



YAMAHA

50th
Anniversary

YAMAHA *Marine News*

2005 No. 153



好調・ニューモデル

マリンビジネス最前線『HOEI』『瀬戸内マリン』

好調 ニューモデル

AERO SPORTS21 & BAY SPORTS21



FOAMAP技術を採用し、スーパーフロートという開発思想を具現化したエアロスポーツ21とベイスポーツ21は、ボートショー会場でも多くの来場者が足を止めてカットモデルに見入る光景が見受けられ、その注目度の高さを感じることができた。これまで培われたFRP建造技術をさらに昇華させ開発した両モデル。安心・安全をセールストークに今シーズンの拡販をお願いします。

AERO SPORTS21

センターウォークスルーレイアウトを継承したマルチパーパスボート。ドライバーズシートからボート全周が見渡せる視認性の良いオープンタイプであり、オプションでオーニング付のウェイクタワーやマリントイレの設置が可能となっている。



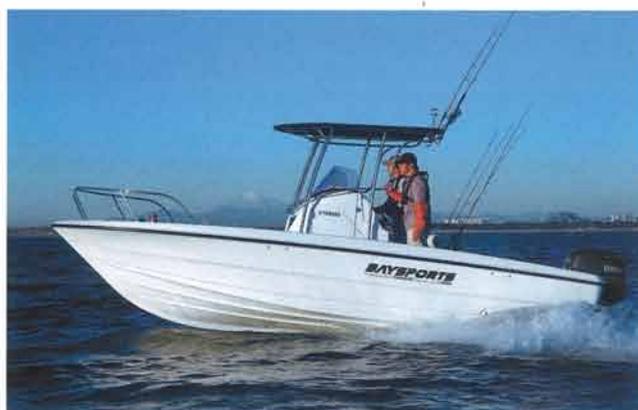
【主要諸元】●全長:6.38m ●全幅:2.35m ●全深さ:1.24m
●艇体質量:965(942)kg ●搭載エンジン: F60AETX, F90AETX
●燃料タンク容量: 固定式110ℓ(別体式24ℓ) ●定員:6名 ●航行区域: 限定沿海
*()内はF60AETXモデルの場合

プレス向け試乗会でのコメント

- 米国で言うところのデッキボートのような雰囲気を持ち、機能的にうまくまとめられている感じがする。非対称のレイアウトも良く、まじめなフネづくりが伝わってくる。欲を言えばフル艦装の高級バージョンがあれば、より訴求しやすいのではないだろうか。(ポーティフィールド)
- 曲面を多用した柔らかなイメージをもち、数少ない水遊びの楽しさを表現している。国産艇の同じカテゴリーのボートがないだけに、300万円台という価格も含め魅力的なボートだと思います。(ボートクラブ)

BAY SPORTS21

センターコンソールタイプのフィッシングボート。釣りの機能性を最大限に引き出すレイアウトを採用し、エレクトリックモーター等の艦装性を高めた。コンソール内にはオプションでマリントイレの設置が可能となっている。



【主要諸元】●全長:6.38m ●全幅:2.35m ●全深さ:1.16m
●艇体質量:860(840)kg ●搭載エンジン: F60CETX, F90BETX, F115AETX
●燃料タンク容量: 固定式110ℓ(別体式24ℓ) ●定員:6名
●航行区域: 限定沿海 *()内はF60CETXモデルの場合

プレス向け試乗会でのコメント

- 加速感や安定性など、これまでのボートの乗り心地とは一線を画すボート。デッキスペースも23ftクラスのボリューム感があり、物入れスペースなども豊富にあり、機能性を満たしている。(KAZI)
- 21ftとは思えない広々としたデッキレイアウトと、長尺物入れ、コンソールのトイレなど、このサイズでは、必要十分な装備が備えられている。走行時の安定性も良く、すべての面においてFOAMAP工法が感じられる。(オーシャンライブ)

更なる飛躍と収益性のあるビジネスモデルを目指して



ヤマハ発動機(株)
代表取締役 梶川 隆

日頃は当社の企業活動に「力を賜りましてありがとうございます。2004年を振り返りますと国内の上場会社の中で勝ち組、負け組はつきりしてきました。株価も1万1千円を超えるところまで回復してきました。景気の方も少し明るさが出てきたかなというふうな昨年でございます。

国内マリンス事業を見ていると、おかげさまで大幅な改善が図られ、黒字の目処がついたと喜んでいます。今年は間違いなく黒字転換するところまでできています。これも「重」に皆様のご尽力のおかげであり、厚く御礼申し上げます。

我々を取り巻く環境としましては、先頃国土交通省内に新たに舟艇室が設置されました。ここではプレジャーボートの利用振興への積極的な取り組みが進められています。また港湾局では保管能力の向上といたしましてボートパーク等の整備推進や民間、第三セクターなどのマリナーへの整備、推進が進められていると聞いています。

また、舟艇工業会の取り組みといたしましては、マリンスウィークの継続や地域との連携による水辺活動の普及、ユーザー活性化や需要の拡大としてボートフィッシングゲームへの継続サポートなどを実施し、マリンス全体の活性化につなげて参りたいと考えています。昨年の免許制度の改正によりまして、2馬力搭載ボートが、前年の6倍強のユーザーを新たに作り出したという事実もあり、マリンスの事業はまだまだ可能性があり、ポテンシャルティとしては大変大きなポリュームがあるわけで、昨今の景気回復を顧みればようやく明るい兆しが出てきたように思えます。小型ボートの受注をみてみますとまだまだという感がありますが、中大型艇においては前年伸長を含め、クラスによっては「桁のパーセンテージの伸長が見られます。これは間違いなく明るい兆しだと思っております。

環境問題については、ヤマハとしては第に船外機の排ガスの自主規制のクリアに向けての更なる4ストローク化への推進やFRPリサイクルシステムの構築への取り組みを着実に進めて参る予定です。また、我々としては新たな技術に挑戦した次世代ボートへのチャレンジや、新規層の取り込みを図るレンタルビジネスの拡大と推進。この様なテーマを積極的に取り組んで参りたいと考えています。

これからもヤマハ発動機としましては、情熱・感動・未来。これをキーワードに新たなマリンスのファン層を創造し、さらなる飛躍と収益性のあるビジネスへの転換をさせていただきます。次の50年に向けて、ヤマハは常にヤマハらしさを意識して、お客様より支持されるマリンスの本当の愉しさをより多くの人へ伝えていけるよう皆様と共にがんばっていききたいと思います。

(2005) マリンスビジネスミーティングより 文責・編集部

NOTICE BOARD

BOAT SHOW 東京では昨年を上回る来場者を記録



去る2月10日から13日までの4日間千葉県幕張メッセで開催された「第44回東京国際ボートショー」は昨年を約3%上回る43,007名のマリンファンが来場した。

今回のボートショーでは釣具や船外機、航海計器など来場者参加型の各種セミナーが行われた。2馬力未満の船外機が搭載可能な「スモールボートコーナー」の特設展示などがあり、いずれも盛況であった。ヤマハブースではY38やYF-27などユーモア、主力モデルを中心に展示したほか、マリンスジェットのパーソナル体験やスパーフロートの特設コーナーを設け、来場者へヤマハの技術力、マリンスの愉しさをアピール。また20回目を迎えた大阪ボートショーでは、ヤマハは商戦の場として機能させることを目的に、東京ボートショーよりも多い9隻の戦略モデルを展示。さらにFOAMAPの水槽実験コーナーを設け、浮力に優れた発泡工法のPRを行った。

関東・東海地区に「海の駅」 7施設がオープン

瀬戸内海でスタートした「海の駅」が去る3月26日付で関東、東海エリアでも開始された。この「海の駅」とは、瀬戸内海の静穏水域と風光明媚な水域空間を活かした離島振興策として考案された新たなコンセプトの地域振興策であり、瀬戸内海を中心に設置展開が行われている。

今回発足した東日本「海の駅」設置推進会議の発足は瀬戸内海、兵庫県、近畿の各設置推進会議に続くもので、「海の駅」の設置およびネットワーク化を通じてボートやヨットの利用促進を図り、相互の交流、連携を深め、地域経済の活性化へも繋がるよう利用者の促進を計画している。

2004年マリンス商品 出荷実績発表

日本舟艇工業会が日本国内の舟艇の現状や世界統計をまとめた「舟艇工業の現状」平成16年版を発行了。

それによると国内出荷統計では国産と輸入を合わせた舟艇の出荷金額は、2008億円(前年比44億円(17%)減少したものの、マリンスエンジンでは前年比2億円(2%)増加しており、需要低迷が続いている中マリンスエンジンは台数、金額とも増加した。

「モーターボート」国産と輸入を合わせた国内総出荷数は5763隻(前年比96%、金額ベースでは100億円(前年比13%増加)増加した。出荷数は減少傾向だが、一隻あたりの単価は前年比18%増加の173万円となった。

「船外機」国産と輸入を合わせた国内総出荷台数は25,637台(前年比20%の増加。総出荷台数は54億円(前年比104%となり平成10年から続く減少傾向に歯止めがかかった。なおバッテリーの搭載船外機では環境対応モデルが94%を占め、そのうち4ストロークエンジンが96%を占めている。

「PWC」国産艇および輸入艇の国内総出荷台数は3,849隻(前年比95%。総出荷金額は34億円(前年比99%であった)。

創立50周年記念 「わたしとヤマハ」 フォトコンテスト開催中

ヤマハ発動機は、この2005年7月に創立50周年を迎えます。その50年を振り返り、「わたしとヤマハ」の心に残る思い出をその時の写真と共にエピソードを添えてお寄せください。

■募集内容
ヤマハ発動機の製品やそれに関わる「人」を通して得た「感動」を、写真とその時のエピソードを添えて応募ください。

■応募資格

日本国内に居住の方。年齢性別は問いません。

■応募規定
応募作品は、1955年から2005年に撮影したものに限りません。応募作品は、データプリントのどちらでもかまいません。応募は、お二人様3点までとさせていただきます。写真1点につき、タイトルとコメントを添えて応募ください。

■募集受付期間
2005年4月18日(月)～6月24日(金)の消印、または送信分まで

■賞品
●感動賞：オーストラリアモトGP 観戦ツアー(2名1組)
●思い出賞：ヤマハリゾートはいむるぶし 4泊5日(2名1組)
●フレンドリーシヨニー：ヤマハ50ccスクーター「VINOLINA」

*応募方法や注意事項、結果発表等はヤマハ発動機のウェブサイト(<http://www.yamaha-motor.jp/photo/index.html>)にてご確認ください。



【郵送でのご応募・お問い合わせ】
ヤマハ発動機販売株式会社内
「わたしとヤマハ」フォトコンテスト係
〒438-0016 静岡県駿田市岩井2000-1
TEL 0538-21-3851(平日10時～17時)

不特定多数の方にマリンの愉しさを認知してもらうこと。

ボートの拡販は遊び方の訴求しだい。最前線

香川県・瀬戸内マリン ● 香川県高松市



瀬戸内マリンさんのヤードには20ft～30ftのタイプが多い



トーイング派にはAG-21、フィッシングユーザーにはYF系の人気が高い



お店の雰囲気には、スタッフの経験が現れる

ボート保有隻数は全国でもトップクラスに位置する香川県。その中心地、高松は人口33万人を抱え、瀬戸内海の中核都市のひとつとして知られている。その高松市で創業28年目を迎えたのが瀬戸内マリンさんである。海苔養殖の漁業従事者を中心に船外機の販売とサポートを行い、その高い技術力で信用を勝ち取り、今日のご商売の礎を築いてこられた。景気低迷の中、瀬戸内マリンさんではどのようなご商売を展開しているのだろうか。店舗のホームページ制作など他に先駆けていち早く取り込み、成果を上げてこられた畑田英基社長に話を伺った。

「景気の影響はもちろんありますよ。マリッジットなどは建設関係のお客様が興味を持たれることが多くて、一昔前なら興味があれば、あとは乗せて楽しませれば購入するケースが多かったのですが、今は買いたくても買えないことが多い。販売している側としてもつらいですよ。お店の売り上げもそうだけども、本当の普及という意味合いでは購入して頂いて、乗る機会が増えて、海の楽しさや危険、それにマナーなどが学べるもの。それができないんですからね」

それはボートユーザーの予備軍も

Plusαのイベント企画でお客様との結びつきを強くする

そう話す畑田さん自身、お客様のマリッジットクルージングに同行し、コミュニケーションを図っている。そのためか、瀬戸内マリンさんのMJユーザーは、40代や50代のお客様が

同様のことがいえるのではないかと

いう畑田さん。新規ユーザーの獲得が難しい現状はどこも同じこと。ただし、それに甘んじていれば、激戦区の香川では生き残れないとも言

う。

「えらそうなことは言えません。ウチもここ2・3年は前年とほぼ同じ売り上げです。自分自身を振り返ってみても、やっぱりどこか手を抜いていたなど感じる部分もあります。ですから今年は振り出しに戻ったつもりで、やってみようと思っています」

瀬戸内マリンさんの主な商材は中型から小型のフィッシングボートとAG等のトーイングボート、それにマリッジットとなっている。「遊びこそがボートの拡販に繋がるセールストーク」という畑田さんにとって、先の「手抜き」とはこの遊びを示している。

「お店の雰囲気とかスタッフの魅力というのは、遊びに精通しているかどうかで現れやすい。スタッフが日頃からお客様と一緒にクルージングや釣りをすることは直接そのお客様が代替に結びつくだけでなく、新規のお客様にとっても「こういうお店なら楽しめそうだな」と必ず感じてもらえる部分だと思います」

まだまだ数多く現役で続けている。さらに常連のユーザーにはシヨップが主催となった旅行を企画し、年に1〜2回開催しているという。「やれクルージングだ、釣り大会



丸亀、普通寺など県西部のユーザーを抱える多度津マリナー。大型の艇庫がありフィッシング派の人气が高いが、「近場での底釣りが多いので、飽きてしまう前に他の釣り方を教えるのが今後の鍵」だという



近くに来れば顔を出すオーナーさんが多いという神在港マリナー

だと投げかけても、何十回も参加されているお客様はやっぱり飽きてしまいますよ。だから旅行の企画にしたのです。例えばお客様と沖縄に行つて船を仕立ててマグロ釣りをする。ふだんそれぞれのオーナーが一緒に船で釣りをする機会なんて滅多にありませんし、また違う角度でのコミュニケーションも図れる。ある程度キャリアのあるお客様にはそういったアプローチも面白いんじゃないかと思えます」

もちろん通常のクルージングイベントや釣り大会などは瀬戸内マリナーさんの店舗である神在港マリナーや多度津マリナーで月ごとに行っている。それらのイベントに加えてプラスαのイベントを催し、お客様との交流を図っている。簡単なようではあるが、これらのことはオーナーの経験や嗜好を把握していなければできないことではない。瀬戸内マリナーさんが11名のスタッフを抱えながらも営業は畑田社長を含む3名という体制がなせることではないだろうか。

ケーブルテレビを活用し、海遊びの認知度を高める

ボート販売を中心にさまざまな取り組みを行う瀬戸内マリナーさんが2年前より手がけているのがケーブルテレビの番組企画だ。これは30分の番組で一ヶ月ごとに遊びや口ケーションを変えながらマリナーの楽しさを伝える内容で、放送は1日に2回、四国22万世帯のケーブルテレビ

という。「問い合わせがあったお客様からは「あ、あの番組の」という反応を頂いたり、「テレビに出ていましたね」と言われたり、私だけの見方かもしれないませんが名前が出ることで、少しはお店に対しての信用度が上がったかなと思います。全く知らないお店と名前ぐらいは聞いたことがあるのでは良かったかと思えます」

ビ視聴者に届けられている。

「市場の活性化といったらすこし大きいかもしれませんが、日頃は目に見えないマリナーの良さを伝えられればと思つて企画をケーブルテレビに出したら、やりましようと言ふことになりました。最初は私も助っ人で出演してはいたんですが、基本的には企画だけです。反応もポロポロといった感じです。販売の話なんて全然ですよ笑」

「エアロスポートとベイスポートはそれなりの手応えは感じています。とりわけポロトは試乗しなければ良さが伝わらないのですが、この二つのポロトは「安全」といえるセールスポイントがある。これはお客様にも大きく響くのではないのでしょうか。試乗すれば従来のポロトと比べて違うことが分かるポロトなので、今までの以上に体験試乗会に力を入れて、PRしていきたいですね」



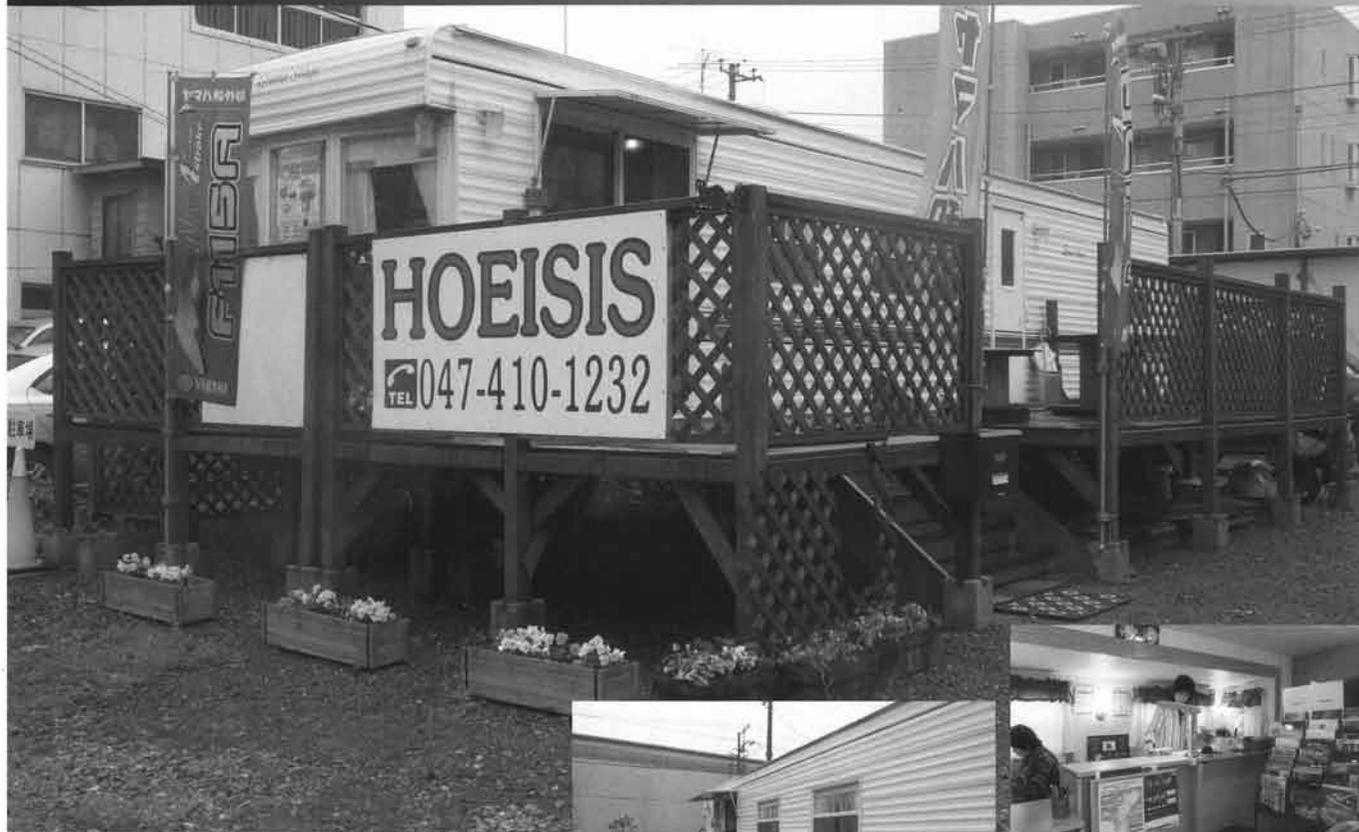
「お客様と一緒に遊び、マリナーの楽しさを提供するのが大切」と話す畑田英基社長。お客様へのアプローチはさまざまだが、ボートで楽しむことの本質は変わらないという



■(株)瀬戸内マリナー
■創業：1976年
■従業員：11名

“信頼”をセールストークに業務から レジャーまで幅広くサポートする

ホーエイ ● 千葉県市川市



遊休地を借り受けた形で発足したHOEISISは、いつでも移動可能なトレーラーハウスを事務所採用。前面のウッドデッキは材料を購入してスタッフ全員で組み上げた労作



女性スタッフ2名が常駐するHOEISISの事務所は明るく清潔なイメージ。トレーラーハウスの外観にはそぐわない整然としたオフィス空間が、ミスマッチで楽しい

半農半漁の地域に育った老舗販売店の歩み

千葉県市川市、東京都江戸川区との県境となる旧江戸川沿いの千葉県側に店を構える(有)ホーエイさんの前身は「石田農機」という農機販売の会社。

「このあたりは昔から半農半漁の地域で、先代の頃はお客様も農業と漁業を兼業されている方がほとんどだったんです」と語るのはホーエイの石田豊社長。

「さらに歴史を遡ると、明治時代には鍬や鋤といった農具を製造する鍛冶屋だったみたいなんです。今でも一応農機具は扱っていますけど、主力は完全にマリンです」

商圏となる市川、船橋にかけては昔から海苔養殖やアサリ漁が盛ん。湾岸エリアの開発が進んだ風景のその先に、江戸時代もかくやと思わせる海苔網の竹竿が並ぶ風景が独特な雰囲気醸し出している。今も海苔養殖を営む漁師さん

業務船に軸足を残しつつプレジャーの顧客を開拓

現在ホーエイさんの顧客比率は業務4割に対してプレジャーが6割を占めている。

「ホーエイが創業した20年前からプレジャーの兆しは見えていましたけど、ウチの店舗の立地や業務形態から業務船中心にならざるを得なかったというはありました。でも、元々は業務のお客様に育てられたわけですし、割合としてはプレジャーの方が多くなっても、軸足は業務に残しておきたいという気持ちもあるんです。というのも、業務船のお客様のお付き合いの中

が市川に30軒、船橋に20軒ほど存在する。

「後継者不足でこれから増えるということはないでしょうね。ただ、それでも船橋の方はこのところ若い人が後を継ぐケースがいくつかあって、意識が高まっているようです。海苔の養殖技術の研究も熱心で、船外機や船に対する商品知識も豊富で物の買い方がうまい。きちんとやればいい商売になる分野ですから、海苔の養殖業そのものがなくなることはないと思います」

ホーエイさんの主力商品は海苔養殖やアサリ漁に使用する和船と船外機。このところ4ストローク船外機が好調だ。

「アサリ漁が20年ぶりの豊漁だったことに加えて、北朝鮮産アサリの問題などが追い風になって、買い換え需要を促進したということなんじゃないでしょうか」

からプレジャーのお客様へと繋がる流れがあるからなんです」

市川、船橋にかけては民間の大型マリナーは少なく、プレジャーボートの大半は漁協が管理する河川や漁港などに係留されているという実情が背景にある。現在、旧江戸川や新中川の江戸川区側には不法係留船を対象にした暫定係留場が整備されているが、それ以外の係留場は何らかの形で地元漁協が管理する形態となっている。

「この辺のお客様は置き場が見つかったから船を買うという形がほと



ホーエイ社屋裏を流れる旧江戸川にある暫定係留場。ここは東京側に係留されていた舟艇のために江戸川区が設置したもので、この他にも旧中川、江戸川にも存在する。一方、千葉県側に係留されている舟艇はそのままの状態



埋め立て地の先に位置する市川漁港。元々は行徳漁港・南行徳漁港・高谷漁港の3つに分かれていたものが、埋め立てによる移転に伴って一箇所に集約された。係留されている和船の大半が海苔養殖用の船



船外機のメンテナンスに余念のない石田社長(右)と氏家さん。氏家さんは昨年7月に入社したホーエイのルーキー。「以前は全く違う仕事をしていたんですけど、この仕事は面白い。早く仕事をおぼえて一人前になりたいと思います」



左から石田豊さん(ホーエイ代表)、石田和美さん(HOEISIS代表で豊さんの奥様)、滝口栄子さん(HOEISISマネージャーで豊さんの実妹)、氏家正文さん(ホーエイサービススタッフ)。ホーエイの社名は豊さんの「豊」と栄子さんの「栄」の字を取って、和美さんが命名したものの



HOEISISの敷地内には倉庫兼用の作業場が設けられ、ソフト面だけでなくハード面でのサービスも充実させていく予定だ



■(有)ホーエイ
■創業:1910年
■従業員:4名

創業当時の初心を忘れず地道に地域に貢献してきたホーエイさんだが、昨年の9月まったく新たな第一歩を踏み出した。「船橋で空いた土地を使えることになったので、新たな店舗を開きました」

ホーエイ船橋支店の展開かと思いきや、その装いは本店とは全く異なっている。大型のトレーラーハウスに広いウッドデッキを合わせた佇まいは、アメリカ中西部の中古車屋さんの雰囲気。営業形態も支店ではなく別会社の有HOEISIS(ホーエイシス)という形を探っている。奥様の和美さんが代表で、石田さんの実妹である滝口栄子さんがチーフマネージャーを務める。「ホーエイの姉妹店で、姉妹がやっているというところでHOEISIS。シスターのシスをつけただけです」と笑って教えてくれたのは代表で石田さんの奥様・石田和美さん。

トレーラーハウスから始まるホーエイの新たな跳躍

「ホーエイが修理や販売などのハードの分野を担うのに対して、ホーエイシスはウェブサイトで顧客管理などソフトの分野を担うという役割です」

「ホーエイが修理や販売などのハードの分野を担うのに対して、ホーエイシスはウェブサイトで顧客管理などソフトの分野を担うという役割です」

和美さんは本業の臨床検査技師の傍ら、これまでもヤフー掲示板などを使って、オーナーが自分で行うボートメンテナンスの知識などを提供してきた。

「今年のボートショーではオフ会にも呼ばれたんです。ボートは持っているけどメンテナンスの知識がないと感じている人がとても多いようなんです。ですから4月1日から新しく立ち上げるウェブサイトの目玉は『自分でメンテナンス』というコーナーです。道場主はもちろんウチの夫。その他にも、女性限定のボート免許スクールや、ネットショッピングなども始めていく予定です」

女性2人が切り盛りするトレーラーハウスには、新たな跳躍を控えた助走の熱気が立ちこめている。遊休地にトレーラーハウス、さらにはウェブサイトで、コスト面でのリスクを最小限に抑えつつ、斬新なアイデアで大胆な業務拡大を狙う。

この取材をしたのが3月末だったため、新しいウェブサイトの反響を知ることはできなかったが、既に公開されているサイトの様子を見れば、助走していたときの熱気が見事に昇華されつつある様子が伺える。

MY BOAT ★ MY LIFE

「マリンジェットでも釣りを楽しんでいました」 MJからYF-27オーナーへ



黒沢 正美さん ●茨城県ひたちなか市

650TLのマリンジェットを購入してから12年。その間マリンジェットを4台乗り継いできた黒沢さんがボートの購入を本気で考え出したのが5年前のことだった。

「週末、海で遊ぶようになったのは、友達のマリンジェットに乗せてもらったのがきっかけです。乗せてくれるって言うのでその場で短バン買ってね。今でも覚えていますよ。当時は新鮮でしたからね」

その後、ほどなくして黒沢さんもマリンジェットのオーナーになる。きっかけは展示してあったMJとの出会いだ。

「これまで4台ほど乗り継いできましたが、購入のきっかけはお店に展示してあったから。買い換えるタイミングもあったけど、実物を見るとね。運の尽きというやつですよ」

そう話す黒沢さんが今回購入したのがフィッシングボートYF-27である。MJユーザーがボートを購入するケースは少なくないが、黒沢さんの場合はどのような経緯があったのだろうか。

「走るのも好きだけど、単に走っているだけじゃもったいないでしょ。夏になるとこのあたりでは、カンパチやシイラなんか釣れますからね。それに仲間の一人がSRV23を

持っていて、一緒に釣りに行くことが多かったんですよ。だからゴールデンウィーク明けから秋までの休日はMJかボートでした」

MJとボートの両方を楽しむ。それが黒沢さん流の海の楽しみ方。今回ボートの購入を決めたのも、これまでのボートフィッシングの経験によるところが大きい。

「MJは肉体的にきつくなってきたのが本音です(笑)。でも5、6年くらい前からボートが欲しくて、あれこれ考えていたんですよ。最初はキャビンの大きいシエスタがいいなと思っていたんですが、去年YF-27が発売されて。ヤマハのホームページを調べて、これはいいボートかもしれないと思って、MJでお世話になっている大貫マリンさんに相談しに行きました」

広くてフルフラットなアフトデッキがYF-27を購入する決め手になったという黒沢さんは、艀装はGPS魚探とレーダー、それにアウトリガーという最小限に留めている。

「いつもボートで出る時は仲間と一緒になので、みんなで釣りができるぐらいのアフトデッキとキャビンのスペースがちょうど良かった。SRVにかれこれ6年乗っているんで、それが一つの基準になりました。試乗した時も走りは良かったし、あとはカジギが釣れば文句なしといったところでしょ」