



재해대비 물품에 대한 관심 높아져

최근 일본 대형 음료 제조업체에서 장기보존이 가능한 생수를 발매하기 시작해 화제다. 이는 지진, 태풍, 정전 등 여러 번의 자연재해를 겪으며 비상식량에 대한 관심이 높아지고 있기 때문이다. 또한, 코로나19의 확산으로 시작된 예측 불가능한 돌발 재해는 비단 일본만이 아닌, 전 세계에 재해대비 물품에 대한 관심을 일으킬 것으로 전망된다.

후지경제연구소에 따르면 일본의 방재식품(재난식품) 시장 규모는 2016년에 189억 엔(약 2,086억 원) 가량이었으나, 2021년에는 195억 엔(약 2,155억 원)까지 성장할 전망이다.

이는 2011년 동일본대지진, 2016년 구마모토지진 등 주요 재해가 발생하거나 비상식량 정기 교체시기에 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다.

장기보관이 가능한 비축용 물 출시

일본 인터넷 리서치 전문회사 마쿠로미루에서 2019년 2월에 진행한 ‘재해 및 방재에 관한 정점조사’에 따르면 재해가 발생하기 전에 일본인들은 가장 먼저 피난 장소를 확인하는 것(48.1%)으로 나타났으며 이어 일상 생활용품, 물, 식품 등을 구비(47.2%)하는 것으로 나타났다.

| 재해에 대비해 사전에 준비하는 행동 |

피난장소, 피난소 확인	48.1%
생활용품, 물, 식료품 등 구비	47.2%
재해보험 가입	39.5%
핸드폰 배터리 충전	28.7%
가구 및 가전제품 쓰러짐 방지	26.9%
위험지도 확인	25.2%
방재상품 구입	24.9%

이중 물은 인간이 생존하는 데 가장 필요한 요소이기 때문에 가장 큰 비중을 차지한다. 그간 비상식량으로서 최대 25년까지 보관할 수 있는 비스킷은 출시되어 있으나, 생수의 경우 대용량 용기(2L)에 한정되어 최대 5년간 보관이 가능한 제품만 있었다. 실제 보관 및 소지가 용이한 500mL 용기는 출시되지 않았으나, 최근 아사히와 산토리에서 최장 6년까지 보관 가능한 제품을 출시하면서 방재식품 시장에서 큰 관심을 받고 있다.

| 6년 보관이 가능한 아사히음료의 보존용 생수 |



보존용 생수는 장기보관을 위해 기존의 펄트병보다 두꺼운 용기에 보관하며, 한눈에 알아볼 수 있도록 ‘비축용 물’이라고 표기되어 있다. 장기보관이 가능한 이점에도 불구하고 가격이 높지 않은 점은 눈여겨 볼만하다. 이는 주류와 청량음료를 주로 제조하는 기업 입장에서 최근 재해에 대비한 생수의 수요가 높아졌다는 점, 사회적 공헌을 통한 기업 이미지 제고 두 가지 측면을 고려했다고 볼 수 있다.

Key Point

국내에서도 장기보존 가능한 생수 개발 필요해

최근 코로나19의 유행으로 마스크 품귀 현상이 일어나고 있다. 이러한 사태로 미루어볼 때, 물과 같이 인간의 생존에 필수적인 요소의 공급이 차단될 경우에는 더욱 심각한 상황이 올 것으로 예상할 수 있다.

한국 생수 제품의 평균 유통기한은 1~2년이다. 앞으로 자연재해나 돌발재해를 대비하기 위해 국내에서도 장기보존이 가능한 생수 개발이 필요하다고 판단된다. 기술력을 바탕으로 마케팅을 전개한다면 동일본 대지진 이후 2,300만 달러(약 279억 원)를 기록하였다가 최근 침체되고 있는 한국산 물 수출량도 회복할 수 있으리라 생각한다.

| 5년 보관이 가능한 산토리식품의 비축용 천연수 |

