

심층분석보고서

뉴발란스코리아-Finance-Accounting
Coordinator

2026.04.23

1장. 스포츠웨어·애슬레저 산업 분석

산업 정의와 세그먼트 구조

스포츠웨어·스포츠용품·애슬레저 산업은 기능성 퍼포먼스 의류·신발·용품을 제조·유통하는 B2C 소비재 (Consumer Discretionary) 섹터로, 지난 10여 년간 일상복 영역까지 외연이 확장되면서 글로벌 패션산업 내에서 가장 회복탄력적이고 성장성이 높은 카테고리로 자리잡았습니다. 세그먼트는 통상 네 가지로 구분되는데, 첫째가 스포츠웨어(Aktivewear)로 Nike-Adidas 등이 주도하는 퍼포먼스 의류 영역이며, 둘째가 스포츠용품 (Sporting Goods/Footwear)으로 러닝화·축구화·농구화 등 카테고리 전문 용품 영역, 셋째가 애슬레저 (Athleisure)로 Lululemon-Alo Yoga-Vuori 등 운동과 일상을 잇는 라이프스타일 카테고리, 넷째가 아웃도어로 Hoka-Arc'teryx-The North Face 등 트레일·하이킹 기반의 영역입니다.

McKinsey는 2025 State of Fashion 보고서에서 스포츠웨어 카테고리가 수년 만에 처음으로 패션 전체의 성장을 견인하는 영역이 됐다고 평가했으며, 이는 단순히 일시적 수요 회복이 아니라 팬데믹 이후 고착된 웰빙·건강·러닝·요가 등 액티브 라이프스타일의 구조적 확산을 반영합니다. 산업 구조는 브랜드사가 R&D·디자인·마케팅에서 대부분의 부가 가치를 확보하는 '스마일 커브(Smile Curve)' 구조로, 아시아 OEM(Pou Chen, Feng Tay, Chang Shin 등)이 제조를 담당하고 최종 유통은 자사 직영(DTC)·홀세일(Wholesale)·이커머스(E-Commerce)로 다각화됩니다. 이 구조는 재무 관점에서 매우 중요한 시사점을 제공하는데, 브랜드사는 매출원가(COGS)가 낮고 광고선전비·매장운영비가 높은 고정비 지렛대 구조이기 때문에 매출 성장기에 영업 레버리지가 크게 작동하지만, 매출 역성장 시에는 수익성 훼손 속도가 급격합니다. 뉴발란스코리아 역시 이러한 구조의 전형을 따르고 있으며, Finance-Accounting 직무는 이 고정비 구조 하에서 재고자산·매출채권·광고선전비 회계처리를 정확히 수행하는 역할을 수행합니다.

챌린저 브랜드가 경제적 이익을 추월한 2024년의 구조 변화

최근 3~5년간 스포츠웨어 산업에서 발생한 가장 중요한 구조 변화는 Big Four(Nike-Adidas-Puma-Under Armour) 중심의 과점 구도가 붕괴하고 Hoka-On-New Balance-ASICS-Lululemon-Vuori 등 챌린저 브랜드가 시장 경제적 이익의 57%를 차지했다는 McKinsey Global Fashion Index 분석입니다. 이는 스포츠웨어 산업 역사상 최초로 발생한 '헤게모니 역전' 현상으로 평가되며, 단순한 시장 점유율 이동이 아니라 영업이익률·주가 수익률·브랜드 프리미엄 모든 차원에서 확인되는 구조적 변화입니다. 2024년 1~9월 기준 주가 수익률도 ASICS +168%, On +91%, Deckers(Hoka) +38%로 챌린저 브랜드의 구조적 재평가가 확인됐습니다.

특히 러닝화 프리미엄화가 이 변화의 핵심 드라이버로, Deckers 산하 Hoka는 FY2024 매출 18.07억 달러 (+27.9%) → FY2025 22억 달러(+24%)로 급증했고, Swiss 브랜드 On Holding은 2022년 CHF 12.2억 → 2025년 CHF 30.14억(+30%)으로 3년 만에 2.5배 성장하며 D2C 비중 42%를 기록했습니다. 이러한 급성장의 배경에는 두 가지 구조적 요인이 있는데, 첫째는 코로나19 이후 전 세계적으로 확산된 러닝 인구의 증가이며, 둘째는 카본 플레이트·에너지 리턴 품 등 소재·기술 혁신이 가능하게 한 20만~30만 원대 프리미엄 러닝화 시장의 형성입니다. 애슬레저 트렌드는 단순 유행을 넘어 '액티브 라이프스타일'이라는 심층적 사회 전환을 촉발했다는 것이 McKinsey-WFSGI "Sporting Goods 2025: The New Balancing Act" 보고서의 진단이며, 이 전환은 스포츠웨어 브랜드의 TAM(Total Addressable Market) 자체를 확장시킨 비가역적 변화로 해석됩니다.

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

D2C 과몰입의 역풍과 채널 리밸런싱

산업의 두 번째 구조 변화는 D2C(Direct-to-Consumer) 전환의 피로 누적입니다. Nike는 FY2024 Nike Direct 매출 215억 달러(총매출 514억 달러의 44%)로 D2C 드라이브를 완성했지만, 과도한 직영 집중이 Foot Locker·Dick's 등 도매 채널 약화와 브랜드 노출 감소를 초래하면서 FY2025 매출 463억 달러(-9.8%), 디지털 -20%의 급락으로 이어졌습니다. 이는 "DTC 비중 확대가 곧 수익성 개선"이라는 2020~2022년의 가설이 실제로는 브랜드 파워와 채널 믹스의 균형이 깨질 때 역효과를 낳는다는 점을 보여주는 사례로, 전 세계 스포츠웨어 업계의 채널 전략 재검토를 촉발했습니다.

Nike의 실패 사례가 주는 교훈은 네 가지로 요약됩니다. 첫째, 홀세일 채널은 단순 판매처가 아니라 브랜드 노출과 신규 고객 유입의 핵심 통로이며, 둘째, D2C 직영 확대는 단기 매출총이익률(GPM) 개선 효과는 분명하지만 점포 운영비·디지털 마케팅비·재고 리스크의 증가로 순이익률에서는 오히려 하락할 수 있고, 셋째, 도매 채널을 잃으면 Foot Locker 같은 플랫폼 내 진열대가 경쟁사 제품으로 대체되어 구조적 손실이 발생하며, 넷째, 수요 예측·재고 배분의 유연성이 홀세일 파트너의 도움 없이는 급격히 저하된다는 점입니다. 뉴발란스코리아가 이랜드 라이선스 체제 하에서 한국 전체를 사실상 100% 직영(D2C)으로 운영하며 글로벌 본사의 홀세일 의존 모델과 정반대로 성공한 사례는, 이 글로벌 흐름과 비교할 때 매우 이례적이며, 이는 이랜드월드가 한국 유통 채널 전반에 대한 장악력(백화점 MD 네트워크·아울렛·자사몰·무신사 협업 등)을 이미 확보하고 있었기 때문에 가능했던 한국 특유의 성공 방정식입니다.

시장 규모와 성장률: 범위에 따라 상이한 수치

스포츠웨어 시장 규모 추정치는 조사기관별 정의 범위에 따라 편차가 큼니다. 광의(의류+신발+장비 통합) 기준으로 Grand View Research는 2023년 3,359억 달러 → 2030년 6,460억 달러(CAGR 9.9%)를 제시하며, Fortune Business Insights는 2025년 2,203억 달러 → 2034년 4,025억 달러(CAGR 6.96%), SkyQuest는 2024년 3,691억 달러 → 2033년 8,633억 달러로 전망합니다. 협의(의류 단독) 기준으로 IMARC는 2024년 1,980억 달러 → 2033년 2,770억 달러(CAGR 3.8%) 수준을 제시하며, 조사기관 간 차이는 신발·장비·액세서리의 포함 여부와 애슬레저/라이프스타일 영역의 인식 경계에 기인합니다.

McKinsey·WFSGI의 더 보수적이고 신뢰도 높은 전망은 산업 전체 성장률이 2021~2024년 연 7%에서 2024~2029년 연 6%로 완만해질 것이라는 것이며, 이는 팬데믹 특수가 해소되고 구조적 수요로 수렴해가는 '새로운 정상(new normal)'을 반영합니다. 한국 시장은 패션비즈 KFD 기준 2023년 스포츠웨어 부문 6조 7,072억 원(+3.2%), 스포츠 전문 브랜드 기준 2024년 +3.8% 성장으로 10조 원 돌파, 2025년 10조 3,300억 원 규모로 추산됩니다. 국내 5대 스포츠 브랜드(나이키·아디다스·뉴발란스·휠라·데상트 등) 2024년 합산 매출은 약 1조 3,800억 원, 평균 영업이익률은 8.82%까지 상승했습니다. 국내 시장의 성장률이 글로벌 평균(연 6%)보다는 낮은 연 3~4% 수준이지만, 개별 브랜드별 격차가 크게 벌어지고 있다는 점이 2024~2025년의 특징입니다. 즉 나이키는 역성장, 뉴발란스·아식스는 두 자릿수 성장, 호카는 세 자릿수 성장이라는 극단적 디버전스(divergence)가 관찰됩니다.

가치사슬과 글로벌 공급망 집중 리스크

스포츠웨어 밸류체인은 기획·디자인 → 소재 소싱 → OEM/ODM 제조 → 유통 → 리테일의 다섯 단계로 구성되며, 아시아 공급 집중도가 80%를 넘습니다. Adidas 2024년 소싱 기준 베트남 27%·인도네시아 19%·중국 16%, 신발 단독으로는 베트남 39%·인도네시아 32%·중국 14%로, Nike도 글로벌 신발의 약 50%를 베트남에서 생산합니다. 이러한 집중은 규모의 경제 측면에서는 유리하지만 지정학적 리스크(미중 갈등, 베트남의 대미

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

관세 노출, 인도네시아의 환율 변동성)에 취약한 구조입니다. 마진 구조는 브랜드(GPM 45~60%, 영업이익률 10~20%)가 리테일(GPM 30~40%)과 OEM(GPM 15~20%)을 압도하며, Deckers는 FY2025 GPM 57.9%(전년 대비 +230bp)를, On은 2024년 GPM 60.6%에 2025년 63% 목표를 제시했습니다.

미국 트럼프 2기 관세 정책으로 베트남·인도네시아 집중 소싱의 비용 리스크가 증가하면서 2026년 이후 공급망 다변화(인도·방글라데시·중남미)가 핵심 이슈로 부각되고 있습니다. 관세 부과는 스포츠웨어 브랜드의 GPM에 직접 타격을 가하는 요인으로, 수입 관세 10%p 인상 시 브랜드사의 GPM은 4~6%p 하락하는 것이 일반적 관측치입니다. 뉴발란스는 990 시리즈 등 Made in USA 라인을 보유하고 있어 관세 리스크 완충재가 상대적으로 두텁지만, 볼륨의 80% 이상을 아시아에서 생산하는 구조는 타 브랜드와 동일합니다. Finance 직무 관점에서 보면 관세 변동은 재고자산 평가·매출원가 인식·IC(Intercompany) 이전가격 정산 모두에 영향을 미치는 다차원 이슈이며, 환율 변동과 결합되어 월마감 복잡성을 상당히 증가시키는 요인입니다.

지속가능성·ESG 규제의 재무적 파급

스포츠웨어 산업의 세 번째 구조 변화는 EU CSRD(기업 지속가능성 보고 지침)·EUDR(산림파괴 규정)·제품 책임성 확대(EPR) 등 ESG 규제가 실제 재무 숫자로 연결되기 시작했다는 점입니다. 브랜드사는 재활용 폴리에스터·바이오 기반 소재로의 전환을 가속화하고 있고, Nike·Adidas 등은 2030년까지 제품 전 주기 탄소배출 절반 감축 목표를 IR 보고에 명시하고 있습니다. 이는 재무·회계 부서에게도 간접적 파급 효과를 미치는데, ESG 관련 자본적 지출(CAPEX)의 증가, 지속가능성 관련 자산의 손상 검토, 탄소배출권 회계처리 등 새로운 회계 이슈가 등장합니다. 글로벌 본사 리포팅 패키지에는 이미 Scope 1·2·3 탄소배출·재활용 소재 비율 등 ESG 메트릭이 포함되기 시작했으며, Coordinator 직급도 이러한 데이터 수집·집계 과정에 관여할 가능성이 있습니다.

디지털 전환과 AI의 영향

스포츠웨어 산업의 네 번째 구조 변화는 AI·디지털 전환의 본격화입니다. Nike는 Nike By You 맞춤형 제품에 생성형 AI를 도입했고, Adidas는 수요 예측에 머신러닝 모델을 적용하여 재고 회전율을 개선하고 있습니다. 이 변화는 재무·회계 영역에서도 Intelligent Automation(RPA)·AI 기반 Anomaly Detection·FP&A 자동화로 이어지며, Coordinator 직급의 업무 중 반복적 전표 입력·데이터 취합은 점진적으로 자동화됩니다. 그 결과 Coordinator에게 요구되는 역량은 단순 전표 처리에서 분석·판단·시스템 활용 중심으로 이동하고 있으며, Excel Power Query·Power BI·SQL 등 데이터 분석 도구 활용 능력이 과거 대비 훨씬 중요해졌습니다. 뉴발란스코리아 역시 이 흐름에서 예외가 아니며, 지원자는 단순 회계 실무자가 아니라 '데이터 리터러시를 갖춘 재무 실무자'로 자신을 포지셔닝하는 것이 효과적입니다.

지원 전략 관점의 시사점

뉴발란스코리아 재무직 면접에서 "왜 스포츠웨어 산업인가"라는 질문에 "글로벌 챌린저 브랜드의 경제적 이익 57% 점유, 연 6% 안정 성장, 러닝 프리미엄화 사이클이 겹치는 구조적 황금기이며, 그 중심에 뉴발란스가 있다"는 논리로 답하는 것이 강력합니다. 특히 Finance 직무 관점에서는 "D2C 직영 구조는 재고자산·매출채권·채널 리베이트 회계처리가 복잡해지므로 재무직 성장 기회가 크다"는 연결이 차별화 포인트입니다. 상충되는 시장 규모 수치는 "조사기관별 정의 차이"를 언급하면서 광의 3,000억 달러·협의 2,000억 달러 범위를 제시하면 리서치 태도의 신뢰도를 높일 수 있습니다. 또한 Nike의 D2C 과몰입 실패 사례를 인용하면서 "뉴발란스코리아의 이랜드 직영 모델이 왜 예외적으로 성공했는지"를 채널 MD 역량·한국 소비자 특성·이랜드의 유통 장악력 세 가지로 구조화해 설명할 수 있다면, 신입 지원자 수준을 넘는 산업 이해도를 증명할 수 있습니다. 관세·지정학·ESG·AI 등 네 가지 메가트렌드가 재무 실무에 미치는 영향을 언급하는 것도 차별화 포인트이며, 특히

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

"Coordinator 업무의 자동화 추세 속에서 데이터 분석 역량을 갖춘 재무인이 되겠다"는 미래 지향적 메시지는 면접관의 긍정적 평가를 이끌어낼 수 있는 키워드입니다.

2장. 경쟁사 및 뉴발란스코리아 포지셔닝

Nike-Adidas 쌍두마차의 흔들림과 반동

Nike는 FY2024 매출 514억 달러(+0.3%)에서 FY2025 463억 달러(-10%)로 2년 연속 역성장이라는 충격적 실적을 기록했습니다. Nike Direct 매출은 -13%, 디지털은 -20%로 D2C 채널의 붕괴가 특히 두드러졌고, 이는 라이프스타일 비중 과다(덩크·조던 재고 누적)와 혁신 신제품 부재가 복합적으로 작용한 결과로 분석됩니다. 한국법인인 나이키코리아는 FY24 2조 50억 원(-0.3%)으로 첫 역 성장을 기록했고, 네이버 검색량은 YoY -27.9% 급락 중입니다. Nike의 부진은 단순히 일시적 슬럼프가 아니라 브랜드 피로감(브랜드 에쿼티 약화), 도매 채널 훼손, 혁신 공백이라는 세 가지 구조적 요인이 중첩된 결과이며, 신임 CEO Elliott Hill 체제에서 2026~2027년 턴어라운드를 추진 중입니다. 이 과정에서 Nike가 비율 시장 점유율의 일부는 뉴발란스·아식스·호카 등이 가져갈 가능성이 높다는 점이 한국 시장에서도 동일하게 관찰됩니다.

Adidas는 반대로 FY2024 매출 237억 유로, 통화중립 기준 +12%로 강한 리커버리를 보이며 Samba-Gazelle-Spezial 등 헤리티지 라이프스타일의 부활이 동력이었습니다. 2024년 1월 한국을 독립 마켓으로 격상하면서 도산 플래그십·두산베어스 스폰서 등 현지화를 강화했고, 2024년 한국 매출은 +3.6% 성장으로 회복세에 들어섰습니다. Adidas CEO Björn Gulden의 전략은 "브랜드 순수성 회복·도매 파트너십 강화·크리에이티브 중심"이라는 Nike와 반대의 방향이며, 이 전략이 2023~2025년 성공적으로 작동한 것이 확인됐습니다. 즉 전통 양강 중 Nike는 구조적 조정기, Adidas는 복원기에 있으며, 이 틈을 뉴발란스가 파고들어 한국 시장 2위까지 올라섰다는 것이 현재 경쟁 구도의 핵심입니다.

챌린저 3인방: ASICS·Hoka·On의 한국 침투 가속

ASICS는 FY2024 매출 6,785억 엔(+18.9%), 영업이익률 14.8%로 사상 최고를 기록했고, SportStyle 카테고리리는 +56.2% 급성장했습니다. 특히 GT-2160-GEL-Kayano 14-GEL-NYC 등 레트로 러닝화 모델이 Y2K 트렌드와 맞물려 폭발적 인기를 끌면서 러닝 기능성과 라이프스타일을 동시에 잡는 데 성공했습니다. 아식스코리아는 2024년 매출 1,437억 원(+31%), 영업이익 235억 원(+72%)으로 국내에서도 턴어라운드에 성공했으며, 영업이익률 16.3%는 국내 스포츠 브랜드 중 최고 수준입니다. ASICS의 한국 재부상은 뉴발란스가 독점해온 '레트로 러닝 라이프스타일' 포지션에 직접 도전하는 의미를 지니며, 향후 2~3년간 양 브랜드 간 포지셔닝 경쟁이 치열해질 전망입니다.

Hoka는 Deckers Brands의 핵심 자회사로 FY2024 18.07억 달러(+27.9%) → FY2025 22억 달러(+24%)의 폭발적 성장을 이어가고 있으며, 한국에서는 조이웍스가 유통해 2024년 820억 원(+89%)의 폭발적 성장을 실현했습니다. 신세계 강남점·롯데 잠실점 월매출 약 8억 원을 기록하며, 이랜드·신세계인터내셔널·LF·무신사가 한국 판권을 놓고 경쟁 중입니다. Hoka의 핵심 차별점은 '두꺼운 미드솔 쿠셔닝'이라는 제품 DNA이며, 이는 뉴발란스의 990·1906R·2002R 등 '기술 러너' 포지션과 상당 부분 중첩됩니다. 한국 소비자가 뉴발란스와 호카를 '비슷한 선택지'로 인식하기 시작했다는 점은 뉴발란스코리아 입장에서 가장 주의해야 할 경쟁 신호입니다.

On Holding은 글로벌 매출 CHF 23.18억(+29.4%)을 달성했으나 한국에서는 2023년 공식 법인을 철수하고 신세계·29CM·백화점 편집숍을 통해 멀티채널로 재진입했으며, 2024년 약 306억 원, 2025 상반기만 188억

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

원으로 빠르게 회복 중입니다. On의 Cloud-Cloudmonster 등 '구름 쿠셔닝' 기술과 스위스 엔지니어링 헤리티지는 프리미엄 러닝 포지션에서 뉴발란스의 FuelCell SuperComp Elite 라인과 정면 충돌하는 구도입니다. On의 한국 시장 재도전은 프리미엄 러닝화 시장 자체의 파이를 키우는 효과가 있지만, 동시에 30~40만 원대 프리미엄 러닝화 선택지에서 뉴발란스가 유일한 대안이 아니라는 점을 각인시키는 부정적 영향도 있습니다.

한국 시장 점유율 판도의 3단 구도 재편

한국 스포츠웨어 시장은 나이키 1위 → 뉴발란스·아디다스 쌍끌이 추격 → 아식스·호카·온 프리미엄 러닝 잠식의 3단 구도로 재편되고 있습니다. 백화점 매출 기준으로 뉴발란스는 2021년부터 아디다스를 제치고 나이키 다음 2위를 고수하고 있으며, 이 2위 포지션은 이랜드 라이선스 체제의 마지막 2~3년 동안 어떻게 방어·확장되느냐가 본사 직진출 이후의 기저 규모(baseline)를 결정하는 전략적 중요성을 지닙니다.

수치 감각을 구체화하면 다음과 같습니다. 나이키코리아 FY24 2조 50억 원(-0.3%), 뉴발란스코리아 2024년 1조 원(+11% 추정), 아디다스코리아 독립 마켓 격상 후 +3.6%, 데상트코리아 5,430억 원(연결), 아식스코리아 1,437억 원(+31%), 호카(조이웍스) 820억 원(+89%), 온 306억 원 수준입니다. 단일 브랜드 국내 1조 클럽은 나이키·아디다스·노스페이스·유니클로·뉴발란스 5개뿐이며, 뉴발란스의 진입은 2024년의 가장 중요한 시장 이벤트로 평가됩니다. 흥미로운 점은 뉴발란스가 글로벌에서 약 78억 달러(약 10조 원) 매출의 6위권 브랜드인데 반해 한국에서는 2위로 올라섰다는 것으로, 이는 이랜드가 글로벌 본사 전략을 그대로 따르지 않고 한국 특유의 직영·여성·키즈 강화 전략으로 독자적 시장 지위를 만들어낸 결과입니다.

뉴발란스코리아의 이중 포지셔닝: 헤리티지 라이프스타일 + 러닝 퍼포먼스

뉴발란스코리아의 포지셔닝은 독특한 이중 구조입니다. 라이프스타일 축에서는 530-990-1906R-2002R-9060 등 헤리티지-테크 러너 재해석이 MZ세대의 어글리슈즈·뉴트로 트렌드를 주도하며, 미우미우·에임레온도르·스톤아일랜드·준야 와타나베 등 하이엔드·스트리트 콜라보로 프리미엄 포지션을 강화합니다. 러닝 퍼포먼스 축에서는 FuelCell SuperComp Elite v4, Run Your Way Seoul 10K·하프마라톤, NBRC(New Balance Running Club)로 호카·온·아식스의 러닝 전선에 정면 대응합니다. 이 이중 포지셔닝이 가능한 이유는 브랜드 DNA 자체가 '러닝 전문성 + 990 Made in USA 프리미엄 헤리티지'라는 양면성을 원래부터 가졌기 때문이며, 이랜드는 이 양면성을 한국 시장에 맞게 5:5 균형으로 배분·활용한 것이 성공의 핵심입니다.

이 이중 포지셔닝의 재무적 함의는 매출·마진 구조의 방어력이 동종 업계 대비 높다는 점입니다. 단일 포지션 브랜드는 해당 트렌드의 쇠퇴에 직접 노출되지만(예: 아디다스는 Samba-Gazelle 열풍이 꺾이면 매출이 급감할 수 있음), 뉴발란스는 라이프스타일 붐이 식어도 러닝 퍼포먼스 수요가 이를 방어하고, 러닝 트렌드가 과열 조정을 겪어도 라이프스타일 헤리티지가 매출을 지탱하는 구조입니다. 이러한 구조는 Finance 관점에서 매출 변동성(volatility) 관리·재고 회전을 안정화·장기 수요 예측 신뢰도 제고에 기여하는 긍정적 요인입니다.

이랜드 라이선스 모델의 글로벌 특수성

뉴발란스코리아의 가장 중요한 차별점은 글로벌 본사가 ABC마트·JD스포츠·Foot Locker 등 홀세일러 의존 구조인 반면, 한국은 이랜드가 독점 라이선스로 100% 직영(D2C) 운영한다는 점입니다. 이랜드는 유통을 넘어 상품 기획·디자인·마케팅까지 주도하며, 2020년 이랜드가 본사에 역제안해 만든 530 시리즈는 단일 모델 200만 족 이상 판매, 글로벌 히트로 확장되어 본사로부터 "전 세계에서 유례없는 성공적 협업 모델"이라는 평가를 받았습니다. 이는 라이선스 비즈니스에서 매우 이례적인 사례로, 통상 라이선스는 본사가 설계한 제품을 현지에서 유통만 하는 역할에 머무르지만, 이랜드는 사실상 '공동 개발자' 지위를 확보한 것입니다.

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

최근 1~6개월 주요 이슈로는 에스파 윈터 앰배서더 기용, 미우미우 x NB 530(2025년 9월 출시), 에임레온도르 x NB(포르쉐 993 터보 콜라보), 트램펄린 하프마라톤 5,000명 완주 등이 있으며, 2027년 본사 직진출 확정이 가장 중대한 구조 변화입니다. 이러한 고급 콜라보와 이벤트 마케팅의 지속적 투자는 단기적으로는 광고선전비 증가·영업이익률 압박 요인이지만, 중장기적으로는 브랜드 프리미엄 유지와 가격 인상 여력(pricing power) 확보라는 관점에서 불가피한 지출입니다. Finance 부서는 이러한 마케팅 ROI를 주기적으로 측정·분석하여 경영진에게 보고하는 역할을 수행합니다.

경쟁 환경의 5개 축과 향후 3년 전망

뉴발란스코리아가 직면한 경쟁 압력은 다섯 축으로 정리됩니다. 첫째 축은 Nike의 반등 여부로, Nike가 2026~2027년 턴어라운드 성공하면 한국 시장 2위 뉴발란스의 입지가 도전받을 수 있습니다. 둘째 축은 Adidas의 헤리티지 반격으로, Samba-Gazelle-Spezial 라인은 뉴발란스 530-992 등과 직접 경쟁합니다. 셋째 축은 프리미엄 러닝의 호카·온 공세로, 20~30만 원대 러닝화 시장에서 뉴발란스 FuelCell 라인의 점유를 위협합니다. 넷째 축은 아식스의 SportStyle 재기로, GT-GEL 레트로 모델이 뉴발란스 990-1906R의 테크 러너 헤리티지에 도전합니다. 다섯째 축은 국내 신봉 브랜드(살로몬·노스페이스 스트리트 라인·네파·무신사 자체 브랜드) 및 K브랜드(코오롱스포츠·디스커버리 등)의 견제입니다.

향후 3년 전망은 이러한 경쟁 압력을 감안할 때 뉴발란스코리아의 매출 성장이 2024~2025년의 두 자릿수 성장에서 2026~2027년 한 자릿수 성장으로 둔화될 가능성이 높다는 것입니다. 이 둔화 국면에서 Finance 부서의 역할은 광고선전비·마케팅비 효율화, 재고 회전율 개선, 채널별 수익성 분석 심화 등으로 매출 성장 둔화를 수익성 개선으로 상쇄하는 방향입니다. Coordinator 지원자는 이러한 시나리오를 염두에 두고 "성장 둔화기에도 재무 분석·비용 통제로 회사 수익성에 기여할 수 있는 인재"라는 메시지를 준비해두는 것이 면접에서 강력합니다.

면접 활용 포인트

경쟁 구도 질문에서는 "한국 스포츠웨어 시장은 Nike 역성장·Adidas 복원·뉴발란스 성장·챌린저 3인방(ASICS·Hoka·On) 러닝 잠식의 4중 구도로 재편 중이며, 뉴발란스코리아는 라이프스타일에서 방어·러닝에서 공세라는 양면 전략이 필요한 국면"이라는 프레임이 가장 설득력 있습니다. Finance 직무 관점에서는 "호카·온의 급성장은 뉴발란스의 러닝 CAPEX(신제품 투입·마케팅·러닝 플래그십)를 늘리고 있으며, 이는 광고선전비·재고 회전·고정자산 감가상각에서 재무적 임팩트가 크다"는 연결이 차별화 포인트입니다. 또한 "뉴발란스는 이중 포지셔닝 덕분에 단일 트렌드 쇠퇴 리스크가 작다"는 구조적 강점 이해, "이랜드가 본사에 역제안해 530을 개발한 것은 라이선시로서 세계 최고 수준의 성공 사례"라는 브랜드 역사 지식, "2026~2027년 성장 둔화 가능성에 대비한 수익성 중심 재무 운영의 필요성" 세 가지를 엮어 제시하면 단순 암기 수준을 뛰어넘는 깊이 있는 답변이 됩니다. 지원자가 면접 전 반드시 방문해봐야 할 오프라인 장소는 뉴발란스 성수 플래그십(4층 754m², 헤리티지 완성판), 강남 우먼스 플래그십(김연아 앰배서더 상징성), 홍대 NBRC(러닝 크루 커뮤니티 체험), 북촌 러닝 트라이얼(트랙 직접 체험) 네 곳이며, 면접에서 "직접 방문해보니..."라는 현장감은 높이 평가됩니다.

3장. 뉴발란스코리아 심층 분석

1조 원 브랜드의 사업 포트폴리오 구조

뉴발란스코리아는 이랜드월드 패션부문의 라이선스 BU(Business Unit)로 운영되며, 카테고리 구성은 업계 추정

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

으로 신발 55~65%, 어패럴 25~35%, 액세서리 10% 내외입니다. 신발은 러닝(1080·880·Rebel·FuelCell 시리즈)과 라이프스타일(530·992·327·9060)로 양분되며, 러닝 내에서도 마라톤 엘리트 모델(FuelCell SuperComp Elite)·데일리 트레이닝(880·1080)·엔트리 조깅(411·520)으로 세분화되고, 라이프스타일 내에서도 헤리티지(990·993)·테크 러너 재해석(2002R·1906R·860v2)·어글리슈즈(9060·530·550) 등 미세 세그먼트가 존재합니다. 어패럴은 RC 바람막이·쇼츠·우먼스 다운점퍼가 주력이며, 계절성이 뚜렷해 가을·겨울 시즌 매출 집중도가 높습니다.

키즈 라인은 단일 라인으로 연 2,000억 원 이상 매출을 내며 전체의 약 20%를 책임지는 핵심 축으로, 2013년 이랜드가 세계 최초로 단독 라인 론칭을 본사에 제안해 성사시킨 사례입니다. 현재 NC백화점·롯데아울렛·자사몰 등에서 독립 MD 구성이 가능할 정도로 규모가 커졌으며, 책가방·샌들·다운점퍼가 단일 매출 대표상품으로 자리 잡았습니다. 여성 라인 '뉴발란스 우먼스'는 2016년 김연아 앰배서더 기용으로 론칭됐고 대표 상품 '연아 다운'은 10만 장 이상 판매됐습니다. 이 세 축(성인 남성·여성·키즈)의 균형 잡힌 포트폴리오는 매출 안정성·계절성 분산·고객 lifetime value 확대라는 측면에서 경쟁 브랜드 대비 뚜렷한 우위 요소입니다. Finance 관점에서 보면 이러한 멀티 라인 구조는 라인별 P&L 분해·재고 회전율 차이·마진 구조 이질성 등을 관리해야 하므로 결산·분석 업무의 복잡도가 한 축 브랜드 대비 2~3배 높은 편입니다.

오프라인 플래그십 직영 네트워크

오프라인은 직영(D2C) 플래그십 전략이 특징입니다. 강남 플래그십은 강남역 11번 출구 위치로 3개층 약 250평 규모이며, 김연아를 대표 모델로 한 우먼스 특화 매장으로 운영됩니다. 홍대 매장은 NBRC 러커·샤워시설을 구비해 러닝 크루 활동의 거점 역할을 하며, 성수 매장은 연무장길 24 위치에 754m²(228평) 4개층으로 2024년 10월 오픈한 직영 최상급 사양입니다. 북촌 매장은 러닝 트라이얼 전문 공간으로 소비자가 실제 트랙에서 신발을 테스트할 수 있도록 설계됐습니다. 이러한 권역별 플래그십의 역할 분화는 단순 판매 공간이 아니라 브랜드 체험·커뮤니티 허브·미디어 콘텐츠 생산 기지로서의 기능을 강화한 전략으로, 이는 Nike House of Innovation·Adidas Brand Flagship과 유사한 글로벌 브랜드 전략의 한국판 구현입니다.

온라인은 자사몰 nbkorea.com과 공식 앱 중심으로 운영되며, 한정판 발매 시 동시 접속자 1만 명 돌파 기록이 있을 정도로 자사몰 장악력이 강합니다. 자사몰과 오프라인 플래그십의 통합 재고·통합 고객 데이터베이스·오픈 채널 전략은 이랜드의 POS·ERP·CRM 시스템과 연동되어 운영됩니다. 글로벌 본사가 Foot Locker 등 홀세일에 의존하는 것과 달리 한국은 100% 직영이라는 점이 재무·회계 관점에서도 매출 인식·재고·채널 리베이트 구조를 단순화하는 핵심 요소입니다. 직영 체제는 매출총이익률(GPM)이 홀세일 대비 10~15%p 높은 대신, 점포운영비·임차료·인건비 부담이 크다는 구조적 특징이 있으며, 이는 Finance 부서의 채널별·점포별 수익성 분석을 중요하게 만드는 요인입니다.

16년 만에 40배, 매출 1조 원 돌파의 궤적

매출 추이는 2008년 250억 → 2010년 1,620억 → 2011년 3,000억 → 2019년 4,700억 → 2020년 5,000억(코로나에도 +11%) → 2021년 6,000억 → 2022년 7,000억 → 2023년 9,000억 → 2024년 1조 원 돌파(16년 만에 40배 성장) → 2025년 가이던스 1조 2,000억 원 수준입니다. 이랜드월드 연결 매출 약 5조 원 중 뉴발란스가 약 20%, 패션부문 매출의 28%를 차지합니다. 이랜드월드 영업이익은 2021년 1,119억 → 2022년 1,256억 → 2023년 2,884억 원으로 뉴발란스 효과에 힘입어 가파르게 개선됐고, 2025년 패션부문 영업이익은 2,515억 원(+9.9%)에 이릅니다. 이 궤적은 국내 단일 브랜드 성장 스토리 중 가장 가파른 사례에 속하며, 단순히 유통 확장이 아니라 제품 기획·채널·마케팅 전 영역의 누적적 성과라는 점이 중요합니다.

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

2020~2024년의 5년 성장률을 연평균으로 환산하면 약 연 15~20% CAGR이며, 이는 한국 스포츠웨어 시장 전체 성장률(연 3~4%)의 4~5배에 해당하는 초과 성장입니다. 이러한 초과 성장의 원천은 다섯 가지로 분해할 수 있습니다. 첫째, 제품 측면에서 530-992-9060 등 어글리슈즈·뉴트로 트렌드 선도 제품의 연속 히트, 둘째, 채널 측면에서 백화점·아울렛·자사몰의 삼각 강화와 무신사·29CM 등 버티컬 플랫폼 협업, 셋째, 마케팅 측면에서 김연아·에스파 윈터·뉴진스 등 최정상급 앰배서더 기용과 러닝 크루·마라톤 이벤트의 지속적 투자, 넷째, 키즈·우먼스 라인의 차별화로 Nike-Adidas 대비 여성·아동 고객층 장악, 다섯째, 하이엔드·스트리트 콜라보(미우미우·에임레온도르·노아·스톤아일랜드)로 프리미엄 이미지 유지입니다. 이 다섯 요인의 누적적 결과가 16년 40배 성장으로 이어졌으며, 각 요인은 개별적으로도 경쟁 우위지만 결합될 때 시너지가 극대화됩니다.

이랜드-뉴발란스 라이선스 계약 구조와 2027년 직진출 분수령

이랜드월드의 역할은 단순 유통이 아니라 기획(MD)·디자인(한국형 컬러웨이)·소싱(OEM/ODM)·마케팅(앰배서더, NBRC)·유통(직영·도매·온라인)까지 전 밸류체인 주도입니다. 계약 이력은 세 단계로 정리됩니다. 첫 번째가 2008년 최초 12년 계약이며, 두 번째가 2020년 4월 1차 연장으로 2025년까지 5년 연장되었고 이 때 중국 유통권이 포함됐습니다. 세 번째가 2025년 2월 17일 2차 연장으로 2030년까지 5년 연장되었으며 아동 부문 중심으로 계약 범위가 조정됐습니다.

중요한 것은 이 2차 연장과 동시에 New Balance Athletics가 2027년 1월 1일부터 한국 직영 법인을 설립해 브랜드를 직접 운영하기로 발표했다는 점입니다. 이랜드는 2030년까지 아동 부문 라이선스만 유지하는 축소된 파트너 역할로 전환되며, 한국은 글로벌 본사가 직진출하는 사례 중 '매출 규모가 가장 큰' 케이스가 됐습니다. 이 구조 전환은 다음의 네 가지 재무·회계 이슈를 수반합니다. 첫째, 이랜드월드 입장에서 뉴발란스 관련 자산(재고자산·고정자산·무형자산)의 재평가와 사업양수도(business transfer) 회계처리가 필요하며, 둘째, 본사 입장에서는 Korea 법인 설립·초기 자본금 납입·인력 승계·시스템 구축 등 M&A에 준하는 회계 이벤트가 발생하고, 셋째, 라이선스 로열티·IC 거래 정산이 2027년 이전 잔여 구간에서 엄격히 관리되어야 하며, 넷째, 이랜드월드 연결 재무제표에서 뉴발란스 BU의 매출·자산·이익 기여도 변동이 공시 이슈로 부각될 수 있습니다. 이러한 이벤트는 Finance 부서에게는 '경험 밀도가 높은 학습 기회'이지만 '조직 안정성 리스크'이기도 하며, Coordinator 지원자는 이 양면을 균형 있게 이해하고 있어야 합니다.

전략 방향: 플래그십·디지털·러닝 크루·키즈의 4축

뉴발란스코리아의 전략은 네 개 축으로 정리됩니다. 첫째 축은 오프라인 플래그십 고도화로, 강남 우먼스 특화, 홍대 NBRC, 성수 헤리티지, 북촌 러닝 트라이얼의 권역별 컨셉 분화를 통해 단일 브랜드가 운영하는 플래그십 네트워크로는 국내 최고 수준의 밀도와 차별성을 확보하고 있습니다. 둘째 축은 디지털 전환으로, 자사몰·앱 D2C 강화 및 '플라잉77 슈퍼라이트 구스다운' 2분 완판과 같은 한정판 전략을 통해 디지털 매출 비중을 지속 확대하고 있습니다. 셋째 축은 러닝 크루 NBRC 운영과 '런 유어 웨이(Run Your Way)' 하프마라톤 정례화로, 2025년 4월 13일 인천 대회는 5,000명 완주자 규모로 국내 최대 단일 브랜드 러닝 이벤트로 자리 잡았습니다. 넷째 축은 키즈 라인 강화로, 2013년 NC백화점 송파 1호점에서 시작해 현재 2,000억 원 이상 매출을 내는 독립 사업부로 성장했으며, 책가방·샌들·다운점퍼가 단일 매출 대표상품입니다.

이 네 전략의 공통점은 모두 CAPEX 집약적이고 광고선전비·감가상각비 부담이 크다는 점으로, 재무팀 입장에서 보면 성장 과실과 비용 통제의 균형이 핵심 과제입니다. 플래그십 매장 1곳 구축 비용은 입지·규모에 따라 수십억~수백억 원, 러닝 크루·마라톤 이벤트 연간 운영비는 수십억 원, 디지털·앱 개발 및 마케팅비 역시 수십억 원 단위이며, 이 모든 지출은 K-IFRS 제1016호(유형자산)·제1038호(무형자산)·제1115호(수익인식)·광고선전비 분류 등의 회계 이슈를 수반합니다. Coordinator 직급은 이러한 대형 지출의 증빙·전표·자산 분류·감가상각 Run 등을

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

실무적으로 처리하는 역할을 맡게 됩니다.

치명적 리스크: 2027년 직진출 이후 조직 재편

뉴발란스코리아의 리스크는 다층적입니다. 첫 번째 리스크는 라이선스 구조 리스크로, 이것이 가장 치명적입니다. 2027년 본사 직진출 확정으로 이랜드월드 연결 매출 약 20%, 패션부문의 28%에 해당하는 매출이 이탈할 경우 지주사 실적·재무구조에 충격이 불가피합니다. 실제 이랜드월드 부채비율은 2023년말 185.9% → 2024년 3Q 211.6%, 차입금 의존도 47.6% → 50.5%로 악화 중입니다. 이랜드월드는 뉴발란스 이탈 이후를 대비해 스파오·후아유·미쏘 등 자체 브랜드 확장, 호카·제나·골프웨어 등 신규 라이선스 사업, 해외 진출 확대 등의 대응 전략을 추진하고 있으나, 뉴발란스 규모의 단일 사업을 단기간에 대체하기는 현실적으로 어렵습니다.

두 번째 리스크는 트렌드 의존성입니다. 어글리슈즈·레트로 러닝화 붐이 종료되면 530·9060·1906R 등 주력 라이프스타일 모델의 매출이 직격탄을 맞을 수 있으며, 실제로 2024년 하반기부터 일부 모델의 발매가·리셀가 프리미엄이 조정되는 신호가 관찰되고 있습니다. 세 번째 리스크는 경쟁 심화로, On·Hoka·ASICS의 프리미엄 러닝 잠식이 본격화되면서 뉴발란스 FuelCell 라인의 시장 지위가 흔들릴 수 있습니다. 네 번째 리스크는 환율·원자재로, 원/달러 고환율과 990 Made in USA 수입 의존 구조는 원가 부담을 가중시킵니다. 다섯 번째 리스크는 본사-이랜드 간 협상력 비대칭 심화로, 2027년까지 남은 2년간 본사가 직진출 준비를 가속화하면서 이랜드의 의사결정 권한이 점진적으로 축소될 가능성이 있습니다. 여섯 번째 리스크는 이랜드월드 내 재무 자원 재배 분으로, 뉴발란스 이탈 이후를 대비한 타 사업 투자 가속화로 인해 뉴발란스 BU 자체의 성장 투자 여력이 제한될 수 있습니다.

재무 구조와 캐시플로우 관리의 중요성

이랜드월드 전체 차원에서 보면 부채비율 211%·차입금 의존도 50%는 국내 대기업 평균 대비 상당히 높은 수준으로, 현금흐름 관리·운전자본 효율화가 Finance 부서의 핵심 과제입니다. 부채비율이 높은 기업은 재무제표의 이자비용 부담·신용등급 유지·은행 차입 조건 등이 경영성과에 직접적 영향을 미치며, 월마감·분기 마감 시 재무비를 모니터링이 필수적입니다. 뉴발란스 BU 차원에서는 재고자산 회전율(inventory turnover)이 매우 중요한 지표인데, 패션 브랜드는 시즌오프·이월재고로 인한 저가평가감(lower of cost or NRV) 손실이 수익성을 결정하는 핵심 변수이기 때문입니다. 2024년 매출 1조 원 규모에서 재고자산이 1,500억~2,000억 원 수준으로 추정되며, 이 재고의 품질 관리(신선도·시즌성·불용 여부)가 월마감 평가감 추정액에 직접 반영됩니다.

매출채권 측면에서는 백화점·아울렛·온라인 플랫폼으로부터의 정산 사이클(통상 30~60일)을 관리해야 하며, 자사물 직접 결제는 PG사 정산일(통상 3~7일)과 매출 인식일(고객 인도 완료 시점)의 시차를 정확히 반영해야 합니다. 매입채무 측면에서는 OEM·ODM 벤더·임대료·마케팅 대행사 등 수백 개 벤더의 지급 사이클을 관리하며, 이 과정에서 운전자본 효율화(AP 지급 기일 최적화·AR 회수 기간 단축)가 재무 부서의 일상적 과제입니다. 이러한 캐시플로우 중심 경영은 과거 이랜드가 2015~2017년 대규모 부채 위기를 겪으며 학습한 DNA이며, 현재에도 월별·분기별 현금흐름 모니터링이 매우 엄격하게 이루어지고 있습니다.

글로벌 본사와의 정산 구조

뉴발란스코리아가 이랜드월드 산하 라이선시이지만, 실제 사업 운영 과정에서 미국 본사(New Balance Athletics, Inc., 보스턴 소재)와의 관계도 재무적으로 중요합니다. 핵심은 세 가지 정산 항목입니다. 첫째는 로열티(royalty)로, 매출액의 일정 비율(통상 스포츠웨어 업계 5~10% 수준)을 본사에 지급하는 라이선스 대가입니다. 둘째는 상품 매입(product sourcing)으로, 글로벌 본사가 지정·관리하는 OEM 공장에서 생산된 제품을 이랜드가 매입할 때의 IC 거래 가격입니다. 셋째는 브랜드 마케팅 분담금(global marketing fund)으로, 본사의 글

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

로벌 브랜드 캠페인.엠베서더 계약에 현지 법인.라이선시가 일정 비율을 분담하는 구조입니다.

이 세 항목은 모두 국제조세조정법상 이전가격(transfer pricing) 이슈와 연결되며, 국세청의 정기·비정기 세무조사 시 집중 검토 대상입니다. Finance 부서는 연간 이전가격 문서(local file-master file)를 작성하고, 국세청 자료 요청 시 대응하는 역할을 수행합니다. 2027년 본사 직진출 이후에는 이 구조가 '라이선시-본사' 관계에서 '자회사-본사' 관계로 전환되며, 이전가격 이슈가 오히려 더 복잡해질 수 있습니다(자회사 체제에서는 이전가격 세무조사 빈도가 높아짐). Coordinator 지원자가 이러한 이전가격 이슈에 대한 기본 이해를 갖추고 있다면 면접에서 큰 차별화가 가능합니다.

지원 전략 관점의 시사점

2027년 직진출 이슈는 면접에서 반드시 질문되는 토픽입니다. 지원자는 "2025~2027년은 뉴발란스코리아 재무조직에게 세 가지 대형 이벤트가 겹치는 시기, 첫째는 매출 1.2조 원 돌파 관리, 둘째는 본사 직진출 전환 회계(사업양수도·자산 평가·라이선스 정산), 셋째는 아동 라이선스 잔존 구조 재편이며, 이는 신입 재무직에게도 희소한 학습 기회"라는 관점이 가장 설득력 있습니다. 또한 "이랜드월드의 부채비율 상승 국면에서 캐시 매니지먼트·운전자본 효율화에 기여할 수 있는 재무인이 되겠다"는 포지셔닝은 지원자의 산업·기업 이해도를 증명하는 강력한 메시지가 됩니다. 나아가 "국제조세조정법·이전가격·K-IFRS 1115호 수익인식·재고자산 저가평가감 등 뉴발란스코리아 재무의 핵심 이슈 네 가지"를 자연스럽게 언급하면 회계·세무·글로벌 비즈니스 지식의 균형 있는 이해를 증명할 수 있습니다. 리스크 질문에 대해서는 "라이선스 만료·트렌드 의존·경쟁 심화·환율·이랜드 전체 재무 구조·본사 협상력이라는 6대 리스크 중, 재무 부서가 통제 가능한 것은 운전자본·재고 회전·마케팅 ROI 등이며 이 영역에서 기여하겠다"는 실무적 답변이 성숙한 지원자의 인상을 남깁니다.

4장. 인재상·조직 문화·재무 도메인 선호 인재

이랜드그룹의 공식 인재상: 성숙한 인격 + 탁월한 사람

이랜드그룹은 공식적으로 성숙한 인격(주도적 사고·정직·감사정신)과 탁월한 사람(고객가치 창조·배우려는 자세·글로벌 비전)의 2대 축을 인재상으로 제시합니다. 이는 '성실성·주인의식·소통 + 전문성·도전정신·글로벌'의 6개 키워드로 운용되며, 유통 기업 특성상 창의·독창성보다 성실하고 조직에 융화되는 인재를 선호하는 보수적 성향이 강합니다. 취업 커뮤니티에서는 이랜드가 인성검사 비중이 매우 크고 착함·헌신을 강조하는 인재상으로 인식됩니다.

'성숙한 인격'이라는 축은 이랜드 창업주의 기독교 세계관과 봉사·나눔 철학이 반영된 결과로, 단순히 업무 능력이 뛰어난 것을 넘어 인격적 성숙도·윤리적 판단력·타인에 대한 배려 등을 강조합니다. '탁월한 사람'이라는 축은 글로벌 수준의 전문성·학습 의지·도전정신을 의미하며, 이랜드ESI(전략기획 핵심인재 패스트트랙) 프로그램 등을 통해 '청년 글로벌 CEO'를 양성하는 체계와 연결됩니다. 참고로, 일부 취업 자료에서 언급되는 '지식인·성취인·관계인' 3대 인재상은 공식 출처에서 직접 확인되지 않으며, 그룹 내부 교육 프로그램의 분류 기준일 가능성이 있습니다. 지원자는 공식 채용 사이트 및 공식 홍보 자료에 제시된 '성숙한 인격 + 탁월한 사람' 2대 축을 기본 프레임으로 삼는 것이 가장 안전합니다.

4대 경영이념과 이랜드 DNA

이랜드의 핵심가치는 창업 이래의 4대 경영이념 나눔·바름·자람·섬김으로 정리됩니다. '나눔'은 "벌기 위해 일하는 게 아니라 쓰기 위해 일한다"는 명제로 표현되며, 기업의 수익이 사회 환원·기부·봉사로 연결되어야 한다는 철학

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

입니다. '바름'은 "돌아가더라도 바른 길이 지름길이다"로 표현되며, 단기 이익보다 윤리적·법적·도덕적 정도를 우선한다는 원칙입니다. '자람'은 "직장은 인생의 학교다"로 표현되며, 구성원의 성장과 역량 개발을 중시하는 철학입니다. '섬김'은 "만족한 고객이 최선의 광고다"로 표현되며, 고객·구성원·파트너에 대한 서비스 정신을 강조합니다.

이 네 가지 경영이념은 지식경영·BSC(Balanced Scorecard)·ERP 도입 등 이랜드 특유의 조직 관리 DNA의 기반이 됐으며, 뉴발란스코리아에도 그대로 적용됩니다. 특히 '자람' 철학은 CDP(Career Development Plan) 제도, 3x5 직무 순환 제도(3년간 5개 직무 경험), 이랜드ESI 등의 구체적 제도로 구현되며, 신입 사원에게도 이른 시기에 리더 포지션을 부여하는 문화로 이어집니다. Finance-Accounting Coordinator 지원자는 자기소개서에서 이 네 이념 중 자신과 가장 공명하는 가치를 1~2개 선택해 본인의 경험과 연결시키는 것이 효과적이며, 특히 '자람' 가치는 신입 지원자의 성장 의지와 자연스럽게 연결됩니다.

조직 문화: 성과 중심·빠른 실행·젊은 조직

이랜드는 성과 중심·빠른 실행·브랜드(BU) 중심 조직으로, 패션 유통 특성상 트렌드 대응 속도와 매장 운영 성과가 평가의 핵심 지표입니다. 스파오의 '2일-5일 생산 시스템'(기획 2일·생산 5일)은 이랜드의 속도 DNA를 상징하는 사례이며, 뉴발란스 BU 역시 한국 시장 트렌드를 기민하게 포착해 본사에 역제안하고 한국 특화 제품·마케팅을 전개하는 데서 동일한 속도감을 보여줍니다. 뉴발란스 마케팅부 박상호 부서장의 한국경제 인터뷰에 따르면 팀원이 20대 후반~30대 초반의 젊은 조직이며, 야구·러닝·축구·농구 등 스포츠 동아리 활동을 회사가 적극 지원해 팀원들이 소비자 관점에서 상품을 평가한다고 합니다.

잡플래닛·블라인드 리뷰를 종합하면 이랜드월드·뉴발란스코리아의 장점과 단점이 구분됩니다. 장점은 첫째 브랜드 파워와 빠른 성장 속도, 둘째 상대적으로 이른 리더 포지션 부여(CDP 제도), 셋째 패션·스포츠 실무 경험의 폭넓음, 넷째 임직원 할인·성과급·명절상여 등 실질적 복리후생이 있습니다. 단점은 첫째 초봉 3,720만 원·평균 연봉 4,100만 원 수준으로 동급 대기업 대비 낮은 편, 둘째 2015~2017년 재무위기 여파로 보수적 비용 통제 문화, 셋째 창업주 기독교 세계관 기반의 종교적 색채(강제성은 없으나 분위기 존재), 넷째 창의·자율성이 일부 제한적이라는 피드백입니다. 지원자는 이러한 장단점을 균형 있게 인지하고 있어야 하며, 특히 초봉·연봉 수준이 외국계 글로벌 브랜드 직접 법인(나이키·아디다스·룰루레몬 한국법인) 대비 낮다는 점은 입사 후 기대 관리 차원에서 미리 이해해두는 것이 좋습니다.

재무 부서의 조직 DNA: 구조조정 경험과 현금흐름 경영

뉴발란스코리아가 속한 이랜드월드 재무 부서는 특수한 DNA를 가집니다. 2016~2019년 티니위니(8,700억)·모던하우스(7,000억)·케이스위스(3,000억) 등 자산 매각으로 부채비율을 400% → 170%까지 낮춘 '구조조정 경험'이 조직 문화로 남아 있고, 최근 부채비율이 다시 211%로 상승하는 등 재무 모니터링·현금흐름 관리가 매우 중요한 역할을 수행합니다. 이러한 경험은 재무 부서 구성원들에게 '위기 대응·구조조정·매각 딜·IFRS 복잡 이슈' 등 평시에는 접하기 어려운 난이도 높은 실무 경험을 축적시켰습니다.

즉 뉴발란스코리아 재무 부서는 '외국계 브랜드 한국법인의 안정감'이라기보다는 '지주사 산하 패션·유통 대기업의 속도감 있는 재무 운영'에 가깝다는 점이 Coordinator 지원자가 이해해야 할 중요한 포인트입니다. 이는 장단점이 뚜렷한데, 장점은 재무 실무의 폭과 깊이가 매우 넓다는 점(매출 1조 원 브랜드 실무 + 지주사 구조조정 DNA + 본사 리포팅), 단점은 업무 강도가 높고 변동성이 크다는 점(월마감 마감일·분기 감사·연간 예산·본사 요청 대응 등 상시적 압박)입니다. 성장 욕구가 높고 실무 학습을 빠르게 축적하고 싶은 신입에게는 매우 매력적인 환경이지만, 안정적이고 예측 가능한 업무를 선호하는 지원자에게는 다소 부담스러울 수 있습니다.

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

재무·회계 도메인이 선호하는 인재 특성

이랜드월드 재무 직무 공고 및 관련 JD에서 드러나는 요구 역량은 다섯 가지입니다. 첫째는 정확성·꼼꼼함·Ownership입니다. 다수 BU(뉴발란스·스파오·미쏘·후아유 등)의 매출·재고·매입 반제가 한 플랫폼에 집중되므로 오차 없는 결산이 기본기입니다. 재무 부서에서 작은 오류 하나가 나비효과처럼 월마감·분기 감사·본사 리포팅에서 큰 문제로 확대될 수 있기 때문에, 전표 하나 하나를 끝까지 책임지는 태도가 요구됩니다. 실제 면접에서는 "전표 처리 중 오류를 발견했을 때 어떻게 대응하는가"와 같은 상황 판단 질문이 자주 출제됩니다.

둘째는 숫자 감각·분석력입니다. BU별 P&L, 월간 실적 트레이킹, 백화점·아울렛·온라인 채널별 수익성 분해 등을 수행하려면 단순 숫자 입력을 넘어 숫자 이면의 비즈니스 맥락을 읽어내는 역량이 필요합니다. 예를 들어 특정 월 매출이 YoY -10% 감소했을 때, 그것이 시즌성인지·특정 제품군 부진인지·특정 채널 이슈인지·환율 영향인지를 Trial Balance-Sub-ledger에서 역추적할 수 있어야 합니다. 셋째는 다부서 협업 역량입니다. MD·SCM·영업·마케팅과 상시 크로스펄링 소통이 필요하며, 특히 월마감 Cut-off 시점에 MD로부터 재고 평가감 근거 자료·영업으로부터 매출 인식 증빙·마케팅으로부터 광고 집행 증빙을 받아내는 과정에서 커뮤니케이션 역량이 시험대에 오릅니다.

넷째는 외부 감사·세무 대응 역량입니다. 뉴발란스 라이선스 로열티·수입 원가·재고 평가감 이슈가 감사 포커스이며, 이전가격·부가세 환급·법인세 세무조정 등도 중요한 이슈입니다. 다섯째는 ERP(SAP) 활용 역량입니다. 이랜드는 국내 유통업계 최초 ERP 도입 이력을 보유하며 현재도 SAP 기반 전사 ERP를 운영합니다. SAP FI(재무회계)·CO(관리회계)·MM(구매)·SD(판매) 모듈의 유기적 이해가 필수적이며, 단순 전표 입력 수준을 넘어 모듈 간 데이터 흐름·인터페이스 이해가 우대 요건입니다. 추가로 여섯째 요건으로 데이터 분석 도구(Excel 고급·Power BI·SQL 등) 활용 역량이 최근 빠르게 중요해지고 있으며, 일곱째 요건으로 영문 커뮤니케이션 역량(본사 이메일·컨콜)이 외국계 브랜드 특성상 필수적입니다.

재무 도메인의 행동 패턴과 소프트스킬

재무·회계 부서에서 성과를 내는 사람들의 공통된 행동 패턴은 다음 일곱 가지입니다. 첫째, '숫자는 비즈니스의 결과물'이라는 관점으로 단순 숫자를 넘어 비즈니스 맥락을 이해합니다. 둘째, 마감일 앞에서 차분하게 우선순위를 정하고 병목을 사전에 식별합니다. 셋째, 디테일에 강박적일 정도로 꼼꼼하면서도 큰 그림을 놓치지 않습니다. 넷째, 타 부서 협업 시 '재무 관점'을 고집하지 않고 상대방 언어로 소통합니다(예: MD에게 재고 평가감을 설명할 때 회계 용어보다는 '시즌오프 재고의 실제 판매 가격'이라는 상식어로 접근). 다섯째, 감사·세무·규제 이슈에 대해 방어적이지 않고 투명하게 접근합니다. 여섯째, 반복 업무의 자동화·개선 기회를 항상 탐색합니다. 일곱째, 본인이 맡은 계정·프로세스에 대해 '완전한 오너십'을 가지고 끝까지 책임집니다.

면접에서는 이러한 행동 패턴을 본인의 구체적 경험(학교·인턴·프로젝트)과 연결해 증명하는 것이 효과적입니다. 예를 들어 "회계 동아리에서 월별 재무제표 작성 프로젝트를 하면서 반복되는 수작업을 엑셀 매크로로 자동화한 경험"은 '반복 업무 자동화' 행동 패턴의 증거가 되며, "회계원리 스터디에서 서로 다른 해석을 제시한 팀원들과 토론해 가장 합리적 결론을 도출한 경험"은 '다부서 협업·커뮤니케이션' 역량의 증거가 됩니다.

하이브리드 구조의 Finance 특성: 외국계 반, 대기업 반

뉴발란스코리아는 완전한 외국계 한국법인이 아니라 이랜드월드 패션부문의 내부 BU로 운영되는 라이선시(licensee) 하이브리드 구조입니다. 이에 따라 Finance 업무는 네 가지 특징을 가집니다. 첫째, 글로벌 본사(New Balance Athletics, 보스턴) 리포팅이 존재하며, 라이선스 계약에 따른 월별·분기별 매출·로열티 산정 및 본사 Reporting Package 송부, 로열티 감사 대응 등이 포함됩니다. 둘째, 영어 활용이 일정 수준 필요한데, 본

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

사 파이낸스와의 이메일-컨콜에 비즈니스 영어가 상시 필요하지만 내부 결산 언어는 한국어이므로 완전 외국계 대비 영어 강도는 낮은 편입니다.

셋째, 회계기준 차이 관리가 필요합니다. 이랜드월드는 K-IFRS 기준(DART 공시)을 따르며, 본사 보고 시 US GAAP 혹은 내부 management reporting 기준으로의 환산-조정이 필요합니다. 주요 차이 항목은 리스 회계 (K-IFRS 1116 vs US GAAP ASC 842), 수익인식(K-IFRS 1115 vs ASC 606, 대부분 수렴하지만 세부 차이 존재), 재고자산 평가(K-IFRS는 저가법만 인정, US GAAP은 LIFO도 가능), 무형자산 인식 기준 등입니다. 넷째, 장단점이 뚜렷한데, 장점은 이랜드 본사의 인사-교육-CDP 시스템 활용과 멀티 BU 경험, 단점은 순수 외국계 대비 영어-글로벌 리포팅 비중 제한과 2027년 이후 조직 재편 리스크, 이원화된 결재 라인 복잡성입니다.

2027년 본사 직진출 이후에는 미국 본사 직속 Korea Finance(US GAAP-영어 중심, 전형적 외국계)로 재편될 가능성이 높습니다. 이 재편 시나리오에서 기존 이랜드월드 뉴발란스 BU 재무 인력 중 일부는 본사 직영 법인으로 이적할 가능성이 있고, 일부는 이랜드월드 내 다른 BU(스파오-미쏘-후아유-호카 등)로 재배치될 수 있으며, 이 과정에서 개인의 커리어 선택이 중요해집니다. Coordinator 지원자는 이러한 시나리오를 이해한 상태에서 본인의 커리어 비전을 '외국계 글로벌 재무 트랙' 혹은 '국내 유통 대기업 재무 트랙' 중 어느 쪽에 두고 있는지를 자기소개서-면접에서 일관되게 표현하는 것이 중요합니다.

세대 특성과 조직 적합성

2024~2026년 채용 시장에서는 Z세대·MZ세대 지원자의 조직 적합성(Organizational Fit)이 중요한 이슈입니다. 이랜드는 보수적·성실 문화가 강한 조직으로, 자율성·수평성·위라벨을 최우선으로 하는 Z세대 관점에서는 다소 부담스러울 수 있습니다. 그러나 뉴발란스 BU는 이랜드 전체 조직 중 가장 젊고 트렌디한 브랜드 조직이며 (팀원 평균 연령 20대 후반~30대 초반), 스포츠-러닝 동아리 지원 등 라이프스타일 친화적 문화가 조성되어 있어 브랜드 조직 자체의 분위기는 비교적 유연합니다. 재무 부서는 브랜드 조직보다 상대적으로 보수적 분위기일 가능성이 높지만, 뉴발란스 BU와 긴밀히 협업하는 특성상 완전히 경직된 분위기는 아닙니다.

지원자는 자기소개서-면접에서 "이랜드의 성실·성과 문화에 공감하면서도, 뉴발란스의 젊고 다이내믹한 브랜드 DNA에 매력을 느낀다"는 이중적 메시지를 통해 조직 적합성을 증명하는 것이 효과적입니다. 또한 면접관이 "왜 순수 외국계 글로벌 재무가 아닌 이랜드 라이선시 구조를 선택했는가"라는 질문을 할 경우, "순수 외국계는 영어·US GAAP-FP&A 표준화 스킬에 강점이 있지만, 이랜드 구조는 K-IFRS-국내 세무-국내 유통 실무-멀티 BU 경험 등 한국 시장 전문성을 더 두텁게 쌓을 수 있다고 판단했다"는 논리적 답변을 준비해두는 것이 좋습니다.

지원 전략 관점의 시사점

인재상 질문에는 이랜드 4대 경영이념 중 '자람(직장은 인생의 학교)'을 인용하면서 "뉴발란스코리아의 라이선스 → 직진출 전환기는 재무 커리어에서 가장 밀도 있는 학교가 될 것"이라는 메시지가 강력합니다. 조직 문화 관점에서는 "보수적 성실 문화 + 빠른 실행 DNA + 젊은 브랜드 조직"의 삼중 구조를 이해하고 있음을 보여주는 것이 중요하며, Finance 직무 관점에서는 "부채비율 211%, 차입금 의존도 50%의 이랜드월드 재무 국면에서 신입이라도 현금흐름-운전자본 관점으로 기여할 수 있는 기본기를 갖추었다"는 논리가 차별화 포인트입니다. 재무 도메인 선호 인재의 일곱 가지 행동 패턴을 본인 경험과 연결해 증명하고, 하이브리드 구조의 장단점을 이해한 상태에서 '이랜드 라이선시 구조를 선택한 이유'를 논리적으로 설명할 수 있다면 타 지원자와의 차별화가 확실합니다. 마지막으로, 이랜드 특유의 인성검사-가치관 면접에 대비해 본인의 가치관-윤리관-성장 의지를 구체적 에피소드와 함께 정리해두는 것이 필수적이며, 기독교 세계관에 대한 거부감 없는 열린 태도는 이랜드 조직 적합성 평가에서 긍정적 요인으로 작용할 수 있습니다(단, 특정 종교 신자일 필요는 전혀 없음).

5장. Finance-Accounting Coordinator 직무 분석

공고 확인 결과와 직무 포지션 성격

채용공고 원문 확보를 시도한 결과, jasoseol.com/recruit/103394 페이지는 SPA(Single Page Application) 구조로 상세 JD가 동적 렌더링되어 정적 수집이 제한적이었으나, 링크리어·잡코리아·사람인 등 연동 채용 플랫폼의 동일 공고 정보를 통해 다음 사실이 공식 확인되었습니다. 기업형태는 외국계기업이며, 접수기간은 2026년 3월 31일부터 5월 3일까지, 채용형태는 신입, 모집직무는 경영·사무 계열, 근무지역은 서울 영등포구(여의도 IFC 인근, 뉴발란스코리아 본사), 공식 홈페이지는 m.nbkorea.com입니다. 공식 지원 사이트는 newbalance.recruiter.co.kr/career/jobs/102533이며, 자소서댓글 조회수 18,963회·즐거찾기 1,517회를 기록해 높은 경쟁률이 예상됩니다.

Coordinator 직급은 글로벌 외국계 기업의 통상적 직급 체계에서 'Associate→Coordinator→Specialist→Senior Specialist→Manager→Senior Manager→Director' 중 두 번째 단계에 해당하며, 한국 대기업 기준 '사원~대리급' Entry-level에 해당하는 신입~경력 3~4년 포지션입니다. Finance-Accounting Coordinator는 이 중에서도 AP/AR(매입채무/매출채권) 관리·월마감·세금계산서·감사 PBC 대응 등 기초 재무회계 업무를 주로 담당하며, Senior 레벨로 성장하면 원가회계·Tax·FP&A·Treasury 등 심화 영역으로 확장됩니다. 외국계 한국법인 Finance 조직 구조는 통상 CFO(혹은 Finance Director) 산하 Accounting·Tax·FP&A·Treasury 네 기능으로 구분되며, Coordinator 직급은 대부분 Accounting 라인에 배치되어 실무 역량을 축적합니다.

직무의 핵심 역할 여섯 가지

Finance-Accounting Coordinator가 담당하는 핵심 역할은 여섯 가지로 구조화됩니다. 첫째는 AP(Accounts Payable, 매입채무) 관리로, 벤더(물류·마케팅 대행사·임대료·IT 등)로부터 세금계산서를 수취하여 ERP에 매입 전표로 입력하고, 미지급금 Aging(30/60/90일)을 관리하며, Treasury 부서에 지급 요청을 전달하는 업무입니다. 뉴발란스코리아 규모에서는 월평균 수백~수천 건의 AP 전표가 발생하며, Coordinator는 이 중 본인이 담당하는 Sub-ledger 범위(예: 마케팅·임대료·IT 등 특정 카테고리)의 전표를 끝까지 책임집니다. 전표 입력 시에는 법인카드 사용 내역·세금계산서·거래명세서·계약서 등 증빙 매칭이 필수이며, 월마감 시점에는 발생주의 원칙에 따라 미도래 세금계산서라도 경제적 효익이 발생한 비용은 미지급비용으로 계상해야 합니다.

둘째는 AR(Accounts Receivable, 매출채권) 관리로, 백화점·아울렛·자사몰·무신사·쿠팡 등 채널별 매출 데이터를 수취하여 세금계산서를 발행하고, 매출채권 Aging을 관리하며, 회수 지연 시 영업 부서와 협업하여 회수 촉진 활동을 지원합니다. 뉴발란스코리아는 직영 비중이 높지만 백화점·아울렛·온라인 플랫폼 등 일부 홀세일·컨세션 매출도 존재하며, 각 채널별 정산 사이클(10일/15일/월말/말일 등)과 세금계산서 발행 기준(공급일 vs 정산일)이 상이해 업무 복잡도가 높습니다.

셋째는 월마감(Month-end Close)으로, K-IFRS 기준에 따라 AP·AR·선급비용·미지급비용 조정전표를 처리하고, Trial Balance를 출력하며, 계정별 분석을 수행합니다. 외국계 한국법인의 표준 월마감은 WD(Working Day)+5~7일 내 본사 리포팅까지 완료하는 것이 일반적이며, 이 기간 동안 Coordinator는 본인 담당 Sub-ledger의 Cut-off·조정·분석을 기한 내에 마감해야 합니다.

넷째는 세무·VAT 신고입니다. 부가세는 분기별 신고(1/25, 4/25, 7/25, 10/25 납부 기한)이며, 원천세는 월별(의

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

월 10일 납부), 법인세는 연 1회(사업연도 종료 후 3개월 이내) 신고합니다. Coordinator는 통상 부가세·원천세의 기초 자료 집계를 담당하며, 복잡한 법인세 세무조정은 회계법인 세무본부 혹은 세무사와 협업해 처리합니다. 다섯째는 재무제표 작성 지원으로, K-IFRS 제1001호(재무제표 표시)·제1002호(재고자산)·제1016호(유형자산)·제1019호(종업원급여)·제1115호(수익인식)·제1116호(리스) 등 주요 기준서에 따른 재무제표 초안 작성을 지원합니다. 여섯째는 감사 대응 및 본사 리포팅으로, Big4 외부감사 PBC(Prepared By Client) 자료 준비, 감사 진행 중 Q&A 대응, 본사 월간 Reporting Package 영문 제출 등이 포함됩니다.

WD(Working Day) 기반 월마감 워크플로우

외국계 한국법인의 표준 월마감은 WD+5~7 본사 리포팅 마감에 설정됩니다. 구체적 워크플로우는 다음과 같이 단계별로 진행됩니다. WD+1에는 AP 전표 마감을 수행하는데, 전월 귀속 세금계산서·거래명세서·법인카드 전표를 기표 완료하고 미도래 세금계산서는 미지급비용으로 추정 계상합니다. WD+2에는 AR 매출 Cut-off를 수행하는데, POS 시스템 매출·이커머스 매출·도매 선적 데이터를 수집하여 K-IFRS 제1115호에 따른 이전 시점(point in time) 기준 수익인식을 적용하고, 반품충당부채·판매장려금(retailer rebate)·쿠폰 부채 등 주요 부채 항목을 계상합니다.

WD+3에는 재고·고정자산 결산을 수행하는데, 재고자산 저가법 평가감(lower of cost or NRV), 시즌오프·노후재고 손상, 고정자산 감가상각 Run을 수행합니다. 패션 브랜드에서 재고자산 저가평가감은 월마감의 가장 중요한 판단 이슈로, 시즌이 지난 재고의 실제 판매 가능 가격을 추정하여 평가감을 설정해야 합니다. WD+4에는 계정 분석을 수행하는데, Trial Balance를 출력하여 계정별 잔액 변동 사유를 분석하고, 이상치(outlier)를 식별하여 Explanation Note를 작성합니다. WD+5~7에는 본사 리포팅을 수행하는데, HFM(Hyperion Financial Management)·OneStream·BPC(Business Planning and Consolidation) 등 Consolidation Tool에 Local GAAP에서 US GAAP으로의 조정분개를 입력하고, P&L·BS·CF에 대한 Variance Comment를 영문으로 작성하여 APAC Regional Controller에게 제출합니다.

이 워크플로우 전체를 관통하는 핵심 원칙은 '정확성 + 기한'입니다. 월마감은 매월 반복되는 루틴 업무이지만, 단 한 번의 오류·지연이 연쇄적으로 본사 리포팅·감사·세무·IR에 영향을 미치기 때문에, Coordinator는 본인 담당 범위 내에서 기한 내 오차 없는 마감을 일관되게 수행해야 합니다. 숙련된 Coordinator는 WD+1 이전에 이미 전월 마지막 주에 대부분의 전표를 예비 처리해두고, WD+1~3에는 검증·조정·분석에 집중하는 패턴을 만들어 마감 안정성을 확보합니다.

재고자산 저가평가감의 실무적 중요성

패션 브랜드 Finance의 가장 중요한 단일 이슈는 재고자산 저가평가감입니다. K-IFRS 제1002호에 따르면 재고자산은 취득원가와 순실현가능가치(NRV, Net Realizable Value) 중 낮은 금액으로 측정되며, NRV는 통상적 영업 과정에서의 예상 판매가격에서 추정 완성원가와 판매비용을 차감한 금액입니다. 패션 브랜드에서 시즌이 지난 재고·트렌드가 바뀐 재고·이월재고는 NRV가 취득원가보다 낮아지므로 평가감(write-down)을 인식해야 합니다. 뉴발란스코리아 규모에서 재고자산이 1,500억~2,000억 원 수준일 때, 평가감 비율이 5%p 변동하면 손익에 75~100억 원 영향이 발생하므로 이는 회사 전체 영업이익률에 유의미한 영향을 미치는 판단 이슈입니다.

Coordinator는 월마감 시점에 MD·SCM 부서로부터 재고 연령별·시즌별·모델별 분류 데이터를 수취하고, 회사 내부 평가감 정책(통상 12개월 경과 재고 x%, 24개월 경과 재고 y%, 시즌오프 재고 z% 등)에 따라 평가감을 계산·전표 처리합니다. 외부감사에서는 평가감 정책의 합리성·일관성·NRV 추정의 적정성이 집중 검토되며, 특히 아울렛·이월재고 전용 매장의 실제 판매 가격 데이터가 NRV 근거로 요구됩니다. Coordinator 지원자가 면접에

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

서 "재고자산 저가평가감의 중요성을 이해하고 있으며, K-IFRS 1002호와 패션 산업 특성을 연결해 설명할 수 있다"는 수준을 보여준다면 상당한 차별화가 가능합니다.

수익인식(K-IFRS 1115호)의 채널별 적용

두 번째로 중요한 회계 이슈는 수익인식입니다. K-IFRS 제1115호는 '5단계 수익인식 모형'(계약 식별→수행의무 식별→거래가격 산정→거래가격 배분→수행의무 충족 시점 수익인식)을 적용하며, 뉴발란스코리아의 채널별로 수행의무 충족 시점이 달라집니다. 자사몰 매출은 고객에게 상품을 인도한 시점(택배 수령 완료 추정), 백화점·아울렛 직영 매출은 매장에서 고객에게 판매한 시점(POS 매출 시점), 백화점 컨세션 매출은 백화점이 고객에게 판매한 시점(정산일 기준), 도매(홀세일) 매출은 선적 혹은 인도 시점, 온라인 플랫폼(무신사·쿠팡 등) 매출은 플랫폼 정책에 따라 선적·인도·정산 시점이 달라집니다.

Coordinator는 이러한 채널별 수익인식 기준을 정확히 이해한 상태에서 월별 매출 Cut-off를 수행해야 하며, 특히 월말일 전후의 거래를 어느 월에 귀속시킬지가 관건입니다. 예를 들어 3월 31일 선적된 도매 주문이 4월 1일에 인도 완료된 경우, 계약 조건(FOB·DDP 등)에 따라 3월 매출 혹은 4월 매출로 귀속 처리됩니다. 또한 반품권(right of return)이 있는 거래는 반품 추정치만큼 반품충당부채·환불부채를 설정해야 하고, 판매장려금·리베이트는 거래가격에서 차감(net presentation) 또는 별도 비용(gross presentation) 중 하나로 일관되게 처리해야 합니다. 이러한 채널별·거래 유형별 수익인식 이슈는 외부감사의 핵심 검토 영역이며, Coordinator가 실무 숙련도를 빠르게 올릴 수 있는 영역이기도 합니다.

하루·주·분기·연 단위 업무 사이클

Finance-Accounting Coordinator의 업무 사이클을 시간 단위별로 분해하면 다음과 같습니다. 하루 단위로는 전표 처리, 세금계산서 발행·수취, 입출금 확인, 은행 계좌조정 기초자료 수집, 벤더·영업·물류 부서의 질의 대응을 수행합니다. 하루에 처리하는 전표 수는 회사·담당 Sub-ledger에 따라 다르지만, 뉴발란스코리아 규모에서는 Coordinator 1인당 하루 20~50건 수준의 전표 처리가 일반적입니다.

주 단위로는 Weekly Cash Forecast 업데이트(Treasury와 협업), Aging 리포트 점검(30/60/90일 초과 Escalation), 벤더 지급 일정 조율, 주간 팀 미팅 등을 수행합니다. 주간 업무는 월마감 사이클과 교차하므로, 월말 주는 월마감 준비에, 월초 주는 월마감 실행에, 월중 주는 분석·개선 업무에 초점이 맞춰집니다. 분기 단위로는 부가세 확정신고(1/4/7/10월 25일), 분기 감사(Quarterly Review) PBC 자료 준비, 분기 Forecast 업데이트, 본사 QBR(Quarterly Business Review) 패키지 기여 등을 수행합니다. 분기 감사는 연간 감사만큼 강도가 높지는 않지만, Big4 감사인의 분기 현장 방문이 이루어지며 Coordinator는 본인 담당 계정의 Lead Schedule·증빙 자료를 준비해 대응합니다.

연 단위로는 외부 회계감사(12월 결산 → 익년 2~3월 감사보고서 공시), 법인세 신고(3월 말), 연결결산 패키지, 예산 수립(11~12월), 비정기 세무조사 대응 등을 수행합니다. 브런치 등 업계 실무자의 설명에 따르면 연초에 본사에서 연결해준 회계법인 세무본부 파견 인력과 법인세 조정을 하는 업무도 Coordinator가 지원하는 대표적 연간 이벤트이며, 이 과정에서 K-IFRS 기준 재무제표를 법인세법 기준으로 조정(세무조정)하는 실무를 체험하게 됩니다. 예산 수립 시즌에는 FP&A 부서와 협업하여 내년도 P&L 예산·Capex 예산·headcount 예산을 본사 Template에 맞춰 작성합니다.

이해관계자 맵: 내부 여섯 개 부서와 외부 일곱 개 기관

Finance-Accounting Coordinator의 일상적 이해관계자는 내부와 외부로 나뉘며, 각 관계의 성격과 커뮤니케

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

이선 빈도가 상이합니다. 내부 이해관계자 첫 번째는 MD·상품기획 부서로, 입고원가 확정·시즌 재고 정책·평가감 회의 등에서 협업합니다. MD 부서는 제품별 원가 구조·시즌별 재고 전략을 가장 잘 이해하므로, 재고 평가감 판단 시 MD의 인사이트가 필수적입니다. 두 번째는 SCM·물류 부서로, 입고고 데이터·운송비 AP 정산·재고 실사 등에서 협업합니다. 특히 연말 재고 실사(physical inventory count)는 SCM과 재무가 함께 수행하는 핵심 이벤트입니다.

세 번째는 HR 부서로, 급여·4대보험·퇴직급여충당금·소득세 등 인건비 관련 회계처리에서 협업합니다. 네 번째는 IT 부서로, ERP 권한·마스터 데이터 관리·전자세금계산서 인터페이스·시스템 장애 대응 등에서 협업합니다. 다섯 번째는 Commercial-Retail-E-Commerce 부서로, 채널별 매출 Cut-off·판매장려금·쿠폰 부채 등에서 협업합니다. 여섯 번째는 Marketing 부서로, 광고선전비 증빙·프로모션 쿠폰 부채·엠베서더 계약금 분할 인식 등에서 협업합니다.

외부 이해관계자 첫 번째는 Big4 외부감사법인(삼일PwC·삼정KPMG·EY한영·딜로이트안진)으로, 외국계 기업은 통상 본사 감사인의 한국 네트워크 파트너가 선임됩니다. 두 번째는 세무사·세무법인으로, 법인세 세무조정·이전가격·세무조사 대응에서 협업합니다. 세 번째는 주거래은행으로, 법인계좌·외환송금·외화예금·환헤지 등에서 협업합니다. 네 번째는 카드사·PG사로, 매출 인식 시점과 입금 시점의 차이 관리·수수료 정산 등에서 협업합니다. 다섯 번째는 글로벌 본사(미국 Boston, NB HQ)로, 월·분기·연간 Reporting Package, Intercompany 거래 정산, 로열티 송금 등에서 상시적으로 협업합니다. 여섯 번째는 관세청으로, 수입 관세·부가세·FTA 원산지 증명 등에서 협업하며, 특히 990 Made in USA 라인은 한미 FTA 원산지 증명 이슈가 있습니다. 일곱 번째는 국세청으로, 홈택스 전자세금계산서·세무조사·부가세 환급·법인세 신고 등 상시적 행정 관계를 유지합니다. 이러한 광범위한 이해관계자 네트워크 속에서 Coordinator는 '재무의 Single Point of Contact'로서 각 관계자의 요구를 조율하고 재무 데이터의 신뢰성을 유지하는 역할을 수행합니다.

필요 역량: 기술·지식·언어·소프트스킬의 네 축

Finance-Accounting Coordinator에게 요구되는 역량은 네 축으로 구조화됩니다. 첫째 축은 기술 역량으로, ERP(SAP FI/CO 모듈이 사실상 표준이며 손익계산서·대차대조표·현금흐름표 외부보고 용도로 활용), Excel 고급(피벗테이블·XLOOKUP·SUMIFS·INDEX/MATCH·VBA·Power Query), Power BI/Tableau(우대 사항, 데이터 시각화·대시보드 구축), 홈택스 전자세금계산서 시스템, Concur-Coupa 등 경비처리 툴, 본사 Consolidation Tool(HFM·OneStream·BPC 등) 등을 포함합니다. SAP 활용 수준은 기본 트랜잭션 코드(FB50·FB60·FS10N·F.01 등) 구동·Report 조회·Sub-ledger 분석까지가 Coordinator의 기준선이며, Senior로 성장하면 Master Data 관리·Customizing·Month-end Program 이해까지 확장됩니다.

둘째 축은 지식 역량으로, K-IFRS 주요 기준서 이해(제1001·1002·1016·1019·1115·1116호 등), 세법(법인세법·부가가치세법·소득세법·국제조세조정법·관세법), 외국환거래법(본사 배당 송금·IC 거래 신고·해외직접투자 신고), 재고자산 저가법 평가감(패션 브랜드 핵심 이슈), 이전가격 세제(Local File·Master File·Country-by-Country Reporting) 등을 포함합니다. 지식의 깊이는 Coordinator 단계에서는 '기본 개념과 실무 적용 수준' 정도가 요구되며, Senior로 성장하면 '복잡 판단 이슈·회계기준 해석·세무 전략 수립' 수준으로 확장됩니다.

셋째 축은 언어 역량으로, 비즈니스 레벨 영어(본사 리포팅·외국인 매니저 미팅·IC 정산 메일·감사 Q&A)가 필수입니다. 영어 역량의 기준선은 TOEIC 800점 이상·OPIc IH 이상 수준이며, 실무에서는 영문 이메일 작성·영문 Variance Comment 작성·영어 컨퍼런스콜 참여 등 Writing·Speaking 균형이 요구됩니다. 단, 뉴발란스코리아는 이랜드 라이선시 구조상 완전 외국계 대비 영어 사용 강도는 낮은 편이지만, 2027년 본사 직진출 이후에는 영어 사용 빈도가 크게 증가할 전망입니다.

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

넷째 축은 소프트스킬로, Cross-functional 커뮤니케이션(MD·SCM·영업·마케팅·HR·IT 등 다부서 협업), 분석력(숫자 이면의 비즈니스 맥락 이해), 데드라인 관리(월마감·분기 감사·연간 감사 등 다층적 마감), Ownership(담당 계정·프로세스에 대한 끝까지의 책임), Attention to Detail(전표 하나까지의 정확성), 학습 의지(새로운 회계 기준·세법·시스템·비즈니스 이해 지속 흡수) 등을 포함합니다. 이 네 축은 모두 개별적으로도 중요하지만, 결합될 때 '유능한 Coordinator'의 프로필을 완성하며, 지원자는 자기소개서·면접에서 네 축 각각에 대해 구체적 증거를 제시할 수 있어야 합니다.

KPI와 평가 포인트

Coordinator 평가의 핵심 KPI는 여섯 가지로 구조화됩니다. 첫째는 마감 기한 준수율로, WD+5 본사 리포팅 On-time 제출률 100%가 목표입니다. 마감 지연은 본사 리포팅 지연·분기 감사 일정 차질·경영진 의사결정 지연 등 연쇄 영향을 미치므로, 기한 준수는 재무 부서의 가장 기본적 책임입니다. 둘째는 감사 이슈 Zero로, 외부감사 AJE(Audit Journal Entries, 감사 조정분개) 건수 최소화·Significant Deficiency 0건이 목표입니다. 감사 이슈가 많을수록 회사의 내부통제·회계 역량에 대한 부정적 평가가 누적됩니다.

셋째는 예산 대비 실적 정확도로, 월별 실적 vs Forecast 오차율 $\pm 5\%$ 이내가 목표입니다. 오차가 크다는 것은 Forecast 품질이 낮거나 실적 집계에 오류가 있다는 의미이며, 경영진의 예측 기반 의사결정을 어렵게 만듭니다. 넷째는 본사 리포팅 품질로, Error Rate·Restate(정정) 건수를 최소화하는 것이 목표입니다. 본사 Controller가 한국 법인의 숫자를 신뢰할 수 있어야 전사 연결 재무제표의 품질이 보장됩니다. 다섯째는 세무 리스크 관리로, 가산세 0원·세무조사 추정액 최소화가 목표입니다. 가산세·추징액은 직접적 현금 유출이며, 반복적 세무 이슈는 회사의 세무 평판을 악화시킵니다. 여섯째는 AP/AR Aging 관리로, 90일 초과 건 비율을 일정 수준 이하로 유지하는 것이 목표입니다. 장기 미수금·미지급금은 현금흐름·신용 위험·회계 투명성 측면에서 부정적 요소입니다.

Coordinator 평가는 이러한 KPI에 기반한 연간 Performance Review와 본사 Global Performance Management System(통상 MBO·OKR·9-box grid 등)을 통해 이루어지며, 평가 결과는 연봉 인상률·성과급·승진·교육 기회 등에 반영됩니다. 우수한 Coordinator는 통상 3~5년 내에 Specialist·Senior Specialist로 승진하며, Manager 승진에는 추가로 2~3년이 소요됩니다.

대표 업무 시나리오: 분기 감사 대응 실전

구체적 업무 시나리오로 분기 감사 대응을 살펴보면 다음과 같습니다. 감사 키프 1주일 전에 Big4 감사팀으로부터 PBC List(Prepared By Client, 회계법인이 요청하는 자료 목록)가 수신되며, 통상 50~100개 항목이 포함됩니다. 주요 항목은 Trial Balance(총계정원장 집계), Lead Schedule(주요 계정별 상세 내역), AR/AP Aging Report, 재고 실사 결과(연말 감사의 경우), 고정자산 대장(감가상각 계산 포함), 법인세 계산서(세무조정 포함), 이전가격 문서(Local File·Master File), 주요 계약서 사본, 은행 조회서, 변호사 Letter(소송·분쟁 관련) 등입니다.

Coordinator는 본인 담당 계정의 PBC 항목을 기한 내 준비해 감사팀에 전달하며, 감사 주간에는 매일 감사팀의 Q&A에 대응하고, Sampling 선정된 전표의 증빙을 스캔해 제공하며, 내부통제 Walkthrough 인터뷰(프로세스 설명·주요 통제 활동 시연)에 참여합니다. 감사 종료 시점에는 Audit Finding 초안을 공유받아 Management Response를 작성하고, 필요 시 AJE를 수용해 재무제표를 재조정합니다. 모든 과정이 완료되면 Big4 감사보고서가 확정되어 DART에 공시되며, 이랜드월드 연결 감사보고서의 일부로 통합됩니다. 이 전 과정에서 Coordinator의 성과는 '감사팀 요청에 대한 대응 속도·자료 정확성·Audit Finding의 유의성' 세 가지로 평

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

가됩니다.

대표 업무 시나리오: 본사 월간 리포팅 실전

두 번째 시나리오는 본사 월간 리포팅입니다. 월마감 WD+3~4에 Local 재무제표 초안이 완성되면, WD+4~5에는 Local GAAP(K-IFRS)에서 본사 Reporting GAAP(통상 US GAAP 혹은 내부 management basis)으로의 조정분개를 수행합니다. 주요 조정 항목은 리스 회계 차이(K-IFRS 1116은 단일 모형, US GAAP은 Operating/Finance Lease 이원화), 재고자산 평가 방법 차이, 무형자산 인식 기준 차이, 이연법인세 계산 차이 등입니다. Coordinator는 본사가 제공한 Reconciliation Template에 따라 각 조정분개를 입력하고, 근거 문서-계산 과정을 첨부합니다.

WD+5~7에는 본사 Consolidation Tool에 조정 후 재무제표를 업로드하고, P&L-BS-CF에 대한 Variance Comment를 영문으로 작성합니다. Variance Comment는 전월-전년동기-예산 대비 주요 항목의 변동 사유를 2~3문장으로 간결하게 설명하는 것이며, 예를 들어 "Marketing expense increased by 15% YoY in March due to the launch of Seoul Half Marathon event and the new ambassador contract with aespa Winter(매출 성장 대비 투자 선행성 유지)"와 같은 형식입니다. APAC Regional Controller가 이 리포트를 검토하고 질의 시, Coordinator는 24~48시간 내 영문으로 답변합니다. 이 과정이 매월 반복되면서 Coordinator는 월 단위 사업 이해-본사와의 커뮤니케이션 감각-영문 비즈니스 라이팅 역량을 축적하게 됩니다.

커리어 패스와 Exit Option

Finance-Accounting Coordinator에서 출발한 커리어 패스는 크게 네 방향으로 분기됩니다. 첫째는 Accounting 라인 심화로, Specialist → Senior Specialist → Accounting Manager → Senior Accounting Manager → Controller → CFO 경로입니다. 이 경로는 회계 전문성의 깊이를 추구하며, 10~15년 후 Controller-CFO 포지션을 목표로 합니다. 둘째는 FP&A(Financial Planning & Analysis) 전환으로, Coordinator 2~3년 경험 후 FP&A Analyst로 이동하여 예산-Forecast-비즈니스 파트너링에 특화됩니다. FP&A는 비즈니스 부서와의 접점이 많아 경영 관점 확장에 유리합니다.

셋째는 Tax-Treasury 전문화로, 세무 혹은 자금 운용 영역으로 특화하는 경로입니다. 특히 글로벌 세무(이전가격-BEPS-Pillar One/Two 등)는 고도 전문 영역으로 성장 여력이 큼니다. 넷째는 Exit Option으로, Big4 감사법인-M&A 자문-PE/VC-컨설팅 펌-경쟁사 글로벌 브랜드 등으로의 이직입니다. 뉴발란스코리아 Coordinator 2~4년 경험은 글로벌 외국계 브랜드(나이키코리아-아디다스코리아-롤루레몬-Hoka 등)로의 이직 시 매우 경쟁력 있는 배경이 되며, 특히 2027년 본사 직진출 전환 경험은 '사업양수도-라이선스 정산-Entity Setup' 등 희소 경험으로 평가받을 수 있습니다.

지원 전략 관점의 시사점

직무 이해도를 증명하는 가장 강력한 답변은 "Coordinator 직급은 AR/AP를 통해 회사의 혈류를 처음 배우는 단계이며, 이후 Treasury-Costing-Tax-FP&A로 심화되는 재무 커리어 패스의 첫 장"이라는 프레임입니다. 자기 소개서와 면접에서는 다섯 가지 키워드를 조합하여 '뉴발란스코리아 Finance-Accounting Coordinator에 딱 맞는 인재'임을 증명하는 것이 핵심 전략입니다. 첫째는 K-IFRS 제1115호(수익인식 - 채널별 매출 Cut-off), 둘째는 K-IFRS 제1002호(재고자산 저가법 평가감 - 패션 브랜드 핵심), 셋째는 SAP FI/CO 모듈 경험, 넷째는 영어 비즈니스 커뮤니케이션, 다섯째는 이랜드윌드의 구조조정 DNA와 연결되는 운전자본-캐시 관리 감각입니다.

특히 "2027년 본사 직진출 전환 프로젝트의 사업양수도-자산평가-라이선스 정산 회계 이슈에 대한 관심"을 언급

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

하면 차별화된 준비도를 보여줄 수 있으며, "Coordinator 업무의 기본기를 3년 내 탄탄히 쌓은 후 FP&A-Tax 등 심화 영역으로 확장해 Senior 레벨에서는 비즈니스 파트너링 역량까지 갖춘 재무인으로 성장하겠다"는 중장기 커리어 비전을 명확히 제시하는 것도 긍정적 평가를 받는 포인트입니다. 또한 지원자가 학부·대학원 혹은 이전 경험에서 쌓은 구체적 역량(재무회계·원가회계·세무회계·감사 실무·SAP 사용·엑셀 고급·영어 커뮤니케이션 등)을 직무 요구 사항과 1:1로 매칭시켜 증명하면 설득력이 크게 향상됩니다. 마지막으로, Finance 부서는 '말이 적고 숫자로 말하는' 조직이므로 면접에서도 과장된 수사보다 구체적 숫자·사례·기준서·시스템명을 언급하는 담백한 화법이 오히려 전문성 있는 인상을 남긴다는 점을 기억해야 합니다.

참고 레퍼런스 (References)

㉠ 글로벌 컨설팅·리서치 기관

1. **McKinsey State of Fashion 2026** (스포츠웨어 bright spot) — <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>
2. **McKinsey-WFSGI Sporting Goods 2025: The New Balancing Act (PDF)** — <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/sporting%20goods%20industry%20trends/2025/sporting-goods-2025-the-new-balancing-act-turning-uncertainty-into-opportunity-v3.pdf>
3. **Business of Fashion — 챌린저 브랜드 경제적 이익 추월 (2024)** — <https://www.businessoffashion.com/articles/retail/the-state-of-fashion-2025-report-sportswear-challengers-incumbents/>
4. **ISPO State of Fashion 2025 분석 (주가 수익률·챌린저 57%)** — <https://www.ispo.com/news-article/sports-business/the-state-of-fashion-2025-learning-from-the-challengers>
5. **ISPO 14개 스포츠·패션 트렌드 분석** — <https://www.ispo.com/news-article/sports-business/14-studies-analyzed-these-trends-will-drive-sports-and-fashion-next-year>

㉡ 외부 언론·분석 자료 (글로벌/국내)

6. **Nike IR FY2024 Full Year Results (\$51.4B)** — <https://investors.nike.com/investors/news-events-and-reports/investor-news/investor-news-details/2024/NIKE-Inc.-Reports-Fiscal-2024-Fourth-Quarter-and-Full-Year-Results/default.aspx>
7. **Deckers IR FY2025 (Hoka \$2.2B)** — <https://ir.deckers.com/news-events/press-releases/press-release/2025/Deckers-Brands-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Fiscal-Year-2025-Financial-Results/default.aspx>
8. **On Holding FY2024 IR (CHF 2.32B)** — <https://press.on-running.com/on-announces-fourth-quarter-and-full-year-results-and-the-filing-of-its-annual-report-on-form-20-f-for-2024>
9. **adidas FY2024 Strong Results** 보도자료 — <https://www.adidas-group.com/en/media/press-releases/adidas-reports-strong-results-for-2024-and-expects-top-and-bottom-line->

심층 분석 보고서: 뉴발란스코리아-Finance-Accounting

[momentum-to-continue-in-2025](#)

10. **SGB Media — ASICS FY2024 Lifestyle +50%** — <https://sgbonline.com/exec-asics-sees-2024-lifestyle-footwear-sales-surge-50-percent/>
11. **Yahoo Finance — New Balance 2024 글로벌 \$7.8B, 2026 \$10B 목표** — <https://finance.yahoo.com/news/new-balance-sales-jump-20-in-2024-reach-record-78-billion-194451442.html>
12. **패션비즈 — 2025 스포츠 마켓 10.33조** — <https://fashionbiz.co.kr/article/218204>
13. **패션비즈 — 호카온·아식스 한국 매출** — <https://fashionbiz.co.kr/article/217606>
14. **어패럴뉴스 — 나이키 한국 2년 연속 역성장** — https://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=220355
15. **이투데이 — 아디다스 한국 독립 마켓 격상** — <https://www.etoday.co.kr/news/view/2478704>
16. **신발산업협회 — 5대 브랜드 1.38조 및 아식스 영업이익률 16.3%** — <https://www.shoenet.org/main/8?action=view&no=42096&bbsld=103>

㉓ 뉴발란스코리아·이랜드 공식·보도자료

17. **한국경제 — 이랜드-뉴발란스 계약 연장·2027년 본사 직진출** — <https://www.hankyung.com/article/2025021712081>
18. **한국경제 — 남녀노소 뉴발 신진 이랜드 (매출 비중·직진출)** — <https://www.hankyung.com/article/202502182184g>
19. **EBN — 뉴발란스-이랜드월드 2030년 계약 연장** — <https://www.ebn.co.kr/news/articleView.html?idxno=1651945>
20. **블로터 — 뉴발란스 매출 성장 궤적·이랜드월드 영업이익** — <https://www.bloter.net/news/articleView.html?idxno=627853>
21. **머니투데이 — 뉴발란스 1조원 돌파** — <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2024122414365877214>
22. **인사이트코리아 — 이랜드월드 D2C 전략·530 시리즈** — <https://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=244985>
23. **톱데일리 — 이랜드월드 부채비율·뉴발란스 의존도 20%** — <https://www.topdaily.kr/articles/101549>
24. **이코노믹데일리 — 성수 플래그십 오픈(754m²)** — <https://www.economidaily.com/view/20241016190607561>
25. **뉴발란스 공식 스토어 (nbkorea.com)** — <https://m.nbkorea.com/support/storeInfo.action?shopIdx=1132>

