FFTK 2020 인터뷰

홀거 토스카 유니레버 식품 연구개발 센터장 대표 (끝)

“로봇·대체육시장 급성장 할 것 건강·친환경 기반 지속가능 혁신 준비”

‘코비드 코쿠닝(Covid Cocooning)’이라는 신조어가 탄생했다. 누에고치(cocoon)를 뜻하는 코쿠닝은 위험한 환경으로 부터 스스로를 보호하기 위해 안전한 곳으로 몸을 피하는 현상을 말한다. 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 전 세계 사람들의 경제활동과 생활의 중심이 안전한 집안으로 옮겨지면서 전례없는 트렌드가 생겨나고 있는 것이다.

홀거 토스카 유니레버 식품 연구개발(R&D) 센터장은 “코비드 코쿠닝 현상은 앞으로 오래 지속되며 식품 산업에 거대한 변화를 가져올 것”이라며 “기업들은 ‘지속가능성’을 경영의 중심에 두고 소비자의 건강은 물론, 지구 환경 까지 고려한 혁신을 준비해야 한다”고 강조했다.

메트로미디어가 주최한 ‘2020 퓨처 푸드테크 코리아(FFTK2020)’에 기조강연자로 참여한 토스카 센터장은 식품과학 및 신선소비재 산업에서 30년을 일하며, 생명과학 기초연구부터 식품연구개발, 생산까지 전단계를 경험한 식품R&D 베테랑이다. 유럽은 물론 아시아 지역을 두루 경험하며, 글로벌 식품시장 트렌드와 미래식품 개발에 탁월한 인사이트를 갖고 있다는 평가를 받는다.

-코로나19 이후 체감한 변화가 있다면.

“코로나19로 세계 식품업계가 가장 먼저 직면한 것은 중국에 의존했던 공급의 중단이었다. 지난 5년간 식품산업은 주요 생산지가 비용이 저렴한 중국으로 이동했다. 하지만 코로나19 사태로 대부분의 생산이 중단됐고, 국가간 식자재의 운송이 중단되거나 운송을 위해 많은 비용을 지불해야 했다. 이제 기업들은 안정적인 공급망 확보에 집중하기 시작했다. 재고량을 늘리고, 대체 식자재 사용을 유연하게 할 수 있도록 조치하거나 제품 포트폴리오를 단순화 하는 방식으로 해결책을 찾아가고 있다.

-소비자들의 생각도 바뀐 것 같다.

“소비자들은 먹거리에 대한 더욱 투명하고 명확한 정보를 원하고 있다. 내가 먹는 음식이 어디서 어떻게 만들어지는지, 어떤 방식으로 운송이 되는지 등에 대한 투명성을 요구한다. 이제 사람들은 우리의 사회와 환경이 얼마나 빨리 망가질 수 있는지를 깨닫게 됐고, 나 뿐만 아니라 지구 환경의 지속가능성에도 관심을 갖고 있다. 면역력을 높이고, 건강을 지킬 수 있는 음식들도 각광을 받고 있다. 소비자들은 앞으로 육류를 기피하고, 인공육과 식물성 고기 그리고 비건 음식들에 관심을 갖게 될 것이다. 수산업과 농업에 까지 이러한 동물 복지, 건강, 환경 문제가 미치는 영향이 커질 것으로 본다.”

-이러한 변화가 얼마나 이어질 것으로 보나.

“뉴노멀은 올드노멀로 돌아가지 않을 것이다. 코로나19가 경제와 국민 소득에 미치는 영향이 몇 년간 지속될 것으로 본다. 사람들은 코로나가 인류의 마지막 전염병이 아닐 것을 알고, 안전한 환경을 찾아나서고 있다. 건강과 안전에 대한 관심은 쉽게 사라지지 않을 것이다. 코로나의 위기는 음식의 지속 가능성에 대한 관심도 크게 높이고 있다. 이미 많은 시장에서 성장해 왔던 이커머스(전자상거래) 역시 코로나로 인해 더욱 빠르고 강하게 이어질 것이다.”

포스트코로나시대, 소비자 먹거리 투명성 요구 늘 것
韓 배송서비스 경쟁력, 친환경 재활용으로 신뢰 제고
식품기업 공급망 탄력성, 수입원 대체 재료 확보해야

-포스트 코로나 시대, 푸드테크의의 변화는.

“로봇, 대체육과 같은 주요 트렌드는 코로나19 이후 훨씬 강화될 것이다. 밀레니얼 세대는 로봇과 인공지능(AI)에 빠르고 쉽게 적응하고 있다. 로봇 카페와 무인 식당 등은 더 안전하고 위생적인 공간으로 여겨져 앞으로도 늘어날 가능성이 높다. 주류 소비를 줄이고 대안을 찾는 움직임도 나타나고 있다. 음주는 우리 몸의 힘과 면역력을 낮추고 불안전한 행동 위험을 높이기 때문이다. 반면, 한편에서는 정반대의 상황이 발생할 수도 있다. 코로나19로 집에 갇혀 절제하는 삶을 벗어나거나, 삶을 즐기고 싶은 욕구가 더 커지고 있기 때문이다. 고소득 소비계층의 경우 이러한 욕구가 매우 사치스러운 소비로 나타나 식품업계와 외식업계에 새로운 기회를 줄 수 있다.”

-외식업계가 생존하기 위해선 어떻게 대응해야 하나.

“코로나19로 인한 단기적인 영향을 피할 수는 없다. 그러나 다시 문을 연 후 식당을 방문하는 고객들에 안전하고 특별한 경험을 제공한다면 고객들은 더 빨리 돌아올 것이라 생각한다. 직원은 손님을 위한 안전하고 편안한 환경을 만들 수 있도록 훈련돼 있어야 한다. 특히 식당은 비대면 구매와 음식 배달로 새로운 이커머스 채널을 열어야 한다. 무엇보다 레스토랑이 가진 고유의 특성(DNA)을 유지하며 비대면으로 연결하는 것이 중요하다. 환경을 오염시키지 않는 포장 방식은 또 다른 기회를 열어줄 수 있다.”

-한국은 새벽배송, 당일배송 등이 이미 활발하다.

“한국의 이러한 배송 서비스는 코로나 이후 큰 경쟁력을 갖게 될 것이다. 배달 속도, 가격 경쟁력은 물론 도착 시 식품 품질이 승자를 결정한다. 환경 친화적인 재활용이나 리필 솔루션을 통해 소비자의 신뢰와 충성도를 높이는 좋은 방법이 될 것이다.”

-포스트 코로나를 맞는 식품 기업들을 위한 조언을 부탁한다.

“무엇보다 공급망의 탄력성을 확보해야 한다. 되도록 현지에서 자원을 찾고, 수입원에 대한 대체 재료를 확보해 두는 것이 안전하다. 그리고 모든 공급망과 제조 방법 등은 소비자에게 투명하게 공개 해야 한다. 지속 가능성은 향후 중요한 요소가 될 것이다. 생산하는 제품들은 면역력을 높이고 신체, 정신 건강에 도움을 줌과 동시에 환경을 해치지 않아야 한다. 코로나19 이후 이어질 경기 침체에 대비해 다양한 가격대의 제품을 만드는 것도 필요하다. 특히 브랜드의 역할이 중요해질 것이라고 본다. 브랜드의 신뢰도를 높이는 것이 중요하다. 소비자들에 브랜드의 의미와 지향하는 바가 무엇인지 명확히 알리는 것은 제조비용을 줄이는 것보다 유리할 것이다.”

-한국은 여전히 새로운 기술에 대한 규제가 많다. 코로나 이후 어떤 변화가 필요한가.

“규제 시스템은 사실 소비자가 새로운 기술의 혜택을 안전한 방식으로 받아들일 수 있게 돕는 장치다. 그런 의미에서 규제는 항상 필요하지만 새로운 혁신의 시장 진입을 막아서는 안된다. 식품 부문에는 안전 표준에 대한 명확한 합의가 있다. 이러한 합의들은 소비자의 신뢰를 지키고, 제품의 안전과 품질에 초점을 맞추기 위해 필요한 것이지 새로운 제품의 제조, 혁신 자체를 막기 위한 것은 아니다.”

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

새로 나온 책

대중의 무지를 먹고 자라는 반지성주의

미국인 다섯 중 하나는 태양이 지구의 주위를 돈다고 확신한다. 미국 헌법에서 보장하는 권리들을 물으면 3분의 1은 한 개도 대지 못한다. 또 절반 이상은 DNA가 유전을 밝히는 열쇠임을 알지 못한다. 이러한 수준의 문맹은 거짓된 정치적 호소가 자라는 비옥한 토양이 된다.

“문명국가의 국민이 무지하면서도 자유롭기를 바란다는 것은 과거에도 없었고 앞으로도 없을 것을 바라는 셈이다”고 미국의 3대 대통령인 토머스 제퍼슨은 말했다. 그러나 그의 예상은 보기 좋게 빗나갔다.

미국인들은 지구 온난화가 거짓이라고 주장하는 트럼프를 심판하지 않았다. 전문가들을 조롱할수록 트럼프의 지지율은 치솟았다. 미국의 반지성주의 문화는 전례 없이 상스러운 언행으로 보수 우파조차 외면하는 트럼프를 대통령으로 만들었다.

책은 지난 40년간 미국에 반지성주의를 증폭시킨 가장 큰 원동력으로 종교적 근본주의의 부활을 지목한다. 자발적 무지에 기초하는 종교적 근본주의는 진화론 대 창조론의 싸움에서 가장 극명하게 드러난다. 선진국 가운데 진화론을 주류 과학이 아닌 ‘논쟁적인 것’으로 보는 사람이 많은 나라는 미국뿐이다.

성경과 충돌하는 세속적 지식과 학습을 거부하는 종교적 근본주의로 미국의 반지성주의는 더욱 심화됐다. 2006년 퓨포럼의 연구 조사에 따르면 “국민의 뜻과 성경이 충돌할 때 어느 것이 미국법에 중요한 영향력을 행사해야 하냐”고 묻는 말에 백인 복음주의 기독교인의 60%가 “성경이다”고 답했다.

반지성주의 시대

수전 제이코비 지음/박광호 옮김/오월의봄

현대의 우파 근본주의자들은 한 정당의 편에 서서 정치에 개입해 자신들의 도덕적 가치를 제도화하는 것이 종교적 의무라고 믿는다. 반지성주의는 대중의 무지를 먹고 자란다. 탈진실과 가짜뉴스, 정크과학이 판을 치는 현시대에서 살아남으려면 지적 게으름에서 벗어나야 한다고 저자는 조언한다.

528쪽. 2만5000원. /김현정 기자 hjk1@

보수의 몰락

김종훈, 육덕수 지음/미래사

2020년 4.15 총선에서 진보 여당 진영은 180석을 가져가며 사상 초유의 대승을 거뒀다. ‘코로나 대응, 재난지원금 살포, 보수 막말….’ 이번 총선에서 진보 정당이 압승한 요인으로 거론되는 것들이다.

저자들은 진보의 압도적인 선거 승리가 단순히 이런 표면적인 현상 때문만은 아니라고 지적한다. 보수는 2016년 4월 총선부터 시작해 4차례의 전국 선거에서 모두 패하면서 와르르 무너지고 있다.

책은 보수가 몰락한 이유를 추적하고 앞으로 한국 정치가 나아가야 할 방향을 제시한다.

256쪽. 1만5000원.

가짜뉴스 경제학

노혜령 지음/워크라이프

뉴스는 공공재다. 옆 사람이 보는 신문을 어깨너머로 엿보는 걸 막을 길이 없고, 여러 사람이 소비해도 줄지 않아 무임승차가 쉽다. 시장에 공개된 정보의 가치는 0에 수렴한다.

뉴스 산업의 비즈니스 모델은 대량생산 체제에서 지식경제 체제로 변화하면서 나타난 대중의 소멸과 플랫폼 경제의 등장으로 위협받고 있다.

도산 직전에 놓인 미디어 기업들이 위기를 극복하기 위해선 모든 것을 가짜뉴스 탓으로 돌리려는 안일한 태도에서 벗어나 독자의 신뢰를 회복하는 비즈니스 모델로 진화해야 한다고 저자는 조언한다.

318쪽. 1만8000원.