한국은 2위 수출국 가능한 핵심 시장

캐나다우육공사, 캐나다육우협회 방한 인터뷰

지난 6월 11일, 킨텍스에서 열린 'SEOUL FOOD'전에서 캐나다산 소고기의 우수성을 알리기 위해 방한한 캐나다우육공사, 캐나다육우협회의 중진들과 만나 캐나다 소고기 산업의 현황과 전망, 한국 시장을 확장하기 위한 행보에 대해 들어보는 시간을 가졌다.

글 손주혜





Q1_ 먼저 현재 담당하고 있는 주요 업무 내용과 이번 방한 목적을 듣고 싶다.

캐나다우육공사(Canada Beef International Institute) 알버트 에링펠드 부사장(이하 CBII) 캐나다 우육공사는 6만명 이상의 소고기 생산자들이 모인 비영리 마케팅 기관이다. 캐나다 우육공사의 모든 수출시장 개발 프로그램과 서비스 그리고 한국, 일본, 대만, 베트남, 필리핀, 멕시코의 직원들과의 국제 네트워크를 총괄하고 있다. 이번 한국 방문 목적은 SEOUL FOOD전에 참가한 캐나다 소고기 전시 부스를 지원하고 한국의 잠재 고객들과의 만남을 가지기 위해서다. 전시회 기간 주요 목표는 한국 시장에서 캐나다산 소고기의 품질과 특성에 대한 인식을 확대하고 CBII가 제공하는 프로그램, 서비스를 홍보하는 것이다. 또한 한국에 수출하는 캐나다 소고기 공급업체들이 자체 브랜드와 프로그램을 홍보할 수 있도록 지원하기 위해 홍보할 수 있는 공간도 제공하고 있다.

캐나다육우협회(Canada Cattle Association) 데니스 레이크로프트 수석 부회장, 제니퍼 뱁콕 대외·국제 업무 최고 책임자(이하 CCA) CCA는 소고기 생산자들을 대표하는 기관으로 생산 시스템과 관련된 정책 측면을 담당하고 있다. 주요 활동은 무역 장벽 해소, 가축 건강과 복지, 환경 문제 해결, 캐나다 농업 정책 등이다. 이번 방한으로 한국 수입육 업계의 관계자들과 새로운 만남을 통해 관계를 구축하고, 양국 간 무역 관계를 더욱 강화하고자 하는 의지를 전달하기 위해 방문했다. 그리고 주한 캐나다대사관과의 협의를 통해 시장에 대한 우선순위와 전략을 논의할 예정이다.

Q2_ CBII와 CCA의 차이는 무엇인지 궁금했는데 쉽게 마케팅과 생산 분야로 나뉜다고 보면 되겠다. 지난 3월 CBII 사장과의 인터뷰 때 미국의 관세 부과가 큰 이슈였다. 결국 부과 없이 당분간 유지되는 것으로 마무리됐는데 이후 영향과 대응 방식의 변화가 있나?

CCA CCA는 USMCA(미국·멕시코·캐나다 협정)를 통해 미국과 지속적으로 협력하고 있으며, 해당 협정을 준수함으로써 무역에 큰 영향을 받지 않고 있다. 곧 예정된 USMCA 재검토를 앞두고 업계, 정부 관계자들과 협력해 통합 시장을 유지하기 위해 노력하고 있다. 북미 소고기 산업은 하나의 통합된 체계로 운영되고 있으며 계속 협력해 나갈 것이다. 다만 미국의 여러 상황으로 인한 변수는 존재한다. 한국과 같은 무역 파트너가 더욱 중요해지는 시기다.

Q3_ 3국 협정은 더욱 안정적인 협력 체제로 보인다. 캐나다는 특히 미국에 수출·입 규모가 상당히 크고 상생해야 하는 구조다. 이러한 가치사슬 구조의 장점과 더 주의를 기울이는 부분이 있다면 알려달라.

CCA 캐나다의 전체 생산 시스템은 번식 단계부터 비육장, 도축 그리고 가공에 이르기까지 미국과 통합 운영되며 상생적인 관계를 맺고 있다. 캐나다 생산자들은 이러한 통합 공급망의 중요성을 항상 인식해 왔다. 코로나 팬데믹 기간에도 식품 생산을 지속할 수 있었고 가뭄 상황에는 가축 사료를 지원하는 등 상호 협력해 어려운 시기를 극복할 수 있었다. 우리는 미국의 협력 기관들과 함께 일하며 하나의 산업으로 연결돼 있다.

Q4_ 축산 정보 데이터를 보면 사육두수가 2010년부터 감소 중이고 사육농장도 감소하는 양상이다. 영향을 끼친 요인은 무엇이며 유통 안정이 어떻게 이뤄지고 있나? 이로 인한 주요 수출 대상국의 변화나 물량 증감 추이가 있었나?

CCA 가뭄이 감소에 가장 큰 영향을 미친 요인이며 현재 최우선 과제는 가축 개체수를 회복하는 것이다. 사육두수를 회복시키기 위한 국가적인 전략을 세웠으며 캐나다 정부가 정책을 통해 지원하고 있다. 캐나다는 전 세계 가장 큰 규모의 초지를 보유하고 있어 이를 보전하는 일은 회복을 위한 필수 요소다. 또한 유전적 개량을 통해 소 한 마리당 생산되는 소고기 양이 오히려 증가했다. 더불어 사육 농가들이



캐나다육우협회 데니스 레이크로프트 수석 부회장

암소 개체 수를 유지하는 노력을 하고 있다. 송아지를 더 많이 낳을 수 있게 관리하는 것인데 시장 판매까지 2년이 걸리기 때문에 2027년부터 생산량이 더욱 증가할 것으로 예측한다.

CBII 미국은 캐나다 소고기의 최대 수출 시장으로 현지 소고기 생산 감소로 인해 캐나다산 소고기와 도축용 육우에 대한 수요가 여전히 강세를 보인다. 일본 시장은 올해 성장 전망이 제한적이며, 수출은 작년 대비 소폭 감소할 것으로 예상된다. 멕시코는 3번째로 큰 캐나다의 소고기 수출국으로 시장 안정세를 유지하며 작년 대비 수출이 소폭 증가할 것으로 전망된다. 한국 역시 밝은 전망을 보이는 중요한 시장으로 캐나다산 소고기의 수요가 지속적으로 증가하고 있다. 올해 1월부터 4월까지 캐나다산 소고기 수입이 작년 동기간 대비 13%나 증가했다. 이외에도 대만, 홍콩, 베트남, 필리핀 등 동남아시아 지역으로의 수출 역시 증가할 것으로 예상된다.

Q5_ 한국을 비롯한 아시아 시장의 전망이 밝다. 그렇다면 한국 소비자들이 알아야 할 캐나다 소고기가 가진 우수성은 무엇일까? 특히 동물복지, 지속가능성 면에서 어떤 노력을 하고 있나?

CCA 캐나다 소고기 산업은 전 세계 평균의 절반 이하 수준의 온실가스(GHC) 배출량으로 세계를 선도하고 있다. 가축 이력 추적, 사료 효율성 등 기술 향상을 위한 방법을 모색하고 있으며 사회적 책임, 환경, 소고기 품질 측면에서 명확한 목표를 설정하고 모든 분야에서 지속적인 개선을 위해 협력하고 있다. 이러한 과정을 통해 캐나다에서 고품질 곡물 사료로 비육한 소고기는 맛과 영양이 뛰어나며, 단풍잎 로고를 통해 그 가치를 확인할 수 있다.

Q6_ 그렇다면 한국 소비자들이 다른 수입육이 아닌 캐나다산 소고기를 선택하는 주요인은 무엇일까? 이에 맞춘 제품군이나 주력상품, 프로모션 계획이 있나?

CBII 한국 소비자들은 소고기의 품질, 안전성, 원산지를 매우 중요하게 여긴다. 캐나다는 한국에서 가장 긍정적인 국가 이미지를 가진 나라 중 하나로 평가받고 있으며, 캐나다산 소고기는 우수한 품질, 안전성, 그리고 맛으로 신뢰를 받고 있다. 캐나다의 소는 청정한 자연환경에서 사육되며, 곡물 비육 프로그램을 통해 마블링이 풍부하고 풍미가 뛰어난 소고기를 생산한다. 또한 캐나다는 세계에서 가장 강력한 식품 안전·이력 추적 시스템 중 하나를 운영하고 있다. 특히 캐나다산 등갈비는 높은 수율과 탁월한 맛으로 한국의 외식업 대표들과 셰프들 사이에서 큰 인기를 끌고 있으며 갈비탕과 같은 한식 요리에 널리 사용되고 있다. 기타 인기 부위로는 도가니탕, 꼬리곰탕에 사용되는 도가니와 꼬리, 그리고 갈비, 갈비살, 살치살, 안창살, 토시살, 우삼겹 등 여러 부위가 있다. 현재 대형 유통 매장(롯데마트, 이마트, 홈플러스)에서 시식 행사 등 다양한 판촉 활동을 진행 중이며 이를 강화할 예정이다. 우수한 제품 공급과 공동 마케팅을 통해 파트너의 성공을 지원하고자 한다.

Q7_ 그 외에도 요즘 눈여겨보고 있는 한국 시장의 특성이나 외식, 식품 트렌드가 있나?

CBII 한국 소비자들은 새로운 트렌드에 민감하며 인기 있는 식당을 방문하기 위해 줄을 서서 기다릴 정도로 새로운 외식 경험을 즐기는 데 열의가 높다. 젊은 층의 소비자들은 식당에서 사진을 찍어 SNS에 친구들과 공유하는 것을 즐기며 집에서도 새로운 레시피에 도전하고 결과를 공유하는 경향이 있다. 이러한 수요에 부응하기 위해 다양한 부위를 활용해 따라 하기 쉬운 레시피를 꾸준히 개발하고 한국어 웹사이트, 인스타그램, 페이스북 등 다양한 채널을 통해 소개하고 있다. 협력 중인 유통업체와 함께 긴밀히 추세를 바라보면서 어떤 부위가 뜨는지 체크하고 그와 관련된 마케팅, 판촉이 잘 이루어질 수 있도록 대응한다.



캐나다육우협회 사업부 브릴랜드 에릭펠 부사장

Q8_ 한국뿐 아니라 다른 주요 아시아 국가들에도 점차 수출을 확장할 계획인 것으로 알고 있다. 아시아 시장을 공략할 때 특별히 다르게 적용되는 부분이 있는지 궁금하다.

CBII 한국을 포함한 아시아 지역은 캐나다 소고기의 핵심 전략 시장이다. 경제적인 어려움 속에서도 소고기에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있으며, 더 많은 유통업체와 외식 프랜차이즈들이 다양한 캐나다 소고기의 부위들을 찾고 있다. 일본, 베트남, 홍콩, 대만, 필리핀은 현재 캐나다 소고기의 시장 개발 전략에 포함돼 있으며 인도네시아는 신흥시장으로 주목 중이다. 국가마다 일부 유사한 점이 있지만, 캐나다에서 수입하는 부위 구성은 각국의 특성과 수요에 따라 다르다. 우리의 전략은 공급업체와 그들의 수입업자, 유통업자들을 지원해 각 시장과 성장 가능성이 높은 유통 채널에 맞춰 판매 중인 부위를 부각하고 홍보할 수 있게 돕는 것이다. 판촉 활동은 현지의 트렌드, 관습, 언어, 문화를 반영해 맞춤형으로 진행한다.

Q9_ 수요에 따라 공략 방법이 다르겠지만 미국 수출입 규모가 큰 만큼 미국 방식의 계약 방법을 주로 사용하며 대규모 패커사와 거래한다고 알고 있다. 한국 시장에서는 주로 어떤 방식으로 거래가 이루어지나?

CBII 캐나다 공급업체들은 한국 시장의 특수한 요구에 맞춰 제품 규격과 포장 방식을 제공하기 위해 항상 노력하고 있다. 캐나다의 공급 규모는 비교적 작을 수 있지만 신속하고 유연하게 대응할 수 있는 역량이 강점이다. 각 캐나다 공급업체가 한국 업체와 어떤 방식으로 수출을 진행할지 독립적으로 의사결정을 하는 구조다. 한국의 바이어가 특정 제품 스펙을 원한다고 하면 모두 맞출 수 있다. CBII에서 진행하는 수출시장개발프로그램이 있는데 캐나다의 인증 업체와 합국 업체의 정보를 서로 검토할 수 있도록 공유하고 합의점을 찾아준다. 캐나다에 방문 시 비용 분담이 이뤄지고 공장, 농가 방문 등 직접적으로 체크할 수 있게 돕는다. 비즈니스는 독립적으로 이뤄지며 CBII는 절차가 원활히 이뤄질 수 있도록 중개 역할을 하는 것이다. CCA도 인플루언서, 언론인을 초청해 캐나다 농가에서 어떤 일을 하는지 견학할 수 있는 프로그램을 진행하고 있다.





제니퍼 벰콕 대외 · 국제 업무 최고 책임자

Q10_ 앞으로 캐나다 소고기 산업의 중장기적 목표가 있다면 설명 부탁드린다. 또한 한국과의 파트너십 강화는 어떻게 해나갈 계획인지 알려달라.

CCA 2029년까지 관세가 단계적으로 철폐됨에 따라 이에 발맞춰 더 많은 캐나다산 소고기를 한국 소비자에게 제공할 수 있게 준비할 것이다. 이는 소비자의 가격 경쟁력 확보를 위해 아주 중요하게 여기고 있는 부분이며 한국은 미국 다음으로 캐나다의 수출 규모 2위에 달하는 시장이 될 것으로 기대하고 있다. 참고로 3년 전 캐나다산 소고기의 관세가 내려갔을 때 한국 수출 물량이 2배까지 치솟았다. 그만큼 크게 성장할 수 있는 잠재력을 가지고 있을 뿐 아니라, 다른 아시아 국가 대비 변동성이 적어 신뢰할 수 있는 시장이다. 캐나다 소고기 수입 관세는 현재 10.6%이며, 2026년에는 8%, 2027년에는 5.3%, 2028년에는 2.6%, 그리고 2029년 최종적으로 완전히 철폐될 예정이다.

CBII 우리의 중장기 목표는 캐나다 소고기에 대한 인지도를 높이고 프리미엄 시장 내 입지를 강화하며, 시장 점유율을 지속적으로 늘려가는 것이다. 핵심 전략 중 하나는 한국의 수입업체, 유통업체, 셰프들과의 파트너십 강화다. 이를 통해 프리미엄 캐나다 소고기를 주요 유통 매장에서 더 쉽고 편하게 접할 수 있게 만들 것이다. 한국 시장의 특징 중 하나는 외식업체, 프랜차이즈 기업 등이 특정 수입육 원산지를 전면에 내세우지 않는다는 점이다. 그래서 아직은 대형 유통 체인 위주로 협력 중이지만 캐나다산 소고기를 함께 홍보할 의사가 있다면 당연히 성장을 지원해 소비자들이 캐나다 소고기의 뛰어난 맛과 품질을 경험할 수 있게 할 것이다.