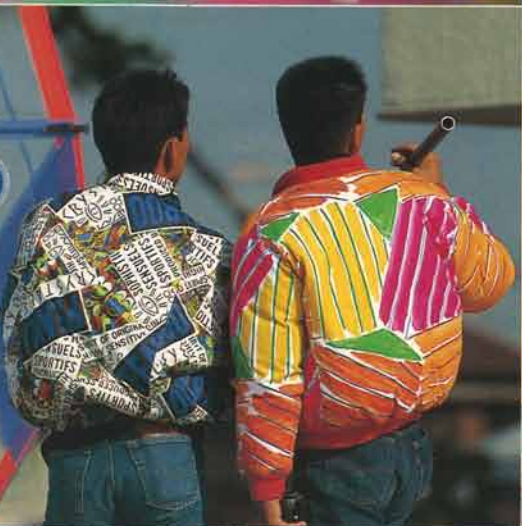
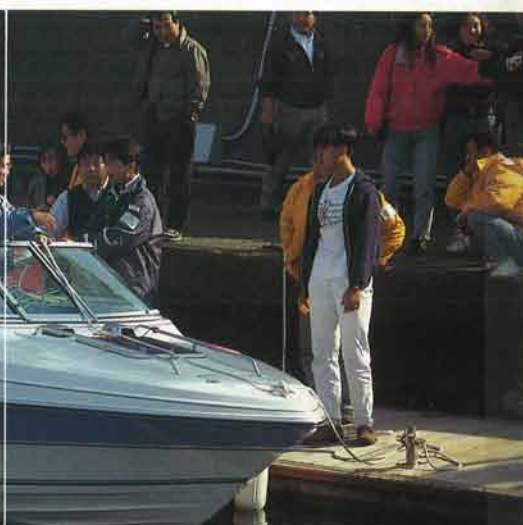
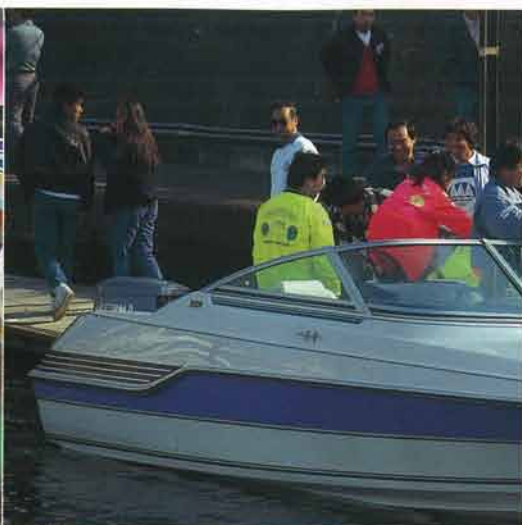


## 特集/広がる需要 FISHING BOAT FR シリーズ

●明日のマリンビジネスを読む

●ディスプレイアドバイス ●サービスマン最前線

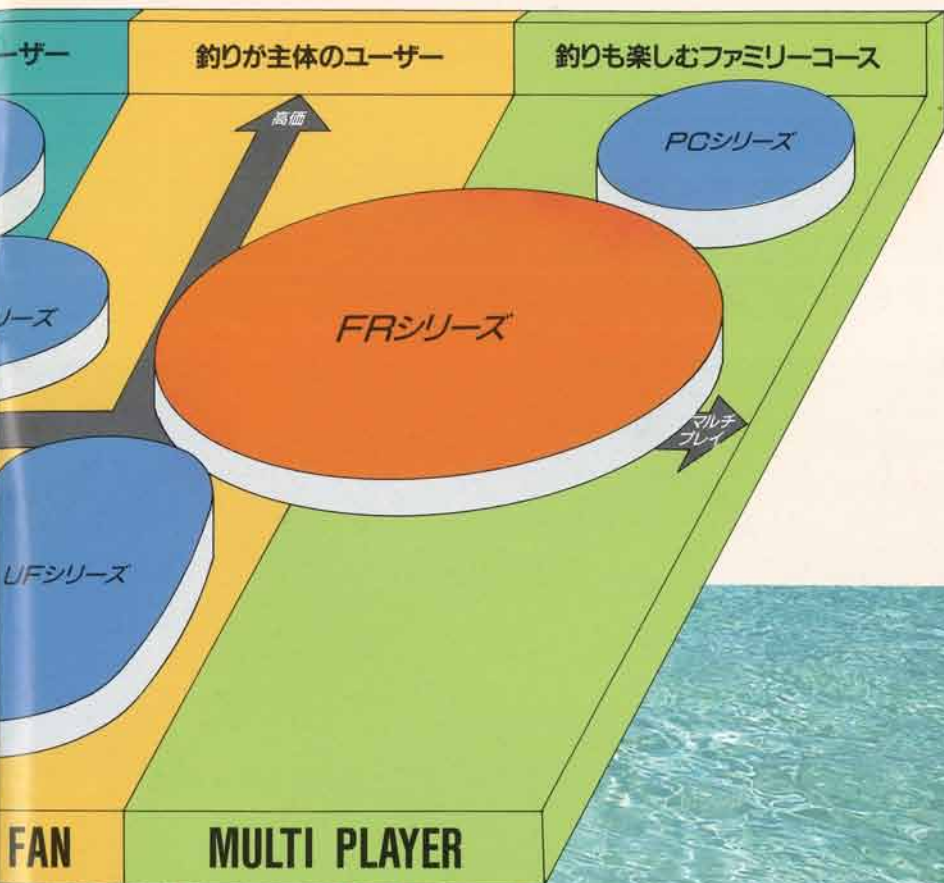


追跡

# FR人気

いま、マルチの波が広がっている！  
フィッシングにも  
スタイルの変化の  
兆しが

## ■フィッシングボート市場におけるFRシリーズの位置付け



フィッシングボート市場に対してヤマハは、FRシリーズのほかUFシリーズ（釣りが主体の汎用ボート）、Wシリーズ（和船）、SFシリーズ（スポーツフィッシャーマンボート）、釣りレジャーシリーズ（遊漁船）等の商品を用意していますが、FRシリーズは中でも最もマルチプレイへの対応を意識。ヤングからファミリーまでの幅広いユーザーのニーズに応える商品としてバリエーションを用意しています。

90年代のトップを飾る今回は、釣りができるファミリークルーザーをコンセプトとした「FRシリーズ」に焦点をあて、フィッシングボート市場で活躍を見せる「FR人気」を8ページにわたって追跡してみました。

さらに、最もポピュラーで根強い人気を示している、底釣りを主目的としたピュアフィッシングボートのラインナップ充実の要望も、依然無視できない存在としてあります。

釣りが主体のフィッシングボートから、釣りができるファミリークルーザーまで、いまフィッシングボート・ニーズの多様化の波は、急速に広がっています。

大型フィッシングボートに対する市場ニーズが高まる中で、さらに充実した機能や装備に加えて、本格的なスタイリングを兼ね揃えたモデルの出現を要望する声が増加しています。

そして、一方ではデイクルーズから海水浴、ダイビングなど、あらゆるマリンプレイに対応し、かつフィッシング機能を備えたファミリーボートへの要望も、ここに来て急激に増加しています。



FR-21



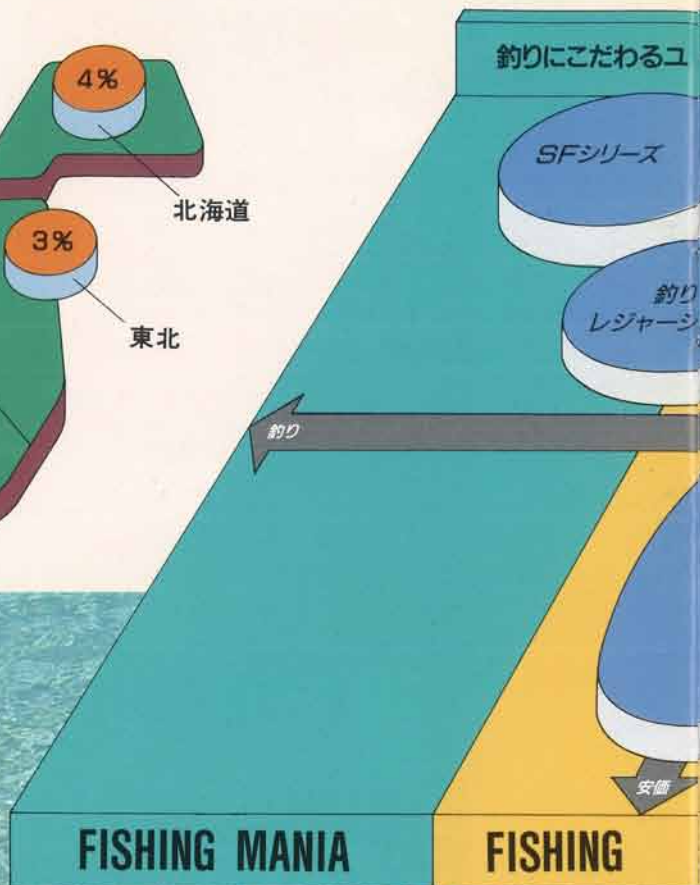
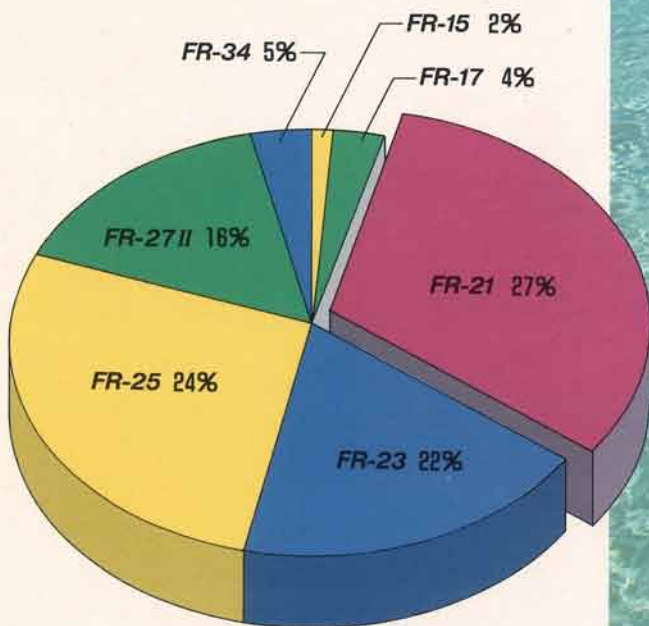
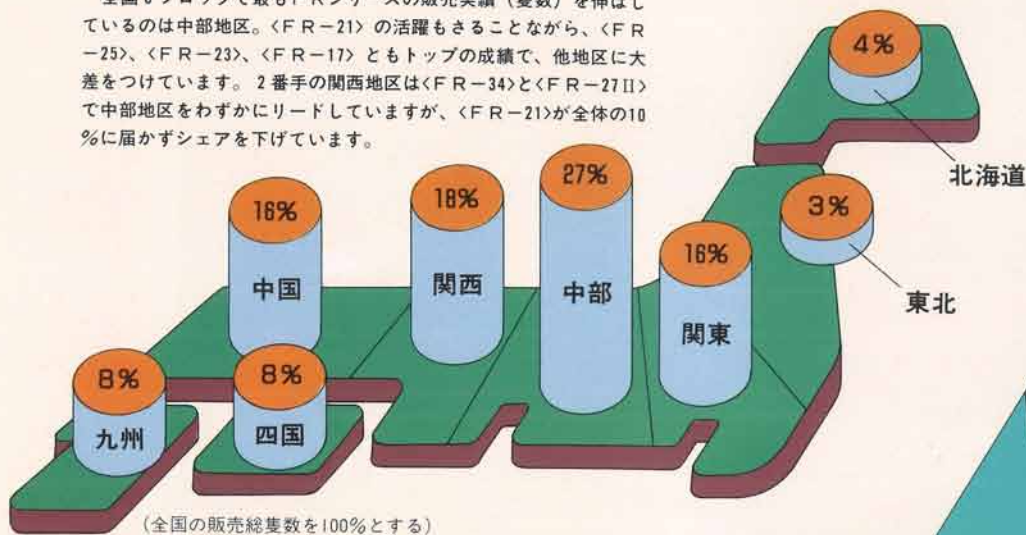
FR-17



FR-15

## ■FRシリーズの地区別販売隻数状況 (1989年12月現在)

全国8ブロックで最もFRシリーズの販売実績(隻数)を伸ばしているのは中部地区。〈FR-21〉の活躍もさることながら、〈FR-25〉、〈FR-23〉、〈FR-17〉ともトップの成績で、他地区に大差をつけています。2番手の関西地区は〈FR-34〉と〈FR-27II〉で中部地区をわずかにリードしていますが、〈FR-21〉が全体の10%に届かずシェアを下げています。



## ■FRシリーズの艇種別販売隻数比較 (1989年12月現在)

15フィートから34フィートまで7モデルを揃えたFRシリーズ中、最も躍進ぶりを見せているのが〈FR-21〉。昨年10月から3カ月間の販売実績ながら全体の27%を占め、さらにその差を広げようとしています。なかでも中部地区での健闘が目立ち33%を販売、以下、関東、中国、四国、関西の各地区が続いています。



FR-34



FR-27II



FR-25



FR-23



## FRシリーズの大物ルーキー マルチの“波”に応えた「FR-21」

ひときわワイドなアフトデッキ（リアクション下は収納スペース）

ダイビングや水上スキーに便利なトランサムステップ



フラッシュハッチタイプの大型イケース



ナビゲーターシートの後部にもリアシートが設置できる

マリンのマルチフレイ化に対応し、フィットシグ機能を備えたファミリィボートとして昨秋登場した「FR-21」は、いわばFRシリーズの大物ルーキー。FRシリーズのラインナップの核となるモデルといっても過言ではありません。

「FR-17」と「FR-23」の中間モデルとして位置付けることにより、FRシリーズ・ラインナップの充実を図ったこのモデルは、期待通りの人気を獲得。FRシリーズの艇種

別販売隻数でも販売実績3カ月にして早くもトップに踊り出、27%ものシェアを築いているのです。（前ページ参照）

以下は、「FR-21」のコンセプト＆セールスライターチャー。この機会に再度ご確認の上、フィッシングポート市場の拡大にお役立てください。

### 「FR-21」のセールスライターチャー

- 釣りができるファミリィボート。
- マリンの遊びが満喫できるマルチバーバスボート。
- リーズナブルな価格ながらスマートなスポーティスタイルボート。

### 「FR-21」のセールスライターチャー

#### 〔外観〕

- リバースタースタイルの斬新なフォルム
- カーブドガラス採用のフロントウインド
- ラウンドシェイプ形状のタックシユポード
- 明るくスポーティなカラーリング
- 高品質スモークドガラス採用のスカイライトハッチ
- スマートで安全性も配慮したロングレール

#### 〔性能〕

- 走行時の凌波性と停船時の安定性を両立した独特のFR船型
- ヤマハ90馬力船外機とのベストマッチング

#### 〔機能〕

- ハル・デッキ一体成型スィミングステップ
- ロッドやリールをしまえる収納スペース
- 大人2名が入れる余裕のカティキャビン
- 広くてフラットなハウ&アフトデッキ
- フラッシュハッチタイプの大型イケース
- 清潔でメンテナンスが楽なFRPライナーのキャビン内部
- 充実したオプション（トランサムステップ、リアシート、リアクション、オーニング、マリントイレ2種、ワイバー、キャビンクッションセンター、キャビンカーペット）

# 誰もがボートライフを 楽しめる時代」がやってきた!

セールスマンが語るFR人気



ヤマハ中部(株)名古屋店

村田 拓(ひろ)さん

もともとFRシリーズ、特に23、25を主力としてきたヤマハ名古屋店にとって、FR-21の登場は何より嬉しいニュース。

昨年の'90モデル展示会開催以来、着々とFR-21の販売実績を築いています。このコーナーでは、名古屋店で実際にFR-21の販売実績を持つセールスマンの一人、村田拓さん(24歳)にご登場いただき、お話を聞きました。

村田さんは、'90年ニューモデル「FR-21」のターゲットをこのように分析しています。「まず免許を取得したばかりの初心者の方ですね。海に憧れているけど、ボートで何をしたいのかわからない。そんなお客さんには、FR-21を勧めていきます。職業別にいうと今までは自営業で高所得層の方がメインターゲットとなっていました。FR-21の場合、300万円という価格帯のため、35〜40歳ぐらいのサラリーマンの方も増えてくると思います」。さらに「FR-17やFR-15からの代替需要もかなり見込めると思います」と付け加えました。

ところで村田さんご自身はFR-21の魅力、つまりセールスポイントについて、どのように感じているのでしょうか。

「カタログ通りのことです(笑)。クルージング、ダイビング、水上スキー、フィッシングなど幅広い遊びができるオールマイティなところ。300万円台という価格。スタイルデザインは、24歳の僕でもかっこいいと思いますしね。他には、21フィートクラスだとボートの保管料が安いこと、初心者でも扱い易く、安全に操船できることなどがあります」

と、次から次へと出てきました。

次に、実際に村田さんが成約をとったお客さまを例にあげて、お話をいただきました。

「45歳のサラリーマンの方で、2〜3年前まではボートセイリングをしていた、というスポーツマン。うちで免許を取得したばかりで、最初はマリッジットを購入するつもりだったようですが、どうせ買うならということでボートにされたようです。」

漠然と海に行きたい、ボートを乗り回したいというだけで、特に目的もなかったし、釣りもしないとのことだったから、SR-20C、FR-17、FR-21、FR-23を候補にあげて商談を進めていきました。

予算の問題で最終的にFR-21になったんですが、ご本人はSR-20Cを試乗してかなり気に入られた様子。居住性の面でFR-23も気に入っていたんですが、予算の折りがつかず、中古ボートも考えていたようです。結局、私が「ただ走り回るだけでは必ずそのうち飽きてしまいます。どんな遊びでも楽しめるFR-21にして、自分の遊びのスタイルが決まってから買い換えた方が得策ですよ」とアドバイスして、商談が成立しました。36回払いのクレジットで買われたんですが、成約までに10回ほどお会いしています」

最後に'90年のFRシリーズにかける意気込みを語っていただきました。

「21以外に、23が主力となります。400万円で居住性のいいキャビン、トイレが付いて、23フィートの割に扱い易い。これに300万円代の21が加わって、FRシリーズが充実しましたね。20フィートクラスを望むユーザーが他社製品に流れることも無くなり、自信をもってセールスできます(笑)」

リーズナブルでいて多目的の21フィート「FR-21」の登場は、真に「誰もが気軽にボートを楽しむ時代」の象徴とも言えそうです。

柴田所長(右)とサービス担当の鶴田道弘さん。FR-21にかかる期待は大きい



# 初めて購入するユーザーに うってつけのボートがFR-21

お店が語るFR人気

## アイサンマリーナ福山 アイサン工業株式会社・広島営業所

### プロフィール

- 代表取締役/三屋正孝
- 営業所長/柴田 弘
- マリーナ設立/昭和62年4月
- 従業員数(マリーナ)/7名

福山駅から車で約15分のところに店舗とマリーナを構える。のりの加工機械の商社からスタートし、船外機などマリン用品の取扱いは昭和42年ころから開始している。本社所在地は愛知県名古屋市。

広島県福山市のアイサンマリーナ福山さんはこれまでFRシリーズを主力商品として、業績を伸ばしてきました。FR-21の登場で一段と厚みを増したFRシリーズに対して、今後どのように取り組んでいくのか、同社の鳥居常務と柴田所長にお伺いしました。

アイサンマリーナ福山さんでは'89年度('88年10月~'89年9月)の販売総数20隻(ヨット、マリンジェット、和船を除く)のうち、14隻をFRシリーズで占めています。

「FRが主力商品となった理由には2つあります。一つは、福山という市場の性格ですね。瀬戸内海に面したお店には多いと思うんですが、釣り目的のお客さんが多いんです。そのため釣り機能を満たしたFRシリーズに人気が集まりましたね」(柴田所長)

2つめは、アイサンマリーナ福山さんが開拓している新規ユーザーの傾向にあります。

「うちの商売は、ボートライセンス受講者の獲得に力を入れ、そこから新規の需要を開拓するという形が中心。むしろそれがFR人気の第一の要因ですね。釣り目的のお客さんが



多いのは確かですが、初めて船を買う段になると、あれもしたい、これもしたい、とかなり迷われる。世の中の風潮もあって、家族と過ごす時間を大切にしたいというお客さんが増え、その傾向がますます強まっています。当然お客さんの希望は釣りだけでなく多用途に使えるボートとなる。こうしてうちでは自信を持ってFRを勧めてきた、というわけです」(同所長)

'90年度FRシリーズにはかなり期待していると強調する柴田所長。

「今までFRシリーズは15、17、次に23、25、27、34ときていた。そこに'90年モデルの21が加わってより幅広いお客さんをカバーできるようにになりました。特にFR-21は今年の主力となるでしょう」

FR-21の魅力について柴田所長は、

「ひと目でフィッシングボートとは思えない流麗なスタイル、そして300万円以下の価格設定が一番の魅力。比較的若い層で、初めてボートを買われる方にぴったり、うちの商売の方針にも合致しますね。お客さんにとっては、航海灯、リモコン、クッション、パ

こんな人が、こんな目的で購入している!

## 「FR-21」のユーザー像

初心者からベテランまで、パーソナルで、ファミリーで、幅広い遊びが楽しめるFR-21。それでは、そんな魅力にどのような人たちが惹かれるのでしょうか。

ここでは、ヤマハ中部(株)名古屋店の6名のお客さまを分析して、FR-21のユーザー像を探ってみました。



項目	A氏	B氏
年齢	38歳	45歳
職業	印刷業(自営)	自動車販売業(自営)
年収	—	—
家族	妻・子供3人	妻・子供2人
ボート歴	20年	18年
所有形態	単独所有	単独所有
支払方法	現金	現金
購入目的	釣り、水上スキー	釣り、水上スキー
艇置場所	丹生(保留)	寸座(陸置)
オプション	リアシート、リアクッション、トランサムラダーステップ	リアシート、リアクッション、トランサムラダーステップ
保管料	50,000円(年間)	230,000円(年間)
趣味	釣り、スキー	釣り、スキー

項目	C氏	D氏
年齢	40歳	28歳
職業	不動産業(自営)	染色業(自営)
年収	800万円	700万円
家族	妻・子供1人	—
ボート歴	0年	0年
所有形態	共同所有	共同所有
支払方法	現金	現金
購入目的	釣り、家族サービス	クルージング、水上スキー
艇置場所	衣浦(陸置)	—
オプション	コンパス、オーニング、漁探、リアクッション、トランサムラダーステップ	—
保管料	280,000円(年間)	—
趣味	釣り	サーフィン、ゴルフ

項目	E氏	F氏
年齢	45歳	28歳
職業	会社員(支店長)	整体師
年収	600万円	800万円
家族	妻・子供2人	妻・子供1人
ボート歴	0年	0年
所有形態	単独所有	単独所有
支払方法	36回ローン	現金
購入目的	クルージング	水上スキー、クルージング
艇置場所	鳥羽漁港(陸置)	寸座(陸置)
オプション	—	オーニング、リアシート、トランサムラダーステップ、手動トイレ、ワイパー(左)
保管料	110,000円(年間)	240,000円(年間)
趣味	ゴルフ	—

アイサンマリナー福山の艇庫と事務所



現在、福山にあるプレジャーボートの数は、約1500隻



ルビット、タンクなどが標準で装備されているから、エンジンをつければすぐにでも乗れる、というのも魅力でしょうね。うちからすればオプションで艀装品を取り付けて頂くという面白味は減ったわけですが、その分、皆さんは、水上スキーの板など、他の遊び道具にお金をかけられるでは、と考えています」

FR-21を'90年度の主力商品として捉えたアイサンマリナー福山さんですが、どのようにして実績を作っていくのか、本社の鳥居常務がお話を継いでくださいました。「本来、セールスマンを使って、外へ、外へと売りに出るべきところですが、いまは下地作りの時期と考えています。セールスマン一人分の人件費以上の金額をかけて、新聞広告や、TV広告、DMはがき制作などの広告、宣伝費にかけています」(鳥居常務)。

「その広告宣伝の中に、いかにFR-21を取り込んで行くか、ですね。11月に開いた'90モ



新聞広告やDMはがきにもFR-21を強調



「FR-21は新規のボートファンの開拓に貢献するだろう」と予測する鳥居常務

デルの新艇発表会の案内DM、新聞広告にも、FR-21の写真と価格をメインに打ち出して、動員を図ったんですが、二日間で約400名のお客さんが集まりました」(柴田所長)

展示会でも上々の人気だったFR-21。真に今シーズンモデルの主役と言えます。

「あれもしたい、これもしたい」  
5人のそれぞれの希望を満たしたのが  
このボートだった！

対談・ユーザーが語るFR-21の魅力



瀬戸内海をフィールドにマリネレジャーを楽しむでいらっしやる5人のグループ。愛艇を買い換えようと訪れた新艇発表会の会場でFR-21を見染め、即ご成約されました。この5人のうちのお2人、重政行利さん、横島幸宏さん、そして重政さんの奥様由美さんにお集まり頂き、進水式をまえにFR-21について語って頂きました。

見た目の良さも  
大切な要素のひとつ

——5人でグループ購入なさったということですが、FR-21に決定した理由は何ですか。  
**重政(行)** 6年前からF-15、STR-19と乗り継いできましたが、今の船がかなり痛んできて、ちょうど買い換えようとしていたんです。僕は釣り、弟は水上スキー、ダイビングというように、目的がそれぞれだったんだけど、それを上手くカバーし、なおかつ予算に合ったのがFR-21だったんです。

**横島** スタイルとカラーリング（クリスタルブルーライト）がよかった。特にあのカラーリングはこれまでにない色で個性的だと思う。展示会でもひと際目立ってましたね。

**重政(行)** 見た目のよさっていうのは大切だよ。ちょっとしたクルージングで島に行っても廻りの船って気になるもの。口には出さないけど、「あつ、あの船、うちのより格好いい」とか(笑)。FR-21なら、このクラスの

横島幸宏さん(30才)



●ボート歴/6年  
●職業/歯科技工師  
●家族構成/奥さまとご両親、祖母の5人家族  
●サーフィン、水上スキー、ダイビングなど、さまざまなマリンスポーツを楽しむ。アクティブマリンスポーツマン。

中では「見た目」でも自信を持って乗れますね。

——それぞれの「遊び」にとつてのメリットという点ではどうですか。

**重政(行)** 僕は釣りが好きなんですけど、イケスもついているし、航海灯が標準装備されているから、これからは夜釣りもできる。スピードも申し分ないから、釣り場の範囲も広がって、これからが楽しみ。難をあげれば、ちょっとデッキが狭いことかな。釣りだけを楽しむ人には、タックルや和船の方がいいでしょうね。最初はタックルも候補にあげていたんだけど。

**横島** 僕としてはタックルや和船で水上スキーはやりたくなかった(笑)。スピードもあって小回りが効くし、スタイルも「釣り」というより「スポーツボート」のイメージが強い。まあ、満足してます。

キャビンがあるから  
クルージングも楽しさ数倍！

**重政(由)** このあたりは海水浴できるような海岸が少なく、毎年夏にはボートで島に行



## 多彩なニーズに対応した 遊びのバリエーションを 知っておきたい!

### 服部名人が語る フィッシングボート 拡販のキメ手



「ボートフィッシングに“釣り”は欠かせない要素として、今も、またこの先もずっと続くわけですが、これからの時代は単に“釣り”だからといって、ワンバターのボトム・フィッシングのノウハウだけでは、お客さんのニーズに応えることはできないでしょう。

残念ながら、日本のボート・フィッシングの95%以上はボトム・フィッシングだけど、ボトム・フィッシングでもいろいろな傾向が現われているのも事実なんです。大きく分けるなら、大衆化とハイクラス化の2極分化してきていると。

ひとつは、相変わらず魚を食べたくて、釣りをするためボートを買う人と、もう一方は釣りに対する趣味性が豊かになっている人の2方向へと分化しているように見えます。

このハイクラス化は、年々傾向が顕著になっており、より深く、専門的になってきているんです。釣り道具ひとつをとってみても、キスはキス、アイナメはアイナメ、メバルはメバルと、何本ものサオや、それに合わせた糸やオモリをボートに積み込みはじめています。

そして、嬉しいことに、これらのボートフィッシングをゲーム化して楽しんでいる層が現われてきたこと。ゲーム・フィッシングといえばトローリングのイメージが強かったんですが、ボトム・フィッシングでもその波が現われてきているんですね。

だから、フィッシングボートを販売するお店も、これからはこのようなお客さんの志向を先取りして、ニーズに対応できるだけの遊ばせ方のバリエーションを用意しておかないと、市場の拡大は難しいのではないかと思いますね。

お客さんのニーズの見極めをして、その使用実態と地域性に合わせたボートを提案してあげる、そして次にはさらに新しい釣りの楽しみ方を教えてあげる——これがフィッシングボートの拡販のキメ手だと言えるでしょう」(談)



重政由美さん (32才)

● 行利さんの奥さま。2人のお子さまとともに、ボートライフに積極的に参加。FR-21の購入で夏が待ち遠しい。ファミリーマリンスポーツ派。



重政行利さん (33才)

● ボート歴 / 6年  
● 職業 / 木工業  
● 家族構成 / 奥さまとお子さま2人、ご両親の6人家族  
● 少しでも釣れる所に自由に行きたいから、との理由で、6年前にボートを購入したという。ボートフィッシング派。

くんですけど、今までよりずっと楽に目的地まで行けるんじゃないかしら。  
**重政(行)** そうだね、キャビンもあるし。雨や風が強いとき、子供たちが休めるし、もの入れも広いからキャンプやバーベキューの道具もたくさん積める。  
**横島** 天井が低くて、快適とはいえないけど、21フィートには上出来ですね。それにその分スタイルが低重心になってるから、天井が低いのはしょうがない。スタイルと居住性どちらを取るかと言われたら、僕の場合やはりスタイルだね。

### 機装品のかわりに マリンジェット

る。安全という面でもいい船ですね。  
——最後にFR-21を進水させた後の計画を聞かせてください。  
**重政(行)** まずは進水式のその日に四国までダイクルージング。こんびらさんに行ってお札をもらってきます(笑)。後は最初にも言ったように夜釣りを楽しみたいです。  
**重政(由)** 私は、やっぱり夏が楽しみ、船のことはよくわからないけど、今度のは、お洒落だし、広いから、私も子供たちも大満足なんです。早く、キャンプに行きたいですね。  
**横島** 泳ぎやすくなるため、スターンにオリジナルのステップを取り付けるつもり。それとコンパスも取り付けます。それにしても標準装備が充実しているから、改めて得した気分になりますね。価格も手ごろだったし、その分マリンジェットでも買ってみようかな。  
**重政(由)** そうそう。島に行っても、ますます楽しくなりそうだよな。

新 連 載

# 明日のマリン・ビジネスを読む

1

## 「海と島」のインターフェイス

|北本| |正孟|



刻々と変化するマリン・ビジネスを取り巻く環境。そんな中で、ご商売を飛躍させるためには、常にそうした動きをいち早く察知し、時代に合わせた対応が必要となります。今号からスタートするこのコーナーは、明日の時代を切り拓くプロデューサーとして活躍する北本正孟氏による連載エッセイ。わが国トレンド・リーダーのメッセーヂを通して、広い視野と鋭い洞察と柔軟な思考をさらにお磨きください。

昨年、私が総合プロデューサーを務めた「89海と島の博覧会・ひろしま」は、会期中、メイン会場に330万人を集めました。2つある入場ゲートから会場内に足を踏み入れた人たちはまず中央の「海」に惹きつけられました。そこから落ち着いたように水際の道を回遊し、立ち止まり、そして芝生に座りこんだのです。照り付ける太陽を反射する水面の輝きが、人々の心を捉えて離さなかったのが印象的でした。

この風景は、これまで日本人の常識となっていた博覧会の姿とは明らかに異なっていました。確信を持つての会場構成でしたが、人々が日常に求めているものが、具体的行為として現れたのを見て、日本人の価値判断基準は確かに変わりつつあると思わざるを得ませんでした。

### 大航海時代、人間の本性には「海の掟」が根差していた

世界中の海を駆け巡ってきたベテラン船長の言葉で印象深いものがあります。

「人間は大地の上で生きていたときは王様であり、スペシャリストだけれど、ひとたび水の上に浮かんでいる船に乗ると、王様とかスペシャリストにはなれない。そうなる人間は胸襟を開き謙虚になる。陸から離れて、隔離された社会で、板子一枚下は地獄が実感として理解できるし、そこに食料や水、油などを積んで、これを持ち合わせた人達で分かちあっていくのだ。」

船底に積んだものを使って軽くなると、起き上がり小法師の原理で刻々と船の復元力がなくなっていくことを皆がどこかで感じている。ここで一蓮托生というか、運命共同体意識が生まれ、金も地位も度外視した人間の情愛で結ばれるから忘れ難い関係が生まれる。どんなに屈強な身体を持ち主も、どんなに

強大な権力の持ち主も、大地の上に二本の足で踏んばって初めてその恩恵に浴することが出来るのです。大海原の中にあつては、詮人間は小さな存在でしかなく、誰しも言い知れぬ不安を抱き、救いを求めているのです。その結果、乗り合わせた人達は結束力によって不安に打ち勝ち難局を乗り切ろうとします。

船長の言葉には、そんな人間の根源的な弱さ、強さが語られているように思えました。かつて大航海時代には、海は未知の怪物どもの天下であり、怪物どもは船乗りを餌食にしようとする構えていました。黒い海の底に引き込まれたら最後、二度と再び大地に立つことは叶わなかったのです。

人々はその犠牲を払いながらも冒険を繰り返し、見聞を広めていきました。と同時に人間の本性に根差した「海の掟」を普遍的な価値観、倫理観として生活に埋め込んでいったのです。

### かつての「掟」が無用になった今、新しい「海」が姿を現した

そして今日、怪物は地球上から退治されつくし、深い海の底は見通せるようになりました。日進月歩ならぬ秒進分歩の科学技術は、海を加速度的に小さくしているのです。

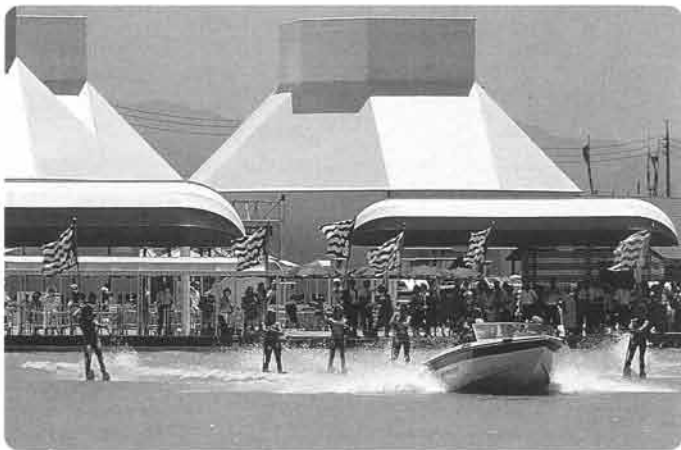
いつしか、人間が奔放に振舞える「陸の掟」をなに不自由なく海に適用できるようになり、「海の掟」は忘れられようとしています。人と情報、物資はますます世界を駆け巡り、人間の文化は繁栄を極めていくのです。

しかし、新たな海が我々人類の前に姿を現しはじめてはいないでしょうか。

国境のなくなるボーダーレス社会の到来、全地球的規模の環境保護問題。これらはエコロジ的な視座から捉えるべき、今後我々が越えていかなければならない未踏の分野、漕ぎ出さねばならない広くて、深い、新しい海です。そしてそこには、パラダイムの転換、すなわち新しい「海の掟」が再び求められることになると思われれます。

そして、その手近な例が、「89海と島の博覧会・ひろしま」で私が見た人々の姿だったので。これまで我々の時間、遊びを規定してきた「陸の掟」が変わろうとしています。企業優先社会の中で常識化してきた掟が、新しいマナー、コミュニケーションの創造がなければ深い水底にもろとも引き込まれる海を前にして、萎縮して消え入ろうとしているのです。

日本の価値観を一步踏み出し、コスモポリタンの自由裁量で遊びや仕事をビルドアップできる、システムオーダーの仕掛けと環境を用意することが次代の要望のように思えます。新しく姿を現わした海に、我々は新たに船を仕立て直し、島の住人の掟を作り直して、冒険を挑まなければなりません。水平線の向こうに、新世界を見出すために。



#### 北本正孟(きたもと・まさたけ)

1968年、大阪万博のフランス館「プティック・ド・パリ」の代表となって以来、プロデューサーとして腕を振る。沖縄海洋博、御堂筋パレードをはじめとして数々の博覧会やイベントをプロデュース。昨年開催された「89海と島の博覧会・ひろしま」では、先進的なリゾート感覚を随所に演出して、多方面より絶賛を博した。

1992年までは、セビリア万博の日本館運営プロデューサーとして活躍する。1933年生まれ。



# Marine Scramble

マリン・スクランブル

## お忙しい販売店さまのための情報広場

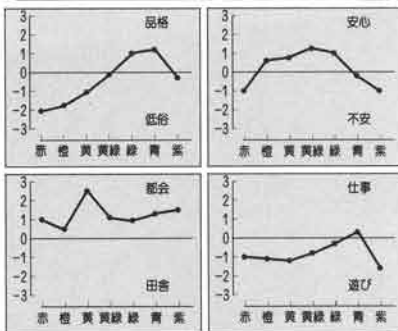
### トレンド

#### 五感に訴え需要開拓

消費者に色・香で接近

色や香りなど消費者の五感に訴えながら新しい需要を開拓しようという感性マーケティングが本格化している。従来の機能性だけでは他社製品との差を打ち出せなくなり、消費者もより快適な環境、刺激を求めているため。感性を相手にしたものに個人差をどう克服するかなど難しい問題も多いが、その一方で技術開発もめざましく、実用化が進みそうだ。

#### 色相のイメージの違い(社団法人日本流行色協会調べ)



(注)数値は同協会独自の「スケール値」。31歳から51歳までの450人を対象に調査

#### 高級ブランド大好き

高級ブランド品崇拝が女子高生にまで広がってきた。ブランド志向の親たちを見て育ってきた少女たちにとって今やルイ・ヴィトンの財布やシャネルの口紅には学園生活での必須アイテムとなっている。女子大生が購買層の下限と見られていた5、6万円のショルダーバッグも、修学旅行では「持っていないとばかにされる」時代になったのだ。「大人っぽく、そしてお嬢さまに見られたい」が主な理由とか。高級品を求める女子高生の姿は、さながら肥沃な田畑に群がるバッタのようでもある。

お嬢さまに見られたいなら2、3万円の財布に投資するのをいとわない日本の少女たち。その消費パワーが海を越えて高級ブランドメーカーのマーケティング戦略も変えつつある。

### 健康

#### 今はまだ平気!?

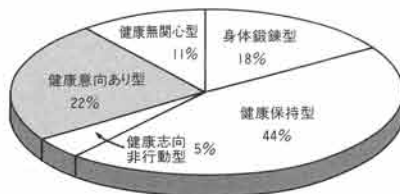
健康に気をつけている人から無関心な人までいろいろな人がいるが、健康に対する意識には以下のような5つのタイプがある。

- 身体鍛錬型**／健康のためですんで何かをやっている
- 健康保持型**／特に何かをやっているといっているわけではないが、病気にならないように心がけている
- 健康志向非行動型**／健康について気にはしているが特に何もしていない
- 健康意向あり型**／将来的に健康に気を付けようとは思っている
- 健康無関心型**／今後とも健康について特に気を付けようとも思わない

全体的にみると、多くの人が健康に気を配っ

ているが、「健康意向あり型」が22%もいるのは見逃せない。

#### 健康志向タイプ(有効回答 3,001人)



### 社会

#### 「瞬間貴族」をご存じですか?

空前の消費ブームである今、つかの間の「王様気分」を味わう若者の姿が目立ってきた。高級外車をリース方式で借りたり、しゃれたドレスを借りてパーティに出席するなど、その形態はさまざま。好景気の中から突如出現した平成消費社会の新しい主人公。土地高騰のあおりを受けた、らん熟消費の究極の形とも見られているが、日常生活とは少しかけ離れた一瞬の楽しみにひたる若者を「瞬間貴族」と名付けた。

つかの間に高級気分を味わう若者たち。その消費行動は高級志向という消費トレンドの中でも異彩を放つ存在である。彼らは決して資産を持っているわけではない。いや、持ったことをあきらめたために、一瞬の快適さに身を沈めることが可能になったのだろう。しかも、そこにはあきらめ派特有の暗さはない。その意味で現代版貴族の行動は新しい消費の典型といえるかも知れない。

#### カード社会がやってくる!?

プリペイドカード法が先の臨時国会で成立するなど、社会のカード化が進んで来ている。1990年代はキャッシュレスの時代になるのだろうか?

キャッシュレス社会という言葉がよく使われるが、キャッシュレスの手段もクレジットカード、プリペイドカード、銀行posカードと多様化してきた。ICカードの行方にも注目が集まっている。だが21世紀に向けて、本当にキャッシュレス社会は到来するのだろうか。

#### 「サービス」って何?

現代の「サービス」とは、単なる奉仕の精神ではない。顧客や取引先の高度な欲求をいち早く把握して的確にフォローしていくことだ。

ひと昔前までの「サービス」とは値引きであったり、無理な要求に応えることであったりした。今は違う。若者の会話に耳を傾けてみるとよくわかる。1杯1000円もするジュースやコーヒーを飲みながら、都市やリゾートのホテルのラウンジで「ここのサービスはいまいちなんだヨ」などという彼らの欲求は飲物の味や値段でなく「いごちのよさ」に向けられている。快適な気分が過ぎるひとときに対する対価としての1000円であり、「気分の消費」を表現した見事なわがままぶりである。

### 経済

#### “安さ”よりも“いいもの” “安全なもの”を選ぶ時代

総理府が'88年12月に実施した消費者問題に関する世論調査で、消費者団体が力をいれるべき活動分野として最も回答率が高かったのは「安全性」の62.1%。「物価」は27.8%と、「品質」、「表示」、「被害の救済」に次いで5番目。'80年の調査に比べて20ポイント近く回答率を下げている。

同じ時期の物価問題についての世論調査では「消費や物価に関心がない」と答えた人が60.3%、「ある」は34.4%だった。無関心派が初めて関心派を上回ったのは'78年のこと。今回の調査で両者のかい離は過去最高になった。消費税が実施された今年は、この差が多少縮まりそうだが「全体としてみれば消費者の物価への関心は依然薄い。

### 若者

#### 1人遊びのできる商品を好む マイウェイ派

「第5回若者調査」(首都圏30km圏内に住む中学生以上30才未満の男女2千人対象)で自分の得意分野でうわてが出現したらどうするかを「その人に負けないように努力する」「気にしない」「その分野から遠ざかる」の中から選んでもらったところ「気にしない」という若者は高校生に一番多かった。中でも女子高生では59%が「気にしない」だった。

一方、男子のマイウェイ派の割合は53%で大学生や独身社会人よりも低い。若者全体でみると女子の方が負けず嫌いの努力家が多く、男子の方が気にしないマイウェイ派が多い。

マイウェイ派の高校生は努力型の高校生に比べて将来に備えるより毎日の生活を楽しみ、またひとつのことに熱中するよりいろいろなことを幅広く楽しむタイプが多い。人との付き合いにおいては強い自己主張を避け、あっさり好みだ。

マイウェイ派の方が所有率が高い商品として、CDラジカセとパソコンがある。努力派に比べると面倒な人間関係は避けて、気ままにという気持ちが強いから、こうした1人遊びのできる商品を好むのかも知れない。

### KEY WORD SIS

Strategic Information System = 戦略情報システム。従来、情報システムといえは企業における合理化や効率化を目的として導入が図られてきたが、このSISは情報システムを利用し、親合企業に直接差をつけようとする経営手法。企業間競争が激化している今日、企業生き残りの決め手とさえ言われている。

具体的には、①納期を大幅に短縮する、②顧客が望む複雑な取引を可能にする、③注文された製品の進行状況をいつでも教えられる、④価格が安くなる、⑤市場動向をいち早くつかみ新型商品を投入する——などが考えられる。

## 風のない日のレース会場は“市場調査”の場

マリンセンター博多

スポーツ課チーフ・インストラクター/渡辺誠司さん



昨年12月に愛知県知多市新舞子で行われた日本プロボードセイリング協会 (J.P.B.A) 主催の第6回 J.P.B.A 全日本プロ・アマボードセイリングチャンピオンシップの会場でお会いしたのが渡辺誠司さん。

あいにく風がなく渡辺さんがエントリーしていたアマチュアクラスはノーレースになってしまいましたが、渡辺さんはカメラ片手に“現場の情報収拾”に駆け回っていました。それもそのはず、実はこの渡辺さん、福岡県の㈱マリコム九州のマリンセンター博多に勤めるインストラクターだったのです。

ボードセイリング歴5年、プロセイラーとの親交も深く、会場でも人気者。趣味から嵩じた今のお仕事は、ボードセイリングのみならず、ヨット、マリッジットなどもこなしているとのこと。ビギナーを対象に教えるのが仕事の渡辺さんですが、レースにも積極的に参加し腕を磨いています。レースがなければならぬボードセイリング界の“生の声”を集め、仕事に役立てます。インストラクターとしての、また一人のユーザーとしての視点が大きなポイントになっています。

流行のトランクスのデザインや色、トッププロが使うボードのシェイプ、タクティクスなど雑誌の中からだけでは読み取れないさまざまな情報が得られるのです。

# ユニークな商品構成で お客さまの遊び心をキャッチ

LOOKS UP  
MARINE SHOP

いま、生活の質的向上を求める人々が増えています。「素敵な休日を過ごしたい」、「遊び心を大切にしたい」、また、「いつまでも若くヘルシーでいたい」など…。こうしたこだわりを持つ人々に対して、海の素晴らしい魅力を訴え、マリンスポーツ参加へのきっかけを提供しているのが、今回ご紹介するマリンショップ“マザール”です。



マリンクラブのメンバーのために作ったという語  
らいのスペース。手前カウンターのゲームに注目



## マザール プロフィール

- 所在地  
福岡市早良区百道浜
- 店舗面積 / 100坪
- スタッフ / 4名
- 営業時間 / 11時～21時
- 立地条件  
砂浜、レストラン、福岡タワーなど新しい都市型リゾート地として注目を集めているアジア太平洋博覧の跡地に建つ。福岡市の中心地からは車で15分。
- 客層  
場所柄、家族連れや若者が目立つ。年齢層は幅広い。

## NOTE

昨年の9月21日にオープンした「マザール」は、これまでのマリンショップという概念を脱し、マリニソートライフスタイルを提案、創造するショップとして、多くの人々から注目を集めています。

「お店」というより、「部屋」を感じさせる店内には、お洒落なヤマハマリンウェアを始め、チーク材の小物や食器、雑貨などが並べられています。いずれの商品もマリンスポーツへの関心や興味を高めるものばかり。お店の狙い通り、マリンスポーツ参加のきっかけを幅広い層に提供しています。

## お客さまをマリンの世界に惹き込むディスプレイ

「ブロックやシャックル、航海計器など、ハードな商品は極力除いて、真鍮やチークの置き物、小物、雑貨、洋書、ウエアなど誰もがマリンスポーツや海の魅力をイメージすることのできる商品を配しました」

マリコム九州のショップ課、玉井達人主任は「マザール」のコンセプトについてこのように語っています。

ウエア、小物はそれぞれのコーナーで見易

## Close up

### 商談の場にもひと工夫

お客さまと語り合う場所にも、ポスターやAV機器を利用したり、観葉植物や花を飾ってみるなど、いろいろと気を使いたいもの。お店の広さに合わせて、さまざまな工夫を楽しんでみませんか。



●マリンプラザアルバマ(長崎市)



●ヤマハ関西神戸店(神戸市)



●ニューポート(大阪府泉佐野市)



●セーラーズ(香川県高松市)



●エイトノット(石川県内灘郡)



「廊下」を通過して「部屋」へ。照明を活かしてムードを高めます



オリジナルグッズはバッグやポーチのほかステーションナリーなどが揃っています



これがTシャツ!? もちろん、広げて見られるような展示もしてあります



アクリルケースで時計を見せます。ネット、貝殻がアクセントに



「ヨット、ボートの需要創造に二役」  
マザールがオープンして3カ月以上がたちましたが、玉井主任は次のように実感しています。  
「例えば高価なチーク材の装飾品。こんなもの買う人がいるのだからかと半信半疑で取り扱った商品が驚くほど売れる。多くの人が何が何らかの形でマリンに興味を持っていることが良くわかりました」  
つまりボートやヨットのオーナー予備軍が目に見えないところに大勢いる、と言い換えることができるでしょう。  
ボートやヨットなど本体は取り扱っていないだけに、売り上げが採算ベースに乗るのはまだ数年先になるとのことですが、ボート、ヨットの需要創造に大きな役割を果たしていることは確かかなようです。

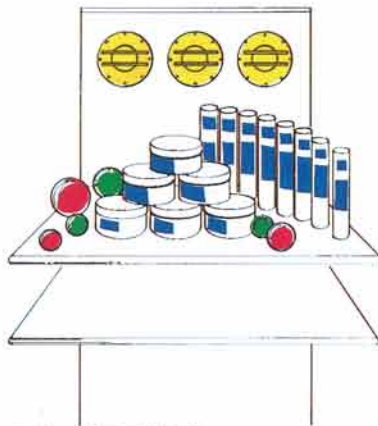
く展示され、フロアが一段上がったスペースには、テーブルと椅子が配置されています。ここはマリンクラブの会員の方たちをはじめ、来店された方々がゆったりと語り合えるスペースとなっています。  
商品ひとつひとつの見せ方にもひと工夫。マリンスポーツを体験していかなくとも、海や船に親しみを持つことができる、そんなディスプレイがあちこちに見られます。

# DISPLAY ADVICE

## for MARINE SHOP

実践講座 ③

ディスプレイデザイナー/岩田六美



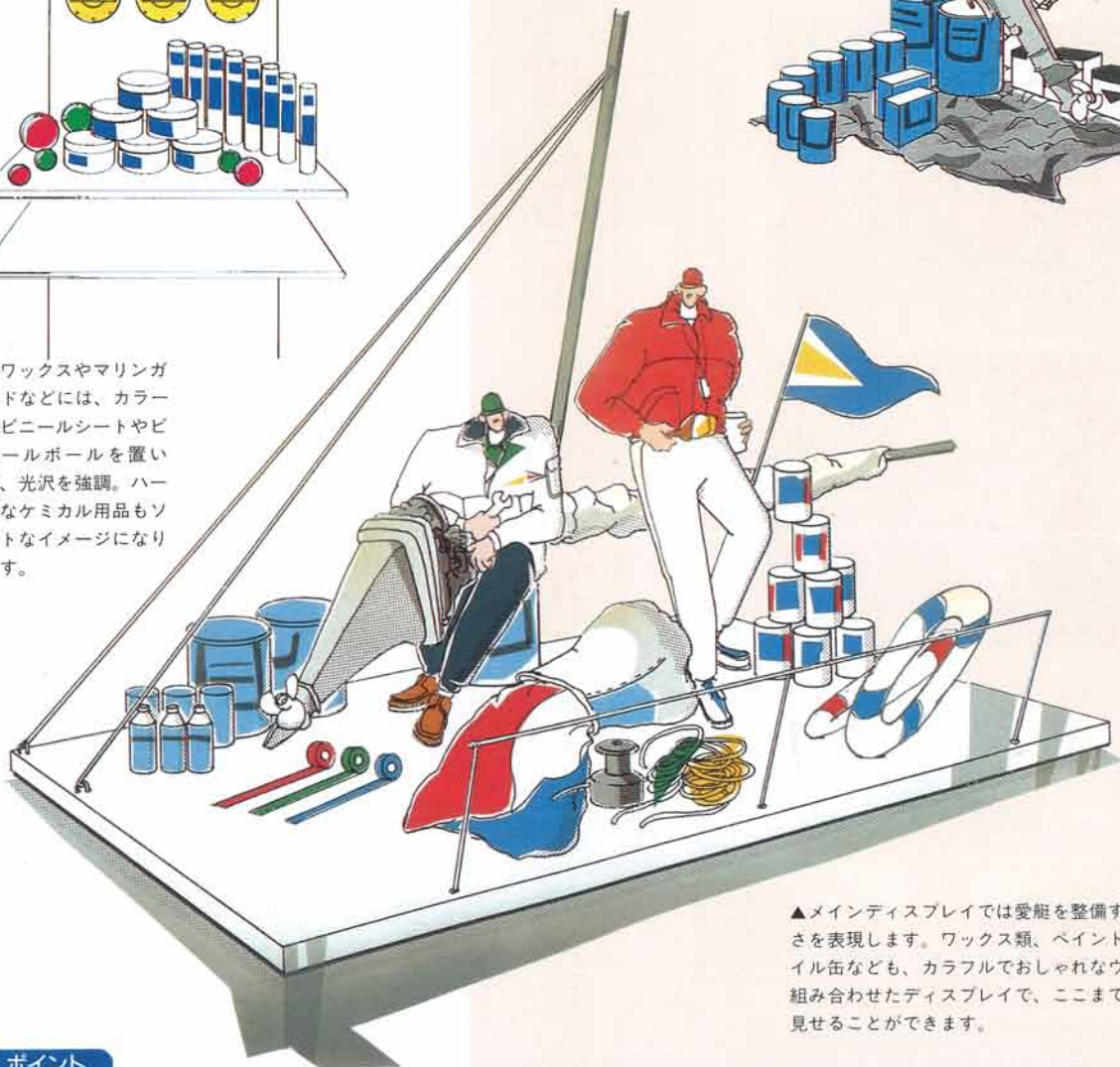
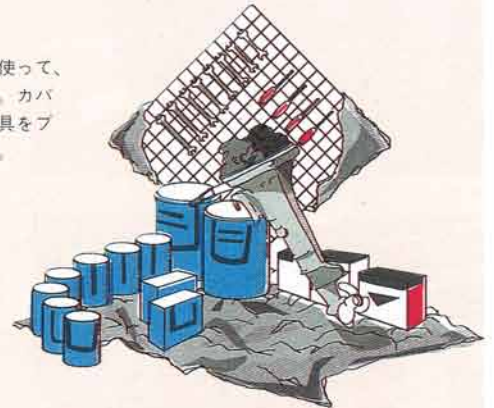
▲ワックスやマリンガードなどには、カラーのビニールシートやビニールボールを置いて、光沢を強調。ハードなケミカル用品もソフトなイメージになります。

## 冬のマリーナでの楽しみ……メンテナンス

本格的なマリンシーズンを前にして、お客様に愛艇を整備することの楽しさを強調したいところです。

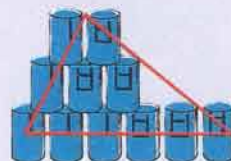
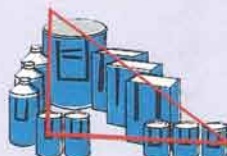
整備に関わる商品といえば、エンジンオイルや塗料、ワックスなどが主役となりそうですが、多くのお店では、どうしても単に陳列するだけになってしまい、“油”のイメージが先行しがちです。そこで今回は、それらの商品にひと工夫して、メンテナンス用品のディスプレイを特集してみました。専用什器と合わせて実践すると、より効果的です。

▶手で簡単に裂くことができる鉛板を使って、ハードでメカニカルなイメージを演出。カバーをはずした船外機、バッテリーや工具をブラスして、エンジンオイルを見せます。



▲メインディスプレイでは愛艇を整備する楽しさを表現します。ワックス類、ペイント缶、オイル缶なども、カラフルでおしゃれなウエアと組み合わせたディスプレイで、ここまで面白く見せることができます。

### ポイント



オイル缶などを陳列するときも、積み重ねたり、斜めに置いて奥行きを出したりして、工夫します。そのときも三角構成の基本は忘れないようにしましょう。



# サービスマン最前線—5

静岡県沼津市江浦 株沼津マリナー 池谷 栄さん

## 既成概念にとらわれない創意工夫が大切



「ヤマハシリーズのうちで、うちがないものの方が少ない」という幅広いバリエーションをそろえています

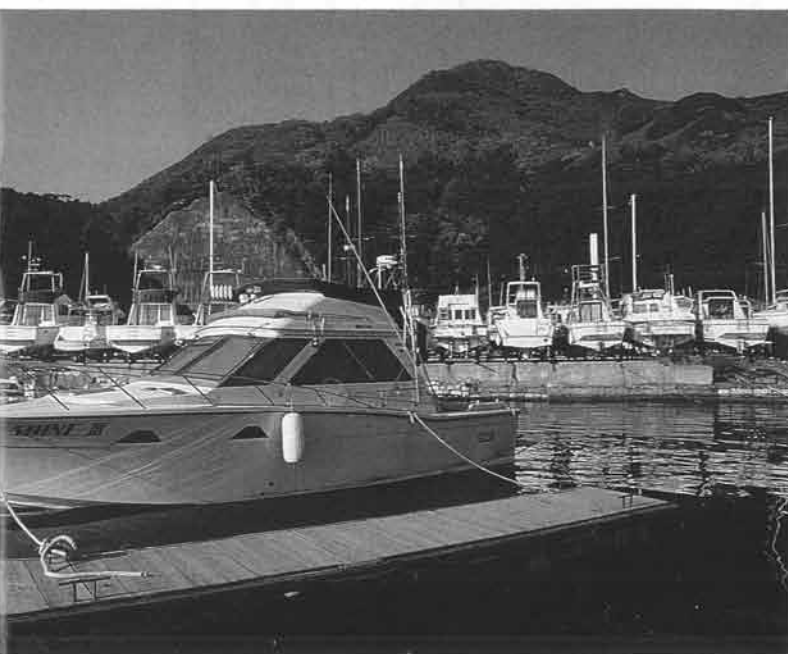
西伊豆の玄関口ともいえる沼津、その内浦湾の最奥部の江浦に、沼津マリナーさんがあります。迫りくる山なみを仰ぎ見ながら、伊豆長岡へ抜ける国道414号線をはさんで広がる穏やかな海。西伊豆へのクルージングに最適なロケーションを売り物にしており、艇を預けているオーナーの7割は東京在住者。PC135、SF138などの大型艇を中心に25隻のパワーボートが保管されています。最盛期の週末ともなると、一日に100隻近い艇が稼動するとあってサービスマンは大忙し。池谷さん(31歳)もメンテナンスをはじめ、クレーンの操作など、保管艇のサービスタッフのひとりとして活躍しています。

—サービスマンとしてのモットー—

「オーナーから連絡をもらったなら、利用日の前



シーズンに備え、冬場のエンジンチェック。これも池谷さんの大切な仕事のひとつ



沼津マリナー船の漁港の対岸にあるマリニア。山と海に囲まれた静かなマリナーです

日にはすべてスタンバイしておきます。そして、エンジンなどのトラブルがあった場合、その週のうちに補修し、翌週末には乗れるようにしています。東京方面から来られるオーナーが多いので、海で過ごす時間はとりわけ貴重。こちらも早期対応で臨んでいます」

#### ——今年のニューモデルについての印象

「ボートではSC-32が気に入りました。フレイブリッジが広く、全体にスタイリッシュですね。26ftクラスからステップアップされるオーナーにお勧めしたい一艇。あと、V6のスターンドライブ。近々セッティングしますが、そのメカニックには興味あります」

沼津マリナーさんは、大富ボートディングさんという販売会社の保管サービス部門として、同じくマリニアさんとともに自社販売の艇を保管しています。この2つのマリ

ーナを、池谷さんを含めて11名のサービスマンが担当しています。サービスの充実こそ信頼につながる、という考えです。

#### ——サービスマンにとって大切なもの

「仕事における創意工夫ですね。既成概念にとられずに自分なりの見方を養い、仕事をすること。以前、デュオプロのエンジンを直したことがあるんです。片方のエンジンが吹けないというので修理したんですが、回らないほうのエンジンを半日かかってすべてチェックしましたけど、どこもおかしくはない。それで最後の手段として、もうひとつのエンジンを調べてみたところ、こちらのペラが一枚滑って回っていませんでした。つまり、おかしかったエンジンが正常で、正常と頭から思っていたエンジンがトラブルの原因だったわけです」

#### ——今年の抱負について

「修理などの仕事で、わからないことがあっても他の人には聞かずに自分なりに調べて解決したい、時間がかかっても。」

そして、お客さまとのコミュニケーションをより深めて、それを仕事に生かしたい、と思っています。サービスマンである以上、メカについてはもちろんのこと、それ以外の面でも——たとえばオーナーと気軽に世間話ができるとか——幅を広げていきたい。私を含めてサービスマンというのは、どうも口数が少ないようですから……」

「彼は何かとも追求するタイプです。それだけ時間はかかるけど仕事は信頼できる。エンジンの修理からFRPの補修まで、すべて任せられる。自分でも750ccのオートバイを持っていて、チューンナップしながら乗

## 株沼津マリーナ

- 代表者：代表取締役社長 大木理久夫
- 設立年：昭和45年12月
- 年商：約3億5,000万円(沼津マリーナ)  
約6億5,000万円(大富ボートینگ)
- 従業員数：営業3名(大富ボートینگ)  
サービス11名(沼津マリーナ)  
そのほか事務など6名
- 主力商品：大型艇を中心としたパワーボート。最近ではヨットにも力を入れている。なお、数年先に保管施設を拡充し、収容スペースを広げる予定。



石廊崎

「むずかしい質問ですね。そうですね……実は去年から会社の仲間といっしょに水上スキーを始めました。いままで食わず嫌いなところがあったり水上スキーはやったことなかったんです。昼休みの時間などを利用して乗り始めましたが、これがけっこうおもしろい。2本スキーだと、比較的すぐに滑べるんですが、1本スキーはむずかしい。5分もやっているとおへトへトになる。  
水上スキーというのは実際に乗ってみると奥が深い。これは新しい発見でしたね」

——愛読書について

「最近もっともうれしかったこと  
っているほどのメカ好きです。」(上司の加藤サ  
ービス部長)



自ら凝り性というだけあって、何事も納得するまで丹念に調べることを信条にしています

「少し前ですけど司馬遼太郎とか新田次郎の本を読んでいます。この年になると、学生時代とちがい、歴史がおもしろくなってきました。あと、オートバイの関係では、片岡義男を読みます。基本的にノンフィクションが好きなので、推理小説のようなフィクションは読みませんね」

伊豆半島の付け根に位置する沼津マリーナさんから西伊豆へパワーボートでクルージングに出かけると、ダイビングで有名な大瀬崎までわずか10分、戸田まで20分、さらに足を伸ばして先端の石廊崎まで1時間30分で行けます。その間、天然の良港が点在する、四季折々の景観が楽しめる変化に富んだ海岸線が魅力的に続きます。夏は南東の風が吹き、東伊豆が荒れても西伊豆は風の影響をあまり受けません。西伊豆はクルージングのメッカと呼ばれるにふさわしい



自分のオートバイもチューンナップするメカ好きの池谷さん

「海で遊ぶ人の数は増えていくでしょう。そのいい例がスキューバダイビングや水上オートバイです。われわれはマリンの最前線にいるわけですから、これは知っているけど、あれは知らない、という対応はこれから成り立たなくなってくる。  
——これからのマリンレジャーについて

こういう仕事をしていると、豪華な大型艇に目がいつてしまうけど、われわれと同世代の人間が遊ぶ乗り物にも目を向けなくてはいいですね。それだけマリンレジャーが多様化しているわけですから、われわれも勉強しなくてはなりませんね」

条件がそろっています。30分も走ればブルーオーターが広がるため、東京から通っても十分にクルージングの醍醐味を堪能できるわけです。



PC-35、SF-38、Y-30など大型のボートやヨットが所狭しと保管されています

厚岸大橋のたもとに並ぶヤマハ和船。使用しないとき、船外機は古布などで嚴重にカバーされています



# 浜を訪ねて

北海道  
厚岸

## チームワークで 万全のサービス体制

株さかの/株釧路サンマリン 北海道厚岸町奔渡町



釧路のフィッシャーマンズワーフ「MOO」



**水** 揚げ高2年連続日本一を誇る釧路港。フィッシャーマンズワーフ「MOO」も完成し、新しいウォーターフロントとしても大いに注目を集めている北海道第4位の都市です。

今回は、株さかのさんの坂野社長の案内で釧路と厚岸を訪ねました。

**釧路** 釧路市から国道44号線を東へ約40km。厚岸湾をまたぐ朱い橋脚も鮮やかな厚岸大橋が見えてきます。橋の上から湾を眺めると、さながら湖のように静かな海面に、舷をすり合

わせんばかりに数十隻の和船がかたまっております。

「アサリ採りですよ。外海は荒れても湾内は穏やかですからね」と坂野社長。生まれ育った厚岸の海を誇らし気に見わたします。

坂野社長がこのご商売を始めたのは12年前。父親が創業した造船所という基盤を活かし、和船、船外機の販売に取り組んできました。いまでは、厚岸漁協(組合員759名)を主体として営業する株さかのさんと、さらに釧路市を主なマーケットとしてプレジャー部門を開拓展開する株釧路サンマリンさんの2店舗を経営しています。その推進力はもちろん坂野社長(ご本人ですが、株さかのさんは奥泉専務、株釧路サンマリンさんは村井専務が、最前線の責任者として、それぞれの舵とりを任されているのです。

**厚岸** 厚岸周辺ではアサリ、カキ、ホッキなどの貝類、11月から2月ごろまでのノリ、そして主体のコンブ漁が5月から10月にかけておこなわれています。

「コンブ漁用に40馬力を2台アサリ用に1台、予備が1台、このあたりの漁師さんは地域と漁別の馬力規制もあって、だいたい4台の船外機をもって使い分けていますね。そのほとんどがヤマハです」と話すのは株さかのさんの奥泉専務。支払いの回収、社内のチームワーク、サービスの3本の柱について話していただきました。

(一)の仕事に就いて15年。今年には新社屋建設の計画も軌道にのり順調ですが、当初はまず支払いの回収に苦労したそうです。

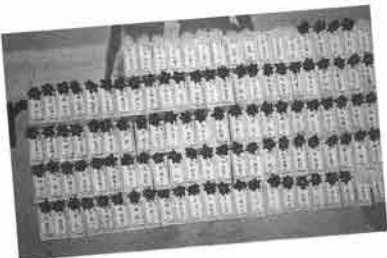
「盆、暮、または漁期ごとの支払いが多かったです。10年くらいですかね、うまくいかなかったのは、信用ねえのか?なんていわれたりしてね。支払いをあいまいにしておくと、こちらにも困りますがお客さんのほうも店に来づらくなってしまいます。修理などでも頼みづらくなってしまう。お互いに健全な、持ちつ持たれつといったような間柄にしておかないと」



寒いなんていってられません



働さかのさんのスタッフのみなさん(後列右端が奥泉専務)



選挙ではありません。顧客名と販売実績がひと目で分かるようにしたもの。実用的でもあり遊びごころを感じさせます



俵銅路サンマリンさんの店舗



坂野清社長

「お客様は正直ですからね。売上げの回収にしても修理にしても、きちんと対応できる店を選びますよ。海の仕事は待たなし、漁の忙しい時に道具が使えものにならなかつたら、どうしようもない。それ相応の対応ができる体制にいつもありますから。お客様の信頼は厚いと思います。一度うちで購入したお客様は絶対離れないという自信はあります」と奥泉専務。新社屋の図面も間もなく完成、ひと足早く春が訪れたような、店内の明るい雰囲気印象的でした。

「うしてみると働さかのさんは、お客様まにとつていたれり、つくせりの体制といえそうです。」  
 「各部署に完全に任かせてしま。あとこれこれやれば終わりますから、先に帰っていいですよ、なんてサービススタッフに言われることがよくあります。管理という堅苦しさがありますが、自分の仕事の役割りというものをものすこく広くとらえているから、言われたからやるなんていうことがないですよ。それは事務も同様です」社員一人一人が誠意をもつてお客様に接する。そんな血の通った仕事への姿勢が、各セクションの独立心を育み、互いの仕事を尊重する心につながっているのです。

「店のセクションをとつても一人で仕事しているわけはありません。営業、技術、事務、それぞれの連携と各自が責任をもつことと成り立つ商売。一人一人の資質、能力を伸ばし、最大限に活かしてゆくことが大切だと思っています」技術の人は機械だけを相手にしているわけではない、事務の人はコンピューターのキーや帳面ばかりを見ていられないというわけではないのだと強調します。

「店を訪ねると事務仕事に追われる女子社員がいつせいに手を止め、席を立ち訪問客を迎えてくれます。」  
 と奥泉専務。いまではコンピューター導入でユーザー管理は万全、きめ細かなユーザーサービスに心がけているそうです。

GOODS

「ボートデイスブレイドリーは、  
お店作りの強力な助っ人です」



このボートデイスブレイドリーは、船の展示位置を低く保つことができ、また使用しないときには、積み重ねて保管することができます。また、25フィートのボートが展示できるなど、小さいながらも重宝します。

お店をいかにデイスブレイし、お客さまの来店を促すかは、昨年以上に今年は、重要視される課題のひとつと言えます。このデイスブレイドリーをお店作りにお役立てください。

●ボートデイスブレイドリー（写真の2台で1セット）  
価格／¥1,000,000

「フィッシングボートの必需品「カラープロッター魚群探知機」をお客さまにおすすめてください」

カラープロッター魚群探知機 YFV10 in はこれ一台でいろいろな使い方ができる便利な新製品です。

大きな特徴は、ロランCなどの接続によりロランプロッターとして使えるということと、ビデオカセットプレイヤーとの接続によりビデオが、水中カメラとの接続により水中の様子が見られるビデオ入力端子が付いています。

また操作はリモートコントロール式のため手元で簡単に使えるなど、多くの利点を持っています。

フィッシングボートの人気が高まる今、ぜひとも本体とセットでお客様にお勧めください。

●YFV10 in

測定範囲／0～300 m

周波数／200 K Hz

送信出力／1 kW

消費電流／30 W

電源／DC115 35 V

重量／8 kg



サイズ／262×231×320mm（インダッシュ取付）  
なおリモートコントロールは80×166×66×30mm  
価格／¥395,000



「ボートヨットマンの必需品のクルージングファンに、コッヘルセットをおすすめてください」

クルージングの楽しみのひとつは、食にあります。おいしいお店を求めて出かけるのはもちろん、自分たちで作ります。味もまた格別。こうしたお客さまにはぜひともコッヘルセットバーナーをおすすめてください。お店主催のクルージングの目的地でこのセットを使った。海の料理コンテスト、などを開いてみてはいかがでしょうか。

●イワタニ・コッヘルセットバーナー  
価格／¥10,700

「オリムピック社の商品がヤマハ純正になりました。フィッシング派のお客さまにぜひともおすすめてください」



●ロッド  
30ポンド／¥12,000  
50ポンド／¥15,000  
80ポンド／¥18,000

●マーフィックスリール  
LD30T  
30ポンド／¥13,000

●電動リール  
シーハンター06MD／¥38,000

釣具のオリムピック社の商品がヤマハ純正となりました。ボートフィッシングの人気の年々高まっている今日、ぜひともフィッシングファンのお客様におすすめてください。またフィッシングボートとのセット販売などで、拡販におつとめください。

なお、釣具のロールス・ロイスといわれるアプ社（スウェーデン）の商品も取扱を開始いたしました。

\*詳細は担当セールスマンまでお尋ねください。

## 部品・用品カタログが完成しています

90年の部品、用品カタログが完成しています。昨年同様にタイプは2種類。ユーザー向けの「BE MARINE」は、マリナー向けの「BE MARINE」は、マリナー向けの雑誌風のグッズカタログ。そしてインナー版は「1990ヤマハマリナーアクセサリーカタログ」となっています。



### 「BE MARINE」

- ①掲載アイテムを増加(約80ページから100ページにボリュームアップ)
- ②小売価格は¥1200 仕切りは据置です。また本体契約のオーナー全員に配布できるように配慮ください

### 「1990ヤマハマリナーアクセサリーカタログ」

- ①A4サイズ、カラーのインナー版
- ②レイアウトの統一
- ③商品、データを充実(180ページから360ページ)
- ④索引の充実
- ⑤特に快適性を追求する商品、マリナープレイ用品、フィッティングパーツなどの商品の充実を図りました。
- ⑥価格/¥5,000

これらをぜひともご商売にご活用ください。※詳細は担当セールスマンにお尋ねください。

## EVENT

春休みに開催される  
ジュニアセーラーのための  
チャンピオンシップ



### 「第8回ミニホッパー級ジュニアチャンピオンレガッタ兼 第1回シーホッパーSR級ジュニアチャンピオンレガッタ」

●3月30日～4月2日/愛知県蒲郡市トパー  
昨年この大会では、全国から14クラブ、74隻が集い、大人顔負けの素晴らしいレースを展開しました。今年は、初日に、NCA C(ニッポンチャレンジ・アメリカズカップ)のベースキャンプや、新アメリカズカップクラス艇の見学などの企画も盛り込まれ、ジュニアセーラーにとってもますます充実した大会になりそうです。

マリンスポーツの底辺拡大には欠かせないジュニアセーラーたちの活躍にご注目ください。

## APAREL

マリンウェアは季節にあわせたデリバリーをしていきます。  
展示・拡販におつとめください

ヤマハマリンウェアは、2月からの店頭販売に合わせて、順次季節に合わせたデリバリーを開始しております。なお、3月以降にはマリナー専門誌(舵、ヨットイニングなど)におけるレギュラー広告展開及び一般誌(メンズファッション誌)へのパブリシティ展開により商品販売をバックアップいたします。また、ユーザー向けマリナーウェアカタログ(90SS)もぜひともご活用ください。

90年は、ヤマハマリンウェアの展示、拡販におつとめください。マリナーウェアの展示はお店のディスプレイにも大きな変化をつけることができます。

※詳しくは、担当セールスマンまでお問い合わせください。

●アイテム別販売期間

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	アイテム数 90S/S
①ブルゾン、ウインドブレイカー	■■■■							6
②サマーセーター	■■■■							3
③スウェットシャツ	■■■■							5
④フックシャツ		■■■■						2
⑤パンツ	■■■■							1
⑥トランク		■■■■						8
⑦ポロシャツ		■■■■						5
⑧Tシャツ		■■■■						9
⑨水着		■■■■						5
カラーイメージ	ヴィヴィットカラー			パステルカラー				44

## EVENT

90年代のマリンシーズン開幕!  
東京、大阪でポートショー  
がスタートします。  
お客さままで一緒にごつとめ!



昨年の東京ポートショー

1990年代のマリンシーズンの開幕を告げるポートショーが、東京、大阪で今月相次いで開催されます。ヤマハブーイスは昨年以上に展示面積を広げてパワーアップします。特に東京会場では、ヤマハファンへの拡大をコンセプトに「夢を与える」「ハードからソフトまでの提供」「マリナーの再現」と従来にも増してヤマハのマリンスポーツ&レジャーの創造に取り組む意欲的な姿勢を強烈にアピールして行きます。ぜひともこの機会を逃がすことなく、お客さまと一緒に出かけください。

### ●第29回東京国際ポートショー

2月11日(日)～15日(木)

### ▼ヤマハブーイス

屋内/155小間(昨年155小間)

屋外/45小間(昨年15小間)

### ●第5回大阪国際ポートショー

2月22日(木)～25日(日)/大阪・インテックス大阪3号館

### ▼ヤマハブーイス

屋内/100小間(昨年90小間)

## MARINE JET

### マリッジエットの予約セールが2月25日で終了となります。

昨年9月から始まった、ヤマハマリッジエット'90年モデルに対するユーザプレミアムセール、オリジナルデイベックプレゼントセールが、今月25日をもって終了となります。また、今月より'90年モデルの発売が開始となります。

## CRUISER

### 今年もY・23IIマツチレースを全国展開いたします。

昨年全国レベルで展開されたY・23IIマツチレースですが、今年も多くのご期待と声援にお応えして開催いたします。詳細については決定次第お伝えします。この話題をぜひともご商売に利用して拡販におつとめください。



## サービス インフォメーション

### 自分の知識と技術力の再認識に各種講習会、コンクールをご利用ください

2月から、90年度のヤマハマリッジエット整備士の検定試験が全国各地で行われ、今年もサービス技術の向上を目指し、多くのサービスマンがこの試験にチャレンジします。

さて、こうしたヤマハマリッジエット整備士の方々に対象に、コンクールや講習会がおこなわれているのをご存じですか。

昨年の10月、香川県のJOB志度マリナーで行われた、ヤマハマリッジエット全国販売店サービス技能コンクールもそのひとつ。このコンクールの主な目的は、ヤマハマリッジエット整備士を取得された方々に、サービス技術とその知識を再確認していただくとともに、それを一層高めていただくことです。

昨年の同大会には、全国8地区から32名のサービスマンが志度集い、日頃鍛えたサービスマン力を発揮しました。

内容は、マリッジエット2級程度の筆記試験、新製品「MD859KUH」の講習並びに、筆記試験、陸上単品による実技試験、さらに実際のボートを使っての実技試験を行ったものです。さすが、各地区を代表して参加されたサービスマンだけに、全員好成績を納めていました。

### 今年もコンクールや講習会が一層充実

こうしたサービス技能コンクールに限らずヤマハでは、サービスマンを対象にしたコンクールや講習会を今後もより充実した内容で開催してまいります。

1990年、ヤマハマリッジエット整備士の取得と合わせて、知識・技術力の向上にお役立てください。

※90年度に開催される各種講習会、コンクールの内容、日程は、別途ご連絡いたします。



### マリッジエット 冬期格納キャンペーン コンクール実施中!

▼90年8月31日まで

格納点検、シーズン前点検のお客様へのご案内はもうされましたか。お客さまに、安全にマリッジエットを楽しんでいただくためにも、ぜひ実施して頂きたいものです。こうした願いを込めて、ただ今販売店のみならず対象としたマリッジエット冬期格納キャンペーンコンクールを実施しております。この機会にもう一度、この季節のサービスマン業務を見つめなおして積極的な点検整備を進めてみてはいかがでしょうか。

●コンクール内容……点検チェックリスト提出件数によるポイント制で順位付けを行い、上位10店を表彰し、商品を進呈いたします。

●ポイント算出方法……点検実施数(チェックリスト提出分)販売実数×係数で計算し、販売実数による差がなるべくでないようポイントを算出します。

●賞品……上位10店の販売店の方には、プロのサービスマンのために開発された工具、「ミラーツールセット」を進呈いたします。



# 精悍、新登場。



## ヤマハ船外機

### CV 業務用 MODEL

115BET・85AET・55BEM(BE)・40QEM(QM)・30AEM(AM)・25GEM(GM)

プレジャーに業務に、さまざまなかたちで活躍するヤマハ船外機シリーズ。ユーザーの方から高い評価を得ているそのラインナップに、さらに作業性重視の機能と高い信頼性をプラスした業務用船外機CVモデルが加わりました。

キャッチは——

**海に働く男のたくましい船外機  
ヤマハCVモデル**

——です。

CVモデルのラインナップは25馬力から115馬力までの6機種。  
“海に働く男”たちへおすすめください。



#### 仕様諸元

	115BET	85AET	55BEM[BE]	40QEM[QM]	30AEM[AM]	25GEM[GM]
シリンダー数・総排気量(cc)	V4-I, 730	3-I, 140	2-760	2-592	2-496	2-496
最大出力(PS/r.p.m.)	115/5,000	85/5,000	55/5,000	40/5,000	30/5,000	25/5,000
全長(mm)	828	725	1,150	671	600	600
全幅(mm)	602	380	364	370	360	360
全高(mm)	1,437(L)、1,562(UL)	1,425(L)、1,552(UL)	1,182(S)、1,304(L)	1,370(L)、1,443(LL)	1,267(L)、1,315(LL)、1,335(UL)	1,267(L)、1,315(LL)、1,335(UL)
トランサム高(mm)	515(L)、642(L)	515(L)、642(UL)	397(S)、519(L)	549(L)、622(LL)	546(L)、594(LL)、632(UL)	546(L)、594(LL)、632(UL)
重量(kg)	156(L)、160(UL)	121(L)、124(UL)	92.7(S)、94.7(L)	70.5(LL)(66.5(L))、71.5(LL)(67.5(LL))	56.5(LL)(53(L))、57(LL)(53.5(LL))、57.5(UL)(54(UL))	56.5(LL)(53(L))、57(LL)(53.5(LL))、57.5(UL)(54(UL))
潤滑方式	混合潤滑	混合潤滑	混合潤滑	混合潤滑	混合潤滑	混合潤滑
始動方式	電動スターター	電動スターター	電動スターター	電動・リコイル式ハンドスターター (リコイル式ハンドスターター)	電動・リコイル式ハンドスターター (リコイル式ハンドスターター)	電動・リコイル式ハンドスターター (リコイル式ハンドスターター)
リモコン	OP	OP	OP	OP	OP	OP
プロペラ	OP	OP	BEM:○ BE:OP	○	○	○
燃料タンク容量(ℓ)	OP	OP	OP	24	24	24

\*OPはオプション、○は標準です。

# MARINE *i.n.g*



1990年、ビーチで海上でさまざまなイベントが企画されています。マリタイムイベントを主催、運営する側としてあるいは参加する側としてご商売をひろげてゆくうえで、「イベント」は大切な役割をもっているように思います。MARINE i.n.gではみなさまのご商売とマリタイムイベントのホットな間がらをお伝えしていきます。



マッパレース界のスーパースター、ニュージーランドのクリス・ティクソン(中央)を囲んで、ヤマハジュニアヨットスクールのちびっ子セイラーたちも興奮。国際レースならではの一幕です。





スーパーウェーブカップ'89第4戦

## イベント参加で 技術も情報もトップレベルに



スループジョンB  
「神奈川県選手」  
高安博一さん

ディングシーを主体にこの二商売を始めて6年。いまではクルーザーにポートにその幅をひろげているスループジョンBの高安社長、「仕事のキャリアより遊び(セイリング)のキャリアのほうが長いし、充実しているんです」と自他ともに認めるヨットマン。ヤマハ東京の主催で相模湾を舞台におこなわれるスーパーウェーブカップには、お客さまの船に乗り込んで奮闘します。

「ディングシーのお客さんが何人か集まってクルーザーのグループオーナーへ」という路線をずっと狙ってきたから、その結果ができたところですね」高安社長の年間の「セイリング活動」は昨年で約100日(ディングシー70日/クルーザー30日)。今年にはさらに増えそうだという事です。「その全てが新規客の獲得や代替需要の掘りおこしにつながるわけではありませんが、遊びの現場を知らなくてはやっていけない商売、セイリングのノウハウをお客さんに伝える、一緒に遊ぶ、好成績を納めて個人としての商品価値を高めるなど、イベントに参加するということにはいろいろな意味が

あります」

高安社長はイベント参加にあたって、スーパーウェーブカップをはじめ、ミニトングラスのSSBM(相模湾・モールポート・ミーティング)、STC(セルポート・トレーニングクラブ)など、既存のイベントをうまく活用しています。

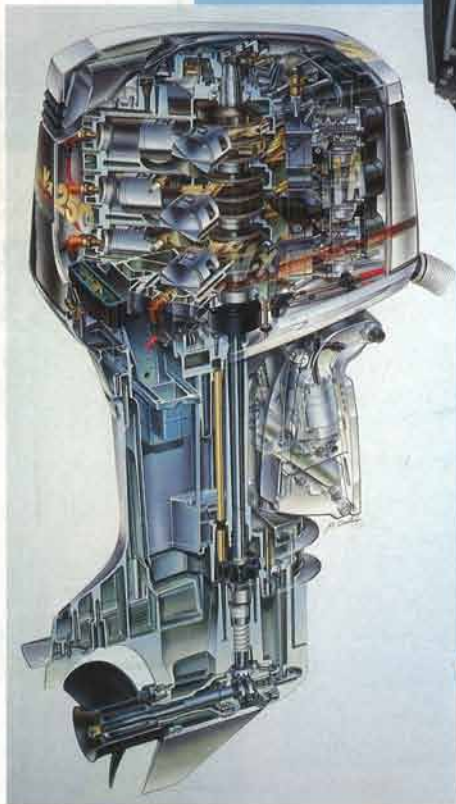
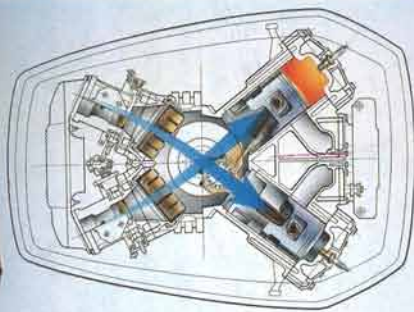
ミニトングラスでは、4年来のお付きあいであるピーナッツ(YA・23/子上一夫オーナー)に乗り込んで大活躍。89年の同クラス全日本選手権では見事優勝(クルーザーグループ)の栄冠に輝いています。「湘南という地の利はあります。イベントも多いし、タイプもいろいろ。ニッポンカップなど世界レベルのレースが間近で見ることができ、触れることができるんですから。それだけ目の肥えているお客さんが相手であるともいえます。とんとん海に出て、情報も技術もいつもハイレベルな状態にしておかなければお客さんに負けちゃいます」今年も鳥羽レースにもチャレンジャーすること、言葉をむすぶ口もとに仕事にかける意気込みと自信のほどがうかがわれました。



全日本ミニトングラス選手権で大活躍のくピーナッツ(ヘルムス=高安社長)

“見る”イベントNo.1、“ニッポンカップ”でのエキサイティングシーン

# TOP of the V6



大型化、高級化の波が押し寄せるマリンシーンに応じて、ヤマハのマリンテクノロジーの粋を集めたビッグパワーが誕生しました。

ヤマハ船外機国内ラインナップのこれまでの最高馬力である225馬力をこえる大型船外機250AETO。オフショアマリンシーンを演出する最高級モデルです。

ヤマハ独自の船外機テクノロジーから生まれた76°のV型6気筒は、コンパクトにしてパワフル&低燃費を実現。流麗なフォルムに、精緻をきわめた信頼のメカニズムを内蔵して、ハイクオリティ・パフォーマンスを演じます。

マリンプレイをワイドにビッグにエンジョイする時代にふさわしいヤマハ船外機250AETO、マリンフィールドに鮮やかな航跡を刻んで、いま、発進します。

## 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。

海はスポーツ新大陸

**YAMAHA**

ヤマハ発動機株式会社