

그 브랜드의

첫, 인상

사사다 후미 브라비스 인터내셔널 대표

빼빼로, 카스타드, 자일리톨, 드라이피니시 d, T.O.P. 대한민국 사람이라면 누구나 이 브랜드들을 떠올리면 패키지 요소 중 하나는 머릿속으로 그려낼 수 있을 것이다. 이들은 패키지 디자인의 거장인 사사다 후미가 대표로 있는 브랜딩 컨설팅 기업 '브라비스 인터내셔널'의 작품들. 브랜딩 고수 사사다 후미 브라비스 인터내셔널 대표를 만나 패키지 속에 숨겨진 브라비스의 이야기를 들어봤다.

글 | 박태연 기자 kite@websmedia.co.kr 사진 | 포토그래퍼 이재은 jaeeunlee@me.com



브랜딩 컨설팅 기업 중 손꼽히고, 패키지 디자인 기업으로는 가장 규모인 브라비스 인터내셔널은 브랜딩 컨설팅 기업 시에이츠 인터내셔널 일본 대표 겸 회장인 사사다 후미 대표를 포함한 다섯 명이 1993년에 설립했던 회사다. 18년째에 접어드는 지금 브라비스는 도쿄 본사를 비롯해 서울, 뉴욕, 상하이, 베이징에 지사를 보유한 기업으로 상점 국제적 색깔이 풍부한 글로벌 프로젝트를 이끌고 있다. 2005년에 설립한 브라비스 자음 지사는 빼빼로, 카스타드, 자일리톨, 드라이피니시 d, T.O.P. 등의 식품·음료 분야 외에도 삼성전자 수출용 TV 박스까지 소화하며 화려한 실적을 쌓는 중이다.

IM 80년대는 낮은 가격이, 90년대는 차별화된 제품 품질이 경쟁 요소였고, 2000년대가 돼서야 디자인과 브랜딩이 주목받았다. 이에 비해 브라비스의 태동은 빨랐다. 미래를 예상했나, 설립 배경이 궁금하다.

사사다 후미 브라비스 인터내셔널 대표(이하 사사다 후미) 예상했던 것은 아니다. 그 보다는 내가 스스로 만족하는 디자인을 하고 싶고 성취감이 느껴지는 업무를 하고 싶어서 '디자인'에 초점을 맞췄고, 그것이 브라비스를 설립한 이유다. 브라비스는 패키지 디자인뿐 아니라 CI나 브랜딩을 전반적으로 다루기 위해서 설립했다. 2000년대 들어서 CI나 패키지 디자인이 브랜딩 개념으로 전환됐고, 그때부터 브라비스도 일이 많아졌다.

IM 2005년에 브라비스 해외 지사 중 첫 번째로 서울 지사를 설립했는데, 전반적인 브랜딩 역량이 뛰어난데도 국내에는 패키지 디자인 분야로 많이 알려졌다. 그 이유는 무엇일까.

사사다 후미 서울지사 설립 전에 내가 JPDA(일본패키지디자인협회) 위원장이었을 때 만난 KPDA(한국디자인협회)의 농심 임원이 인하우스 디자이너들의 어드바이저가 돼줬으면 좋겠다고 제안했고, 한국과 일본을 오가면서 농심 제품에 대해 조언해줬다. 그러다 보니 패키지 쪽으로 부각된 것 같다.

IM 도쿄 본사와 서울 지사 간 교류가 활발하고, 도쿄 본사에는 다양한 국적의 실무자가 재직 중인 것으로 알고 있다. 이것이 글로벌 시대에 브라비스의 경쟁력이 아닐까.

사사다 후미 강력한 경쟁력이다. 미국에서 공부하고 근무했기 때문에 나에게도 다양한 국적의 사람과 함께 일하는 것이 당연했다. 브라비스 설립 때도 일본인만 있으면 디자인이나 경향이 비슷할 수 있기에 응당 조직 구성이 국제적이어야 한다고 생각했다. 서울에는 한국인만 있지만, 도쿄와 서울에서 프로젝트를 다 함께 하기 때문에 화상회의로 내용을 공유한다. 지금은 도쿄와 서울만 하지만 나중에는 더 많은 지사와 함께 진행할 계획이다. 다른 문화를 서로 이해하고 알리고 노력하는 과정에서 다양한 디자인이 생기고, 좋은 디자인을 선택할 폭이 넓어진다. 서로 자극도 받고, 다른 장점은 내가 미국에서 오래 지내서 영어를 잘한다는 것이다. 그래서 글로벌 프로젝트나 해외 PT 진행 시 다른 일본 회사보다 브라비스는 확실하게 영어로 커뮤니케이션할 수 있다.

IM 국내 시장만의 특별한 점이 있을까. 국내 마케팅 시장에는 트렌드가 너무 빠르다는 얘기가 많은데.

사사다 후미 패키지 디자인은 제품 콘셉트나 세계관을 지속하는 것이어서 트렌드에 휘말리지는 않지만, 품목에 따라 타깃에 맞춰 트렌드를 파악해야 하는 부분이 있다. 이를 위해 우리는 잡지를 본다. 연령대별로, 종류별로 다양하니 타깃에 대한 트렌드 파악에 용이하다. 블로그 마이닝도 활용한다. 블로그를 살펴면서 상품을 사거나 원하는 사람이 어떤 사람들인지, 어떤 것을 좋아하는지를 알아가고 키워드를 추출해 연구·조사하는 것이다. 이를 디자인에 반영하는 작업은 기술이 필요한데, 그 기술은 말로는 설명하기 어렵다.

IM 모 매체와의 인터뷰에서 패키지 디자인은 '데코레이션'이 아니라 '커뮤니케이션'이 돼야 한다고 말했다. 브라비스가 지향하는 성공적인 패키지 디자인은 무엇인가.

사사다 후미 커뮤니케이션은 당연하고, 그다음으로는 단순한 것이 베스트다. 디자인 요소의 우선순위를 정해 효과적으로 커뮤니케이션하는 것도 중요하다. 가끔 하나의 패키지에 여러 가치를 요구하는 경우가 있는데, 이는 좋지 않은 결과를 초출한다. 아이디어는 필수다. 패키지 디자인에 아이디어가 없으면 커뮤니케이션이 아니라 데코레이션이 된다.

IM 그렇다면 브라비스 CI는 어떤 커뮤니케이션을 하고 있는가.

사사다 후미 로고를 보면 'ㅍ'자만 소문자로 돼 있는데, 다른 대문자들과 크기는 같다. 이 'ㅍ'는 사람을 표현한 것이다. '브라비스 안의 한 사람, 한사람이 모두 훌륭한 디자이너고, 이들이 모여 최고의 것을 만든다'는 메시지를 담았다. 내가 직접 디자인하고, 네이밍도 했다(웃음). 브라비스는 브랜드와 비주얼, 브랜드와 비전이라는 의미다.

IM '좋아하는 것을 즐긴다'가 인생 모토라던데, 패키지 디자인 서적 『CIKTUMUPS(식트맵스)』 저술부터 창립 10주년에 개최한 후 지금까지 이어온 브라비스 브랜딩 세미나(BBS)까지 일련의 활동은 어떠한 마음으로 진행했나.

사사다 후미 브라비스는 모든 사람에게 알려질 필요가 없는 B2B 회사기 때문에 기업을 상대로 회사를 알리려고 한다. 따로 영업하지 않으므로

브라비스가 작업한 롯데제과의 패키지 디자인들(2012).



사사다 후미 대표가 꿈은 가장 성공적인 패키지 디자인 '드라이피니시 d'. 브라비스는 '드라이피니시 d'의 네이밍 단계부터 참여해 BI, 패키지 디자인까지 진행했다(2009).



한국과 일본에 대해 어느 기업보다 잘 이해하고 있는 브라비스는 신라면 일본 판매용 패키지 디자인을 맡았다(2010).



세미나를 지속해서 개최하는 것이고, 세미나를 통해 유익한 정보를 공유하면 고객이 찾아온다.

『CIKTUMPS』에 이어 신간이 나온다. 이번에는 브랜딩 책이다. 계속 책을 내고 싶으니까 하는 것이다. 될 수 있는 한 브리핑에 참석하는 이유도 내가 프레젠테이션과 사람 앞에서 얘기하는 것을 좋아해서다. 현장을 실감하고 싶은 마음도 있고. 말기고, 시키기만 하는 회사라면 크지 못할 것으로 생각한다. 가끔 대표까지 올 필요 없다고 말하는 클라이언트도 있지만 항상 가고 있다(웃음).

IM '경영'은 즐긴다는 마음만으로 하기에는 어려움이 많이 따른다. 경영자로서 요즘 어떤 고민을 하고 있나.

사사다 후미 나도 디자이너다 보니 디자이너들이 따르기 쉽다. 디자인할 기회만 주고 노하우를 알려주면 바로 따라오고 열심히 한다. 하지만 브라비스에는 디자인팀뿐 아니라 네이밍이나 전략 부분을 담당하는 브랜드 전략팀도 있다. 디자이너가 아닌 사람들에게는 그들만의 세계가 따로 있기 때문에 그들과 함께하기 위해서는 또 다른 연구가 필요하다. 그래서 요즘 고민을 많이 하고 있고 공부도 계속 하고 있다.

IM 저서에 남긴 '디자이너로 계속 남고 싶다'는 글이 인상적이었다. 사사다 후미 대표에게도 '월터 랜도'라는 좋은 멘토가 있었던 것으로 하는데, 선배 디자이너로서 후배들에게 조언한다면.

사사다 후미 본인을 믿고, 나는 좋은 것을 할 수 있다고 믿어라. 그래야 좋은 것을 만들 수 있다. 그리고 늘 유연하게 생각하라. 디자이너 중에 고집 센 사람이 참 많다. 답은 한 가지가 아니라는 것을 잊지 마라. 그리고 가장 중요한 것은 '상상 이상의 것'을 만드는 것이다. 그러면 감동과 놀라움이 있고, 그래야 다음 비즈니스로 이어진다.

IM 2014년, 브라비스의 계획과 행보는 무엇인가.

사사다 후미 어느 나라에서든, 어디에서든 의뢰가 와도 대응할 수 있는 준비된 기업이 되는 것이 브라비스의 궁극적인 목표다. 올해 지사를 하나 더 설립할 예정이고, 계속 국제적인 조직원을 모을 생각이다. 개인적으로는 매년 회사 규모가 커지고 있기 때문에 조직을 이끌어가는 노하우에 대해서 계속 공부할 계획이다. **IM**