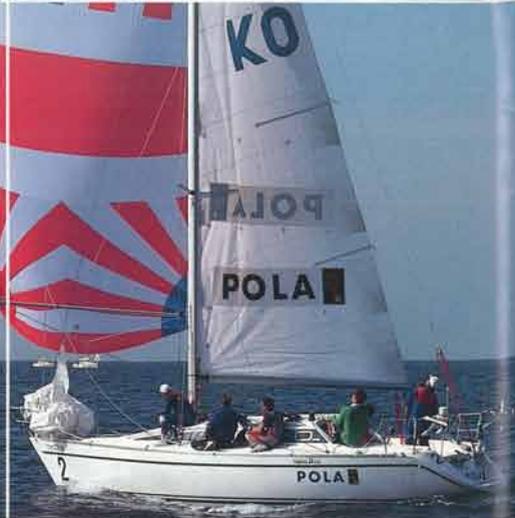
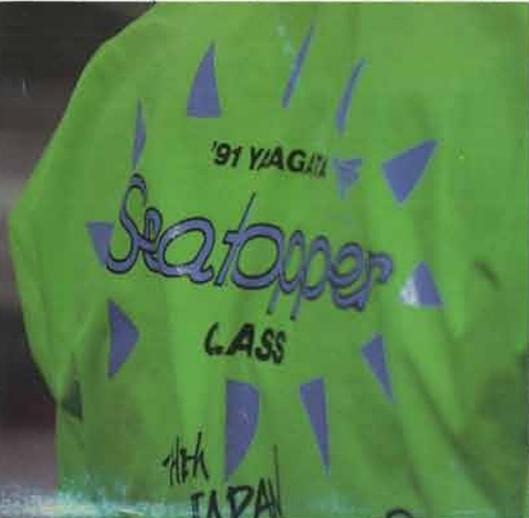
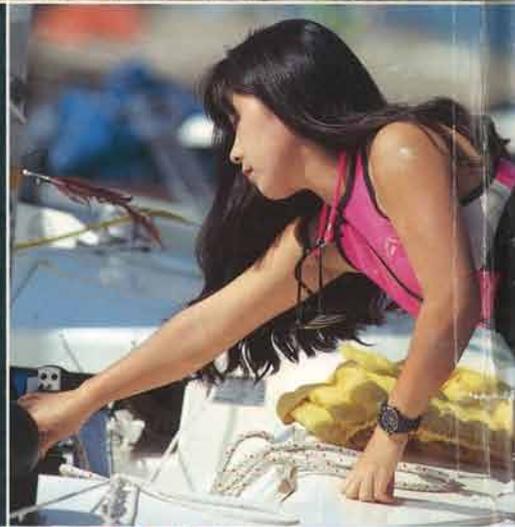
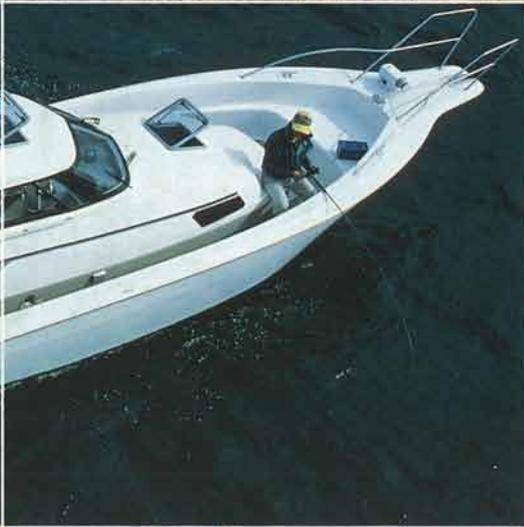
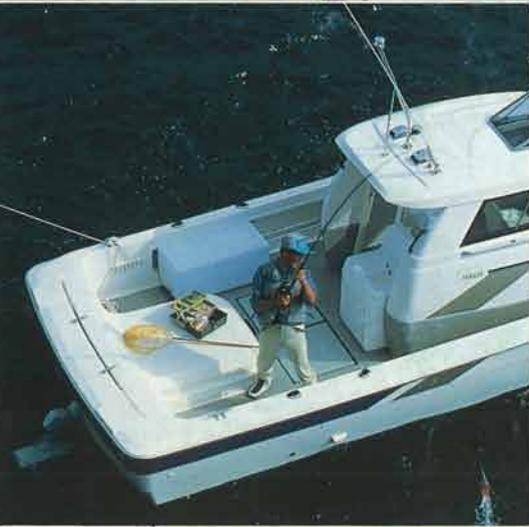
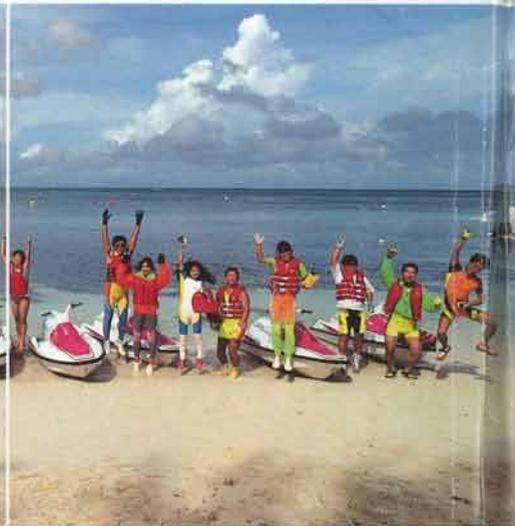
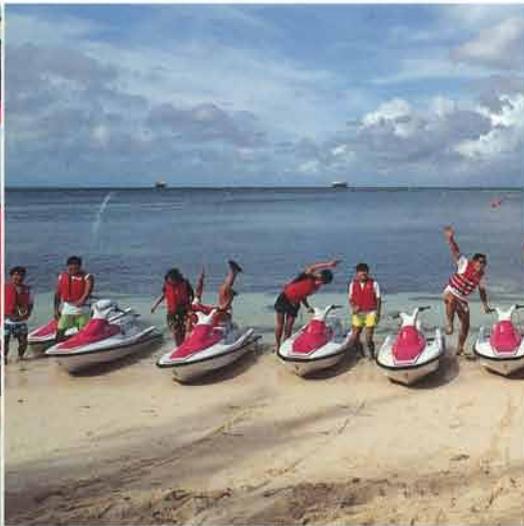


打ち明けます!

特集 / 「繁盛店のここだけの話」

- ここ数年、確実に伸長する販売店の秘密
- 「基本に忠実」「強気の攻め」売れてる店はここが違う!



「ゲーム」相手に「ゲーム」を楽しむ 人気高まるスポーツフィッシング、92年は……

スポーツフィッシングの世界で、しばしば「ゲーム」という言葉が使われます。この「ゲーム」とは、我々日本人が一般的に使うニュアンスとは少々異なり、釣りの対象として価値ある魚そのもの——カジキやシイラ、カツオなど——を指しています。つまり「ビッグゲーム」といえば魚の大口のこと、「ビッグゲームフィッシング」といえば、大物釣りとなるわけです。定められたルールに従って、魚を釣り上げることを「ゲーム」というのは、とつやりと異なるので、タイトルの前半の「ゲーム」は○、後半は×ということになるのです。

さて、そのビッグゲームを狙ったスポーツフィッシングの人氣が年々高まっていることはご存知の通り。今年には下田、勝浦という東西二大トーナメントが大盛況だったことに加え、



合歓ビルフィッシングトーナメント、土佐ビルフィッシングトーナメント、遠州灘スポーツフィッシング大会など、初めての、または歴史の浅いトーナメントも多くの参加者を集めました。

日本のスポーツフィッシングの記録認定や、ゲームフィッシング資源保護にあたるJGFA(ジャパンゲームフィッシング協会)も年々拡大。毎年30%に及ぶ伸び率で会員数を増やし、現在の会員数は2000名以上に達しています。

こうした状況の中、ヤマハでは92年も、より多くの人々にスポーツフィッシングを楽しんでいただくこと、数多くのトーナメントを支援、開催してまいります。また、お客さまを対象にした「スポーツフィッシングスクール」販売店のみなさまを対象にした「マリナーアカデミー」においても、より充実した形でスポー

ツフィッシングの普及を目指していきます。

スポーツフィッシング、というと、大型ボートによるカジキ釣りだけを連想してしまいがちですが、決してそれだけではありません。一般的なボートフィッシングの対象魚であるヒラメやマダイ、シマアジといった魚種も、JGFAのゲーム(対象魚)に指定されています。またフィッシングスタイルだけを見てもルアーキャスティング、ライブベイトによるボトムフィッシングなど多種多様です。タックルシリーズやUFシリーズでも充分に、エキサイティングなスポーツフィッシングが楽しめるのです。ついつい大漁主義になりがちなお客さまにもぜひ、こうした定められたルールにのっとって楽しむスポーツフィッシングの魅力をご紹介されてはいかがでしょうか。

カジキ釣りの世界では外道視されがちなシイラだが、ヒットの手応えといい、この美しさといい、スポーツフィッシングの対象魚として大変魅力的です



スポーツフィッシングの中でもとりわけ注目されているのがカジキ釣り。アングラーの力量だけでなく、チームワークも鍵となります



ブラックバスもJGFA記録対象魚のひとつ。バスフィッシングをIGFAルールで楽しむのも一興です



マリンショップ

〈前川マリン〉

岩手県釜石市



- 創業年月/1963年
- 従業員数/1名
- 店舗・施設/事務所兼ショールーム・16坪
サービス工場・20坪

●営業比率



●過去3年の伸長率

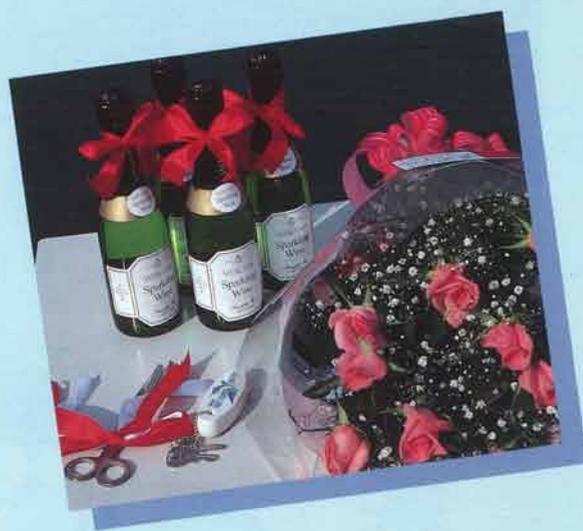


「木造船からFRP船への変換期は
何もしなくても売れていた。
でもそれが定着した後は、
こちらからアクションを起こさないと……。
売る側の意識を
変えることが必要だったんです」

特 集

打ち明けます!

繁盛店の の ここだけの話



バブルが崩壊したと
か、経済が低調気味だ
とか、巷で暗い話題は
出ているものの、マリン
業界は元気いっぱい!
今回の特集「繁盛店の
ここだけの話」では、
そんな噂をモノともせ
ず、確実に伸びている
お店のご商売事例を取
り上げてみました。

〈有〉島田商会

福井市

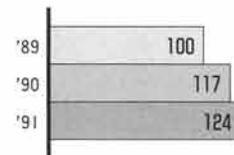


- 創業年月/1955年
- 従業員数/7名(うちメカニック、2名)
- 店舗・施設/マリーナ(三国マリーナ)・1500坪(2階建てクラブハウス25坪、2階建て艇庫150坪)、展示場兼事務所(福井市内)・37坪

●営業比率



●過去3年の伸長率



「商売の基本は
やはり免許活動の創造による
マーケットの掘り起こしではないでしょうか。
私どもでは合格率を高めるよう、
常に努力しています。
ボート購入後は誠心誠意の
アフターケアをします」

〈株〉タカハシ

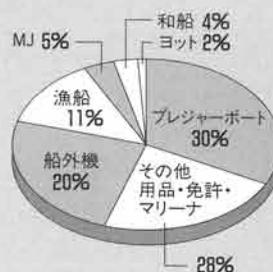
新潟県柏崎市



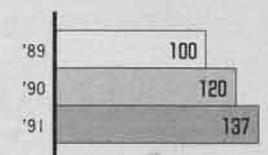
「免許教室での
刈り込みから始めて、
脈のある方に
フォローして売り、
お預かりして修理・
メンテナンスまで……、
商売の起承転結を
確実に踏んでいるのが
好調の秘訣です」

- 創業年月/1914年
- 従業員数/136人(全社、含むパート)、うちマリン関係では34人(うち営業9人)
- 店舗・施設/事務所・柏崎(300坪)、長岡(1200坪)、新潟(200坪)に支店、上越(300坪)、佐渡(150坪)に出張所
マリーナ・万代マリーナ(新潟、1200坪)、勝見マリーナ(出雲崎、1600坪)、柏崎ボートマリン(600坪)のほか河川に300隻分確保
展示場・宝町展示場(600坪)、他に県営柏崎マリーナ内ヤード

●営業比率



●過去3年の伸長率



マリンショップ

〈瀬戸マリーナ〉

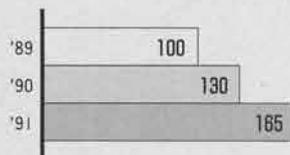
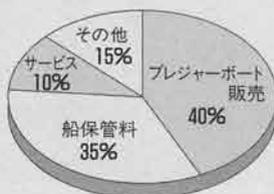
香川県高松市



- 創業年月 / 1969年
- 従業員数 / 6名
- 店舗・施設 / ショールーム・事務所14坪
サービス工場29坪, 47坪
マリーナ2500坪

●営業比率

●過去3年の伸長率



「新艇に代替したオーナーが隣り合わせのオーナーにその船の良さを話してくれたり、クルージングに誘ったりしてくれている。うちの営業力不足をお客さまが補ってくれていたんです」

マリンストア

〈西 幸〉

和歌山市

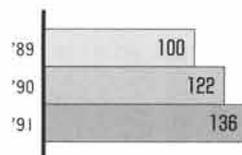
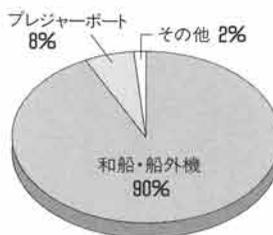


「一回の定期巡回で少なくとも10人、多いときで20人ぐらいのお客さまと会話しています。それがうちにとって唯一の、そしてもつとも効果のあるセールス活動になってます」

- 創業年月 / 1963年
- 従業員数 / 1名
- 店舗・施設 / 事務所兼ショールーム・30坪
展示場兼駐車場・60坪

●営業比率

●過去3年の伸長率



兼売店から マリナー一本化で売上増

岩手県釜石市
前川マリナー (マリナーショップ)

釜石、平田、尾崎白浜浦、唐丹、そして吉浜。以上、5単協の浜が前川マリナーさんの商圏。そのうち釜石湾内にある釜石、平田、尾崎白浜浦の3つの浜を重点市場として、前川マリナーさんでは「商圏拡大よりも地域の中のシェアアップ」に取り組んできました。

「理由は単純。売ることはできてもフォローができない。だから地域を絞り込んで、即対応“高技術”をキーワードにその3箇所に力を入れているんです」(前川良三社長)

即対応、高技術をより充実するために、前川マリナーさんではまず今年の3月、500万円を投資し、20坪の広さを持つ整備工場を造りサービス体制の強化を図りました。と同時に兼業で商っていた自転車販売を中止し、マリナー専門に転換、屋号も「前川輪店」から「前川マリナー」に変更しました。

「木造船からFRPへの変換期は何もしなくても売れた。でもそれが定着した後は、こちらからアクションを起こさないと……。とにかく売る側の意識を変えることが必要だったんです」(前川社長)

代替需要の促進にあたっては、特に大型化、高馬力化を推進してきたという前川マリナーさん。コンブ、ワカメ、アワビ、ウニ、そしてホタテと時期によって多種多様な漁が行われるこの市場では、一人で二隻、三隻の和船や船外機を持つことも珍しくありません。

「マーケットリーダーを浜に作ることに。そ



してそのお客さまにまず、新商品を使っただく」という正攻法が成功しているようです。

「現在はW22、W24に30〜40馬力の船外機というのが主流ですが、来年はW26に80馬力の船外機をうちの主力商品として拡販していきます」と、漁にあった売れ筋を把握し、代替を推し進めていく考えです。

売れ筋はこうした本体に限らず、電動ドラムや防舷材、油圧操舵などの付属品、艀装品にまで広がります。お客さまの省力化の手助けとなる商品を見つけ出し、それら商品への知識を深め、アフターサービスも万全を期している、ということなのです。

奥さまのイネ子さんと二人三脚で業績を伸ばしてきた前川社長。この3月から自転車兼売からマリナー一本化。確実・迅速なアフターサービスを重点に置いています

「前川マリナーへ屋号変更と同時に完成したサービス工場。専用クレーンを取り付けるなど設備を充実させました

春と夏の2回に巡回訪問のキャンペーンを実施。チラシは新聞に折り込んで2000枚を配布しています



こうした基本を踏まえた上で、前川マリナーさんでは春と夏の2回、「船外機点検巡回訪問」のキャンペーンを実施しています。

「日時と訪問場所をお知らせするため新聞折り込み用のチラシを2000枚用意します。またプレゼントを用意して、商品キャンペーンも同時に行い、チラシに刷り込んでいきます。春はウニ、秋はアワビ漁の準備期間。このキャンペーンは効果的です」

売る姿勢への意識改革、アフターサービスの充実とそれのための先行投資、売れ筋把握、そしてキャンペーン展開。この基本的な商売の流れが前川マリナーさんの成功の鍵です。



マリンの「起承転結」を 着実に追求

新潟県柏崎市
株タカハシ(マリンプラザ)

出雲崎の勝見マリーナにて。「バブルが波及しなかったのが逆に幸いしている。しかし失速気味なのは確かなので、'92年はMJ専任者をつけ、免許講習生を細かくフォローするなど、初心に戻って仕事をしたい」と語る高橋哲郎常務



新潟市内中心部の下町という好立地にある万代マリーナ。現在は20隻収容でまだ余裕がある。「ここは大事に売っていききたいところ」



柏崎県営マリーナにはタカハシ社有艇(スビカ)(Y-30)が舫われています。この艇を使ってナホトカへの社員研修クルーズが行われます。マリーナ内にタカハシ運営の修理工場があるほか、近くの柏崎港ではおしゃれなデザイン

今年、創業78周年を迎える株タカハシさんは新潟県の名門企業であり、同時に全国有数のヤマハ・ディーラーです。マリンだけでなくバイク等ヤマハの主力商品はすべて扱い、新潟全域をカバーする販売、およびサービスのネットワークを敷設しているため、県内ではタカハシとくればすぐにヤマハとイメージされる強力な存在です。同社の高橋哲郎常務は「売り上げが伸びているといっても、はっきり言って自分の力だとは思っていない。経済環境など外的要因の方が強かったと思います」と、非常な謙遜ぶりでした。

しかしこの業界、名前だけで商売できるものはありません。なおも好調の秘密をうかがっていくと3つの要因が浮かび上がりました。一つは艇置場所の確保。早くも昭和43年に柏崎にマリーナを作り、近年では新潟市内の信濃川河口の造船所を引き取り、万代マリーナをオープンさせています。それ以外に、

漁港の一部や河川に船溜りを確保するに当たっては、業務船の取引を通じて漁協から絶対の信頼を得ていたことが大いに寄与しています。「漁師さんを大事にし、誠心誠意の付き合いをしてきました。うちの漁船課の社員には無理を言っていますが……(高橋常務)。その地道な積み重ねで、「タカハシがやるんならいいよ」と場所を貸してもらえるわけです。最近株タカハシさんでは、交通事情の改良に伴い、県外ユーザーへの大型艇納入が増えています。それが置き場あつてのことです。

次に、免許市場の重視。新規顧客の掘り起こしは「免許受講生の中から」が最も効果的な手法です。そのため地元TVで積極的に免許教室の告知を打っていますが、受講生を集めるのに実際に効果があるのは口コミ。この場面では全県に張りめぐらしたバイク販売店のネットワークが役立ちます。

また、最近の法人所有傾向にも素早く対応

し、専任者が企業・職域・グループに対し営業をかけて回っています。企業が艇を購入する場合は出張で免許講習会を開催するほか、高崎・前橋・長野など他県でも学科講習会を開いています(実技は一括で柏崎)。

「免許での刈り込みから始めて、脈のある方にフォローして売り、お預かりして修理・メンテナンスで……この「商売の起承転結」(高橋常務)を確実に踏んでいるのが株タカハシさんの好調の秘訣と言えるでしょう。

そして、最後の要因はやはり名門の余裕と誇り、そして責任感ではないでしょうか。全県ディーラーとして県内要所に営々と拠点・販売網を築き、誠実な仕事を続けてきた蓄積がいま効果を発揮しています。いかに景気が良くても受け入れ体制ができていなければ好調の波に乗ることはできません。

三国マリーナはFR24, 26を中心に約80艇をあずかっている。「拡張が急務」と語る嶋田英明社長



福井県の北半分(嶺北)をテリトリーとする(有)島田商会は、多くの点で前頁の(株)タカハシさん(新潟)と類似点があります。歴史のある古い会社であること。創業の事業が自転車の販売で、ヤマハとの結びつきもバイクから始まっていて、社名とヤマハのイメージが強力に結びついていること(島田商会さんの方は現在マリン專業です)。さらに、早い時点でマリーナを造り艇保管場所を確保し、同時に「免許市場」を非常に重視していることも両社に共通しています。

「昭和53年3月に思い切って三国マリーナを開設しました。展示場をという考えもあつたのですが、今思えばこの決断が先手必勝というか、現在まで順調に目標を達成し続けてこれた最大の要因ですね。嶺北にはマリーナはここしかないんです」(嶋田英明社長)

マリーナの存在は、顧客開拓の重要なステップとなる免許市場においても効果を発揮します。三国マリーナではクラブハウス2階が講習会場になっており、実技もマリーナをベイスに行っていますから、教室の生徒さんは

免許市場創造に力点

常に実際の商品と保管スペースを意識し、これが艇購入に直結します。嶺北には三国マリーナしかありませんから、この地域の免許市場は島田商会さんが80%以上を占め、新艇も90%以上のシェア率です。

「商売の基本はやはり免許活動の創造によるマーケットの掘り起こしではないでしょうか。私ももては合格率を高めるように常に努力しています。購入後はアフターを誠心誠意させていただいてます」(嶋田社長)。したがって免許教室の告知にも力が入っていますが、利用しているのは主としてラジオ・スポット。毎月25本を打っています。TV、新聞は年1回程度の利用です。しかし、嶋田社長も生徒確保の実際は「友人からの口コミと紹介」だと語ってくれました。

業務市場では、越前海岸沿いの17市町村をテリトリーとし、春先のキャンペーン、格納時の点検キャンペーンを常に繰り返し、市場を支えているという状況です。

嶋田社長の現在の悩みは、保管スペースが限界に近づいていること。

「こ他間にもれずマリーナ開発の計画はこの辺りにもありますが、実現するのはいつになるのか……。とにかく1~2年先も見えませんが、では具体的に92商戦を戦う戦略は何でしょうか?」

「来年は自分の力を信じ、強気で展望を切り開いて行く年になりそうですね。ここが正念

福井市
(有)島田商会(マリンプラザ)



九頭竜川のポンツーンへは40tクレーンで揚降しています。島田商会さんの社員がハウス前に集合

免許市場が躍進のカギを握っています。九頭竜川・三国マリーナでの実技風景



場と思ひ、現在のマリーナを拡張してでもスペース問題に展望を開くつもりです。それから、これまではいいお客様ばかりでほとんど催事フォローもなかった反省があります。来年はその辺りも強化したいと思っています。福井はバブルの恩恵がなかっただけに崩壊の影響も少なく、来年もいけるという手応えを嶋田社長は強く感じています。

月一回の巡回サービスで 信頼を築く

和歌山市
西幸(マリニストア)

毎月19日の定期点検キャンペーンは欠かさず実施している西本社長。浜では「西幸」と「ヤマハ」の認知がすっかり定着しています。



定期点検キャンペーンに出かけるとき、「持っていくのはこの工具一式」。10時ごろ出掛けて行ってほしい3~4時間を費やしています

和船・船外機の販売台数を年ごとに確実に伸ばしているのが和歌山市の西幸さんです。

91年度の実績は68台。W18、W19、船外機では9・9馬力がその主力商品。お客さまは漁船オーナーが中心で、2隻めの船として雑漁用に購入される方、他、プレジャーユースとしても近年増えているといいます。

好調なご商売を振り返って、社長の西本喜三さんは「何よりも迅速で確実なユーザーフォローが効を奏した」と分析しています。そのユーザーフォローの核となる動きが、毎月欠かさずに行っているという「定期点検キャンペーン」です。

「毎月19日が基本。場所は重点市場である下津町の戸坂のみです。内容はほとんどが、お客さまから相談を受けて、船外機の微調整をするといったもので、無料です。大きな修理が必要なものはもちろん有料ですが、まあ、病院のない町に医者巡回するようなもので

す」(西本社長)

ヤマハ関西の担当セールスマンによると、「こうした点検キャンペーンは業務ビジネスの基本、とはいえ20年間も毎月欠かさず実施しているお店はなかなかない」という評です。「一回の巡回では少なくとも10人、多いときで20人ぐらいのお客さまと会話しています。それが私にとっては唯一のセールス活動といえますね」(西本社長)

いまだはこの「点検キャンペーン」は浜でも完全に定着。西幸さんが浜に到着すると、漁協の放送で「ヤマハの船外機の巡回点検が来た」と告げてくれるそうです。さらに、こうした徹底したキャンペーンのおかげで、この浜では「ヤマハなら西幸」のイメージが浸透し、社長ご自身もヤマハの一員としての意識を持ったご商売をされているといいます。

西幸さんのサービス活動は、もちろんこのキャンペーンだけではありません。日常での



重点市場の戸坂地区では、ヤマハの船外機がズラリ。「こうした基盤があるからこそ、巡回キャンペーンも永く続けられる」、相互作用があるようです

サービス業務も迅速、確実をモットーに全力をあげて取り組んでいます。

「一番気をつけているのは軽く安請け合いをしないこと。修理に伺う、または引き取る時間、修理にかかる時間はこちらから必ず指定します。限られた人数で仕事をこなすには時間割で仕事をしなきゃ追いつかないから。それにエンジン以外の、例えば和船の修理や艀装といった仕事はなるべく信頼のおける外注スタッフに回して、無理のないよう仕事を回転させています。これが少人数でやっていくコツかな」

永年にわたるこうした仕事への取り組みは、確実にお客さまの間に伝わり、「一度浮気したお客さまも結局うちに戻ってくる」、「レジャーのお客さまにも評判が伝わっている」といった効果が出ています。

マリナーまでの情報受発信 機能をフル活用

香川県高松市
瀬戸マリナー(マリンショップ)

「自然増だった顧客を増やしていくやり方で」と抱負を語る井上社長。瀬戸内海という絶好のロケーションを活かしたご商品の方向性を探っています



現在、瀬戸マリナーさんが保管しているボートは140隻。平均すると23〜25フィートになるのですが、保管業務は艇体販売による売上に次ぐ金額を確保できる収入源としてばかりでなく、ボートのオーナーやその仲間たちが集う情報広場として機能します。

その情報は大まかにブレイフワールドと船体の二つに分けられるそうです。井上社長にうかがいました。

「お客さまが初めて入港した港、入江、その周辺にあった見どころや食事の場所、ガソリンスタンド、宿など、オーナーさんが戻って

きたときに詳しく聞いてチャートに記しておきます。それを違うオーナーに教えてあげる……そうやってどんどん互いにワールドや遊びのメニューが広がってゆく。コミュニケーションがとれて信頼も厚くなるわけです」
そうした事例が積み重ねられ、お客さま同士の情報交換や交流が自然とおこなわれるようになっていきます。

「新艇に代替したオーナーが隣り合わせのオーナーにその船の良さを話してくれたり、一緒にクルージングに乗せていたりしてくるんです。うちの営業力不足をお客さまが補ってくれていたんですね」

瀬戸内海という格好のブレイフワールドと自前のマリナーという大きな利点をもって、これまで順調に営業成績を伸ばしてきた瀬戸マリナーさん。井上社長は今後の展開をどのようにお考えでしょうか。①新規顧客の獲得②大型艇への代替需要喚起③マリナー設備の充実とサービス力の向上という3点をあげています。

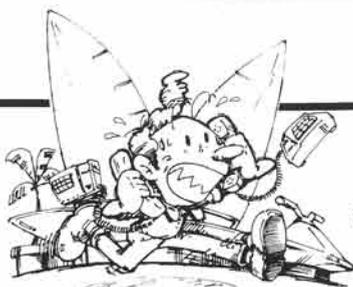
「修理などで手が離せないときに初めて来店した方に対して、ほとんど対応できませんでした。大きな反省点です。これまでは営業活動は無いに等しかったのですが、今後はこまめな対応をしていきます。そして、20フィート未満のボートオーナーを主な対象として、新艇のカタログをお送りしマリナーで顔を合わせたときなどにこまめにフォローします。こ



お客さまどうし、そしてお店とお客さまとのコミュニケーションづくりが欠かすことのできないマリナー。現在23〜25フィートのボートを中心に140隻保管しています

れまで自然増だったような数字をきちんと増やしてゆくやり方とでも言えます」とその内容を説明していただきました。

現在、井上社長以下6人体制の瀬戸マリナーさん。経理を担当する奥さまの初子さん、そしてご長男の利博さんを中心にチームワークは抜群。「現在あるサービスマン工場が25フィートサイズが上限なので、今後はひとまわり大きなものにします」'92年マリン商戦の体制を固め、確かなご商売へ針路をとる井上社長です。



お忙しいみなさまのための情報広場

トレンド

広がるか？ 役職名抜きの呼び方

電電公社がNTTになったころ、「新入社員が部長に対して〇〇ちゃんと呼びかける」と言って嘆いていた広告マンがいた。当時の風潮としてはまだ〇〇部長のほうが一般的で、「ちゃん」などと呼ぶのはやはり新人類だからだと受け止められたものである。しかし、最近は役職名の呼称を廃して、「さん」づけて呼ぶ企業が増えている。



なかでも外資系企業は創立当初から「さん」づけることが多い。これは、欧米ではディレクター・〇〇とは言わず、ミスター・〇〇と呼ぶ習慣だから。それをそのまま日本語に持ち込み、社長からヒラまで全員が「さん」づけて呼ばれる。たとえば日本IBMや日本コカ・コーラなどはすでに40〜50年前から「さん」である。

そのほかソニーやイトーヨーカ堂などの比較的新しい企業で、創立者の考え方によって「さん」づけて通しているところもある。ソニーの場合は役職などにとらわれず自由な発想をするため、イトーヨーカ堂の場合はお客さまに対してはみんな販売員だからという理由だ。どちらも30年以上の歴史を持つ。

いっぽうここ数年の間に呼称を変更したのは、日産自動車(85年から)、資生堂(88年から)、サッポロビール(89年から)、伊藤忠商事(90年から)など。いずれも社内活性化、業績アップをねらった構造改革、企業CIの一環である。

逆に「指揮系統を明確にするために、役職名をつけて呼んだほうが良い」としているのは、銀行やデパートなど、いわゆるカタリ業種に多い。いろいろな分野でソフト化が進むなかで、呼称のソフト化はどこまでひろがるだろうか。

男子は下がり女子は上がる進学率

来年の大学入試は史上最悪といわれている。受験するのが団塊の世代の子供たちで、数が多い上に、これからは受験生が減るばかりとあって、定員がさほど増えないからである。

さらに、ここ3年間は男子と女子の進学率が逆転、男子にとってはより厳しい状況になっている。

次の表はここ10年の男女の進学率を比較したものの。全体の進学率があまり変わらないのに、男子は下降線をだどり、女子は上昇カーブを描いている。しかも1989年には男女が逆転している。

●大学および短期大学への進学率

西暦	男	女	全体
1981年	40.5%	33.0%	36.9%
1982	39.8	32.7	36.3
1983	37.9	32.2	35.1
1984	38.3	32.8	35.6
1985	40.6	34.5	37.6
1986	35.9	33.5	34.7
1987	37.1	35.1	36.1
1988	37.2	36.2	36.7
1989	35.8	36.8	36.3
1990	35.2	37.4	36.3

出所：文部省「我が国の文教政策」

若者

マジになった高校生

原宿や新宿、ゲームセンターやカラオケルームにたむろして、あるいはバンドに熱中して、バカばかりやっているとみられがちな高校生が、ひそかに「マジ」になり始めている。

身近なところでは彼らの音楽。「愛は勝つ」とか「SAY・YES」などといった、ストレートでまじめな青春路線のものがうけている。

学園祭のテーマも今年はグンと硬くなった。かなりの数の高校生が、地球環境や地球生物、戦争、東西対立、韓国人被爆者など、見学に来た大人のほうが面くらうような大問題にマジメに取り組んだのである。

また、テレビやラジオ、雑誌などでもマジメ路線がうけている。その筆頭は、NHK教育の「青春トーク&トーク」。あるテーマをめぐって議論をする番組だが、盛り上がるのは「愛」とか「環境問題」といったごくマジなテーマである。

雑誌では、10代向けのトーク・マガジン(手紙や電話で意見を述べるもの)「STLUDA」や本音・ナマの声を伝えるインタビュー・マガジン「JIMMY」が相次いで発刊、マジメな意見が満載されている。

ただ、このマジメは従来の真面目とは大きく違う。30代以上の方が考える真面目は「がまん」に通じるものだが、彼らのマジメは「わがまま」に通じる。自分の気持ちに忠実に、満たされるものを探し、満足できることをやるのである。

したがって、モノやカネにはさほど執着せず、マニュアル信仰もない。商売の対象としてはかなり難しいグループである。

健康

過労と食べ過ぎはわかっていけれど……

日本人の平均寿命はどんどん伸びて、やがては老人大国になるはずだが、東京に住む人々は自分の健康には自信がない……医療品等のメーカー・テルモが既婚者を対象に実施したレポートである。

健康でいられると考える年齢は、夫が62.3歳、妻が62.7歳。夫がかかりそうな病気のベスト3は次の通り。



夫自身の予想	妻の予想
1. 高血圧	1. ガン
2. ガン	2. 高血圧
3. 胃潰瘍	3. 肝炎・肝硬変

つまり働きすぎ、飲み過ぎ、食べ過ぎ、運動不足ということであり、当人もそれをよく承知しているのである。3人に1人は医者から、肥満、コレステロール過多、肝機能低下、高血圧を注意されているという。

また、子供の健康について心配していることは、肥満(15.5%)、骨のもろさ(7.9%)、貧血(6.8%)、低体温(5.7%)である。そのほか、肩こり・腰痛を心配する両親が5.3%もあった。

両親はともかくとしても、子供たちの未来が心配な調査結果である。

商品

地球にやさしいソーラー型自動給餌機



環境保全に役立つ商品にマークをつけて推奨することで環境保全型の商品の普及を図ろうと(財)日本環境協会が認定しているエコマーク。そのエコマークが、はじめて養殖関連機につけられたとして注目されているのがヤマハ発動機で発売しているソーラー型自動給餌機「YDF500ソーラー」。

この製品は動力源に太陽エネルギーを使用、一台のコントローラーで同時に多数の給餌機の作動時間と回数を一括集中制御できる。また、操作も容易で、養殖業界の人手不足といった時代のニーズにマッチした製品としても注目を集めている。

KEY WORD

エンジェル係数

家計に占める子育て費用の割合のことで、平均で30%。年々下がって、去年で24%になったエンジェル係数(食費が占める割合)と対象的に上昇し続けている。

出生率が1.53にまで落込み、一人の子供に両親とその両親、つまり父方の祖父と祖母、母方の祖父と祖母のお金がつぎ込まれることになる。いわゆるシックス・ポケットだが、お金のかけすぎが出生率の低下につながるのではないかと懸念されている。

新しくなりました

My SHOP

お客さまに受ける
お店づくり

ボートが主役のショップづくり

今回ご紹介するマリン大阪株寝屋川店がオープンしたのは今年の9月7日のこと。大阪市内にある本店とは別に、大阪地区、琵琶湖地区をもフォローできる支店をとの狙いから出店したお店です。オープンにあたっては前号のヤマハマリーナ浜名湖と同様、MOS計画を導入しています。



ヤマハマリンプラザ
マリン大阪株寝屋川店



●所在地 大阪府寝屋川市
●店舗面積 1Fショールーム264㎡、
2F展示場264㎡
●スタッフ 4名(うち2名は営業)
●営業時間 9時~19時(月曜日定休)
●立地条件 日本第2の都市、大阪市のベ
ッドタウンとして機能する寝屋川市。同店
はその寝屋川市を走る国道1号線に面して
いる。片側3車線という広い道路だが、中
央分離帯が低く、京都方面、大阪方面、と
ちらの道路を走っていてもお店が目立つと
いうことも出店の決め手となった立地条件。
交通量は多いが、徒歩による人通りは少な
い。



1階ショールーム

面積を有効活用したレイアウト

店内にSR-20C、そしてマリンジェットが展示され、その他の関連アクセサリはコーナーで展開されています。事務所とは、カウンターテーブルのパーテーションで仕切られています。



店舗

道路から良く見えることが第一条件

2階建ての大きな建物で、通行中の車からもよく見えます。また大きな窓を設け、店外への露出効果も狙いました。目の前を走る道路は国道1号線。上下線、両方向からお店を見ることができます。



新店舗は本体の展示を意識して

本体の展示に重点を置いたという同店の艇展示スペースは、ショールームの2階、屋内に設けられています。

「日本のボートの展示は遅れていると思います。自動車の場合、どのショールームだって屋内ですよね。ボートだって雨や日射しから守る意味でも屋内に展示すべきだと思ったんです」（同店・中島俊樹店長）

出店のための土地探しの時点で、ボートの屋内展示を意識していたといいますから、同店の本体展示にかかる意気込みが伝わってきます。

もちろんマリンウェアやアクセサリなどの関連商品も取り揃えています。

「1階のショールームには比較的、若い方にも手の届く商品を中心に展示しました。本体についてもマリンジェットを展示しています。関連用品については、本店での売れ筋を把握した上で、かなり絞り込んだ構成にしています」（中島店長）

「ドレス」の活用で効率的な在庫管理

「基本的にはボートオーナーにとって役立つ商品が中心です。シャックルやクリート、コンパス、サーチライト、補修キットなどですね。マリンウェアはどちらかというと控え目です」

とはいえ、より多くのお客さまのニーズに応えることが、マリンショップの使命です。それに対応するため、同店ではコンピュータ通信システムの「ドレス」を導入しています。

「関西のパーツセンターの在庫状況がひと目でわかるので、純正部品についてはほぼこれに頼ってます。午前中にオーダーすれば翌日には品物が届くのでお客さまを待たせることはそうありません」

さて、今後の展開ですが「まずは認知度アップですね」という中島店長。

「来年の1月には国際ボートショーに先がけて独自のショーを企画しています。高額所得者名簿をもとに2万通の案内DMを送送する予定です」

それでもお店の認知度が高まり、それが徹底するには最低2～3年はかかるだろうと、中島店長は予測します。

「それまでは強気で攻めの商売を展開します」と、お話をしめくくっていただきました。

2階ショールーム

ボートオーナーのためのスペース作り

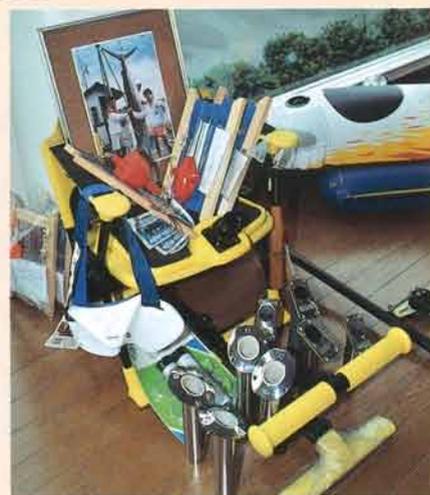
2階の展示スペースの天井の高さは6m。PC-27クラスが展示可能です。片面がシャッターで区切られており、屋上に取り付けたクレーンによって、ここから納艇する仕組みです。ボートオーナー候補をメインターゲットとしている同店の一番の特長が、この屋内展示場といえます。



商品構成

ハード商品中心の品揃え

本店(大阪市内)での売れ筋を分析し、コンパス、魚探、メンテナンス用品など、「マリン専門店では手に入らない」商品を中心に品揃えています。「シューズや、時計、食器類は控えめにしました。大阪市はそれぞれ専門店が充実していますから」という考えです。ナイフを充実させたのは店長のご趣味だとか……。



Marine Scramble

■ マリン・スクランブル

MATCH RACE

ギルモア(豪)が4年ぶりの優勝
1991WMRC第9戦/
「三洋証券・ニッポンカップ国際ヨットマッチレース」

ギルモアが獲得した400万円は、アメリカズ・カップへのチャレンジ資金として使うそうだ



今年も使用艇はYAMAHA-34S LTD.コースは前年から若干変更された



準決勝で宿敵ともいえるクリス・ディクソンを2-0で破り、見事に決勝進出を果たしたピーター・ギルモア。決勝ではアメリカのジョン・コストキを破り優勝を獲得した

国内で開催される国際的なマッチレースイベントとしては草分け的な大会「ニッポンカップ」が11月7日から10日までの4日間、神奈川県葉山マリーナ沖で開催されました。

アメリカズ・カップ開催を翌年に控えた今年大会には、ニッポンチャレンジのクリス・ディクソンを始め、イタリアのポール・ケヤード、オーストラリアのピーター・ギルモア、フランスのマーク・バジョなど、各国のカップ

シンジケートのスキッパーが顔を揃え、アメリカズ・カップ前哨戦の様を呈していました。

ウインド・コンディションにはあまり恵まれませんでしたが、予選から決勝まで計46本のマッチレースが消化され、その結果、オーストラリアのピーター・ギルモアが4年ぶりの優勝を収め、賞金400万円を獲得しました。3連覇を狙うクリス・ディクソンは残念ながら4位という成績でした。

MARINE JET

サイパン島で初めての開催
常夏の島でMJをエンジョイ
「91MJジャンボリーサイパン大会」



南の海でMJを思い切り楽しもうと、ナント165名ものライダーが参加した

マリンジェットをこく。こんな楽しみ方も、こうしたイベントならではのもの

10月18日から20日の3日間、サイパン島・第一ホテルサイパンビーチをベースに「91マリンジェットジャンボリーサイパン大会」が開催されました。

この時期でもサイパン島は最高気温30℃、最低22℃とまさに夏。この常夏の島で思い切りMJを楽しもうと、日本から165人もMJファンが参加しました。

大会は参加者を4チームに分け、チーム単位で順番にプレイメニューを楽しむというシステム。各チームはショートツーリング&シュノーケリング、スラロームタイムトライアル、チームリレータイムトライアルに挑戦、南の海でMJを存分に満喫していたようです。

なお、使用されたマリンジェットはMJ-650TX(現地名は「VXR」)。この大会のために、現地のヤマハマリンジェットのインポーター「ジョーテンモータース」によって用意されました。

NCAC

いよいよカウントダウンの「アメリカズ・カップ1992」

まずは「ルイ・ヴィトン・カップ」にチャレンジ

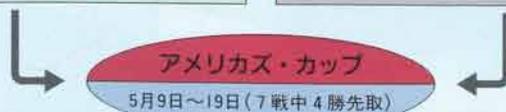
来年5月に開催されるアメリカズ・カップ。その挑戦権獲得をかけたチャレンジャー・シリーズ「ルイ・ヴィトン・カップ」が1月より、サンディエゴで開催されます。

ニッポンカップでは4位と奮わなかったものの、優勝候補の1チームともいわれているクリス・ディクソン率いるニッポンチャレンジチームの活躍が大いに楽しみどころ。また、ニッポンチャレンジ草の根拠援団をはじめマリン専門誌等でも観戦ツアーが企画されています。みなさまもぜひご声援ください。

●アメリカズ・カップ日程

ルイ・ヴィトン・カップ (トヨタ/サンディエゴ)	
ラウンド・ロビン (総当り)	
① 1月25日～2月5日 (1勝1ポイント)	
② 2月13日～2月25日 (1勝4ポイント)	
③ 3月8日～3月19日 (1勝8ポイント)	
セミファイナル (トップ4チーム)	
3月29日～4月9日	
ファイナル	
4月20日～29日 (4勝先取)	

ディフェンダーズ・トライアル	
ラウンド・ロビン (総当り)	
① 1月14日～1月25日	
② 2月8日～2月17日	
③ 3月3日～3月15日	
④ 3月28日～4月11日	
ファイナル	
4月17日～5月1日 (7勝先取)	



問ニッポンチャレンジアメリカ杯1992委員会 / ☎03-3578-9661



いっしょに遊ぶことで、 お客さまのニーズを把握しています

(有)宮崎ジェットマリーン／宮崎県宮崎市阿波岐ヶ原町

尾崎 正孝さん

九州でも屈指の観光地、宮崎県宮崎市。ダイナミックな海岸線が展開する日向灘に面し、サーフィンのメッカとして有名ですが、最近では、若者の集まる青島のビーチを舞台にマリンジェットの人気が高まっています。今回訪問したのは、宮崎市内から車で15分ほどの郊外にある、(有)宮崎ジェットマリンサービスさんです。社長の尾崎正孝さんは、ここ宮崎ではマリンジェットの草分け的存在。その尾崎社長に、マリンジェットを中心としたサービス業務のこと、ご自身のマリンライフのことなどをお聞きしました。

サービスの腕もさることながら、実際にマリンジェットに乗って、初心者を指導する尾崎さん。マリンスポーツとの出会いと、今の仕事に就かれないさきつを聞いてみました。「20代の始めに、友人が持っていたモーターボートで、水土スキーを始めたのがきっかけです。自動車整備の経験を持っていましたので、これを機会に船関係のサービス業に就き、自分でもボートを購入して水上スキーに熱中しました。18フィートの小さいボートでしたが、ヤマハの船外機をつけて、よく遊んでましたよ(笑)」

行動派の尾崎さん、18歳の時にはジムカーナ・レースで九州地区のチャンピオンにもなっています。自らマシンに乗ることで、サービスの腕を養って行く。このことは、フィールドが海に変わっても、まったく同じだったようです。

「毎週日曜日には、必ず水上スキーに行っていました。最初に入った船会社は、3年ほどで



退社、その後はマリン以外の仕事をしていたが、時間を見つけては自分のボートのメンテナンスを含めて、マリン関係の仕事も副業的に続けました」

仕事が変わっても、マリンへの情熱は冷めませんでした。片手間であれ、こつこつと仕事をこなして来た尾崎さんは、4年前に一大決心をして、南宮崎ジェットマリンを設立。奥様と二人三脚で、忙しい毎日を送るようになりました。独立してからの仕事について尾崎さんは次のように語っています。

「船外機はよく出ますが、この辺は養殖業も特にありませんので、和船関係の仕事はあまり来ません。でも、青島ビーチをベースにマリンジェットがよく売れますので、うちはマリンジェット専門店と言っても過言ではありません。7月初旬から8月末日までの夏場は、アルバイトを2名ほど雇い、毎日青島に出店して、お客さまと一緒にマリンジェットに乗っています」

単に聞くだけでは、楽しい商売だと思われるかもしれませんが、そこには現場重視の発想を持った、尾崎さんのサービスマン哲学が存在します。

「海岸で、お客さまと一緒にマリンジェットに触れることで、乗り方はもちろん、実際のメンテナンスの方法などもマンツーマンで教えられます。常に現場にいますので、事故にも注意が払えますし、故障したらすぐその場で修理もできます。もともと、大きな修理となると店に持って帰っての仕事となります。そんな時はどうしても夜の作業となり、本当に寝る間がなくなってしまうですね」

昼間はお客さまと行動を共にし、夜は大掛かりな修理を地道にこなしていく。他人からは見えないご苦労がここにあります。しかし、こうした努力の結果、「アフターケアが丁寧」、「修理が早い」などの評判が口コミで広まり、それが販売にもつながっているようです。

「正直な話、私は売り込みが苦手なんですよ。」



お得意さんの船で、いろいろと修理の相談を受けている尾崎さん



改装が終わったばかりの店内。これからいろいろなマリナグッズが陳列されていくことでしょう



行動派の尾崎さんは、バイクも乗りこなす元気な万年青年です



仕事に、そしてプライベートでも機動力を発揮する、使い勝手の良さそうな尾崎さんの愛車。浜辺で作業することが多い尾崎さんの片腕となります
奥様がいつも尾崎さんを支えてくれています。ご家族は、奥様の他に、男のお子さんが2人と愛犬1匹、愛猫1匹



有宮崎ジェットマリナー

- 代表取締役/尾崎正孝
- 資本金/300万円
- 1987年5月創業
- 業務内容/マリナジェット、モーターボート、船外機、マリナ用品の販売、各種修理、メンテナンス

目を輝かせながら、楽しそうに語ってくれた尾崎さん、これからお客さまと一緒に、マリナスポーツの普及に活躍されることでしょう。

「業務の拡大を頭に、迅速なサービスのために、仕事場を港の中に設けたいですね。そして、伴走のボートをつけて、紀伊半島をマリナジェットで一周したい」

「サービスマンとして、お客さまから頼られることが、お店の経営者としての尾崎さんを支えているようです。最後に将来の夢を語ってもらいました。」



ご自慢の道具はスナップオン。ボックスも機能的にできている。迅速かつ確実なメンテナンスをモットーにしている尾崎さんのニーズに応えます

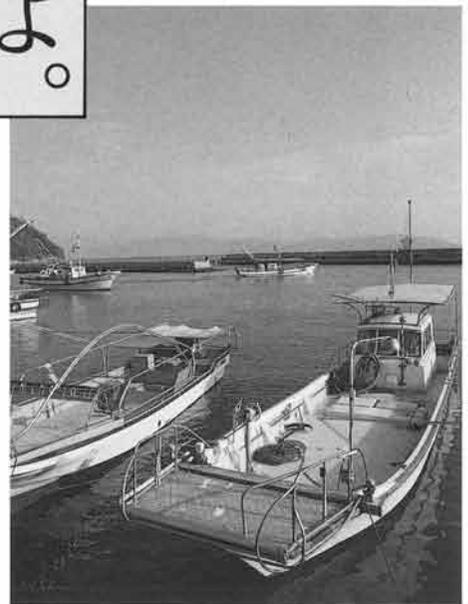
浜を訪ねて

岡山県 岡山

電話があれば、真冬の2時、3時でも飛び出すよ。

岡山県岡山市益野町

倉橋マリン／倉橋 保夫社長



お店はこの1トントラック。荷台の発電・溶接機が大活躍。この水域ののり船は現在、写真のW-25CFが主力ですが、この1-2年、より大型の艇種に移行する傾向です。岡山市久々井漁港にて



20年来のお客さま、豊田安彦（右）と倉橋社長。現在、のり用もぐり船の新艇W-32AF恵比須丸（後方）を艦装中です。「クラさんにはいつもわがまま言ってる。期待通りに作ってくれるので、信頼してます」（豊田さん）。岡山市東宝伝・朝日漁港にて



岡山市周辺の漁師さんの間で「クラさん」と親しみを込めて呼ばれている倉橋マリン(株)さんの倉橋保夫社長(56歳)。メインの扱い商品はノリ養殖用和船とサワラやマナガツオの流れせ網向け漁船ですが、朝の3時、4時でも気軽に修理に向く熱心な仕事振りと技術の高さが漁家から厚い信頼を得ています。

一年中休みなしというクラさんのハードな営業を支えているのは「お客さまに絶対迷惑をかけない」という強い責任感です。

「お客さまとは皆10年以上の付き合いだし、とにかく売っているわけだから絶対に迷惑はかけられないよ。真冬の2時だろうが、お客さまから電話がかかってくれば出て行きますわ。今更ですってそうして来たし、それでまた買ってもらえるんだとおもうしね(倉橋さん)。

おかげで倉橋マリンさんのテリトリー内(岡

業務主体にビフォア/アフターフォローを充実

倉橋マリン街

- 創業……1966年
- 従業員数…1名
- 商圏……岡山市中央部から東側へ、牛窓の手前まで
- 年商……約4,500万円

扱ひ商品はのり用和船・船外機が主体で、年間約50ほど出ています。35～43呎クラスの漁船も4～5隻出ていますが、こちらは流し網用です。

お店を持たないので催事はありませんが、かわりに10月から始まるのりシーズン前に点検キャンペーンを2回行い、効果をあげています。

売り上げの8～9割が業務市場で、それ以外では修理・艤装が主体になります。最近では底曳き船もレーダーやロラン、GPSを装備し始めているので、用品の占める割合が増えつつあります。丈夫でなかなか代替のない和船が中心の市場では大事な分野になっています。

岡山市周辺の漁業カレンダー



岡山・瀬戸内のノリ漁

岡山市沿岸のノリ養殖は、港から15～30分の犬島周辺で行われます。使われる船は非常に幅広く、乾舷が低く、船底の平らなタイプでなければなりません。低い船首部に刈取器をつけ、刈取ったノリは船の胴の間いばいに、船べりまで溜めるスタイルです。そのまま港まで持ち帰り、ポンプで吸い取ります。豊田さんの話では、最盛期は朝3時から夜の9時、10時まで作業をするという事です。ほとんどの場合、船は一人乗りで作業しています。

活躍する「アルミ・アーチ」



のり網の人工乾湿に使われているのがこのアルミ製のパイプ。以前は竹ざおを使い、潮の干満を利用した天然乾湿しかありませんでしたが、それでは浅いとこにしか網を広げられず、病気も発生しやすくなります。乾湿の時間もコントロールできないのでのりの成育もよくありません。その辺りの問題を解決したのが、このフロート付きアルミアーチで、その導入以来、潮ゆきの良い深場でものり養殖が可能になったのです。



奥様に手伝ってもらっての船の修理に精を出す倉橋社長。この辺りでは船自体が網の下に入るもぐり船タイプが主体です



倉橋社長の自宅は大きな農家。その敷地内にある倉庫には船外機などを移動するときにつかうフォークリフトがおさまっていました

山中央部から東へ牛窓まで）はほぼヤマハ船の独占です。お客さまの数は約70。「この辺りではヨソの船を買う人は、うん、一軒だけじゃな」。

倉橋マリンさんの特徴であり強味にもなっているのは、お店を持たないこと。催事ができない弱味も、市場がほぼ固定し、しかもユーザーと強い信頼関係で結ばれているクラさんには関係ありません。むしろ、工具類を積んだ1トントラックで動き回るフットワークの良さが強味になっているのです。

「この辺りの造船所でも修理は運びこんでくれ、という感じになってきた。クルマで回るのはお客さまに満足してもらおう体制だね。荷台にはウエルター/ジェネレーターがどんと載っているんで、溶接までほとんどの鉄工関係が港の現場で対応可能です。

船のことなら何でもこなすクラさんですが、ただ一つの苦手がプレジャーボートのようです。油で真っ黒に汚れた両手をみせながら、「ディーゼルを扱ってるからどうしても汚れるんじや。漁師のお客さまは構わないが、プレジャーは気にするから……なるだけプレジャーはあたらんようにしている。」

クラさんはこれからも和船漁船一筋。1トンのトラックを運転して、今日も瀬戸内の海岸沿いを走っています。

SHOW

- 今年もヤマハブースは元気です
- 第31回東京国際ボートショー
- 第7回大阪国際ボートショー



本格的なマリンスーシーズンの到来を告げる、東京・大阪の両国際ボートショーが2月に開催されます。すでに'92年の新艇発表会を終えたヤマハですが、これらのニューモデルはもちろんのこと既存の人気モデルを多数展示。また、ボートライセンスや各種マリンスポーツスクール、ヨットレース、スポーツフィッシング、さらに用品やマリノウエアのコーナーなど、マリンプレイを楽しむためのあらゆる情報をご用意して、来場する多くのマリナーをお迎えします。

みなさまもお客さまをお誘い合わせの上、ぜひご来場ください。

- 第31回東京国際ボートショー
- '92年2月11日～16日／東京国際見本市会場
- 第7回大阪国際ボートショー
- '92年2月21日～24日／インテックス大阪

CAMPAIGN

- 期間終了は目前です
- 「'92ヤマハボート&ヨットリザーブセール」

'92ヤマハボート&ヨットをこ成約いただいたお客さまに記念品をご用意した「リザーブセール」。締め切りの2月末日がいよいよまっつてきました。

みなさまにとっては本格的なマリンスーシーズンが始まる前のこの時期こそ、最も大切なとき。そしてお客さまにとっても、シーズン前に希望のボート&ヨットが納艇されることから好評のキャンペーンとなっています。

ボスターやDMハガキ等のツールを有効にご活用の上、同キャンペーンの積極展開をおすすめします。



▲リザーブセール告知ポスター

MARINE JET

- ご利用いただけますか?!
- マリンジェット販促ツール



'92年3月までの展示促進援助ツールとして制作した「MJ650SJ・ニューカラー」用のディスプレイスタンドをご用意です。従来のモデルとはひと味違った、鮮やかなカラーリングのスーパージェットを、よりスタイリッシュに見せる専用スタンドです。また、'92年ニューカラーバージョンを加えた販売促進用ラインナップちらし（B4版、4色刷り）、素晴らしいマリンジェットの世界を提案したユーザー向小冊子「Life of Marine Jet」などイメージ啓蒙に役立つツールも充実しています。ぜひご利用ください。

CUSTOM BOAT

- サイト・シーイングボート
- 「13トン級アクセスボート」
- 来春より長崎・ハウステンボスに就航

長崎の新名所・ハウステンボスを案内する運河遊覧船「FRP製15メートル型カナルクルーザー」がこのほど完成、話題を呼んでいます。ヤマハ天草製造（株）で建造されたこの船は、17世紀のオランダのイメージにマッチした雰囲気を持ち、優雅でアンチックなスタイルが特徴。曳き波を最大限に抑える独自の船型、ツインキールと船体重心を中心に位置させることによって生まれた保針性と操舵の応答性、振動・騒音の起りにくい船体構造など、ヤマハならではの技術が各所に注ぎ込まれています。

さらにチークやナラ材を用いて清潔なカラーリングを基調とし、両舷に大型の窓を備えたキャビンは、ゆったりと景観を楽しめます。このアクセスボートは長崎の新しい「顔」として来春より就航する予定です。

※この艇はオランダ村(株)ハウステンボスに納入されたものです。



GOODS

ボートオーナーならせめてこれぐらい…… 新発売ノ「愛艇セット」

新車を購入する際、標準装備品として「愛艇セット」があることは常識といえるほど知られています。一般的には車より高価なボートにこれがないのはどうも……という発想からこのたび発売するのがこの「愛艇セット」。



セット内容	Aセット	Bセット	Cセット
フローティングキーホルダー	6	6	2
マリンガード	1	1	0
マリンガード	0	0	1
シーナイフRV300	1	1	1
ボートワックス液体	0	0	1
// 固体	1	1	0
軍手 1ダース	1	1	1
セット袋(大型布バケツ)	1	1	1
塩水用ガラスクリーナー	1	1	0
ブースターケーブル(5m)	0	1	0
懐中電灯(FL104H)	1	1	0
// 電池(2パック)	2	2	0
工具セット	1	0	0
愛艇セット希望小売価格合計	¥127,030	¥42,230	¥16,960

トからシーナイフやフローティングキーホルダーまで、おまけに軍手、懐中電灯など、考えられるありとあらゆる「愛艇」品がセットになっています。
ボートオーナーの必需品としてお客さまにおすすめてください。(写真はAセット)

マリン用バッテリー GNBプロマリン・シリーズ

マリン用バッテリー「プロマリン・シリーズ」は、アメリカ原子力潜水艦用バッテリーの開発製造メーカーとして有名なGNB社が、一般ユーザー用に開発したもの。小型ながら大きな電流を出し高始動性を発揮、また1時間以上にも及び予備蓄電機能、100%放電した後でも再充電が可能な長寿命という優れた特長を持っています。



サイクル用
アクションパック
AP-115(104Ah用)

始動用
パワーブリード
8DG-1150(200Ah用)
4DG-900(150Ah用)

始動用
スーパークラック
SC-715(50Ah~70Ah)

サイクル用
ストアウェイ(写真)
ST-800(94Ah用)
ST-675(69Ah用)

TOPICS

平成3年度Gマーク商品に 「FG-190」「FR-26」が選定

お洒落で粋な遊漁船として人気の「FG-190」、ファミリーフィッシングボートの91年モデル「FR-26」の2艇が、このほど通産省が毎年選定しているグッドデザイン(Gマーク)商品に選ばれました。

グッドデザイン商品選定制度は、オリジナルティが高く、デザインの優れた商品を選定、推奨するものですが、審査基準はこれだけでなく、機能、品質、価格などにまで及びます。今年の輸送器部門で選定されたのは74点、選定率は51.7%でした。

なお、この2艇の他、ヤマハの製品としてモーターサイクル「ZEA L」、ジョグ(YG50)、産業用ヘリコプター「R-50」の3製品がグッドデザイン商品に選定されました。

スタンドライブエンジン「YE7.4L」のドライブが、 IMTEC新製品賞を受賞

シカゴで開催された世界最大のマリン・トレードショー「IMTEC」が毎回表彰している「IMTEC新製品賞」に、油圧クラッチなどさまざまな新機構を採用し高い評価を得ているヤマハのスタンドライブエンジン「YE7.4L」のドライブが選ばれました。

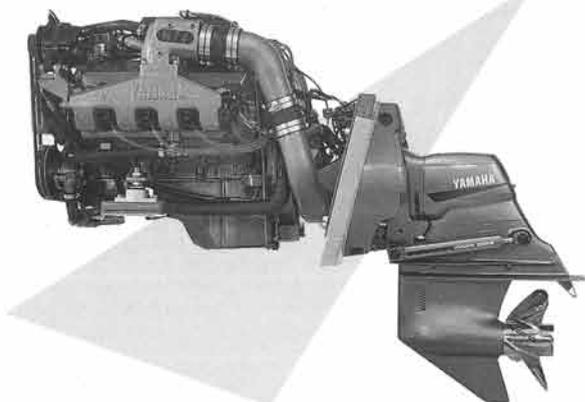
第33回を迎えたこのIMTECには、世界各国から1100社にも及びマリン関連メーカーが参加。エンジンやトレーラー、アクセサリーなど多数出展されたもの。今回の新製品賞は、200社から申請された数多くの中から選ばれた栄誉あるものです。



FG-190



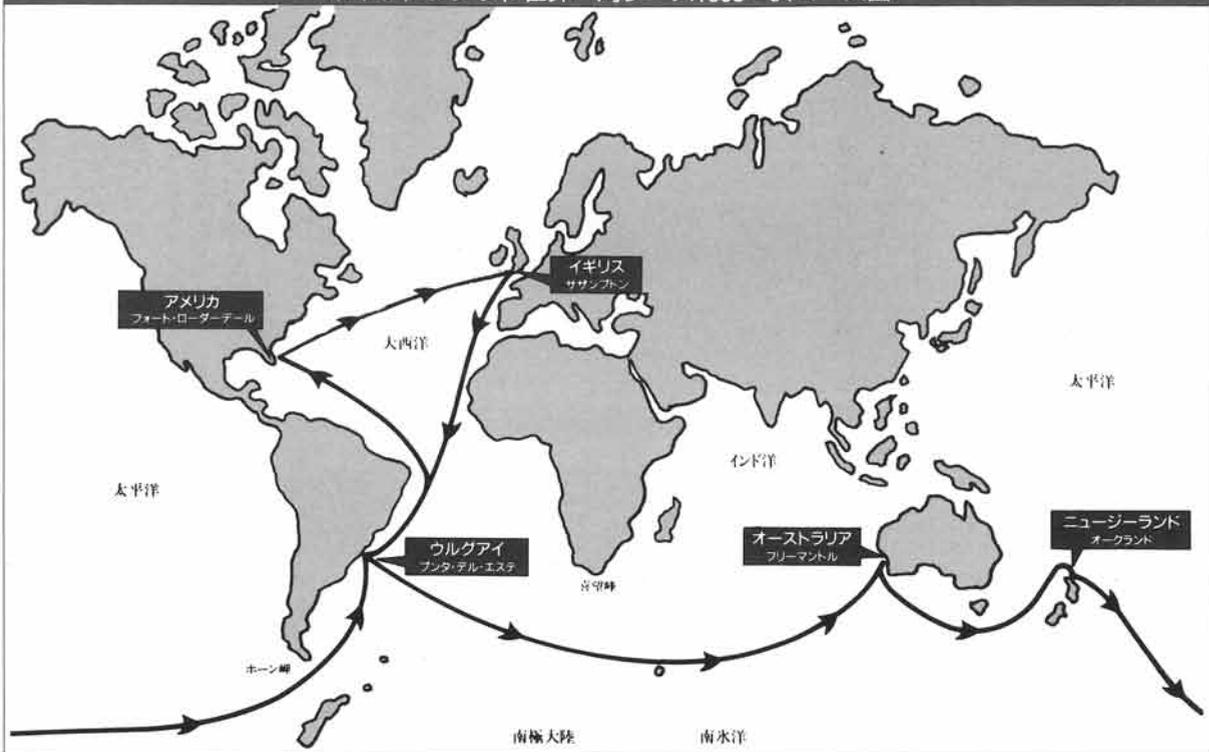
FR-26



CHALLENGE

世界でもっとも壮大な外洋レース
「ホイトブレッド世界一周レース」にヤマハが挑戦!

ホイトブレッド世界一周レース1993~94コース図



赤道直下の無風帯「ドルドラム」、氷山の浮かぶ「サザンオーシャン」、船乗りの難所「ホーン岬」など、過酷なコースが組み込まれています。全走航路距離は約60,000km。地球を一周半するに値するものです。



「参加するからには優勝を狙う」左からオーシャン・ベンチャーズ日本代表の大儀見薫氏、会長デビッド・グレン氏、ヤマハ発動機の江口秀人社長、スキッパーのロス・フィールド氏。

参加艇

1993-94大会はクラスA、クラスBの2部門のみで争われます。クラスAはIORレーティングのマキシクラス、クラスBは今大会より新設されるWOR60クラス。〈YAMAHA Round The World〉はこのクラスBにエントリーします。

■WOR60クラス艇の概要

- 全長/18.5~20m
- 水線長/18.0~19.5m
- 全幅/最大5.25m
- 吃水/最大3.75m
- 排水量/最低13.5ton
- セイル面積/最大200㎡
- スピナーカー面積/最大300㎡
- リグ/スループ



ヤマハ発動機では、1993年9月25日にイギリスのサザンプトンをスタートする「ホイトブレッド世界一周レース1993-94」に向け、YAMAHA Round The World シンジケートを結成、わが国から初めて挑戦することを決定しました。

「ホイトブレッド世界一周レース」は、1973年より4年に1回開催されている世界最長距離を走る外洋ヨットレース。イギリスのサザンプトンをスタートし、ウルグアイ、オーストラリア、ニュージーランド、アメリカの4ヶ国に寄港、延べ33000マイル、約60000kmの航程を6レグに分け、250日余りにもわたって繰り広げられる壮大な耐久レースです。

ヤマハでは、以前から「世界の人びとに、

新たな感動を」をテーマにアメリカズ・カップをはじめ、F1、世界GP、パリ〜ダカー等、さまざまな世界の頂点のイベントに挑戦していますが、今回の挑戦も、こうしたチャレンジ精神の一環として行うものです。

なお、同シンジケートはニュージーランドをベースとしたヘーリッシュ・ベンチャーズと協同で結成。スキッパーには外洋ヨットレースで輝かしい戦歴を持つロス・フィールド氏を起用し、テスト艇とチャレンジャーの2艇のヨットをブルース・ファー氏の設計のもと、ニュージーランドで建造します。

先日、東京で行われた記者発表会の会場ではヤマハ発動機の江口秀人社長があいさつに立ち、「挑戦するからには万全の体制で優勝を狙う」と決意を表明しました。



ロランC、プロッター、魚探が一体化 **NAVIFINDER**



＜主な仕様＞

●ディスプレイ：10インチカラーCRT、13色表示、256×240ドット●魚群探知機：送信周波数+200kHz、送信出力700W、測深レンジ・0-300m●ロランC受信部：受信周波数・100kHz、追尾局数・主局及び5従局同時追尾、追尾速度・0-40ノット●プロッター部：表示倍率・1/2.5万-1/400万、現在位置表示・緯度経度、海岸線表示・自動選択、地図ROM・データROM約12万点、目的地・99点、航跡表示・2400点(7色から選択)●その他：表面水温表示・0.0-40.0℃、水温グラフ表示・0.0-40.0℃、GPS・外部接続可



セールスポイント

- フルオート機構……ロランC航法装置も、魚群探知機も完全自動。電源を入れるだけで始動。
- 機能選択はメニュー方式……豊富な機能もメニューの中から選択することで、使い易さがアップ。
- 日本全国の地図を内蔵……北海道から沖縄

'92ニューモデルの核として注目されているファミリーフィッシングボート〈FR-28〉。丸みのある柔らかで近代的なフォルム、家族で充分にくつろげる居住スペースやデッキスペースが人気を集めていますが、それと並んで、ユーザーの方々の間で話題を呼んでいるのがコックピットに標準装備として組み込まれている〈NAVIFINDER〉(ナビファインダー/YNF-100)。

この〈NAVIFINDER〉は、ロランC航法装置、プロッター、魚群探知機を一体化させたもので、10インチのカラーディスプレイにロランCプロッターと魚探の情報を同時に表示することができる画期的な製品です。

高機能、高精度を誇ることはもちろん、〈NAVIFINDER〉の使用により、コックピットのスペースをすっきり、有効に使用することができます。

もちろん〈FR-28〉のみならず、単体としても発売しておりますので、お客さまにもぜひご紹介ください。

まで日本全国の地図を全て内蔵、面倒なカード交換は不要。地図の切り換えはもちろん自動。

- 目的地メモ機能……登録した目的地にたいして15文字までのメモを記憶(地名、海域等)。
- メモ機能……30文字までのメモを記憶(釣果の記録等)。
- オプション……GPS受信機、船首方向が一目でわかる方位センサ。

MARINE i.n.g

本部艇〈モンシエル〉と株式会社ヨベ
ットレジャーのスタッフ



曇天の空の下、28艇のクルーザーがスタート

『コミュニケーションの場として盛り上がる 内浦湾ファミリークルーザーレース』

株「ヨベ」レジャー

大村 哲社長

プロフィール

●所在地……静岡県沼津市

●店舗面積……マリノロード414（本社）・

30坪／ヨットハウス・54坪／

マリナー・15坪

●スタッフ……営業2名／免許担当1名／事

務2名／マリナーサービス担当

9名

●管理顧客数……500名

毎年、5月5日と10月10日は、 内浦湾ファミリークルーザーレース

今年で8年目をむかえる『第15回内浦湾ファミリークルーザーレース』が株式会社ヨベットレジャーの主催で、10月10日の体育の日に静岡県沼津市・内浦湾で行われました。

この日は台風21号の影響で雨模様にあいにくの天候にもかかわらず、28艇のヨットと210名ものセイラーが集まりました。

「毎年、5月5日の子供の日と10月10日の体育の日にこのレースを行っています。2週間前にDMを出して告知しますが、今ではもう口コミでだいぶ有名なレースになりました。お客さまの多くは、年の初めにスケジュール表に書き込んでおいてくれますし、お客さま同士、レースを通じて友達になり、コミュニケーションの場として楽しみにしてくれています」と大村哲社長は語ってくれました。年2回の定期開催がオーナーの皆さんにすっかり定着しているようです。

内浦湾は伊豆半島の西側のつけ根に位置し、ちょうどレースコースの正面に富士山が大きく見渡せる素晴らしいロケーションにあります。午前10時30分、レースがスタート。風速7〜8%と風に恵まれた、ヨットレースには絶好の1日となりました。



内浦湾漁港の荷さばき場を借りての表彰式



活発な意見が交されたレース前のミーティング風景



マリンロード414は㈱トヨペットレジャーのマリンショップと事務所を兼ねています



100艇ものヨットが陸上げ保管されている沿岸港マリーナ

また、レースの大会要項や当日のくじ引き大会の様子を見ていると、地元企業の協力・協賛の多さにも驚かされます。

「イベントを行う場合の賞品を地元の産物である干物やみかんにしています。また、ふだんから地元とのコミュニケーションを大切にするために重須ヨットハーバー（㈱トヨペットレジャーのハーバー）にはジュースの販売機すら置いてません。それは、すぐ前にお店があるので、そこを利用してもらうためです。金額はわずかもかもしれませんが、そうしたことから地元の方と共存のおつきあいをさせてもらっています」と大村社長はレースが終わってほっとした表情で夕暮れの内浦湾をながめながら語ってくれました。

この「内浦湾ファミリークルーザーレース」の運営スタッフは15名。本部艇などの運営艇にY-30C、タックル23、FR-34の3艇が用意されていました。そして、ここが肝心なのですが、レースを8年間の間、継続してこられたのは、内浦漁協の絶大な協力があったからこそなのです。

レースの時間帯はちょうど、しらす網漁の作業時間でもあります。しかし、この日だけはレースを優先させていただき、その上、表彰式の会場には内浦漁協の荷さばき場を貸していただくなど、漁協と一体となったイベント作りをしています。

この「内浦湾ファミリークルーザーレース」の運営スタッフは15名。本部艇などの運営艇にY-30C、タックル23、FR-34の3艇が用意されていました。そして、ここが肝心なのですが、レースを8年間の間、継続してこられたのは、内浦漁協の絶大な協力があったからこそなのです。

地元漁協と地元企業が一体となったイベント作り



ロゴ入りのポロシャツを着てレースの運営にあたるスタッフ

サイパンの海でツーリングを楽しまれる手塚さんご夫妻



海が好き、
ヤマハが好き。

8 ヤマハマリンジェット

「第1位、手塚正さん、59秒97」

「次はレディースの発表。第1位、手塚洋子さん、1分09秒42」

10月20日夜8時、所はサイパン・第一ホテルプールサイド。

〈'91マリンジェットジャンボリーサイパン大会〉の最終日。大会会場となった海の目の前のプールサイドで表彰式とフェアウェルパーティが行われていました。

大会で行われた競技メニューのひとつ、「スラロームタイムトライアル」で東京・日野市から参加した手塚さんご夫妻は、メンズクラス、レディースクラスを制したのです。

「最後にペア、タンデムライドの部の表彰です。第1位、手塚正さん、洋子さんチーム!!」さすがにこのアナウンスが会場に流れると、みんなが歓声を贈ったことはいまでもありません。なんと、手塚さんご夫妻が、今度は2人乗りクラス



でも優勝してしまったのです。胸にメダルをさげた二人が再び表彰式の中央舞台上にやってきました。

二人とも大喜び。満面の笑顔がプールサイドの灯りに照らし出されていました。

「実は船酔いするんで、あまり船は好きではなかったのですが——」

と意外なお話を、ご主人の正さんが始めてくれました。ところが3年前(結婚後1年)、二人そろって(ノ)4級ボートライセンスを取得。そしてMJ

-500Tを購入されたのですから、これまたびっくりです。

「グアム大会にも過去2回来ていますし、今回のサイパン大会もみんなと思う存分、楽しめましたよ」とお二人。

プールサイドでお二人の写真を撮らせてもらいました。ご夫妻でひとつの競技の全クラスを総ナメにしてしまったなんて、そうあることではありませんから、専門誌の記者からも取材を受けていました。

ファインダーの中のお二人は、満面の笑顔で写真に仲良くおさまってくれました。タンデムライディングの上達の近道は——男女のペアならば「愛情」である、というのが、取材者がこの時に得た結論です。

マリンジェットのそばにはいつも笑顔、そんなことをあらあためて実感したひとときでした。また来春も、きっとお二人の息のあったマリンジェットラング、海で見られることでしょう。

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。

■法規やマナーを守りましょう。

■立入禁止水域や船舶航行の頻繁な水域は避けましょう。

■点検・整備を忘れずに。

■乗船前に、免許と法定備品の確認を。

YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社