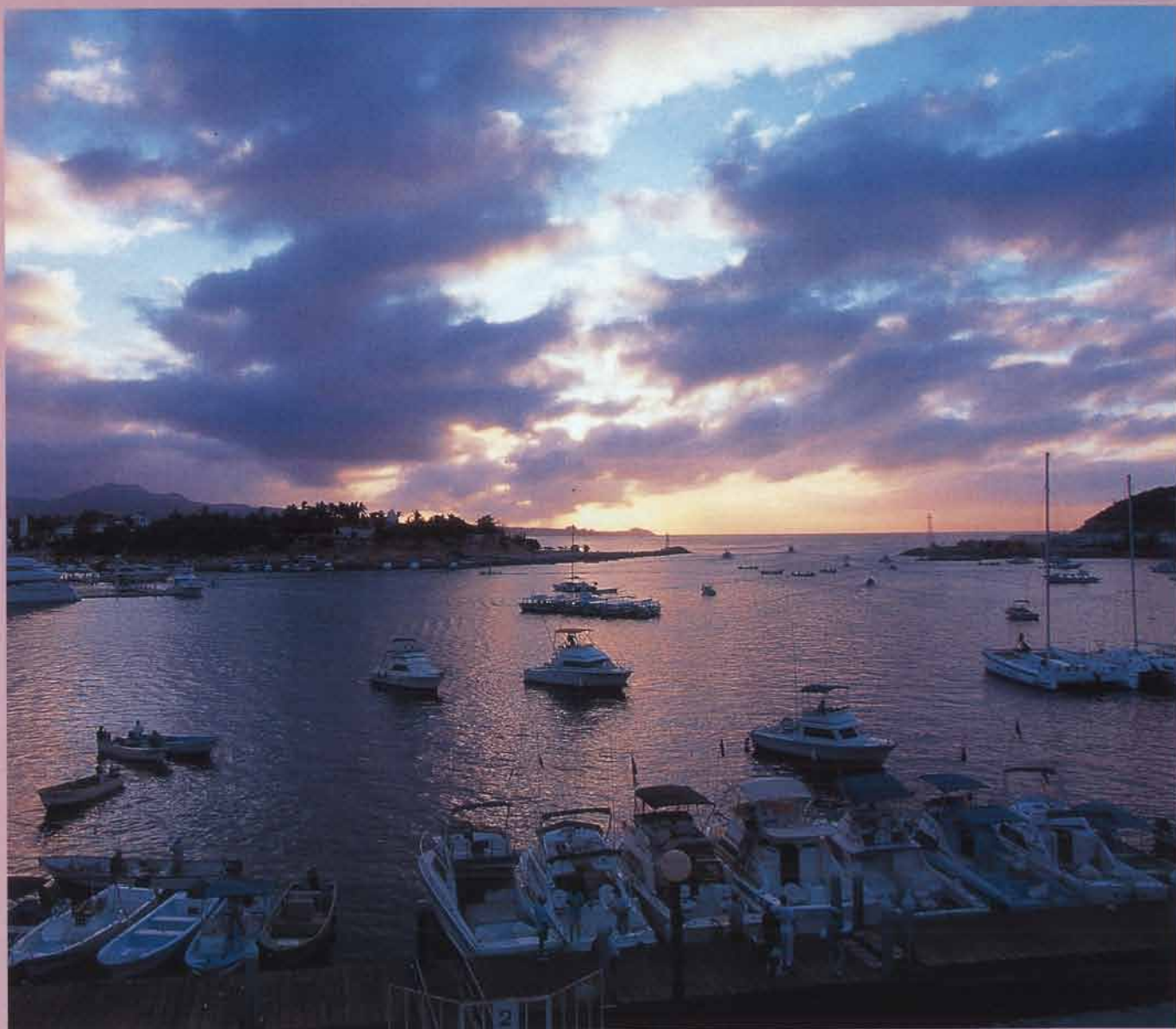


YAMAHA MARINE NETWORK NEWS



ヤマハマリンネットワークニュース No.145

2002
9/10



HOT NEWS ● **マリンビジネスの原点へ**

特集 ● **お客様の信頼を勝ち得る
マリンビジネスを目指して**

SALES PROLOGUE ● **サービスを中核に据えた拡販事例**

マリンビジネスの原点へ

NEXT STANDARD 小型フィッシングボートの決定版 YF-23



<主要諸元>

- 全長:7.5m ●全幅:2.55m ●全深さ:1.4m ●艇体重量:1141kg
- 搭載エンジン:F115AETX、F100AETX、F80AETL×2 ●燃料タンク:120ℓ
- 完成質量:1341kg (F115) 1311kg (F100) 1481kg (F80×2) ●定員:10名
- 航行区域:限定沿海*保証最大馬力:160ps

■セールスポイント

- Wave Thruster Blade(ウェイブ・スラスター・ブレード:大型スケグ)の採用により、インボード艇に近い風流れ性能と乗り心地の向上を実現
- フルフラット化したスターンデッキは釣りスペースの他、家族での団らんが可能
- 安全性、移動性、キャビン容積を両立したウォークアラウンド方式を採用
- パウカディは収納力に優れ、大人の仮眠ができ、6ftロッドの収納も可能
- 艇体剛性の強化、乗り心地、安定性の向上を実現
- 大型のFOTを採用し、航続距離、航続時間の優位性を確立



21フィート・ハードトッフィッシングボート YF-21

■セールスポイント

- UF-21CCで好評のハル、デッキデザインそのままに、ユーザーニーズの高いハードトップを装備。3面を囲うハードトップはサイドウィンドを拡大し、好視界を確保
- ユーザーの使用頻度に合せ、3タイプの船外機を用意

<主要諸元> ()内はF80、F100

- 全長:6.45m ●全幅:2.27m ●全深さ:1.18m
- 艇体重量:751(818)kg
- 搭載エンジン:F60AETX、F80AETX、F100AETX、
- 燃料タンク:24ℓ(73ℓ) ●完成質量:869(985)kg
- 定員:6名 ●航行区域:限定沿海



UF-21CCハイパワーバージョン UF-21CC F80/F100

■セールスポイント

- 艇体構造を強化することで、F80、F100船外機の搭載を可能。あわせて燃料タンクを73Lの固定式に変更
- ウィンドシールドをホワイトからグレーへ変更、船側にハルラインテープを追加

<主要諸元>

- 全長:6.45m ●全幅:2.27m ●全深さ:1.18m
- 艇体重量:739kg
- 搭載エンジン:F80AETX、F100AETX、
- 燃料タンク:73ℓ ●完成質量:940kg
- 定員:6名 ●航行区域:限定沿海



特集

2003年マリンビジネススタート

お客様の真の信頼を勝ち得る マリンビジネスを目指して



2003年の幕開けを告げるヤマハマリンビジネスミーティングが東日本(横浜プリンスホテル)と西日本(関空ゲートタワーホテル)で開催された。

開会の席上、ヤマハ発動機販売(株)右近社長より、マリンビジネスの現状説明、ならびにヤマハマリンの次年度の政策説明が行われ、底辺需要の喚起とコアマーケットの拡大を柱に、V字反転の初年度として販売店様と共にマリンビジネスをリードしていくことを確認した。

その後会場を移して行われた試乗会では、ネットワークをターゲットを目指したニューモデルラインナップの試乗、展示が行われた。今回のニューモデルではTACKLE以来のムーフメントが期待されるYF-23に加え、新しいユーザー層にむけたクルージングボートCR-33がニューモデルとして発表。その完成度の高さには販売店様のみならず、メディアやユーザーからも好評の声が挙がっている。

今回編集部では、ビジネスミーティングにお集まりいただいた販売店様のニューモデルインプレッションとボート専門誌向けに行われたメディア試乗会にて、ニューモデルの感想を伺った。

ビジネスミーティングで掴んだ ニューモデルの実力



政策説明の後、横浜ベイサイドマリーナ及び、いずみ佐野閑空マリーナにてネットワークショップ向けのニューモデル試乗会が行われた。YF-23やCR-33のニューモデルを始め、バリエーションモデルとして投入された、UF-21CC+F100、CR-28EXなど、いずれの販売店様からも商品力のあるニューモデルが出揃ったとの声が聞かれた。

そのなかでも今回は多くの販売店様から関心の高かったYF-23を中心にインプレッションの感想を伺った。



函館マジマ
間島正彦さん

YF-23の2基掛けは非常に興味をそられるモデルです。以前の2基(2スト)ですと燃費のデメリットがありましたが、今は4ストが主流ですからウィークポイントになるような点はありません。走りや風流れなどベーシックな部分の完成度が高いボートなので、必ず市場に認知されると思います。

また、今までのモデルと比べた場合、走りの質が違うのでターゲットも新規、代替えに関係なくアプローチできますよね。例えば2基掛け仕様だったらユーザーの好みに合わせた馬力の選択や2スト、4ストの提案ができる。市場のニーズにマッチしたボートなので、拡販できるプロモーションを組んで、市場に浸透させていきたいです。

くろしお
鈴木雅博さん



これまでの小型フィッシングボートは市場全体を通じてマイナーチェンジ的な印象のボートが多く、新規性を感じられるモデルが少なかった。それらのモデルに比べると走行・安全・艤装のバランスが整っていて、他社モデルに対しても優位性があり、新しさをPRできるボートだと思います。

最近では小型ボートの釣りもルアーや餌、トローリングなどさまざまなジャンルに特化していく傾向が見られますが、このYF-23なら走りの違いがはっきりと出ている上、艤装の自由度も高く、あらゆるフィッシングユーザーを包括できると思います。最近低迷している小型ボートなので、このYF-23で市場活性ができればいいですね。

葵マリン
堀野昌彦さん



浜名湖の市場で考えてもYF-23は魅力あるモデル。ボートの完成度が高いので、タックルユーザーも取り込んだ代替えができるのではないかと思います。個人的には2基掛けよりも1基掛けを選ぶ人が多いと思います。これも市場の特性ですが、現状では2基の必要性はなく、プラス補機で充分。お客様も300万円のラインは大きいと思う。ただ、ユーザーにとっての選択肢が広がることは、それだけパイの拡大に繋がるので売る方としても勝負強い商材になることは間違いない。全国で走れることがセールスポイントですから、展示よりも試乗を行って、ユーザーを活性化させたいですね。

清水マリーナ
森田貴之さん



私たちのエリアでは23フィート前後のフィッシングボートとPC-27,28といったクルージングボートが主流です。釣りは流し釣りなので、今度のYF-23はかなり期待できるモデルです。オーナーさんがバウに流れ止めの板を艤装するほど、流し釣りは定番のスタイルなので、YF-23のセールスポイントがそのまま訴求できる。

それとCR-28の価格設定は大きな魅力ですね。これまで中古艇や輸入艇に流れていた層を止めることができるかもしれません。いずれにしろ充実したモデルが揃っているので、ユーザーの遊び方に合わせた提案をして拡販に繋げたいと思います。



東京ボート
鈴木宏一さん

ウチの店にとってはUF-21CCのハイパワーバージョンが待ちに待っていた商材。ユーザーが江戸川、荒川の上部に保管しているので、ノーマルだと河川から東京湾に出ていくときに非力さを感じる事が多く、購入にも歯止めが掛かっていたんですが、この100馬力仕様はウチにとってUF-21CCの魅力伝えること

のできるモデル。来年はこの21CCが主力のベースになると思う。YF-23は完成度の高いボートだと思うが、ユーザーへ情報が流れていない分これからの商材。ぱっと見ただけでは、これまでのボートとそれほど代わり映えしないので試乗会などへ積極的に誘って乗せることがポイント。ユーザーでもこの走りの違いには頷くと思う。

大西マリン
大西 紘さん



CR-28の価格は魅力的。内装の柄についてはユーザーによって賛否両論あるところだと思うけど、説明のあったとおりインテリアの作り込みは今までになく、女性のデザイナーの細かい気配りを感じることができた。それと、釣りが好きな人にはYF-23はいい評価を受けるボートだと思う。風流でも最初はずっと流されるが、後はびつたと止まる。価格も300万円で提示できるのは強みだと思う。

瀬戸マリーナ
井上雅登さん



私のエリアでは釣りユーザーが多いので、このYF-23と21CCは、間違いなく来年の主力モデルです。特にYF-23は波切りもよく、ボート自体の完成度が高い。また、スターン側にウィンチが付けられるなど機装の自由度もあってユーザーに合わせた提案が出来る。ただ乗らないと分からないボートでもあるので、興味を持つ層にはどんどん試乗させていきたいですね。

ダイイチ
大野木博久さん



YF-23のポテンシャルは十分。スピードがあり風流れもいいし、フルフラットなデッキは個人的に気に入りました。釣りのユーザーであれば代替が中心になると思います。それと新規ユーザーであれば、マルチとして提案しても良さそうですね。デッキが広くてフラットになっているので、いろいろな提案ができると思います。

CR-33はソフトの提供も含めて、今後開拓しなければいけないジャンルのボート。今までのように釣り一辺倒ではユーザーも限られてしまいますし、船中泊ができるクルージングボートはもう一つの柱にしていかなければいけないと思います。





ヤマハマリン西九州
村本忠男さん

来年は、ずばりYFシリーズで決まりでしょう。長崎では代替よりも新規の方か、もしくは古いボートに乗られているユーザーがメインになるかと思えます。それとCR-33にも期待したいですね。大型艇のオーナーで高齢化もしくは休眠化しているユーザー層には売りやすいボート。居住性も高く、クルーが少なくても海に出ることが出来る。こういったクルージング志向のユーザーさんも少なくはないので、このあたりが活性化できればいいですね。



大阪マリン販賣
谷崎大造さん

YF-23は一言で言えば売りやすいボート。お客様の多くは日本海側で遊ぶのでハードトップはウケけがいい。なにより基本性能がこれまでのボートと違うのがセールスポイント。金額もこれまでに比べれば抑えられていると思うし、来期の主力商材になることは間違いないと思います。



総合マリン沖縄
永山貢さん

沖縄の釣りは流し釣りがメインなので、YF-23は釣りユーザーには間違いなく注目されると思う。アフドデッキも広くスパンカーの機装さえ工夫すれば、ヒットは間違いなし。去年はAG-21を上手く販売できましたが、来年はこのYF-23を主力に売っていききたい。とにかく一艇導入して、試乗してもらえばお客様も納得する



と思う。5隻は売りたいですね。

■評価点数

●評価できる:5点 ●どちらとも言えない:3点 ●評価できない:0点
(各項目ごとに集計し、100点満点に換算した。)

YF-23	78.3	CR-33	74.4
-------	------	-------	------

項目	YF-23	CR-33
コンセプトについて	43	38
価格設定	41	26
バリエーション	34	28
搭載エンジン	—	32
外観デザイン	28	29
スピード	35	23
旋回性能	35	26
凌波性	39	24
保針性	39	24
静止安定性	28	—
風流れ	35	—
乗り心地	39	30
取り回し	—	36
カディスペース、キャビンの広さ	33	34
デッキレイアウト、キャビンレイアウト	34	32
ブルーワークの高さ、オープンガンネル	33	—
収納スペース、物入れ	33	30
イクスの大きさ、レイアウト	35	—
内装	—	32
フライブリッジ(広さ、レイアウト)	—	30

YF-23、CR-33を中心に好評
2003ニューモデルメディア試乗会

ビジネスミートインングに先立ち、専門誌の記者を対象にしたメディア試乗会が9月5、6日の両日、横浜ベイサイドマリナにて行われた。このメディア試乗会に参加したのはKAZI誌やボートクラブ誌、オーシャンライフ誌、ボートフィールドなど、各専門誌の記者、編集者9名。編集部では各専門誌の記者にYF-23とCR-33の印象について伺った。

■YF-23のプレス評価

・波底の一部分に深いV型を成型するという発想自体、今まで誰も気がつかなかったことが不思議。実際に保針性、風流れに優れ、また衝撃吸収という面でも高いレベルで実現している。
(KAZI・永井)

・波当りの柔らかさ、スピード、旋回などどれも良好。乗り心地はこのクラスの国産艇では随一だと思う。
(オーシャンライフ・野村)

・試乗艇(1.5馬力)で29ノット出たし、80X2基なら33ノットは出る。スピードは十分。走行姿勢はとも良い。
(ボートフィールド・中島)

■CR-33のプレス評価

・波の中でのスピードは秀逸。通常コンディションが悪いときはフルスロットルでい

・エンジン信頼性、メンテナンス性を考慮し、さらにトラブル例まで分析し、安全性、信頼性の面で1基掛けを選択したというアプローチには関心、納得した。また外観とは裏腹にステアリングはモダンなフィーリング。快適な操船感覚を得ることができた。
(KAZI・永井)

きないが、このボートは安心してスロットルレバーを倒すことができる。WTBが効いているので保針性が良く、その結果乗り心地も向上している。ただし、乗り心地については他メーカーも語っている。釣りに特化したPRの方が訴求力があると思う。
(ボートクラブ・星野)

・クルーザータイプの憧れは誰しもが持っているもの。これまでSF系が主体だったクルーザーに新しい流れを感じさせるボート。またデザインもローラーとクルーザーの中間に位置しており、上手くまとめている。個人的には好きなタイプ。
(ボートクラブ・星野)

割に、破綻のない艇体設計を施して、無難にまとめている。日本の海峽、国情、ユーザー事情を熟知し、落とし所を押さえている。
(ボートフィールド・中島)

ボートを買う、その決断。

編集部では異なるタイプのボートオーナーになぜボートを買われたのか？どのようにして遊ばれているのか？の2項目についてヤマハボートのオーナーを中心にお話を伺いました。その中で、代表的なユーザーの声をご紹介します。

家族と社員のことを考えたとき ボートが一番ピンときた CR-28FB

大川博正さんは今から1年半前に、家族と社員の福利厚生を兼ねてCR-28FBを購入した。

「ボートの展示場を見かけることはあったけど、ボートに乗って海で遊ぶという発想はなかった。特に釣りが好きって訳でもありませんでしたから」

今から10年前に自動車ディーラーを立ち上げ、以後休む暇もなく、仕事に全力投球の日々を送った大川さんだったが、子供の成長と共に余暇の楽しみとして選択したのがボートライフだった。

「最初は空と海で迷ったんですよ。でも実際にヘリコプターだと定員が4人しかない。うちは5人家族だから、すぐ家内が却下して。その点ボートだと家族や社員で遊べるでしょ。買うことを決めてからは、早かったですよ」

休日の楽しみ方を空と海に目を向けたのは大川さんの仕事柄だと思われる。当時はボート免許すらない、全くの初心者で、電話帳で見つけたマリンホットラインに相談を持ちかけたという。「それからセールスの方が来てくれて、いろいろ相談に乗ってくださいました。こちらの希望としては子供を安心して乗せられて、FBで操船出来るボートだったので今のボートはぴったりです」

とかくボートというと家族のバックアップは必要不可欠な要素であるが、大川さんの場合、法人購入ということでクリアしていた。

クルージングをメインに考えていただけにCR-28はベストバイのボート。サイズこそ大きくはないものの初心者にとっては操船がしやすいと話す。

「普通では楽しめない、海の景色が自分のものになるのがボート良いところだと思う。やっぱり日常を一步出た遊びは心身ともにリフレッシュできますね」

最後にボートを買うきっかけについて聞くと、

「社員たちの福利厚生として使うこともあるけど、やっぱり子供と遊ぶのが大きいかな。金銭的にも無理をして買ったわけではないし、私自身これといった趣味も持っていませんので。だから長男が操船出来るようになったら、もう一回りぐらい大きいボートを買おうと思っています」



深澤憲二さんが海に目を向けたのは50歳過ぎてからだった。

「若い頃は、友人同士でディンギーに乗って楽しんでいました。しばらく遠ざかっていたのですが、時間もできたし、もう一度海に出ようと思いついてシーホッパーを買ったんです」

しかし肉体の衰えや出船、帰港の整備にとられるようになり、海へ出るのを控えるようになったが、親戚のボートに乗ったことで、今度はボートへの興味が高まり、今年の3月にルネッサを進水させた。

「マリナーのクルージング企画に参加したのですが、その時に前艇の曳き波を越えることが出来なかった。腕も未熟だったのですが、それから次のボートを探すようになりました」

たしかに海に出ていく乗り物ですが、車と違ってボートには夢があると思うんですよ。例えばカジキのプレートひとつにしても、実用性はないけど、ついでにだけオーナーであることを感

実現可能な夢。 それが私のボートライフです。 ウェルクラフト240ウォークアラウンド

じさせてくれる。そういった付加価値を追い求めていた時にヤマハでウェルクラフトの試乗会があった。またその場で契約しました(笑)

結局最後はセールスマンとのつきあいです。ものより人で買う。ましてやボートはアフターサービスやメンテナンスの信頼性が無ければ買えません。今の船にしたのは、やっぱりヤマハとのつき合いが大きかった」

毎週末は必ずボートに足を運ぶ深澤さん。先頃行われたニューモデル試乗会ではCR-33を好意的に捉えていた。

「あのコンセプトっていいですよ。速く走るボートがある一方で、ゆっくり走ったり、マリナーでく

つろいだりする人は少なくない。しいて言えば大ききかな。あのコンセプトで28や24フィートがあれば、候補になるんですけどね」

ボートがあることで定年間近の生活にも張り合いが出てきたという深澤さん。ボートは夢を実現させる乗り物だと、充実したボートライフを送られていた。



ちよい乗り派の私にとっては ベストパートナーです BELFINO

春は溪流釣り、夏は潜り、といったアウトドア派の朝倉忠義さんにとってボートは遊びを広げるための道具として捉えていたようだ。

「免許が来た次の日にベルフィーノを注文したんですよ」

右も左も分からない朝倉さんがベルフィーノを選択した理由が「家族で遊べる安心感」を感じられたからだった。

もともとカートップボートに興味を抱いていたという朝倉さんはボートショーに足を運び、購入計画を練っていたという。

「カートップだったら車に積んで何処でも行け

る。シュノーケリングがメインでしたから、それで十分だと思っていました。けどいざとなつて調べてみるといろいろ手間がかかる。車での上げ下ろしや、海へ降ろす場所。じゃあ、とりあえず免許だけでもと思って、4級を取りました」

免許の合格通知が来る頃は、最もボートに興味を抱く時期でもある。そこでヤマハへカタログを貰いに行く。

「乗り物はヤマハ党です。バイクもヤマハ。だからヤマハを選んだと思ったら調子がいいですけど、たまたま近所にヤマハがあって、聞いてみたらボートが買える。迷う間もなく買ったのがベルフィーノでした」

ちょうど車のローンが終わり一区切りついたところで、ボートへ目を向けるようになったという朝倉さんが、ホームボートとして選んだのは日本海、若狭湾だった。

「海が綺麗だったことが決め手でした。新西宮

のロケーションも良かったですが、家族を連れて海に出ることを想像すれば、綺麗な方がいい。ボートは夏の乗り物と割り切れば、若狭湾ほどいい場所は無いと思います」

日本海までは車で2時間半。四季折々のアウトドアスポーツを楽しむ朝倉さんならではの選択といえよう。

「実際にボートを持って実感したことは、意外とお金が掛からないこと。敷居の高いものかと思っていましたが、マリナーの料金は保管だけでなく付帯施設が使い放題だし、税金だって車のように年毎に取られませんよね。ボートの金額とマリナー料金さえ分かれば、きっちり計画が立てられる。今はようやく敷居をまたいで感じます」

ゆくゆくはFB艇にステップアップしたいという朝倉さん。もともと子供を乗せる前提で安全性の優れたベルフィーノを購入しただけに、子供の成長と共にボートもステップアップさせたいと言う。

サービスを 中核に据えた 拡販事例

ボート普及率の高い瀬戸内海エリアはボートビジネスにおける激戦区である。今回はこの瀬戸内海西部で老舗として知られるデルタマリンさんのサービス戦略を取材した。

人材育成が最重要課題

広島市に店舗を構えるデルタマリンさんは、ボートビジネスの創生期にあたる昭和43年に創業し、マリンファンの開拓、ユーザーのアフターフォローを積極的にを行い、地元マリンディーラーとして常にトップクラスの業績を築いてきたマリンショップである。しかしながら昨今のデフレや公共マリーナのオープンなど、市内に店舗、マリーナを構えるデルタマリンさんにとっても厳しい環境が続いている。松浦隆社長にお話を伺った。

「現状ではマリーナの会員数を増やすことは望めません。しかし業務を拡大し

ていくにはアフターフォローの拡充、遊びの提供、お客様の安全確保は業務の基幹ですから縮小するわけにはいきません。当然のことながらリストラも取り入れ、最盛期に50名ほどいた社員は半数に落ち込みましたが、昨年から新卒を採用してサービスを主軸に据えた業務展開を行っているところですよ」

新卒の社員はすべてがメカニック。これは松浦社長の持論であるセールスとサービスのバランスを1:3:4にし、ユーザーの徹底したサポートで、顧客の拡大を狙ったものである。

「単純に顧客の拡大を狙うならば価格を抑えて販売すれば、この時代ほとんどのお客様は安いところで買われると思う。ただ、マリンライフに對しての満足度というのは販売価格だけで満たされるものではないと思います。特に初心者であれば、ボート操船のノウハウやクルージングや釣りなどのソフトの提供。また代替であれば技術力の高いサービスの提供が行われて、はじめて満足感を得られるのではないのでしょうか」

ここ数年デルタマリンさんでは社内の課題に人材教育を掲げ、サービスのスキルアップ、実績主導の営業を展開されている。

「新規顧客が見込めない現状では、既存のユーザーを活性化し、店舗の収益に繋げなければいけません。それは一概にサービスや保管料だけで賄うといった考えではなく、休眠ユーザーの掘り起こしや、新しいイベントの企画など、常にユーザーに向けてアプローチしていかなければいけません。それがユーザーの満足度

市内には店舗と江波マリーナを構える



サービスを核とした営業展開を進めるデルタマリンの松浦隆社長



に繋がると思いますが、そのためには営業やサービスを問わず社員ひとり一人のスキルを高めなければいけません」

現在28名の社員が勤務しており、年齢も新卒から60歳以上と実に幅が広く、これまでのサービスに関するノウハウが蓄積されている。デルタマリンさんの場合、営業は実績がベース。サービスは資格と業績を評価しているため、サービスマン

の定着率は極めて高く、これが技術のデルタを印象付ける骨格となっている。

修理から予防整備への切り替え

「冬期格納点検整備は7年前より本格的に始めました。シーズンオフ業務の軸と夏期繁忙期のトラブル防止を考えて



サービスマン同士のコミュニケーションも良く、安定した品質を生み出している



サービスマンを含め従業員は28名。技術力の高さを武器に次々と顧客を開拓している(右から3番目が戸田サービス部長)



顧客管理はプラスモアを導入し、迅速なユーザーサポートを行っている



デルタマリンさんでは個人の作業管理や全体の作業状況などがすぐに分かるようシステムが整っていた



始めました。サービスを始めてからはシーズン中のトラブルが減少し、大きな事故が無く、お客様にも好評で、サービスを受ける方も毎年増加しています」

サービスプログラムはオーナーとの会話をもっとも重要だというサービス担当の戸田部長。点検の重要性を話すと共に、ユーザーの使用頻度によって交換部品の点数を変え、価格を抑えれば、80%以上のオーナーが了承するという。

「オーナーのみならずには、点検でメンテナンスすればレスキューよりも時間的にも金銭的にも安く、安全に楽しくマリンライフをすこして頂けることを理解してもらっています。サービスはお客様との信頼関係で続くものですから、サービスマンにはお客様との会話や笑顔の対応というものを重視するように指導しています。」(戸田サービス部長)

ユーザーの使用状況や点検進捗などはプラスモア(顧客管理システム)を活用

し、修理履歴を素早く引き出せる体制を整えている。また冬期点検整備の応答のないユーザーにはシーズン前にDMを送り、ユーザーの動機作りや顧客管理の整理に活用している。前期の冬期点検整備の実績は、DM発送が485隻・パンフレット送付が300枚に対して、ボートの点検が98隻、MJは19艇となり、昨年12月から今年3月までの点検による整備売り上げは約1千万円を記録。年間の整備売り上げの約20%を、この点検整備で確保している。

DMには返信はがきを使用し、さらに電話でフォローすることで、顧客とのコミュニケーションの密度を高めるところに注力しているという戸田部長。返信はがきによる冬期点検依頼には消耗部品費用の5%キャッシュバックキャンペーンを実施し、冬期点検整備の普及に努めている。

DMには返信はがきを使用し、さらに電話でフォローすることで、顧客とのコミュニケーションの密度を高めるところに注力しているという戸田部長。返信はがきによる冬期点検依頼には消耗部品費用の5%キャッシュバックキャンペーンを実施し、冬期点検整備の普及に努めている。

目標はサービスマンのファン作り

マリンに限らずユーザーのアフターサービスの評価はその技術力に集約されるといっても過言ではない。アフターサービスの技術の高いショップやサービスマンにメンテナンスをお願いするというのは、ユーザー心理の本音だろう。デルタマリンさんのサービス部ではこのサービスマンのファンの獲得をCSの目標として掲げられている。

「サービスマンの技術的なゴールは、お客様が見ている前で自信を持って楽に直せること、さらにカスタマイズなどの提案ができることです。うちでは朝のミーティングでトラブルやメンテナンスの弱点を話し合っただけのすりあわせを行い、月に一度はサービスのミーティングを開いて、お互いの技術力、知識の向上を努め、整備状況を説明しながら作業を行えるようにしています」

デルタマリンさんでは、ヤマハのマリン整備士試験活用し、資格を給与に反映できるようにしている。

「マリン整備士の資格は社員たちにとっても、レベルアップする良い機会ですよ。普段の作業とは別に技術の習得の場になりますから。お客様からの指名があつて初めて一人前のサービスマンと呼ぶことができる。それがお客様の信頼にも繋がると思うんですよ」

「冬期点検整備は営業と一帯となったサポートの力。今行っている点検以外にも登録や定期検査というものは制度上必ずお客様との接点があり、その中から船外機のグレードアップなど商談へ向けたい、ビジネスチャンスとして積極的にア

プローチしていかなくてはなりません」(松浦社長)

機動力のあるサービス体制の確立

機動力に富むサービスを武器に信頼関係を保ち、艇体販売に繋がりたいと話す松浦社長。実践するには営業1名に対してサービスは4名は不可欠だという。

そしてデルタマリンさんの次なる目標は海上でのサービスだ。

「今は魚も釣れなくなってきたから漁場が沖へ沖へと移動している。ただユーザーは現状のボートだから、距離が長くなるだけ不安も増しますよね。そこで私たちが海上にホームポートを作り、海遊びのナビゲーションやレスキューを行えるようにする。ゆくゆくは実釣の情報や動画を流したり、夜釣りのベースになったり、修理に対応したサービスステーションの機能を持ったベースキャンプなど、他がしないことをやろうとしているだけに、リスクは大きいけどリターンも少なくないと思います」

サービスを主軸にした展開。言葉だけを捉えればメンテナンス業務だけになるが、松浦社長以下デルタマリンさんではそのことがサービス活動の顧客満足度の向上を指していることが分かる。上記のようにサービス活動は重要な顧客との接点であり、工夫次第ではセールスストームにも及ばないセールスポイントとしてお客様からの信頼を得ることができ、経営収益を安定するサービスに力を入れ、顧客の拡大を狙うデルタマリンさんのその勢いは、当分衰えることはないだろう。

大型艇の建造を担う 伊勢事業所がオープン

去る9月2日にヤマハ中部伊勢事業所がオープンしました。この伊勢事業所はヤマハ蒲郡工場の業務を引き継ぎ、主に30フィート以上の大型艇の建造を担う工場、工場面積3000平米、型置き場3500平米の面積を有し、年間200隻の建造能力を備えています。

伊勢事業所の開所式では伊勢市、伊勢漁協など地元関係者が参加して厳粛な雰囲気の中、神事が執り行われました。伊勢市は古くから造船業が栄え、現在では地元の基幹産業として発展、舟艇建造の技術は国内でもトップクラスを誇るエリアで、今回ヤマハと業務提携を交わしたニュージャンパンマリナーも伊勢市に工場を構え、官公庁向けのボートや遊覧船の建造を手掛けており、建造技術に関しては定評のあるボートビルダーです。



日本記録更新の釣果も 43艇が参加。25尾をランディング

●第5回福島ビルフィッシュトーナメントいわき

9月13日から15日の3日間、いわき市で「第5回福島ビルフィッシュトーナメント」が開催された。13日の前夜祭では翌日からビッグファイトを思い描き、約200名の参加者で大いに盛りあがった。参加は北海道・小樽港マリナーや横浜ベイサイドマリナー、銃子などからも含め43艇だ。

ビルフィッシュシーズン最後のトーナメントとして、参加者たちはもとより、主催者、地元の方々からもその釣果に期待がかかる。トーナメント初日、9月14日7時スタートフィッシング。これまでヒットの実績のある南東20マイル沖を目指すボートが多い。10時の定時報告ではすでに9艇からヒットやランディングのコールが確認され、本部も大いに盛りあがる。

検査一番は、14時に帰着した「Green Peace」(オーナー：志賀正明氏) アングラール・志賀悦子さん・ヤマハPC-27。192kgのクロカジキだ。地元ながら初参加でのビッグヒットに大喜び。結局14日にはカジキ13本がランディングされた。

翌15日も曇り空。報道艇の測温では18度というカジキ狙いには厳しい条件のもと7時にスタートフィッシング。各艇、東から南東へ針路をとる。10時の1回目の定時報告を前にヒットのコールが続く。

釣果もありトーナメントとしての質も整えられてきた本大会の成功の要因に、GPSなどの航海機器の普及が上げられる。北緯37度近く、親潮が南下し北上する黒潮を東の向きに押しや



る、世界でも有数の漁場が広がるエリアだ。以前から魚影はあったものの、ひとたび太平洋に出てしまうと山だてのしにくい条件で、ナビゲーションや沖にでる釣りにはハードル高かった。GPSが自船の位置確認の不安やヒットポイントなどのデータ取りの難さを払拭してくれたわけだ。

大会はストップフィッシングの14時までにはヒットやファイト中、ランディングのコールで賑わった。15時30分、検査審査締め切り。2日目は13尾のカジキがランディングされた。トータルでは25尾の釣果(全てクロカジキ)が記録された。その1尾、青沼増美さん(「ゴールデンベイ」)の170kgのクロカジキは、申請されれば30ポンドラインの女性部門・日本記録になる。JGFAの岡田氏をして「当分破られない」という記録も誕生して、第5回大会は終了した。

- ◆団体成績(船名/ホームポート/ポイント)
優勝:「大和」(鏡子マリナー) 528.9
2位:「海来」(鏡子マリナー) 404.3
3位:「プラネットワン」(横浜ベイサイドマリナー) 400.0
 - ◆個人成績(アングラール/船名/ホームポート/ポイント)
優勝:金牧晴夫/大和/鏡子マリナー/528.9
2位:有澤公子/プラネットワン/横浜ベイサイドマリナー/400.0
3位:三浦良彦/芳麻V/北浜マリナー/334.0
- 会期:2002年9月13日~15日
会場:いわきサンマリナー(福島県いわき市)
参加:43艇(ヤマハ艇:23隻)

HOT NOW 03 New Model Boat Part 2

ボートライフを堪能する 新しいコンセプトのクルージングボート CR-33

■セールスポイント

- 新しさと懐かしさを融合させたネオクラシックデザインを採用。耐波性を重視したハルの採用やスラスターの装着、大型の風防など、少人数でのクルージングを想定し、ドライバーの負担を低減させるシステムを取り入れました。
- 35ftクラスの居住性を確保。アフトデッキは直径1mのテーブルを置いても大人5名がくつろげスペースがあり、スライドドアをフルオープンすれば、華やかな船上パーティを演出。またキャビン内は大人6名の仮眠スペースを設け、マリーナステイを快適に過ごせる装備を調えています。
- お客様の嗜好に合わせ、内外装とも複数のカラーを用意、またインテリアについてはソファ素材や物入れ等カスタマイズ対応といたしました。
- 幅広のサイドウォークを始め、高さのあるパウレール、傾斜のゆるやかなFBラダーなど安全性への配慮を高めました。
- 定評のあるマリンエンジンSX580KMに加え、冷却水の2系統取り入れなどで信頼性を高めました。



<主要諸元>

- 全長:11.27m (トランサムステップ含む)
- 全幅:3.55m ●全深さ:1.77m
- 総トン数:8.5t ●燃料タンク容量:500ℓ
- 清水タンク:200ℓ
- 搭載エンジン: SX580KM
- 最大搭載馬力:199kW (270ps)
- 完成質量:6300kg ●定員:12名
- 航行区域:沿海



CR-28に2基掛けモデルがラインナップ CR-28Twin/Twin EX

■セールスポイント

- 4級FB艇として人気のあるCR-28FBのI/Oの2基掛けモデル。2基掛けならではの操作性、安定性を高めると共に、ソフトレザーのソファや人工大理石のテーブルトップを採用したEXモデルをラインナップしました。

(写真はCR-28TwinEX)



<主要諸元>

- 全長:9.80m (バウスプリット含む) ●全幅:2.97m ●全深さ:1.62m
- 総トン数:5t未満 ●燃料タンク容量:420ℓ ●清水タンク:75ℓ
- 搭載エンジン: SX370KS×2 ●最大搭載馬力:121kW (165ps)×2
- 完成質量:3764kg ●定員:12名 ●航行区域:沿海



人気のAG-21限定モデル AG-21フレイクバージョン

■セールスポイント

- 個性派のウェイクボーダーを意識したシルバーフレイクのエアロギアを50隻限定で発売いたします。

<主要諸元>

- 全長:6.65m ●全幅:2.30m ●全深さ:1.10m
- 艇体重量:900kg ●完成質量:1070kg ●搭載エンジン:F100AETX
- 最大搭載馬力:73.6kw (100ps) ●燃料タンク容量:120ℓ
- 定員:8名 ●航行区域:限定沿海

お客さまの
海観・船観

気がつけば、海はなくてはならないものだった

〈かめ〉YAMAHA31CONVERTIBLE

山本健一さん(53歳)東京都

会社の上司からクルージングの誘いを受けたことが山本さんと海との出会いだった。

「酔うことに対する不安が強くてなかなか海に踏み出すことができなかったのですが、一度出てあの開放感を味わってしまおうと病みつきになる。不思議なものだなと今でも思いますよ」

最初のクルージング体験から6年目。オーナーである上司がボートングを引退すると同時に山本さんもマリライフに区切りをつけた。

「クルージングに誘ってくれた上司が当時76歳だったので仕方がなかったですね。それでね、まあいいかなって思っていたんですが、海に出られないとね。いつの間にかストレスがたまるようになっていた」

その後、セールスマンの誘いで試乗会に足を運んだのが山本さん曰く「運の尽き」だった。

「セールスマンの方に誘われたときは、はっきり「ボートは買わない」って、言って見に行ったんですよ。そうしたら中古のFC-27が展示してあって。ちょうど故郷の伊東にマリーナができたときで、「これならすぐ置けますよ」と言われましてね。気がついたらその場で契約していました(笑)」

その後FC-27で再びマリライフに戻るも、自分が初めてクルージングに出たPC-27を忘れることができず、今年の夏

にYAMAHA31CONVERTIBLEに代替えた。

「やっぱりFBが欲しかった。最初に乗ったPC-27もFBだったのでその感覚が残っているんですね。で、FCの方も高く下取りしてくれるというセールストークに負けて、今のボートにしたんですよ」

当初家族には内緒だったが、今では全員が免許保有者。ホームポートの伊東は山本さんの故郷と言うこともあり、週末は必ずと言っていいほどマリーナに顔を出している。

「地元ですからボートを置けば仲間が自然と集まってくる。そのうち仲間の友人とかも来るようになったりしてね。会社のしがらみもないから本当にリフレッシュできますよ」

イルカやクジラを見るためにクルージングに出る山本さんのポリシーはゲストを拒まないこと。友人の友人など顔なじみがないゲストでも快く招き入れている。

「私も誘われてボートに乗りましたからね。それにクルージングは大勢の方が楽しいし、海だけのつき合いは貴重な財産ですよ」

気さくな人柄は多くの仲間を育み、クルージングには常にゲストが同乗している。「海の開放感と自然の中で集中できる遊び」を体感できる限り、山本さんのボートングライフに終止符はない。

