

냄새의 상품화

기업이란 무엇인가?

이 세상에는 참 여러 종류의 냄새가 있다. 맛있는 냄새, 역겨운 냄새, 구린 냄새, 향기로운 냄새…….

그런데 이상한 것은 불고기를 굽는 등 맛있는 냄새를 맡게 되면 식욕이 느껴지면서 저절로 배가 고파지고, 역겨운 냄새에는 고개가 돌아가며, 향기로운 냄새를 맡으면 무의식적으로 몸이 따라가려 한다는 것이다.

“그거야, 당연한 것 아니겠느냐?”

이렇게 말할 사람이 있을지도 모르겠다. 바로 그것이다.

지극히 당연하지만 인간의 심리나 본능을 세밀히 연구하여 이용할 수 있는 것은 최대한으로 다 이용하는 것이 기업의 원리다.

기업이란 무엇인가?

어떠한 사업을 계획함에 있어 영리를 목적으로 생산, 판매, 서비스 등의 경제활동을 계속하는 것이다.

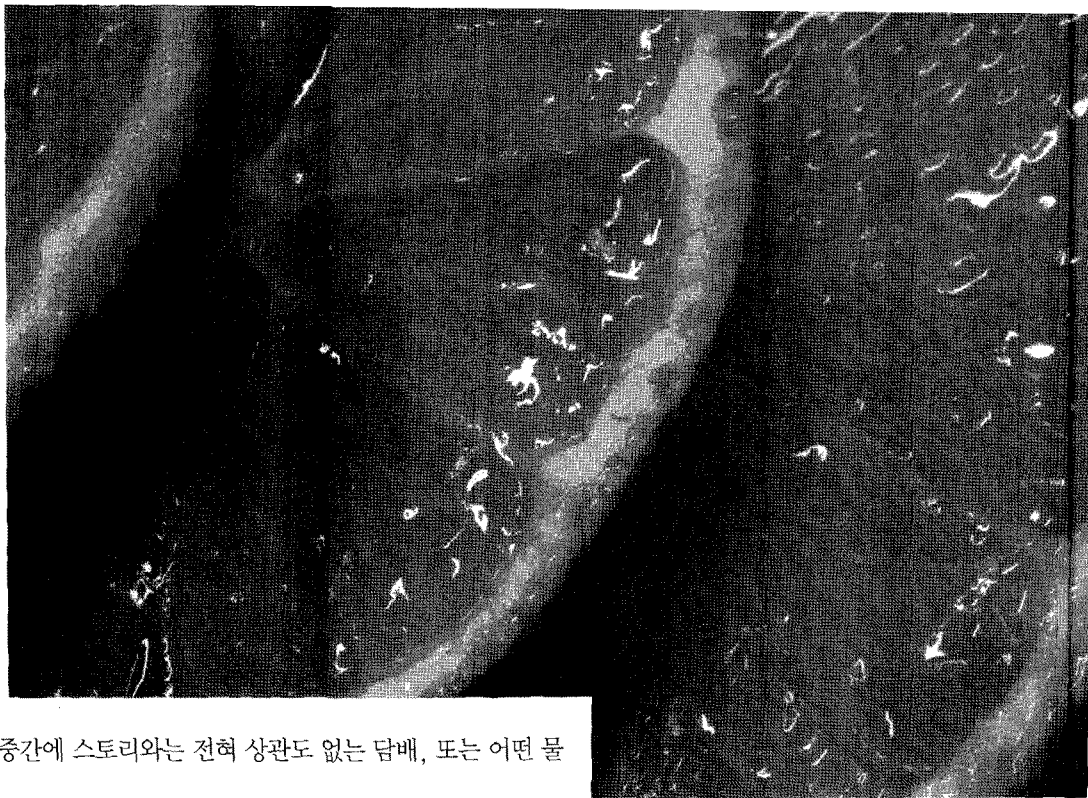
기업체를 운영하는 사람에게 있어서는 과감한 투자나 기업의 확장도 필요하지만, 주어진 환경에서 최대한의 효과를 얻어내는 것이 가장 확실한 성공의 비결이 아니겠는가.

그러므로 주위를 둘러보면 인간에게는 모든 것이 상품이고, 자원이라는 것을 알 수 있을 것이다. 어느 한 순간도 호흡하지 않으면 살 수 없는 공기, 주기적으로 마셔야 하는 물, 흙…….

그런데 정작 인간에게 꼭 필요한 것은 신선한 공기, 오염되지 않은 물, 식물이 생명을 유지할 수 있는 흙, 그리고 무의식적으로라도 따라가고 싶어하는 좋은 냄새 같은 것들이다. ‘견물생심(見物生心)’이라는 말이 있듯이 인간의 속성이란, 보면 갖고 싶고, 생각하면 행동으로 옮기고 싶어진다.

그래서 무의식의 속성을 이용하여 심지어 영화 등의 영





상대체에서는 영화를 상영하는 중간에 스토리와는 전혀 상관도 없는 담배, 또는 어떤 물건을 끼워 넣는다는 것이다.

이 사실은 영화를 보는 사람들은 전혀 눈치 채지 못하고, 눈에 보이지도 않지만 그 장면이 살짝 스치고 지나간 후에는 갑자기 담배가 피우고 싶거나, 그 물건을 사고 싶은 충동을 느끼기도 한다는 것이다.

물론 이런 점을 악용해서는 안 되겠지만, 어쨌든 인간의 무의식 속에 지닌 속성까지도 광고에 이용되고 있다는 사실은 우리를 놀라게 한다.

냄새를 이용한 발명품에는 고약한 냄새로 바퀴벌레나 기타 해충의 접근을 막는 바퀴벌레 향, 바르는 모기향, 뿌리면 접근을 못하는 향 등이 그것이다.

귤 향기의 상품화

미국의 캘리포니아 주에는 귤 향기를 팔고 있다. 물론 향기를 캔에 담아서 파는 것이 아니고, 향기를 뿌려주는 서비스를 하고 있다는 것이다.

캘리포니아 주를 달리는 고속버스는 중유에 귤의 향료를 넣어 사용하고, 또 차내에다 귤 향기를 뿌려준다.

이러한 서비스는 귤의 생산지로 유명한 지역의 특성을 살린 것이기도 하고, 과일 전문 생산업체인 한 회사의 광고 전략이기도 하다.

“흐음, 이거 귤이 먹고 싶어지는데…….”

거리에 넘쳐흐르는 귤의 향기에 사람들은 과일 전문 생산회사의 과일을 생각하게 된다고 한다. 이 덕분에 그 회사는 판매량이 급증하였다.

요즘 첨단 정보시스템에 대한 사람들의 관심이 부쩍 늘어나고 있다. 그만큼 도둑들의 기술이 늘어나고, 흉폭해져 가고 있다는 말일 것이다.

그런데 냄새로 사람을 알아보는 장치가 개발되어 관심을 끌고 있다.

특히 그간 출입문에서의 안전시스템은 사람의 지문이나 또는 망막을 분석해서 등록된 사람이 아니면 출입을 거부하는 정도로 최첨단으로 여겼다.

그랬던 것이 사람의 후각보다 월등히 발달한 컴퓨터 센서의 개발로 기존의 첨단제품과 성능을 놓고, 자웅을 겨루게 된 것이다.



미국 보스턴에 있는 티프츠대학의 화학과장인 데이비드왈트와 신경과학의 존 카우어 교수에 의해 개발된 이 '예민한 코'는 섬유광학 센서와 신경 네트워크 소프트웨어를 결합해서 여러 종류의 냄새를 분간해 낼 수 있게 되었다.

이 발명품은 10개의 센서가 독특한 배열을 이루어 여러 가지 다른 화학물질이 결합된 반응을 분석해서 1백만 개 이상의 물질을 분간해낸다.

특히로 등록된 이 시스템은 사냥개보다 더 민감하다고 한다. 또한 출입문에서의 안전시스템에만 적용하는 것이 아니라 의료분야에도 무궁무진하게 적용할 수 있기 때문에 인류에 많은 혜택을 줄 것으로 보인다.

우선 환자의 숨이나 땀에서 일어나는 신진대사의 변화에 의해서 질병을 진찰할 수 있기 때문에 다른 어떤 의료 기기보다 간단하다는 장점이 있다.

이뿐만 아니라 기름유출을 탐지하거나 각종 유해물질의 누출을 조기에 발견할 수 있어서 대규모의 사고를 방지할 수 있게 되었다.

이 발명품에 의한다면 앞으로 이런 시대가 올지도 모르겠다.

'앗, 이상한 물질이 나타났다. 코순이 1번, 물질의 정체를 파악하라!'

'응급환자다. 코돌이 2번은 환자의 상태를 진단하라!'

'코돌이 3번, 수상한 사람이 떴다. 대기하라.'(웃음)

솔잎향기의 상품화

미국 버몬트 주에 벌리판이라는 사람이 있었다. 그는 작업상 여러 사람을 상대하며 분주하게 살았다.

그 결과로 병을 얻은 그는 의사의 권유에 따라 요양을 하게 되었다.

"벌리판 씨, 더 이상은 안 됩니다. 조용한 곳을 찾아서 당분간 요양을 하셔야 나를 병입니다."

하는 수 없이 벌리판은 시골로 내려갔다. 그 곳은 소나무가 우거진 아름다운 곳이었다.

"음, 정말 좋은 냄새군. 머리까지 맑아지고 병이 다 낫는 것 같아."

벌리판은 특히 그 곳의 맑고 청량감이 넘치는 소나무 향기를 좋아했다.

'이 좋은 향기를 나 혼자서만 맡는 것이 아깝군. 도시에 사는 많은 사람들에게 이 향기를 전할 방법이 없을까?'

그는 건강이 회복되자 이런 생각을 하게 되었다.

그리고 오랜 궁리 끝에 솔잎 향기가 나는 비누를 개발했다. 이 비누는 아주 크게 인기를 누렸다.

'오, 정말 냄새 좋다!'

'오리지널 컨트리 소나무 향이다.'

요즘 시중에는 솔잎 향은 물론이고, 인삼 냄새, 살구향, 창포 향, 알로에 냄새



그 밖에도 여러 가지 향기를 내는 비누들이 나와 있다.

이젠 각자가 좋아하는 취향에 따라 아카시아, 재스민 등 향기 나는 비누를 마음껏 골라 쓸 수 있게 된 것이다.

냄새에 대한 사람들의 관심은 점점 더 높아져 가고 있다.

끝없는 향기의 가치

요즘 향기 나는 신사복도 개발되어 화제다.

‘패션가의 왕 발명가. 히트상품 제조기.’

이것은 코오롱상사 남성복 사업부에 근무하는 권대리에게 따라붙는 수식이다. 그도 그럴 것이 입사한 지 4년 밖에 안 된 권대리는 그 동안 개발한 제품들이 모두 ‘최초’라는 고리를 달았기 때문이다.

그는 재스민, 라벤더, 박하 향이 흘러 나와 머리를 맑게 해주는 향기 나는 양복을 개발했는데 세계 최초라고 한다.

그런가 하면 향기 나는 양말, 향기 나는 어린이 옷 등도 있다.

그것뿐만이 아니다. 향기가 나는 인쇄잉크가 개발되기도 하고, 냄새를 종이에 입히는 방법도 나왔다.

이른 아침, 새벽에 배달된 일간지를 펼쳐들면 제일 먼저 확 달려드는 것이 역한 기를 냄새이다. 그 냄새 대신 박하 향이나 솔잎 향, 그리고 재스민 향이 솔솔 흘러나온다면 하루를 시작하는 사람들의 마음이 훨씬 여유가 있고, 또 기분이 상쾌해질 것이다.

어린이들은 대체적으로 공부하는 것을 싫어한다. 그런데 이런 방법은 어떨까?

“애야, 공부해라!”

대개의 경우 아이들에게 이렇게 말하면 이런 대답이 나온다.

“싫어요.”

그런데 책이나, 노트에 이런저런 향을 입혀 아이들의 관심을 끄는 방법은 어떨는지.

“어머, 아무개야, 엄마랑 수수께끼 하자. 이 페이지에서 나는 냄새는 무슨 향기일까?”

“아, 그거요? 국화꽃 냄새요.”

“그럼, 이 다음 페이지는?”

“그건 치즈 냄새인데요.”

“그렇구나, 단원마다 식물, 동물 등의 냄새로 가득해.”

“엄마, 이 필통과 연필에서는 장미꽃 그리고 아카시아 향이 나요.”

이런 대화가 오고 간다면 아무리 공부를 싫어하는 아이라도 자연스럽게 책상 앞에 앉힐 수 있을 것이다.

그런데 요즘 어린이용 치약이 너무 맛있는 과일 향을 넣어 문제라고 한다. 치약의 향 때문에 칫솔질을 빨리 끝내게 된다는 것이다. 이런 것은 재고하는 것이 어떨지.

주부들이 냄새 때문에 골머리를 앓는 경우가 있다. 김치독이나 냉장고를 열었을 때 등이다. 물론 냄새 먹는 하마를 넣거나, 탈취제 등을 이용하지만 근본적으로 해결은 곤란하다. 그러니 아예 냉장고 자체에 청량감을 맛보게 하는 향이 개발된다면 어떨까?

“여보, 냉장고 좀 그만 열어요.”

“왜 그래, 냉장고 문을 열면 마치 숲 속에 앉아 있는 것 같은데. 말리지 말라고.”

“전기 요금 올라가요!”(웃음)

이런 현상이 나타날까?

향기 관련 에피소드

그런데 향기에 관한 재미있는 에피소드가 있다.

“축전입니다.”

어느 날, 집안에 앉아 있는 한 중년 남성에게 전보카드가 배달되었다. 발신인을 보니 낯선 이름이었다고 한다. 남성은 중얼거리며 카드를 꺼냈다.

“누구지? 모르는 이름인데…….”

그런데 카드를 여는 순간, 아주 상큼한 향기와 함께 아름다운 멜로디가 흘러나왔다.

“사랑해, 당신을…….”

그때, 마침 옆에 있던 남성의 행동을 지켜보던 아내가 소리쳤다.

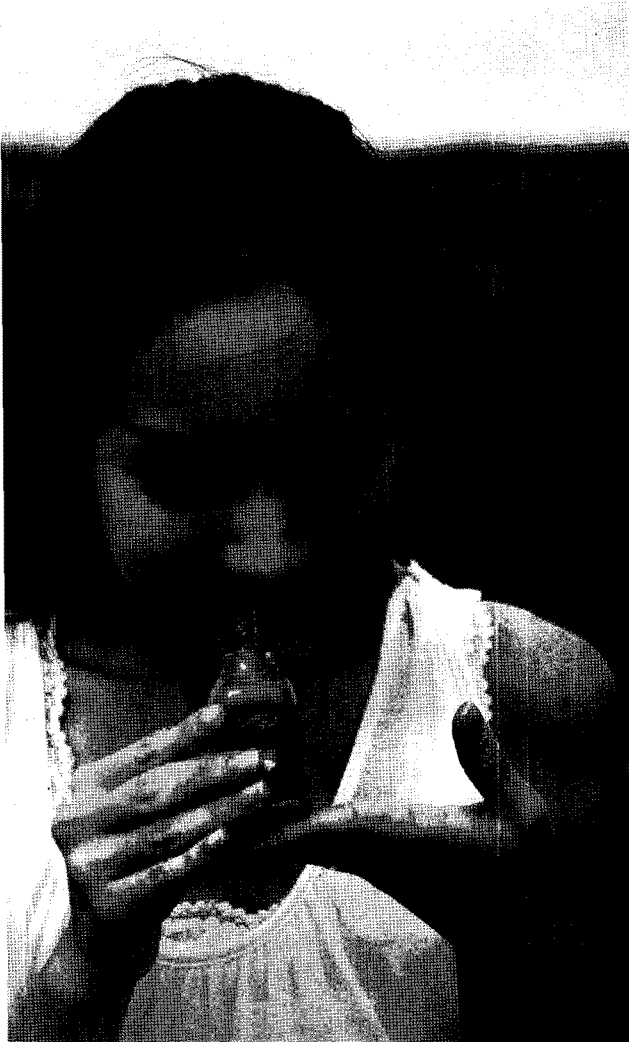
“사랑이 뭐 말라죽은 거여. 대체 어떤 여편네여?”

그러자, 중년 남성 왈,

“뭘 소리여? 이진 당신한테 온 거란 말이여, 어떤 놈팡이여?”(웃음)

아무튼 요즘 축하전보를 열면 향기가 나오고, 아름다운 멜로디도 나오는 세상이다.

그리고 어른들끼리 이야기지만, 어떤 조사보고에 의하면



여인들이 남성에게서 사랑을 강하게 느끼는 원인으로 남성이 얼굴이나 몸에 바르는 진한 향수냄새라고 지적했다. 그러니까 남성들이 사용하는 향수는 여인들에게 일종의 자극제요, 마취제 역할을 한다는 것이다.

남성들이여! 요즘 아내들이 좀 시큰둥하다고 생각되면 향수를 사보라. 그것도 아주 진한 향수로…….(웃음)

굴 향기로 사람을 유인하는 방법과 같은 맥락이라고 할 수는 없겠지만, 냄새로 코를 자극하여 매출을 올리기 위해 일부로 환풍기 출구를 도로로 빼놓는 음식점도 더러 있다. 그리고는 하루 종일 갈비 굽는 냄새, 혹은 생선 매운탕 끓이는 냄새를 흘려 보낸다.

속담에 ‘참새가 방앗간을 그냥 지나칠 수 없다’고 했듯이 냄새 때문에 음식점 문을 미는 사람들도 많이 있으니까.

어쨌든 냄새도 잘만 이용하면 돈이 될 수 있다. 주부들이 사용하는 빨래 비누에 향을 첨가한 것이 있는데, 이 때문에 보통 비누보다 훨씬 잘 팔리는 것을 볼 수 있다. 빨래비누 특유의 냄새 때문에 과거의 여인들은 사실 매우 곤욕을 치렀다. 그런데 단지 향을 첨가하여, ‘향 비누’라는 이유만으로 여인들은 선호한다.

주위를 둘러보라. 향기를 이용하면 훨씬 좋아질 것들이 사실 많이 있다.

요즘 백화점에 가보면 조화를 만들어 내는 기술에 놀라지 않을 수 없다. 언뜻 보면 꼭 생화처럼 보여서, 만져 보고 냄새를 맡아 보아야만 생화와 조화를 구분할 수 있을 정도이다.

“어머, 꼭 진짜 같아!”

여인들은 이렇게 꼭 한마디씩 하는 것을 심심치 않게 들을 수 있다.

그런데 만일 이런 조화에서 진짜 향기가 난다고 가정해보라. 생명력이야 만들어낼 수 없겠지만 향기 나는 조화라면 생화에 비하여 손색없는 꽃이

될 것이다. 물론 개발 중에 있고, 더 흥내도 내고 있지만 아직 대중화되지는 못한 것 같다.

또 한 가지, 요즘 여성들에게 인기를 끌고 있는 것이 향기 나는 나무를 깎아 만든 방향목과 말린 꽃잎을 모아 만든 포프리(POT POURRI)이다.

방향 목은 있는 그대로, 포프리는 목욕탕, 거실, 방안 등 실내에 장식용으로 놓아두었다고 1~2개월에 한 번씩 물을 뿌려주면 다시 향기를 내뿜는데 반영구적이다. 그러면서도 천연의 향이어서 전혀 거부감이 없다는 것이 특징이다.

도전가치 충분

이런 천연 향을 좀더 다양하게 이용한다면 한결 향기로운 생활을 할 수 있지 않을까. 앞으로의 연구과제이다.

지하철역이나 사람들이 많이 다니는 곳에 등장한 것이 500원만 넣으면 구두를 닦아주는 구두 닦는 기계다.

아무리 집에서 깨끗하게 닦아 신고 나와도 바쁘게 다니다보면 먼지가 쌓이고, 따라서 귀중한 약

속이나 중요한 손님을 만날 때는 임시방편으로 손쉽게 구두를 닦을 수 있어 경제적이다. 그런데 이 방법을 이용하여 향기를 팔면 어떨까?

예를 들어서 맞선을 보기로 한 날, 혹은 점잖은 자리에서 사람을 만나기로 한 날 같은 경우이다.

이때는 물론 아침부터 이발소나 미장원에 가서 머리를 매만지고, 구두도 닦아 신고 옷이나 귀 뒤에 향수도 살짝 뿌렸을 것이다. 그런데 하루 종일 부산하게 움직이다 보면 향수냄새는 사라지고, 대신 땀냄새나 담배 냄새로 온몸이 후줄근하게 절여지기 십상이다.

드디어 퇴근 후 밖에서 만나기로 한 레스토랑.

“어서 오십시오.”

문 입구에서 종업원이 허리를 굽혀 인사를 한다.

안대를 받아 자리에 앉기 전에 ‘향 자판기’를 통해 온몸을 천연향으로 감싼 다음 손님과 만나게 된다고 가정해 보라.

틀림없이 좋은 결과를 얻을 수 있을 것이다. 세상은 자꾸 오염되고, 인구는 늘어나고, 환경은 점점 더 파괴되어 향기 대신 악취가 조금씩 세상을 지배하는 것을 볼 수 있다.

악취의 주범은 화장실, 하수구가 아니라 이제 자동차가 내뿜는 매연, 휘발유 냄새, 그리고 거리의 쓰레기 냄새라는데 이의가 없을 것이다.

숨이 턱턱 막히는 여름에는 더욱 짜증나게 하는 것들이다.

이 때 맑은 공기, 향기로운 숲 속의 풀 냄새가 더욱 간절해진다. 이것을 통째로 도심에 옮겨놓을 좋은 방법은 없을까? 모든 사람들이 꿈꾸는 바일 것이다. 연구해 볼 문제다.

또 한 가지, 요즘 거식증이 만연할 정도로 살 빼기 작전이 성행한다. 아예 살과의 전쟁을 선포하는 사람도 있다.

생활이 나아지면서 비만은 또 다는 사회문제를 야기할 정도로 고민거리 중 하나로 등장한 것이다. 이런 때 냄새를 이용하는 방법을 개발하면 어떨까?

그러니까, 옛날 우리 어머니들은 갓난아기가 태어나면 젖꼭지를 물리다가 어느 정도 시간이 지나면 젖떼기를 한다. 아기들은 계속해서 젖을 찾고, 어머니들은 어떻게든 젖을 떼려고 신경전을 벌일 때, 대체적으로 빨간 머큐롬이나 반창고, 혹은 고약한 냄새를 이용했었다.

특히 나무나 식물에서 채취한 냄새로 아기들을 행복시키기도 했다.

어머니의 냄새는 향수 같은 것이지만 어머니의 냄새를 감추어버리는 타인의 냄새는 아기들의 접근을 막았던 것이다. 이런 방법을 비만, 혹은 흡연 등으로 고통당하는 사람에게 간접적인 영향력을 끼치게 할 방법은 없을까?

사랑이 고갈되어 가고, 인정이 점점 메말라 가는 세상에 우리의 아이들에게 고향의 포근함을 심어줄 수 있는 아름다운 정서를 향기로 대신할 방법은 없을까?

어차피 발명이 인간을 이롭게 하기 위한 것이라면 냄새에 대한 연구 개발을 다각적으로 진행하여 향기로운 인간의 냄새로 세상을 채우자. 좀 추상적이긴 하지만 혹시 모를 일이다.

한국발명진흥회



박희구

(주)에리트 회장
(사)한국과학저술인협회 회장
발명의 날 금탑산업훈장 수훈(발명유공)
발명도서 '생활 속의 발명' 외 2권