

# KB 지식 비타민

: 해외 역직구 시장의 성장과 결제시장의 변화

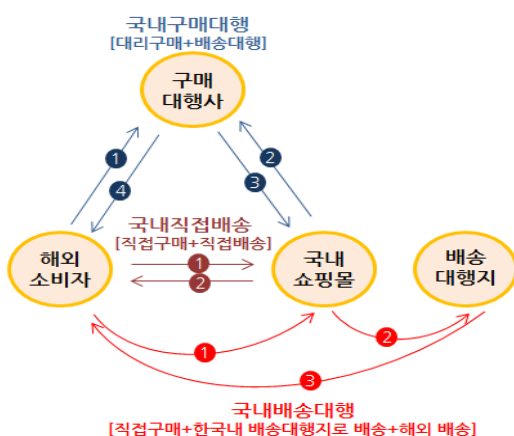
- 해외 역직구 시장 동향
- 국내 결제시장 영향 및 변화
- 향후 전망 및 금융업 시사점

해외 소비자들이 국내 온라인 쇼핑몰을 통해 직접 상품을 구매하는 역(逆)직구 시장이 빠르게 성장하면서, 국내 결제시장의 결제환경 개선, 간편결제 활성화, 해외 지급결제 업체의 국내 진출 등으로 이어짐. 추후 역직구 시장이 중국인 소비자를 중심으로 더욱 성장할 것으로 예상되면서 결제시장을 포함한 금융업에도 영향을 미칠 것으로 예상.

## ■ 해외 역직구 시장 동향

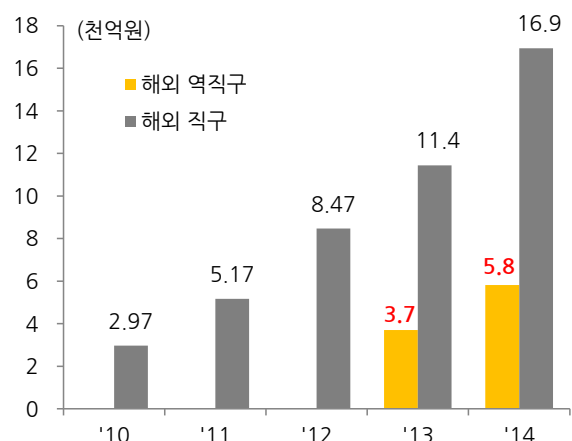
- 역(逆)직구란 해외 소비자들이 국내 온라인 사이트를 통해 직접 상품을 구매하는 것을 의미하며, 국내 소비자들이 해외 사이트를 통해 구매하는 해외 직구(직접구매)와는 반대되는 개념
- 인터넷과 모바일의 보편화와 해외운송의 발달로 상거래의 국가간 경계가 사라지면서 전세계적으로 합리적 구매를 중시하는 소비자들 중심으로 해외 직접구매 추세 확산
  - 최근에는 한류열풍, 한국 제품의 브랜드 인지도, 제품의 우수성 등이 해외에 알려지면서 국내 온라인 쇼핑몰을 통해 한국 제품을 구매하는 해외 소비자들도 증가
- 산업통상자원부와 한국온라인쇼핑협회에 따르면 2014년 해외 역직구 시장 규모는 약 5,820억원 수준으로, 2013년도 약 3,700억원 대비 57% 급성장
  - 이는 역직구 서비스를 제공하는 국내 9개 참여업체<sup>1</sup>를 조사한 결과로, 통계 대상의 범위가 확대될 경우 실제 시장 규모는 더욱 증가할 전망<sup>2</sup>

[그림 1] 해외 역직구 프로세스



자료: 이트레이드증권 리서치본부

[그림 2] 해외 직구 및 역직구 규모



주: 직구 규모 환율 \$1=1,100원

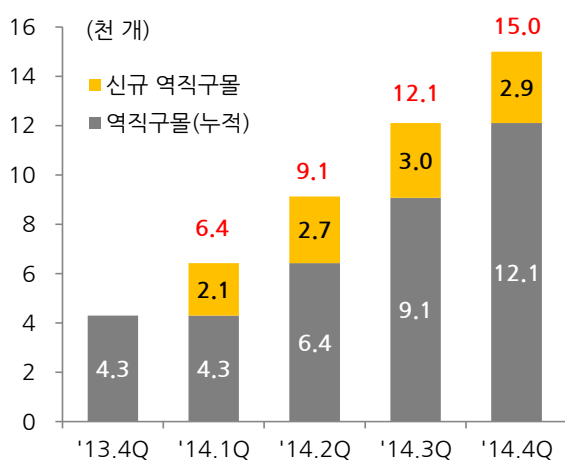
자료:관세청,산업통상자원부,한국온라인쇼핑협회

<sup>1</sup> 롯데닷컴, 이베이코리아, 11번가, Qoo10, 바이포유, 롯데홈쇼핑, 인터파크INT, 스타일난다, HM인터내셔널

<sup>2</sup> 통계청은 온라인 기업의 해외 진출 촉진을 위해 상품군별, 수출 국가별 등 세분화된 해외 역직구 통계를 올해 안에 제공할 것이라고 지난 2월 발표

- 이처럼 해외 역직구 시장이 성장하면서 내수 부진과 포화상태로 어려움을 겪고 있는 국내 대형 유통업체와 중소기업 온라인 쇼핑몰 등도 외국어 버전 사이트 운영, 현지 전자상거래 입점 등을 통해 해외 소비자들을 공략
  - 롯데닷컴, Hmall, GS샵 등 대형 유통업체 뿐 아니라, G마켓, 11번가, 인터파크 등 주요 오픈마켓들도 글로벌 사이트를 운영 중
  - 해외 역직구 쇼핑몰 솔루션 업체 OKDGG 사이트 내에서는 현재 1,100여개의 국내 중소기업이 100만개에 이르는 상품을 60여개국에 판매하고 있으며, 이는 1년 전과 비교 시 입점 업체 수는 57%, 거래 품목은 3배 이상 증가한 수치<sup>3</sup>
    - 또 다른 솔루션 업체인 카페24 내 입점 업체 수도 2013년 말 4,300개에서 지난 해 말 15,000개로 1년 내 1만개 이상 증가
  - 최근에는 중국 알리바바가 해외 역직구 시장 선점을 위해 국내 물류사업 진출을 선언하면서 해외 인터넷 기업들의 국내 역직구 시장 진출도 가속화
- 정부도 폭발적으로 성장하는 해외 직구 시장에 비해 걸음마 수준인 역직구 시장 활성화를 위한 지원에 적극 나서면서 시장 확대에 대한 기대감 상승
  - 한국무역협회는 작년 6월 온라인 역직구 쇼핑몰 ‘Kmall24’를 오픈해 중소기업 우수제품의 해외 직접판매를 지원하고 있으며, 입점한 상품들은 자동적으로 e-Bay, Amazon, T Mall 등 글로벌 쇼핑몰에 연계
  - 최근에는 역직구 참여 중소기업에 대해 정부가 조세감면, 자금 및 인력지원 등 혜택을 부여하는 ‘중소기업의 해외 직접판매 지원을 위한 법률’ 제정안을 국회 발의

[그림 3] 역직구몰 입점 업체 수(카페24)



자료: 카페24, 이트레이드증권 리서치본부

[표 1] 국회 발의 안 주요 내용

내 용
중소기업청장이 중소기업의 해외 직판을 체계적으로 지원하기 위하여 필요한 시책 마련 (안 제5조)
중소기업진흥공단에 ‘해외직접판매지원센터’를 설치, 해외 직판을 종합적으로 지원 (안 제6조)
해외 직접판매를 하는 중소기업에 대한 조세감면, 자금 및 인력지원의 근거를 마련 (안 7~9조)
중소기업의 해외 직접판매와 관련한 분쟁의 신속 조정을 위해 중소기업청장 소속의 ‘해외직접판매 분쟁조정위원회’를 설치·운영 (안 10~15조)

자료: 민병두 의원 보도자료 (2015.4.13)

<sup>3</sup> ‘폭발하는 역직구 시장... 한 해 3배 이상 ‘쑥쑥’ (연합뉴스 등 언론보도 종합, 2015.4.2)

## ■ 국내 결제시장 영향 및 변화

- 해외 역직구 시장이 한국 경제의 신성장동력으로 인식되고 성장에 대한 기대감이 커지면서 정부와 시장을 중심으로 국내 지급결제시장에도 다양한 변화가 나타남
- **[결제환경 개선]** 지난해 3월 ‘제1차 규제개혁 장관회의 및 민관합동 규제개혁 점검회의’에서 박근혜 대통령의 일명 ‘천송이 코트’ 발언 이후, 해외 소비자의 국내 온라인 쇼핑물 결제를 가로막던 장벽 해소를 위한 규제 방안 마련
  - 한류 열풍으로 인기 절정이었던 ‘천송이 코트(드라마 ‘별에서 온 그대’에서 배우 전지현이 입었던 코트)’를 사기 위해 중국 소비자들이 국내 온라인 사이트에 접속했지만, 결제 시 요구하는 공인인증서와 액티브엑스(Active-X)로 인해 결제에 실패한 사례
    - 공인인증서는 국내에서만 요구하고 있으며, 액티브엑스는 인터넷 익스플로러(IE)에서만 이용이 가능해 다른 웹브라우저나 애플 PC 이용 고객은 설치 불가
  - 이에 따라 정부는 전자상거래 무역 적자의 원인 중 하나로 불편한 결제 환경을 꼽으며, 국내 인터넷 쇼핑을 가로막던 장애물인 공인인증서 의무사용과 액티브엑스 퇴출을 위한 규제 완화 촉구
    - 금융위원회는 지난 해 5월 전자상거래 카드결제 시 공인인증서 의무사용 규정을 폐지했고, 7월 액티브엑스 퇴출을 위해 글로벌 웹 표준(HTML5)을 지정해 별도의 보조 프로그램을 설치하지 않아도 온라인 결제가 가능하도록 유도<sup>4</sup>
- **[간편결제 활성화]** 정부는 공인인증서 의무사용 폐지 및 액티브엑스 퇴출과 동시에 해외와 같은 원클릭 간편결제서비스의 도입과 확산을 유도했으며, 이는 국내 결제시장에 간편결제서비스 활성화로 이어짐
  - 주요 카드사, PG사 등이 자체 간편결제서비스 도입을 완료했으며, ICT기업들도 기존 플랫폼 내 풍부한 사용자를 기반으로 결제시장에 진출
  - 과거 전자상거래 결제시장은 카드사와 PG사 중심으로 생태계가 형성되었으나, 미국 PayPal, 중국 Alipay와 같이 시장을 주도할 수 있는 간편결제서비스 도입 수요가 커지면서 다수의 가입자를 확보하고 있는 ICT기업들의 결제시장 진출 촉발
    - 지난해 9월 다음카카오가 LG CNS와 제휴해 ‘카카오페이’를 출시한 이후, 대형 전자상거래 업체를 비롯해 네이버, SK플레닛 등 플랫폼 사업자들이 자체 간편결제서비스를 도입
    - 카드사들도 자체 간편결제서비스 도입 뿐 아니라, PG사와 ICT기업이 출시한

<sup>4</sup> ‘온라인 카드결제 시 공인인증서 의무사용 폐지’ (금융위, 2014.5.20), ‘전자상거래 결제 간편화 방안’ (금융위, 2014.7.28)

간편결제서비스와 적극적인 제휴를 통해 간편결제 저변 확대를 위해 노력

- 간편결제서비스 확산은 새로운 기술과 서비스를 요구하며 결과적으로 IT와 금융의 융합을 촉발시켜 국내 금융산업 내 ‘핀테크(FinTech)’ 활성화로도 이어짐
  - 결제, 송금, 대출, 자산관리, 인터넷전문은행 등 핀테크 관련 제도적 논의가 지속되고 있고, 대형 금융회사들도 자체적으로 핀테크 육성프로그램 설치, 핀테크 기업 투자 확대 등을 통해 경쟁력 강화를 도모

[표 2] 전자상거래 결제관련 규제 변화

‘온라인 카드결제 시 공인인증서 의무사용 폐지’ (14.05.20)	
	30만원 이상 카드 이용 시 의무사용 폐지
‘전자상거래 결제 간편화 방안’ (14.07.28)	
	공인인증서 대체인증수단 확대
	간편한 新결제방식 도입·확산
	Non-ActiveX 방식 기술 보급·확산
14.07.28 방안의 후속조치 (14.09.23)	
	“One-Click”간편결제 + 사후 확인 전환
	PG사의 카드정보 저장 허용

자료: 금융위원회 보도자료

[표 3] 주요 간편결제서비스 현황

업종	간편결제서비스
SNS	카카오(카카오페이)
	네이버(네이버페이)
대형 가맹점	G마켓/옥션(스마일페이)
	인터파크(옐로페이)
	SK Planet-11번가(시럽페이)
PG사	KG이니시스(케이페이)
	LGU+(페이나우)
	KCP(페이코)

자료: 언론보도 종합

- [해외 지급결제업체 국내 진출] 해외 소비자들이 자주 이용하는 중국의 Alipay, 미국의 PayPal 같은 해외 대형 지급결제업체들이 자체 역직구족을 장악하기 위해 적극적으로 국내 결제시장에 진출

- 중국 온라인 결제 시장에서 46.9%의 점유율을 차지하는 ‘알리페이(Alipay)’는 국내 400여 개 사이트<sup>5</sup>와 제휴해 결제시스템 도입을 완료 또는 진행 중이며, 작년 1월에는 PG사인 KG이니시스와 제휴해 해외고객 대상 가맹점 내 온라인 결제 지원
  - 중국 텐센트의 지급결제서비스 ‘텐페이(Tenpay)’도 PG사 다날과 제휴해 중국인이 한국 오픈마켓이나 디지털 콘텐츠 등을 위안화로 결제하는 서비스 제공

[그림 4] 알리바바의 역직구 진출 전략



\* 차이나오 - 알리바바그룹의 물류기업  
 자료: “이민호 백팩’ 배송비 70% 할인..마윈, 역직구시장 삼킨다’ (중앙일보, 2015.3.3)

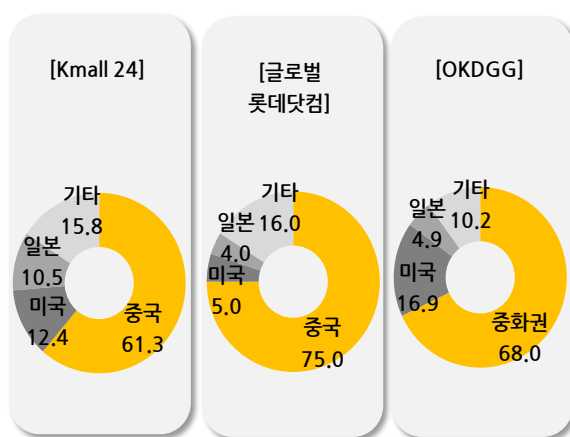
<sup>5</sup> 롯데닷컴, G마켓, 위메프 등 (언론보도 종합)

- 북미 최대 지급결제업체인 ‘페이팔(PayPal)’도 KG이니시스와 제휴해 해외 역직구 족이 국내 온라인 쇼핑몰 이용 시 페이팔을 통해 미화로 결제할 수 있도록 지원
- 중국의 유니온페이(은련카드)는 지난해 12월 국내 9개 PG사<sup>6</sup>와 전략적 업무협약을 체결해 국내 온라인 결제 시장에 진출

## ■ 향후 전망 및 금융업 시사점

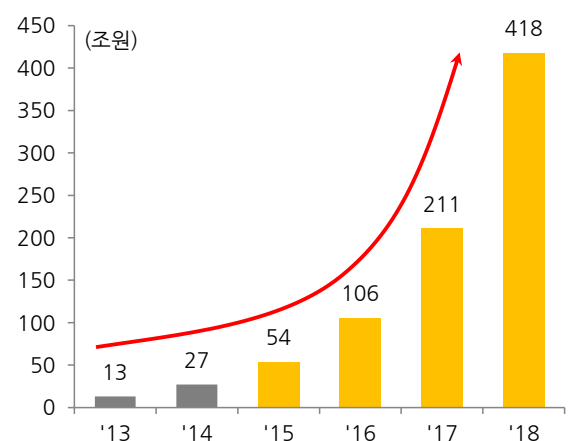
- 해외 역직구 시장은 세계적인 해외 직접구매 트렌드에 맞춰 지속 성장할 것으로 예상되며, 특히 중국인 소비자를 중심으로 확산될 전망
- 국내 온라인 쇼핑몰을 이용하는 해외 소비자의 절반 이상은 중국인(일명 하이타오족)으로, 한류시장의 중심인 중국인의 해외 직접구매 증가가 국내 역직구 시장 성장을 견인할 것으로 예상
- 중국전자상거래 연구센터에 따르면, 중국인 해외직구 규모는 2014년 약 27조원을 기록했으며, 2018년까지 연평균 73% 성장해 약 418조원에 이를 것으로 전망
  - 중국 인터넷 보급률이 아직 45%에 불과하며, 향후 인터넷 보급률이 높아지고 중국인들의 구매력이 향상됨에 따라 해외직구도 꾸준히 증가할 전망<sup>7</sup>
- 정부의 역직구 활성화 정책, 유통업체의 글로벌 쇼핑몰 진출 확대, 간편결제 활성화, 해외 지급결제업체의 진출 등은 해외 소비자의 국내 쇼핑몰 이용 시 발생했던 장애물들을 제거해 역직구 시장 확대에 기여할 것으로 예상

[그림 5] 역직구 시장 국가별 비중



주: 중화권 = 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르  
 자료: 한국무역협회, 롯데닷컴, OKDGG 및 언론 보도 종합

[그림 6] 중국 해외직구 시장 전망



자료: 중국전자상거래 연구센터

<sup>6</sup> LGU+, 한국사이버결제, 나이스정보통신, 올렛, 케이에스넷, 스마트로, 이지스엔터프라이즈, LG CNS, 다날 등 (언론보도 종합, 2014.9.24)

<sup>7</sup> ‘요우커 다음은? 하이타오족!’ (2015.2.10, 이트레이드증권 리서치본부)



○ 이에 따라 국내 결제시장의 변화도 지속적으로 확대될 전망

- 여전히 공인인증서, 액티브엑스 설치를 요구하는 온라인 쇼핑몰이 많아 해외 소비자의 이용에 불편 초래. 정부의 역직구 활성화 정책이 확고한 만큼 결제환경 개선을 위한 정책이 이어질 것으로 예상
- PayPal, Alipay 같은 대형 업체 뿐 아니라, 자국의 역직구족을 타겟으로 한 해외 지급결제업체들의 국내시장 진출도 지속될 전망
  - 이들은 자체 역직구족을 기반으로 국내 시장에 간접적으로 진출하고 있으나, 추후 전면적으로 국내 시장에 진출할 가능성이 있으며, 특히 폭발적으로 증가하고 있는 국내 소비자의 해외 직구 시장을 활용할 가능성도 존재

○ 해외 역직구 시장 성장은 국내 중소기업의 해외 수출 확대로 이어질 수 있으며, 이는 결제시장 뿐 아니라 금융업 전반에 기회로 작용할 수 있음을 인식할 필요

- 외환, 대출, 보험 등 금융서비스의 수요 증가로 이어질 수 있으며, 이에 따라 온라인 거래의 특성을 활용해 거래 데이터 확보 등을 통한 맞춤형 상품 및 서비스 확대로 이어질 수 있어야 함

<연구원 강서진(sjkang@kbfg.com) ☎02)2073-5766>