

## 特集/最上のサービスは最大のセールスなり

●21世紀一人と海/福岡クリーン作戦

●新しくなりましたMy SHOP/ヤマハマリーナ琵琶湖 ●サービスマン最前線/エヒメマリン





社会に密着した  
縦の交通機関エレベーターの舞台裏  
全社員がエンジニアの  
プロフェッショナル集団



### 普

段私たちが何気なく使用して  
いるエレベーター。そのエレ

ベーターにもしも閉じ込められたら……。ビルにエレベーターが取り付けられたら、そのビルが取り壊されるまで、半永久にそのエレベーターを保守・管理するのが私たちの仕事です。三菱電機ビルテクノサービス株は、私たちの生活に最も密着した交通機関のひとつである、エレベーターを安全に運行させるために組織されたエンジニアの集団です。高度な教育を受けたサービスエンジニア50000名が国内にある12万台のエレベ





ターのメンテナンスにあたりますが、地震や火災などにより故障することも。同社では国内10カ所にある情報センターで24時間体制の監視を行い、万が一故障が発生した場合、ただちに最も現場に近い営業所に出動の要請が下されます。例えば、事故現場が無人であってもエレベーターに取り付けられたセンサーが情報センターに信号を送り、同様の処置が施されるのです。「エンジニアは全て私たちの社員です。下請に任せることはありません。休日などに故障が起きたときは現場に最も近い社員の自宅に連絡が飛びます。また天災などにより大規模な復旧作業を要する場合は、私たちも現場へ急行します。実は私もエンジニアなんです」今回取材に対応していただいた広報課の社員の方の談。同社の男性社員は全員が優れたエンジニアなのです。



# 最上のサービスは 最大のセールスなり



あなたは商品の開発背景について、どれだけ説明できますか。商品の特性については、商品が与える楽しさについては、商品がもたらす社会的効果については……。

消費者の生活が豊かになり、市場にモノが溢れている今、ご商売において重要なフアクターとなっているのは、技術力や商品知識、周辺情報に裏打ちされた付加価値サービス。今回の特集では、他業界におけるさまざまなサービス事例を取材。ご商売における「サービス」のあり方をさぐってみました。



# ガットを見ればテニスがわかる。 店の発展につながる信頼の技術



## テニスウェアショップ

株式会社バンダハウス代表

山森 崇司さん

### ●プロフィール

昭和52年にオープンしたバンダハウスは、現在、武蔵小山店(本社)、青山店、そして昨年12月にオープンの自由が丘店の3店舗。

本社・東京都品川区小山3-5-22  
☎03-3793-4516

テニスラケットのガットを張るようになって約30年、私の手がけたラケットはトータルすると10万本くらいになりますね。ラケットをみれば、プレイヤーの癖や技量が分かります。

自分の店を始めた頃、神和住選手に誘われて国内のプロの大会を1年間まわったんです。店は、あまり儲かっていなかったし、妹に任せて。

この1年間は商売としてみれば、全くの赤字。でもプロ選手との付き合いが広まったし、ガットメーカーとの契約もでき、先行投資と考えれば成功です。その後「セイコースーパーテニス」のオフィシャル・ストリンガーを10年間、デビスカップやジャパンカップなどいろいろの大会に行き、世界のトッププレイヤーたちのラケットを扱い、当初夢だったウインブルドンにも4年前に行ってきました。

ガットは、50ポンドとか60ポンドなど、張力を目安にして張りますが、同じ張力でも張る人によってバランスが微妙に違います。私の場合は、選手としてよっちゅうデイスカッションしてクセを掴んでいたのが、フィーリングが合ったのでしよう。現在でも、福井烈、松岡修三、岡本久美子などプロ選手の多くがラケットを預けにきます。お客さまの場合も、話をしながらプレーの癖を掴んでガットを張るようにしています。

この仕事をしていて嬉しいのは、やはり自分の張ったラケットで選手が活躍したときですね。中国でのデ杯の時、急遽呼び出されて、徹夜に近い作業、そして日本が勝ったときは忘れられません。

もちろん、店のお客さまが「打ちやすくなった」と言ってくれた時も同じように嬉しいですね。

こうしたことから有名選手たちが店に出入りするようになり、雑誌にも採り上げられて、商売のほうも順調に回転し始めました。

### ●ビジネスとしてよりも

#### 技術と信頼を売るサービス

ガット張りはサービスマンで張ってくれる店もあるが料金的には、ガット自体が13000円から20000円、張り料は14000円から19000円(ラケットによって異なる)。

「仕事としては、効率がいいとは言えませんが、この商売にこうした技術は欠かせません」という。この仕事を通して店の知名度が上がったし、何よりもその技術への信頼が客を引きつけた。そしてラケットを見てガットの張り方を変えたり、プレーのアドバイスまでする山森さんのサービスぶりが功を奏しているわけだ。

現在、ガットを張るのは山森さんとその妹さんの2人。しかも店内ではなく、オフィスでの作業だ。これは、商品展開をウェア中心にしているためで、「白を基調にしたオリジナルブランドを大切に育てていきたい」と、技術で獲得した信頼をバックボーンに新たな方向にチャレンジしている。

将来的には「クラブづくりも含め、技術・グッズ・ウェアまでテニスを楽しむための総合的なサービスマン体制をつくる」のが目標である。



# 自分を売ることも忘れない。 自分の眼と足で確かめた情報をサービス



アウトドアショップ  
（有）キャンバルシヨップ

店長 岩佐 緑也さん

## ●プロフィール

昭和60年3月、アウトドア用品メーカーの小川テント（株）のアンテナショップとして誕生。キャンバルシヨップとしてこの東京のほか、大阪、名古屋で店舗を展開しているが別組織で独立採算制をとっているのは同店のみ。社長の涌井英作さん、店長の岩佐緑也さんお2人で、お店を盛り上げてきた。

（有）キャンバルシヨップ・  
東京都江東区冬木10-13  
☎03-3641-6950

いま、数多くのキャンプ場情報誌が市販されていますが、それに100%頼ることはできません。だから私は、年間に60〜70カ所のキャンプ場を自分の足で訪れ、そこで得た生の情報をお客さまにお知らせしているんです。

実際に紹介したキャンプ場にお客さまが出掛けるときは、そのキャンプ場の管理者にひと言、「今度の週末にうちのお客さまが行くからよろしく」と電話を入れていきます。特に初心者の方は、初めてのキャンプ場は何かと不安があるはず。そんなとき管理人の方に声をかけてもらうだけで安心できるものなんです。

ご紹介したキャンプ場で満足していただいたお客さまがお土産を持ってまた来店していただいたときなんかは、本当に商売をやっている良かったと思います。それにこうした情報サービスの甲斐あってか、うちにやってくる新規客はほとんどが口コミによる紹介客なんです。

もちろんうちの本業はキャンプ用品の販売です。だけど情報サービスは商売において欠かすことはできませんね。

例えば、初めてキャンプに出かけるお客さまに多いんですが、最初っからあれもこれもとすべてのキャンプ用品を揃えたがるんです。そんなときなど、鍋やフライパン、こたつ用の古いふとんなど家にある物で充分に代用できるという「情報」を提供します。それに少しづつ物を揃えることの楽しさも、それがお客さまと長く付き合っていくコツでしょうね。

結局、私にとってのサービスとは、お客さまの身になって物事を考えて、どこん相談に乗ってあげること。商売は人間と人間の継がり、店を売ることも大切ですが、自分自身をお客さまに売っていただきたいですね。

## ●自由に情報収集できる キャンパーのためのサロンを提供

同店に足を踏み入れて、まず出くわすのが、店員と客、客と客とのコミュニケーションスペースだ。テーブルと椅子が並べられたその回りには数多くのキャンプ場情報誌、パンフレット、アウトドア雑誌などが並べられ、自由に飲めるコーヒートのポットまで置かれている。

ユーザーはここで店長と相談しながらゆつくりとキャンプの計画を練ることがができる。

キャンプ場の紹介については「お客さまの趣味や家族構成などを聞きながら決める」が「決して、絶対にいい所」とはいわれない。個人によって物の見方は違いますから」という。同店ではこうした情報サービスの他に、ほとんどのキャンプ用品のメンテナンスも引き受ける。メーカー系のアンテナショップでありながら、どのメーカーの製品でも対応するのがセールスポイントだ。

# 良い舞台は役者も観客も満足させる。

## 優れた設備でサービスマンを向上させる

私は当社に入ってからメカニック一筋でした。でも大切なお客さまのクルマを預かるサービス工場が、油やほこりまみれだったのが不思議でした。しかも修理の間、お客さまは事務所の片隅でする事もなく待たされる。これでは、人手不足なのにお客さまの車の引き取り・納車に進むのも当たり前。サービス工場なのに、本当のサービスが忘れられていたんですね。

この工場がオープンする時、サービス部の部長として、これまでの思いを実現できるように計画したんです。当初は随分と反対されましたが、まず、工場のイメージを明るくすること。通常の照明以外に飾り照明も設置。床はタイル、本当は大切なクルマのために絨毯でも敷きたいくらいです。工場内は冷暖房も設備しています。

そして店内はメカニックマンの中でも特に接客能力に優れた者を配した受け付けカウンター、お客さまのスペースとして、喫茶カウンターと50インチのTV2台にポデインニックのリクライニングシートを設置しました。ここではレーザーディスクで映画や音楽番組を見ることが、自分の好きなカセットを楽しむこともできます。しかも、このスペースからは、ガラス越しに自分のクルマの修理状況が見られるようにしたんです。

これは私の持論なんです。いくらメカニックの腕が良くても環境が劣悪では技術も向上しません。お客さまが見ることが出来る快適な「舞台」を作ってやれば、メカニックマンもプロとしての誇りを持って仕事ができ、見ているお客さまにも安心感を与えられます。

この計画は成功でした。工場に来てくれる方が増えましたから、本来のサービスを充実できます。将来的には、お客さまにもっと喜ばれるよう、カー用品の展示を増やすなど内容充実を図りたいと思っています。



### 自動車販売

埼玉トヨペット株式会社  
部長 浪江 和夫さん

#### ●プロフィール

昭和31年4月設立。  
資本金1億3千5百万円。  
従業員数1309名。  
そのうちサービス部門は約400名。  
埼玉を中心としたトヨタ車の販売、整備を行っている

本社・埼玉県与野市大字上落合451  
☎048-859-4088

#### ●従来のイメージを破る 見せるサービス工場

埼玉トヨペット株式会社は、サービス工場は、1989年に新しくなった。従来のイメージとは異なり、待ち時間を退屈させないつもりだ。ポデインニックのリクライニングシート、大型画面テレビ、ドリンクサービスが受けられるカウンターを備えたラウンジがある。また、工場の三階はメカニックの技術を高めるためのトレーニングルームがある。浪江さんは「見られることにより社員の服装も態度も良くなった。それがサービスの基本」という。新車購入後は、お礼状・1か月目からの定期点検・車検のお知らせなど、キメ細かいDMによるサービスを行っているが、「将来は、メカニックマン一人ずつにブースを設け、技術力を高めてパフォーマンスにまでしたい」というのが浪江さんの夢だ。



# お店が好き、商品が好き。 心をこめたサービスで来店機会を増やす

## 宝飾店

スタージュエリーCAPITAL元町本店

店長 永井 あおいさん

### ●プロフィール

昭和21年創業。神奈川県相模原市で、銀器店としてスタート。本店を横浜市元町に移して後、コストチューム・ジュエリーの販売を本格的に手掛け、現在は東京・神奈川に8店舗、福岡・名古屋に2店舗、計10店舗で展開している。従業員数は100名。  
元町本店・神奈川県横浜市中区元町1-2-4  
☎045-641-0650

私どもの店のサービスは販売時の接客、販売後のアフターケアに分けられます。お客さまに接客するときは「笑顔」「真心」「スピーディ」を心掛け、対話を大切に。お話しながら、お客さまの好みを理解して、ご満足していただける商品をおすすめする。当り前のことのように難かしいんです。

貴金属のお手入れの方法などは販売時にアドバイスしていますが、例えばシルバーの場合、液体状ものと乳液状のもの、二種類の液剤を使って磨いていただくんですね。でも大抵のお客さまは手軽なことから液状のものだけを購入入されていきます。そんなときはお店で用意した試供品を差し上げて、2種類の液剤を使うことの必要性をご理解していただいています。

アフターではDMが中心となります。この本店では春、夏、秋、冬、のシーズンDMとクリスマスカードを3000

名のお客さまにお送りしています。内容は新作のPRが中心ですが、商品の数はなるべく少く、控えめにしてお客さまが受け取られて思わず机の上にも飾ってみたいくなるようなデザインのカードを作るんです。

そのうちの、比較的来店回数も多く、お名前とお顔を覚えていらっしゃるお客さまに對しては手書きのメッセージを添えています。私の場合で100名ほど。内容はご購入のお礼や、風邪気味だったお客さまには健康を氣遣った文句を添えたり。こうしたサービスが次回の来店に繋がっています。

私たち販売員のサービス精神の底の部分にあるのは、販売員としてこの店が好きで、商品が好きで、社員を採用する際もそれが条件になります。それが自信にもなるし、笑顔も自然に生まれます。そして心からサービスしたお客さまが次回ご来店されたときに「この前はありがとう」と逆に声をかけられたりしたら、心から嬉しく思いますね。

### ●ダイレクトメールそのものをサービスに昇華させたスター

同店のDMは社内の企画室で制作したもの。制作スタッフは全員が女性、宝飾デザインが本職というだけに女性心をとらえた美しい仕上がり。毎月2回の店長会議のうち1回は企画室のスタッフとともにDMについての意見交換も行っている。新宿店、渋谷店がオープンした年、顧客づくりを進める上で制作したDMカレンダーは、美しいジュエリーの写真とイラストにカレンダーをあしらったハガキで、毎月一枚ずつ一年間発送。「もう一年送ってくださいとお客さまからいわれるほど」好評だった。顧客は元町本店で約3000名、コンピュータで管理され、2年ごとにデータを作り直している。

なお、元町本店の2階はアトリエになっており、リングのサイズ直し程度の加工なら10分ほどで対応。ギヤラリー風にジュエリーが展示された室内のガラス越しで、お客さまに見せるサービスも実施している。



# 足のための、健康一筋の靴づくり。 データを分析、足を熟知しているのが 最大のサービス



婦人靴店  
ARS NOVA  
代表 野口 真三 さん

●プロフィール  
ARS NOVAは、婦人靴のオーダー専門店。データと経験を基に足の形に合わせて、足にいい靴を手作りしてくれる。  
東京都中央区銀座3-3-6  
☎03-3564-3709

私の店のテーマは「足を、その人の寿命までいかにもたせるか」ということです。それほど、日本人の足はおかしくなっています。小さい頃運動量の少なかった人ほど、扁平足や、外反母指、足自体の変形など種類は様々です。

私は20年間、注文靴専門店に勤めています。お客さまの足の変形が多いのに驚き、そのデータを採り続けていました。本来、靴を販売する者は足に関する知識を持っていて当然なんです。残念ながら、日本には靴の販売員のプロがほとんどいないのが実状ですね。

足の変形はどんどん進行してしまいます。特に女性の場合は、ハイヒールやサポーター部分の少ない靴を普段から履いている人ほど、足の変形は顕著。私の店では、お客さまの足の長さ・幅・周囲などのデータを採り、踵と側面をびったりサポーターする靴を作成しています。靴は側面のしっかりしたつくりでないと、歩くときに足が余分な動きをして負担をかけてしまいます。

また、高いハイヒールやサポーター部の少ないお洒落なタイプは、歩くための靴ではないこと、歩き方も出来るだけ踵から着地することなどを、お客さまに話して聞かせています。

そうすることによって、足の変形の進行が阻止できるから、それが店のポリシーであり、唯一最大のサービス

なのです。

店のPRは特にやってはいませんが、5年前にオープンする前からの顧客と口コミ、そして雑誌等の記事で悩んでいる方が来店されます。

本当は足が痛くなったり悪くなる前に来てほしいんですが、そうした人達のデータが現在1000人分ファイルしてあります。データはコンピュータにも入れてありますが、接客するときには手書きのスケッチ入りのものを活用しています。

## ●足のためには ブランドよりも健康で

ARS NOVAの二商売は、数々のデータを基にお客さまと徹底的に会話することから始まる。「足にとって理想的な靴とは、足に負担をかけない歩き方とは」を説明する。顧客層は、50歳代の、経済的に余裕のある層が中心だ。ビジネスとしては結構な話だが、「本当はもっと若い人達、まだ足の変形が酷くならない20歳代前半の二婦人にこそ、こうした靴を勧めたいんです」と、野口さん。現実には、若い人ほどブランド志向が強くて、足の健康にはよほど酷くならない限り気がつかない。

靴の素材は、生後3か月までの子牛の革のみ。キメが細かく、柔らかくツヤがあるからだ。デザインは好みに応じて各種あるが、アーチクッションや側面部分の強化など、目に見えないところに足の健康のための工夫が凝らされている。従って価格的にも、ベーシックなデザインのもので4万3000円から、いい値段である。でも、野口さんの話を聞けば、足の健康のためには安いものと思えてくる。そんな顧客のデータが1000人分、ARS NOVAにはファイルされている。

私たちが何気なくポートを浮かべ、遊びのフィールドとしてある海。広大で、優しさにあふれ、ときに荒々しく我々に語りかける海。この自然が育んだ最も魅力あふれるフィールド。海を愛してやまない方々によるリレーエッセイ『21世紀 人と海』第1回は福岡県在住の海洋ジャーナリスト、高崎史典氏がお送りします。

## 「グリーン・ザ・ビーチ福岡」

### 大作戦

高崎 史典



去年の夏の話である。梅雨明けのすがすがしいある日曜日朝のこと。65kmに渡る玄海灘に面する福岡の海岸線に、市民がぞくぞくと集まり始めた。手に手にビニール袋と軍手をにぎりしめて。その数は、10時には6000人を越え、そのうち7000人になろうという勢いで、白い浜辺を埋め始めたのだ。

10時半、人々は一列に並び、65kmに渡る海岸線に人の垣根を作り始めた。実は、これは身近な海を愛そう、美しい自然を守ろうと、市民が総出で、汚れた海岸線の清掃に立ち上がった姿だったのだ。日本がかつてない、65kmの長い海岸線を一斉に清掃するというこのできごとは、それまで最長距離を記録していたオーストラリアの海岸55km一斉の清掃記録を塗り替える、ギネスブックものの市民のボランティア行動だった。

この大きな行動の原動力はマークという一人のオランダ人の嘆きから始まった。

マークは、世界を点々と渡り歩いた末、数年前、福岡にフラーと現れ、そのまま住み着いてしまった、妙な日本語を話すオランダ人である。今、FMでDJまがいのことをやったり、テレビでタレント並のキャラクターを發揮したりと、福岡で神出鬼没の、なかなかにぎやかな男だ。そのマークが、趣味のスキューバダイビングをするときに気になることが一つあった。

それは、美しい浜に巣くう、ゴミの山のことだった。彼は、浜でゴミを拾っている地元の人達の姿を時どき見かけるうちに、ひとつのことに気がついた。ゴミを捨てる人は、決して捨てることはない。しかも、捨てる人は、必ず都会からやって来た若者や、家族連れと、相場が決まり、散々海で遊んだ後ゴミを平気で捨てていく。その後を、地元のボランティアの人々がもくもくと拾っていく姿は、決まった絵ずらにさえなってしまう。

マークにはそれが耐えられなかった。

マークが育ったオランダでは、小学生たちがおこずかいのなから、日本円でいえば50円くらいのお金を出して、一人一人が学校の先生に連れられ、植木屋さんに苗木を買いに行ったものだ。子供たちはその苗木を自分の手で海岸線や野原に植え、自分の成長とともに大きくなっていく木を見つめて育っていった。それはとりもなおさず、大人たちが子供たちに無言で教えた



高崎史典 (たかさき・ふみのり)

日本大学芸術学部写真学科卒業後、24種類の職業を経験。その間、2度にわたって渡米し、バイクでロサンゼルス〜ニューヨークを間を往復、また、美術館の仕事を手伝いながらニューヨークで生活した。帰国後は、ヨット・モーターボートの専門誌「KAZI」のレポーターとして活躍し、フリージャーナリストに。ヨット自作の腕前はプロ級で、10〜45フィートクラスのヨットを9隻建造した経験を持つ。「クリーン・ザ・ビーチ福岡」実行委員の1人。昭和28年生まれ。



自然を愛することの大切さ、そして育てることの大変さだった。

これは、ヨーロッパの社会が培ってきた一種のボランティア精神の育成なのだ。

マークは叫び始めた。

「モウ、ダメ！ コンナ事ジャダメ！」

彼の中でそれまで沸ふつと煮えださっていたものが、遂に爆発した。その叫びは、浜の汚れのひどさ、そしてゴミを拾うボランティアの人人を無視して、その横で平気でゴミを捨てていく人々に向けられた憤りだった。

マークの叫びは、スキューバの仲間から、口伝えてカヌーの仲間、ヨットの仲間へと伝えられ、それは大学生、大学の先生、小学生、主婦へと、市民の間にその輪を広げ始めた。その勢いは、そのうち福岡の地元の企業を巻き込む大きな輪となり、市役所まで引き込む町全体の揺さぶりにまで成長してしまったのだ。

特異なキャラクターと、英会話を教える仕事柄、企業のトップとダイレクトに話ができる機会を持つ彼は、彼の持てる人間ネットワークをフルに使い、遂に呼びかけから半年後に65kmの海岸線に市民7000人を集める「クリーン・ザ・ビーチ福岡」作戦を実現、大成功を納めたのだった。

当日、福岡のセイラーたちは、大小のヨットを博多湾に浮かべ、湾内総なめを意気込みローラー作戦を展開、海上浮遊物を拾い集めた。また一方、スキューバダイバーたちは市民と一緒に、カヌーリストたちは波打ち際でゴミを拾い集める市民たちの安全監視役を買って出て、多くのカヌーを海に浮かべた。

こうして、日頃海にお世話になっているシーマンたちが、互いに手をつなぎ「清掃」する行動を通し、一般市民に自然を愛する尊さを訴えた事は、市民が海のスポーツへの理解を深める良い機会になったようだ。

一人のオランダの若者が、異国で持論を掲げ、国民性の違いから来る誤解やトラブルの数々を乗り越え、実現までにたどり着いた揺るぎない行動力の底に、西洋の人間社会と、自然の関わり方の強さを感じてならなかったのは、私一人ではなかったようだ。



# Marine Scramble

・マリン・スクランブル

お忙しいみなさまのための情報広場

想したものである。企業を含む社会はもちろん、サラリーマン自身もまじめにコツコツ働くのが一番良いと考えていたからだろう。

ところが最近では「行動力」あるいは「専門知識」がサラリーマンの条件になっているという。

左のグラフは、企業の人事担当者はどのような能力を求めているかを表したものである。これによれば、5年前には圧倒的に「勤勉性」にかたよっていた評価が、今は「行動性」「専門性」に傾斜している。

また「戦略性」の重要性もグンと上がっており、企業が求めるサラリーマン像が、協調型から戦闘型へ変わってきていることがわかる。

さて次のグラフは、サラリーマン自身が必要と考えている能力を表したものである。ただし、こちらは現在と5年後を比較している。

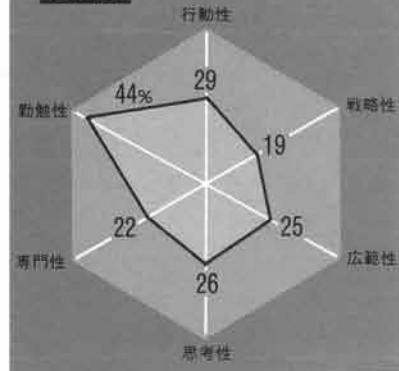
人事担当者が「過去はそうだった」と言うパターンがほぼそっくり現在のパターンになっているのが目を引く。

いっぽう、人事担当者の「現在」とサラリーマン自身の「5年後」を比べてみると、こちらはかなり違っている。

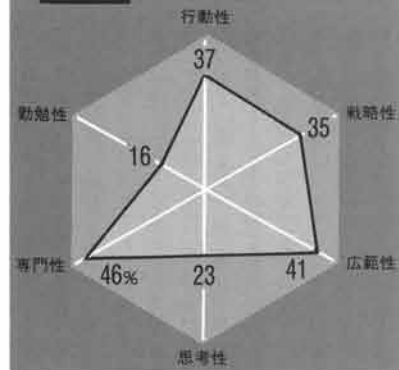
人事担当者は「勤勉でなくていいから、ともかく行動的でその他の能力もある人材を」と考え、サラリーマンは「将来はなににより専門知識が必要だ。その上で、守備範囲の広さや行動力が決め手になる」と考えているようである。

## ●ビジネスマンが自ら考える人材としての強み

現在



5年後



「人材開発に関する調査」リクルート調べ

## 大学入試に変化のきざし

日本の教育については、「学力が高く、競争心の強い人間を育てるから優れている」という意見と「考える力のない人間を育て、問題が多発しているからよくない」という正反対の意見がある。

最近、この対立に決着がつきそうな気配が出てきた。教育関係で問題が多発しているのは中学、高校だが、変化のほうは大学から。大学入試が変わってきているのである。

その傾向をまとめてみると、

- ①学力テスト以外の試験をする
- ②学力テストをしない
- ③いろいろなテスト方法を準備し、受験生に選ばせる
- ④推薦入学の枠を増やす

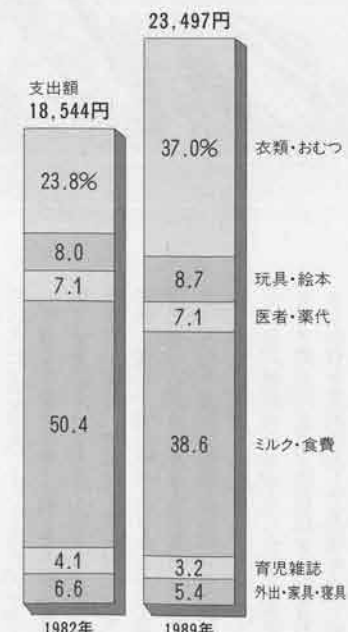
といったところ。なかでも推薦入試は、時期が早い、ていねいな面接ができるなどの理由でどんどん増えている。次のグラフの通り、今や実施しないほうが珍しいのである。

しかも、その選抜方法が学力重視から個性重視に変わってきた。従来は一定の成績以上でないと推薦を受けられなかったが、たとえば亜細亜大では、学力条件をまったくつけず、魚を3枚におろせる、津軽三味線の名取などの能力を評価して合格させている。

## 社会

### キッズ・ファッションは1兆円産業

■乳幼児1人当たりの支出



資料：ビジョン「90年版 赤ちゃんとお母さんの白書」

最近、ショッピングセンターやデパートを歩くと、子ども服の売り場が目につく。売り場数が増え、商品が豪華になっているのである。

関係者によれば子ども服市場は1兆円規模。8000億円といわれるオモチャと並んで、その成長ぶりが注目されている。

今の乳幼児の母親は彼女たち自身がおしゃれで、服にお金をかけるのは当然と考えている。したがってこのグラフのように、衣類の比重だけが激しく伸びることになったのだといわれている。

## 商品

### ソーラーカーにナンバー発行

今、世界のトレンドはエコロジー。排ガス規制をはじめ、フロンの使用禁止、廃棄物のリサイクルなどさまざまな分野で新しい試みが行われている。

太陽のエネルギーで走るソーラーカーは、排気ガスを出さない未来の乗り物として研究が進められてきたが、ついに公道にも登場した。昨年暮れ「マラソンや駅伝の伴走用」という限定つきながら、ナンバー・プレートが交付され、実用車第1号が走ったのである。

この車はトヨタのRaRa IIで、重さ210kg・1人乗り・最高時速44km。ますます豪華さを増す一般の車とは比べものにならないが、車の形をした新しい乗り物として注目されている。

### 本物の貴族を見せるビデオ『華麗なる貴族』

お嬢様や貴族も、今やブームになってしまおう。もっとも、どちらも実態とはかけ離れたところで、雰囲気だけが先行している感があるが、これぞ貴族！ というビデオがある。

ポニーキャニオン発売の『華麗なる貴族』がそれで、元はイギリスのテレビ映画である。第2次大戦末期の大貴族の館から始まり、回想の形で過去の華やかな時代が描かれる。

イギリスでの放映後、日本以外の各国で大反響を巻き起こし、たくさんの賞をとった作品である。本物貴族の勉強に、楽しい教材としておすすめの本。

## KEY WORD

### ハイパー Hyper

元は「越えて」「過度の」「極度の」という意味を持つ、語の形成要素で、Hypersonic(マッハ5以上の速度の)などのように使う。

日本では最近、「ハイパーおもしろい」「ハイパーかわいい」などと使う。もちろん若者が。少し前の「超うまい」や「激ヤバ」と同じ系列の新顔である。

アメリカでも若者用語として定着しているという。





## "メルボルン/大阪レースウィーク"は 3月16日から開始。参加65艇は スタート3月23日を目指して準備万端。

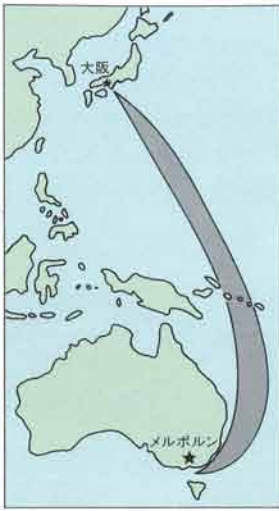
RACE

スタートまで1ヶ月あまりを残すだけとなったヤマハ大阪カップ。ヤマハ設計、建造による勲角証券(株)のエントリー艇「ラッキー&ラッピー号」をはじめとする11ヶ国65艇のレース艇はスタート地のメルボルンに続々と到着、レースに向けて準備を整えている。

スタート地のメルボルンで予定している「メルボルン/大阪レースウィーク」の催事をご紹介します。

●最終エントリーリスト('90年10月31日締切)

国名	艇数	内訳				未定
		R-A	R-B	R-C	C	
オーストラリア	28	8	3	7	8	2
日本	16	4	3	5	3	1
ニュージーランド	5	1	1	—	3	—
アメリカ	3	—	—	—	3	—
イギリス	3	—	—	1	2	—
ソ連	3	—	2	—	—	1
デンマーク	3	—	—	1	2	—
カナダ	1	1	—	—	—	—
ドイツ	1	—	—	1	—	—
フランス	1	—	—	—	1	—
ブルガリア	1	—	—	—	—	1
計	65	14	9	15	22	5



1991年3月16日(土) 「メルボルン/大阪レースウィーク」開始

- 3月17日(日) ●サンドリガムヨットクラブで参加者のための「ウェルカムディナー」
- 3月19日(火) ●メディア・ヨットレース
- メルボルン市役所でメルボルン市・メルボルン港湾局共催のレセプション「オーストラリアン・ナイト」(夕刻)
- 3月20日(水) ●ハイアットホテルで参加者を迎えて昼食会(ハイアットホテル主催)
- 3月21日(木) ●YAMAHA OSAKA CUP'91 推進協議会主催レセプション(夕刻)
- 3月22日(金) ●レース前記者会見 ●艇長会議
- 竹鈴会琴・尺八コンサート(夕刻)
- 3月23日(土) 午前10時30分(現地時間)メルボルン港内 YAMAHA OSAKA CUP 1991 第1レグスタート
- 3月24日(日) 午後2時15分(現地時間)ポートシー YAMAHA OSAKA CUP 1991 第2レグスタート

また、大阪ではヨットのフィニッシュに合わせて、市民との交流を中心とした行事を予定しています。

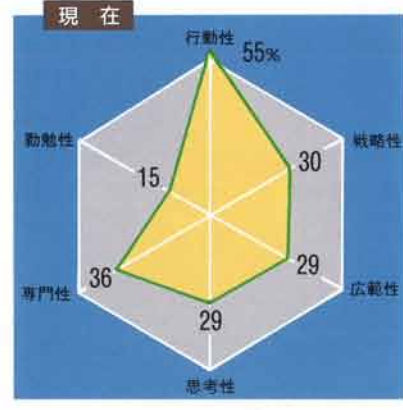
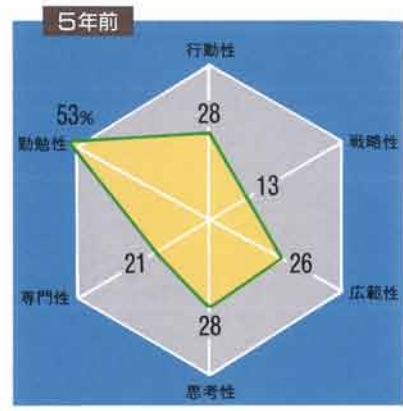
- 4月20日(日) ファーストフィニッシュ? こればかりは風次第ですらかなんとも言えません
  - 5月4日(土) ●大阪北港ヨットクラブ主催親善ディンギーレース
  - 5月5日(日) ●YAMAHA OSAKA CUP '91推進協議会主催「ウェルカム・フェスティバル」(大阪北港ヨットハーバー)
  - 5月12日(日) ●大阪北港ヨットクラブ主催親善クルーザーレース
  - 5月13日(月) ●YAMAHA OSAKA CUP 1991 表彰式(夕刻、都ホテル大阪)
- みなさまもぜひご声援ください。

## トレンド

### サラリーマンの理想像は 勤勉から行動力へ

「典型的なサラリーマン」というと、以前は「まじめ」とか「コツコツ」といった言葉を連ね

●人事担当者が人材に求める特性



## ご覧いただいていますか YAMAHA ON and OFF

50歳になってディンギーと海の魅力の虜になった男。老若男女問わず海は、好きになればなるほど、その想いに応えてくれるらしい。マリンスポーツ、そしてモーターボートの魅力が満載のヤマハ提供TV番組「ON and OFF」。ご期待ください。


- 2月2日 「青ペカノスタルジア」小説家・山本周五郎がこよなく愛した江戸前の釣りとその伝統にON & OFF。
  - 2月9日 「オートバイ修理法」
  - 2月16日 「シングルハンドクルーズ」葉山の熟年シーホッパーセイラー、柳橋氏の冬のセイリングライフ。
  - 2月23日 「スノーモビルで村起こし」
  - 3月2日 「創作クルージング」函館の画家・加藤寛治氏の海、そしてクルーザーとの付き合い。
  - 3月9日 「能楽師・静と動」
- \*都合により、予告なしに内容を変更する場合がございますので、ご了承ください。

## 《ニッポン》、アメリカズカップへ出陣 ニッポン1号、2号艇、船積みでサンディエゴへ



昨年4月22日に進水し蒲郡ベースキャンプで帆走トレーニングを続けてきたニッポンチャレンジチームの《ニッポン》1号、2号艇がいよいよアメリカズカップ開催地であるサンディエゴへ向けに船積みされた。

この5月にはアメリカズカップクラス艇による世界選手権がおこなわれるため、各国のシンジケートの活動もいっそう活発になってきている。世界選手権はフリートレースでベスト4を選出し、4艇で準決勝、決勝をマッチレース型式でおこなうもの。5月1日-11日で開催される。



### アメリカズカップクラスのセイルマーク決定

アメリカズカップレースに採用されているIACC(インターナショナルアメリカズカップクラス)のセイルマークが決定した。このマークとともにセイルナンバーも付けられる予定で、《ニッポン》1号艇はJPN3になる見通し。なおセイルマークの大きさ、色、貼る位置など詳細は検討中とのこと。デザインはおおよそ左の図のようになる。



# 「ウォーターフロントにあるべき ショップ像を追求したい」

新しくなりました

## My SHOP

お客さまに受ける  
お店づくり

昨年の6月に施設を拡大し、リニューアルオープンしたヤマハマリーナ琵琶湖。その近代的なクラブハウスのメインロビーの一画に同マリーナのマリンショップがあります。オープン以来、マリーナで保管するボートのオーナーに対してマリングッズの販売を行ってきた同店はターゲットをより広範囲に広げようと、マリンショップの再リニューアルを実行、昨年12月20日に完成しました。今回は、マリーナ内のショップ政策についてレポートします。



●所在地 滋賀県大津市下阪本  
●店舗面積 99㎡  
●スタッフ 専任1名  
●営業時間 9時～18時(3月～11月)  
9時～16時30分(12月～2月)  
●立地条件 関西地方のマリンレジャーのメッカ、琵琶湖の南岸西岸にある。琵琶湖周辺は交通も整い内陸のレジャー観光地として人々の利用度が高い。また、湖西北部に多くのスキー場があり、冬は目の前に走る湖西道路を利用したスキー客も北上する。



ヤマハマリーナ琵琶湖  
マリンショップ



壁面のハード商品コーナー。琵琶湖に多いデザインユーザーも意識しています



オーナーを意識したハード寄りの品揃えが目立つウェアコーナー

島什器を多用して、機能的な商空間を生み出した店内



マリナー入口左側のウィンドウディスプレイ。お店の存在をアピールしています



スーベニール要素を取り入れた小物、アクセサリも充実

**お客さまに華かなマリナライフを  
通じていただきたいから……**

89年の6月から翌3月までの同マリナショップでの売り上げは、約250万円。今年度は約1500万円の売り上げを見込んでいる東支配人は、平成3年度の売り上げ目標を100%増の3000万円に設定しています。「今までできなかったSP活動を推進して売り上げの拡大に結びつけたいですね。ヨット、ボートのオーナーへのプロモーション、関西地区のマリンブレイ層に対してのショップそのもののアピール、シーズンキャンペーンなどを実施していきます。」

また、来店客カードを記入していただくなど、顧客管理を徹底して、次回の来店機会を作るようなアフターフォローも検討中です。」さらに東支配人は、「マリナスポーツに親しむオーナーのみならず、もっと楽しく、もっと華かに楽しんでいただきたい。そのためにはマリナーの中に充実したマリナショップが必要なんです」と語っています。

**理想的なマリナショップの  
イメージを具体化**

「昨年のオープンの際はショップと違ってまだマリナブレイに必要な物を並べているだけで、本格的なお店の機能は果していなかっただけです。マリナーの保管業務に追われておろそかになっていたんですね。」

リニューアル前のショップの状況を振り返りながら、ヤマハマリナー琵琶湖の東支店に、今回のリニューアルに至るまでの経緯をお話ししていただきました。

「リニューアルに際しては、すべてヤマハのMOS計画の提案書に基づいて実行しています。本来は自分たちが意識しなければならぬことなんです。今までほんやりしていたウォーターフロントにあるマリナショップのイメージをカタチにしていきたいんです。ですから市場の分析に始まり、それに基づいた商品構成、商品配置などマリナショップをひとつのビジネスとして確立するためのノウハウを意識づけることができました。」

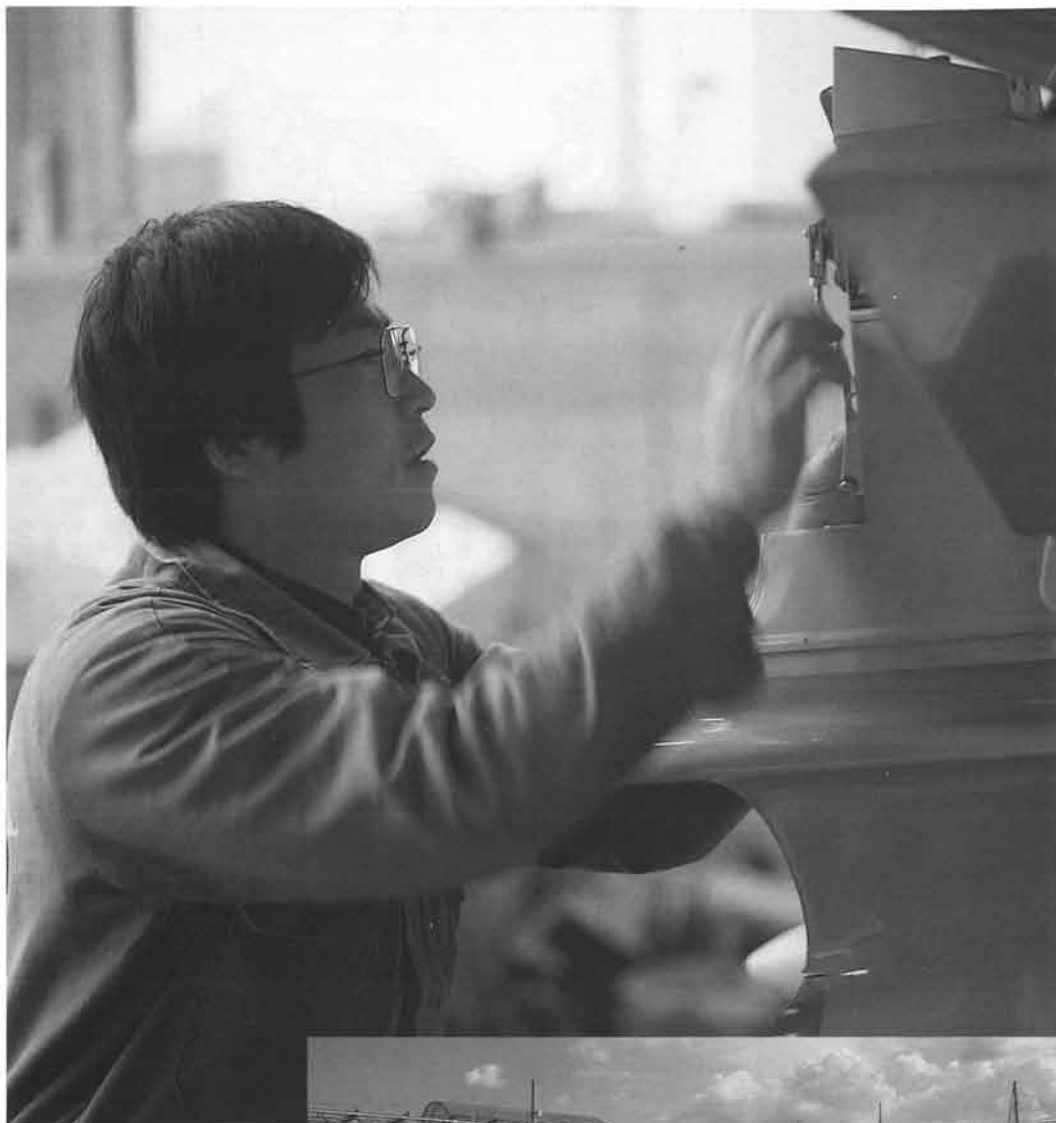








# 「中途半端はキライなんです」



自分に納得のいく仕事をノがモットーという門脇さん。お客さまからも厚い信頼を得ています



目の前にきれいな海の広がる粟井坂マリナー。釣りファンが圧倒的で、プレジャーボートのスパンカー仕様が多く見られます

温暖な気候で知られる四国・松山。市内中心部から車で30分も移動すれば目の前に、透明度抜群の海が広がります。今回取材に訪れたのは、本社を松山市内に置き、そこから車で15分程の海岸脇にマリナー、粟井坂マリナーをもつ、エヒメマリン株式会社さんです。

お話をうかがったのは、この粟井坂マリナーにおいてサービスマンとして、またハーバー主任として忙しい毎日を送る門脇浩幸さんです。サービスマンとしてのキャリアは12年。6年前よりハーバー業務を兼務して、粟井坂マリナーのボートオーナーたちから厚い信頼を得ています。昨年、男の子が生まれて一児の父親となった門脇さんに、サービスマン哲学をうかがってみました。

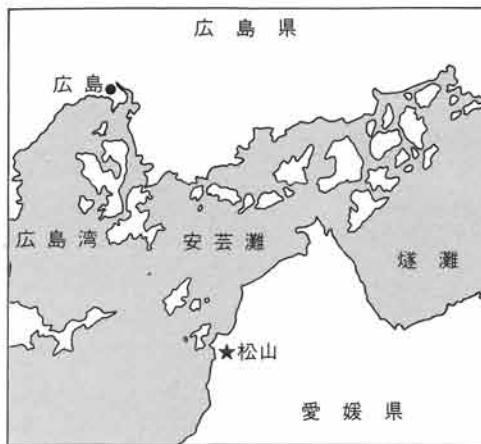
**まずは、日常のお仕事についてうかがいます**  
ひとつは、サービスマンとしての仕事ですよね。修理から新艇のセッティングまであらゆる内容があります。そしてもうひとつ、ここ粟井坂マリナーのマリーナ業務全般もみているんです。お客さまが来て、「船を降ろす」と言われれば、サービスの仕事を一端中断して船を降ろす作業をする、というわけです。まあ、今頃（12月）の時期は落ちついて（笑）エンジンをいじっていられますけれど。6月、7月はとにかく忙しくしていますね。仕事のスケジュールは、ですから余裕をもって組んで、何か突発的なことにも対処できるようにしているんです。

**サービスマンとしてのキャリアは**

12年です。6年前からハーバーの仕事もするようになっていたんですが、現在、サービスマンスタッフは私を入れて3名。ベテランの山田さん、小山さんと分担して仕事をしています。

**この道に入ったきっかけは**

エンジンが好きだったんですよ、もともと。とにかくエンジンをいじっている時が楽しい。



ですから、オートバイもクルマも大好きでした。特にオートバイは。中学生の頃だったか「将来何になりたい?」なんてよく話しますよね。その時に、エンジン関係の仕事をしたい、エンジンをそのものを設計するような仕事をしたい、なんて言っていたんですよ。まあ、それを考えると、意外とその希望というか夢に近いところにいますね。

こうして今、ボートのサービスの仕事をしていらっしやるわけですが、何故、クルマやバイクではなくボートになったのですか。

クルマはもう、車検とか、そんなのばかりじゃないですか。メンテナンスフリーというか、そういうのは嫌だったんです。特に海が好きでエンジンが好きだからボートのサービスマン、というわけではないんですよ。どちらかというと、海は怖い(笑)というかあまり好きじゃない(笑)まあ、こう言う誤解があるかもしれないけど、やっぱり海って恐いですよね。一日たりとも同じ海はないし。



では「海が好きで……」というアプローチではなかったのですか。

ええ。実際23、24才頃まではナナハンのオートバイに乗っていたんですけど、ある日突然乗らなくなりました。このままじやいつ……みたいな(笑)で、オートバイのかわりというか、3年前からマリッジエットに乗り始めて、こう、はじめて海のスポーツにのめりこんだというわけなんです。というか、たまたまマリッジエットの走るのが海の上だったというか(笑)

子供の頃から、何かメカやエンジンが好きだったというのは、そうした環境で育ったとか、

しいて言えば、父親の仕事の影響というのはあるかもしれませんが。自転車関係だったんです。で、私も子供の頃からよく自転車をいじっていましたから。それに、父親もバイク好きだった、というのは大きく影響しています。

すね。今思えば、カエルの子はカエルなんです。ちなみに、祖父は安居島で漁師をしていました。父親と祖父、この2人の血を確かにひいているんですね。父からはメカニカルなものへの興味心を、祖父からは海への……。

ハーパーの仕事を兼務というのはいかがですか。

6年前からなんです。まあ、たしかに忙しいんですが、お客さまとコミュニケーションを図れるという利点があります。

サービスマンとして一人前と言われるにはどのくらいの経験が必要なのでしょう。

そうですね、4、5年はおかると思いますよ。ひととおりの経験して。私の場合は、そんな感じでしたけれど。で、気がつくともう12年もたっていた、というわけです。

試運転の後、ひと息つく門脇さん、でも頭の中には次の仕事のスケジュールが入っているようです



「締めつけた時のトルク感がイイ」というSnap-onのツールを愛用しています





SR-25を水面に降ろします。納艇を5日後に控えた忙しい最中にお話しをうかがいました



ハーバー業務も門脇さんの仕事のひとつ。お客さまからひと声かかれば、船の上下架の仕事にきりかえます



日没後に今日の仕事が終わって一段落

その12年で、自分のやり方(仕事の仕方)みたいなものを築いていくのでしょうか、そのあたりのお話しを。

そうですね、大切なのは、自分で満足できる仕事ができただろうかと思うんです。自分が満足したものは、お客さまにも満足してもらえらると思っ仕事をしてるんです。まあよく、こだわり過ぎじゃないか、なんて言われるんですけど。中途半端はキライなんです。たとえば、マニュアル通りにできあがった作業を100とすれば、これは当然のことなんです。これに加えて、個々のお客さまにマッチさせたものをお客さまに納める。これが私のやり方なんです。どちらが使いやすいのか、どちらが見やすいのか、どちらのタッチがいいのか。こういうことには、やはりこだわりがあります。大切にしていきたいんです。

そのあたりのお話しで、もっと何か聞けそうな気がしますが。例えば、道具についてはどうでしょうか。

あ、それ、ひとこと言っていていいですか。仕事に使う工具は、「スナップオン」を使っているんです。何がいいかというと、何かボルトでも締めつけた時の「トルク感」がいいんです。きちんと締まる。他のはどうも締めつけた時に「フニヤ」とした感じなんです。力が強すぎるっ！というのもあるかもしれませんが(笑)実はペンチを5本(!!)折ってしまったこともあるんです。とにかく、納得できない仕事はしたくない。で、そのためには「スナップオン」が必要なんです。高価なんですけど、自分でそろえはじめているんです。

最後になりますけれど、何か仕事をする上で、ジंकスみたいなものをお持ちですか。

ジंकスというほどではないんですが、20分早く出社することになっているんです。8時半が規定の時間なんですけど、8時10分には来ています。早目に来て、まず一服。仕事の前に心に余裕を持つところなんです。何でもそ

うなんですけれど、一度決めたらその通りじゃないとダメなんです。右のものを左に動かすのもダメ。まあ、こんな性格を、生かせる仕事”が、今の仕事なんじゃないかなと思っています。

そんな門脇さんを評して「背中に鉄骨が入っている」という人がいるそうです。曲がったことが嫌い、全力投球……とにかく一本シンが通っている、というのが、お会いした感想です。

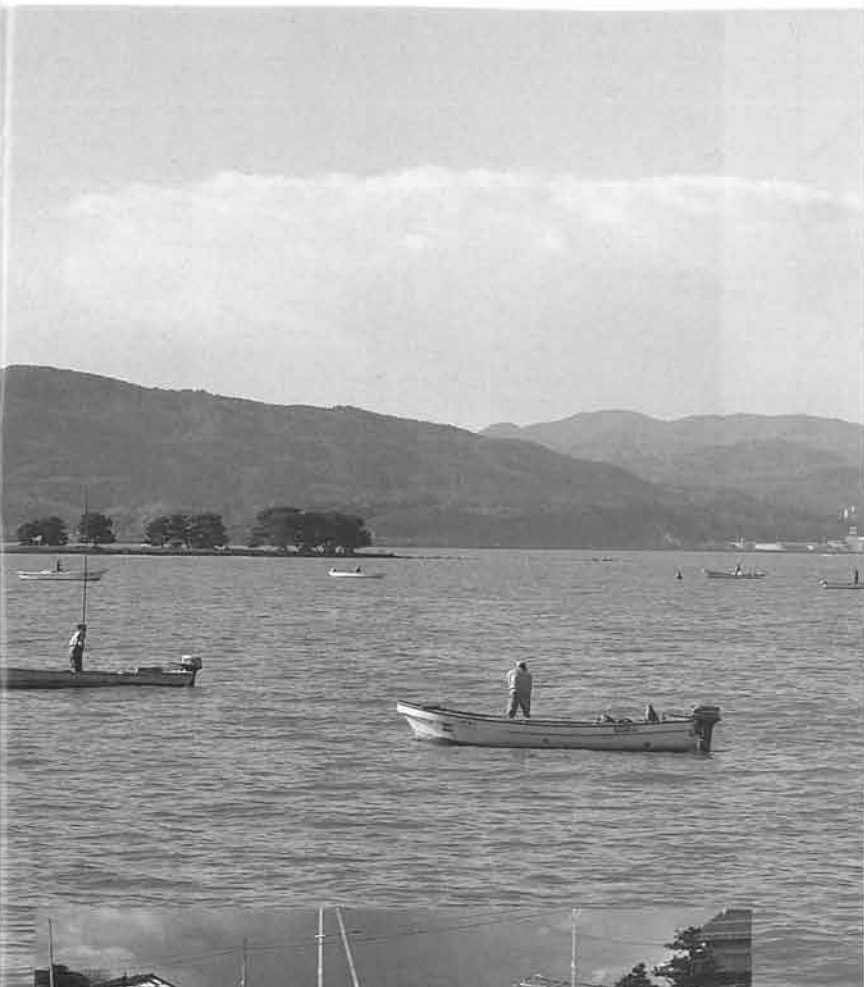
SR-25の納艇を4日後に控えて大忙しの門脇さん。全てのセッティングが終了して、試運転に出ていく時の表情には、工場の中で見せる表情とはまたどこか違う厳しさがうかがえました。今、沖には元気良くSR-25が走っています。

# 浜を訪ねて

島根県 宍道湖

## お客さまとの約束は必ず 守ってきました

島根県松江市東津田町 入沢マリン／入沢康夫社長



宍道湖と中海を結ぶ大橋川からさらに奥に入った水路の船溜り。1人あたり3〜4艇の和船を所有、係留してあります。左が入沢社長



**島根** 県庁所在地、松江市。その目の前に広がる雄大な水を貯えた汽水湖、それが宍道湖です。海水と淡水とがほどよく混じり合ったこの湖では、シジミ漁が盛んで、その水揚げは日本一を誇り、茨城県利根川や静岡県浜名湖などへ稚貝をも供給しているのです。

その宍道湖で活躍する漁師さんたちに、和船や船外機を提供しているマリンショップが今回お訪ねした松江市の入沢マリンさんです。社長の入沢康夫さんは自動車のエンジニアとして長年培ってきた技術力を財産にお店を設立しました。

「最初のうちは毎日個別訪問の繰り返し、お店の存在を知ってもらうことに苦労してましたね。この宍道湖周辺から日本海の浜まで、年間8000キロは走りました。そのかいあってか、今ではお客さんが、お客さんを連れてきてくれるようになりました」

同店が管理する顧客数は約500名。このうち宍道湖と中海の業務市場のお客さまは約100名、島根半島一帯の日本海側のお客さまが約150名、残り250名はプレジャーボートのお客さまということです。

「これだけのお客さまにうちの店を選んでいただけたのは、長年にわたって、約束を守ってきたからだと思います。何も特別な営業活動をしてきたわけはありません。お客さまからエンジンが壊れたから今日すぐに来てくれといわれたとき、こちらが動ける時間を





## 点検キャンペーンで代替促進 入沢マリン

- 創業……昭和52年
- 従業員数…社長除く2名（サービス1名、事務1名）
- 商圏……宍道湖、中海、鳥取県淀江から島根県大社までの日本海沿岸
- 年商……6500万円（'90年度見込み）

現在、業務とプレジャーそれぞれ50%という売上構成の入沢マリンさん。宍道湖のお客さまは、数こそ50名程と少ないものの、1人あたり漁によって3〜4艇持つケースが多く、さらにエンジンの代替サイクルが2〜3年と短いので大切なお客さまだといいます。日本海側の浜には磯漁、ワカメ漁に和船、船外機を販売。この地区を対象としたSP活動と

入沢マリンの店舗で。左からヤマハ中国(株)松江店の鈴木主任、入沢社長、事務の市川さん、松江店の太田社員

しては漁と漁の合間となる3月と10月に定期点検キャンペーンを実施します。これは無料ですべてのユーザーの船外機を点検。修理箇所があれば有料で作業にあたるというもの。船外機の代替促進に大きく役立っています。またプレジャー市場の拡大にも意欲的で、春先に行う年1回の展示会は、タックルをはじめとするUFシリーズが主役となります。

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
宍道湖	シジミ漁					アマサギ漁						
日本海	ワカメ漁			磯漁			ワカメ漁			シラウオ漁		
ご商売の流れ	定期点検 ● → ● → キャンペーン					展示会 ● → 定期点検キャンペーン						



大橋川でシジミ漁を実演してみせしてくれたLF-20のオーナー、三成信雄さん。「舷が高く、ひさを支えるのにちょうどいい船だ」と好評です

## 宍道湖のシジミ漁

ディーゼルエンジンでカゴ網を引っ張る「機械がき」と船外機付きの和船で人力によりシジミをすくう「手がき」の2種類の漁法があります。手がきの方が貝に傷が付かずらく、高値で取り引きされています。

### 19フィートの和船に、9.9馬力の船外機

和船はW-19F、W-19CFが最も多く、最近では舷が高く、作業時の安定性に優れたLF-20も注目されています。船外機は9.9馬力(9.9DL)が主流ですが、昨年3月より馬力規制が25馬力にまで引き上げられたことから高馬力化の傾向も伺えます。

### 機装はなし、ひとつの漁具による シンプルな操業

シジミ漁は、ジョレンと呼ばれる、長さ約7mの竿に目が11mmのステンレス製のカゴの付いた漁具を利用し、これで湖底を掻いて

いくものです。和船への機装はほとんどといっていいほどありません。漁は月、火、木、金曜の週4回、年間を通して行われますが、1回の操業で漁獲は80kgまでと制限されています。シラウオ、アマサギ(ワカサギ)などを対象とした網漁と兼業されている方が多いようです。



シジミ漁に使用する「ジョレン」。大きさは人によって若干異なりますが、カゴの目は11ミリと決められています

すっかりと伝えて、その時間にお伺いする。無理をして、すぐに行きます」といっておきながら、伸ばし伸ばしになるのが一番まずいんです。お客さまにとっては、生活がかかっているんですからね」

取材当日の宍道湖は暖かな日射しのふり注ぐとても穏やかな日和でしたが、入沢社長によると「冬の間はこんな日はめったにないんですよ。晴れたと思ったらすぐ曇って、雪が降り出したりと、とても天気が変わりやすいんです」

入沢社長の案内で、宍道湖の東岸にある漁業区を訪れると、絵はがきでもお馴染みの景勝地、嫁ヶ島をバックに、船外機を取りつけた数多くの和船が操業していました。



ぜひお役立ててください。●ヤマハノベルティ

日頃お世話になっていらっしゃるお客さまへのお礼や、イベントの参加賞や記念品などに欠かすことのできないノベルティ。ヤマハでは積極的な販売促進活動へのバックアップとして、オリジナルノベルティを各種ご用意しております。みなさまのご商売にもぜひお役立てください。

※専用のカタログがございます(写真)。ご希望の方はヤマハ販売会社までご連絡ください。

みなさまのご商売に無くてはならないヤマハマリンアクセサリカタログ、'91年版が完成いたしました。もうご注文は済まされていますでしょうか。



＜ヤマハマリンアクセサリカタログ1991＞  
●A4サイズでカラー約430ページ  
●¥5,500

必需品です。  
ヤマハマリンアクセサリ  
カタログ1991 販売店用



## メンテナンスに 力強いパートナー 高圧洗浄機

船底に付着したフジツボや汚れを吹きとばす170気圧の超高圧タイプ(モーター式)の洗浄機。サービス工場やマリナーにお備えください。

■CA1520M ¥540,000

### ●仕様

サイズ	(L)930×(W)570×(H)645mm	吸水量	25ℓ/分	この他にヤマハエンジンを積んだ70気圧タイプもございます。 ■3.7馬力¥298,000 5.7馬力¥368,000
重量	84kg	外観	半密閉	
搭載ポンプ	KC210-24A	吐出ホース	3/8"×10m	
原動機出力	5.5kW	ノズル	RS	
圧力	170kg/cm <sup>2</sup>	電源	3相200V	

●初田工業社製 ●水、海水OK ※受注生産

## 参加して、見物して、ご活用ください。

### マリンイベント

ボートショーが終るころになると、全国各地でマリンイベントの開催がグンと増えてビーチやマリナーはいっそうの賑わいを見せます。ヤマハは今年もさまざまなかたちで各種のマリンイベントを支援したり開催しております。参加型から世界レベルの選手たちが競うものまでいろいろ、みなさまのご商売にもぜひご活用ください。

#### <CRUISER>

- 3/23～…ヤマハ大阪カップ(メルボルン～大阪)
- 4/13～14…ジャヌーヤマハファミリージャンボリー(浜名湖)
- 8/1～13…日本海国際ヨットレース(ナホカ～小樽)
- 9/13～16…鳥羽カップマッチレース(鳥羽)
- 10/10～21…ジャパンカップ(油壺)
- 11/13～17…ニッポンカップ(葉山)

#### <DINGHY>

- 3/29～31…ミニホッパージュニアチャンピオンレガッタ(浜名湖)
- 3/29～31…シーホッパー級SRジュニアチャンピオンレガッタ(浜名湖)
- 4/20～21…シーホッパー級西日本選手権大会(境港)
- 5/24～26…ヤマハヨットウィークin浜名湖(浜名湖)
- 6/9～16…第1回浜名湖マリンウィーク'91(浜名湖)
- 7/13～14…シーホッパー級東日本選手権大会(湘南)
- 8/2～4…オールジャパンウィメンセーラーズサミット(琵琶湖)
- 9/8～11…国体(石川県)
- 9/25～29…シーホッパー級全日本選手権大会/プレ国体(山形)
- 12/23～26…シーホッパー級SRユース全国大会(琵琶湖)

#### <BOAT>

- 6/20～7/6…はむるぶしマリンカーニバル
- 7/19～21…国際カジキ釣り大会(下田)
- 7/26～28…勝浦ビルフィッシュトーナメント(勝浦)
- 8/22～24…ソーラーボート国際大会(浜名湖)
- 9/7～8…水上スキーフェスティバル(浜名湖)

#### <MARINE JET>

- 5/12…全国一斉MJ DAY(全国各地)
- 9/14～15…マリンジェットジャンボリー全国大会(伊良湖)
- 11/22～26…マリンジェットジャンボリーサイパン大会

## ボートショーへおこしください

### 主な出展艇(東京)

#### ■屋内

★Power Boat  
SF-38・SC-32・PC-27・SR-23・フィロソファー

#### ★Fishing Boat

FR-27II・FR-26・FR-24HTM・FR-21・Tackle-27・Tackle-25HT

#### ★Yacht

Y-34EX LTD・Y-31S・Y-28S・Y-25II/B EX・Y-23II EX・Y-14II・Y-14IISR

#### ★Marine Jet

MJ-650TX・MJ-650TL・MJ-650T・MJ-650SJ・MJ-650S

#### ★Imported Boat & Yacht

トロージャン12EXP・トロージャン10.8conv・ティアラスボーツ290SP・バースト28000P・フォーミュラ419SR-1・フォーミュラ26PC・ジャヌー42・ジャヌー31

#### ■屋外

SC-60・MY-50・SF-51・FR-46(トランサム仕様)・SC-38・19t BANQUET  
エンジン、テクノロジーなど

いよいよ開催まじかに迫った〈第30回東京国際ボートショー〉〈第6回大阪国際ボートショー〉、ヤマハ発動機は例年以上の規模と内容でボートショーに参画しています。

東京会場では屋内2,736㎡、屋外1,280㎡を占め特設ステージや各コーナーでトータルマリンライフを提案、また大阪会場でも2,080㎡のフロアに同様のマリンワールドを造り出しています。

お客さまをお誘いのうえ、ぜひヤマハブースへおこしください。

#### ●第30回東京国際ボートショー

会期/ '91年2月9日～14日

会場/ 晴海国際見本市会場

#### ●第6回大阪国際ボートショー

会期/ '91年2月21日～24日

会場/ インテックス大阪



ヤマハのマリンイベントで活躍する  
 '91ヤマハマリンレディズ(Miss Yacht)が誕生



氏名	小菅昭子(23歳)	古屋有佳子(20歳)	北原雅美(20歳)	山形典子(20歳)	坂梨由紀(19歳)	箭川佳子(23歳)
出身地	東京都	東京都	神奈川県	埼玉県	神奈川県	千葉県
身長	163cm	163cm	161cm	164cm	165cm	163cm
バスト	85cm	86cm	80cm	82cm	84cm	85cm
ウエスト	58cm	61cm	58cm	58cm	59cm	59cm
ヒップ	86cm	87cm	86cm	88cm	86cm	90cm

ヤマハのマリンイベントの華として、またデモンストレーションやインスタラクターとしての活動を通してマリンスポーツの魅力と安全な楽しみ方を訴求することを目的として、毎年選ばれる「ヤマハマリンレディズ(Miss Yacht)」の6名が、今年も誕生しました。

1月10日、東京銀座にて一般マスコミを総じて行われた最終選考会には、46名の女性たちが参加。5名の審査員による様々な質疑応答や、自己PR、ディスコダンスにより、当初の予定より1名多い6名が選出されました。

この6名は、2月9日から開催される東京国際ボートショーのヤマハブースがデビューとなり、以後今年1年間、ヤマハのさまざまなマリンイベントでの活躍が期待されています。

どうぞよろしくお願い致します。

パーソナルウォータークラフトの事故防止をめざして  
 『水上オートバイ安全キャンペーン』を展開

パーソナルウォータークラフトの普及とともに、その事故発生件数も増加していますが、本年のシーズンに先がけてこのほど安全思想の徹底と事故撲滅を目的とした「水上オートバイ安全キャンペーン」を展開することになりました。

運輸省、海上保安庁、水上オートバイ安全キャンペーン実行委員会の共催によるこのキャンペーンでは、来たる2月に開催される東京・大阪の両国際ボートショー会場にブースを設置し、ルールとマナーを守った定全操船の励行を呼び

かけたパンフレットやステッカーを配る他、3月中旬からは各水域にも舞台を広げた安全啓蒙活動の展開を予定しています。

ちなみに、水上オートバイ安全キャンペーン実行委員会の構成メンバーは、以下の通りです。

- 運輸省 ● 海上保安庁 ● 日本小型船舶検査機構
- 日本モーターボート協会 ● 日本船舶職員養成協会 ● 各地船舶職員養成施設(尾道、中国、関門)
- 海技免許更新協力センター ● 日本海技協会 ● 日本丹艇工業会 ● PW安全協会

'91年の安全航行を祈願  
 『新春 船で凧上げ大会』



新年を迎え'91マリンシーズンに先がけての安全航行祈願を目的としたボートによる初詣と凧上げ大会が、1月1日午前9時より静岡県湖西市のヤマハマリーナ浜名湖で開催され話題を呼びました。

この催しは、ヤマハマリーナ浜名湖が同オーナーズクラブに働きかけ、浜松名物の凧上げをお正月の風物詩として浜名湖上で実現しようとして企画したのですが、ヤマハ発動機株式会社やヤマハ中部㈱の名古屋、岡崎、浜松の各店も加わり一大イベントとなったものです。

当日は、参加者の安全航行祈願の御祓いの

儀を済ませた後、参加艇に分乗し初詣クルージングに出港。湖上より磯石神社を参拝し、いよいよ松見ヶ浦において凧上げ大会のスタート。あいにくの雨模様の天気ながらも、1.8m×1.8mの大凧が見事空中に舞い上り、参加者の間で拍手が湧き起りました。

一行はその後、ヤマハマリーナ浜名湖へ戻り餅つき大会やビンゴゲーム、お楽しみ福袋プレゼント等の催しに参加、お正月の1日をフルに楽しみました。なお、今回は参加者より1艇20,000円の参加料を徴収しましたが、この収益は全て海難遺児育済資金へ寄付されました。

## ヤマハマリン奨学生制度のご案内

### ★奨学生制度の目的

21世紀に向い、マリン市場の円熟化、ユーザーニーズの多様化により販売店にとっても試練の時代を迎えております。このような状況の中でお店が大きく成長するには、各種販促活動と合わせて、長期的な計画が必要になり、そのためには、若い頭脳と行動力が不可欠となってきています。

ヤマハではお店の将来を考え、お店の後継者と成るべき若者の教育が、今後のお店の発展を左右する大きなファクターになると考えています。

YAMAHA. MARINE. SCHOLAR. SYSTEM は将来、販売店を継ぐ強い意志と行動力のある若者を対象に、整備技術、販売手法、マリンプレイなどの各種研修を含めた現地職場内教育 (O.J.T.) を行ない、さらに飛躍発展を遂げるお店の経営者となるような人材を育てることを目的としています。

### 対象者

優良なヤマハの販売店、サービス店の後継者となる男子

1. 年 令……18才～22才の健康な男子
2. 学 歴……高等学校卒業以上
3. 資 格……普通自動車免許取得者

### 奨学期間

3ヶ年。契約社員として、マリン関連商品の整備業務全般を学習します

### 待遇

当社奨学生制度規定により優遇いたします。  
各種社会保険制度に加入。詳しくは販売会社にお問合せください。

### 教育指導内容 (3年間で実施)

1. 技術基礎教育<初年度>(工場実習及び営業・サービス拠点現場実習を含みます。ポート、ヨットやエンジンの基本構造や整備作業の基本を習得します)
2. 四級海技免許取得<初年度>及びポートの運転技能と知識
3. ヤマハマリン整備士3級資格取得(各コース別講習に参加し、マリン整備の応用力をつける教育)

4. 後継者育成講座(販売の仕方、経理、安全普及に関する教育)
5. 各種マリンプレイの実習およびテクニク教育(ゲームフィッシング、ヨットティング etc.)
6. その他作業に必要な公的資格取得教育

### 研修勤務地

全国のヤマハ販売会社 (原販として採用された販売会社の営業・サービス拠点となります)

### 応募・入学方法

1. 応募方法
  - 募集時期……新卒者採用時期に行ないます。
  - 募集人員数…各販売会社別に、募集人員枠を毎年定めます
  - 応募申込み…所定の提出書類を担当のヤマハ販売会社に提出してください
  - \* 提出書類：履歴書、卒業(見込)証明書、成績証明書、健康診断書
  - 応募受付…9月以降
2. 入学方法
  - 販売会社を窓口とし、筆記試験と適正検査合格者に対し販売会社社長または担当重役との面接(本人、両親)を行い入学を決定します

●ヤマハマリン奨学生制度に関するお問い合わせは、右記までお気軽にどうぞ。

北海道ヤマハ株 ☎063	北海道札幌市西区琴似一条6丁目238-2 (琴似第一生命ビルディング)	(011)612-1060
ヤマハ東北株 ☎983	宮城県仙台市宮城野区日の出町3丁目8-36	(022)284-6121
ヤマハ東京株 ☎141	東京都品川区東五反田5-22-27(カンバイビル)	(03)3444-9311
ヤマハ中部株 ☎462	愛知県名古屋市中区辻本通り2丁目34番地	(052)913-2121
ヤマハ関西株 ☎550	大阪府大阪市西区北堀江3丁目6-13	(06)535-1681
ヤマハ中国株 ☎734	広島県広島市南区東雲3丁目16-8	(082)285-4911
ヤマハ四国株 ☎761	香川県高松市東ハゼ町3番地4	(0878)67-3900
ヤマハ九州株 ☎812	福岡県福岡市博多区上牟田1丁目11-1	(092)411-3606
ヤマハ熊本株 ☎861-41	熊本県熊本市南高江字与名町1540-1	(096)357-7161





## YAMAHA-31S

YAMAHA-30SIIの血統を受けた生粋のクラブレーサーがYAMAHA-31Sです。シャープな水線形状のほか、バラストの大型化、低重心化、オリジナル開発の翼断面ラダーの採用など、帆走時の低抵抗化を試みました。

さらに大きなセイルエリアで、軽風時におけるスピード性を高めるなど随所で“速さ”を追求しています。

白を基調とした明るいキャビン内は、居住性はもちろん、レースにおけるハードな使用も想定した機能性を重視しています。



〈主要諸元〉

- 全長……………9.50m
- 水線長……………7.90m
- 全幅……………3.24m
- 喫水……………1.38m
- バラスト重量……………1180kg

- 完成重量……………3150kg
- 全セイル面積……………45.03㎡
- バース数……………6
- 呼称最大馬力……………13PS
- 定員……………12名
- 航行区域……………沿海

## 上級指向のタンデムモデルを新発売 MJ-650TX



洗練された新設計の艇体と、信頼性の高いエンジンの搭載で、上級指向のユーザーや高まるファミリーユースのニーズに応えて登場したヤマハマリジェットMJ-650TX。

コーンケーブV型ハルの採用で旋回性能が一段と向上したほか、3層構造のソフトシート、3カ所にある取外し式物入れ、静粛性に優れたマフラーなど、MJのタンデムシリーズの中でもトップモデルとして位置づけられます。

〈主要諸元〉●全長…2.77m●全幅…1.02m●全高…0.90m●乾燥重量…170kg●呼称最大馬力…50PS



## コミュニケーション不足がちの冬だからこそイベントは大切です



冬場のこうしたイベントは、お客さまとのコミュニケーション不足の解消に欠かせないという大原社長。おいしいお酒と海の話で楽しく過ごされました

### お客さまに声をかけるだけでも効果

おしゃれなスーツに身を包んだ海の男たちが、グラス片手に、来シーズンのマリンプランについて語り合う、冬の夜のひととき。ヤマハ九州(株)福岡店が昨年12月に主催した'90ヤマハボート&ヨットオーナーズパーティーは、同店のお客さま、福岡市内のマリン販売店とのお客さま総勢100名を招いて行われたものです。

このパーティーにお客さまとともに参加していたマリショップのひとつが、大室博文社長(34)の(株)海援隊/マリショップ大手門さんです。

「販売店が単独でこのようなパーティーを開くのはなかなか難しいんですが、福岡店さんが声をかけてくれたので助かりましたね。特に冬場は、お客さまとのコミュニケーションが希薄になりがちですから、こうしたパーティーは大いに意義があるんです。実際に来ていただけても、お誘いの電話をかけるだけでもコミュニケーション作りの面で収穫はあります。今回は20名のお客さまに声をかけ、5名のお客さまに来ていただくことができました」(大室社長)。

### 既存のイベントにも積極的に参加

(株)海援隊  
ヤマハマリショップ大手門

大室 博文社長

#### プロフィール

- 所在地……………福岡市中央区大手門
- 店舗面積……………シヨールム36・3㎡/事務所33㎡
- スタッフ……………営業2名(社長含む)/サービス1名/事務1名
- 年商……………'90年度見込約1億7千万円
- 管理顧客数……………約100名



## 常夏のハワイ島コナでメインイベント

今年こそはイベントの独自開催をと張り切る大室社長、その皮切りとなるのが、2月14日～19日のハワイへのビッグゲームフィッシングツアーです。

「もともとの発想は、僕と専務がハワイでフィッシングをやったかったということなんです(笑)。……海外ツアーなんて大それたイベントのようですが、細かい日程は旅行会社で詰めてくれますし、現地でのチャーターボートの手配などもハワイに詳しいアングラの方々に相談しながら進めてきました。お金も参加者の方からは、代金を実費でいただくから、そうかかるわけではありません。12月の時点で参加者は5名。最終的には15名ぐらいになる予定です」(同社長)。

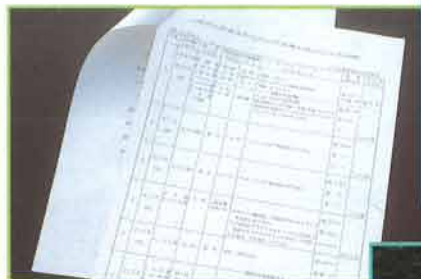
さらに、大室社長はこのイベントのメリッについてこう語っています。

「これから特に、大物狙いのゲームフィッシングの魅力をお客さまに知っていただきたいんです。やればやるほど楽しくてのめり込む。そしてボートの大型化、ロッドやリールなどの用品の売り上げも大きいですからね」  
 穂野専務と楽しそうにツアーの企画を煮詰める大室社長、

「まずは自分たちが、体験しないとね。お客さんと一緒にハワイで大いに楽しんでますよ」と、目を輝かせていました。



ハワイへのゲームフィッシングツアーの企画を煮詰める大室社長(左)と穂野専務。自分たちも楽しめる、だから打ち合わせも弾むのでしょうか



昨年7月に参加した釜山クルーズのひとつ。独自開催でないイベントにも積極的に参加し、お客さまと遊んでこられました



(株)海援隊のパンフレット。ボートライセンススクールはもちろん、オーナーボートに乗り込んでものクルーズガイド、操船教室などのソフトを有料でシステム化しています。さらに洗艇、キャビン清掃、エンジンのメンテナンスをセットにした年間メンテナンス契約も試験的にスタート。独自のアイディアで、新たなマリネビジネスの活路を模索中です。



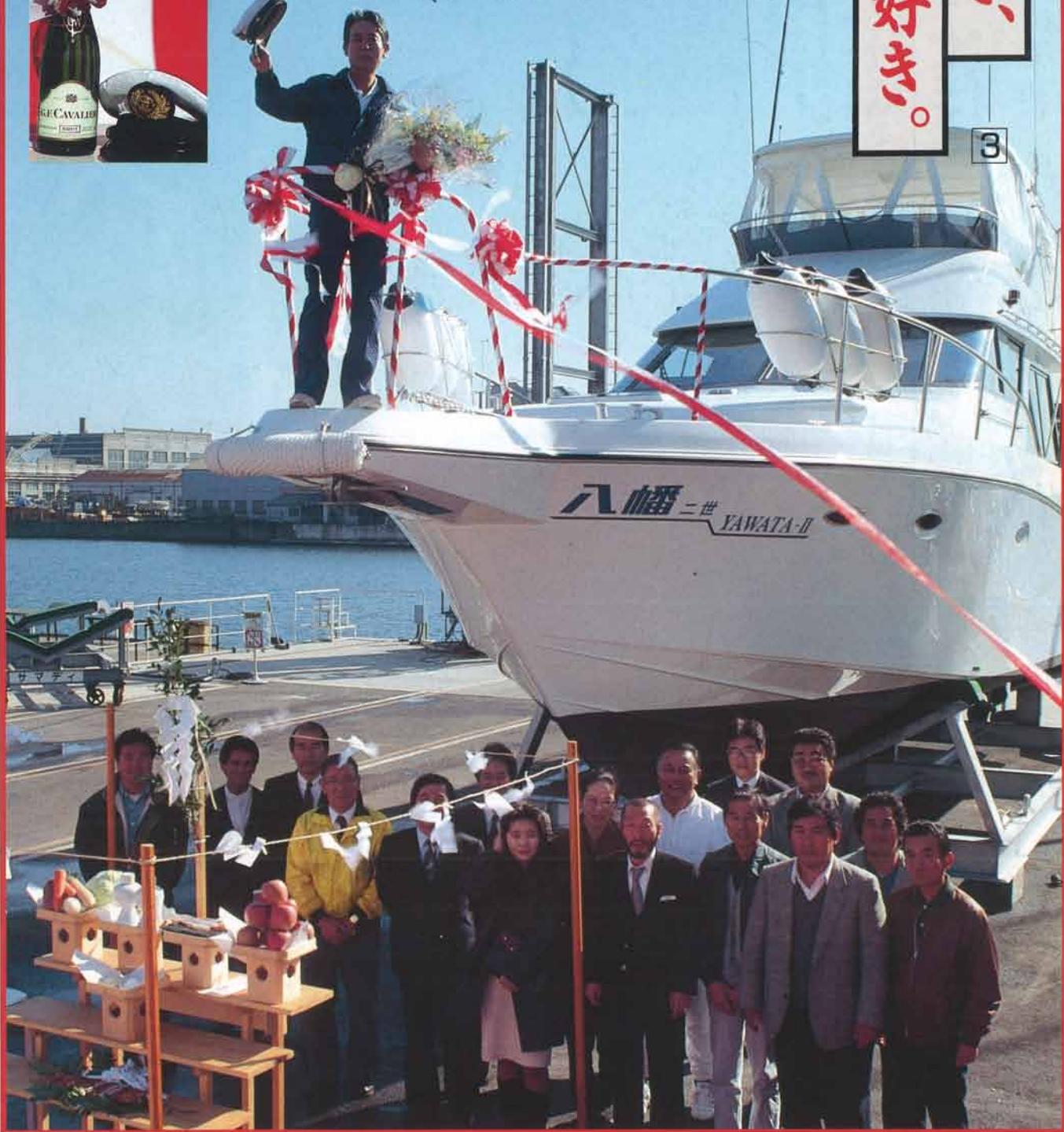
マリネショップ大手門さんは昨年6月に設立したばかりの新規店ですが、社長の大室さん、専務の穂野寿広さんはともに長くマリネのご商売を経験されています。大室社長はマリネビジネスにおけるイベントの有意義性を次のように語っていました。

「ただボートに乗ってるだけだとお客さまも飽きてしまいますよね。そこにゲームフィッシングやクルージングの魅力イベントを通して教えてあげること、お客さまのボートライフも長くなる。つまり、長い間、私たちの顧客でいてくれるわけです。昨年はお店もスタートしたばかりで独自のイベント開催はできなかったのですが、釜山へのクルージングや、フィッシングコンテスト、呼び子のクルージングなど、ヤマハの販売会社が主催するイベントには積極的にお客さまと参加してきました。またイベントに限らずシーズン中は、個別にお客さまの艇に乗り込んで、いろいろなマリネプレイを楽しんできました」(同社長)



# 海が好き、 ヤマハが好き。

ハウバルビットに巻かれた紅白のテープが誇らしげに風にそよぎます。安全航海を祈った後キャブテンハットを持ってあいさつするのは(株)八幡興発の山田利夫オーナーです。伊豆の伊東で生まれ、海に親しく育った山田さん。これまではスパンカーの必要な釣りばかりしていたんですが、これからはゲームフィッシング、カジキを狙いたいと思ひましてね。このタイプにしました。底ものからビッグゲームまで、山田さんの91年のフィッシングプランが膨らみます。月平均6日は海に出ますが、船上でのリラックスが一番の魅力。心身ともに無になれるような時間をもてることが60日も70日も海に通う理由じゃないですか。開発整備事業コンサルタントというお仕事柄、ストレスも多いようですが、ポートですごすひとときが貴重なリフレッシュタイムになっているようです。山田さんのファーストマリンの一報が届く日が楽しみです。



## 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