

①展示会に関連する用語（50音順）

用語	意味	本文内ページ
<b>あ行</b>		
オープンブース	展示会ブースの各面を壁面で囲わず、どこから見てもブースの内部がよく見えるブース。展示会場の通行客にブース内部を見せることで、ブース内への誘因促進を図る意図で作られる。誰でもが入り易く、多くの集客が期待できるが、一方で落ち着いたプレゼンテーションが出来ないというデメリットもある。このタイプはPR型効果を求めるブースに向いている。	-
<b>か行</b>		
会場レイアウト	会場レイアウトはゾーニングによって区画された展示・イベント会場内を、より具体的なスペースサイズとスペース配置におとしこむ作業である。ここでは、商品サイズや数量、必要プレゼンテーション環境、各々の関係性、その他会場のそなえるべき機能などをさらに詳しく調査（詳細データが必要）し、図面化していく。	124
海外出展者	主催者/事務局に提出した住所が開催国外である出展者	4
海外来場者	主催者/事務局に提出した住所が開催国外である来場者	4
間接効果（一次波及効果、二次波及効果）	「直接効果」を契機として、連鎖的に誘発される生産額の総計を「間接一次波及効果」といい、「直接効果」と「間接一次波及効果」が発生した結果、雇用者所得が増加し、その一部が消費需要となることで誘発される生産額を「間接二次波及効果」という。一次・二次とも「直接効果」を基に東京都産業連関表を用いて推計する。	85
カンファレンス	特定の目的に向けて行なわれる会議、協議会のこと。	-
基準小間サイズ	展示会主催者が独自に決定する展示会の基準となる小間のサイズ。3m×3mが一般的であるが、展示会の性格や会場の性質などによって4m×4m、2.7m×2.7m、3m×2mなどを基準とする場合もある。	-
基礎小間	主催者が設定し、敷設する小間のこと、隣接する小間との境界に壁面を建ててあるものや境界の目印だけを行なっているものなどがある。	-
クローズドブース	展示会ブースの各面を壁面で囲い、外からは、内部が見えにくいブース。じっくりと商談が必要なブースには、このタイプは適合する	-
経済波及効果	展示会等の開催は、関係者の多様な消費活動をともなう展示会等の開催では、その消費活動がさらに他の産業の生産や消費の連鎖を引き起こし、結果として産業全体に波及していく。その全体の効果（＝経済波及効果）の推計。	-
契約誘発効果	見本市・即売会の開催は、経済波及効果のほか、その本来の目的でもある「顧客の獲得」や「知名度の向上」を通じ、出展企業の売上の増加をもたらしている。この売上の増加額の推計。	-
国際展示会	少なくとも「海外来場者が5%以上」、又は、「海外出展者が10%以上」を満たす展示会。国際標準化機構による展示会の定義「ISO25639」など。	-
小間割図	会場内に小間の割り振りを行なった図面のこと。	-
小間割抽選	主催者が行なう、各出展者の小間の位置を決定するための抽選会。	-
コンベンション	コンベンションとは「共に集まること」という意味で、元々アメリカでは、政治家の集まる会議をさす。近年は、企業や団体のパーティやセレモニーを表す言葉でもある。メッセと比べると、コンベンションは「会議」＋「見本市・展示会」といった意味合いが強く、会議機能を中心とした交流の場ということができる。	21
<b>さ行</b>		
実演／デモ	展示による商品プレゼンテーションがTVCMや新聞や雑誌広告と最も違う点は、その特徴を実演やデモという形で360度の視野でじっくり対話型の説明と動きを見せることにより、深い理解と共感が得られる点にある。	75
車両待機場所	会場内の搬入・搬出の混雑、混乱をさけるため、出展関係者の車両を搬入・搬出時に一時的に待機させる場所のこと。	-
出展コンセプト	出展に際しての問題点と課題を明らかにした後、その課題解決のための方向付けと、内容イメージを明らかにしていく作業。	20

用語	意味	本文内ページ
出展者募集	主催者が出展者を募集するために、見込みの出展者に告知をする案内書のこと。開催主旨、開催要領、出展料金、申込期限その他の諸条件が明記されている。	-
出展要綱	展示会の主旨、内容や主催者と出展者の権利・義務などについてを明記した約款的文書のこと。出展者は申込とともに契約締結となる。	-
出展の手引き	展示会開催にいたるまでの作業レベル計画や規定、各種工事関係の説明が記されたもの。通常、出展者に向けた説明会などで詳細に説明を行なう場合が多い。	-
出展面積	有償、無償にかかわらず、出展者が契約により借りる展示スペース及び主催者、事務局により展示会のテーマと直接関係した展示会等に利用される全てのスペースの合計。通路や休憩スペース、イベントステージ等の共有部分を含めた面積の合計は「展示面積」とする。	6
傷害保険	来場者、従業員、アルバイト、コンパニオンなどが展示期間中にけがをした場合に補償するもの。	-
消防規制	各会場ごとに消防上の法令、条例にあわせて規制が設けられ、それにより禁止、または制限されるもの。例：危険物品の持ち込み禁止など	-
スペース渡し	主催者から出展者への小間の引き渡し方法で、小間の境界に壁などがなく目印だけを行なっているもの。土間渡しなどという場合もある。	125
セミナー	展示会に併設して行われる技術屋マーケティングなどのセミナー	70
ゾーニング	展示・イベント会場を機能によって区分けすること。これにより、その空間のもつ性格がほぼ決定される。ゾーニングは、出展構想や出展コンセプトを具現化する最初の作業であり、極めて重要なステップである。	-
<b>た行</b>		
第三者認証制度	日本の展示会産業の国際競争力の強化を図るため、経済産業省が展示会統計に係る標準(用語の定義、来場数のカウント方法等)を確立し、平成24年度から運用を開始した展示会統計に係る認証制度。認証機関は日本展示会認証協議会が行う。	105
直接効果	展示会関係者によって、展示会に関わる生産や消費を行うことにより直接的に生じる効果。	10
通関手続き	貨物の輸出、輸入の申告から、それぞれの許可に至る一連の税関手続き。展示品についても一連の手続きを終了してから会場に搬入する。	-
展示会	商品・サービス・情報などを展示、宣伝するためのイベント。展示会は商品を並べて“見せる”ことに主眼をおく。Show, Fair, Exhibition, Expositionと呼称されるのが一般的である。	1
展示会に関わるプレイヤー	主催・運営側(主催者、運営者、関連サプライヤー)、来場者(出展者、来場者)、施設側(展示場)、その他の関連組織・周辺産業など、展示会の運営に関わる様々な人々のこと。国によってサプライヤーの呼び方は異なる。たとえば、アメリカのExhibition Services & Contractors Association.では、サプライヤーの種類を、General Contractor、Speciality Contractor、Facilityのように分類している。	18
展示会のオーガナイザー	展示会の全体的な管理・運営を行う。	19
展示会のオペレーター	展示会のオーガナイザーから発注を受けて、運営部分を担当する。	20
展示会の関連サプライヤー	展示会場場のブース設営、電気工事、警備、受付、誘導等を行う企業。	20
展示規制	展示会では、パネルを上部に取付けたり暗幕や布を上部に張り込むこと。展示会場ではスプリンクラーの散水障害など、防災上の理由で小間装飾時に天井を設けることに制限がある場合が多い。	-
投資効果	投資した資本に対して得られる利益の割合。Return On Investment(ROI)	-
動線計画	展示・イベント会場内の来場者の動き方を規定するもの。	-
<b>な行</b>		
内覧会	事前に、特別の招待客だけに見せる機会のこと。博覧会、展示会、PRイベントなどの場合は、一般公開の前に自社の幹部や得意先VIP、報道関係者、関係官庁担当者などに行われ、販促イベントの場合は、消費者に公開する前に、取引先担当者や上得意客だけを集めて行われることが多い。一般公開と同じ展示構成、プログラム内容で実施するのが原則である。	-
日本展示会認証協議会	日本展示会協会、独立行政法人日本貿易振興機構、大規模展示場連絡会により構成される組織で、議長は日本展示会協議会が務める。	-

用語	意味	本文内ページ
<b>は行</b>		
賠償責任(保険)	偶然の事故によって他人や財物に損害を与えたために、被保険者が法律の賠償責任を負担することにより被る損害に対して支払うもの。展示会では、請負業者特約、施設所有管理者特約、受託者特約がある。	-
パッケージ小間	展示会出展にあたり必要最低限と思われるもの(壁面パネル、パラペット、蛍光灯、受付、カーペットなど)がセットとなっている小間。	125
パブリックショー	見本市・展示会と同義語。単に「展示会」という場合や、「専門見本市」、「公共展」、「合展」「トレード・ショー」などとも呼ばれる。また、コンシューマーショーとも呼ばれることもあり、主に消費財を対象とした一般公開の見本市をさす。	-
PDCAサイクル	業務プロセスの管理手法の一つで、計画(plan)→実行(do)→評価(check)→改善(act)という4段階の活動を繰り返す行なうことで、継続的にプロセスを改善していく手法。	-
フェア	元来は「聖人祝日など宗教的な祭日」、「休日にたった市場」をさし、見せ物や飲食店が出て賑わう様子を表す。どちらかといえば、特売や特別セールなどにfairとネーミングすることが多い。	-
保税展示扱い	保税展示場の許可を受けた展示会において、外国貨物を保税のまま出品する場合の手続きのことで、搬入時と同一形状、数量で再輸出させることが原則となる。	-
保税展示場	特定の国際展示会・見本市など、外国貨物を展示する会場に使用する場合として、税関長が保税を許可した展示場のこと。	-
<b>ま行</b>		
見本市	見本市はサンプルを用いて売買交渉を行うのが「市」で、「展示会」は商品を並べて“見せる”ことに主眼をおく。英語では、「見本市」はTrade ShowやTrade Fairと表されることも多く、「展示会」は、Show、Fair Exhibition、Exposition(大規模なもの)と呼称されるのが一般的である。	1
<b>や行</b>		
ユニバーサルデザイン	万人が平等に利用できる考え方。	21
<b>ら行</b>		
来場者	情報収集、商品の購入、出展者との契約を目的に展示会に参加する人。	1
来場者のカウント方法	展示会に入場する来場者を「会期中、1日1回」でカウントする方法。	4
レジストレーション	展示会主催者がつくる会場の受付において来場者を登録し、そのプロフィールによりネームタグなどを発行すること。	74

\* 本文に出てくる主たる外国の組織及び用語（英語）

用語（英語）	意味	本文内ページ
Association of the German Trade Fair Industry (AUMA) ドイツ産業見本市協会	ドイツにおいて、サービスセクターにおける最も古い協会の一つで、1907年1月、展示会に出展する産業界の利害関係者を代表する組織としてベルリンで業務を開始。現在は、出展者及び来訪者を含めたあらゆる利害関係者を代表する産業全体を傘下に活動する民間組織。	-
Association of Korean Exhibition Industries (AKEI) 大韓民国展示会産業振興会	展示会産業を国際水準に引き上げるために韓国政府によって設立され、国内の展示会主催者や展示会場運営者の支援など国内業務を担当する。	-
B2C	「ビジネス・トゥ・カスタマー」のことで、ビジネス企業と一般消費者との間で取り交わされる取引	156
B2B	「ビジネス・トゥ・ビジネス」のことで、企業間の商取引、あるいは、企業が企業向けに行う事業	-
B2B2C	「ビジネス・トゥ・ビジネス・トゥ・カスタマー」のことで、他の企業の消費者向け事業を支援・促進するような事業、あるいは、他の企業から仕入れた商品を消費者に販売する事業	-
Certified in Exhibition Management (CEM)	展示会産業に関わる個人に対して、プロフェッショナルの称号を与える認証制度。	69
Certified Trade Show Marketre Program (GTSM)	イリノイ大学監修による展示会産業のマーケティング知識や実践力を習得する人材育成プログラムで、唯一の認証プログラム	74
Destination Management Organization (DMO)	各地で地域振興を目的に活動する公的組織。コンベンション・ビジターズ・ビューロー (CVB) はその代表で、行政とは一線を画した非営利組織。	21
Destination Management Company (DMC)	DMOや主催者等から依頼を受け、展示会の運営における様々な手配や支援を行う民間企業。	23
The Global Association of the Exhibition Industry (UFI) 世界見本市連盟	1925年、ヨーロッパの主要20の国際トレードフェアによりイタリアのミラノで設立された。現在は、フランスのパリ郊外のLevalloirs-Pelletを拠点とし、85カ国から636の会員で構成される非営利政府組織。メンバーが主催する922以上のトレードフェア及び展示会に対して認証を授けており、メンバーは4,500以上のトレードフェアの代表となっている。	6
The International Association of Fairs and Expositions (IAFE) 国際展示会・イベント協会	アメリカのダグラスを拠点とし、州、群、地域や地区のの農業フェア、ショー、展示会、見本市などにおいて、バイヤーとセラーに対してサービスを提供し、各種イベントの推進を行うために1928年に設立された非営利団体	-
Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA) 大韓貿易投資振興公社	韓国の展示会産業関連機関の役割・機能は、「産業資源部」が中心となって展示会産業の育成政策を策定し、予算措置を講じており、その傘下で海外展示会出展とりまとめや海外バイヤー誘致等の海外業務を担当する。	51
MICE（マイス）	Meeting, Incentive, Convention, Exhibitionの頭文字を取った略称。EC事業の象徴的な表現として行政及び民間産業界で用いられている言葉。わが国では、“E”に“Event”を加えた意味で用いられている。	10
PDCAサイクル	業務プロセスの管理手法の一つで、計画(plan)→実行(do)→評価(check)→改善(act)という4段階の活動を繰り返し行なうことで、継続的にプロセスを改善していく手法。	-
UFI Approved Events (UFI認証)	高品質な展示会を提供するための基準として導入された国際認証制度。同認証を得た展示会は、出展者や来訪者に対して高品質であることを保証する。	51

②展示会に関連するデータソース（出典）

ページ	図表番号	図表タイトル	出典
31	7	展示会産業の国別伸び率(2011年)	UFI2013 (ヒアリング)
32	8	世界の総展示場面積(2011年)	「展示会データベース2014年版」((株)ピーオーピー)/UFI「The 2011 WORLD MAP OF EXHIBITION V ENUES」)
33	9	展示会産業に影響を及ぼすと思われる動向などについて	UFI2013 (ヒアリング)
34	10	施設別展示場面積(2011年、上位30)	UFI2013 (ヒアリング)
35	11	国別総展示場面積(2011年、展示面積上位30カ国)	UFI2013 (ヒアリング)
36	12	国別、総展示場面積のシェア(2011年、展示会場面積上位15カ国)	UFI2013 (ヒアリング)
36	13	地域別の展示場総面積シェアの推移:2006年VS 2011年(最低5,000平方メートルの屋内展示会場)	UFI2013 (ヒアリング)
37	14	展示場賃貸スペース販売の推移	UFI2013 (ヒアリング)
37	15	国別、販売された展示場面積(2011年)	UFI2013 (ヒアリング)
38	16	アジアにおける展示場面積の推移	UFI2013 (ヒアリング)
38	17	国別国際展示会の会場数(2013年)	UFI2013 (ヒアリング)
39	18	アジアの主要国の展示会開催件数の推移	(株)ピーオーピー/中国国貿促/香港展覧会議業協会/韓国見本市主催者協会/Singapore Tourism Board/Thailand Convention & Exhibition Bureau/JETRO資料
39	19	国別販売展示面積のシェア	UFI2013 (ヒアリング)
40	20	国別収入比率のシェア	UFI2013 (ヒアリング)
40	21	国別販売展示面積の比較(2012/2011)	UFI2013 (ヒアリング)
42	22	展示会への参加の主な目的	AUMA 2013 (ヒアリング)
42	23	国内外での展示会への参加意向	AUMA 2013 (ヒアリング)
43	24	出展投資の意向	AUMA 2013 (ヒアリング)
43	25	出展者数及び来場者数の増減	AUMA 2013 (ヒアリング)
44	26	2012年 国別出展者数 上位10国	AUMA 2013 (ヒアリング)
44	27	2012年 国別来場者数 上位10国	AUMA 2013 (ヒアリング)
45	28	出展者、来場者、主催者の支出額(ドイツ全体)	AUMA 2013 (ヒアリング)
46	29	2012年の海外展示会への出展状況(増加率)	AUMA 2013 (ヒアリング)
46	30	ドイツ企業の海外展示会への参加数の推移	AUMA 2013 (ヒアリング)
47	31	展示会施設と地域(行政)との関わり	AUMA 2013 (ヒアリング)
55	32	2011年 月別開催状況	韓国・文化体育観光部、韓国観光公社『2011 MICE産業統計調査・研究』
56	33	2011年 開催期間別状況	韓国・文化体育観光部、韓国観光公社『2011 MICE産業統計調査・研究』
57	34	2011年の主催機関別状況	韓国・文化体育観光部、韓国観光公社『2011 MICE産業統計調査・研究』
58	35	2011年のテーマ別開催状況	韓国・文化体育観光部、韓国観光公社『2011 MICE産業統計調査・研究』

ページ	図表番号	図表タイトル	出典
64	36	展示会産業における主要なプレイヤー国際比較	“TRADESHOW MANAGEMENT”M.Kirchgeorg, W. M. Dornscheidt, W. Giese, N. Stoeck, Gabler. 2005
65	37	北東アジアの展示会産業の動向	“TRADESHOW MANAGEMENT”M.Kirchgeorg, W. M. Dornscheidt, W. Giese, N. Stoeck, Gabler. 2005
66	38	東南アジアの展示会産業の動向	“TRADESHOW MANAGEMENT”M.Kirchgeorg, W. M. Dornscheidt, W. Giese, N. Stoeck, Gabler. 2005
72	39	UFI Standard Audit Certificate (例)	UFI ホームページ
73	40	「UFI Standard Audit Certificate」の認証件数の推移	UFI ホームページ
74	41	FKM Certification Certificate Form (例)	FKM ホームページ
81	42	日本の展示会開催件数の推移	「見本市展示会通信(2013年4月1日)」((株)ピーオーピー)
82	43	生産財18業種における開催件数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
83	44	消費財23業種における開催件数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
84	45	主催者形態別件数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
84	46	開催頻度	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
84	47	地域別開催件数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
84	48	出展者規模別開催件数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
85	49	来場者規模別開催件数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
86	50	出展小間数別開催件数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
93	59	主要都市の総展示面積	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
94	60	地域別の施設数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
94	61	地域別の総展示面積	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
95	62	全国の展示場1㎡あたりの利用料金	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
95	63	管理運営主体	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
96	64	駐車場の有無	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)
96	65	駐車場利用可能台数	「展示会データベース2014年度版」((株)ピーオーピー)

### ③展示会に関わる法規制や各種保険などについて

#### 1. 出展物等に関する輸出・輸入関連規制

放射性物質、毒物、火気・爆発物等の危険品はもとより、相手国側の輸入禁止・規制対象品目や日本側の輸出規制対象品目（例えば、工作機械、合金、各種測定機器ほか）が出展物に含まれていないかどうかを確認します。

見本市参加のための展示品等の輸出であっても、開催地（国・地域）や物品によって、日本の輸出規制あるいは相手国側の輸入規制の対象になる場合もあるほか、基本的には、すべて日本・相手国側双方の貿易管理制度、外国為替管理制度、関税制度などの適用を受けて行われるので、相手国・地域のこれら諸制度・諸規定の現況を事前に把握し、所定の準備を整えておくことが不可欠です。国・地域、物品によっては、輸出・輸入禁止の対象となり、輸出・出品ができない場合もあります。

#### <輸出入に関連する法規制ならびに参考情報源一覧>

- 世界各国の経済・産業概況、貿易管理制度・関税制度・為替管理制度・輸出入手続き、基礎的経済指標データ・貿易統計など全般

⇒ JETRO サイト内「国・地域別情報(J-File)」 <http://www.jetro.go.jp/world/>

- 日本の貿易管理制度（輸出入・貿易管理に関する法令、手続きなど）

⇒ 経済産業省

[http://www.meti.go.jp/policy/external\\_economy/trade\\_control/boekikanri/index.html](http://www.meti.go.jp/policy/external_economy/trade_control/boekikanri/index.html)

- 日本の関税制度、関税率、貿易統計、輸出入手続き

⇒ 財務省（税関） <http://www.customs.go.jp/>

- 博覧会条約

1928年11月22日にパリで署名され、1948年5月、1966年11月、及び1972年11月、1988年5月の議定書で改正された国際博覧会に関する条約

⇒ 外務省 <http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/hakurankai/jyouyaku.html>

- 世界各国の関税率について

⇒ JETRO サイト内、125カ国・地域の関税率と輸入時にかかる諸税（付加価値税、売上税等）を掲載 <http://www.jetro.go.jp/theme/trade/>

■ 日本の動植物輸出入手続き、関連法令ほか

⇒ 農林水産省 植物防疫 <http://www.maff.go.jp/pps/>  
動物検疫 <http://www.maff.go.jp/aqs>

■ 日本の食品等の輸入手続きなど

⇒ 厚生労働省 <http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/tp0130-1.html>

\* 輸送会社と相談する、各国・地域の在日大使館・通商事務所・商工会議所などに問い合わせるなどの方法もあります

\* 相手国・地域によっては各種証明等を求められることもあるので必要書類を用意します。

【各種証明、書類の例】

■ 原産地証明

貿易取引される商品の原産地を証明するもの。要否は国、取引相手先によって異なります。証明は地元の商工会議所で取得できます。

各地の商工会議所のリスト、ウェブへのリンク（「Web 商工会議所名簿」）

⇒ [http://www.cin.or.jp/cin-cgi/me\\_list99open.asp](http://www.cin.or.jp/cin-cgi/me_list99open.asp)

■ ワシントン条約

絶滅のおそれのある野生動植物（例：ゴリラ、ウミガメ、サンゴ、ランなど）を保護することを目的とした国際条約。条約の規制対象には、生きている動植物のみならず、毛皮、皮革製品など加工製品、はく製、漢方薬等も含まれます。事前に必要書類を管理当局（品目により経済産業省または農林水産省）に提出し、輸出入承認を受ける必要があります。

⇒ 経済産業省（ワシントン条約の解説、輸出入手続き等）

[http://www.meti.go.jp/policy/external\\_economy/trade\\_control/boekikanri/cites/index.htm](http://www.meti.go.jp/policy/external_economy/trade_control/boekikanri/cites/index.htm)

■ CE マーク

EU（欧州連合）、欧州自由貿易連合（EFTA）の統一製品規格である EN の適合性表示制度。玩具、産業機械、電機、環境、家庭用電気製品、医療機器などに適用される規格です。

⇒ CEN（非電気分野の欧州標準化委員会 <http://www.cenorme.be/>

⇒ CENELEC（電気分野の欧州標準化委員会） <http://www.cenelec.org/>

#### ■ バイオテロ規制に関するファクツシート

米国では、2002年公衆衛生安全保障バイオテロリズム法により、2003年12月以降、輸入食品の輸入者に対し、連邦食品医薬品局（FDA）に輸入食品の内容を事前に通告するように義務づけています。

#### ■ 医薬品・食品等の許可証

開催国の在日大使館・通商代表部、本国の医薬品・食品所管官庁に確認します。

## 2. 知的財産権の保護

展示会でも、商品の模倣、デザイン盗用など、特許権、商標権、著作権等知的財産権の侵害の問題がおこりうるので出品者としてあらかじめ対策を講じておくことが必要です。展示品の特許権、意匠権、実用新案権や商標権などの出願は必ず事前に済ませます。

特許権については、特許協力条約（PCT）に基づく国際出願制度により、日本の特許庁に条約に従った出願願書を提出すると、同条約加盟国（2010年3月現在で142カ国が加盟）すべての国に同時に特許したのと同じ効果が与えられる制度があります。ただし、PCT国際出願は、あくまで出願手続きであり、出願後、各国での国内手続きを行う必要があり、また、特許として認められるかどうかは、最終的には各国特許庁の判断に委ねられます。

商標についても、マドリッド協定議定書に基づく国際的登録制度があり、日本の特許庁を通じて国際登録された商標は、登録者が指定する加盟国（2010年2月現在加盟予定を含み81カ国）において商標の保護を受けることができます。

⇒ 特許庁 <http://www.jpo.go.jp/seido/index.htm>

## 3. 実演、その他に関する規制

ブースでのアトラクション及び機器実演に関しては、一般的に日本と同様の規制があるので、事前に主催者に確認し、承諾を得るようにします。

- (1) 裸火の使用には消防当局などの許可が必要な場合が多いので、火気を取り扱いたい場合は事前に主催者に確認が必要です。
- (2) 通路におけるブース内への勧誘、パンフレット配布、アンケート実施等の営業行為は一般的に主催者により禁止されています。
- (3) 一般的に、展示・演出で音楽の演奏、オーディオ、ビデオの録音物を再生する時は著作権に関する手続きが必要です。
- (4) ブース内での試食・試飲を計画する時は、必ず事前に主催者に確認します。

また、保健所等への申請や事前の許可が必要な場合もあるので注意を要します。

#### 4. 各種保険

展示会に関する保険には以下のようなものがあります。

- (1) 出品物への保険（出品物の盗難・破損に備えて）
- (2) 会場保険（会場を傷つけた場合に備えて）
- (3) 第三者賠償責任保険（自社ブース内で来場者が怪我をした場合などに備えて

会場で盗難や破損があった時のために、以下を確認しておきます。

- (1) 現地保険代理店の連絡先
- (2) 保険求償に必要な書類（現地警察による被害届、破損状態の写真等）

#### 5. 展示物の輸送、各種手続き、会期後の貨物の処理・日本への還送について

海外の見本市への出展は輸出入取引業務にあたり、出展商品の輸送には通関をはじめ、さまざまな手続きが発生します。輸送手段の選択から展示貨物の輸送、各種手続き、会期後の貨物の処理・日本への還送の流れは概ね以下のようになります。

##### (1) 輸送方法決定から貨物の発送まで

出品物の輸送方法としては、海上輸送、航空輸送、国際宅配便などがあります。出品物の性格、輸送にかけられる予算、期間等を踏まえて輸送方法を決定します。

出品物の輸送や通関関連の業務は、通常、輸送会社に依頼します。船舶や航空機による実際の貨物運送は、船舶運航会社・航空会社により行われますが、そのための手配、通関手続きの代行など、見本市会場までの貨物の往復に関する一切の手配を輸送会社がします。

(注) 厳密には、海運貨物を扱う海貨業、航空貨物を扱う航空貨物代理店・利用航空運送事業者（フォワーダー）、輸出入手続きや通関業務を代行する通関業などに分かれますが、通常これらの業務を兼ねて行う企業が多く、ここではこれらの企業を輸送会社と呼びます。

通常、見本市主催者は、会場内での搬入・搬出の混乱を避けるため、これらの業務を行う会社（通常は複数）を指定します。主催者指定の輸送会社の

有無は、出品規程などで確認します。指定輸送会社がある場合は、会場での搬入・搬出に関しては、指定会社のいずれかに依頼する必要がありますが、この場合も、通常、出展者は、指定会社に直接業務を依頼するのではなく、日本からの輸送会社に、指定会社への依頼を含めた業務を一括して依頼します。指定輸送会社がある場合、その日本法人があれば、同社も含め、候補企業の中から選びます。

(注 1)

中国の見本市の場合、指定輸送会社を使わずに保税輸送を行うと、税関で担保(デポジット)の納入を求められ、その場合は指定会社を使う場合に比べて割高になり、さらにかなり時間がかかることがある。なお、税関に支払う担保は、人民元で支払い、保税輸送されたものが全量還送されれば人民元で還付されるが、還付までに時間がかかる場合も少なくない模様。(中国での見本市参加業務に関する詳細は、ジェトロ「見本市・展示会データベース (J-messe)」別掲の「中国の見本市 初めての出展のために」参照) ⇒ <http://www.jetro.go.jp/j-messe/column/>

(注 2)

見本市の輸送は、単に目的地までの輸送にとどまらず、①貨物の見本市会場への搬入・搬出についての主催者や主催者指定輸送会社との連絡、②輸出入通関手続き、保税扱いでの通関あるいは ATA カルネ(国際条約にもとづく一時的な免税輸入通関のための通関手帳)取得など、見本市独自の業務が生じるので、見本市輸送の経験のあることが望ましい。

(注 3)

国(EU、中国等)によっては、輸送に使用する木箱が「燻蒸処理」されていないと通関できない場合がある。「燻蒸処理」は専門の会社が行い、処理された木箱には「処理済」のマークが付される。

(注 4)

「インボイス」は、輸送する貨物の名称、価格、数量が記載されているリスト。「パッキングパッキングリスト」は、輸送する貨物の品名(商品番号)、数量とともに、どの貨物がどの箱に梱包されているかが記載されているリスト。

輸送会社によっては、インボイスとパッキングリストのフォームが異なっている場合もありますが、1枚のフォームで、両方を兼ねる場合もあります。これらリストの記入は、荷主(出品者)が行います。「インボイス・パッキングリスト」は税関への輸出入申告、代金決済等の諸作業すべての規準となる

重要な書類なので正確に記載します。

(注 5)

展示品等貨物の会場到着後の盗難、紛失を防止するため、貨物の会場への搬入は、できるだけ出張者の会場到着後とするよう、輸送会社と調整します。また、会期前日は作業が立てこんで、希望どおりの時間に搬入されないことがあります。その場合は、会期前々日に搬入してもらい、会期まで、夜間も含め警備員を雇う方法もあります。

(注 6)

輸送途上及び会場での破損及び紛失を考え、輸送貨物に対して保険を付保します。付保は、輸送会社経由で依頼するか、海上保険会社に直接依頼します。

\*付保にあたっての確認事項

補償期間：保険によっては輸送期間のみで、会期中分は補償されないものもあります。

補償範囲：通常、インボイス&パッキングリストに記載された価格の範囲内で補償されます。商売ができなかったことによる損失は補償されません。輸送途上での破損など、場合によっては展示品の再送が必要となることもありますので、その費用が補償されるかも確認しておきます。

(注 7)

米国の場合、「日本に還送するもの」、「還送しないもの」があらかじめはっきりしていれば、梱包（インボイス&パッキングリストの作成も含む）を別々にしておく通関もスムーズに行われます。見本市終了後、「日本に還送しないもの」を日本に還送することになった場合は、既に米国入国時に支払った米国の関税の還付を受けることはできませんが、日本に再入国の際には、所定の手続きをとれば、再輸入として日本の関税の免除を受けることができます。

## (2) 保税輸送とは

海外の見本市に出展する出品物は、日本国内に形状をそのままにして戻すことを条件に、相手国側での輸入税を払わずに済ます(=保税扱い)ことができます。ただし、見本市会場が「保税展示場」であることが条件です。

「保税」とは、関税（Customs Duties）賦課を留保する意味で、貨物が保税地域にある間は関税が保留される状態にあります。

「保税地域」には、いくつかの種類がありますが、「保税展示場」もその一つ