和泰汽車的氣候變遷管理

第十七條 等級：進階

資料來源：2022 年和泰汽車永續報告書

確保和泰能將環境永續的理念不斷傳承至下一代，並融貫到經營策略的各個環節之中，和泰採用由國際金融穩定委員會所建議之TCFD架構，進行氣候變遷風險之管理與揭露

企業概述

和泰汽車創立於 1947 年，迄今已走過逾 70 個年頭，初期以貿易為主要業務，陸續取得豐田、日野、凌志等汽車知名品牌之代理權，為日本豐田汽車海外市場的首家總代理。為因應能源短缺及油價高漲等永續性經營議題，和泰汽車自 2006 年起率先引進日本豐田汽車具備先進環保技術的油電複合動力車（Hybrid），經過多年推廣，已逐漸被消費者接受並衍生出國產化需求。

案例描述

- 重大風險鑑別結果與因應

為了把握潛在的風險和機會，和泰汽車從與環境相關性和對業務重要性的角度出發，確定並評估了氣候變遷的威脅。

傳統燃料汽車對生產和購買的影響，預計在隨著全球氣候變遷法規的制訂下，碳定價與交易將被引入並逐年提高，這將導致更高的消費者購買和公司生產成本。另一方面，有鑑於氣候變遷所帶來的影響，低

碳的商業模式將加速燃料汽車的淘汰速度。這樣的氛圍下，市場上銷售使用電力之低碳汽車，將有可能對二氧化碳減排效果發生極大的助益，這也將誘導出更多的商機。此外，在實體風險部分，在沒有足夠應變的情況下，由於洪水氾濫等自然災害的頻發和加劇，生產中斷和供應鏈中斷可能會隨之發生。

氣候變遷風險之衝擊與管理	風險等級	風險說明	發生位置	發生時間	衝擊	財務影響	管理作法
	高	低碳產品與服務的需求	下游客戶	中期	隨著環保意識抬頭，舊世代車款於性能、環保表現層面無法滿足市場需求。	營運成本增加(如需導入更多符合環保需求的產品)	隨時掌握市場需求變化、顧客行為與偏好之轉變，向母廠爭取導入更多低耗能、低碳排放車款。
	高	顧客偏好改變	下游客戶	中期	隨著永續意識抬頭，顧客於購買車輛時將更加考量低耗能或低碳排車款。		
	高	顧客行為轉變	下游客戶	中期	隨著永續意識抬頭，顧客於購買車輛時，將開始對燃油車種產生排斥。		
	高	產品效率法規與標準	上游供應商	中期	若未能符合法規之規範標準，車輛將無法販賣。	營運成本增加(較高的法規遵循成本或管理費用的增加)	掌握法規動向，依情況與母廠溝通，以期能導入符合規範之商品。
	中	熱帶氣旋	上游供應商 公司自身	短期	極端的氣候和天災可能造成公司資產及財務損失，如房屋倒塌、車輛損失、淹水等等以外；在人員方面，亦可能造成員工人身傷害、或人員無法上班，進而影響公司人力的配置。	營運成本增加(例如需準備更多零件庫存與受到天災影響，生產線受到衝擊)	1.掌握颱風動向，確保防颱工作落實執行。 2.掌握風災對於商品運送、公司人員及資產所造成的影響，必要時進行慰問及修繕重建。 3.依管理機關規範處理。

- 氣候變遷管理-策略

1.氣候變遷風險與機會之短、中、長期分別為1年、1-3年與3-5年。

2.推進和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的成效，監控並追蹤和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的PDCA改善循環及自主發展/改善的成效。

3.以目前的氣候變遷政策與策略，以及已經實施並且確定運作的情形做為基礎情境，分析法規、技術、市場與商譽之氣候衝擊。

- 氣候變遷管理-風險管理

1.針對所鑑別出之轉型與實體風險，經由排序重大風險、機會，由三大事務局相關單位負責擬定各項專案方針與執行，並至委員會報告其進度與成果。藉由跨部門溝通及討論，整合公司資源，降低氣候變遷風險所帶來之負面影響。

2.為實踐和泰集團願景及企業永續發展，和泰汽車配合日本

TOYOTA母廠，同時針對台灣環境與市場鑑別出之轉型風險，透過SWOT分析、風險矩陣 (Risk Map)，並排序重大營運、財務、市場地位風險及產業機會，由永續發展委員會轄下之「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」負責，配合或擬定各項永續專案方針與執行計劃，並定期向委員會報告進度與成果，持續提升企業永續力。

3.TOYOTA每年亦定期召開亞太區環境管理會議，分享國際環境管理趨勢、各國法規現況及淨零排放趨勢與作為，藉由跨國溝通、分享各國環境管理、淨零排放、供應鏈綠色轉型作法，強化TOYOTA與和泰集團對於氣候變遷之應對能力，同時減緩氣候變遷所帶來之負面衝擊。

- 氣候變遷管理-指標與目標

和泰致力達成2050年環境6大挑戰之願景，包含：1.新世代新車CO2零排放；2.生命週期CO2零排放；3.工廠CO2零排放；4.最小量及優化用水；5.建立循環型社會與制度；6.與自然和諧相處。為達成挑戰，制定環保評價手冊（EAS）及經銷商ECO Dealership，監控並追蹤和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理改善與成效。