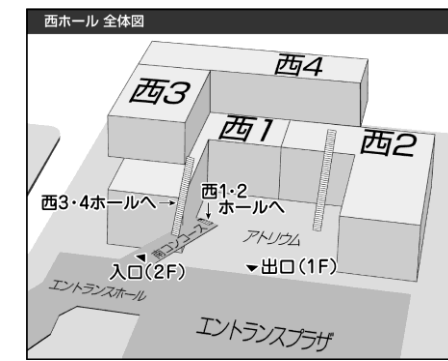




## WOODコレクション(モクコレ)2024

－開催概要のご案内－

- イベント名称 WOODコレクション(モクコレ)2024
- 開催目的 新たな木材需要を喚起し、木材利用の拡大を図るとともに、森林の循環に寄与することを目的に、東京の木 多摩産材をはじめとする日本各地の地域材を活用した建材や家具などの木材製品の展示商談会を開催
- 開催テーマ 「その気づきが、未来を創る。」
- 日程
  - 【搬入/設営日】 2024年1月10日(水)
  - 【開催日】 2024年1月11日(木)・12日(金)
  - 【撤去/搬出日】 2024年1月12日(金)
- 会場 東京ビッグサイト 西1・2ホール 東京都江東区有明3-11-1
- 主催 東京都 / WOODコレクション実行委員会
- 運営 WOODコレクション(モクコレ)2024運営事務局
- 出展社数 350小間、43都道府県 ※予定
- 来場者数 7,000名(うちビジネス来場者5,000名、一般来場者2,000名)
- 入場料 無料(登録制)
- オンライン展示会 2023年12月15日(金)～2024年1月31日(水) ※予定



モクコレとJapan Rewoodは「循環型林業の促進」という役割を共通して持つが、  
来場対象や商材の中心がそれぞれ異なる

		
事業趣旨	<b>循環型林業の促進</b>	
メインターゲット	ビジネス関係者	一般消費者
展示方法	県ごとの展示	消費財種別ごとの展示
一般来場者のメイン属性	学生、木材製品における潜在顧客層	ファミリー・子供
商材	木材産業に関わるあらゆるジャンル	消費財に限定
ポジション	木材産業全体における課題解決の機会を創出	一般生活者のライフスタイルに寄り添った木材活用の拡大

開催

2024年 1月11日(木)・12日(金) @東京ビッグサイト 西1・2ホール/アトリウム

### 展示エリア(都道府県ブース)

- 全国43都道府県による企業・団体等ブース

### メインステージ・サブステージ

- オープニングセレモニー
- 学生コンテスト
- B to B向けセミナー
- B to C向けセミナー
- ワークショップ

### マッチング企画

- 特別商談会
- マッチングコンシェルジュ
- 商談コーナー

### 企画エリア

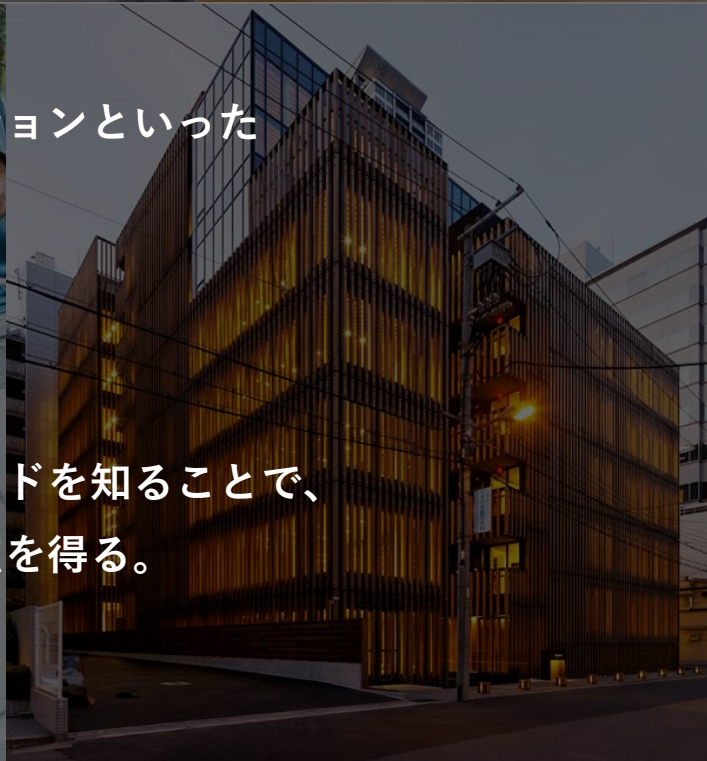
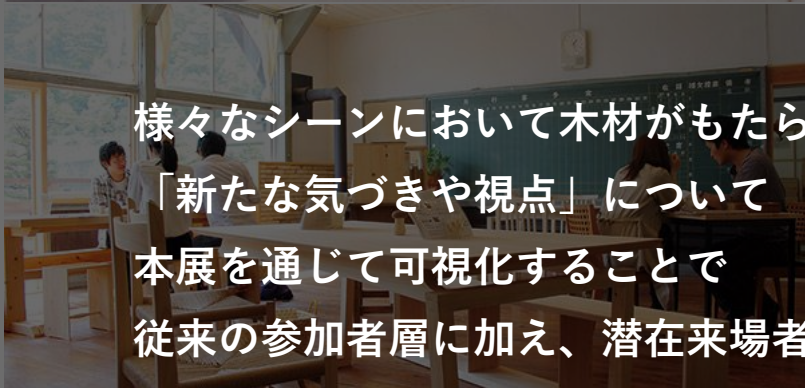
- 企画展示エリア
  - ・ Wood Value Cycle
  - ・ Wood Solution
  - ・ Wood Lifestyle
- 建築コンクール受賞作品展示コーナー
- 学生コンテスト受賞作品展示コーナー
- 木堀展示コーナー

### HP・WEB施策

- 出展者詳細ページ
- セミナープログラム配信 (LIVE・アーカイブ)
- リアル会場と連動した会場MAP機能
- オンライン商談機能
- 出展管理システムによるペーパーレスな申請機能



# 「国産材活用の新たな気づき・視点の創出」



様々なシーンにおいて木材がもたらす活用メリットやソリューションといった「新たな気づきや視点」について本展を通じて可視化することで従来の参加者層に加え、潜在来場者層の興味を醸成。

一方で、出展者においても参加者が抱えるニーズや最新のトレンドを知ることで、自社の強みを見直し、新たなマッチングを生み出す気づき・視点を得る。

心にも  
体にも  
良い影響

01  
木造校舎は  
インフルエンザに  
かかりにくい？

02  
木造校舎では  
子どもたちは  
集中して勉強！

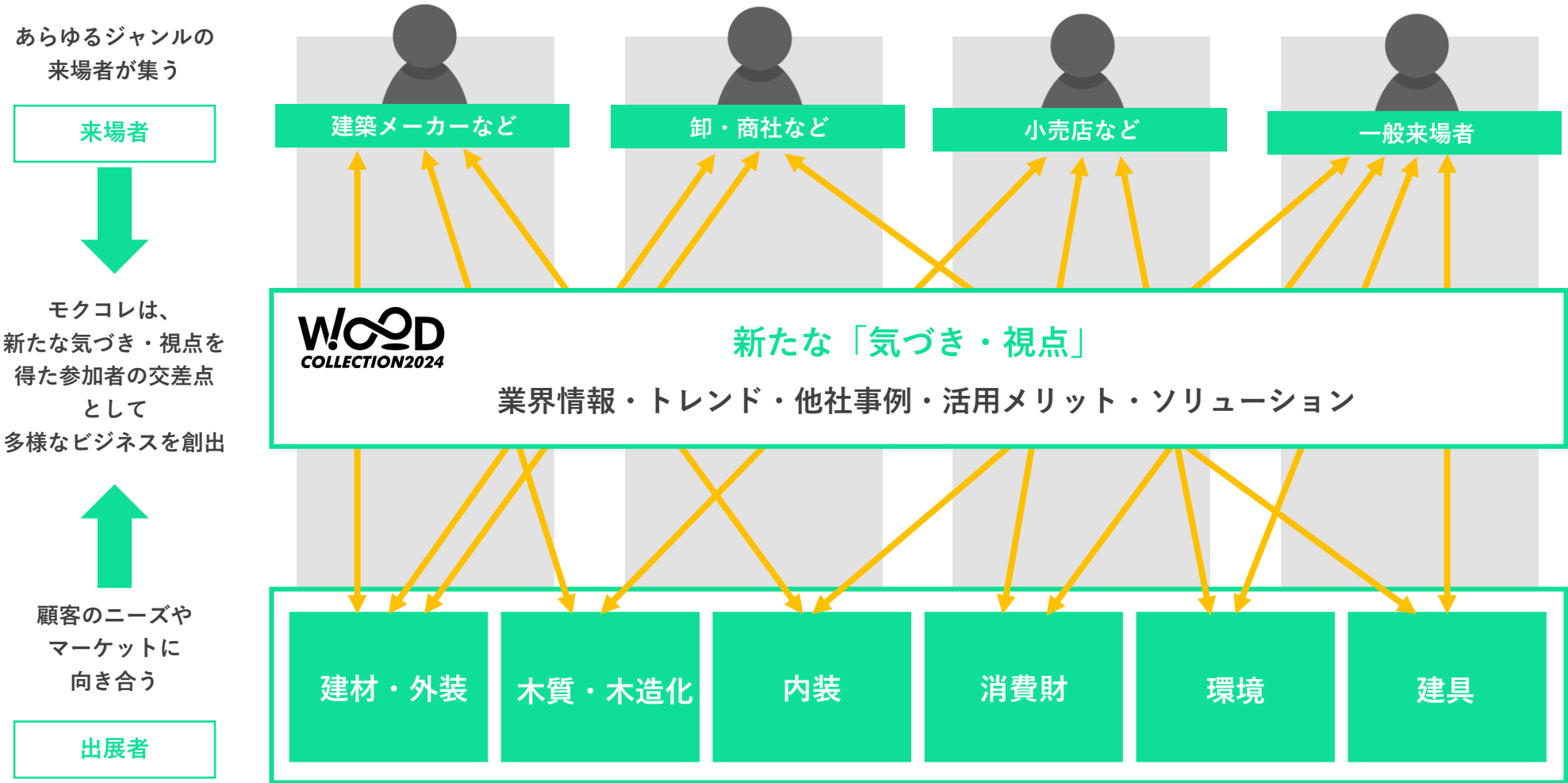
03  
木造校舎は  
子どもの身体を  
健やかに育む！

04  
木の空間  
なら勉強に  
メリハリ！



# — 新たな気づき・視点が生まれる今回のモクコレ —

モクコレ2024が「新たなビジネスシーン」の架け橋となり、「新たな気づき・視点」を提供することで、既存ニーズ/シーズを超え、森林・林業・木材産業のマーケット拡大の場となる



# 6つの施策を組み合わせることで、 新たな【気づき】【視点】の輪を広げていく

## 会場レイアウト

来場者の 周遊性を徹底的に高めるゾーニング 構築により、多くの企業・人・情報に触れる

## メインステージ

国産材活用の 最新トレンド や、社会テーマ や日常における国産材の ソリューション を様々な切り口で訴求

## 企画展示

国産材を使用する 必要性 や メリット、身近な 活用シーン などを 五感×体験 で訴求し、多面的視点で国産材と向き合う

## ビジネスマッチング

来場者と出展者を 能動的に引き合わせ、マッチングを通して潜在ニーズ、シーズを引き出す

新たな気づき・視点・  
ビジネスチャンスの広がり

## オンライン

分かり易いページ遷移・簡易な機能・リアルとの連動を意識し、オンライン上における 参加者の交通量を増やす

## 広報・PR

ターゲット とその インサイト を深堀し、従来の参加者層だけでなく、国産材活用を期待できる 潜在来場層にリーチ し出合いの輪を拡大

## 出展事業者説明会

9月

ビジネスマッチングの有用性を出展者へ喚起し、加えて過去出展者の有効活用事例や、事務局主導のビジネスマッチングについての実施方法と体制について紹介、そして商談成功へ導くためのポイントを踏まえたセミナーを実施し、**ビジネスマッチングを利用した商談意欲の醸成を図る。**

## 開催前期間

10月～1月上旬

各種申込みや、出展者のオンラインページの作成を事務局がサポートして、**全社が一定のクオリティを保った状態で公開できる**ようにして、来場者からの興味関心を引く。加えて、マッチングの専門家のセミナーやアドバイス会を実施し、**販路支援も行っていく。**

## 開催後

1月中旬～

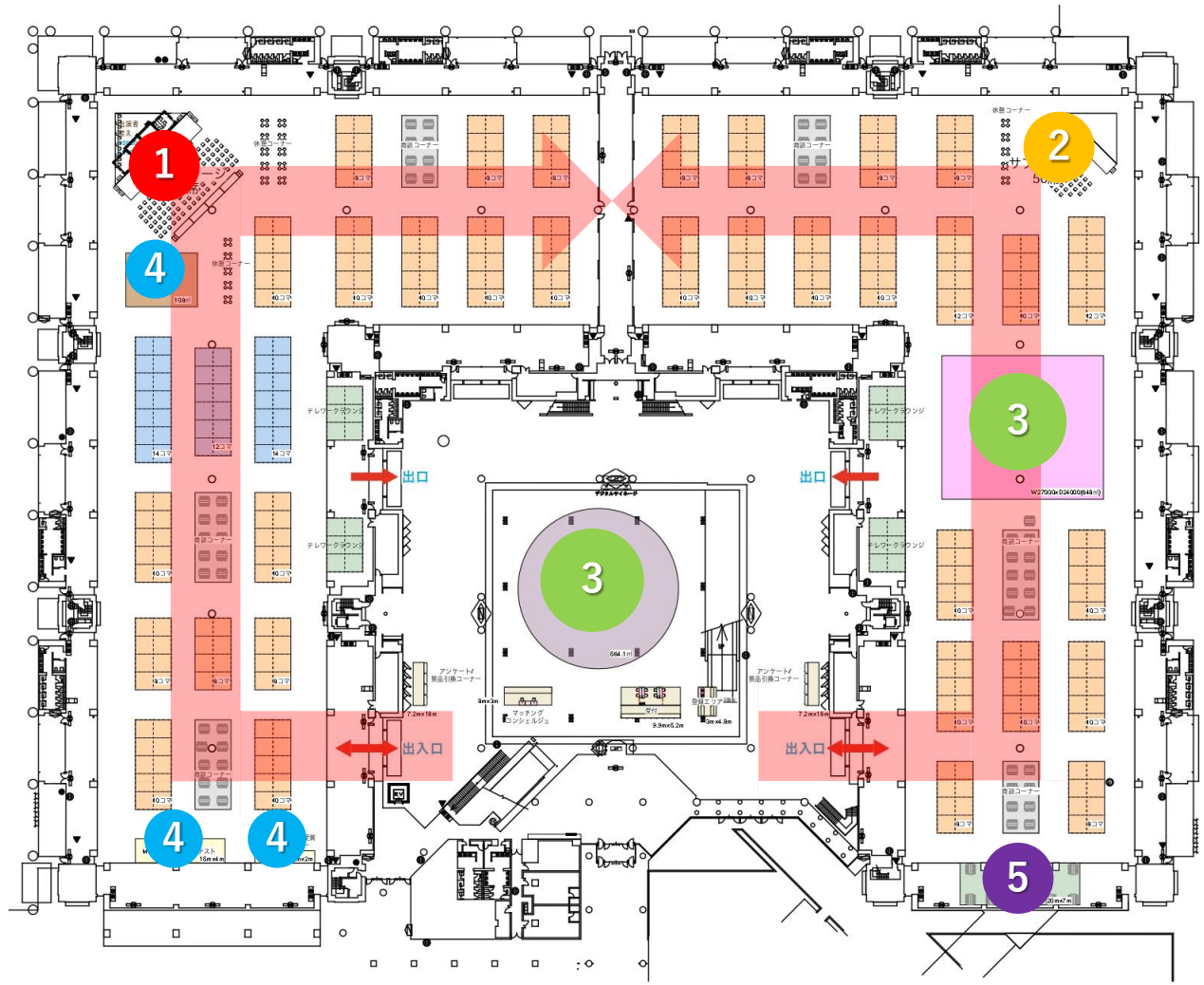
展示会後のバイヤーとのコンタクト、**商談の進め方についてレクチャーを行う。**最終的には出展者アンケートを実施し、今回の事務局運営を通してのサポートが出展者の意識の底上げにつながったかを効果検証する。



**WOOD**  
**COLLECTION2024**

- ・ 会場レイアウト
  - ・ メインステージ
  - ・ 出展ブース
-

各ホール、アトリウムに企画コンテンツを分散して配置することで、  
来場者が会場内を満遍なく回る周遊性の高いゾーニング



- 1** **メインステージ・サブステージ**  
各ホールの角、視認性が高く、アクセスしやすい配置にして自然と来場者の周遊性を高める。

---

- 2** **企画展示エリア**  
企画展示エリアはアトリウムと会場内に2箇所配置、来場者の興味関心を引き付ける。

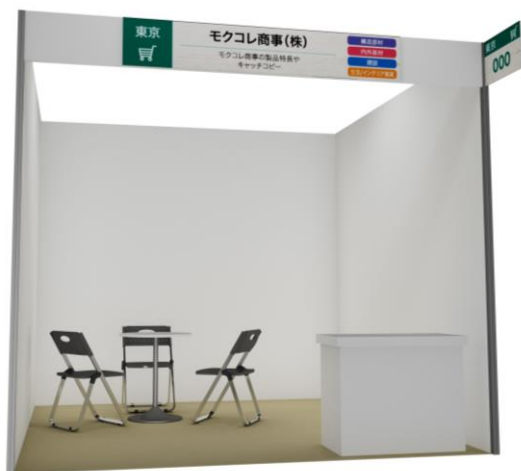
---

- 3** **主催者企画**  
建築コンクール受賞作品とMOCTION学生コンテスト作品展示は西1H入口付近に、木屐展示コーナーはメインステージ付近に設置。

---

- 4** **特別商談エリア**  
事務局で運営する特別商談を実施するエリアを西2H入口付近に配置、事前セッティングしたマッチング商談を行う。

バイヤーや来場者が、一目で探しているブースを把握できるPRボード。  
リアル来場からWEB展示会への流入も促す。



**【1小間仕様】**

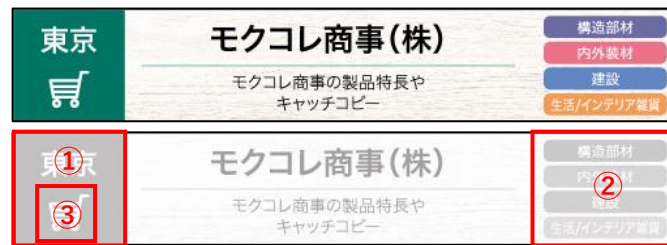
- ・ W3000mm × D3000mm × H2700mm
- ・ パラペット (H300mm)
- ・ 突き出しサイン (W450mm × H300mm)
- ・ パンチカーペット敷設
- ・ 出展製品PRボード※角小間は2ヶ所 (W1800mm × H300mm)

**【備品】**

- ・ 蛍光灯 2灯
- ・ 受付カウンター 1台 (W900mm × D450mm × H750mm)
- ・ 折りたたみ椅子 3脚
- ・ 商談用テーブル 1台
- ・ コンセント 2口

**※物販希望者には別途展示台を案内 (無料)**

**【出展製品PRボード】**



**【突き出しサイン】**



①出展地域ごとの色分け、②出展分類の表示、③物販可能のマークを表記した、目的に合わせて探しやすい社名板

**Option Item**

各出展者ブースには、オンライン展示会へアクセス出来るQRコードを記載したパネルを配布し、興味のある出展者の製品紹介をオンライン展示会場でも確認可能。(無料)

**仕様**

A4 スチレンボード (w210 × H297mm)  
※紙足付き



来場者にとって見やすいブースとするため、以下をお願いしています

複数の出展者が1つのブース内に混在する場合

1つのブースの中に複数商材を展示する場合

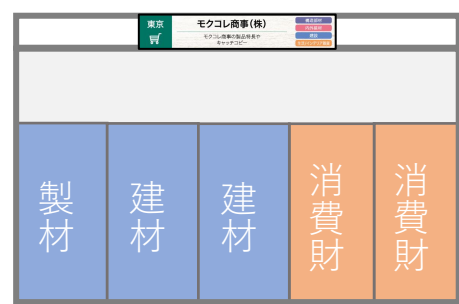
企業名の掲示について

合同出展者や組合/自治体単位での出展の場合、自立式社名板への変更が可能



商材の展示方法

川上から川下まで幅広い商材を出展する場合、配置ルールとして、建材・製材は向かって左、消費財は向かって右に配置



ブース正面イメージ

**W!∞D**  
**COLLECTION2024**

ステージプログラム

---



【ビジネス関係者】・【一般来場者】 双方に共通する観点として、  
ステージプログラム(セミナー及びワークショップ)は  
以下3つのポイントを踏まえて構成する

構成の観点

企画展示との連動

企画展示とテーマを  
連動することで、  
モクコレ2024が届けたい  
メッセージを刷り込む

国産材活用の最前線

業界情報やトレンドに着目  
DXや最前線の研究結果など  
ホットな話題を提供

ターゲット層の網羅

川上～川下まで、  
ビジネスから一般生活者まで  
幅広く来場者層がいる中で、  
各ターゲットの来場動機となる  
コンテンツを提供

本展コンセプトである「新たな気づき・視点」の醸成を促す

▼ビジネス向けセミナー

	1月11日	1月12日
10:00		
10:30		
11:00		10:30~11:30   ビジネス向けセミナー①
11:30	11:00~12:00   ビジネス向けセミナー①	
12:00		
12:30		
13:00		12:30~13:30   ビジネス向けセミナー②
13:30	13:00~14:00   ビジネス向けセミナー②	
14:00		
14:30		
15:00		14:30~15:30   ビジネス向けセミナー③
15:30	15:00~16:00   ビジネス向けセミナー③	
16:00		
16:30		
17:00		※ビジネスセミナーの間に学生コンテスト表彰式を予定
17:30		

▼一般向け向けセミナー

10:00		
10:30		
11:00		
11:30		
12:00		11:30~12:30   一般向けセミナー①
12:30	12:00~13:00   一般向けセミナー①	
13:00		
13:30		13:00~14:00   一般向けワークショップ
14:00	13:30~14:30   一般向けワークショップ	
14:30		
15:00		14:30~15:30   一般向けセミナー②
15:30	15:00~16:00   一般向けセミナー②	
16:00		
16:30		
17:00		
17:30		

※仮タイムスケジュールなので変更となる可能性があります

**WOOD**  
**COLLECTION2024**

企画展示

---

※企画は変更になる可能性がございます。予めご了承ください。

単に製品やサービスを展示するのではなく、**国産材を使用する必要性やそのメリット、身近な活用シーンなどの訴求**を通して、来場者が**多面的な視点から国産材と向き合い、自分事化**できるエリアとしていく

訴 求 ポ イ ン ト

マクロ視点

啓発



①国産材 バリューチェーン の理解と ウッドサイクル の意識植えつけ

②社会が注目するテーマに対して国産材が持つ ソリューション を見える化



③国産材の多様な 活用シーンを再現 することで、 ウッドチェンジを促進



ミクロ視点

実践

訴 求 方 法

五 感 × 体 験

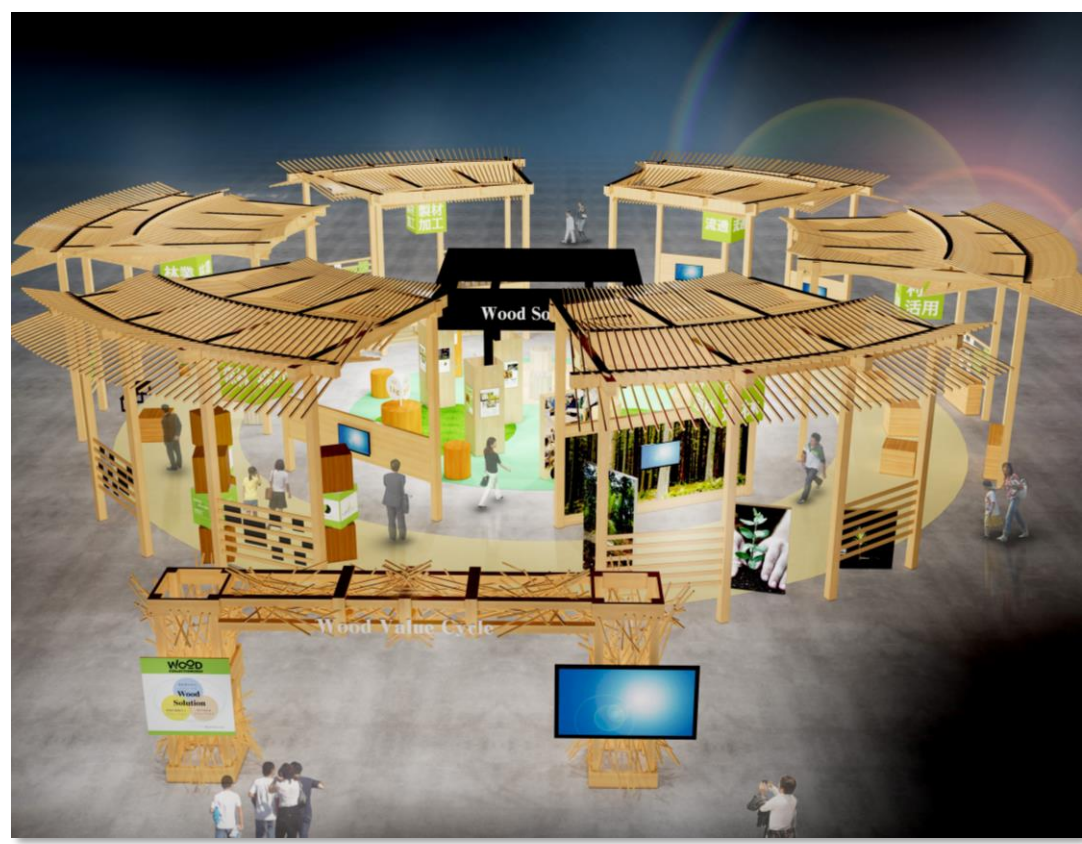
ビジネス関係者・一般来場者双方が本企画展示によって新たな気づき・視点を得られる為に、  
**「五感を使った体験型コンテンツ」**を中心に展開。  
 直感的な理解と自分事として捉えていただける仕掛け作りで訴求していく。



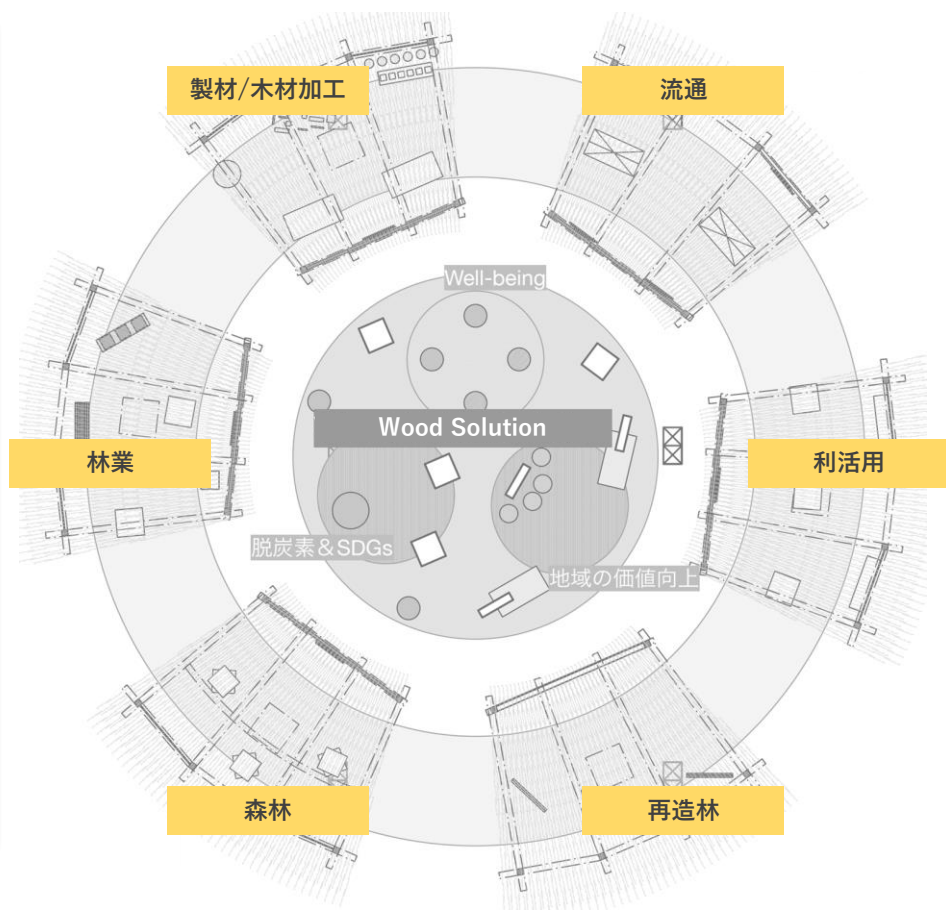


森林、生産、建築・消費までを取り込んだ「**循環型林業**」をWood Value Cycleと定義し、川上～川下のバリューチェーンの活動を通して、木材を利用することの重要性を啓発し、課題と解決策を提案することで、国産材活用促進のきっかけをつくります

【イメージパース】



【平面図】





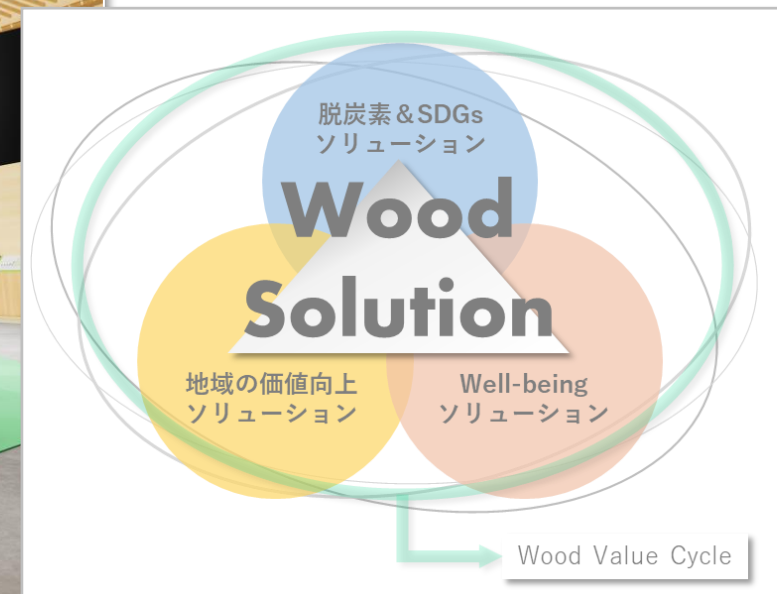
受付後すぐに、木材を使ったシンボリックなアーチが来場者を迎える。企画展示の世界観を形状と映像でお客様へ伝える。



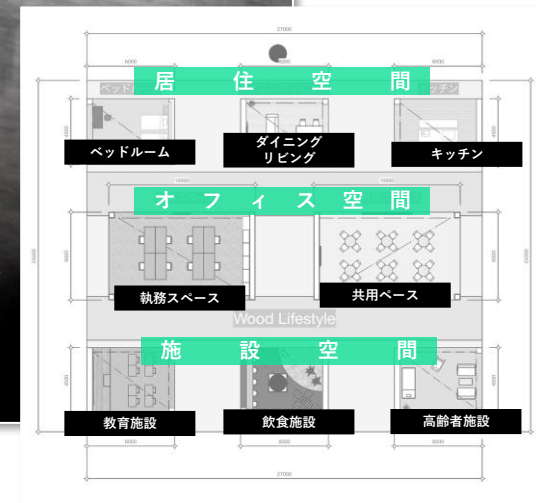
バリューチェーンの流れを表現し、コンテンツのサインで分かりやすく配置を表示。気になるコンテンツにアクセスしやすい開放的なデザイン。



Wood Value Ringの内側に、3つのテーマゾーン「脱炭素&SDGs」「地域の価値向上」「Well-being」をつくり、それぞれのテーマに国産材がどのようなソリューションを提供できるか、事例と体験を通して訴求



人々の暮らしのシーンで国産材がどのように活用できるかについて、空間で演出し、ウッドチェンジのイメージを具体化します



訴求対象イメージ  
 ビジネス関係者：施主、施設・店舗運営企業  
 一般来場者：住宅建築、購入、リフォーム検討層

**W!∞D**  
**COLLECTION2024**

ビジネスマッチング

---



## 役割

- ・ **ビジネスマッチングは展示会そのものの本質**であり、本事業の趣旨（循環型林業の促進）に貢献する重要な役割。

## 方針

### STEP 1 機運の醸成

モクコレが「ビジネスマッチング（＝商談）を創出する展示商談会」であることを、来場者・出展者双方に植え付ける

### STEP 2 体制の構築

事務局がビジネスマッチングにおける専門性を持ち、来場者ニーズ、出展者シーズを深く理解する

### STEP 3 商談の促進

事務局自らが能動的にビジネスマッチングを働きかけ、あらゆるマッチングの可能性を探る

## STEP 1: 機運の醸成

### 「ビジネスマッチング（＝商談）を創出する展示商談会」の意識植え付け

モクコレが「ビジネスマッチング（＝商談）」を推進する場であることを来場者、出展者双方に意識付け、事前の機運を高め、商談参加への動機付けを行う。

#### 来場者へ

- 広告や招待状など来場者とのタッチポイントにて、**ビジネスマッチングに参加を促す**メッセージを露出する。

<オンライン広告イメージ>



- 参加者が最も多く目にする公式WEBサイトには、**ビジネスマッチングの手引き**を丁寧に説明する。

<掲載コンテンツ案>

- ✓ ビジネスマッチングとは
- ✓ ビジネスマッチングのフロー
- ✓ 事前マッチングのメリット
- ✓ 過去参加来場者の声（商談成約事例）
- ✓ 過去参加出展者の声（商談成約事例）等



#### 出展者へ

- **出展者説明会での意識植え付け**

事務局が出展者に対して直接、ビジネスマッチングについて事前に働きかけることのできる絶好の場が出展者説明会。出展者説明会では、以下の観点から参加者の意識を高める。

- ① 展示会におけるビジネスマッチングの役割
- ② 事務局の体制（アドバイザーボードの紹介）
- ③ 過去の出展事業者の中で、**ビジネスマッチングを有効活用できた出展者の声**（セミナー形式の事例紹介）
- ④ 事前マッチングの流れ（事務局によるサポート）
- ⑤ バイヤーに興味・関心を持ってもらう為のポイント

都道府県ご担当者の皆様におかれましても、**出展事業者へのビジネスマッチング（商談）参加の積極的なお声かけ**をお願い致します。

## STEP 2: 体制の構築

### 専門性の確保、来場者ニーズ・出展者シーズの深い理解

事務局内に、木材産業に関わる専門家から成るマッチングアドバイザーを発足し、開催準備～当日～開催フォローまでビジネスマッチングに伴走します。

#### マッチングアドバイザー組織図

統括アドバイザー



柿沼 文彦 氏

ビジネスマッチングサポートオフィス代表

公的支援機関にて長年中小企業支援に携わり、展示会・ビジネスマッチング・中小企業の販路支援を主業務として担当。BtoBの販路開拓支援のスペシャリスト。中小企業診断士。

工務店、ハウスメーカー、流通、ゼネコン、サブコンバイヤーに強み

(株)403  
代表取締役社長  
用丸 正義 氏



生活者と供給企業を直接繋ぐ建材・インテリアの専門サイト「住まいのオーダーメイド館」を運営。  
出店企業150社の販路開拓、商品開発を支援。一級建築士

ナイス(株)

資材事業本部 営業推進部  
用 石毛 啓介 氏

彩りある未来を、樹とともに  
**NICE ナイス**

建築用資材の流通、住宅の企画、設計、分譲まで手掛けるナイス(株)において、累計210万人の来場実績を持つ自社主催展示会「住まいの大博覧会」を主担当。

設計事務所、建築会社に強み

(株)秋山立花  
代表取締役  
秋山 立花 氏



「社会と人生に新しい選択肢を産み出す」を理念に掲げ、**こどもの福祉施設を中心に設計活動**を行う。社会課題を解決するための仕組みづくりに取り組み、**社会起業家**としても評価を得ている。一級建築士。

小売、セレクトショップ、百貨店バイヤーに強み

柔軟思考研究所  
代表  
泉 徳之 氏



メーカー商品企画、卸業を経て**東急ハンズでバイヤー歴33年**。現状に捉われない商品提案や新規イベント・商品のプロデュース・開発、**BtoCの販路拡大業務に精通**

MONOCOTO PLUS(株)  
代表  
植田 尚子 氏



高島屋にてインテリアアドバイザー、特徴化/差別化MDの企画・運営、地域産業活性化委、ものづくり支援を担当。  
**商品開発、ブランディング、販路拡大に精通。**

## STEP 3 : 商談の促進

### 能動的なビジネスマッチングの働きかけ

事務局がビジネスマッチングを能動的に仕掛け、あらゆるニーズとシーズを引き合わせることを目的に、3つの施策を展開します。

#### 1. | セミナー

マッチングアドバイザー等による会期前の各種セミナーを通じて、会期中にビジネスマッチングが生まれる支援を実施します。

#### 2. | 事前マッチング

来場者のニーズに沿う出展者をマッチングアドバイザーが来場者に提案し事前に商談をセットする支援を実施します。

#### 3. | バイヤー誘致

事務局やマッチングアドバイザーが持つ独自のバイヤーネットワークを活用し、本展への商談参加を働きかけ、事前マッチングを仕掛けます。

### 出展者間取引

事前マッチングにおいて

**出展者同士**の商談も推進

- ・ 出展者からのニーズ公開

### マッチングコンシェルジュ

会期中の会場内にコンシェルジュコーナーを  
設置

来場者のニーズをヒアリングし、出展者との  
商談を仲介

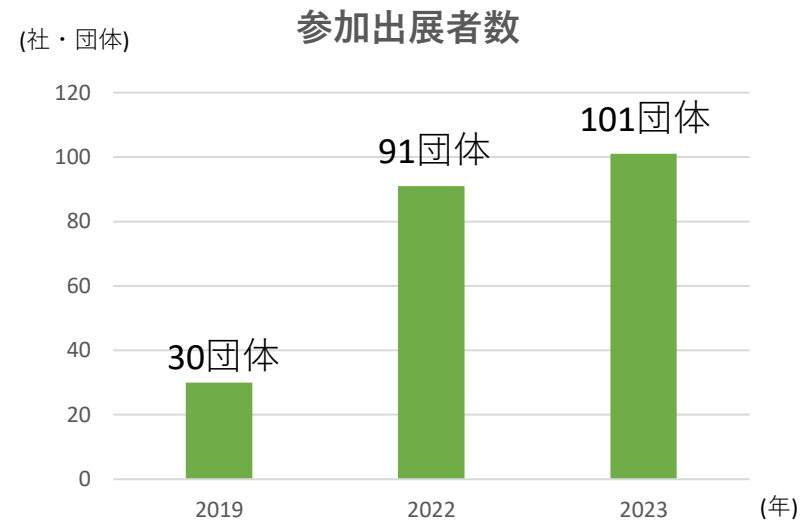
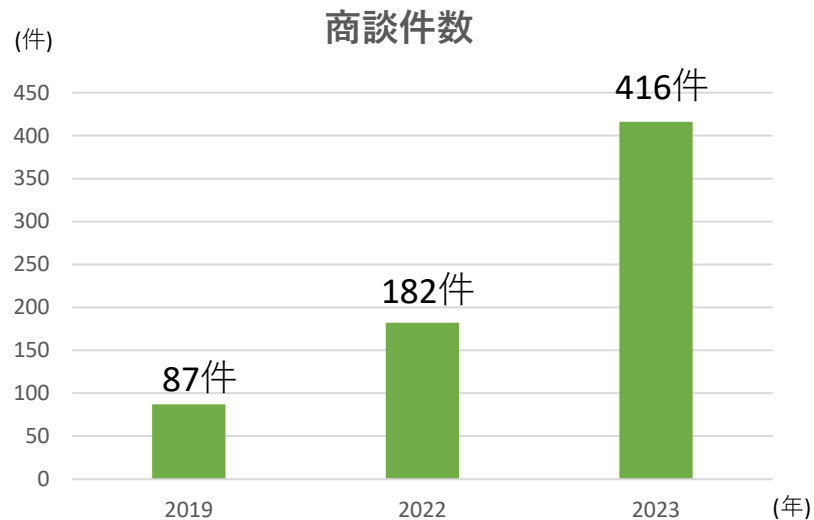
### アフターセミナー

会期終了後、マッチングアドバイザーによる  
総括会を実施

モクコレ2024を振り返りながら次回以降の改善  
ポイントなどをアドバイス



## ● 商談件数



★参加出展者の多くは複数件商談しており  
中には**7~8件**の商談を行った出展者も

## ● 商談バイヤーの声

- ・ オリジナル商品を開発するパートナーが出来た。良い事業者を紹介してもらえた。
- ・ 実際に翌日に見積を依頼した。まさに現場で悩んでいたところなので、大変助かった。
- ・ 外商顧客の探していたものが見つかり提案することができました。
- ・ こだわりの木製品製造会社に出会えた。今後の品揃えに検討したい。

**1** バイヤーの目にとまるよう、**出展者情報**（ガイドブック、ホームページ等）を可能な限り**具体的に記述**していただくようお願いします。

**2** バイヤーニーズについては、日々更新されるので出展者ページのチェックを欠かさず、**積極的にニーズへの応募**をお願いします。  
※バイヤーニーズは事業者用専用ページにて公表します。

**3** 会期直前（約1カ月前～開催当日）になりますと、バイヤーと出展者との**商談日程調整**が行われますので、**事務局からのメールへの返信**をお願いします。

**ビジネスマッチングの趣旨、役割をご理解いただき、  
出展事業者への準備・参加への働きかけをお願い致します。**

**W!OOD**  
**COLLECTION2024**

オンライン開催

---

全ての参加者にとって**簡単・便利・効率的『ユーザーフレンドリー』**が合言葉



ユーザビリティの高いシステム設計

参加者興味を引くサイトデザイン



回遊性・再訪率上げるコンテンツ



出展者サポートの充実



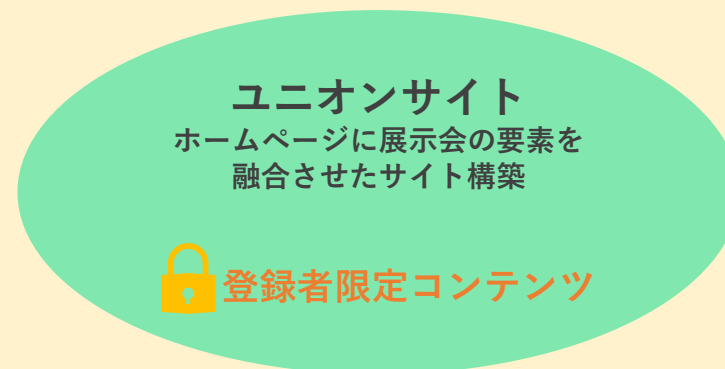
WEB展示会においては、参加者のハードルを下げ、誰でも気軽に訪問できるサイト構築がポイントとなる  
また、HPを確認した参加者の好奇心を高めるコンテンツの拡充と出展者がアプローチしやすい機能の充実  
が必須条件と言える

## 従来のWEB設計

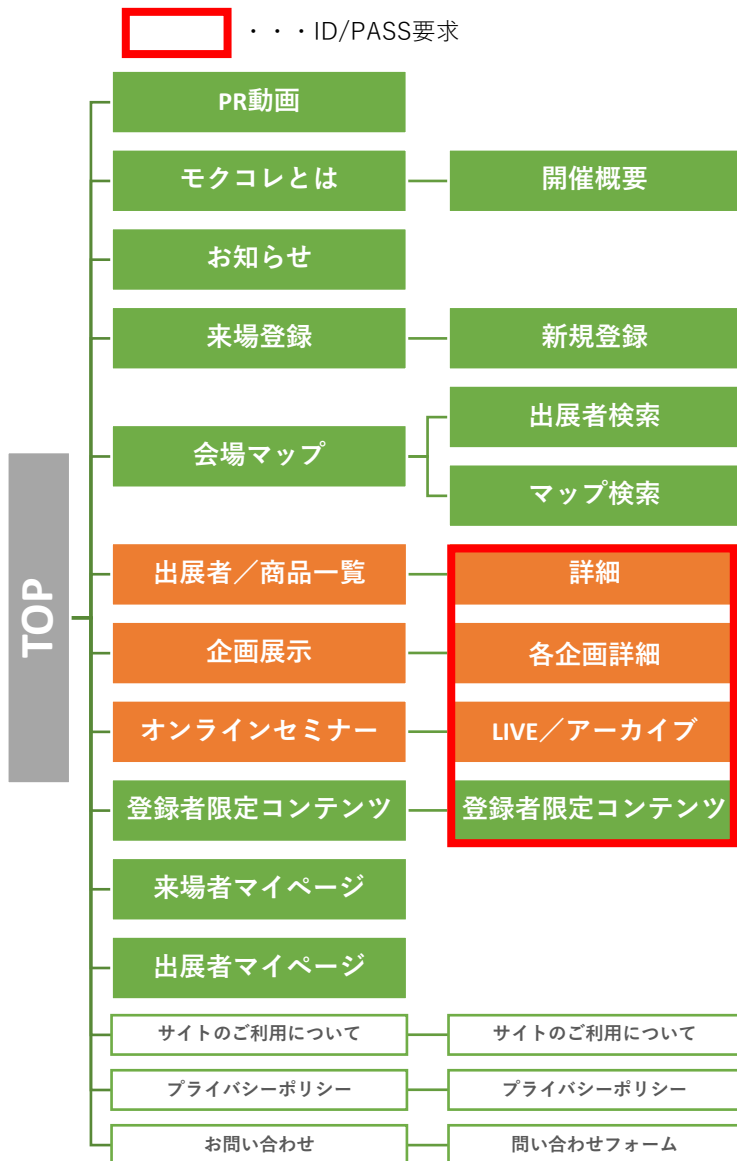


- WEB展示会ではログの取得が必要な為、告知用のHPと来場登録が必要なWEB展示会を別途設ける必要がある
- それぞれが独立して存在するため、双方の回遊性が低い
- そもそも閲覧者にとってサイトが2つに分かれること自体が不便

## 弊社提案のWEB設計



- 双方の機能を内包している為、閲覧者を迷わせない
- 要素を融合させる事でシンプルな階層設計を実現
- コンテンツに相互性が出る為回遊性が上がる
- ID/PASS要求はコンテンツ毎に行う
- 未登録者の関心を惹く、登録者限定コンテンツ
- 来場者⇔出展者双方向のコミュニケーションが可能な機能の提供



最低限のページ階層で  
最大限の効率性を

出来るだけ階層を設けずシンプルな構成にすることで、  
サイト閲覧時の視認性・回遊性を高める



大型展示会で多数実績のある来場管理システム。  
入場用のQRコード出力にも対応。



出展者と商品の情報を相互リンクで見やすく表示。  
情報は出展者マイページから、いつでも簡単に編集可能。



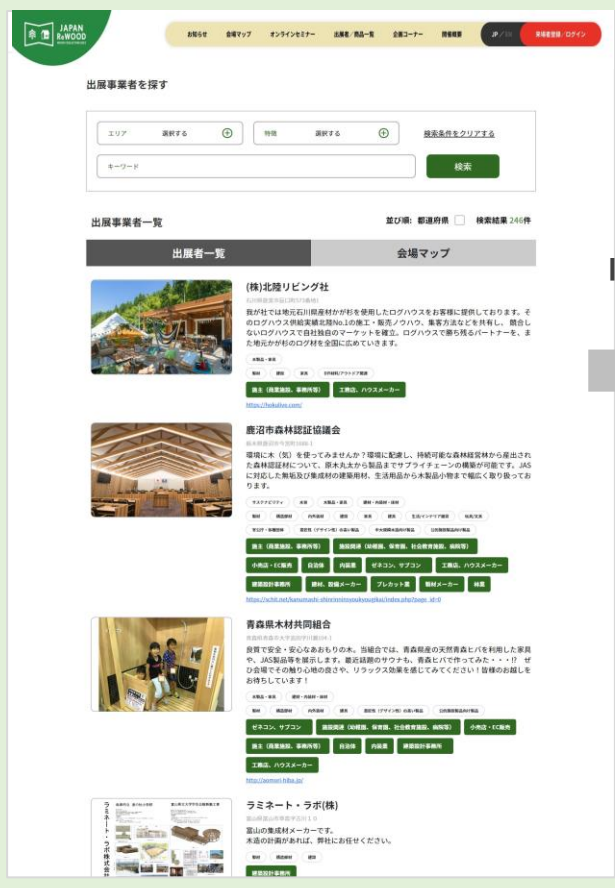
ページにYouTubeを埋め込んで表示。  
LIVE時はYouTube Liveを用いて配信・計測。

左記      色ページはリアル会期前後に順次公開

簡易出展者ページを先行公開、早い段階から来場者の来場意欲を醸成  
直近に詳細紹介を公開することで再訪に繋げる

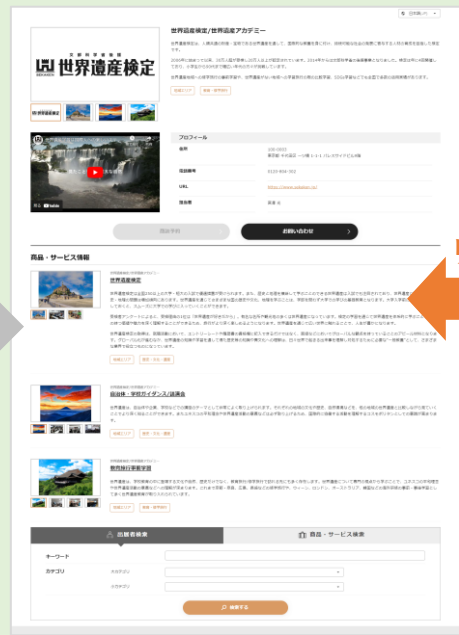
1 先行公開

閲覧者の興味を惹き来場意欲を高めるために、簡易的な出展者検索／一覧ページを先行公開。



2 会期直前公開

リアル会期が迫ってきた段階で、詳細な「出展者紹介ページ」と「製品紹介ページ」を公開。左記の簡易検索にて表示された結果をクリックすることで詳細に遷移する。



ID/PASS 要求

相互リンク

- 【紹介ページで表示できる項目】
- ①ロゴ ②社名 ③企業説明文 ④企業動画 ⑤企業カテゴリ
  - ⑥担当者情報 ⑦製品画像 ⑧製品名 ⑨製品説明文
  - ⑩製品仕様 ⑪製品カテゴリ ⑫問合せフォーム ⑬商談予約



## ① 事務局にて初回公開時の出展者ページを代理作成

- ▶ 出展者に管理アカウントを渡す時点で事務局にて代理入力を行う。  
出展者のリテラシーによる初回公開時のページ完成度に差が出ないようにサポート。

## ② 操作マニュアル・動画の作成

- ▶ 各種WEB操作のマニュアルと動画の2つを作成し、出展者のオンライン展示会にかかるリテラシーを向上、理解促進に努める。

## ③ 紙は不要。申請はすべてWEBで完結

- ▶ オリジナルの出展管理システムを使用。紙の印刷不要で、全てWEB上で申請できるようにする。

### 【リアル展示会】の申請・質問

- ・各種申請書類の提出
- ・イレギュラー展示の相談
- ・未提出者への確認/催促 etc ...

出展者  
事務局

### 【オンライン】の申請・質問

- ・ページ入力方法に関する質問
- ・未入力者への確認/催促
- ・来場方法に関する質問 etc ...

**WOOD**  
**COLLECTION2024**

広報・PR

---

広報活動の  
役割と目的

ターゲット毎に手法やメディアを変え、効果的・効率的に広報活動を展開することにより、本展会場へ強力に誘因いたします。

## To B (ビジネス関係者)

生産～流通～販売～発注・消費まで  
木材市場における多様な事業者



### 従来コアターゲット

建築設計、デザイン・設計事務所、  
工務店、ハウスメーカー、ゼネコン、  
サブコン、建築会社 等



### 潜在ターゲット

施設オーナー、施設（商業施設、飲食  
施設、教育施設等）管理運営企業、  
家具/雑貨店、インテリアショップ、  
セレクトショップ、百貨店、自治体、  
外郭団体、公共施設、学校/幼稚園 等

## To C (一般来場者)

未来の木材産業の担い手、また住宅の木質化など  
木材製品を日常生活に取り入れたい一般生活者



学生  
(建築・デザイン)



住宅購入  
リフォーム検討者



家具・インテリア  
・雑貨購入検討者

木材産業の商流・トレンドや  
過去のモクコレ実績データに基づいた提案

### ポイント

ライフタイムバリュー(顧客生涯価値)や  
平日開催を踏まえた提案



ターゲット  
セグメント

メディア

集客目標

To B ビジネス関係者

To C 一般来場者

オンライン運用型広告【Google/FACEBOOK/Yahoo/X(Twitter)/Instagram/LINE】

他展示会出展

ターゲティング広告

大学生広告ナビ

戦略的ポスティング

招待状

大企業来場誘致

専門誌広告掲載

※ターゲットメディア

SNS・メールマガジン

プレスリリース・メディアプロモート

ビジネス関係者 集客目標 5,000人

一般来場者 集客目標 2,000人

**来場者目標 合計7,000人**

**WOOD**  
**COLLECTION2024**

スケジュール

---

- 8月29日           ————— 連携都道府県担当者説明会（オンライン開催）
  - 9月15日           ————— 申請書類提出 ※次頁以降参照
  - 9月上・中旬      ————— プレス及びHPオープン（予定）
  - 9月中旬          ————— 小間数決定、出展事業者説明会のご連絡（事務局より）
  - 9月下旬          ————— 出展事業者説明会  
リーフレット・ポスター発送
  - 10月中旬         ————— 出展者基本情報提出（HP、ガイドブック等に使用）
  - 11月上旬         ————— 招待状発送  
マッチングアドバイザーによるお役立ちセミナー開催 ※11月～12月まで3回実施予定  
オンラインコンテンツの使い方マニュアルの送付
  - 11月中旬         ————— 事務局によるマッチング開始
  - 11月下旬～12月 ※予定  
————— 各種出展情報申請  
出展料ご請求
  - 12月中旬～2024年1月下旬  
————— オンライン展示会（出展者詳細・セミナーアーカイブ）
- 2024年
- 1月10日           ————— 搬入・設営
  - 1月11日～12日   ————— リアル開催

事業者の情報をシートにご記入いただきます。事務局より9月中旬頃に小間数確定のご連絡をいたします。  
 ②事業者レイアウト表（※次項）と合わせてご提出ください。

**提出必須**  
**9月15日〆切**

**【提出1】 WOODコレクション2024 都道府県出展事業者リスト**  
 提出期限：9月15日（金）必着  
 提出方法：email  
 提出先：mokucole2024@tohgashi.co.jp  
 申請書に関するお問い合わせ：WOODコレクション（モクコレ）2024運営事務局 / 050-1807-9874

担当する都道府県	
割り当てられた小間数	
都道府県	所属
ご担当者様情報	ご担当者様名
連絡先（電話番号）	

**【出展事業者名表示について】**  
 本展で作成するパンフレットやガイドブック・会場での社名帳や会場マップ・公式Webサイトなどで出展事業者名を表示する際は、本申請書類で提出された「出展事業者名（正式名称）」を掲載します。但し、「株式会社」や「有限会社」等法人名称は（株）や（有）など法人略語で表記します。

**【共同出展について】**  
 1小間に複数出展（過去例：1社0.5小間出展/2社で1小間、3社で2小間出展、等）する場合、代表する事業者以外の小間数欄は空欄にして備考欄等に「（代表する事業者名）と共同出展」と記載してください。

番号	都道府県	出展事業者名 (正式名称)	読み (法人格を書いてください)	小間数	説明会の 参加予定	担当者名	連絡先①（電話番号）	連絡先②（メールアドレス）	住所①（郵便番号）	住所②（住所） ※都道府県/市町村/ 番地	住所③建物名 ※ビル名	備考
	凡例： 東京	株式会社トーカシ	トーカシ	1	出席	山崎 一徳	03-5244-****	k-yamazaki@tohgashi.co.jp	104-0041	東京都中央区新富1-9-6	パークレックス新富7階	
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												

0



**提出必須**  
**9月15日〆切**

割り当てられた小間数に準じて、参加事業者様の位置の割り当てをご記入いただき、ご提出ください。




【記入例】

<b>1</b>	他都道府県
<b>2</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	

管理番号	出展者名	小間数
1	株式会社××	2
2	〇〇木材店	1
3	△△家具店	2
4	■■連合団体	4
5		
6		
7		
8		
9		
10		



<お問い合わせ先>

WOODコレクション(モクコレ)2024運営事務局 ※株式会社トーガシ内 窓口

〒104-0041 東京都中央区新富1-9-6 ザ・パークレックス新富町 8F

TEL : 050-1807-9874 FAX : 03-6222-8696 (平日9:00~17:30 ※年末年始等を除く)

Email : [mokucolle2024@tohgashi.co.jp](mailto:mokucolle2024@tohgashi.co.jp)