

YAMAHA Marine News

2008 No.163



YAMAHA Now: ジャパンインターナショナルボートショー2008イン横浜

2008マリンビジネスミーティング

NOTICE BOARD: ニューモデル紹介・NEWS&TOPICS

Hello Marine Jet Shop: X-POWER

絢爛 ジャパン インターナショナル ボートショー 2008 イン 横浜



2008年のマリンシーズンはスタートするジャパンインターナショナルボートショー2008イン横浜が去る3月6日(木)から9日(日)の4日間、横浜市西区の「パシフィコ横浜」特設フロアリング会場「日本丸メモリアルパーク」の三会場を中心とするベイエリアで開催されました。昨年暮張から横浜に移転したボートショーは2年目を迎えるにあたって、体験エリアを拡充し、ミニボート体験乗船やミニクルーズ体験、ボート免許実技体験などが加わり、「一見して、触れて、乗って」というキャッチフレーズの下、各種のセミナーや海上イベントなどが行われました。

参加出展社最大のブース面積で展開したヤマハ発動機は「海・とびきりの週末」をテーマに商品構成を行い、「SC-30」や「LUXAIR」などのクルージングボート、「FR-32」を筆頭とするフィッシングボートの他、ニューモデルとして登場した世界最大の出力を誇る「F350」を中心に、参考出品として「YAMAHA35」「F300A」「YF-27/F300A」を展示。屋外の特設フロアリング会場では「EXULT 45 CONVERTIBLE」「YAMAHA 38 CONVERTIBLE OPEN VIEW」「YAMAHA 32 CONVERTIBLE」の3隻を展示しビッグボートシリーズをアピールしました。また、メルマガジンの「ソルティ・ライフ」入会コーナーやイベントステージなど、ハードとソフトの両面からヤマハのマリンスタイルを訴求。視察で訪れた販売店様からもニューモデルや参考出品に対しては評価が高く、早期の市場導入を希望する声が多く聞かれました。今回のボートショーでは体験試乗やフロアリング、屋内、海上イベントなど、エリアが拡大したこと、ユーザーの動員数が多くなり、滞在時間も長くなったようです。ブース運営に協力されたいた販売店様からは「去年に比べると見に来ているお客様は多く、今後の商談にも期待が持てそうです」「フロアリングと屋内と分かれていますので、お客様はゆとりをもって見ることができています」

「ボートショーに見に来ているお客様はボートショー後のクロージングでも期待ができる」と、今後のビジネスチャンス拡大に向けての手応えを感じたようです。



ニューモデル FX SHOに対するユーザーの期待値は高く、説明員へ質問する姿が数多く見受けられた



マルチ比率の高い首都圏でもFR-32やYF-27EX/F300には多くのお客様が内見。期待の大きさが表われていた



他社に先駆けていち早くスロープを設けた屋内ブースには、多くの方が訪れた



フロアリングブースでもヤマハ艇への注目度は高く、4日間を通して賑わいを見せていた

お客様の新たな感動と豊かな生活の実現を目指して



代表取締役社長 梶川 隆

マリン事業では、ボートや船外機、ウォータースポーツなどの幅広い商品とグローバルな生産に加え、ボート免許、マリンクラブなどのソフト事業を展開する「総合マリンメーカー」としての強みを活かし、「レジャー」と業務の両面で、世界中のお客様に新たな感動と豊かな生活を提供していくことを目指しています。

新中期経営計画において、主力となる船外機事業では、環境対応型4ストロークの中大形船外機ラインナップの拡充や、途上国における4ストローク化の推進、市場に密着したサービス活動の徹底などにより、現在の市場ポジションをさらに強固なものとなります。

本年5月には、国内の新たな船外機生産拠点となる袋井工場を稼働させます。袋井工場では大型船外機を一貫生産するとともに、最新の生産設備と様々な工夫により世界「モノづくり工場」をめざし、生産効率の最適化と品質の向上を図りながら、更なる船外機事業の競争力強化に努めます。

次に、国内の舟艇事業では、「EXULT 45 CONVERTIBLE」と「YAMAHA 38 CON-

VERTIBLE OpenView」など大型モデルのラインナップ充実や独自技術の投入による操船面での快適性を追求したモデルを投入します。また、今回のボートショーでは、需要が活性化している中東のドバイ市場への投入に向けて開発した「YAMAHA 35」を参考出品いたしました。

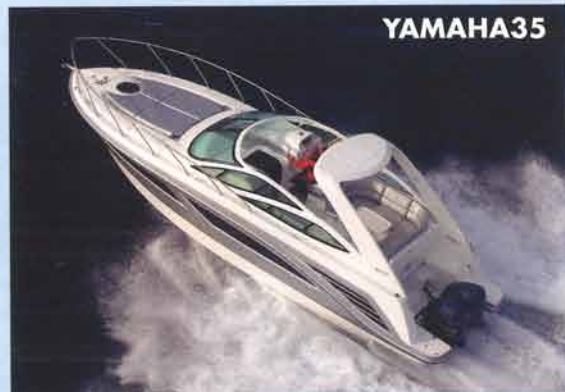
需要創造活動におきましては、ボートを所有していただくだけでなくマリンレジャーの楽しさを実感していただけるマリンクラブSea Styleの充実と会員規模の拡大を昨年に引き続き、強力で推進してまいります。加えて、国土交通省や舟艇工業会が中心となり推進する「海の駅」や「手軽にできるボート」など、お客様がマリンレジャーを「安心」「安全」に楽しむための環境造りにも、積極的に取り組み、日本のマリンレジャーの活性化に努めてまいります。

なお、「環境」への取り組みについては、本年より「Beautiful Oceans Forever」をローガンに、美しく、豊かな海を次世代に継承して行くための活動を全世界で展開してまいります。具体的には、環境負荷の少ない製品や製造技術の開発などに加え、業界全体で取り組んでまいりました「FRP船リサイクルシステム」のさらなる定着に向けた活動や、ビーチクリーンキャンペーンなど、さまざまな取り組みを積極的に展開してまいります。

当社は、「安全」「環境」に加え、「獨創性」にあふれた製品・サービスを提供することにより、お客様の新たな感動と、豊かな生活の実現を目指してまいります。

（9月6日横浜パシフィコ横浜「メント」より撮影）

ヤマハブースの参考出品モデル



YAMAHA35

ヤマハブースでは、参考出品として3モデルを来場者へ提案しました。船外機では「F300A」を今シーズンニューモデルとして登場したF350Aと並べて展示し、ヤマハのアウトボードへの情熱をPR。ドバイなど海外市場向けに開発された「YAMAHA35」は連日長蛇の列ができるほどの脚光を浴びました。また、フィッシングユーザーからの高い支持を得るYF-27にはF300Aを搭載。こちらもFR-32同様に多くのお客様から注目を集めていました。



F300A

マリン商戦を牽引できる手応えを実感

この度は「ご多忙の中、ジャパンインターナショナルボートショー横浜」にご協力いただきまして誠にありがとうございました。今年の入場者数は約4万7千人と昨年とほぼ横並びですが、屋内、フロアテイング展示に加え、ミニボートの試乗、またシースタイルではドライビング講習会などを開催し、いずれも成功裡に終了しました。



みなとみらい地区全域の7箇所にて「見て、触れて、乗ってマリンを体験」をテーマにイベントや展示を展開し、ヤマハブースにお越し頂いたお客様に夢と感動を与えることができたボートショーでした。ヤマハの屋内ブースにおいては、参考出品の「YAMAHA 35」を目玉としたマルチ系ボート展示と流し釣りをメインとしたフィッシング

ポートショー後もエリア別展示試乗会を引き続き実施してまいります。ボートショーにて詰め切れなかったお客様のクロージングの場としては是非「活用」ください。今回のボートショーでもマリン商戦を牽引できる手応えを残すことができました。本当にありがとうございました。

東京販売課 課長 中村 貢
ボート展示を行い、マリンジェットコーナーでは、スーパーチャージャー十軽量ハルの新開発モデルに人気が集まりました。また、船外機においても5月発売のF350、参考出品のF300が圧倒的な存在感を見せ、環境対応4ストロークモデルのアピールができ、他社に引けをとらない商品展示により全体での受注目標も大幅に上回る結果となりました。

2008

ヤマハマリンビジネスミーティング 「It's New Next」



去る2月4日に九州地区と中部地区で行われたヤマハマリンビジネスミーティングを皮切りに全国8エリアにおいて2008ヤマハマリンビジネスミーティングが開催されました。

昨シーズンは、15年ぶりに前年の出荷隻数を上回るなど結果が表れた1年となりましたが、今シーズンは更に拡販を推し進めるべく、地域に密着したビジネスミーティングを開催し、エリアにおける重点政策の説明が行われました。

今回はこのビジネスミーティングから中小型ボート、船外機、マリソフトにおける全国統一の政策を抜粋してご説明します。



2008年の政策について

2008年度のメインテーマは、昨年の「It's New」を継承し、NEWが表す「新しいことへの取り組み」をさらに進化させて市場の活性化を促進させていきます。

「It's New Next」のキーワード

- 新艇展示露出政策の進化
- 4スト環境対応促進
- Sea-Style 楽しみの深化と拡大
- エリア小売りNo1店一政策



マリソフト政策 (Sea-Style)

● 募集拡大と利用拡大の取り組み

シースタイル入会者の約7割が免許取得から1年以内に入会していることから、免許取得と連動したハンケージ商品の拡大を図ります。また、これまでのWEBによる申し込みに加え、各地域やマリナー単位でのクラブ説明会の拡充やヤマハマリンカウンター(全国10カ所)を布石し、対面説明の場を設けることで入会の促進につなげていきます。利用拡大については未利用会員の利用回数拡大を推し進め、ドライビングレッスンの強化、マリナーイベントのサポート、SNS会員の拡充などを継続して取り組みます。

業務市場では、燃油高騰の緊急対策として協業化事業が継続して行われますが、今年度は申請要件が変更され、多くの漁業従事者からの申請を受け付ける内容となっておりますので、ぜひご活用ください。また申請サポートについてはY・D・Oにて随時ご連絡する他、漁業者の困り込みなどの相談は担当セールスマンまでご連絡ください。



船外機政策について

● グレードアップ艇とヤマハ換装プロショップの告知強化(レジャー)

● 業務ユーザーの困り込みによる省エネ事業の取り組み(業務)

2008年は徹底した他社差別化戦略を行います。レジャーユースでは4ストロークモデルの換装強化。業務市場に於いては省エネ事業の取り組みを強化します。レジャーユースでは、中古艇への4スト換装を強力に推進します。ASS SHOPをヤマハ換装プロショップとして専門誌広告に掲載し、販売店様のビジネスをバックアップしてまいります。



中小型ボート政策について

● ヤマハ常設展示場と販売店様の展示・試乗艇の相乗効果による拡販

● エリアパージョンモデルと新規需要獲得モデルの投入

2008年は昨年からの展示試乗サポート政策を進化させ、市場の活性化を目的にヤマハの常設展示場と販売店様の展示の役割分担を明確にします。基本的にはヤマハ常設展示場は需要活性化を目的として、販売店様の展示場は販売店様の特色の打ち出しと受注促進の場として機能の強化を図ります。また素材ではエリアパージョンモデルと、新規需要獲得モデルの投入により市場の活性化を促します。

各地区で活況、 2008マリンビジネスミートイニング

地域ごとの特性を踏まえたビジネス展開を行うためにエリア毎の開催となった今年のビジネスミートイニングには、多くの販売店様が参加し、今期の政策目標や重点課題を確認されたようです。関東エリアの最優秀賞を獲得したセントラルボートの能井田さんは「YF-23からFR-32まで。フィッシングボートの充実は販売する方にとっても心強いラインナップ。ぜひ拡販に挑戦していきたい」と懇親会で意気込みを語るなど、各エリアとも充実したビジネスミートイニングとなりました。尚2007年度の優秀販売店様は左記の通りです。



北海道

ブレジャーボート部門
最優秀賞 ● (株) マリンプラザ伊藤
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● (株) 根室ヤマハ

東北

ボート取引金額部門・ボート小売隻数部門
最優秀賞 ● (株) くろしお
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● (有) 互洋大船渡マリーナ

関東

ボート取引金額部門・ボート小売隻数部門
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● セントラル(株)

中部

ボート取引金額部門
最優秀賞 ● (株) マリコム東海
ボート小売隻数部門
最優秀賞 ● (株) ダイイチ
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● (株) 嶋田商会

関西

ボート取引金額部門・ボート小売隻数部門
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● 兵庫トヨタマリン(株)

中国

ボート取引金額部門・ボート小売隻数部門
最優秀賞 ● (株) 岡山マリンボートセンター
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● (株) デルタマリン

四国

ボート取引金額部門
最優秀賞 ● (株) 瀬戸内マリン
ボート小売隻数部門
最優秀賞 ● 香川マリン(株)
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● 南豫オートセンター

九州

ボート取引金額部門
最優秀賞 ● (株) ササキコーポレーション
ボート小売隻数部門
最優秀賞 ● (株) マリンセンターマリノア
船外機仕上台数部門
最優秀賞 ● (株) マリンランド商会

ヤマハマリンブランドの再構築に向けて



ヤマハ発動機株式会社国内マリン事業部
事業部長 菅川 杜一

昨年前半は総需要が対前年比100%

前後で推移してきましたが、後半からは米国の景気後退による影響を受け、トータルでは国内の新艇販売は対前年比95%という結果になりました。しかしこうした状況ながら、私たちの商品はユーザー渡りが108%の伸長という実績を残すことができました。これも皆様のご努力の賜物だと深く感謝いたします。

私たちが構造改革を進めていく中で、組織の見直しと同様に今後のマリンの方向性を議論し、マリン事業の長期ビジョンを策定しました。このなかの3つの柱についてご説明させていただきます。

まずひとつめは、「商品提案」と共に「利用提案」を柱とする新世紀日本型マリン文化の構築です。

現在、日本国内の総保有隻数は約36万隻。その中で実際に稼働されているのが約26万隻と言われています。これを人口換算にしますと0.2%という保有率になり、免許の所有者165万人に対しては約16%で、その数字が日本の舟艇産業の規模を表していることになりました。

日本のマリンマーケットが育たない要素としてはさまざまなことがあげられますが、そのひとつに保管場所の問題があります。

ヤマハではそれらに対応するためにシースタイルという会員制のマリンクラブを発足させましたが、現在では免許取得希望者のうち、シースタイルのパッケージ入会希望が3割まで増加し、シースタイルも一定の認知、理解を得られてきています。これまでのように船を買って遊んでいただくというだけではなく、遊びの部分だけに参加していただくというレジャー形態についても推し進めていきたいと考えています。

二番目は、「プロダクトクオリティの改革」と「カスタマーサービスの改革」でお客様満足度のインベションを図ることです。満足度については、コンペティター(競合他社)が誰なのかを考えると、それは海の同業他社ではなく、陸の上のレジャー産業であり自動車産業なのです。彼らのお客様を海へとご案内できなければ私たちの産業の拡大は望めません。今後は他の産業と同等のCSを保てなければいけないと考えています。

それから最後は、世界視点でトップレベルの製品サービス情報を提供するマリン集団を目指すことについてです。現時点ではまだまだ勉強不足な点があり、欧米のトップブランドと渡り合えるかといえ、正直に至らない点があると認識しています。しかしながら、長期のビジョンを策定していく中で、他のヤマハ商材と同様にすべての商品が世界のトップブランドと対等になるような品質をめざして、広い視野を持つ仕事に望んでいく所存です。是非とも皆様と力をあわせて、新しいマリンの夢を提案できるような仕事をしたいと思っています。(関東エリアビジネスミートイニング時の挨拶より抜粋)

NEW MODEL

すべてにおいて高品質、高級感を追求したコンバーチブルクルーザー。スタイリッシュなエクステリアデザインに加え、豪華さと質感を兼ね備えた居住空間を実現し、最上級のマリライフを演出する。

●全長:15.02m●全幅:4.75m●全深さ:2.58m●艇体質量:12,403kg●完成質量:16,309kg●定員:15名●搭載エンジン:CAT C12X2●最大保証馬力:526kW(715ps)×2●燃料タンク容量:2,300ℓ●航行区域:沿海



EXULT 45 CONVERTIBLE

「YAMAHA 38 CONVERTIBLE」をベースに、ファミリー層で人気の高いフロントウインドウを採用し、キャビンの採光性を大幅に高めたコンバーチブル。

●全長:12.65m●全幅:4.25m●全深さ:2.35m●艇体質量:7,200kg●完成質量:9,950kg●定員:12名●搭載エンジン:CAT C7X2●最大保証馬力:329 kW(447ps)×2●燃料タンク容量:1,300ℓ●航行区域:沿海



YAMAHA 38 CONVERTIBLE Open View



F350A

ヤマハ独自のバンク内排気システムにより、2ストローク並みの軽量・コンパクト化を実現。船外機では初となるV型8気筒エンジンを採用し、5,330cm³の排気量から257.4kWの最高出力を発揮する。

●トランサム高(mm):637(X)●質量(kg):365(X)●エンジン形式:60°V8●総排気量(cm³):5330●ボア×ストローク:94×96●圧縮比:9.6●最大出力(kW(ps)/rpm):257.4(350)/5500●潤滑方式:Wet-sump●点火方式:TCI●ギア比:1.73(30/15)

NEWS & TOPICS

2007年の市場概況と舟艇工業会の取り組みについて

日本舟艇工業会記者発表より

2007年の市場概況はモーターボートは10m以上の大型艇と輸入艇を中心に続伸傾向、PWCは若者の根強いニーズもあり隻数で102%、金額では110%と大きく伸張しました。規制緩和をきっかけに好調だった3m未満、2馬力以下のミニボートは、約4,300隻の出荷で若干の減少、船外機は中型ボートの不振と一部漁業市場での出荷の遅れの影響で出荷台数と金額は前年比90%と落ちこみましたが、輸出商品の船外機や船内機のエンジン関係は好調で、日本の舟艇工業の総生産出荷金額は約2,340億円となりました。

今年度はライフジャケット着用促進のための「ライフジャケット着用宣言」キャンペーンの展開やミニボートユーザーを対象とした安全啓発活動の取り組みや、ボート、PWCの賠償保険加入促進など「安全」「安心」のための活動を展開していきます。

普及振興活動としては、トレーラブルボートなどの可搬型ボートの普及を目指した「手軽にできるボートテイング」の周知広報活動、廉価な保管のためのランプや漁港の活用などのインフラの開拓、「海の駅」を活用したクルージングイベントの開催、そして「マリインウィーク'08」キャンペーンの展開など積極的に取り組んでいます。いっぽう、「FRP船リサイクル」事業は、今後ともユーザーの廃船処理の円滑化や不法投棄などの防止、環境の美化などため積極的に進めていきます。

海の駅連絡協議会主催

「海の駅」からのメッセージ開催

2006年11月に、「海の駅」の利用拡大、利便性向上、地域の活性化等を目的に発足した「海の駅」



連絡協議会)は、2008年2月12日(火)に香川県の金比羅宮内にて、関係者や聴講者約100名が参加し「海の駅」間の連携強化、サービス向上をテーマとした講演会と意見交換会を行いました。

「海の駅」は、海から陸から、誰もが気軽に利用できる施設として現在99箇所が登録され全国に拡大しています。一方、学校教育や大震災時等の防災拠点としての機能等、「海の駅」を拠点とした活動の可能性や期待が高まりつつあり、今後「海の駅」のネットワークを活用し、海洋レクリエーションの普及、海洋教育の推進、地域防災への協力等、社会的ニーズに応える活動を幅広く展開していくため、ネットワーク強化に取り組んでいます。

今回のイベントでは「海の駅」のレベルアップを図るために、「海の駅」ユーザー、行政、自治体等、それぞれの立場から意見、情報交換を行い、ネットワーク連携と強化に向けた取り組みが確認されました。

EXULT 45 記者発表会

去る2月27日(水)にEXULT 45 CONVERTIBLEの商品発表と新カテゴリ「EXULT(イクザルト)」

の同時発表を兼ねたイベントが東京都港区のクリスタルヨットクラブにて開催されました。このイベントにはメディア関係者、VIP招待客など約80名が列席。パーティ形式で進められた発表会は、作家の鈴木光司氏の基調講演もあり、和やかなムードの中で成功裡に終了しました。





沖縄市場のマリンジェットをリードするX-POWERさん。
中央右が真喜志康則社長

■データ

- 開 店: 2007年4月
- スタッフ: 4名
- 主力商材: VX、FXなどの3人乗りモデル
- 商 圏: 沖縄本島全域

免許取得、販売、レンタル、サービス。 MJのトータルショップとして 沖縄市場をリードする



ヤードへショップ機能を
移転したX-POWERさん



保管艇のうち半数は県外ユーザーで、
現在は屋外の艇庫の整備を進めている



部品用品が所狭しとストックされて
いる店舗には来店者も少なくない

沖縄の中心地、那覇市の店舗で長年、マリンジェットの拡販に取り組んでこられたX-POWERさんは、昨年の4月に中城村の久場先海岸にあるヤードにショップ機能を移転してリニューアルオープンしました。

「3年ぐらい前にゲレンデの閉鎖が相次いで、この場所も閉鎖の話があったのですが、ちょうど倉庫の空きもあり、ここで艇庫を借りてゲレンデを確保できないかというのが、最初の経緯です。そうして借りて運営していく中で、艇庫の機能、販売の機能をひとつにして、遊びを中心としたサービスを提供していく」と店舗をこの場所に移転しました（真喜志康則代表）。

那覇の中心部からは車で40〜50分。県内で10カ所ほどあるゲレンデの中では、アクセスも良くロケーションもいいことから、以前の店舗と比較しても、お客様とのコミュニケーションでのデメリットはほとんど感じられないと言います。

「県外のお客様が増えているのが最近の特徴ですね。最も多いパターンは、沖縄に出張で来るビジネスマンがジェットを購入するケースで、その次に沖縄にマンションを購入したシルバークラウドの方や沖縄でジェットが乗りたくて保管場所を探しているお客様。定住型のリゾートとして沖縄がメディアで取り上げられて、多くの方に認知されるようになってきてからは、この傾向が顕著になりました」

今後この傾向が強まると認識している真喜志さんは、ゲレンデを持つトータルPWCショップとしての強みを活かした販売を展開していきたいと話します。

「この店舗に移転してからは、ゲレンデもありましたので免許やレンタル、イベントに積極的に取り組んで、マリンジェットの楽しさを理解していただくことに力を注

いでいます。乗ったことがない人や免許は持っているけど操縦をしたことがない人を対象とした無料の体験乗船をこれまでに3回ほど開催していますが、多い時は200名近くの来場者があり、ジェットに対しての関心の高さを改めて感じる事ができましたし、ジェットを所有することへの強い憧れを感じ取ることができました」

多くのお客様と接する中で、真喜志さんは「どんな形であれ、ジェットで遊ぶことの楽しさを伝えられなければ、販売の発展は望めない」と感じたと話します。

「他のレジャーも含めた中で、ジェットで遊ぶ時間を選んでいただかないことには、市場の拡大、ひいては私たちの売上が成長していくことは難しいと思います。レンタルでも購入でも、まずはジェットと一緒に過ごす時間を提案して、多くの方がジェットと接していく時間をつくる。こうした基本的なことが今後ますます重要になってくると思います」

X-POWERさんでは、単なるPWCの販売という概念ではなく、レジャーの提案という位置付けで市場での活性化に取り組み、普及や啓発活動には積極的に参加しています。店舗移転後の効果は今後現れてくるだろうという真喜志さん。トータルPWCショップとしてリニューアルしたX-POWERさんでは、将来を見据えた市場の基盤作りにはトライしていました。



艇庫の隣にはウッドデッキのテラスがあり、
ユーザーのくつろぎの場となっている



目の前がゲレンデ。
免許講習や体験会などを開催している

YAMAHA
WORLD

YAMAHA 35



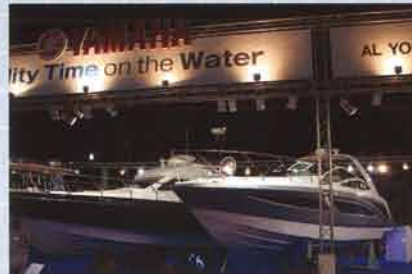
ヤマハブースに参考出品として展示され、内見のための長蛇の列ができていたのが、中東ドバイなどの海外市場向けに開発された「YAMAHA35」です。

このボートのコンセプトは、「これまでにない形のボートを作ること。そして世界中の人びとにビルダーとしてのヤマハの実力を伝える」ことに尽きるとデザイン担当の薄氏はいます。

ファーストインプレッションを決定付けるボートの外観は、トランサムに搭載された船外機F350Aの二基掛けが最大のアクセントとなり、サイドビューのメタリックカラーとブラックのコントラストが船体をシャープに引き締めて、航行時の躍動感を演出しています。

これに対しキャビンはモダンの中に和のテイストを盛り込んで静かな美を追求。ラグジュアリーなプライベート空間としての居住性をベースに、ゲストを招いてのパーティ後の団らんでも寛げるようにソファやギャレーを配置し、ゲストの宿泊にも配慮しています。

「欧州で人気のあるエクスプレスクルーザーをモチーフとしながらも、和風のモダンテイストを心掛けて、オリエン



タルな雰囲気を持つデザインに仕上げました。船外機艇はインボードモデルに比べ空間の広さという長所がありますので、通常はベッドが横置きなのですが、他のクルーザーモデルと同様に縦置きしたり、和のテイスト以外にも、オリジナリティを意識しながらデザインを心掛けました」

ジャパンインターナショナルボートショー2008イン横浜と入れ替わりでスタートしたドバイ国際ボートショーで、Made in Japanのボートとしてデビューした「YAMAHA 35」。「これまでのボートには見られない新しい形」というように、クルーズからパーティ、ステイとそれぞれのシーンで変化する、このボートのポテンシャルがドバイのボートショーで多くの人びとから注目を集めたことは言うまでもありません。



ヤマハマリンニュースNo.163 ●発行日/2008年4月1日 ●発行所/ヤマハ発動機株式会社 国内マリン事業部 〒431-0302 静岡県浜名郡新居町新居3078

●製品の情報は www.yamaha-motor.jp/marine/

この印刷物に掲載する記事等を無断転載・無断使用する事はお断りいたします。

この印刷物は再生紙を使用しています。