



우리와
K-펫푸드
연구시설 구축
나

metro®

Life

초고령사회
맞춤형 영양
케어푸드 뜬다
L2



글로벌 무대 우뚝 K-中企... 친환경 물티슈 ‘새 역사’

메트로가 만난 기업人

한 영 돈 한울생약 회장

안정적인 직장 나와 불혹 나이에 창업
약초 달인 물 넣은 친환경 물티슈 생산
국내 물티슈 시장 점유율 25% ‘1위’

美·日 등 10여개국, 180개社에 수출
35개 생산라인 갖춰... 年 7억개 생산

유명 호텔에서 총지배인을 하던 그는 잘 다니던 직장 생활을 갑자기 접고 새로운 도전에 뛰어 들었다. 약초 등을 넣고 물을 끓이고 이 물로 종이와 천을 적시는 실험을 끊임 없이 반복했다. 깨끗한 물도 아깝던 시절이었는데 생약추출물로 약티슈, 아니 물티슈를 만들기 시작했다.

누가 하라고 한 일도 아니다. 고집스럽게 자신만의 길을 걸었다.

기존에 펄프, 종이 일색이던 물티슈 시장에서 섬유와 천을 이용한 물티슈에 도전했고 그 결과 대한민국 최초로 아기의 입안을 닦을 수 있을 정도로 인체에 무해하고 친환경적인 티슈를 만들었다.

한울생약 한영돈 회장의 이야기다.

1951년생인 그는 불혹이 갓 넘은 나이에 한울생약을 창업했다. 91년 설립 당시 그가 손에 쥐고 있었던 돈은 5000만원이 전부였다.

“자본금 5000만원이 1년만에 다 없어지더라(웃음). 그래서 그때 중소기업진흥공단(현 중소벤처기업진흥공단)과 돈을 빌릴 수 있는 은행들은 다 찾아다녔다. 도움을 받아 공장도 짓고 기계 설비도 들여왔다.”

경기파주문산에 있는 선유일반산업단지에 있는 한울생약 본사에서 만난 한 회장이 당시를 회상했다.

35년 세월이 훌쩍 지났다. 한울생약은 국내 물티슈 시장 점유율 약 25%로 1등, 생산량의 70%를 수출하고 그 물량이 국내 물티슈 총 수출의 약 90%를 차지할 정도로 업계의 근계일약이 됐다.

LG생활건강, 유한킴벌리와 같은 대기업 틈새에서 ‘K-중소기업’인 한울생약과 창업주 한 회장이 쌓아올린 명성이자 업적이다. 2024년 ‘제61회 무역의 날’에는 ‘5천만불 수출의 탑’을 수상하기도 했다.

한 회장은 2021년부터는 중소기업중앙회 경기북부중소기업회장을, 2024년부터는 선유산업단지사업협동조합 회장을 맡고 있다.

선유산단에 있는 한울생약의 1·2공장은 친환경 물티슈 생산의 메카이자 ‘K-물티슈’가 세계시장으로 향하는 전초기지다.

“공장은 현재 총 35개 생산라인을 갖추고 있다. 가정용, 화장품용, 의약품 등 물티슈 형태의 모든 제품은 다 만든다. 물티슈



한영돈 한울생약 회장이 경기 파주 공장에서 생산공정을 설명 하고 있다.

/김승호 기자



경기도 파주 선유산업단지에 위치한 한울생약 파주 공장 생산라인.



한영돈 회장(오른쪽)이 아들인 한중우 대표와 함께 활짝 웃고 있다.

100매 기준으로 1년에 7억개를 생산할 수 있다. OEM 등을 통해 납품하는 전 세계 고객 기업은 180개 이상이고 수출국은 미국, 일본 등 10여개 나라에 이른다.”

한 회장이 공장을 함께 둘러보며 소개했다. 공장과 붙어 있는 아파트 13층 높이의 스마트물류창고는 사람이 없고 모두 자동화돼 있다.

한 회장은 “자체적으로 구축한 스마트창고는 원료가 들어오고 사용하는 모든 선입선출 과정을 자동으로 처리한다. 공장에서 출고한 이후에도 고객사의 창고에 들어가기까지의 전 과정을 모두 파악할 수 있다. 이는 고객사에도 공유하기 때문에 고객사들이 재고관리를 하기에도 좋다”고 설명했다.

한울생약은 분명 물티슈 회사다. 아픈 가족을 위해 약탕기에서 정성스럽게 약을 다리는 어머니의 마음처럼 회사 초창기부터 간간하고 건강한 물을 만들어 티슈에 적용했던 그의 철학은 물티슈에서 가장 중요한 원료 중 하나인 물을 만드는 과정에 그대로 녹아 있다.

한울생약 물티슈는 총 11단계의 공정을 거친 ‘초순수’만을 사용한다.

일반 물을 마이크로필터로 정수하고 이를

11단계 공정 거친 ‘초순수’만 사용해
간간한 pH 기준 적용...품질관리 엄격

美 코스트코 납품 건티슈 ‘수출 효자’
수출 확장해 올해 매출 1700억 목표

다시 역삼투압필터로 걸러 정제수를 만든다. 여기서 전해질을 제거하면 탈이온수, 즉 초순수가 된다. 이를 다시 오존가스로 살균해 냄새를 없앤 후 비로소 티슈에 골고루 뿌려야 친환경 물티슈가 된다.

특히 초순수는 pH(산도) 측정이 어려워 이상 여부를 판단할 수 없는데 여기에 화학물질을 추가해 pH를 측정해 나온 pH값이 0.1만 어긋나도 불량으로 처리하는 등 관리도 매우 엄격하다.

회사는 3년전부터는 물티슈에 쓰는 부직포를 ‘생분해성’으로 만들고 있다. 한울생약의 물티슈는 일반적인 Z 모양이 아닌 W 형태로 접어서 담는다. 이때문에 한장씩 뽑아 쓰기에도 매우 편리하다. 최근엔 마른 건티슈(dry towel)에도 상당한 공을 들이고 있다.

부가가치가 높은 건티슈는 ‘커클랜드(KIRKLAND)’ 브랜드로 지난해 8월부터 미

국 코스트코에 납품, 매출에 효자 역할을 톡톡히 하고 있다.

현재 해외사업과 연구개발(R&D) 등은 2세인 한중우 대표가 담당하고 있다.

중국 파트너사와 친환경 부직포 개발, 각종 친환경 소재 연구, 글로벌 거래처 영업 및 상담 등이 모두 한 대표의 몫이다.

한울생약의 친환경 물티슈에 대한 집념과 도전은 자연스럽게 ESG 경영으로까지 이어졌다.

회사는 글로벌 ESG 평가기관인 에코바디스(ecoVadis) 심사에서 상위 5% 수준인 ‘골드’ 등급을 획득했다. 또 탄소정보공개프로젝트(CDP) 첫 평가에서 중소기업에서 받을 수 있는 최고등급인 ‘매니지먼트레벨 B’를 받기도 했다. 한 대표는 중진공 ESG 경영위원회 위원으로도 활동하고 있다.

한 대표는 “2025년은 1400억원의 매출을 예상했는데 이를 다소 뛰어넘었다. 올해 목표는 1700억원이다. 미국 코스트코에 건티슈를 납품하면서 500억원의 추가 매출이 예상되고 미국 서부지역까지 수출이 확장될 경우 이를 통해서만 연간 1800억원의 추가 매출이 가능하다. 이런 경우 최대 3500억원 가량의 매출도 기대할 수 있다”고 말했다.

/파주(경기)=김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

메트로 한줄뉴스



▲‘롯데맨’ 주형광 코치, 프로야구 KT 위즈에 새 등지
▲프로야구 삼성 후라도, 파나마 국가대표로 WB C 출전
/사진 뉴시스

▲제11회 울산울주세계산악영화제 9월 18일 개막...닷새간 열려
▲“문화유산이 산업으로” 박물관 상품 ‘뭇즈’ 지난해 매출 413억

▲BBC심포니와 함께 3월 무대에 서는 피아니스트 손열음
▲LIV 골프 아이언 헤즈, ‘코리안 골프 클럽’으로 팀명 변경