

ヤマハ マリン ニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.99

'94 '95
12・1
月号

特集／'94年を総括、'95年へ飛躍。

繁盛店のここだけの話—Part2



ヤマハのディーゼル・フィッシングボート・ラインナップ

その他の主なディーゼル・スタンドライブ・モデル

UF-28

自社製ディーゼルは信頼度も抜群。ウォークアラウンドで使いやすい。釣りやすさもピカイチ



●全長：8.40m ●全幅：2.70m ●最大馬力：187PS ●航行区域：限定沿海 ●定員：8名

FC-27

アウトリガーの機装にも対応するオールラウンドなフィッシングボート。FR船外機モデルの代替えにぴったり



●全長：8.95m (ハウスブリット含む) ●全幅：2.93m ●最大馬力：240PS ●航行区域：限定沿海 ●定員：10名

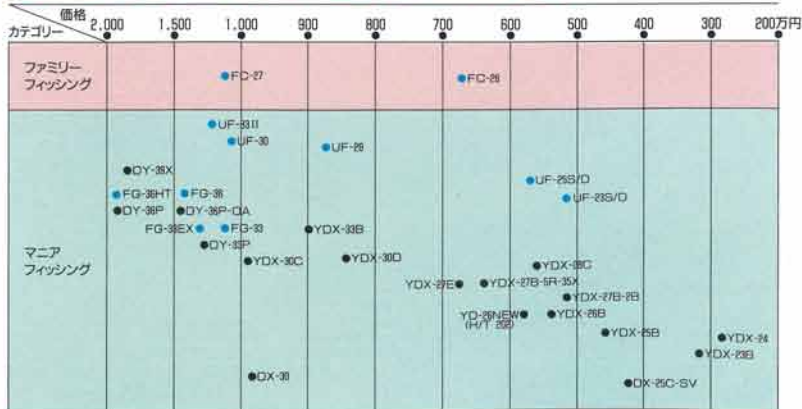
FC-26

画期的なセミウォークアラウンドを採用。クローズドメインキャビンが嬉しい26フィート



●全長：8.29m (ハウスブリット含む) ●全幅：2.50m ●最大馬力：165PS ●航行区域：限定沿海 ●定員：10名

マニアに、ファミリーに、そして漁船タイプまで
充実したラインナップのディーゼル・フィッシングボート



CONTENTS

- 特集 5
'94年を総括、'95年へ飛躍。
「繁盛店のここだけの話 - Part 2」
- 浜を訪ねて 10
長崎県北松浦郡 / 福岡モーターズ
- SERVICE 12
当世サービスマン人物図鑑 / マップス
サービスA・B・C
- YAMAHA NOW 14
イベント、グッズ、他、ヤマハマリン最新情報
- SPECIAL TOPICS 17
刻々と迫る、チャレンジャーシリーズ
ニッポンチャレンジは今...
- マリンショップ見聞録 18
福岡県遠賀郡 / 株式会社ハーバー芦屋

This is it! ディーゼル・フィッシングボートが

タックル25S/Dの新発売でますます充実する

タックル **Tackle-23 S/D**

日本のフィッシングボート市場における歴史的な名艇<タックル23>のディーゼル・スタンドライブモデル。低燃費、しかも行動半径が広がり、フィッシングニーズに確実に応えることのできるニューモデルです。

主要セールスポイント

- ノンスリップ加工を施したワイドなパウデッキ
- スターンデッキは釣りやすさを追求し、ワイドでフラット。もちろん大型イケスを装備
- ハードトップ両サイドの通路は十分な広さ。デッキ間の移動をスムーズに
- 仮眠用として物入れとして十分なスペースを持つセンターカディはトイレ(携帯)の設置も可能
- 低燃費、高出力の高性能ディーゼルエンジンAQ31(130PS)を搭載
- チルトアップ角度55°のSXドライブを採用し、プロペラメンテナンスを容易に、浜座りも可能に

気になるライバル艇は

Y社のFX-24Zがほぼ同スケールのディーゼル仕様モデル。ただし最大馬力90PSに対し、タックルは130PS。それにとめないスピード性能はタックルが約5ノット上回る。価格の差はこの性能差で十分に納得させることができるはず。

これ以上のフィッシングボートが他にあるだろうか? マニアを納得させる釣り性能と走行性能、それに拡張性が加わった強み満載。



●全長: 7.11m ●全幅: 2.40m ●最大馬力: 130PS ●航行区域: 限定沿海 ●定員: 10名

タックル **Tackle-25 S/D**

<タックル23>のスケールアップモデル。抜群の釣り機能、走行性能はタックルシリーズならではの、船外機艇ユーザーの代替えに最適です。23S/Dと同様AQ31を搭載。

主要セールスポイント

- ワイドなパウデッキは釣りスペースとして十分。オプションでバウスプリットが用意されている
- ワイドでフラットなスターンデッキ。ウィンドラス等の継装を考慮し、各所に補強が施されている
- フロントガラスのカーブを生かしたボリューム感のあるハードトップ。ワイパーとウインドウウォッシャーを標準装備

気になるライバル艇は

Y社のFX-26Zの全長8.35mに対してタックル25は7.58m。最大馬力は140PSに対し、130PSと小さめだが、タックルの場合、船型とマッチングが絶妙でスピード性能はほとんど遜色ない。もちろん価格はタックルの方が買いやすく、その差は約80万。ちなみに定員は26Zの10名に対してタックルは12名。

決して大型化にこだわらないユーザーにとって、2隻め3隻めに最適なフィッシングボートとは……。船外機ユーザーにすすめたい商品。



●全長: 7.58m ●全幅: 2.61m ●最大馬力: 130PS ●航行区域: 限定沿海 ●定員: 12名

This is it!

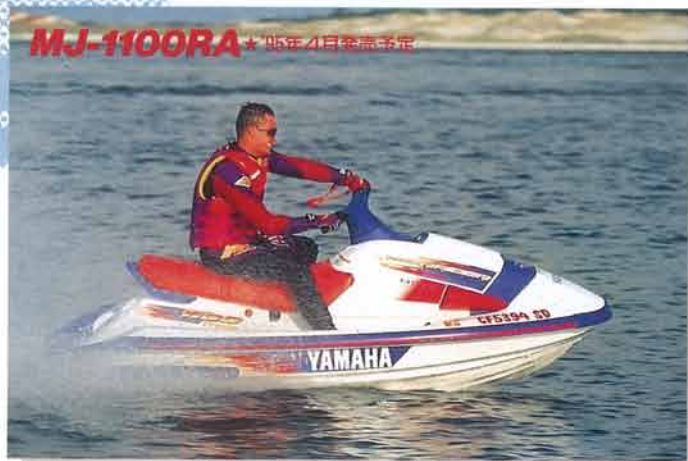
強力商品の投入で 来季のMJラインナップは ますます面白くなる!



このほどヤマハではマリンジェットの来季向けニューモデルとして、3人乗りの大型モデル『MJ-700VN』とハイパワーのタンデムスポーツモデル『MJ-1100RA』の二機種を発表しました。発売はVNが'95年の6月、RAが4月を予定。話題作りに十分な期間を設定していますので、ぜひこのオフシーズンを利用して、幅広くお客さまにお知らせください。
(2月のポートショーにて出品予定)

大出力の新エンジンを搭載、抜群のパフォーマンスとレスポンスでMJランの新たな領域に踏み込む。

長距離クルーズも快適、ファミリー需要に安定性の良さと大型サイズで応えます。



■大排気量の新型エンジンで余裕の走行

MJ用として新開発された新型エンジンを搭載。2ストローク直列3気筒、排気量1051cc、最大出力106psは現行のPWとしては最大クラス。高性能に加え、あらゆる回転域でレスポンスの良い加速が得られ、ライダーの意志に的確に反応します。

■安定性、旋回性にすぐれた船型を採用

ダブルチャイン、ステップ付きのV型ハルは静止時の安定性を向上させ、最高速でもしっかりと水をつかみ、波のある海面や旋回時においても安定した操作性を維持します。またスロットルをひねるだけでジェットノズルの上下方向を変えるクイックシフトトリムシステムを採用し、走行姿勢をそれぞれの海況にフィットさせることが可能です。

<主要諸元> ●全長：2.86m ●全幅：1.12m ●全高：0.97m ●重量：235kg ●エンジン：3気筒/1051cc ●最大馬力：106ps ●燃料タンク容量：50.0ℓ (リザーブ8.8ℓ含む) ●定員：2名

■大型かつ操作性にすぐれたハルを新開発

体格の良い大人が3人乗っても余裕のサイズ。最大出力76馬力のエンジンを搭載し、パワーも十分です。ハルは新開発のダブルチャインV型を採用。あらゆる速度で安定した操縦性を発揮すると共に、凌波性にもすぐれています。

■ロングツーリングにも余裕の装備

すぐれた凌波性に加え、二重パッド構造のシートなど長時間乗っていても疲れさせない工夫も。また、大型の燃料タンク、約40ℓのクーラーボックス、55ℓの収納ボックスなど、マリンジェットとは思えない、ミニマムボートとしての機能も合わせ持っています。そのため家族で快適なロングツーリングを楽しむことができます。

<主要諸元> ●全長：3.15m ●全幅：1.25m ●全高：1.00m ●重量：240kg ●エンジン：2気筒/701cc ●最大馬力：76ps ●燃料タンク容量：50.0ℓ (リザーブ8.8ℓ含む) ●定員：3名

ニューカラーの採用で
ラインナップも一新



MJ-700RA (ニューカラー追加)



MJ-700FX (現行)



MJ-700SJ (現行)



MJ-700TZ (カラー変更)



MJ-700TL (カラー変更)

特集／'94年を総括、'95年へ飛躍。

繁盛店のここだけの話—Part2

タイムリーなニューモデルが続々と発表され、ポートショーも目前に控えた初冬は、一年のうちでもマリンビジネスに携わるものにとって最も意欲の沸く時期かもしれない。今回の「繁盛店のここだけの話」ではそんな意欲的な販売店さんに'94年度のマリンビジネスを振り返っていただくとともに、来季にかける意気込みと戦略について語っていただいた。

目標達成のためのプランを確実に実行 それが前年比130%の伸長率へ

岡山市 (株)岡山マリンポートセンター

岡山マリンポートセンターは岡山市内に本社を置くマリンプラザである。スタッフは社長以下25名、本社に営業7名、事務3名、倉敷市にある児島支店に営業3名とサービスマン1名、事務1名、岡山市の宮浦マリーナに支配人とサービスマン10名という体制で、積極的な販売を展開しているが、特に'94年度は全国でもトップクラスの売り上げを築くとともに、前年比130%という飛躍的な伸長を実現させた。ここではまず、同社の武田泰栄社長にこの一年間を振り返っていただいた。

セールスマン個々のレベルアップで 売り上げを強化

今年のヤマハマリンビジネスのスローガンであった「売り上げ強化による経営基盤の確立」と「目指せ、お客様満足度No.1」。岡山マリンポートセンターの武田社長は、今年度の初頭、このスローガンを具体化し、前年比130%の売り上げ目標を設定、その達成のためのプ

ランを社員と確認し合った。

「そのプランを確実に実行できたことが伸長の要因です。確かに不況が続き厳しい時ですが、それは他社も同じ。だからこそ攻撃に出れば成果は上がります」

(武田社長)

そこで、そのプランとはどのような内容だったのか、そしてどのように実践してきたかをご紹介します。

まず同社が第一に上げたのが「セールスマンのレベルアップ」。具体的には商品知識の取得と情報収集の管理、そしてセールスマン一人当たりの訪問件数のノルマ設定という事項であった。

商品知識については毎月一回、社内では応酬話講習会を行ってきたという。

「自社商品を知ることはもちろんですが、展示会に赴いたり、カタログや雑誌などを研究して、特に他社の製品について知るよう努めてきました。そうすることでお客さまにヤマハ商品をすすめる上

で説得力が出てきます」

情報収集については顧客の他、来店客から得たアンケートや免許受講生のリストを基にPPを割り出し、さらにそれを細分化。そうしてターゲットを絞ったところでセールスマン一人当たり1か月のべ100名との商談を実践してきた。

「1日6件の訪問を15日、さらに店頭当番が1週間続いているんですがそこで15件。基本的には来店客を待つのではなく常に攻撃に出るというスタンスです。またセールスマンにそれを意識つける意味で訪問



●前年比130%の伸長を果たした岡山マリンポートセンターの武田社長。来期もSF-40を初めSクラスポートへの代替えを積極的に進めていく構えだ



●日中、店頭には当番制の営業スタッフと事務スタッフのみが残り、他は全員が営業に出ている

結果表を記入します。いつ、どこで、どんな内容の商談をしてきたかを記入するようにしてきました」

「営業が安心してセールスできる環境作りを推進」

社員一人当たりのノルマも設定しているが、武田社長自身も社内では一番多いノルマを持っている。そして、セールスに関しては「例え他社と競合しようが私が同行すれば必ず契約することができるといふ絶対的な自信を持っている。

商談の回数は4回を目安に、1回ごとの期間を開けないようにすることがポイントで、1か月も開けたらダメ、というのが武田社長のセールスの心構えだ。また先述したようにヤマハ商品の優位性を

うたうことはもちろんだが、言葉づかいや態度でいかに岡山マリンをイメージアップさせるかも重要。マリーナ、そして万全なサービス体制など具体的なメリックも打ち出す、という。

もともと同社では、すべての営業車に搭載した無線とポケットベルをフル活用して顧客に対しての迅速な対応を心がけてきている。また、5000坪の敷地を有するマリーナを4年前にオープンさせ保管場所も確保。施設も年々充実させ、救助艇も2隻保有、いざという時に備えている。「セールスマンが安心して、自信を持って営業に当たることのできる環境を作る必要がある」という武田社長の考え方の結果といえよう。

そして特にこの一年間は「セールスマ

ンのレベルアップ」と並んで「サービス部門の強化」を課題として取り組んできた。

「人員の増強とサービス部門の組織を見直したことで、仕事のロスが減らし、一人当たりの仕事を均一化してきました」

技術力のレベルアップも推進。「セールスマン全員がヤマハのA級の資格を取りました。また、セールスマンについてはすでにC級の資格を持っていたが、さらにレベルアップを」とい

ことで、B級にチャレンジさせました。セールスマンといえどもお客さまから何か聞かれた時即答できるくらいの知識は必要ですから。毎週木曜日の夕方、サービス、営業が全員参加して勉強会を行ってきました」

新艇発表後、即展示会を開催、DM間で成約、DM含め約1億の商談

3番目に上げたプランは「催事計画」で、既存ユーザーを活性化させ、代替意欲の促進を図るイベントとして年に2回のトロリング大会を実施。また土佐ビルフィッシュトーナメントに参加するなどして、A・Sグループのオーナーを刺激してきた。またA・Cグループのオーナーを対象にクルージングや年4回の釣り大会を実施している。

さらに月1回のボート免許教室、年に2回の海上特殊無線技師免許の講習会を開催、合わせて4回の展示試乗会を開催し、新規客との接点を生み出すことに成功した。

こうしてお話をお聞きしていると、多くの販売店でも同様の作業をしていることに気づくが、同社の場合はすべての作業において確固たる目的意識を持っている。

飛躍のためには何かを考え、具体的な目標を立て、何よりもそれを確実に実行してきたことが同社の成功の秘訣であることがわかる。

来季についても同様の方針で、さらなる成長を目指す、というのが武田社長の基本的な考え方だ。そして特に代替え見込み客に対して、P・C-41SFやSF-40、SF-35などSグループ商品の販売を目指す、という。

ニューモデルの発表後、同社では10月8～10日の3日間、ニューモデルを中心とした16モデルをそろえ展示試乗会を開催。670名の来場者を集めた。

「動員はラジオ、新聞での広告の他、2000名の顧客リストを元にDMを発送しました。商談中のお客さまには全員手渡します。DMには焼き鳥と飲み物のチケットを同封しました。費用は約200万円といったところです」

目的はもちろんPPの発掘、そして商談のクロスだったが、SF-40、FC-27、UF-28などでの成約で8000万、PPで1億2000万円の見込みが立ったという。

しっかりと展示して、入りやすい店舗を作り、積極的にアプローチする……、この作業を踏んでいけば売れないわけがない、と武田社長は言う。さらに投資はすればする程いい、ヤマハの商品が他に負けるはずはない、とも。

現在110隻を保管する宮浦マリーナだが、将来250隻規模にするため今後さらに造成を進めるとともに増加するSグループオーナーに対応するためクレインを増設する。

不況の時こそ勝負する、岡山マリンボートセンターはそれを実践して成功を収めている。

●幹線道路に面した岡山マリンボートセンターの本店。この手前には展示場もある



●宮浦マリーナでは新設のクラブハウスを初め、大型クレーンなど、積極的に設備投資を行っている。セールスマンが安心して営業できる環境ともいえる

店舗のリニューアルとニューモデルで '95年度は飛躍の年に

岡山県倉敷市 オバタボート商会

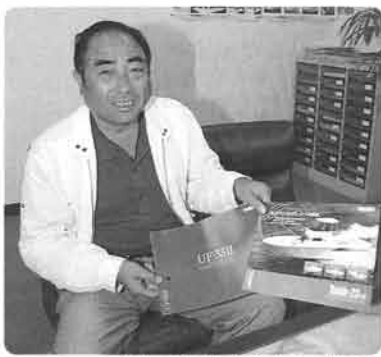
岡山市の隣り、倉敷市に本店を構えるマリンプラザ・オバタボート商会は昭和45年の創業以来、こと釣り市場に対しては絶対的な自信を持って、小型艇を中心に拡販を進めてきた。ここへきてそれら小型ボートオーナーの中型、大型への代替えが活性化しているという。今年9月には、店舗をリニューアルさせ、新規客の獲得にも意欲的だ。そこで同店の小幡英輔代表にお話を伺った。

用品エンジンが好調だったこの一年 次年度は本体の売り上げ増に期待

まずはじめに、小幡代表にこの一年を振り返っていただいた。

「今年は5月から9月にかけて新店舗の準備にかかりきりで、大変だったんですが、それでも何とか目標に達することができました。新品の売り上げは少々ダウンしたんですが、中古が好調だったこと、船外機、その他の用品など、利益率の高い商品がよく出ましたね」

不況の影響もあり、代替え時期に来ているお客さまが購入を控えるということ



●スペシャル織装の試乗艇を準備し、代替え促進をねらうオバタボート商会の小幡代表

は十分に考えられる、それならば売れるものはどんなものでも売ってやろう、と小幡代表は考えたという。

「今まではエンジンが不調だとそのまま船ごと買い替える方が多かったんですが、今は部分的に買い替えたり、魚探やGPS、油圧のステアリングシステムなど装備を充実させるお客さまが増えているようです。こうした傾向とうちの姿勢がマッチしたんでしょうね」

不況という現実の中でいかにビジネスを展開していくか、という生き残りのための戦略ともとれるが、同店の場合、その部分で利益を確保しながら、来季以降に向けた、前に出るビジネスにも並行して取り組んだ。そのひとつが店舗のリニューアルだ。

「リニューアルには屋外の本体展示効果とショールームの明るさを特に意識しました」と小幡代表は説明してくれた。

約50坪の展示場は屋根付き。独特のライティングで商品を魅力的に見せる。展示場所ではセンサーを取り付け来客があった場合は奥のショールームにいてもすぐに気がつき、接客できるようにシステ

●特に展示効果を意識したという新店舗



ムを装備した。

オープンしたのは9月30日。先述したように春から夏一杯、新装オープンの準備にかかりきりになってしまったが、「オープンした当日から3日間、ニュー



●50隻の保管艇を有する同社のマリーナ

●オバタボート商会の皆さん。後列右の浩人さんは本店で主に船検業務を、左の英樹さんはマリンジェット専門店シーロードの店長を担当

切って開催しました」というように、来シーズンへの種まきという作業を考えると、むしろこれしかない、というタイミングだったのかもしれない。その展示会、話題性も手伝って、なかなかの好感触を得たという。また、新装

オープン後は、免許の申し込みをはじめ、来店客は確実に増えたそうだ。

モニター艇を用意してのしぼった フィッシングモデルを拡販

さて、オバタボート商会では来季のマリ
ンビジネスに対してどのような戦略を
立てているのか。

小幡代表には、「ある程度商品の的をし
ぼって、それを積極的に拡販したい」と
いう、特に代替え需要を活性化させるこ
とを目的とした狙いがある。その方法の
ひとつが、これまで十数年来に渡って行
ってきた試乗艇の有効活用なのだ。

「ただ新艇を降ろしただけでは意味がな
い。私の場合はレーダー、GPS、魚探
などの装備をはじめ、ツーステーション

システムなどフィッシングボートとして
フル機装したものを用意しています」

そのオバタ仕様とも言える試乗艇で、
代替え見込み客と一緒に試乗ならぬ、試
し釣りをするのだそうだ。

「今までその目的で降ろしたモデルが売
れなかったことはない」と小幡代表は胸
を張る。そして事実、スペシャル機装を
施したUF-33IIを試乗艇として降ろし
た昨年从今年にかけて、同モデルが確
実に売れ、同店をマリンプラザに引き上
げる原動力ともなった。

「次はタックル25S/Dでやってみよう
と思っています」

船外機仕様のタックルオーナーの代替
え意欲は、否応無しに高まりそうだ。

ディーゼル・フィッシングボートに期待 マリンジエツトは倍増が目標

茨城県日立市 (有)大貫マリン

茨城県の日立港近くに店舗を構える大貫マリンは、小型フィッシングボートを主力に
しているマリシヨップ。昭和50年の開店以来、『完全アフター』を売り言葉に堅実な
ご商売を展開してきた。同社の大貫迪社長は来季のマリンビジネスについて「置き場の
確保」と「マリンジエツトビジネスの拡大」を課題に構想を練っている。

漁協との交渉で係留場所を確保し、 ディーゼルフィッシングボートの拡販へ

今年度の大貫マリンの売り上げ構成は
プレジャーで60%、業務で40%。プレジ
ャーの比率は年々高まっている。

「漁船そのもの数からして限りがある
し、ビジネスとして伸ばしていくために

はプレジャーボートをいかにして売って
いくかが大切。これは創業当初から考え
ていたことなので結果としては満足して
います」(大貫社長)

が、今後さらにプレジャーの比率を高
めながら売り上げを伸ばしていくために
は保管場所の確保が課題になるとい
う。

日立周辺にはマリーナがほとんど無い

と比べてよいほど不足している。そこで
同社ではこれまで近隣の漁協にかけ合い
ながら、漁港に係留させてもらうとい
う形をとってきた。そのこともあって販売
できる商品はおのずと係留可能な小型フ
ィッシングボートに制約される。今後、
代替え需要が高まり大型化志向を抱くお
客さまが増える中で、当然保管場所の確
保という課題がクローズアップされる。

「現在も漁協と話し合いを進めながら陸
上保管を含めて保管場所の拡大に取り組
んでいます」

漁協がプレジャーボートとの共存を図
り、港をさまざまな形で解放することは
全国的に見られる風潮であるだけに、今
後の発展的な動きに期待したいところ。

こうした環境整備を進める一方で、来
年度はFCシリーズ、タックルシリーズ
を中心としたディーゼルフィッシングボ
ート、FR-24などのファミリーレジャ
ーボートで、ボートの売り上げを確保し
たいという。

春先にはこれらモデルを軸とした展示
会を開催するが、2日間で200人の動
員を見込んでいる。

中古艇の価値を高めること、 マリンジエツトの売り上げ増に意欲

さて、某大企業を有する日立市はその
動向に景気を大きく左右されるという特
徴がある。その意味では来年度につい
ても厳しい状況が続くだろう、というの
が大貫社長の見通しだ。その中で同社はど
のように業績を伸ばしていくのか――。
ひとつにマリンジエツトの拡販という考
え方がある。

「今年の実績は23台。来年は50台を目標
にしています」

同社のすぐそばには久慈川河口とい
う絶好のゲレンデが控えていること、また
マリンスポーツに多くの人が目を向けて
いる中、経済的にも比較的手に入りやす
いマリンジエツトならという若者を中心
とした潜在需要の多さを感じ取っている
から、というのがその理由だ。

同様にマリン用品の取扱も充実させ、
売り上げを伸ばしていきたい、というこ
とであった。

●来期の主力はディーゼルフィッシングモデルとマリンジエツトという、大貫マリンの大貫社長 (右)



●日立港のほど近くにある大貫マリン。展示場も完備されている

●これまでもボート、マリッジットと並んでヨットの拡販にも力を注いできたセントラル。木更津のマリーナには多くのヨットが保管されている



●ヨットの売り上げ増は、フェスタが鍵を握る、とセントラルの石松さん

もうひとつ、中古艇についても積極的な考え方を持っている。

「もちろんあくまでも新品がメイン。でもここ数年中古艇を求めた方が増えていくことも事実。そのため中古艇をより価値ある商品にするための作業を大切にしています」

大貫社長にご商売に対するモットーをお聞きすると、

「当たり前のことかもしれませんが、完

全アフターです」

という答えが返ってきた。

そして、それを実際に実現するため、手が届きにくい、遠方への販売は積極的には行っていないという。そうしながらも、サービスマンを一名増やし、より質の高いサービスを目指している。

「トランプル、メンテはもちろん、お客さまに不便を感じさせない。これが基本なんです」と大貫社長は締めくくった。

ヨット部門の売り上げ拡大に フェスタをアピール

千葉県木更津市 セントラル(株)

マリーナ整備も着々と進み、東京湾は湘南と並んで関東におけるプレジャーボートのメッカとなりつつある。その東京湾を中心に長年にわたってヨット・ボートの販売に携わってきたのがマリンプラザのセントラル。パブル崩壊後も確実に業績を伸ばしてきた同社だが、ヨットに関しては今年度、やや伸び悩んだという。それはなぜなのか、そして、来季はどのようにしてヨットの分野を拡大していくのか。同社の営業マン、石松康夫さんにお聞きした。

ヨットの楽しさを伝える 環境作りが大切

「一昨年に、日本がアメリカズカップに挑戦したところはヨットがよく売れました。やはり話題として取り上げられることの影響力はかなりのものがあります。しかし、この一年はヨットの販売状況が今一つでした」(石松さん)

毎年、着実に営業成績は伸びている。小型フィッシングボート、マリッジット……、特にマリッジットは今年、大幅にアップした。だから、ヨットが売れ

ないのは景気のせいではないのだ、と石松さんは言い切る。

「海岸の近くを走るマリッジットは一般の人の目に留まりやすく、身近に感じられますが、沖に出てしまうヨットはどんなところがおもしろいのかイメージしづらく、操船を覚えなくてはいけないという壁もあります。だからヨットを売っていくためには、まずヨットに親しむ環境を作ることが必要です」

その言葉にたがわず、同社では積極的に試乗の機会を設けるとともに、お客さまと一緒にレースやクルージングを行うなど、常にヨットで遊ぶ楽しさをアピールしてきた。

マイレディーから入った層を 今後どのように育てるかが鍵

ヨットが伸び悩むといっても、石松さんには昨年まで、毎年コンスタントにヨットを販売してきた実績がある。

「主力はマイレディーで、20〜30代の若い方が多かったです。今、代替え期に来ている方も多いのですが、年齢が若くて最初の船で無理をしているだけに数年に一度、という代替えサイクルには厳しいものがあることも事実です」

オーナー層が若くなっているということとは、それだけ予算も限られてくる。

「今年ヨットが売れなかったことの理由のひとつには価格的に安い輸入艇にシェアを奪われている点があります」

しかし、輸入艇を購入した後にすぐに飽きてしまい、アフターフォロー等の問題からヤマハにしておけば良かったというオーナーも少なくない、と石松さんは言う。そしてマイレディーも含め、小型入門艇を卒業した若いオーナー層を、今後どのようにフォローしていくかが課題

のひとつだと石松さんは考えていた。

その点で、今回登場したフェスタ31が注目されている。

「800万円をきったのはインパクトがあると思います。先日、地元のレースにフェスタで参加してみたのですが、吹けばよく走るので注目されました。セルフタック仕様でジェノアが使えないのでレース派のオーナーならY262Sを選ぶでしょうが、イージーセイラー派で快適な走りを楽しみたい、といった方にとっては印象の強い艇になるでしょう」

マイレディーでヨットを覚えた層は、半分がレース派に、残りがイージーセイラー志向になっていく傾向があると石松さんは言う。そして前者にはY262Sを、後者にはフェスタをすすめることを考えている。

レース派は共同オーナーが多いので代替えに際して予算の問題は比較的起きにくいですが、イージーセイラー派は個人オーナーが多い。フェスタを売っていく上では、いかに個人オーナーに価格を納得させることができるかがポイントになるだろうと、石松さんは語っていた。



●セントラルの本店は木更津の中心部から海岸へ向かう道路に面している

海を訪ねて

長崎県

小

値

賀

電話をかけるとすぐ来てくれる

その積み重ねが最優秀賞受賞に

長崎県北松浦郡小値賀町 福崎モーターズ 福崎文雄社長



3月の展示会で9隻の契約をとったW-19DHS操船のブリッジをスターンの右舷端に寄せてセッティング。ブリッジに沿うように、航海燈のマストが立てられている。ブリッジ前の甲板には、左右に物入れ、中央にイクスが設置されている

和船、船外機部門・最優秀賞の賞状を手にする福崎社長と奥さまの和子さん。「これも女房とヤマハ九州長崎店の藤波さんのバックアップのおかげ」社長の喜びのひと言



長崎県佐世保から西へ90km。平戸諸島に

含まれる小値賀は大小17の島々からなり、西海国立公園の中にあつて、手つかずの自然が大きな魅力だ。面積12・99kmながら、57・3kmという長い海岸線を持つ小値賀島。その入りくんだ海岸線には、アワビやウニなどが生息する豊かな磯が点在する。

福崎文雄社長(41)は、この島に生まれ育ち、長兄の隆さんと共に、自動車、バイク、自転車の販売・修理、そして民間車検場として地域に根付いたご商売をしてきた。

福崎さんが、兄の隆さんと計画を立て、福崎モーターズの20年になる実績を土台に、新たにヤマハマリンストアとしてスタートしたのが2年前のことだった。

「小値賀の場合、お客さまという付き合いではなく、和気あいあい、互いに家のことから家族、仕事のこと全て知っているといる間がら。だから営業なんて行ったこともない」

開業以来、売り上げ隻台数は着実に伸びている。'92年が20台隻前後だったが、昨年は35台隻、今年度('93年10月から'94年9月)は59台隻という飛躍ぶりだ。

「ライバル店に負けないよう、船外機はヤマハの福崎で」そう言われるように心がけてきました。ボートライセンス教室、点検キャンペーンは年に一度必ず実施します。それが信頼に繋がっているのでしょうか」

今年の3月、福崎社長は、新規開店後初めて展示会を開催した。「何しろ初めてのことだから、3〜4隻も契約できれば」と思っていたところ、80名あまりのお客さまが来店し、9隻の契約をとったのだ。

「新聞の折込チラシでしか告知しなかったのですが、アワビ漁の最盛期前というタイミングと、今のユーザーさんが新しいお客さまを連れて来てくれたのが、数字になったんでしょう」と好結果を分析する。

文雄さんに限らず兄、隆さんと共通するの

福崎モーターズ

- 創業.....昭和49年
- 従業員.....2名
- 商圏.....小値賀島
- 主力商品.....W-19DHS 船外機

27歳のときに結婚した同じ歳の奥さま和子さんと2人で店を盛り立てる。「女房あつてのこのお店。最優秀賞をもらったのも女房のおかげ」と福崎社長。

開期1ヵ月の釣り大会が好評

福崎モーターズでは毎年1月中旬から2月末締め切りと言うロングラン釣り大会を開催し、好評だ。開期中に参加登録すれば、ボートオーナーなら誰でも無料で参加できる。海域だけが限定されるが、参加者は釣り上げた釣果を福崎モーターズに持ち込み重量を記録する。記録しておく数に上限はなく、最終は3尾の総重量で順位が決定されるというシステム。クラスはメジナの部、チヌの部、他魚の部が設けられている。すでに10年近く続いているというこの大会には、毎回50名近くの参加があり、開幕すると日を追って記録を破ろうと、みんな熱くなってゆくという。



和船は来春のウニ、アワビ漁の季節まで陸あげされているのがほとんど



店舗裏の工場で、来期の展開を打ち合せする福崎社長(右)と担当のヤマハ九州長崎店の藤波主任

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

10月にはヤマハ九州から和船 船外機部門の最優秀賞を受賞した福崎社長。これからも奥様の和子さんと息の合ったコンビネーションでマリナビジネスを拡大してゆくことだろう。

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

「こうした出会いが大切でね、情報交換の場になるんです。釣りが縁でいろいろな人と話が出て世界が広がる。それがまたセールストークの種にもなる」情報のアンテナもおろそかにしない福崎社長。

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

「自分が興味をもって、遊んで情報やノウハウもつかんで提供していきたいながら、プレジャーユースの拡大を計りたいですね」

メンテナンスの大切さを、お客さまに理解して いただくこと。それが最初の仕事です

徳川家康が隠居の地に選んだところだけに、静岡市は温暖で海の幸にも恵まれている、とても住みやすいところだ。

「ここで生まれた人は、めったなことでは他へ移り住んだりはしません。だから、お客さまとも長いおつきあいが続きます。やりやすい反面、誠意をつくさなければなりません」
静岡市用宗漁港の脇に事務所を構えるマップスの木村社長は、仕事の心得について、まづこう切り出した。

駿河湾は間口が広いので、常に穏やかな海とはいえない。それでも、温暖な気候と風光明媚な西伊豆の海岸線に近だけに、シーズンを問わずボート遊びが盛んだ。

「駿河湾は魚影が濃いので、ボートフィッシングが手軽に楽しめます。距離を伸ばして御前崎あたりで大物を狙う人も少なくありません」

西伊豆や御前崎といった、比較的遠出をするお客さまが多いだけに、木村社長のサービスマン業務に関する目は徹底して安全対策に向けられている。

「無線搭載を積極的におすすめして、海上



当世サービスマン 人物図鑑 ⑦



静岡県静岡市・マップス

木村 英二さん(46)

保安署にも、その旨を伝えていきます。おかげで、70艇ほど預かっている私どものマリーナでは7割のお客さまが無線をつけています」
年に数回は無線連絡を受け、海上での故障に対応するそうだ。

マップスでは、免許教室から艇体販売に保

管までと、総合的にプレジャーボート業務を行っているが、このなかで木村社長は、販売の時点でお客さまにシーマンシップの二環としてメンテナンスの重要性を説いている。

「とにかくボートを持ったら、メンテナンスのためにお金をかけてくださいと説明して

います。チェックリストを作成して、オイル交換から航海計器にいたるまで、あらゆる安全点検を早めのサイクルで行っています。サービスマン全員がこうした姿勢を徹底しているためか、たとえエンジンの載せ替えについても、すんなり理解していただいています」
木村社長の場合、主義として、補機は搭載しないという。

「補機は、普賢使っていないので、いざというときに動かないことがあります。あくまでもメインエンジンを日頃から安全に整備し、ベストな状態に保つことこそが私どものサービスマン業務における第1の仕事と考えています」

マップスでは現在3名のサービスマンを擁し、木村社長のもとで整備業務に余念がない。温暖な環境ゆえに冬場でも出艇率が下がることがないとのことだが、それでもプレジャーボート業界に入って15年間無事故というのだから木村社長の仕事に対する自信と確実さがかがえる。補機を当てにせず、メインエンジンのコンディションをしっかり整えるという主義が、マップスのサービスマンはもとより、お客さまにも十分浸透しているのだろう。

6 船外機のセッティング

船外機を船に取り付ける場合には、船底形状およびトランサム角度によって取付方法に多少の違いはありますが、船外機の持つパワーを効率よく推進力に変えるためには、船外機本体を正しく取り付けることが重要です。

今回は船外機のセッティングについてお話しします。

●船外機のトランサム高さ

船外機のトランサム高さというのは、船外機のクランクブラケットからキャビテーションプレートまでの長さをいいます。ヤマハの船外機にはS、L、LL、UL、SULという5種類のトランサム高さが機種ごとに用意されています（それぞれのサイズの数値は船外機のモデルによって異なります。またすべてのモデルに5種類のトランサム高さが用意されているとは限りません）。

一方、ボートの船底からトランサムポート上面までの高さは一定の規格によって造られていますが、こちらもモデルによって異なります。従って、艇体のトランサム高さに合った船外機を選ぶことが必要になってくるのです。

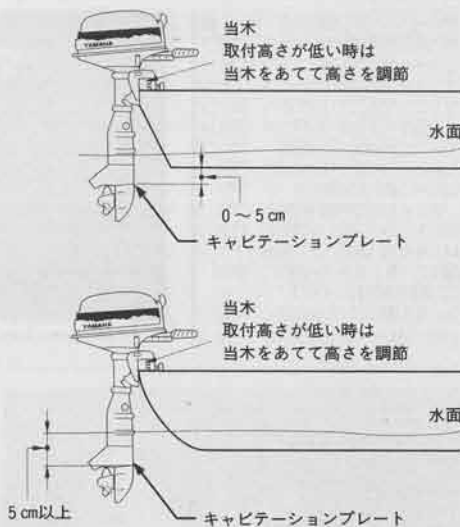
●船外機の取り付け高さ

一般的に、プロペラの高さが水面に近くなるほどポートスピードは速くなりますが、その分キャビテーション現象が起きやすくなります。キャビテーション現象とは空気吸い込み現象のことで、プロペラの翼面に空洞が形成され、プロペラが十分に水をキャッチすることができなくなり、こうなるとスラストもトルクも極端に落ち、ポートスピードを減少させ、エンジンにも負担をかけます。

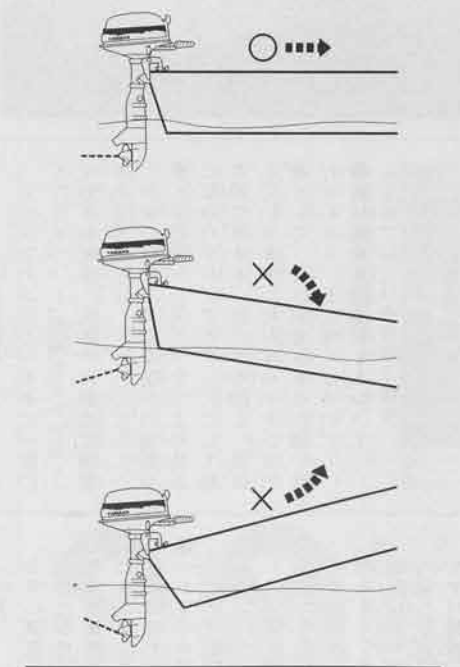
また、プロペラ位置が水面から遠ざかるほど抵抗が増し、スピードが落ち、さらにスプレー現象が発生しやすくなります。

最適な取り付け高さは、船外機のキャビテーションプレートの下面が船底と一致する

【図1】



【図2】



か、船底よりも5cm以内の範囲でプレートが下がっている状態です。[図1]

ただし、船底が丸い形状の場合はさらにプレートを下げる場合があります。また一部の高性能ポートの場合は7.5cmを越えない範囲でプレートを上げる場合があります。

●船外機の取り付け角度

キャビテーションプレートが船底と平行になるようにすることがポイントです。

一般に船体のトランサムボードは船底に対して直角ではなく、12°前後の傾斜がついています。そのためキャビテーションプレートを船底と平行になるようにするためにチルトピンを調整して角度を決めます。また、パワートリム機構のついた船外機の場合は走行中にポートのトリムを変えることで最高の状態を得ることができます。

ポートが静止している状態でプロペラのトラストの方向が上向きだと、走行時に極端に船首が上がり、左右に振られてしまいます。また、逆にプロペラのトラストの方向が下向きだと船首が沈み、波が非常に立ちやすくなり、水しぶきがかかってしまいます。[図2]

●取り付け中心位置

艇体の外側から、艇体の中心点を割り出して、この中心線上に船外機を取り付けることが基本です。2基掛けの場合は、この中心線から左右へ等距離の位置に取り付けます。

小型船外機の場合はクランプスクリューを締めつけて固定しますが、大型船外機の場合はトランサムボードにボルト用の穴を開けることが必要です。

クランプブラケットは船外機の重さを支えるだけでなく、トラストや衝撃、慣性力、ステアリングトルクなどさまざまな力がかかりますので、十分に、しっかりと締めつけて固定させることが必要です。

CAMPAIGN & TOOL

95マリンビジネスへダッシュノ
マリンマスターズキャンペーン

ヤマハでは、ボート&ヨットの各クラス別に絞りを絞って、層別に効果的なセールス活動を展開する。マリンマスターズキャンペーンを、95年1月末まで全国的に展開しています。

ニューモデルの数々もラインナップに加わり、セールス活動をより活性化させたいこの時期。このキャンペーンを機会に、改めて顧客リストを見直し、ターゲットを絞り込む。また新規需要層にも積極的にアプローチしていくなどの作業をすめながら、キャンペーンを有効にご活用ください。

カタログ、DMなど、各種サポートツールも豊富に取り揃えております。95年に向けてのビジネスシーンに弾みをつけるためにも、ぜひお役立てください。



「タックルガイド」

●ボートフィッシング導入セール
海釣りファン層をターゲットに、ボートフィッシングの魅力幅広くアピール、オーナー化促進を図ります。そのサポートツールとして、ボートフィッシングの魅力をお知らせする小冊子「タックルガイド」をご用意しました。免許取得とも連動させ、このツールをより多くの方々に配布し、ボートフィッシングの魅力を浸透させていってください。

またご成約プレミアムには、アメリカのバスプロショップから直輸入したお洒落な「アメリカンテイストフィッシングベスト」をご用意しました。



「アメリカンテイストフィッシングベスト」

●フィッシング・グレイドアップアプローチ

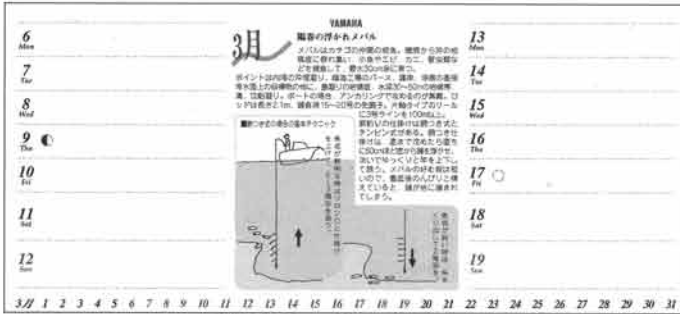
タックルオーナーを対象に、クラス上への代替えを促進。遊びの世界の広がり、より充実したフィッシングライフを訴求していきます。カテゴリー別の楽しみ方を提案し、一人一人に合ったボートをご紹介。サポートツールには、DM用コンパクトカタログ「アプローチカタログ」をご用意しました。



「アプローチカタログ」

●海の達人カレンダー

今回のキャンペーンの共通ノベルティとして、95年卓上カレンダーをご用意しました。イベント、フィッシングなどのマリン情報をふんだんに盛り込んだ、スケジュールが記入できる機能的なカレンダーです。訪問時のノベルティに、来店時のプレミアムとして、ぜひご活用ください。



「海の達人カレンダー」

詳しくは、ヤマハ各販売会社にお問い合わせください。

INFORMATION

今年のテーマは、「マリンヘルプコール」
第34回東京国際ボートショー、第10回大阪国際ボートショー



マリンファンにとって年に一度のビッグイベント「国際ボートショー」が95年も東京・大阪の両会場で開催されます。

ヤマハブースでは、海への憧れや夢を大切にしながらも、「より身近になったブレイアイテム」として魅力的なボート、ヨットを揃え、演出していきます。ビジネスチャンスの場として、ぜひお客さまをお誘い合わせのうえ、ご来場ください。

●第34回東京国際ボートショー
【主催】(社)日本舟艇工業会
【会期】平成7年2月7日(火)～12日(日)

【会場】東京国際見本市会場(晴海) 東館・西館・新館(一F・2F)・南館(一F)

【開館時間】午前10時～午後5時
【入場料】大人 1000円
小学生～高校生 800円

●第10回大阪国際ボートショー
【主催】(社)日本舟艇工業会
【会期】平成7年3月18日(土)～21日(火)

【会場】インテックス大阪(南港) 6号館
【開館時間】午前10時～午後5時
【入場料】大人 800円
小学生～高校生 500円

10月1日より、
ヤマハの販売会社新体制に

ヤマハでは、10月1日付けで販売会社の一部を組織変更しましたので、お知らせいたします。

●ヤマハ東北(株)

- ヤマハ東京(株)と合併
△新たな地区窓口
ヤマハ東京(株) 仙台店
☎022(235)1031
- 住所は旧ヤマハ東北株と同じ

●ヤマハ中国(株)

- ヤマハ関西(株)と合併
△新たな地区窓口
ヤマハ関西(株) 広島店
☎082(581)1191
- 住所は旧ヤマハ中国(株)と同じ

- △新たな地区窓口
ヤマハ関西(株) 高松店
☎0878(67)7755
- 住所は旧ヤマハ四国(株)と同じ

冬季格納点検を
おすすめください。

ユーザーにとって点検は、愛艇のためにも、安全のためにも欠かせないもの。お客さまが95年のマリンシーズンを快く迎えられるよう、シーズンオフのこの時期に点検することをおすすめいたします。お客さまへの告知、勧誘など、早めにご案内させていただきます。

来季のMJビジネスが本格スタート 全国各地でビジネスミーティング



このほど来期のMJビジネスに向けた政策説明会「MJビジネスミーティング」が全国各地で開催されました。

このうち東京地区の販売店さまを対象にしたミーティングは11月8日に千葉県の幕張で行われ、来シーズンのマリンジェット拡販に意欲的な多くのMJショップが参加。対策を確認するとともにMJ7000VNやMJ

日本艇は11艇、計41艇がエントリー ヤマハ大阪カップ1995

第3回目を迎える「メルボルン／大阪YAMAHAAOSAKACUPダブルハンドヨットレース1995」が、1995年3月25日(土)にメルボルンをスタートします。

南半球から北半球へと太平洋を縦断する5500マイルのコース、無寄港しかもダブルハンドと、世界中のヨットファンから注目されているレースです。

1000RAのニューモデルに関する説明を熱心に聞き入っていました。なお、マリンジェットに関する政策や市場動向等については、今後のヤマハマリンニュースの中でご紹介していきます。ご期待ください。

154艇が参加した 第20回ヤマハヨットウィーク シーホッパー級全日本選手権

さる11月3日から6日にかけてヤマハリナ浜名湖をベースに「第20回ヤマハヨットウィーク」および「第20回全日本シーホッパー級ヨット選手権大会」が同時開催され、全国各地から両大会あわせて154名のセイラーが参加、熱戦を繰り広げました。

記念すべき20回めとなった今大会は、ショートコース方式のレースが採用され、スピーディーなレース展開は見るものにとってもエキサイティングなシーンを満喫することができました。また参加選手からも同様に「数多くレースができたのが良かった」、「運営もスムーズで気分よくレ

10月末でそのエントリーが締切られ、日本、オーストラリア、ニュージーランド、アメリカ合衆国、カナダ、ロシア等、計9ヶ国52艇が勢揃いしました。来年のスタートに注目したいものです。

●レース概要

【企画】大阪府
【主催】(社)日本外洋帆走協会
【主催協力】サンドリンガム・ヨットクラブ

【タイトルスポンサー】ヤマハ発動機
【参加資格】乗員2名、18歳以上、

ースができた」と好評でした。レースは全般に良好なウインドコンディションに恵まれ、シーホッパー級全日本選手権では北九州フリートから参加した黒田武士選手が優勝。ヨットウィークの中でもっとも激戦となったシーホッパー級SRでは唐津フリート(九州)の松井正道選手が優勝しました。



外洋で5000マイルの無寄港航海をシミュレーションした。参加艇は全長10m以上16m以下のモノハル艇で、200マイル以上の無寄港航海を行っていること。

【クラス】レーサーグループ、クルーザーグループ(全長と排水量による係数)に分け、各グループを全長により2mごとの3クラスに分ける。

【お問合せ先】(社)日本外洋帆走協会 YOCレース委員会
☎03(35504)1911

GOODS

新発売/予約殺到中 「オーニング(屋形)」



●2メートルタイプ...¥159,800
●3メートルタイプ...¥225,000

取付けが簡単な屋形式オーニングシステム。小型フィッシングボートに最適で、撥水性に優れ、巻取方式で広さの調節が可能です。長さは2メートルと3メートルの2タイプをご用意。釣りマニアのお客さまにご紹介ください。

なお、ブリッジを装備していない艇には、サポートステイ(別売オプション/¥32500)が必要となります。

新発売/冬に向けて寒さ対策

ヤマハは、冬の寒い時期の屋外作業に便利な「ウィンターオーバーオール」を10月より発売しております。色はネイビーカラー、サイズはM・L・LL・3Lの4サイズとなっております。お客さまにご紹介ください。

(主な特徴)

- ▼表地は撥水加工のナイロン1000%素材を採用。
- ▼ポリエステルキルト(中綿)で防寒にひと工夫。
- ▼収納可能なフード付き。
- ▼お問合せ/ヤマハマリン用品課

ライトオイルスキンという新しい提案ノ 「マルチスーツ」

巷でアウトドア用品が隆盛となっている昨今、ヤマハから自信をもっておすすめできる商品が、この「マルチスーツ」です。強度に優れたナイロンPVC素材を採用し、機能性を追求しながらも、9800円という購入しやすい価格設定がウケている理由のひとつのようです。

コンパクトに収納できるポーチ付きで、色はコバルトブルー、ライトグレー、リーフグリーンの3色、サイズはS・M・L・LLの4種類をご用意しています。



●価格/¥9,800

「ウィンターオーバーオール」

TOPICS

YAMAHA 31EX II 特別バージョン
木村太郎氏の「まれし」進水

ニッポンヨットクラブの会長を務め、専門誌KAZERにも執筆するなど、ヨットマンとしても知られるジャーナリストの木村太郎氏が、ヤマハセリングクルーザーを購入し、10月22日に進水式を行いました。

木村氏の新艇はヤマハ31EX IIをベースとした特別バージョンで、氏の要望を組み入れた個性的な内外装を備えています。

進水式当日は、たくさんのヨット仲間が集まり進水を祝ったのち、初セーリングを披露しました。艇名の「まれし」はアラビア語で、「どうにかなるさ」の意味で、木村氏が中東駐在だったころの思い出が込められているそうです。

4級免許にも合格し、これからは文字どおりオーナースキッパーとしてクルーザーライフを楽しみたいと話してくれました。



INFORMATION

平成7年7月より施行される
製造物責任法(PL法)について

メーカーが製造・販売した製品の欠陥によって消費者に死傷などの損害が起き、メーカーの損害賠償責任を問う裁判が行われる際、裁判所の判断基準を定めた「製造物責任法」(PL法)が、平成7年7月1日より施行されます。

PL法が施行される以前は製造物責任を追求する場合、被害者(消費者)は加害者(メーカー)の加害者の過失を、つまり不注意を証明しなければなりませんでしたが、今回制定されたPL法では、製品の欠陥を証明すれば良いことになったのです。例えばテレビから出火して火災が起きた際、被害者は「テレビの製造過程におけるメーカーの具体的な過失」を証明しなければならなかったものが、PL法では「テレビからの出火により火事になった」ことを証明すれば良い——、つまり、それだけ被害者の証

明責任が軽減されたことになりました。もっと端的に言えば、消費者が製品に添えられた取扱説明書やマニュアル、製品につけられたステッカーやラベルなどによる指示や警告を守り、正しく製品を使っていたのに、製品の不具合によって危険を受けた場合は、メーカーはPL上の責任を負うこととなります。

ご承知のとおり、ヤマハではこれまでも製品の品質管理はもろろんのこと、マニュアルや警告ラベル等で、消費者に正しく製品を使用していたかどうか、意図なく注意を払ってきませんでした。しかし、ここで再度それも理解を深め、製品に関する責任感をより強めていかねばなりませんと同時に、直接消費者との接点となる販売店の皆さまも、ユーザーへの確かな指導など、今まで以上の御配慮が必要とされてきます。

PL法については今後も誌面において製造物に対する責任、そして販売時における注意点を判例を交えて紹介していきます。

ヤマハマリンアカデミー

第9期('95年3月までの)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」の第9期スケジュールをお知らせします。

今期は、これまでに航海講座I・IIを受講された方々を対象とした「通信講座NAVI」を新設しました。積極的にご参加ください。

●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
エンジン講座 I	12/15~17
エンジン講座 II	※第9期は終了しました。
航海講座 I	('95)2/15~18 3/7~10
航海講座 II	11/30~12/2
ヨット講座 I	12/8~10
ヨット講座 II	('95)1/12~14 3/16~18
スポーツフィッシング講座	3/1~3 3/24~25

●通信講座NAVI

講座名	受講期間	レポート提出	講座内容
航海	11月	12月	沿岸航法/航海計器/潮汐
運用	12月	('95)1月	用語/錨/操船/海難/気象
法規	1月	2月	海上衝突予防法/海上交通安全法/港則法

※終了認定スクーリング(各地域毎に集まり質疑応答、航海計画立案)は3月頃に予定しております。

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
静岡県湖西市入出字長者1380
☎(053)578-0713

問合せ先…●マリンアカデミー事務局

☎(053)594-6518

マリンアカデミー修了者(敬称略・順不同)

●第8期 ▶航海講座II

柴田孝史(SC城ヶ島)、鈴木茂男(SC東京)、手島健太郎(名古屋店)、奥野一隆(名古屋店)、酒井義文(岡山店)

▶スポーツフィッシング講座

安井尚人(世田谷店)、永井慎二(SC御津)、田添耕二(柳井店)、花房和臣(葛飾店)、大川典之(葛飾店)、塩坂毅(葛飾店)、鈴木誉(東京業販)、波田野大介(SC御津)、三原良幸(マリコム東海)

YAMAHA ON and OFF

マリン、そして、モーターサイクルの世界が生み出すドラマを、ヤマハならではの感覚でとらえたテレビ番組ON and OFF。今年も海の魅力、陸の魅力を、大いに満喫する人々の姿を通して、余すところなくお伝えしていきます。ご期待ください。

■テレビ北海道	土/18:30~18:45	■テレビ大阪	土/18:30~18:45
■山形放送	金/25:10~25:25	■びわ湖放送	金/22:30~22:45
■東北放送	木/24:45~25:00	■奈良テレビ	土/22:15~22:30
■テレビ東京	土/18:30~18:45	■テレビ和歌山	土/18:30~18:45
■テレビ信州	金/25:10~25:25	■テレビせとうち	土/18:30~18:45
■静岡放送	日/24:40~24:55	■伊予テレビ	土/11:30~11:45
■テレビ愛知	土/18:30~18:45	■テレビ新広島	木/24:45~25:00
■三重テレビ	金/18:15~18:30	■T.X.N九州	土/18:30~18:45



刻々と迫る、 チャレンジャーシリーズ ニッポンチャレンジは今…。

IACCワールドで ニッポンチャレンジが得たもの

1カ月後に控えた、アメリカズカップのチャレンジャーシリーズ「ルイヴィトン・カップ」。米国カリフォルニア州サンディエゴにベースキャンプを張っているニッポンチャレンジは、残り少ない時間を描きむようにトレーニングを続けている。

IACCワールドでは不本意な成績に終わったニッポンチャレンジではあるが得たものは大きいはず。新艇での活躍に期待したい



一時帰国したクルーたちは自信をみなぎらせていた。「必ずカップを持ち帰る」とロクに語られた

さて、10月28日からアメリカズカップのレース海面と同じサンディエゴ沖で開催されていた「アメリカズカップクラス世界選手権」はアメリカズカップの前哨戦とも言えるレース。この大会にニッポンチャレンジは、前回挑戦艇〈JPN-26〉(スキッパー/ジョン・カトラー)、今年4月に進水した〈JPN-30〉(スキッパー/ピーター・ギルモア)の2ポート

で参戦、他の参戦艇5シンジケートを相手にフリートレースを繰り広げた。

レースはオーシャンレース(全5レース)、ベイレース(全3レース)の2シリーズが別途に行われたが、結果はオーシャンレースでは〈JPN-30〉が総合3位、〈JPN-26〉が総合6位。ベイレースでは〈JPN-30〉が総合7位、〈JPN-26〉が総合優勝という内容だった。

結果だけを見れば決して満足の行くものでなく、実際に戦ったクルーたちもかなり悔しい思いをしたようだが、今回のレースの結果がクルーたちに刺激を与え、さらなる闘志をみなぎらせたのは事実。また艇の性能面においても多くの自信、そして改善すべき点を見いだすことができた。

〈JPN-30〉は大会前のトレーニング時にマストトラブルを起こしオーシャンレースの第1レースをDNS。第4レースではハリヤードトラブルを起こしながらも総合3位に食い込んだわけだが(ベイレースでは1レースのみ出艇)、中風以上のコンディション、特にフリーの走りでは、最新艇の〈ワン・オーストラリア〉(オーシャンレース優勝艇)にもひけを取らない性能を見せていた。

スキッパー候補のジョン・カトラー、ナビゲーターの南波誠らが乗り込んだ〈JPN-26〉は、オーシャンレースの第1レースでリコール解除ができずPMS、第4レースではメインセイルトラブルによるリタイアと不運続きだったが、ベイレースではその悔しさをぶつけるようにして見事優勝。土壇場での勝負強さを見せてくれた。

最新艇(JPN-41)は 年明け早々にサンディエゴへ

それでは、今のニッポンチャレンジでは、今回のIACCワールドの結果をどのように受けとめているのだろうか――。

同シンジケートの山崎達光会長は「成績は残念な結果に終わったが、キールの形状など、技術的に得たものがあつた。今の段階で詳しいことは言えないが、心情的には100点を付けたい出来だった。もう一度すべてをチェックし建造中の新艇に反映させると共に、〈JPN-30〉を改造し、万全の態勢でルイヴィトン・カップに臨む」とコメントしている。

ニッポンチャレンジは11月14日、その前日まで行われていたニッポンカップのため一時帰国していた選手らを集め、近況報告会を行った。

その席上で、チーフデザイナーの横山一郎氏は「サンディエゴでの実戦データの収集、そして研究開発は平行して今もなお続けている。ぎりぎりまで続くだろう」と語っている。

静岡県浜名郡にあるヤマハの新居工場の中ではどんな作業が行われているのか知る由もないが、技術者たちが日本と自分たちの名誉をかけて作業を続けていることは想像できよう。

記者会見で南波誠は語った。「この中に我々が勝つと考えていない人が一人もいないことを信じている」と。

釣りの好ポイントが多い立地条件を活かしたセールスをしたいと中西社長。「こんな魚拓を持ってセールスに回り、購入後の楽しさを教えてあげたい」という



「これからは自分なりのマリナー、マリンショップを築いてみたい」 二代目・若大将の夢と決意……。

北九州の鹽灘を臨む遠賀川河口に、ヤマハマリンショップ・株ヨットハーバー芦屋がある。同社の代表取締役社長、中西勇人さんは今34歳。平成元年に父親の定美さん(現会長)から社長の任を継いで6年が過ぎた。ポート・ヨットの販売、そして保管業も順調に推移しているが、まだまだやってみたい事、やらなければならない事があるという。その中西社長にお話を伺った。

マリナーであることのメリットを活かして

現在、ヨットハーバー芦屋では約180隻のオーナーポートを保管している。その収入は同社の全売上の約40%。残りの60%が物販となるわけだが、その比率は年々高まっており、新規のお客さまも確実に増えているという。まずはそのポート販売業務についてお話を聞いてみた。

「このころ感じるのは、サラリーマン層でも200万円くらいの価格でいいフネがあれば買ってください、ということ。免許取得者も増えていきますし、今のところうちで免許を取得した方のうち10%ほどが購入に結びついています」

同社の場合、ここで言う「いいフネ」がポイントとなった。マリナーで保管しているポートを見るとサンフレンド21、FC23など2〜3年以内にデビューした比較的低価格のモデルが目立つ。そして「最もよく売れたのがFW23だった」という中西社長の言葉がその現象を裏付けている。

「FW23の開発に当たってうちからもいろいろと意見を言わせて頂きましたが、それが

180隻、すべてのポートに同乗してみたい

「このあたりで釣れた魚の魚拓を持って営業に回ったっていいんじゃないかと思うんで

反映されていたのが良かったですね。でもさすがに責任を感じて、売るのも一生懸命でしたよ(笑)。そうですね、今度は小型のディーズルインボードがあるといいんですが、どうでしょう。また、提案しようと思っっています」

その他、新規客が増えたことについて、中西社長なりの分析をして頂いた。

「やはりマリナーというメリットを活かしての営業が基本でしょう。特にこの周辺はいろいろな釣りが楽しめますから、そのあたりを全面に打ち出して、ということになります」

その釣りが、同社では独特の、ある方法がお客さまから好評だそうだ。

「現役漁師さん、父親(会長)の同級生だった方なんですけど、その方にオブザーバーという形でご協力いただいているんです。時にはお客さまと一緒にフネに乗って、釣りに出かけていたりもします。お客さまにとっては山立ってもらってポイントをGPSに打ち込んでもらったり、時には親天望気を教えてもらったり、とても有意義なようです」

す」と中西社長は言う。

今後、同社をより発展させていこうと、中

ヨットハーバー芦屋は昭和48年創業。「今後施設を充実させたい」と中西社長は構想を語る

株ヨットハーバー芦屋

創立21周年記念パーティー 盛大に開催

さる11月19日、株ヨットハーバー芦屋創立21周年記念パーティーが、北九州市の松柏園グランドホテルにて開催された。

当日は、同マリーナに在籍するボートオーナーはもちろんのこと、海上保安部、地元町役場、漁協などの関係者、130余名が出席し、同社のこれまでの業績を讃え、今後の発展にエールを送った。

中西定美会長(右から3人目)と、中西社長のご家族



株式会社ヨットハーバー芦屋
創立21周年記念パーティー



パーティーにはおよそ130名が出席。今後のますますの発展を誓う中西社長に盛大な拍手が贈られた

昭和48年5月に、現在、代表取締役会長を務める中西定美氏が創業したヨットハーバー芦屋は、北九州地区において先駆的とも言えるマリーナ。マリンレジャー基地としてはもとより、海難救助連絡協議会、小型船舶安全協議会の活動に積極的に取り組んで来たことが、来賓のあいさつからも伺えた。中西会長も「創業以来、一件の事故も起きなかったことは誇りとするところ」とあいさつした。

また、中西勇人社長は「これから自分なりのマリーナ造りに取り組みたい。父の代とは違った形になるかもしれないが、皆さんの以前と変わらぬ力をお借りしたい」と、新たな時代への意気込みを表した。

パーティーはミニコンサートやビンゴゲームなどの催しを交え、約2時間にわたって、和やかに行われた。



中西社長(中央)以下、2名のサービスマン、1名の事務というヨットハーバー芦屋のスタッフ



保管は陸上、係留あわせて180隻にもなる。保管艇の艇種はバラエティに富んでいたが、特に小型フィッシングボート、FGシリーズなどが目立っている



マリーナ内にある喫茶店。月一回、ライブが入る。「姉夫婦が経営しているものですが休日はボートのお客さままでにぎわいます」



西社長は意欲満々だ。特にマリーナを今以上に活性化させ、代替え需要を促進させたい、という。「魚拓を持って…」というのは、これまでは違った、何か新しい形でそれを推進していきたい、という中西社長の意志の現れと受け取れる。

「昭和61年にヤマハを退職して(関西の肥後橋店でセールスを担当)から6年。その間延べでおよそ20隻分のオーナーと一緒にボートに乗ってきましたけど、まだまだ少ないと思う。マリーナにはまったく稼働していないボートも数多くあるんですが、そんなオーナーを誘い出して、どんどん一緒に遊んで遊んであげたい。180隻のオーナー全てと」

マリーナ施設の充実も課題だという。

「まずは古くなった桟橋を、新しいものに改装します。あと、これはあくまでも夢なんですけど……、オーナーの家族の方も一緒にここにやってくる楽しめる施設、例えばプールやテニスコートなど、そんな総合レジャー施設的なマリーナにできれば、とも思います」

前社長の定美さんは昭和48年、この地にマリーナを開業。以来周辺の漁協や自治体等の理解を得ながら地域に密着したマリーナ経営を進めてきた。また、海上保安部や海難救助連絡協議会にも積極的協力し、安全面についてお客さまへの啓蒙も行ってきた。そんな姿勢があったからこそ、お客さまから、絶大な信頼を集めている。

前社長が築いた、「お客さまからの信頼」という何にも変えがたい財産を守り、それに新たな息吹を吹き込もうとする中西社長。今後のヨットハーバー芦屋に注目したい。

HOT EYE

新鮮なMJプレイが参加者に好評
マリンジェット・フィッシングキャンプ in 河口湖



マリンジェットの楽しみ方はレースやツーリングだけではなく、もっと違ったカタチでMJを楽しんで遊びの可能性を探ってみよう——。そんな主旨のもと企画された「マリンジェット・フィッシングキャンプin河口湖」が、10月15日から18日にかけて山梨県の河口湖で開催されました。

当日は、マリンジェットクラブのメンバーとその家族を中心に15組40名が参加。また、熱烈的なMJファンでもあるレーシングカーデザイナーの由良拓也氏、バスフィッシングのトッププロ・田辺哲男氏もゲストとして参加、美しい自然に囲まれた河口湖でキャンプとスポーツフィッシングを大いに堪能しました。

あいにく風が強く、釣果の方はいまひとつでしたが、「釣果は二の次。今日は楽しかったです」「今回だけでなくこれからも続けてほしいですね」など、参加者からの評判は上々。バスプロの田辺氏も「今日は楽しかったです。釣り人にとってマリンジェットはうっとうしい時もあるんですが、今日は両方の立場を体験できて非常に有意義でした。こんなイベントが続いていくことでMJファンと釣り人が理解し合えたらいいですね」と満足そうに語っていました。



釣りのための機装が徹底的に施された由良氏のMJ-650Mは注目の的だった。仕事の合間を縫い、約2か月かけてこつこつと作り上げたという



見事2尾のニジマスをキャッチした田辺プロ。「ギンギンに釣るのではなく、肩の力を抜いて気楽にチャレンジするのがMJフィッシングの楽しみ方」



大物賞を獲得した高木氏はヤマハマン。かつての勤務先、はいむるぶしてはよくMJでルアーフィッシングを楽しんでいたそう