

# Yamaha Motor Monthly Newsletter



The “MJ-FX Cruiser SHO” Water Vehicle

*Spotlight:* ウォータービークル

July 15, 2013 (Issue No. 7)

ウォータービークル

## 多くの人に親しまれる乗りものを！



1986年、座り乗りタイプのパイオニアとしてヤマハはウォータービークル事業に参入。「多くの人に親しまれ、安心して楽しめる乗りもの」というコンセプトが的中し、ウォータービークル市場の飛躍的な拡大に貢献した

ウォータービークルは、小型エンジンを動力源に船底から吸い込んだ水を船尾から噴出することで推進するパーソナルサイズの乗りものです。主にファンライドやツーリングなどマリネジャーのパートナーとして世界の水辺で親しまれ、またその機動力を活かして海岸でのパトロールやライフガードによるレスキュー機材としても活用されています。1986年にアメリカ市場で「ウェーブランナー500」（日本での商品名は「マリンジェット500T」）を発売し、その事業の第一歩を踏み出してからおよそ四半世紀。今日はヤマハウォータービークルの歩みについて紹介します。

### ウォータービークル開発の背景と「その時代」

日本のマリネジャーシーンにとって1970年代は黄金期ともいえる時代でした。中でも東京オリンピック（1964年）のために整備された江の島マリーナ周辺の海域はたいへんな賑わいを見せ、週末ともなれば無数のヨットやボートが浮かび、その間を縫うように波を切って走るさまざまなウォータービークルの姿も見られました。ウォータービークルの原型とされる乗りものはこの時代よりさらに半世紀も前にフランスで考案され、以来、世界中でさまざまな形状・仕様の乗りものが生み出されてきましたが、そのどれもが主流のカテゴリーとして広く認知を得るには至らず、当時の日本の海でも立ち乗りや座り乗り、さらには腹ばいで乗るウォータービークルなどさまざまな乗りものが入り乱れている状況でした。

こうした中で、運輸省（当時）はウォータービークルの免許制度や検査制度の確立に取り組み、日本舟艇工業会に調査を依頼。ヤマハもその一員として各種ウォータービークルのテストを行うとともに、使用環境の基準づ

くりにおいてもリーダーシップを発揮しました。こうした経緯を経て 1980 年に「水上オートバイの特殊基準」が公布されると、日本国内におけるウォータービークルを取り巻く環境が一気に整えられていったのです。

ヤマハが本格的にウォータービークルの開発に着手したのはその数年後、1983 年のことでした。この頃、会社の中で新規事業の開拓機運が高まっていたこともあり、「期待を込めて十分な研究開発費が用意された」と当時の開発者は振り返ります。

## アメリカ現地テストの「失敗」と「絶賛」



1984 年、テストのために米国に持ち込まれたプロトモデル「パワースキー」。25 馬力の船外機用エンジンが搭載された立ち乗りタイプのウォータービークルだった



「座り乗り」「タンデム艇」というキーワードは、即座に開発艇に反映された。初期は船外機を搭載して開発を進めた

開発プロジェクトの発足当初、まずヤマハがめざしたのは、優れたスピードとシャープな旋回性を実現するスリムな立ち乗り型のウォータービークルでした。先行メーカーのウォータービークルの運動特性は、たとえるなら「二本スキー」で滑る安定したイメージ。これに対してヤマハはより軽快な運動特性を持つ「一本スキー」のフィーリングをめざして開発を進め、やがてプロトモデル「パワースキー」を完成させたのでした。当初は日本での発売を見据えていた「パワースキー」でしたが、「マリンレジャーのパーソナル化が進んでいるアメリカから導入すべき」という経営判断もあり、そのための準備としてアメリカでの現地テストが 1984 年 9 月に行われました。

結論から言うと、このテストは大失敗に終わりました。開発者たちをアメリカで待っていたのは体重 100 kg を超える巨漢のテストライダー。もともと安定性に難のある「パワースキー」には乗り込むことさえ難しく、なんとか走り出してもパワー不足で思ったように走らないという始末。テストライダーからは「（ウォータービークルを作るのは）ヤマハには無理なんじゃないか？」という疑問の声も投げかけられたそうです。

惨憺たる結果でアメリカテストを終えて、開発プロジェクトはコンセプトを 180 度転換。アメリカ市場が求めているのは「多くの人に親しまれ」「安心して楽しめる」乗りものだったことを痛感し、ここから座り乗りのタンデム艇という発想が生まれました。さっそくマリン関連の各部門から腕利きの技術者たちが呼び寄せられ、次回アメリカテストに向けて新しいプロトモデルの開発がスタートしたのです。

2 回目のテストは翌 1985 年 7 月。テストを行うのは前回と同じライダーでしたが、1 年前に「ヤマハには無理」と厳しい感想を語った彼は、タンデム艇を操り 360 度のスピントーンを何度もきめながら「これは楽しい！」「今までのウォータービークルにはなかった感覚」と絶賛の言葉を繰り返したそうです。特別なテクニックを必要とせず、誰でも不安なくスピントーンができるこの特性が、アメリカ人の嗜好にぴたりとはまったのでしょう。このテストでコンセプトの確かさを確信したヤマハは、事業化に向けて開発を加速させていったのでした。

## ヤマハの新規参入により市場規模は「4 年で 4 倍」

アメリカで絶賛されたタンデムモデルは「ウェーブランナー 500」として商品化が決まり、さらにアメリカからの強い要望を受けてシングルモデル「ウェーブジャマー 500」の開発も決定。現在でもすべてのヤマハ製ウォータービークルに標準設定されているスパウト（被視認性を高めるための噴水）は、「後発だからこそ他社製品と一発で見分けられる違いが必要」と、生産開始直前にこれもアメリカからの要望で急ぎよ設定されることになりました。



ヤマハウォータービークルの第 1 号機「ウェーブランナー 500」(1986 年)



こうしてラインオフしたヤマハウォータービークルの第1号機「ウェーブランナー500」（1986年）と、翌年に発売された「ウェーブジャマー500」（1987年）は、当初の想定をはるかに超える強烈なインパクトを市場に与えました。ヤマハの参入以前は約2万5000台だったウォータービークルの世界需要は、1987年に3万1000台、1988年に5万7000台と急伸び、1990年には10万台を突破するなどわずか4年で市場規模を4倍に拡大するまでになったのです。



アメリカの営業部門からの強い要望によりラインナップに加わったシングル艇「ウェーブジャマー500」(1987年)

また、世界で最も大きな市場であるアメリカ国内の需要の拡大や為替の変動に対応するため、1989年には Yamaha Motor Manufacturing Corporation of America (YMMC/ジョージア州)での生産も開始しました。

## 事業の多軸化の代表的な成功例



世界で初めて4ストロークエンジンを搭載したウォータービークル「FX140」(2002年)は、アメリカ環境省によるEPA排出ガス規制をクリア

「ウェーブランナー500」の発売でウォータービークル事業に参入したヤマハはその後、いくつものエポックな技術や製品を生み出してきました。たとえば、世界で初めて4ストロークエンジンを搭載したウォータービークル「FX140」を2002年に世界同時発売したのもその一つ。船外機の環境技術の革新に早くから取り組んでいたヤマハは、ウォータービークルの分野でも4ストローク新エンジンの採用によって低燃費、排出ガスの低減、静粛性などの環境性能を飛躍的に向上させるとともに、高性能モーターサイクル「YZF-R1」のエンジンをベースに開発することでダイナミックな走行フィーリングの実現も果たしました。その後もウォータービークル用エンジンはさらに進化を続け、2008年には世界初のスーパーチャージャーを搭載した「FX SHO」を発売するなど、動力性能はもちろん、環境性能（CARBカリフォルニア州大気資源局の2008年度規制値に適合）でも高い評価を受けています。一方、艇体技術でも従来の素材と比較して約25%の軽量化と約15%の強度アップを実現する新素材ナノエクセルの開発に成功し、フラッグシップモデル「MJ-FX Cruiser SHO」などに採用しています。

現在、ヤマハウォータービークルの出荷台数は約4万台。そのうち6割にあたる約2万4,000台（2012年実績）をアメリカ市場が占めています。また、ウォータービークル用のエンジンを搭載した19～24フィートのスポーツボートを Yamaha Jet Boat Manufacturing U.S.A. Inc. (YJBM/テネシー州)で生産、多くのお客様より支持をいただき、同クラスのスポーツボートではアメリカ国内の販売でトップを獲得しています。



ヤマハ発動機は1955年にモーターサイクル専門メーカーとして創立して以来、船外機事業やRV（レクリエーションビークル）事業、またゴルフカー事業や特機事業など、事業の多軸化を積極的に進め今日に至っています。中でも1986年にスタートしたウォータービークル事業は、「最初の3年で年間売上100億円超に成長」「世界100か国以上で販売」「他社へのライセンス供与が可能な取得特許100件以上」という実績を打ち立てるなど事業の多軸化の代表的な成功例となり、今なお新たな事業開拓の目標の一つとされています。

## Message from the Editor



日本はいま夏真っ盛り。連日ギラギラした太陽が照りつけて、各地の水辺はマリンスポーツやマリレジャーを楽しむ人で賑わっています。日本では「マリンジェット」の愛称で親しまれるヤマハウォータービークルも、もちろん津々浦々で見ることができます。岸边から眺めていても、高々と上がるスパウトを見れば一発で「あ、ヤマハだ！」とわかるんですね。

さて、写真は日本の最も有名な漫画家の一人、故・石ノ森章太郎さんの記念館「石ノ森萬画館」で人気を集める「シージェッター海斗ショー」のワンシーン。同施設のある宮城県石巻市は、2011年3月11日に発生した東日本大震災による津波で甚大な被害を受け、同館も約2年間の休館を経てつい先ごろ営業を再開したばかりです。復興への道のりはまだまだ遠く厳しいものですが、当社製のウォータービークルに乗ったヒーローが悪者たちをやっつけるたびに、子どもたちから大きな歓声が上がっています。



千賀 由利子



Corporate PR Group, Public Relations & Advertising Division, Yamaha Motor Co., Ltd.  
2500 Shingai, Iwata, Shizuoka, 〒438-8501 Japan  
TEL. 0538-32-1145 FAX. 0538-37-4250  
E-mail: [sengayu@yamaha-motor.co.jp](mailto:sengayu@yamaha-motor.co.jp)

**\*Prior to any use of the article(s) and photographs contained within this newsletter, please contact me.**