



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"> 營運績效(維護保障股東權益) 公司治理與誠信經營(公司治理失當) 	  	<ul style="list-style-type: none"> 股東/投資人 員工 專櫃廠商 供應商



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

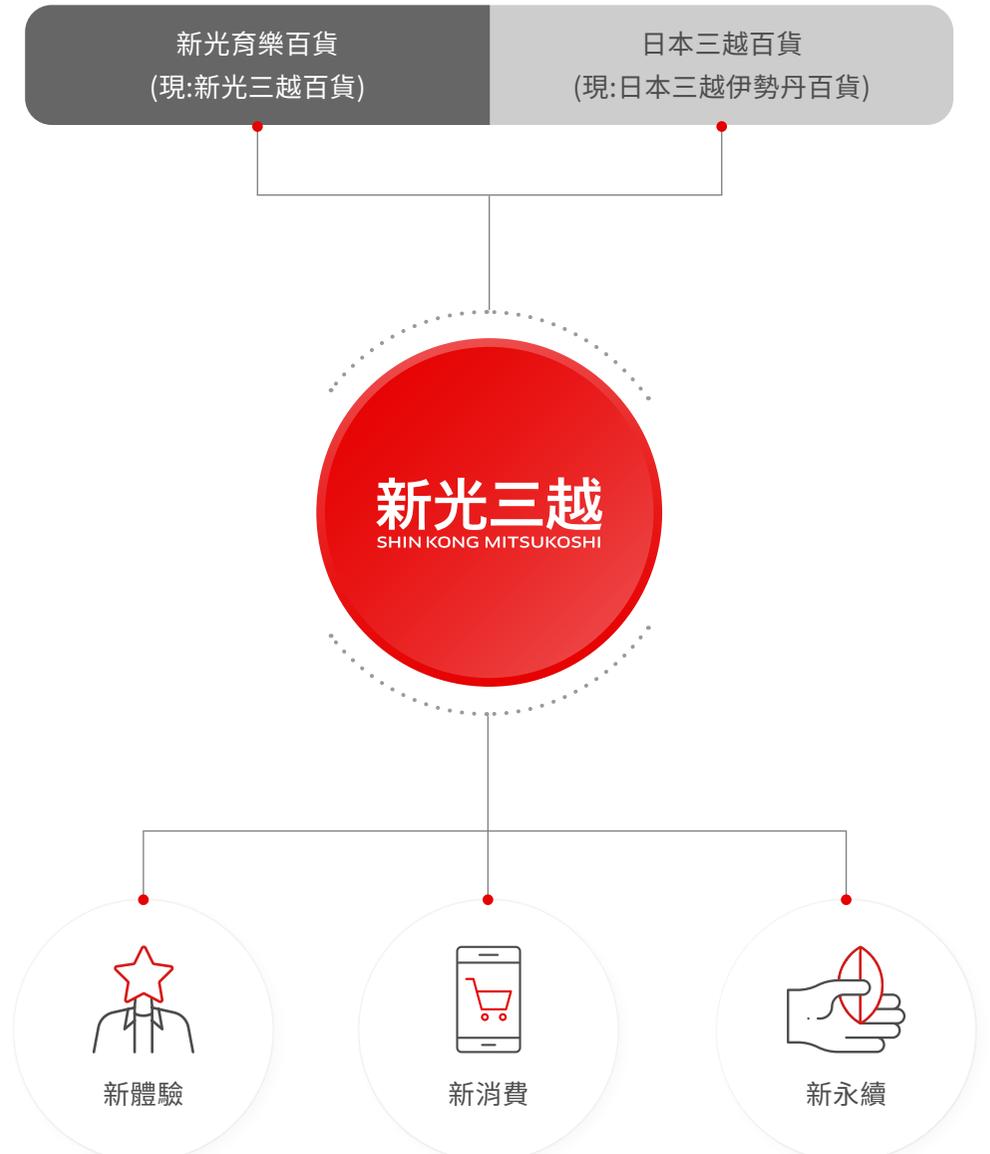
對應 GRI 指標：2-1、2-5、2-6、2-12、2-13、2-14、2-16、2-25、2-26、2-28、2-29、201-1、201-4

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

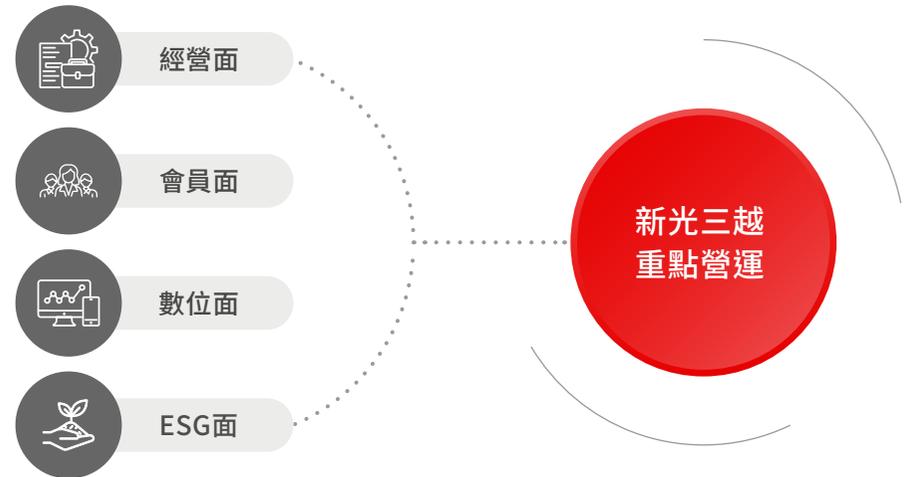
取得衣蝶百貨營業讓與權，台北南西店以多館別方式進一步帶動南西商圈發展，成為引領西區流行的時尚地標。

- 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 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"> 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 「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 beautySTAGE設立第五間實體門市「beautySTAGE永和比漾廣場」 裝修預算專案執行 重點店舖未來三年改造專案 |
| 會員面 | <ul style="list-style-type: none"> 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 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 擴大會員生活圈 |
| 數位面 | <ul style="list-style-type: none"> 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 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 數位內容整合，時尚選物店推動，策展公版推出 持續發展與推動電商業務 |
| ESG面 | <ul style="list-style-type: none"> 永續委員會進行決策推動 維持重要認證，爭取新認證資格 幸福企業推動，薪酬福利制度優化 |

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	田中豐彦 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	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
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



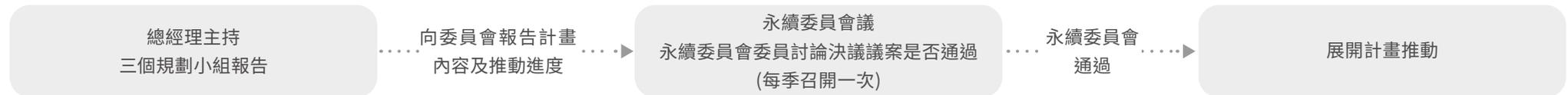
新光三越於 2021 年成立「永續委員會」，永續委員會主責永續整體政策方向之決定、公司永續行動方案的執行狀況及永續相關事項之審議，由總經理擔任主任委員，全公司副總經理級之主管擔任委員，成員涵蓋 19 個部門，並依各自部門權責負責各項議題衝擊管理，包含：溫室氣體、水資源、廢棄物管理、職場安全與勞工權益、資訊安全、顧客抱怨與爭議等。



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"> 2021年永續報告書摘要報告 2022年永續報告書規劃 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 2022年台灣企業永續獎獲得三項獎項 	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"> 顧客關係經營 永續消費倡議 數位創新服務 資訊安全與隱私保護 商品品質與責任 	<ul style="list-style-type: none"> 社群媒體/不定期 消費者問卷/不定期 廣告與活動/不定期 客服系統/即時 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客服務部 電子商務部 數位發展部 販促部 商品部 安控室 資訊部 	<ul style="list-style-type: none"> 新光三越社群粉絲累積 Line 141 萬人、FB 131 萬人、IG 7.3 萬人 顧客意見共計 20,884 件 不定期於全台各據點舉辦各式活動與消費者近距離溝通 通過ISO 27001追蹤查核，2023年擬通過ISO 27701國際認證
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"> 公司治理與誠信經營 營運績效 風險管理 社會共好藝文推廣 	<ul style="list-style-type: none"> 董事會及委員會/每季 股東會/每年 	<ul style="list-style-type: none"> 財務部 	<ul style="list-style-type: none"> 召開9次董事會 召開1次股東常會
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"> 營運績效 公司治理與誠信經營 人才培育與發展 人才吸引與留任 平等與健康職場 	<ul style="list-style-type: none"> 勞資會議/每年4次 日常公告/不定期 會議溝通/不定期 教育訓練課程/不定期 員工意見回饋/即時 	<ul style="list-style-type: none"> 人資部 職工福利委員會 安控室 勞安衛生部 	<ul style="list-style-type: none"> 舉辦4次勞資會議，共計7項議案 舉辦11次安控會議，共計8項議案 舉辦48次職安委員會會議，共計24項議案

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"> • 公司治理與誠信經營 • 商品品質與責任 • 顧客關係經營 • 平等與健康職場 • 永續供應鏈 • 低碳能源管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 政府/公協會來函/不定期 • 座談會與交會/不定期 • 安全現場稽查/不定期 • 電話與信箱回饋/即時 	<ul style="list-style-type: none"> • 財務部 	<ul style="list-style-type: none"> • 無重大訊息發布
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"> • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 • 永續消費倡議 • 永續供應鏈 • 數位創新服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 晨會宣達/每日 • 拜訪廠商與重點集團/不定期 • 供應商服務專區/不定期 • 廠商誓師大會交流會/每年 • 電話與信箱回饋/即時 	<ul style="list-style-type: none"> • 商品部 	<ul style="list-style-type: none"> • 2022年因應疫情考量，暫停舉辦好夥伴新春聯歡會
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"> • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 • 永續消費倡議 • 永續供應鏈 	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商協調會/不定期 • 供應商宣傳會/不定期 • 電話與信箱回饋/即時/不定期 • 供應商服務專區/不定期 	<ul style="list-style-type: none"> • 販促部 • 自營事業部 	<ul style="list-style-type: none"> • 2022年因應疫情考量，暫停舉辦聯歡會。 • 年度進行34次供應商職業安全衛生評估。
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"> • 營運績效 • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 • 永續消費倡議 	<ul style="list-style-type: none"> • 媒體餐敘/每年兩次 • 記者會/不定期 • 電話與信箱回饋/即時 	<ul style="list-style-type: none"> • 販促部 	<ul style="list-style-type: none"> • 辦理兩次媒體餐敘 • 辦理36次記者會
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"> • 營運績效 • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 • 永續消費倡議 	<ul style="list-style-type: none"> • 現場活動/不定期 • 親自拜訪/不定期 • 電話與信箱回饋/即時 	<ul style="list-style-type: none"> • 營業本部 • 販促部 • 基金會 	<ul style="list-style-type: none"> • 與27個單位合作 • 共28萬人參與

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"> 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。 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。
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、 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			補救負面衝擊的程序 (對應章節)
				上游 專櫃廠商、供應商	中游 新光三越	下游 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 (對應章節)
				上游 專櫃廠商、供應商	中游 新光三越	下游 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。



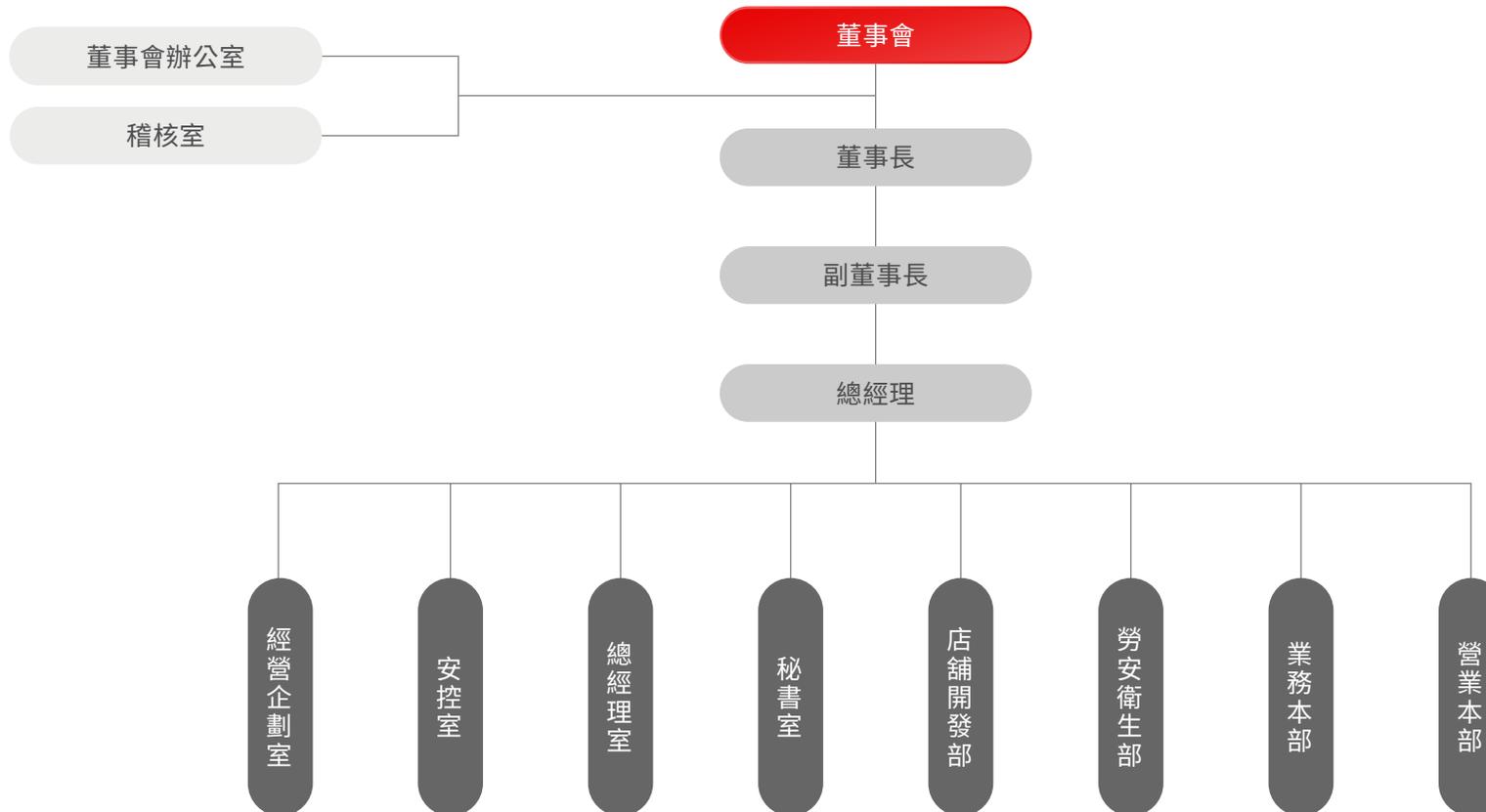
評估與追蹤

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"> 新光三越百貨(股)公司 董事長 新光合成纖維集團董事長 	<ul style="list-style-type: none"> 新光合成纖維集團董事長
田中豐彦	執行董事	50歲以上	男	3年				✓	✓		✓	<ul style="list-style-type: none"> 新光三越百貨(股)公司 副董事長 	<ul style="list-style-type: none"> 株主会社三越伊勢丹執行役員 三越日本橋本店長 成都伊勢丹百貨有限公司 董事總經理
吳昕陽	執行董事	50歲以上	男	3年			✓	✓		✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 新光三越百貨(股)公司 總經理 財團法人新光三越文教基金會 董事長 法雅客(股)公司 董事長 立展資訊科技(股)公司 董事長 	<ul style="list-style-type: none"> 新光三越百貨(股)公司 執行副總經理兼營業本部長 新光三越百貨(股)公司 營業本部副總經理兼台中店店長

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			
吳東進	非執行董事	50歲以上	男	3年	✓		✓		✓				<ul style="list-style-type: none"> 財團法人新光吳火獅紀念醫院董事長 	<ul style="list-style-type: none"> 新光金控創辦人 新光人壽董事長
吳東亮	非執行董事	50歲以上	男	3年	✓		✓		✓			<ul style="list-style-type: none"> 台新金控、台新銀行董事長 財團法人台新銀行公益慈善基金會董事長 台新創業投資董事長、董事 	<ul style="list-style-type: none"> 新光合成纖維董事長及總經理 東元電機副董事長 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 新光產物保險、新光人壽保險常務董事 	
吳昕達	非執行董事	50歲以上	男	3年	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> 新光三越開發(股)公司董事長 2019/7 - 迄今 大台北區瓦斯(股)公司董事 2019/6 - 迄今 新光金融控股(股)公司董事 2020/6 - 迄今 新光三越百貨(股)公司董事 2020/9 - 迄今 	<ul style="list-style-type: none"> 新光三越百貨(股)公司總經理 2004/11-2019/8 	

新光三越董事會成員

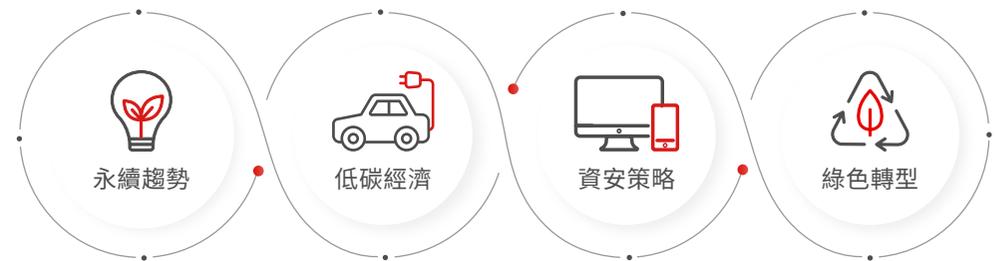
姓名	董事類別	年齡區間	性別	任期	多元核心項目							目前兼任本公司與其他公司之職務	產業經歷	
					財務	法務	投資與併購	零售管理	風險管理	電子商務	行銷			
吳昕恩	非執行董事	30 50歲	男	3年			✓	✓			✓	✓	• 新光紡織董事長	
林伯翰	非執行董事	50歲以上	男	3年									• 新光樂活事業股份有限公司董事長 • 新光金控 董事 • 新光人壽 董事	
細谷敏幸	非執行董事	50歲以上	男	3年			✓	✓				✓	• 株式会社三越伊勢丹HDS取締役 代表執行役社長	• 株式会社岩田屋三越代表取締役 • 三越伊勢丹HDS執行役員
牧野欣功	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"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社三越伊勢丹物業設計取締役
吳東勝	監察人	50歲以上	男	3年	✓		✓		✓			<ul style="list-style-type: none"> 新光實業股份有限公司總經理 	
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"> 株式会社三越伊勢丹常勤監查役 	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社三越伊勢丹執行役員第一MD組主管

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。

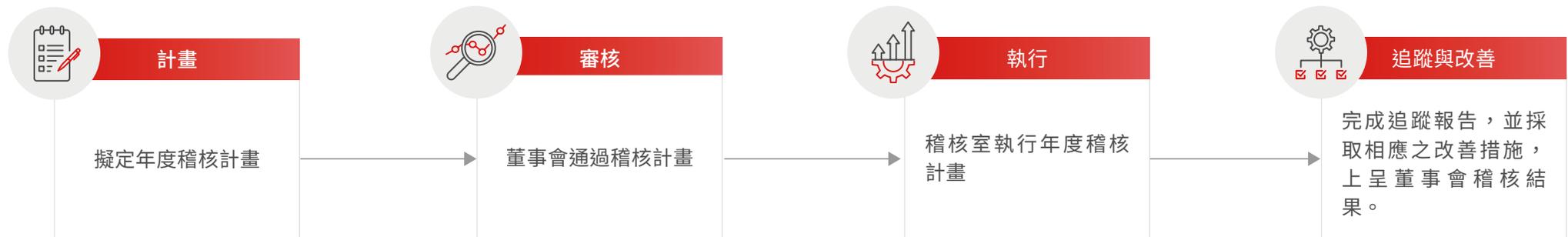
誠信經營

• 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。



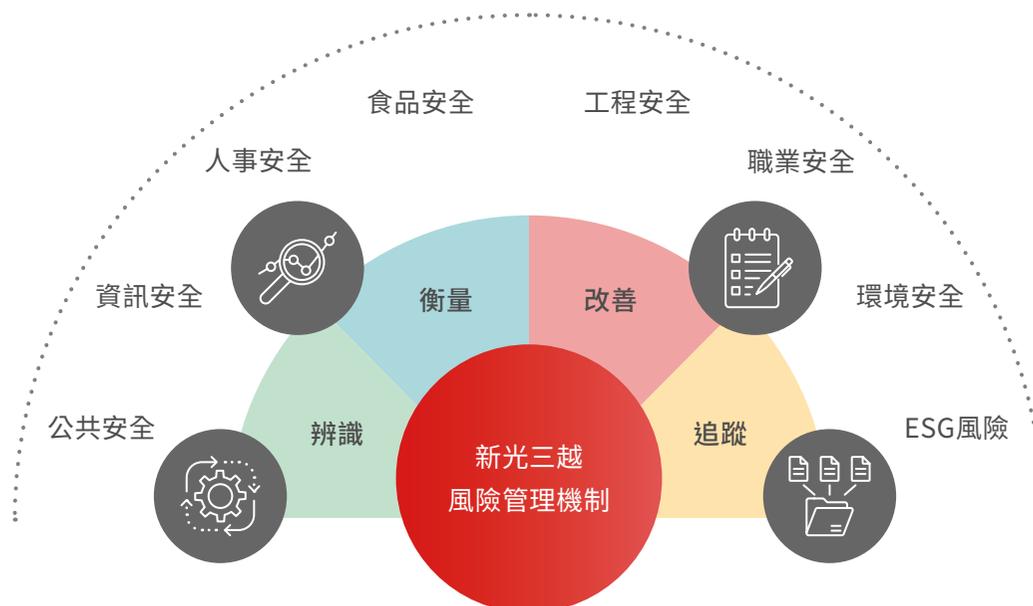
評估與追蹤

- 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 總務部	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 	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 資訊部	<ul style="list-style-type: none"> 2020年取得ISO 27001資訊安全管理系統認證 2021年、2022年通過ISO 27001追蹤查核 	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 勞安衛生部 安控室	<ul style="list-style-type: none"> 為改善超時加班情形，2022年提出分店勤務工時調整案 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 	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 安控室	<ul style="list-style-type: none"> 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 	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 安控室	<ul style="list-style-type: none"> 執行店舖改裝之設計、工程及資產維修 	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 安控室	<ul style="list-style-type: none"> 2021年度取得ISO 45001職業安全衛生管理系統認證 2022年通過ISO 45001追蹤查核 	<ul style="list-style-type: none"> 2023年預計推動ISO 45001至北區六個分店，並實施教育訓練 2024年預計推動ISO 45001至全台所有分店，並實施教育訓練
環境安全	安控室	<ul style="list-style-type: none"> 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 	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"> E – 觀注全球國際邊境碳關稅政策發展對新光三越的風險 E – 觀注取得綠電憑證不易時，對新光三越的影響 S – 觀注人權相關議題及新光三越相應的作為 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 	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

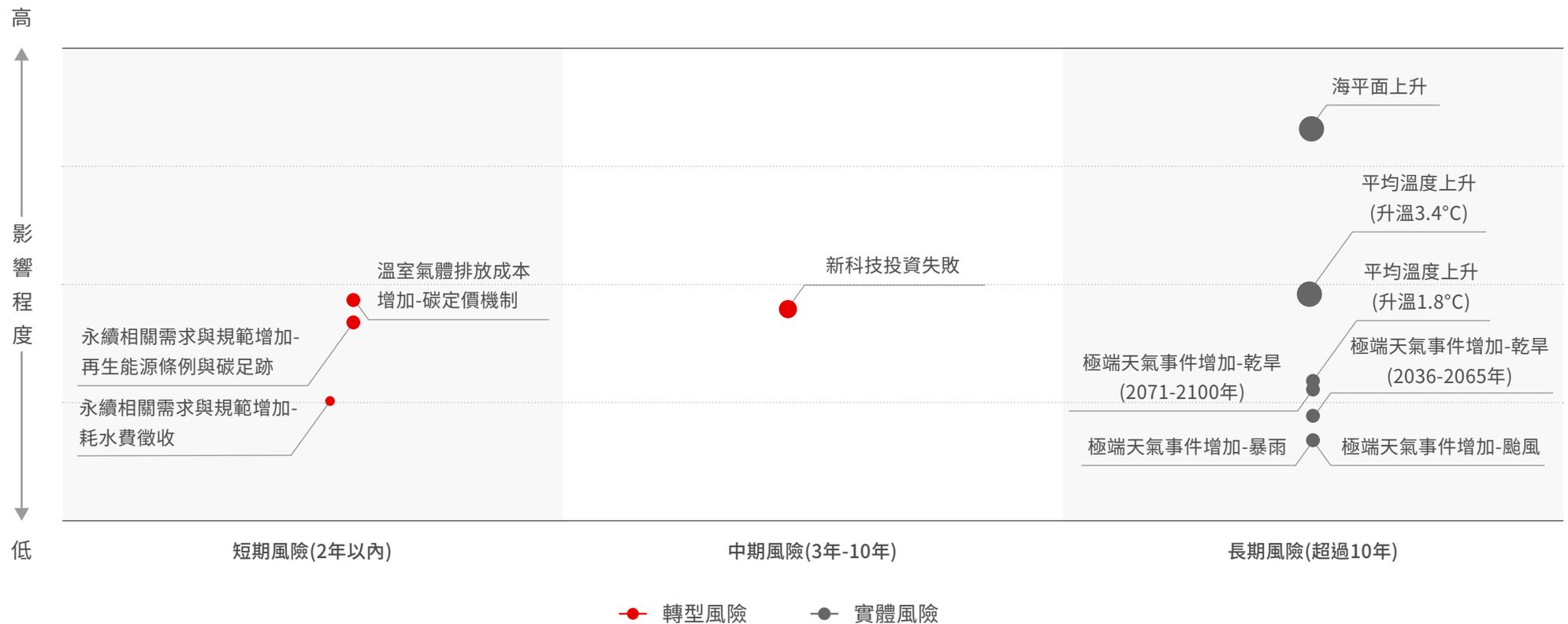
由新光三越16個單位之跨部門主管同仁，評估氣候風險與機會事件之潛在影響程度。於評估氣候風險時，除了考量不同的風險時間軸，如短期、中期、長期，各單位亦會針對潛在衝擊程度及潛在脆弱度進行評分，其中潛在衝擊程度須考量該風險可能帶來的財務損失、營運衝擊、品牌形象衝擊等，脆弱度則須評估公司對於該風險的準備程度及適應能力。

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- 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- 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

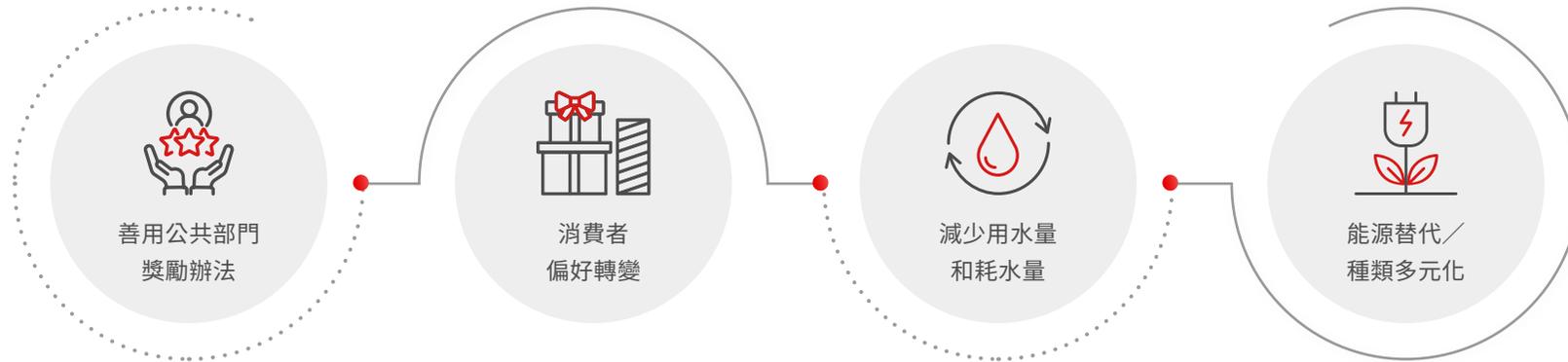
新光三越針對市場、產品和服務、資源使用效率、韌性、能源來源等構面之 16 項氣候機會事件進行評估，本年度的重大性分析結果如下表所示。



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

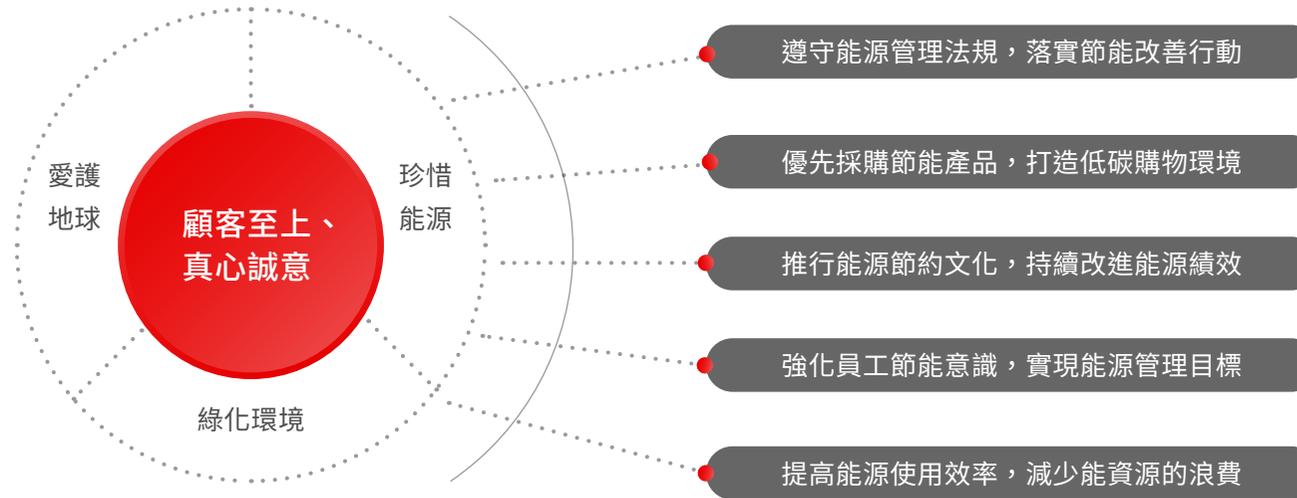
綠色營運推動

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。

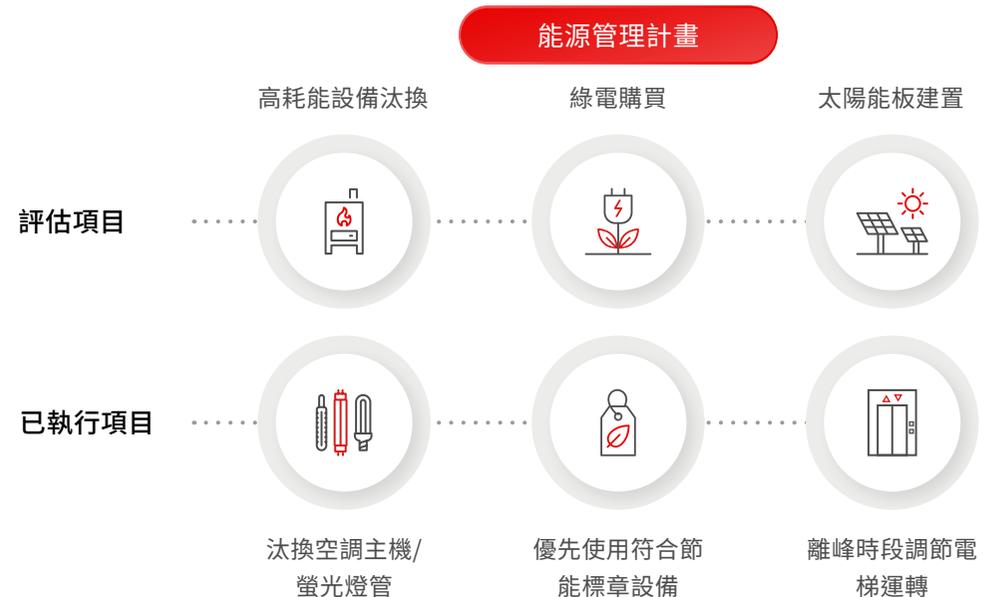
註 2：2020 至 2022 年之數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店，未涵蓋子公司及關聯事業。

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）

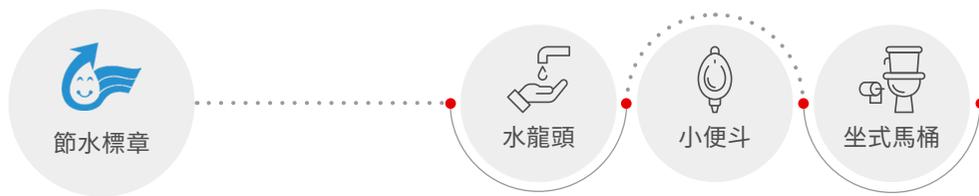
新光三越設有「用電安全匯流排管理辦法」及電力設備安全管理五年計畫，確保電力提供之安全與穩定性，提供消費者安全舒心的場域。2022 年低壓過載保護斷路器 (ACB) 安全檢查第一階段，檢查項目為過載保護斷電功能測試、隔離開關功能測試、負載啟斷開關功能測試、消弧、未消弧功能確認、操作訊號功能確認、主體外觀檢視。已完成台北信義新天地 A11/ 台北南西店 / 台北站前店 / 桃園大有店 / 台南中山店。

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 範圍：6家分店	低壓過載保護斷路器(ACB)安全檢查第二階段 範圍：5家分店	低壓過載保護斷路器(ACB)安全檢查第三階段 範圍：4家分店	高壓變壓器安全檢查 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，因營業產生之汙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。

