

CSR/ESG For Culture

CSB

跨域合作指南書

TAICCA 文化內容策進院

目錄

一、為什麼企業的ESG行動需要與文化內容跨域合作？	2
二、開始與文化內容合作吧！	5
三、有哪些合作模式呢？	8
合作模組介紹	8
模組1 永續時尚與循環經濟	8
模組2 在地文化永續旅遊	9
模組3 軟體硬體相輔相成	10
模組4 品牌記憶力，需要故事力	11
四、結論	12

一、為什麼企業的ESG行動需要與文化內容跨域合作？

文化是一個國家或社會的共同生活經驗，經過時間積累而成的無形資產，並且經由多元的藝術表現形式呈現。而文化內容是指具有文化意義和創意價值的產品或服務，例如視覺藝術、表演藝術、流行音樂、影視、出版、時尚設計¹等。文化內容傳達多樣的感性故事和創意的想像力，協助企業的社會參與和共識營造；而文策院在推廣ESG for Culture時，注重企業與文化雙方的合作模式深化，讓雙方的合作可以兼具社會影響力（Social Impact）與商業價值（Business Value），即為文策院提倡的「CSB²」理論。

近年來隨著氣候變遷與極端氣候愈發劇烈，讓越來越多人意識到環境保育刻不容緩；同時，越來越多的企業也意識到，在少子化的時代，人才是企業珍貴的資產，打造能讓人才留任、育兒友善的職場與企業的永續經營緊密相連，因此越來越多的企業在各方的鼓勵下投入ESG行動（Environmental, Social, Governance），結合企業核心專業能力來推動ESG永續發展。聯合國於2015年宣布³「永續發展目標」（Sustainability Development Goals, SDGs），SDGs為促進全球經濟、環境、社會的平衡發展，並消除貧窮、不公平、提供優質教育等提供了明確的17個目標和169項細項目標，SDGs亦成為跨組織、跨國界之間攜手邁進的共同目標，更有許多企業結合本身的專業與跨領域夥伴合作，為了SDGs的各項目目標攜手努力。

為善也需人知，而文化內容業者具備創意十足的說故事能力，能以影視動畫、出版物、遊戲等方式向外傳達企業在ESG上的願景與行動，提升社會對企業的觀感

¹ 文策院服務的文化內容產業包含下列十項：視覺藝術、表演藝術、流行音樂、影視、動畫、漫畫、出版、遊戲、未來內容、時尚設計。

² CSB: 文化內容、社會影響力、商業價值(Cultural Content, Social Impact, Business Value)，指企業與文化內容業者合作，共創兼具社會影響力與商業價值的ESG for Culture專案。

³ 聯合國永續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs)包含17項目標(Goals)及169項細項目標(Targets)。17項永續發展目標(Goals)涵蓋環境、經濟與社會等面向，展現了永續發展目標之規模與企圖心。

與認同，達成品牌溝通⁴、企業精神與理念的傳遞，對內則有助於提升同仁的想像力與凝聚同仁的向心力。企業與文化內容合作可與更多面向的利害關係人溝通，為企業搭建對內對外多元性的橋樑。

企業與文化內容合作，可使企業照顧到更多層面的利害關係人；而企業多元性的文化藝術或社區活動，也有助於回應利害關係人對於企業參與社會發展的期待，並透過有效的溝通和經營，建立正面和諧的共識，提升企業的品牌形象和聲望。文化內容業者也可以幫助企業揭露ESG相關的資訊，以回應投資者、消費者和其他利害關係人的需求，並展現企業的永續發展價值⁵。

企業與文化內容業者合作，能提供更多元、更具創意的活動來照顧員工，提升員工的福祉、參與度和向心力，進而吸引優秀的人才留任。企業也可以藉由規劃文化內容活動，為員工提供認識與接觸DEI⁶、SDGs等理念與目標的機會，實踐更多元的員工照顧。

文化內容策進院作為中介組織，我們協助企業、文化雙方媒合，共創具備社會影響力潛能的ESG專案，讓擅長溝通與深耕特定議題的文化內容業者，協助企業用文化力跟社會溝通，與社會共榮共好。

● 建構品牌價值

企業和文化內容業者合作可以觸及更多不同面向的利害關係人，同時彰顯企業的品牌與商業價值；並且透過企業的多元化ESG作為，投入資源鏈結在地社群與社會，進而創造社會影響力。

⁴ 安侯永續發展顧問股份有限公司. (2023, January). 企業投入ESG行動的三種關鍵成效. KPMG. <https://kpmg.com/tw/zh/home/insights/2023/01/business-esg-key-results.html>

⁵ Preview tw. (2021, November 22). 公關可在ESG浪潮中發揮關鍵功能. Vocus. <https://vocus.cc/article/619b4194fd897800016d26d8>

⁶ DEI: 多元、平等、包容(Diversity, Equity, Inclusion)

● 實踐幸福企業

在逐漸少子化的時代，企業人才招募與留任的能力儼然成為企業能否永續經營的重大議題。企業透過文化內容呈現ESG作為，不僅增加企業內部同仁對企業的認同，更提高企業在人才招募與留任的吸引力；而企業也可利用文化內容強化同仁的想像力及創造力，豐富企業對同仁的照顧面向。

● 實質上的肯定

2022年12月《上市上櫃公司永續發展實務守則》新增第二十七條之一：「上市上櫃公司宜經由捐贈、贊助、投資、採購、策略合作、企業志願服務或其他支持模式，持續將資源挹注文化藝術活動或文化創意產業，以促進文化發展」，並於《112年度公司治理評鑑指標》的「推動永續發展」構面中新增評鑑指標；我們期待透過指標的制定、政策的鼓勵與中介媒合組織的推動，持續策進更多的企業攜手文化內容業者共創ESG for Culture的ESG專案；未來則希望由評鑑指標的設計引導企業與文化內容業者的合作模式更加深入。

二、開始與文化內容合作吧

在分析了企業與文化內容團隊間的合作模式後，我們由淺至深歸納出以下五種模式：

(1) **資源協助**：包含經費補助、慈善捐助、經費贊助，以及企業職員的一般性志願服務，此投入模式並無涉及企業本身經營業務專業。

(2) **專業協助**：包含企業職員提供專業技術之志願服務、成功經驗分享、協助能力建構等，此模式與企業的業務專業領域相結合，形成企業與合作夥伴之間更進一步的合作關係。

(3) **資源媒合**：包含協助開發客群、媒合其他夥伴加入協助等。與前兩種模式最大的不同在於此模式由企業出面擔任整合的角色，聚合各方資源共同投入專案。

(4) **商務合作**：包含社會採購、提供客製化或優惠／免費的產品、共同專案／計畫執行等。此模式主要是以企業的商業模式角度構思ESG投入的策略。

(5) **策略夥伴**：包含共同辦公室、策略性整合及互嵌（例如成立文化發展相關基金會、提供空間給予文化相關目的長期使用）



資料來源：Strandberg Consulting(2019), Corporate Social Responsibility in Canada: Trends, Barriers and Opportunities, p.18.

圖1：企業ESG五種合作模式

研究調查⁷指出，目前在ESG for Culture專案中佔比最高的合作模式為「資源協助」；同時我們也觀察到，「策略夥伴」的合作模式占比也在逐年提升當中。而文策院持續推動更加深化企業以文化內容共創具有社會影響力（CSB）的合作專案，以我們實務上媒合的經驗，歸納出一套在規劃ESG方案時可以參考的方法學，並依此作為參考規劃更具社會影響力的ESG for Culture專案。

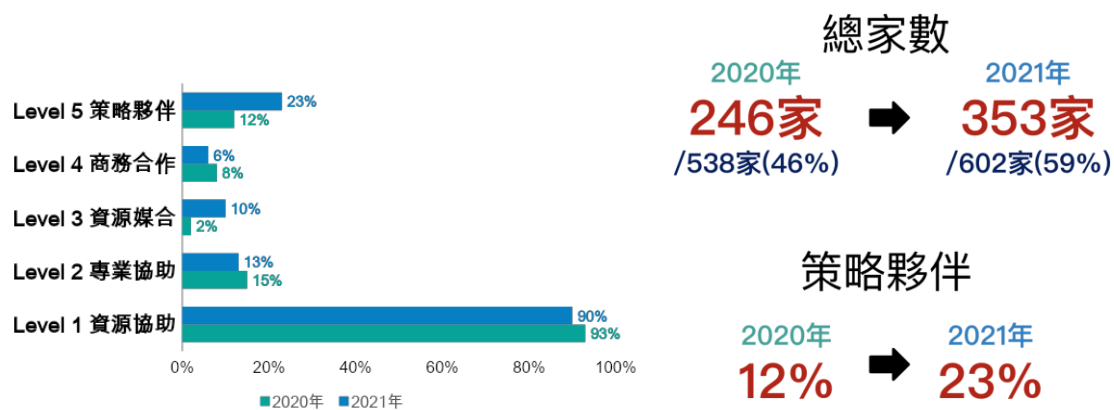


圖2：2020~2021年間支持文化發展的企業家數與模式統計圖

在接下來的章節中，我們會用實際的案例來說明如何透過專案設計來策畫具備社會影響力的專案。在此我們專案設計拆解成下列五步驟，提供讀者一套規劃ESG for Culture的方法論，引導更多力量一起投入：

- Step 1: 先設定專案為企業、社會所帶來的效益或解決的問題。
- Step 2: 界定並盤點專案中的利害關係人。
- Step 3: 盤點需要投入的資源與設定專案關鍵指標，指標包含量化（問卷）與質性（訪談）的指標
- Step 4: 執行ESG for Culture專案
- Step 5: 透過與利害關係人議合，以確認效益與改變是否確實發生。

⁷ 資料來源：(1)台灣經濟研究院(2022)。企業社會責任落實於文化發展之執行策略研究，頁33；(2)本院研究整理。



圖3：規劃ESG for Culture專案之步驟

三、有哪些合作模式呢？

文化內容產業具有滿滿的創意，可以協助企業在產品及服務或是商業模式上創新，並向員工、顧客與供應鏈溝通理念、倡議企業價值。除此之外，企業將資源投入合適的文化內容團隊，更能發揮相輔相成的作用，為社會與文化內容之間拉近距離，同時支持文化內容產業健全、永續的發展，讓我們一起看看該如何跟文化內容業者合作吧！

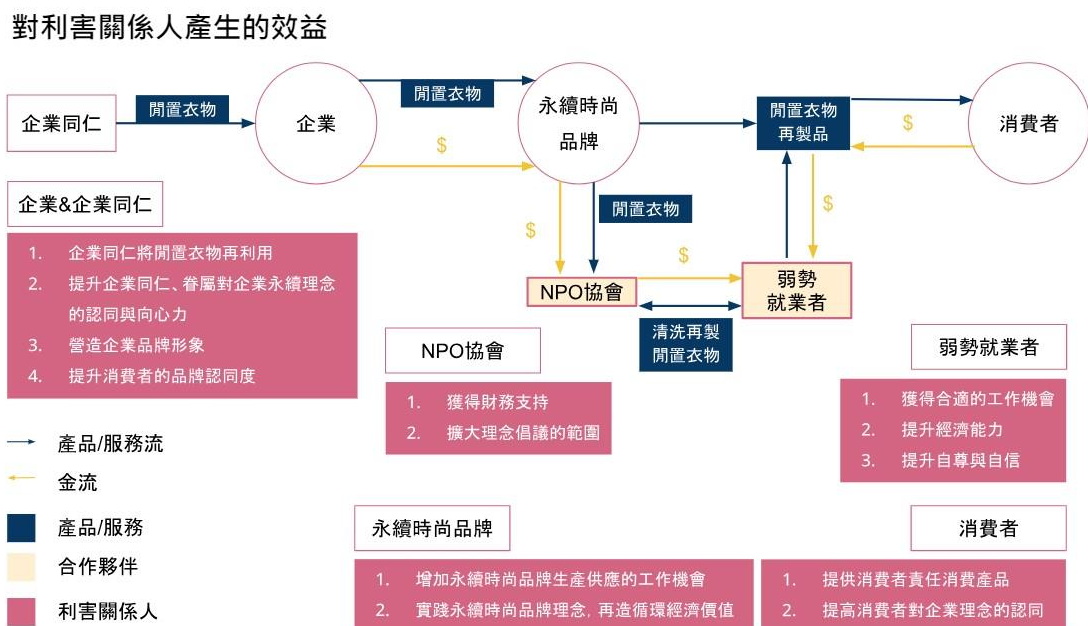
合作模組介紹

經由研究媒合案例後，分析出不同的專案中對利害關係人產生的效益，並將其歸納成以下模組，供企業與文化內容業者進行跨域專案合作時參考。

模組1 永續時尚與循環經濟

適合的文化端：時尚設計類

本模組效益著重於將現有資源循環再利用，透過永續時尚的創意設計賦予舊物品新生命，讓永續再生的理念可以進入日常生活中，更名為弱勢就業業者創造工作機會。

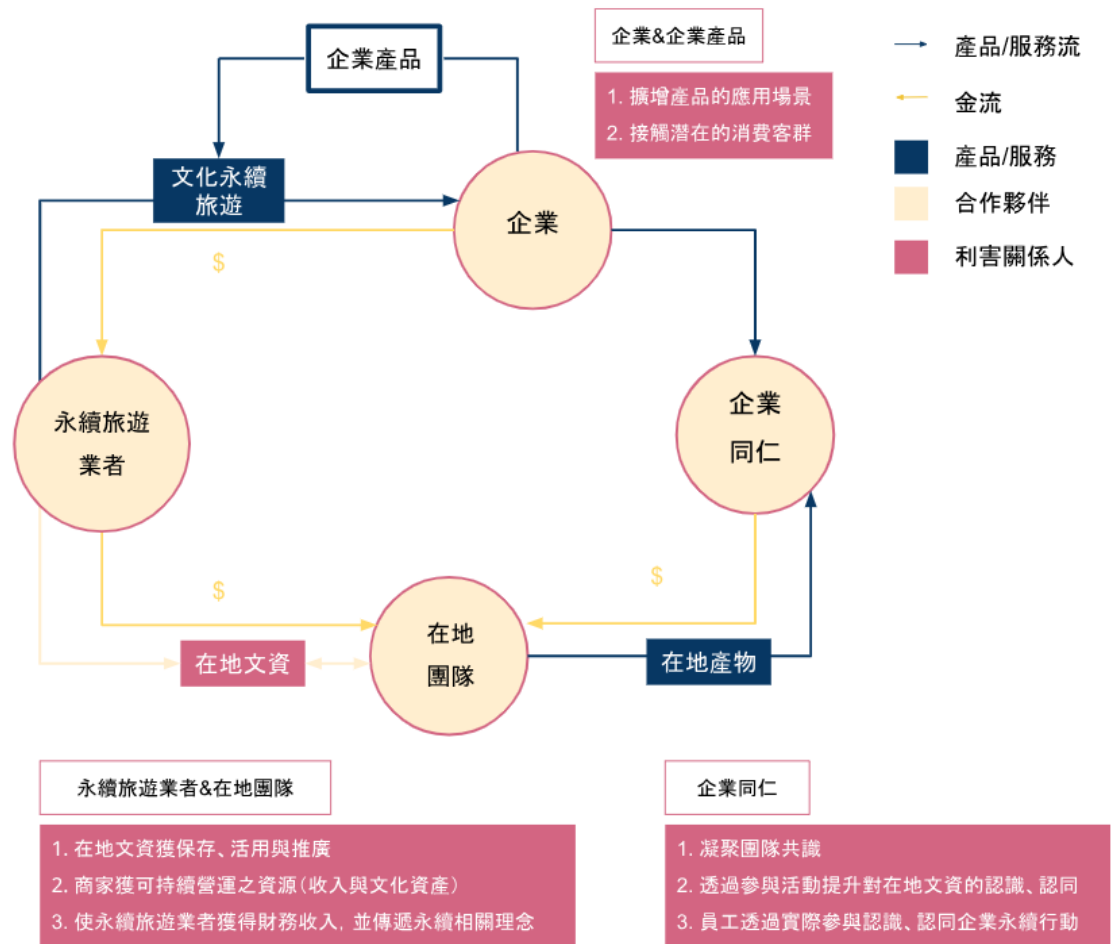


模組2 在地文化永續旅遊

適合的文化端：未來內容類（VR/AR）、遊戲類

本模組中的企業在合作中置入企業產品與文化內容業者合作，使企業同仁透過實地參與遊程凝聚共識，並使遊客（潛在的消費客群）接觸到企業產品時，也對在地文化更加認識理解，而在地文資也獲得保存、活用與推廣。

對利害關係人產生的效益

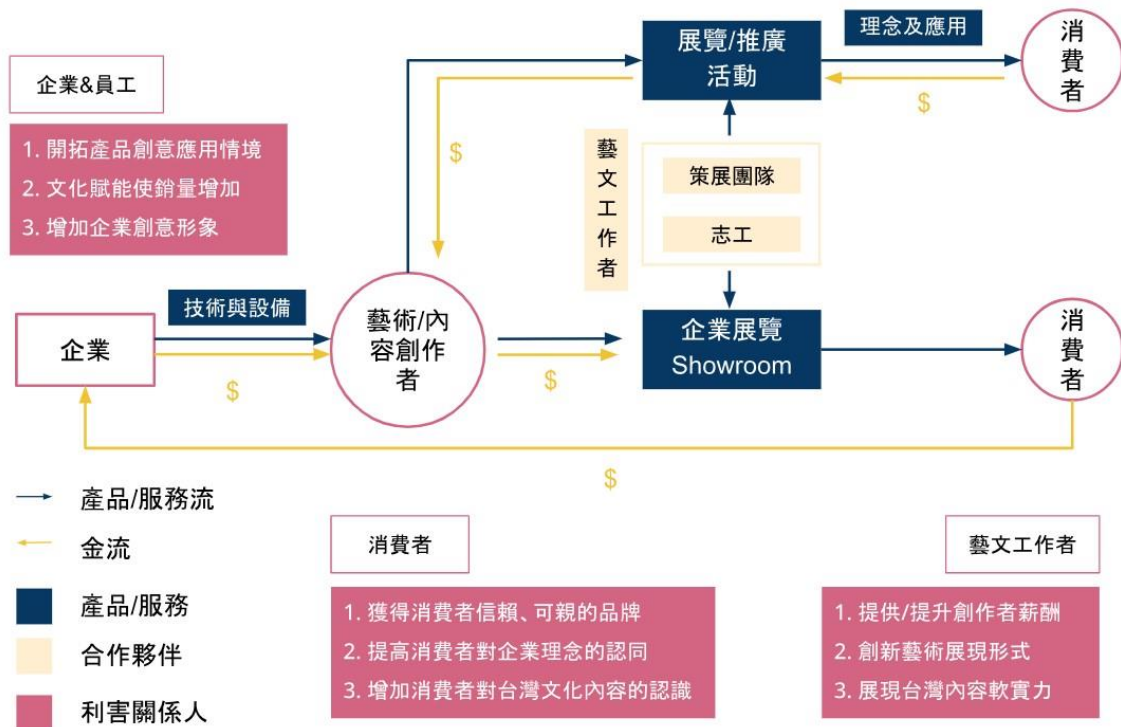


模組3 軟體硬體相輔相成

適合的文化端：視覺藝術類、未來內容類 (AR/VR)

本模組提供企業開拓產品創意應用的可能性，並且藉由和文化內容業者的合作，以更具想像力與創意的方式傳遞企業理念與演繹產品的應用情境，不僅可增加在消費者心中品牌的知名度，更有機會接觸到潛在的消費族群，為企業帶來營收。

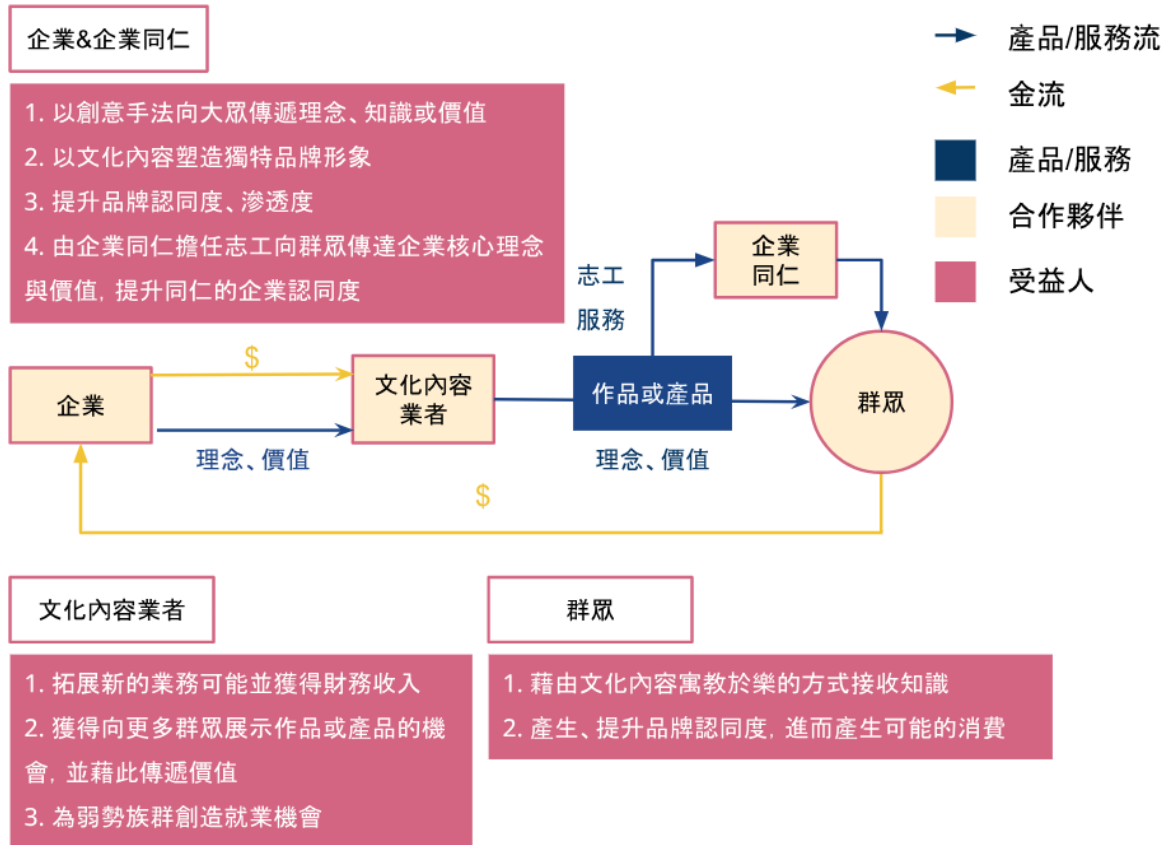
對利害關係人產生的效益



模組4 品牌記憶力，需要故事力

企業想傳達理念與價值時，透過文化內容業者的故事力與創意做為載體，讓價值與理念的傳遞更加生動與普及，以寓教於樂的方式讓群眾獲取知識。

對利害關係人產生的效益



四、結論

企業在追求永續經營時，穩定成長的社會是企業永續發展的基石，我國作為自由開放的國家反映著多元豐富的文化樣貌，若企業在擘劃ESG治理藍圖時納入文化內容業者的創意力、故事力，以文化內容業者與社群、公眾互動的經驗、相關專業技術（如聲音與攝影）以及更多能激發異業合作火花的資源，透過雙方的共創，實踐企業支持文化發展的理想，同時也為企業創造商業價值，一同攜手為社會帶來影響力。

當企業與文化內容業者展開跨域合作後，不同產業之間的溝通往往需耗費許多時間與資源，文化內容策進院能夠協助在其中扮演雙方的中介角色，協助企業與文化內容產業間之溝通，共創企業與文化內容業者雙贏。而企業與文化內容業者合作除了單方面的資源協助外，還有許多創新多元的合作模式，例如在第三章當中展示的四種合作模式範例，文策院以定期辦理工作坊為文化內容業者培力，使其發覺自身內容能夠耕耘的永續目標，使其在與企業合作共創時能在企業關注的永續議題上攜手並進，讓雙方的合作關係更深化、更長期，以雙方成為策略夥伴的目標努力。

經營企業時對內、外部的利害關係人產生的影響能夠透過文化內容的感染力與傳播力來進行溝通，而文策院以「⁸CSR/ESG for Culture 文化發展與企業社會責任網」倡議，透過亮點案例的採訪、媒合案例的紀錄，為企業在ESG for Culture上所做的努力能夠更廣為周知，同時也期待藉此引領更多企業一同投入ESG for Culture，讓企業與文化內容產業一同努力發揮創意，攜手邁向社會的共榮、共好。

⁸ CSR/ESG for Culture 文化發展與企業社會責任網：<https://finance.taicca.tw/csr>

CSR/ESG for Culture

文化內容 × 社會影響力 × 商業價值共創

深化企業與文化的合作

共創永續生態圈

栗襄沂

文化金融處 產業發展組 組長

swlli@taicca.tw

+886-2-2745-8186 #218

TAICCA CSR/ESG專案小組

csr@taicca.tw

+886-2-2745-8186