



Title	「upcycle」を巡る考察
Author(s)	成, 詩羽
Citation	デザイン理論. 2024, 83, p. 106-107
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/93437
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

「upcycle」を巡る考察

成 詩羽（セイ シウ） 京都精華大学大学院在学

はじめに

英単語「upcycle」は「recycle」と「up」を組み合わせた造語であり、「捨てられたものや材料でより良い品質と価値の新しい製品をつくるように再利用する」と定義される。2010年代に、upcycleその概念が日本に伝わってきて、「アップサイクル」と呼ばれるようになった。最も早い事例として、東日本大震災により大量発生したリサイクルできないガレキを建築材料に活用する「アップサイクルブロック」が挙げられる。

本研究では欧米由来の upcycle がアップサイクルという名称で日本の現代社会に広がった過程とその意味の変化に着目する。それらの形成と発展を考察することによって、サステナブルなものづくりに対する文化や時代を超えた理解を得ることを期待する。

アップサイクルの現状と問題点

アップサイクルは2013年頃に社会へ広がるようになり、関連するワークショップが開催され、アーティストと連携する活動やフリーマーケットなどが、地域のコミュニティで実施されている。活動の内容から見れば、アップサイクルはダンボール財布やビニル傘からできたトートバッグ、いわゆる廃材DIYと近い考え方になっていく。

一方、アップサイクルの同義語と言われたクリエイティブリユースも2010年代に始まった。それは名前の通り「創造的な再利用」を意味し、デザイン性や機能性より創造性を重んじている。このような活動は2015年に提唱された「持続可能

な開発目標（SDGs）」をきっかけに、創造的な再利用から環境保護や資源循環を目的とするものへ移行した。この時点で、クリエイティブリユースに関する活動は本来の意味合いから外れつつあり、再利用と価値を上げるなどの意味を込めるアップサイクルと呼ばれるようになった。

しかしまた、アップサイクルの取り組みは次のような問題点を含んでいる。一つ目は、その言葉の新規性から、内実の理解を伴わないまま、企業の宣伝文句になったり、アートの表現手段のひとつとして援用されたりすることが多くある。二つ目は、アップサイクルが、単なる手作りの喜びと考えられる傾向にある。

upcycle のふたつの起源

1994年10月に出版された雑誌で掲載されたソーントン・ケイによるライナー・ピルツへのインタビュー記事で、「recycle」による経済性と使用価値の悪影響が批判され、従来のリサイクルとは「downcycle」であると指摘され、「upcycle」という概念が提起された。

ピルツは20世紀末ドイツの環境関連法改正による廃棄物処理費の高騰をきっかけに upcycle を自身の仕事に取り入れた。彼はインテリアの施工現場で大量発生した木製の廃棄物から、新たに家具を製作し、加工過程で発生したおがくずを燃料として再利用していった。

ピルツにインタビューしたケイは新聞紙と雑誌、ウェブサイトを利用した中古販売のコミュニティを作り上げた。そうした廃材のコミュニ

ティーは、ピルツのような upcycle の展開に大きく貢献するものであったと言える。

一方、2013年に建築家ウィリアム・マクダナーと環境化学者マイケル・ブラウンガートは循環型生産システムとしての upcycle を提案した。それは再生可能な材料を開発するシステムと、生産材料を共有するマテリアル・バンクに支えられている。さらに、「ユーザー」「メーカー」「販売」の協力によるシェアリングエコノミーを導入している。

彼らは upcycle という概念に至るまで、サステナブルデザインガイドライン『ハノーファー原則』（1992年）、完全循環型デザイン手法『サステナブルなものづくり—ゆりかごからゆりかごへ』（2003年）というふたつ発展段階を踏んだ。

upcycle という単語の構成に着目すれば、マクダナーとブラウンガートの考え方は、upcycle の「cycle」、すなわち「循環」を強調している。接頭語である「up」は、その循環を最大限に活用するという意味で、upcycle とは、循環システムの潜在性を引き出す働きを示している。他方、ピルツとケイの考えに従えば、upcycle とはリサイクルの効果をアップグレードするという意味になる。

「upcycle」の地域性

上述したように、英単語の upcycle はピルツとケイ、マクダナーとブラウンガートの活動を通して、廃棄物処理の問題解決からサステナビリティへ移行したという背景を持っている。それに対して、日本のアップサイクルは、SDGs の多様性や手工芸文化を背景した概念であるようだ。従って、upcycle とアップサイクルという言葉には、それに関わる価値観や習慣を含む文化的、または地域的な差異によって大きなへだたりが生じてきたと言えるだろう。

以上の事例研究では、「upcycle」の取り組みに現れる多様性を明らかにした。それを踏まえて、本研究では商品開発という視点で「価値創造」¹と「価値成長」²というふたつのモデルを提案した。

「価値創造」と「価値成長」

価値創造は再生不可能なものを対象とするため、有害物質が発生するおそれのある産業廃棄物も含んでいる。それに対して、価値成長の対象は日用品が大半を占めていて、多くの場合、愛用品や思い出品として感性価値を持っていたり、丈夫な材料から作られたために機能的な価値が残っていたりする特徴がある。また商品の種類から見れば、価値創造は量産品を目指すのが、価値成長は一点物の制作である場合が多い。

感性が働いている価値成長こそが日本化された upcycle であり、それはアップサイクルの取り組みに重要な役割を果たすと考えられる。

廃材には本来備わっている弾力性などの物理的な性質があり、材料の肌理や模様など様々なテクスチャーも感性価値を秘めている。また、使用跡も価値を成長させる要素となる。或いは「染め直し」や「金継ぎ」などの伝統的手作業による修復技術は今日のアップサイクルの実践に大きく貢献していると考えられる。以上の考察により、アップサイクルは伝統的なものづくり産業と深く関わるようになり、さらには、それを活性化させようとする傾向が見られることから、今後のモノづくりの新たな視点となることを期待したい。

注

- 1 「価値創造」は「価値創造プロセス」（亀山秀雄「科学技術イノベーションにおける価値創造プロセスとP2M」『国際P2M学会誌』、第10巻、2号、2015年、193-203頁）に基づいている。ただし、価値創造を実現させる科学技術イノベーションは加工技術の革新を指すのであって、新しい材料の開発のことではない。
- 2 「価値成長」は「価値成長デザインモデル」（佐藤浩一郎、松岡由幸「タイムアクシス・デザインの具現化に向けた価値成長デザインモデルの提案」『横幹』、第6号、2012年、21-26頁）を参照した概念である。材料の経年変化を廃棄物に潜在する価値として認識し、商品開発を通じて実現させる。