

2017 SADI-UAL

THE VALUE OF WASTE IN SINSA

a service design proposal for Seoul Upcycling Plaza

Team 3

Signe Bek / 백세나

Youjin Kim / 김유진

Yoon Kim / 김 윤

Wook Son / 손 욱

Taegyeong Oh / 오테경

Haena Ji / 지해나

Moonyoung Choi / 최문영



1. INTRODUCTION

/도입부

2. RESEARCH & DESIGN METHODS

/조사 & 방법

3. INSIGHTS

/인사이트 도출

4. DESIGNING

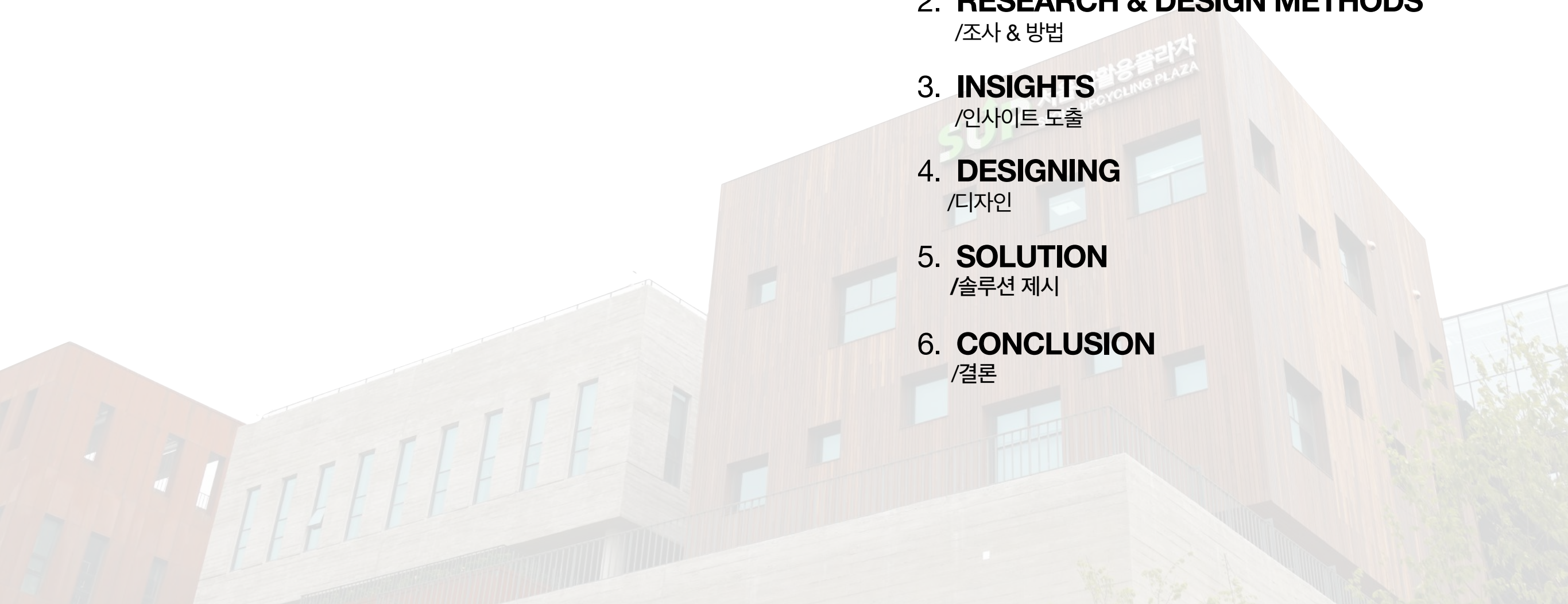
/디자인

5. SOLUTION

/솔루션 제시

6. CONCLUSION

/결론



INTRODUCTION

도입부

SCOPE // Recycling and upcycling in Seoul

DESIGN BRIEF //
Developing knowledge around reducing waste and opportunities for up-cycling and waste as a resource.

FOCUS // Sinsa, Gangnam-gu

프로젝트 범위 // 서울에서의 재활용과 새활용

프로젝트 요약 //
자원으로서 쓰레기의 가치와 업사이클링의 활용 가능성에 대한 정보/인식을 널리 알린다.

주목한 부분 // Sinsa, Gangnam-gu

리서치 방법

Desk Research

- Quantitative data
- Benchmarking

필드 리서치

Field Research

- Contextual interviews
- Observation and shadowing
- Walkabout

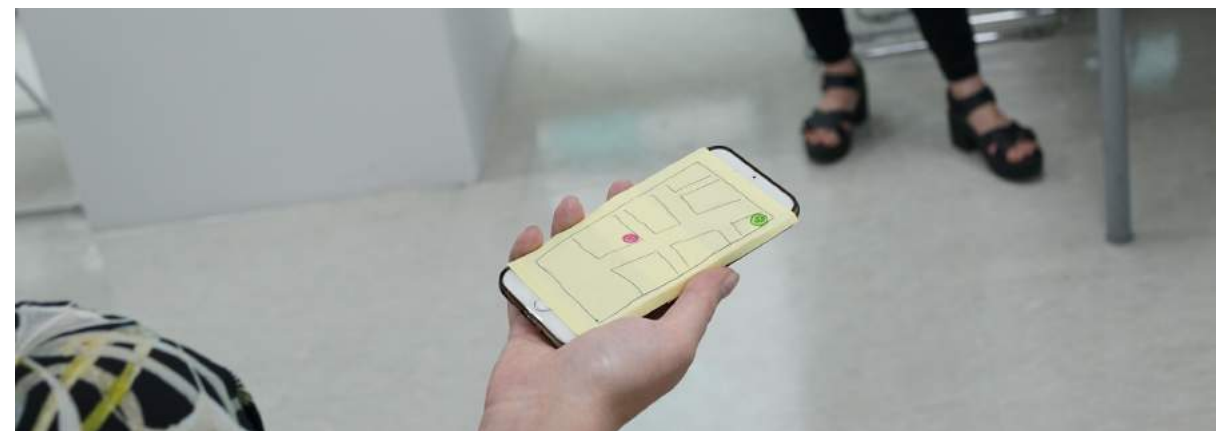


DESIGN METHODS

문제 해결 방법

DESIGN METHODS

- Storyboarding
- Roleplaying / Enactment
- Prototyping



INSIGHTS

인사이트 도출

THE SINSA AREA AND THE PEOPLE

신사동 가로수길과 사람들의 모습



WASTE TOUCHPOINTS IN SINSA

가로수길에서의 폐자원 발생 지점



INSIGHT #1

Out of sight, Out of mind.

“Trash is dirty.” Local shopper
가로수길에서 만난 소비자

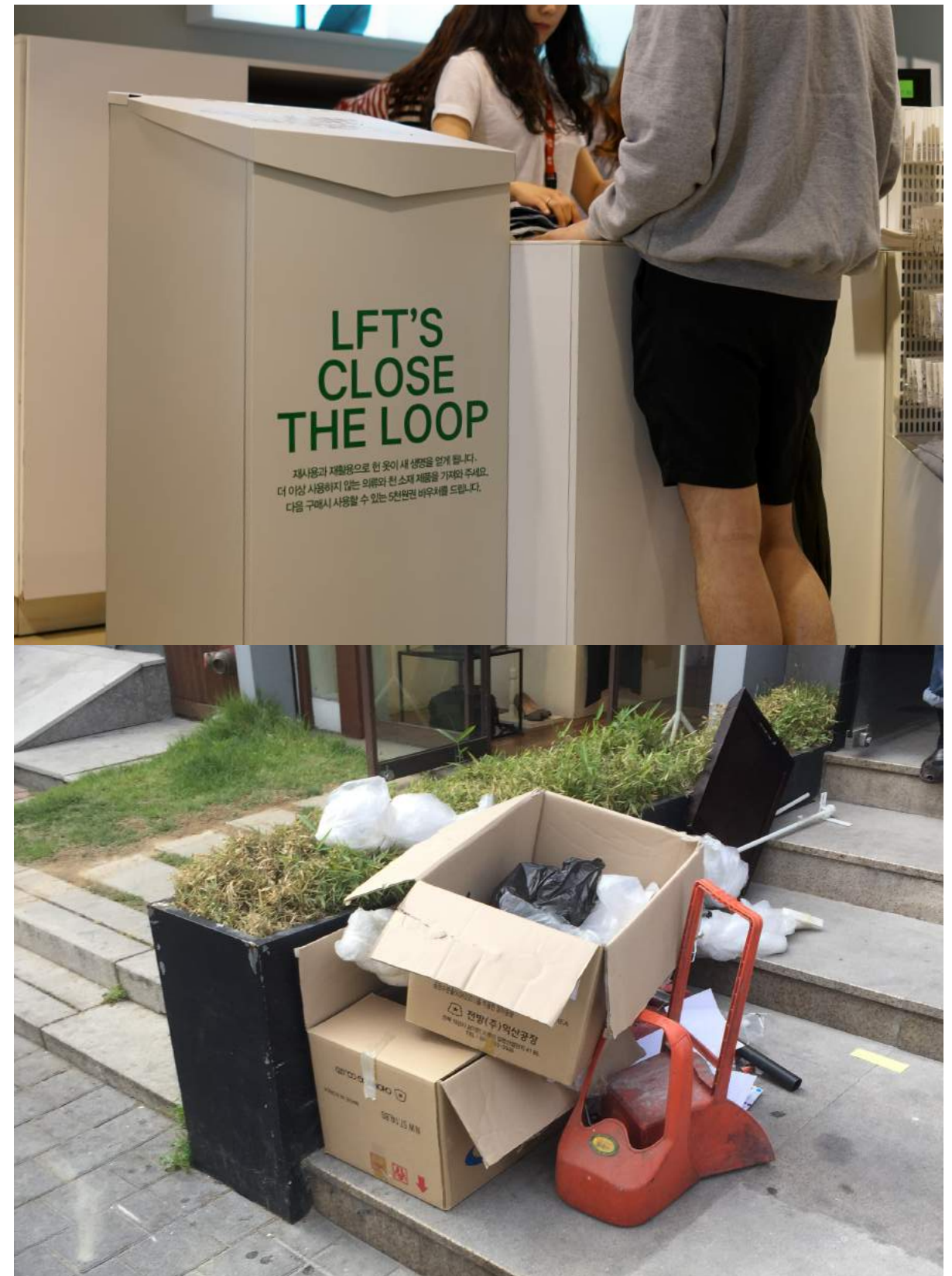
**WHEN GETTING RID OF WASTE,
A SWAP OF RESPONSIBILITY HAPPENS**



INSIGHT #2

**GAP BETWEEN WHAT
BUSINESSES SAY THEY
DO AND WHAT THEY
ACTUALLY DO**

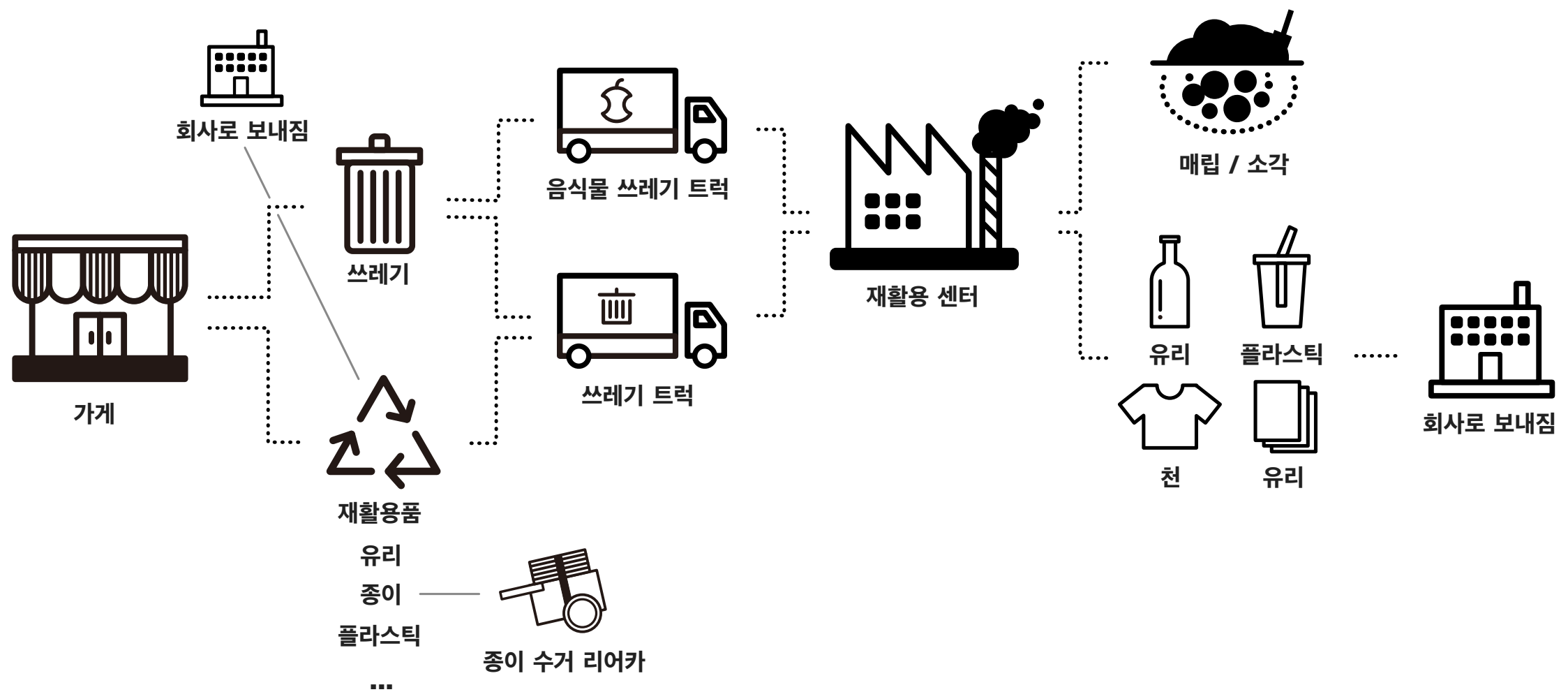
Say ≠ Do



INSIGHT #3-1

WASTE ECO SYSTEM

폐자원 생태계



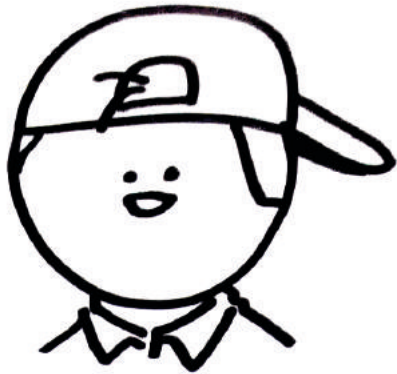
INSIGHT #3-2

42 TONS/DAY GOES TO THE LANDFILL FROM GANGNAM

강남에서의 폐자원 매립 현황

	서초 Seocho	강남 Gangnam	송파 Songpa
발생량: Total Amount	562.3	713.2	575.7
재활용 소계: Recycling Subtotal	402.3	470.5	397.6
재활용: Recycling	196.3	198.3	176.6
음식물: Food Waste	206	272.2	221.0
소각: Incineration	113.4	200.3	121.4
매립: Landfill	46.6	42.4	56.7

톤/일
Tons/Day



HYUN-WOO 현우

28 years old
Shop owner

"Yeah, I recycle.. Or I throw out my coffee cups after I'm done"

Owens an independent design and clothing store in a small street in Sinsa.

Slightly careless, but wish to become an eco-friendly business owner.

Finds sorting waste to be time-consuming and filthy.
Says he sorts the shop's waste and recycles, but mostly that is not the case.



YUNA 유나

32 years old
Customer

Work in HR

Interested in the environment and living a sustainable lifestyle

Knows about up-cycling.

Uses old bottles to make pen containers

She is concerned and aware about waste related issues and the global impact it has.

She is proud about recycling, and producing new stuff out of old resources.

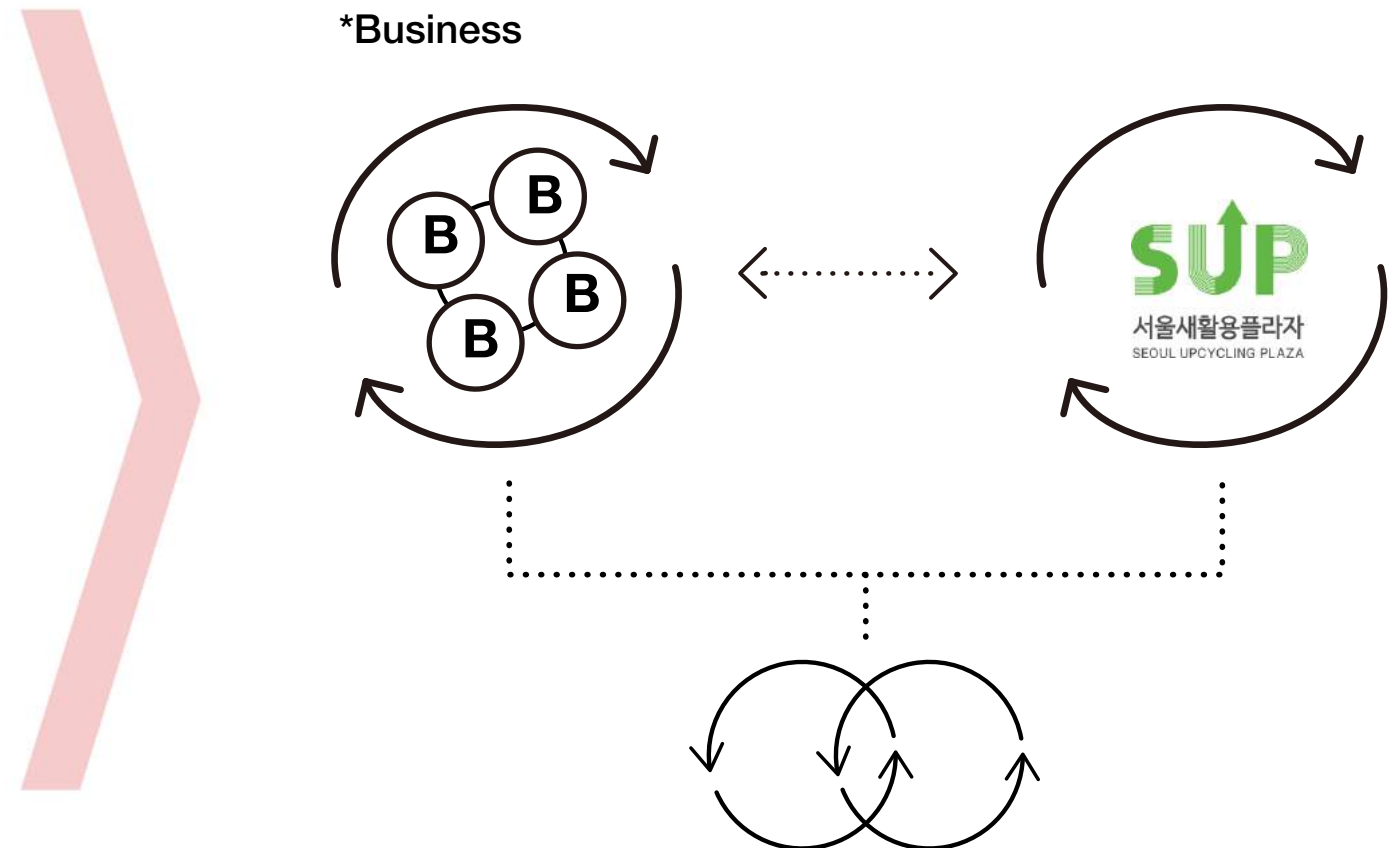
PROBLEM SPACE & DESIGN SPACE

문제 정의 및 해결

FROM PROBLEM TO OPPORTUNITY

문제를 기회로

- **Fragmented waste ecosystem**
폐자원 생태계의 파편화
- **Deferred responsibility**
무책임함
- **Overlaps in waste sorting process**
폐자원 분리 과정의 불필요한 반복
- **Contamination of waste**
폐자원의 오염



DRIVERS & BARRIERS FOR BUSINESSES

추진요인과 방해요인

Drivers

추진 요인

- Environmental Responsibility
- The value of waste
- Proudness
- Community feeling
- Easy processes
/ management
- Financial incentive

Barriers

방해 요인

- Laziness
- Lack of responsibility
- Laws and regulations
- Lack of incentives
- Lack of understanding
on process and impact
- Fragmented process
- Cost
- Time

IDENTIFIED VALUES AND DESIGN CRITERIA

프로젝트 가치와 문제 해결의 기준 정립

- **Transparency about re/up-cycling processes**

재활용, 새활용 과정에서의 투명성 확보

- **Rephrase negative wording**

부정적인 언어 표현의 순화

- **Promote up-cycled products**

업사이클 상품 사용의 촉진

- **Responsibility**

책임감 부여

- **Sustainability and environmental outlook**

지속 가능성 및 환경 관점에서의 디자인

- **Community feeling / network**

공동체의 소속감 및 네트워크 형성

- **Change the perception of the value of waste**

폐자원의 가치에 대한 인식 변화

sTREEt
a green eco-system
within Sinsa

ABOUT sTREEt: A GREEN ECOSYSTEM FOR SINSA

서비스 'sTREEt' 소개

**sTREEt is a certification system for
acknowledging green businesses
in Sinsa.**

Multiple touchpoints

Incl. green mapping of certified businesses

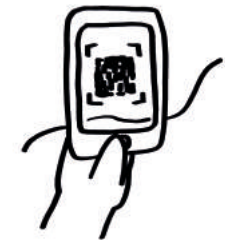


USER JOURNEY // THE CUSTOMER

사용자 여정 지도-소비자 관점에서



Yuna
Green
Consumer



신사 가로수길 입구
Entrance of Sinsa

가로수에 천으로 되어있는
SUP 홍보 포스터의 QR코드를
통해 어플을 다운받게 됨.



첫 쇼핑
1st Shopping

어플을 보고 SUP 마크가 인증된
화장품 가게에 들어간다.

화장품 구매시 매장 직원이 비닐
봉투에 제품을 넣어주 것을 물어봄.
비닐 봉투에 제품을 포장받는데 옆
사람이 제품 구매시 장바구니를
가져왔을때 포인트 적립을 보게 된다.



두번째 쇼핑
2nd Shopping

지난번 경험을 통해 SUP마크가 인증된
매장에서 구매할때 장바구니를 보여준다.
매장직원이 SUP어플을 다운 받았는지 물어
본다. SUP어플을 보여주면서 개인 바코드를
찍고 100원을 적립해준다.

적립 후 SUP 지정 마크 첫 결제 알림이 온다.

첫 적립 축하 문자와 SUP새활용플라자의
소개 페이지 링크가 온다.



SUP 방문
Visit SUP

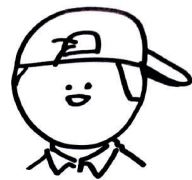
포인트를 SUP에서 사용하기위해
SUP에 방문하게된다.

SUP에 입점된 매장에 방문한다.

버려진 유리를 재활용한 브랜드에
방문하여 제품을 적립된 금액으로
결제한다.

USER JOURNEY // THE BUSINESS

사용자 여정지도-상점 주인 관점에서



Hyun-woo
/ PUB
Green
Shop Owner



무관심
Careless

재활용을 하지 않고
분리수거를 하지 않는 등
크게 신경을 쓰지 않는다.



가입 전
Before Sign Up

가로수길 영업주들의 모임을 통해서
SUP를 알게된다. 폐자원의 재활용을
잘 해야하는 것을 알게되고, 가입을
하게된다.



가입 후
After Sign Up

SUP에 폐자원으로 유리잔과 빈
맥주병들을 공급한다.

SUP에 입점된 업사이클된 제품인
테이블 매트와 코스터를 사용하게 된다.

후에 SUP 인증 마크를 받게되어
가게 문에 부착한다.

SUP를 통해서 재활용의 중요성을
깨닫고 열심히 실천한다.



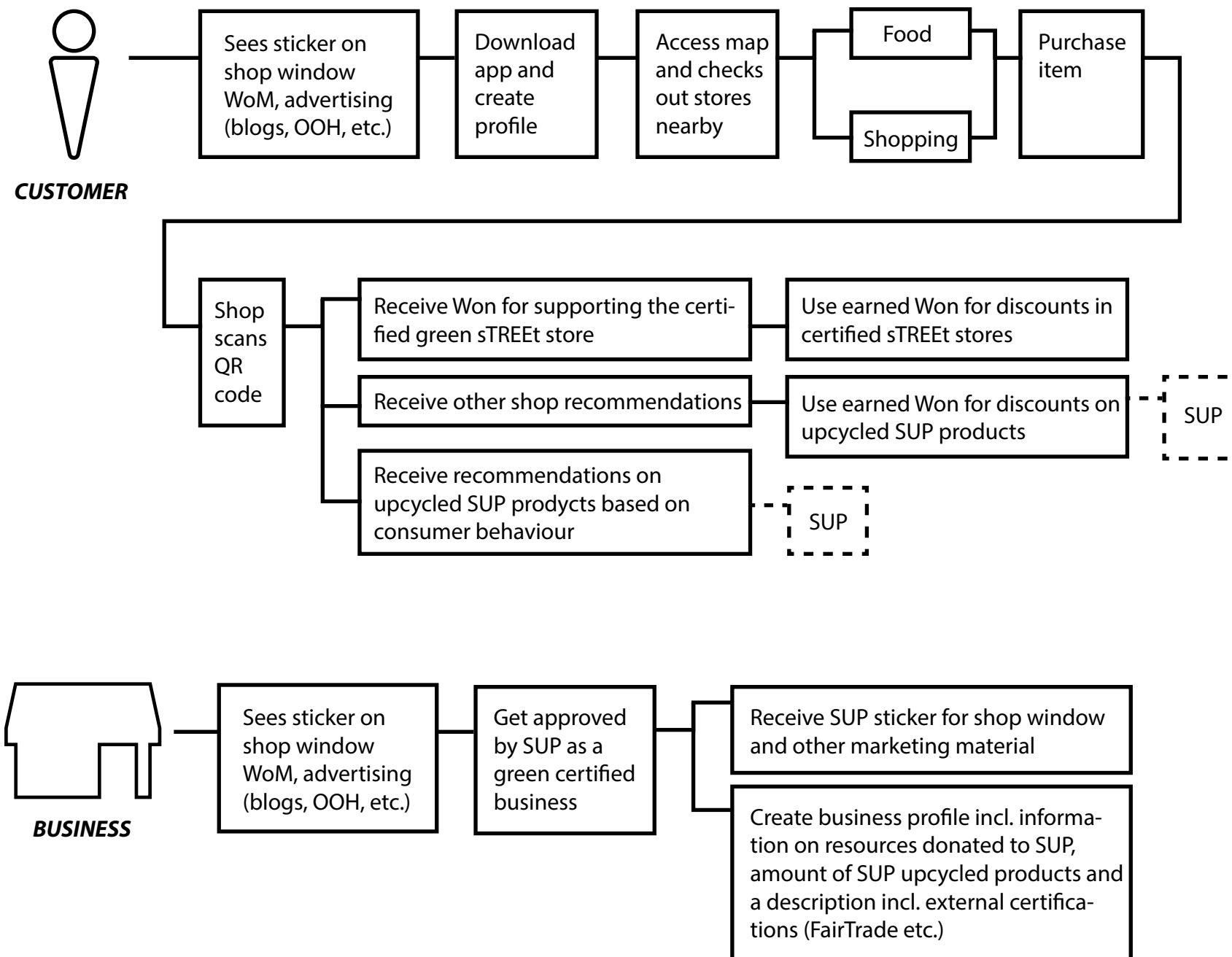
신사 sTREEt 페스티벌
Sinsa sTREEt Festival

서울 디자인 재단에서 주최하는 서울
디자인 위크를 SUP가 신사에서 개최한다.
SUP에 입점한 브랜드와 SUP마크가 인증된
가게들이 페스티벌에 참여하게된다.

SUP에 인증받은 다른 가게들도 와서
팝업 스토어형식의 페스티벌로 리사이클과
업사이클을 어려운것이 아니라 재미로
받아들여질 기회가 생긴다.

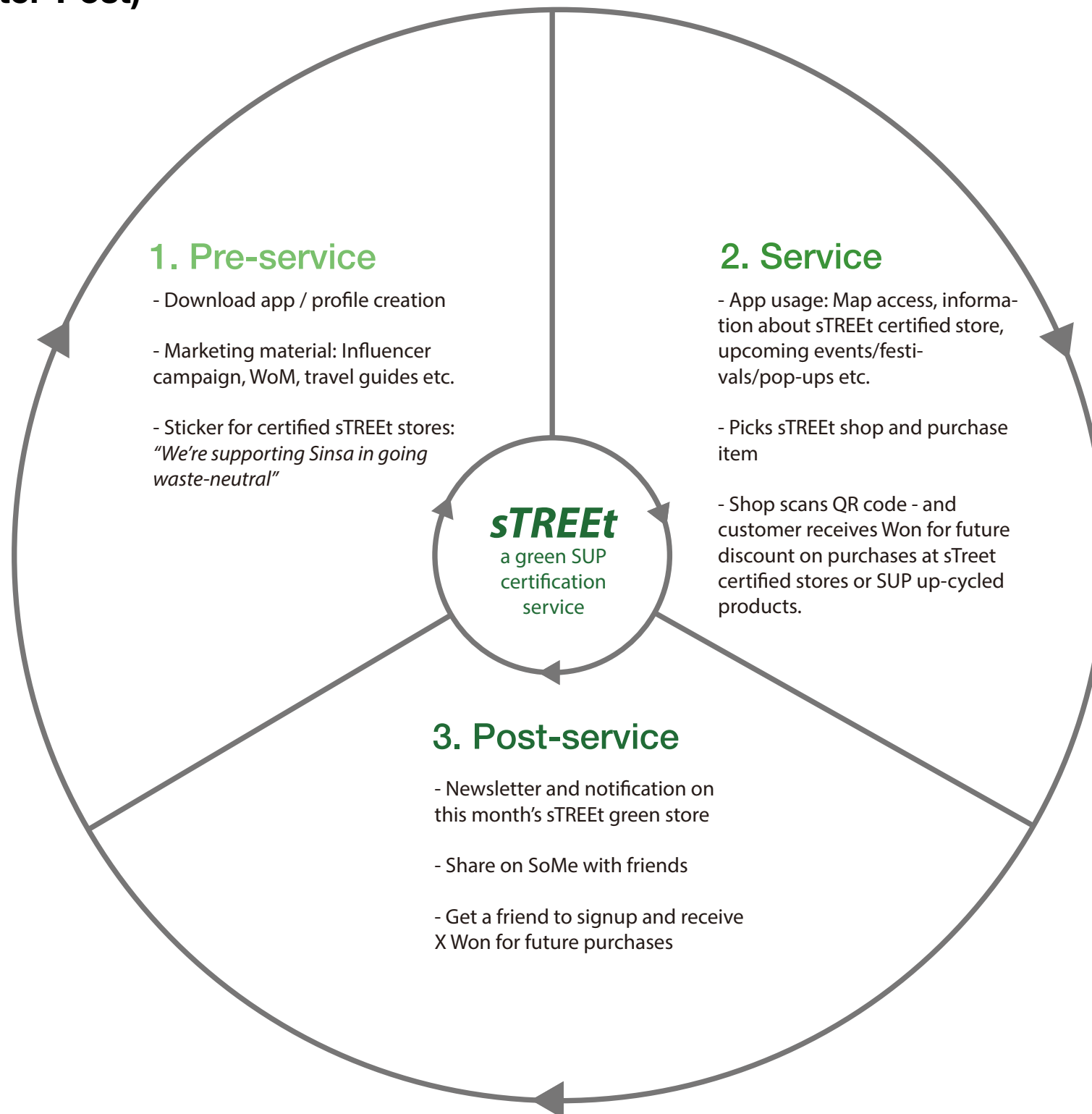
FLOW MODEL

서비스 구조의 흐름



SERVICE WHEEL

서비스 단계(Pre-Encouter-Post)



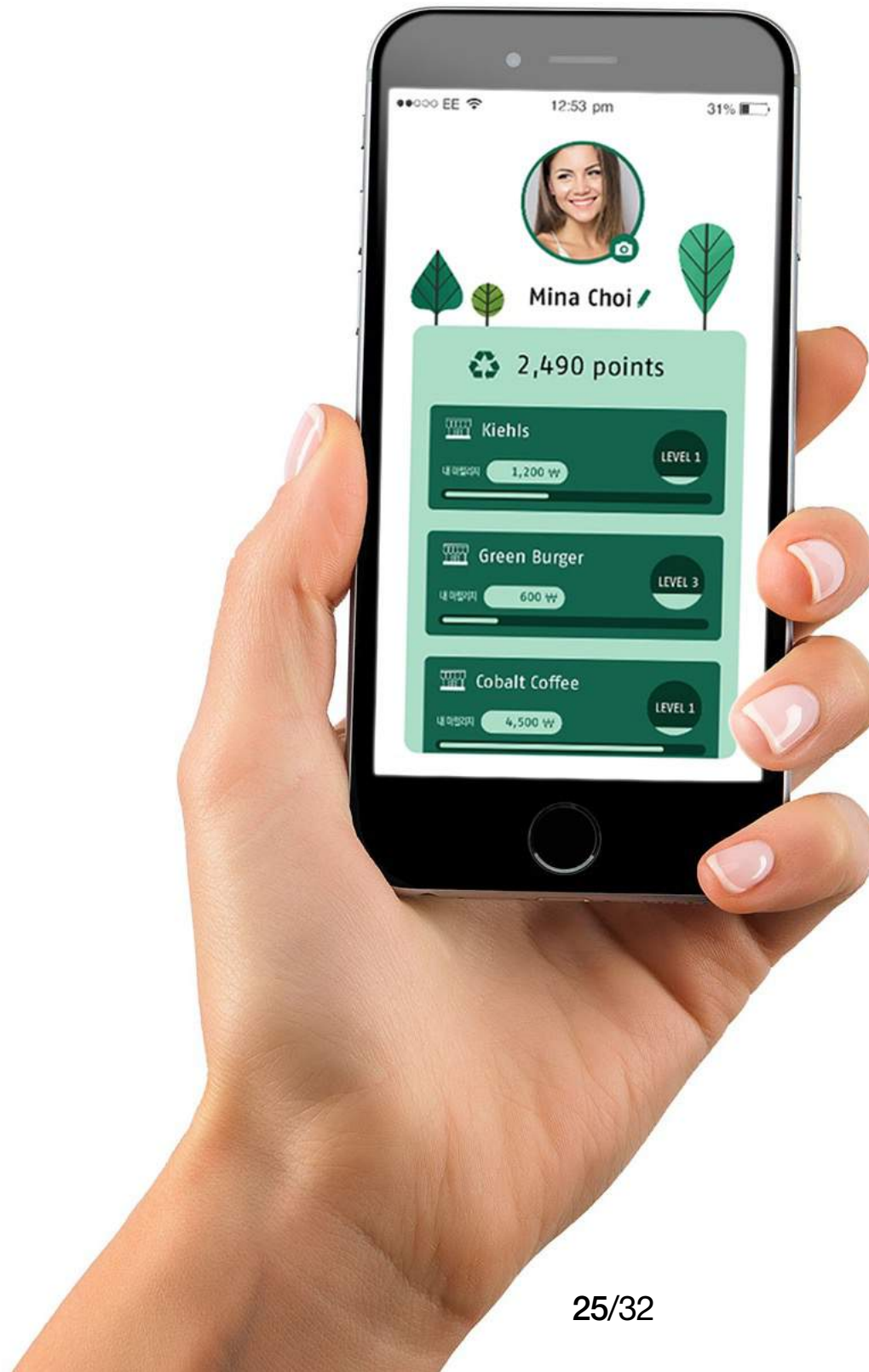
PROTOTYPE

앱 프로토타입 및 테스트



USER INTERFACE

사용자 인터페이스



USER INTERFACE

사용자 인터페이스





CONCLUSION

결론

THE FUTURE OF sTREEt in SINSA AS A GREEN PILOT PROJECT

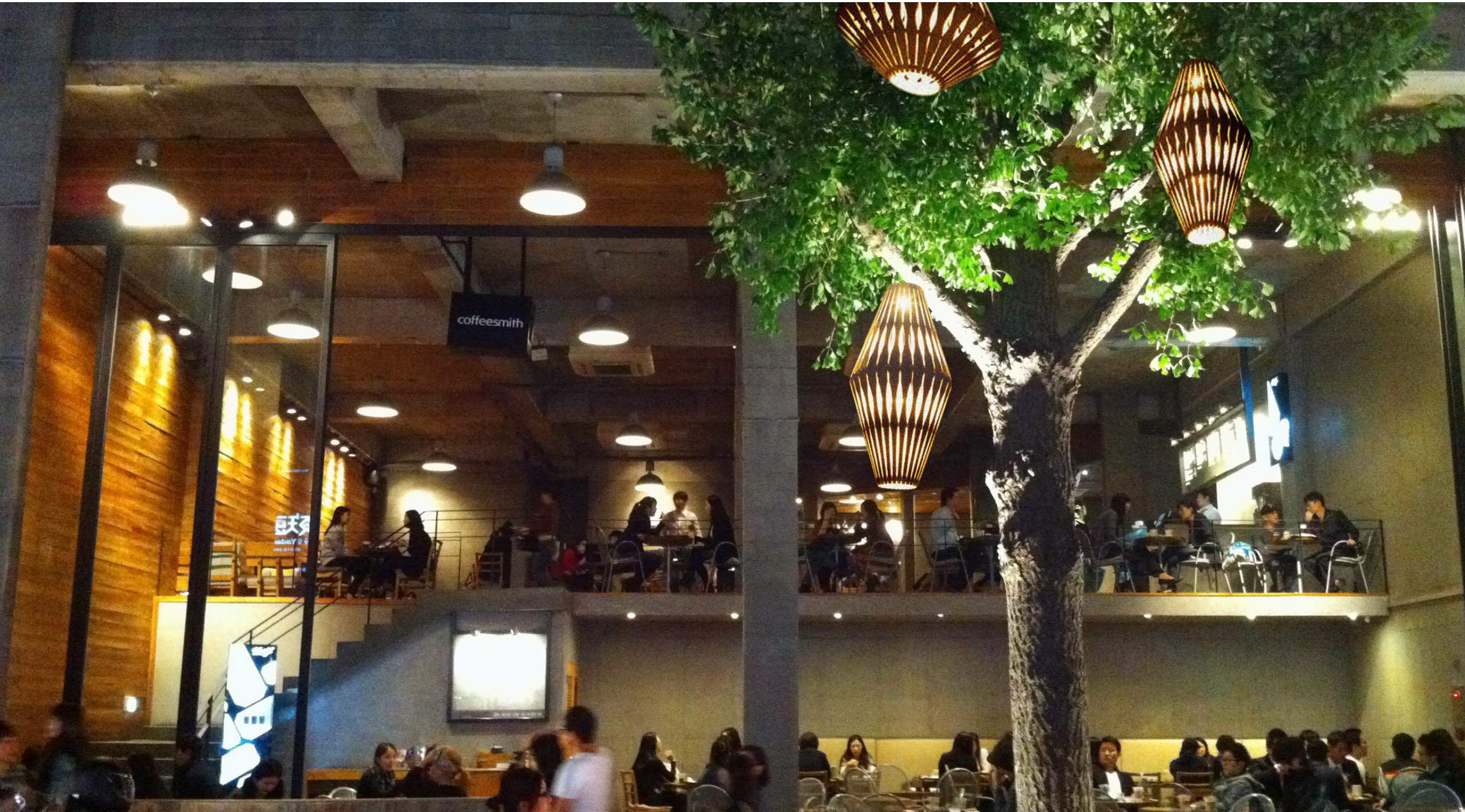
업사이클 사회로의 출발점이 될 서비스, sTREEt의 청사진



THE FUTURE OF sTREEt in SINSA AS A GREEN PILOT PROJECT



THE FUTURE OF sTREEt in SINSA AS A GREEN PILOT PROJECT



INCENTIVES FOR BUSINESSES

상점에 대한 인센티브의 영역

CSR-perspective

Trends: Ecotourism, sustainable lifestyle, shopping local, minimizing the carbon footprint etc.

Customers: Businesses follow the customer's

Marketing

More customers > increased sales

Thank you

