

전 세계 남성들이 입을 팬티의 99%는 어김없이 앞부분이 이중으로 되어있고 그 사이에 출입구가 있다.

누가 이같은 구조의 팬티를 발명해 모든 남성들에게 편리함을 안겨 주었을까.

주인공은 놀랍게도 30여년 전 신희의 단꿈에 젖어 있던 일본의 한 새색시.

본인의 의사에 따라 이름은 밝혀지지 않았으나 이 새색시는 이 발명으로 샬러리맨 남편을 한순간에 유명 의류가공업체 대표로 만들었고, 자신은 여류발명가로서 명성을 떨칠 수 있었다.

갓 시집와 아직 시댁식구들의 열 굴조차분간하기 어렵던 신희초.

이 새색시는 당돌하게도(?) 남편이 입고 있는 팬티 출입구가 단추로 개폐되도록 만들어 진 것이 몹시 마음에 걸렸다.

옆에서 보기에 급할 때 끌르기도 번거로웠지만 혹시 단추 끼우는 것을 잊기라도 하면 ‘그놈(?)’ 이 실례를 저지르기 때문이었다.

좋은 방법이 없을까?

남편 출근 후 새색시 일과는 남편의 팬티에 대한 연구였다.

난생 처음 대하는 남자팬티에 관한 연구라서 신기하기도 했지만 한편 몹시 부끄럽기도 했다.

남편 팬티를 만지작거리다 가족들에게 들켜 난처한 입장에 처한 적도 한두번이 아니었다.

어느덧 6개월이나 지났는데도 연구는 제자리걸음을 되풀이하고 있었다.

그러던 어느 날 아침, 새색시는 남편이 출근 전에

이중으로 된 양복깃 사이로 손을 집어넣어 안주머니 속의 지갑을 꺼내는 것을 보았다.

‘그래 두 겹으로 만들어 포개지도록 하면 되겠구나.’

대개의 발명이 그렇듯이 문제의 실마리가 풀리면 90%는 성공.

나머지 과제는 시제품을 만드는 것이었다. 새색시는 남편이 퇴근하기 전에 쉽게 첫 작품을 완성시켰다. 불과 한 나절 사이에 모든 작업이 이루어진 것이다.

“훌륭하구려, 특허를 받아 대량으로 생산합시다.”

퇴근후 아내의 역작(?)을 만지작거리던 남편은 칭찬을 아끼지 않았다.

남편은 직장까지 그만두고 아예 집안에 생산시설을 갖추었다.

밤낮으로 생산되는 이중팬티의 인기는 가위 폭발적이었다.

별도로 새롭게 들어가는 재료도 없어 기존의 팬티와 가격은 같으면서도 모든 남성들의 골칫거리를 간단하게 해결했으니 너무나 당연한 결과.

2년 만에 일본 남자팬티 시장을 완전히 석권하여 연간 2천만 엔의 순수익을 올리는 의류가공업체로 부상했다.

지금은 특허권리기간이 끝나 세계 어느 나라에서나 자유롭게 생산할 수 있지만 20여년 전까지만해도 이 팬티를 만들어내려면 발명가에게 로열티를 지불해야만 했다.



記

발•특2006. 11 |