



Social Enterprise eNews

社會企業電子報



Nov 2022 | Social Enterprise

社會企業電子報

目錄

KPMG 社會創新 - 視野眺望臺

[讓永續風險也能變現創造商機](#)

國際趨勢

1. [德國打造 100%零浪費循環綠建築 用多種木材設計未來商辦新趨勢](#)
2. [打造可負擔的心理健康醫療 MyMind 推暖心服務撫慰愛爾蘭人](#)
3. [跨國食品大廠推生態系統基金 創造經濟與社會影響力雙贏](#)
4. [用冰淇淋改變世界 Ben & Jerry's 對企業社會使命的堅持](#)
5. [雲林醬油廠三代的未來餐桌計畫 打造米其林等級醬油蔬食饗宴](#)
6. [八百金實踐環境與人共好 以流域收復打造永續茶葉品牌](#)

KPMG 社會創新 - 視野眺望臺

讓永續風險也能變現創造商機

安侯永續發展顧問股份有限公司 黃正忠董事總經理、侯家楷經理、姚馨婷顧問

過去幾個月，美國對於巴黎氣候協定的態度令人捉摸不定，但這絲毫未影響國際上對於使用再生能源的響應。例 KPMG 今 (2022) 年與 CREAT-Research 及特許另類投資分析師協會 (CAIA) 共同發布《資本市場能拯救地球嗎?》調查報告，其針對 90 家捐贈基金、退休基金、多頭資產管理公司、另類資產管理公司進行訪談調查，旨在探討氣候議題將如何影響資本市場，並同時思考資本市場能如何發揮影響力。

該報告指出，由於氣候變遷的衝擊持續加強，其風險累積到一定的程度時，將會使金融體系服務量能低於總體經濟所能承受的範圍。因此，為降低在氣候變遷所產生的投資風險，除應驅使排碳大戶產業的減碳，亦可藉由發展與環境永續相關的投資及強化基礎設施投資來回應氣候變遷議題。

而針對受訪者參與氣候投資時的期待進行調查，發現有 66% 的受訪者認為參與氣候投資將可以有效控制投資組合的長遠風險，而有 70% 的受訪者則看準氣候投資將會帶來長期的報酬。由此可知，氣候變遷已迫使投資信念產生新的轉變，國際投資人看待氣候風險議題，已不僅限於風險控管的角度，而是開始看見背後的投資機會，並嘗試積極參與，若持續忽略外部的負面衝擊，一味地以過去的經驗進行投資，將可能錯過未來有利的投資機會。

然而，不只氣候變遷議題受到重視，社會風險所帶來的衝擊也不容小覷。根據該報告的調查發現，因為 Covid-19 全球新冠疫災的爆發，反而促進了世界各國共同努力面對氣候變遷，並向資本市場發出正面訊號的可能性為「高」及「中」的受訪者分別佔 21% 及 44%，其餘 35% 的受訪者則認為疫情讓人們更加注重社會問題，而非環境問題。

此結果亦回應到 KPMG Taiwan 今 (2022) 年 8 月發布的《臺灣永續風險大調查》，其針對臺灣的企業、工商團體、使命型組織 (社會企業、非營利組織、合作事業)、學術研究等跨界利害關係人進行調查，並盤點出臺灣前十大永續風險。其中，「超高齡化」與「少子化」議題竟高居前二大，另外，「經濟不平等及貧富差距大」與「缺乏居住正義」亦名列前十名。由此可知，不僅是逃不掉的環境風險需要積極面對，許多我們想不到的臺灣潛在社會風險竟已逼近眼前，包括心理健康惡化、勞動條件惡化等社會面的風險都有可能帶來嚴重的衝擊。因此，投資人除了須積極地回應氣候變遷對於投資部位可能形成的風險與機會外，社會風險將是另一個須嚴正以待的問題。

目前已有不少企業開始積極的回應臺灣所面臨的社會風險，並從中挖掘潛在的商業機會。像是專營不動產包租代管服務的「幸福久久窩」便是一例。根據國發會的統計，臺灣即將於 2025 年進入「超高齡化」社會，未來的租客年齡組成亦有可能受到影響，然目前全台有過半的房屋為屋齡超過三十年且沒有電梯的老公寓，且臺灣租屋市場對於中高齡租客相對不友善，「幸福久久窩」近幾年便試圖翻轉租屋市場對高齡者的排擠現象，看準臺灣未來租客年齡層的提升以及高齡者的租屋需求，開始與許多歇業的旅館洽談包租代管服務，將其打造成適合全齡租客居住的空間。「幸福久久窩」目前已有兩個整棟式的全齡友善住宅，皆於開幕當月便滿租，今年更攜手高雄醫學大學附設中和紀念醫院、英華達的智慧醫療裝置品牌「全家寶」，於全齡友善住宅中導入「遠距健康管理服務」，持續完善高齡友善的居住環境。

當永續風險成為不得不面對且必須積極回應的議題時，資本市場除了從風險控管的角度思考資金運用與投入的領域外，亦可藉由看見永續風險背後的解方，進而挖掘投資機會。此外，氣候變遷等議題雖為目前最受矚目的投資風險與焦點，仍不可忽視社會風險可能為投資部位帶來的正負面衝擊，資本市場應同等重視環境面與社會面的永續風險與機會。



國際趨勢

德國打造 100%零浪費循環綠建築 用多種木材設計未來商辦新趨勢

根據聯合國環境規劃署 (United Nations Environment Programme, UNEP) 今 (2022) 年提出的「Global Status Report for Buildings and Construction」報告指出，建築與營建業產生的碳排放約佔全球的 37%。其中約 74%與能源使用相關，26%來自建材以及建造階段的碳排放，因此要達到聯合國 2050 年建材淨零碳排的目標，需要思考建築的整個生命週期，從提高能源效能與減少建材碳排兩方面因應。

預計將於明 (2023) 年完工的 The Cradle，是德國杜塞道夫 (Düsseldorf) 第一座由多種木材混合建成的辦公大樓，包含約 6,600 平方公尺的辦公空間以及 600 平方公尺的美食區，皆遵循搖籃到搖籃 (Cradle to Cradle, C2C) 的方式設計與建造。C2C 是在產品設計之初，即構想如何使其循環回到製造端繼續運用；因此 The Cradle 大量使用仿生的設計方法，使 97.7%的建築物材料經使用後，能返回循環重複運用以減少碳排，將不可回收的材料用量降至最低。

The Cradle 將所有材料的特性通過 3D 建築資訊模型 (BIM) 記錄於建築護照中，不只可以規劃最佳的材料選擇，也能提供精確資料於拆除再利用。而混凝土與鋼筋是造成碳排放較多的建材，The Cradle 使用 2,150 平方公尺的歐洲永續林業的木製材料，打造創新可拆卸的多種木材結構建築，替代 1,152,543 公斤的鋼筋混凝土材料，相較傳統建築減少 39%的二氧化碳，相當於 900 萬飛行公里 (可以環遊世界 224 趟) 的碳排。

除了環境減碳面向外，The Cradle 也致力打造共享經濟的空間，於一樓提供一系列充電站與共享汽車、自行車設施等，成為共享交通的發展中心，兼具環境、經濟與社會的創新辦公空間，創造健康與舒適的工作環境。

回顧 2021 年全球建築產業在改善其能耗的投資與融資相較去年成長約 16%，總額超過 2,370 億美元，更重要的是帶動永續或綠色認證之建築的投資。因此 The Cradle 採取搖籃到搖籃概念，以整個價值鏈與生命週期的角度進行創新設計，能賦予建築物更多價值並從源頭解決問題。

資料來源：UNEP, HPP Architekten, The Cradle

打造可負擔的心理健康醫療 MyMind 推暖心服務撫慰愛爾蘭人

根據世界衛生組織 (WHO) 2022 年發布的「世界心理健康報告 (World Mental Health Report)」，COVID-19 疫情爆發前，全球約有近 10 億人患有心理健康疾病，在疫情爆發後的第一年，憂鬱和焦慮發生率提高 25%，大約每 8 人中就有 1 人患有心理健康問題，呼籲各國應該要在心理健康上投入更多資金與資源。

在愛爾蘭，全國約有 17%的人口由移民組成，時常面對心理醫療服務時可能會遇到語言或溝通障礙，而面對這樣的問題，MyMind 是愛爾蘭第一個關心該議題且規模最大的心理健康照護組織，目前在全國有 5 個據點，有多達 140 名的心理醫療專業人士，來自不同國家和種族背景，提供 10 種多不同的語言服務，針對個人、兒童與青少年、伴侶或家庭提供不同諮詢與心理治療，採取實體或線上的方式進行，連接大眾與專業的心理健康人員。

在過去，心理醫療服務大部分資源會分配給較極端或嚴重的病例，處於輕度或中度階段者較難獲得專業上的支持，或是因污名化不願接觸諮詢；因此 MyMind 希望藉由該平台，讓每個人都能直接且平等的獲得可負擔的心理健康支援，並且破除精神疾病的污名化。

為了讓每個人都能平等使用心理醫療服務，MyMind 將從全額付費客戶收取到的費用，用於支持學生、失業者或退休人員，降低其費用使其能夠負擔。另外，他們也發現疫情後，民眾對心理健康服務的需求急遽增加，線上需求飆升 600%，2022 年更與當地衛生局合作，針對長期受 COVID-19 影響及受烏俄戰爭影響者，提供 500 次的免費諮詢。

自 2006 年以來，MyMind 對 35,678 個客戶產生了直接的影響，2021 年達 45,188 人預約，完成了 38,478 場諮詢，較 2020 年增長 27%。心理健康問題已經是現今不可忽視的議題，MyMind 透過多元的服務內容與方式，以及降低費用或免費的諮詢專案，讓更多人能及時享受心理醫療服務，減少服務取得障礙。

資料來源：MyMind, European Commission

跨國食品大廠推生態系統基金 創造經濟與社會影響力雙贏

根據全球影響力投資網絡 (Global Impact Investing Network · GIIN) 最新發布的估計，整體衝擊投資市場規模在 2021 年已經達到 1.164 兆美元，其中，「企業衝擊投資」是衝擊投資市場的重要成長動能之一。當各大企業爭相進行企業衝擊投資投入永續發展的行列時，1919 年成立於西班牙的跨國食品公司—達能集團 (Danone)，已經有 70% 的旗下公司、品牌得到 B 型企業 (B Corp.) 的認證。他們認為地球的健康與人類的健康息息相關，因此透過推廣更健康、永續的飲食方式，同時達到經濟及社會影響力的雙贏。

達能集團總共有三個社會創新基金，分別為 Danone Communities、Livelihood Funds 以及 Danone Ecosystem Fund (以下簡稱 DEF)。其中 DEF 成立於 2009 年的金融危機，CEO Franck Riboud 認為「維護好經濟和社會環境的生態系統，才能創造更穩定的生產供應鏈。」因此宣布達能要對當地的生態系統進行重大投資。DEF 目的在於催化並開發對達能集團營運生態系及公共利益有利的項目，透過創建顛覆性的商業模式，以投資具有社會、環境、健康正面影響力的項目，達到加強包容性和環境可持續性的效果，並且提供組織專業知識、技術專長和融資支持，同時正向回饋到達能集團自己的生產生態系統。

截至目前，DEF 參與的專案遍及 36 個國家，總計投融資了 97 個項目，而且規模超過 20 億歐元。過程中創造了超過 6300 個工作機會，總計超過 530 萬人直接、間接受惠。此外，DEF 對於環境的正面影響力更是不容小覷，如 2017 年開始執行的 “ LES 2 PIEDS SUR TERRE ” 專案，DEF 攜手 Danone Produits Frais France、Les prés riant bios、Idele (法國畜牧研究所) 以及 MiiMOSA (致力於農業和食品的募資平台)，共同支持法國酪農業減少碳足跡和改善土壤健康，同時提高他們的競爭力，並提升農業的公共形象。至今透過進行超過 1600 次的碳診斷來測量牛奶的碳足跡並提高農民的意識，並且執行進一步的碳診斷支持農民確定具體的減碳項目。此外，DEF 也藉由實施數位合作募資解決方案，提供逾 150 位農民技術和財務支持。

農業是食品業永續發展的核心，全球有 1/3 的人以農業為生，因此，為了減少貧困和不平等，農業將會是強而有力的手段。農業造成了大約 1/3 的人為碳排放、70% 的全球用水和 75% 的森林砍伐，面對這樣的負面外部效果，DEF 與其合作夥伴一起努力為農民賦能，幫助他們建立尊重和保護自然資源的韌性農業模式，在致力於解決環境問題的同時，創造對於達能集團生產生態系的正面回饋。

用冰淇淋改變世界 Ben & Jerry's 對企業社會使命的堅持

2021 年 Ben & Jerry's Ice Cream (以下簡稱 B & J) 以不符合公司價值為由，宣布不在以色列巴勒斯坦占領區販售冰淇淋，引起國際社會的軒然大波。B & J 是一家美國佛蒙特州的冰淇淋公司，由 Ben Cohen 以及 Jerry Greenfield 於 1978 年創立，該品牌一直是企業界致力於環境及社會議題的先驅，透過各種層面促進人權和尊嚴，支持被邊緣化社區的社會和經濟正義，並保護和恢復地球的自然系統。

為了資助美國各地致力於促進社會變革的組織，他們在 1985 年公開發行股票的同時也成立了 Ben & Jerry's Foundation，並決定將公司每年度稅前利潤的 7.5% 用於慈善事業。基金會與公司合作，透過讓員工了解資金的運用，使他們成為基金會的資助來源，並且捐贈給佛蒙特州社區組織，提升企業所在地的社區福祉。最重要的是，B & J 基金會平均每年提供 20,000 美元的贈款給全美各地的草根組織及運動，以此改變不平等的潛在條件，打造更公平正義的社會。

除了成立基金會外，B & J 運用商業聲音將非營利組織的努力放大宣傳，如在 2019 年與 The Advancement Project National Office 這個多種族民權組織合作推出了名為 "Justice ReMix'd" 的新口味，藉由贈送冰淇淋以引發社區對話等合作倡議活動，期盼能終結破碎刑事法律體系中的結構性種族主義。隔年 (2020)，B & J 宣布加入 "#StopHateForProfit" 活動，停止在美國的 Facebook 和 Instagram 上投放付費廣告，並要求 Facebook 「採取該活動要求的明確行動，以阻止其平台被用來傳播和放大種族主義和仇恨。」

誰能想到，一支簡單的冰淇淋，竟從原料採購的廠商到商品承裝容器的環保都設有嚴格的標準，並且自 1989 年開始每年發表社會與環境評估報告 (SEAR)，因此 B & J 有「社會責任冰淇淋」之稱。B & J 對品牌核心價值的高度堅持，使他們在 2000 年被聯合利華公司併購時，訂定了「母公司不得干預其社會使命」的併購條款。成立 40 多年以來，B & J 努力不懈地支持各項社會與環境議題，相信他們在未來可以帶領企業界一起打造平等、共好的社會。

資料來源：Ben & Jerry's, Ben & Jerry's Foundation

雲林醬油廠三代的未來餐桌計畫 打造米其林等級醬油蔬食饗宴

雲林是台灣的農業首都，全台灣有許多的農產品都來自於雲林，有些農漁牧產品的數量甚至是全國之冠，而其中一個特產農作物是醬油，因為雲林有豐富的醬油原料「黑豆」，也有足夠的土地面積能夠建立醬油工廠，因此「傳統醬油」能夠在雲林大放異彩，雲林縣西螺鎮甚至有「台灣醬油的故鄉」的美稱。

雲林西螺的醬油老品牌「御鼎興」成立超過一甲子，以手工柴燒黑豆醬油為名，在國內掀起食安風暴時，御鼎興因特殊的手工柴燒製作而帶來不錯的銷售成績，而後便由第三代製醬人謝宜哲和謝宜澈兩兄弟接手，堅持古法釀造也同步進行品牌形象重塑再造。然，兩兄弟接手後便面臨到銷售瓶頸，品牌轉型在社群行銷上叫好卻不叫座，這也讓他們開始思考醬油產業能提供給消費者的創新價值。於是，自 2017 年起，兩兄弟開始定期邀請

親朋好友到家裡「吃飯」，品嚐台灣傳統醬油搭配在地食材的饗宴，也創造能與消費者面對面互動的機會，「飛雀餐桌計畫」因此而生。

「飛雀餐桌計畫」取名自 Future 的諧音，希望能在餐桌上促進人與人之間的交流，除了能夠更了解消費者之外，也希望凝聚西螺在地共識，並強化青年的在地認同，找到雲林西螺與青年未來能走的路。因此在餐桌上，所有的菜餚以西螺特產醬油為主軸，串聯西螺與西螺周邊的小農、加工業者與小店產品，搭配米其林等級廚藝做出全醬油蔬食菜餚，此外，也會邀請這些在地夥伴共同參與餐桌計畫讓與會者對他們有更多認識，進而鼓勵或幫助更多返鄉創業的青年或小店。「飛雀餐桌計畫」發起至今已五年，舉辦超過 150 個場次，有超過 5,000 人次曾品嚐在地醬油蔬食饗宴，而在這些場次中已累積近 30 組雲林各鄉鎮的生產者加入，使餐桌計畫就像個小型的在地食物創作者聯盟，透過菜餚轉譯在地風土民情，打造獨特的「雲林體驗」。

「一瓶醬油，一輩子的情分」是御鼎興一直以來的標語，謝宜哲和謝宜澂兩兄弟透過打造「飛雀餐桌計畫」，讓傳統醬油產業的深邃文化展現全新的體驗與價值，也為雲林帶來不一樣的在地發展可能，餐桌只是作為一個媒介，而餐桌上眾人們的交流和互動將會是大家一輩子難以忘卻的記憶和情分。

資料來源：飛雀餐桌行動 Future Dining Table

八百金實踐環境與人共好 以流域收復打造永續茶葉品牌

亞太社會創新合作案例專欄 第十八篇

本系列特別分享由經濟部中小企業處主辦，KPMG Taiwan 執行之「亞太社會創新合作獎 (Asia Pacific Social Innovation Partnership Award) 得獎創新合作案例，主題橫跨「環境永續」、「社會共榮」、「經濟共融」三類別，四年來，已吸引超過 23 國共 270 件申請案例。

根據德國聯邦環境與自然保護聯盟 (BUND) 和德國農藥行動網絡 (PAN Germany) 等單位聯合出版的《2022 農藥地圖》(Pestizidatlas 2022) 指出，全球農藥使用量自 1990 年以來增長了 80%，致使農業區附近水域農藥污染尤其嚴重。聚焦臺灣，地方的農田生態系不僅是當地居民生產糧食與經濟作物的農地，亦是提供諸多野生動植物棲息的環境。

過去以茶產業為主的新北市坪林即是擁有豐富農田生態系的區域之一，為穿山甲、臺灣藍鵲等珍貴物種的棲地，但這樣的榮景卻也壟罩在農藥污染的陰影下，近年茶農過度依賴化肥與農藥以提高產量，無形中也讓毒素累計在土地與物種中。再加上隨著 2006 年雪隧開通，也使得過去扮演北宜公路中繼站角色的坪林，觀光人潮遽減，對當地茶產業造成相當大的衝擊。

在這樣的發展衝擊下，「八百金股份有限公司」創辦人黃柏鈞卻從危機中看到一線曙光，決定帶領坪林走向環境友善農業的轉型之路。黃柏鈞於坪林地區推出「流域收復—規劃式契作」的生態與農學共存之生產模式，以全坪林產出、不施農藥與化肥、環境友善耕種為核心理念，從北勢溪三個支流集水區為起點，建構整合上游集水區農家成為「無農藥的流域」，並以氣候智能農業監控茶園氣候條件，產出「臺灣藍鵲茶」茶品、「石虎米」等農產品牌，讓生態環境與農村經濟共存共榮。產銷方面，除透過建立自有品牌提升作物價值，讓更多年輕人參加環境友善耕作，並以「讓消費者深入農家體驗」的觀光模式，提升消費者對產地的認同。

臺灣藍鵲茶不僅鼓勵農民停止使用化學肥料，也結合觀光推廣在地茶葉文化，提升農業附加價值，更保護了生物棲息地與環境水質，實踐聯合國永續發展目標第 12 項「責任消費與生產」，建立了對於地方更永續的生產模式，也與 SDGs 第 15 項「保育陸域生態」產生高度連結。從八百金的創業案例中，我們看見一間社會創新組織如何深耕地方，找回人與人、人與土地之間的連結，透過友善耕作成為環境的守護者。

資料來源：Pestizidatlas, 臺灣生物多樣性網絡, 新北市觀光旅遊網, 流域收復 (臺灣藍鵲茶) 官方網站

聯絡我們

如您想了解更多 KPMG 社會企業電子報 之內容，或有任何問題與建議，歡迎聯絡我們及參考我們的網站。



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

+886 (02) 8101 6666 Ext.14200

nivenhuang@kpmg.com.tw



侯家楷 Jeff Hou

安侯永續發展顧問(股)公司 經理

+886 (02) 8101 6666 Ext.15177

jeffhou@kpmg.com.tw



李若寧 Ning Lee

安侯永續發展顧問(股)公司 副理

+886 (02) 8101 6666 Ext.18236

ninglee@kpmg.com.tw

Key links

— [社會企業服務團隊](#)

— [Social Enterprise Service](#)

管理您的訂閱 Manage your subscription

KPMG 台灣所提供數十種不同專業/產業領域之免付費電子報，提供您最新趨勢及洞察觀點，若需管理您的訂閱狀態，請登入 [KPMG Campaigns 系統](#)。

意見及諮詢 Inquiry/Feedback

我們誠心希望精心規劃的主題與內容能真正切合您的需求，您的意見與批評將是支持我們繼續努力提昇內容品質的動力。盼您撥冗賜教。[點此填寫回饋](#)

kpmg.com/tw



KPMG Apps



KPMG Campaigns



[Privacy](#) | [Legal](#)

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 [In-Charge](#).

© 2022 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.