

# 한돈자조금

porkboard.han-don.com

vol  
1258

한돈산업을 지키는  
한돈농가 여러분을 응원합니다



2023  
10



## 한돈 플러스

## 정보 플러스

03  
인트로

04  
20주년 특집 : 한돈 타임라인  
10월의 키워드 ‘한돈데이’

06  
생생현장통신  
2023 대한민국 농업박람회

08  
한돈뉴스  
추석맞이 한돈 50% 할인 프로모션

09  
한돈 알림  
한돈자조금 의장, 감사, 위원, 위원장  
후보자 등록

10  
미디어 속 한돈  
<아침마당>, <제철누나> 등

12  
디지털 속 한돈  
‘한돈대첩’, ‘아기다리고 기다리던’

16  
자조금 활동  
2023년 9·10월 한돈자조금 활동내역

18  
자조금 뉴스  
2023 한돈자조금 대의원 및 한돈인  
간담회  
한돈자조금 기념 백서 제작 제2차  
편찬위원회

## 소통 플러스

22  
한돈인증점  
뛰어난 맛의 한돈을 제공하다  
강남삼겹살 송촌본점 이정훈 대표

24  
한돈을 알려요  
한돈을 먹고 한돈 콘텐츠를 만들다  
한돈 명예홍보대사, 이우석 소장

26  
트렌드 뷰  
물건이 아닌 가치를 사다  
그린슈머

28  
정보 특특  
현금 없는 세상을 꿈꾸다  
간편결제 시스템

30  
통계로 보는 식품 이야기  
하루에 한 잔은 기본  
점점 커지는 커피 시장

32  
한돈 레시피  
색다르게, 더 맛있게 즐기는  
특별한 한돈 요리

34  
한돈산업 동향  
한돈미래연구소에서 알려주는  
9월의 한돈산업 동향

35  
독자 이벤트

# Contents

2023년 10월호 Vol.1258

발행

매월 15일

발행일

2023년 10월 16일 발행(통권 1258호)

발행처

한돈자조금

(06643 서울시 서초구 서초중앙로6길 9 제2

축산회관 1층)

제작

디자인신화 02-324-6852





인트로

# 소비자와 함께 우리 돼지고기

한돈자조금 **20**주년

몽실몽실 하얀 구름이 드문드문 떠 있는 푸른 하늘,  
그 아래 노랗게 물든 논이 아름답게 빛이 납니다.  
곡식과 과일이 무르익어 풍요로워지는 가을이 오면  
내 배 역시 풍성해지는 듯 느껴집니다.

왕성해진 식욕을 참지 못해 체중이 늘기 쉬운 이때.  
이런 때일수록 음식 재료를 잘 골라 먹어야 합니다.  
저칼로리·고단백의 보양식, 한돈은 어떨까요.

한돈자조금에서는 넉넉한 가을이 건강한 한돈으로  
가득 채워질 수 있게 소비자에게 다양한 이벤트를 선보입니다.  
이를 통해 한돈농가에 보탬이 되도록 힘쓰고 있습니다.

# 한돈의 소비촉진

한돈자조금 20주년



## 발자취

- 2022 — 다 함께 2022 한돈데이
- 2021 — 한돈데이 랜선 페스티벌
- 2020 — 한돈데이 1001개 쿠폰 이벤트
- 2018 — 국민과 함께하는 한돈데이
- 2017 — 함께 한돈데이 가자! 이벤트
- 2016 — 한돈데이 외국인 서포터즈 행사
- 2015 — 한돈데이 캠페인
- 2014 — 제 1회 한돈데이 개최

알록달록 가을의 색으로  
물들기 시작하고,  
드높은 가을하늘이 펼쳐지면  
가을 나들이를 떠나고 싶어집니다.  
아이들은 신나게 뛰어놀고,  
어른들은 그동안 즐기지 못했던  
쉼을 잠시나마 느껴봅니다.  
가족 모두를 위한 피크닉인 만큼  
한돈이 빠질 수는 없겠지요.  
한돈자조금에서는 국민이 제대로  
한돈을 즐기며 건강한 삶을 가꿔나갈  
수 있도록 매년 한돈데이를 마련해  
합리적인 가격에 맛과 영양이 우수한  
한돈을 소비자에게 제공합니다.



## 맛있게 즐기는 푸짐한 한 끼 한돈데이

10월의 첫날 숫자 1001이 ‘돼지코’ 모양을 떠올리게 한다고 해서 한돈자조금에서는 2014년부터 10월 1일을 ‘한돈데이’로 기념하고 있습니다. 한돈데이는 우리돼지 한돈의 우수성을 알리고, 소비자와 소통을 이어가며, 한돈 소비 활성화를 위해 기획되었습니다.



## 즐거운 소비 한돈의 즐거움



# 풍성 한돈

연일 고공행진 하는 장바구니 물가, 사료값 등 각종 생산비 상승에 소비자뿐 아니라 한돈농가도 많은 어려움을 겪고 있습니다. 한돈자조금에서는 소비자와 한돈농가 모두 웃음 지을 수 있도록 전국 각지와 온라인에서 한돈데이를 펼칩니다. 앞으로도 매년 한돈데이 행사를 마련해 소비자에게 우수한 품질의 한돈을 제공하고, 한돈산업의 경쟁력을 강화하도록 노력하겠습니다.

# 오직, 한돈과 함께!

9월 14일부터 17일까지 서울 양재동 에이티(aT)센터에서  
‘2023 대한민국 농업박람회’가 열렸다.

한돈자조금은 이번 박람회에서 한돈의 가치를 알리고,  
‘오직, 한돈’만의 ESG 이야기를 소개했다.

소비자에게 우리돼지 한돈의 가치를 다양한 방식으로  
알렸던 그 현장 속으로 들어가보자.



# 2023 대한민국 농업박람회





올해 다섯 번째를 맞은 대한민국 농업박람회는 농업·농촌분야 대표 종합박람회다. 올해는 ‘농업의 가치와 꿈을 보다’라는 대주제 하에 농업과 삶, 활기찬 농촌, 색깔 있는 농업, 농업의 도전, 농업과 미래라는 5개의 테마 주제관으로 꾸며졌다.

한돈자조금은 이번 박람회에서 한돈의 영양학적 가치와 더불어 K-PORK 한돈의 가능성과 미래를 보여주는 ESG 활동을 전시하고, 다채로운 체험 프로모션을 운영했다. 전시존에는 한돈을 잘 알릴 수 있는 4가지의 내용을 분류해 보여주었다. 한돈의 우수성 및 가치 소개, 온실가스 배출의 오해와 진실을 안내하는 탄소배출 팩트 체크, 기부 및 나눔 활동을 전하는 한돈의 ESG, 교육 및 환경 활동을 알려주는 한돈의 ESG 이야기였다. 이를 통해 한돈은 지속가능한 가치 실현에 앞장선다는 것을 알 수 있었다.

### 한가위 맞아 한돈 드세요~

대한민국 기대작 ‘오직, 한돈’이라고 적힌 핑크빛 부스를 들어서기 전 입구에 한돈 선물세트를 알리기 위한 배너 홍보물이 눈에 들어왔다. 9월 27일까지 다채로운 구성의 명절용 선물세트를 구입하면 다양한 혜택을 제공한다는 추석 명절 캠페인이었다. 한돈자조금은 고물가로 위축된 소비심리를 고려해 가격·품질 모든 면에서 소비자를 만족시킬 수 있는 선물세트를 준비해 현장에서도 소비자들의 사랑을 듬뿍 받았다. 바로 옆으로는 경기 불황 속에서 위축된 소비심리를 되살리고 지역 경제 활성화에 이바지하고자 지역 상



생 캠페인 ‘오직, 한돈이 합니다!’도 함께 선보였다. 10월 31일까지 전개하는 이 캠페인은 국민에게 우리 돼지 한돈의 우수성을 알리고, 장기간 경기 침체로 힘든 시기를 보내고 있는 지역 소상공인을 도와 골목상권에 활기를 불어넣고자 마련됐다. 한돈을 구매하거나 식사한다면 푸집한 경품을 증정해 참관객들의 이목을 끌었다.

### 우리돼지 한돈, 이벤트로 즐기다

한돈자조금 부스 안을 살펴보니 한돈자조금의 ESG 활동에 걸맞고, 한돈과도 잘 어울리는 친환경 상추 심기 체험을 진행하고 있었다. 부스에 방문한 소비자에게 친환경 상추 키트를 제공하고 키우는 방법을 알려줌으로써 한돈 역시 탄소 배출 대신 친환경을 선택한다는 내용을 대변했다. 또 한돈의 지속가능한 미래를 응원하는 메시지가 담긴 캡슐 뽑기 이벤트도 진행했다. 한돈 SNS 채널을 팔로우하고 구독 인증하면 이벤트에 참여할 수 있었고, 경품으로 다양하고 귀여운 한돈 굿즈를 받아볼 수 있었다.

이번 대한민국 농업박람회 중 한돈자조금 부스에만 3,000여 명의 소비자가 찾아 더 널리 한돈의 ESG 경영을 알릴 시간이 되었다. 손세희 위원장은 “우리돼지 한돈의 우수성과 미래 가치를 국민에게 알리고, 한돈 산업의 비전과 가능성을 보여주고자 이번 박람회에 참여하게 됐다”며 “한돈과 함께 박람회를 즐겨주시고, 앞으로도 한돈이 선보일 ESG 이야기에 많은 응원과 관심을 부탁드립니다”라고 전했다.

## 추석 장바구니 물가 부담을 줄이다 추석맞이 한돈 50% 할인 프로모션 진행



한돈자조금은 한가위를 맞아 9월 20일부터 우리돼지 한돈을 최대 50% 할인하는 등 추석 물가 안정 캠페인을 전방위적으로 추진했다. 이번 캠페인은 전국의 한돈농가들이 동참, 스스로 거출한 자조금을 통해 할인을 대폭 지원함으로써 체감물가 낮추기에 총력을 기울였다.

우선 전국의 농협·하나로유통, 양돈농협은 추석맞이 고객 대상 한돈 할인행사를 진행, 한돈 삼겹살을 약 20% 할인된 가격에 판매했다. 또 이마트, 홈플러스, 롯데마트 등은 약 14~20%의 할인 혜택을 제공해 소비자들 좀 더 합리적인 가격으로 한돈을 즐길 수 있었다. 특히 용산 어린이 공원에서 열렸던 추석장터에서는 삼겹살, 목살 1kg을 각 12,500원, 앞다리살 1kg

은 7,000원으로 우리돼지 한돈을 약 50% 할인된 가격에 제공했다.

한편 한돈 공식쇼핑몰 ‘한돈몰’은 9월 27일까지 가심비 넘치는 한돈 선물세트를 판매했다. 신선육·가공육 등 3만 원대부터 10만 원대까지 다채로운 구성으로 선보였으며, 행사 기간 내 선물세트 구입 시 사용 가능한 5,000원 할인 쿠폰 및 무료배송 혜택, 200만 원 이상 구매 시 10% 할인을 제공했다.

한돈자조금 손세희 위원장은 “먹거리는 물론 전반적으로 생활 물가가 높아져 어려운 가운데, 추석 물가 안정에 동참하고자 한돈 농가들과 함께 뜻을 모았다”며 “가심비 넘치는 우리돼지 한돈과 함께 온 국민이 즐겁고 풍성한 추석 명절을 보내길 바란다”고 전했다.



## 한돈자조금 의장, 감사, 위원, 위원장 후보자 등록

10월 16일까지 한돈자조금 의장, 감사, 위원, 위원장의 후보자등록 접수를 실시했습니다.  
각 부문 후보자 등록 결과는 10월 17일 관리위원회 홈페이지, 푸시앱 등을 통해 공지됩니다.

10월 11일부터 16일까지 한돈자조금 대의원회 의장, 감사 및 관리위원회 위원, 위원장 선거  
후보자등록 접수를 실시했다. 후보자 자격은 제6기 한돈자조금 대의원에 당선된 자로 후보  
자 등록 결과는 10월 17일 관리위원회 홈페이지와 푸시앱 등을 통해 공지된다.

선거일은 제2차 대의원회 개최일인 11월 14일이며, 각 부문별 선출 인원과 후보자 수가 동  
수일 경우 대의원회 의결을 통해 당선이 확정된다.



# 언제, 어디서나 한돈을 만나다



한돈자조금은 한돈 인지도 상승과 소비촉진은 물론 한돈농가와 산업에 대한 긍정적 이미지 제고를 위해 방송프로그램에 한돈을 노출하고 있다. 또 대형마트에서 한돈 홍보를 위한 오프라인 광고를 진행해 마트를 방문한 소비자들에게 한돈 소비를 유도했다. 9월 한 달 동안 우리 곁에 나타난 한돈의 모습을 찾아보자.



## 최고의 선물, 한돈선물세트 받았어요!

주부를 대상으로 하는 토크쇼 프로그램 <아침마당>에서 한돈이 다섯 번 나왔다. 시청자들은 한돈을 매주 만나며 한돈에 대한 친밀감을 형성했고, 한돈 소비 활성화를 도모함은 물론 한돈농가와 산업에 대한 긍정적인 이미지를 전달했다. 특히 우승팀에게 알차게 구성된 한돈선물세트를 선사해 한돈을 효과적으로 알렸다. 게스트들은 한돈농가가 정성껏 마련한 한돈선물세트에 큰 관심을 보였고, 알차게 구성된 한돈선물세트를 보고 큰 만족도를 나타냈다. 더불어 마지막에 한돈자조금관리위원회의 이미지와 한돈선물세트가 나와 한돈을 한 번 더 전하는 계기가 되었다.



**KBS1 <아침마당>**

**9월 1·8·15·22·29일 오전 8시 25분**



## 먹음직한 한돈 요리, 똑딱똑딱 만들어봐요!



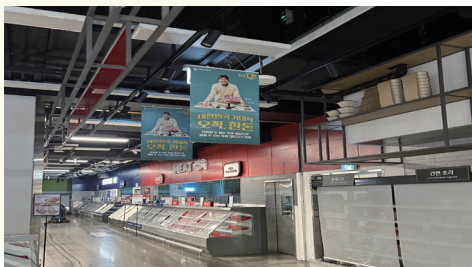
신선한 제철 요리를 손님에게 대접하고 이야기를 나누는 프로그램 KSTAR <제철누나>에서 가수 장윤정이 문경약돌돼지로 만든 한돈요리를 공개했다. 담백하면서도 깊은 맛이 일품인 문경의 지역 요리 한돈족살찌개, 매력적인 양념으로 재워 노릇노릇 구워낸 맥적구이, 겉은 바삭하고 속은 촉촉해 고소한 한돈의 맛을 느낄 수 있는 양념등갈비튀김 등을 만들며 맛있고 즐거운 한때를 보냈다. 출연진들은 한돈은 모든 부위가 맛있다는 극찬을 아끼지 않았고, 스테미너에 최고라는 이야기를 해주어 한돈의 우수성을 살피볼 수 있었다.

**KSTAR <제철누나>**  
**9월 28일 오후 5시**



## 장 보러 갔다 우리돼지 한돈을 봤어요!

우리돼지 한돈의 소비촉진을 위해 대형마트에 오프라인 광고 홍보를 시행했다. 이번 광고홍보는 9월 7일부터 10월 6일까지 전국 이마트 매장 곳곳에서 만나볼 수 있었다. 장을 보는 동선을 따라 스크린 광고가 나왔음은 물론, 결제 포스기 위, 옥상 전광판, 매장 입구, 엘리베이터 안 등에서도 한돈의 광고를 살펴볼 수 있었다. 또 축산매장과 에스컬레이터에는 포스터를 부착해 한돈 구매를 적극적으로 유도했다. 한 달 동안 펼친 대형마트 광고홍보를 통해 우수한 품질의 한돈을 소비자에게 안내했고, 한돈이 소비자와 한층 더 가까워지는 기회가 되었다.



# 우리돼지 한돈 이야기 유튜브 채널에 전격 공개

바야흐로 유튜브 전성시대다. 최근 지상파 TV 프로그램을 보는 사람보다 유튜브를 보는 사람이 더 많다는 이야기가 나올 정도다. 나우앤서베이는 ‘저녁 7시 이후 주로 시청하는 영상 매체 및 콘텐츠 현황’ 설문조사를 실시했는데, 가장 많은 응답자 46.9%가 유튜브를 선택했다. 다음으로는 18.5%를 차지한 지상파방송이고, OTT들이 그 뒤를 이었다. 이러한 추세를 반영해 한돈자조금은 ‘한돈대첩’과 ‘아기다리고 기다리던’이라는 새로운 한돈 홍보 영상 콘텐츠를 제작해 유튜브에 공개했다. 한돈이 지닌 가치와 중요성을 재미로 풀어내 확연히 다른 신선한 시도라는 평을 받고 있다.



## 게스트와 한돈을 맛보며 이야기를 나누다, 한돈요리 토크쇼 ‘한돈대첩’



레시피에 따라 음식을 만드는 정보성 유튜브는 꾸준히 수요가 있었지만, 최근에는 게스트와 음식을 맛보며 이야기를 나누는 토크쇼 형태의 요리 유튜브가 인기가 높다. 이에 한돈자조금은 개그맨 신규진과 양배차를 MC로 섭외하고, 한돈과 인연이 있는 게스트를 초대해 요리를 대접하는 요리 토크쇼 ‘한돈대첩’을 제작하고 있다. 총 4편을 공개했으며, 입담 넘치는 토크와 간단하게 만드는 한돈 레시피를 통해 소비자들에게 맛과 영양이 풍부한 한돈의 우수성을 알리고 있다.

### EP.1

## 간단하게 만들어보는 한돈 자취한상 레시피

2명의 MC가 한돈 부위가 담긴 랜덤박스를 선택해 요리 대결을 펼쳤다. 1편에서는 한돈 중 삼겹살 부위를 활용한 다양한 자취 요리 레시피를 선보였는데, 게스트는 한돈자조금 손세희 위원장이었다. 이날 만든 요리는 마늘쫀삼겹간장조림과 고추장삼겹살. 요리하는 동안 손세희 위원장에게 한돈자조금의 활동, 한돈을 더 맛있게 즐길 수 있는 주류 페어링 등 다양한 이야기를 들어볼 수 있었다.



## EP.2

### 여름맞이 다이어트 식단으로 좋은 한돈 레시피

2편에서는 한돈 명예홍보대사 정국현 대표를 초대해 앞다리살을 이용한 양배추돼지고기덮밥과 아보카도불고기샌드위치로 대결했다. 2명의 MC가 요리하는 동안 정국현 대표는 한돈으로 다이어트하는 것이 왜 좋은지, 어떤 부위를 먹으면 좋은지, 평소 즐겨 먹는 부위는 무엇인지를 이야기해주며 한돈 섭취의 중요성을 알려주었다.



## EP.3



### 알찬 하루를 보내다, 한돈페스타 방문기

2명의 MC가 코엑스에서 열린 한돈페스타 현장을 방문해 다양한 프로그램을 직접 체험하며 즐거운 모습을 그렸다. 돼지고기해체소를 구경하며 부위별 요리 설명을 듣고, 부스를 돌아다니며 시식과 한돈 관계자와의 인터뷰를 진행했다. 또 곳곳에 있는 이벤트에 응모하고, 한돈 쿠킹클래스에서 한돈 요리를 만들어보는 등 한돈페스타에서 알찬 하루를 담아냈다.

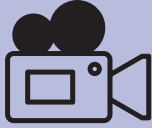
## EP.4

### 집에 애인을 초대할 때 좋은 한돈 레시피

4편에서는 개그맨 임우일이 출연해 입담을 펼쳤다. 주제에 맞는 이상형과 연애 스타일 이야기뿐 아니라 한돈을 평소에 어떻게 섭취하는지에 대해 재미있게 풀어주었다. 이날 대결한 레시피는 목살큐브스테이크와 목살크림파스타. 쫄깃한 식감이 살아 2명의 MC도 게스트도 맛있게 즐겼고, 찹찹하며 먹는 모습이 보는 사람으로 하여금 군침을 돌게 했다.







## 한돈의 우수성을 드라마로 즐긴다, 웹드라마 콘텐츠 ‘아기다리고 기다리던’

우리돼지 한돈의 우수성을 알리고, 친근하고 재미있게 전하고자 웹드라마 콘텐츠 ‘아기다리고 기다리던’을 제작하고 있다. 총 4편을 공개했으며, 웹드라마 형식 콘텐츠에 한돈을 PPL로 자연스럽게 녹여 한돈의 긍정적인 이미지를 제공하고 있다. 이와 함께 소비자 경험 극대화 및 이슈 활성화를 위한 참여 캠페인을 진행했다. EP.4 영상에 ‘이번 추석 선물은 OO’이라는 댓글을 남기면 추첨을 통해 영상에 나오는 푸짐한 한돈선물세트를 증정했다.

### EP.1

#### 한돈 삼겹살이 살렸다

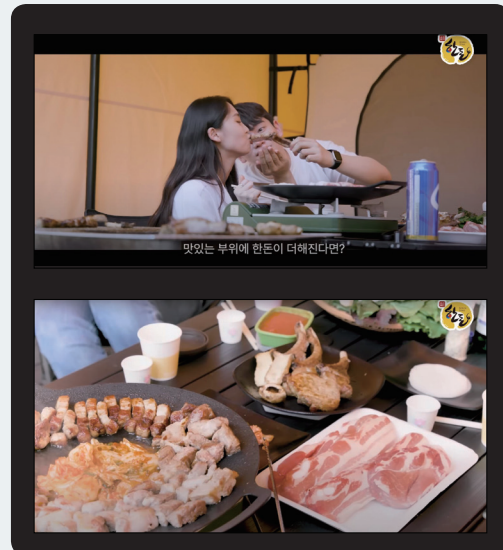
데이트를 마치고 저녁을 먹으러 고깃집에 온 남녀. 사소한 것들이 서로 맞지 않지만, 그것에 대해 깊게 추궁하지 않는 선에서 티격태격한다. 서로가 조금씩 다르지만 오랜 연인 생활로 서로를 무심한 듯 챙겨준다. 그러다가 남자가 그날따라 유독 피곤해하는데, 여자는 추궁하다 한돈이 나오고 나서는 전에 했던 대화들을 포함해 자연스럽게 먹는 것에만 집중하고 매우 만족해한다. 계산을 마치고 여자는 영수증을 챙기며 찍어서 보내면 경품을 준다고 말하며 매장을 나선다.



### EP.2

#### 봄이 좋냐? 난 한돈이 그렇게 좋다

정민, 동현, 지훈 친구 셋이 캠핑 여행을 가려다 정민의 여자친구도 같이 가게 된다. 커플은 삼겹살만 구매해 미리 도착하고, 후발대로 오는 동현과 지훈에게 추가로 다른 부위의 고기를 사 오라고 부탁한다. 하지만 지훈은 집안일로 동현이 먼저 캠핑장에 나타나고, 커플의 모습에 부러움과 외로움을 느낀다. 이때 동현이 돈마호크를 내놓으며 굶기 시작한다. 커플은 새로운 한돈의 부위를 뜯고 맛보며 엄청 맛있다는 말을 남긴다.





### EP.3

#### 이거잖아 이거, 내가 원하던 회식

인턴으로 출근을 시작한 다빈. 다빈의 입사를 축하하는 회식 자리가 마련된다. 회식을 좋다고 해야 하나, 말아야 하나 모든 게 고민이다. 그런데 점심 회식이라고? 거기에다 바로 퇴근하라고? 다빈은 남자 친구에게 점심 회식인 데다, 제주도에서 유명하다는 고깃집 숙성도에서 한다고 카톡으로 자랑한다. 직원들 모두 숙성도에서 고기를 맛있게 구워 먹으며, 다빈은 화기애애한 회식 분위기를 주도한다.



### EP.4



#### 풍성한 한(돈)가워 되세요~!

휴가를 내고 추석 연휴를 본가에서 보내려는 다빈. 집으로 향하는 발걸음이 가볍다. 그 이유는 바로 손에 든 든든한 한돈 선물세트가 들려있기 때문이다. 가족이 모두 모인 가운데 다빈은 한돈 선물세트를 보여주며 한돈몰에서 구입할 수 있고, 할인도 해준다는 이야기를 해준다. 선물세트에 있는 한돈갈비는 갈비찜으로, 한돈 앞다리살은 동그랑땡으로 만들 수 있다고 말해주는 엄마. 그리고 삼겹살과 목살은 저녁에 구이로 해 먹자며 행복한 가족의 추석을 보여준다.

# 한돈자조금 활동내역



2023년 9월·10월

## 9월 주요 활동 결과

- **24년 예산 수립 추진**
  - 자조금 중장기 전략 수립을 위한 전문가 인터뷰 추진(9/21, 25, 26)
  - 한돈산업 환경 및 트렌드 등 시장 조사
- **하반기 돈가안정 추진계획 보고**
- **한돈자조금 20년 백서 제작**
  - 제2차 편찬위원회 개최(9/19)
  - 백서편찬 실무자회의
- **9월 TVC 매체 집행**
  - 한돈물 추석선물세트 캠페인 자막광고 집행
- **디지털 광고**
  - 한돈 화제성 영상 연계 프로모션 및 광고 진행 (한돈돼학교, 몰라도돼지 영상 연계 프로모션)
- **옥외 및 스포츠 마케팅**
  - 영화관 CGV 한돈 화제성 영상 광고 현장 점검 및 결과보고 진행
  - 이마트 하반기 옥외광고 진행
  - 한돈 테니스대회 관련 세부 운영안 협의
- **방송프로그램 제작 및 협찬**
  - SBS <먹찌빠>(9/24) 모니터링
  - KBS1 <아침마당>(9/1, 8, 15, 21, 29) 모니터링
- **제휴마케팅**
  - 한돈 X 팔도 푸드트럭 연장 운영 현장 점검
  - 한돈+팔도 MOU 체결 추진
  - 더본코리아 마케팅 업무협의
  - 예산 맥주페스티벌 행사 진행

- **한돈산업 인식개선**
  - 지역 상권 상생 이벤트(9/1~10/31)
- **한돈 소비 홍보**
  - 한돈 추석선물세트 소문내기 이벤트
  - 박람회 준비 및 홍보부스 운영
    - 한국국제축산박람회(대구엑스코)
    - 대한민국 농업박람회(aT센터)
  - \* 추석 한돈선물세트 현장 홍보
- **소비 활성화-온라인**
  - 추석명절 한돈 선물세트 캠페인 운영
- **추석명절 한돈소비촉진**
  - 50주년 및 추석 연계 유통사 소비촉진지원사업 추진 (대형유통, 중소유통 등)
- **지역(도)단위 한돈판매촉진지원사업**
  - 전북, 제주, 충남 행사 확인, 지원 외
- **한돈인증점 심사 및 협약제결**
  - 로드락비어, 동래정 등 체인화 음식점 인증 추진
  - 신규 인증점 정기심사 → 1,499개소(음식점 826, 식육점 152, 프랜차이즈 521)
- **제6기 대의원 선출**
  - 72개 선출구, 150명 무투표 당선
- **제4차 관리위원회 (9/13, 13시)**
- **제2차 선거관리위원회 (9/13)**
- **의장, 감사 예비후보자등록공고(9/15)**
- **조사·연구**
  - 한돈농가의 ESG 경영 실천방안 마련을 위한 한돈산업의 사회적 가치발굴 연구 중간보고

## 10월 주요 활동 계획

### • 2024년 예산 수립 추진

- 기획예산위원회 개최(10/6, 지하회의실)
- 제5차 관리위원회 예산(안) 상정
- 2030 중장기 추진 전략 수립
- 전문가 인터뷰(소시모, 영양사협회, 서울대 푸드비즈니스랩)

### • 추석 이후 돈가 하락 및 연말 소비 붐업 대책 수립 및 보고

### • 한돈자조금 20년 백서 제작 원고 확정

### • 10월 TVC 매체 집행

- 한돈데이(유통행사 등) 캠페인 자막광고 집행

### • 디지털 광고

- 한도니 카카오톡 이모티콘(2.5만 개)
- 한돈 우수성 관련 디지털 광고 집행 (브랜드 검색광고, 유튜브, SNS 등)

### • 옥외 및 스포츠 마케팅

- 골프존 광고 집행(10~11월)
  - 로딩창, 가상광고, 스크린보드 등(8홀, 14홀)
  - 8,020개 매장/36,787개 시스템
- KT타운보드(엘리베이터 내부광고)
  - 전국 37,835기/1일 100회 이상
- 삼성역, 인천부평역 전광판 서비스

### • 방송프로그램 제작 및 협찬

- MBC <안싸우면 다행이야> 협찬 점검
- KBS1 <아침마당> 현물협찬 모니터링

### • 제휴마케팅

- 제2회 예산글로벌요리대회 협찬
- 글로벌 바비큐 페스티벌 협찬(11/3~5)

### • 한돈산업 인식개선

- 지역 상권 상생 이벤트(9/1~10/31)
- 한돈과 함께 김장 나눔 캠페인(10~11월)

### • 한돈 소비 홍보

- MBN 남산 한국의맛 축제 한돈 홍보부스 운영 (10/12~15. 남산골 한옥마을)
- 2023년 한돈데이
  - 통합홍보 마이크로사이트 제작
  - 사전 홍보(보도자료, SNS 이벤트, 기획기사 등)

### • 소비 활성화-온라인

- 10월 한돈물 한돈데이 기념 프로모션

### • 릴레이 한돈데이 한돈프로모션

- 지역소상공인(지역조합마트, 지역거점, 지역중소마트, 편의점, SSM, 유통3사 등) 소비촉진 협의
- 11/3~5(홍성군, 더본코리아)
- 오프라인 특별할인판매 행사 참여 협의 및 계획안 마련 등 준비
- 한돈2차가공식품 프로모션 협의(이마트, 양돈조합 등)

### • 한돈BI 신청 업체 인증(수시)

- 한원푸드시스템, 포듀, 샘미트코리아, 제주드림미트 등 현장 심사

### • 한돈인증점 심사 및 협약제결

- 갯갈비, 목돈72, 축산기업중앙회 추천업소 등 인증 추진

### • 한돈데이 인증점 프로모션 행사

- 기간 : 10/16~25(10일간)

### • 의장,감사 예비후보자등록 (10/4~5)

### • 임원 선거 준비 (11/14 선거일)

- 의장, 감사, 관리위원, 위원장 선거
- 선거공고(10/10), 후보자등록(10/11~16), 후보자등록결과발표(10/17)

### • 제3차 선거관리위원회 (10/17, 11시)

### • 제5차 관리위원회 (10/18, 13시)

### • 조사·연구

- 임신돈 군사 관리 시스템 유형별 장·단점 실태 조사 연구 완료
- 해외 주요국 임신돈 군사사육 사례 조사 완료
- 한돈 고급화를 위한 지표 실증 연구 중간 점검 및 중간보고회 일정 조율
- 돼지 부분육 유통 및 수급 동향에 따른 지육가격 안정화 방안 연구 중간 보고
- 한돈농가의 ESG 경영 실천방안 마련을 위한 한돈산업의 사회적 가치발굴 연구 중간보고회

### • 미래연구사업

- 탄소중립과 한돈산업 전략 마련 좌담회

# 한돈자조금이 나아갈 길을 현장에서 듣다 2023 한돈자조금 대의원 및 한돈인 간담회

한돈자조금이 8월 21일부터 9월 1일까지 전국 도별 순회간담회를 열고 내년도 사업 계획 및 방향 설정을 위해 전국 한돈인들과 소통에 나섰다. 전남을 시작으로 전북, 충남, 충북, 경남, 경북, 제주, 강원, 경기 등 9개 지역 한돈인 318명이 참석한 가운데 ‘2023 한돈자조금 대의원 및 한돈인 간담회’를 가졌다. 한돈자조금은 앞으로도 지속 가능한 한돈산업을 위해 현장의 목소리를 청취하고 다양한 의견을 사업에 반영할 계획이다.

## 한돈산업이 발전할 수 있는 소비홍보 강화

**전북·경북·제주** 한돈산업이 지속될 수 있도록 정부, 지자체, 소비자 대상으로 농가의 현실을 알리는 인식개선 홍보 강화가 필요합니다. 깨끗한 농장 꾸미기, 폐수처리 등 한돈인들이 하는 일과 함께 농가의 어려움을 소비자들이 알도록 하는 것이 중요합니다.

**충북·전북·경북** 공식 유튜브 채널이 있지만, 더 많은 콘텐츠를 생성해 활성화하는 것이 중요합니다.

**경북** 광고 슬로건의 경우 임팩트가 부족해 새로운 문구가 필요해 보이고, 유튜브에도 한돈 슬로건 광고 추진을 검토해야 합니다.

**충북** PPL 홍보를 강화해 타 축종(한우)에 밀리지 않도록 홍보해야 합니다.

**경북** 지역 방송에 농가의 애로사항이 나갈 수 있도록 지역 예산 편성이 필요합니다.

**경기** 어린이나 청소년 대상으로 하는 행사를 더 추진하고 예산에 반영해야 합니다.

**경북·경기** 한돈 굿즈가 인기가 많으므로 굿즈숍을 운영하거나, 한돈인증점에 지원해 소비자에게 나눠주는 방안을 검토해야 합니다.

**전남·경기·경북** 자조금이 어떻게 쓰이고 있는지에 대해 내부 홍보를 해야 하며, 자조금으로 농가들이 실질적으로 효과를 볼 수 있는 사업을 발굴하고 확대해야 합니다.

## 한돈 고급화를 위한 유통구조 개선

**전북** ‘떡지방’이라 불리는 돼지고기 삼겹살의 과지방 문제

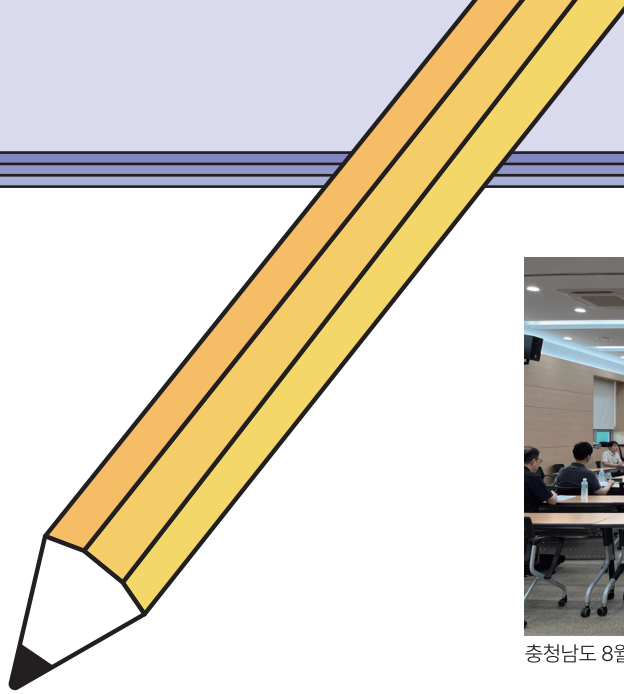


전라남도 8월 21일(월)



전라북도 8월 21일(월)





가 있었는데, 소비자 판매를 지방량에 따라 구분해 판매해야 합니다. 더불어 법적인 기준을 마련하고 명칭도 달리해 가격 이원화해 판매해야 합니다.

**전남** 유통구조에서 비규격돈 처리방법은 도매시장에서 상 장되지 않고 농가에 피해가 가지 않는 수단을 취해야 합니다.

**전북** 미래연구소에서 등급제도에 대한 연구를 진행했으면 좋겠습니다.

**경기** 돼지가격을 도매시장에서 결정하는데, 경락가격 말고 다른 대안을 제시할 수는 없을까요? 평균가격도 올릴 방안 도 필요해 보입니다. 또 원산지 표시단속에 대한 예산을 더 추가했으면 합니다.

**경북** 한돈 소비는 식당이 좌지우지한다고 생각합니다. 한돈 인증점은 1,100여 개로 증가했으며, 앞으로 더 한돈인증점



충청남도 8월 22일(화)



충청북도 8월 22일(화)



경상남도 8월 25일(금)



제주도 8월 30일(수)



경상북도 8월 25일(금)

을 강화할 필요가 있을 것으로 보입니다.

**전남** 한돈인증점을 제대로 운영하고 관리하는지 적극적으로 검토해야 합니다.

**경북** 도축장에서 비위생적으로 도축하는 경우가 있는데, 이 경우 냄새가 빠지지 않습니다. 도축장에 냄새가 나지 않도록 조치해달라 건의해 한돈의 고급화를 이루어야 합니다.

### 농가의 수익성을 높일 수 있는 한돈 경쟁력 향상

**전북** 농가 적정수익 기준이 미달하면 농림부에서 보상해 줄 수 있는 법적 제도화가 필요하다고 생각합니다. 또 수입산 소고기와 경쟁했을 때 핵심적인 부분은 신선도입니다. 도축 날짜 기입 제도를 도입해 수입산과의 차별성은 강조하되, 시간을 두고 연구를 진행했으면 좋겠습니다.

**충북** 할인판매나 시식회 행사 시 80% 이상이 구이로 구성 되어 있습니다. 앞으로는 햄 등 육가공품에도 활성화가 필요하며, 고급스러운 햄부터 쉽게 접할 수 있는 햄까지 개발 했으면 합니다. 외국 사례를 벤치마킹해 설비를 갖춰 보급 하는 방안도 세워야 합니다.

**제주** 산업화가 발달할수록 먹거리가 변화하는데, 그 변화에 대한 선제적 대안이 필요합니다. 미리 대응하고 예측해야 경쟁력이 생기는 것이니까요. 또 제주양돈조합에서 홍콩과 두바이에 수출을 진행하는데, 지원 방안을 검토해주셨으면 합니다. 한돈 수출을 위한 지역적인 청정화가 필요합니다.

**전북** 자조금 운영 중 생산성을 높일 수 있는 부분, 돈을 벌 수 있는 부분에 사업을 진행했으면 좋겠습니다.

**경북** 중앙회에서 법률사무소를 신설해 법적인 도움을 받을 수 있도록 해주세요.

**경기** 컨설턴트가 지역 내에 와서 컨설팅해주고 있는데, 그 것보다는 미생물 제품 지원 등 현실적으로 필요한 것들을 제공해주세요.

**충남** 냄새 저감하는 방안 등 실질적인 혜택이 있는 사업을 진행하면 좋겠습니다.

**경남** 2등급이 많이 나오는 농장에 전문가 컨설팅을 제공해 농장 품질을 개선하고, 돈가 향상에도 도움이 되었으면 합니다.

### 한돈 소비 시장을 넓히기 위한 지역 지원 활성화

**강원** 한돈페스타 등 큰 행사를 서울만이 아닌 도 단위로도 진행하면 좋겠습니다.

**경기** 지역에서 진행하는 큰 축제에 지원을 더 많이 해주기를 바라며, 축제에 맞는 예산을 배정한다면 좋겠습니다.

**경남** 시식회 및 나눔 행사 진행 시 기간에 따라 예산을 배분 해 형평성 있게 진행해주세요.

**충북** 지역 시식회 때 광역시를 도협의회 차원에서 진행하고, 푸드트럭을 구입해 활용할 수 있는 방안을 제안합니다. 또 진행은 대행업체가 맡고, 지부가 활용할 수 있도록 한다면 좋겠습니다. 더불어 현실적으로 정제된 삼겹살과 앞다리살, 뒷다리살 등의 반값 세일 등을 진행했으면 합니다.

**충남** 사육두수가 많은 지역에 자조금 사업비 추가 지원 등 지역별로 형평성 있게 배분해주세요. 또 할인 행사 진행 시 지역별로 지부가 추천한 마트를 포함해주고, 지역민들이 할 인 혜택을 추가로 받도록 건의합니다.

**강원** 시식회 비용과 별개로 삼겹살데이 행사 예산을 편성했으면 합니다.



강원도 9월 1일(금)



경기도 9월 1일(금)



# 한돈자조금의 20년 역사를 잘 담아내기 위한 노력 한돈자조금 기념 백서 제작 제2차 편찬위원회

한돈자조금은 <한돈자조금 창립 20주년 기념 백서> 발간을 위해 편찬위원회를 발족하고, 지난 9월 22일 제2차 편찬위원회를 열었다. 이 자리에는 손세희 위원장을 비롯해 편찬위원, 자조금·한돈협회·농장과 식탁 임직원이 참여해 백서가 어떤 방향으로 제작되었으면 하는지 논의했다. 한편 20주년 기념 백서에는 한돈자조금의 도약부터 한돈자조금의 역대 성과와 향후 과제 등 20년의 역사를 담을 예정이며, 올 연말에 발간할 예정이다.

**박종수(충남대 명예교수)** 백서를 펼치면 가장 먼저 목차를 관심 있게 보게 되므로 목차 제목만 봐도 한돈자조금의 역사를 알 수 있어야 합니다. 또 백서가 20년의 역사를 담는다는 것은 인지하고 있으므로 목차에 ‘역사’라는 단어를 중복해서 넣을 필요는 없습니

다. 특히 제4장 인명록을 보면 역대 관리위원장 명단이 나와 있는데, 이 부분은 별도 부록으로 제작했으면 좋겠습니다.

**구경본(관리위원)** 2010년부터 국내산 돼지고기의 명칭이 한돈으로 바뀌었는데, 백서에 ‘양돈’이라는 명칭이 많이 들어가 있습니다. 양돈산업, 양돈농가 등을 모두 한돈산업, 한돈농가로 표기해야 합니다.

**김오환(<양돈타임스> 발행인)** 한돈자조금 20년사의 전체적인 구성을 보면 역사는 90페이지가 넘고, 미래와 관련된 이야기는 20페이지 정도입니다. 한돈자조금의 미래비전과 관련한 이야기가 좀 더 비중 있게 실렸으면 좋겠습니다.

**권혁만(‘선진한마을’ 대표)** 한돈 가격이 하락했을 당시 한돈 자조금의 소비촉진 활동과 이후의 결과가 어땠는지 등의 내용이 들어간다면 농가들이 자조금의 홍보사업이 왜 필요한지 각인될 수 있을 것 같습니다. 또 한돈의 품질 고급화를 위해 어떠한 노력을 했는지도 함께 다뤘으면 하는 바람도 있습니다.

**김영란(<축산신문> 국장)** 전반적으로 내용이 너무 평면적이



고 임팩트가 없어 아쉽습니다. 그동안 한돈산업을 이만큼 발전할 수 있었던 데는 정부의 도움이 많았습니다. 자조금 법 도입에 있어 도움을 주었던 정부 관계자의 인터뷰가 추가로 들어간다면 좋겠습니다. 생산자의 의견도 중요하지만, 미래를 위한 각

계각층의 다양한 전문가의 의견이 함께 담겨야 한다고 생각합니다.

**서부칠(한돈자조금 대의원)** 백서를 통해 자조금과 관련한 역사 등 많은 것을 알 수 있었습니다. 다시 검토하고 추후에 건의하겠습니다.

**김연화(소비자공익네트워크 회장)** 과거의 이야기도 중요하지만, 자조금의 미래도 중요하기 때문에 디지털 혁신시대에 한돈산업이 어떻게 가야 할지에 대한 설문조사를 진행했으면 합니다. 농가들의 의견과 더불어 한돈산업에 대한 미래 비전을 제시했으면 합니다.

**김명규(축산물처리협회 회장)** 거출기관과의 갈등과 조율에 관한 내용이 잘못 서술된 부분이 있어 수정이 필요합니다.

**윤희진(한돈협회 원로고문)** 미국이나 일본 등 해외는 수급을 어떻게 하는지 등의 사례를 추가했으면 합니다. 또 텍스트가 상당히 많은데, 내용은 조금 줄이고 사진이나 그래픽을 활용해 알아보기 쉽게 만든다면 좋겠습니다.



## 특별한 고기 숙성법으로

먹거리 변화가 아닌 주택가에 있음에도 찾아오는 이가 줄이 설 정도로 많다. 한돈의 아들아들하고 쫄깃한 맛을 제공하는 데다, 합리적인 가격과 구워주는 서비스가 매력적이라 한 번만 찾는 사람은 없을 정도다. 육즙이 살아있는 신선한 우리돼지 한돈만을 제공하겠다는 일념으로 시작한 강남삼겹살만의 특별한 맛을 만나본다.

## 뛰어난 맛의 한돈을 제공하다

강남삼겹살 송촌본점  
이정훈 대표



“한돈을 선택한 이유는 따로 없어요. 그냥 우리나라 사람이니까 당연한 거죠.”



## 건축업에서 요식업까지 종횡무진하다

이정훈 대표는 원래 건설업에 종사하는 평범한 직장인이었다. 산업공학을 전공했고, 심지어 회사 일을 더 잘하고 싶어 야간으로 건축학과를 다녔다. 이렇게 열정적으로 일했으나, 나이가 조금씩 들어가며 나만의 사업이 하고 싶어졌다.

그러던 중 선배가 돈가스집이나 해보면 어떻겠냐는 제안을 해왔다. 그래서 양식과 한식조리기능사 자격증을 났고, 이때 취득한 자격증만 무려 10개다. 호랑이를 잡으려면 호랑이굴에 들어가라는 말이 있듯 이 대표는 자격증 취득 후 돈가스집에 취직하기에 이른다. 그의 나이 마흔여덟 살이었다.


## 송화 소금으로 고기의 풍미를 높인다

돈가스집에서 설거지부터 서빙 등 허드렛일만 하다 가만히 들여다보니 가격 대비 수익성이 떨어진다는 것이 보였다. “이럴 바에야 다시 제 사업을 해야겠다는 생각이 들었죠. 이번에는 제가 가장 좋아하는 삼겹살과 술을 대상으로요.” 이때부터 전국을 돌아다니며 유명하다는 삼겹살집을 찾아 헤매기 시작했다. 그중 서울에 있는 한돈인증점인 육전식당의 메뉴에 반했다. “이렇게도 한돈을 맛있게 판매하는 집이 있구나”라는 느낌이 들었습니다. 바로 대전에 내려와 집 냉장고에 고기를 넣었다 빼기를 반복하며 테스트를 해보았죠.” 어떻게 하면 고기의 질을 높일 수 있을지 이 방법, 저 방법 고민하다 문득 휴게소의 요리장들이 했던 말이 기억났다. 고기는 밀간이 가장 중요하다는 것이었다. 마침 본가에 있는 서산에 갔는데 8년 된 송화 소금을 발견했고, 소금으로 숙성을 시도하게 되었다. “여러 방법 중 송화 소금을 살짝 볶아서 가루로 만든 다음 뿌려 숙성했던 것이 가장 맛이 뛰어나 이 방법을 선택하게 되었죠.” 소금을 뿌리고 4일이라는 숙성 기간을 거치니 간이 살짝 베 고기의 풍미가 높아졌다.

## 작은 고깃집, 한돈인증점으로 인정받다

고기의 숙성방법도 찾았겠다 가게를 차리는 일만이 남았다. 지인에게 자금을 지원받아 9개의



 대전 대덕구 송촌북로 16번길 12

 삼겹살 12,000원, 목살 12,000원, 갈매기살 14,000원

 17:00~00:00, 일요일 17:00~23:00

테이블이 있는 삼겹살집을 개업했다. 그런데 하필 이때가 비수기 6월이라 아무 하는 일 없이 허송세월을 지냈다. 9월이 되자 매출이 오르기 시작했다. 밥을 못 먹을 정도로 사람들이 끓이지를 앓았고, 대기 줄은 점점 길어져 가 좀 더 넓은 지금의 송촌본점 자리로 옮겨오기에 이르렀다.

가게를 넓히기 전 한돈인증점을 신청했다. 텔레비전을 보다 보니 한돈자조금이 눈에 들어왔고, 어떻게 하면 한돈인증점이 될 수 있을지 대전담당자와 연결해 논의했다. 그렇게 2017년 2월 한돈인증점이 되었고, 입구에는 커다랗게 한돈인증점 인증마크가 먼저 반기는 가게가 되었다. “삼겹살데이나 한돈데이 등의 행사가 가게 영업에 큰 도움이 됩니다. 앞으로도 판매율을 높일 수 있는 더 많은 이벤트가 있다면 좋겠네요.”

## 처음부터, 앞으로도 한돈

“처음부터 수입산은 생각도 안 해봤어요. 수입 냉동육과 한돈은 뽀뽀함과 부드러움일 정도로 극명하게 차이가 나죠. 우리나라 한돈농가가 얼마나 잘 생산해주고 계시는데요.” 그래서 한돈농가가 안정될 수 있도록 한돈자조금이 좀 더 신경써주기를 당부했다. “그래야만 제공받는 저희도 등록 폭 없이 좋은 한돈을 안정적으로 공급받을 수 있을 테니까요.”

한돈과 한돈농가를 믿기에 앞으로도 계속 한돈인증점 인증마크를 달고 계속 가게를 운영할 예정이라는 이정훈 대표. 한돈의 맛을 소비자에게 제대로 전달하는 데 앞장서고 싶다는 그에게서 한돈의 진정한 맛을 느낄 수 있었다.





이우석  
소장



### 2023 한돈 명예홍보대사

즐거운 콘텐츠를 만들어 한국인에게 잘 먹고 잘 노는 법을 알려주고 싶다는 이우석 소장.

그는 한돈을 그 누구보다 사랑해 ‘돼지테리안’이라 불릴 정도다.

한돈 명예홍보대사로서 한돈에 대한 이야기를 콘텐츠에 녹여내고,  
한돈 소비촉진에 앞장서겠다고 해 앞으로의 행보가 자못 궁금해진다.



# 한돈을 먹고 한돈 콘텐츠를 만들며 앞으로도 한돈과 쪽 함께하겠습니다

## Q \_\_\_\_\_ 우선 본인 소개 부탁드립니다.

1998년 <스포츠서울>이라는 매체에 입사해 2019년 12월 31일까지 근무하면서 ‘여행과 식도락 전문기자’로만 18년을 지냈죠. 2020년부터는 ‘놀고먹기연구소’라는 회사를 차려 내실 있는 즐거움을 추구하는 콘텐츠를 만들고 있습니다.

## Q \_\_\_\_\_ ‘놀고먹기연구소’라는 회사명이 특이합니다.

근래 시행하는 대부분의 연구는 ‘인간이 좀 더 일을 열심히 할 수 있도록’하는 효율성 중심이 많습니다. 그렇다면 ‘현대인이 더 잘 쉬고 즐겁게 놀 수 있는’ 연구도 필요하겠다 싶어 ‘놀고먹기연구소’를 창업하게 되었습니다. 연구를 통해 콘텐츠를 만들어내는데, 마케팅에 필요한 CI와 BI 브랜딩부터 디자인·홍보물·영상·굿즈 제작, SNS 홍보까지 두루 섭렵하고 있습니다.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈의 장점은 무어라 생각하시나요.

일단 유통과정이 빠르고 투명해 신선했습니다. 고기 맛은 부위별 차이도 있겠지만, 유통과정이 가장 중요하죠. 수입산 냉동육은 아무래도 소비자 식탁에 도달하기까지 더딜 수밖에 없고, 또 자국에서 즐겨 먹지 않는다는 이유로 함부로 취급할 수도 있으니까요. 양돈기술 선진국인 우리돼지 한돈은 맛도 위생도 우수하다고 생각합니다.

## Q \_\_\_\_\_ 평소에 한돈을 즐겨 드시나요.

주변에서 ‘돼지테리안’이라 부를 정도로 돼지고기를 선호해 한돈을 찾아다니기 일쑤죠. 삼겹살이나 갈비 등 인기 부위는 물론이고 꼬들살, 돼지꼬리 등 특수부위도 좋아합니다. 지금은 바빠서 요리는 안 하지만, 한

때는 두루치기 같은 안주를 잘 만들어 먹었습니다. 기름을 두르지 않아도 되는 삼겹살을 이용해 파기름을 내고, 고추장과 설탕만 넣으면 돼 이만한 안주가 없죠.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈 관련한 콘텐츠를 제작한 적이 있으신가요.

한돈 명예홍보대사로 활동하면서 제주, 부산, 무안 등의 한돈농가와 한돈 맛집을 탐방한 적이 있었습니다. 며칠간 매일 한돈 요리를 먹었는데, 매끼 먹어도 질리지 않는다는 것을 다시금 깨달았습니다. 특히 무안 몽탄의 한 한돈농가는 방돈을 해 돼지들이 뛰어다니는 모습이 무척 인상적이었습니다.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈 명예홍보대사로서의 활동 계획은 무엇인가요.

한돈 명예홍보대사를 시작한 것이 2016년인가요. 기자 시절 미디어에 한돈의 미식학적, 영양학적 우수성을 소개하는 것을 시작으로 지금까지 연을 맺고 있는데요. 앞으로도 MZ세대와 잘파세대가 ‘한돈’이라는 단어만 들어도 웃음이 절로 나오는 재미있는 콘텐츠를 많이 생산해 한돈 소비촉진에 작게나마 힘을 보탤까 합니다. 특히 제가 요즘 유튜브에서 음식 이야기를 시작했는데, 나중에 기회가 되면 한돈과 함께 한국인의 외식문화를 살펴보고 싶습니다.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈농가에 남기고 싶은 이야기는요.

이토록 국민에게 사랑받는 먹거리를 아무나 제공할 수 있는 것은 아닙니다. 한돈농가를 운영하시는 모든 분이 국민 건강의 책임자이며, 조력자입니다. 어떤 상황이 오더라도 자부심을 품고 힘을 내 맛난 한돈을 키워주세요.



## 물건이 아닌 가치를 사다 착한 소비자

### 그린슈머

기후변화에 따른 위기가 피부로 느껴지는 오늘날,  
친환경을 넘어서 이른바 필(必) 환경 시대가 도래했다.  
이에 따라 지구와 공존하기 위한 착한 소비의 관심도가  
나날이 치솟고 있다.

특히 이 친환경 바람은 SNS를 통해 유행처럼 퍼져나가  
MZ세대 사이에서 수많은 그린슈머를 만들어내고 있다.  
미래를 더욱 푸르게 가꿔나가는 착한 소비 열풍,  
그 주인공 그린슈머를 알아본다.



#### 그린슈머, 어디에서 온 누구일까

녹색(Green)과 소비자(Consumer)의 합성어인 ‘그린슈머(Greensumer)’는 말 그대로 환경을 우선으로 생각하는 소비자를 일컫는다. 잦은 기후 이상과 자연 재해를 맞닥뜨리며 환경 문제의 심각성에 주목하는 이들이 생겨났고, 그 결과 환경을 고려한 착한 소비를 지향하는 그린슈머가 세계 곳곳에서 나타났다.

흔히들 물건을 구매하거나 추천할 때 가장 먼저 ‘가성비’를 따져본 경험이 있을 것이다. 성능은 괜찮은지, 그에 비해 가격은 얼마나 저렴한지가 제품의 매력도를 결정짓는 중요한 포인트였다. 하지만 그린슈머에게만큼은 예외다. 이들은 가성비보다 가치소비를 외치며, 가격이 비싸더라도 환경 보호에 도움이 된다면 기꺼이 지갑을 연다. 단순히 구매에 그치지 않고 소비를 통해 신념과 가치관을 드러내는 ‘미닝아웃’을 즐긴다. 친환경 경영을 통해 지속가능한 발전을 실천하는 기업의 제품이라면 한마음 한뜻으로 일명 ‘돈줄 내기’ 구매운동을 벌이기도 한다. 그만큼 제품이 환경 보호에 근본적으로 기여하는지 다양한 측면에서 꼼꼼히 살피고, 그 의미에 힘을 보태고자 돈과 관심을 아끼지 않는다.

## 그린슈머가 불러온 변화는 점점 커지는 중

그린슈머가 빠르게 늘어나는 동안 기업은 너 나 할 것 없이 착한 소비 트렌드에 발맞춰 나갔다. 이제 환경 보호를 강조하는 그린마케팅은 선택이 아닌 필수 전략이 되었다. 제품에 어떤 의미가 담겨 있는지, 얼마나 바람직한 공정을 거쳤는지, 더불어 기업이 어떤 환경 보호 활동을 전개하고 있는지 적극적으로 알고 있다. 한돈자조금이 ‘아름다운 한돈농장 가꾸기 캠페인’을 통해 축사 환경을 개선하고 탄소중립 실천 노력을 강화한 것이 그 예시다.

이 과정을 거치며 급격히 커진 국내 친환경 소비재 시장은 2001년 대비 2020년에 약 20배 성장한 수치를 기록했다. 친환경 제품이 전체 소비재 시장에서 차지하는 비중도 20년 만에 1.2%에서 8%까지 상승했다. 게다가 친환경 제품의 수는 300배, 인증기업의 수는 20배 이상 대폭 증가했다. 전 세계적으로는 글로벌 친환경 경제가 2030년에 이르면 약 10조 달러 규모의 비즈니스 가치와 4억 개의 일자리를 창출할 것으로 기대되고 있다. 그린슈머가 산업 전반에 걸쳐 긍정적 변화를 이끄는 데 분명한 역할을 했다.



## 우리 결의 녹색 트렌드

예전에는 생소하기만 했던 제로웨이스트숍을 이제는 길거리에서 심심치 않게 목격할 수 있다. 소비자가 직접 용기를 가져와 내용물만 원하는 만큼 구매해 쓰레기를 만들어내지 않으니 이 얼마나 획기적인가. 식품업계에서도 그린슈머를 타깃으로 한 친환경 배송 서비스를 출시한 지 오래다. 식품을 주문 당일애 빠르게 배송받을 수 있지만, 편리한 서비스 뒤에 남는 각종 일회용품과 쓰레기는 오롯이 소비자에게 돌아가 불만의 목소리가 잇따랐기 때문이다. 이 해결책으로 다양한 식품 브랜드에서 재사용이 가능한 배송 전용 박스를 개발해 제공하기 시작했다. 고객이 식품을 주문하고 집 앞에 박스를 내어놓으면 비닐봉지 같은 일회용품 없이 상품만을 담아 전달하는 것이다. 패션업계 또한 푸릇한 녹색 트렌드가 한창이다. 이미 사용된 자원을 재활용해 새롭게 탈바꿈시킨 ‘업사이클링 패션’이 유행에 민감한 MZ세대의 마음을 사로잡았다. 트럭 위를 덮는 방수 천과 폐차에서 떼어낸 안전벨트, 자전거 바퀴의 고무 튜브를 조합해 만든 업사이클링 가방은 그 가치와 희소성만으로 열성적인 소비층을 불러 모았다. 최근에는 한복, 신발, 액세서리 제품에까지 영역이 확대되어 업사이클링 패션 시장이 점차 커질 것으로 예상된다. 전 산업에 걸친 녹색 트렌드는 한동안 열기가 오래 지속될 것으로 보인다.

### 착한 소비를 돕는 녹색 마크 사전



#### 친환경 마크

제품 생산 전 과정에서 에너지와 자원의 소비를 줄이고 오염물질 발생을 최소화한 제품



#### 환경 성적표

제품 생산 및 서비스 진행 전 과정이 환경에 얼마나 영향을 미쳤는지 표시한 제품



#### 저탄소 마크

환경 성적표 인증을 받은 제품 중 평균 수치보다 탄소 배출량이 적은 제품



#### GR 마크

자원 재활용 인식을 확산시키고자 국내에서 생산된 우수한 품질의 재활용품



# 현금 없는 세상을 꿈꾸다

## 간편결제 시스템

마지막으로 현금을 사용했던 기억을 단번에 떠올릴 수 있는 사람은 그리 많지 않을 것이다. 현금을 밀어낸 카드 결제에 이어 간편결제 시스템이 대중적인 결제 수단으로 자리 잡고 있다. 이제 계산대 앞에서 지갑보다 스마트폰을 꺼내 드는 모습은 흔한 일상이 됐다. 먼 미래 이야기처럼만 들리던 현금 없는 세상이 현실로 다가온 것일까?

### 독특한 한국 간편결제 시장

전 세계적으로 많은 소비자가 간편결제를 이용하고 있지만, 유독 한국에서만 나타나는 특이한 양상이 있다. 해외의 경우 대부분의 간편결제 시스템이 자사 매장과 쇼핑물을 비롯해 광범위한 사용처를 제공한다. 따라서 고객이 이용하는 서비스가 소수의 간편결제 수단으로 한정되는 양상을 띤다. 하지만 국내에서는 각 기업이 자체적인 간편결제 시스템을 만들어 고객들이 사용처마다 각기 다른 간편결제 수단을 이용한다. 간편결제 시스템마다 결제 정보를 일일이 등록해야 하는 번거로움이 따르는데도 국내에서 간편결제가 활성화된 이유는 무엇일까.

몇 년 전까지만 해도 온라인 쇼핑을 하려면 각종 보안 프로그램을 설치한 후 카드번호, 만기 연월, 비밀번호 등을 일일이 입력하고, 심지어 공인인증서로 인증을 해야 하는 수고가 따랐다. 결제 대행사가 고객의 카드 정보를 보관할 수 없어 개인이 필요시마다 모든 정보를 직접 입력해야 했기 때문이다. 하지만 관련 법 개정으로 인해 결제 대행사가 카드번호를 저장할 수 있게 되자 마침내 간편결제 시장이 국내에 열리게 되었다. 비록 사용처마다 각기 다른 간편결제 수단을 이용해야 하

는 불편함에도 기존 결제 방식이 워낙 비효율적이고 복잡했던 탓에 이 편리한 결제 서비스는 더 많은 호응을 얻었다.

### 판매자, 소비자 모두가 윈윈

간편결제 시스템의 가장 큰 장점은 명칭에서도 드러나듯이 단연 편리함으로 꼽을 수 있다. 현금을 들고 다녀야 하는 수고로움도, 복잡한 결제 정보 입력 절차를 거치는 번거로움도 없이 처음에 결제 정보를 등록하면 이후에는 몇 번의 화면 터치만으로 빠르게 구매할 수 있다. 스마트폰만으로도 어디서든 돈을 지불할 수 있게 된 덕분에 지갑 없이 외출하는 현대인들의 발걸음이 더욱 가볍다.

판매자 또한 간편결제 서비스의 커다란 수혜자다. 소비자가 간편결제 시스템을 통해 느끼는 쉽고 빠른 구매 경험은 곧장 제품과 브랜드를 향한 긍정적 이미지 형성에 직결된다. 이는 곧 상품이나 서비스를 이용한 기존 소비자가 타 상품 및 서비스로 이동하기 어렵게 만드는 ‘록인(Lock-in) 효과’로 이어진다. 간편결제는 온라인상에서 주의를 산만하게 하는 어지러운 페이지 이동도 최소화하여 결제 과정에서 고객이 이탈하지 않고 구매를 완료하도록 한다.

사회적, 경제적 측면에서도 간편결제 시스템은 긍정적인 영향을 미치고 있다. 낮은 경제성장률을 기록하며 장기적인 경기 침체를 겪는 상황에서 간편결제 시스템은 민간소비를 활성화하는 역할을 톡톡히 해내고 있다. 여기에 각종 할인과 이벤트, 포인트 적립 등 부가혜택이 더해져 소비를 촉진시키는 선순환을 유도한다.

### 더욱 뜨거워질 간편결제 열풍

간편결제 시스템 이용 금액이 하루 평균 8,000억 원을 넘으며 사상 최대치를 달성했다.

삼성페이는 올해 상반기 월간 사용자 1,545만 명, 누적 결제액 200조를 기록하며 부동의 업계 1위를 차지했다. 높은 시장 점유율을 보이는 핀테크 기업의 활약도 돋보인다. 카카오페이 월간 사용자는 전년 대비 10% 늘어난 2,361만 명을 기록했고, 가맹점 수를 약 30% 늘리며 높은 성장세를 보였다. 네이버페이는 삼성페이와 제휴를 맺은 뒤 오프라인 가맹점 300만 곳을 늘려 그동안 부진했던 오프라인 간편결제 시장 진출에도 속도를 냈다. 총 4만2,000여 곳의 가맹점을 보유해 상대적으로 범용성이 저조했던 토스페이는 SSG페이(쓱페이)와 스마일페이의 인수를 앞두고 다수의 온오프라인 가맹점을 확보할 예정이다. 지난 3월 국내 상륙한 애플페이의 등장도 간편결제 시장에 지각변동을 일으켰다. 출시 첫날부터 등록 수 100만 건을 돌파한 데 이어 국내 스마트폰 사용자 중 아이폰 사용자의 비중이 20%를 넘는다는 점에서 유력한 시장 선두주자가 될 것으로 보인다. 이러한 추세에 힘입어 은행 및 유통업계에서도 간편결제 시스템을 앞다퉈 내놓고 있다.

앞으로 간편결제 시스템은 편리함을 강력한 무기로 삼아 그 영향력을 더욱 확장해나갈 것으로 예상된다. 치열한 경쟁이 예고된 만큼 보안 등 기술적 취약점을 더욱 보완해야 하는 숙제도 남아있다. 그러나 우리의 일상이 현금 없는 세상이 될 그날은 그리 머지않아 보인다.



# 하루에 한 잔은 기본, 점점 커지는 커피 시장



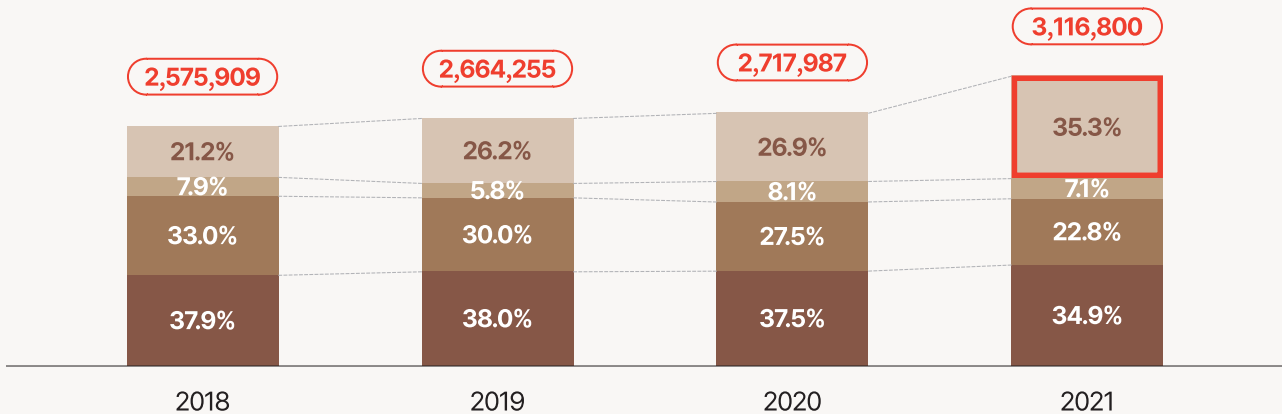
한국은 이미 세계 최대 규모의 커피 시장을 형성하고 있다. 2018년 세계 3대 커피 소비국으로까지 올라섰을 정도다. 한 건물 건너 커피숍이 자리를 차지하는 건 다반사이고, 하루에 한 잔 이상을 마시는 사람도 많아졌다. 커피의 형태도 다양해져 브랜드 커피, 편의점 커피, 믹스 커피, 드립 커피 등 선택지 또한 넓어졌다. 또 FREE, ZERO, 無 등 더하기보다 빼기에 집중하는 경향이 강화되어 디카페인 커피 시장도 커졌으며, 일반 커피 대비 카페인 함량이 적고 체중 감량과 활력에 도움이 된다는 생두도 인기를 누리고 있다. 한국인의 커피 사랑은 얼마만큼 가고 있는지 살펴본다.

자료 출처 | aT FIS

## 국내 커피류 시장 규모

■ 액상커피 ■ 조제커피 ■ 인스턴트커피 ■ 볶은커피

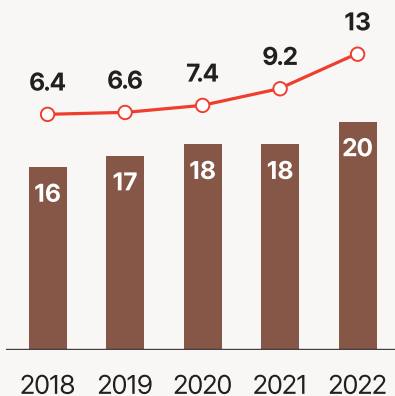
[단위: 백만 원]



## 커피(생두+원두) 수입 현황

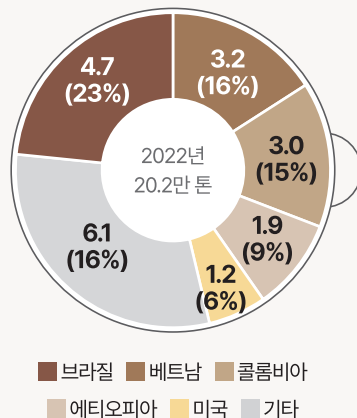
### 연도별 커피 수입 추이

■ 중량 ○ 금액 [단위: 만 톤, 억 달러]



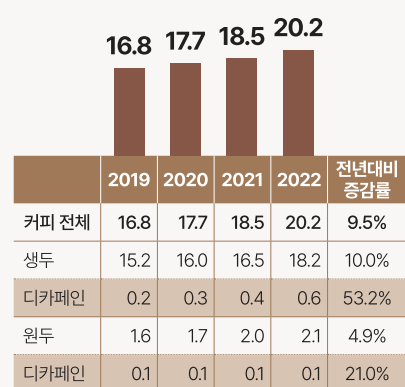
### 국가별 커피 수입량

[단위: 만 톤, %]



### 품목별 수입량

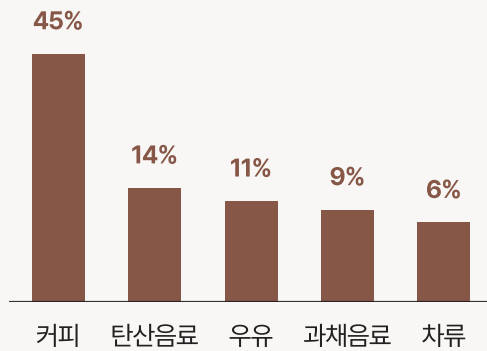
[단위: 만 톤, %]



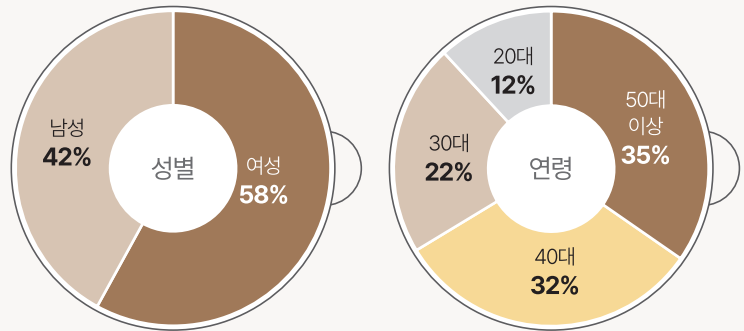


## 커피 음용 빈도

음료별 음용 빈도 비중(1~5순위)



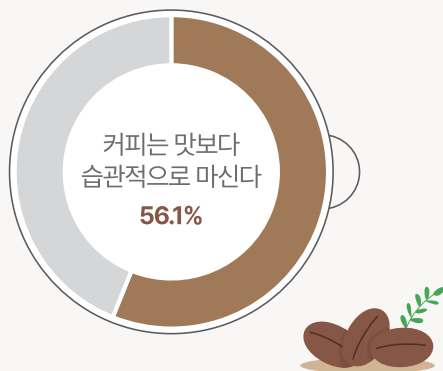
성별/연령대별 커피 음용 비중



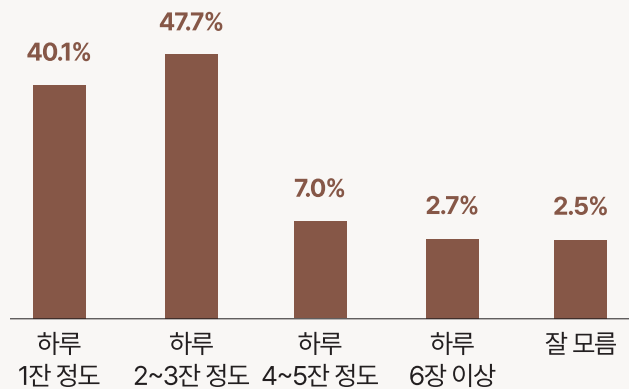
## 커피 음용 패턴

평소 커피 음용 패턴

(전체 동의율)

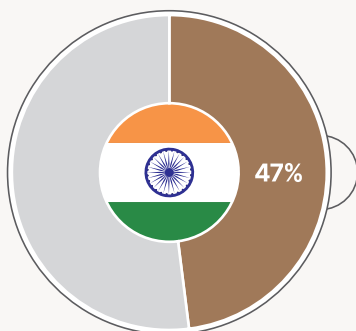


1일 커피 소비량



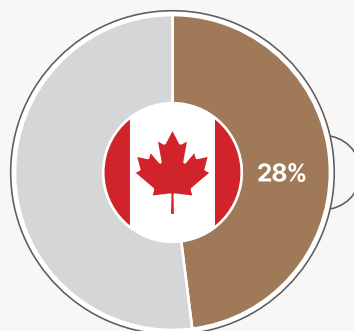
## 생두 추출물을 찾는 소비자 인식

인도



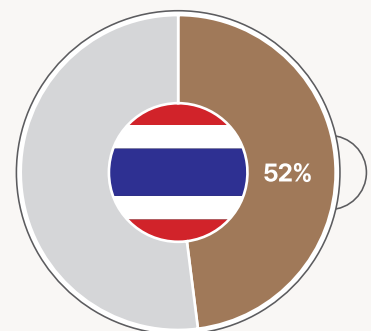
뇌 건강을 향상하는 음식이 매력적이라고 인식하는 소비자

캐나다



에너지를 높이는 음료를 찾는 소비자

태국



항산화 효과가 있는 미용-건강 보조식품에 관심이 있는 소비자

## 색다르게, 더 맛있게 즐기는 한돈 요리

대부분 한돈 요리를 물으면 수육과 구이만을 답한다. 하지만 한돈의 변신은 무한하다. 기존 한돈 부위를 색다르게 즐기는 시도가 SNS상에 이어지는 것만 봐도 알 수 있다. 식사로는 일품이고, 술을 곁들여도 좋으며, 야외에서 즐기기도 손색없는 한돈의 재발견. 한돈의 특별한 레시피를 준비했다.

### 부드럽고 쫄깃한 한돈에 매콤함을 더한 **한돈수육무침**



#### 재료 및 분량

한돈 수육용 500g, 상추 10장,  
양파 ¼개, 부추 20g, 대파 ½대  
**수육용 양념** 물 1.5L, 된장 1큰술,  
진간장 1큰술, 월계수 잎 2장,  
통후추 5알, 대파 1대  
**무침 양념** 고추장 1큰술, 설탕 ⅓큰술,  
식초 ⅓큰술, 멸치액젓 1작은술,  
고춧가루·깨소금·볶은 콩가루 1큰술씩

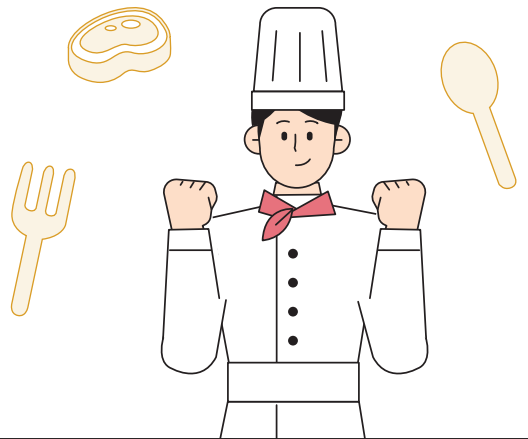
#### 조리법

- 1 — 한돈 수육용을 준비하고, 찬물에 30분 정도 핏물을 제거한다.
- 2 — 수육용 양념을 냄비에 끓이고 팔팔 끓으면 한돈을 넣고 35분간 뚜껑을 덮어 끓인 다음, 10분간 약불에서 뚜껑을 덮어 뜸 들인다.
- 3 — 상추, 양파, 부추, 대파는 먹기 좋은 크기로 썰어 준비한다.
- 4 — 무침 양념을 모두 섞어 ③의 채소가 숨이 죽지 않게 무친다.
- 5 — ②의 수육을 꺼내 편으로 썰어 접시에 담고, 그 위에 ④의 채소 무침을 곁들인다.



### 레시피 제공

한국식생활개발연구회  
김갑수 조리실장



## 바삭하고 촉촉한 한돈을 시원한 국수와 함께 **한돈등갈비국수**



### 재료 및 분량

한돈 등갈비 600g, 칼국수면 2인분,  
국간장 2큰술, 진간장 1작은술,  
맛술 1큰술, 소금·후추 약간씩  
**등갈비 육수** 물 2L, 월계수 잎 2장,  
양파 ½개, 대파 ½대, 통후추 5알,  
마른 고추 2개  
**고명** 홍고추 ¼개, 청양고추 ¼개,  
쪽파 10g

### 조리법

- 1 — 등갈비는 찬물에 30분 정도 담그고, 끓는 물에 한 번 데쳐 찬물에 깨끗이 씻는다.
- 2 — 냄비에 ①의 등갈비와 등갈비 육수 재료를 모두 넣고 뚜껑을 덮어 센 불에 30분간 끓이고, 10분 정도 약한 불에서 뜸 들인다.
- 3 — ②의 등갈비가 뜸이 들면 고운 채에 한 번 걸러내고, 육수와 등갈비를 분리한다.
- 4 — 등갈비는 진간장과 맛술을 넣고 버무려 요리용 토치나 팬에 바삭 구워 준비한다.
- 5 — 냄비에 ③의 육수를 전부 넣고 국간장, 소금, 후추를 이용해 간을 한 다음, 칼국수 면을 넣어 끓인다. 고명재료인 홍고추, 청양고추, 쪽파는 작게 다진다.
- 6 — ④, ⑤의 등갈비와 칼국수를 보기 좋게 그릇에 담고, 고명을 얹는다.



## 9월 한돈산업 동향

자료 제공 | 한돈미래연구소



9월 도축두수는 전체 142만2,000두로, 전월에 비해 약 5만7,000천두가 감소하였으며, 돼지 도매가격은 5,723 원/kg으로 8월 5,499원/kg 대비 224원/kg (약 4.1% 증가) 상승했습니다.

9월 돼지고기 수입량은 2만3,708톤으로 전월 대비 21.6% 감소, 전년(3만2,494톤) 대비 27.0% 감소하였습니다. 지난달에 이어 수입량은 소비 위축으로 인해 지속 감소 추세를 보입니다.

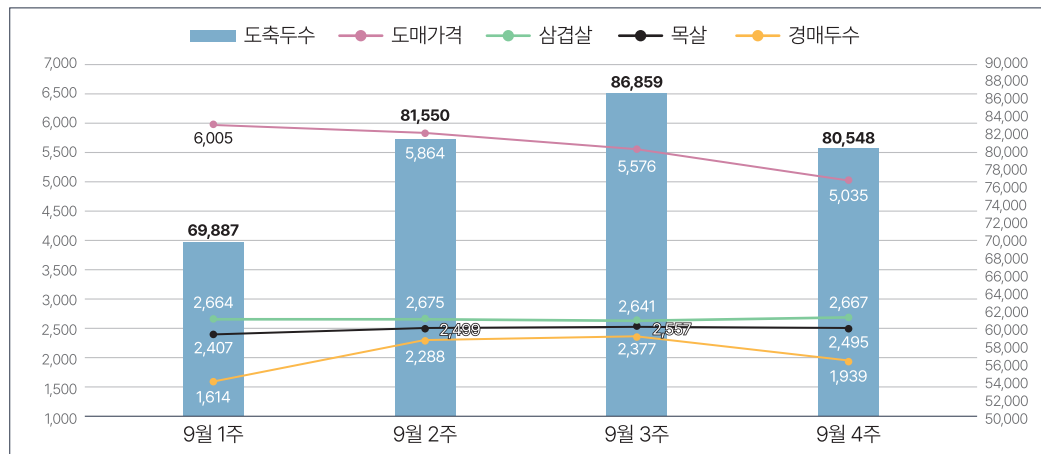
8월 한돈 재고량은 약 3만3,216톤으로 전월(약 3만 9,386톤) 대비 약 15.7% 감소했습니다.

9월은 전월 대비 한돈 재고량 감소, 수입량 감소와 같은

좋은 신호가 있었으나 추석을 앞두고 도축 두수 증가로 인해 돈가에 부정적인 영향을 미쳤으며, 9월에 돼지고기 할당 관세 물량 1만5,000톤 확대 결정으로 인해 향후 돈가에 악영향을 미칠 것으로 예상합니다.

한편 9월 출하된 돼지 142만2,000두 중 1+등급 46만 9,000두(32.8%), 1등급 46만7,000두(32.6%), 2등급 44만3,000두(31.0%), 등외 5만2,000두(3.7%)로 나타났습니다.

한편 올해(1~9월 기준) 누적 농가경영손실액은 3,047억원(농가당 약 5,200만원), 마리당 3.3만원 손실을 기록한 것으로 조사되었습니다.



구분	8월	9월	변동율(%)	비고
도축두수(두)	1,480,105	1,422,463	3.9 ▼	
도매가격(원/kg)	5,499	5,723	4.1 ▲	
삼겹살가격(원/100g)	2,615	2,662	1.8 ▲	
목살가격(원/100g)	2,453	2,488	1.4 ▲	
일 평균 경매두수(두)	1,605	2,049	27.7 ▲	
돈육 수입량(톤)	30,233	23,708	21.6 ▼	2022년 9월 돈육 수입량 32,494톤

구분	7월	8월	변동율(%)	비고
국내 재고량(톤)	39,386	33,216	15.7 ▼	
수입 재고량(톤)	81,166			

한돈자조금에서 더 많은 분에게 선물을 드리기 위해  
다양한 이벤트를 준비했습니다.

지금 응모하고 행운의 주인공이 되세요!

추첨을 통해  
선물이 팡팡!



## 퀴즈 풀고! 선물 받고!

### 이벤트 1

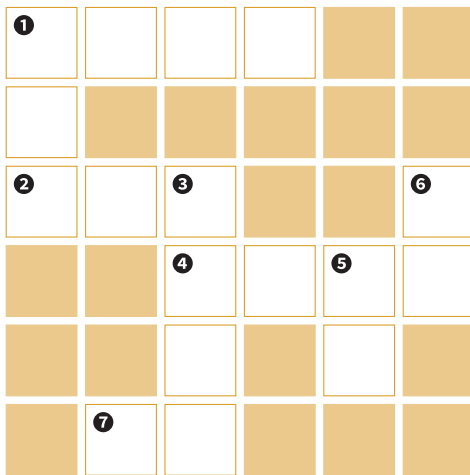
한돈 카카오톡 채널 친구대상 | 안방그릴(1명), 온누리상품권(3명) 증정

### 참여방법

1. 모바일 카카오톡 '한돈' 검색 ➔ 채널에서 '한돈' 추가 ➔ 채널 구독 화면 캡처
2. QR코드 스캔 ➔ 정답 입력하고, 채널 구독 캡처 이미지 첨부 ➔ 응모 완료



지금 응모하러가기



### 가로

- 1 마음속에서 느끼는 감동이 끝이 없다는 사자성어로, ○○무랑
- 2 중국집 대표요리로, 돼지고기에 녹말을 묻혀낸 튀김
- 4 한돈의 소비활성화를 위해 상품의 가격을 정가보다 적게 받는 것으로, ○○인하
- 7 못 쓰게 되어 버리는 물품

### 세로

- 1 돼지 뼈에 감자, 들깨, 파, 마늘 등의 양념을 넣어 끓인 탕
- 3 햄, 소시지, 베이컨과 같이 고기를 인공적으로 처리해 만든 식품
- 5 아이들이 가지고 노는 장난감
- 6 천천히 움직이는 거대한 얼음덩어리

지난 호 정답  
가로 1 한가위 2 조각보 4 뽕배추 7 도원결의  
세로 1 한돈자조금 3 보쌈 5 추수 6 위도 8 원두 9 의사

### 이벤트 2

외국인 근로자 대상 | 한돈꾸러미 선물 세트(10명) 증정

한돈꾸러미 선물 세트에는 텀블러, 포켓 장바구니, 가위, 앞치마, 돗자리, 머그컵이 들어있어요!

### 참여방법

퀴즈 읽고 QR코드 스캔 후 정답 클릭 ➔ 응모 완료

### 퀴즈

한돈자조금에서는 10월의 첫날 숫자 1001이 '돼지코' 모양을 떠올린다고 해서 2014년부터 10월 1일을 이날로 기념하고 있습니다. 이날은 무슨 날일까요?  
(4p 참조)

- 1 한돈의날 2 삼삼데이 3 한돈데이 4 삼겹살데이



지금 응모하러가기

\* 외국인 근로자만  
응모하실 수  
있습니다.

기간 2023년 11월 1일까지

발표 2023년 11월호 소식지 게시 및 개별연락

문의 02-324-6852

\* 5만원 이상 경품에 대해서는 한돈자조금 소식지 제작 대행사인 디자인신화에서 제세공과금을 부담하며, 제세공과금 납부와 관련해 개인정보를 요구할 수 있음을 알려 드립니다.

### 지난호 이벤트 당첨자

안방그릴 1명, 온누리상품권(2만원) 3명

안방그릴

위\*진  
(9668)

상품권

송\*옥  
(6307)

상품권

정\*숙  
(3351)

상품권

백\*열  
(0036)

지금 바로 설치하세요!

# 한돈협회 회원 전용 어플리케이션

아래 QR코드를 카메라로 찍으면  
어플 설치 화면으로 이동합니다.



안드로이드용



IOS용



## 한돈(농가용) 어플리케이션을 소개합니다



정보 전달과 협회원 간의 상호  
소통 강화 등을 위해 개발한  
회원 전용 어플리케이션입니다.



구글 플레이스토어(안드로이드) /  
앱스토어(iOS)에서 '한돈(농가용)'을  
검색 후 다운로드 가능합니다.



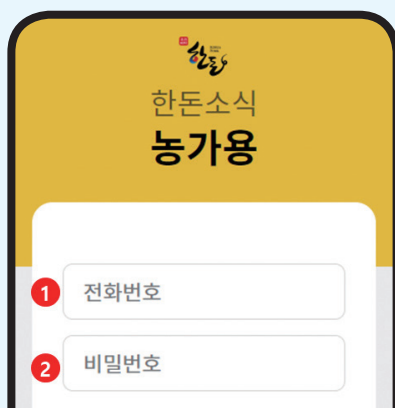
궁금한 점은 농가지원팀으로  
문의해 주세요.  
**Tel. 070-4616-4261**

## 한돈(농가용) 어플리케이션 이렇게 사용하세요



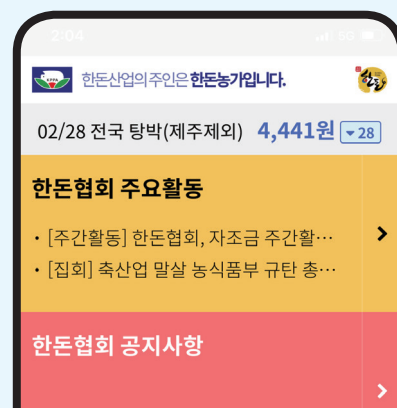
### STEP 1

구글 플레이스토어(안드로이드) /  
앱스토어(iOS)에서  
'한돈(농가용)' 검색하고 설치



### STEP 2

기존 지부 통합 관리 시스템에 가입되어  
있는 **농가 회원**은 **별도 회원가입 없이**  
휴대폰 번호만으로 로그인 가능



### STEP 3

한돈협회 주요활동, 공지사항,  
중앙회에 바라는 사항, 설문조사,  
돈가 게시판 **각종 서식 자료** 등을 확인



사람 대 한 한 돈 협 회



한돈자조금관리위원회



이우석  
소장



### 2023 한돈 명예홍보대사

즐거운 콘텐츠를 만들어 한국인에게 잘 먹고 잘 노는 법을 알려주고 싶다는 이우석 소장.

그는 한돈을 그 누구보다 사랑해 ‘돼지테리안’이라 불릴 정도다.

한돈 명예홍보대사로서 한돈에 대한 이야기를 콘텐츠에 녹여내고,  
한돈 소비촉진에 앞장서겠다고 해 앞으로의 행보가 자못 궁금해진다.



# 한돈을 먹고 한돈 콘텐츠를 만들며 앞으로도 한돈과 쪽 함께하겠습니다

## Q \_\_\_\_\_ 우선 본인 소개 부탁드립니다.

1998년 <스포츠서울>이라는 매체에 입사해 2019년 12월 31일까지 근무하면서 ‘여행과 식도락 전문기자’로만 만 18년을 지냈죠. 2020년부터는 ‘놀고먹기연구소’라는 회사를 차려 내실 있는 즐거움을 추구하는 콘텐츠를 만들고 있습니다.

## Q \_\_\_\_\_ ‘놀고먹기연구소’라는 회사명이 특이합니다.

근래 시행하는 대부분의 연구는 ‘인간이 좀 더 일을 열심히 할 수 있도록’하는 효율성 중심이 많습니다. 그렇다면 ‘현대인이 더 잘 쉬고 즐겁게 놀 수 있는’ 연구도 필요하겠다 싶어 ‘놀고먹기연구소’를 창업하게 되었습니다. 연구를 통해 콘텐츠를 만들어내는데, 마케팅에 필요한 CI와 BI 브랜딩부터 디자인·홍보물·영상·굿즈 제작, SNS 홍보까지 두루 섭렵하고 있습니다.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈의 장점은 무어라 생각하시나요.

일단 유통과정이 빠르고 투명해 신선했습니다. 고기 맛은 부위별 차이도 있겠지만, 유통과정이 가장 중요하죠. 수입산 냉동육은 아무래도 소비자 식탁에 도달하기까지 더딜 수밖에 없고, 또 자국에서 즐겨 먹지 않는다는 이유로 함부로 취급할 수도 있으니까요. 양돈기술 선진국인 우리돼지 한돈은 맛도 위생도 우수하다고 생각합니다.

## Q \_\_\_\_\_ 평소에 한돈을 즐겨 드시나요.

주변에서 ‘돼지테리안’이라 부를 정도로 돼지고기를 선호해 한돈을 찾아다니기 일쑤죠. 삼겹살이나 갈비 등 인기 부위는 물론이고 꼬들살, 돼지꼬리 등 특수부위도 좋아합니다. 지금은 바빠서 요리는 안 하지만, 한

때는 두루치기 같은 안주를 잘 만들어 먹었습니다. 기름을 두르지 않아도 되는 삼겹살을 이용해 파기름을 내고, 고추장과 설탕만 넣으면 돼 이만한 안주가 없죠.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈 관련한 콘텐츠를 제작한 적이 있으신가요.

한돈 명예홍보대사로 활동하면서 제주, 부산, 무안 등의 한돈농가와 한돈 맛집을 탐방한 적이 있었습니다. 며칠간 매일 한돈 요리를 먹었는데, 매끼 먹어도 질리지 않는다는 것을 다시금 깨달았습니다. 특히 무안 몽탄의 한 한돈농가는 방돈을 해 돼지들이 뛰어다니는 모습이 무척 인상적이었습니다.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈 명예홍보대사로서의 활동 계획은 무엇인가요.

한돈 명예홍보대사를 시작한 것이 2016년인가요. 기자 시절 미디어에 한돈의 미식학적, 영양학적 우수성을 소개하는 것을 시작으로 지금까지 연을 맺고 있는데요. 앞으로도 MZ세대와 잘파세대가 ‘한돈’이라는 단어만 들어도 웃음이 절로 나오는 재미있는 콘텐츠를 많이 생산해 한돈 소비촉진에 작게나마 힘을 보탤까 합니다. 특히 제가 요즘 유튜브에서 음식 이야기를 시작했는데, 나중에 기회가 되면 한돈과 함께 한국인의 외식문화를 살펴보고 싶습니다.

## Q \_\_\_\_\_ 한돈농가에 남기고 싶은 이야기는요.

이토록 국민에게 사랑받는 먹거리를 아무나 제공할 수 있는 것은 아닙니다. 한돈농가를 운영하시는 모든 분이 국민 건강의 책임자이며, 조력자입니다. 어떤 상황이 오더라도 자부심을 품고 힘을 내 맛난 한돈을 키워주세요.



## 물건이 아닌 가치를 사다 착한 소비자

### 그린슈머

기후변화에 따른 위기가 피부로 느껴지는 오늘날,  
친환경을 넘어서 이른바 필(必) 환경 시대가 도래했다.  
이에 따라 지구와 공존하기 위한 착한 소비의 관심도가  
나날이 치솟고 있다.

특히 이 친환경 바람은 SNS를 통해 유행처럼 퍼져나가  
MZ세대 사이에서 수많은 그린슈머를 만들어내고 있다.  
미래를 더욱 푸르게 가꿔나가는 착한 소비 열풍,  
그 주인공 그린슈머를 알아본다.



#### 그린슈머, 어디에서 온 누구일까

녹색(Green)과 소비자(Consumer)의 합성어인 ‘그린슈머(Greensumer)’는 말 그대로 환경을 우선으로 생각하는 소비자를 일컫는다. 잦은 기후 이상과 자연 재해를 맞닥뜨리며 환경 문제의 심각성에 주목하는 이들이 생겨났고, 그 결과 환경을 고려한 착한 소비를 지향하는 그린슈머가 세계 곳곳에서 나타났다.

흔히들 물건을 구매하거나 추천할 때 가장 먼저 ‘가성비’를 따져본 경험이 있을 것이다. 성능은 괜찮은지, 그에 비해 가격은 얼마나 저렴한지가 제품의 매력도를 결정짓는 중요한 포인트였다. 하지만 그린슈머에게만큼은 예외다. 이들은 가성비보다 가치소비를 외치며, 가격이 비싸더라도 환경 보호에 도움이 된다면 기꺼이 지갑을 연다. 단순히 구매에 그치지 않고 소비를 통해 신념과 가치관을 드러내는 ‘미닝아웃’을 즐긴다. 친환경 경영을 통해 지속가능한 발전을 실천하는 기업의 제품이라면 한마음 한뜻으로 일명 ‘돈줄 내기’ 구매운동을 벌이기도 한다. 그만큼 제품이 환경 보호에 근본적으로 기여하는지 다양한 측면에서 꼼꼼히 살피고, 그 의미에 힘을 보태고자 돈과 관심을 아끼지 않는다.



## 그린슈머가 불러온 변화는 점점 커지는 중

그린슈머가 빠르게 늘어나는 동안 기업은 너 나 할 것 없이 착한 소비 트렌드에 발맞춰 나갔다. 이제 환경 보호를 강조하는 그린마케팅은 선택이 아닌 필수 전략이 되었다. 제품에 어떤 의미가 담겨 있는지, 얼마나 바람직한 공정을 거쳤는지, 더불어 기업이 어떤 환경 보호 활동을 전개하고 있는지 적극적으로 알고 있다. 한돈자조금이 ‘아름다운 한돈농장 가꾸기 캠페인’을 통해 축사 환경을 개선하고 탄소중립 실천 노력을 강화한 것이 그 예시다.

이 과정을 거치며 급격히 커진 국내 친환경 소비재 시장은 2001년 대비 2020년에 약 20배 성장한 수치를 기록했다. 친환경 제품이 전체 소비재 시장에서 차지하는 비중도 20년 만에 1.2%에서 8%까지 상승했다. 게다가 친환경 제품의 수는 300배, 인증기업의 수는 20배 이상 대폭 증가했다. 전 세계적으로는 글로벌 친환경 경제가 2030년에 이르면 약 10조 달러 규모의 비즈니스 가치와 4억 개의 일자리를 창출할 것으로 기대되고 있다. 그린슈머가 산업 전반에 걸쳐 긍정적 변화를 이끄는 데 분명한 역할을 했다.



## 우리 결의 녹색 트렌드

예전에는 생소하기만 했던 제로웨이스트숍을 이제는 길거리에서 심심치 않게 목격할 수 있다. 소비자가 직접 용기를 가져와 내용물만 원하는 만큼 구매해 쓰레기를 만들어내지 않으니 이 얼마나 획기적인가. 식품업계에서도 그린슈머를 타깃으로 한 친환경 배송 서비스를 출시한 지 오래다. 식품을 주문 당일애 빠르게 배송받을 수 있지만, 편리한 서비스 뒤에 남는 각종 일회용품과 쓰레기는 오롯이 소비자에게 돌아가 불만의 목소리가 잇따랐기 때문이다. 이 해결책으로 다양한 식품 브랜드에서 재사용이 가능한 배송 전용 박스를 개발해 제공하기 시작했다. 고객이 식품을 주문하고 집 앞에 박스를 내어놓으면 비닐봉지 같은 일회용품 없이 상품만을 담아 전달하는 것이다. 패션업계 또한 푸릇한 녹색 트렌드가 한창이다. 이미 사용된 자원을 재활용해 새롭게 탈바꿈시킨 ‘업사이클링 패션’이 유행에 민감한 MZ세대의 마음을 사로잡았다. 트럭 위를 덮는 방수 천과 폐차에서 떼어낸 안전벨트, 자전거 바퀴의 고무 튜브를 조합해 만든 업사이클링 가방은 그 가치와 희소성만으로 열성적인 소비층을 불러 모았다. 최근에는 한복, 신발, 액세서리 제품에까지 영역이 확대되어 업사이클링 패션 시장이 점차 커질 것으로 예상된다. 전 산업에 걸친 녹색 트렌드는 한동안 열기가 오래 지속될 것으로 보인다.

### 착한 소비를 돕는 녹색 마크 사전



#### 친환경 마크

제품 생산 전 과정에서 에너지와 자원의 소비를 줄이고 오염물질 발생을 최소화한 제품



#### 환경 성적표지

제품 생산 및 서비스 진행 전 과정이 환경에 얼마나 영향을 미쳤는지 표시한 제품



#### 저탄소 마크

환경 성적표지 인증을 받은 제품 중 평균 수치보다 탄소 배출량이 적은 제품



#### GR 마크

자원 재활용 인식을 확산시키고자 국내에서 생산된 우수한 품질의 재활용품

## 현금 없는 세상을 꿈꾸다

### 간편결제 시스템

마지막으로 현금을 사용했던 기억을 단번에 떠올릴 수 있는 사람은 그리 많지 않을 것이다. 현금을 밀어낸 카드 결제에 이어 간편결제 시스템이 대중적인 결제 수단으로 자리 잡고 있다. 이제 계산대 앞에서 지갑보다 스마트폰을 꺼내 드는 모습은 흔한 일상이 됐다. 먼 미래 이야기처럼만 들리던 현금 없는 세상이 현실로 다가온 것일까?

#### 독특한 한국 간편결제 시장

전 세계적으로 많은 소비자가 간편결제를 이용하고 있지만, 유독 한국에서만 나타나는 특이한 양상이 있다. 해외의 경우 대부분의 간편결제 시스템이 자사 매장과 쇼핑물을 비롯해 광범위한 사용처를 제공한다. 따라서 고객이 이용하는 서비스가 소수의 간편결제 수단으로 한정되는 양상을 띤다. 하지만 국내에서는 각 기업이 자체적인 간편결제 시스템을 만들어 고객들이 사용처마다 각기 다른 간편결제 수단을 이용한다. 간편결제 시스템마다 결제 정보를 일일이 등록해야 하는 번거로움이 따르는데도 국내에서 간편결제가 활성화된 이유는 무엇일까.

몇 년 전까지만 해도 온라인 쇼핑을 하려면 각종 보안 프로그램을 설치한 후 카드번호, 만기 연월, 비밀번호 등을 일일이 입력하고, 심지어 공인인증서로 인증을 해야 하는 수고가 따랐다. 결제 대행사가 고객의 카드 정보를 보관할 수 없어 개인이 필요시마다 모든 정보를 직접 입력해야 했기 때문이다. 하지만 관련 법 개정으로 인해 결제 대행사가 카드번호를 저장할 수 있게 되자 마침내 간편결제 시장이 국내에 열리게 되었다. 비록 사용처마다 각기 다른 간편결제 수단을 이용해야 하

는 불편함에도 기존 결제 방식이 워낙 비효율적이고 복잡했던 탓에 이 편리한 결제 서비스는 더 많은 호응을 얻었다.

### 판매자, 소비자 모두가 윈윈

간편결제 시스템의 가장 큰 장점은 명칭에서도 드러나듯이 단연 편리함으로 꼽을 수 있다. 현금을 들고 다녀야 하는 수고로움도, 복잡한 결제 정보 입력 절차를 거치는 번거로움도 없이 처음에 결제 정보를 등록하면 이후에는 몇 번의 화면 터치만으로 빠르게 구매할 수 있다. 스마트폰만으로도 어디서든 돈을 지불할 수 있게 된 덕분에 지갑 없이 외출하는 현대인들의 발걸음이 더욱 가볍다.

판매자 또한 간편결제 서비스의 커다란 수혜자다. 소비자가 간편결제 시스템을 통해 느끼는 쉽고 빠른 구매 경험은 곧장 제품과 브랜드를 향한 긍정적 이미지 형성에 직결된다. 이는 곧 상품이나 서비스를 이용한 기존 소비자가 타 상품 및 서비스로 이동하기 어렵게 만드는 ‘록인(Lock-in) 효과’로 이어진다. 간편결제는 온라인상에서 주의를 산만하게 하는 어지러운 페이지 이동도 최소화하여 결제 과정에서 고객이 이탈하지 않고 구매를 완료하도록 한다.

사회적, 경제적 측면에서도 간편결제 시스템은 긍정적인 영향을 미치고 있다. 낮은 경제성장률을 기록하며 장기적인 경기 침체를 겪는 상황에서 간편결제 시스템은 민간소비를 활성화하는 역할을 톡톡히 해내고 있다. 여기에 각종 할인과 이벤트, 포인트 적립 등 부가혜택이 더해져 소비를 촉진시키는 선순환을 유도한다.

### 더욱 뜨거워질 간편결제 열풍

간편결제 시스템 이용 금액이 하루 평균 8,000억 원을 넘으며 사상 최대치를 달성했다.

삼성페이는 올해 상반기 월간 사용자 1,545만 명, 누적 결제액 200조를 기록하며 부동의 업계 1위를 차지했다. 높은 시장 점유율을 보이는 핀테크 기업의 활약도 돋보인다. 카카오페이 월간 사용자는 전년 대비 10% 늘어난 2,361만 명을 기록했고, 가맹점 수를 약 30% 늘리며 높은 성장세를 보였다. 네이버페이는 삼성페이와 제휴를 맺은 뒤 오프라인 가맹점 300만 곳을 늘려 그동안 부진했던 오프라인 간편결제 시장 진출에도 속도를 냈다. 총 4만2,000여 곳의 가맹점을 보유해 상대적으로 범용성이 저조했던 토스페이는 SSG페이(씨케이페이)와 스마일페이의 인수를 앞두고 다수의 온오프라인 가맹점을 확보할 예정이다. 지난 3월 국내 상륙한 애플페이의 등장도 간편결제 시장에 지각변동을 일으켰다. 출시 첫날부터 등록 수 100만 건을 돌파한 데 이어 국내 스마트폰 사용자 중 아이폰 사용자의 비중이 20%를 넘는다는 점에서 유력한 시장 선두주자가 될 것으로 보인다. 이러한 추세에 힘입어 은행 및 유통업계에서도 간편결제 시스템을 앞다퉈 내놓고 있다.

앞으로 간편결제 시스템은 편리함을 강력한 무기로 삼아 그 영향력을 더욱 확장해나갈 것으로 예상된다. 치열한 경쟁이 예고된 만큼 보안 등 기술적 취약점을 더욱 보완해야 하는 숙제도 남아있다. 그러나 우리의 일상이 현금 없는 세상이 될 그날은 그리 머지않아 보인다.





# 하루에 한 잔은 기본, 점점 커지는 커피 시장



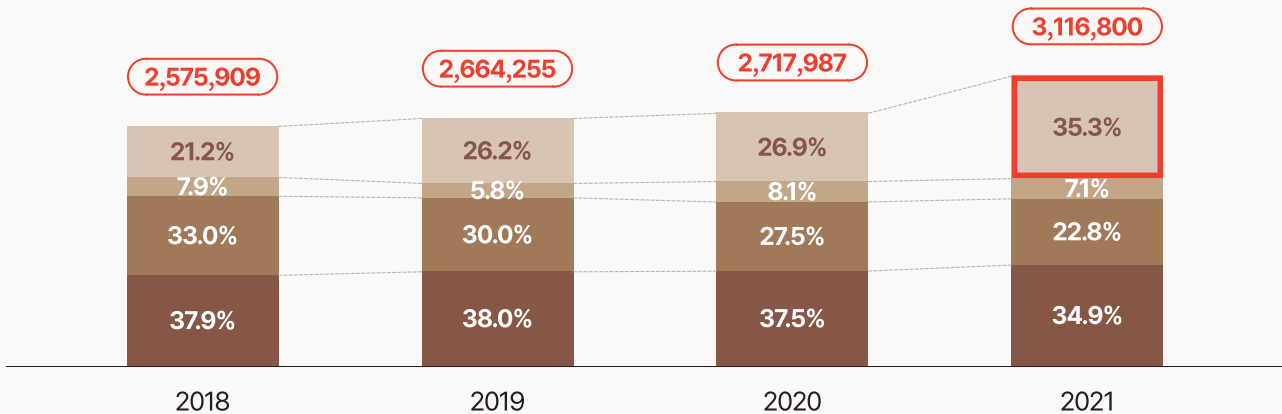
한국은 이미 세계 최대 규모의 커피 시장을 형성하고 있다. 2018년 세계 3대 커피 소비국으로까지 올라섰을 정도다. 한 건물 건너 커피숍이 자리를 차지하는 건 다반사이고, 하루에 한 잔 이상을 마시는 사람도 많아졌다. 커피의 형태도 다양해져 브랜드 커피, 편의점 커피, 믹스 커피, 드립 커피 등 선택지 또한 넓어졌다. 또 FREE, ZERO, 無 등 더하기보다 빼기에 집중하는 경향이 강화되어 디카페인 커피 시장도 커졌으며, 일반 커피 대비 카페인 함량이 적고 체중 감량과 활력에 도움이 된다는 생두도 인기를 누리고 있다. 한국인의 커피 사랑은 얼마만큼 가고 있는지 살펴본다.

자료 출처 | aT FIS

## 국내 커피류 시장 규모

■ 액상커피 ■ 조제커피 ■ 인스턴트커피 ■ 볶은커피

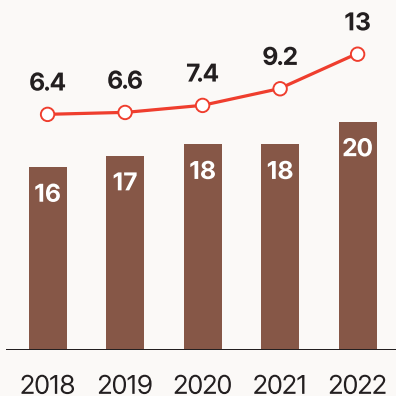
[단위: 백만 원]



## 커피(생두+원두) 수입 현황

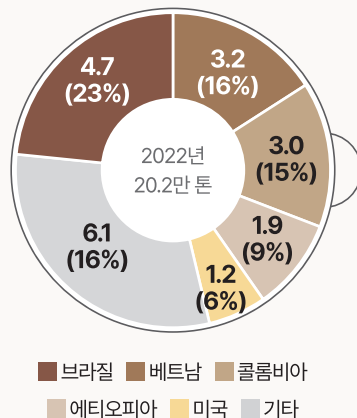
### 연도별 커피 수입 추이

■ 중량 ○ 금액 [단위: 만 톤, 억 달러]



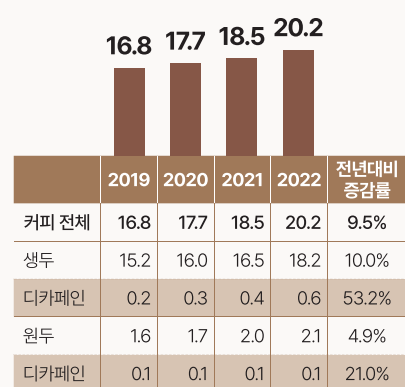
### 국가별 커피 수입량

[단위: 만 톤, %]



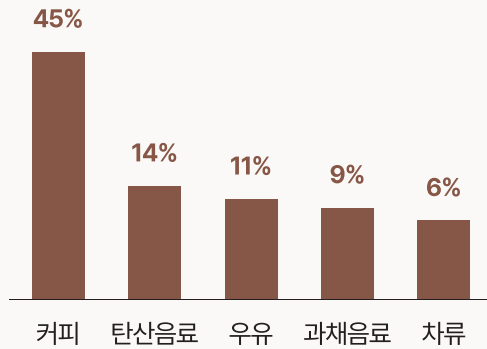
### 품목별 수입량

[단위: 만 톤, %]

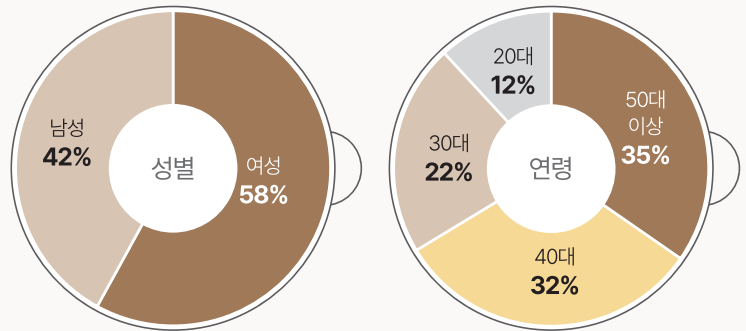


## 커피 음용 빈도

음료별 음용 빈도 비중(1~5순위)



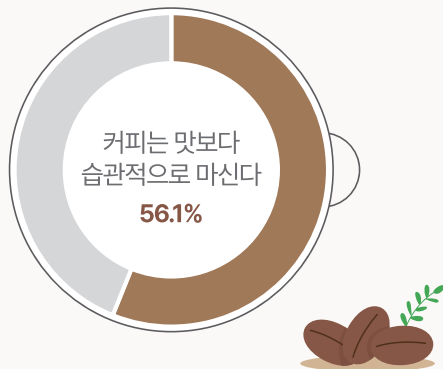
성별/연령대별 커피 음용 비중



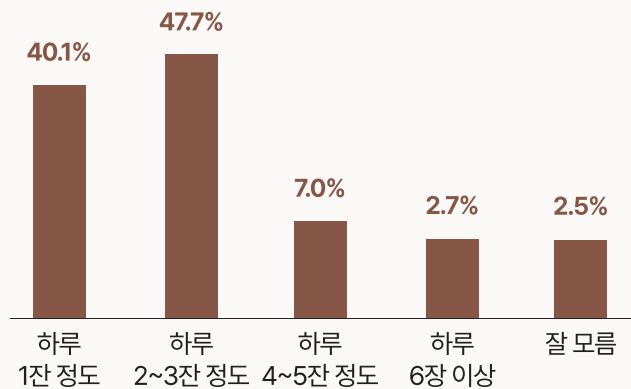
## 커피 음용 패턴

평소 커피 음용 패턴

(전체 동의율)

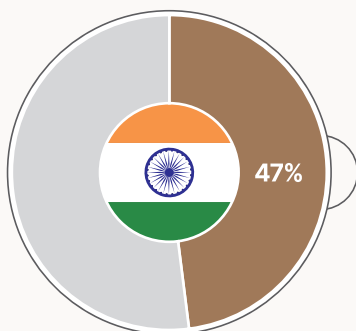


1일 커피 소비량



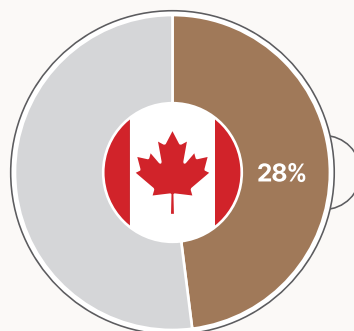
## 생두 추출물을 찾는 소비자 인식

인도



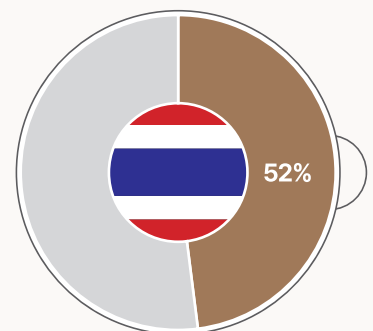
뇌 건강을 향상하는 음식이 매력적이라고 인식하는 소비자

캐나다



에너지를 높이는 음료를 찾는 소비자

태국



항산화 효과가 있는 미용-건강 보조식품에 관심이 있는 소비자

## 색다르게, 더 맛있게 즐기는 한돈 요리

대부분 한돈 요리를 물으면 수육과 구이만을 답한다. 하지만 한돈의 변신은 무한하다. 기존 한돈 부위를 색다르게 즐기는 시도가 SNS상에 이어지는 것만 봐도 알 수 있다. 식사로는 일품이고, 술을 곁들여도 좋으며, 야외에서 즐기기도 손색없는 한돈의 재발견. 한돈의 특별한 레시피를 준비했다.

### 부드럽고 쫄깃한 한돈에 매콤함을 더한 **한돈수육무침**



#### 재료 및 분량

한돈 수육용 500g, 상추 10장,  
양파 ¼개, 부추 20g, 대파 ½대  
**수육용 양념** 물 1.5L, 된장 1큰술,  
진간장 1큰술, 월계수 잎 2장,  
통후추 5알, 대파 1대  
**무침 양념** 고추장 1큰술, 설탕 ⅓큰술,  
식초 ⅓큰술, 멸치액젓 1작은술,  
고춧가루·깨소금·볶은 콩가루 1큰술씩

#### 조리법

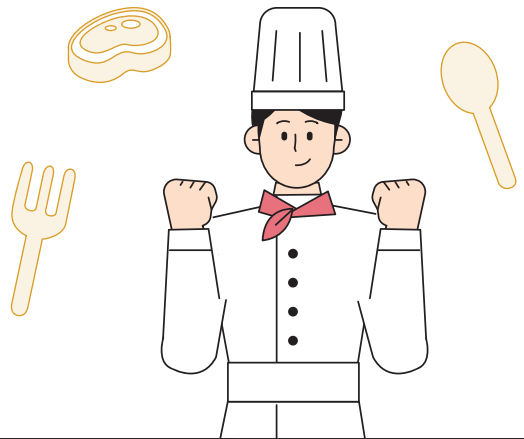
- 1 — 한돈 수육용을 준비하고, 찬물에 30분 정도 핏물을 제거한다.
- 2 — 수육용 양념을 냄비에 끓이고 팔팔 끓으면 한돈을 넣고 35분간 뚜껑을 덮어 끓인 다음, 10분간 약불에서 뚜껑을 덮어 뜸 들인다.
- 3 — 상추, 양파, 부추, 대파는 먹기 좋은 크기로 썰어 준비한다.
- 4 — 무침 양념을 모두 섞어 ③의 채소가 숨이 죽지 않게 무친다.
- 5 — ②의 수육을 꺼내 편으로 썰어 접시에 담고, 그 위에 ④의 채소 무침을 곁들인다.





### 레시피 제공

한국식생활개발연구회  
김갑수 조리실장



## 바삭하고 촉촉한 한돈을 시원한 국수와 함께 **한돈등갈비국수**



### 재료 및 분량

한돈 등갈비 600g, 칼국수면 2인분,  
국간장 2큰술, 진간장 1작은술,  
맛술 1큰술, 소금·후추 약간씩  
**등갈비 육수** 물 2L, 월계수 잎 2장,  
양파 ½개, 대파 ½대, 통후추 5알,  
마른 고추 2개  
**고명** 홍고추 ¼개, 청양고추 ¼개,  
쪽파 10g

### 조리법

- 1 — 등갈비는 찬물에 30분 정도 담그고, 끓는 물에 한 번 데쳐 찬물에 깨끗이 씻는다.
- 2 — 냄비에 ①의 등갈비와 등갈비 육수 재료를 모두 넣고 뚜껑을 덮어 센 불에 30분간 끓이고, 10분 정도 약한 불에서 뜸 들인다.
- 3 — ②의 등갈비가 뜸이 들면 고운 채에 한 번 걸러내고, 육수와 등갈비를 분리한다.
- 4 — 등갈비는 진간장과 맛술을 넣고 버무려 요리용 토치나 팬에 바삭 구워 준비한다.
- 5 — 냄비에 ③의 육수를 전부 넣고 국간장, 소금, 후추를 이용해 간을 한 다음, 칼국수 면을 넣어 끓인다. 고명재료인 홍고추, 청양고추, 쪽파는 작게 다진다.
- 6 — ④, ⑤의 등갈비와 칼국수를 보기 좋게 그릇에 담고, 고명을 얹는다.

## 9월 한돈산업 동향

자료 제공 | 한돈미래연구소



9월 도축두수는 전체 142만2,000두로, 전월에 비해 약 5만7,000천두가 감소하였으며, 돼지 도매가격은 5,723 원/kg으로 8월 5,499원/kg 대비 224원/kg (약 4.1% 증가) 상승했습니다.

9월 돼지고기 수입량은 2만3,708톤으로 전월 대비 21.6% 감소, 전년(3만2,494톤) 대비 27.0% 감소하였습니다. 지난달에 이어 수입량은 소비 위축으로 인해 지속 감소 추세를 보입니다.

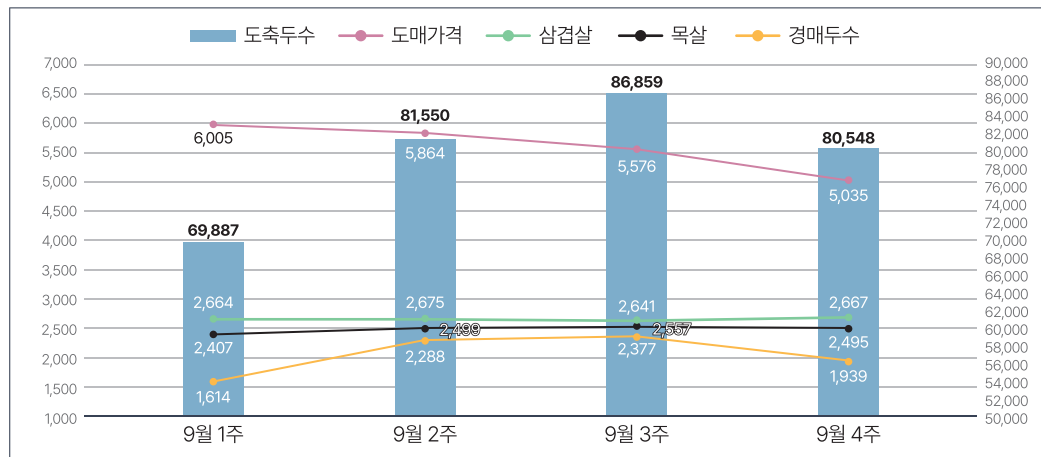
8월 한돈 재고량은 약 3만3,216톤으로 전월(약 3만 9,386톤) 대비 약 15.7% 감소했습니다.

9월은 전월 대비 한돈 재고량 감소, 수입량 감소와 같은

좋은 신호가 있었으나 추석을 앞두고 도축 두수 증가로 인해 돈가에 부정적인 영향을 미쳤으며, 9월에 돼지고기 할당 관세 물량 1만5,000톤 확대 결정으로 인해 향후 돈가에 악영향을 미칠 것으로 예상합니다.

한편 9월 출하된 돼지 142만2,000두 중 1+등급 46만 9,000두(32.8%), 1등급 46만7,000두(32.6%), 2등급 44만3,000두(31.0%), 등외 5만2,000두(3.7%)로 나타났습니다.

한편 올해(1~9월 기준) 누적 농가경영손실액은 3,047 억원(농가당 약 5,200만원), 마리당 3.3만원 손실을 기록한 것으로 조사되었습니다.



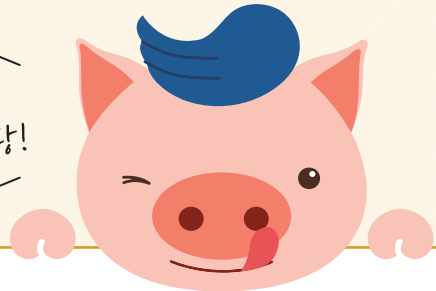
구분	8월	9월	변동율(%)	비고
도축두수(두)	1,480,105	1,422,463	3.9 ▼	
도매가격(원/kg)	5,499	5,723	4.1 ▲	
삼겹살가격(원/100g)	2,615	2,662	1.8 ▲	
목살가격(원/100g)	2,453	2,488	1.4 ▲	
일 평균 경매두수(두)	1,605	2,049	27.7 ▲	
돈육 수입량(톤)	30,233	23,708	21.6 ▼	2022년 9월 돈육 수입량 32,494톤

구분	7월	8월	변동율(%)	비고
국내 재고량(톤)	39,386	33,216	15.7 ▼	
수입 재고량(톤)	81,166			

한돈자조금에서 더 많은 분에게 선물을 드리기 위해  
다양한 이벤트를 준비했습니다.

지금 응모하고 행운의 주인공이 되세요!

추첨을 통해  
선물이 팡팡!



## 퀴즈 풀고! 선물 받고!

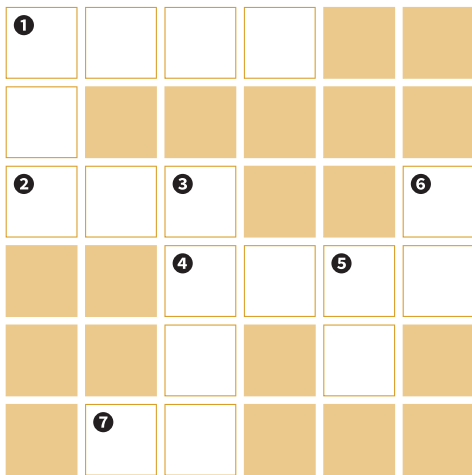
**이벤트 1** 한돈 카카오톡 채널 친구대상 | 안방그릴(1명), 온누리상품권(3명) 증정

**참여방법**

1. 모바일 카카오톡 '한돈' 검색 ➔ 채널에서 '한돈' 추가 ➔ 채널 구독 화면 캡처
2. QR코드 스캔 ➔ 정답 입력하고, 채널 구독 캡처 이미지 첨부 ➔ 응모 완료



지금 응모하러가기



**가로**

- 1 마음속에서 느끼는 감동이 끝이 없다는 사자성어로, ○○무량
- 2 중국집 대표요리로, 돼지고기에 녹말을 묻혀낸 튀김
- 4 한돈의 소비활성화를 위해 상품의 가격을 정가보다 적게 받는 것으로, ○○인하
- 7 못 쓰게 되어 버리는 물품

**세로**

- 1 돼지 뼈에 감자, 들깨, 파, 마늘 등의 양념을 넣어 끓인 탕
- 3 햄, 소시지, 베이컨과 같이 고기를 인공적으로 처리해 만든 식품
- 5 아이들이 가지고 노는 장난감
- 6 천천히 움직이는 거대한 얼음덩어리

**지난 호 정답** 가로 1 한가위 2 조각보 4 뽕배추 7 도원결의  
세로 1 한돈자조금 3 보쌈 5 추수 6 위도 8 원두 9 의사

**이벤트 2** 외국인 근로자대상 | 한돈꾸러미 선물 세트(10명) 증정

한돈꾸러미 선물 세트에는 텀블러, 포켓 장바구니, 가위, 앞치마, 돗자리, 머그컵이 들어있어요!

**참여방법**

퀴즈 읽고 QR코드 스캔 후 정답 클릭 ➔ 응모 완료

**퀴즈**

한돈자조금에서는 10월의 첫날 숫자 1001이 '돼지코' 모양을 떠올린다고 해서 2014년부터 10월 1일을 이날로 기념하고 있습니다. 이날은 무슨 날일까요?  
(4p 참조)

- 1 한돈의날 2 삼삼데이 3 한돈데이 4 삼겹살데이



지금 응모하러가기

\* 외국인 근로자만  
응모하실 수  
있습니다.

**기간** 2023년 11월 1일까지

**발표** 2023년 11월호 소식지 게시 및 개별연락

**문의** 02-324-6852

\* 5만원 이상 경품에 대해서는 한돈자조금 소식지 제작 대행사인 디자인신화에서 제세공과금을 부담하며, 제세공과금 납부와 관련해 개인정보를 요구할 수 있음을 알려 드립니다.

**지난호 이벤트 당첨자**

안방그릴 1명, 온누리상품권(2만원) 3명

**안방그릴**

위\*진  
(9668)

**상품권**

송\*옥  
(6307)

**상품권**

정\*숙  
(3351)

**상품권**

백\*열  
(0036)



지금 바로 설치하세요!

# 한돈협회 회원 전용 어플리케이션

아래 QR코드를 카메라로 찍으면  
어플 설치 화면으로 이동합니다.



안드로이드용



IOS용



## 한돈(농가용) 어플리케이션을 소개합니다



정보 전달과 협회원 간의 상호  
소통 강화 등을 위해 개발한  
회원 전용 어플리케이션입니다.



구글 플레이스토어(안드로이드) /  
앱스토어(iOS)에서 '한돈(농가용)'을  
검색 후 다운로드 가능합니다.



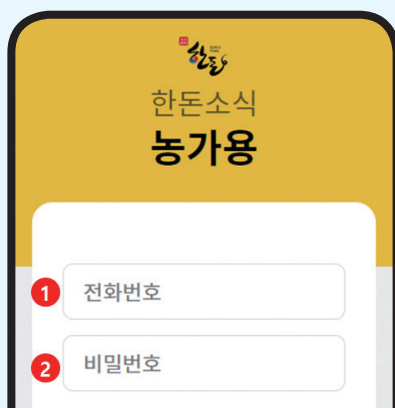
궁금한 점은 농가지원팀으로  
문의해 주세요.  
**Tel. 070-4616-4261**

## 한돈(농가용) 어플리케이션 이렇게 사용하세요



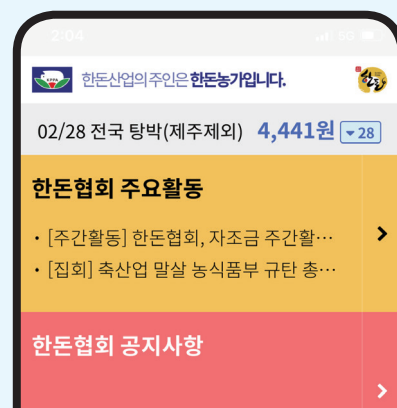
### STEP 1

구글 플레이스토어(안드로이드) /  
앱스토어(iOS)에서  
'한돈(농가용)' 검색하고 설치



### STEP 2

기존 지부 통합 관리 시스템에 가입되어  
있는 **농가 회원**은 **별도 회원가입 없이**  
휴대폰 번호 만으로 로그인 가능



### STEP 3

한돈협회 주요활동, 공지사항,  
중앙회에 바라는 사항, 설문조사,  
돈가 게시판 **각종 서식 자료** 등을 확인



사람 대 한 한 돈 협 회



한돈자조금관리위원회