

**NIT AMERICAN**

**브랜드 라이선스 유통  
사업계획서**



# Contents

## 01 개요

기업 개요	03
사업 개요	05
사업 서비스 범위	06
US Entity	07
CEO / Managing Director (US)	08
확보된 브랜드	09
BM	10

## 02 시장 및 기회

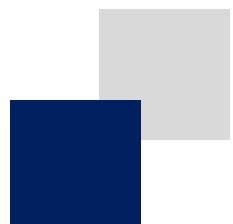
한국 시장	14
라이선스 유통 시장	15
경쟁사	16
한국 시장 성공 사례	17
신규 브랜드 발굴	18

## 03 역할 분담

역할 구분	20
NIT AMERICAN의 역할	21
NITSOFT의 역할	22
NITSOFT 소개	23
조직 구성	26

## 04 추진/재무계획

추진계획	28
재무계획	29



## 기업 개요

# NIT AMERICAN

NIT AMERICAN은 미국의 브랜드가 아시아 시장에 진출할 수 있게 연결하는 브랜드 라이센스 유통 사업을 전문으로 합니다.



회사명

**NIT AMERICAN**

설립

**Irvine, California, USA (2025)**

법인장

**Jin-sung Lim**

사업범위

**브랜드 라이선스 유통**

자본금

**\$500,000**

파트너사

**NITSOFT (Seoul, Republic of Korea)  
BGI (Tiburon, California, USA)**

## 기업 개요 – 파트너사

### 파트너사



#### NIT AMERICAN

- ① 미국 브랜드 라이선스 유통 (2025)
- ② 해외 시장 진출을 위한 HQ



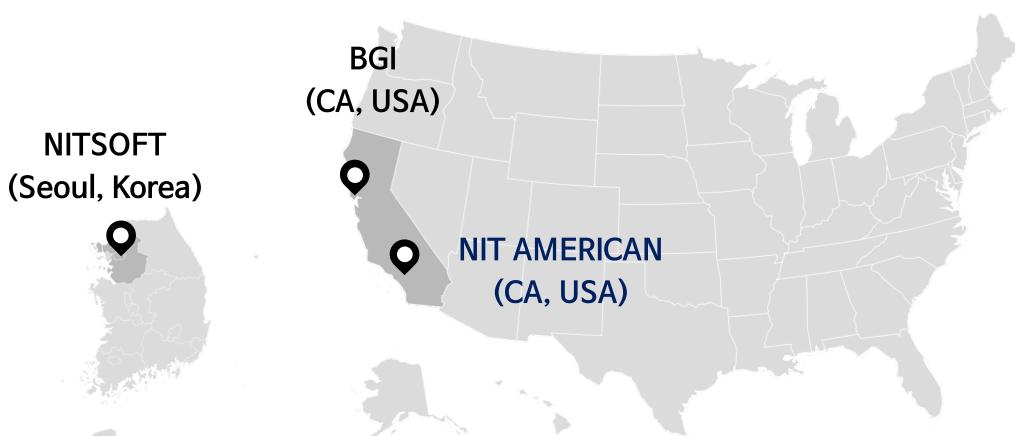
#### NITSOFT

- ① 한국의 IT 및 전자상거래 기업 (2017)
- ② 미국 브랜드의 한국 시장 진출 지원



#### BGI

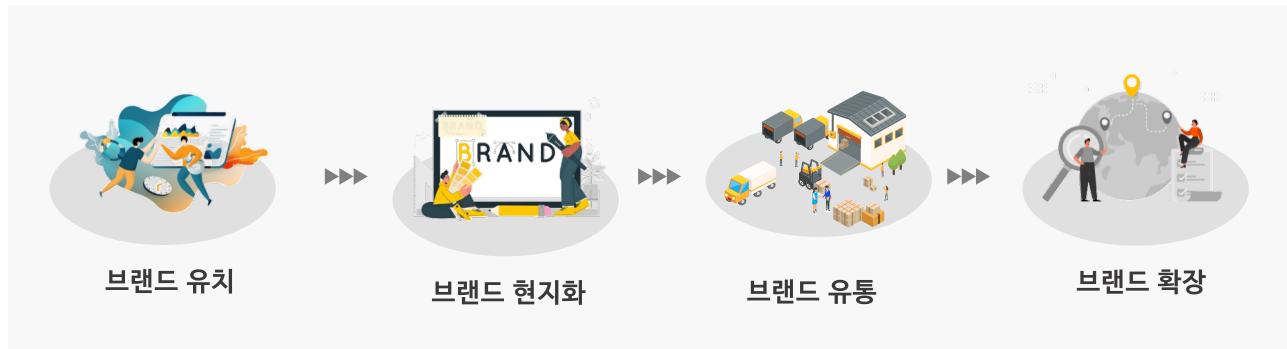
- ① 브랜드 라이센스 유통 기업
- ② 미국 브랜드 유통을 위한 지원 및 자문



## 사업 개요

# Brand Agency

NIT AMERICAN은 미국의 트렌디 브랜드가 한국에 진출할 수 있게 연결하는 유통 사업을 전개합니다.



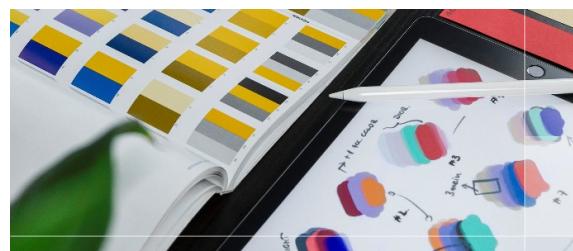
### 브랜드 탐색 & 발굴

- 글로벌 유망 브랜드 / 트렌드 분석
- 브랜드 발굴 & 파트너십 제안
- 총판, 독점, 라이선싱 계약 제안



### 브랜딩 현지화

- 소비자 맞춤형 브랜드 포지셔닝
- 콘텐츠 전략 및 광고 캠페인 기획
- 제품 패키징, 구성, 가격, 라인업 조정



### 운영 및 유통대행

- 커머스 운영부터 유통채널 확장까지 전과정
- 물류 / 정산 / 재고관리 등 풀 오퍼레이션
- 도매 / 리셀러 발굴 및 글로벌 유통 확장



## 사업 서비스 범위

### 주요 서비스



#### 브랜드 발굴

- ① 미국 트렌디 브랜드 발굴
- ② 한국 등 아시아 시장에 맞춘 브랜드 발굴



#### 라이선스 확보

- ① 브랜드와의 라이선스 계약 구조 확립
- ② 라이선스 사용 범위 등 법률 검토



#### 유통 인프라 구축

- ① 미국 내 물류 인프라 구축
- ② 미국 외 수출 인프라 구축

### 전주기 운영 프로세스

- ✓ NIT AMERICAN은 협력사와의 파트너십을 통해 브랜드 발굴~유통까지 모든 단계를 수행합니다.



## 미국 현지 법인 회사 설립 (NIT AMERICAN)

# US Entity

NIT AMERICAN은 미국 브랜드 라이선스를 아시아 시장으로 진출시키는데에 있어 미국 시장 조사, 브랜드 본사와의 대면 미팅, 실사 계약, 지속적인 네트워킹, 현지 물류/유통 인프라 구축 등 브랜드 라이선스 유통의 핵심 축이 되는 업무를 수행하기 위해 미국 현지 법인 회사로 운영됩니다.



### 소통거점 구축

현지 마케터/운영 인력 채용

로컬 브랜드/시장 동향 파악

현지법인을 기반으로  
로컬 문화 및 트렌드 파악

### 네트워크 확보

한국진출 대상 미국 브랜드 발굴

유통/물류/CS 로컬 파트너사 확보

운영 프로세스 수립  
고객 & 파트너사 확보

### 서비스 고도화

유통 + 마케팅 + 운영 서비스 통합

아시아 시장진입 전략 수립

글로벌 확장을 위한  
ONE-STOP 모델 구축

## CEO / Managing Director (US)

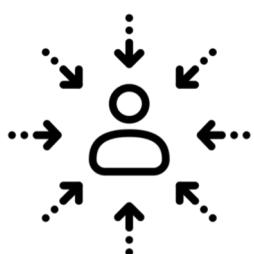
### 미국 법인장이 필요한 이유 : 네트워킹 인프라 및 맨파워

#### 미국 법인장이 라이선스 유통 사업을 총괄



- ① 임진성 법인장은 브랜드 라이선스 사업을 총괄 (한국 포함)
- ② 브랜드와의 계약, 비용 사용등의 의사 결정권이 임진성 법인장에게 있어, 트렌디한 브랜드를 빠르게 발굴하기 위해서는 임진성 법인장이 미국에서 의사결정 및 계약을 담당해야 함.  
(전결권자의 빠른 판단이 필요하여, 현지 직원으로 대체 불가)

#### Key Person



- ① 임진성 법인장은 미국 회사 BGI와 파트너십을 구축하여, 현지 소통을 위해서 미국에서의 활동이 필수적임.
- ② 미국 - 한국을 오가며, 전략 수립 및 소통 역할을 위해, 양쪽 상황을 동시에 이해하고 있는 임진성 법인장의 역할이 필요.
- ③ 임진성 법인장의 맨파워 및 네트워킹 인프라가 잘 구축되어 있어, 대체가 불가능한 Key person

## 확보된 브랜드

### ■ Maui & Sons

#### 서프 & 스트리트 라이프스타일

- 캘리포니아 서프 문화 기반의 컬러풀·그래픽 중심 브랜드.
- 수영복·스포츠웨어·캐주얼 전반에서 젊은 층 선호도가 높음.
- 서프·아웃도어 감성으로 글로벌 시장에서 꾸준히 확장 중.
- 무신사, 자라, 휠라 등 콜라보로 시장 확장성 입증.



### ■ LA Gear

#### 레트로 스니커즈 & 애슬레저

- 80~90년대 미국을 대표한 레트로 스니커즈 아이콘.
- 클래식 감성과 트렌디한 스타일의 재해석으로 재조명되는 브랜드.
- 스니커즈·애슬레저 중심으로 한국 시장 확장성이 높은 라인업 보유.



## BM - 로얄티 BM

# Royalty

미국 브랜드의 라이선스를 확보하고, 한국 시장에 제공하여 수수료를 얻는 BM

### ▶ 구조 예시



에이전시에게 수수료 요구



### ▶ 브랜드 에이전시

예시 회사	• IMG LICENSING
BM	• 글로벌 IP를 관리하는 에이전시

제조사에 판매분의 10~30% 커미션 요구  
(예상)



### ▶ 제조사/유통사

예시 회사	• 제이앤지코리아
BM	• JEEP 브랜드를 한국에 유통

낮은 회사의 인지도를 '브랜드'로 커버하여  
고객들은 '브랜드'를 믿고 구매 발생



## BM - 온라인 BM

# Online Retail

직접 온라인으로 제품을 유통/판매하여 제품 마진을 확보하는 BM

### ▣ 구조 예시



#### ▶ 브랜드 본사

예시 회사	• Stanley
BM	• 완제품을 B2B로 판매

#### B2B판매



#### ▶ 도매업체

예시 회사	• 피엠아이더블유더블유브랜드 코리아 유한회사 • 주식회사 씨앤씨글로벌
BM	• 스탠리 상품 유통 계약 후, 온라인에 판매

#### 상품 유통 마진 획득

## BM - 오프라인 BM

# Offline Retail

한국에 오프라인 매장을 직접 설립/운영하여 매출과 운영 이익을 확보하는 BM

### 구조 예시



#### ▶ 브랜드 본사

예시 회사	• VF Corporation
BM	• B2B 판매, 수수료 수익

### B2B판매



#### ▶ 브랜드 에이전시

예시 회사	• 영월아웃도어
BM	• 완제품 수입 + 일부 한국 생산

### 온라인 판매 + 오프라인 매장 운영



#### ▶ 브랜드 에이전시

예시 회사	• 직영 매장 + 백화점 매장
BM	• 상품 판매

### 판매 수익

## Appendix - 해외 브랜드 제조

# Manufacturing

한국에서 판매되는 대부분의 글로벌 브랜드 상품은 해외에서 완제품으로 수입되거나  
국내에서는 OEM형태로 해외 공장에 제조를 의뢰하는 정도의 시장이 존재

### ▶ 구조 예시



#### ▶ 브랜드 본사

예시 회사	• VF Corporation
역할	• 브랜드 라이선스 제공

#### ▶ OEM설계

예시 회사	• 영원무역
역할	• 라이선스를 구매하여 공장에 생산 지시 (OEM)



#### ▶ 상품 제조

예시 회사	• 베트남, 방글라데시, 인도네시아 공장
역할	• 한국에서 기획한 상품을 제조

#### ▶ 판매

예시 회사	• 영원무역
역할	• 한국, 미국을 포함한 나라에 제조한 상품을 판매

\*이 단계에서 2010년대에는  
한국의 '양주공장'에서 제조하기도 하였으나,  
현재 시점에서는 인건비 등의 문제로 대부분의 글로벌  
브랜드가 한국에서 생산하지 않음

## 한국 시장

한국 시장은 아시아 진출의 전초기지이자 글로벌 브랜드의 테스트베드로 자리 잡은 국가 K-콘텐츠와 K-POP을 중심으로 아시아 문화 트렌드를 이끌며,  
전 세계가 주목하는 문화·비즈니스 허브로 부상 중

### ASIA's Fashion Hub



#### 한국의 문화적 파급력

- ✓ 한국은 K-POP과 K-콘텐츠를 중심으로 아시아 문화를 선도하고 있으며, 아시아 전역에 브랜드 전파 및 브랜드 이미지 각인



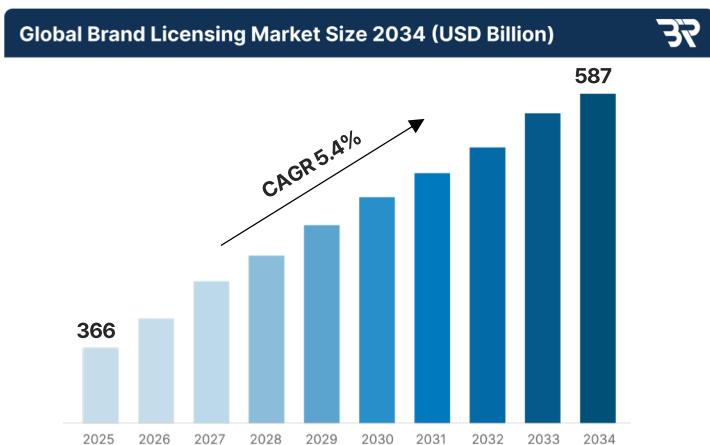
- 아시아 문화 감수성 이해 및 브랜딩 테스트 베드
- 한국 앰버서더, 플래그십을 통한 브랜드 홍보



## 라이선스 유통 시장

라이선스 유통시장은 2025년 3660억 달러 규모의 시장이 형성되어있으며 연평균 5.4% 성장 예상됨

### 성장하는 라이선스 유통 시장



“한국은 아시아 시장 진출의 전초기지로써 글로벌 브랜드들의 테스트베드 장으로써 자리매김 중”

[Business Research Insights 보고서, 단위 : USD Billion]

### 해외 브랜드 라이선스가 유통되는 3가지 방식

#### 중개사와 계약



- 중개사에서 브랜드와 계약을 맺어 IP를 확보하고, 또 다른 회사에 IP에 대한 거래 계약을 체결하는 사업 모델
- 해외에 있어 확보하기 어렵거나 규모가 크지 않은 인디브랜드를 타겟으로 진행 가능

#### 브랜드와 직접 계약



- 중개사 없이 브랜드 본사와 직접 협상/계약
- 신뢰할 수 있는 대형 회사 간에 체결할 수 있는 방식
- 일반적으로 독점권/제조권을 장기간 확보하여 대규모 사업화 진행

#### 브랜드 인수



- 브랜드 자체를 인수하여 다수의 IP를 보유하는 사업 모델 (IP Owner)
- 인수비용 매우 높고 리스크 크지만, 성공하면 포트폴리오 가치 증가

## 경쟁사

### Authetic Brand Group

**authentic**  
AUTHENTIC BRANDS GROUP

브랜드인수

- 글로벌 IP를 직접 인수/보유하는 최대규모의 브랜드 매니지먼트 사업
- 각 브랜드의 제조/유통/리테일 권한을 전 세계 파트너사에 라이선스로 판매
- 2024 매출 추정 약 2조

대표 브랜드



### F&F

브랜드직접계약

- 해외 브랜드와 직접 계약 후, 브랜드를 재해석하여 한국에 제조/유통하는 사업
- MLB의 브랜드를 가져와 의류 사업으로 재해석 하는 등 한국에 맞게 리브랜딩
- 2024 매출 1조 8,960억

대표 브랜드



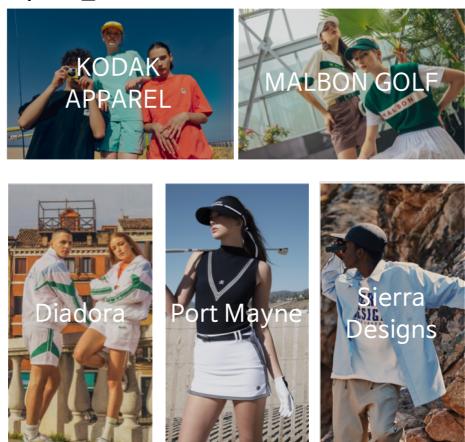
### Hilight Brands

#### Hilight Brands

브랜드직접계약

- 브랜드 본사와 직접 계약해 제조~유통까지 맡는 한국형 라이선스 패션 사업
- 내셔널지오그래픽 등 브랜드 리포지셔닝 및 카테고리 확장 전략으로 성장
- 2024 매출 2,487억

대표 브랜드



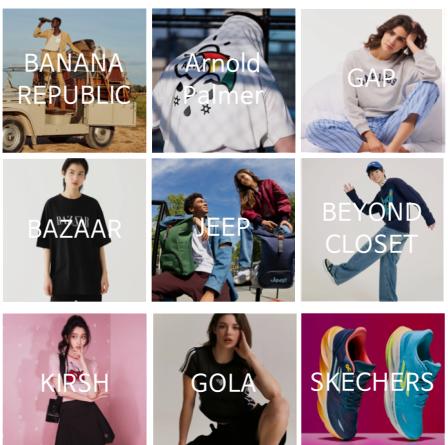
### IMG LICENSING

**WG**

증가사

- 스포츠 브랜드, 엔터테인먼트 등 의류/잡화/리테일 라이선스 확장 전문
- 전세계 체인 연결하는 에이전시
- 연 매출 추정 6,000억

대표 브랜드



## 한국 시장 성공 브랜드

### 룰루레몬

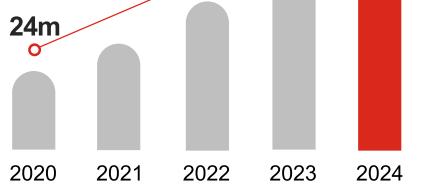


ATHLEISURE

- 명품 브랜딩 및 체험형 프로모션 수행
- 매년 49.6%씩 매출 성장 중



5개년 매출 추이



### 호카

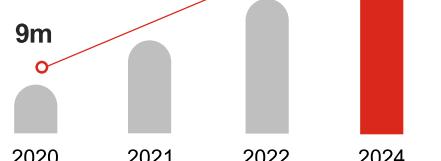


SPORTSWEAR

- 팝업 매장오픈 및 러닝화 전문화 전략
- 연평균 성장을 60% 육박



4개년 매출 추이



### 아크테릭스

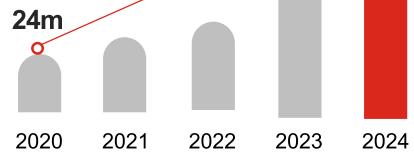


OUTDOOR

- 4대 주요시장으로 한국 설정
- 최근 2년간 매출 2배 이상 성장



5개년 매출 추이



# 신규 브랜드 발굴 - 1

## 성공 사례를 분석하여 데이터 기반으로 신규 브랜드 발굴

### 신규 브랜드 발굴

- ✓ 한국에서 성공한 미국 브랜드의 사례를 데이터화하여, 데이터 기반으로 잠재력이 높은 브랜드를 적극 발굴
- ✓ 데이터 기반 브랜드 발굴 예시  
애슬레져/요가 브랜드의 확산으로 한국에 진출 중인  
'lululemon', 'alo'와 비슷한 포지션인 브랜드 발굴 →  
'Adanola'
- ✓ NIT AMERICAN은 지리적으로도 서부경제의 중심지인  
캘리포니아 어바인에 위치하고 있어, 미국내 트렌드  
확인에 최적



### 미국 트렌드 중심지



#### 미국 트렌드 중심지

- ① 로스앤젤레스
- ② 샌프란시스코
- ③ 뉴욕



# Proactive Discovery

글로벌 브랜드를 많이 배출한 San Francisco, Los Angeles, New York 도시  
위주로 브랜드를 탐색하여 제2, 3의 글로벌 브랜드를 선제적으로 발굴

한국 진출한 글로벌 브랜드

<b>San Francisco</b>	Northface	Levi's	GAP
<b>Los Angeles</b>	Nike	Stussy	ALO
<b>New York</b>	Ralph Lauren	Calvin Klein	Coach

NFT AMERICAN에서 발굴

아직 한국에 없는 트렌디 브랜드

<b>San Francisco</b>	EVERLANE	CUYANA	Rothy's
<b>Los Angeles</b>	The hundreds	PLEASURES	Rhude
<b>New York</b>	Aime Leon Dore	Tellfar	Reformation

### NIT AMERICAN-NITSOFT 간 업무 연계

- ✓ NIT AMERICAN은 브랜드 발굴 및 미국 내 인프라 구축
- ✓ NITSOFT에서는 NIT AMERICAN에서 발굴한 브랜드를 한국 시장에 도입할 수 있도록 분석 및 전략 수립
- ✓ 한국 시장 내 성공적인 브랜드 유통을 위해 NITSOFT가 가지고 있는 국내 협력사 인프라 적극 활용



# NIT AMERICAN의 역할

## 주요 역할

미국의 브랜드를 유통 시키기 위한 구조·조건·관계를 미국 현지에서 관리

### 브랜드 발굴



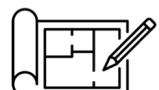
- 한국 또는 아시아 시장에서 잘 팔릴 수 있는 브랜드 발굴
- San Francisco, LA, New York 등의 도시에서 유망한 트렌드  
브랜드 탐색

### 브랜드와 관계 형성



- 브랜드 본사와의 커뮤니케이션을 통한 관계 형성
- 한국 등 아시아 시장에 대한 방향/가능성 설명

### 계약 구조 설계



- 독점 여부, 권한 범위(유통/제작/카테고리확장/지역범위 등)
- 공급가·수수료율·로열티 구조
- 브랜드 가이드·마케팅/사진/콘텐츠 확보

### 운영·정산 설계



- 브랜드와의 미팅·정산·리포트 방법/주기 조율
- 계약 갱신·신규 카테고리 확장 협의

# NITSOFT의 역할

## 주요 역할

NITSOFT는 시장검증-채널전략-유통/브랜딩을 담당

### 시장성 검증



- 가격대·트렌드·경쟁 브랜드 분석
- 초기 반응 테스트(파일럿 상품/사전 오픈 등)

### 채널 전략



- 온라인(무신사/자사몰/네이버)
- 오프라인(백화점/편집숍/팝업)
- 시즌별 판매 구조 설계

### 수입·유통·CS



- 수입통관, 재고 관리, 배송, VOC 관리
- 판매 데이터 수집 → NIT AMERICAN 공유

### 브랜딩·마케팅



- 한국형으로 브랜딩/마케팅
- 인플루언서·SNS·퍼포먼스 광고 운용 브랜드 캠페인 실행

브랜딩/마케팅 업무는 NITSOFT 마케팅 협력사를 통해 협업 가능

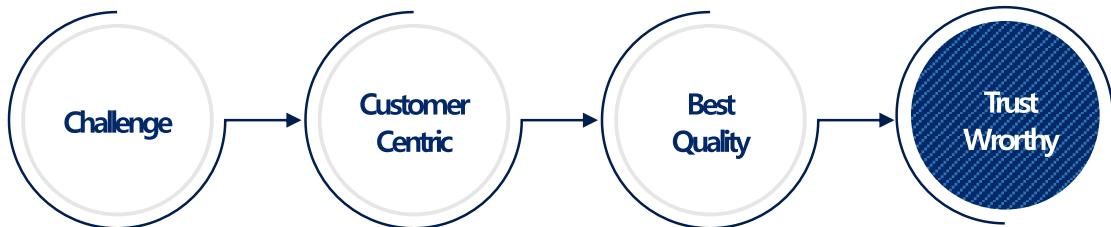


## NITSOFT 소개 - 1

# NIT SOFT Co.LTD

### IT-based Marketing Platform

NIT SOFT는 IT 기반의 디지털 마케팅 플랫폼을 중심으로 메시징 서비스, IT 인프라, 브랜드 유통까지 아우르는 통합 솔루션 기업입니다.



#### 메시지 서비스

Digital Marketing

- SMS / LMS / MMS 발송 시스템
- 카카오 알림톡 / 친구톡 발송
- 대량발송 / 통계 / 보안 기능

#### IT 서비스

Art-collabo Platform

Multi-Link

- 아트 콜라보 플랫폼 운영
- 멀티 링크 서비스 제공
- 서버대여 및 운영관리 대행

#### 상품 출시 및 유통

Bath mat      Bedding

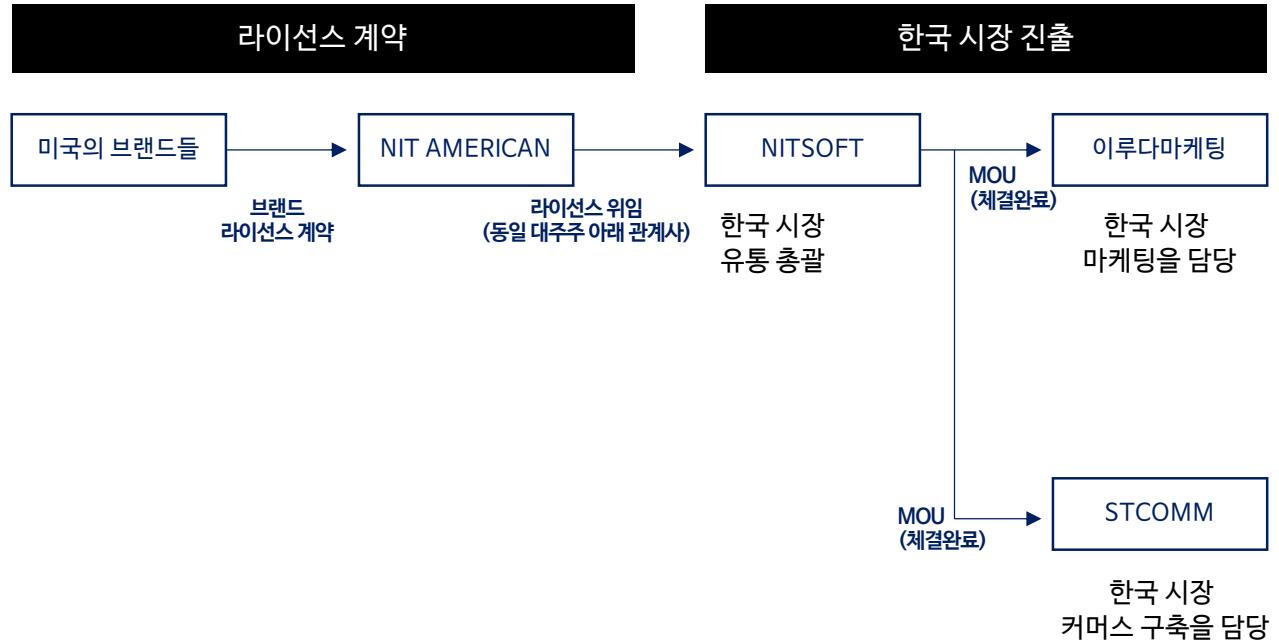
- 콜라보 상품 기획
- 아티스트 홍보
- 판매 상품 마케팅

## NITSOFT 소개 - 2

### ▶ NITSOFT 기업소개

- NITSOFT는 대한민국에 위치한 IT 및 이커머스 사업을 전개하는 기업입니다.
- NITSOFT는 임진성 대표가 2017년에 설립하였으며, 제휴 업체가 많아 국내시장 진출 시, 꼭 필요합니다.

#### [브랜드 라이선스 사업 관계도]



\*본 MOU는 브랜드 라이선스 사업을 전제로 한 사업 협력 지원 약속임



\*이루다마케팅  
- 퍼포먼스 마케팅 회사. 매출 102억원(2024)  
- 대표 레퍼런스 - 젝시믹스, 미래에셋, 로보락, 코닥



\*에스티컴  
- 유명 해외 브랜드 웹사이트 및 커머스 시스템 구축. 매출 43억 (2023)  
- 대표 레퍼런스 - 노스페이스, 반스, 팀버랜드, 컨버스 등

## NITSOFT 소개 - 3

### NITSOFT 대표 레퍼런스

 <p><b>노스페이스</b> - 글로벌 아웃도어 브랜드 - 매출 : 3조 5178억원 (2024)</p>	 <p><b>젝시믹스</b> - 애슬레저 웨어 브랜드 - 매출 : 2,716억원 (2024)</p>	 <p><b>스케쳐스</b> - 퍼포먼스 슈즈 브랜드 - 매출 : 3,130억원 (2024)</p>
 <p><b>오스템 임플란트</b> - 글로벌 치과 의료기기 - 매출 : 1조 3,155억원 (2024)</p>	 <p><b>CJ 올리브네트웍스</b> - IT서비스, SI데이터 플랫폼 기업 - 매출 : 7,277억원 (2024)</p>	 <p><b>안다르</b> - 애슬레저 웨어 브랜드 - 매출 : 2,367억원 (2024)</p>
 <p><b>이그니스</b> - 데이터기반 푸드테크 기업 - 매출 : 1,351억원</p>	 <p><b>크래프톤</b> - 글로벌 게임 IP 개발/운영 - 매출 : 2조 7,098억원 (2024)</p>	 <p><b>에코마케팅</b> - 퍼포먼스 마케팅 운영사 - 매출 : 3,572억원 (2024)</p>
 <p><b>팀버랜드</b> - 아웃도어·라이프스타일 브랜드 - 매출 : 78억원 (2024)</p>	 <p><b>몽제</b> - 웰니스 라이프스타일 브랜드 - 매출 : 650억원 (2024)</p>	 <p><b>반스</b> - 스트릿·라이프스타일 브랜드 - 매출 : 78억원(2024)</p>
 <p><b>클럭</b> - 홈 마사지/헬스케어 브랜드 - 매출 : 650억원 (2024)</p>	 <p><b>아뜨랑스</b> - 여성 패션 브랜드 - 매출 : 632억원 (2024)</p>	 <p><b>약손명가</b> - 에스테틱 프랜차이즈 브랜드 - 매출 : 66억원 (2024)</p>
 <p><b>올케팅</b> - 퍼포먼스 마케팅 운영사 - 매출 : 116억원(2024)</p>	 <p><b>마틸라</b> - 감성 침구 브랜드 - 매출 : 446억원 (2024)</p>	 <p><b>인포뱅크</b> - 기업 메시징 서비스 - 매출 : 1,105억 (2024)</p>

## 조직 구성 - NIT AMERICAN

### ▶ 인원 총원계획

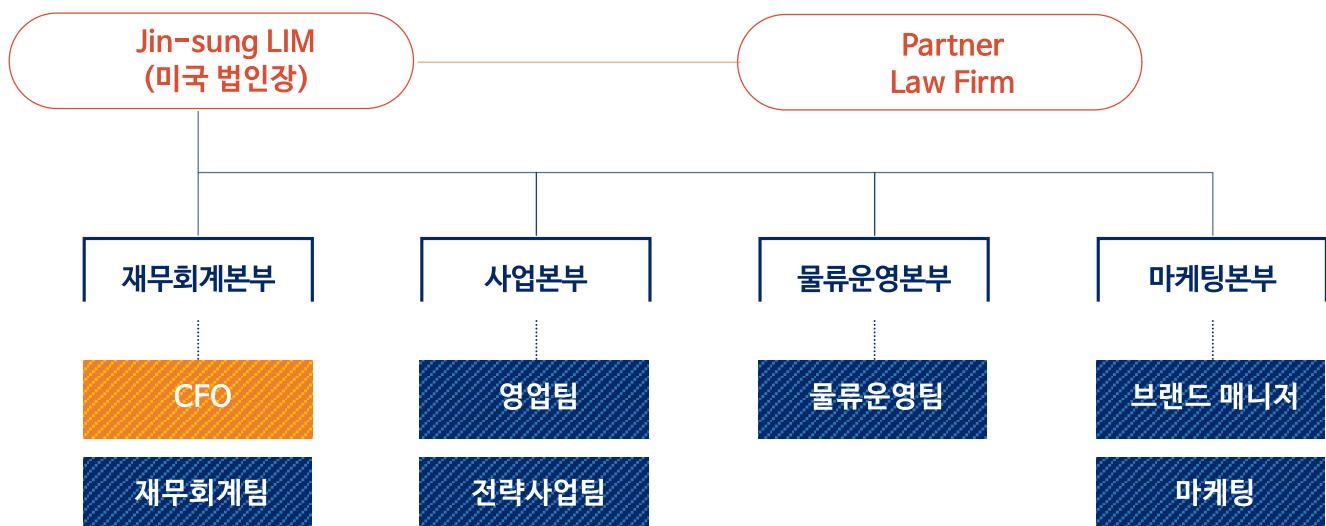
- 2026년 영업 2명, 전략 사업 4명, 물류 담당 1명 채용 예정, 법무 이슈 대응/자문을 위한 로펌과의 파트너십 구축
- 2027년 브랜드 라이선스를 추가 확보하여 아시아 시장 진출 목표로 브랜드 매니저, 마케팅 인력 추가 채용 예정

직무	2025년	2026년	2027년
법인장	1	1	1
재무회계	2	2	2
영업	-	2	3
전략사업	1	1	2
물류운영	-	1	1
브랜드매니저	-	-	1
마케팅	-	-	1
총	4	7	11

## 2025년 조직도



## 2026-27년 조직도



## 조직 구성 - NITSOFT

**NIT AMERICAN**

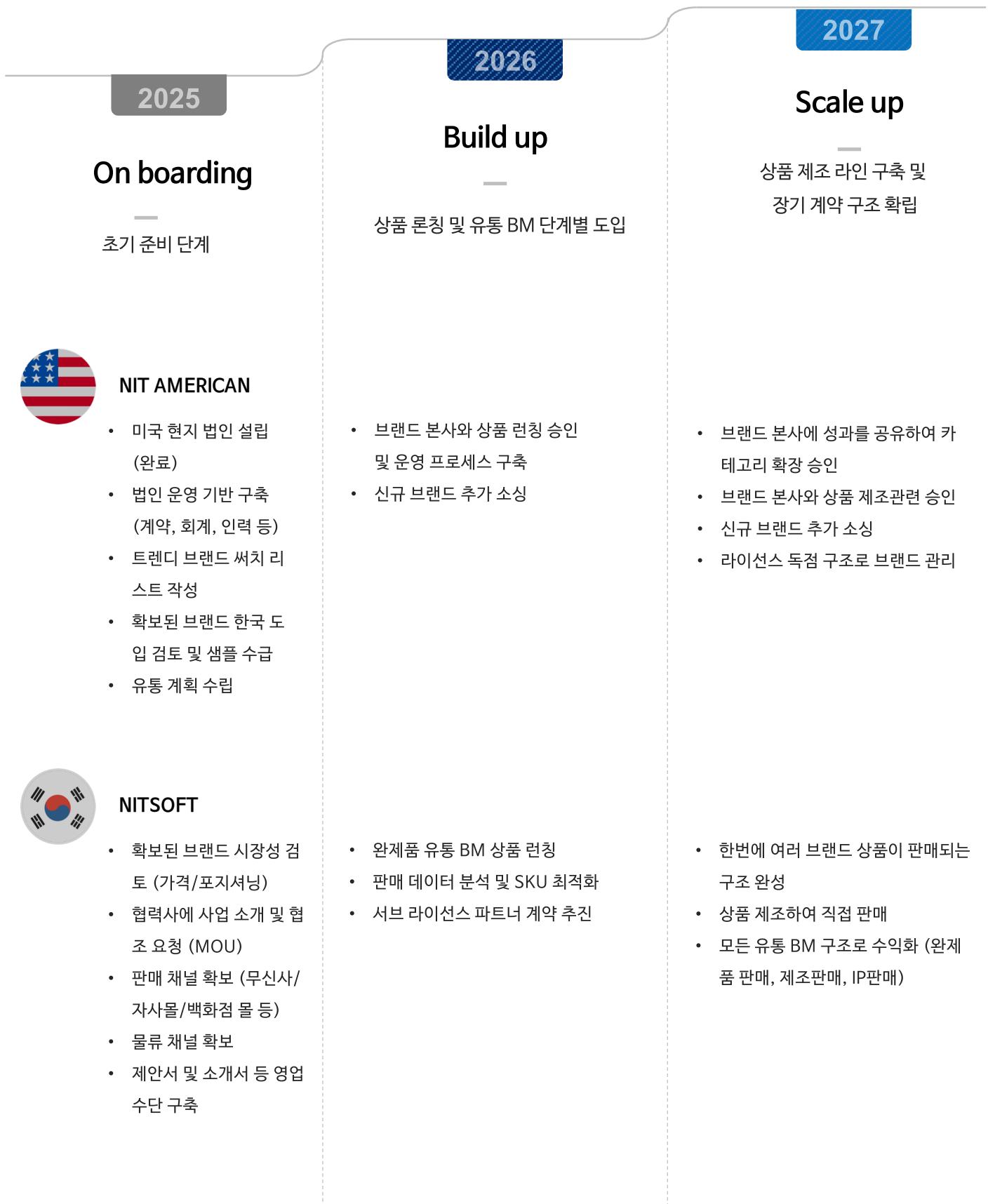
**NITSOFT**

Jin-sung LIM  
(미국 법인장)

Jung-min KIM  
(한국 대표)



## 추진 계획



## 재무 계획

[단위 : \$ 달러]		2025년 (1년차)	2026년 (2년차)	2027년 (3년차)
지출 예상	운영비(인력, 임대, 관리)	50,000	82,200	102,740
	마케팅비	0	54,800	68,500
	라이선스비	0	20,550	23,400
	상품원가	0	102,740	123,290
	유통비 (총매출 5%)	0	13,700	20,550
지출합계		50,000	273,980	342,470
매출 예상	브랜드 유통수	2개	4개	6개
	판매 매출	0	273,980	410,960
	중개수수료 매출	0	13,700	20,550
매출합계		0	287,680	431,510
순이익	순이익	0	13,700	89,040
	순이익율	0	4.8%	20.6%
자본금	자기자본 투입	500,000	0	0
	투자유치	0	0	0
자본총계		450,000	463,700	552,740

\*투입된 투자금은 단순 예치 자금이 아니라, 이미 사업 집행이 확정되어 즉시 운영에 투입되는 자금입니다.