

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.113



1997
5/6
MAY/JUN

ショップレポート▶ 目指そう、新規獲得！
ニュースタイルのショップに聞く
販売促進のキメ技

YAMAHA NOW●SRV導入計画

待ちに待った、キャビン付きのSRV。その魅力を再確認

漁船、和船主力店のための●浜を訪ねて

納得のいく製品だから、自信を持って販売できる

MJビジネスのヒントを探す●HOP STEP JET

万全なアフターフォローが拡販の秘訣



エンジンタイプによって3バリエーション、 初年度1000隻を目指して発売！ SRV23/23S/23EX

ヤマハでは4月1日よりキャビン付のファミリーボート<SRV23>を発売しました。エンジンタイプ等により3バリエーションをご用意し、EXタイプでは個室トイレを設定、その他のバリエーションにおいても快適な居住空間を確保しています。SRV20からの代替候補モデルとして、またファミリーボートティングの新規需要への対応モデルとして、幅広いお客様にお勧めください。

開発者が語るセールスポイントは 「走りと居住性のバランス」

舟艇設計室 門田 律

SRV23の開発コンセプトは「家族で楽しもう」。従来の23フィートクラスでは女性や子どもに優しい装備、レイアウトを取りにくい傾向にありましたが、今回は女性が安心して使用できる個室トイレの設定、走行時に風やスプレーを防ぐ大型ハードトップの採用、騒音や排気を抑えるエンジンカバーなど、家族に優しい環境づくりを目指しました。

SRV23EXでは反転式のシートとパウバース内に設置したテーブルをアフタデッキに持ち出すことで、デッキ上に団らんスペースを設置することも可能です。

こうしたレイアウトを採用した場合、どうしてもフネのサイズに対してボリュームが大きすぎてしまい、快適な走行性能を確保することが難しくなりますが、SRV23では新規にハルを開発し、ボート本来の楽しみである軽快な走りをも実現しています。



ファミリーボート <SRV23> セールスポイントをチェック！

■ 3タイプのバリエーション

搭載エンジン、及び装備によって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。

■ 快適性を追求

雨やスプレーをさえぎる大型のハードトップを採用し、ヘッドクリアランスも175cmを確保しました。また静粛性を考慮したエンジンカバーを標準装備としています。

■ 多目的な用途に対応するデッキスペース

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。

■ 豊かな居住性を確保したキャビン

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。

■ もちろんフィッシングにも対応

アフタデッキには大型のイケスを標準装備。デッキはあくまで広く、フラット。心ゆくまでフィッシングが楽しめます。

■ 主要諸元

- 全長:7.05m ● 全幅:2.30m ● 全深:1.28m
- 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

■ 価格

- (東京店頭渡し希望小売価格)
- SRV23 ￥2,580,000
 - SRV23S ￥2,980,000
 - SRV23EX ￥3,620,000

待ちに待った、キャビン付のSRV その魅力を再確認



販売店のみなさまの 意気込みは

今までとは違った ターゲットにアプローチ

茨城県日立那珂市/大買マリン
大買 迪さん (写真右)

日立は外洋に面しているのでSRV20のお客様もハードトップを望んでいました。その意味でこのサイズ、価格帯にハードトップ付きがラインナップされたのは本当に助かる。出足は上々で3月初旬の時点で2隻の成約、PPもあります。20フィート艇からの代替えはもちろん、家族を大切にするサラリーマン層のアウトドアファンなど今までとは違った層にアピールしていきたい。シーズン直前となる5月にもう一度展示会を行う予定です。



3月に展示会を実施した大買マリンさん。お客様の反応も上々だ

3バリエーションそれぞれ ターゲットも異なります

千葉県木更津市/セントラル
石松康夫さん

SRV23、23S、23EXと3バリエーションを揃えたことによって、価格、走り、装備など、ユーザーが選べる幅を持たせたところがいいですね。また23フィートに関わらずキャビンとハードトップという条件をいずれも満たしている。こちらからすれば3タイプのニューモデルがあるようなもので、ターゲットもさまざまです。基本的にはSRV20やUF-17、20等からの代替え、年齢層は25歳くらいから60歳代までと幅広くなります。

現時点での成約状況は新規のお客様を中心にいいムードになっています。4月の中旬に展示会を行います。見せることによってさらに見込み客を獲得できるでしょう。

待ちに待ったスタイリングと サイズです

埼玉県鳩ヶ谷市/東京ボート
鈴木宏一さん

うちとしては待望していたスタイルと価格のモデルです。発売と同時に商談に入ったケースが何件もあります。今のところSタイプを希望されるお客様が多いです。3月に入ってすぐに試乗会を行いました。まずまずの感触でした。

ファミリー層へ、またどちらかというとソフトな遊びを指向するユーザーに向けてアピールしていきます。

中古艇を探している方に 手応え有り

香川県高松市/瀬戸内マリン
畑田英基さん

商品的には以前のFR-23をイメージしますが、価格が安く設定されており、幅広いお客様にお勧めしていきます。20フィートクラスからの代替えに持ってこいのモデルなのではないでしょうか。今のところ、最初から新艇を諦めて中古艇を探している方に手応えがありました。

とにかく乗ってもらって 楽しさを訴えます

和歌山市/マリブルームオオタ
太田豊樹さん

低価格でキャビン付というインパクト、いかにも「ボートらしい」スタイル、個室トイレの設定の3点が魅力ですね。SRV20からの代替えや、30代後半までのサラリーマン、新規免許取得者にアプローチします。今シーズンはかなりの数が期待できますが、3月から4月にかけて何度も試乗会を行い、積極的に打って出たいと思います。



0.355m

2.137m

2.5m

2.30m

1000隻を目指して今年も実施!!

春の強力
販促策

マリン LOVE CALL キャンペーン



SRV23の発表と同時に3月末日までの限定でオリジナルルアーをプレゼントするプレミアムキャンペーンを実施いたしました。お陰様で出足も好調で、東京と大阪のポートショーだけでも予想以上の受注をいただいています。そして4月。ヤマハでは「マリン LOVE CALL キャンペーン」を今年も全国展開し、需要喚起を図ります。ぜひご協力くださいますようお願いいたします。

特別低金利セール スタート

2.9%

特別低金利セール実施中!!

商談において強い動機付けとなる、2.9%の特別低金利セールを実施いたします。ぜひこの制度をご利用され、拡販にお役立てください。なお対象艇はSRV23だけでなく、SRVシリーズとFishingMateシリーズの全艇種となります。

マリン LOVE CALLキャンペーン'97
期間：平成9年4月1日 ▶ 6月末日
対象艇種：SRVシリーズ、FW(Fishing mate)シリーズ全艇種

YAMAHA

告知ポスター

全国各地で一斉に展示試乗会 〈全国一斉フェスタ〉

実艇を見て、触れてもらうことが商談成功の基本です。また、独特のムードづくりも必須条件。積極的な展示・試乗会の開催をぜひお願いします。フェスティバル来場プレミアムとしてスクラッチカード付き抽選キットもご用意しておりますので、ご活用のほどお願いいたします。なお、詳しくは販売会社の営業担当にご相談ください。



素敵なオリジナルグッズを豊富にご用意



広告でもバックアップ!

KAZI誌、オーシャンライフ誌等のマリン専門誌において、商品広告、キャンペーン告知を行ってまいります。お問い合わせが予想されますので、ご準備をお願いいたします。

やる気満々、活気あふれる
ショップ・レポート その2

目指そう、新規獲得!!

ニュースタイルの ショップに聞く 販売促進のキメ技

●今回登場するお店●

(株)サン自動車工業
リトルサン世田谷店



東京都世田谷区にあるサン自動車工業は、自動車関連部品、用品の開発・製造が主目的の企業。マリンについてはエンジンや艇体の輸入を行っていたが、3年前にマリンジェット取り扱いを開始したのを機にヤマハとの取引を開始。現在ではSRV、FishingMateなどボートも扱っている。トレーラーの開発・製造も行っており、もともとの顧客である四輪駆動車ユーザーに対して、マリンレジャーをプレゼンテーションしている。

トレーラブルボートSRV17や、新シリーズのフィッシングメイトなど、主に新規客獲得を意識した商品が相次いで発売されている。SRVの発売以来、新規層における需要拡大が確実に続いているわけで、事実、これまでのボートファンとはちょっと違った指向のユーザーが誕生してきている。今回は異業種からマリン業界に参入しつつある、マリンショップとしては比較的歴史の浅いお店を取材させていただき、その独自のマリン観、ビジネス感覚をお聞きしてみた。

かめや釣具(株)



広島市に本社を置く同社は1948年に創業した釣り具卸商の老舗。取引先は中国のみならず四国、九州にまで広がる。また、広島、山口、島根に合計7店舗の大型直営店を展開している。以前よりヤマハボートライセンススクールの窓口としてご協力いただいていたが、現在は船外機、またAFシリーズなど可搬型ボートも販売。釣り人とボートとの橋渡し役として期待されている。

特集 目指そう、新規獲得!!

目指すはトレーラブルボートのプロモティブ イベントの連発でオフロードファン の目をマリンレジャーに向ける

東京都世田谷区

(株)サン自動車工業(リトルサン世田谷店)

四駆ユーザー向けの会報誌で
マリンプレイを提案

都内をぐるりと回る環状8号線、通称「カンパチ」沿い、世田谷区の瀬田にリトルサン世田谷店がある。ガレージの2階から覗くマリンジェット、そしてトレーラーに乗せられた真つ赤なSRV20とフィッシンググメイト17が、交通量の多い道路からもひとときわ目立っている。

リトルサンは、トレーラーなど自動車の関連パーツやアクセサリを製造する株式会社サン自動車工業の関連会社。もともと四輪駆動車、いわゆるRVの関連商品を販売していたが、3年ほど前からヤマハのマリンジェットを販売、現在はマリン関連業務の拠点として機能しているのだ。

今回お話を伺った瀬戸康夫さんは同店の営業担当である。

「マリンジェットの扱いも、当初は四駆のお客様に幅広い遊びを提供しようという発想でスタートしました。だから今でもトレーラーとのセット販売が90%を占めます」

同社では四駆の顧客を中心としたユーザー組織「S.A.M.(Sun Auto Members)」を結成し、その会員を対象に様々なイベントを企画。また、会報を配布するなどして遊びに関



リトルサン世田谷店の瀬戸康夫さん。「トレーラブルボートのプロショップを目指しています」

する情報を提供し、ユーザーを活性化させることに成功している。

会報の誌名は「SANDWICH PRESS」。発行部数は一万部。SAMのメンバーである3000名に配布するほか、残りは横浜店など四駆関連の専門店にて配布している。さっと3月号の中身を覗いて見ると、オフロード、アウトドア、マリンスポーツ各ジャンルのイベント案内、温泉&キャンプ場情報、MJ-1200GPのインプレッション、アウトドアアクッキングのレシピ、SRV17の紹介とセット価格例など内容は盛りだくさん。

なかでもマリン関連の情報は、数ある遊びのアイテムの一つという位置づけで、冷静に、しかしポイントを抑えながら、いかにもアウトドアファンが興味を抱きそうな内容で紹介している。SRV17の紹介では独自に自社トレーラーとのセット価格を打ち出



環状道路に面したリトルサン世田谷店。トレーラーに関する豊富な情報を持ち、これからのブームに対応する



SRV20もトレーラーとセットで。けん引免許取得の指導などノウハウも豊富で、ユーザーにしてみれば安心感があるだろう。FishingMate17もけん引免許不要のトレーラブルボートとして期待している。



3000名の四駆ユーザーの顧客に配布している会報。さりげないマリンの情報はオフロードファンにも魅力的に映っているようだ



マリッジットは現時点での主力。90%がトレーラーとのセット販売



同じ世田谷区のアオキボートさんと合同で河口湖でのMJフィッシングキャンプを開催。色々な遊びを提案してユーザーの活性化を図っている

トレーラー使用については道交法などユーザーへの指導、啓蒙が必要となる。今後のボートショップに求められている分野である



今、同社が目指しているのは都内における「トレーラブルボートのプロショップ」である。トレーラーも製造しているだけにノウハウも豊富。情報発信も可能だ。また、以前から、千葉県内でスロープを保有するマリナーと提携するなどして、遊び場所を確保してきた。

「一口にトレーラーといっても実際に販売しようとなると商品知識はもちろん、様々なノウハウが必要ですからね。その点では得意な分野でもあり、これからの楽しみですね」

東京ボートショーでフィッシングメイト17に目を付けて、トレーラーとのセット販売を企画。既に店頭での展示も開始している。

「うちとしてもシーバスフィッシングは拡販のポイントになると思っています。ヤマハ東京ではシーバスクラブといった新たなソフト

シーバスフィッシングを提案してトレーラブルボートの拡販に結びつけたい

し、さらにどんな遊びが楽しめるのか、遊ぶのにとれくらの費用が必要かなど、小さなスペースながら初心者にとってわかりやすい内容。

「SRV17TRは、セットされているトレーラーの部分で自社製品と競合しますが、うちとしては大歓迎ですね。トレーラブルボートそのものが今後注目されれば、それだけうちのビジネスの可能性も広がっていきます」



「4月から5月にかけて合計4回にわたってフィッシングメイトとマリッジットの体験試乗会を予定しています。打ち出し方は「免許がなくても楽しめます。釣りやウエイクボード、水上スキーやクルージングを楽しみましょう」といったもの。トレーラーにボートをのっけて出かけて、一緒に遊ぶ、という感覚です」

また都内はもとより各地の他のマリニショップと連携したイベント企画も特長のひとつ。特にMJの場合、安心して遊べるゲレンデを確保する上でもメリットがあるだけでなく、それぞれのお店が得意分野を提供しあつてオリジナリティのあるイベントの開催が企画可能だという。

これまでも様々な遊びを四駆ユーザーに提案してきた瀬戸さんだが、お話を聞いていると、販促・拡販というよりも、とにかく海での遊びを体験していただくというスタンスがお客様にうけているようだ。

を立ち上げていることですし、ぜひ利用したい。また四駆のユーザーのほとんどは淡水で釣りを楽しんでおり、その層にトレーラーボートとソルトウォーターフィッシングを組み合わせた新しい遊びを提案することで、新たな需要を生み出そうとも考えています」

トレーラーに対して気楽に考えることができるからフットワークも軽くなる。体験試乗会を開催するのにもトレーラーが移動手段となると、割りと気軽に企画できて、お客様を誘いやすい。問題は場所だけである。

イメージでなく具体的な体験を通して
フィッシングの楽しさを顧客に伝える

広島市

かめや釣具(株)



かめや東広島店。この他6店舗の直営店を展開している



東広島店のボートコーナー。船外機にしても、インフレーターボートにしても展示効果は著しい



広島市内に構えるかめや釣具の本社



「釣りの楽しさだけでなく自然の美しさ、大切さも訴えていきたい」という渡辺社長。全社員で釣り場の清掃をしたりとユニークな活動も

まだまだ足りない
釣りファンへのボート情報

空前のルアーフィッシングブームである。老若男女問わず、人は川へ湖へルアーを携えて出かけていく。そしてその勢いは海にまで広がってきている。しかし、その勢いをなかなかボートにまで引張ることのできない、そんなもどかしさを感じていらっしやる販売店の方も多いのではないだろうか。

かめや釣具は、広島市に本社を置く釣り具卸商で、現在広島県、山口県、島根県に7店舗の直営店をも展開。釣り具だけでなく、ヤマハのAFシリーズ、また船外機の販売を通して、マリネビジネスにも関わっている。

そこでまず同社の渡辺憲二社長に、釣り具市場の動向について語っていただいた。「確かに釣りブームのおかげで業績は好調です。このブームもそろそろ下降線になるとも思ったのですが、アユやヘラといった分野は横這いですが、ルアーは確実に増えています

す。中でもソルトウォーター・ルアーフィッシングの分野は好調です」

では釣り具店の来店客からはボートはどのように見られているのだろうか。

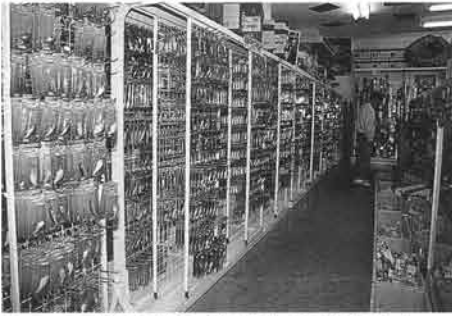
「まだ垣根が高いというのが現状だと思えます。いかなせん情報不足ですね。例えば保管場所が増えた、整備されたといっても、実際に消費者は感覚として分かりづらい。またボートの価格が下がったといっても、私からすればまだ高いといわざるを得ない」

だが逆に商品を露出し、情報を的確に流していけば、それなりの手応えがあることも事実。同社では毎年独自に「釣り具ショー」を開催しているが、昨年ヤマハ広島店がスペースを借りるという形でSRVを展示（SRVは契約上取り扱っていないため）したところ予想以上の反響があり、ヤマハ直営店のフォローによって2件が成約に結びついたという。さらにボートライセンスの申し込みも予想以上の成果を生み出しているのである。

同社ではUF-33、およびFG-39の2隻のボートを所有し、マリネ事業部としてチャーターや渡船業務も展開している。渡辺社長によると「1人でも多くの方々にボートフィッシングを体験していただき、その楽しさを伝え、ファンを獲得していくことが目的」で、船釣りを楽しんだことのない方や、女性の方に楽しんでいただき、釣り具とボートの業界の活性化に結びつけたいのだそうだ。

品揃えと情報量が
フィッシングビジネスの基本か

さて次に同社の直営店の一つ、かめや東広島店にお伺いして、店長の水口至さんに



ルアーの品揃えも豊富。淡水が人気の主流だったが、今はソルトウォーターも人気。海への関心は確実に高まっている



広い店内に豊富な商品が来店効果を高める、人が集まるから情報も豊富、情報があるからまた人が集まる

同社がチャーター用として所有する<タートル>(FG-39)。「1人でも多くのお客様にボートフィッシングを体験していただくため」マリン事業部を展開している



かめや
シーバスコンテスト97

期間▶1997.3.1(土)~6.30(月)
発表▶7.14(月) AM10:00!

シーバス(スズキ)を釣ったら、かめや各店にその魚をご持参下さい!
(その際、登録費として1,000円頂きます)
スズキ(ヒラスズキ、ホリスズキでも可)の1尾長寸により、順位を決定。

賞品
1位▶UFMウエダリネーテラガ、SPS902及びトス
2位▶リビエ×タロイヤル VS2000 ZM 及びトス
その他3~10位、飛び賞参加賞(ルアー)をご用意!

詳しくは、店員まで、振るってご参加下さい。

お話を伺って見た。立地上件としては海から40分から50分ほど奥まった場所、こちらでは今のところ内水面のバスフィッシングに関連した商品が売れ筋。またアルミボートやインフレーターボートと4馬力船外機のセットが、これも主にバスフィッシング用として人気があるという。

「やはりこうしたボートやエンジンといった商品は展示をしないことには売れませんね。今のところ数こそ出ませんが、展示すれば確実にいく商品だと思えます」

さてここでは主に来店客のマインドと販促策がマリンビジネスの参考になりそうである。

東広島店の近隣には同型の釣り具ショップが他に2件あって、競争しているわけだが「差別化という点ではなんともいっても情報量と品揃えが決め手」なのだという。

「情報はやはり、いつでも何が釣れるかです。本当は自分で釣ってきて教えてあげられればいいのですがそれだけでは不十分。やはりお客様となるべく会話の機会を持つことです。また、うちの場合は系列店が7店舗ありますから、毎日それぞれ日報形式でこうした釣果情報をファックスで交換しているんですよ。それが役にたっていますね」

次に品揃えについてはなんともいってもバリエーションの豊富さがものをいうようである。

「例えばチヌバリで売れるのはだいたい3号と決まっています。でももしこの店に3号しか置いていなかったらお客様はここでは買いません。2号針があつて、4号針があつて、そして初めて3号針が売れる。そういうものですよ商売は」

このことはボートの取り扱いにおいても同じことが言えないだろうか。普段の展示

は難しいとしてもせめて展示会では豊富にタマを用意したいものである。

イベントも開催し、顧客の活性化を図っている。毎年行っているのがチヌコンテスト。これは秋に開催する。シーバスコンテストは春に開催。

「シーバスの大きさを競う大会で期間内ならいつ釣ってもいいというスタイルです。ただし、ルアーで釣ったものであること、40センチ以上という体長制限も設けています。釣った魚は店まで持ってきていただき店頭で登録、撮影を行い、締切日後に集計、順位を決めるという方式です」

登録費用としてその都度1000円を徴収しているが、手数料というよりも参加賞(ルアー)として還元している。賞品も釣り具メーカーから協賛をとりつけ豊富に揃えている。

今回取材した両店に共通しているのはとにかく体験の場を提供していくことではなからうか。ボートの低価格化が進んでいる今、マリンというイメージで売れる時代も終わりを告げている。今後はどれだけボートの楽しさを体験を通じて提供できるかがポイントとなりそうである。



東広島店の水口店長。すべての店舗において若い店長を起用している

マリンレジャーをとりまく環境を考える

毎年、ヤマハでは各層にアンケート調査を行い、その年のマリンレジャーに関する10大ニュースを発表している。昨年度の内容については本誌前号でお伝えしたとおりだが、番付には登場しなかったものの、運輸省内でマリンレジャーに関する新しい部署や懇談会が設立されたことに注目する声もあった。そこで今回は、これら運輸省の新しい試みについて紹介したい。

ヤマハマリン10大ニュース・96年度アンケートにおいて、昨年5月に設立された運輸省政策局「海洋室」の武藤 浩室長は、「100万円台のパッケージボートが、好調な売れ行きを示していることに注目しています」と感想を述べた。

「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っており、早めに秩序作りを進めなければと感じるからです」というのが、その理由

だ。

「海洋室」とは、ジャンルにとらわれず広く海の問題に取り組もうという考えから生まれた部署。単に産業の分野にとどまらず、海洋レジャーにも目を向けている。

従来、運輸省には「海洋汚染防止対策室」があったが役割はその名のとおりで、海洋利用や開発などといったテーマにはなに対応しておらず、室長も管理職ではな

かった。こうした点を洗いなおして再編されたのが「海洋室」で、現在6名の専門官と管理職である武藤室長の計7名で構成されている。

「いま最大の仕事は、ナホトカ号の重油流出事故で露呈した、老朽船の安全問題と流れ出た重油の防護対策です」と武藤室長。加えて、それに続く重要テーマの一つがプレジャーボートの放置艇対策であるという。「来年度(97年度)から、放置艇担当の専門官を配置して取り組みを強化します」と積極的だ。

とかく、このような意見を耳にすると取り締まりが厳しくなるのではとユーザーは身構えてしまいがちだが、「海洋室」がめざすのはあくまでも「秩序正しく、いかにプレジャーボート産業を発展させるか」にある。

「普及にとめない、プレジャーボートは市民権を得てきています。地方によっては漁業が衰退しているところもあり、漁港とあわせてマリナーを造り、地域振興をはかる」という声も聞かれるようになりました。実際、水産庁ではプレジャーボートと漁業の住み分けを考える委員会もでき、そこに私も入って話し合うようになりました」

近年、いろいろな立場の人がプレジャーボートの問題に関して意見を交換し合うようになったと武藤室長。問題はいかによく話し合おうかであり、そのうえで常識的な政策をまとめていくことであるという。

「陸上の乗り物は万人が使いますが、海の場合は、それなりに覚悟を持った人が出

ていきます。たとえプレジャーボートといえども、自己責任の原則が必要です。はじめに規制ありきではなく、利用者団体などで講習会を開くなりして初心者に対するシーマンシップの育成を行っていただきたいと思っています。そのうえで、たとえば混雑した海域における交通ルールの制定など、役所がすべき秩序作りをしていきたいと思えます」

プレジャーボートの最重要課題は放置艇対策であるが、今後は免許制度のありかたなどにもアプローチしていく。

最後に武藤室長は、「現在、海洋汚染防止法の改正を国会に提出しています。これはペットボトルやプラスチック・ゴミの海上投棄防止に関する法律です。規制の対象は大型船でプレジャーボートにはおよびませんが、みなさんも海上のゴミ汚染防止に協力ください」と呼びかけていた。

▼昨年発足した2つの懇談会

昨年8月から、運輸省内でプレジャーボートに関する2つの懇談会が開かれるようになった。海上技術安全局船用工業課の「舟艇利用振興懇談会」と、港湾局環境整備課の「プレジャーボート保管対策懇談会」である。前者は、プレジャーボートを取りまくさまざまな問題に関して、懇談会という形で識者や利用者の意見を集めようというもの。「海洋室」同様、現在その主なテーマは放置艇問題だが、舟艇利用振興というだけに廃船処理問題や漁業者とのトラブル、PL法への対応など、さまざまな議題について話し合われている。

一方後者は、これまでPBSを推し進めてきた港湾局の懇談会であり、ずばり名称そのものにテーマを絞っている。話し合われる内容もかなり具体的に、今後は三省庁(運輸・建設・水産)が合同で進めてい





る「プレジャーボート全国実態調査」を踏まえながら、現状問題の解決に加え、将来に向けた対策も検討されることになる。

利用者の意見を直接聞いて、あるべき国の方向性を模索する

運輸省海上技術安全局船用工業課
「舟艇利用振興懇談会」

「放置艇や漁業者とのトラブルなど、プレジャーボートを取りまく環境にはいくつかの解決しなくてはならない問題があります。これらに国としてどう対処するのかを考えた場合、これらに対する利用者側の意見を十分把握することが当然のことながら重要です。これまでは利用者団体も少なかつたため、その意見の把握が困難でしたが、昨今は、プレジャーボートの普及に合わせて利用者の団体も増えましたので、こうした利用者団体の代表の方々に話し合いに参加していただくという理由で、この懇談会が発足しました」と、海上技術安全局船用工業課の米川専門官。

懇談会の進め方は、何回か開催し報告書をまとめるというのではなく、それ

ぞれの回で議題を定め、それに関して参加者が自由に意見を出し合うといった内容になっている。議題も、その時々々の世の中の状況に応じて設定するという柔軟な姿勢を取っている。

現在、懇談会を構成するメンバーは、各利用者団体代表、大学教授、マリナー・ジャーナリストなどに、運輸省、海上保安庁関係者を含めた20数名。昨年8月発足以来、これまでに2回の会合を設け、放置艇問題の解消方法を中心に話が進められている。

「利用者の意見を聞くとともに利便性向上を図るということでは、各地域の地方運輸局に「舟艇利用相談窓口」の開設を進めています。ちなみに中部運輸局では一昨年から現在までに2000件もの相談件数が寄せられています」

相談件数のトップはやはり保管問題(80件)で、次に水面利用調整関係(35件)が続いています。

現在、開設されている「舟艇利用者相談窓口」は全国で3カ所(北海道、中部、近畿の各運輸局)だが、本年度中に大半の地方で立ち上がる予定だという。また地方にはその地域の関係者を集め

た「舟艇利用対策連絡会議」が設けられており、地方で成果を挙げた事例は同懇談会で取り上げられ、他の地方へ紹介されていく。

「それぞれの地域でその地域の地理的特徴などを有効に活用することなどにより解消される問題も多くあると思います。例えば、ある湖ではPWCの利用について地元の関係者のみで協議を行い自主的ルールを作り上げトラブルを防止している例もあると聞いています」

利用者と行政が知恵を出し合い、その土地に合った解決策が各地で進められることを期待したい。

三省庁合同調査の結果に懇談会の意見を加え、保管対策の将来像を探る
運輸省港湾局環境整備課
「プレジャーボート保管対策懇談会」

プレジャーボート保管の実態を把握するには一般港湾だけでなく、漁港や河川の調査も必要である。三省庁合同の「プレジャーボート全国実態調査」は、各管轄官庁の壁を越えて統括的に行われているもので、昨年から今春にかけて第1年次調査が行われている。

「調査は来年度と合わせて2カ年で実施され、次年度は具体的にモデル地区を選んで保管計画や地域振興計画を進める予定です。そうした流れのなかで、港湾の管理省庁である私どもがプレジャーボートに関するきっちりとした考えを持っていくことは始まりません」

と、港湾局環境整備課の伊藤専門官。

こうした理由から、昨年発足した同懇談会の持つ意味は大きい。構成メンバーは利用者団体をはじめ、民間マリナー、釣りの名人、大学教授、マリナー・ジャーナリスト、地方自治体関係者などバラエティー豊富。これまで3回の会合が持たれ

ているが、いずれの会合にも活発な意見が出されている。

「今年度中には懇談会の報告書をまとめ今後に活かしたい。どこまでできるかは今後の話しになりますが、たとえば来年以降の三省庁合同調査の結果によっては、管轄省庁を越えて保管対策に乗り出すような知恵が出てくることもあり得ます」

こうした将来的な展望とあわせて、現在、港湾局では放置艇対策の切り札としてPBSに代わるボートパーク事業の構想を打ち出している。ここでは、保管場所の提供だけでなく、その後の施設管理・運営も手がける仕組みになっており、トイレや駐車場、ボンツーンといった簡単な施設も併設される。

「今年度中に全国で6港が着工されます。工事は簡単なもので、おそらく1〜2年で完成するでしょう」

気になる料金は、各地域差があるものの平均すると年間10万円程度だろうと言われている。トイレなどは簡易施設なので、見た目は一般マリナーと比べようもないが、これだけ低料金で安心して保管できるなら、これまで無料で放置係留していた人でも納得いただけるのではないだろうか。

PBSからボートパークへ、さらに今後は三省庁合同の調査結果を踏まえて将来の構想を練る伊藤専門官らの良きブレインとして、同懇談会メンバー各位の活発な議論に期待したい。

運輸省ではプレジャーボート利用者、関係者の方々のご意見を募っている

●海洋室
運輸省政策局「海洋室」
TEL.03-3580-3111(内線) 5625 FAX.03-3580-3086
E-mail:HIROSHI-MUTO@so.motnet.go.jp

●船用工業課
運輸省海洋技術安全局船用工業課
TEL.03-3580-3111(内線) 6872 FAX.03-3580-5047
E-mail:Y-YONEKAWA@so.motnet.go.jp

串本の西、有田港ではヤマハ船外機は100%近くのシェアを誇る



松村店長の愛艇はW-20。自ら釣りを楽しみながら、お客様にヤマハ製品を勧めている

浜

を訪ねて

和歌山県 / 串本町 モリユキ

自分が使ってきた 納得のいく製品だから 自信を持って販売できる



本

州の最南端、景勝・潮岬を有する和歌山県の串本町にモリユキ(須賀節夫社長)はある。町内を走る国道42号に面した国道店は平成元年にオープンした大型店舗で、自転車とバイクの販売が中心。もうひとつ、国道から市街地に入った街中に新町店があり自転車と船外機を扱っている。こちらは元の本店で、古く、こじんまりとしているが、懐かしさ、暖かさを感じさせる雰囲気漂う。

その新町店の店長は18歳の時にモリユキ自転車店に入社したというベテラン、松村克一さん(55歳)だ。同社が船外機を扱うようになって以来、釣り好きだったという松村さんは自転車、バイクの販売・修理とともにマリンスポーツ用品を担当してきた。現在では9・9馬力のモデルを中心に年間30〜40台をコンスタントに販売している。

もともと串本は漁業の町であるが、漁師のほとんどは曳き縄釣りなどでカツオを追う漁船漁業が主流。船外機の需要は、松村さんの言葉を借りるとレジャーまたは「半遊半漁」なのだそう。

「業務需要としては和船でイセエビの刺し網やアオリイカの一本釣りなどが行われますが、現役をリタイヤされた漁師さんなどが趣味と実用をかねてというスタイルが多いですね。むしろ今は純粹に釣りを楽しむというレジャー需要がほとんどです」

こうした環境の中で松村さんは自ら釣りが好きで、長年にわたり「ユーザー」としてヤマハ製品と、またお客様と付き合ってきた。

「最初の内は、他社メーカーの製品を扱い、自分でもそれを使っていたんです。だけど結局、自分が納得して、自信を持ってお客様に勧めることのできたのはヤマハだけでしたね」

今でも時にはお客様から「他メーカーの製品を売ってくれ」という声があるそうだが、そんなとき

モリユキ

■商圏

メインの商圏は人口約1万5000人の串本町。紀伊半島の最南端、つまり本州最南端の町である。潮岬沖はカツオの好漁場として古くから知られ、夏には毎年串本ビルフィッシュトーナメントが開催されている。くびれたようになっている串本の西側に位置する有田港がメイン市場。



■主力商品

9.9馬力船外機がメイン。有田港におけるヤマハ船外機のシェアは圧倒的である。その他に和船を販売するが、こちらは自由に設計してもらうことができるという理由で今のところ地元船が有利。テンマクラブでは木造船が今でも大切に使われている。松村店長はヤマハ和船のオーナーでもあり、今後船外機と同様、ヤマハ和船の良さがお客様にアピールされそうだ。

■店舗

国道店と新町店の2店舗による展開。マリン部門は新町店がベースだが、国道店ではボートライセンススクールの募集など、新規需要の開拓に貢献している。



■市場背景

過疎化が進んではいるものの、漁業と観光の町で、マリンビジネスにとっては基盤ができています。特に観光の面ではダイビングスポットとして注目されており、その業務ボート用に90馬力、115馬力といったモデルの需要が生まれつつある。



有田港に臨む河川の河口に木船にこだわるテンマクラブのメンバーのフネが並ぶ。船外機はヤマハがほとんど



「自分が使ってきた納得のいく製品だから自信を持って販売できる」という松村店長



街中であって地域に密着した店舗営業を展開している新町店



国道店はバイクと自転車の専門店。各社の製品を扱っている。写真は須賀社長と奥様



松村店長は「安いのが欲しいだけなら他の店に行つてくれ」と突っぱねる。

信頼性がないと分かっていながら、その製品をお客様に販売することは、松村さんのプライドにも関わることなのだ。

現在管理顧客は約300名。年に1回、きつちりと無料で点検を行う(部品代、修理代は有料)点検キャンペーンを実施し、代替えを促している。こうした基本的な販促活動も同社の基礎を築いていると言つて良いだろう。

また松村さんは有田港をベースに組織されたフネ釣りの愛好会「テンマクラブ」に入会し、他のお客様と交流を深めながら釣りを楽しんでいる。現在メンバーは47名で、そのほとんどがヤマハのユーザーになっているのだそう。

店舗での取材中は自転車やバイクのお客様がひっきりなしにやってくる。空気を入れたり、ちよつとした部品を交換したりというお客様がほとんどだが、一人一人丁寧に対応する村松さんの姿から、地域に密着したこのお店の基本的な姿勢がうかがい知ることができた。

CAMPAIGN

第20回ヤマハボートフィッシングコンテスト ユーザー活性化に向け積極的な開催を!

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。毎年多くのボートフィッシングファンの皆様が開催を待ち望んでいますが、昨年6000名もの方々に参加していただきました。ご協力ありがとうございました。

そして今年もいよいよ本格的なシーズンがやってきました。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とご協力をお願いいたします。またポスター、チラシ(写真)

●競技種目
ビルフィッシングの部
ファミリーフィッシングの部
(指名魚重量の部、指名魚大物の部)
ルアーフィッシングの部
(指名魚大物の部、ラインハンデの部)

●参加資格
ボートフィッシングが可能なお学生以上の皆様(漁業従事者は除く)

を有効にご活用の上、積極的な動員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」

皆様のお店にも伺います プロスポーツアングラ!

ヤマハがこのほど契約したプロスポーツアングラ・ヒロ内藤氏。ボートショー・ヤマハブースでのトークショーなど様々な場面で活躍いただいております。内藤氏には皆様の企画されるイベントにも協力していただけますので、ぜひ魅力的な販促イベントを企画されてはいかがでしょうか。



ボートショーでも好評だったヒロ内藤氏のトークショー
※詳しくはヤマハ販売会社の営業担当にお問い合わせください

わくわくボーナセール、 9月末日まで実施中

ヤマハではフィッシングメイトシリーズの充実に伴い、販売店の皆様を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「わくわくボーナセール」。このチャンスにぜひキャンペーンにご参加ください。



●対象艇種 / NEWフィッシングメイト 4艇種
●期間 / 97年9月末日まで
●内容 / 対象艇仕入れのフィート数を積算。期間内の累積ポイントに応じて豪華素敵なプレゼント。

用品拡販に不可欠な定番ツール お早めにお買い求めください 「1997年版ヤマハマリンアクセサリカタログ」

ヤマハではボートをはじめとするマリンレジャーをより充実、魅力的にする数々のパーツやグッズを取り扱っていますが、そのほとんどを網羅したアクセサリカタログを今年もご用意しております。

1997年版は皆様のご意見を反映させ、使い慣れたレイアウトのままに、新項目の追加による検索性の向上を図っています。また販売ツールとしてさらにご利用いただきやすくするため資料の充実を図りました。

皆様のお店でもお早めに導入され、ご商売にご活用ください。

「1997年版ヤマハマリンアクセサリカタログ(オールカラー) 希望小売価格 ¥4,500



使ってみなくては価値は分からない 超人気ルアー『メガバス・ヤマハ』

トップウォーター用ルアーの名品・DOG-Xでバスの本場アメリカ中にその名を馳せたメガバス。そのメガバス社の人気ルアーをベースに、このほどオリジナルルアー「メガバスヤマハ」を発売します。ソルトウォーター用のオリジナルカラーをポイントするなど、ヤマハとメガバスが共同でチューンナップしています。

一般の釣具店で売りに切れ続出のPOP-Xなど貴重なルアーを含めてのセット販売となります。ぜひルアーフィッシングファンのお客様にお勧めください。

「メガバス・ヤマハ」オフショアセットA、B / シーバスセットA、Bの計4セット

GOODS

MEGABASS. YAMAHA®
SINCE 1997
OFF-SHORE SELECTION



※詳しくはマリン用品営業担当にお問い合わせください

**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**

1990年の開講以来、多くの営業マン及びサービスマンの知識習得の場としてご利用いただきました（ヤマハマリンアカデミー）。今後さらにステップアップした内容で充実した講座を開講してまいります。

97上期（4～6月）の開催講座

【航海講座Ⅰ】

大型艇の航海技術及び運用術、操船術の習得、並びにレーダー、GPS、魚探の操作実習を通じて、ディクルージングにおける船長としての責任と判断力を身につけ、オーナーに指導できるレベルまで能力を高めます。

- 期間：5月20日～23日、6月17日～20日（4日間）
- 受講料：80000円（前泊を含む宿泊費込み）

【航海講座Ⅱ】

航海講座Ⅰで習得した技術のレベルアップと、疑似体験をもとに日常では体験できない緊急時の対応力を身につけ、一層のオーナー指導力を身につけます。

- 期間：4月16日～18日（3日間）
- 受講料：60000円（前泊を含む宿泊費込み）

【スポーツフィッシング講座】

主にカジキを対象にしたスポーツフィッシングに必要な装備、タックルの概要及びテクニックの習得を目指します。

- 期間：6月25、26日（2日間）
- 受講料：55000円（前泊を含む宿泊費込み）

【ビルフィッシュトーナメント特別講座】

合歓ビルフィッシュトーナメント、遠州灘ビルフィッシュトーナメントに参戦する特別講座も予定しております。

- 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

ヤマハSRVレンタルポートクラブ



将来的なマリンビジネスの基盤づくりには欠かせない新事業として捉えていますので改めてご理解、ご協力をお願いいたします。

また募集窓口としてご協力いただいた販売店様に対しては、利用状況など営業活動に有益な情報をフィードバックしていくシステムとなっております。

当クラブは年々拡大するポ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プレイに親しんでいただくことを目的としています。

既にご案内しておりますように、ヤマハではこのほど全国各地でポートレンタルを行う「ヤマハSRVレンタルポートクラブ」を設立し、4月より運用を開始いたしました。開設後3年をめどに、全国で100箇所のマリーナとフランチャイズ契約を目指しており、既に多くの販売店様、マリーナにご協力をいただいております。

「ヤマハSRVレンタルポートクラブ」

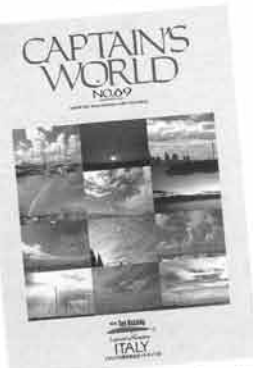
利用状況等の会員情報をフィードバック

**ご期待ください
各エリア別に広告展開**

SRVのシリーズ拡充、フィッシングメイトのラインナップ一新など、今、こうした魅力的な価格設定のニューモデルが釣り市場においても注目を集めつつあります。

ヤマハではこうしたムーブメントを把握した上で、このほど釣り専門誌の広告展開をこの4月より積極的に展開。各エリアごとに発行されている有力7誌において商品告知を行ってまいります。ご期待ください。

**オーナーフォローにご活用ください
『キャプテンズワールド』**



ヤマハが発行する『キャプテンズワールド』は、ヤマハポートをお買い上げいただいたお客様に、より楽しく充実したマリンライフを送っていただくためのオーナー向けマリン情報誌です。他社系列店との差別化を図るため、また、お客様満足度向上のためにもぜひご活用ください。

第70号は4月25日に発行の予定です。ご希望の販売店の方は担当のヤマハ営業マンにお申し込みください。

キャプテンズワールド
振り替え価格：¥200/1部

ぜひ導入を！マルチメディア時代に対応した『マリンジェット1997ビデオCDカタログ』

このほどマルチメディア時代に対応した新しいセールスツール「ビデオCDカタログ」が完成し、配布を開始。すでに多くのMJ店にてご利用いただいています。

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。



- 主な内容
- MJレース情報（クローズド、スラローム）/MJレジャー情報（ツリング、フィッシング、ウエイクボード）
- MJ製品情報/MJ用品情報/MJクラブ情報/ポートライゼンス情報など



フィッシャリーナ天草が 4月1日より供用開始

熊本県樋合島で昭和63年より整備開発が進められてきたヨット、ボートの保管施設「フィッシャリーナ天草」がこのほど第一期工事を終え4月1日より供用を開始しました。フィッシャリーナ天草は雲仙天草国立公園内に位置する天草上島北端にあつて、豊かな自然環境との調和を図りながら開発が進められてきました。

第二期工事終了後には陸域面積4万3千㎡、水域面積5万㎡のスペースに海上182隻、陸上112隻の保管が可能な熊本県では最大規模の施設となります。また係留施設の他、オーナズルームやクラブハウス、サーブिस向上などの施設も充実しています。



ニッポンチャレンジの スキッパーに ピーター・ギルモア

さる2月7日、東京国際ボートショーの会場において、ニッポンチャレンジャーアメリカ杯シンジケートが記者発表を行いました。

そのなかで同シンジケートの山崎達光会長は、オーストラリア出身のプロセイラーで世界最高レベルのマッチレーサーでもあるピーター・ギルモア選手と正式に契約したと発表、事実上のスキッパーとして迎え入れることとなりました。

ピーター・ギルモア選手は過去4回のアメリカ杯に出場しているカッペセイラーで、マッチレースでは常に世界ランクのトップを競う強豪。これぞニッポンにとっては強い味方を得たことになりました。

なお、技術・設計については東京大学の宮田秀明教授を中心とした布陣で臨むことが明らかにされましたが、こちらも「過去2回にわたって得たデータは万全」として自信を垣間みせていました。



今年のスローガンは 『静かに走ろうー安全に』

PWSA(パソナルウオータークラフト安全協会) 通称総会 パソナルウオータークラフトを製造するメーカーや販売に携わるシ

ヨットが、業界の健全な発展を願って活動している団体PWSA。その総会が去る2月10日に行われ、今年度の活動方針が発表されました。平成9年度のスローガンは「静かに走ろうー安全に」。特に環境との調和を重視して、改造の抑止や、出港・帰港時のスロー運転、さらにゲレンデの清掃などを呼び掛けながら活動していくことになりました。

こうした迷惑問題は最低限のマナーとして十分に指導していきたい。販売店の皆様もご理解、ご協力をお願いいたします。

アメリカのプレジャーボート産業が復調の気配

アメリカ舟艇工業会のデータによると、95年8月から96年7月までのボート販売実績は隻数では前年に届かなかったものの金額では4.2%の増加となり、一時の不況を脱しつつあるようです。

ボートの全出荷金額は26億1203万ドル(約3000億円)、全隻数は28万8114隻。そのうち船外機ボートは11万4461隻、スタンドライブは5万8896隻、カヌーが7万4000隻となっています(PWCは含まれていない)。ちなみにトレーラーの年間販売数は18万9128台。これらの全出荷金額は38億9175ドル(約4500億円)となっています。



お客様を誘って海に出ましょう! ジャンル別 <97年イベントカレンダー>

※ここに掲載したイベントは3月31日現在の予定です。

<ボートフィッシング>

- 足摺ビルフィッシュトーナメント/5月30日~6月1日(高知県・土佐清水市)
- 土佐ビルフィッシュトーナメント/7月4~6日(高知県・夜須町)
- ヤマハビッグファイトトーナメント第1戦/7月6日(伊豆大島近海)
- 勝浦ビルフィッシュトーナメント/7月10~12(和歌山県・那智勝浦町)
- 合歡ビルフィッシュトーナメント/7月11~13日(三重県・合歡の郷)
- 下田国際カジキ釣り大会/7月23~26日(静岡県・下田沖)
- 遠州灘ビルフィッシュトーナメント/8月29~31日(遠州灘一帯)
- ヤマハビッグファイトトーナメント第2戦/9月7日(伊豆大島近海)

<セイリングクルーザー>

- クルーザー
- ピワコカップ第1戦/4月13日(ヤマハマリーナ琵琶湖)
- ピワコカップ第2戦/6月1日(メイテツマリーナ)
- スーパーウエーブカップ第1戦/6月22日(神奈川県・相模湾)
- ピワコカップ第3戦/7月6日(マリーナ雄琴)
- ヤマハ青函カップヨットレース/7月19~20日(青森~函館)
- 鳥羽パールレース/7月25日(三重県・鳥羽)
- ヤマハカップヨットレース/7月27日(北海道・小樽港沖)
- エンルムカップ津軽海峡ヨットレース/8月23~24日(函館~室蘭)
- スーパーウエーブカップ第2戦/8月31日(神奈川県・相模湾)
- 祝津マリーナカップヨットレース/9月7日(北海道・小樽市)

- ヘインズカップ/9月13~15日(ヤマハマリーナ琵琶湖)
- ヤマハクルーザーフェスティバル琵琶湖大会(ピワコカップ第4戦兼)/10月19日(ヤマハマリーナ琵琶湖)
- 全日本社会人ヨット選手権大会/11月1~3日(神奈川県・横浜市)
- X'mas Cup in Biwako/12月14日(ヤマハマリーナ琵琶湖)

■ディンギー

- シーホッパー級東日本選手権大会/5月24~25日(神奈川県・江の島)
- シーホッパー級西日本選手権大会/6月14~15日(大阪府・淡輪)
- YSA湘南選手権大会/6月22日(神奈川県・鎌倉)
- YSA関西支部選手権大会/7月12~13日(ピワコロッジ)
- YSA全道選手権大会/8月23~24日(北海道・室蘭市)
- 全九州ヤマハディンギージャンボリー/9月6~7日(福岡県・小戸)
- YSA北関東選手権大会/9月7日(千葉県・館山)
- 国民体育大会ヨット競技/9月13~16日(大阪府・淡輪)
- YSA中部支部選手権大会/9月27~28日(静岡県・ヤマハマリーナ浜名湖)
- YSA関東選手権大会/9月28日(神奈川県・鎌倉)
- 全日本女子シーホッパー級SRヨット選手権大会・全日本少年少女シーホッパー級SRヨット選手権大会/10月9~12日(神奈川県・江の島)
- メイテツカップディンギーレガッタ/10月25日(メイテツマリーナホテル)
- シーホッパー級SR関東選手権大会/11月1~2日(神奈川県・鎌倉)
- シーホッパー級全日本選手権大会/11月22~24日(ヤマハマリーナ浜名湖)



大盛況の国際ポートショー 東京、大阪ともに過去最高の入場者数

東京国際ポートショーが2月7日から11日の5日間にわたって東京ビッグサイトにて開催されましたが、その入場者数は17万2523人を記録、過去最高に達しました。

また、3月6日から9日まで開催された大阪国際ポートショーについても同様に、過去最高となる6万5850人が来場しました。

これに伴い、期間中のヤマハ製品の成約状況も好調で、東京、大阪ともに目標を大幅に上回る結果となりました。

ました。

好調の要因はいろいろと考えられますが、なんといってもポートの 대중化が確実に進んでいることが考えられます。東京、大阪ともに、子供連れのファミリーの来場者が目立ち、それぞれかなりの購入意志をもって来場したケースが多かったようです。また傾向としてはヤマハのSRV 17の他、各社からかなりのトレイラブルポートが展示され、確実にトレンドとして現れていました。



6日間の開催だった昨年よりも多くの入場者を集めた東京国際ポートショー



YAMAHA33Sの他ジャーニーにもニューモデルが加わり、ヨットコーナーも盛況だった

シリーズ化されたSRVは話題性も充分。入門艇として注目を集めた



SRVと並ぶ注目度だったバランスリグ



今、最も勢いのあるマリンジェット。強力なニューモデルが加わり、今年もトップを狙う



入場者も多く、ヤマハにとっては営業的にも大成功だった大阪国際ポートショー



SRV23の他、大型艇への注目度が高く、PC-41SFなどが好調だった（大阪）

■ヤマハ販売会社の販促企画担当者に聞く1997年ポートショーの感触

東京

特に注目されていた展示艇 (その理由、背景)

SRVシリーズおよびバランスリグ26（入門艇の選択肢が増えたこと、またバランスリグにおいては商品開発力が来場者を引き付けた）

今回の期間中の 成約者の特徴

フィッシングマニア、また免許は持っているがなかなか購入に結びつかなかったという層

成約状況にみる 今シーズンの見込み

新規層にとって自社製品、他社製品を含め選択肢（価格、デザイン、装備）が広がり、競合が多くなってきた。お客様の要望にどれだけ近いものを提供できるか、商品力の差をどれだけ納得させることができるか、営業力がポイント

大阪

PC-41SFおよびSRV-23（41はショー効果としても大型艇は注目されやすいし、豪華さ、特に内装は好評。SRV23は他メーカーと比較されたが、デザイン、価格、装備の面で明らかに勝っていた）

フィッシングファン、ファミリー層が多かった

大型マリーナが相次いで本格稼働し、大型ボートの需要が増加。エントリーモデルもフィッシングブームを背景に好調に推移しそう

HOP STEP JET!

MJビジネスのヒントを探す

株式会社サウサリット

**購入後のお客様にいかに満足していただくか、
拡販の秘訣はこれにつきまます**

昨年の4月、砂丘の町・石川県の内灘町に新店舗をオープンさせたサウサリットさん(本社・金沢市/蔵西健治社長)。人口40万人の金沢市をメイン商圏に、今、確実に業績を伸ばしている。業績アップの秘訣は「購入していただいたお客様に後悔させないこと」。イベント企画から保管サービスまで、いたれりつくせりのアフターサービスが多くのMJファンを引き付けているようだ。



サウサリット内灘店は1年前の4月にオープン。ニューモデルも店頭で展示され、やる気を見せる

70~80台が参加する 夏のツーリング

金沢市からクルマで20分ほど走ると、日本海に面した内灘海岸に着く。サウサリットの新店舗はその内灘海岸を見おろすようにして、道路一本を隔てた320坪の土地に建てられていた。お洒落な店舗に目立つ看板。十分なスペースにジェットが整然と並べられており、遠目からでも一目でMJショップだと分かる。内灘店は昨年の4月にオープンさせたばかり。いただいた名刺によると本店は金沢だが、実質的には内灘店が同社のビジネスの拠点として機能し、蔵西社長も内灘店に詰めている。

蔵西健治社長(38歳は昭和60年から金沢市内でジェットのビジネスを展開してきた。

「最初はレース中心にやっていました。店の雰囲気が開鎖的になってしまい、初心者が入りずらくなっていたようです」(蔵西社長)

そこで同社では取り扱い商品の中心にヤマハのマリンジェットを置き、ツーリングを主体としたレジャーというソフトを提供していくことで、ショップのイメージチェンジを図っていった。ビジネスの方向性を切り替えてから、同社の売上は確実に伸び、現在は中部地区でもトップクラスの販売台数を堅持、今年度の目標も大きく掲げている。

レースからレジャーへの路線変更

が結果的には成功したわけだが、そこには「あの手」この手でお客様を飽きさせない、というのが基本的なスタンスですね。購入していただいたお客様にはとことん楽しんでいただきます」という同社の姿勢が常にあったからだ。

スキーツアーやバスケットボール大会、ゴルフコンペなど、同社がお客様のために企画するイベントはマリンジェットだけに限らない。サウサリットに行けば何かある、という雰囲気をつくったイベントによって作り出している。もちろんこれらのイベントの核となるのはMJであって、なかでも夏のツーリングには70台から80台のMJが集まるのだという。一店舗で行うイベントとしては異例とも言える盛り上がりではなからうか。

「能登島という島があるんですが、ロケーションが抜群で、そこへのツーリングが人気で皆さんとても楽しみにしていらっしゃいますね」(蔵西社長)

ロケーションに恵まれていることは確かに大きなメリットだが、それだけではイベントは成功しないだろう。海上保安庁や漁協、地元役場への協力依頼など、準備段階から労力を惜しまず、取り組んできた。同社の主力スタッフは社長の他、奥様の千秋さん、内灘店の寺林昭則店長3名というから、なおさらその努力が伺える。

また、これに加えて今年度から

お客様の保管艇。シーズン中はここからゲレンデまでの間、トレーラーとクルマの無料貸し出しサービスを実施



店内奥の商談スペース「ここに座っていただいたら100%買っていただきます」(写真上)

明るい雰囲気づくりを心掛けているという店内(写真下)



屋内保管施設も完備。シャワールームなどもここに用意されている



オーナーがくつろげるようにとショールーム内で喫茶店も営業。軽食もOKだ



新たなイベント「サウスアカップ」を開催する。MJCのタイムトライアルとは別途に企画したクロージドコースによるタイムトライアルで、4月から12月までの第1日曜日に開催するもの。

「この辺りでのMJシーズンというと、好きな人でもだいたい4月から始まって10月まで。それをもっと長くしたいという狙いがあります。こうしてシリーズのイベントを開催すればいいきっかけになると思うんです」(寺林店長)

もともとお客様から要望があったイベントでもあるそうで、今年度は大いに盛り上がりそうです。

店長と社長が 営業成績を競い合う

アフターサービスに力を入れることで多くの固定客を獲得している同社だが、数々の販促展開や営業力も見逃せない。今回の取材のインタビューは店内の隅にあるテーブルで行わせていただいたのだが、「来店客がここに座ったら、100%近く買ってもらえるという自信がありますね」と蔵西社長はいう。

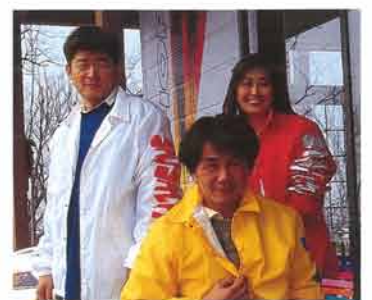
営業回りで来店した他業界のセールスマンに対してマリッジジェットを売ってしまったこともあるという。社長と店長、寺林店長と蔵西社長、セールスマンとしての能力はピカイチなのだろう。寺林店長は「僕の場合、社長がライバルだと思ってま

すから。いつもどちらかが営業成績が上か、何台多く売ったか競争しています」という。

北陸地方の有力タウン誌への広告なども行っている。また販促としては春先に展示会を開催し、200名の管理顧客に対して案内を出している。今年度ももちろん開催。MJ・J・200GP、MJ・760GPをはじめ、すべてのニューモデルを用意している。ただし製品の展示については「展示会だからというのではなく、年間を通じてすべての製品を見ることが出来る環境を作るようにしています。言ってみれば毎日展示会。気を抜くことなく来店客には「フォローする」という。

「今年度は昨年の数量(販売実績)を確実に超えたい。主力はMJ・760GPでしょう。性能、デザイン、価格とトータルバランスの取れたマシンだと思おう。胸を張って売れますね」

同社の保管スペースが「黄色い」マシンで埋め尽くされる日も近そうだ。



サウスアカップの皆さん。中央が蔵西社長、右側が奥様の千秋さん、左が寺林店長

私もヤマハ

7

YAMAHA31C

家族と、仲間と 快適キャビンライフで大満足

河添成夫さん（奈良県広陵町）



質実剛健、そんな言葉がピッタリのセイリングクルーザー「ヤマハ31C」。河添成夫さんがこの頼もしい相棒に出会い、購入したのは昨年の3月。この1年間、寒かろうが暑かろうが、シーズンに関わらず月3回のペースで琵琶湖のハーバーに通い詰め、セイリングにキャビンライフにと楽しんできた。

「だいたい土曜日の午後2時頃に船を降ろして、泊まり掛けで楽しんでます。夜はみんなで料理して飲んで食べて、大騒ぎ。翌日にデイセイリングというパターンが多いですね」（河添さん）

河添さんは空調設備などビル内の生活環境を構築するデザイナーで河添建築環境設計室を営んでいる。「自身のセイリングライフもこうした仕事を通じて知り合った仲間や家族と楽しむことが多いのだとか。

「釣りが好きだったので最初はゴムボートを買おうと思って釣具店に行ったのですが、何か物足りなさを感じて、結局は仕事を通じた友人の紹介でヨットの展示会に行き、その場でシカールを購入しました」。以来、ヨットの面白さの病みつきに。21C、26CEXと乗り継いで、この31Cは通算4隻目の愛艇となる。

よく家族でセイリングを楽しむ河添さんだが、実は31Cを含め過去3回の買い

物はいずれも奥さんに内緒で契約してしまい、そのたびに呆れられたり怒られたりだったらしい。でも「酒もゴルフもやらないし、せめてヨットぐらいは好きにさせてあげたい」と、結局最後には理解してもらっているそう。今回の31Cも「ギャレーが広くて使いやすい」と女性ならではの感性で納得していたのだとか。

レースで競うよりもマイペースでのんびりとクルージングを楽しみたいという河添さんご本人も、

「31Cには本当に満足しています。キャビンは快適だし、走りも信頼できる。昨年の10月に琵琶湖の北湖で吹かれたことがあるんですが、それでも腰が強く、安心して走れました。その時以来、信頼感が一層強まりました」と愛艇をほめる。

来るゴールデンウィークにはゲストを呼んでクルージングに出かけたいと、今から楽しみにしていた。

