

# ヤマハマリンニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.85

特集/魅力的なボートフィッシングの提案で  
フィッシングボートの新規需要を生み出そう!

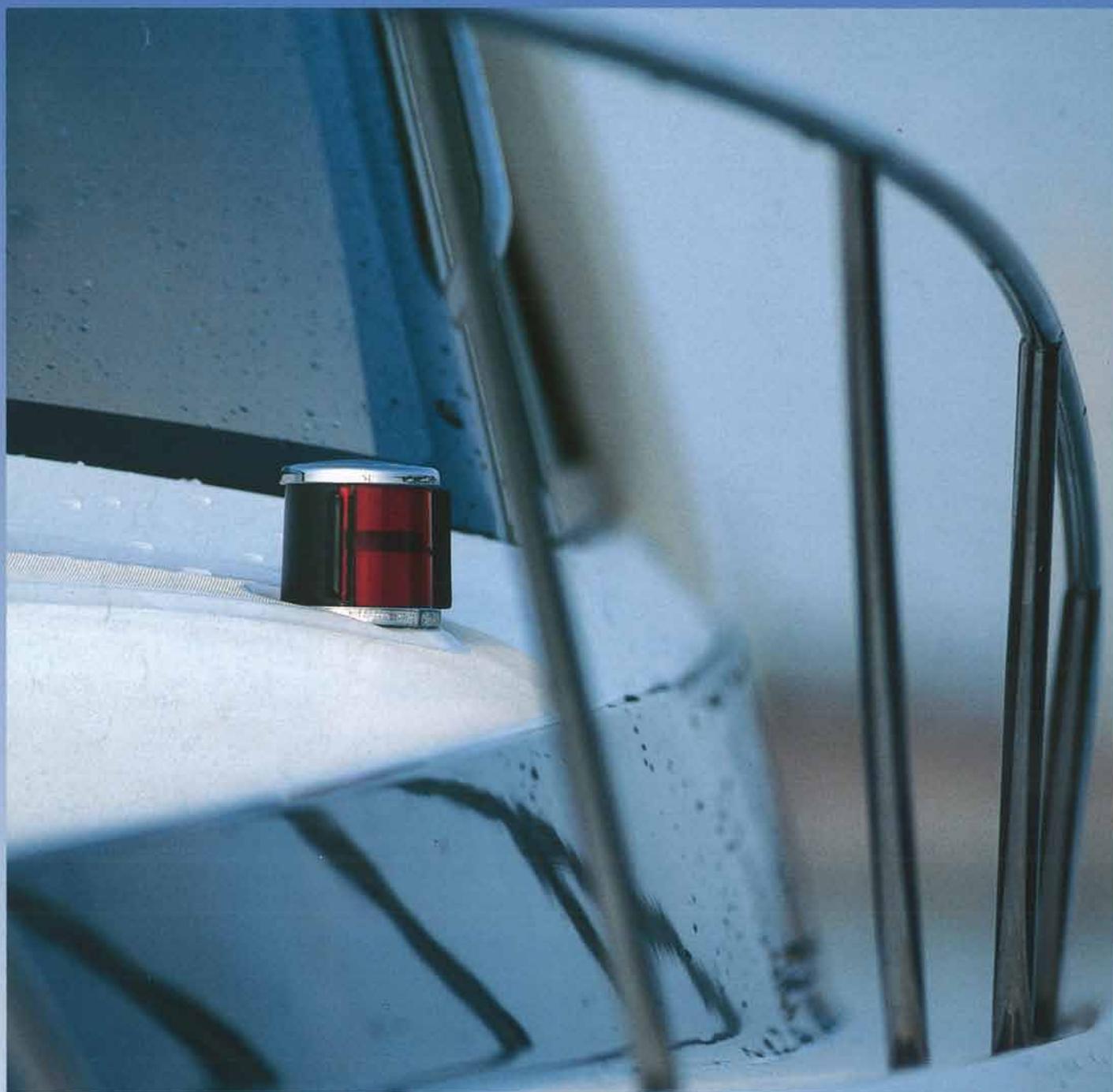
## ニュー・ボートフィッシング・スタイル

- イベントで提案できるニュー・ボートフィッシング・スタイル
- 顧客を広げるフィッシングボートショップの条件

'92

8・9

月号



# 日本の海況に適したマニアのための 本格的フィッシングボート

〈これがFGシリーズの特長だ!〉

- 凌波性、耐航性抜群。  
プロに支持されている漁船船型を採用
- 低重心化を意識した設計で、優れた横安定性
- 小廻りが効く。1人乗りが可能な操船性能
- プレジャーボートとしての格調を感じさせる洗練されたスタイリング
- 充実のキャビン。居住性の向上で長距離釣行もラクラク



- 視界良好。各種計器が機能的にレイアウトできるダッシュパネルなど。安全性にも充分配慮
- イケス、物入れ等、充実の釣り機能装備
- 広くフラットなデッキ。現地艤装を意識したガンネル。釣機能を優先させたレイアウト
- 船上での作業を良好にした各種装備
- 信頼性の高い、高性能ヤマハ・マリンディーゼル搭載



## FG-33

2月に発売された好評・FG-36のコンセプトを引き継いで7月に登場したニューフェイス「FG-33」。外洋指向、ベテランのボートフィッシングマニアにおすすめください。

<主要諸元>

- 全長/10.77m ● 全幅/2.70m ● 全深さ/1.47m ● 総トン数/3.7トン ● 燃料タンク容量370ℓ ● 航行区域/限定沿海 ● 定員/13名 ● 搭載エンジン/MD386KUH・230PS

'92  
8-9



## CONTENTS

- 特集..... 4  
魅力的なボートフィッシングの提案で  
フィッシングボートの新規需要を生み出そう!
- サービスマンの独りごと .....12  
宗本マリンサービス/宗本昇次郎社長
- 新しくなりましたMyShop .....13  
マリングッズ互洋(岩手県)のお店づくり
- HOT EYE .....18  
自然環境保護を啓蒙するポスター&チラシ
- ヤマハマリンアカデミー通信 .....17  
マーケティングかんたん講座/  
(株)ダイイチ(三重県)の社員教育/  
8~9月のアカデミー開講スケジュール
- 浜を訪ねて .....20  
(有)ミナトモーター(北海道)と好評のW-31AFR
- ヤマハインフォメーション .....22
- No.1ショップ .....27  
年間100隻のディンギーを売る  
(株)海王(神奈川県)

# This is it!

## '92 YAMAHA BOAT & YACHT

### New FGシリーズ登場

好きなものについてこだわりがあるのは何ごとと同じ。

納得したものだけを選び、使うことは大きな  
楽しみのひとつでもあります。

FGシリーズのフィッシングボートは、釣りに一家言ありそんな方のためにこそ開発された艇といえます。

釣り専門誌「Fishing」誌をはじめメディアに展開している  
広告のキャッチコピーは

「達人にこそふさわしい」(FG-36)

プレジャーボートはもとより、

漁船の開発・設計・製造に長く携わってきた

ヤマハのノウハウがこのフィッシングボートに

集約されている——そんな自負がこめられた一艇なのです。



FG-36HTのキャビン。視界も良く3人掛けのベンチシート、独立トイレなど、釣りだけでなく快適なキャビンライフを意識しています



FG-36HTのハードトップ。良好な視界が得られるだけでなく快適な走航を満喫することができます

### FG-36 FG-36HT

7月にFG-36HTが加わり、2バリエーションと充実したFG-36。36HTにはセミフライングブリッジを設置し、操船性、快適性をより高めました。

- <主要諸元> ※( )内は36HT
- 全長/11.71m
  - 全幅/2.99(3.00)m
  - 全深さ/1.53m
  - 総トン数/4.8(4.9)トン
  - 燃料タンク容量250ℓ
  - 航行区域/限定沿海
  - 定員/13名
  - 搭載エンジン/MD580KUH・260PS(MD628 KUH・300PS)



# 特集 魅力的なボートフィッシングの提案で フィッシングボートの新規需要を生み出そう

## NEW BOAT FISHING STYLE



数あるマリン・ライフスタイルの中でも、特に人気があり、みなさんにとっても身近なのがボートフィッシング。しかしながら、ファンの数が多く、一般的なブレイアイテムであるがために、その遊び方に対して固定概念に捉われてしまいがちなことも事実。ここはひとつ、旧態依然とした「船釣り」のイメージを頭から一度取り去って、新たな「ボートフィッシング」の世界のイメージを築き上げる必要があるのかもしれない。少しばかり飽食気味の釣り師に新たな息を吹き込み活性化、そればかりか、これまで抱いていたフィッシングボートのターゲット像も180度変わってしまうかもしれない。ニュー・ボートフィッシング・スタイル。ボートフィッシングに対する視野を少しばかり広め、これからのマリンシヨップの在り方を探る特集です。

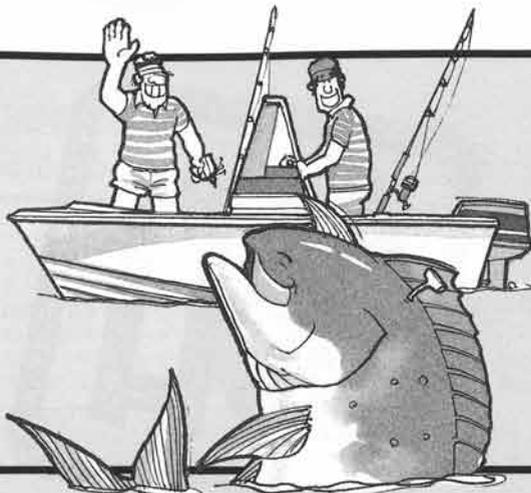


イベントで提案する  
ニュー・ボートフィッシング・スタイル

ボートフィッシングのイベントを独自に開催しているというお店はかなりの数にのぼる。でも、マンネリに悩むところも多いのでは。こんな要素を取り入れるだけで、ボートフィッシング・イベントもグッと広がりを見せるはず——。というわけで、編集部で考えてみました。

## タグ&リリース トーナメント

JGFAが魚類研究とその保護のために推奨している「タグ&リリース」(6頁参照)。ここでは「何尾釣ったか」ではなく「何尾放流したか」を競う。大漁主義の泥臭さからスマートな自然主義の釣りへとユーザーを育てたい。シイラ、スズキなど身近な魚種からトライノ



## 魚類限定

### トーナメント

シイラ、カツオ、マグロ、もちろんタイやヒラメだっていい。魚種をひとつに絞って釣果を競う大会は海外でも盛んに行われている。もちろん指定魚以外の魚はリリースする。

## シリーズ トーナメント

釣り大会を年間を通したシリーズ制として開催。年間のポイントで順位を決める。参加延べ人数だつてグリーンとアップ!!

## ウルトラ・ライトタックル トーナメント

極めて細いラインでどれほどの大物を釣ることができるか。スポーツフィッシングの精神をどこまで追求するとウルトラライトタックルに行き着く。日本でも6kgテストラインで66kgのクロカジキを釣り上げた猛者もいる。釣果でなくスリルを楽しむ、これからのポイントフィッシングにぜひ取り入れたいアイテムだ。

## ソルトウォーター フライ トーナメント

かの釣り業界は、以前よりブームの「アウトドア」という現象に乗り、フライフィッシング・ファンを一気に増やした。彼らの興味は今、淡水から海へと移りつつある。フライは、釣果を考えると確かに効率は悪い。だが、それだからこそ釣れたときの喜びは大きいはず。比較的釣りやすいシイラやカツオが狙いめ? もちろんカジキだつて釣れるのだ。

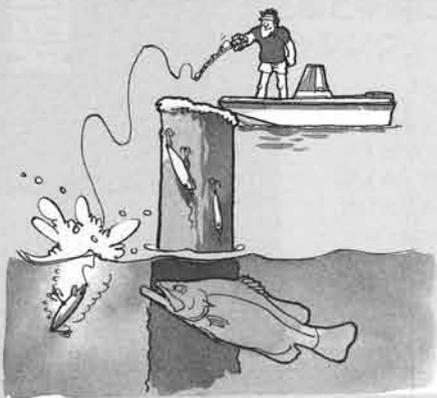
## クルーズ& トーナメント

釣り大会に一泊二日ほどのクルージングをプラス。ポイントや魚種が変わるのも魅力だし、家族ぐるみで参加してもらうことができる。



## ルアー キャスティング

こちらはフライより手軽だし、小型艇で充分楽しめる。実際すでに多くのファンを獲得している。カジキやシイラのような回遊魚ばかりでなく、底物だつてOK。スズキやタチウオ、カサゴ、アイナメ、サケなど、対象魚は多い。地元水域では何が釣れるのか、ぜひルアー・キャスティングを試してみたい。



## ベストドレツサ 賞を設定

かねがね釣り人に野良着スタイルの方が多いのが気になっていた。これでは若い人が寄りつかない。キヤップからサングラス、足元にだつて気を配りながら楽しみたいもの。

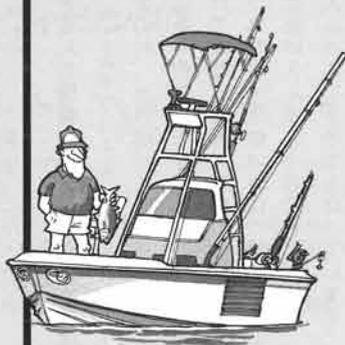


## レディス トーナメント

何も女性だけで開催する必要はなし。ただ奥さん、恋人も誘って、ポイントフィッシングの魅力体験してもらい、彼女たちの釣果でポイントを競う。イベントだつて華やかに違いない。

## 艀装 コンテスト

これも既存のイベントに即取り入れ可能。釣りのためにさまざまな工夫を凝らしたフネは見ても楽しい。ユーザーのボートに対する思い入れ、価値感も変わる……カナ。



## 艇種別 トーナメント

例えばタックル23のオーナーだけを対象にしたスポーツフィッシングコンテスト。オーナーの自尊心をくすぐるし、新製品や重点商品の販促キャンペーンにも利用できそうだ。

# 新たな発想でボートフィッシングの新規需要を創出

## 私たちに課せられた条件

これまでの発想を転換し、新たなボートフィッシングの世界を築く。口にするのは簡単だがそれだけではユーザーに受け入れられるわけではない。では、今、そしてこれからのマリンシヨップにはプラス何が必要なのか、取材を通してまとめてみました。



ボートフィッシングを提案する我々にとって、知識、そう「魚釣に対する深い造詣」があることは大前提。しかも常に新しさを保っていなければならない。そこでJGFAの常任理事で、フィッシング・ウエア・メーカーを経営する北川明



氏に、スポーツフィッシングの傾向と、販売店にとって必要なポイントについてみました。

## フィッシングをスポーツとして推奨する

欧米では紳士のスポーツとして認められるフィッシングですが、日本においてはまだまだ「漁」という意識が強いようです。スポーツとしてのフィッシングとはどのようなものなのか、本場ではどのように楽しんでいるのかをJGFA（ジャパン・ゲームフィッシュ協会）の北川明さんにお聞きしました。

「ルールが厳しく決められています。ルールで規制することで、誰もが公平に、安全に、そして資源を守ることもできるんですよ」  
どんなスポーツにもルールはあります。競技として競われるものだからこそ、厳しく詳細に規定するルールは必要なのです。  
しかし、特にエントリープレイヤーにとって困るのが情報をどこで仕入れたらいいの

かという点ではないでしょうか。それが細かい規定を持つものならなおさらです。

「確かにスポーツフィッシングでは仕掛けひとつでも詳細なルールが決められています。このような情報は経験者に聞くのが一番ですね」

経験者に聞く、そのための方法としてJGFAなどの組織に加盟する。トーナメントに参加する方法が考えられます。

「そのほか専門のシヨップに相談してみるのもいいですね。逆に言えば、こうした専門シ

## 釣り人たるもの自然保護を意識したい

ところで、JGFAは国際的なスポーツフィッシング組織、I G F A（インターナショナル・ゲームフィッシュ協会）の窓口として機能しています。

I G F Aは世界100カ国以上のフィッシングクラブと約2万5000人の釣り人を統括する団体。その歴史は50年前にさかのぼり、文豪ヘミングウェイがおよそ21年間にわたって副会長も勤めた権威団体です。スポーツフィッシングの本場の海外では今、どのような楽しみ方をしているのでしょうか？

「漁業資源が少なくなってきた、これは世界共通の動きのようです。もともとスポーツフィッシングはキャッチ&リリース（釣った魚を海に戻す）をしていますが、この考えを

ヨツプはきちんと情報を揃えておかななくてはならない。ルールやフィールド、仕掛けやボートに対してのね。それは、これからのボートシヨップにも求められてくると思います。それも日本だけではなく海外の情報も必要です」

「スポーツ専門店では物以外に、情報も大切な商品」と北川さんは言うのです。  
「僕は個人レベルでクラブも作っています。クラブ誌も発行していますので、情報の入手・交換にはクラブに参加するのもいいですね」

さらに進めたタグ&リリースが世界的に行われています」

タグ&リリースとは、釣った魚にタグを付けて放すもの。タグを付けられた魚が再捕獲されることで、その魚種の分布や移動などの生態が明らかになるのです。

「本来、I G F AやJ G F Aの活動趣旨のひとつとして学術活動への貢献というものがあります。その場限りの楽しみではなく、末永く楽しむためにフィールド保護が大切なんです」

今年、アジア諸国のアングラーが集まる大会が下田で開催されます。他国のアングラーとの交流ではこのような情報交換もひんぱんに行われるそうです。

## 特集 魅力的なボートフィッシングの提案で フィッシングボートの新規需要を生み出そう

フィッシング専用ウエ  
アメーカーに勤務する  
北川氏。ご自身でもち  
ろん、国内外のフィ  
ールドでスポーツフィ  
ッシングを楽しんでいる



北川氏が実行委員長となって開催しているJGFAのライトタックルトーナメントも今年で8回目(8月末開催予定)。年々盛り上がりを見せている



### 「釣り」だけではなく「魚」を愛する それがJGFA(ジャパングームフィッシュ協会)

スポーツフィッシャーマンにとって価値ある情報を調査研究し、さらに自然保護計画を進める団体がJGFA。ソルトウォーター、フレッシュウォーター、ビッグゲーム、ライトタックル、フライフィッシング、ボトムフィッシング、磯釣りまでルールに基づいた釣りの魅力を啓蒙、普及している。事務所は東京・渋谷。国際的なスポーツフィッシングの情報や国内外のトーナメントに関する情報も豊富。会員にはFAXによる情報提供も行っている。また15~20名ぐらいまでなら事務所でスポー

ツフィッシング関係のビデオも鑑賞できる。

●所在地/東京都渋谷区渋谷2-22-7渋谷新生ビル603号室

●電話/03-3797-7267

なお、JGFA発行のイヤーブックには、IGFAルールやタグ&リリースについての詳細が記されている。またフィールド紹介、ノウハウ記事などスポーツアングラーにとって価値ある情報が満載。一読をおすすめしたい。(定価/¥2000・㊟JGFA)



### UFシリーズでも近場で手軽に楽しめる ライトタックル・フィッシング



イベント編でもご紹介した通り、小さな仕掛けで大物を釣る極めつけのスタイル。スポーツフィッシングで大物というつついカジキ類を連想してしまいがちだが、目先を変えれば対象魚はかなり多い。タックル23の航行範囲、装備で充分楽しめる。またバショウカジキはかなり陸岸に寄ってくるため、これも狙いめ。さて、その情報入手だが、現在雑誌「スポーツアングラー」(月刊、発行/榊八点鐘、発売/榊つり人社)がこの方面に力を入れている。ルアーやフライによるボートフィッシングのノウハウ、タックルシリーズクラスでのスポーツフィッシングの情報も豊富。

●問い合わせ/つり人社 ☎03-3294-0781

### 健全なプレジャーボートフィッシングの 育成を目指すJPFF

さる5月に誕生した「日本プレジャーボートフィッシング連盟」=JPFF。文字通りプレジャーボートで釣りを楽しむ人の集まりで、マナー、安全対策、資源保護等を考察しながら釣りをしようという目的で設立されたもの。そのJPFFでは現在会員を募集中。入会者には、会報が配布されるほか、各種講習会イベントに参加できる。また、ふれあい放流事業

など社会的な活動にも参加できるなどの特典がある。

ボートフィッシングの新たな道を探ろうという我々にとって、ぜひ入会しておきたい組織だ。ヤマは特別会員として参加している。会費は個人で年間¥3000。特別会員が20万円、賛助会費5万円となっている。事務所はJGFA内。

●問い合わせ/JPFF ☎03-3409-9436

## ポイントがあればスポーツフィッシング、 手軽なライトタックルの魅力を知る

海外のアングラーに注目され人気を呼んでいるのはライトタックル・フィッシングと言われる釣り。これは「釣り人と魚を対等の立場に置く」というスポーツフィッシングの精神をさらにシビアにしたものと言えます。「タックルとは釣り具を指すのですが、スポーツフィッシングの世界では小さな仕掛けで大物を釣るほど賞賛されるんです。ですからより細かいライン(糸)で釣るほど得点が高い。ルアーにしてもそうで、なかにはフライで釣

る方もいます」仕掛けに頼らず、魚との駆け引きを全面に出したのがライトタックル・フィッシング。簡単な仕掛けで楽しむ釣りだからこそ、スポーツ性が高い。手軽にも楽しめる。しかも釣りの醍醐味は大物釣りにひけをとらない。ライトタックル・フィッシングの魅力はここにある、と北川さんは言います。「どんな船にも竿の一本は積んであるでしょう。船を走らせて、ちょっとしたポイントが

ある。5フィートから7フィートほどの竿と16ポンドほどの糸を巻けるリール、そして海用のルアーがあればそこでスポーツフィッシングを始められるんです」大物が釣れた場合、きちんと申請すれば記録も認定されます。どこでもチャレンジできて、スポーティ。ドラマチックでスリリングな釣りがライトタックル・フィッシングなのです。ボートフィッシングにプラスの遊びとしてこの釣りはマリンライフの大きな武器になりそうです。



ポーターフィッシングだっって釣りの1アイテム。ならば先進的な釣具店を取材すれば何か得られるのではないか……。そこで訪れたのが大阪の玉川フィッシングセンター。旧態依然とした釣りのイメージに捉われず、新規客の獲得に成功している同店



から得たキーワードは「発想の転換」。この言葉にフィッシング・ポーターショップの近い将来像を見ました。

これまでの釣具店のイメージを払拭したファッション的な外装。若年層の獲得に威力を発揮している。店内のディスプレイも凝っていて、フィッシングの魅力を充分伝えている



## タプーを逆手に、新規層を開拓する

釣具店には「プロ志向」というイメージがあります。プロにとっては宝の山である釣具店も、逆にエントリーユーザーには敷居が高くなってしまっているのではないのでしょうか。

プロ志向の釣具店から、エントリーユーザーにも入りやすい、フィッシング・ショップへ——新規需要層へのイメージ転換に見事成功したのが「玉川フィッシングセンター」さんです。

「近郊は新興住宅地ですから、ファミリーと若いアベックが圧倒的に多い。この両者をターゲットにすることが当初からの構想の中心でした」と語るのは社長の池島純生さん。

誰もが入りやすい店を、と考えて池島さんは店の壁をブルーとピンクに塗りました。天井も高く、ディスプレイもゆったりと。これ

までにない釣具店にした池島さんが次に考えたのは初心者のごとくでした。

「竿は何を使うか、仕掛けは……白紙状態のお客さまは戸惑うことが多いと考えましてね、エントリー用にすべてがセットになった商品を置いたんです」

プロ志向のお店を永く手がけてきた池島さんにとってはまさに発想の転換でした。しかし発想はさらにもうひとつ転換されます。

「業界ではタプーとされる色付きの竿を置いてみたんです。白や赤や、緑といった」

お洒落な竿は女性に受けた、と池島さんは言います。これまで「水面に映る色は売れない」とされていた蛍光色のウェアがアウトドアブームに乗って、タプーではなくなりました。カラー竿もまさにその延長上にあつたのです。

## 徹底したプロの要求に、100%の満足を与える

池島さんにとって「玉川フィッシングセンター」はいわば次男。最初に手がけて、今も本店として愛好家が集まるのは長居店です。本格派の店として長居の店をやってきた手前上、玉川の店も手は抜けませんでした。池島さんはこう話します。

プロが来ても欲しい物が見つかる、そんな店にしよう——そのためにはきちんとした商品知識を身につけることが先決でした。

「プロは商品に対する情報が豊富ですから売る側としては負けれない。とくに構造や素材についてのお問い合わせが多いですね」

こう話すのは店長の西尾文貴さん。

リールのベアリングがいくつ増えたか、ウェアの材質は何が使われているか、洗濯はできるか。船外機のオイル混合比まで、ひと口に商品知識といっても、それは莫大な量です。

「セールの担当者から知識を得ることも多いのですが、竿などは硬さやフィールなど手に持ってみないとわからないものも多いんです。ですから新商品が入ったら、まず自分で振ってみる。もちろん釣りの現場で使うこともあります」

商品ラインナップも出来るかぎり幅広く揃えることがプロショップの役目、と西尾さんは言います。

「例えば、鮎釣りの用品。季節が短く、しかも高いものが多いのでリスクは大きい。でも需要があるからには取り揃えることが店の役割と考えています」

プロの目は厳しく、要求は高い。お客さまのステップに確実に対応できることも大切と西尾さんは言います。

**特集** 魅力的なボートフィッシングの提案で  
フィッシングボートの新規需要を生み出そう



店外に向けたウインドウ・ディスプレイではカラフルなウェア、アウトドアグッズなど“釣り”のあるライフスタイルをトータルで提案



● 新たなボートフィッシングライフをトータルに提案できる  
ヤマハの用品&アクセサリ



玉川フィッシングセンターでは、アウトドア用品を取り揃えることによってキャンプ&フィッシングの世界を提案。新規ファンの獲得に成功している。これはマリンでも使いそう。ヤマハではスポーツフィッシングに必要な各種用品、機装品はもちろんのこと、こうしたライフスタイルを彩るさまざまなグッズ、アクセサリをご用意しています。詳しくは「マリンアクセサリカタログ1992」をご覧ください。

● ボートフィッシングの新たな魅力を体験する  
ヤマハスポーツフィッシングスクール



入門者を育てるために必要不可欠ともいえるスクール。が、販売店単位で開催するとなると経費、人工、時間等、そう簡単にはいかないのが実情です。そこでヤマハが開催中のスポーツフィッシングスクールをお客さまにご紹介してみたいかがでしょう。全国の8販売会社で開催しているこのスクールは、IGFAルールに基づいた講習内容でライトタックル、ビルフィッシュの2コースをご用意。お客さまのフィッシング観も変わり、ひと皮むけて戻ってくるのでは……。詳しくは担当セールスマンにお尋ねください。なお、販売店を対象にしたマリンアカデミーでも同様の講習を用意しています。

■ アウトドアをプラスして間口を拡大する

洒落た雑貨店やケーキ店が軒を連ねるお洒落なショッピングセンター・近鉄ハーツ。ここに釣具店を出店するからには釣り具にプラスアルファの魅力を演出することが必要となります。同店ではこのプラスアルファを「フィッシング+アウトドア」と考えました。

「釣り業界で急速に人気を博しているのがバス・フィッシングです。これはアウトドアと連動していることが多いんですよ。バス・フィッシングの需要層が、ちょうどファミリーや若者層と重なりましてね」

そこで同店ではバス・フィッシング関連商品をラインナップさせることはもちろん、需要の開拓を狙って定期的な講習会も開催して

います。集客と宣伝効果を狙って、ときには駐車場にボートを持ち込んでキャストインクの講習も。多いときにはなんと200人もの受講者が集まるとか。

「店内にもアウトドアコーナーを作っています。これは外からも見える場所です。釣具店では敷居が高くても、アウトドアのエッセンスを加えることでぐっと入りやすくなるんですよ」

アウトドアグッズはコンロやナイフ、キャンプ用品、ウェアなどを中心に取り揃えます。アウトドアはあくまでプラスの部分。決して突出させず、釣具店の魅力を維持しながら間口を広げることに成功していました。

# 遊



竹原マリンのクラブハウス&ショップは2年前に改装したばかり、オーナーの満足度もアップ



店内はスポーツフィッシング用のロッド、リール、ルアーなどが展示。オーナーの目を引いている



「知」、「商」ときて「遊」。これからのボートフィッシング・ショップは「知識」をもって「商」売をしながら「遊びごころ」を提供していくことが必要なのだとみた。最後に、広島県竹原にショップとマリナーを構える竹原マリンさんを訪ね、その遊びごころと同店が実施している遊びの普及について取材してみました。

## 遊びの楽しさを伝えるためには、自分が知らなくてはならない

竹原マリンさんの創業は昭和48年です。朝倉社長は、父親からこの事業を引き継ぐまでは材木関係の事業を行っており、マレーシアに住んでいたこともあり。スポーツフィッシングはマレーシア在住のときに体験しました。

「向うでは27フィートの和船タイプのボートを持って毎日のようにスポーツフィッシングを楽しんでいました。帰国してこの仕事をはじめるとき、この体験を活かせないかと」

そう考えた朝倉社長は、瀬戸内海にハマチが群れるのを見て、ハマチを対象にしたスポーツフィッシングを実施。これが非常に面白く、お客さまに勧めるようになりました。

「とくに永年釣りをしていたら、通常の釣りに飽きていたんでしょか、そんなオー

## 遊びといえども、仕事に活かすためには観察力と勉強も必要である

新たなフィッシングスタイルの提案をしている同店ですが、これによって新規客が増えるのはまだ先のことのようにです。しかし、こうした普及活動が、現オーナーの代替に拍車をかけたことは大きなメリットです。

「今まで古いフネを平気で使っていたようなお客さまが、新艇や、艀装に興味を持つようになりまし。大型化、インボード化が目立ちます。U F—30、33、F R—28あたりが人

ナー層が喜んで飛びつきました。最初は半心半疑だったんですが実際に同乗し、やってみせると確かに釣れる。ヒットするまでは確かにヒマなんですけど、ヒット後は、釣り上げるまでの手応えが今までと全然違うんですよ」

このスポーツフィッシングの魅力を朝倉社長は、オーナーのひとりひとりにマンツーマンで伝え、広め、今ではかなりのスポーツフィッシング愛好家が、竹原マリンさんの中で育っています。また、今年の冬にはお客さまの何人かをお誘いして古巣のマレーシアへのビッグゲーム・ツアーを実施。

「お客さまは向うで20kgクラスのサワラを釣って感激。戻ってきてスポーツフィッシングにますますのめり込んでます」

に飽きてきたら、どうするのか——、ということ。販売店たるもの常に新しい発想で遊びのメニューを考えていかなければならないというわけです。そこで——

「次は船を止めたままルアーを中層まで落とし、ロッドアクションだけでハマチを釣ろうと提案しています」

この方法は朝倉社長ご自身が地元漁師さんが魚法として取り入れているのを見てひら

**特集** 魅力的なボートフィッシングの提案で  
フィッシングボートの新規需要を生み出そう



ボートヤードに保管されている多くのボートにダウンリガー、ロットホルダーが装着されている。艇種はUF、FRが多く、スポーツフィッシング仕様のFG-36も見受けられました

ご自身もよくお客さまに同行してスポーツフィッシングを楽しまれている。この日もUF-30でさっそくトライ



**お客さまと海外へ  
ビッグゲームフィッシング  
にトライ!**

これまでも「お客さまと海外へ出かけてスポーツフィッシングの魅力を知った」というお話をよく聞きました。チャーターボートでベテランのガイド、ドライバーが同乗、それだけに日本ではお目に掛かれない大物がヒットする確立は大。7頁でもご紹介した専門誌「スポーツアングラー」には海外のチャーターボートの広告も出ているので、直接問い合わせてもよし。国内の旅行代理店でもコーディネートしてくれる。海外に限らず「はいむるぶし」のように国内でも大物が狙えるリゾートも数多くある。



**経験を積んだら、  
国内のトーナメントで  
腕試し**

ここ数年、日本国内でもビルフィッシュトーナメントを中心にスポーツフィッシングの大会が全国各地で目白押し。大方は7月をもって終了しているところが多いが、8～9月に行われる主な大会をご紹介します。(7/25現在)

- 8月**
- ヤマハマリンフェスティバル・スポーツフィッシングin社鹿/8月8～9日(塩釜)
  - ヤマハビッグファイトトーナメント第3戦/8月23日(三崎)
  - 遠洲灘ビルフィッシングトーナメント'92/8月28～30日(浜名湖)
  - JGFAライトタックルトーナメント/8月29～30日(三崎)
- 9月**
- 沼津ビルフィッシュトーナメント/9月3～5日(沼津)
  - ビルフィッシュトーナメント IN 対馬/9月25～27日(対馬)
  - 瀬戸内スポーツフィッシング/9月13日(志度)

もうひとつの対策は、IGFAルールによるスポーツフィッシングの普及です。「今のところお客さまにルアーフィッシングの面白さを体験していただく段階でルールまでは……。ただルールを定めて釣りをすることで、みなさんますますのめり込むんじゃないですか」

今年の2月にヤマハの協力のもと、釣具メーカー(オリムピック社)から講師を招き、IGFAルールに基づくスポーツフィッシング講習会を開催。「3隻が参加しましたが、みなさん興味津々でした。今後はユーザーを組織化、各地のビルフィッシュトーナメントに参加したい、自店でも小規模なトーナメントを開催してみたいとも。スポーツフィッシング

**新鮮な艀装や道具を見せて  
ユーザーを触発する**

気です。船外機艇でも楽しめるんですが、段々とポイントを沖に求めているようです」

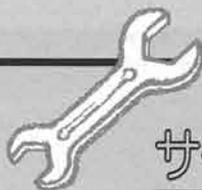
順調に代替促進の役割を果たしている朝倉社長のライトタックル・フィッシング普及ですが、課題も生まれました。一つは、今の遊び

めいたということです。朝倉社長いわく「自分は根っからの遊び人」。遊ぶことが好きだからこそ、見たもの聞いたことを仕事に活かせるのでしよう。

を核とした顧客獲得に意欲をみせます。広々としたボートヤードに、洒落たクラブハウスとショールーム。店内には魚深、ローソンの航海計器とスポーツフィッシング用のロッドやリール、ルアーも展示。

「初めていらつしやったお客さまの場合、こんな竿でいったいどんなデカイの釣るんだ、と興味を持たれる方が多いですね。また、スポーツフィッシング・ファンが増えたことで航海計器やロッドホルダーなど、用品にお金をかけるオーナーさんが増えました」

マリナーの雰囲気から店内の装飾までが、お客さまのファッションナブルな遊びどころに火を付けているようです。



## サービスマンの 独りごと

宗本マリンサービス/宗本 昇次郎代表(大阪府)

●1939年生まれ。徳島県出身。県立高校普通科卒業後、自動車販売会社へ入社。自動車のサービスマンを経た後、マリン業界へ転向。現在はヤマハ関西圏指定のサービスショップ経営と合わせて、全国ヤマハマリンサービスショップ会の副会長という要職にある。



### 『適切な処置をした時は、ちゃんと結果も返ってきますからね。』

今回は大阪・住之江区にあるヤマハ関西のサービスセンター大阪に宗本さんを訪ねました。「宗(吉)本興業へようこそ」と第一声から冗談が飛び出す陽気な方。そんな宗本さんの周囲には笑い声が断えず、職場の雰囲気や和やかなものにする不思議な魅力を感じました。

仕事に対する責任感から毎年10kgはやせます(笑)。

この業界に入ったきっかけは、本当にたまたまなんです(笑)。自動車販売会社時代の後輩がヤマハに転職していましたね。当時はボート人口も少なく、マリン業界自体がこれからという時で、専門のサービススペシャリストの数も少なかった。それでエンジンなんかをいじれる機械関係のスペシャリストをヤマハさんが求めている。自動車と船の違いはあるけど、エンジンをいじることにはかわりはないや、と思いきって飛び込んだんです。

サービスマンの仕事というのは、当たり前のことですが常に真剣勝負の連続です。だってそうでしょ。陸の上を走る車と違って、エンジンが止まっちゃったではすまされなからね。そんな事になったら即漂流してお客さまの命にかかわってしまう。責任感から毎年10kgはやせますよ(笑)。

最近のボートは品質がしっかりしていますが、かといってサービスの仕事が減っているかという、逆に増えているんです。つまり、ボート自体毎年ニューモデルが発表されたり、

改良が加えられたりするから、それに合わせてサービスマニュアルも次から次へと出てくるわけです。それをどんな小さなことでも1つ1つ確実に憶えていくわけですが、今まで培った経験という大きな財産が助けになりますね。例えば、A、B、Cという3つの要因で故障したとします。A、B、Cそれぞれについての知識はあっても相関関係が分からなければ修理に時間がかかってしまう、そういったことはやはり経験を積まないとなかなか身につかないですからね。

お客さまと楽しい時間を共有できたら幸せですね。

普段仕事をしていて一番意識しているのは、常にヤマハというブランドの看板を背負っているんだという事です。例えば、マリーナでヤマハ艇のオーナーの方が、エンジンが掛からないで困っているとします。そこへ僕が通りかかる。するとお客さまとしては、ヤマハのツナギを着ているからきつと修理してもらえらるだろう、ああ助かった、となるわけですよ。

そこで修理に10分かかるとか、あるいはその場では直らないものなのかはあまり関係ないんです。要はヤマハの人に見てもらえたという安心感が大切なんです。そのお客さまの中では、やっぱりヤマハ艇を買ってよかった、さすがヤマハだという信頼感につながるんです。それがひいてはヤマハのブランドイメージ、僕の仕事へと大きな実を結んではお返っ

てくるんだと思います。このサービスマンという仕事は例えていうと、散髪屋さんに似ていると思うんですよ(笑)。たまたまフラリと入った店で、自分の好み通りの髪型に仕上げてくれた。そうしたら次もまたその店へ行ってみたいくなるでしょ。つまり修理、艀装といった部分でいかにオーナーの希望、好み通りに仕上げられるかが大切なんです。マニュアル以外の自分オリジナルのスパイスを振りかけてね。

この仕事をしていてよかったなと思う時は、月並みかもしれませんが、船を一艇まかさされてエンジン、艀装から全てを自分の手で手掛けた時です。結果がダイレクトに返ってきますからね。適切な処置をすれば結果に表われ、お客さまの満足感となって返ってくる。

技術面でお客さまに信頼されることは当たり前ですが、その他にも、いかにお客さまとコミュニケーションをはかっていくか、色々努力をしています。水上スキーを習ったり、釣りに関する事を憶えたり。お客さまと海に出て、釣りは知りませんではシラけてしまっしょ。最終的には人と人のつながりですからコミュニケーション力というか、仕事をする上で遊び心も必要だと思います。漁師さんは別として、大抵の方は遊ぶために船を購入しているんですから。仕事を通じてお客さまと楽しい時間を共有できたら、一番素晴らしい事だと思います。

新しくなりました

My SHOP

お客さまに受ける  
お店づくり

## 「生活提案をするショップだから、

## 新鮮であり続けることが必要」

岩手県のマリンプラザ、互洋大船渡マリーナさんが、ヤマハのMOS (=The Making Of Shops) 計画に基づいて新規店“マリングッズ互洋”をオープンしたのは'90年7月のこと(本誌No.74にて掲載)。以来、順調にマリン用品のご商売を展開してきた同店では、今年6月、再びMOS計画に基づいたリニューアルを実施しました。この2年間におけるご商売と、これからの狙いについてお聞きしようと、再び“マリングッズ互洋”を訪ねてみました。



(有)互洋大船渡マリーナ  
マリングッズ互洋

- 所在地——岩手県大船渡市
- 店舗面積——1階/352・75㎡
- スタッフ——2名
- 営業時間——10時～18時30分

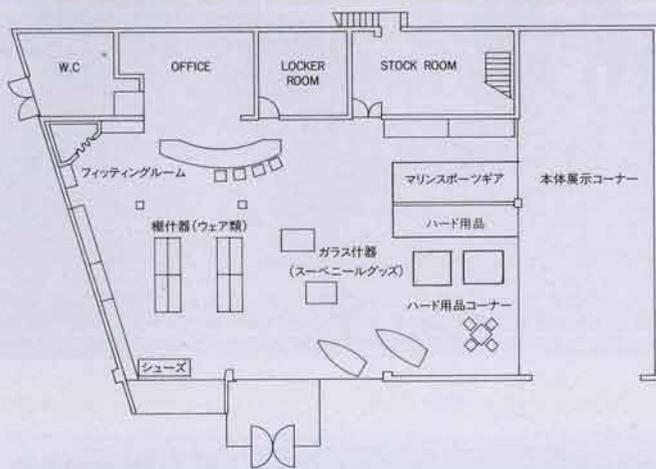
●立地条件——三陸海岸に沿って南北に走る国道45号線。北は釜石、南は陸前高田、気仙沼へと続くこの国道に面している。周辺はロードサイド型の量販店やパチンコ店等が営業中。海岸線までは車で約10分という立地。なお、現在の大船渡市の人口は約3万8千人となっている。





### コミュニティ・スペース

日常会話から普及活動、販売後の処理、そしてウェイトニングスペースとしてお客さまとショップが触れあいを深める場としてカウンターを設置。また、やすらぎを感じながら行える商談スペースを設置しています。



## 2年間で軌道に乗った "マリングッズ互洋"

互洋大船渡マリーナの菅野享社長によると、90年以來2年間、マリングッズ互洋の売上は順調に推移しているといいます。

「採算は3~5年という計画でしたが、2年でプラスαが出ました。特にマリンウェアの売上が予想以上でした。海に関係なくてもいろいろなグループがユニフォームとしてウインドブレーカー等を買っていくケースも目立っています。

客層も当初の狙い通りで、高校生を中心とした若者、女性など幅広い層に来店してもらっています。店の雰囲気にかかれて「ちょっと見るだけでも」といったお客さまの来店も狙い通り増えています」(同社長)

本店(業務が中心)における部品部門関係の受発注業務も、ここ「マリングッズ互洋」に集約させ、部品・用品ビジネスの拠点として機能している同店ですが、その年間の売上は現在約1億円となっています。

## 提案型のお店であるからこそ お客さまにあきらめられてはいけない

MOS計画によるショップづくりが効を奏して順調に売上が伸び、不特定多数の人々にマリンの魅力伝えていた同店ですが、2年経た今、改めてリニューアルに踏み切ったことについて伺ってみました。

「マリンウェアというファッション性の高い商品を扱っているし、魅力的なマリンライフを提案していく上で、少なくとも3年に1回の店内改装は基本であるといった考えが根底にありました。お客さまに飽きられてはどのようなないですからね。またウェアが好調だったこともあり、この機会に商品を拡充し、そのスペースを広げることも目的のひとつでした」

そして、同店では再びMOS計画を導入。当初のコンセプトであった「地域生活者とマリンライフ指向のヤングに、マリンテイストのファッション商品を通じてマリンスポーツ、マリンライフの魅力を提供していく」ことを、より強固に。さらに「マリンミュージアム互洋」をキーワードにお店づくりを進めていきました。

「気軽に興味を持って立ち寄ってもらい、その中のほんの少しの人でもいい、将来本体のオーナーになっていただければと考えています」(同社長)



## ファッショングッズゾーン

リニューアル後、特にボリュームを持たせたのが、この部分。ウェアやシューズなどを、フレキシブルに対応できるアタッチメント什器で陳列。レイアウト変えがし易くなっています。



## ハード商品ゾーン

魚探、船外機、ワックス、オイル、その他ハードなマリン用品をコーナー展開。オーナー層に応えた品揃えで、POP等を使って購買意欲を促します。

## マリンスポーツギアゾーン

周辺地域ではアクティブなマリンスポーツも盛んです。そのため、さまざまな関連商品を、ボリューム感ある見せ方でコーナー展開しています。



## スーベニールグッズゾーン

手軽に買えるマリンテイストの小物、雑貨などを陳列して、オーナー層以外のお客さまにも、マリンスポーツに興味を持っていただくためのスペースです。



● 身近な世界で具体的な行動を

# 自然環境保護を優先した マリンスライフを啓蒙しよう。



僕たちの海  
やさしくしてね

このイラストの中心は自然環境保護を優先した人と考えたいと思います。  
ご家庭やご友人と一緒にこのイラストの行書をしていただくことを  
おすすめします。

マリンスポーツは、美しい自然の中でこそ

自然環境も人もマリンスポーツ



日頃のお仕事の中で、廃油や廃材の処分について、自然環境保護の立場を優先されたお取扱いをされていますか？ お店でご使用される洗剤や船底塗料の選定にあたって、そうした意識を反映されていますか？

お客さまとの日常の会話の中やイベント開催時などの機会を通じて、海上におけるゴミや空缶類などのお取扱いについて、アドバイスされていますでしょうか？ 釣りユーザーに対しては、不要な釣り針や釣り糸の処分やマキ餌の扱い、キャッチ&リリース(放流)活動について、ご指導いただいていますか？

先きにブラジルで開かれた『地球環境サミット』を見るまでもなく、私達の地球ではもはや自然

環境保護の活動は、何よりも人類が最優先して取り組まなければいけない課題のひとつとなっています。

ましてや海や川や湖など自然環境を舞台に楽しむマリンスポーツ&レジャーにおいては、そうした意識を反映した行為の徹底が、緊急な問題として提案されています。

ここにご紹介するポスターとチラシは、お店の皆様方がお客さまや地域の人びとと一緒に、こうした自然環境保護の問題を見つめ直していただくために用意したものです。店頭をはじめ人の集まる場所へのポスター掲示はもちろん、チラシの配布など、自然環境保護への関心を高めてみてはいかがでしょうか。

※チラシの裏面では、表面(ポスターと同じ)イラストの絵ときをゲーム性をもたせて説明しています。

お客さまにご家庭へお持ち帰りいただき、ご家族全員で自然環境保護の問題について、お話しいただくようお願いいたします。

※ポスター&チラシについてのお問合せは、担当セールスマンまでご連絡ください。

## マーケティングかんたん講座 ④

産能短期大学/吉川 雅之

金がかからず、効果のある  
販売促進なんて、あるのかな？

しばしば、「販売促進をやってみたけど効果が出なかった」という話を聞きます。

これはたった一つだけの販売促進（例えばお金のかかる広告など）に過剰な期待を持って実施し、こんなにお金をかけたのだからみるみる売上が上がると考えたのでしょうか。もし、そうだとすれば、売上が上がらずに苦勞する人などはいなくなるでしょう。

販売促進と言うのは、万能ではあ

りませんが、効果がないものでもありません。やり方によって効果が変わって来るのです。では、消費者（お客さま）向けの販売促進のやり方を考えて見ましょう。

まず、考えなければならないのは「何のために」販売促進を行うか、ということです。

「何のために」というとそれは当然売上をあげるため、という言葉が出てきます。しかし、売上を上げるためには、お客さまに来店して貰うこ

とが先決です。お客が少ないのに商品売ろうとしても無理でしょう。また、来店をしても商品を知り、理解し、いいと思わなければ購入はしないでしょ。

つまり、販売促進を行って消費者（顧客）が商品を購入するよう仕向けるにはいくつかのステップがあるということです。

消費者に対する販売促進としては大きく分けると次の三つがあります。

## ●来店を促す販売促進



## ●購買を促す販売促進

●固定客を強化するための販売促進  
各々について説明しますが、今回は来店客を増やす方法に絞って考えてみましょう。

来店を促進するためには、第一にできるだけ多くの人と接触し店の存在を知らせることが必要です。これには、TV、ラジオ、新聞、雑誌、バスや駅に出す交通広告、屋外広告、店を目立たせるための店頭の看板等のようにお金をかけなければできない広告があります。しかし、電話によ

る呼びかけや、チラシ広告（新聞の折込みや、訪問して行う手渡しのチラシ）、手書きのDMなども同じ様な効果を発揮できます。顧客がそれほど広範囲に分散しているのではない小売店にとってはこれらの小規模な方法の方が有利でしょう。

第二に必要なのは、店に来て貰うための魅力作りです。これには、さまざまなイベント（催事）があります。用品のバーゲンセール、試乗会、福引き、来店者へのコーヒーやお茶のサービス等多数の方法が考えられ

ますが、何よりも知識が豊富で、会話の出きる店員が重要です。

そんなにたくさんの事をする予算がない、という声が聞こえそうです。しかし、広告などの一部のお金のかかる方法を除けば、例えば電話を使ったり、手作りのポスターなど、お金のかからない方法もたくさんあります。要はちょっとした手間を惜しまない事と、アイデア次第で販売促進は成功するのです。諦めるのではなく、どうやれば出来るかという工夫を凝らすことが大切です。



明るい社内教育でパワーアップ!

# キーワードは 「明るく、素直に、元気よく!」

三重県四日市市  
ヤマハマリンプラザ・(株)ダイイチ

90年10月に開講して以来、多くのヤマハマリンプラザスタッフにご利用いただいている『マリニアカデミー』。今回は、実際に同アカデミーに参加し、スタッフのスキルアップに役立てている販売店をご紹介します。お訪ねしたのは三重県の(株)ダイイチさん。同社では、これまでに17名のスタッフのべ39講座に参加。積極的に『ヤマハマリニアカデミー』を活用しています。

## トータルバランスに優れた人材を育てることが目標

(株)ダイイチさんの社員教育について、同社の服部正樹常務にお伺いしました。  
「一つのシステムを作り上げる、つまり、そのシステムをこなせば自然と商品が売れていく構造を作る、その一環として社員教育があるわけです」  
では、どのような人材に育てていく必要があるのでしょうか。  
「物事をトータルに考えることのできるバランスのとれた人間。指示を待たず動くのではなく、自分自身で企画し、戦略的なプログラムにのっとり実践できる人間です。仕事をこなすのに受け身でいるとやりがいや喜びも沸きません。営業という職種の中にもクリエイティブな面を見出して楽しんでもらいたい、と考えています」

そこで同社ではゲームによる企業経営シミュレーション『MGゲーム』シメントゲームを社員教育に取り入れました。経営感覚と戦略的思考が身につくといわれるこのゲームの導入は社内でも好評のようです。  
「今、女性を含む全社員で取り組んでいます。どうせなら楽しくやろうと10月には社内ではMG選手権を開く予定。またMGを核とした社内報も作って社員どうしの情報交換も行っています」  
この他、同社では、労働省が開校している

中小企業大学も利用。営業マンは4泊5日の研修を年間6回かけて実践しています。それにかかる時間もさることながら、費用もかなりもの。しかし、結果を考えればメリットの方がはるかに大きい、というのが服部常務の考えです。

そして、マリニアカデミー。当初は特に新人スタッフにマリンプレイを体験させる目的で活用していたようです。

「マリニ業界といっても仕事ばかりでは結局3Kなんです。そうした意味で、2泊3日でも、キラキラしたマリニのイメージを体験して欲しいと考えてまして(服部常務)。」

## マリニアカデミーで身につける「知力」は個人のパワーに...

もちろん、そればかりではありません。「知の習得は個人のパワーアップに繋がる」と考えての利用でもありました。社員が学べるものならどんどん利用していこう、という開講以来、アカデミーへ積極的に参加するに至ったわけです。誰がどのコースを習得するかは社員に任せました。それを受けた社員は、話し合った上で、計画的にコースを決めています。今年のテーマは「経理」と「債権」。この両講座を中心に受講しました。同社の営業係長・宇佐美隆さんは入社6年。セールスマンのリーダーとして活躍中の宇佐美係長は、今年の1月に債権管理講座Ⅱを受講しています。

「契約後のキャンセルや、残金を払っていただけないケースなど日常でも割と怒るケースを取り上げてもらい参考になりました。地域の異なった同業者が集まって情報交換ができたことも収穫のひとつです」

また、中途入社後3カ月で経理と艇体講座を受講した渥美正人さんは、「法人相手の商談をする際、相手の内容に合った話ができそうです。艇体についてはセールスの場面でその性能を説明する際役立っています」

### ■ヤマハマリニアカデミー・カリキュラム

クラス	コース	マリンプレイコース	実務コース	資格取得コース
	対象	マリニセールスマン、マリニサービスマン、マリニパーツマン		マリニサービスマン
スキルアップ	入社時 (1~2年次)	●マリンプレイ体験講座	●商品概要講座 ●エンジン講座Ⅰ(サービスマンは対象外) ●接遇講座	●2級マリニ整備士養成講座 ●YMCA認定講習会
	1~2年次	●航海講座Ⅰ ●ヨット講座Ⅰ ●水上スキー講座	●エンジン講座Ⅱ(サービスマンは対象外)	
	3年次	●航海講座Ⅱ ●スポーツフィッシング講座	●債権管理講座Ⅰ ●艇体講座	
	4年次	●ヨット講座Ⅱ ●ダイビング講座	●債権管理講座Ⅱ ●経理講座	
スキルチェック	5年次	●航海講座Ⅰ・Ⅱ ●スポーツフィッシング講座 ●ヨット講座Ⅰ・Ⅱ		
	10年次	●航海講座Ⅰ・Ⅱ ●スポーツフィッシング講座		

ヤマハマリンアカデミー修了者('92.5~6月)

(敬称略・順不同)

- ◆マリンプレイ体験講座(5/6~9)  
田口知宏(兵庫トヨタマリン)、水野秀明(兵庫トヨタマリン)、影山善行(兵庫トヨタマリン)、金沢洋子(エムケイマリン)、瀬本裕子(JEUGIA)
- ◆スポーツフィッシング講座(5/12~13)  
中村光貴(ヤマハ関西)、竹長潤(ヤマハ関西)、竹村芳彦(ヤマハ境店)、増見善明(サントビアマリーナ)、橋本金憲(ヤマハ松山店)、松島至信(ヤマハ中国)、前田友行(ヤマハ旭川・宮)、古谷嘉章(ヤマハ浜松店)、有本潤一(ヤマハ浜松店)
- ◆商品概要講座(5/12~14)  
田口知宏(兵庫トヨタマリン)、二瓶満(ポトショップ酒田)、今井修(ヤマハ発動機)、豊嶋英二(豊嶋商会)、的手孝憲(マリン大阪)、水上嘉伸(マリンショップつしま)、田中政樹(マリンショップつしま)、高橋研二(マリナス開発)、風間歳男(ヤマハ東京)、若生智也(ヤマハモーター部品東京)
- ◆接遇講座(5/15)  
曾我部新也(ヤマハ沼津店)、菅幸広(向島船渠)、豊嶋英二(豊嶋商会)
- ◆エンジン講座 I (5/18~19)  
菅幸広(向島船渠)、東田充弘(サントビアマリーナ)、水上嘉伸(マリンショップつしま)、田中政樹(マリンショップつしま)、的手孝憲(マリン大阪)、田口知宏(兵庫トヨタマリン)、豊嶋英二(豊嶋商会)、森内章主(福山マリンサービス)
- ◆航海講座 II (5/21~23)  
堀江仁(ヤマハ京都店)、阿竹伸二(ヤマハ沼津店)、今津政博(ヤマハ岡山店)、小松晃(ヤマハ北陸店)、片岡道俊(ヤマハ小樽店)
- ◆エンジン講座 II (5/25~27)  
吾妻淳(ヤマハ発動機)、豊嶋英二(豊嶋商会)、大浜勝也(サントビアマリーナ)、濱野春彦(徳島モーターズ)、佐藤統洋(ヤマハ肥後橋店)、山本等(ヤマハ千葉店)、水上嘉伸(マリンショップつしま)、田中政樹(マリンショップつしま)、杉山正剛(出光マリンズ)、黒田幸男(ヤマハ藤田)
- ◆ヨット講座 I (5/25~27)  
田口知宏(兵庫トヨタマリン)、的手孝憲(マリン大阪)、持田出(ヤマハ関西)、尾田浩(マリナス開発)、水野守彦(ヤマハ北陸店)、山浦伸介(ヤマハ横浜店)、村沢康弘(ヤマハ横浜店)、江川裕介(ヤマハ岡山店)、長久裕之(ヤマハ名古屋店)、前田隆(ヤマハ名古屋店)
- ◆ヨット講座 I (5/6~16)  
天野洋志(ヤマハ高松店)、松原良太(ヤマハ京都店)、奥野一隆(ヤマハ名古屋店)、佐古田厚志(ヤマハ肥後橋店)、他力啓二(ヤマハ世田谷店)、遠藤雅人(ヤマハ葛飾店)、本堂秀水(ヤマハ世田谷店)、手島健太郎(ヤマハ名古屋店)、鈴木雅文(ヤマハ釧路・宮)、戸川佳洋(ヤマハ肥後橋店)、山下陽一(ヤマハ神戸店)、進藤良平(ヤマハ神戸店)
- ◆ヨット講座 I (5/12~16)  
桜井真樹(ヤマハ浜松店)、清水学(ヤマハ岡崎店)、向井秀行(ヤマハ広島店)、船倉嘉一郎(ヤマハ函館・宮)、石川加太(ヤマハSC室蘭)、河合宏一(ヤマハSC海の中道)、柴田孝史(ヤマハSC東京)、清水幸男(ヤマハSC神戸)、鈴木茂雄(ヤマハSC城ヶ島)、平宗和(ヤマハSC大阪)、波多野大介(ヤマハSC名古屋)
- ◆水上スキー講座(6/2~3)  
長島隆蔵(ヤマハ京都店)、鈴木馨(ヤマハ千葉店)、杉山正剛(出光マリンズ)
- ◆スポーツフィッシング講座(6/4~5)  
五藤敏(ヤマハ発動機)、深村英明(ヤマハ発動機)、井上潤一(ヤマハ柳井店)、小西俊明(ヤマハ松山店)、今泉道裕(ヤマハ名古屋店)、川村直(ヤマハ千葉店)
- ◆航海講座 I (6/10~13)  
小林雅巳(ヤマハ発動機)、江川裕輔(ヤマハ岡山店)、田口知宏(兵庫トヨタマリン)、前田茂(ヤマハSC浜名湖)、西本武(ヤマハ京都店)、油谷啓一(サントビアマリーナ)、水上嘉伸(マリンショップつしま)、田中政樹(マリンショップつしま)、柴田哲(出光マリンズ)、岡田和仁(マリナス開発)
- ◆エンジン講座 II (6/15~17)  
桑高広(ヤマハ沼津店)、東田充広(サントビアマリーナ)、中下達司(ヤマハ岡山店)、松本隆嗣(ヤマハ肥後橋店)、木野本充弘(ヤマハ肥後橋店)、野呂茂(ヤマハ肥後橋店)、岩城信雄(ヤマハ肥後橋店)、岡龍祐(ヤマハ発動機)、杉山明久(ヤマハ発動機)、藤原康雄(寸座ピラ)、倉田龍次(寸座ピラ)、北島浩(横浜技術コンサルタント)
- ◆ダイビング講座(6/15~19)  
富永邦彦(ヤマハSC岡山)、喜田孝治(ヤマハ千葉店)、杉山正剛(出光マリンズ)、渡部尚哉(日本小型船安全普及協会)
- ◆エンジン講座 I (6/22~23)  
堀内俊介(ヤマハ発動機)、大浜勝也(サントビアマリーナ)、野崎正人(ヤマハ札幌・宮)、倉田龍次(寸座ピラ)、藤原康雄(寸座ピラ)、本吉千秋(横浜技術コンサルタント)
- ◆航海講座 I (6/24~27)  
平田泰史(マリンショップエニシ)、加藤勝利(ヤマハ松山店)、中村忍(ヤマハSC浜名湖)、石山俊次(ヤマハ青森店)、坂口秀樹(ヤマハ鹿児島店)
- ◆エンジン講座 I (6/3~5)  
遠藤雅人(ヤマハ葛飾店)、手島健太郎(ヤマハ名古屋店)、進藤良平(ヤマハ神戸店)、桜井真樹(ヤマハ浜松店)、本堂秀水(ヤマハ世田谷店)、清水幸男(ヤマハSC神戸)、鈴木茂雄(ヤマハSC城ヶ島)、平宗和(ヤマハSC大阪)、波多野大介(ヤマハ名古屋店)、石川加太(ヤマハSC室蘭)
- ◆エンジン講座 I (6/6,6/9~10)  
樹林謙(ヤマハ和歌山店)、高林武俊(ヤマハ札幌・宮)、中野好雄(ヤマハ岡崎店)、平山琢男(ヤマハ熊本)、守内淳(ヤマハ長崎店)、河合宏一(ヤマハSC海の中道)、柴田孝史(ヤマハSC東京)、魚住英晴(ヤマハ盛岡店)、海野智洋(ヤマハ佐世保店)
- ◆エンジン講座 I (6/11~13)  
奥野一隆(ヤマハ名古屋店)、清水学(ヤマハ岡崎店)、鈴木雅文(ヤマハ釧路・宮)、天野洋志(ヤマハ高松店)、戸川佳洋(ヤマハ肥後橋店)、他力啓二(ヤマハ世田谷店)、佐古田厚志(ヤマハ肥後橋店)、向井秀行(ヤマハ広島店)、山下陽一(ヤマハ神戸店)、松原良太(ヤマハ京都店)、船倉嘉一郎(ヤマハ函館・宮)
- ◆マリンプレイ講座(6/3~16)  
遠藤雅人(ヤマハ新宿店)、奥野一隆(ヤマハ名古屋店)、桜井真樹(ヤマハ浜松店)、佐古田厚志(ヤマハ肥後橋店)、清水学(ヤマハ岡崎店)、進藤良平(ヤマハ神戸店)、鈴木雅文(ヤマハ釧路・宮)、他力啓二(ヤマハ世田谷店)、手島健太郎(ヤマハ名古屋店)、戸川佳洋(ヤマハ肥後橋店)、船倉嘉一郎(ヤマハ函館・宮)、本堂秀水(ヤマハ世田谷店)、松原良太(ヤマハ京都店)、向井秀行(ヤマハ広島店)、山下陽一(ヤマハ神戸店)、魚住英晴(ヤマハ盛岡店)、海野智洋(ヤマハ佐世保店)、樹林謙(ヤマハ和歌山店)、高林武俊(ヤマハ札幌・宮)、中野好雄(ヤマハ岡崎店)、平山琢男(ヤマハ熊本)、守内純(ヤマハ長崎店)、石川加太(ヤマハSC室蘭)、河合宏一(ヤマハSC海の中道)、柴田孝史(ヤマハSC城ヶ島)、清水幸男(ヤマハSC神戸)、鈴木茂雄(ヤマハSC東京)、平宗和(ヤマハSC大阪)、波多野大介(ヤマハSC名古屋)、柄沢康善(ノースセイルジャパン)



四日市市内にある株ダイイチのポートセンター(本社)。県南部・伊勢市に支店がある。マリン部門では営業スタッフ、サービスマンそれぞれ11名が在駐。今年7月には同社が第三セクターで参画している河芸マリーナが仮オープン。さらなるビジネスの拡大が進む



社内で発行している「MGニュース」。各人のマネージメントゲームの進行状況等が報告されており、なかなか楽しい情報交換誌となっている。なお、経営シミュレーションゲーム「MG」に関するお問い合わせは株CDI・☎03-3473-3451まで



積極的に社内教育を進める服部常務。「社員のスキルアップは、結果、お客さまの満足度アップにつながる」とも

さらにお話を聞いたお二人は共通して「今まで自分が知っていると信じていたことが、実は間違っていることに気づかされた」と語っています。受講後の仕事については「知識を身につけた自分、お客さまに対して自信もつき、会話にも説得力ができた」ということです。

マリンアカデミーを含めた一連の企業内教育に力を入れはじめて一年半。宇佐美係長は「社内が明るくなって雰囲気もいいです。そろそろ数字(売上)にも現れてくるでしょう」とその効果を語っています。

服部常務の言う「今年度のキーワードは明るく素直に元気良く」がすっかり定着しているようです。

最後に同社の「経営計画」の基本方針を聞かせていただきました。それは①お客さま第一主義 ②お客さまへのサービスアップ ③同業他社との差別化 ④環境整備。社内教育が、こうした基本理念の上で成り立っていることは言うまでもありません。

ヤマハマリンアカデミー開講スケジュール('92.9月~'93.3月)

コース	講座名	日 程
マリンプレイコース	航海講座 I	10/6~9, 11/4~7, 11/18~21, 12/1~4, 1/27~30, 2/3~6, 2/17~20, 3/2~5
	航海講座 II	10/15~17, 10/29~31, 11/12~14, 11/26~28, 12/17~19, 1/12~14, 3/9~11
	ヨット講座 I	9/24~26, 11/3~5, 1/18~20, 2/8~10, 3/4~6
	ヨット講座 II	10/1~3, 12/10~12, 1/21~23, 2/11~13
実務	スポーツフィッシング講座	10/13~14, 10/22~23, 11/10~11, 12/15~16, 2/25~26
	エンジン講座 I	10/22~24, 1/18~20, 2/8~10
	エンジン講座 II	9/23~25, 10/15~17, 10/29~31, 11/18~20, 12/17~19, 1/21~23, 1/28~30
	艇体講座	未定
	債権管理講座 I	未定
	債権管理講座 II	未定
経理講座	未定	

※お申込みについては、別途ご案内させていただきます。



北海道 厚岸

# 地域に密着、徹底的に

# コンブ漁を追求した和船W-31 AFR

北海道厚岸郡厚岸町

マリンショップ  
(有)ミナトモーター／宗石征幸代表



「W-31AFRは、発売後迷わず手に入れました。船が悪ければ買いませんよ」と、地元で20年近くコンブ漁を営む奥野さん。息子さんの広勝さんと二人三脚で船を操ります。

「毎日、朝5時から8時頃までが漁の時間。息子と二人きりですが、短い時間のうちに、できるだけ多く採れるようにしたかった」と、W-31を選んだ理由を語っていました



写真左がミナトモーターの宗石社長。W-31AFRでコンブ漁を営む奥野広勝さん(右)は漁期以外はミナトモーターさんでサービスマンとして活躍しています。まさに、販売店さんと漁師さんが一体となった姿といえるでしょう。宗石さんの人望の厚さがうかがわれます

北海道東部を代表する都市、釧路。そこから車で東へ約40分ほど海岸線を走ると厚岸町に着きます。周辺の北太平洋海域は、暖流と寒流がぶつかり合う恵まれた漁場で、年間を通してさまざまな水揚げで賑わいます。

一方、沿岸ではコンブ漁やホッキ貝、カキ漁などが盛ん。特に夏場になると、コンブ漁に出かける和船で浜は忙しくなります。

**有** ミナトモーターさんは、こうした沿岸の漁に出る漁師さんたちを陸で支える縁の下力持ち。社長の宗石さんは、最近こそ漁には出ていませんが、ご自分でも漁の権利を持つ浜の人で、地元特有の機装にも精通しています。

**二** うした宗石さんのノウハウが徹底的に活かされた、コンブ漁専門の和船W-31 AFRがこのたび登場。漁のシーズンを前にして、早くも20隻近くが進水する運びになりました。

**一** 口にコンブ漁といっても、漁の形態は浜によってちがいます。今回のW-31 AFRは地元の厚岸、切多布地域の漁に合わせて造った和船で、舷を低く、幅を広く取った形が特徴です。と宗石さん。舷を低くしたのは短めのコンブを乗るため。ワイドな幅はコンブの搭載量をアップします。このため、一回の出漁でより多くの水揚げが期待でき、近年どこでも見られる労働力不足の解消にも役立つ

## 自前で行う艦装が 浜の信頼を得ています。

### (有)ミナトモーター

- 創業……1985年5月
- 従業員……5名
- 商圏……北海道厚岸周辺

マリッジットなどプレジャー関係にも力を入れています。取扱商品のうち和船と船外機が全体の90%以上を占めるといふミナトモーターさん。船の艦装は、専門業者に委託せず、すべて自前で行います。

「和船はエンジンの合わせがポイント。独自のノウハウでベストのセッティングを行います」と宗石さん。場合によっては、燃料タンクの位置も変えるそうです。

「コンプ漁に休日はありません。漁期のエンジントラブルに備えて、貸しエンジンも用意。いざという時に沖まで飛んで行けるサービス専用船もスタンバイさせています」と態勢は万全。なによりも漁師さんの操業に影響を与えないようにトラブルを処理することに力を注ぎます。

販売キャンペーンは、独自のチラシを配ったり、温泉旅行招待などを企画するそうですが、「漁師は何よりも実際に見てから判断します」とのこと。ご自分で船に乗って浜を回り、直接漁師さんたちと話を交えることが、一番の販売促進になるようです。

#### ●厚岸周辺のコンプ漁・カレンダー

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12



今年は7月20日から10月15日  
(年によって若干ずれます)



この地域では、コンプ漁の他に、ホッキ貝、カキ養殖、アサリ採りなどが行われ、それぞれの漁に合わせて船を換えます。奥野さんも、コンプ漁のW-31AFR以外に、W-24ARとW-26BFRを所有。年間を通して漁に出ています

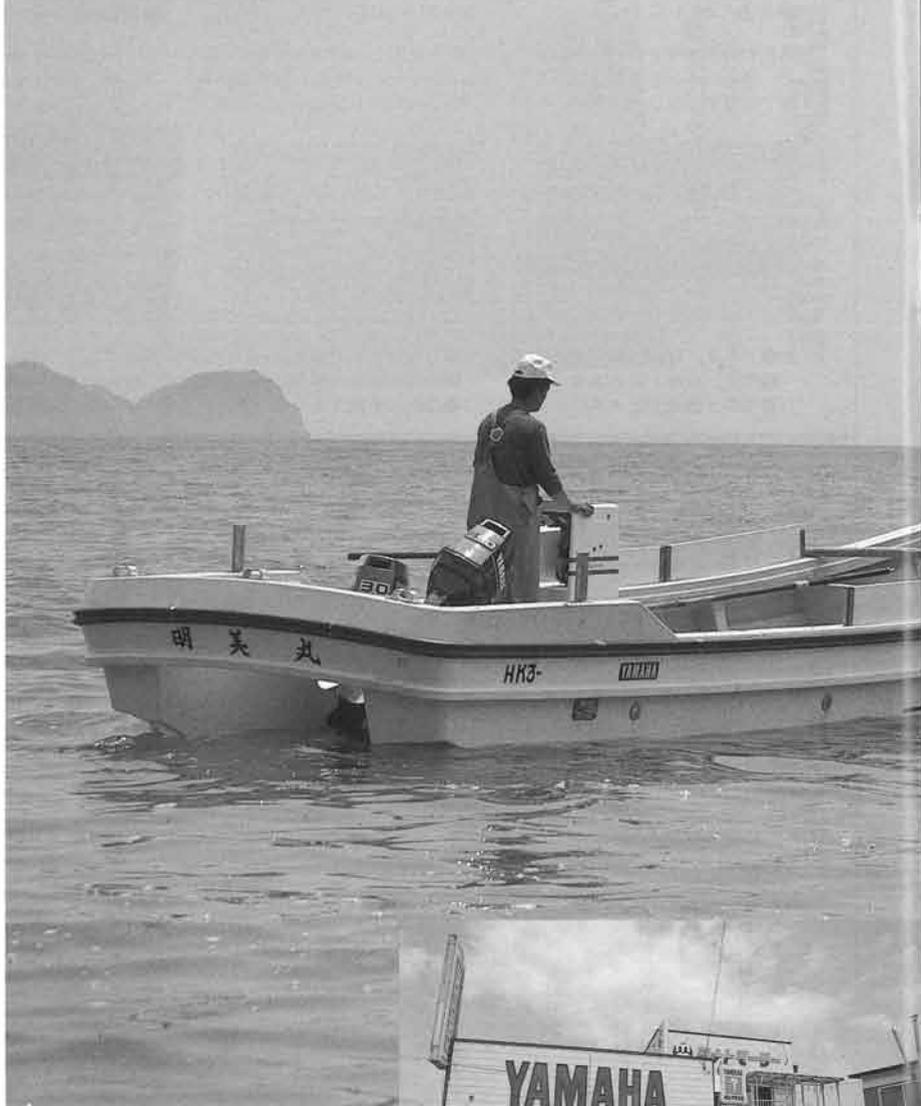


カギと呼ばれる、コンプを採るための竿。約8mほどの長さがあります。この他に、ねじり棒と呼ばれる竿もあり、こちらは短いコンプをねじりながら採るそうです



船尾のフェアリーダーは横に三つ並んでいます。船に向かうアンカーラインを微妙に調節。船先を少しずつ変え、竿が一番扱いやすい位置を探します

年々大型化の傾向にあるというコンプ漁和船。W-31AFRは、従来のW-30BFRより、さらにボリュームアップを図っています。デッキの区切りをなくした汎用タイプも考えているそうで、コンプ漁以外にも活躍が期待されています



厚岸町の南ミナトモーターさん。最近では、マリッジットなどプレジャー関係にも力を入れており、明るい雰囲気のお店構えになっています



とく  
また、より早く好い漁場に到着することも大きなポイント。この地域では、エンジンの馬力規制が実施されているため、船型が勝負となります。W-31AFRは、設計の段階からスピードの点にも重点が置かれました。

「とくくらい積めるか、どれだけ艇速があるのかを、多くの漁師さんが注目しています」と宗石さん。今夏の漁が終わった後の受注に意欲を燃やしています。北海道ヤマハの竹中主任は、「この船は、宗石スペシャルといっても過言ではありません。いたるところで宗石さんの意見が反映されており、設計側から出された最終のプレゼンテーションの段階でさえ、大幅な改良を試みました。ここまで徹底した商品開発は類を見ないでしょう」と語ってくれました。

×  
「カーの設計陣と営業、そして地元の販売店さんという3つの機能がうまく連携して完成されたW-31AFR。地域密着型の和船開発が、みごとに花を咲かせた好例といえるでしょう。」

\*このコーナーに関するお問い合わせは、ヤマハの各販売会社、または担当セールスマンにお尋ねください。

## FOLLOW

’93年の商戦に欠かせない……  
『93ヤマハマリンカレンダー』

顧客フォローはもちろん、誘店策、新艇予約プレミアム、店頭販促などに欠かすことのできないカレンダー。今年もヤマハでは、みなさまにお役立ていただくため、3種類のマリンカレンダーをご用意いたしました。  
出荷は11月上旬の予定ですが、数に限りがございますので、お早めにお申し込みください。

### ●SEASPRAY<マリンスポーツカレンダー>

マリンスポーツが持つダイナミックな魅力を爽快なアクションシーンにスポットをあてました。



●サイズ/縦51.5cm×横72.8cm  
●枚数/表紙1枚+本紙6枚  
●印刷/表紙2色+本紙4色

### ●WIND & WAVE<マリンイメージカレンダー>

陽光あふれるカリブの海をメインステージとして美しい海の風景やさまざまなマリンシーンを展開。



●サイズ/縦36.4cm×横51.5cm  
●枚数/表紙1枚+本紙12枚  
●印刷/表紙4色+本紙4色

### ●大漁く大漁カレンダー>

漁船や和船のダイナミックな走り、漁シーンを情感あふれる写真で展開するシリーズです。



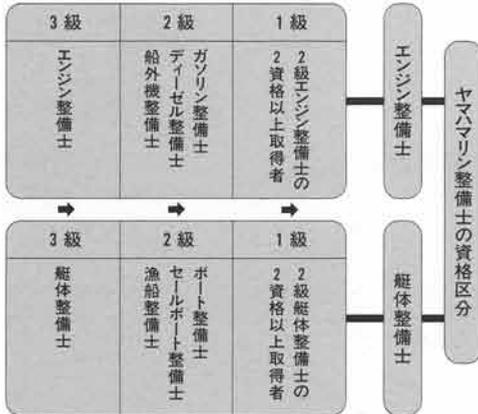
●サイズ/縦36.4cm×横51.5cm  
●枚数/表紙1枚+本紙12枚  
●印刷/表紙2色+本紙4色

## SERVICE

サービス力の向上でお客様の満足度もアップ。  
『ヤマハマリン整備士資格制度』を「活用ください」。

1973年にヤマハマリン整備士制度が発足して以来、ヤマハ製品をお取り扱いいただいている全国各地のサービスマン、2000名以上の方々が資格を修得して、その腕を奮っています。

この制度には、エンジン整備士と艇体整備士の2種類の資格があります。それぞれサービスマンの経験と実力によって3級・2級・1級の段階に分かれています。確かな技術修得ができると共に、技術力をバックにお客さまからの信頼もグリーンとアツプ。みなさまのご商売に、ぜひヤマハマリン整備士資格制度をご活用ください。



●3級の受験資格  
15才以上の者で、マリンの整備業務について1年以上の実務経験のあるサービスマン  
●2級の受験資格  
3級取得のその日から2年以上の実務経験のあるサービスマン

## VIDEO

ヤマハの限りない夢への挑戦を描く  
新しい企業紹介映画が完成



『We Love YAMAHA』『People To-People YAMAHA』に続くヤマハの新しい企業紹介映画『YAMAHA For A New-World』がこのほど完成しました。

スポーツやレジャー、生活に役立つさまざまな製品を開発、製造、販売し、新たな感動を生み出していくヤマハの企業姿勢を、世界各地で活躍するヤマハマンやお客さまのいきいきした映像を通して紹介しています。

内容は日本、アラスカ、アメリカ、台湾、ヨーロッパで、仕事に遊びに情熱を燃やすヤマハマンをモチーフに、夢と技術と情熱で実現するヤマハの限りない夢への挑戦を描いています。

上映時間は21分。16ミリ映画とビデオテープ、日本語版のほか英語、フランス語、スペイン語、中国語版が用意されています。

## CONTEST

大物潜む、はいむるぶしにチャレンジ!  
『ヤマハボートフィッシング』コンテスト



販売店のみなさまのご協力を得て開催している全国規模のイベント「92ヤマハボートフィッシングコンテスト」もいよいよ大詰め、全国各地から大物ヒットの速報が飛び込んでいますが、みなさまのところではいかがでしょうか。

さて、同コンテストでは、毎年地区大会入賞の方々と抽選で小浜島「はいむるぶし」にご招待し、「はいむるぶしビッグフィッシングツアー」を実施していますが、今年も昨年度の入賞者を中心としたメンバーで実施、南の島での大物釣りを満喫してきました。

グループ別の行動となったツアー3日めには、スポーツフィッシングを楽しまれたお客さまたちが95kgのクロカワカジキ、33kgのパシウカジキをヒット、ランディングに成功し、みなさん初めての体験に大興奮、大いに満足されたようです。この他、期間中は、ボトムフィッシングや服部名人による釣り講習会、さらに西表島へのミニツアーなど、ご家族、お仲間連れで参加されたお客さまも大いに楽しんでいました。

もちろんこのツアーは来年も実施。こんな話題をコンテストの参加者にお話したら、イベントもより白熱するのではないのでしょうか。

# EVENT GUIDE

今年もマッチレースの全国大会を開催  
『鳥羽カップマッチレース'92』



9月3日から6月までの4日間、全国各地の予戦を勝ち抜いたマッチレース愛好者を集め、『鳥羽カップマッチレース'92』が三重県鳥羽国際ホテルをベースに開催されます。

今回も昨年同様、全国の予戦を勝ち抜いた一般、女性、あわせて15チームが参加、YAMAHA 23 II を駆ってマッチレーサー日本一の座が競われます。

なお、同大会では鳥羽国際ホテルをベースにマッチレースの迫力を間近に観戦できる『鳥羽カップマッチレース観戦プラン』を企画。8月31日まで参加者を募集しています。お客さまをお誘いして、マッチレースの真骨頂を間近にご覧になってはいかがでしょうか。

●鳥羽カップマッチレース観戦プランの資料をご希望の方は大会事務局までお問い合わせください。

大会事務局：☎03(3444)9577

# EVENT REPORT

フィッシング、MJツゥーリングともに大盛況  
『八重山マリンカーニバル'92』はいむるぶし

今年で4回目を迎えた「八重山マリンカーニバル'92」はいむるぶしが、①フィッシングの部、②ダイビングの部、③マリンジェット部の計3部門に分かれて盛大に開催されました。



5月21日から23日にかけて行われた「八重山ビルフィッシング・トーナメント'92」は日本各地から18チーム49人のアングラーを集めてスタートフィッシング。昨年第3回まで毎回カジキが揚がっていることもあり、今年も大物をと意気込むアングラーたちは、思い思いのポイントを攻め、釣果を競い合いました。優勝は個人総合、団体総合共に、ブルーマリン(39・5kg)を釣り上げた岩井祐一氏。カジキのヒットは7本ありましたが、ランディングされたのは結局この一本のみでした。

一方、6月4日から7日にかけては「マリンジェットアドベンチャーツゥーリング」が、総勢20艇、32人の参加者を集めて行われました。世界的に見てもその透明度には折り紙つき、八重山の海を舞台にするツゥーリングだけに、マリンジェットのピグナーからベテランまで各自それぞれの楽しみ方を満喫していました。また今回は、「ジェットパティ」の試乗会も開かれ、マリンジェットの遊びの世界を広げるツールとして、参加者の人気を集めていました。

MJシーズン到来を告げる!!  
全国一斉MJツゥーリングDAY



全国のマリンジェットユーザーを対象とした「全国一斉マリンジェットツゥーリングDAY」が5月17日(日)、全国15ヶ所で235艇451人の参加者を集めて、開催されました。この「ツゥーリングDAY」は、海のルールやマナーの徹底、操船技術の向上などについて、楽しみながら学べる。点において、参加者からは好評で、通算4回目の今回ですっかり定着したイベントになりました。

来年以降も、お客さまにぜひこのイベントをご紹介いただき、MJの楽しい世界をご案内ください。

### 参加者数

- 北海道地区(洞爺湖、屈斜路湖) / 40隻・98名
- 東北地区(北上川河口) / 36隻・60名
- 東京地区(横浜港) / 16隻・27名
- 中部地区(新舞子) / 28隻・32名
- 関西地区(琵琶湖) / 15隻・27名
- 中国地区(大和) / 23隻・67名
- 九州地区(福島、芦屋、大淀川) / 44隻・89名

自然を大いに満喫した  
マリンジェットカケロマツゥーリングツアー

ヤマハマリンジェットクラブ九州支部では、クラブメンバーに素晴らしい自然の中でのツゥーリングやレースを体験してもらおうと「マリンジェットカケロマツゥーリングツアー」を企画、さる6月12日〜14日の3日間にかけて実施しました。

今回のツアーは、6月13日に行われた「グインズカップinカケロマ」(女性だけのレース、参加16名)と「ツゥーリングinカケロマ」(参加28名)がメインイベント。

クイーンズカップでは、MJ-650SJ、MJ-650TLでのクローズレースをそれぞれ実施。地元選手への大声援の中、華かなイベントとなりました。

午後からはツゥーリングを実施。あくまでも透明な海、そしてその色の变化、サンゴや熱帯魚の觀賞など、加計呂麻ならではの自然を大いに満喫していました。

なお、レースの結果はSJで福岡から参加の沼田和さん、TLで同じく福岡の岩元佳代子さん/寒竹美佐子さんペアがそれぞれ優勝に輝いています。



TOPICS

20周年を迎えたヤマハ大船渡製造で  
マリニシヨ一開催

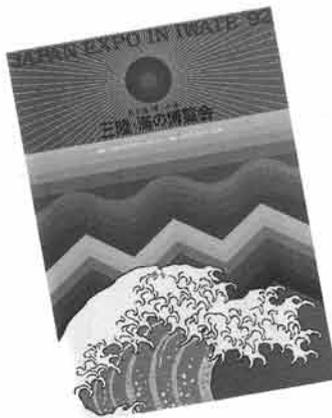
ヤマハのプレジャーボート、ディンギー、和船、漁船の一大生産拠点である岩手県ヤマハ大船渡製造(株)が、おかげ様で稼働20周年を迎えるに至りました。今後ともみなさま、そしてお客さまにご満足いただけるよう、品質管理に務め、より優れたマリニ製品を製造を進めてまいります。

さて、このほど同工場敷地内・特設会場において、この20周年を記念した「92マリニシヨ」 in 東北が3日間に渡り開催されました。

期間中は、ヤマハ漁船、ドライブ船の人気モデル、また今、各方面から注目を集めているフィッシングボート・FGシリーズなど多岐にわたる展示が、さまざまなイベントが繰り広げられ、連日多くの来場者を集めていました。



光る海、輝く未来をテーマに  
『三陸・海の博覧会』開催中!!



7月4日から9月15日までの期間中、岩手県内において「三陸・海の博覧会」が開催されています。この博覧会は、地場産業の育成、海洋開発、国際交流の推進などを目的に開催されているもの。釜石市、宮古市、山田町の三会場でさまざまなパビリオン、アトラクションが楽しめます。

ヤマハ東北圏では、マリニリゾートランドをテーマとした宮古会場におけるマリニイベントの運営を担当。期間中は、シーホッパー、ミニホッパーを使用したヨットスクール、マリニジェット試乗会、四級小型船舶操縦士免許体験教室等、さまざまなイベントを企画実施しています。

その他、マリニジェットフェスティバルや三陸博記念Y31Sマッチレースなどのレースも開催し、これからマリニスポーツを初めようという方から、ベテランのレーサーまで、幅広い人々からマリニスポーツの魅力がアピールされています。

がんばれ小松! がんばれ日本!  
バルセロナでヨット競技開催中

世界最大規模のスポーツイベント、オリンピックが、スペインのバルセロナを舞台によいよ開幕しました。

さて、私たちにとって注目のヨット競技は7月27日から8月4日までバルセロナのオリンピックヨットハーバーにて全7レースが行われます。日本からはソリング級に、ヤマハの小松一憲をスキッパーとする高木秀光、藤原康治、470級男子に大津真二、広部元博、470級女子に重由美子、木下アリーシアの7選手、3チームが出場。

4月の世界選手権で2位となった470女子の重ノ木下を必頭にて各選手の活躍が期待されます。

本誌が発行されるのは競技の終盤を迎えようかというところ。日本選手にぜひご声援ください!



WORLD of YAMAHA

ヤマハ製品各種  
バルセロナ五輪、  
セビリア万博をバックアップ!!



ヤマハのスペイン法人、ヤマハモーターズベインでは、世界100ヶ国以上が参加して4月20日から約半年間に渡り開催されるセビリア万博(EXPO'92)と、7月25日より開催されているバルセロナオリンピックの公式スポンサーとなり、各種商品の提供を通じて両ビッグイベントの大会運営に協力しています。

セビリア万博では、運営関係者の移動用スクーター、ボート用の船外機エンジン、入場者100万人ごとに贈られる記念品用のスクーターやバイクなどを提供しています。そのことにより、全ての入場券にはヤマハのロゴ表示が刷り込まれ、公式スポンサーとしてのヤマハを世界から集まる人々にアピールします。

一方、バルセロナオリンピックでは、大会関係者にスクーターJOG-47台と、XV535ピラーゴ7台、スペイン全土を周回する聖火ランナーとの伴走やマラソン、自転車競技の運営に使用されるSR250SPが37台、多くの競技の移動中継車としてXJ600ディバイジョンが10台(以上)、モーターサイクル、ヨット、馬術競技用に4輪ATVが8台の総計209台を提供。これらの各種製品は、競技をスムーズに進行させ、その模様をあますことなく記録、伝達するために重要な役割を担います。

この2つの世界的なイベントでの活躍がすべてのヤマハ製品の優秀性をさらに大きく証明していくことでしょう。

水上パラダイスを創造する

FLOATING SPACE OF PARADISE

# HoneyLand

ハニーランド



組み立て方法



商品説明ビデオでは「ハニーランド」の特長から組み立て方、使用方法等をわかりやすく解説しています



商品ガイドやパンフレット、DMセットなどの販促ツールも充実。ぜひご利用ください



- ①六角形のため自由に演出性の高い組み立てができます。
  - ②フロート本体は3色（ホワイト・イエロー・レッド）の表現力があり楽しさを演出します。
  - ③オプションが豊富で楽しい演出ができます。
  - ④独自のジョイント方式により、スピーディーな組み立て分解ができます。
  - ⑤フロート本体が6kgと軽く、ひとりでも持ち運べる大きさです。
  - ⑥水面からの高さが24cmと低いため、水面からの上がり降りが便利です。
  - ⑦必要に応じ、水面からの高さを確保できるように、フロート本体の2段階積みができます。
  - ⑧ハニーランド上の歩行安定性に優れていますのでハニーランド上での演出が可能です。
  - ⑨波との追従性に優れていますので、ジョイント部に働く力が少なくなります。
  - ⑩フロート本体1個のみの脱着が可能なので、配色及び組み合わせ形状がスピーディーにできます。
- なお、ヤマハでは販促ツールとして、「商品ガイド&取扱説明書」、「DM」、「チラシ」、「商品説明ビデオ」をご用意しました。有効にご利用ください。

デインギーひと筋11年

# 一年間の販売実績は100隻

神奈川県横浜市  
株式会社海王



ベーシックなマリンスポーツとして、長い歴史を誇るデインギーはオリンピック競技種目としても知られていますが、セイルボードというライバルが現れ、ヨット自身も年々大型化、クルーザーへと傾向にあります。  
そのなかで、かたくなにデインギー専門店とお客さまのニーズに応え続けているのが、横浜市の榎海王さん。首都圏のデインギー・セイラーの間では「海王に行けば何でも揃う」という合言葉すら生まれています。  
今回は、デインギーひと筋に11年、ナンバーワンショップの名に相応しい販売実績を誇る榎海王の矢吹社長にお会いしました。



社長の矢吹さんを中央に、伊藤さん(向かって右)と前田さん(左)。総勢3名のスタッフが年中無休のショップを守ります



何でもできるデインギーショップ。簡単な修理なら店内ですぐに対応します



店の奥は広い倉庫。新艇のパーツ関係の在庫も豊富です



ひっきりなしに掛かってくる電話に対応するスタッフ。セールスの話はもちろんですが、チューンナップや置場の相談なども多いそうです



ウェアから各種用品まで豊富な品揃えの店内。ディンギーに縁のない人でも思わず入ってみたいくなります



### 開店当時からディンギー専門店を目指す

首都圏と湘南を結ぶ鎌倉街道沿いに榊海王さんが誕生したのは、今から11年前のこと。マリン用品メーカーを退職、独立した矢吹哲良さんが創始者です。

「街と海、両方からお客さまが来られるように、鎌倉街道沿線で店を出そうと考えていました。当時、この周辺にマリンショップがなかったことも上げられます」と矢吹さん。開店に際しては、念入りに構想を立てていたようです。ご自分も大のディンギーファン。最初からディンギー専門で行こうと決めていましたが、開店当時からヨットのメッカ湘南へつながる街道沿いのお店ということで、海から訪れるお客さまに恵まれました。

「年間を通して練習している学生さんたちが、海から帰る途中で相談に来たり、練習の合間に不足した備品の調達などでよく来てくれました。こうした学生さんたちは、自分たちが卒業しても、来店することを先輩に引き継いでくれましたので、クラブ単位で客層がつながっていききました」と矢吹さんは続けました。気軽に来店できる立地条件と、「きちつとやれば必ずお客さまはついてくる」という信念が良い結果を生んだようです。

### 海のサイクルショップを目指す

開店して数年後、セイルボードやパーソナルウオータークラフトなどの人気が高まり、そちらへ移行するショップが増えはじめまし



榊海王さんは交通の便に恵まれた鎌倉街道沿いに店を構えます

た。

「他にも力を入れたらどうかと何度か勧められました。そうすることで従来のお客さまが離れて行くことが寂しかった。商売抜きで付き合える人が多かったのです」と矢吹さん。自分たちのできる範囲でディンギーを続けて行こうと決心。徹底したディンギーショップ造りに拍車がかかりました。

「どのような艇を買ったらよいかという相談から、不要になった艇の処分、置場の紹介、セイルのリペアなど、あらゆることをお客さまの身になって考えました。セイラーにとっての物質的要求はすべて満たせるような品ぞろえで、年中無休。小さな部品ひとつまで即応体制を取っていたので、価格的に不利でも負けなかったといえます。欲しいときが乗りたいたとき」というお客さまの気持ちに完全にフォローすることが大切のようです。「私どもは、陸でいう自転車屋さんです。カーショップで車は買えても、そこでパンクの修理などは普通してくれませんが。でも自転車屋さん感覚で、細かい部分をしっかりとバックアップしてあげる必要があるんです」と語ってくれました。

### 独自のディンギーボートショー

榊海王さんでは、江ノ島ヨットハーバーを使って独自のディンギーボートショーを昨年からはじめ、すでに3回行っています。

「回を重ねるたびにお客さまが増えています。ディンギーで遊びたい人の潜在的な人口

店内にあるミシンでセイル直ちにも取られます。作業をしている伊藤さんは、創業以来矢吹さんの片腕となって活躍してきました



江ノ島で開港して100周年を記念して、ヨットハーバーの一角に「ヨット博物館」を開設し、ヨットに関する展示やイベントを開催しています



が多いことに確信を持ちました。この先1〜2年は暗中模索だが、その後は微増して行く」と矢吹さんは読んでいます。

また、初心者には専門のインストラクターを配備したスクールを紹介。その後にはセイルをかけるそうですが、スクールから帰って来たお客さまのほとんどは、購入を決めるようです。一般的に見て、興味度が高いことを示しているといえるでしょう。

「このところディンギー業界が寂しいので、独自にボートショーなどを行っています。これからはメーカーさん主導の企画も、どんどん出てきてもらいたいと思います。また、艇に関してもシーホッパーに匹敵する人気商品の開発を期待しています」と、熱いラブコールも忘れません。これもひとつに、ディンギーを愛し続けているからこそいえる言葉なのでしょう。

「まだまだ、お客さまのフォローは完全ではありません。購入に踏み切れないでいる人に、少しでも多くのことをしてあげたい」と、最後まで熱心に話してくれた矢吹さん。これからも、精力的にディンギーの普及に力を注いでくださることでしょう。

YAMAHA マリンジェット  
MJ-650TL

「友達にも、とっても人気があるんです」と父親を紹介してくれた、見世きよみさん(22才)。

5月17日(日)、「全国一斉マリンジェットツーリングDAY」の東京地区会場/平野ポート・ヨコハママリーナには16艇27人のM Jファンが集いましたが、この日親娘で参加されていたのが、見世克雄さん(54才)ときよみさんでした。

「とにかく気が若いというか。私が誘うんじゃないくて、父が誘うんですよ。ええ、マリンジェットは父が買ったんです。私はまだライセンスも持っていないんですけど」ときよみさんが、ちょっと照れながら、父親の克雄さんを紹介してくれました。

「昔から好きなんです。大型のオートバイにも乗っていたことがあるんですよ」と克雄さん。

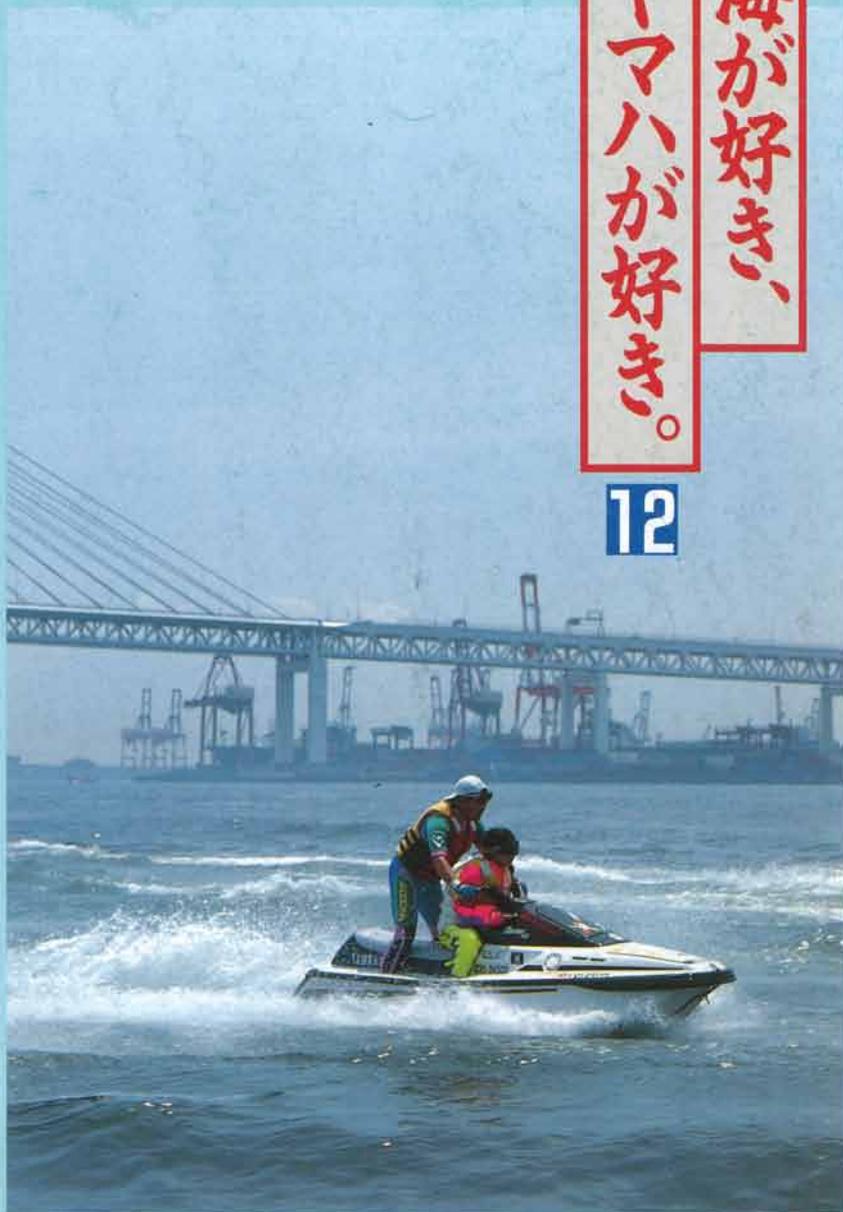
時には、きよみさんのお友達を連れて、みんなで湘南にマリンジェットを乗りに行くこともあるといいます。この時、海の上をマリンジェットで自由に走り回る克雄さんを見て、きよみさんのお友達はファンになってしまうそうです。

親娘の会話が少なくなり、それを内心とても寂しがる世の多くのお父さんが、とてもうらやましがりそうな話ですが――。

「うちは昔からなんです。何でも話し合う家なんです。私がマリンジェットに乗ることについては、うちの(奥さま)はイイかげんにしなさい、というようなことを言っているんですが、今日も、2人でこうして来ているというわけです」と話す克雄さん。

マリンジェットだけでなく、オートバイ「ヤマハ・セロー225」もつい最近購入して、海に陸にと、その若さを思う存分発揮している克雄さんは、ご近所でもとても評判とか。

今度は、奥さまをお誘いしてみてもいいですか？そして、きよみさんのためにもいつまでもマリンジェットが似合うお父さんでいてあげてくださいね。



海が好き、  
ヤマハが好き。

12

