

아이디어창출 및 발명의 발상기법

〈前號에서 계속〉

세 얼굴의 발명

발명에도 얼굴이 있다. 이것을 「발명의 세가지 얼굴」이라고 한다.

첫번째 얼굴은 「착상 발명」이다. 착상발명품으로는 +자형 드라이버, 칠조망, 코카콜라병, 주전자뚜껑의 삼각구멍, 삼각팬티, 쌍소켓 등으로 간단한 아이디어에 의한 것을 예로 들 수 있다. 이같은 착상발명은 구조가 매우 단순하기때문에 초보자라해도 만들기 쉬울 뿐만 아니라 제조공정도 간단하여 상품화되기 쉽다.

우리가 사용하고 있는 대부분의 생활필수품들이 이 착상발명이라는 것을 명심해야겠다.

두번째 얼굴은 「과학적 발명」이다. 과학적 발명은 과학의 원리를 교묘하게 응용하거나, 복잡한 메카니즘을 조합하는 것 등이다. 과학적 발명으로는 컴퓨터, 로봇트, 모터, 냉각장치 등 첨단기술 제품으로 상당한 수련과 전문지식을 필요로 한다.

최근 각 기업에 설치된 기술연구소에서 하고 있는 연구·개발이 곧 과학적 발명의 예로 첨단 연구시설과 고급두뇌를 필요로 한다.

우리나라 기업중에도 신기술개발을 위해 연간 매출액의 2~5% 라는 거액을 투자하는 기업이 매년 늘어나는 추세에 있다.

세번째 얼굴은 「응용 발명」이다. 응용발명은 냉각장치를 냉장고에 도입한다거나, 반도체를 컴퓨터에 활용하는 등 어떤 제품 또는 부품을 다른 제품에 응용하는 것을 말한다. 따라서 과학적 발명보다는 한단계 낮은 발명으로 약간의

수련과 전문지식이 있으면 가능하다.

한마디로 응용발명은 이미 있는 물건이나 부품을 결합하여 새로운 기능이나 용도를 가진 물건으로 만드는 것을 말한다.

예를 들면 팽창율이 다른 두개의 금속판을 결합한 「자동온도조절장치 바이메탈」, 카메라와 현상기구를 결합한 「플라로이드 카메라」, 팔목시계에 카렌다를 결합한 「카렌다시계」 등이 응용발명의 좋은 보기라 하겠다.

따라서 착상발명이 초보자의 영역이고 과학적발명이 과학자들의 영역이라면 응용발명은 초보자와 과학자의 공동영역이라 할 수 있다.

발명의 세얼굴중 어떤 얼굴을 선택하느냐는 발명하는 사람의 경험과 지식 그리고 지혜에 따라 달라진다.

또한 발명은 연애와도 같다. 많은 이성 가운데서 자신이 좋아하는 타입을 찾아 사랑도 하고 결혼도 하듯이 초보발명가는 자신이 다루기 쉬운 분야를 선택하여 꾸준히 연구하는 자세가 필요하다. 이것저것 뚜렷한 목표없이 무작정 손을 대어보는 발명은 삼가해야 한다.

착상발명이 초보자의 영역이라는 체면때문에 과학적 발명에 도전하는 것도 계란으로 바위를 깨는 격.

착상발명이나, 과학적발명이나, 응용발명이 나가 중요한 것이 아니라 얼마나 훌륭하면서 또 실생활에 편리하게 이용할 수 있는 발명을 했느냐가 중요한 것이다.

기업을 탄생시킨 작은 아이디어들

“

발명은 연애와도 같다.
 많은 이성 가운데서 좋아하는 타입을 찾아
 사랑도 하고 결혼도 하듯이, 자신이 다루기 쉬운
 분야를 선택하여 꾸준히 연구하는 자세가
 필요하다. 무작정 발명은 삼가해야 한다.

”

작은 아이디어가 기업을 탄생시켰다면 좀처럼 믿으려 하는 사람이 없다. 그러나 작은 아이디어가 탄생시킨 기업은 예나 지금이나 수없이 많다. 필자는 이같은 사례를 2천여건이나 수집한 바 있다.

그중 3가지 사례를 살펴본다.

‘짜이스社’하면 세계 제일의 렌즈회사로 손꼽히고 있다.

이 회사 창업자인 ‘카알 짜이스’는 판유리를 잘라 양면을 곱게 갈아서 렌즈를 만드는 렌즈 가게 주인이었다. 판유리를 갈아 렌즈를 만든다는 것은 여간 고된 일이 아니었다.

“어떻게하면 좀더 편리하게 렌즈를 만들 수 있을까?”

카알 짜이스는 렌즈를 바라다보며 깊은 생각에 빠져 들었다. 여기서 생각 해낸 것이 아예 한면이 볼록한 유리를 만들어 한면만 갈아서 렌즈를 만드는 것이었다. 이 아이디어는 렌즈 만드는 시간을 3분의 1로 줄여주었다.

카알 짜이스는 전재산을 정리하여 짜이스社를 설립하고, 이같은 연구를 거듭한 결과 종업원만도 1만명이 넘는 대기업으로 성장시켰다.

일본 10대 기업중의 하나인 ‘브리지스톤社’도 작은 아이디어가 탄생시켰다. 이 회사 창업자인 ‘이시바시’는 집안에서 지까다비(작업화의 일종)를 만들어 파는 상인이었다.

이시바시의 소원은 습기가 안으로 스며들지 않는 지까다비를 만드는 것이었다. 그렇게만 된다면 지까다비 시장을 독점할 수 있었기 때문이었다.

“무슨 좋은 방법이 없을까?”

아이디어는 좀처럼 떠오르지 않았다. 얼마 후엔가 이시바시는 ‘지까다비의 바닥에 고무칠을 하면 어떨까?’하는 생각을 했다. 서둘러 실험해본 결과 습기가 스며들지 않아 여간 편리한게 아니었다. 1년 사이에 1억2천 켈레나 팔려나갔다. 이것 하나로 브리지스톤은 일약 대기업으로 발돋움했다.

‘월트 디즈니’는 ‘미키 마우스’의 고안 하나로 ‘디즈니 랜드’의 사장이 되었다.

어느날 디즈니 부부는 셋방에서 내쫓겨 공원 의자에 앉아 앞으로의 일을 걱정하고 있었다. 바로 그때 디즈니 부부를 억만장자로 만들어준 상황이 발생했다.

생쥐 한마리가 어쩌나 재롱을 피우는지 웃음이 절로 나온 것이었다.

“웁지! 생쥐의 모습을 만화로 그린다면 괴로운 사람들에게 큰 위안이 되겠구나.”

디즈니는 ‘미키 마우스’라는 만화를 출판하였다.

성공이었다. 그것도 대성공이었다. 세계 20여개국에서 발간된 이 만화는 매달 3천만부라는 엄청난 판매부수로 디즈니 부부는 세계적인 부자가 되었다.

디즈니는 후일 다음과 같이 말했다.

“미키 마우스 만화가 훌륭했다는 것보다 아이디어라는 것이 얼마나 위대한 것인가를 입증하는 살아있는 교훈” 이라고.<♣>

<王然中記>