



회사원문

**까스텔바작, 3본부 체제 조직개편 시행...“제2의 도약” 이끈다**

- ▶ 신임 권영승 대표이사 체제로 경영 체질개선 및 신유통 채널 본격 대응 나서
- ▶ 2020년을 새로운 도약의 해로 삼겠다



▲ (좌) 김희범 경영관리본부장, 이대오 상품기획본부장, (우)곽태수 영업본부장

㈜까스텔바작은 지난 3월 신임 권영승 대표이사 취임 이후 4월 1일자로 2020년 조직개편 및 인사를 실시한다고 밝혔다. 이번 조직개편은 각 사업부문별 경쟁력을 높이고 업무 추진 실행력을 강화해 까스텔바작의 미래 비전을 달성하겠다는 의지가 반영된 것으로 보인다.

이에 따라 경영관리본부와 상품본부, 영업본부의 3본부 체제로 개편되며 경영관리본부는 김희범 상무가 CFO로서 경영관리 및 마케팅 업무 전반을 총괄한다. 또 상품본부에 신임 이대오 상무, 영업본부는 곽태수 이사가 새 수장을 맡아 각 본부를 전두지휘한다.

상품본부장으로 선임된 이대오 상무는 (주)코오롱인더스트리 FnC부문 KS 의류기획팀장과 상품기획, 생산총괄(CM)을 거쳐 (주)화승에서 3개 브랜드의 상품 본부장을 역임했다. 이대오 상무는 “조직이 세분화되어 있어도 종결점은 고객에게 상품을 판매하는 것”이라며, “패션비즈니스는 각 영역이 서로 공유하지 않으면 결코 성공할 수 없다.”면서 조직내외의 유연한 소통을 강조했다.

또 영업 본부는 코오롱인더스트리 FnC부문 Geox 및 캠프리지멤버스 사업부장을 거쳐 형지에스과 이아 영업본부장을 지낸 곽태수 이사가 영입돼 전체 영업 본부를 이끈다. 곽태수 이사는 영업 조직에서의 ‘실행력’을 중심으로 “2020년 이후의 미래를 멀리 내다보고 변화하는 까스텔바작으로 만들겠다.”는 바람을 밝혔다.

김희범 경영관리본부장은 “지금까지 까스텔바작은 IPO 상장을 이루고, 시장에 ‘까스텔바작’이라는



CASTELBAJAC

브랜드를 알리기 위한 단계였다면 이제부터는 그 이후의 미래를 내다보고 준비해야 할 것”이라는 청사진을 내비쳤다.

한편 (주)까스텔바작은 코로나19 사태로 패션업계 전반이 영향을 받고 있는 가운데 내실경영과 수익개선을 중심으로 경영효율화를 추진하는 동시에, 온라인 등 비대면 판매가 가능한 신유통사업에 더욱 힘을 쏟겠다는 계획이다. 기존 온라인사업부(D2C)가 영업본부의 신유통 팀으로 개칭하고 조직을 재편한 것은 온라인 중심의 신유통 채널 대응을 강화하겠다는 중점 전략이 반영된 것으로 보인다. 까스텔바작 3월 온라인 매출은 전년 동월대비 147% 성장하는 등 코로나19의 영향 속에서도 눈에 띄는 신장률을 나타내고 있다. 온라인 매출이 차지하는 비중 또한 전체 매출의 12%대로 전년 대비 2배 이상 성장했으며, 올해 상반기에는 온라인 매출 비중을 20%까지 달성하는 것을 목표로 하고 있다. 오프라인에서도 코로나19의 확산세가 둔화되고 안정궤도에 접어든 이후를 본격적으로 준비하고 있다.

(주) 까스텔바작은 이번 주 브랜드 확장성과 풍부한 현금 유동성을 바탕으로 주가 상한가를 형성하는 등 대내외적 변화에 대한 외부의 기대와 관심도 높아지고 있다. 이번 개편에 대해 권영송 대표이사는 “패션 비즈니스 조직은 경영과 상품, 영업의 세 바퀴가 반드시 균형을 이루며 같이 굴러가야만 한다.”면서, “2020년을 까스텔바작 변화 원년의 해로 삼고, 상장 이후 ‘제2의 도약’을 이루겠다.”고 말했다. 경영 효율성을 제고하고 패션 시장과 소비자 수요에 대응하기 위해 대대적 개편으로 새로운 출발을 알린 까스텔바작의 행보가 주목된다.