

YAMAHA Marine News

2009 No.166



YAMAHA Now: 2009ヤマハマリンビジネスミーティング

MARKET TREND: 成功店が考えるオンリーワンモデル
Hello Marine Shop: 広島ベイマリーナ

2009 ヤマハマリッジネスミーターディング開催



「く・な・る」でお客様を惹きつけよう!!

2009ヤマハマリッジネスミーターディングは、西日本エリア(新西宮ヨットハーバー)と東日本エリア(横浜ベイサイドマリナー)での開催となり、延べ300名を超える販売店様にお集まりいただき、ニューモデルのインプレッションとマリッジ政策説明が行われた。2009マリッジネスの取り組みでは、和田営業部長から市場の動向を見据えたオンリーワンモデルの提案など、昨年の成功事例を踏まえて、今年度の基本方針である「く・な・る」についての説明が行われた。今回はこの「く・な・る」の政策における要点をまとめてみた。

遊びたく・なる

販売店様の強みを生かした機装提案やポイントでの遊びの提案を行うことで、お客様に刺激を与え続け、リアリティのあるセールストークで、購入動機の拡大に繋げる。また、シースタイルやポートショーで発表するポーティングスクール、シースタイルマスターなど、お客様と海の距離を縮めるプロモーションを活用し、お客様が遊びたく・なる提案を行う。

- オンリーワンモデルの提供
- Sea-Style
- Sea-Style Master

見たく・なる

常設展示場の活用や展示会の一斉開催の他、多くのお客様が情報源として活用できるヤマハ発動機のホームページにオンリーワンモデルの露出を図り、告知をサポート。お客様の見たく・なる動機付けを強化する。

- HP上でのオンリーワンモデルの掲載
- ヤマハ常設展示場の活用
- 展示会一斉開催

買いたく・なる

船外機のグレードアップ艇に見られるように付加価値の高い提案や、釣り大会兼ニューモデル試乗会といった、購買意欲を刺激する提案を行うことでビジネスチャンスの拡大に繋げる。特に利益率の高い船外機の代替も視野に、お客様の買いたく・なるマインドを醸成する。

- My Boat Owner Plan
- 来て見て納得試乗会
- お店のオンリーワンモデル
- お店のグレードアップ艇

買いやすく・なる

10年の長期クレジットや保管場所とのパッケージプラン、メンテナンスプランなど、お客様との成約を高めるサポートを提示し、買いやすさを訴求する。

- 長期クレジット
- 保管艇パッケージ
- メンテナンスパッケージ

2009シーズンは、この「く・な・る」をメインテーマとして、「サービスの向上と強固な販売体制の構築」や新しい形態による「ソフトビジネスの拡大」の推進を図ります。販売店様におかれましても、ぜひエリア特性やビジネス形態に合わせて、お客様への積極的な艇体や遊びの提案をお願いします。

ビジネスミーティングで感じた確かな手応え

マリンスルームオオタ 太田豊樹さん



シースタイルマスターについては確かに希望するユーザーさんはいるんですね。シースタイルの会員さんの中にも中小企業の社長さんがいらっしゃって、ラクシアを利用していらっしゃるのですが、「大きな

クラスのボートが利用できないか？」という声は聞きまです。絶対数が多いとは限りませんが、希望する会員さんは少なからずいらっしゃいますので、他との差別化という意味でもうちは採り入れたいと考えています。

販売では今は景気が良かった時の下地作りをきちりしておく時期だと思います。中古艇への対応もありますが、お客様を逃さないためにもマリンスライフの提案を重ねていきたい。今シーズンはシースタイルの活性化にも取り組みますが、個人的には販売隻数をもう少し伸ばしていきたいと思っています。

くろしお 鈴木雅巳さん



FR-23は代替よりも新規のお客様に提案するボートだと思えますね。うちのエリアではカジキ釣りが盛んではありますが、最初のうちはクルージングもしたいし、釣りもしたいという要望を持っ

ています。そしてボートライフを続けていくうちにカジキ釣りに行ったり、湾内での底釣りを楽しまれたりと言うのが一般的なので、最初のボートとしてはサイズの的にも、キャビンの大きさや機装の内容的にも提案できるボートだと思います。新規のお客様は中古艇を希望されるお客様が多いのですが、FR-23はある意味マルチパーパスの王道でもありますので、ニューモデルとして積極的に提案してみたいと思います。

ブルーエンジェル 友澤公一さん



やっぱりFR-23を軸にセールスを展開するのが理想ですね。これまでずっとフィッシングボートでできていたので、こうしたクルージング派が注目するようなボートを待ち望んでいたんです。特に私たちの市

場はクルージングをしながら釣りをして、ゲストと一緒に楽しむという遊び方をするのでFR-23の商品力はぴったりなんです。ただこうした環境ですから、新規のお客様よりも目的意識がはっきりとした代替のお客様へ訴求した方がレスポンスはあるように思えます。できればFR-23を交えて1泊ぐらいのクルージングをすると、代替艇としての説得力も増すと思います。

それと販売以外の面では、CSに力を入れていきたいですね。良い意味でお客様の期待を裏切れるようなそんなサービスのレベルアップが今シーズンの目標です。

大貫マリン 大貫昭一さん



ほとんどが釣りのお客様になるので、ボートでは26フィート以上のフィッシングタイプに人気が集まるのですが、今シーズンは、そうした代替のお客様に限らず新規のお客様の獲得に取り組んで、活性化につ

なげていきたいと思っています。こちら側としてはFR-23を使って新規層に対して積極的にPRしていきたいのですが、釣りの市場という部分と価格帯を考えれば同じサイズのYF-23をモデルケースとしてエントリー層に打ち出して反応を見た方がいいかなとは思っています。オンラインワンモデルとしてYF-23を訴求して、新規でも代替えでもその中からFR-23という話が出てくれれば理想ですね。

いよいよ開幕 < ジャパン インターナショナル ボートショー2009 イン 横浜

国内最大のマリンイベント「ジャパン インターナショナル ボートショー2009 イン 横浜」が3月12日(木)から15日(日)までの4日間、パシフィック横浜屋内展示ホールを中心に開催されます。今年のテーマは「Marine Wonder World(海があるから地球は素晴らしい。未来へ残そう美しい海、楽しい海)」。ヤマハでは前年同様に「海、とびぎりの週末」をコンセプトに出展社中最大規模の展示スペースを確保。新規顧客の創出と市場の活性化を目的として「FZR」や「FR-23」などの製品展示やSea-Styleを中心としたマリンソフメニューの告知などを行う予定です。販売店の皆様方の有効な商談の場としてご活用いただけますように、商品展示、ブース演出を予定。ぜひ多くのお客様にお知らせください。



ヤマハ発動機の主な展示内容

< 屋内展示 >

■ボート

SC-30/LUXAIR F115X2/FR-23/FR-32
YF-27EX F300/AG-21SP F115
24Siesta FV F150/BF-25 F90

■マリンジェット

FZS/FZR/FX Cruiser SHO/FX Cruiser HO
VX Cruiser/VX DX

■船外機

F350A/F300A/F225A/F150A/F115A/F90B
F60C/F30B/F20B/M-25/M-15
※YF-23EX BOAT CLUB バージョンをフィッシングコーナーに展示します。

< 海上展示 >

EXULT 45Convertible/YAMAHA 38 Convertible
YAMAHA 32 Convertible

※展示は2月20日現在の情報であり予告なく変更する場合があります

成功店が考える オンリーワンモデル。

2009年のテーマのひとつとして掲げられた「オンリーワンモデル」の提供。今回ご紹介するマリン大阪さんとくろしおさんの2社は、いずれも地域にあったオリジナル艦装のボートを提案することで成功を収めたマリンショップだ。とはいえ、オンリーワンモデルとは、決してハードだけでは成り立たない。2社の成功事例を通して、ハード、ソフトの両面から「オンリーワン」について考えてみたい。

取材協力



マリン大阪(株)



(株)くろしお

美しさにこだわったオリジナルの艦装がセールスポイント
マリン大阪株式会社(大阪府寝屋川市)



「艦装は美しさにこだわりたい」という中島部長

マリン大阪さんのホームページには「こんな事やってみました」というオリジナル艦装の紹介コーナーがある。同社が施した艦装の事例が44艇分(2月16日時点、こと細かに紹介されており、ユーザーにとっては大いに参考となるはずだ。「ヤマハに手を加える…これがマリン大阪のウリです」との謳い文句の通り、同社の艦装は商品の付加価値を大いに高める事に成功し、その差別化によって価格競争とは無縁のビジネスを展開している。

もともと大阪市内(港区)に店舗を構えていた同社は、平成3年に現在の寝屋川市に移転した。同社の営業部長・中島俊生さんによると、艦装について深く意

識するようになったのは、この頃からだった。大阪湾のお客様に加え、日本海をベースにボートフィッシングを楽しむお客様が一気に増えたのだ。

「フィッシングボート

を例にとると、大阪湾の場合、流し釣りやメインでメーカーの推奨オプションだけでも充分なのですが、日本海は掛かり釣りが主流で80メートル以上の水深でアンカーを打ちます。アンカーローラーだけでも大がかりな艦装が必要になるんです」

例えば昨年から今年にかけて同社が納艇したFR-32は、大阪湾に2隻、日本海に2隻という内訳だが、日本海に納めた2隻はいずれも艦装価格だけで本体価格に匹敵する売り上げ金額になった。

「最初に日本海に納めたお客様は1トンの巻き揚げ能力を持つ油圧のアンカーリールや投光器など釣りに徹した艦装でした。特に業務用のアンカーローラーをいかに美しく、FR-32のオリジナルの



日本海側に納めたFR-32。アンカーリールの艦装に苦心したという



マリン大阪さんのホームページ。艦装事例の他にも興味あふれる内容でお客様を惹きつける。このホームページをきっかけに雑誌の取材も受けている



マリン大阪のサービススタッフのみなさん。その技術力が強力な商品となっている

雲囲気を損なわずにセッティングするかに苦心しました」

その艦装の進捗の様子は、同社のホームページ内のブログに中島部長が自ら3回にわたって記事にした。

「次のお客様はそのブログを見ていたようで、ぜひ、これと同じようにして欲しい」とオーダーをいただきました。最初は金銭面で躊躇されていたのですが、最終的に技術力と品質を信頼していただき、購入していただきました。正直言うところ、これまで、いくら技術、技術とこだわったところで、商売になるのかと半信半疑の部分もあったんです。でも、お二人たて続けに、値下げすることではなく、付加価値の部分の認めてくださった。本当に嬉しかったですよ。マリンショップ冥利に尽きると思いました。これも優れたサービスのスタッフがいるからこそ。彼らには本当に感謝しています」

日本海に納めた2隻目のFR-32は釣りの艦装に加え、遊び心のあるお客様のアイデアに耳を傾けながら内装にも大幅に手を加えた。オプションの総額は工賃を含め約1500万円になった。

「艦装を売りにする以上、その美しさにこだわりたいです。目に見えないところ

る、たとえば配線の束ね方ひとつとっても、美しくなくてはならないと思うんです。また、ヤマハボートの持つ美しさ、デザイナーの意図を損なわないようにすることも心がけています。課題は納期ですね。いかに美しく、丁寧に、速く仕事をするか。サービススタッフの協力を得ながらその課題をクリアしていきたい」

今シーズンもちろん、艦装技術を武器に商戦を迎える。先日行われたビジネスミーティングでは、さっそく「FR-23」の可能性に惹かれた。

「最初はただFR-32を小さくしただけのボートじゃないかと批判的に見ていたんですけど、実際に乗ってみたら、あれこれ艦装のアイデアが浮かんで、これは楽しみだと思いました。景気が悪いと言いますが、釣り好きのお客様は、ボートを道具として捉え、そこにお金をかける傾向は変わらないように思っています。それに、来店されるお客様はシヨップの入り口を跨いだ時点で不景気という問題はクリアしている。そのように自分にもスタッフにも言い聞かせています。萎縮せずに商売したいですね」

夢の提供が商品価値を高める

株式会社くろしお(宮城県塩竈市)

美しい松島湾を抜け、太平洋に出れば、そこはカジキの宝庫。今だ目にしたことのないようなビッグ・ブルーが潜んでいるかもしれない。くろしおの鈴木雅博社長は、創業以来30年間にわたってそ



あらゆるボートにカジキという夢を乗せて提供する鈴木社長

んな夢をマリ
ンビジネスと
し、成功に結
びつけた。
東北地方随
一の大都市・
仙台に隣接する塩竈市という立地にあ
りながら、目の前の海で気軽にカジキ釣
りが楽しめる立地は何よりも同社の強
みだ。

昨シーズン、同社が販売したボートはFR-32、YF-23、ラクシアなど多岐にわたるが、そのほとんどにカジキ釣り用の艦装を施した。

「スポーツコンバーチブルのような大型艇でなくてもカジキは釣れるということを知りたかった。うちのほとんどのお客様はカジキ釣りを楽しんでます」

なるほど、同社が運営する北浜マリンベースに保管されているほとんどのボートには、アウトリガーにファイティングチェア、またはバトルステーションが艦装されている。そしてそれらを見渡しているとき、必ずしもカジキ釣りへの興味と闘志さえも湧いてくる。

「以前はカジキ釣り用の大型艇が目立ってしまっ、初心者の来店客が退いてしまう傾向があったんですが、マリンベースの移転に伴い、一部の大型艇を海上に移すなど保管艇のレイアウトを変えました。小型艇を目立つようにしたこと、これらのボートでも充分に大物釣りを楽しめるのだと実感してもらえます」

真新しい店内やクラブハウス(研修棟)には、これまでお客様が釣り上げた何百

枚ものカジキとの記念写真が飾られている。ムード作りにも余念がない。そしてその成果は小型ボートの売り上げに確実に結びついている。

特にアフトデッキの広いYF-23の登場はカジキ釣りのハードルを下げるのに大いに役立った。一艇売れ、そのお客様が150キロを越える巨魚を釣ってマリーナに持ち帰れば、次々と仲間が増える。スポーツフィッシングの世界では「スモールボート&ビッグゲーム」という言葉は、どこかおもしろい感じが漂う一種の哲学のように捉えられることがあるが、いまや塩釜ではごく当たり前のこととなってしまった。

もちろん安全に対する配慮は怠らない。「このあたりは濃霧が発生しやすいのでレーダーとリフレクターは必須の艦装品です。あとは無線ですね。緊急用としてはもちろん、お客さん同士、釣果の情報交換も気軽に行えます。そして単独行動をせずに行くべく複数艇のグループで釣りに行くようにお願いしています」

「誰でも気軽に」をウリにする塩釜のカジキ釣りだが、安全面に限らずノウハウ



店内のいたるところにカジキの記念写真が飾られている



ユーザーの写真を利用したオリジナルのYF-23のポップ(ちらし)



シースタイル艇(YF-23)にもカジキ用の艦装を施す徹底ぶり。レンタルのお客様でもカジキの実績がある

は奥深い。同社では、カジキ釣りだけではなく、初心者のお客様に対してのスタッフ同乗のレクチャーは、有料サービスとして行っている。

「サービスでやったらきりがいいし、メニューとして謳っています。マリーナの保管サービスと同じように明文化し、料金設定していますし、たとえば新規購入の際の契約書にも「年間何回の同乗」と言ったように明記して有料にしています」

もしこの海にカジキがいなかったら、どんなに商売をしていたのだろうか。そんな質問を鈴木社長に投げかけてみた。「確かに最近では極端になって実際にシーズンオフになると海から遠ざかるお客様が増えつつあります。季節ごとの釣りを楽しんでもらうことが課題で、それに取り組んでいます。ソフトウェアやシヨップが中心でカレイ、メバル、シーバス、タラなど、ホームページでも紹介しながら遊びを広げているところです」

来るシーズンに向け同社では、ベイフイッシャー25をベースに地元でのさまざまな釣りに対応した艦装を施し、松島バリエーションとして商品を打ち出す予定です。

2009 NEW MODEL



〈主要諸元〉○全長:7.09m ○完成重量:1,770kg ○全幅:2.55m ○燃料タンク容量:165ℓ ○定員:8名 ○最大保証馬力:110.5kW(150ps)

スタイリッシュなマルチクルーザー

FR-23 Active Sedan

23Renaissa、24Siestaに続く、マルチ系クルーザーとして誕生したFR-23は、好評のFR-32を踏襲したネオ・クラシックデザインを採用し、コンパクトなボディに最大の居住性を提供します。スパンカーの機装など、フィッシングニーズの高いオーナー様にも十分対応できる釣り機能を備えています。

セールスポイント

ボクシーな造形と緩やかな曲線で構成されたネオ・クラシックデザイン

23ftクラスでは最大のキャビンスペース

小型船外機艇でのエアコンシステムを導入(工場OP)

凌波性、静止安定性を両立した新設計WTBハル



〈主要諸元〉○全長:9.67m(バウスプリット仕様:10.4m) ○完成質量:4,870kg ○全幅:3.18m ○燃料タンク容量:500ℓ ○定員:12名 ○最大搭載馬力:250kW(340ps) ○航行区域:限定沿海(沿海OP 設定)

人気のFR-32にラグジュアリーモデルを追加

FR-32LX RH

FR-32の優れた釣り機能はそのままに、係留保管などマリーナステイにおける快適性の向上を図りました。キャビン空間は左舷側にラウンジシート、右舷側にはギャレーカウンターを配置した他、パウバースには大型の物入れを設置し収容力を大幅に向上させました。

セールスポイント

マリーナステイを連想させるインテリアとエクステリアの演出

メインキャビンはくつろぎをテーマとして、ラウンジシートとギャレーカウンターを設置。プライバシーカーテンやドライバーズシート下の冷蔵庫設置を専用オプションとして、長時間のキャビンステイにも対応します。

RH仕様はブルースアンカーを標準とし、保管全長を10m未満に抑えたバウスプリット無しモデルです。

業務市場向け電動マリンモーター

M-15/M-25

東北や北海道エリアでの磯漁で高い評価を得ているヤマハマリンモーターをベースに環境性能と信頼性を高めたM-15、M-25を新発売します。

セールスポイント

MCUなど制御部を本体上部に集約しメンテナンス性を向上させました。

ヘッドカバーを樹脂からアルミ素材へ、またハンドル部にはベアリングを用いることで耐久性を向上させました。

防水コネクタの使用など外部、内部共に防水機能を強化しています。



M-15

M-25

〈主要諸元〉*()はM-25 ○全長:388mm ○全幅:124mm ○モーター出力:250W/12V(500W/24V) ○電源:12V/40AH(12V/40AH×2) ○全高:963mm/SS、1062mm/S、1262mm/L、1462mm/LL(963mm/SS、1062mm/S、1262mm/L)

いよいよデリバリースタート

F30B



先頃発売されたF40Fと同様にキャブレターからFIに燃料供給装置を変更。また、コマンドリンクに対応し、リモコン/多機能ティラーハンドルなどを装備。さまざまな用途に応じた選択が可能となっています。

〈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 ○ボアストローク:65mm×75mm ○プロペラ軸出力:22.1kW(30ps)/5,500rpm

■データ

- 創業: 昭和53年 (株)新サン・マリンとして
- スタッフ: 8名
- 主力商材: YFシリーズを中心とした20~30ftのフィッシングボート
- 商圏: 広島市東部エリア



旗装提案、サービスサポート力の高さも同社のセールスポイントだ



マリーナに隣接するプリンスホテルが同社のランドマークとなっている。この穏やかな雰囲気には魅せられるお客様も多いそうだ

「この広島ベイマリーナはマリーナ業務を行っていた広島ベイマリーナと販売・メンテナンスを担当していた新サン・マリーナという2社体制でお客様の対応をしてきたのですが、窓口を一本化してサービス向上を図るために、昨年両者を統合して新しい広島ベイマリーナとして船出をしたところです」

マリーナ業務と販売やメンテナンスが異なるケースは全国でも珍しくはないが、広島ではマリーナと販売やメンテナンスが異なるケースは全国でも珍しくはないが、広島ではマリーナと販売やメンテナンスが異なるケースは全国でも珍しくはないが、

「営業やサービスを問わずスタッフの誰が応対してもお客様に楽しんでいただけるように社内研修も行っていきます。まだ始まる前ですが、こうした体験によってお客様の海に対する距離が少しでも縮まって、次の芽が出てくればと考えています」

保有隻数でも全国トップクラスを誇る広島のアレジャーボート市場。市内に点在する係留施設に目を奪われることが多いが、亀田さんから見ればボートの保有者と未保有者の差は大きいそうだ。同社では体験機会を提供し、この春からスタートするシリーズメニューへの動員やボートの拡販へという青写真を描いていた。

約140隻分のキャパシティを持つ広島ベイマリーナさん。小型艇のラックがロードサインとなっている



広島ベイマリーナの亀田耕司専務。間口の広いサービスを提供してマリンファンを拡大させていきたいという

「この広島ベイマリーナはマリーナ業務を行っていた広島ベイマリーナと販売・メンテナンスを担当していた新サン・マリーナという2社体制でお客様の対応をしてきたのですが、窓口を一本化してサービス向上を図るために、昨年両者を統合して新しい広島ベイマリーナとして船出をしたところです」

マリーナ業務と販売やメンテナンスが異なるケースは全国でも珍しくはないが、広島ではマリーナと販売やメンテナンスが異なるケースは全国でも珍しくはないが、

「オーナーさんの代替えや、シリーズ会員さんの利用は、私たちが日頃から取り組んでいるので数としてわかりやすいのですが、免許保有者というのは全くの未知数なんです。私たちのマリーナを利用しての免許養成所の方と雑談をしますが、ボートを購入しなくても免許を4回、5回と更新される方がけっこういらっしゃる。そして気軽にボートを乗れる、操船できる場所はないかと、問い合わせがあるそうです。よく考えてみるとそうした免許は持っているが、ボートを購入しない方は意外と多いと思うのですが、私たちがはなんにもアプローチをしていない。そうした方が、自分で操船できる場所はどこかと探すと、ほとんど無い。うちでもシリーズスタイルに加盟していますが、そうした会員制ではなく、もっと気軽に船に乗れる島ではマリーナも販売・サービスという土壌ができていくだけに、広島ベイマリーナさんでも体制を二元化して質の高いサービスを提供することで、お客様の拡大に繋がってほしいという。」

「また同社は中国エリアの中でもシリーズボートの稼働率が高いマリーナとして知られているが、亀田専務はシリーズスタイルに入会する前の免許保有者の活性化が現状の課題だという。」

「オーナーさんの代替えや、シリーズ会員さんの利用は、私たちが日頃から取り組んでいるので数としてわかりやすいのですが、免許保有者というのは全くの未知数なんです。私たちのマリーナを利用しての免許養成所の方と雑談をしますが、ボートを購入しなくても免許を4回、5回と更新される方がけっこういらっしゃる。そして気軽にボートを乗れる、操船できる場所はないかと、問い合わせがあるそうです。よく考えてみるとそうした免許は持っているが、ボートを購入しない方は意外と多いと思うのですが、私たちがはなんにもアプローチをしていない。そうした方が、自分で操船できる場所はどこかと探すと、ほとんど無い。うちでもシリーズスタイルに加盟していますが、そうした会員制ではなく、もっと気軽に船に乗れる島ではマリーナも販売・サービスという土壌ができていくだけに、広島ベイマリーナさんでも体制を二元化して質の高いサービスを提供することで、お客様の拡大に繋がってほしいという。」

広島市の中心部より車で15分ほどの場所に位置し、恵まれたロケーションがセールスポイントにもなっている広島ベイマリーナさんは、主力商材が20から30フィートのフィッシングボート、オーナーの約9割が釣りを目的としている、まさに瀬戸内海の市場特性が色濃く反映されている中で、ご商売を展開されている。同社の亀田耕司専務にお話を伺った。



ウッド調のクラブハウス。シンプルでありながらお客様がくつろげる空間を提供している



昨年より販売、保管、サービスを一元化。広島市の東部エリアで着実に顧客を開拓している

手軽にボートでの体験ができる場を提供していきたいですね。

「静止安定性や走行時の安心感が一番の魅力だと思います」
「うねりにはめっぽう強い。他に比較のしようがない船外機艇だと思います」



YF-27

2004年11月に発売されたYF-27は、W.T.B.を採用し、居住性と航行性能に優れたフィッシングボートとしてデビュー。ボートフィッシングの中でもとりわけ船外機を好むユーザーに着実に浸透してきたモデルである。発表から4年が過ぎ、昨年の秋にはスピードを重視するユーザーを対象にしたF300搭載モデルが登場しラインナップの拡充が図られた。では、実際のYF-27オーナーの満足度はどのようなものであろうか？

UF-26の代替艇として購入した高橋秀幸さん(49歳)は、仙台湾で釣りを楽しむこと約20年というキャリアを持ち、2年前に購入したYF-27は4隻目というベテランのオーナーだ。

「YF-27の良さは一言で言えば、安定性だと思います。釣りをしている時や走っている時の安定性は抜群です。今のエンジンは250馬力ですが、スピードも4200回転ぐらいの巡航で25ノット、5600回転に上げると36ノットは出ますから、トップスピードの時は他のボートに抜かれることはまずないですよ(笑)」

YF-27はUF-26との比較される場面も多く、熱心なフィッシングファンにはウォークアラウンドタイプのUF-26を選択されるケースも見られるが、高橋さんの場合は「希望条件のひとつであり、絶対ではなかった」そうだ。

「釣り座以外の部分であればYF-27のメリットの方が大きいことは間違いありません。対座式のシートや仮眠スペースといったキャビンの居住性と釣りをしているときの安定性、そしてスピード。前の船とは比べものにならないぐらい進化しています」

ちなみに高橋さんのYF-27にはFSRも艦装されており、今

では手放せないオプションのひとつだと太鼓判を押す。

また、瀬戸内海の中央に位置する広島県福山市でボートライフを楽しんでいる嘉藤祥司さん(37歳)は、F.A.S.T.26に買い増す形でYF-27を選択した。青物が釣れる佐多岬まで約1時間半ボートを走らせ、仲間とのジギングを楽しんでいるという。

「ジギングで青物をやるようになってからは、釣り場が佐田岬の周辺になるので、長距離を走れるフィッシングボートが欲しかった。一緒に行くメンバーも会社の仲間なので法人購入にして、釣り場によってボートを選べるようにしたんですよ」

YF-27の良さはうねりに対しての強さだという嘉藤さんは、毎週末、往復3時間の航程をもものともせずに通われている。

「コンディションが良くてゲストも少ない時にはF.A.S.T.26の方がスピードが出ますが、コンディションに左右されにくいのは、もちろんYF-27です。瀬戸内海は穏やかなイメージがありますが、潮が速いので、風が吹き出すとピッチの短い白波が立って翻弄されてしまいます。そうすると遊漁船でさえも四苦八苦してしまうのですが、このYF-27は、ずんずん進んでいくんですよ。そういう時に舵を握っているのが、このボートの強さが身にしみてわかりました。ただ船外機がF225なので、もう少しパワーが欲しい。これからタイミングを見て去年発売されたF300に載せ替えてみたいですね」

魚探やレーダーなど、艦装品だけでもボートと同等の費用を掛けている嘉藤さん。YF-27はまさに船外機艇のNO.1フィッシングボートだと信頼を寄せていた。

