

---

## 2016년도 유네스코 디자인창의도시\_서울 국제세미나 행사 속기 풀버전

### <개회식>

이근: 안녕하세요. 서울 디자인재단 대표이사 이근입니다.

먼저 각 나라에서 서울을 찾아 주신 것에 대하여 진심으로 감사드립니다. 서울디자인재단은 DDP를 운영하고 있습니다. 세계적인 명소로 자리잡아가는 동대문 디자인 플라자와 더불어 4월 장안평에 서울 새활용플라자를 오픈합니다. 새활용 플라자 역시 디자인이 우리 산업을 위해서 사회를 위해서 어떻게 해야할 것인지를 보여주는 아주 좋은 공간이 될 것이라 생각합니다. 유네스코 디자인 창의도시\_서울의 미래 디자인을 리드해가는 재단으로서 자원을 논의하는 자리에는 여러분의 성원 그리고 참여가 많이 중요하다 생각합니다. 먼저 그 첫 번째 자리가 이 자리라고 생각합니다. 여러분들에게 정보를 많이 알리고 이것을 지속적으로 전 세계에 같이 연결하고 고민하는, 하나의 디자인 경향이라기보단 지속적으로 교육하고 공감대를 이끌어 내면서 전세계 네트워크가 이루어져야 한다고 생각합니다. 저희가 출발을 하면 여기 계신 해외 여러 전문가들도 오늘뿐만 아니라 앞으로도 지속적으로 저희와 좋은 관계를 맺으면서 같이 고민하고 앞으로 디자인이 나아가야 할 방향에 대해서 진지하게 생각해주시기 바랍니다. 아무쪼록 이렇게 와주셔서 너무 감사하고 뒤에 계신 우리 후학들, 전문가분들 많이 지원해 주십시오. 저희는 성심성의껏 도와드리겠습니다. 감사합니다.

사회자: 네 감사합니다. 다음으로 오늘 유네스코를 대표해서 유네스코 한국 위원회에서 참석해 주셨습니다. 임현목 유네스코 한국위원회 사무총장님께서 인사말을 해주시겠습니다.

임현목: 예 안녕하세요. 방금 소개받은 유네스코 한국위원회 임현목입니다. 2016년 유네스코 디자인 창의도시 서울 국제 세미나의 개막을 축하합니다. 이번 국제 세미나를 조직해주신 서울디자인재단 이근 대표이사님과 관계자분들께 축하말씀드립니다. 서울시는 지난 2010년 국내 최초로 디자인 분야에서 유네스코 창의도시

로 지정이 되어서 지금까지 활발히 진행중에 있습니다. 특히 오늘 세미나가 개최되는 동대문 디자인 플라자는 유네스코 창의도시인 서울을 상징하는 건축물으로써 국내 방문객들의 창사와 감탄을 자아내는 곳이라 의미가 더 각별합니다. 이번 행사의 주제인 업사이클링 디자인은 매우 적절하다 봅니다. 이번 세미나에서 발표되고 또 검토될 서울시의 업사이클링 정책은 단순히 리사이클링을 넘어서 자원의 재활용을 극대화한다는 면에서 매우 의미 있는 시도라고 봅니다. 또 내년에 장안평에 국내 최초 또 최대 재활용 재사용 업사이클링 센터를 조성해서 일자리를 창출하고 시민의 참여를 촉진한다고 들었는데 이 또한 의미가 크다고 봅니다. 이러한 시도에 환영의 박수를 보냅니다. 앞으로도 서울시가 유네스코 창의도시로써 국내외 다른 창의도시에게 새로운 비전과 목표를 제시하고 실행하는 미래로 발돋움이 되기를 응원하겠습니다. 끝으로 이번 세미나 개최를 위해 지원을 아끼지 않으신 서울디자인재단 이근 대표이사님과 모든 관계자분들께 다시 한번 감사의 인사를 전합니다. 감사합니다.

### <세션 1>

사회자: 네 감사합니다. 지금부터 자원순환도시 서울 비전 2030이란 주제로 첫 번째 세션을 시작하겠습니다.

서울시는 자원순환도시비전 2030을 선포하고 그 일환으로써 재활용플라자 건립을 앞두고 있습니다. 재활용플라자는 업사이클링 업체를 육성할 뿐만 아니라 교육과 전시를 통해서 재사용 문화가 생활화 되는 지속가능한 도시조성에 기여하게 될 것으로 기대하고 있습니다. 첫 발표로써 강문석 본부장님께서 서울 재활용플라자 설립 및 운영계획에 대해서 말씀해 주시겠습니다. 강문석 본부장님을 무대로 올리겠습니다. 박수로 맞아주시기 바랍니다.

강문석: 네 오늘 추운날씨에도 많은 전문가분들과 관심 있는 분들이 이렇게 찾아주셔서 대단히 감사드립니다. 현재 저는 서울 재활용플라자의 TF를 맡고 있습니다. 본격적으로 조직이 가동되서 내년에 개관을 준비를 할때까지 제가 맡아서 현재 진행을 하고 있습니다. 재단에서는 이미 TF 팀 뿐만이 아니라 연구센터와 국제팀 모든 네트워크를 가동해서 전문가들의 의견과 세계의 정보를 수집하고 있습니다. 그리고 좋은 네트워크 하에 재활용플라자가 세계에서 가장 앞서가는 또 많은

도시들과 동참하는 장이 되고자 플랫폼을 구축하기 위해서 미리 지금부터 노력하고 있습니다. 지금부터 서울 새활용플라자란 어떤 것인지 간단히 말씀드리도록 하겠습니다.

다음은 추진목표, 비전에 대해서 말씀드리도록 하겠습니다.

목차는 다음과 같이 목표와 조직 그리고 체계 사업의 내용 추진일정 순으로 해서 여러분께 소개를 드릴까 합니다. 전장에 추진목표 비전부터 말씀드리겠습니다.

현재 저희들은 버려지는 자원의 가장 많은 도시로 알려져 있습니다. 현재 Fast Fashion이라고 해서 가장 첨단으로 가는 도시 서울입니다. 그래서 쓰레기는 사실 한국에서도 가장 많이 버려지고 있고 또 제품의 수명주기가 줄어들어 따라 서울에서 가장 많은 자원들이 버려지고 있는 현실입니다. 그래서 서울시와 재단은 어떻게 하면 자원을 순환할 수 있을까, 미래지향을 높일 수 있을까 하고 고민하게 되었고, 결국은 서울시와 재단이 디자인으로써 그 문제를 해결하고자 협의를 하게 되었습니다. 그래서 그 디자인이라고 하는 것은 여러분이 너무나도 잘 알다시피 여러 가지 역할이 있겠지만 최근에 재단도 마찬가지로 많은 디자인을 하고 있습니다. 매일 디자인을 하고 매일 그 제품들이 버려지고 있습니다. 그래서 그 디자인의 사회적 책임은 무엇인가 소비제품을 만드는 기업의 사회적 책임은 결국 버려지는 쓰레기를 자원으로 어떻게 활용할 것이며 미래지속가능성을 위해 미래 환경을 위해서 어떻게 할 것인가를 고민하게 되었구요. 바로 그 업사이클 디자인이라는 영역 속에 서울디자인재단이 그 역할을 하기로 시와 협의결정하게 되었습니다. 그래서 업사이클 디자인을 한국에서 그리고 세계에서 활용하고자 서울 새활용플라자를 현재 건설중에 있고 내년 3월 완공 예정입니다. 서울 업사이클 새활용플라자라는 이름하에 숲이라고 읽을 수 있는 디자인이 되겠습니다. 그래서 저희가 앞에서 대표이사님께서 말씀하셨지만 저희가 디디피를 운영하고 있는 재단으로써 일명 디디피 숲이라는 저희들이 이름을 지어봤습니다. 그 숲이란 도시 속에서 환경과 미래를 생각하고 새로운 시민의 의식을 생각하는 그런 공간이 되겠습니다. 앞으로 디디피와 여러 프로젝트를 가지고 진행하고자 합니다. 끝으로 그 비전에 있어서 재단 내에서도 백프로 업사이클링이라는 배너를 가지고 새활용플라자를 운영하기로 했습니다. 지금 건물은 사실 그 부지에 새로 짓는 것이지만 그 부지에 환경이라던가 도시 재생에 필요한 공간에 백프로 업사이클링이라는 가치를 가지고 건물 내부의 인테리어 시설 기자재 모든 것을 백프로 새활용으로 가

기로 했습니다.

다음은 운영전략에 대해서 말씀드리겠습니다. 크게 공유 커뮤니티 참여라는 전략을 가지고 운영할까 합니다. 공유라는 부분은 최근에 많은 화두가 되고 있는 문제지만 특히 새활용플라자의 공간은 기업과 시민과 그리고 전문가들에게 열려있는 다목적 공간이 되겠습니다. 그래서 공간의 설계 운영 기자재들도 그러한 컨셉으로 이루어지겠습니다. 사업역시 시민과 전문가와 학생들이 같이 참여하는 그런 사업을 재단이 가지고 있는 패션 건축 봉재 서비스 등등을 가지고 융복합하여 나아갈 예정입니다. 콘텐츠 역시 디자이너 여러분 기업의 담당자분들 시민단체들과 함께 만들어 나갈까 합니다.

다음은 커뮤니티입니다. 복리와 참여에 있어 가장 중요한 부분인데요. 두 부분을 연결하는 커뮤니티는 결국 온라인과 오프라인의 플랫폼으로 갈것입니다. 온라인으로써도 전세계와 연결하는 플랫폼으로 소재 가공 제작 유통 모든 의견을 수렴할 수 있는 그런 플랫폼을 만들어서 국내의 네트워크와 소통하고 그러한 정보를 수집해서 나갈까 합니다. 다음은 참여입니다. 크게보면 전시 교육 소재 등 여러 가지 공간들이 구성이 되겠습니다. 가장 중요한 것은 미래도시의 초중고 대학생 현재 일반 시민들이 참여하는 공간 새활용 유니버시티라는 학생과 시민들이 참여하는 개념으로써 저희들이 교육받고 시키고 깨닫고 시민들의 의식을 개선하는 그런 참여공간이 되겠습니다. 다음은 주요 전략 사업에 대해서 말씀드리겠습니다.

크게 보면 교육 전시시설 네트워크 행사 이중에서도 행사와 교육과 전시가 시민과의 접점에서 가장 중요한 부분이고 기업들이나 전문가들이 저희에게 자문을 해주고 또 협력해 줄 수 있는 점점 부분이라 생각합니다. 이 부분도 백프로 새활용 업사이클링으로 가겠다는 것과 같은 전략으로 가겠습니다. 업사이클링 디자인의 분해 그래서 그런 디자인의 역사나 소재나 가공 제작 패키지 브랜딩 여러 가지 분야에 있어 스토리텔링에서부터 앞으로의 미래도시의 비전이나 그림까지 콘텐츠를 이룰 수 있도록 저희가 연구기능과 함께 다 분해해서 학생들이 참여하는 워크샵을 이번 겨울부터 시작하려 합니다. 거기서 나온 결과를 전시를 하고 시민과 학생들의 의견을 수렴해서 그 부분들을 전시하고 교육하고 피드백하여 좀 더 발전시켜 나가는 모습으로 나갈까 합니다.

여러 가지 예시가 있지만 교육이입을 저희 재단에서는 가장 중요한 부분으로 우선순위를 가지고 있습니다. 그래서 어린이 학생 교육에서부터 창업 취업 그리고

지금 업사이클링에 종사하시는 분들 그리고 교육자 분들도 재교육을 받아서 교육하는 부분 업사이클링 기업의 재능기부를 통하여 시민과 교육에 전파하는 부분이 되겠습니다. 전시 역시 유디에이라는 디자인 해부를 통해 스토리텔링 재료와 공정 프로덕트로 해체해서 어느 부분에서 더 좋은 공정을 가지고 더 좋은 순환을 가질 수 있는지 연구하고 기업과 순환에 반영 될 수 있도록 하는 전시를 하고자 합니다. 다음은 시설부분입니다.

모든 공간은 열려있는 공간 그리고 재활용하는 공간 그리고 친환경을 생각하는 공간으로 구성하고자 합니다.

네트워크 부분은 저희 재단에서 2009년도에 설립해서 국내외의 디자인 기업 전문가들의 국내외 기업 지금 나와 계신 전문가분들도 큰 네트워크라고 생각합니다. 여러분들의 자문과 협력을 바탕으로 운영하고자 합니다. 그리고 행사부분에 있어서 젊은 청소년들 젊은 창업자들로 구성해서 핫한 공간으로 만들어 볼까 합니다. 문화 예술 디자인을 뛰어넘는 공간으로써 저희가 기획을 하고 있습니다. 다음은 추진 조직에 대해서 말씀드리겠습니다.

현재 저희가 정식으로 발족되는 조직은 센터장을 중심으로 해서 세계의 팀 팀보단 기능 네트워크 플랫폼 팀, 세계의 네트워크팀과 전문가 시민들과 함께 연계해서 온라인 오프라인을 넘나드는 그런 플랫폼을 구성중에 있습니다. 두 번째로는 콘텐츠입니다. 콘텐츠는 사실 소통하는 도구고 표현하는 도구 디자인하는 도구라고 할 수 있겠습니다. 콘텐츠의 전시와 교육 특히 교육을 중심으로 해서 저희가 디디피에서의 모든 경험을 바탕으로 좋은 콘텐츠를 여러분과 함께 짜 나가도록 하겠습니다. 다음은 스페이스 마케팅입니다. 공간이나 인프라가 뭐가 중요하겠나마는 이 부분을 사실 여러분들이 활동하고 결과물들을 남겨가고 그것들을 또 다른 분들이 와서 보시고 공유하고 쌓아가는 공간이기 때문에 기본 컨셉부터 공간과 자재와 동선 여러 가지 편의에 대해서 디자인적으로 시설관리의 경험으로써 최대한 편리한 공간이고 효율적인 공간으로 만들도록 노력하겠습니다. 재단에서 하고 있는 활동은 크게 전시 네트워크 행사 시설 부분으로 볼수 있겠습니다. 국내 네트워크 같은 경우는 이미 대구 경북 디자인 센터 업사이클 센터와 체결하고 있고 그 외 패션 쪽에 관련된 부분 업사이클 디자인 협회라던지 현재 국내 네트워크에 자문을 시작하고 있고 그런 분들이 많이 참여하고 있습니다. 온라인 부분에 있어서도 네이버나 카카오 방송 부분에 있어서도 패션위크가 많이 방송 됐었죠. 그런 방송 부분에 있어서도 온라인 부분에 있어서도 많은 네

트위크가 있습니다. 해외 네트워크는 오늘 나와주신 유네스코 관계자분들 말고도 소재 관련한 기업들 단체들 그 외 학교나 디자인 센터들하고 이미 체결이 돼 있어서 말씀으로 드리려면 엄청난 숫자의 네트워크가 구축되고 있습니다. 이 도표를 보여드리는 이유는 자원 수집 프로그램을 이용할 수 있는 네트워크를 가지고 있다고 말씀드리고 싶고 시설면에서는 저희가 디디피 말고도 공예 클러스터 또 디자인위크 등등 있고 그 부분은 이제 행사와도 맞물려 있습니다. 전시부분은 현재 몇 년동안 설립이래 소중한 경험을 쌓아가고 현재 새활용플라자에 진짜 투입하게 되겠습니다.

4월에 가오픈을 해서 6월에는 모든 사람들이 올 수 있도록 하고자 합니다. 실 면적은 만 오천 평당 제곱미터에 이릅니다. 물론 디디피도 크지만 디디피 내부의 실제 내부공간을 본다고 하면 여기와 버금가는 공간입니다. 그래서 막중한 책임감을 갖고 디디피 및 재단의 인재들이 이 기획을 하고 계시고 앞으로 기대되는 좋은 콘텐츠들이 나올 것 같습니다. 다음은 공간을 도회를 해봤는데요. 지하 2층부터 지상 5층까지 되어있구요. 크게 보면 사업을 할 수 있는 공간 업무 편의 공간 그리고 공영공간으로 나누어질 수 있다고 말씀드릴 수 있겠습니다. 사업공간의 중요한 부분들은 전시실 소재실, 여러분들이 작업할 수 있는 공동 작업장 그리고 시민들이 와서 체험할 수 있는 공간이 중요하겠습니다. 그리고 업무 편의공간은 나이 불문하고 창의적 계급이라고 표현을 어렵게 하고 있습니다만 문화예술을 넘어서 미래를 내다보고 모든 것을 창의적으로 생각하고 행동하고 사회적으로 앞서가시는 분들을 창의적 계급이라고 하는데 그분들이 올 수 있는 공간 딱 볼거리 즐길거리가 없을 수 없는데요, 가까이 있는 성수동 보다 더 나은 공간으로써 와서 정보를 공유하고 토론하고 사업을 엮어갈 수 있는 공간으로 탄생시키고자 합니다. 카페와 레스토랑도 여러분의 많은 의견과 지인의 참여가 있었으면 하고, 음식물 레시피 등도 업사이클링의 개념을 도입해서 음식 커피 음료 인테리어를 여러분께 선보일 까 합니다. 다음은 각 하고자 하는 공간들의 컨셉을 해외에서 많이 벤치마크 하고 있고 현재 저희가 그리고 있는 매일매일 생각하고 그리는 그림은 추후에 다시 말씀 드리겠습니다. 처음 공간은 공방, 공동 작업 공간, 작업실 등등입니다. 각 도시에서 이미 하시고 계신 장소와 개념들을 도입을 해서 배우고 있고 이 자리를 빌어서 어떠한 이야기들을 귀담아 들어야 할지 배우러 나온 입장입니다. 많은 좋은 자료들이 있으면 보내주시면 좋겠습니다. 기업들이 모여 토의하고 작업하는 공간 소재은행은 오시는 분들 기업들이 경험들을 살려서 기존에 사용했던 소재들을 새활

용전 들레길을 가보시면 비포에프터를 보실 수 있습니다. 어떠한 소재가 사용됐고 버려졌는데 그 소재로 이렇게 모습을 바꿔 새로운 가치를 가진 제품으로 탄생했다 보시면 되겠습니다.

카페와 레스토랑 전시와 상점 그 안에는 샵도 있습니다. 일반적으로 수익을 내는 공간도 되겠지만 그보다는 많은 시민들이 와서 다른데서 볼 수 없는 제품을 체험하고 구매하고 전시되어 있는 것을 보시고 새로운 창업을 하실 분 새로운 라이프스타일을 하실 분들은 보실 수 있도록 공간을 마련하려 합니다. 그리고 운영 사무실도 서울시나 재단에서 쓰고 있는 가구를 활용할까 하고 체험 교육실 DIY도 중요해서 가족들이 어린이와 와서 체험하고 집에서 사용하고 그 문화가 확산될 수 있는 공간으로 하려하고 여러분도 나와서 강연하고 체험을 얘기할 수 있는 강연장도 마련되어 있습니다. 휴게공간도 있습니다. 특히 먹거리 볼거리 즐길 거리를 위해 젊은 창의적 계급의 분들이 많이 모일 수 있도록 디디피에서도 지금 푸드트럭을 야외에서 야시장을 함으로써 많은 분들이 찾아주시고 좋아하십니다. 그래서 여기도 그 경험을 살려 푸드트럭을 할 것이고 운영 계획과 레시피도 창의적인 것을 많이 기대하고 있습니다. 그리고 주말 장터 농부라던지 업사이클링 장터의 폴리마켓이라던지 저희가 공예나 패션이나 지금 디디피에서 하고 있는 마켓들을 활용해서 더 많은 확장형으로 연계해서 구상하고 있습니다. 야외공간도 내부공간 못지않게 많은 분들이 올 수 있는 공간으로 만들고 있습니다. 야외 카페 레스토랑 스트리트 퍼니쳐 이런부분도 디자이너나 아이디어를 가지신 일반 시민들의 아이디어를 받아서 진입로부터 새활용플라자까지 내가 지금 어디를 가고 있고 무엇을 생각하고 있는지 또 가실때는 내가 가진 재능이나 소재를 어떻게 기부할 수 있을지 생각을 가질 수 있도록 분위기와 동선과 소품들을 생각하고 있습니다. 지금까지 해외나 국내 사례를 배우며 공간을 어떻게 할 것인지 벤치마크 하고 있고 세부적인 계획은 내부에서 회의 중에 있고 협의 하고 있습니다. 저희들이 관이기 때문에 자립 없이 수익 없이 갈 수 없기 때문에 임대 대관 샵을 운영하면서 자립도도 30프로 높일까 생각하고 있구요 이중에서 가장 중요한 부분은 해외 네트워크를 구축해서 온라인 네트워크 플랫폼을 올해 시작해서 내년에는 가동을 하고 후년에는 완전한 네트워크 구축을 하고자 합니다. 그래서 아시아부터 전세계에 이루고자 하고 있고 그런 부분은 오프라인 방문객보다 온라인 방문객이 서로 소통하고 즐기는 기획을 하고 있습니다. 서울 디자인위크가 3년째 개최되고 있으며 40개국의 디자인위크를 참여하고 있습니다. 거기하고도 다 네트워크가 돼서 현재 베이징에서도 네스

트 시티로 저희가 초청이 됐습니다만 점점 확장해서 홍콩 싱가포르 아시아 지역을 더 넓혀서 해외 네트워크를 연결해 업사이클이 하나의 큰 주제가 되고 저희가 허브가 돼서 서로 배우고 협업하는 공간으로 탄생될 것 같습니다.

다음은 연대별 자립 기획입니다. 대관 임대 부분도 공공기관의 공공장소이기 때문에 큰 수익보단 적절한 가격으로 시와 협의해서 많은 분들이 참여하고 전시하고 활용할 수 있도록 계획하고 있습니다.

다음은 둘레길에서 재활용 전시회를 시작으로 착수를 했습니다. 거기에 따른 기획과 계획 네트워크와 인재를 등용하고 또 설계를 하고 인테리어를 장착하고 시험운영을 하는 단계라서 3월 준공 4월에 가오픈 6월에 정식오픈을 생각하고 가고 있습니다. 여러 가지 행사가 있지만 결국은 시민이 참가하고 전문가의 조언을 받아서 미래에 혁신가치를 업사이클링 디자인을 통해서 여러분들과 같이 구축하고 세계의 도시들과 공유하면서 미래 지향적인 그런 디자인으로써 인류의 지속 가능성을 같이 논의해보자 하는 장이었습니다. 앞으로 그런 플랫폼이 되도록 많이 노력하겠습니다. 많은 조언과 협조 부탁드립니다. 감사합니다.

사회자: 수고해주신 강문석 본부장님께 감사의 인사를 드리겠습니다. 지금 한창 내년에 오픈할 재활용플라자 건립을 운영하고 계셔서 아마 하시고 싶은 말씀이 굉장히 많으실텐데 제한된 시간내에 압축해 설명 드렸습니다. 저희 재활용플라자는 현재 계시는 디디피 플라자에서 한걸음 더 나아가서 디자인이 서울시와 시민들을 위해서 지속가능한 역할을 할 수 있도록 하는 크고도 의미있는 인프라가 될 예정입니다. 다음 세션이 시작되기 전 커피브레이크가 있겠습니다.



## <세션 2>

사회자: 지금부터 업사이클 디자인의 사회적 역할 및 가치란 주제로 두 번째 세션을 시작하겠습니다. 이번 세션에는 오스트리아 그라츠 그리고 홍콩의 전문가를 연사로 모셨습니다. 그중에서 첫 번째로 Throw away No thanks 그라츠 업사이클링이란 주제로 오스트리아 FH 주한엠 응용과학 대학 연구원인 지그리트님의 발표가 있겠습니다.

지그리트: 여러분 안녕하십니까 저는 지그리트입니다. 저는 그라츠의 대학교의 디자인 커뮤니티 파트에서 조교수로 일하고 있습니다.

그리고 저는 5년 전에 디자인 창의도시로 선정이 된 오스트리아 그라츠에서 전시 기획자로 활동 하고 있습니다. 저는 오늘 그라츠에서 진행하고 있는 업사이클 디자인 프로젝트에 대해서 말씀을 드리겠습니다. 그 전에 업사이클링은 이제 하나의 트렌드라고 말씀하시는데 저는 그부분에 대해 아니다 라고 대답을 하고 싶습니다. 왜냐하면 저희는 업사이클링이라는 개념을 오래전부터 활용해 오고 있었습니다. 그리고 1960년대부터 빅토파넥이라는 아프리카의 업사이클 개념을 적용을 하고 있었어요. 론 아날드 로버는요 로봇쉐어 라는 것을 만들기도 했습니다. 그리고 막셀 뒤샹 같은 경우는 1951년에 업사이클링을 이용한 바이씨클링 이라는 것을 만들기도 했죠. 건축분야도 예외는 아닙니다. 지금 보시는 이 기차역과 같은 경우는 원래는 기차역이었지만 이제는 파리의 미제독세로 변모를 한 케이스입니다. 그리고 도심공간도 업사이클을 할 수 있습니다. 제가 얼마 전에 미국의 뉴욕을 가서 하이라인을 직접 경험을 해 보았는데 정말 대단한 경험이었습니다. 기존의 지하철 노선이었던 곳을 하나의 정원으로 바꿔 놓았죠 그리고 이 외에도 예전의 어떤 버려진 곳의 장소를 스키나 다른 동계 스포츠 종목들을 연습해 볼 수 있는 공간으로 만든 게 굉장히 놀라웠습니다. 업사이클링을 적용한 디자인을 한번 볼까요. ‘하이데쉬바스’라고 하는데요 그라츠에 위치하고 있는 업사이클링 디자인 회사입니다. 이미 10년째 활동을 해오고 있는데요, 이미 버려진 카누 혹은 요트의 닻이라던가 트럭의 페타이어등을 사용해 백을 만들거나 혹은 신발 등 벨트를 만들기도 합니다. ‘타그백트’는 사회적인 부분을 포커스를 맞추고 있습니다. 그래서 실직 상태에 있는 젊은 친구들을 고용을 해서 백을 만드는데요 타그백트같은 경우에는 다양한 페브릭과 가죽을 사용해 백을 만듭니다. 이 가방 같은 경우는 좋은 이름이나 좋은

슬로건을 통해 사회에 영향을 미치는 것을 목적으로 합니다. 그리고 밀리룩스 같은 경우는 린넨을 사용해 만들기도 합니다. 2년전부터 업사이클링 디자인넷이라는 것이 사람들의 주목을 받았었는데 버려진 재료들을 사용해 새로운 제품들을 만들기도 하고 중고 가게를 운영하기도 했습니다. 이 기업에서 업사이클 디자인을 적용하는 사례를 산악 연계 프로젝트를 통해서 보여주고 있었는데요. 정보를 공유하는 차원에서 워크샵을 개최하기도 하고 큐레이터리얼 프로그램을 만들기도 해서 이러한 논의 결과를 토대로 새로운 제품들을 만들기도 합니다. 지금 보고 계시는 것들이 그 예인데요. 예전에 버려졌던 그런 화학제품들을 활용해서 제품을 만들기도 하고 혹은 버려진 유리 글라스를 활용을 해서 라이팅에 적용을 하기도 한 사례입니다. 또 다른 프로젝트는 마스터 세시스 라고 하는데 제 동료와 제가 직접 참여했던 프로젝트입니다. 저희는 브랜딩부터 활용까지 업사이클링 디자인을 적용해서 이 프로젝트를 진행했습니다. 플랜비 라는 이름을 지어주었는데요. 이 플랜비라는 것은 두 번째 찬스를 의미합니다. 이 컬러를 보시면 아시겠지만 폐기물을 통해서 만들어진 제품을 뜻합니다. 그리고 모든 제품들은 100퍼센트 폐기물을 통해서 만들었습니다. 물론 모든 제품들을 전부 업사이클 했다고 할 수 없지만 이 폐기물을 통해 만들면서 얼마나 많은 퍼센티지의 폐기물을 얼마나 많은 또 다른 제품들로 탄생시킬 수 있는지 대중들에게 보여주었다고 생각합니다. 그리고 클라이언트들에게 얼마만큼 업사이클링이 발생되고 있는지 지속적으로 말씀들도 했습니다. 그런데 업사이클 하다보면 인테리어 혹은 저희가 원하는 제품들이 있습니다. 그런데 그 경우 가격을 측정하는 부분에서도 저희가 많은 고민을 하곤 합니다. 그리고 지금 이 인테리어 같은 경우 프레임 같은 경우는 모두 동일한 형태지만 재료는 기존에 사용했던 가구나 문짝을 뜯어 만든 경우가 있습니다. 그래서 이 공간을 형성할 때 선반이라던가 선반 혹은 행거 등에서 다양한 폐목재를 사용한 경우가 있습니다. 왜냐면 업사이클링을 한 제품들 같은 경우 각기 다른 컬러와 재료를 사용하기 때문에 예전에는 옷을 디스플레이 하는 선반과 행거가 모두 화이트였다는 생각도 새롭게 접근을 할 수 있었습니다. 그리고 저희가 각기 다른 컬러들을 갖고 있는 재료들을 화이트색으로 칠해주고 여기에 골드 색을 갖고 있는 쓰레기통을 놓고 하나의 강조점을 두기도 했습니다. 그리고 이 키 레터 모자이크 같은 경우는 새로운 샵의 정면으로 활용 할 수 있도록 만들었는데요 총 7천개의 열쇠를 샵의 정면작업으로 활용한 케이스입니다. 그리고 저희가 이런 종류의 발표를 대학에서 한 적이 있는데 재밌던 것은 대학에 있던 쓰레기통을 일부러 금색으로 칠한다음 다시 자리

에 놓았습니다. 그랬더니 오히려 사람들이 쓰레기통의 의미를 새롭게 생각하는 케이스가 생겼습니다. 즉 폐기물이 새로운 골드다 라고 생각하게 한거죠. 업사이클링은 그 자체에 의미가 있다고 생각합니다. 그래서 저희가 그라츠에서 진행하고 있는 몇가지 프로젝트를 소개해 드리고 싶은데요 리유스 재사용 이라는 것입니다. 공유 경제가 증가하고 있죠. 그라츠에서는 제품에 스티커를 붙여줍니다. 혹은 불편함에 스티커를 붙여줌으로써 재사용에 대해서 인식을 같이 주기도 합니다. 혹은 구제샵 중고샵같은 경우는 온라인에 연계를 해 제품을 판매하기도 합니다. 이 중고샵 같은 경우는 이주전에 오프라인 샵을 열기도 했습니다. 그리고 인쇄 기업들 같은 경우도 프린팅을 하는 경우에서 재사용 할 수 있는 부분을 고려하고 있고 리유스 박스라 해서 일반 시민들도 본인들이 사용하지 않는 제품을 이 박스에 넣을 수 있도록 하고있습니다. 뿐만 아니라 식음료 업계에서도 이런 리유스 활동을 하고 있는데 하루가 지난빵 같은경우는 50프로 할인을 해서 파는 그런 활동을 하고 있습니다. 물론 리페어 고쳐서 사용하는것도 매우 중요합니다. 저희는 일반 시민들이 자신의 스마트폰이나 커피기계는 고쳐서 사용할 수 있도록 리페어 과정을 가르쳐 주기도 하고 어떤 기업같은 경우는 1년에 1000대 정도 버려진 자전거를 재사용 할 수 있도록 수리해서 재판매 하는 사업을 하기도 합니다. 물론 가구도 이런식으로 수리해서 재사용 할 수 있도록 하구요. 저희는 업사이클링 리유스 리페어 그리고 리싸이클링을 통해 새로운 순환구조를 만들 수 있도록 생각합니다. 그리고 그렇게 해야만 우리가 새로운 제품에 생활 주기를 만들어 줄 수 있다고 생각하는데 즉 처음부터 사회에서 마지막으로 어떻게 소비될 수 있는지 생각할 수 있는 제품을 만들어야 한다고 생각합니다. 그리고 그라츠에서 실시했던 프로젝트중 하나가 기업들도 이러한 리유스 혹은 업사이클 작업에 참여할 수 있도록 하는건데요. 왜냐면 고객들에게 더 많은 제품들이 리싸이클 혹은 리유즈 업사이클과 같이 관련이 되어있다는 것을 알려주기 위해서입니다. 그래서 그 제품이 가지고 있는 가치에 대해서 알려주기도 하고 츠터 라는 초콜릿 기업 같은 경우에도 모든 초콜릿을 전부다 맛을 보며 동시에 초콜릿이 생산되는 공정을 볼 수 있도록 하는 그런 프로그램을 운영하기도 합니다. 그리고 그 외에도 잘 이라는 조명회사같은 경우도 이런 제품의 가치를 소모하기 위해 공정을 보여주고 있고 자흐마허라는 플라스틱 폐기물 선별 처리 기업에서도 역시 자신들의 공정을 공유하고 있습니다. 이렇게 그라츠에서는 다양한 업사이클링 프로젝트를 진행하고 있습니다.

사회자: 박수 보내드리도록 하겠습니다. 감사합니다. 서울시가 새활용플라자와 같은 혁신적인 투자를 하고 있는 반면에 아직 많은 사례들이 있진 않아 지금 발표해주신 것과 같은 해외의 많은 사례들이 새활용플라자의 기능과 향후 전략에 많은 참고와 도움이 될 수 있을 것 같습니다. 다음은 사회혁신으로서의 업사이클링이라는 주제로 홍콩 사회혁신 연구소의 창립이사시구요 써커스 설립자겸 북경 중앙 미술 학원 겸임 교수이신 엘빈님의 발표가 있겠습니다.

엘빈: 안녕하십니까 제가 15분밖에 시간이 없습니다. 그래서 아주 간단하게 말씀드리겠습니다. 자 새활용 업사이클링은 주로 친환경 적이다 라고 간주가 됩니다. 근데 저는 여기서 또 하나 중요한 것이 사회 혁신의 성격도 갖고 있다는 것이라고 생각합니다. 이 책을 통해서 주장을 드리고 싶은데요. 1850년대 나온 책입니다. 19세기에 나온 책이죠. 바로 산업혁명 초기에 나온 책입니다. 이때는 어떤일이 일어났을까요? 아마 기억하시겠지만 최초의 백화점이 탄생했죠. 아마 이 최초의 백화점이 대량소비라는 트렌드가 형성되기 시작합니다. 또 기억하실지 모르겠지만 세계 최초의 엑스포가 바로 영국에서 열렸죠. 크리스토 펠레스에서 열렸습니다. 여기서 새로운 혁신의 상품이 일어났습니다. 또한 우리가 오늘날 너무나 익숙하게 생각하고 있는 이런 것들이 바로 이때부터 시작 되었다는 거죠. 근데 그 뒷면에는 또 하나 중요한 것이 대량생산 이라는 것입니다. 대량생산이라는 것은 어떤 산업적인 프로세스뿐만이 아니라 또한 도시화를 의미하기도 합니다. 사람들이 함께 모여살기 시작했구요. 이를 통해 대량 쓰레기가 만들어 집니다. 이것을 이제는 농업 경제에서 이와 같은 도시 삶으로의 전환이 이루어지죠. 이와 같은 혁명이 이루어지는 와중에 사실 산업혁명 뿐 아니라 정치적인 혁명이 일어났고 엔게스와 막스가 공산당 선언을 이뤄왔습니다. 이밖에도 영국에선 최초의 공공보건법이 제헌되었구요. 또한 화장실 휴지가 대량으로 생산되기 시작합니다. 정말로 갖가지 물건들이 대량소비 되기 시작합니다. 또한 백화점이라던가 세계 최초의 엑스포 그리고 사회 혁신가 라는 책도 나오죠. 오늘은 어떻게 달라졌을까요. 우리가 디지털 경제로의 전환이라고 얘기하는데요. 이와 마찬가지로 사회적인 경제적인 움직임이 지난 10년 동안 진행 되었습니다. 제가 이런 것들을 좀 지적해서 말씀 드리고 싶습니다. 우리가 디지털 경제로 나아가고 있는데 그러면서 우리는 더욱더 많은 유형의 제품을 소비하고 있습니다. 중국에서는 하루에 알리바바에서 온라인으로 판매한 금액이 178억 달러가 나왔습니다. 그만큼 우리가 더 많은 것을 생산하고 더 환경을 오염

시킵니다. 홍콩에서 몇 가지 사례를 공유하려 합니다. 현재 업사이클링과 관련해 어떠한 노력을 기울이고 있는가를 제품을 통해 보여드리고 싶습니다. 저희가 여기 보시는거와 같이 디자인 학교가 있는데요. 업사이클링을 가르치는 그런 학교입니다. 그래서 생수병부터 시작해 다양한 벽지라던가 재활용하는 모습을 볼수 있죠. 지금 보시는거와 같이 자전거 바퀴를 이용해 전등을 만들고 밥솥을 이용해 음악 장치를 만들기도 합니다. 디자이너들이 새로운 시도들을 하고 있죠. 지금 보시는 것은 컨벤션 홀에 쓰였던 배너를 갖고 만든 것이고 또 달걀 껍데기를 가지고 양초를 만들기도 하고 이견 옷걸이를 갖고 만든거죠. 그리고 코카콜라의 바닥부분을 가지고 시계를 만든 것 입니다. 더 중요한 것은 항상 프로세스가 존재한다는 것입니다. 제가 생각하기로는 업사이클링은 모든 사람들이 참여할 수 있다고 봅니다. 예를 들어 이렇게 카펫을 조직하는 것은 어린아이들도 할 수 있죠. 또한 패션 산업에서도 엄청난 환경오염을 일으키고 있는데 이런 전시회나 혹은 실제 런어웨이 워킹을 통해 리사이클링 업사이클링이라는 주제를 다룰 수 있습니다. 예를 들어 지금 디자이너가 데님팬츠를 가지고 업사이클 한거죠. 이런 것들이 전문가뿐이 아니라 새로운 스타트업들도 충분히 시도해볼 수 있는 겁니다. 저는 이제 한 7분정도 남은 것 같은데요 업사이클링은 어떤 하나의 개체로만 보는 것이 아니라 사회적인 운동이라고 주장하고 싶습니다. 홍콩사람들에게는 중요한 사건이라고 할 수 있는데요. 2년 전에 바로 이와 같은 사회 운동이 일어났었습니다. 여기 중앙 지역에 사람들이 쏟아져 나와 정치운동을 했는데 이로 인해 새로운 가치들이 증착 돼왔죠. 젊은이들이 보시는 것처럼 정말 다양한 시도들을 하는 것을 볼 수 있었습니다. 어떤 기업들이 한 것이 아니라 젊은이들이 자체적으로 조직한 운동이었다는 것이죠. 워크샵이나 혹은 이렇게 리사이클링 하는 모습을 볼 수 있는데요. 또한 이렇게 공유할 수 있는 스테이션이라고 할까요 여러 가지를 공유할 수 있습니다. 함께 또 공부를 하는 곳이죠. 또 세계는 이와 같은 아이디어들이 정말 놀라웠고 정치적인 운동에 내제되어 있다는 것입니다. 사회적인 이런 일반화 한 움직임이죠. 이런 것들은 제품의 혁신이 아니라 음식을 업사이클링 하는 것이죠. 모든 곳에서 음식물 쓰레기가 넘쳐납니다. 그래서 지금 보시면 홍콩에서만 하더라도 엄청난 음식물 쓰레기가 나오고 있는데요. 하지만 이런 것들을 식당에서 다시 재사용 할 수 있다면 어떨까요. 한국도 서울이 비슷한 상황이 아닐까 생각합니다. 그런데 시장에서 상품 가치가 없어서 버려진 것이기 때문에 전혀 구입하는데 돈이 드는 게 아닙니다. 공짜로 갖고 와서 이것을 홍콩에 있는 유명한 레스토랑이나 유명한 셰프가 가치가

좀 떨어지는 상품을 갖고 가서 이런 것들을 이뤄냅니다. 이게 사회적인 프로세스라고 생각하고 여기 셰프가 있습니다. 이분이 아주 유명한 셰프인데요. 요리를 한다는 것은 음식만큼이나 중요한 것이라고 생각합니다. 음식을 하는 과정 자체가 사람들을 한데로 모이게 합니다. 사회적인 프로세스가 되는 것이죠. 이렇게 파티를 즐길 수 있습니다. 여러 다른 배경을 가진 여러 사람들이 함께 모여 무언가를 공유하는 거죠. 이런 이벤트는 저희 홍콩 정부가 후원하고 있고 이것을 여러 지역차원에서 할 수 있는 공유의 프로그램으로 증진하고 있습니다. 또 하나 우리가 먹는 것이 아니라 배설하는 것을 갖고 하는 프로젝트인데요. 똥을 업사이클링 하는 것입니다. 홍콩에서는 한 10년 15년 전만 하더라도 저희가 야채 20퍼센트는 자체적으로 생산을 했었습니다. 오늘날에는 1퍼센트로 줄어들었죠. 그래서 보시면 이렇게 소들이 있습니다. 아무것도 하고 있지 않죠. 이런 소들을 도와준다는 차원에서 저희가 이렇게 소위 배설물을 갖고 제품을 제작해 봤습니다. 소똥을 가지고 만든 것인데요. 소똥을 이렇게 처리를 해서 저희가 대학에 화학부가 있는데요. 이를 통해 모기퇴치제를 만들어 냈습니다. 이런 것들이 랩에서 실험을 거쳤고 실질적으로 모기를 퇴치하는 능력이 있냐는 검증을 했습니다. 아주 좋은 제품으로 탄생을 했죠. 팝업 스토어에서 판매를 하고 있고요. 저희가 여러 쇼핑몰과 협업을 해서 이러한 제품들을 판매하고 있습니다. 더 나아가 저는 전통적인 공공서비스 분야에서도 업사이클링이 도입될 수 있다고 봅니다. 굉장히 영감을 주는 개념이라 생각하고요. 홍콩에서 트램을 타보셨을 겁니다. 2층 버스인데요. 거의 부서지기 직전의 모습이죠. 손상이 심한 모습입니다. 이것을 업사이클링한 모양입니다. 저희가 주민들과 함께 상의를 하였고요. 저희가 다시 도서관으로 꾸민 모습입니다. 아이들이 와서 책을 읽고 있는 모습이죠. 지금 이렇게 정찰을 하고 여러 가지 기능을 할 수 있다는 겁니다. 예를 들어 식당이 될 수도 있고요. 공연장으로 탈바꿈 할 수도 있다는 겁니다. 디제이나 가수들이 와서 파티를 하는 그런 모습입니다. 그래서 보시는거와 같이 손상된 트램이 업싸클 하여 또다른 공간으로 만들어 냈습니다. 업사이클링이라는 아이디어를 도모할 수 있던 사례죠. 마지막으로 도시 자체를 업사이클 하는 겁니다. 홍콩을 포함해 사실 많은 도시를 보면 뒷골목이 존재합니다. 홍콩 정부는 제2의 비즈니스 중심가를 만든다는 프로젝트를 두고 있는데요. 원래 산업지구였던 것을 이제 비즈니스 구역으로 바꾼다는 개념입니다. 그런데 보면 공공공간이 충분하지 않습니다. 이런 것들이 부정적인 요소로 보게 되는데요. 저희가 이것을 다양하게 상업적으로 사회적으로 활용할 수 있다고 생각을 했고 예를 들어 좁

은 길을 돌아다닐 수 있는 새로운 이동수단을 도입할 수 있겠습니다. 결국 이런 아이디어는 한번 검증을 거쳐서 지금 도로 표지판입니다. 이런 것들은 안내를 해주는 것이죠. 뒷골목 공간이 있다는 것을 안내해주는 표지판입니다. 이런 것들을 다양한 조명을 이용해 이전보다 더 좋은 공간으로 꾸미는 겁니다. 결국에는 홍콩정부의 정책으로 뒷골목 길을 업사이클링하는 정책을 내놓기도 했습니다. 업사이클링이라는 것은 디자인이 주도하여 생산하는 것이라 생각합니다. 이것은 환경적인 것뿐만 아니라 더 나아가 사회적인 측면까지 고려하는 것이고 저는 이렇게 주장하고 싶습니다. 업사이클링은 단순히 어떠한 소재만 갖고 하는 것이 아니라 우리가 새로운 많은 가치 미래지향적인 것을 프로세스에 녹여내고 모든 사람들이 참여하는 그런 좋은 수단이 될 수 있다고 생각합니다. 중국의 사례도 들어드리고 싶은데 시간이 다 된 것 같습니다. 아마 제가 패널 토론시간에 더 많이 공유하도록 하겠습니다.

사회자: 홍콩의 업사이클링 사례를 푸드 패션 도시 등 다양한 카테고리로 분류해서 조명해 주신 앨빈님께 다시 한 번 감사드리도록 하겠습니다. 두 번째 세션 마지막 발표로 시민디자인 연구단이 하도록 하겠습니다. 시민디자인 연구단은 사회적 역할을 일반 시민과 함께 공유하고 참여할 수 있도록 하는 재단입니다. 업사이클링 디자인의 인식개선 캠페인 아이디어를 한번 들어보도록 하겠습니다. 그럼 연사로 활동해 주실 김유승 님을 앞으로 모시겠습니다.

김유승: 안녕하세요 저는 공간디자인을 전공하고 있는 대학생입니다. 저는 이번 여름에 시민디자인 연구단으로 활동하게 되면서 시민의 입장에서 시민 주변에서 일어나는 환경문제에 대해서 다른 시민들에게 어떠한 환경 의식을 심어줄 수 있는지 저희 팀에서 특히 환경에 대해 디자인의 사회적 역할에 대해 연구하였습니다. 그럼 지금부터 그 결과물인 라이트 사이클링 캠페인에 대해 소개하겠습니다. 지난 10년간 발전하는 경제와 소비문화의 향상으로 저희 대한민국 국내에서는 커피 프랜차이즈 전문점이 기하학적인 증가세를 보였습니다. 이렇게 늘어나는 커피 수요에 따라 일회용 컵의 공급도 같이 증가하였는데요. 이렇게 오갈 데 없이 넘쳐나는 컵들로 인해서 우리 주변의 환경은 심각하게 오염되고 있는 실태입니다. 이렇게 올바르게 수거되지 못하고 버려지는 일회용 컵의 사회적 비용은 매년 360억원에 이르는데 이는 2014년 신한사선착공에서 약 300억 원에 웃도는 비용으로 매년

천문학적인 비용이 길거리에 버려지고 있는 현 문화적인 사태입니다. 저희가 자체 실시한 설문조사를 통해서도 많은 시민들 또한 평소에 무분별한 일회용 컵 사용문제에 대해 심각성을 느끼고 있었는데요. 이제 일회용컵의 환경 문제는 단순히 미화 문제만이 아닌 우리 대한민국과 세계 모두의 사회적 문제로 다가왔습니다. 그렇다면 어떻게 일회용컵과 쓰레기를 줄일까 고민하는 도중에 업사이클링 전문가 박인희 소자님께서서는 이런 말씀을 하셨습니다. 근본적으로 일회용컵의 사용을 줄이던가 다른 긍정적인 활용을 해야 한다고 말입니다. 그 말씀에 영향을 받아 저희 팀은 일회용컵 사용에 대한 근본적인 방법을 선택했습니다. 정부에서는 일회용컵만을 사용하고 무책임하게 버려지고 올바르게 수거되지 못한 컵들은 재활용이 안되어 무한히 쌓여만 가고 있습니다. 저희는 이러한 사이클을 환경 트래픽이라 칭하고 올바르게 순환 시키기 위하여 각 순환과정에 맞는 세 가지 캠페인을 기약하였습니다. 트래픽을 정리하는 트래픽 라이트. 신호등의 각 상황을 비유하여 카페에서 일회용컵을 사용할 때 경고의 의미로 머그컵 사용을 권유하고 거리에서 올바른 분리수거를 위해 주의시키고 업사이클링 교육을 통해 머그컵 및 텀블러의 사용을 증가하여 결국에는 환경트래픽에 올바른 순환을 기대하고 기획하게 되었습니다. 라이트란 단어는 언어유희적으로 여러 가지 의미가 있는 단어입니다. 것처럼 라이트 싸이클링 캠페인에는 옳은 행동, 밝은 미래 가벼운 지구란 세가지 의미를 가지고 있습니다. 지금부터 이 세가지 캠페인이 어떤 시너지 효과가 있을지 소개 하겠습니다. 먼저 카페에서의 머그컵 사용을 장려하는 네트워크 카페 시스템 원원원 캠페인입니다. 저희는 근본적으로 왜 카페에서 일회용컵만 사용하는지 고민하였는데요. 그 이유는 머그컵 사용으로 인한 매출적인 손해로 인해 일회용 컵을 사용하는 것으로 알아냈습니다. 그래서 그런 머그컵 사용으로 인한 마케팅 손해를 감충하기 위하여 마케팅적인 홍보 전략을 개발하였는데요. 실제로 다양한 기업에서 마케팅으로 활용되고 있는 그런 전략을 벤치마킹 하였습니다. 이처럼 착한 가격을 사용하는 업소인증 마크가 스타벅스에서도 사용되고 있는 공동쿠폰, 여행스탬프 그리고 실제로 아이스버킷 챌린지와 투표때마다 일어나고 있는 인증활동을 통해서 일어나는 sns를 통한 마케팅 전략입니다. 이것은 저희가 실제로 디자인한 홍보 마크입니다. 착한 가게를 홍보하는 마스코트를 만들었고, 두 번째로는 네트워킹에 가입한 카페들끼리 서로 공동쿠폰을 발행할 수 있도록 공동쿠폰을 디자인 하였습니다. 그리고 마지막으로 갖가지 기념품을 사용하여 sns에서 어떻게 바이럴 마케팅이 사용될 수 있는지 그 홍보효과 예시 사례입니다. 이렇게 저희는 머그컵을 사



용하는 카페에서 일어나는 손해를 마케팅적으로 이득을 볼 수 있도록 만든 캠페인입니다. 이렇게 하여 판매자도 윈 소비자도 윈 더불어 환경까지 윈인 이런 쓰리윈 캠페인을 하였습니다. 두 번째로는 거리에서 올바른 수거를 유도하는 시민들과 함께하는 공동예술 캠페인입니다. 화면에는 콜라모양의 투입구가 있는 오락기가 있는데요. 저 오락기에는 코인이 아니라 빈 페트병을 넣어야 작동되는 오락기입니다. 이처럼 코카콜라에서 기획한 환경 캠페인인데요. 코인대신 페트병을 넣으면 게임이 되는 아케이드 캠페인입니다. 실제로 이 캠페인이 일어나고부터 거리의 아이들이 쓰레기를 주워서 오락기에 넣는등 많은 환경적인 인식이 개선되었고, 두 번째는 강남역에 있는 커피컵 모양의 쓰레기통입니다. 이 커피컵 또한 시민들의 많은 흥미를 가지고 쓰레기통에 버리게 되어서 많은 시민들에게 환경의식을 주었습니다. 이렇게 두 캠페인의 공통점은 시민들에게 흥미를 유발시키고 흥미를 통해 자발적 참여를 시키고 그 참여를 통해서 환경에 대한 인식이 개선되는 프로세스를 가지고 있습니다. 이렇듯 저희도 시민들의 참여로 함께 만들어 나가는 미래 예술 공공 캠페인을 만들었습니다. 저희 한국에서는 쪽지에 사랑해 라는 메시지를 적어서 미래를 약속하는 문화가 있습니다. 이처럼 자기가 먹고 사용한 컵을 공공 예술에 배치된 곳에서 깨끗이 씻고 컵에 메시지를 적어 미래를 약속하는 캠페인입니다. 이렇게 버려지는 일회용컵을 시민들이 직접 하나하나 꽃아가면서 하나의 공공예술을 다 같이 만들어가는 의미로 이렇게 약속의 트리를 만들게 되었습니다. 두 번째로는 밝은 환경을 약속하는 메시지 스타를 기획하였습니다. 이러한 공공 예술을 통해서 시민들이 다 같이 환경의식에 대한 개선을 바라는 그런 캠페인 이었습니다.

마지막 세 번째로 업사이클링 인식개선을 위한 교육 프로그램 캠퍼스 투어 캠페인입니다. 이 캠퍼스 투어는 대학생들을 위주로 하는 업사이클링 교육 프로그램인데요. 제가 대학생을 타겟으로 한 이유는 프랜차이즈 카페 주 고객층이며 교육효과가 가장 좋은 연령대인 대학생을 선정하였습니다. 이처럼 업사이클 캠퍼스 투어를 진행하면서 네가지 프로그램을 기획하였습니다. 먼저 업사이클링 자원 순환에 관한 강연을 진행하고 그 강연에서 받은 지식을 토대로 대학생들이 젊은 토론을 개최하고 그 토론에서 받은 자료로 갖가지 업사이클링 공예 제작 하고 마지막으로 자기가 만든 작품을 전시하는 캠페인입니다. 이렇게 직접 경험해보며 생각하는 창의 도입 프로그램에서 미래를 지탱하는 대학생들에게 환경의식과 업사이클 의식이 개선되는 효과를 기대하고 있습니다. 이러한 세 가지 캠페인들은 일회용 컵이 사용되는 모든 순간에서 사용자와 소비자 모두에게 영향을 주고 서

로 순환되는 효과를 가지고 있습니다. 이로 인해 환경 트래픽이 올바르게 순환되는 효과를 기대하고 있습니다. 지금까지 일회용컵에 대한 환경문제에 대해 발표하였는데요. 비록 일회용 컵은 환경문제 부분이긴 하지만 환경 보전의 첫 걸음은 우리 주변의 작은 실천에서부터 시작되듯이 차차 시민들과 전 세계 모두가 무궁한 발전을 이룩하길 기원하고 있습니다. 감사합니다.

사회자: 발표해 주신 시민 디자인 연구단 김유승님께 감사의 박수 드리도록 하겠습니다. 저희 오늘 국제 세미나가 형태상으로는 국제세미나이 이긴 하지만 규모상으로는 미니 세미나입니다. 이런 아이디어를 나누고 공감대를 확산하는 여러 가지 행사들이 앞으로 점점 더 커지고 다양해질텐데요. 이러한 행사들을 위해서 가장 필요한 것이 일반 시민과 젊은이들 디자인을 전공하는 젊은 학생들의 아이디어가 아닌가 싶습니다. 아마 오늘 발표하신 분들 중에 지금 발표하신 김유승님께서 가장 긴 시간동안 준비를 해 주시지 않으셨나 싶습니다. 지금 시험기간이라고 들었는데 준비해 주시고 발표 해 주셔서 너무 감사드립니다. 그러면 다음순서로 두 번째 세션을 진행해 주신 연사 두 분을 모시고 사례에 대해서 좀 더 깊이 있는 이야기를 나누는 패널토의를 진행하도록 하겠습니다. 패널토의의 진행은 김대호 에코 크리에이터 대표님께서 맡아주시겠습니다. 김대호 대표님은 아름다운 가게에서 에코 디자인 사업 국장으로 일하셨구요. 국내 최초의 업사이클링 브랜드입니다. 에코파티메아리의 총괄 디렉터로 지내셨고 현재는 친환경 프로젝트 그룹 에코 크리에이터의 대표로 기업과 대학 공공기관에서 자문과 컨설팅을 맡고 계십니다. 그럼 김대호 대표님을 무대 위로 모시고 마이크를 넘겨드리도록 하겠습니다. 큰 박수 부탁드립니다.

김대호: 예 안녕하세요. 김대호입니다. 한국의 업사이클 산업이라고 해야 될까요 이게 첫 해 동기가 2006년정도 됐었거든요? 근데 지금이 2016년도니까 근 10년 이란 세월이 됐습니다. 그래서 어떻게 보면 올해가 업사이클 산업에 상당히 의미있는 해거든요. 그리고 규모도 최초 한 5억 정도 되는 시장에서 제가 알기론 현재 약 수십억대 규모로 성장하고 있고 업체도 100여군데 이상 국내에서 늘어나고 있습니다. 이런 환경에서 우리가 해외에 어떤 혁신적인 사례를 듣고 이와 같은 사례를 통해 한 번의 성찰을 할 수 있는 기회를 얻을 수 있다는 게 이 세미나의 좋은 의미라고 생각합니다. 그래서 오늘은 두 분을 모시고 저희가 이야기를 듣

겠는데요. 지금까지 여러분이 강연을 들으시면서 궁금하셨던 내용들, 그리고 어떤 부분에 있어서 조금더 알고 싶은 부분들을 자유롭게 거수를 하시고 질문을 주시면 두 연사님께서 대답하는 방식으로 토론회를 진행하도록 하겠습니다.

질문을 해주세요. 질문을 해주시면 제가 두 연사님께 설명을 드리고 진행하는 걸로 하겠습니다.

질문자1: 네 안녕하세요 저는 지금 서울대학교에서 박사과정을 하고 있는 김인혜라고 합니다. 두분 연사님들 설명 너무 잘 들었구요. 제가 궁금한 것은 어쨌거나 이 업사이클링이 되려면 버려지는 단계에서 만들어지는 제품으로부터 수거를 해서 무언가를 다시 value를 창출해서 소비자들에게 다시 되팔거나 전시를 하는 형태로 일어나는걸로 저는 이해를 했는데요. 그럼 두분 연사님께 제가 질문드리고 싶은 것은 오스트리아 그라츠와 홍콩에서는 이런 폐기물들이 발생하면 다시 보관해서 각각 디자이너들이 원하는 제품을 골라서 다시 재창출을 해야하는데 그런 쓰레기를 어떻게 보관을 하고 있는지 정부에서는 또는 각 시에서 어떻게 보면 이것은 제도적인 부분에 대한 질문일 수도 있는데요 그게 어떻게 시행되고 있는지 그게 첫 번째 질문이구요. 그리고 다시 업사이클링을 통해서 제품을 디자인 할 때 각각 그라츠 소비자와 홍콩 소비자들이 가장 가치있다고 느끼는 것은 무엇인지 그게 궁금합니다.

앨빈 입 : 제가 이해하기로는 아마 새활용플라자를 이제 건축해서 개관할 것인데 제가 조언드리고 싶은 것은 그렇다고 거대한 저장시설이 필요하다 라는 것은 아닙니다. 다만 어떤 센터 혹은 이 센터가 야심차게 진행하는 것이 촉진제로써 역할 할 수 있다는 거죠. 홍콩에 경우로 보면 디자이너들이 각각 어떤 제조업체나 이와 같은 쓰레기를 쏘싱할 수 있는 업체들과 연계를 해서 자재를 조달하는 것으로 알고 있습니다. 이러한 것들이 어떤 조직 차원의 부담이 되어선 안됩니다. 그래서 제가 보기엔 쓰레기 자체를 저장을 하고 수집을 하고 이런다는 것 이게 의미가 없다고 보는데요. 스토리지 자체를 만든다는 게 의미가 있다고 보지는 않습니다. 그보단 아이디어 자체를 개발하는게 좀 더 중요하다고 보구요. 어떠한 물류적인 관점에서 봤을 때 물류적인 문제 같은 것은 디자이너들이나 연구를 담당하는 사람들이 결국에는 제조업체와 함께 공동으로 어떤 해결책을 만들 수 있다고 생각합니다. 제가 생각하기엔 이것을 업사이클링을 촉진할 수 있는 것에 좀 더 중점을 두어야

한다고 생각하고요. 홍콩의 경우에는 물론 저희가 업사이클링을 충분히 하고 있는 것은 아닙니다. 다만 홍콩이나 기타 다른 도시들을 보면 사실 어떤 스토리지를 사용하기에 임대료가 너무 비싸죠. 두 번째로는 교육적인 가치에 대해서 말씀 드리고 싶은데요. 제가 보기에 특히 업사이클링 프로세스에서 가장 중요한 가치라고 하면 오늘 아침에도 저희가 토론을 해봤는데 그 자리에서 말씀드렸습니다. 몇가지 업사이클링을 학생분들에게도 보여드렸는데 이런 교육적인 워크샵이나 강의를 통해서 생활비를 벌수 있느냐 이런 업사이클링이나 리사이클링 하고 있는 것 즉 실질적으로 리테일 시장으로 가서 대량 생산하는 것 보다는 어떻게 이런 것을 통해서 실질적으로 소득을 창출할 수 있느냐 이런 문제가 있다고 보고요 현재 시점에서 보면 적어도 제 경험상으로 봤을 때 특히나 홍콩의 경우로 보면 무언가를 보여 줄 수 있는 그런 업사이클링 가치가 있다고 봅니다. 단순히 어떤 제품상의 가치보다는 이런 것들을 보여주는 가치 교육적인 가치가 있다고 보구요. 그렇기 때문에 제가 발표를 통해서 우리가 사회적인 가치를 더 창출해야 된다고 말씀 드린겁니다. 오브젝트 자체를 업사이클 한다 자체가 중요한 게 아니라 어떤 사고한 방식이 있는가 이게 어떤 미래를 제시하는가 이게 더 중요하다고 봅니다. 그래서 저는 교육적인 가치가 더 중요하다고 보구요.

지그리트: 오스트리아 그라츠 같은 경우는요 폐기물을 별도로 저장하는 공간은 없습니다. 하지만 지금까지 학생들 같은 경우는 오히려 기업에 직접 찾아가서 혹시 버리는 폐기물이 있는지를 먼저 물어봅니다. 그리고 구제 샵쪽으로 가는 경우에는 개인적인 컨택을 통해서만 폐기물을 확보하고 있습니다. 지금 폐기물을 재활용 한다는 것이 새로운 부분이기 때문입니다. 그래서 지금은 폐기물 자체가 그렇게 크게 수익 창출을 한다고 보는 분위기는 아닙니다. 재활용 센터를 가서 폐기물을 얻어오거나 주로 그런 식으로 폐기물을 확보하고 있는데 제가 볼 때 폐기물을 별도로 저장한다는 것 자체가 그렇게 좋은 아이디어라고 생각이 들지 않습니다. 그리고 두 번째로 고객을 위한 가치라고 한다면 업사이클링 제품을 구매하는 고객들 같은 경우엔 우리가 무언가를 해야한다 라는 의식을 가지고 있는 것 같습니다. 그리고 사회를 위해서 우리가 기여를 해야한다 라는 것을 가지고 있는 것 같은데요. 업사이클 제품을 구매함으로써 내가 사회에 기여한다라는 기분 좋은 느낌을 좋아하는 것 같습니다. 그래서 이런 측면으로 업사이클 커뮤니케이션을 하고 있습니다.

김대호: 그 선생님이 말씀하신 부분들을 저는 이해를 했거든요. 예를 들어서 어떻게 소재를 어떤 시스템으로 우리가 유용하게 구할 수 있는가가 궁금하셨던 거 같아요. 보면 그 부분이 상당히 노력이 필요합니다. 특히나 우리 한국적 상황에서도 항상 그 부분이 업체들이 많이 힘들어하는 부분이 바로 소재를 어떻게 구하느냐 그래서 하나의 사례로 말씀을 드리면 스위스 프라이탁 같은 경우는 그 팀들은 소재 컨택 매니저들을 따로 두고 있습니다. 그래서 이들이 전 유럽을 돌아다니면서 굉장히 양질의 폐기물을 구해다가 직접 유통하는 걸로 알고 있습니다. 아직 그런 부분들이 우리나라는 시스템이 완벽히 잡힌 게 아닙니다. 그래서 이번에 서울시에서 재활용플라자를 통해서 바로 그런 부분들을 시스템을 잡기위해서 이런 모든 것들을 계획하고 준비중에 있는거거든요. 그 부분은 조금 기다리시면 시스템이 점점 더 잡아가는 모습을 확인하실 수 있지 않을까 그렇게 말씀을 드릴 수 있겠습니다. 네 또 다른 질문 하실 분 계신가요?

질문자2: 안녕하세요. 저는 업사이클링 창업을 기획하고 있는 대학교 졸업생입니다. 업사이클링 업체들을 제가 계속 보면서 느꼈던 건 가격들이 상당히 높은 수준이었던 제품군들이 있고 낮았던 제품군들이 있었지만 제가 눈여겨 봤던 건 높은 수준에 가격이 측정되더라구요. 그래서 실질적인 이 업무를 하시기 때문에 사회적 역할이라 하셔서 제가 볼땐 업사이클 제품은 뭔가 중산층 이상의 윤리의식을 가진 분들에게 많이 소비되고 있는 제품인 것 같은데 진짜 사회적 역할을 하기 위해서는 빈곤한 사람들에게 쓰일 수 있는 제품을 만들기 위해서는 어떤 노력을 하고 있는지가 첫 번째 질문이구요. 또 높은 수준의 가격을 형성할 때 어떤 우선순위를 두고 가격을 형성하는지 궁금합니다.

김대호: 업사이클의 어떤 사회적 계층에 대한 역할에 대해 궁금해 하시는데 두 연사님들 중 어떤 분이 먼저 대답을 해주시겠나요? 지그리트?

지그리트: 네 맞습니다. 업사이클 제품들 같은 경우에는 가격대가 높은 것이 사실입니다. 하지만 대부분의 경우에 업사이클 제품을 개발할 때 보면 특히나 좋은 제품을 생산하려면 그 생산과정이 굉장히 오래 걸리는 경우가 태반입니다. 워낙 서로 다른 종류의 자재들을 써야 하기 때문에 자재 세척작업 사전작업이 많죠. 그러다 보니 아무래도 업사이클 제품들이 상대적으로 고가로 측정이 되는

게 아닌가 생각이 됩니다. 그리고 아까도 잠시 언급됐지만, 대부분의 사람들은 어느 정도 좋은 일을 위해서 또 좋은 제품을 산다고 생각할 때 가격에 지불을 하는 것 같습니다. 그렇다면 왜 이런 가격이 측정이 되었느냐. 기준이 무엇이나 는 질문은 조금 어려운 질문인데요. 저도 잘 모르겠습니다. 어떻게 생각하시나 요?

앨빈: 질문을 왜 하셨는지 알 것 같구요. 그런데 일단 저는 우리가 일단 획기적 인 돌파구가 필요하다고 봅니다. 20세기에 패러다임 혹은 우리가 판매를 통해서 만 가치를 창출한다 이런것들은 이제 구시대적인 그런 가치입니다. 아시겠지만 소비자, 사회 모두 우리가 소비를 조장하는 그런 사회에 살고 있다고 보는데요. 제가 보기에는 어느 정도까지는 중산층 그리고 중산층 이상의 계층들이 이런 제 품을 사고 지원할 수 있을 것입니다. 이게 그렇게 때문에 기분이 좋아지기 때문 이겠죠. 이런 점들에 그분들께 감사를 하고요. 그런데 우리가 일반 대중에게 다 가가기 위해서는 혹은 일반 대중을 넘어서서 이른바 빈곤층에게까지 다가가기 위해서는 이들까지 소비자로 끌어들이 수 있어야 합니다. 제가 아까 말씀드린 두 가지 케이스가 있는데 음식을 이용한 업사이클 프로젝트가 있었죠. 우리가 그 당시 빈곤층도 참여를 시켰습니다. 홍콩에 식품가격이 너무 비싸 빈곤층은 제대로 된 식사를 할 수 없었는데요. 그래서 우리가 이런 빈곤층들을 참여를 시켰습니다. 이들을 참여시켜서 요리를 하게 했죠. 이를 통해 스스로 가치를 창출하 도록 했구요. 이런 것들이 제가보기엔 참여의 형태라고 봅니다. 그리고 이런 것들 이 공동으로 창출하는것이라고 저는 보구요. 그런데 어떤 유형의 제품에 대해서 얘기를 한다면 이 부분은 빠르게 지나가긴 하는데 몇가지 제품이 있습니다. 예를 들어 코카콜라 캔으로 만든 손목시계가 있었죠. 이런 것들은 저희 학생이 NGO와 함께 협업을 해서 만든 것이었는데 이 NGO에서는 이런 빈곤층을 보호하는 시설에 서 손목시계를 만들었습니다. 이 보호시설은 장애가 있는 분들을 보호하는 시설이 었는데 이런 분들이 워크샵을 통해서 공방을 통해서 이런 손목시계를 만들어 냈다 는 거죠. 이런 프로세스를 통해 디자이너들이 제품을 디자인하는거 뿐 아니라 나 야가 이런 장애가 있는분들이 작업을 할수 있는 기계까지 디자이너들이 만듭니다. 왜냐하면 이분들이 장애가 있기 때문에 이런 것들을 고려해서 좀 특별한 디자인을 가진 기계를 만들어야 했죠. 이런 형태의 참여가 제가 보기엔 중요하다고 보구요. 그리고 저는 이런 것들이 결국엔 무언가를 구매하는 것 뿐 아니라 일자리를 창출

할 수 있죠. 이런 부분이 가치 있다고 봅니다. 이를 통해 일반 대중도 참여 시킬 수 있을 겁니다. 마지막으로 질문해 주신 것에 대한 답은 먼저 질문의 답변과 이어지는데 교육적인 가치가 있다고 말했었죠. 이러한 것들이 일반 대중들을 위한 교육적인 가치를 줄 수 있다고 봅니다.

김대호: 충분한 대답이 되셨나요? 제가 덧붙이자면 업사이클 사례는 꽤 많습니다. 미국의 홀스티같은 경우는 레거티스를 위해 제작돼서 만들어지고 있고 그리고 동남아 지역의 여러 가난하고 빈민촌들에게 적정기술을 융합한 새로운 업사이클 기능이 들어가서 그 지역을 바꾸고 그리고 그 지역의 빈곤을 해결하는 사례가 꽤 있습니다. 그것은 찾아보시면 충분히 자료를 얻을 수 있을 것이라 생각하구요. 업사이클 제품이 비쌀 수 밖에 없는 이유는 쉽게 말해서 공산품을 제작하는 것 보다 비용이 더 많이 듭니다. 보통 수공업이며 기계로는 어렵습니다. 그리고 상품의 로스율도 기존 제품에 비해 훨씬 높아서 그런 점들을 감안해서 볼 때 업사이클 제품이 비싼 가격으로 측정된 것은 아닙니다. 물론 물리적인 가격들은 여러가지 혁신을 통해 앞으로 낮춰야겠죠. 지금 형성된 가격이 과하거나 소비를 많이 얻기 위해 너무 높게 책정 되거나 그런 것은 아님을 알아주셨으면 감사하겠습니다. 다른 질문 받겠습니다. 2분정도 남았는데 질문 하나만 받으면 이번 토론은 끝날 것 같습니다. 예 선생님.

질문자3: 안녕하세요. 업사이클링 제품 마켓 플레이스를 준비하고 있는 박인구라고 합니다. 사실 시장 자체가 너무나 협소하고 작기 때문에 여기에서 마켓 플레이스를 준비하고 있다는 것이 사실 불안하고 걱정이 되는 부분이 많이 있는데 좀 여쭙고 싶은 것은 결국 앞선 질문과 연결되는 부분이기도 하죠. 생산자들은 늘어나고 있고 생산자들을 위한 지원사업도 늘어가고 있는데 소비를 촉진하기 위한 것은 무엇이 있는지 그리고 소비자들과 직접 닿을 수 있는 유통 채널들 한국뿐만이 아니라 전 세계적으로 마찬가지로인 것 같습니다. 미국의 힙사이클닷컴 이라는 곳이 오래전부터 시작을 했지만 뭐 성장을 못하고 있구요. 그래서 여러 가지 제한요소들이 있겠으나 각 지역마다 어떤 종류의 노력들이 있을 것인지 그리고 소비를 창출하기 위한 아까 말씀하셨던 과연 이것이 소비라는 측면에 부합하는 것이냐는 질문부터 가능하지만 결국 생산이 있다면 소비를 전제로 한 것이기 때문에 분명히 소비가 이뤄져야 하는 것이고 생산자들에게 또한 그만큼 보상이 주어져야 하는거겠죠. 그래서 지역별로 소비촉진에 대한 방안 그리고 현재 이루어지고 있는 유통채널

설명 좀 부탁드립니다.

김대호: 간단하게 설명해서 소비자들을 어떻게 만나서 어떻게 홍보를 하고 그 채널들을 어떻게 구축을 하는지를 지금 짧게 두 분이 설명 해 주시고 이 토론회는 마치는 걸로 하겠습니다.

지그리트: 유럽에서도 오스트리아 같은 경우는 모두가 너무 많이 쓰고 많이 버리고 있다는 의식을 공유하고 있습니다. 그렇기 때문에 저희가 커뮤니케이션이나 홍보활동은 그렇게 많이 하고 있지 않습니다. 이미 다들 인식은 하고 있기 때문이죠. 그럼에도 불구하고 업사이클 디자인이라는 것이 굉장히 새로운 분야이기 때문에 업사이클 디자인이 뭔지에 대한 개념설명이 필요한 것은 사실입니다. 그리고 특히나 젊은 세대들 같은 경우에는 소셜미디어에 많이 노출이 되어 있죠. 하지만 전 세계적으로 보았을 때 사고방식이 변하고 있고 폐기물을 줄이자 라는 활동을 하고 있기 때문에 제가 보기에 방향성 자체는 잘 설정이 되어있다고 생각이 됩니다.

엘빈: 네 저도 동일하게 생각을 하는데요. 만약 하나의 아이디어를 무료로 생각한다면 우리가 오늘 사회적 가치에 대해서 이야기를 하고 있지 않습니까? 그런데 여기서 업사이클링을 이야기 하는 것은 독자적인 운동이라기보다 업사이클링이나 혹은 공유경제를 이야기 하는데 결국에는 이와 같은 그런 여러가지 운동이 미래를 향해서 나아가고 있고 이런 것들이 연결이 되어 있다고 생각합니다. 디지털 플랫폼 많은데요. 이런 디지털 플랫폼은 O2O라는 어떤 포인트가 필요합니다. 예를 들어 인터넷 스타트업들도 결국에는 서비스를 물리적 세계에서 제공할 수 있어야 하죠. 만약 제가 비즈니스 컨설턴트라고 하면 업사이클이 굉장히 강력하고도 많은 사람들을 사로잡을 수 있는 컨셉이라고 말씀드릴 수 있습니다. 왜냐면 동일한 가치를 공유하는 여러 디지털 기업들과 협업을 할 수 있기 때문이죠. 그럼 시장 자체가 아마 다양한 공유경제의 접근법을 적용한 시장이 나타날 수 있을것입니다. 업사이클링은 분명 좋은 타이틀이 될 수 있습니다. 단순히 업사이클링 파트너들하고만 일해야 한다 그것은 아닙니다. 사실 도시에서도 찾아보면 틈새 비즈니스가 많고 꼭 성공하시길 바라는데 다만 여러 가지 다른 공유경제 플랫폼을 보시길 바랍니다. 서비스 포인트라는 관점에서요.



### <세션 3>

사회자: 디자인 그룹 레이첼 과 사이먼 님의 발표가 있겠습니다.

사이먼: 네 안녕하세요. 우선 초대해 주셔서 감사합니다. 영광으로 생각합니다. 저는 사이먼입니다.

레이첼: 저는 레이첼입니다.

사이먼: 저희는 미국 디트로이트에서 제조 스튜디오이고 땡땡입니다 저희는 프로세스를 디자인 하고 있는데요. 소재나 유통 산업용으로 생산되는 것들을 작업하고는 합니다. 저희가 이런 전시회나 콜렉터 소비자들을 위해 이러한 작업을 하고 있습니다. 제가 플라스틱을 작업을 하고 있지만 또 여러 가지 소재를 시험하고 있고요. 저희가 보통 디자이너들이 가용하지 않는 소재를 사용합니다. 플라스틱으로 많은 것들이 만들어 지고 있는데 디자이너들이 이런 소재를 활용하지 않죠. 일단은 비용이 높고 그리고 산업용 기계 자체를 사용해야하기 때문에 그렇습니다. 이번 발표를 통해 저희는 보다 낙관적으로 이제까지 예상하지 못했던 보물 같은 것들을 소재나 형태나 혹은 과정에서 어떻게 찾아낼 수 있는지 말씀드리겠습니다. 우선 메이킹 프렌즈입니다. 저희 최초 프로젝트인데요. 이것을 저희가 2012년도 베니스 건축 비엔날레용으로 작업을 했던 것입니다. 여기서 저희는 디트로이트에서 나오는 폐기물로 여러 가지를 만들어 봤습니다. 이른바 소비자들이 다 쓰고 남긴 플라스틱 제품입니다. 제조하는데는 많은 비용이 들어갑니다. 그리고 색감이나 강도나 uv안전성에서 굉장히 퀄리티가 좋은 소재입니다. 그런데 일단 사용되고 나면 가치가 현격하게 떨어지게 됩니다. 다시 재활용이 불가능하기 때문이죠. 예를 들어 플라스틱은 융합해서 만드는 것이기 때문에 또 이것들을 유형별로 색깔별로 분류해서 버리기가 참 힘듭니다. 따라서 보통 이런 것들을 녹여서 그냥 산업용으로 활용하는 경우가 있는데요. 즉 용기가 재활용되기가 힘들다는 것입니다. 저희가 이것을 리사이클링센터에서 가지고 와서 보면 그냥 쓰레기 더미처럼 보이시죠. 근데 저희는 사실 이웃들로부터 항의도 참 많이 받았습니다. 그런데 일단 이것을 분류를 하면 보시는 것처럼 하나의 예술적인 형태로 변화하게 됩니다. 불만을 늘어놓았던 이웃들이 나중에는 이것을 아이들과 함께 와서 사진을 찍으시더라구요. 디자이너로써 저희가 문화적인 가치를 창출해야 하는데요. 일단은 수작업으로 일일이 다 분류를 합니다. 그리고 소비와 쓰레기라는 것을 구분해서 표시하는 거죠. 저희가 사용하는

컬러들은 소비자들에게 미학적인 즐거움을 주기 위해서 소비를 한 겁니다. 그리고 저희가 이 소재를 활용하기 위해 이런 기계와 프로세스를 만들어야 했는데요. 일단 이 플라스틱을 작게 자릅니다. 그리고 세척하고 말립니다. 잘게 분해를 하고 말립니다. 저희는 자체적인 플라스틱 압출기를 만들었습니다. 카드보드를 이런 플라스틱으로 감싼 모습입니다. 혹은 이런 플라스틱을 이렇게 한데로 모아놔서 이런 기이한 형태를 만들어 내기도 하구요. 저희가 베니스에서는 실질적으로 만드는 모습을 퍼포먼스 하기도 했습니다. 많은 사람들이 와서 지켜봤고 프로세스 자체만으로도 제품만큼이나 궁금해하더라구요. 그래서 저희는 이런 과정을 통해 영감을 주고 교육적인 가치가 있다는 것을 알게 됐습니다. 그리고 또 이런 소재를 갖고 작업을 함으로써 새로운 테크닉을 발견하고 텍스처를 발견할 수 있었습니다. 기타 다른 소재를 가지고는 알 수 없던 그런 것들이죠. 보시는 것과 같이 시간이 많이 걸리구요. 일종의 장인 정신의 공예 과정과 같습니다. 그래서 대규모로 이런 것들을 하기가 불가능 할 것 같습니다. 프로세스 자체가 효율적이라고 볼 순 없지만 저희가 소비자들과 그리고 제조업체들에게 큰 함의를 가져다 줄 수 있음을 발견해 낼 수 있었습니다. 또 새로운 각도에서 이런 걸 조명해 볼 수 있다는 점에서 가치가 있죠. 이런 이미지를 좀 더 보여드리고 있는데요. 1.5 rooms라는 또 다른 최근 프로젝트입니다. 저희가 4년정도 플라스틱을 가지고 작업을 했습니다. 그래서 프로세스가 좀더 정교하게 다듬어 졌는데 보시면 이런 작품들이 복잡한 몰드를 사용해서 만든 것인데 이 작품들은 이탈리아의 엔조 마리에게서 영감을 얻은 것입니다. 이분이 가구를 만들었는데 흔히 볼 수 있는 목재를 갖고 만들었죠. 저희는 우리 나름의 컬렉션을 만들어 보자고 생각했습니다. 간단한 플라스틱을 이용해서 가구를 만들었죠. 몰드라기보단 플라스틱 재제를 만들었습니다. 그래서 플라스틱을 이렇게 몰드 형식으로 다양한 컬러와 다양한 형태로 만들었죠. 플라스틱 넘버라고 하는 것 이것이 수중에 나와있긴 합니다. 그런데 트레기는 좀 똑같은 모양이죠. 또 목재를 그대로 복제한 스타일이라고 하면 저희는 색깔 자체가 유니크합니다. 각각의 보드를 평평하게 만들고 목재에 쓰이는 기법을 적용하여 가구를 만들었습니다. 제가 뉴욕 브루클린에서 전시했던 작품인데요. 핵가족이라는 그런 테마에 전시에 내놨습니다. 두 작품을 내놓았는데 새로운 가족형태를 보여주는 작품이었습니다. 세명이 앉을 수 있는 의자였는데요. 한사람 그리고 두사람 각각 반대 방향을 보며 앉는 벤치입니다. 이걸 펫 램프 이구요.

레이첼: 1.5 rooms라는 프로젝트가 보다 정교화된 생산 형태를 나타낸 것이었다면 이것은 소재는 플라스틱인데 이런 것들을 원시적인 형태로 시도해 봤습니다. 2015년도 홍콩 비엔날레에 출품을 했던 작품인데요. 이번 프로젝트에서 저희가 회전식 몰딩 방법을 사용했습니다. 회전식 몰딩이 산업용으로는 많이 쓰이는데 안이 비어있는 형태의 오브젝트를 만드는데 사용됩니다. 장난감 같은 것. 디트로이트는 나머지 미국지역들과 마찬가지로 플라스틱 생산이 가장 활발한 곳입니다. 저희가 이런 곳에 근접해 있기 때문에 이런 소재를 활용할 수 있었는데요. 일단 저희가 알루미늄 포일을 갖고 이런 몰드를 만드는 것을 시작했습니다. 대부분 몰드라고 하는 것이 수천달러에서 수만달러가 들어갑니다. 금속을 사용하고 기계공정이 들어가기 때문입니다. 그런데 알루미늄 포일은 가격이 훨씬 더 저렴합니다. 그래서 저희가 다양한 형태를 실험 해 볼 수 있었죠. 저희는 지금 이런 포일의 접힌 부분이 굉장히 독특한 형태, 표면, 질감의 형태를 만들어낸다는 것을 발견했구요. 보시는 것처럼 굉장히 간단한 몰드지만 이것이 굉장히 독특하고 각각의 성격을 가진 오브젝트를 만들어 낼 수 있습니다. 필로우 램프를 만든 것인데요. 베게 모양의 램프죠. 홍콩에 있었던 전시회용으로는 저희가 이 아이디어를 한 층 확대 시켰습니다. 필로우 자체 크기를 키웠죠. 그러면서 불이라는 소재를 활용했습니다. 보시는 것처럼 몰드를 바깥쪽으로부터 가열해서 돌립니다. 로테이션 몰딩이라는 조건을 충족시켰고 모닥불을 이용해서 플라스틱 오브젝트를 만들었습니다. 저희가 중국 선전에서 열렸던 전시회에 출품했던 작품들입니다. 현재 저희가 생테티엔 비엔날레용으로 작품을 제작하고 있는데요. 리얼 코퍼레이션이라는 기업과 함께 활동을 하고 있습니다. 자동차 회사의 시트제품을 납품하는 최대 기업인데요. 굉장히 혁신적으로 카시트를 새로운 오브젝트로 변화를 시키는 프로젝트 진행중입니다. 저희에게는 거대 기업과 일해 볼 수 있는 독특한 기회입니다. 파트너십을 통해 이 회사의 생산 시설을 둘러보고 이곳 근로자들을 통해서 실제로 배울 수 있었습니다. 3만개의 카시트를 생산하고 있는 곳인데요. 직접 수작업으로 이런 것들을 수리하고 있습니다. 저희가 이런 수작업에서 많은 영감을 얻을 수 있었구요. 보통 카시트 같은 것은 재활용이 어렵습니다. 일단 금속으로 이루어져 있고 플라스틱 프레임같은 것들 때문에 그런데요. 저희가 지금 이번 프로젝트에서는 이런 이슈를 해결하기 위해 시트를 가지고 새로운 프로젝트를 이런 파트들을 제거하지 않고 그대로 활용합니다. 여기 시트를 자잘하게 부셔서 분류하고 있죠. 긴 체인을 만듭니다. 새로운 아주 흥미로운 가구와 같은 제품을 만들어냈죠. 현재 저희

가 이곳에 화학자들과 함께 탄성 중합제 페인트로 코팅을 하는 프로젝트를 하고 있습니다. 이런 프로젝트가 하나의 루프를 만들고 있죠. 이런 거대 업체와 소규모의 독립 디자이너들간의 협업 프로젝트가 되고 있습니다. 그래서 저희는 새로운 것을 이러한 프로젝트를 통해 창출하고 있는 것입니다. 이제 앞서 플라스틱 이미지로 돌아왔는데요. 이런 것들이 그만큼 쓰레기를 예술로 승화시키는 아이디어가 가능하다는 것을 보여줍니다. 엄청난 양의 쓰레기를 배출하고 있는데요. 우리가 예술가로서 이렇게 생산되는 양을 따라갈만큼 업사이클 하는 것은 불가능합니다. 하지만 저희는 여기서 담론을 만들어 나가고 흥미를 만들어 낼 수 있는 관심을 끌 수 있는 역할을 하고 있다고 생각합니다. 새로운 제품을 만들어 내고 더 나아가 업사이클링을 하는 그런 능력이 저희에게 있다고 봅니다. 그리고 문화적, 경제적으로는 별로 소용이 없는 제품들을 한 단계 승화시킬 수 있는 능력이 저에게 있다고 봅니다. 이런 것들은 디자이너 기업이나 제조기업만으로는 가능하지 않습니다. 이런 프로세스나 혹은 노동집약적인 과정이 비용 효과적이라 볼 수 없지만 소재를 작업하기 위해 저희가 직접 기계를 만들어 내기도 했습니다. 그래서 이를 통해 소재의 품질 같은 것을 다시 알아내고 새로운 형태로 만들어내고 저희는 지속 가능성을 만들어 내고 있구요. 이런 소재를 활용함으로써 저희 작업을 통해 보다 지속가능한 세계를 만들어 나갈 수 있다고 볼 수 있습니다. 경청해 주셔서 감사합니다.

사회자: 디자인 그룹 멍멍의 디자이너 레이첼과 사이먼님께서 사례를 소개해 주셨습니다. 다음은 한국의 폐석재 활용 업사이클링 현황과 석재 슬러지의 새 가치창출 전략이라는 주제로 강원대학교 문화예술대학 교수님이시자 에코스톤 코리아 대표이사직을 맡고 계신 한기웅 대표님의 발표가 있겠습니다.

한기웅: 앞에 많은 연구자들의 발표를 잘 들었는데요. 저는 현재 강원대학교 교수이지만 주식회사 에코스톤 코리아의 대표이사로 불리기를 더 원하고 앞으로 이쪽에 더 근무할 시간이 많기 때문입니다. 저는 에코스톤 코리아를 2009년도에 중소기업청에 실험실 창업교수 선발 공무원에서 선발이 되어서 정식으로 국립대학 교수이면서도 실험실에서 창업을 하게 되었습니다. 그땐 개인 기업이었어요. 그렇게 해오다가 2014년도에 강원대학교가 정식으로 투자하는 투자기업으로 발전이 되면서 현재 주식회사로 2년차를 맞고 있습니다. 아직은 큰 회사는 아니고 몇억정도의 매출을 2014년도에 주식회사가 되어서 2015년 하반기부터 매출

이 일어나기 시작해서 2016년도 1년동안 세배의 매출을 올리고 있습니다. 전체 매출액은 적지만 굉장히 희망을 갖고 앞서 계속 말씀했던 업사이클링이 어쩔 수 없이 비싸다 이런 이야기를 하시는데 저는 거기에 동조하지 않습니다. 왜냐하면 제가 시작한 이 업사이클링은 기존 제품보다 성능은 우수하며 가격은 오히려 더 낮은데 어떻게 그렇게 했느냐 저는 우리가 그 업사이클 원소재를 가져오는 것이 경제적 가치만 있으면 다 가져오게 되어있습니다. 주 원 소재가 석재 슬러지인데 킬로당 몇백원 합니다. 그런데 굉장히 과열 경쟁을 하고 있어요. 그래서 우리가 백원만 더 줄게 하면 서로가 가져가려 합니다. 기본적으로 원가 포지션부터 경제적으로 충분히 승부가 될 수 있는 그런 로우 코스트로 원 자재로 매입을 해야하고 그걸 가지고 새로운 소재로 만들어야 하는데 디자이너 혼자 만들 순 없다. 어차피 디자인하고 연계 맺는 거 아닙니까 우리하고 연계를 맺는 엔지니어 마케터 다 내사람으로 만들어야 해요. 저는 우리 학교에 있는 엔지니어들과 같이 석재연구 센터를 만들었어요. 그게 20년 전입니다. 그분들이 왜 저를 필요로 하겠어요. 자기네들이 만든 그 신소재로 무언가를 만들려면 디자인이 필요하죠. 기꺼이 해주는 거예요 그러면서 배우는 거예요. 그런데 이분들은 공학자들이다보니 주로 땅속으로 들어가는 걸 했어요. 황금같은 내추럴 패턴을 보이는 거예요. 그래서 이걸 땅 속이 아니라 땅 위로 올라가야 한다. 그래서 그분들을 도와주면서 한쪽에선 제가 디자인을 해서 특허를 내기 그래서 이 분야의 특허만 제가 50개가 넘습니다. 이렇게 시작을 한 것이 에코스톤 코리아라는 것을 먼저 말씀을 드리면서 전반적인 과정을 소개를 하겠습니다. 배경입니다. 우선은 제가 강원대 학교에 있기 때문에 강원도에 현실을 직시하고 엄청나게 쌓여있는 석탄 폐석 영월 정선 태백쪽에 보셨는지 모르지만 일년에 어마어마한 석탄 폐석이 산을 이루고 있습니다. 그것들이 환경을 얼마나 오염시키냐 하면 장마철에 비가오면 시커먼 물이 도랑으로 흘러내리면서 생물이 살 수가 없습니다. 그럼에도 불구하고 이것을 대체할 수 있는 방법이 없어 현재 다시 또 다른 산을 석탄폐석으로 만들고 있어요. 어디 마땅히 쓸 곳이 없어서, 이런 현실이 너무나 안타깝고 석탄폐석이 됐던, 석재가 됐던, 콘크리트가 됐던, 그것에 재활용은 너무나 뻥한 것만 하고 있는 거예요. 저는 그것이 엔지니어의 단점일 지도 모르겠어요. 제가 삼성전자에 있었는데 맨날 기구설계 회로 설계하는 사람들하고 그들이 훨씬 저보다 많이 알고 있고 그런데 그 안에서만 그래요. 그걸 응용하는 능력은 디자이너가 훨씬 낫다는 거죠. 이런 부분이 상당히 문제점으로 대두가 되었습니다. 그래서 이런 현재 가지고 있는

석재 석탄폐석 콘크리트 폐석들을 어떻게 활용해야 할지 현재까지는 너무나 단순한 값싼 파쇄해서 납품하는 가격이라는 것은 기껏해야 인건비 정도를 받는 낮은 가격으로 현재는 활용되고 있다 이런 것들이 상당히 문제였어요. 그렇기 때문에 이것이 제대로 활용되지 못하고 있는거죠. 바뀌서 좀 얘기하면 강원도에 산불이 나면 불쏘시개 역할을 하는 것이 간벌목입니다. 근데 그 간벌목을 만약에 새롭게 사용할 가치를 부여한 디자인을 제공해 준다면 아마 밤에라도 몰래 올라가서 다 끄집어 내릴거예요. 근데 그렇지 못하고 기껏 해봐야 뿔감 정도로 사용하기 때문에 그 높은 산에 올라가서 가지고 내려오지 않는거죠. 이게 산에서 방치가 되면서 다 말라서 불쏘시개가 되는겁니다. 너무 설명을 장황하게 하는 것 같네요. 그래서 이런 것들이 국내에서는 너무 단순사용에만 국한되고 있다. 그러나 외국에서 호주도 재사용에 대해 상당히 많은 연구가 되고있고. 이 방음벽이 다 석재 슬러지로 만든 건데 뿔버튼 공항에서부터 시티까지 오는 방음벽들이 너무 자연컬러 어떻게 비울하느냐에 따라 색이 달라지는데 그런걸 기가 막힌 조형물로 승화시키고 있습니다. 저희 에코스톤 코리아가 강원대학교 석재 연구 센터와 함께 개발한 신소재입니다. 한마디로 콘크리트보다 압축강도 내화학적 내 염분성이 세배이상 강합니다. 재활용이지만 강도가 훨씬 강화된 새로운 소재로 만들어 냈다는 것이 중요하구요. 이것이 하루아침에 된 것은 아닙니다. 석재연구소가 20년차입니다. 계속 엔지니어와 디자이너가 머리를 맞대고 소재개발을 하는 것입니다. 앞으로 업사이클이 산업으로 발전하기 위해서는 지속적인 머터리얼 개발이 이루어져야 합니다. 에코스톤 코리아는 수작업 안합니다. 그래서 초기투자가 많습니다. 몰드 하나 파는데 6천만원에서 1억2천정도 들어갑니다. 그러나 사전에 면밀히 검토해서 충분히 그 정도의 수요가 있다라는 확신하에 하는거죠. 이게 지금 2200톤짜리 프레스 생산 기계입니다. 여기서부터 우리 회사가 쪽 2009년에는 개인기업으로 디자인 해오며 상품화 해 온 것을 보여드리겠습니다. 이 제품은 편업 디자인 어워드 수상을 했고 현재 조달지원 까지 다 되어있고 전국 3개도에서 우리 상품을 조달해서 구입을 하고 있습니다. 상당히 구조가 복잡합니다. 돌가루가 사이사이로 스며들어 성형이 되어야하기 때문에 구조가 복잡할수록 돌가루는 적게 들어갑니다. 단순할수록 90프로까지 들어갑니다. 이정도 되면 약 60프로 돌가루가 들어갑니다. 그래서 칼라도 아주 다크한 칼라도 되고 아주 라이트한 그레이톤도 되고 칼라를 섞는게 아니라 자연색상에 의해서 만들어집니다. 금년도에 생산하는 방음벽입니다. 아주 독특하죠. 얼마든지 응용을 할 수 있습니다. 이번에 서울과 세종시간의 고속도로 나는데 공모를 해서 응

모를 했는데 되면 아마 저 보기 힘들거예요.이 나무로 되어있는 것은 아동용 이 벤치는 여성용 또 가운데는 성인 쉼터 인데요. 특징은 2인용에서부터 100인용까지 얼마든지 공간에 따라 유니트화 했기 때문에 디스플레이가 가능하다는 것입니다. 현재 공원에 설치해 놔는데 아이들이 놀이터로 놓고 있었습니다. 기타 여러 가지 상품을 생산하고 있습니다. 왼쪽에 있는 가로등 커버 가로등 전체를 우리 회사가 만드는게 아니라 가로등 중에서 지면에서부터 에코스톤 카바로 씩웁니다. 그렇게 되면 스티커가 안붙고 감전사고로 사망한 사례가 나올 수 없습니다. 요즘 인기가 좋습니다. 그 옆에 석탄 폐석을 얼마나 섞느냐에 따라 다크한 색상도 나오고 아이 보리색도 나옵니다. 자연채색에 의해 나옵니다. 결론적으로 저는 이 자리에서 석재 슬러지에 대해서만 제가 연구를 했기 때문에 발표를 하게 됩니다. 이 석재 슬러지를 앞으로 어떻게 활용할것인가. 석재단지에서 일년에 나오는 양이 어마어마 합니다. 이것을 환경처리 하는데는 천문학적인 숫자의 돈이 들어갑니다. 우리회사는 근데 그게 원 재료입니다. 운반비만 가지고 그것을 가지고 다양한 제품에 활용하였습니다. 다시 얘기합니다만 계속 소재개발이 이루어져야 되고 엔지니어링쪽과 디자인이 꼭 협업을 해야한다. 지금까지도 그래왔지만 앞으로도 우리끼리만이 아니라 같이 협업을 해서 오히려 기존제품보다 훨씬 월등한 소재를 만들어 낼 때 비로소 시장이 만들어 진다고 생각합니다. 새로운 시장을 개척하는 부분도 있다고 보는거죠. 저도 거의 7년동안 해오면서 고생 많이 했습니다. 한군데서 하게되면 두 번째 번 오더를 따냈습니다. 처음엔 웃었지만 우수한 제품이라는 것이 인정되는 순간부터는 시장문이 열리기 시작하는 것이다 라고 확신하고 있습니다. 이 6차 산업화를 말하고 싶은건 저는 농업뿐만이 아니라 업사이클링 분야에서도 단순히 만들어서 파는거 뿐이 아니라 교육적인 체험이라던지 앞으로 새로운 산업으로 만들어 가면서 이런것들을 시민과 모든 관광객들에게 참여해서 구경하고 새로운 산업으로 발전할수 있구나 친환경 단지로 만들어서 오히려 사람들이 찾아올수 있는 석재산업의 6차 산업을 만들어가자를 설명하고 싶습니다. 에코스톤 코리아의 지금까지의 사례들을 말씀드렸습니다. 감사합니다.

사회자; 네 발표해주신 에코스톤코리아의 한기웅 대표님께 박수 부탁드립니다. 폐석 슬러지의 업사이클링 포커스를 맞추셔서 시장 진입단계의 어려움까지 설명을 해주시고 공유를 해 주셨습니다. 다음 순서는 나고야의 건축설계사 야마시타 님과 요코하마 님께서 마케팅과 제품의 소개를 말씀해 주시겠습니다.

요코하마: 여러분 안녕하십니까 일본에서 온 탭의 요코하마입니다.

야마시타: 저는 야마시타 이구요. 잘 부탁 드리겠습니다.

간단하게 저희 소개부터 드리겠습니다 저희는 건축설계사무소 탭이라는 회사를 하고 있구요. 거기에서 아키텍처 앤브랜드 라는 키워드를 가지고 활동을 하고 있습니다. 멤버는 네 사람이구요. 지금 오늘은 저희 두 사람이 왔습니다. 이것이 저희 오피스입니다. 이곳은 저희 말고도 디자인 회사가 같이 입주해 하고 있습니다. 전체 합하면 15명 정도 규모로 하고 있습니다. 여기서 2층에 카페가 있습니다. 옆에 작업을 하는 공방도 있습니다. 이런 공간에서 저희가 활동을 하고 있습니다. 건축 설계 사무소다 보니 건축디자인도 하고 있습니다. 기업이라던지 인테리어 디자인도 하고 있습니다. 오늘 소개하는 자사 탭 오리지널 상품 등등도 디자인을 하는 활동도 저희가 하고 있습니다. 이러한 상품을 같이 일반인들과 워크숍을 열어서 하기도 합니다. 이러한 물건 만들기 제조를 통해서 커뮤니케이션을 하는 작업도 합니다. 저희가 이런 활동을 하면서 디지털 퍼블리케이션이라고 하는 레이저터 3D 프린터 디지털 머신 샵 버트 라는 것들을 사용을 합니다. 그리고 인팩트 드라이버라는 것도 사용하구요. 이런 식으로 아날로그 목공 툴도 사용하기도 합니다. 그리고 또 디지털 툴로써는 디자인 툴도 사용합니다. 이런 환경 안에서 미케타 라는 프로젝트를 했습니다. 미케타 라는 프로젝트는 옷의 제조 공정에서 꼭 나오는 자투리 실을 어떻게 해보자는 생각을 가지고 시작을 한 것입니다. 그럼 동영상 한번 보시죠.

원단을 만들고 있는 공정입니다. 이렇게 임파셔라는 특수한 직물을 만드는 회사가 있는데 그 회사와 함께 프로젝트를 하고 있습니다. 이 공정에서 이렇게 불필요한 작은 자투리 실이 대량으로 발생하게 됩니다. 그런데 이 각 층마다 직물 색이 다르다보니 이렇게 색을 나누어 보면 색이 참 예쁜 작물입니다. 저희가 특성이 제퍼니스 페이퍼 특산지입니다. 이러한 자투리 실을 이용해서 일본 동양지를 만들기도 합니다. 감사합니다.

이제 설명드리겠습니다. 이것이 저희가 첫 번째 만든 제품입니다. 그 다음에 악세사리도 만들었는데요. 일본 백화점 이세탄이라는 곳에서 먼저 같이 만들어보자는 제안이 왔습니다. 그리고 저희가 살고 있는 지역이 목공이 활발한 지역이라 목공장인분들과 같이 콜라보 한 작품입니다. 원래는 자투리 실을 어떻게 해보자는 이야기부터 시작이 되었는데요. 그것만 가지고는 아무것도 되지 않기 때문에



일단 뭔가 프로덕트를 만들 수 있는 소재를 만들고 소재를 가지고 제품을 만들자 라고 했습니다. 프로세스를 보십시오. 이렇게 무늬가 들어간 직물입니다. 직물을 짜다 보면 공정에서 이러한 자투리 실이 나오게 되는거죠. 그래서 이렇게 커다란 자투리 실 뭉치가 폐기물로 나오게 되는 것입니다. 그것을 한층한층 색별로 선별 하고 그렇게 하다보면 전체적으로 볼 때 아름다운 색별로 나눌 수 있습니다. 그래서 이게 좋은 직물을 만들기 위한 실이다 보니 발색도 핑장이 좋습니다. 저희가 그 발색을 살려 뭔가를 만들어보자 하는 것입니다. 만들기 위해 휴지와 섞어보기도 하고 배합을 바꿔보기도 했습니다. 여러 가지 실험을 반복해 모양을 이렇게 샘플로 만들었습니다. 어떠한 방향성을 가지고 우리가 활용할 수 있을까를 알아보기 위해서 이렇게 한 것입니다. 결국 결론에 달한 것이 이것인데요. 발색이 좋은 자투리 실이니 그 실의 색을 살리기 위해 투명한 소재와 섞는 것이 가장 좋겠다 생각 했고 투명도가 가장 높은 아크릴을 사용했습니다. 아크릴 수지와 이것을 배합하자 라는 것을 생각했습니다. 그래서 저희가 분위기가 좋은 이런 판을 만들 수 있었습니다. 프로덕트를 위해 저희가 제품으로 만들어 본거죠. 이 단계까지는 저희가 디자인 사무소 안에서 할 수 있는 공정이었습니니다. 그런데 이제 제품화 하려면 아무래도 생산할 수 있는 기업과 콜라보를 해야했죠. 그래서 저희 지역 근처에 있는 아크릴 가공전문회사를 찾아가 같이 일을 하도록 했고, 저희 지역쪽에서 꼭 하고 싶었던 것은 실제로 판매를 하면서도 그 지역 내에서 모든 것 해결할 수 있기를 바랐던 것입니다. 실제로 지리적으로 가까워야지 개발 스피드를 올릴 수 있기 때문에 저희가 살고 있는 지역 내에서 모든 것을 완결하자 라는 것을 주된 생각으로 가지고 했습니다. 만드는 방법은 아크릴 판에다 이렇게 자투리실을 뿌립니다. 그 안에 수지를 뿜어 일정한 압력을 줍니다. 그럼 이 판으로 성형이 되죠 성형된 판을 가공을 하는 그런 흐름이 되겠습니다. 이제 영상 도중에서도 제가 설명을 잠깐 드렸는데요. 저희 지역 특산품이 화지이기 때문에 그 종이를 만들때도 사용해보자 라는 생각이 들었습니다. 그래서 화지 메이커와 같이 실을 섞은 화지를 만들어보 자 했습니다. 그래서 저희가 오리지날 제품을 가지고 이렇게 종이를 만들 수 있었습니다. 그래서 오리지날 화지를 만들고 난 다음엔 이것을 저희가 문방용품으로 만들었습니다. 서류봉투라던지 상품을 발전시켜만들었습니다. 실제로 판매를 위해 바이어 아는 분들을 불러 실제로 보시도록 했습니다. 그래서 피드백을 받고 개선 할점은 개선한 후에 판매를 했습니다. 우선 첫 번째로 도쿄 시부야에 있는 시설에서 판매를 하기로 결정했습니다. 서점 안에 팝업샵을 열어 판매를 했고 이 팝업샵

에선 업사이클이라는 것이 소비자들에게 알려지기 어렵기 때문에 제조 공정을 공유하기 위해서 제조 공정 패널들을 세워두거나 자투리 실을 같이 전시 했습니다. 그래서 그 가치를 소비자들에게 전달할 수 있도록 신경썼습니다. 그리고 또 하나는 소비자들도 같이 해야겠다 라고 참여 할수 있도록 해야겠다 그러지 않으면 전파시키기 어렵겠다 라고 생각하여 워크숍을 열었습니다. 이런 것을 만드는것도 재미있기 때문에 간단한 툴을 만들 수 있는 워크숍을 개최하였습니다. 조금 더 미케타 라는 브랜드에 책을 가질 수 있는 그런 활동도 같이 했습니다. 그 다음에 이세탄이란 백화점에서 제안이 왔습니다. 그 자투리 실을 이용한 아크릴을 가지고 악세사리를 만들어보자 상품개발을 해보자 라는 제안이 왔습니다. 그래서 이 상품을 실제로 만들었는데요. 그때 당시에도 저희끼리만 한 것이 아니라 이세탄 바이어 분들과 같이 참여했습니다. 그래서 판매 할때도 알면 더 진지하게 팔아주시지 않을까 해서 그렇게 개발 단계를 같이 참여하도록 했습니다. 이렇게 판을 가지고 물건을 만들다보니 또 자투리 판들이 남습니다. 그런거 가지고 악세사리를 만들었습니다. 그래서 버리는 재료가 없이 다 사용할 수 있도록 했습니다. 이번에는 ifft 도쿄에서 실시된 곳에 내놓았습니다. 이것이 그때 당시에 전시했던 제품입니다. 이번엔 저희가 살고 있는 지역이 목공 특산품임으로 목공 장인들과 같이 프로젝트를 했습니다. 목공과 같이 콜라보 해서 만들기로 해서 보시는거와 같이 미케타에서 만든 소재와 기후현의 목재를 조합하여 만들었습니다. 과정입니다. 포토프레임과 시계를 조합을 하는것입니다. 소재가 목재 아크릴 둘다 들어갔죠 이러한 룰을 만들어서 저희가 디자인을 한 것입니다. 이것이 목재 부분 다리부분입니다. 이게 로우 테이블 만드는 목재부분 이것은 큰 다이닝 테이블입니다. 아크릴과 같이 조합을 하면서 이 색이 좋겠다라고 서로 미팅을 하고 있는 장면입니다. 이번에 가장 어려웠던 것은 30센치 정도의 아크릴판을 기술이 좋아져 만들 수 있게 되었는데 큰 판을 만드는게 쉽지는 않더라구요. 이게 만드는 장면입니다. 열이 나오거나 구부러 지거나 그런 처리가 필요했습니다. 그래야 큰 판이 만들어집니다. 그걸 이제 장인분들에게 드리면 그걸 가지고 테이블을 만드는 과정이었습니다. 그리고 램프쉐이드를 디지털 로 디자인하여 만들었습니다. 전시회에서 전시한 장면입니다. 이렇게 저희가 프로젝트를 해왔습니다. 이중에서 저희가 하면서 느낀 점은 이번이라고 할까요 이번 프로젝트를 통해 처음에 시작했을 땐 만들어 봐야지 뭔가를 알 수 있기 때문에 어느 정도 형태가 만들어진 다음에 팀과 공유를 하고 의견을 받고 조금씩 방향을 수정해 갈 수밖에 없었거든요 조금씩 의견이 수렴이 되고 이것이

형태가 만들어지는 형태였습니다. 그래서 마무리를 해야 할텐데 이게 자투리 실이다 보니 보통 우리가 업사이클이라 생각하다 보면 펠트를 생각하잖아요 그럼 섬유에서 섬유 라는 같은 장르가 될 것 같았어요. 그래서 저희는 굳이 일부러 섬유산업에서 떨어진 걸 만들어보자 해서 좀 더 주목을 많이 받을 수 있었던 것 같습니다. 이상입니다. 감사합니다.

사회자: 네 제품개발 프로세스에 초점을 맞춰서 흥미로운 설명을 해주신 두분께 감사의 말씀 드리겠습니다. 오늘 발표로는 마지막 발표가 되겠습니다. 이번에는 디트로이트의 폐목재 리사이클 디자인 업체인 우드워드 쓰로우박스 업체의 이야기를 들어보도록 하겠습니다. 공동대표이신 카일 더베인님과 보 님을 무대로 모시겠습니다.

카일: 저희를 초청해 주셔서 감사합니다 제가 카일이구요.

보: 저는 보입니다. 저희는 우드워드 쓰로우박스 라고 해서 미시간에서 왔는데요. 업사이클 제조사라고 보시면 됩니다.

저희에 대한 설명을 드릴텐데요 저희가 업사이클 제조사로써 홈데코나 바웨어 쪽에다가 도매로 판매하고 있고 저희는 폐목재들을 사용해서 제품라인을 생산하고 있습니다. 저희가 지금 현재로는 총 전체 미국 전역에서 타겟이나 노드 스트롬 등등의 다양한 유통채널을 통해서 백여개 이상의 제품들을 유통시키고 있습니다. 저희는 카일과 제가 이 행복한 여정을 어떻게 시작하게 됐는지 말씀 드리겠습니다. 저희는 자전거를 잘 타는 사람들이었는데 자전거를 타면서 하이킹을 하다보면 굉장히 많은 자재들이 버려진 것을 알 수가 있었습니다. 특히 가구들을 버린 것을 볼 수 있었는데 이게 하나의 제품으로 다시 활용되지 못하는 생각이 들었습니다. 그래서 저희가 2013년에 시작을 해서 처음엔 차고에서 시작을 했는데 지금은 2400 평방피트 규모의 공장을 만들고 있습니다.

카일: 저희가 이렇게 처음으로 시작으로 했었던 차고 모습이고 아래쪽은 지금 저희가 작업하고 있는 작업장 모습인데요. 아마 내년 5월쯤에는 완성될 예정입니다. 저희가 오늘 말씀드릴 것 중에서 중요한 것은 물론 저희 미시간 뿐만이 아니라 다양한 도시에서 저희 같은 활동을 하고 있다는 것을 알려드리기 위해서 인데요. 디트로이트 같은 경우 한때는 인구가 200만이나 되는 흥한 도시였습니다. 그런데 지금

은 산업이 쇠퇴하면서 빈 빌딩이 굉장히 많구요. 그리고 지금 한 4500개 혹은 5만 개 정도의 빌딩이 버려진채로 있다고 합니다. 그러다보니 도시도 무너지고 시 정부도 무너지게 되면서 최근 들어선 시가 파산을 선고할 정도였는데요. 저희는 이것을 하나의 기회로 보았습니다. 여기에 굉장히 많은 자재들이 있을 것이라고 보고 여기에 남은 자재들을 활용을 하기로 한거죠. 지금 보시다시피 예전의 공장, 그리고 비어있는 디트로이트의 시내를 보고 계시는데요. 아주 오래전엔 이런 모습이었는데 점차 부식이 되는 것도 볼 수가 있고 저희가 자전거를 타고 다니면서 길에서 폐자재들을 수집을 하고는 했습니다.

보: 이런 폐목재 같은 경우에는 사실 건설현장에서 얻을 수도 있고 아니면 주방을 새롭게 바꾸면서 나오기도 합니다. 그래서 저희가 이렇게 찾아 보면 불법으로 폐기물을 버려놓은 장소도 많음을 볼 수가 있습니다. 지금 보시는 것처럼 폐목재를 아무 곳이나 버려놓았죠. 티테이블을 버려놓은 경우도 있구요. 지나가다가 집에서 나온 폐목재들을 버리는 경우도 많았습니다. 사람들이 리싸이클을 어떻게 해야 할지 모르다 보니까 빈 공터에다 아무렇게나 버려놓고 갔던 것이죠. 이것도 하나의 사회적인 문제가 될 수 있습니다.

카일: 물론 이웃을 깨끗하게 유지해야하는 것도 문제가 되지만 한 단계 더 나아가서 리싸이클링에 대한 아이디어가 없다는 것이 문제였습니다. 특히나 길에다 아무도 살지 않는 곳이라 생각하여 물건을 버리고 가는 경우였는데요. 이렇게 목재가 버려지게 되면 모기도 서식을 하게 되고 위생상으로도 좋지 않습니다. 그래서 저희가 되는 한 폐목재들을 치우는 방향으로 하기는 했었지만 분명히 한계가 있었습니다. 그런데 재밌는 것은 최근 들어 폐목재가 아주 큰 사업이 된다는 것을 알게 되고 저희 뿐 아니라 폐목재를 사용하는 가구회사도 등장하게 되고 그래서 폐목재의 가격도 올라가고 있습니다.

그래서 저희가 보기엔 미래에는 이런 폐목재를 어떻게 사용해야 할지 알았기 때문에 나중에는 폐목재만을 판매하는 그런 사업도 할 수 있지 않을까 그렇게 생각도 하고 있습니다. 저희가 처음에는 일종의 취미로써 시작했지만 점차 이 제품들을 판매할 곳이 있다는 것을 알게 되었습니다. 그래서 이렇게 자재들을 사용을 해서 새롭게 제품을 만들었던 것이죠. 물론 과정에서 비용을 낮추는 것도 필요했습니다. 저희는 제조 공장에서 제조비용을 낮췄는데 지금 보시는 것처럼

저희의 제품들은요 이런 1x4 라는 사이즈의 폐목재로 만들어 주었습니다. 왜냐 하면 많이들 찾는 것이 가로세로 0.75inch, 3.5inch 라고 파악이 되어서 저희가 이런 식으로 폐목재들을 사용할 수 있는 사이즈로 잘라서 확보를 해 놓았다는 것이죠. 이렇게 되면 아무래도 제품을 생산할 때 좀 더 효율적이고 정확한 규격 사이즈가 있기에 사이즈를 확장을 시키는 것도 좀더 쉬워집니다. 그래서 저희가 이런 접근방식을 내년에도 사용을 하려고 합니다.

보: 마케팅을 어떻게 했는지 설명을 드리면 아무래도 가장 효과적인 마케팅은 저희의 스토리를 파는 것입니다. 그래서 저희는 폐목재 재사용 목재들을 사용한다는 것을 계속 홍보했고 소셜미디어를 충분히 활용했습니다. 소셜미디어 계정 뿐 아니라 저희 웹사이트를 블랙엔 화이트를 사용하여 패키징을 해서 보여주기도 했고, 이 모든 것들이 손으로 만든 것도 있고 폐목재라는 것도 많이 강조했습니다.

카일: 소셜미디어를 사용하니 보시다시피 웹사이트에 있는 사진들을 보고 계시는 데요. 오히려 소셜미디어에는 저희가 길을 가다가 폐목재들이나 자재를 줍는 모습 그것을 사용하는 모습 만드는 모습을 보여드리고 그리고 실제 제품이 고객들이 집에서 어떻게 사용하고 있는지 공유를 하게 되면 그것들이 하나의 가치가 된다는 것을 알게 되었습니다. 이런 모든 공정의 스토리를 같이 나누는 것이 필요하다는 것이죠. 그리고 사실 제조비용이 높게 되면 그 높은 비용의 이유도 알려줌으로써 고객들도 같이 납득을 할 수 있게 하는 것이죠. 사실 아시다시피 이런 작업들은 굉장히 많은 노동력을 필요로 합니다. 물론 많은 사람들이 좀 더 이 분야로 들어오게 된다면 자동화가 되겠지만 재활용 혹은 폐목재의 활용에 있어 자동화라는 것은 조금은 요원한 일입니다. 그리고 제조사 입장에서조차 아직까지 그렇게 큰 시장이 아니기에 자동화나 기계화 하려하지 않습니다. 그래서 저희는 저희 이웃에 살고 있는 젊은 친구들을 고용합니다. 그래서 젊은 친구들이나 어린이들이 리사이클링이나 업사이클링에 대해 아이디어를 얻게 되고 본인들이 노동을 하고 노동의 과정에서 우리가 가구를 만들었다는 뿌듯함을 느끼게 되구요. 그리고 집으로 가서 본인들이 또 어떻게 적용할 수 있는지 생각을 한다고 합니다. 그래서 이렇게 보면 미래 세대들에게 지속가능한 마인드를 심어준다는 데서도 굉장히 큰 가치가 되는 것 같습니다.

보: 지금 이 차트는 저희의 네트워크가 어떻게 운영이 되는지를 보여주고 있습니다. 지금 보시는 것처럼 저희가 각기 다른 소스로부터 자재를 확보를 합니다. 일단 불법으로 폐기를 한 폐기물에서 얻어오기도 하고 비어있는 건물을 통해 얻어 오기도 합니다. 아니면 실제로 계약을 맺은 제조사로부터 얻어오기도 하고, 길가에 마구 버려져있는 폐기물을 얻어오기도 합니다.

카일: 어찌됐던지 간에 저희 같은 경우에는 일단 가장 핵심적인 부분에서부터 모든 버려진 것들을 조금은 더 저렴한 가격으로 확보를 하려고 합니다. 사실 목재를 버리는 것 자체도 미국에서는 수백달러 이상이 들기 때문에 그것을 저희가 얻어오게 되면 그들 입장에서는 비용을 0으로 줄일 수 있는 부분이기도 합니다. 그리고 사실 철강업체들 같은 경우나 목재팰릿을 생산하는 큰 생산자들도 굉장히 많은 톱밥들이 생성이 되기 때문에 그런 것들도 저희가 얻어오기도 합니다. 이렇게 자재를 확보를 하고 나면 저희만의 완성품을 만들기 위한 작업이 시작되는데 그 작업에서 굉장히 많은 협업을 하기도 하는데 일단 톱밥 같은 경우에는 버섯농장하고 같이 연계를 하기도 합니다. 버섯농장에서 버섯을 농작을 하는데 톱밥이 유용하게 쓰인다고 해서 이런 식으로 또 다른 가치를 만들어 내기도 합니다. 그리고 또 나무 칩들을 만드는 회사들이 있는데 나무칩들을 만들기 위해선 도심에서 정원을 손질을 할 때 이 나무칩이 굉장히 많이 사용된다고 합니다. 그래서 저희는 이런 폐목재들을 많이 얻어와서 이것을 우드칩으로 만드는 작업도 합니다. 이런식으로 저희는 작년부터 이렇게 처음부터 만들었던 제품부터 굉장히 다양한 제품을 발전시켜 사회에서 콜라보 하고 있습니다. 그리고 저희 회사 입장에서도 폐기물을 최대한으로 줄일 수 있는 방법도 모색하고 있죠. 이렇게 해서 저희가 굉장히 빠르게 얘기를 드렸는데 여러분께서 재밌게 들어 주셨으면 합니다. 감사합니다.

사회자: 패키징과 마케팅에 이르기까지 업사이클 디자인의 한계 시리즈를 통째로 설명을 해주셔서 더욱더 흥미로웠던 발표였습니다.

산업적인 부분이라서 더 질문이 많으실 것 같습니다. 이번에는 아까와 마찬가지로 세 번째 세션의 각 발표 팀의 대표자들을 모시고 패널토의를 진행해 보도록 하겠습니다. 이번에도 패널토의 진행은 아까 수고해주신 김대호 에코크리에이터 대표님께서 맡아 주시겠습니다. 패널분들과 좌장을 다시 한번 무대위로 모시겠습니다.

김대호: 네 시작하도록 하겠습니다. 세션 2에서는 주로 업사이클 산업의 사회적 가치나 의미 이런 것들을 연사님들께서 쪽 소개를 해 주셨는데 이번 세션에서는 연사님들이 대부분 소재를 통한 업사이클의 실질적인 아이디어를 많이 소개를 해주셨습니다. 그래서 이번에는 그런 프로세스상에 궁금한점이 있거나 그런 것들을 물으시면 되구요. 아까는 연사님들이 두 분이셨어요. 근데 30분이었는데 지금은 네 분이인데 30분입니다. 그래서 제한적으로 토의를 할 수 밖에 없을 것 같습니다. 아까는 그래서 포괄적으로 질문해 주셔도 됐었는데 이번에는 여러분들이 궁금하신 점을 업체 대표님들께 직접 묻는 방식을 택하겠습니다. 그래서 어떤 분한테 내가 이런 질문을 하고 싶다. 이렇게 해서 바로바로 다이렉트로 질문을 하고 답변을 듣는 시간을 갖겠습니다. 아까처럼 거수로 궁금한 점을 물어봐 주시면 좋겠는데요.

질문자1: 감사합니다. 저는 법무법인 대륙아주에서 온 문화예술지식재산 팀장 윤대원이라고 합니다. 좋은 발표 감사드리고요. 먼저 레이첼님과 켄 야마시타님께 각각 질문을 드리겠습니다. 먼저 레이첼님께 질문을 드린다면 지금 대량생산 체제로 가는 폐기물을 재산업화 하는 리사이클로 갈 것인지 아니면 그것을 다시 예술품으로 갖고 올 것인지를 선택하신 것 같은데 분명히 성상이라던지 밀도 단단함 부분에서 예술 쪽으로 가져오는데 굉장히 어려움이 있을겁니다. 그럼 예를 들었던 타이드 폐통들을 이용할 때 오히려 그런 회사와 예술쪽으로 우리가 업사이클 하기 위해서 이런 쪽으로 좀 성질을 바꿔달라 이런 요청을 해보셔서 성공한 사례가 있는지 또는 그러한 가능성이 있는지 어떤 방안이 있을지 들어보고 싶고요. 켄 야마시타씨 같은 경우에는 자투리 실을 이용한 소재가 인상적이었습니다. 그 소재가 디자인으로 가기 이전에 디자인으로 가기 이전에 일본에서 어떠한 법률적인 보호를 받고 있는지 그것이 궁금합니다.

레이첼: 질문을 혹시 다시 반복해서 해주실 수 있을까요 짧게 반복해주시면 좋을 것 같습니다.

질문자1: 리사이클로 갈 수 있는 폐기물을 예술적으로 승화시키것으로 보이는데 예술로 하기 위해서는 폐기물의 밀도라던지 컬러 이런것들이 다 다릅니다. 그래서 예술쪽으로 가기위해 특정 제조 업체와 생성되는 폐기물의 성질을 변경해 달

라고 요청하셔서 성공한 사례가 있는지, 그렇게 용기를 제작해 달라고 시도해 볼만한 방안이 있으신지가 궁금합니다.

레이첼: 질문 감사드립니다. 예 타이드쪽으로 저희가 먼저 제의한 적은 없습니다. 저희가 선택한 방향성은 일단 제조업체와 파트너십을 통해 제조업 사항에 변경을 한다던지 변화가 있다던지 그런 일이 없이 일단 기존의 자재를 갖고 그것을 혁신하고 이 자재를 그대로 사용하는 것이 일단 저희의 방향입니다. 즉 그런 과정에서 제조업체의 공정 사항에서 변화를 준다거나 변형을 하진 않는 것이죠.

김대호: 켄 야마시타님께 해주셨던 다음질문도 한번 더 간단히 설명을 좀 해주십시오.

질문자1: 네 자투리 실을 이용해서 종이라던지 아크릴로 이용해서 만든 것을 봤는데 그 소재를 가지고 디자인을 해서 예술품으로 가기 전 단계 소재상태에서 일본에선 어떠한 법률적인 보호를 받고 있는지 그것이 궁금합니다.

켄 야마시타: 예 특별히 법률적인 보호는 저희가 받고 있지는 않습니다. 그 질문 아니셨나요? 그 질문 맞죠?

김대호: 이분들이 다 외국분들이라 한국말에 대한 이해도가 번역을 해도 조금 어렵게 받아들일 수 있습니다. 그래서 여러분들이 질문하실 때 최대한 14세 기준으로 이게 사실 언론에서나 출판할때도 모든 사람들을 보편적으로 이해시키는 기준이 14세입니다. 그래서 너무 어려운 용어나 전문용어를 쓰시면 물론 번역은 해 드리지만 이 분들이 이해를 할 때 어려움이 있을 수 있으니까 좀 간단하고 임팩트 있게 질문을 쉽게 해주시면 감사할 것 같습니다. 근데 충분히 대답이 안되셨죠?

질문자1: 괜찮습니다.

김대호: 자 그럼 또 다음 질문 받겠습니다.



질문자2: 저는 자투리 원단을 가지고 지금 직조를 하고 있어요. 업사이클링에 대해서 대를 짜고 있는거죠. 근데 그 작업을 하는 과정에서 중단을 했어요. 문제가 뭐냐면 켄 야마시타님께 여쭙고 싶은데요. 그 자투리 실을 가지고 작업을 하실 때 분진이나 자를 때 나오는 먼지들 그러니까 이 업사이클링의 대한 개념이 사회 자원순환인 것도 되지만 생태 환경을 보호하겠다는 의미도 포함하는건데. 그랬을 경우 자연환경이나 공기에 대해서 고민을 하셨는지 아니면 그것을 작업할 때 그런 문제에 대한 어떤 보안방법이 있었는지 궁금합니다.

켄 야마시타: 예 특히 저희가 그런 생각 안하고 작업을 했는데 직물을 만드는 공장에서 일을 했기 때문에 저희가 그 안에서 작업을 하는 식으로 하고 있습니다.

김대호: 대답이 되셨나요? 우리 아직 한기웅 교수님과 카일 씨의 대한 질문이 없었는데요. 혹시 이 업체의 프로세스에 대한 질문이 없으신가요? 네 남성분.

질문자3: 저는 15세 정도 수준에서 질문을 하겠습니다. 한기웅 교수님 작업하는 것을 재밌게 봤는데요. 석탄이나 석재 콘크리트 슬러지로 해서 만들어서 강도나 내구성이 튼튼한 것으로 말씀하셨는데 그게 오히려 환경물질을 발생시키는 나중에 그것이 노화되거나 오랜시간 지나면서 새로운 어떤 환경호르몬이 나올 것은 예상 하셨는지 아니면 그거에 대한 대책을 갖고 계신지 아니면 그거에 대한 처방을 확실히 하고 계신지 그거에 대해 여쭙보겠습니다.

한기웅: 굉장히 중요한 질문이고요. 우리보다 먼저 시작한 일본 또 독일 호주 전부 다 똑같은 문젠데, 이 코스톤의 단점중에 하나가 너무 오래간다는 것입니다. 한번 만들어 놓으면 반 영구적인 것이에요. 우리보다 한 20년 앞서 한 일본에서도 그 걱정을 안해요. 그러나 우리 연구 센터에서 그 부분에 대해서도 결국 다시 파쇄를 하면 또 원 소재가 되는거예요. 별 문제는 없습니다. 근데 너무 이게 오래가서 앞으로 연구는 참고적으로 합성 테크제와 경쟁할 수 있는 이 석재 테크제를 뽑아내려 하는데요. 합성 테크제가 30년이라고 해요 근데 보통 15년이면 부서지기 시작합니다. 그래서 우리는 35년만 가게 하는 이런 것을 연구해야 할 것 같아요. 농담이고요. 그 부분은 충분히 고려하고 있고 문제가 없습니다. 원가 포지

선에서는 어떻게 될지 모르겠지만 원 소재를 굉장히 낮은 가격으로 우리가 사들이거든요. 그때쯤 되면 다시 그것을 수거해서 누군가가 다시 파쇄를 하는 작업을 해야하기 때문에 원소재의 프라이스가 올라가지 않을 것인가 합니다.

김대호: 또 질문 네.

질문자4: 카일님께 질문하고 싶은데요. 나무를 가지고 하는 게 톱밥으로 버섯농장에 준다거나 나무칩을 만든다거나 나무를 잘라서 어떤 규격으로 해서 교육적인 부분에 쓴다고 들은 것 같은데요. 그거 말고 더 다른 방향으로 굉장히 크게 확장된 사업을 하고 계신데 다른 쪽으로 하시는 게 없는지.

카일: 네 저희가 비전 모델은 굉장히 많이 찾아보고 있는데요.

저희가 지금 현재 보고 있는 것은 파이펄 라인입니다. 파이펄 라인을 도매로 구매하는 것을 생각해 보고 있는데요. 일부 공장들 같은 경우에는 항상 신제품을 찾고 있고 제품을 만들어 주고 있죠. 대도시를 말씀드리는 건데요. 거기에는 항상 기업들이 있고 그 기업들 중에서는 공정에 들어가는 의자를 만든다거나 아니면 항상 수요가 있습니다. 그래서 저희 입장에서는 더 많은 디자이너들을 영입을 해서 폐목재들을 사용해서 그런 가구들을 만드는 사업을 해야한다고 생각합니다. 질문에 대한 답이 됐는지 모르겠습니다.

김대호: 네 또 다른 질문이 있으면 계속해서 질문을 받도록 하겠습니다.

질문자5: 제가 또 한번 하게 돼서 죄송한데 아까 일본분한테 제가 한가지 여쭙볼게 있는데요. 그 신타래랑 다른 재료들과 조합을 하면서 성질이 달라서 어려웠던 점은 없었는지가 궁금하고, 그리고 협업을 해서 새로운 제품을 탄생시킨다 했는데 아이디어로부터 여러 가지 회의를 거쳐서 최종 결과물을 도출하는데 있어서 오히려 아이디어보다 더 좋았던 건 어떤 게 있었고 나뉘었던 건 있었는지 그거에 예를 알고 싶습니다.

켄: 예 우선 첫 번째 질문 다른 소재를 조합해서 어려운 점이 있었는지를 질문해 주셨는데요. 실같은 경우 양이 아크릴에 비해서 전체로 볼 때 반 이하다 보니 크게 성질이 변하는 것은 없었습니다. 그러나 나중에 직물을 아크릴 안에 넣

어서 만들때에는 직물을 넣을때 실이 반 이상이 들어가는데 시간이 지나면 이게 휘어집니다. 그래서 판에 엷지 같은데가 약간 벗겨지거나 구부러지거나 하는 경우가 있었습니다. 그래서 프레스라던지 사용하는 수지의 양을 고려하지 않으면 제품화 하기가 어려웠습니다. 그런 문제가 일어났었고. 실 자체는 조금썩을 때 문제가 없었구요. 그 다음에 이제 협업을 하는데 있어서 메리트는 아무래도 저희는 디자인을 중심으로 생각하기 마련입니다. 그런데 상대방은 디자인은 별로 생각 안하죠. 그래서 생산자들은 소비자들과 더 가까운 생각을 하게 됩니다. 그러다보니 디자인이 조금 더 강화되지 못하는 상품이 만들어지는 경우는 있었습니다. 그런데 또 너무 디자인을 강조하다 보면 일반적으로 사용하는데 어려움이 많다 보니 그런 부분을 서로 조화를 하면서 잘 했다고 생각합니다.

김대호: 대답이 되셨나요? 네 또 질문 있으신 분은 자유롭게 손을 드셔서 질문해주시기 바랍니다.

질문자6: 안녕하세요. 네 분께 여쭙보고 싶은데요. 업사이클이라고 하는 것이 소재를 가지고 다른 변화를 만들어내는 아니면 다른 기능을 만들어내는 시각적인 면과 형태 이런 것들이 있는 것 같은데요. 디자이너만으로 제품을 만들기는 할 수 있지만 예술과 들하고 화가나 다른 공예가들과의 콜라보는 계획을 하고 계신 것이 있는지 아니면 그 전에도 해온 게 있는지 알고 싶습니다.

김대호: 그러니까 제품 넘어서 예술로써 예술들과 함께 콜라보를 통해 했던 과거의 사례가 있다면 이야기를 해달라는 질문이었습니다. 레이첼씨가 혹시 사례가 있는지 대답을 줘.

레이첼: 저희는 디트로이트 현대 미술관과 협업한적 있습니다. 저희가 저희 샵을 보석 전시관쪽으로 옮겨서 일반 대중들로 하여금 여기로 와서 어떻게 만드는지 배울 수 있게 했습니다. 또 워크샵을 열어 관람객들에게 제작방법 그리고 관련된 질문을 할 수 있게 하였습니다. 이런 방법을 통해서 커뮤니티와 협업을 했고, 저희는 앞으로도 기타 다른 업체와도 협업할 수 있기를 바랍니다. 왜냐하면 디트로이트에 제조업체들이 많거든요. 그래서 앞으로는 이런 방향으로 나아가지 않을까 생각합니다.

김대호: 네 다른분들도 혹시 있으신지

한기웅: 중소기업으로부터 지정받아서 하고 있는데요. 그 소재가 춘천옥입니다. 춘천옥중에서 사용하지 못하는 것을 활용해서 상품화를 하고 있는데 옥 조각가들과 같이 작업을 하고 있습니다. 옥에 대한 성질이나 가공방법이나 이런 것들을 모르고서는 상품화가 어렵기 때문에 그분들과 6개월 정도 같이 하고 있는데 저희들이 옥에 대해 상당히 많은 것을 배워가면서 디자인을 하는 질문에 딱히 맞는지는 모르겠지만 그런 사례들을 말씀드립니다.

김대호: 그럼 여러분들이 쉬어가는 타임이라 생각하고 제가 질문 드리겠습니다. 일단 레이첼씨께 예전에 제가 크리스 조단이라고 미국의 사진작가가 하루동안 미국에서 벌어지는 캔 병을 모아서 그걸 가지고 영화를 배열을 해서 공개를 한 적이 있었는데 그 자체만으로도 재활용도 되고 예술품이 되면서 하루에 버려지는 이만큼의 쓰레기를 버리는구나 라는 인식도 갖게 되면서 예술로써의 사회적 임팩트를 확실하게 보여주는 사례라고 생각하거든요. 혹시 레이첼씨도 아트웍중에 나는 이런 방식을 통해 환경적 메시지나 사회적 메시지를 사람들에게 전달하고 있다 라는 대표적인 주제가 있다면 설명해 주시면 고맙겠습니다.

레이첼: 저는 일단 첫 번째 프로젝트를 통해서 저희가 소재 리사이클링에 대해선 배울 수 있었고요. 그런 다음에 이런 소재 방법에 대해서 조사를 좀 했죠. 그 다음에는 저희가 몇 번의 전시회를 거쳤습니다. 그러면서 저희는 매우 명확하게 처음부터 끝까지 프로세스를 알려 주었죠. 그리고 일반 대중으로 하여금 이해를 할 수 있도록 플라스틱은 무엇이고 어떻게 제조 되었고 왜 리사이클링이 되지 않는지에 대해서 배울 수 있도록 기회를 제공했다고 생각합니다. 이런 방식을 통해서 우리가 제조하는 대부분의 컬러가 있는 플라스틱들을 청중들이 굉장히 재미있다고 생각하시더라고요. 원래 색깔은 무엇이었고 왜 이런것들은 1:1로 재활용이 가능하지 않은지 그리고 이런것들이 제가 보기에는 저희 작품을 설명하기에 굉장히 중요한 부분이라고 생각했던 것 같습니다. 이정도면 좀 답변이 되셨을까요?

김대호: 카일씨께 질문을 좀 드리겠습니다. 제가 보면서 놀랐던 게 무너진 도시의 폐기물을 가져와서 그걸 하나의 비즈니스 상품으로 만드는 걸 잘 봤는데요. 이게 사실은 단순히 업사이클 뿐만이 아니라 슬럼화 된 도시를 바꾸는 프로젝트의 일환으로도 가능한 방식 같거든요. 제가 이해했을 때는? 혹시 이런 버려진 도시들이나 슬럼화된 도시 위주로 폐기물을 재활용하는 프로젝트를 앞으로도 계속 확장해 나갈 계획이 있는지 그리고 그렇다면 그 계획은 미국 전역에 포함되는 건지 아니면 혹은 세계적인 글로벌한 활동 영역에도 그런 활동을 할 생각이 있으신지 궁금합니다.

카일: 지금 현재로써는 저희가 현지에만 집중하고 있습니다. 전체 직원도 4명뿐이고 지금은 소규모입니다. 그리고 디트로이트 자체가 엄청 큰 도시인데 저희가 공급하는 제품 자체가 아주 적은 상황입니다. 물론 저희가 수십만개의 제품을 생산하면 가능하겠지만 도시 전체에 영향을 미치기에는 저희가 작습니다. 게다가 제조 영양까지 생각한다면 저희 말고 다른 기업들도 이 분야에 분명히 무언가 이익을 추구할 것이 있다 그리고 사회적인 미션을 가지고 접근할 수 있겠다 라고 의식적으로 접근을 해주면 좋겠죠. 그러면 훨씬 더 집중적인 효과를 도시에 만들어 낼 수 있을 것입니다. 여기서 중요한 것은 어떻게 업사이클 자체를 사용해서 좀 더 대량생산을 할 수 있는지 그리고 효과적으로 생산할 수 있는지를 찾아내는 것 같아요.

그러기 위해서는 물론 원자재 가격이나 혹은 공정 가격같은 것도 조정을 해봐야 할 것이고요. 그러면 제조 공정가를 낮추는 것이 키가 될 것 같습니다. 물론 디자이너들도 생각을 해봐야 겠죠. 어떤 제품을 만들 때 어떻게 만들어야 될 것인지는 한 부분이지만 이것을 어떻게 재활용 자재를 사용해서 만들 것인가는 또 다른 문제가 될 것이고요. 그리고 더 나아가서 전체 제품에 사용되는 자재들을 재활용 자재로 사용하는 방법은 무엇이 있을까 이런 것들에 대한 생각을 확장하는 게 좋을 것 같습니다.

김대호: 네 감사합니다. 아직 6분이라는 시간이 우리에게 더 주어져 있습니다. 여러분께서 궁금한 것을 지금 물으셔야 후회를 하지 않습니다. 이분들은 곧 또 해외로 나가시니까 자 저기 먼저 뒤에 여성분.

질문자7: 네 안녕하세요. 업사이클링 브랜드를 생각하고 있는 대학생 신재영입니다. 저는 카일씨에게 질문 드리고 싶은데요. 먼저 나무 자재를 사용하신다고 했는데 나무이다 보니까 아까 길에서 나무를 주워오신다고 하셨잖아요. 디트로이트도 마찬가지로 그런 제품들의 손상이 너무 심하진 않은지 나무는 시간이 지나면 썩는 소재이고 그래서 물품으로 사용할 정도로 손상되지 않은 나무만 골라서 오시는지 그게 궁금했구요. 다른 업사이클 회사들은 그런 부자재가 없어서 생산이 끊기는 현상이 발생이 되는데 도매를 할 수 있을 정도로 그 부자재의 수가 그렇게 많은건지 그리고 그렇게 많다면 왜 그렇게 많은지도 알고 싶고, 젊은 계층에게 일자리를 주신다고 하신 말씀을 들었는데 물론 어떤 제품을 업사이클 하나에 따라 많이 다르겠지만 제가 생각했던 것은 저의 제품을 나중에 대량으로 생산하게 돼서 많은 사람들의 도움이 필요하게 된다면 저는 고령층의 일자리를 창출하거나 그런 소외계층의 일자리를 생각했었거든요. 왜 젊은 분들의 일자리에 대해서 더 생각하게 되셨는지 여쭙보고 싶습니다.

카일: 네 일단 첫 번째 질문에 대해서 먼저 답을 드리자면요. 일단 길거리에서 저희가 찾아내는 것들은 특히나 미국 같은 경우는 디자인 트렌드가 좀 더 러프 한 쪽으로 가고 한국어로 어떻게 설명이 될지 모르겠는데 정제되지 않고 거친 느낌입니다. 그러다 보니 자재를 언더라도 일단 썰링 작업을 하게 됩니다. 한번 손으로 먼저 만지더라도 크게 영향이 가지 않을 정도로 처리를 하고요. 그리고 저희가 일반적으로는 모든 소싱을 직접적으로 합니다. 그리고 폐목재들이 저희에게는 가치를 주는 부분이 있기 때문에 저희가 소싱을 하고요. 그리고 일단 이렇게 자재를 갖고 오게 되면 그 자재를 또 다른 제품으로 변모를 시키죠. 일단은 충분히 제품을 생산하고 있다고 생각하고요. 그리고 어떠한 형태가 되었건 간에 그것을 제품으로 바꾸는 능력이 있기 때문에 이것을 나중에 사업을 확장을 하게 되면 목재를 어떻게 좀 더 많이 공급받을 수 있느냐를 저희도 생각을 하죠. 근데 다행스럽게도 저희가 어느 정도 소스가 있어서 지금까지는 목재를 확보하고 있습니다. 어떤 사람이 여러분에게 전화를 해서 저 이러이러한 목재가 필요한데요 라고 하면 여러분들도 직접 나가셔서 그 목재를 반드시 구해줘야겠죠. 근데 자꾸 목재를 구하지 못하게 되면 당연히 오더를 내리는 전화가 끊어지게 되겠죠. 그래서 저희도 그런 의미에서 계속해서 길로 나가보기도 하고 계속해서 오더를 받기 위해서 지금뿐만이 아니라 몇 년후에도 지속적인 관계구축을 하기 위해서 굉장히 다양한 목재를 얻을

수 있는 부분을 보고 있습니다. 그런 소싱 과정에 대해서 말씀을 드리자면 미국 같은 경우 사람들이 리사이클에 대한 관심이 굉장히 많은데 그걸 어떻게 해야하는지를 모릅니다. 그러다보니 누군가 리사이클링의 방법을 알려준다면 굉장히 좋은 것이겠죠. 저희도 그런 의미에서 길에 나가서 저희가 이런 폐목재를 통해서 어떻게 할 수 있는지에 대해 얘기도 해 드리고 그러면 저희와 네트워크를 또 맺어서 그런 소싱을 할 수 있게 됩니다. 그렇기 때문에 아까 보여드렸던 것처럼 새로운 부지도 작업을 해서 이런 목재작업을 할 수 있도록 하는 것이고요. 그리고 무슨 말씀을 하시는지 압니다. 노인층을 위한 그런 일자리를 창출해야 하지 않겠냐 라고 하셨는데요. 디트로이트 같은 경우는 굉장히 가난한 도시인데 아이들이 공립학교를 가야하는데 이 공립학교에서도 재정이 부족하다 보니까 예술포토그램이나 이런 것들은 점점 줄이고 아이들 입장에서 중등학교 그리고 대학교를 가는 것에 대해 다시 생각하게 됩니다. 그러다보니 디트로이트에 살고 있는 가정 내에서도 예술교육을 한다거나 이런 부분이 부족하다는 게 사실이고요. 그러다보니 기본적으로 기회를 많이 부여받지 못하는 것이죠. 그래서 저희 작업장이 일종의 워크샵이 되어서 그런 친구들에게 하나의 교육이 될 수도 있고 그리고 물론 저희 워크샵에서 일했던 게 경험이 되어서 건설현장에서 일을 할 수도 있고 다른 곳에서도 일을 할 수도 있겠지만 저희가 일종의 멘토링을 하는 것이라고 생각합니다. 그래서 젊은 친구들을 선택하기도 한 것이고요.

김대호: 전체적으로 설명을 잘 해주셨다고 생각합니다. 지금 시간이 거의 다 됐습니다. 정말 제가 해야 되는 질문이 있는데 용기가 없어 못했다 하시는 분 딱 한분만 질문을 받을게요.

질문자8: 야마시타님께 질문이 있습니다. 아까 건축과 인테리어를 하신다고 들었는데 저도 인테리어 전공자로서 인테리어와 건축 특히 비산실 장소에서 일어나는 산업 폐기물과 건축폐기물이 상당한 문제가 되고 있다고 깨달았습니다. 건축가로써 혹시 자투리실 말고도 어떤 방식으로 건축 폐기물을 해결할 수 있는지, 또 아니면 일본이 건축 선진국으로써 일본은 어떤 환경의식을 갖고 있는지 질문하고 싶습니다.

야마시타: 일본 같은 경우에는 건축은 목조 같은 작은 쪽으로는 주류인데 이게

재건축을 할 경우에 기둥이라던지 그런 것들을 재이용하는 문화가 있습니다. RC 철골 구조는 그렇지만 일본에서도 재활용하기가 어렵습니다. 그렇지만 재래식으로 만드는 그런 집 같은 경우는 옛날부터 업사이클을 하고 있었습니다. 그런데 인테리어같은 경우도 얘기해 주셨는데요. 낙후한 소재같은 것들이 인기를 끌고 있습니다. 그래서 그런 것들을 활용한 인테리어 디자인들은 최근 들어서 일본에서도 많이 있습니다. 이상입니다.

김대호: 네 이제 세션3의 패널토의는 여기까지 진행을 해야 할 것 같습니다. 여러분들이 궁금하시거나 질문하지 못하신 것이 있다면 잠시 짬을 내서 해주시면 좋을 것 같고요. 오늘은 공식적인 토의는 여기까지 하겠습니다. 제가 말씀드리고 싶은 말씀은 윌리엄 이라는 건축가가 요람에서 요람으로 라는 개념을 처음으로 얘기했죠. 한번 생산된게 무덤으로 들어가는게 아니라 다시금 재생산 돼서 새로운 삶을 만들게 된다는 것 그리고 우리의 지구의 가치가 또다시 수명이 또 다른 세상을 위해서 가는 것 그런 것들을 이루기 위해서 이 업사이클 디자인이 존재하고 이 연사님들이 그런 일들을 위해서 노력하는게 아닌가 싶습니다. 마지막으로 큰 박수 부탁드립니다. 끝내도록 하겠습니다.

사회자: 네 감사합니다. 많은 질문 적극적으로 해주신 참관객분들께 감사 드리고요. 짧은 시간내에 자세하고 깊이 있는 설명을 해 주셨던 패널분들과 김대호 대표님께 감사의 인사를 드리도록 하겠습니다.

세 시간 반 정도 시간이 지났네요. 이것으로 2016 유네스코 디자인 서울 국제 세미나에서 준비된 순서가 다 마무리 되었습니다. 추운 날씨에도 불구하고 마지막 까지 자리를 지켜주신 여러분께 감사를 드리도록 하겠습니다. 앞으로 재활용플라자를 통해서 자원순환도시를 만들기 위해서 서울시와 서울디자인재단이 계속 노력을 하고 많은 사업을 진행 할 텐데요. 그런 사업들에 많은 관심과 의견을 주시기 부탁드립니다. 그리고 행사장 밖으로 나가시는 길에 디디피 배움터 둘레길에는 말씀드렸던 2017년 개관하는 서울 재활용플라자의 역할과 기능을 미리 체험하고 즐길 수 있도록 2016 서울 재활용전이 진행되고 있습니다. 12월 4일까지 이루어지는 전시인데 무료로 관람할 수 있는 전시니까 돌아가실 때 많은 관람 부탁드립니다. 그리고 입장하시면서 받으셨던 통역 리시버와 함께 받으셨던 설문지는 작성하셔서 나가시는 길에 등록데스크에 반납 부탁드립니다.



다. 긴 시간 너무 감사했고요 조심히 돌아가십시오. 감사합니다.