



2021

精簡版 永續報告書

Sustainability Report

創辦人的話

信義企業集團創辦人周俊吉先生，負責擘劃信義企業集團整體之發展。



《信義企業集團》向來秉持「以人為本」的信義精神，以「堅持企業社會責任，成就世界級服務業」為經營目標，期能達成與整體社會共生共榮的極端願景。

以「企業倫理」為核心策略的《信義企業集團》，向來力求從本業穩步向前，發想出各種兼顧重要利害關係人權益的創新做法，短期企盼成為開創居住生活服務領域的全新定義，長遠則與整體社會、乃至於全人類，共同邁向兼容並蓄的成長高峰。

信義企業集團創辦人

信義 ESG 經營方針與願景、績效及管理進程

我們以更寬廣的全球性視角—環境、社會與治理（ESG）架構，調和各利害關係人權益，積極建立未來永續利基，透過信義價值鏈（「信」、「義」、「倫理」）的永續創新，滿足各利害關係人需求，為所有身邊人帶來美好幸福的新生活。

環境—邁向永續淨零

極端氣候對全人類帶來巨大衝擊，已經處於緊急狀態（Climate Emergency）的邊緣，特別是在台灣面臨缺水、缺電、疫情等多重威脅的當下，身為世界公民的企業，更要積極行動因應、避免情況繼續惡化。

為此，我們除了從自身做起，在2021年將每筆交易碳足跡較前期減少28.3%，使得每度電營收較前期年增22%，寫下歷史新高紀錄。2021年信義直接採用1.5°C的路徑來評估淨零目標並已完成通過SBT減碳目標審查，並參加「國際碳揭露專案」（Carbon Disclosure Project, CDP），取得「A」的領導等級。

我們更與「台灣永續能源研究基金會」（TAISE）攜手倡議「淨零排放2030/2050」（Net Zero X 2030/2050），希望達成2030信義房屋、2050信義企業集團，淨零排放的永續目標。

社會—共好、共生、共創

百年一遇的世紀大疫讓各國企業不得高度重視員工及其眷屬，甚至在地社區的健康與福利議題。因為人終究無法離群索居，共好、共生、共創才可能享有更美好的未來。

為此，我們積極調和並追求客戶、同仁與社區（會）等利害關係人各方權益，2021年：

- 落實高薪資、高發展、高關懷的三高政策，逆轉高流動率的產業現況，離職率已連三年下降；
- 通過職業安全衛生ISO 45001認證，建立完善健康職場。
- 我們電訪超過六萬名客戶，獲得超過九成的服務滿意度；
- 全民社造計畫的全台覆蓋率達99.73%，提案總數持續超過千件，僅餘馬祖東引鄉尚未提案（2022年已遞案申請）；
- 與社企流合作、輸出信義經驗，首創為期三年的「小微企業倫理長養成班」計畫；
- 持續手心向下，共舉辦一萬多場提供貼近社區需求的在地服務，擴大企業影響力，與社區一起共創共好。

信義 ESG 經營方針—2050 永續原則

E 環境—邁向永續淨零

S 社會—共好、共生、共創

G 治理—打造永續好生活

SC 供應鏈管理—與企業倫理有約

治理—打造永續好生活

「公司治理」是我們對股東的承諾，所以一定會「說到做到」。由股東會選出的董事會負責監督執行公司各項業務，以確保股東長遠利益，同時兼顧各利害關係人相關權益，徹底落實企業社會責任才能真正讓企業永續經營。

因此，我們2021年通過中華公司治理協會CG6013公司治理制度評量「特優」認證，更連續八年榮獲證交所「公司治理評鑑」上市組Top 5%的最高肯定。

追求「信義立業，止於至善」，雖然遭逢疫情衝擊，但我們2021年的營收及營業利益分別較上一年度成長21%及29%，更入選天下雜誌「韌性企業200強-V型反轉TOP100」名列全台服務業第一。

未來，我們會持續努力挑戰自己，開創並定義前所未見的居住生活服務領域，書寫台灣產業新頁。

供應鏈管理—與企業倫理有約

CSR、ESG、SDGs…，是近年來風起雲湧的全球浪潮，然而這些都包含在我們的核心經營宗旨—企業倫理—之中。「企業倫理」屬於應用倫理學的一環，「倫理」是人與人之間、一對一的關係，「企業倫理」則是指在現代社會中，企業與各利害關係人間一對多的關係，也自然包括了CSR、ESG、SDGs等概念。

為力求在提供服務的所有過程中貫徹企業倫理，並落實信義理念成為供應鏈管理文化，我們去年首次導入ISO 20400永續採購並通過BSI驗證，將永續性更深化納入供應鏈管理規範與流程。透過ESG永續風險評估及現場訪視，積極關注重點供應商對社會、經濟、環境產生的正面貢獻或負面衝擊；也透過資源與理念的分享，強調落實人權保障、職業安全衛生、低碳服務等永續議題，即使在疫情期间，也要與供應商共同提升永續績效：

- 繼續14年榮獲台北市「民間企業綠色採購標竿單位」；
- 導入ISO 20400並獲得BSI驗證通過；
- 重點供應商現場檢核606次；
- 重點供應商落實稽核比例達95.6%；
- 重點供應商100%簽署「正當經營行為及永續條款承諾書」。

董事長的話

董事長執行董事會重要決議，並領導經理人制定公司重要決策。



數位化不僅是達到節能減碳與美好生活的重要一環，也能給經紀人更好的工作環境、進而提供客戶更好的服務。

信義房屋一直以來兼顧各利害關係人權益，40年來已成為消費者最信賴房仲品牌，未來將以ESG作為軸心，持續關懷環境、深耕社會關懷、落實誠信治理；打造永續好生活，共創下一個信義40榮景。

信義房屋董事長

林 元 勉

產業環境對信義營運之影響、挑戰與因應

2021年全球疫情持續延燒，但因剛性需求搭配資金寬鬆的低利率環境，推升全年建物買賣移轉棟數突破34.8萬棟，年度成長6.7%，創下近8年新高，反映整體房市即使受到疫情影響仍走在穩健成長的趨勢上。

信義房屋超前部署數位科技運用，以創新數位科技迅速應變疫情，繼「DiNDON智能賞屋」後，在全台宣布三級警戒期間進一步推出「AI講房」的看屋服務，透過「社區服務」建立與居民深厚的信任關係，提供各類居家生活服務，建立生態圈。分店通路與數位行銷結合的「全房產」服務，以「線上廣告、線上導覽與線上直播」的全新銷售模式，打破接待中心空間、時間與人力的限制。

信義房屋的策略目標

信義房屋致力以信和義的核心價值，發揚企業倫理影響力，從房仲本業出發，擴及居住生活周邊服務，滿足客戶居住相關需求，成為「美好社區生活的促進者」。以好服務、好工作、好生活為基礎，在全球疫情逆境中穩步邁向願景。

長期策略目標（2050）

信義房屋的環境、社會與治理（ESG）長期發展架構，依循全面倫理管理委員會所訂定之「信義永續原則」為策略目標。對於氣候變遷等全世界共同面臨之永續發展議題，我們從對ESG的核心關懷出發，兼顧各利害關係人權益持續創新，建立未來永續發展目標。

未來中期改善目標（2030）

信義房屋積極回應聯合國永續發展目標（SDGs），對於未來可能面對的環境，思考行動方案，落實身為企業公民的承諾：

- 環境 [E]：展現綠色影響力，信義房屋承諾在2030年達成淨零排放之永續目標，並承諾100%使用再生能源，支持再生能源發展。
- 社會 [S]：持續追求符合企業倫理的商業模式，以永續門市出發結合在地風采，與社區共好共生共創。完善人才培育體系，形塑新世代工作品牌。在2030年達成全民社造提案累計覆蓋率100%、提升女性主管比例至20%、客戶滿意度滿分率92%以上。
- 治理 [G]：落實透明誠信的公司治理，成為居住生活服務第一品牌。
- 供應鏈：推動永續供應鏈，建立供應商永續評分系統，並使2030年重點供應商檢核率達95%。



2022年目標及策略

我們訂定次年目標，期望能與各利害關係人攜手度過疫情之衝擊：

- 環境 [E]：強化碳排放管理與減量，達成溫室氣體碳排放量 [類別1+2] 減少4.2%，每筆交易碳排放量減少1%之目標。
- 社會 [S]：完善保障服務，推展永續門市社區服務。推動多元彈性社區志工服務，擴大社造影響力。聆聽同仁需求，拓展彈性福利應用。達成客戶滿意度滿分率91%、全民社造提案累積覆蓋率99.88%、同仁離職率低於27%之目標。
- 治理 [G]：維持公司治理評鑑上市組排名前5%、業界營收第一。
- 供應鏈：持續取得ISO 20400永續採購驗證，與協力商一同推動有溫度的創新，共創永續好生活。

◎ 信義房屋因應疫情之作為，請參閱信義永續網「[防疫專區](#)」

企業概況

信義房屋優質服務來自高標準公司治理，致力提升企業與產業競爭力，深化倫理價值，建立誠信的房地產交易秩序。

產業領導：穩坐市場龍頭寶座

E 台灣服務產業唯一 CDP A List

碳揭露專案氣候問卷，台灣服務產業唯一獲得最高等級殊榮。

S 全民社造行動計畫覆蓋率 99.73%

全台 368 個鄉鎮市區中，僅剩東引鄉未提案。

G 連續 28 年營收第一

信義房屋堅持誠信與倫理的核心價值，積極建立品牌區隔，持續提升服務品質並穩健發展，即使歷經多次房市景氣起伏變化，仍穩坐產業龍頭寶座。

主要產品與服務

房屋仲介領導品牌

房屋租售之居間仲介業務，服務項目包括整批預售屋、餘屋、個別新成屋、中古屋之住宅、辦公室、廠房、土地、停車位等產品之買賣租賃仲介。

全球營運總部位置

台北市信義區信義路五段 100 號

信義房屋股份有限公司 1987 年創立以來，即採全直營體系穩健擴店經營。1999 年信義房屋掛牌上櫃，2001 年轉上市。^[1]

地理分布與員工分布 [集團]



台灣區	5,739 人
中國區	471 人
日本區	105 人
6,328 人	



台灣區	487 家
中國區	40 家
日本區	8 家
大馬區	1 家
536 家	

財務績效



2021年合併營收

187.92 億新台幣

台灣區：73%

中國區：25%

海外 [日本及大馬] : 2%



2021年信義房屋個體

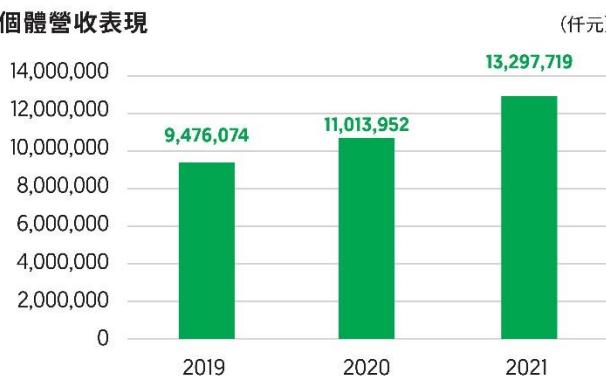
132.97 億新台幣

營業收入

營業利益

28.9 億新台幣

個體營收表現



[1] 1981 年 3 月信義房屋前身成立，因政府尚未核准仲介公司營業，故以「信義代書事務所」進行買賣房屋服務。1987 年正式成立「信義房屋」。

[2] 數據範疇說明
組織範圍：集團地理分佈、合併營收、店數、員工數包括信義房屋與子公司。
台灣區員工人數：5,739 人為信義房屋 [5,092] 及台灣關係企業群 [661] 之合計。
信義房屋 5,092 人中，包括大馬信義、日本事業部、觀光旅遊事業群。
期間範圍：2021 年度 [2021.1.1~2021.12.31]

得獎榮耀

信義房屋屢獲國內外重要獎項，在各面向皆獲得肯定，是責任更是期待。

我們長期實踐企業社會責任，期能帶動更多的正向影響：所有人都是有信義的人，所有企業都是信義的企業，成就一個有信義、能永續發展的社會。

國際獎項



亞洲企業社會責任獎 AREA

- 人力投資獎
- 企業治理獎
- 負責任企業領袖獎 - 周俊吉先生



CDP 碳揭露專案：領導等級 A

- (Carbon Disclosure Project)
- 全台灣第一家獲此殊榮的不動產業



全球永續獎 GCSA

- Sustainability Reporting
- 永續報告書 金獎【連續 4 年】
- Best Practice 最佳案例獎
- Outstanding Professional
- 傑出人物獎 - 周俊吉先生

信義房屋廣告「信任幸福篇」

- 坎城創意獎娛樂獅 [Entertainment Lions]
- 全場最大獎 [Grand Prix]

釜山國際廣告節 [AD STARS]

- 「Film Craft-Direction」金獎
- 「Branded Viral Videos」銀獎
- 「PSA」銅獎

國內獎項

企業永續類

• 台灣永續獎 TCSA

- 十大永續典範企業獎【服務業】
- 不動產及營造業 - 最佳報告書獎
- 社會共融領袖獎、TSAA 台灣永續行動獎 - 金獎

• 第十七屆《遠見雜誌》企業社會責任獎

- 連續三年首獎 - 獲頒「年度榮譽榜」最高殊榮
- 「樂齡友善組楷模獎」《銀領長青 - 我的幸福，我做主》

• 《天下雜誌》天下企業公民獎

- 大型企業組第六名【連續 15 年獲獎】

• 2021《天下雜誌》兩千大調查 - 連續 27 年房仲業第一

• 韌性企業 200 強 -V 型反轉 TOP100

- 名列服務業第一，列為 2020 年逆境贏家之一

• 文化部「文協獎章」

- 周俊吉先生 / 博物館、地方文化館及社區營造組

公司治理類

• 證交所第八屆公司治理評鑑 - 上市公司前 5%【連續 8 年】

• 中華公司治理協會

- CG6013[2021] 公司治理制度評量「特優」認證

客戶服務類

• 讀者文摘信譽品牌大調查

- 房屋仲介類白金獎【第 14 度獲房仲業第一】

• 4A 創意獎

- 「信任幸福篇」榮獲全場最大獎，以及最佳長秒數影片廣告獎金獎、最佳影片廣告文案獎佳作、最佳數位擴散影片創意獎金獎、最佳數位內容文案創意獎銀獎、最佳公益廣告獎佳作

• 2021 第五屆數位奇點獎

- 「信任幸福廣告」獲最佳影片創意獎銀獎、最佳內容娛樂獎銀獎
- 「DiNDON 智能賞屋」獲最佳 AI 應用獎銀獎

• 內政部 - 政府圖資平台「TGOS 加值應用獎」

• 《DailyView 網路溫度計》2021 網路口碑之星

- 信義居家獲宅經濟產業「領航創新獎」

環境保護類

• 行政院環保署「低碳產品獎勵」特優獎

• BSI 英國標準協會「永續韌性領航獎」

幸福職場類

• 1111 人力銀行 2021 幸福企業獎

- 營造建築類金獎

• 台灣 100 高薪指數成分股

• 年度績優捐血企業

• 教育部體育署

- 運動企業標章認證

• 台北市政府衛生局

- 優良哺集乳室認證

• 衛福部國健署

- 健康職場自主認證健康促進標章認證

信義影響力

<https://csr.sinyi.com.tw/governance/history.php>

得獎榮耀

<https://csr.sinyi.com.tw/news/awards.php>

2021 年度重要目標與達成狀況

✓ 目標達成
 ● 持續進行中
 ● 未達成

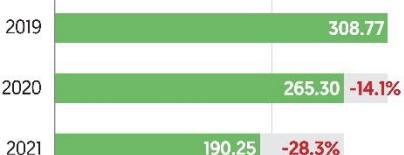
● 碳足跡

2021 年碳足跡較前一年減少 28.3%；較 2017 年下降 55.6%，提前達到 2030 年目標。

執行重點

傳統的不動產仲介服務需運用大量紙張作為行銷廣告品及法務文件之用。信義房屋為降低服務過程所產生的環境足跡，除了推動無紙化，也積極發展數位轉型，逐步將傳統實體仲介服務，轉變為整合線上 (online) 線下 (offline) 的 O2O 服務流程，運用多種數位工具精進服務效率，降低每筆不動產仲介服務所耗費之資源，達到碳足跡減量、提升資源效率及服務效益之成果。

2021 年目標	2021 年績效	達成
每年減少 1%	減少 28.3%	✓



* 基準年 [2017 年] 服務碳足跡：428.46 公斤 CO₂e
 █ 每筆不動產仲介服務排放量 (公斤 CO₂e)

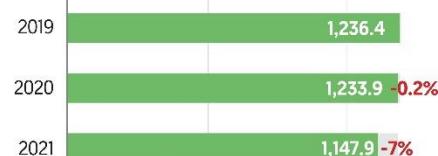
● 溫室氣體排放

2021 年人均用電碳排放量較前一年度下降 7%。

執行重點

依據 ISO 14064-1 溫室氣體盤查結果，類別 2 能源間接之排放量佔類別 1+2 排放量 9 成以上，因此信義房屋持續推動 ISO 50001 能源管理系統，提升能源效率，更於 2021 年開始使用再生能源，並設定再生能源使用比例目標，降低企業經營對環境所產生衝擊，達成淨零排放之承諾。

2021 年目標	2021 年績效	達成
減少 2.5%	減少 7%	✓



* 基準年 [2017 年] 人均用電碳排放量：1,637.4 公斤 CO₂e

█ 人均用電碳排放量 (公斤 CO₂e)

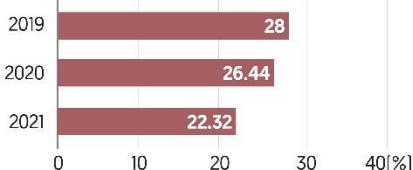
E

● 離職率 2030 年目標 25%

執行重點

每年進行例行調查聆聽同仁對於組織的意見並進行調整，提供彈性福利制度，同仁可以人生不同階段自由選擇需求項目。
 以高薪資、高發展、高關懷的「三高」政策，激勵同仁向更高目標邁進，形成善的循環。
 持續以多面向的支持方案，將員工福利落實在公司日常營運中。

2021 年目標	2021 年績效	達成
28%	22.32%	✓



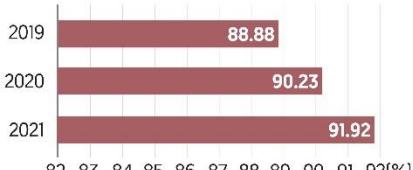
0 10 20 30 40[%]

● 客戶滿意度滿分率 2030 年目標 92%

執行重點

信義秉持引領產業信念，持續以客戶權益保障與服務創新為兩大方向發展一系列計畫。以信義核心理念為主體，輔以數位轉型引領發展各式工具及數據分析，從提升客戶體驗到精準了解客戶需求，希望能讓客戶更有效率完成家業夢想。在服務品質上亦持續提升，達到客戶真正的滿意與信任，信義矢志成為美好生活的促進者。

2021 年目標	2021 年績效	達成
>91%	91.92%	✓



82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92[%]

● 女性主管比率 2030 年目標 20%

執行重點

信義持續在雇用、訓練課程皆重視多元化。女性同仁比例則持續成長；未來將發展更多家庭協助專案及數位能力培養，以利達成實質平等，提升女性主管比例。
 為提高生育率，信義提供二胎補助及育嬰留停制度完善，使同仁兼顧工作與家庭，為性別平等持續努力。

2021 年目標	2021 年績效	達成
>19%	18.5%	—



15 16 17 18 19 20[%]

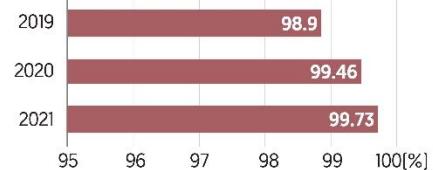
● 全民社造提案累積覆蓋率

執行重點

信義房屋自 2004 年起推動，迄今已累計 12,952 件報名，共有 2,829 個社區提案獲得實質經費，為民間企業推動社區營造最長且影響力最大的社造提案，邀請所有社區居民一起實現改變自己家園的無限可能，創造永續好生活。

設置三個社造基地，培育在地社造人才並串連在地社團形成互助網絡推動社區一家理念。2021 年達成 99.73% 的覆蓋率。

2021 年目標	2021 年績效	達成
99.66%	99.73%	✓



95 96 97 98 99 100[%]

S

2021 年度重要目標與達成狀況

✓ 目標達成
● 持續進行中
● 未達成

● 公司治理評鑑

信義房屋已連續 8 年獲得公司治理評鑑的最高肯定，被評選為最優級（上市組排名前 5%）。在此次受評 913 家上市公司中，僅 9 家獲此殊榮。信義房屋更是房仲服務業唯一。

執行重點

2021 年完成董事會及功能性委員自我績效評估。制定新任董事研習作業流程，並依營運方向規劃辦理 2 場以永續品牌、數位轉型為主題，共 6 小時的董事進修課程，強化治理作為。

此外，更參加中華公司治理協會舉辦的公司管理制度評量，取得 CG6013(2021) 特優之殊榮。



公司治理評鑑上市組排名
TOP 5%

2021 年目標	2021 年績效	達成
上市組最優級 (前 5%)	上市組最優級 (前 5%)	✓

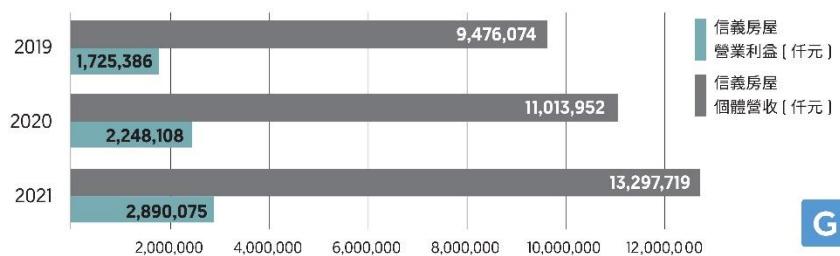
● 獲利狀況

於 2021 年達成營業利益 28.9 億元，持續維持正獲利。

2021 年目標	2021 年績效	達成
每年持續 維持正獲利	營業利益 28.9 億元	✓

執行重點

進行組織數位轉型，運用數位科技提升服務體驗，深化社區服務、打造永續好生活。營收及營業利益分別較上一年度成長 21% 及 29%。


G

● 重點供應商檢核率

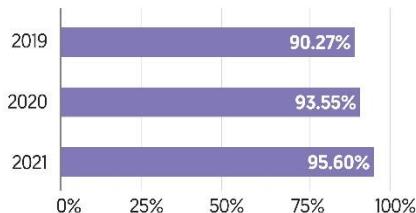
2021 年重點供應商（包含既有跟新增）為 159 家，其中落實檢核有 152 家，檢核率達 95.6%，達成目標。

執行重點

2021 年盤查採購金額一百萬以上之重點供應商，檢視其在 ESG 面向上的落實，並交流新的法規與國際趨勢，提升其對永續風險的認知。

此外，因將數量多但採購額小之居家協力商排除，因此重點供應商家數較前年減少。

2021 年目標	2021 年績效	達成
90%	95.6%	✓



年份	2019	2020	2021
檢核的重點供應商家數	232	261	152
重點供應商家數	257	279	159
達成率	90.27%	93.55%	95.60%

● 供應商檢核合格率

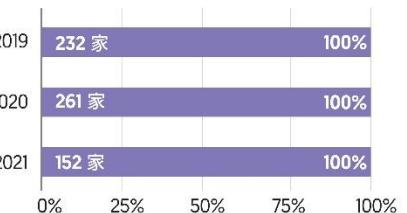
自 2013 年推動人權條款的落實，並給予有風險的供應商輔導，至今皆維持合格率 100%。

2021 年目標	2021 年績效	達成
100%	100%	✓

執行重點

雖然 2021 年仍因疫情之故，供應商實體季會取消。但透過線上交流、資訊分享，與供應商攜手一起在疫情下，創新提供轉型服務。

此外，特別針對年度採購金額五百萬以上的供應商，透過 ESG 永續風險稽核，關注其在勞工人權面向的落實。更多說明請參考供應鏈管理成效章節。


SC

永續策略與目標管理進程

信義房屋制定永續發展策略方針，定期檢視績效及目標達成狀況。透過內部確認和獨立第三方查證，提升績效之可信度。每年對標集團願景，設定隔年度和 2030 年（即 SDGs 主要目標年）之量化或質化目標。

依據重大主題管理方針，設定績效管理指標，追蹤目標達成狀況與進程，並確認績效管理指標和永續原則的一致性。

✓ 目標達成 ⚡ 持續進行中 ⚫ 未達成

	長期 策略目標 2050 永續原則	利害 關係 人	GRI 重 大主題 自訂主題 SASB 重 大主題	SDGs	管理指標	中期 策略目標 2030 目標	短期 策略目標 2022 目標	管理進程			達 成 狀 況	達成說明	管理 機制 與因應 作為
								2019 績效	2020 績效	2021 績效 【原目標】			
E	邁向 永續 淨零	環境	303 305	7 12 13	每筆交易 碳排放量 [公斤 CO ₂ e]	↓ 45% [基期: 2017年]	↓ 1%	308.77	265.03	190.25 ↓ 28.3% 【↓ 1%】	✓	2021 年服務碳足跡較前一年 減少 28.3%；較 2017 年下降 55.6%，提前達成 2030 年目 標。	環境 永續
S	共好 共生 共創	員工	401 403 404 405 409	3 4 5 8	人均用電 碳排放量 [公斤 CO ₂ e/ 人]	↓ 100% ↓ 4.2%	1,236	1,234	1,148 ↓ 7% 【↓ 2.5%】	✓	2021 年人均用電碳排放量較 前一年減少 7%；較 2017 年 下降 22.5%。	社會 共融 內部	
					溫室氣體 碳排放量 [類別 1+2] [公噸 CO ₂ e]	↓ 90% [基期: 2017年] 註 1	↓ 4.2%	6,374	6,771	6,348 ↓ 6.3% 【↓ 2.5%】	✓	2021 年溫室氣體碳排放量較 前一年減少 6.3%，達成減量 2.5% 目標。	
					女性主管比例	>20%	>19%	17.88%	18.76%	18.5% 【>19%】	-	女性同仁比例則持續成長， 未來將發展更多家庭協助專 案及數位能力培養，以利達 成實質平等。	
					員工滿意度 調查平均分 數 (分)	>4.0	>4.0	4.4	4.05	3.86 【>4.0】	-	傾聽員工聲音，將對於員工 給分較低項目著重建立相關 機制，從該次調查中了解同 仁需求變化。	
					離職率	<25%	27%	29.7%	28%	22.32% 【28%】	✓	更多元教育訓練方式及行動 科技輔助同仁作業，加上彈 性福利更能符合同仁需求， 讓信義留才也留住同仁的心。	

[註 1] 為回應 SBTi 及 CDP 倘議，信義參考 SBTi 模型，設「溫室氣體碳排放量 [類別 1+2]」作為隔年度和 2030 年目標。

	長期 策略目標 2050 永續原則	利害 關係 人	GRI 重 大主題 自訂主題 SASB 重 大主題	SDGs	管理指標	中期 策略目標 2030 目標	短期 策略目標 2022 目標	管理進程			達 成 狀 況	達成說明	管理 機制 與因應 作為
								2019 績效	2020 績效	2021 績效 【原目標】			
S	客戶 共好 共生 共創	416 417 418 數位韌性 產品設計 與生命週 期管理	4 10 11 12	全民社造提案 累積覆蓋率 (佔 368 鄉 鎮市區比)	客戶滿意度 91% 88.88% 90.23%	91.62% 【91%】	✓ 我們成功電訪 64,401 位客 戶，信義誠摯且完善的服務 達成高滿意度。					社會 共融 外部	
G	社會 企業倫理 價值推動 打造永續 好生活	投資人 201 數位韌性 商業道德	4 8 12 13	公司治理評鑑 獲利 [億元]	前 5% 維持 正獲利	前 5% 維持 正獲利	前 5% 17.25	前 5% 22.48	前 5% 28.9 【正獲利】	✓ 連續 8 年獲得上市組最優級 的最高肯定。 ✓ 持續維持正獲利。		公司 治理	
E	供應商 與企業倫 理有約	414 8 13 17	檢核家數 / 總家數 [家] 重點供應商 檢核率 [%]	- 註 3 95%	- 註 3 95%	232/257 261/279	152/159 【N/A】 註 3 95.6% 【90%】	✓ 對供應商在選訓評核及輔導 的過程中，融入 ESG 準則， 並透過定期與不定期檢核， 與供應商 [包含既有及新增] 一同成長。			供應鏈 管理		

[註 2] 累計已有 367 個鄉鎮市區參與提案，佔全台總數 368 個鄉鎮市區之百分比。

[註 3] 供應商總家數：每年視合作狀況微幅變動，故不適用目標設定。



環境永續

讓綠色情懷有效落地，實現永續淨零。



本章重大主題 >>>

- GRI 303 水與放流水
305 排放

章節重點 >>>

- 氣候治理與行動
- 服務碳足跡
- 能源與碳管理
- 水資源管理
- 環境與廢棄物管理
- 組織近零到淨零

永續策略目標

核心目標與願景

信義房屋將永續發展視為己任，積極回應因全球暖化造成的氣候與環境危機。我們與世界接軌，將「邁向永續淨零」永續原則化作具體行動，承諾 2030 年達成淨零排放，開展環境保護面向各項行動方案。透過整合內外部資源，支持低碳和再生能源發展，推動綠色轉型和氣候韌性服務，達成 2030 年「每筆不動產仲介服務碳排放量減少 45%、溫室氣體碳排放量 (類別 1+2) 減少 90%、人均用水量減少 30%；基準年：2017 年」及「100% 使用再生能源」的中期目標。期盼以企業之力拋磚引玉，推廣環保意識與環境復育行動，共同為守護地球環境貢獻心力，實踐環境永續願景。

信義對 SDGs 的主要貢獻

信義支持 SDGs，下列目標與環境永續相關。

7.2
7.a12.2
12.5

13.3

說明

- 提高再生能源使用比例
- 支持低碳和再生能源發展

專案內容

- 使用再生能源

- 水資源管理
- 環境管理系統
- 減廢與物品借用

- TCFD 及氣候治理
- 推動低碳服務
- 減少溫室氣體排放
- 永續環境教育與碳中和

- 氣候治理與行動
- 碳足跡減量
- 能源與碳管理
- 永續教育、永續門市

短中長期策略目標

長期
策略目標

2050 年目標 信義企業集團達成淨零排放

信義永續原則
邁向永續淨零

2030 年目標 信義房屋達成淨零排放

- 100% 再生能源比例
 - ↓ 45% 服務碳足跡
 - ↓ 75% 單筆服務用紙量
 - ↓ 100% 人均用電碳排放量
 - ↓ 30% 人均用水量
 - ↓ 90% 溫室氣體排放量 (類別 1+2)
- * 與基準年 (2017) 相比

中期
策略目標

2022 年目標 低碳服務與綠色影響力

- 10% 再生能源比例
 - ↓ 1% 服務碳足跡
 - ↓ 1% 單筆服務用紙量
 - ↓ 4.2% 人均用電碳排放量
 - ↓ 1% 人均用水量
 - ↓ 4.2% 溫室氣體排放量 (類別 1+2)
- * 與前一年相比

短期
策略目標

2021 年管理實績

信義房屋積極回應氣候危機議題，依據氣候相關財務揭露 [TCFD] 架構，訂定氣候治理與環境永續三大策略及六項指標之短中期目標，涵蓋組織、營運及服務層面，亦響應國內外氣候相關倡議，全面落實氣候行動，以達成淨零排放目標。

		指標與目標	2021 實績 * 比較基準：前一年度	達成
策略 1 推動低碳服務	1% ↓	• 服務碳足跡— 每筆不動產仲介服務碳排放量	190.25 公斤 CO ₂ e	28.3% ↓ ✓
	1% ↓	• 單筆服務用紙量	6.9 公斤	37.5% ↓ ✓
策略 2 提升資源效率	2.5% ↓	• 人均用電碳排放量	1,148 公斤 CO ₂ e	7% ↓ ✓
	1% ↓	• 人均用水量	14.3 度	6.2% ↓ ✓
策略 3 組織近零到淨零	2.5% ↓	• 溫室氣體碳排放量 (類別 1+2)	6,348 公噸 CO ₂ e	6.3% ↓ ✓
	4%	• 再生能源使用比例	340 MWh	3% -

✓ 目標達成 ● 持續進行中 - 未達成



社會共融 內部



致力發展多元及成長性職場，使同仁獲得就業安全保障與健全職涯。

本章重大主題 >>>

- GRI 401 勞雇關係
- 403 職業安全衛生
- 404 訓練與教育
- 405 員工多元化與平等機會
- 409 強迫或強制勞動

章節重點 >>>

- 勞雇關係及員工參與
- 人才培育與發展
- 職場健康安全
- 福利與退休制度
- 多元化與包容
- 人權保護及樂活工作

永續策略目標

● 核心目標與願景

信義房屋持續承諾「提供良好環境，提倡生活與工作並重，確保同仁在人生階段中懷抱安全與成長」，輔以科技創新及數據統計，從「信義立業，止於至善」的思考出發，兼顧同仁在時間、經濟、個人發展以及身心健康管理的均衡。我們以「吸引優秀人才」、「營造友善職場」兩大主軸作為努力不懈的方向，推動以同仁為核心的各項施策，實質照顧同仁需求。

● 信義對 SDGs 的主要貢獻

信義支持 SDGs，右列目標與社會共融內部相關。



說明

3.4
3.8

- 定期舉辦交通、消防、急救訓練等
- 設「幸福健康管理中心」提供諮詢



4.4

- 藉校園深耕計畫、營業員專班、產學合作，提升不動產專業

5.1
5.c

- 性別工作平等，多元化雇用
- 提供生育福利，制定母性健康保護計畫

8.5
8.8

- 以人才長期發展觀點設計薪獎制度
- 減少任何形式的強迫或強制勞動

專案內容

- 職業安全衛生管理系統
- 幸福健康管理中心

- 產學合作

- 多元化雇用、性別平等

- 新人高保障月薪與定向計畫
- 樂活工作

● 短中長期策略目標

長期
策略目標

2050 年目標

信義永續發展原則
共好、共生、共創

中期
策略目標

2030 年目標

- 打造永續人才，使人才永續

短期
策略目標

2022 年目標

- 離職率 < 27%
- 女性主管 > 19%

● 2021 年管理實績

吸引優秀人才：信義房屋尊重每位同仁的多元及獨特性，將每位夥伴視為組織重要的一份子，希望同仁與公司一起成長，提供具市場競爭力的整體薪酬，以吸引優秀人才加入，並依照評核機制提供公平機會以利職涯發展。

營造友善職場：過系統化的職場軟硬體升級及以科技輔助的健康管理方式，從作業流程創新，從數據發展相關計畫並建構完善福利制度以打造健全職場工作環境，關懷同仁身心健康。

✓ 目標達成 ⚡ 持續進行中 ⚡ 未達成

2021 目標	2021 績效	達成
• 女性主管比例 >19%	18.5%	• 未來將發展更多家庭協助專案及數位能力培養，以利達成實質平等。 -
• 通過查證	ISO 45001 查證通過	• 信義帶領產業為人才建立安全職場環境。 ✓
• 平均受訓時數 45 小時	44.19 小時	• 發展系列行動方案，如職涯發展地圖、學習歷程學分制、多元學習方案等計畫，提供更多動機讓同仁主動學習。 -
• 離職率 <28%	22.32%	• 我們持續努力整合並且提供給同仁更適合的福利方案，使同仁生活平衡，提供同仁安心工作的各項措施。 ✓



社會共融 外部



信義立業，止於至善。信義房屋身為社區的一份子，我們致力於成為社區美好生活的促進者。對於客戶、鄰里、社會大眾，我們秉持「先義後利」、「該做的事，說到做到」，並透過企業倫理價值的推廣，來建立共好、共生、共創的社會。

本章重大主題 >>>

- GRI 203 間接經濟衝擊
416 顧客健康與安全
417 行銷與標示
418 客戶隱私

- 自訂 企業倫理推動
數位韌性
SASB 產品設計與生命週期管理

章節重點 >>>

- 客戶保障與安全
- 服務品質與創新
- 社區營造與共好
- 企業倫理價值倡議
- 產業發展推動
- 在地永續關懷
- 社會投入

永續策略目標

核心目標與願景

信義將「以人為本」的理念融入企業社會責任裡，透過倫理價值與理念的倡議及推廣，在永續經營的路上，兼顧客戶、鄰里社區、社會的福祉，贏得彼此的互信與互助，讓「住在有人關心的地方最幸福」，以達到「信義人→信義公司→信義社會」之願景與成為居住生活品牌第一的目標，讓信義與整個社會共好、共生、共創。



信義對 SDGs 的主要貢獻

信義支持 SDGs，右列目標與社會共融外部相關。

	說明	專案內容
4 教育品質 4.3 4.4 4.5 4.7	• 透過信義文化基金會、信義書院及其他公益捐助，將永續與倫理概念推廣至學校及社會	• 信義文化基金會 • 信義書院
10 減少不平等 10.2 10.3	• 奨助學金確保偏鄉及弱勢家庭學童受教機會，消弭社會歧視與不公	• 奖助學金 • 共好行動計畫
11 永續城市 11.4 11.7 11.a	• 推動社區總體營造活動，串聯社區組織與資源進行文史保留、硬體改善、地方創生等行動	• 全民社造行動計畫
12 貢士減輕 生產 12.8	• 藉各管道推廣永續理念 • 攜手社區以再生資源製造清潔產品	• 永續活動 • 社區服務

短中長期策略目標

長期
策略目標
中期
策略目標
短期
策略目標

2050 年目標

信義永續發展原則
共好、共生、共創

2030 年目標

• 居住生活服務第一品牌

2022 年目標

• 完善各項房產保障服務
• 永續門市社區服務
• 全民社造提案累積覆蓋率 99.88%

2021 年管理實績

整合內部資源與外部夥伴共同推動：我們整合內部跨部門的資源，結合信義在地優勢，與外部夥伴一起致力於創新的社區服務。並且串聯資源與夥伴來共同推動全民社造計畫。信義結合核心能力與在地關懷共同塑造信義社會打造永續好生活。

✓ 目標達成 ⚡ 持續進行中 ⚡ 未達成

2021 目標	2021 績效	
• 不動產說明書錯誤率 0% 透過信義房屋委託之客戶物件 100% 享有製作不動產說明書之服務	• 不動產說明書錯誤率 0.002% 以公告現值透過系統與全部案件批次比對確認是否錯誤；簽約謄本再次比對確認	⚡
• 客戶滿意度滿分率 >91% 持續探索客戶需求	• 客戶滿意度滿分率 91.62% 同仁善用數位工具，讓客戶有效率完成家業夢想	✓
• 社區服務 10,000 場次 信義與社區一同打造永續好生活	• 社區服務 11,788 場次 信義主動為社區服務，針對社區需求及在地特色發展信義獨有社區連結	✓
• 提案覆蓋率 >99.66% 全民社造	• 提案覆蓋率 99.73% 僅剩「東引鄉」尚未提案	✓



公司治理



由信義房屋的股東會所選出的董事會，負責監督執行公司的各項業務，以確保股東長遠的利益，以及維護各利害關係人，包含員工、客戶、供應商、環境及社會的相關權益，秉持著「誠信」與「倫理」，對各利害關係人做到該做的事，積極落實企業社會責任。

本章重大主題 >>>

- GRI 201 經濟績效
- 自訂 數位韌性
- SASB 商業道德

章節重點 >>>

- 永續治理
- 董事會結構與運作
- 資訊揭露透明
- 倫理與誠信
- 法令遵循管理
- 風險管理

永續策略目標

● 核心目標與願景

信義房屋的經營核心為「信、義、倫理」，「義」就是合宜的思考或行為，「信」就是重視承諾、說到做到，因此信義就是「該做的事，說到做到」，以倫理行事，厚植經營理念，加強落實各階段的發展目標，於內部聚焦於人才培育及發展，以儲備優質人才。對外部業務營運，除了持續累積信義品牌的影響力，使海外據點能穩健擴張，也因應數位及網路科技快速發展，運用新科技挑戰新營運模式，以持續擴大集團整體事業經營版圖，打造永續好生活。



● 信義對 SDGs 的主要貢獻

信義支持 SDGs，右列目標與公司治理相關。

說明



4.3

- 董事持續進修，增進與公司營運效益連結之培訓計畫



8.2

- 數位轉型提升企業韌性



12.6

- TCFD、SASB 精進永續報導資訊



13.3

- 透過活動與訓練，增進永續知識與技能

專案內容

- 董事進修

- 數位韌性
- TCFD

- 報告書品質流程
- 永續事務推動

- 氣候變遷風險

● 短中長期策略目標

長期
策略目標
中期
策略目標
短期
策略目標

2050 年目標

信義永續發展原則
打造永續好生活

2030 年目標

- 居住生活服務第一品牌

2022 年目標

- 公司治理評鑑上市組排名前 5%
- 產業領導：維持業界營收第一

● 2021 年管理實績

✓ 目標達成 ⚡ 持續進行中 - 未達成

2021 目標	2021 績效	達成
優化公司治理作為 信義房屋長期以來致力於公司治理的落實，持續以更嚴謹之標準實踐公司治理規範，保障投資人及利害關係人權益。	<ul style="list-style-type: none"> 精進董事會績效評估 定期績效評估 	<ul style="list-style-type: none"> 完成董事會績效評估 2021年由董事會及功能性委員執行自我績效評估
落實透明誠信與法遵 誠信經營及遵循法律是企業經營之基本。信義房屋以誠信及公平對待做為企業倫理之核心價值，實踐各項經營作爲。	<ul style="list-style-type: none"> 精進公司治理 落實資訊透明 	<ul style="list-style-type: none"> 強化治理作為 已制定新任董事研習之作業流程 提升資訊透明 完成 IR 網站全面改版 導入 TCFD、SASB
• 行為守則訓練完成率 落實信義企業集團行爲守則訓練	100%	<ul style="list-style-type: none"> 完訓率 每年 2 次對全體員工進行訓練
		100%



供應鏈管理



「與企業倫理有約」的供應鏈管理，是兼顧創
新、經濟、社會的發展，與負責任的治理的管
理。透過資源分享與供應商共好，與社會、環
境共存共榮，共同邁向兼容並蓄的成長。

本章重大主題 >>>

GRI 414
供應商社會評估

章節重點 >>>

- 永續策略目標
- 供應鏈體系
- 管理政策與 ESG 準則
- 管理模式與風險評估
- 管理目標與行動方案
- 管理執行成效及達成率

永續策略目標

● 核心目標與願景

以「企業倫理」為核心，兼顧重要利害關係人權益，以開創居住生活服務領域的創新模式，與供應商共同創造、保護及促進經濟、社會、環境的永續發展，並達成「與企業倫理有約」的供應鏈管理。

● 信義對 SDGs 的主要貢獻

信義支持 SDGs，右列目標與供應鏈管理相關。



8.8



13.3



17.17

說明

- S – 關注供應鏈在人權、職業安全衛生等面向的落實情形。

專案內容

- 執行 ESG 風險稽核訪視

- E – 提升上下游重點供應商減碳意識，加入共同減碳行列。

- 上下游重點供應商溫盤

- G – 攜手供應商共同創新並優化公司治理，提升營收績效與客戶滿意度。

- 共同創新促進永續好生活

● 短中長期策略目標



2050 年目標

信義永續發展原則 與企業倫理有約的供應鏈管理

2030 年目標

- 上下游重點供應商溫室氣體排放 [類別 2] 總量較 2020 年下降 12.5%
- 重點供應商檢核率達 95%

2022 年目標

- 導入 ISO 20400 並持續建立永續採購規範與流程
- 持續與供應商共同提升 ESG 績效
- 持續取得台北市政府綠色採購標竿認證

● 2021 年管理實績

信義房屋將永續性納入供應鏈管理的規範與流程，邀請供應商一起來對社會、經濟、環境產生正面的貢獻，降低負面的衝擊。

✓ 目標達成 ● 持續進行中 ● 未達成

2021 目標	2021 績效	達成
• 導入 ISO 20400 永續採購	• 取得 ISO 20400 永續採購驗證	✓
• 重點供應商簽訂永續發展承諾比率達 100%	• 重點供應商 100% 簽訂永續發展承諾	✓
• 重點供應商落實稽核之比率 >90%	• 重點供應商落實稽核之達成率為 95.6%	✓
• 舉辦並邀請上下游重點供應商參與 ESG 教育訓練	• 完成一場 ESG 教育訓練	✓
• 2021 年 連續 14 年 榮獲台北市政府頒發「民間企業綠色採購標竿單位」。		