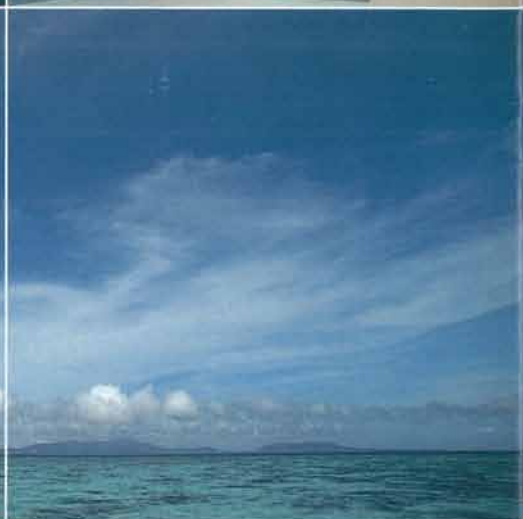
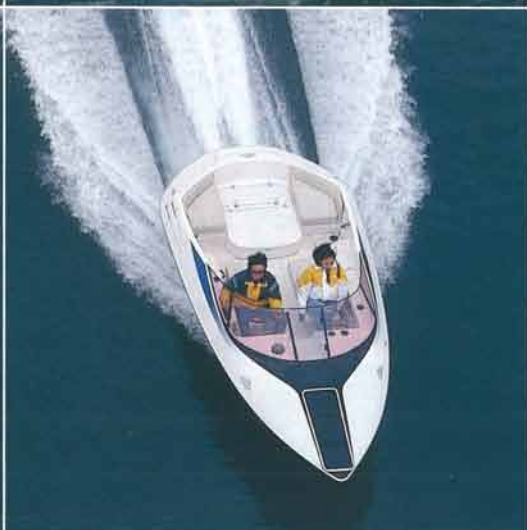


## 特集/イベントって何?

- 感動的なソフトを売るのが成功の秘訣
- 話題のイベントで集客率を高める
- ユーザーと一体化したイベント開催
- 人気店の1991イベント・販促カレンダー





**BUSINESS**

ビジネス・カレント

**CURRENT**

現代イベント考

# JR 駅構内で オーケストラ



Length overall: 8.05m  
Width overall: 2.62m  
Depth overall: 1.35m  
Weight: 1,430kg  
Maximum horsepower: 200ps



FR-26

YAMAHA MARINE NEWS

77

## CONTENTS

- P.4 ● 特集/イベントって何?
- P.10 ● NATURE ESSAY/21世紀一人と海
- P.12 ● マリンスクランブル  
お忙しいみなさまのための情報広場
- P.14 ● 新しくなりました My Shop  
ヤマハ東京(株)横浜店のお店づくり
- P.17 ● サービスマン最前線  
(有)平野ポート
- P.20 ● 浜を訪ねて  
三重県大王町の真珠養殖
- P.22 ● ヤマハインフォメーション
- P.25 ● 話題の商品  
FRシリーズ
- P.26 ● Marine ing  
(株)ジョナサンヨットレース

**J** 氏が民営化されたのが昭和62年4月のこと、この年の7月からJR東日本では、「とうきょうエキコン」というイベントを継続して開催しています。文字どおり東京駅の構内で開かれるクラシックコンサートですが、昨年暮のクリスマスコンサートで第122回、延べ入場者数12万人を数えるほどのイベントに成長しました。

イベントの動員は、コンサート当日の朝に、入場整理券を駅長室前で配るだけですが、10〜20分程度整理券がなくなるほどの人気ぶり。入場は無料なので、JRとしてはもちろん、これで即、利益を上げるわけではありません。でも何か目的があるはずですよ。

その目的の一つは旅客サービスの一環として「駅」そのものの価値を高めることでした。



「駅とは今までA地点からB地点に行く列車に乗るための単なる通過の場所でした。一日のうちでも長く過ごすのが家庭、その次が仕事場、その次は仕事場へ行くのに利用する交通機関の中にはないでしょうか。その交通機関の中継点である「駅」の機能を単なる通過地点という発想から「駅」に行けば何でもある……という駅の価値の新しい提案の一つが「とうきょうエキコン」というイベントなんです。」(JR東日本広報課)

一回あたりのコンサート開催費用は、平均400〜500万円ですが、それだけの経費をかけるイベントの効果はどれほどあるのでしょうか。

具体的な調査は行っていないものの、JR東日本ではマスコミやお客さまや外部機関からの社会

評価を材料として「予想以上の効果」と判断しています。外部機関の評価の一例としては、88年ソフト化経済センターの「ソフト化大賞」、89年「ブルネル賞の駅モダンアーチ部門審査員特別賞」、90年「日本デザイン賞」などの受賞があります。

また社内でも意欲的に「とうきょうエキコン」に取り組むことにより活性化が図れたり、イメージ一新による若返りなど民営化後のCIにも大いに役立ちました。

JR東日本では「とうきょうエキコン」のあとも、「パーボンエクस्प्रेस」「東京ステーションギャラリー」「新宿エキサイティング」などのイベントをつぎつぎに開催。列車や駅の付加価値を高めた新たな利用者へのサービスをイベントという形で展開しています。



# 特集／イベントって何？

「イベントの時代」といわれるほどに、いま、各種業界でさまざまなイベントが繰り広げられています。大企業が企画するような大きなイベントから、小売店独自で開催する店頭イベントまで、さらに、消費者に対して購入の動機づけを狙ったセールスプロモーション系のイベントから、自社の販売環境を間接的に良くしていくことを狙ったソ



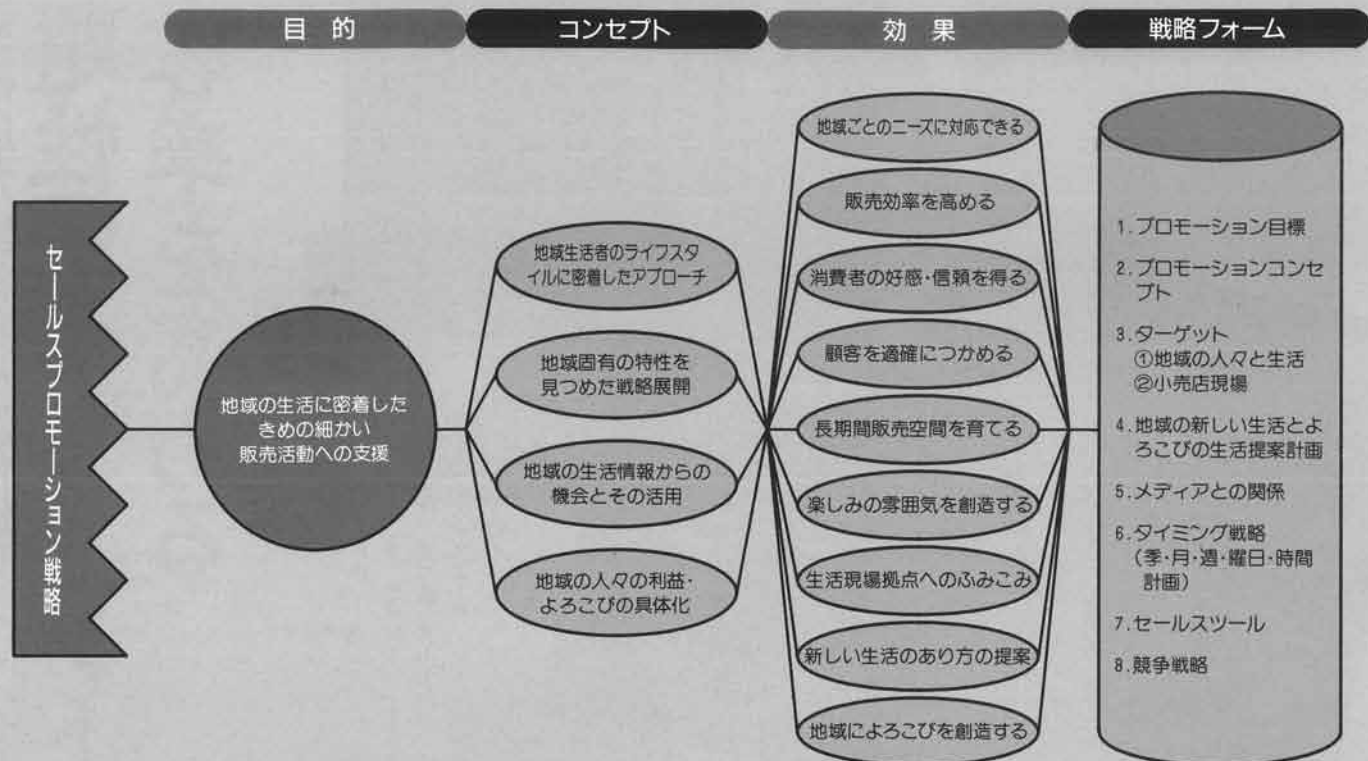
© TOSHI SAWAJIRI/ COSMO&ACTION PHOTO LIBRARY

シオプロモーション系のイベントまで、規模、目的も、まさに多種多様です。  
そしてマリン業界においても、展示会、試乗会、クルージング、ヨットレースなど、多くのイベントが開催されています。今回の特集ではイベント開催の意義を再度確認、その目的や効果など原点に戻ってイベント企画のあり方を考えていきます。

●マーケティングとしてのイベントを考える  
感動的なソフトを売るのが、  
成功の秘訣

青山学院大学教授 坂井 幸三郎氏

## 地域生活機会密着とセールス・プロモーション戦略



資料/坂井幸三郎監修、SP研究会編「現場発想のセールス・プロモーション」より

まず、実際にご商売に携わっている方の事例をご紹介する前に、青山学院大学経済学部 坂井幸三郎教授から、現代におけるイベントの在り方についてお話をうかがってみました。

「今の世の中は、ニーズではなくてウォンツの時代です。生活に必要なものは、満たされていると思っただ方がいい。極端に言えば、何が必要なのかでなく、どんなに楽しいことがあるのか、それが最も大切になっていきます。イベントは、その最たるものといえます。

一昔前のイベントはモノを売るためだけにあり、少し味付けしてあるだけで人は集まりました。でもモノに対する価値観が多様化している現代は、自分の価値観に合わない訴求には、人は見向きもしなくなっています。

例えば、家族でレストランに食事に行く。これは、料理に対してお金を払っているのではなく、わざわざ出掛けの団樂という感動を買っているのです。また、ワインを買うのもワインを飲むことによって楽しい雰囲気を味わえる。つまりモノではなく、どう楽しめるか、どう感動できるか、というソフトの部分を買っているわけです。

そうした意味で成功しているものの一つが、DIYや日曜大工センターでしょう。日曜大工の楽しみをPRし、その結果としてハードである用具が売れている。デパートに人が集まるのも、ショッピングの楽しさという、ソフトがあるからです。イベントも、感動や楽しさといったソフトを売らなければ、時代遅れといえますね。

イベントの特徴は、ライブである点です。ライブだからこそ、心に感動を与えられる。一方的な伝達ではなく、客とのコミュニケーションが図れ、反応が分かるし調査もできます。ただしイベントに集まる人は、楽しさや感動を求めて、わざわざやってくるのです

から、内容が伴わなければ、恨みや反感を買うリスクもあります。こうしたリスクを回避するには、初めはいくつかの店や企業が集まってイベントを企画し、皆で知恵を出し合い、経験者やプロをできるだけ利用することです。企画が良ければ人は集まり、演出が良ければ感動を与えられます。モノを売ることを前面に出さないことが大切です。マリン業界を例にすれば、マリンマーケットの拡大が最も必要なことではないでしょうか。そのためには、マリンライフの楽しさ、感動を売り込むイベントでなくてはなりません。ファン層の拡大、需要拡大です。楽しさを知る人が多くなれば、ボートやヨットなどのハードは結果として売れます。ハードを売ろうと企画したイベントでは、需要を拡大することはできません。そうしたイベントを開催して、あの店に行けばマリンスポーツや海のことなら何とかなるよ、といったイメージを売り込むことです。ショップ一店では無理なイベントでも、何店かが協力すると、メーカーと連携して行うなど、じっくりと腰を据えて取り組むべきでしょうね。」



●プロフィール

昭和6年東京に生まれる。30年青山学院大学大学院修了後、同大学にて教職、45年に教授。担当は商学総論、マーケティング・マネージメント。日本広告学会理事、日本観光学会理事長、日本イベント・プロデュース協会前理事長。著書多数。

# ●他業種店が語るイベント観

# 話題性のあるイベントが 集客率を高める



広島市のバイクショップ「マックスヤマシタ」の年間イベントスケジュールは、実に盛り沢山の内容。ロードレースやスクーターレース、各種ツーリングはもちろん、スキーツアーやテニ

ス大会から乗拾いまで、「これ以上は増やしたくても増やせないんです」と店長の山下芳徳さんが苦笑いするほど、日曜日のほとんどが埋まっています。しかも、どのイベントも参加者が多く、中でも圧巻は、毎年11月に開催するマックスパーティーで、4回目の昨年は400名以上が集まって会場探しにでんてこ舞でした。

「店のお客さまは4分の1もいない。あとは口コミで集めた人達です。でも全体の約6割が女性ですから、華やかだし楽しいですよ」

最初は、レース仲間の忘年会を少し華やかにやろうと、パーティー形式にしたら120人も集まって感激。次からは220人、330人とどんどん大規模になってきました。

マックスヤマシタには「クラブマックス」という組織があります。

「バイクだけじゃない、を合言葉にできた遊び仲間のクラブです。店のお客さまではないけど、スクーターやパーティーには参加する会員もいます。パーティーの集客もほとんどこの仲間たちでやっています。遊び好きが多くて、テニスのクラブもできました」

という山下さんは仕事やイベントを弟の晃正さんと分担していますがイベントの準備だけでもかなりの時間がかかります。マックスパーティーの場合は、会場探し、スポンサー回り、内



マックスヤマシタ(バイクショップ)のマネージャー 山下 芳徳氏

●プロフィール  
1988年8月、店の移転と同時に「山下モーターズ」から「モーターサイクルジャム・マックスヤマシタ」に改名。このときクラブマックスを足させ、イベントを中心とした商売のあり方を探ってきた。

容の打合せ、パーティー券の割り振りなど、3カ月前から準備にかかります。「基本的に好きでないといけないですね。僕自身、遊ぶこと、楽しいことが大好きです。でも、イベントは赤字を出してはいけない。続けて行けなくなりますから」  
頭を悩ましたのは、各イベントの参加費用の設定。高ければ参加者が少なくなるし、安すぎると赤字になってしまうからです。現在では、各イベントともうまくいっています。年間の最大イベント、マックスパーティーの収支は、パーティー券売上や協賛などの収入が約235万円、会場費など支出が約166万円、

クラブ・マックスの会報は「MAXAM EXPRESS」。同店のイベントのアフター、ピフォア情報が満載されています。






MAXヤマシタのイベントカレンダー。表のうち、☆、★、△、▲のイベントはすべて同店主催です。ほとんどの月にイベントを連発しています

☆ CLUB MAX ★ MAX TENNIS CLUB ○ エンデューロ ● スクーターレース  
□ 西日本サーキット地方選手権 △ ON ROAD TOURING ▲ OFF ROAD TOURING

マックスパーティの参加者は回を重ねるごとに増加。「あの店がまた面白いことをやっている」という口コミがイベントを成長させているようです



# 1991 SCHEDULE

1	1-6 6 13 15 20 27	お正月休み  DT 200試乗会		7	7 6-7 14 21 28	○ エンデューロ/4 △ ONたなばたツーリング ★ MTCサーキット/4  □ 西日本サーキット地方選手権
	2	3 10 11 17 24			▲ OFF雪中ツーリング ○ エンデューロ/1  ☆ スキーツアー	8
3		3 10 17 21 24 31 //	● スクーターレース/1  ★ MTCサーキット/1 ☆ 世界GP観戦ツアー △ ON花見ツーリング □ 西日本サーキット地方選手権		9	
	4	7 14 21 28 29	▲ OFFツーリング ○ エンデューロ/2 △ ONツーリング □ 環太平洋選手権(西日本サーキット)			
5		3 4 5 6 12 19 26 26	● スクーターレース/2、OFFツーリング ☆ ラリーツーリング ★ MAX CUP/1(MTCサーキット/2) □ 西日本サーキット地方選手権		11	
	6	2 9 16 23 30	△ ONツーリング ○ エンデューロ/3 ★ MTCサーキット/3 ☆ マリンパーティ/3 マリンパーティ予備日 □ 西日本サーキット地方選手権			

約60万円の黒字。  
「予想外に大きな黒字でした。でもこれは、ほとんどボランティアで協力してくれる仲間がいるからこそその数字。浮いた分はクラブの運営費として使っています」  
クラブマックスは現在会員数約220名。初年度会員はトレーナー1付で45000円。次年度からは年10000円の会費。年2回発行の会報や通信費で50〜60万円の経費がかかります。  
「会報を作るデザイナーや、パーティに協力してくれるイベントプロデューサーが仲間にいるからできるんです」  
シヨップとしては、大成功のイベントを連発しているマックスヤマシタですが、本業の商売への効果のほどはどうでしょうか。  
「商売を前面に出すと、主催する側もお客さまも楽しくないと思います。主催者自身が楽しむことが、イベントを盛り上げるコツかもしれませんね」  
以前はレースがイベントの中心でしたが、それだけではバイクファンは広がらないと、イベントの幅を広げてきたのです。  
「それもお客さまの要望がきっかけなんです。何か面白いことないかって話から、で、とにかくやってみよう」とやってみれば失敗もあるが、楽しいことも発見できる。考えているより行動だ、というのが、山下さんの持論です。  
「パーティやスキーツアーで知り合った人が、後で店に来てくれることもたまにはありますが、イベントが商売に結びついている部分はまだこれからですね。もっと長い目で見て、店の名前と僕や弟の顔を知ってもらえれば、それでいいと思います。あの店に行けば何か面白いことがありそうだってね」  
こうした考え方もひとつの大きなイベントではないでしょうか。

## ●マリンミュージックが語るイベント観

# ユーズターと一体化した

# イベント開催が好結果

(有)ヒラタ代表 平田 紀昭氏

埼玉県川口市の(有)ヒラタでは、同社の顧客を組織化した「ヒラタマリンクラブ」を軸としたイベントを通年にならわって開催、販売促進に大きな効果を上げています。

「基本的な考え方はオーナーへのアフターサービス。これを通じてなるべくボートで遊んでもらうことが狙いです。その結果、販売促進としての効果がでています」

というのが同社で開催しているイベントに対しての平田社長の分析です。年間のイベントカレンダーを見ると、毎月、フィッシングやクルージングなどボートの魅力を発見するイベントが

満載されています。

「イベントへの動員は毎月一回発行しているクラブ会報誌『ヒラタマリンクラブニュース』によるものだけです。クラブのメンバーが1000名強、それにボートライセンス取得者など含め約550名に毎月発送しています」

こうして告知したイベントに、オーナー以外の人々が参加することもしばしば。そのときは、クラブメンバーの艇に分乗させてもらい、思う存分ボートライフの魅力を満喫していただくという訳です。イベントの内容や最終的なスケジュール調整に際しても、クラブメンバーの代表者が加わるといういま

す。

「我社のスタッフは私を含めて3名。お客さまの自主的な協力が無くしては、これだけのイベント開催は難しいでしょう」

言い換えれば、同社が組織するクラブのメンバーが強力なイベントスタッフとなっているのです。こうした状況は何も遊びが絡んだイベントに限った訳ではないと平田社長は言います。

「毎年、青年会議所が中心になって『リバーサイドフェスティバル』というイベントが開かれますが、地域社会に少しでも貢献しよう、小学生を対象にした体験リパークルスという形で参加しています。そのときもクラブメンバーがボランティアでボートを提供し、子供たちを楽しませてくれます」

また、商談会のような店頭イベントのときも、メンバーが参加しイベントを盛り上げます。

「会場にクラブのメンバーが集まりバーベキューパーティを開くなど、楽しい催しをやってくれます。だから商談会の告知にも、うちの場合、遊びに来ませんか?と唱っているんです」

結果、こうしたアットホームな雰囲気、同社のイベントを大きく特長づけています。

ユーズターを巻き込んだイベント企画、開催で好結果を得ている同店ですが、今後のイベント開催のあり方につ

休日ともなると、クラブのメンバーでお店が賑わいます。商談会のような店頭イベントのときでもメンバーが集まって華やかな雰囲気を作ってくれるといいます



「ヒラタマリンクラブニュース」が唯一のイベント告知方法。メンバー以外に免許取得者にも毎月発送することでオーナー以外の動員を図り、有効な販売促進ツールとしても機能しています



●プロフィール  
1976年に創業。3年後の1979年にオーナーを組織化した「ヒラタマリンクラブ」を発足させ、同クラブを中心に定期的な遊ばせのためのイベントを開催している。

いて、どのように考えているのでしょうか。

「これからも来れば楽しめる、満足してもらえらるイベントの開催が基本です。その中でマンネリ化しないようにひとつひとつのイベントの内容を吟味していきます。これまでの内容にこだわらず、新しい遊びを提案できるイベントの企画が必要です。結局は、それが参加者に満足を与え、動員数を増やし、効果をあげていくことになるでしょうから」

と常に新しさを求めていく構えです。



クルージングなどのイベントは平均して30艇が参加。費用はクラブの会費年間10000円と、1艇約5000円の参加費、さらに年間約100万円の「販促費」を同社が負担しています



参加して満足してもらうことが大切。特に初めて参加された方の反応に気を遣っているということです



ほとんどの日・祝日はイベントで埋まります。これだけのイベントが開催できるのもクラブメンバーの協力があってこそ。なお、同社は毎週月曜日と火曜日を定休日とし、スタッフは日・祝日のイベントに当たっています

## 1991 SCHEDULE

4	6	役員会		10	6	第22回相模湾ゲームフィッシング大会	
	7	隅田川花見クルージング			10	葛西臨海公園バーベキュー大会	
5	13	総会		11	3	第15回東京湾釣り大会	
	14	中禅寺湖ヒメマス初釣り			4	ハゼ釣り大会、天ぶら会	
	21	潮干狩り			10		
	28	大島クルージング			17		
	29				第7回海上安全講習会		24
6	3	第9回中禅寺湖釣り大会	12	1	第9回カレイ釣り大会		
	4	ヤマハビッグファイト第1戦		8	洋上忘年会		
	9			第19回相模湾ゲームフィッシング大会(シイラ)	15	年忘れ牛肉パーティー	
	16			第12回館山クルージング大会	22		
	23				ヤマハビッグファイト第2戦		23
30	第18回相模湾ゲームフィッシング大会(シイラ)	29					
7	6	第12回館山クルージング大会	1	1	洋上新年会		
	7	ヤマハビッグファイト第2戦		5			
	14	JGFA 下田カジキ釣り大会		12			
	18	第20回相模湾ゲームフィッシング大会・勝山バーベキュー大会		15			
	21	荒川花火大会		19			
8	26	隅田川花火大会	2	2	第16回東京湾釣り大会兼バーベキュー大会		
	27	戸田花火大会		9			
	28			葛西臨海公園バーベキュー大会		16	
	3					那珂川バーベキュー大会	23
						11	ヤマハビッグファイト第3戦
9	15	ヤマハビッグファイト第4戦	3	1	第17回東京湾釣り大会兼バーベキュー大会		
	1	第21回相模湾ゲームフィッシング大会		2			
	8			勝山バーベキュー大会		8	
	15			第21回相模湾ゲームフィッシング大会		15	
	22					勝山バーベキュー大会	20
29	勝山バーベキュー大会	22					
					29		

## ギンポは語る

菅能 琇一



●イラスト/種田 瑞子

あるテレビ局の人物紹介番組に出演を頼まれ取材を受けた時のことである。私にスポットを当てた紹介のテーマは、葉山の海辺に育ち、ダイビングを始め様々な形で葉山や世界の海とかわって来た人に、海への思いを語ってもらうことであった。取材は、私が小学生時代によく磯遊びをした同じ浜辺で行われた。今もまた葉山に舞い戻って住んでいるが、日頃は仕事やヨット遊びなどが手いっぱい、つい一番身近かな近所の浜に降り立つことは少ない。と言うよ

りは、子供時代から慣れ親しんだ、いつても行けば出会える浜がそこにあるという安心感があり、それだけで十分に思ってしまう。だからつい置き去りにしてしまうのである。その日はウイークデーの午前中。肌寒い季節でしかも曇天の小潮で、浜はこれ以上大人しい時はないというほど何の変哲もなくしんと静まりかえっていた。

久し振りに浜に降り立った私は、逆にその全く何気なく横たわる浜の姿が、妙に懐かしく感じられ、私の心は一気に子供時代へとタイムスリップした。登校の途中寄り道をして通ったり、放課後に遊んだ浜は、まさにそんなしんとしたさり気ない存在だったからだ。

私は取材者に、子供の頃にはこのちっぽけな浜がどれほど海の小生物であふれていたかを熱っぽく語った。そして四十年後の今、この葉山の海に限らず日本の海は乱獲や汚染で痛めつけられ、かつての自然は見る影もなくなくなってしまったと嘆いた。取材者も、そうです、汚れない自然は本当に私たちのまわりから遠のいてしまいましたね、とうなずいた。私は、そんな話ばかりでは絵にならないだろうから、形だけでも海の生き物と遊んだ昔の様子を再現してみましよう、とウエツトスーツを着て水に入った。水中眼鏡で胸ほどの水深の海底をのぞくと、干潮時には干出しそうな、海藻もついていない岩がごろごろしているだけで、小魚一つ見当たらない。

やはりさびれてしまったのだと思いつながら、ふと思いついたことがあった。こんな小潮の岸辺まで深々と潮が満ちた様子を、やや大きき目のごろんとした岩の下には、よくあいつがひそんでいたものだ。それは魚のギンポである。正確な分類では江戸前のでんぶらのタネになるギンポと姿のよく似たダイナンギンポ。扁平で細長く二、三十センチある。子供のころの磯遊びでは、ちよつとした獲物であった。

ギンポの姿が脳裏に浮かんだとたん、私の胸は子供の様に高まった。まさか四十年昔のままこんな浜に奴めがいる訳はないと思いつつ、水に体をくぐらせてその岩をそつと端から持ち上げた。かすかに砂煙が上がり、やがてそれが静まると、なんと三十センチほどの最大

●菅能 琇一(かんの・しゅういち)

「カンノ・クリエイティブ」を主宰し、博覧会、博物館などの展示プロデュースをはじめ、映像の企画・演出・製作、各種コンベンションの企画・演出、TVドキュメンタリーの制作など多岐にわたって活躍中。「インタイしまごろう」など海や自然に関する著作も多数ある。葉山の海で育ち、マリンスポーツはお手のもの。1964年には日本初のサーフィングクラブを結成。スキューバダイビング歴は25年。いまは30フィートのクルーザーでのんびりセーリングする傍ら、ボードセーリングを楽しんでいる。昭和15年生まれ。



級のギンポが、くるっとぐるりを巻いてこちらを見上げていてはいないか。

私は、本能的ともいえるべき素速さでタモをギンポの鼻先に当てがい、後方からぱっと追いだして難なくそいつをつかまえた。岸に上がる私をカメラが追い、私はカメラに向かっていかに彼らが子供時代の良き遊び相手であつたかを語りかけた。

この取材で私は一つ大切なことを学んだ。私のように海辺で育ち、大人になっても人の何倍かは海に触れている人間ですら、身近かな海辺の実態を知らない。ジャーナリストティックに語られる自然破壊、環境汚染などという言葉に染まって、自然の実態を見ずに観念的に状況をとらえ、いまだ四十年前昔と変わらず営々と生き続けているものまでも、もはや無き者と見捨ててしまう。いわんや私のような海との触れ合いの経験の無い都会人をや、である。

野性生物は非常にしたたかだ、そう簡単には滅びない強さを持っている、逆に長い進化の過程では体得できなかつた人工的变化にはじつにもろい一面もある。私たちが自然保護や生物保護を考える時、観念的に善悪を考えるのではなく何が本当に彼ら、ひいては人間に致命的であるかを冷静に見る必要がある。その目安となるのが、ごく身近な足下の自然である。私の出会ったギンポのように、ある風景は我々に生命のしたたかさを見せてつけて励まし、ある風景は逆に安心していた面で生命のもろさを見せて警告を発するだろう。

国単位で自然保護のレベルを論じる時、団体の数やそれらの行動の量や質をはかるよりも、本質にはかるべきは、果たして身近かな自然に対して日常的かつ正確な観察を出来る目をどれだけ国民が備えているかではないかと思う。その底辺の厚みがない、精神論なのか方法論なのかあいまいな行動は、逆に本質を見失うことになりかねない。

久しぶりの一匹のギンポとの出会いは、私に小賢しい色眼鏡をかけずにまず謙虚に足下の自然を見つめよ、おれたちやそう簡単にはくたばらんぜ、と語りかけていた。



# Marine Scramble - マリン・スクランブル

お忙しいみなさまのための情報広場

## トレンド

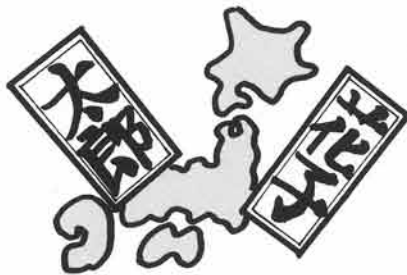
### 氾濫するネオ・ジャパネスク

近年、キモノが見直されているとかで、今年も元旦から成人式にかけて、若者の和服姿が目を楽しませてくれた。

最近の若い男性は「目立つから」という理由で和服を着るといふ。女性のほうはもう少し複雑な要素があるようだが、なにか新しいモノ、珍しいモノとして和服を位置づけていることに変わりはない。

このように、日本の伝統文化を新しい価値観で見直すことをネオ・ジャパネスクと呼び、町中にこの「新・ニッポン様式」が溢れている。たとえばスポーツ・ブームのなかの相撲や空手の異常人気、健康食としての和食の復活、短歌や俳句の流行、温泉ブームなどなど。

なかでも顕著なのが最近の商品のネーミングである。いくつか並べてみると……



- 香水……「禅」「琴」
  - O A 機器……「書院」「一太郎」「花子」  
「大番頭」「写楽」
  - ビール……「冬物語」「一番紋り」「吟仕込」  
「殻やぶり」
  - 洗濯機……「静御前」「最先ターン」
  - 雑誌……「ケイコとマナブ」「じゃらん」  
「Hanako」
  - アイドル……「男闘呼組」「少年隊」  
「光GENJI」「シブガキ隊」
  - 食品……「ゆかよこび」「イダ天」  
「雪見だいふく」「彩」
- いずれもしっかり日本調。しかし、何か新しい、先端的なイメージを持ち、しかも遊び心をくすぐる要素も持っている。

### 身近なエコロジー=ごみ問題が急浮上

90年代のキー・ワードは「エコロジー」あるいは「地球にやさしい」。なかでも急浮上しているのがごみ問題である。

家庭や職場でゴミを出すときに何種類かに分け、再利用をはかるといのが従来のゴミ問題の中心だった。ところが今は、生産段階からチェックすべきだという考え方が強まっている。

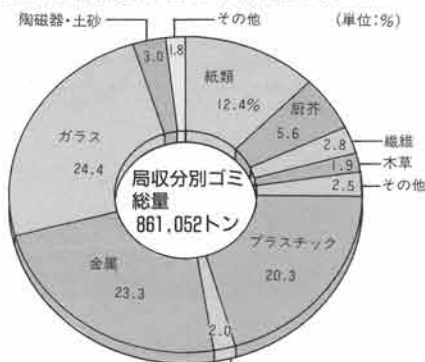
たとえば食品の場合、容器そのものの製造は通産省、中身を製造するメーカーについては、食品が農林水産省、酒類は国税庁、流通業は通産省、捨てられてゴミになると厚生省の管轄、というややこしいことになっている。これらの官庁が、廃棄物に関する法律改正や新法制定に

向けて、一斉に動き始めたのである。

そして、その後押しをしたのが東京湾の埋め立てスペースの満杯サイン。東京のゴミは下の棒グラフのように伸び続けており、その中身は円グラフのようにほとんどが燃えないゴミ、つまり埋め立てゴミである。このまま行けば、使用中の処分場はあと5年もつかどうか、次の処分場も10年しか使えないとみられている。



分別ゴミの内容 (平成元年度 東京都清掃局調べ)



ゴミを減らさなくてはならない、そのためには、製造段階を含めた大きな改革が必要だ、というので各官庁が動き出したのである。ここに、2年間はゴミにスポットライトが当たることだろう。

## 社会

### 営業収入を1000円上げるのに5円の間際費

湾岸戦争で吹き飛ばされたかのように見える日米経済摩擦。しかし現実には、相変わらずさ

まざまな要求が海を越えてやってくる。

そのベースをなす、日本の特殊性の一つが交際費である。国税庁の調べでは、'89年度に日本企業が使った交際費は、5兆円に上る。

仮に交際費を全廃し、5兆円を給料に上乘せると、全社員が年間8万円の増収になる。また、'89年の営業収入122兆円を割ると、1000円の収入のために4.8円の交際費を使ったことになる。

このように巨額な交際費=遊興・飲食代は、万事合理的なアメリカからみれば、無駄を通り越して不正な取引、ということになってしまう。

なお、業種別の使いっぷりは次の表の通り。人間関係が大きな割合を占める業種ほど多くなっている。

業種別の交際費 国税庁調べ

業種	営業収入1,000円当たり交際費
農林水産業	3.71円
鉱業	5.13
建設業	7.89
繊維工業	4.50
化学工業	5.32
鉄鋼金属工業	4.77
機械工業	3.01
食品製造業	4.05
出版印刷業	8.20
その他の製造業	4.84
卸売業	2.45
小売業	3.25
料理飲食旅館業	5.94
金融保険業	2.47
不動産業	6.72
運輸通信公益事業	4.46
サービス業	6.97
その他の法人	2.15
合計	平均4.77円



## 商品

### ハンバーガーの次は丼もの?

飽食の時代になって、脂肪分が多い、繊維質が少ないなどと、栄養上の問題が指摘されているハンバーガーの消費が落ち込んでいる。

そこで各社とも、新製品開発に励むことになる。昨年暮れ以来、マクドナルドがオムレツマックマフィンとサラダのテスト販売を始めれば、ライスバーガーで評判になったモスバーガーは、ライスシリーズ第3弾・やきにくライスバーガーを発売、という具合である。

いっぽう、和風ファストフードの草分け、牛井の吉野屋は、昨年11月に、内装をカフェテリア風に変え、日本酒の代わりにコーヒー、ジュース、ウーロン茶を置く店を作った。また関西では、ステーキレストラン・フォルクスが、持ち帰り専門の洋風牛丼店・ビーフカップ1号店をオープンした。

さらに最近では、天井がファストフードとして注目を集めている。大阪にはすでに14店のチェーン店を持つ「井井亭」があり、東京では昨年9月「てんや」1号店がオープン、1月には6店になった。また神戸でも昨年暮れに「天・ぶらっと」がオープンした。

健康志向、高級志向にのって、和風ファストフードは急上昇中といったところだ。

## 5月にアメリカズカップクラス 世界選手権が開催

1992年の第28回アメリカズカップ開催を1年後に控えたアメリカ、サンディエゴで、この5月、インターナショナル・アメリカズカップ・クラス(IACC)・世界選手権が開催される。

3月20日現在、アメリカから3艇、イタリアから2艇、日本、ニュージーランド、フランスから各1艇、そしてオープン参加のソ連1艇、計9艇の参加が予定されているが、IACC初の本格的レース、しかもアメリカズカップの前哨戦として、注目されるレースだ。

現在、サンディエゴにベースキャンプを移し、本格的なトレーニングを積んでいるニッポンチャレンジチームの活躍と上位入賞を期待したい。



### 〔日程〕

#### ●ヨットの計測

4月27～30日

#### ●プレ・ワールド

5月1日/第1フリートレース(12:30スタート)

第2フリートレース

(第1レース終了次第)

2日/第3フリートレース(12:30スタート)



**YAMAHA OSAKA CUP**  
Melbourne Osaka  
Double Handed Yacht Race 1991

## 遂にスタートを切ったYOC フィニッシュは4月下旬予定

全走航距離5500海里(10200km)、南半球から赤道を超え、北半球へと季節の異なる海域を走破する壮大なヨットレース「YAMAHA OSAKA CUP メルボルン/大阪ダブルハンドヨットレース1991」が、3月23日、遂にそのスタートを切った。

参加艇の中でも特に注目されるのは、勸業証券がスポンサーした箱守康之/レイ・ウィリアム・ハスラー両選手の「クッキー&ラッピー」。ヤマハが建造したこの艇は、最新素材を各所に用い、数々のハイテク機器が装備され、レーサーグループ・クラスAでの優勝を目指している。

ファーストフィニッシュは4月20日頃と目されているが、こればかりは風次第。レースの動向に注目したい。



### 大阪で関連イベントが開催

フィニッシュ地点となる大阪では、この記念すべき国際ヨットレースのフィニッシュに合わせ市民との交流を中心にしたさまざまなイベントの開催が予定されている。

5月4日(土) ●大阪北港ヨットクラブ主催親善ディンギーレース

5月5日(日) ●YAMAHA OSAKA CUP '91 推進協議会主催「ウェルカム・フェスティバル(大阪北港ヨットハーバー)

5月12日(日) ●大阪北港ヨットクラブ主催親善クルーザーレース

5月13日(月) ●YAMAHA OSAKA CUP 1991 表彰式(夕刻、都ホテル大阪)

### ●ワールド

5月3日/オープニング・セレモニー

4日/第1フリートレース(12:30スタート)

5日/第2フリートレース(12:30スタート)

6日/第3フリートレース(12:30スタート)

7日/第4フリートレース(12:30スタート)

8日/第5フリートレース(12:30スタート)

9日/予備日

10日/セミ・ファイナル・マッチレース(12:30スタート)

11日/敗者復活戦  
優勝決定マッチレース(13:00スタート)

## ご覧いただいていますか YAMAHA ON and OFF

マリンスポーツ、モータースポーツの素晴らしい世界を映し出すヤマハ提供のTV番組「ON and OFF」。4月はヤマハ大阪カップのスタートに沸く、メルボルンの模様を中心にお届けします。ご期待ください。

- 4月6日 「氷上ATV大会」
- 4月13日 「ヤマハ大阪カップ」①
- 4月20日 「ヤマハ大阪カップ」②
- 4月27日 「モータースポーツの美学」

### <ON and OFF>

- 北海道文化放送 =土/18:30~18:45
- 東日本放送 =土/23:30~23:45
- テレビ東京 =土/18:30~18:45
- 静岡放送 =日/10:45~11:00
- テレビ愛知 =土/18:30~18:45
- テレビ大阪 =土/18:30~18:45
- テレビせとうち =土/18:30~18:45
- テレビ新広島 =木/24:35~24:50
- RKB毎日放送 =日/24:20~24:35

※都合により、予告なしに内容を変更する場合がございますので、ご了承ください。



## 世界最速を目指す ヤマハ(OX99)

今年F1世界選手権にご注目ください。

ヤマハでは、このほど「ブラバム ヤマハフォーミュラワン チーム」として、「'91F1世界選手権シリーズ」に挑戦することとなり、3月のアメリカGPを控えた2月21日、東京都内のホテルで同チームの体制が発表された。

当日はドライバーのM・ブランドル、M・ブランドル両選手が出席。これまでのヤマハV12気筒エンジンのテストが順調なだけに「最高のレースができると思う。スズカの日本GPにはぜひ応援に来てほしい」と闘志も満々の様子だった。

アメリカズカップ、ヤマハ大阪カップなどのマリンスポーツ、そしてモーターサイクル、F1のモータースポーツ、海と陸で頂上に挑戦するヤマハにみなさまもぜひご声援ください。

# 「見て、触れて、心地よい体験のできる ショールームづくり」

新しくなりました  
**My SHOP**  
お客さまに受ける  
お店づくり

世界を代表する港町「ヨコハマ」。その街中をゆっくりと流れる大岡川のすぐ側にマヤ八東京(株)横浜店があります。港を臨む旧店舗より移転して1年3ヵ月余りが過ぎた今、同店では新しくなった店舗を核に新規客の獲得に意欲的に取り組んでいます。今回は、そんな同店のショップ政策をご紹介します。



●所在地 神奈川県横浜市中区吉田町  
●店舗面積 ショップ132㎡  
事務所66㎡  
●スタッフ 専任1名  
●営業時間 10時～18時30分  
●立地条件 横浜市中区でもビジネス街、官公庁街、繁華街、そして観光地としてもっとも賑いを見せているのが中区。最寄り駅の桜木町を挟んだ東側は、みなとみらい21(横浜博跡地の再開発)により、新たな臨海都市としての機能が生まれつつある。横浜店のある吉田町は歴史ある商店街。東側に集中する人の流れを取り戻そうとイメージチェンジで活性化を図っている。



ヤマ八東京(株)横浜店

ボール&シャークのコーナー。最上段のボックスにストックが収納されています



海の香りがするインテリアグッズなど商品構成はバラエティに富んでいます

店内左奥のハード用品コーナー。特にフィッシングギアに力を入れています



アンティークなチェス台を利用したパンフレット台



ショーケースではこの他にリストウォッチやバロメータなどが陳列されています



インフォメーションカウンターではモニターによる、マリンビジュアルメッセージを流しています



ラインナップポスターもパネルにすることで店内の重要なディスプレイになります

## 移転を機にターゲットを拡大

移転、新装オープンしたヤマハ東京株横浜店の狙いの一つに、同店の古山宏店長は立地条件の変化による来店客の増加をあげています。

「以前の店舗の近隣は貿易センターや県民ホール、山下公園などが集まりやすい場所にあつたんですが、それぞれ目的を持っていらっしゃるばかりでお店の前を素通りしてしまっていたんです。ですから来店客はほとんどオーナーの方に限られていました。新店舗は商店街にあるということもあって、来店客の幅は確実に広がっています」

こうした成果の要因は何も立地条件によるものだけではありません。オープン時にはFM放送でのCM、地方新聞による免許募集を含めた広告掲載など、ショップの存在のアピールに力を入れてきました。さらに、ふらりと通りかかった人が入店しやすいお店づくりも心掛けました。商品構成をウエアや小物中心にしたのも、その現れです。

## 浮動客からSF38のオーナーへ

古山店長は、ふらりと来店されたお客さまに対して「店内はマリンとの出合いの場、人と人との出合いの場として提供する」としています。

「そのために、店内は常に清潔にして不快感を与えないこと。どんなに小さな買物や相談事で来店された方に対しても心を込めて親切に接待すること。この2つは特に気をつけて心掛けるようスタッフに指導しています。どんな商売でも結局は人と人の繋がりに基いています。こうした基本を大切にすることで新しいビジネスチャンスが生まれてくるということが、お店を新しくしたことで身をもって実感しました」

今まで特に海に興味の無かった方が、新しいお店ができたということで来店を重ね、結局、SF38のオーナーになられたのは、つい最近のことだといいます。

お店とは単に物売る場所だけではない、潜在需要の掘り起こしや新規需要の開拓に欠かすことのできないスペースなのだということと古山店長は話してくれました。





# 「いつも完璧な整備を目指します」



マリーナの中にいるかぎり、どこにいても電話が越中谷さんを追いかけます。整備、修理はもとより、ポートの上下架から艀装についての相談ごとまで、さまざまな仕事を能率的にこなしていきます

都心から車で1時間、電車を利用すればJR新杉田駅から歩いて6分という、マリーナ不足と交通の便に悩まされている首都圏のなかで、地理的条件に恵まれた場所に位置するヨコハママリーナ。

今回訪れたのは、世界の港ヨコハマに隣接し、保管隻数120以上を有するヨコハママリーナを経営、ポートの販売から保管管理までトータルなマリネビジネスを展開している、有限会社平野ポートさんです。

お話しをうかがったのは、サービス部門の責任者として、多くのポートオーナーたちから信頼を集め、また、後輩の指導にも忙しい毎日を送る、サービス課課長の越中谷政春さんです。

バイク少年がポートに魅せられるまで

「3歳の時から横浜で育ったという、根っからのハマっ子、越中谷さんは、マリネ関係のサービスマンとしてのキャリアが今年で15年という大ベテランです。この職業を選んだ理由と、平野ポートさんに入社したきっかけをたずねてみました」

「おやじが自転車屋を営んでいた関係で、子供の頃から機械や部品をいじることに興味がありました。高校時代にはバイクに夢中で、自分のバイクのエンジンを分解してオーバーホールしたこともあります。

サービスの仕事としては、最初に3年ほど自動車を手がけましたが、友人に平野ポートを紹介され、それ以来マリネ関係のサービスを続けています」

「平野ポートさんに入るまでは、まったくポートに縁がなかったという越中谷さん。オカから海へ仕事が変わっても、メカに関しては、何の戸惑いもなかったといいます。ただし、入社後間もなくして、ポートのサービス業務



ボンプーンの前で、ホッとひと息入れる越中谷さん。前方には静かな東京湾が広がります



ぎっしりと並んだ、ヨコハママリーナの保管艇。このほかにも写真左側に、3段式のラックに収容された約50隻のボートが加わります

後輩社員の方からフィッティングについて相談を受けています。ただ付けるだけではなく、きれいに、そして機能的な位置を心がけます



新人の時、回航業務で漂流を覚悟！  
 「入社して間もなく、現在営業に携わっている柳田部長に連れられて、25ftのボートを湘南からヨコハママリーナまで回航した時のことです。ボートの調子は良好ですが、オーナーからは言われていたのですが、実際に行ってみると、エンジンが掛からない。やっとの思いで修理を済ませ、いざ出港してみると、春一番が吹き出して海は大荒れとなり、しばらくして片側のエンジンがオーバーヒートして止まってしまいました。もう片方のエンジンもいつ止まるか分かったものではありません。ワイパーも動かず、ボートは波に翻弄されるように走らなくなり、柳田部長か

らライフジャケットの着用を命ぜられた時は、いよいよ漂流かと思いました！」  
 「ボートは柳田部長の巧みな操船で、無事マリーナへ着くことができたそうです。越中谷さんにとって、この時に得た教訓は大きなものとなりました。」  
 「整備不良のボートの怖さがよくわかりました。また、お客さまに大丈夫だと言われても、自分の目でしっかりと確認することが大切だということ、そして確実に陸のうえでメンテナンスを終えていなければ絶対にだめだということも肝に命じました。荒れた海の上で修理することの難しさを、身をもって体験したからです」  
 「サービスマン業務に携わる越中谷さんのモットーは、常に完璧な整備を目指すこと。一見ありふれた言葉のように聞こえますが、新人の

時にいきなり遭遇した、この経験があったからこその言葉なのでしょう！」  
 サーマンマンはボートのホームドクター  
 「越中谷さんは、日頃の作業は各ボートオーナーとの親密なコミュニケーションのもとに行われていくことが大切だと言います。」  
 「機装品などの取り付けの際は、極力オーナーの意向を聞くようにしています。そうすると、オーナーの方も現場を見に、よく足を運んでくれますので、取り付け後のクレームも少なく、結果的に仕事の能率が上がります。また、直接お客さまと接する機会を持つことによって、そのお客さまのボートのコンディションがより確かに把握できるようになるのです」  
 「営業マンが顧客リストを常に記憶している

有限会社 平野ボート/ヨコハママリーナ

- 代表者：平野 茂
- 創立：明治45年3月
- 創業：昭和37年10月
- 年商：8億4千万円
- 従業員：30名
- 業務内容：ボート、ヨット、マリッジェット等の販売/保管修理/ショップ/レストラン



ように、越中谷さんは管理しているマリーナのボートすべてが、今どのようなコンディションにあるのか、カルテが全部頭に入っているようです。サービスマンの先輩で、現在は営業の責任者を務めている柳田部長は、越中谷さんのことを次のように述べてました：

「越中谷課長は、普段口数の少ない男ですが、マリーナに来るボートオーナーさんとは、よく話をしています。無口な彼が、海の上でどのような会話をしているのかな、と思うこともありませんが、よくオーナーさんたちに誘われてボートに乗っています。それだけ信頼が厚いという証拠でしょう。」

サービスマンは、ただ単に修理や整備をするだけの仕事ではありません。日頃からボートのお客さまと接し、顧客管理をしっかり行っていないと、メンテナンスひとつを取ってみても、納得のいく仕事ができません。ボートを

買った後、お客さまが頼りにするのは、営業マンではなくサービスマンなのです。私はよく、サービスマンは営業マンたれと言いますが、越中谷課長はこのところをよく理解してくれています」

まず覚えることは、マリーナのオペレーティング、そして操船

：越中谷さんは現在、先輩の指導にもあたっています。最後に若手のサービスマンを育てていくうえで、大切な点を聞いてみました：

「うちは、マリーナ業務を兼ねていますので、まず覚えなければならぬ実際の作業としては、上下架用のドロッコとフォークリフトの操作があります。特にドロッコのワイヤーなど誤って切ったりしたら、もうその日の上下架は不可能となり、マリーナの機能がストップしてしまいますから。そして操船です。メカに関してはある程度理屈で分かりますが、操船だけは実際に経験を積まなければなりません、



現場の管理者として、作業のスケジュール調整に追われる毎日。外からもどると、デスクワークが待っている越中谷さんです



先輩社員の方々と飲む一杯のビールが、忙がしかった一日のしめくくりとなります。この時ばかりは、越中谷さんも思わず顔をゆるめます

時間もかかります。2年でおおよそのことができるようになりますが、安心して伊豆諸島などへ出かけられるようになるには5〜6年は必要でしょう」

：お客さまの立場を少しでも知っておこうという理由から、平野ボートさんでは研修として、営業マンも含めて社員だけでボートを出すこともあるそうです。

マリーナ業務を兼任しながら、整備や機装に携わり、若い先輩の面倒も見なければならぬ越中谷さん。

多忙な毎日を送るベテラン・サービスマンの越中谷さんが一番楽しみにしているのは、仕事が終わったあと、先輩社員と飲む一杯のビール。この時ばかりは、仕事の話しはあまり出ないとのこと、しかし、海に出た時のことや釣りの話しなど、やはり潮の香りがする話題で盛り上がるそうです：



# 浜を訪ねて

## 三重県 大王町

### 漁家も商売も

# 息子世代にバトントンタッチで拡大

三重県志摩郡大王町波切(有)山屋モーターズ／福永二生社長



お客さまから預った船外機の整備に余念のない勝行さんと山際さん

わが国でも屈指のリゾート地として知られる伊勢志摩一帯は、女性たちの憧れる真珠の産地としてもまた有名なところだ。

複雑に入りくんだ海岸線をなぞるように、いくつもの真珠養殖のいかだが並びます。波切の大王崎の燈台からほど近いところに(有)山屋モーターズさんがあります。山屋モーターズさんの業務顧客リストに並ぶ約1000名のほぼ全員が真珠養殖を営んでいるのです。

「昨年あたりから真珠の価格が向上きてね。こちらの商売もどうやら順調ですよ」と話すのは、同社の福永二生社長(54歳)、このご商売を始めて34年になるベテランです。福永社長の心強いパートナーが息子の勝行さん。いまでは「肝心のときに相談にのるていど、最前線の仕事は任せるようにしています」と福永社長も信頼を置きます。

「それというのも真珠養殖を営む漁家さんたちも、いまちやうど世代交替の時期なんです。実際の働き手である息子に使い勝手のいい船やエンジン、機装を選ばせて、金の話になるとおやじが出てくる。うちの体制も偶然か必然か、それに対応する型になってきたわけです」

いまや山屋モーターズの主力機関になろうとしている勝行さんにかがいました。

「生まれてからずっとこうした環境ですから自然とこの仕事に就きましたけれど、嫌いじゃないですよ。とりあえずは英虞湾でのうちのシェアを維持すること。飽和状態ですからここいらは、伸ばすことよりとにかく平均していればいいんじゃないかと思っています」ひかえ目ながらも、その話しぶりからは自信が感じられます。

「マシンサービスには国家資格というものがいまのところ無いでしょ。いすれできると思うんですよ。その時のために、ヤマハが設定している資格制度は全て取得するようにしています」そうした地道な積み重ねが信頼の裏付けとなって感じられるのかもしれない。

真珠養殖が本格的に動き出すのは3月半ばから。いまは養殖いかだや網などの手入れをす



## 万全の技術サービス力で拡大 (有)山屋モータース

- 創業……昭和31年
- 従業員数…4名
- 商圏……三重県の和具、布施田、船越、波切の一带
- 年商……約1億円

「ガソリンエンジンに関しては絶対の自信を持っている」という福永社長。社長、勝行さん、サービス専任の山際さん、商売を支える技術サービス体制は万全です。

「うちは技術と信用だけで売ってきた店。『そこまでしなくていいよ山屋さん』と言われることもしばしば。だけど納得がいくまでやらないとね。店でも、船外機を見に行

って同じところを手修しするなどいってま

す」。

次第にプレジャーボートの需要が伸び、売り上げでは5:5になっているということですが、「山屋の屋台骨は真珠養殖でもっている」との認識があります。

でも福永社長の夢はやはりプレジャー需要の拡大にあって「県外の販売店同士が協力しあって、クルージングの受け入れなどのサービスネットをつくりたいと思っているんです」今年も7月下旬には、船越から四国松山までのクルージングを計画しています。

### 〈真珠養殖の作業〉



※貝まわしの①は核入れした玉の色、艶をよく育てるためにより環境の適した海域に移動。貝まわり②は、避寒のために移動する作業。

### 英虞湾の真珠養殖

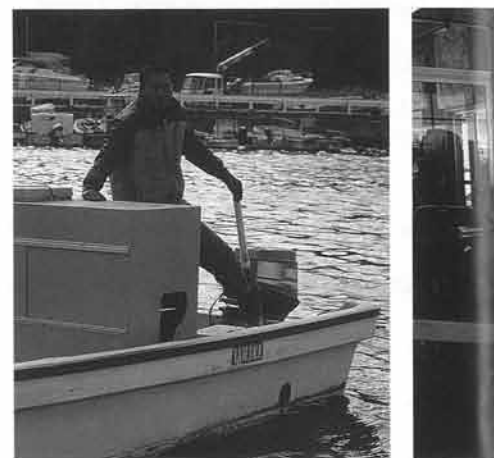


母貝への中核から貝の成長を妨げるフジツボなどの付着物を取る貝掃除、そして貝まわし、「どれをとっても大切な作業、手塩にかけて育てる気持ちでないといものはできないよ」というのは山崎さん(前出)。その言葉どおり、真珠養殖作業はそのほとんどが手作業で進められます。

### W-25~30が主力、さらに大型化傾向

真珠養殖にはW-25BF・I、28BF、30CF、32AFが主力で、船外機は9.9~140ps、中心は40psです。

年々大型化傾向にあって、特にW-30CF、W-34は福永社長が自信をもっておすすめしているとのこと。「和船でもプレジャーボートに乗っている感覚、よくできているよ」これから4月、5月の台替時の主力商品になるそうです。



養殖準備に追われるなか、お話をうかがった山崎さん

る期間です。山屋モータースさんのある大王町船越の港でも養殖漁家の人たちが準備に追われていました。

「貝は1トンくらい積むけど、おもてが沈まないから波のこなしがいい。なによりもヤマハの船がいいと話してくれたのは、真珠養殖漁家の山崎与志信さんです。

「ようやくだよ、漁師さんがヤマハの船の良さを分ってきたのは、6年、7年使って初めて値打ちを感じるんだね。丈夫さ、使い勝手の良さ。最近の売れゆきの良さもそのへんに理由があるんだと思うよ」二世代でがっちりとして商売にとりくむ福永さん。真珠養殖を支える誇りが感じられました。



No.90794-33041

No.90794-33044

No.90794-33040

No.90794-33043

No.90794-33045



No.90794-33030



No.90794-33042

## 「ヤマハ大阪カップ」で活躍中！ 高精度、高信頼の航海機器

ヤマハ大阪カップ、5500海里をセイリング中のヤマハ製ヨットヘラクシー & ラッピーに搭載された装備品の一部をご紹介します。ハードなロングレースを走破するために選ばれた、これらの商品をお客さまにもぜひお勧めください。

## '91年も楽しいイベントが満載のヤマハマリンジェットクラブ 皮切りは全国一斉マリンジェットDAY

マリンジェットファンの全国組織、ヤマハマリンジェットクラブでは、今年度も日本各地、海外でさまざまなイベントを予定しています。その皮切りとなるのが、5月15日に開催する「全国一斉マリンジェットDAY」。同日、同時に各地でマリンジェットのイベントが開催されるという、他に類のない楽しみなもの。お客さまと一緒に、ぜひご参加ください。

●'91ヤマハマリンジェット・イベントスケジュール」(A面、カラーポスター)が完成しました。店内に掲示して、マリンジェットファンの拡大にご活用ください。

### ●ヤマハマリンジェットクラブ・イベント・スケジュール

- 5月12日(日) ●開催地/全国各地  
全国一斉マリンジェットDAY
- 6月9日(日) ●開催地/静岡県・ヤマハマリーナ浜名湖  
第1回浜名湖マリンウィーク
- 6月23日(日) ●開催地/香川県  
四国マリンジェットジャンボリー
- 6月27日(土)~29日(日) ●開催地/沖縄県・はいむるぶし  
八重山マリンカーニバル'91inはいむるぶし/マリンジェット
- 7月20日(土)~21日(日) ●開催地/滋賀県・琵琶湖近江高島  
第3回コカ・コーラカップマリンジェットジャンボリー西日本大会
- 7月21日(日) ●開催地/茨城県・霞ヶ浦  
'91マリンジェットジャンボリー東日本大会
- 8月4日(日) ●開催地/福岡県・百道  
'91マリンジェットジャンボリー九州大会
- 8月24日(土)~25日(日) ●開催地/北海道・岩内  
'91マリンジェットジャンボリー岩内大会
- 9月1日(日) ●開催地/広島県・広島  
'91マリンジェットジャンボリー中国大会
- 9月14日(土)~15日(日) ●開催地/愛知県・伊良湖  
'91マリンジェットジャンボリー全国大会in 恋咲き岬 伊良湖
- 10月18日(金)~21日(月) ●開催地/サイパン  
'91マリンジェットジャンボリーサイパン大会

※詳しくは担当セールスマンにお問い合わせください。

GPSプロッタ JLU-121 No.90794-33030 ￥730,000

GPSプロッタ JLR-6000 No.90794-33040 ￥900,000

液晶レーダー JMA-2011 No.90794-33041 ￥350,000

気象ファクシミリ No.90794-33042 ￥400,000

国際VHF無線電話装置 JHS-25-05(5W) No.90794-33043

小型船舶用無線トランシーバー JST-135 No.90794-33045

遭難信号自動発信器 JXV-1 No.90794-33044 ￥300,000

※価格はすべてメーカー希望小売価格です。

※仕様等、詳しくは、「マリンアクセサリーカタログ1991」をご参照ください。

## シーホッパーが国体の全種別に採用!

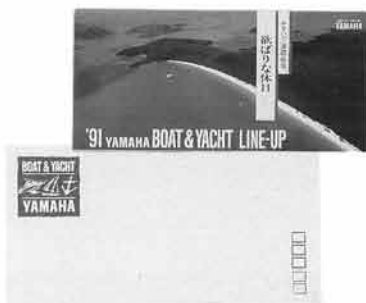
平成6年



成年男子二部、成年女子の種目として国体に採用されていたヤマハディングーのベストセラー「シーホッパー」が、平成6年の愛知国体から、成年男子、成年女子、少年男子、少年女子の全種別で採用されました。(成年男子以外はシーホッパー級SR) これを機会に、ヤマハセイリング協会、日本シーホッパー協会の活動もこれまで以上に充実、活性化が期待されます。みなさまぜひご注目ください。

# 「ご利用ください」 '91ヤマハボート&ヨット汎用ツール

ファミリーユース・フィッシング用、ヨット用など、ターゲット別のチラシの他、お客さまとのコミュニケーション作りに欠かすことのできないDMハガキ、DMサイズの1991年ラインナップカタログなど、ご商売に役立つ汎用ツールを制作いたしました。ぜひご利用ください。  
※詳しくは担当セールスマンにお問い合わせください。



## 「ヤマハのスクールメニューが充実



ヤマハではこれまでもボートライセンス取得のためのスクールをはじめヨット、ボードセーリングなどマリンスポーツの普及を目的としたスクール活動を展開してきましたが、今年度より新たにスポーツフィッシング、水上スキーの両スクールを本格的にスタートします。  
ボートの需要拡大や台替換起に欠かせないこれらのスクールメニューを、ぜひお客さまにお薦めください。  
●ヤマハスポーツフィッシングスクール  
IGFALルールに基いたスポーツフィッシングの講習です。ダウンリガーを利用した中層釣りやルアーの作り方などスポーツフィッシングの幅広い楽しみ方を追求します。

北海道から九州まで全国8カ所で開講します。  
●ライトフィッシングコース  
●ビルフィッシングコース  
●座学と実技の2日間コース  
●ヤマハ水上スキースクール  
単なる体験スクールでなく、一本スキーでスラロームができるレベルを目的とした本格的なスクールとしてカリキュラムを組んでいます。会場はヤマハリナ浜名湖で5月から。今後、琵琶湖での開講も予定しています。  
●エレメンタリーコース  
●アドバンスコース  
※両スクールのボスター、チラシ等のツールが間もなく完成いたします。詳しくは、担当のセールスマンにお問い合わせください。

## 「91モデルの展示会、試乗会の告知に ぜひお役立てください」 ヤマハマリン新聞広告用清刷のご案内

新聞広告用清刷を制作しました。みなさまのお店が開催する新艇発表会などの告知活動にご利用ください。  
なお、ご使用にあたっては①告知内容の表記について②店名スペースについて③イラストスペースについて④留意事項に従って完全版下をおつくりください。  
ご不明な点につきましては、担当セールスマンにお問い合わせください。

## 「ジャヌー31SFを10艇用意して ファミリーレースを開催

4月13日、14日の両日、ヤマハリナ浜名湖をベースに「ジャヌー・ヤマハファミリーカップ1991」が開催されます。  
このイベントはヤマハ輸入のセイリングクルーザー「ジャヌー31SF」を10艇用意し、全国各地から参加者を募るといふもの。フランス大使館やエルフランスなどの後援を受け、当日はファミリーレースの他、フランスワインの試飲会やフランス物産展など陸上でのイベントも盛りだくさんです。  
ヤマハでは、この新しいイベントを今後も継続して開催していく予定です。輸入艇の拡販やお客さまとの話題づくりにと、お役立てください。

### '91ヤマハボート&ヨット新艇発表会

●日程:

●会場:

### '91ヤマハボート&ヨット新艇発表会

●日程:

●会場:

### '91ヤマハボート&ヨット新艇試乗会

●日程:

●会場:



### ●大会スケジュール

4月13日(土)

時間	レーススケジュール
PM 1:00	開会式
PM 2:00	スキッパーズミーティング
PM 3:00	第1レーススタート
PM 5:00	第1レース終了
PM 6:30	ウエルカムパーティ

4月14日(日)

時間	レーススケジュール
AM 8:30	スキッパーズミーティング
AM 10:00	記者対抗レース (記者・フランスチーム・オープン)
PM 0:00	昼食
PM 2:00	第2レーススタート
PM 4:00	第2レース終了
PM 5:00	表彰式
PM 6:00	閉会式

## サービス インフォメーション

### ヤマハマリン整備士資格で 信頼に基いたサービス業務を!

『ヤマハマリン整備士/ヤマハマリンサービススタッフ資格制度』は、みなさまにサービスマンとしての誇りを持っていただくとともに、お客さまにヤマハ商品を安心してお使いいただくための信頼の証となるものです。こうした信頼に基いたサービス業務を展開されるためにも、ぜひ資格取得やステップアップをおすすめします。

#### マリン整備士

##### ●マリン整備士の資格区分と受験資格

	3級	2級	1級
エンジン整備士	ガソリン整備士 ディーゼル整備士 船外機整備士	ガソリン整備士 ディーゼル整備士 船外機整備士	1級エンジン整備士
艇体整備士	ボート整備士 セイルボート整備士 漁船整備士	ボート整備士 セイルボート整備士 漁船整備士	1級艇体整備士
受験資格	15才以上の者でマリン整備業務について1年以上の実務経験のある者	3級取得のその日から2年以上の実務経験のある者	エンジン、艇体の2級整備士でそれぞれ2つ以上の資格を取得すると自動的に1級となります

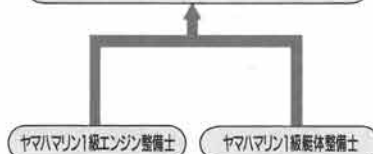
#### マリンサービススタッフ

より高度なメカニクススペシャリスト集団の育成、ヤマハマリンサービスマンのリーダー育成を目的としています。

##### ●ヤマハマリンサービススタッフ取得資格

ヤマハマリン1級エンジン整備士、ヤマハマリン1級艇体整備士の2つの資格を有することを取得資格条件とします。

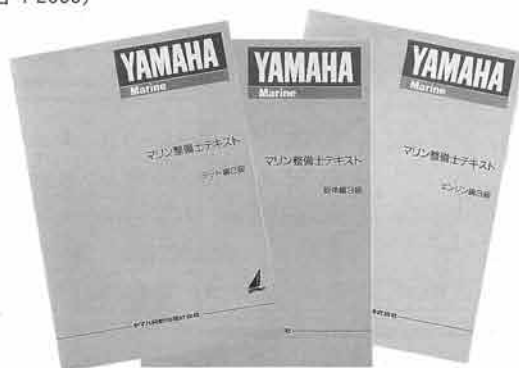
##### ヤマハマリンサービススタッフ



#### 新しくなりました マリン整備士テキスト

講習会や検定試験の内容に合わせて、各種テキストを取り揃えていますが、このほど内容を刷新いたしました。エキスパートを目指し、ぜひご利用ください。

- 3級艇体編 ● 3級エンジン編 (各 ¥3000)
- 基礎編 ● 2級ガソリン編 ● 2級ディーゼル編 ● 2級船外機編 ● 2級ボート編 ● 2級ヨット編 ● 2級漁船編 (各 ¥2000)



### お客さまへの指導にお役立てください! 艇種別・日常点検ビデオ

艇体やエンジンの取扱い、点検、整備に関する知識や技術をお客さまにも知っていただくためにこのほどビデオを制作いたしました。安全普及の一助として、ぜひご活用ください。

- VHS / ¥10,000 (1巻)
- 対象艇種 / FR-26、PC-27、MY-50、SF-51 (計4巻)
- 主な内容
  - 出航前、主機始動前の点検
  - 主機始動、暖機運転
  - 航海中、帰港後の取扱い



●このコーナーに関する詳細は下記までお問い合わせください。

- 北海道ヤマハ(株)マリンサービス課 〒063 北海道札幌市西区琴似一条6丁目238-2(琴似第一生命ビルディング) TEL(011)612-1060
- ヤマハ東北(株)マリンサービス課 〒985 宮城県仙台市宮城野区日の出町3-8-36 TEL(022)235-1031
- ヤマハ東京(株)マリンサービス課 〒141 東京都品川区東五反田5-22-27(カンパビル) TEL(03)3444-9971
- ヤマハ中部(株)マリンサービス課 〒462 愛知県名古屋市中区辻本通り2丁目34番地 TEL(052)913-2121
- ヤマハ関西(株)マリンサービス課 〒550 大阪府大阪市西区北堀江3丁目6-13 TEL(06)535-1671
- ヤマハ中国(株)マリンサービス課 〒734 広島県広島市南区東雲3丁目16-8 TEL(082)285-4911
- ヤマハ四国(株)マリンサービス課 〒761 香川県高松市東ハゼ町3番地4 TEL(0878)67-3800
- ヤマハ九州(株)マリンサービス課 〒812 福岡県福岡市博多区上牟田1丁目11-1 TEL(092)472-5261
- ヤマハ熊本(株)マリンサービス課 〒861-41 熊本県熊本市南高江字与名町1540-1 TEL(096)357-5824



幅広いラインナップで  
確実にファンを広げる  
ファミリーフィッシングボート



FR-21



FR-24



FR-26

クルーザー感覚のスタイリングが自慢のFR-25。ランナバウト感覚で小粋にマリンスポーツが楽しめるFR-21。さらに'91年モデルでは、スタイリッシュで快適なボートライフを提供するFR-26、24が仲間入り。

これらのモデルに代表されるヤマハのファミリーフィッシングボートは、日本各地の水場で親しまれ、生産艇数を伸ばしてきました。

ヤマハFRシリーズの核ともいえるこれらのファミリーフィッシングボート、今後も日本のマリンスーンの主役として活躍しそうです。

●ヤマハファミリーフィッシングボート/主要諸元

艇種	仕様	全長(m)	全幅(m)	全深さ(m)	船体重量(kg)	総トン数(t)	航行区域	評価最大馬力(ps)	連続最大馬力(ps)
NEW FR-26		8.05(8.67)	2.62	1.35	1,430	5トン未満	限浴	200	200
	FR-25 HTM <sup>3/8</sup> ・HT <sup>5/8</sup>	7.57	2.62	1.36	1,180	5トン未満	限浴	175・90×2	175・90×2
	FR-25HT <sup>1/2</sup>	7.57	2.62	1.36	1,180	5トン未満	限浴	210	165
	FR-25 <sup>3/8</sup>	7.57	2.62	1.36	1,070	5トン未満	限浴	175・90×2	175・90×2
NEW FR-24HTM		7.16(7.66)	2.40	1.25	1,090	5トン未満	限浴	140	140
NEW FR-24HT		7.16(7.66)	2.40	1.25	1,090	5トン未満	限浴	140	140
NEW FR-24		7.16(7.66)	2.40	1.25	1,020	5トン未満	限浴	140	140
	FR-23 <sup>3/8</sup> (受注生産)	6.87	2.30	1.15	809	5トン未満	限浴	115	115
	FR-21	6.37	2.19	1.06	616	5トン未満	限浴	90	90
	FR-17	4.97	2.10	0.80	370	5トン未満	限浴	50	50
	FR-15	4.39	1.66	0.77	195	5トン未満	限浴	40	40

※( )内は、パワースプリットを含む長さです。



88艇のスタートシーンは全国大会並の迫力。こうしたイベントが浜名湖という市場においてデザインギーの活性化に繋がると分析しています



裏方としてレースをバックアップ  
「目標は浜名湖をヨットで埋め尽くすこと」

(株)ジヨナサン

弥久保金恵社長

プロフィール

- 所在地……静岡県浜松市幸
- 店舗面積……ショールーム49・5㎡
- 管理顧客数……約350名
- スタッフ……営業2名(社長含む) / 事務1名

### 真冬の浜名湖で名物レース

去る1月27日、静岡県の浜名湖で、全国各地のシーホッパーセイラー88名を集めた「寸座ミッドウインターカップ」が開かれました。この全国大会並の参加者を集めたレースでレース委員長を務め、運営という立場でサポートしたのが、浜松市内のマリンショップ、ジヨナサンの弥久保社長です。

「寸座ミッドウインターカップ」は、今から7年前にYSA(ヤマハセイリング協会)浜名湖フリートのローカルレースとしてスタートしたものです。当時、弥久保社長は、その浜名湖フリートのキャプテンを務め、1人のセイラーとして仲間たちとこのレースを企画しました。

「初回の参加者は20名ほど。それが回を重ねるうちに口コミで噂が広まり、全国各地から参加者を集めるまでになりました。真冬にデザインギーレースを楽しむ、しかも強い季節風の中で、という企画が受けたんでしょうね。昨年までは帆走指示書もなく、自分も選手として楽しんでいましたが、これだけ参加者が増えると運営もしつかりせざるを得ませんね」

寒風吹きつける浜名湖でセイラーたちがレースを楽しむ姿を目の前に、弥久保社長は少し残念そうに語っていました。

### イベントで浜名湖のヨット人口が増える

「全国各地からセイラーが参加するといっても、参加者がうちでヨットを購入する訳ではありません。ただ、話題性の高いイベントがこころ開催されることで、浜名湖のヨット



人口が増えるといった普及の面では効果があると思います」

弥久保社長が独立、ジョナサンをオープンしたのが昭和56年2月のこと。つい先日、10周年を迎えました。「自分がヨットに乗りたいたいから」独立した弥久保社長ですが、今は「浜名湖をヨットで埋めつくす」ことが目標だといっています。

「そんな訳で最初は自分が遊ぶために、YSAのフリートキヤブテンという立場でレースを開催していました。ジョナサンとして商売に結びつけようとは考えないようにしていましたが、ユーザーはこちらが考えている以上に敏感で、商売が前面に出ると嫌がると思うんです。『寸座』でもジョナサンはいくつかある協賛の一社として賞品を提供しただけです」

今、浜名湖を中心とした静岡県西部地区ではヨットのジョナサンとして愛好者たちの間では知らない人がいないほど有名になっている同店。それも「YSAのイベントを通してヨットの遊びを広げてきた結果」と、弥久保社長はとらえています。

### ヨットの独自のイベント展開も

ヨットインクルーム、ヨットスクール、そしてYSAのレース、というように、ディンギーを中心とした商売を展開してきたジョナサン。今では当時のディンギーのお客さまを中心に、クルーザーのお客さまも増えてきました」といいます。

現在、フリート事務局を店舗に置いているものの、キヤブテンの職は他のメンバーに任せている弥久保社長は、浜松ヨットクラブ(浜



強風下、しかもエントリー多数ということで運営も並大抵ではありません



賞品をかけたのジャンケン大会。ジョナサンでも賞品を提供しています



浜松市街から車で15分という好立地なジョナサンの店舗



ヤマハのスタッフと浜名湖で開催されるレースの打ち合わせをする弥久保社長

「強風の吹く冬のレース」というコンセプトが受けての成功イベント。「このレースが始まってから冬でもディンギーを楽しむ方が増えています。冬場の来店率も高くなっている」といいます

### ●YSA浜名湖フリートの年間活動予定

日程	名称
3/14	第1回PP・R(ポイントレース)★
4/10	第2回PP・R★
4/20・21	シーホッパー級西日本選手権
5/12	YSA中部選手権★
5/24・26	ヤマハヨットウィーク★
6/8・9	静岡県団体予選
7/7	ビギナー&スループ選手権★
7/13・14	シーホッパー級東日本選手権
7/21	第3回PP・R★
8/4	第4回PP・R★
8/8	第5回PP・R★
9/8・11	石川団体
9/26・29	ブレ団体
10/10	第6回PP・R★
10/13	第7回PP・R
11/10	YSAクリスマスパーティー★
12/8	寸座ミットウインターカップ★

★印はYSA浜名湖フリートの主催、または特に関りの深いイベント。ジョナサンでも企画や運営で大いに忙しくなります。このスケジュール以外にも毎月1回のクルーザーレース等、休日ほとんど湖で過しています。

名湖を中心としたセイリングクルーザーのクラブ)でレース担当の役員を務めています。そしてディンギーと同じく毎月レースを行いながら、浜名湖でのヨット普及に力を入れています。

「今まで個人としてレースに関わってきましたが、浜名湖の環境も整ってきたことだし、そろそろ『ジョナサン』としてイベントを打って出てもいい頃かな、と考えています。課題としては、ポートやマリンジェットのお客さまに対して、いかに遊びの場を提供していくか、ということもあげられます。確かにうちはヨットのイメージが強いけど、私としてはこの店を、ヨットのプロショップ。としては位置づけたくない。幅広いマリンの遊びをできる限り多くの人たちに提供していきたいんです」

店舗の改装、艇の保管場所の確保など「やりたいことが山ほどある」というマリンショップ・ジョナサン。影で浜名湖のマリンシーンを支えてきた弥久保社長は、新たなお店の方向性を導き出すべく、張り切っています。

# 海が好き、 ヤマハが好き。

4

Marine Jet



河口湖畔（山梨県）をベースにキャンプを楽しんでいた森さんご夫妻が、新たなるアウトドアライフの“おもちゃ”としてマリッジットに乗りはじめて、丸3年。キャンプ道具一式を積んだワンBOXワゴンにMJ-650 Ltdを入れて、シーズン中は月2回、本拠地河口湖で、キャンプ&マリッジットを楽しんでいます。

そんな森さんご夫妻が、マリッジットのレースにも注目しはじめたのは昨年。MJクラブ東京支部のレースでは、ご主人の勝久さんが「全国一斉マリッジットDAY」のタイムトライアルで支部優勝、準優勝と快進撃。それに負けず、奥さまの麻美子さんもレディスとして準優勝の経験有り。もちろん、2人で息を合わせた2人乗りのクラスでも好成績を納めています。

キャンプでのんびりと楽しむマリッジット、そして多くの仲間と出会うレースや大会。お2人にとってマリッジットはまだまだ多くの魅力を秘めた“おもちゃ”のようです。今年、MJクラブ東京支部のシリーズ戦に目標を合わせて、そろそろ練習開始です。



## FOR GOOD MARINE LIFE!

安全がマリンスポーツの基本です。

- 天気予報を確認して、無理のない航行を。
- 点検・整備を忘れずに。
- 法規やマナーを守りましょう。
- 乗船前に、免許と法定備品の確認を。
- 立入禁止水域や船舶航行の頻繁な水域は避けましょう。

海はスポーツ新大陸

# YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社