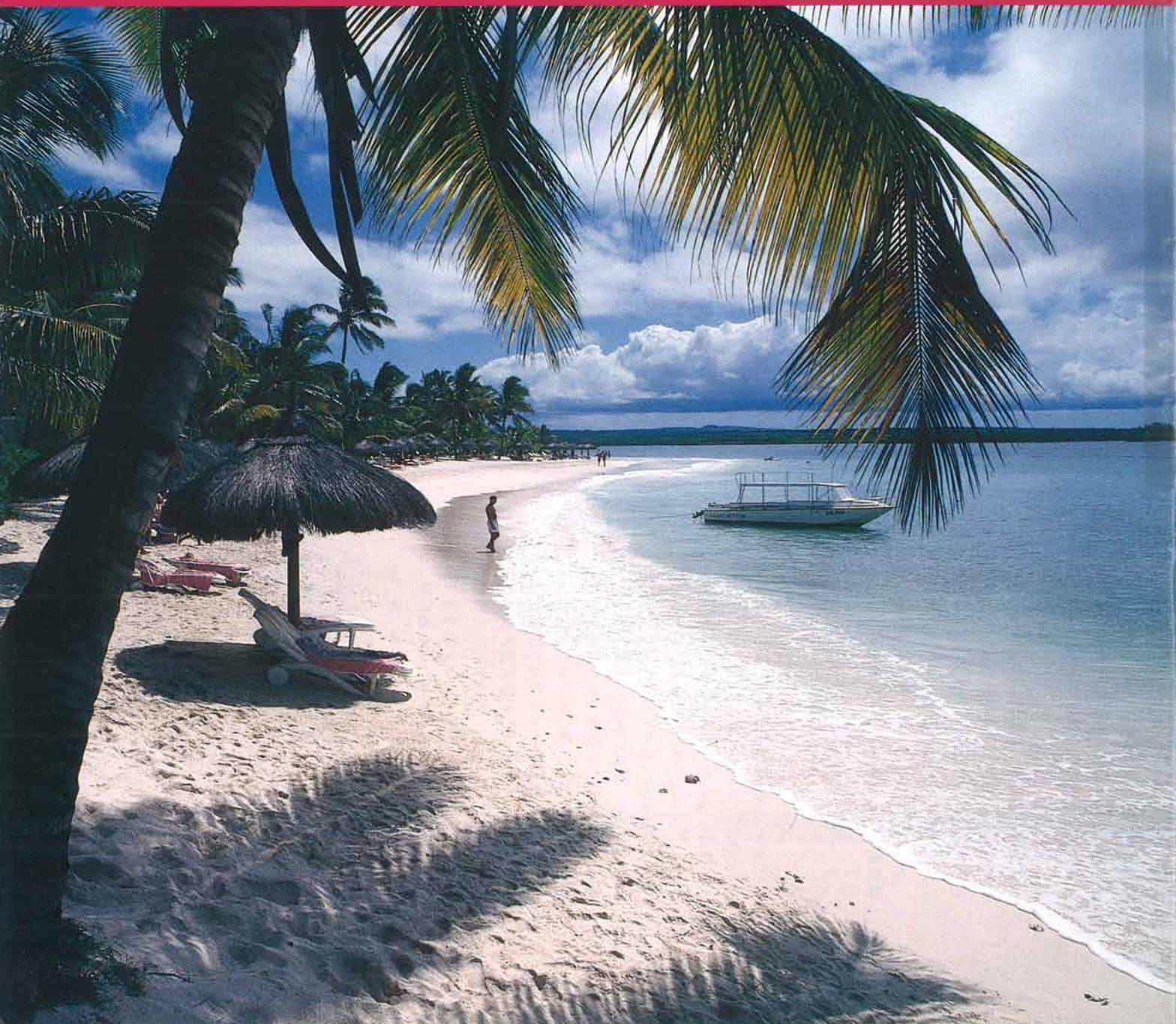


# ヤマハ マリン ニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.93

'93 '94  
12・1  
月号

**特集** 新規需要開拓に確かな手応え  
**春、サンフレンドで海を埋め尽くそう!**



# 190名が参加したフィッシングコンテストに 颯爽と登場。



試乗を兼ねて「第17回日生マリーナ釣大会」に出艇したサンフレンド21。磯釣りの釣り師の前で釣りやすさを誇示した

**21フィート級での価格  
……イケソウですね。**

サンフレンド21について……と質問しかけた途端、川崎商会の川崎琇一専務は「イケソウですね」と間髪を入れず反応。艇体+主機60馬力+法定安全備品で238万円強というセット価格は、これまでの21ftの常識を破るものといえる。

「感覚的には20%ぐらい低い、魅力的な価格設定。加えてスポーティなスタイリングと初心者にも扱い易い21ftというサイズ。これは……実にイイですね」

岡山県東端に位置する日生（ひなせ）は、瀬戸内でもサカナが旨いことで特に有名。川崎商会さんの日生マリーナはその日生の街にほど近い片磯にある。21年前、4〜5隻でスタートした川崎商会さんの保管業務は、釣りのメッカという立地条件にも恵まれて年々拡大し、今では100隻規模に成長した日生に加え、備前には50隻規模のマリーナを開設し、'93年11月からは第3のマリーナ「赤穂御崎」の工事も始まっている。

川崎商会さんにとって、今は特に大事なとき。だからこそ、9月発表のニューモデル、サンフレンド21には大きな期待を寄せている。

**「一隻目にはやむを得ないヨットボート。」**

では、肝心のターゲット像は？ 川崎専務の分析は明快だ。

①「コックピットが広く、大変に釣り易い。走行の方は、オモテが立上らず滑走がいい。アウトドア指向の若い層、四駆の次を探しているアクティブな層には、価格的にもアピールしますね」

②「艇に幅があり安定しています。5、6人乗りでも余裕があります。釣り指向のファミリーボーティングというのも、確実な線でしょう」



*This is it!*



サンフレンド21の幅広いデッキは、非常に釣りやすい。アウトドアのッキング用品を持ち込めば、デッキで楽しいパーティを開くことも可能だ



川崎専務は「期待のモデル、サンフレンド21ですね」。試乗では水上スキー用に、という反応が意外なほど多かったという



年に1回開催される日生マリーナの釣大会は今年で17回目と、ヤマハボートフィッシングコンテストより長い歴史を誇る。今年には65艇190名以上が参加。魚種が豊富なので検査の場は魚市場の雰囲気

## CONTENTS

- 特集 ..... 4  
新規需要開拓に確かな手応え  
「春、サンフレンドで海を埋め尽くそう!」
- 浜を訪ねて ..... 10  
南境港三栄マリン/重村六郎社長
- 当世サービスマン人物図鑑 ..... 12  
呉マリン/大島千代美さん
- 続・マーケティングかんたん講座 ..... 13  
マーケティングは不況のときこそ発達する  
(最終回)
- YAMAHA NOW ..... 14  
イベント、グッズ、他、ヤマハの最新情報
- Wonderful Sea ..... 17  
両手に持った工具を見事に使い分ける、  
蟹ってスゴイ!
- ショップ拝見!! ..... 18  
石川県金沢市 (株)さざなみマリン

③「運動性能と多用途性に注目すれば、水上スキーはもちろん、広いコックピットを使ってキャンピング的に楽しめる。釣りに興味が薄いターゲットに対してはこの線で」と、よどみがない。

しかし、瀬戸内海周辺で実際の商談がいちばん考えられるのは「代替」だと、専務は指摘。「この辺りは、一隻目はごく小型のクラスか中古艇になります。そこで、サンフレンド21のターゲットとして集中的に攻めてみたいのは中古艇やF-17、15、そして小型和船のオーナーですね。2隻目にはサンフレンド21、というのは、お客さまにとっても賢い選択だと思いますから……」

赤穂の市内にある川崎商会さんの展示場では、サンフレンド21をいちばん目立つところに置いている。

「ヤマハさんが、大成功だったタックルのとき以来の強力なマーケティング展開をしていますね。うちも、サンフレンド店」としてそれに乗っていきます。雑誌広告などで店名を露出してくれるのは心強いですよ」

川崎商会さんにとってこの秋冬商戦の軸はサンフレンド21でキマリのようだ。



## 特集

新規需要開拓に確かな手応え

# 春、サンフレンドで 海を埋め尽くそう!

前号でもご紹介した通り、市場活性化の急先鋒サンフレンド21は、その小さな身体に、人を惹き付ける、大きな魅力を秘めている。今回の特集では、そのサンフレンドのターゲットの一つ、ポートライセンススクールの受講生の反応を調査。さらに東京、大阪の両新艇発表会会場でお聞きした、サンフレンドを武器に新規需要の開拓に賭ける販売店の皆さまの意気込みをご紹介します。

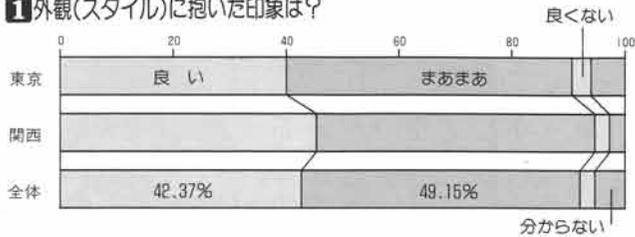
# アンケート調査で ターゲットの実像に迫る!



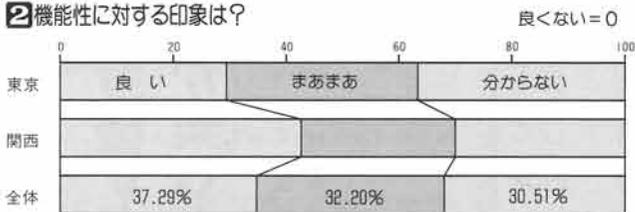
## サンフレンド21に対するイメージ調査

- 調査地／東京、大阪のヤマハボートライセンススクール学科会場
- 調査方法／カタログにアンケート用紙を添付して配布、即日回収
- 解答者内訳／東京25名(平均年齢：35.88歳、内女性1名)  
大阪34名(平均年齢：34.65歳、内女性2名)

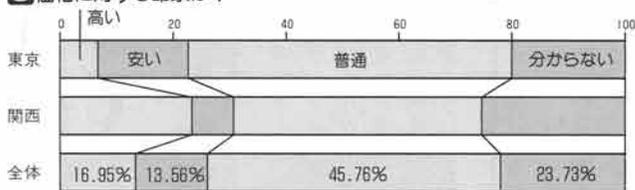
### 1 外観(スタイル)に抱いた印象は?



### 2 機能性に対する印象は?



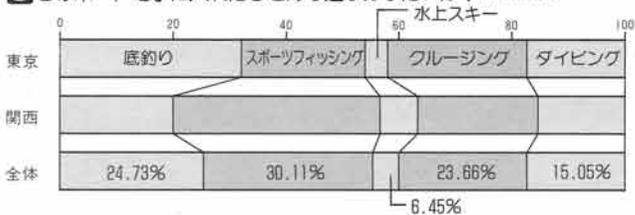
### 3 価格に対する印象は?



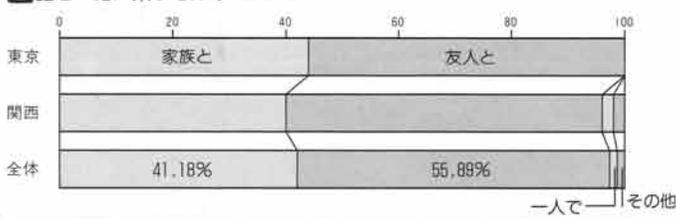
### 4 欲しいと思っているボートのイメージに対しては?



### 5 このボートを手に入れたらどんな遊びがしたいか? (複数回答)



### 6 誰と一緒に楽しむか? (複数回答)



# 果たして免許受講生は、 サンフレンド21をどう見ているのか。

ニューモデルガイドを御覧いただいた方にはお分かりのように、サンフレンド21は、以下のターゲット像を想定して開発されている。

①新規免許取得者、②岸壁から船釣りをみていて船が欲しくなった人、③中古和船等から大型化し、かつプレジャーボートの購入を検討している代替客、④とにかくボートが欲しいが、予算にある程度制限がある、⑤年齢38〜43才くらい。自営業、会社員は半々、⑥9割底釣り、他ライトタックルによるスポーツフィッシング、海水浴等の使用目的を持っている、等々。

この中でも、比較的情報がつかみやすく、

かつ新規客の獲得に結びつけやすい層が、免許の取得者などではないだろうか。

そこで、11月の某日、東京、大阪のヤマハボートライセンススクールの学科会場2か所において、同スクール受講生を対象にアンケート調査を行い、実際に彼らがサンフレンドという商品に対して、どのようなイメージを抱いたかを明らかにしてみた。

各々の調査結果に対する感想は、読者によって異なるかもしれないが、スタイルや機能性に対しては、かなり高い評価が得られた。価格に対する印象でも感触はよく、高いという印象を持った者はわずかに16%強。ボ-

トは高価」という従来のマイナーなイメージを払拭していることが伺える。

特に興味深い結果としては、これから買うとしていたボートにイメージも価格も合致している、という受講生が10人に1人を越える割合でいたこと。予算は合う、逆にイメージはぴったり、と答えた者を含めると80%近くの受講生、言い換えればオーナー予備群に支持されていたことになる。

また使用目的については、スポーツフィッシングにと答えた者が底釣りと答えた者を越えていたこと、さらに、クルージング、ダイビングなど幅広い解答が得られたことも、サンフレンドの可能性を裏づける結果といえるだろう。

サンブル数は合計59。東京、大阪という都市圏のみの結果なので、これが全国各地に共通するデータとは言えないことは承知の上だが、今後のご商売を進めていく上で、ある程度参考にして頂ければと思う。

# 東京で聞いた——「サンフレンド、こうすれば売れるぞ！」



**すでに3隻の契約で自信。  
今後いかに育てていくかが  
が楽しみ。**

(有)平野ボート(横浜市)／山口 広幸さん

神奈川県を中心にマリッジビジネスを展開する(有)平野ボートの営業マン、山口広幸さん(34歳)に、まずはサンフレンドの印象を伺ってみました。

「60馬力の船外機、法定安全備品が付いている価格というは、売りやすいですね。これからマリッジジャーを始める人にはとても受け入れやすいパッケージ商品だと思います」  
サンフレンド21の売り込みについては、どう取り組んでいるのだろうか。

「ボートを見るのも、カタログを手にするのも、店に来て初めてという方や、釣り、水上スキー、ダイビングなどなんでもやってみて、言い換えるとまだ目的がはっきりと見えていないお客さまには、お勧めの商品です」

平野ボートさんでは10月の展示会で、すでにサンフレンドを3隻、契約している。今後、来年2月の東京国際ボートショー、3月下旬の同社の展示会を軸に、いっそうの需要開拓に出る構えだ。

「サンフレンドのお客さまは、船の係留場所、遊び方、そしてマナー、安全まで手とり足とり全て面倒見るといふ付き合いが必要。それだけに、こちらの舵とりもまた重要度が増すわけです。新規ユーザーを、息の長いお客さまに育て、代替需要層に育ててゆくか、マリリンのおもしろさを知る以前に飽きさせてしまいうか、こちらのやり方が影響すると思います。いい方向にいきたいですね」  
山口さんは口元を引き締め言葉を結んだ。



**ゴムボート、  
MJのユーザーに育てて、  
憧れの二艇がほしい。**

アオキボート(東京都世田谷区)／風間 清社長

東京・世田谷区、環状8号線に面したお店でご商売をするアオキボートさん。風間社長は、サンフレンドをどうとらえているのだろうか。

「まずは低価格で実用的といえるでしょう。この価格なら欲しいと思う人はたくさんいる

はず」と期待を寄せる。

風間社長はアオキボートさんのお客さまのなかで、ゴムボートとマリッジボートのユーザーに絞りこんで、サンフレンドへの代替需要を狙う。

「ゴムボートに8馬力の船外機を付けて、主





## イベントで、 オーナー周辺の 見込み客を把みたい。

(有)ダルマ(横浜市)齊藤 国勝社長

に釣りを楽しむグループ、マリッジエットに永く乗って、ボートや釣りに慣れてくるグループがあります。全体で15隻程度ですが次へのステップへアクションを起こしたいところです。価格やデザイン面のほか、遠出できるというメリットをアピールすることでしようか」

サンフレンドという新商品をもってさらに商売拡大を図る風間社長。フィッシャリーナ計画や河川のプレジャー使用など環境整備に今後の力があると言葉をつなぐ。

「サンフレンドは陸置より係留で保管し、手軽に遊ぶ船。保管場所の整備が進めば、都市圏でも販売隻数が伸びるのではないでしょうかと期待を寄せる。

サンフレンド市場では…その1(買った人)

### “Myファーストボートはサンフレンド21”

池上嘉一オーナー(39)／静岡県清水市

静岡県・清水生まれの清水育ち。小さいころから釣りを楽しみ、海はいつも身近にあったという池上さん。念願のマイボートが11月1日に進水した。

「とことんのめりこむタイプ」とご自身が言うほどの凝り性。そんなご主人の性格を知る奥さまの秀美さんは、当初はボート購入に反対だった。それでも息子の鉄兵くん(中2)、娘の絵里香ちゃん(小2)と一緒にボート遊びをするからなどと口説かれ、ついにOKをだしたとか。



「春までにはバッチリ操船を覚えて、ゴールデンウィークからはみんなで釣りやクルージングを」と池上オーナーのプランは膨らむ。

池上さんは今年7月に4級免許を取得、それから200万円程度のボートを探していたところ、清水マリーナの森田貴之さんと出会い、サンフレンド21を勧められた。

「価格も、サイズも、初めてボートを購入するには無理のないところ。すぐに決めて、納艇が待ち遠しかった」

そんな池上さんのマイファーストボート、サンフレンド21は、“ネプチューン1”と命名。

「1は、今後2、3……と船を大きくしていきたい気持ちをこめました」

晴れわたる秋空に、進水式を祝う拍手がひろがった。

23から26フィートのフィッシングボートを中心にご商売をする(有)ダルマさん。店舗前には、FR-26、FR-24、タックル23、そしてサンフレンドの4艇が展示されている。

「走りもまずまず、静止時安定性も良い。釣り人には好評です。展示してあるサンフレンドと価格を見て、お客さまの反応はいい」と、ご商売の手応えを話す齊藤さんだ。

(有)ダルマさんでは、釣り大会、バーベキュー大会、忘年会などのユーザーイベントを積極的にやっている。

「釣り大会は15〜20隻、バーベキューには150名、忘年会には120名程度毎回集まります。こうしたイベントで既存オーナー周辺、

オーナーの友人や兄弟、会社関係の方々、サンフレンドをうまくアピールできたらと考えています」

西は神奈川県・真鶴から相模湾一帯、東は東京湾・羽田まで、長い海岸線のマリジャーに絶好のフィールドが、(有)ダルマさんのビジネスエリア。

「イベントの特長や、ロケーションに合わせて、サンフレンドを使った遊びを見せてゆく。ボートを持つことによる時間やゆとりのひろがりより具体的に伝え、新しい需要をつかみ取れればと思います」とプランを語ってくれた。

# 大阪で聞いた——「サンフレンド、こうすれば売れまっせ！」



(株)JEU-GIA(京都市)／笹井 伸介さん

## 若狭湾という 新フィールドで、フィッシング ファンを刺激する。

琵琶湖をメイン市場として、確固たる実績を築くJEU-GIAさんだが、サンフレンドについては、日本海側、若狭湾で遊ぶ商品として、この冬の戦略を立てている。「FCI-27、UF-25、そしてサンフレンドをメイン商品として、若狭湾においてフィッシングポートを拡販するプロジェクトを作り

ました」

そのプロジェクトリーダーが笹井さん。同社が取った免許受講生を対象にしたアンケート結果によると、興味あるマリンスポーツの第1位はマリッジット、第2位は釣り、この二つに集約されるそうだ。となるとサンフレンドは当然、そのメイン商品として脚光

を浴びることになる。

同社では、サンフレンド発売後、オリジナルのチラシを作った。

「写真、セールスポイント、価格、それと若狭湾のマリーナ情報を載せています。価格は定価に、魚探、航海灯などオプションを組み入れた価格を打ち出しています。プレゼントセールも打ち出しました」

チラシといってもワープロによる印字、カタログから切り抜いた写真を使ったシンプルなもので「(お金が)かかったのは紙代とコピー代だけだった」という。

「この冬の販売目標は10隻。決めたからにはやりませ」と、力強い言葉を発する笹井さん。現在、お客さまへの情報提供のため、仕事の合間を縫って、若狭湾での釣りを実践しているという。



泉ポート(大阪府堺市)／杉生 岩一社長

## 問い合わせ件数の多さに手応え。 その見込み客を 逃さない。

「価格も魅力的だし、商品にも、居住性の良さ、走行時の安定性など、価格以上の魅力があると思います」というのが、泉ポート、杉生社長のサンフレンドに対する評価である。気になるターゲットについては「まずはつりっこ太郎や和船で釣りをしているお客さまからの代替ですね。ここを開拓していきたいです。もう一つがこれからポートフィッシングを始めようとする方。こうした層に対して

誌、釣り雑誌など、幅広いメディアに広告を展開してきたが、商品イメージはかなり浸透していると感じています。実際、電話による問い合わせ件数はかなり多いですし、来店客の反応にも手応えを感じていますよ」と、その効果を認識する。

問い合わせ頂いたお客さまをいかに繋ぎ止め、商談に持ち込むか、これが重要になるのだろう。

もお勧めしやすい商品だと思います」ヤマハでは発売以降この商品について、新たな需要を喚起すべく専門誌やアウトドア

「ライバルとなる他メーカーの商品もありますが、これは商品力で十分に太刀打ちできます。この冬は、サンフレンドがメインにな



## MJユーザーが鍵を握る。 価格訴求と展示 が決め手。

(株)トップノット(神戸市)／白戸 徹社長

サンフレンドのターゲットについて、白戸社長は、これからボートを始めようという新規客はもちろん、マリッジエットの現ユーザーをも候補にあげている。

6年前に脱サラ、資本金300万円でマリッジエットをスタートさせた白戸社長は「ボートを販売していく上で、まずはマリッジエットを入門艇としてお客さまにお勧めし、そのお客さまをボートオーナーにまで育てる」方針を打ち出した。

「マリッジエット販売については決してマニアックな客層に偏ることなく、25才前後の一般的なお客さまを大切にしました」

そのお客さまたちと長くつき合っていくために、艇を保管して、ゲレンデまで運んであげたりするなど独自のシステムを考える工夫も。結果、3〜4年後、海の楽しさを知ったお客さま同士が、FR21、24などのファミリーボートをグループ購入することに。現在マリッジエット、ボートの顧客の割合は前者が6、後者が4というが、将来的には逆転するものと見ている。

りますよ。ターゲット別にポイントを絞って電話やDMをかけるほか、訪問件数を増やすなどしてサンフレンドの拡販を目指します。今、サンフレンドを普及しておくことで、3〜4年後の商売も楽しみになりますしね」

こうした背景から、入門艇としての操船のしやすさ、魅力的な価格を持つサンフレンド

### サンフレンド市場では……その2 これから買う人



詰田 勝計さん(33)

大阪狭山市

大阪の発表会会場で、熱心にサンフレンドを見つめていたお客さまの一人、詰田さんにお話をお聞きした。

ももとはヨットマンである詰田さんがボートを熱心に探していたのは「どうせ買うなら釣りができるボートにしろ」との父親からの強い勧めがあったからだという。

「初めてならこんなボートがいいな、と思っていたイメージにぴったりなんですよね。価格はもちろん、作りもいい意味で小さくまとまっている。運転席とか、後部の座席のあたりとか。デッキも広々としていいですね。スイミングステップは、ついていだけで遊びのイメージが広がってきて、何だかワクワクしてきます」

上々の評価なので、即成約か、と思われたのだが、「希望するオプションをつけたときどれぐらいの価格になるのかが気になるので、もう少し検討します」とのこと。何はともあれ、実際にボート探しを始めて、初めて目が止まったのがこのサンフレンドというから、このボート、黙っていても初心者を引き付けるらしい。

初めてのボートとしてイメージ通りです

は、同社にとって、マリッジエットユーザーに勧めやすい商品の一つといえるわけだ。「価格を訴求しながら展示することがポイントとなりそうですね。それとPPを連れて実際に釣りに行ったり、ソフトを提供しながらの販売活動が決め手になると思います」



# 浜を訪ねて

鳥取県 美保湾

## 安全に操業してもらうよ これが一番嬉しいね

鳥取県境港市●(有)境港三栄マリン／重村六郎社長



境港とは湾を挟んで対岸にある御来屋港では、ハマチが水揚げされていた。重村社長(右)はお客様のお手伝い

「一生懸命、お客さまの要望にお応えする」  
有境港三栄マリン。重村社長(中央)を中心  
にお店を盛りたてる



取材中、多くのお客さまがお店に訪れ、社長と談笑。中央、奥にお座りの森脇正光さんは、5隻めのヤマハ船DY-50で瀬渡しを行っている。「おかげさまでヤマハには稼がせてもらったよ」



## 北

から東の方向にせり出した島根半島が冬の季節風を防ぐ境港は、天然の良港として知られ、古くから物資や人々の交流が盛んな日本海の要港として栄えてきた。山口県出身の重村社長が、この地に(有)境港三栄マリンを創業したのは、昭和56年のこと。以来13年間にわたって、ヤマハの製管船と、自身の持つ技術を地元の漁師さんたちに提供している。地縁、血縁のない境港で、商売を成功させたことについて秘訣を聞いてみると、「仕事で一生懸命やっていたらお客様は自然についてくるものだ」とシンプルだが説得力のあるお答えをいただいた。

「最初の3年は日曜、祭日も関係なく働いたね。夜中も動いていたよ。今は昔に比べるとずいぶん楽になった。エンジンの品質も良くなって、故障も減ったしね」

お店を開いた頃は不景気のおりで、周りの者も笑っていたという。境港を選んだ理由について重村社長は「しつて言えは魚がおいしかったことかな」と笑うが、日本一の水揚げを誇る、活気に満ちた漁港」というのが、今の境港の現実だ。

港には、イワシの巻網船など勇ましい大型漁船の姿が目立つが、小型船による沿岸漁業も負けてはいない。漁法・漁種が多彩で、底曳き、モジャコ漁、タコ壺、フク籠、刺網、掬い網、イカ釣り、一本釣り、サヨリ曳き、潜水漁などの他、遊漁まで、ざっと上げてみてもこれだけの種類がある。

「それだけに売れる商品も多彩なんだね。特に売れ筋というものが無いんだよ。DYシリーズが比較的多いけど、これも29から48、50までと幅広いし、DX、DTシリーズもよく出るよ」



500坪の敷地内に工場と事務所を構える。隣には組合の修理工場がある

## 有境港三栄マリン

- 創業……昭和56年
- 従業員……3名
- 商圏……美保湾を中心に東は鳥取県の赤崎から、西は島根県の恵曇までの地域と隠岐諸島

### 浜の稼ぎ頭はヤマハファン 名和町御来屋港の『加藤丸』(DT-65)

MD1250KUH(600馬力)を載せ快走る『加藤丸』



『加藤丸』のみなさん。ヤマハの漁船、ディーゼルに信頼を寄せている

境港市内の海岸沿い、500坪の敷地内で、サービス工場、事務所、展示場を構える有境港三栄マリンさん。社長以下、2名のサービスマンと経理事務を担当する奥様との4人体制でお店を盛り立てている。業務内容は、船体、エンジンの販売から、艀装、修理など、電装、機械、FRP系のすべてを引き受け、部分的に外注を使って対応しているという。「頼まれたことは全力で一生涯懸命に応えること」(重村社長)。これが同社の成長のポイントだそうだ。

美保湾を挟んで、ちょうど東側の対岸に位置する御来屋港に、この9月、ヤマハマリンディーゼルMD1250KUHを購入、載せ替えたばかり、というお得意様がいらっしやると聞き、重村社長に案内して頂いた。

夜通しの刺網漁を終え、帰港、水揚げしたばかりの『加藤丸』の皆さんにお仕事の合間を縫ってお話をお聞きした。同船に乗り組むのは、加藤雅教さん(67)、ご長男の祥良さん(38)、ご次男で養子に出ている新淳史さん(35)の3人。年間を通してハマチ、タイを追って、刺網漁を行っている。

現在のDT-65は、加藤さんらにとって2隻目のヤマハ船で、平成元年に進水したもの。当初搭載していたMD858がすこぶる好調だったことから、ヤマハのディーゼルエンジンには信頼を置いて下さっている。

「ヤマハから600馬力の新製品が出ると聞いて、カタログも見ないですぐにオーダーを入れていたんです」とは新さん。祥良さんも「858は1日12時間、年間200日の漁で5年に渡って使用したけど、ただの1度もトラブルが無かった」とのこと。もちろんオイル交換を初め、基本的なメンテナンスは怠ることなく、自分たちの手でやってきたそうだ。

鮮度を競う漁だけに船のスピードは欠かせないという加藤さんたちにとって、MD1250KUHは頼もしいパートナーになるに違いない。



湾から入り組んだ運河にある境港の漁港。現在、日本一の水揚量を誇っている



店舗前には多くのレジャーボートが係船されていた



「うした実情は、漁船に限らず、重村社長が大きく関わる艀装という面にも影響してくる。この地域の漁師は時期によって、次々と異なる漁を実践する(5種類はざらだという)からだ、これだけの種類の中から組み合わせとなると、まったく同じパターンで漁を行うお客さまはかなり少ない。

「例え同じ漁をするお客さまがいても、それぞれ得意な漁があつて、その艀装にお金をかけるから、まったく同じ船に同じ艀装というのはほとんど無いよ」

みんなが同じ漁をしていけば、それだけ仕事も単純になり、商品別に営業戦略も立てやすいのだろうが、重村社長は「そう思うこともあるけど、今の方が仕事としては面白い」のだそうだ。

また、この地域の漁師のお客さまは、船1、エンジン1、装備1の割合でお金をかけるといふ。売り上げの面からいっても、艀装は販売活動と同等以上のウェイトを占めていることとは見逃せないだろう。が、

「どうやったら儲かるんだとか、モットーなんてのもあまり考えていないけど、うちで買ってくれたお客さまがそれで儲けてくれて、安全に帰ってきてくれることが何より嬉しいんだよ」と、重村社長は、あくまでお客さまに誠心誠意尽くす、という姿勢を崩さない。

漁業における需要の他、境港では、レジャーにおけるボートの需要も確実に増加しているという。同社でもこれまでにU F1-28、U F1-30など、ディーゼル搭載のフィッシングボートを中心とした販売活動に積極的に取り組んできている。

「係船場所が不足気味なのが悩みの種だけど、魅力ある分野だね」と、重村社長は、新しい市場の活性化に大きな期待を寄せているところだ。

壊れていたものが動き出す。  
 少しでも自分の手が入っていいれば、  
 これほど嬉しいことはない。

華奢な身体に赤いツナギが良く似合う  
 広島美人。アクセサリーの類は仕事中は  
 もちろん普段も余り身につけないとい  
 う。手を見せてもらったが、小さくて、  
 きれいで、いかつい男性サービスマンの  
 手とは明らかに違う。

「高校を卒業するとき、進学するか就  
 職するか迷ったんです。でもこれから進  
 学して、卒業するときには、今以上に就  
 職が難しくなるんじゃないかと思って、  
 それで働くことにしたんです」

それにしてもなぜサービスマンになろ  
 うとしたのだろう。聞けばこれまでマリ  
 ンスポーツとは縁がなかったという。ま  
 た、住まいも黒瀬という、どちらかとい  
 えば山の中の町にある。彼女にとって海  
 は「友達と海水浴に行く程度」のもので  
 あった。

「学校に来る就職案内を見ても女子だ  
 と事務か販売の仕事しかないんです。事  
 務系の仕事には魅力を感じなかったし、  
 スポーツが好きなので、仕事でも身体を  
 動かしていたかったですね。それなら  
 ちよっと変わった仕事をしてみよう」と。  
 父が支配人（呉マリーン／林さん）と知

## 当世サービスマン



## 人物図鑑

①

広島県呉市・呉マリーン  
 大島千代美さん(19)

明治以降、軍港として栄え、終戦後は貿易港、  
 工業の町として発展してきた呉。この歴史ある  
 港町でお店とマリーナを構えるマリンショッ  
 プ・呉マリーンに、今年の春、高校を卒業した  
 ばかりの一人の女がサービスマンとして入社し  
 てきた。その大島千代美さんをご紹介します。

さて、彼女の働きぶりの方はどうだろ  
 う。サービス部門の徳田茂光主任は「最  
 初は慣れない女性の配属に戸惑った」と  
 打ち明けるが、「小さな身体で良く頑張っ  
 ている」。仕事場がきれいになった「など  
 まずは合格点。ただ重たいものを運んだ  
 りという力仕事には限界がある。そこは

り合っていたこともあって、ここのお世

話になることにしたんです」

入社して半年、彼女自身は今の仕事が  
 気に入っているし、家族も応援してくれ  
 ている。でも友達に仕事の話をするとき  
 んなが驚く。

「仕事の楽しさを話しても誰も分から  
 ないみたい。そんなときはとりあえず  
 『でも結構楽しいんだよ』っていいてお  
 きます」

彼女も割り切っていて、

「でも手が細くて小さい分、男の人が  
 届かないところに手が入ったり、役立つ  
 こともあるんです」

と、勝ち気な面を覗かせる。

「今は船底塗料を塗ったり、低馬力の  
 エンジン分解したりといった仕事が多  
 いですね。他の人が1時間でできる仕事  
 を3時間かかったりすることもあるけれ  
 ど、とても楽しいです。最初はなぜエン

ジンが動くのか、そのメカニズムさえ分  
 からなかったんですけど、最近いろんな  
 ことが少しずつですけど分かってきて、  
 ますます楽しくなってきました。先輩も  
 いろいろ教えてくれて、優しいし」  
 ただ、やっぱりストレスはたまるとい  
 い。

「定休日が平日なのが誤算でした。友  
 達と一緒に遊ぶ機会が減って、さみしい  
 です」

日曜日の忙しさも彼女にとって意外だ  
 ったことのひとつだった。ストレスの解  
 消法は買い物だそう。友人と休みが合  
 えば、テニスやボーリングなど、好きな  
 スポーツを楽しむ。そして仕事に戻る。

「仕事をしていて一番充実感を得ると  
 きですか？ そうですね……、壊れてい  
 たものが修理によってまた動き出したと  
 き、かな。まだ何も分からない私ですけ  
 ど、ちよっとでも自分の手が入って直っ  
 たときは、ホントに嬉しいですよ」

ベテランの徳田主任に聞いても、まっ  
 たく同じ答えが返ってきたところを見る  
 と、きつと彼女も立派なサービスマンに  
 なるのではないかと思えてくる。

「溶接でも、船外機の修理でもいい。  
 何かひとつのジャンルで、そのエキスパー  
 トになってくれれば……」そんな徳田  
 主任の期待にも応えてくれるだろう。

十代最後の年、一人前のサービスマン  
 になることを目指し、頑張っている大島  
 さんに、全国のサービスマンに代わって  
 エールを送りたい。

▼マーケティングは不況のときこそ発達する。

**商** 談の最終段階は通常クロージングと言われていて、人によっては売れるかどうかが決する最も重要な段階だと言います。

しかし、それは結果論であり、これまでのアプローチ、説得、抵抗排除などがうまくできていれば、自動的に話はまとまるはず。

ここでは、その日に販売が成立しないで途中で終わる場合と、話を煮つめる（販売を完成させる、つまり売り込む）場合の二つに分けて考えてみましょう。

**ま** ず、話の途中でその日の話を締めくくる場合です。実際には、この場合の方が日常は多いでしょう。

ここで、しなければいけないことは3つあります。

**第** 一は話のまとめです。これまで、商品の良さなどの説明をしてきた場合には、ここでもう一度論点をはっきりさせます。

一度話したから、わかっているはずだと思っても、もう一度確認する必要があります。お客さまに限らず意外と話が通じていないことが

あり、ここでまとめて言えばさらに印象を強くすることができます。

**第** 二には、次の面談の時のための予告をしておくことです。「次はこういうことをお話しします」「〇〇の資料を揃えておきます」などの約束をしておくと、次の時にスムーズに話題に入れます。

**第** 三はお礼です。結果はどうあれ来てもらったこと、電話をもらったことなどに感謝の気持ちを表現します。「ありがとうございました」と言うのが最も基本的な表現です。



**次** に、もう話すべきことは話し終わっているのに、お客さまが迷っていて、どうしても話がまとまらない場合を考えてみましょう。

**高** 額な買い物をするときにはよくあることです。売り手としては、つい焦ってしまって買うか買わないか、つまりイエスかノーかを迫りがちです。しかし、ここでノーといわれてしまうと、その後が続かず、話は終わりになってしまいます。したがって、「ノー」と言わせないことが、ポイントになります。

**こ** のような場合に使われる手法と

して、二者択一法があります。これは、購入するというを前提として「それではAとBのどちらにしましょうか」と話しを進めてしまう方法です。また、推定承諾法というのは契約書等を示した上で、「では、ここにサイン（印）をお願いします」といって差し出す方法です。これらは、答えるのが簡単な質問や要求をして話を進めますが、最悪の場合でも、「買わない」という答えが出にくいような話し方です。これによって、断られる可能性を少なくして相手の出方を見たり、意志決定を早めるこ

とができます。

**こ** れまで、2年間にわたってマーケティングについて説明してきました。マーケティングというものは、大企業が何か特殊なことやお金を使ってする事ではなく、むしろ日常の活動をいかにきめ細かく展開するかを考えることです。様々な先人の知恵を集大成したものといえるでしょう。歴史的に見ても不況で売れない時に発達しています。商売繁盛のためにも、これからもできるだけマーケティングを学んで欲しいと思います。

新発売

ニユースタイル、マルチユーティリティ  
《ステアリングボックスシステム》

ヤマハでは12月より、多くの機能を搭載したニユースタイルの「ステアリングボックスシステム」を発売いたします。ぜひお客さまにお知らせください。

【主な特長】

- 細部の安全性を考慮したソフトなカーブドフォルム
- 機器取り付け時の強度を十分に備えたFRPサンドイッチ構造サーフェス
- デッキスペースを有効に使える内曲取付用



ファインダーグローブ



ステアリングボックス

No.90790-80015 ¥49,000(サイズ/720×800×450)

※写真やオプション品装備状態です。

スラストハッチ

【別売オプション】

- ファインダーグローブ No.90790-80016 ¥14,500
- スラストハッチ No.90790-80017 価格未定
- ウインドシールド450 No.90790-80018 ¥21,000
- ウインドシールド250 No.90790-80019 価格未定
- ウインドシールドフレーム450 No.90790-80020 ¥14,000
- ウインドシールドフレーム250 No.90790-80021 価格未定
- ボックスカバー1 (RH用)No.90790-80023 ¥5,000
- ボックスカバー2 (LH用)No.90790-80024 ¥5,000
- 航海灯マスト No.90790-80022 価格未定



リーニングシートも同時発売!

リーニングシート

No.90790-80028  
¥49,800



※この商品に関する詳細は、マリン用品課までお問い合わせください。

フランジ

- 6インチ魚探の収納が可能なロック付きフラインダーグローブ (オプション)
- 釣り小物類の収納補完に便利なロック付きスラストハッチ (オプション)
- ハッチ裏面のシヨックコードでフラインダーグローブカバーの収納が可能
- 走行中のスプレーを防ぐハイロングウインドシールド (オプション)

告知板

ヤマハマリンアカデミー  
第7期('94年3月まで)の開講スケジュール

マリン業界のプロフェッショナル育成を目的として開講している「マリンアカデミー」第7期の開講スケジュールをお知らせします。  
●お問い合わせは、担当販売会社まで。また、6名以上でのお申し込みは、スケジュール等ご相談に応じます。

講座名	日程
航海講座 I	2/8~11、3/8~11
航海講座 II	12/9~11、3/3~5
ヨット講座 I	12/14~16
ヨット講座 II	12/1~3、2/17~19、3/15~17
エンジン講座 I	1/17~19、3/10~12
エンジン講座 II	12/21~23、1/20~22、2/8~10、3/14~16
スポーツフィッシング講座	12/17~18、2/15~16、3/1~2
債権管理講座 I	1/11~12、2/22~23
債権管理講座 II	1/13~14、2/24~25
経理講座	12/7~8、2/11~12

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及びマリンパーズマン

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

マリンファンのハートに火をつける、  
国際ボートショー開幕間近!

国内外のボート、ヨットを一同に集め、マリンファンを魅了する、国際ボートショーが、今年も東京、大阪の両会場で開催されます。今回で33回目を迎える「東京国際ボートショー」は、'94年2月8日から13日までの6日間、にわたって、東京都中央区の東京国際見本市会場にて開催。一方「第9回大阪国際ボートショー」は、同じく'94年2月の18日から21日までの4日間にわたり、大阪市住之江区のインテックス大阪にて開催されます(いずれも日本船舶工業会主催)。

出展社数は、昨年に比べやや減少する模様ですが、ヤマハでは、昨年同様、海はスポーツ新大陸をテーマとし、特に需要喚起を狙った演出で、ニューモデルを中心に魅力あるボート、ヨットを展示する予定です。

お客さまをお誘いの上、ぜひご来場ください。また、遠方の読者の方も、ボートショーの華やかな話題をお客さまに提供するなどして、ビジネスチャンスをお作りください。



## 秋風吹く中…… ディングレーレースのビッグイベント

ヤマハセイリング協会の活動の中でも最も注目される、年に一度のビッグイベント「ヤマハヨットウィーク」並びに「全日本シーホッパ級ヨット選手権大会」が、10月14日から17日までの4日間にわたり、三重県津市の伊勢湾海洋スポーツセンターにて開催されました。

ともに今年で19回目となった両大会には、総勢104名がエントリー。それぞれの種目において熱戦を繰り広げたほか、全国各地か



ら集まったメンバーとの親交を深めていました。なお、注目のシーホッパ級レースは、高松フリーストの九富潤一郎選手が、初優勝を遂げています。

同じく10月の8日から12日には、愛知県蒲郡市の海陽ヨットハーバーにおいて、「全日本女子シーホッパ級SRヨット選手権大会」及び「全日本少年少女シーホッパ級SRヨット選手権大会」が、来年同地で開催される国体のリハーサル大会として盛大に開催されました。こちらの大会には、合わせて63名のセイラーが参加。国体の本番を思わせる熱戦が繰り広げられました。

## Y262が採用された 今年のニッポンカップ

内外の一流マッチレーサーを集めて行われる「ニッポンカップ国際ヨットマッチレース」が、11月16日から21日までの6日間にわたり、今年も神奈川県葉山マリーナをベースに開催されました。

国内で行われる数少ない賞金レースとしても知られているニッポンカップですが、今年の賞金総額は500万円。招待選手もフランスのマーク・バジヨ、オーストラリアのピーター・ギルモアなど、世界のマッチレースシーンをリードする豪華な顔ぶれが揃いました。そして、使用艇は、今年もヤマハ。昨年までのYAMAH A34に代わり、YAMAH A26 II Sが使用され、その俊敏性のある足の速さが、今大会の各マッチにおいて見せ場を作っていました。なお、優勝を飾ったのはピーター・ギルモア。また、日本の代表として参加したロバート・フライと南波誠はそれぞれ4位、8位という成績でした。



これからボートフィッシングを、と漠然とお考えの皆さまにお渡ししたい

## 『海はスポーツ新大陸』 ボートフィッシング編

これからボート、ボートフィッシングをというマリナーファンに向けて、マリナブレイの魅力を取りやすく、楽しいイラストで紹介する、新しいツールが完成いたしました。マリナブレイと自然との共生をベースに、アウトドアとしてのボートライフとボートフィッシングの魅力を多角的に展開。イラストは、キャプテンズワールドでおなじみの高橋唯美氏。初めてのお客さまにお渡ししたり、ジョイフルキャンペーンのプレミアムとしてお渡しするなど、ぜひ活用ください。

● A4 / 16ページ / 全4色 (¥40)  
※詳細は担当セールスマンまでお問い合わせください。

ハウツーから航法までを分かりやすく解説

## 『水上オートバイの基礎知識』

▼Q&A水上オートバイの航法▼  
▼安全指導(取締り)の手引き▼



若年層を中心に飛躍的な人気を見せ、マリンスポーツの魅力がより広めた感のあるパーソナルウォータークラフト。今後、今以上に魅力あるマリンスポーツとしてこのパーソナルウォータークラフト市場を発展させていくためには、ユーザーへの安全指導、啓蒙も課題の一つといえるのではないのでしょうか。

本書は、パーソナルウォータークラフトを操船する上で必要な航法、条例等を分かりやすく解説、また、安全指導法など事故防止策についての解説を掲載。マリナジェットの販売に携わる方に、一読をお勧めします。

著者の細谷芳明は、平成2年より警察庁で水上警察を担当、PW安全協会の育成・活動支援といった活動を通して、事故防止策に尽力された方です。

●発行・発売 / 近代警察社  
☎03(3319)0180

## マイボートドレスアップコンクール 入選者のお知らせ

●ベストドレスアップ賞  
小菅政夫様(宮城県仙台市) / FRI25  
●ベストイメチェン賞  
京極博様(香川県三豊郡) / PC130 III  
たくさんのご応募ありがとうございました。

TOPICS

'95アメリカズカップに向け、NACACがユーボートを建造

来たる95年に開催されるアメリカズカップへの参戦を表明、準備を進めている「ニッポンチャレンジアメリカズカップ1995」では、このほど同シンジケートの1号艇となる「J-X」の建造に着手。11月12日にはその起工式が行われ、名譽あるカップの争奪に向け、また一歩前進しました。

このニューボートは、前回と同様、ヤマハの新居工場で建造するのですが、前大会で見せた高いポテンシャルのさらに上を行くボートの完成が見込まれ、ヨットファン、関係者の注目を集めています。



ニッポンヨットクラブのクラブハウスが横浜にオープン

NCAのエントリークラブとなる「ニッポンヨットクラブ(木村太郎会長)」は、このほど神奈川県横浜市新山下埠頭にクラブハウスをオープンしました。

倉庫を改造して作られたこのクラブハウスには、アメリカズカップを飾るための台座がすでに用意され、同クラブの意気込みが感じ



られます。また、目の前の棧橋には12メートル級のヨットが係留されており、これから横浜の新名所としても注目を集めそうです。

延べ18万人が来場した『東京モーターショー』



の関心の高さを示していました。

ヤマハでは、合計44機種、51台のモーターサイクルを出展、「感動のフィールドへ」をテーマに掲げ、個々のモデルが持つ魅力、イメージ、世界観をよりストレートに表現し、来場者の関心に応えました。

中でも、参考商品として出展された新開発XJR1200は注目の的で、多くの来場者から絶賛されていました。

10月23日から11月5日までの2週間にわたり、千葉県幕張メッセで開催された「東京モーターショー」。今年も例年通りの盛況ぶり

で、延べ181万人もの人々が来場し、モーターショーへ



「Jリーグがますますおもしろくなる！  
頑張れ、ヤマハFCC『ジュビロ磐田』」

WORLD of YAMAHA

元日本代表、鉄壁の守備を誇るキャプテンの森下申一。次期日本代表の呼び声が高いミッドフィルダー、吉田裕幸。元オランダ代表、切れ味抜群のドリブルと絶妙なスルーパスが得意なファンブルグ。そして、カタールを熱くした、日本が誇るミッドフィルダーの吉田光範。ゴールへの執念は日本一、多くの日本人に感動を与えてくれたゴンこと中山雅史など。

このすばらしいメンバーで構成された、魅力あふれるフットボールクラブ「ジュビロ磐田」が、遂にJリーグ入りを果たしました。来年3月の開幕が大いに楽しみなどころですが、まずは、目前に迫った天皇杯での活躍にご注目を。Jリーグ時代をさらに上まわる、すばらしいサッカーを見せてくれるはず。ヤマハマリンと同様、「ジュビロ磐田」の活躍に二期待ください。



YAMAHA ON and OFF

- 12月11日(土) / マリン編  
「FJ級ワールドチャンプ/高木・浅利組」
- 12月18日(土) / MC編  
「全国行脚のブルースツーリング/知念良吉さん」
- 12月25日(土) / マリン編  
「はいむるぶしで夏を満喫」

※一部内容が変更となる場合があります。  
※一部地域では放送日が異なります。  
テレビ東京、テレビ北海道、テレビ大阪、テレビ愛知、テレビせとうち、ティー・エックス・エヌ九州/毎週土曜日18時30分から18時45分。静岡放送/毎週日曜日10時45分から11時。東北放送/毎週木曜日24時40分から24時55分。テレビ新広島/毎週木曜日24時40分から24時55分。

海で、マリーナで、ショップで、お客さまに教えてあげたい、海のうんちく。



## 両手に持った工具を見事に使い分け、 蟹ってスゴイ!

突然ですが、師走には鍋です。仕事を終えて冷えきった体を引きずって自宅に帰ると鍋から湯気が立ち上っているなんて、考えただけでも、おなか鳴り出します。この時期にはパーティや忘年会が続いてお客さまと鍋を囲む機会多いかと思えます。鍋の中身の代表格と言えば、なんといってもカニ。鍋に付き物のお酒の話はちょっと横に置いておき、カニのハサミを観察して見ましょう。

良く目立ったカニの特徴はどの種類でも10本ある脚の一番前の一組が必ずハサミになっていることです。この特徴がカニをカニらしくしています。よく似ているタラバガニたちは厳密にはカニではなくヤドカリの仲間ですがここでは差別しないで話を進めましょう。どちらも美味しいのですから……。

まず一匹のカニの左右のハサミを較べて見ましょう。ほとんどの種類のカニでは片方が太くがっしりしてもう一方のハサミはほっそりしています。頑丈なほうのハサミでは貝殻やエビ・カニの甲羅を割り、もう一方のほっそりしているけれど鋭いハサミで肉を切り取ります。ハサミの内側に並ぶギザギザの歯も、細いハサミの方は薄く鋭く、太いハサミでは厚く鈍く頑丈になっています。左右での役割分担です。ヒトの歯の犬歯と臼歯に似ているでしょうか。

ボートのメンテナンスでも電気系とエンジ

ン系では工具が違うように、カニも種類ごと食べる物や食べ方が違うとそれに適した道具を使います。道具と言ってもハサミだけですからその形・大きさを進化させて自分の暮らしぶりに合ったものになっています。メンテでは素人はありきたりの、専門家は特殊な工具を使うように、食生活が特殊化したカニではハサミの形もとても変わっています。例を挙げてみましょう。

カラッパと言うカニは浅い海底の砂の中に潜っていますが、餌が近づくと飛び出して襲います。両方のハサミ脚は顔全体をピッタリと覆い、砂が口や鰓に入らないようにしています。右のハサミは缶切りの形になっています。左のハサミでクルクルと回しながら右のハサミで巻貝の殻をバリバリと壊して中に住むヤドカリを食べてしまいます。カラッパは食用にしないのでお目にかかる機会は少ないかも知れませんが水族館で見れるでしょう。

同じ種類のカニでも幼老で、雄と雌でも違います。多くの場合十分に成長した雄のハサミは、外見上の雄の特徴として雌よりも大きくなります。駿河湾特産のタカアシガニは大きく成長した雄のハサミ脚をひろげると、3メートルを超えるほど巨大になります。雄と雌で極端に体の大きさの違いがありますが、左右ではほとんどハサミの形

と大きさが変わりません。海底に散在する小型の生き物を拾うようにして食べる食性のため比較的単純な形のハサミでも用が足りているのです。

見方を変えればハサミの形・大きさからどんな食生活や行動をしているカニかおおよそ見当がつかます。

ボートを整備するときにも、工具箱の中身を見てカニの気持ちになって、両手に工具を持ってみると面白いでしょう。固定・押さえる工具と加工する工具、挟む工具と切る工具、といったように仕事の内容によって、自然と選び出す工具が違うのに気が付きませんか。人間の手は自由度が大きくてなんでもこなせるけれど、どれも中途半端にしか出来ません。工夫してそれぞれの仕事に合った道具を作り出してきました。カニはハサミの形状を進化させて目的にあった機能を獲得してきたのです。

ずいぶん昔に、お土産にカニを買って帰ったことがありました。お酒好きのお爺さんに「カニを食べるのに忙しくて酒が飲めねえだよ」と叱られてしまったことをいまだに思い出します。カニを食べている最中には、はつきり言って余裕はないでしょうけれど、お腹がくちくなってきたらこんな事が書いてあったことを思い出して、カニのハサミを眺めてみてください。

株さざなみマリンのスタッフは畑社長、奥さまのすみ江さん、ご長男・孝到さん、ご長女のさおりさん(右から)。そして第2マリンの責任者細井孝次さんの計5名



直線と曲線がうまく使われ、全体にひろびろとした印象がある。マリンジェットはガラス越しに外からも見える

**規模**  
 (株)さざなみマリンは、第1、2マリーナを所有しているので、この新店舗は、マリンショップ、と位置づけている。200坪の土地に60坪の建物。1階がショールーム。事務所、サービス工場、2階が商談ルームとなっている。3階は孝到さんの部屋。



2F



## SHOP 拝見!!

石川県金沢市

### 株さざなみマリン

**背景**  
 日本三名園のひとつ兼六園、伝統の加賀友禅や九谷焼などでも知られる、加賀百万石の城下町、金沢。  
 今回は、金沢で2つのマリーナをベースにご商売を続けてきた(株)さざなみマリンさんの三番目の拠点となる新店舗を拝見した。

昭和50年、もともと同社のご商売は、市の中心地からクルマで約20分の大野川河岸からスタートした。昭和52年に第1マリーナ、60年に第2マリーナを増設、合計約60隻のボートを保管している。

なければなりません。この新店舗は、将来の商売の基礎づくりなんです」  
 畑孝博社長のプランの中心にあるのは、ご長男、孝到さん(25)だ。3年間、ヤマハ発動機に勤務した孝到さんが、昨年4月から(株)さざなみマリンに戻り、父、孝博さんの仕事をサポートしている。

「創業当時からのお客さまや、商売の方は私がフォローしますが、第1マリーナでのサービスは息子が中心だし、オーナーとの接触も多い。これからは息子たちが次の時代を創ってゆくから、それにふさわしい受け皿が必要で。地理的にちよつと分かりにくい大野川の店では不足だと考えたんです」

### 環境

金沢駅からクルマで5分、片側二車線の目抜き通り沿いに、今年2月にオープンした(株)さざなみマリンの新店舗がある。道路を挟んで店の向かいには県の合同庁舎、近くには県庁が移転してくる予定もある。将来、市の中心となる地域だ。

「庁舎に入居する人たちがフラットと立ち寄ることもあります。何より知名度アップがありがたいですね。それにこの近辺には以前から大きな釣り道具屋が3店あって、そこのお客さまも、ついでに来店するということがあります」  
 新店舗の土地は、代々、畑家の所有地だったもので、小型船舶船検査機構も1km圏内にあるなど環境変化によって商売には好立地となった。

### 効果

「これまではオーナーの紹介程度でしたが、ボート免許を申し込みに来る新規のお客さまも増えていきます」とはショップを担当するご長女のさおりさん(23)

「これまでのオーナーの方々オイルや部品などを購入するのにも便利。飛び込みで商談に結びつくケースはまだ稀ですが、今後、知名度が上がるに従って、用品や本体の売り上げにも結びついてゆくと期待しています」  
 2月のオープンからの実績はまだ整理されていないとのことだが、手応えは確実にあるようだ。

入口を入って正面にある受付カウンターとショーケース。カウンターもカーブを活かしてソフトな雰囲気だ。壁のマーリンがムードづくりに一役



カウンター左のケース。部品、用品がきれいに並んでいる



入口を入ってすぐ左の陳列。小さなステージを造ってアウトドアライフのイメージづくりをしている



右奥の商談コーナー。大きなガラス窓から陽光がたっぷり



2階の商談室



- 創 業 昭和50年
- 社 員 5名
- 年 商 2億(92年10月) '93年9月)
- 主力商品 F G 33・36・39
- 新店舗 敷地面積/200坪  
建物/180坪(3階合計)  
展示場/140坪



株さざなみマリンの第2マリーナ



HOT EYE

過酷にて最長の第2レグ  
〈YAMAHA〉の巻き返しに期待大!



第6回ホイットブレッド世界一周レースの第2レグが、去る11月13日の正午、ウルクアイのブンタ・デル・エステをスタートしました。同レグは、偏西風が吹き荒れる40度帯、氷山の浮く50度帯をフリーで走る、もっとも過酷なコースです。また、フィニッシュとなるオーストラリアのフリーマントルまでは、7,614マイルと、今大会のレグの中では最も長いものとなります。第1レグでは健闘空しく3位に甘んじた〈YAMAHA〉でしたが、24時間の最長帆走距離、343.6マイルを記録し、「オメガ24時間チャレンジ賞」を獲得するなど底力を見せつける場面も。経験豊富なロス・フィールド艇長は、この過酷な第2レグで巻き返しを図ります。スタート前も「まあ、見ていてくれ」と余裕の表情で語っていたあたり、期待が持てそうです。また、日本人としてただ一人〈YAMAHA〉に乗り込んでいる小松一憲選手も「このレグを走らなければ、ホイットブレッドに出たことにならない」と意気込みを持ってスタートしています。〈YAMAHA〉の追い上げにご注目を……。

24時間に343.6マイルの帆走記録を出した〈YAMAHA〉。ブンタ・デル・エステ停泊中は、その証となるブラッグが艇上になびいた



「大西洋は日本近海よりも楽だった」と小松選手。今後も活躍が楽しみだ



第1レグのベストクルー賞に  
〈YAMAHA〉のジョーイ・アレン

〈YAMAHA〉のパウマン、ジョーイ・アレンが、第1レグのベストクルー賞「オメガ・アウトスタンディング・アチーブメント・アワード」を受賞しました。この賞は各レグにおいて顕著な活躍を見せたクルー1名に与えられるもの。今回は突風の中でとっさにナイフでスピニングシートを切断し、マストが倒れるのを防いだもので、そのファインプレーが受賞の対象となりました。

ご活用ください

キャプテンズワールド

『ホイットブレッド特集号』

記念すべき、ホイットブレッドへの初挑戦を特集したキャプテンズワールドの特別号を発行しました。ヤマハの挑戦意義や、ホイットブレッドレースのさまざまな情報を満載した内容です。お客さまとの話題作りなど、ご商売にもお役立て頂けます。

●A4 / 20ページ / ¥150

