1. Seoul Upcycling Plaza. Necessity of Seoul Upcycling Plaza

1. 서울새활용플라자. 서울새활용플라자의 필요성

1.3 kg in the United States, 1.1 kg in Japan, 1.6 kg in Korea, do you know what these numbers mean? These are the amounts of waste that people in each country throw away in a day. You can see that Korea is the country that throws away the most garbage in the world.

미국 1.3㎏, 일본 1.1㎏, 대한민국 1.6㎏, 이 숫자들이 무엇을 의미하는지 아시나요? 다름 아닌 각 나라 국민들이 하루에 버리는 쓰레기의 양으로 우리나라가 세계에서 가장 쓰레기를 많이 버리는 나라라는 것을 확인할 수 있답니다.

Waste is buried or incinerated. At this time, a lot of environmental pollution occurs.

쓰레기는 땅에 묻거나 태워서 소각시키는데요. 이때 어마어마한 환경오염이 발생하게 됩니다.

So, by recycling, we can protect the environment and also reduce waste disposal costs. In particular, Korea is a country that should strive to recycle, as can be seen in the numbers in the previous page.

따라서 우리는 ‘재활용’ 즉, 리사이클을 통해 환경 보호 및 쓰레기 처리 비용 또한 줄일 수 있습니다. 특히 우리나라는 앞선 숫자에서도 볼 수 있듯이, 재활용에 힘써야 하는 국가입니다.

The method for resource circulation is not only recycling but also upcycling. Already, there is a leading brand that has become a fashion item in the developed countries of Northern Europe, so upcycling is regarded as a high value-added industry of the future.

자원순환을 위한 방법은 재활용뿐만 아니라 새활용도 있습니다. 이미 북유럽 선진국에서는 패션아이템으로 자리잡은 굴지의 브랜드도 있어 새활용은 미래 고부가가치 산업으로 평가받고 있습니다.

Upcycle is a compound word of upgrade, which means improvement, and recycle. It is an activity to make new useful things by adding ideas and designs to waste. In other words, it is named Upcycle in the sense of upgrading Recycling.

업사이클은 개선한다는 의미를 가진 업그레이드(Upgrade)와 재활용(Recycle)의 합성어로 폐기물에 아이디어와 디자인을 가미해 새로운 쓸모가 있는 물건을 만드는 활동을 의미합니다. 즉, 리사이클(Recycle)을 Upgrade 한다는 의미에서 업사이클(Upcycle)이라는 이름이 붙여진 것이죠.

Background for introducing Seoul Upcycling Plaza

서울새활용플라자 도입배경

Seoul, Beijing, New York, New Delhi, London and other densely populated cities, due to rapid population growth and rapid increase in waste discharge caused by urbanization, have long reached their limits.

서울, 베이징, 뉴욕, 뉴델리, 런던 등 인구가 밀집한 대도시는 급격한 인구증가와 도시화로 인한 쓰레기 배출량 급증으로 그 처리능력이 한계에 도달한지 오래 입니다.

So it's either sent outside the city or exported out of the country. But the waste that's been sent is being poorly treated and boomeranged as microplastics and environmental pollution.

그래서 도시 외곽으로 보내거나 나라 밖으로 수출하기도 합니다. 하지만 그렇게 보내진 쓰레기들은 제대로 처리되지 못한 채 미세 플라스틱과 환경오염으로 부메랑이 되어 돌아오고 있습니다.

To solve this world's consumption problem, we need to shift our perception of waste as a reusable ‘resource’ that can be reused or renewed rather than as waste that is buried or burned.

이러한 세계의 쓰기 문제 해결을 위해서는 쓰레기를 묻거나 태우는 폐기물이 아닌 다시 혹은 새롭게 쓸 수 있는 ‘자원’으로 바라보는 인식의 전환이 필요합니다.

Seoul citizens who went through the process of democratization have expanded their participation in various social change movements in order to overcome the alienation of humanity due to the harmful effect of the capitalist economy. In line with this, citizen-centered 3R (Reuse, Reduce, Recycle) campaigns for environmental protection have been activated.

민주화 과정을 거친 서울시민들은 자본주의 경제의 폐해로 부품화 되는 인간성 소외를 극복하기 위해 다양한 사회변화 운동에 참여를 확대해 왔는데요. 그 연장선에서 환경보호를 위한 시민 중심의 3R(Reuse, Reduce, Recycle) 운동이 활성화되었습니다.

With the enactment of the Social Enterprise Promotion Act in 2007 and the establishment of the social economy support center in 2013, social interest also increased in small scale DIY workshops using waste materials such as remnant fabric and remnant timber.

2007년에는 사회적기업육성법이 제정되고, 2013년에는 사회적경제지원센터가 설립되면서 자투리 원단이나 자투리 목재 같은 폐기물을 활용한 DIY 소규모 공방 활동에도 사회적 관심이 급증했습니다.

In addition, with the ‘Volume-rate garbage disposal system’ that started in 1995, citizen participation in the recycling movement has risen rapidly with the free collection of recyclable materials. In terms of recycling performance in major cities around the world, Seoul has the highest recycling rate in the world, with 66 percent compared to 26 percent in New York, 25 percent in London, 18 percent in Tokyo, and 35 percent in Paris.

또한, 1995년부터 시작된 ‘쓰레기종량제’와 함께 재활용품에 대한 무료 수거 정책으로 재활용운동에 대한 시민 참여도가 급상승했는데요. 세계 주요 도시의 재활용 실적을 보면, 뉴욕 26%, 런던 25%, 도쿄 18%, 파리 35% 등과 비교할 때 서울의 재활용은 66%로 세계 최고 수준입니다.

Compared to the high recycling rate in Seoul, the foundation, except for local government recycling centers, is poor due to the negative perception of used goods.

이와 같은 서울시의 높은 재활용률에 비해 재사용은 중고물품에 대한 부정적 인식 때문에 자치구 재활용센터를 제외한 나머지 기반은 열악한 편입니다.

In particular, remanufacturing (upcycling), a future high value-added industry, is far from stable as an industry and it is difficult to secure business space, as most companies involved are still social enterprises.

특히 미래형 고부가가치 산업인재제조(새활용, Upcycling) 분야는 관련 기업들이 대부분 사회적 기업으로 유지되어야 할 만큼 산업으로서의 안정성과는 거리가 있고 사업 공간 확보도 곤란한 실정에 있습니다.

Accordingly, the Seoul Metropolitan Government has established a plan to create Seoul Upcycling Plaza in order to lead resource conservation and recycling culture and foster related companies nearthe Jungnang Water Recycling Center in Yongdap-dong, Seongdong-gu, where recycling facilities are concentrated, such as Janganpyong used car dealers and Dapsimni Antique stores.

이에 따라 서울시는 장안평 중고차 매매시장, 답십리골동품상가 등 재활용시설이 밀집된 성동구 용답동 중랑물재생센터, 하수도박물관 인근에 자원절약과 재활용 문화를 선도하고 관련기업을 육성하기 위해서울새활용플라자 조성 계획을 수립했습니다.

Concept of upcycling

새활용의 개념

Recycling refers to reusing the original use of existing objects. But to do that, reprocessing procedures such as melting and making are essential for recycling PET bottles. At this time, there is a side effect of inevitably discharging carbon energy. Upcycling, on the other hand, refers to a series of processes that combine design and ideas with existing objects to create new uses. There is no carbon energy emission as human touch is added to the objects instead of energy.

재활용(Recycling)은 물건의 기존 쓰임을 그대로 다시 쓰는 것을 말합니다. 하지만 그러려면 페트병 재활용을 위해 녹이고 새로 만드는 것과 같은 재가공 절차가 필수적인데요. 이때 필연적으로 탄소에너지 배출이 이뤄지는 부작용이 있습니다. 새활용(Upcycling)은 이와 달리 기존 물건에 디자인과 아이디어를 결합해 새로운 쓰임을 만드는 일련의 과정을 뜻합니다. 물건에 에너지가 아닌 사람의 손길이 더해지는 만큼 탄소에너지 배출도 없습니다.

Let’s summarize the difference between recycling and upcycling. Recycling goes through a process in which materials are downcycled. Upcycling, on the other hand, avoids these downcycles and minimizes the production costs of the material reuse process. It is meaningful to foster eco-friendly citizens as citizens experience these processes of production and use.In addition, unlike the production method of large companies, upcycling makes it possible to produce small quantities of small varieties and the design of handicrafts, which serves to foster local communities and revitalize the city.

재활용과 새활용의 차이를 정리해볼까요? 재활용은 가공과정을 거치면서 원재료가 DOWNCYCLE됩니다. 반면 새활용은 이러한 DOWNCYCLE을 피하고 물질의 재사용 과정의 생산비용을 최소화하는데요. 이러한 제작과정과 사용과정을 시민이 경험하면서 친환경 시민을 육성할 수 있다는 점에 큰 의미가 있습니다. 또한 새활용은 대기업 생산방식과 달리 개성 있는 다품종 소량생산과 수공예 디자인이 가능해 지역 커뮤니티를 육성하고 도시를 활력 있게 만들어가는 역할을 합니다.

But is upcycling good and recycling bad? No. Given that the origin of upcycling is a combination of recycling and upgrading, recycling should be a prerequisite for upcycling. In other words, recycling is good, but upcycling is better.

그렇다고 새활용만 좋고 재활용은 나쁜 것일까요? 아닙니다. 새활용의 원어라 할 수 있는 Upcycling은 재활용(Recycling)과 업그레이드(Upgrade)의 합성어임을 볼 때, 새활용은 결국 재활용이 전제되어야 합니다. 즉, 재활용도 좋은 것이지만 새활용은 더 좋은 것이라고 보아야 할 것입니다.

The upcycling industry is a blue ocean in modern society.This is because it provides decisive clues to the policy of the government which is suffering from resource waste and waste in mass production and consumption society and citizen participation.

새활용 산업은 현대 사회의 블루오션이라 할 수 있습니다. 기존 대량생산, 대량소비 사회의 자원낭비와 쓰레기문제를 고민하는 정부의 정책수립과 시민 참여에 결정적인 단서를 제공하기 때문입니다.

In terms of the growth potential of the upcycling industry, citizens can be upcycling designers who produce their own unique products with their own stories. Consumers transform into producers.

새활용 산업의 성장가능성 면에서 보면, 시민들은 사용자의 스토리가 담긴, 자신만을 위한, 유일한 제품을 생산하는 새활용 디자이너가 될 수 있는데요. 소비자가 생산자로 변신하는 것입니다.

By using all daily waste as a material, we can produce fun products, treatment kits for patients, and products that solve social problems, with a small scale workforce and creative design, thereby solving urban problems of this era.

일상의 모든 폐기물을 소재로 활용하여 소규모 인력, 창의적인 디자인으로 재밌는 상품, 환자들을 위한 치료키트, 사회의 문제를 해결하는 상품을 만들 수 있어 이 시대 도시문제를 해결하는 역할도 합니다.

As more consumers pursue ethical consumption to protect the environment, the recycling market and the upcycling industry will continue to grow rapidly in the future.

환경을 보호하는 윤리적 소비를 추구하는 소비자들이 많아지면서 재활용 시장과 새활용 산업은 앞으로도 급속히 성장을 이어갈 전망입니다.

Have you enjoyed it so far?

지금까지 잘 보셨나요?

Upcycled products, which have been re-produced into products with added value by adding design or utilization to recycled products, have recently become a trend of interior and industrial products.

재활용품에 디자인 또는 활용도를 더해 그 가치를 높인 제품으로 재탄생시킨 업사이클 제품은 최근 인테리어와 산업 제품의 트렌드로 자리잡고 있습니다.

Swiss brand Freitag, a representative upcycling brand, reuses the covers of large trucks that have been on European highways for five years to make fashion items such as bags with one-of-a-kind designs.

대표적인 새활용 브랜드인 스위스의 ‘프라이탁(Freitag)’은 5년 동안 유럽의 고속도로를 달리던 대형트럭의 덮개를 재사용해 세상에서 1개 밖에 없는 디자인의 가방과 같은 패션 소품을 만드는데요.

Freitag has become a world-class upcycling company through raw material cleaning and manufacturing processes. This is different from the production of existing products.

기존의 제품생산과 다른 원료세척과 제조공정을 통해 프라이탁은 세계적인 새활용 기업으로 자리 잡았습니다.