



# Social Enterprise News

社會創新趨勢分享



31 May 2023 | Social Enterprise

## 社會企業電子報

### 目錄

#### 視野眺望臺

[5 個捫心自問，協助企業確立員工 ESG 準備度](#)

#### 國際趨勢

- [綠色金融資產證券化，提供再生能源轉型動能](#)
- [除聚焦淨零耗能建築，老舊房屋能源效率提升亦不可忽視](#)
- [以廣告串聯國界 透過媒體加速推動全球永續發展](#)
- [多面向實踐職場的多元共融 美國資產管理公司於金融科技服務公司中脫穎而出](#)
- [傳統飲食變身風格餐飲 台東青年以便當創造家鄉永續契機](#)

### 視野眺望臺 — KPMG 社會創新洞見

## 5 個捫心自問，協助企業確立員工 ESG 準備度

黃正忠董事總經理、侯家楷協理、姚馨婷高級顧問師、邱瑾凡顧問師 | 安侯永續發展顧問股份有限公司

根據世界標竿聯盟 (WBA) 於 2019 年提出「標竿企業面對 SDGs 的七個系統轉型」(Seven systems transformations for benchmarking companies on the SDGs)，統整企業面對永續發展目標時的七個轉型面向，其中以「社會」為核心發展，說明人權和人類發展應該為企業永續行動的核心，一切永續行動都應從人開始，再向外擴張到糧食與食物、能源與減碳化、永續循環、數位發展、城市發展、金融財務等面向。

真正的「社會」變革始於企業內部，且能被員工真實的感受與接受、擴展到業務觸及的消費者、供應商與社區等利害關係人，企業若能認知到「社會」期待中正在發生的巨大改變且積極應對，將有顯著的市場優勢。而當企業想要實踐 ESG 永續行動時，如何從「人」出發，讓內部的「人」對永續議題保有意識、表示認同，甚至發自內心的展開行動？

聯合國於 2015 年發布聯合國永續發展目標，作為衡量世界與永續發展到底還距離多遠的標準，然而，若企業欲帶領員工一起邁向 ESG 的道路，該如何協助員工衡量個人內在與永續發展的距離？非營利組織 Inner Development Goals 於 2020 年發布了《內在發展目標》(Inner Development Goals, IDGs)，為個人提供實踐永續發展目標的內在框架，透過 5 個維度、23 項技能引導個人往永續發展前進，期待 IDGs 能成為實現永續發展目標以及為全人類創造繁榮未來的最大加速器。

本文基於《內在發展目標》統整企業帶領員工實踐 ESG 行動時，應該捫心自問的五個重要提問：

- 企業是否幫助員工保有健康的身心靈狀態？  
讓員工與自我保持良好的關係，培養其內心生活，進而加深思想、感受和與身體的關係，有助於員工在面對複雜情況時保持有意識和主動的反應。
- 企業是否提供員工足夠的專業認知與思考力訓練？  
協助員工培養專業知識與思考能力，透過引導員工採取不同的觀點、訊息來理解世界，並以系統性的整體思考來發展員工的認知技能，以至於在面對不同議題時能做出明智的決策。
- 企業是否能創造使員工對一切事物有感受的工作環境？  
培養員工的同理心、關心、欣賞等對外環境感知的能力，有助於員工提升永續意識，與公司共同創造更公平、永續的社會。
- 企業是否提供多元文化、包容接納、友善互動的工作氛圍？  
為了在共同關注的問題上取得共識與進展，企業需要打造多元、包容並共融的工作氛圍，創造多元、友善的溝通渠道，使員工能與不同價值觀、技能和能力的利害關係人進行溝通。
- 企業是否鼓勵員工保有開放的心胸，接受任何挑戰與改變？  
面對未來複雜、模糊的各種挑戰，企業應支持員工保有勇氣和樂觀，鼓勵員工打破舊模式、產生創新想法，並在不確定的時期堅持不懈地行動。

若企業欲帶領員工回應 IDGs 發展，跟隨國際 IDE 趨勢打造共融 (I)、多元 (D)、公平 (E) 的職場將是其中一個重要的關鍵。我們認為企業若要打造 IDE 的職場環境，必須透過整體的 IDE 機制設計與規劃，像是藉由員工心理安全感評估、性別薪酬差異分析等不同面向的衡量，掌握組織的 IDE 現況成熟度，結合自身的商業需求擘劃 IDE 策略目標與發展路徑、進行 IDE 方案設計及規劃，並串聯員工、利害關係人與社區共同推動，此外，也需要建立專屬的影響力追蹤機制，以進行 IDE 的成果衡量與追蹤，評估相關計畫對利害關係人造成的影響力，藉此持續優化組織的 IDE 機制，並對外發布 IDE 的執行成果報告，以帶動更多內外部利害關係人關注此議題並進一步採取行動。透過完整的推動機制，將有助於企業攜手員工共同實踐打造共融未來的 ESG 行動。



## 國際趨勢

### 綠色金融資產證券化，提供再生能源轉型動能

隨著全球暖化和極端氣候現象不斷加劇，永續發展已成為全球關注的重要議題。為了減緩全球碳排放和環境破壞速度，各國紛紛推動節能減碳和環境保護措施，且逐漸發展多元化的「綠色金融」方案。根據世界經濟論壇

( World Economic Forum ) 報導，綠色金融被視為解決「環境保護」和「資本主義」的雙贏方案。這些金融產品和服務旨在將資本投入符合永續發展目標的項目中，包括綠色債券、綠色貸款、碳交易和綠色投資基金等，以實現永續發展目標，促進環境保護和減少碳排放。綠色金融的發展不僅有助於整體環境永續，也能為投資人帶來可觀的經濟回報。

根據 The Brainsights 調查結果，2022 年全球綠色債券 ( green bonds ) 市場價值為 4,360 億美元，預計到 2030 年，全球綠色債券市場將達到 9,144 億美元，而亞太地區將是增長最快的區域。據聯合國 ( United Nations ) 估計，每年需要投資 1 兆美元來實現永續能源目標。基於國際機構支持綠色金融資產證券化的趨勢，歐洲銀行監理機關 ( European Banking Authority ) 於 2022 年 6 月發表了《發展永續證券化》報告，提出希望進一步調整相關法規，營造更為友善的法規環境，以推動對再生能源證券化的發展。此外，國際再生能源總署 ( The International Renewable Energy Agency )、氣候債券倡議組織 ( Climate Bond Initiative ) 等近期的報告也指出，支持綠色金融資產證券化，有助於引導更多資金支持全球實現淨零目標。

美國太陽能金融資產證券化商品 ( Solar ABS )，是為其住宅屋頂型太陽能產業提供債務融資的主要途徑之一，自 2013 年累計至 2020 年，已經成功完成 42 筆太陽能 ABS 交易，這些交易來自不同的規模、期限和信用等级，總發行量超過 94 億美元。另以美國馬里蘭州的 Hannon Armstrong Sustainable Infrastructure 為例，該公司於 2013 年 12 月發行了一檔 1 億美元的混合型低碳資產抵押證券，此次發行的信用基礎來自於 100 多個風能、太陽能和能源效率等專案的現金流量，所有專案均具有投資等級的信用評等。這顯示出，具有信用評等的綠色資產，通過金融資產證券化，可以幫助發行人更容易地在分散的氣候投資市場上實現規模化募資。

另外在我國的 2050 淨零排放路徑中，「能源轉型」扮演著關鍵角色，其中再生能源裝置容量將持續擴大。根據規劃，到 2050 年太陽光電目標將達到 40 至 80GW，離岸風電目標將達到 40 至 55GW，再生能源的發電占比也將超過 60%，可預期再生能源領域將有大量的資金需求。以離岸風電為例，前兩階段為「示範風場」和「潛力場址」，裝置容量達到 5.7GW。接下來的第三階段為「區塊開發」，預計於 2026 年至 2035 年期間釋出 15GW 的裝置容量。然而，由於離岸風電建置成本高昂，扣除開發商自籌款項後，未來 10 年仍需要超過新台幣 2 兆元的資金。因此，開拓多元的籌資管道是極其重要的，以協助產業順利籌措所需資金。

就資金活化的角度而言，借鏡國外成功案例，金融資產證券化是可以活絡現有債權並釋出資金以支持第三階段區塊開發離岸風電籌資的方法之一，美國太陽能及混合型低碳資產抵押證券化商品的成功案例值得參考。

資料來源：The Brainsights, European Banking Authority

## 除聚焦淨零耗能建築，老舊房屋能源效率提升亦不可忽視

聯合國 COP26 喊出的 2050 淨零碳排目標，佔全球碳排近四成的建築業面臨極大挑戰，從前期的綠建築，到近期的淨零耗能建築 ( Nearly Zero Energy Building )，皆圍繞著新建物如何為環境帶來最小衝擊，如瑞典打造全木造建築物，除解決使用水泥帶來的高碳排問題，木造建築亦可進行固碳，將環境衝擊降至最低。另外香港也改變建造流程，先將不同構造的物件組合起來再運送，增加建物完成效率，減少廢棄物排放。然而淨零耗能建築在全球僅佔少數，其衍生的議題是既有建築因老舊所帶來的環境汙染問題亦不可忽視。

荷蘭政府自 2012 起開始發展「建築能源效率分級」，以因應極端氣候帶來的生活衝擊，能源效率高的建築具有高韌性面對氣候變遷，例如良好的隔熱材質能確保房屋冬暖夏涼減少能源消耗。分級是透過不同的評分項目將建築能源效率由高到低分為 A 到 G；若房屋自住，獲得越高等級能享有水費、電費等能源費用優惠；若計劃購屋，購買等級越高貸款方案則越優惠；若租賃房屋，在租房網站上房東依規定必須放上評分結果，低分的項目也要補充說明未獲高分的原因，藉此鼓勵租客選擇能源效率較高的物件，且享有能源費用優惠。



自 2023 年開始，荷蘭政府規定新建的建築能源效率分級必須達到 C 級以上，藉此確保新建物都能減少對環境的衝擊，預計在 2028 年，將更進一步針對分級落在較差的 E、F、G 將被禁止租賃，藉此推動能源效率低的建物進行調整，減少碳排與污染，預估將有 580,000 套建物受到衝擊。

在高達九成皆為老舊房子的台灣，勢必面臨需協助老舊房子面對極端氣候帶來的衝擊，透過公權力的介入，因此台灣 2050 淨零排放路徑也有針對建築提出達成目標，希望在 100% 新建築及 85% 的既有建築要達到近零碳建築，提升建築能源效率，減少不必要的能源廢棄物產生。

資料來源：NL Times , Business.gov.nl



## 以廣告串聯國界 透過媒體加速推動全球永續發展

來自英國的 Global Good Awards 成立於 2015 年（前身為 National CSR Awards），旨在表彰世界各地推動社會和環境變革的企業、非政府組織、慈善機構和社會企業。其中，年度公司獎特別表揚負責任的企業，結合其本業核心價值對永續發展作出可靠及以結果為導向的承諾。2022 年度公司銅獎頒給了來自日本的電通（Dentsu），成為目前唯一一家獲得該獎項的行銷與廣告服務公司。

創立於 1901 年，電通是目前日本最大的廣告公司，國際市場範圍涵蓋超過 145 個地區，推動全球性地永續專案，促進更具永續性的媒體市場，因此獲得該獎項的認可。此外，電通也聯手英國布里斯托大學（University of Bristol）及其他創新媒體公司，共同打造 DIMPACT 計畫，設計一套工具計算與數位媒體內容相關的溫室氣體排放量，以該工具評估客戶數位媒體策略的碳排放量，並幫助制定低碳替代方案。該計畫成功於 2021 年發布第一階段成果，同年，電通成為英國降低廣告業帶來負面環境影響倡議計畫 AdGreen 的創始成員，透過評估廣告行業生產活動的碳足跡，消除創意製作對環境的影響。

在廣告本業裡，電通持續透過與各大國際企業合作創造社會影響力。2021 年，攜手瑞典家居品牌宜家家居（IKEA），將近年來推動過度且不必要消費的「黑色星期五」結合永續消費的概念，打造「綠色星期五」企劃，針對使用過的產品開展促銷活動，透過二手家具銷售服務幫助消費者參與循環經濟。此外，電通也與星巴克合作，推出地球月遊戲 APP，獎勵會員們透過每週一次的拼圖遊戲了解更多永續相關知識，每過一關就能投票決定星巴克種下 25 萬棵樹木的地點，還有機會獲得友善環境的獎品，例如電動自行車、咖啡杯等。隨著超過 250 萬個永續獎品的發送，代表著生物多樣性、人造林、乾淨水資源和氣候穩定等議題，人們的參與度及教育認知都有不斷提升。

2021 年電通發布 2030 永續策略，透過 DIMPACT 數位追蹤碳排放系統持續打造更永續的環境，希望在 2030 年前達成零碳排的目標，並且利用電通的全球影響力和專業知識打造「好的媒體」，透過全球旗艦學校計畫支持、培養這世代年輕人成為有能力的數位公民，期望能以媒體的力量快速、大規模的為永續盡一份心力。

資料來源：Dentsu Group Inc.



## 多面向實踐職場的多元共融 美國資產管理公司於金融科技服務公司中脫穎而出

根據波士頓顧問公司 ( Boston Consulting Group ) 於 2017 年的《多元性與創新調查》，擁有多元文化執行團隊的公司，其營收相較於一般的平均值提升 30%；麥肯錫顧問公司 ( McKinsey & Company ) 2020 年發布的調查顯示，相較於缺乏性別多元性的公司，具性別多元性，如女性高級主管比例高的公司，在表現方面可達 48% 的顯著差異。

除了環境面向，越來越多企業關注社會面向中的共融、多元與公平性 ( IDE · Inclusion · Diversity · Equity )，著手打造更多元的職場環境。全球資產管理公司領導品牌之一的美國 AllianceBernstein，致力於培養多元的觀點、廣納多元的人才，希望營造一個充滿活力、賦能的環境，並讓員工感到受到重視、受到公平對待；已連續七年在人權運動基金會 ( Human Rights Campaign Foundation ) 的企業平等指數獲得滿分。

該公司廣泛實施各種多元化策略與專案，在各州建立了全球多元化委員會，透過多元化招聘、各級權責制與人才多元發展策略三大策略實踐 IDE。多元化招聘方面實施新的招聘流程，不分任何種族、宗教、國籍、性別、性別認同等，並與 Girls Who Invest, Year Up, Cristo Rey Network 等非營利組織合作，開發暑期領導力計畫，招聘年輕、身分未被充分代表的相關人才，以期組成多元化的團隊。

各級權責制與人才多元發展面向，會對所有員工實施相關培訓，設置 IDE 研討會，以及為期六個月的輔導計畫，將女性、不同種族，或身分認同的員工與資深副總裁配對，提供職涯發展輔導與討論。針對領導階級，設置共融領導力培訓計畫，協助他們檢視領導行為將如何產生影響，多面向實踐公司的多元化、公平和包容。

除了針對企業內部的相關策略，為了支持實踐 IDE 的企業，更推出「AB Diversity Champions Equity Portfolio」，使用專門的框架來評估企業的共融、多元與公平性，將表現良好的公司選入投資組合。目前主要分布投資於科技、金融服務與健康照護相關產業，例如信邦電子股份有限公司、友邦保險控股有限公司等。

在多面向的努力下，AllianceBernstein 新招聘的員工高達 39% 的種族多樣性，而董事會的性別、種族、性別認同等多元化也達 45%，更於 2022 年 The Everest Group 調查中，根據員工滿意度、工作環境與職涯機會等面向進行評選，獲選為大型金融科技服務公司中第一名，將能有效提高員工對公司的忠誠度與吸引人才。

資料來源：AllianceBernstein, McKinsey & Company



## 傳統飲食變身風格餐飲 台東青年以便當創造家鄉永續契機

2022 年地方創生年度盛事「台灣地方創生年會」於台東縣舉行，並透過第二屆「地域振興大賞」表彰 11 組優秀的地方創生團隊。其中，來自台東卑南鄉建和部落的「草地部落便當」團隊以極具在地風土特色的傳統美食榮獲「風格餐飲獎」，然而美食背後，實則隱含著一群部落青年對家鄉的憂心與期許。

位於台灣東南隅的台東縣，擁有全台第三大的縣境面積、得天獨厚的自然環境、豐饒的土地資源與多元的人文風貌。然而，因交通偏遠且人口分佈不均，台東縣長期面臨資源流通、社區照顧的困難，而青年人口外移，更加劇當地少子化與高齡化的問題。因此，如何吸引青年返鄉，同時提升社區照護的能力，即成為台東各鄉鎮發展的重要課題。

來自台東卑南鄉建和部落的青年潘晨綱，在創造青年返鄉機會、推動部落產業及照護家鄉老幼的使命感驅使下，以部落族人多有擔任廚師經驗的優勢，與在地青年組成團隊，並於 2019 年推出以部落傳統飲食文化為核心的「部落草地便當」。不同於市面一般便當，「部落草地便當」主打在地食材，例如以假酸漿葉包裹、內餡為醃漬鹹豬肉丁、蘿蔔乾、香菇等配料的米食「阿粳」、洛神花醃漬物、當地時令野菜等組成的便當；過往用於傳統歲

時祭儀與宴席的酸筍湯、黃荊紅茶；以及採用在部落傳統中具有重要地位的「荖葉」所製成的荖葉麵包等具有特色的產品。

潘晨綱認為，部落青年並非無意返鄉，而是因為當地的職涯發展路徑有限，欠缺較具規模性的產業提供青年發揮的舞台。而「草地部落便當」的理念，即是希望透過農作、生產與消費的過程，重振部落產業、創造工作機會，也讓逐漸流失的傳統精神文化得以被傳承和延續。如今，團隊已成功研發 10 種以上結合傳統與創新的產品，除了提供便當預訂服務，也在台東文創基地「鐵花村波浪屋」成立主打荖葉烘焙的「部落草地實驗室」。未來，他們還規劃與部落小農契作，輔導小農朝友善種植農法轉型，以及與拼布、藤編工藝師合作，設計兼顧美觀和環保的便當盒，希望透過傳統美食的服務，帶動部落文化經濟產業鏈。

資料來源：眼底城事 · Shopping Design



## Contact us



### 黃正忠 Niven Huang

安侯永續發展顧問(股)公司

董事總經理暨 KPMG 氣候變遷與企業永續服務亞太區負責人

T: (02) 8101 6666 ext.14200

E: [nivenhuang@kpmg.com.tw](mailto:nivenhuang@kpmg.com.tw)



### 侯家楷 Jeff Hou

安侯永續發展顧問(股)公司

社會企業服務團隊 協理

T: (02) 8101 6666 ext.15177

E: [jeffhou@kpmg.com.tw](mailto:jeffhou@kpmg.com.tw)



### 李若寧 Ning Lee

安侯永續發展顧問(股)公司

社會企業服務團隊 經理

T: (02) 8101 6666 ext.18236

E: [ninglee@kpmg.com.tw](mailto:ninglee@kpmg.com.tw)

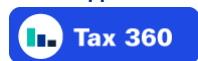
## Key links

- [ESG 服務](#)
- [社會企業服務團隊](#)
- [Social Enterprise Service](#)

[kpmg.com/tw](http://kpmg.com/tw)



KPMG Apps



KPMG Campaigns



本電子報發送自 KPMG 安侯建業聯合會計師事務所。服務據點：台北市 110615 信義區信義路 5 段 7 號 68 樓(台北 101 金融大樓)。請進入 [KPMG Campaigns](#) 平台管理您的訂閱。或點擊連結[退訂此電子報](#)。

You have received this message from KPMG in Taiwan. To manage your subscription, please log in to the [KPMG Campaigns platform](#). If you want to unsubscribe, please [click here](#).

If you have any questions, please send an email to [Joy Lin](#).

© 2023 KPMG Sustainability Consulting Co., Ltd., a Taiwan company limited by shares and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.