

YAMAHA MARINE **NETWORK NEWS**



ヤマハマリンネットワークニュース No.135

2001
1/2



この海この店 ● ヤマハ・マリン・ネットワーク・ショップ訪問

岡山県・備讃瀬戸

海から陸を眺めると ● ゴルフクラブ工房 NK FACTORY

スペシャル・レポート ● BOATING WEEK 2000

Close-Up ● ヤマハのニューモデル・フィッシングボート

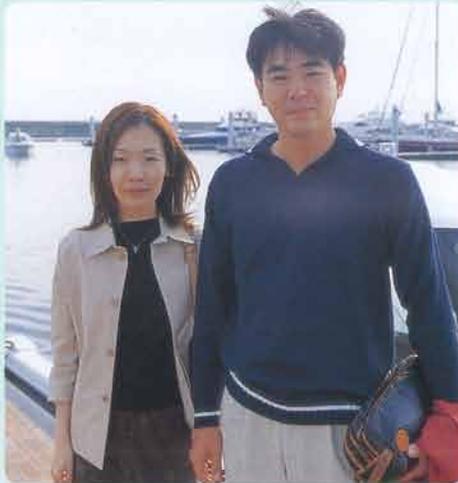
波切りがいいのに驚かされました。

山本吉大さん(30歳) 芦屋市在住

4年前に4級小型船舶免許を取って、現在は「SRV20」のオーナーである山本吉大さん。日本海マリーナ(城之崎)をベースにフィッシングを楽しんでいらっしゃいます。「そろそろ買い換えの時期だと思って、今度はフィッシング・ユースに適したボートをターゲットに考えています。サイズ的には24

~27ftくらいのものを、いろいろ乗り比べて考えてみるつもりです」「UFシリーズは、イメージ的には地味ですけど(笑)、実際に乗ってみるとエンジン音もとても静かで気にならないし、波切りがいいのに驚かされました。以前試乗したN社の同サイズ艇より

明らかにいいですね」「24と26を比べると、24の方がボクの好みですね。ポテンシャル的には全く遜色がないし、取り回しもラクですから。まあ、走り回するには26の方がいいんでしょうけど、ボクの場合はそんなに走り回するような使い方はしませんからね。24いいですねえ」



リタイヤしたらボートを買おうと思います。

木村泰久さん(50歳) 神戸市在住
河内徳仁さん(62歳) 山口県光市在住

新西宮マリーナにセイリング・クルーザー〈ティンカーベルⅢ〉(Y-26)を保管されている木村さんはこの日、お友だちの河内さんとデイ・クルージングにいらっしゃっていました。「たまたま、通りかかったら試

乗会をやっていたから。元々フィッシング・ボートにも興味があってUF-24に試乗させてもらったんだけど、今のボートというのはこんなにも静かで、こんなにも波に叩かれな

いものなのかと驚きましたよ」(木村さん)「(光市は)目の前が海ですから、リタイヤしたらボートを買おうと思っていたので、いい参考になりました。しかし、ボートというのはあんなにスピードの出るものですか? リタイヤ後の生活が楽しみになってきました」(河内さん)



Close-Up

ヤマハのニューモデル・フィッシンググボート

ビジネスミーティング終了後、全国各地でニューモデルを中心とした展示会、試乗会が活発に行われました。そこで今回は関西の西宮、関東の横浜でそれぞれ開催されたニューモデル試乗会にお邪魔して、「タックル」「UF-26 O/B」というフィッシングボートの中心モデルについて来場者されたお客様から試乗感想をお聞きしました。



ベテランにも初心者にも 自信を持ってお勧めできる フィッシングボートの ニューモデル

この秋に発表された完成度の高さを誇るアウトボード仕様様のフィッシングボートが「Tackle」と「UF-26 O/B」。「Tackle」は元祖タックルともいえるUF-23とUF-25を進化統合させたモデルとして注目を集めています。前方まで伸びるハイチャインと独自の幅広船型が安定性と凌波性、高速性を高次元で両立し、ソフトでスピード感のある乗り心地を実現。またゆとりあるキャビンスペース、デッキスペースを確保し、フィッシングはもとより、ファミリーユースへの対応も十分になされています。

一方、「UF-26 O/B」はコーススタビライズドキールが大好評のUF-26のアウトボード仕様ということオプションのビルジキールなど、そのフィッシングボートとしての機能はすでに実証済みです。この春、ボートフィッシャーマンのパートナー選びの最有力候補となるこの2モデル、皆様のお店でも積極的な拡販をお願いいたします。

Tackle (UF-24)



〈主要諸元〉

- 全長：7.88m (バウスプリット含む) ■全幅：2.63m
- 全深さ：1.31m
- 完成質量：1,568kg (EX仕様)、1,557kg
- 総トン数：5トン未満
- 推奨馬力：84.6～110.3kW (115～150ps)
- 搭載エンジン：F115、140CE、Z150等
- 燃料タンク容量：200ℓ ■定員：10名
- 航行区域：限定沿海 ※完成質量はZ150船外機搭載時

UF-26 O/B



〈主要諸元 (Z200N船外機パッケージモデル)〉

- 全長：8.61m ■全幅：2.70m ■全深さ：1.38m
- 船体質量：1,450kg ■総トン数：5トン未満
- 搭載エンジン：HPDI船外機Z200N (147.1kW/200ps)
- 燃料タンク容量：250ℓ ■定員：10名
- 航行区域：限定沿海

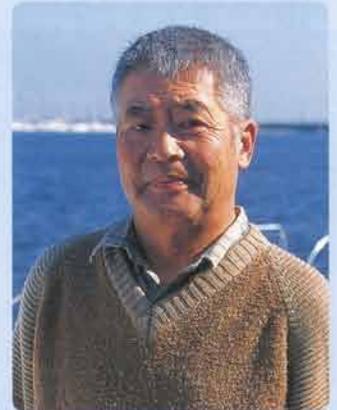
横浜ベイサイド・マリーナ

UF-26の直進性の良さに 驚かされました

藤沼政彦さん (58歳) 川崎市在住

ボート歴26年の藤沼さんは、現在23フィートのボートのオーナーで、川崎のオーナーズクラブ「ダックス・クラブ」に愛艇を置き、フィッシング中心のボートライフを満喫されている大ベテランです。藤沼さんは、試乗を終えた後も「UF-26」のデッキ周りやコクピットなどを入念にチェックなさっていました。「東京湾から出て大島まで行くという夢があって、そのためにもう少し大きなボートに買い換えを考えているところなんです。UF-26は期待通りの走りでした。直進性と耐波動性は申し分ありません。あと、船外機のチルトで走りのフィーリングを細かく変えることができるのに感心しま

した」「船外機がディーゼルかで随分と悩みましたけど、私はメンテナンスを全て自分の手でやるものですから、メンテのラクな船外機を選ぶことにしました」(藤沼さん)



釣りが大好きなので、 それを考えるとUFがいい。

鈴木珠子さん 横浜市在住

知り合いのボートに乗せてもらってボートにはまり、今ではお仲間にも8人ものボートオーナーがいたり、海外旅行の際にも必ずボート遊びをなさるといふ鈴木さん。今度はどうしても自分のボートが欲しくなり、一昨年の7月にボート免許

を取得してしまいました。「本当は主人に買わせようと思ったんですけど、興味ないと言われてしまって、じゃあ自分のヘソクリで買えるものを買ってしまえということで(笑)」

現在、鈴木さんはUF-26とFC-26かで迷っているようです。「私でも

扱えるイージーで、気軽な感じのボートということで、この2艇に絞りました。釣りが大好きなので、それを考えるとUFなんですけど、友だちとクルージングやバーベキューなんかもするつもりで、そうするとキャビンの充実したFCの方が魅力的ですよ。うーん、もう少し迷ってみます」



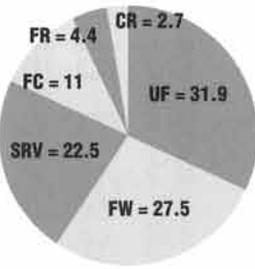
瀬戸内の海が堪能できる 岡山県のプレジャーボート市場

約200万の人々が暮らす岡山県は温暖な気候と豊かな自然、また、白壁の蔵屋敷に代表される倉敷など観光名所も数多くあり、風光明媚として知られる備前瀬戸は、国立公園の第1号に指定された。その備前瀬戸が囲まれる岡山県の市場はプレジャーボートの保有数も高く(全国8位)、普及率も15.4人に1隻の割合(全国9位)で推移している。7店のネットワークショップが拡販に努められている岡山県はヤマハのボートシェアも高く、プレジャーボートでは市場の9割を占めているという。また、西から、笠岡、倉敷、児島、岡山、牛窓、備前(日生(ひなせ))といった瀬戸内の名所にはそれぞれのショップもしくはマリナーがある。

現在岡山県内の保有隻数は約1万2千隻といわれ、このうち7千5百隻は放置艇にあたるといわれている。このため岡山県では港湾課や行政機関、各自自治体呼びかけ「プレジャーボート対策推進協議会」を発足させ、暫定保管許可水域についての実施調査を行い、来年度には暫定保管可能水域のエリアを発表するという。これは現在の暫定エリアについて支障が無い場合は原則的に係留場所として認め、料金を徴収するというもの。また、民間のマリナーについても係留桟橋の設置を目的とした水域占用許可の緩和を視野に置き、新たな民間業者の受け入れによる整備促進を検討していくこととで、今後インフラの整備に大いに期待が持てる内容となっている。

次にボートの販売比率について見ると、瀬戸内というロケーションを反映させてか、最も多いのが、5mから10mクラスのフィッシングボートで、レジャー漁船タイプがこれに続く。またエリア別に見ると東から西に行くほどクルージングタイプよりもフィッシングタイプのボートの比率が上がる。これは、日生、牛窓といったエリアが関西圏の別荘地という背景を反映させてのもので、広島に近づくほど、ボートの嗜好もマリンプレイを反映させたフィッシングタイプが主流となっている。

■ボート販売比率データ



川崎商会日生マリナー

■創業・昭和47年
■従業員・19名
■代表・川崎 勉(マリン担当)

岡山県の東端、兵庫県の県境に位置する日生町は古くから関西方面の別荘地として名高いリゾート地。眼前に点在する日生諸島をはじめ沖には小豆島と、クルージングや釣りなどマリライフを楽しむには事欠かないゲレンデが広がっている。この地に自社マリナーを構え、備前・御崎にもマリナーを設置し、保管、販売、修理業務を展開しているのが川崎商会・日生マリナーである。

担当セールスから一言

岡山県東部から兵庫県の赤穂市にかけて3カ所のマリナーと営業所1店舗を有し活動いただいています。一年を通じていつでも船に乗れるという良いコンディションの中で、県内をはじめ関西方面からも多くのお客様が訪れマリライフをエンジョイしています。また、ウエイクボード教室やクルージング、トロリング大会への参加と幅広いジャンルにわたってイベントを実施し需要の掘り起こしをされています。

マリンショップ角野

■創業・昭和59年
■従業員・4名
■代表・角野雅昭

陶器の街として有名な岡山県西部の備前市・片上湾沿いの穂浪地区に昭和59年に開業された。小型のフィッシングボ

トを主力商品とし、最近では若年層をターゲットにしたMJやウエイクボードも積極的に取り入れ業務の拡大を狙っている。

担当セールスから一言

備前焼で有名な備前市にマリナーを構え、アットホームな雰囲気や地域に密着した営業活動をされています。また場所柄、多くのビジター艇も訪れ夏場は大変混雑しますが、ファミリースタッフならではの抜群のチームワークで切り盛りされています。このように角野社長以下スタッフの温かく親切な対応が多くのファンを産み、新規顧客の拡大、代替え需要の促進に取り組まれています。

ナスボート牛窓マリナー

■創業・昭和40年
■従業員・12名
■代表・那須裕史専務

岡山市内より車で30〜40分のところに位置する牛窓町は、眼前に小豆島を臨み、海岸線には県営ヨットハーバーやPBSなどが設置されている瀬戸内屈指のゲレンデとして名高いスポット。そんな地の利を生かして30数年前よりこの地でレジャー主体に販売・修理、保管業務を営まれているのがナスボート牛窓マリナーさんである。

担当セールスから一言

ロケーションの良さで知られる牛窓で古くからボートの販売に努力されているのがナスボート牛窓マリナーさんです。

県内では一、二を争う激戦区ですが、ナスボートの那須専務は大の釣り好きとして知られ、定休日には欠かさず海

に出て、そこで得た釣りの情報は、GPSにインプットして顧客サービスの一貫としてプレゼントするなどお客様本位の営業展開をされておりま。またイベントの開催にも積極的に取り組まれ、代替え促進に努めています。

岡山マリンボートセンター

■創業・昭和52年
■従業員・30名
■代表・武田泰栄

全国的に見てもプレジャーボート保有率が高い岡山県の中心部・岡山市内に本社を置き、市内西部の宮浦地区に5000坪にも及ぶ自社マリナーを設置、県西部の児島地区に支店を構え、総勢30名のスタッフで販売・修理、保管業務に取り組んでいる。

担当セールスから一言

岡山駅から車で15分の場所に本社を、本社から15分の所に宮浦マリナーを、宮浦マリナーから30分の所にはフィッシングスポットの小豆島があり、この立地条件の良さを背景にご商売を展開されており。また、夏場では平日にもかかわらずお客様が頻りに訪れ、カタログ請求や部品の購入等、驚くほどの来店客で店内が賑わっているのも、同店の特徴のひとつです。その集客力の源になっているのが展示艇の数で、ヤマハの売れ筋商品は常時展示し、実際の商品をお客様の目で見ていただくことで購買欲をかき立て、拡販に結びつけているようです。

マリンアクセス大栄

■創業・天保年間
■従業員・3名

■代表・大栄良知
日讀瀬戸に面した玉野市の胸上港に店舗を構えるマリンアクセス大栄さんは、創業も江戸時代、天保年間にさかのぼるといふ老舗の造船所であった。それが現在のマリンアクセス大栄の社長である良知さんに引き継がれてから、現在のマリンショップに移行し、多くのユーザーから信頼を集めている。

担当セールスから一言

岡山県の業務市場で一番活躍されているのがマリンショップ大栄さんです。江戸時代に造船所として創業以来、地元胸上の港を中心に業務ユーザーより圧倒的な信頼を得ています。迅速なアフターサービスはもちろんのこと、他社動向にも敏感で、常に市場の声を取り入れた営業展開をされています。また、最近ではプレジャー商品の販売にも注力し、マリンジェットから小型のフィッシングボートまで幅広い商材の拡販に取り組まれています。

オバタボート

■創業・昭和45年
■従業員・20名
■代表・小幡英輔

倉敷市でレジャー主体に御商売をなさっているのが、今年で30周年を迎えられたオバタボートさん。自社保管施設であるオバタマリナーを中心として、国道2号線沿いには展示スペースを備えた本社、さらに高梁川をはさんだ対岸には水鳥店および若者を意識したMJ専門店「ロード」と多店舗展開で倉敷市内および県西部一円のお客様幅広く根強いおつき合いを心掛けています。

担当セールスから一言

倉敷市を中心に、本社、マリナー、水鳥店、MJショップと多店舗で展開されています。また商材の需要が多く、オバタバージョンとネーミングした独自の艦装を施す試乗艇を導入し、フィッシングユーザーにアピールしていただいています。さらに多店舗のメリットを生かしマリンジェットやアルミボートの拡販にも精力的で、オールラウンドなご商売の展開で、需要に合わせた店舗運営に励まれています。

マリンショップ上山

■創業・昭和43年
■従業員・3名
■代表・上山正男

広島県との県境にほど近い岡山県西部の笠岡市に店舗を構えるマリンショップ上山さんは、この地で30年来レジャー船の販売・修理を営んでいる老舗的存在。創業当初はJR笠岡駅側に店舗を構えていたが、駅からほど近い国道2号線沿いの笠岡港の奥の泊地に隣接する場所に移転し15年が過ぎようとしています。

担当セールスから一言

広島県との県境に位置する笠岡市でボートの販売に取り組み、地域に根付いたご商売を展開されています。

今年には上山社長が怪我をされ、入退院を繰り返す状況でしたので、営業的には芳しくはなかったのですが、怪我の回復も順調で上山社長ご自身も営業活動に注力し、顧客の拡大を図っておりますので、来年は大いに期待が持てます。

関西方面へと開かれた商圈に 瀬戸内のメリットをアピール

川崎商会日生マリナー

●岡山県和気郡日生町

「瀬戸内と播磨灘のクロスポイントである日生はマルチ主体で関西方面からのお客様を、備前ではマルチとフィッシングを混在させた形で県央へと商圈を広げ、御崎ではもっぱら釣りのお客様をメインに考え、各店に特色を持たせた形で事業を展開しています」とは同社のマリン部門を担当している川崎秀市専務。県境の地の利を活かした多店舗体制で幅広くマリンビジネスに取り組まれている。

「主力商品は各店ごとに異なりますが、マ



マリン部門を担当する川崎専務（中央左側）とマリナーのスタッフ。テラスは昨年新築したもので、帰港後の懇談やバーベキューなど、オーナーの方々からの評判も上々

ルチではBクラス以上のFBタイプが主流で、釣りのお客様にはCクラスがメインとなります。新艇に限っては今年伸び悩みの感が否めませんが、中古艇やエンジン・船外機の代替えなどで売上げを伸ばしています。厳しい現状の中での二商売ではあるが、全店合同で行われる四季折々のイベントは例年増加には目を見張るものがあるという。

「昨年よりプロを招いて日生で開催しているウエイクボードのレッスンは若いお客様の間では好評でした。マリナーと鹿久居島との間は波静かでウエイクボードのゲレンデとしてはうってつけの場所ですので、ハイシーズンには数艇のボーダーで賑わっていましたよ」



備前市内にある備前店。このほかにも兵庫県の赤穂市に赤穂店と御崎店があり、岡山よりも兵庫県のユーザーが多いのが特徴



フィッシングポートが多いものの、ここ日生ではFCなどのマルチタイプも少なくはない

ウエイク仕様のレンタルボートも毎週末予約で埋まる状態が続き、クラブハウス内のショップではウエットスーツをはじめアパレルの販売もかなりの伸びを見せたとのこと。

「同じく関西方面を向いた商圈の和歌山には大物狙いの釣り層には絶大な定評がありますが、季節や海況により制限がある。年間通じて釣りがM、ウエイクが楽しめる温暖で穏やかな瀬戸内には瀬戸内のメリットがあり

ますよね。この利点を最大限に活かした楽しみ方をお客様方へ再度アピールしていくことが必要だと思っています」

若年層の動向にも敏感に反応しつつ、週末滞在型のお客様方へはオーナーズルームやテラスの増設などの配慮を忘れない日生マリナーさん。瀬戸内のメリットを再度アピールしつつ、マリナー拡張や宿泊施設など設備投資の時期をうかがっている。

需要創造活動での 新規顧客の獲得が今後の課題

マリンショップ角野

●岡山県備前市

マリンショップ角野さんの角野維昭さんは、前職が競輪選手という異色の経歴を持つが、モーターサイクルのご商売をされていた兄の勧めでこのマリン業界に参入。現在では備前市を中心に和気郡一円を商圈に奥様と二人の息子さんと共に販売、修理、保管などの業務に取り組まれている。

「昔はレンガの街として地場産業も盛んだったんですが、今ではベッドタウンですね。お客様の層もレジャー利用が9割で、若年から年輩者と幅広くサラリーマンの方が大半を占めています」

レジャー需要でも主に釣りを楽しむお客様が多い同店での主力商品は23〜27ftのフィ

ツシングボートで、シヨップに隣接された棧橋には60隻が、また作業スペース内にはMJの屋内保管場所も設置され40〜50台が管理されているという盛況ぶり。

「新艇は毎年1回行われる春の展示会の時期から6月までの間に集中しています。代替えのお客様にはディーゼル船に興味を持たれる方もいらつしやいますが、最近では低燃費の4ストローク船外機を搭載したUフシリーズなども好評ですね」



左から2人目が角野維昭代表。元競輪選手という経歴からは厳しい勝負の世界を想像するが、その実、非常に穏やかな雰囲気でご商売を展開されており、お客様からの信頼も厚い

新艇の売上げはひと頃と比べると落ち込みは隠せないと評する角野社長だが、代替え層の年輩者に対しては退職の1〜2年前には代替えを勧めるなど、自ら手薄と評するセールス面でも市場の特性を視野に入れた地道な取り組みが続いている。

免許教室でマリンシヨップ角野を訪れる年間40名の半数を占めるのが若年層のお客様で、そんな中から角野社長に寄せられる声はといえば、価格の安い中古艇の要望に混じって、レンタルの要請などがここに来て目立つようになった。

「販売・修理に手を取られ業務の拡張にはあまり取り組んでいませんでしたが、お客様の要望を活かして、新規顧客の獲得にレンタルボートクラブなど普及活動にも力を入れようかと現在検討しています」

ロケーションを生かした方向性と信頼感で勝負

ナスボート牛窓マリナー ●岡山県邑久郡牛窓町

「かねてより人口の割にプレジャーボートの保有率が高い岡山県は多数の販売店がひしめく激戦区。町内には他社の造船工場などもあり、邑久郡4万人の小さな市場にあっても苦戦を強いられることも度々です」

厳しい口調でそう語るのはマリンビジネス一筋で24年の那須裕史専務。

ロケーション的に優れた場所柄、その集客力には目を見張るものもあるが、そこに集まるお客様は情報収集にも熱心で、要求も自ずと厳しくなるという具合に、成熟した市場が形成される。レジャー主体で釣りのお客様が



保管されているボートを眺めると圧倒的にフィッシングタイプの船外機艇が多く、フィッシングニーズの高いエリアであることをうかがわせる。また、若年層ではウエイクボードの人気も高い



那須専務は自他共に認める釣り好き。時間があれば海に出て、その情報をお客様にフィードバックしている



8割を占めるこの商圏では、C・Bクラスの4ストロークの船外機付きのフィッシングタ イプが主力商品とのことで、新艇購入は代替 え層が8割で、新規層は中古艇に興味を示す 傾向が顕著に表れている。

「そのような動向を事前に見抜いて、新規 のお客様にはまず予算をうかがい、それに応 じて新艇を勧める対処をしています。とにか く競合の多い地域ですので、他店との差別化 をいかにアピールするかが今後の課題です」

そんな那須専務の目に止まったのが、体験 型の有料イベントであるお父さんのマリン塾。

ここ数年慢性化の傾向にあるものの、顧客の満足の視点ではイベント 開催は必要な要素。オーナー予備軍をいかにステップアップさせるか。 お父さんのマリン塾も含め、需要創造型のイベントで潜在層にアピール していきたいという



観光スポットとしても有名な牛窓の海。ナスポートさんの 店舗はこの港に隣接する。中小型のポートでも充分堪能 できるロケーションだ

現在、同店で行われている淡路への1泊クル ーリング兼釣り大会など従来のイベントに加 え、新規需要を探る上でも有効なマリン塾開 催の可能性を模索している。

「営業力だけでなく、お客様に商品を見せ

基本に忠実な販売姿勢と アフター強化でさらなる販売促進を狙う

岡山マリンポートセンター

岡山県岡山市

て選んでいただく。牛窓というロケーション を最大限に生かした状態で取扱に挑戦して いかなければ……」

真っ黒に日焼けした那須専務は自他共に認 める釣り好きで、業務の合間を縫ってお客様

へのレクチャーや海上でのトラブルなどのレ スキューにも出向く。マリンショップ然とした 信頼とロケーションを生かした新たな企画力 がナスポート牛窓マリーナさんのご商売の力 ギを握っている。

地域一番店を目指し自らも営業を兼務す る武田泰栄社長に今シーズンの動向をうかが ってみた。

「新艇購入のお客様はほとんどが代替え層 なのですが、新規で入門されるお客様に関し ては中古艇に人気が集まっていますね」

代替え層では50代以上の会社経営者を中心 に、FG35といった漁船ベースのポートが 伸長したという。また、新規層で伸長したの がSRV20で、ウエイクボードを楽しまれる 若年層のお客様の参入に一役買った。

「免許教室など需要創造からのお客様だけ ではどうしても層が薄くなりがちです。流動 的なお客様まで取り入れていくためには、展 示スペースの充実が欠かせません。当社では 本社、マリーナ、支店にニューモデルの新艇や 中古艇を含めて常時60艇の実艇を展示する ようにしています」

見せて売ることの重要性を再確認する武 田社長だが、同時にアフターサービスの充実 も今後の展開を考える上では欠かせないポイ ントだと説く。他の地域に比べPBSなど公



岡山マリンの武田泰栄社長。 常に攻めの姿勢でマリンビジ ネスに取り組まれている

共の係留場所が整っている岡山にあっても自 社マリーナの重要性を強調する。

「サービス工場を完備した自社マリーナの 完成後は、お客様の信頼が上がったと実感し ています。公共の置場もありますが、それではメンテナンスなどどうしても行き届かない 部分が出てきかねません。お客様に安心し てご利用いただくためにもマリーナは必要で すし、現在のように大型艇など高い商材の数 が限られる時期には安い商品を量販する体

制を整備する必要がありますし、そんな意味でもアフターサービスの向上は不可欠ですね」

より一層アフター面でのサービス向上を図るために新たなマリナーの設置を計画している武田社長が睨んでいるのは10～15年先。

商圏の潜在需要に期待し、好況とはいえないこの時期に設備投資を行うこの決断力が、岡山マリナーポートセンターの未来を切り開く。



敷地面積5000坪というマリナーは、まるで展示場のようにボートが保管されている。自社マリナーを持つことで、お客様の安心感や信頼度は確実に向上したという (写真右)

倉敷市にある児島店は、市内はもとより玉野、岡山といった商圏を見据えて拡販に努められている。こちらでもニューモデルが整然と展示されていた (写真左)



市場の特性を充分把握して 浜の要求に適確に応える

マリナーアクセス大栄

●岡山県玉野市

レジャー需要が高い岡山にあって、他社工場が控えるというロケーションのなか、県央玉野市で業務の拡販に取り組まれているのが、マリナーアクセス大栄さんだ。



名称こそ変更したものの、もともと造船所というプロフィールをもつだけに大栄社長への信頼度も抜群に高い

胸上漁港に隣接するサービス工場兼事務所の眼前に開けた漁場では、底引き漁やノリ養殖が盛んに行われている。

「元々は木船などを手掛ける造船所だったんですが、最近では船底の塗装やエンジンの修理などメンテナンスを中心に、漁業者の要求で艇の機装や改造を手掛ける鉄工所的な要素が増えました」

本格的なシーズンの到来を前に、海苔の省力化船の機装を続けながら語るのは、8代目にあたる大栄良知社長。

先代より業務を引き継いだのが今から20数年ほど前。以来、地元の漁業者に加え、釣りやマリナーズエットなどレジャー層への販売・修理まで幅広い業務に取り組んできた。

機械化の進むノリ養殖シーンで注目される省力化船の導入にも積極的に取り組み、今年も2艇を販売し、地区の業者にはほぼ行き渡った状態にまでこぎ着けた。また、船外機に関して高耐久性の高いヤマハ製品の評価は高く、9割というシェアでこの市場を独占している。

「4ストロークの船外機に関しては、静粛



性や燃費の良さは業務層にも好評です」

今年も15台を浜におろし、業務市場の4割強の4ストローク化を進めてきた大栄社長だ

が、本格的なその推進はまだまだこれからと自己分析している。毎年秋口に行われる業務対象の点検キャンペーンは定着してきたようで、即商談に繋がるケースも少なくない。

「試乗会なども催しているんですが、漁業者が中心ですので、やはり浜におりた実艇の評価の方が販売につながるケースが多いんです」



店舗がある胸上港は、海苔や底引き漁など業務需要が高いエリアだが、港内にはプレジャーボートの係留場所もある



胸上の正面に対峙する井島。ここでは船外機を使ったノリ漁が行われており、昨年発売したF40Bは多くの漁家に好評だった

自らの仕事のモットーは、浜の声に耳を傾け、そのニーズに正確に応えることだと言いつける大栄社長。商品を販売していくことも重要だが、それ以上に末永くお客様とおつき合っていくことが大切だというその姿勢が、マリンアクセス大栄さんの現在の実績を裏打ちしている。

艇の性格と使用状況に見合った特別艤装の試乗艇が訴求力を生む

オハタポート

●岡山県玉野市

「お客様の大半が釣りを楽しまれる方ですので、主力商品は23〜28ftのUFシリーズをはじめとしたフィッシングボートで、来期モデルでいえばUF24/26あたりがそうですね」とは、社内で営業を兼任する小幡英樹専務。西には瀬戸大橋、東には笠岡諸島が控え、どちらへも30分程度でアクセスできるという立地条件に加え、温暖で冬でも波静かな瀬戸

内の気候が幸いして、冬場でも釣りのお客様で賑わうこの辺りでは、流し釣りを楽しまれる方が多く、ハンドリングの容易な30ft以下の艇に人気が集まる。また、2〜3艇目など代替えのお客様になるとYDシリーズなどのディーゼル船への乗り換えが目立つというのもこの商圏ならではの特徴といえる。「ニューモデルはなるべく早く試乗艇とし



冬でも多くのお客様で賑わうマリナー。瀬戸内の穏やかな気候は一年を通して釣りが楽しめるため、オン、オフの差が少ないのが特徴だ



重化学工業地帯として知られる水島にも店舗がある。こちらはMJショップ「シーロード」が中心で、若年層をターゲットにした販売を展開している

どのニューモデルに加え、これまでは手薄だった24シエスタなどのマルチタイプの販売にも力を入れていくつもりです」
県西部一帯は釣りのお客様がメインという

て用意します。艇の性質に合せた艤装を施し、乗り出してそのまま使える状態にしてお客様に試乗していただければ、使い勝手が実感してもらえますから。特に釣りのお客様へは私なりの特別艤装をした艇を用意しています」とは、同店の小幡英輔社長。

ボート商材に比べその性質上艤装などの自由度が大きい漁船やYDなどの船用商材では特別艤装が整った状態で評価してもらうことが重要と自負するその小幡社長の姿勢が、昨年度(99年)の船用商材売り上げ艇数第1位という実績に反映されている。

「高額な商品が簡単に動く時代ではありませんが、市場の動向を見ながらUF24・26な



小幡英輔社長(右端前方)と小幡英樹専務(右端後方)。2代にわたる顧客作りでポートユーザーを育ててきた。今後はマルチタイプのボートの拡販にも力を入れていきたいという

商圏ではあるが、マルチタイプの販売にも本格的に乗り出す決意を来期への展望とする小幡専務。従来通りの釣リイベントに加え、来春にはマルチ参加型のイベント開催の計画や、

今春拡張した35ftクラスが収納できる全天候型の作業スペースへの設備投資など、現状維持に留まらない攻めの姿勢で来期に臨む。

迅速なアフターサービスの提供でお客様との信頼関係を培う

マリンショップ上山 ●岡山県笠岡市

「地元のお客様もいらっしゃるんですが、場所柄、広島からのお客様も少なくないですね。ここより西部には置場も少なく、福山市など広島県東部のお客様には都合がいいようで、開業当初よりおつき合いいただいています」とは、戦前よりこの地で業務対象に「商売を営む家に育ち、現在「兄弟3名がそれぞれマリンビジネスを手掛けているというマリンショップ上山さんの上山正男代表。

年に2回催される展示会に訪れるお客様を見ても、2日間の開催期間に80名以上を動員するが、その半数以上が広島県東部からのお客様。

「笠岡港の沖合いは高島、北木島、真鍋島などいい釣りのポイントが点在しているんですよ。香川県まで行くにも30分とはかかりませんから、ボートフィッシングを楽しむお客様には喜ばれていますね」

ショップに隣接する泊地に目を移すと、船外機仕様のUFシリーズに混じって、ディーゼル仕様のドライブ船・UF-25やYD-28が数多く係留されている。

「うちでは開業当初からレジャーのお客様が大部分を占めていて、業務のお客様はほとんどいません。業務では他社製品の需要もあ

るようですが、レジャーはやっぱりヤマハで、他社製品をとの声は減多に聞けませんね」

新規需要が伸び悩む昨今ではあるが、そんな中でマリンショップ上山さんの販売戦略のキーワードは「200万円台のボートを」ということ。また、販売当初より船外機の4ストローク化にも積極的に取り組まれており、取材当日も代替のお客様との商談が行われていた。

「お客様には安価で品物を提供できるように努力はしています。しかし、安いからといって、それだけでお客様に満足していただける訳でもありませんから、うちではメンテナンスの対応の早さなどアフターサービスの徹底に気を配っています」

迅速なアフターサービスに係留場所に隣接する作業スペースで提供しながら、訪れたお客様と気さくに言葉を交わす。そんな地道なお客様とのやり取りから培われた信頼こそがマリンショップ上山さんの信条であり、販売戦略なのである。



上山正男さん(写真中央)が営業活動を行い、3名のスタッフがサービスにあっている。

店舗の裏手は係留場所になっており、船外機艇がほとんどだ。香川までの所要時間が30分ということからも、気が向いたときに釣りができるロケーションが多く、フィッシングファンを生み出している



幹線道路、国道2号線沿いに店舗を構える上山さんでは、ロードサインを出して、免許の普及に力を入れている



NK FACTORY

(ゴルフクラブ工房)

●大阪府大阪市

参加人口は2440万人(『レジャー白書2000』より)と言われ、国民的なスポーツとして定着しているゴルフ。その一方で、不況のあおり、価格競争の激化などから市場規模は年々減少。平成3年の6,260億円を頂点に下降の一途を辿り、平成11年には4,810億円にまで落ち込んでいる。そんな中、「冷やかし? 正直言ってもいい感じがしませんね」と強気とも思える商売をしているのが、NKファクトリー。「ゴルフクラブ職人」としての技術力が高く評価され、評判だ。もちろん成功の鍵を握っているのは、技術力だけではない。そこには「顧客への思いやり」が隠されていた。

取材日は大阪府吹田市の江坂ゴルフセンターで出張サービス中だった。

江坂ゴルフセンターは、平日でも駐車場が満車になる賑わいぶり。NKファクトリーの「1号店」である出張サービスカーは、そのエントランス脇に停車していた。

切り盛りしているのは、クラブトレーナーの伊森勝彦さん。江坂ゴルフセンターに訪れたゴルフファーが、オーダーメイドの同社製ゴルフクラブの購入や、グリップ交換、ロフト角やライ角の調整、修理などのために、サービスカーに足を運ぶ。伊森さんはお客さんが来るたびに作業の手を休め、「どんな具合でした?」と尋ねている。

「ゴルフクラブは感覚的な世界。シヨップによってはコンピュータで数値計測をするんですが、結局打つてみないと分からない。今日よくても、明日はよくない可能性もあるんです。こうして練習場のすぐそばでサービスができれば、試して、調整して、という作業がすぐできる。我々のようにオーダーメイドのゴルフクラブを作る側としても、お客さんの声が現場でダイレクトに聞けるのは大きなメリットなんです」と伊森さん。

高い技術力を基盤に、お客様とのコミュニケーションが欠かせない仕事だ。

「お客さんの表現のしかたはマチマチ。どこの器具なのか、何を求めているのかを、とっさに判断しなくちゃいけないんです」

大阪府浪速区のNKファクトリーは、ゴルフクラブのオーダーメイドを始め、クラブの修理や調整も行う工房。店舗には実に質素。マンシヨンの1階を工房として利用しているが、店内では社長の中村賢史さんが、一人黙々とシャフトを削っている。

壁には「値切るほど 飛距離と腕は落ちていく」「負けてくれ! 言えば言うほど 負からない」などの標語が掲げられ、何とも取り付く島がなさそうだった。「この場所は、実は「2号店」なんです」と中村社長。1号店は、実はトラック。

「パートナー選び」には時間が必要
お客様を待たせることも辞さない

なぜサービスカーが「1号店」で、工房が「2号店」なのだろうか。

「そもそも、トラックから商売を始めたからですよ」と中村社長。

平成4年の創業当初、「バブルが弾けたのに、客を待たせてもしょうがない。コツコツから出向いて行かんと」と、仕事道具一式をサービスカーに積み、人の集まりそうな住宅展示場を回った。自分の腕前にも自信がなかったため、「ゴルフ練習場では通用しない」と思い込んでいたそう。

「ところが、よそのレベルが非常に低いことに気付いたんですわ」

もともと建築関係の職人で、技能レベルは高かった。その上、勉強熱心。本や雑誌を読みまくり、幅広く知識を吸

取していた。結局展示場回りは半年ほどでやめ、ゴルフ練習場に行くようになった。

お客様の反応は良かった。何しろ「クラブ職人」が、練習場に出張してきてくれるのだ。

「特にプロや、セミプロの方ほど、ウチのクラブの良さを分かってくれる。そういう方からのクチコミは力がありますからね、少しずつ評判が広まってきた」

そうは言っても、始めたばかりでは信頼も低い。そこでクラブの無料診断を行い、技術力の高さをアピールした。

「ちょっと見して」と診断して、「ココをこう直したら良くなりますよ」とアドバイスする。すぐ近くの練習場で、お客さんも試打できる。認めてもらうのも早かったですよ」

現場で迅速に対応することで、クチコミも素早く広まる。しかし裏を返せば、悪い評判も瞬く間に広がる可能性があるということだ。



スイングの微妙な感覚を聞き出し、要望通りのクラブを提供する。ひとりのお客様にかける時間も長い



所狭しと工具が並ぶサービスカー内部。現場であらゆるリクエストに応えるため装備には抜かりがない。コミュニケーションも大事だが、技術力の高さが基本だ

江坂ゴルフセンターのクラブハウス正面に駐車しているサービスカー。訪れる練習場は他に1カ所。「サービスカーを増やしたくても、まずは人を育てないといけない。簡単にはいきません」と中村社長



サービスカーには販売コーナーも。練習場のすぐそばなので、いつものコンディションで試打できるのがお客様にとってのメリット。売る側としても生の声が、クラブ作りに反映できる



「ウチは最初っからうまく行きましたね。要は、頭の中でどれだけクラブを組み立てられるか、ですよ。一つ一つのノウハウや知識を全部頭の中に叩き込んでおかないと、その場で臨機応変な対応はできませんからね」
また、重要なのは「不安」をお客様に

見せないことだ、と言う。

「うまい人ほど、微妙なことを気にする。お客様には『これでクラブは大丈夫だから!』と言いつつ、安心してスイングができるんです。『たぶん…』なんて煮え切らない態度を取っていたら、お客様も思い切ったスイングができへん。コッチの覇気はお客様にも伝わるんです」

ゴルフファターの心理を熟知した中村社長ならではの接客術と言えるだろう。

率直にありのままを話し 深い信頼関係を築く

一方の「2号店」は、マンションの一室にあり、「一見さんは入りにくい店やと、自分でも思いますよ」と笑う。

「いろんなショップに行ってるからじゃないと、ウチの良さは分かってもらえないと思う。良さが分からない人には売りにたくないね」

それが冒頭に紹介した「負けてくれ! 言えば言うほど 負からない」につながる。その言葉には、「お客様との信頼関係はお金を媒介して培うものではない」という中村社長のポリシーも隠されている。

「オレが組んだクラブが欲しいのか、ちよつとでも安いのが欲しいのか、どっちなんや、と言いたいわけですよ。私としても、お客様をお金に見立てるよじや、逃げて行ってしまおうと思ってるすからね。ゴルフをする人が10人いれば、求めるクラブも10あるはずなんです。どんなゴルフをしたいのか、どれぐらいの腕前なのか、そして実際にスイ

ングした時のフィーリングはどうか…。1本作るのにも相当な時間をかけてますから。手間賃なんて考え始めたら、とてもとても」

お店にはゴルフネットなどが完備されていて、その場でも試打できる。そして調整、試打を繰り返し、オーダーメイドの1本を作り上げていく。

「ウチの場合は、できあがってからでもじっくり来なければ無料交換してますからね。とことん煮詰めるんです」

クラブへの思い、自分のポリシーを決して曲げないことが、結果的に、良質なお客様の確保につながっている。それは、クラブへの愛情がお客様に伝わっているからだ。中村社長は、

「クラブっていうのは、武士にとっての刀。もうちよつと真剣に選んで使つてよ、と思うんです。長い目で見れば、いいモノを持つことがお客様にとつてのベストでしょう。私としても、お客様の『ゴツツイ飛んだ』という言葉が聞きたくて、この仕事をしてるんですから」と笑った。

■取材を終えて

商売つ気はみじんも感じさせない中村社長だが、攻めの姿勢・技術への自信・ゴルフクラブへの情熱が、見事に顧客に伝わり、結果的に囲い込み成功の大きな要因になっている。「今後、商売の形態が変わつても、サービスカーは続けたい。あれはクラブ屋をしている私にとつての原点。結果がいち早く見られるし、何よりもお客様とのコミュニケーションが楽しいんです」という中村社長の言葉が、意味深かつた。

PROFILE

NK FACTORY

- 設立: 1992年
- 社員数: 2名
- 業務内容: オーダーメイドゴルフクラブの製造・販売/修理/調整
- 出張サービス: 江坂ゴルフセンター(週4日)/浜寺ロングゴルフ(週2日)



中村賢史(なかむらけんし)

NKファクトリー主宰。1965年生まれ。建築業で培った技術と独学で得た知識を礎に、26歳で独立。サービスカー1台という形態で、NKファクトリーを発足。ゴルフ誌からも多数取材を受けるなど、オリジナルのオーダーメイドクラブは「良く飛ぶ」と評判。「飽き性なので、今後何を始めるか分からないけど、サービスカーは続けたい」と言う。35歳。

マリッジット2001 ニューモデル登場。

ヤマハでは、このほどマリッジットのニューモデル2機種を投入、加えて現行モデルの一部にグラフィックおよびカラーの変更を行い、2001年シーズンのウォータースポーツシーンの主役となるラインナップを強化しました。



NEW MODEL MJ-XLT1200

スタイリッシュなハルデザインに、あらゆる状況下で優れた運動性能を発揮するハイパフォーマンス性能を備えたニューモデル。排気音を軽減するY.S.S.S.、ハンドル角度の調整が行える5ポジション・アジャスタブル・チルト・ステアリングによりゆとりあるライディングを実現。環境に配慮した独自の触媒システム=Y.P.P.S.を搭載しました。

- 全長:3.16m ●全幅:1.22m ●総排気量:1176cm³
- 呼称最大馬力:106.6Kw(145ps)
- 燃料タンク容量:70ℓ(リザーブ:12ℓ) ●乾燥質量:361kg



NEW MODEL MJ-GP800R

ヤマハパワーバルブシステムによりアクセルワーク全域でのトルクとパワーを確保、シャープな加速を体感できるニューモデル。優れた運動性能に加え抜群のハンドリング性能が得られるアジャスタブルスポンソンを装備したほか、5ポジションQ.S.T.S.、ヤマハサウンドサブプレッションシステム等を装備しました。

- 全長:2.93m ●全幅:1.15m ●総排気量:784cm³
- 呼称最大馬力:80.9Kw(110ps)
- 燃料タンク容量:60ℓ(リザーブ含む) ●乾燥質量:265kg



NEW COLOR MJ-SUV1200

- 全長:3.85m ●全幅:1.51m
- 総排気量:1131cm³
- 呼称最大馬力:89.7Kw(122ps)
- 燃料タンク容量:70ℓ(リザーブ:12.0ℓ)
- 乾燥質量:370kg



NEW COLOR MJ-XL800

- 全長:3.16m ●全幅:1.22m
- 総排気量:784cm³
- 呼称最大馬力:80.9Kw(110ps)
- 燃料タンク容量:70ℓ(リザーブ:12.0ℓ)
- 乾燥質量:314kg



NEW COLOR MJ-GP1200R

- 全長:2.93m ●全幅:1.15m
- 総排気量:1176cm³
- 呼称最大馬力:106.6Kw(145ps)
- 燃料タンク容量:60ℓ(リザーブ:8.8ℓ)
- 乾燥質量:306kg

[東京国際ボートショー]

- 2001年2月9日(金)~12日(月)
- 東京ビッグサイト(東京都江東区)

[大阪国際ボートショー]

- 2001年3月2日(金)~4日(日)
- インテックス大阪(大阪市住之江区)

[国際釣り博2001]

- 2001年2月3日(土)~4日(日)
- 東京ビッグサイト(東京都江東区)

[38th フィッシングショー OSAKA 2001]

- 2001年2月17日(土)~18日(日)
- インテックス大阪(大阪市住之江区)



写真は2000年の東京ボートショー

2001年を迎えての最初の業界ビッグイベントとなる「国際ボートショー」が近づいてきました。ヤマハでは2001年ボートショーにおいてリーダーシップカンパニーとしての使命を果たすべく、新規来場者に対して「海の遊びの楽しさ」をダイナミックに提案します。また既存顧客に対してヤマハが考える将来のマリンライフを提案するなど新たな取り組みを提案します。

「国際釣り博」についてはこれまで協力メーカーのブース内において展開していたものを独自ブースを確保して本格的に出展。ボートフィッシングの魅力を訴求するとともにヤマハボート、およびアウトボードの優位性をアピールする予定です。

釣り博、およびボートショーにぜひお客様をお誘い合わせの上、ご来場ください。

21世紀へご期待ください！ ヤマハマリンワールドをプレゼンテーション 「ボートショー」&「釣り博」

「第12回全国児童浜の風景画コンテスト」応募総数8457点から入賞作品が決定

去る11月16日(木)、静岡県磐田市のヤマハ・コミュニティセンタープラザにおいて「第12回全国児童 浜の風景画コンテスト」の最終審査会が行われました。

今年も「美しい海(環境保護)・働く海(漁港等)・楽しい海(マリンスポーツやプール)」をテーマに7月1日から10月31日にかけて作品を募集し、インドネシアやアゼルバイジャン、コロンビアからの応募作品を含む70作品計8457作品が寄せられました。

これらの作品は予備審査会で、小学校高学年の部・小学校



文部大臣奨励賞「イカ干しのおぼちゃん」
脇崎千明ちゃん(小5・熊本県牛深市)

ワンデザインのスタンダードを目指して 第5回Y・33S関東選手権 第2回Y・30S関東選手権

ヤマハデザインワンデザインクラスY・33SとY・30Sの関東選手権が、11月18・19日、神奈川県横浜市の秋谷沖の海面で行われました。参加艇は、相模湾・東京湾、遠方は駿河湾の沼津から、Y・33S

に4艇、Y・30Sに5艇の計9艇が集まりました。本大会は、毎年春と秋の2回行われるもので、陸上本部は特に設けず、海上集合の海上解散が原則というシンプルなスタイル。表彰式なども特

に行われず、チャンピオンシップというよりも、むしろプラクティス・レースといった意味合いが強く、質の高いレースを希求するワンデザインボートのオーナーたちに人気があります。

艇速差が少ないワンデザイン・クラスでは、乗り手の技量が拮抗するチーム同士は、きつちりと絡み合います。

「自分たちの技量をはっきりとわかるところが魅力ですね。私は、ヨットレースにスポーツとして取り組んでいますから、乗り手勝負というワンデザインに魅力を感じます」と語るのは、Y・30Sクラスで優勝したスーパードルフィン丸の松坂浩志オーナー。

「私は、社会人になってから、長浜のデインギークラブでヨットを始めたくて、このY・30SやY・33Sのオーナーグループは、そのときのデインギークラブのような雰囲気がありますよね。そんなスポーツマン的な雰囲気が気に入っています」

秋のフィッシングシーズンが活況 関東エリアで開催された フィッシングトーナメント

東京湾を舞台に熱戦を展開ヤマハボート

去る10月22日に神奈川県三崎港をベースとした「ヤマハボートルアーフィッシング大会」が関東ヤマハ会の主催により開催され、東京湾や相模湾から25艇が参加しました。ルアーに限定されたこの大



選手マリナーのキャプテンズ・ルームを借り切って、懇親会パーティーが行われ、同じフネに乗るオーナー同士、クルー同士、交流を深めました。

「今後、こうしたレースの数をどんどん増やしていこう」という内容で、メンバー同士の会話が盛り上がっていました。

最近、元気がないクルーザー・レースの世界ですが、こうした国産ワンデザインのクラスが盛り上がることで、レーシング・シーンを活気づける起爆剤になりそうです。

プロ・アマが入り混じり熱戦 東京湾シーバスゲーム フェスティバル



10月29日、神奈川県横浜市の新山下埠頭をベースに開催された「東京湾シーバスゲームフェスティバル」

参加25艇中、見事優勝を飾ったのは木更津より参加されたウルカワチーム。キャプテンの鶴殿さんは「剣崎から野島崎にかけてポイントを絞っていたのですが、釣果があつたのは朝の8時前後で、ちょうど日が射している間だけでしたね。ソーダが7本、サバが2本とホンガツオ1本、あとはシイラだけでしたので、優勝できるかどうか微妙なところだったのですが、ホンガツオのポイントが大きかったですね」と、過去に優勝経験があるものの、接戦で勝ち取っただけに喜びもひとしおといった表情でした。



今年も78チーム288名のアングラーが参加、釣果を競い合いましたが、ソルトウォーター・ルアーフィッシングの第一人者・村越正海氏、北村秀行氏、バスフィッシングで有名な村田基氏など、テレビや雑誌でおなじみの著名アングラーも多数参加し、トーナメントに花を添えていました。

トーナメントは釣り上げたシーバスの又長のトップ3の合計で競われましたが、結果は88cmを筆頭に78cm、69cmの3本で235ポイントを獲得した「クラブ・フィードマジシャン」がチーム賞を獲得しました。

52カ国から12700名の業界関係者が集まった 北米最大のマリントレードショー 「BOATING WEEK 2000」

ボートウィークでのヤマハブース



ポントーンボートと フラットボートの充実

展示されたボートの中で特に目立ったのはポントーンボート

去る9月25日から29日に北米最大規模のマリントレードショー「BOATING WEEK 2000」が、フロリダ州オーランドのオレンジカウンティ・コンベンションセンターにおいて開催され、52カ国から12700人ものマリ業界関係者が集まりました。期間中はボートビルダー、エンジンメーカー、マリ用品サプライヤーなど約700社/団体が新技術、新製品を展示出品。またセールスマネージメントやマーケティング、マリーナ運営、Eコマース講座からマリンエンジンや電装品についてのテクニカルに踏み込んだ内容のもので約1200のサミットが開催され、マリン大国の業界動向を知り、さらに業界に携わるものがスキルアップを図る上で貴重なプログラムが目白押しでした。

展示されたボートの中で特に目立ったのはポントーンボート

ト。ボートとしての走行性能や機動性はさておき、文字通り動く棧橋となるポントーンボートは、穏やかな内水面では泳いだり、釣りをしたり、昼寝をしたり、宴会をしたりとファミリーで楽しむのにもってこい。その用途の多様性を考えればコストパフォーマンスはかなり高い乗り物といえます。

実際、オーランド周辺の内水面を見ると、ポントーンボートが住居の目の前のプライベート桟橋に舫われているシーンを多く目にすることが出来ます。

今回のボートウィークの後、10月中旬に、同じオレンジカウンティコンベンションセンターでは「シャローウオータ・フィッシング・エキスポ」という見本市が開催されました。ボートの展示はもちろんフィッシングタックルやキャスティングセミナーやフィッシングセミナーなど有名プロアングラーによるイベントも盛況だったようです。

フロリダでは水深50センチに満たないようなシャローで、エンジンやアンプを積んだまま船尾にセットしたタワーに登り、プッシュロッドでボートを移動させ、ゲームフィッシュを探すようなスタイルの釣り(スヌークやターポン、レッドフィッシュ等がターゲット)に人気があり、専用のボート「フラッツボート」の販売が好調のようです。

確かにラグーンの多いフロリダならではの、地域性の強いボートといえますが、ここ15年ほどで一気に定着してきたシャローウオーターフィッシングに対応するボートとしてフロリダ以外でも普及し始めているとのこと。

オーランドの東、インディアナリバーやモスキートラグーンなどの汽水域を目的にしたタイタスビルという町にある「ディーラー」アウト・フィッターズ」のマネージャーによると、50〜60隻のフラットボートの在庫を一販売店でわずか半年で完売すると言うからその人気ぶりが伺えます。

環境対応と技術革新が 著しい船外機

NMMA(アメリカ舟艇工業会)によると現在アメリカにおける船外機の年間総需要は約33万台で、特に150馬力以上の高馬力モデルの販売が堅調です。ヤマハ、スズキ、ホンダといった日本製品の健闘が目立つ分野でもあります。



オーランドでも人気のポントーンボート



F225Aが大いに注目された

船外機のトレンドとしては4ストロークやF1/D1による低燃費・高性能化、環境対応という流れと、4ストローク船外機の大馬力化が上げられます。ヤマハはニューモデルとして独自の高性能直噴システムHPDIを搭載したF1搭載のモデルなど、大型船外機の充実が目立ちます。

一方、4ストロークの充実ぶりも近年著しく、F225AやF115Aのような大型モデル



トレーラー+フラットボートが人気



タイタスビルの販売店。50〜60隻を常時展示

ルばかりでなく、2馬力から4馬力、6馬力、8馬力といったポータブルレンジの製品も永年にわたって培われ、蓄積されたノウハウが十分にそぎ込まれた完成度の高い製品として注目されています。

なお、今回のボートウィークにおいて、ヤマハの「F225A」がイノベーションアワードを受賞し、その技術が賞賛されました。

(関連記事を表4に掲載)

「海のある生活」

安田民雄さん(52歳)(東京都・世田谷区)

広い海が自分のものとなる
ボートって素敵な乗り物だと思います。



関東ヤマハ会が主催する「ライトタックルコンテスト」に初参加した安田さんは、CR・28FB「Angel」のオーナー。ボート歴は4ヶ月と短いですが、海への情熱は人一倍強く、最低でも週に一度は東京湾でクルージングを楽しんでいます。ボートとの出会いは今年に入ってから。CR・28FBは「一目惚れで」と微笑む。

「実は今年の1月に長女が亡くなりましてね。それからは家庭にも重い雰囲気覆っていて、私も仕事人間だったものですから、なにか家族で出来ることはないかと考えていたときに、目に映ったのがこのボートでした」

気分転換にと横浜ベイサイドで海を見ながら食事をする予定が、展示してあったCR・28FBに引き寄せられ、そのまま免許の申込みを済ませた。

7月の進水式以来、週末はほとんどマリナーに通い、クルージングを主体としたボートフィッシングを楽しみ、家族での時間を過ごしている。

「まだまだ、始めたばかりですから、右も左もままならないですけど、いつかは一級の免許を取って、大島や初島へのクルージングを試みたい」

この日は「ライトタックルコンテスト」ということで、城ヶ島の沖まで足を延ばし、初めてのトロリングに挑戦した。

「ひとりでは、なかなか来られませんのでいい機会になりました。釣りの方は今日は練習なので釣果は期待していませんが、やっぱりロケーションがいいですね。海が自分のものじゃないですか。これだからボートはいい」

民雄さんと長男の智洋さんが代わる代わる舵を握り、ボートの進路を決める。艇体には亡くなられた佑美さんへの想いを「We Love Yumi」と表現。いまでは薄れつつあるといわれる家族の絆が、安田さんたちからはしっかりと伝わってきた。



5匹の合計重量で争われたが、40cmクラスを中心に方の良いアイナメ、メバルが揃っていた。藤巻社長によると漁友会メンバーの技術レベルは非常に高く、いっしょに釣行するだけで勉強になるという

「ヤマハFコン」が
ユーザー同士を繋げてくれる。
大きな意味での活性化を図れる。
(有)藤商会 ● 福島県相馬市

釣りのお客様が 100%

福島県相馬市の松川浦・岩の子浜は太平洋からかなり入りこんだ静かな入江で、風光明媚な県立公園だ。海水浴場があり、海に面して旅館・ホテルが立ち並んでいる。

その一角で昭和51年以来、お店を開いているのが(有)藤商会さん。社長の藤巻建二さんを始めとする4名の社員が働いている。

「うちのお客様の遊び方は、釣りが100%です」と藤巻社長。松川漁協の了解のもと、岩の子浜に約100隻のプレジャーボートを管理しているが、その全てが釣り仕様。中心となるのがUF-25クラスでこれはディーゼルのスタンドライブが多いという。船外機タイプはSRV20クラスが中心である。釣りのお客様への対応、ひいてはお店の活性化、ということになれば、釣り大会の開催に優るものはない。というわけ

で、藤商会さんではヤマハフィッシングコンテンツ（Fコン）の開催を年間の最大イベントとして位置付け、20年以上にわたって毎年開催している。

「とにかく釣りをと、ヤマハFコ

ンを中心に、年間3回の釣り大会を行なう。極端なことを言えば、うちのイベントはこれだけ……(笑)」(藤巻社長)。藤商会さんの1年はヤマハFコンを中心に回っている。

1ヶ月おきに3つの 大会を開催。 ユーザー釣りクラブが活躍

試乗会などはもちろん重視し、開いているが、お客様への対応は釣り大会で……これが藤商会さんの方論だ。

大会の開催時期は20年以上前から毎年6月、8月、10月の第1日曜日と決まっていて、2ヶ月おきに開いている。6月と8月の対象魚はアイナメ・カレイ・メバルなど。8月は夏休み中だから家族単位でも参加できる。10月はトロリングで、メジガ中心。カツオも混ざる。

2ヶ月おきに3大会は大変ではないかと思うが、実は、藤商会さんが主催しているのは8月のヤマハFコンだけで、他の2大会は「漁友会」が主催している。これは藤商会さんの顧客の中でも特に釣り好きなユーザーが組織している同好会で、会員数55名、事務局を藤商会さんに置いている。

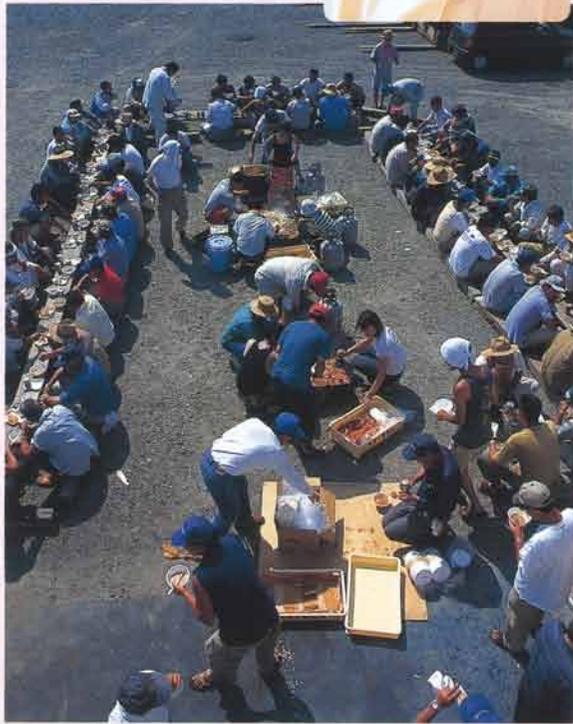
漁友会は毎年11月20日頃の土曜日に総会を開き、年間3大会総合の成績優秀者を表彰する。漁友会にとってもヤマハFコンは年間表彰の対象として重視する大会になる。

ネットワーク店に見る 当世マリンビジネス

「みんなが喜んでいるのを見るのが、自分の楽しみ」と語る藤巻建二・藤商会社長



家族も揃って200名以上が参加した大BBQ大会。アフターフィッシングの楽しみはこれ！誰もが、仲間と話し合うことを楽しみにしている



8月6日の大会で優勝したのは渡辺健次さん(左)と第3かわせみ号。昨年の大会でも優勝しており、今回の勝因を「昨年、イシガレイ58cmを釣ったポイントを1年間寝かせておいてね…」と教えてくれた



48隻、162名が参加した大会。表彰式は和気藟々の雰囲気。優勝者にはカップのほか、ロッドが贈られていた

総会は表彰式のほか、忘年会も兼ねており、釣り3大会にも劣らない重要イベントだ。

釣り大会開催とユーザークラブの持つ意味について藤巻社長は、「お店とお客様の交流になるし、代替や釣り用品売上の増加に寄与しているわけですが、それより重要なのは、お客様同士の輪が広がる、触れ合いができるということですね。船を初めて買った人でも釣り好きなら、漁友会に入って大会をめざせばすぐに仲間ができて周囲に溶け込める。ですから、大きな意味での活性化につながる。新しいユーザーさんにはぜひ入会するようにとお奨めしています」と語っている。

優勝者ご招待が ヤマハFコンの魅力

近年、塩釜や大船渡、福島など東北・三陸沖ではビルフィッシュトーナメントが盛んになった。トーナメントの老舗、南紀や下田に優る釣果が上がっているからだ。「全艇にカジキがヒット」という嘘のような実話があり、ビルフィッシュアンダグラの間に密かに「カジキの釣り堀」と呼ばれて注目を集めている。この海域のビルフィッシュトーナメントは今後、他水域からの参加艇も増えて熱狂の度合いを高めていくに違いない。

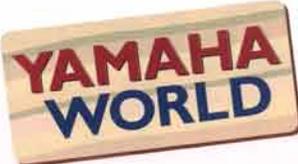
藤商会さんでもカジキには注目

しているが、問題は松川浦の水深が浅いところで30cm、通常でも50〜60cm。「シャフト船を置くのは無理。30フィートでも限界をちよっと超えています。カジキに興味を持つお客様は多いのですが、外洋艇を置く場所が無い」と藤巻社長は残念そう。最近では行政の理解が進み、公共の簡易な係留保管施設の整備が全国的に進みつつあるが、この水域ではその兆しも見えてはいない。

その意味では、藤商会さんにとって8月のヤマハFコンを中心とした年間の釣りシリーズが今後も重要となる。

「Fコンには多いときで60隻以上参加します。みんな、ヤマハの大会を楽しみにしていますよ。優勝すれば南のリゾートへ釣りに行ける可能性ありますからね。これまで、藤商会さん関連では3、4人の方が「はいむるぶし」や「つまこい」に行っている。藤巻社長の注文はただ一つ、優勝者ご招待の人数を現行の倍くらいにして、行ける確率を高めてほしいということだった。

社名 ● 有限会社藤商会
所在地 ● 福島県相馬市
岩ノ子字坂崎84-2
社長 ● 藤巻建二
創設 ● 昭和51年
設備 ● 店舗・事務所・整備場・
屋外展示場・駐車場
従業員数 ● 4名(サービス2名)



225馬力4ストローク船外機「F225A」 「BOATING WEEK 2000」において イノベーションアワードを受賞

2000年夏に発表され、来春の発売が待たれる世界最高馬力を誇る4ストローク船外機「F225A」が北米最大のマリントレードショー「BOATINGWEEK 2000」においてイノベーションアワードを受賞しました。

「F225A」は、船外機としては世界で初めてとなる吸気系統・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」を採用し、独自の小型化技術を導入したことで、V6型4ストロークで225馬力という大馬力船外機ながら軽量・コンパクトを高次元で実現。また独自のエレクトロニック・フューエル・インジェクションの採用により低燃費、クリーンな排気、静粛性といった4ストロークの利点をさらに強化。もちろんEPA(米国環境保護局)および日本舟艇工業会が設定している2006年規制値(排気ガス系の規制)を大幅にクリアしています。

今回のイノベーションアワード受賞は、「F225A」が技術の先進性、および高性能、さらには経済性を兼ね備えた船外機として、マリン先進国アメリカで高く評価されたことを実証するものといえます。

ヤマハでは、船外機としての軽量・コンパクトという基本性能を保ちながら、2ストローク、4ストロークのそれぞれが持つ特性とメリットをいかした「2&4」の両面で商品開発を進めていますが、近年船外機発祥の地でもあるアメリカにおいて、ヤマハブランドの評価が特に高まっています。

今後も市場のニーズに合致した商品を開発・提供し、環境と感動の両立を目指していきます。ご期待ください。



(写真の製品はプロトタイプです。)



ボートウィーク・イノベーションアワード

アメリカのマリン産業団体であるNational Marine Manufacturers Association (NMMA)を中心に全米25のマリン産業関連団体によって今年から開催された北米最大のマリントレードショー「Boating Week 2000」。イノベーションアワードは、これに展示され、申請された製品や技術の中から、ボート、マリンエンジン、電装品、織装品、マリーナ機材など11分野において、それぞれ特に優れた製品・技術に贈られる技術革新賞です。技術や性能面ばかりでなく、業界への貢献度、独創性、実用性など、総合的な評価によって厳選されるものです。今回のボートウィークでは、73社から約100の製品や技術が申請されていました。