

YAMAHA MARINE NETWORK NEWS



ヤマハマリンネットワークニュース

2003
No.147



Close Up ● 「海とびきりの週末」2003ボートショー開催

特集 ● ノってるお店はここが違う!

New Model ● QUINTREX /Cobia Boat /Z240A 他

「海、とびきりの週末」 2003ボートショー開催

去る2月8日から11日の4日間、東京、有明の東京ビッグサイトにて「第42回東京国際ボートショー」が、また関西では2月28日から3月2日までの3日間、インテックス大阪にて「第18回大阪国際ボートショー」がそれぞれ開催された。

景気の低迷、マリン市場の縮小など逆風が吹く中開催されたボートショーではあるが、東京、大阪ともに連日盛況となり、特に東京国際ボートショーでは、前年を上回る来場者を動員。また大阪国際ボートショーでは、期間中の成約件数も前年並みとなるなど、多くのマリンファンに関心を集めることができた。

今回のボートショーでは、ヤマハは「海、とびきりの週末」をテーマに掲げてブースを出展。特に今シーズンから販売する、Cobiaやクイントレックスのソルトウォーターシリーズ、また既存艇のカラーバリエーションなどを展開し、他社とは一線を画す演出ができていたように思える。

さらにマリンジェットやトロリング体験コーナーにはグラストロン

を設置し、ファミリーユーザーを中心に人気を集めていた。

また千葉県の幕張メッセでは、2月7日から9日まで「国際釣り博2003」が行われ、ヤマハではクイントレックスや船外機を中心にブースを出展。この釣り博にはボートメーカーとして唯一の出展だったため、多くのフィッシングファンから注目を集め、特に6月の改正に伴う免許受講の申し込みが、数多く見受けられた。



■ 第42回東京国際ボートショー



■ 第18回大阪国際ボートショー



■ 国際釣り博2003



やる気満々、活気あふれる
ショップ・レポート

入ってるお店は ここが違う!

東京・大阪のポートショーも開幕し、各地での展示会、試乗会がはじまり、
いよいよマリンシーズンも本番を迎えようとしています。

さて、今回も2店のマリンショップにご登場いただきました。

ひとつは免許教室を積極的に活用されているマリンルームオオタさん。

もう1店舗はYF-23の拡販に努められているセントラルさんです。



■マリンルームオオタ

和歌山港のほど近くに店舗を構えるマリンルームオオタさんは和歌山、大阪、奈良を商圏に拡販に努められているネットワークショップ。今年6月の免許改正を控え、免許受講生が急増している同店での取り組みをご紹介します。



■セントラル

千葉県木更津市に店舗を構え、房総半島はもとより東京、神奈川を商圏に持つセントラルさんは、タックルユーザーを対象にYF-23の代替えを積極的に勧めているネットワークショップです。いま最も注目されているYF-23の拡販手法についてご紹介します。

わってゐるお店は ここが違う!

『きっかけ』II マリンライフの提案が 新規需要を拡大する

マリンルームオオタ ●和歌山県和歌山市

需要拡大を促す ポート免許教室

和歌山市内に店舗を構えるマリンルームオオタさんは、地元和歌山はもとより、大阪、奈良など近畿圏を商圏とし、熱心なフィッシングユーザーを数多く抱えるネットワークショップ。そのご商売の内訳は、艇体販売が5割、サービスが3割、レンタル等が2割とバランスの取れたマリンビジネスを展開されている。同社、店長の太田豊樹さんにお話を伺った。

「景気が良くないですし、今のお客様の年齢も徐々に上がってきて、『もう今回の買い替えでやめよう』という人中中にはいらっしやいます。現状のマーケットだけを考えても楽観はできないですよ」

不景気の今だからこそマーケットを拡大し、顧客を増やさなければ今後のマリンビジネスは厳しくなる一方だと言及する。

さらなる需要の拡大を目指すべく太田店長が取り組んだのが、ヤマハポート免許教室だった。

「昨年の免許教室の受講生は、60人あるかないか。毎年このぐらいの数なんです。ところが他の販売店さんに話を聞いたら、100人以上の受講生を

受付けているところがある。

一昨年のビジネスミートイングで免許受講生の平均4%は購入者になっているというところを思い出して、ウチも調べてみたら、1%どころか0.5%もいっていない。正直、考え直しましたね」

マーケットの拡大に免許教室を利用するのは多くの販売店様と同じだがマリンルームオオタさんでは、この購入者率4%という数字にこだわり、自店舗のユーザープロフィールを調査するところから始まった。

「最初は半信半疑ではじめたんです。本当に100人、200人が来るようになるのかな? という具合にね。でも4%という数字が合っているなら、免許の受講生は多ければ多い方がいい。100人だったら4人。200人だったら8人。そう思い込んでスタートしました」

マリンルームオオタさんでは、今年の6月に改正される免許制度を全面に打ち出した広告を地元紙に出稿し、受講生を募った。

「和歌山では、とにかくインパクトの



和歌山港に隣接するマリンルームオオタさん。ポートで20分も走れば釣りのポイントが目白押しという



右から太田隆豊社長、受付担当の岡田さん、太田豊樹店長。社長、店長を含め7名の従業員が、マリンルームオオタさんを支えている

ある広告じゃないとダメなんです。うちのお客様の比率でも、地元のお客様が低くて、逆に大阪や奈良にお住まいの方が多いのが現状です。『ポートはもっと身近に楽しめるもの』というメッセージを伝えたくて、とりあえず教材費を無料にしてみました」

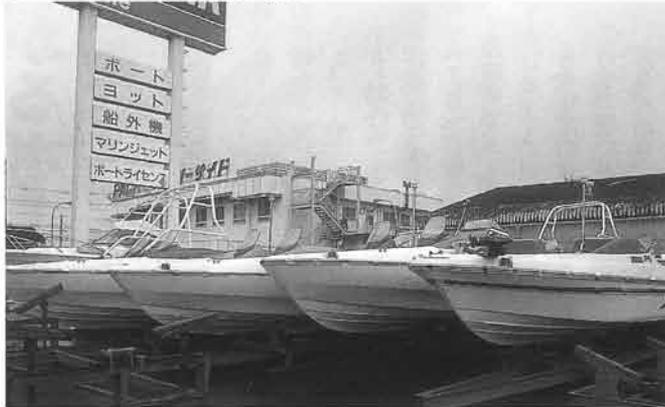
大阪など大都市圏に比べれば和歌山

の所得水準は低く、『ポートは高価』という印象を持っている人が多いと話す太田店長。昨年12月の募集広告には、学料費用無料と打ち出したところ、定員30名に対し43名の応募があり、そのうち1組は購入まで結びついたという。「学料費用を無料にして、もしできようなら実技講習を受けませんか

ホームページも積極的に活用している。が、単発的な商談がほとんどで、ネット上でコアになるユーザーは少ないという



同社の一翼を担うまでに成長したレンタルビジネスと同様に今後は免許にも力を入れていきたいという。ちなみにレンタル艇は現在6隻が稼働している



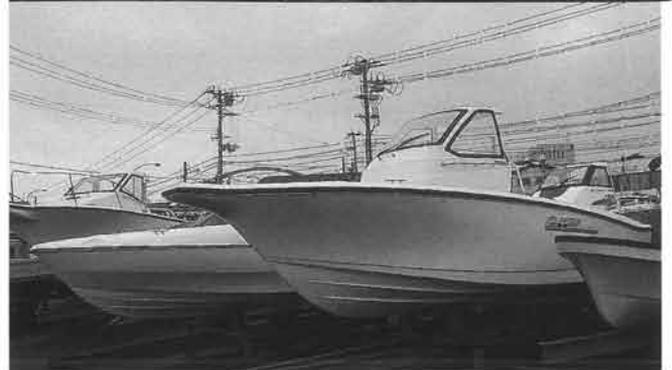
「きつかけ」がなかったという人がほとんどでした」
お客様への提案Ⅱお客様が感じる「きつかけ」づくりこそ、新規需要を拡大する。そこでマリンルームオオタさんでは、既存の免許生へのアプローチも昨年より取り組みました。
「今までの試乗会では、どうしてもお客様と突き詰めた話ができないです。から、マリン塾の形式にして『新米船長のマリン講座』というのを不定期で始めました。年に3、4回ですが、今後もこうした「きつかけ」となるイベントをして、お客様に海の良さ、ボートの楽しさを提案していきたいと思っています」
免許、レンタル、艇体販売など、ユーザーにとって大切なのはきつかけ作り（店舗からの提案）だという太田店長。なかでも免許はマリンライフのスター

トとなるだけに、もっとも重要なステップだと話す。
「来店客、とくに免許の受講生は、その人のマリンライフと長く関わるチャンスですから、とうぜん位置付けは違えますよね。最初の印象が良ければ、信頼関係が生まれ、ユーザーとしての可能性が出てくる。大切なのは、そういった信頼関係だけにとどまらず、情報を発信し、サポートしていくことなのでしよう」
免許やイベントを活用し、市場の活性化を図っているマリンルームオオタさん。免許受講生の購入率を高めることを、今後の大きな目標に掲げている。また、免許制度の改正後も打ち出し方ひとつで、ボートへ目を向けるきつかけにできると、積極的なマリンビジネスを展開されていた。

受講生の購入率を高める「きつかけ」づくり

初回の開催はすべてがテストだったと省みる太田さんは、自ら免許の説明を行い、その客層をチェックした。
「免許教室は新規のお客様を知ることができない数少ない場なんですよね。昔からそういわれていますけど、ふだんの業務全体で考えると、とてもじゃないけど手が回らないのが本音です。でもあの場所には営業がついて説明し

なければ、意味がないですよ。ボートが欲しいのか、レンタルに加入したいのか、単純に免許を取るだけなのか。そういった営業の場として活用していけば、その後さらにお客様を増やしていくことができる。単純に免許受講生という括りで終わらせてはいけません」
今回はボート免許制度の改正に合わせ行われたプロモーションとして取り組んだが、受講生の動機はいささか異なっていたという。
「とにかく今取得すれば楽だから」という発想ではなくて、免許の改正や受講料の減額がきつかけで申し込んだという人がほとんどなんです。話を聞くと前から知っていたし、免許を取りたいと思っていた人が多く、免許を取る



マリンルームオオタさんの主力商材はUF系のフィッシングポート。もちろんYF-23への注目も高く7隻の契約を終えたという

乗せれば違いがわかるボート YF・23で03商戦を乗り切る

セントラル ● 千葉県木更津市

03年ニューモデル「YF・23」が売れている。

昨年10月に発売開始したばかりだが、2月上旬に開催された東京国際ボートショー期間中の成約を合わせ、累計販売数が早くも今年の生産計画数を上回った。ヒット商品の誕生と言ってよいが、販売店としてはユーザー渡りに支障が出ないか、心配になるほどの人気ぶりだ。

売りに繋がる WTBとウエイト

千葉県木更津市に本店を構えて30年になるセントラル(株)さんでも事情は同じ。石松康夫・営業課長は「評判というか、ユーザーの反応がいいですね。うちでは今、7隻のオーダーを入れてます」と語る。購入を検討中の顧客の中にはFC・24からの代替を考えている例もあるという。1フィート短くなるからダウンサイジングなのだが、「それでも」という魅力があるということだろう。石松課長の見方では、YF・23は実長が25ftくらいあるから24ftクラスからの代替があっても不思議ではない。

「ウエイブスラストアブレード」という売りに繋がる特徴があるし、ボリウムも十分。YF・23は販売店からすると代替がスムーズにできる船だと

思いますね」と、UF・23、UF・21からの代替が十分に見込めることを強調していた。

YF・23のセールスポイントについて石松課長はウエイブスラストアブレード(WTB)と船体重量を増したこと(1基掛けて1・38トンくらいある)をあげる。

「ある程度の経験のあるお客様は乗ってみて、違いがすぐわかるようですね。重さがあり、波捌きがいい。いわゆる波を潰して走るタイプで、波当たりの柔らかさが出ています。WSB自体も波当たりを柔らかくしていると思う。ジワーツと波に当たると感じがいい。評判がいいのは、ヤマハのこれまでの船に無かった乗り心地が感じられるからではないでしょうか」

また、WTBは流し釣りで最高の性能を発揮すると石松課長。従来の船外機ボートは風下に流れるときくるくる回ってしまったが、YF・23は一定角度で流れていく。これなら流し釣りもOK。幅も広くなっている安定感につながっているし、スターンデッキの広さが釣りやすいという評価だった。

乗ってもらえば わかるフネ

既存ユーザーに非常にアピールする



セントラルさんのマリーナには試乗艇(左)が用意され、どんどん試乗してもらうことを方針としている。右はオーナー渡しのYF-23



創業30周年を迎えたセントラルボート⑩の社屋。木更津港に面している

波当たりを柔らかくするウェーブスラスタブレード (WTB) はYF-23の大きな売りになっている



YF-23だが、では新規のお客様に対してはどのように勧めるべきか？
「私たちはYF-23を『乗ってもらえばわかるフネ』だと判断しています。問い合わせがあれば、とにかく乗ってもらおうようにしている。そのために試乗艇を1隻持ち、常時使っています。そのあとで、お客様に釣り志向が強いようなら積極的に勧めたいです」
では、YF-23に向けた釣りは？

「基本的には、アンカーを打つての釣りですね。というのは、これまでの船外機艇はアンカーを打つても船首が振れ回っていましたが、YF-23はそれが

なく、とても釣りやすい。これもWTBの良いところが出ていますね。また4ストロークということ、スタンディングの広さからライトトローリングにも向いている。さらに、走行性能のよさから、釣り場を求めて遠出する人、走り回る人にはちょうどいい。特に東京湾は波が悪いからお勧めになりますね」

ユーザーにとって関心の高い価格面ではどのような評価になるだろうか？

「価格の比較ではタックル23(UF23)が基準になると思いますが、2ストロークの115馬力がついてほしい350万円。YF-23は4ストロークのパッケージで315万円。スタートの金額としては割高感が無いと思います。スタンダードで4ストローク船外機が載っているのも、時代の流れの中でとても有効ですね」

4ストローク船外機の魅力はまず、低燃費と静粛性の二つ。また、排気の匂いが少ない、低速でもかぶらない、始動のスムーズさといったところも新規ユーザーにアピールしやすい。

4ストロークとシーバス

石松課長によると、YF-23の登場はエンジン換装に影響を与えているという。

「いま、2ストロークから4ストロークへ載せ換えたいと考え



サイドが動きやすいレイアウトも、新規ユーザーに勧めやすい要素

ているお客様は多い。どうせならフネごと換えるかと、既存ユーザーが思い切るきっかけになってくれているのがYF-23ですね。代替が無理ならエンジンだけでも、このところ機関換装が増えています。YF-23の影響があると思いますね」

いま流行のシーバス用ポートとしては、YF-23はどうだろうか？ これに関して石松課長の見方は「屋根(ハードトップ)のないタイプが供給されれば、シーバスの人たちの検討対象になってくると思う。港の中など岸近くで釣るシーバスでは橋の下をくぐるケースが多い。東京港・横浜港などではそれがネックになっている」というものだった。高性能のハルを生かし、デッキだけ変えればシーバス用のいいポートがで

きて、アピールするはずと見ている。特に、21センチコンソラーと26センチコンソラーの中間モデルとして意味があるという考え方である。

そのような提案を含め、石松課長がYF-23にくだす総合評価は

「ヤマハが今までにないフネを出した、という感じ。その新鮮さがユーザーに受けている。マルチパワースではあるが、その中で釣りにウエイトを置いたところがいい」というもの。

セントラルさんとしてYF-23の今年の販売目標は20艇。何とかクリアできると思うと、石松課長は慎重な言い回しだったが、表情のほうは「いい商材を手にした」という充実感がありあり。ヤマハには増産体制の準備を急いでほしいと語る口調が真剣そのものだった。

ボートショー来場者にみる『MY BOAT LIFE』

去る2月8日(土)～2月11日(火)まで開催された第42回東京国際ボートショーで、ヤマハブース来場者に、独自のアンケート調査を実施した。例年行っているこの調査では、ボートショー来場者の実像が浮かび上がってくる。今回は、ヤマハブース来場者の中でも、所有者と未所有者の比較を中心にご紹介しよう。



■基礎データ

- ・ボートショー総来場者数:123,372人
- ・アンケート有効回答数:263名

性別 男性/236名 女性/27名

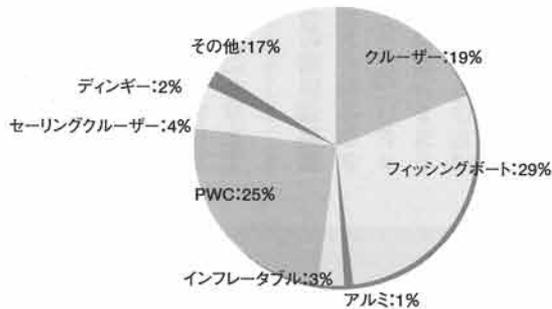
職業 自営業/37名
会社役員/21名
会社員/151名 その他/42名
公務員団体職員/12名

免許所有比率 取得/199名 未取得/64名

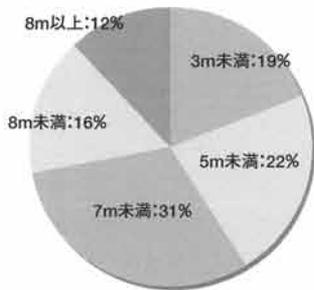
ボート所有比率 所有/116名 未所有/147名

所有者アンケート

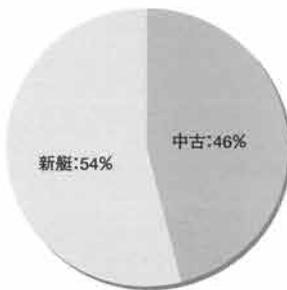
■所有艇のタイプ(複数回答あり)



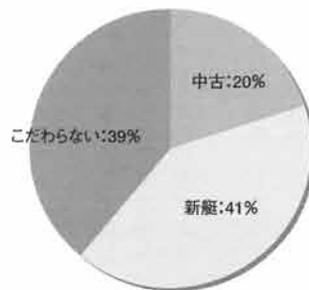
■所有艇のサイズ(複数回答あり)



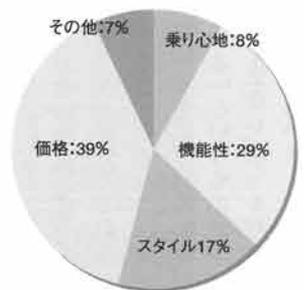
■購入形態



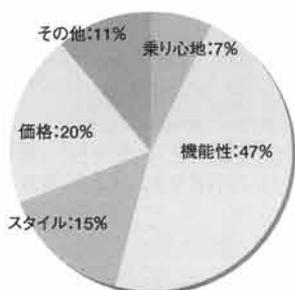
■購入形態



■購入時の決定要素



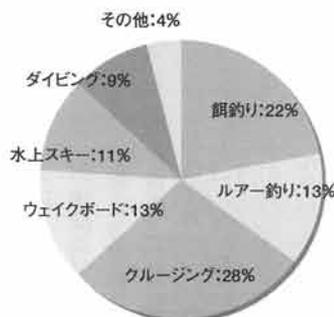
■所有艇の決定要素



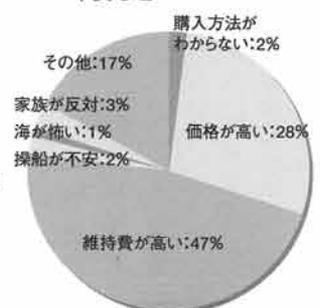
■主な使い方



■遊び等、購入目的



■マリナーに関する不安など





国際釣り博2003に見る 釣り人たちの感度



マリンシーズンの幕開けを告げる東京国際ボートショーが今年も2月8日～11日の4日間、有明にある東京国際展示場(東京ビッグサイト)にて開催された。また時を同じく、千葉市の幕張メッセでは国際釣り博2003が開催された。両イベントとも、連日盛況を呈しており、ボートショーは動員数が約12万3千人、釣り博は5万8千人、入場者数のカウント方法が若干異なるため一概には比較できないが、前年比で見るとボートショーが5.5%の伸長を示したのに対し、国際釣り博は前年比-20%の落ち込みとなった。釣り博では会場が今年から幕張

メッセに移動したこと、会期がボートショーに比べ一日短いこと、また昨今のバス釣りに代表されるルアーフィッシングが落ち着きを見せてきたことなど、さまざまな要因が挙げられるだろう。

ヤマハではボートショーに加え、釣り博にも昨年より独自のブースを出展し、来場者へボートや免許などボートフィッシング楽しみ方を訴求してきた。

今回は釣り博で行ったアンケートから代表的な2人のコメントを紹介し、ボートショーの来場者と釣り博の来場者の違いについて触れてみたい。

釣り博の来場者の多くは遊漁船や堤防、磯などから、もしくは溪流といった基本的にボートを使わずに釣りを楽しむ人であり、同じフィッシングというカテゴリーにおいてもボートユーザーとの温度差は想像以上に大きい。今回は10数名のアンケートであったが、ボート購入の障害となる要素として最も多く聞かれたのが維持費の問題と釣り方への疑問である。

とくに、釣り博など都市部における開催の場合、保管料の高騰による維持費というのは必ずといっていいほど聞かれる問題ではあるが、それと同様に「どうしたら操船しながら釣れるのか」といった素朴な疑問を持たれている人が半数を超え、多くの人が秋永さんと同じように「一人で操船することで釣りに集中できない」と考えていた。

私たちは当たり前のことのように

にフィッシングや釣りという言葉を使っているが、昨今の多彩な釣り方と同じように、ひとつのジャンルとしてボートフィッシングを見つめ直さなければいけないのかもしれない。彼らは釣りの楽しさを理解している点で考えれば、ソフトを活用することでボート購入の足踏みを踏み入れる可能性は少なくないからである。これまでボートユーザーを対象にしていたフィッシングイベントなどから、釣り人を対象にした操船教室など、アプローチしたいは多くのアングラーが振り向き可能性もある。

フレッシュウォーターからソルトへ、磯から沖へ。陸にいる釣り人たちを海へ引き出し、彼らの疑問を解消することができるならば、釣りというソフトにおいてのボート所有率はいっそう高まるだろう。



●秋永幸利さん (37歳)
釣り歴: 30年
フィールド: 海水・淡水両方、免許ナシ

「今はもう、遊漁船か堤防か磯ぐらいですね。月に2回ぐらいでしょうか。これまでボートを自分で持とうとは思いませんでした。保管で維持費がかかることは知っていましたが、一人でボートを運転しながら釣れるかどうか心配だったからです。

私も友人のボートに乗せてもらったことがあるんですが、結局友人を乗せると、本人は釣りができなくて操船をしているだけで全然釣りをすることができない。海でボートの釣りって思っている以上に大変だと思うんです。もちろん操船と釣りが両立できるようなら、間違いなく購入を検討してみますが、今はまだあまりピンとこないのが正直な気持ちです」

●松崎勝章さん (38歳)
釣り歴: 20年
フィールド: 海、免許ナシ



「クルマと違ってボートは趣味の道具ですね。ボートのローンと艇体の保管料など維持費が高つくさうだし、購入はこれまで考えたことがありませんでした。ただ、子どもはどうやらバスフィッシングがしたいようなんです。興味がなくはないですが、私はずっと海で釣りをしてきたし、少し抵抗はありますよ(笑)。いま子どもとも話していたんですが、このアルミ(475Legend)だったらトレーラーで引っぱって、海で遊べるそうなので、ゆくゆくはこういったボートもいいかなと思いはじめました。とりあえず6月の改正前に免許を取ろうと思います」

WIND ABEAM ～野田の窓から～

東京・大阪の国際ボートショー、またフィッシングショーも多くの盛況裏のうちに閉幕し、ご協力いただきました販売店の皆様にご場を借りてお礼申し上げます。

景気の低迷を受けているマリン市場ではありますが、昨年発表いたしましたYF-23は、5ヶ月間で250隻の受注をいただくことができました。ありがとうございました。

このため工場もフル稼働で生産しています。発注をされている販売店様にご迷惑をお掛けいたしておりますが、今しばらくお待ちいただくようご理解とご協力をお願い申し上げます。

また東京、大阪のボートショーにて展示しましたカラーバージョンが多くのお客様からご好評をいただきました。4月以降もオプション設定としてご用意しておりますので、ぜひ拡販の際にはご活用いただきますようお願いいたします。(Y)

いよいよ登場 Cobia Boat

今春、ヤマハ発動機販売が発売を開始する「Cobia Boat」。フィッシングボートとして類い希なポテンシャルを秘めたCenter Consolesシリーズとファミリーボーディングに最適なWalk Aroundsモデル。

この二つのラインナップを代表するCobia 274 Center ConsolesとCobia250 Walk Aroundsの試乗会を、今後全国各地で開催していく予定です。お近くで開催の際には、お客様をお誘い合わせの上、ぜひご試乗ください。



Cobia 274 CenterConsoles



274CenterConsolesは、最大搭載馬力450psを誇るハイパワー対応ボート。28フィートの艇体は直進安定性に優れ、快適な乗り心地を提供する。

〈主要諸元〉

- 全長：8.38m ●全幅：2.59m ●全深さ：0.46m
- 完成質量：2041kg ●燃料タンク容量：662.4ℓ
- 定員：10名 ●最大搭載馬力：450ps
- 航行区域：限定沿海

Cobia250 Walk Arounds

フィッシング機能を兼ね備えたクルージングモデル。底釣りからトロリングまで、さまざまな釣りが行えるようウォークアラウンドデッキを採用している他、キャビン内は大人二人が余裕を持ってくつろげる空間を、またアフトデッキは家族での団らんが楽しめるスペースを確保している。



- 〈主要諸元〉 ●全長：7.7m ●全幅：2.6m ●全深さ：0.38m ●完成質量：2041kg
●燃料タンク容量：522.3ℓ ●定員：9名 ●最大搭載馬力：300ps
●航行区域：限定沿海

専門誌各紙も絶賛したCobia Boat

去る3月10日、14日に在京のマリン専門誌を対象としたメディア試乗会が横浜ベイサイドマリーナにて行われました。

今回は上記2艇の限定試乗会であり、シーズン直前のメディアへの露出効果を図るために行われましたが、参加されたプレスからは「ボートの基本性能が充実している」と評価も高く、特に200馬力を2基搭載したCobia 274 CenterConsolesの走行は、各記者も絶賛。

「400馬力にも及ぶ船外機のハンディを感じさせないほど、軽快な走行を実現している」(ボートクラブ・永井記者)。また一方では「どちらもUF-26CCと似たタイプだが、価格設定が違うのでパッシングはしないと思う。販売の勧め方によっては、相乗効果にも期待が持てる」(オーシャンスタイル・大場記者)など、さまざまな視点での印象を与

える機会となりました。

今後ヤマハではヤマハグループとしてCobiaBoatを告知し、これまでのヤマハユーザーはもとより、他の輸入艇オーナーをも取り込む商材として販売していきます。



INFORMATION

YF-23のTV・CFが始まります

ヤマハでは3月、4月を中心に全国32県を対象とした、YF-23のテレビコマーシャルを順次放映し、YF-23の露出拡大を図ってまいります。また地域によっては、天気予報の中でYF-23やマリンジェット等のイメージ映像を露出してまいります。今後も各メディアを利用し、ボートビジネスのバックアップとなる商品告知を行う予定です。どうぞご期待ください。



New Model

QUINTREX SALT WATERシリーズ

国際ボートショー、釣り博等で展示いたしましたクイントレックス・ソルトウォーターシリーズの取り扱いを開始いたしました。

475TopEnder & 475Legend

従来の435BASS ECLIPSに加え、475TopEnderを含めた4モデルをラインナップ。いずれもトレーラブルタイプで、湖はもとより海での使用も想定し、釣りはもちろん多彩なマリンプレイに対応するモデルです。

■主要諸元

〈主要諸元〉

〈475TopEnder〉

- 全長4.93m ●全幅：2.03m ●全深さ：1.17m
- 最大搭載馬力：55.1kW (75ps)
- 艇体質量：340kg
- 燃料タンク：65ℓ ●定員：5名
- 航行区域：平水

〈475Legend〉

- 全長4.93m ●全幅：2.03m ●全深さ：1.17m
- 最大搭載馬力：55.1kW (75ps)
- 艇体質量：355kg
- 燃料タンク：65ℓ ●定員：5名
- 航行区域：平水



OUTBOARDS

ボートショー、釣り博等で展示しました「Z240A」「VZ200P」「VZ240B」を5月より販売いたします。

Z240A

世界最大の直噴2ストロークモデル。最良燃費点となる4500回転域では大型4ストロークを凌ぐ燃費性能を発揮し、2ストロークモデルでありながらCARB(カリフォルニア州大気資源局)が定めた2STARを獲得。パワーとクリーンを高次元で両立させた船外機です。

■主要諸元

Z240A

- エンジン形式：2ストローク76°V型6気筒
- 排気量：3342cm³
- プロペラ軸出力：176.5kW (240ps) @5,000rpm
- 舵角：左右30° ●乾燥重量：X/252kg



VZ200P/VZ240B

多くのバスボートユーザーから支持されているVMAXシリーズにH.P.D.I.を搭載した200馬力モデル「VZ200P」と240馬力モデル「VZ240B」を追加販売いたします。



■主要諸元

VZ240B

- エンジン形式：2ストローク76°V型6気筒
- 排気量：3342cm³
- プロペラ軸出力：176.5kW (240ps) @5,000rpm
- 舵角：左右30° ●乾燥重量：X/252kg

VZ200P

- エンジン形式：2ストローク76°V型6気筒
- 排気量：2596cm³
- プロペラ軸出力：147.1kW (200ps) @5,000rpm
- 舵角：左右30° ●乾燥重量：X/222kg

お客さまの
海観・船観

最初のパートナーは最高のボート 〈EVER DREAM〉 YF-23

澤木雄一さん(42歳)東京都町田市

遠洋漁船の母港として知られる神奈川県、三崎の海に、今一番注目されているYF-23が進水した。

「買う前は他のメーカーのボートもたくさん試乗しました。でも、この船に勝るボートはどのメーカーにも無かったんです」

素直な走りに惹きつけられたというオーナーの澤木雄一さんは、熟考の末、ファーストボートとしてYF-23を選んだ。

もともと釣りが好きで、時間の空く週末には遊漁船に通っていたこともあり、いつかはマイボートという計画を描いていた。

「子供がいるでしょ。でも私は釣りが好きだから友人たちと遊漁船に乗ったり、磯で釣りをしたりと家を空けることが多くて、今考えればボートのローンよりも多い金額を釣りにつぎ込んでいましたからね(笑)。当然、家内にいい顔はされませんでしたよ」

時間があれば釣りを楽しんでいたというが、通い慣れるにつれ決まり事の多い遊漁船に不満を抱くようになったという。

「出てから帰港まで時間も決まっているし、釣り方や場所も決まっています。最初は釣りばかりにのめりこんでいたから良かったけど、そのうち欲が出て、海へ出る自由が欲しくなりましたよ。自分がボートを持てばいつでも出ていけるし、子供が飽きたら港に入って、遊んだっていい。海の良さを家族全員で体験できたらいいなって、ずーっと思っていたんです」

免許を取得したのは去年の夏。それまで自分がボートを持つとは思わなかったという澤木さんも、免許を取得したのがきっかけで、ボートの購入を考えるようになった。

「免許を取ってから買うまではあつという間でしたよ。決めてからの方が、時間が長く感じたぐらいです」

快晴の進水式となったこの日、はじめてマイボートの舵を握る澤木さんは、幾分緊張しながらも、家族全員で海へ出ていける自由を手に入れた。

「いつかは、この船で大島に行ってみたい。そのために1級にしたんだしね。もちろん、その前にアウトリガーを付けて、マイボートならではの釣りを楽しみたいですね」

ボートは大きくないが、可能性は無限大だと笑う澤木さん。この日キャプテンとして最初の一步を踏み出した。

