

臺灣推動社會創新行動方案1.0成果說明

壹、背景

面對全球發展所衍生的各類失衡現象，社會創新兼具創新、效率、永續，能藉由科技或商業模式的創新應用，從中找到解決社會問題的新途徑。為響應聯合國永續發展目標(SDGs)、完善我國社會創新多元發展，行政院於2018年邀集12個部會推動社會創新行動方案1.0(2018年-2022年)，截至2022年重點成果如下：

一、價值培育

推動大學社會責任，鼓勵超過 114 個大專校院團隊於地方實踐社會創新服務；建置「社會創新平台」、「社會經濟入口網」、「新作坊」等資訊平台，提升對社會創新價值的認定。

二、資金取得

鼓勵公司治理評鑑納入企業與社創組織合作及 SDGs 實踐；提供原民事業相關營運資金，每年融資金額超過新臺幣 3.2 億元(約 985 萬美元)。

三、創新育成

辦理 Buying Power 社會創新採購獎勵機制，鼓勵政府與企業以行動支持社會創新發展，累計採購額已突破新臺幣 31.2 億元(約 9,600 萬美元)；推動合作事業、農村社區企業等多元發展，提供相關培訓及輔導服務。

四、推動拓展

促進社會創新組織進行登錄，協助提升社會辨識與支持，並提供輔導資源，累

計社會創新業者逾 800 家；營運社會創新實驗中心，辦理超過 9,000 場課程、工作坊、倡議等相關活動，累計吸引超過 20 萬人參與交流，形成社會創新資訊匯流與傳播之重要基地。

五、國際連結

辦理亞太社會創新高峰會，每年吸引超過 3,000 人參與；組團參與社會企業世界論壇 (Social Enterprise World Forum)，與國際相關社群網絡進行資訊與經驗交流。

貳、成果案例

一、慕渴股份有限公司 (鮮乳坊)：

(一) 鮮乳坊為改善酪農業生態環境，推動獸醫現場把關、嚴選單一牧場、無成份調整、公平交易等理念，派駐專業技術團隊，協助酪農進行科學化管理，對於疾病預防、小牛育成率、牛奶品質等提供具體指標，讓牧場人力能夠有效使用，並享受合理的休假，同時也媒合獸醫系學生實習，協助牧場找尋人才，創造善的循環。

(二) 經由 Buying power 社會創新採購獎勵機制及產業夥伴媒合，於全臺超過百間便利商店、大賣場等進行販售，並被許多連鎖餐飲企業納入長期合作供應鏈，成功打入市場。

二、配客嘉股份有限公司：

(一) 配客嘉開發可循環利用的「網購循環袋」，與臺灣各大電商成立網購包裝減量聯盟，讓消費者在結帳時選用「網購循環袋」出貨，並提供線上優

惠作為誘因。

(二) 經由 Buying power 社會創新採購獎勵機制、產業夥伴媒合及社創中心進駐輔導，成功與多家便利商店、大賣場合作，由店家提供放置歸還箱的空間，在消費者歸還時，推播線下優惠，成為實體店面新客群。達成網購包裝循環再利用，帶動各界共同降低一次性垃圾對環境造成的污染。

參、展望

植基於行動方案1.0的推動成果，2023年擴展為結合17個部會資源推動「社會創新行動方案2.0 (2023年-2026年)」，除建立公私密夥伴關係，更加入綠色永續、包容科技、海洋生態保育等重要議題，並導入影響力投資概念，協助社會創新組織自主營運發展，使臺灣逐步成為社會創新亞太區域示範國之一，並透過辦理國際型活動，共同攜手國際社會創新夥伴尋求社會環境問題的最佳解方。