



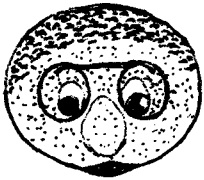
아이디어창출 및 발명의 발상기법

강 신 목
〈새생각회 회장〉

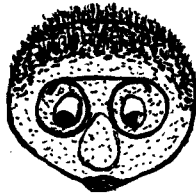
잔디 머리군

비닐 망사 속에 톱밥을 담고 안경을 씌우고, 머리 부분에 잔디 씨를 얹어 머리처럼 만든 잔디 머리군(그림 1)에 물을 주면 파란 잔디가 머리털처럼 자란다. 대머리 노인들에 인기를 끌며 어린이까지 어느 가정이나 한 두 개쯤은 기르고 있다니 놀랍다.

물 먹고 자란 잔디 머리군(그림 2)의 초록 머리가 얼마나 귀여울까!



〈그림 1〉



〈그림 2〉

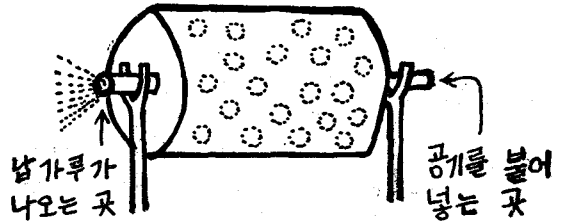
납가루 제조기

세계적인 대발명으로 세계의 물리학자들을 놀라게 한 납가루 제조기(그림 3)의 구조는 너무 간단하다.

독일의 납가루 제조기술을 4억엔이나 달라던 것을 겨우 국민학교 2학년 밖에 마치지 못한 일본 전지사의 사장이 만들어 냈다.

모르는 건 누구에게나 물어 보고, 궁금한 것 책에서 찾아 보면서 강한 의욕과 실행력으

로 발명해 낸 것이다.



〈그림 3〉

모난 것 둥글게

칫솔질을 하다가 잇몸이 아픈 경험을 해 보는 것은 누구나 겪는 일이다. 칫솔을 보니 피가 묻었다. 잇몸의 피 곰곰 따져보다 칫솔 탓이라 생각나서 확대해 봤더니 털 끝이 모(그림 4)가 났었다. 둥글게(그림 5)하면 되겠다는 생각이 맞아들어 이 사람은 칫솔회사의 공원에서 일약 전무로, 세계로 팔려나가 세계 제일의 칫솔회사가 되어 돈방석에 올라앉았다.



〈그림 4〉



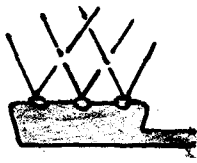
〈그림 5〉

평면을 둥글게

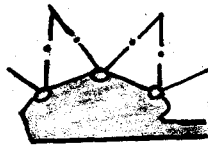
물뿌리개 <그림 6>로 꽃밭에 물을 좀 빨리 끝내고 싶어서 생각하던 끝에 물뿌리개를 살펴 봤다.

평면인 물뿌리개를 가운데가 둥그스름하게 솟아오른 모양<그림 7>으로 고쳤더니 물 뿌려지는 면적이 넓어져서 훨씬 빨리 물을 줄 수 있었다.

이 물뿌리개의 발명으로 보잘 것 없던 조그만 회사가 큰 회사로 올라섰다.



<그림 6>



<그림 7>

개량 안전술

재래식 술<그림 8>과 개량 술<그림 9>이 달라진 곳을 찾아보자.

불이 닿는 부분이 더 넓어진 개량술 그래서 밥을 빨리 지을 수 있게 됐다. 재래식 술 바닥은 둥그스름한데 개량술은 직선으로 평면이어서 뒤뚱거림을 막아 뜨거운 물을 쏟을 걱정을 덜었다.

이것이 발명이다. 문제만 찾아내면 이미 절반은 해결한 것이나 다름없다.



<그림 8>



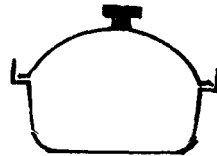
<그림 9>

개량 냄비

개량 냄비<그림 10>와 재래식 냄비<그림 11>의 다른 점을 찾아 보자.

개량 냄비는 넘지 않는 것이 장점이다. 어떻게 했길래 넘지 않을까? 냄비전과 냄비 뚜껑의 결합된 모습을 보자.

수없이 많은 사람들이 냄비의 물이 넘어서 고민을 했지만 진지하게 풀어보려고 하지 않았기 때문에 최근에 겨우 개량 냄비가 발명됐다.



<그림 10>



<그림 11>

발명 선택

세상만사는 모두 선택이다. 의, 식, 주도 그렇고 교육, 직업, 배우자, 그리고 발명까지도 아니, 발명이야말로 팔릴 거리를 정선하고 엄선해야 한다.

지우개 달린 연필을 누구나 쓴다. 그래서 판로가 넓다. 개량 이쑤시개는 일부의 사람이 쓰고, 그 사람까지도 쓰다말다 한다. 그러니 판로가 좁을 수밖에. 선택은 판단이며, 판단은 안목이다.

내일을 내다 보는 안목이 발명의 성패를 좌우한다. 많은 사람들이 요긴하게 쓸 거리, 나의 능력에 맞는 발명감의 선택이 바로 성공발명이다.

발명 4물

네 사람이 각기 쟁과리, 징, 장구, 북을 가지고 어울러 치는 사물놀이처럼, 발명을 하는데는 4가지가 필요한데, 그 첫째는 선행사실을 알고, 방법을 얻는 책이다.

둘째, 보고, 듣고, 느낀 것을 붙잡아 두는 필기구인 종이와 연필이다.

셋째, 자료나 정보를 모두 적기만 할 순 없기 때문에 사진기가 필요하다.

넷째, 필기나 사진으로도 못하는 것은 녹음기를 이용한다. 주머니에 넣고 다닐 소형녹음기와 침실 머리맡에 두고 꿈까지 붙잡을 대형 녹음기면 좋다.

발명을 살리려면 문명의 이기를 써라.

집단 발명

에디슨과 벨은 개인발명으로 대성한 인물이다. 그러나 에디슨은 집단발명의 덕을 크게 본 사람이다.

변화의 속도가 느렸던 과거에는 뛰어난 천재적인 발명가들의 느긋한 시대였지만, 어제가 옛날이 된 현대의 발명은 여러 사람이 공동의 발명감과 붙어야 하는 집단발명의 시대다.

전화의 발명은 한 시간의 차로 승부가 나고, 특허는 하루차로 결정된다.

집단발명의 성패는 우수한 개인발명가가 얼마나 많은가에 달렸다. 개인발명가는 집단발명의 기본이며 초석이다.

시차전쟁

발명은 누구나 할 수 있다. 바보를 빼 놓고. 지우개 달린 연필이나 철조망은 어린 소년이었다고, 안전양말은 젊은 어머니가 했으며 안전톱은 늙은 선생님의 발명이다.

국민학교만 나와도 아니 옛 사람들은 학교를 안다녔어도 훌륭한 발명을 했다. 원시인들은 불을 발명했고 창, 칼 그리고 낚시와 그물을 발명했다.

발명은 나이, 성별, 학력, 인종에 관계없이 누구나 할 수 있는 것이다.

발명은 하느냐 못하느냐의 능력문제가 아니라 누가 먼저 하느냐의 시차문제다. <♣>

신상품 무료 수출지원 안내

대한무역진흥공사에서는 우리 업계의 활발한 신상품 개발과 수출상품화를 통해 수출지면을 확대해 나가기 위해 아래와 같이 신상품 발굴 및 수출지원 사업을 무료로 시행하고 있습니다. 업계 여러분의 많은 활용 있으시기 바랍니다.

- 지원 대상 : 국내외 특허 또는 실용신안을 획득하는 등 창의적인 아이디어 상품으로서 수출이 유망한 신규 개발 상품
- 지원 절차 및 내용 : 소정양식의 신청서류 접수, 심사 및 지원결정, 카타로그 등 상담절차 접수, 해외 81개 무역관을 통한 상품 홍보 및 해외인콰이어리 발굴, 해외 시장정보 제공 등
- 신청 접수 및 비용 : 수시로 접수하며, 신청 및 지원 관련 비용은 무료임
- 문의처 : 무한무역진흥공사(KOTRA) 시장개척부 수출지원 2과
(서울 강남구 삼성동 무역센터 무역회관 1304호, 전화 551-4383 / 4)

대한무역진흥공사