

wadiz
TREND REPORT
2024

‘월급 빼고 다 오른다.’라는 말이 농담이 아닌 요즘. 소비시장에 극심한 한파가 찾아왔을 거라 생각되지만, 오히려 더욱 뚜렷하고 개성 있는 소비 흐름이 많이 생겨나고 있어요. 재화와 시간의 한계는 나의 상황, 기호에 맞춘 독특한 소비 양상을 낳았고, 그 양상이 뭉쳐 ‘트렌드’라는 흐름을 만들고 있습니다.

지난해 많은 서포터의 사랑을 받은 와디즈 프로젝트 또한 재화나 시간을 아껴주고, 나의 취향과 기호를 200% 만족시키며, 특수한 상황에 아주 딱 맞는 ‘한 곳 차이’에서 시작했어요. 그 한 곳이 다른 프로젝트들이 모여 독특한 와디즈만의 트렌드를 만들어 가고 있는데요. 이는 올해 더욱 확대될 것으로 보입니다. 그럼, 와디즈에서 발견한 2024 와디즈 트렌드 6가지를 소개할게요.

먼저 알려드리는 트렌드 키워드!
트렌드를 예측해 보세요.



1	커뮤니티형 소비 #Community	05
2	한계를 용납하지 않는 완벽주의 #Perfectionism	07
3	작은 욕구의 해소 #Small Happiness	09
4	믿고보는 스펀오프 #Spin-Off	11
5	환경에 적응하는 사람들 #Adaptation	13
6	덕질의 대중화 #Digging	15

리포트 내 달성금 및 참여 서포터 수는 2023년 11월까지의 데이터를 기반으로 하고 있습니다.
따라서 프로젝트 페이지에서 보이는 것과 일부 다를 수 있습니다.

COMMUNITY

커뮤니티형 소비

소비자가 제품 또는 서비스 제작에 참여하는 '프로세스 이코노미'. 이젠 단순 참여를 넘어, 소비자와 공급자가 서로를 거래 대상이 아닌 같은 가치와 방향을 가진 주체로 인식하기 시작했습니다. 와디즈에서는 이 모습이 더욱 두드러졌는데요. 프로젝트를 만들고, 제품을 공급하는 메이커와 제품을 소비하는 서포터 사이의 경계가 흐려졌어요. 그들은 수평적인 관계 속에서, 프로젝트를 매개로 유연하게 연결되어 유대감을 쌓고 있습니다. 그 모습이 마치 커뮤니티 같아요.

지난해, 짱구 덕후인 유튜버 빠퀴이자 메이커 댄꼼마의 「짱구 공식 굿즈」 펀딩은 '덕후의 마음은 덕후가 가장 잘 안다'는 스토리로 서포터에게 동질감과 친밀감을 주며 3,024명의 참여를 끌어냈어요.

기능성 화장품 「아이엠애플」 펀딩 프로젝트를 통해 브랜드를 론칭한 메이커 '느슨'은 브랜드와 제품 개발 과정을 담은 진솔한 펀딩 스토리로 서포터들이 뷰티를 넘어 삶의 가치관까지 이야기할 수 있는 환경을 마련해 주었어요. 특히, '느스녀'라는 애칭으로 서포터를 부르며 커뮤니티를 형성한 덕분에 프로젝트에는 약 2.3억 원과 3,701명의 서포터가 모였습니다.

이처럼 와디즈 메이커의 활발한 새소식 활동, 서포터의 리뷰 문화는 커뮤니티형 소비를 더욱 가능하게 만들었는데요. 와디즈의 리뷰·소통 문화는 해를 거듭할수록 커지고 있어요. 올해도 와디즈 커뮤니티형 소비는 계속될 것으로 기대됩니다.



01 댄꼼마 <짱구공식굿즈> 짱구 집콕에디션 최초공개! 야광잠옷&식기세트&수납함

02 느슨 딱 한번 바르면 모공지수 -27.89% | 거짓말 같죠? 은퇴작이라 가능해요

PERFECTIONISM

한계를 용납하지 않는 완벽주의

기술의 발달로 많은 불가능이 가능한 시대가 되었어요. 이젠 '얼마나 빠르게, 얼마나 확실하게'가 중요해졌습니다. 시간과 불필요한 에너지 소모를 줄여주는 고효율의 제품이 주목받고 있어요. 와디즈 서포터들도 한계에 순응하지 않고 새로운 보완책을 갈구하는 모습을 보여주고 있는데요. 지난해, 기존의 기능을 뛰어넘는 제품이 큰 인기를 끌었습니다.

세탁기의 세탁 능력에 만족하지 않고, 더 깨끗해질 수 있도록 도와주는 「빨래 박사 세탁볼」에 3,375명의 서포터가 모였습니다. 키보드가 없는 아이패드용 터치패드, 키보드, 케이스, 스탠드까지 그 활용 범위를 넓히는 「모키보 퓨전 키보드」는 약 1.9억 원 모금이라는 많은 사랑을 받았어요. 이미 가지고 있는 제품이라도 더 좋은 성능의 제품이 있다면 언제든지 환승하는 모습도 볼 수 있는데요. 오직 양치만으로 맑고 광나는 하얀 치아를 확실하게 보장하는 「블링 프리미엄 치약」은 무려 5,333명의 참여, 약 2.5억 원을 모았습니다.

합리적 소비에 대한 욕망은 앞으로 더욱 커질 것으로 예상돼요. 합리적 소비란, 불편과 불필요한 낭비를 줄여주는 소비를 의미하는데요. 즉, '완벽한 삶'을 향한 소비가 올해도 이어질 전망이에요.



01 (주)유니코테크 [누적 6억] 세탁기에 넣어주면, 빨래가 더 깨끗해집니다.

02 주식회사 모키보 [아이패드 퓨전키보드] 터치패드+키보드+케이스+스탠드를 가볍게 하나로!

03 주식회사 팀스모어 3억 앵콜 | 양치만으로 하얗게 유지한다면? 껌지 않고 때 빼서 채우는 치약!

SMALL HAPPINESS

작은 욕구의 해소

불황의 파도가 넘실대는 혼돈의 세계 경제 시장, 얼어붙은 분위기 속에 소비의 큰 흐름은 더 보수적이고 현명한 방법을 찾는데 몰두하는 추세예요. 하지만 허리띠를 졸라맨다고 해서 행복마저 졸라매지는 않죠. 큰 규모의 소비는 줄이더라도 내가 가치 있다고 여기는 소소한 즐거움, 작은 욕구에는 아낌없이 시간과 돈을 투자하는 경향을 보이고 있어요.

특히 이러한 흐름은 푸드 카테고리에서 두각을 보입니다. 더 좋은 재료, 더 많은 함량을 담은 사람에프엔비의 「마법의 딸기 아이스크림」이 달성금 1.3억 원으로 큰 인기를 얻었고, 맘껏 먹고 싶다고 생각만 했던 프리미엄 초코과자의 대용량 버전 「초코롭스」 프로젝트가 1억 원대 달성금으로 많은 사랑을 받았습니다. 이색 디저트로 선풍적 인기를 끌었던 튀르키예 디저트 「카이막」은 와디즈에서도 단연 주목받는 프로젝트였는데요. 특별히 원산지에서 직수입된 다양한 카이막 프로젝트들이 등장해, 이색 디저트와 함께 소소한 행복에 대한 서포터들의 관심을 체감할 수 있었습니다.



- 01 **사람에프엔비** 본 적 있니? A급 생딸기가 38%, 역대급 딸기 폭탄 아이스크림!
- 02 **주식회사 씨앤제이프렌즈** [원산지:터키] 터키 국민 10명 중 8명이 먹는 진짜 카이막 등장!
- 03 **밥상예술** [네덜란드 공식수입] 우리가 아는 그 초코링, 밀크초콜릿맛 첫 런칭

SPIN-OFF

밀고보는 스펠오프

오랜 시간 성실히 쌓아온 신뢰는 그만큼 흔들림 없이 견고합니다. 누구나 아는 브랜드들의 새로운 시도가 여느 때보다 많아지고 있는 요즘, “네가 왜 여기서 나와?” 하고 어쩐지 낯설 수 있는 모습에도 서포터들은 쌓아온 신뢰를 바탕으로 브랜드들의 도전을 환영하고 지지하는 경향이에요. 전문 분야를 넘어 선보이는 빅브랜드들의 스펠오프 버전은 그들이 정체되지 않고 활발하게 팬들과 소통하고 있으며 여전히 유연하게 성장하고 있음을 증명하는 듯하죠.

맥주 컬래버레이션으로 폭발적인 컬래버레이션 시대를 열었던 대한제분(곰표)은 프라이드 스낵 「트러플 후라이드 오징어 먹물&치킨」 프로젝트를 선보였고, 1.1억이 넘는 달성금을 기록하며 또 한 번의 큰 사랑을 받았어요. 가구로 익숙한 토털 인테리어 기업 현대리바트는 자사의 기술력을 담은 발 받침대 「COMFY」 프로젝트로 5천 명이 넘는 서포터들의 관심을 얻었죠. 오뚜기는 자사의 대표 상품 오뚜기 카레에 착안한 「카레 뇨끼 에디션」으로 오뚜기를 믿고 좋아하는 팬들의 뜨거운 응원을 받고 있습니다.



- 01 **대한제분(주)** [2.7억 앵콜] 없어서 못먹는 트러플 후라이드 오징어 먹물&치킨 한정판
- 02 **현대리바트** 개발비 1.5억 | 현대리바트 기술력 담아낸 3만원대 발 받침대 Comfy
- 03 **(주) 오뚜기** 한정공개 | 오뚜기카레X이탈리아꾸덕-쫄깃 뇨끼 파스타 <카레 뇨끼>에디션

ADAPTATION

환경에 적응하는 사람들

기후 변화는 이제 다가올 미래가 아니라 맞닥뜨린 내일이 되어버렸습니다. 여름은 유난히 덥고, 비는 이래도 되나 싶을 정도로 많이 내렸어요. 겨울은 봄처럼 따뜻했다가 하룻밤 사이에 꽁꽁 얼어붙는 등 청기 백기를 하는 듯합니다. 예측할 수 없는 기후, 전에 없던 환경에 당황하고 있을 수만은 없죠. 지구와 공존하기 위한 초록빛 소비에 더불어 이제는 이미 변해버린 환경에 적응하고자 하는 유쾌하고 기발한 아이디어가 공감을 얻고 있어요.

유난한 장마철, 노멀리스트의 「초경량 카본 단우산」, 「폴카본 장우산」 등 각종 우산 프로젝트가 수억 원대 달성금을 모으며 많은 서포터를 모았고, 「휴대용 방수방탄 슈즈 커버」와 같은 솔깃한 프로젝트도 큰 인기를 끌었어요. 예민한 피부를 위한 모기 기피제 「Bug-X」와 「플립형 전기 모기채」가 등장해 서포터들을 만족시킨 사례도 인상적입니다.



- 01 **주식회사 노멀리스트** [14억 우산] 올해 마지막 펀딩, 10년 쓰는 폴카본 장우산
- 02 **우리민트** [장마철] 내 신발 물에 안 젖게 해주세요! 휴대용 방수방탄 슈즈 커버
- 03 **모던하우스** [모기해충울킵] 접었다 폈다~ 6.5CM 플립형 전기 모기채 등장!

DIGGING

덕질의 대중화

‘어떤 분야를 열성적으로 좋아하여 그와 관련된 것들을 모으거나 파고드는 일.’ 덕질의 사전적 정의인데요. 이제 ‘열성적’은 없애야 하지 않을까 싶어요. 수많은 관심 중 하나의 접점만 있다면 누구나 유연하게 덕질하는 세상이 도래했거든요. ‘스즈메의 문단속’, ‘슬램덩크’ 등 메가 덕질 콘텐츠가 등장하면서, 덕질이 보편화되는 양상이에요.

지난해, 와디즈에서 가장 화제성이 높았던 키워드를 꼽으라면 ‘스즈메’라 할 수 있어요. 제품 카테고리가 아닌 브랜드 이름으로 무려 2023년 와디즈 검색 순위 5위를 차지했는데요. 「<스즈메의 문단속>, <너의 이름은.> 공식 굿즈」 프로젝트는 16,831명 참여라는 독보적인 기록을 남겼습니다. 만화책과 애니메이션으로 큰 사랑을 받았던 「<슈가슈가룬> 초판 복간 단행본 세트」도 무려 10,396명이 펀딩에 참여했어요.

소장 욕구는 새로운 것을 계속 탐색하려는 심리로, 무형의 경험 욕구로까지 확대되었는데요. 웹 소설 「<혼불>의 첫 공식 종이책 & 굿즈」 펀딩 프로젝트의 인기는 성수동 공간 와디즈에서 진행된 <혼불> 1부 팝업으로까지 이어졌습니다. 「<스타스트릭> 소장본 & 굿즈」펀딩 프로젝트의 공간 와디즈 팝업 흥행 또한 그 욕구를 잘 보여주고 있어요.

결과적으로, 좋아하는 대상을 향한 경험의 확대는 조금의 선호, 지향만 있다면 누구나 유연하게 팬 문화를 함께 향유하는 시대를 열었습니다.



- 01 **덴꿈마** <스즈메의 문단속> 개봉 기념! <스즈메의 문단속> <너의 이름은.> 공식 굿즈
- 02 **RIDI STORE** "나자(儼者)의 이름으로 밤을 몰수합니다." <혼불> 1부 종이책&굿즈
- 03 **테라핀** 하태진 <스타스트릭> 공식 소장본 세트 펀딩 오픈
- 04 **(주)학산문화사** [슈가슈가룬] 오리지널 초판본 완벽 복간 + 한정 굿즈

발행일	2024년 1월 29일
발행처	와디즈
문의	와디즈 BX팀 team.bx@wadiz.kr

본 리포트의 상업적 이용을 금지하며, 인용 시 반드시 출처를 표기해 주시기 바랍니다.