

YAMAHA MARINE NETWORK NEWS



ヤマハマリンネットワークニュース No.133

2000
9/10



この海この店 ● ヤマハ・マリン・ネットワーク・ショップ訪問
鹿児島県・薩摩半島

NOTICE BOARD ● ヤマハインフォメーション&トピックス

スペシャルレポート ● 勝浦ビルフィッシュトーナメント

Close Up ● オリジナリティあるアレンジで新展開
ショップが成功させた
お父さんのマリン塾

オリジナリティあるアレンジで新展開 ショップが成功させた 「お父さんのマリン塾」

(株)ダイイチ ●三重県河芸町



反響の大きさに 「驚き」の一言

去る7月8日、9日の両日、三重県のマリーナ河芸で販売店主催として初めてとなる「お父さんのマリン塾」(株)ダイイチさんの主催により開催されました。

新規層の需要拡大を図る新たな企画として、今春より全国各地のマリーナで開催されている「お父さんのマリン塾」。世のお父さん世代を対象として、SRV20への試乗を核に、ボート・海に関する簡単な座学、ボート免許教室やレンタルボートクラブの紹介を交えながら、これまで接点の見出せなかったマリンライフをご家族・ご夫婦などで体験していただくという有料のイベント企画です。

前号でもお伝えしたように、通常の有料イベントでは問い合わせから申し込みまでの申し込み率が3割程度であるのに対して、「この「マリン塾」では65%以上と反応もよく、出席率に関しても全国平均で92%と、参加されるお客様方の意識の高さとともに、マリンレジャーに関する興味の深さをうかがい知ることができま

す。北海道から九州まで、のべ15会場30日、約1000名もの受講者を集めており、その6割以上がボート免許を所有しない新規層で、ボート免許教室・レンタルボートクラブへの申し込み率が7割近くと、従来の入門講座などに比べ、受講者からの高いレスポンスが期待できるのも、この企画ならではの特徴となっています。

このように予想以上の反響を得ている「お父さんのマリン塾」は関係者をはじめ、販売店の皆様方の注目を集めています。

「マリンレジャーの普及は我々にとつてのテーマなんです。新規の方々を取り込むきっかけといえば、これまでは免許教室しかなかったじゃないですか……。そんな状況下で、これだけの反響がある商品(企画)があるのなら、扱わない手はないと考えました。この企画を知った当初は、正直なところ、あまり期待はしていませんでしたが、実際の反響をみると「驚き」の一言でしたね」とは、販売店様の主催で初めて「お父さんのマリン塾」を開催することになった、三重県一円を商圏にマリン業務を展開している株式会社ダイイチの大野博久専務。

4月13日、14日の両日、マリーナ河芸で行われた事務局主催の「マリン塾」には、県内各地をはじめ中部地区より51組・104名の受講者が詰めかけるという盛況ぶり。この結果を受けて、自社の開催を検討し、即、準備に取りかかれたそうです。

「自社での開催の準備の一環で、男女2名の自社スタッフを他の地域の「マリン塾」へ研修に派遣して、初日はお客様と一緒に、翌日は運営スタッフの一員として、現場の状態を把握してきてもらいました。また、告知も、その時期などをママの担当スタッフと打ち合わせながら、中日新聞紙上とDM、自社独自のファックス通信で行いました」

今回の参加者は2日間で19組・44名とまずまずの規模。6割程度が免許を持たないまったくの新規層だった



この企画の目玉は何といっても体験試乗。各艇には艇長が同乗するので、安心してショートクルーズが楽しめる



「お父さんの……」というネーミング通りの微笑ましい風景があちこちで見られるのも、「マリン塾」ならではの



ボートライフガイドでは、免許やレンタルの説明に終せず、今後のマリライフに有用な情報までを紹介する



ダイイチのオリジナリティとして盛り込まれたのが、ボートライフガイドでのウエイクボードのハウツー。このほか、マリーナ周辺のスポット紹介など地域に密着したアレンジが随所に見られた

各種ツールをはじめ、当日の台本、過去の開催をもとに作られたマニュアルなどがパッケージ化されている「マリ塾」。今回の開催にもそれが用いられた



座学の中で受講者たちの人気を集めていたのがロープワーク。親子で熱心に取り組んでいる姿が印象的



体験試乗を終えた受講者さんたちを撮影し、受講記念に贈呈するポートレート。このアイデアはダイイチのオリジナル

マニュアル等のツールのパッケージ化で、ショップによる独自開催をフLOOR

この「お父さんのマリ塾」では、ダイイチさんのように販売店様が独自に行えるように、イベント開催のパッケージ化が進められています。その内容は、イベント当日のノウハウをまとめたマニュアルをはじめ、新聞広告やDMなど告知の種類によって逆算された開催までのタイムスケジュールに関するマニュアル、天候別の進行パターンや当日のタイムスケジュールに関するマニュアル、各種アンケートや海の知識に関する資料や免許取得の常識問題などの教材に加え、免許教室やレンタルボートクラブのシステム説明の資料などのツールで、過去の開催で得られたノウハウが凝縮されています。

今回のダイイチさん主催の「マリ塾」でもこのパッケージが用いられ、その準備から開催当日までを確実にサポートしています。

そして当日、「お父さんのマリ塾」には19組・44名が集まり、台風3号の通過のハプニングをよそに、事前連絡のあった受講予定者を除けば、100%という出席率での開催となりました。

このイベントの運営に携わったスタッフは9名。初日は全国を巡回したマリ塾レディー1名が進行をサポートしての進行でしたが、13組・34名が参加した2日目は、ダイイチさんのスタッフを中心に、受付をはじめ

めSRV20への試乗や座学などのカリキュラムもスムーズに進められ、参加した方々も海で過ごす休日に満足された様子でした。

昼食をはさんで行われたボートライフガイドでは、マリーナ河芸周辺のスポット情報や、ウエイクボードのハウツーなど独自の展開を取り入れ、オリジナリティあるアレンジもなされるなど新たな試みも見受けられました。

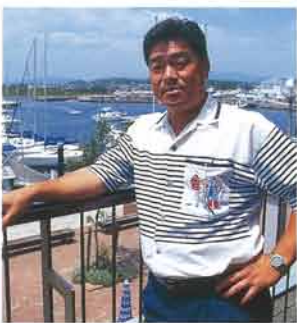
「これだけの反応があると、やはり継続しなければなりませんし、やはり方によっては潜在的な顧客の獲得に期待ができるはず。7月末には四日市の商工会のメンバーを集めての「マリ塾」の開催が決まっていますし、マリーナに隣接する三重県のスボーツセンターを通して自治体を対象とした開催も検討しています」と大野木専務もさらなる期待をこの「お父さんのマリ塾」に寄せています。

カリキュラム終了後に行われた免許・レンタル各種の相談会では、スタッフからの説明に熱心に耳を傾けるお客様の姿が見受けられ、免許教室、レンタルボートクラブともに多数の申し込み者が得られました。



試乗を終えた後も、スタッフに熱心に質問する受講者さんたち。学ぶ意識が高いのも「マリ塾」ならではの

数字上の結果もさることながら、この「マリ塾」の目に見えない効果がファン層の底辺拡大です。これまでもマリとの接点を見出せなかった方々に「マリ塾」で実際のマリライフに触れていただき、その体験や感想を、職場や友人の皆様に伝えていただく「口コミ」での波及効果には期待が持てます。このような地道な普及活動の継続が、潜在的なファン層の発掘・獲得につながるのです。



「お父さんのマリ塾」に期待を寄せるダイイチ・大野木専務。自社での開催にいち早く取り組んだ

この海この店

ヤマハマリンネットワークショップ訪問

第3回

鹿児島県薩摩半島

九州の南端に位置する鹿児島県は三方を海に囲まれ、
離島を含めた総海岸線は2,400km(全国第3位) あまりにも及ぶ。
そのなかで最もプレジャーボートینگが盛んな薩摩半島に足を運んだ。
慢性的な保管場所不足の問題から拡販の為の補機の推進など、
各販売店の取り組みもさまざまである。
今回は薩摩半島にあるネットワークショップ5店を紹介する。



●加治木町

テクノマリンさんの商圏である加治木町は錦江湾北岸に位置し、眼前に桜島がそびえる絶好のロケーション。しかし、マリナーが無いために、ボートはすべて漁船登録で漁港に保管しているのが現状だ。



加治木町



●片浦

一見業務ユーザーとして見てしまいが、ほとんどが兼漁で専漁はごくわずかだという。遠洋船の乗組員が帰郷と同時に船を購入するケースが多いとのこと。和船、船外機のヤマハシェアは90%以上だ

片浦

坊津町

枕崎



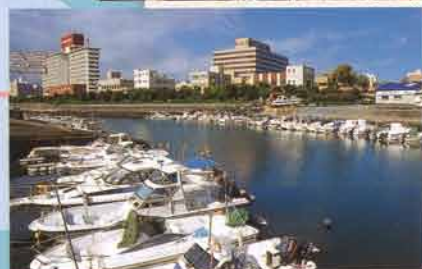
●枕崎市

こうモータースさんが店舗を構える枕崎市を境に錦江湾側がプレジャー、東シナ海側が業務という市場を形成している。



●坊津、坊浦

こうモータースさんの主な商圏である坊津、坊浦は和船と船外機の組み合わせが至る港で見かけられ、必ず補機を付けているのが特徴。



●鹿児島市内

市内の保管場所はすべて満隻で、各販売店とも「保管場所の確保がすぐボートの販売に結びつく」状態だという。このため各販売店や日本舟艇工業会が保管場所の拡大に向け行政側との話し合いが行われている。



●桜島

錦江湾に鎮座する鹿児島の代名詞<桜島>は今も噴煙を上げる活火山。周囲には釣りのポイントが数多く点在する。



錦江湾が最大のマーケット 四季を問わずボーディングが 楽しめる鹿児島県

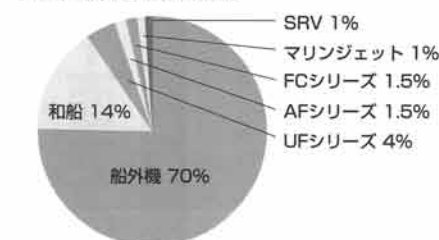
九州の南端に位置する鹿児島県は錦江湾を中心に大隅半島と薩摩半島のエリア、また奄美諸島やトカラ列島に代表される離島エリアが大別される。このうち最も市場規模が大きいのが鹿児島市を中心とする錦江湾である。春にはタイ、秋にはイサキなどの青物が釣れることから、ボートの購入もフィッシングを目的とするユーザーが圧倒的に多く、プレジャーユースではUFシリーズやFWシリーズに人気が集まる。

また、ボートの大きさ別で見ると10m以下のボートが約140隻（JCI支部別定期検査より）と多く、11m以上は数艇となっている。これはボートユーザーの遊び方がそのまま現れているといえる。釣りのポイントは鹿児島市内の係留場所から、わずか10〜15分という好条件に恵まれ、湾内という条件では、それほど大型の船を使用しなくても十分に釣りを楽しむ。逆にトローリングなどのスポーツフィッシングでは、市内から薩摩半島の南端、枕崎までは2時間という航程が敬遠されがちで、外洋で行うトローリング系のスポーツフィッシングは伸び悩んでいるのが現状だ。

さらに鹿児島市内のボート販売の障害となっているのが他地区同様、保管場所不

足の問題である。鹿児島市内には谷川港にある簡易係留施設が唯一の公共保管場所であり、この他に平川マリナーやヨットハーバー等の保管場所もあるが、現有の1400隻に対して収容能力は約800隻とすでに飽和状態となっている。今後の港湾事業計画にも係留施設の確保が取り上げられているが、竣工は早くて3、4年後ということなので現状では保管場所の確保が、すぐ販売に結びつく状況となっている。

■昨年1年間の出荷台数比率



マーケットシェアを見ると錦江湾におけるヤマハボートの保有シェアは60%と他社を大きくリードしている。これは各販売店様の努力が伺える。特に市内の販売店様は「火曜会」を結成して、日頃から情報交換を行い、拡販に努めている。

マリンショップ久保

■創業：昭和53年
■従業員数：4名
■代表：久保精吾

鹿児島市内でもヤマハディーラーの老舗として拡販に努められているマリンショップ久保さんが創業したのは昭和53年のこと。もとはヤマハのサービスマンだった久保社長の堅実なアフターサービスが市場に受け入れられ、徐々に顧客を開拓。現在ではユーザーから絶大な信頼を得ている。

■担当セールスから一言

鹿児島市内を主なテリトリーとしてプレジャーボートを主力商品としながらも、錦江湾対岸の垂水地区の業務需要までカバーしていただいています。店舗は谷山PBSに面してPBS保管ユーザーを中心に確実にスピードリーな対応が評判です。一方で免許などの需要創造活動やルアーフィッシングなどの遊びの提案など積極的に取り組まれています。ただいまです。県内のヤマハ販売店のリーディングショップとして大きな期待のかかる販売店様です。

鴨池マリン観光

■創業：昭和56年
■従業員数：3名
■代表：廣津 亨

屋号からも分かるように貸しボートや観光船の営業が鴨池マリン観光さんの前身にあたる。その鴨池マリン観光さん

がボートの販売を始めたのは昭和56年。以来、市内の中心部に近い店舗のロケーションを活用しながら拡販に取り組まれている。ボートフィッシングコンテストやトカラ列島のクルージング&トローリングなどイベントの開催も積極的なシヨップである。

■担当セールスから一言

鹿児島市内鴨池港にボートを持ちたい、そんなオーナーのステータスを満足させる販売店様です。市内中心部からほど近く、波の穏やかな鴨池港に隣接し、係留保管艇に細やかに目を配ってくれるそんな廣津代表の人格がユーザーの輪を広げています。年2回のフィッシングコンテストやクルージングの開催など独自のオーナーズクラブの催事も活発に行われています。

鹿児島市

旧薩摩藩の城下町として県内のみならず、南九州の中心地として繁栄を続ける鹿児島市。古くは琉球地方や大陸文化の門戸となり、かのフランシスコ・ザビエルが上陸し、キリスト教伝来の地として知られている。現在の人口は約55万人（推計）で、年間の平均気温は18.1度、日照時間は年間約2000時間という温暖な気候が特徴でマリンレジャーに関する注目度も高く、錦江湾ではヨットレースやボードセーリングの大会が数多く行われている。

テクノマリン

■創業：平成2年（法人化）
■従業員数：2名
■代表：神崎卓昭

錦江湾の湾奥に位置し、船外機や和船、フィッシングボートの他、ヨットの販売まで手がける。神崎代表は地元では錦江湾ヨットクラブの事務局長としても有名で、ヨット関連のイベントも積極的に参加し、地元セイラーとの交流を深めている。最近では免許受講生が増加傾向にあり、この新規需要の取り込みが拡販のキープワードとなっている。

■担当セールスから一言

錦江湾の湾奥の加治木町に店舗を構え、プレジャー市場を中心に釣り用品やヨットまで取扱商品が広い販売店様です。特にユーザー中心に組織したヨットクラブではタイのキングスカップレースにまで遠征し優勝するなど、地域ユーザーに密着した活動が商売を広げています。近年他社の攻勢に苦戦を強いられはいますが、根強いファンが多く、今後の活躍が大いに期待されます。

始良郡加治木町

鹿児島市より車で約20分、鹿児島空港からは約15分と交通の便が良く、県内の交通の要衝として、また鹿児島市のベッドタウンとして発展している。錦江湾の北岸に位置し、マリンレジャーではボートフィッシングが盛んで、桜島周辺のポイントで楽しむユーザーが多い。

ごっモーターズ

■創業：昭和47年
■従業員数：3名
■代表者：楢野 孝

薩摩半島の南端、枕崎市を中心に薩南エリアでボートの拡販に取り組まれている、ごっモーターズさんは昭和47年に創業。プレジャーの顧客が9割を占めるが、兼漁的な使い方をするので和船、船外機が商品の主力となる。また、客層もフィッシングユーザーのみという環境からフィッシングコンテストを積極的に開催し、点検キヤンペーンと合わせて代替の促進を図る。

■担当セールスから一言

枕崎市を中心に鹿児島南薩地区をテリトリーとして和船と船外機をメインにご商売を展開している販売店様です。年間を通じて展示会や点検キヤンペーンなどを行って、お客様の信頼を得ています。また常に商圏の拡大を視野に入れて積極的な商売をしています。また、きめ細やかなアフター及びビフォアサービスに注力され、お客様からの信頼を勝ち取っています。

枕崎市

鹿児島市から車で2時間弱。九州の最南端に位置する枕崎市はカツオの港町として知られているように、鮮魚生産日本一（全国4割の生産量）を誇る。また、ホエールウオッチングや観光定置網なども行われている。

マリンショップハヤシ

■創業：昭和26年（マリン業務は昭和50年より）
■従業員数：2名
■代表者：林 耕一

薩摩半島の西端に位置する野間半島を主な商圏とし、業務需要を喚起しているがマリンショップハヤシさんだ。和船、船外機を主力商品としながらも、近年ではプレジャー層も積極的に取り入れられ、SRV20やUF21といった小型艇からDYやYDXといった漁船タイプの中大艇までを手がける。船外機では4ストローク化の推進にも余念がない。

■担当セールスから一言

鹿児島南薩地区をテリトリーに和船、船外機を核としてご商売を展開されています。古くから業務市場に携わり、移動展示会、点検キヤンペーン等の催事関係にも積極的にトライし、ヤマハ和船、船外機の拡販に努力されています。また、きめ細やかなアフター及びビフォアサービスに注力され、お客様からの信頼を勝ち取っています。

川辺郡笠沙町

薩摩半島の西端に位置し、野間半島に属する笠沙町は東シナ海に面している。海岸線一帯が釣りのポイントを形成しており、近距離の豊富な漁場がボートユーザーを育てている。また、ホエールウオッチングや観光定置網なども行われている。

地域の現状を踏まえた上で アフター面での徹底を図る

マリンスイップ久保

●鹿児島県鹿児島市

鹿児島市の南部、錦江湾に面した谷山港は、市内唯一の公共係留施設・谷山港PBSが設置されており、ボートライフを楽しむには最適な場所である。この一角に店舗を構えるマリンスイップ久保さんは、開業以来22年、鹿児島市内を中心に薩摩半島一円を商圏とし、市内でも1・2の実績を上げられている老舗である。

「需要の大半はレジャーが占め、業務は少ない。そのレジャー需要の大部分がボートフィッシングを楽しまれる方だというのが、この辺りの特徴でしょうね」

と話すのは、久保精吾社長（58歳）。年間を通じて温暖な気候と、タイや水イカなど魚種も豊富な錦江湾は釣りを楽しむ好条件を備えている。

そんな魅力的な海を眼前に控えたマリンスイップ久保さんは、UF-21カデイやFW-23カデイなどの小型フィッシングボートが主力商品で、顧客の中核をなす35〜45歳のお客方に好評を博している。

「船外機では高出力のものから徐々に4ストローク化を進めています。折りからの不況と係留場所が不足している関係上、代替え・新規ともに需要はなかなか見込めないというのが現状ですね」

鹿児島市内に係留保管されているプレジヤボートは約1000隻で、既存の係留保管場所は飽和状態で、現在進行中の公共マリナーの新設が待ち望まれている。



中央が久保精吾社長。迅速なサービスの提供と誠実な久保社長の人柄が顧客の拡大の礎となっている

「新規のお客様の中には「置場さえあれば」と購入を望まれている方も少なくない。古船の下取りなど保管場所の確保には即対応できる状態を保っています」

との久保社長の言葉からは、新規獲得に賭ける意識の高さが感じられる。

「置場問題の決着までが正念場。今は顧客ヤマハのサービスマンとしての経歴を持つ久保社長のメンテナンスには定評があり、他

オーナーズクラブを核に 顧客の意識を喚起して 代替え促進を図る

鴨池マリノ観光

●鹿児島県鹿児島市

鹿児島市の中心部にほど近く、眼前に桜島がそびえる最高のロケーションにマリナーと店舗を構える鴨池マリノ観光さんは昭和56年のマリノ参入以来、市内一円を商圏に、レジャー需要で250隻以上の販売・管理を手掛けてきた。

「錦江湾では温暖な気候と地理的条件で一年中釣りが楽しめますし、ポイントも近場に点在していますので、釣りを楽しまれるお客様が多いですね」

とは、同店の代表・廣津亨さん（47歳）。前述のように、係留場所が不足しているため新規より代替えの需要が高く、主力となる商品も100馬力4ストローク船外機搭載のFW-23カデイをはじめとするフィッシングタイプに加え、法人のお客様も多い関係上CR-28などクルージングタイプの需要も見られる。

「置場が空けばすぐにでも購入したいというお客様もいます。空きの情報は小安協が組織する管理団体から情報をいただいていますし、お客様には展示会開催のご案内などのフォローも継続しています」と新規需要の開拓にも積極性を持って取り組む廣津さんは、他店やメーカーと共に港湾行政に対してのPRを10年以上も続けている。

そんな鴨池マリノ観光さんには、顧客管理の一環として、店舗に隣接する係留場所



鴨池マリノ観光の廣津代表。薩摩藩の船大工が祖先で、代々船と係わるご商売をされてきたという

免許受講生の取り込みを 拡販に繋げる

テクノマリーン ● 鹿児島県始良郡加治木町

鹿児島市内より国道10号線を車で北上すること20分。錦江湾の湾奥に位置する加治木町は鹿児島空港まで10分とアクセスもよく、始良・隼人の両町と並び鹿児島市のベッドタウン的な位置付けの地域である。

「この辺りは鹿児島市のベッドタウンですから定年退職後の方々も多く、余暇を利用してボートフィッシングを楽しまれるお客様が多いですね」と話すのは、加治木港至近に店舗工場を構えるテクノマリーンさんの代表・神崎隼昭さん（58歳）。

「釣りのお客様が多いので、ショップは釣り具屋の物件を手に入れました。係留場所も近く、ここがお客様とのコミュニケーションを図る場になっています」



テクノマリーンの神崎代表は販売サービスを手がける傍ら、錦江湾ヨットクラブの事務局長を務めている



ショップのすぐ脇にある谷川港の簡易係留施設は市内唯一の公共保管場所で、常時満隻だという

社ユーザーや他地域のお客様など、技術を求めて同店を訪れる方々も少なくない。地域の現状を見据え打開策を講じるとともに、顧客のニーズに応えていくことが、マリニショップ久保さんの目の下の信条だ。

「オーナーズクラブを組織している。」「もともととは台風対策や海上・係留トラブルの回避を考慮して設置したんです」と廣津さんは語るが、新製品の情報を提供する場としても機能していて、顧客の関心を喚起するにも一役買っているようだ。

「クラブ員の親睦を深めるため年に2回のフィッシングコンテストも行っています。後日反省会を兼ねた表彰式を企画してお客様の口から新製品についての評価をいただこうとしています」

代替えを中心とした需要拡大には、やはりお客様の口コミによる効果が絶大と確信する廣津さん。「いかに遊んでいただき、いかに乗っていただくか」という具体的な提案を、鴨池マリナー観光を訪れるお客様方に対して実践している。



小型フィッシングボートクラスは同社にとって最もニーズが高い。取材時には23カダイの繕装が行われていた

ボートフィッシングコンテスト等のイベント開催も積極的に行い、ソフト主導による代替え促進を図っている

加治木地区の市場の特徴である。

「鹿児島市内と同じく、最近ではこの辺りの錦江湾の湾奥でも係留場所は飽和状態に近づいているんです。それだけに新規のお客様を取り込む機会も少ないというのが現状ですね」と新規拡大の難しさを洩らす神崎さん。近年の需要は代替え中心で、船外機の4ストローク化が主だとか。

「2015～16年では、免許を取るお客様が増えていますね。置場の問題もあるので、購入にはなかなか結びつくわけではありませんが……。遊びも多様化していますから、海で遊べる準備をしておこうという考えの方々が増えてきていますね」

週休2日も定着して久しい昨今。年間通じて遊べる錦江湾といマリライフの好条件が揃った海に関心を向ける方々は徐々に増加傾向を示し、免許教室の申し込み者も同店では年に40～50名。この新たな客層を

いかに取り込んでいくかがテクノマリーンさんの今後のカギとなりそうだ。



30フィートを収納する工場の前にはお客様のポートが多数置かれている。



釣り大会や点検キャンペーンなど イベントで顧客の関心を喚起

ムジモーターズ ●鹿児島県枕崎市

薩摩半島の南端、カツオの遠洋漁業基地としても有名な枕崎市にその拠点を置く、こうモーターズさん。市内を中心に東は頰娃町、西は坊津町までと半島の南端一帯を商圏とし、創業以来28年間で和船を主力にフィッシングタイプなど300隻の販売・管理を手掛けている。

「需要の9割以上がレジャーなんですけど、釣りに出てたくさん釣れた場合などには(市場

に)水揚げもするという業務的な一面を兼ね備えているというのが特徴ですね」とは同店の代表・精野孝さん(62歳)。

主力商品はその商圏の特性上、和船がメイン。開業当初は木造船が主流だったが、14尺のグラスファイバー船から16尺へと時間をかけ徐々に大型化を進めてきた。

「ここ数年は新規のお客様が減っていますから、やはり、代替えに的を絞った販売拡大

業務からレジャーへの転換期を 船外機の4ストローク化に託す

マリニョップハヤシ ●鹿児島県川辺郡笠沙町

薩摩半島の西端に位置する野間半島の笠沙町は、片浦、仁王崎、小浦と漁港が点在する漁師町。イトヨリ、カマス、カンパチなどの一本釣りが漁の主体で、地元漁協では400名の組合員が名を連ねている。

この地でマリニに着手して30年以上、地元業務需要を一手に引き受けるのが、マリニシヨップハヤシさんだ。

「当初は業務需要が7割以上を占めていた

んですが、漁業者の高齢化にともなって稼働する漁船も少なくなり、最近ではレジャー需要と半々までになってきました」

とは、弟さんと一緒に店舗を切り盛りする代表の林耕二さん(57歳)。

同店では地元の笠沙町を中心に坊津・枕崎地区までを商圏として、業務・レジャーを合わせ約300隻の管理にあたっている。主力商品は、業務では25～30馬力の船外機を装

こうモータースの精野孝さん(右)と息子の悟孝さん。お客様からの信頼は厚い



を計画しています」
艇体のサイズアップもさることながら、拡販の中核をなすのは船外機の代替えで、4ストローク化と予備エンジン搭載の徹底が拡販のポイントとなっている。
「和船タイプはどうしても風に流されやすい。この辺りでは水イカ釣りが盛んで、流し釣りをする際には低馬力の予備エンジンが有効なんです」
4ストローク化はここ2年で10%にも及び、予備エンジンの搭載率は顧客の95%に達するまでに浸透している。
こうモータースさんが商圏とする枕崎地区は、釣りの好ポイントが各所に点在し、漁も豊富とあって、レジャーとしての釣りへの関心も高い場所でもある。
「そんな方々のために釣り大会も企画して今年でもう13回目を迎えます。また、春の展

示会をはじめ、水イカのシーズン前には、船外機の点検キャンペーン行っているんですが、好評をいただいていますね」
顧客の絶対数に限りがある市場では、やはり船外機点検キャンペーンをはじめとするアフター面の徹底が重要だということをお話する精野さん。地域密着型のサービスで顧客の意識を喚起しシェア拡大を図る。



点検キャンペーンの一コマ。ユーザーとのコミュニケーションを積極的に図ることが拡販のチャンスをつむぐ



右が林耕二代表。本船の乗組員だったこともあり、シヨップ名はスペイン語で書かれている

備した14尺などの小型和船で、プレジャーではUF21やSRV20をはじめとするフィッシングボートを中心に大型艇までと多種多様に渡る。
「漁業者の方々には60〜70歳台がほとんどで、船外機の代替えは5〜6回はさせていたいただきますから、地元での信頼はいただいています。今後の課題はいかにレジャー需要を取り込んでいくかということですね」
この地域は年間を通じて出漁可能な錦江湾や枕崎とは異なり、冬場は強い北西風の影響を受け稼働率が低下するという。また、港湾の整備も進められているが、2、3年後の完成までは新規拡大も簡単には見込めないというのが実情だ。
「自分でも操船する機会が多いので、メンテナンスには自信がありますし、よい商品

をお薦めすることもできるのが強みなんですよ」
と語る林さんの現状の打開策が船外機の4ストローク化。
「稼働率の低いこの地域では、メンテナンスフリーの4サイクルが使い勝手もよいはず。40馬力以上の船外機を搭載しているお客様には積極的に4サイクルへの代替えをお薦めしています」と語る林さんはレジャーへの転換期を4ストローク化に託す。



昨年、新築したばかりの店舗は店内も明るい基調でまとめられ、プレジャーユーザーを意識した造りとなっている

今年で13回目を迎えた ボート・アングラーのためのビッグイベント

勝浦ビルフィッシュトーナメント



岸壁にずらりと並ぶスポーツフィッシャーマンや豪快に走る最新的大型艇(写真左)。購買意欲も思わずかき立てられる

加してきた。勝浦に参加するのは3回目、前回は3艇で参加した。販売店さんの中でも5艇で遠征というケースは希だが、5艇が並んで舳られたその一帯は和気藹々とした雰囲気漂っていた。

梅雨明けを目前にした7月13日、風光明媚な紀伊勝浦の港に、40フィート以上のビッグボートが次々と入港し、岸壁に舳いをとる。アウトリガーをそそり立たせた数多くのスポーツフィッシャーマンがビッシリと並ぶそのシーンは圧巻だ。「不景気」といわれ、厳しい市場環境が続くマリネ業界だが、PC・41SFやYAMAHA・50・53といったカスタムボートがこれだけ集まっていると、そんなマイナーな界隈は一気に吹き飛んでしまう。

津吉丸を含む5艇のうち4艇は高知のフィッシャリーナ「吉川村ボートマリーナ」をベースとするオーナーズクラブ」とびうおフィッシングクラブ」に所属する。太平洋マリネの西沢史生常務によると今回の参加に当たってはとても忙しくて当初はエントリーをあきらめていたそうであるが「お客様と一緒に行かなくや取引をやめると脅されて(笑)、無理して参加した」ということだ。

もちろん感心させられるのは新艇やビッグボートだけではない。従来の「30フィート以上のボート」というルールが見直され、「25フィート以上」となったことから、今回はPC・28やFC・27などの参加も見られた。いずれの参加者も海に潜む大物に夢を馳せ、また、海そのものを大いに楽しんでいることがその表情から伺える。

「参加された方はみんな満足されたみたいですね。つい最近ボートを買ひ換え、1級免許を取得したばかりのお客様が初めて参加されたのですが、初日にシイラを釣り上げて満足されていました。もちろんこれからもできる限りお客様といっしょに参加したいです。今回は自分たちのチームが優勝したのですが来年は引き立て役に徹しますよ(笑)」

高知市に店舗をおく太平洋マリネさんは自社艇としてSF・38「津吉丸」を所有し、今回は4艇のお客様とともにトーナメントに参

「これだけ41や53などいろいろなボートが一堂に会するチャンスは他にはありませんからね。お客様にとっては購買意欲を大いにかき立

黒潮踊る勝浦に14尾の マーリンがランディング

7月13日(木)から15日(土)の期間中、競技が行われたのは14日と15日の2日間。順位は釣果の重量とラインクラス(道糸の大きさ)によって競われるキャッチ部門とタグ&リリースの部門があり、今回よりタグ&リリースのポイントもカジキは無条件で100ポイントが与えられ、競技指向をより重視した形のトーナメントとなった。

競技初日となった大会2日目、スタートから約1時間後の8時10分には早くも最初のヒットコールが入る。この後もヒットコールが相次ぎ、9時のロールコール(定時連絡)を待たずに「フローレンスFC」が今大会初のブルーマーリンをランディング。11時までのロールコールには合計13回のヒットコールが入り、トーナメントの記録を更新するかのような雰囲気さえも漂いはじめるが、結局初日は6チームによるランディングで終了。

競技2日目となった15日は天候も下り坂の予報となっていたが、9時のロールコールではシイラを含め17尾のヒットが判明。このうち「エターナル」<肋斗雲>が早くもカジキをランディングし、「津吉丸」<マルジェ>もこれに続く。最初のランディングとなった「エターナル」の古川大介キャプテンは、「ヒットした後ですぐにジャンプしましたのでカジキだと分かりました。ファイト時間は1時間30分ぐらいです。引き寄せてからの暴れ方がすごくて、ランディングに少々時間がかかりました。この大会2回目なんですけどファーストマーリンを揚げるのができて本当に嬉しいです」と疲労よりもランディングの興奮が未だ醒めないようすで、「松山から遠征してきた甲斐があった」と顔をほころばせていた。

また、今回は女性アングラーの健闘も目立ち、「肋斗雲」の伊藤百合恵さんは128.4kgを、「エバーランド」の河合早希さんは96.4kgのブルーマーリンとファイトして、ランディングに成功。伊藤さんは女性アングラー賞を獲得した。

この後も続々とランディングの連絡があり、2日目の合計は8尾。トップに立ったのは高知県より参加したとびうおフィッシングクラブ/津吉丸。50Lbラインで153.8kgのブルーマーリンをランディング、199.94ポイントを獲得し、第13回のトーナメントチャンピオンを獲得した。

「父の夢だったカジキをあげることができて、本当にうれしい」と西沢史生キャプテン(太平洋マリン・常務)。FR-34からSF-38に代替して、いつかカジキをランディングしたいと共に話し合っていたという。先代社長の父親が他界し、親子二代の夢を抱いての大会参加で、見事ランディングしただけに喜びも格別だ。2日間にわたる大会終了後の15日の表彰式では、キャッチの部で堂々の優勝を獲得し優勝トロフィをがっちり抱えた。

「初めてのマーリン、しかもこんな大舞台でみんなに祝福されるなんて夢のようです」とパーティ会場のテーブルに父親の遺影を飾り、優勝を分かち合っていた。



FC-27でカジキ釣りにチャレンジ。中央がオーナーの村田さん



今大会で優勝した「津吉丸」は太平洋マリンさんの自社艇だ。トロフィーを抱える西沢常務



太平洋マリンさんが中心となって高知から参加してきたのは「とびうおフィッシングクラブ」を中心とする5艇



てられるでしょう」

大型ボートが目立つ勝浦ビルフイッシュトーナメントだが、神戸市在住の村田進治さんはFC・27にトロリング用の機装を施し参加してきた。元々海が好きで平成8年に念願のマイボート「FC・27」を購入、以来クルージングにフィッシングにと幅広くボートライフを楽しんできた。

「2年前に森藤さん(兵庫トヨタマリン)と一緒に乗ってもらって周参見沖まで来たときにこのFC・27で初めてカジキを釣ったんです。まさにギヤフをかけようとしたとき、カジキと目が会いましたね、少し重苦しい気分になったんです」

矛盾するようだが、カジキを愛するアングラーの多くのが陥るジレンマである。しかし、その先に単

なる魚釣りではない「何か」をつかむようだ。

「それ以来、カジキ釣りは生命と対面するスポーツであって、こちらでも遊び半分ではないけないと思うようになりました」とこのスポーツの奥深い魅力について語る。

村田さんは「カジキ釣りだけにこだわっているわけではない。これからも様々な海の遊びを楽しみたい」と語るが、やはりボートの代替えは検討しているようだ。

来年も北は三陸から南は沖縄まで各地でビルフイッシュトーナメントが開催されるが、ぜひお客様と参加されてはいかがだろうか。大物釣りの魅力に触れることで、さらにボートライフが豊かなものになつていくに違いない。



日本一の集客のある 片瀬西浜海水浴場に SRVが出現 湘南ビーチハウス 「Siesta」

夏期だけで200万人以上の海水浴客が集まる神奈川県藤沢市の片瀬西浜海岸にひときわお洒落な海の家が出現し、話題を集めた。7月20日、海の日に、「Siesta」とネーミングされたその海の家を訪れてみた。

南ライセンスさんとタイアップして出展したものだ。

多くの若者が集まる海水浴場において企業が海の家を出展し、特定の商品のイメージづくりや消費者情報の収集を行うことは80年代から行われてきたことだ。更衣室やシャワーの提供、ドリンクや軽食のサービスといった従来の海の家サービスに加え、お洒落な海の家をベースに質の高いサービス、さらにイベント開催など幅広い魅力を提供していることが企業運営型の海の家の特徴でもある。

ヤマハの場合、まず「幅広い層にマリッジャーの魅力を訴求すること」「レジャートレンドやライフスタイルトレンドを収集すること」「マリッジャーに対する取り組みをアピールすること」「オーナー満足度の向上」といった四本の柱を目的として出店に踏み切っている。

小中学生にとっては夏休みの初日となった今年の海の日。関東地方は梅雨も明け、30度を悠に超す本格的な夏日となった。文字通り真っ青な空に真っ白な入道雲。湘南の海岸通りもサーフボードを担いだ若者や、髪を金髪に染めたコギャルでにぎわいを見せていた。

その湘南の中心地ともいえる片瀬西浜海岸は江ノ島を挟んで西側に広がる海水浴場である。小田急電鉄がすぐそばまで乗り入れているため都心からのアクセスも抜群。電車で遊びに来る中高生も多く、日本人の集まる海水浴場として知られている。

海の家「Siesta」はヤマハがイメージアップと潜在需要の喚起を狙って、地元企業で海を営む権利を持つ(株)湘

白い床張りのバルコニーが目立つ「Siesta」の目の前にはウエイクボードを履いたマネキンとSRV20WBが堂々と展示されている。ハウスの一面にはウエイクボードのプロモーションビデオが流れ、コンセプトモデルの超軽量バスカヌーも展示されている。この海の家をベースにアンケート調査を行い、また試乗の希望を募り、午後5時から日没にかけて有料のマリンスポーツ体験イベントも用意されている。

担当者聞いたところ、試乗について



湘南に出現した海の家「Siesta」



ヤマハのイメージアップも目的の一つ



江ノ島周辺の海水浴場には夏期だけで200万人が訪れる

は(売りつけられるのではないかと)いた(警戒心を抱かれてしまうのか、また、荒れ模様の日が多かった)こともあって、7月の末日時点ではそれほど多くはなかったようだが、それでも体験試乗した人々はボートテイングそのものを大いに楽しんでいったという。

もちろん海水浴場に訪れるのは若者

だけではなく、SRVのメインターゲットであるファミリー層も多い。家族連れで来たらしい男性が、ボートについてスタッフにあれこれ質問をしていた。免許やレンタルボートクラブに対する資料請求や問い合わせも、一日に3〜4件はあるという。

海の家のオープン期間中の取材も多い。こうした取材による露出効果も大きいものと踏んでいる。またアンケートによる情報収集は順調に進んでいるとのこと。結果についてはまとも次第、本誌でもご紹介したいと思う。



今まで接点の無かった層にマリレジャーをアピール



ビーチに展示されたSRV20はインパクト十分



地元レスキュー艇としてマリレジャーを寄贈した



世界最大馬力の 4ストローク船外機

「F225A」を開発、来春発売へ

ヤマハでは世界で初めてとなる4ストロークの225馬力船外機「F225A」を開発し、2001年の春に世界同時発売いたします。

「F225A」の特徴

- 自動車エンジンにみられる吸気系統と排気系統のレイアウトを反転させた構造の「バンク内排気システム」を搭載。大なるコンバクト化を実現。
- 独自の4ストローク・フェューエル・インジェクションを採用し、同クラス2ストローク船外機に比べ燃費を大幅に削減。
- 24バルブDOHCエンジンにフェューエルインジェクションシステムや中低速トルクを充実させるロングインテークシステムの採用により全域における燃焼効率を高め、2ストロークに匹敵するスピード性能と加速性を実現。
- アイドルスピードコントロールおよびアイドリング専用のノイズ低減システムにより静粛性を向上。



プロ志向のマニアに広がる28フィート インボード・ディーゼル搭載の フィッシングボート

DX-28-SV

凌波性、耐航性に優れた漁船船型と高性能マリンディーゼルの搭載により、クラストップレベルの優れたスピード性能を発揮するマニア向けフィッシングボートが発売中です。ぜひお客様にお勧めください。

主なセールスポイント

●釣り機能を最優先に、バランスよくレイアウトされたワイドなデッキスペース。

●遠出の釣行を快適にさせる大型のキャビンには、個室トイレをオプションで用意し、女性の乗船も安心です。

●フィッシングボートならではの機装性の高さ、大型のイケスやバウスプリット（OP）など、豊富な機能を満載し、クラスを越えたコストパフォーマンスを実現しました。



〈主要諸元〉

- 全長：8.30m ●全幅：2.30m
- 総トン数：2.1t ●搭載エンジン：MD368KUH
- 最大搭載馬力：169.2kW (230ps)
- 燃料タンク容量：230l
- 定員：7名 ●航行区域：限定沿海

顧客フォローに不可欠の イベントプロモーション 今年もフィッシングコンテストを展開

効果的なオナーフォローイベントとして毎年開催していただいている「フィッシングコンテスト」が今年もいよいよ開幕し、多くの販売店様から開催計画のご報告をいただいております。

昨年より新たに丘釣りの部を導入し、新規需要開拓の側面を強化。また、主催者ごとのオリジナリティあふれる企画を取り入れることで、より有意義なイベント開催をお願いしております。

今年もぜひ、ご計画され、シヨップやマリナーの活性化、販売促進にお役立てください。

「第23回・2000ヤマハフィッシングコンテスト」概要

- 協賛：(株)ワイズギア、ヤマハ保健サービス(株)、マミヤ・オービー(株)
- 協力：ヤマハ発動機販売(株)

■開催期間：平成12年5月1日～11月30日

■競技方法：ボート釣りの部、丘釣りの部2種類で競技、個人単位で競技し、種目別順位で決定

■統一の賞：ツアーご招待/各コンテストの優勝者の中から8名様を沖縄・伊江島リゾートライフ2泊3日の旅にご招待いたします。

大物賞/釣魚のサイズを魚種ごとに競い、前年度の記録を更新した方にタックルをプレゼント。

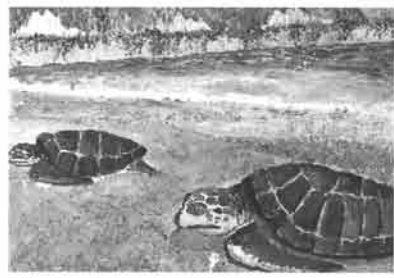


※ポスター、チラシ等の告知ツール、各種運営ツールをご用意しておりますのでご活用ください。

第12回全国児童「浜の風景画」コンテスト 作品募集

（財）日本マリンスポーツ普及教育振興財団では、第12回全国児童「浜の風景画」コンテストを開催、全国の児童・幼児を対象に、7月1日（土）から10月31日（火）にわたり作品を募集しています。本コンテストは、子どもたちが海や浜の絵を描くことにより、海への理解や関心を深め、地球環境保護意識が育まれることを願い、小学生以下の児童を対象に毎年行っているもの。

入賞作品は2001年の東京国際ポートショー会場のヤマハウスや、全国各地で開催される展示会会場に展示するほか、インターネットのホームページに掲載する予定です。



〈応募要領〉

- テーマ
美しい海（環境保護）、働く海（漁港・港湾等）、楽しい海（マリンスポーツやブル遊び）
- 応募資格
小学校6年生以下の児童・幼児
- 応募期間
2000年7月1日（土）～10月31日（火）
- 応募方法
応募作品の裏側に作品名、住所、電話番号、本人氏名、性別、年齢、学年、学校名、保護者氏名を記入した規定の応募用紙を貼付の上、応募先まで郵便または宅配便にて送付。団体で応募される方は団体住所、団体名、代表者名も記入してください。
- 応募宛先
〒435-0042 静岡県浜松市篠ヶ瀬町810
全国児童「浜の風景画」コンテスト係
- 応募規則
応募用紙は四ツ切サイズ（54.0cm×38.0cm）の画用紙、もしくは同サイズの用紙に限りま。

第11回・環境庁長官賞 【海がめがいる海岸】

第11回・文部大臣奨励賞 【漁船】



過去最高の6650人が海体験 マリンジャーナリスト会議 「海と遊ぼう720キャンペーン」

7月20日の海の日、国内のマリンジャーナリストの有志で組織されているマリンジャーナリスト会議（MJC）では、今年も「海と遊ぼう720キャンペーン」を実施しました。

ヤマハも協賛している「海と遊ぼう720キャンペーン」はMJCの呼びかけに全国のポート、ヨットのオーナーが答える形で自主的に参加、雑誌広告などを通じて興味を持ったポートやヨットに乗ってみたいという人たちが招待するという試みで、今年で5回目。

今年には全国で6650名（推定）の人たちが試乗会に参加し、ポートやヨットを体験しました。

また、今年は横浜ベイサイド



全国で6650名がポートやヨットに体験試乗した



横浜ベイサイドマリナで行われたフリーマーケットも好評

日本舟艇工業会のホームページが 本格オープン

日本舟艇工業会ではこのほどホームページをリニューアルし、本格的にオープンさせました。

主な内容は「日本舟艇工業会の紹介」「コース・イベント情報」「ポートショー情報」「舟工会会員案内」「基礎知識入門ガイド」など。

このうち「日本舟艇工業会の紹介」では組織の概要の他にポート免許保有者やポート保有隻数などの業界関連資料が掲載されているほか「ポートショー情報」では次回ポートショーの情報に加え、過去のポートショー



URL : <http://www.marine-jbia.or.jp>

海図の測地系が世界標準へ移行

海上保安庁水路部では近年のGPSの急速な普及を勘案し、同行が発行している海図を「日本測地系」から「世界測地系」で作成したものに平成12年の4月より15年にかけて順次変更しています。

この測地系の移行により、日本測地系の海図と世界測地系の海図とは同じ緯度経度の数値であっても海図上の位置が40005500m程度ずれることになり、場合によっては船位の誤認による事故を引き起こすおそれがあります。

具体的な対策としてはGPS

平成12年度から順次

海図の測地系が世界標準に変わります

＜安全な航海のために＞

日本測地系とは、日本測地系の海図と世界測地系の海図が同じ数値でも、実際には異なる位置を示す場合があります。誤認による事故を引き起こすおそれがあります！

海図の測地系とGPSの測地系を一致させて下さい。

海上保安庁

4ストローク船外機の比率が高まる ●2000年上半期のマリン出荷統計

日本舟艇工業会ではマリン産業の主要製品であるボート、PWC、船外機の2000年上半期の出荷統計速報を発表しました。これによると、1月から6月にかけてのボートの出荷隻数は2757隻で出荷金額は59億4660万円。前年同期に比べ隻数で23%、金額で15%の減少となっています。

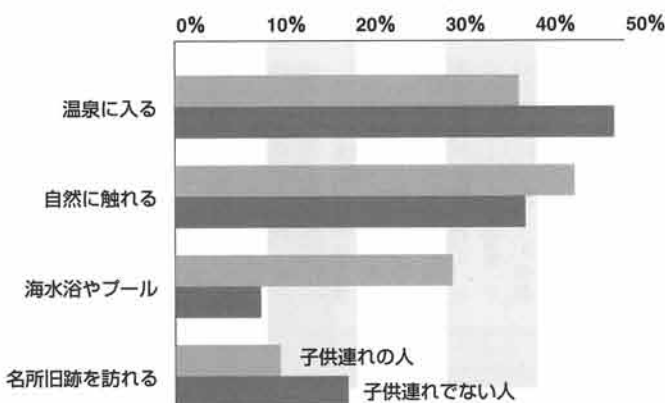
PWCも同様の傾向で、1月から6月にかけての4915隻は前年同期比でマイナス13%、船外機の出荷台数は1万4063台で前年比マイナス14%となっています。

こうした中で唯一、堅調な動きを見せているのが4ストローク船外機。98年から99年にかけて前年比52%の増加となり、急激な伸びを見せています。船外機の中で4ストロークが占める割合は98年が21.7%、99年は32.6%で、需要の伸びを伺わせています。2000年については他の商品同様、マイナス成



		2000年	1999年	1998年
モーターボート	国内出荷隻数	2,757	3,570	3,682
	国内出荷金額	5,946,600	6,970,919	9,364,096
PWC	国内出荷隻数	4,915	5,673	7,454
	国内出荷金額	3,416,546	3,794,148	5,103,299
小型漁船	国内出荷隻数	1,343	1,615	1,889
	国内出荷金額	3,396,472	4,256,579	4,689,890
全体の国内出荷隻数		9,015	10,858	13,025
全体の国内出荷金額		12,759,618	15,021,646	19,157,285

		2000年	1999年	1998年
2サイクル	国内出荷台数	9,403	10,977	12,655
4サイクル	国内出荷台数	4,610	5,332	3,515
ディーゼル	国内出荷台数	50	45	34
全体の国内出荷台数		14,063	16,354	16,204
全体の国内出荷金額		3,207,268	3,755,756	3,548,760

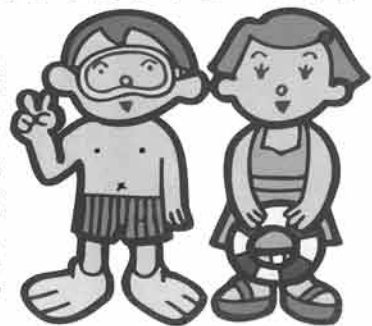


日経産業消費研究所は今年の夏休みを前に「夏休みの国内旅行で楽しみにしていること」についての調査結果を発表しました。

この調査は首都圏と近畿圏に住む男女700人の消費者モニターに対して6月下旬から7月中旬にかけて行ったもの。今年の夏休み国内旅行に行きたい人は回答者の51.8%、このうち16項目の中から楽しみにしていることを二つあげてもらった結果がこのグラフです。

この調査によると夏休みの過ごし方は子供がいるかどうかで大きく異なることがわかります。全体では「温泉にはいること」がトップで43.9%。また続いて多かったのが「自然に触れる」ことで40.9%。特に子供連れの家族では44.1%ととなりトップでした。また子供連れの回答者は3位に「海水浴・プール」をあげ、30%を越えています。

自然と接する、アウトドアレジャー志向はファミリー層のなかで依然と高まっていることがうかがえる結果でした。

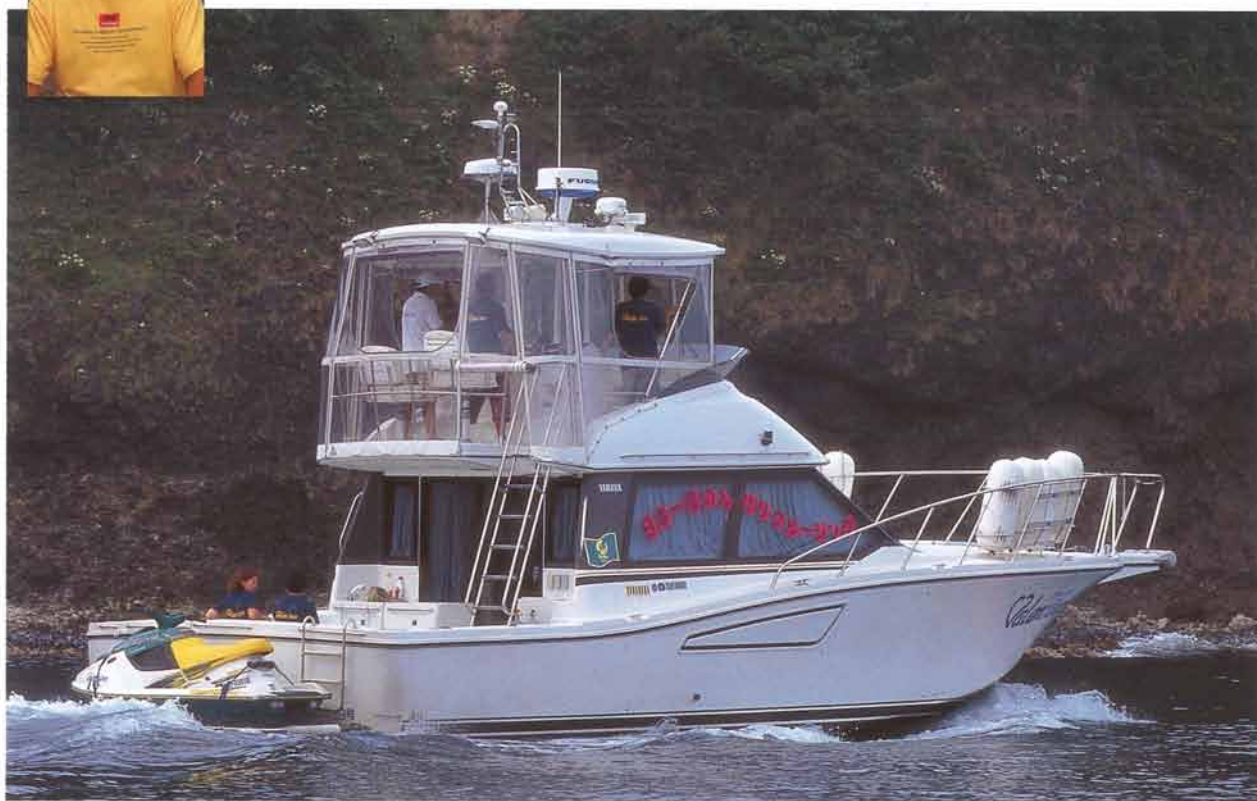


「海のある生活」

萩生田正明さん(東京都)



「日本一周は、もう一度自分の時間を見つけに行く旅です」



「ヴァレンチノと萩生田正明オーナーが時計回りに「日本一周のんびりクルージング」を行なっている。今年の4月29日、快晴のマリーナ・ヴェラシス(横須賀市)を出港した「ヴァレンチノ」は、4ヶ月、5千マイルの旅を終えて、8月23日、ホームポートに帰港する予定だ。

萩生田さんがマイポートを手に入れたのは29年前、21歳の時。その14フィートを皮切りにヤマハのボートとヨット10隻を乗り継ぎ、3年前に現在のPC41・SFを購入した。

10年目にはPC・35で四国に行つた。その体験が今回の日本一周クルージングの伏線に。海は自然そのものだけけれど、ロングクルージングするとさらに深く自然の懐に入つて行ける。自分の時間が見つけれられる。その体験をもう一度したい。それには日本一周だといふ。

「仕事は段取りが8割」が萩生田さんのモットー。日本一周に向けても、まる4ヶ月を準備にあてた。航海そのものは、「のんびり、気まま」がテーマだから無理はせず、毎朝8時出港、午後2時には次の港に入る。1日の走行距離は平均100マイル。

しかし、萩生田さんにとって「のんびり」は決して「いい加減」を意味してはいない。たとえば、公募した専任のクルーもときどき帰郷す

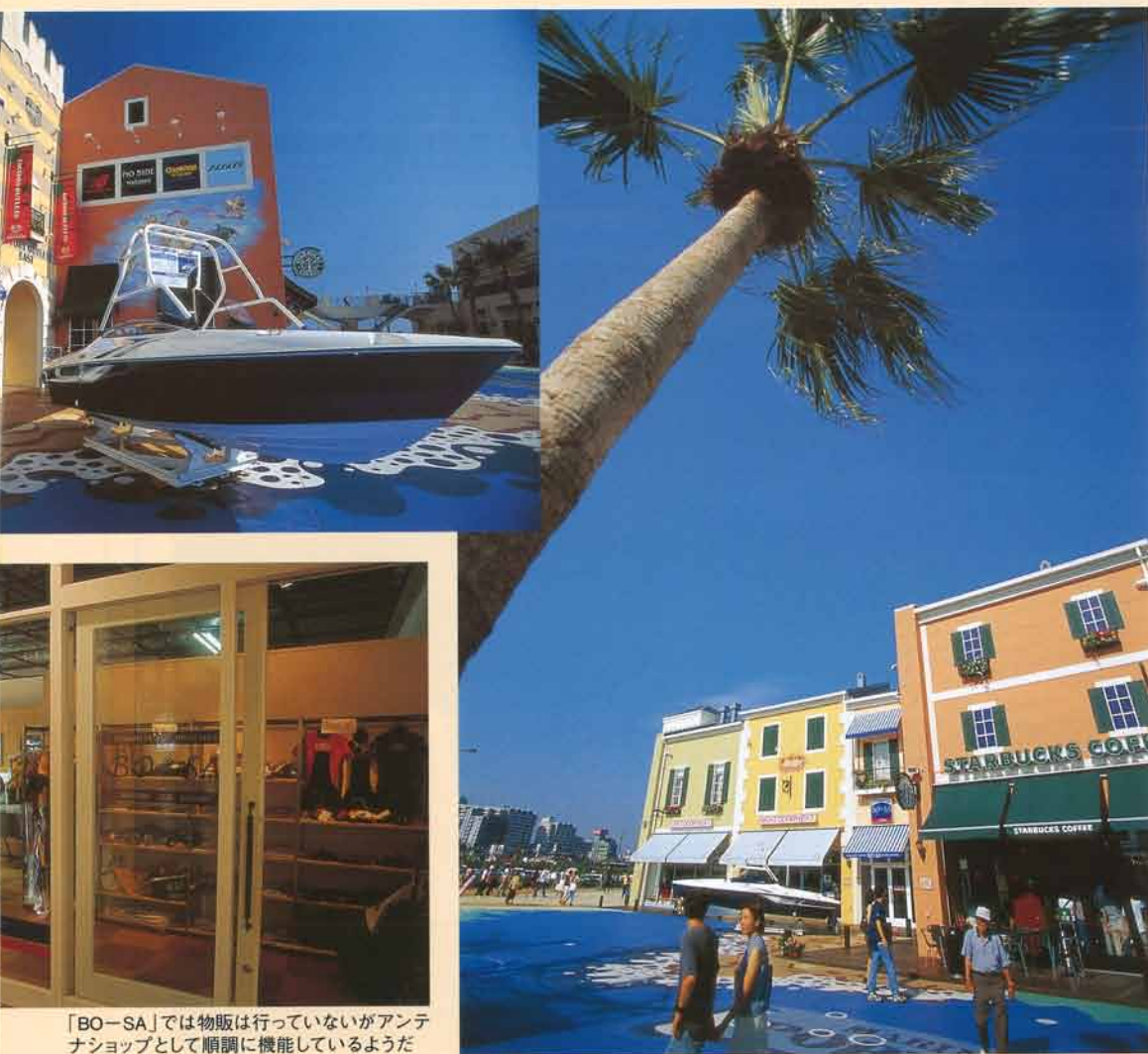
るが、萩生田オーナーはただ一人「ヴァレンチノ」を離れず日本一周する。この航海にかける萩生田さんの執念が感じられる。

「ヴァレンチノ」の順調な航海は万端の準備と整備(福岡と小樽では3日間陸揚げしてヤマハのサービスがメンテナンスを行なっている)、そしてなによりも萩生田さんの30年にわたるボート経験とビジネスの体験による。当初の予定を早めに消化する余裕ある航海も、ビジネスで鍛えた萩生田さんの厳しい生き方がうかがわれる。遊びだつて徹底している。行く先々で素潜り、マリッジット、釣りを楽しみ、名所旧跡を見学し、土地の名物料理と酒を賞味する。これほど徹底的に遊び楽しむロングクルーズは稀だろう。

「ヴァレンチノ」はキャビンのサイドウィンドに「日本一周のんびりクルージング」の文字を大きく描いている。それを見て、港みなどいろいろの人がやってくる。

「なぜか行くところ行くところまで親切な人たちと出逢い、歓迎してもらおう。本当に今回の旅は「心の旅」、人と人とのふれあいが繰り返し経験できる」

64の港を回ってホームポートに帰つたとき、行く先々で出会つた人々にサインしてもらっている大漁旗は真っ黒になっている。



アンテナシヨップ、新店舗： 今は攻めの時代

兵庫トヨタマリン株式会社 ● 兵庫県神戸市

神戸市垂水区にオープンした
アウトレットモール「マリンピア
神戸」に出店したマリンシヨ
ップ「BO-SA」

アウトレットモールに ボートシヨップ誕生!?

99年、神戸市垂水区にオープンした、西日本唯一のアウトレットモール「マリンピア神戸」。今年の6月にはイースト館もオープンし、夏休みに入ってからは平日でも多くの若者で賑わいをみせている。今夏一押し注目エリアとなっている。

その一角に、ネイビーブルーのハルカラーも鮮やかなSRV20WBが展示されている。ボートを出展しているのは、イースト館オープンと同時に新店舗した、マリンシヨップ「BO-SA」。母体は、兵庫県エリアに幅広い販売網を持つ兵庫トヨタマリンさんだ。

「ここは、マリンピアという名前の割に、マリーナのある横浜のベイサイドとは違って、海関係のものは一切ないんですよ。だから、こんなSRVがあるだけで、少しはマリンピアらしくなってるでしょ」

と笑うのは店長の鍛冶伸二さん。ここに来るまでは、系列の高砂マリーナの支配人を務めていた。

しかし、アウトレットモールといえども、本来B級品を安く販売する形態のシヨップが集まる場所、そのほとんどは、アパレルや日用雑貨の店のはず。そんな場所で、マリンシヨップの営業が可能なのだろうか？

「ですから、ウチはちょっと特殊なテナント契約になってまして、物販は行わないという条件付きなんです。SRVの展示はレンタルクラブ会員募集のための看板みたいなもんです。ウチの主な業務は、このレンタルクラブの会員とボート免許教室の契約窓口。つまりアンテナ・シヨップのようなもので

すね」

店内には海らしさを演出するための小物やウエットスーツ類が展示されているものの、それは販売というより装飾が目的。あくまでメインは受付カウンターという店内レイアウトになっている。

長い目で新規顧客を 開拓する

いくらアンテナシヨップとはいえ、物販を行わないシヨップなど成り立つのだろうか？

「実は、物販を行わないという契約なので、テナント料は破格に安いんですよ。ただ、レンタルクラブと免許教室の契約だけで、テナント料と人件費(店長以下3名)をペイするという考えではやっていけませんから。ここでこの縁のあったお客様が、後々に兵庫トヨタマリンの顧客として育っていただくための種蒔きです。社としてもそういう長期的な視点で捉えていますから」

まだオープンして1カ月足らずだったが、マリンピア神戸自体が、予想以上の集客を見せていることもあって、これからの期待したいところ。店の向かいにはレストラン館がオープンし、今後はさらなる集客力のアップが見込まれる。

本店も移転 リニューアル・オープン

母体である兵庫トヨタマリンも、昨年6月5日にリニューアル・オープンしている。

「BO-SA」では物販は行っていないがアンテナシヨップとして順調に機能しているようだ

ネットワーク店に見る 当世マリンビジネス



PC-41SFの実物大シールが目立つ兵庫トヨタマリンの本店。
兵庫トヨタマリンのファンを増やしたいという



兵庫トヨタマリンのみなさん。写真前列左が山本課長



「BO-SA」の鍛冶店長(写真左)

社名 兵庫トヨタマリン株式会社
所在地 兵庫県神戸市灘区灘南通1-1-6
社長 瀧川博司(兵庫トヨタ自動車販売(株)社長兼任)
創設 昭和50年
設備 店舗・事務所・整備場・屋外展示場
併設マリーナ 高砂マリーナ(マリーナ事業部) 140艇収容可能
兵庫高砂市曾根町新聞2948
従業員数 11名(マリン事業部) / 7名(マリーナ事業部)

新しい兵庫トヨタマリンを、お客様に印象づけるためのイメージ戦略第一弾が、道に面したウィンドウ一面に貼られた「PC-41の原寸大シール」です。「なんや特殊な印刷技術を使うらしくて、これだけで300万円近くかかりました(笑)。明石移転を想定して資金繰りをしてましたんで、そこで浮いた資金を充てたわけです」

阪神間の大動脈国道2号線に面し、阪神大石駅から徒歩3分という立地条件に恵まれた新店舗周辺は人通りも多く、ウィンドウの前を通り過ぎる人々は一様に原寸大のPC-41を目を奪われ、番号待ちをしているドライバーたちも街路樹越しに眺めていく。

PC-41の実物大ステッカー

「お店を選ぶのはお客様ですから、お客様に「なんで変わってしまったんや」と言われないように、「新しくなって良かったやないか」と言われるように努力していかないとダメですね。同じようにやっているだけでなく、今までと何か「お、変わったな」と思わせるように印象づけることが大切だと思うんです。新たな兵庫トヨタのファンを生み出していく。これが当面の目標です」

昭和40年代から、自動車ディーラーである兵庫トヨタ自動車(株)部品部の一事業としてボート販売を手掛けていた同社は、昭和50年に兵庫トヨタマリン(株)として独立、平成2年には高砂市の高砂マリーナをマリーナ事業部として買収、兵庫県西部を中心に意欲的な販売活動を続けてきた。

新店舗について、同社の山本猛夫販売課長は次のように語る。

不況だからこそ 石橋を叩きつつ、業務拡大

ウィンドウの下部には焦げ茶色の木材でミニ棧橋が作り付けられ、PC-41が舳を取りクリートまで用意するという手の込みよう。街路樹が生い茂る涼しげな舗道の脇に、突如として現れたヨットハーバー。そんなミスマッチとも思えるバーチャルな空間は、しかし西日本随一の高級住宅街である神戸西部の街並みには不思議なほど見事に溶け込んで見える。

本店の移転、アウトレットモールへのアンテナショップ展開など、バブルの頃ならいざ知らず、厳しい経済状況の続く今、普通なら二の足を踏みたくなる「積極策」です。しかし、鍛冶店長も山本課長も異口同音に「不況だからこそ、業務拡大のチャンスなんです」と言う。おそらくそれは、兵庫トヨタマリンの企業姿勢なのだろう。

とはいえ、無闇に積極策に出ることが全て成功に繋がるとは言えず、かえって手痛い致命傷を負う可能性もある。兵庫トヨタマリンが今回行ったチャレンジは、一見無謀にも見えながら、リスクを最小限に抑えるというリスクマネージメントの下で行われていることに注目すべきではないだろうか。「BO-SA」も特殊なテナント契約にすることで、コストというリスクを最小限に抑えている。

この不況という時代は、売り上げの数字こそ頭打ちにするもの、リスクを抑えるためのアイデアさえ持てば、一気に攻めに転じ得る「商売の時代」なのかもしれない。



沖縄サミットの警備に活躍した MJ-700VNR



コバルトブルーの青空が広がる沖縄の海に20艇のMJ-700VNRが進水した。

日本のリゾート地として海外旅行が流行の昨今でも人気度が高い沖縄県。7月21日から23日までの3日間は、このリゾート地で先進国の首脳が集まるサミットが開催され、全国各地からの警察官、およそ2万人が会場をはじめ、周辺道路や海岸線に配備された。

このたび進水したMJ-700VNRもこのサミットの警備用に配属されたパトロール艇で、サミット会場となった万国津梁館の周辺や各国首脳滞留ホテル周辺に配備された。

24時間周辺の警備にあたることから、夜間航行に備えた灯火類の他、赤色回転灯やスピーカーが装着され、艇体はホワイト&ブラ

クの警察車両用カラーに施されている。

上の写真は納艇時に行われた操船講習時の一コマで、操船をしているのは警視庁の機動隊である。水難救助隊を中心に構成された沿岸警備班ではあるが、通常はマリンジェットを操船する機会がほとんどないということから、初日の講習会では些か緊張気味。それでも時間が経つにつれ、マリンジェットの感覚にも慣れ終了時には低速での方向転換をこなすまでに上達。隊員は講習会が終わるとすぐに警備の体制に入るということで、表情も真剣そのもの。特に機関系の話になると矢継ぎ早に質問が行われた。

講習会の講師を務めた那覇市内のマリンジェットショップ・エクスパワーの真喜志社

長は「沖縄の海は潮汐の影響が大きいの、船外機艇よりもジェットの方が環境にあっています。今回の警備に使うVNRも安定性がしっかりしていますので、扱いにくいということはないですね。また、マリンジェット自体の完成度が高いので水洗いをしっかりやっておけば、トラブルはほとんどないと思いますし、その点は安心しています」

マリンジェットの信頼性は市場でも大きく認められていると話す真喜志社長。サミット警備に活躍した警察仕様のマリンジェットは、今後も引き続き海岸の警備に使用される。

- MJ-700VNR
- 全長：3.15m ●全幅：1.25m
- 完成重量：240kg ●定員：3名