

캐나다 우육공사(Canada Beef)

청정 대지에서 길러진 자부심, 세계를 향한 캐나다 소고기의 도약

캐나다의 대표적인 농축산업 마케팅 기관인 캐나다 우육공사 (Canada Beef International Institute)는 고품질 소고기를 전 세계 시장에 알리는 데 중추적인 역할을 하는 조직이다. 21세기에 들어서면서 글로벌 식품 시장은 점차 안전성, 지속 가능성, 윤리적 소비를 중시하게 됐고, 캐나다산 소고기는 이러한 시대적 흐름 속에서 신뢰할 수 있는 프리미엄 브랜드로 자리매김하고 있다. 그 중심에는 Canada Beef가 있으며, 캐나다 내 축산업 종사자들과 국제 소비자 사이에서 가교 역할을 톡톡히 해내고 있다.

취재 서현웅 기자

농민 중심에서 산업 대표 기구로

Canada Beef는 2011년에 공식적으로 설립되었지만, 그 뿌리는 1970년대로 거슬러 올라간다. 당시 캐나다의 소고기 산업은 주로 국내 소비에 의존하고 있었으나, 가공 산업의 확장과 새롭게 부상하는 수출 시장이 이 산업에 새로운 기회를 가져왔다. 이에 따라 농가, 가공업체, 유통업체가 협력해 소고기 산업을 통합적으로 마케팅하고 홍보할 기구의 필요성이 대두됐다. 이에 업계의 주도 아래, 두 개의 별도 조직이 설립되었다. 1973년에는 국내 시장을 위한 소고기 정보 센터(Beef Information Centre, BIC)가, 1989년에는 국제 시장을 위한 캐나다 우육 수출 협회(Canada Beef Export Federation, CBEF)이 각각 설립되었다. 이 두 기관은 2011년까지 독립적으로 운영되었으며, 그 해에 통합되어 현재의 캐나다 우육 공사(Canada Beef International Institute)가 탄생했다.

본사는 알버타주 캘거리(Calgary, Alberta)에 위치해 있으며, Canada Beef Centre of Excellence라는 전문 요리 연구 및 교육 시설도 운영하고 있다. 이 센터는 요리 시연, 제품 테스트, 레시피 개발, 바이어 상담 등 다양한 교육과 마케팅 활동의 허브로서 기능한다.

조직의 주요 역할 및 전략

Canada Beef는 단순한 마케팅 기관이 아니라, 캐나다 소고기 산업 전반의 가치 사슬(Value Chain)을 연결하는 전략 중심 기관이다. 주요 기능은 다음과 같다.

1. 글로벌 마케팅 및 브랜드 전략

Canada Beef의 가장 핵심적인 임무는 캐나다 소고기를 하나의 글로벌 브랜드로 육성하는 것이다. “Premium Quality Grain Fed Canadian Beef” (캐나다산 프리미엄 품질의 곡물 비육 소고기)라는 슬로건은 캐나다 소고기의 생산 철학과 품질을 한 문장으로 표현하고 있으며, 이 슬로건은 다양한 국가의 마케팅 캠페인에 활용된다. TV 광고, SNS 플랫폼, 소매 및 외식 서비스 판촉 행사, 식품 박람회, 오프라인 전시 등 다양한 채널을 활용해 소고기의 우수성을 알리고 있으며, 특히 아시아 시장을 대상으로는 한식, 일식 등에 최적화된 부위 소개 및 요리법 개발에도 힘쓰고 있다.

2. 수출 및 시장 개척 지원

캐나다산 소고기는 현재 50개국 이상에 수출되고 있으며, Canada Beef는 각 국가의 식품 안전 기준과 소비자 취향에 맞춘 맞춤형 수출 전략을 수립한다. 특히 한-캐나다 자유무역협정(CKFTA), CPTPP(포괄적·점진적 환태평양경제동반자협정) 등 국제 무역협정을 적극 활용해 관세 혜택을 극대화하고 있다. 또한 바이어를 대상으로 한 정보 제공, 샘플 제공, 공동 브랜드 캠페인, 현지화된 홍보 콘텐츠 제작 등을 통해 현지 시장 진입 장벽을 줄이고 있다. 예를 들어 한국에서는 삼겹살 중심의 외식문화에 맞춰 ‘소갈비살’, ‘차돌박이’ 등 특수 부위 홍보에 주력하고 있다.

3. 교육, 연구 및 품질관리

Canada Beef는 Canadian Beef Centre of Excellence를 기반으로 다양한 교육 프로그램을 제공한다. 대상은 국내외 요리사, 식품업체, 유통 관계자, 정부 기관, 소비자 등이다. 여기서는 실습 기반의 워크숍, 조리기법 교육, 육류 절단 방식 소개, 신제품 테스트 등 다양한 프로그램이 운영된다. 또한 국내 시장과 목표 수출 시장 모두에서 소고기 소비 및 품질에 관한 소비자 동향과 선호도를 조사하며 이렇게 수집된 데이터를 마케팅 전략에 적극 반영한다. Canada Beef는 과학 기반 데이터를 활용해 브랜드의 신뢰도를 높이고 있다.



4. 산업 이해관계자 지원 및 소통

Canada Beef는 캐나다 소 사육 농가, 가공업체, 유통회사, 수출업체 등 다양한 이해관계자들과 긴밀하게 협력한다. 이들은 소고기 공급망의 핵심으로, 그들의 이익을 보호하고 지속 가능한 산업 성장을 위해 공사와 협업한다.

캐나다산 소고기의 특징과 경쟁력

Canada Beef는 자국산 소고기가 세계 시장에서 주목받는 이유를 다음과 같이 설명한다

- 청정 자연환경: 캐나다는 세계에서 가장 깨끗한 공기와 물을 가진 국가 중 하나로, 넓은 목초지에서 방목으로 키운 소는 스트레스가 적고 건강하다.
- 식품 안전성과 추적 시스템: 캐나다는 가축 추적 시스템(CCIA)을 도입해 개별 소의 출생부터 도축, 유통까지 모든 단계를 투명하게 관리한다.
- 육질 등급 기준: 엄격한 기준의 육질 등급 시스템(Canadian Beef Grading Agency)을 통해 마블링, 육즙, 색상 등을 기준으로 고품질 소고기를 선별한다.
- 지속 가능성: 캐나다 육우 업계는 환경 보호와 기후 변화 대응을 위한 지속 가능한 농업 관행을 도입하고 있으며, 2050년까지 탄소 중립(Net Zero)을 목표로 하고 있다.
- 윤리적 사육: 동물 복지를 중시하는 사육 환경을 조성해 소비자들의 윤리적 소비 가치에 부합한다.

향후 비전 및 과제

Canada Beef는 향후 전략에서 디지털 전환을 핵심 축으로 설정하고 있다. 데이터 기반 소비자 분석, 디지털 마케팅 강화, AI 기반 물류 효율화 등 첨단 기술을 도입하며 운영 효율성과 시장 대응력을 높이고 있다.

또한 세계 각지에서 증가하는 친환경 소비 트렌드에 대응하기 위해, 캐나다 육우 업계는 사료 생산 과정의 탄소 배출 감축, 목장 운영의 수자원 절약, 재생 가능한 에너지 사용 등 다양한 분야에서 친환경 경영을 실현하고 있다.

Canada Beef는 단순한 마케팅 기관이 아니라, 캐나다의 자부심이자 소고기 산업 전체의 브랜드 철학을 대변하는 상징적인 존재다. 농가의 정성, 안전한 품질관리, 지속 가능한 사육 방식, 전략적 마케팅 역량을 기반으로 Canada Beef는 오늘날 전 세계인의 식탁 위에 캐나다의 가치를 전하고 있다.

Canadian Beef Centre of Excellence
글로벌 육류 산업의 전략 허브로 부상하다

캐나다 알버타 주의 중심도시 캘거리에는 캐나다 소고기의 우수성을 전 세계에 알리는 특별한 공간이 있다. 바로 Canadian Beef Centre of Excellence(CBCE)다. 단순한 조리 실습장이 아닌, 이곳은 캐나다 축산업과 식품서비스 산업의 지식, 기술, 콘텐츠, 마케팅을 하나로 집약한 글로벌 전략 허브다. 2015년 3월 개소한 CBCE는 설립 이래, 캐나다산 소고기의 품질, 안전성, 지속 가능성을 다양한 이해관계자에게 전달하며, 수출 경쟁력 확보에 핵심적인 역할을 하고 있다.



공간 구성 및 최첨단 시설

CBCE는 단순히 교육을 위한 장소가 아니라, 기술 개발과 혁신, 브랜드 커뮤니케이션, 국제 무역 지원, 소비자 참여가 유기적으로 이뤄지는 복합 기능 공간으로 공간 구성은 다음과 같다.

1. 소비자 조리 키친(Consumer Kitchen)

이 공간은 캐나다 소고기를 활용한 다양한 요리를 개발하고, 조리 시연을 촬영하거나 실습하는 데 사용된다. 오븐, 인덕션, 수비드 장비, BBQ 그릴 등 현대적인 조리설비를 갖추고 있어 레시피 개발과 푸드 콘텐츠 촬영, 제품 테스트가 동시에 가능하다.

2. 실험형 정육 가공실(Beef Fabrication Room)

HACCP 기준을 충족하는 이 공간에서는 소고기의 부위별 가공, 수율 평가, 품질 비교, 판매 진열 테스트 등을 수행한다. 실제 소매 유통 환경을 재현할 수 있는 진열 냉장고와 함께, 정육 전문가 트레이닝도 이뤄진다.

3. 미디어 제작 스튜디오(Media & Content Studio)

CBCE의 또 하나의 강점은 미디어 콘텐츠 제작 기능이다. 고성능 AV 시스템과 편집 설비를 갖춘 이곳은 캐나다 소고기의 브랜드 가치를 효과적으로 전달하는 콘텐츠 제작소로 활용된다. 영상, 사진, 레시피 카드 등 수백 개의 디지털 자료가 이곳에서 탄생했다.

글로벌 시장 확대와 산업 혁신에 힘쓰는

CBCE의 핵심 역할

CBCE는 단순히 조리나 가공 교육에 머무르지 않고, 글로벌 시장 확대와 산업 혁신에 있어 다음과 같은 전략적 역할을 수행하고 있다.

1. 글로벌 교육 플랫폼

CBCE는 캐나다산 소고기의 기술적 우수성과 위생 관리 시스템, 지속가능한 생산 시스템 등을 소개하는 글로벌 교육의 장이다. 수출국 바이어, 요리사, 유통 전문가 등이 이곳에서 정육 분해 기술, 식문화 적용법, 현지화된 메뉴 전략 등을 배운다.

2. 제품 및 메뉴 개발

식품서비스 기업, 외식 브랜드 등은 CBCE에서 새로운 소고기 제품, 가공 포장 방식, 트렌드 메뉴 등을 개발할 수 있다. 특히 특정 부위를 활용한 고부가가치 메뉴 개발과 외국 시장에 맞춘 현지화된 조리법 연구가 활발히 진행된다.

3. 무역 사절단 및 바이어 프로그램

CBCE는 수출 확장을 위한 전략 거점이다. 해외 무역 사절단이 이곳을 방문해 브랜드 프레젠테이션, 제품 시연, 소비자 조사 결과 공유 등의 프로그램에 참여하고, 이를 통해 구매 확신을 형성하게 된다.

4. 브랜드 마케팅 허브

CBCE에서 제작된 콘텐츠는 Canada Beef의 글로벌 마케팅 캠페인에 활용된다. 이는 소비자와의 정서적 연결을 강화하고, “안전하고 신뢰할 수 있는 캐나다산 소고기”라는 이미지를 고취시키는 데 핵심적이다.

왜 CBCE가 중요한가?

캐나다는 세계에서 가장 엄격한 축산 및 식품안전 기준을 유지하는 나라 중 하나이다. CBCE는 이 신뢰의 기반 위에 세워진 상징적인 공간이며 단순한 시연 공간이 아닌, 캐나다 축산업의 글로벌 전략 허브라 할 수 있다. 기술력, 신뢰, 지속가능성, 그리고 마케팅 역량이 결합된 이 공간은 앞으로도 세계인의 식탁에 캐나다 소고기를 더 자주, 더 가깝게 올리는 데 중추적인 역할을 해낼 것이다.

