

企業推動環保節能

服務業響應綠色環保之標竿 信義房屋帶頭做節能減碳

身為地球村的一份子，應有珍惜地球資源的環保觀念。「坐而言，不如起而行」綠色環保應從企業本身做起，目前信義企業集團各分店及總部大樓裝潢逐步採用環保材質及省電節能高效率之燈俱，配合政府機關的綠色採購比率即達71.2%，大幅發揮綠色採購環境效益。2008年的綠色採購費用高達1,110萬元，小如洗碗精、清潔劑，大至電腦、投影機、冷氣機等電器設備，皆選購具環保標章無污染器材，或具省電標章之用品。同時辦公室大面積的綠美化不僅美化空間，亦可改善空氣品質、提高工作效率，降低室內溫度，處處有綠意，輕鬆做環保。

以總部大樓為例，使用節能照明設備或省水設施，2008年陸續更換省電燈泡、推行午休時間省電關燈活動，空調也調為最適溫度，開會資料也要求需雙面列印，且全面禁用紙杯，衛生紙除使用再生紙也同步減量提供。一年省下來的資源，可少砍約500顆樹；省電2,024KW，可減少1291.23公噸CO₂排放量。省水5萬噸，可減少1292.2公噸二氧化碳排放量，更省下約607萬3,496元的經費支出。

對全公司所有同仁每季皆會舉辦「創新愛迪兒獎」提案比賽，鼓勵大家踴躍創新，至今也累積有將近二十多件提倡節能減碳的提案，包括成屋明細表電腦化、腳踏車拜訪商圈客戶走入商圈等等，提案可行性高，便會具體實行。

不僅是總部大樓，為降低溫室氣體排放量，全台220家分店陸續更換高功率省電燈泡，店空調溫度由原先23度調高至26度，並減少招牌點燈時間，以減少CO₂排放量。且早從2000年開始便將看屋資訊徹底E化，推出各項網路工具作為創新發展，除有效節省印刷紙張、滿足客製化資訊需求外，亦同時大幅提升服務效率，大幅節省時間與物力的支出，更達到節能減碳的目的。目前客戶也可透過E-MAIL信箱收到每天最新的房屋資訊。『網路購屋』的尋屋模式，可抗暖化、省錢又速效。每年4月22日世界地球日，信義房屋分店的同仁在當天，於分店所在社區及公園掃街撿拾垃圾，由分店社區開始，進而影響週遭所有的人為環保盡一份心力。

身為企業公民的一份子，信義房屋全體同仁肩負環保使命，遵循企業環保政策，以實際的行動參與，匯聚成一股守護地球的環保力量。除已加入環保署與台北市環境保護局『民間企業與團體綠色採購意願』行列，共同推動綠色採購，擴大節省能源，讓民眾與企業共享永續的生活環境。信義房屋220家分店也於2008年舉辦多次「社區鐵馬」行活動，藉由與社區居民的互動交流，深入社區達成推廣節能減碳的目標。

企業落實No smoking無菸職場

信義房屋全台220店齊拒菸

在這裡你看不到半根菸蒂，更看不到煙灰缸的香煙冉冉，當然更是癮君子止步的地方！

信義房屋自創立以來，一直善盡企業公民責任，因此在菸害防治法新法上路之前，早在2002年便推行『服務新典範 信義新成長』，全面推廣新服務形象、態度及制度，提供同仁及客戶更好的環境及空間。其中在環境整潔維護的推廣上，當時便發展出神秘客制度不定期至店內稽核，檢查各分店頭室內及廁所是否有菸味，更規定同仁不可在店門口抽菸，做為環境整潔維護的評量指標之一。

2008年7月更積極配合台北市衛生局推廣『無菸職場』活動，除協助進行『無菸職場』問卷調查，更主動於店內張貼禁菸標誌，第一階段台北市94家各分店展開禁菸政策，不主動遞出菸灰缸，公司內部網站也製作宣導BANNER，響應禁菸宣導。第二階段全台220家分店更全面加入拒菸行動，並於2008年12月通過台北市政府無菸職場評核，接受郝龍斌市長頒發認證，並獲推舉為無菸職場的標竿企業，讓顧客感受到信義房屋是一家安全、有幸福感的公司，也間接提升企業品牌形象，為同仁、顧客、公司創造三贏的局面。



信義文化基金會 「關懷人文 美化人生」講座



從名字到企業文化、經營理念，信義房屋成立信義文化基金會以來，即以推廣企業倫理、宏揚信義文化自許。希望藉由企業本身的實踐，推己及人，深入一般社會大眾的生活，透過文化推廣與社會教育，讓傳統「信」、「義」精神的積極面，重新注入社會、企業與個人，進而提升生活品質，促進和諧人生。長年來更積極推動「關懷人文、美化人生」講座活動，即是希望在快速轉型的台灣社會中，善盡「信、義推手」的角色。

十七年來已舉辦近90場「關懷人文 美化人生」系列演講，主講者包括李遠哲院長等各界領袖與社會賢達，分享主軸從人文擴大至科技生活、由心靈環保延伸至環保議題等，聽講者涵蓋社會各階層，引起社會大眾廣泛的迴響。

在當前的社會環境面臨劇烈變動之下，民眾尤其需要心靈的寄託與修復，因此也將更加強美感與人文教育，以豐富人文素養及精神生活品質，才能在此人心浮動的年代中成為穩定社會的一股力量，進而促進對社會的關懷。信義文化基金會長期所推動「關懷人文、美化人生」系列講座，不僅是一種通識課程，也是一種全人教育，將可使民眾更富有文化涵養，心靈視野更為寬闊。