

보도 일시	2025. 2. 14.(금) 06:00	배포일	2025. 2. 13.(목)
담당 부서	시장조사국 전자상거래팀	담당자	이조은 팀 장(043-880-5711) 김민진 대 리(043-880-5633)

소셜미디어 광고를 통한 해외직구 사기 매년 증가

해외직구가 늘어나면서 판매자가 유명 브랜드를 사칭하거나 제품 판매 후 연락을 두절하는 등의 소비자 피해가 계속되고 있다. 이에 따라, 한국소비자원(원장 윤수현)이 운영하는 국제거래 소비자포털(crossborder.kca.go.kr)에 접수되는 해외 사기성 쇼핑물에 대한 상담도 매년 증가*하는 추세이다.

- * 해외직구 사기성 쇼핑물 상담: ('21년) 251건 → ('22년) 441건 → ('23년) 1,372건
- * 해외 사기성 쇼핑물 : 브랜드 사칭 등 소비자 기만행위를 통해 해외직구 유도 후 연락 두절, 환불 거부 등의 소비자 피해가 발생하는 해외직구 온라인 쇼핑물

특히, 피해 소비자 대부분은 인스타그램, 유튜브를 통해 사기성 쇼핑물에 접속하는 것으로 나타나, SNS나 유튜브 이용 시 소비자들의 주의가 필요했다.

[소셜미디어 광고 해외직구 사기 피해 실태조사 및 소비자 설문조사 개요]

소비자 피해 분석	소비자 설문조사
<ul style="list-style-type: none"> ▪ (조사대상) 국제거래소비자포털에 접수된 해외 직구 사기성 쇼핑물 상담('21년~'23년) 분석 ▪ (조사내용) ① 해외직구 사기성 쇼핑물 피해 사례 분석(접속경로, 피해유형 등) ② 소셜 미디어 광고 및 자율규제 등 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (조사대상) 인스타그램, 유튜브 이용자 1,000명 ▪ (조사내용) ① 불법·유해광고 경험, ② 자율규제 규정 인지도, ③ 불법·유해광고 신고기능 등 ▪ (조사방법) 온라인 설문조사

□ 주로 인스타그램, 유튜브 등 소셜미디어를 통해 접속해

'21년~'23년 접수된 해외직구 사기성 쇼핑물 상담(2,064건) 중 접속 경로가 확인된 1,821건을 분석한 결과, 소셜미디어를 통해 접속하는 경우가 82.3%로 가장 많았다. 그 중에서도 인스타그램이 41.8%(762건), 유튜브가 25.3%(460건)로 높은 비중을 차지했다.

피해 소비자들은 소셜미디어의 콘텐츠나 맞춤형 광고에 연결된 외부 링크를 통해 해외 사기성 쇼핑물에 접속한 것으로 나타났다.

[해외직구 사기성 쇼핑몰 접속 경로('21~'23년)]

(단위 : 건, %)

구분	2021년	2022년	2023년	계		
				건수	비율	
	164	265	1,070	1,499	82.3	
소셜미디어	인스타그램	60	41	661	762	41.8
	유튜브	52	188	220	460	25.3
	페이스북	23	23	91	137	7.5
	카카오톡	4	3	12	19	1.0
	카페	1	1	13	15	0.8
	트위터	6	-	4	10	0.6
	틱톡	-	3	4	7	0.4
	불명	18	6	65	89	4.9
	인터넷 광고	16	82	94	192	10.5
웹서핑 및 검색	21	31	42	94	5.2	
기타(지인 추천, 이벤트 등)	9	6	21	36	2.0	
계	210	384	1,227	1,821	100.0	

□ 피해 유형, '브랜드 사칭', '저품질 제품 판매' 피해가 대부분 차지

피해 유형을 살펴보면, 전체 상담(2,064건) 중 '브랜드 사칭'이 47.1%(972건)로 가장 많았다. 판매자가 유명 패션 브랜드를 사칭하여 쇼핑몰을 운영하고, 결제 후 제품을 배송하지 않은 상태에서 연락을 두절하는 경우가 대다수였다. 다음으로는, '저품질 제품 판매'가 46.5%(959건)를 차지했는데, 판매자가 광고와 달리 낮은 품질의 제품을 판매 후 환불을 거부하고, 소비자에게는 제품을 반환받지 않는 대신 구매대금의 일부 환급을 제안하는 사례가 많았다.

[최근 3년('21~'23년) 해외직구 사기성 쇼핑몰 피해 유형]

(단위 : 건, %)

유형	내용	접수 건수
브랜드 사칭	의류, 가방 등 유명 패션 브랜드를 사칭하는 쇼핑몰을 운영 * 결제 후 제품 배송 없이 연락 두절되는 경우가 대다수	972(47.1)
저품질 제품	제품 광고와 확연히 다른 저품질의 제품을 판매 * 환불 요구 시 환불을 거부하고, 소비자에게 반품 없이 일부 환불 (결제 대금의 50% 등)을 제안하는 경우가 다수	959(46.5)
유명인사 사칭	유명인사를 사칭하며 유명인사와 관련없는 제품을 판매	43(2.1)
불법 식의약품	성분 및 제조사가 불분명한 식품·의약품을 판매	31(1.5)
기타	-	59(2.8)
전체	-	2,064(100.0)

□ 설문조사 결과, 이용자 상당수가 소셜미디어 자율규제 규정과 신고 기능 몰라

인스타그램과 유튜브는 콘텐츠와 광고를 게시할 때 준수해야 할 자율규제 규정을 운영하고 있다. 또한, 이용자들이 불법·유해 콘텐츠 등을 직접 신고할 수 있는 기능도 갖추고 있다.

그러나 설문조사(인스타그램·유튜브 이용자 1,000명 대상) 결과, 이용자의 42.2%(422명)는 이러한 자율규제 규정의 존재를 인지하지 못했고, 59.7%(597명)는 신고 기능이 있다는 사실을 알지 못했다. 따라서, 소비자들이 자율규제 규정과 신고 기능을 인지하고, 이를 보다 쉽게 이용할 수 있도록 개선이 필요했다.

이에 한국소비자원은 메타, 구글에 불법·유해 콘텐츠 및 광고 차단을 위한 적극적인 협조*를 요청하는 한편, 불법 사기 쇼핑몰에 노출되는 것을 원천적으로 막기 위해 방송통신심의위원회의 심의 등을 통해 국내 접속 차단도 추진할 계획이다.

* 한국소비자원은 2024년 12월부터 메타코리아와 협업을 통해 인플루언서 캠페인을 실시하고 있으며, 구체적인 내용은 다음의 링크를 통해 확인 가능

- 곰송이(gomsongyi): <https://www.instagram.com/reel/DEFEFvMzwJ/?igsh=MmZmdGM4NTRidzZ5>
- 시누(unis.potfoor): <https://www.instagram.com/p/DEenTEhNv8c/>
- 유자(song_yujin): <https://www.instagram.com/p/DEevU5DTTRG>
- 메타 페이스북 페이지: <https://www.facebook.com/reel/578572164786178>,
<https://www.facebook.com/reel/3956201038000606>

또한, 소비자들에게 해외직구 시 ▲ 유명 브랜드 상품을 지나치게 싼 가격에 판매하는 소셜미디어 광고는 일단 의심해 볼 것, ▲ 브랜드 공식 누리집을 방문해 인터넷 주소(URL)를 비교하고, 구매 후기를 확인할 것, ▲ 피해 발생을 대비해 광고 화면, 구매·결제 내역을 캡처하는 등 증빙자료를 남겨둘 것, ▲ 신용(체크)카드로 결제하고, 피해 발생 시 증빙자료를 갖추어 카드사에 '차지백 서비스를 신청할 것을 당부했다.

* (차지백 서비스) 해외거래 소비자가 사기 의심, 미배송, 환불 미이행 등의 사유가 있을 경우 구입일로부터 120일(VISA, Master Card, AMEX) 또는 180일(Union Pay) 이내에 신용카드사에 승인된 거래를 취소 요청할 수 있는 서비스(신청 기한, 접수 방법 등은 카드사에 문의)

미배송·자연

(브랜드 사칭) A씨는 인스타그램 광고를 통해 유명 브랜드 공식 홈페이지와 유사한 아울렛 사이트를 알게 되었고, 해당 사이트에서 의류를 구매하고 82.95달러를 지불함. 신청인은 2주가 지나도 상품을 수령하지 못하였고, 이후 해당 사이트가 브랜드를 사칭한 사기의심사이트인 것을 알게 됨.

제품하자·품질·AS

(저품질 제품) B씨는 유튜브 광고를 통해 방문한 해외 사이트에서 의류를 구매하고 48,800원을 지불함. 이후 신청인은 수령한 옷의 봉제 등 품질이 좋지 않아 환불을 요청하였고, 사업자는 72시간 내에 연락을 준다고 답변하였지만 이후 어떠한 연락도 하지 않음.

사업자 연락두절·사이트 폐쇄

(유명인사 사칭) C씨는 유명인사가 개발했다는 관절염 약 관련 인터뷰 기사를 보고 해외 쇼핑몰에서 관절염 약을 212달러에 구매함. 이후 해당 사이트를 통해 취소하려고 해도 취소 버튼이 없었으며, 메일로 취소요청을 했음에도 사업자가 응답하지 않음.

취소·환불·교환 지연 및 거부

(불법·식의약품) D씨는 페이스북 광고를 통해 방문한 해외 쇼핑몰에서 다이어트 식품을 구매하고 485,000원을 지불함. 이후 신청인은 수령받은 제품이 광고와 달라 환불을 요청했으나, 사업자는 맞춤제작 등을 주장하며 환불을 거부하였고, 이후에는 다른 담당자와 이야기하라며 환불을 지연함.

1. 할인율이 지나치게 높은 쇼핑몰과 이를 홍보하는 소셜미디어 광고 주의

- 유명브랜드 상품을 큰 폭(60~90%)으로 할인 판매하는 사이트의 경우 상품이 배송되지 않거나 저급 제품 또는 가품이 배송되는 피해가 발생할 수 있다. 또한 이러한 사이트의 상당 부분이 인스타그램, 유튜브 등과 같은 소셜미디어 광고를 통해 유입되기에 주의해야 한다.

2. 구매 전에 검색 포털 등을 통해 공식 홈페이지 주소가 맞는지 확인

- 사기성 쇼핑몰은 홈페이지 디자인을 공식 홈페이지와 유사하게 꾸미고 공식 홈페이지의 도메인 주소에 shop 혹은 sale 등을 붙여 사칭 사이트를 운영하는 경우가 많으므로 유의해야 한다. 또한 소비자원에서 운영하는 국제거래 소비자포털(crossborder.kca.go.kr)을 통해 사기의심사이트 여부를 사전에 확인할 수 있다.

3. 사업자 정보가 없고 문의 가능한 연락 방법이 제한적인 쇼핑몰 주의

- 기재된 사업자 정보가 허술하거나 메일 주소로만 연락이 가능한 쇼핑몰은 신뢰하기 어려우므로 꼼꼼히 확인하고 이용하는 것이 좋다.

4. 건강기능식품 해외직구 시 원료 성분에 주의

- 건강기능식품으로 광고하는 해외 제품은 국내 반입이 금지된 원료 성분이 들어있거나, 표시된 내용과 다른 성분이 들어있는 경우가 있어 주의해야 한다.

5. 온라인에서 판매하는 의약품은 구매 자제

- 온라인에서 의약품을 판매하는 행위는 「약사법」 위반이므로, 의약품은 약국 등 지정된 판매처에서 구매한다.

6. 미배송 등의 피해 발생 시 신속하게 카드사 ‘차지백 서비스’ 신청

- 주문한 상품이 장기간(30일 이상) 배송되지 않거나 광고와 상이한 상품이 배송된 경우, 증빙자료(주문내역, 결제내역, 피해 사진 등)를 갖추어 해외 결제를 이용한 카드사에 ‘차지백 서비스’를 신청할 수 있다.