

YAMAHA MARINE NEWS

すべてのヤマハマリン販売店のための情報誌

ヤマハマリン ニュース No.112



1997

3/4
MAR/APR

特集▶ やる気満々、活気あふれるショップ・レポート

ノってるお店は、ここが違う!

漁船、和船主力店のための ● 浜を訪ねて

なんでもやってみようという気持ちが必要です。

MJビジネスのヒントを探す ● HOP STEP JET

信頼に足るアドバイスこそ、ショップとしての役割

YAMAHA NOW ●

ボートショー・デビューの強力モデル

待望のファミリーボートSRV23、 トレーラブルSRV17が新登場

普通免許で牽引できるマックスサイズのボート SRV17-TR/17



年々整備されつつあるとはいえ、新規ユーザーにとって、保管場所は購入時における不安材料のひとつ。そこでエンジンのみならずトレーラーをセットにした新しいパッケージボートを開発しました。開発のポイントは普通免許で牽引が可能なスペックにまとめること。厳密な構造解析を行い、強度と軽量化の高次元でのバランスを実現しています。

主なセールスポイント

- 普通免許で牽引できる最大サイズモデルで1人でもボートの揚降がスムーズに行えます。トレーラーは船体とカラーコーディネートされています(17-TR)。
- センターウォークスルーを採用し、様々なマリンレジャーでの使用に対応しています。
- セルフベ어링仕様を採用し、保管環境を選びません。
- トレーラーパッケージタイプの他、ボートと船外機のためのパッケージを用意しました。

[主要諸元]

- 全長:5.09m ● 全幅:1.84m ● 全深:0.98m
- 完成重量:453kg ● 搭載エンジン:50ps
- 燃料タンク容量:24ℓ ● 定員:5名
- 航行区域:限定沿海
- トレーラー/全長:5.94m、全幅:1.85m、重量:230kg



元祖パッケージボートにキャビン付き SRV23/23S/23EX

個室トイレのついたファミリークルージングボート(EX)がよりお勧めしやすい価格設定で登場。SRV20等からの代替候補としてお勧めしたいのはもちろん、1隻目の入門艇としても魅力的なニューモデルです。23フィートながら団らんスペースを確保。さらにハルを新開発し、軽快な走りについても実現しています。

主なセールスポイント

- 搭載エンジン、及び内装によって3バリエーションを用意し、ユーザーの選択肢を広げています。
- 雨やスプレーをさえぎる大型のハードトップを採用、ヘッドクリアランスも175cmを確保しました。
- ドライバーズシート及びナビゲーターズシートは後ろ向きに反転させることが可能。停泊時の団らんなど多目的な用途に対応します。
- キャビンは豊富な物入れを設置。EXタイプは独立したトイレルームを設定。その他のモデルについても個室スペースや設置スペースを用意しています。



SRV23EX



[主要諸元]

- 全長:7.05m
- 全幅:2.30m
- 全深:1.10m
- 完成重量:1070kg、1100kg(S)、1215kg(EX)
- 搭載エンジン:80ps、90ps(S)、115ps(EX)
- 定員:8名、8名(S)、10名(EX)
- 航行区域:限定沿海

FishingMateの拡充で 小型フィッシングラインナップは一層充実

スタイリングの良さが加わってラインナップ強化

FishingMateシリーズ

釣り機能を徹底的に重視することで、低価格化を実現してきた FishingMateシリーズ。その機能をより充実させ、さらにスタイルへの要求を満たし、新たに生まれ変わりました。

主なセールスポイント

- 従来の和船の持つイメージを一新したスタイリッシュな外観デザイン。
- 不安を和らげる深めのブルワークとし、舷端移動しても海水が逆流しない高めのフロアを採用しました。
- 船首部の乾舷は風流れを抑えるため低めに設定。また後進性を考慮した船尾形状や、静止時安定性を増すなどキャストを始め様々な釣りに対応します。
- 2ハッチの大型イケスを採用しました(14、17は1ハッチ)。
- センターコンソール付きのEXタイプと標準タイプを用意し選択肢を広げています(23はセンターコンソールタイプのみ)。

[主要諸元]

FishingMate14/14EX (5月発売予定)

- 全長:4.30m ●全幅:1.68m ●全深:0.73m ●船体重量:230kg、250kg(EX)
- 最大馬力:25ps ●定員:4名 ●航行区域:限定沿海

FishingMate17/17EX

- 全長:5.00m ●全幅:1.83m ●全深:0.79m ●船体重量:310kg、330kg(EX)
- 最大馬力:40ps ●定員:5名 ●航行区域:限定沿海

FishingMate20/20EX

- 全長:6.00m ●全幅:2.03m ●全深:0.91m ●船体重量:470kg、515kg(EX)
- 最大馬力:60ps ●定員:7名 ●航行区域:限定沿海

FishingMate23EX (4月発売予定)

- 全長:7.00m ●全幅:2.30m ●全深:1.01m ●船体重量:665kg
- 最大馬力:80ps ●定員:8名 ●航行区域:限定沿海



FishingMate20EX



FishingMate17EX

各水域のクラブレースを席卷する、 快速セイリングクルーザー YAMAHA33S/SLTD

4級ライセンスで操船することができるセイリングクルーザーとしては最大級、IMS・CRレーティング対応のニューモデル。クラブレースで上位を狙うことのできる帆走性能に重点をおいて開発され、アメリカズカップなどで培った技術力をハル、ラダー、キールなどの設計に注ぎ込んでいます。

主なセールスポイント

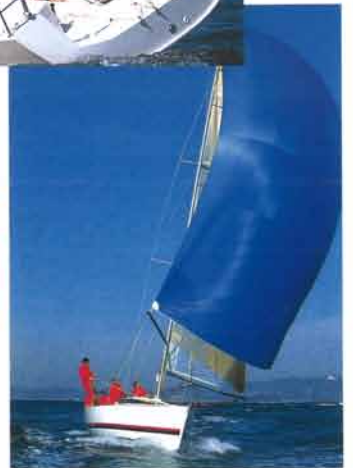
- アメリカズカップ艇建造を始め数々のレース参戦でのデータを駆使し、最新のデザインを実現。ラダーシャフトにはカーボンを用いて強度アップと軽量化を図っています。
- キール最下部には鉛を使用し、低重心化を図り、その分セール面積を広げ帆走性能の向上につなげています。
- デッキ、及びコックピットはレース時のクルーワークを前提にレイアウト。動作のシミュレーションを繰り返し機能的なレイアウトを実現しました。
- キャビンはスポーティなSとウッディなSLTDの2バリエーションを用意。4名分のバース(プラス1名をオプションで設定)とギャレー、チャートテーブル、個室トイレ、充分な収納スペース等を確保し、キャビンの居住性も備えています。



YAMAHA33Sのキャビン

[主要諸元]

- 全長:9.99m ●水線長:9.00m ●全幅:3.38m ●喫水:2.07m
- バラスト重量:1230kg ●完成重量:3250kg
- 全セール面積:54.09㎡ ●補機:2GM-SD
- 定員:12名(平水)、10名(限浴、沿海)、8名(近海以上)
- 航行区域:遠洋



ニューモデル追加で生まれ変わった 釣りレジャードライブ船「新生YDカルテット」

YD-24B/YD26C/ YD-28G/YD30E

釣りレジャードライブ船は操船のしやすさ、係留場所、浅い釣り場での釣行等の面において、ボートフィッシングマニアに根強い人気があります。ヤマハではこの春、そのドライブ船ラインナップにニューモデル<YD-28G>を投入、さらに既存艇のグラフィック、ブリッジ等の変更によりイメージを一新し、「新生YDカルテット」として4艇種をシリーズ展開していきます。

YD-28G/主なセールスポイント

- 新型ドライブユニット・MU30と、マリンディーゼル・D203KUH (115ps)、またはD380T (130ps)を搭載。ドライブ側に油圧クラッチを内蔵することにより、エンジン側にクラッチが不要となり、微速装置の有/無しを選択できます。さらにドライブ内の油圧クラッチでの操作となるため、シフトフィーリングと信頼性が向上しています。
※YD-26、30にも3GP (T)、4TP (T)仕様として設定
- ダブルスキン構造による外観品質と、デッキやイクスのメンテナンス性を向上させています。ガンネルは織装のしやすいオープンタイプです。
- 1クラス上のサイズのボートに遜色ない静止安定性を確保。また前部の風流れを極力抑えた設計を採用しています。
- イクスハッチは片手で開閉できるタイプを採用。エンジンルームハッチは、メンテナンス性に優れた大型タイプです。
- チルトアップ角度が大きく、プロペラが水面に出るニュードライブを採用しました。
- オプションでマリントイレの設置を可能にしました。



YD-28G

主要諸元	YD-24B-0A(0B)	YD-26C-0A(0B)	YD-28G-0A	YD-30E-1A
全長	7.41m	7.98m	8.53m	9.20m
全幅	2.10m	2.30m	2.50m	2.50m
全深さ	0.93m	1.03m	1.09m	1.15m
総トン数	1.10t	2.00t	2.20t	2.20t
最大積載量	710kg	900kg	950kg	1100kg
定員	8名	10名	10名	10名
航行区域	限定沿海	限定沿海	限定沿海	限定沿海
燃料タンク	60ℓ	3HP:70ℓ 30P:90ℓ	175ℓ	175ℓ

新型ドライブ MU30

新生YDカルテットのうち26、28、30の3艇はいずれも油圧クラッチ内蔵の新型ドライブユニット<MU30>を搭載しています。また、それに伴い、26ではエンジンがD203KUHに変更。28、30ではD203KUHおよびD380Tの2仕様を用意し、さらにそれぞれのエンジンにおいて微速装置の有/無しの選択が可能になっています。

- ドライブの容量アップ(高トルク対応)により逆転増速機による増速が不要となり、エンジンとドライブの直結が可能になりました。
- MU3に比べ減速比が大きくなったことで、プロ

ペラ効率が大幅に改善され、加速性の向上に繋がっています。

- 油圧湿式多板クラッチをドライブ側に内蔵(ヤマハオリジナル)し、シフトフィーリングと信頼性を確保。さらに微速装置の有/無しの選択を可能にしています。
- MU20並のチルトアップ角度を確保し、メンテナンス性を向上。さらにチルトアップ時間も短縮しました。
- ドライブ機構の変更により、チルト角度に関係なく舵を目一杯切ることができます。
- シフトケーブルを逆に設置するだけで、2基掛けに有効なカウンターローテーションが可能です。



D380T+MU30

やる気満々、活気あふれる
ショップ・レポート **その1**

ハッてるお店は ここが違う!

国際ポートショーも開幕し、いよいよ本格的なマリンシーズンの訪れを実感できる季節がやってきた。景気低迷が長く続いていたとはいえ、96年は小型パッケージボートの売れ行きが好調だったことなど、マリン業界にとって今シーズンの商売にも弾みのつく結果となったのではなからうか。そこで今号から、今この時代にあって、確実に成長しつつある販売店さんの活躍ぶりをシリーズでレポートしていきたい。

● 今回登場するお店 ●



(株) 藤マリン



清水マリーナ

清水マリーナの正式社名は株式会社森田造船所。現在のハーバーマスター森田貴之さんの祖父が、大正時代に創業した木造のダルマ船（写真P9）専門の造船会社である。

その後、時代の移り変わりとともに、港内船の多くが鉄製となり、木造船の技術しか持たない森田造船所は現在のマリーナ業へと業務転換を余儀なくされた。

造船業を廃業した先代が1カ月ほど渡米した後「これからはレジャーボートの時代だ」という判断で始まったマリーナだったが、現在に至るまでは様々な苦勞があった。

藤マリンの社長／専務である藤浦兄弟の父親・藤浦徳貞氏は、海苔の養殖業界では知らない人はいないという存在。愛知県碧南市で海苔の養殖業を営んでいた徳貞氏は、東大の学者らとともに研究を重ね、海苔のタネを冷凍保存する方法を開発した。「特許を申請していれば、今ごろは左うちわだったんですがねえ」と社長が笑うほどの大発明だったという。

その後、藤浦兄弟は船外機の販売／修理業の藤マリンを創業したが、専務の弟である三男は現在も樽井漁協で漁業を営んでいるなど、元々漁業とは縁の深い会社である。

「お店は
ここが違う！」

業務とレジヤ、二足の草鞋で事業拡大 新店舗のオープンで勝負に出る

(株) 藤マリン

大阪府阪南市



社長の藤浦富男さん。堅実派ながら10年前にコンピュータを導入するなど進取の精神をも持ち合わせている

魚を買いにきて、SRVを買った?!

漁港内に漁船とレジジャーボートを分離収容し、漁業者が主体となって管理運営を行うフィッシュアリーナに関しては、本誌109号で、全国32カ所で整備が進められており、うち9カ所がすでに共用を開始していることをお伝えした。

このような官(水産庁)主導のフィッシュアリーナ以外にも、各地の漁協と地元のマリン業者が手を結んで、独自の形態で漁港の共用が進められているケースもある。

ここで紹介する藤マリンは、昨年の8月2日から始まった田尻漁港(大阪府泉南郡)の「田尻海洋交流センター」に参画。漁港内に新設された建物にテナントとして入り、9月2日に新店舗をオープンさせた。

「以前から展示場のある店舗を開く場所を探していたんですが、なかなか適当な物件が見つからなかった。そこへ、田尻の組合の方から「やってみないか」という話が転がり込んできました」(藤浦庄次専務)

これまでは阪南市の住宅街に修理工場兼の事務所(現本社)ですべてを賄ってきた藤マリンだったが、レジジャーボートの販売には展示場機能のある店舗がどうしても必要

だった。

「最初は迷ったんですよ。テナント料も安くないし(月50万円)、景気は下向きの時期だしということ。でも、やらんで後悔するより、打って出て後悔の方がええやろと思っで、プラス思考の藤浦専務は社長を説得して新店舗をオープンさせた。

本社から従業員4人を引き連れて開業した新店舗は、専務の予想を遥かに上回る活況を呈したのである。

「組合が毎週日曜日に朝市を行っているんですが、これに大勢の人が集まるんです。先日、岸和田から朝市にいらした御夫婦がたまたま店を覗かれて、その場でSRVを契約して行かれましたよ。『お父さんは魚買いにきて、船買ってしよう』って奥さんは言ってますよ(笑)」

この朝市の他にも体験漁業を行ったり、そこで捕れた魚を調理するバーベキュースペースを作ったりと、田尻の組合は非常に進取の精神に溢れた漁協であったことが、結果として集客効果を高めたのである。

注目される 大都市圏での漁港共有

何だか夢のような話であるが、ここに至るまで藤マリンは地道な努力を重ねてきたこ

とを見逃してはいけない。

もともと藤マリンは藤浦富男社長、藤浦庄次専務の兄弟が、漁船の販売/メンテナンス会社として35年前に創業。その後、専務の提案でレジジャーボートにも手を広げることになった。

「業務市場というのはどうしても売上に波ができてしまうんです。補償金の問題とか色々ありますから。その波の谷間を埋めて行くような形でレジジャーボートを販売し

ていくんだという考え方ですね」と語るのは社長であり兄である富男さん。

「海は誰のものやと言うたら、それはみんなのもの。でも、そこを生活の基盤にして漁業者たちのものという部分も大切にせなあかん。そこがベースです」という堅実派の社長と、プラス思考の専務が両輪となって藤マリンを支えてきた。

販売ルートも情報(知識・技術)も大きくかけ離れた漁船とレジジャー双方を扱うことは、そうした形態の会社が他にあまり例を見ないことでもわかるように、非常に複雑で困難な業務形態である。しかし藤マリンのこうした歴史が、このフィッシュアリーナ時代に花開いたのである。

「田尻の話を持ってきた人もうちの漁船のお客さんですわ。向こうにしてみたら、ウチが漁港の中に店を出すことで、いつでも『ここ直し』と声を掛けられるわけですよ。正直、持ちつ持たれつどころもあるんですよ(専務)」

レジジャーのみを扱っている業者にしてみ



本社事務所には10年前に導入したコンピュータが今も現役で活躍。藤マリンの社風が伺える



本社社屋は事務所機能と工場が同居。昼休みが終われば各自の仕事場へ戻り黙々と仕事に打ち込む姿が印象的だった



効果的なレイアウトで明るい雰囲気店内。初めてのお客様でも入りやすいようにとの工夫がなされている

さの個いコを
次向のあのン
庄指長り妙ヨ
浦ス社か絶シヨ
藤派。つが絶シヨ
専務。極とが絶シヨ
積性なびネて
発揮して



れば、どうしても漁協との折衝・交渉は数居
が高いものである。そこに優良な保管場所
があるとしても、なかなか業務提携を結ぶ
ことは困難かもしれない。
「漁師さんは」多少とつき難いところもあ
るでしょうけど、向こうも後継者不足や水
揚げが上がらないといったことで、新しい財
源の確保が必要なんです。まあ、漁協の信



昨年の9月にオープンした田尻漁港内の新店舗。他のテナントもヨットショップや船具屋が軒を連ねる

頼を既に得ているというのはウチの強みで
すから、そこそこを最大限に利用せんこ
とには先がありませんから(笑)
埋め立てなどによって一時的な補償金は
手にしたもの、水揚げの減少に悩む都市
部の漁協にとってプレジャーとの漁港の共
用は明るい未来への指標となりつつある。さ
らに保管場所の確保が売上を左右すると言



新店舗のスタッフはすべて本社からの転勤。これまで業務船しか触ったことのないスタッフも新たなステージで腕ふるっている



田尻漁港のプレジャーボートスペース。写真は最も新しいエリアで、3月中にさらに30~40隻分のスペースが新設される

逆境で培われた 逞しい営業力

この未曾有の不況のなか快進撃を続ける藤マリン。その成功のすべてがフィッシャリーナの関係にあるとは言いきれない。
これまでショップなしでプレジャーを販売していくにはそれなりの苦労があった。お客様が集まる場所がないわけだから、すべてはこちらからアプローチする他はない。藤マ

りでも過言ではないこの業界自身にとって
も、さらに安価で優良な泊地を求める都市
部のユーザーにとっても利益のある、言うな
れば「三方一両得」のシステムである。
「現在三(三)田尻漁港に置いてあるプレジャ
ーボートは約100隻。この3月には新たな
ボートが30隻分増える予定です。基本
は保管料をウチが徴収して漁協に納めると
いうシステムですけど、地元の方の大半は
直接組合と交渉してやっています。メンテナ
ンスに関してはほぼ全艇ウチで面倒を見るよ
うな形になってますがね」(専務)
現在藤マリンは、この田尻漁港以外にも4
つの漁港で置き場の確保に成功している。
「その漁港によって組合の姿勢も違いますか
らね。場所によっては闇雲に数はかり増やし
てしまったため、どうにもならない状況に陥
っている所もあるんです。そういう場合は予
めこちらの方で3.5mピッチで、パイを打て
ば30ftくらいまで対応できるわけですから。
お客様の買い換えもスムーズにできる。私
らの商売は買い換えてもらってなんぼです
からね(笑)」

こうした組合への提案も、これまで築き上
げた信頼があるからこそ可能になっている
のである。いずれにしろこうした藤マリンの
動向は、今後のフィッシャリーナの可能性を
占う意味でも、非常に注目されるところで
ある。

先代の藤浦徳貞氏。ノリ養殖の世界では第一線の研究者だった



リンでは社長の意向で10年以上前からコン
ピュータによる顧客管理を行っている。現在
でこそ当り前のことかもしれないが、当時
はソフトも整備されていなかったため、社長
自らソフト開発も手掛け、2700件にも及
ぶ顧客リストを完成させた。
「攻撃的な営業といえますけど、それは攻撃
的なアフター(サービス)に他ならないんで
すよ」という社長は、顧客の艇の情報を十数
項目に整理し、船検時期等に合わせてこま
めにDM攻勢をかけた。
「売ろう売ろうと思っても売れるもんじゃあ
りませんから。お客様を遊ばせることによ
って、その中からニーズを掘り出していくこ
とが大切」という専務は、様々なイベント(展
示会、MJジャンボリー/ツーリング、釣り
大会、餅つき大会等)を毎月のようにこなし、
新たな顧客の開拓に血道をあげ続けた。
住宅地の中の町工場という、プレジャー販
売には不利な環境の中で培われた逞しい営
業力があつたからこそ、時代がもたらしたチ
ャンスを最大限に生かすことができたとい
えるのではないだろうか。

特集

つてるお店は
ここが違う!

静かなる積極策でニューカマーを獲得 シヨップ&マリナーの経営戦略とは

清水マリナー／(株)森田造船所

静岡県清水市

昨年11月から 驚異的に伸びた販売

バブルの崩壊で打撃を受けた関東・関西の高額な大型マリナーを訪れると、未だに空きスペースを抱えたままというケースが目立つが、一方で小規模ながらローカルで地道な経営を続け、ほとんどバブルの影響を受けなかったマリナーも存在する。ここ

で紹介する清水マリナーもそのひとつである。

清水港の奥、ともえ川の河口付近に位置する清水マリナーは、現在もキャパシティ100隻が満杯の状態。

「マリナー業務の方は、バブルの影響は全くなかったですね。でも、艇体の販売金額は最盛期の4分の1まで落ち込みましたよ。当時、販売・保管の比率は10…1以上

だったのが、現在では7…3程度ですから」と語るのはハーバーマスターの森田貴之さん。

やはり外から見ただけではわからない苦勞は、この時代どこにでもあるものである。

人員を最盛期の2分の1にまで減らし、現在従業員は男子1名と事務職の女子1名の計2名。船の揚降はもちろん、あらゆる雑用も森田さん自身が率先して行っている。

「健全な会社経営ということを考えたら、保管艇が100だったら従業員は3名がやっつとですよ」という森田さんの語り口からは、非常に堅実な経営方針が感じられる。

ハーバーマスター自らが休みもなく働き続けた甲斐あってか、昨年の11月から販売がスゴイ勢いで伸び始め、1月末現在で6艇(新艇でFC23、SRV、FC24、F17、中古でFC26、タックル23)の納入を抱えているという。その原因について森田さんの分析は

「経営者の私がやる気になっただけですよ(笑)。というのも、昨年の3月にウチのお客様さんが死亡事故を起こしてしまっただけで、私自身海上保安庁の安全指導員で、これまで自分のお客様では事故がないというのが一つの誇りとしてあったので、



ハーバーマスターの森田貴之さん

やはりダメエージがあった。それが、昨年の11月に結審して、その辺で気持ちの整理もついたという精神的なものですよ」とは森田さん自身の分析である。もちろんそうした精神的な側面も否定することはできないが、ここまで業績を回復させた原因は他にもきっとあるに違いない。

自動車学校に委託した 免許教室

自社で販売した艇を自社のマリナーで管理するという形態の販売／マリナー業にとって、とっとり早い収入増は既存オーナーによる艇の買い換えである。しかし、ただそれを繰り返しているだけでは、顧客の平均年齢が上がるばかりで、いずれはギリ賃状況を招いてしまう。

しかし自動車等と比べ、今のところ絶対的なユーザー人口が少ないこの業界ではニューカマーの獲得がひとつのキーポイントとなっている。これは一販売店の営業努力だけでは如何ともし難い側面を持っている。

そのキーポイントである新規参入者を、清水マリナーは独自の方法で獲得することに成功した。それは自動車学校への免許教室の委託である。近隣の駿河自動車学校の経営者とたまたま旧知の仲だった森田さんは、3年前からポート・ライセンス・スクールを自動車学校に委託した。

「自動車学校の営業力は、私たちなんかとは全然比べものになりませんよ」

確かに自動車学校は若年層を中心とした多数の生徒を擁し、しかもそれは2、3ヶ月周期で入れ替わるのである。その集客効果は想像するに余りある。

「向こう(自動車学校)にしても、今は客の取り合い状態で、何等かの付加価値を求めているんですね。自動車とポートの免許がセットコースで取得できるというのは、



ともえ橋から見た
マリナー全景



艇の揚降はハーバーマスター自らリフトに乗って行う。リフトは8、6、3tの3台を保有



ハーバーオフィス。アーリーアメリカン調の爽やかなイメージで、ウェルカムな雰囲気を出している



ハーバーオフィスのカウンター。こじんまりとした中にもハーバーマスターのセンスが反映されており、とても落ち着いた雰囲気

他にはない大きな付加価値ですよ」
月に一度清水マリナーを会場に実技講習が開催される。教官もすべて自動車学校から派遣されるため、清水マリナーは場所を貸すだけという形態をとっている。人員の少ない中、絞りだしたアイデアからひとつの道が開けたという好例であろう。
「自動車学校が出すDMにインフォメーションを入れてもらったりもしますが、最も

効果的なのは、生徒さんたちと直接コンタクトがとれるということですね。ですから、免許教室の時はできるだけボートの魅力やMJの魅力のアピールしてまますよ」
実際にそうした中から、MJやSRVのオーナーになるケースも珍しくないという。最小限のリスクから最大限のリターンを得るといふ堅実な森田さんらしい手法である。



ハーバーオフィスに隣接するファクトリースペース。工具類もきちんと整頓され、こちらも森田さんのセンスが伺える



オーナーのためのクラブスペース。左手のタリボードも森田さんのハンドメイド

フネを大切にすることから 全ては始まる

清水マリナーの正式社名は株式会社森田造船所。その名のとおり、前身は木造のダルマ船（港内の足舟）を建造する造船所だった。

「港内船が一斉に鉄製に変わった時期に、父親が造船所からマリナー業に切り替えました。選択の余地はありませんでしたよ」
大学を2年で中退し、ハーバーマスターとして働き始めた森田さん自身は、ビルダーとしての経験は全くない。しかしながら、創業者（祖父）のスピリッツは脈々と受け継がれているようで、

「フネを大切にするというのが最大のポリシーですね。よく第3セクターの大型マリナーなんか行くと、オーニングの上に水が溜っていたりするでしょ。そういうのは許せないタイプなんです」という森田さんの言葉どおり、上架されているフネのボトムは新艇と見紛うばかりの白さ。

「暇があったらただで洗ったりするんです。もう自分のフネという感覚ですね」
しかし、考えてみればこれはマリナー業務の基本中の基本である。フネの管理を委託するユーザーからしてみれば、洒落たカフェがあることよりも、大切なフネを丁寧に扱ってくれることこそが、マリナーに要求する最重要事項に違いない。

こうしたハーバーマスターの姿勢を理解しているからこそ、顧客は価格だけでなくマリナーに流れたりはせず、バブルの後にも常に満隻状態を保てたのである。

「造船所だったことと関係あるのかどうかは判りませんが、艀装の仕上げの美しさにしても、他には絶対負けない自信があるんです」という森田さん自身は、先にも述べたようにビルダー経験はない。

「すべてヤマハの技術指導から学びました。そういったところからも、ヤマハの技術陣の素晴らしさは日本一と言えるんじゃないですか。感謝してまますよ」

ただ強引に数を売ることが営業ではないということも反面教師として教えてくれたのがバブルの崩壊である。しかしバブル時代のイケイケセールスに積極的な営業という図式から抜け切れない頭では、森田さんの経営姿勢は消極的に映るかもしれない。

先に紹介した藤マリンのケースとは一見対照的にも見える。しかし、両者には大きな共通点があることを見逃してはならない。それは自らの得意分野を最大限に生かすという発想である。その中から独自のアイデアを絞り出し、新たな戦略として築き上げていく。その点で両者は極めて似通っているといえる。

ハーバーオフィスの隣には創業当時の看板を掲げた旧社屋が建つ



ハーバーオフィス2階にはダルマ船の模型が飾られている



先の藤マリンのケースは、チャンスにはリスク覚悟の上で攻める勇気の大切さを、そして清水マリナーのケースは、リスクを削り落し守りに徹する勇気の必要性を教えつけてくれているように思う。どちらを選択するかはその時の状況および環境・経営者の哲学によって決定されるべきもので、しかしながらいずれもそこに独自のアイデアがなければ机上の空論に過ぎないということとを理解する必要がありそうだ。

マリナーをとりまく環境を考える

毎年、年末になるとヤマハでは、新聞、雑誌の記者やフリーのジャーナリスト、それにディーラー各位、ユーザーなど、あらゆる層の人々にアンケート調査を実施。その年に起きた、マリナー業界に関する10大ニュースを発表している。今回は、昨年度の10大ニュースのなかから主なものを取りあげ、いまマリナー業界が置かれている環境がどう変化しようとしているのか探ってみた。

▼五輪のメダル獲得はマリナー・レジャー普及の弾みになるか

10大ニュースのトップは、文句なしで「重・木下チーム、アトランタ五輪女子470級で日本初の銀メダル獲得」だった。回答の大半は、彼女たちのひたむきな努力を冷静に評価したうえで心から祝福する論調だったが、その反面、五輪種目にヨット競技があることを知らない人も多く、ヨットがいまだマイナーなスポーツであることを再認識させられたと嘆く識者もいた。

確かに、「これで、ディンギーが国民に理解された」と喜ぶ回答者もいたが、彼女たちの活躍がテレビで紹介されたのは、表彰台に登った日ぐらいい。マラソンや柔道などは特集番組を組んだ局がいくつもあつたが、ヨットを知る人たち以外に彼女たちが手にしたメダルの重さを本当に知ることができた人が、いったいどれだけのだろうかと思う。

また、「借金のこともしよに報道されたため、あいかわらずヨットは金のかかる

スポーツであるような印象を与えてしまったような気がする」といった意見もあつた。あるニュースキャスターが「彼女たちのヨットは1000万円」などと語っていた番組もあつたが、報道する側にしてもヨットへの興味は、まず「ヨットっていくらするんだらう」ということから始まっている。彼女たちの何年間もの努力や、ヨット競技における激しい駆け引きなどは、二の次になつてしまった感じがする。

「メダルさえ取ればもつとメジャーになるのに、となるだらうか? メジャーになるかどうかは、もつと別に大きな要因があると思う」(高橋唯美/イラストレーター)といった、冷静な意見もあつた。

▼海の日をどう活かすは今後の課題

一昨年の意識調査では「海の日」の認知度はさほど高くなかつたが、実際にその日を迎えたためか昨年の10大ニュースでは2位という高得点を集めた。回答を見ると、公共団体関係者が「海の日」を特に意識していることがうかがえ、これを契機にマリ

ナー業界の活性化を望む声が多かつた。今後、「海の日」が単に「休みが増えただけ」で終わらせないためには、公共団体はもちろんのこと、民間においてもマリナー業界に関わるそれぞれの分野で、さまざまな工夫を考えていきたい。

▼横浜ベイサイドマリナーのオープンとフローティングボートショーの話題

昨年は「いずみサイズの閑空マリナー」(大阪)など大型マリナーのオープンが相次い

だこともあり、一昨年に続き新しいマリナーに関する話題が4位に入った。こうした大型マリナーのメリットを活かし、新西宮、横浜ベイサイドの両マリナーにおいてヨットのフローティングショーも開催。こちらの話題も9位にランクされた。

保管場所が増えればヨットやボートなど商品も動く。「フローティングショー」の開催は、マリナーの環境整備が進んでいる証拠」といった販路関係者の回答が多く、また「海に浮いたヨットのショーは魅力倍増。実際に浮かんでいるヨットに乗って、いろいろ見られるということは、自分の船選びの参考にもなる。これからも続けてほしい」というユーザーの声もあつた。

数を増やすマリナーと、フローティングショーという新しい販促イベント。ここ数

横浜ベイサイドマリナーのオープンで市場も活性化した



重木/下の快挙は嬉しいニュース



海の日制定にあわせて依然好調が続いたパッケージボート



年、マリネジャー新時代の幕開けを予感させるニュースが続いている。

▼業界団体ならびに 関係省庁の人の意見

「(昨年は)海の話が多く、特にボートの大衆化という側面で報道された記事が多かったと感じています。記事の内容も、放置艇の記事などは取り上げ方が公平で、保管場所不足の現状を正しく指摘しているものが多かった。理解が広まってきていると言えるだろうし、今後はそれを深めるために業界の内情を含めて情報を発信していきたいですね」と、アンケートの際に語っていただいたのは、日本舟艇工業会広報委員長の村木昭司さん。

10大ニュースの結果については、新マリ

ーナのオープンがフローティングショーを実現させたように、関連したニュースをつなげていくと全体像が見えてくるという。第2位の「海の日」の制度化についても、これを契機に安全思想を普及させ、第6位の事故の増加傾向といった問題の解決につなげたいと語っていた。

「業界としてもっと中身を知ってもらいたいと思うことは、運輸省内でプレジャーボート保管対策懇談会、舟艇利用振興懇談会が設置されたことです。大きな意味があるのですが、あまり理解されず、それほど報道されなかったことが残念です。この辺の受け止め方には、まだまだギャップがありますね」

確かに、関係省庁がいまどのよう動いているかは大切なポイント。報道する側

も表面的な出来事だけに終始しないよう気を配りたいところである。

また、100万円台のパッケージジボート「たいへん歓迎すべきことですが、同時に放置艇問題の拡散という要因も持つっており、早めに秩序作りを進めていかねばと感じるからです。(中略)運輸省運輸政策局に海洋室が誕生したこともニュースの1つに付け加えられたらありがたい(笑)」

武藤さんも、一般にはあまり知られていない行政サイドのニュースについて一言述べていた。海洋室では、海洋レジャーの振興を含めて海の新しい利用方法を考えることを強化し、いろいろな提言をしていきたいという。

▼今年話題は何か

今年に入って、はやくも1カ月が過ぎた。1997年末にはどんな10大ニュースが登場するのだろうか。現在、話題になりそうなトピックスを追ってみた。

●パッケージボート市場に、トレーラブルのヤマハSRV17が登場
昨年、売れ行きが好調だった100万円台のパッケージボート。その市場は今年どんな展開を見せるのだろうか。ヤマハはトレーラブルのSRV17を発表。家から自家用車で海に運べるトレーラブルボートにユーザーがどう反応するか期待したい。

●トヨタ自動車ボートに進出
今年の東京国際ボートショーにニューモデルを展示。業界ならびユーザーにどんなインパクトを与えるかが注目されている。

●環境と地元住民の生活が心配される、日本海でのタンカー重油流出事故
前代未聞の重油流出事故で深刻な被害が出ている日本海沿岸各地。復旧対策はもちろん、今後に向けた包括的な事故防止対策といった課題が残されている。

●国際帆船レースが日本で開催
海外では毎年行われている、日本ではあまり馴染みのない帆船のレースが、香港と大阪間で開催される。世界から10数隻の大型帆船が一度に来日するのは1983年の「大阪世界帆船まつり」以来のこと。レース参加帆船の一般公開も予定されており、海への関心を高める起爆剤になるかどうか注目されている。

次号は、今回語られたプレジャーボート保管対策懇談会「ならびに舟艇利用振興懇談会」、そして運輸省運輸政策局の「海洋室」についてレポートの予定です。



トレーラーとのパッケージ化で新たな需要を生むかSRV17



海への憧れを掻き立てる帆船が大阪に集う帆船レース

1996年マリネ10大ニュース	
第1位	重・木下チーム、アトランタ五輪女子470級で日本初の銀メダル獲得
第2位	7月20日、祝日「海の日」制定
第3位	14歳の高橋素晴君、ヨットで世界最年少太平洋単独横断に成功
第4位	横浜ベイサイドマリナー、オープン
第5位	100万円台のパッケージボート、売れ行き好調
第6位	プレジャーボート事故が増加傾向に
第7位	10周年を迎えたニッポンカップ
第8位	「海から見よう! 日本」うみまるキャンペーン
第9位	東西でフローティングヨットショー開催
第10位	堀江謙一さん、アルミ缶再利用ソーラーボートで南米エクアドルから日本へ1万6000キロの太平洋横断に成功

山崎鉄工の売れ筋の一つDX-32G。ここでは釣リレジャー用として人気がある。定年退職後の余暇としてシルバー層がボートフィッシングを楽しむケースが増えているという



地元で絶対的な信頼を得た、山崎社長自慢のマグン。1台ずつ、ていねいに溶接しながら作っていく



漁船のレジャー需要が想像以上に伸びていると語る山崎社長。ポスター等も積極的に利用している

浜

を訪ねて

山口県／上関町

山崎鉄工所

なんんでもやつてみよう という気持が大切です



山口県の下関は誰もが知っているが、同県の東部、伊予灘と周防灘を分ける長島には上関がある。瀬戸内海の外れに位置する上関は、小島に囲まれた絶景の地。沖では底曳き網漁が盛んに行われている。

「冬場にはカレイやトラフグ、夏場にはハマヤクルマエビなど、季節によってさまざまな魚が獲れます」と語るのは、ここ上関で主に底曳き網漁船の販売や艀装工事を担う、山崎鉄工の山崎卯一社長。

山崎社長は、今年62歳。26歳のとき、兵庫県のディーゼルエンジン・メーカーを退職し、郷里の上関に戻ってきた。

「長男だったし、親も私に帰ってきてもらいたいと思っていました。これまで勤めていた会社のエンジンを、実家で販売することにしました」

当時は焼き玉エンジンが主流。ディーゼルを売るには十分な商品の説明が必要で、足を使って地道に顧客を開拓しなくてはならなかった。山崎社長はサラリーマン時代にサービスや製造を担当していたが、セールスの経験も3年ほどあり、それが役立つ。

「実際に自分で造っていたから、独立してセールスに歩いたとき、商品説明には苦労しませんでした。経験が販売につながるということを痛感しました」

まずは、自分で試してみる。その経験がものを言う。いまでも、それが山崎社長のモットーである。独立して5年、このまま順調に仕事が推移していくか見えたとき、ディーゼルエンジン・メーカーが倒産。山崎社長は建築業に転職した後、「もともと機械屋だから、家より船の方が合っていた」ということもあって、船舶の検査を請け負う仕事に就いた。

船舶の検査には、何人も検査技術者を雇って一

山崎鉄工所

山崎鉄工所

- 創業：昭和33年
- 従業員：2人
- 商圏：山口県長島周辺
- 主力商品：DT-41F-OA,DX-32G,DX-37 など、ディーゼル・インボード船

上関町のある長島では底曳き網漁が盛んで、主力はディーゼル・インボード船。船外機を搭載した和船はほとんど見ない。最近ではレジャー船の販売も増えてきたが、こちらもDX-32や37といったディーゼル船である。沖に出ると波があるからという理由で、船外機はあまり普及していない。

地元、福浦漁港でDT-51を先月進水させた難波和彦さんに、底曳き網漁について聞いてみた。以前、難波さんは大阪で仕事をしていたが、籍をここに移して漁業を営むようになった。

「海が好きですね。漁師は金儲けできないけど、充実感がありますよ。前の船(45尺)が古くなったので、歳を考えていま買い換えたら後が楽だと思い、DT-51にしたんです。船のイケスが大きくなったから、魚の活きが良くなった。このメリットは大きいですよ」

上関の底曳き網漁は、季節によって獲物が変わるため、それによって漁の時間も変わる。冬場は、朝4時に出港し日暮れまで操業。夏場は夕方5時から翌朝6時頃まで海に出る。

冬場の獲物は、カレイ、イカ、スズキ、ハゲ、タコ、トラフグなど。夏場は、ハモ、クルマエビ、アジ、イカなどである。

山崎社長が、その製造を得意とするマガンとは、海底を漁る鉄製の熊手のこと。漁った獲物はマガンの後ろに設置される網に入る仕組みになっている。



夕暮れ時、難波さんが底曳き網漁から帰ってきた。難波さんは現在52歳。いま船を買い換えたら後が楽だと考え、大型のDT-51を購入した



店舗前の揚降施設ではDX-39が機装中だった。自作のクレーンは廃車と廃船を利用した



つねにトライする精神を大切にしてきた山崎社長(中央)と、ご家族

地元、福浦漁港。底曳き網漁が主流のため、25尺以上のディーゼル船が大半を占めている



齊に行わなければならない。やがて海運不況とともに検査の数も減り、検査技術者も激減。人を雇ってする仕事の大変さが身にしみた。そんなとき山崎社長に漁船の販売を勧めたのが、ヤマハだった。「ヤマハなんてメーカーは聞いたこともありませんでしたよ。でも、これからはFRP船の時代だと感じました」

最初は、漁師さんも「FRPの船が浮くんかいな」と疑心暗鬼だったという。だが、試しに売った船が評判となり、山崎社長は漁船一本で行こうと決意した。

「田舎で仕事をするには、なんでもこなせなくてはダメですよ」

山崎社長は、上関周辺の主要な漁法である底曳き網に自ら挑戦。マガンと呼ばれる鉄製の底曳き網用熊手のオリジナル品を開発した。

「マガンはバランスが肝心なんです」と語る山崎社長。オリジナルのマガンは地元で圧倒的に支持され、その信頼感から船やエンジンの販売に弾みがついた。

現在、山崎社長は弟さんと2人だけで仕事をこなしているが、かえってそれが良いのだという。無理をして人を雇っても、しつかりした仕事ができなくては浜の信用を落とす。

「マガンを作るには、旋盤加工や溶接技術が必要ですよ。これができなくては、ここでは肝心の船が売れないんです。半端な気持ちの人にはできません。なんでもやってみようという気持ちがなければ、できない仕事なんです」

エンジンを造っていたから独立したとき、しつかりしたセールスができた。漁船をはじめたときは、自らマガンの研究に没頭した。今は自分のフネでちよくちよく釣りに出かけ、そのことが釣りレジャー船の拡販に大いに役立っている。ものを販売する基本として、まずは自分で試してみろという経験主義が、山崎社長に根付いている。

CAMPAIGN

**ニューモデルSRV23の
早期拡販にご活用ください
成約プレミアム
キャンペーン展開中**

ハードトップ、カデイ付きの23フ
イトクラスで、トイレを備えた
(一部モデルではオプション)フ
アマリーボートがいよいよ登場。
入門艇として、また代替え候
補として期待のニューモデル
です。

ヤマハではこのニューモデルの
早期拡販を目的とした成約プレ
ミアムキャンペーンを実施いたし
ます。販売店の皆様におかれま
しても発売となる4月までの予約促
進、話題づくりに、積極的に導入
にご活用ください。

■対象艇種／SRV23シリーズ
(23S、23EX)

**フィッシングメイトシリーズを
バリバリ売ってワクワクもらおう**

**わくわくボinasセール
9月末日まで実施中**

シンプルに釣り機能を追求めた
マニア向けのフィッシングボート
「FishingMate20717」が2月に発
売。続いて23、14の順で4艇種7バ
リエーションを5月にかけて発売
していく予定です。

ヤマハではこのインシヨアフィッ
シングファンに人気の高まりそう
なフィッシングメイトシリーズの
充実に伴い、販売店の皆様に対象
としたキャンペーンを実施中で
す。売れば売れば豪華賞品がいっぱ
いの「わくわくボinasセール」こ
のチャンスにぜひキャンペーンにこ
参加ください。

■キャンペーン内容
■対象艇種／NEWフィッシング
メイト4艇種

プレゼント商品
「メガバスオリジナル
SRVルアーコレクション」



■期間／97年2月1日～3月末日
■内容／期間内、対象艇種のユー
ザー受注分に対して成約プレミア
ム(メガバス製SRVロゴ入りルア
ーセット)300セット限定を進
呈します。



■期間／97年2月1日～9月末日
■内容／対象艇仕入れのフィー
トを積算。期間内の累積ポイント
に応じて豪華で素敵なプレゼント
を。

**免許保持者をお店に集め、
接点を作ろう**

**ご活用いただいていますか
〈MARINE NUMBERS〉
97年9月まで実施**

MARINE NUMBERS

ヤマハではキャンペーン
・マリナンナンバーズ
・MARINE NUM
BERSを全国で展開中
です。

このキャンペーンは、海技免許所
持者すべての方を対象とし、免許
番号の下2ケタを対象に毎月3組
のラッキーナンバー(2ケタ)を店
頭で発表、販売店に申し出た該当
者の中から抽選で、毎月200名
様に3000円分のUCギフトカ
ードをプレゼントするというもの。
免許を所有しながら購入に
結びついていない潜在需要層や
人でも多くの休眠ユーザーを皆
様ののお店に向かわせること、さら
にお店における新規顧客リストづく
りを目的としています。
告知のぼりや店頭発表用ポスタ
ーの他、来店お礼用のノベルティ
グッズ(有償など)をご活用になり、
積極的にご参加ください。



NEW MODELS

**マルチに使用して快適・手軽・安心の
インフレーターボート、6モデルを新発売**

ヤマハではこのほどマリンスポーツ、
フィッシングなど様々なシーンでの使
用が可能なマルチバース・インフレ
ーターボート全6モデル、2.9・9馬力船
外機付き)を発売しました。
マリレンジャー人口の底辺拡大に、
また顧客の拡大に、商材として積極的
な導入をお願いいたします。

「主なセールスポイント」
●高速度性能に優れたインフレーター
キールの採用と信頼性の高い船外機
とのセット。
●3つのブロックとキールにエアを分
散した安心感のある設計。上位3モ
デルのフロアにはノンスキットボ
ードを採用。

●キャリングバッグに収納が可能で機
動力に富んでいます。



YAM330S
●全長: 3.22m ●全幅: 1.48m
●定員: 4名 ●搭載エンジン: ヤマハ6CMS
●ボート重量: 45kg

INFORMATION

**マリレンジャーの大衆化を目指し
「ヤマハSRVレンタルボートクラブ」設立**

ヤマハではこのほど全国各地でボ
ーレンタルを行う「ヤマハSRVレン
タルボートクラブ」を設立し、4月よ
り運用を開始いたします。

開設後3年をめどに、全国で100
箇所のマリナーとフランチャイズ契約
を目指しており、会員は全国各地で気
軽にボートをレンタルすることができ
ます。

当クラブは年々拡大するボート免許
取得者に対し、とにかくマリンを体験
していただくこと、リーズナブルな料
金で気軽にマリンスポーツに親しんで
いただくことを目的としています。将来
的なマリンビジネスの基盤づくりに欠
かせない新事業として捉えていますの
で、ご協力とご理解をお願いいたします。



今年も積極的な開催をお願いいたします ヤマハボートフィッシングコンテスト

毎年、全国の販売店様、またマリナーにて開催していただいているヤマハボートフィッシングコンテスト。お陰様で昨年も6000名ものボートフィッシングファンの皆様に参加していただき、盛況のうちに終了しました。ご協力ありがとうございました。

昨年より導入したルアーフィッシングの部についてはこのほどヤマハと契約したヒロ内藤氏にも協力していただき、より活性化させるべく企画を検討しています。

今年も第20回という記念すべき年に当たりますが、皆様の積極的な開催にご協力をお願いいたします。

▼はいむるぶしビッグフィッシングツアー当選者(アマリフィッシング、ルアーキャストングの部)

浅黄哲朗(北海道・齊藤モーターズ)／藤本清美(東北・藤商会)／堀内浩美(関東・タカハシ)／須藤三男(関東・東京ボート)／三好長晴(関東・平野ボート)／高橋卓夫(中部・石川農機)／岡部清(中部・葵マリン)／谷内信夫(中部・清水マリンサービス)／中村徳三郎(中部・中野朝日自動車工業)／芳

ACADEMY

営業/サービスの知識取得の場として 積極的な受講をお願いいたします ヤマハマリンアカデミー

ヤマハマリンアカデミーは、1990年の開講以来、マリンビジネスに携わる多くの営業マン及びサービスマンの知識・技術習得の場として多数の受講者を送り出すことができました。

マリンアカデミーでは、現行講座のステップアップを図り、より充実した講座を今後も実施してまいります。販売店の皆様におかれましてもスタッフのスキルアップ等にぜひご活用くださいますようお願いいたします。なお、1997年度の開講スケジュールにつきましては改めてご案内させていただきます。

- 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、ヤマハ販売会社スタッフ
- 開催場所：ヤマハマリーナ浜名湖(静岡県湖西市)
- 申し込み方法：申込書に記入の上、担当販売会社宛にお申し込みください。
- お問い合わせ：マリンアカデミー事務局 ☎053-594-6515

ヒロ内藤氏プロフィール

1955年、群馬県館林生まれ。九州学院大学航空工学科卒業後、1978年に渡米しフロリダ工科大学(海洋学)、アラバマ州リビングストン大学(経済学)、南アラバマ州立大学(コンピュータ)で学ぶ。現在は米国の釣り具メーカー、ブラドコの輸出担当に籍を置きながら世界のスポーツフィッシングに明け暮れる。83年には世界最大であり最高峰のバスマスターズクラシックに日本人ジャーナリストとして初めて招待され、以来アメリカを中心とした世界のスポーツフィッシング最新情報を日本に提供している。

プロスポーツアングララーヒロ内藤氏と契約
ヤマハではこのほど、アメリカを拠点にフィッシングジャーナリストとしても活躍中のプロ・スポーツアングララー、ヒロ内藤氏と契約を結びました。



これは、スポーツフィッシングの本場・アメリカの最新情報を的確に掴み、フィッシングポイント・ユーザーの方々に情報提供してゆくことを目的に契約したものです。

プロスポーツアングララーヒロ内藤氏と契約

地通正(関西・神戸マリンボート)／石山陽一(関西・神戸マリンボート)／数内英俊(関西・ヤマハ肥後橋店)／石田栄(関西・マリンルームオオタ)／小谷武夫(関西・大谷マリン)／北松照章(関西・大谷マリン)／中村清次(中国・藤田鉄工所)／溝口一昭(中国・ナスボート牛怒マリーナ)／南條一彦(中国・岡山マリンボートセンター)／森登志三(四国・高木兄弟商会室本マリーナ)／

▼アダムフィッシングツアー当選者(ビルフィッシングの部)
宮本進行(ヤマハ中部)／湖上倉治(ヤマハ関西)／木村功治(ヤマハ関西)／田浦真一(ヤマハ関西)／藤原明(ヤマハ関西)

手島博行(九州・西福岡マリーナ)

ヤマハオリジナル・省スペース型手動油圧操舵機 「シーパートナー」

ヤマハではよりスムーズな操船、取り回しを低価格で実現するオリジナルの手動油圧操舵機を発売いたしました。中・小型艇のお客様にぜひお勧めください。

「主なセールスポイント」

- シリンダーボディ一体化によるコンパクト化。
- SRV20等、モーターウエル、トランスサムが狭い艇にも装備可能(F.C.23、21、19、FR、21、18にも装備可能)。
- エアー抜き付き配管ジョイントを採用し、省スペース化。
- 据えつけしやすい分割タイプの新シリンダー固定金具。
- ヘルムポンプのフロント&リアケースやシャフト部の油漏れ対策処理。
- 3本ボルト止めによるドラックリングプレートの強化。

※本製品にはラットハンドルは付属いたしません。艇体に標準装備のハンドルをそ



- 主な仕様
- ハンドル回転域：4・6回/58°回転
- シリンダーストローク：180mm(50/60ps対応)
- 発生トルク：67kgf・m ●油圧：91cc
- 部品番号：90790-82034 ●価格：¥98,000

のままで利用下さい。
※SRV20等、艇種によっては既存のガンリンホース&ケーブルル出口の位置が舵取り機のエンドと接触しますので変更が必要ですのでカバレッジロケット(90794-67294)とクローメット(90794-67293)を別途ご用意ください。
※50馬力船外機搭載艇は舵舵角度確保のため別途フックガイドの取り付けをお願いいたします。

パナソニック船用バッテリーでフットマツサージャ プレゼントキャンペーン実施中

ヤマハでは2月より4月末日までの期間中、パナソニック・バッテリーのキャンペーンを展開いたします。

パナソニック船用バッテリーは昨年の6月より取り扱いは開始し、以来、性能面、価格面で高い評価をいただいております。

シーズインの需要期を迎え、ぜひキャンペーンをご利用ください。

活用になり同製品の拡販をお願いいたします。

- キャンペーン期間／97年2月1日～4月末日
- プレミアム品／松下電工「フットマツサージャ」



■キャンペーン対象品

型式	部品番号	希望小売価格	タイプ
48D26R	90794-75041	18,000	カルシウム
65D26R	90794-75042	26,000	〃
75D31R	90794-75043	27,000	〃
85D31R	90794-75044	28,000	〃
100E41R	90794-75045	29,500	〃
130F51	90794-75046	26,000	ハイブリッド
155G51	90794-75047	41,000	〃
210H52	90794-75048	65,000	〃

※詳細はマリン用品担当セールスマンにお問い合わせください

96年プレジャーボート国内出荷統計 ファミリー層中心の大衆レジャーに 成長しつつある小型ボート 隻数、金額も 対前年伸長を果たす

日本舟艇工業会発表の国内出荷状況の統計速報(主要会員8社による輸入を含めた出荷)によると、96年、ボートの出荷状況は隻数、金額ともに前年を上回り、普及価格商品の堅調ぶりが目立っています。

ボート、ヨット、PWCそれぞれの動向はPWCが対前年25%伸長ともっとも顕著な伸びを見せています。またボートは対前年比5%の伸長ですが、特に5~8mクラスのボートは9%の伸長。ヨットはほぼ前年並みで、3製品全体では17%の伸長となっています。

金額では10%の対前年伸長となり、一昨年来、ヤマハを始め各社が進めてきたパッケージボート戦略など、普及価格ボートの導入で市場が活性化していることが伺えます。その相乗効果として8m以上のボートも隻数で4%伸長しています。

ボートの大きさ別の出荷状況を見ると、5~8mの好調ぶりが目立っていますが、このクラスのボートの占める割合は年々高まっており、96年は77%となっています。また平均単価は276万円で普通乗用車並となっています。

このことからマリッジエットなどPWCの需要拡大と合わせ、マリンレジャーが若者やファミリー層に根づいてきたこと、ゆとりある生活に欠かせないニーズとなってきたことが分かれます。

運輸省をはじめとする関係各官庁においても舟艇利用振興に関する施策が検討されており、今後も需要拡大に期待できそうです。

プレジャーボート年間国内出荷速報：隻数

	94年	95年	96年(推計)	対前年伸張
モーターボート	5,375	6,265	6,597	105%
ヨット	479	362	364	101%
PWC	9,038	9,246	11,533	125%
計	14,892	15,873	18,494	117%

プレジャーボート年間国内出荷速報：金額

単位:百万円

	94年	95年	96年(推計)	対前年伸張
モーターボート	18,108	17,233	18,238	106%
ヨット	1,074	900	844	94%
PWC	4,678	5,345	6,693	125%
計	23,860	23,478	25,775	110%

モーターボート国内出荷の大きさ別状況：隻数

	94年	95年	96年(推計)	対前年伸張
8m以上	808	638	528	83%
5~8m	3,673	4,679	5,080	101%
5m未満	894	948	989	125%
計	5,375	6,265	6,597	105%

ボートショーシーズン到来 東京を皮切りに全国各地で開催

東京国際ボートショーが華やかに開催された後、各地で大小を問わずボートショーの開催が予定されています。発売を控えたニューモデルを見ていただいたり、他社艇と比較しながらセールスポイントをアピールするチャンスでもあります。お客様をぜひご案内して独特の雰囲気の中で効果的な商談をされてはいかがでしょうか。



大盛況だった第36回東京国際ボートショー

- 主催/四国マリン事業協会
- 開催期間/4月5日(土)~6日(日)
- 開催場所/サンメッセ香川・大展示場(高松市)
- 主催/中部マリン事業協会
- 開催期間/3月22日(土)~23日(日)
- 開催場所/広島市中小企業会館・総合展示館(広島市)
- 主催/中国マリン事業協会
- 開催期間/3月14日(金)~16日(日)
- 開催場所/名古屋市中中小企業振興会館・吹上ホール(名古屋市)
- 主催/日本舟艇工業会
- 開催期間/3月6日(木)~9日(日)
- 開催場所/インテックス大阪(大阪市)
- 主催/97 NAGOYA BOAT SHOW
- 開催期間/3月14日(金)~16日(日)
- 開催場所/名古屋市中中小企業振興会館・吹上ホール(名古屋市)
- 主催/大阪国際ボートショー
- 開催期間/3月6日(木)~9日(日)
- 開催場所/インテックス大阪(大阪市)
- 主催/97 NAGOYA BOAT SHOW
- 開催期間/3月14日(金)~16日(日)
- 開催場所/名古屋市中中小企業振興会館・吹上ホール(名古屋市)

WORLD TOPICS 編 Panama

ボートレースや フィッシングトーナメントは 販促活動に欠かせないアイテム

太平洋とカリブ海という素晴らしい海に恵まれたパナマでは漁業はむしろスポーツフィッシングやボートレースが盛んで船外機の市場を支えています。特にレジャー/スポーツマーケットにおいては200馬力V6型が最も人気があり、次いで175馬力V6型とV4型が売れ筋モデルとなっています。

1985年以来このパナマ市場に向けてヤマハ船外機の供給しているのはTochisa de Panama ヘトチーサ・パナマ。Tochisaとは中米地域の代表的な販売代理店の一つであり、しっかりとしたショールームやワークショップ施設、供給システムを持っていることで知られています。

Tochisaはこれらヤマハ船外機の販促活動の一環として、フィッシングトーナメントやボートレースなどを積極的に開催しています。



その地域の主要なクラブから参加者を招いて行われるヤマハ・フィッシング・トーナメントは、競技そのものの質の高さや高額な賞金でよく知られているイベントの一つです。年に一回開催され、今やパナマの釣りイベントの中でも最高の行事と評判です。

◆ 皆様からの情報を お待ちしております

マリンニュースでは皆様からの情報(レジャー)もご用意し、お便り、写真、FAXによる情報の提供をお待ちしております。またイベント等、事前にお知らせいただいた場合、編集部にて検討の上、取材させていただきます。

■ 情報の送付先
〒106 東京都港区西麻布1-1-5
オリエンタルビル7F 玄株式会社内
ヤマハリニューズ編集部
FAX 03 (5474) 7898

編集後記

(前号より続く)そして12月某日、久しぶりの釣行です。オーブントイプのタックル25で京浜運河を流してきました。それにしても寒い。魚探に表示される水温を見るとナント11度。それでも工場の排水口付近などは20度近くまで上がったりのだから東京湾は面白い。もちろんそんなポイントには狙い目です。セミプロを交えたメンバー3人で一本ずつ仲良くキャッチ。サイズでは自己最高には届かなかったものの、まるまると太ったその体ははみこと。片手だけは親指がざれそうになり、両手でもって記念撮影です。ああ、満足。寒さも忘れ楽しんだのはいいけれど、翌日は高熱を出して仕事になりませんでした。(一)

SRVオーナー調査報告

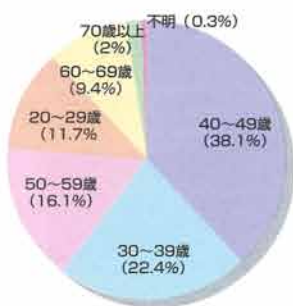
**昨年は家族と友人と釣りにクルージングに大活躍
手軽さ、スタイリング、釣りのしやすさを改めて実感**

ヤマハでは昨年の10月から11月にかけて、全国のSRV20のオーナーを対象にアンケート調査を実施し、このほどその調査結果をまとめました。アンケートは郵送にて発送、回収したもので有効回答数は223名。

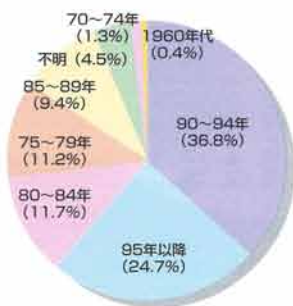
今回の調査では特に96年シーズンの稼働率が予想以上に高く、釣りを中心にクルージングやダイビング、水上スキー、ウェイクボードなど、様々なマリンプレイを家族や友人と大いに楽しんでいる姿が浮かび上がってきました。

また、購入後の艇体、エンジンの各部の調子も良く、操船のしやすさ、走行性については改めて満足されている様子が伺えました。今シーズンはSRV17やSRV23も加わり、入門艇が一層充実しますが、引き続き、さらなる拡販をお願いするとともに、1人でも多くのお客様にマリトレジャーの魅力を伝えていきたいものです。

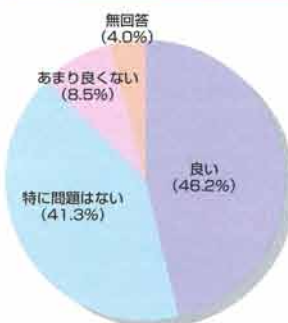
SRVオーナーの年齢層



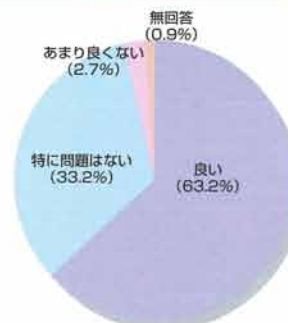
SRVオーナーの免許取得年



走行性能について



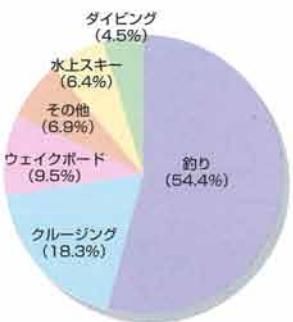
操船性について



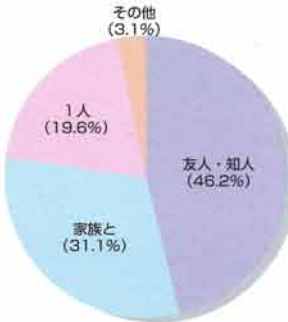
96年シーズンの稼働数



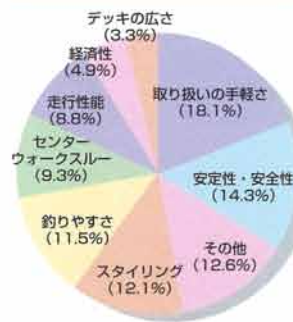
遊びの内容



一緒に乗船した人



購入後に改めて認識したSRVの魅力



金賞作品

●小学生未満の部



園屋桃さん (5歳/鹿児島県川内市)



藤本翔太くん (2歳/愛媛県松山市)

●小学生低学年の部



大川恭平くん (3年/兵庫県美方郡)



都築修平くん (1年/高知県幡豆郡)

●小学生高学年の部



小林香奈子さん (6年生/兵庫県美方郡)



梶本裕也くん (6年/大分県杵築市)

■子どもの見た海は何色か？
浜の風景画コンテスト入選作品決まる

昨年の11月、「第8回浜の風景画コンテスト」の審査会（審査委員長・工藤和男/創元会理事、日展審査員）が行われ、全国から寄せられた7460点の応募作品の中から75点の入賞作品が決定しました。

このコンテストは、子ども達が海辺や水とのふれあいをテーマに絵を描くことにより、日本の海を見つめ直し、自然への優しさや、環境保護意識が芽生えることを願って、ヤマハ発動機が毎年開催しているものです。

子ども達の作品は、いずれも力作ぞろい。今回ゲスト審査委員として参加したアトラクタ五輪・470級の銀メダリスト、重由美子さんは絵が好きなお子様も知られていますが、「遠征先のヨーロッパなどで画廊によく行くが、ヨットの風景画がとて多い。これらの子ども達の絵を見ると、日本の海はまだまだ漁業の海なんだな」と感想を述べていました。

さらなる飛躍へ決意 平成9年度ボートヤマハ会 新年総会

さる1月14日、静岡県の浜松市において「平成9年度ボートヤマハ会新年総会」が開催され、全国各地から会員各社の代表が参加されました。

当日は新年総会に先立ちヤマハ発動機の長谷川社長が挨拶。来年度へ向けたマリビジネスの一層の飛躍を目指すことを決意しあいしました。

来年度もマリ業界をリードすべく、すべての販売店の皆様とともに一致団結してまいりたいと存じます。なにとぞご協力をお願いいたします。



HOP STEP JET!

MJビジネスのヒントを探す

オートショップ・テラカド

ジェット、バイク、スノーモビル、四輪バギー……多様なモータースポーツを多角的に提供する「オートショップ・テラカド」。社長の寺門さんも無類のモータースポーツ好き。こつした趣味指向の強い店にありがちな「溜り場」的な空気は一切排除。誰もが気軽に立ち寄れるアミューズメントスペースとして、豊富な商品群を取り揃えている。



国道沿いの一大モーターランド マリンジェットからバギーまで

その名が示すとおり、昭和51年に中古自動車販売店として創業した「オートショップ・テラカド」は、その後昭和56年から2輪販売、昭和63年にはジェットの販売を手掛け、最近では四輪バギーやスノーモビルにまで手を広げ、モータースポーツ全般を多角的に扱う総合ショップに成長した。

北関東随一のジェット・ゲレンデである久慈川河口から程近い、国道6号線沿いという立地条件もあり、現在ではジェットが売上の半分近くを占めている。国道に面した広い敷地も駐車場の左がバイクショップ、右奥がジェットショップというほぼ半々のレイアウトになっている。

ジェットのショップ兼事務所の建物は、高原の別荘を思わせるようなウッドイナ造り。どちらかというと原色中心のイメージのあるジェットのショップにしては珍しくシックで大人びたイメージの店である。実は、ここは元バイク仲間のための喫茶店だったと聞いて納得。ウエット類が並べたある棚も、よく見ればカウンターである。

「この商売を始めたときからの夢だったんですよ。同じ敷地にショップとレストランや喫茶店があるような店が」と語る寺門社長自身、四輪レース・二輪のオフロードレース・ジェットレースに自ら身を投じ、レースを中心にショップを展開してきた。

「ただ、やっぱりレース中心ということにしてしまうと、どうしてもついていけないというお客様が増えてしまいますからね。店の雰囲気もなんとなく敷居の高い感じになってしまっているでしょう」

先の喫茶店も、本来は外部からのお客様も気軽にお茶を飲みこけるような店を目指していたのが、若いバイトに任せておくとどうしても常連の溜り場の店になってしまったため、ジェットショップに衣替えしたといういきさつらしい。

「難しいですね、その辺の兼ね合いは」

モータースポーツを核に据えたアミューズメントスペースを提供したいという寺門社長の理念は、時代を少々先取りしすぎたのかもしれない。

信頼に足るアドバイスこそ ショップとしての役割

しかしそうした寺門社長の理念は、現在も店の経営戦略の中にしっかりと根ざしている。まず品揃えの多さである。四輪バギーやスノーモビルなど、マイナーでも魅力ある商品群をラインナップ。「オートショップ・テラカド」に足を運べば、モータースポーツの多様な商品群がお客様に向かってウインクする。そんな「モーター・ワンダーランド」が「オートショップ・テラカド」なのである。

そんな多様な商品群の中から、お客様は自由に商品を選ぶことができ……と思ったら少々違うようだ。

オートショップ・テラカドのマリン部門のスペース。
左手は屋内保管スペースとなっている

マルチメディア時代に対応した 新しいツールの完成です!

マルチメディア時代に対応したセールスツール「ビデオCDカタログ」が完成いたしました。ビジネスミーティングで見本を公開いたしました通り、ビデオCDは、専用のプレイヤーを用いて動画の情報とコンピュータのような検索機能を合わせ持つインタラクティブなメディアで、自分の関心の高い情報を選択しながら気軽にアクセスできることが特徴です。皆様のショップにおいても是非導入され、拡販にお役立てください。

●内容

今回の製作に当たっては、各ニューモデルの情報ばかりでなくマリンジェットクラブの情報や、免許教室のこともマリンジェットのセールス活動に必要な情報をほぼ網羅しています。製品情報については利用人数や遊び方などによって好みのモデルを検索できるユニークなシステムです。

●目的と利用方法

興味や理解のレベルも多岐におよぶMJに対する関心を個々に情報を提供することによって満足させる事ができます。また店頭に設置することで、来店客とのコミュニケーションを促進させ話題づくりにも貢献します。

2.9%・4.9%キャンペーン お得な低金利を打ち出して、 潜在需要層の購入意欲を刺激する

毎年恒例の低金利キャンペーンを、今年も3月末日まで実施中です。MJ-1200GP、MJ-760GPの2機種は実質年率4.9%のクレジットで、それ以外のモデルについては2.9%という低金利でのクレジットが可能で、無理のない資金で購入をおすすめするチャンスです。ツールとして店頭告知ポスターをご用意しています。1人でも多くのお客様にお知らせして、マリンジェットの拡販にお役立てください。

人気モデル「MJ-760RZ」
お支払い例

(セット価格：¥1,054,650 *1)

●ボーナス併用：(8回)48回払いのお支払い例

頭金(下取り含む)… ¥254,650

所要資金… ¥800,000

ボーナス時… ¥50,000×8回

月々… ¥9,300×47回 *2

(初回のみ¥11,140)

*1. セット価格には船舶検査料、代行料等は含まれておりません。
*2. お支払いコースは10回から最長48回まであります。お支払い回数など、詳しくはキャンペーン実施店までお問い合わせください。



実質年率
2.9%



フラッグやタバストリーなどの
店飾りツールも積極活用。マ
リンナンバーも話題づくり
に欠かせない



もともと喫茶店だったという店内。ここからマリン
ジェットをはじめ、いろいろなオートスポーツに関
する情報が発信される



寺門社長の二人のお嬢さんが、
ショップのスタッフとして活躍中



「お客様がジェットでどんな遊びがしたいのか。それに合った適切な商品を提供することが第一です。その段階で間違っていると、1シーズンで飽きてしまうということですから。そこで下取りしなければならぬのはショップです。下取りのことまで考えて選ばなければウソでしょうね。」

「何年もジェットに乗ってるような人なら別ですが、昨日4級免許を取ってきたという人に、どの商品がいいかなんてことはわからない。それは試乗してもわからないと思います。そこで必要なのはショップからの信頼できるアドバイザーなんです。」

「うちの商品を買っていただいたお客様は、うちの広告塔のようなものでしょ。そのお客様がおかしな格好をしてると笑われたら、それはウチが笑われたということ。だから、ウェアでもそのお客様に似合わないものは絶対に売らない(笑)。」

「うちのジェットのお客様も世代的にそろそろ一周りの時期なんです。ジェットを卒業したお客様の中には、共同でボートを購入する人もいらっしやいますから」

二輪の業務は看板娘である2人のお嬢さんに任せ、寺門社長自身は本格的にマリンの世界へ進出する体勢を着々と整えつつあるようだ。

「やっぱり、お客様に的確なアドバイスをするためには、自分自身がその商品の魅力を肌で理解していないと、お客様に自信を持って勧めることなんてできないですよ」

という寺門社長が次に狙っているマーケットは、やはり「ボート」。昨年、店でSRVを購入。現在、その魅力を検証すべく寺門社長自身が乗り込んでいる最中。

少々強引とも思えるほど確固たるアドバイザーができるのも「下取りはオレがするんだ」という自信があるから。こんな寺門社長の姿勢を見ると、こうした遊びを提供するショップとは販売業である以前にサービス業であるということがつくづく感じられた。



「今期、マリンジェットの大幅増を目指し拡販していきたい」と抱負を語る寺門社長

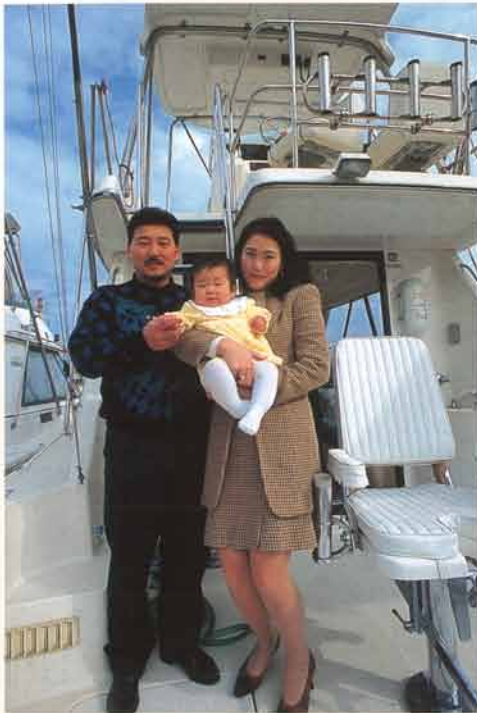
工事中の展示場。この春より積極的にニューモデルの展示を行うと同時に即納できる態勢を作りたくと意欲的だ



私もヤマハ
6
SF-35

MJから始まったマリンライフは まだまだ現在進行形

飯田能士さん(東京都東村山市)



東村山で整骨/鍼灸院を経営する飯田能士さん(32歳)とマリンスポーツとの出会いは7年前のタイ・ブーケットビーチだった。よくあるレンタルでマリンジェットを初体験した飯田さんは、その時点で完全にハマってしまった。

「日本に帰って早速購入しようと思ったんですが、どこへ行っていかも分からなかったため、近所のヤマハの看板が出ているバイク屋に駆け込んだんです(笑)」

そのバイク屋さんの紹介で無事650TXを手に入れたところから飯田さんのマリンライフが始まった。置き場である葉山周辺を走り回るだけでは飽き足らなくなった飯田さんは、トレーラーを購入。「毎週毎週違ったゲレンデで乗る

のが楽しくて。猪苗代湖のような美しい場所に出会えるのも喜びでした」

と語る飯田さんだが、92年には早くもFR-24を友人と2人で共同購入した。

「MJで走り回るのはスゴク楽しいんですけど、それだけです。元々釣りをする人間じゃないんですけど、なんとなくボートで釣りなんかを楽しむのも悪くないんじゃないかと思って……」

そのうち周りのボート仲間からロング・クルーズの魅力を教えられた飯田さんは、95年にPC-27に買い換え、さらに10か月後には現在のSF-35に買い換えたのである。

随分と早いサイクルでステップアップするものだと最初は驚いたのだが、飯田さんのトータル乗艇時間は半端じゃない。カジキ釣りにハマった昨年はほぼ毎週「鶴見〜三宅島」を往復したのだという。

2時か3時に出港すれば三宅島に朝のうちに着きますからね。それでも昼過ぎには向こうを出ないと帰って来れないですから、せわしない話ですよ(笑)」

日々と接している仕事だけに、海に出ることが欠かせない気分転換になっているらしいが、週休1日でのバイタリティと稼働率には正直言って舌を巻いた。

こんな飯田さんの頼もしいクルーでありパートナーであるのが奥さまの薫さんだ。出産と育児に追われた昨年を除いて、MJ時代からずっと飯田さんと共に、と言うよりは飯田さんをリードする形でマリンライフを共有してきた。

「私は全然船に酔わないんです。魚も平気でシメられるし。この人は案外ダメなんですよ」とオチャメに笑う薫さんに

「オレだって手袋すれば、どんな魚だって触れるんだよ」とフレックスマンを見せる飯田さん。海の上でも絶妙なパートナーシップを発揮しているに違いない。

そんな2人の次なる夢は、「みさ希(10か月)が大きくなったら、3人で船泊まりのクルージングに出てみたいですね。できれば40ftクラスのカヌーが欲しい。このカヌー(SF-35)でやっていると可能性が高いですけどね(笑)」