



CC&S Monthly

氣候變遷及企業永續發展電子報

April 28, 2023 | Climate Change & Sustainability

氣候變遷及企業永續發展電子報

本期內容

KPMG 永續風向前哨站

[2023 年政策關鍵字「ESG」!](#)

專題報導

[2023 年為對森林砍伐採取行動的關鍵分水嶺](#)

相關動態

- [1. ESG 相關議案成為 2023 年美國企業股東會焦點](#)
- [2. 全球食品業者如何因應日益嚴重的水資源壓力](#)
- [3. IPCC 最新報告強調農糧體系轉型對減緩氣候變遷的重要性](#)
- [4. 以淨零為目標，企業如何參與碳移除市場？](#)
- [5. 碳權是贖罪券嗎？英國衛報對全球最大碳認證機構 \(Verra\) 提出挑戰](#)
- [6. 氣候服務新創 Mast Reforestation：復育森林取碳權](#)
- [7. 氣候訴訟風險：2023 年值得關注的趨勢](#)
- [8. 將永續概念融入產品設計中可為企業創造新商機](#)

KPMG 永續風向前哨站

2023 年政策關鍵字「ESG」!

2022 年 3 月金管會正式啟動「上市櫃公司永續發展路徑圖」，宣布上市櫃公司須分階段完成溫室氣體盤查與查證，一年後的 2023 年 3 月，金管會發布了「上市櫃公司永續發展行動方案」，行動方案更全方位的展現了引領企業邁向 2050 淨零的決心，進一步強化永續資訊揭露規範，並突破性的接軌國際永續治理的趨勢，對上市櫃公司的董事組成、薪酬規範與永續治理等各方面都建立了更積極的期待。本期電子報【永續風向前哨站】結合「上市櫃公司永續發展行動方案」與 KPMG 長年來對國際永續評比趨勢之觀察，與企業分享行動方案的三大 ESG 看點，建議企業及早準備因應 ESG 價值主流化、ESG 資訊常規化的未來。

重點一：資訊揭露與目標設定引導淨零轉型

今年初氣候變遷因應法三讀通過，臺灣 2050 年淨零排放目標正式納入法規，帶動後續一連串政策的推展。本次金管會的永續發展行動方案亦延伸之前路徑圖中對全體上市櫃公司盤查/查證溫室氣體的要求，持續引導企業建立減碳目標。企業是否具 2030 減碳目標將於 2024 年納入公司治理評鑑項目，並自 2026 年起依資本額規模分階段推動，搭配揭露時程於 2028 年全體上市櫃公司將皆須設定減碳目標、策略及具體行動計畫。而除了上市櫃公司，金管會也於 2023 年 3 月初函令金融控股公司、銀行及票券金融公司，與企業同步分階段實施，要求銀行及金控合併個體於 2027 年前完成溫室氣體盤查及確信揭露，票券金融公司亦須分階段實施，最晚於 2029 年完成盤查與確信之揭露。可預期 2030 年臺灣資本市場上的溫室氣體數據的取得與品質將可望大幅提升。

重點二：多元化的董事會組成接軌國際標準

在投資人的關注下，近年來臺灣企業對國際永續評比的參與度與重視程度持續上升，也繳出不錯的成績單，2022 年入選道瓊永續指數成分股的臺灣企業達 33 家創歷史新高。不過，受限於臺灣公司治理實務，臺灣企業在國際永續評比上常常最低分、且難以提升的項目大都是在治理面，包含獨立董事的占比與目標、董事多元化政策、女性董事占比、高階薪酬與 ESG 的連結等，這些也是企業內部永續相關單位難以啟動討論推進的面向。而在這次的行動方案中，金管會將提升上市櫃公司獨立董事與女性董事比例納入目標，於 2023 年起推動 IPO 公司應至少委任一名女性董事，2024 年起上市櫃公司應完成委任至少一名女性董事，2025 年上市櫃公司女性董事席次未達 1/3 者，須於年報具體揭露原因與採行之措施，2027 年全體上市櫃公司獨立董事席次則不得低於 1/3。雖相關比例尚未能達到國際標準，但此行動方案勢必將帶動董事多元化組成之討論，促使臺灣企業重新檢視內部多元化、性別平等政策的落實程度。

重點三：永續資訊揭露普及化，揭露實務持續演進

此次行動方案中也延續公司治理 3.0 之推動，自 2025 年起將實收資本額 20 億元以下之上市櫃公司納入須每年編製永續報告書的範疇，亦即屆時所有上市櫃公司都必須每年出具永續報告書。同時，政策也將持續推動永續資訊揭露品質之提升與數位化，除了研議擴大報告書確信範疇並將自 2023 年起抽查上市櫃公司永續報告書外，也將建置數位平台減輕上市櫃公司編製申報與永續報告書的負擔。此外，值得特別關注的是接下來永續報告書編製準則的發展，目前上市櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法要求企業應參考全球永續性報告協會 (GRI) 發布之準則編製報告書，未來接軌國際「國際永續準則委員會」(ISSB) 之推動，相關要求可能有所改變，建議企業可密切追蹤相關趨勢並提早準備。

「上市櫃公司永續發展行動方案」的時程表擘劃出 2030 年臺灣資本市場的願景，依此推進計畫，屆時資本市場上可取得的企業的溫室氣體排放等非財務資訊的深度與廣度及品質都將大幅提升，將能夠與企業所公布的財務資訊結合進行分析比較，有助於吸引資本市場 ESG 資金之投入，提升企業國際競爭力。KPMG 提醒，企業應及早啟動內部對接相關政策的討論，並建構有助於長期推動的治理架構，未來上市櫃公司亦有可能被強制要求設置永續委員會及永續長，但無論法規要求如何，ESG 議題如前文提及的董事會組成、報告書邊界、溫室氣體盤查、減量、淨零行動規劃等，都需要明確的治理框架與權責設計才能夠有效推進這些跨部門議題的規劃。因此，KPMG 建議企業可從「Who」跟「How」開始啟動相關議題的討論，避免太快進入「What」的討論而將 ESG 僅列為法遵議題，喪失轉型變革的契機。

專題報導

2023 年為對森林砍伐採取行動的關鍵分水嶺

「全球樹冠層 (Global Canopy) 」為國際非營利組織，旨在保護全球熱帶雨林和生物多樣性。自 2014 年以來，該組織每年都會發布「森林 500 強」報告。根據 2023 年 2 月發布的最新報告指出，解決森林砍伐問題已被普遍認為是實現《巴黎協定》的關鍵一步。聯合國發起的淨零競賽倡議以及世界領導人們都明確表示，沒有提到森林砍伐問題的淨零政策是不完整的。如果不立即停止並扭轉森林砍伐，就難以在 2050 年實現淨零目標。此外，許多國際組織已開始採取行動，例如由超過 140 兆美元資產的金融機構組成的格拉斯哥淨零金融聯盟，在其新發布的轉型指南中納入了森林砍伐相關行動。歐盟也發布了關於森林砍伐盡職調查的新法律，而英國也將緊隨其後。因此，2023 年成為扭轉森林砍伐行動的關鍵分水嶺。此份報告也針對聚焦於牛、棕櫚油、大豆和木材相關的森林風險產品供應鏈影響最大的 350 家企業和 150 家投入資金的金融機構提出其責任與執行現況，並給予進一步建議。相關內容摘述如下。

企業之責任與執行現況：

報告指出，這 350 家企業與森林風險商品緊密相連，因此也最容易受到森林砍伐風險的影響。然而，這也賦予他們推動供應鏈變革的巨大機會和責任。調查顯示實際採取行動者仍然不足。

- 仍有 38 家企業 (11%) 自 2014 年起被列入「森林 500 強」評估，但至今仍未做出任何與森林砍伐有關的承諾。
- 僅 50 家企業 (14%) 已監督所有受評估商品的供應商或採購區域，其中包含 Dai Nippon、H&M、International Paper、Nike、奢侈品公司 Kering 等品牌。
- 仍有 270 家企業 (77%) 未承諾會對其所造成的損害採取補救措施，而其中有承諾的企業僅有 7 家 (2%) 承諾會停止營運直至矯正損害。

金融機構之責任與執行現況：

此份報告評估 150 家金融機構，發現 2022 年這些金融機構為森林風險供應鏈中的企業提供了 6.1 兆美元的資金，但只有少數金融機構認識到森林砍伐是系統性風險。握有大量資金的金融機構具有龐大的市場影響力，但在此議題上的行動仍較為落後。

- 仍有 92 家金融機構 (61%) 未制定考量森林砍伐之借貸或投資政策，且去年這些金融機構向森林砍伐高風險公司提供了 3.6 兆美元的融資。
- 僅 48 家金融機構 (32%) 公開承認森林砍伐是一種商業風險。

為了實現全球森林保護目標，跨越供應鏈和不同部門之間的合作是發揮實際影響力的唯一途徑。企業和金融機構應意識到森林砍伐對其業務造成的風險，並制訂相關政策與承諾，以在 2050 年前達到無毀林之供應鏈與融資為目標。此外，承諾也應轉化為具體行動，包括針對森林砍伐的補救措施，以充分落實企業的責任。政府也應推動盡職調查立法，以促進企業的合法運作，並將金融機構納入已通過的法律中，進一步加強管理措施。此外，民間組織在向不作為之私營部門施加壓力方面扮演重要角色，應持續且在必要時加強對沒有取得顯著進展的企業和金融機構的關注，以確保企業恪守承諾並實踐責任。綜上所述，全球終止森林砍伐是達成氣候、自然和人權目標之必要一環，實行強力的承諾與政策、透明的揭露和問責制至關重要，過去造成的傷害也必須彌補，否則未採取行動之企業和金融機構將面臨風險。

資料來源：Global Canopy

相關動態

ESG 相關議案成為 2023 年美國企業股東會焦點

投資人對企業 ESG 績效的關注提升，且期待透過資金挹注有助於永續發展的經濟活動，如何與投資標的進行議合乃是盡職治理與股東行動主義中的關鍵。根據《Proxy Preview 2023》報告指出，截至 2023 年 2 月中為止，股東與投資人已針對美國的上市櫃企業提交超過 542 項與 ESG 有關的議案，最終數量有望超過 2022 年的結果（627 項）。在這當中，氣候變遷仍最受到股東關注，共有 122 項議案與其相關。其中，約有 72 項與溫室氣體排放有關、42 項涉及氣候策略與風險評估，而有 8 項則聚焦於森林砍伐。除了氣候變遷之外，對社會議題的關注也自去年持續至今。據統計，至少有 27 項與多元、平等和包容性或是性別平等有關的議案將出現在企業的股東大會上。值得注意的是，反 ESG 的議案數量在 2023 年也將呈現增加趨勢，將自 2022 年的 27 件提高到至少 40 件。

本文將摘要《Proxy Preview 2023》的趨勢觀察，並就上述三大面向最受關注之 ESG 有關議案分別進行說明：

• 氣候變遷：

絕大多數的提案都期待企業能訂定符合《巴黎協定》共識或者是全球淨零排放路徑的減量目標，部分投資人更希望企業可參照科學基礎目標倡議（SBTi）之方法學，並將範疇三排放量納入減量規劃中。石油公司 Exxon Mobil Corp. 與 Chevron 分別收到了投資人更具體的要求，希望他們能重新計算並揭露溫室氣體於基準年的排放量。目前，兩家企業皆因為以較早的年份作為基準年，且將撤資高碳資產與業務納入每年減少的排放量中，而遭致批評。部分投資人認為，這樣的做法使每年的減量幅度無法實際反映營運活動的碳排放量，且並未解決這些被撤資的實體資產將持續產生的碳排放。而 Exxon Mobil Corp. 亦收到投資人的要求，希望其針對範疇三項目「能源產品使用過程中產生的排放量」也設定減量目標，以透過更積極的作為來減少氣候變遷對環境造成的影響。

• 多元、平等和包容性：

在此面向中，許多股東都希望企業能盡量全面地衡量營運對人權造成的衝擊，並就風險評估結果作出相應決策。包括 Amazon 與 Uber Technology 等科技公司的投資人都希望他們能在年報中對於員工的人權狀況

進行揭露與稽核，且亞馬遜也有投資人在議案中要求公司提出保護員工免受槍枝暴力的具體計畫。另外，Texas Instruments 的投資人則發現該公司的產品被販售給伊朗，且用於製造武器，在烏俄戰爭中被提供給俄國，因此要求其報告對於違反國際法的商業行為是如何避免以及管控的內部相關流程。

- **反 ESG 議案：**

儘管目前對 ESG 相關的正反論證多半圍繞於在氣候變遷與化石燃料有關公司身上，但就美國股東會提案的結果來看，反 ESG 組織或個人的議案卻幾乎集中於社會面議題，且高度與保守派或右翼團體的主張相關。AT&T 與 Meta 就各有股東提出其不與特定新聞媒體續約的決定是干預新聞自由，而亦有其他大型銀行接收到股東提案疑質他們與政府合作關閉特定帳戶的行為是侵犯憲法所賦予人民的基本自由權利。另外，儘管反 ESG 議案的數量呈現增加趨勢，但就 2022 年的投票結果來看，有關議案在股東會上平均只獲得約 4% 的得票率，並未獲得投資人的普遍關注或對企業的決策造成任何影響。

透過股東會議案與投票，要求企業做出具體有利於投資人，或可對社會、環境、乃至於整體經濟體系創造正面影響的策略與決議，是責任投資不可或缺的一環，也是透過金流影響實體產業活動的契機。包括道瓊永續指數在內的國際評比亦將盡職治理列為金融機構在責任投資面向的重要議題之一，不僅期待機構投資人能明確定義 ESG 相關議案的標準，更希望能針對有關議題（如氣候變遷、生物多樣性、公司治理等）分別訂定議合與投票準則，並揭露有關成果。

資料來源：Proxy Preview、Harvard Law School Forum on Corporate Governance



全球食品業者如何因應日益嚴重的水資源壓力

根據聯合國糧食及農業組織之《2020 年糧食及農業狀況：克服農業用水挑戰（The State of Food and Agriculture 2020: Overcoming water challenges in agriculture）》報告指出，全球約有 60% 的農作物來自完全依賴降雨的農業模式，其餘部分則透過汲取地下水等方式達成部分用水需求。然而，由於氣候變遷擾亂降雨模式，並增加世界各地區的乾旱頻率，將有更多過往有雨水供應的農田開始產生對於地下水的需求。此外，農作物對於淡水的需求、飲用水的需求，以及各產業製造過程用水的需求，將對水資源供應帶來相當程度的壓力。在未來數十年，如何獲得足夠的地下水供應並用於糧食生產，將成為氣候急遽變遷下至關重要的議題。

在永續農業領域，企業扮演著重要的角色，可透過一系列行動來保護土壤健康、防止地下水汙染、降低溫室氣體排放以減緩氣候變遷，並避免破壞生態系統，以實際幫助糧食生產者保護淡水資源。舉例而言，許多食品與飲料產業的公司為因應供應源（如農場）對於水資源與自然資源的需求性上，積極地尋求提升資源利用效率的方式，並制定避免破壞環境的計畫與政策來推進永續農業。2022 年標普全球（S&P Global）進行之企業永續發展評估顯示，在食品與飲料相關產業的 213 家公司中，約有一半的企業已公開其對永續農業的承諾，這些承諾通常也會涵蓋供應鏈。在此趨勢下，歐洲與北美的企業公開相關承諾的比例分別達到 68% 和 58%。

然而，全球主要的食品與飲料企業尚未普遍支持可保護淡水資源的永續農業作為。調查顯示，僅有一半的調查對象致力於永續農業，而在亞洲市場中僅有約 40% 的企業公開承諾永續農業。此外，儘管幾乎每家企業的承諾表明其政策適用於一級供應商，但只有大約一半的企業承諾覆蓋供應鏈更上游的非一級供應商。這表明在水資

源議題日趨嚴重的情況下，仍有許多食品相關產業的業者尚未從長遠的角度考慮如何保護農業發展所依賴的自然資源。

資料來源：S&P Global



IPCC 最新報告強調農糧體系轉型對減緩氣候變遷的重要性

聯合國政府間氣候變遷專門委員會 (Intergovernmental Panel on Climate Change，簡稱 IPCC) 在 2023 年 3 月 13 日至 19 日於瑞士 Interlaken 舉行的第 58 次會議中，完成第六次評估報告的綜合報告 (AR6 Synthesis Report: Climate Change 2023)。對於此份報告的內容，聯合國糧食及農業組織表示，農業食品系統的轉型對於調適人為氣候變遷和減少溫室氣體排放至關重要。

第六次評估報告的綜合報告由世界各地的政府和科學家共同完成，是該評估報告的最後一份。該報告確認人類活動造成過多溫室氣體排放，導致全球氣溫上升。這些人類活動包含非永續能源使用、土地使用、消費和生產模式等。報告強調，目前全球 22% 的溫室氣體排放來自農業、林業和土地利用。

糧農組織副總幹事 Maria Helena Semedo 表示，氣候變遷已經對農業和糧食安全造成威脅，特別是在小島嶼開發中國家、最低度發展國家和內陸國家中的小農、牧民、以森林為生的人、漁民、原住民和婦女，他們的生計都已經受到影響，現在需要大規模的轉型行動，建立永續和有韌性的農糧體系是解決氣候、糧食危機和生物多樣性喪失的基礎。

農業和食品業上的氣候行動

IPCC 科學家們提出，許多農業、林業和土地利用方案提供調適和減緩效益並已可廣泛地推行。例如，森林的保護、改善管理和復育會是最有機會抵銷氣候相關災害造成的經濟損失的舉措。而有效調適氣候變遷的例子包括品種改良、水資源管理和儲存、土壤水分保持和永續土地管理等。

綜合報告還指出了健康飲食、減少食物浪費以及永續農業可以減少對生態系統的影響，並騰出土地用於重新造林和恢復生物多樣性。另外，雖然氣候變遷政策和法規有所強化，但覆蓋面向仍局限於農業等部門，實際上要落實相關氣候變遷減緩措施，更需要解決的是在於金融、制度和治理等面向的阻礙。

糧農組織已經在努力落實報告中的建議，包括促進農糧部門的氣候韌性和調適能力。糧農組織氣候變遷、生物多樣性及環境辦公室副主任 Zitouni Ould-Dada 表示，IPCC 報告行動提供了證據和創新的解決方案，下一步就是要消除不同群體間的隔閡，加強綜效才能達成農糧體系轉型以至永續發展的目標。

資料來源：FAO、IPCC



以淨零為目標，企業如何參與碳移除市場？

致力於推動綠色經濟的國際知名媒體機構 GreenBiz 在 2023 年 2 月發布的報告《了解碳移除的現況

(Understanding the Carbon Removals Landscape) 》指出，若要在 2050 年達到淨零，全球共需要移除 60 億噸溫室氣體，為達淨零目標，除了企業及個人的減能減碳行動，碳移除技術及市場的發展更是扮演著非常關鍵的角色。碳移除代表從大氣層移除二氧化碳的過程，目前的碳移除專案可分為以下三種技術類型：

1. 生物型：在自然生態系統中儲存和存放碳，例如植木造林；
2. 工程型：使用新技術從大氣中去除碳，例如碳捕捉；
3. 混合型：同時須將自然系統及新技術的合作，例如碳生物質埋葬。

生物型專案是目前相對較易實行且較常見的類型，然而這類做法通常只能短期儲碳，長遠存在碳洩漏風險。工程型專案則因技術尚未成熟且缺乏國際認可的標準與方法學，價格相對昂貴，有待進一步發展。儘管碳移除產品的品質、標準存在諸多不確定性，但許多大型跨國企業仍然支持碳移除技術的發展。為實現淨零承諾並應對碳權立法帶來的轉型，該報告建議個別企業應逐步將碳移除納入碳權投資組合，並評估組織的風險承受能力、優先順序與企業之永續目標，選擇不同財務結構類型的碳移除產品。舉例來說，科技公司 Microsoft 為達成 2030 年的負碳排目標，已投入多型態的碳移除技術，擬透過生物型、工程型與混合型技術移除超過 250 萬公噸碳。今年 (2023 年) 更完成迄今為止最大的直接空氣捕捉交易之一。

除了購買市場現有的碳移除產品外，企業亦可透過預售採購或預付款參與開發中的碳移除技術。預購是提供技術開發人員在一定時間內有保證的收入流的方法，同時，買方企業在協議期內也可獲得投資該項目的預算確定性，因此適合用於為較具規模的技術提供資金支持。預付款則能夠提供該技術在前期用於開發和實施所需的資本，投資企業將可隨時間獲得碳權作為回報。科技公司 Meta、控股公司 Alphabet、和管理諮詢公司 McKinsey & Company 等巨頭成立合資公司 Frontier，匯聚企業購買力，承諾在 2030 年前購買總價值約 9.25 億美元的碳移除產品，透過注資碳移除市場，促進相關產品服務的蓬勃發展。

如今的碳移除市場仍處於起步階段，該報告建議企業在參與碳移除市場時，應專注於找到與其氣候目標、企業精神和影響領域三者相交的最佳點，除了考慮碳抵減數量之外，更應評估技術品質和社會環境影響等因素，以選擇最適合自身氣候策略的碳移除技術和角色。

資料來源：GreenBiz、3Degrees



碳權是贖罪券嗎？英國衛報對全球最大碳認證機構 (Verra) 提出挑戰

2023 年初，英國衛報發表了一篇極具爭議性的文章，挑戰目前全世界最大的碳權發行者 Verra 的權威性。

Verra 的前身是 Verified Carbon Standard，旨在認證各種減少溫室氣體排放的計畫，例如碳排放減量、森林保護和再生能源項目等，以確保碳權可以在全球範圍內被承認且可交易。目前，多家跨國企業，如：Gucci、Shell、Disney 等，已經開始採用 Verra 的碳權^{註 1}。衛報的挑戰引起了市場上對於碳權計算和抵減的熱烈討論。

此次 Verra 的爭議，與自願碳交易市場有關，與衛報合作的調查單位 Source Material 指出，Verra 認證的碳權具系統性問題。根據研究，Verra 認證碳權中，有 90% 以上並沒有真正有助減碳。而此爭議主要來自於碳權計算的基準，舉例來說，若碳權的比較基準是「一切照舊」的情境 (Business As Usual, 簡稱 BAU)，則可能產生企業的行動與 BAU 相比減少了碳排放，不過以絕對量來看，碳排放量還是上升，但卻能夠取得碳權的情形。由以上舉例，不難發現計算方法學與所採用的基準，實際上能夠大幅影響計算結果。

面對衛報的質疑，Verra 的 CEO 亦提出特定情境的重要性，指出相關森林保護專案措施，根據各地個別的情形原本就需設定對應情境，以確保評估的可信度，而並非將不同森林型態的不同案例直接進行比較。不過，Verra 同時也提出，未來將納入「動態基線」 (Dynamic Baseline) 想法，即相關案件的評估應隨著更準確、更新的數據出現而調整基線，並將相關專案更改基線的規則由 10 年縮短為 6 年。

Verra 目前將持續更新碳權計算的方法學，並預計於 2025 年以前逐步淘汰當前的方法學，並改以減少森林砍伐、與森林退化所造成的排放進行計算。從結果來看，雖然碳權議題仍持續受到討論，但也因此能夠使相關方法學更為具體、成熟，並更具環境正面影響力，期許未來，相關方法學在多方利害關係人的關注下，能夠更為清晰、明確。

註 1: 碳權通常以每單位二氧化碳排放量來計算，其自京都議定書、結合碳定價的概念發展而來，在碳交易市場上，企業或政府可購買碳權以做為碳抵減的額度，或是出售其經過驗證的碳權。

資料來源：The Guardian、Energy Monitor、LSE



氣候服務新創 Mast Reforestation：復育森林取碳權

隨著氣候變遷日益加劇，森林大火的規模與頻率也在不斷增加。例如：2020 年美國加州發生數次歷史性的超級野火，釋放出 12.7 億噸二氧化碳，此排放量接近加州過去 16 年所減少之溫室氣體的兩倍。近期，成立於 2016 年的美國西雅圖的公司 DroneSeed 擴大服務規模，在 2023 年 3 月初陸續收購加州主要苗木培育公司，並重塑品牌名稱為「Mast Reforestation」，公司更名為 Mast。該公司亦於 2021 年收購成立有百年歷史的種子銀行 Silvaseed，現在已成為美國西半部最大的種子供應商之一，並聲明其為全美唯一垂直整合的森林復育公司。

Mast 提供一站式的植樹造林服務，旨在支持氣候行動，並結合先進科技，以增加森林碳匯。Mast 運用數據分析採收種子，預測樹木結實豐年發生的時間與地點；並運用人工智慧優化苗圃環境，培育苗木。在播種造林方面，則使用雷射探測與測距技術，輔助無人機辨識地形、土壤狀態與地表逕流等數據，以便在適當的時點播下適合生長的原生樹種種子，進而規模化適地適木造林。

Mast 的森林復育行動也開拓販售碳權的商業模式。該公司於 2021 年開始推動碳權專案，該專案基地位於美國俄勒岡州一塊受森林大火摧殘的亨利溪 (Henry Creek) 流域，一共復育佔地 300 英畝 (約 121.4 公頃) 的林地，並由美國氣候行動儲備協助驗證及發行超過 15 萬的碳權信用額度，用以資助長期林地監測與重建。2022 年，此專案的碳權由跨國電商 Shopify 購買，是 Mast 營運以來銷售過最大型的抵換專案。

當今面臨氣候變遷實體與轉型風險的衝擊之下，越來越多企業開始關注永續發展議題，Mast 以前瞻技術進行復育造林，並因應自願性碳權市場對高品質碳權專案的需求，達到減緩氣候變遷衝擊以及復育生態系的雙重效益。建議企業在規劃投入氣候行動時，可不僅選擇投資贊助表示支持，亦可透過調整商業模式落實氣候貢獻，達成環境永續與商業經營的雙贏。

資料來源：USA TODAY、GreenBiz、PR Newswire、Mast Reforestation、TimeCO2



氣候訴訟風險：2023 年值得關注的趨勢

2023 年，企業在應對全球氣候變遷議題上，將面臨更多的法律及監管風險。根據倫敦政經學院氣候變化與環境研究所在 2022 年提出的《氣候變化訴訟的全球趨勢報告 (Global trends in climate change litigation) 》指出，全球自 2015 年至 2023 年，與氣候變遷相關的訴訟案件數量翻倍，其中就包括了對企業在碳排減量責任所提起的案件。此外政府監管單位也提高了在企業報告及碳排責任上的要求，本文將就此報告中所提及之案件及觀點，介紹 2022 年間氣候訴訟的發展與趨勢，以利企業了解未來可能須注意的氣候管理風險。

一、企業的氣候相關訴訟正在增加

自荷蘭地方法院於 2021 年下令裁決世界第二大石油公司 Shell 須承擔助長氣候變遷的責任，並須在 2030 年前減少 45% 的碳排放量後，尋求企業近氣候變遷責任的訴訟案件持續增加。例如：2021 年底德國環保組織 DUH 對賓士、寶馬和福斯提起訴訟，要求其停止生產使用化石燃料（如：汽油和柴油）作為燃料的機車輛。2022 年 7 月，印度尼西亞印尼峇里島的居民向瑞士建築材料公司 Holcim 提起索賠，要求其在 2030 年前將其 2019 年的二氧化碳排放量減少 43%。上述案例都證明企業開始面對氣候訴訟的挑戰。

二、監管機關加強打擊「企業漂綠」行為

歐盟委員會在 2021 年的企業網站掃蕩調查結果中，發現在宣稱產品環保的公司網站中，有 42% 存在虛假誇大的環境聲明，而來自各方利害關係人也希望能提高企業在永續議題上的揭露透明度。因此越來越多監管機構開始加強打擊漂綠的機制，例如：英國競爭暨市場管理於 2021 年推出綠色標示指南，以確保企業在綠色環保宣傳方面遵守消費者法律和道德標準。並開始調查知名的民生消費品牌。英國超市連鎖店 Asda 的英國大眾市場時尚品牌 George、英國最大時尚購物網站 ASOS 和全球時裝電子零售品牌 Boohoo 等品牌正在接受 CMA 的調查。

三、追究決策者的個人責任

另一個新興趨勢是有關於公司決策者個人對氣候變化的貢獻以及未能充分管理氣候風險的責任。在英國，克萊恩歐洲環保協會已宣布對 Shell 的董事會提起訴訟，因為 Shell 董事會未能採用符合《巴黎協定》目標的氣候策略。在另一起 2022 年判決出爐的案件中，以倫敦國王學院法學院教授 Ewan McGaughey 為首的一群學者起訴他們所參與的一項英國退休金計劃—大學退休方案，並指控該計畫的董事未能制定足夠的計畫以應對投資於化石燃料所涉及的財務風險，雖然案件被駁回，但法院已准許上訴。

四、財報揭露上的訴訟和監管行動

監管機關對於企業在公開訊息的 ESG 揭露越來越嚴格，對企業帶來更大的潛在風險。從美國證券交易委員會在 2022 年，因梅隆銀行在其聲明中，與基金有關的 ESG 因素的陳述有誤而對其開罰 150 萬美元，就可以看出此類揭露的困難之處。英國金融市場行為監管局也推出了新的 ESG 資料手冊，要求企業在氣候議題上做出公平、清楚且無誤導性的揭露。隨著監管執法機構採取更強力的行動，企業也須就其公開訊息的揭露品質做出改善。

隨著各行各業的企業努力加快邁向淨零的步伐，管理訴訟和監管風險也成為所有氣候戰略的關鍵，以上與氣候訴訟有關的新趨勢無疑會對企業及領導人帶來新的壓力，除了須快速適應新規定，也須持續關注公司內部的執行成果，並在各方面都做好應對的準備，才能降低公司整體在氣候訴訟浪潮中的風險。

資料來源：Dentons、LSE、European Commission、Bloomberg Law



將永續概念融入產品設計中可為企業創造新商機

根據法國知名的管理顧問公司 Capgemini，於 2022 年 7 月所發布的永續產品設計調查報告《為什麼當前需要永續產品設計（Why sustainable product design is the need of the hour）》指出，具 900 多位來自各產業的產品設計主管表示永續產品設計能提升顧客滿意度、提升營業額、降低成本開銷，甚至是吸引資金投入。基於此調查結果，以下逐一說明企業將永續概念融入產品設計所帶來的四項效益。

一、提升顧客滿意度

此份報告表示，70%的企業領導者表示實施永續產品設計後，顧客滿意度有顯著提升。且依據美國知名的客戶關係管理公司 Salesforce 於 2022 年發布的《第五版客戶關係報告（State of the Connected Customers fifth edition）》顯示，66%的顧客表示他們停止購買不符合其價值觀的公司的產品，且 78%的顧客表示企業在環境方面的績效會影響其購買決策，故永續性的產品更能贏得消費者的信任和青睞。

二、提升營業額

由於顧客對永續產品的偏好逐漸提升，故根據本報告調查 73%的企業在實施永續產品設計措施後，營收顯著提升。舉例而言，知名科技公司 HP 在 2022 年 6 月的報告書中指出，實施永續相關措施，例如：將機體中廢棄塑膠部件回收再利用、設計高能源效率的產品等，在 2021 年至少為公司創造了高達 35 億的營收。

三、降低成本開銷

永續產品設計之所以能降低產品開銷，是因為永續產品設計著重於最大程度地避免原料及能源浪費、運輸及水資源消耗。舉例來說，如果企業按照永續產品設計的準則重新設計產品，可簡化生產步驟，減少生產過程中所需的電力和水資源，進而降低成本開銷。同時，若企業基於永續考量設計較輕巧的產品包裝，亦能減少運輸所需的燃料，進而降低運輸成本。

四、吸引資金投入

如上所述。當企業開始將永續概念融入產品設計中，且更受顧客青睞、提高營業額並將低成本後，自然更吸引投資人喜愛。依據本報告調查 76% 的企業表示，在實施永續產品設計後，確實更能吸引投資者的資金投入。

隨著永續發展理念的日益普及，越來越多的消費者、商業夥伴和投資人將企業的永續表現視為重要的選擇或投資因素之一。同時，政府亦透過制定更多環境、社會和治理相關法規，強化對企業的監管，要求企業必須遵守相關法律法規和行業標準。因此，若能夠實踐永續產品設計，更可推動企業長遠的發展。

資料來源：GreenBiz、capgemini、salesforce



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

安侯永續發展顧問(股)公司 董事總經理

T: +886 2 8101 6666 Ext.14200

林泉興

安侯永續發展顧問(股)公司 執行副總經理

T: +886 2 8101 6666 Ext.13974

王竣弘

安侯永續發展顧問(股)公司 副總經理

T: +886 2 8101 6666 Ext.16017

狄佳瑩

安侯永續發展顧問(股)公司 副總經理

T: +886 2 8101 6666 Ext.15158

Key links

- [氣候變遷及企業永續發展服務 \(KPMG Taiwan\)](#)
- [KPMG Global - Sustainability services](#)

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，[管理您的訂閱狀態](#)。如您想暫停收取氣候變遷及企業永續發展電子報，煩請[點此退訂](#)。

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 安侯永續發展顧問股份有限公司。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](#).

© 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.