



Social Enterprise eNews

社會企業電子報



July 2022 | Social Enterprise

社會企業電子報

目錄

【KPMG 社會創新 - 視野眺望臺】

[影響力投資 - 以非財務目標創造財務報酬的投資行為](#)

【國際趨勢】

- [柬埔寨社創組織用藝術教育帶動社區 為兒童與青年提供支持](#)
- [百年食品品牌串聯利害關係人 打造可回收包裝與永續農法](#)
- [歡迎光臨都蘭國 東台灣阿美族部落的美好國度](#)
- [科技巨擘回應本業 為社會與環境議題解方提供支持](#)
- [非營利組織攜手政府與企業開創道路安全新模式 減少印度致命路段傷亡](#)



KPMG 社會創新 - 視野眺望臺

影響力投資 - 以非財務目標創造財務報酬的投資行為

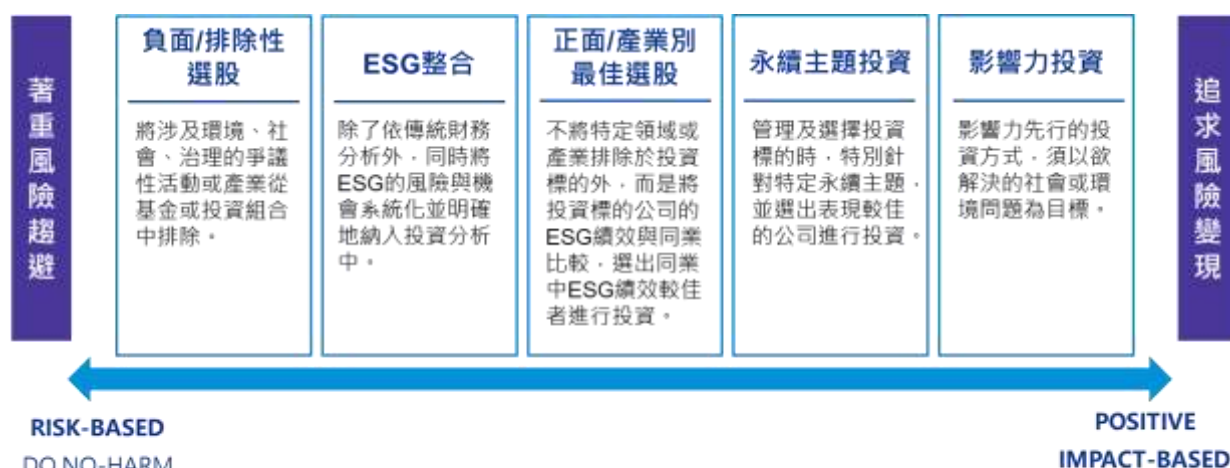
安侯永續發展顧問股份有限公司 黃正忠董事總經理、侯家楷經理、姚馨婷顧問師

當全世界從國家政策、商業運作到個人生活型態皆受到「世界不永續風險」的威脅，「永續」二字將重新定義未來好幾代人的科技文明、工作及生活模式，面對系統性轉型所需龐大的資金缺口以及迫在眉睫的永續轉型壓力，身為投資人該如何解讀這樣的訊號？

企業與永續發展委員會 (Business & Sustainable Development Commission, BSDC) 曾針對全球永續轉型市場進行估計，其中光是永續能源、城市發展、糧食與農業、以及健康照護四大關鍵經濟領域，預計就可創造至少 12 兆美元的商機。另根據 Bloomberg 於 2021 年發表的一項研究資料顯示，由於針對氣候變遷及其他社會

問題的擔憂，大量的資金持續湧入永續投資市場，刺激了整體市場的資金規模，預計到 2025 年全球 ESG 資產規模將有機會超過 53 兆美元。此外，近幾年國際的投資圈已開始興起一股影響力投資(impact investing)風潮，像是貝萊德集團、KKR 集團、合眾集團等均成立了相關投資團隊，或針對特定主題（如健康、社會福利和環境等面向）發行影響力基金或其他產品。根據 IFC（International Finance Corporation）出具的《Investing for Impact: The Global Impact Investing Market 2020》報告顯示，2020 年全球影響力投資市場的規模已達 2.3 兆美元，相當於全球資產管理規模的 2% 左右，且這個規模正在持續擴大。

「影響力投資」該怎麼定義？又怎麼實踐？以及與其他 ESG 投資有何差異？首先，根據全球影響力投資聯盟（Global Impact Investing Network, GIIN）的定義，影響力投資是指「有意為社會及環境問題造就正面的、可衡量的影響力，也同時創造利潤的投資」，其次，需要關注的重點則是，近年來雖然「影響力投資」逐漸成為一種新興的資產類別，但是「影響力」本身並不屬於資產的種類，而是一種「將影響力融入投資決策的管理方法」，因此，創造了什麼正面且可衡量的「非財務報酬」將是投資重點；同樣的，一般常見的「ESG 投資」，則是將 ESG 融入投資決策的投資方式，其大多是以「不造成社會或環境的負面影響為前提進行投資標的篩選」，由此可知，ESG 投資與影響力投資的關鍵差異在於，前者是從「風險管理」的角度出發，著重在風險趨避，後者則是從「解決問題」的角度出發，試圖挖掘潛在投資機會，進一步追求將風險變現。



資料來源：由KPMG進行整理，並參考OECD《Global Outlook on Financing for Sustainable Development 2021：A New Way to Invest for People and Planet》及GSIA針對永續風險分類的定義。

然而，要將風險變現的前提在於該投資標的確實可以對永續風險造成正面的影響力，換句話說，就是「必須要成為解方才有機會將風險變現」，因此，在將影響力納入投資決策的時候，其非財務目標的設定是否精準的對應到永續議題之中的根本問題，將是進行影響力投資時相當重要的一環。舉例而言，若投資人希望解決偏鄉地區經濟不平等的議題，並以「打造具備地方特色的經濟模型」做為使命，則其鎖定的社會影響力暨財務目標，可以考慮涵蓋服務的偏鄉地區數量、於不同地區所設計的地方特色產品種類、設計地方特色產品並提升其經濟價值（以銷售金額來衡量）、創造偏鄉地區就業人口之數量及其所獲得的經濟收益...等。這些指標將有助於釐清此影響力投資項目的潛在市場需求，以及預估未來營收成長性；在投後管理方面，也有助於投資方確認並持續追蹤該投資項目的商業模式確實有在解決其所關注之風險議題。因此，在進行影響力投資標的篩選時，須從解決問題的角度出發，聚焦在欲達成的正面影響力，並且精準的訂定影響力指標，以評估該影響力投資機會的可行性及潛在收益規模，挖掘並實踐可創造正面影響力同時兼顧財務報酬的投資機會。

(註：影響力投資已是廣為應用的中文名詞，但是本所認為改用「衝擊投資」應更能表達其創造力挽狂瀾效應的意義)

柬埔寨社創組織用藝術教育帶動社區 為兒童與青年提供支持

亞太社會創新合作案例專欄 第 12 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) 獲獎創新合作案例。此獎項旨在透過評選探索連動多元利害關係人的社會創新模式，並鼓勵更多有志者投入此領域；獎項包含環境永續獎 (Biosphere Sustainability)、經濟共融獎 (Inclusive Business)、社會共榮獎 (Social Prosperity) 及評審團特別獎 (Special Jury Prize) 等類別，四年來已吸引超過 23 國、共 270 件案例申請。

根據亞洲公益創投協會 (Asian Venture Philanthropy Network, AVPN) 報告指出，柬埔寨約有 450 萬人在經濟上處於弱勢，全國中學生畢業率僅 48%，遠低於東亞和太平洋地區國家的平均水準。而在柬埔寨的馬德望省 (Battambang)，兒童以及其家庭也面臨許多社會問題，例如兒童輟學、遭受家庭暴力、吸毒，甚至許多人被迫非法移民到泰國工作，長期面臨剝削和虐待。

柬埔寨藝術老師 Véronique Decrop 看到這樣的問題後，思考如何以自身專業創造改變，於 1994 年在馬德望地區成立非營利組織 Phare Ponleu Selpak，旨在透過藝術、教育讓青年和兒童獲得藝術培訓、社會支持與工作機會。Phare Ponleu Selpak 堅信藝術的力量是人類發展和社會變革的動力，長久以來持續將規模擴大到更多藝術項目，包括馬戲團、戲劇、舞蹈、音樂、平面設計和動畫等。

Phare Ponleu Selpak 因應社區需求開設免費幼兒園和圖書館，為弱勢兒童和貧困家庭提供社會支持，並發起兒童保護計畫，提供營養午餐、學習用品、生活津貼等資源，保障兒童的生存與教育權益。另一方面，Phare Ponleu Selpak 在當地開設視覺與應用藝術學校與表演藝術學校，教導學生繪畫、素描、馬戲團、戲劇、舞蹈和音樂等專業課程，培訓藝術相關人才。值得注意的是，表演藝術學校鼓勵學生投入當地觀光旅遊業，帶領遊客更深入了解柬埔寨的藝術文化，法爾劇團 (Phare The Cambodian Circus) 更成為觀光客至柬埔寨觀光必排行程。2021 年受到疫情的衝擊，法爾劇團理應無法照常演出，甚至可能造成收入銳減，Phare Ponleu Selpak 發起一場 24 小時持續演出的募款挑戰行動，由 88 名馬戲表演者、音樂家、畫家及舞者輪番進行現場表演與線上直播，募款總額達 127,000 美元 (約新台幣 377 萬元)，締造金氏世界紀錄。

現在，每年有超過 1,000 名學生在 Phare Ponleu Selpak 接受表演藝術、視覺藝術課程的訓練，也透過不同的計畫形式為 1,000 多個家庭提供社會支持。從此案例中，我們看見社會創新組織如何長期深耕社區，透過藝術與教育的力量，建立多元的支持體系，用以改善社會問題。

資料來源：Stevie International Business Awards, Asian Venture Philanthropy Network, Phare Ponleu Selpak Official Website



百年食品品牌串聯利害關係人 打造可回收包裝與永續農法

依據聯合國糧食及農業組織 (Food and Agriculture Organization, FAO) 於 2022 年 4 月發布的《農業與食品系統溫室氣體排放報告》，發現農業與食品產業溫室氣體排放量共 165 億噸，占全球總排放量 31%，其中食品供應鏈排放量位居第二高達 58 億。此外，因氣候變遷讓國際黃豆、玉米、小麥等原料產量縮減，加上因新冠疫情、俄烏戰爭相繼引發的國際原物料出口管制及全球通膨壓力，帶給食品供應鏈更多的難題與挑戰。

成立逾 150 年的全球食品龍頭廠商雀巢 (Nestlé) 於 2020 年底發布「淨零碳排放」路線圖，以 2018 年自身溫室排放氣體為基準，並依據最大宗碳排放量來源項目進行規劃，包含原物料採購 (71.4%)、產品包裝 (11.9%)，以此發展出達成永續農業與包裝的階段承諾及具體行動。雀巢承諾 2025 年達成 100% 包裝可回收

及可再利用，並減少 1/3 的原生塑膠使用，最終達成零廢棄物，並於 2030 年達成 50% 的主要原料採購來自永續農業。

為達成永續包裝承諾，雀巢去除產品外包裝塑膠亮膜、成為市場首家移除罐裝奶粉塑膠蓋及塑膠湯匙的食品廠商，並攜手利樂包裝全面以紙吸管代替塑膠吸管，目前已達成 76% 減塑目標。而台灣雀巢攜手食品包裝大廠開發及應用可回收食品包裝，讓過往不可回收的塑膠包裝轉為可回收並進入台灣的回收系統，預計今年將達成在地生產食品包裝 100% 可回收。

而永續農業方面，英國雀巢在英國食品產業減碳政策下，偕同各方利害關係人加速永續農業發展，例如與上游廠商共同開啟「小麥計畫」支持農民採用永續農業耕作。推動「咖啡永續計畫」提供農民農業實務訓練，此計畫實施後每噸咖啡生產量所使用的直接灌溉及生產用水量減少了 53%。透過投資 Landscape Enterprise Networks (LENs) 計畫，串聯在地社區消費者與土地管理者，建構出區域自治的友善農耕網絡，為東英格蘭的 32 名土地管理者和農民提供 980,000 英鎊（約新台幣 3,500 萬元），並影響 4,335 坪的耕種方式。

食品產業面對全球消費者、政策、供應鏈及資金投資等生態環境之變化，對碳中和、減碳或淨零等永續目標的關注及行動將有增無減。而食品產業如何與自身供應鏈及跨業跨領域互動及合作共創，將是驅動食品業革新的不二法則。

資料來源：UK FDF, Sustainable Marketing Initiatives



歡迎光臨都蘭國 東台灣阿美族部落的美好國度

都蘭是臺灣東部海岸南段最大的阿美族部落，以都蘭小書包、阿米斯音樂節、衝浪聖地等觀光資源頗負盛名，然如同大部分原民部落，都蘭亦面臨了人口外移、文化傳承斷裂、傳統價值式微問題，因此出現了由阿度蘭阿美斯文化協進會發展出的「都蘭國 (A'tolan Style)」品牌，本文將以 KPMG 地方創生三生構面（生命、生活、生意）帶你入境都蘭國！

「生命」構面表示地方能透過人與文化創造活力生命，都蘭部落是以阿美族為主的部落，隨著時間發展陸續有漢人遷入，近期更是成為藝術人口或外籍衝浪客的移居首選之一，在這樣的人口遷移情況之下，如何在原住民族本地發展與觀光人口發展間取得平衡，是都蘭的重要課題。為避免青年人口持續流失，部落成立了「社團法人台東縣東河鄉阿度蘭阿美斯文化協進會」，透過協進會與部落傳統組織進行部落青年文化訓練並鏈結旅外青年，至今已創造超過 600 位青年參與，並透過培育計畫挖掘 3 組深具潛力的地方創生事業單位。

「生活」構面表示當地地景與氣候能創建正向生活，2018 年都蘭部落以行政委託方式自國家機關退輔會獲得 40 公頃國有土地，期透過部落營運土地振興地方發展，這塊土地過去長期由企業集團承租，種滿尤加利樹和銀合歡樹等作物，隨著土地移交，地上作物也同步捐給部落，打造成進 10 公頃的「阿度蘭農場」。阿度蘭農場土地上原先種植大量尤加利樹，因植物天性易造成土壤貧瘠，透過部落接手管理後將尤加利樹轉化為經濟作物，控制種植數量以降低土壤危害，讓土地得以喘息，落實傳統領域土地自主管理，尤加利樹製成品也變成都蘭國特色產品。

「生意」構面為當地產業或特產足以創造嶄新生意，都蘭部落透過打造「都蘭國」品牌，將部落在地文化與地方資源轉譯成觀光體驗內容，希望提供消費者不只是單次性的文化體驗，並將觀光收入盈餘回歸部落文化儀式與部落住民急難救助、學子獎學金使用，創造地方自治的獨立自主性，成為「以部落為主體的社會企業」。2020 年舉辦「都蘭生活節」，為都蘭國第一場對外的大型活動，舉辦 60 場部落儀式、創生對談、部落音樂會、地方體驗、封街市集等活動，吸引超過 5,000 位「虛擬國民」取得都蘭國護照，一同入境這個美好國度。

都蘭在阿美語中是指「石頭堆砌的地方」，堆砌石頭形成一個美好國度需要眾人的共同努力，每位都蘭國國民都有機會成為都蘭部落的「關係人口」，當人們與地方建立的關係越來越深之後，便越有機會與地方產生連結進而留下。

資料來源：都蘭國



科技巨擘回應本業 為社會與環境議題解方提供支持

科技巨擘 Google 2005 年成立慈善組織 Google.org，期待運用科技本業優勢，透過技術專業與資金陪伴非營利組織及社會企業一同用創新方式解決社會、環境議題。其中「影響力挑戰 (Impact Challenge)」已執行多年，入選單位除獲得三年資金贊助外，也將擁有 Google 平台工具及相關支援，另 Google 內部員工可提出申請至入選組織進行 6 個月的技術支援。挑戰賽早期多以地區作為發起依據，近年 Google.org 嘗試以議題作為尋找社會解方之核心，如人工智慧、種族議題、COVID-19 等。

Google.org 自 2015 年起開始投入種族議題，累積 4,000 萬美元 (約新台幣 12 億元) 及 5 萬小時的公益時數，並利用其專業協助建立數據庫，蒐集各地警察種族偏見行為、判決案例等資訊，提供各地關注種族議題之資料參考，同時確保判決有其依據。而因黑人社區平均每 4 位女性便有 1 位男性伴侶進入監獄服刑，Google.org 也提供黑人女性社區支持網絡。

過去兩年世界經歷 COVID-19 大流行，Google.org 也針對三個面向進行協助，包含醫療、就業、教育，投入 1 億美元 (約新台幣 29 億元) 及 5 萬小時的公益時數。醫療層面協助無國界醫生建立模型追蹤病毒傳播即時數據，協助醫療資源匱乏國家掌握疫情動向；就業層面，隨著失業率攀高之際，向 15 萬人提供緊急現金援助；教育層面提供非營利教育組織 Khan Academy 遠距教學資金 100 萬美元 (約新台幣 2,900 萬元)、開設 20 種以上語言課程，每月共 1,800 萬人受惠，嘗試解決因疫情加劇的資訊貧窮問題。

最近則發起針對弱勢婦女與女孩議題的影響力挑戰，預計提供 34 個組織贊助資金，一共投入 2,500 萬美元 (約新台幣 7.5 億元)。獲選組織遍布世界各地，包含：協助女性難民、移民進入德國、奧地利、瑞士就業市場的德國 SPO(Social Purpose Organization) socialbee；培養女性設計思考能力、機械操作技能，以進入男性主導產業的約旦非營利組織 I Dare for Sustainable Development；協助女性習得數位科技技能，彌平科技產業性別鴻溝的法國社會企業 Social Builder 等。

除資金贊助之外，影響力挑戰透過 Google 的科技專業及資源，協助獲選組織以科技方式產出更具效率、低成本的營運模式，解決發展社會創新解方時的科技資源缺乏問題。透過專注於不同議題的非營利組織、社會企業窺見可解決之方式，結合本業優勢一同創造對社會、環境、企業、組織的多贏局面。

資料來源：Google.org



非營利組織攜手政府與企業開創道路安全新模式

減少印度致命路段傷亡

2022 年初，印度 48 號國道上一輛小轎車因駕駛瞌睡迎面撞上對向卡車，導致駕駛在內 5 人全數遇難。這樣的悲劇不斷在世界各地發生，根據世界衛生組織 (World Health Organization, WHO) 統計，每年約有 130 萬人死於交通事故，而擁有世界 60% 車輛數的開發中國家，承擔了高達 93% 的交通死亡數。這項議題在印度尤其

嚴重，在 2020 年，印度共有 36 萬起道路交通事故和超過 13 萬位死亡人數登記在案，其中，死亡人數更是佔全球道路交通事故的 11%。

如果我們可以預防這樣層出不窮的交通事故呢？印度非營利組織 SaveLIFE 基金會發起「零死亡廊道」計畫（Zero Fatality Corridor），攜手印度汽車製造商巨頭馬恆達集團（Mahindra & Mahindra）、印度馬哈拉施特拉邦政府與高速公路持有者馬哈拉施特拉邦公路發展有限公司，研究出適合開發中國家的一站式綜合工具包 Highway-in-a-Box，讓決策者根據所蒐集的數據策略性地針對工程、執法、緊急護理和教育四大方面進行有效部署，以減少高速公路上的死亡人數。

「零死亡廊道」計畫由馬恆達集團 CSR 計畫提供資金、志工、駕駛員研究等支持，透過政府提供道路事故數據定位出最容易發生擦撞的區域，並由擁有多多年道路安全工作經驗的 SaveLIFE 基金會主導，偕同法醫與警察進行實地調查。調查診斷出道路核心安全問題後，根據結果提出針對四個面向的具體改善措施，並與政府等合作夥伴將解決方案進行部署。此外，鎖定高速公路上 800 多起碰撞事故進行科學調查，揭示了造成此地交通事故的基礎設施、車輛和人為因素，並針對研究結果提出優化做法，如針對國家的道路工程解決方案、利用無人機識別違法停車車輛以防止追撞事故、將現行的「把救護車安置在收費站」做法改為轉移到更靠近危險地點的地方，使平均送醫時間從 35 分鐘縮短到 10 分鐘內，以加快緊急醫療響應速度等。

「零死亡廊道」計畫首先選定於一條繁忙卻惡名昭彰的高速公路—馬哈拉施特拉邦（Maharashtra）孟買-龐尼高速公路（Mumbai-Pune Expressway）實施，2016 年在這條路上因交通事故造成 151 人死亡，約每 2 公里有 3 人死亡，比印度全國水平還高上不少（每 2 公里 1 人死亡/年）。在「零死亡廊道」計畫開始後，孟買-龐尼高速公路交通事故死亡人數從 2016 年的 151 人下降到 2020 年的 66 人，下降率達 52%，車禍的嚴重程度（定義為每 100 起車禍中的死亡人數）也從 53.5% 下降到 24.8%。這項計畫成果顯著，也鼓勵了更多地區與路線採用此模式，如於馬哈拉施特拉邦再度攜手 Save LIFE 基金會串連印度福斯集團下的 ŠKODA 於其 48 號國道實施此計畫，從 2018 年的 268 人降低到 2020 年的 79 人，死亡人數減少了 54%。爾後，印度聯邦政府下的道路運輸和公路部（MoRTH）更是直接與 Save LIFE 基金會合作，預計擴展該模式到全印度最危險的 15 條高速公路上，增加整體印度道路安全性。可見此模式已達可複製性與可擴張性，為開發中國家道路安全提供新興指引方向。

資料來源：Stanford Social Innovation Review, Zero Fatality Corridor



聯絡我們

如您想了解更多 KPMG 氣候變遷及企業永續發展電子報 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

KPMG 安侯永續發展顧問（股）公司

董事總經理暨 KPMG ESG 亞太區負責人

+886 2 8101 6666 Ext.14200

nivenhuang@kpmg.com.tw



侯家楷 **Jeff Hou**

KPMG 安侯永續發展顧問 (股) 公司 經理
+886 2 8101 6666 Ext.15177
jeffhou@kpmg.com.tw



李若寧 **Ning Lee**

KPMG 安侯永續發展顧問 (股) 公司 副理
+886 2 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](#)

home.kpmg/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）。

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

© 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.