

# 淨毒五郎2020永續報告書

Chef Clean 2020 Sustainability Report



創辦人的話	02	淨毒五郎內部的永續實踐	23
關於淨毒五郎CHEF CLEAN	03	我們對2021的展望	24
我們於環境、社區等面向的努力	04	向成為「對世界最好的企業」航行	
環境 —— 從重複使用開始實踐永續足跡	05	投入內容產製 深耕環境議題	
社會 —— 對土地及議題的真摯關懷	06		
社區 —— 用企業力支持綠色供應鏈	07		
員工 —— 打造完善、自主自由的職場環境	08		
採用再生塑料包裝的路上	10		
2019年開始，我們著手實施了一連串的減塑行動	11		
再生塑料是什麼？它是怎麼被製造出來的？	12		
大豐環保科技 亞洲第一間獲得藍天使標章的再生塑料供應商	13		
公益回饋行動 創造社會善循環	18		
我們的企業文化	19		
今天在哪工作？由你決定！	20		
工作夥伴們的健康，我們在乎。	20		
回家吧！給家人的專屬福利	20		
追求更卓越的自己！教育進修福利	21		
生活體驗激勵金 探索生命的美好	22		



## ■ 創辦人的話

嗨！我是Chloe，感謝你打開這本年度報告書，讓我們可以與你分享淨毒五郎2020這一年的足跡。

2020對我而言有許多考驗，除卻疫情發酵，產業遭受衝擊外，在我的生活裡還多了個小生命，多了個叫「母親」的新角色。而對我的另個孩子——淨毒五郎來說，2020恰好是我們走過的第五個年頭，根據經濟部中小企業處統計，台灣的新創企業平均存活率到第五年只剩57.43%，我常常想，淨毒五郎何其有幸，能夠成為其中的一員。

但比起過去了多少時間，於我而言更有意義的是在2020年，淨毒五郎在各方面都有新的突破和成長。

我們將半數以上的塑膠瓶品項包裝，更換為再生塑料，從生產源頭降低新塑膠的產生；而我們的無包裝補充站合作夥伴，更從0一口氣突破到9個！

在倡議行動上，我們加入台灣環資協會所主辦的地球日50週年活動，並捐出地球日當日4.22%的營收，支持環境保護行動；除此之外，淨毒五郎也首次進駐亞洲手創展，策劃一系列展覽及體驗，告訴大家塑膠這個材質並不邪惡，並向大眾溝通「重複使用」的重要性。

同時我們也延續2019年的脈絡，進行每季一次的公益合作計畫。除了推出公益組合販售外，也透過親身的參訪及志工服務，實地了解每個單位的服務項目，希望透過品牌的影響力，帶更多人看見存在於社會上的真實需求。

以上關於2020的種種點滴看似充實，但在我心裡，淨毒五郎還有更多事可以、需要去做。所以接下來我想誠摯邀請你翻開下一頁，一起來看看你可能參與過的2020，以及我們的新展望。



莫伊倫

## 關於淨毒五郎 CHEF CLEAN

為2015年創立的臺灣自有品牌,秉持三大堅持

環保

安全

有效

以植物性原料開發居家清潔用品，取代市場上的石油提煉清潔成分，從產品設計到供應鏈，推廣對環境友善的生活態度。



品牌創立初期，臺灣正被食安風暴籠罩，對食物清潔、加工的問題日益重視。原先待在保養品產業的創辦人Chloe從中觀察到，相對於保養品成份，大眾對同樣會接觸肌膚的清潔產品普遍認知不足，未意識到不明成分產品對自己、對環境的危害。淨毒五郎於焉誕生，從選用環境友善的成分出發，一步一步喚醒消費者對居家清潔洗劑的關注。

根據行政院統計資料，我們發現

- 臺灣約有1/4的塑膠製品被用作包裝使用
- 平均每年需消耗約60萬公噸的塑膠

Chloe被這個數字深深震撼，開始思考:作為生產者，淨毒五郎該如何從生產流程及產品設計出發，達到對環境相對友善的影響？

在多方嘗試及考量後，我們不得不承認，塑膠輕薄、防水、易塑形的特性，仍是最合適的瓶器材質。因此我們著手搜尋其他可執行且對環境更好的作法，最終得出「使用再生塑料」的結論。雖然目前無法完全棄塑膠不用，但我們可以選擇落實重複利用的精神，使用在回收機制內循環的原料，不讓地球出現新的塑膠。

在生產端之外的地方，我們也著手提供更友善的消費選擇，開設官方的無包裝補充站，向大眾推廣無塑、裸裝的消費型態。我們相信，有意識的判斷每次的購物選擇，便是友善對待自己的生活方式。我們也於2019開啟每季一次的公益合作計畫，與不同的非營利組織合作，透過品牌影響力，讓更多人認識在不同領域、為不同族群所服務的機構組織。

未來，淨毒五郎將持續深耕家用清潔領域，同時在2020年往個人清潔護理方向拓展，致力提供友善的居家用品選擇。

我們

不該停止對永續和循環的追求



## 環境面向

從重複使用開始實踐永續足跡



## 社會面向

對土地及議題的真摯關懷



## 社區面向

用企業力支持綠色供應鏈



## 員工面向

打造完善、自主自由的職場環境

# 環境面向

## 從重複使用開始實踐永續足跡

創立五年來，淨毒五郎堅持初衷，以植物性原料開發高自然分解度的清潔用品，拒絕添加危害環境及人體的成分，接下來我們還想往前邁進，成為全方位的綠色清潔品牌。

2019年，我們著手進行一連串的減塑行動；除了將一半以上塑膠瓶品項更換成再生塑料瓶身外，也同步開啟無包裝補充站計畫，推廣裸裝消費型態，從源頭減少塑膠產量。此外，我們也在2020年末獲得PETA的無動物實驗標章 (animal test-free and vegan)，這個標章同時也是我們的承諾，承諾淨毒五郎未來不進行、也不委託進行動物實驗，產品內亦不添加動物性成分。

我們堅信：對人類更好的未來，不僅是要健康、安全地生活，更重要的是與萬物永續共存。



(無動物實驗標章)



# 社會面向

## 對土地及議題的真摯關懷



在社會關懷層面，我們延續2019年啟動的公益合作計畫，透過與不同的非營利組織合作，提供捐款協助，同時實地進行參訪及志工服務，並發揮品牌影響力，將這片土地上的不同需求介紹給大家認識。在新的一年，淨毒五郎將有新的公益計畫，邀請您持續關注我們，一起將友善的雙手，伸向社會的各個角落。

此外，我們也積極參與倡議行動。2020恰逢地球日50週年，淨毒五郎參與其台灣窗口—台灣環境資訊協會所主辦之系列活動 #全面行動，同時捐出地球日當天營收之4.22%，支持在地的環境保護行動！我們亦參與POP UP ASIA 亞洲手創展，以「重複使用是永續的力量」為主題，打造一系列無塑購物體驗，從「認識再生塑料」到「裸裝購物體驗」，鼓勵大家跨出環境友善的第一步。



# 社區面向

## 用企業力支持綠色供應鏈



在產品生產的過程中，我們也堅持責任生產，優先選擇與臺灣在地代理供應商合作，並推動供應商採用更環保的製造方式，在原料、包裝方面持續優化，如此一來不僅降低國際原料運輸所產生的碳足跡，也更加深了我們與土地的連結。

淨壽五郎希望透過選擇在地的友善環境供應商，支持臺灣綠色供應鏈發展，並影響更多企業選擇更友善的選擇。





# 員工面向

## 打造完善、自主自由的職場環境



隨著規模漸漸擴大，淨壽五郎逐年招募新夥伴，已拓展至十人以上規模。

創辦人Chloe相信，只有員工的自我管理才能帶來最好的工作效率及品質，因此她一力營造自由、輕鬆的工作空間，並以扁平化的管理和溝通機制，讓內部資訊更透明，也讓夥伴能夠輕鬆的取得共識、凝聚向心力。

除了管理風格的建立，我們也因應人力的擴編，針對公司制度做了全面的盤點與書面化，包含撰寫員工手冊、確立聘僱政策、導入線上人事系統等。希望讓員工在無後顧之憂的狀況下，為共同的願景齊心向前。



A photograph of a woman with short brown hair, wearing a white long-sleeved shirt, holding a baby in a blue denim overalls. They are positioned in front of a large window with a view of green foliage. On a wooden table in the foreground, there are several bottles of baby products. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

重複使用是永續的力量

## I 採用再生塑料包裝的路上 .....

2015成立以來，淨毒五郎踏實地實踐我們的初衷及承諾「只提供你所需要的成分」，以植物性來源原料開發居家清潔用品，不添加任何有害清潔成分，真正做到友善環境、友善人體。

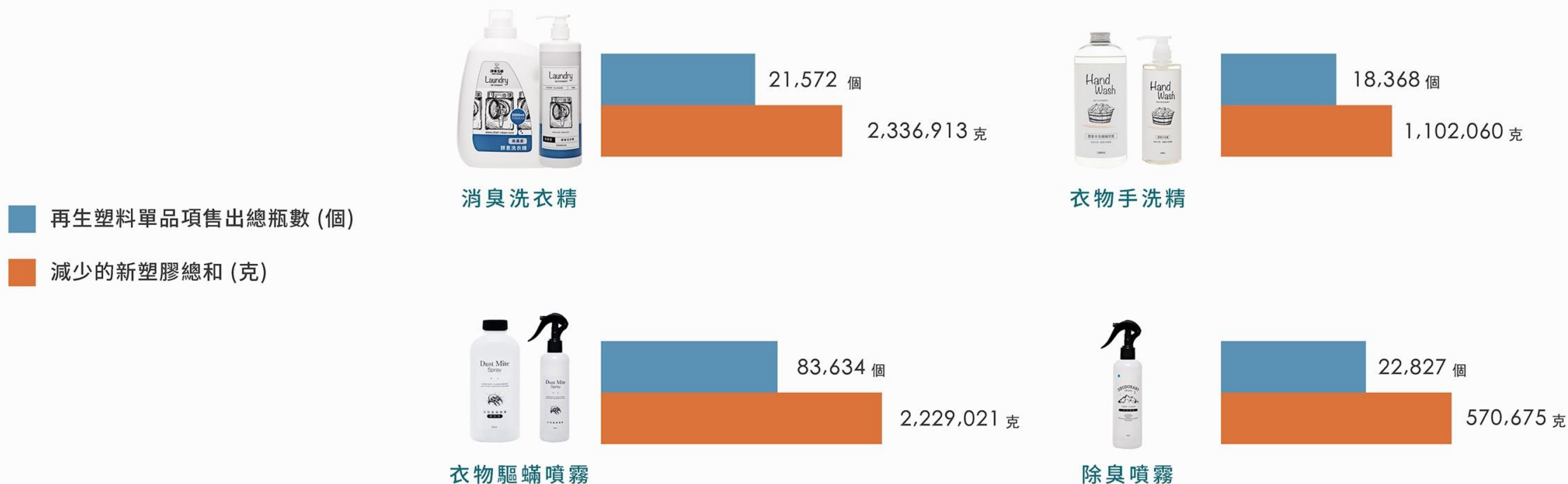
但淨毒五郎想完成的，不只這些！  
我們想真正由內而外，成為全方位的綠色清潔用品。



相較塑膠新料，可減少75%~80%碳排放  
截至2020年12月底，總共減少146,401個瓶器、6,238,668公克的新塑料

# 2019年開始，我們著手實施了一連串的減塑行動

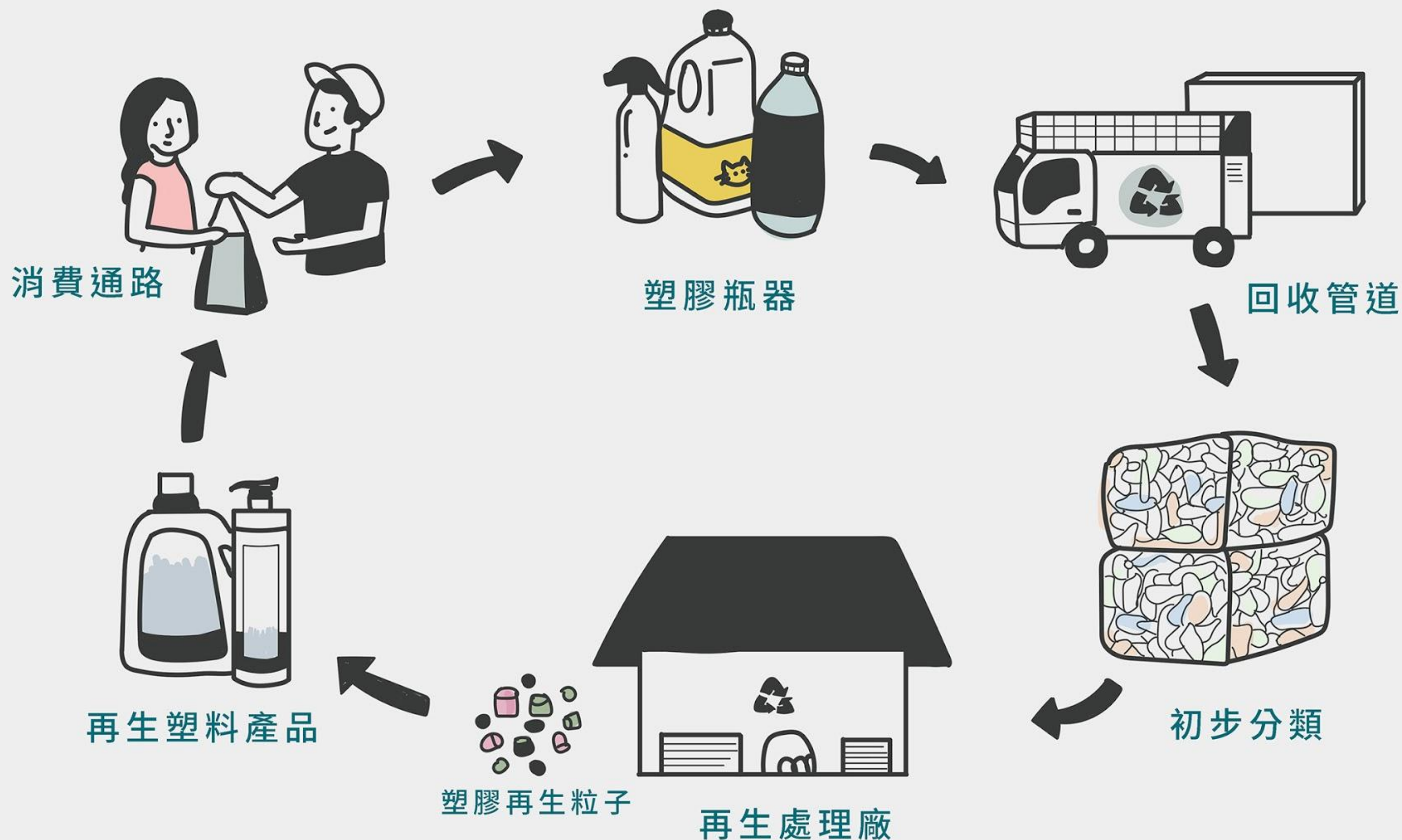
早在淨毒五郎成立的時候，我們就試圖全面捨棄使用「塑膠」或「分解塑膠」來製造瓶身。然而經由現實面以及可行性的考量，我們必須很誠實的說：「以現階段的技術，確實非常困難。」其中需要評估的不僅是大眾的接受度、運輸物流上保存的可行性，還有承載洗劑的耐用度等.....難以一言蔽之。



但在這段摸索裡，我們也有了新的轉念：「雖然無法完全捨棄塑膠不用，但我們可以選擇延續它的生命及價值！」於是除了部分食品洗劑級產品依法規不得使用再生塑料以外，我們逐步將再生塑料取代新生產的塑膠瓶器，徹底實踐「重複使用」的力量，改善一次性的塑膠使用型態，從源頭減化新塑料產生。

# 再生塑料是什麼？它是怎麼被製造出來的？

再生塑料顧名思義，即為將塑膠產物回收後所製成的塑料，非新塑料。



可回收的塑膠被我們丟進回收桶並送至回收廠後，會先進到分選廠分類、打包成瓶磚。之後再送到再利用廠進行造粒。造粒前的瓶磚會經過解包、挑揀、壓碎、分選、熔融等多種程序，去確保品質的完整，最終變成所謂的「再生塑粒」。

我們現在所用的瓶器、壓頭，就是使用再生塑粒所製成的。

# 大豐環保科技

## 亞洲第一間獲得 藍天使標章 的再生塑料供應商



藍天使標章

為了避免再生塑料品質參差，影響到內料的穩定，我們選擇大豐環保科技公司作為合作廠商之一，並且選用其食品容器等級回收塑料，來源更加安心。

除此之外，大豐環保科技是亞洲第一間獲得德國「藍天使」標章的再生塑料廠商，藍天使標章起於1978年，是世界第一個，也是最知名的環保標章之一。這個標章意味著供應商的塑膠來源可被完整追溯，並且具備完善的生產管理制度。

截至2020年12月為止，我們共售出了146,401再生塑料品項，為地球減少了新塑膠的產生！

## 提倡零塑消費新型態

你知道全球超過1/4的塑膠產量，通通被人類拿來包裝產品嗎？這是個十分驚人的數字！

有鑑於此，我們於2019年12月成立官方無包裝補充站，以裸賣的形式向大眾販售品牌清潔劑，並開放全台的無包裝商店申請合作進貨。

若每個人都可以自備容器填裝清潔用品，不但可以減少家中的瓶瓶罐罐，更能從源頭就遏止新塑膠的產生。



## 無包裝補充站的推廣



我們盼望未來除了拓展無包裝補充站的合作夥伴，讓更多人可以不產生新塑膠就能買到生活用清潔劑，也可以裸販售的形式，供應其他企業組織內部採購，甚至在各組織企業廣設補充站，讓更多的消費行為建立在0塑膠生產之上！

2020年，我們共新增了9個環境友善店家，遍佈北、中、南部，其中8間更是去年輔開幕的新店家。足見裸賣、裸買形式漸漸被台灣消費者所接受，慢慢在這片土地上開花盛放，協心齊力提供更友善地球的消費選擇。

### 無包裝消費怎麼做？



自備容器



填裝



秤重



付款





## 我們在以下城市有據點

- 北市
- 新北
- 台中
- 南投
- 高雄



### 2019 ● DEC

官方無包裝補充站成立

### 2020 ● MAR

新增第一間無包裝補充站合作店家 - 零浪費雜貨店

### ● JUN

新增無包裝補充站合作店家 - 零居

新增無包裝補充站合作店家 - 少塑福利社

### ● JUL

新增無包裝補充站合作店家 - 沒有包裝

### ● SEP

新增無包裝補充站合作店 - 山盟商行

新增無包裝補充站合作店 - 好糧時

新增無包裝補充站合作店 - 綠享家

### ● NOV

新增無包裝補充站合作店家 - 簡塑慢行

### 2021 ● JAN

新增無包裝補充站合作店 - 歸。盒子

### ● MAR

新增無包裝補充站合作店家 - 咖啡地方 x 沒包袱

## 讓無塑消費成為你的日常

淨毒五郎想告訴大家：我們每個人的一舉一動，都是在為想要的明天投票。雖然比起直接購物，自助填裝的過程稍微麻煩一點，但卻可以為地球、為下一代、為我們自己減少很多垃圾。

除了向消費者推廣無塑的消費新型態，未來我們也將積極向企業內部採購提案，希望不僅是一般民眾，只要有清潔劑需求的任何單位都可以和我們一起認識、並且加入這個共好的綠色購物行動。

全台共有

**10**間

店家

遍佈

**4**座

城市

在2020年共售出

**1,424**公斤

裸賣清潔劑

省下

**119,605**克

塑膠

向超過

**52,906**人

推廣零塑消費型態

# 公益回饋行動 創造社會善循環

## 淨毒五郎2020年公益合作模型介紹

尋找非營利組織合作對象



2



洽談並擬定合作細節

活動上線  
淨毒五郎全員參訪  
進行志工服務並撰文介紹分享

3



4



結案  
回饋公益組合部分營收  
支持該組織的服務工作

社會上存在著不同的需求，我們透過實地參訪及志工服務，親身去了解「為什麼這些事對台灣是重要的？」同時希望透過淨毒五郎這個平台，讓這些組織被更多人看見。

因此在2020年，我們循著2019的脈絡，繼續往下進行為期4季、不同面向的公益合作計畫，關懷對象包含顏損、燒燙傷患者、植物人朋友、視障導盲犬族群，以及弱勢失依少女。

1-3月份	陽光社會基金會 
4-6月份	創世社會福利基金會 
7-9月份	惠光導盲犬教育基金會 
10-12月份	台灣展翅協會 

我們不僅想從產品設計、販售模式出發，回應人們最真實的需求；更想從各個角度，去參與及感受這座小島的脈動。每經過一季公益合作，我們就更認識一群我們本來不是那麼熟知的群體。淨毒五郎相信，有朝一日當大家彼此了解、體諒，就能建構出一個更友善的社會。

## I 我們的企業文化

截至 2020 年為止，淨毒五郎團隊從最初的 2 位創辦人，到現在共 11 人的規模，因應組織擴編，我們重整公司制度及員工福利，希望建立一套既保有初創時期彈性，但又能幫助組織運作順暢的模式。員工福利不僅是福利，而是將淨毒五郎的公司文化，一同融入制度決策中。

我們將希望淨毒五郎擁有的美好特質，體現在六大面向裡。希望每位夥伴在淨毒五郎的期間，養成自主的工作氛圍，除了獲得職涯的收穫，也能在工作之餘，重視健康、家庭關係、個人成長以及生活體驗，同時一同在日常中實踐環保永續。



今天在哪工作？  
由你決定！



工作夥伴們的健康  
我們在乎



回家吧！  
給家人的專屬福利



追求更卓越的自己！  
教育進修福利



生活體驗激勵金  
探索生命的美好

## 今天在哪工作？由你決定！

我們認為每個人都有自己的工作節奏，只有自己可以掌握及安排自己的節奏的時候，才有機會爆出更好、更優秀的成果，因此除了彈性的上下班時間外，我們也開放一個月兩次的遠端辦公福利，讓夥伴們自主安排自己的工作時間與地點。



## 工作夥伴們的健康，我們在乎

身為注重人體安全的企業，怎麼可以忽略夥伴們的健康呢？我們提供健康檢查補助，讓每個人把健康顧好好；另外還有運動補助，無論是上健身房還是報名運動課程，都可以請領！

若平日感到不舒服，在勞基法之外，我們提供全薪安心病假，以及女性同仁額外3生理假，希望大家能安心休養，健康的返回崗位。

生理假  
3日

全薪病假  
3日

健康補助  
6000

運動補助  
6000



## 回家吧！給家人的專屬福利

在淨毒五郎中有許多異鄉打拼的遊子，我們希望夥伴在認真工作的時候，也可以多陪家人，家庭出遊的旅費，公司幫忙付。

旅遊補助  
6000

寵物照顧假  
1日

家庭照顧假  
3日

對家裡有嬰幼兒的夥伴，除了依法享有育嬰假之外，我們也額外提供薪照護假，希望當爸爸媽媽的夥伴，能有多一點時光陪伴孩子成長。

對與家人有關的緊急狀況，我們也希望能夠盡一點綿薄之力，所以增加全薪家庭照顧假，請夥伴們別擔心工作上的事，全心全意的照顧家人吧！

對家有毛小孩的夥伴，我們特別提供寵物照顧假，讓夥伴可以安心照顧我們的另一個家人。

## 追求更卓越的自己 教育進修福利

針對夥伴們在個人進修上的需求，我們提供一年最高24,000的補助金，希望夥伴們把握所有能夠學習的機會，去精進自己的能力，創造自我及團隊價值，產出最好的產品及服務。除此之外，淨毒五郎內部亦舉辦不定期的講座及訓練，補充團隊合作、環境教育等各面向的軟知識。

職涯是一段漫長的旅程，也是對於自我的不斷探索。我們不僅希望在這個相聚的時刻，能夠一起為「淨毒五郎」創造美好價值，更盼望淨毒五郎有能力成為夥伴們人生中的養分補給點，無論未來去留與否，都能夠在此學會因應快速變動的時代，更有活力及信心向下個階段進發。



## 生活體驗激勵金 探索生命的美好

我們相信，在工作之外還有許多重要的事值得用心體驗，因此我們設計了一份生活體驗清單，無論你是想上山下海或上天，知性沈靜或瘋狂刺激，都能在這份包羅萬象的清單裡找到。只要完成任意五項，就能拿到我們用心準備的3,000元激勵金。

另外，我們也新增2日全薪志工假。我們希望夥伴們暫時停下繁忙的腳步，將平時對議題及社會的關注轉換成行動，用兩天的時間去實際關懷他者的生命；去意識自己其實有能力給予；去享受純然付出後的心靈回饋，這有時比一場SPA更加治癒！

Live well, and laugh often. 我們相信好好生活，就是對生命的最大回饋。

## 淨毒五郎內部的永續實踐

2020年，為了落實永續實踐，我們決定統一內部的環保共識，將資源回收、使用環保餐具、節約能源等都納入考量，並推出鼓勵機制，希望「對環境友善」成為淨毒五郎夥伴們的唯一選擇，而不是有做到很棒，沒做到沒關係的Plan B。

具體內容包含垃圾製造量、水電用量的實際量化與紀錄，透過每月的統計，透明直觀地了解我們的實際資源消耗量，從而制定策略，一步步達成減量的目標。同時，我們預計於2021年購置綠電，循序漸進提高辦公室綠電比，目標是達到百分之百綠能使用。



# I 我們對2021的展望

## 向成為「對世界最好的企業」航行

2015成立那年，我們認識了B型企業。B型企業（B Corp）是由美國非營利組織B型實驗室（B Lab®）在2007年所發起的國際運動，鼓勵企業發揮企業的力量，去解決社會和環境的問題，成為對世界最好的企業。

B型企業所代表的不僅是一個運動，它同時承載了我們對未來世界的盼望，也是時代無法阻擋的趨勢，我們希望有一天，這個世界不再貧富不均、地球之肺不再滿目瘡痍，因為人類不僅自己要活得好，也要和萬物永續共存。

而今五年過去，淨毒五郎已做好準備，希望在2021年能夠加入永續的行列，成為與所有利害關係人共利的B型企業。

## 投入內容產製 深耕環境議題

淨毒五郎邁入第六年了，在這五年的路上，我們自始至終如一地重視每位消費者的意見，每一則在社群及平台上的顧客回饋，都成為品牌積極改善的動力及方向，也讓我們與顧客更加貼近。

我們也堅信只有持續的、優質的內容產出，才能促發更多良性的交流。因此未來，我們將會在內容產製方面進行調整，嘗試提供一個線上空間，用更完整的方式，去訴說我們都關心的事，並透過多元的載體與你分享。

我們盼望透過線上線下內容的經營整合，能與大眾深度溝通關於品牌、關於環境的一切，讓我們更靠近，讓我們一起將所在的地球，打造成一個更美好的地方。





we must be the change we want to see in the world.

我們要成為自己想見到的那個改變

— Mahatma Gandhi (甘地)