

YAMAHA MARINE NEWS

すべてのヤマハマリン販売店様のための情報誌

ヤマハマリン ニュース No.120



1998

7/8

JUL/AUG

シーズンイン!
特別号

特集 ●

『これからが勝負!この夏、プラス1』

免許教室受講者に積極アプローチ / 展示会にもひと工夫 /
レンタルボートの活用の意義 / 顧客向けイベントで需要開拓

YAMAHA NOW ●

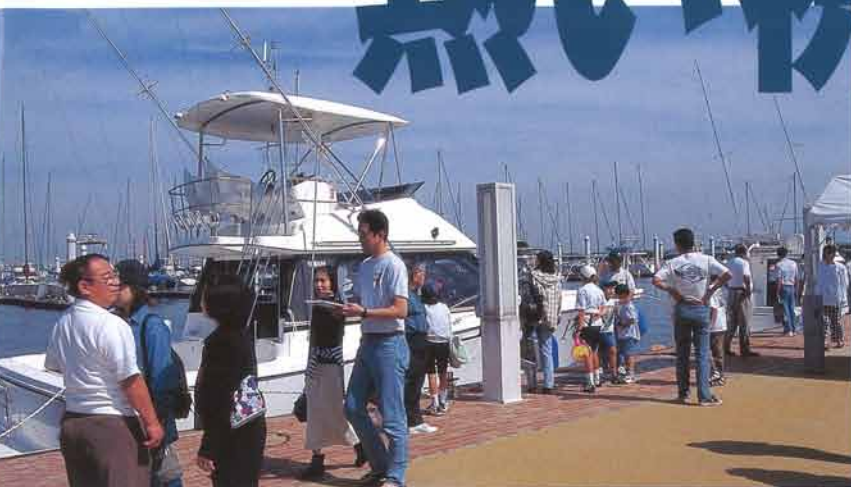
中/大型艇に熱い視線～展示試乗会で確かな手応え

業務主力店・市場レポート ● 浜を訪ねて
MJビジネスのヒントを探す ● HOP STEP JET

BIG BOAT MODELS

今、中大型艇に注がれる

熱い視線。



今、注目を集めている中大型艇のラインナップ。バブル期、大衆化政策によって生み出された多くの小、中型艇オーナーが代替艇の検討時期に入っていることも重なり、先頃行われた春のビッグボート試乗会には関東、中部、関西の3会場でのべ250人以上を動員し、各会場とも盛況裡に終了した。今回は試乗会の来場者の感想や現オーナーの満足度を交えながら、あらためてヤマハボートの実力とそのセールスポイントにスポットを当ててみた。

本格的なトローリングからクルージングまで アッパークラスコンバーチブル PC-41



- メインサロンには左舷コーナーに大人5名が座れるソファを設置、折り畳み式のキャビンテーブルとともに余裕のある空間を作り出しています。フロアは美しさと機能性を兼ね備えたチークストライプ材を使用。
- ギャレーにはFRP一体式の深いシンクを始め、電磁プレート、大型冷蔵庫を標準装備。同じフロアレベルのダイネットと密接なコミュニケーションが図れます。
- ダブルバース型のベッドと大型ロッカー、ドローを機能的にレイアウトしたパウバース
- 広くフラットなスペースを確保したアフトデッキにはフィッシングギャレーやギャフホルダー、ロッド戻手ロープ用クリート等を標準装備。
- 大型ラバーマウントの採用で、メインサロンフロアでの振動は従来比約67%まで軽減、また騒音計測実験でも大幅な向上を成し遂げました。

ここが自慢 ◆ 私の愛艇

PC41オーナー/木村功治さん(56歳/会社員・奈良県)

この船の良いところは、まず走りそのものですね。危険なほど速いというのではなく、走りに味があるっていうか、とても力強く走ってくれるところです。関空マリーナからトローリングで和歌山まで出ていきますが、外洋に出てうねりが大きくなってもしっかりとした安定性で、巡航速度を落とさずに走れる点はすごい船だと思いますよ。キャビンも41フィートの船長を反映させたゆとりあるレイアウトになっているので他の船では味わえない開放感があります。ただ走っているだけでも『これぞビッグボート』って感じてしまう、そんな船です。

主要諸元

■全長：12.50m ■全幅：4.15m ■総トン数：約16トン ■完成重量：10,513kg ■燃料タンク容量：650ℓ×2 ■最大搭載馬力：435ps×2 (SX860KM×2) ■航行区域：沿海 ■定員15名



洗練されたスタイリングと 軽快な走りを実現 SC-36

<主要諸元>

■全長：11.32m ■全幅：3.88m ■総トン数：14トン ■完成重量：6,860 (7,860) kg ■燃料タンク：900L
■最大搭載馬力：240ps×2 (SX420KM) or 300ps×2 (SX629KM-HA) ■定員：12名 ■航行区域：沿海

- メインサロン、ミドルキャビン、フォアキャビンの各室にエアコンの送風口が設置され、シーズンを問わず快適に船内泊を楽しむことができます。
- フルオープン式のキャビンドアは、メインサロンとアフトデッキの一体感を強調し、優雅な船上パーティーを演出します。
- フライブリッジはクーラーボックス付きのテーブルやドリンクホルダーを標準装備。L字シートは大人6名がゆったりと座れます。また、FBへ上がるステップは傾斜が緩く、船に慣れないゲストも気軽に乗降できます。
- 最適なチェーン幅を選定、採用することで静止時の横安定性を向上すると同時に、高い走行性能を実現。またステムの側面積を大きく取ることで、離着岸の横揺れを最小限に抑えることに成功しました。

ここが自慢 ◆ 私の愛艇

SC-36オーナー／赤澤明さん（56歳／会社経営・大阪府）

今までPC-26、PC-31と乗り継いで来ましたが、SC-36は叩きが抑えられていて乗り心地は最高に良いです。家族で乗ることが多いのですが、キャビンも内装が豪華で家族全員が気に入っています。特に家内はギャレーが家の台所と同じだといって喜んでくれました。別荘のようなキャビンですから今シーズンはマリナーに係留しながら休日を過ごすことも考えています。ホームポートが閑空マリナーですし、船には陸電設備がついていますので娘夫婦も呼んで家族みんなでパーティーをするのも海に出る時とはまたひと味違った楽しさがあると思います。そう考えるとSC-36は遊べて泊まれる非常に性能の高い船だということが分かります。



4級ライセンスで操船できる スポーツフィッシャーマンボート SF-31

<主要諸元>

■全長：10.28m ■全幅：3.19m ■総トン数：5トン未満 ■完成重量：4545kg ■燃料タンク：600L
■最大搭載馬力：240ps×2 (SX420KM×2) ■定員：12名 ■航行区域：沿海
*全長はハウスブリットを含む数値です

- セミウォークアラウンドデッキやフィッシングギャレー、タックルボックスなど、充実のフィッシングユティリティを誇ります。
- メインキャビンは大人5名がゆったりと座れる対面式のレイアウトを採用。
- 長時間の釣行や係留マリナーでの滞在を快適にするギャレーや冷蔵庫を標準装備。またフォアキャビンはサイドシェルフ設置し、スペースユティリティを向上させました。
- ロアステーションにはダンパー式ドライバーズシートを設置し、ドライバーの負担を軽減するとともに、ワンレバー式のヤマハPSコントローラーを採用することにより、操船環境を向上させました。
- 船首Vを36度、ステム角度を39度に設定した船体は、波の衝撃を抑え優れた凌波性を発揮します。また制振FRPを採用することで効果的な防音、防振構造を実現しました。

ここが自慢 ◆ 私の愛艇

SF-31オーナー／金村孝雄さん（58歳／会社役員・兵庫県）

子ども達が4級免許を取ったきっかけにSF-31を買いました。今までは輸入艇に乗っていたのですが、このSF-31に乗り換えたときには操船性の良さに驚かされましたね。ツインエンジンということもありますが、小回りのレスポンスがいいので、離岸着岸はもとより、ポイント狙いの釣りは今まで以上に楽しめるようになりました。

FBやアフトデッキ、キャビン、それぞれがコンパクトにまとまっていますので私のような家族でボートに乗る人にとっては使い勝手の良い船だと思います。

- 5トン未満でありながらクラス最大のキャビン容量を確保し、マリナーの10m未満用バースにも対応します。
- インテリアのフロアやテーブル、内壁材にはチーク材を多用し、質感の高いキャビンを提供。(EX仕様は鏡面塗装仕上げ)
- スカイライトハッチを備えたパウバースは大人2人が充分に広がるスペースを確保。またギャレーには冷蔵庫が標準装備。
- ハルにはディープV型を採用。また標準装備の油圧フラップは船の傾きや走行トリムを調節し、優れた凌波性と走航性を発揮します。
- 最大出力165psを発生する高出力ユニットのSX370KSは推進力・抑キャビテーションに優れたツインローテーションプロペラ(二重反転プロペラ)を採用、スムーズな加速性能と直進性を実現しました。

ここが自慢 ◆ 私の愛艇

PC-28オーナー／池田博務さん（49歳／会社経営・高知県）

私が思っていたとおりの船ですね。波切りがよくて安定性がありますから、ちょっとぐらいの風や波だったら気を使わずに走らせることができます。特筆できる点は素晴らしい操作性だと思いますよ。

釣り以外にも仲間でもバーベキューをしたり、MJを積んでクルージングをしたり多目的に使っていますがどれも不便なくこなせるのは正直言って驚きました。キャビンも上品にまとまっていて友人には乗り心地がいいってなかなか好評ですね。

本格外洋クルーザー PC-28



<主要諸元> ()内はEXタイプ

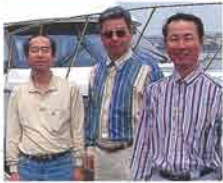
■全長：9.91m ■全幅：2.90m ■総トン数：5トン未満 ■完成重量：4,045 (4,075) kg
■燃料タンク容量：450L ■最大搭載馬力165ps×2 (SX370KS×2) ■定員：12名 ■航行区域：沿海

試乗会場で
聞きました

来場者が感じた このボートの この魅力

5月11、12日の新西宮ヨットハーバー(兵庫)を皮切りに、三河御津マリーナ(愛知)、横浜ベイサイドマリーナ(神奈川)の3カ所で大規模の試乗を中心とした「98ビッグボート特別試乗会」が行われた。代替ユーザーにじっくりと試乗していただくために予約制を採用した試乗会の来場者は6日間で延べ250人。PC-41、SC-36、SF-35などの試乗艇に代替艇を検討するお客様が代わる代わる熱心に試乗する光景が印象的であった。その試乗会にご来場者いただいたお客様に、試乗感をうかがってみた。

PC-41



力強い走りと速さを兼ね備えた船

吉村康生さん(52歳) <写真中央> 神奈川県、会社員

ボートは釣りの道具として考えていますので、力強い走りと速さを兼ね備えた船でなければダメです。その点PC-41は素晴らしい船だと思いますよ。下田にFC-31を置いていますが、このPC-41ならトロリングがもっと楽になりますよね。FBのキャプテンシートとアフトデッキのアングラチェアの距離感も遠すぎず充分にコミュニケーションが取れますし、ロアステーションでの操船も視界が狭い、運転がやりにくいということがありません。この船でトーナメントに出たらボートの言い訳は出来ませんね。



クルーザーとしての乗り心地は見逃せない

岡村秀樹さん(43歳) <写真手前> 兵庫県、自営業

琵琶湖で友人と一緒にCR-27SEDANに乗っていますが、外洋に出れるBIG BOATの代替を考えていました。PC-41は良いですね。トロリングというフィッシングボートのイメージが強いですが、クルーザーとしての乗り心地も見逃せないですね。単に優雅といってしまうまでもありますが、ギャレーの配置や見た目以上にゆとりのあるパウバースなど、メインサロン以外にも質感の高さが伺えます。もちろん操船に関してはいいことはありません。波切りの安定性は他の船では味わえない落ちつきがあります。重いかかっていう意味じゃなくて、船のバランスがとてもいいからでしょうね。

SC-36



造り手の気配りを感じる船

坂本雅祐さん(38歳) 神奈川県、会社員

今はCR-27に乗っていますが同じコンセプトのSC-36が私の好みです。メインサロンとアフトデッキの一体感があってちょっとしたパーティーにはもってこいだと思いますよ。FBのレイアウトも運転席の後ろのアイスボックスを中心にL字型のシートを設けることによって他のFB

にはない一体感があります。

走りについても船体が大きいだけ風や波の影響が強いと思っていましたが、実際に走らせてみると非常に軽快に走ってくれます。あと細かい点になりますが、ステアリングの感触とか配電盤の隠し方とか造る人のちょっとした気配りを感じさせる船ですね。

SF-35



欲張りなオーナーの要求に答える船

楠 繁一さん(30歳) 兵庫県、会社役員

昨年、1級の免許を取りましたので、PC-27からのステップアップにちょうど良い船を探してたんです。最初は軽い船だと思っていたのですが、実際に操船してみると、多少のうねりなら気兼ね無くスロットルを開けることができる安定性に優れた船なんですね。

PC-27に比べてFBは広くなりますが、操船もそれほど違和感があるとは思えません。それだけ乗りやすいということでしょうか。釣り以外にもMJを後ろに積んで小豆島や淡路島までクルージングを楽しむことが多いので、多少はキャビンにもこだわりを持ちたいですね。かといって釣りの機能も犠牲にしたいくない。そんな欲張りなオーナーの要求に答えてくれる船だと思います。



釣りとクルージングのベストボート

三崎博さん(40歳) 神奈川県、自営業

今はSRV-23に乗っていますが、同じマリーナにSF-35が保留されているのを見て、いつかはこれだと思っていましたよ。

操船してみてもまず気がついたのは走りの良さですね。とにかくよく走るという印象を受けました。スポーツフィッシングを標榜しているだけに硬いイメージを持っていたのですが、キャビンはサロンクルーザー並のゆとりがありますし、ハンギングロッカーなど、ちょっとした小物掛けがあったりして、釣りがてらのクルージングにももってこいの船だと思いますよ。

SF-31



1クラス上の居住性と安定性

小谷義之さん(47歳) 兵庫県、自営業

家内と一緒に釣りに出るので、今までは漁漁船に乗ったり、友人の船を借りたりと船は持っていなかったんです。それが、うちの家内も4級の免許を取りましたので、そろそろ自分のボートを持つということを検討している所なんです。友人が安い船を譲ってくれるとい

っていますが、SF-31に乗った瞬間に言葉が無くなりましたね。まず驚いたのが乗り心地です。釣りの行き帰りは飛ばす方ですが、このSF-31は4級の大きさにも関わらず1クラス上の安定性と居住性を持ち合わせていますね。FBの操船も他の船と比べて「やりやすい」という印象を受けました。

キャプテンの「ここがセールスポイント」

ヤマハ船の回航や試乗会などで数々のボートの操船を経験してきた船長さんに、プロならではの評価をうかがってみました。

「SF-31」長末恵船長

特筆すべき所は操作性の良さではないでしょうか。船体のバランスが良いせいか特に操船性に関しては試乗のお客様には好評でしたね。船のガンネルが高く設けてあるのでファミリーユーザーにも気兼ねなくお勤めできます。インボードのエントリーモデルとしては完成度の高い船だと思います。

「SF-35」後藤早巳船長

スポーツフィッシングボートとしてはコンパクトにまとめられたパフォーマンスの高い船だと思いますよ。お客様を乗せてもウィークポイントの指摘がありませんでしたからね。操船はトリムタブが効いていたのでマックススピードでも安定性を失わず凌波性に優れた船だと実感しました。

「SC-36」石渡善雄船長

インテリア重視の船と思っていましたが、実際に操船してみると軽快な走りを感じさせました。舵の効き具合や波切りは特にいいですね。巡航速度で大舵をきってもしっかりと進んでいきます。また、エンジンの遮音性が良いのでアフトデッキとサロンでは今まで以上にコミュニケーションが取れやすい船だと思います。

「PC-41」岩切安太船長

エンジンの回転が安定していてアイドリングから吹け上がるまでの状態が非常にいいですね。前回のPC-41がさらに成熟したという印象を受けました。乗り心地も快適ですがそれよりも評判がいいのはやはり走りですね。トルクフルなエンジンと安定感のある凌波性が試乗者の皆さんには好評でした。

特集

これからが勝負!

この夏「プラス1」

マリファンにとっては最高のシーズンとなる夏だが、この時期、つつい日常の煩雑な作業に追われがちになってしまうもの。しかし、いまこの時期「もう1」アクションを起こすことで、わたしたちにとって大いに有意義な夏にすることができるのではないだろうか。初心に立ち返り、1998年の夏は「もう1」隻の実績をめざしてみてはいかがだろうか……。



ライセンス

格好のターゲッ

免許教室受講者に積極アプ

新規の見込み客はいつどこにいるのか。多くのショップの皆様が、免許教室にその答えを見出している。いくら資格取得ブームとはいえ、ボートライセンスの取得希望者はそのほとんどが具体的なマリンプレイプランを抱いて取得していることが、ヤマハボートライセンススクールのデータから伺える。また、免許取得後の購入については、5年以内に集中しており、中でも1年以内が10%近くに達しているのである。こうしたことから、免許教室によるPPの発掘と免許取得後のアプローチがいかに大切かがわかる。

免許教室のポイント 受講生との接点づくり

営業、サービス、事務スタッフ、総勢7名という体制で兵庫県姫路市に店舗を構える(株)サンヨーさん。「このところ景気が悪い」といながらも同社では昨年の10月の新艇発表以来、さまざまなセールスプロモーションを積極的に展開してきており、元気のいいところを見せつけている。

まずヤマハの新艇発表会後、すぐにニューモデルを中心とした秋の展示会を開催、そして1月には「お年玉セール」を銘打った展示会。さらに春の中古艇を中心とした試乗会を開催している。これらの販促イベントの特長は、それぞれにおいてしっかりと売りたい相手と売りたい艇をしばり込んでいるところではないだろうか。

こうした販促の成果として、秋以降FCV24やSRV23を中心としたファミリーボートの売れ行きが活発で、中古ビジネスにおいて

も200万円前後の同様のクラスのボートが特に注目されているという。さらに「新規需要が目立っています。昨年秋季の新艇発表以降の販売の内、50%以上が新規のお客様(嶋田憲吾社長)という現象を傾向として挙げているのである。

「SRV発売以降の大宗化路線が成果としてできている(同社長)ということもあろうが、同社ではボートライセンススクールからの種蒔き、卒業後の刈り入れ、という基本サイクルを長年に渡って確実に実行してきており、そのことが、ブームと上手く合致して新規客の増加という実を結んでいると言えるのである。

サンヨーさんで展開している免許教室はヤマハボートライセンススクールだが、学科講習は自店の2階を開放して行っている。「市内の会議室を使用したりということも考えられるのですが、免許の取得という時期から何らかの形で店との接点をもってもらうという狙いで、2階に教室を用意して

るんです」

創業以来、同社では免許教室を営業活動の第一段階として捉えてきた。

「この方たちとどのように接していくかで後の商売が決まります。創業当初は手続きから講習まで自分たちですべてを行っていたのですが、今は講師を外部から派遣してもらうなどシステムチックになってしまっているのが現状です。だから営業の部分(受講生との接点づくり)は特に意識しなくてはと考えています。でないとならぬとただのスクールになってしまつて本体の営業として機能しなくなってしまう」

こうした意味でも店づくりをどのようにしていくか、楽しいマリングッズを多く展示し、免許取得後のオーナーの来店促進を図ったり、情報提供に気を使うなどの工夫を怠らない。

年間の受講者数は受検コースと養成コースを合わせて平成8年が100名、昨年は115名、さらに今年5月末の時点で57名とこのことで確実に増加している。

「現在、わが社で管理している免許取得者は1761名です。創業した昭和51年以降に取得された方ですが、名簿は定期的にメン



サンヨーの嶋田社長(右)と営業の福島さん



表通りに面して立つ看板には大きく免許教室の広告が。裏側で学科講習日を告知している

テナンスをし、更新を受けていないお客様など顧客として見込みのない方は削除していきます」

「この名簿が展示会や試乗会の開催を」案内する対象となっている。同社によるとこのうち多くはオーナー化に結びついている。「うちの場合は取得後1年間を勝負としていますね。それを逃すと販売は難しくなってしまう」

ただし、自店で購入しなかったとしても他社で購入したケースもあるから、簡単に見込み客のリストから外すのも考え物である。

夏季の免許取得者に対してSRV中心の展示レイアウトでアピール

同社の月別の免許取得者数の変動はそれほどなく、年間を通して安定している。しかしそれでも春から夏にかけてが最も多くなる。その反面、この時期は展示会や試乗会などの販促イベントはほとんど行われず、イベントといえばクルージングやフィッシングなどお客様へのアフターフォロー的なイベント



サンヨーさんの店舗向かって右側が展示場となっている



サンヨーさんの2階がヤマハボートライセンススクールの姫路東教室となっている。受講生との接点づくりを求めた結果である



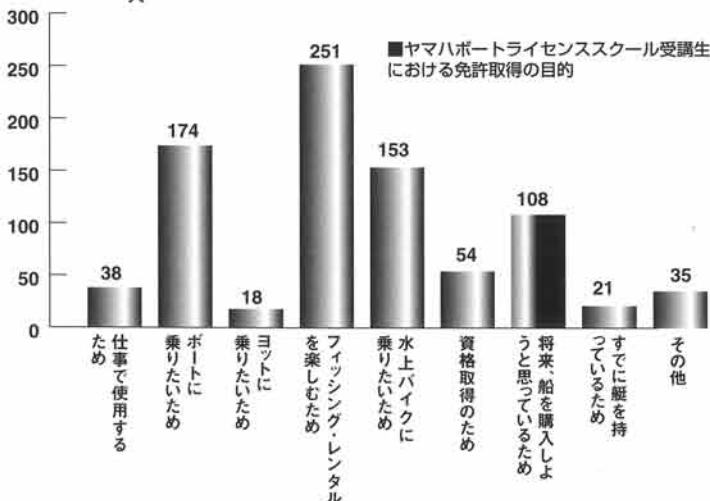
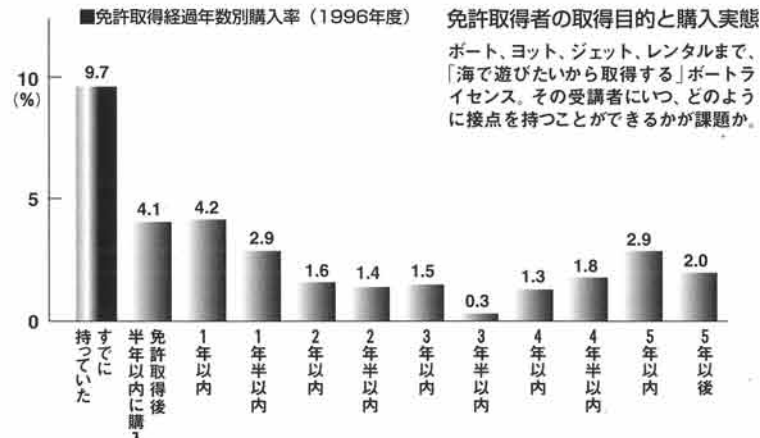
免許教室の学科講習会場の踊り場から見た展示場。多くの受講生がいつもこの風景を眺めているのだとか

が増加する。確かに一般的なイベントスケジュールを受講している見込み客に対してはアプローチが手薄になるのではないだろうか。「確かにそういうこともあるかもしれないですね。でもうちの場合は、夏場対策も考えて手を打っていますから」

「もう少し大きな船も展示したらどうか、とアドバイスされることもあるのですが、夏はこれでいいと私は思っています。大きめの船が混ざるとSRV20がちよっと貧弱に見えるのだから、SRVが目立つようにずらりと並べていきます」

「この時期はSRV20が売れる」という体験から来る確信に基づいた策である。「これまででもそうでしたが夏場に衝動的に購入されるお客様が割りと多いんですよ。そのような方にとって、手頃な価格で様々な遊びが体験できるSRV20は打ってつけの商品です」

「冒頭にも述べた通り、時期によって売りたい相手と売りたい商品を絞って入れているのである。そして夏場は、同社の展示スペース



展示会

集客力とお客様の購買意欲を

高めるために展示会にもひと工夫

毎年新艇が発表される秋、そしてボートショーが開催された後、夏を控えた春先に展示会や試乗会を行うのがマリン業界の常識のようです。これはこれでも最も効率の良い方法のようであり、データに見られるように、こうした展示会は購入の直接的な動機をつくる上でも無くてはならない販促活動でしょう。しかし、前号でもご紹介した沢モーターズさんの夏場に行うピヤガーデン展示会や、今回ご紹介するボートショー&ジャズのように、時期や内容にひと工夫を凝らしながら展示会を行っている販売店様もあります。自動車業界を始めた業界のイベントを参考に企画されている販売店様も多いようです。

ジャズとボートショーを ドッキングし、集客効果と 新規需要を創造する

神奈川県平塚市相模川(馬入川)河口でマリンジェットやボートを精力的に販売しているリバーポートマリナーさんは、今年の4月25日(土)に同マリナーの敷地を利用して「ジャズ・フェスティバル&ボートショー」と銘打ったイベントを開催した。

これは、その名のとおり「ジャズ・フェスティバル」と「ボートショー」をドッキングさせたイベントで、ジャズを楽しむにきたお客様、つまりこれまでマリンに縁の無かった人々にも、ボートやジェットなどのマリンスポーツの存在をアピールしようというもの。「ジャズ好きな人って、どちらかというと多趣味なイメージがありますよね。年齢も40代前半から50代で、経済的にも余裕の生まれる年代が多い、つまりボート遊びなんか

興味を持ちやすい層だと思えます。だから、ジャズ・フェスティバルを楽しむついでに「ボートってこんなものなんだ」とか「意外と安いじゃないか」とか、少しでもマリンに関する情報に触れてもらえればと思ったんです」と語るのは同マリナーのハーバーマスター大沢元俊さん。

ことの発端は、同マリナーに船を置く池永信也オーナーがたまたま芸能プロダクションの社長で「こんなイベントをやったら面白いんじゃないか」と提案、それに同意した大沢さんが会社を説得して実現にこぎ着けた。

マリナーとしてオープンして8年目、ボート140艇(キャバ200)・ジェット150艇(キャバ200)を管理する規模になった今、マリナーの存在を広くアピールするにはいい時期だと判断でGOサインが出た。

イベントのプロデュースおよびディレクションは、その道のプロである池永オーナーの

雨にもかかわらず、MALTAの熱演に観客も沸いた



夜の展示会も珍しいが、ライトアップされた艇は、普段とは異なる雰囲気



リバーポートマリナーで行われたジャズフェスティバル&ボートショーのボートショースペース

会社が全て取り切り、大沢さんたちマリナー側は会場となるスペースの確保が主な仕事。展示されたヤマハ艇はフィッシングメイト20、SRV17、SRV23EXとジェットボート4艇、MJ9艇。ブースにはコンパニオン2人が待機し、ボートショーと呼ぶに相応しい雰囲気を出した。

一方、ジャズ・フェスティバルには、世界的サックス奏者でジャズ愛好家以外にもファンが多いMALTAをはじめ、一流のジャズメンが顔を揃えた。

ボートショー・スペースとステージの間には、特設の屋外レストランが設置され、ジャズ目的のお客様にもボートショー・スペースに行くよう配慮された。

タイムテーブルは、ボートショーが午後3時オープン。ステージは午後7時30分開演。ボートをじっくり見たいお客様には十分な時間をとる一方、ジャズフェス目的のお客様の大半は開演1時間前には会場に到着するため、時間つぶしにボートショー会場を歩いてもらおうという作戦だ。

MALTAのネームバリューで2000枚近い前売りチケットはほぼ売完とのことだったが、残念ながら当日は朝から雨が降り続き、屋外イベントの最大のポイントである天候を味方に付けることができなかった。

客足は予想を下回る結果となったもののジャズフェス自体は、開演直前に雨もあがり、リバーサイド特有の霧が立ちこめるなかステージは大いに盛り上がり、集まったオーディエンスは初夏の夜を十分に満喫した。「年に数回行う恒例イベントにしたい」と思っています。逗子マリナーのユーミンじゃありませんけど、続けていくことでイメージも定着していくでしょうし、それに今回は初めてのことで大変でしたけど、次からは要領もわかったので随分ラクになるでしょうから。とりあえずこの夏にもう一度なん

らかの形でやってみるつもりです」と、大沢さんは前向きだ。

夜露に濡れライトに照らし出された展示艇の美しさは、十分にその存在価値をアピールしていたし、音楽とボートの融合という新たな試みは、膠着した業界に新たな風を吹きこんだことは間違いない。

立地条件のハンディはアイディアで克服

今回のような大規模なイベントは、マリナーという広大な敷地があり、なおかつ身内にプロがいて初めて可能になるものかもしれない。しかし、アイディア次第で展示会も従来以上に盛り上がり、話題づくりにもなるという好例だったのではないだろうか。

ところ変わって青森は八甲田山の麓に拠点を構えるマリンジェットショップの沢モーターズさんは、立地条件の不利を逆手に取った形の展示会を毎年夏に行っている。それは前号の本誌でもご紹介した「ビアガーデン展示会」である。

夏の盛り、マシなが並ぶその脇にバーベキューコーナーが設けられ、生ビールがふんだんに用意される展示会は、もちろん夕方から始まる。家族や友人を誘って来場したDMのお客様には無料券がプレゼントされる。

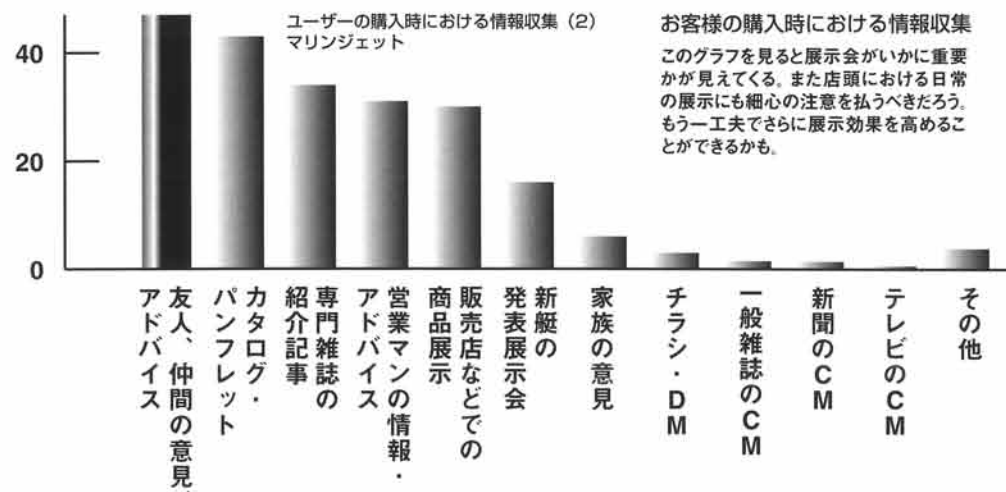
「展示会としてのイメージは薄れてしまいましたが、ジェットのような商品はアットホームで楽しい雰囲気の中でご覧いただいた方が、その本当の魅力に触れることができると思うんです。また、どうしても飲めや歌えのパターンになってしまうんですけど、これもクラブの人間と来場者が溶け合うことで、クラブの雰囲気や活動を知ってもらおうという面で有意義なんです」と

と沢春男社長は語る。確かに「展示会なんだからフネを見る」と

いうのは売る側の論理でしかなく、お客様にしてみれば「楽しいことしかしたくない」というのが本音。ややもすると「売らんかな」の姿勢が前面に出過ぎる性質の展示会というシステムを、音楽や酒とメガミックスさせるなどして、いかにトータルとして楽しいイベントにするかという発想は、特にエンドユーザーを対象とした展示会では必要不可欠なものかもしれない。



「夏の夜に行うビアガーデン形式の展示会が好評」という青森県の澤モーターズさんの店舗とスタッフの皆さん



ユーザーの購入時における情報収集 (1) ボート全般



レンタル

長い目で見た見込み客を逃さず育てる レンタルボートの活用の意義

ヤマハのSRVレンタルボートクラブが発足して2年目の夏を迎えようとしている。これまでに多くの会員を獲得しているが、都市型のシヨップ、例えばヤマハマリンカウンター銀座の場合、免許申請者のうち40%がレンタルを目的としていることがデータから判明。また逆に免許を取得していただくための「口実」としてレンタルが機能しているケースもあり、見込み客獲得のための手段として見逃せない。今ではクラブの会員から実際にボートを購入する例も増えだし、実際に新規層獲得のための突破口として、またユーザー化率の高い販促活動として有効な施策の一つとなりつつある。

今こそ潜在需要者を海へ誘い出す時期

今、業界に最も求められている課題の一つにニューカマー、つまり新規参入者の獲得がある。幸い、SRVのデビューによりボート業界の価格破壊がクローズアップされ、さらにバス・フィッシングに代表されるスポーツ・フィッシングのブームがマイボート・フィッシングというスタイルを一般的なものとしてつづめることなど、小型艇の潜在需要は十分に掘り起こされてきている。この水面下に眠る潜在需要者の存在は、小型船舶免許取得者250万人に対し、ボートの保有隻数が32万隻という数字からも伺える。この追い風が吹いているうちに、潜在需要者たちをニューカマーへと育て上げておくことが、今後の市場活性化にとって必要不可欠であることは言うまでもない。

この潜在需要者たちを掘り上げるべく生

まれたシステムが「SRVレンタルボートクラブ」である。彼ら潜在需要者たちは、一度もボートの楽しみに触れることなくボートへの興味をなくしていく、つまり業界への接点を持つことなく離れていってしまうわけである。そこで、船価・保管場所・メンテナンスなどボート所有に係わるあらゆるハードルを取り払うことで、まずボート・ライフを体験してもらおう、業界、つまりマリナーや販売店と接点を持つことで、マリンを身近に感じてもらうおうというのが、このシステムの骨子である。

内陸型シヨップとしてのハンディ、それを克服する方法論とは

このシステム、利用客である会員には概ね好評であるものの、サービスを提供する側である販売店やマリナーにとっては課題

があるのも事実である。

JR相模原駅(神奈川県)近くにシヨップを構える大西マリンさんは昨年10月、それまで相模原市でマリンビジネスをしていた今関商事からボート部門の業務を引き継ぐ形でオープンした。自社でマリナーを持たない内陸型の販売店さんだが、これまでに30名のレンタルクラブ会員を集めるなどSRVレンタルボートクラブに積極的に取り組んでいる。

「ボート免許の既得者、新規取得者にレンタルクラブを積極的に進めています。(30名というのは)今関商事時代からニューカマーの開拓ということで積極的にやってきた結果ですけれど、ボートの売り上げにつながっていないのはまだこれからという感じですね」。

「彼ら(会員)が(いずれ)ボートを買うお客様かどうかと聞かれれば、買わないタイプのお客様の方が多いでしょう。でも、これまで会員の方でボートを購入されたお客様は2

人います」

と、大西社長は語ってくれた。

「でも、レンタルクラブの発想自体は素晴らしいものだと思えますよ。まだ始めて間もないし、会員数だって全国的にみればまだまだ。結果が出るのはまだ先のことでしょうから、今は種蒔きの時期だと割り切ってます」

確かに、販売という視点で見れば、このシステムは必ずしも即効性のあるものではなく、後になってジワジワと効いてくるボデイブローのようなもの。しかし着実にヒットし続けることで絶大な効果が期待できるという戦略的パンチなのである。レンタルクラブを販促の一助にしようとするなら、「ここをしっかりと理解しておく必要があるようだ」とはいえ、いつもいつも「潜在需要の掘り起し」などと高所からの視点に立っているわけにはいかない。最終的に自分の顧客として育てられるという見通しが立たなければ、このシステムも絵に描いた餅に過ぎない。





相模原市内に店舗を構える大西マリンさん、ウェイクボードの提案など山中湖のクラブ拠点と綿密なパートナーシップを取りながらレンタルボートクラブを商売として機能させている



自社マリナを持たない内陸型ショップでありながら積極的にレンタル会員を獲得している大西社長

「ウチのような内陸のショップにはメリットが見えづらいシステムでもあるんです。いくらウチで会員を増やしても、最終的にウチでボートを買ってもらいたいというのが本音ですよ。でも、会員になって実際にボートに乗る場所はマリナですから、そこでの接点が増えて現場の人間と親しくなれば（販売も）行っているマリナであれば）そこで買おうと思うのが人情でしょう。だからこそ、きめ細かいフォローが全てだと思ってます。」

ヤマハさんから、ウチで入会した会員がいつどこで（レンタルSRVを）利用したかという利用状況のレポートが送られてくるんですが、それをもとにこちらからお客様に直接電話なりFAXなどで連絡をとり、お客様が今何を求めているかを知る努力が大切ですね。そうした過程でしかお客様との信頼関係は築けませんから」

流していくこととお客様との信頼関係を築いていこうと考えている大西マリンさん。そうすることで内陸型ショップとしてのハンドレいは十分に克服できる、それだけの努力をしても利用する価値が、このレンタルシステムには隠れていると考えている。

関係者の理解と努力で大きく育ちつつあるシステム

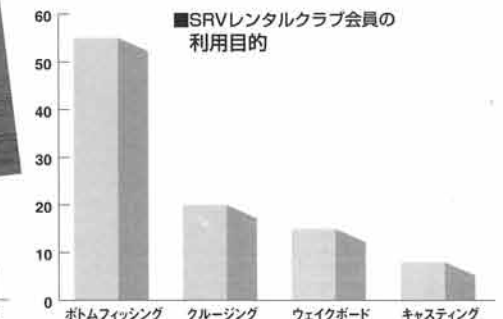
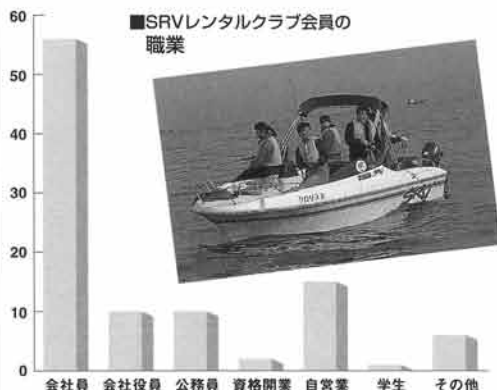
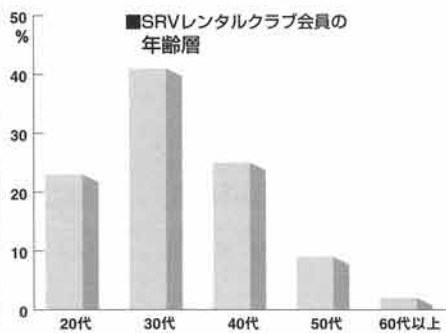
マリナ型ショップの場合、前述したようなメリットがある反面、実際にレンタルクラブの拠点としての苦勞も多い。まず表面化したのがハイシーズンのキャパシティの問題。夏季の週末ともなると連日予約がいっぱいの状態で、未だ利用できずにいる会員は876名と全体の44%にまで迫っている。

和歌山市内にショップとマリナを構えるマリンルームオオタさんでは、「予約がいっぱいで乗れないという印象を持たれないことを第一に考えました。できるだけ効率よく運営するために専属スタッフ

を配備し、できるだけお客様とのコミュニケーションを図るよう心がけました」という。スタートして間もないシステムだけに、最初に「なかなか乗れないもの」というイメージが定着してしまうことだけは避けたいと、現場で直接お客様に接しているスタッフは考えているようだ。複数のレンタル艇を持つマリナでは専任スタッフが運営、過密状態の予約をスムーズに行い、レンタル艇を効率よく稼働させることに苦心している。こ

SRVレンタルボートクラブの会員プロフィール

免許取得後年数や使用目的などは実艇オーナーと酷似しているのが特徴。まさにオーナー予備群と言えるのではないだろうか。



のためレンタルボートクラブでは、加盟マリナを今年度中に64カ所に拡大し、レンタル艇を100艇体制にと考えている。

ショップ、マリナを問わず、このレンタルボートクラブに関わっている人たちが、このシステムに大きな期待を寄せていることを痛感した。無限の可能性を理解した人々によって根気よく育てていきたいところである。

イベント

顧客サービスメニューのイベントが代替えを促進し、新規顧客をも生み出す

お客様に遊んでいただく。夏場はやはりこの作業で大忙しとなるのではないだろうか。釣りや、クルージングなどイベントも目白押し。お店のスタッフも船の上げ下ろしに加え日曜日毎にお客様と船に乗ったりと忙しい日々が続く。イベントが恒例化していくのは良いことであるが、そうなるについつい目的を見失ってしまつて情性でイベントを開催してしまいがちでもある。そこでもう一度何のためにお金をかけてイベントを開催しているのか見直してみることも必要なのではないだろうか。苦勞して種を蒔いているのだから、しっかりと刈り取っていききたいものである。

イベント開催には 厳しいコスト回収意識が 不可欠

ヤマハボート肥後橋店では、イベント開催に当たっては、かなり綿密なマニュアルを組んで対処することで、イベント開催の度に大きな成果を上げている。

フィッシング・イベントを例にとつて見ていくと、まずイベントの「狙い」を「オーナーの活性化と、その結果としての代替促進」に設定。その「狙い」に沿った形でイベントを「企画」する。そのためにはお客様全体の現状を把握した上でターゲット(個別の代替予定者)を絞り、それに合わせた企画(目的地・季節・内容)を練り上げる。ちなみに肥後橋店では、年間5・6本の企画を立てている。

そして、そのイベントでの「狙い」を実現させるために最も重要なポイントが、イベント現場で「営業にリンクさせるためのコツ」。

これは長年の経験から蓄積されてきたエキスをマニュアル化したもので、例えば「必ずその時点での新艇の参加を確保することで、旧艇オーナーの購買欲を刺激する」、「ロングクルージングの要素を取り入れることで、小型艇オーナーへステップアップの心理を喚起する」さらには「停泊港では、大型艇を岸壁に、小型艇を外側に繋ぎ、乗り降りの際に大型艇を意識させる」など、かなり具体的な手法を駆使して販促へと結びつける努力をしている。もちろんこうした意図をお客様に悟られないよう、さりげなく演じてみせる手腕がイベント開催者には要求されることになる。

イベントの「質」がなければ お客様は満足できない

以上は開催する側から見たイベント像だが、参加する側から考えた場合、イベントの



お客様を楽しませることに徹した寺門社長。その効果は販売動向に大きく関わってくる



茨城県の久慈浜海岸に100名以上を集めて開催されたオートショップ・テラカドさんのマリンジェットジャンボリー。当日は栃木県のMJショップR.S.ヒロハシさんのイベントもジョイントし、海岸は大いに賑わった



価値は「エンジョイできたかどうか」その一点に集約される。「イベントの質」とも言うべきもう一つの側面は、お客様に「また参加したい」と思っていたただけかどうかで量られるわけで、いくらイベントの「狙い」がはつきりしていても、コスト回収の道筋が論理的であつても、そのイベントがお客様を満足させ得る「質」を持ち合わせていなければ、それこそ「捕らぬ狸の皮算用」となってしまう。

5月5日、茨城県日立市久慈浜海岸で100名以上の参加者を集める「MJジャンボ

リー」を開催したオートショップ・テラカドさんに聞いてみた。

このイベントは特にレースを行うわけでもなく、初夏の一日を海辺で楽しく過ごしてもらおうという趣旨。3千円の会費でBQ&刺身料理の食べ放題、ドリンク飲み



放題。イベントの内容はMJ新艇試乗会とMJツリーング水中綱引き・宝探しなどのゲーム。130名を超えるお客様を一つにして盛り上げるのはなかなか難しい。「一番重要なのは、お客様同士のコミュニケーションです」と寺門社長は言う。このイベントのインフォメーションは常連客だけでなく、新規免許取得者や新オーナーおよび候補などに、DMで一斉に通知してある。そのため、1人や2人という単位で参加するお客様も多く、10名前後のグループで参加する常連のお客様とのノリのズレといったコミュニケーション上の問題も生じるため、そのあたりへの心配りが重要だと寺門社長は言う。

「例えばゲームの種類にしてもそう。個人種目、例えばレースなんかだと、自分のグループの人間が参加しているときは盛り上がるんだけど、グループで来ていない1人や2人のお客様のときはシラっとしてしまう。だから、水中綱引きとか、リレーだとか、団体で行う種目じゃないとダメ。知らない同士でも、一緒にチームで戦ううちに打ち解けるんですよ。」

そう言われてゲームの種目を見てみると確かによく考えられたメニューである。実際に最初は遠慮がちに参加していたお客様も、ゲームの回数を重ねていくうちに打ち解けていくのがよくわかる。

ともするとグループ別に盛り上がりがある大人数のイベントだが、そうなるのではなく、少人数のお客様が不快な思いをし、せっかくのイベントも逆効果になりかねない。寺門社長はコンパニオンとともにステージに立つて司会進行を行う傍ら、常に会場の中を行き来して、グループ同士の交流を持たせるよう心配りをしていた。

そんな心配りの甲斐あって、今年で12年目を迎えるこのイベントからは何組かのカップルも誕生している。今回夫婦でイベントに参加した夏堀さん夫妻、岩間さん夫妻ともに、このイベントに参加したことがきっかけで結ばれた御夫婦。

このように、こうしたイベントがお客様のライフスタイルの一翼を担うにまで成長したことは、単に販促というレベルを越えた次第

4月に行われた周参見・串本/鯉クルージングの二こま。「いろいろなオーナーと知り合え、海やボート、釣りのことなど勉強になる」(PC-27オーナー)、ショップのスタッフと親しくなることができ、これから先、何かと頼みやすくなるい」(PC-30オーナー)といった具合に、お客様の満足度向上にも貢献している



クルージング中もお客様の購買意欲をいかに刺激することができるか、注意が払われる。係留方法もそのひとつ

私がヤマハを選び続けている理由

川中睦雄さん
大阪市・自営業・53歳・現在ヤマハ「PC-31」

川中睦雄さん(大阪府池田市/自営業・53歳)は平成2年に初めてのマイボート「FR-26」を購入、その後「PC-27」を経て、現在は昨年のポートショーで契約した「PC-31」を所有。クル



ージングやスポーツフィッシングを楽しんでいらっしゃる。

以降、3隻にわたってヤマハを選んできたこと理由は「エンジントラブルなど製品の故障がほとんどなかったこと」「しっかりした直営のサービスセンターがあって、安心できたこと」「セールスマンの対応」を理由にあげていたが、もうひとつ「イベント」があげられた。

「購入して間もないうちは一緒に乗ってくれたり、釣りやクルージングなどお店のイベントにも誘ってくれました。その中で他のボートオーナーさんを紹介していただき、海の仲間の輪を広げてくれました。その仲間たちは今でもお互いの進水式に招き合ったり、忘年会や新年会をしたりと付き合いが続いています。まさに、イベントがマリンライフを広げてくれたんです」

また川中さんの奥さんとお嬢さんは「いつもフレンドリーな雰囲気の中で楽しくマリンライフを過ごせています」と口をそろえる。(今年の大阪ポートショーにてインタビュー)

コスト意識とサービス精神 そのバランス感覚こそが重要

オートショップ・テラカドさんが主催したこのイベントは、単にお客様にエンジョイしていただいただけでは、もちろんない。「お客様のお友だちなどが新たなお客様になったりすることもありますが、新規顧客の開拓という要素も大きいですよ。今回来ていただいた130名のうち、オーナーさんは約30名。それ以外はそのお友だちです。これまでの経験則で言えば、5人に1人は新たなオーナーになってますから。」

「これは意図してというわけじゃないんですけど、こうしたイベントからオーナーになっていただくようなお客様というのは、絶対に

値切りませんから。そういった価格面でのサービスには最初から期待していない。もっと別のサービスを期待してくれるわけですから、販売がスムーズにいくというメリットもありますよ」

と、イベントに投資したコストはじっくりと回収していく構えだ。

「でも、このイベント自体はアフターサービスに他なりません」と寺門社長は強調する。また、そうした意識でないと、お客様を満足させるエンターテイメントは実現できないに違いない。

商人としてのドライなコスト感覚と、人情に訴えるウェットな芸人的サービス精神が共存してこそ、お客様に満足していただけて、なおかつ販促に結びつくイベントを実現することができる。要は、コスト意識とサービス精神のバランスで、この両輪をいかに意識して回転させていくかがイベントを成功させる一つのカギのようなのだ。

浜

を訪ねて

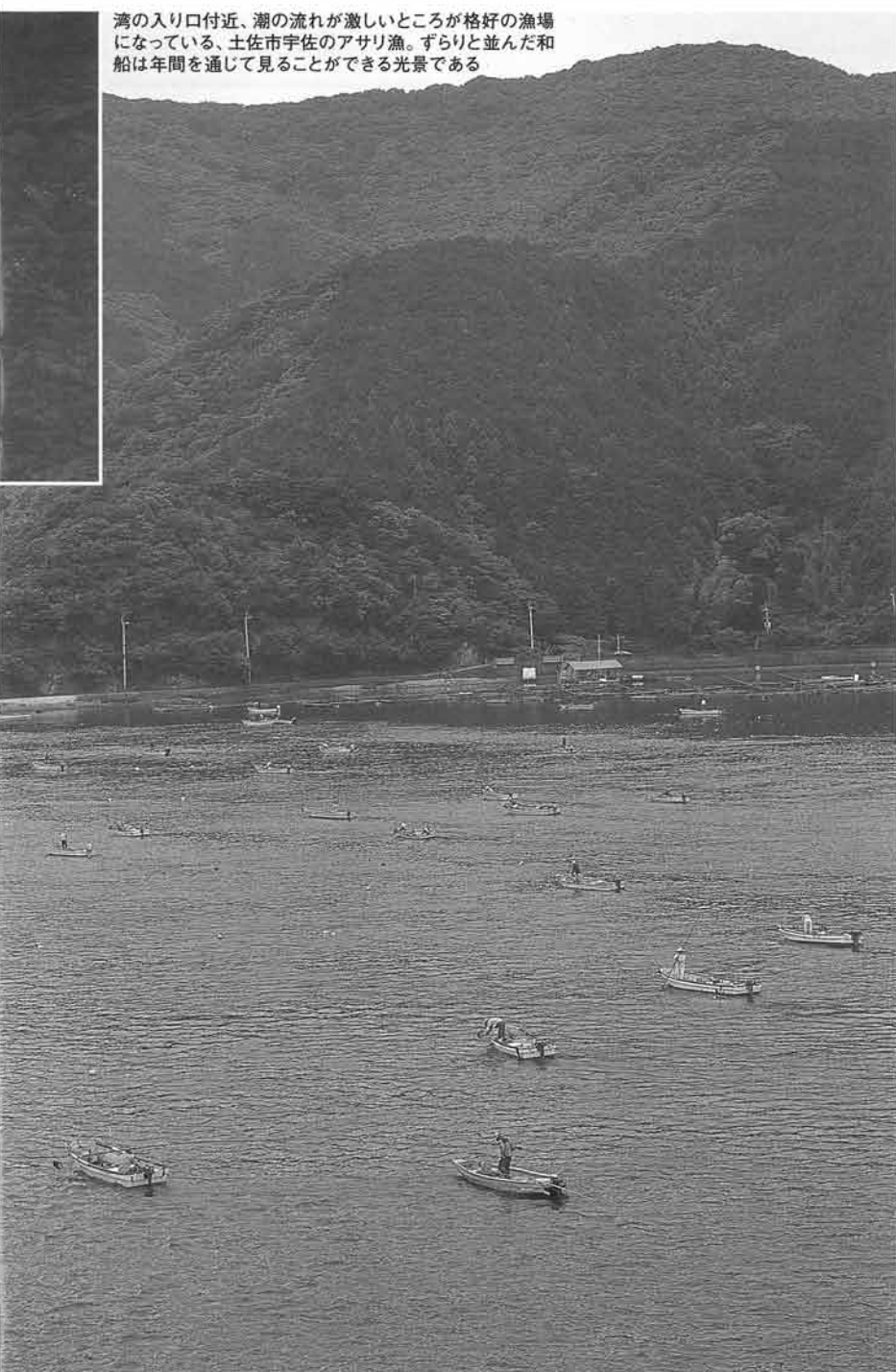
高知県／土佐市

マリナーサービスハトリ

アサリ漁は燃費と低速性能が勝負。 船外機は4ストロークが 主流になりつつあります。



湾の入り口付近、潮の流れが激しいところが格好の漁場になっている、土佐市宇佐のアサリ漁。ずらりと並んだ和船は年間を通じて見ることができる光景である



マ

リンナーサービスハトリの羽鳥澄夫社長は、根っからのサービスマン。新潟県の高校を卒業後、ヤマハ発動機に入社した。配属された場所は、現在暮らしている高知県。数年間みっちりマリナーのサービスマンを経験したが、ある日、家業を継ぐ話が舞い込んだ。

「会社を辞めて、いったんは新潟に戻ったんですよ。でも、雪がなくて温和な気候の高知がなつかしくてね」

気がつけば、南国土佐に戻っていた羽鳥社長だった。

「高知に帰ってからはヤマハのサービスマン指定店をやらせていただき、現在の社屋が売りに出ているのを聞いて、チャンスだと思って譲ってもらったんです」

本格的なショップを構えることになった羽鳥社長。しかし、今度は黙々と修理やメンテナンスに励んでいるだけでは仕事にならない。

「元来口ベタなんです。お客さんと思うように話ができないんです」(笑い)

営業経験もなかったうえ、言葉も異なる土地でのセールス。大きなハンディを背負いながらも、地道に市場を開拓していった。

「技術には自信がありましたからね。故障などで困って店に来てくれたお客様は、とにかく大切にしました。あと、浜でメンテナンスを頼まれたときは、お客様の話しに積極的に耳を傾けて、とにかく浜の情報を頭に入れることにしました」

自分の長所を活かしながらセールスに励んだ結果、羽鳥社長は次第に浜での評判を得ていった。

「セールスは、こちらが売りたい一心で押しっぱかりいたらダメですよ。押せば相手は引いてしまうものです。声をかける程度にしておいて、相手がその気になったときを狙ってイッキに前へ出るようにしています」

サービスに加え販売の腕にも磨きがかかって

マリンサービスハトリ

- 創業：平成4年
- 従業員：3名
- 商圏：高知県土佐市周辺約70kmの沿岸
- 主力商品：4ストローク船外機、F25～50の各ラインナップ

市場は、年間を通じて休みがないアサリ漁が中心。W-18Aなどの和船と20～30馬力の4ストローク船外機の組み合わせが主流になっている。アサリ漁は浜の目の前で行われるため船自体の耐用年数は長い、頻繁に水揚げを繰り返すので船外機の代替えは早い。加率的に4ストローク船外機が普及した背景にはこうした事情もある。

この浜のアサリは天然物が相場はあまり変動しないが、海水の変化が漁に大きく影響する。少し濁りがある程度の海が良く、今年は海がきれいではないと取れない地元特産の長太郎貝が良く取れていて、アサリは昨年比べて芳しくないという。

マリンサービスハトリが多くの顧客を持つ地元宇佐漁協では1200人の組合員がいて、高知県一のアサリ漁場を担っている。アサリは年中取れるため、マリンサービスハトリも年間を通じて即応体制を整えているが、漁のピークは3月～9月。比較的時間が取れる冬場を利用してセールスに力を入れている。

また、もじゃこ漁も盛んで、こちらは運搬船用に大型の50馬力の4ストローク船外機が好まれている。羽鳥社長は、100馬力クラスのラインナップの登場に期待を寄せているところである。



燃費および低域安定性にすぐれた4ストローク船外機は、経費節減と作業のしやすさを求める浜の漁師さんたちから高い評価を受けている



広々としたサービス工場が自慢のマリンサービスハトリ。浜へ出向いての修理やメンテナンスも積極的に行っている

和船、船外機がずらりと並ぶ宇佐の漁港。全国にさがけて4ストローク船外機が導入され、いまや主流になりつつある



和船、船外機が中心だが、最近はプレジャーにも力を入れているマリンサービスハトリの社屋



サービスマンからショップ経営者に転身。羽鳥社長は、自信のある修理やメンテナンスを通じて地道にお得意さんを増やしてきた

「今年の展示会ではヤマハさんと相談して、カニカニ・セールを実施しました。正月すぎると安くなる日本海のベニズワイガニを仕入れ、引換券と交換で来場したお客様に振る舞ったんです。コストは展示会のノベルティ商品と同程度ですみました。お客様も、キーホルダーなどよりは喜びます」

この展示会でさばいたカニは120匹。従来の3～4倍もの来場者で大いに賑わった。

「展示会の効果は後からジワリと来ますから、これからの期待しているんですよ」

喋りが苦手だった根っからのサービスマンは、業務もレジャーも手がける一国一城の主になる変身を遂げたのだった。

いつたとき、4ストローク船外機が市場で話題になりはじめた。羽鳥社長がショップを構える土佐市周辺の入り江では、和船によるアサリ漁が盛んに行われている。低速でポイントを探るこの漁は、まさに4ストローク船外機がうってつけである。

「土佐は全国にさがけて25馬力をモニター導入したんです。でも、最初に売るときは不安定がありますよね。故障や評判が気になりました」

しかし、浜での手応えは上々。想像以上の性能に羽鳥社長自身も、すっかり気に入ってしまった。

「もともと単価が小さく地道な漁ですから、アサリの漁師さんたちは経費節減に努めています。低燃費の4ストローク船外機には魅力があるんですよ。たしかに購入コストは高いのですが、買う側も4ストロークの良さを知っています。価格が問題になることはまずありません」

この新機軸登場の話題はイッキに浜に広がり、今では船外機の主流になりつつある。

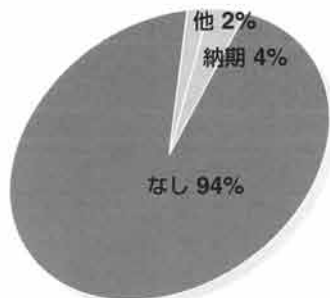
その一方、最近はプレジャーにも力を入れ、昨年はマリナーで展示会を開催。SRVを中心に業績を伸ばしている。

マリナーでお聞きした ヤマハ・マリナーユーザーの 本音と要望

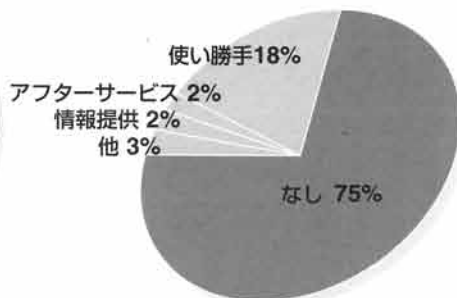
パート②「ボート大衆化でのユーザーCS調査」より

ヤマハのボート・オーナーたちの実像は、どんな姿なのだろうか。昨年の夏、東京、大阪、名古屋の各周辺マリナー11カ所で行ったアンケート調査を基に、今回は購入過程でのユーザー意識を探ってみた。今回は、購入時から購入後におけるユーザーの本音に迫ってみた。

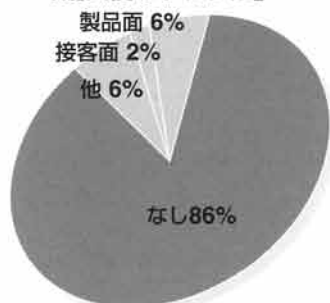
「購入時のトラブル」



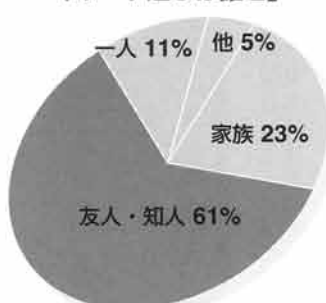
「購入後の気になる点」



「購入後のトラブル」



「ボート遊びは誰と」



「メンテナンス処理」



「マリンライフの夢は」



イメージと現実のギャップ

「購入時のトラブル」に関する調査では、94%の人がトラブルなしと回答。まさに販売店様の日頃の努力の成果が結果として表れている。納期に若干のトラブルが見られるが、これは当初の出荷見込みを上回ってしまった人気艇種によるものである。うれしい悲鳴とも言えるが、善処していかなくてはならない課題ではある。

「購入後の気になる点」についても、75%がなしと回答。ユーザーの大半が、ほぼ理想のボートライフを手に行っていることが伺える。

しかし、使い勝手に関して18%の方が気になる点と答えている点にも注目したい。思ったより艇のサイズが小さかったことが、その主な理由。展示されていたときと、実際に乗ってみたときのイメージにギャップが生じているのかもしれない。

大半のユーザーが満足している様子は「購入後のトラブル」を見ても伺える。製品面にトラブルありと答えた人は、遊ぶ目的と艇の機能にズレがあったのが主な原因。自らの判断ミスと言ってしまうまでも、前記したサイズのギャップについても同様、販売時の説明で極力フォローしていきたい部分だといえるのではないだろうか。

友人と乗って自分でメンテナンスに励むオーナー像

では、実際にヤマハボートのユーザーは、どんなマリンライフを過ごしているのだろうか。「ボート遊びは誰と」の問いに、過半数以上の人が「友人・知人」と答え、「家族」の倍近い数字を示している。今後ファミリーボートインゲの提案によって、ますます大衆的なレジャーとしてボートを普及させていきたいもの。

「メンテナンス処理」に関しては、「メーカー任せ」と答えた人の多くはボート歴が1〜2年の場合であり、半数以上が自ら行っているという結果となった。海に出たら頼れるのは自分だけという、安全意识の現れとも受けとめられる。

「マリンライフの夢は」では、やはりと言うべきか76%の人が艇の大型化を望んでいるが、アンケート対象者の多くが7m前後の艇のオーナーが多かったこともあって、4級免許で乗れる範囲で条件を加えるケースが目立った。それ以上大型になると、保管料など維持費用での制約が強まることも影響しているようである。

いずれにしろ、ステップアップを望むユーザーが多いことは今後のセールス活動に大きな自信を与えてくれるのではないだろうか。

CAMPAIGN

積極的な開催で需要創造と代替え喚起を 「ヤマハボートフィッシングコンテスト」

長年に渡って新規顧客の獲得や、代替え促進に貢献してきた全国的な大型イベント「ヤマハボートフィッシングコンテスト」。昨年は全国1000会場で開催され、のべ4556名のお客様が参加されています。

昨今の釣りブーム、また小型フィッシングボートの人気ぶりを考えると、これまで以上にこうしたフィッシングイベントを活用していくことが、ご商売にとって大きな意義を持ちそうです。ヤマハで用意したツールやプログラムを

「ご利用され、皆様独自の豊かなアイデアを取り入れながら、積極的に開催くださいませようお願いします。」

■開催期間
平成10年4月1日～11月30日

■競技項目
ヘータータル賞

全国のコンテスト優勝者及び入賞者の中から抽選で賞品をご用意しています。

〈部門賞〉
各部門の優勝者の中からフィッシングギアなど抽選で用意しています。

- ・ビルフィッシングの部
 - ・ファミリーフィッシングの部
 - ・ルアーキャスティングの部
- 競技規定及び表彰
釣り方に関するレギュレーションや競技時間、水域等のルール、また表彰については主催者でご決定をお願いいたします。

●全国共通
大物賞をご用意

ヤマハボートフィッシングコンテストの事務局では大物賞をご用意しています。ぜひ所定の申請書にてお寄せください。



告知ポスター



告知チラシ

実施報告書

※ここでご紹介したツールの他に競技規定、受付名簿、記録ポスター、参加フラッグ、横幕、トロフィー等の運営ツールをご用意しております。

自由な発想で販促へ結びつけていきませんか。

楽しい独自のルールを設定するなど大会をますます魅力的なものにすることで、購入後のお客様の満足度を高めるイベントとして、機能をより強力にすることができます。

また、ニューモデルの試乗会やサービスキャンペーン、用品セールなどの販促イベントとのジョイントも効果を生みそうです。

●ヤマハが関係する主なビルフィッシュトーナメント

月	日	大会名	場所	お問い合わせ先
7	3~5	第8回 土佐ビルフィッシュトーナメント	高知県 夜須町	ヤマハ発動機販売株式会社 西日本地区本部 金子 ☎06-535-1671
7	5	ヤマハビッグファイトトーナメント	伊豆大島沖	ヤマハ発動機販売株式会社 東日本地区本部 ☎03-5680-1120
7	9~11	第11回 勝浦ビルフィッシュトーナメント	和歌山県 紀伊勝浦	ヤマハ発動機販売株式会社 西日本地区本部/金子 ☎06-535-1671
7	11~12	第9回 合歌ビルフィッシュトーナメント	三重県 合歌の郷	ヤマハ発動機販売株式会社 中部エリア普及推進担当 ☎052-917-1553
7	15~18	第20回 国際カジキ釣り大会	静岡県 下田	ジャパンゲームフィッシュ協会 ☎03-5423-6022
7	31~8/2	第2回 鳥羽ビルフィッシュトーナメント	三重県 鳥羽	大会実行委員会/鈴木 ☎052-953-7877
8	29~30	第2回 玄界灘ビルフィッシュトーナメント98	福岡県 志岐対馬	大会実行委員会/岩本 ☎092-885-2277
9	4~6	第2回 壱岐カジキ釣り大会	宮城県 金華山沖	大会実行委員会/鈴木 ☎022-365-3220
9	4~6	第9回 遠州灘ビルフィッシュトーナメント	静岡県 遠州灘	大会実行委員会/林 ☎053-578-1114



GOODS

今年も各地で大型艇が集う！ ビルフィッシュトーナメント

年々人気が高まる「ビルフィッシュトーナメント」が今年も各地で開催されます。お客様にとってはマリンの夢を広げる格好の場として、また、マリンビジネスに携わるものにとっては需要活発な場と見てはいかがでしょうか。

性化の場として多大な意義を持つイベントだけに一度は体験しておきたいもの。参加することはもちろん、大会の雰囲気や体験するだけでも価値があります。お客様と一緒に近隣の会場に訪れてみてはいかがでしょうか。

関西のスポーツアングラー待望の シーバスダービー／好評開催中

ボートビジネスの世界でも注目を集めているシーバスフィッシングは、都会の海も含めた身近なポイントで、シーズンのにも幅広く、気軽に楽しめるゲームとして人気があります。

ヤマハではすでに関東エリアでシーバスクラブの設立に関わりイベントを開催していましたが、このほど関西エリアでも「ヤマハシーバスダービー」を企画。すでに5月1日よりスプリングシリーズを開始、好評を博しています。大会は7月31日までの3ヶ月間。対象魚をシーバスに絞り、1匹の最長寸で順位を競います。ボート対抗、マリナー対抗、シヨアクラスの3部門で構成されており、ボートの部、マリナーの部はヤマハボートオーナーであれば全国どこからでも参加が可能というもの。シヨアクラス(近畿各府県のみ)からの参加も活発で、このジャンルへの興味の高さも伺えます。各部門を合わせたシリーズ総合優勝者には

3泊4日のグアム旅行をプレゼント、その他に月間賞部門賞も用意され、参加者たちの目の色を変えています。



ヨット普及のアクションプランを実施 「98海の男改造計画」

ヤマハではセイリングの魅力を一人数でも多くの方々に体験していただくためのヨット体験クルージングを関西、中部、関東の各地で計画しています。

ヨットを利用した「海のある生活」の素晴らしさを家族で、仲間同士(5名以内)で体験することが出来ます。

ヨットは難しいといった印象を少しでも払拭し、素晴らしいセイリングの魅力を広げ、いくプロモーションとして、期待したいところです。

「海の男改造計画」と銘打ったこのキャンペーンは、参加費用9000円で、ランチタイムとデイクルージングをベテランインストラクターとともに体験していただくもの。アットホームな雰囲気



開催日時と場所

- 関西地区
7月4日、5日／ヤマハマリナー琵琶湖
7月11日、12日／新西宮ヨットハーバー
- 中部地区
7月11日、12日／ヤマハマリナー浜名湖
- 関東地区
7月25日、26日／横浜ベイサイドマリナー
8月8日、9日／横浜ベイサイドマリナー

■ お問い合わせ
「海の男改造計画運営事務局」
TEL/052(973)3708

GOODS

お勤めしやすい価格設定で新登場 ヤマハトレーラーエスコ300

シンプルで使いやすい機能性を持たせ、20万円を切る価格設定(スタンダードモデル)を実現したマリンジェット専用トレーラーを新発売いたしました。

レース指向のユーザーや、使用頻度の高いハードユーザーに特にお勤めの商品となっています。ぜひご拡販ください。

- トータルサポートシステム搭載 ● スチール垂鉛メッキ仕上げ
- Aラインスタイル ● スロープレール標準装備



【主要諸元】

- 登録：軽自動車 ● サイズ(長さ/幅/高さ)：3275mm/1395mm/950mm
- 車両重量：110kg ● 最大積載量：300kg ● 車両総重量：410kg
- 軸距：2220mm ● 輪距：1200mm ● タイヤサイズ：145R12・6PRLT
- PCD：100mm、4穴、オフセット35 ● カブラサイズ：2インチ(50mmボールと互換性あり) ● カブラ高さ：450mm
- サポートレール：標準440mm(無段階調整可)
- 積載容量(長さ/幅/重量)：3275mm/1395mm/300kg

■ メーカー希望小売価格：
¥198,000(スタンダードモデル)
¥228,000(アルミホイールモデル)



子ども達に伝えたい、海の素晴らしさ 第10回ヤマハ全国児童「浜の風景画コンテスト」

第9回大会では9158点もの作品を集めた「浜の風景画コンテスト」(主催：JMPF)。今年も「海や水の大切さを訴え、全ての美しい自然を後世に残す」ことを目的とし

- 応募期間
平成10年7月1日～10月20日
- 応募方法及び規則
四つ切りサイズ(54.0～38.0cm)の画用紙、もしくは同サイズの用紙を使用し、直接事務局宛に郵送。応募作品の裏には所定の応募用紙を貼付、または同内容を記載。
※応募点数は1人1点に限定
※団体応募の際も作品毎に必ず必要事項を貼付
※団体での応募の場合、作品を入れた箱などに「団体応募」と記載し、団体名、代表者氏名、住所、電話番号を記載
- 応募先
〒435-0024 静岡県浜松市篠ヶ瀬町810
ヤマハ全国児童「浜の風景画コンテスト」係
- 審査部門及び各賞
・小学生高学年部門(4～6年)
・小学生低学年部門(1～3年)
・幼児部門(小学生未満)
各部門毎に金賞2名、銀賞4名、銅賞6名、佳作10名、特別賞(3賞)各1名に対し盾及び副賞を贈呈。

「浜の風景画コンテスト」を実施いたします。
1998年は国際海洋年に当たり、第10回コンテストではその主旨に基づき「美しい海」「働く海」「楽しい海」「マとした絵画を募集します。皆様のお店でも、広くお客様に告知をお願いいたします。

ACADEMY

〈ヤマハマリンアカデミー〉

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

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〉。ご自身のスキルアップはもちろん、従業員研修等にぜひご活用ください。

1998年上期の開講スケジュール

[スポーツフィッシング講座]

●期間：7月28日(火)～29日(水)、8月26日(水)～27日(木)

●受講料：¥55,000(前泊含む宿泊費込み)

[特別講座～ビルフィッシュトーナメント]

●期間：7月11日(土)～12日(日)／合歓ビルフィッシュトーナメント、9月5日(土)～6日(日)／遠州灘ビルフィッシュトーナメント

●受講料：¥70,000(前泊含む宿泊費込み)

※現地にて講座開講のご要望がある場合はご相談ください。

■募集対象者：ヤマハマリンプラザ、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込みください。

■お問い合わせ：マリンアカデミー事務局

(TEL. 053-594-6515)

INFORMATION

マリンジェットや 小型ボートの市場に密接 「五級小型船舶操縦士」資格創設へ

運輸省ではPWCやフィッシングボートを対象に、航行区域を限定した「五級小型船舶操縦士」の資格の創設について現在具体的に検討しているところだ。

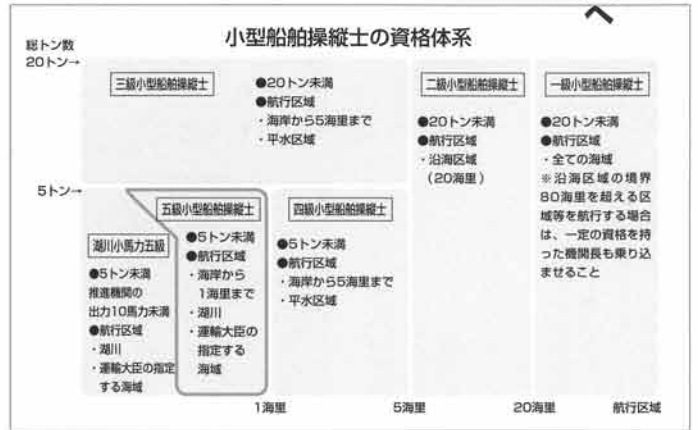
現在、四級免許での航行区域は「海岸から5海里まで。平水区域」となっていますが、懸念中の五級免許は「海岸から1海里まで。湖川。運輸大臣の指定する区域」となっており、試験内容についても航行区域に合ったものにするなどの案が出ています。

また、小型船舶操縦士の免許について、弁色力に関する身体検査基準を満たさない者

であつても、浮標式の色を識別する能力のある者については、航行時間を昼間に限定した免許を付与することができると向て検討が進められています。

河川や湖でのボート免許が一層身近になることで、

今後可般式の小型ボートやマリンジェットなどのマーケットに大きな影響を与えようである。



JGFAイヤーブックを発売

今年で創設20周年を迎えたジャパンゲームフィッシング協会(JGFA)では、このほど20周年記念号となる「1998年度版JGFAイヤーブック」を発売、販売中です。

写真で綴るJGFA日本記録の20年、タグ&リリースプログラム、JGFAの歴史と組織、JGFA日本記録、JGFA

ルール、JGFAオールタイム記録、JGFAドレコード、日本ゲームフィッシングイラスガイド、クラブ紹介など、内容は盛りだくさん。

記録参照やルールの確認など、フィッシングの幅を広げるためにも必携の一冊です。JGFA会員にはもちろん無償配布、会員以外の方には1

各省庁の施策に見た保管環境改善への前進

保管環境整備の遅れや、無許可係留の問題がクローズアップされていますが、この事態を解消すべく、昨年10月、運輸省、水産庁、建設省の三省庁による合同委員会が設置され、その方針や施策が検討されてきました。そして去る4月28日、委員会の結論をまとめた提言書が発表されました。



この「プレジャーボート係留・保管対策に関する提言」は、有識者による委員会の報告という形を取っています

が、実際には三省庁から各水域管理者に送付される模様です。

この中の報告では冒頭、「プレジャーボートなどの」

こうしたレクリエーション活動は国民生活の質的な充実や健康の増進に資するなどの観点から、国民生活の中で重要な位置を占めつつある」との見解を示しており、一部の人のレジャーという感覚から大

1998 JGFA YEARBOOK
20th ANNIVERSARY

000円/部(送料・税込み)で配布中です。また、ショップやマリーナでの販売も受け付けています。

●問い合わせ
JGFA事務局
03(5423)6022

②多様な主体間の連携の強化

国や自治体の調整だけでなくマリーナ事業者、ボート製造、販売事業者、漁業関係者などの横断的な連携の必要性がうたわれている。

③水域特性や地域の実情に応じた規制措置の実施

施設整備を進める一方、地域の条例を新たに策定するなど規制措置の必要性も明記している。

④係留・保管能力の向上

簡易な保管施設を整備するとともに、既存マリーナを活かした放置艇の早期受け入れを提言している。また公共管理の施設を民間委託することでニーズにあったサービス水準の向上を目指すとしている。

⑤地域振興及び地域間交流への貢献

特定の利用者だけでなく、プレジャーボートを利用した地域振興の必要性や誰もが気軽に足を運べるパブリックスペースの確保の必要性も明記している。

50周年の節目に （株）ダイイチ河芸店・本社新社屋オープン

今年創業50周年を迎えた三重県（株）ダイイチさんの新社屋の落成記念式典が去る4月3日に行われ、50周年を記念すべく約100人が参列、盛大に執り行われました。同社の服部正樹社長は「新店舗を併設した新社屋の準備は5、6年前から始めました。プロジェクトというような目的の主導ではなく、いままでの積み重ねの結果が今日のオープンに結びついたと考えています」と語ります。



ヤマハでは日本最大規模を誇る神奈川県の大規模マリナー「横浜ベイサイドマリナー」内に、このほど「ヤマハマリナーセンター横浜」を新設しました。現在ヤマハボートなどのニューモデルの展示、ボートライセンサーズスクールやSRVレジャーボートクラブの受付業務、各種マリナーイベントのイ



店舗内にはジェットボートの展示を中心に、マリナーウェアからフィッシングギア、航海計器、メンテナンス用品までが網羅されていました。「お店に来ていただくだけで全てのアイテムが揃ってしまおう。そしてお客様のマリナーライフにあった商品、情報を提供、提案するという意味で海のコンビニをコンセプトにしました。マリナー業界でも景気の波を受けていますが、その中でも元気にやっています」という意気込みを店造りに反映出来ればと思っています」と服部社長は語っています。

海のある生活を提案するマリナー情報発信基地「マリナーセンター横浜」オープン



ンフオメーションなど、ボート&ヨットのオーナーやこれからマリナーを楽しみたいという入門者層にきめ細かな情報を提供をしながら「海のある生活」を提案していきます。同センターのオープニングフェアは4月25日（土）～5月

5日（火）の10日間にわたり行われ、「フィッシング講習会」や「魚の料理教室」、「わかりやすい航海講座・東京湾編」などのイベントも大盛況。連日大勢のマリナーファンが詰めかけ、10日間でのべ2、032名の来場者を数えました。

今年から成年男子の部のシングルハンダークラスにシーホッパー級が採用となったため、今大会の参加選手の中にも「団体優勝」という目標をあげる選手が多く、一層白熱した戦いとなりました。なお、シーホッパー級の東日本選手権は8月の1日、2日、北海道の室蘭で開催される予定です。



今年から成年男子の部のシングルハンダークラスにシーホッパー級が採用となったため、今大会の参加選手の中にも「団体優勝」という目標をあげる選手が多く、一層白熱した戦いとなりました。

なお、シーホッパー級の東日本選手権は8月の1日、2日、北海道の室蘭で開催される予定です。

注目を集める同一デザインクルーザーによるヨットレース

『YAMAHA A33S 関東選手権大会』

4月18日、19日の両日、佐島沖（神奈川県）で『YAMAHA A33S 関東選手権大会』が開催されました。ヤマハのセイ

リングクルーザー・YAMAHA A33Sクラスに限って開催されたレースで、広島からの参加を含め8隻が熱戦を繰り広げました。

今年で第4回を迎える社会人ヨット選手権が、7月18日から20日までの3日間に渡って横浜のみならずみらい21地区で開催されます。

その前哨戦ともいえる同予選会が去る5月23日、24日にかけて浜名湖のヤマハマリナー浜名湖をベースに開催され、全国から28チームのエントリーを得て熱戦が繰り広げられました。

主権者（JMPF）が用意したレース艇は10隻のフェスタ24。23日は汗ばむほどの快晴、24日は朝から冷たい雨のセイリングコンディション下、4ラウンドをこなして16チームの代表を決しました。

恒例のヤマハマリナーショーが八代で盛大に開催

5月15日から16日の2日間、恒例の「ヤマハマリナーショーin八代」が熊本県のヤマハマリナー製造の本社工場特設会場にて盛大に開催されまし

た。



今回の参加選手からは「毎週やろうよ」という声がかかるほどで、今後ますます注目を集めそうです。なお、関西地区での開催も予定されています。

幅広い年代のセイラーに支持されているシーホッパー級は団体ヨット競技の種目にも採用されており、これまでのSRクラス（少年男子・女子、成年女子の部）に加え、

当日はDYシリーズを中心としたヤマハ漁船のラインナップを始め、人気の船用エンジン、ヤマハマリナーディーゼルのラインナップが豊富に展示され、訪れたお客様たちは熱心に商品を見学されていました。

また今回はプロ指向のフィッシングボートとして人気の高いDY45釣師などのレジャー漁船のラインナップの展示も強化され、注目を集めていました。

国体種目として盛り上がるシーホッパー50名のセイラーが南国土佐で熱戦

「シーホッパー級西日本選手権大会」

去る5月9日と10日の2日間、「シーホッパー級西日本選手権大会」が高知県夜須町の夜須海岸で開催され、シーホッパー級に21名、シーホッパー級SRに29名の計50名によって熱戦が繰り広げられま



幅広い年代のセイラーに支持されているシーホッパー級は団体ヨット競技の種目にも採用されており、これまでのSRクラス（少年男子・女子、成年女子の部）に加え、

幅広い年代のセイラーに支持されているシーホッパー級は団体ヨット競技の種目にも採用されており、これまでのSRクラス（少年男子・女子、成年女子の部）に加え、

幅広い年代のセイラーに支持されているシーホッパー級は団体ヨット競技の種目にも採用されており、これまでのSRクラス（少年男子・女子、成年女子の部）に加え、

幅広い年代のセイラーに支持されているシーホッパー級は団体ヨット競技の種目にも採用されており、これまでのSRクラス（少年男子・女子、成年女子の部）に加え、

幅広い年代のセイラーに支持されているシーホッパー級は団体ヨット競技の種目にも採用されており、これまでのSRクラス（少年男子・女子、成年女子の部）に加え、

TOOLS

オーナーフォロー、遊びの提案、新規顧客開拓に積極的にご活用ください!

自店のオーナーフォローに役立つ 「キャプテンズワールド」

年4回、ヤマハがお客様に向けて編集、発行しているマリン情報誌。海外マリン情報やヤマハボートオーナーのマリンライフ、ちょっとした海のノウハウなどを美しい写真と共にご紹介しています。お客様へのアフターフォローとして、活性化、代替意欲を刺激するツールとして継続的に送りたい情報ツールです。

CAPTAIN'S WORLD
NO.74



新規客へのインセンティブツール 「シースピリット」

毎年ボートショーシーズルの時期に発行していますが、使い道はそれだけではありません。自店で行う展示会の来場者にお渡ししたり、免許教室受講者にお配りしたりと、未オーナーの方たちに、海の楽しさを伝え、ヤマハを選んでいただくためのツールとして有効にご活用ください。



本体の魅力を一層高める用品アクセサリ

「キャストイング用アクセサリカタログ」

フィッシングメイトをベースにキャストイング用ボートとしての機装例を紹介したツールです。用品売り上げ拡大にはもちろん、フィッシングメイトを一層魅力的に見せ、さらに遊びを提案するツールとしてもご利用いただけます。



029035

「ヤマハマリン用品カタログ(マリンプレイ編)」

ボートを一層楽しくするマリンプレイグッズを一冊にまとめました。読み物としても楽しんでいただける内容です。

お客様へのサービスに遊び方マニュアル

「ビギナーのためのウェイクボード完全マニュアル」
注目度満点のウェイクボード。ギアの選び方から練習方法、乗り方までを網羅したマニュアルです。



041047

「SRV17トレーラブルハンドブック」

トレーラーをフルに使い、楽しむためのマニュアルです。ドラビングテクニックから上げ下ろしのノウハウなど親切丁寧にわかりやすく解説しています。



041046



029041



029039



「ヤマハマリン用品カタログ (SRV20編)」

SRV20の機装例を紹介しながらマリン用品をご紹介しているツールです。

029033

「ヤマハマリン用品カタログ (MJ編)」

マリンジェットを楽しむためのグッズを掲載。ウェイクボードからトレーラー、アパレルまで20頁に渡ってご紹介しています。

※ここに紹介した各種ツールに関するお問い合わせは担当の営業マンまでお願いいたします。
※ここに紹介したものの以外にも皆様のビジネスをバックアップするツールを多数ご用意しています。
担当営業マンとご相談の上、積極的にご活用ください。

HOP STEP JET!

MJビジネスのヒントを探す

マリinjショップ21 愛知県稲沢市

トレーラーとのセット販売で躍進

のどかな田園風景が広がる愛知県稲沢市。植木の町として全国に名を馳せる稲沢市の郊外で、年間60台以上の販売実績を上げているマリinjショップが「マリinjショップ21」さんだ。年々増加する実績はどこから生み出されるのだろうか。その拡販手腕に迫ってみた。



営業政策のキーワードは「認知度」

マリinjショップ21の服部公成店長がMJビジネスに参入したのは今から6年前に遡る。自動車ディーラーを経営する父・文昭さんの後を受け継ぐために大手自動車ディーラーから実家に戻ってきた公成さんは経営基盤を強化すべく、レンタカー事業、JAFの委託業務など次々と新しい分野に着手する。その服部さんが新規事業として挑戦したのがマリinjショップだった。

「MJの販売を始めることになったのは私が4級のライセンスを取りに行ったのがきっかけです。その頃はPWCなどの事故がメディアに取り上げられている時期で、免許の基準が難しくなるという噂がありましたね。それなら今のうちと思って免許を取りに行っただけです。」

自分が免許を持つてからはマリinjショップやボートに対してそれまで以上に親しみを感ずるようになりましてね。ちょうどMJやボートのビギナーと同じような感覚です。ですからもの見方がマリinjショップさんです。店の前の通りを見てもMJを積んだ車にはつい目がいってしまふ。そうやって眺めていますと多いんですね。MJを積んでいる車が。それまではあまり気がつかなかったけど、これは商売に出来るんじゃないかなってひらめいたんですよ。」

マリinjショップ21さんの商圏内には中部地区でも有名な木曾川のゲレンデ、馬飼があり、休日ともなれば名古屋方面からMJを積んだ車が頻りにショップの前を通り過ぎる。自動車業を営んでいた服部さんがマリinjショップとして立地条件の良さに目を付けたところからマリinjショップ21がスタートした。

「とにかくマリinjショップとしての認知度を高めるのが最初の頃の課題でした。不安もありましたが、やるからには自動車の片手間という中途半端な形で済ませたくありませんでした。ですから看板や専用電話の設置など、ショップとして完成させることから地道に進めていきました。店頭は車の修

理屋イメージが強かったものですから、一目でMJを売っているということがわかるよう、通りから見て目立つ所にMJ本体をディスプレイするよう心掛けました。」

これまではとにかく地道にやってきただけという服部店長だが、昨年のマリinjショップの販売実績は新艇だけで70台弱。一言で「地道にやってきた」と言ってしまうえばそれまでだが、躍進するマリinjショップ21さんには全くこのできない大きなセールスポイントがあった。それがトレーラーとのセット販売だ。「販売当初は車に積んでゲレンデまで運んで行くというスタイルが主流でした。店を出したころはピックアップトラックにMJを積んでゲレンデまで持っていくという方のほうがトレーラーを利用する人より多かったのを覚えています。事実うちでも始めの頃はそうやって納品していましたから。」

それから店舗の営業が軌道に乗ったんですが、敷地だけは自動車の方と併用なのでMJを置く台数も増やせなくて、それでトレーラーを利用することになったんです。当時はまだスタンドを利用しているお客様が多かったものだから、こちらとしてもトレーラーを買っていただいでそのまま持っていくのもらえばこんなありがたいことはない。幸いうちには自動車の整備場がありますのでトレーラーをつなぐヒッチも取り付けることができます。これは積極的に取り組めばビジネスとして形になると確信しました。」

トレーラーセットが8割を超す

今ではMJ販売の8割以上がトレーラーとのセット販売というマリinjショップ21さんだが、拡販の秘策はどこにあったのだろうか。

「まずは売る姿勢と言うよりも、見ていただくスタンスでお客様に接しています。特に新規のお客様が多いので、お客様の身になって商談を進めるよう心掛けています。やはりお客様にとって印象が良ければ時間が経ってからも必ず店に戻ってきますからね。本当は試乗もしていただきたいのですが2人でお店を



MJギアのほかにトレーラーの関連商品もディスプレイされているのがマリンショップ21さんの特徴



店長の服部公成さん(左)と副店長であり弟の晃久さん。現在は2人でショップを切り盛りしている



MJ本体を中心に関連商品がずらりと並ぶ



店舗外にあるMJはすべてトレーラーとのセットで展示している



今最も力を入れているというウエイクボード。商品も豊富に展示している



ショップイベント以外でのお客様同士の交流ツールとして活躍しているというステッカー



独立店舗の2階には免許教室を設け、さらなる新規需要の開拓を進めていくという

総論 マリンショップの目指す

トレーラーとのセット販売で拡販に成功したマリンショップ21さんが、この度オープンした独立店舗で最も重視した点は雰囲気とヤマハ色を強めることだったという。

「店舗の機能が商品に追いつけなくなったこともあり、工場併設の前店舗ですと自動車部門のカラーが大きいものですが、初心者の方には入りにくい雰囲気がありました。ですからMJに興味のあるお客様なら誰もがちょっと覗いてみようかなと思われようという明るい店作りを心掛けました。最近ではカップルで来るお客様も多いので初めての女性にも安心感を与えられる店作りが

やっていますのでなかなか出来ないのが現状です。その分、VTRツールや本体カタログなど、視覚効果の大きいツールは最大限に使っています。言葉で説明するよりも映像で購買意欲を刺激した方が早く成約に結びつくこともありそうですからね。

そして本体の商談がほとんどまとまった所でトレーラーの商談になります。今でこそナンバー付きの正規のトレーラーをすんなりと買って頂けますが、トレーラーを販売した当初はMJ本体よりもトレーラーの説明のほうが時間がかかりましたね。当時は並行輸入などで、安価なトレーラーが多く出回っていて、割高な車検付きの正規トレーラーというのは新規ユーザーに敬遠されがちだったんです。ですからお客様には、例えばショップのツーリングイベント等を例に挙げて説明したり、車検付きトレーラーの下取り価格の違いやケレンデの使い勝手、アフターフォローなど3年、4年先のことで提案して理解してもらおうようにしました。とにかくお客様には満足して乗ってもらいたい、それには公道を堂々と走れる、ナンバーがついている正規のトレーラーでなくてはならないんです」

自動車部門との連携で特注品以外は自社工場、取り付け・メンテナンスできる迅速なトレーラーサービスがユーザー獲得の強力な武器となった。

基準になりました」
実際にオープン前の搬入を行うまでは、喫茶店と間違われたというマリンショップ21さんの独立店舗。MJ本体を囲むようにMJギアがディスプレイされている店舗には大型ガラスを採用し、外からも十分見えるように工夫されている。

独立店舗のオープンで用品にも力を入れたという服部店長が今シーズン注目しているのはウエイクボードの関連商品だ。

「ウエイクボードは予想以上に売れていますね。もともとレースよりもツーリングを提案してきたショップですから売れるベースはあったのですが、こちらが思ったよりもお客様の動きが速くて驚きました。以前までですと展示スペースが無く、カタログ販売になってしまいましたが、今度は実際にお客様が手に取ることで、商品の回転は速くなりました。このような傾向ですので、夏直前の新規客のかけ込み需要には700VNLTDをぶつけて行くつもりです。ピギナーにはエントリーモデルでありながらウエイクボードにも対応できる700VNLTDの魅力は充分価値があると思います」

マリンジェットを売るからにはあくまで新艇の販売にこだわりたいという服部店長。広告への掲載も他店とは一風変わった戦略をとっている。

「専門誌だけですとマーケティングが限られてしまうのうちでは中日新聞や東海ウオーカーといった一般紙誌への掲載を行っています。短期的な営業広告ではなく、長期間で不特定多数の人々に投げかけることによって認知度を上げるのが目的です。もちろん専門誌のようなレブンスはありますが、新規需要の開拓という意味での位置づけは大きいと思っています」

お客様が満足するにはどうしたらいいのか。ただそれだけを考えてきたというマリンショップ21の服部店長が次なる目標としているのがマリンジェットの総合店舗だという。「本体の販売はあくまで新艇がメインですが、長期的には中古艇も徐々に取り揃えてMJのことなら、なんでもできるというショップを目指していきたいと思っています」

艶やかな人々が集う レストランボート



「ここにも
ヤマハ」

「船を造るなら世界中でたった一隻の船にしようと思いましたが、もちろんゼロからの積み上げになるわけですが、そういうオーダーでも引き受けていただけますか、とご相談したのがヤマハさんとのお付き合いの始まりでした。」

世界で唯一の船をテーマにヤマハに開発を依頼した東山ガーデン社長、渡辺英三さんは、「レストランボート『ANGEL'S HARP』の経緯について」こう語った。

「誰でも年に1回ぐらいはクラス会や結婚パーティーといった行事に参加します。そこで、私たちはいつもとは違った何か感動できるアイデアを提供できないものかと考えました。それが『ANGEL'S HARP』という形になったわけです」

渡辺社長の持つイメージを具現化するために設計者や技術者との打ち合わせを繰り返し、内装で使うノブのひとつまで徹底的に吟味したという。

「最後はデザインが凝って難しいから、この辺で手を打ってもいいよといったのですが、ヤマハさんの方から難しいからトライしたい、といってくれましてね」

感動できるアイデアを提供してきたいという渡辺社長の熱意とヤマハの技術が融合したレストラン船『ANGEL'S HARP』。すべてがゼロからスタートしたこのカスタムボートは、名古屋港内での結婚式の披露パーティーやロマンティックな湾内クルーズに活躍している。

●「ここにも YAMAHA」では意外な場所で活躍するヤマハの特需艇やプロダクション艇をご紹介します。