
| 30歲以下         | 91     | 263    | 122    | 301    | 126    | 353    |
| 百分比           | 22.03% | 63.68% | 24.80% | 61.18% | 22.26% | 62.37% |
| 30-50歲        | 31     | 28     | 20     | 43     | 43     | 38     |
| 百分比           | 7.51%  | 6.78%  | 4.07%  | 8.74%  | 7.60%  | 6.71%  |
| 50歲以上         | 0      | 0      | 5      | 1      | 3      | 3      |
| 百分比           | 0.00%  | 0.00%  | 1.02%  | 0.20%  | 0.53%  | 0.53%  |
| 合計            | 122    | 291    | 147    | 345    | 172    | 394    |
| 百分比           | 29.54% | 70.46% | 29.88% | 70.12% | 30.39% | 69.61% |

| 新光三越近三年離職員工統計 |        |        |        |        |        |        |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 年齡            | 2020年  |        | 2021年  |        | 2022年  |        |
|               | 男      | 女      | 男      | 女      | 男      | 女      |
| 30歲以下         | 97     | 266    | 126    | 287    | 119    | 329    |
| 百分比           | 14.52% | 39.82% | 18.64% | 42.46% | 16.98% | 46.93% |
| 30-50歲        | 71     | 163    | 77     | 143    | 76     | 146    |
| 百分比           | 10.63% | 24.40% | 11.39% | 21.15% | 10.84% | 20.83% |
| 50歲以上         | 36     | 35     | 22     | 21     | 14     | 17     |
| 百分比           | 5.39%  | 5.24%  | 3.25%  | 3.11%  | 2.00%  | 2.43%  |
| 合計            | 204    | 464    | 225    | 451    | 209    | 492    |
| 百分比           | 30.54% | 69.46% | 33.28% | 66.72% | 29.81% | 70.19% |

註：新進、離職員工百分比=新進、離職員工數/當年度新進、離職員工數。

### 3.1.3 人力資本管理

#### 管理方針



#### 政策與承諾

新光三越致力發展人才識別制度並依照員工差異性及公司發展策略打造長期職涯發展計畫，使員工能與新光三越共同成長。



#### 衝擊

完善的人才培育與發展制度(正面衝擊)。



#### 行動方案

##### 管理措施

- 針對在職員工、新進員工規劃不同的職能教育訓練課程。
- 積極參與校園徵才博覽會，並提供產學合作實習機會，讓對百貨零售業有興趣之學生提早進入職場實習體驗。
- 推出「職能三年計畫」擬定全新職能架構與教育訓練計畫。

##### 利害關係人議合

- 總公司與分店固定每季召開一次勞資會議，討論員工權益相關事項。



#### 評估與追蹤

每月各分店之部門會議與總公司之經營策略會議上，將討論各項人力管理措施執行成效。

除了訂定績效考核制度，為強化每個職位所需職能，新光三越於2022年導入職能架構與人力發展藍圖，並以職能架構為主軸為在職幹部規劃系列職能提升課程，有效提供員工提升職場所需能力的教育訓練。對外也積極參與各大校園徵才博覽會，於校園供提早識別具百貨零售業潛力之人才，招募入職並給予合適舞台讓人才發揮所長，奠定新光三越永續經營的良好基礎。

2022年新光三越管理階層員工教育訓練總時數為5,471小時，教育訓練內容涵蓋幹部管理職能教育訓練、新晉升幹部訓練、資訊安全教育訓練以及勞安衛生教育訓練；非管理階層員工受訓總時數為12,811小時，教育訓練內容包含資訊安全教育訓練、交通安全教育訓練、服務品質提升教育訓練以及勞安衛生教育訓練。



2022 年不同類別員工教育訓練時數統計

| 項目    | 男     | 女     | 總時數    | 人均時數  |
|-------|-------|-------|--------|-------|
| 管理階層  | 2,586 | 2,885 | 5,471  | 12.93 |
| 非管理階層 | 3,745 | 9,066 | 12,811 | 7.03  |

另外新光三越總公司與各分店，針對專櫃人員亦提供各項服務品質提升、雲端及自打POS機操作、食安衛生、職安衛生、周年慶等教育訓練活動。

### 2022 年總公司及各分店教育訓練

| 課程別               | 訓練對象 |      |     |    | 總人次   | 累積受訓時數    |
|-------------------|------|------|-----|----|-------|-----------|
|                   | 專櫃人員 | 清潔人員 | 工讀生 | 保全 |       |           |
| 服務品質教育訓練          | ✓    | ✓    | ✓   | ✓  | 8,012 | 9,775.8   |
| 食品安全衛生教育訓練        | ✓    |      | ✓   |    | 4,989 | 13,004.94 |
| 健康促進講座            | ✓    | ✓    |     | ✓  | 305   | 396       |
| 職安衛生教育訓練          | ✓    | ✓    |     | ✓  | 1,184 | 1,839.5   |
| 週年慶教育訓練           | ✓    | ✓    | ✓   | ✓  | 9,144 | 14,870.98 |
| 雲端及自打 POS 機操作教育訓練 | ✓    |      | ✓   |    | 6,886 | 18,194.42 |
| 新進專櫃人員教育訓練        | ✓    |      |     |    | 672   | 2,792.5   |

註：

累積受訓時數= 各店受訓人次\*課程時數，即各分店教育訓練總時數之總和。

## 校園人才招募

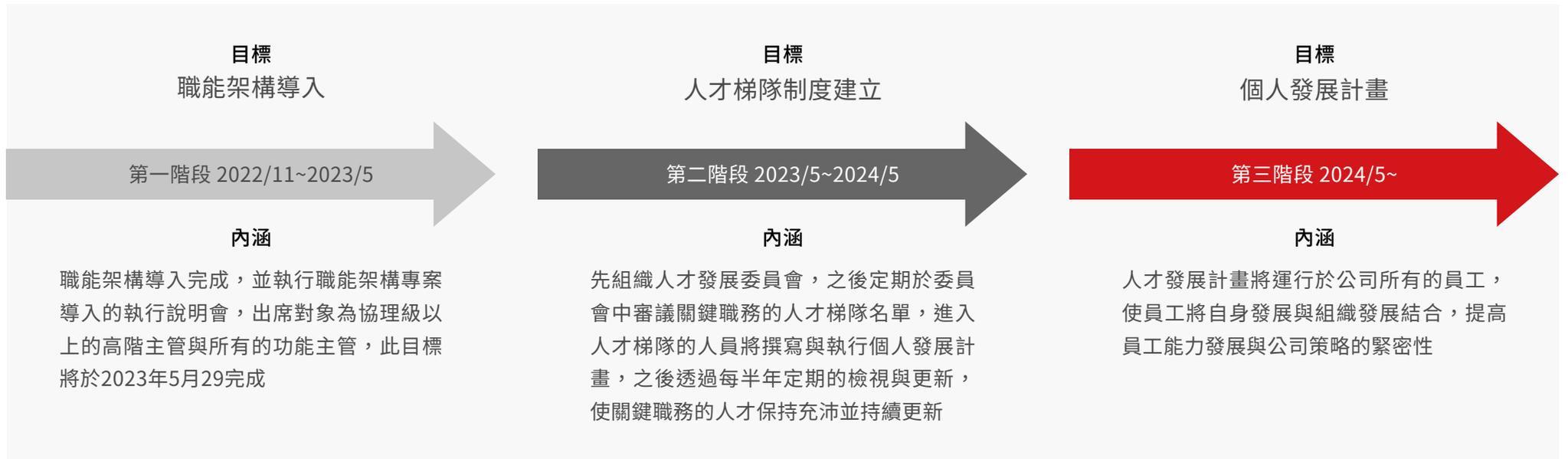
新光三越在2022年共參與8場校園徵才博覽會，於校園中延攬合適人才、提供完善訓練與福利；更秉持回饋教育的精神提供實習機會，給予對百貨零售業有興趣的學子提早進入產業學習的機會。目前實習配合學校有：淡江大學、銘傳大學、致理科技大學、台北城市科技大學。

## 職能三年計畫

新光三越為確保公司人才更有效適應市場變化與激烈競爭，自2022年11月起正式展開「職能三年計畫」，在順應公司未來發展方向的前提下，重新梳理與優化各職級員工(包含管理職)所需要的核心職能，定義出專屬新光三越核心人才的「關鍵DNA」，為新光三越導入全新的職能架構，此架構將使本公司人才對於個人職涯發展的目標與路徑都更為明確，有助於加速員工學習成長，且由於職能項目與組織發展的方向將緊密結合，員工將可以更快地跟上組織的腳步，進而對本公司長遠的人力發展帶來積極的影響。

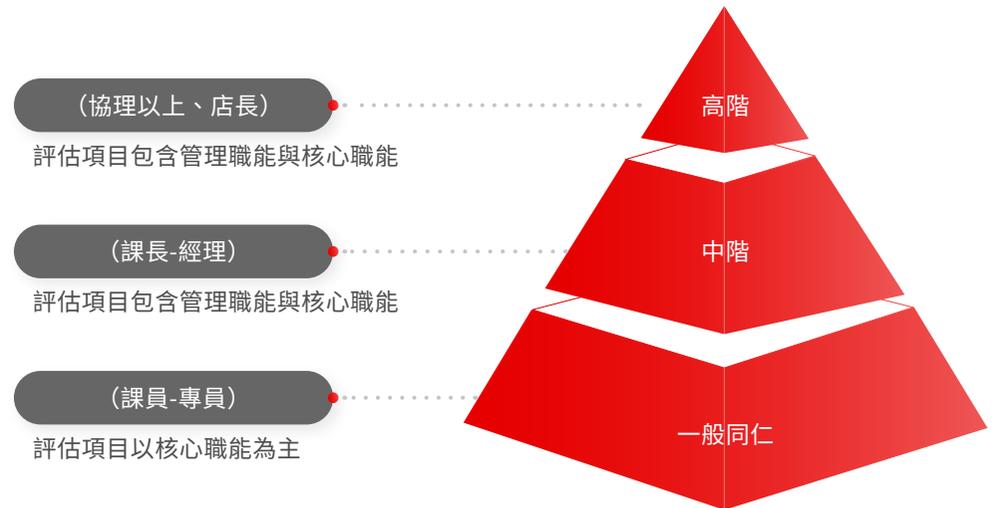


### 「職能三年計畫」主要分為三個階段



全新的職能架構依照職級可分為三大類別：高階(協理以上、店長)、中階(課長-經理)、一般同仁(課員-專員)，分別訂定評估項目，高階與中階人員之評估項目皆包含管理職能與核心職能，一般同仁之評估項目則以核心職能為主。全新的職能架構將影響人才招募、教育訓練和績效考核三大面向。在人力招募上，未來新光三越將依照全新職能架構所規劃的各級職能去篩選人才，以尋找潛能可貼合本公司發展策略的人才加入新光三越。

在績效評估上，全新職能架構將成為各級員工績效考核的目標與評估項目，並透過績效考核來鑑別員工個人能力，按其潛能將員工區分為「未來之星」、「高潛力」、「中堅幹部」、「穩定貢獻」等人才，此為人才梯隊，新光三越將依據人才梯隊特性提供員工客製化的職涯規劃與教育訓練規劃。



建立人才梯隊後，將進一步識別關鍵職務人才梯隊，進入該名單的員工需撰寫與執行個人發展計畫，並定期執行檢核，目標是讓關鍵職務的人力資源保持充沛，並針對不同類別的人才，提供差異化的發展，提供高潛力的人才高強度且高回饋的發展機制。

**新光三越**  
SHIN KONG MITSUKOSHI

客製化的職涯規劃與教育訓練規劃

未來之星

高潛力

中堅幹部

穩定貢獻

截至2022年為止，新光三越人資部透過重新檢視與梳理各職級職能，已完成界定全新職能架構，接下來將實際導入職能架構於現行人力資源管理架構中，並計畫於2023年4/28至5/29間舉辦共6場的職能說明會，邀請協理級以上的高階主管與所有的功能主管出席了解，後正式實施，至此便完成第一階段「職能架構導入」。緊接著新光三越將於2023年首先針對新進幹部、在職幹部制定培訓課綱與年度教育訓練。第二階段「人才梯隊建立」預計於2023年5月提案，第三階段「個人發展計畫」則預計於2024年4~5提案。



### 職能三年計畫之幹部教育訓練計畫

#### 計畫目標與內涵

以2023年導入完成的職能架構為基礎出發，規劃新光三越培訓課綱，並以此規劃年度的在職幹部教育訓練與專題講座，同時額外針對新晉升幹部進行 Mindset Change 教育訓練。

| 計畫內容   | 對象        | 課程內容                   |
|--------|-----------|------------------------|
| 新進幹部培訓 | 年度新晉升幹部   | Mindset Change         |
| 在職幹部培訓 | 在職幹部教育訓練  | 職能強化課程                 |
| 專題講座   | 自由報名，不限對象 | 與公司重點政策相關之專題講座(數位、電商等) |

#### 員工過渡輔導

對於遭到資遣、即將離職員工，或是屆臨退休員工，新光三越雖暫無例行性輔導措施，仍會視個案需求，提供諮詢、諮商及轉介媒合的協助，例如新光三越桃園大有店規劃2023年結束營業，公司於規劃階段即擬定完整的人員安置計畫，並召開說明會，詳細說明員工的權益，針對選擇不留任的員工，也與當地就業服務站合作，安排就業輔導、媒合及失業給付申請流程說明等協助。

## 3.2 職場健康與安全管理

對應 GRI 指標：GRI 403-1、GRI 403-2、GRI 403-3、GRI 403-4、GRI 403-5、GRI 403-6、GRI 403-7、GRI 403-8、GRI 403-9、GRI 403-10

### 管理方針



#### 政策與承諾

新光三越制定「新光三越股份有限公司職業安全衛生政策」，並按《職業安全衛生管理辦法》與相關細則規定，設定「零傷害、零疾病、零事故」之目標，導入ISO 45001職業安全衛生管理系統，管理並維持員工優質職場環境。



#### 衝擊

職場安全與勞工權益受損(負面衝擊)。



#### 行動方案

##### 預防與減緩

- 訂定〈風險與機會管理程序〉，每年執行職安衛危害鑑別與風險評估，剩餘風險值超過100分的危害將列入「應處理風險管理措施規劃表」進行風險管控，後續再由職業安全衛生委員會決議，訂出當年度的職安衛方案表，進行改善。
- 商場設備例行性檢查。
- 針對建築物依內政部營建署規範進行建築物公共安全檢查，並訂有「消防防護計畫」，舉辦消防演習，減少緊急突發之火警事故發生可能性。

- 每年補助員工基本健檢。
- 舉辦員工健康促進活動。

#### 補救措施

- 制定火災事故緊急應變流程。
- 訂定職業災害事件調查、處理流程。

#### 利害關係人議合

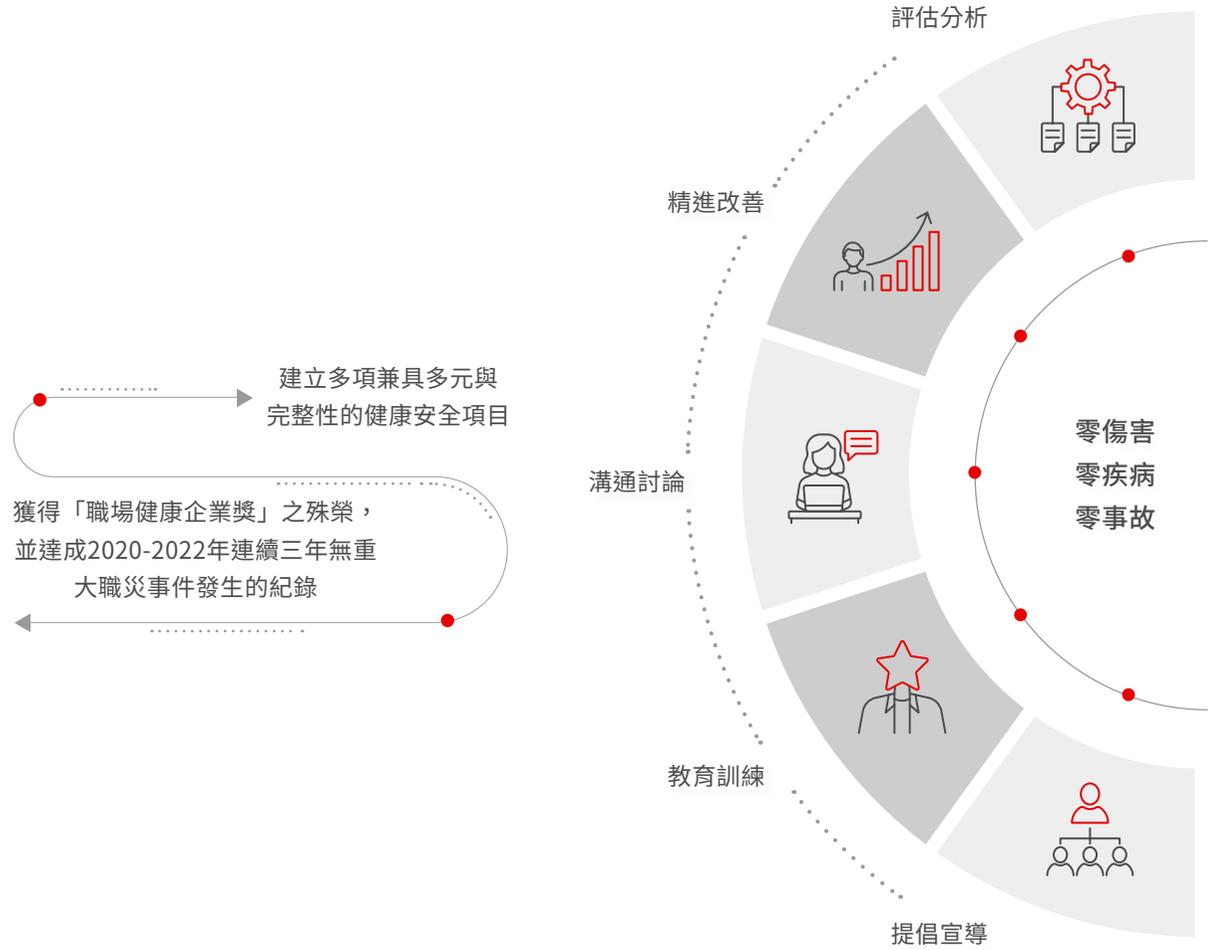
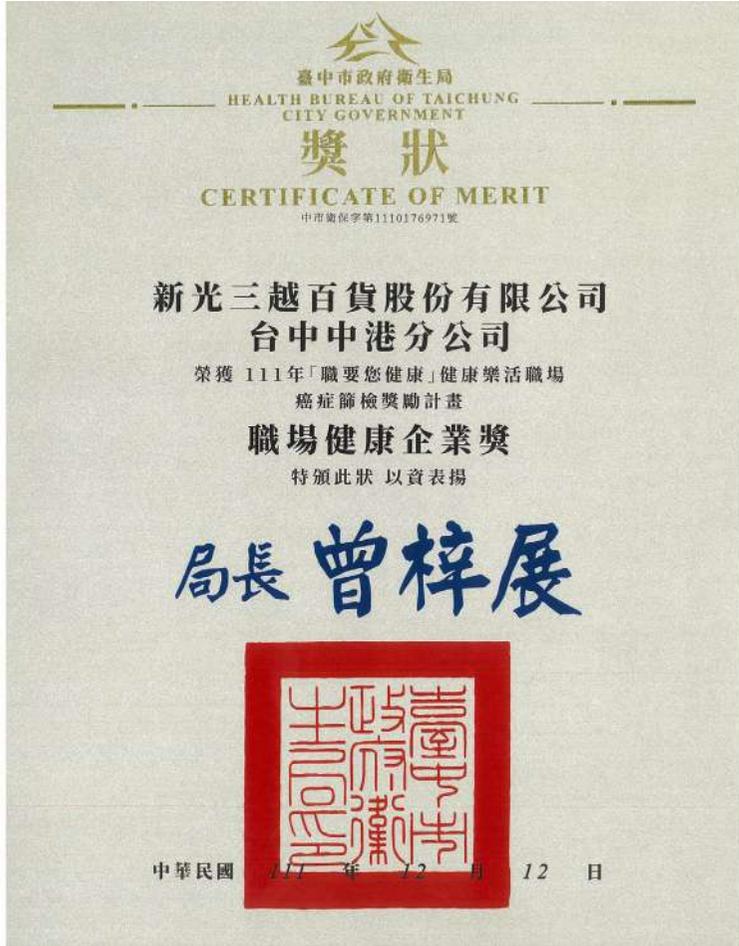
- 針對新進人員、在職人員、專櫃員工、提供專業技術支援的員工或委外包商進行相應的職安衛教育訓練與宣導。
- 各分店發布員工健檢追蹤通知單給自營員工填寫與後續異常追蹤，頻率為每年一次，發放對象為當年接受健檢同仁。



#### 評估與追蹤

總公司與各分店均設有職業安全衛生委員會，每三個月至少召開一次會議，進行職安衛政策與程序審查、提供各部門影響工作場所之職安衛事項建議、風險評估與管理方法制定、參與危害鑑別及風險評估、(職災)事故調查等事項，並確保風險管理目標或活動獲得足夠資源和有效實施。

新光三越將員工視為企業最重要的資產，上下齊心塑造讓同仁能健康安心的工作環境，盡可能避免災害發生。為了達成「零傷害、零疾病、零事故」的目標，新光三越以評估分析、提倡宣導、教育訓練、溝通討論與精進改善五大核心元素作為執行原則，訂定職業安全衛生政策，並導入ISO國際系統驗證，建立多項兼具多元與完整性的健康安全項目。積極主動的安全防護使新光三越在2022年於台中中港店獲得「職場健康企業獎」之殊榮，並達成2020-2022年連續三年無重大職災事件發生的紀錄，未來新光三越將持續精進管理作為維持員工優質職場環境。



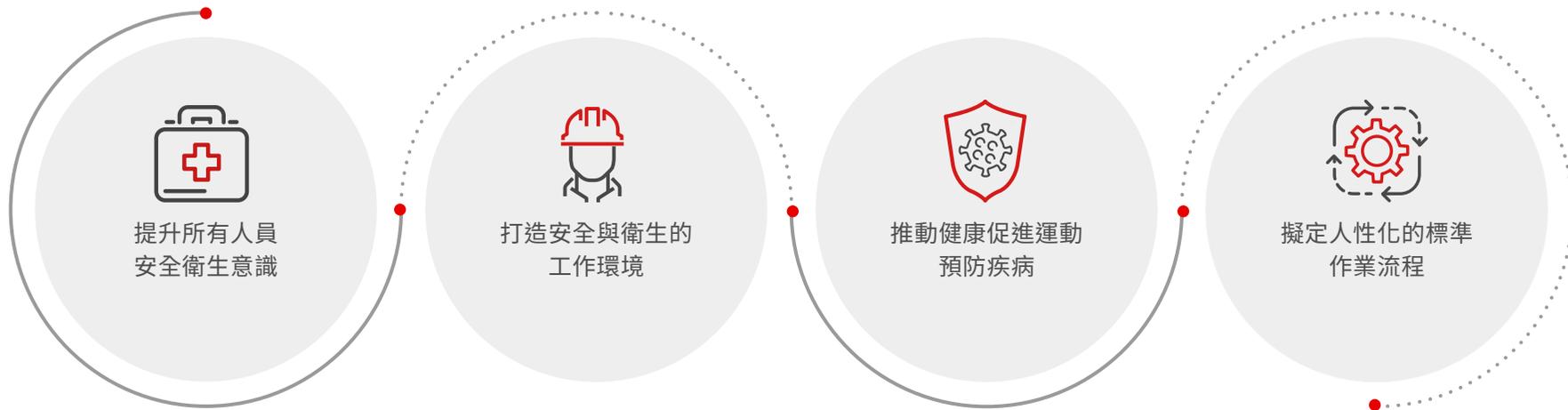
2022年於台中中港店獲得「職場健康企業獎」

職業安全政策五大核心

### 3.2.1 職業安全衛生管理與推動

新光三越自 2013 年即於內部設立勞工安全衛生部門，負責職業安全衛生業務。並自 2020 年起導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，同年總經理吳昕陽簽署「新光三越股份有限公司職業安全衛生政策」。

#### 新光三越職業安全衛生政策 - 四大策略

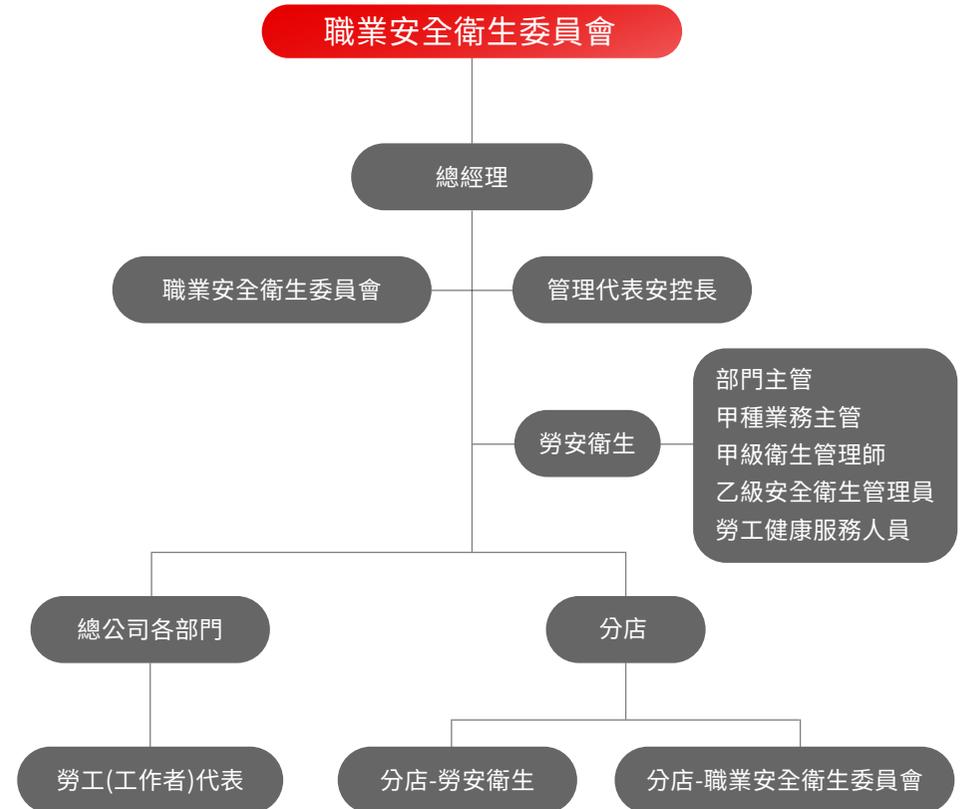
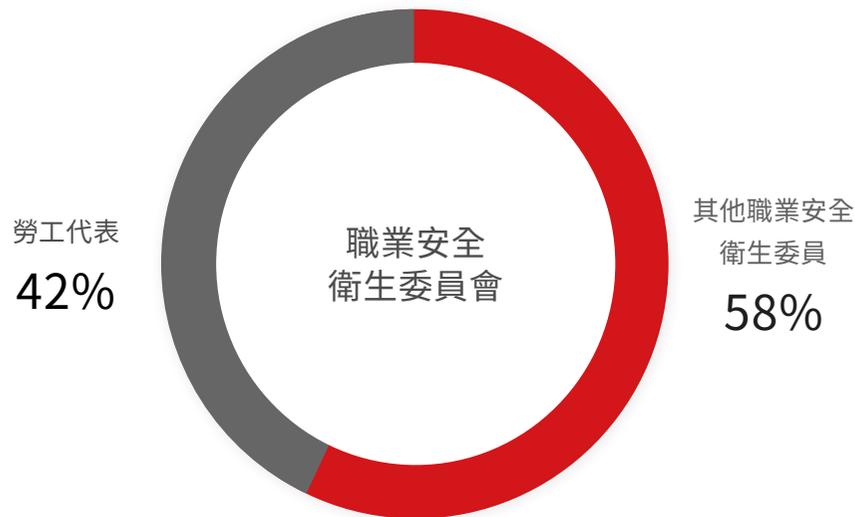


#### 新光三越職業安全衛生政策 - 八項政策

- 建構並維持有效的職業安全衛生管理系統
- 遵守國家法令規章，並定期審查職業安全衛生的遵法性
- 落實計畫執行及風險管理，有效管制職業安全衛生管理目標達成
- 落實教育訓練，以強化所有員工安全衛生觀念與認知
- 消除危害及降低職安衛風險、持續改善職安衛管理系統，以提升職安衛績效
- 承諾提供員工、合作夥伴等利害相關者一個安全健康的場所及工作條件
- 對員工、合作夥伴等利害相關者進行職安衛相關資訊之諮商與宣導
- 鼓勵員工參與並遵守相關義務，以符合安全衛生需求與期待

除了勞工安全衛生部門，新光三越按《職業安全衛生管理辦法》與相關細則規定，於總公司和全台各分店均設有職業安全衛生委員會，組成成員包含來自勞安衛生和各分店之高階主管及員工、共184名委員，其中有77名為勞工代表，比例為42%，依法每三個月至少召開職業安全衛生委員會會議一次，進行職安衛政策與程序審查、提供各部門影響工作場所之職安衛事項建議、風險評估與管理方法制定、參與危害鑑別及風險評估、(職災)事故調查等事項。由總經理指派安控長擔任管理代表，共同負有職安衛管理系統運作之最終責任，確保風險管理目標或活動獲得足夠資源並有效實施。每季職業安全衛生委員會會議作成決議都將以正式簽呈呈報總經理。

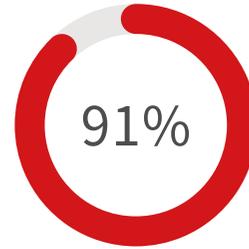
往下各分店所設置之分店勞安衛單位與職業安全衛生委員會，由分店長擔任管理代表。總公司與分店皆採分層管理，透過職業安全衛生委員會進行職安衛管理，並以分科會議向包含勞安衛生單位在內的各權責單位傳遞資訊與雙向業務溝通。此外，新光三越總公司尚設有職安衛管理系統推動委員會，促進各單位同仁參與ISO 45001職安衛管理系統之運作。



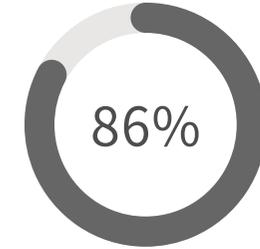
### 新光三越總公司職業安全衛生委員會會議成果摘要



■ 2020年分 會議次數4；平均出席率96%



■ 2021年分 會議次數4；平均出席率91%



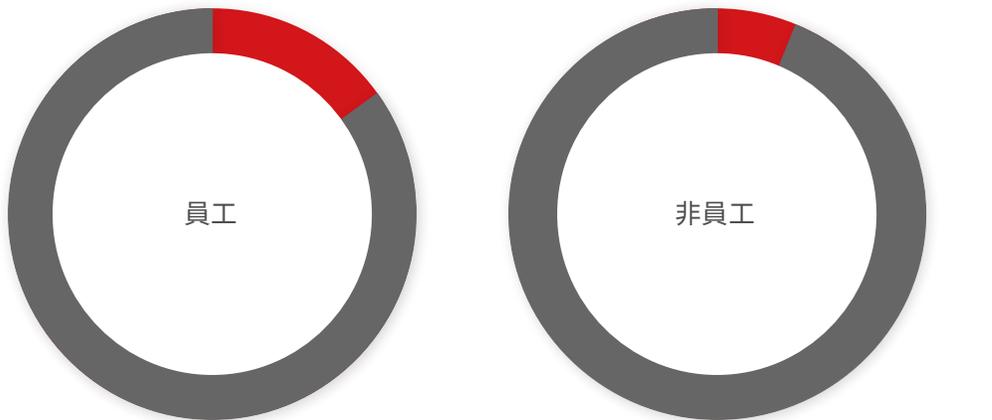
■ 2022年分 會議次數4；平均出席率86%

| 成果  | 成果   | 成果   |
|---|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>依全分店共768項作業內容進行風險評估作業，總計51.3%作業內容須納入管理，並將超過風險改善分數門檻者列入職業安全衛生風險與機會措施規劃表持續追蹤。</li> <li>自2017年起與臺北市勞動檢查處結盟為安全伙伴，共同辦理教育訓練及宣導活動、推動職業安全衛生自主管理、分享法令、身心健康保護等資訊持續加強勞動保護，合作展延至2022年。</li> <li>改善職災事件訊息通報流程：建立初報-結報機制、設立LINE官方帳號，強化職災事件通報訊息之即時性與準確性，並加入高階主管權限使其能第一時間接收訊息，便於追蹤管理。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>審議通過「111年度在職人員職業安全衛生教育訓練教材」，依照法規調整為線上3小時課程，訓練完畢由公司學習管理系統進行訓練測驗，從2022年4月份人員異動後開始執行。</li> <li>公告「不法侵害簽署雇主聲明書」宣示不法侵害「零容忍」，並以書面方式公布相關預防政策及作法，預計每年實施一次危害辨識及評估。</li> <li>調整「職業安全衛生自主管理檢查辦法」，改採臺北市勞檢處提供之自主管理稽核表，由職安人員進行專業判斷，落實內部稽核、有效觀察職安缺失並立即改善，以避免職災發生。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>決議2022年中區、南區處ISO 45001導入所執行之工作計畫。</li> <li>提報季度職業安全衛生自主管理稽核進度追蹤、全分店作業環境監測計畫執行結果與改善措施、分店現場安全衛生管理績效與措施。</li> <li>總公司年度稽核分公司，依照ISO 45001執行進度及人員認知進行確認，如有異常狀況皆依「職安衛不符合事項管理程序書」開立職安衛異常處理單，並請分公司擬定改善計畫進行改善後，回覆結果以利總公司追蹤。</li> </ol> |

## 國際驗證系統導入

新光三越自2020年7月起執行導入ISO 45001職業安全衛生管理系統相關準備工作，並在2021年1月首次取得認證且持續進行監督與稽核，每年均會召開一次ISO 45001年度管理審查會議，並由總公司對各分店進行每年兩次自主性職業安全衛生業務查核及驗證前一年進行外部模擬稽核，作為2024年將全數分店通過管理系統驗證的準備。迄今驗證範圍涵蓋總公司及台北信義新天地A4分店所有員工含派遣人員，佔總人數20.5%，其他非員工佔6.18%。

未來新光三越除了維持現有驗證外，亦將繼續擴大驗證範圍，展現建立職場安全的決心，首先預計2023年延伸至台北信義新天地A11、台北信義新天地A8、台北信義新天地A9、台北南西店、台北站前店、台北天母店等六家分店，2024年再納入中南區共七家分店，目標是在2024年前通過全台所有營運據點的ISO 45001驗證，全面防範職災發生。



- 認證範圍：458人；佔總人數20.5%
- 非認證範圍：1,773人；佔總人數79.4%
- 認證範圍：968人；佔總人數6.18%
- 非認證範圍：14,694人；佔總人數93.8%

註：

- 員工包含正式員工、計時人員；非員工包含承攬人員、再承攬人員(非常態不列入計算)、專櫃人員。
- 有關非員工之資料統計由各分店營業單位彙整統計人數，因專櫃人員排班於各店舖，具流動性，難以確實計算，有重複計算導致誤差的可能。
- 資料統計日期：2022年12月底

### ISO 45001推行計畫時程



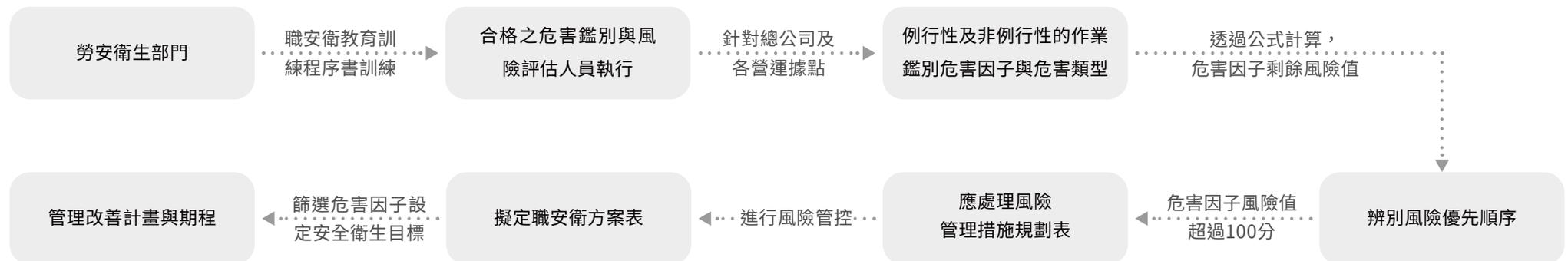
### 3.2.2 職業安全衛生風險評估與職災預防

#### 職業安全衛生危害鑑別與風險管理

為了鑑別作業活動中的職業安全與衛生潛在危害、評估其風險，據以制訂管理或改善計畫，以預防危害發生，新光三越訂定〈風險與機會管理程序書〉，由勞安衛生部門中按照「職安衛教育訓練程序書」訓練合格之危害鑑別與風險評估人員執行，針對總公司及各營運據點內，例行性及非例行性的作業生產活動鑑別危害因子與危害類型，透過公式計算出各危害因子在現有防護措施管控下的剩餘風險值，進一步辨別風險優先順序，超過 100 分，將列入「應處理風險管理措施規劃表」進行風險管控，後續再由職業安全衛生委員會決議，訂出當年度的職安衛方案表，進行改善，並在考量法律規定和利害關係人意見後，篩選危害因子設定安全衛生目標、管理改善計畫與期程。



#### 風險與機會管理程序書

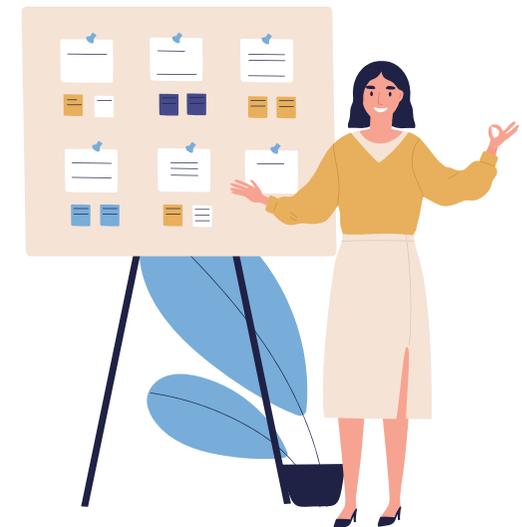


## 新光三越職安衛危害與風險評估流程

為確保職業安全衛生危害鑑別與風險評估流程的品質，新光三越以定期教育訓練及會議檢討方式，確認進行危害鑑別與風險評估人員的能力及評估結果的妥當性，並藉由總公司勞安衛生部、各營運據點勞安衛生單位及職業安全衛生委員會分責合作，維持風險評估的有效性。具體實施則依新光三越訂定之〈危害鑑別評估管理程序〉執行，根據該程序，危害鑑別與風險評估的情境可分為定期性與臨時性兩種情況：

### 危害鑑別與風險評估情境

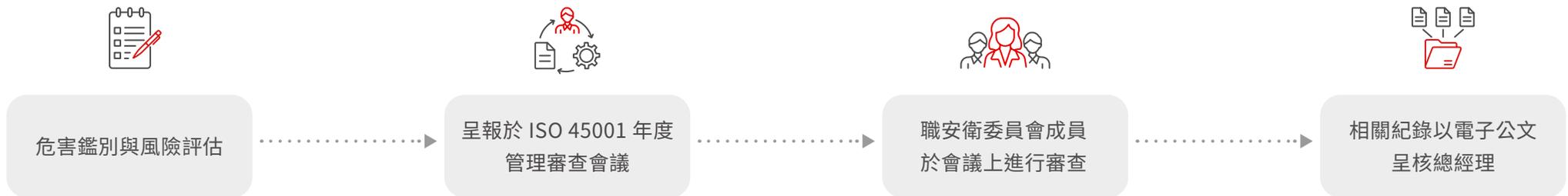
| 情況              | 說明  |
|-----------------|---|
| 定期性 - 危害鑑別與風險評估 | <p>每年一次，包括總公司在內之各營運據點應於ISO 45001年度管理審查會議前，完成各營運據點之危險鑑別與風險評估作業，以利各分店職安衛管理方案規劃表進度追蹤，最後由總公司之勞安衛生部彙整資料，於管理審查會議中報告。</p>  |
| 臨時性 - 危害鑑別與風險評估 | <p>有以下情形時，由各需求單位提出進行臨時性危害鑑別與風險評估作業：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>當設備有更換、工作內容及文件等有調整、或符合『變更管理程序書』之變更範圍時</li> <li>因指定職安衛異常改善而提出矯正及預防措施時</li> <li>發生職安衛虛驚事件、公傷或符合『職業災害通報處理流程及調查分析要點』之異常狀況或範圍時</li> <li>其他如作業場所變動、常態作業改變、化學品用量增加等有影響安全衛生之虞，經管理代表認為有必要時，由指定權責部門執行</li> </ul> |



新光三越經各營運據點辦理危害鑑別與風險評估後，呈報於ISO 45001年度管理審查會議，並由職安衛委員會成員於會議上進行審查，相關紀錄以電子公文呈核總經理。2022年職業安全衛生危害鑑別及風險評估表共約6,997項風險；其中約有2,733項風險因剩餘風險值大於100分，納入職安衛應處理風險與機會管理措施規劃表，經判斷其重大性和可行性後共設定67項管理方案，分別於各對應之營運據點推行，由各分店勞安衛生單位人員定期追蹤查核，隨時掌握進度，一同守護全體員工與商場顧危預防危害事故的發生。



### 新光三越經各營運據點辦理危害鑑別與風險評估流程



### 風險值大於 100 分職安衛應處理風險與機會管理措施規劃流程



例如2022年危害鑑別結果，其中台北南西分店鑑別出潛在化學性危害因子：在空調機房恐有與化學藥劑接觸、皮膚過敏風險之虞。故於當年度5月完成建立相關管理方案，增設沖身洗眼器，且每月檢查設備，以預防化學品意外事故發生，並達成當年度空調機房操作人員化學品操作意外零事故；後進一步擬定4項2023年的延伸方案目標，包含：一、訂定化學品與有機溶劑管理辦法，二、預防洩漏現場設置安全資料表及防溢槽，三、完成空調機房沖身洗眼器設置，並新增其自動檢查表，進行每月檢點，四、列入分店自主管理稽查項目，進行定期巡檢。



保存年限：三年 新光三越百貨股份有限公司  
沖身洗眼器定期檢查紀錄表

廠別： 型式規格： 檢查日期： 年 月 日

| 項目   | 檢查部位(項目)                           | 檢查方法 | 檢查結果 | 依照標準與廠設基準檢點 | 備註 |
|------|------------------------------------|------|------|-------------|----|
| 設置場所 | 周圍 1.5 公尺內或通道無阻塞，地面堅固平坦。           |      |      |             |    |
| 機體   | 無鏽蝕、腐蝕、變形、雜件(零件)欠缺鬆動，各功能正常，無漏水。    |      |      |             |    |
| 水管   | 入水閥保持常閉，接頭密封，不漏液，開閉無損壞、變形。         |      |      |             |    |
| 水源   | 除菌器(長絨或腳踏)機能正常，噴灑調整等適應無阻礙，破損、異物阻塞。 |      |      |             |    |
| 供水管  | 確認水管無滲漏情形。                         |      |      |             |    |
| 排水管  | 保持暢通。                              |      |      |             |    |

注意事項：  
1. 依照職業安全衛生管理辦法第三十二條實施。  
2. 檢查項目：畫「✓」或「○」。  
3. 檢查結果應詳實記錄，檢查結果正常者打「(✓)」，異常者打「(X)」，無此項目打「( / )」，異常異常請緊急聯絡，未來自備各實施單位。  
4. 以上所列項目與內容，各單位得視現場情況自行增加或修改項目並重新實施檢點。

檢查人員： 單位主管： 職安人員： 職安業務主管：

沖身洗眼器 .....

備註：設置空調機房沖身洗眼器之分店：台北信義新天地(A4,A8,A9,A11)、台北南西店



## 職業安全衛生教育訓練

為了深化員工職業安全衛生觀念，讓同仁能在安穩的工作環境中提供顧客細緻周到的服務，新光三越各分店均定期舉辦職安衛相關教育訓練。2022年新光三越總公司共針對285名新人辦理職安衛教育訓練，扣除其中5人因到職不久即離職以外，完訓率為100%。其餘分店則對自營事業人員，依各分店規範對新進人員與在職人員進行職安衛相關教育訓練。2022年新光三越全公司(含總公司及各分店)對在職人員辦理1小時「交通安全講習」及3小時「在職人員職業安全衛生訓練」，分別有1,822名及1,455名同仁訓練完成。另外台北信義新天地A8對於提供特殊專業支援的員工或委外包商人員，亦設有相對應的職安衛課程。



| 課程項目           | 實施對象 |         |      |            | 實施人次  | 備註        |
|----------------|------|---------|------|------------|-------|-----------|
|                | 新進人員 | 全公司正職同仁 | 指定同仁 | 分店電機同仁及承攬商 |       |           |
| 新進人員訓練 - 線上課程  | ✓    |         |      |            | 280   | 總公司       |
| 新進人員訓練 - 實體課程  | ✓    |         |      |            | 285   | 總公司       |
| 交通安全講習         |      | ✓       |      |            | 1,822 | 全公司       |
| 在職人員訓練         |      | ✓       |      |            | 1,455 | 全公司       |
| 醫療急救訓練         |      |         | ✓    |            | 1,040 | 各分店       |
| 其他(感電、化學品、砂輪機) |      |         |      | ✓          | 76    | 台北信義新天地A8 |

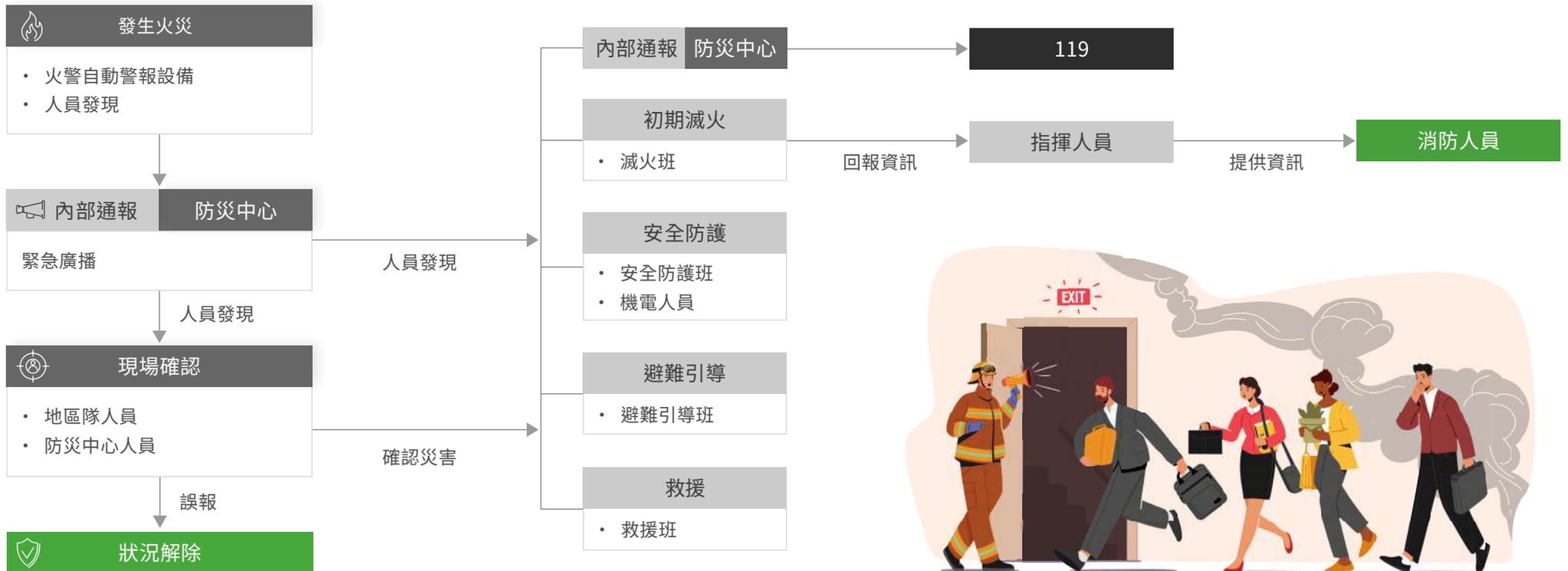
## 保障職安相關例行設備檢查

新光三越秉持安全必須落實於每個營運細節的精神，推展安全措施至公司與商場每個角落，依據《職業安全衛生管理辦法》與其他施行細則，定期檢查並維護保養各適用場所之機械、設備及器具，如有缺失即刻改善，以確保各項裝置具備高度安全性。且包含檢查日期、方法、檢查部位、結果、實施檢查之人員姓名、按檢查結果應採取之改善措施在內的檢查紀錄項目，均依法保存三年，確實追蹤，減緩且降低工作環境可能帶給員工的職安與衛生負面衝擊。

## 消防事故預防與應變

為減少可能緊急突發之火警事故發生機率，新光三越除就建築物特性訂有「消防防護計畫」，於全台15間分店內均設置合格消防安全設備及防火避難設施，並定期檢驗合格，讓員工或顧客在特殊情況下，可快速分流逃生或操作消防器材；也依據計畫實施自衛消防編組演練，增進全體員工防火警覺、熟練救火、逃生等技能。此外，新光三越亦制定「火災消防應變流程」，於災難發生時第一時間啟動事件通報、避難引導、初期滅火與救護等措施，讓意外事件造成的傷害降至最低。

火災事故緊急應變流程圖

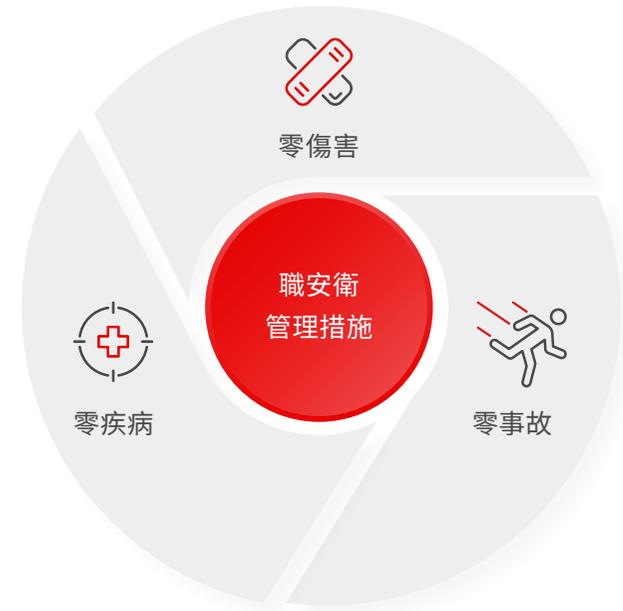


## 職業災害事件調查、處理、與預防

依據新光三越〈職業災害通報處理流程及調查分析要點〉，若本公司人員、專櫃人員、承攬人員或工作者發生任何職災事件，事故單位應於24小時內依流程通報各分店勞安衛生單位，必要時可先以電話或口頭通知，讓流程保有彈性；如為重大職業災害事件，勞安衛生單位將依《職業安全衛生法》規定在8小時內通報勞檢機構，同時新光三越也要求勞安衛生單位主管應於事故發生後4小時內召集相關人員展開調查，並召開調查會議，相關調查結果亦將於職業安全衛生委員會及安控會議呈報。



如有任何突發事故發生於本公司人員、專櫃人員、承攬人員及工作者，勞安衛生單位人員都需在48小時內根據調查結果提出「職災事故調查報告單」，防止事故再度發生。對於受災員工新光三越將由職護進行生命狀態評估，若有必要做進一步處置，將由同仁陪同就醫並重新審視危害鑑別與風險評估之發生頻率及嚴重度，判斷是否需進行更多改善。當同仁為(職業)意外傷病或長期傷病後返回工作崗位前，會由職醫進行復工評估，以確認員工身體恢復情況良好。未來新光三越將持續推動環安衛各項設備檢查、升級，滾動式精進職安衛管理措施，朝向「零傷害、零疾病、零事故」邁進。



## 新光三越職業災害處理流程圖

## 執行重點

發生或發現事故



現場及傷患處理

- 依據事故處理流程實施緊急處理。
- 控制現場並預防二次災害。
- 傷者急救並保持現場完整。

現場及傷患處理



職災事故之通報

- 填寫突發事件報告書。
- 如為職災應立即通報勞安衛生(部)單位。
- 應依據職業安全衛生法及職業災害通報處理流程通報。

職災事故之通報



職災事故之調查

- 如為職災，勞安衛生(部)單位應實施調查並填寫職災事故調查報告單(SKM-0-錄(26)-00)。
- 重大職災則由勞安衛生主管召集成立調查小組進行調查。
- 事故發生後48小時內完成職災事故調查報告單。

職災事故之調查



調查報告之呈核

- 分店重大職災之職災事故調查報告單呈核至處長，再回傳總公司勞安衛生部用印至總經理；總公司呈閱總經理。
- 分店一般職災之職災事故調查報告單呈核至店長，再回傳總公司，總公司依事故單位用印至業務本部長或營業本部長。

調查報告之呈核



改善措施之落實

- 改善前應進行風險評估。
- 由事故單位依勞安衛生(部)單位之改善建議執行改善。
- 由勞安衛生(部)單位負責追蹤改善事項。

改善措施之落實



事故調查報告之結案

- 職災事故調查報告單於改善完成後結案歸檔，保存十年。
- 事故調查結果得加以宣傳或是納入安衛訓練教材。
- 事故調查報告正本由勞安衛生單位保存，影本由事故單位存檔。

事故調查報告之結案

## 新光三越職安衛管理中長期目標



## 員工健康管理與促進

新光三越考量零售百貨業之業務特性，員工常需久坐使用電腦、亦或久站、搬移貨品等，鑑別出員工可能較易罹患之職業疾病包含職業性腕隧道症候群、腱鞘炎及肌腱炎。為預防職業疾病發生，新光三越依員工年齡級距及職等提供優於法規的健康檢查，還訂定「人因性危害預防措施」據以改進相關設備、辦理健康促進相關活動與課程，維護員工健康。統計2020至2022年間，皆無發生職業疾病案例，凸顯新光三越致力減緩員工職業疾病風險之成效。

未來新光三越擬按「人因性危害預防措施」引進職醫資源，若經肌肉骨骼症狀調查表判斷為職業疾病患病高風險族群者，將優先安排臨場服務職醫面談，提供人因性危害指導等協助；另針對辦公室員工因人因工程危害預防，同仁亦可主動尋求職醫面談評估，經職醫建議後，新光三越將提供輔具一例如滑鼠墊、靠背墊等，以預防職業疾病發生。2022年新光三越共推行健康檢查、健康管理、臨場健康服務、健康衛生保健、健康促進活動等五大健康行動。



## 新光三越推行員工五大健康行動

| 類別     | 項目  |
|--------|---|
| 健康檢查   | <ul style="list-style-type: none"> <li>每年安排員工健檢，優於法令規範(45歲以下每3年檢查一次，45歲以上每2年檢查一次)，依年齡及作業內容提供不同頻率及健檢方案供員工選擇，守護員工健康。</li> </ul>   |
| 健康管理   | <ul style="list-style-type: none"> <li>職場母性健康保護措施：由保護需求者(妊娠及分娩後) 提出需求，護理人員對需求提出對象實施初步風險評估，臨場醫師應依評估結果進行危害控制及改善建議。</li> <li>異常工作負荷預防措施：由護理人員及職業安全衛生人員對員工實施異常工作負荷風險評估，由臨場醫師及護理人員針對本公司歸類之潛在風險族群，篩選是否為異常工作負荷促發疾病之高風險族群並進行分級，最後由臨場醫師判定個案是否需接受過負荷諮詢。</li> <li>人因性危害(肌肉骨骼傷病) 預防措施：由護理人員進行肌肉骨骼傷病調查，職業安全衛生人員依調查結果實施評估將其中之主要危害因子找出，針對評估結果擬定改善方案，實施改善措施。</li> <li>職場暴力預防措施：由職業安全衛生人員進行職場暴力風險評估，護理人員針對評估需求辦理相關教育訓練。</li> <li>心理衛生關懷措施：心理健康促進，提供員工各面向的講座、紓壓活動、課程，以讓員工瞭解當面對壓力時應如何尋找資源、如何面對處理。</li> </ul> |
| 臨場健康服務 | <ul style="list-style-type: none"> <li>健康諮詢門診：特約職業醫學科醫師臨場執行諮詢服務。</li> </ul>   |
| 健康衛生保健 | <ul style="list-style-type: none"> <li>配置急救人員，依各店總人數計算，配置急救人員，急救人員需取得「急救人員安全衛生教育訓練」證照。</li> <li>安心場所認證(AED+CPR)：勞安衛生單位定期開辦AED 及CPR 訓練課程，AED 專責人員定期檢查AED 設備。</li> <li>疫情防治措施：針對每年傳染性疾病高峰期間(好發期間)，規劃對員工進行健康管理及追蹤，與加強賣場清潔衛生，確保提供顧客一個安全舒適的購物場所。</li> </ul>  |
| 健康促進活動 | <ul style="list-style-type: none"> <li>健康需求調查：職業安全衛生人員調查、評估、擬訂並辦理合適之健康職場活動及規劃辦理員工健康管理事項。</li> <li>健康活動辦理：提供健康促進相關資訊(辦理燃脂肌力有氧、放鬆伸展瑜珈、舒壓按摩、萬步健走等健康促進活動)，形成健康職場氛圍。</li> <li>自主認證方案：定期辦理健康職場「健康促進標章」認證，獎勵符合健康職場「健康促進標章」認證之店舖。</li> </ul>  |

心理衛生諮詢

百貨業員工常態面對巨大顧客服務壓力，新光三越預計於2023年實施全體員工心理健康狀況問卷調查，依據調查結果，分析異常追蹤，為高心理壓力同仁安排一對一的諮詢，若有高風險個案，將提供心理諮詢服務、心理相關衛教、專業機構或醫療單位的連絡資訊。

百萬步健走活動

新光三越考量總公司員工多為辦公室工作型態，易有久坐、缺乏運動等問題，為促使同仁建立健康自主管理觀念，新光三越以獎勵同仁參與此次健走活動，盼能養成運動習慣，促進員工擁有良好身心健康。本活動於2022年6月至8月舉辦，提供i Watch、小米手環，最大獎為6000元商品禮券，期間計單人賽51名、團體賽12組參加，20萬步目標達成率為100%，獲得眾多迴響。新光三越並於活動結束後進行員工滿意度分析，針對活動方式(每月走路總步數)、活動時程(本次總共3個月)、活動抽獎次數計算方式(單人20萬步數、團體100萬步數)、活動執行難易度等項目進行評估，以提供隔年度健走活動方案進行調整及優化。

職場母性保護計畫

妊娠中、產後一年、哺乳及育齡期女性員工，如對於職場健康與自身需求有所疑慮，皆可提出申請成為保護對象，申請後將由勞安衛生人員協同醫護人員一同訪視保護對象之作業環境與流程，以『作業場所危害評估及母性健康保護採行措施表』評估並分級其風險。保護對象填寫『妊娠及分娩後未滿一年之勞工健康情形自我評估表』，且安排職醫面談。若經職醫評估需進行工作或工時，亦應尊重保護對象意願並告知結果措施。



### 3.2.3 職業傷害與職業病統計

統計2022年新光三越員工職業災害類型，全體工作者(員工與非員工)共發生6件職業災害事故，其中因職災死亡人數、嚴重職業傷害件數、嚴重職業疾病件數均為0，嚴重職業傷害頻率及可記錄之職業傷害比率分別為0、0.47。過去一年發生較多事故為交通事故，針對經常發生的類型、發生路段等重點加強提醒、宣導及教育訓練，以利增加公司新舊同仁之交通安全意識。

| 2022 年職業傷害統計        |           |                               |                                       |           |            |            |
|---------------------|-----------|-------------------------------|---------------------------------------|-----------|------------|------------|
| 項目                  | 員工        |                               |                                       | 非員工       |            |            |
|                     | 男性        | 女性                            | 合計                                    | 男性        | 女性         | 合計         |
| 職業傷害死亡人數            | 0         | 0                             | 0                                     | 0         | 0          | 0          |
| 職業傷害死亡率             | 0         | 0                             | 0                                     | 0         | 0          | 0          |
| 嚴重職業傷害數<br>(排除死亡事件) | 0         | 0                             | 0                                     | 0         | 0          | 0          |
| 嚴重職業傷害頻率 (FR)       | 0.00      | 0.00                          | 0.00                                  | 0.00      | 0.00       | 0.00       |
| 嚴重職業傷害率 (SR)        | 0.00      | 0.00                          | 0.00                                  | 0.00      | 0.00       | 0.00       |
| 可記錄職業傷害件            | 1         | 5                             | 6                                     | 0         | 0          | 0          |
| 可記錄之職業傷害比率          | 0.65      | 1.73                          | 1.35                                  | 0.00      | 0.00       | 0.00       |
| 工作時數 (損失工時)         | 64        | 64                            | 128                                   | 0         | 0          | 0          |
| 總經歷工作時數             | 1,545,792 | 2,898,360                     | 4,444,152                             | 3,846,552 | 12,571,512 | 16,418,064 |
| 職業傷害類型              | 其他*1      | 跌倒*3<br>物體倒塌、<br>崩塌*1<br>捲夾*1 | 其他*1<br>跌倒*3<br>物體倒塌<br>、崩塌*1<br>捲夾*1 |           |            |            |

註：

- 員工包含:正式員工與工讀生，非員工包含:專櫃人員、承攬人員與再承攬人員。不包含專櫃員工
- 總經歷工時數據來源=人資部提供法定工時: 2022年為1992。再乘上 12月份 全公司人數。
- 各項數據皆拆分男性及女性進行計算，例如：男性嚴重職業傷害頻率以男性總人數計以此類推。
- 可記錄的職業傷害=跌倒、夾捲、壓傷、砸傷。
- 各項統計數據皆依據「勞動部職業安全衛生署」所定義之職災受傷/ 死亡人數、損失日數、失能傷害頻率/嚴重率計算：
  - 職業傷害死亡率=職業傷害死亡人數\*1,000,000/總經歷工作時數
  - 嚴重職業傷害頻率(FR)=失能傷害次數\*1,000,000/總經歷工作時數
  - 嚴重職業傷害率(SR)=失能傷害損失日數\*1,000,000/總經歷工作時數
  - 可記錄之職業傷害比率=可記錄職業傷害件數\*1,000,000/總經歷工作時數
  - 工作時數(損失工時)=人資部門提供之工時
- 有可能造成嚴重職業傷害的職業危害決定方式有二：
  - 定期統計FR & SR計算人員傷害情形。
  - 執行危害鑑別及風險評估後，職安衛委員會以剩餘風險分數決定應處理風險項目，即決定嚴重職業傷害的職業危害項目。
- 目前新光三越訂定職業危害風險分級管控之分數為100分，剩餘風險值超過100分者將列入「應處理風險管理措施規劃表」進行風險管控，後續再由職業安全衛生委員會決議，訂出當年度的職安衛方案表，進行改善；剩餘風險值低於100分將繼續採現有管控措施並維持其有效性。
- 2022年度新光三越嚴重的職業傷害人數為0。

新光三越鑑別出零售百貨業常見職業疾病類型，包含職業性腕隧道症候群、腱鞘炎及肌腱炎。可能造成職業疾病的職業危害判斷，是在執行危害鑑別及風險評估後，職安衛委員會以剩餘風險分數決定應處理風險項目，並透過職業安全衛生危害鑑別及風險與機會評估表，將可能發生職業病的的作業依照：工作頻率、過去發生的頻率、現有管制文件及措施，以嚴重度、發生機率及風險控制成效決定剩餘風險值，當風險值大於100分時，將列入「應處理風險管理措施規劃表」進行風險管控，後續再由職業安全衛生委員會決議，訂出當年度的職安衛方案表，進行改善。

2022年新光三越全體員工、非員工，因職業病死亡人數、可記錄之職業疾病件數均為零，其員工包含正式員工及計時人員，非員工包含專櫃人員、承攬人員及再承攬人員。相關計算範疇並未包含專櫃之員工，主要係因各分店管理須遵循各地方政府規範，各地勞動檢查員對於勞工之定義相同、要求的事項也不盡相同，難以彙整統計。

### 2022 年職業傷害統計

| 項目         | 員工   |      |      | 非員工  |      |      |
|------------|------|------|------|------|------|------|
|            | 男性   | 女性   | 合計   | 男性   | 女性   | 合計   |
| 職業病死亡人數    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| 職業病死亡人數    | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 可記錄之職業疾病件數 | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| 職業疾病類型     | -    | -    | -    | -    | -    | -    |

註：

1. 職業疾病主要類型=新光三越鑑別出零售百貨業常見職業疾病類型，包含職業性腕隧道症候群、腱鞘炎及肌腱炎。
2. 各項統計數據皆依據「勞動部職業安全衛生署」所定義，本公司統計2022年間可記錄之職業病件數為0。

### 3.3 社會參與及藝術美育推廣

新光三越秉持真心誠意的經營理念，期許能為人們帶來更愉悅美好的生活，長期投入社會公益關懷，多年來對多項國內外災難均伸出援手，且持續關注偏鄉孩童資源獲取、動物權益、環境生態保護等議題，並積極尋求台灣防止虐待動物協會、兒童福利聯盟等外部非營利團體合作，提升社會民眾對相關議題的重視。此外，新光三越定期針對「工藝設計」、「兒童美育」、「影像藝術」三大領域舉辦常態性展演活動，不遺餘力推廣台灣藝術；每年更跨界網羅台灣藝術家運用不同媒材創作表述這片土地發生的故事，在全台各分店巡迴展出，用藝術的力量與大眾共創美好社會。



工藝設計



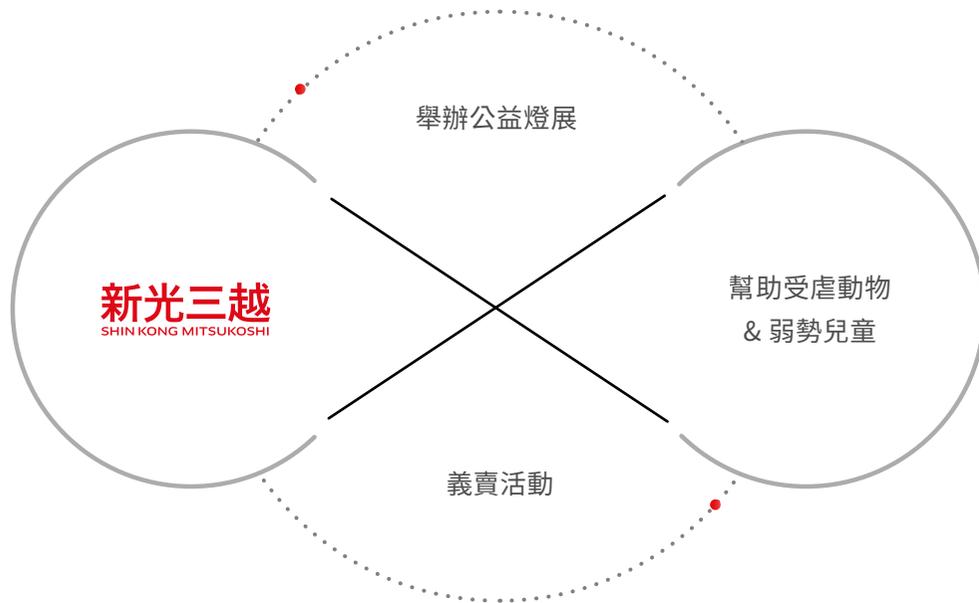
兒童美育



影像設計

### 3.3.1 社會共好參與

新光三越2022年上半年與台灣防止虐待動物協會共同推出春季公益卡友禮，下半年則和兒童福利聯盟一起舉辦聖誕活動，用創意為受虐動物和弱勢兒童發聲；自2014年起每年固定舉辦公益燈展與義賣活動，雖因新冠疫情衝擊停辦兩屆，將於2023年重新回歸。此外，新光三越亦持續關注國內或國際上發生的大小災害，不定期捐出部分營業所得，為社會貢獻綿薄之力。



### 春季公益卡友禮 - 寵物情人杯墊

隨著新冠疫情爆發，人們的生活習慣與周遭環境出現巨大改變，永續發展概念持續燃燒，全球各大知名品牌紛紛開始反思生命永續與時尚的關係。新光三越以「疫情增加人們的居家時光，使人們與寵物間有了更多的情感交流」為出發點，在2022年春季新品上市時發想出「動物調色盤PET MATCHING FASHION」之穿搭提案，從動物身上的花紋延伸挑選當季單品元素。

為了呼籲大眾在追求時尚的同時，抱有生命永續關懷的理念，不僅要愛護身邊的毛小孩，也別忘了關切其他動物生命的權益，新光三越與台灣防止虐待動物協會合作，邀請協會照護的狗狗作為「毛明星」，與模特兒一同拍攝春季上市形象照。



……「動物調色盤 PET MATCHING FASHION」新光三越 X 台灣防止虐待動物協會

另外，新光三越更與曾獲3x3國際插畫大賞的當代插畫家，愛貓人「朱緹DEE CHU」獨家合作授權時尚動物插畫共創「時尚寵物情人杯墊」，全台限量1,490份，活動期間民眾只要開啟skm app，扣除skm points 50點並以skm pay支付100元，即可獲得該杯墊，藉此邀集民眾一同響應受虐動物救援與醫療中途計畫。該活動自2022年2月18日至3月20日為止，杯墊銷售127份，義賣所得點數回收6,550點，銷售收入12,700元，其金額收入已全數捐贈台灣防止虐待動物協會。



**新光三越**  
SHIN KONG MITSUKOSHI

扣除skm points 50點並  
以skm pay支付100元

TAIWAN  
**SPCA**  
台灣防止虐待動物協會

獲得時尚寵物情人杯墊  
響應受虐動物救援與醫  
療中途計畫



2022年2月18日至3月20日時尚寵物情人杯墊響應受虐動物救援公益回饋



愛貓人「朱緹DEE CHU」獨家合作授權時尚動物插畫共創「時尚寵物情人杯墊」

## 點亮暖心耶誕 - 認購耶誕禮物

每年耶誕節期間，新光三越都會在各分店場館外豎起巨大的耶誕樹，打造專屬各店、獨一無二的耶誕打卡景點，廣受民眾喜愛。2022年新光三越與兒童福利聯盟合作發起「認購耶誕禮物」活動，號召會員一起讓點數變愛心。自2022年11月18日起到12月11日為止，民眾開啟skm app 點數專區，選取「點亮暖心公益」分類，可選擇贈送手錶、保溫瓶、後背包、籃球等多項不同的商品，依據各式禮物扣除指定skm points點數後，即可認購耶誕禮物。活動期間會員總計認購63項耶誕許願禮，價值約75,790元，並由新光三越把禮物送交兒童福利聯盟志工後分至小朋友手中，讓會員協助小朋友一起歡渡聖誕節。



63項耶誕許願禮



點亮暖心公益



其中新光三越台南新天地更在商場外規劃每周聖誕系列活動，該系列活動由12月1日的「點亮暖心之耶誕公益音樂會」拉開序幕，音樂會上邀請兒童福利聯盟代表，和其他合作夥伴一起徜徉在溫馨動人的音樂演出中，在寒冬中留下溫暖的聖誕節回憶。



點亮暖心耶誕 - 認購耶誕禮



點亮暖心之耶誕公益音樂會

## 元宵公益燈展與義賣

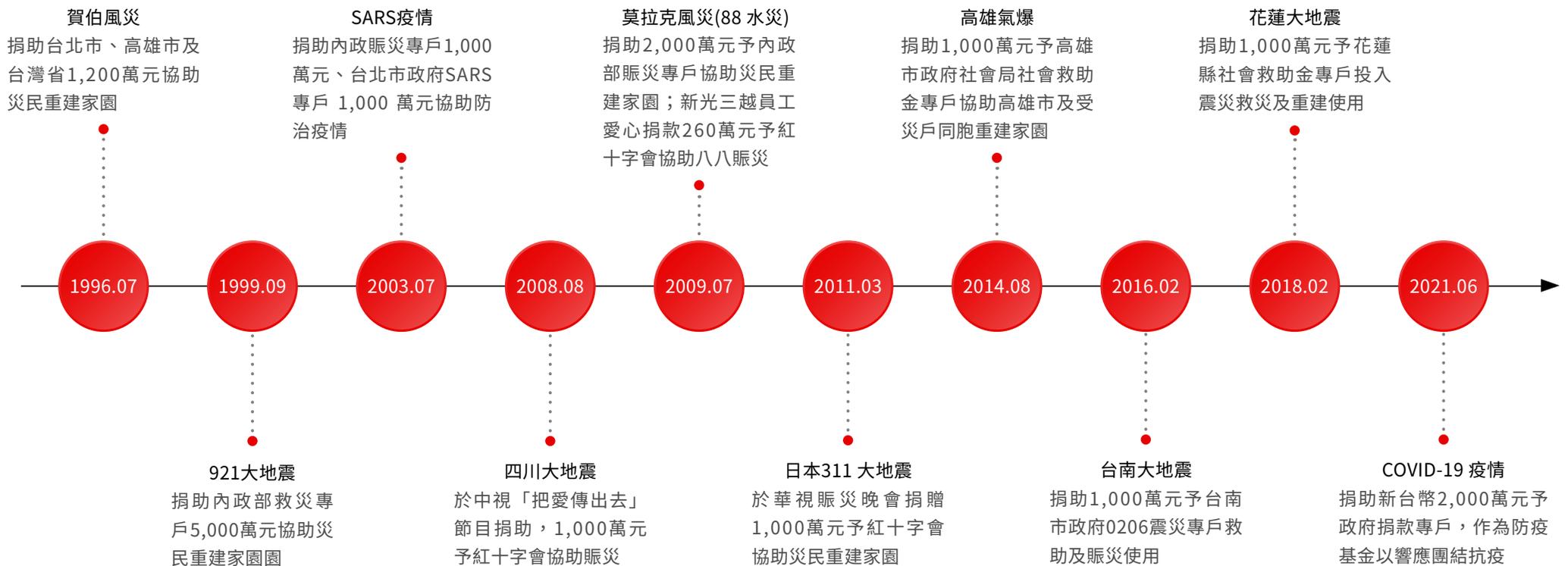
新光三越早在2014年便開始定期舉辦公益燈展與義賣，每年皆邀請超過百位藝術家、藝人、品牌等名人跨界參與，透過網路電商平台進行展品公益拍賣後，再將義賣所得與展品捐予不同社福單位和偏鄉學校。然而近年受到新冠疫情影響，故於2021、2022年接連停辦兩屆公益燈展與義賣活動。如今隨著疫情趨緩，新光三越也計畫在2023年重啟該活動，要號召會員一起用skm points做愛心公益，1/20(五)至2/19(日)，會員開啟新光三越APP扣除skm points 100點，新光三越就捐10元給需要關懷的公益單位；扣除3,900點將可兌換台灣之心義賣品「背心帆布袋一狗款」或「票卡夾」，義賣所得點數之等值金額，新光三越將全數捐贈給台灣之心愛護動物協會「紫浪浪計畫」，邀請會員將skm points轉化為溫暖的擁抱，一起成為支持他們的力量。

### 義賣活動款項捐贈用途說明

| 年份   | 2019  | 2020  | 2023  |   |
|------|---|---|---|---|
| 受贈單位 |  <p>東基醫療財團法人 TAITUNG CHRISTIAN HOSPITAL<br/>台東基督教醫院</p>                          |  <p>有成基金會<br/>慈兒謝謝您</p>                                       |  <p>台灣之心<br/>愛護動物協會</p>  |  <p>World Vision<br/>台灣世界展望會</p>                             |
| 活動概述 | <p>捐贈所有拍賣所得款項，協助東基醫療財團法人台東基督教醫院「行動早療團隊」深入台東偏鄉弱勢家庭，治療照護更多無力取得所需醫療資源的發展遲緩兒童</p>  | <p>捐贈所有拍賣所得款項，協助有成基金會持續投入智能障礙者終老與兒童早期療育照護，或提供成人職業重建等服務</p>  | <p>將捐出所有義賣/點數所得，該款項預計用於協助合作捐款將投入「流浪犬貓絕育行動」(勸募字號：衛部救字第1111363680號)</p>  | <p>將捐出所有點數所得，合作捐款將投入「國內孩童助學行動」(勸募字號：衛部救字第1111362912號)</p>  |
| 義賣成果 | <p>2019年總計賣出22件商品，共捐出新台幣573,999元</p>  | <p>2020年總計賣出11件展品，共捐出新台幣234,999元</p>  | <p>成果於2023說明</p>  | <p>成果於2023說明</p>  |

## 歷年捐款大事記

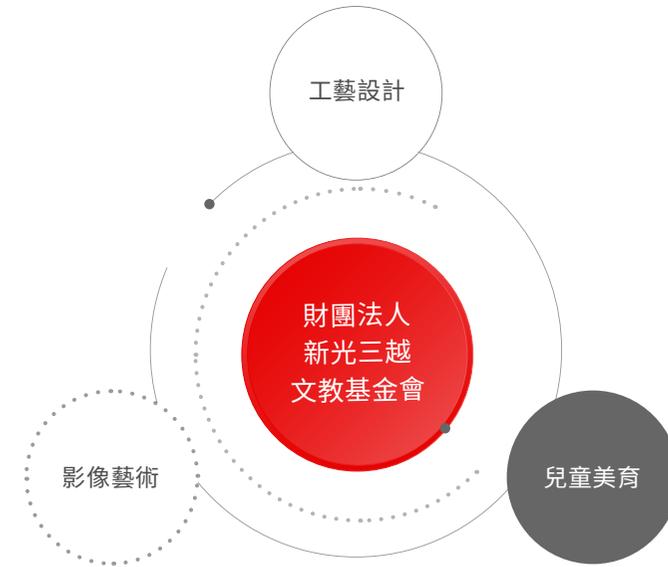
新光三越以善盡企業社會責任為使命，對於台灣或國際上發生的大型災害，均主動伸出援手，在第一時間捐出部分營業所得，回饋社會，以期能幫助受災民眾更快走出困境。從1996年肆虐台灣的賀伯風災、1999年921大地震、到2018年花蓮大地震，新光三越都未曾缺席。於此次的新冠疫情中，新光三越基於團結防疫的精神，在2021年捐助新台幣2,000萬元給予政府捐款專戶做為防疫基金，用行動支持醫護、與全民一同抗疫。



### 3.3.2 藝術美育推廣

新光三越自創立初期便定下開創台灣美學新紀元的理想，於 1995 年贊助成立「財團法人新光三越文教基金會」，長年投入推廣藝術文化發展，並逐漸聚焦於工藝設計、兒童美育、影像藝術三大主軸。如今新光三越每年都會利用百貨商場作為展演場域，為三大領域舉辦常態性展覽或活動，除了邀請國內外企業品牌、專家和藝術家共襄盛舉，同時提供競賽獎金，獎勵扶植台灣優秀的藝術創作者。

每年新光三越還會網羅跨界藝術家一起用創作說故事，舉辦「這夏系列」巡迴展，至今已吸引超過 500 萬人參與，成效卓著。此外，2022 年，新光三越更主動邀請國外創作者合作，運用空間藝術裝置妝點商場，讓藝術融入生活日常。未來新光三越將繼續推動各項藝文活動，打開普羅大眾親近藝術的大門，也讓社會上廣大的人才有更多被看見的機會。



#### 新光三越文教基金會系列活動

1-3 月 新光三越兒童創意繪畫比賽

7-8 月 新光三越夏日藝術季

新光三越為培育美術創作人才、激發孩童無限創意，與 Pentel 飛龍文具合作贊助每年「兒童創意繪畫比賽」約 120 位得獎小朋友 \$800 至 \$3,000 不等的獎金與禮品，「新光三越夏日藝術季活動」於 2002 創辦至今已舉辦 21 屆。

Discover the best  
**Pentel**

2-4 月 新光三越國際攝影系列活動

9-10 月 新光三越國際攝影大賽

新光三越為培育攝影創作人才、活絡影像藝術市場，與 Epson 合作贊助每年「新光三越國際攝影大賽」20 ~ 30 位得獎者 \$4,000 至 \$120,000 不等的獎金與禮品，「SKM PHOTO 新光三越國際攝影系列活動」於 2007 創辦至今已舉辦 16 屆。

**EPSON**  
EXCEED YOUR VISION

5-8 月 法雅客城市 24 小時馬拉松  
數位攝影競賽

新光三越期望透過鏡頭向大眾展示各城市的晝夜之美，贊助「法雅客城市 24 小時馬拉松數位攝影競賽」每年 36 萬元，於 2016 至今共贊助 144 萬元（惟 2020、2021、2022 因疫情停辦）。



5 月 臺灣工藝競賽

12-1 月 工藝之夢

新光三越為傳承台灣傳統工藝、鼓勵工藝設計人才持續投入產業發展，提供「臺灣工藝競賽」贊助金一年 50 萬元，總贊助金額達 990 萬元；另舉辦「工藝之夢」巡迴展覽，自 1994 年至今已舉辦 29 屆（2022 年舉辦回顧展，未辦工藝競賽）

 國立台灣工藝研究發展中心  
NATIONAL TAIWAN CRAFT RESEARCH AND DEVELOPMENT INSTITUTE

## 工藝設計—臺灣工藝之夢

科技日新月異，為人們的生活帶來許多便利，卻影響許多工藝技術漸漸沒落。為了保存台灣原有的多元工藝文化，新光三越於1992年創辦，1994年臺灣工藝研究發展中心加入合作辦理「臺灣工藝競賽」，獎掖台灣在地傳統與新銳工藝創作者，其中新光三越自1994年起每年提供特別獎1名與贊助20萬元獎金，2007年起更提高獎勵額度至50萬元。「台灣工藝競賽」累積至2022年共舉辦29屆(包含28屆競賽與1屆回顧展)，募集超過1.3萬件參賽作品，平均每年約有480件作品參賽，至今已有28名新光三越特別獎得主，總贊助金額達990萬元。

# 29

舉辦次數

# 13k

件累積參賽作品

# 480

年平均參賽作品件

# 28

名特別獎得主

# 9,900k

累積總贊助金額

每年年底新光三越與臺灣工藝研究發展中心還會規劃「工藝之夢特展」，展出由「臺灣工藝競賽」遴選出的優秀得獎作品，並邀請國內外工藝設計師共同參與，以全台北、中、南的新光三越百貨為據點，在每年12月到1月間巡迴展出。

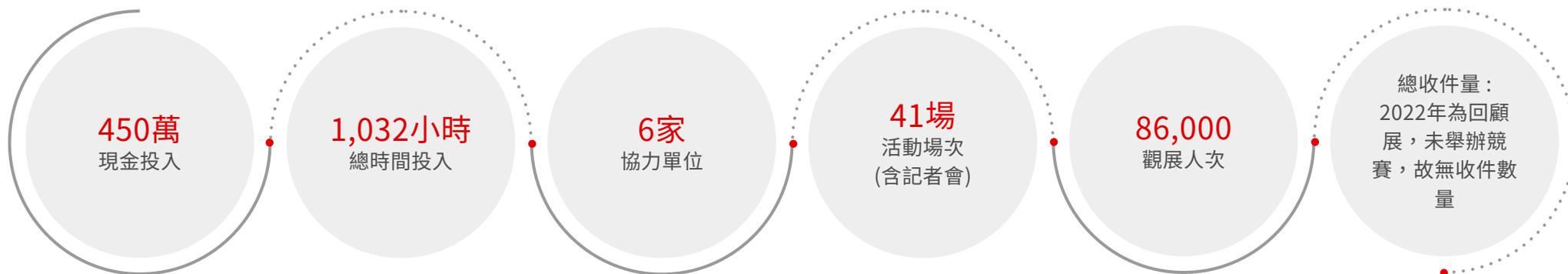
展場上不僅彙集木工、編織、金工、陶藝等各式各樣的創作品，展期間也會規畫工藝體驗課程和講座，並搭配「新藝商號選物店」提供台灣在地工藝設計品牌與社創品牌銷售管道，讓喜愛工藝品的民眾有機會將工藝美學帶入生活之中。



..... 工藝之夢特展

2022年「工藝之夢特展」主題為「臺灣工藝演譯28+」，以「舞臺」概念回顧臺灣工藝競賽28年來諸多創作面貌，吸引約8.6萬人次參觀，歷年觀展人次累積近156萬。新光三越期盼藉此活動傳遞台灣的職人精神與精湛技藝讓更多民眾認識，促成社會共融的良善循環。2023年起「臺灣工藝競賽」將轉型為「台灣工藝獎」，從更宏觀的視野提供工藝相關貢獻者舞台，不只獎勵個人創作，亦將表彰有益於工藝產業生態發展的研究者、教育者以及協作者等，並轉由新光三越文教基金會負責巡迴展出。

## 2022年 [第29屆] 工藝之夢特展 - 臺灣工藝演譯 28+



• 展覽店別：台北信義新天地 台中中港店 台南新天地



工藝之夢特展

## 兒童美育—新光三越夏日藝術季

新光三越為培育美術創作人才、激發孩童無限創意，並促進家長與孩子對於未來從事美術行業的可能性有更多想像，自2002年起，每年與Pentel飛龍文具合作舉辦「新光三越兒童繪畫比賽」獎勵台灣國小以下學童用繪畫展現自我。每年提供約120位得獎小朋友獎金獎品、實體展覽與參加國際競賽的機會，至今已舉辦過21屆比賽，累積募集超過23.7萬件參賽作品。得獎作品將隨每年暑假期間所舉辦的「新光三越夏日藝術季」，於全台北、中、南新光三越百貨公開展演，還有機會參加「日本世界兒童畫巡迴展」比賽，讓全世界欣賞到台灣小朋友的優秀作品。

Discover the best  
**新光三越** × **Pentel**  
 SHIN KONG MITSUKOSHI

新光三越兒童繪畫比賽

21

舉辦比賽屆數  
(累積)

237K

件參賽作品  
(累積)

120

提供得獎獎金/品名額  
(每年)



人權



糧食



暖化



生命關懷



環境



能源



都市冷漠

「新光三越夏日藝術季」每年均邀請眾多國內外繪畫藝術專家共同參展，同時也關心環境保護、弱勢偏鄉孩童教育等議題推動，例如2020年新光三越文教基金會與小人小學合作策劃主題展區，特別邀請知名繪本作家創作大型插畫牆，用充滿繽紛的色彩的插畫呈現人權、環境、糧食、能源、暖化、都市冷漠及生命關懷等七大社會問題，兼具童趣與教育意義，廣受好評。

2022年新光三越則利用迷宮式設計，規畫集結漫畫、動畫和繪本的五大展區，並設置互動小遊戲，讓參加民眾可以一邊觀展、一邊進行互動體驗，共吸引約10.7萬觀展人次，從2002年累積至今觀展人次已突破170萬（唯2021年因疫情嚴峻取消實體展覽，改為線上展出）。

## 2022年 [第21屆] 新光三越夏日藝術季



- 活動場次：87場 (含記者會)
- 觀展人次：107,000
- 總收件量：4,859件
- 總得獎數：123件

- 展覽店別：台北南西店 台中中港店 高雄左營店

其中新光三越文教基金會，更發起「skm 美感藝術提案」，預計從2023年起讓展覽走出展區，前往更遠的縣市，從藝術美感師資培訓課程、志工培力課程、藝術美感工作坊三大方向，傳播美感深入校園中，讓更多地區的孩子們，能夠體驗美感教育所帶來的樂趣與溫暖。



夏日藝術季

## 影像藝術－ SKM PHOTO 新光三越國際攝影系列活動

新光三越站在以人為本的角度，期待培育更多不同風格的攝影專才，提升台灣影像藝術於國際間的能見度，故於2007年起創辦「SKM PHOTO新光三越國際攝影系列活動」。每年9到10月透過「新光三越國際攝影大賽」，頒發獎項獎勵攝影專才，提供20-30位得獎者獎金獎品與實體展出機會，累積至今共舉辦16屆比賽，募集近10萬件參賽作品、贊助近480名獎項；並於2到4月舉辦「SKM PHOTO新光三越國際攝影系列活動」，規劃主題式巡迴展覽與活動，在全台北、中、南新光三越百貨輪番展出，邀請國內外知名攝影師共同參展，16屆以來累積超過123萬觀展人次。

SHIN K MITSUKU | NG SHI | SKM PHOTO

SKM PHOTO新光三越國際攝影系列活動

16

舉辦比賽屆數  
(累積)

100K

募集參賽作品數  
(累積)

480

贊助獎項名額  
(累積)

1,230K

觀展人次  
(累積)

在「2022 SKM PHOTO新光三越國際攝影系列活動」中，新光三越文教基金會與美國紐約Anastasia Photo藝廊攜手合作，邀請英國紀實攝影師克萊爾·托馬斯(Claire Thomas)首度來台展出三大系列與全球首度發表新作，其作品主要圍繞政治和軍事衝突、人道主義、環境危機等議題；還有以極境旅行攝影揚名、國際競賽獲獎無數的台灣攝影師馬賽(Kyo)參與展出；現場同步展出2021新光三越國際攝影大賽年度首獎得主一童立攝影個展與該屆其他精彩得獎作品。



攝影展

全場共展出25位攝影師、223幅精彩影像故事，讓民眾得從攝影師的鏡頭探尋自然美景，走訪世界的每個角落，新光三越也期盼透過影像藝術凝聚社會的力量，號召大家一起關注國際社會、全球暖化、動保關懷等議題。未來新光三越計畫透過策畫綜合性的主題展區，邀請國內外影像界各世代創作者參展進駐，目標涵蓋多元影像媒材，並結合藝術品販售推廣。

## 2022年 [第16屆] SKM PHOTO 新光三越國際攝影聯展系列活動



- 活動場次：30場 (含記者會)
- 觀展人次：89,000
- 總收件量：925組
- 總得獎數：23組

- 展覽店別：台北信義新天地 台中中港店 台南新天地



攝影展

## 「這夏系列」巡迴展

新光三越抱持藝術源於生活，與關懷人文土地的精神，自2011年開始啟動「這夏系列」巡迴展，網羅台灣跨界藝術家創作者一起來說台灣的故事、散播這片土地的溫暖，期待結合不同面向的議題與觀點來詮釋當代文化之美，秉持共創、共享、共好的理念讓文化融入日常生活之中。12年來從「這夏很有戲」、「這夏玩吉他」、「這夏來玩偶」、「這夏瘋馬戲」、「這夏團團讚」，到新光三越25歲的「這夏玩什麼」、橫跨2017到2018年的「這夏動物趴趴走」、「這夏有木憩」，再到迴響熱烈、從2020年延續至2022年的「是誰切洋蔥」，每年5月都在全台北、中、南新光三越百貨巡迴盛大展出。至今已經邀集超過500組台灣在地視覺藝術、表演藝術及生活藝術創作者，一同參與，並陪伴500萬名以上消費者度過盛夏時光。



2011年



2012年



2013年



2014年



2015年



2017年



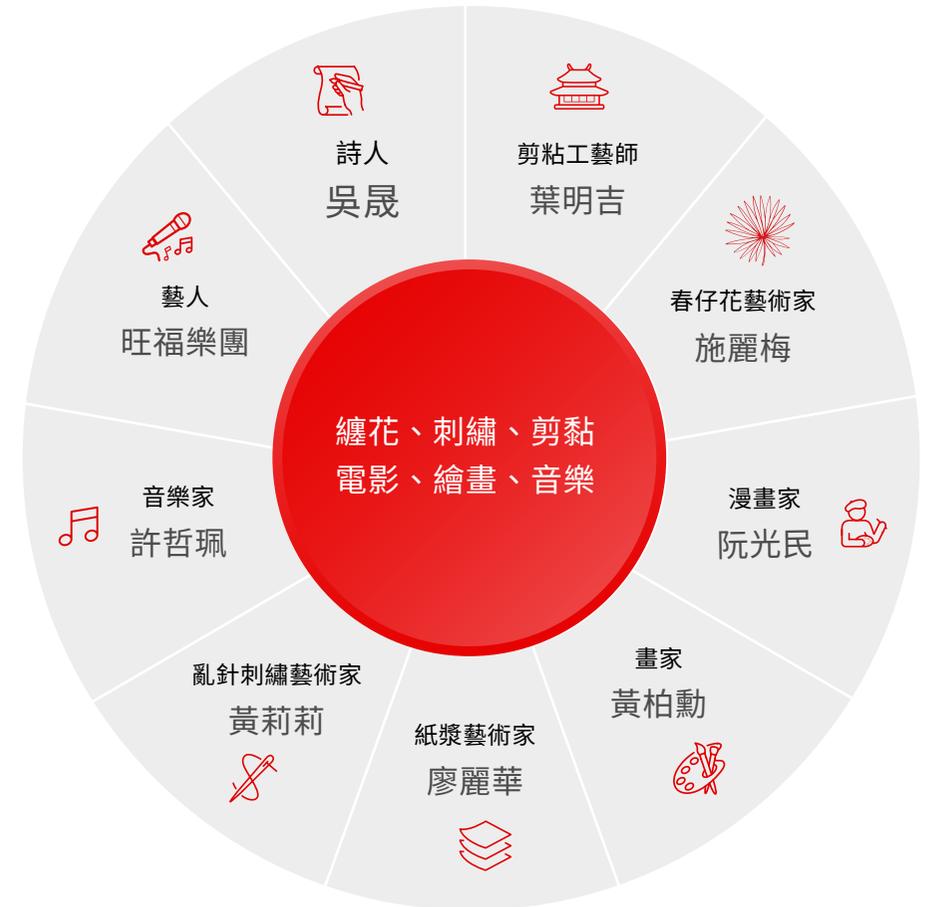
2019年



2020年

其中「是誰切開洋蔥」起源於2020年，旨在挖掘潛藏於內心深處的「愛」的故事，2022年希望藉由「愛」的故事介紹藝術作品創作的謬思或契機，引起觀展人的共鳴，讓觀展人從中體悟在生活中是誰為自己帶來幸福美好。這也象徵「這夏」策展方向邁入第二階段的「是誰」系列，未來將朝向以創作者的創作核心發展作品故事，更加深入發掘台灣藝術家更多元的創作面向、展示題材，提供創作者與民眾一個有趣多元的分享平台，觸發不分年齡、性別的社會大眾建立生活「藝」識流。

「是誰切開洋蔥」巡迴展於2022年共集結詩人吳晟、剪粘工藝師葉明吉、春仔花藝術家施麗梅、漫畫家阮光民、畫家黃柏勳、紙漿藝術家-廖麗華、亂針刺繡藝術家-黃莉莉、音樂家許哲珮 PEGGY HSU、旺福樂團等跨世代且跨領域的藝術家，透過纏花、刺繡、剪黏、電影、繪畫、音樂等各式媒材，交織重現舊時代工藝與新生代創作的詮釋，在全台6間分店巡迴展出。展期間規劃週週大師活動，帶領民眾近距離與老師們互動，例如施麗梅老師與三昧堂創意木偶團隊合力創作的百合小姐與鳳冠霞帔版新光三越小姐現場演繹展示；35釐米傳統電影放映，重新連結世代情感，讓現代人體驗到原汁原味的現場氛圍。成功吸引15萬以上觀展人次、獲得社群媒體上1,000多則分享等熱烈迴響。



6

間分店巡迴展出

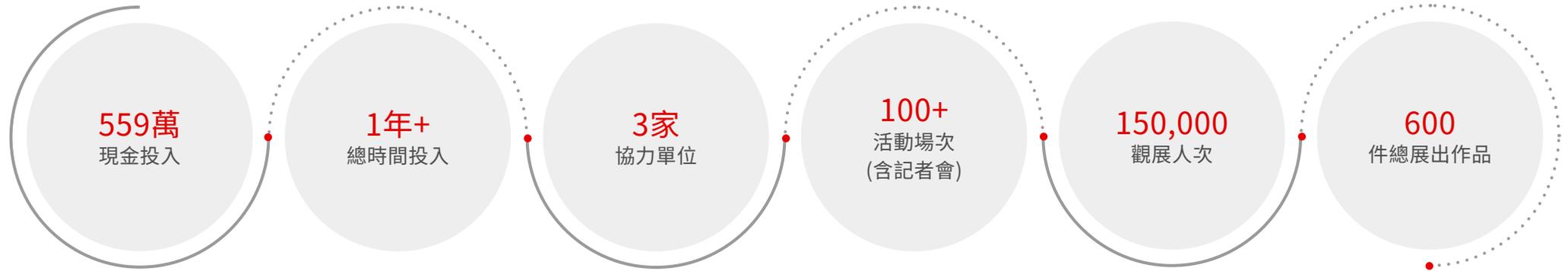
1,000

則社群媒體分享

150,000

觀展人次

### 2022 年這夏系列「是誰切開洋蔥」巡迴展



• 展覽店別：台北站前店 桃園站前店 桃園大有店 台中中港店 嘉義垂楊店 高雄左營店



是誰切開洋蔥

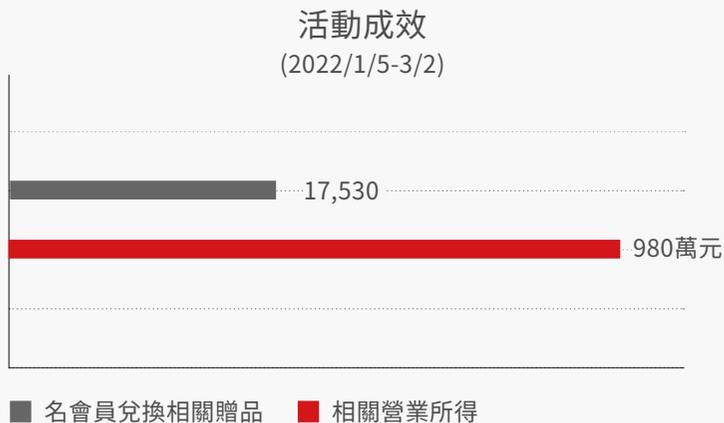
## 其他藝術推廣專案

除了每年固定舉辦的藝術競賽與巡迴展演活動，新光三越亦固定於北中南分店中發起限時的空間藝術裝置展覽活動。2022年新光三越販促部考量時序進入後疫情時代，各地經濟、生活漸漸復甦，但短時間內國內對於出國旅行仍趨保守，民眾心中亦懷有不安，故以溫暖且療育人心的藝術為策展主軸，分別在Q1(1-3月)和Q2(4-6月)邀約不同創作者合作話題性快閃活動。

### Q1 藝術空間展—虎虎生豐

新光三越販促部從「療癒且令人充滿幸福感的當代國際藝術」角度出發，選定藝術家不二馬所創作的「胖虎」角色為合作對象，從2021年5月起開始與不二馬和藝術家代理商洽談，耗時8個月推出不二馬未曾在台展示過的「胖虎」大型立體裝置，結合春節生肖「虎年」話題，以生活化、趣味感、親和力貼近大眾，將令人畏懼的百獸之王，轉化為溫馨可愛的裝置藝術品。

2022年01/05至03/02，分別在新光三越台北信義新天地、台中中港店、台南新天地戶外展出，免門票即可拍照打卡，並呼應農曆春節氣氛於桃園站前店、台中中港店、台南新天地三間分店內設置快閃店、以及skm points集點贈品，供消費者購買或兌換「胖虎」周邊紅包袋、春聯和福袋。活動成效超出預期，短短兩個月便擄獲超過17,530名會員兌換相關贈品，相關營業所得約980萬元，不僅帶動百貨營收，也療癒了民眾因疫情鬱悶的心。



- 宣傳影片：1則 (共取得觀看次數875次)
- 社群讚數：7,158
- 周邊商品營業所得：980萬元

## Q2 藝術空間展—暖心治癒所

承襲Q1獲得治癒、感到溫暖的初心延伸，新光三越販促部接著以「回歸真我」為Q2主題，邀請香港藝術家章柱基共同策畫展出。新光三越自2021年12月起與章柱基、其經紀人和策展公司洽談合作事項，耗時4個月完成授權、規劃、與布置，並調查各分店展售意願，最後在台北信義新天地、台中中港店、台南新天地推出展示。

這也是章柱基首度大型立體翻製展出其作品，為增加展覽的精彩度，新增規劃繪畫作品授權運用於櫥窗及周邊贈品，例如社群打卡活動贈品種子書籤、skm points集點贈品口罩與環保袋。新光三越盼能透過章柱基色彩繽紛且富有情感的特色作品，向來訪民眾傳遞溫暖人心的正面意義，在活動期間(3/17-6/30)相關戶外藝術展示裝置成功吸引許多人流駐足觀賞、拍照留念，共吸引1,230萬人次民眾與會員累積1,274次贈品兌換。

### 2022 年藝術空間展—暖心治癒所 2022/3/17-6/30



累積1,274次贈品兌換



吸引1,230萬人次民眾



- 宣傳影片：1則 (共取得觀看次數206,936次)
- 社群讚數：7,152
- 共吸引1,230萬人次來訪，累積1,274次贈品兌換





#### Chapter 04

## 信任生態圈 Ecosystem of Trust

新光三越透過永續供應鏈管理、綠色採購、供應商永續意識強化等內部管理策略，及針對消費者所規畫之永續選商、永續選品等行動，串聯供應鏈各環節共同推動永續發展，並提供消費者更加透明的產品來源資訊。

## 第四章 · 信任生態圈

| 重大主題  | 對應SDGs  | 相關利害關係人   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>商品品質與責任</li> <li>永續消費倡議</li> </ul> |   <br>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>股東/投資人</li> <li>員工</li> <li>專櫃廠商</li> <li>供應商</li> </ul> |



### 永續亮點



#### 攜手永續/綠色採購

與品牌合作舉辦永續活動、永續策展、引進永續概念品牌，提倡永續概念。週年慶卡友禮共兌換**16,210件**環保贈品。綠色採購金額逾1億元。



#### 無紙化及減塑行動

推動DM數位化2022年網頁版瀏覽人次413萬次。雲端發票推廣2022年成長21%。SKM APP數位會員卡**減少14萬張**塑膠卡片印製。超市裸賣/減少使用塑膠托盤。美麗市場導入2萬個電子標籤。



#### 在地共好

自營品牌美麗市場、好好集持續發掘台灣在地美好，支持在地商品與小農合作，年度銷售額逾3千萬。



#### 食安把關

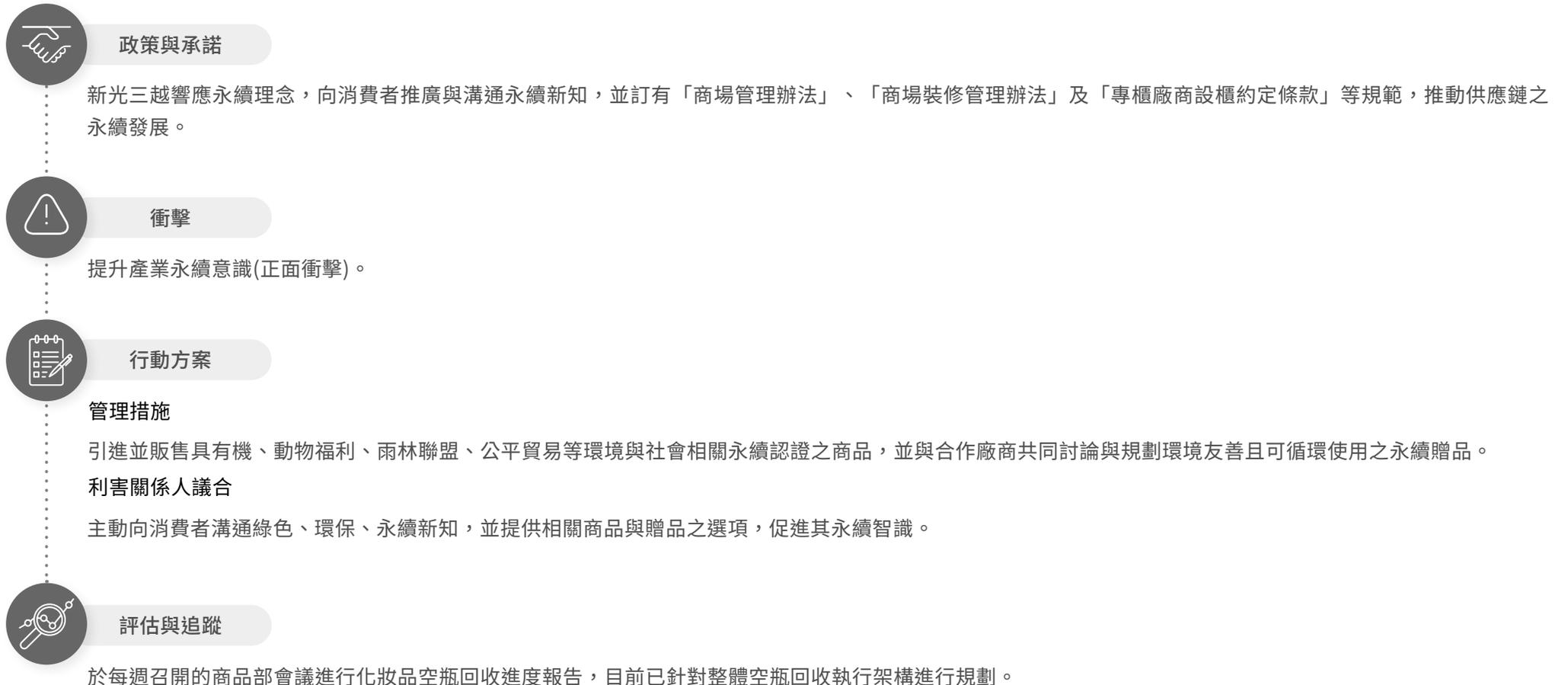
設有食品衛生安全小組及E化平台，定期進行教育訓練及稽核抽查，2022年進行1,500項商品稽核，持續強化食安把關。

## 4.1 永續生態圈建立

對應 GRI 指標：2-6、204-1

### 4.1.1 永續消費倡議

#### 管理方針



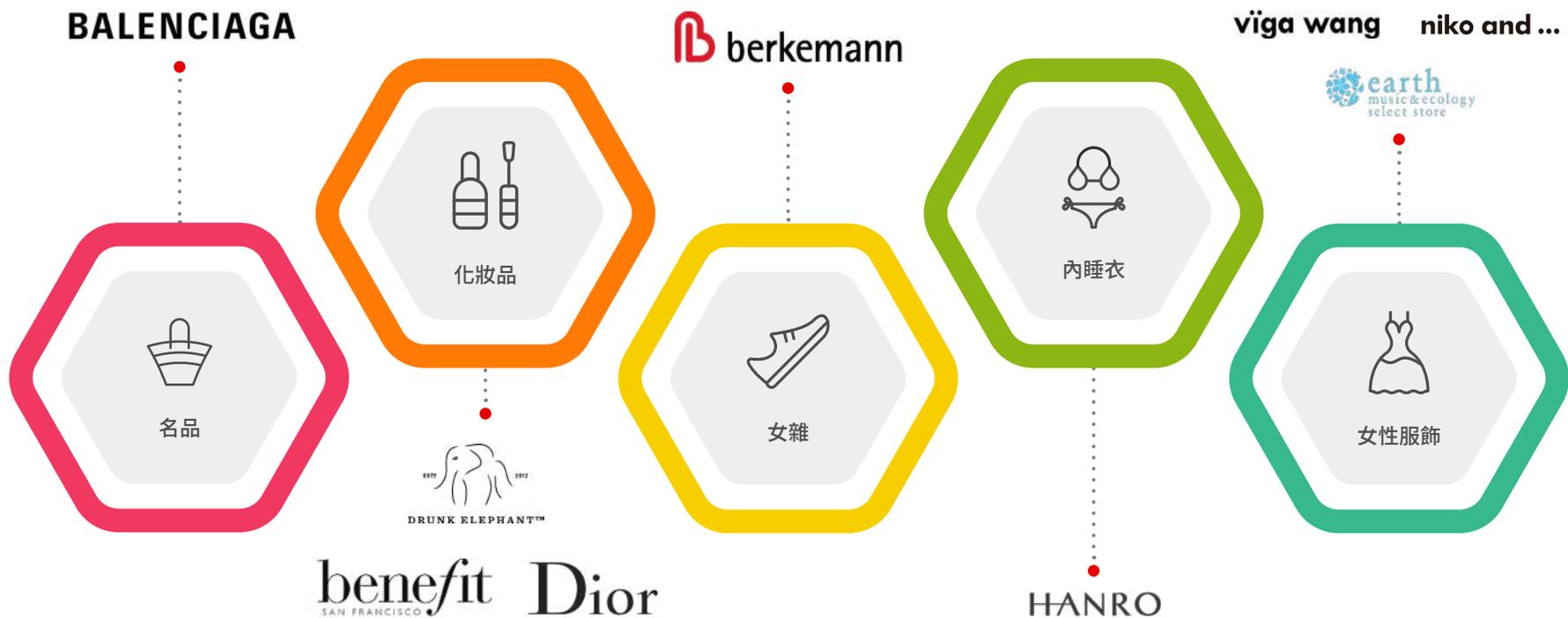
## 永續商品與服務

新光三越除引進具永續概念的品牌及具永續認證之商品，針對既有合作品牌亦積極提倡永續概念，鼓勵專櫃業者投入永續行動。此外，我們在 2022 年推動了一系列的 ESG 贈品與優惠活動，促進消費者在日常消費採購的同時也能為永續發展盡一份心力。

### 永續概念品牌

新光三越持續引進具永續消費概念之品牌，2022年共導入35個具永續性質的品牌，業種包含名品、化妝品、女雜、內睡衣、女性服飾、休閒與生活風格、男性商品、兒童商品、家庭用品、餐飲和食品、複合性業態。

#### 永續概念品牌 (2022 年導入)



備註：不逐一表列

永續概念品牌 (2022 年導入)



備註：不逐一表列

## 品牌永續行動



### ORIGINS 公益環保快閃基地

- 2022年ORIGINS首度於新光三越台北信義新天地A11設立一個公益環保快閃基地，以環保永續的概念為核心，結合線上空間創造獨立的沉浸式無壓環保概念店，以線上結帳的方式減少包材及環境廢料的產生。
- 執行成效：地球月限定組共販售101組，業績363,600元(含稅)，並捐贈10%(36,360元)收益給財團法人慈心有機農業發展基金會，共同資助北台灣海岸林植樹計畫；媒體曝光包含ELLE、BAZAAR SUMMIT、YAHOO 新聞、中時新聞網、@COSME、工商時報、天下雜誌等。
- 對應之SDGs：SDG 12 責任消費及生產



### Aesop 酷兒文學圖書館暨行動書車

- Aesop「酷兒文學圖書館」2022年於Aesop 新光三越台中中港店登場，Aesop此次從台北純良社、台中梓書房兩家獨立書店採購了一系列精選主題好書，在活動期間，架上商品全數下架，改為放置LGBTQIA+多元性別的主題書籍，歡迎任何愛書人來店探索。
- 對應之SDGs：SDG 5 性別平權

## 永續選品

新光三越自營商品引進具有機認證、動物福利、雨林聯盟、公平貿易等環境與社會相關認證之商品。

| 環境 / 社會認證 | LOGO  | 簡述   | 銷售品項 (項) | 銷售金額 (元)  |
|-----------|---|--|----------|-----------|
| 有機認證      |    | 有機產品係指產品生產、加工、分裝及流通過程，符合主管機關訂定之驗證基準，並依法經驗證機構驗證合格取得有機產品標章者。使用標章的有機農產品，其產銷過程不得使用化學肥料、農藥及食品添加物，從生產、加工、分裝、流通到販賣，均需遵守有機驗證規範，並完整記錄產銷流向，確保有機完整性。有機產品必須經過驗證，才能以「有機」名義販售。 | 342      | 6,628,941 |
| 動物福利      |    | 「台灣友善畜產」標章內容係依據「台灣友善畜產品生產規範」，由「社團法人台灣農業標準學會」於2012年制訂。與「人道監控」標章合併，對人道產品以雙標章方式予以授證。除了要求儘量滿足動物之五種自由之外，也強調在地生產、食品安全與追溯功能。  | 13       | 1,383,324 |
| 雨林聯盟      |    | 採用傳統耕作法，在原生林的樹蔭下栽培並限制農藥使用，不僅能幫助雨林生態，包括河流、土壤及野生動物棲息地等得到應有的保護，更能減少垃圾量及產出高品質的咖啡豆。由於兩棲類面對環境變遷敏感度高，科學家亦將其做為最主要的「生物指標」，故「雨林聯盟」將青蛙作為認證標章。                               | 3        | 28,359    |
| 公平貿易      |   | 國際公平貿易認證標章是一個獨立的消費者標章，目前有23個國家使用。產品上印有這個標章代表開發中國家的生產者在這件產品的貿易上得到較公平的待遇。標章由國際公平貿易標籤組織 (FLO International) 代表二十個公平貿易倡議者所擁有與保護。                                     | 8        | 126,851   |
| 永續認證      |  | 永續認證的特性是參與企業成員必須參與永續制度建置，為企業/組織永續營運成功關鍵，進而強化整合企業/組織的軟體營運系統，讓業者透過自己建置的機制，達到降低成本，同時提升其企業形象，也為環境與文化做出貢獻。  | 1        | 2,448     |
| 慈心有機認證    |  | 慈心有機農業發展基金會鑒於驗證業務蓬勃發展，2011年3月將評鑑驗證業務自基金會獨立出來，成立「慈心有機驗證(股)公司」負責有機驗證作業。2011年12月27日通過全國認證基金會認證，正式執行有機驗證業務。  | 15       | 772,840   |

## 永續贈品與優惠

### • 環保綠贈禮

新光三越於2022年4月至5月，響應4月22日世界地球日與5月份之母親節檔期活動，與超過200個知名國內外品牌攜手加入永續行動，首度推出「ESG綠色好禮」系列母親節禮物，例如瓶器100%可生物分解之護髮油、萃取自然元素製成之清潔用品等。APP商品點擊數之點擊率為1,552次。



#### 用愛環保 美麗永續

- 為了減少塑膠包裝對環境的影響，2022年7月至8月期間，新光三越攜手環保友善化妝品專櫃，推動回收空瓶或不索取購物袋享優惠等活動，並透過官網、精選優惠策展與秋季化妝品節進行活動推廣。
- 持GIORGIO ARMANI、KIEHL'S、ORIGINS、BIOTHERM、IPSA、KOSE、APIVITA等11大品牌美妝空瓶回品牌櫃位消費，即可享購物折抵、品牌好禮等專屬回饋；於AVEDA與L'OCCITANE消費不索取購物袋，亦可獲贈會員點數或明星五件組禮品。APP商品點擊數之點擊率為1,328次。



#### 綠時尚卡友禮，推出永續材質贈品

- 新光三越2022年10月推出「綠時尚卡友禮」，以「循環使用、友善地球」兩大訴求，呼應國人熱愛休閒、露營趨勢，邀請台灣新銳設計師田修銓設計，總計使用超過8萬支回收寶特瓶製成寶特紗，製作出摺疊傘、輕便露營椅、摺疊購物袋、運動毛巾、可拆保冰袋等共九款綠色卡友禮；其中「運動毛巾」更特別聯手國際美妝集團台灣萊雅，利用旗下品牌回收的美妝空瓶製成。
- 2022年共兌換16,210件環保贈品，本年執行的綠時尚卡友禮兌換率為64%，對比2021年之圖騰卡友禮增加2.3%，顯現環保趨勢贈品有效提升兌換意願；其中顧客回饋最佳贈品為摺疊傘(兌換率82%)，其次為可拆保冰袋(兌換率80%)與輕便露營椅(兌換率72%)，皆為單價較高及實用廣度較大之贈品。
- 新光三越未來於活動贈品規劃皆會以環保材質作為第一考量，同時洽談店內品牌共同合作響應。

## 永續策展與活動

2022年新光三越針對永續主題進行多元化的策展與活動規劃，透過推薦精選ESG商品給顧客選購，能夠倡導消費者在消費時選擇對環境造成較低污染或有助於公共健康的綠色產品；此外，我們也持續推動無紙化、減塑等行動，攜手顧客關注並實踐永續消費。



### • 響應世界地球日，打造綠色經濟

新光三越與進駐品牌攜手響應2022年4月22日世界地球日，推出一系列具永續概念的活動，為地球盡一份心力。



ELEMIS 環保托特袋

隸屬歐舒丹集團的英國頂級護膚品牌ELEMIS愛莉美響應世界地球日，2022年4月22日至4月24日間，於新光三越台北信義新天地A8及品牌官網消費時，若不索取紙袋即贈送由100%回收寶特瓶所製成的ELEMIS環保托特袋。



LIFORME x OATLY 活動

擁有「瑜珈墊界愛馬仕」之稱的英國LIFORME迎接2022世界地球日，推出限定橄欖綠瑜珈墊，其以高科技熱能貼合製成，可自然生物分解，且清潔容易、常保衛生。於2022年4月之活動期間，凡購買地球日專區LIFORME限定款式，新光三越台北信義新天地A11加碼再贈瑞典OATLY原味燕麥奶1L一瓶。



beautyblender x CAFE!N 聯名活動

beautyblender與CAFE!N於2022年4月11日至4月30日期間推出限時限量綠色聯名活動，凡於beautyblender新光三越台北信義新天地A11專櫃購買原創美妝蛋-氧森綠，即可獲得CAFE!N咖啡兌換券一張。

## • 精選策展，推廣 ESG 理念



### 環保綠生活

- 新光三越於2022年9月推出「Go Green Everyday 環保綠生活」活動，透過精選優惠策展推薦ESG相關商品，涵蓋保養品、空氣清淨機等產品類別。APP商品點擊數之點擊率為1,255次。



商品包含保養品、空氣清淨機



商品點擊數之點擊率為1,255次



### 台南新天地環保耶誕樹

- 為呼應ESG議題，2022年12月時，新光三越台南新天地以北歐雪國主軸。
- 使用2噸回收寶特瓶：減少3.5噸二氧化碳排放量(2,000kg/使用約6.7萬支)。
- 10萬顆節能燈泡：節省30.7萬度電，降低196噸碳排放量(使用0.5W燈泡，與一般5W燈泡比較)。
- 期間人流量共計65萬人次。

# 2T

回收寶特瓶

# 3.5T

減少二氧化碳排放量

# 307K

節省電度

# 196T

降低碳排放量

• 無紙化推動

「DM 數位化」紙製品減量計畫

新光三越推動DM數位化專案，提升數位自媒體(如SKM APP、Facebook、Instagram、Line等渠道)與消費者溝通活動訊息，減少用紙量。此專案自2020年5月導入，已實施逾三年，2022年全店共同檔期之紙本DM印製數量減少13.7萬份，印製與郵寄包裝費則較去年減少20萬元。

媒體效益：2022整年度的網頁版及APP版瀏覽人次分別為4,130,956次及429,307次。



紙本DM印製數量減少13.7萬份；印製與郵寄包裝費減少20萬元

「DM數位化」紙製品減量計畫

網頁版瀏覽人次為4,130,956次；APP版瀏覽人次429,307次

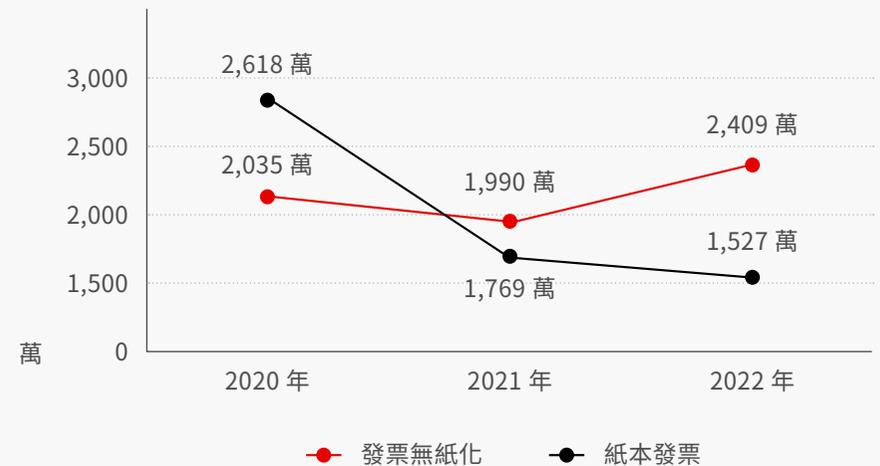


發票及禮券電子化

- 發票無紙化(雲端發票)於2018年全新上線，以貴賓卡為發票載具，消費出示貴賓卡即可存入發票，自動兌獎且中獎由新光三越發送通知。
- 販促部配合財務部進行宣傳，2022年於發票無紙化的推廣較2021年成長21.04%、較2020年成長18.38%。致力發票無紙化推廣。
- 禮券電子化專案說明及效益：

- 2016** 2016年起首先進行贈品禮券電子化發放至會員載具，每年減少印製900至1,000萬張贈品禮券、節省印刷費約1,200萬元。
- 2019** 2019年起停止餘代卡製卡，紙本券使用餘額轉載於會員載具。每年約減少6~8萬張補充製卡。
- 2021** 2021年Pay Easy電子憑證兌換採購商品禮券轉為POS讀取兌換電子商品禮券同步回收核銷，約減少119,800張紙券發行。
- 2022** 2022年Pay Easy電子憑證兌換較2021年成長約33%，省下159,513張紙券發行。藉由上述逐步電子化後，紙本券銷售由往年消耗約1,200萬張銳減至2022年約剩500萬張紙本券發行。

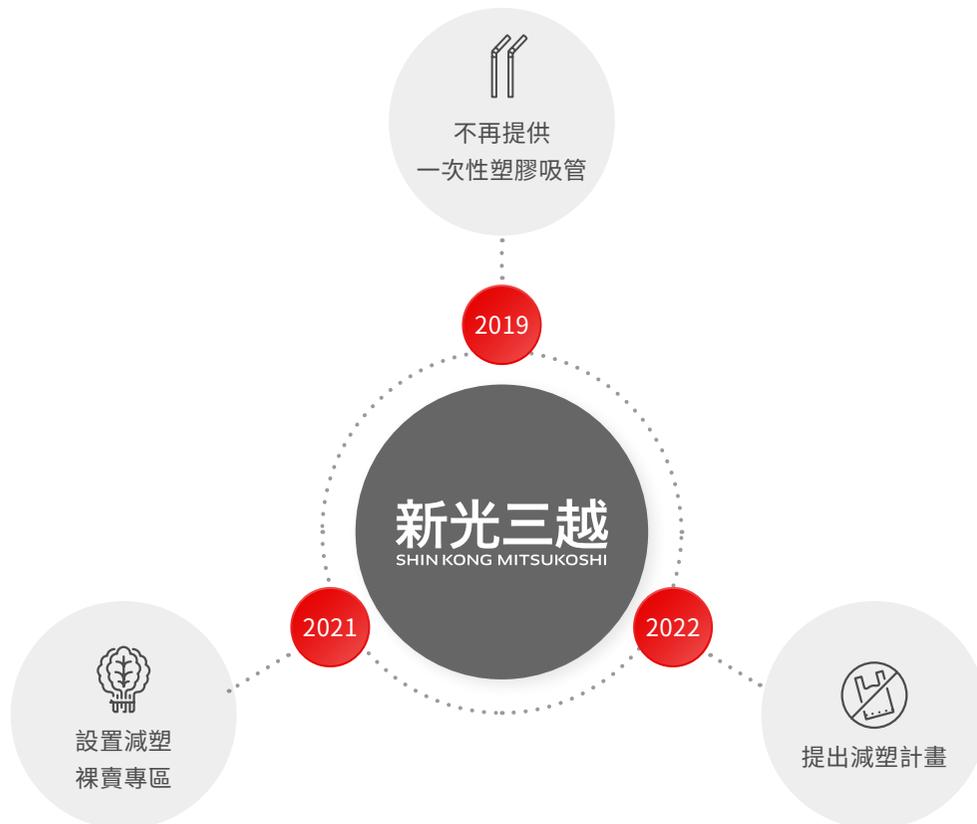
發票使用情況



## • 減塑行動

### 商場減塑歷程

- 2019年起新光三越響應政府法規，不再提供一次性塑膠吸管。
- 2021年在台北南西店、台中中港店等7個店鋪設置蔬果裸賣專區，無包裝的方式販售，以行動與顧客一同創造善待土地的消費方式。
- 超市五家店鋪(台北南西店、台北站前店、台北信義新天地A11、台北信義新天地A4、台北天母店)提出減塑計畫，2022年共計減少塑膠重量約850公斤。



### skm app 取代 實體會員卡，減少塑膠卡印製

- 新光三越以skm app取代實體會員卡，此計畫分兩階段導入，2022年7月開始發行數位會員卡，9月上線行動電話驗證功能與數位會員整合，並自9月中旬起，會員若要申辦貴賓卡則全面發行虛擬卡，不再發行實體卡。
- 總計減少142,787張塑膠卡片印製，減少3,626,338元(含稅)成本支出。



減少3,626,338元(含稅)成本支出

skm app取代實  
體會員卡

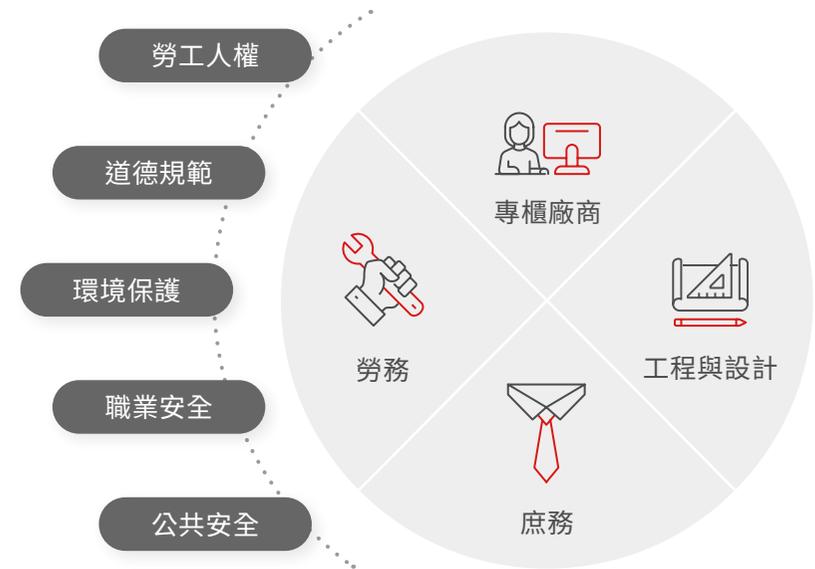
減少142,787張塑膠卡片印製



### 4.1.2 永續供應鏈管理

新光三越的供應商分為專櫃廠商、庶務、工程與設計、勞務等四個類別，與專櫃廠商簽署合約時，要求其在道德規範、勞工人權、職業安全、公共安全、環境保護等面向符合相關環境與社會法規。

2022年無發現重大負面環境衝擊的事件，但發生1件重大負面社會衝擊的事件，其後續改善措施及處理方式請參考「專櫃廠商負面事件回應」之哈根達斯相關說明。



新光三越專櫃廠商細部類別表(單位：家數)

| 供應商類別 | 說明                      | 2020  | 2021  | 2022  |
|-------|-------------------------|-------|-------|-------|
| 專櫃廠商  | 一般類專櫃、餐飲類專櫃、超市          | 5,410 | 5,252 | 5,084 |
| 庶務    | 辦公室行政用品等庶務型採購、資訊軟硬體相關採購 | 122   | 118   | 100   |
| 勞務    | 委外之清潔廠商、行銷合作承攬商等        | 91    | 91    | 91    |
| 工程與設計 | 店舖工程與設計之委外承攬廠商          | 92    | 92    | 92    |
|       | 總計                      | 5,715 | 5,553 | 5,367 |

## 專櫃廠商管理

新光三越與各類專櫃、超市等逾5,000間專櫃廠商合作，為與其一同提供所有消費者優質且安全的消費與生活體驗，我們在合作前會進行嚴格的審查，廠商簽約後亦須遵守新光三越的管理辦法與條款，在合作的過程中我們也會持續針對專櫃廠商進行不同課程的教育訓練。

### 專櫃廠商合作情形

新光三越專櫃廠商細部類別表(單位：家數)

| 專櫃廠商類別   | 2022 年 | 專櫃廠商類別  | 2022 年 |
|--|--------|---|--------|
|  名品     | 100    |  男性商品    | 365    |
|  化妝品    | 503    |  兒童商品    | 368    |
|  女性雜貨   | 488    |  家庭用品    | 754    |
|  內睡衣   | 178    |  超市     | 79     |
|  女性服飾 | 632    |  餐飲食品  | 726    |
|  休閒生活 | 703    |  複合性業態 | 188    |
| 總計   |        |   | 5,084  |

## 專櫃廠商審核機制

新光三越與專櫃廠商洽談進櫃後，同步請廠商提供經濟部商業司商工登記資料、公家機關核准商標註冊資料、公司介紹提案等文件，餐飲與食品臨時專櫃另須提供原物料檢驗報告，以利審查進駐廠商的合法性與確認公司營運狀況。

## 專櫃廠商簽約與合作規範

簽訂合約時，廠商須遵守新光三越之《商場管理辦法》、《商場裝修管理辦法》及《專櫃廠商設櫃約定條款》等規範，合約簽訂流程亦需經過各分店營業單位、商品部、財務部、營業本部等單位之核可；上述辦法之重點規範事項摘錄如下。

| 規範名稱         | 重點摘要  |
|--------------|---|
| 《商場管理辦法》     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 本辦法適用於商場所有專櫃廠商及其派駐人員，訂定逾70項違紀基準，並有明確之罰款規範</li> <li>• 資訊保密：派駐人員不得利用職務之便，以不正當方法取得、使用或洩漏業務相關資料</li> <li>• 商品標示：廠商銷售之商品應依法令為完整及正確之標示，且不得販售仿冒品或品質不佳之商品</li> <li>• 消防與公共安全：廠商應遵守消防相關法令規範，並不得於商場內從事任何可能危及他人生命財產之行為</li> <li>• 環境與食品衛生：廠商應將廢棄物依相關法令規定予以分類，若為餐飲業者，須符合法規之清潔檢查標準</li> <li>• 職業安全衛生：廠商應遵守職業安全相關法令規範，並接受新光三越之職業安全衛生指導及相關管理措施</li> </ul>   |
| 《商場裝修管理辦法》   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 廠商人員應遵守勞工安全衛生工作規則等相關法令規定</li> <li>• 廠商應投保營造綜合保險，並將保單副本交付予本公司</li> <li>• 廠商應配合政府相關機關法令施工，並應要求廢棄物清除處理業者依廢棄物清運法規定執行相關業務</li> </ul>  |
| 《專櫃廠商設櫃約定條款》 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 廠商及其派駐人員應遵守《商場管理辦法》、《商場裝修管理辦法》等，行為亦必須符合消費者保護法、公平交易法、商品標示法、化妝品衛生管理條例、個人資料保護法、食品衛生管理法等法令規定</li> <li>• 廠商應保證其所提供商品之合法來源與代理權，本公司亦得隨時請求廠商證明前述提供商品合法來源或提出代理合約</li> <li>• 銷售的所有商品應維持優良之品質水準，若有客訴情形，應配合本公司管理服務之需求辦理退換貨</li> <li>• 陳列、銷售之商品及相關設備、廣告、文宣等應遵守相關法令之規定，不得有偽造、仿冒或侵害他人權益等不法情事，如有違反之虞者，本公司得要求撤除該爭議之商品</li> <li>• 應遵守勞動相關法令規定，並對派駐人員辦理相關保險，保障其員工，包括臨時員工、移民員工、工讀生、約聘人員、直屬員工、以及任何其他類型工作者的人權和員工權益</li> <li>• 提供或銷售之食品應遵守食品衛生管理法及相關法令規範</li> </ul> |

## 專櫃廠商訓練與溝通

針對重要事項之溝通，各分店營運管理每日早上皆開立晨會佈達公司重要政策，並要求專櫃人員記錄於工作日誌，每月再進行各店點之月份表揚大會。

| 課程名稱             | 受訓時數 (平均) | 受訓人次  |
|------------------|-----------|-------|
| 服務品質教育訓練         | 1.0       | 7,986 |
| 食品安全衛生教育訓練       | 2.6       | 4,989 |
| 健康促進講座           | 1.3       | 305   |
| 勞安衛生教育訓練         | 1.6       | 1,184 |
| 週年慶教育訓練          | 2.0       | 9,144 |
| 雲端自打 POS 機操作教育訓練 | 3.6       | 6,886 |
| 新進專櫃人員教育訓練       | 4.9       | 672   |

## 專櫃廠商負面事件回應

新光三越自營業務的專櫃廠商於2022年度未發生環境或社會相關重大負面衝擊事件，合作專櫃廠商則有發生一件具重大負面社會衝擊之事件。

2022年度哈根達斯 (Häagen-Dazs) 特定商品使用的香草精被驗出含潛在致癌物，台灣食藥署已針對5個品項「冰淇淋巧酥、比利時巧克力、香草系列等」要求業者停售並回收。

新光三越針對此事件已即時向顧客說明，可持發票、明細或相關證明至原購買通路退、換貨，包含台北南西店、台北信義新天地A8、台中中港店、台南新天地等店鋪；針對問題品項亦通知立即下架，並依退貨流程退貨給供應商。



## 庶務廠商與勞務承攬商管理

### 庶務廠商管理

新光三越在庶務採購過程中優先挑選較具環保理念、對環境傷害較少、汙染程度較低之產品，優先選購具「綠色指標」之商品，綠色指標包含：森林管理委員會森林驗證、歐盟的泛歐森林驗證、環保標章、節能標章、能源之星標章、省水標章、農作樹造紙、環保大豆油墨、可回收再利用耗材、綠能車輛(如Hybrid、PHEV、電動車)等。未來亦將逐步完善綠色採購之規劃，持續為環境保護盡一份心力。



新光三越綠色採購統計表(2022年)

| 庶務廠商細部類別                                  | 綠色採購指標 |             |      |                   |                     |            |       | 家數 | 採購金額<br>(千元) |
|---|--------|-------------|------|-------------------|---------------------|------------|-------|----|--------------|
|   | 節能標章   | 產品碳足跡<br>標籤 | 環保標章 | 森林管理委員會森林<br>驗證體系 | 歐盟的<br>泛歐森林<br>驗證體系 | 環保大豆<br>油墨 | 農作樹造紙 |    |              |
| 辦公與商場設備<br>(飲水機、廚下型熱水器)                   | ✓      | ✓           |      |                   |                     |            |       | 2  | 282          |
| 辦公與商場設備紙類<br>(影印紙、紙袋、DM 印製<br>、捲筒衛生紙、擦手紙) |        |             | ✓    | ✓                 | ✓                   | ✓          | ✓     | 9  | 104,945      |

## 庶務廠商合作情形

新光三越2022年與多家資訊服務業者合作，列舉示意範例如下：

- 長期租賃設計作業軟體，於雲端隨時更新作業軟體及使用教學。
- 採購符合環保節能減碳與綠色採購標準的數位彩印機，減少浪費、最大化生產力、進而優化內部管理流程；供應商初期會針對流程使用介面進行教育訓練，實際功能及實務操作運作環境、周邊設定，執行疑難排除並每月定期維護。

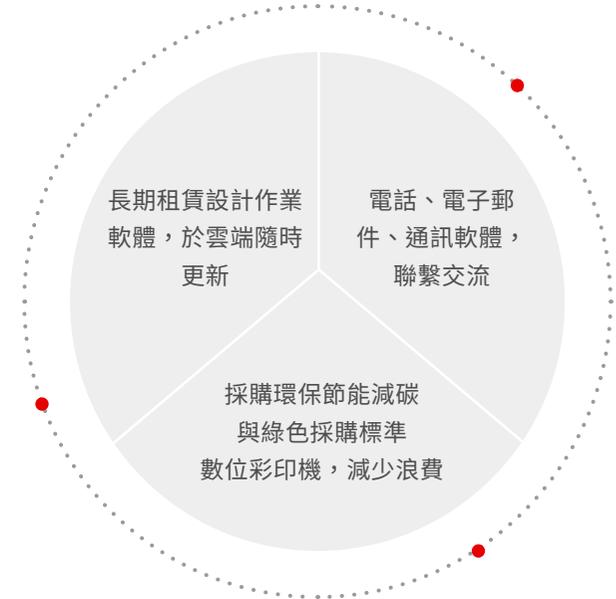
2022年我們透過電話聯繫、通訊軟體、電子郵件等方式與合作的庶務廠商進行相關業務溝通與交流。2022年並無發現庶務廠商造成環境或社會相關負面衝擊之情事。

## 勞務承攬商管理

新光三越要求勞務承攬商具有政府核准設立、具備國際認證或相關證照等基本條件。於審查勞務承攬商時，須提報其業務營運規劃與完成供應商評鑑，欲續約之承攬商須再通過續約評估報告。

## 勞務承攬商合作情形

2022年新光三越並無發現勞務承攬商造成環境或社會相關負面衝擊之情事。我們透過電話聯繫、通訊軟體、電子郵件等方式與合作的勞務承攬商進行相關業務溝通與交流。針對合作之勞務承攬商，新光三越就重要議題進行危害告知，作業廠商的人員進場前，作業廠商的公司負責人與現場負責人，及新光三越的承辦單位主管與安全衛生管理人員皆須完成「工作環境危害因素告知單」的簽署，此告知單依工程施工、儀器設備安裝、維修保養、陳列布置、清潔或安全維護、臨時設櫃等不同作業項目，說明與作業項目相關之危害因素，例如作業環境、潛在之危害、危害因素告知、應採取之安全衛生措施等細項，以維護作業人員之安全與健康。



| 新光三越勞務承攬商細部類別表(單位：家數) |       |
|-----------------------|-------|
| 勞務承攬商類別               | 2022年 |
| 設備保養 / 清潔 / 保全 / 電機   | 77    |
| 廣告 / 行銷 / 陳列 / 攝影     | 14    |
| 總計                    | 91    |

## 供應商評鑑

新光三越針對新合作廠商做公司背景、產品、服務、代表作品、過去合作廠商等等面向評估，各部門依需求及合約狀況進行供應商續約評估，評估項目涵蓋：商品品質穩定度、需求完成時效性、需求完成符合度、專業知識或技術能力、臨時或緊急狀況配合度、法規遵循、服務態度等，以確保商品及服務品質。根據評分結果區分為：優 - 績優廠商，中 - 合格廠商，劣 - 不合格廠商，做為是否需繼續與該廠商合作之考量。

## 工程與設計承攬商管理

### 工程與設計廠商管理機制

新光三越就店鋪的營運、定位、服務、安全管理等需求編列裝修、專案、資產修繕等預算計畫，以此為執行依據，並考量店鋪其他需求、公共安全、顧客接觸等要素，委託具備專業技術、穩定度高之協力廠商共同合作。

在配合公司的選擇上，新光三越重視以下幾項廠商應具備的要素：

1. 公司具備專業、資質及百貨商場的工程實績。
2. 熟悉並落實遵守相關建築法規、行政程序。
3. 配合度、穩定性高，能配合公司計畫時程、提供高施工品質、落實工安管理，並能掌握大環境趨勢、新穎的科技技術。



於工程委託面，新光三越評估工程的規模、工種、專案技術及整體預定時程，以邀標或專業技術標等方式進行詢價、比價、議價後，依公司程序進行工程協調、發包相關作業。於設計委託面，設計廠商提供概念設計後，新光三越店舖開發部經內部提案會議與審核流程，依公司程序辦理委託作業。於資產維修面，新光三越按維修計畫之類別，如電力、空調、消防，與各專業技術廠商就修繕和更新等工法進行研討，請維修廠商依內部需求提供相關測試、效能運轉、評估分析報告，並提供設備基本資料與報價單，依新光三越內部簽核結果執行。

## 工安管理

工程自規劃設計、施工、竣工及驗收各階段皆需遵守的相關規定，以內政部營建署、消防署所頒布之相關建築、施工、消防安全設備…等法令規定為首。

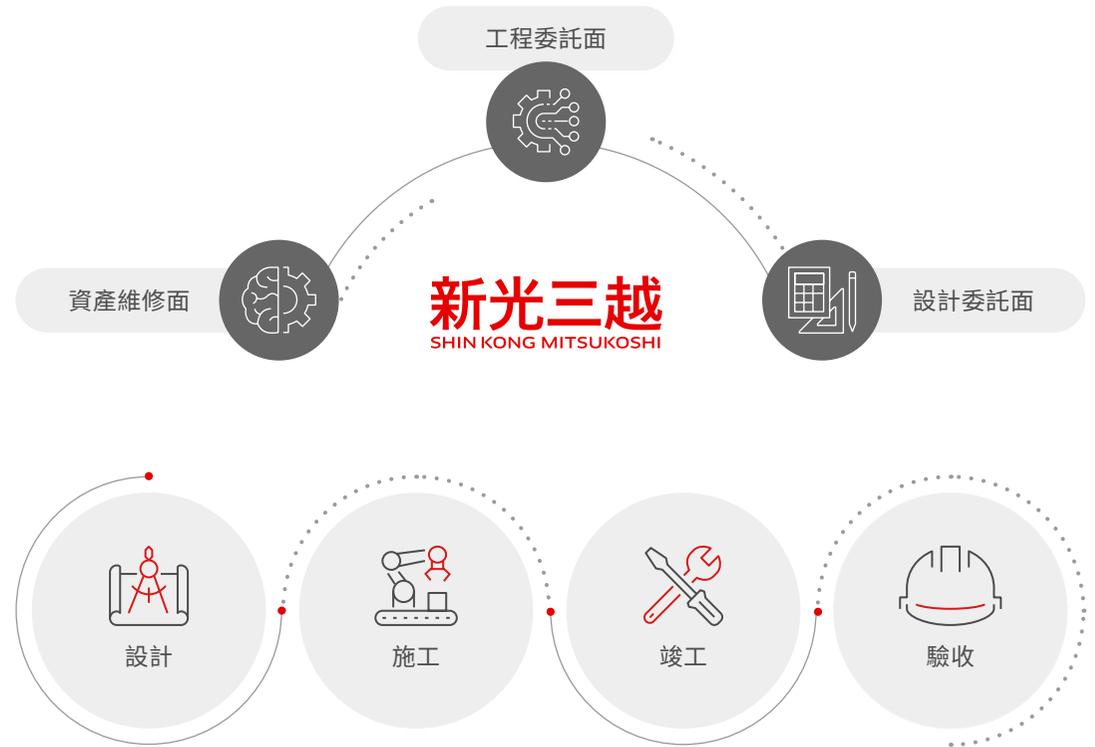
公司並有制定承攬商安全衛生管理作業指導書及竣工驗收規定，同時作為管理依據。

## 工程與設計廠商合作情形

工程設計承攬商於2022年度並未有發生環境或社會相關負面衝擊事件。

## 工程與設計廠商未來規劃

在與工程與設計承攬商未來合作的規劃上，新光三越除持續尋訪、新增各專業之配合公司及強化工作團隊執行能力，也會不定期安排各專業之廠商、顧問進行雙向交流，包括專業概念與專題分享等。

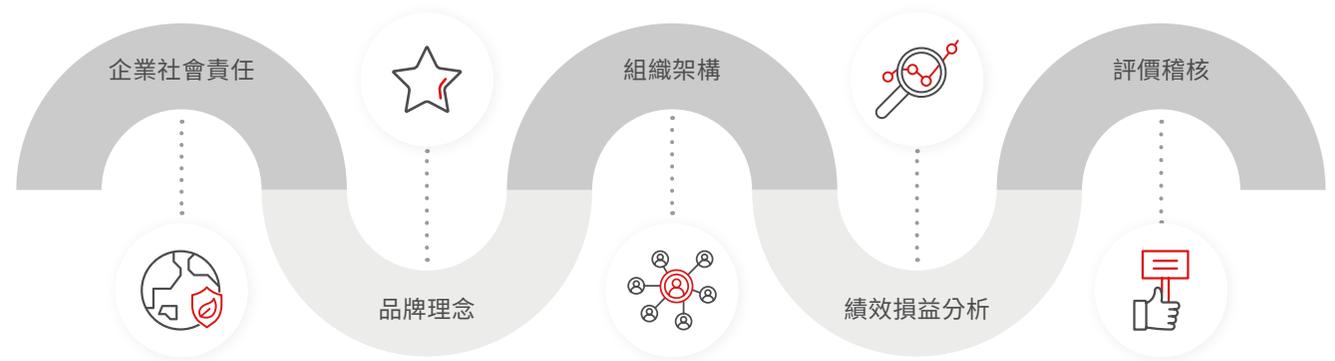


新光三越工程與設計廠商細部類別表(單位：家數)

| 工程與設計廠商類別 | 2022年 |
|-----------|-------|
| 工程        | 77    |
| 設計        | 15    |
| 總計        | 92    |

### 4.1.3 嚴選台灣永續好物

透過美麗市場、好好集等自營渠道，我們精心挑選具在地價值之商品與品牌，在篩選供應商的過程中，我們會考量其企業社會責任、品牌理念、組織架構與績效損益分析，以藉由篩選供應商及評價稽核，確保商品品質，滿足消費者的期待。



### 美麗市場

新光三越集結各家超市的優點創立了「美麗市場」，自2015年開設全台第一家美麗市場後，目前全台共有五家美麗市場：台北信義新天地A4、台北信義新天地A11、台北信義新天地A8、台中中港店、台南新天地，未來將持續導入各分店，帶給人們綠色美好生活。

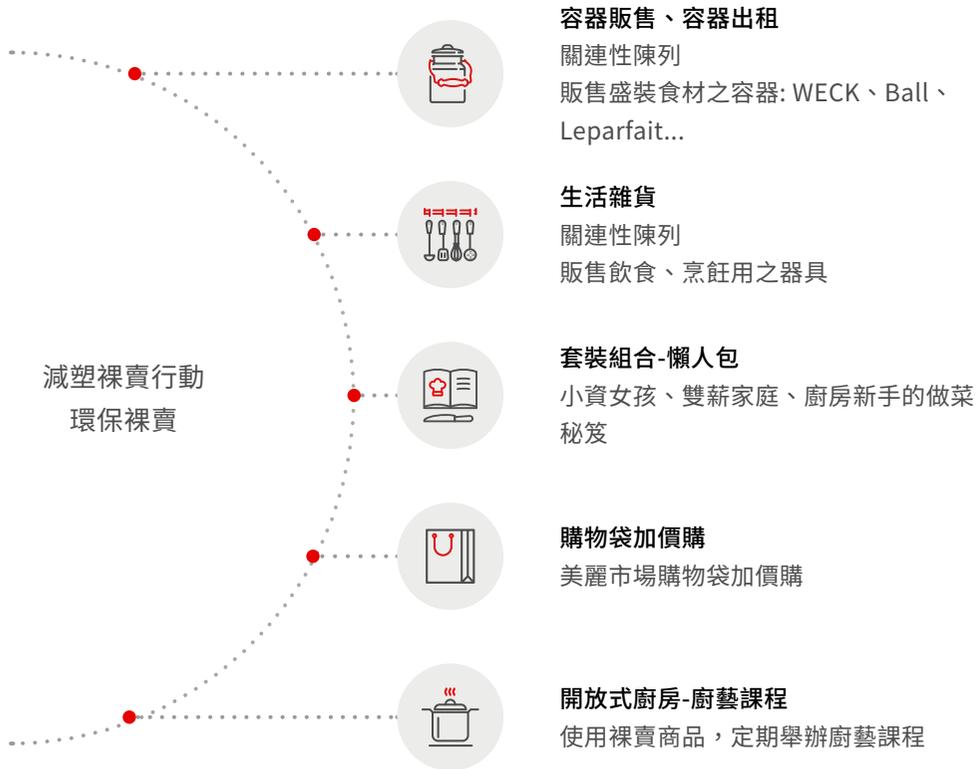
美麗市場持續支持在地小農業者，2022年的在地採購比例為25.2%。每季的蔬果業績約2,500萬元，其中約637萬元的銷售額源自台灣的產品，在地商品佔比達25.2%。



- 在地小農：約637萬元銷售額源自台灣產品；在地商品佔比達25.2%。
- 美麗市場每季的蔬果業績：每季的蔬果業績約2,500萬元。

美麗市場不定期邀請來自部落、小農等在地品牌的講者，舉辦以食材為核心的知性講座，達到食農教育之目的。

美麗市場為達成紙製品減量，我們導入電子標籤取代紙本標籤以減少紙張耗材使用，並降低人員需時常進行紙標籤更換的工作負擔，2022年已將電子標籤導入3家分店，合計更換 2 萬個電子標籤，2023年將持續導入 2 家分店。



### 新光三越教育講座

講座名稱 台中新社裸啡綠農場 葡萄推廣活動

舉辦時間及地點 2022年1月30日新光三越台中中港店

邀請小農來到新光三越現場分享豆漿葡萄的生長過程以及種植經驗。白毛台位於台中新社，傳承了爺爺時代研發的「豆漿液肥」來栽種，用心灌溉呵護的「豆漿葡萄」絕對甘甜多汁，保持著高品質的監管，一直以來都是以安全、無毒為目標的栽培方式栽種水果，農場的水果都是重質不重量。

#### 講座內容



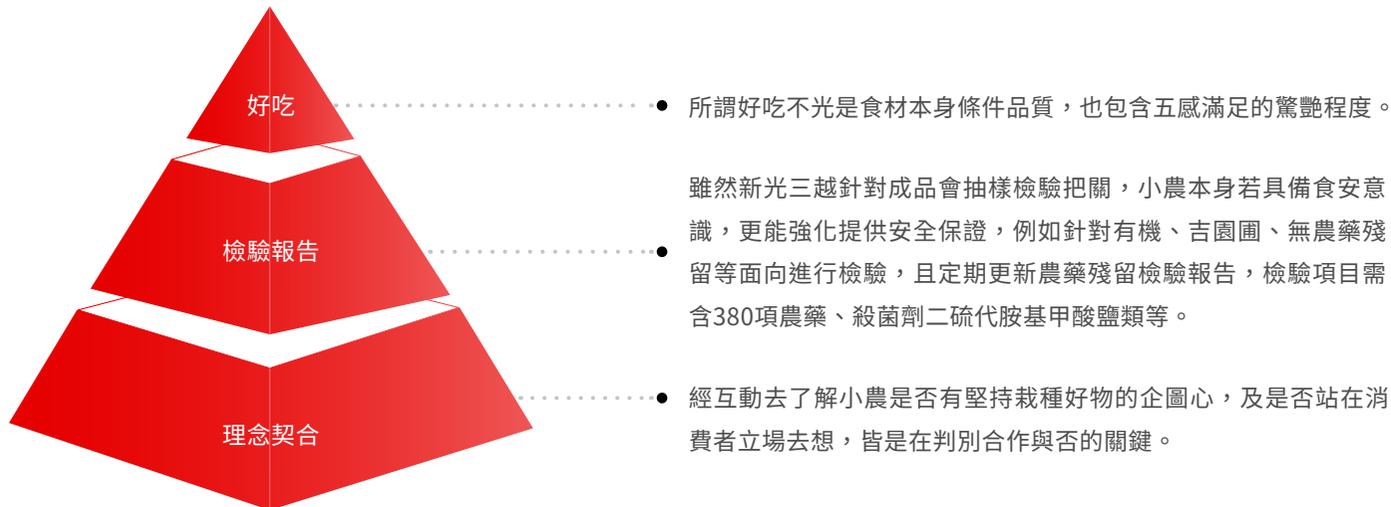
## 在地小農

### 小農嚴選

「小農」是指藉由農作來支持家用的農戶，這樣的農戶不以拓展經濟規模為目標，不過份取用自然資源，以友善大地為主要目標。因為規模相對小，所以不被大資本大政策制約，也不受跨國技術壟斷專利綁架，特色在於靈活度高、實驗成本低，在產業上扮演創新的動力，具有突破既有模式盲點的優勢。

台灣經歷一波波食安事件，促使民眾對健康消費意識抬頭，故幾年前市面上開始出現小農專區，讓消費者有不同選擇。新光三越亦自2002年起設立小農專區，我們對小農的定義為：由品質更好、可溯源的獨立農民生產，並願意對消費者揭露生產過程採用的高標準。

新光三越在嚴選小農作物的同時，亦期許能與小農建立長久的合作關係。我們挑選的食材絕對「好吃」，協助小農檢驗報告執行到位，以確保食品的安全保障。此外，我們會透過溝通與互動了解小農是否有堅持栽種好物的企圖心，以確認是否與小農「理念契合」。



我們嚴選出「新光三越小農陣線聯盟」：



## 食安保證與 ESG 認證

### 1 產地資訊公開透明化

新光三越合作雖無強制規定小農要資訊公開，但小農們願意主動揭露其生產之農田資訊、產銷履歷、有機證明等相關資訊供消費者檢視，讓消費者買的安心，吃的也安心。同時，分店的夥伴們會不保留的將產地等農田資訊製作成pop提供消費者參考。



### 2 專業食安檢驗

小農相關商品均需檢附食品安全檢驗證明，新光三越會特別針對高風險、高關注或特殊要求的農產品進行自主送檢，例如：水果農藥殘留比例較高的百香果、龍眼、草莓、酪梨等(2022年新光三越協助逾500件農商品送檢)。



### 3 ESG認證標章小農專區

ESG標章小農專區需再特別認證為有機認證產品，有機產品必須經過公證單位通過驗證，才能標示「有機」販售。例：蔬果品項共4,630項，其中860項獲得有機認證，佔比達18.6%。



#### 季節特色小農商品



時間 | 2022/1/14~1/16；2022/1/22~1/23



地點 | 新光三越台北信義新天地A4/台北南西店/台中中港店/台南新天地



績效 | 高雄燕巢地區氣候環境適合蜜棗生長，當地的石灰岩土質，鎂、鈣含量豐富，先天的地理優勢造就出燕巢蜜棗的甜度與絕佳口感。擁有產銷履歷的蜜棗，顆顆飽滿鮮脆、口感綿密如水梨、清甜多汁，散發淡淡蔗香，紅色喜氣外盒，是年節必備禮盒。



## 高雄首選市集



時間 | 2022/1/14~1/16；2022/1/22~1/23



地點 | 新光三越台北信義新天地A4/台北信義新天地A11/台中中港店/台南新天地/嘉義垂楊店/高雄左營店舉行



績效 | 高雄市政府農業局與新光三越攜手合作將外銷多國的金牌好果-高雄首選雪麗蜜棗登上春節禮品手冊，並邀請高雄小農北上展售熱銷伴手禮組合，現場還加碼推出高雄首選市集專區消費滿額贈限量好禮活動，推薦中部五縣市消費者送禮首選最優質安心的高雄農特產。

屏東春日  
大熊農場芒果  
推廣活動

時間 | 2022/5/27~5/29



地點 | 新光三越台中中港店舉行



績效 | 來自屏東枋寮鄉的大熊農場，嚴格檢驗的產銷履歷，致力培育出品質最佳的愛文芒果，是我們永續經營的目標。符合銷日等級農產品規範，通過台灣產銷履歷認證，堅持在橫紅自然熟成才採收，芒果甜度高達13-15度，外型紅潤飽滿，果香濃郁撲鼻，果肉Q彈細緻。



### 高雄首選 玉荷包荔枝季



時間 | 2022/5/27~5/29；2022/6/4~6/5



地點 | 新光三越台北信義新天地A4/台北信義新天地A11/台北南西店/台北站前店/台中中港店/台南新天地/高雄左營店舉行



績效 | 玉荷包荔枝來自擁有荔枝王國稱號，全台灣最著名的高雄大樹區產地！特色為提倡枝葉與果粒分離概念，將枝葉留置產地繼續滋養土地，每盒都是粒裝新鮮出貨，擁有生產履歷的玉荷包，更通過評鑑入選「高雄首選」品牌果物。



### 苗栗苑裡— 灣麗砂糖橘 販售活動



時間 | 2022/12/22起



地點 | 新光三越台北南西店/台北站前店/台北信義新天地A11/台北信義新天地A8/台北信義新天地A9/台北信義新天地A4/台北天母店/台中中港店/台南西門店限量販售



績效 | 砂糖橘因易受氣候、光照、水土等影響，比一般柑橘更難以照顧，因其採收期相當短暫，僅每年12月下旬至隔年元旦，是為季節限定的美味。嚐起來甜而不膩、口感細緻，深受大人小孩的喜愛。

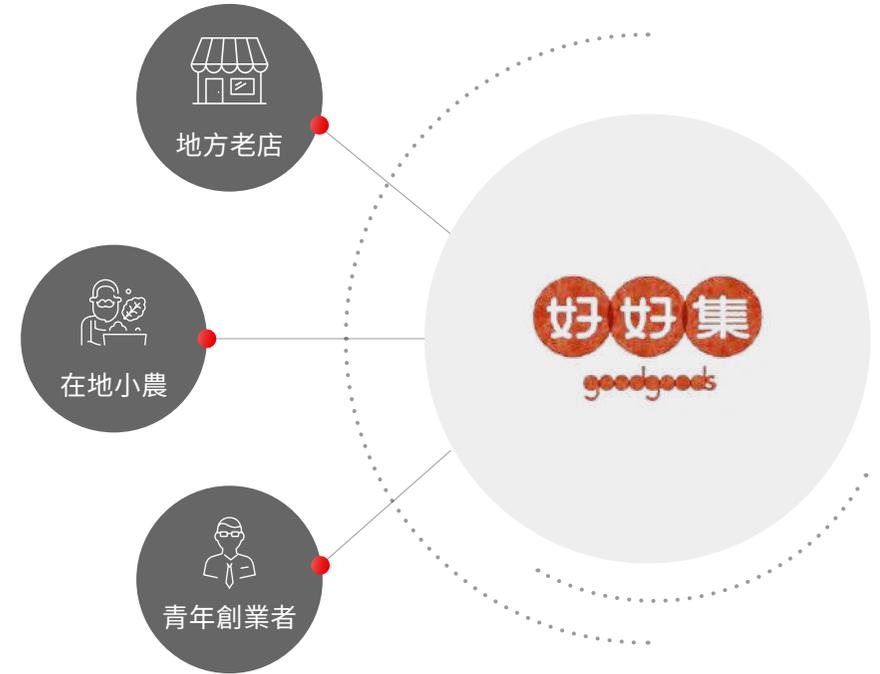


## 好好集 goodgoods

2015年新光三越創立了「好好集」品牌，在新光三越北、中、南區7個分店設立專屬櫃位，銷售精選的台灣在地好物。好好集除了能提供來訪的消費者良好的商品與體驗空間，我們更希望發揮企業影響力，讓小規模經營型態，如地方老店、在地小農、青年創業者，毋須單打獨鬥、可透過好好集推廣其產品，許多食品的技藝亦不致凋零失傳。

我們支持台灣各個角落的努力耕耘，以期共同呈現台灣美好價值。好好集不只是整合銷售物產的通路，更是台灣故事交流的中心。2022年我們行路台灣，深入走訪22縣市、368鄉鎮區，認識傳承百年品牌的用心與堅持，鼓勵年輕人回鄉、發揮新世代創意，對家鄉農業、產業貢獻自己一份心。

好好集將這些在地職人、青年返鄉的造夢者，集結成故事，親自帶領顧客翻閱一篇篇美麗的台灣故事，一同感受這些達人們的用心，珍惜背後付出的每一份情意，和新光三越一起將台灣的好物，分享給台灣人及全世界。



## 永續好物主題展售

新光三越重視友善土地種植方式、安全食物來源以及農民、土地與作物之間的和諧程度。2022年於北、中、南部的新光三越據點合計舉辦9場次之永續好物主題展售。

| 日期                   | 主題                      | 分店據點   | 合作單位                  |
|----------------------|-------------------------|--|-----------------------|
| 2021年12月至<br>2022年1月 | 陽光菓菓在地水果乾               | 台北信義新天地 A11  | 陽光菓菓                  |
| 2021年12月至<br>2022年1月 | 山頂壯圓柴燒桂圓                | 台北信義新天地 A11  | 山頂壯圓                  |
| 2022年1月              | 2022年1月年高雄首選市集          | 台北信義新天地 A4/ 台北信義新天地 A11/<br>台北南西店 / 台北站前店 / 台中中港店 /<br>台南西門店 / 嘉義垂楊店 / 高雄左營店 | 仲喬有限公司                |
| 2022年5月              | 2022年屏東春日大熊農場芒<br>果推廣活動 | 台中中港店  | 大熊農場                  |
| 2022年5月至<br>6月       | 2022年5-6月高雄首選玉荷<br>包荔枝季 | 台北信義新天地 A4/ 台北信義新天地 A11/<br>台北站前店 / 台北南西店 / 台中中港店 /<br>台南新天地 / 高雄左營店         | 仲喬有限公司<br>寶島第一味食品有限公司 |
| 2022年8月至<br>9月       | 大樹麻油行芝麻系列               | 台中中港店  | 大樹麻油行                 |
| 2022年8月至<br>9月       | 屏東可可主題特展                | 台北南西店 / 台中中港店 / 台南新天地  | 奇謀行銷                  |
| 2022年9月至<br>10月      | 屏東可可主題特展                | 台北信義新天地 A4/ 台北信義新天地<br>A11/ 台北站前店 / 高雄左營店                                    | 奇謀行銷                  |
| 2022年12月至<br>2023年1月 | 大樹麻油行芝麻系列               | 台中中港店  | 大樹麻油行                 |

## 4.2 品質把關

對應 GRI 指標：416-1、416-2、417-1、417-2、417-3

### 4.2.1 商品安全與活動標示管理

#### 管理方針



#### 政策與承諾

為對販售之商品進行品質把關，新光三越訂有《商品品質與安全管理規範》、《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《專櫃廠商設櫃約定條款》等內部規範，各類商品亦須遵循對應之法令規範。



#### 衝擊

- 商品優良品質與安全保障(正面衝擊)。
- 活動與廣告標示不清(負面衝擊)。
- 商品品質管理失當(負面衝擊)。



#### 行動方案

##### 預防與減緩

- 於簽約時要求合作廠商遵循《商品標示法》、《化妝品衛生管理條例》、《食品衛生管理法》、《飲料類衛生標準》、《健康食品管理法》等法令規定。
- 每月針對不同類別商品進行抽查，對應相關法規檢視是否符合法令規定。

- 本公司遵循《食品良好衛生規範準則》法令，食品從業人員須經醫療機構健康檢查合格後始得從事相關工作。

##### 補救措施

- 自營超市銷售之商品若經通報具食安問題，將依內部流程與廠商聯繫、進行下架作業等。
- 依據《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》，廠商銷售之商品如發生客訴情形，應配合本公司管理服務之需求辦理退、換貨。

##### 利害關係人議合

- 透過實體與數位渠道向消費者溝通商品與活動相關資訊，若資訊有誤則即時修正並於店內擺放更正告示。
- 針對進駐之餐飲廠商與新進人員進行食品衛生安全教育訓練，並於每月進行店內食安教育訓練。



#### 評估與追蹤

顧客服務部隨時掌握各店舖呈報食安事件之顧客意見，即時依規範處理。總公司食安小組與分店食安小組皆每月固定開立一次會議，擬定檢討與因應規劃。

## 商品安全管理

### • 商品安全管理機制

新光三越銷售之商品類別包含一般商品、化妝品、包裝食品、健康食品等，各類型商品均須遵循相關法規(包含《商品標示法》、《化妝品衛生管理條例》、《食品安全衛生管理法》等)才可進行上架與銷售。

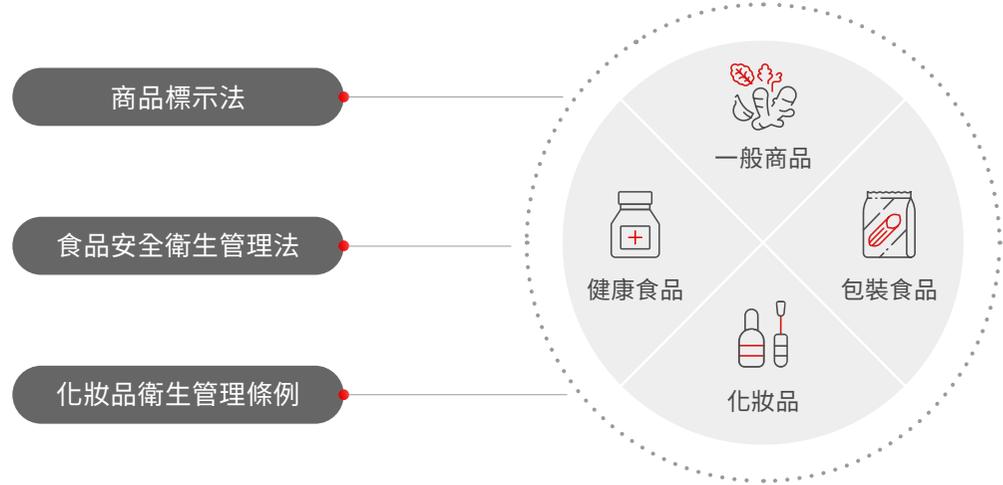
為使消費者能安心使用銷售的商品，新光三越內部訂有《商品品質與安全管理規範》規範，定期進行超市商品保質期抽查，加強商品效期管理，食品類型之商品亦須遵守《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》等內部規範，食品安全管理相關內容請參考 4.2.2 章節。此外，對於化妝品效期及餐飲與食品冷凍冷藏溫度也以高於法規標準的規範管理。

### • 商品標示處理機制

新光三越之簽約廠商須遵循各項內外部規範，化妝品適用《化妝品衛生管理條例》；包裝食品、生鮮、熟食等適用《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》以及新光三越內部《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》；酒類適用《菸酒管理法》；藥品及醫療器材適用《藥事法》、《醫療器材管理法》；上述外之商品歸類於一般商品，適用《商品標示法》。

於內部管理面向，我們每月針對商品標示進行抽查檢視，並針對高風險商品及新供應商的新商品進行加強確認。

新光三越自營超市之分店平均庫存單位(SKU)數為 6,000 個，於 2022 年已針對 600 個品項進行相關法規評估，約佔整體商品百分比 10%。



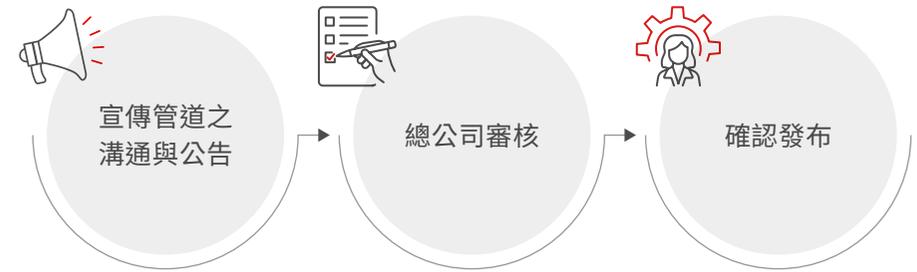
| 新光三越商品品質與安全管理規範   |                             |                            |
|---|-----------------------------|----------------------------|
| 產品類別  | 適用之外部規範                     | 新光三越之內部規範                  |
|  化妝品       | 《化妝品衛生管理條例》                 |                            |
|  包裝食品     | 《食品安全衛生管理法》<br>《食品良好衛生規範準則》 | 《食品衛生安全作業辦法》<br>《食品安全管理規範》 |
|  酒       | 《菸酒管理法》                     |                            |
|  一般商品    | 《商品標示法》                     |                            |
|  健康食品    | 《健康食品管理法》                   |                            |
|  藥品及醫療器材 | 《藥事法》<br>《醫療器材管理法》          |                            |

## 活動標示管理

新光三越強調活動標示管理的重要性，平面(DM)、陳列(活動看板)、數位(APP、FB、IG、LINE、簡訊)等宣傳管道之溝通與公告皆須經由總公司審核。內部針對宣傳內容的審核機制為由主要負責窗口與各部門、合作單位透過信件多次確認活動內容，並經由主管再次確認後進行發布，同時會標註新光三越保留最終增刪與終止活動之權利，其他未盡事宜以店內公告為主。

新光三越2022年發生違反產品與服務之資訊與標示相關法規的事件共11件，其中皆未導致顧客抱怨或其他裁罰。2022年發生違反行銷傳播相關爭議事件1件(相關細節於2.2.2說明，已配合警方作業，目前尚未收到後續通知)

若發現宣傳內容有誤植狀況，新光三越將依誤植之狀況進行相關處理；若為商品價格標示錯誤或活動標示錯誤，則會及時修正數位相關宣傳內容、並於店內專櫃擺放更正說明之告示。



## 4.2.2 食品安全管理

### 食品安全管理機制

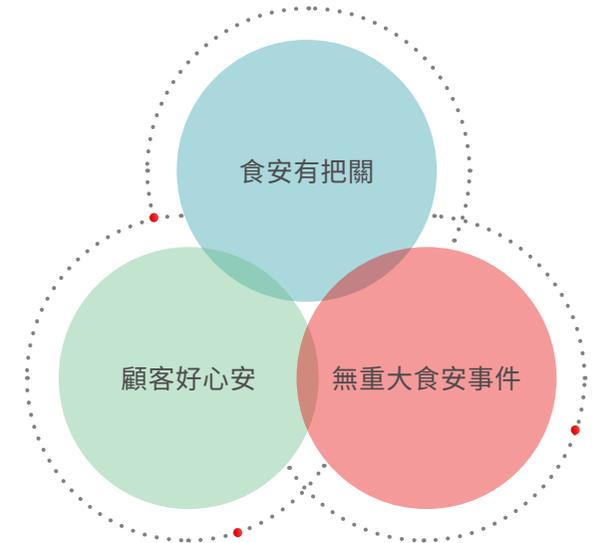
- 食品安全管理目標

食品衛生安全對客服務理念宗旨為「食安有把關，顧客好心安」，並以無重大食安事件為目標。

- 食品安全規範與政策

為提供消費者安全的食品，新光三越積極推動食品安全相關管理計畫，包裝食品、生鮮、熟食、專櫃食品等項目皆須遵循衛生福利部食品藥物管理署之《食品安全衛生管理法》及《食品良好衛生規範準則》等外部法規，其中自營食品若為進口，須先符合衛生福利部食品藥物管理署之輸入食品查驗後才可進口，我們亦會隨時確認更新法規內容，並要求進駐廠商遵循政府法規。

新光三越內部亦訂有《商場管理辦法》、《食品衛生安全作業辦法》、《食品安全管理規範》、《餐飲類專櫃之專櫃廠商設櫃約定條款》，涵蓋範圍包含主題餐廳、美食街、超市、咖啡廳等項目。



## • 食品安全權責單位

有鑑於消費者對於飲食的品質日益重視，我們於 2017 年成立食品衛生安全小組，透過內外部稽核控管之方式為消費者生命健康危害進行把關，進而制訂出確保食品安全的管理措施與流程。

食品衛生安全小組組織架構及權責部門如下表所示，其中包含安控室、勞安衛生部、顧客服務部、總務部、自營事業部、商品部、電子商務部，主要工作項目涵蓋食安相關專案規劃與推動、重大事件緊急處理、食品安全衛生教育訓練規劃、外部稽核、節慶檔期檢驗與追蹤等；安控室與勞安衛生部為 2021 年新增之權責單位，2023 年更進一步新增電子商務部，確保有販售食品之線上渠道亦有進行相關食安風險控管。

| 總公司食安小組 |  |
|---------|--|
| 權責單位    | 主要職責   |
| 顧客服務部   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 統整食安事件之顧客意見並擬定相關檢討對策</li> <li>2. 彙整稽核名單並製作執行成果</li> <li>3. 規劃與督導年度工作計畫排程</li> </ol>  |
| 總務部     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 執行洗碗場稽核及後續追蹤</li> <li>2. 監督分店病媒蚊防治及消毒執行排程</li> </ol>   |
| 自營事業部   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 管理食品衛生安全監測計畫</li> <li>2. 各店超市與好好集食安內部自主管理</li> <li>3. 要求各店超市與好好集落實食安自主管理規範，並進行相關規範之佈達並追蹤佈達情形</li> </ol>                    |
| 商品部     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認新合作品牌販售之商品是否符合食安法規</li> <li>2. 針對合作食品品牌訂定相關食安合作規範</li> <li>3. 要求專櫃落實食安自主管理規範</li> <li>4. 佈達各分店飲食相關食安規範並追蹤佈達情形</li> </ol> |
| 安控室     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建議食品衛生安全推動策略</li> </ol>  |
| 勞安衛生部   | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. 建議食安特殊事件對應內容</li> </ol>  |
| 電子商務部   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認合作品牌之商品是否符合食安法規</li> <li>2. 針對 skm online 獨家販售商品進行標示檢視</li> </ol>  |



### • 食品安全自主管理與內外部稽核

新光三越對於食品安全的理念為「食安有把關、顧客好心安」，自2017年開始推動食品衛生安全自主管理工作，同時與具TFDA(衛生福利部食品藥物管理署)、TAF(全國認證基金會)雙認證之顧問公司合作，進行稽核、商品檢驗、標示檢視及教育訓練等工作；除善盡企業社會責任，針對專櫃廠商進行食品衛生安全觀念教育與輔導外，亦力求為消費者做最嚴謹的把關，以防止重大食安事件之發生。

為強化食安事件之預防，新光三越提供餐飲進駐廠商教育訓練或宣導，每年度由顧客服務部編修「新光三越食品衛生安全教育訓練」教材，並委由顧問公司協助更新，此外，新光三越持續進行內外部稽核，藉由外部稽核制度，我們可以確認自主管理落實成果，並提供顧客可信任的驗證結果與增強品牌信心；透過內部稽核，我們能更加了解各項危機發生的風險，並藉由專業知識教育訓練，提升內部自主管理有效性及降低危害發生可能性。



#### 食品衛生安全自主管理計劃

| 每月  | 每季   | 每年   |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 內部環境衛生稽核</li> <li>• 店內食安教育訓練</li> <li>• 食安危機處理演練</li> <li>• 食安主題宣導</li> <li>• 食品標示檢視</li> <li>• 臨時環境衛生稽核與商品檢驗</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 環境衛生稽核與商品檢驗</li> <li>• 洗碗場衛生稽核與餐具檢驗</li> <li>• 自營肉品瘦肉精檢驗</li> <li>• 美食外送抽檢</li> <li>• 外帶食品抽檢</li> <li>• 外帶包材稽核</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定食品衛生安全工作計畫</li> <li>• 3場全台教育訓練</li> <li>• 5大節慶檔期包裝食品抽檢</li> <li>• 5場超市與美食街病媒鼠害訪查</li> <li>• 2場供應商訪廠(以輪替方式進行訪查，加工食品、調味料類商品等)</li> <li>• 冰飲品抽檢</li> </ul> |

針對館內配合之餐廳、美食街、咖啡廳、自營超市及包裝食品櫃位，新光三越皆會進行定期與臨時之稽核及商品抽檢，我們亦會進行食品標示檢視，以及一季一次美食外送抽檢，一間分店會抽檢3個品項，一共抽檢45項商品。一般抽檢的重點抽檢項目為櫃位熱銷商品與風險較高商品，如：生鮮商品、沙拉、奶製品、涼拌類、冰飲品等；節慶抽檢則重點針對禮盒肉乾類、茶葉飲品類、甜點糕餅類、肉粽熟食類、保健食品類商品進行抽檢。

### 2022 年食品安全執行情形

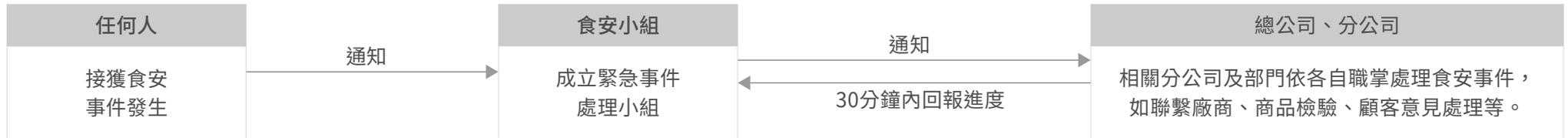
| 項目              | 外部稽核  | 內部稽核  | 商品抽檢   |   | 食品標示檢視  | 美食外送抽檢             |
|-----------------|---|---|--|---|---|--------------------|
|                 |   |   | 專櫃例行抽檢   | 節慶抽檢  |   |                    |
| 2022 年執行頻率與執行情形 | 針對主題餐廳、美食街、超市、咖啡廳等場域每季進行 1 次外部稽核，共計 4 次，合計抽檢 1,500 項商品，針對稽核缺失要求完成 100% 的改善                              | 每月進行環境衛生檢查 1 次，共計 12 次，並由總公司每季確認其執行成效   | 每年進行 4 次餐飲專櫃例行抽檢，共抽檢 1,134 項商品，初檢不合格品項一週內進行複檢，通過複檢方可販售 | 春節、母親節、端午節、中秋節與周年慶執行共 5 次包裝食品檔期抽檢，共抽檢 328 項商品，初檢不合格品項一週內進行複檢，通過複檢方可販售 | 包裝食品標示檢視：每月實施 50 項包裝食品標示檢視，共檢視 600 項商品，並有複檢機制 | 針對 15 間分店抽檢 45 項商品 |
| 重點稽核 / 抽檢項目     | 依據食品衛生安全管理法及食品良好衛生規範準則 (GHP) 訂定稽查項目稽核   |   | 各櫃位熱賣商品、高風險商品及新上架商品                                    |   | 依據食品衛生安全管理法規內容                                |                    |
| 2022 年執行成果      | <ul style="list-style-type: none"> <li>外部稽核成果為 92.5 分，較目標值高/低 0.5 分註</li> <li>違反食安法規之事件共 0 件</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>內部稽核(環境衛生稽核)成果為 96.4 分，與外部稽核差異為 3.9 分</li> <li>違反食安法規之事件共 0 件</li> </ul> | 2021 年合格率 97.9%，2022 年合格率 98.3% (提升 0.4% 合格率)          | 合格率为 99.1%，較前一年度提升 1.2%   | 超市食品標示檢視：437 件合格 / 163 件建議改善                  | 2022 年 45 件全數合格    |

備註：依據衛福部食藥署【餐飲衛生管理分級評核制度】：「優」未達二個主要缺失(換算分數 92 分以上)，「良」二個主要缺失以上，未達四個主要缺失(換算分數 90 分以上)。

上述稽核與商品抽檢由總公司食安小組推動、分店食安小組配合執行。此外，我們在食安相關危機處理上，會針對重大危機事件擬定相關單位的工作項目，以盡速解決客戶的疑慮與問題。

新光三越2022年依據食品衛生安全管理法及食品良好衛生規範準則(GHP)，對100%的餐飲櫃位進行食品衛生安全把關，其執行情形如下表所示，其中2022年自營超市無違反食安法規事件，專櫃業者違反導致罰款的食安法規事件共1件，其違規內容、罰款情形與因應措施請參考「2022年違反食安法規事件說明」。

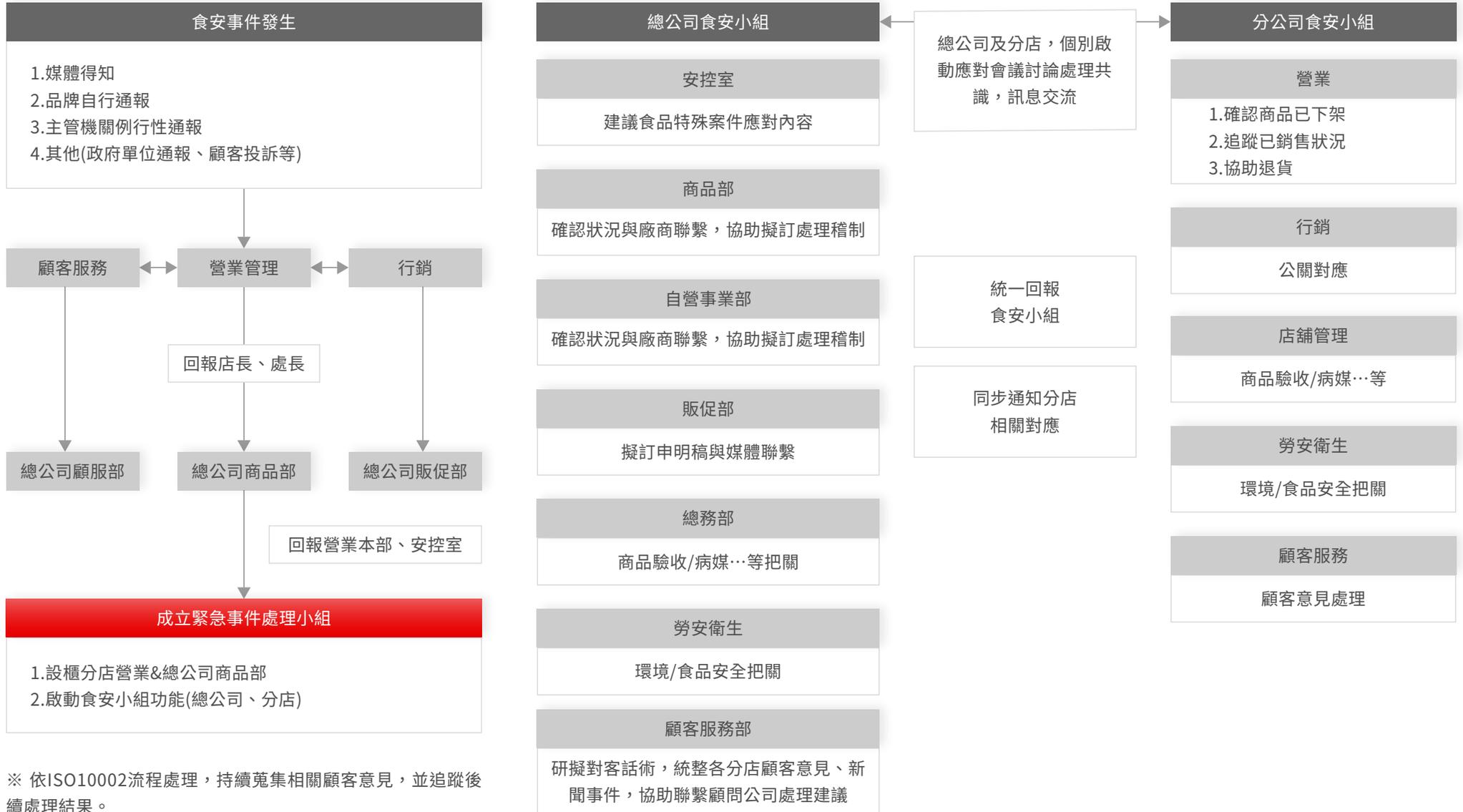
### 食安事件應對流程



### 2022 年違反食安法規事件說明

| 項目     | 說明  |
|--------|---|
| 事件名稱   | 高雄左營店大創販售過期食品   |
| 事件發生過程 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2022/3/14 客戶於消費八天後至專櫃上反應商品過期、導致上吐下瀉就醫（效期為2022/2/28），專櫃僅收下其收品表示會協助呈報</li> <li>2022/3/15 受理後隔天，專櫃店長回電告知可協助退費並補償醫療費用</li> <li>2022/3/16 客戶聯繫專櫃，表示無法接受僅退費並補償醫藥費</li> </ul>   |
| 投訴內容   | 2022/3/17客戶就此事件向新光三越投訴，顧客服務人員進行關心與了解時，客戶表示已投訴至衛生局   |
| 內部因應   | 新光三越確認專櫃商品陳列環境、相關進貨銷貨及盤點紀錄後，啟動「食品衛生安全通報群組」，相關通報及應對流程請參考(食品衛生安全-食安危機事件應對SOP)   |
| 外部稽查   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2023/3/21新光三越配合衛生局稽查，衛生局人員針對現場食品類產品檢核其商品標示，並確認盤點機制及過期商品下架流程，檢核結果為皆符合規範</li> <li>衛生局人員表示因販賣過期商品為事實，依據食品安全衛生管理法(以下簡稱食安法)第15條規定，食品或食品添加物逾有效日期者，不得製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出、作為贈品或公開陳列，違者可處新臺幣6萬元以上2億元以下罰鍰；情節重大者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，一年內不得再申請重新登錄。依據同法第8條規定，食品從業人員作業場所設施衛生管理及食品添加物之管理，均應符合食品良好衛生規範準則，違反者經要求限期改正，屆期未改正爰依同法第44條處新臺幣6萬元至2億元罰鍰，事後向廠商開罰6萬元</li> </ul> |

### 食品衛生安全 - 食安危機事件應對 SOP

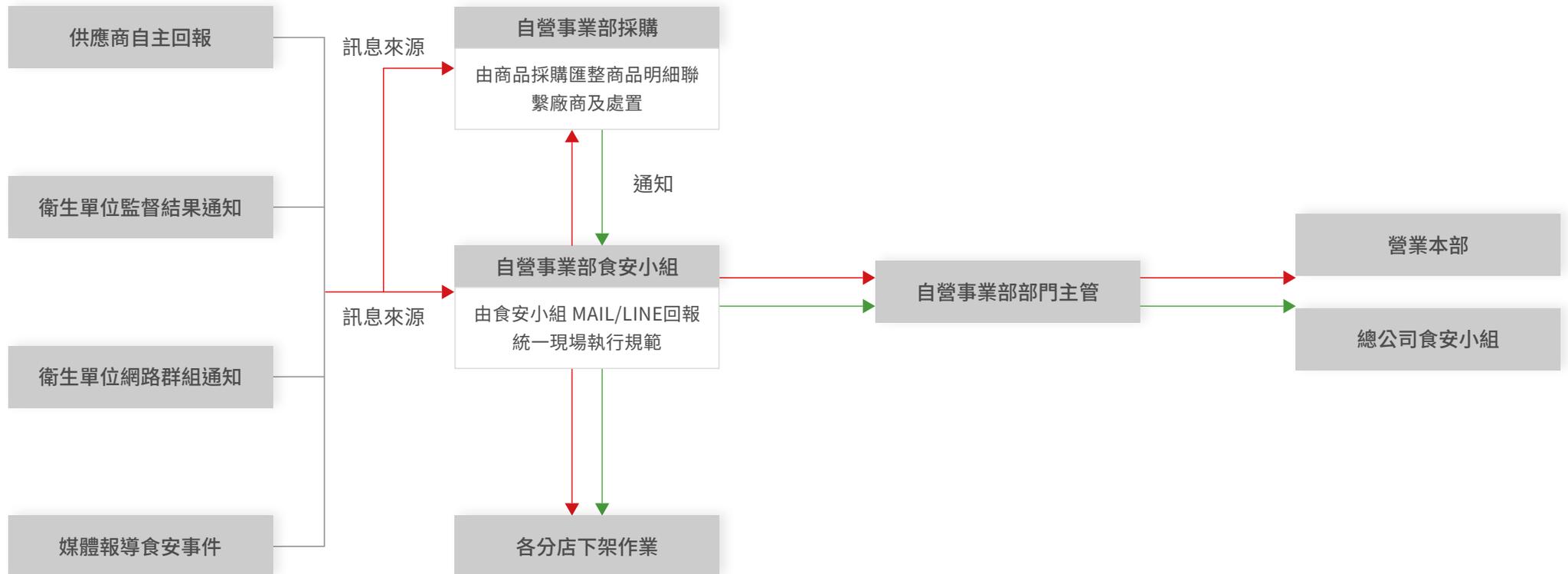


※ 依ISO10002流程處理，持續蒐集相關顧客意見，並追蹤後續處理結果。

• 超市食品下架事件說明

在自營超市之食品安全通報流程中，透過供應商自主回報、衛生單位監督結果通知、衛生單位網路群組通知、媒體報導等渠道獲取相關訊息，通報流程會經過自營事業部之食安小組、採購、部門主管，以及總公司之食安小組、營業本部與相關分店，各分店完成異常商品下架作業後將以線上方式向自營事業部之食安小組回報執行結果。

自營事業部超市食品安全問題通報與處理流程



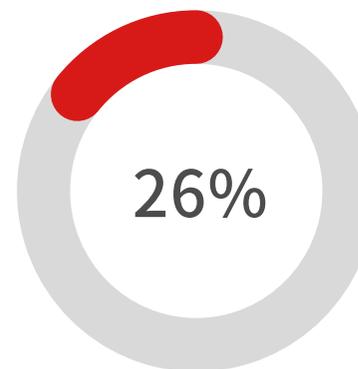
→ 通報流程    → 資料處理流程

### 2022 年產品下架或召回事件

| 事件                                 | 下架與召回原因  | 處理流程與結果   |
|------------------------------------|--|---|
| 2022/02/24<br>據點 - 全台<br>漢盛泡菜系列    | 供應商韓華告知漢盛泡菜系列疑發生韓國工廠食安事件（使用腐壞及長蟲的白菜和蘿蔔製作泡菜）；然經釐清，本超市商品非為該問題工廠生產。             | 因應潛在食安問題進行預防性下架，下架後退貨給廠商；然經釐清，相關商品非為該問題工廠生產。  |
| 2022/03/01<br>據點 - 台北南西店<br>日本福岡草莓 | 抽樣農藥超標，3/17通知抽樣結果不合格。福岡草莓抽驗檢出殘留農藥，依據法規不得驗出「殺菌劑亞派占」、「殺蟎劑賜派威」、「殺蟲劑賽果培」，故與規定不符。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 因應抽樣結果商品已下架，並於3/21進行複查、現場拍照、輔導相關法規：現場無同批號產品，亦無其他批號產品；商品檢驗不合格後未再進貨。</li> <li>• 3/22食藥署發新聞稿表示日本進口草莓每週都被驗出農藥超標，將以維持半年的逐批查驗對日本進口草莓做檢驗。</li> <li>• 改善措施：管理機制將調整為請廠商提供FDA輸入許可證，並建議進行農藥殘留檢驗，保障消費者權益。並於次年度編列預算進行農藥殘留檢驗，在草莓盛產期間，每年於1~2月抽驗並委外SGS強制檢驗進口草莓是否含有農藥殘留。</li> </ul> |

### 食品安全認證與宣導

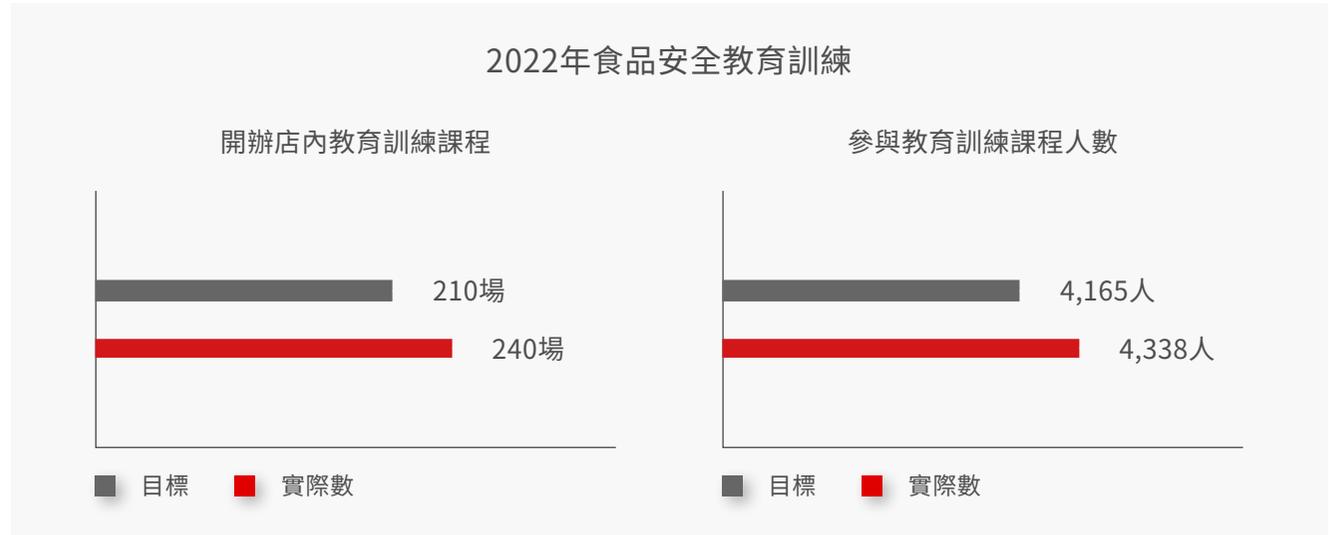
新光三越於2022年通過GHP「優良餐飲衛生管理」認證廠商，規劃推動全台各店廠商，然因疫情影響，部份地方縣市該年度暫停評核，通過認證之專櫃廠商共計95櫃，佔總櫃位數之26%。



■ 認證之專櫃廠商共計95櫃



新光三越每年編修食品衛生安全教育訓練教材，用於新進人員的食品衛生安全教育訓練，並用以訓練營業講師進行授課。2022年之食品安全教育訓練目標為210場與4,165人，當年度合計開辦240場店內教育訓練課程，上課人數合計4,338人，該年度8月即已達成100%的年度目標。2022年執行之食安教育訓練主題包含新光三越食品衛生安全服務理念、餐飲從業人員衛生管理、調理場所衛生管理、病媒防治作業等，多元化訓練內容。



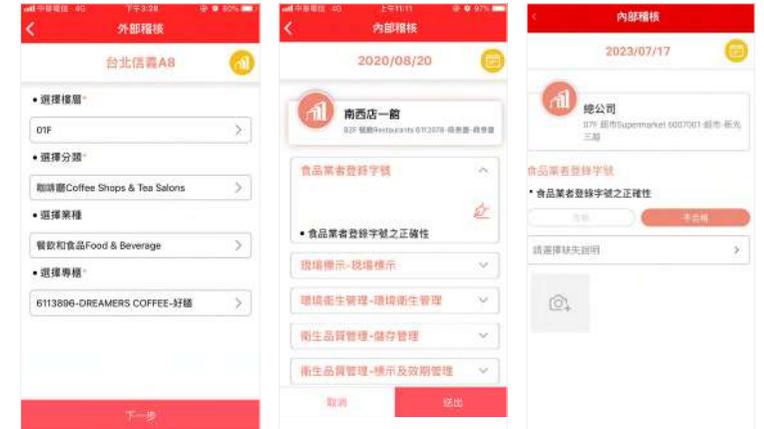
新光三越從2021年起每月設計1張食品衛生安全宣導海報，2022年共設計12張宣導海報，並自2023年起新增「年度主題宣導海報」，外帶外送食安管理新光三越APP 內的美食地圖功能提供餐飲專櫃訂位、候位、外帶及外送四項服務。總公司食安小組針對餐點製作、餐點包裝、外送取餐各整理提醒事項，以提升服務品質降低食安風險。



## 食品安全稽核數位化：「食安稽核 E 化平台」

為了確保應檢查之專櫃皆有進行內外部稽核、避免分店回傳名單時遺漏、以及減少稽核結果鍵入流程的重工，新光三越於2020年8月導入食安稽核E化平台，涵蓋全台各分店。

食安稽核E化平台可以將每月的內部稽核成果與每季的外部稽核成果電子化、結合新光三越後台系統彙整相關成績及稽核缺失，協助新光三越掌握不合格的複查狀況、減少人工核對作業，以縮短作業時間、提高工作效率、並確保稽核對象及數據管理分析的正確性



### 食安稽核E化平台重要成效(2022年)



減少約16,000張紙張的使用，並節省約21,000分鐘的作業時間



清楚掌握應檢查的專櫃，不須等待分店營業後才能提出



檢查結果送出後，可以直接存於資料庫中，不須人工紀錄



稽核當下可直接拍照紀錄問題，並可在系統中隨時查閱



可依現行檢查頻率設定檢查表單



電子化後報表彙整檢查結果，不須人工製表，節省人員製作稽核成果報告的時間

### 食品安全未來規劃



#### 例行工作

延續食安工作業務，定期進行環境稽核及商品抽檢，維持餐飲櫃位環境整潔及販售商品風險控管。



#### 超前佈署

針對館內販售高風險商品加強抽檢，並配合食藥署年度稽核專案提前於五大檔期節慶抽檢，確保商品安全性。



#### 文化建立

持續推動線下與線上食安教育訓練，優化食安教育訓練課程內容，全面推動食安稽核把關。



#### 多元把關

統整2022年度較常發生食安相關缺失，了解食品衛生安全風險缺口，新增三項稽核管理項目，強化食安把關。



#### ESG專案

配合公司ESG專案政策，規劃新增外帶商品貼心標語，並主動揭露自主管理事實，落實社會責任，增加顧客消費時的安心感，同時提升企業形象。

## 附錄

### GRI 準則索引表

使用聲明：新光三越百貨股份有限公司已參照 GRI 準則報導 2022 年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止期間的內容。

使用的 GRI 1: GRI 1：基礎 2021

| GRI 準則索引表  |                       |   |          |
|------------|-----------------------|---|----------|
| 主題         | 揭露項目                  | 對應本報告書章節  | 頁碼       |
| GRI 2：一般揭露 | 2-1 組織詳細資訊            | 1.1.1 經營績效  | 21       |
|            | 2-2 組織永續報導中包含的實體      | 關於本報告書  | 04       |
|            | 2-3 報導期間、頻率及聯絡人       | 關於本報告書  | 04       |
|            | 2-4 資訊重編              | CH1.2.3 溫室氣體排放量，碳排係數以經濟部能源局公告之最新數據為準，同步修正 2020、2021 數據。 | 56       |
|            | 2-5 外部保證/確信           | 關於本報告書 / 1.1.2 永續發展管理                                   | 04 / 28  |
|            | 2-6 活動、價值鏈和其他商業關係     | 1.1.1 經營績效 / 4.1.2 永續供應鏈管理                              | 21 / 159 |
|            | 2-7 員工                | 3.1.1 職場多元包容與人權   | 91       |
|            | 2-8 非員工的工作者           | 3.1.1 職場多元包容與人權   | 91       |
|            | 2-9 治理結構及組成           | 1.2.1 誠信治理  | 38       |
|            | 2-10 最高治理單位的提名與遴選     | 1.2.1 誠信治理  | 38       |
|            | 2-11 最高理單位的主席         | 1.2.1 誠信治理  | 38       |
|            | 2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色 | 1.1.2 永續發展管理  | 28       |
|            | 2-13 衝擊管理的負責人         | 1.1.2 永續發展管理  | 28       |
|            | 2-14 最高治理單位於永續報導的角色   | 1.1.2 永續發展管理  | 28       |

| 主題         | 揭露項目              | 對應本報告書章節  | 頁碼                 |
|------------|-------------------|---|--------------------|
| GRI 2：一般揭露 | 2-15 利益衝突         | 1.2.1 誠信治理  | 38                 |
|            | 2-16 溝通關鍵重大事件     | 1.1.2 永續發展管理  | 28                 |
|            | 2-17 最高治理單位的群體智識  | 1.2.1 誠信治理  | 38                 |
|            | 2-18 最高治理單位的績效評估  | 未來將評估揭露   | -                  |
|            | 2-19 薪酬政策         | 1.2.1 誠信治理  | 38                 |
|            | 2-20 薪酬決定流程       | 1.2.1 誠信治理 / 3.1.2 員工薪酬與福利                                  | 38 / 96            |
|            | 2-21 年度總薪酬比率      | 未來將評估揭露   | -                  |
|            | 2-22 永續發展政策的聲明    | 總經理的話   | 06                 |
|            | 2-23 政策承諾         | 1.2.1 誠信治理 / 1.2.2 風險管理                                     | 38 / 46            |
|            | 2-24 納入政策承諾       | 1.2.1 誠信治理 / 1.2.2 風險管理                                     | 38 / 46            |
|            | 2-25 補救負面衝擊的程序    | 1.1.4 重大主題鑑別  | 34                 |
|            | 2-26 尋求建議和提出疑慮的機制 | 1.1.4 重大主題鑑別 / 1.2.1 誠信治理<br>2.1.2 客戶滿意提升 / 3.1.1 職場多元包容與人權 | 34 / 38<br>75 / 91 |
|            | 2-27 法規遵循         | 1.2.1 誠信治理  | 38                 |
|            | 2-28 公協會的會員資格     | 1.1.1 經營績效  | 21                 |
|            | 2-29 利害關係人議合方針    | 1.1.3 利害關係人議合   | 31                 |
|            | 2-30 團體協約         | 3.1.1 職場多元包容與人權   | 91                 |

| 主題         | 揭露項目          | 對應本報告書章節     | 頁碼 |
|------------|---------------|--------------|----|
| GRI 3：重大主題 | 3-1 決定重大主題的流程 | 1.1.4 重大主題鑑別 | 34 |
|            | 3-2 重大主題列表    | 1.1.4 重大主題鑑別 | 34 |
|            | 3-3 重大主題管理    | 1.1.4 重大主題鑑別 | 34 |



### 關鍵主題：人才培育與發展

| 主題                 | 揭露項目                  | 對應本報告書章節     | 頁碼  |
|--------------------|-----------------------|--------------|-----|
| GRI 3：重大主題         | 3-3 重大主題管理            | 3.1.3 人力資本管理 | 104 |
| GRI 404：訓練與教育 2016 | 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數 | 3.1.3 人力資本管理 | 104 |
|                    | 404-2 提升員工職能及過渡協助方案   | 3.1.3 人力資本管理 | 104 |



### 關鍵主題：人才吸引與留任

| 主題                      | 揭露項目   | 對應本報告書章節      | 頁碼 |
|-------------------------|--|---------------|----|
| GRI 3：重大主題              | 3-3 重大主題管理   | 3.1.2 員工薪酬與福利 | 96 |
| GRI 401：勞雇關係 2016       | 401-1 新進員工和離職員工  | 3.1.2 員工薪酬與福利 | 96 |
|                         | 401-2 提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利   | 3.1.2 員工薪酬與福利 | 96 |
|                         | 401-3 育嬰假  | 3.1.2 員工薪酬與福利 | 96 |
| GRI 404：訓練與教育 2016      | 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數<br>404-2 提升員工職能及過渡協助方案數<br>404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比 | 3.1.2 員工薪酬與福利 | 96 |
| GRI 405：員工多元化與平等機會 2016 | 405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率  | 3.1.2 員工薪酬與福利 | 96 |



### 關鍵主題：數位創新服務

| 主題         | 揭露項目       | 對應本報告書章節     | 頁碼 |
|------------|------------|--------------|----|
| GRI 3：重大主題 | 3-3 重大主題管理 | 2.1.1 數位轉型投入 | 65 |



### 關鍵主題：商品品質與責任

| 主題            | 揭露項目                        | 對應本報告書章節          | 頁碼  |
|---------------|-----------------------------|-------------------|-----|
| GRI 3：重大主題    | 3-3 重大主題管理                  | 4.2.1 商品安全與活動標示管理 | 177 |
| GRI 417：行銷與標示 | 417-1 產品和服務資訊與標示的要求         | 4.2.1 商品安全與活動標示管理 | 177 |
|               | 417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 | 4.2.1 商品安全與活動標示管理 | 177 |
|               | 417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件        | 4.2.1 商品安全與活動標示管理 | 177 |



### 營運績效

| 主題                | 揭露項目                 | 對應本報告書章節                          | 頁碼           |
|-------------------|----------------------|-----------------------------------|--------------|
| GRI 3：重大主題        | 3-3 重大主題管理           | 總經理的話 / 1.2.1 誠信治理 / 2.1.1 數位轉型投入 | 06 / 38 / 65 |
| GRI 201：經濟績效 2016 | 201-1組織所產生及分配的直接經濟價值 | 1.1.1 經營績效                        | 21           |
|                   | 201-4 取自政府之財務援助      | 1.1.1 經營績效                        | 21           |


**關鍵主題：公司治理與誠信經營**

| 主題               | 揭露項目                 | 對應本報告書章節   | 頁碼 |
|------------------|----------------------|------------|----|
| GRI 3：重大主題       | 3-3 重大主題管理           | 1.2.1 誠信治理 | 38 |
| GRI 205：反貪腐 2016 | 205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動 | 1.2.1 誠信治理 | 38 |


**關鍵主題：資訊安全與隱私保護**

| 主題                | 揭露項目                      | 對應本報告書章節        | 頁碼 |
|-------------------|---------------------------|-----------------|----|
| GRI 3：重大主題        | 3-3 重大主題管理                | 2.2 客戶隱私保護與資訊安全 | 81 |
| GRI 418：客戶隱私 2016 | 418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴 | 2.2.2 客戶隱私保護    | 87 |


**關鍵主題：顧客關係經營**

| 主題         | 揭露項目       | 對應本報告書章節     | 頁碼 |
|------------|------------|--------------|----|
| GRI 3：重大主題 | 3-3 重大主題管理 | 2.1.2 客戶滿意提升 | 75 |

## 其他 GRI 揭露項目

| 主題                      | 揭露項目                            | 對應本報告書章節              | 頁碼  |
|-------------------------|---------------------------------|-----------------------|-----|
| GRI 402 勞/資關係：2016      | 402-1 關於營運變化的最短預告期              | 3.1.1 職場多元包容與人權       | 91  |
| GRI 403 職業安全衛生：2018     | 403-1 職業安全衛生管理系統                | 3.2.1 職業安全衛生管理與推動     | 112 |
|                         | 403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查           | 3.2.2 職業安全衛生風險評估與職災預防 | 116 |
|                         | 403-3 職業健康服務                    | 3.2.2 職業安全衛生風險評估與職災預防 | 116 |
|                         | 403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通      | 3.2.1 職業安全衛生管理與推動     | 112 |
|                         | 403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練            | 3.2.2 職業安全衛生風險評估與職災預防 | 116 |
|                         | 403-6 工作者健康促進                   | 3.2.2 職業安全衛生風險評估與職災預防 | 116 |
|                         | 403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊 | 3.2.2 職業安全衛生風險評估與職災預防 | 116 |
|                         | 403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者         | 3.2.1 職業安全衛生管理與推動     | 112 |
|                         | 403-9 職業傷害                      | 3.2.3 職業傷害與職業病統計      | 127 |
|                         | 403-10 職業病                      | 3.2.3 職業傷害與職業病統計      | 127 |
| GRI 405 員工多元化與平等機會：2016 | 405-1 治理單位與員工的多元化               | 3.1.1 職場多元包容與人權       | 91  |
| GRI 407 結社自由與團體協商：2016  | 407-1 可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商  | 3.1.1 職場多元包容與人權       | 91  |
| GRI 416 顧客健康與安全：2016    | GRI 416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊    | 4.2.2 食品安全管理          | 179 |
|                         | GRI 416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件  | 4.2.2 食品安全管理          | 179 |

## SASB 零售產業指引

## 永續會計準則對照表 (SASB\_Multiline and Specialty Retailers &amp; Distributors)

| 主題           | 編碼           | 會計指標   | 指標單位         | 對應本報告書章節   | 頁碼 |
|--------------|--------------|--|--------------|--|----|
| 零售及物流服務的能源管理 | CG-MR-130a.1 | (1) 總能源耗損<br>(2) 能源採用外購電力占總耗電百分比<br>(3) 採用再生能源的比例      | 千兆焦耳、百分比 (%) | 1.2.3 綠色營運與商場  | 56 |
|              | CG-MR-230a.1 | 說明鑑別及因應資料安全風險的方法                                       | n/a          | 2.2.1 資訊安全維護   | 82 |
| 資料安全         | CG-MR-230a.2 | (1) 資料外洩次數<br>(2) 涉及個人識別資訊(PII)外洩之比例<br>(3) 帳戶持有人受影響數量 | 件數、百分比(%)    | 2.2.1 資訊安全維護   | 82 |
|              | CG-MR-310a.1 | (1) 每小時平均工資<br>(2) 店內員工領取當地最低工資占全體員工的比例                | 元、百分比(%)     | (1) 2020-2022年店內員工每小時平均工資分別為224、239、252元<br>(2) 2020-2022年店內員工領取當地最低工資占全體員工的比例分別為0.04%、0.13%、0.00% | -  |
| 勞動條件         | CG-MR-310a.2 | (1) 店內員工自願離職率<br>(2) 店內員工非自願離職率                        | 百分比(%)       | (1) 2020-2022年店內員工自願離職率分別為23.21%、27.44%、30.51%<br>(2) 2020-2022年店內員工非自願離職率分別為2.76%、0.92%、0.71%     | -  |
|              | CG-MR-310a.3 | 因勞動條件相關訴訟造成的金錢損失總額                                     | 元            | 2020-2022年新光三越因勞動條件相關訴訟造成的金錢損失總額分別為100,000、620,000、0元  | -  |

### 永續會計準則對照表 (SASB\_Multiline and Specialty Retailers & Distributors)

| 主題         | 編碼           | 會計指標                                  | 指標單位     | 對應本報告書章節        | 頁碼  |
|------------|--------------|---------------------------------------|----------|-----------------|-----|
| 職場多元包容     | CG-MR-330a.1 | (1) 各性別占全體員工的比例<br>(2) 各種族／族群占全體員工的比例 | 百分比(%)   | 3.1.1 職場多元包容與人權 | 91  |
|            | 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                 | 元        | 3.1.1 職場多元包容與人權 | 91  |
| 產品來源、包裝與行銷 | CG-MR-410a.1 | 獲得第三方認證環境/社會永續認證的產品收入                 | 元        | 永續商品與服務         | 150 |
|            | 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                 | n/a      | 4.2 品質把關        | 177 |
|            | CG-MR-410a.3 | 討論如何減少包裝對環境的影響                        | n/a      | 永續商品與服務         | 150 |
| 營運指標       | CG-MR-000.A  | (1) 營運據點數量<br>(2) 物流中心數量              | 數量       | 1.1.1 經營績效      | 21  |
|            | CG-MR-000.B  | (1) 營運據點總面積<br>(2) 物流中心總面積            | 平方公尺(m2) | 1.1.1 經營績效      | 21  |

## 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法

## 上市上櫃公司氣候相關資訊

| 編號 | 指標  | 對應本報告書章節   | 頁碼 |
|----|---|------------|----|
| 1  | 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理   | 1.2.2 風險管理 | 46 |
| 2  | 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)  | 1.2.2 風險管理 | 46 |
| 3  | 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響   | 1.2.2 風險管理 | 46 |
| 4  | 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度  | 未來將評估揭露    | -  |
| 5  | 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務  | 未來將評估揭露    | -  |
| 6  | 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標  | 未來將評估揭露    | -  |
| 7  | 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎  | 未來將評估揭露    | -  |
| 8  | 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 | 未來將評估揭露    | -  |
| 9  | 溫室氣體盤查及確信情形   | 未來將評估揭露    | -  |

## 氣候相關財務揭露 (TCFD)

新光三越依據國際金融穩定委員會 (Financial Stability Board, FSB) 發布之氣候相關財務揭露 (TaskForce on Climate-related Financial Disclosures，以下簡稱 TCFD)，依治理、策略、風險管理、指標與目標等四大架構進行分析與揭露。

### 氣候相關財務揭露 (TCFD)

| 揭露面向  | 氣候相關風險財務揭露指引                            | 對應本報告書章節      | 頁碼 |
|-------|---|---------------|----|
| 治理    | 描述董事會對氣候相關風險與機會的監督。                     | 1.2.2 風險管理    | 46 |
|       | 描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色。             | 1.2.2 風險管理    | 46 |
| 策略    | 描述組織鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。                 | 1.2.2 風險管理    | 46 |
|       | 描述衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會。            | 1.2.2 風險管理    | 46 |
|       | 描述組織在策略上的韌性，並考量不同氣候相關情境（包括2°C 或更嚴苛的情境）。 | 1.2.2 風險管理    | 46 |
| 風險管理  | 描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。                    | 1.2.2 風險管理    | 46 |
|       | 描述組織在氣候相關風險的管理流程。                       | 1.2.2 風險管理    | 46 |
|       | 描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。    | 1.2.2 風險管理    | 46 |
| 指標與目標 | 揭露組織依循其策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。    | 1.2.3 綠色營運與商場 | 56 |
|       | 揭露範疇一、範疇二和範疇三溫室氣體排放和相關風險。               | 1.2.3 綠色營運與商場 | 56 |
|       | 在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。          | 1.2.3 綠色營運與商場 | 56 |

查證聲明

SGS AA1000AsV3 Type2

**ASSURANCE STATEMENT**

**SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA**

**ASSURANCE STATEMENT**

**SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA**

**ASSURANCE STATEMENT**

**SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA**

ISO 50001 能源管理系統認證

Certificate TW220001171

Certificate TW220001171, certified

Shin Kong Mitsukoshi Department Store Co., Ltd.

ISO 50001:2018

SGS

IAF

TAF

ISO 10002 客戶抱怨處理管理系統驗證

Certificate TW1910015

Shin Kong Mitsukoshi Department Store Co., Ltd.

ISO 10002:2018

SGS

ISO 27001 資訊安全管理系統認證

Certificate TW200071

Shin Kong Mitsukoshi Department Store Co., Ltd.

ISO/IEC 27001:2013

SGS

UKAS

ISO 45001 職業安全衛生管理系統認證

Certificate TW210001011

Certificate TW210001011

Shin Kong Mitsukoshi Department Store Co., Ltd.

Shin Kong Mitsukoshi Taipei Xinyi Place A4

ISO 45001:2018

SGS

IAF

TAF



永續生活美學  
創造人文感動

Creating a Humanistic Touch with  
the Aesthetics of Sustainable Living

新光三越  
SHIN KONG MITSUKOSHI