

# Chantey

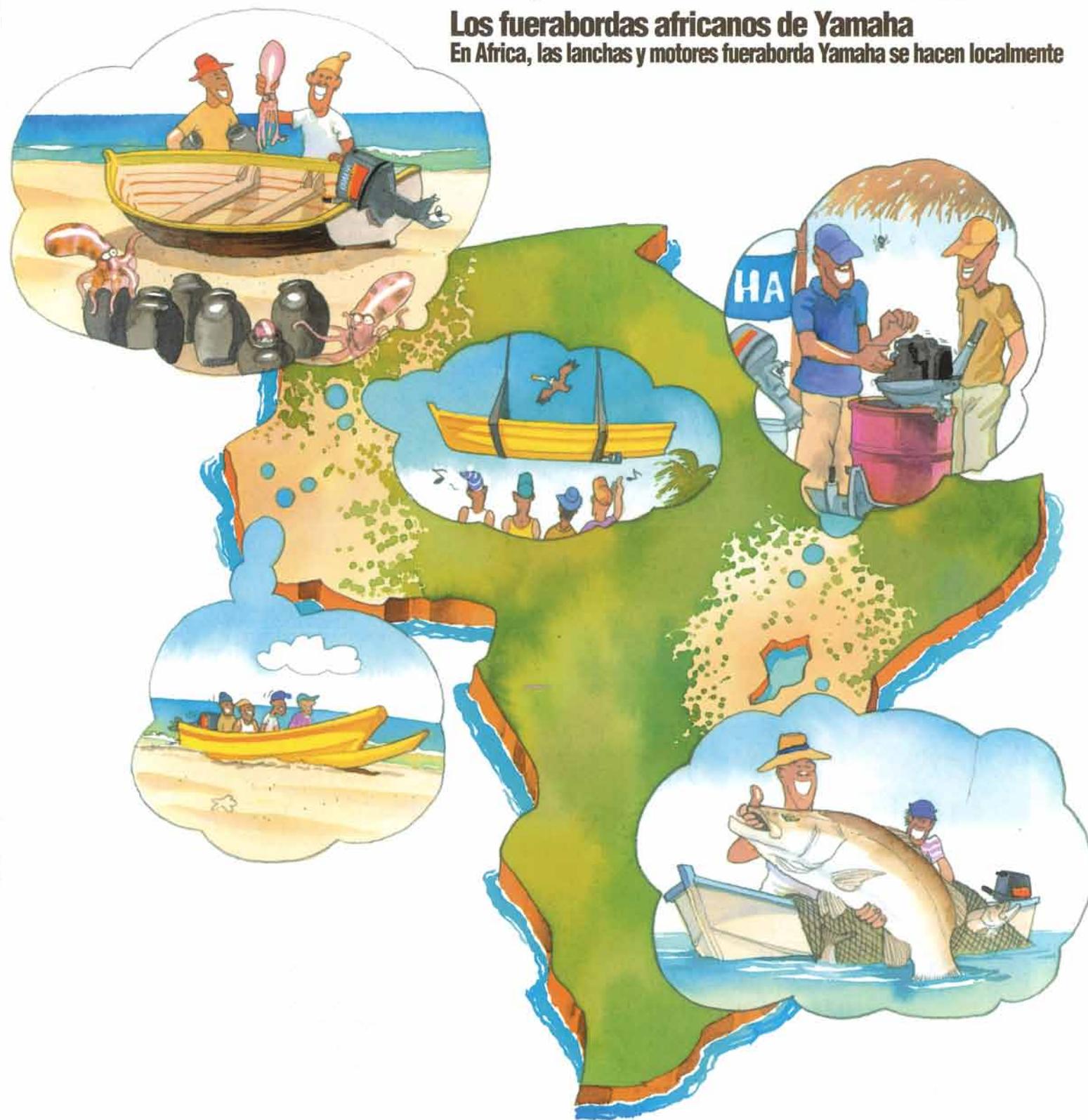
Bimonthly issued by Yamaha  
NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

2002 No. 101

ENGLISH/SPANISH VERSION

**Africa's Own Yamaha Outboards**  
**In Africa, Yamaha Outboard Motors and Boats Go Local**

**Los fuerabordas africanos de Yamaha**  
**En Africa, las lanchas y motores fueraborda Yamaha se hacen localmente**



# Africa's Own Yamaha Outboards

## In Africa, Yamaha Outboard Motors and Boats Go Local

Across the African Continent today, great numbers of Yamaha outboard motors and Yamaha brand boats are serving people and contributing to local economies in the fishery and transport industries in a big way. Here we look at why people in Africa choose Yamaha products and how they use them today in the different countries.

### OMDO at work in 137 countries

We call the division of Yamaha Motor Company that is responsible for the marketing of Yamaha products in Africa "OMDO," an acronym for Overseas Market Development Operations. In addition to Africa, OMDO is operating in a total of 137 countries today in rapidly developing regions like Central America, the Caribbean and the South Pacific.

OMDO holds a unique position among the numerous operations that

make up today's Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC). The kind of marketing that is necessary in developing markets like these is often the grass-roots type that is close to the people and the real local needs. What's more, because the markets in many of these countries are small, it is hard for a single product division to set up successful marketing operations. That is why OMDO adopts a business policy that dispenses with divisions between product categories and sets up separate groups to handle all Yamaha products for a given country or region. Of course, the staff that work in these groups must be trained in



A Yamaha-design beach landing craft (BLC) built in Senegal

Lancha de desembarco BLC diseñada por Yamaha y construida en Senegal

## Los fuerabordas africanos de Yamaha

### En África, las lanchas y motores fueraborda Yamaha se hacen localmente

Hoy día, en el continente africano, numerosos motores fueraborda y lanchas de la marca Yamaha sirven a la gente y contribuyen enormemente a las economías locales en las industrias de la pesca y el transporte. Veamos aquí por qué los africanos eligen productos Yamaha y cómo los usan actualmente en los distintos países.

### OMDO está presente en 137 países

La división de Yamaha Motor Company (YMC) responsable de la comercialización de los productos Yamaha en África se denomina OMDO (siglas en inglés de "Operaciones para el Desarrollo del Mercado de Ultramar"). Además de África, OMDO está actualmente presente en 137 países, en regiones en vías de rápido desarrollo como América Central, el Caribe y el Pacífico Sur.

Entre las numerosas actividades actuales de YMC, OMDO ocupa un lugar especial. El marketing que es necesario en los mercados en vías de desarrollo es a menudo el que apuesta por la cercanía de la gente y de las necesidades reales de los usuarios locales. Además, al ser los mercados pequeños en muchos de estos países, es difícil para una división que comercializa un solo producto establecer con éxito operaciones de marketing. Por ello, OMDO adopta una política comercial que prescinde de divisiones entre categorías de productos y establece



marketing for the full range of Yamaha products.

Another guiding principle in all OMDO activities is to work with the Japanese government or the local country's government, international organizations or NGOs and NPOs to supply Yamaha products in ways that contribute to local industry and the economies of each country.

Often this involves the fishing industry, which supplies a food source that is so important for these countries, and OMDO makes it part of its job to cooperate not only in the supply of products (hardware) but also the know-how (software) to make local fishing industries prosper.

### OMDO's roots lie in the African market

It was in 1991 that OMDO was officially established as a division of YMC, but its roots actually reach back to the Marine Division's "Overseas Project Section" (OPS), that started operation in the 1970s. And the move that made the OPS necessary was the launch of Yamaha outboard motors in the African market. To answer the needs of this new market, Yamaha engineers undertook years of trial and error to eventually design outboards that could stand up to Africa's toughest use environments.

In 1977 the Japanese government began an Official Development

Assistance (ODA) program to give fishing boats, diesel engines and outboard motors to countries in West Africa. YMC responded by participating in a project the following year to supply Yamaha outboards and fishing boats free of charge to fishermen in Senegal and Mauritania.

For YMC, participation did not mean simply providing the hardware. If our outboards were not used properly and effectively the assistance effort would be meaningless. The time would come when the motors needed repair, so a service system had to be in place. YMC sent its people to teach the fishermen how to use the outboards properly and local mechanics how to service them. Supply routes also had to be set up to make sure spare parts were available. For YMC it was a job of setting up a total use environment from scratch.

Once these roots took hold, it was only natural that the relationship between YMC and the nations of Africa would grow deeper. In Africa, each region has its own traditional fishing environment and methods that demand different things from an outboard motor. Sometimes it was also necessary to make modifications to the traditional local fishing boats in order to mount them with outboards. There were also times when YMC was asked to cooperate in instructing local fish-

ermen in new fishing techniques better suited to the new boats and motors now available to them.

Through these activities, Yamaha's OPS acquired years of know-how in the job of cooperating in international development projects in ways that also contributed to the corporate bottom line in the long run, and it was this know-how that eventually led to the formation of the unique division that is today's OMDO.

*Private mechanics never throw out old engines but keep them to recycle parts. Many are skilled at welding together their own custom service tools. Importer mechanics who have been trained in Japan are now training private mechanics in more advanced techniques*

*Los mecánicos privados no tiran nunca los viejos motores, sino que los guardan para reciclar piezas. Muchos son muy hábiles en soldar sus propias equipos de servicio. Los mecánicos de los importadores que han estudiado y se han preparado en Japón están ahora enseñando técnicas más avanzadas a los mecánicos privados.*

grupos separados para comercializar todos los productos Yamaha en un determinado país o región. Es indudable que el personal que trabaja en estos grupos debe estar capacitado para comercializar la gama completa de productos Yamaha.

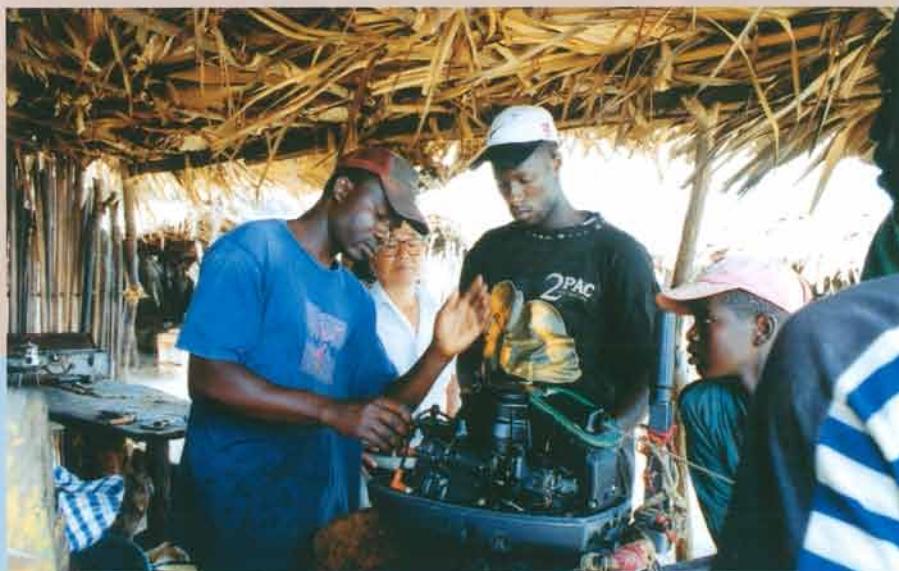
Otro principio rector de todas las actividades OMDO es trabajar con el Gobierno japonés, o con los Gobiernos de los distintos países, organizaciones internacionales y ONGs para suministrar productos Yamaha de forma que contribuyan a la industria local y a la economía de cada país. A menudo esto significa trabajar con la industria pesquera, que proporciona alimento, algo muy importante para estos países, por lo que es esencial para OMDO cooperar no sólo en el suministro de productos, sino también en los conocimientos técnicos necesarios para que prosperen las industrias locales.

respondió participando al año siguiente en un proyecto que suministraba gratuitamente lanchas pesqueras y fuerabordas Yamaha a pescadores de Senegal y Mauritania.

Para YMC, la participación no implicaba sólo el suministro de los productos. Si los fuerabordas no eran usados adecuada y eficazmente, el esfuerzo carecería de sentido. Transcurrido cierto tiempo, los motores necesitarían reparaciones, por lo que sería necesario crear un cierto servicio técnico en el lugar. Yamaha envió personal para enseñar a los pescadores a cómo usar adecuadamente los fuerabordas y a los mecánicos locales a cómo hacer su mantenimiento. Y hubo que establecer rutas de suministro para asegurarse la obtención de las piezas de repuesto necesarias. Es decir, una tarea que para YMC era, en la práctica, casi empezar desde cero.

Pero una vez echadas estas raíces, era sólo natural que la relación entre YMC y los países africanos creciera cada vez más. En África, cada país tiene su propio ambiente pesquero tradicional así como métodos que exigen cosas diferentes de los motores fueraborda. A veces fue necesario hacer modificaciones en las lanchas de pesca locales para instalar los motores. Y otras, YMC cooperó en enseñar a los pescadores locales nuevas técnicas de pesca mejor adaptadas a las nuevas lanchas y motores que ahora tenían disponibles.

A través de estas actividades, la Sección de Proyectos de Ultramar adquirió gran experiencia en trabajos de cooperación en proyectos internacionales de desarrollo y fueron estos amplios conocimientos los que llevaron finalmente a la formación de la división especial que es la actual OMDO.



### Las raíces de OMDO están en el mercado africano

OMDO se creó oficialmente como división de YMC en 1991 pero sus raíces se encuentran en la "Sección de Proyectos de Ultramar" (OPS) de la División Marina que comenzó sus actividades en la década de los 70. Fue precisamente el lanzamiento de los motores fueraborda Yamaha en el mercado africano lo que hizo necesaria la creación de esta sección. Para satisfacer las necesidades de este nuevo mercado, los ingenieros de Yamaha emprendieron la ardua tarea de diseñar fuerabordas que pudieran resistir los más duros entornos medioambientales africanos.

En 1977, el Gobierno japonés comenzó el programa de Ayuda Oficial al Desarrollo (ODA) para proporcionar lanchas pesqueras, motores diesel y motores fueraborda a los países de África Occidental. YMC

# Chantey Special

## AFRICA OMDO's style is in close and local

Yamaha is said to hold a market share of up to 70% in most regions of Africa. What caused this rapid spread of the Yamaha brand outboards? At OMDO, the belief is that you can't supply good products if you don't know how they are being used and in what areas. From the beginning, Yamaha studied the conditions of use in African fishery and made efforts to supply outboards that met the local needs.

"At the time, there were only American-made outboards in Africa, and we were able to increase our share by doing things those makers weren't doing. We piled camping gear into cars and went to remote fishing villages where there was often no electricity and stayed with the fishermen to talk to them and learn about their needs," says Mr. Hidenori Atsusawa.

Until that time, it was usual for product claims to be considered the result of improper product use by the customer and not the responsibility of the manufacturer, but Yamaha changed its way of thinking. We



Traditional wooden fishing boats on Lake Victoria  
Una lancha pesquera tradicional de Madera



The boats used in Morocco are Mediterranean style wooden boats of 12~20 ft. that are quite different from those seen in other parts of Africa. Octopus fishermen move along the coast living in tents during the fishing season

Las lanchas usadas aquí son embarcaciones de madera de estilo mediterráneo de 12 a 20 pies, completamente diferentes de las que se ven en otras partes de África. Los pescadores de pulpo se desplazan por la costa viviendo en tiendas de campaña durante la temporada pesquera.

### El estilo de OMDO es cercano y local

Se dice que Yamaha tiene una cuota de mercado que supera el 70% en la mayoría de las regiones africanas. ¿Qué causó esta rápida expansión de los fuerabordas Yamaha?

En OMDO creemos que no es imposible suministrar buenos productos si no se conoce cómo se usan en las distintas regiones. Desde el principio, Yamaha estudió sus condiciones de uso en la industria pesquera africana y se esforzó por suministrar fuerabordas que lograran satisfacer las necesidades locales.

"Por entonces sólo había fuerabordas norteamericanos en África y pudimos aumentar nuestra cuota de mercado al hacer cosas que otros fabricantes no hacían. Por ejemplo, metímos equipos de camping en los autos y nos ibamos a las aldeas pesqueras remotas en donde no había a menudo electricidad y permanecímos con los pescadores para hablar

dedicados ourselves to building products that wouldn't break down even if they were misused. What's more, we undertook to build them in a way that they couldn't be misused.

For example, in Guinea there was often a problem of poor quality oil being used and a series of claims came in about holes developing in the pistons. The attitude Yamaha took was to say that since we can't change the fuel industry in Guinea, we can change our outboards to meet the local conditions. The product of this policy was the "Enduro E25A" outboard. By making this a world standard Yamaha soon won the reputation of being a maker of tough, durable outboards, and the E25A went on to become a big seller worldwide.

Even now that there are Yamaha distributors in each country, OMDO staff still go to Africa three or four times a year for a total of up to three or four months. "I love the people of Africa. I have made such good and trusting friends wherever I have gone," says Mr. Katsuhei Tsumori.

### FRP boats reduce the number of sea accidents among fishermen

During the 1970s, YMC's Overseas Project Section joined in a project in West Africa to develop an FRP version of the local canoe-type fishing boats called pirogues. OPS staff went to Africa to measure and photograph the actual pirogues and then had Yamaha engineers design an FRP equivalent that was then manufactured in Japan. This is a tradition that OMDO has carried on, and today these craft which we call BLCs (beach landing craft) are manufactured in Japan and other overseas bases in 12m, 15m, and 18m classes. Up until now some 450 of these craft have been exported.

These Yamaha-designed FRP boats have won a solid reputation among fishermen in West Africa. Compared to the traditional wooden pirogue, Yamaha's BLCs made of FRP are tougher and more buoyant. They are also more stable, which makes them more difficult to capsize, and they have been designed with enough flotation compartments so that they will continue to float even if they become swamped. Sea

con ellos y saber de sus necesidades", dice el Sr. Hidenori Atsusawa. Por entonces era normal que la reclamación de un producto se considerara resultado de un uso inadecuado por parte del usuario y no responsabilidad del fabricante, pero Yamaha cambió esta forma de pensar. Nos dedicamos a construir productos que no se averiaran aunque se usaran mal. Es más, nos esforzamos por construirlos de forma que no pudieran utilizarse mal.

Por ejemplo, en Guinea teníamos el problema de que se usaba aceite de muy mala calidad y había diversas reclamaciones sobre orificios en los pistones. La actitud de Yamaha fue decir que dado que no se podía cambiar la industria de los combustibles en Guinea, era posible cambiar los fuerabordas para satisfacer las condiciones locales. El producto de esta política fue el fueraborda Enduro E25A. Al convertirlo en un listón de referencia a nivel mundial, Yamaha se ganó pronto una gran reputación como fabricante de fuerabordas duraderos y resistentes, y el

fatalities among fishermen have long been a problem in this region, but since the introduction of these FRP boats, there have been cases when the crews of the Yamaha boats survived a disaster at sea while those in wooden boats did not.

In African fishery, the speed of the boat is not a major concern, and canoes of the 12.8m class are usually powered by 40hp outboards. It is enough for a wooden boat to cruise at 14–15 knots or an FRP boat at 17–18 knots. But, as a result, the pitch of the propellers we fit the outboards with are completely different from those of other regions.

OMDO has performed surveys of the types of boats and the ways they are used for each country, so we can equip our outboards with the right type of propeller to ensure optimum performance. We have also gathered data about the type of fuel and oil used in each region, so when an international organization comes to us with a request to cooperate in a coastal fishery project, we know what is needed.

### Working with private mechanics

With regard to the fishing industry in Africa, Yamaha's theme can be summed up as "promoting modernization with FRP boats and outboard motors." Playing an important role in this scheme is a group of

*OMDO promotes the use of FRP beach landing craft (BLCs) that save fuel and are more seaworthy. Awareness is also spreading that FRP boats also help protect the environment by eliminating the use of large trees for boat-making.*

*OMDO promueve el uso de lanchas de desembarco BLC de plástico reforzado con fibra de vidrio (FRP) que ahorran combustible y son más fiables. Cada vez se es más consciente de que las lanchas de FRP ayudan a proteger el medio ambiente al no tener que usar grandes árboles para construirlas.*



E25A consiguió un enorme éxito de ventas en todo el mundo.

Incluso hoy que hay distribuidores Yamaha en cada país, el personal de OMDO sigue yendo a África tres o cuatro veces al año y permanece allí tres o cuatro meses. "Me encanta la gente en África. Siempre he hecho buenos amigos en cualquier sitio al que he ido", dice el Sr. Katsuhei Tsumori.

### Las lanchas FRP reducen los accidentes de pescadores en el mar

En la década de los 70, la Sección de Proyectos de Ultramar participó en un proyecto en África Occidental para desarrollar una versión FRP (de plástico reforzado con fibra de vidrio) de unas lanchas pesqueras locales tipo canoa llamadas pirogue. Empleados de la sección fueron a África a medir y fotografiar las actuales pirogues y, luego, los ingenieros de Yamaha diseñaron una lancha de FRP equivalente que fue fabricada entonces en Japón. Esta es una tradición que OMDO ha seguido haciendo y, hoy día, estas lanchas de desembarco BLC son fabricadas en Japón y en otros países en las categorías de 12 m, 15 m y 18 m. Hasta ahora se han exportado 450 de estas lanchas.

Las lanchas FRP diseñadas por Yamaha se han ganado una sólida reputación entre los pescadores de África Occidental. Comparadas con las tradicionales pirogues de madera son más resistentes y flotantes. También son más estables, lo que hace más difícil que se vuelquen, y han sido diseñadas con suficientes compartimentos de flotación para continuar flotando aunque se llenen de agua. Los pescadores que mueren en el mar han sido siempre un problema en esta región, pero desde la introducción de las lanchas de FRP ha habido casos en los que la tripulación de las lanchas Yamaha ha sobrevivido a desastres marinos, algo que no ocurrió en las lanchas de madera.

En la industria pesquera africana, la velocidad de la lancha no es un gran problema y las de 12,8 m son generalmente propulsadas por fue-

people known in Africa as "private mechanics."

Even as the service networks of the distributors continue to grow across Africa, the sheer vastness of the continent leaves many of the more remote regions out of their reach. The people who fill in this gap are independent operators with service and repair skills known as private mechanics.

A similar system of independent mechanics is seen in other areas like Oceania and parts of Asia, and in the case of Africa it arose earlier and naturally in the form of small service shops in rural areas and remote coastal villages that provided local users with service for their outboard motors. There are believed to be thousands of these private mechanics active today in Africa.

At OMDO we treat these mechanics as an important asset. Whenever we visit Africa, we travel extensively to meet and talk with them and we support them through our local importers by supplying them Yamaha shop signs and parts lists and by setting discount rates on parts for them.

### The Main African Markets

#### Lake Victoria – Nile perch fishery booms

Lake Victoria is Africa's largest lake and, in the countries of Uganda, Kenya and Tanzania that surround it, Nile perch fishery has become a boom industry.

The ban on the import of Nile perch into Europe (for legal reasons) was lifted in early 2000. And, the fact that Europeans have turned more and more to fish in their diet since the meat industry scares accompanying the outbreaks of foot and mouth disease and mad cow disease, has stimulated demand for Nile perch, which is used as white fish meat for fast food restaurants, etc.

The resulting boom in the fishery industry has boosted demand for outboard motors. In Tanzania, for example, demand has tripled in the last year or two.

rabordas de 40 caballos. Es suficiente ir a 14-15 nudos para las lanchas de madera o a 17-18 nudos para las de FRP. Pero, como consecuencia, la inclinación de las hélices de los fuerabordas son completamente diferentes de las de otras regiones.

OMDO ha llevado a cabo estudios de los tipos de lanchas y de las formas en que se usan en cada país, por lo que podemos equipar nuestros fuerabordas con el tipo adecuado de hélice para asegurar el mejor rendimiento. Hemos reunido también datos sobre el tipo de combustible y el aceite utilizado en cada región, así que cuando una organización internacional nos pide cooperar en un proyecto de pesca costera, sabemos lo que se necesita.

### Trabajando con mecánicos privados

Con respecto a la industria pesquera en África, el lema de Yamaha puede resumirse así: "promover la modernización con lanchas de FRP y motores fueraborda". Desempeñando un papel importante en este esquema está un grupo de personas conocidas en África como los "mecánicos privados."

Aunque las redes de servicio de los distribuidores continúan creciendo en todo África, la enorme extensión del continente deja a muchas de las más remotas regiones fuera de su alcance. Estos espacios los llenan operadores independientes muy hábiles en reparación y mantenimiento, los popularmente conocidos como mecánicos privados.

Un sistema similar existe en otras zonas como Oceanía y partes de Asia, y en el caso de África se creó antes en forma de pequeñas tiendas de servicio en zonas rurales y pueblos costeros remotos que ofrecían a los usuarios locales mantenimiento de sus motores fueraborda. Se cree que existen miles de estos mecánicos privados activos hoy día en África.

En OMDO consideramos que estos mecánicos son muy valiosos. Siempre que visitamos África, viajamos por todas partes para reunimos y hablar con ellos y les apoyamos a través de nuestros importadores locales suministrándoles listas de piezas y signos de las tiendas Yamaha, así como estableciendo con ellos descuentos en las piezas.

# Chantey Special

## AFRICA

MOROCCO - Octopus caught here are exported to Japan

Morocco is the largest outboard motor market in North Africa. Most of the models sold here are in the 15~25hp range, and the 20 hp models are especially popular.

These outboards are used mainly in octopus fishery in the waters off the west coast of the Sahara Desert. The octopus catch is immediately frozen and then exported to Japan, the world's largest consumer of octopus, where it is considered a delicacy. Most of the octopus consumed in Japan today comes from Morocco and neighboring Mauritania. Morocco alone exports 50,000 tons of octopus at a value of 30 billion yen, making it one of the country's big industries.

With the use of specially designed octopus pots, it is so easy to catch octopus that the fishery is usually done as a seasonal job by amateur fishermen who farm the rest of the year. With the big drop in catch this year, however, there are fears that the grounds have been over-fished, despite the government move to prohibit octopus potting in the spring and autumn.

### Senegal, Mauritania and Ghana

The waters off the coasts of Senegal and Mauritania have excellent fishing grounds resulting from the meeting of cold currents from the north and warm currents from the south.

Most of the boats are still traditional wooden ones and many lives are lost at sea because of their frailty. The governments of these countries are thus promoting the spread of FRP boats as a measure to improve safety. The production of FRP boats of the Yamaha BTC40 design has begun in Mauritania, and it is OMDO's intent to introduce these boats in countries of the region like Senegal and Gambia.

In Ghana the shape of the traditional boats used in fishery

is very different from the surrounding countries. A single large tree trunk is hollowed out and sides attached to form the hull. Such large trees are becoming scarce, however. What's more, these boats have been powered by outboard motors mounted on a wooden beam that sticks far out to one side from the stern. Since these boats go as far as 50 km out to sea to fish, the rolling of the ocean swells often submerges the motor, resulting in frequent engine trouble. When Yamaha outboards were first introduced here in Ghana, this problem was a difficult one to overcome, but Yamaha engineers cooperated in finding solutions.

### Nigeria

Nigeria is a fishing nation and thus a big market for outboard motors. In the extensive tropical delta land of Nigeria, waterways are common thoroughfares for people and goods. Many Yamaha engines are used in this transport industry as well.



A passenger boat on the Niger River.  
Una lancha de pasajeros en el río Níger.

## Principales mercados africanos

### Lago Victoria: la pesca de percas del Nilo vive un auténtico boom

El lago Victoria es el mayor de África y, en países limítrofes como Uganda, Kenia y Tanzania, la pesca de percas vive un boom sin precedentes.

La prohibición de importar percas del Nilo a Europa (por razones legales) fue levantada a principios del 2000. Y dado que, en sus dietas, los europeos prefieren más y más el pescado a la carne –cuya industria ha pasado por diversas vicisitudes y enfermedades como el mal de las vacas locas–, ha crecido la demanda de percas del Nilo, carne de pescado blanco utilizado en restaurantes de comida rápida, etc.

El consiguiente auge de la industria pesquera ha multiplicado la demanda de motores fuera borda. En Tanzania, por ejemplo, la demanda se ha triplicado en los últimos uno o dos años.

### Marruecos: el pulpo capturado aquí se exporta a Japón

Marruecos es el mayor mercado de motores fuera borda en el Norte de África. La mayoría de los modelos que se venden aquí van de 15 a 25 C.V. y son especialmente populares los modelos de 20 caballos.

Estos fuera borda se usan principalmente en la pesca del pulpo en las aguas de la costa oeste del desierto del Sáhara. El pulpo capturado se congela inmediatamente y se exporta a Japón, el mayor consumidor de pulpo del mundo, en donde es considerado una exquisitez. La mayoría del pulpo que se consume hoy día en Japón proviene de Marruecos y de la vecina Mauritania. Sólo Marruecos exporta 50.000 toneladas de pulpo, con un valor de unos 30.000 millones de yenes, lo que supone una de las mayores industrias del país.

Si se usan macetas especialmente diseñadas para capturar pulpos, es tan fácil que la pesca se realiza generalmente como trabajo de temporada, por pescadores amateurs que se dedican a cultivar la tierra el resto del año. Con la gran caída experimentada por las capturas este

año, se teme que se hayan agotado las reservas de pesca a pesar de las medidas gubernamentales que prohíben este tipo de cría de pulpo en primavera y otoño.

### Senegal, Mauritania y Ghana

Las aguas de las costas de Senegal y Mauritania tienen excelentes zonas pesqueras como resultado del encuentro de las corrientes frías del norte con las cálidas del sur.

La mayoría de las lanchas son todavía las tradicionales de madera, por lo que se pierden muchas vidas en el mar a causa de su endeblez. En consecuencia, los gobiernos de estos países están fomentando la expansión de las lanchas de FRP a fin de mejorar la seguridad. La producción de lanchas de FRP del diseño BTC40 ha comenzado en Mauritania, y OMDO pretende introducir estas lanchas en otros países de la región como Senegal y Gambia.

En Ghana, la forma de las lanchas tradicionales usadas en la industria pesquera es muy diferente de las de los países de su alrededor. Se vacía el tronco de un árbol y se añaden los lados para formar el casco. Pero árboles tan grandes son cada vez más escasos. Además, estas lanchas son propulsadas por motores fuera borda instalados en una viga de madera que sobresale bastante por un lado de la popa. Dado que estas lanchas se adentran hasta 50 km para pescar en el mar, el balanceo del oleaje del océano sumerge a menudo el motor, por lo que éste se avería. Cuando se introdujeron los fuera borda Yamaha aquí en Ghana este problema resultó al principio difícil de resolver, pero los ingenieros de Yamaha lograron aportar soluciones.

### Nigeria

Nigeria es una nación pesquera y, por lo tanto, un gran mercado para los motores fuera borda. En las extensas tierras tropicales del delta del Níger, los canales navegables son vías comunes para personas y mercancías. La industria del transporte utiliza también numerosos motores Yamaha.

**Basics of the 4-stroke Engine Part.10****Elementos básicos del motor de 4 tiempos 10<sup>a</sup> parte****CONCEPT AND USE OF YAMAHA 4-STROKE OUTBOARD MOTORS****1) CONCEPT**

- Environment-friendly outboard motors
- Outboard motors consuming less fuel
- Outboard motors that are pleasant to use
- Performance that compares well with 2-stroke models of the same displacement

**CONCEPTO Y USO DE LOS MOTORES FUERABORDA YAMAHA DE CUATRO TIEMPOS****1) CONCEPTO**

- Motores fueraborda amigas del medio ambiente
- Motores fueraborda que consumen menos combustible
- Motores fueraborda de gran confort
- Rendimiento comparable al de los motores fueraborda de dos tiempos de la misma cilindrada

**2) USE**

They can be basically used in the same ways as the 2-stroke outboard motors, except the ENDURO models.

**2) USO**

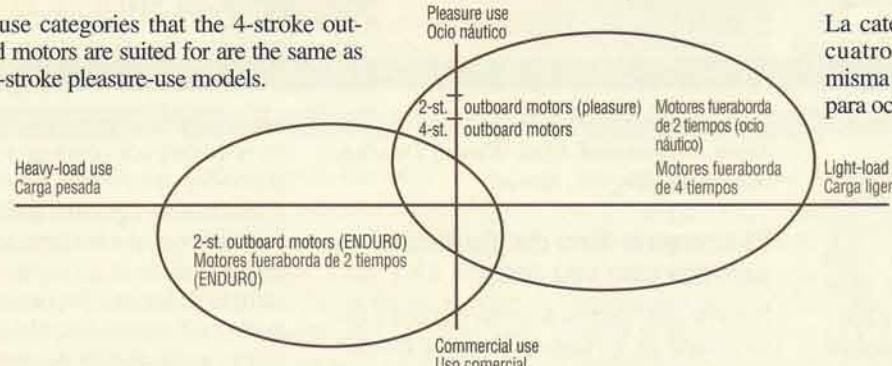
Pueden utilizarse de la misma forma que los motores fueraborda de dos tiempos excepto el modelo ENDURO.

**WHAT THE 4-STROKE OUTBOARD MOTOR CAN BE USED FOR**

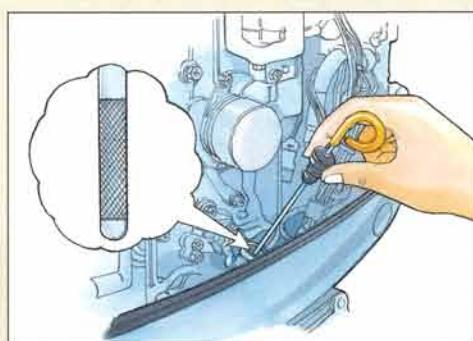
The following explanation should help you understand where the 4-stroke outboard motors stand in relation to the 2-stroke models currently on the market.

**1) CATEGORIES**

The use categories that the 4-stroke outboard motors are suited for are the same as the 2-stroke pleasure-use models.

**2) MAINTENANCE**

In terms of daily and periodic maintenance, the 4-stroke engine may require more labor compared to the 2-stroke engine. But, part replacement frequency is the same as that on a 2-stroke engine, except in the case of the valves and engine oil.

**2) MANTENIMIENTO**

En el mantenimiento diario y periódico, el motor de cuatro tiempos puede requerir mayor cuidado comparado con el motor de dos tiempos. Sin embargo, la frecuencia del cambio de piezas es la misma, excepto en el caso válvulas y aceite del motor.

Please write to me with any questions about service. Comuníquese conmigo ante cualquier pregunta que tenga sobre servicio y reparaciones.

**Dr. Himeno Chaney Editorial Room**  
ME Operations, Yamaha Motor Co., Ltd.  
3380-67 Arai, Hamana, Shizuoka 431-0302, Japan



# News Round-up

USA

EE UU

## Yamaha Pro Hooks BASS Masters Classic Crown

Those who enthusiastically follow bass fishing recognize the BASS Masters Classic as the sport's main event. This prestigious three-day tournament begins with 52 of the sport's top qualifiers fishing against each other for the world-renowned title. For only the third time in BASS Masters history, the same angler led the competition each of the three days on his path to becoming the 2002 BASS Masters Champion. And that angler was Team Yamaha pro Jay Yelas of Tyler, Texas. "This is a thrill of a lifetime for me," Yelas said. "Winning the Classic really makes your career as a professional bass fisherman." Jay not only secured himself the \$200,000 top purse but also became the first Classic champion ever to also win big-bass honors on all three days. In this tournament, Yamaha was also a big winner. The Yamaha outboard booth at the Birmingham Convention Center alongside the Skeeter boat booth was full of visitors throughout the competition pursuing autographs from Team Yamaha and Team Skeeter anglers. By the third and final day, the Yamaha blue and white hat and Yamaha number one foam fingers had become the must-have items for the fans. This was Yamaha's first win in the BASS Masters Classic since 1994 and the coverage that this top tournament received on sports channels like ESPN has given Yamaha outboards fantastic media exposure.

From Dale Barnes, Marketing Manager, Marine Power Div., YMUS



The BASS Masters Classic victory brought big smiles and lots of attention to the Yamaha/Skeeter team

La victoria en el BASS Masters Classic hizo sonreír al equipo Yamaha/Skeeter y atraer la atención del público



Todos los que siguen con entusiasmo la pesca del róbalo consideran que el BASS Masters Classic es el principal evento deportivo de su especialidad. Este prestigioso torneo de tres días de duración enfrenta entre sí a los 52 mejores finalistas del mundo que compiten por conseguir la célebre corona. Sólo por tercera vez en su historia, el mismo pescador encabezó la clasificación durante los tres días del torneo y logró coronarse campeón de la edición 2002. Y éste fue Jay Yelas de Tyler, Texas, un miembro del equipo Yamaha. "Es la mayor victoria de mi vida", dijo Yelas. "Ganar el Classic te consagra como auténtico pescador profesional". Jay no sólo se hizo con el mayor premio de 200.000 dólares, sino que se convirtió también en el primer campeón que encabezó la clasificación del Classic los tres días del torneo. Yamaha fue también un vencedor incontestable. El stand de fuerabordas Yamaha en el Centro de Convenciones de Birmingham, al lado del stand de las lanchas Skeeter, se llenó de visitantes que, durante toda la competición, buscaban autógrafos de los pescadores del equipo Yamaha y del equipo Skeeter. Al acabar el tercer y último día de la prueba, el sombrero azul y blanco de Yamaha y los dedos de espuma Yamaha número uno eran artículos imprescindibles para los aficionados. Se trata de la primera victoria de Yamaha en este torneo desde 1994 y la cobertura que recibió en las cadenas deportivas, como ESPN, fue una magnífica publicidad para los fueraborda Yamaha en los medios de comunicación.

Enviado por Dale Barnes, Director de Marketing, Div. Marina Motorizada, YMUS

Kuwait

Kuwait

## Yamaha Commitment Shines Through

While the current recession and the general slump in the world economy had some exhibitors pulling out of this year's 8th Kuwait International Boats and Sports Exhibition, Yamaha's distributor, Kuwait Development & Trading Co. (KDT Co.) seized the opportunity to show its unwavering commitment to the customers and the market by once again mounting the largest display of the entire show. In its booth at the Mishref International Fairgrounds venue, KDT Co. displayed its full range of Yamaha outboard motors—2hp to 250hp—and WaveRunner personal watercraft, as well as a large assortment of boats and sports equipment like wakeboards, water skies, inflatable bananas and tubes and accessories to cover the whole marine-recreation scene. The exciting world of Yamaha was further played out with top-of-the-line motorcycles and ATVs. Marine sports fans also appreciated the video monitors running clips of top racers on the Yamaha SuperJet and other promotional videos of the Yamaha motorcycles and ATVs added to

the lively atmosphere.

From Mohammad Afzal, Kuwait Development & Trading Co., Kuwait

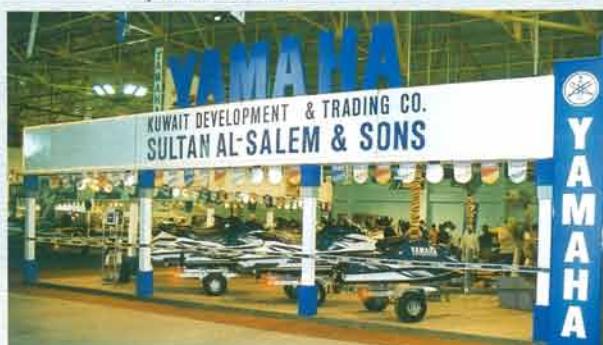
## El compromiso de Yamaha, patente una vez más

Mientras que la actual recesión y la aguda crisis general de la economía mundial hicieron que algunos expositores se retiraran de la 8<sup>a</sup> Exposición Internacional de Deportes y Lanchas de Kuwait, el distribuidor de Yamaha, Kuwait Development & Trading Co. (KDT Co.), aprovechó la oportunidad para mostrar su firme compromiso a los clientes y al mercado instalando otra vez la mayor muestra de toda la exposición. En su stand del recinto de la Institución Ferial Internacional de Mishref, KDT Co. expuso su amplia gama de motores fueraborda Yamaha de 2 a 250 caballos y de motos náuticas WaveRunner, así como una gran variedad de lanchas y equipos deportivos como wakeboards, esquís acuáticos, botes bananas y

tubos inflables y accesorios para cubrir todas las actividades de ocio marino. Yamaha completó su gama con los mejores modelos de motocicletas y vehículos anfibios todoterreno. Los aficionados a los deportes náuticos apreciaron también en los monitores de video las carreras de los más importantes pilotos montando la Yamaha SuperJet, así como otros videos publicitarios de motos y vehículos anfibios todoterreno Yamaha.

Enviado por Mohammad Afzal, Kuwait Development & Trading Co., Kuwait

KDT Co. brought out its full line of Yamaha products in attractive displays  
KDT Co. expuso de forma atractiva su amplia gama de productos Yamaha



## Turkey/Greece

### Promoting good relations through water sports

The Aegean Water Sport Festival is fast becoming an annual tradition for young water sports fans in the eastern Aegean. First held in 2000 amid the new spirit of cooperation and friendship that arose between Greeks and Turks in the area following the devastating earthquake that year, the third annual Festival took place this year from May 9 to 12. Organized by the Bodrum Rescue and Water Sport Association of Turkey and the Cos Diving, Water Sports and Wind Surf Association of the Greek island of Cos, this event brings young Turkish and Greek water sportsmen together in friendly competition. Since the first event in 2000, Yamaha's marine distributor in Turkey, Burla Machinery Trade and Investment Company has been the sponsor of the personal watercraft competition, as well as being a title co-sponsor of the entire Festival. Due to the international nature of the festival, it has received prominent coverage on TV and in the press, and besides the presence of the Yamaha logo on Festival flags, stickers, T-shirts and posters as a sponsor, Burla prepared Yamaha logo T-shirts and caps as giveaways for personal watercraft race participants to ensure maximum exposure for the Yamaha brand.

*From Yavuz Sipahi, General Manager, Burla Machinery Trade and Investment Company, Turkey*

## Turquía/Grecia

### Fomentando buenas relaciones a través de los deportes acuáticos

El Festival de Deportes Acuáticos del Egeo está convirtiéndose rápidamente en una tradición anual para los jóvenes aficionados a los deportes acuáticos del Egeo Oriental. Celebrado por primera vez en el año 2000 en medio del nuevo espíritu de cooperación y amistad que surgió entre griegos y turcos después del devastador terremoto que asoló la región ese año, el tercer festival anual se celebró este año del 9 al 12 de mayo. Organizado por la Asociación turca de Deportes Acuáticos y de Salvamento de Bodrum y por la Asociación de Windsurf, Deportes Acuáticos y Buceo de la isla griega de Cos, este acontecimiento reúne a jóvenes deportistas acuáticos turcos y griegos que compiten entre ellos. Desde el primer festival del 2000, el distribuidor marino de Yamaha en Turquía, Burla Machinery Trade and Investment Company, ha sido el patrocinador de la competición de motos náuticas, así como copatrocincador del Festival en su conjunto.



Young Turkish and Greek water-sport participants with their Yamaha T-shirts

De jeunes concurrents turcs et grecs aux sports nautiques, arborant leurs T-shirts Yamaha.

El festival recibió amplia cobertura en televisión y prensa al tener asistencia internacional y, además de la presencia del logotipo Yamaha en las banderas del evento, de adhesivos, camisetas y posters como patrocinador, Burla preparó camisetas y gorras con el logotipo Yamaha para regalar a los participantes en las carreras de motos náuticas y asegurarse la máxima cobertura de la marca Yamaha.

*Enviado por Yavuz Sipahi, Director General, Burla Machinery Trade and Investment Company, Turquía*



## Yemen

### Celebrating 25 years of Yamaha in Yemen

Mr. Abdulla Taher Dawood, President of Dawood Trading Co., Yamaha's marine distributor in Yemen, recently paid a visit to YMC's home office for business meetings. During his stay in Hamamatsu from June 19 until June 22, Mr. Dawood had meetings with Marine Engine Operations and Overseas Market Development Operations concerning the direction of business for the future. He also paid a visit to Managing Director Kajikawa in the afternoon of June 21.

In November of this year, Dawood Trading Co. will celebrate an anniversary of 25 years of operations as an officially contracted distributor of Yamaha Motor Co., Ltd. In recognition of this, Mr. Dawood was presented with gifts to mark this event. In addition, Managing Director Kajikawa presented him with a commemorative plaque to honor and express appreciation for the company's many years of achievements in the marine products business.

*From Shinpei Mizuno, Marine Engine Operations, YMC*

*Mr. Dawood received a commemorative plaque from Mr. Kajikawa*

*El Sr. Dawood recibe una placa conmemorativa de manos del Sr. Kajikawa*

## Yemen

### Yamaha celebra 25 años en Yemen

El Sr. Abdulla Taher Dawood, director gerente de Dawood Trading Co., el distribuidor marino de Yamaha en Yemen, visitó recientemente la sede de YMC para reuniones de negocios. Durante su estancia en Hamamatsu del 19 al 22 de junio, el Sr. Dawood se reunió con representantes de las Operaciones de Motores Marinos y de las Operaciones de Desarrollo de Mercados de Ultramar para hablar sobre actividades comerciales futuras. También visitó al director general Kajikawa en la tarde del 21 de junio.

En noviembre de este año, Dawood Trading Co. cumple 25 años como distribuidor oficialmente contratado por Yamaha Motor Co., Ltd. En reconocimiento, el Sr. Dawood recibió varios regalos que celebran este acontecimiento. Además, el director gerente Kajikawa le ofreció una placa conmemorativa como muestra de apreciación por los muchos años de éxito de la empresa en la venta y comercialización de productos marinos.

*Enviado por Shinpei Mizuno, Operaciones de Motores Marinos, YMC*



# News Round-up

## Africa

### OMDO programs extend product life in Africa

In Africa, YMC's Overseas Market Development Operations (OMDO) is getting tangible results from programs designed to make sure customers use their Yamaha outboard motors in top condition for as long as possible.

Quality after-sale service is of course one of the keys. From July 1 to 5, a comprehensive service training seminar was held in Cameroon for distributor service representatives from six West African nations. Being the third such seminar, following ones in 1995 and '98, the aim is to raise the overall level of service expertise by training on models like the E75B outboard used by the region's fishermen.

Another important factor affecting product life is the quality of engine oil and spare parts used. This is especially true in Africa where lower quality substitutes are often used. In Mauritania, where coastal fishery for octopus is booming, the local distributor, Group Mauritanin des Industries de Peche, succeeded in proving the value of genuine Yamaha engine oil by opening three fuel stations that sold outboard fuel pre-mixed with Yamalube oil. The fishermen soon discovered they were



Hands-on training in servicing an E75B outboard motor  
Práctico servicio de mantenimiento de un fúerborda E75B



In Algeria, kits containing the most often replaced expendable parts are popular among Yamaha outboard owners  
En Argelia, los kits con piezas consumibles repuestas más a menudo son populares entre los propietarios de fúerbordas Yamaha



High-quality Yamalube 2-stroke oil is a popular item at local dealerships  
El aceite Yamalube de alta calidad para fúerbordas de 2 tiempos es muy popular en los concesionarios locales

getting longer life from their spark plugs and pistons. Beginning this year, dealers in Algeria are giving away Yamalube to purchasers of Yamaha outboards and the customers are already appreciating the difference.

OMDO has also discovered that selling kits containing the most often replaced expendable parts is a good way to make sure customers use genuine Yamaha parts. Because it is a kit, the price per part is cheaper, and it also encourages the users to replace all worn parts regularly.

*From Yukihiko Abe, OMDO, YMC*

### Los programas OMDO amplían la duración de los productos en África

En África, las Operaciones Internacionales de Desarrollo de Mercados (OMDO) de YMC están ya dando resultados concretos en los programas diseñados a asegurar que los clientes usen sus fúerbordas Yamaha en buen estado el mayor tiempo posible.

Una de las claves es naturalmente un servicio post-venta de calidad. Así, del 1 al 5 de julio se celebró en Camerún un seminario de servicio técnico para representantes de distribuidores de seis países de África Occidental. El objetivo del seminario, el tercero después de los realizados en 1995 y 1998, era elevar el nivel general técnico de los participantes trabajando en modelos tales como el fúerborda E75B usado por los pescadores de la región.

Otro factor importante que afecta a la duración del producto es la calidad del aceite del motor y de las piezas de repuesto usadas. Estos factores son especialmente importantes en África donde a menudo se utilizan repuestos de baja calidad. En Mauritania, en donde el auge de la pesca costera de pulpo es cada vez mayor, el distribuidor local, Group Mauritanin des Industries de Peche, logró demostrar con éxito la importancia de usar aceite Yamaha original abriendo tres estaciones de venta de combustible de fúerborda premezclado con aceite Yamalube. Los pescadores descubrieron pronto que sus bujías y pistones duraban más. Desde principios de año, los concesionarios argelinos vienen dando Yamalube a los compradores de fúerbordas Yamaha y los clientes notan ya la diferencia.

OMDO ha descubierto también que la venta de kits conteniendo las piezas consumibles que más a menudo se reponen es una buena forma de asegurarse que los clientes usan piezas originales Yamaha. Al ser un kit, el precio por pieza es más barato, lo que anima a los usuarios a reponer con regularidad todas las piezas gastadas.

*Envío por Yukihiko Abe, OMDO, YMC*

## Australia

### Southwind first ISO9001-certified boat builder in Australia

The Yamaha Motor Australia Pty. Ltd. (YMA) subsidiary Southwind Marine Products Pty. Ltd. has been building FRP boats under a technical assistance agreement with Yamaha Motor Co., Ltd. since 1989. After a concerted company-wide effort to devise and implement ongoing quality control systems into all aspects of their corporate activities, Southwind became the first company in the Australian boat-building industry to win ISO9001: 2000 certification as a Quality Endorsed Company. The certification covers everything from the company's product design and development to sales and after-sale service. Implementing a system of formal controls for the first time in any industry is difficult, but Southwind's commitment to customer satisfaction warranted this effort and they are sure that the

economic benefits will follow.

*From Noel Smith, General Manager,  
YMA, Australia*

### Southwind, primer fabricante de lanchas que obtiene el certificado ISO9001 en Australia

Southwind Marine Products Pty. Ltd., filial de Yamaha Motor Australia Pty. Ltd. (YMA), viene fabricando lanchas de plástico reforzado con fibra de vidrio desde 1989 gracias a un acuerdo de asistencia técnica con Yamaha Motor Co., Ltd. Después de un esfuerzo concertado de toda la empresa por crear y poner en práctica sistemas continuos de control de calidad en todos los aspectos de sus actividades empresariales, Southwind es la primera compañía de la industria australiana de construcción de lanchas que obtiene el certificado ISO9001:2000

como "empresa que promociona calidad". El certificado abarca desde el diseño y desarrollo de productos hasta las ventas y servicio post-venta de la compañía. La puesta en práctica por primera vez de un sistema de controles formales en cualquier industria es difícil pero el firme compromiso de Southwind por satisfacer al cliente aseguraba este esfuerzo, del que esperan lograr grandes ventajas económicas futuras.

*Envío por Noel Smith, Director General,  
YMA, Australia*



Southwind now builds pleasure and utility boats in the 5m to 8m classes  
Southwind construye ahora lanchas de ocio y de uso general en las categorías de 5 a 8 metros

## OMDO provides intensive service training on various products

The Overseas Market Development Operations (OMDO) Service Group held a training session and seminar from May 13 to 23 at YMC headquarters in Japan. The emphasis of this special training session was to focus on providing training in service of products newly introduced to dealers abroad in many nations. A total of 14 people from 10 nations in various parts of the world such as Central America, the South Pacific and the Canary Islands participated in the seminar. A wide range of products was dealt with in the seminar, including the large 4-stroke outboard motors, fuel-injection motorcycles, 660cc ATVs, the new 4-stroke personal watercraft and inverter generators. Although OMDO deals with the entire line of Yamaha products, this is the first time this type of intensive service training session has been held for the purpose of helping service people all over the world become more familiar with various newly-introduced models.

*From Minoru Fukuda, OMDO, YMC*

## OMDO celebra un seminario de servicio técnico en varios productos

El Grupo de Servicio Técnico de OMDO celebró un seminario especial e intensivo del 13 al 23 de mayo en la sede de YMC en Japón. El objetivo era enseñar el uso y mantenimiento de productos recién presentados a los concesionarios de muchos países del extranjero. Participaron un total de 14 personas de 10 países de distintas regiones del



Participants eagerly taking part in the training / Los entusiastas participantes toman parte en el curso

mundo como América Central, Pacífico Sur e Islas Canarias. El seminario abarcó una amplia gama de productos, entre ellos grandes motores fuera borda de 4 tiempos, motocicletas de inyección de combustible y vehículos anfibios todoterreno de 660 cc, la nueva moto náutica de 4 tiempos y generadores inversores. Aunque OMDO engloba la entera gama de productos Yamaha, es la primera vez que se lleva a cabo un curso intensivo de este tipo con el fin de ayudar a que los técnicos de mantenimiento de todo el mundo se familiaricen más con los modelos recientemente presentados.

*Enviado por Minoru Fukuda, OMDO, YMC*



## First woman to cross from South Korea to Japan on a WaveRunner

On August 8, Ikuko Takeda, who runs the "Marine Shop: Navy" with her husband in Fukuoka Prefecture, Japan, became the first woman to successfully complete a solo 200km journey from the South Korean port of Pusan to Hakata in Japan.

Takeda left Pusan at 10 a.m. under unfavorable conditions with overcast skies and 3-meter waves. After four hours of traveling, things looked desperate, as she faced both refuel problems and squalls on the ocean, and at one point had to be towed by a support ship. But she pushed ahead with her journey and arrived in Hakata harbor at 7:25 p.m. "The toughest part was the first three hours. My hands and shoulders hurt from gripping the accelerator bar and I lost feeling in those areas. I had planned to just enjoy the trip, but the truth is I had to concentrate as best I could."

Her husband Masaya, who was coordinating the journey reflects, "The performance of the WaveRunners and information available about them are excellent. The FX140 (WaveRunner) used for this trip has a fuel-efficient 4-stroke engine and is stable in choppy conditions so I felt pretty confident, but the open sea is a tough environment. We achieved the main goal of this trip, which was interaction with Korean riders, and finished the journey safely. So I consider it a great success."



On this endurance run, the new FX-140 proved not only its running performance but also its great fuel economy, enabling fewer fuel stops.

*En esta prueba de resistencia, la nueva FX-140 demostró no sólo su buen rendimiento, sino también gran economía de combustible, lo que hizo posible parar menos para repostar.*



Ms. Takeda arrives tired but triumphant in Fukuoka  
La Sra. Takeda llega cansada pero triunfante a Fukuoka

## La primera mujer que cruza de Corea del Sur a Japón en una WaveRunner

El 8 de agosto, Ikuko Takeda, que dirige con su esposo la "Tienda Marina Navy" en la prefectura de Fukuoka, Japón, se convirtió en la primera mujer que recorre con éxito y en solitario la distancia de 200 kilómetros que separa el puerto de Pusan en Corea del Sur de Hakata en Japón. Takeda partió de Pusan a las 10 de la mañana en condiciones desfavorables con cielos nublados y olas de 3 metros. Después de cuatro horas sobre el agua, su situación era desesperada al tener problemas de combustible y berrascas en el océano y por un momento tuvo que ser remolcada por un barco auxiliar. Pero siguió adelante y llegó finalmente al puerto de Hakata a las 7:25 de la noche. "Las tres primeras horas fueron las más duras. Mis manos y hombros me dolían de agarrar la barra del acelerador y perdí sensibilidad en esas zonas. Había previsto disfrutar del viaje pero la verdad es que tuve que concentrarme lo más que pude".

Su esposo Masaya, que fue coordinando el recorrido, reflexiona: "El rendimiento de las WaveRunners y la información disponible sobre ellas fueron excelentes. La FX140 utilizada en el viaje tiene un motor de 4 tiempos de bajo consumo y es estable cuando el mar está picado, así que estaba muy confiado, pero hay que tener en cuenta que el mar abierto es muy duro. Al final logramos nuestro objetivo principal que era relacionarnos con los aficionados coreanos y terminar el viaje sanos y salvos. Así que lo considero un gran éxito".

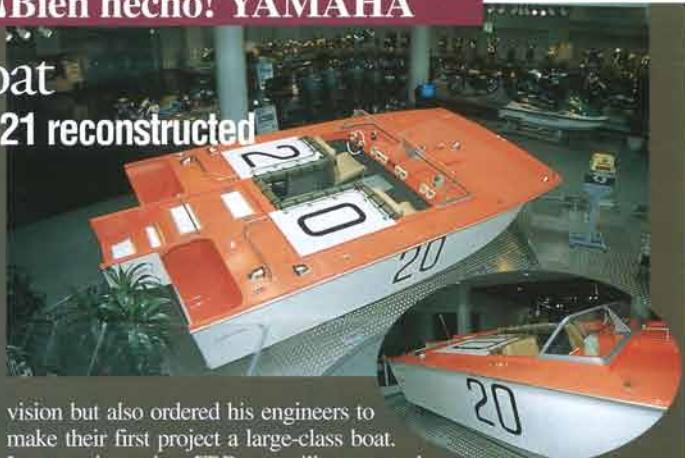
# Yamaha's First Production Boat

1960 model catamaran-hull powerboat CAT-21 reconstructed

**Y**amaha Motor recently made a full-scale replica of the company's very first production boat, the catamaran-hull FRP powerboat "CAT-21" (length: 6.9m, width: 3.33m) first released in 1960. The reconstruction was completed in time to display this epoch-making model at the "Genichi Kawakami Memorial Exhibition" held at the Communication Plaza at the YMC headquarters in Iwata, Japan from July 19 to Sept. 20. The purpose of the exhibition was to look back over the career and corporate philosophy of Yamaha Motor's founder, who passed away this May, and the CAT-21 is one of the displayed products that exemplify then-President Kawakami's attitude toward product creation.

In the mid-1950s, Mr. Kawakami enjoyed sailing his own 30-ft. cruiser and envisioned someday mass-producing Yamaha-built plywood runabouts and Yamaha outboard motors to power them as Japan became more affluent and turned to marine leisure.

After seeing the new fiberglass (FRP) boats rapidly gaining popularity in the U.S. and other markets, however, Kawakami, now President of YMC, decided to change his plan and mass-produce FRP boats. While some in the company thought that fiberglass should first be used to manufacture something smaller like helmets, president Kawakami not only stuck to his



vision but also ordered his engineers to make their first project a large-class boat. It was a time when FRP was still a new technology and the development team had trouble even getting fiberglass and polyester resins, as well as the technology they needed to use them. Everything was a new challenge, including designing a boat specifically for FRP construction.

This episode is a good example of President Kawakami's policy: "If you are going to build something, aim for first class from the beginning."

The resulting CAT-21 adopted a catamaran hull like the ones so successful in U.S. boat racing at the time and its performance was proven when it completely dominated the 1st Tokyo-Osaka 1,000 Km marathon race in 1961. Later displayed at the Chicago boat show, this historic model became a symbol of an emerging Japanese marine industry.



## La primera lancha fabricada por Yamaha Reconstrucción de la lancha motora CAT-21 de 1960 con casco de catamarán

**Y**amaha Motor ha reproducido recientemente a tamaño natural la primera lancha fabricada por la compañía: la CAT-21 motorizada con casco de catamarán de 6.9 m de longitud y 3.33 m de anchura, que fue lanzada al mercado en 1960. La reconstrucción se completó a tiempo para poder exhibir este legендario modelo en la "Exposición Commemorativa de Genichi Kawakami" celebrada en Communication Plaza, en la sede que YMC tiene en Iwata, Japón, del 19 de julio al 20 de septiembre. El objetivo de la exposición fue recordar la trayectoria profesional y la filosofía corporativa del fundador de Yamaha Motor, que falleció en mayo de este año. La CAT-21 es uno de los productos expuestos que mejor ilustra la actitud del entonces director gerente Kawakami hacia la creación de productos.

A mitad de los años 50, al Sr. Kawakami le gustaba navegar en su propia lancha de 30 pies y tuvo la idea de fabricar en serie pequeñas lanchas motorizadas de madera contrachapada construidas por Yamaha así como sus correspondiente motores fueraborda de propulsión, a medida que Japón prosperara y se sintiera atraído por el ocio marino. Después de ver la popularidad cada vez mayor que las lanchas de fibra de vidrio alcanzaban en EE. UU. y en otros mercados, el Sr. Kawakami

decidió cambiar su plan y fabricar en serie lanchas de este tipo. Mientras que algunos en la empresa pensaban que la fibra de vidrio debía usarse primero para fabricar productos más pequeños como, por ejemplo, cascos, el Sr. Kawakami no sólo perseveró en su idea, sino que ordenó a sus ingenieros que el primer proyecto fuera ya una lancha grande. La fibra de vidrio era, por entonces, una nueva tecnología y el equipo de ingenieros tuvo dificultades incluso para conseguir fibra de vidrio y resinas poliestéricas, al igual que la tecnología necesaria para usarlas. Todo representaba un nuevo desafío, incluyendo el diseño de una lancha construida específicamente de fibra de vidrio.

Este episodio es un buen ejemplo de la política que seguía el director Kawakami y que puede resumirse así: "Si vas a construir algo, que sea de primera clase desde el principio".

La CAT-21 resultante adoptó un casco de catamarán como los que tanto éxito tenían entonces en las regatas de EE. UU. y su gran rendimiento quedó demostrado cuando dominó por completo la primera carrera maratón de 1.000 km. Tokio-Osaka de 1961. Expuesta más tarde en el salón náutico de Chicago, este modelo histórico pasó a ser el símbolo de la emergente industria náutica japonesa.

### From the Chief Editor

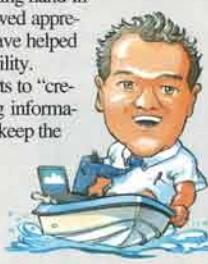
This issue's Chantey Special focuses on OMDO's efforts at introducing Yamaha outboards in Africa in its early years. Hearing about the undying passion the people at OMDO and its predecessor, the Overseas Project Section, working hand-in-hand with the equally fervent local dealers, has given me renewed appreciation of the way mutual efforts like these around the world have helped give Yamaha products today's unparalleled reputation for reliability.

With your help, I hope I can also play a role in Yamaha's efforts to "create products that fit each market's distinct needs" by gathering information and supplying it to Yamaha people everywhere. So, please keep the information coming.

Write to me by mail, fax or e-mail at:

<murakamih@yamaha-motor.co.jp>

Hiroyuki Murakami, Chief Editor of Chantey



### Saludos del redactor jefe

Esta edición especial de Chantey focaliza los primeros esfuerzos de OMDO para introducir los fuerabordas Yamaha en África. Escuchar la pasión inmortal del personal de OMDO y de su predecesora Sección de Proyectos Internacionales por trabajar mano a mano con los concesionarios locales, me permitió tener una nueva imagen sobre la manera en que los esfuerzos mutuos internacionales ayudaron a dar a Yamaha la inigualable reputación en confianza.

Espero seguir contando con su colaboración para poder cumplir con mi papel de obtener la información necesaria y enviarlos a la gente de Yamaha en todo el mundo, dentro de los esfuerzos de Yamaha por "crear productos que se ajusten a las necesidades de cada mercado". Por favor no deje de mandarnos sus informaciones.

Escribanos por carta, fax o correo electrónico a:

<murakamih@yamaha-motor.co.jp>

Hiroyuki Murakami, redactor jefe de Chantey