

이 책의 사용법

고급편은 화면 기획서가 아니라 거래 운영 설계서다. 각 장의 표와 체크리스트를 실제 주문·입찰·창고 기록에 적용하고, 자동화보다 계정·금액·승인·예외 통제를 먼저 완성한다.

- 야후옥션 입찰과 메루카리 정가 구매를 서로 다른 상태와 승인 흐름으로 관리한다.
- 공식 API·제휴·약관 근거가 없는 수집과 계정 공유를 핵심 기능으로 삼지 않는다.
- 예치금·최대입찰가·환불은 변경 가능한 잔액이 아니라 원장과 감사기록으로 통제한다.
- 첫 출시는 URL 견적, 주문 타임라인, 일본 창고, 검수, 정산의 완결성을 검증한다.

차례

시작하기 전에

1장. 쇼핑몰이 아니라 거래 운영체계를 설계하라

2장. 야후옥션 입찰대행 운영

3장. 메루카리 구매대행 운영

4장. 상품 데이터와 검색 시스템

5장. 견적·예치금·정산 시스템

6장. 주문·경매 엔진과 예외 처리

7장. 일본 현지 창고·검수·합배송

8장. 고객이 신뢰하는 사이트 화면

9장. Supabase·Vercel 기반 시스템 설계

10장. AI 자동화와 사람이 승인할 일

11장. 수익모델과 B2B 확장

12장. 180일 구축·운영 로드맵

부록 A. 야후옥션 입찰 승인서

부록 B. 메루카리 구매 판정표

부록 C. 주문 상태 사전

부록 D. 사고 대응 런북

부록 E. 관리자 일일 점검표

부록 F. 고급 실전 AI 프롬프트 12선

부록 G. 공식 확인 경로

부록 H. 바이커머스 고급형 서비스 구조

부록 I. 실제 운영 사례를 추가하는 위치

시작하기 전에

이 책의 목표

고급형 일본구매대행 사이트는 일본 상품을 많이 보여주는 쇼핑몰이 아니다. 고객이 야후옥션·메루카리 등에서 발견한 상품을 안전하게 의뢰하고, 운영자가 구매 가능 여부와 총비용을 판단하며, 일본 현지에서 구매·검수·합배송·국제배송을 처리하고, 고객이 전 과정을 투명하게 확인하는 **거래 운영 시스템**이다.

이 책은 구매대행 운영 경험과 반복 주문이 있는 사업자, 독립 전문 카테고리 운영팀을 갖춘 셀러, 전문 솔루션과 일본 현지 인프라를 연결하려는 운영자를 위한 고급 실전편이다. 기존 브랜드와 고객을 보호하면서 독립적인 전문 사업을 구축하는 기준을 다룬다. 소량 매입 경험이나 바이커머스 파트너 승인이 이 책을 읽는 필수 조건은 아니다.

바이커머스의 성장 경로는 1단계 무재고형 구매대행, 2단계 전문 소싱형 사업, 3단계 전문물 운영형 사업으로 구분한다. 2단계는 기존 구매·배송 서비스를 활용해 반복 판매를 키우는 모델이며 재고 매입은 필수가 아니다. 기존 서비스를 계속 이용하는 것만으로도 유효한 사업의 완성형이 될 수 있다. 이 책은 내 고객·브랜드·주문 시스템이 필요한 사람을 위한 선택 확장편이다.

운영자와 개발 담당자의 읽는 순서

사업 운영자는 1·5·7·8·11·12장에서 고객 흐름, 비용, 현지 작업, 계약 범위와 출시 판단부터 정한다. 2·3장은 해당 판매처를 취급할 때 읽고, 4·6·9·10장은 솔루션 공급사나 개발 담당자와 협의하는 요구사항으로 활용한다. 직접 코딩을 해야만 전문물을 운영할 수 있다는 뜻이 아니다.

MVP는 최소 기능으로 검증하는 첫 버전, SOP는 표준 작업 순서, SLA는 계약에서 합의한 서비스 수준이다. 기술 이름과 표는 구현 예시이며 모든 솔루션의 기본 제공 기능이 아니다. 예정 기능, 확인되지 않은 제휴·API, 미승인 결제를 실제 제공 기능처럼 안내하지 않는다.

완성해야 할 결과

- 야후옥션의 입찰·낙찰과 메루카리의 정가 구매를 서로 다른 업무 흐름으로 설계한다.
- 상품 URL 접수부터 견적, 고객 승인, 구매, 검수, 출고, 정산까지 상태값을 통일한다.
- 최대입찰가, 예치금, 수수료, 배송비 차액, 취소·환불 기준을 가격 정책으로 만든다.
- 상품 데이터의 출처·갱신시각·권리·정확도를 관리한다.
- 고객·주문·작업자 권한을 분리하고 중요 변경을 기록한다. Supabase·Vercel은 구현 예시로 살펴본다.
- 일본 현지 창고가 입고·검수·합배송·반품을 같은 SOP로 처리하게 만든다.
- CS와 예외 처리를 정상 주문 흐름과 분리한다.
- 180일 안에 URL 견적형 MVP에서 B2B·플랫폼형 서비스로 확장할 근거를 만든다.

고급형 사이트의 경쟁력은 화면이 아니라 거래가 틀어졌을 때 누가, 언제, 어떤 근거로 결정하는지가 정해져 있다는 데 있다.

먼저 구분할 세 가지 서비스

서비스	고객 행동	운영 핵심	대표 위험
URL 견적 구매대행	상품 URL과 조건 제출	구매 가능성·총비용 확인	가격·재고 변동
경매 입찰대행	최대입찰가와 조건 승인	마감·자동입찰·낙찰 후 결제	입찰 취소 불가, 과다입력
일본 현지 물류	일본 창고로 입고	주문 매칭·검수·합배송·출고	오배송·파손·장기보관

세 기능을 한 화면에 넣을 수는 있지만 계약과 상태값은 분리해야 한다. 특히 야후옥션의 입찰은 '구매 버튼'과 달리 낙찰 금액이 변하고 입찰 확정 후 취소가 어렵다. 메루카리는 정가 구매가 빠른 대신 판매자·상품 상태 확인과 구매 타이밍이 중요하다.

정책과 법률에 관한 안내

플랫폼 약관, 계정 정책, 결제수단, 이용 가능 국가, 금지품목은 바뀔 수 있다. 이 책은 특정 플랫폼과의 제휴·API 권한·계정 이용 가능성을 보장하지 않는다. 계정 공유, 명의대여, 다중 계정, 보안 우회, 비공개 인터페이스 자동화, 과도한 접근, 타인의 이미지·설명 무단 복제를 전제로 사업을 설계하지 않는다.

통관·세무·제품안전·상표권·개인정보·전자상거래 의무는 거래 구조와 품목에 따라 달라진다. 실행 전에는 플랫폼 공식 약관과 관세청·국세청·제품안전정보센터 안내, 법률·세무·관세 전문가의 최신 확인을 거친다.

1장. 쇼핑몰이 아니라 거래 운영체계를 설계하라

고객 화면과 운영 화면은 목적이 다르다

고객 화면은 복잡한 일본 거래를 쉽게 보여줘야 한다. 운영 화면은 복잡성을 숨기지 말고 통제해야 한다. 두 화면이 같은 정보만 보여주면 고객에게는 어렵고 운영자에게는 부족하다.

고객에게는 상품, 예상비용, 예상일정, 현재단계, 필요한 선택지만 보여준다. 운영자에게는 원문 URL, 판매자, 가격·배송비 확인시각, 고객 승인 내역, 구매 계정, 결제 증빙, 창고 입고번호, 검수 결과, 국제운송장, 예외 코드, 담당자를 보여준다.

한 거래의 여덟 개 구역

1. 상품 발견: 고객 URL, 운영자 추천, 카테고리 검색
2. 위험 확인: 품목 제한, 판매자 평가, 상태, 진품·권리, 배송 가능성
3. 가격 확정: 상품가, 수수료, 일본 배송, 검수·포장, 국제배송 추정
4. 고객 승인: 최대입찰가·대체조건·환율·환불 규칙 동의
5. 구매 실행: 입찰 또는 정가 구매, 결제와 증빙
6. 현지 처리: 입고 매칭, 검수, 보관, 합배송, 반품
7. 국제배송: 포장, 운송방식, 신고정보, 통관 안내
8. 완료·정산: 최종비용, 차액, 수령 확인, CS, 재구매

사이트의 다섯 역할

- 판매 역할: 고객이 이해하고 결제할 수 있게 한다.
- 운영 역할: 주문을 누락 없이 다음 단계로 보낸다.
- 통제 역할: 금액·권한·승인·변경을 기록한다.
- 증거 역할: 원문·사진·시간·담당자·결과를 보존한다.
- 자산 역할: 상품·고객·물류 데이터를 다음 거래에 재사용한다.

매출보다 먼저 볼 운영 지표

영역	핵심 지표	초기 목표의 의미
견적	견적 완료시간, 승인율	고객이 기다리지 않고 비용을 이해하는가
구매	구매 성공률, 가격오차	노출 정보와 실제 구매가가 일치하는가
경매	낙찰률, 승인 초과 0건	고객 한도와 입찰 통제가 지켜지는가
창고	입고 매칭시간, 검수 리드타임	물건이 주문과 정확히 연결되는가
배송	운임오차, 파손율	견적과 포장 기준이 정확한가
CS	예외율, 해결시간	문제를 발견하고 책임 있게 끝내는가

1장 실행 과제

현재 주문 한 건이 끝날 때까지 사용하는 카카오톡, 이메일, 엑셀, 사이트, 일본 계정, 창고 기록을 모두 적는다. 같은 정보를 두 번 입력하는 지점과 담당자가 바뀌면 끊기는 지점을 표시한다. 이것이 첫 자동화 후보가 된다.