

# 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.123

1999  
1/2



**YAMAHA NOW** ● **FOUR STROKE** バージョンの登場で話題性も抜群!  
「フィッシングメイト23カディ」

## 特集 「代替え促進大作戦」

連載

他業界に成功の秘訣を探る **カー用品店「オートウェーブ」**  
ヤマハの看板、ここにあり! **全国津々浦々ショップ探訪記**



# 「フィッシングメイト23カディ」



## 全国各地で大好評の フィッシングボート

98年9月に発売されたハードトップタイプのフィッシングボート「フィッシングメイト23カディ」がお陰様で絶好調。すでに多くのお客様にご購入いただいております。

237万円という価格設定ながら、ニューデザインのカディは、大人が横になってくつろげる広さで、物入れとしてのスペースも十分。マリントイレのオプション設定も可能です。さらにハウ、スターンともにフラットなスペースを十分に確保、ウォークアラウンドタイプのデッキレイアウト、手動式油圧操舵装置を標準装備とするなど、釣りやすさを各所で追求しています。

全国のボートフィッシング愛好家の皆様にご好評をいただいている「フィッシングメイト23カディ」に、このほど待望の4ストローク船外機「F100A」搭載仕様を追加いたしました。

4ストロークの利点である「低騒音」「低振動」が高性能な艇体に搭載されたことでより快適なボートフィッシングを可能に。また「低燃費」がもたらす経済性と高出力によるスピード性能のアップによって行動範囲も広がります。

お客様のフィッシングスタイルに合わせ、2ストローク仕様と合わせてお勧めください。

## 「FOUR STROKE バージョン」新登場



## オーナー&ショップからみた、 それぞれのフィッシングメイト

新規ユーザーにとどまらず、既存のボートオーナーまでもが熱い視線をよせているフィッシングメイト23カディ。その魅力はどこにあるのでしょうか。いち早く購入された「Summer Queen」オーナーの内海眞さんと販売を担当した岡山マリンボートセンターの西崎さんにお話を伺いました。

**「歳を取っても一人で船を出して釣りがしたい」  
そんな私にはこの船がピッタリなんです。**

◆内海 眞さん (51歳/岡山県在住)

「最初の基準は安全性と居住性がしっかりしているか?ということでした。以前一人で釣りをしているときに落水しそうになったのでまずは安全性が気になりました。この船はウォークアラウンドデッキになっていて、ガネルの高さも充分ありますので、よほどのことがない限り大丈夫だと確信しました。

居住性もカディのスペースは充分ありますし、何よりもトイレが設置できるのがいいですね。一人で出ることが圧倒的に多いですが、場合によっては女性や子どもを乗せますのでそんな時は気兼ねなく勧められることができます。あと、カディの前面にあるハッチが予想以上に使い勝手が良いということです。エアインテークとしても使えますし、カディの中にある物を取り出すのにも便利です。

走行性能は文句ありません。直進、旋回、波切り、後進、どれをとっても安定していますし、止まった時の安定性は驚くばかりです。

どんなに歳を取ろうが一人で釣りに出たい。そんな私の夢を叶えてくれると思います」



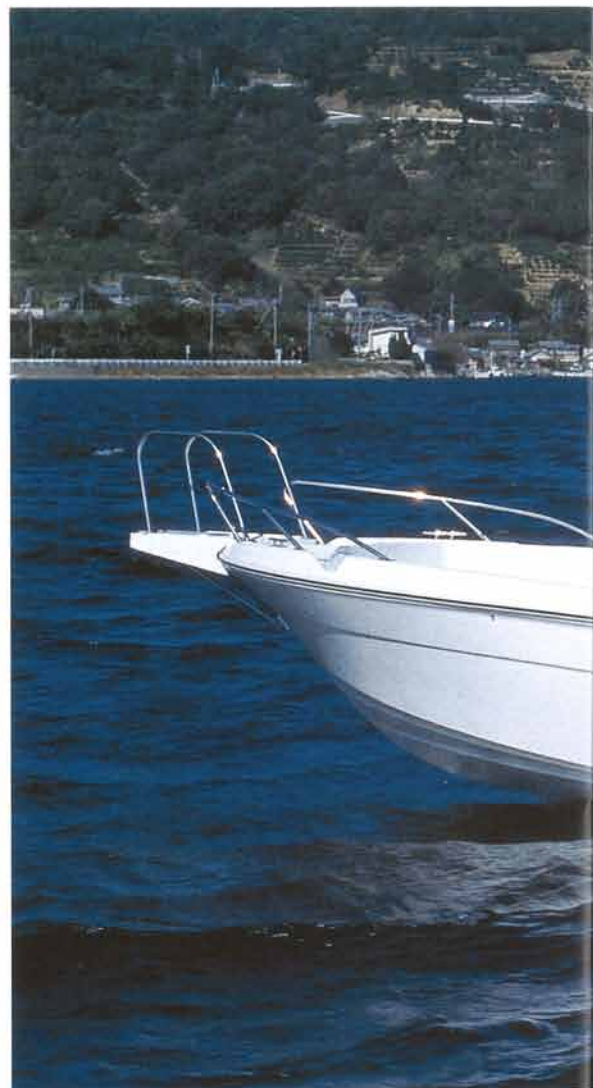
(株)岡山マリンボートセンター 西崎啓二さん

FWやUF、SRVといったクラスと重複するターゲットになりますが、他社が低価格攻勢を続けている中であって、多くのユーザーにインパクトを与える商材として期待しています。価格的にも魅力ですが、ヤマハならではのモノづくりの確かさに加えて居住性、織装への対応力などフィッシングボートとしての実力を十分に兼ね備えた商品だと思います。

エントリー層はもちろん、釣り好きのサラリーマン層にぶつける商材としては魅力的な要素が揃っている船だと思います。自信を持ってバリバリ売っていきたいですね。



オーナーの内海さんからは「この人が勧めたから買った」と言われるほど信頼されている岡山マリンボートセンターの西崎さん (右)



〈フィッシングメイト23カディ〉

- 全長:7.00m ●全幅:2.30m
- 全深さ:1.01m ●完成質量:995kg
- 総トン数:5トン未満
- 搭載エンジン:ヤマハ船外機90AETOXまたはF100AETX
- 燃料タンク容量:75リットル
- 定員:10名 ●航行区域:限定沿海

■希望小売価格  
(法定安全備品別、消費税別)  
90AETOX搭載/¥2,370,000  
F100AETX搭載/¥2,570,000





ヤマハマリッジット1999年ラインナップに

# スポーツモデルの新機種 MJ-800TZ を追加!

ヤマハでは、マリッジットのラインナップに騒音の低減や環境対応を意識したニューモデル「MJ-800TZ」を追加。また、継続モデルのカラーリングとグラフィックを変更するなどして一新し、全7モデルのラインナップをこの12月より順次発売いたします。また、エキサイターについても一部カラーリングを変更し、全3モデルで展開いたします。

## 乗りこなしていく喜びを ライダーに提供する「MJ-800TZ」

■「MJ-800GP」で好評を博した784cc、2気筒エンジンを搭載。「Y.P.V.S.（ヤマハパワーバルブシステム）」の採用により、エンジン回転数に応じて適切な排気タイミングを制御し、全回転域においてトルクとパワーを確保します。特に中・高速では胸のすく加速フィーリングを体験することができます。

■ハル（船体）とエンジンの性能をフルに引き出す新しいデザインで、シャープなコーナリング性能を生み出しました。MJ本来の「走ることの楽しさ」を十二分に堪能でき、上級者、初心者問わず、乗りこなしていく喜びを味わうことができます。

■船体は新たに二重構造ハルを採用。ハル（船体）の内部にもう一枚のFRPの内板を張り、その空洞部に浮力体を注入するという工法で、防音効果を向上させ、さらに強度アップの面でも貢献しています。

■エンジン部では防音に効果的な新キャブカバーを採用し、従来から装備されているウォーターロックの効果と合わせ騒音の低減に努めています。



MJ-800TZ

### MARINE JET



MJ-1200XL



MJ-760XL



MJ-700XL LTD



MJ-1200GP



MJ-800GP



MJ-700SJ

### EXCITER



EXCITER-1670S



EXCITER-1670T



EXCITER-1430TR

1999年ヤマハ  
マリッジット&  
エキサイター  
ラインナップ

モデル名※発売日	全長 (m)	全幅 (m)	全高 (m)	排気量 (cc)	最大馬力 (kw) ※ps表示	燃料タンク容量	定員 (名)	価格
■マリッジット								
MJ-800TZ※99年4月	2.72	0.965	1.04	784	80.9 ※110ps	40リットル	2	¥999,000
MJ-700XL LTD※99年2月	3.15	1.25	1.10	701	55.9 ※76ps	50リットル	3	¥999,000
MJ-760XL※99年2月	3.15	1.25	1.10	754	62.5 ※85ps	50リットル	3	¥1,140,000
MJ-1200XL※99年2月	3.15	1.25	1.10	1,131	89.7 ※122ps	50リットル	3	¥1,370,000
MJ-800GP※99年1月	2.86	1.12	0.97	784	80.9 ※110ps	50リットル	2	¥1,150,000
MJ-1200GP※98年12月	2.86	1.12	0.97	1,131	89.7 ※122ps	50リットル	2	¥1,340,000
MJ-700SJ※発売中	2.24	0.68	0.66	701	48.5 ※66ps	18リットル	1	¥860,000
■エキサイター								
EXCITER-1430TR※発売中	4.44	1.84		1,131	89.7 ※122ps	75リットル	4	¥1,680,000
EXCITER-1670S※99年3月	5.05	2.32		1,131	89.7 ※122ps	132リットル	5	¥2,600,000
EXCITER-1670T※99年3月	5.05	2.32		1,131×2	89.7×2 ※122ps×2	132リットル	5	¥3,500,000

# 好調ショップにお聞きした 「わが社の代替え促進策」

特集

# 大代 作替 戦え 促進



厳しい経済環境の続く中、確実な販売実績を築いていく上で欠かすことのできないのが自社顧客への確実な代替えプロモーションと言える。顧客を確実に囲い込み、いかに素早く顧客の情報をキャッチすることができるか、また他社ユーザーの情報をキャッチすることができるかが、業績を左右しそうだ。また、それだけでなく、日頃のユーザーとの付き合い方も、大きなポイントとなりそうである。

今回の特集では、こうした代替え促進に欠かせない顧客との付き合い方、情報サービス、新艇プロモーションの考え方について、2社の販売店様にお聞きしてみた。

※ヤマハでは代替え促進の重要期間である今、皆様のプロモーションをバックアップするキャンペーン「無料査定キャンペーン」を実施中。16頁の記事と合わせてご覧ください。



# 大代替え促進 大作戦

京都府舞鶴市

## 株式会社大阪マリン／アオイマリーナ

### 代替え需要を促す努力

大阪マリン・アオイマリーナさんが社屋を構えるのは、若狭湾のさらに奥へ進んだ、複雑に入り組んだ舞鶴湾。静かな湾内ではアジやキスなどの小物が狙え、少し足を伸ばせばタイやハマチの釣果が期待できる。当然ながら、マリーナに愛艇を保管しているオーナーさんの9割以上が、何らかの形でボートフィッシングを楽しんでいる。

現在、マリーナ保管艇は約180隻。これだけ数が揃えば、オーナーさんたちの代替え需要が会社の業績を左右する。

「マリーナから出航するお客様1人1人に、必ず声を掛けるようにしています」と常務取締役営業部長の石橋敏雄さん。海に出たくてマリーナにやってきたオーナーさんは、まず機嫌が良い。ボートを降ろしながら世間話をする。ところが、オーナーさんの買い換え意欲を探る絶好のチャンスなのである。「カタログ1枚手渡すのでも、お客様の自宅を訪問するより、はるかにスムーズにいけますね」

常にお客様と対面できる、マリーナ業ならではのメリットを最大限に活かしている。あまりマリーナにやってこないオーナーさんもチェックできるので、こちらは「最近顔を見

広い視野に立ってターゲットを選定  
「多様化するニーズに対して  
FC・26を積極的にアピールする」

ないですね」などという挨拶がかえって自宅訪問の良いきっかけになる。

マリーナ保管艇の稼働率は、夏場で1日60隻以上。10月に入っても50隻は出る。高稼働率の秘密は、まず独自の釣り情報紙の発行にある。そのときの狙い目の魚種、ポイントの位置などをボートの話題に織りまぜて編集し、DMで発送。現在は年に4〜5回の発行だが、ゆくゆくは月刊化したいという。

もう一つは写真のサービス。お客様が釣ってきた自慢の魚を、満面の笑顔といっしょに撮影。パネルにして、ずらりとマリーナオフィスに展示している。それを眺めていると、さらなる釣りの意欲がかき立てられる。

マリーナ主催のクルージング大会でも、参加艇の走りの写真を撮影。「自分のボートが走っている写真はめったに撮れませんから、喜んでもらっています」という。また、クルージングのプランを、意識して近場に設定しているのも一つのポイント。これなら小型艇も参加できるし、目的地に着いてから十分に遊ぶ時間も取れる。走ることより、遊びに重点を置いている。

普段から釣りやクルージングなどで楽しく遊んでいけば、いずれは新しいボートに替えたいという意欲も湧いてくる。セールス一点張りではなく、こうした遊びに関するソフト面での努力が代替え需要を支える大きな原

代替えによるサイズアップに対応すべく、3年前に大型20tクレーンを設置してマリーナ機能を充実させた



24時間利用可能な一時係留用ポンツーン。休業日でも前日に降ろして着けておけば出航できる。こんな配慮も稼働率の高さに貢献

ずらりと並ぶ陸上保管場所。現在、保管艇数は総勢180隻。代替え需要が会社の業績に大きく影響する



マリナー案内のチラシはロケーションやサービス体制を簡潔にまとめて遊び心を誘っている。ハガキは11月末に行う予定の展示会の案内。FC-26が主役だ



マリナーオフィスの壁に飾られたオーナーさんたち自慢の釣果。1年ごとに入れ替えるので、毎年飾ってもらえるよう頑張っているオーナーさんも多い

動力になっている。  
そして、代替えの気持ちが少しでも出てきたオーナーさんに、とどめを刺すのが展示会である。「現物を見て、そのボートのイメージを固めてもらうことが大切ですよ」というだけに、アオイマリナーさんでは4月から11月にかけて毎月展示会を開催している。ただし、「展示会は開催すればそれなりの効



30年に渡ってポート販売、マリナー事業に取り組んできた、大阪マリン常務取締役営業部長の石橋敏雄さん。セールスの秘訣は、一方的に説明しないで質問されたことに的確に答えるよう心掛けておくことだと語ってくれた



石橋さんを囲んだマリナースタッフのみなさん



クルージング大会でのスイカ割り。走ることも重視している

果は出ますが、数を打つと1回あたりの来場者も減りますから、その辺の計算がむずかしいですね」と言い、場所の確保や人件費などを考え、出展は10隻程度にとどめているという。自分の市場を的確に分析し、効率の良い方法を見つけ出すことが展示会のポイントと言えよう。

## ボートフィッシングも家族で楽しむ傾向が強くなってきた

「和船タイプなどを買って釣りマニアだと思っていたお客様でも、つぎはキャビン付きが欲しいなんて言うことが多くなりました。タックル23だったから、今度はタックル25のスタンドライブを勧めようなんて単純な図式は成り立たなくなっています」

オーナーさんの9割以上が釣りを楽しんでいるアオイマリナーさんだが、かつて主流だったUFシリーズに代わり、今ではキャビン付きのファミリー・フィッシングボートが主役に躍り出た。

「FRシリーズが登場した頃から変わりました。休憩できるキャビンもさることながら、個室トイレがあるかどうかポイントです」

かつては、トイレやキャビンはないがフィッシング機能が充実していて価格的にも魅力的のあるオープンタイプの小型ボートが好まれたが、それだと家族やゲストを招いたときに何かと不便を感じる場面も出てくる。自分だけの釣りの世界を楽しむためにボートを買う人もいるだろうが、多くの場合、たまには家族や友人を誘ってみたくなる。

「トイレが付いていれば奥様もボートに目が向くし、子どももついて行きます。お父さんにしたら自分だけ楽しんでいたら気が引けますが、家族サービスもできるようなボートなら安心というわけです。以前、奥様たちはイヤミを言うことが仕事かなと思うぐらい私たちがセールスには厳しかったのですが、今では「主人といっしょになってボートを楽しむ姿が増え、マリナーを賑わせています。とても良い傾向ですよね」

そんな時流にマッチしたボートとして石橋部長さんが期待を寄せているのが、今回

デビューしたFC26である。

「これまで、代替えのお客様は確実にサイズアップしてきました。今、私どものメイン商品はフィッシングメイト23、SRV23、それにFCシリーズです。FC26は、こうした23より24フィートクラスのファミリーボートの上級艇として、ラインナップの空白を埋めてくれたので魅力があるんです」

FC26には、船外機仕様とディーゼル・インアウト仕様が用意されている。マリナー保管艇の大半がタイなどを狙う底釣りを楽しんでいるが、これからはライトローリングを勧めてフィッシングの幅を広げたいと石橋部長さんは言う。FC26なら家族で乗ってロッドを立てても、デッキにはかなりの余裕がある。

「新規のお客様には価格を抑えた船外機仕様を勧めますが、これまで船外機艇に乗っていた代替え希望の方には、今度はディーゼルはいかがですかと声をかけます。それで、ライトローリングを試してもらいたいですね。1日中走っても燃費は気にならないし、キャビンも充実しているから快適なはずですよ」

すでに、石橋部長さんは5人のお客様と商談中。そのうち4人が代替えオーナーさんで、3人にディーゼル仕様を勧めている。ラインナップの空白を埋めた新機軸、FC26。石橋部長さんは、家族で楽しめるライトローリングを提案して、底釣りファン層の取り込みを狙っている。

「新艇効果は効きますよ。セールスに行くのにも従来艇より新艇のカタログの方が、お客様にも新鮮に見えますからね」  
今が旬のFC26。アオイマリナーさんでは試乗艇を確保し、来春に向けた拡販体制を整えている。

# 大代替え促進戦

北海道室蘭市

有限会社岩佐マリン

代替え予備群をSRVの  
拡販で作り出す

北海道噴火湾の東端に面して位置する人口10万人の室蘭市。第三セクターで経営される室蘭エンルムマリーナ、そして市が経営する簡易陸置き施設に隣接するようにして岩佐マリンさんがある。

同社の岩佐健二社長は、今から20年ほど前、登別にてマリンビジネスをスタートさせた。といっても、今のようにはレジャー中心のショップではなく、漁港でディーゼルエンジンの販売、修理をメインとする業務店としてのスタートだった。

「名古屋でサラリーマンをしていたのですが、脱サラしてこの商売を始めたんです。以前からヨットが好きで日本一周をしたりと楽しんでいましたから、今はとにかく海の側で仕事ができるのが、楽しくて仕方がないんですよ」(岩佐社長)

この「海が大好き」という岩佐社長の姿勢が実は岩佐マリンの好調に大いに関係していることが取材によって伝わってくる。

同社のプレジャーのご商売は、平成2年に室蘭に新店を果たした頃から本格化する。さらに、第三セクター・マリーナの建設に伴

マリンクラブのメンバーを核に  
情報提供「お客様の活性化こそ  
代替え促進への近道」

エンルムマリーナ、市の簡易陸置き施設に隣接する岩佐マリンさんの社屋



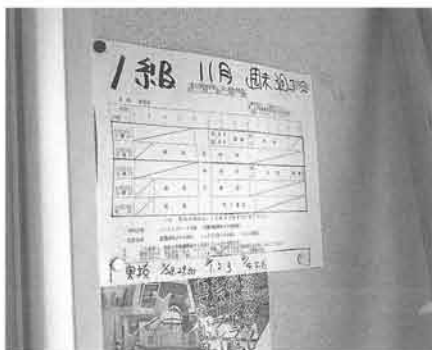
エンルムマリーナには100隻、この陸置き施設には約200隻のボートが保管されているという。このオーナーたちをいかに取り込んでいけるかが商売のポイントともいえる



絵柄マリンクラブのクラブハウスは事務所の隣の部屋。会員が自由に出入りする。室内にはメンバーの釣果の写真がずらり



海の側で働けることが幸せと言い切る岩佐社長。ヨットを愛するロマンチストでもある



岩佐マリンさんのヒット企画の一つ「一級養成安心コース」。週末に分割して学科講習を受けるスタイルが大好評である



**新型23展示中 えとま便利** 岩佐マリン 4丁目2-19 岩佐マリン TEL:043-23-5471

**絵鞆マリン倶楽部 釣り大会**

今年の釣りはなんといつても「えとま便利」の釣りに参加しよう。今年も「えとま便利」の釣りに参加しよう。今年も「えとま便利」の釣りに参加しよう。

**山形県でイカ釣りへ行こう**

9月12日

**免許更新コース**

岩佐マリン 4丁目2-19 岩佐マリン TEL:043-23-5471

**えとま便利 号外**

11月14日 13:00から 20:30

11月15日 9:00から 16:00

11月21日 13:00から 20:30

11月22日 9:00から 16:00

11月23日 9:00から 16:00

11月28日から 実施

岩佐マリン 4丁目2-19 岩佐マリン TEL:043-23-5471

い、現在地への移転を「余儀なく」されたのが平成7年。ちょうどSRV20の全盛期でもあった。

「結果的には最高の場所に移転することができました。お客様の遊び場と目と鼻の先というのが良いですね。情報提供も情報収集もどちらもスムーズにできますから」

SRVの拡販については独自にバージョンを作り、商品の付加価値を高めていく方法が効果的だった。パソコンの販売方法から得たアイデアを生かし、SRVを初心者向け、代替え層向け、エキスパート向け、ハードトップ仕様というように、用品や機装を施し

てセットで販売した。また、デパートでの展示など独自に認知拡大を図ったことも効果も奏した。

「SRVは本当に良い船だった」と岩佐社長が繰り返すことから、社長の商品に対する思い入れと自信が拡販の原動力となった事はいうまでもない。

**自社のオーナーを組織化  
クラブ活動と情報提供で  
囲い込む**

こうして岩佐社長のアイデアと実行力はこの数年間で約80名ほどのSRVユーザー

マリンクラブのメンバー向けに出す会報と号外(ハガキ版)。マメな情報発信がお客様を飽きさせず、海にいださう

を生み出したのである。SRVという商材を徹底的に活用し、顧客を開拓していった岩佐マリンさんだが、次なる狙いはもちろんこうしたユーザーを確実に囲い込み、ステツプアップさせていくことである。商材としてはSRV23、そしてフィッシングメイト23カディがピッタリ当てはまる。

「フィッシングメイト23カディもいい船ですよ。カディのデザインも洗練されていると思います。年齢層に関係なく、船には格好良さが求められていますから、これはイケルと思います」

さらに4ストローク船外機「F100」に触れ、「私自身、浜名湖の発表会でF100を載せたタックルを試乗してきましたが、(F100は)素晴らしい完成度の高さだと思いました。他社のどの4ストロークよりも素晴らしい。23カディのF100バージョンには期待します。ぜひ試乗会を開催して、多くのお客様にその良さを伝えていきたいですね」と熱っぽく語る。

同社の代替促進にとって、なくてはならないのが、岩佐マリンさんからボートを購入したお客様を中心に組織されている「絵鞆マリンクラブ」(絵鞆「えとま」は岩佐マリンの所在地名だ。現在会員は85名。同社の事務所隣の絵鞆マリンハウスもあり、暇を見つけては会員が訪れ、釣り談義を始める。このクラブを活性化させることが、代替えの促進に結びつくという考えは否定できない。

クラブは年間6000円の会費で運営されている。イベントは釣り大会、安全祈願祭、釣りの年間表彰式を兼ねた忘年会など。釣り大会には30名ほどが参加している。このクラブをベースにいかにお客様を海に誘い込み、情報をもらい、それを発信し、そしてまた海に誘い込むか。そのサイクルが結果、オーナーの活性化に繋がりに、代替えの促進に結びつく。

特に情報の提供には気を遣い、マメに行っている。それがマリンクラブの会報「絵鞆だより」。内容を見るとなるほど感心させられる。クラブメンバーの釣果やイベントの案内などが掲載されているが、それに混じってさりげなくニューモデルの案内や機装の紹介などが掲載されている。また、「新型力カディ23が来週進水します。クラブのNさんがSRV20から取り替えることになり、なんとカディカ、サバに間に合うようです」(原文ママ)との記事は広告ともトピックスとも取れる絶妙な打ち出しである。

「自分で記事をパソコンに打ち込み、写真をスキャナで取り込んで、作っています。号外としてハガキに記事を印刷してお送りすることもあればあります。とにかくマメに情報を提供し、お客様に来ていただくことが大切だと思っています」

こうした情報提供ばかりでなく、先述したSRVのバージョン設定に代表されるように、岩佐社長は自ら様々なアイデアを行動に移す大胆さを持つ。

この秋には、休眠ユーザーの皆さんに家族連れで海に来てもらおうと、奥様とお子さんには無料の大型遊漁船をチャーターし、イカ釣りに出ようという企画を実施したが、これは今一つ客足が伸びなかった。

最近のヒット企画は、一級免許の養成コースの8日間の学科講習を、数回の週末に分けて集中受講するという「一級養成免許安心コース」の設定だ。遠方からの問い合わせも含め大好評で大型化、代替え促進への足がかりを作ることになった。

「とにかくいろいろやってみるんです。もちろん失敗することもありますよ。でもやってみなくては判らない。これだと思っただけで行動に移すことが大切だと思っただけでこの行動力こそが同社の躍進を支え、代替え促進の原動力となっているのである。

## ルアーフィッシングの新しい潮流 ジギングワールドの背景を追う。

ルアーフィッシングの普及により、大衆化を成し遂げた釣りの世界に今もうひとつの潮流が生まれようとしている。それが金属片から成る疑似餌で釣る「ジギング」である。今回はマリンセンター横浜で行われた「シーバスジギングスクール」のインストラクターを務めた釣り具メーカー「ティムコ」の浅井雅久氏と本多慎一郎氏に釣り具メーカーから見たジギングブームの背景を伺った。

### ▼釣りブームの原動力となったルアーフィッシング

ルアーフィッシングとは疑似餌を使い、魚を惑わせるフィッシングスタイルである。様々な要素を検討した上でシチュエーションに合うルアーを選択し、魚との駆け引きを楽しむものであり、ルアーの普及により老若男女が手軽に楽しめる釣りとして認知され、専門誌のみならず一般誌においても数多く取り上げられ、空前のフィッシングブームを生む原動力となった。淡水でのバスフィッシングに端を発し、都市部におけるシーバスフィッシングへと波及した。

一方で釣果にこだわるフィッシングファンも数多くいる。この餌釣りや底釣りを楽しむ人々の方が釣り人口の大半を占め、全国的に見れば、ボートフィッシングを楽しむユーザーもこちらの方が圧倒的に多い。

釣り具メーカー「ティムコ」でソルトウ

ォータータックルの販売促進課長を務める浅井雅久氏に伺うと、

「たしかに釣る場所やそのときどきによって仕掛けを変えていく餌釣りは未だに根強い人気があります。相対的な比率は渡船や乗合船などの傾向を見れば顕著に現れます。例えば関東でしたら東京湾や千葉の外房はルアーの乗合船が増えています。三浦半島や伊豆半島などは、釣り人口の高いところでは従来通りの餌釣りの乗合船の方が圧倒的に数が多いと思います。ルアー人口の増加は一昔前に比べると徐々にではありますが落ち着いてきた感じはします。

その一方で、バス一辺倒だったアンゲラーが細分化している傾向が見られます。シーバスフィッシングはその代表でしょう。もちろんヘラやフライへ流れる釣り人も増えてきました。ただあくまでもこれはブームで釣りの世界に入ってきた人たちがメインであって、元々海で餌釣りをしていた釣り人達がルアー



を使うことはターゲットが限られていただけに意外と少なかったんですよ」と分析する。

### ▼ジギングゲームが餌釣りファンを魅了する

しかし、「この2、3年で明らかに海釣りの世界も変わってきた」と浅井氏はつけ加えた。それはルアーの中でも特に対象魚が低層にいる場合に用いられるメタルジグが既存の釣り人達から注目されていることだという。

「今年に入ってから釣り具メーカー各社ともジギングのラインナップを強化す



メタルジグはライトから水深200mクラスのスーパーディープまで、アングラのニーズに合わせた釣りが楽しめる(写真提供:ボート&リール/週刊釣りニュース)



る動きがあります。現在のルアーの主流はミノーやバイブレーション、ワームと呼ばれるタイプが大半を占めますが、これを上回る勢いで普及しているのがジグです。今までの海でのルアー人口というのはバス上がりの若者やイベントを通じての習得、各販売店のアドバイザーがその殆どを占めてきたわけです。それがこの春ぐらいいから、ジギングの仕立て船の数が多く出るようになり、ブームの兆しが見られるようになりました。これまでのルアーフィッシングには見られなかった餌釣り専門の釣りがこぞってジギ



マリンセンター横浜で行われているシーバスジギングスクールは手軽にジギングが学べることも手伝い、各回ともすでに定員一杯となっている。

ングに挑戦しているんですよ。今までもそういった光景がなかったわけではないですが、仕立て船や乗合船がカンパチやブリを釣るためにジギングを始めるというところはこれまででは考えられなかったことです」

またティムコ企画営業課の本多慎一郎氏によると

「お客様が本当にルアーで釣れるのかと尋ねていることが一昔前の釣具店の会話だったんですよ。餌釣りをやっていらっしゃる方も興味がなかったわけではなく、結局はきつかけだったと思います。たしかにPEラインという非常に精度の高い釣糸の開発がメタルジグに革命を起こしたと言われていますが、僕自身の解釈をすれば必然的な流れだったと思います。」

首都圏でのルアー船はこれまでにない盛況を見せていますが、基本的には船宿さんが他との差別化を図るために、釣れなくなってきた餌釣りをばっさり捨てて取り組んだことから端を発していますし、カンパチやブリなど青物系を狙う沖合の乗合のジギング船にしても同じような経緯があると思うんです」と分析する。

もともと餌釣りを楽しむ人は釣果を出すための釣りをするのであって、そのための道具にはこだわらないというのがお二人の共通の認識である。では何故ジギングが普及しているのか。

「まずひとつはここ10数年で確立してきた新しいジャンルの釣りということでは

ね。道具の開発やポイントの開拓、雑誌や情報誌によるテクニクの紹介が徐々に増え、その積み重ねが今年になって花開いたという感じがします。ですからやる人の多くは初めてということ、ほとんどトライしている。先程もいったように釣り人はあくまでも食欲ですから。」

あともうひとつは船宿さんの取り組み方です。今までのルアー船はカツオやメジ、シイラなど、専門的な乗合船としては古くから存在していましたが、近年のルアー船は船頭さんが2代目に切り替わって、新しい釣りを積極的に取り組むようになったことが背景にあると思います。船宿さんとしてもビジネスとしてやる以上、きちんとした釣果が出せるのだったら新しく話題性があつた方がお客様にも喜ばれますからね(浅井氏)

### ▼ブームは始まったばかり 潜在需要はおおいに見込める

カンパチ・ヒラマサ・ブリなど青物御三家を釣るディーブジギングから、シーバスやアイナメ・タチウオといった手軽なライトジギングまでジギングの勢いは当分衰えないだろうという。

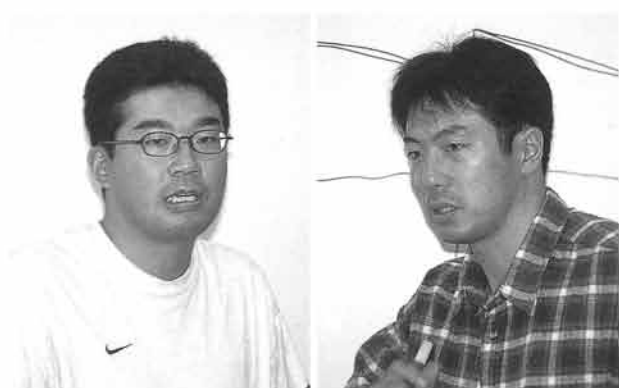
今回のジギングスクールに参加した講習生であり、餌釣り歴30年以上という高木幸彦さん(50歳)は

「子どもの頃からマダイやワサランなんかよく釣っていましたね。転勤で東京にきてからも餌釣りをしていましたが、仲間

の私の方は全然だったのですが、ルアーでやっていた同僚は結構あたりがあまりしてね。それ以来、ルアーに興味を持ちまして、基礎から勉強しようと思って講習会に参加しました」という。

この他の講習生に聞くと、ころほとん

どがジグはおろかルアーも初めてということであった。ルアーや餌釣りなどボートフィッシングに欠かせないソフトの情報はユーザーの最大の関心事と言っても過言ではない。それを考えると、ルアーやジグを単なるタックルとしてではなく、新しいソフトとして捉えてお客様に伝えていくことが大切だといえるだろう。結果、この釣りを通じてさらなるポータルングラーを生み出す可能性が出てくるのではないだろうか。



シーバスジギングスクールのインストラクターを務める「ティムコ」の浅井雅久氏(右)と本多慎一郎氏

株式会社

# オートウェーブ

(カー用品店)

千葉県を中心に6店舗を構える「オートウェーブ」は、設立わずか8年にして業界トップと肩を並べる業績を残すまでに急成長したカー用品店である。タイヤ、カーオーディオ、各種オイル販売の日本一の記録を更新すると共に、1店舗あたりの売上高の日本記録を持つ「オートウェーブ」が目指すカスタマー・サティスファクション(顧客満足の獲得)とは何だろうか。45歳で独立し、いまでは160億円強の企業に急成長した「オートウェーブ」社長兼会長の広岡等氏が目指す顧客主義について伺った。

## 販売5割、サービス5割、 新しい概念が生み出した 大型店舗

千葉県を基盤に据える「オートウェーブ」の第1号店は東関東自動車道と京葉自動車道が交差する宮野木ジャンクションのすぐ脇に1991年にオープンした。敷地面積は3万2300㎡、店舗面積は2300㎡に及ぶ。大型マリナーに匹敵する規模は、それまでの業界基準店舗が500㎡と考えられていただけに、まさしく巨大店舗だった。常識を逸脱した大型店は広岡氏の販売5割、サービス5割というポリシーを反映させた結果だという。「僕自身は大きいとか、小さいとかそういう概念はまったくありませんでした。ただ、カー用品というのは商品を車に装着したり、交換したりして初めて商売が

成立すると思っているんですよ。ということは商品の売場と比例したピットや駐車場がないと満足なサービスや確かな技術というのは提供しにくいんですね。お客様にとっては「いつ行っても親切に素早く対応してくれる」というのがお店の評価になるわけです。オイル交換ひとつ取っても、エンジンオイルもあればブレーキやパワステ、デフやミッションなど様々な種類があつて、そのひとつひとつをしっかりとやろうと思ったら既存のピットスペースでは対応しきれないんですよ。例えば10月の第3週の金曜日には宮野木店だけで1日にオートマチックオイルの交換を75台やりました。それ以外にもエンジンオイル等250台以上やっているんです。全部オイル周りなんです。それをこなすには売り場も広くなければいけませんし、ピットの環境も整え、ピットクルーのモチベーションも高めなくてはできません。そのようなひとつひとつの深さを追求していった結果が店舗に現れただけなんですよ」

宮野木店の休日の来店者数はレジ打ち数だけで約2700人を数え、実際には3倍のお客様が来店されている。年末年始やゴールデンウィークには2.5倍以上にも膨れ上がる。現在でこそ日本一の形容詞が付くまでに成長した「オートウェーブ」だが、開業から半年の間で7000万を超える赤字を出したこともある。背水の陣からの再スタート。この時目指したのが「顧客満足日本一の店」であり、その目標は今も変わらないという。

成立すると思っているんですよ。ということは商品の売場と比例したピットや駐車場がないと満足なサービスや確かな技術というのは提供しにくいんですね。お客様にとっては「いつ行っても親切に素早く対応してくれる」というのがお店の評価になるわけです。オイル交換ひとつ取っても、エンジンオイルもあればブレーキやパワステ、デフやミッションなど様々な種類があつて、そのひとつひとつをしっかりとやろうと思ったら既存のピットスペースでは対応しきれないんですよ。例えば10月の第3週の金曜日には宮野木店だけで1日にオートマチックオイルの交換を75台やりました。それ以外にもエンジンオイル等250台以上やっているんです。全部オイル周りなんです。それをこなすには売り場も広くなければいけませんし、ピットの環境も整え、ピットクルーのモチベーションも高めなくてはできません。そのようなひとつひとつの深さを追求していった結果が店舗に現れただけなんですよ」

## 来店客が満足する 店舗づくりを目指して

「一等地の500坪より三等地の2、3千坪を選びなさい、ということを経営にはよく言っています。確かに一等地にあれば認知度は向上すると思いますが、実際に販売が伸びるかどうかは別物なんです。僕は認知されなくてもいいから買ってもらえなければいいんだと思っています。そのためには、お店に強力な魅力がなければ、他社には対抗できません。魅力のあ

るお店だったらお客様はどんなに速くても足を運んで来てくれます。重要なのは、場所の良し悪しではなく来店したお客様をいかに満足させられるかなんです。例えば車を駐車場に誘導する際でもただ棒を振って誘導するのと、来店に感謝しながら快く誘導するのであればお客様に与える印象というのは全然違ってくると思います。



宮野木店の2階には交換や修理作業を待つためのウェイトングルーム(左)と家族連れのためのキッズルームが用意されている。ウェイトングルームでは専属の従業員がおり、コーヒーの無料サービスもある





晴海店の作業ピット。ここはフィルム加工やポリマー加工をするスペース。オイル交換やタイヤ交換などそれぞれ専用のブースがあり効率を高めている



「最大の師はお客様」、「従業員こそが会社の財産」というだけに広岡氏も時間がある限り店舗に立つことを心掛けているという

お客様はあまり言葉には出しませんが、その分お店の印象について細かい部分からも強く感じ取っているのです。ちょっとした店員の応対ですとか、言葉使いなんかにはとても敏感に反応します。ある面ではそのようなところに投資しているといっても過言ではありません。それがいつ結果になるとか、効果があるとかいったらとてもお話しになりませんが、そこの方がお金を使ったり、神経を使うことがウチの場合、殆どなのです」

オープン以来、来店客の車を1台も路上駐車させないという姿勢を買ってきた理由も、あくまでも顧客の視点に立った経営方針にある。宮野木店の駐車スペースは800台、都内唯一の店舗、晴海店は600台のキャパシティを誇る。店舗効率を考えれば無謀といわれてもしかたない話だが、ピークに合わせた顧客の対応こそが広岡会長の掲げる顧客満足第一歩だといえよう。

## 需要は自ら創り出すもの

日本のモータリゼーションと共に歩んできた広岡氏はバブル崩壊の影響をよそに6店舗のオートウェーブをオープンさせてきた。その背景には「需要を創造する商売」と呼ばれる手法に拠る所が大きい。商品の売り筋を売れ筋に変えてくることとその極意だと言う。

「商品を仕入れて、展示したら終わりではなくて、そこから販売の力の見せ所なんだ」と現場のスタッフには言っています。こちらの売りたいものがあって、ある理由があつてその商品を提案したら売れた。売り筋が売れ筋になるわけだ。そのような需要はこちら側からどんどん創っていかなければいけないと思っています。これは何でもないようなことなんです。現場のスタッフが理解しているかどうかで大きく変わってきます。

お客様が選択される商品というのはデータである程度把握できますから、お客様に買っていたくのを待っているとい

うのは圧倒的に多いのですが、その中でも少しでもいいからお勧めしたものが売れるかどうか販売力であり、そのような考えで挑戦していくとある程度は達成できるもんなんですよ」

マーケティングやプロモーションを行う力があるなら、そのエネルギーを接客に使える新たな需要が見いだせる、という広岡氏は徹底した現場主義者である。

「商いに完成という言葉はないと思います。裏を返せばひとつの形を造り上げてしまうことは、形にとらわれてしまい、時代の急速な流れに付いていけなくなってしまうからです。ですからひとつの取り組みに対しても、いつまでも未完成というスタンスで臨んでいます。フレキシブルなバランス感覚を養うことが新たな需要を発見させてくれるからです」

本当に良質だと思えることは時間や損得の概念を外した上でも同じだということ。オートウェーブの躍進を支えたのは顧客満足の獲得⇔需要創造型経営というサービスの追求によるものであり、常に未完成という広岡氏のアグレッシブな姿勢が顧客の視点を捉えたものだった。

### 取材を終えて

実際、顧客満足といっても利益を上げるためのものであり、ビジネスをさらに成長させるカードとして使われることが多々見受けられますが、オートウェーブさんが目指している顧客満足とは利益の追求よりもお客様が笑顔で帰られる、という商売の非常に基本的なものだと感じられました。

「売上げや規模が拡大しようとも小売業である限りサービスの理念、顧客への対応は変わりません」という広岡会長のコメントが象徴的であり最も印象的でした。

## PROFILE

### (株)オートウェーブ

- 設立：1990年9月10日
- 資本金：1億4500万円
- 売上高：167億2000万円  
(98年3月期実績)
- 従業員：530名
- 店舗：宮野木店、富里店、茂原店、柏沼南店、君津店、晴海店



### 広岡 等 (ひろおか ひとし)

1939年6月三重県生まれ、59歳。三重県立上野商業高校卒業後、創立間もない大豊産業(現・オートボックスセブン)に入社。以来30年に渡り、実質創業メンバーの一人として同社の躍進に大きく貢献。88年に常務職を辞任し、エンジンオイルの販売会社「シー・エフ・シー」を設立、念願の独立を果たす。90年に「オートウェーブ」を設立し、現在に至る。



## 第10回コンテストも力作ぞろい

### 「第10回ヤマハ全国児童 浜の風景画コンテスト」入賞作品決定

平成元年からスタートした「ヤマハ全国児童 浜の風景画コンテスト」は、今年で第10回を迎えました。応募作品数も第1回の1、558点から9、125点へ大きく増え、10年間で延べ47、313点もの作品が寄せられました。昨年からはヤマハ発動機のインターネットホームページで作品募集



第10回コンテストの金賞作品より



を知った海外からの応募もあり、今回もメキシコから2作品が寄せられました。どの作品も、子ども達の視線から見た海や浜の風景が力強く表現されており、我々大人も海の大切さや海との関わり方を改めて考えさせられます。

審査は、工藤和男画伯(創元



## 底辺拡大の効果が確実に ヤマハSRVレンタルボートクラブ

発足以来、順調に会員数を伸ばし、マリナー人口の底辺拡大に貢献している「SRVレンタルボートクラブ」。その加盟マリナーによる会議が11月12日、東京国際フォーラムにて開催され、現状の報告、新年度へ向けた政策説明などが行われました。

98年11月現在、会員数は442名、免許取得後1〜2年、30歳代の会員を中心に確実に伸長しています。レンタル艇は119艇。いずれの地域に置いても高い稼働率となっています。

会理事長、日展会員)を審査委員長とする7名の審査委員によって行われ、各部門で金賞2作品、銀賞4作品、銅賞6作品、佳作10作品の他、特別賞がそれぞれ決定しました。

これらの入賞作品は、99年の東京・大阪国際ボートショー



や全国のヤマハ展示会などに展示する他、インターネットのヤマハ発動機のホームページ(<http://www.yamahamotor.co.jp>)においても紹介し、本コンテストの意義を広くアピールしていく予定です。



また、利用目的は底釣りやキャストイングなどボートフィッシングが最も多く、クルージング、ウエイクボードといった回答も目立っており、多くの会員がボートの楽しさに触れていることが伺えます。また、オーナー化という当初の目的も効果として現れ始めています。

今後同クラブでは、より多くの方々にマリナーを体験していただくべく、エリアの拡大等を視野に入れながら、より窓口を広げていくこととしていきます。

## シカゴで大規模なマリナートレードショー IMTEC 98で好評のヤマハ船外機

今年で40回を迎えるディーラーを対象としたマリナー製品(ボート、エンジン、アクセサリなど)のトレードショー「IMTEC (International Marine Trades Exhibit & Conference)」が10月1日から3日間に渡り、アメリカのカゴで開催されました(主催: N M M A = National Marine Manufacturers Association)。ボート、エンジン、インフレーター、航海計器、マリナプレイングズ、サービシヨップ用品、フィッシング用品など約1000社(主催者発表)もの製造業者が出展し、世界各国のディーラー、ディストリビューターが、ビジネスチャンスを探るべく集まりました。

IMTECの特徴のひとつは各社が翌年度に向けた新製品や新技術の発表の場として活用していること。そして中・長期的なマリナー産業の動向を探るバロメーターともされています。

また、来場するディーラーに向けたイベントも多種多様。特に様々なセミナーが目白押しで、アメリカ中のマリナーディーラーが集まる所以はこうしたところにもあるようです。

今シーズン、過去最高の好調な実績を上げているU・S・ヤマハももちろん出展し、多くの来場者の注目を集めました。

モデルを新たに発表し、すでに発売されている4馬力、40馬力、100馬力とともに1999年モデルとしてアメリカのジャーナリストからも好評で、ヤマハ4ストローク船外機の高性能ぶりは十分に認知されているようでした。

2ストロークモデルについてはF1搭載モデルを充実させたほか、2000年に向けたニューモデルのプロトタイプを出展し、革新的な新技術が話題を呼びました。

なお、シカゴでのIMTECの開催は今回で最後となり、来年からはオランダで、8月17日から20日までの期間に開催される予定です。







東京湾でのシーバスフィッシングファン組織である「東京シーバスクラブ」主催の「第3回シーバスターナメント」が11月8日(日)に、東京・横浜・千葉・木更津の4会場で開催されました。

大会は参加者が手近なマリナーに参加できるようにとの配慮から、毎回「東京シーバスクラブ」加盟の4会場に分割して実施されています。同一ルールの元で競技し、電話・ファックスで結果を集計して総合成績を計算する方法をとっています。今大会には、4会場で合計38隻のマイボート、127名のアングラーが参加し、秋空のもと、最大魚を求めて熱戦を繰り広げました。

日の出のスタートフィッシングから思い思いの時間に、狙い定めたポイントを目指して4会場から参加艇が出港しました。

木更津プランチのフィッシングポイントは木更津港沖、ここでは石井幸治さんが70センチを上げています。これは総合でも3位に入賞した大物です。千葉プランチでは千葉港沖や市原沖で50センチオーバーが上がっています。ここでの最大は水野隆平さんが射止めた68・5センチでした。横浜プランチでは本牧での64・5センチが最大でした。東京プランチでは70センチサイズが5尾そろい、きわどい争いになりました。結果、東京湾の中央防波堤で大庭正広さんがあげた78・5センチが4会場総会で最大魚となり、見事優勝しました。大庭さんはボートフィッシングキャリア2年、優勝商品のバスにまたがって大喜びでした。東京湾でのシーバスターナメントはますます熱くなりそうです。

## 最大78・5センチのシーバスで見事優勝 東京シーバスクラブ主催 「第3回シーバスターナメント」開催

東京湾でのシーバスフィッシングファン組織である「東京シーバスクラブ」主催の「第3回シーバスターナメント」が11月8日(日)に、東京・横浜・千葉・木更津の4会場で開催されました。

大会は参加者が手近なマリナーに参加できるようにとの配慮から、毎回「東京シーバスクラブ」加盟の4会場に分割して実施されています。同一ルールの元で競技し、電話・ファックスで結果を集計して総合成績を計算する方法をとっています。今大会には、4会場で合計38隻のマイボート、127名のアングラーが参加し、秋空のもと、最大魚を求めて熱戦を繰り広げました。

日の出のスタートフィッシングから思い思いの時間に、狙い定めたポイントを目指して4会場から参加艇が出港しました。

木更津プランチのフィッシングポイントは木更津港沖、ここでは石井幸治さんが70センチを上げています。これは総合でも3位に入賞した大物です。千葉プランチでは千葉港沖や市原沖で50センチオーバーが上がっています。ここでの最大は水野隆平さんが射止めた68・5センチでした。横浜プランチでは本牧での64・5センチが最大でした。東京プランチでは70センチサイズが5尾そろい、きわどい争いになりました。結果、東京湾の中央防波堤で大庭正広さんがあげた78・5センチが4会場総会で最大魚となり、見事優勝しました。大庭さんはボートフィッシングキャリア2年、優勝商品のバスにまたがって大喜びでした。東京湾でのシーバスターナメントはますます熱くなりそうです。



78.5センチの大物を上げ優勝した大庭さん

## 東京湾・相模湾沖で20艇が 秋釣りを楽しむ 「ヤマハルアーフィッシング大会」

10月25日(日)、神奈川県三浦市の三崎港をベースに「ヤマハルアーフィッシング大会」が開催され、関東地区のフィッシングボート20艇が参加しました。

本大会はヤマハのボートオーナーを対象に行われたイベントで、「ボート」によるルアーフィッシング(トローリング)及びキャストイングのみで、えさ、こませ、サビキの使用は禁止」という大会ルールのもと、大会本部が定めた採点方法(対象魚とその大きさによりポイントを計算)により順位を競いました。

この日は天候にも恵まれ、参加者たちは日の出からスタートフィッシングの12時まで、

## ウインドコンディションに恵まれた3日間、 佐賀県唐津を舞台に112名のセイラーが熱戦 第24回全日本シーホッパー級ヨット選手権大会 第8回全日本シーホッパー級SRヨット選手権大会

11月1日から3日の3日間にわたり、佐賀県唐津市の佐賀県ヨットハーバーにおいて「第24回全日本シーホッパー級ヨット選手権大会」および「第8回全日本シーホッパー級SRヨット選手権大会」が開催され、北は北海道から南は鹿児島まで、シーホッパー級に44名、シーホッパー級SRに68名の計112名が参加しました。

大会期間中は晴天に恵まれ、風も最終日に風待ちでスタート延期となったものの、2/5/6m/sとコンスタントに吹き、絶好のセイリングコンディションとなりました。

44艇が参加したシーホッパー級は、今年のかながわ国体から「シングルハンダークラ

ス」として国体種目に採用されたため、国体に照準を合わせて力を入れる選手が増え、レベルの高いレースが繰り広げられました。結果は高松フリートの九富潤一郎選手が大会2連覇を成し遂げています。

一方、68艇とシーホッパー級

を大きく上回る参加隻数となったSRクラスも、伸び盛りの高校生たちがライバル意識を燃やしながらいよいよ白熱したレース展開となりました。上位2艇による熾烈な優勝争いの末、唐津フリートの近藤選手が初優勝を遂げました。

東京湾、相模湾・城ヶ島沖で対象魚のサバ、スマカツオ、ソーダカツオ、ハガツオ、イナダ、サワラ、ヒラメ、マゴチ、ヒラマサ、カンパチ、スズキなどを狙い、大いに楽しみました。

服部名人はTV番組「11PM」をはじめ、釣りをテーマに多数のメディアで活躍し、ヤマハのアドバイザーとしても長くご協力をいただいております。

祝う会は、氏に関わる日本全国の方々の心温まるエピソードの披露や、釣り仲間のハワイアンバンドによる生演奏、釣り具メーカーなどの協賛に

よるプレゼント抽選会などで、賑やかなうちに楽しいひとときを過ごしました。

## 100種もの海の魚の釣りを紹介した大作 服部名人の「海釣り大事典」

「釣り」とひとことでいっても、その実はいろいろ、百人百色です。日本に限っていても、海に囲まれた島国ゆえ、たくさんの魚の種類と釣り方があります。

この「釣り大事典」は日本沿岸でのレジャーでの釣りの対象魚のうちから、100種類の海の魚についての釣り方をまとめた本。

磯、堤防、乗合い、オーナーボートと釣りの場所も変われば、季節やもちろん釣り道具も違ってきます。それらを分かり易く丁寧にまとめ上げた一冊で、まさしく服部名人ならではのライフワークといえるでしょう。ベテランから初心者まで釣りファンなら誰もが楽しく読めて、ためになる好著。お店にも一冊いかがですか。

- 服部善郎・著
- 廣済堂出版社・刊
- 価格：¥6,800(税別)

## 服部名人のライフワーク 「海釣り大事典」出版を祝う会開催

10月22日(木)に都内のホテルにおいて、服部善郎氏の「海釣り大事典」の出版を祝う会が盛大に行われ、釣りに関わるさまざまなジャンルから約200名が出席しました。

服部名人はTV番組「11PM」をはじめ、釣りをテーマに多数のメディアで活躍し、ヤマハのアドバイザーとしても長くご協力をいただいております。

祝う会は、氏に関わる日本全国の方々の心温まるエピソードの披露や、釣り仲間のハワイアンバンドによる生演奏、釣り具メーカーなどの協賛に

よるプレゼント抽選会などで、賑やかなうちに楽しいひとときを過ごしました。

を大きく上回る参加隻数となったSRクラスも、伸び盛りの高校生たちがライバル意識を燃やしながらいよいよ白熱したレース展開となりました。上位2艇による熾烈な優勝争いの末、唐津フリートの近藤選手が初優勝を遂げました。

## 各種キャンペーンを活用ください シーズン・インに向けてバックアップ!

ボートショーを間近に控え、本格マリンシーズンに向けた受注活動も一層活発になってきているのではないのでしょうか。すでにご案内の通り、この時期、ヤマハでは皆様のご商売

### BOAT無料査定キャンペーン

代替え促進の活性化を目的に展開するキャンペーンです。代替え候補オーナーを対象に無料で査定を行い、12月中に購入のご契約をいただいたお客様には、年内有効の下取り価格を3月までに適用するというキャンペーンです。自社工場をご利用され、積極的な展開をお願いいたします。

BOAT無料査定  
キャンペーン  
'98.10/1 - 12/31

無料査定  
査定定額

YAMAHA

12月までにご契約すると...  
下取り価格がお得です!

- 期間...1998年10月12月末日
- プレゼントにご利用ください

### 販売店様へのキャンペーン 「Bクラスターキャンペーン」

ニューモデルFC-26の成約件数等、一定条件を満たした販売店の皆様に豪華商品を提供するキャンペーンです。奮ってご参加ください。

冬季の予約セールの一環として展開。期間中にご成約いただいたお客様に、GPS魚探や電動トイレなど、推奨オプションをプレゼントするという内容です。

### 99ヤマハマリンキャプテンサポートセール

- 期間...1998年11月15日 - 1999年1月末日
- 対象艇&プレゼント...Aグループ(PC-28、SF-31)/YFV-10 GPD(2ステーション、Bグループ(UF-33/B、UF-30 I/B、UF-28)/YF-70 G、Cグループ(SRV-23、SRV-20、SRV-17)/電動トイレまたはパワーマイト、またはYFV-640C
- ツール・告知ポスター、告知DM、他

99ヤマハマリン  
キャプテンサポートセール  
'98.11/15 - '99.1/31

YAMAHA

### BOOKS

#### GPSや魚探の機能をフルに 使いこなすためのハンドブック

ボート釣りを楽しくする

「魚探・GPS 100%使いこなしブック」

●須磨はじめ・著 ●舵社・刊 ●価格：¥1400 (税別)

今やボートの標準装備品とも言える魚探&GPS。しかし、その機能をフルに活用しているかどうかというと、どうも怪しいのでは。せっかく高いお金を出して買っていたのだから、お客様にはこの素晴らしい機器をフルに使いこなしていただきたいものです。

そんなオーナーさんにぜひお勧めしたいのが「魚探・GPS 100%使いこなしブック」。その原理から使い方までがわかりやすく解説されている好著です。



### 各地の事業協会もボートショー 99年は新たに北海道でも開催

国際ボートショー以外にも各地の事業協会の主催によるボートショーが行われ、いずれのショーにもヤマハは出展いたします。ご期待ください。

- 第1回北海道ボートショー
  - 期間：3月20日(土)～21日(日)
  - 会場：アクセス札幌
- 99名古屋ボートショー
  - 期間：3月20日(土)～22日(月)
  - 会場：ポートメッセ名古屋
- 第14回広島ボートショー
  - 期間：3月20日(土)～21日(日)
  - 会場：広島市中小企業会館
- 第2回四国ボートショー
  - 期間：4月3日(土)～4日(日)
  - 会場：サンメッセ香川



東京・大阪国際ボートショー  
まもなく開催  
ヤマハのテーマは「海のある生活」  
海の感動ナビゲーターヤマハ

恒例の国際ボートショーが、99年も東京、大阪の両会場にて開催されます。ヤマハでは前回に引き続き、「海のある生活」の感動ナビゲーターヤマハをテーマにブースを展開し、ヤマハマリンを通じた海の楽しさ、ボートイングの魅力を訴求。今回は例年以上に皆様の営業活動にお役立ていただける出展を意図し、展示商品や演出を厳選していく予定で、新商品、ソフト、船外機といった3アイテムを中心に展開します。

ぜひ、皆様も商談成約の場として、また需要創造の場としてボートショーを活用くださいますようお願いいたします。

東京国際ボートショー  
●期間...2月10日(水)～14日(日)  
●会場...東京ビッグサイト

大阪国際ボートショー  
●期間...3月4日(木)～7日(日)  
●会場...インテックス大阪



## 4ストロークラインナップがさらに充実

# F80A 新発売

ヤマハでは、4ストロークの利点であるクリーンな排気、静粛性、低燃費に加え、スピード性能、加速性能を備えた4ストローク船外機「F80A」を発売しました。

「F80A」は、すでに発売した「F100A」をベースに開発。スピードや加速では当社の同馬力2ストローク船外機を上回る性能を備えています。

これでヤマハの4ストローク船外機は従来の4、9.9、15、25、40、50、100にこの「F80A」を加え、8機種となり、より多くのお客様にお勧めできるようになりました。

環境保護意識の高まりのなか、船外機の用途を考慮し、使用する人がベストな商品選択をできるように、ヤマハは2ストロークと4ストロークの双方で商品開発を進め、「2&4の船外機ラインナップ」を継続・充実させていきます。ご期待ください。



### 「F80A」のセールスポイント

■ハイパワー&ハイトルク、クリーン&低燃費

「F100A」に採用した16バルブDOHCエンジンをベースに開発。点火時期のマイクロコンピュータ制御によりクラス最高の出力とトルク、さらに排ガスの浄化、燃費の向上を実現しました。

■優れた静粛性

低重心でメカニカルバランスの優れたエンジン設計と、大型ラバーマウントの採用などにより、同クラスの4ストローク船外機を上回る静粛性と低振動を実現しています。

#### <仕様諸元>

- エンジンタイプ：4ストローク16バルブOHCダイレクトアクション方式直列4気筒
- 排気量：1596cm<sup>3</sup>
- ボア×ストローク：79mm×81.4mm
- プロペラ軸出力：80hp (58.8kw) / 5500rpm
- アイドリングスピード：850rpm
- 舵角：左右各35度
- 全高：1582mm (L)、1709mm (X)
- 全幅：479mm
- 全長：817mm
- 乾燥質量：166kg (L)、169kg (X)

## 人気の入門艇がラインナップに復活『YAMAHA 21 seaview』

かつてマルチユースの入門艇として人気を博したFR-21。このほどカラーリングなどの一部仕様と、ネーミングを変更し、さらに装備品のオプション設定等の変更により価格設定を見直し、ノンパッケージ艇として新発売（限定生産）いたしました。その名も『YAMAHA 21

seaview』。特にウェイクボードへの対応を意識し、ハイボール取付部のデッキを補強するなどの変更を施しています。ウェイクボードなどによってマリンに興味を持ち始めた若者層やヤングファミリー層に、ぜひお勧めしたいモデルです。



<主要諸元> ●全長：6.37m ●全幅：2.19m ●全深：1.06m ●総トン数：約5t未満  
●最高出力：84.6kw (115ps) ●定員：7人 ●航行区域：限定沿海  
■希望小売価格：¥1,770,000 (艇体価格)、¥2,739,000 (115CETOXセット価格例)

## 釣りレジャー／遊漁船が一層充実!

### YD-26C LTD

ダッシュボードを前方に設定しキャビンドアの取付を可能にした釣りレジャー・ドライブ船のニューモデルです。またトイレの取付スペースを確保しています。エンジンバリエーションを豊富に設定、競争力も十分な戦略モデルです。

#### <主要諸元>

●全長：7.98m ●全幅：2.30m ●全深：1.03m ●総トン数：約2t ●搭載エンジン：D201KH、D203KUH微速付き、D280KUH (NEW) ●最高出力：60.3kw (82ps)、82.4kw (112ps)、91.9kw (125ps) ●定員：8人 ●航行区域：限定沿海



### DY-29C LTD

釣りレジャー・漁船として人気の<DY-29C-1BS>をベースにキャビンドアをスタンダード化、カラーリングを変更するなど、よりレジャー感覚に設定したディーゼル・インボード仕様の限定モデルを、新発売いたします。

#### <主要諸元>

●全長：8.85m ●全幅：2.40m ●全深：1.12m ●総トン数：2.3t ●搭載エンジン：MD360K ●最高出力：110.3kw (150ps) ●定員：7人 ●航行区域：限定沿海  
■希望小売価格：¥6,750,000



※写真のカラーリングは実物と一部異なります

### FG-40

1人での操船を意識した最大スケールモデルです。フローティングブリッジを採用しキャビン内の静粛性を高めるなど居住性にこだわっています。また高出力エンジンの搭載でスピード性能も十分に確保、マニアに快適な釣行を約束します。バリエーションとしてセミキールタイプもご用意しています。

#### <主要諸元>

●全長：12.50m ●全幅：3.15m ●全深：1.65m ●総トン数：約5.9t ●搭載エンジン：MD690KUH (308.8kw <420ps>) MD628KUH (220.7kw <300ps>) ●最高出力：308.8kw (420ps)、220.7kw (300ps) ●定員：14人 ●航行区域：限定沿海





## 免許教室からレンタルクラブ、 そしてオーナーへ、理想的な販売の 流れを作り出し、飛躍を目指す 東京都江戸川区 ニューポート江戸川

東京湾で遊ぶには絶好の基地といえる



マリナーに保管中のオーナーボートは50艇ほど



造船会社の新規事業として  
マリナークラブを軌道に載せ  
た浅見代表



浅見さんお勧めのマリン  
プレイの一つがシー  
バスフィッシング



クラブハウス内にはショップの他、フィッシングに  
関する様々な情報が溢れている



「レンタルクラブは昨年の9月にスタートして以来、問い合わせが多く、また利用率も高く、それだけで十分に売り上げに貢献しています。さらにレンタルクラブからうちのマリナークラブのメンバーになっていただくというステップアップも見られました。こうしたことから、オーナー化も拡大するものと予測が立ったので、販売にも力を入れていこうということになりました（浅見守男代表）」

もともとニューポート江戸川は免許教室をはじめ、人が多く集まるマリナーである。11月の連休に3日間に渡って試乗会を開催したが、DMの発送は免許取得者とSRVレンタルクラブの利用者のリストをベースに

### ニューポート江戸川

ディズニーランドに程近い浦安市と江戸川区に挟まれた運河の中州（妙見島）に位置するマリナー。江戸川造船所の新規事業として始めたマリナーをベースにマリナークラブやボートの販売といった総合的なマリナージジネスを展開している。浅見代表はシーバスアングラーとしても名を馳せ、雑誌やテレビなどにもしばしば登場している。

「後はマリナークラブ、レンタル、免許、販売など、それぞれの分野の強みを生かし、総合力を発揮していきたい」という浅見代表。「景気は確かに悪いけど、このような趣味の世界は廃れない。好きな人は必ずいますから」と期待している。

千葉県と東京都の県境となる江戸川に面して、ニューポート江戸川がある。もともと造船業の新規事業としてスタートしたマリナーだが、今では基盤となっているマリナークラブの他、ボートライセンスクール、SRVレンタルボートクラブ、そしてボートの販売にいたるまでマリナージジネスを総合的に展開する都内有数のマリナプレイ基地となっている。

販売を始めたのは今から2年ほど前。マリナークラブメンバーからという図式に手応えをつかみ取った同社では、昨年からはSRVレンタルボートクラブに加え、今年からは営業専任のスタッフを置き、本格的なセールス活動をスタートさせた。

「新艇では今、FC-26を試乗艇として管理しており、常時乗っていたく体制を取っています。川に面して看板も取り付けたところです」

ニューポートの浅見さんといえば東京湾でボートによるシーバスフィッシングを広めた仕掛人としても有名だが、それだけでなくカジキ釣りから深海ジギング、キャストイングなどありとあらゆる釣りの情報とノウハウを持っている。また、それ以外にも多くの遊びに熟知したスタッフが揃っているのが同社の強みだ。「お客様を飽きさせない」というマリナークラブで培った信条は、今後、販売を拡大させていく上で好影響を与えるに違いない。

約2000通に上ったという。DMの発送も「全てパソコンで管理しておいたので、すぐに対応できた」そうである。



ヤマハの看板  
ここにあり!



# 漁を理解することが拡販の秘訣 ノリ市場を船外機でバックアップする

熊本県宇土市  
坂本マリーン



船外機の修理以外では、船体の艤装が主な作業になる。速さと確実性が坂本マリーンさんの特徴



作業場の面積は120坪。写真中央にあるのは33尺の和船。お客様に見てもらいながら修理をするのもコミュニケーションを図る上では重要だ



お客様がくつろげる雰囲気を重視した店舗内。オフシーズンにはこのスペースがさらに広がる



従業員は坂本社長以下4名。写真右端が坂本巧社長

「漁家自体の軒数は少なくなっていますが出荷量は昔に比べて全然落ちていません。逆に増えているぐらいですから若い連中は働きまくっていますよ。若い活気があるだけに将来は楽しみです」

いまでこそ宇土で辣腕を振るう坂本社長だが、その昔はヨットスクールのインストラクターをはじめ、釜山・済州島レースにも出場していたほどのヨットマン。坂本マリーンさんがプレジャーボートを販売す

「昔に比べて今は漁師さんにも作業効率求められる時代です。ノリはその傾向が顕著なので、ここ数年、船の大型化や船外機の馬力アップは目覚ましいものがあります。現在の主流は和船が38尺、船外機はカウターやブラケットを艤装して200馬力前後を2基掛けにしています。このあたりの和船と船外機を使ったノリ漁は全国でも最先端をいっているんじゃないかな」

今年には船外機に加え和船も10隻ほど販売し、出だしは好調だという。宇土の業務市場では船外機が4から5年、和船が10年から15年で代替えが行われている。若手の漁師さんが多いので、スピードや効率化を求め、ますます高馬力化の傾向にあるという。

**九** 州の島原湾を二分する宇土半島の宇土市に店舗を構える坂本マリーンさん。市場となる島原湾はノリや採貝漁業の地として有名だが、その漁師さんを陰から支えているのが坂本巧社長である。

船外機の年間販売台数は約80台。最盛期には1年間で270台を超えたこともあるという同社の現在の主力商品は200馬力以上のV6シリーズである。

## 坂本マリーン

熊本より南に20km。ノリの産地として有名な島原湾に面する宇土市に店舗を構える。店舗面積は300坪。主業務は船外機の販売になるが、ノリのオフシーズンにはプレジャーボートも手がける。

立地条件よりもお客様に与える安心感をとつたら、いまの店舗になったという。サービスの良さが与える安心感こそが、次の代替えの大きな商材になると坂本社長はいう。

「これは商売の秘訣ですけど、なるべく機種を絞って販売することを心掛けています。確かに機種によってお客様の好みが出てくるのは当然ですが、売り手の方が漁をよく調べそれに合う船や船外機を提供するように心掛けています」

店舗が海に面していない分、お客様とのコミュニケーションは密接に保つようになっているという。その実、事務所にはお客様にくつろげる雰囲気漂っており、これが商談の成約にも一役買っている。オフシーズンには沢山の漁師さんがやってきて、情報交換の場として使われているそうだ。

「そのその延長線上にある。プレジャーは私の趣味ですね。ボートもヨットも好きなので、昔はお客様と一緒に海に出ることが多かったです。ボートや船外機を売るよりも海に出る時間を長く取りたいのが本音なんです。なかなか上手いきませんね(笑)」

ノリのシーズンともなれば3名のサービスマンと坂本社長は浜に出っぱなしだ。



## 良質な船が生徒の未来を切り開く 実習船「わかたか」



ヤマハ

にも

鳥取県の西端、境港は古くから天然の良港として、毎年1、2の水揚げを争う主要漁港のひとつとして知られている。この境港市にある境水産高等学校で活躍しているのが小型実習船「わかたか」である。建造の経緯を境水産高校の駒井先生と善波先生に伺った。

「平成6年に水産高校も小型1級船舶の養成施設としての許認可がおりました。その養成施設のA型船としてのコンセプトを満たすことが「わかたか」建造の条件でした。ですから全長や全幅、1軸右回りのプロペラなど、だいたいのアウトラインは決まっていたんです」

「わかたか」を使った実習は瀬釣りやトローリングなどの沿岸漁業実習をはじめ、航海運用や海洋観測、潜水実習などその内容も多岐に渡る。だからこそ快適な居住空間とそれを演出する質感にはこだわったという。

「確かに既存の形でやれば船体性能もよく価格も抑えられたのですが、生徒たちが乗っていて、ほっとするような安心感のある船を造りたかったのです。おなじ船酔いをするのでも魚の匂いが染み着いた船とクルーザーでは生徒たちの船に対する印象も随分変わります。船はきついと思われる前に、船は素晴らしいという印象を与えたかったです」

フロアーにはチーク材が多用され、キャビンの家具も輸入品が用いられた。技術と品質を考えたとき、お二人の先生が真っ先に思い当たったビルダーの名が「ヤマハ」だったという。

「ゆくゆくは地域住民のための生涯学習の実習船としても活躍が期待されています。そのためにも乗ったひとがもう一度、船で海に出たいと思ってくれるような船造りをしました」

明日の水産文化を築く若人のため、そしてすべての人々の海の入口となるため、実習船「わかたか」はその願いを叶える船としての期待がかかっている。