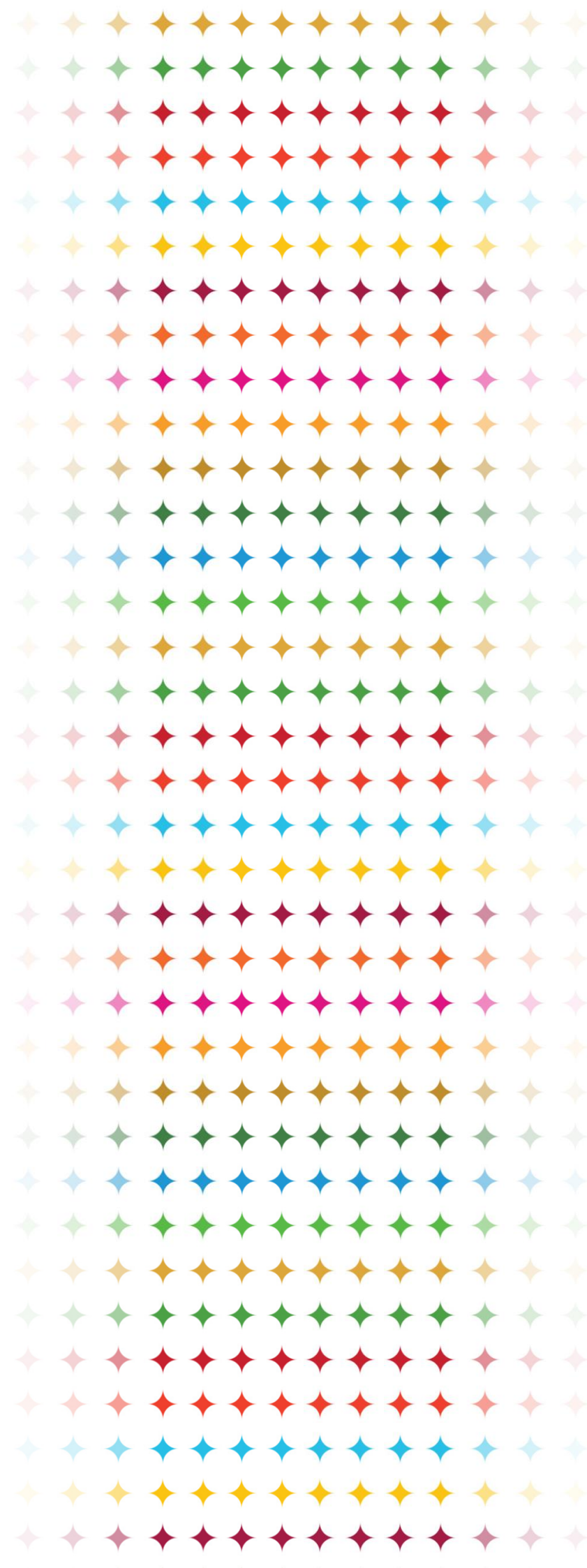




艾思永續報告書

2023 i-TRUE Sustainability Report



永續報告引言— 董事長的話

董事長的話

[價值 · 來自真實！真實 · 帶來永續！]

i-TRUE所屬istyle日本東證一部上市集團，自1999年創業以來，即以「消費者為中心的市場創造」為願景，集團子公司台灣i-TRUE自2003年成立開始，即運用網路科技，集眾人UGC(User Generated Content)力量，創造群眾智慧，並使得每位消費者與品牌之間均能以最適的方式相遇媒合。消費者一方面透過@cosme平台投稿的消費者真實化妝品使用心得與搜尋資訊行為，平台反饋出最適化妝品資訊情報的個人化提供，另一方面品牌也因透過平台與消費者的資訊媒合點增加，亦能促進品牌的進一步成長。當每位消費者均能與「命定化妝品相遇，進一步體驗，購買，心得反饋」，此一雙贏架構的好循環，即為我們所指向追求的永續形態！

而其中「真實可信賴性(Authentic)」的情報資訊提供，更是一路以來企業營運上最重視的核心價值所在。

過往幾年，i-TRUE持續且積極地發展「應做、能做、想做」的CSR(Corporate Social Responsibility，企業社會責任)，三年前並根據2015年聯合國提出的17項永續發展目標(Sustainable Development Goals,SDGs)，作為社內CSR推進指針，讓社會擁抱i-TRUE的存在，i-TRUE的每位夥伴也樂於創造並提昇價值反饋社會。我們也期許自己對於社會所存在的問題意識、敏感察覺，不斷進行提案與Solution的提供，並以此實踐我們的企業社會責任。

以下兩個方向，為多年來我們企業永續不斷努力目標所在：

1. 資訊洪流中，真實可信賴性的購物決策資訊的不足

(透過平台營運，解決消費者的「三不」：不信賴，不安心，不方便)

大家平時在進行消費決策時，一定會面臨「選擇」的問題。

是否常覺得購物選擇的情報來源有時並不那麼容易取得？特別是值得您信賴的情報，有時花許多時間，還不見得一定能找得到。

另一方面，找到的資訊情報是否真的符合自己需求？用這些資訊情報來進行判斷及決策OK嗎？

真的是自己想要的嗎？

隨著「網路化社會」的來臨，每分每秒以倍數快速增生的情報洪水，看似為人們帶來許多的便利性，但其實在每日接觸的大量情報中，能找出符合自己需要與兼具真實信賴性的情報，反而愈形困難。

我們認為並主張，透過網路社群的「Give and Take」所形成的「人的知識共創」平台，不僅可創造出前所未有「群眾智慧 (THE WISDOM OF CROWDS)」，更能讓每一個人與獨一無二的《幸福情報》在此處相遇。

這是我們想帶給您的「希望」與「感動」的瞬間！也是我們存在的唯一理由。

2. 透過工作，實現伙伴真實最好的自我，與環境共好循環

我們堅信價值創造的根源來自於「人」！所有價值源泉通常來自一個人的熱情開始出發，而一個人通常又無法完全達成想要的價值創造，團隊一群人一起各自分工發揮所長，共同協力合作，方能有機會實現整體價值。而過程中透過協同工作彼此進一步成長，共同創造組織價值與實現伙伴真實最好的的自我的同時，同步又與環境共好循環。以上，我們相信這是絕對可能的！

堅信「價值，來自真實！」且「唯有真實，方能帶來永續！」

為美妝消費者而生，真實(authentic)價值鏈創造是我們永續存在的唯一理由！

i-TRUE 董事長 陳宗明





關於i-TRUE 公司介紹

關於總社— istyle Inc.

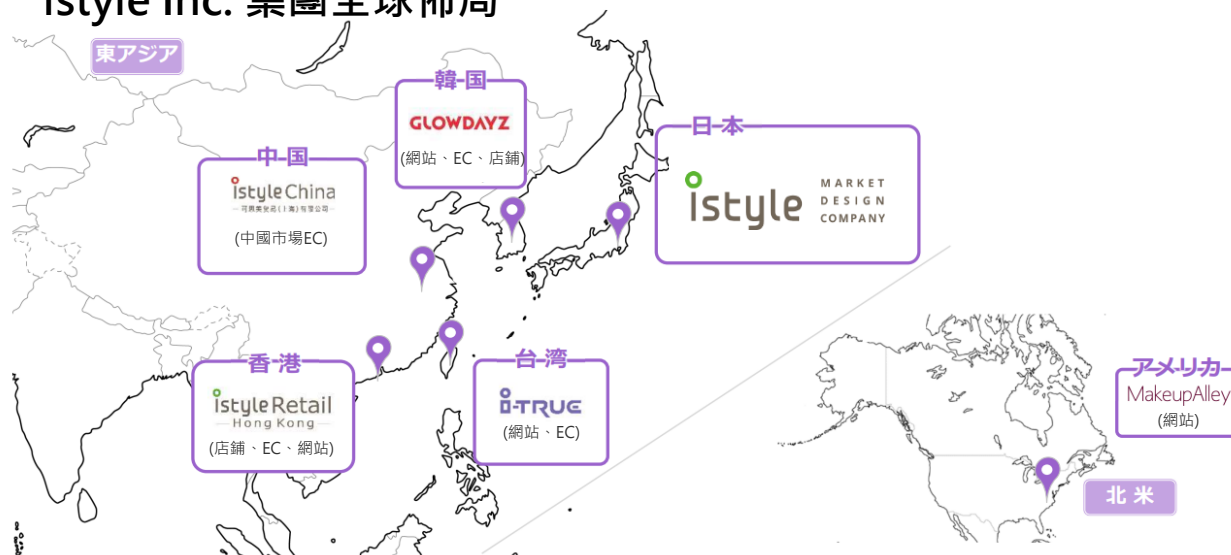
i-TRUE (艾思網絡股份有限公司) 成立於2003年2月。為「日本NO.1美妝口碑網站@cosme」所屬日本東證一部上市公司istyle Inc.集團的台灣子公司。

istyle Inc. 總社簡介

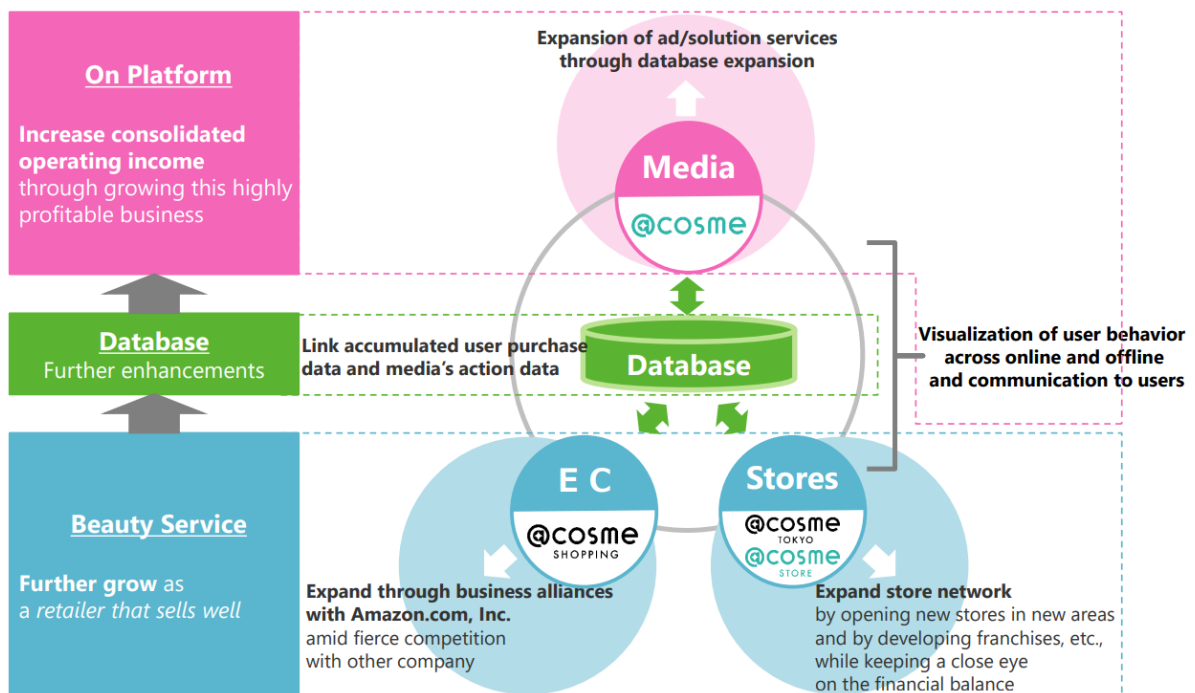
<https://www.istyle.co.jp>
<https://www.istyle.co.jp/csr>

公司名稱	株式会社アイスタイル (英文名 istyle Inc.)
市場 / 股票代碼	東證一部 / 3660
代表取締役會社長	吉松徹郎
設立年月日	1999年7月27日
本社所在地	東京都港区赤坂一丁目12番32号
資本金	5,467百万円
事業概要	<ul style="list-style-type: none">● 綜合美容網站-@cosme運營● 以@cosme為核心，提供美妝產業相關廣告、零售、行銷、研究服務
從業人數	996名

istyle Inc. 集團全球佈局



istyle Inc.事業成長方程式係以連結消費者消費數據及網站行為數據，帶動Beauty Service事業（EC + 實體店舖）與On Platform事業（媒體）連動成長，驅動營收及利益同步成長。



關於i-TRUE

i-TRUE於2004年上線台灣第一個化妝品使用心得分享平台 – 「UrCosme化妝品使用心得入口網站」，過去二十年來持續不斷往全台最新最完整化妝品資料庫邁進。

i-TRUE自2003年創立以來，在運營超過20年期間不變地以真實情報為核心根基，透過「群眾智慧共創」事業營運重要核心，讓消費者的每一個抉擇皆擁有誠信支持及可靠的依據，持續發展「UrCosme最新最完整化妝品使用心得網站」成為i-TRUE迄今的主力事業，且持續實踐讓人幸福且真實的情報服務。

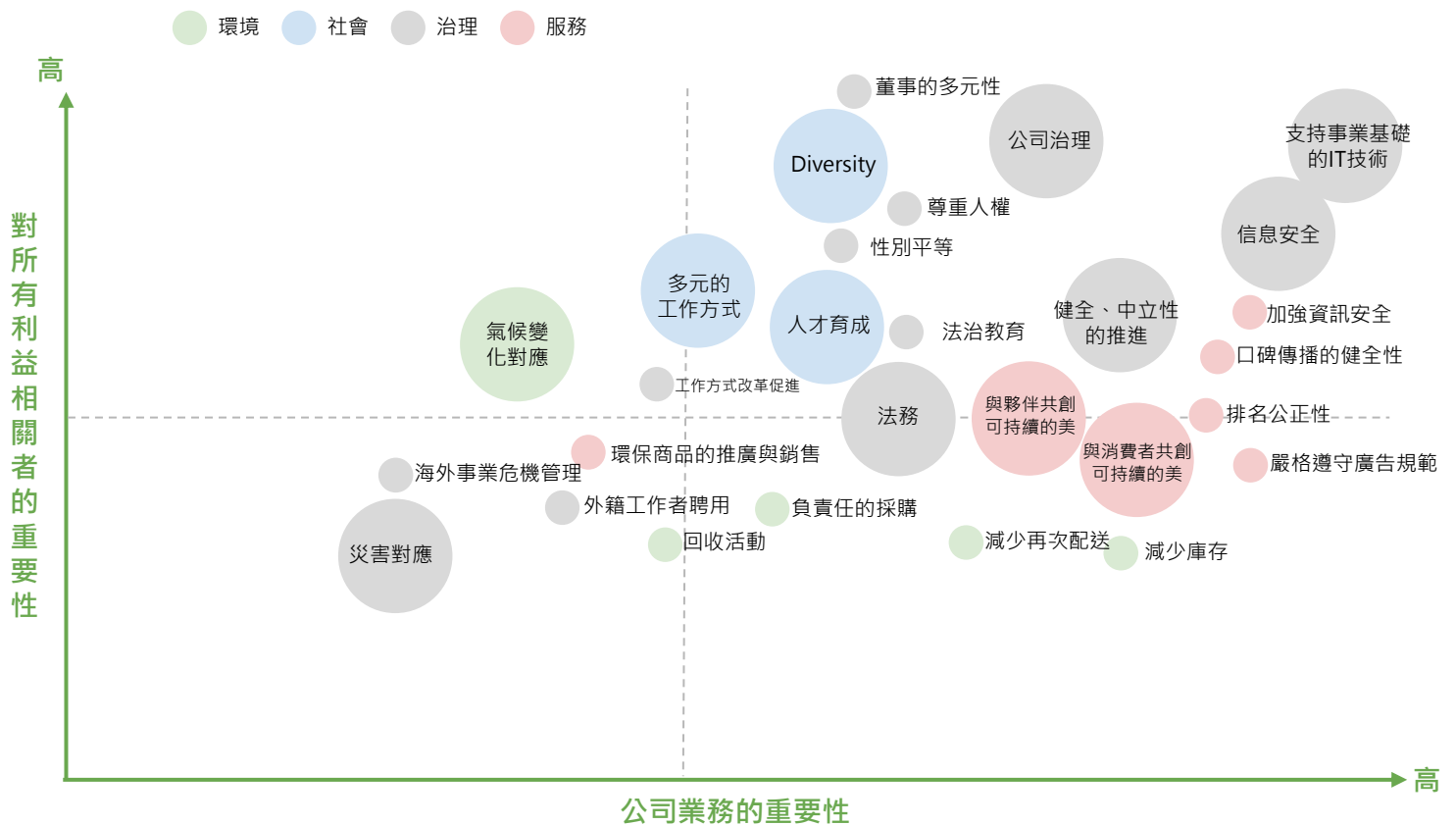
i-TRUE一直致力於提供台灣消費者真實可信賴性的美妝購物決策平台服務。於2017年，基於「以消費者為中心的市場創造」願景(Vision)，以及擁有平台公正性不可被撼動的共識，同年i-TRUE正式加入「日本最大的化妝品和美容綜合情報網站@cosme」日本東證一部上市集團istyle，成為集團台灣子公司。1999年創立的「日本最大的化妝品和美容綜合情報網站@cosme」，以@cosme社群經營出發，爾後擴展線上零售事業(@cosme SHOPPING)以及實體零售事業(@cosme STORE, 旗艦店@cosme TOKYO及@cosme OSAKA)，無論在平台營運、線上線下整合(OMO)、商業模式或產業發展上皆為全球美妝領導者，i-TRUE成為該集團一份子，將可汲取其豐碩的成功經驗導入台灣市場加惠於消費者及美妝產業。2017年UrCosme先改以UrCosme (@cosme TAIWAN)之名，逐步與日本相關服務接軌，並為「日本最大的化妝品和美容綜合情報網站@cosme」跨出海外發展的第一站。

2021年5月，UrCosme (@cosme TAIWAN)正式更名為@cosme。為了能夠提供更全方位的服務，@cosme Taiwan打造了EC旗艦館線上商城，並於2021年5月正名為@cosme SHOPPING。網羅各種口碑保養彩妝品，讓消費者在查詢口碑之餘，也能更便利的進行商品購買。



關於i-TRUE 永續重點與主軸

@cosme (istyle Group) 永續重點議題



整體istyle Group在永續的重點議題矩陣包含「環境」、「社會」、「公司治理」與「服務提供」四大面向，每項議題依據「對所有利益相關者的重要性」與「公司業務的重要性」兩面向進行矩陣分類。

其中，i-TRUE作為istyle Group的一員，對於這些其中幾項重大考量面的回應，以本報告書各章節分別呈現。

i-TRUE 永續三大主軸

i-TRUE SUSTAINABILITY 延續istyle集團的永續發展規劃，呼應包含：服務面向—與消費者、夥伴共創可持續的美；社會面向—多元的工作方式、人才育成...等重點議題。

i-TRUE SUSTAINABILITY重點三大主軸為「美妝永續循環倡議者」、「永續議題的數據驅動者」、「友善職場環境實踐者」。希望擴及影響力的對象不僅有i-TRUE的每一個人、更延伸至我們創造出來的@cosme平台的使用者、與我們合作/未合作的品牌們、以及每一個：與美有關的生活者、美妝從業人員、美妝教育人員、美妝KOL、KOC...等。透過提倡及推廣，讓美的永續推廣出去。i-TRUE SUSTAINABILITY的相關行動作為請見下頁。

1

Beauty (for美的追求者)

美妝永續循環倡議者

透過@cosme平台進行永續/環保議題推廣

2

Value Chain(Data) (for 美妝工作者)

永續議題的數據驅動者

致力於提供我們所擁有的永續議題數據給美妝從業者/學校系所/有興趣者

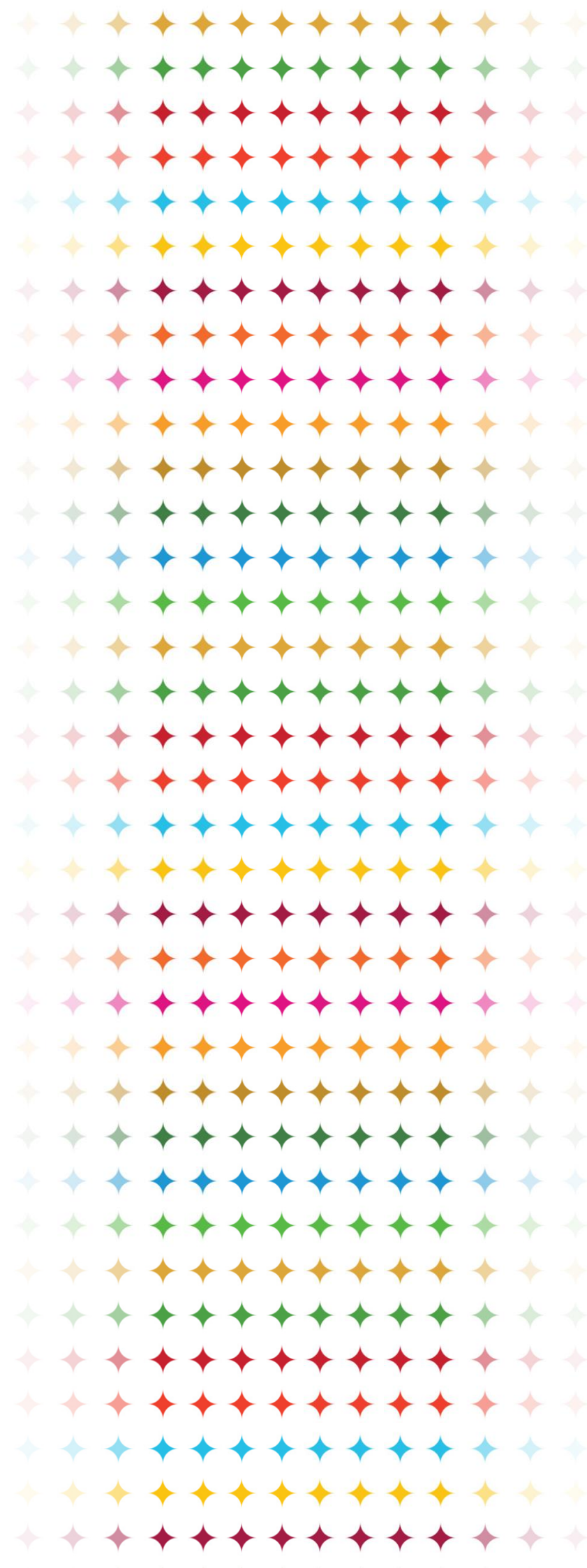
3

Human (for i-TRUE相關工作者)

友善職場環境實踐者

改善與維護工作場域並建立良好內部制度與永續議題實踐

分類	議題	永續行動作為	頁數
美妝永續循環倡議者			
· 服務	· 排名公正性	@cosme平台的永續堅持	P.14
· 環境 · 服務	· 回收活動 · 與消費者共創可持續的美 · 與夥伴共創可持續的美	@cosme平台美妝永續推廣	P.15 P.16
永續議題的數據驅動者			
· 服務	· 與夥伴共創可持續的美	CMRI數據還原給美妝業界	P.18
· 服務	· 與夥伴共創可持續的美	美妝永續消費者洞察報告	P.19
友善職場環境實踐者			
· 治理	· 公司治理	真實(Authentic)的企業文化	P21
· 社會	· 人才育成	i-TRUE的學習、訓練與發展	P22 P23 P24
· 社會	· 多元工作方式	多元夥伴招募	P25
· 社會	· 人才育成	Beauty × IT WORKSHOP 美妝產業實戰營	P26



美妝永續循環
倡議者

@cosme平台的永續堅持

i-TRUE身為美妝永續循環倡議者，自2004年上線台灣第一個化妝品使用心得投稿平台UrCosme以來(2021年正式Rebrand為@cosme)，20年來堅持以公平、公正、中立為原則，為消費者提供最值得信賴的美妝綜合訊息。

平台營運上，為了確保真實可信賴性的UGC(User-Generated Content)，我們設計出嚴謹的社群管理(Regulation/Legal...)與演算法等機制，用以維護i-TRUE品牌的核心Database(產品、使用者、使用心得)。i-TRUE運營之@cosme以公正、透明的原則來捍衛真實的網友口碑，及網站上所有內容，例如：各屬性美妝排行榜...等。務必確保相關UGC內容為群眾智慧之結晶，對處於購買美妝保養品前正在比較檢討階段的消費者而言，此內容具可參考性，使消費者購買到適合自己的產品，進而減少不必要的浪費，貫徹低碳環保，減輕美妝產業所產生的環保問題，降低環境負擔。

我們以@cosme宣言為準則，針對使用心得予以管理與審查，藉此維持公正的平台，未來，我們也將稟持宣言精神，持續努力優化改進。並在此基礎上，我們發展出對消費者端與品牌端的多項商品與服務，希冀使消費者、品牌客戶、利益相關者、乃至於整個市場，在購買、使用i-TRUE服務的期間，在想法與感受上能獲得良好的體驗，使i-TRUE能長期永續經營，創造良好品牌聲譽。

@cosme 六大宣言

宣言1

我們絕不受商業利益影響，而左右網友使用心得與排行榜。

宣言2

我們絕對尊重每一位網友最真實的感受，不因評價好壞致使網友權益受損。

宣言3

我們絕不允許有心人士意圖操作口碑。

宣言4

我們絕對捍衛平台公正性，不受任何外來因素影響，並且排除萬難堅持社群管理的公平與中立。

宣言5

我們絕對以使用者為出發點，改良優化網站內容。

宣言6

我們絕對會遵守法律及社會責任。



@cosme平台美妝永續推廣

i-TRUE於2021年7月起，@cosme推出「美妝永續進行式」頁面，至今不斷更新改版，身為全台最大美妝平台，除了幫助大家找到命定美妝品之外，透過美妝永續知識的傳遞，從挑選、購買到用完美妝品，都能更善待地球。

◎ 美妝回收圖鑑

美妝保養產品的使用後回收其實相當複雜，並不是通通用完直接丟回收就好，這些讓我們變美的瓶瓶罐罐本身(或內容物)含有不同的物質，需要分開處理，才不會造成環境污染。i-TRUE運用「美妝永續進行式」頁面繪製美妝回收圖鑑，教導消費者正確的回收觀念，一同為美妝永續盡份心力。

現在就開始，美妝回收趣！

你知道嗎？
美妝品、身體美髮用品...等等，不是通通回收就好，這些讓我們變美的瓶瓶罐罐往往含有化學物質，需要分開處理，才不會造成環境污染，正確的回收才能為美妝永續盡份心力！

 彩妝類	 保養品類
 髮品類	 其他類

 唇膏	 唇膏/腮紅	 腮紅霜	 粉底液	 蜜粉	 眼影
 氣墊粉餅	 睫毛膏	 眼影盤	 眼線筆/液	 睫毛膏	 唇紅

 化妝水	 精華液	 乳液	 洗面乳	 乳霜/霜霜
 三角質	 面膜、面膜(片狀)	 卸妆水/卸妆油	 試用包/瓶	

一般垃圾

粉餅粉體
粉撲
玻璃鏡面

可回收

塑膠容器

一般垃圾

髮膠/乾洗髮
內容物

可回收

高壓瓶罐
塑膠蓋子

tips

注意：高壓瓶可能含有易燃氣體或有機溶劑，需在丟棄前將內容物拉出或瓶內填乾淨，不可敲打、擊盪、打開等破壞瓶身，否則易到高溫及電磁波容易引爆

一般垃圾

片狀面膜
矽紙
珍珠膜

tips

紙質外殼多為複合材質不易回收

*本美妝回收圖鑑僅供參考，部分美妝品回收需視其成分而定，但由於美妝品種類繁多，且各廠牌回收規範不一，大家回收美妝品時應以當下回收狀況為主，若有本圖鑑未列之品，也請在丟棄前向下方諮詢專線，我們將會給您最準的回收資訊！美妝回收暫時不受理：美妝品回收不受理：美妝品回收不受理。

◎ 美妝永續tag創建

2021年起，@cosme網站依據編輯觀察到之具有熱度的美妝永續議題，陸續創建不同美妝永續tag，至2023年12月止，共包含：海洋友善、純素保養、純淨保養、無動物實驗、環保包裝、有機保養、有機化妝品、公益限定版...等8個類別。並將不同美妝永續主題的頁面透過自動化系統建置出彙總頁面，蒐羅該tag的美妝保養產品資訊、新聞資訊、優惠訊息...等，讓消費者方便查找永續美妝資訊。

◎ 美妝永續新聞彙整頁面

@cosme建立美妝永續新聞彙整頁面，搜集各美妝品牌中與美妝永續相關活動新聞，讓更多的消費者意識到美妝產業持續致力於發展永續，已累積有520篇品牌提供之永續美妝新聞。同時，@cosme編輯從2021年8月起，每月依據不同主題撰寫【美妝永續特輯】專欄，至2023年12月止，已累積29篇文章。

◎ 邀約品牌夥伴、消費者共同倡議美妝永續

「美妝永續進行式」活動網頁上邀請網友與永續美妝品牌共同連署，喚起大眾對於永續美妝議題的意識。至2023年12月止，累積有556位網友響應綠行動、18個美妝品牌表態支持@cosme美妝永續倡議行動，並正在用自己的方式支持永續議題，一同愛護我們生活的地球。

詳細網站內容請見以下連結：

美妝永續進行式 <https://www.cosme.net.tw/sdgs>



永續議題
數據驅動者

CMRI數據還原給美妝業界

i-TRUE運用伴隨事業蓬勃發展而來的獨家企業核心知識及KNOW-HOW，持續開源提供數據給美妝產業從業夥伴，包含：CMRI(COSMETIC MARKETING RESEARCH INSTITUTION)美妝行銷總研、coseek數據平台的開源服務，協助美妝夥伴理解美妝市場現況與未來趨勢。再再希望運用i-TRUE所擁有的產業數據驅動美妝永續。

◎ CMRI美妝行銷總研每年舉辦2次大型CMRI Seminar，將數據還原給產業

@cosme平台以「Database」為核心，透過並活用消費者參與創造情報，添加「媒體」附加價值。為了使美妝產業帶來知識創新價值，CMRI運用@cosme龐大的產業資料庫進行分析，從關注趨勢洞悉美妝動態，長期觀察消費者需求變化，分析內容包含：熱門屬性、品牌與產品排行、季度新品分析、年度趨勢分析。每年於1月與7月分別舉辦兩次美妝產業趨勢分析報告，同時還會舉辦實體大型CMRI Seminar，邀請美妝業界相關人士，至今已有破千人次參與。

此外，CMRI作為美妝界具指標性之數據分析權威組織，屢屢受邀進行受訪或演講分享，邀約單位包含：中華民國對外貿易發展協會、工業技術研究院、台灣經濟研究院...等各相關單位。2023年受邀加拿大駐台辦事處邀請，為國外美妝品牌帶來「Cosmetic Market Overview in Taiwan」的分享；台灣工業技術研究院亦分別邀約CMRI分享「國際化粧品品牌在台灣市場發展狀況」、「2023美妝品永續意識調查報告」，以數據驅動擴張產業影響力。


◎ 具參考性的美妝行銷數據儀表板coseek

在2021年初，CMRI美妝行銷總研進一步開發美妝數據洞察平台 - coseek，資料來源為i-TRUE自主開發的DMP (Data Management Platform)，運用持續累積的消費者瀏覽行為，轉化為具參考性的美妝行銷數據儀表板。可於平台上搜尋任一美妝品牌，即可看到單一品牌的聲量狀態。美妝品牌於申請權限後，可開通看到完整內容，精準掌握最新的品牌聲量趨勢、產品競爭力與潛在競爭者，皆為免費提供給美妝從業人員參考的數據資訊，協助美妝夥伴掌握美妝趨勢。

詳細網站內容請見以下連結：

CMRI美妝行銷總研 <https://cmri.itrue.com.tw/>

coseek <https://www.coseek.com.tw/>



美妝永續消費者洞察報告

為了提供給美妝從業者、學校系所與美妝永續相關的數據洞察，@cosme已連續三年發佈美妝永續議題消費者調查。每年發表美妝永續消費者洞察報告的同時亦會結合@cosme for BUSINESS共同舉辦webinar進行正式發表。

今年度美妝永續議題消費者調查主題為「2023美妝品永續意識調查報告」。本次消費者洞察報告內容包含美妝永續發展議題認知、美妝永續品牌第一想起調查、美妝永續消費者購買意願、願付金額比較...等。於報告中可發現超過半數(56%)的消費者認為產品有永續訴求是選購的加分條件，有26.7%消費者表示在日常中會盡可能購買具永續訴求的美妝保養品，甚至有7.1%消費者表示他們只購買具有永續訴求的美妝保養產品，再再顯示永續在消費者心目中的重要性。年齡越大的消費者越重視在日常落實永續行動，但在30歲以下的消費者中，重度美妝永續愛好者較其他年齡層的占比更高。整體來說消費者對於各項美妝永續議題的認知TOP3分別為環保包裝、海洋友善產品、無動物實驗主張。

CMRI每年持續不斷地透過美妝永續消費者洞察報告內容結果發揮影響力，報告發布後總共有1,928次文章觀看數、52位美妝品牌從業人員一同參與線上研討會直播聆聽。並獲得台灣工業技術研究院邀約就本次報告主題進行演講，分享給超過50位相關產業人士相關內容，持續發揮影響力。

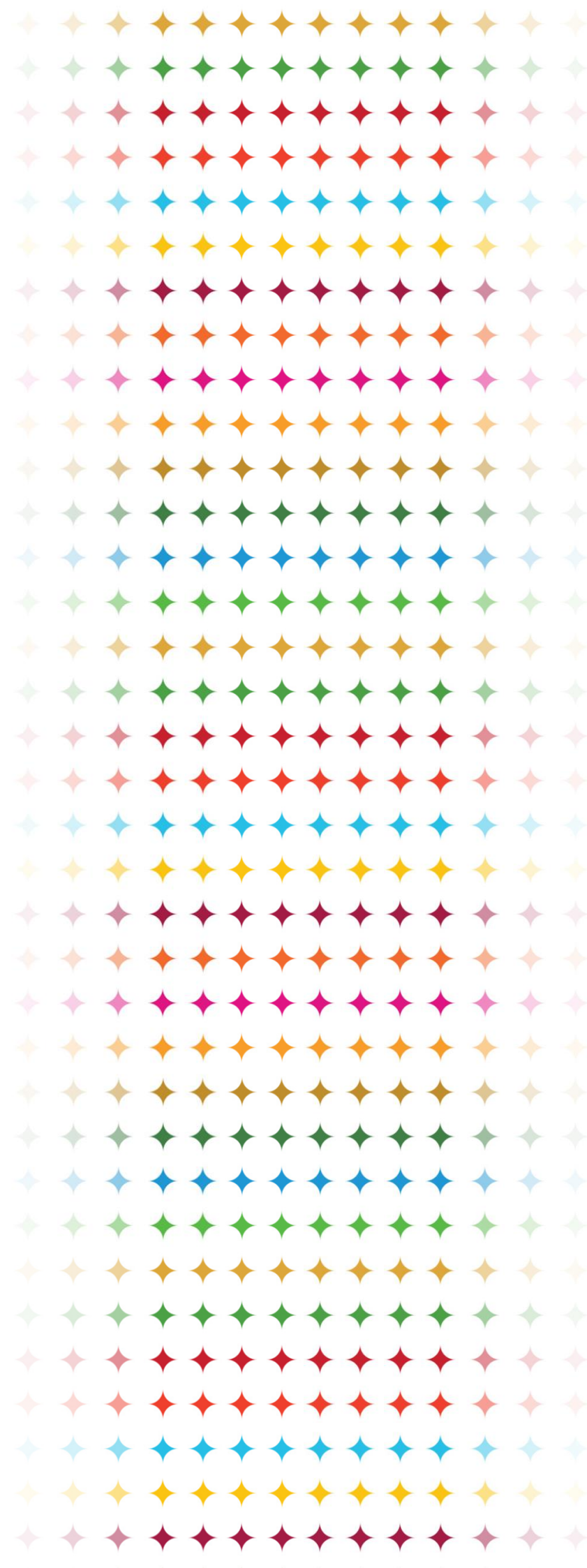
詳細報告內容請見以下連結：

2023【消費者洞察】美妝品永續意識調查報告 <https://cmri.itrue.com.tw/2023/08/18/2023sdgs/>

2022【消費者洞察】美的永續意識與購買意象調查報告 <https://cmri.itrue.com.tw/2022/10/30/2022beautsdgs/>

2021【消費者洞察】美妝品牌SDGs消費者好感度調查報告 <https://cmri.itrue.com.tw/2021/08/14/2021beautsdgs/>





友善職場環境
實踐者

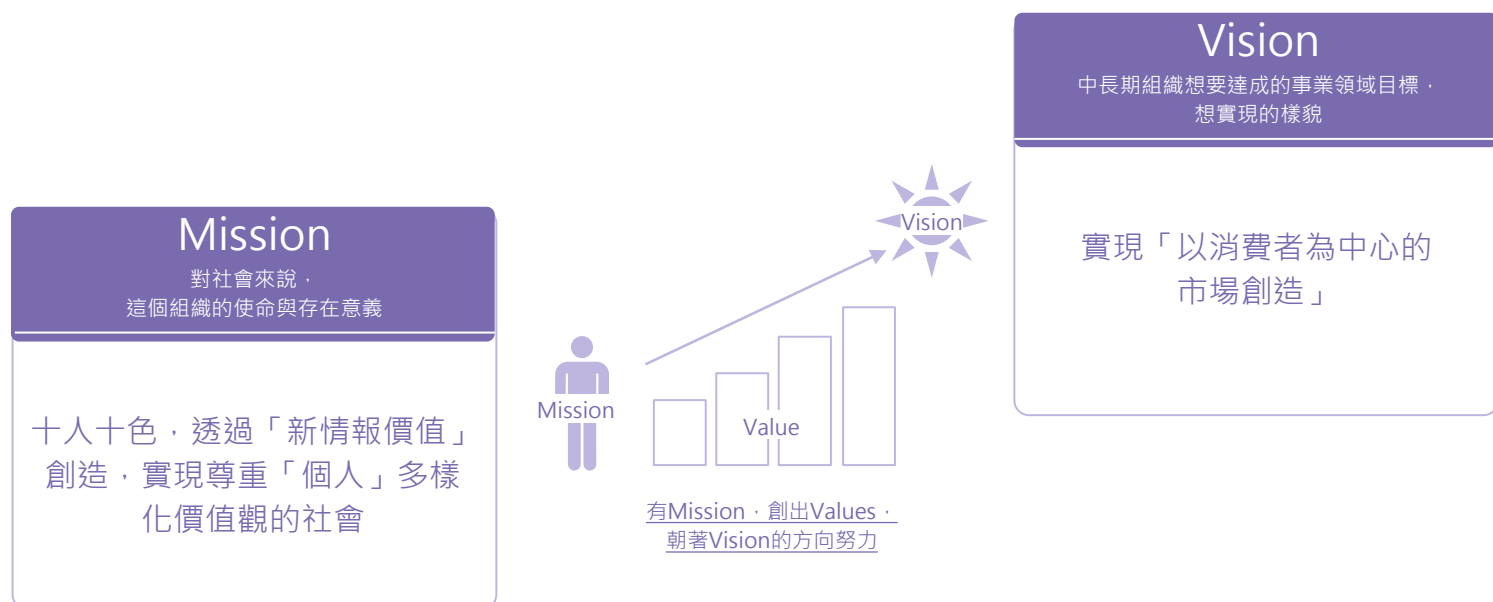
真實(Authentic)的企業文化

i-TRUE這家公司存在就是想要解決資訊洪流中，真實可信賴性的購物決策資訊的不足，堅信真實具信賴性的情報可以帶來價值並使人幸福、感動。

i-TRUE堅信透過下列四個步驟，在使命(Mission)與願景(Vision)之間，組織伙伴核心價值(Core Value)的發揮，必能達成個人·組織·社會的共好循環。

- A. 以「真實可信賴情報」的創出與消費者洞察為切點。
- B. 透過「data intelligence」的價值轉換。
- C. 進而「以消費者為中心的市場創造」服務。
- D. 實現與「適合自己情報相遇瞬間」的幸福世界。

為美妝消費者而生，真實(Authentic)價值鏈創造是我們存在的唯一理由！



i-TRUE的學習、訓練與發展

在i-TRUE，「人」是我們最重要的資產。夢想的實踐來自於無窮盡的熱情，我們所擁有的正是一個激發熱情源源不絕的學習環境及表演舞台。我們深信價值創造的源泉來自「人」。i-TRUE對於每位員工的持續性成長視為公司最重要的課題。也因此，提供每位員工學習成長環境與機會為公司最大的義務與責任。

i-TRUE致力於維護工作場域並建立良好內部制度與永續議題實踐。持續建構社內、社外相關價值鏈工作者之場域打造與友善制度等實際作為。

◎ i-TRUE組織人事支援制度

i-TRUE在現場HR組織支援制度設計上，設有完整管理制度。從雇用開始，i-TRUE就會致力於找到符合i-TRUE核心價值及DNA的人才，並且最在意「動機」，並會協助新人融入組織。在member配屬上，會彈性的依個人狀態進行雇用，像是輪調或主/兼務制度都是希望讓個人能力得以發展。接著在評價制度上，運用Hybrid型人事評估制度設計使核心價值與專業職能的關鍵行為標準統一，注重主管與員工的雙向回饋創造良性迴圈。並設有職級制度、專案PJT制度，依據個人成長進行異動。在報酬上，依據「成長評價」與「成果評價」進行評估，並設有支援學習的福利措施。在育成角度上，設有OJT、Mentor...等制度。一系列設計支援並關心團隊中個體的動態和自我成長。

i-TRUE對於「員工自我學習成長」列為公司HR第一要務。對於自我成長動機強的員工，支援其自我成長動力、能力更加提昇，公司積極地進行行動支援Support。除此之外，i-TRUE所重視的不單只是個人專業技術層面，亦在意事情的意義、價值，是不是我們i-TRUE「該做？」、「能做？」、「應做？」，甚至綜觀事業整體，與他人合作溝通，積極形成Team進行推動所需的能力，都是我們所重視的範疇。

◎ i-TRUE的培育/福利制度

我們在意「人」的知識共創，共同學習與成長，故設立許多協助同仁持續學習成長的培訓/福利制度，包含：**週會分享**、**每天早會**、**不定期分享會**...等學習環境創造制度。同時，我們設立有**外訓補助制度**、**購書補助制度**，不限書籍內容、課程方向，只要是員工想要學習的內容，公司給予一定金額的補助，全力支持員工學習成長。搭配績效評估時間點，i-TRUE獎酬制度為一年2次獎金發放。

員工於每個月最後一週週五擁有下午4小時Happy Hour Time，此為i-TRUE設計之**Happy Hour制度**，公司夥伴可利用此時間跳脫平時工作型態，自由運用，外出學習，型態不拘。新進員工入社時，設有**新人Mentor制度**，配屬一名既有夥伴成為其Mentor，使新人能減低適應新職場產生的不安感及快速熟悉新職場。

為支援每位同仁的人生，讓同仁自行調整精神狀況最佳的時間工作，i-TRUE採取**Flexitime制度**，周一至周五上午8:30~10:00彈性上班，每日工時滿8小時即下班（扣除中午休息時間1小時），自行調配時間。且設有有鼓勵員工在每週三下午5:30提早下班與家人相聚的**WD530 Refresh制度**。

在假別設計上，除了勞基法規定假別天數外，i-TRUE額外提供各位同仁每週年額外三天**i-TRUE福利假**，供同仁運用。在生日月可任選1天作為**生日假**，且會獲得公司提供之**生日禮券**作為祝福。在身體健康照顧上，i-TRUE設有**員工健檢補助**，同時可請**健檢假**一天。每年的節慶祝福i-TRUE也不會少，中秋、端午雙節有禮盒及禮金福利，為同仁與同仁家人一同獻上節慶祝福。

（以上為正職人員之福利享有，詳細規範依照公司福利規章制度辦理。）



2023年，i-TRUE正式宣布加入「2023 TALENT, in Taiwan · 台灣人才永續行動聯盟」承諾推動「意義與價值、多元與包容、組織溝通、獎酬激勵、身心健康、人才成長」面向，持續創造更永續的職涯環境。接下來，我們持續與《天下學習》、《Cheers快樂工作人》及200+聯盟夥伴持續倡議，共創人才培育的希望工程，為每一位工作人創造更好的未來。

多元夥伴招募

i-TRUE支持多元夥伴關係，我們觀察到，有許多全職父母為照顧小孩而離開職場，專職照顧小孩。為支援此類夥伴，i-TRUE將部份工作運用外包制度設計，於2022年6月開始提供Best job全職父母計畫，提供全職父母兼職機會，使其能靈活運用彈性時間進行美妝資料庫建置。並透過此計畫協助全職父母擁有經濟自主權，照顧家庭之餘，也能自我實現。

2023年6月，計畫屆滿一年之時，i-TRUE邀請所有工作上的外包夥伴一同於艾思辦公室相聚，舉辦「艾思夥伴日」活動。透過夥伴日活動與周邊活動的舉辦，與外包夥伴、公司同仁充分溝通艾思對於人才的重視，且展現對於其多元工作方式的支援與支持。藉以增進彼此的信任感，建立合理合情的夥伴關係，為公司外包團隊產生之「價值創造」系統打好關係基礎。實際出席夥伴有10位，出席率高達91%，並獲得夥伴的高度回饋。



Best Job
STAY AT HOME

利用美妝資料庫建置，提供全職父母有兼職的機會
靈活運用彈性時間，更能擁有經濟自主權
在照顧家庭之餘，也能自我實現

我們想達成
針對不同的人生階段
支持多樣化的工作方式

- 1 靈活安排工作時間與地點**
 - ✓ 遠端工作不受限，不論你是在家或是咖啡廳，只要有電腦就萬事OK
 - ✓ 不受時間限制，照顧家庭之餘也能安心工作
 - ✓ 依家庭生活型態，晚上工作也OK
- 2 彈性的雇用型態**
 - ✓ 出遠門或是特殊情況無法工作，可以隨時暫停工作
 - ✓ 不需侷限每週工作時數
 - ✓ 可隨時調整工作量
- 3 創造就業機會**
 - ✓ 只要是喜愛美妝保養品的你，都能報名加入我們囉
 - ✓ 曾在職場上叱吒風雲，回歸家庭仍想要可以自我實現
 - ✓ 擁有經濟自主權！
- 4 支持技能發展**
 - ✓ 不怕碰電腦，擁有簡易的修圖能力尤佳
 - ✓ 想了解編輯工作，找回在職場的成就感
 - ✓ 對美妝品牌瞭若指掌，任何產品分類都難不倒你



Beauty × IT WORKSHOP

美妝產業實戰營

i-TRUE於2022年暑假、2023年暑假，各舉辦一場針對學生、新鮮人的美妝產業實戰營，邀請未來對美妝產業有興趣學子們免費報名參加。針對學生設計的課程設計在三天內規劃有產業知識分享、分組實戰演練...等課程，希望透過本工作坊，將i-TRUE、@cosme擁有的產業知識還原給學子們，提供其了解未來職場的可能性。

2023年12月，延續廣受好評的Beauty × IT WORKSHOP，i-TRUE首度將內容設計為提供給已有工作經驗3 ~ 7年間的夥伴報名，以精實的課程內容，在兩天內將i-TRUE在美妝數位行銷、SEO、CRM...等面向的知識提供給業界夥伴。截至2023年12月止，累計已有163位報名，31位學員完整參與WORKSHOP並結業。

如CMRI持續提供開源免費的數據資料還原給業界一般，對於SDGs未來多元工作夥伴我們一樣以「共創價值」為出發點，不論社內社外，整體用「Open體系」思維，參與式經營生產，讓利害關係人“一起”創造價值及永續共好。





結語
與未來展望

結語與未來展望

創業經營超過20年的i-TRUE，以網路公司來說似乎不年輕，但放長時間距離來看，它的存在尚只是一個小點。一個為美妝消費者而生Authentic platform(真實·可信賴的平台)，相信以消費者為中心的市場創造，知識經濟所帶來的情報創造與有效媒合，並以驅動產業進步為職志的「永續startup」。

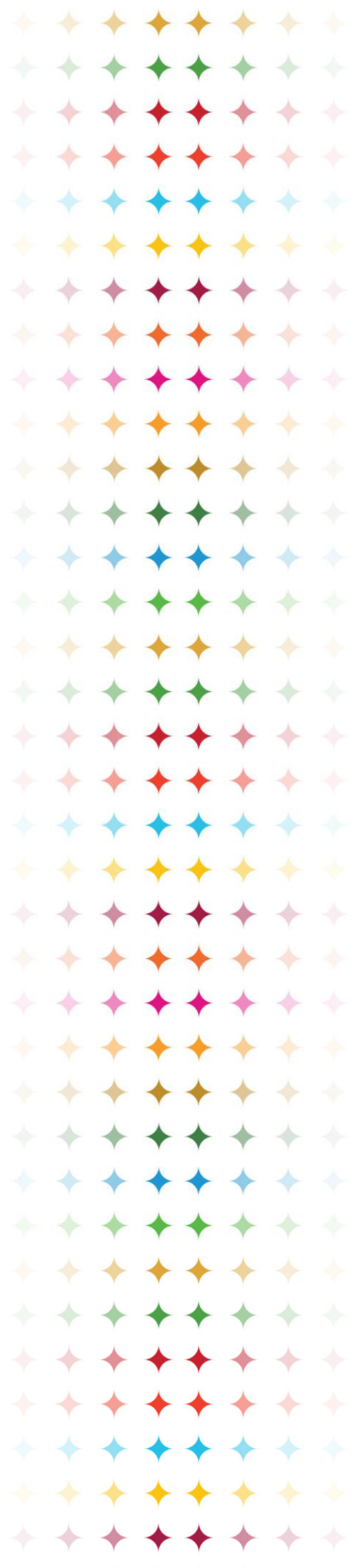
以下四大重大性議題 (Materiality) 是我們持續在永續路上不斷努力的方向：

1. 「真實可信賴性平台的創建營運」
2. 「共創永續的美」
3. 「人材成長育成」
4. 「健全透明性的企業治理」

堅信「價值，來自真實！」且「唯有真實，方能帶來永續！」

我們將隨時不斷地追求與社會的調合，並透過「新情報價值」的創造，實現自由&有活力的真正富足人間社會！

美的路上，願永續成為您資訊情報不可或缺的翅膀！





艾思永續報告書

2023 i-TRUE Sustainability Report



SDGs