



[산업]
가전업계
재활용 플라스틱 사용 확대
단가보다 환경 우선
06

metro[®]

Life

[라이프]
CJ제일제당 ‘리턴업’
관절케어 등
라인업 확대
L1



지속가능성에 건강까지... 식물성달걀 ‘저스트에그’

“고정관념 깬 ‘착한식품’으로 선한 영향력 퍼트리고파”



이세경의
속깊은 인터뷰

조던 테트릭 잇저스트 글로벌 마케팅 대표

화면 속 장면은 놀라웠다. 병에 든 노란 액체를 후라이팬 위에 붓자마자 응고가 시작했다. 몽글몽글한 형태의 스크램블드 에그가 쉽게 만들어졌다.

음식을 입에 넣은 사람들은 놀라운 표정으로 “오마이갓!”을 외쳤다. 화면 속 남자가 물었다. “정말 달걀이 전혀 안들어간 게 맞아요?” 세계 최초 식물성 달걀인 ‘저스트 에그’ 홍보영상은 요리를 하던 세프의 말로 끝이 난다. “아무도 가보지 않은 길을 가는 것은 정말 경이롭고 멋진 일입니다.”

지난 달 26일 메트로미디어가 주최한 ‘2021퓨처 푸드테크 코리아 (FFTK 2021)’에 강연자로 참석한 조던 테트릭(사진)을 비대면 인터뷰를 통해 다시 만났다. 그는 세계 최초 식물성 계란인 ‘비온드 에그’와 ‘저스트 에그’를 만든 잇저스트의 공동 창업자 조쉬 테트릭의 동생이며, 현재 잇저스트 글로벌 마케팅 대표를 맡고 있다.

테트릭은 “잇저스트의 가치는 바로 선한 영향력에 있다”며 “항상 고정관념에 도전하고, 더 나은 세상을 만들기 위해 매일 노력하고 있다”고 말했다.

-식물성 계란을 만든다는 아이디어는 어디서 시작됐나.

“달걀은 닭에서 나온다는, 너무 당연한 고정관념을 깨고 싶었다. 달걀은 미국뿐 아니라 전 세계적으로 많이 소비되는 단백질이다. 지구상에서 가장 많이 소비되는 동물성 단백질이기도 하다. 한 해에 생산되는 달걀 개수만 1조4000억개다. 전 세계 달걀 시장의 규모는 1220억 달러(약 138조원)에 육박한다. 일반 달걀을 대체할 수 있는 단백질 식품을 개발할 수만 있다면 기회가 무궁무진하다는 뜻이다.”

달걀과 비슷한 식물 찾아 2년간 개발
콜레스테롤 제로·포화지방 극소량
일반 달걀보다 탄소 배출량 훨씬 적어

-개발이 쉽지 않았을 것 같은데.

“먼저 식물계를 들여다보는 데서 시작했다. 팬에 달걀물을 붓거나 달걀을 깨서 넣었을 때 일어나는 현상이 바로 겔화(gelation)다. 겔화가 돼야 달걀을 스크램블하고 오믈렛으로 접을 수 있다. 달걀과 비슷하게 작용하는 식물, 달걀처럼 엉길 수 있는 식물을 찾아 나섰다. 그렇게 발견한 식물이 바로 녹두다. 저스트에그의 핵심 원료다. 녹두를 찾아내고 제품으로 개발하는데 약 2년의 시간이 걸렸다.”

지난 2017년 저스트 에그가 처음 세상에 나왔을 때 반응은 폭발적이었다. 잇저스트는 CNBC 선정 혁신기업50, 패스트 컴퍼니 선정 세계를 바꾸는 아이디어, 에드워드 선정 최고의 식물기반 식품 브랜드로 선정됐다. 그리고 지난 4월 잇저스트가 개발한 달걀 대체품 판매량은 1억개분을 돌파했다.

-저스트 에그는 왜 특별한가.

“저스트 에그가 지구상에서 가장 지속가능성이 높은 단백질원이라고 자부한다. 저스트에그의 가장 큰 매력은 겔화가 가능하다는 점이다. 건강에도 좋다. 일단 콜레스테롤이 없고, 무항생제에 유전자변형 농수산물(GMO)도 아니며 포화지방은 극소량 함유돼 있다. 게다가 청정하고 지속가능한 단백질이다. 일반 달걀보다 탄소나 수자원을 적게 쓰고 탄소 배출량도 훨씬 적다. 우리는 달걀 대체품 1억개분을 판매함으로써 136억 리터의 물을 절약하고 탄소배출량을 1400만kg 줄였으며 6000에이커의 토지를 아꼈다.”

-가격이 아직 비싸다는 한계가 있다.

“우리의 핵심목표는 식당에서나 집에서나 저스트 에그로 즐겁게 요리하고 그 식감과 맛에서 만족할 수 있도록 하자는 것이

다. 가격 측면에서도 누구나 저스트 에그를 구매할 수 있도록 하는 것에 집중하고 있다. 아무나 살 수 없도록 하는 고가 전략을 펼치는 것도 방법일 수 있지만 우리의 목표는 사회에 공헌하고 변화를 이끌어내며 고정관념에 도전하는 것이기 때문이다.”

국내 소비자들 역시 곧 저스트 에그를 만날 수 있을 전망이다. 잇저스트는 지난해 3월 SPC삼립과 전략적 파트너십을 맺은 바 있다. SPC삼립은 ‘저스트 에그’ ‘저스트 마요’ ‘저스트 드레싱’ 등 제품을 올해 하반기부터 독점 유통할 것으로 알려졌다.

-한국 진출 전략은.

“잇저스트는 R&D와 제품 개발, 브랜드 스토리텔링에는 강점이 있지만 생산이나 저온 유통, 핵심 판매 영업에는 아직 부족하다. 그래서 우리는 완제품이 아닌 원료를 공급하는 방식을 택했다. 녹두에서 추출한 핵심원료 단백질을 공급하고, SPC가 이 원료를 기반으로 저스트 에그를 자체 생산, 유통해 한국에서 판매하게 될 것이다. 제조와 유통에 전문성을 가진 기업과 시너지를 낼 수 있다는 것은 큰 강점이다.”

SPC삼립과 파트너십... 하반기 유통
핵심원료 공급, 제조·유통사와 시너지

-코로나19 이후 시장 전망은.

“최근 여론조사업체 원폴과 협업해 일반인 2000명을 대상으로 설문조사를 진행한 결과 응답자의 절대 다수가 향후 15년 안에 사회가 완전 식물기반 식품 소비로 전향하게 될 것 같다고 응답했다. 잇저스트 고객과 소통해본 결과, 저스트 에그 소비 이유로는 건강이 1위였고, 근소한 차이로 지속가능성이 2위를 차지했다. 앞으로 점점 더 많은 소비자들이 식품 소비 과정에서의 투명성이 보장되기를 원할 것이다. 건강이나 지속가능성 측면뿐 아니라 안전성 측면에서 식품 소비에 만족감을 느끼고 싶어할 것이다.”

잇저스트는 배양육에도 도전장을 냈다. 잇저스트의 배양육 회사 ‘굿미트’는 세계 최초이자 유일하게 동물 세포 배양을 통해 만든 닭고기를 판매하고 있다. 축산과 도축 등의 과정이 없이 고기를 먹을 수 있기 때문에 ‘덜 잔인하고, 더 지속가능한’ 방식이다.

-처음 접하는 배양육 닭고기에 대한 반응은 어떤가.

“식물 기반이 아닌 100% 닭고기다. 맛과 영양도 동일하다. 굿미트는 싱가포르에서 역사상 처음으로 규제 승인을 받은 첫 번째 배양 닭고기 회사다. 싱가포르 유명 식당 ‘1880’에서는 굿치킨을 메뉴로 올렸다. 배양육을 판매하는 첫 식당이다. 1880에서 난생 처음 배양육을 맛본 고객 중 좋았다고 혹은 매우 좋았다고 응답한 비율이 88%에 달했다.”

동물 세포 배양 닭고기 ‘굿미트’ 판매
도축 없이 지속가능한 육고기 제공
더 나은 세상 위해 선한 영향력 극대화

-굿미트의 계획은 뭔가.

“잇저스트는 싱가포르 전역의 가정 집 식탁에 굿미트를 올리게 하기 위해 푸드 판다와 파트너십을 체결했다. 1880에 방문하지 않아도 집에서 편하게 세계 최초의 배양 닭고기를 주문할 수 있다. 자체 조사 결과, 업계 종사자의 91%는 배양육을 판매할 의향이 있다고 답변했고 그 중 82%는 10년 안에 일반 육고기를 모두 배양육이 대체할 것이라고 응답했다. 우리가 동력을 얻는 부분이 바로 여기에 있다. 우리는 도축을 하지 않고도 육고기를 제공할 수 있다고 믿는다.”

-잇저스트가 추구하는 것은 뭔가.

“잇저스트의 가치는 영향력에 있다. 건강하고 선한 영향력을 극대화할 수 있는 방법을 토대로 결정을 내린다. 우리는 원대한 포부를 가졌다. 고객들이 단순히 저스트 에그가 식물기반 달걀이라는 사실을 아는 데에서 그치는 것이 아니라 왜 식물기반으로 제조되었는지를 알아주시기를 바라고 있다. 잇저스트가 트렌드가 되고 우리 제품이 더 널리 유통되어 확장될 수 있기를 기대한다. 우리는 또 다른 고정관념에 도전하고 브랜드를 구축하고, 또 가장 중요한, 사회 공헌을 위해 매일 더 열심히 노력할 것이다.”

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr



버스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 손흥민, 한국 매력 전 세계 알린다... 한국관광 홍보대사 /사진 뉴시스
▲ 한국문화, 세계로... 해외진출 통합 플랫폼 만든다

▲ ‘조선 궁궐안 꽃길 걷는듯’... 국립고궁박물관 ‘안녕, 모란’ 특별전
▲ 브라질-아르헨티나, 14년 만에 결승 격돌?... 네이마르-메시 대결 관심



▲ ‘한국 첫 상대’ 이스라엘, 올림픽 엔트리... 빅리거 출신 킨슬러 포함
▲ 김광현, 망볼 유도만 12개... 시즌 최고의 ‘역투’ /사진 뉴시스