

ヤマハマリンニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.90

■ This is it! — *YAMAHA NEW BOAT & YACHT*
シーズン・インを飾るニューフェイス、続々登場

■ 特集 / 無限の可能性が魅力です。

「フィッシングボート」

'93
6・7
月号



ファミリー分野のトップポジションに
ハイパフォーマンスモデル登場

MJ-700TL



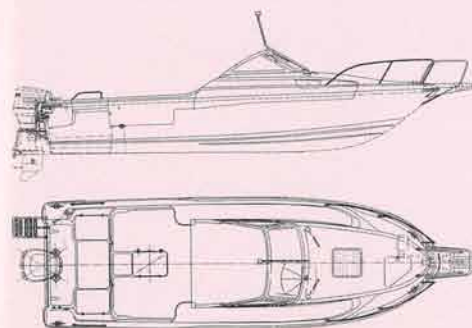
MJ-700TZ、MJ-700TXの発売で勢いに乗るマリンジェットラインナップに、6月、同じく701ccクラスの新製品「MJ-700TL」が加わり、7月1日に発売となります。

ファミリー分野のトップモデルとして定評のあったMJ-650TLの性格を引き継ぎながら、63馬力のエンジンを搭載しパワーアップ、ワンランク上の走航を体感できます。また、ステンレス製3翼インペラ、フロアマット、カバーエアインテークなど装備も充実。カラー&グラフィックも一新し、まさに上級指向のMJユーザーに自信を持ってお勧めすることのできるニューモデルといえます。

〈主要諸元〉

●全長：2.99m ●全幅：1.11m ●全高：0.95m
●重量：214kg ●定員：3名 ●潤滑方式：オイルインジェクション ●燃料容量：40ℓ ●エンジン出力：63PS/6250rpm ●スラスト：245kgf ●最高速度(参考)：67.0km/h

好評・FC-23HTに新バリエーション FC-23



マニアから入門者までの幅広い層から注目を集めた、パウキャビン、ハードトップ仕様のマルチフィッシングポートFC-23HTですが、このほどその新バリエーションモデルを発売します。

ルーフが無い分、デッキ上のスペースも広く感じられ、ロッドの扱いにも余裕が生まれます。また開放感のあるスタイリングで、より幅広い層のボートフィッシングファンにお勧めできる、バリエーションとなっています。

〈主要諸元〉

●全長：7.07m ●全幅：2.40m ●全深さ：1.02m
●艇体重量：845kg ●総トン数：5トン未満 ●最大馬力：115PS ●エンジン：ヤマハ船外機 I 基
●定員：10名 ●航行区域：限定沿海



CONTENTS

- 特集……………4
無限の可能性が魅力です。
「フィッシングポート」
- 浜を訪ねて……………12
石巻マリンサービス/亀山松一代表
- ヤマハマリンアカデミー通信……………14
講座レポート・ヨット講座I
続・マーケティングかんたん講座
- サービスマンの独りごと……………17
(株)セントラル/佐藤祥行さん
- ヤマハマリンインフォメーション……………18
- 特別企画・マリーナ拝見……………21
伊勢湾の海岸に誕生した380隻規模の
本格的マリーナ「マリーナ河芸」

This is it! YAMAHA NEW BOAT & YACHT

バルブキールを採用した
快足スポーツクルーザー YAMAHA 26II S



国内のヨット市場において、もっともポピュラーなクラスを念頭に企画・開発したセイリングクルーザーのニューモデル「YAMAHA 26II S」。その第1の特長は、優れたスピード性能にあります。

アメリカズ・カップ艇にも使われているバルブキールを採用し、艇体の低重心化を図り、腰の強さを確保した上で、軽量化、さらにセイル面積を拡大、26フィートクラスとしては秀でた帆走性能を発揮します。

また、居住空間の大きいことも特長のひとつで、レースからクルージングまで、飽きのこないセイリングライフを提供することができます。

ターゲットは30歳代~40歳代。共同、あるいは個人オーナーを想定しています。

〈主要諸元〉

●全長：7.99m ●全幅：2.80m ●全深さ：1.40m ●水線長：7.50m ●吃水：1.90m ●完成重量：1,950kg ●バラスト重量：630kg ●セイル面積：32.20㎡ ●搭載エンジン：1GM ●航行区域：沿海 ●定員：平水10名/限泊・沿海8名

カジュアル&リーズナブル、FWシリーズに21フィート・モデル

FW-21



もっと手軽に、もっと身近に、普段着感覚でフィッシング・ボートを使って欲しい。FW-23をリリースして1年、そのコンセプトを受継いだセンターコンソラー「FW-21」を開発、発売しました。

釣り機能としては、FW-23同様、艀イケスと艀のフロアスペースを確保し、ステアリングボックス内に物入れを設定。船外機・C V55とのパッケージで、200万円未満というリーズナブルな価格設定もセールスポイントです。

〈主要諸元〉

●全長：6.50m ●全幅：2.00m ●全深さ：0.90m ●艇体重量：530kg ●総トン数：5トン未満 ●最大馬力：60PS ●エンジン：ヤマハC V55 I基 ●定員：6名 ●航行区域：限定沿海



特集 無限の可能性が魅力です 「フィッシングボート」

UFシリーズを中心に、FG、FW、FC、さらにはYDX……と、年々充実するヤマハのマルチフィッシング・ラインナップ。不景気といわれていた時期にあってもこの分野の商品は、多くのボートフィッシング・ファンから確実な支持を得、さらにボートファンからもその実用性と価格のメリットが注目されてきました。そして、1993年、夏——。景気回復の兆しが見えた今、中・小型を中心とした『フィッシングボート』には、販売活性化の原動力として大いに期待がかかります。市場開拓に無限の可能性を秘めた『フィッシングボート』、今回は、そのご商売のあり方を探ってみます。



FC-23HT登場後、ますます充実!

ヤマハ フィッシングボート

'90年から'92年にかけてのクラス別売上構成比の推移(別表)をみてわかるように、Bクラス、Cクラス(中・小型艇)の商品は年々拡大、堅実な売上げを築いています。

中でもUFシリーズを中心としたフィッシングボートは、実質的なビジネス面において、また、マリン市場の開拓において重要な役割を担っていることが伺えます。

また、'93年冬、FC-23HTが登場して以降はラインナップがさらに充実。UF並の釣り機能を持ちながら、ファミリーレジャー層にも訴えることのできるFC-23のスタイリングと機能は、新たな層のボートフィッシングファンを生み出しそうです。



高レベルな釣り機能を持ち、スタイリッシュなデザインが自慢のFC-23。お洒落なボートフィッシングを提案して、新規客を開拓したい

●ヤマハボート・クラス別(S~Cクラス)売上構成比の推移

■金額ベース

年	Cクラス	Bクラス	Aクラス	Sクラス
'90年	21.0%	19.2%	39.1%	20.7%
'91	16.7%	21.3%	35.3%	26.7%
'92	20.3%	33.2%	25.4%	21.1%

■台数ベース

年	Cクラス	Bクラス	Aクラス	Sクラス
'90年	64.4%	23.0%	11.0%	1.6%
'91	57.3%	29.0%	11.2%	2.5%
'92	63.6%	27.7%	6.6%	2.1%

●'92年Cクラス商品の構成比

〈マルチフィッシング〉 UF(20, 23, 25)	50.26%	〈ファミリーボート〉 FR(17, 18, 21, 23, 24)	41.16%	その他	8.58%
-------------------------------	--------	--------------------------------------	--------	-----	-------

■ヤマハボート・マルチフィッシング・ラインナップ ('93年6月1日現在)

艇種	仕様	全長(m)	全幅(m)	全深さ(m)	船体重量(kg)
UF-33 II		10.84	2.95	1.34	2,110
UF-30		9.97	2.85	1.20	1,750
UF-30M		9.97	2.85	1.20	1,750
UF-28		9.25	2.70	1.30	2,100
Tackle-27(UF-27)		9.04	2.90	1.25	1,480
Tackle-25HT(M)(UF-25HT(M))		7.58	2.61	1.10	900
Tackle-25(UF-25)		7.58	2.61	1.10	880
Tackle-23HT(M)(UF-23HT(M))		7.07	2.40	1.08	850
Tackle-23(UF-23)		7.07	2.40	1.08	825
Tackle-20DX(UF-20 II DX)		6.00	2.00	0.88	452
Tackle-20(UF-20 II)		6.00	2.00	0.88	420
UF-19		5.83	1.84	0.90	420
UF-17		5.20	1.73	0.80	315
UF-13		4.11	1.51	0.58	110
UF-12		3.67	1.35	0.45	70
FW-23		7.00	2.00	0.89	630
FW-21		6.50	2.00	0.90	530
FC-23HT		7.07	2.40	1.18	865
FC-23		7.07	2.40	1.18	845
FG-36HT		11.72	3.00	1.53	3,920
FG-36		11.71	2.99	1.53	2,670
FG-33(33EX)		10.77	2.70	1.47	2,780
AF-11F.11		3.30	1.37	0.57	59
AF-10(10P)		2.97	1.09	0.45	53
AF-9(9R)		2.81	1.28	0.46	46
AF-8(BG)8R		2.30	1.30	0.40	25

●専門誌に聞きました

センターキャビン艇全盛の中で

FC-23は新鮮な魅力を与えてくれた



オーシャンライフ誌

坂田圭介・副編集長

急速に盛り上がり、過熱気味という感もあつたマリンプームも、今は落ち着きを取り戻しつつあります。

健全なマリン文化を育むためにもいい機会」という声があがる中、豪華な大型クルーザーが賑わっていたマリン専門誌の内容も、ここへ来て変化が見られるようになりました。

ボートフィッシングの専門誌として定評のある「オーシャンライフ」誌(発行10万部)でも、2年程前から中・小型艇の特集に力を入れてきた、とい

います。「メーカーや商社さん各社から取材依頼がありますが、それも小型艇が中心。価格帯でいうと、3000〜4000万、間を置いて1000万円前後のボートが多いですね」と「オーシャンライフ」の坂田副編集長。

特に26〜27フィートのセンターキャビン仕様のフィッシングボートは読者からの反応が最もある、とい

います。また、ヤマハに限らず、各社とも「タックル」仕様のフィッシングボートをリリースしており、ユーザーにとつての選択肢が広がりを見せていることも確か。

こうした中であつて、坂田氏は、「FC-23の発売は新鮮な魅力があ

り、インパクトがあつた。さすがリーディングメーカーですね」と、ヤマハのFC-23を評価しています。

坂田氏によるとボートフィッシングファンには船釣りの道具として考える人、ボートが好きで釣りをを楽しむ人の2タイプに分けられる。その意味でFC-23はそのどちらにも魅力を訴えるに十分なモデルとい

ことができたでしょう。さて、FC-23という大きな武器を得たヤマハマリンですが、販売店としてはこの時代、どのようなスタンスでビジネスに取り組むべきなのが、聞いてみました。

「こういう時期だからこそ、お店は単にボートを売るのはなく、遊びの部分を商売にプラスしていくことが必要なのは」

スポーツフィッシングなど釣りのスタイルが多様化している中で、どれだけ遊び方をレクチャーしてあげられるか、どんな機装をしてあげられるのか、また、置き場を確保してあげられるか……。

「雑誌も同様、これから地域色のある機装を紹介したり、フィッシングのノウハウを取り上げるなど、新しい方向性を試してみたいですね」

ボートフィッシングダフアンの ハートを把んだ販売店の拡販事例

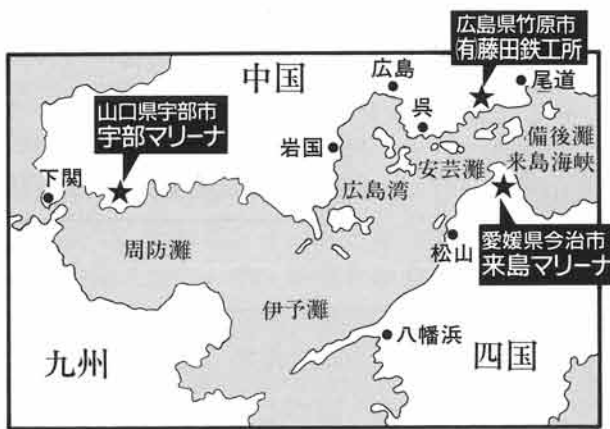
穏やかな海と、数えきれない島々を抱く瀬戸内海は、絶好のフィッシングゾーン。気軽にボートを持ち、釣りを楽しんでいる人々を見ていると、欧米のボート先進国を思わせる、そんなフィールドです。マリナーはもちろん、あちこちの船溜りにはフィッシングボートが数多く舳われています。こうした素晴らしい市場を背景にご商売を展開している販売店さんですが、当然、この地域は他社も含めてボート取扱店が多く、それだけ競争もシビア。つまり、業績を伸ばすためには、通常のセールスに、プラスαが必要となります。そこで、この瀬戸内海でお店を構え、フィッシングファンのハートを確実に把んでいる販売店3社をお訪ねし、お話を伺いました。

来島マリナー (愛媛県今治市)



小島社長を中心に、営業、サービスマンの連携で顧客開拓に取り組んでいる

マリナーには約80隻が保管。UFを中心としたフィッシングボートが目立つ



マリナーの活性化が拡販のポイント それだけに「夏」は重要

まず、最初にご紹介するのは、愛媛県今治市、来島海峽を目の前にしたロケーションに

マリナーを展開し、ボートを販売しているマリナーショップ、来島マリナーさんです。

現在、同マリナーの保管隻数は約80。マリナー利用以外のオーナーを含めると約200人の顧客を管理しています。同社のハーバーマスター、小島二郎さんによると、ご商売のベースとなっているのは、マリナー利用客の代替とその口コミによる新規購入、ということです。

「そのためにもユーザーがマリナーへ足を運ぶ回数を増やす工夫をし、コミュニケーションを密にすることが大切です」(小島氏)

同社では釣り大会やクルージングなど、遊びのイベントの他、船外機艇のオーナーを集め、船外機の取扱い方法や、トラブル対応等を主な内容とした講習会を本格的なマリナーシーズンに入る前の4月に開催、ユーザーから好評を得ています。同社では今後も船内外機、船内機とエンジンの講習会の開催を予定しており、あの手この手でユーザーとのコミュニケーション向上を図る意向です。

また、コミュニケーション作りという面においては「マリナーがもっとも忙しくなる夏を大切にしたい」といいます。

「船の揚げ降ろしにしても、集中して慌ただしくなるのですが、来客が増える夏はビジネス

ジェット専門店を展開し、免許教室の受け付けなど、ここでもオーナー候補をキャッチ



ハーバーマスターの小島さん。ヤマハ担当者と共に、需要創造にも意欲だ

UFの他、DX-25などの漁船も。手釣りを楽しむユーザーが多く、竹竿を左舷に取り付けている



新規客獲得に向け、紹介キャンペーンを展開

「新製品をアピールする場合でも、技術力を持ったサービスマンの言葉は、お客さまに対しても説得力があります。なるべくサービスマンもお客さまと直接コミュニケーションを取るようにしています」

「さらに同社では、代替の促進において、サービスマンが重要な役割を持つ、としています。」「新製品の販売促進が課題となります。」「春へ、いかに続けるかが課題となります。」「雑用にも追われながらもお客さまとはなるべく会話の機会を作るように心掛けています」

「さらに同社では、代替の促進において、サービスマンが重要な役割を持つ、としています。」「新製品の販売促進が課題となります。」「春へ、いかに続けるかが課題となります。」「雑用にも追われながらもお客さまとはなるべく会話の機会を作るように心掛けています」

ある程度計算ができるマリナー利用客の代替による売上げに対して、新規購入者を獲得するためには、やはり何らかのアクションが必要で

この春、同社では紹介による新規客獲得の拡大を目的に、海の仲間を増やそう。キャンペーンを展開しました。

免許を取得してみたい、マリネリジャーに興味を持っている、といった将来のオーナー候補を、お客さまに紹介してもらう。紹介ブレイムキャンペーン。告知は汎用ポスター等を利用、また官製ハガキにワープロで宛先（来島マリナー行）と記入を印刷し、免許教室受講者や、マリナー利用のオーナーに対して展開しています。夏以降は、将来のポートオーナーに対して積極的なアプローチを仕掛けていきたい、としています。

また、同社ではマリナーの他、市街地に、マリネリジェットの専門店「JETTY」を展開。ここではジェットの販売の他、免許教室の募集窓口として機能させ、新規客の獲得に貢献しています。

商品としては、今後、FC-23をメインに

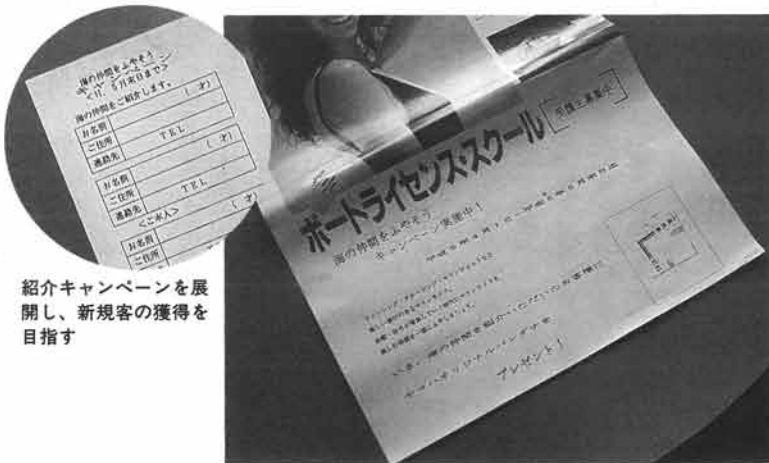
売っていききたい、と小島氏。

「FR-21が爆発的に売れ、今、代替期を迎えているところですが、釣り機能が充実しているFC-23はお勧めしやすいボートです。さらに、当時のFR-21と同様、釣りに興味を持って入門者にもうってつけの商品と位置づけています」

3月にはFC-23の試乗会を開催するなど積極的な販促が実り、マリナーにも既にオーナー艇を保管中。

「マリナーに1艇でも置ければしめたもの。展示艇を用意しなくても、オーナーたちの話題になりますからね」

夏に向け、FC-23をメインとしたフィッシングボートの取扱は確実に勢いづいています。



紹介キャンペーンを展開し、新規客の獲得を目指す



佐々木モーターズ(株)宇部マリナー(山口県宇部市)

景気の影響を受けない 好調フィッシングボート

山口県の宇部市、小野田市を商圏にご商売を展開している佐々木モーターズ(株)宇部マリナーさん。現在、同マリナーでは150隻のボートとヨットを保管し、先にご紹介した来島マリナーさんと同様、マリナーを活性化させることでご商売を成功させています。もちろん、主力はフィッシングボートです。「代替については順調で大型化も進んでいます。特にフィッシングボートは好調です。景気の影響はあまり感じません」(同社・佐々木隆文取締役部長)

本格的なマリナーシーズンを迎えようという3月には31艇の販売実績を築いています。その内訳は新艇が14隻、中古艇が17隻。新艇については、UF-33、UF-23、UF-20、FC-23などほとんどがマルチフィッシングのジャンルに含まれる商品です。

そこで、佐々木部長に、注目のニューモデルFC-23の販売についてお聞きしました。「3月に販売したFC-23は2隻で、UF-19、UF-25からの代替でした。UF-19のお客さまは高齢の方で、座りながら操船できる、という点が気に入られたようです」

UF-25の場合はスケールダウンという珍しい代替のケース。これはスタイリングが気に入ったこと、さらにアフトデッキが広く釣り機能の面ではUF-25に引けをとらないこと、逆にハードトップが低い分、風流れがしにくい、などの点が購入のポイントとなって

います。

入門艇として、またベテランユーザーの代替候補として注目されるFC-23。同社では今後も同モデルを戦略商品として位置づけ、拡販に努めていく意向です。

展示会開催に先がけ ターゲット別に単体カタログを送付

「不景気を感じさせない」という宇部マリナーさんのフィッシングボート・ビジネスですが、当然、この状況は同社の販売促進策が効を奏したものです。展示会の開催、免許教室受講者のフォローなど基本を確実に踏んでいるのです。

「展示会は年間3回の開催です。先に行った展示会は案内の方法を変えてみました。検査に差しかかっているお客さまなど、見込客を対象に、所有艇や遊び方などを分析し、代替艇として相応しく、興味を持っていただけたようなモデルのカタログを同封しました」

佐々木部長によるとお客さまの購買意欲を刺激する上で、通常のラインナップチラシを利用するより数段効果がありました。

免許教室については、その受講者と徹底的に付き合うことでビジネスチャンスを生み出しました。

「(免許教室の)申込みがあった時点で営業担当者をつけ、受講から取得までの面倒を見ながら、購入意志の有無などの感触をつかみまします。免許の受渡しはマリナーに来ていただき、そこで営業チャンスを作るように心掛けていきます」

3月に販売した31隻のうち、新規のお客さまが購入したのは5隻。そのいずれもが、こ

宇部マリーナは昭和46年オープン。現在、150隻を保管している。なお、同社では山陰にも提携マリーナを確保。お客さまの中には冬と夏、季節によって置き場を変えている方もいる、という



スポーツフィッシング用品を中心に展開しているクラブハウス内のショップ。オリジナルのロッドをフロリダのメーカーにオーダーし、販売しているが「あくまでもマリーナ利用客のためのもの。他にはない独自のものを提供したかった」



年間を通してイベントを連発している宇部マリーナさん。お客さまの満足度も高く、マリーナも大いに活性している

の免許教室から獲得したケースとなつています。

**情報と遊びの提供で
顧客をマリーナに釘づけ**

同社のご商売の中でもっとも特長的なのはマリーナを基盤に、遊びと情報を提供することで顧客の満足度を高め、さらに飽きさせることなく、代替や紹介に結びつけていること。同社の営業担当者は5名。そしてそれぞれがフィッシング、ヨット、ダイビングなど個別にマリンプレイを担当し、お客さまと付き合い、イベントの企画等にも当たっています。そして、フィッシングを担当しているのが佐々木部長です。

「フィッシングコンテストは年に4回の開催です。その他クルージングや花火大会、ビルフィッシュトーナメントへのクラブ参加など、お客さまと一緒に遊ぶ機会は数え切れません。スタッフの数も限られているし、かなり忙しいですね。身体はガタガタになるけど、釣りも海も好きですから苦になりません」

情報提供については、クラブハウス内の掲示板を有効に活用し、イベントの案内や、お客さまの釣果報告などを行っています。

「お客さまに請求書をお送りする際も、いつでも、何が釣れているかなどプリントを同

封しています」

もちろん、そうした情報は殆んどマリーナ利用のお客さまから吸い上げた、つまり日常の会話が源となっているのです

もうひとつ、同社のご商売にとって欠かせないのがスポーツフィッシングの普及です。

佐々木部長は今から7年程前にスポーツフィッシングに魅せられ、自らJGFAのメンバーとなり、各地のトーナメントに参加、また山口県見島近海でのツナ・フィッシングなどフィッシングフィールドの開拓にも貢献してきました。

スポーツフィッシングの普及が大型化に結びつくことは言うまでもありません。

「今、スポーツフィッシングに夢中なPCR36のお客さまは、和船からタックル25、PCR30と乗り継いでこられた方です」

また、スポーツフィッシングがマリーナ内で普及したおかげで、お客さまの遊びの幅も広がっています。

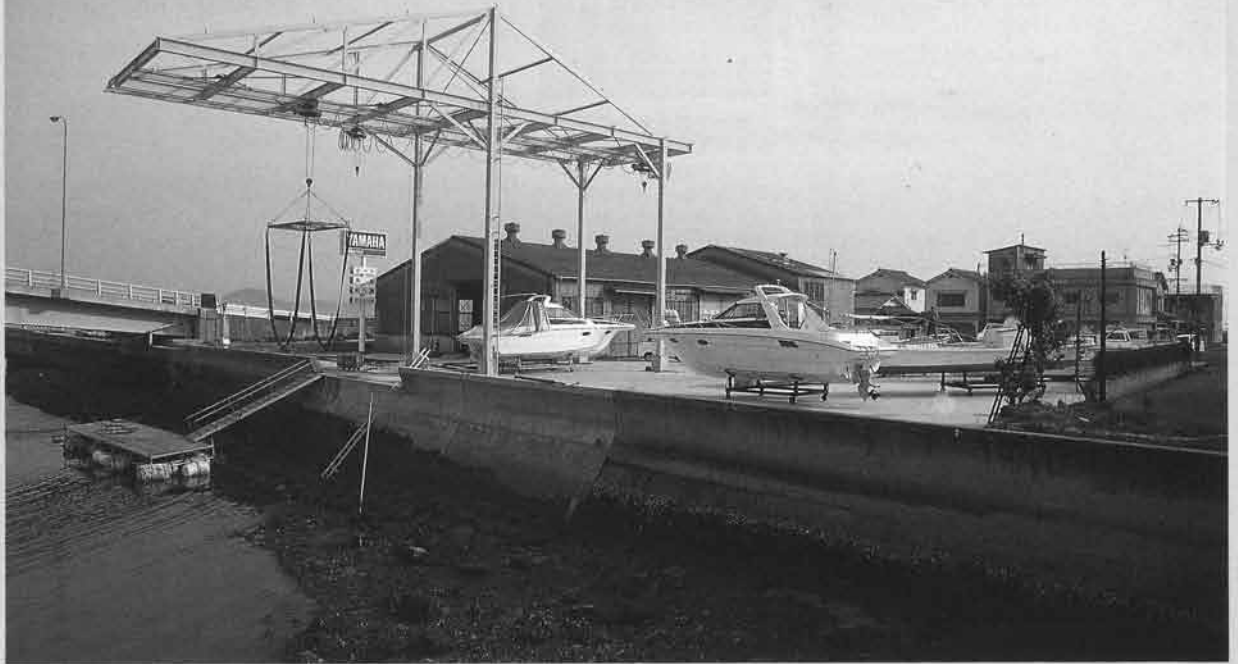
「大漁主義のお客さまを全て否定する気はない。ただ、お客さま自体、自然と釣りに対する価値感が変わっています。釣れなくてもポイントを楽しむ術を知ようになりましたね」

こうした遊びの幅を広げることで、お客さまはますますマリーナに足を運ぶことになり、ビジネスチャンスが膨らみ、さらに用品の売上げ拡大にも貢献しています。



「スポーツフィッシングの普及だけで終わりにしたくない」という佐々木部長。「今後、さまざまなイベント、遊びを開拓して、お客さまに提供していきたい」

700坪の敷地にオープンさせた新マリーナ。ここを基点に新たなビジネスのスタイルを模索中だ



プロの信頼に応える技術が フィッシングマリーナの支持を得る

広島県の竹原市にお店を構えるマリシヨップ(有)藤田鉄工所さんは、その社名が示す通り、もともとは漁船等へのエンジンの据え付けが主な業務でした。そして、現在のご商売の内容もこれまでご紹介したお店とは趣が異なります。レジャーにおける需要は6割ですが、その主力商品はDX-30等を中心としたヤマハ漁船となっています。

「この辺りは非常に船が多い地区。それも釣り船がほとんど。お客さまの釣りのレベルも漁師並で、船の好みも漁船タイプが多い」と同社の藤田博之社長は語っています。

そして、その漁船を中心に、同社のご商売は年々拡大してきました。

永年にわたって漁師さんを相手にご商売をしてきたこともあって技術についてはプロの信頼にも充分応えることができます。藤田社長もその技術力が商売の拡大に結びついている理由、とみています。

「以前は修理などのサービス業務は受けたその日に済ませる方針でやってきました。今は仕事量も増え難しくなっていますが、お客さまの要望には全力で応えます。休みがなかなか取れないですけどね」

同社ではお客さまとの商談中、「この船、エンジンの耐久年齢はどれくらいか」との質問がよく発せられるそうです。

「そんなとき、あなたが飽きるまで」と答えているんですよ」

(有)藤田鉄工所 (広島県竹原市)

つまり、同社が責任を持ってメンテナンスする限り大丈夫、ということ。

来店中のお客さまに、聞いてみると「修理や整備など仕事が丁寧で、信頼できる。他のお客さんもここで買った人はみんな満足しているんじゃないかな」とのこと。

プロ級のお客さまを相手にご商売を展開する同社にとって、「技術」と「信頼」は欠かせない要素なのです。

もちろん釣りに対する知識も大切な要素。自らDX-31を所有する藤田社長は「お客さまが楽しんでくれるものも含めて、いろいろな釣りを試している」そうです。そしてその経験はお客さまとの話題づくりだけでなく、機装などの作業にも活かされます。

マリーナをオープンさせ 新たな顧客の開始を目指す

「今後新規客を獲得しながら、漁船だけでなくUF、FG等のレジャー商品の売上げも伸ばしたい」

そこで同社では、この4月、700坪の面積を持つマリーナ兼展示場をオープンさせ、早速展示会を開催するなどのアクションを起こしました。

「今のところ、この辺りではみんなあちこちに船を保留していますが、将来は泊地もなくなくなり、きっとマリーナが必要になるはず」

と、先手を打った訳です。また、これまでのサービス工場をメインとした店舗では、やはり漁船というイメージが強く、ユーザーにも「漁船の店」というイメージが定着。今後

サポートします

●このコーナーに関するお問い合わせは、担当のセールスマンにお申し付けください。

ヤマハのボートフィッシング政策

イベント ●ヤマハボートフィッシングコンテスト

今年度で16周年を迎えたヤマハボートフィッシングコンテストは、延参加者数も8万人を超え、ヤマハならではのビッグイベントとすっかり定着しています。昨年度も開催数144回、参加隻数3000隻、参加者数7777名と過去最高を記録しています。



今年度もお客さまへのサービスの一環として、代替需要促進の場として、販売店のみなさまに開催していただくため、運営ツール、賞品等をご用意しています。

■開催期間／平成5年4月1日～10月31日

■競技種目／総重量の部・指名魚大物の部・指名魚総重量の部

■ビッグフィッシングツアーご招待

全国のフィッシングコンテスト入賞者の中から抽選で25名様を、釣り名人・服部善郎さんと行くビッグフィッシングツアーにご招待します。

※競技方法、規定、表彰は、実施主催者の決定となります。詳しくは「ヤマハボートフィッシングコンテスト運営マニュアル」をご参照ください。

●ビルフィッシュ・トーナメント

自然に優しく、ルールに則って楽しむスポーツフィッシングは、年々多くのボートユーザーの支持を得、それに伴い、カジキなどの大物を狙ったスポーツフィッシングのトーナメントが年々盛んになっています。ヤマハでも、こうしたイベントを開催、また協賛という形で、スポーツフィッシングの普及に取り組んでいます。お客さまをお誘いして参加されてはいかがでしょうか。

日程	イベント名	開催場所(基地)
6/3-5	八重山ビルフィッシュトーナメント'93	はいむるぶし
6/12-13	ヤマハビッグファイトトーナメント第1戦	伊豆大島
7/2-4	土佐ビルフィッシュトーナメント1993	高知・夜須
7/9-11	合歡ビルフィッシュトーナメント1993	合歡の郷
7/10-11	ヤマハビッグファイトトーナメント第2戦	伊豆大島
7/16-18	勝浦ビルフィッシュトーナメント1993	紀伊勝浦
7/21-24	第15回国際カジキ釣大会	下田
8/27-29	遠州灘ビルフィッシュトーナメント'93	浜名湖



本社の敷地内には、機装中の漁船やボートが所狭しと保管されていて、同社の繁栄ぶりが伺える。海の目の前にあるこの地に移転して5年。立地が変わっただけで、かなり顧客が増えたという

スクール ●ヤマハスポーツフィッシングスクール

お客さまのボートライフをより魅力的に、また釣りの世界を広げてくれるスポーツフィッシングは、代替の促進に、また新たなボートユーザーを創造していくうえでも大切なプレイアイテム。ヤマハでは、お客さまを対象にしたスポーツフィッシングスクールを開講しています。今年度は、キャストによるスポーツフィッシングの魅力小型艇のお客さまにも知ってもらおうと、新コースも開設しました。お客さまに参加をお勧めください。



●募集チラシ/DMハガキ

(ライトタックルフィッシングコース)

- ▶期間：1日
- ▶座学：オリジナルのテキストとビデオを使用
- ▶実技：係船時の船上実習(タックルの使い方等)
 - 洋上実習(ライトタックルを中心に指導、カジキの模型を使っての実践的なトレーニング)
- ▶講習料：15,000～30,000円/名

(ビルフィッシングコース)

- ▶期間：2日
- ▶座学：オリジナルのテキストとビデオを使用
- ▶実技：係船時の船上実習(タックルの使い方等)
 - 洋上実習(フィッシングポイント近くまで1泊のクルージング、ビッグゲームを中心に指導、カジキの模型を使っての実践的なトレーニングとプレイ)
- ▶講習料：60,000円～70,000円/名

(ボートキャストコース)

- ▶期間：1日
- ▶座学：オリジナルのテキストを使用
- ▶実技：係船時の船上実習
 - ステップ1：ドラッグ調整練習
 - // 2：ルアー別(プラグ、ジグ等)リーリングアクションの習得
 - // 3：ヒット～ランディング練習
 - 洋上実習(実釣)
- ▶講習料：10,000円～30,000円/名
- ※日程は、開催地(販売会社別)によって異なります。詳しくは各販売会社の普及担当者にお問い合わせください。

●ヤマハマリンアカデミー/スポーツフィッシング講座

ヤマハでは、お客さまを対象にしたスポーツフィッシングスクールの他、販売店のみなさまの体験の場、知識習得の場として、マリンアカデミーにスポーツフィッシング講座を設けています(日程及び対象者は、本誌15頁・マリンアカデミー通信に掲載)。

新たなフィッシングポート・ビジネスの展開を考えられているみなさまに受講をお勧めします。



藤田社長。昨年6月に有限会社として組織変更したばかり。高い技術力を武器に、確実に顧客を増やしている

新規客を獲得していく上で、このマリーナは大きなポイントとなりそうです。保管スペースにはUFシリーズを中心に、FR-21、FR-28など、フィッシングボートばかりでなく、ファミリーボートも展示。同社の新たな商品に対する意欲が伝わってきます。



宮城県 石巻

地元のユーザーニーズを徹底して反映させた新艇が完成しました

宮城県石巻市●マリンショップ 石巻マリンサービス/亀山松一代表



▲左から向って、サービスマンの速藤さん、亀山さん、亀山さんの奥さま美智子さん。「講習会などには100%出席し、マリン専門誌などからも常に情報を収集しながら、仕事のレベルアップを図っている」(写真・上)
お客様の仕事の手を休ませないように、常に迅速な対応、サービスを心がけている。そのため、予めトラブルを予想した部品については、全てストックしている(写真・下)

カキの養殖が盛んな桃浦。船齢の古い艇が多いため、今回の新艇登場は周辺の販売店にとって大きなビジネスチャンスとなる



浴

漁求!

場!

お問い合わせ先●



太 平洋を臨む宮城県石巻周辺は、同じ県内の松島と並んでカキの養殖が盛んです。

10月初旬から3月末までの漁期中は、カキ養殖のための独特の機装を施した和船や漁船が浜を行き来します。今回は、ヤマハ東北(株)や漁師さん達と三位一体となってカキ養殖をメインとした新艇DX-41E-0Aの開発に携わった、マリンショップ・石巻マリンサービスさんをお訪ねし、同社の代表・亀山松一さん(39)にお話を伺いました。

亀 山さんは、高校を卒業後、地元の造船所に務め、エンジンとセッティングの基礎を学びました。その後、アイゼル販売会社でマリンのサービスマンとしての経験を積み、昭和57年にヤマハの指定サービスマンとして独立。昨年には、ヤマハ漁船、マリンデイズルの取扱店を設立し、現在にいたっています。サービスマンとしては、'89年に全国販売店サービスマンコンクールで最優秀賞を受賞した程の腕前。今回の新艇開発に際しても、サービスマンとしての今までの豊富な経験から得たノウハウが大いに活かされています。

現 在主力となっているDX-37は、導入されてから既に15年経っていたこともあり、5年位前から新艇開発の要望がありました。そこで昨年6月に、ヤマハ船のユーザーの中から、カキ養殖に携わる方々に協力をお願いし、聞き込み調査を含めた市場調査を行ってきました。その結果をたたき台にして図面を作成し、再び石巻周辺の3つの浜で現地検討会を開いて、意見の聴取、たたき台の修



桃浦地区を代表する13名の漁師のみなさんを招いて行われた、新艇の概要報告会と感謝状の贈呈式。新艇DX-41E-OAには、こうしたユーザーの“生の声”がたくさん盛り込まれている

カキの放卵に合わせて海へ投入するために貯えられた、ホタテ貝の貝殻



ユーザーニーズを徹底して吸収する

石巻マリンサービス



石巻という恵まれた市場を背後にひかえ、240隻の顧客を抱える石巻マリンサービスさん

- 創業…昭和57年
- 従業員…3名
- 商圏…牡鹿町、矢本町を中心とした石巻周辺
- 主力商品…DX-37、MD580KUなど

取扱商品のうち業務船関連が全体の9割を占めるといふ石巻マリンサービスさん。現在進行中の石巻港埋め立て事業が終了すれば、プレジャーボートの係留施設ができることをにらみ、「マリナー不足の問題が少しでも解消すれば、プレジャーボート市場にも弾みがつくので、今後はプレジャー関連の売上増大を目指す、ビジネスを拡大したい」と、亀山代表。「石巻周辺はカキの養殖が中心の漁になりますが、10月初旬から3月末までの半年間の漁期中はうちらも臨戦態勢ですね。漁師さんに仕事を休ませないために、トラブル対応などは迅速に行います。そのためにも、漁期に入る前に、起こりうるトラブルを予想し、必要だと思われる部品を全てストックします。技術力に裏付けされたキメ細かな総合サービスが、顧客獲得に結び付いていきます」(亀山代表)。亀山さんの「腕」にほれ込んだ顧客は今では、約240隻にもほるそうです。



ヤマハ製品に対する信頼性は非常に高く、船外機の場合ほとんどがヤマハ製(写真は石巻市渡波港)



10月上旬から3月末までのカキの漁期の合い間、刺網や定置網漁、コンブ漁などが行われる



新艇開発という大きな仕事を終えたばかりの亀山さんに、今後の夢について伺ってみました。

常に仕事のレベルアップを図り、貧欲に情報や技術を修得し、高度技術屋集団を目指すことですね。そしてマリンプラザへとステップアップを図りたい。今回の新艇のキャッチコピーが、「夢に描いた 俺の船」というんですが、漁師さん達にまさしくコピー通りだと喜ばれるような商品をこれからも手がけていけたら最高ですね」と瞳を輝せながら答えてくれました。

ほぼ理想的と言えそうです。

の4月22日には、新艇開発に協力を仰いだ地元の方の3名の漁師さんを代表して、桃ノ浦地区から13名を招いて、新艇の概要に関する報告並びに開発協力に対する感謝状の贈呈式が行われました。

今後の新艇開発のあり方の一つのテストケースとなったDX-41E-OAは、注目度も高く、早くも全国各地から引き合いがきているといえます。

正作業を行いました。市場にマッチングする機能を最優先に考えてじっくりと取組み、計2回の図面修正を経て、漁師さん達の要望をまとめ上げることができました」と亀山さん。一番苦労した点は、「漁師さん達からいただいた様々な意見をどこまで吸収し、どのレベルでバランスを取るか、でした」といいます。

「でも不思議とね、バラバラだった漁師さん達の意見の中で、船体の幅と深さに関しては一致していたんですよ。今回の新艇は、メーカーの設計陣と営業担当、そして私達地元の販売店、漁師さんたちがまさに一体となって開発しただけに、機能性や使い勝手において

ヤマハマリンアカデミー／講座レポート

第1回・ヨット講座①



1 座学は、ごく簡単に。テキストとホワイトボードを使って、風向とセイルを出す方向等を説明



2 次は機装を説明。シンプルなミニホッパーを使用



3 船台に艇を載せたまま、タックやジャイブのシミュレーション



4 各自機装を終え、いよいよ出航。緊張のとき。ここで沈する受講者も



5 経験者はやはり余裕。カメラにも笑顔で応えるが……



6 初心者はまだそれぞれではない



7 しかし、午後になるとコーチのアドバイスが効いてきたのか、ご覧の通りさになってきた



8 ぞしていよいよレースを実施。なんとか楽しめる余裕もでてきた。明日からはクルーザーにチャレンジだ

「初心者、未経験者に実践的なカリキュラムが効果」

4月、第6期のマリンアカデミーが開講しました。今後このコーナーでは、同アカデミー講座の現場の模様をお伝えしながら、その内容をご紹介していきます。第1回は、5月の連休明け、ヤマハマリーナ浜名湖で開講した「ヨット講座Ⅰ」。3日間のカリキュラムが組まれています。今回は、その初日の講座にお邪魔してきました。

実は、今回の講座の受講者は全員がヤマハの社員、しかも4月に入社したばかりの7名です。そして「ヨット講座Ⅰ」は、新入社員研修の一部として組み込まれたのです。7名のうち3名はヨットの経験者、4名が初体験でした。

9時にオリエンテーションを受け、ウェットスーツに着替えた後に、座学が始まりました。といっても内容はごく簡単な説明のみ。どのような風に対してどのようにセイルを調整するか、沈の起こし方はどうすればいいのか。とかく複雑なヨットの走らせ方は陸で説明するよりも、とにかく乗って覚えてもらう、という方針です。

その後、機装と、タック、ジャイブのシミュレーションを経て、11時には早速、ティンギーを出し、海上練習となりました。桟橋からティンギーに乗り込む際に、早くも沈、という場面もみられました。何とか全員沖に出て、2つのパイを回りながらアビーム、ラフ、タックという動作を繰り返して行い、午前中の講座を終えました。

ルーザーの実習に入りますが、今回は受講者がヤマハの新入社員、ここでもう「ひとしきき」ということで、ティンギーの実習を続行です。

午後は三角形のパイを回る練習。タックで上り、アビーム、ジャイブして再び

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

数ある販売店さんの中でもヨットを主力としているところはまだまだ少数派。子供から大人まで幅広い人々が楽しめるマリンスポーツとして、ヨットはまだまだ開拓の余地があるジャンルだと思っておりますが、いかがでしょうか。機会があればぜひ体験していただきたいと思っております。

なお、アカデミーでは、ヨット講座Ⅰの受講者、及び経験者を対象とした「ヨット講座Ⅱ」も開講していますが、併せて受講されることをお勧めします。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

アビームでコースを回ります。受講者には和船で併走するコーチングスタッフがアドバイス。また、実際に帆走してみせながら、走らせ方のアドバイスをしていきます。午前中は頭をこつこつアビームにぶついたりとおぼつかなくなった初心者も午後になるとかなりまともに走らせることができるようになりました。

やはりヨットは論より実践。とにかく乗ってみるのが大切、ということが解ります。

この日の最後のメニューはオリンピックコースの最後の上りをカットした変則コースのレースです。やはり、レースは盛り上がりです。微風ということもありましたが、初心者が体験者を追い抜くような場面も。彼らにとっては十分にヨットの楽しさを体験できたようです。

今回、ヨット初体験という受講者に初日の印象を聞いてみると……

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

「最初はこうなることかと思いましたが、乗っちゃえば何とかなるものですね。まずはヨットの楽しさを知るといって収穫がありました」とのこと。

〈第6期('93・4～9)マリンアカデミー開講のご案内〉

マリン業界における優秀な人材の育成を目的として、1990年に開講したヤマハマリンアカデミーは、今年で早や4年目を迎え、のべ2,400人の受講生を数えました。

マリンアカデミーはマリンのさまざまな領域について多様な講座内容を持ち、経験年数と講座の種類の組み合わせにより、段階的なレベルアップを図る階層的講座カリキュラムを持っています。

第6期は、新入社員あるいは配置変更の方にとっても有益となる講座を開講していますので、積極的に活用されてはいかがでしょうか。また、その他の講座も豊富に用意しておりますので、今まで未参加の方はもちろん、過去に何らかの講座を受講された方も、別の領域へのチャレンジを図り、幅広い知識・技術を習得されることをお奨めいたします。

■ヤマハマリンアカデミー・カリキュラム

クラス	コース	アカデミー
		マリンセールスマン、マリンサービスマン、マリンパーツマン
スキルアップ	入社時 (1年未満)	●商品概要講座 ●エンジン講座Ⅰ(サービスマンは対象外) ●接遇講座
	1～2年次	●航海講座Ⅰ ●ヨット講座Ⅰ ●水上スキー講座 ●エンジン講座Ⅰ・Ⅱ(サービスマンは対象外)
	3年次	●航海講座Ⅱ ●スポーツフィッシング講座
	4年次	●ヨット講座Ⅱ ●ダイビング講座
スキルチェック	5年次以上	●航海講座Ⅰ・Ⅱ ●スポーツフィッシング講座 ●ヨット講座Ⅰ・Ⅱ
	10年次以上	●航海講座Ⅰ・Ⅱ ●スポーツフィッシング講座
資格習得		マリンサービスマン
		●2級マリン整備士養成講座 / 3級取得後2年以上経過のサービスマン対象 ●YMSS認定講習会 / 1級サービスマン対象

募集対象者…マリンプラザ、マリンショップ、サービスショップ、サービス指定店、ヤマハ販売会社のマリン営業マン、マリンサービスマンおよびマリンパーツマン

開催場所…●ヤマハ発動機株式会社・研修会館
静岡県磐田市新貝2500 ☎(0538)35-9711
●ヤマハマリーナ浜名湖・マリンアカデミー事務局
静岡県湖西市入出字長者1380 ☎(053)578-3268

申込方法…担当販売会社宛にお問い合わせください。

■ヤマハマリンアカデミー開講スケジュール('93・6月～9月)

コース	講座名	日程
アカデミー	航海講座Ⅰ	6/23～26
	航海講座Ⅱ	8/26～28
	ヨット講座Ⅰ	
	ヨット講座Ⅱ	7/1～3
	スポーツフィッシング講座	7/6～7
	ダイビング講座	
	商品概要講座	
	接遇講座	
	エンジン講座Ⅰ	6/1～3
	エンジン講座Ⅱ	7/20～22

※6名以上でのお申し込みについてはご希望のスケジュール等ご相談ください。

ヨット講座①スケジュール

	第1日目	第2日目	第3日目
8:30	オリエンテーション 着替え		
9:00			三角コースによる総合 帆走練習 ・各ポジションにおける 操作の習得
9:30	寸座移動 フィッティング 帆走(ディンギー)	セーリング実習・2 スピラン ジャイピング	
12:00	解装		
12:30	昼食	昼食	昼食 終了ミーティング
13:00			
14:00	セーリング実習・1 クローズホールド タッキング	セーリング実習・3 実習・1、2の確認 及びセイルチェンジ・ リーフ操作	
15:00			
16:00			
17:00			
18:00	夕食	夕食	
19:00			
20:00	ミーティング	ミーティング	
21:00			

ヨット講座①

目的

初心者及び経験の少ない人を対象に、ヨットの艀装及び目的の場所に到達するための操船の基礎を実習し、セーリングの醍醐味、奥の深さを味わう。

内容

- 各部の名称
- 帆走の原理
- セイルの種類と使用方法
- 各ポジションの動き

(1)ヘルムスマン

- タッキング、ジャイピング時のティラーの押す(引く)方向を風上、風下のどちら側からでもスムーズに行えるようにし、帆走中に真の方向とその時の艇の帆走状態を把握できる事。

(2)ジブトリマー(スピントリマー)

- リーダー位置とシートの引き具合の相互関係
- リリースとトリムのタイミング
- 風向き、船首方向の変化によるスピンプールの前後、及び上下のトリム
- スピンプール降時の動作
- (3)メインセイルトリマー
 - ブームの位置や風速の変化に伴うトリムの仕方
- (4)ファアテッキ
 - シブセイル及びスピネーカー降時の動作
 - タッキング時の動作
 - ジャイピング時の動作

■目的の浮標を設定しての帆走

- 8の字コース
- ソーセージコース
- 三角コース

■セイルチェンジ及びリーフ

- ジブチェンジ(ジブシートの取り回し、シブリーダーの移動)
- リーフ(リーフロープとメインハリヤードの操作)

続・マーケティングかんたん講座—③

産能短期大学/吉川 雅之

「お店」の役割を、
考えたことがありますか。

店舗にはいろいろな役割があります。店舗の役割の第一は、お客さまと出会う場所だということです。従って、お客さまが来やすい場所である事が第一の条件になります。お客さまが来にくい場所というのは、それだけで不利になります。

しかし、だからといって簡単に移転することなどは現実問題としてできないことが多いはずです。その場合には広告、お店への案内の看板、駐車場の整備などによって、少しでもお客さまが気易く来られるようにすることが大切です。

店舗の第二の役割は商品を見せ、触れさせる場所として機能することです。つまり、ショールームとしての役割、情報を提供する機能です。

お店に来るお客さまの中には、情報を求めて来る方もあります。そのためにはお店全体が情報を発信する場所としての機能を求められるのです。情報としては、商品の陳列、POPなどが考えられます。かといって、やたらにPOP等を羅列するのは感心しません。これはお店の雰囲気や壊すことになるからです。余りにもたくさんのお客さまの情報が提供されるというのは、

大勢の人が声高に一齐に話し出すのと同じでうるさいだけでなく、何を言っているのかもわからなくなってしまいます。うるさい市場(いちば)に行ったときのような感じです。活気があってよい場合もあるのですが、日用品などの小物を購入する場所ではないので、ふさわしい雰囲気とは言えないでしょう。

第三は、お客さまにとってその商品を購入するのにふさわしい場所であることが求められます。商品によってもふさわしい場所と言うのは異なるはずですが、仕事に使う漁船の購



入者であれば、機能的で親しみやすい場所が期待されますが、プレジャーボートの購入者では、それにふさわしい豪華でしゃれた雰囲気を求めるかもしれません。これらに合わせたお店の雰囲気が必要なのです。これがお店の性格と言えるでしょう。

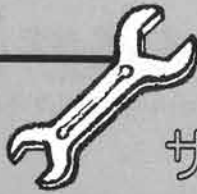
このようにして、どの様な店にするかが決まったら、いろいろな情報を集めましょう。メーカーのセールスマンが役立つはずですが、よいお店の写真を見せて貰ったり、紹介してもらい見学に行く等の方法がありま

す。この他にも店舗に関する専門の雑誌などで、業種は違っても、自分のお店のイメージにあったところを探します。そっくりそのまま真似ることは無理だとしても、部分的には真似ることができるでしょう。

店舗についての情報で注意することは、時代によってよいお店の基準も変化するという事です。お客さまの商品に対する好みも変化するほど早くはないにしても、確実に徐々に変化するので、したがって、お店

も変化する必要があるのです。いつも同じではなく、商品や顧客層の変化に合わせてかえる事も必要になります。

もう一つ、注意することは、お店はちょっとした日頃の気配りで大きく変わってしまうということです。ほこりをかぶった商品や、乱雑な店内ではどんなによい設備のお店であってもお客さまを引きつける事はできません。日頃の手入れや心がけがよいお店を作る上で大切な事です。



サービスマンの独りごと

よしゆき
セントラル株浦安店/佐藤祥行課長

●1950年生まれ。東京都出身。高校を卒業後、自動車のサービスマンに。その後、「海が好きで」マリンのサービスマンへ転向。自らも高校時代からディンギーに乗る、根っからのシーマン。マリンのサービスマンとしてのキャリアは19年。



お客さまの信頼を得る 「3点セット」を実践しています。

首都圏の代表的なマリンスポットの一つ、浦安マリーナ。同マリーナの敷地内という、恵まれた場所にセントラル株浦安店さんがあります。サービスの基本となる「迅速な対応」をするにはまさにうってつけの場所で、腕を奮っている佐藤さんにお話しを伺いました。

お客さまとのコミュニケーションの積み重ねにより、初めて正確な仕事ができます

海が大好きで大好きで、しょうがないんですよ。高校卒業後に自動車のサービスマンになりましたが、同じエンジンをいじるなら少しでも海に関われば、と思いマリンの方へ転向しました。

マリンのサービスマンの仕事のおもしろい所は、内容がバラエティに富んでいることですね。例えば、エンジンや艇体の修理などの他にソフト（遊び方）の提供や実際にお客さまと一緒に海に同行してのお付き合いなど、実に幅広い仕事ができます。

仕事をスムーズに進めるためには、お客さまとのコミュニケーションをいかにうまくとるかが重要になってきます。釣り好きのお客さまから、釣りに関する最新情報を入手して、他のお客さまへフィードバックする。あるいは、クルージングを好むお客さまには、船で行ける洒落たレストランを紹介してあげる。何げない心遣いが仕事を進めていく上で潤滑油になります。

海上でのトラブルは、陸上でのトラブルよりも危険度が高いので、作業にはとても神経

を使います。プレッシャーは大きいですが、お客さまから喜ばれたり、修理した所の調子がいいと言われた時は何とも言えないですね。

もちろん、そのためにはいくつか気を付けている点があります。まず第一に、新艇の場合、トラブルの発生を防ぐために始運転をきちんとすること。次に、古くなったものや性能が落ちていく部品など、故障が予想できる部品については、お客さまと話し合った上であらかじめ交換しておくこと。その他に、修理を受ける時点で、調子が悪い箇所について具体的に細かい話を聞いておくことも大切です。

例えば、一言でエンジンの回転が上がらないと言っても、どういう時に上がらないのか。一人で乗っている時か、あるいは何人乗っている時か、高速走行時もしくは低速走行時なのか、色々なケースが考えられるわけです。そこで普段からのお客さまとの会話が大切になってきます。常にコミュニケーションを密にし、日頃からさまざまな情報を収集しておいて初めて正確な仕事ができます。お客さま一人一人の遊び方や船の使い方、行動範囲、機装の好みなど、細かい情報をインプットしておくのです。

目に見えない部分の仕事が大切ですね

お客さまとのコミュニケーションを深めていく上で欠かせないのが、お互いの信頼関係です。そのためには、まずはお客さまから信頼を得ることが第一ですね。これはもう1からコツコツ積み上げていくしかないわけ

ですが、独自に考えた。お客さまから信頼を得る3点セット、というのがあります(笑)。

1つ目は、修理などを受け付ける際に、接客態度に注意を払うことです。第一印象はとても大切で、同じ作業をしても、印象の良し悪しでクレームになる場合も考えられます。次に、作業の途中経過を報告すること。どこ部分かどのように悪いのか、あるいは他にも不具合な箇所があったのか、逐一詳細に報告をすることですね。最後に作業完了の報告をすること。前の2つを経ていけば、最後に一本電話を入れるだけで、お客さまからの信頼度はグンと上がります。

他には、基本的なことですが、迅速な対応を心がけることですね。自分が修理をした船が海に出て何らかのトラブルが発生した時には、帰って来るまで待っています。すぐにその場で直せるわけではないんですが、迅速な対応がお客さまの安心感へとつながります。

サービスマンとして必要なことは、お客さまの立場で物考える、ということですね。今お客さまが何を欲しているのかを理解してから行動を起こす。うちの若いスタッフによく言っているんですが、まだ海に慣れないお客さまが海から帰って来た時には、仕事の手を休めて船を取りに行けど、お客さまが望んでいる事を最優先に考えて行こう、とね。結局こうした目に見えない努力の積み重ねが、お客さまとの信頼関係につながるんです。

これからのサービスマンは、常に営業も仕掛けるセールスエンジニアでないかね。個人的にはさらにそこからステップアップして、将来的には、海に関するあらゆる事に対応する。マリンのトータルアドバイザー」として活躍したいですね。

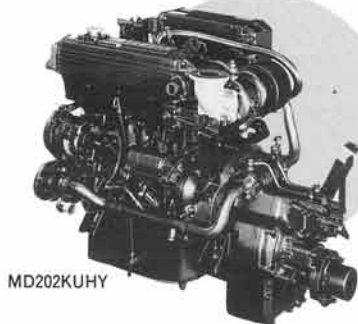
★このコーナーに関するお問い合わせは、ヤマハの各販売会社、または担当セールスマンにお尋ねください。

PRODUCTS

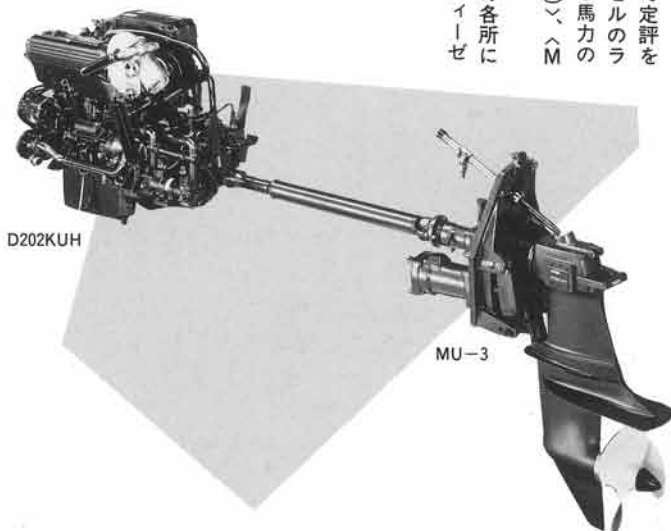
最大出力110馬力、水冷ターボチャージャー搭載の
高性能ディーゼルが新発売！

D2022KUH(MU-3) / MD202KUH

軽量・コンパクト設計・高信頼性で定評を
いただいているヤマハマリンディーゼルのラ
インナップに、このほど最大出力110馬力の
新製品(「D202KUH」&「MU-3」)、「MD
D202KUH」が加わります。
水冷ターボチャージャーをはじめ各所に
先進技術を導入したニュー・マリンディーゼ
ルにご期待ください。



MD202KUH



D202KUH

MU-3

■主な特長

●水冷式ターボチャージャー搭載

大型のタービンとコンプレッサー翼を採用し、幅広い回転域でのターボ効果を発揮します。また水冷式にしたことで耐熱余裕度を向上させ、安全性を高めています。

●低振動・静粛性を実現

クランク軸と連動したバランサーシャフトを採用し、船体への振動・騒音を低減しました。

●微速装置付マリンギアを装備

エンジンからの入力部にラバーブロックを用いた微速装置付マリンギアを装備し、切り替えをスムーズにしました。

●ブーストコンベンセイター採用

ブースト圧が上昇するまで燃料噴射量を低減し、加速時の黒煙を低減。

●軽量・コンパクト設計

馬力当りの重量を2.95kg、容積を4.07ℓ
(共にMD202KUH)に抑えています。

●機能を追求した装備

タフトライナーとピストンに4本リングを採用、オイル消費量の低レベル安定と共に、ピストンリング、ライナーの摩耗を減少させました。またブローバイ処理のオイルセパレーターを装備、船外へのオイル流出を低減しました。その他、メンテナンス作業を一段と向上させたオイルレベルゲージを2ヶ所に設置しています。

●主要諸元

項目	形式	D202KUH	MD202KUH
内径×行程		91.5%×100%	
総排気量		1973cc	
漁船法馬力		25馬力	
連続定格出力		100PS/3100rpm	
最大出力		110PS/3200rpm	
全長×全幅×全高		909.3×680.1×805.3%	888.8×626.1×781%
乾燥重量		340kg	325kg

<MU-3>主要諸元 ▶減速比/1.48▶チルト方式/電動油圧

▶チルト角度/68°▶乾燥重量/72kg

■主な特長

●耐蝕アルミ&カラーアルミ塗装で防錆処理を施し、艇のキャビンラインにマッチする斬新なエアロフォルム。

●各種ルーフ巾に自在対応する調整可能フレーム。(最大巾ルーフ1200mm)

●徹底した強度と軽量化を追求した新開発ツインD型フレームとスライド機構の採用により、ナビゲーションアンテナの位置セットが任意に可能。

●アンテナケーブルは、全てにフレームインナー配線とし、シンプル化と装備機器の一体感を実現。

●各艇のルーフカーブヘジャストフィットしやすいアジャスタブルブラケット。
(ルーフ最大キャンパーMAX15°)

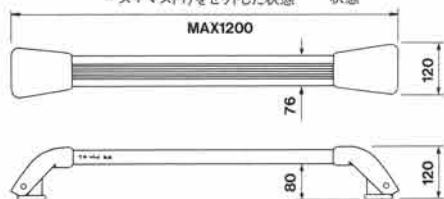
●ブラケットインサイドに配した密閉ケーブルグロメットの採用により、集中配線で艇体防水処理の簡素化を実現。



(マストゲート2本組+レーダーベース+マスト)をセットした状態



マスト3、マスト5をセットした状態



MAX1200
76
120
80
120

本格的ナビゲーションシステムに対応
新発売マストゲートシステム

前号で紹介したリニューアルシステムに続き、ヤマハでは、艇のドレスアップに活躍する「マストゲートシステム」を新発売しました(実用新案出願中)。

これは各艇のルーフ幅に自在対応するゲートフレームで、デザイン的にも優れ、レーダーベースやアンテナ類、マスト灯を機能的にかつ美しくセッティングできるシステムです。お客さまに、ぜひお勧めください。なお、主な特長は次の通り。



マスト1Comp (GPS・ロラン用) No.90790-80003 希望小売価格 ¥7,000(07)

マスト2Comp (無線機用) No.90790-80004 希望小売価格 ¥6,700(07)

マスト3Comp (航海灯用) No.90790-80005 希望小売価格 ¥7,300(07)

マスト5Comp (GPS・ロラン用) No.90790-80006 希望小売価格 ¥15,000(07)

マスト6Comp (無線機用) No.90790-80007 希望小売価格 ¥14,700(07)

マスト7Comp (航海灯用) No.90790-80008 希望小売価格 ¥15,300(07)

レーダーベースComp No.90790-80002 希望小売価格 ¥11,000(07)

CAMPAIGN

イン・シーズンだから「サマーフェア」でチャンス把む

ヤマハでは、7月末日まで「93ヤマハ・サマーフェア」と題した販売活性化キャンペーンを全国で展開しています。

このキャンペーンは、FW121、FC123などの新製品をはじめとするフィッシングポイント拡販を中心に、大型艇の成約促進、クルーザーヨットの代替促進、MJの拡販など、各テーマに渡り、地区ごとの市場環境に合った販促活動をみなさまに展開していただくものです。

店頭での展示会や、トラックキャラバンによる保留場所での新製品露出など、工夫を凝らした販促策で、シーズン中の販売活性化に

結びつけてはいかかでしょうか。なおヤマハでは同キャンペーンに合わせて、小型フィッシングポイントなどをラインナップした汎用チラシをご用意しております。ぜひご利用ください。



FOUNDATION

マリンスポーツの普及に期待が集まるJMPPF

昨年、文部省の指導のもとに設立された財団法人 日本マリンスポーツ普及教育振興財団（JMPPF）は、マリンスポーツを通じ、教育活動の一環として、自然との協調性や豊かな人間性を育むことその他、マリンスポーツが生涯スポーツとして国民的に普及することを目指す助成型の団体です。

その活動がいよいよ本格的に開始しました。去る3月には、JMPPF主催による少年少女のためのヨットレースイベント「第1回JMPPFジュニアチャンピオンレガッタ」が開催され、ミニホッパー級、シーホッパー級SRの両クラス合わせ85名のジュニアセイラーが参加、

熱戦が繰り広げられました。また、これまでヤマハが展開してきたジュニアヨットスクールの、地区によってJMPPFの主催となり、今後、一層の充実が期待されます。JMPPFの活動にぜひご注目ください。



INSURANCE

申し込み締め切り間近(6/19)
「ヤマハマリン販売店総合福祉制度」

日頃ヤマハ製品をお取り扱いいただいている販売店の経営者、従業員のみなさまに、安心して働いていただくため、ヤマハでは福利制度として総合福祉制度をご用意しています。この制度は多くの販売店の方々にご理解いただき、3月4日の時点で、福祉、医療合わせて288店975名の方が加入しています。次回の申し込み締め切りは6月19日となっております。お近くのヤマハ販売会社まで、お早めにお問い合わせ、お申し込みください。

※以下に制度の内容をご紹介しますが、給付金・保険金の支払いに関する条件等、加入される際は規約を再度ご確認ください。

●福祉見舞金制度

1. ヤマハ発動機が保険料を一部援助していますので安い会費で加入できます。
2. 死亡・障害・入院保障と幅広く高い保障が得られます。
3. 24時間保障ですから業務中、業務外を問わず保障があります。
4. 他の民間保険や社会保険と関係なく支払われます。
5. 会費は全額損金処理できます。

■保証内容

給付の種類	給付事由	給付金額			
		1口	2口	3口	
お見舞金	弔慰金	事故死亡・高度障害(1級) 500万円 病状死亡・高度障害(1級) 250万円	1,000万円 500万円	1,500万円 750万円	
	障害給付金	不慮の事故・第2級 により所定 の障害状態 に該当した とき	175万円 125 75 37.5 25	350万円 250 150 75 50	525万円 375 225 112.5 75
		傷害入院 給付金	事故による入院 (5日以上、120日限度)	1日につき 3,750円	1日につき 7,500円 1日につき 11,250円
		結婚祝金	加入者が結婚したとき	一律 1万円	
		出産祝金	加入者またはその配偶者 が出産したとき	一律 5千円	
お祝い金	進学祝金	加入者が初級検定合格したとき 加入者が大学進学したとき	一律 3千円 一律 5千円		
	定年退職 別給金	加入者が定年退職したとき	一律 1万円		
	成人祝金	加入者が20歳になったとき	一律 5千円		

■会費

半年会費	加入会費
1口	6,000円
2口	12,000円
3口	18,000円

■加入資格

マリン販売店の経営者および従業員で満14才6カ月を超え65才6カ月までの方。但し、効力発生日前日において医師の診断による難病又は受傷している方は除きます。

●医療保険制度

1. ケガばかりでなく病気による入院まで保障があります。
2. 成人病が原因で入院した場合は、特に手厚く保障されます。
3. 医療保障のみを目的とした掛け捨てタイプの保険ですから、会費が割安です。
4. 他の民間保険や社会保険と関係なく支払われます。
5. 会費は全額損金処理できます。

■保証内容

1口は保険金50万円です。

給付金	給付事由	1口	2口
入院給付金	所定の成人病により継続して8日以上入院したとき支払います。(1回の入院について120日限度最高700日限度) ●疾病による継続して8日以上入院したとき支払います。 ●不慮の事故による5日以上入院したとき支払います。 1回の入院につき120日限度 病状入院につき通算700日限度 災害入院につき通算700日限度	入院初日より1日につき 10,000円	入院初日より1日につき 20,000円
長期入院給付金	所定の成人病により継続して270日以上入院したとき支払います。	入院1日につき 50万円	入院1日につき 100万円
療養給付金	病気または不慮の事故で入院し、所定の療養を6日以上継続して受けた場合支払います。(1日120日限度、通算700日限度)	療養初日より1日につき 5,000円	療養初日より1日につき 10,000円
手術給付金	病気または、不慮の事故で所定の手術を受けた場合、支払います。	手術の種類により1回 25万円・15万円・7.5万円	手術の種類により1回 50万円・30万円・15万円
死亡・高度障害保険金	病気で死亡または高度障害のとき支払います。	50万円	100万円
災害保険金	不慮の事故で事故日より180日以内に死亡または高度障害のとき支払います。	100万円	200万円

■会費 (半年払)

年齢	男	女	年齢	男	女
15	8790円	8525円	40	13810円	13545円
20	10040円	9830円	45	16155円	15710円
25	10855円	10735円	50	19425円	18740円
30	11525円	11405円	55	23760円	22510円
35	12235円	12115円	60	30000円	27920円

TOPICS

オー克蘭ド〜福岡ヤマハカップ
ヨットレース「10000」
最終レグスタート間近

ニュージーランドのオー克蘭ドから日本の福岡までの5500マイルを走破する「オー克蘭ド〜福岡ヤマハカップヨットレース1993」の第3レグ(クアム〜福岡)が、6月6日、いよいよスタートします。

トップ艇のフィニッシュは、おおよそ6月15日ごろと予定されていますが、優勝を飾るのは、どのチームか、また話題の日本艇、「リベルテ・エクスプレス」(YAMAHA R144 IMS13・5m)が最終レグでどのような走りを見せるか……。注目ください。

福島県で第3セクターによる
本格マリーナ「小名浜マリーナ」
誕生へ

福島県いわき市で整備が進められている海洋レクリエーション施設の運営について、第3セクター「小名浜マリーナ株式会社」が事業主体となること、さる5月7日に決定しました。この第3セクターは福島県、いわき市、小名浜漁協、小浜漁協をはじめ、ヤマハ発動機、ヤマハ東北などによって構成されたもので、この6月、設立登記を行った後、1年後の本格オープンに向け、クラブハウスやサービス工場など主要施設の建設に着手します。

なお、同マリーナでは、6月12、13日にシ―ホッパー級東日本選手権大会の開催が早くも予定されています。

東京消防庁・水難救助隊が
マリッジットを導入



マリッジットの人気商品のひとつ、MJ1650Mをベースに開発された水上パトロール仕様のMJ1650MPが、このほど東京消防庁・水難救助隊の救助艇として導入され、さる4月2日、東京都中央区の臨港消防署においてその取扱説明会が行われました。このMJ1650MPにはラダー、赤色回転灯、拡声器、サイレン、救命浮環などが装備されており、当日は救助隊員による試乗、水中担荷と組み合わせての救助訓練も実施。隊員たちからは「安定性があつて小廻りも効く」と上々の評価が寄せられていました。

WORLD of YAMAHA

Jリーグ参加を目指す
ヤマハFC・ジュビロ磐田に声援ください

実力はJリーグクラスとの評判を、昨年の天皇杯でも実証してみせたヤマハFC。4月には新チーム名が「ジュビロ磐田」に決定、また5月30日には'93年JFL・J1リーグが開幕し、いよいよ'94年のJリーグ入りを目指した戦いが始まりました。

Jリーグ準会員のヤマハFCは、今シーズン2位以上を確保すれば文句なしのJリーグ昇格を果せるとあつて意欲満々。戦力の補強をはじめ、4月にはイタリヤ、フランスへ遠征するなど万全の戦力でゲームに臨んでいます。Jリーグ参入を目指すヤマハFCをぜひご声援ください。また、ワールドカップ出場を目指しヤマハFCの中山雅文、吉田光範も参加している日本代表チームの活躍にもぜひご注目ください。

ヤマハFC・サポーターズクラブ

ヤマハFCではヤマハFCを応援して下さるサポーターズクラブの会員を募集しております。会員になると、ホームゲームの観戦優待、応援グッズプレゼントなどの特典も。詳しくは(株)ヤマハフットボールクラブ/☎0538(32)1105にお問い合わせください。



YAMAHA ON and OFF

マリンスポーツ、モーターサイクルの魅力をお茶の間に届けるONandOFF。夏本番を前に6〜7月も元気一杯の内容です。ご期待ください。

<6月放送スケジュール>

- 6月5日(土)/マリン編
「カーデザイナーのマリンライフ〜由良拓也」
- 6月12日(土)/MC編
「探検部の三宅島アドベンチャーツ―リング」
- 6月19日(土)/マリン編
「タカQカップ'93〜ヤマハヨット新宿店」
- 6月26日(土)/MC編
「エンジョイ志向ライダーのバイクフィッシング〜服部久志さん」

<ON and OFF> ネット

- テレビ北海道 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
- ティー・エクス・九州 土/18:30〜18:45

※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。

マリーナ 拝見



伊勢の海岸に誕生した 380隻規模の 本格的マリーナ

マリーナ河芸

三重県の中央部、安芸郡の河芸町に、このほどオープンしたマリーナ河芸。陸域面積81200㎡、水域泊地面積26300㎡、ボート及びヨット378隻の保管能力を持つこのマリーナは、河口の低湿地を利用した日本初の堀込み式マリーナとして、また、自然環境との調和を意識して設計されたマリーナとして関係者から注目を集めています。4月14日、竣工式が行われた当日、早速、このマリーナ河芸を拝見してきました。

「マリーナ河芸」の概要

- 陸域面積——81200㎡
- 水域泊地面積——26300㎡
- 保管能力——378隻（係留施設・1800㎡／陸置13300㎡）
- 揚降施設——35トン移動式クレーン
- その他施設——クラブハウス、カフェ、マリッシュヨップ、給油給電施設、パキユーム施設、汚水処理施設、無線施設、気象情報施設、修理施設、駐車場（200台）、他
- 事業主——（株）マリーナ河芸
- 所在地——三重県安芸郡河芸町東千里
- 交通——名古屋より車で1時間15分、大阪より車で2時間、近鉄・千里駅より徒歩5分



自然環境と公共性を配慮したマリリーナ

三重県の中央部、河芸町の田中川河口は、野生の植物、生物、鳥類の多く見られる、自然環境に恵まれた土地として、県下でも注目されている一帯です。そうした場所に開発されるに当たり、マリリーナ河芸は当然、自然環境との調和を開発テーマの一つとして掲げました。

工事の施工において地元三重野鳥の会、河芸植物友の会、河芸町漁協の意見を聞きながら充分に環境変化に対する注意を払うことはもちろん、マリリーナの対岸一帯の自然保護ゾーンにおいて、自然観察植物園の在り方を検討するなどの作業も調査委員会で進められています。

もう一つのテーマは、公共性。そもそも漁業関係者の要望がきっかけとなって誕生したマリリーナだけに、船舶の避難港としての機能を充実させるなど留意しています。また、マリリーナ港口の護岸上にバードウォ

ッチング等が楽しめる親水公園を設け（施工中）^① 他、住民参加型のイベントも企画。潮干狩りや、初心者向けヨットスクール、洋上火火クルーズ、など地域社会を巻き込んだイベントが目白押しとなっています。

アパレルを中心に展開するマリリーナショップ

同マリリーナは事業方針のコンセプトとして、^① 三重県の代表的なマリリーナ（最大クラスの保管規模、充実した付帯機能等）^② 伊勢湾での海洋レクリエーション活動のコア・マリリーナ、などを掲げています。クラブハウスや係留施設など、一つ一つの要素において、そのコンセプトへのこだわりが伺えます。

数々の施設（機能）の中で、クラブハウス内にあるマリリーナショップ、そしてポートヤードにあるサービス工場については、第3セクターの構成団体の一つである、三重県のヤマハ

マリンプラザ、（株）ダイイチさんが運営しています。また、ショップ展開については、本誌でも再三お伝えしているヤマハの「MOS」を利用していきます。

ダイイチの服部正樹常務によると、ショップの運営についてはマリリーナの一機能として、いかにオーナーの期待に応えながら収益を上げていくかが課題となりました。

売場面積は10坪ほど。商品構成は、マリリーナ利用客（オーナー）にとって関心が高いと思われるアパレルを中心に、航海計器、フィッシング用品を展示しています。そして、ヨット用品、基本用品（メンテナンス用品、機装品など）については、サービスセンターで取り扱うことで、限られたスペースを有効に利用しています。また、マリリーナとの連動で、免許教室等、ソフトを商品化することでビジネスを拡大していく方針です。

さらに今後については、顧客ニーズを吸い上げ、情報収集に務めながら、次なる展開を模索する、としています。





揚降は移動式のクレーンを利用。
35トンの揚降能力を持っている



40キロリットルの燃料保管が可能な給油施設



国内では2件目の導入となるサニタリースウェッジ(バキューム施設)。汚物のタレ流し防止を図っている



マリーナの中心施設として機能するクラブハウス。シャワールームやロッカールーム、サロンなどオーナーのための施設の他、カフェルームや海の図書室など一般客へのサービス施設も備えている

マリーナ河芸のマリンショップ



クラブハウスの1階にオープンしたマリンショップではアパレルを中心に展示。ホワイトブリードコーナーを設けるなど、情報提供の場としてもインパクトは充分



ポンツーンは計4本の建設が予定されており、126隻の海上係留が可能となる。給電給水施設も完備

勝ダイイチさんが運営するサービス工場。50フィートクラスのボートが収容できる。またシャワールーム、ミーティングルームも備えている



HOT EYE

夢と感動をのせ、新『ヤマハ』号が進水



世界でもっとも過酷で壮大なヨットレース、ホイットブレッド世界一周レースに、日本から初挑戦する〈ヤマハ・ラウンド・ザ・ワールド・シンジケート〉では、さる4月22日、ニュージーランドのオークランドにて、チャレンジャーとなる『ヤマハ』号を進水させました。



今回進水した『ヤマハ』号は、同シンジケートにとって2隻めのW60クラス。1号艇で約1万マイルを帆走し、収集したデータを活かして建造されたもので、このニューボートの進水によって、優勝への体制がさらに整いました。

このニューボートに乗り組むのは、ロス・フィールド艇長以下11名で、いずれも百戦錬磨の実力者ばかり。なかでも、唯一、日本人として参加している小松一憲(ヤマハ発動機)は、クルーザーにディンギーと日本を代表するトップセイラーだけに注目が集まります。スタートまで、3ヵ月余り。〈ヤマハ・ラウンド・ザ・ワールド〉に今後もご注目ください。

ホイットブレッド世界一周ヨットレース

ホイットブレッド世界一周ヨットレース ヤマハ初参戦記念 ヤマハ・ラウンド・ザ・ワールド・クイズ

イギリス/サザンブトン
ツアーにご招待

ホイットブレッド世界一周ヨットレースへの初挑戦を記念して、ヤマハでは『ヤマハ号』を応援するサザンブトンツアーご招待や、オリジナルグッズが当たる支援キャンペーンを実施しております。ぜひお客さまにお知らせください。(ヤマハ社員及びその家族の方はご応募できませんのでご了承ください。)

問題

『ホイットブレッド世界一周ヨットレースに日本から挑戦するのは、〇〇〇・ラウンド・ザ・ワールド号。』

〇〇〇の中に正しいと思われるカタカナ3文字を記入してください。

- 賞品 A賞：〈YAMAHA〉号応援イギリス・サザンブトンツアーご招待 ~5組10名様~
- B賞：ヤマハ・オリジナル・タイバース・ウォッチ ~50名様~
- C賞：〈ヤマハ・ラウンド・ザ・ワールド〉オリジナル・テレカ ~200名様~

〔応募方法〕官製はがきに、住所・氏名・年齢・職業(学校名)・TEL・(申込者が未成年の場合は保護者の氏名・年齢・職業)とクイズの答えを明記のうえ、ご応募ください。

〔宛先〕〒104 東京都中央区銀座2-16-17 恒産第1ビル「ヤマハ・ラウンド・ザ・ワールドクイズ事務局」係

〔締切〕平成5年6月30日(当日消印有効)

〔発表〕発表は、当選者への通知及び賞品の発送をもってかえさせていただきます。

※この権利を、譲渡及び換金することはできません。