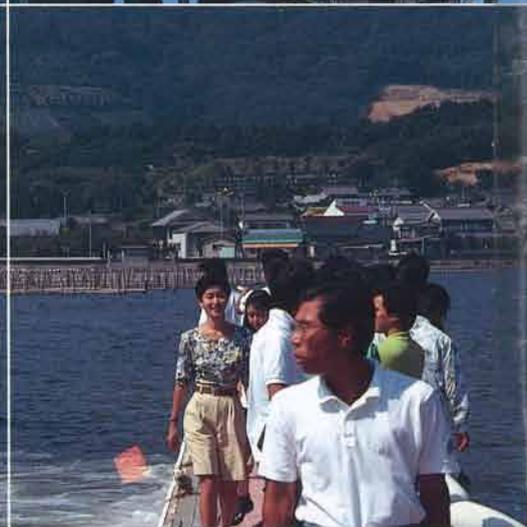
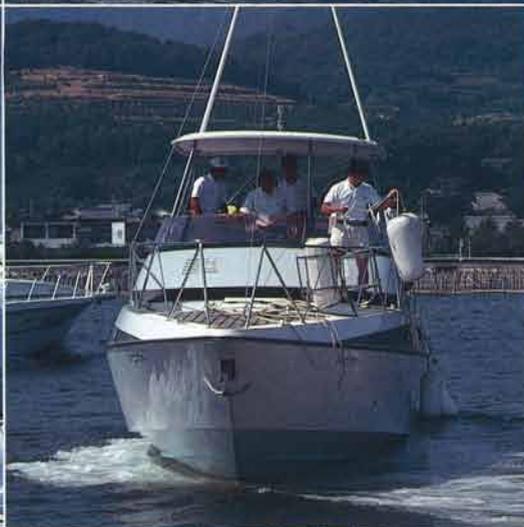
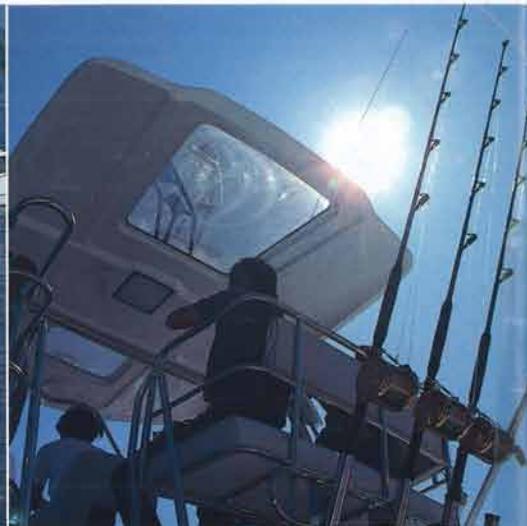
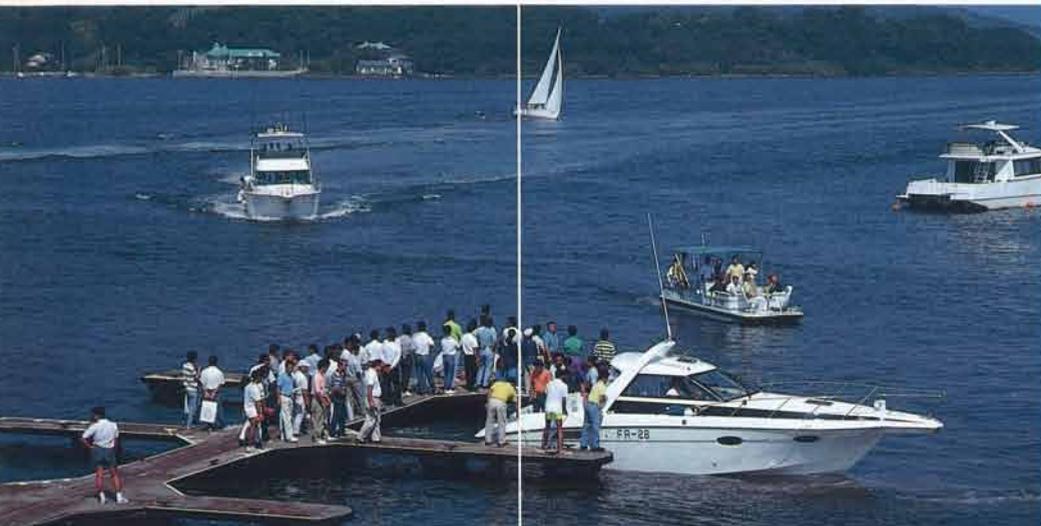


特集/MARINE▶92START!

- マリンジャーナリスト'92モデル試乗感
 - 販売店が語るここがセールスポイント
- PC-43/PC-36/UF-33/FR-28/フィロソファー45



PC-43 NEW



PC-36 NEW



フィロソファー45 NEW



FR-28 NEW



UF-33 NEW



MARINE ▶ 92 START!

役者は出揃った!

ヤマハボート&ヨットのラインナップは9艇のニューモデル、26艇のバリエーション追加艇が加わって、'92マリン商戦がスタートしました。"ブーム"という一過性の熱波が通りすぎ、いよいよ本格的なマリンの時代の幕明けとなる'92年。ここでは、この'92年マリンシーンの主役となるニューフェイスを、マリン・ジャーナリストの試乗感を交えながらご紹介していきます。

JEANNEAU-25



YAMAHA-40EX NEW



SR-23 (250PS)



FR-34II NEW



FORMULA336 SR-1



'92ニューモデル

- PC-43、PC-36**
- フィロソファー45**
- FR-34II、FR-28**
- UF-33**
- YAMAHA40EX**
- YAMAHA31S LTD**
- YAMAHA28S LTD**

**'92マイナーチェンジ
ニューカラーモデル**

- SC-32**(内装変更及びカラー変更)
- SR-32**(カラーバリエーション及びエンジン変更)
- FR-21**(カラーバリエーション追加)
- UF-27、UF-25、UF-23、UF-20、UF-19、UF-17**(カラー変更)
- MJ-650SJ、MJ-650TL**(カラーバリエーション追加)
- MJ-650T**(カラー変更)

ヤマハPCシリーズの最上級モデルPC-43

日本の海況にマッチし、使いやすく、しかもハイグレードな本格派コンバーチブルとして誕生したPC-43。軽快でタフな走航性、洗練されたエクステリア、充実した釣り機能を兼ね備え、本格的なビッグゲーム、ゆとりのキャビンライフを約束しています。



(PC-43) ●全長：14.90m ●全幅：4.22m ●全深さ：2.35m ●総トン数：16トン ●最大馬力：480PS×2 ●エンジン：SX-859KM×2 (以上計画値)

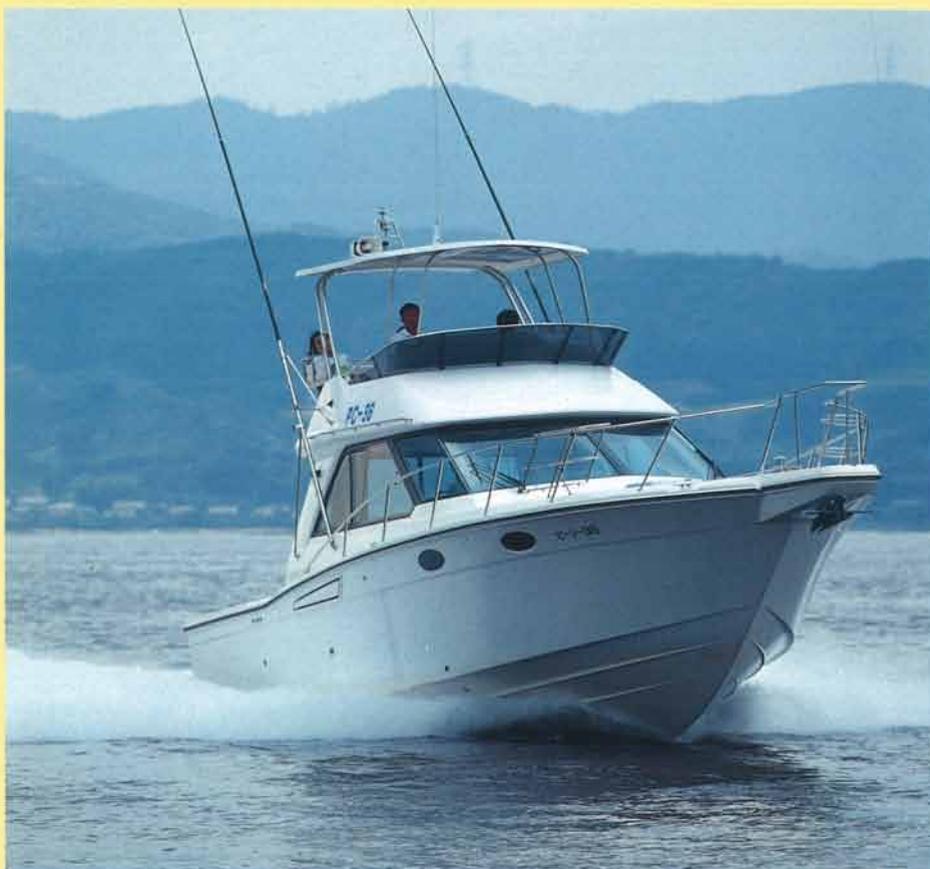
「オーシャンライフ」

副編集長

坂田圭介さんの感想



「内装の仕上げやキャビンレイアウトは見事。ビッグゲームも楽しめるコンバーチブルとなっていますが、僕はギンギンのスポーツフィッシャーマンよりも、マルチに遊ぶ日本人にあったこのボートの方がユーザーにも受け入れられると思います。釣りもいいけど、いいロケーションを選んで、仲間どうしてパーティを開くなど、あらゆる遊びにチャレンジしたくなるボートですね」



(PC-36) ●全長：13.33m ●全幅：4.04m ●全深さ：2.18m ●総トン数：12トン ●最大馬力：360PS×2 ●エンジン：SX-629KM

PC-35にかわる 本格的コンバーチブル PC-36

明るくモダンなイメージのキャビンに、マリンオーディオなどエンターテイメント機能も充実させ、さらにトーナメントレベルの釣り機能を有しています。PC-35がスケールアップ、よりグレードを高めた内装と外観で生まれ変わりました。



「ヨットینگ」

レポーター

山口三郎さんの感想

「もともと走る道具として生まれた船ですが、今はその船でいかに楽しむか、という時代。その意味でまさに考えられ、完成されています。例えばギャレの位置。オーナーが友人夫婦を招待したとする。自分たちが楽しむのはもちろん、オーナーがいかに相手を楽しませることができるか、ということが考えられています。大人の空間を感じさせるキャビンが気に入りました。走りについては何もいうことはありません」

多彩な釣り機能を発揮するフィッシングボート **UF-33**

UF、タックルシリーズの最上級ボート。漁船船型の優位性と、プレジャーボートの華麗さをあわせもち、走航性や釣り機能はもちろん、その他のプレジャーユースにおいても優れたフィッシングボートです。

『KAZI』

レポーター

広本 馨さんの感想



「スタイルが目を引きます。船型は漁船型なんですが、フィッシングボートとしてはもちろん、プレジャーボートとしての完成度が高くなりました。停止時の安定性もいい。内装については天井が高く、床は濡れても気にせずに済む。艙装もあれこれ楽しみながら施して、ちょっとしたライトゲームフィッシングも楽しめる。玄人好みのフィッシングボートという印象でした」



〈UF-33〉●全長：10.84m●全幅：2.95m●全深さ：1.34m●総トン数：3.7トン●最大馬力：200PS●エンジン：ボルボAQAD41DP

家族のためのマルチボート **FR-28**

流麗なフォルムの外観と、グレード感あふれる内装は、もちろん機能面においても充実。艇の内外をフルに使って家族全員が多様なマリンプレイを楽しめる、新しいファミリーフィッシングボートです。



『ボートナウ』

編集長

富山英輔さんの感想

「PC-43や36に見られるグレード感が、このクラスのボートにまで見られることが驚きでした。従来はこのクラスのボートに比べ内装、外観とも格段と良くなっています。今まではただのお金持ちだけのためにあった感がするボートライフですが、こうしたボートを主役として、家族みんなが楽しめる環境が育っていくのではないかと思います。健全なマリ業界が育つための、リーダーとなるべきボートだという気がします」



〈FR-28〉●全長：9.64m●全幅：2.87m●全深さ：1.65m●総トン数：4.8トン●最大馬力：200PS●エンジン：ボルボAQAD41DP

新しいボーテイングライフを提案 フィロソファ-45

走り主体の従来のボートライフを一新、海の別荘としての機能を充実させ、新しいマリンの世界を拓く、ヤマハのニューコンセプトボート。豊かなキャビン空間と広いデッキはマリンライフにも十分な余裕と機能を感じさせます。



(フィロソファ-45) ●全長：15.37m ●全幅：3.55m ●全深さ：2.26m ●総トン数：10トン ●最大馬力：200PS×2(主機)+9.9PS(補機)：船外機

『KAZI』

レポーター

高橋唯美さんの感想



「純日本的な『舟』と海外でいう『ボート』が見事に調和したという印象です。また、セーリングしてみて、一層この船の持つ面白さがわかりました。また内装などはどこかインテリジェンスを感じさせ、いやらしさがありません。50～60歳を過ぎたステイタスのある人はこういうボートをもとめるんだらうな、という印象です。新しい時代に可能性を感じました」

『売れた』時代から
『売る』時代へ！

ヤマハマリン国内営業部

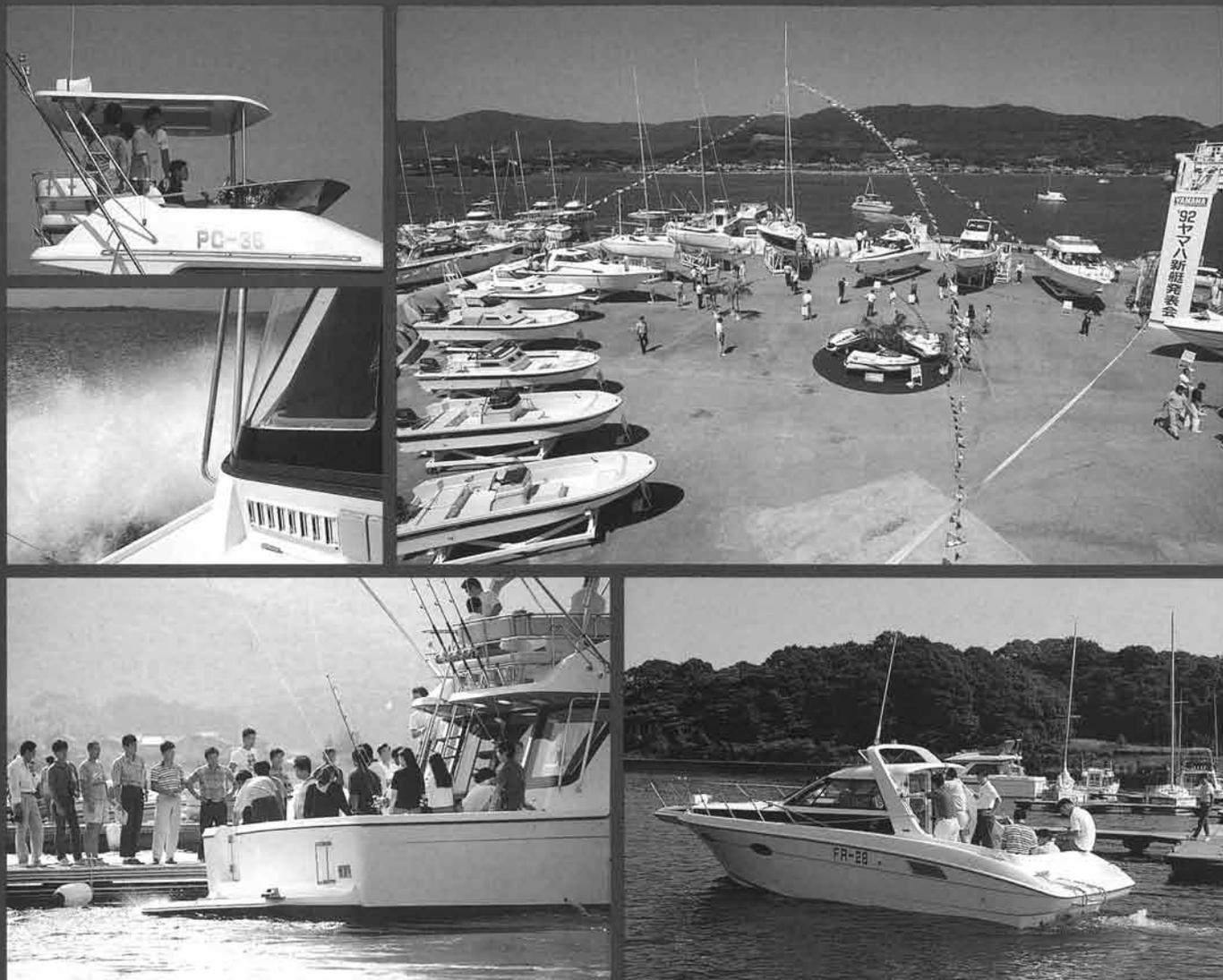


「マリン元年」と謳った'88年から5年目となる'92年。経済成長にかつての勢いが失われつつある時期に、マリンビジネスも『売れた』時代から『売る』時代へ、大きな転換を迫られています。

見方を変えてみるとそれは、モノだけを売る時代から、遊び方を併せて提供する販売のしかたへのシフトチェンジといえるかもしれません。いわば、商品と遊びとのパッケージ化が求められているようです。

'92年ヤマハボート&ヨットのラインナップは従来モデルに9艇のニューモデル、26艇のバリエーションモデルを加え、ますます充実しました。みなさまのエリアのニーズに応える、個性豊かな一艇一艇です。この商品にみなさまの長年にわたってつちかわれたさまざまな遊びのノウハウを加えて、ご商売の一層の拡大を図っていただければと思います。

MARINE ▶ 92 START!



'92マリンシーンの演出家が語る

ここが、セールスポイント

'92ヤマハポート&ヨットのラインナップが出揃いました。これらのモデルを、'92マリンシーンの“役者”とするならば、その役者を動かす“演出家”がみなさまです。このコーナーでは5艇のニューモデルのうちの4艇について、それぞれの“役者”としての資質やセールスポイントを、“演出家”の方々にインタビュー。そして、商品企画と設計担当者に数々あるセールスポイントから絞りこんで自慢ところを話していただきました。



PC-43

ここがセールス
ポイント

日本の海には 日本のボート。

ヤマハ東京(株)高輪店

伊熊 孝雄さん
(東京都港区)



目の肥えた最上級のものをお求めのお客さまに提供していきたいボートです。居住性、走航性ともに輸入艇に負けません。むしろ日本の海、日本人のライフスタイルを考えて造られているからそれ以上ですね。私たちにとっても、お客さまにとっても安心できる商品です。

遠くへ行って 遊ばせたい。

兵庫トヨタマリン(株)

鍛治 伸二さん
(兵庫県神戸市)



大型艇でありながら加速性があり、スピード感も得られるというのが試乗感。エンジン音も静かで走りそのものも楽しめるクルーザーだと思います。もちろん内装も良く居住性は満点。瀬戸内海で遊ばせるだけではもったいない。遠くの海へ行って走りどキャビンライフを楽しむクルージングを動めていきます。

生活空間が 提供できます。

ヤマハ関西(株)肥後橋店

竹本 清司さん
(大阪市)



照明、バーカウンター、シャワールームなど、内装のグレードの高さが魅力的です。MYシリーズとSFシリーズの中間のシリーズとして、関西では人気が出てくるはず。遠距離のクルージングを楽しまれる方も増え、ボートで寝食しながら魚を追いかけるようなマリンライフをお勧めできる商品です。

見てほしいのは「ギャラー」です

曲面を巧みに用いた内装で特にギャラーの位置とデザイン、そしてアフトデッキ左舷からエンジンルームへのエントランスを設けてメンテナンスをスマートにスムーズにおこなえます。

自慢したいのは「トータルバランス」です

本格的なスポーツフィッシングユースとファミリーで楽しめる居住性をバランスよく備えたコンバーチブル、そして騒音対策も向上させています。

PC-36

ここがセールス
ポイント

キャビンに
ゆとりを感じます。

マリノールームオオタ

太田 豊隆さん
(和歌山市)



36フィートという長さ以上に、キャビンにゆとりがあるというのが第一印象です。また、乗ってみるとエンジン音も静かで、震動が少ないのに驚かされました。和歌山沖はスポーツフィッシングのイベントも多く開催されていることから、このクラスの船は注目されそう。また釣りだけでなくゆとりのあるキャビンライフを送っていただけるので、多くの層に支持されるのではないかと思います。



大物が釣れなく
ても楽しめる。

今関商事(株)

西濱 悌次さん
(神奈川県相模原市)



キャビンに座ったときの視界の広さに驚きました。居住性はピカイチです。会社の接待で釣りをご招待するお客さまが多いんですが、このキャビンがあれば、例えボーズでも満足していただけるのでは。操船時のハンドリングはかなり良く、本当の海好き、船好きのお客さまにも自信を持って薦められます。

イベントに絡めて
売っていききたい。

ヤマハ中部(株)浜松店

仲谷 孝治さん
(静岡県浜松市)



浜名湖を拠点にビルフィッシュトーナメントが開催され、スポーツフィッシングに対するお客さまの関心が高まっています。ただ、本格的なスポーツフィッシャーマンをという方はまだまだこれから。そんな中でPC-35をさらにグレードアップさせたこのコンバーチブルモデルは有難い。ビルフィッシュトーナメントなどイベントに絡めてPRしていきます。

見てほしいのは『収納』です

ロッドホルダー、タックルボックス、シューズボックス、ダストボックスが標準装備で船内がスッキリまとまり、いっそう居心地が良くなりました。

自慢したいのは『静粛性』です

エンジンルームに遮音材、吸音材を用いて騒音と振動が外に伝わりにくいようになっています。ですから360PS×2のハイパワーでも思いのほか静かなのです。



UF-33

ここがセールスポイント

本格的な釣りを お洒落に楽しむ。

(株)岡山マリンポート
センター

武田 泰栄さん(岡山市)



UFシリーズの最上級として注目します。釣り機能、走航性はもちろん、曲線を生かしたスタイリングが見事です。FRシリーズの釣り機能面を徹底的に追求するところなるんですね。来年は瀬戸内海でUF-33で釣りを楽しまれるお客さまがたくさん見られそうです。

走りが抜群。 安心して遠出ができる。

山口マリンサービス

山口 博史さん
(大分県別府市)



試乗をした時、定員いっぱい乗っていたのにそれを感じさせないスピード感があったのが印象に残りました。走りがいいと安心して遠出の釣りもお薦めできます。キャビンも広くていい。釣り竿をそのままキャビンの中に入れておけるっていうのはなかなか便利です。

奥さまも認めてくれるボートです。

マリーナシーホース

保木 芳宣さん
(山口県徳山市)



トイレが装備されたのは大きい。それにスタイリング。奥さまと、お子さまと釣りを楽しむ方が増えていますが、そのような方にとっては有難い船といえそうです。奥さまが乗る、乗らないに関わらず、オーナーの方は購入のとき奥さまを説得しやすくなるんじゃないですか(笑)。もちろん、釣り機能は文句ナシです。

見てほしいのは『キャビン』です

外観のデザイン面と居住性はこれまでのUFシリーズのイメージを超えています。そして釣り機能に徹した細部の使い勝手です。

自慢したいのは『風流れ対策』です

沖釣りの時などにバウやスターンが風に振られず、安定して横から風を受けるように設計されています。またハンプを小さくするように水面下の形状に工夫がされて、中速走航時でも視界は良好です。

FR-28

ここがセールスポイント

新しい世代のファミリーボートとして。

ボートショップ酒田

二瓶 博さん
(山形県酒田市)



家族や夫婦、仲間であつたりとマリンレジャーを楽しむ方々にウケると思います。またこの近代的なフォルムと内装、さらに価格を考えると若い世代にも人気があるはず。展示会、試乗会でとにかくいろいろな人に見て、乗ってもらい、主力商品としていきます。

胸を張って人を誘えます。

(株)片岡商会

片岡 利夫さん
(北海道札幌市)



間違いなく、92年の主力商品となるボートです。北海道でどこそこの釣りを楽しみたい、という方にはこの大きさがあつてほしいんですが、内装や外観は、オーナーに満足感を与えるでしょう。キャビンもグレードアップされ、人に対して、自分はクルーザーのオーナーだと堂々といえるボートだと思います。

波に強い、走りがいい。

潤沼ヨットハーバー

白田 忠教さん
(茨城県鹿島郡)



茨城の海は無風のときでも波が2~3mあるところ。FR-28の走航性能はその点、うちにとって大きなセールスポイントになりそうです。FR-24、26、28とスタイリッシュなファミリーボートが出揃ったということで、商売もやり易くなりました。うちの市場性からいうと、このボートは最上級艇として位置づけられます。

見てほしいのは『トイレ』です

着がえができるスペース——このサイズのボートとしてはたっぷりとしたトイレスペース。そして魚探、ロランを標準装備したコックピットのデザインと機能性です。

自慢したいのは『居住性』です

キャビンスペースをワイドにとって居住性に重点を置いた設計で装備、機能とも充実。そして油圧フラップを標準装備にして海面状況に応じて走れる走行性能です。



社会

労働時間短縮とともに、実需型になったリゾート投資

日本人は働きすぎだと欧米諸国から指摘され、国内でも言われ続けて数年。'88年の経済運営5カ年計画は時短をメインテーマに「'92年度までに週40時間、年間総労働時間を1800時間に」という目標を掲げたが、次のグラフ通りまだ2000時間を上回っている現状では、はかない夢に終わりそうである。

とはいえ、休日が増え、労働時間が短くなっているのも事実。下の表にあるように、完全週休2日制の企業が36%以上になっている。また夏期休暇も次第に伸びて、今年は50%以上が1週間以上休み、9日間はごく普通、2週間というところもあった。

●年間総実労働時間と年間休日数の推移

年間総実労働時間	年間休日数
2,247時間	1989 92日
2,213時間	1990 97日
2,163時間	1991 102日

資料提供：(財)余暇開発センター

●週休制実施状況 ('91年)

週休2日制	完全実施	36.5%
	月3回実施	7.8%
	隔週実施	8.0%
	月2回実施	15.1%
	月1回実施	8.6%
週休3日制		0.5%
週休1日と土曜日半日休		1.9%
週休1日		8.2%
その他		13.4%

休みが多くなれば遊びが増えるというわけで、ここ数年のリゾートブームに拍車がかかっている。リゾートマンションやリゾート会員権あるいはいわゆる田舎物件が注目され、高級なものを中心に売れているという。

かつて高度成長期に起きた第1次リゾートブームと違い、今は投資目的の購入が減り、実際に使いたい人の購入が増えているのが特徴。したがって周囲のリゾート環境や設備、管理体制などに対する要求も、たとえばマリンリゾートにはヨットハーバーがなくて、という具合に高度になっている。

昨年分譲されたリゾートマンションは、全国で約16,000戸、今年は約1万戸とみられている。

トレンド

エスニック感覚でうける歌舞伎

歌舞伎の観客が若返っている。数年前までは歌舞伎見物といえば中高年の優雅な遊びということになっていたが、最近は3〜4割は30代前半の男女。しかも野球や相撲と同じくここにも追っかけギャルが。由緒正しい「中村屋！」といったかけ声に混じって「キャーッ！」という歓声があがるのだ。

一種のブームだが、その仕掛人は当の歌舞伎座。中高年ばかりになった観客を見て、これでは20年後にはお客がいなくなってしまうと危機感を抱いた歌舞伎座が、5年前から情報誌「ぴあ」に広告を出し始めた。そしてそのページを元にインタビューやデ

ートコースなどの情報を盛り込んでつくられた本が「ぴあ歌舞伎ワンダーランド」(ぴあ株式会社/2000円)。5000部も売ればよしとされる業界で、初版10万部を売りきり、あっと言わせた。

一つの物語を切れ切れにしか上演せず、台詞は意味がわからないとか歌舞伎が、なぜこれほど見られるようになったのか。専門家の分析では二つのポイントがあるようだ。

まず一つは、小劇場ブームの次はなにかと捜していた若者が、豪華な娯楽として歌舞伎を発見したというもの。もう一つは、エスニック・ブームやワールド・ミュージックの流れだということ。外国人アーティストが高く評価しているのを見てみたら、衣装も言葉もよくわからないが、新鮮で面白かったというわけだ。言い換えれば、欧米人の青い目を通して見ているといえる。

西洋一辺倒だったロックの世界にも、カブキロックやタマのようなバンドが登場しているから、このような日本文化見直しの動きはもう少し続くかも知れない。

ミニスカートから車まで '60年代の流行が復活

ついこの間までは、おばあさんのワンピースやスーツを着てフィフティーズ('50)と言っていた女の子たちが、今、お母さんのミニスカートに凝っている。中年以上の人には懐かしい、ツイiggerが一世代を風びしたあの'60年代のミニである。



流行は繰り返す、といわれるが最近の'60年代ブームはファッションだけでなく、車や音楽など幅広い分野での復活になっている。

ミニスカートのほかベルボトムジーンズ、植木等、山本リンダ、ベンチャーズにビーチボーイズ、テレビ番組「サンダーバード」「ひょっこりひょうたん島」、などなど。

しかも当時はまだ生まれていなかった若者たちがそれらを楽しんでいるのである。'80年代はもうレトロだという、物忘れの早い日本人ならではのブームかといえさにあらず。欧米でも'60年代がブームになっているという。

健康

足の手入れ専門のサロン

東洋医学では足の裏はツボが集まっている大切な場所とされている。青竹踏みや健康サンダルが売れ、生徒を裸足で運動させる小学校があるのもそのため。足の裏のツボを刺激して、体のバランスをよくしようというものである。

欧米にはツボという考え方こそないものの、靴の歴史が長いだけに、足の手入れについてもノウハウを持っている。とくにドイツには、マニキュア専門のサロンのように、足の手入れ専門のサロンがあって、気軽に外かけて手入れをしてもらう習慣があるという。



靴をはいている時間が長いとどうしても足が不自然な状態で酷使される。疲れた足を温めて爪の手入れをし、ウオノメやタコがあれば取り除く。その後で膝までマッサージ……これがドイツ式フットケア。この技術を教える専門学校が昨年東京にでき、卒業生が勤めるサロンも営業を始めた。

足にあった靴を選んでくれるシューフィッターと並んで、地味な仕事ながら、靴の生活が多くなってきている現代人には心強い味方である。

商品

室内で森林浴ができるミニ針葉樹

オフィスやショップに緑があると気持ちや和むもの。植物には、空気を清浄にすとか、作業の能率をあげるといった働きもあり、ショップは商品を引き立てるのに一役かっている。しかし鉢植えの観葉植物は水をやり、日光に当てなくてはならない。

千葉県農業試験場では、そのような世話がいらぬミニ針葉樹を開発中。この夏、試験的に東京のデパートに展示して好評を得た。

これは欧米原産の杉やヒバの木を室内用に改良したもので、冷暖房や乾燥に強く、日光に当てる必要もない。木の高さは1メートル内外で、取り扱いは容易。しかも針葉樹独特の香りを発散するので、室内で森林浴ができる。

商品化は未定だが、そう遠くない時期にお目にかかれそうである。

KEY WORD

VIRTUAL REALITY

バーチャル・リアリティ

人工現実感あるいは仮想現実感と訳される。コンピュータやビデオカメラ、各種センサーを使って、実際にはないものをあたかもそこにあるかのように感じることができる装置。

左右の目の前に画面を映し出す小型のディスプレイ(大きなゴーグル様のもの)を頭にかぶり、手に磁気センサーのコードがついたデータグローブをはめると、動き、モノにさわったり、動かすことができる。メディアをはじめ無限の可能性のある技術だ。



「与えられた仕事はとことんやる」

宮城県巨理郡巨理町

有マリンショップサイトウ

斎藤 哲雄さん

宮城県の県庁所在地、仙台市より南へ車で約30分の巨理町。豊かな水がゆっくりと流れる阿武隈川の河口付近にマリンショップサイトウさんのお店があります。

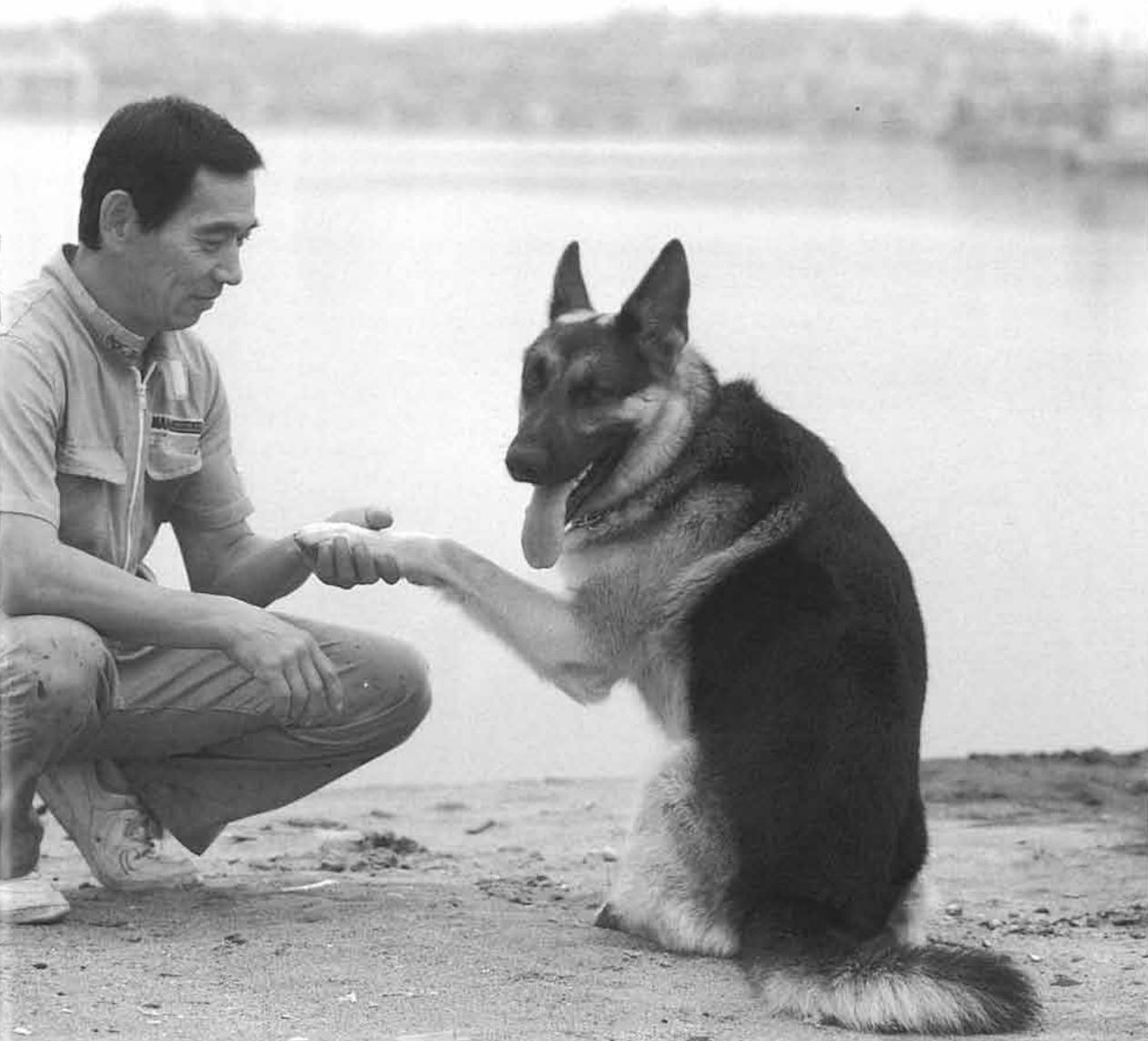
もともとこの巨理でサイクルショップとして創業、船外機を中心としたマリン製品を扱ってきた同店は、これまで培ってきた強力な技術力を財産に平成元年、現在の築港に移店、マリン専門店として、再スタートを切りました。

今回は、このマリンショップサイトウさんの代表、斎藤哲雄さんにお話を聞きました。

技術力には特に定評のある斎藤さん。サイクルショップ時代から、和船、船外機のご商売を通してサービスの腕を磨いてきました。「誰かに教えてもらったというわけではなく、ほとんど独学。我流で苦労して覚えてきたこと。25〜6年前に出たFRP和船は底板一枚、つまりデッキが無くてね、その和船にデッキをつけろという要求がかなりあって、それに対応するために夢中でFRPの勉強はした。我流とはいえ、安全性や強度には自信があったけど、あとは経験を重ねて今日まで来てるんだ」

もちろんFRPだけでなくエンジンについてもサービス力は高評です。メーカーが開催する講習会に足を運び、船外機のメンテナンス、修理について徹底的に学び取り、今はそれが基礎になっているといいます。

「エンジンの方は最近、特にラクになったね。メーカーの指示に従って対応していれば、100%近くトラブルが起らない。その分、



愛犬のシェパードはウイズ君。彼がお店にいと、保管している船などもいたずらされないそうです



「もちろん安全には気を遣ってるよ。お客さまが海に出たらトラブルなして帰ってきて欲しい、と陸にいながら願ってる。具体的な対策としては日頃の自分の仕事をきっちりやること、あとは補機の取

職人氣質を覗せる斎藤さん。朝は早いときで4時30分ごろから仕事を始めることもあるといいます。その分、夜も早めに切り上げて、自分なりに仕事にメリハリをつけています。「たまに人から仕事が遅いっていわれるんだけど、それはね、一度修理したものは二度といじりたくない、という考え方からきてるんだ。例えば普通の人がざっと3〜4時間で済ませることを5〜6時間かけてやってみる。極端な言い方だけど、一度納品したら、定期点検すらいらないうちに徹底的にやってみよう。寿命がくるまでお客さまが安心して使えるものを提供する、これがうちの仕事上のポリシーなんだ」

お客さまとの会話を大切に、高い技術力を駆使することで、人が人を連れてきてくれる、という同店。サービスが営業面において大きく貢献しています。「普通の営業も、もつとしなげやと思うんだけどなかなか。実は営業が下手でね、恥しくてやっつけられなくなっちゃうんだよ(笑)。けど技術に自信があるからやっつけていける」

使い方やアフターケアについてはお客さまに對して時間をかけ、しっかり説明している。何にしてもお客さまと回を重ねて、じっくり会話することが、この商売で大切なことのひとつだと思ってる」



「東北にもカジキはいる」と齋藤さん。お客さまにもアウトリガーなどスポーツフィッシング用の機装をお勧めしているといいます。お隣りは奥さまのしげ子さん



ショップは平成元年に新築。目の前には雄大な阿武隈川が流れています



まだ整理しきれなくて、という整備工場。齋藤さんのお城です



り付けを薦めることかな」

お休みは月に1回。お客さまに対してメリハリがつかんからもつと休みたい、という齋藤さんですが、今は1人でやってるからなかなか、というのが現状。それでも今はスポーツフィッシングに夢中。お仕事の合間を縫ってはお客さまと海に出掛けていきます。

「釣りは昔から好きで仕事の合間に海に出てた。漁師から、あの野郎、俺の船も直さねえで釣りに行ってばかりいやがる。なんていわれてたらしいけど……(笑)。ゲームフィッシングは同じ釣りでも豪快なところがいい。魚を追って大海原を走り回るなんて気分がいいよね。まだ釣ったことはないけど、カジキを釣ってみたいなあ。お客さまもあれを目の当たりにすればみんな今以上に夢中になると思うよ」

マリン専門店として新規オープンして3年。販売からサービスまで孤軍奮闘、大忙しの日々を送る齋藤さん。

「忙しいけどやりがいがある。サイクルショップのときに比べると一艇あたりの額も大きいしね。お金がすべてというわけではないけど頑張ろうって気になる」

お話をしている齋藤さんの目は、大好きな海を舞台にお仕事することが嬉しくてたまらない、そんな輝きを放っていました。

(有)マリンショップサイトウ

- 代表者 齋藤哲雄
- 設立 昭和元年
- 業務内容 ヤマハボート・和船・船外機の販売、修理・メンテナンス業務、保管



酒、飲みながら思うに

高橋

唯美

●高橋唯美（たかはし・ただみ）

1949年、東京生まれ。育英工専工業デザイン科中退。車中心のイラストレーターとしてイラストの世界にデビュー。'70年ころからヨット畑のイラストに進出、ヨットを中心にしたマリンイラストレーターとして現在に至る。キャプテンズワールド、舵、クルージングワールド、SAIL (USA) 他、釣り雑誌、一般雑誌、海外でのエディトリアル方面で活躍している。氏自身、21フィートのセイルクルーザー、14フィートのパワーボート、ディンギーを所有しマリンスポーツをこよなく愛する。ヘミングウェイよりゼーン・グレイに憧れ、島よりも大都会を背景にしながらも自然条件の保たれた海を好む。



イラスト：田中 斉

どのくらい海が好きかといえは、高校生時代、家を出て学校へ向うとき、晴れていたならばと歩いていって海へ行ってしまった。だから百日近くの欠席があつて落第してしまつた。ただ眺めていたり、寝ころがつたり、家で飼うために小魚を捕つてみたり……。この傾向は軽免許を取つてから一層ひどくなつたように思う。

ところで最近、といつてもここ3、4年ひどく腹が立つことがある。工場や生活排水による汚染、水銀やダイオキシンの発見、酸性雨……。こうした自然破壊現象には政治、経済が絡むから、徹底した草の根運動が、環境庁にカリスマ性のある大臣が起用され、その号令のもとに改革されでもない限り、個人レベルでギヤアギヤア言つてもどうにもならんと思ふ。それでも、好きな海のことゆゑ、一応気にして、釣り糸はたとえ1センチでも余ればポケットに入れて、あとでゴミ箱に乗せるようにしている。私が海に関わつた証しは、よほどの酔いで戻してしまつた小間ものくらいだろう。

なのに、何なんだろう近ごろの「釣り」は。新聞の一般紙までが今週の釣り情報といったたくいを掲載して、釣りの目的は釣り上げた

量にあるような伝え方で煽る。そういえばテレビでは在京局の番組にこんなのがあつた。東京湾でワカメを発見したというものだ。ユラユラと潮に揺れる5、6株のワカメを映したまではよかったのだが、あるうことか、そのうちの一株を切つてしまい、近くの小料理屋で調理させたうえ、キャスター、ダイバーが「ウン、とてもおいしいですね」でおしまい。せつかく生きてきたのに、何でそつとしておいてやらなかつたのかと激怒したことがある。

釣りに話を戻そう。
例えば、健全な漁師さんは自分たちの生活と将来のことを考えているから、資源、つまり魚の保護ということをやんとしている。そうしたことには比べると、新聞などに載る遊漁船の在り方は不愉快だ。

その日その日の客を満足させ喜ばせる釣果第一主義の前後不覚とさえいへるようなやり方。客も客、鱒数百匹釣つてどうするの!? 近所に配る? おとなりだつて魚屋だつて迷惑だ。自分の家で食べる分だけ釣るくらい理性、分別を持ちあわせていないのだろうか。現在は昔と違って船の性能や魚探などの機器もはるかにいいものがあるから、魚はかな

うわけがない。ゲームフィッシングはまあよいとしましょう。だけど、カジキやツナ狙いのフッキングしたあとランディングまでは、糸を巻くためにボートを後進させたりしないで欲しい。フライのように、フッキングしたあとはボートは自然にまかせられるようにできないだろうか。バックさせながらリールを巻くのは、何百馬力付き電動リールと同じだと思ふ。力対力、魚と人が「フェア」だからゲームなんだ。

そりや、それぞれ言い分はあるでしょう。でも人間たちが勝手な言い訳しているうちに、近くの海にはロクな魚はいなくなつてしまふと思ふ。魚は、魚自身の気持ちをおしゃべりしてくれるわけじゃないもん。

僕たちが面白いと思つたことは、友だちや子孫にも知らせよう、そして体験させてあげよう。それくらいの気遣いができないようじゃ、釣りに関する制限を法制化してもらふしかないかなア、と思ふ。淋しいので縛られなくちゃ駄目なんて、まるでパラパラ——の暴走族レベルの話じゃないですか。おかみに規制される前に、自分たちのモラルで自由に遊べるフィールドを確保しよう。

浜を訪ねて

熊本県 天草

現場の知恵とメーカーの技術が 最高の和船を作り上げた



神事後の試乗会。思ったとおりの出来ばえに、一同喜びをかくせません



大小の島々と半島に囲まれた、風光明媚な熊本県天草の八代海。

ここは雲仙天草国立公園に指定されている有名な観光地ですが、波の静かな内海を利用して、ノリ養殖の盛んなところでもあります。県内には約1,000人の漁師さんたちが養殖業に従事していますが、この環境に恵まれた豊かな漁場を守る後継者は、年々減少しつつあります。人手不足の問題を解決しなければ、これまでのようにノリ養殖は続けられません。

そこでどうしても、足が速く、積載量の多い、しかも養殖網の間を通れる使い勝手の良い船が必要となって来ました。この現場の声を真剣に受け止めたのが、この地区のヤマハ販売店8社と、ヤマハ熊本(株)の人々です。さっそく、これまで販売していたヤマハW-35AFをベースに、新しい商品企画を自らの手で行うことを決め、現場で実際に乗る漁師さんたちの意見を取り入れながら、ヤマハ発動機本社の商品企画、設計スタッフとのやり取りを始めました。

二)の経緯をヤマハ熊本(株)の日島部長さんが語ってくれました。

「今回は、一部の漁師さんと販売店さんに商品開発の段階から積極的に参加していただき、本社の設計、商品企画の方とのやり取りを盛んに行いました。私たちの仕事は、このように実際に乗られる漁師さんや販売する方々の意見と、設計など技術者とのパイプ役です。いかにこの両者の意見を調整して、良いところを生かして行くかです。今回これかろうまく行き、より市場性の高い商品ができあがりました」。

本来、ニューモデルの開発から進水までは少なくとも2〜3年の時間が必要でした。しかし、今回はわずか1年という驚異的なスピード、日島部長は続けて言いました。

「本社の方たちに、私たちの熱意が伝わったのでしよう。最初から1年で完成させるといふのがひとつの目標でもありました。どうしても今年の漁期に合わせたかったのです」

1号艇の進水式の時は、販売店さんばかり

第1号艇船主の談

W-30が良かったので、最初からヤマハに決めていました。注文としては、幅広で柵を渡れる最大の大きさの船ということで38ftに決まりました。

W-30の後で、他社から10cmワイドで養殖カゴが4列置ける船が出ていましたが、今回ヤマハは最初からその船よりワイドな図面をプレゼンテーションしてくれました。

※W-38AFを、従来の最大艇W-35AFと比べて見ますと、まず積載量が大幅にアップしており、従来養殖のカゴ3列しか置けなかったのに対し、4列プラス通路という余裕のスペースになっています。また、台形トランサム採用でバック走行も楽に行えます。W-35AFに比べ静止安定性が39%も向上しており、荷受け性能（喫水下げ率）が22%、前後トリム（前部荷受け性能）も41%増となっています。



試乗を終え、帰ってくる時、矢つぎばやに質問が飛び交いました

販売店：小松野機械店 坂本専務 談

W-35AFが出たあと、他社から新型艇が発表され、ヤマハディーラーとして、それに十分勝てる船が欲しかった。

また、同時にユーザーであるノリ養殖業者さんたちからW-35AFより積載量が多く、全長の長い船をという要望がありました。

ユーザーの要望とディーラーとしての意地が今回のW-38AFを生むきっかけとなったのです。

きっかけから、わずか1年たらずの時間で、夢から現実のものとなったのは、迅速な対応をしてくれたヤマハのみなさんのおかげです。

これはユーザー、メーカー、ディーラーの三者がみごとに調和して、ひとつの成果を上げた貴重な例だと思えます。



今回WF-38AFの開発に当って苦勞をいただいた、販売店のみなさん。左から、小松野機械店の坂本専務、西浜商会の西浜社長、組船商会の組船社長、小松野機械店の小松野さん



合同進水式には多勢の漁師さん、販売店のみなさんが集まりました。神事の前だけにみなさん、何やら神妙な面持ちです



本格的な神事の儀式で合同進水は始まりました

ろん、漁師さんたちが大勢詰めかけました。式が終わって試乗に移ると、乗った人々からため息が聞こえました。やはり、思った通りの出来栄えだったのです。漁師さんたちは「これなら使える」、販売店さんは「これなら売れる」といった表情でした。

②の新艇ヤマハW-38AFは、進水式までに17隻もの注文がすでに入っていました。「試乗会が終わったばかりなのに、こんなに売れるなんて全国的にも異例のことでしょう」進水したばかりの新艇を眺めながら日島部長は語ってくれました。

CAMPAIGN

「'92ヤマハボート&ヨットイベントリザーブセール」
秋から冬が勝負です！

ヤマハマリーナ浜名湖での、'92新艇発表会も終了し、いよいよ'92年のマリン商戦がスタートしました。みなさまのお店の新艇展示会、試乗会のご準備はすすんでいますか。

さて、ヤマハでは今年も「予約セール」を実施いたします。2月末日までに「成約いただいたお客さまに記念品を贈呈させていただきます。」

'92 YAMAHA BOAT & YACHT RESERVE SALE

'92 YAMAHA BOAT & YACHT RESERVE SALE



▲リザーブセール告知ポスター

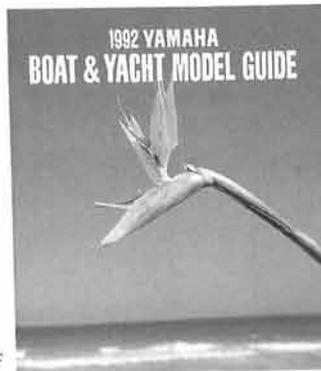


▲新艇発表会DMハガキ・封筒

▶リザーブセール告知用封筒



▶お客さま用1992ボート&ヨットモデルガイド



システムですが、何よりも本格的マリンシーズンに前にスムーズに納艇できることで好評のキャンペーンとなっています。みなさまのお店でもぜひこのキャンペーンをご利用され、今季の拡販にお役立てください。

SERVICE

「'92点検促進ツールが完成」
お客さまとのコミュニケーションにお役立てください。

マリンビジネスにおける点検、修理などのサービス業務は、ユーザーにとって大きな付加価値のひとつでもあります。このたび、こうした付加価値をお客さまに提供していただくための「点検促進ツール」を作成いたしました。ぜひご利用ください。

1カ月点検のご案内



●1カ月点検ご案内ハガキ No.053 150

6カ月点検のご案内

●6カ月点検のご案内カード No.053 151

12カ月点検のご案内

●12カ月点検のご案内カード No.053 152

定期点検のご案内

●定期点検のご案内カード(赤文字) No.053 153

定期点検のご案内

●定期点検のご案内カード(青文字) No.053 154

冬期点検のご案内

●冬期点検のご案内カード No.053 155

ボート定期点検サービスのご案内

●ヤマハボート定期点検サービスのご案内パンフ No.053 159

定期検査整備のご案内

●定期検査整備のご案内カード No.053 158

中間検査整備のご案内

●中間検査整備のご案内カード No.053 157

使用前点検のご案内

●使用前点検のご案内カード No.053 156

●同上用封筒(クリアタイプ) No.053 160

GOODS

全国8ヶ所で開催 マリンウェア・マリングッズ展示受注会

10月4日の北海道を皮切りに、ヤマハではマリンウェア、およびマリングッズの展示受注会を全国8カ所の会場で順次開催してまい

ります。'92マリンビジネスをサポートする、新商品を中心に展示いたしますので、情報収集のためにもぜひご来場ください。

販社名	開催日	開催地	会場名・住所・TEL
北海道ヤマハ	10/4 金	札幌	札幌郵便貯金会館 札幌市中央区南1条西26丁目 (001)642-4321
ヤマハ東京	7月 8(火)	東京 (ウエアのみ)	平和島流通センター 東京都大田区平和島6-1-1 (03)3767-2111
ヤマハ中部	9 水	名古屋	名古屋国際センター4F 第1~3展示室 名古屋市中村区那古野町1-47-1 (052)581-5678
ヤマハ九州	15 火	久留米	久留米リサーチセンタービル1F展示場 久留米市合川町2432-3 (0942)37-3021
ヤマハ中国	18 金	広島	ミワメモリアルホール 広島市西区古江上1-376-15 (082)273-0030
ヤマハ関西	22 火	大阪	COM3号館 大阪府箕面市船場東2-5-47 (0727)29-3321
ヤマハ四国	24 木	高松	ホテルオークラ 10Fエメラルドの間 高松市城東町1-9-5 (0878)21-2222
ヤマハ東北	26土	仙台	サンフェスタ 仙台市若林町卸町2-15-2 (022)235-1100

夏が終わった今だからこそ 愛艇のメンテナンスをおすすめしたい

夏も終わり、お客さまもついつい愛艇から遠ざかりがち。でも、こんな時期だからこそ愛艇のメンテナンスには気遣っていただきたいのです。ヤマハのマリンガード(超浸透防錆潤滑剤)は優れた水置換性で、さつとひと吹きするだけで防水剤が海水の下に潜り込み、防水皮膜を形成します。しかも防湿剤、浸透剤、潤滑剤としても優れた威力を発揮します。お客さまにぜひおすすめください。



マリンガード
No.90790-74007(微香性タイプ) ¥1,500(左)
No.90790-74008(低臭タイプ) ¥1,500

SHOW

ヤマハが選んだ輸入艇が一堂に！ '92インターナショナル フローティングショー」



フォーミュラ、ティアアラ、バースト等に代表されるヤマハが選んだ輸入艇ラインナップの洋上展示会を、10月25日(金)から27日(日)までの3日間にわたって開催いたします。お客さまをお誘いあわせの上、ぜひご来場ください。

- 日時…10月25日(金)~27日(日)
- 会場…静岡県清水市・日の出埠頭
- 出品艇…フォーミュラ
ティアアラ F303SR、363SR etc
バースト P-2650、2350 etc
ティアアラスポーツ TS-250、260 etc
トロージャン TR-12mCONV、10.5mECP etc
ジャンヌー J-35、J-29、J-35 etc

(J-35) O D デビュー特別試乗会)

※日時、会場、出品艇等変更となる場合がございます。予め、お近くの販売会社等へお問い合わせください。

EVENT

今年も葉山の海で熱戦！ 「ニッポンカップ '91国際ヨットマッチレース」

ワールドマッチレーシングシリーズの第9戦として毎年開催されているニッポンカップ。エキサイティングなシーンを随所にみせられるこのレースは、ヨットファンに限らず、TV放映等を通じて多くの人々を魅了しています。

そのニッポンカップ、今年(11月2日から10日)までの開催。クリス・ディクソンをはじめ、マッチレース界の強豪セイラーが来日し、熱い戦いを繰り広げます。使用艇は昨年同様 YAMAHA A-34 EX。

お近くの方はお客さまと船を繰り出して観戦するもよし。TVでもお楽しみになります。ご期待ください。



EVENT REPORT

中国地区代表のヘノープロブレム全国300チームの頂点に立つ 鳥羽カップマッチレース'91

9月5日から8日までの4日間、三重県鳥羽市の海面で、Y-23IIを使用したマッチレースの全国大会「鳥羽カップマッチレース'91」が開催されました。

4回目となった今大会には北海道から九州までの8地区のブロック予戦を勝ち抜いた各チームと、推薦で参加した女性チーム6チームが参加し、熱戦を繰り広げました。最終日の決勝ラウンドは台風による悪天候

のため中止となったものの、2日間にわたって吹いた4-7%の風の中、計40本のマッチレースが消化され、予戦の成績により、中国地区代表のヘノープロブレムが初優勝を収めました。

またレディス部門では、関東地区から参加の「BOYA LOVELYS」と関西地区から参加の「S」が同ポイントで優勝を分け合いました。



一般部門、優勝のくノープロブレム。「自分は、ただ舵を取るだけ。要所での判断は、クルーたちがすべて下してくれた」と田村艇長（左から2人目）

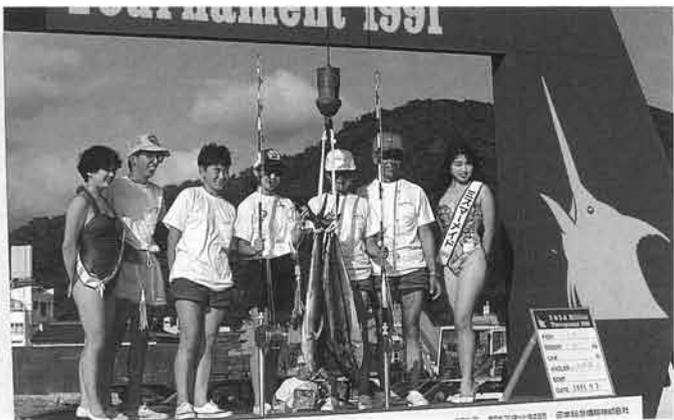


優勝したくノープロブレム（手前）と2位のイセ。再三にわたって好マッチを見せてくれた



女性部門も一般顔負けの好レースを展開。右は安定したクルーワークで勝利をつかんだ「BOYA LOVELYS」

“回遊魚の宝庫” 土佐湾で開催された 「土佐ビルフィッシュトーナメント」



主催：土佐ビルフィッシュトーナメント実行委員会
協賛：土佐湾漁業協同組合、土佐湾漁業振興会、ヤマハ中四国支部、土佐湾漁業振興会、土佐湾漁業振興会、土佐湾漁業振興会、土佐湾漁業振興会
地元・高知から女性チームも参加。FR-34（津吉丸）を駆って、大会を盛り上げていました

四国で初のビッグゲームトーナメント「土佐ビルフィッシュトーナメント'99」が、9月6日から8日の日程で開催されました。第一回大会の優勝をめざして参加したのは関西一円からの38チームで、遠方からは浜名湖からのエントリーも見られました。

大会は最終日が悪天候のため中止に。初日の釣果はカジキのヒットが一本あったものの、ランディングまでにはいたりませんでした。

優勝はヤマハSC-32（フェルマイトII）（鈴木康登オーナー）。10・5kgのシイラを50ポンド・ラインで釣り上げ、栄光の第一回大会覇者となりました。

船と海の未来への可能性を求めて 「第一回夢の船コンテスト」開催

日本の造船業、関連工業の振興を目的とした「第一回夢の船コンテスト」が8月31日、東京・平和島競走場（財）日本船舶振興会主催のもと華やかに開催されました。

当日は11歳の小学生から68歳の大学教授まで、722点の中からノミネートされた61艇が参加、さまざまなアイデアを取り入れた、楽しいボートで、人力によるスピード競走と、オリジナルな動力やデザインを競うアイデア競走の2部門が行われました。

中でもスピード競争は注目の的。空中プロペラ、水車、外輪、噴射、キャタピラ等を使用したユニークなボートが多く見られました。ヤマハからも有志による2チームが参加し、優勝と6位に入る健闘をみせました。



普段は競艇が行われる会場も、一般公開とあってファミリームードがいっぱい

毎月のテーマ設定にあわせた 商品構成とディスプレイ

新しくなりました
My SHOP
お客さまに受ける
お店づくり

ヤマハマリーナ浜名湖のリゾート施設の一角にあるヤマハマリンショップ「ヌーベル・ヴァン」がマリン用品営業部が進めるMOS計画に基づいて7月20日にリニューアルオープンしました。ちょうどマリンシーズン中のオープンでマリーナ浜名湖のイベントも多いこの時期、出足好調です。今回はリゾート地ならではのお店づくりをレポートします。



●所在地 静岡県湖西市
●店舗面積 ショップ66㎡
●スタッフ 専任1名
●営業時間 9時～20時
●立地条件 浜名湖は21におよぶマリーナを有する東海地区最大の湖。景観の素晴らしさと温暖な気候から、リゾート地的な色合いが濃く、ホテル、飲食店、遊園地なども充実している。ヤマハマリーナ浜名湖は湖西の波静かな松見ヶ浦のほとりに位置し、名古屋や浜松から車で1時間、ドライブコースとしても最適。マリンユーザーだけでなく一般観光客にとっても魅力的なマリンスポットだ。



ヤマハマリーナ浜名湖
ヌーベル・ヴァン



宿泊施設、テニスコート等を備えたマリナー内のショップ。おみやげ品も陳列していますが、以前に比べると専有率は低くなっています



ウェアやデッキシューズはカジュアル中心。オイルスキンのブーツなどのハードなウェアはハーバー内のショップにあります



ショーケースを利用するだけで高級感を演出できます



ちょっとしたプレゼントやおみやげにもなるマグカップ。客層に合わせた商品構成の一例



マリッジットを置いただけで、よりマリナーらしさをアピールすることに成功しています



ウィンドウ付近のスペースを有効に利用しています

リゾート地としての品揃えと マリッジットとしての品揃え

マリッジット・ヌーベル・ヴァン・マハマリナー浜名湖（レストラン・宿泊施設・テニスコート・会議室などを有するマリナー）の中にあります。

以前は、みやげもののショップの色合いが濃く、今ひとつマリッジットをアピールしきれなかったもので、全体的にもっとマリッジットを強く打ち出し、7月20日にリニューアルオープンしました。ショップの責任者の上本リーダーにうかがいました。

「名産品、特産品といったみやげ品の売上げは大きいですが、そういう部分も残しつつ、マリッジットとしての豊富な品揃えを心掛けました。とくにこの周辺には他にマリッジットがないので、マリナー浜名湖に行けばマリッジットが何でも揃うといったイメージづくりを考えています。オーナーの方も一般客の方にも満足いただける商品構成を思っています」

マリナー浜名湖ではもうひとつ、ポーターの一面にマリッジットを構えています。こちらはオイルスキンやマリッジット、船用品、船のパーツなど、どちらかというとハードな商品構成で、ヌーベル・ヴァンはタウン感覚のマリッジットウェアをはじめ食器やみやげ品までのソフトな商品を揃え、運動を図っています。

月ごとのイベントにあわせて 商品ディスプレイ

マリナー浜名湖では、毎月さまざまなマリッジットイベントが開催されています。ヌーベル・ヴァンは月ごとのイベントにあわせて商品構成やディスプレイを変えています。

「ジャヌーヤマハファミリージャンボリーが開催された期間は、フランス製品を多く展示し、販売しました。特にワインが人気でしたね。これからも釣り大会があるときは、釣り用品に力を入れるなど、ディスプレイや商品構成もそれに合ったものに変えていこうと思っています」と、上本リーダーは語ってくれました。

9月からはマリッジットに隣接する喫茶コーナーで自家製のパンを販売しています。これも地元の人が気軽にマリッジットに立ち寄れるようにと打ち出した企画です。マリナー浜名湖ならではのマリッジット集客策といえるでしょう。

The MAKING OF SHOPS

ヤマハマリナー浜名湖「ヌーベル・ヴァン」

ヌーベル・ヴァンのリニューアルにあたってはヤマハのマリン用品営業部が展開するMOS計画に基づいて進められてきました。MOS計画はそのお店の立地条件や顧客像などを分析し、どのようなショップ作り、商品構成にすればより効率的か提案しています。

分析

まず、ヤマハマリナー浜名湖の利用者の性格を分析し、それぞれの利用者に対してどのような提案、販売が効果的かを検討しました。



以前はショップというより、リゾート内の売店という雰囲気。今回のリニューアルで品揃えは豊富に、商品構成も整理されて、マリンイメージの訴求に成功しています

オーナー層 (マリナー会員)	ファン層 (スクール、プレイ利用者)	あこがれ層 (レストラン利用者)
<ul style="list-style-type: none"> ●フィッシング、クルージングなど、各種マリンスポーツを楽しむ。 ●部品・用品を加えることにより、自艇をドレスアップさせたい (他艇との差別化) ●部品・用品に関する情報を欲している。 ●フィッシング、ディンギー、ヨットの部品・用品を求める。 	<ul style="list-style-type: none"> ●マリンスタイルを流行として捉え、各種マリンプレイカスクールで遊びの時間を過ごす。 ●ファッションに敏感で、メディアからの情報により、街のカジュアル、スポーツショップで、ウェア・グッズ類を購入し、独自にコーディネートする。 ●街ではあまり見かけないファッショングッズを豊富にそろえる。 	<ul style="list-style-type: none"> ●マリンスタイルを雰囲気として捉えランチ、ディナー、ディタイムの際のシチュエーションの良さを目当てにヤマハマリナー浜名湖へやってくる。 ●本質的なマリンファンではない。 ●街の雑貨店・百貨店などでは見かけない、マリンテイストのアクセサリ・雑貨、インテリア等を、ショップの雰囲気とからめて売る。
<p>キーワード</p> <p>信頼・安心</p>	<p>キーワード</p> <p>ステップアップ</p>	<p>キーワード</p> <p>情報発信力</p>
ハーバー内のマリンショップ	ヌーベル・ヴァン	

コンセプト設定

メイン・コンセプト

フォロー・コンセプト

どのような人々に	ヤマハマリナー浜名湖の施設や各スクールを利用される方々に	オーナーやマリンスポーツファン、イベントに集まってこられる人々に
どのような生活分野を	マリンをテーマとした雰囲気のあるイメージ商品を	ヤマハが提案する各マリンスポーツごとのギア商品を
どのような役割と	マリンテイスト・ライフスタイルとしてコーディネート、演出して	各月のイベントに合わせたMD計画と、最新の情報発信で
どのようなシステムで	落ち着きとくつろぎ、やすらぎのあるショップ空間で	月毎に変わるコーナー展開とともに

商品構成

主にマリンファン層、あこがれ層をターゲットとした商品構成が基本で、各月のイベントに合わせ積極的な商品の入れ替えを図ることが特長です。

提供するショップである
ヌーベル・ヴァン

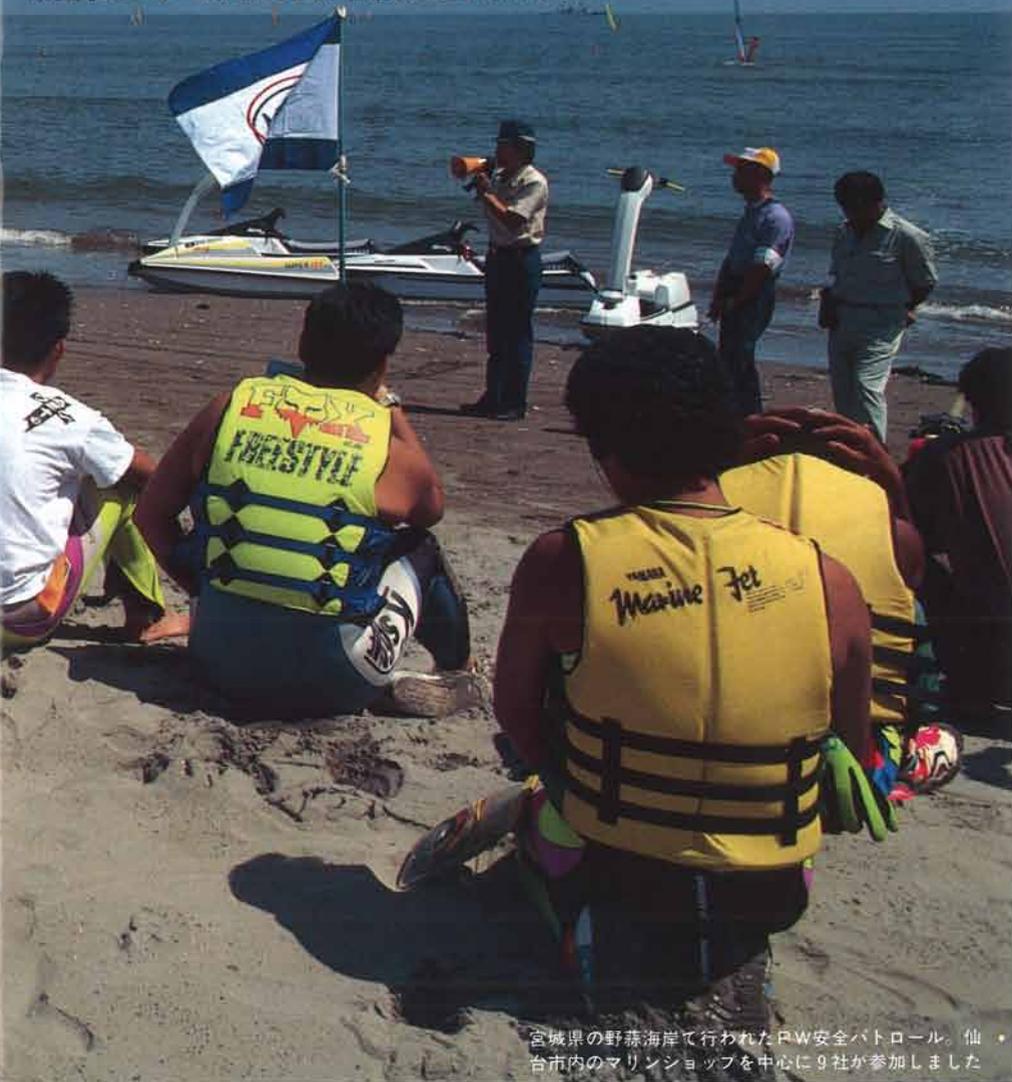
	7月	8月	9月	10月	11月	12月
メイン・イベント	全国少年少女ヨット大会	遠州灘スポーツフィッシング大会	'91水上スキーフェスティバル	マリンジェット・レース	定例湖内釣大会	クリスマス
展開テーマ	アメリカスカップ	遠州灘スポーツフィッシング	ファンキーマリンプレイ	アクティブマリン	浜名湖フィッシング	クルージング・クリスマス
イメージ	アメリカスカップに挑戦するニッポンチームを通じて、若い世代へマリンスポーツの素晴らしさを訴求する	遠州灘で釣ることのできる魚を紹介しながら、それに合ったフィッシング用品の提案	スキー板、ベスト、ロープ、グローブなど、用品類をビビッドなカラーのアイテムを選び、華やかな水上スキーの世界を訴求	店内にマリンジェットを展示し、レースのVTRなどを流す	浜名湖で釣ることのできる魚を紹介しながら、それに合ったフィッシング用品と船のメンテナンス用品の提案	クルージングパーティをテーマにして、クリスマスギフト提案を中心に訴求する
ディスプレイ	NCACウェアや、POPをディスプレイする	釣り竿やフィッシングベスト、ファイティングウェアなどを使い、スポーツフィッシングシーンを再現する。	ニーボードなどをボディに持たせ、華やかなベスト、ウェアを展示する	'91、'92F/Wアクティブラインをディスプレイし、フラッシュカラーをふんだんに使い、カラフルにする	釣り竿やフィッシングベストを使い、釣りのシーンを演出する	ドレスアップしたマリンウェアのウェアリングや、ギフトグッズをディスプレイする
プロモーション	●レース速報 ●日本船のパネル展示	●ボートオーナーへのDM告知	●新しいスタイルの選び方をパネルで紹介	●'92MJモデルをPOPで紹介	●FR・UF艇オーナーへのDM告知 ●'92NEWモデルをパネルで紹介	●オーナーへのDM告知
仕入商品計画	(NCAC) ●ウインドブレーカー ●トレーナー●ポロシャツ ●Tシャツ●トランク	●航海計器 ●魚群探知機 ●ロッド ●リール ●スポーツフィッシング用品	●スキーベスト ●スキーボード ●ニーボード ●スキー関連用品	●ウインドブレーカー ●ウェットスーツ ●MJウェットスーツ ●MJグッズ	●釣り竿 ●フィッシング用品 ●メンテナンス用品	●マリンインテリア ●マリンアクセサリ ●クラシックライン

●ショップリニューアル、MOS計画についてのご質問等は、ヤマハ販売会社のマリン用品担当までお問い合わせください。

MARINE i.n.g



約60名のユーザーが会場に集まり、指導員の話を傾けました



宮城県の野蒜海岸で行われたPW安全パトロール。仙台市内のマリンショップを中心に9社が参加しました

良好な市場環境を造りたい
PW安全協会の活動を通して

(有)プロオート

三上 和則社長

プロフィール

- 所在地……宮城県仙台市宮城野区
- スタッフ……社長他1名(マリン専任)
- 管理顧客数……約100名(マリンジェットオーナー)

地元販売店9社が参加した
PW安全パトロール

マリンジェットやジェットスキーに代表されるパーソナルウォータークラフトの健全な普及と発展を目指して設立されたPW(パーソナルウォータークラフト)安全協会。全国の9地方本部で、指導員養成のための講習会やユーザー指導のための安全パトロールなど、さまざまな活動を展開しています。

今回のような安全やマナーの指導を目的としたパトロールもこうした活動のひとつ。東北地方本部の仙台支部が、8月最後の日曜日となった8月25日、風光明媚な宮城県奥松島の野蒜海岸で行ったものです。

この日は、PW安全協会のメンバーであるマリン販売店9社がスタッフとして参加した他、海上保安部の警備救難課の方々の協力を得て野蒜海岸でマリンプレイを楽しむユーザーに安全指導を実施しました。

スタッフの呼びかけのもと約60名のPWファンがビーチの一角に集まり、マナーや法規についての注意に耳を傾けていました。また、ゲレンデクリーンアップキャンペーンとして、各自がゴミを持ち帰るようにと、1人1人にゴミ袋が手渡されました。

ゲレンデ不足の解消も活動の一環

当日、ビーチで陣頭指揮をとったのは、PW安全協会仙台支部長を務める(有)プロオートの三上和則社長です。'81年3月に輸入自

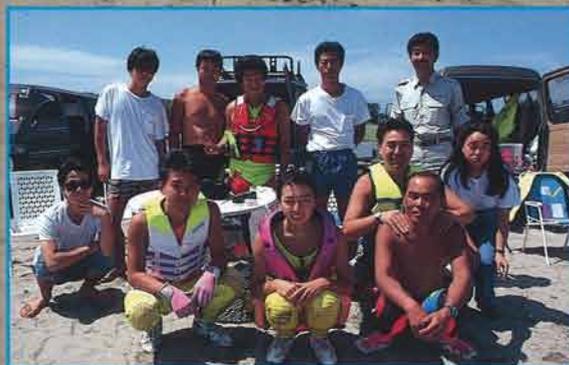
この海岸では1回5万円の地曳き綱が楽しめます。こうした催しに参加して楽しみながら地域住民との融和を図る、というのは考えすぎ？



終了後、1人1人にゴミ袋を配布。気持ち良くゲレンデを使用するため企画された「ゲレンデクリーンキャンペーン」の一環です



カー用品やバイク用品が並ぶ店内のマリンジェットコーナー。お客さまはバイクファンの方が多いといいます



プロオートさんのお客さまで構成されたマリンジェットクラブの面々

「協会の会員になってからは前にも増して安全に気を遣うようになりました。特に納艇時にはマリンジェットの運動特性やマナーなどについて徹底的に説明します。自分が支部長という立場だからでしょうか、特に自分のクラブのメンバーにはいろいろ言ってます」
 ご商売とは直接結びつかない活動にも思えますが、PW安全協会の一会員として、三上社長は市場環境の壊成に大きく貢献しているようです。

「三上社長はこのように協会の活動に期待を寄せています。もちろん、安全啓蒙は第一の仕事。」

「PW安全協会の活動は安全啓蒙だけでなく、ユーザーが安全に楽しめるゲレンデの確保も含まれると思います。地域住民や漁協にPWが安全な乗り物であること、ユーザーがマナーを守って楽しんでいることを理解していただく。一ショップで動くのではなく、数社で構成された協会だからこそできる仕事だと思っんです」

「PW安全協会の活動は安全啓蒙だけでなく、ユーザーが安全に楽しめるゲレンデの確保も含まれると思います。地域住民や漁協にPWが安全な乗り物であること、ユーザーがマナーを守って楽しんでいることを理解していただく。一ショップで動くのではなく、数社で構成された協会だからこそできる仕事だと思っんです」

「PW安全協会の活動は安全啓蒙だけでなく、ユーザーが安全に楽しめるゲレンデの確保も含まれると思います。地域住民や漁協にPWが安全な乗り物であること、ユーザーがマナーを守って楽しんでいることを理解していただく。一ショップで動くのではなく、数社で構成された協会だからこそできる仕事だと思っんです」



PW安全協会の活動を通して健全な市場発展に期待する三上社長



750-32

フライングブリッジでステアリングを握るのは藤井正一さんです。「ボートの遊びは会社の経営と一緒に。いざというとき、どうしたらいいのか、引き返せばいいのか突き進めばいいのか、尋ねればそれなりに答えてくれるかもしれないが、結局、舵とりは自分。決断するのは本人なんです」30名の社員をかかえる設備会社のトップとしての姿が、西日を受けた横顔に重なります。

ホームポートは小樽港マリナー。昨年4月に同マリナーのオープンと同時にこのSC-32〈KAWA〉を進水させました。「ブッシュマンが来日したとき『カジャ、カジャ』と言ったらしいんですね。『カジャ』は素晴らしいとか美しいとかいう意味だとか。それを頂きたいわけです」



生まれも育ちも小樽で、毎週日曜、祭日はほとんど海に出るという根っからの海大好き人間。そんなキャリアと人柄を買われて、「北海道シーマンズ協会」と「小樽港マリナーオーナー会」の副会長を務めています。「海を愛する者が集い、海を汚さず安全に楽しむ」というのが目的。北海道のマリンレジャーは

これからですから。漁師さんとも仲良くやっていかなければいけないし、遊びながらマナーの向上が図れればと思います」北海道シーマンズ協会の会員は約80名、いっぽう小樽港マリナーオーナー会には約140名が入会しています。「まあ、文字どおり船頭さんが多いのはどこも同じ。でも海、船という共通の言葉があって、結局は自分たちのためにやろうとしていることですから、きっと北海道のマリンレジャーをリードする組織になるでしょう」藤井さんのモットーは「必要以上に釣らない」こと。取材にうかがった日も型のいいホッケ以外は全てリリースしました。漁師さんとの共存など北海道のマリンレジャー普及にも情熱を注ぐ藤井さん、これからの舵取りに期待がかかります。

FOR GOOD MARINE LIFE!

安全がマリンスポーツの基本です。

- 天気予報を確認して、無理のない航行を。
- 点検・整備を忘れずに。
- 法規やマナーを守りましょう。
- 乗船前に、免許と法定備品の確認を。
- 立入禁止水域や船舶航行の頻繁な水域は避けましょう。

YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社