



CC&S Monthly Newsletter

氣候變遷及企業永續發展電子報



April 25, 2017 | Climate Change & Sustainability

氣候變遷及企業永續發展電子報

目錄：

【KPMG 永續風向前哨站】

企業永續經營關鍵在 ESG 投資

【專題報導】

抓住零售供應鏈中的綠色治理商機

【相關動態】

1. 綠色債券指數型基金 – 投資人的新選擇
2. 「透明度」為企業評核供應商的第四項關鍵因素
3. 好時公司藉由新的透明度工具 – 原物料來源地圖追蹤溯源原物料資訊
4. WBCSD 發布新指引以供執行長更了解如何檢視商業行動與全球永續發展目標 (SDGs) 的緊密連結
5. 貝萊德集團關注企業的氣候風險與董事會多樣性
6. 百威英博加入 RE100 · 承諾 2025 年之前 100%使用可再生電力

【KPMG 永續風向前哨站】

企業永續經營關鍵在 ESG 投資

陳富煒 | KPMG 氣候變遷及企業永續發展團隊 執業會計師
會計師公會全國聯合會 理事長

《巴黎協定》牽動全球產業布局，特別是公用事業、能源及電信產業中將《巴黎協定》視為商業風險或機會的比例最高，其他行業與氣候變遷及調適相關的商機也陸續浮現。既然低碳營運模式將成為企業永續經營關鍵，投資人也須審慎評估氣候變遷對投資產生的衝擊，並發展相對應的資產配置。顯而易見的，企業永續經營之關鍵將會是在 ESG 投資；根據全球永續投資聯盟 (Global Sustainable Investment Alliance, GSIA) 研究，當今全球 SRI (社會責任投資) 總資產規模已超過 21 兆美元，占全球總基金資產規模的兩成，年成長率達 61%。而且以往投資公司多只能進行被動性的「道德型投資」，例如不投資軍火公司、菸酒公司等，但現在透過主動的 ESG 分析，能將投資對象的 ESG 績效一併考量，作為未來投資的依據，並提供給基金經理人參考。面對全球資本市場的風向正在轉變，台灣的投資人應及早正視氣候變遷風險對資產的潛在衝擊，才能掌握投資商機；我國勞動基金運用局今年首度釋出 24 億美元委任代操機構進行 ESG 投資，可見台灣的資本市場也正隨著全球低碳投資趨勢逐步轉變。

此外，台灣亦可藉由國際組織或平台的指引協助，如低碳技術夥伴倡議 (Low Carbon Technology Partnerships initiative, LCTPi) 及氣候相關財務資訊揭露專案工作小組 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 等，推動商業模式轉型與跨界合作，並揭露氣候變遷相關的財務資訊，發展出新興型態的能源、基礎建設或物流運輸等不同行業的永續低碳解方。面對全球投資機構積極支持聯合國永續發展目標 (SDGs)，以及各項綠色金融工具的興起，傳統的投資思維將受到挑戰。迎接受限的未來，法規的支持、投資機構的引導，與企業的低碳轉型，是台灣企業能否永續成長的關鍵，企業與投資人都需要密切觀察 ESG 趨勢，才能降低風險、搶占永續先機。



【專題報導】

抓住零售供應鏈中的綠色治理商機

永續發展議題在現今的商業環境中備受重視，成為全球供應鏈中的核心要素之一。零售業與作為緊密連結消費者與製造產業 (如消費品、奢侈品、紡織品、鞋類及配件等) 間的管道，其中所觸及的永續議題既深且廣。2017 年 2 月 KPMG 發行「抓住零售供應鏈中的綠色治理商機 (Capitalizing on Green Governance in Retail Supply Chain) 」報告，根據實務經驗及專業分析，提出零售業如何藉由永續供應鏈管理，因應快速發展的環境及社會挑戰，達到兼顧環境、社會與經濟之三重盈餘。報告內容摘要如下。

零售業在價值鏈中可能遭遇到的主要全球風險包括：氣候變遷、水資源品質、能源價格、生態系崩潰 (如森林砍伐)、糧食危機及強迫勞動等。對此，全球零售業者已陸續意識到永續供應鏈管理的重要性，為了降低價值鏈中對社會及環境所造成的衝擊，零售業者可藉由導入責任策略，落實企業永續責任。零售業者制訂責任策略的原則包括：

- 需設定可達到且有時限之目標，確立各項標準的優先順序並制定標準的行為準則。
- 各項目標應遵循「彼此獨立、互無遺漏」(Mutually Exclusive Collectively Exhaustive, MECE) 的方法，以有效之方式追蹤並規劃策略。
- 藉由公正客觀的基準與指標，進行內部監管、監督和評估。
- 利害關係人間的合作及供應商的有效參與，對於成功實現永續發展目標至關重要。

零售業推動永續供應鏈時所面臨最大的挑戰之一，就是多數供應商都為缺乏永續意識、資源及方法的中小企業。為了回應零售業推動永續供應鏈之相關挑戰，KPMG 分別對於企業內部/外部及短期/長期的因應措施提供以下關鍵建議：

- 內部/短期：由法規驅動的方式轉變為遵循國際標準和準則，以提高報告品質。
- 內部/長期：藉由多重管道擴大永續發展作為；為實現永續供應鏈管理做出一致和真誠的努力。
- 外部/短期：與被認可的供應商建立夥伴關係，以實現永續採購。
- 外部/長期：透過合作關係（如與產業、政府和其他組織之間）促進對自然資源的責任消費意識；協助供應商轉型為合作夥伴，有效實施精進供應鏈管理。

KPMG 發行此研究報告的目的在於協助企業掌握零售供應鏈中的綠色治理商機。未來我們亦將持續提供與永續供應鏈相關的發展資訊，如想了解更多相關訊息，請持續關注電子報，或請與我們聯繫。若您希望詳細閱讀此份報告，請參考[報告全文](#)。



【相關動態】

1. 綠色債券指數型基金 – 投資人的新選擇

2012 年至 2016 年綠色債券 (Green bond, 以下簡稱綠債) 發行量的爆發性成長，為近年來綠色金融最明確的風向球，從跨國企業如 Apple、Toyota Motor、Unilever 到政府機關如紐約大都會交通管理局、法國與波蘭政府等都紛紛發行綠債，綠債主流化已是無庸置疑的綠色金融趨勢。根據穆迪公司 (Moody' s Corp) 調查，2016 年全球綠色債券總發行量較前年成長超過一倍達 930 億美元，2017 年發行量將上看兩仟億美元；而氣候債券倡議組織 (Climate Bonds Initiatives) 也預測，2017 年貼標的 (labeled) 綠色債券發行量將達到 2012 年發行量的 50 倍 - 亦即為 1 仟 5 佰億美元的規模。在此成長趨勢下，各大金融投資機構也陸續推出相應之基金回應資本市場的訴求，為投資大眾提供參與綠色金融轉型的另一種選擇。

歐洲發展綠色債券的歷史最為悠久，其相關基金產品的發展也領先全球各地資本市場。目前歐洲各大金融集團都已推出相關產品，如 Allianz Green Bond fund、AXA WF Planet Bonds fund、NN (L) Euro Green Bond fund、Blackrock Europe-listed Green Bond Index fund 以及 State Street Global Green Bond Index fund 等。2017 年 2 月法國興業銀行旗下的領先 (Lyxor) 資產管理公司率先推出全球第一檔綠色債券指數股票型基金 (ETF) - Lyxor Green Bond UCITS ETF，該基金係追蹤 Solactive Green Bond EUR USD IG Index，投資人可透過基金觸及 116 支投資等級的綠色債券。而美國紐約投資管理公司 VanEck Vectors 也於 2017 年 3 月推出美國第一檔綠色債券指數股票型基金 (ETF) - VanEck Vectors Green Bond ETF GRNB，該基金則是追蹤標普綠色債券指數 (S&P Green Bond Select Index)，由發行用於融資環保項目的貼標綠色債券組成。

綠色債券 ETF 的出現代表綠色債券市場已漸趨成熟，但美國投資研究與基金評級的權威機構晨星公司的永續研究部門主管 Jon Hale 也指出，綠色債券共同基金與 ETF 可選擇的投資標的，相對來說還是比較不足的，因此部分基金除了綠色債券，可將投資標的延伸至符合特定 ESG 條件的債券，例如美國教師退休基金會的 TIAA-CREF Social Choice Bond Fund (TSBRX)，該基金投資於可帶來正面的環境與社會影響的債券，主要聚焦於可支付住宅、社區與經濟發展、再生能源和氣候變化、自然資源等領域。

KPMG 針對綠色債券市場現況與未來發展方向出版「綠色債券市場之主流化 (Mainstreaming the Green Bond Market)」觀察評估報告，內容聚焦五大方向，探討國際綠債發展潛力與障礙，並針對目前尚不成熟的綠債評估標準 (standards) 提出策略性發展建議，詳請可參考前期 (2017 年 3 月) 電子報。

資料來源：The Wall Street Journal



2. 「透明度」為企業評核供應商的第四項關鍵因素

過去，企業大多以「品質」、「成本」與「交期」做為評核供應商的三大關鍵考量因素。然而，隨著食安問題不斷爆發，消費者對原物料來源的關心程度提升，以及國際永續機構、國際評比組織對企業供應鏈的永續要求逐漸嚴謹，供應鏈的「透明度」已成為企業第四項衡量供應商的關鍵因素。而企業應評估的「透明度」內容不僅止於原物料的安全，亦同時包含治理、社會、環境等考量因素，例如：供應商員工的工作環境與待遇是否安全、合理，以及運輸與倉儲的物流機制是否對環境友善等。

2017 年，GreenBiz 首度舉辦供應鏈透明度峰會（Supply Chain Transparency Summit），邀集企業與供應商巨頭，就實現透明供應鏈可能面臨的挑戰與可採取的行動進行討論，做為建立透明供應鏈策略與最佳方案的發展基石。

根據高峰會會後報告，參與之企業與供應商巨頭已討論並歸納出各方促進供應商透明度可採取之行動，簡單摘要如下：

- 政府：扮演重要角色，可透過訂定法規，要求供應商加強透明度
- 認證機構：可強化數據標準化方式，提高數據的準確性與意義，以標準統一的認證供採購者參考
- NGOs：擔任企業與供應商的溝通橋樑，並協助優化供應鏈透明度評核問卷與框架
- 投資人：目前應提高其對供應鏈透明度與永續議題的意識；未來，投資人可透過納入供應商透明度指標於投資分析模型，以扮演推動透明度的長期關鍵角色
- 品牌商：品牌商扮演整體價值鏈最上層的角色，應於供應鏈透明度居於領先地位。故其可透過溝通及教育訓練提升供應商對透明度的認知；長期而言，可投資如區塊鏈等新科技，來解決供應商透明度管理的問題。
- 供應商：供應商應與客戶討論並釐清應揭露之相關資訊為何，以實現供應鏈透明度。

由此可知，供應商資訊揭露已成為未來趨勢。為展現優勢，企業不僅須運用供應商透明度做為第四項關鍵指標來評核供應商，應更進一步透過訂定供應商規範、篩選符合永續考量因素的供應商，以及供應商溝通等方法強化供應鏈管理機制，與供應商一同打造永續未來，而此情況下的資訊揭露內容必能更精實、更具亮點。

資料來源：GreenBiz



3. 好時公司藉由新的透明度工具 – 原物料來源地圖追蹤溯源 原物料資訊

隨著消費者越來越要求對食物的了解，透明度正成為食品品牌的首要目標。產品不僅須提供成分資訊，提供成分製造地以及過程也成為常見的做法，而不採取行動的企業都有落後的風險。

好時公司（The Hershey Company，通稱 Hershey's）是北美最大的巧克力製造商之一，總部位於賓夕法尼亞州的赫爾希鎮，其產品行銷於全球 60 多個國家。好時公司已經宣布導入原物料來源地圖（SourceMap）的新計畫，要將透明度提升到新的層次。原物料來源地圖是一個互動式體驗平台，讓消費者有機會了解公司的供應鏈。互動式地圖顯示製造工廠

的位置，以及 Hershey 的巧克力杏仁牛奶和 Reese 的花生醬杯兩個最具代表性產品的主要成分來源。

消費者透過點擊地圖上的成分圖示，以及地圖中所呈現的文字，照片和影片了解更多產品的詳細資訊，包括如何種植和收穫原料，以及好時公司在不同社區的永續採購計畫。

好時公司產品透明度總監 Deborah Arcoleo 表示：「藉由這項科技，我們的目標是為消費者透明地揭露主要原料的來源，希望能夠教導他們產品的來源。」

例如，在 Reese 的原物料來源地圖，消費者可以了解 Harry B. Reese 在 1920 年代末期在自己家和好時公司的工廠發明了 Reese 的花生醬杯，還有從南喬治亞農民採購高品質花生的影片。此外消費者可以看到杏仁來自加州的中央谷的 6,800 棵杏仁樹，而且其中 90% 是由家庭農場所擁有和照顧。

原物料來源地圖是繼 SmartLabel QR code 的下一個成功案例，該 QR code 能即時提供消費者詳細的原物料資訊。

Arcoleo 補充說：「大多數包裝都已經被強制監管並揭露資訊，要向消費者提供更深層的產品資訊，實體包裝不是一個很好的平台。好時公司是 SmartLabel QRcode 包裝發展的領導者，也是第一家使用透明度革命工具的公司，但是我們想要做更多的事情。」

資料來源：Sustainable brands



4. WBCSD 發布新指引以供執行長更了解如何檢視商業行動與全球永續發展目標 (SDGs) 的緊密連結

2017 年 3 月 28 日世界企業永續發展協會 (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD) 提出「全球永續發展目標 CEO 指南 (CEO Guide to the SDGs)」，此指南的目標是希望能夠推動全球商界領袖了解、著重在 SDGs 的參與。

根據「企業與永續發展委員會 (Business & Sustainable Development Commission, BSDC)」2017 年 1 月 16 日所發表的「更美好的商機與世界 (Better Business, Better World)」報告，欲達成 17 項 SDGs 及 169 個細項之目標，在 2030 年前就可能創造出高達 12 兆美元的商業價值，並產生 3 億 8 千萬個工作機會 (大多位於開發中國家)。「CEO Guide to the SDGs」簡單闡釋「更美好的商機與世界」報告的重點，期幫助企業把目標轉化成行動，以供企業執行長將商業決策與 SDGs 緊密連結，進而能夠掌握、創造價值。

該指南區分為四個面向，並提供行動要點供執行長參考：

1. 個人：隨時了解 SDGs 對組織所帶來之風險與機會。
2. 企業：了解與衡量在 SDGs 中的外部性，設定目標以加強正面影響及減輕負面衝擊。研析、開發新的業務解決方案（例如：低碳產品及服務、維護環境及社區），以公開透明的方式揭露永續性績效資訊。
3. 產業：與同業共同努力推動 SDGs 與商業的連結，設定共同的產業願景目標，合作創造新的產業轉型倡議。
4. 政治：公開倡導、推動關鍵政策及與財務金融相關的解決方案。

最後，此指南簡單說明 SDGs 對企業所帶來的四個重大影響：

- A. 無作為之風險 — 無所作為之選擇將付出高額成本
社會及環境的外部成本也是商業的成本，傳統的業務成長機會正變得越來越稀少，SDGs 反映未來的國際、國家及地區政策，如果企業無法將 SDGs 與商業發展策略相結合，長期將導致在相關法規遵循上的高度風險。
- B. 掌握商機 — 把 SDGs 與商業策略結合將帶來正面效益
企業將 SDGs 結合商業策略，以相關技術和解決方案進入新的市場，如能夠協助當地政府達成 SDGs 目標，將得以鞏固經營許可並創造出與競爭對手的差異，也能夠強化利害關係人溝通並獲得信任。
- C. 治理及透明度 — 更好的資訊揭露，更好的決策
SDGs 可以強化公司治理及透明度，不同的利害關係人皆越來越要求企業揭露永續性資訊，這是一種無可迴避的全球趨勢。
- D. 合作之需求 — 單一企業無法達成全部的 SDGs 目標
採取 Business-as-usual 的方式經營企業，或僅由幾個先驅來引領推動，勢必無法達成全部的 SDGs 目標。我們需要新的企業經營方針，以及跨產業別的企業通力合作。應用公私夥伴關係（Public Private Partnerships, PPP）將可推動創新方案，來解決實現 SDGs 所需的融資。

資料來源：WBCSD, SDG Business Hub



5. 貝萊德集團關注企業的氣候風險與董事會多樣性

全球最大資產管理公司之一貝萊德集團（BlackRock），開始加強關注企業氣候相關風險對業務的影響以及董事會的多樣性。貝萊德的這項行動也呼應國際金融穩定委員會

(Financial Stability Board, FSB) 所制定的氣候相關風險揭露新架構，FSB 是一個協調跨國金融監管、制定並執行全球金融標準的國際組織。

貝萊德想了解企業內部如何評估氣候變遷對公司所帶來之風險與機會，及因應準備 FSB 氣候相關財務資訊揭露專案小組 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 所制定的揭露建議及架構。貝萊德還表示，期望具高度氣候風險相關產業的公司；如石油生產商、礦冶或房地產等企業，所有董事都應該「能夠了解氣候風險如何影響己身業務，以及如何解決氣候風險問題」。

貝萊德的公司治理與責任投資全球負責人 Michelle Edkins 指出，貝萊德也將了解企業如何努力增加董事會的多樣性，例如增加更多女性。「不同的董事會，擁有包括但不限於專業知識、經驗、年齡、種族和性別的多樣性，可以做出更好的決策。」貝萊德還提到，「一些公司錯誤地認為已經擁有一個多元化的董事會，例如具有分別來自耶魯及哈佛的董事，這其實並不叫做多樣性。」

其他的資產管理公司也已經注意到了董事會多樣性的重要性。例如在 2017 年 3 月 8 日國際婦女節前夕，美國道富環球投資管理公司 (State Street Global Advisors) 就在華爾街地標銅牛旁邊，豎立起一個「無畏女孩」的銅像，為要求公司董事會增加女性而施加壓力並吸引大家關注此議題。

貝萊德也同時關注薪資成長不均、改善勞動條件等議題。Edkins 指出，沃爾瑪公司 (Wal-Mart Stores Inc) 是一個好的範例，該公司同意平等提高薪酬可吸引更多員工參與並創造向心力。Edkins 說：「在企業內部倘若沒有實現某種公平感的薪酬制度，很可能致使該工作職務不受歡迎。」

資料來源：Reuters, BlackRock



6. 百威英博加入 RE100，承諾 2025 年之前 100% 使用可再生電力

全球領先的啤酒釀造商安海斯-布希英博 (Anheuser-Busch InBev，縮寫為百威英博 AB InBev) 在 2017 年 3 月 28 日加入氣候組織 (Climate Group) 再生能源項目「RE100」，承諾在 2025 年之前在全球營運市場中百分之百使用再生能源。

百威英博是全世界最大的啤酒公司，也是全球第三大消費品公司，擁有美國百威啤酒 (Budweiser)、德國貝克啤酒 (BECK'S)、墨西哥可樂娜 (Corona)、比利時時代啤酒 (Stella Artois) 等品牌。「氣候變遷的議題對我們的商業營運及社區有深切的影響，削減

使用化石燃料具備環境保護的概念以及商業意識，透過採購再生能源我們就可以在氣候變遷行動中肩負起主要責任，以此推動積極的變革。」百威英博執行長 Carlos Brito 說。

百威英博與墨西哥能源公司 Iberdrola 已簽署了第一個再生能源購電協議 (Power Purchase Agreement, PPA)，預計將增加墨西哥的風能和太陽能裝置容量的 5% 左右。此承諾將使百威英博成為全球消費品行業最大的再生能源電力直接購買企業，並可減少公司營運過程中的碳排放量 30%，每年有 60 億千瓦/時的電力為再生能源，增加相當於 400 個足球場大小的太陽能電力輸出，減排總量相當於 50 萬輛汽車的油耗碳排。「希望不用等太久我們就會見到每一瓶百威啤酒、可樂娜、時代啤酒以 100% 的再生能源製造，並且創造就業機會、減少碳排放量」氣候組織 RE100 處長 Sam Kimmins 說。

「RE100」是由氣候組織與碳揭露計畫 (CDP) 共同合作成立，加入的企業必須公開承諾在全球達成百分之百使用再生能源。RE100 的其他知名企業成員包括 IKEA、Adobe、Apple Inc.、可口可樂、GM、Google、HP、微軟、NIKE、飛利浦、星巴克及沃爾瑪等等。當這些國際大廠開始結盟，並逐步要求供應鏈全面綠化時，勢必未來會對台灣產業產生巨大的壓力。

資料來源：Anheuser-Busch, The Climate Group



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 ([TW](#) 及 [Global](#))。

姓名	職稱	電話
黃正忠	安侯永續發展顧問股份有限公司	董事總經理 +886 (2) 8101 6666 Ext.14200
陳富煒	氣候變遷及企業永續發展團隊	執業會計師 +886 (2) 8101 6666 Ext.03568
施昂廷	安侯永續發展顧問股份有限公司	協理 +886 (2) 8101 6666 Ext.13545
林泉興	安侯永續發展顧問股份有限公司	協理 +886 (2) 8101 6666 Ext.13974

新訂戶

若您的同事、長官或好友也期望收到氣候變遷及企業永續發展電子報之內容，請本人

以 [電子郵件](#) 的方式，並告知單位與部門名稱、姓名、職稱及聯絡電話，我們將透過電子郵件為其寄上本電子報。

退訂戶

若您想暫停收取氣候變遷及企業永續發展電子報之內容訊息，煩請以 [電子郵件](#) 告知。



You have received this message from KPMG in Taiwan. If you wish to unsubscribe, please [click here](#)
For information and inquiries, please [click here](#)

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

© 2017 KPMG, a Taiwan partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.