

OTOTEN

AUDIO・VISUAL FESTIVAL 2018

出展社募集説明会

2017年10月5日

一般社団法人 日本オーディオ協会

OTOTEN実行委員会

OTOTEN

AUDIO・VISUAL FESTIVAL 2018

開催に向けて

一般社団法人 日本オーディオ協会

会長 校條 亮治

<オーディオ>

“ハイレゾ&システムは堅調、金額比(8月度累計104%)”

- * 顧客管理と情報発信を確実に実施している販売店は堅調
- * イヤホン・ヘッドホンは個数では前年割れ(8月度累計98.3%)

<カーオーディオ>

“カーオーディオ市場もフォーマット転機とハイレゾ化”

- * ハイレゾシステム、スピーカーが堅調
- * AVナビゲーションは好調を維持(8月度累計106.8%)
- * カーCDプレーヤーは前年割れ(8月度累計95.6%)

<テレビ>

“4K、8K実用化放送(2018年12月)見据えた買い替え増”

- * 4Kテレビ実売状況(8月度累計135.8%、構成比32.2%)
- * 50型以上の上昇(8月度累計105.1%、構成比18.2%)



ハイレゾロゴ使用法人数推移表 (2017年7月31日)

	区分別	2015年9月	2016年9月	2017年7月
ハード機器	JAS会員	38	59	67
	CTA (旧CEA) 会員	9	22	26
	DEG会員	0	1	1
	新ライセンス制度会員	—	—	25
	ハード会社小計	47	82	119
ソフト関連	国内企業	9	14	16
	海外企業	1	1	1
	ソフト関係会社小計	10	15	17
導入会社合計		57	97	136

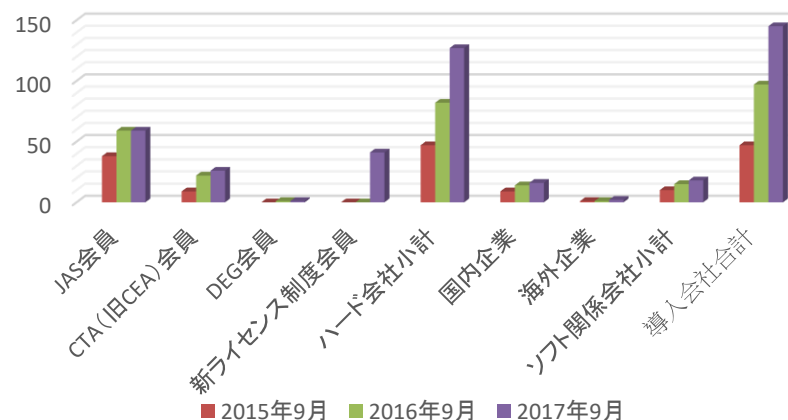
ハイレゾロゴ年別推移 (2017年9月1日)

調査時期	年度中央	2015年9月	2016年9月	2017年9月
項目	使用総件数	437	820	1364

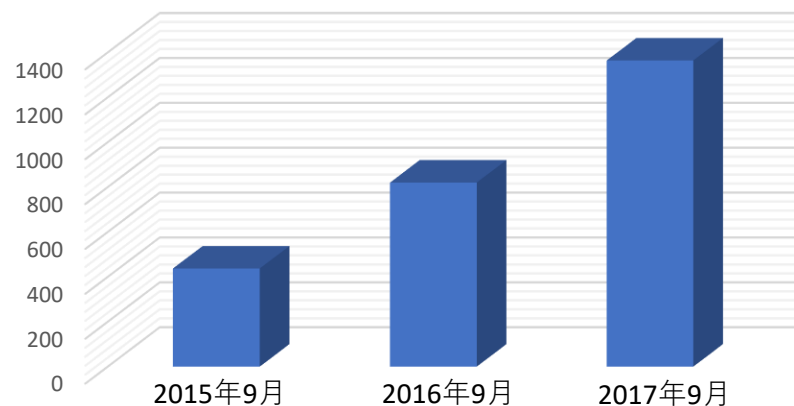
<解説>

- * JAS会員は正会員のみ (2014年/6月比280%)
- * CTA=パートナー契約している米国コンシューマーテクノロジーアソシエーション
- * DEG=デジタルエンターテインメントグループ
- * 新ライセンス制度は2016年10月から稼働
- * ソフトコンテンツはRIAAと調整している

ハイレゾロゴ使用法人数推移(2017年9月1日)

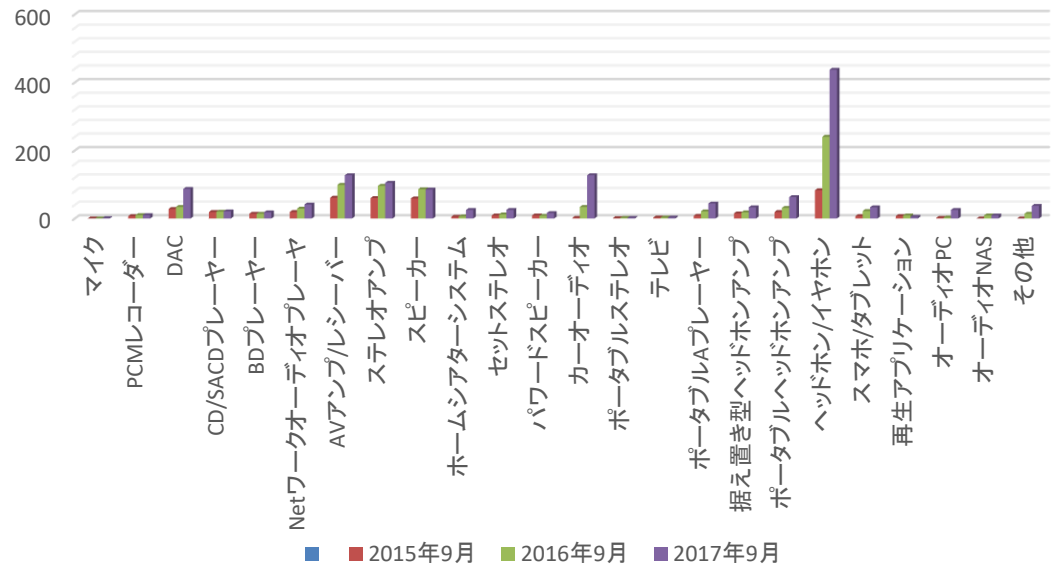


ハイレゾロゴ年別使用総件数 (2017年9月1日)



ハイレゾロゴアイテム別推移 (2017年9月1日)				
カテゴリー・アイテム別	2015年9月	2016年9月	2017年9月	
1	マイク	0	0	1
2	PCMレコーダー	7	10	10
3	DAC	28	34	87
4	CD/SACDプレーヤー	19	20	21
5	BDプレーヤー	14	14	18
6	ネットワークオーディオプレーヤー	19	29	41
7	AVアンプ/レシーバー	61	99	127
8	ステレオアンプ	60	96	105
9	スピーカー	59	86	85
10	ホームシアターシステム	5	6	25
11	セットステレオ	9	12	25
12	パワードスピーカー	9	8	16
13	カーオーディオ	2	34	127
14	ポータブルステレオ	1	2	2
15	テレビ	3	3	3
16	ポータブルAプレーヤー	8	21	44
17	据え置き型ヘッドホンアンプ	15	18	33
18	ポータブルヘッドホンアンプ	19	31	63
19	ヘッドホン/イヤホン	83	240	437
20	スマホ/タブレット	7	22	33
21	再生アプリケーション	7	9	5
22	オーディオPC	2	3	25
23	オーディオNAS	0	9	9
24	その他	0	14	37
合計	437	820	1364	

ハイレゾロゴアイテム別使用推移 (2017年9月1日)



<解説>

- * アイテム登録は一部企業の未登録あり (概算で1600を超える)
- * ブルーレイオーディオプレーヤーはNet機能を有しているもの
- * カーオーディオカテゴリーには本体と共にスピーカーを含む

*** お客様の利便性と認知向上を目指し、今後Webにおいて情報公開する予定です。**

Ⅱ-1 国内消費動向（消費総合指数と消費者態度）



*** 消費者態度指数は、好転しているが将来不安を払拭できていない
「市場は自ら創るときに来ている！日本オーディオ協会は新たなオーディオ市場創りに動きます。」**

第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		平成29年 (2017年)						
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	43.9	43.2	43.6	43.3	43.8	43.3	43.9
	(前月差)	0.7	▲ 0.7	0.4	▲ 0.3	0.5	▲ 0.5	0.6
	暮らし向き	42.7	41.5	42.2	41.1	42.3	41.7	42.5
	(前月差)	0.9	▲ 1.2	0.7	▲ 1.1	1.2	▲ 0.6	0.8
	収入の増え方	42.2	41.4	42.0	41.6	41.7	41.3	41.8
(前月差)	0.7	▲ 0.8	0.6	▲ 0.4	0.1	▲ 0.4	0.5	
	雇用環境	46.9	47.7	47.8	48.1	48.1	47.4	47.8
(前月差)	0.7	0.8	0.1	0.3	0.0	▲ 0.7	0.4	
	耐久消費財の買い時判断	43.8	42.2	42.2	42.2	43.2	42.6	43.5
(前月差)	0.7	▲ 1.6	0.0	0.0	1.0	▲ 0.6	0.9	
その他の意識指標	資産価値	42.8	41.1	42.6	42.3	44.1	43.0	42.9
(前月差)	0.4	▲ 1.7	1.5	▲ 0.3	1.8	▲ 1.1	▲ 0.1	

(注) 消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

〔内閣府統計より〕

Ⅱ-2国内消費動向(消費者が考えるサービスDI)



*** 指標はマイナスだがすべての科目で好転している。**
仕掛けなしでは購買に結びつかない⇒如何にマーケティングするか
「AIDAM」から「AISAS」&「AMTUL」への転換

第3表 サービス支出DI (増やす-減らす) (二人以上の世帯、季節調整値)

(単位：%)

	自己啓発			スポーツ活動費			コンサート等の入場料		
	増やす	減らす	増やす-減らす	増やす	減らす	増やす-減らす	増やす	減らす	増やす-減らす
平成26年 (2014年) 10~12月	5.6	16.0	▲ 10.4	6.5	13.7	▲ 7.2	11.1	20.2	▲ 9.1
平成27年 1~3月	5.5	16.0	▲ 10.5	6.7	13.5	▲ 6.8	9.1	21.3	▲ 12.2
(2015年) 4~6月	6.3	15.4	▲ 9.1	7.6	13.4	▲ 5.8	11.3	20.2	▲ 8.9
7~9月	5.8	15.1	▲ 9.3	7.3	12.9	▲ 5.6	10.8	19.8	▲ 9.0
10~12月	5.9	15.0	▲ 9.1	6.8	12.2	▲ 5.4	9.3	19.5	▲ 10.2
平成28年 1~3月	6.6	12.3	▲ 5.7	7.5	10.3	▲ 2.8	11.7	15.9	▲ 4.2
(2016年) 4~6月	6.4	14.2	▲ 7.8	7.7	12.3	▲ 4.6	12.0	17.8	▲ 5.8
7~9月	6.6	14.6	▲ 8.0	7.2	11.3	▲ 4.1	11.8	17.6	▲ 5.8
10~12月	6.4	13.4	▲ 7.0	8.0	10.8	▲ 2.8	12.4	16.1	▲ 3.7
平成29年 1~3月	6.8	12.7	▲ 5.9	8.3	9.8	▲ 1.5	13.4	14.4	▲ 1.0
(2017年) 4~6月	7.2	12.1	▲ 4.9	7.8	9.0	▲ 1.2	13.0	13.2	▲ 0.2
7~9月	7.0	13.0	▲ 6.0	7.9	10.5	▲ 2.6	13.5	16.0	▲ 2.5
10~12月	7.5	12.1	▲ 4.6	8.3	9.7	▲ 1.4	13.7	14.2	▲ 0.5

	遊園地等娯楽費			レストラン等外食費			家事代行サービス		
	増やす	減らす	増やす-減らす	増やす	減らす	増やす-減らす	増やす	減らす	増やす-減らす
平成26年 (2014年) 10~12月	6.5	26.0	▲ 19.5	8.1	40.5	▲ 32.4	1.9	9.0	▲ 7.1
平成27年 1~3月	5.6	26.3	▲ 20.7	8.0	41.2	▲ 33.2	1.6	8.5	▲ 6.9
(2015年) 4~6月	6.8	25.1	▲ 18.3	9.1	38.0	▲ 28.9	2.4	7.8	▲ 5.4
7~9月	6.2	24.7	▲ 18.5	8.6	39.3	▲ 30.7	2.6	8.4	▲ 5.8
10~12月	5.8	24.2	▲ 18.4	8.1	38.3	▲ 30.2	2.5	7.2	▲ 4.7
平成28年 1~3月	7.3	21.8	▲ 14.5	8.5	35.6	▲ 27.1	2.6	6.7	▲ 4.1
(2016年) 4~6月	6.5	23.4	▲ 16.9	8.6	36.8	▲ 28.2	2.3	6.8	▲ 4.5
7~9月	7.4	22.6	▲ 15.2	8.6	35.9	▲ 27.3	2.2	6.6	▲ 4.4
10~12月	7.4	21.1	▲ 13.7	9.7	33.0	▲ 23.3	2.2	6.1	▲ 3.9
平成29年 1~3月	7.8	19.8	▲ 12.0	10.4	30.4	▲ 20.0	2.1	5.3	▲ 3.2
(2017年) 4~6月	8.2	17.2	▲ 9.0	10.9	28.3	▲ 17.4	2.1	5.3	▲ 3.2
7~9月	7.9	20.5	▲ 12.6	10.2	32.2	▲ 22.0	2.1	6.4	▲ 4.3
10~12月	8.9	19.2	▲ 10.3	11.0	30.9	▲ 19.9	2.3	5.8	▲ 3.5

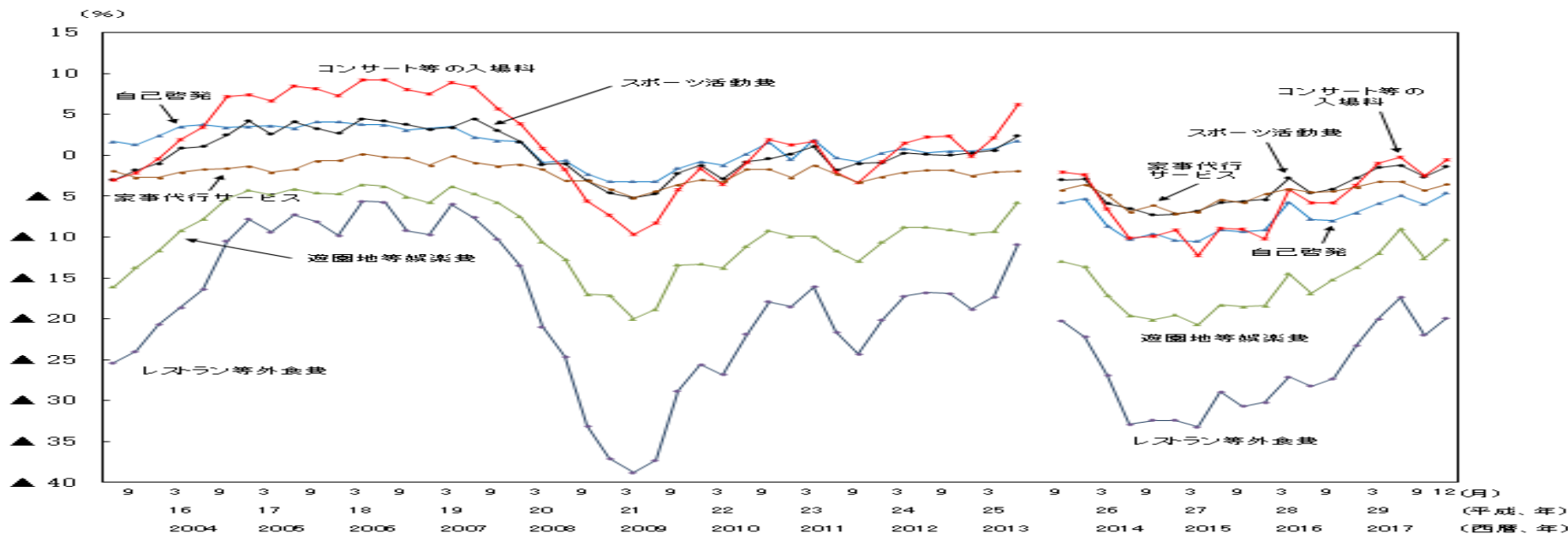
内閣府統計より

Ⅱ-3 国内消費動向とマーケティングの転換

- * **AIDAMA** = **A**ttention (注目) ➡ **I**nterest (興味・関心) ➡ **D**esiree (欲求) ➡ **M**emory (記憶) ➡ **A**ction (行動)
- * **AISAS** = **A**ttention (注意) ➡ **I**nterest (興味・関心) ➡ **S**earch (検索) ➡ **A**ction (行動) ➡ **S**hare (情報共有)
- * **AMTUL** = **A**ware (認知・再認知) ➡ **M**emory (記憶・再生認知率を上げる) ➡ **T**rial (試用・使用経験) ➡ **U**sage (繰り返し使用・最多試用・主使用) ➡ **L**oyalty (固定化・今後の購入意向)

(AISASは、株式会社電通の登録商標です)

第3図 サービス支出DI (増やす-減らす)の推移 (二人以上の世帯、季節調整値)



〔内閣府統計より〕

『単なる商品展示会を市場創造のできる顧客接点に変革する』

今までにない『OTOTEN』

Aware
再認知

見せる！
聴かせる！

触らせる！

Trial
試用・使用経験

Memory
記憶・再生認
知率の向上

印象付け！
カタログ・名刺

販売店で
再認知！

Usage
繰り返し使用
最多・主試用

市場創造展示会
Loyalty
固定化・今後の購入
意向を掴む

“ご出展予定の皆様を、新しい展示会へご案内いたします”

OTOTEN2018

出展のご案内

一般社団法人 日本オーディオ協会

事務局： 土橋 裕

- 2017開催概況とアンケート結果抜粋
- 2018出展募集説明
 - I.開催概要
 - II.フロア構成と小間概要
 - III.集客促進と回遊促進
 - IV.出展要項説明
 - V.今後のスケジュール
- 質疑応答

I.2017開催概況

- **名称：**「OTOTEN2017」
AUDIO・VISUAL FESTIVAL 2017
- **会期：** 2017年5月13日（土）10:00～19:00
5月14日（日）10:00～17:00
- **会場：** 東京国際フォーラム
- **出展社数：** 91社/団体
- **来場者数：** 13,000人
- **主催：** 日本オーディオ協会
- **企画運営：** OTOTEN実行委員会

I.2017開催概況

- 後援： 経済産業省、一般社団法人電子情報技術産業協会
(順不同) NHK、一般社団法人日本民間放送連盟、一般社団法人
日本音響学会、一般社団法人レコード協会、一般社団法人
日本音楽スタジオ協会、一般社団法人日本映像ソフト協
会、株式会社共同通信社
- 協賛： 株式会社アイエー出版、株式会社音楽出版社、株式会社
(順不同) 音楽之友社、株式会社音元出版、
株式会社ステレオサウンド、株式会社誠文堂新光社、
株式会社電波新聞社、真空管オーディオ協議会
- 特別協賛： 株式会社ビックカメラ
- 特別協力： 株式会社NTTドコモ、LG Electronics Japan、株式会社
ソフトバンク、一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム

Ⅱ.2017顧客動向

来場登録者アンケート、出口アンケートより

「開催時期」「会場」「内容」を変えて、展示会の刷新を図り
既存コア層に加えて、日常生活の中で普通に音楽を聴かれる
20歳～40歳代の方の来場を促進した結果、大きな成果がありました

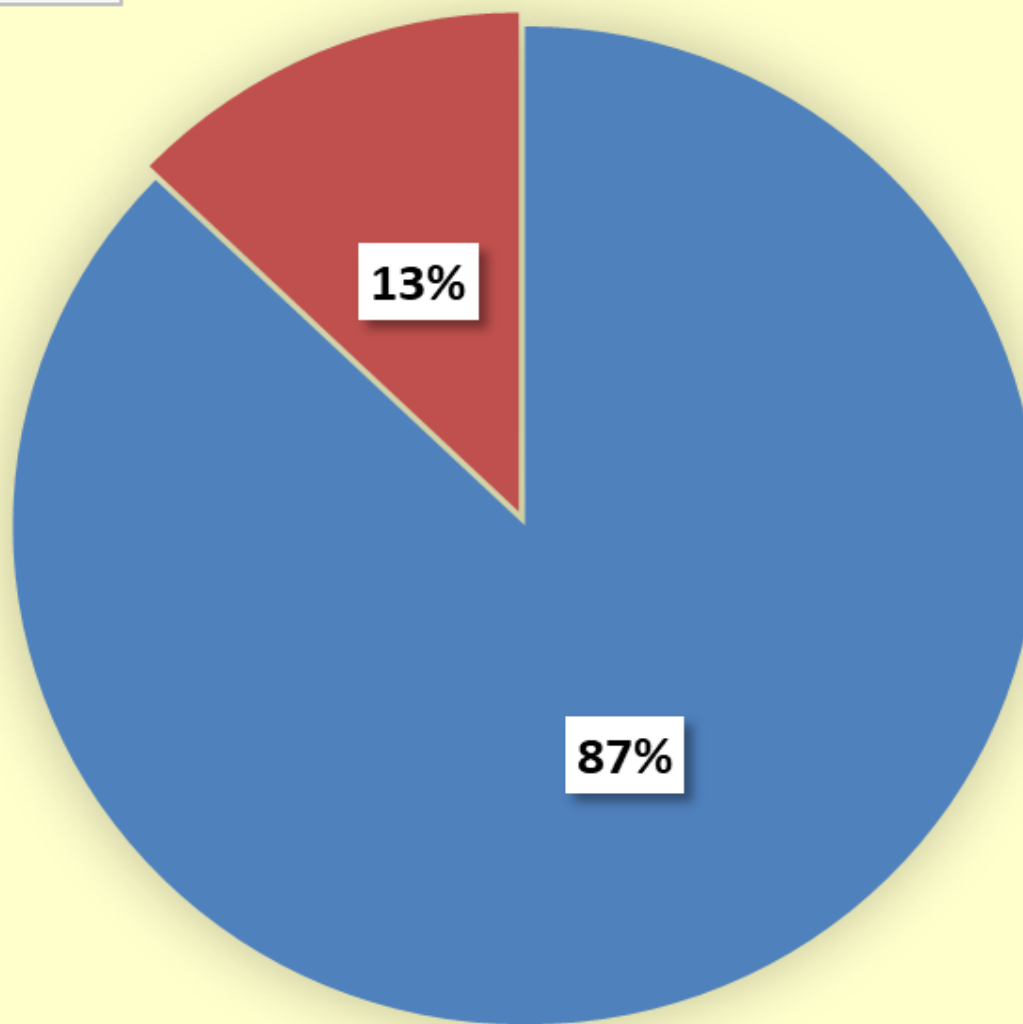
2018も継続して
新規顧客開発に
取組みます

性別



会場登録者

■ 男性
■ 女性

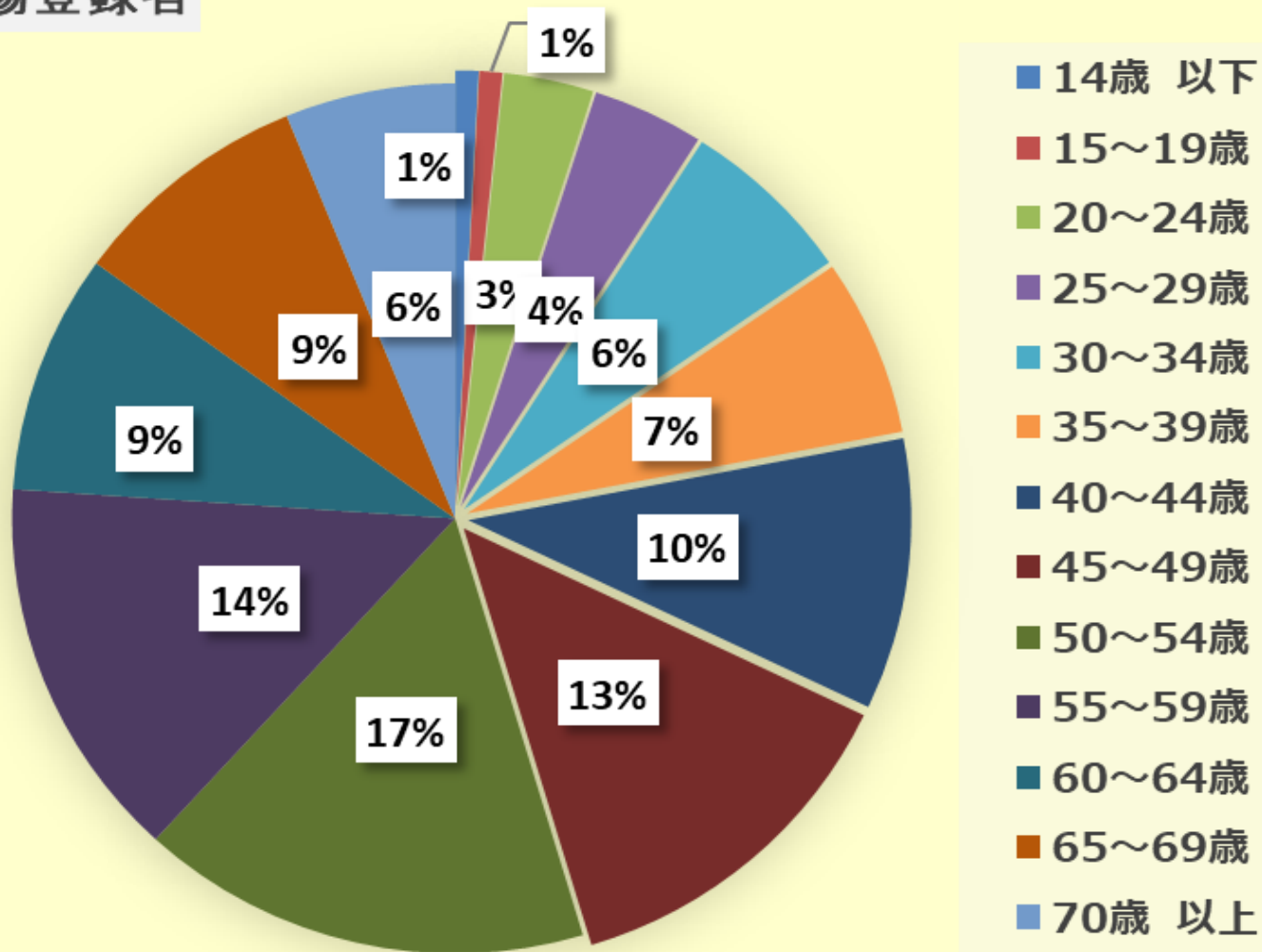


女性比率 2015 (5%) ⇒ 2017 (13%)

年齢構成

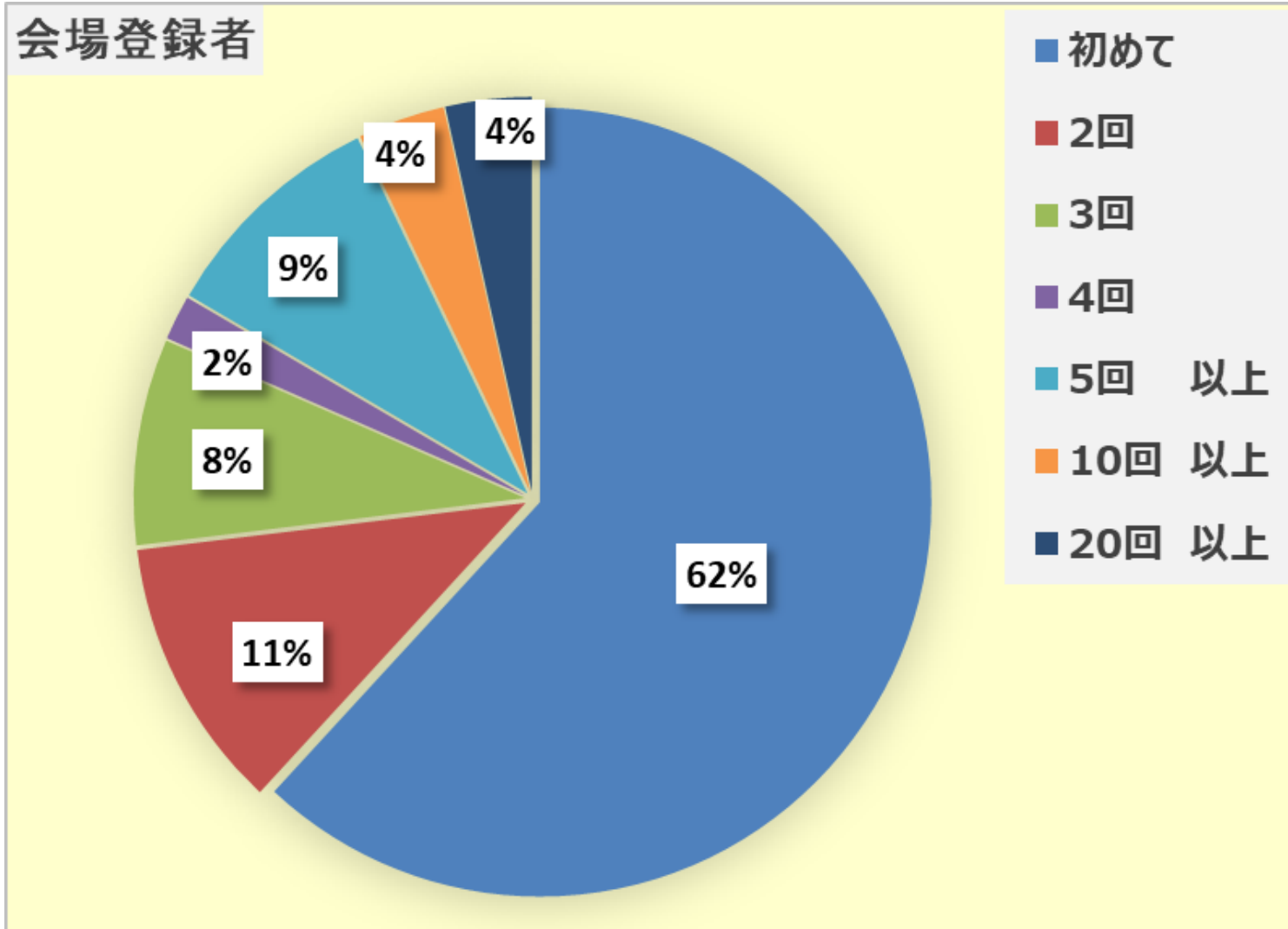


会場登録者



40歳代以下 2015 (41%) ⇒ 2017 (45%)

来場頻度

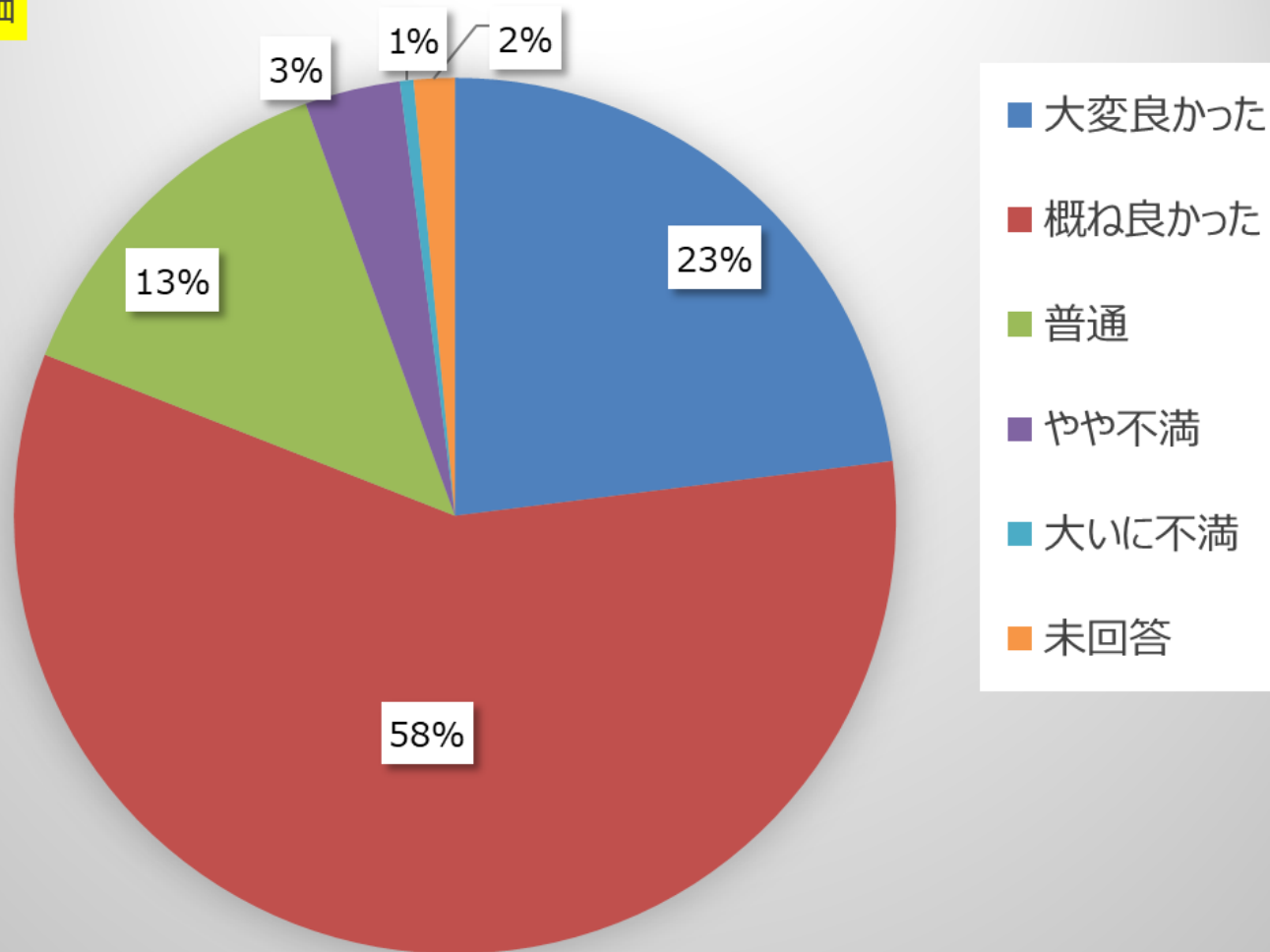


初回来場 2015 (44%) ⇒ 2017 (62%)

総合満足度



総合評価



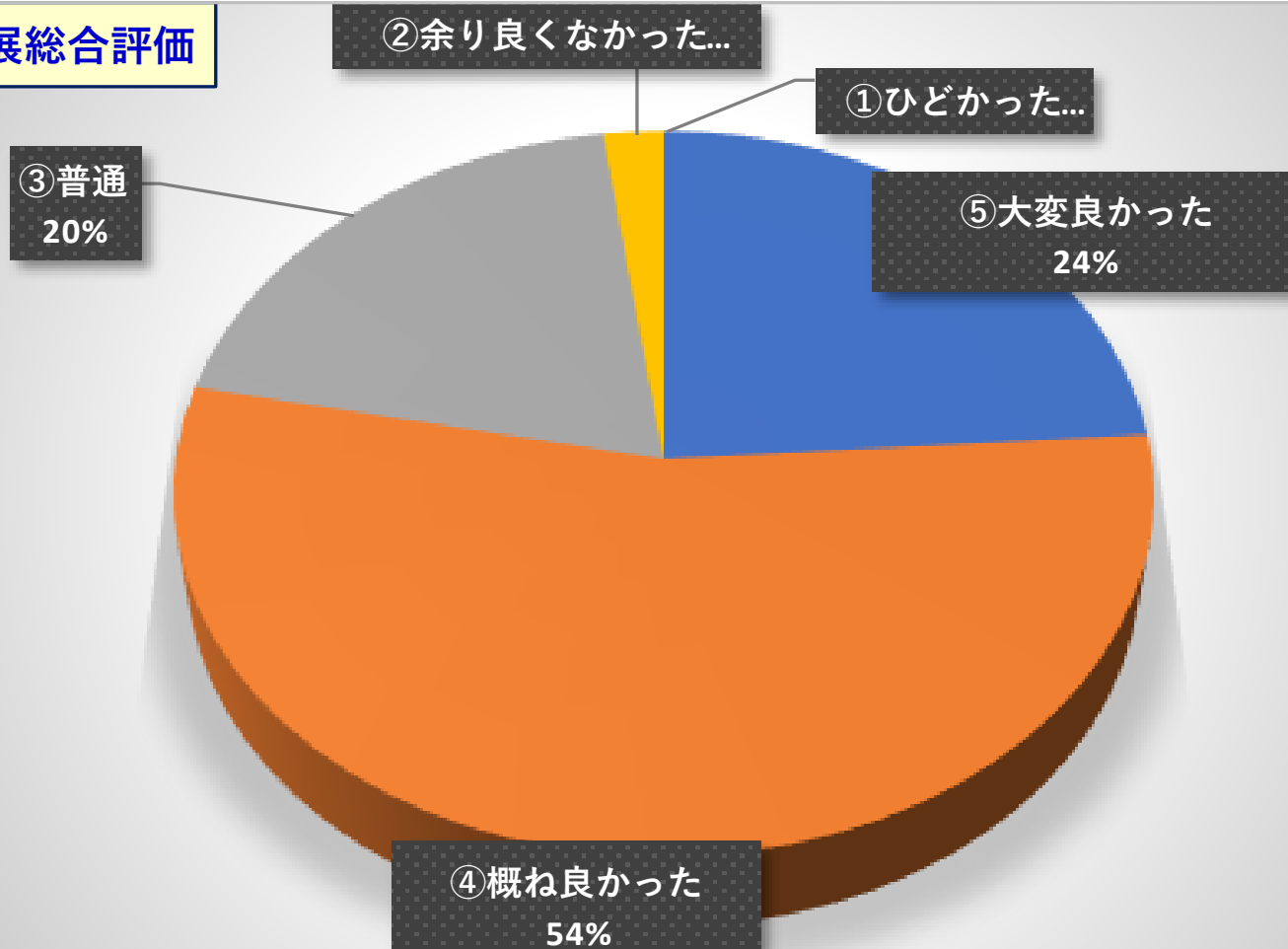
引続き8割以上の来場者の方に、満足頂いています

Ⅲ. 出展社のご意見

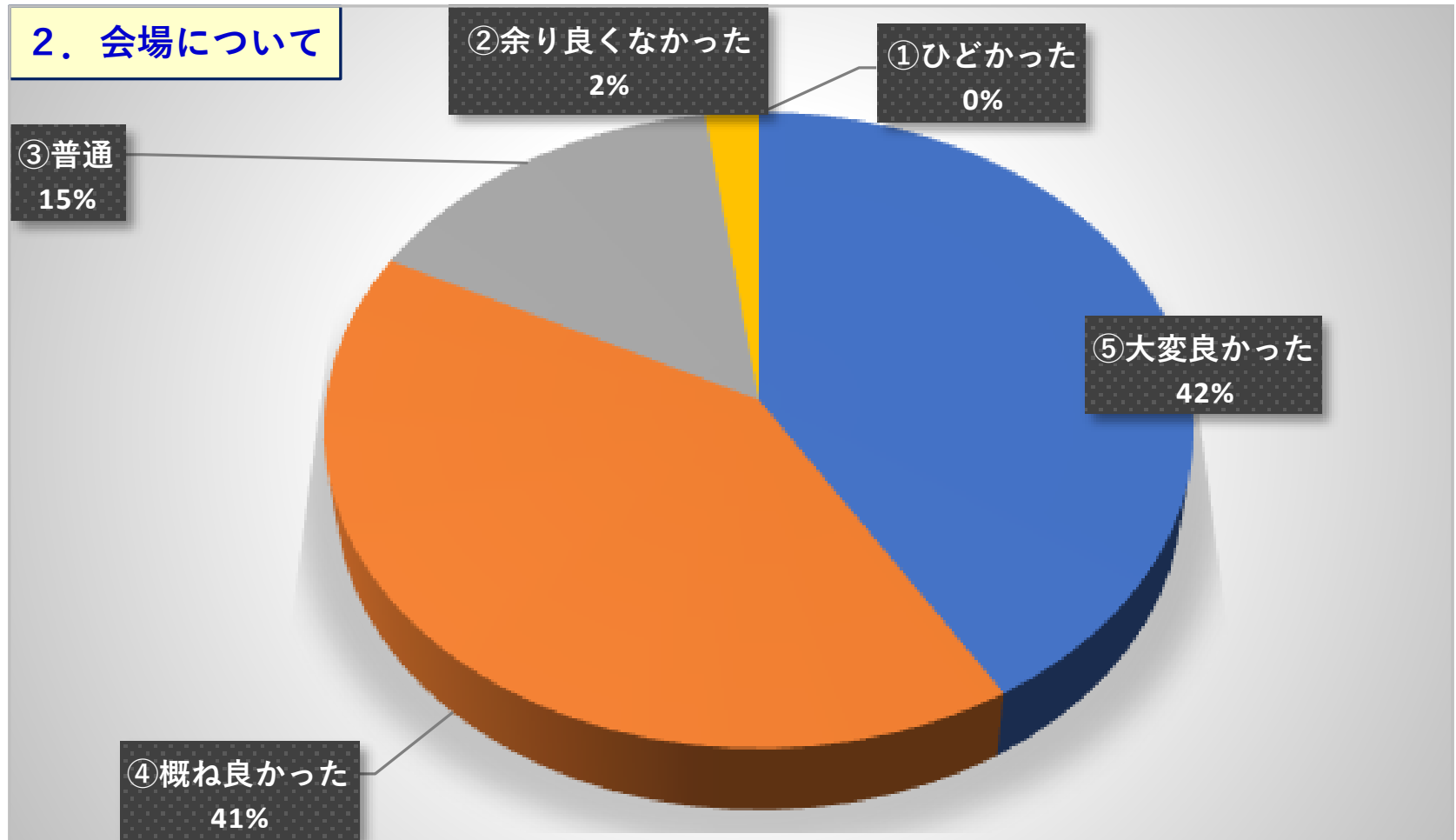
出展社アンケートより

1. 多くの出展社より、高い評価を頂戴しました。
2. 次回出展についても、前向きな回答を数多く頂戴しました。

1. 出展総合評価

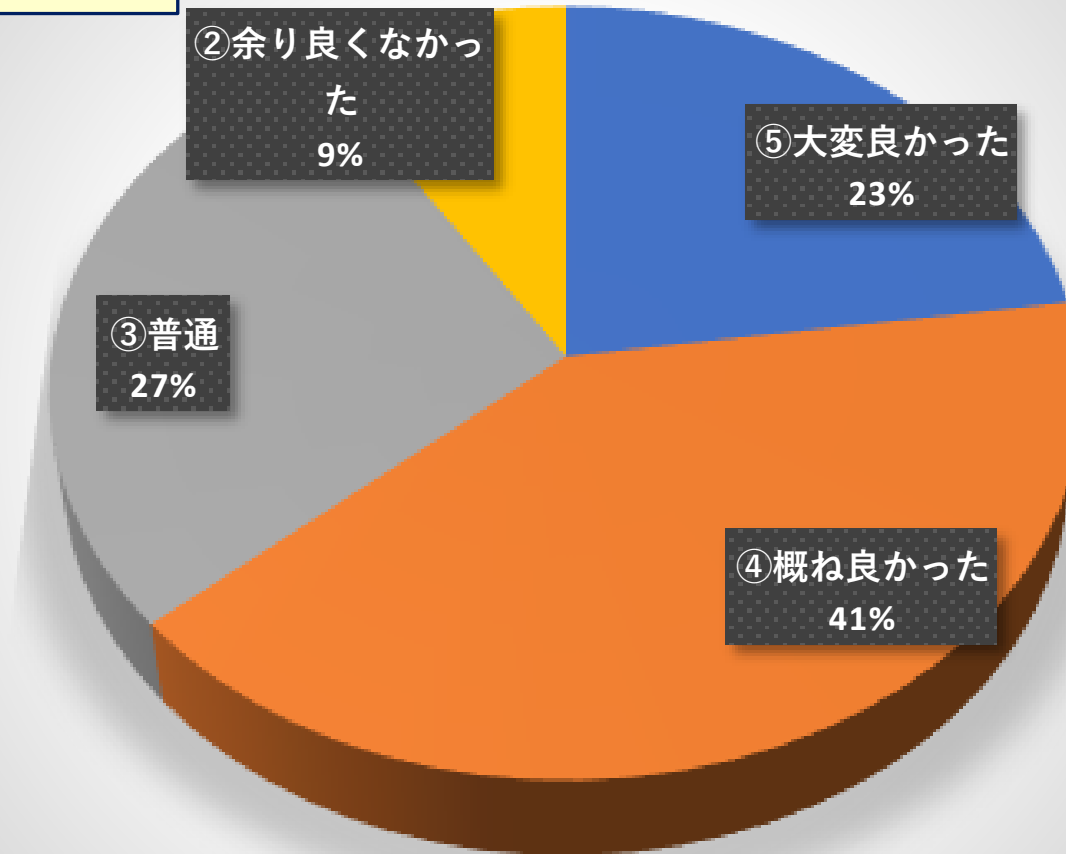


引続き8割近い出展社の総合満足度を維持



格段に高い会場評価、不満ほとんどなし

3. 開催時期について



春開催でも不満わずか。 逆に、評価する声多い

■ 出展募集説明

I .開催概要

1. 会期

— Audioの春市場構築 —

2018年6月16日（土）～17日（日）

10:00～19:00

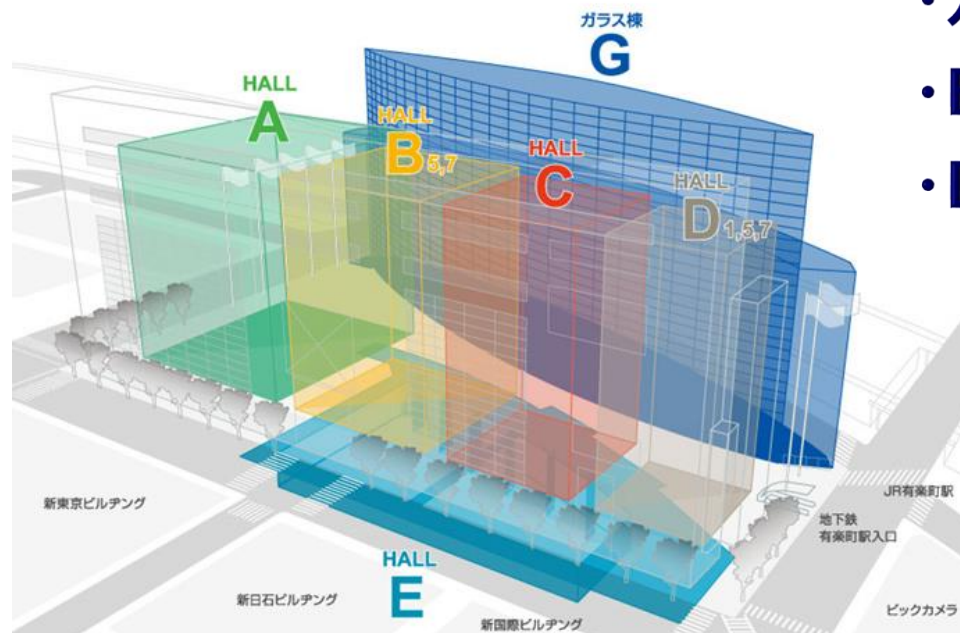
10:00～16:00

2. 会場

— 引き続き人が集まる場所で開催 —

東京国際フォーラム

- ・ガラス棟会議室（4F・5F・6F・7F）
- ・B1Fロビーギャラリー（南・北両面）
- ・D棟（ホールD5、4F・5F会議室）



3. 展示会名

「TOTOTEN」

AUDIO・VISUAL FESTIVAL 2018

4. 開催趣旨

Audio市場活性化に向けた、
継続的新規顧客開発への取組み

5. 顧客ターゲット

既存顧客層に加え、20～40歳代音楽好き
を主要顧客層とする

B to Bではなく
ユーザー、消費者を顧客とする
啓発に軸足を置いた展示会

6. コンセプト

コンテンツの楽しみ方を体験できる
AV総合展示会

【注力コンテンツ】

- ① 音楽・映像配信サービス（ストリーミング、DL配信）
- ② アナログLPレコード



色々なAudio機器
(ホーム、ホームシアター、カー、モバイル等) で
見せる！ 聴かせる！ 触らせる！

音楽・映像ストリーミング 配信、LPレコード試聴体験

- お好みの音源を一味違うオーディオ機器で試聴体験
- 実装デモカーでの高音質ハイレゾカーオーディオ試聴体験
- 4K・8K高精細映像と高音質のシアター体験

ハイレゾ、アナログ各種試聴会 各種セミナー参加

- 音のサロンの特別試聴会参加
- マニアの為のオーディオスペシャルセミナー参加
- あなたもDJになれる 「DJセミナー」へ参加

最新商品・技術 の実演提案デモ

- 話題のAIスピーカー技術と実演を提案
- ストリーミング音源の高音質ハイレゾ化実演提案
- 4K・8Kテレビ実用化（2018年12月放送開始）事前提案

Ⅱ.フロア構成と小間概要

変更修正の可能性もあり

ガラス棟 : B1F ロビーギャラリー



解放感あふれる
オープンスペース
⇒センターゾーン

総合インフォメーション



カーオーディオ エリア

← 有楽町駅

ロビーギャラリー 2 (有楽町駅側)

ガラス棟 B1F ロビー

東京駅 →

コンテンツ&機器の
賑わい広場

ロビーギャラリー 1 (東京駅側)

B1F (カーオーディオ/総合インフォメーションを想定)

- ロビーギャラリー 1 (東京駅側) カーオーディオ実装デモカー 8台
- ロビーギャラリー 2 (有楽町駅側)

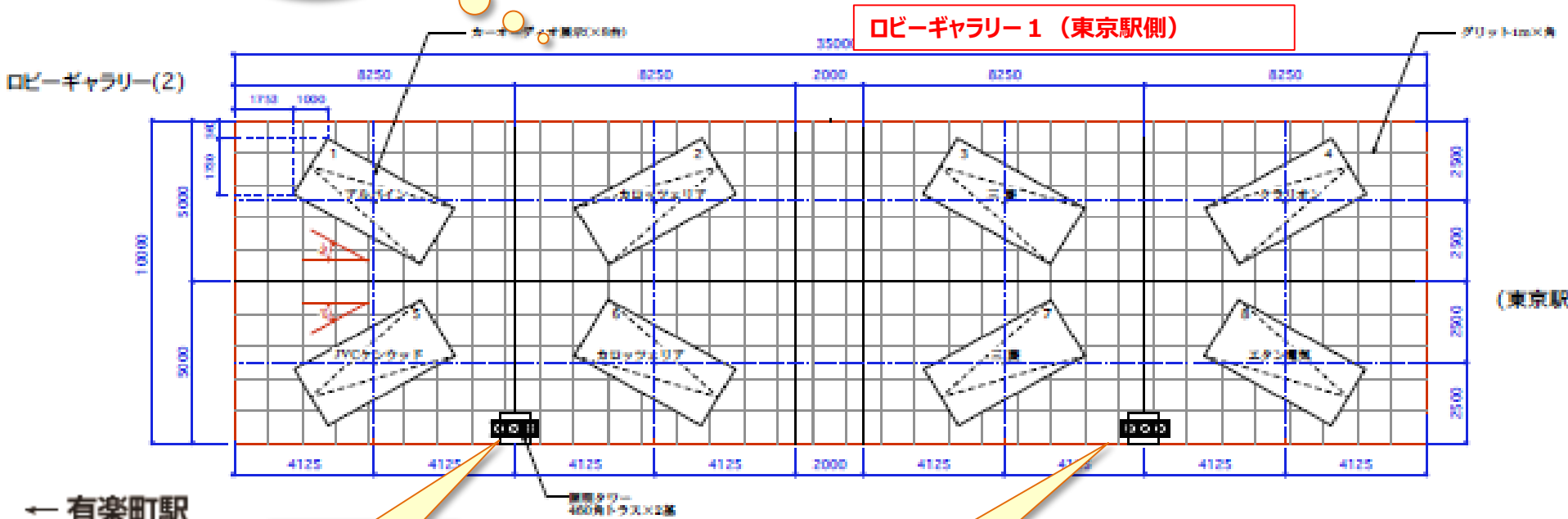
総合インフォメーション、及びコンテンツとハード機器を楽しむ賑わい広場

ガラス棟：B1F カーオーディオ エリア



フリー入場OK
オープンスペース

デモカー展示レイアウト（例）
個々の配置含め後日確定
音出しは車室内に限る



照明トラス

照明トラス

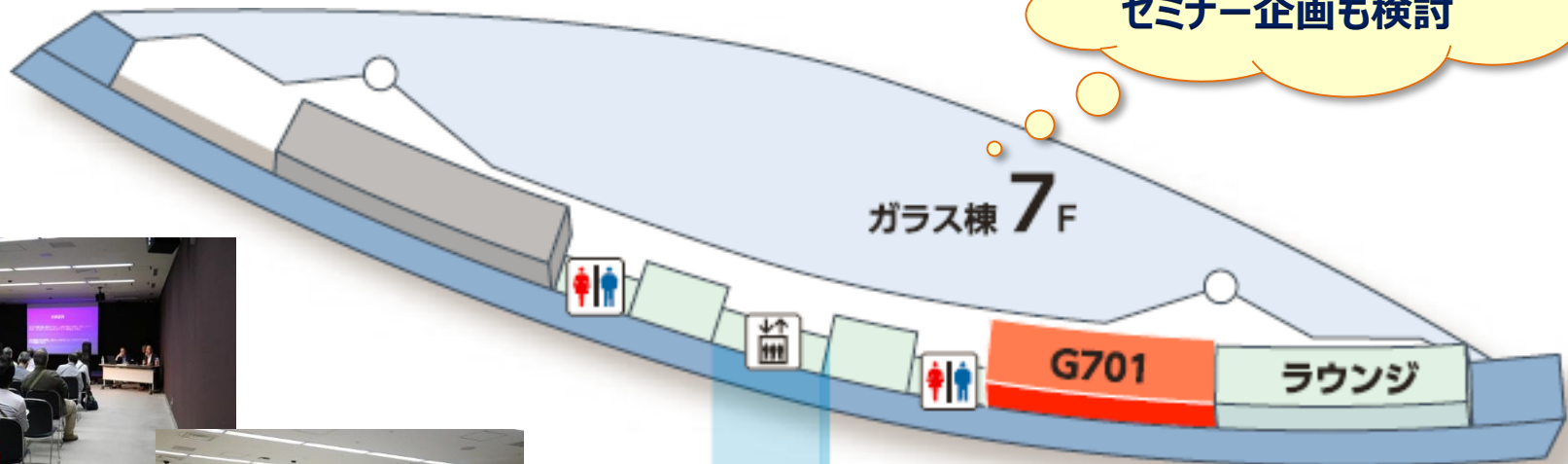


ガラス棟：7Fフロア



イベント会場&セミナーフロア

出展社セミナー
+主催者イベント
セミナー企画も検討



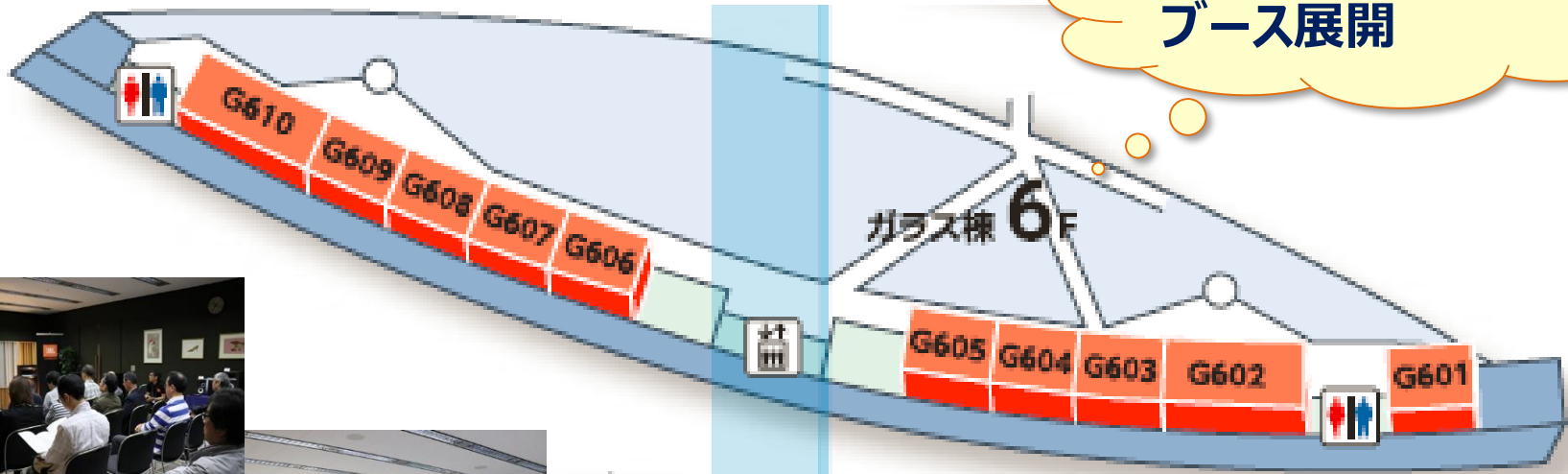
G701： 1時間単位（45分+準備片付け15分）の有料イベント・セミナー会場
各種イベント・セミナー開催だけでなく、新商品発表、技術紹介にも
ご活用ください。⇒小間出展社は優遇料金で利用可能

ガラス棟：6Fフロア



オーディオ試聴ブースフロア

6Fは、試聴中心の
ブース展開



(ホームオーディオを想定)

G601、G602、G603、G604、G605、G606、G607、G608、G609、G610
計 10室 (部屋単位の試聴ブースエリア)

ガラス棟 : 5Fフロア



オーディオ試聴 & AVデモ体験ブースフロア

5Fは、視聴・試聴
体験ブース展開



5F (ホームオーディオ/ホームシアターを想定)

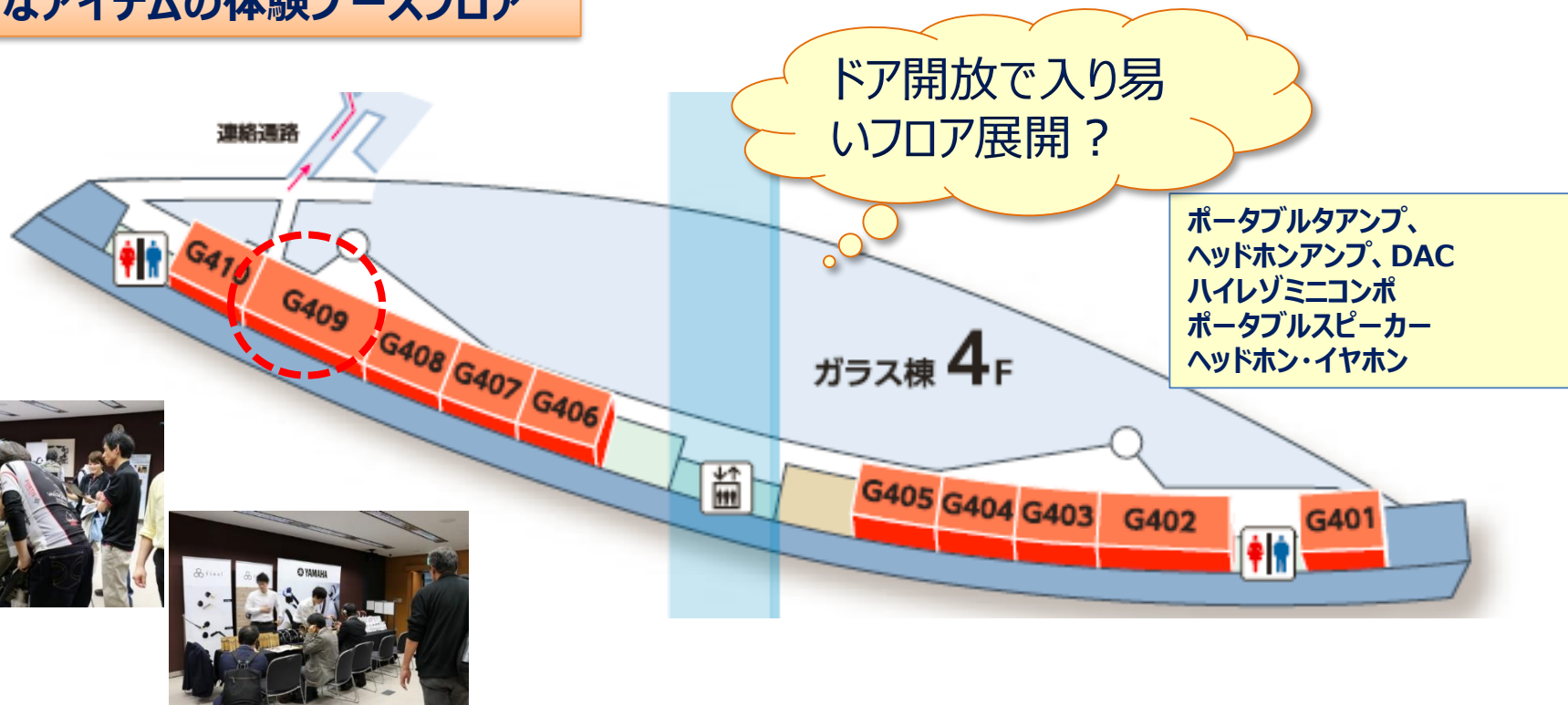
G501、G502、G503、G504、G505、G506、G507、G508、G509 計9室
(部屋単位の視試聴室エリア)

G510 : 6社共同使用 (10分/1社 デモ交代制小間)

ガラス棟：4Fフロア



色々なアイテムの体験ブースフロア



4F (ヘッドホン/イヤホン/ケーブル/ポータブル等を想定)

G401、G402、G403、G404、G405、G406、G407、G408、G410 計9室

(部屋単位使用を基本)

通常ドア開放で展示出展を基本とし、音出しデモはドア締めての実施となります。

G409： テーブル出展共同使用 (計 17社程度以上)

D棟 : 5F、4Fフロア



イベント会場&オーディオ視聴ブースフロア

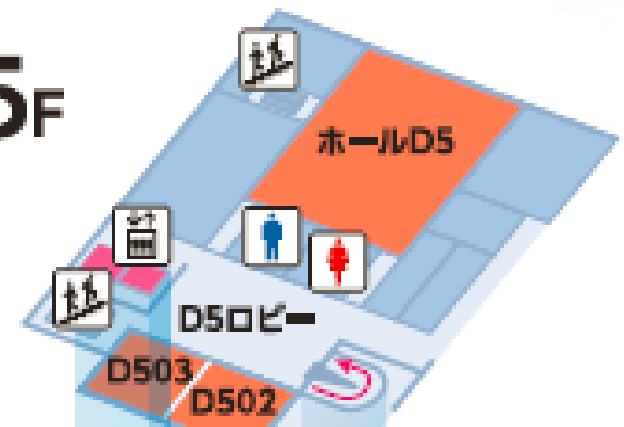
5F (オーディオ視聴+イベント・セミナーフロア)

D502、D503 計 2室
(部屋単位使用を基本)

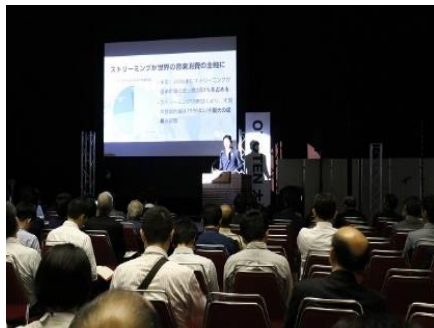
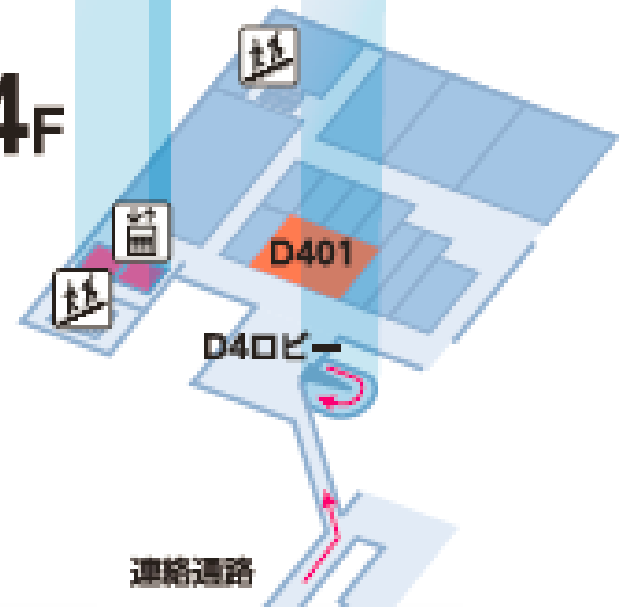
D5ホール メインイベント・ステージ
(各種イベント&セミナー開催予定)

4F (オーディオ試聴ブースフロア) D401

D棟 5F



D棟 4F



Ⅲ.集客促進と回遊促進

今しばらくお待ち下さい！！！！

参考までに前は……

OTOTENロゴは
継続使用！

モデル映像の使用
契約期間満了！



展示内容

コンテンツと機器のコラボで
音楽や映像の楽しみ方を
体験案内

集客イベント・セミナー

- コンセプト・テーマに沿った
イベント・セミナー開催
- ターゲット顧客層に向けた
新企画イベント開催

20～40代 ♪ 音楽
好きの来場促進
目標20,000人

広報・宣伝

- WEB中心の媒体展開、
- SNS活用、●口コミ活用
- ポスター、リーフレット

コンセプト・テーマ連動したイベント・セミナー開催

ターゲット顧客層を呼び込める実施内容

イベント会場、出展小間との連動性重視

2017開催イベント

- 音のサロン
- LIVEイベント
- オーディオ協会セミナー
- オーディオ専門誌セミナー
- NHKデモンストレーション
- オーディオソフト販売
- オーディオ専門誌販売
- ミュージックバード公開収録



2018開催イベント

検討・調整中

コンテンツと機器を繋ぐ、組合せた企画

場内インフォメーションの強化

受付廻り案内情報パネル充実

- 大型会場MAPパネル
- 出展社&ブランド一覧パネル
- イベント・セミナー案内パネル

来場者誘導案内強化

- D棟への誘導案内充実、第2受付検討
- G棟各フロアEV前の案内充実

出展ブース入口案内充実

- 規定内最大限にブース入口案内強化
- バナー乱立はNG、詳細後日

来場者の背中を
押す回遊策必要

敷居を低くして
入り易い環境整備

WEB上での事前案内強化

- 会場MAP
- 出展社&ブランド一覧
- イベント・セミナー案内

IV. 出展要項説明

1. 出展社の資格
2. 出展申込、契約
3. 出展申込手続きと出展料金
4. 出展料金以外の費用
5. 出展小間位置の決定
6. 搬入出関連
7. 著作権使用料
8. 会場内での販売行為

- ① 一般社団法人日本オーディオ協会 法人会員
- ② オーディオ、ビジュアル、情報などに関するハード、ソフト、およびサービス等を業務とする法人及び団体で、主催者が認めた者
- ③ その他、主催者が特に認めたもの

- ① 出展申込内容を主催者が承諾した時点で
契約成立。
- ② 出展申込期間は、10月6日～11月30日
- ③ 締切後、小間に空きがある場合、継続もあり
- ④ 出展料金のご請求とお支払い⇒**後述**
- ⑤ 出展社による出展取消し⇒**後述**
- ⑥ 主催者による契約解除
- ⑦ 不可抗力による開催短縮、及び中止

① 出展料金の請求とお支払

主催者が出展申込を受理、承諾後、出展申込社に対して、申込書で指定の支払形態（一括払又は2回分割払）に則り（一社）日本オーディオ協会事務局より請求書送付

② 指定期日迄に、指定の口座にお振込み下さい。

- 銀行口座・振込期日などは請求時にご案内
- 振込み手数料は出展申込社がご負担下さい
- 手形、小切手によるお支払いは出来ません

* 出展料金お支払指定期日

第1回目	12月28日（木）迄
第2回目	3月29日（木）迄

③ 出展社による出展取消し

- 出展承諾後、出展社都合により出展を取り消される場合、主催者へ書面による申出が必要です
- 申出受理日により、下記の申込解約金を申受けます
- 指定期日迄に出展料金の入金がない場合も、出展意志無いものとして下記の申込解約金を申受けます

主面による取消し等の申出受理日	申込解約金
2017年11月1日（水）～2018年1月31日（水）	出展料金の50%
2018年2月1日（木）以降	出展料金の100%

IV-4 出展料金以外の費用



金額：税込

- ①搬入出費用、空き箱保管等 ……別途資料参照
- ②時間外小間使用料 (9時前、20時以降) 64,800円/時
- ③2次電気配線工事、規定超電気使用料
(単相100V又は200V) 12,960円/kw
- ④LAN回線使用料 ……別途見積り
- ⑤部屋清掃料 (A/Bタイプ) …… 5,400円/ 1室
* 排出ゴミは、出展社が持帰り (手持ち) 下さい
- ⑥什器備品リース料
- ⑦音楽著作権使用料

* 詳細は後日、出展準備説明会時にご案内 (3月)

IV-5 小間位置の決定



- ① 小間位置は主催者が最終決定します。
原則、申込順を基本とし、「開催趣旨、フロアテーマとの適合性」「会員企業か否か」「過去出展実績」等を考慮して決定。**締切日前に埋まることも有**
- ② 主催者が運営上必要と認めた場合には、小間位置を指定させて頂く場合あり
- ③ 小間位置の確定後でも重大事由が発生した場合には、小間位置を変更・調整させて頂く場合あり
- ④ 共同出展、テーブル出展、デモカー展示小間位置は、出展準備説明会（3月）等にて決定
- ⑤ 出展社は、決定した小間位置等について異議の申立て及びそれを理由とした出展取消しはできません

- ① 搬入出作業は、主催者指定運送業者に全面的に委託
（基本的に集荷～小間までを一貫して請負）

⇒ **アートコーポレーション**

- ② 個社独自で搬入出を行う場合、主催者の事前許可必要

- 荷物用台車の一般用EV使用禁止（手持ちOK）
- 一定時間、荷物用EVの使用禁止

- ③ 会期中の空き箱保管

自社小間内又は別途提供する保管スペース（有料）
をご利用下さい

＊ 搬入出経路等、小間外に置くことはできません。

- ④ 詳細、出展準備説明会時、「搬入出マニュアル」にて

IV-6 物流・搬入出について（B1Fデモカー等）

- ①搬入出作業は、主催者指定業者ではなく
⇒ **出展社による自主搬入**
- ②B2F荷捌き場における車両運行管理、会場内作業管理は主催者側で統括・管理
- ③デモカーや大型重量物の搬入出は、閉館時間内の作業となります。（23：30～7：00）
- ④その他詳細は、出展準備説明会時、及び別途配布の「搬入出マニュアル」にてご案内。
- ⑤必要に応じて「カー出展社会議開催」して説明予定

音楽・映像などの市販の著作物を会期中に自社小間内において再生・上映・演奏及び録音会やセミナー等に使用する場合は、各権利者の使用許諾は各出展社にて。

(社) 日本音楽著作権協会 (JASRAC) が管理する著作権については各権利者への使用許諾手続き後別途JASRACへ使用申請も必要。

その際の使用料負担や手続きなどの詳細は、別途、出展準備説明会にてご案内 (3月)

例) 会期内 1,296円/音楽再生、

会期内 5,184円～36,288円/音楽付映像再生
包括契約対象は「再生・演奏利用」のみ

金額：税込

協会指定イベント（ソフト・出版物販売）を除き、「事前申込をした出展社」のみ、自社小間内で販売行為可能

但し販売可能品目は、自社のオーディオ・ビジュアル製品・アクセサリ・部品・ソフト・出版物

- 販売上限金額は、100,000円以内/1品
- 販売出展料金として、出展料金に「20,000円」加算

ロビーやラウンジ等で主催者の許可を得て販売行為をした場合、会場使用規程より、別途手数料（5～10%）

上記以外の販売行為等については、OTOTEN実行委員会で別途協議して決定。

V. 今後のスケジュール等

<2017年>

- 10月 5日 (木) 出展社募集説明会 (10月6日受付開始)
- 11月30日 (木) 出展募集締切
- 12月28日 (木) 出展料支払期限 (全額or半額)

<2018年>

- 3月中旬 記者発表会、**出展準備説明会**
小間位置最終決定
出展社マニュアル配布、リンクバナー配布
- 3月下旬 オフィシャル・ホームページ本稼働
- 3月28日 (木) 出展料金残額支払期限
- 5月上旬 ポスター/パンフレット配布
- 4月中旬~5月上旬 各種申請・申込事項 提出期限
- 6月15日 (金) 搬入設営日、一部6月14日 (木) 夜~
- 16日 (土) 会期
- 17日 (日) 会期 ※終了後搬出