

경기가구 공동브랜드 사업설명회

iroche

Eco-Furniture of GyeongGi-Do



I. 연합회 현황

I. 연합회 현황

1. 연합회 연혁

1962. 10.

대한가구공업협동조합연합회 창립

1996. 09.

단체표준 품질인증단체 지정(중소기업청)

2013. 07.

단체표준 인증업무 시작(신
발장 외 42품목)
現 114개 인증업체



2018. 8. 29

제29회 한국국제가구 및 인테리어산업대전
& 한국국제목공기계전 개최(KOFURN)

1981. 10

전국우수가구전시회 개최
現 제29회 한국국제가구 및 인테리어산업대전

2011. 11.

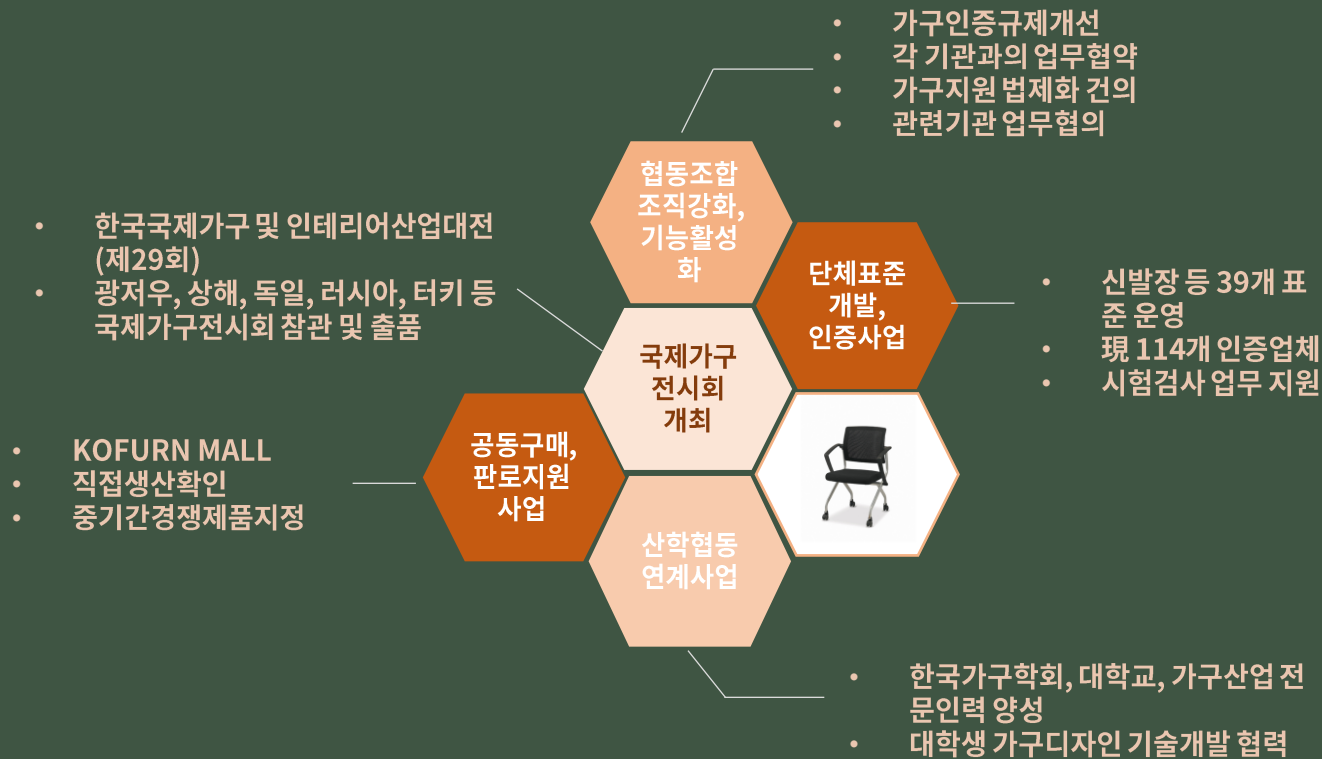
국제 인증 전시회 등록

2017. 12.

2017 협동조합 종합대상 수상

I. 연합회 현황

2. 연합회 비전 및 미션





II. 공동브랜드 사업개요



II. 공동브랜드 사업개요

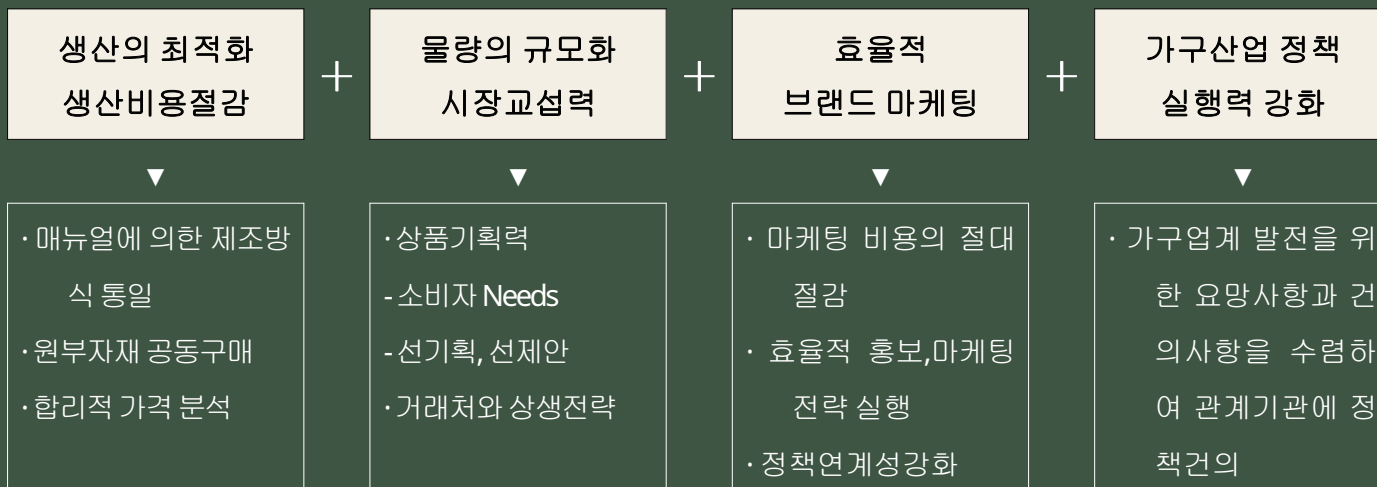
1. 추진배경

- ◆ 공동브랜드(**Co-Brand**) 개발을 통해 소상공인이 생산한 제품의 신뢰성을 제고하고, 판로를 체계적으로 지원하여 매출증대 계기 마련
- ◆ 마케팅 지원을 통해 견실한 우수 소상공인기업으로의 육성기반 제공
- ✓ 최근 가구업계는 이케아 국내 진출, 국내 주요기업의 과열 경쟁으로 매출악화 및 양극화 심화(경기 소재 가구업체 매출 **30%** 감소)
- ✓ 지속적인 성장 및 해외진출 등을 위해서는 브랜드 파워가 필요하나 전문인력 확충과 브랜드 투자 및 마케팅 실패위험 존재

II. 공동브랜드 사업개요

2. 공동브랜드의 경쟁력

- ◆ 공동브랜드 참여기업 간 협력시스템에 의해 강해질 수 있으며, 공동마케팅 전략은 가구산업 환경 변화에 대응하는 유효한 전략



II. 공동브랜드 사업개요

3. 친환경 공동브랜드란?

- ◆ 제품 생산의 전 과정에서 발생하는 환경부하에 대하여 정량적으로 산정한 제품에 친환경 공동브랜드 마크 부여





II. 공동브랜드 사업개요

4. Why? iroche

01 정부기관과 대한민국 대표 가구단체인
대한가구산업협동조합연합회에서 A/S와 품질 보증

02 KOLAS 공인시험기관에서 철저히 검증된
친환경 제품만을 소비자에게 제공

03 건강한 가격, 건강한 환경, 건강한 신뢰를 통해
가구 시장의 녹색 흐름을 만들고자 함

01

02

03

iroche
Furniture of Federation

04

유통단계 축소, 제조 전 공정의 단순화와 통일화 >
기존 대기업 가구 브랜드 대비 합리적 가격과 서비스 제공

05

‘녹색소비 > 녹색유통 > 녹색생산’,
가구 시장의 새로운 녹색바람

06

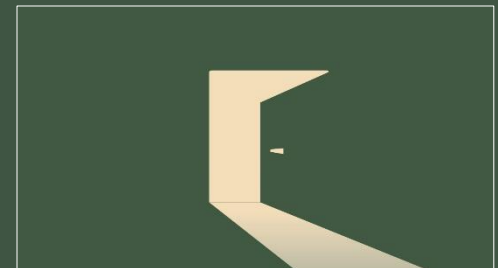
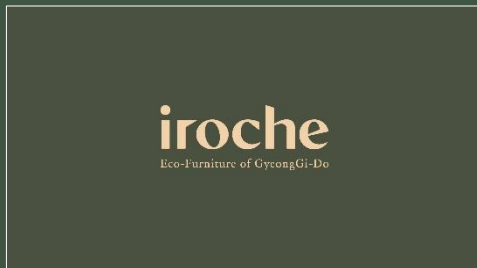
가구는 거품이 많다는 인식 종식 &
가구 산업의 지속적인 성장을 꾀함



II. 공동브랜드 사업개요

5. BRAND IDENTITY

- ◆ **iroche**의 영문 이니셜 'r'에서 문이 열리는 모습 형상화
- ◆ **iroche**의 신념인 건강한 가격, 건강한 환경, 건강한 신뢰가 있는 곳으로 열리는 문이라는 의미
- ◆ '가구시장에 새로움을 채우다. 이로운 가구를 채우다.'





II. 공동브랜드 사업개요

6. 추진방향 및 전략

- ◆ 1단계 사업 : `19년 3월 31일 종료
- ◆ 2단계 사업 : `19년 4월 1일 ~ `20년 3월 31일
- ◆ `19년도 사업규모 : 500백만원(예상)
 - ✓ 공동브랜드 쇼핑몰 구축
 - ✓ 공동브랜드 전용 제품 개발
 - ✓ 이로채 로고, 표시사항 및 품질보증 스티커 제공
 - ✓ 유통관리
 - ✓ 품질관리
 - ✓ 판로플랫폼 구축
 - ✓ 홍보



II. 공동브랜드 사업개요

7. 추진일정

◆ 1단계 사업(`18년도)

- ✓ 추진위원회 업체 선정 : `19년 1월 31일
- ✓ 온라인 홍보 시작 : `19년 1월 中
- ✓ 홈페이지에 선정 업체 등록 : `19년 2월 첫째 주
- ✓ 오프라인 매장 오픈 : `19년 3월 中

◆ 2단계 사업(`19년도)

- ✓ 사업설명회 자료 참조



III. 공동브랜드 지원전략

III. 공동브랜드 지원전략

1. 참여 기업간 협력 시스템

- ◆ 협력 시스템을 가동하여 부족한 부분을 보완, 장점 극대화



III. 공동브랜드 지원전략

2. 차별화된 마케팅





III. 공동브랜드 지원전략

3. 연합회만의 노하우(know-how)와 인프라 활용

- ◆ 공동브랜드 활성화를 위한 인적 자원 투입
- ◆ 한국국제가구 및 인테리어산업대전 참가 부스 지원
- ◆ 제품 개발 지원
- ◆ 품질관리 무료 교육
- ◆ 중소기업중앙회 홍보 POOL 활용
- ◆ 방송 협찬



III. 공동브랜드 지원전략

4. 경기도 및 관련 기관의 협조

- ◆ 경기도청
- ◆ 경기가구인증센터
- ◆ 경기도가구산업연합회



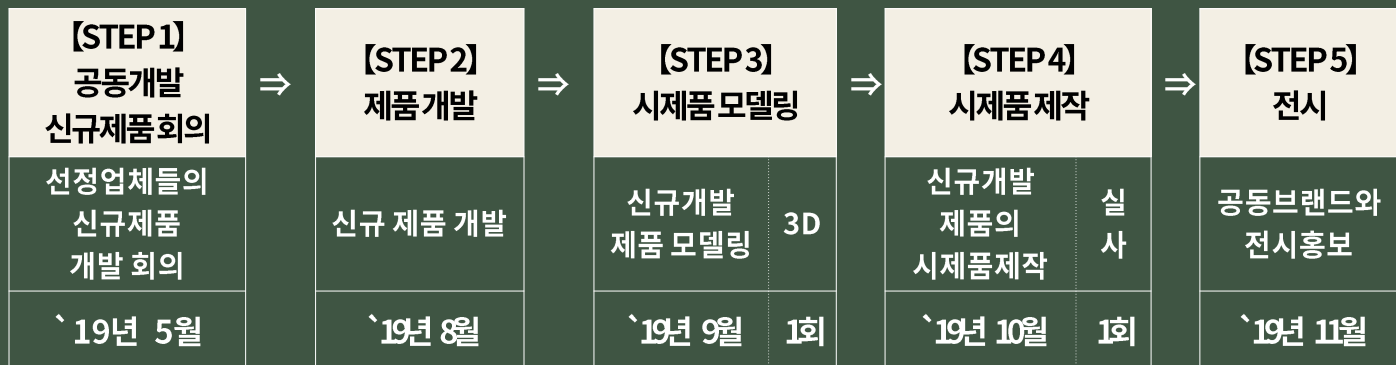
IV. 공동브랜드 향후 계획

IV. 공동브랜드 향후 계획

1. 공동브랜드 제품 신규 개발 착수

◆ 공동브랜드 독자적 제품 확보

- ✓ 지속적 개발과 투자를 통해 가구 시장의 흐름을 주도



IV. 공동브랜드 향후 계획

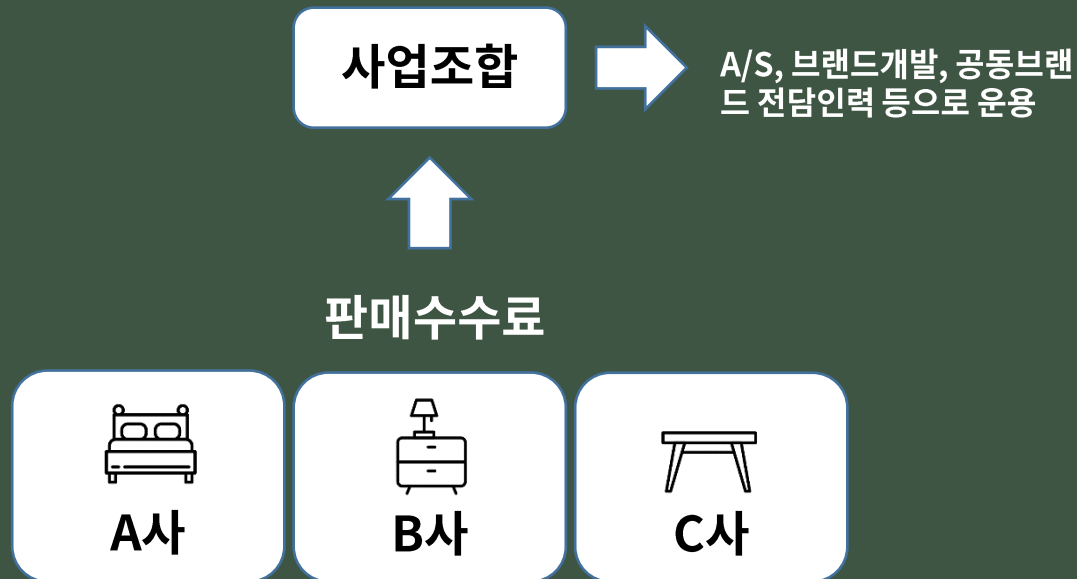
2. 국내·외 홍보를 통한 시장 입지 확보

- ◆ 해외시장개척단, 해외 박람회 및 전시회에 지속적 참여로 해외 진출 기회 마련
- ◆ 공동브랜드의 온·오프라인 지속적 홍보 및 전용 쇼핑몰을 통한 판매를 통해 소비자에게 친숙한 이미지 확보
- ◆ 생산·소비의 연결고리인 유통업체를 공동브랜드 판매·홍보 허브로 활용하여 공동브랜드 매장으로 이용

IV. 공동브랜드 향후 계획

3. 사업조합(사업자등록)을 통한 자생력 확보

- ◆ 본 사업을 통해 지원받은 참여기업에 대하여 사업조합(사업자)을 설립하여 3개년 사업 종료 후 자립적인 운영이 가능하도록 할 방침



감사합니다.
