

YAMAHA Marine News

2008 No.165



YAMAHA Now: 2009 ニューモデル&トピックス

MARKET TREND: マリンマーケットを活性化させる若手営業マン

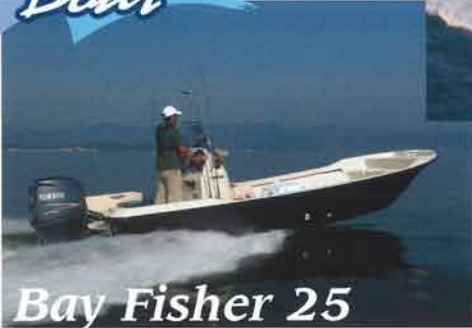
Hello Marine Shop: マリンルームオオタ

PRODUCT REPORT: FR-32

2009

NEW MODEL INFORMATION

Boat



Bay Fisher 25

ベイエリアで行われるルアーフィッシングをイメージさせる「Bay Fisher 25」は、シンプルでありながらボートフィッシングを行う上での必要な装備を

艦装。コストパフォーマンスに優れ、ハードユーザーにも対応するポテンシャルを持ち合わせています。
 主要諸元 ●全長:7.51m ●全幅:2.05m ●全深さ:0.80m ●艇体質量:695kg
 ●搭載エンジン:F90BETL ●定員:8名



ベイエリアで行われるルアーフィッシングをイメージさせる「Bay Fisher 25」は、シンプルでありながらボートフィッシングを行う上での必要な装備を



YF-27EX F300A

フィッシング機能を追求したYF-27に300馬力の4ストローク船外機を搭載。新開発の電子リモコンは軽くスムーズな操作性を特徴として、F300の加速性能やスピード性能を引き出します。

主要諸元 ●全長:8.71m ●全幅:2.70m ●全深さ:1.62m ●艇体質量:1,930kg ●定員:12名 ●搭載エンジン:F300AETU
 ●航行区域:平水・限定沿海

Marine Jet



FZS



FZR

ラウンドキール形状を持つ新設計の艇体に、1,812cm³・スーパーチャージャー付き4ストロークエンジンを搭載し、優れたスピード性能と加速性能、軽快な運動性能を高次元で実現。MJ-FZSは3人乗り、MJ-FZRは

2人乗り。いずれもMJならではのスポーティ感覚に溢れたニューモデルです。

主要諸元 MJ-FZS (MJ-FZR) ●全長:3.37 (3.35) m ●全幅:1.23m ●全高:1.16m ●乾燥重量:369 (366) kg ●定員:3 (2) 名 ●燃料タンク容量:70 ℓ ●呼称最大馬力:154.5kW (210ps) / 7,500rpm ●排気量:1,812cm³

MJ-FX Cruiser High Output

ラグジュアリーツアーラーとして人気のあるFX Cruiser High Output モデルは、今シーズンより1.8 ℓのNAエンジンを搭載。長く走るほどトータルバランスに優れたポテンシャルを感じ取ることができます。



主要諸元

●全長:3.37m ●全幅:1.23m ●全高:1.24m ●乾燥重量:365kg ●定員:3名 ●燃料タンク容量:70 ℓ ●呼称最大馬力:132.4kW (180ps) / 7,600rpm ●排気量:1,812cm³

Outboard

F300A

F350をベースに開発されたF300Aは中低速域のトルク性能を大幅に向上させる可変バルブタイミング機構や強度と耐久性、静粛性や低振動など、4ストローク船外機のトップモデルとしての技術を織り込み開発しました。

主要諸元 ●エンジン形式:4ストロークV型8気筒 ●総排気量:5,330cm³ ●ポアストローク94mm×96mm ●プロペラ軸出力:220.7kW (300ps) / 5,500rpm



F40F

これまで50馬力以上の船外機に搭載されていたフェューエルインジェクションやECM、ブローバイガス再燃システムなどの技術を取り入れ、優れた燃焼効率や出力特性を誇ります。またコマンドリンクシステムに対応しています。

主要諸元 ●エンジン形式:4ストローク直列3気筒 ●総排気量:747cm³ ●ポアストローク:65.0mm×75.0mm ●プロペラ軸出力:29.4kW (40ps) / 5,500rpm



ご活用ください

エリア展示場

ヤマハではお客様の購買意欲を高め、ビジネスチャンスを広大する「ヤマハ常設展示場」の拡充を推進しています。2008年のマリン政策でも触れましたが、販売店様にはエリアや販売店様ならではの特色の打ち出しを、エリア展示場においては試乗の活性化が促進されるボートを展示し、認知度の向上を図り顧客の拡大につなげてまいります。



広島会場

昨年オープンしたポートパーク広島に展示場を開設しました。YF、F.A.S.T.シリーズを中心に展示しています。



福岡会場

マリノア・西福岡マリナーの道路側に展示場を新設しました。シーズンに合わせた展示艇を準備していますので、多くのお客様にお知らせいただき商談時にご活用ください。



大阪会場

大阪会場は関空マリナーにフィッシングボート、新西宮にクルージングボートの展示をしています。もちろん試乗艇も可能な限りご用意いたします。

■常設展示場一覧

展示場名	場所	問い合わせ先	電話
小樽常設展示場	小樽港マリナー	ヤマハ発動機(株)北日本営業所	011-631-1611
塩釜常設展示場	塩釜北浜マリンベース	くろしお北浜マリンベース	022-365-3220
横浜常設展示場	ヤマハマリンセンター横浜	ヤマハマリンセンター横浜	045-775-1301
蒲郡常設展示場	ラグナマリナー	マリコム東海ラグーナ店	0533-59-6185
名古屋常設展示場	ダイイチ海蔵	ダイイチ海蔵	052-679-5601

展示場名	場所	問い合わせ先	電話
西宮常設展示場	新西宮ヨットハーバー	ヤマハ発動機(株)関西販売課	0798-37-2001
泉佐野常設展示場	いすみさの関空マリナー	ヤマハ発動機(株)関西販売課	0798-37-2001
広島常設展示場	ポートパーク広島	ヤマハ発動機(株)中国販売課	082-545-1500
福岡常設展示場	マリンセンターマリノア	ヤマハ発動機(株)九州販売課	092-892-8117
長崎常設展示場	サンポートアルバマ	(株)ヤマハマリン西九州	095-882-1829

2009マリンジェットビジネスミーティング



マリンジェットビジネスミーティングが10月21日(火)に浜名湖競艇場にて開催されました。今回のビジネスミーティングでは、シェアアップを達成した2008年の振り返りと、FZSやFZRのニューモデルを軸とする2009年の展開についてインフォメーションが行われました。また試乗会では多くの販売店様がFZSやFZRに乗り試乗コースを疾走する姿が見受けられました。

シースタイルフェスタ in YOKOHAMA



シースタイル会員を対象にしたイベント「シースタイルフェスティバル in YOKOHAMA」が去る10月4~5日(土・日)に横浜市金沢区の八景島シーパラダイスのシーパラダイスマリナーにて開催されました。このイベントは、海遊びの楽しさを手軽に知っていただくことをテーマに、クルージング体験や実習講習会、貝殻を使ったアクセサリー工作など、さまざまなプログラムを実施。両日とも天候に恵まれたこともあり約500人が会場に訪れました。今回のイベントは1グループ3000円(シースタイル会員価格)の会費制でしたが、体験クルージングなどは両日共に午前中にはすべての予約が埋まってしまふ盛況ぶり。シースタイル会員の海への憧れが強いことをあらためて感じる事ができました。

SC-30 グッドデザイン賞を受賞

流麗なフォルムを持つ外観にくつろぎのフライングブリッジ、1クラス上の居住性を確保したキャビンなど、次世代のサロンクルーザーとして誕生したSC-30が、このほどグッドデザイン賞を受賞しました。このSC-30のデザインを担当した薄氏は「これまでのクルージングボートに加えて、時代のニーズを反映した新たな価値観の表現に挑戦したボートです。この受賞により、ボートの認知度が高まればと思います」とコメント。ちなみにこのSC-30以前にグッドデザイン賞を受賞したヤマハボートは全部で6隻。最近では2001年にAG-21が同賞を獲得しています。



マリンマーケットの活性化を担う 若手営業マン

ユーザーを中心に業界全体が高齢化の傾向にあるマリンビジネスにおいて、30歳代から40歳代の新規顧客は、多くのシヨップにとってユーザーであると同時に次世代のマリンマーケットを担う顧客として位置づけている。こうした若い世代の顧客と同じ感覚を持つ、同世代の営業スタッフはこのマリンビジネスをどのように捉えて、拡販に挑んでいるのだろうか？中国自動車商会の官尾さん、マリンセンターマリノアの桑田さん、そしてセントラルの能井田さん。いずれも30歳代という若手営業マンに、仕事への意気込みやマリンビジネスの展望などを伺った。

取材協力



(有) 中国自動車商会



(株) ササキコーポレーション・マリンセンターマリノア



セントラル (株)



イベント時は盛り上げ役に徹する官尾さん



いろいろなおお客様が集まっているのがこの仕事の魅力だと話す官尾さんは顧客との信頼関係を大切にしたいと言う

とことんサービスを
追求する、
そんなセールスマンが目標です
中国自動車商会 官尾崇さん

密着型の営業を展開されているトラスト店であり、その経営方針は創業当時と変わらず、現在でも多くのお客様を獲得す

ールスポリシーとして地域
フターサービスを中心としたア
さんは、徹底したア
る中国自動車商会
に挟まれた備前
地方を商圏とする

「大雑把ですがMJはボートよりも可搬性が良く、ある程度メンテナンスの知識があれば自分でやることも不可能な乗り物ではありません。そのような商品であるのにもかかわらず私たちが購入していたかどうかという事は、シヨップに対しての信頼感や安心感、また期待感の現れなんだと思います。だから私たちは買っていたいたすべてのお客様の要望には100%応えられるように努力しなければいけません」

中国自動車商会さんのお客様は地元
の福山市が大半を占め、職業も自営より
会社員が多く、そのほとんどは口コミに
よる紹介だという。それ故に景気の動向
には敏感であり、趣味としてのボートイ
ングは景気に左右されがちだが、官尾さ
んは「趣味力」という言葉で、景気に左
右されない遊びの価値観をユーザーへ提

る原動力となっている。
その中国自動車商会さんの一翼を担
っているのが入社8年目になる官尾崇さ
んだ。初心者にとっては良き兄貴分とし
て、また同年代以上のお客様にとって
は「話のわかる」セールスマンとして信
頼関係を築いている。
森上社長が全幅の信頼を置く官尾さ
んは、自身もS-1の全国大会に出場す
るほどの熱心なユーザーであったため、
お客様がお店に対する期待や信頼感と
いうものを肌で経験しており、そのユー
ザー心理を踏まえた上で、サービスやア
プターフォローに重点を置き、同社にお
いてMJ全般を担当し、拡販に取り組み
られている。

案。MJの販売についても金額の演出ではなく、商品とシヨップの魅力に加えて、MJライフの楽しさをセールストークにしている。

「遊びや経験がその人にとって何事にも代え難いものであれば、多少値が張るものでも手は伸ばしますよね。これは新規と代替のお客様であっても同じことで、マリライフがその人にとって趣味のすべてと言うようになれば、常に視線は海に向かうわけですからコミュニケーションも図れ、機装品からメンテナンス、代替までが視野に入ります。お客様が持っている趣味に対する力の入れ方を売り手側がどれだけ引き出せるかがポイントなんですよね」

シーズン中の休日のお客様を連れてツーリングに出かけることがほとんどだと話す官尾さんは、その行動力のお客様を常に海に向かわせている。

「自分が休みの時には、自分がMJでしたいことを企画して、それが気に入ったお客様と一緒に付いていくというスタンスです。その時はお客様というつきあい方ではなくて仲間ですね」

MJの遊びの時はぐいぐいとお客様を引っ張っていくというのは官尾さんのパーソナリティならではの、そうした個人的な企画でもお客様の参加率は高く、MJで楽しむという官尾さんの姿勢が共感と呼んでいることは間違いないようだ。

「ユーザーは明らかにソフトからハードを選択するという傾向なので、遊びの提案がなければ商品の販売は難しいと思いますし、MJに限らずマリン商材の

販売全般についても、それは当てはまることでしょう。問題はお客様との距離感ですね。お客様にとって付きつ離れずのちょうど良い距離感が見つけられると、長くお付き合いすることができま

「販売からサポートやサービスへと持続させなければ、その後の発展にはつながらない。お客様ひとりひとりの信頼感を高めて最終的にはシヨップのロイヤリティを高めていきたいという。官尾さんの目標の実現に向けての取り組みは始まったばかりだ。」

お客様に海で

楽しんでもらいたい。

これにつぎると思います。

マリンセンターマリノア 桑田裕也さん

釣りからウエイクボードまで、さまざまなマリンプレイが楽しめる博多湾は九州を代表するボーディングエリアとして知られ、湾内にはマリナーや係留場所が点在している。その代表格といえるのが福岡のベイエリアとして人気の高いマリノアにマリナーを構える西福岡マリナーだ。今回話を伺った桑田裕也さんはこの西福岡マリナーの創業当時のスタッフで、現在はササキコーポレーション・マリンセンターマリノアでポートセールスを担当している。

「最初は営業よりもサービスの方に興味があって、入社もマリナーのサービススタッフで、時間が経つにつれてサービスフロントやマリナー業務に携わるよう



マリノアではラクシアやSC-30といったクルージングボートの商談が多い。「展示艇の効果もある」と桑田さんは言う



休日は海から離れてマウンテンバイクで気分転換するという桑田さん

になりました。自分は営業よりもサービスだろうと思って始めたんですけど、実際に現場に立つと、営業がいかに大切かが身に染みてわかるんです」

サービスマンだった桑田さんが営業へ目を向けるきっかけになったのが、ポートライフから離れてしまうお客様の存在だった。

「サービスをしていた当時、中古艇を買われたばかりのお客様の船がサービスに入ってくるのがあって、話を聞く

とみんながセールスマンに騙されたように言うんです。中には本当の場合もあるかもしれないですが、「修理ばかりで船は手が掛かって大変だ」というお客様の声を聞くこともあって、そういったお客様は当然のように、ポートを手放してしまって二度と戻る気配がありません。こうした現場を目の当たりにすると、営業スタッフがおお客様の満足感や期待感を満たさなければ、この仕事での未来はないと思っただけです。トラブルを抱えた船を売ってわずかばかりの利益を得るよりも、良い船に乗ってマリライフをずっと続けてもらった方が、販売だけではなくマリナーやサービスなど多方面でも効果を得られますからね」

現在、営業として4年目を迎えた桑田さんは、店長の龍尾さんと共にマリナーセンターマリノアにおいてポートの拡販に取り組んでいる。目下の課題はPPの確保だと話す。

「マリナーがあつて、展示艇があつて、場合によっては試乗もすぐにできる。売ってくださーいと言わなければかりの環境なので、プレッシャーも感じていません。ただこうした(景気の先行きが読めない)状況なので、無理に商品を勧めることではなく、お客様にはなるべく多く海に出てもらって、マリナーの時間が生活の一部として定着するように心がけています。新規の獲得も重要ですが、辞めないようにフォローすることで、PPへとつながりますからね」

お客様が多く出る休日には、事務所にいるよりもヤードを歩き回ってオーナー

さんと世間話をしながら商談の種時きを行うという桑田さん。マリナーに集うコアなユーザーには積極的に話しかけてコミュニケーションを図る一方で、潜在需要へのアプローチを模索している。

「人口比率で言えば福岡のボートショップは少ないと思うんです。単純にユーザーが少ないのが要因ですが、手軽に遊べるボート遊びという認知がまだまだ低いと思います。そのあたりをじっくりと掘り起していけば、マリンに興味、関心を持つ人はいるんじゃないかと思っています」

事務所があるマリノアはフィッシングユーザーが多い博多湾の中にあつて、唯一クルージングやマルチ系のユーザーが集うマリナーであると同時に、隣接するアウトレットモールを訪れる人々には「海のある生活」のシヨールーム的な役割を果たしている。こうした人々に対して車よりも安い本体価格と、とびきりの海の時間を提案していけば、振り返る人も少なくはないと桑田さんは読んでいる。

いろいろなことを どん欲に取り込んで 自分のものとするのが理想です

セントラル 能井田 姿さん

東京湾の中でもボートディーラーとしてトップクラスの規模を誇るセントラルさんの中で着々と実績を積み重ねているのが能井田姿さんだ。34歳という年齢ながら14年のキャリアを持ち、的確な機装のアドバイスでユーザーから信頼を得ている。



最近では新艇の機装の打ち合わせが楽しみだという能井田さん。「お客様の要望にあきらめないうで努力することを心がけています」



試乗艇を使用した実釣試乗会を開催してF.A.S.T.26の釣り機能の優位性をダイレクトに訴求しているという

「ボートを売ることで難しいのは柔軟性を持っていないと、お客様の要望に答えられるような提案ができないことですね。簡単に言えば電気の配線であったり、配管の取り回しであったり、本体の知識もそうですが、付随する作業の知識を身につけていないと、いい商談にすることは難しいですね」

セールスとして駆け出しの頃には、お客様の話に合わせて背伸びをすることもあったと顧みる能井田さんだが、最近ではわからないことは素直にお客様に聞くだけの余裕が出てきたという。その能井

田さんが受け持つお客様の数は約150名。お客様からの紹介によるケースの他、紹介していただくために、お客様の仕事先に訪問することも少なくないという。

「新規がなければ紹介をしていただけないように動くことですね。例えばお客様と社長さんに挨拶回りに行くと、同じ場所に違う社長さんがいらっしやったりして、そこでボートや釣りの話になって紹介していただいたりします。待っているだけではなくこちらから仕掛けていくような紹介の取り方もします」

商談の話がとぎれると足を動かして情報を仕入れる。同業他社への挨拶も同様で、商談から在庫、お客様の動向などの情報交換を行い、時にはその場で業販系の話がまとまることもあるという。また能井田さんを始めセントラルさんのスタッフは営業戦略の核となるボートを定めて拡販に努めている。これまではYF、23がその役割を担ってきたが、現在はF.A.S.T.26の拡販に取り組んでいる。

「YF、23をここ数年取り組んできて、代替えから新規のお客様までほぼ行き渡ったような感じになってきましたので、23フィットの上となるF.A.S.T.26にスポットを当てて、代替えを活性化させたいと考えています。まだまだ始めばかりですから、当面は展示しながら告知に力を入れていく予定です」

YF、23で開拓したお客様をF.A.S.T.26へとステップアップさせることも当然視野に入っているという能井田さん。こうした取り組みは即効性の面では期待できないが、艇体や機装品がお客様へ

インプットされるので、徐々に効果が現れるという。

「社内では常に新しい取り組みをしようということについてはよく話しをします。最近の取り組みではF.A.S.T.26の試乗会を釣らせる試乗体験会にして、釣りやすさをダイレクトに体感していただくという企画をしたり、同じサイズのボートで乗り比べをしたりとお客様が足を運んで、じっくりとコミュニケーションが図れるようなイベントを行っています」

ひとつの仕事が終われば次の仕事がありゴールがないのが営業の仕事だと言ふ能井田さん。理想のセールスマンは？との問いにも「いつも変わるのですが、この人というのは無いんですよ」と前置きした上で、「やはり営業なので、他の営業の良いところやいろいろなお客様との会話を自分の中に取り込んで、営業としての力を付けていきたいですね。人と人の会話なので、パーソナリティの部分はまねできませんが、色々なやり方を知っていればいつかは役に立ちますからね」と仕事の上ではどん欲であり続けたいという。

異なるエリア特性の中で拡販に取り組まれている3人が口を揃えるかのように語ったのが「海のすばらしさを多くの人々に伝えていきたい」という熱意だ。その言葉にはもちろんビジネスチャンスの拡大が含まれてはいるものの、普段接している海の魅力を純粋に伝えていきたいという情熱に溢れていた。



フィッシングユーザーが90%以上というマリンルームオオタさん。湾の外に出ればすぐにポイントが点在するフィッシングパラダイスだ



フィッシング・サポート・リモコンが 注目を集めるその訳は？



UF、YF、FGといったフィッシングボートがオオタさんの主力商品



フィッシング・サポート・リモコンに手応えを感じている太田豊樹店長

「実際にどのようなものか経験してみたいことには、こればかりはわかりませんが、新艇が8艇、立て続けに進水した。」

マリンルームオオタさん(和歌山市)では、昨年の8月、フィッシング・サポート・リモコンを搭載したUF・27の試乗会を行ったところ、その場で2艇の新艇契約が成立した。「それは、前々から、業務船用のリモコンシステムを見て『レジャーボート用で、こんなのがあったらいいなあ』と話していたお客様だったんです」と太田豊樹店長。その後、フィッシング・サポート・リモコン搭載の新艇が8艇、立て続けに進水した。



UF-27への艦装例。2ステーションにも対応するFSR。マリンルームオオタさんでは既存のオーナーさんからの評価も高い

「もともとUF・27はスパンカーがよく効くボートなんです。FR・32もそうですが、スパンカーが効くとリモコンの効果も高い。免許取り立てで、初めてのボートでリモコン付のUF・27を買ったお客様が、ブ口の遊漁船の船団に混じって、同じように流し釣りをされているのを見てビックリから、2カ月に一度のペースでリモコン搭載艇の試乗会を行っています。試乗後は『できるやん、使える、使える』という感じで、ほとんどのお客様は想像以上の手応えを感じていらっしゃるようです」

マリンルームオオタさんでは、一人で海に出た時も、流し釣りをするような熱心な釣り派のユーザーが多いこともあり、フィッシング・サポート・リモコンの関心は極めて高いと言えます。

「フィッシング・サポート・リモコン艇を購入したお客様の傾向としては、それほどキャリアはないけど、釣りに熱心なタイプですね。経験豊富なベテランは、自分なりの流し釣りのスタイルとテクニックを身につけていらっしゃるの、リモコンにそれほどの魅力を感じないようですが、そこまでの技術のないお客様にとっては、この装備を手に入れば一気にベテラン並みの技術が手に入るわけですから、魅力的ですよ。まあ、釣果が増えるかどうかは別の話ですが、釣りに専念できる時間が増えることは確かです」

「コスト面にはシビアな傾向が見られるフィッシング・サポート・リモコンの効果を認めた場合には、コスト面が障害となるケースは少ないようだ。」

「フィッシング・サポート・リモコン艇を購入したお客様の傾向としては、それほどキャリアはないけど、釣りに熱心なタイプですね。経験豊富なベテランは、自分なりの流し釣りのスタイルとテクニックを身につけていらっしゃるの、リモコンにそれほどの魅力を感じないようですが、そこまでの技術のないお客様にとっては、この装備を手に入れば一気にベテラン並みの技術が手に入るわけですから、魅力的ですよ。まあ、釣果が増えるかどうかは別の話ですが、釣りに専念できる時間が増えることは確かです」

「フィッシング・サポート・リモコン艇を購入したお客様の傾向としては、それほどキャリアはないけど、釣りに熱心なタイプですね。経験豊富なベテランは、自分なりの流し釣りのスタイルとテクニックを身につけていらっしゃるの、リモコンにそれほどの魅力を感じないようですが、そこまでの技術のないお客様にとっては、この装備を手に入れば一気にベテラン並みの技術が手に入るわけですから、魅力的ですよ。まあ、釣果が増えるかどうかは別の話ですが、釣りに専念できる時間が増えることは確かです」

「フィッシング・サポート・リモコン艇を購入したお客様の傾向としては、それほどキャリアはないけど、釣りに熱心なタイプですね。経験豊富なベテランは、自分なりの流し釣りのスタイルとテクニックを身につけていらっしゃるの、リモコンにそれほどの魅力を感じないようですが、そこまでの技術のないお客様にとっては、この装備を手に入れば一気にベテラン並みの技術が手に入るわけですから、魅力的ですよ。まあ、釣果が増えるかどうかは別の話ですが、釣りに専念できる時間が増えることは確かです」

「フィッシング・サポート・リモコン艇を購入したお客様の傾向としては、それほどキャリアはないけど、釣りに熱心なタイプですね。経験豊富なベテランは、自分なりの流し釣りのスタイルとテクニックを身につけていらっしゃるの、リモコンにそれほどの魅力を感じないようですが、そこまでの技術のないお客様にとっては、この装備を手に入れば一気にベテラン並みの技術が手に入るわけですから、魅力的ですよ。まあ、釣果が増えるかどうかは別の話ですが、釣りに専念できる時間が増えることは確かです」

「フィッシング・サポート・リモコン艇を購入したお客様の傾向としては、それほどキャリアはないけど、釣りに熱心なタイプですね。経験豊富なベテランは、自分なりの流し釣りのスタイルとテクニックを身につけていらっしゃるの、リモコンにそれほどの魅力を感じないようですが、そこまでの技術のないお客様にとっては、この装備を手に入れば一気にベテラン並みの技術が手に入るわけですから、魅力的ですよ。まあ、釣果が増えるかどうかは別の話ですが、釣りに専念できる時間が増えることは確かです」

「フィッシング・サポート・リモコン艇を購入したお客様の傾向としては、それほどキャリアはないけど、釣りに熱心なタイプですね。経験豊富なベテランは、自分なりの流し釣りのスタイルとテクニックを身につけていらっしゃるの、リモコンにそれほどの魅力を感じないようですが、そこまでの技術のないお客様にとっては、この装備を手に入れば一気にベテラン並みの技術が手に入るわけですから、魅力的ですよ。まあ、釣果が増えるかどうかは別の話ですが、釣りに専念できる時間が増えることは確かです」

「波に強いから1日中釣りをしても体は楽になったね」
「カスタマイズの余地が残っているので、将来が楽しみなボートです」



FR-32

アメリカ東海岸のフィッシャーメンズボートをイメージさせる外観に、これまでのフィッシングボートとは一線を画す居住性を備え、発売以来多くのフィッシングユーザーから注目を集めているFR-32。

発売後約1年を過ぎた現在、オーナーはどのようにこのフィッシングクルーザーを見ているのだろうか？

淡輪ヨットハーバーにFR-32を保管する板東幸男さんは、FR-32に乗るまでに8隻を乗り継いできたベテランオーナーのひとり。今回の購入は走りの良さが決め手になったという。

「ひとりで操船できる一番大きいサイズだったこと。他のフィッシングボートよりもキャビンの居住性が格段に良くできていること。そして何よりも波に強いボートだったこと。理想に近いボートだったのですぐにオーダーしました」

友が島周辺での釣りを目的としている板東さんは、釣りに行く前日には必ず係留しているボートに前泊し、日の出と共にポイントを目指して出港する。FR-32に代替したことで、それまでボートでは敬遠していた家族も、一緒に乗る機会が増えたそうだ。

(株)くろしおさんでFR-32の生産一号艇を購入した高橋正男さんはUF-33S/Dからの代替。「すべてがジャストサイズだったので」と購入経緯を振り返る。

「少しの波だったらわけなく前進する力強い走りにも惚れましたが、ボートの大きさ、キャビンやパウバースの広さ

がちょうど良いサイズだったのが決め手になりました。今までトラブルらしいことは一度もありませんし、以前よりも安定して走れるので沖でのカジキ釣りも安心してできるようになりました」

今シーズンの塩釜ビルフィッシュトーナメントでは、念願のファーストマーリンをキャッチ。「予想していたよりはあっけなく釣れてしまった」そうだが、「ボートの安定感があつたから釣りやすかった」と顧みる。普段は友人を加えて4名程度で釣りを楽しんでいる高橋さんは、定年を迎えたところでこのボートの本格的なカスタマイズに取り組む予定を立てている。

「昔のテレビで宇宙船エンタープライズというのがあったんですが、あれに負けられないようなボートにしてみたい。コンピューターでプログラムを組んで、音声で舵が動く。夢で終わるかもしれませんが、これまで仕事で培ってきた技術を試しながら、このボートをカスタマイズできたらと考えています」

「リタイヤ後の趣味としてもちょうどいいボートだ」と満足そうに話す高橋さん。50歳代、60歳代のフィッシングユーザーが増加する中でFR-32は、まさしくジャストサイズのボートとしてコンスタントに販売を伸ばしている。フィッシングにキャビンライフというテイストを加えたFR-32は、さまざまなスタイルに対応する懐の深さがオーナーの満足感を高めていた。

