

# FOOD TREND REPORT 2023

wadiz

## CONTENTS

- 1 wadiz FOOD** 2021.08 - 2022.08
- 2 TOP 15 FUNDING**
- 3 FOOD FUNDING DATA** 2021.08 - 2022.08
- 4 BEST REFERENCE**
- 5 2023 TREND KEYWORD**
- 6 RECOMMENDATION**

wadiz FOOD

**wadiz FOOD**

와디즈 푸드, 어땠나요?



## 와디즈 푸드, 지난 1년

2021년 8월부터 2022년 8월까지의 푸드 카테고리 데이터를 뽑아본 결과, 오른쪽과 같은 결과를 얻을 수 있었어요. 1,228개의 푸드 펀딩이 열려 '푸드 아이템 펀딩'의 새로운 채널이라는 평을 얻을 수 있었던 1년이었다고 평가할 수 있죠. 또한, 21만명이라는 엄청난 수의 서포터가 '와디즈 푸드 펀딩'에 참여를 했어요.

와디즈가 적어도 지방 소도시 정도의 인구 수의 밥상에 올라갔다고 봐도 무방하죠. "누가 펀딩에서 식품을 구매하지?"라는 고민을 할 시기는 이미 지났어요. 이젠 푸드 유통도 와디즈 펀딩이라는 새로운 채널에서 가능해요.

푸드 프로젝트  
평균 객단가

82,000원

푸드 프로젝트  
누적 오픈 건수

2,155건

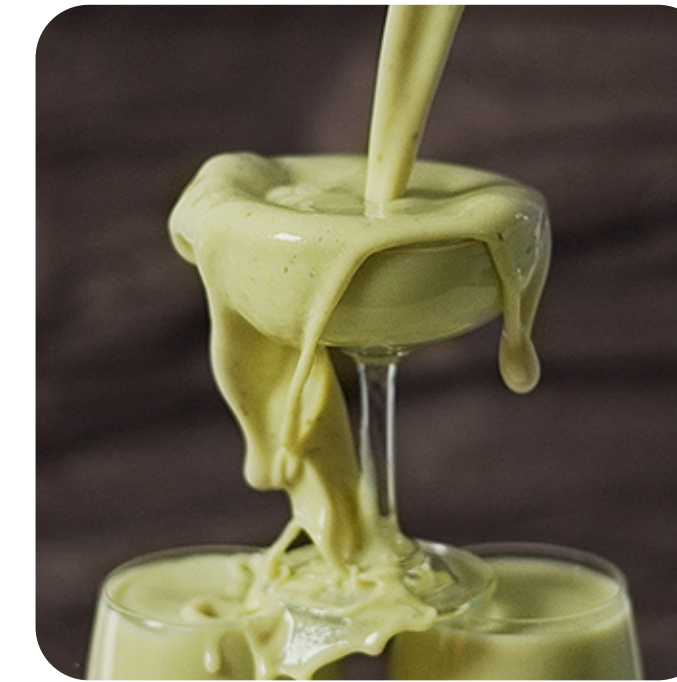
푸드 프로젝트  
누적 서포터 수

214,223명

## TOP 10 FUNDING

# TOP 10 FOOD FUNDING

2021년 8월부터 2022년 8월까지의 푸드 카테고리 데이터를 뽑아본 결과, 펀딩액 기준 오른쪽과 같은 TOP 10 프로젝트들을 선정할 수 있었어요. 이 프로젝트들을 하나하나 뜯어보면, 1년의 시간동안 잘 됐던 펀딩들을 알 수 있지 않을까요?



## TOP 10 FUNDING

# “다 같은 제품?”

와디즈에선 프리미엄으로 통해요

1년간 가장 높은 펀딩 금액을 차지한 프로젝트는 비플의 킹스베리<sup>1</sup>였어요.

와디즈에서 한번도 본 적없던 과일이기도 했고, 프리미엄 과일과 그에 맞는 콘텐츠로 풀어 내니 성과를 만들 수 있었죠.

그리고 TOP 10 FUNDING안 토핑 발사믹<sup>2</sup>과 서리태콩물두유<sup>3</sup>도 동일한 이유에서 비슷한 성과를 만들 수 있었어요.

결국 '프리미엄'이라는 키워드 안에서 좋은 성과를 낸 것이죠.



TOP 10 FUNDING

# “이런건 처음보죠?”

## 희소성 키워드로 TOP 10 RANK된 펀딩들

농심 프로젝트의 경우, 1차 펀딩 시 20분만에 완판을 할 정도로 인기가 많았어요. 그 이유는 바로 서포터들이 한.번.도 보지 못했던 희소성 있는 제품군이었기 때문이에요.

또한 TOP 10 FUNDING 중 복복 은 가공형태에서 희소성을 가지고 있어요. “이거 발사믹 맞아?” 라는 말을 들음과 동시에 서포터의 눈길을 끌며 성공적으로 마칠 수 있었어요.

이외에도 가즘, 비플의 킹스베리, 후유아까지 ‘희소성’이라는 키워드로 좋은 결과를 낸 사례가 많아요.



농심 | 심플레이트



TOP 10 FUNDING

# 이왕이면 맛도 좋고, 건강도 좋은 푸드!

## 자기관리식으로 RANK된 펀딩들

“와디즈에서 어떻게 잘 되는 프로젝트인가요?” 라는 질문을 받게 되면 와디즈 푸드 PD들은 “식단관리 & 자기관리쇼.” 라고 말하곤 해요. 역시나 TOP 10 FUNDING 중 프로틴방앗간의 단백질 스무디, 역대펀딩의 셰이크 주인공 플라이밀과 온유어사이드까지. 이왕이면 맛있는데 건강하기까지 한 자기관리 푸드 펀딩이 높은 펀딩 금액을 차지했어요.



프로틴방앗간 | 단백질스무디



FOOD FUNDING DATA

# FOOD FUNDING DATA

푸드 펀딩 데이터 한 눈에 보기

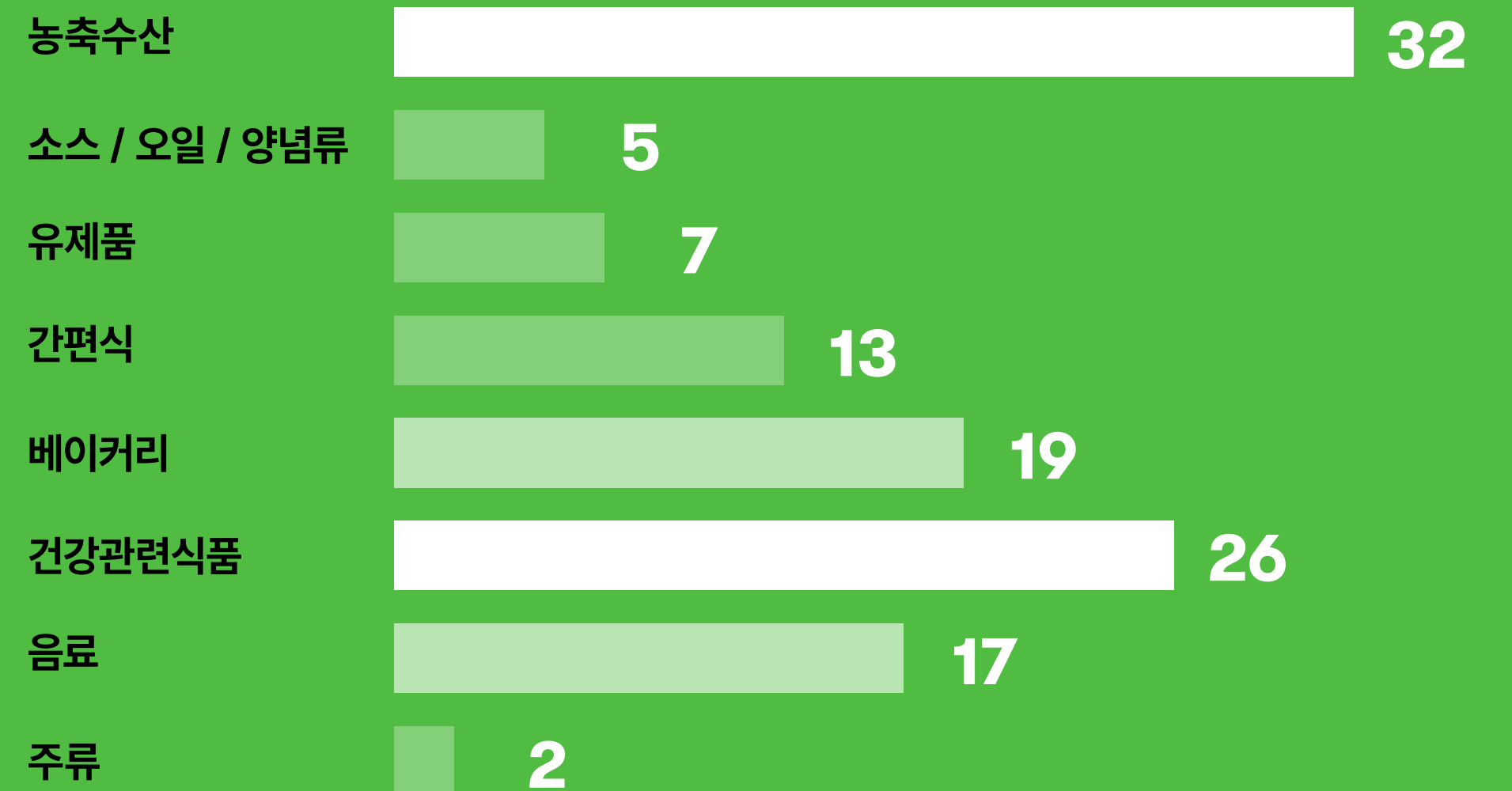


# 푸드 펀딩 데이터 한 눈에 보기

2021년 8월부터 2022년 8월까지의 푸드 카테고리 데이터를 산출하고, 1,000만원 이상 펀딩된 121개의 프로젝트를 분석해봤어요. 어떤 카테고리가 잘 되었는지, 어떤 셀링포인트를 가지고 펀딩에 임했는지에 대한 데이터이니 펀딩 준비 중이신 메이커님이라면 큰 도움이 되실 거예요.

농축수산품이 30건 이상, 건강관련식품(건기식 포함), 베이커리/음료 유형 펀딩들이 주로 좋은 성과를 차지했어요.

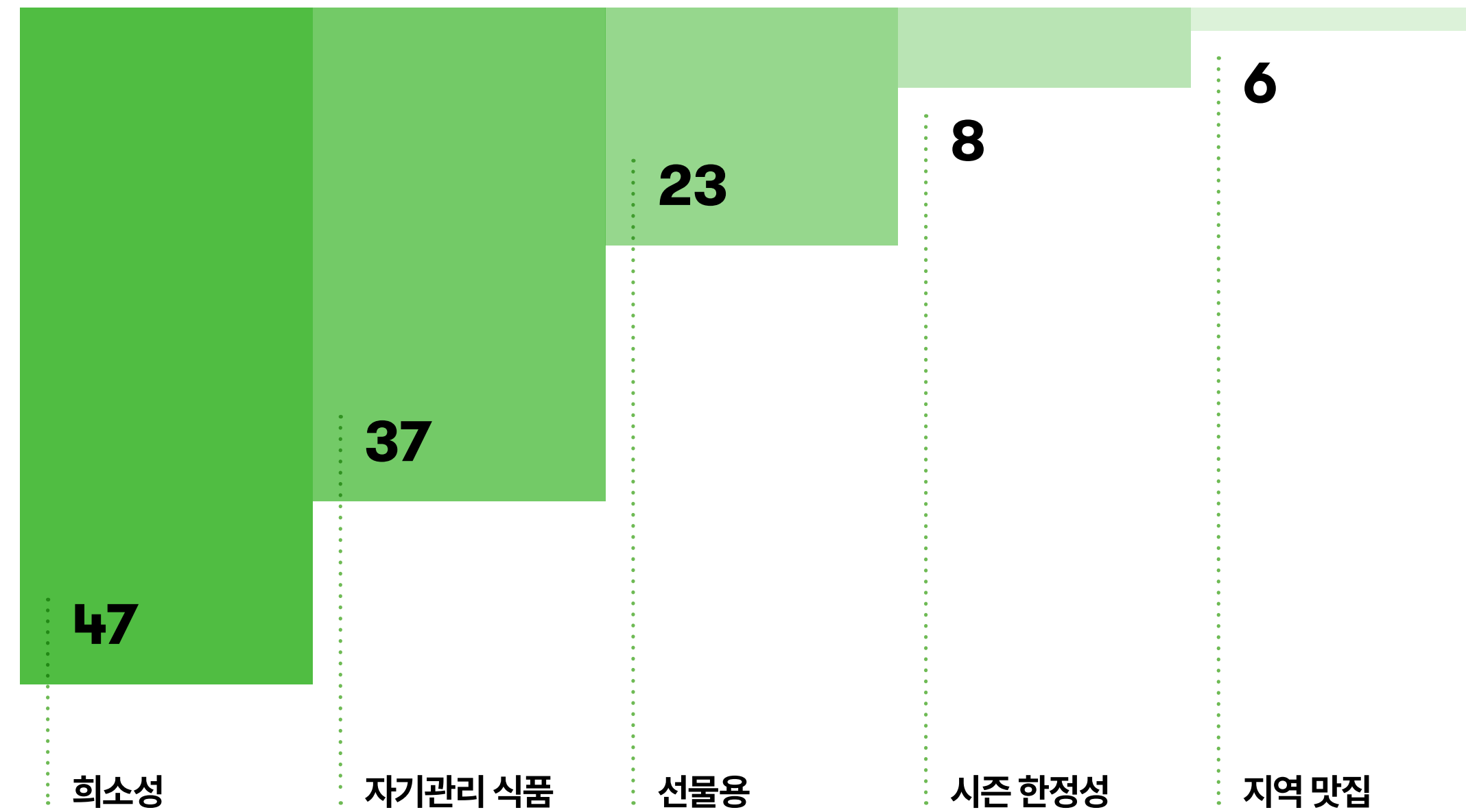
## 푸드펀딩 세부카테고리 펀딩수



2021년 8월 1일 ~ 2022년 8월 25일

## FOOD FUNDING DATA

### 푸드펀딩 주요셀링포인트



사실 '어떤 푸드 세부 카테고리를 준비하느냐'보다 더 중요한 것은 '어떤 셀링포인트를 잡았는가'죠. 그래서 준비한 자료가 '주요하게 잡은 셀링 포인트 분석 자료'예요. 하나하나 수기로 분석한 만큼, 더 소중한 자료이니 펀딩 준비에 큰 도움이 되길 바라요.

2021년 8월 1일 ~ 2022년 8월 25일

## FOOD TREND KEYWORD

전체 푸드 펀딩을 전수 조사해본 결과, 1,000만원 이상의 대부분의 푸드 카테고리의 제품들이 3가지의 키워드에서 시작 된다는 것을 알게 되었어요. 바로 PREMIUM과 RARENESS, 그리고 SELFCARE! 프리미엄과 희소성 있는 아이템, 그리고 자기관리에 특화된 제품들이 좋은 성과를 얻었어요.



세 가지 사항에 해당된다면 펀딩에 꼭 도전해보시길 추천드려요.

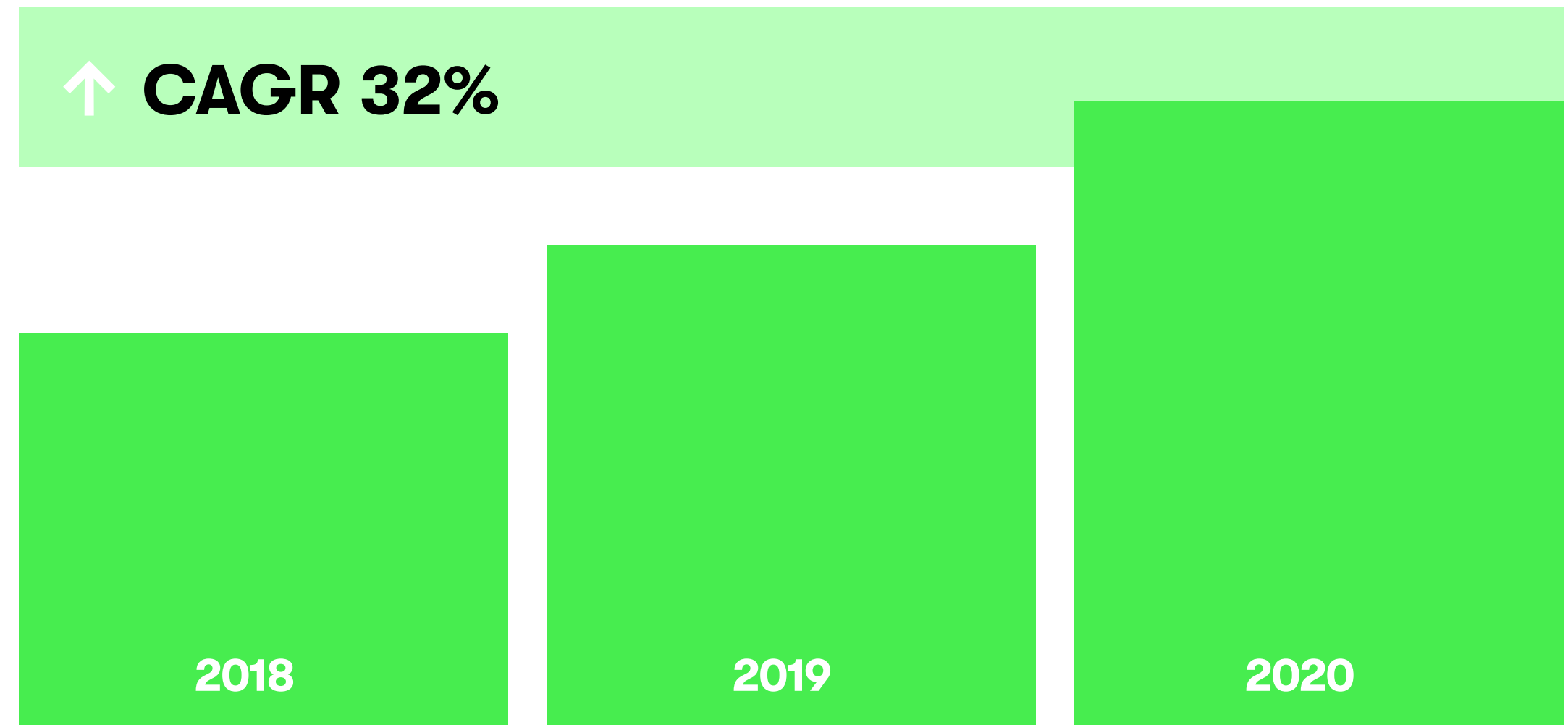
# 식품 시장과 와디즈 푸드, 트렌드가 같을까?

와디즈의 프리미엄 푸드 트렌드에 대한 정의를 내리기 전, 전체 시장에 대한 조사도 진행했어요. 와디즈의 프리미엄 푸드에 대해서 이야기하는데, 그게 전체 '식품시장'의 흐름과 소비 트렌드에 벗어나면 안되니까요! 최근 전체 식품 시장의 동향을 살펴봤죠.

데이터 | aT, 유진투자증권

주 | HMR은 신선편의식품, 즉석섭취식품, 즉석조리식품 합계로 정의

2020년까지 HMR 시장 규모는 약 7조원 수준으로 성장할 전망



HMR(Home Meal Replacement)은 가정에서 간단하게 조리해 먹을 수 있는 식품을 뜻해요. 여성 경제활동 참가율 상승, 맞벌이 비율 증가, 2030을 중심으로 한 1인 가구의 성장 등의 이유로 점차 확대됐죠!

최근에는 2030세대를 중심으로 레스토랑 셰프 콜라보레이션 제품, 디저트 품목 등 프리미엄 HMR로 변화하고 있어요. 이러한 프리미엄화는 점차 확장되면서, 국내 HMR 프리미엄 시장이 7조원 이상 연평균 32%씩 성장을 이어나갈 전망이라고 해요.

## MARKET TREND

## PREMIUM FOOD

이해하기 쉽도록 2022년 기존 최근 국내 식품 시장에서 '프리미엄' 컨셉으로 시장에서 주목받고, 사람들에게 사랑받는 식품 사례를 보여드릴게요.  
하림의 '더 미식' 장인 라면은 닭고기 브랜드가 야심차게 출시한 프리미엄 라면이에요. 더 미식에서는 라면을 선봉으로 즉석밥, 국/탕/찌개를 출시하고 있어요.  
프리미엄 HMR 시장의 흐름은 플랫폼에서도 대세에 해당하죠.마켓컬리는 파인다이닝 딜리버리 서비스를 출시하여 '프리미엄 HMR 서비스'의 선두 주자로 나서고 있어요.



### 하림의 '더 미식 장인 라면'

동일 라면 카테고리 내에서  
레시피와 재료의 고급화



### 컬리의 '파인다이닝 딜리버리'

서비스의 고급화



### 이연복 목란의 '멘보샤'

유명 셰프의 레시피 차용

## 단순히 비싼 브랜드 식품이 아닌, 가심비를 만족시키는 '진짜 프리미엄' 푸드

그럼, 식품업계가 프리미엄에 주목하고 고객이 프리미엄 식품을 찾는 **진짜 이유**는 무엇일까요? 지난 2년간 코로나19로 소비 창구가 줄어든 소비자들은 가장 기본적인 의식주의 질을 높이기 위한 소비로 눈을 돌리고 있기 때문이죠.

특히 집에 있는 시간이 늘어나며, 질 좋은 음식에 대한 수요가 커지면서 가격이 비싸더라도 고품질의 제품을 찾는 소비자가 증가하고 있습니다. 가격 대비 효율을 따지는 가성비가 주요 전략이었다면, 이제는 **가격 대비 마음 즉 만족감을 의미하는 가심비**를 더 중요하게 생각해요. 소비자들이 만족할만한 맛과 품질을 통해 프리미엄 제품을 소비했다는 만족감과 함께 이정도면 아깝지 않다는 효용감을 함께 주는 것이 중요해요.

시장과 경제 상황 전반이 프리미엄 푸드로 향하고 있다고 보셔도 무방하죠. 시장의 흐름을 만드는 와디즈에서 '프리미엄 푸드'를 론칭해보시는 것은 어떨까요?

### 올로 YOLO 대신 팸잼 FAM-ZAM 뜬다



\*팸잼 FAM-ZAM : 코로나 19 장기화로 가족과 주로 시간을 보내며 느끼는 재미를 우선시 하겠다는 소비심리를 반영한 키워드

출처 | 2022년 G마켓, 옥션 쇼핑키워드 시장데이터에 의거한 트렌드 선정

BEST REFERENCE

# FOOD BEST REFERENCE

프리미엄 키워드를 통해  
좋은 결과를 만든 프로젝트들





BEST REFERENCE

# PREMIUM

고창의 특산물 '복분자'의 무한 변신으로 모두를 깜짝 놀라게 했던 **복복 프로젝트**를 베스트 프리미엄 레퍼런스로 뽑을 수 있어요. 복분자 발사믹도 새로운데, 무려 치즈처럼 갈아서 먹거나, 캐비어 같은 제형의 복분자 발사믹은 **제품 가공 형태의 희소성**이 있었기 때문에 와디즈 서포터들의 많은 사랑을 받은 프로젝트가 아니었을까 싶어요. 무려 1억이 넘는 단일 프로젝트 펀딩 금액을 달성하여, 지난 1년간 가장 잘 된 펀딩 프로젝트 중 2번째로 꼽히기도 했어요.



+

제이엔푸드 | 토핑발사믹

BEST REFERENCE

# PREMIUM

국내에서는 쉽게 접하지 못했던 해외 제품으로, 원재료 희소성을 보여주는 **브라운치즈** 프로젝트도 소개할게요.

100년의 노르웨이 디저트 역사를 갖고 있는 브라운치즈는 최근 국내에서도 많이 알려지긴 했지만, 특히 푸드에 관심이 없는 남성분들에게는 아직 잘 모르는 제품군이었어요.

이에 와디즈에선 “단짠단짠 카라멜 맛 치즈” 라는 내용으로 호기심을 자극했고, 2022년 한정 에디션 Flavor라는 이점으로 한번 더 프로젝트의 인기를 만들어낼 수 있었어요. 한번의 펀딩으로 거의 모든 물량이 소진될 정도의 펀딩 인기를 보여줬고, 평점 만점에 달하는 후기를 받고 있으니 꼭 와디즈 검색창에 검색 후 보시길 추천드릴게요.



+

시노베 | 브라운치즈

BEST REFERENCE

# PREMIUM

“초콜릿이 무려 8만원이라고?” 믿기지 않겠지만 진짜예요!  
지금까지 약 5,800명이 펀딩한 초콜릿이 바로 아래 **마야니초콜릿**  
프로젝트 입니다. 세계에서 희소성 높은 품종으로 만들며,  
들어가는 원재료 자체가 프리미엄이라는 점을 보여줌으로써  
**가격이 비싸도 제품의 가치를 느낄 수 있다면**  
**와디즈에서는 성공할 수 있다!** 라는 걸 보여주는 프로젝트 였죠.  
이 프로젝트는 2번의 펀딩으로 1년 동안 1.8억이라는 펀딩금액을  
모금 받을 수 있었어요.



(주)머큐리스 | 마야니초콜릿

BEST REFERENCE

# RARENESS

대부분의 사람들이 낯선 나라의 이름만 들어도, 그 나라로 여행을 가고 그곳에서 가장 유명한 음식을 먹어보고 싶지 않을까요?  
와디즈 푸드엔 그 마음을 그대로 셀링 포인트로 잡은 프로젝트가 있어요.

남아공에서 가장 유명한, 1초에 하나씩 팔리는 전설의 루이보스티는 낯설면서도, 국내에서 접할 수 없는 '희소함'과 '특별함'을 동시에 가지고 있었죠!

그 덕분에 누적 펀딩액 1억 이상, 와디즈의 차 카테고리에서 1위를 차지하며 많은 서포터분들의 사랑을 받고 있습니다.

차차티 | 루이보스티



BEST REFERENCE

# RARENESS

카페마마스라고 한다면 수도권 브런치 맛집으로 모르는 분들이 없을 정도예요. 하지만 이러한 오프라인 유명 맛집은 매장으로 직접 찾아가지 않는 즐길 수 없어 아쉬움이 항상 남고는 하세요. 오프라인 매장을 찾아가지 못한다면 **희소**한 푸드 아이템이 되어버리는 현실이 안타까워, 온라인으로! 펀딩으로! 런칭에 성공했어요.

11,566% 펀딩목표 달성, 5,700만원 이상의 펀딩 금액을 모을 수 있었죠. 사람들이 쉽게 접할 수 없는 유명 맛집의 상품을 온라인으로 가져온 희소성 전략이 통한 셈이죠. 이 펀딩 프로젝트의 제목처럼, 설명이 필요없는 **성공 전략**이 여기있어요.

마마스푸드 | 카페마마스



BEST REFERENCE

# RARENESS

태국의 귀족과일, 한정생산되는 슈가애플에 대해서 들어보셨나요?

죽기전 먹어야 한다는 음식 중 하나로 뽑히기도 했던 이 과일은 한국에서 접하기 어려웠던 수입과일이기도 해요.

이런 특별한 과일을 편당함으로써 **낮섬을 희소성, 귀족 과일, 한정생산**으로 키워드 잡아 포지셔닝하며, 특별함으로 느끼게 하여 많은 서포터님들의 지지를 받고 있는 프로젝트랍니다.

이 글을 보고 계신 메이커님들도 '어떤 맛일까..(?)'하는 궁금증이 들 것이라고 생각해요. 희소한 비주얼, 희소한 맛을 꼭 기억해주세요.

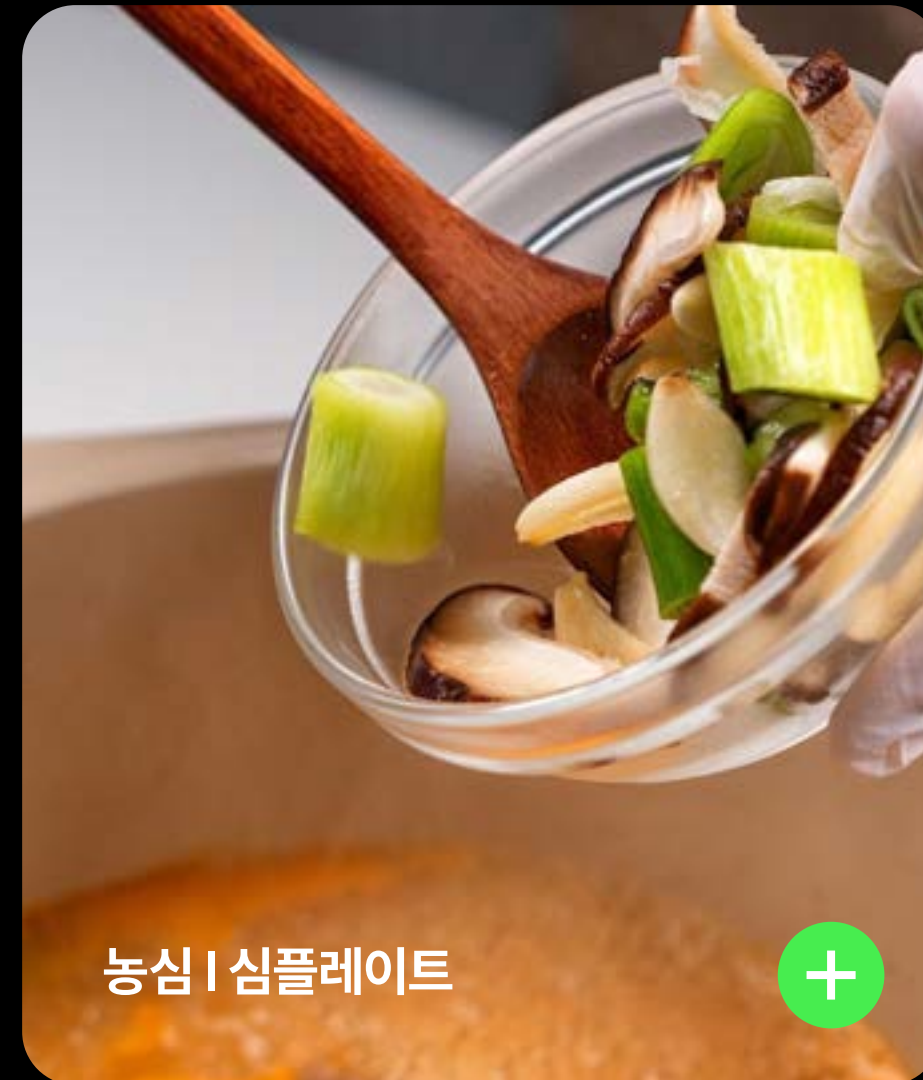
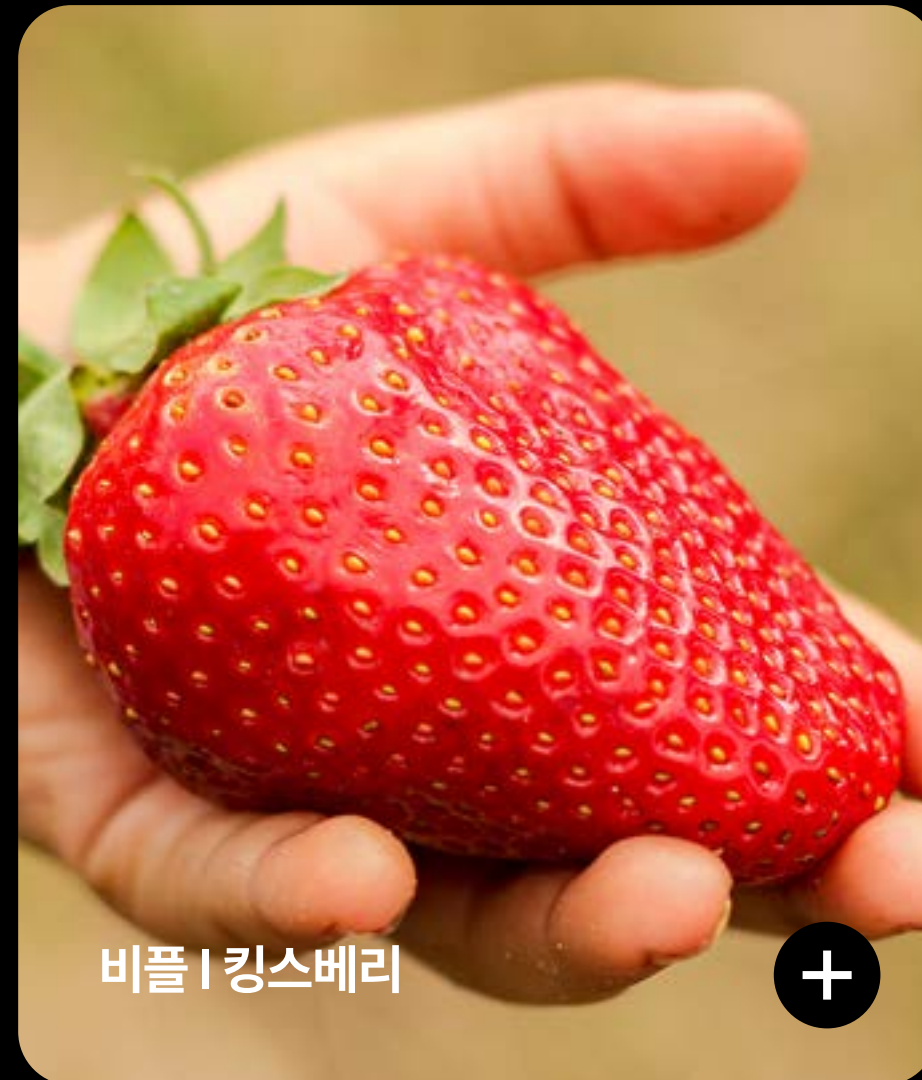


알로이 수입청과 | 슈가애플



BEST REFERENCE

# RARENESS



그 외, 위와 같은 프로젝트들이 '희소성에서 오는 프리미엄'으로 베스트 레퍼런스로 선정되었어요.  
제목에서부터 흔하게 접할 수 없는 희소성 있는 요소를 어필했다는 것이 이 프로젝트들의 공통점이기도 해요.

BEST REFERENCE

# SELFCARE

자기관리, 식단관리라는 키워드를 잘 이용한 프로젝트로 자리매김한 플라이밀입니다. 플라이밀은 항상 이전 펀딩 참여자들의 재펀딩율이 높았어요. 1차 펀딩때 만족하셨던 분들이 재구매로 이어졌던 것이 펀딩 성과에 긍정적인 영향을 준게 되었죠. 와디즈 내에서 '찐팬'을 만들어 나가는 플라이밀 메이커님은 단백질로만 2억 가량의 펀딩액을 모집하기도 했어요. 자기관리를 제대로 잘 해주는 푸드 제품이 맞으니, 앞으로 더 많은 '찐팬'을 모아 승승장구 할 수 있겠죠?

플라이밀은 스토리에서 '맛있어보이는 장면'에 집중했어요. GIF를 이용하여 마블링, 토핑이 떨어지는 모습을 이미지 한장으로 담아내 "와, 진짜 맛있겠다"가 느껴지도록 했죠. 자기관리 제품은 '맛'에서 실망한 소비자, 즉 서포터들이 많을 것이기에 조금 더 신경써서 맛 표현을 잘 해주는 것이 중요해요.



플라이밀 | 단백질라떼



BEST REFERENCE

# SELFCARE

두 프로젝트는 **자기관리** 키워드와 동시에 **희소성**을 가진 프리미엄 푸드였어요. 짧게 설명하자면, 식사대용으로 뉴욕에서 핫한 단백질 스무디와 서리태 중 가장 최고 품종을 담은 40kcal 두유 프로젝트죠. 시중에 단백질 셰이크는 많지만, 과일 야채를 그대로 갈아 넣은 단백질 스무디는 서포터의 흥미를 **희소성**으로 자극했어요.

두번째 프로젝트로 '후유아'는 시중에 두유 제품은 많지만, 진짜 서티래 99%를 증명하기 위한 스토리 속 GIF 콘텐츠들이 서포터들에게 많은 사랑을 받았어요. 1차 펀딩 이후 만족도가 높았던 서포터들의 요청으로 2차펀딩을 이어가 성공적인 결과를 만들기도 했죠. 앞으로의 행보가 정말 기대되는 두 메이커의 자기관리 푸드! 와디즈 검색창에서 검색 후, 콘텐츠를 자세히 보시길 추천드릴게요.



프로틴방앗간 | 단백질 스무디



후유아 | 서리태콩물두유

BEST REFERENCE

# SELFCARE



가즘 | GAZM



레몬박스 | 인생루테인



베이직아이디어 | 블랙마카



그 외, 위와 같은 프로젝트들이 '자기관리 프리미엄 푸드'로 베스트 레퍼런스로 선정되었어요.  
제목에서부터 '자기관리'를 도와주는 원료들을 직관적으로 어필했다는 것이 아래 프로젝트들의 공통점이기도 해요.

MAKER INTERVIEW

# MAKER INTERVIEW

프리미엄 자기관리 푸드로 펀딩 성공한  
메이커 뉴트리그램

오른쪽 프로젝트는 '뉴트리그램'이라는 프리미엄 자기관리 식품이에요.  
이 프로젝트의 메이커님은 와디즈 푸드, 그리고 프리미엄 푸드에 대한  
어떤 생각을 갖고 계신지 인터뷰를 진행했어요.  
이 인터뷰 내용을 한번 볼까요?





## MAKER INTERVIEW

**희정 PD** 간단한 메이커님 소개 부탁드립니다.

**메이커** 안녕하세요, 뉴트리그램 이지우 대표입니다.  
뉴트리그램은 바쁜 일상 속에서도 건강하고 균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있는 제품을 만드는 뉴트리션 푸드 브랜드예요. 대표 제품인 저당 단백질바 솔직단백을 시작으로, 건강한 습관이 자연스러운 일상이 되도록 만들어가고 있습니다.

**희정 PD** 메이커님이 솔직단백 온라인 첫 런칭을 와디즈로 선택하신 이유는요?

**메이커** 솔직단백이 시장에 진입했을 때 실제로 고객 니즈가 있는 제품인지 확인하고자 함이 가장 컸습니다.  
자체적으로 마케팅을 하기에 마케팅 방법도 잘 모르고, 마케팅에 사용할 자금도 충분하지 않은 상태에서 우리 제품을 고객에게 알리기 가장 좋은 플랫폼이 와디즈였구요.  
와디즈 서포터 분들이 새로운 것을 잘 시도하고 또 진심으로 피드백을 주시는 분들이기에 디테일한 고객 니즈를 파악하기에도 좋을 거 같았습니다.

**희정 PD** 메이커님이 와디즈 펀딩 프로젝트를 진행하시면서 가장 기억에 남았던 순간은 언제인가요?

**메이커** 시식회에서 서포터분들을 만났던 날도 기억에 많이 남지만 딱 한 순간만 꼽으라면 단연코 목표 달성을 10,000% 넘겼던 순간입니다.  
당시 국내에 단백질바가 생소하던 시점이라 이렇게 많은 서포터분들이 우리 제품에 반응해주시는 걸 숫자로 마주했을 때 정말 감격스러웠어요.

**희정 PD** 다른 채널과 비교했을 때, 와디즈펀딩의 장점은 무엇이었나요?

**메이커** 함께 프로젝트를 만들어가는 와디즈 PD님들이 진심을 다해 서포트해주시는게 가장 크다고 봅니다.  
다른 채널에 비해 신경써야할 게 많기는 하지만 그렇기에 우리 제품을 찾아준 고객분들과 더 끈끈하게 연결될 수 있는 거라고 생각하고요.

**희정 PD** 펀딩 메이커님으로서 다른 메이커님들께 전하는 펀딩 꿀팁이 있나요?  
(EX. 스토리 제작 꿀팁)

**메이커** 푸드 펀딩을 준비하시는 메이커님이라면 단연코 먹음직스럽게 보이는 이미지와 GIF를 확보하는 것이 일순위라고 보아요.  
그리고 서포터의 입장에서 '이렇게 긴 시간 배송을 기다리더라도 구매해야만 하는 이유'에 대한 타당성을 부여한다면 너무 좋을 거 같습니다.

**희정 PD** 와디즈에 바라는 점이 있다면 무엇인가요?

**메이커** 공간와디즈 상시 전시 외에도 컨셉에 따라 기존 메이커들이 참석하여 서포터를 만날 수 있는 기회가 있다면 좋을 거 같습니다. 펀딩 당시와 제품/브랜드에 어떤 변화가 있는지를 보는 것도 서포터 입장에서 즐거울 거 같구요.





**희정 PD** 메이커님이 생각하시는 프리미엄 푸드는 무엇인가요?

**메이커** 재료의 원산지부터 가공과정까지 철학을 담아 생산한 브랜드의 제품이 프리미엄 푸드라고 생각합니다.

**희정 PD** 메이커님이 생각하시는 2023 푸드 트렌드는 무엇인가요?

**메이커** #헬시플레저입니다.  
Okcal 음료부터 단백질 함량이 높은 간편대용식까지 건강을 고려한 제품들의 수요가 높아지고 있다고 보아요.

**희정 PD** 시작하는 푸드 스톱 브랜드에게 전하고 싶은 말이 있을까요?

**메이커** 푸드쪽이 진입장벽이 낮아 경쟁이 치열하기는 하지만, 우리만이 고유하게 지켜갈 수 있는 무언가를 가지고 진심을 다한다면 정말로 고객이 먼저 알아봐주더라고요. 식생활을 즐겁게 만들어주실 여러분들께 미리 감사드립니다. 응원해요!

MAKER SURVEY

# MAKER SURVEY

## 와디즈 푸드 펀딩, 메이커 설문조사

푸드 그룹 PD가 자체적으로 메이커 분들에게 연락드려,  
설문조사를 진행했어요.

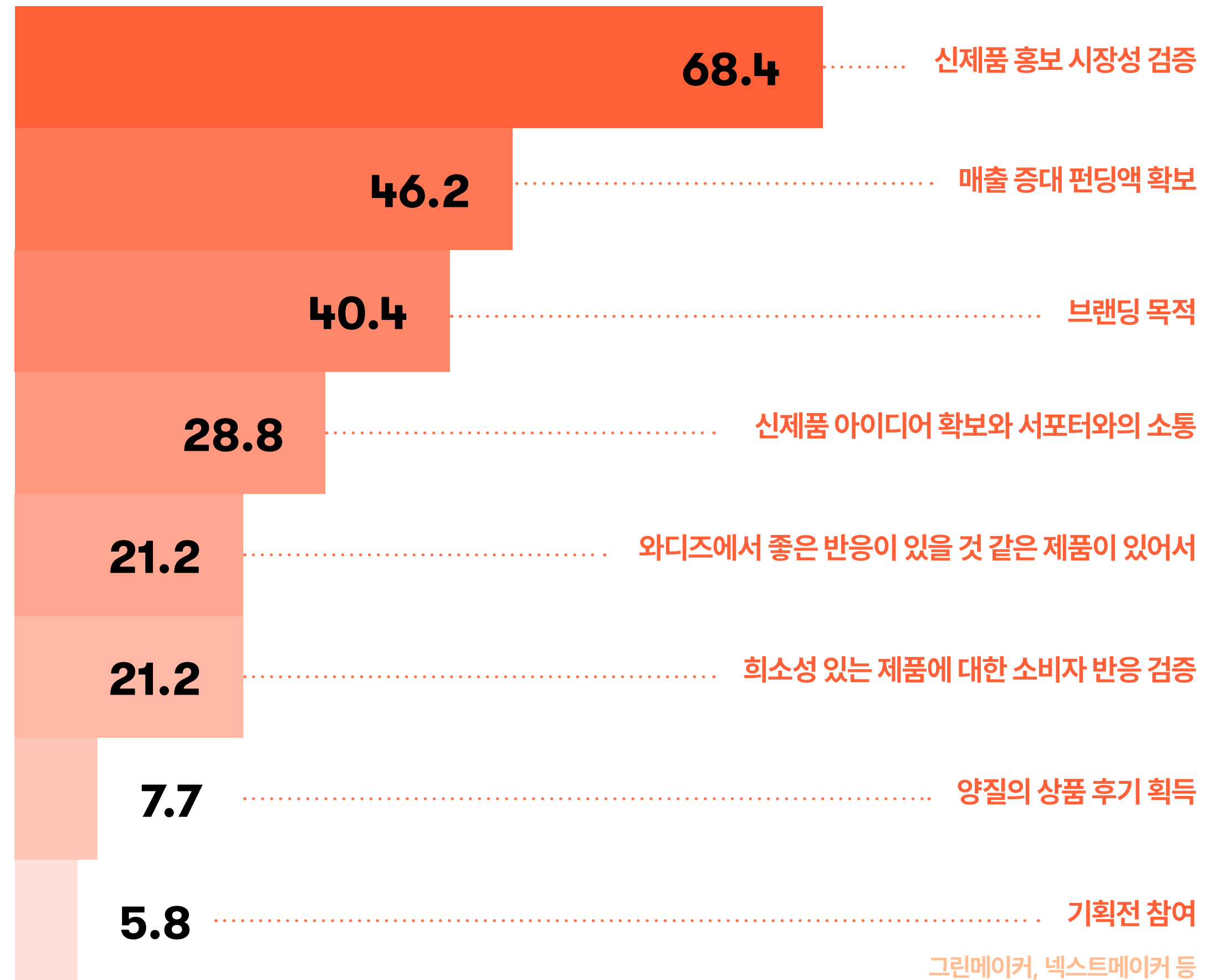
와디즈 푸드 펀딩 경험에 대한 소회와 푸드 펀딩이  
더 잘될 수 있는 힌트를 아래 데이터에서 많은 분들이 얻길 바라는  
마음으로 공개해요.



## MAKER SURVEY

푸드 메이커님들은 신제품 홍보 및 시장성 검증을 위해 와디즈 펀딩에 가장 많이 참여하고 있어요. 또한 매출 증대 및 브랜딩 목적으로 와디즈 펀딩을 진행하고 있기도 하죠. 희소성 있는 제품에 대한 소비자의 반응을 파악하기 위한 펀딩도 전체의 22%를 차지하고 있어요. 특별한 제품에 대한 신제품 홍보, 시장성 검증이 필요할 땐 와디즈 푸드 펀딩을 찾으면 된다는 내용이죠.

와디즈에서 펀딩을 하는 이유는 무엇인가요? (%)



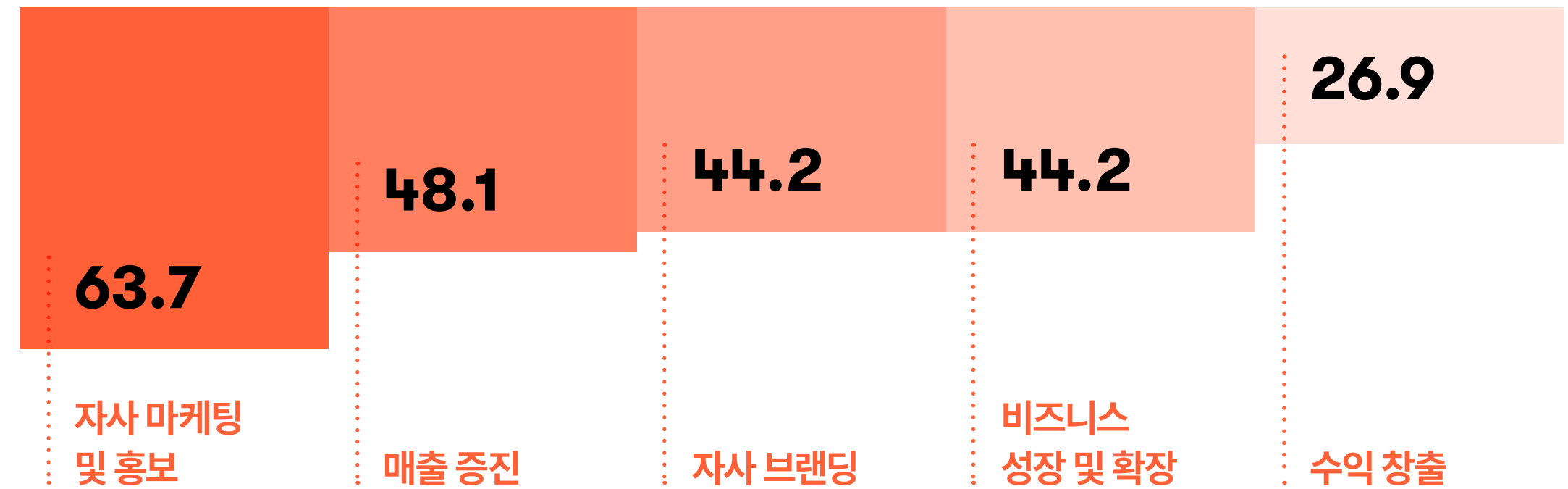


## MAKER SURVEY

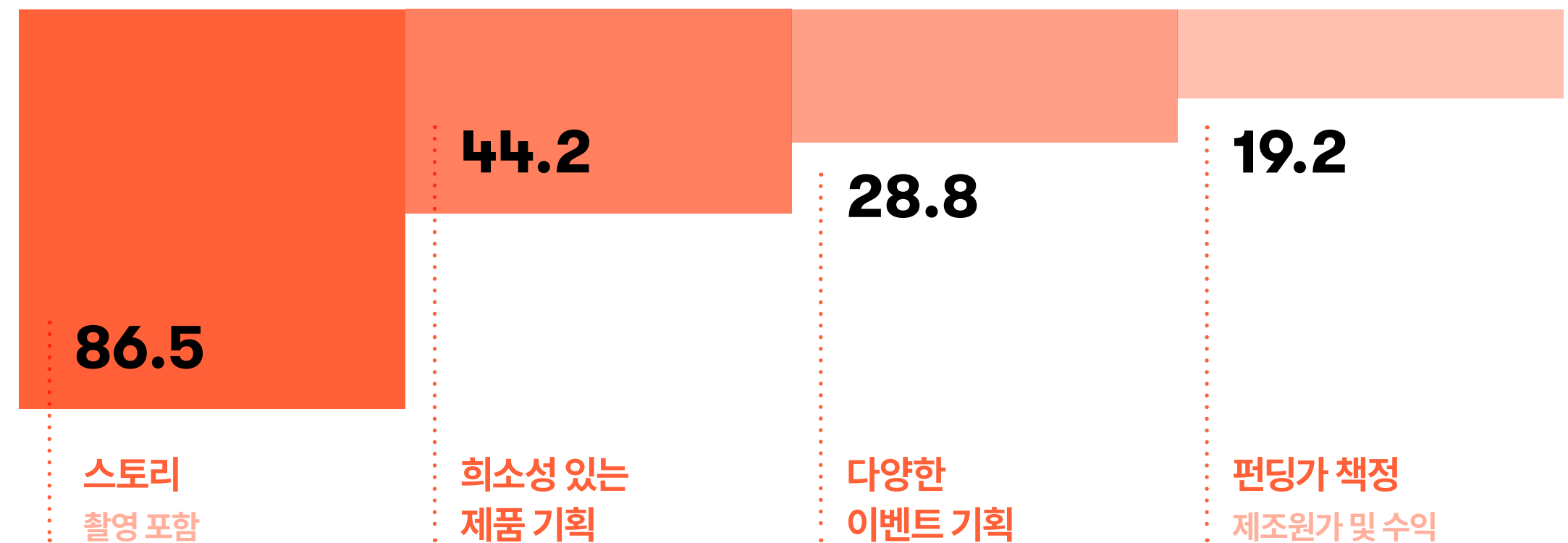
와디즈 푸드 펀딩 후 '실제 효과'에 대한 답변들과 '펀딩 후 실제 효과'를 만드는 데에 가장 시간 할애를 많이 하는 부분에 대한 답변 결과도 함께 보시죠.

푸드 펀딩 메이커들은 매출 증진, 마케팅 및 홍보 효과를 가장 많이 보았네요. 이러한 효과를 만들기 위한 노력으로 '희소성 있는 제품 기획'과 더불어 '스토리'에 가장 많은 시간을 할애했다는 답변 결과를 얻을 수 있었어요. 구두로 여러 메이커님에게 물었을 때, '희소성 있는 제품과 더불어 유니크한 스토리 라인을 만들기 위한 시간을 많이 쓴다.' 라고 추가 답변을 받을 수 있었어요. 결국, 희소성에서 오는 프리미엄이 와디즈 푸드 메이커님들이 가장 신경쓰는 부분이라는 것을 알 수 있는 대목이죠.

메이커님이 리워드를 선정할 때 고려 요인은 무엇인가요? (%)



메이커님이 프로젝트 성공을 위해 가장 많은 시간을 할애하는 부분은 어디인가요? (%)



## MAKER SURVEY

“프리미엄 푸드는 어떤 푸드인가요?” 라는 질문을 했을 때, 놀랍게도 전체 시장 조사 결과와 더불어 지난 1년간 와디즈 푸드 분석 결과와 비슷한 답변이 나왔어요. 답변 키워드를 하나 하나 살펴보면 ‘고가, 원료, 희소성, 건강(자기관리)’ 죠. 더 자세히 내용을 살펴볼까요?

### MAKER 01

본연의 맛이 가장 극대화되는 시기성에 수확된 것이며, 신선도와 품질이 잘 유지된 상품. 수확되기까지의 과정에 지향할만한 환경과 농법을 지킨 상품.

### MAKER 02

상품군별로 해당 카테고리 상품군의 평균 가격대를 2배정도 상회하는 상품, 그렇기 위해서는 고급재료를 사용하여 한정된 수량만 판매하도록 기획이 필요하다고 생각합니다.

### MAKER 03

재료나 제품 가격이 비싼 것 보다 더 중요한 것은 소비자 개개인에게 프리미엄 가치가 잘 전달 되도록 판매자 입장에서 손길의 정성을 더 들인 것(편지, 포장 등) 인 것 같아요.

### MAKER 04

프리미엄이라는 워딩이 가지는 무게에 대해 생각해 보자면 희소성, 대중성, 퀄리티가 조화를 이루어야 할 것 같습니다.

희소성이 있는 제품이어도 대중성이 없으면 수요가 없어 의미가 없고. 희소성과 대중성이 있어도 퀄리티가 낮으면 외면받을 테고, 퀄리티와 대중성이 있는데 희소성이 없다면 결국 제 살을 깎아먹는 가격 경쟁을 하게 될 것입니다. 위 세 가지가 모두 갖추어졌을 때, 프리미엄이라는 단어를 붙여도 되지 않을까 생각합니다.

위 의미에 푸드를 더해 생각해 보자면,, 자부심을 가지고 진심으로 만드는 사람들의 음식이 될 것 같습니다. 아래에 예시로 들어주신 지역 한정 오프라인 맛집이나 시장에 없던 희소성 상품이 대표적으로 위 조건에 부합하는 것 같습니다.

### MAKER 05

다수의 대중보다는 소수의 구매자, 즉 비용보다 가치가 중요한 사람, 남들이 먹지 못한 것을 갖고자 하는 사람 등 구매 욕구를 불러 일으키는 것이 프리미엄 푸드라고 생각해요.

2023 FOOD TREND KEYWORD

# 2023 FOOD TREND KEYWORD

2023 와디즈 푸드 펀딩 카테고리  
트렌드 키워드



2023 FOOD TREND KEYWORD

**MESIC**

\*  
**ME**

\*  
**SENSATION**

\*  
**IMPRESSION**

\*  
**COLLECTION**

**MESIC**

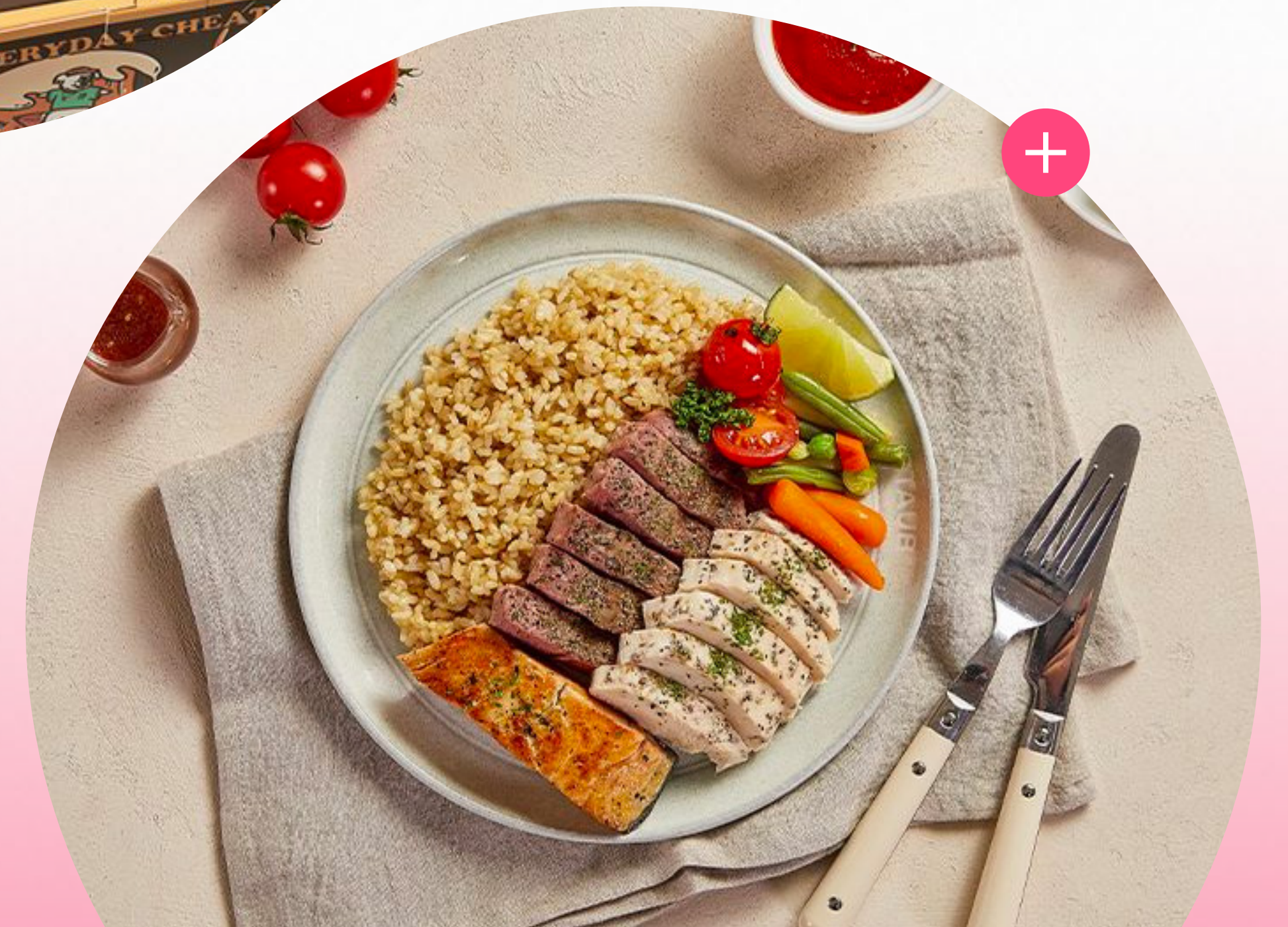
2023 FOOD TREND KEYWORD

<sup>\*</sup>  
**MESIC**

ME

## 나를 위한 푸드 소비패턴

- 프리미엄한 자기관리 식단 및 제품
- 비싸지만 나에게 쓰는 것은 아깝지 않은 건강관리식품



2023 FOOD TREND KEYWORD

# MESIC<sup>\*</sup>

SENSATION

## 큰 화제가 될만한, 이미 큰 화제가 된 푸드

- '한정판', '세상에 없었던' 등의 키워드에 따라  
여태껏 보지 못한 희소성 있는 식품
- TV, 미디어 매체에서 선풍적으로 바이럴  
되고 있지만 쉽게 접할 수 없었던 식품
- 익히 한번은 들어봤지만, 한번도 먹어본적  
없을 정도로 구하기 어려운 식품



2023 FOOD TREND KEYWORD

# MESIC<sup>\*</sup>

IMPRESSION

## 인상깊게 기억되는 푸드

- 이제는 집에서 그 맛 그대로 즐길 수 있는  
줄서서 먹는 맛집 식품군들
- 신뢰하고 소비하는 브랜드에서 선출시하여  
새로운 기대감을 줄 수 있는 식품



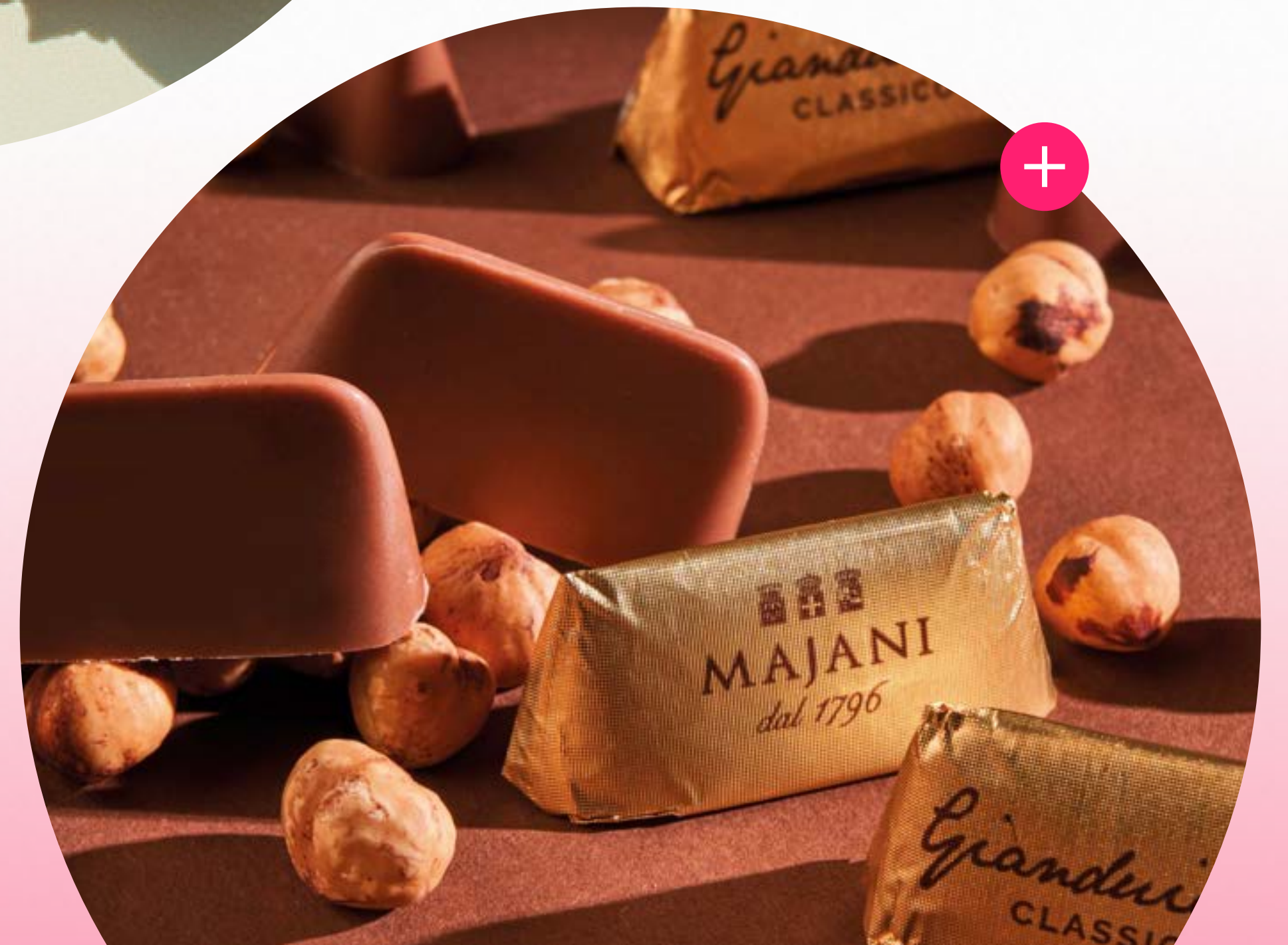
2023 FOOD TREND KEYWORD

# MESIC<sup>\*</sup>

COLLECTION

## 소장하고 싶고, 수집하고 싶은 푸드

- 올해 2030을 편의점 앞을 줄서게 한, 편의점 트럭을 따라다니게 만들었던 것처럼 식품 자체의 본질보다 소장하고 싶은 욕구가 큰 제품들.
- 가지고 싶은 한정판, 특정 지역에 가야만 구할 수 있는 희소성이 있는 식품
- 예쁘고 유니크한 라이프스타일 아이템이 접목된 식품





## EDITORS

푸드 PD들은 함께 트렌드를 이끌어나갈  
메이커님들을 기다리고 있어요  
푸드 PD들의 성공비결들과 꿀팁을  
브런치와 인스타그램에 모아뒀으니 놀러와보세요

우창성 팀장

changsung.woo@wadiz.kr

출근하면 납득 연구, 퇴근하면 낭만  
연구를 하는 와디즈 PD팀의 걸바속  
촉 팀장입니다.

인스타그램 >

고희정PD

heejung.koh@wadiz.kr

먹는 것이 제일 좋은 먹짱(MZ)입니  
다. F&B 시장의 경쟁력 있는 제품과  
브랜드를 발굴하고, 더 많은 대중들  
에게 소개합니다.

인스타그램 >

김혜린PD

healin.kim@wadiz.kr

푸드 외길을 가고 있으며, 모든 푸드  
의 맛을 사랑하고, 함께 성장하는 찐  
푸드 덕후 PD입니다.

인스타그램 >

김민경PD

minkyung.kim@wadiz.kr

많은 사람들에게 사랑받는 브랜드로  
발돋움하기까지의 과정을 함께 고민  
하고 컨설팅합니다.

인스타그램 >

와디즈 푸드 PD가 제안하는  
2023 NEW TREND, MESIC FOOD로  
더 성공적인 펀딩을 열 수 있기를 기원합니다

[메이커 알아보기 >](#)