업사이클을 통한 환경보호 방법에 대한 연구
-해녀복-

박소영(코햄체)

서 론

전 세계에서 환경을 보호하고 보존하기 위해 여러 가지 연구와 활동이 진행 중이다. 제품을 만들기 위한 원재료를 구하고 가공하고 만들어 사용하고 폐기하기까지 모든 과정에서 어떻게 하면 환경을 해치지 않고 인류가 사용할 수 있을지 많은 사람이 함께 고민하고 방법을 연구 중이다. 이 중에서 업사이클이라는 분야는 제품의 가치가 다 했다고 생각하고 버려지는 제품을 한 번 더 새로운 가치를 부여하여 사용하게 함으로써 폐기물을 줄이고 더 오래 사용할 수 있도록 방법에 관심을 가지고 연구하게 되었다. 아직까지 업사이클이라는 용어와 개념이 대한민국에는 많이 알려지지 않았지만 이를 어떻게 하면 대중들에게 알리고 제품 사용에 적용할 수 있을지 연구했다.

본 론

업사이클(Upcycle)이라는 용어는 1994년 리너 필츠(Reiner Pilz)가 처음 사용했다. 사용을 다해 버려지는 제품을 단순히 재활용하는 차원을 넘어 디자인을 가미하는 등의 새로운 부가가치를 창출하여 새 제품으로 재탄생 시키는 행위를 업사이클이라고 한다. 재활용과 비슷한 종류이지만, 기계적, 화학적 공정을 거쳐 다른 형태의 재료로 바꾸어 사용하는 다운사이클과 반대의 의미로 사용된다. 입다 버린 옷이나 제조상 남은 섬유 등을 재활용해 전혀 다른 옷 또는 가방으로 제작할 수 있다. 또 버려진 차 에어백으로 지갑이나 필통 등으로 제작할 수 있으며, 모두 업사이클의 사례라고 할 수 있다.
대한민국에는 최근까지 업사이클에 대한 중요성과 방법이 많이 알려져 있지 않았었다. 하지만 삼성, LG 등 대기업이 생산하는 제품에 업사이클을 도입하여 단순히 포장에 사용되는 박스를 캣타워로 만드는 등의 방식들을 대중들에게 알리고 있다. 이처럼 버려지는 종이를 폐지로 재활용하는 단순한 방식에서 벗어난 새로운 가치를 만들면서 활용하는 사례를 통해 환경은 보호된다. 또 단순히 폐기물의 재활용을 넘어 한단계 진화한 새활용이 하나의 산업으로 발전하고 있다. '지구를 살리는 친환경적 생산과 윤리적소비' 사회로의 변화 속에 친환경적인 업사이클 제품의 내재적 가치에 열광하는 소비자들이 기업의 사회적 책임과 윤리적 경영을 견인하고 있다.

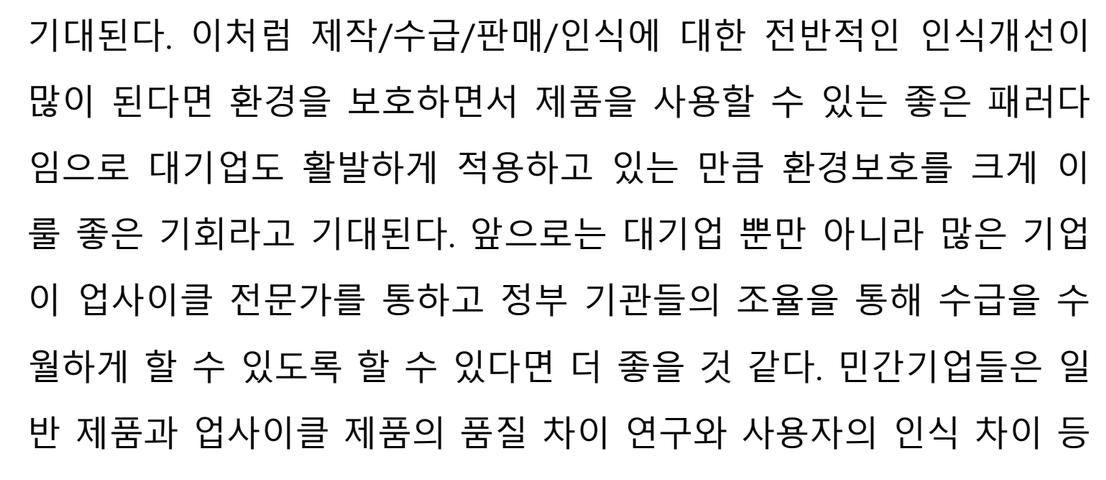
매년 서귀포에서 버려지는 해녀복만 1000벌이 넘는 상황이다. 하지만 해녀복에 사용되는 합성고무 네오프랜 소재는 신축성과 보온 효과가 뛰어나지만 재활용이 어렵다는 단점이 있다. 해녀들이 이 신소재의 해녀복을 입기 시작한 것은 18세기 초, 이후 해녀들의 생산성은 크게 높아졌다. 수온의 영향을 덜 받아 겨울에도 평상시처럼 일할 수 있게 되었다. 그러나 해녀복의 주 재료로 사용되는 네오프랜 소재는 가볍고 신축성이 뛰어나 보온·보냉 효과가 좋을 뿐만 아니라 외부 충격에도 강하나 재활용이 어려워 '환경오염' 이라는 새로운 문제를 만들어 낡은 해녀복 처리에 어려움을 겪고 있었다. 세계문화유산으로 지정되어 있는 해녀들에게서 나오는 해녀복 폐기물 재활용을 고민함으로써 더 이상 쓰레기가 아닌, 우리의 소중한 자원이라는 사실을 일깨워야 한다 생각했다. 버려지는 해녀복을 업사이클 하여 '지구를 살리는 친환경적 생산과 윤리적소비'를 하기 위해 파우치, 텀블러 파우치, 키링, 에어팟 케이스 등으로 업사이클하여 제품을 만들고 판매해 보았다. 국내 기업에서 텀블러 파우치 500개, 영국 기업에서 키링 1000개 발주 등이 들어왔다. 국내외 기업에서 제품 구매에 있어 가장 중요하게 보았던 부분이 어떤 스토리를 가진 제품을 어떻게 브랜드화하고 새로운 가치를 부여할 수 있었는지 였다. 대한민국의 세계문화유산인 제주 해녀와 관련된 제품 중 해녀복이라는 아이덴티티를 가진 물건을 환경오염의 원인으로 보는 시각과 이를 현대에서 많이 사용되고 있는 텀블러 파우치 등으로 제작한 능력을 높이 사준 사례였다.

하지만 버려지는 해녀복도 수급하기가 쉬운 것은 아니다. 직접 찾아가 해녀복을 받아야 하며, 관련 행정기관에 문의를 할 때 원활한 소통이 되지 않아 많은 어려움을 겪었다.
위 사례와 같이 스토리를 가진 제품을 업사이클하여 환경보호에 되는 장점이 있지만 모든 제품을 간단하게 업사이클을 할 수 없다는 양면성이 모두 존재한다. 현재에는 보통 기업 단위에서 많은 관심을 보이고 개인들은 적극적으로 나설 수 없는 분야이긴 하지만 점점 대중들에게 양질의 업사이클 제품으로 다가갈 수 있다면 수급이 어려운 문제와 제작이 어려운 문제를 해결하여 업사이클을 통한 환경 보호, 보존이 더 활발하게 되지 않을까 생각한다.

결 론

일명 '착한 소비' 라고도 하는 윤리적 소비는 소비자가 상품이나 서비스를 구매할 때 윤리적인 가치 판단에 따라 의식적으로 제품을 구매하는 행위를 일컫는다. 업사이클 제품은 폐기될 수도 있는 물건을 재활용하기 때문에 자원의 낭비를 막고, 환경에 부담을 덜 주어 대표적인 윤리적 상품으로 꼽힐 수 있다. 해녀복 업사이클은 수급과 제작에 어려움이 많은 프로젝트였다. 하지만 업사이클이라는 환경보호 분야가 많이 알려진다면 제주와 해녀를 알리면서 환경에도 이바지할 수 있다는 독특한 아이디어를 좀 더 원활하게 진행할 수 있어질 것으로 기대된다. 이처럼 제작/수급/판매/인식에 대한 전반적인 인식개선이 많이 된다면 환경을 보호하면서 제품을 사용할 수 있는 좋은 패러다임으로 대기업도 활발하게 적용하고 있는 만큼 환경보호를 크게 이룰 좋은 기회라고 기대된다. 앞으로는 대기업 뿐만 아니라 많은 기업이 업사이클 전문가를 통하고 정부 기관들의 조율을 통해 수급을 수월하게 할 수 있도록 할 수 있다면 더 좋을 것 같다. 민간기업들은 일반 제품과 업사이클 제품의 품질 차이 연구와 사용자의 인식 차이 등에 관한 연구를 진행하여 업사이클에 대한 인식을 고부가가치 분야로 넘어갈 수 있도록 하고자 해야 한다.

해녀복으로 제작된 제품



<해녀복으로 만든 파우치>



<해녀복으로 만든 키링과 텀블러 파우치>

참고문헌

"쓸모없는 해녀복이 상품으로 '새옷'", 제주신문, 2019년 5월 16일, 3면
"해녀의 삶이 담긴 관광상품 '이목'", 제주일보, 2019년 5월 16일, 8면
"세계와 도시 4호 특집3,특집 : 리사이클링 시티"
https://seoulsolution.kr/ (2014년)