

## I=I, Idea, Invention

# 지금은 I 이론시대(10)

### 노인용품

소위 실버에이지(silver age)의 움직임이 심상치 않다. 신세대, X세대처럼 자기 목소리를 가지고 자신들만의 세계를 구축하고 있는 것이다.

노후 생활 설계면에서도 자식의 신세를 지지 않는 것을 원칙으로 하고 건강관리를 스스로 철저히 하며, 건전한 취미생활을 즐긴다. 종래에 경제적으로 자녀에게 종속되어 자기 주장을 펴지 못하던 세대와는 근본적으로 다르다. 본인이 경제권을 쥐고 있으며, 나름대로의 소비취향을 가지고 있다. 기존 소비시장과는 성격이 다른 소비형태를 나타내고 있는 것이다. 따라서 이에 대한 대응으로는 노인용품만을 전문적으로 개발, 취급하는 실버산업을 생각할 수 있다.

의학의 발달과 식생활의 개선 등으로 인간의 평균수명이 연장되고 그 결과 노년층의 인구가 급격한 증가 추세에 있다. 이에 노인복지는 물론이고 노령인구에 대한 갖가지 대책 마련에 부심하고 있다. 특히 노인복지책의 일환으로 성장하고 있는 경로용품의 개발은 많은 이들의 관심을 받고

있다. 인간이 노령화 됨으로써 느낄 수 있는 신체의 불편을 덜어주는 데에는 노인용품만큼 적절한 것이 없기 때문이다.

백화점의 공간을 차지하고 있는 많은 상품들을 보면 우리 소비 시장이 얼마나 세분화 되어 있는지 금방 알 수 있다. 유아용품은 물론이고 젊은이, 청소년을 대상으로 하는 특별코너가 마련되어 있고 상품도 넘칠듯 하다.

특히 유아용품같은 경우에는 상당히 전문화 되어 있어 보는 이를 놀라게 할 정도이다. 아기전용 의자가 있는가 하면, 아기전용 식기, 아기 전용 컴퓨터에 아기전용 호출기도 있다. 게다가 이 모두는 세심한 배려 하에 고안되어 있다. 아기가 미끄러지지 않도록 하기 위해 양말 밑창에 고무돌기를 붙이는가 하면, 젖꼭지도 아기 치아 상태에 따라 다르게 나온다. 땀띠분도 휴대하기 간편한 콤팩트형이 따로 있고, 일회용 기저귀도 오줌이 배어나오지 않는것, 통기가 잘 되는것, 부피가 작은 것 등등 이루 헤아릴 수 없을 정도로 많은 것들이 널려 있다.

이 모두는 아이디어의 산물. 아기의 행동과 신체 상태를 유심히 관찰한 결과 얻어진 발명품들이다.

이렇게 유아용품이 특별하고 전문화 되어 있는 이유는 단 한가지, 아기는 특별한 존재이기 때문이다. 신체가 불완전하면 우는 것 외에는 자기 의사를 제대로 표현할 줄 모르며, 외부 환경에 지극히 민감하니 누군가 정성스럽게 돌보아 주지 않으면 안 된다. 때문에 아이의 특수성을 배려한 전문 용품이 많을 수 밖에...

또한 전문용품의 성장에는 이밖에도 다른 요인이 작용한다. 소위 개성이라는 것. 요즈음 뚜렷한 자기 색깔을 지니며 성장하는 청소년용품의 경우를 보면 이는 확연히 증명된다.

부모님의 선택에 절대적으로 따라야 했던 지난 세대와는 달리 요즈음 신세대들은 자기만의 독특함을 추구한다. 옷을 고를 때나 머리 모양을 바꿀 때, 혹은 작은 소품 하나를 선택할 때에도 자기들만의 눈으로 골라낸다. 속이 흰히 비치는 비닐가방이나, 머리 중앙에 짙은 작은 핀 같은 것은 그들이 찾는 상품이다. 튀는 것, 남과 다른 것을 찾는 청소년의 취향에 따라 전문용품이 성장한 것이다.

그렇다면 앞서 말한 노령인구는 어떠한 특성을 가지고 있을까? 그들은 물론 신체적 부자유의 상태에 있다. 신체의 노화로 인해 보행의 어려움이 있는가 하면, 건강도 항상 주의를 요한다. 게다가 자율신경의 둔화로 곤란한 경우를 당하게 될 때도 있다. 아무래도 특별한 배려가 필요하다.

더구나 노령인구는 청소년들처럼 특별한 취향과 개성을 가지고 있다. 오랜 사회경험

을 통해 자신만의 세계와 가치관을 형성하고 있고 취향이 분명하다는 것이다. 보호자가 배려하는 모든 것에 무조건 의지하는 아기와는 처지가 완전히 다른 것이다. 유아와 청소년이 가지는 특성을 모두 가진 더욱 특별한 존재라고나 할까?

이런 점을 감안하면 결론은 아주 명백해진다. 노령인구의 건강하고 쾌적한 생활을 위한 전문용품과 그들의 취향에 부합하는 상품을 개발하는 일은 매력적인 분야인 것이다. 더구나 요즈음은 노후복지 대책적금이다, 노후생활 연금이다 하여 노령인구의 경제력도 부쩍 향상되어 충분한 시장이 형성되어 있다.

실제로 이웃나라 일본의 경우에는 이런 지적이 벌써 오래전에 나와, 지금은 실버에 이치라는 새로운 수요계층을 확보하고 그들의 감각에 맞는 상품을 전문적으로 생산해내고 있다고 한다. 우리나라의 경우에도 일부 백화점에서 노인전문 의류코너를 신설, 좋은 반응을 얻고 있다.

앞서 나가는 사람이란 미래를 예측할 줄 아는 사람을 의미한다. 조금만 관심을 가지고 본다면, 실버 에이지가 골드 에이지임을 쉽게 알 수 있을 것이다. 이에 대한 아이디어 개발로 앞서나가는 사람이 될 수 있을 것이다.

## 애완용품

기발한 아이디어 하나로도 쉽게 정복할

수 있는 분야가 있다. 어린이를 위한 완구 개발이나, 애완동물들을 위한 애완용품 개발 말이 그 대표적인 예. 특히 애완용품 개발 부분은 '시대의 조류에 민감하라'는 발명 법칙에도 그대로 맞아 떨어지는 매력적인 분야이다.

줄기에는 토마토가 열리고 뿌리에는 감자가 열리는 식물을 개발한다느니, 주먹만한 쌀알을 만든다느니 하며 유전자 조작을 통한 품질개량이 한창이더니 이제는 사람도 실험대상으로 삼았던가? 강아지의 엄마라고 자칭하며 애완동물을 자식 돌보듯 아끼고 사랑하는 사람이 늘어나고 있다. 그야말로 견공의 시대가 도래한 것이다.

인간의 아낌없는 배려 아래에서 생활하는 견공들의 하루를 보면 개팔자가 상팔자라는 말이 절로 실감난다.

아침에 일어나면 전용 샴푸로 목욕을 하고 견공의 치아형태에 알맞게 고안된 칫솔로 양치질을 한다. 물론 샴푸에는 털의 윤기를 더해주는 성분과 지긋지긋한 벼룩 퇴치성분까지 특별 처방되어 있다.

목욕 후엔, 가느다란 털을 빗기에 알맞은 전용 빗으로 가볍게 털을 손질을 하고 특별히 고른 악세사리로 머리를 장식한다. 특별한 외출이 있을 경우에는 발톱 손질에 시간을 할애하기도 한다.

식은는 견공의 식성과 크기, 품위를 고려해서 제조된 고단백 식품. 얼어지지 않도록 고안된 식기에 적당히 담아 우아하게 먹는다. 물론 자동으로 공급되는 급수장치가 있어 아무 걱정이 없다.

외출을 할 때는 발이 더러워지지 않도록 꼭 신발을 신고, 날씨가 추우면 알록달록한 옷을 껴입는다. 특별한 일정이 없으면 별이 잘 드는 거실에 앉아 개껌을 씹는 것도 즐거운 일. 소가죽을 가공한 이 제품은 빠다 귀 모양으로 고안되어 아주 흥미롭다.

만족한 하루를 보내고 전용 잠자리에 누우면 나지막한 베개와 이불이 견공을 보호해준다.

아주 대표적인 것만 나열했지만, 견공의 생활이 예사롭지 않다는 것이 느껴진다. 그만큼 인간과의 관계가 밀접해졌다는 것을 의미하는 것일까? 아니면 그만큼 인간들이 애정을 쏟을 만한 대상을 잃었다는 것일까?

어쨌든 애완동물들은 이제 가족과 같은 존재로 인간의 곁에 머물고 있는 것 같다. 때문에 그들을 위한 아이디어 용품이 개발되는 것도 당연한 현상인지도 모르겠다. 인간의 애정표현은 늘상 그런식으로 이루어지니까.

아무튼 이런 추세는 앞으로도 계속 이어질 전망이다. 개인주의에 지친 현대인에게 아무런 불평없이 따라주는 애완동물이야말로 좋은 친구가 될 수 있을테니 말이다.

따라서 애완용품 시장도 날이 가면 갈수록 거대화되고, 그에 따른 아이디어 상품도 다양해지고 있다. 앞서 나열한 것들은 아주 일상적이고 보편적인 상품들에 불과하다. 이제는 애완용품 시장에도 전문화 바람이 불어 본격적인 아이디어 사냥에 나서고 있는 것이다.

요즘 특히 관심의 대상이 되고 있는 부분은 애완동물이 인간생활에서 느낄 수 있는 불편을 제거해주는 것. 즉, 야생의 동물이 밀폐된 좁은 공간에서 살아갈 때 느낄 수 있는 각종 폐해, 이른바 운동부족, 노이로제, 비만 등을 치료·예방하는 데 주력하고 있는 것이다.

이에 주목할 만한 아이디어 제품은 '독러너'라고 불리는 애완동물 전용의 운동기구. 작은 상자 안에 회전하는 벨트가 설치되어 있어 애완동물이 계속 달리도록 유도하고 있다. 좁은 공간에서도 충분히 운동이 가능하므로 운동부족인 애완동물에게 안성맞춤이라고 한다. 마치 인간이 사용하는 운동기구를 축소해 놓은 듯한 생김새이다.

또 하나, 아주 흥미로운 상품으로 애완동물의 가발이 있다. 노이로제와 스트레스로 인해 대머리가 되는 애완동물을 위한 상품으로, 최근에는 부쩍 찾는 사람이 늘었다고 한다.

애완동물에게 대머리 현상, 즉 탈모현상이 나타난다는 것도 놀랍거니와, 이를 위한 상품이 있다는 것도 무척 특이한 일이 아닐 수 없다. 개도 인간과 함께 사는 것이 적잖게 스트레스를 받는 일인가 보다. 어쨌든 이 부분에까지 아이디어에 응용한 이들의 순발력에 감탄할 뿐이다.

이밖에도 진공 펌프를 이용하여 벼룩을 질식사시키는 '애완용 개의 기생충 구제장치' 등 세인의 관심을 끌기에 충분한 아이디어 제품이 수없이 많다. 그리고 이들이 확보하고 있는 소비시장도 상당한 크기로 성장하고 있다. 그야말로 가능성이 충분한 분야인 것이다.

특히 이 애완용품 개발 부분은 특별한 전문

지식이 없어도 도전이 가능해 더욱 매력적이다. 애완동물에 대한 애정과 응용력만 있으면 얼마든지 아이디어를 창출할 수 있는 것이다.

가능성이 있으면 모험은 언제나 가치를 지니는 법, 아이디어 창출을 위해 강아지와 대화를 시도해보는 것도 나쁘지는 않을 것 같다.

## 즉석식품

인간의 생존을 위해 필수적인 식생활의 문제도 훌륭한 발명과제이다. 특히 즉석식품의 유행으로 새로운 저장법 개발이 한창인 요즘 인스턴트 식품에 대한 관심을 가진다면 의외의 결과를 얻을 지도 모를 일이다.

사냥한 고기와 나무열매의 단순한 식생활에서 벗어난 인간은 그야말로 찬란한 식생활을 발전시켜왔다. 고기를 익히는 방법에 있어서도 굽는나 튀기느냐 찌느냐에 따라 다른 의미와 이름을 부여했고, 동물의 젖을 먹는 방법에 있어서도 발효시키거나 얼리는 등 갖가지 방법을 동원했다. 마치 인간의 역사란 먹는 역사라는 듯한 인상을 풍길 만큼 문화에 따라 제각각 독특한 식생활을 창조한 것이다.

그러나 현대사회에 있어 식생활은 약간 다른 성격을 갖는 것 같다. 부의 척도로까지 생각되며, 혁명의 목적이 되기도 했던 먹는 것에 대한 관심이 새로운 전기를 맞은 것이다. 좀더 기능화되고 절제된 식생활 패턴, 즉석식품의 발명으로 야기된 일련의 변화는 가히 혁명이라 할 만하다.

사실 즉석식품은 어제 오늘 사이에 불현듯

등장한 것은 아니다. 훨씬 오래전부터 전쟁의 비상식량 등의 용도로 건조라든가 발효, 훈제등의 저장법이 발달했었다. 말린 육포나 미숫가루, 초밥, 주먹밥, 치즈 등이 그것이다. 그러나 이것은 사회 전반에 영향을 미치는 것이라 볼 수 없는 경미한 수준하에서 이루어졌다.

본격적인 즉석식품의 장을 연 것은 구미의 패스트푸드 시장의 개막과 동양의 라면의 등장. 라면은 면을 기름에 튀겨 건조시킨 것으로 각종조미료를 건조시킨 스프로 맛을 내도록 고안된 발명품이었다. 특히 라면은 면과 국 종류를 즐겨 먹는 동양인의 식습관과 맞아떨어져 아시아 시장에 미치는 영향은 대단하였다.

우리나라의 경우에도 라면이 처음 소개되었을 당시, 아이는 물론이고 어른까지 그 맛에 반해 라면을 먹는 것이 자랑처럼 여겨졌다고 한다. 더구나 조리법도 간편해서 멸치와 다시마를 넣고 갖은 양념을 하는 과정을 거치지 않아도 맛있는 국물을 맛볼 수 있고, 물을 넣고 끓이는 것만으로 한 끼가 마련되니 바쁜 주부나 학생들에게 폭발적인 인기를 끌었다.

이렇게 시작된 인스턴트 식품의 열기는 바쁘게, 바쁘게를 외치는 현대 사회의 조류에 힘입어 더욱 발전되고 있다. 라면의 끓이는 과정마저 생략한 즉석라면의 탄생은 이 변화의 예고편에 지나지 않는다. 덩치기만 하면 바로 먹을 수 있는 죽이며 카레, 짜장, 미트볼 따위는 물론이고 물만 부어 끓이면 간단하게 마련되는 미역국, 된장국,

사골우거지국과 미리 조미가 되어있는 구운 김과 캔에 담긴 식혜 등 종류도 다양하다.

편의점에서 즉석라면으로 한 끼를 때우는 일쯤은 아주 당연스러운 일이다. 학교길의 학생들이 출출함을 달래기 위해, 혹은 바쁜 길을 재촉하는 샐러리맨이 한끼를 해결하기 위해 잠시 차를 세워두고 즉석라면을 찾는다. 이를 위해서 편의점에서는 즉석라면에 곁들여 먹을 수 있는 소포장 김치나 단무지, 꼬마 김밥, 생계란까지 팔고 있다. 아주 간단하고 빠르게 거의 완벽에 가까운 식사를 할 수 있는 것이다. 괜히 번거롭게 자리를 찾거나 주문을 할 필요도 없고 오래 기다릴 필요도 없다. 그저 2~3분만 기다리면 된다. 더구나 가격도 아주 저렴하다. 시간이 없어서 굶는다든가 하는 일은 이제 없는 것이다.

즉석라면은 마른 밥에 뜨거운 물을 넣어 불러 먹는 옛 휴대용 식품에서 힌트를 얻어 고안한 것으로, 이를 상품화 한 기업의 경우 이 매출만으로도 회사를 운영할 수 있을 만큼 인기가 높다고 한다. 특히 특정 상표는 동남 아시아와 유럽 등 구미 각국에까지 수출을 하는 등 국내외에서 폭발적인 판매고를 올리고 있다.

또 하나, 마른 건초에 불 번지듯 확산되는 패스트푸드점의 경우에도 이런 즉석식품 유행의 경향을 반영하고 있다. 햄버거 하나와 콜라 하나로 간단하고 든든하게 식사를 마칠 수 있는가 하면 매장도 깨끗해서 젊은이들의 절대적인 사랑을 받고 있다.

남의 간섭을 그다지 좋아하지 않는 세대에  
게, 제 뜻대로 메뉴를 고르고 자리를 잡아  
자기가 일어나고 싶을 때까지 즐기는 영업  
방식이 어필하고 있는 것이다.

바쁜 시대에 살면서 단시간에 간단한 식  
사를 마치려고 하는 것은 세계적으로 공통  
적인 현상인 듯하다. 물론 이에 대한 부작용  
으로 참을성이 없어지는 현대인의 빨리  
빨리 병이 심해지고 있다는 진단도 있지만,  
획기적인 변화가 없는 한 즉석식품의 인기  
는 계속될 것이다.

따라서 새로운 즉석식품의 개발로 세계  
식품업계에 주도권을 잡는 것도 그리 비관  
적인 일만은 아니다. 우리만의 맛을 이 사회

적 요구와 조화시켜 시장에 내놓아 보자. 특  
별한 결과를 얻을 수 있을 것이다. <계속>

<왕연중 기> **발특9708**

## 신 간 안내

### 이제 I 이론도 만들때다

여기서 I란 I(나), Idea(아이디어), Invention(발명)을 의미함

저자: 왕연중

가격: 5,500원

판매처: 회원사업부

(557-1077/8 교환 225)

## 신 간

변호사/변리사/법무사/기업법무팀/국제거래실무자

### 국제계약법 이론과 실무

제1편은 국제계약의 총론부분으로, 제1장에서는 국제계약  
의 의의에서부터 소멸에 이르기까지와 국제계약에서 반드시  
알아두어야 할 사항들, 제2장에서는 국제계약중에서 제일 중  
요하다고 할 수 있는 지적재산권의 도입과 그 절차 및 법령들  
을 국가별로 다루었으며, 제3장으 계약서를 작성하기 전에 반  
드시 하여야 할 사항을, 제4장은 지적재산권의 계약시에 주의  
사항을 상세하게 다루었다.

제2편에서는 분쟁이 발생하였을 때, 분쟁의 해결의 근거가  
될 수 있는 계약서를 타이틀에서 용어에 이르기까지를 條項別  
로 많은 예문과 해설, 실사례의 분석들로 구성하였다.

제3편의 제1장에서는 국제계약서를 분야별로 영문·일문·  
국문으로 작성하여, 중소기업이나 국제계약의 경험이 많지 않  
은 기업들이 그대로 사용할 수 있도록 각종 국제계약서 30여  
가지를 모델로 소개하였고, 제2장은 국제계약서 체결 후 계약  
의 이행과 관리에 관하여 소개하였으며 제3장에서는 각국이  
국제계약을 체결하는 경우, 무엇을 기준으로 하여 정부가 실제  
심사를 하는지를 알아야 하기 때문에 주요 선진국의 국제계약  
가이드라인을 소개하였다.

저자: 윤선희(상지대 교수) 가격: 38,000원

발행처: 법률신문사(02)725-5187