

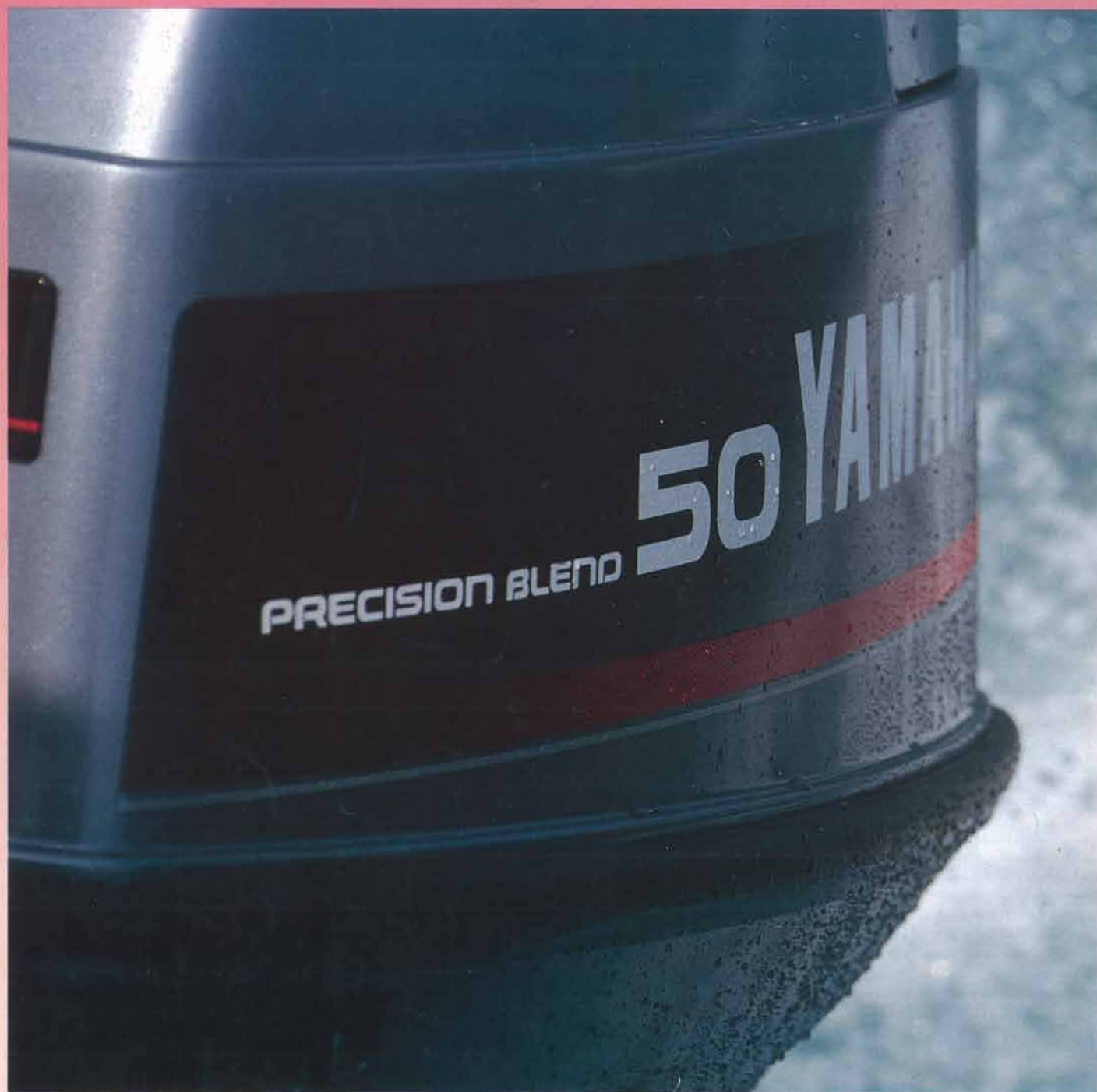
ヤマハマリンニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.83

特集/小から大への系譜 小型艇で新規需要を開拓する

- ユーザーが語る“船を買い替えていく”楽しみ
- 最前線のセールスマンからみた“小型艇拡販”の魅力とポイント
- 販売店の小型艇拡販事例

'92
4・5
月号





'92 YAMAHA BOAT & YACHT

MJシリーズ

ここを伝えて欲しい!

ヤマハ・マリンジェット
MJ-650TL

私たちの"マリンジェット"をより多くの方々にご紹介していただきたい——。ヤマハの各セクションから、それぞれの立場でみたマリンジェットにおけるご商売のポイントをMJ-650TLとともにご紹介いたします。

MJラインナップ・タンデムシリーズの最高級モデルとして生まれたMJ-650TL。機敏性を損なうことなく、3人が乗れる安定性を実現させた人気モデルです。最大容量40ℓという大型燃料タンク、最高出力50PSのパワーユニットを搭載し、ツーリングを中心とした幅広い遊びに対応できるモデルとして定評があります。



「数あるマリングッズで、お客さまの知らないMJの世界をご紹介ください!」

知らないMJの世界をご紹介ください! MJ-650TLはツーリングには持ってこいのモデル。マリン用品課では、「Be Marine」でもご紹介しているように、マリンジェット用に開発したウェアやグッズ、アウトドア・グッズ等を豊富にご用意しています。「ご自分の感性でセレクトしたグッズで、さらに遊びの世界が広がるヤマハのマリンジェット」。こんなセールストークもぜひご活用してあげてください。

マリン用品課

アメリカでは
ボートオーナーにも受けています。

MJシリーズの頂点に立つ最上級ラグジュアリーモデル。本場のアメリカではリッチなボートオーナーに絶大な支持を受けています。ロングツーリングに持つてこいの性能で、国内唯一の3人乗りシート、デッキも広く、ファミリーや友人と楽しいひとときが過ごせます。MJシリーズには、さらにスポーツ性の高いTXやSJなどがあります。お客さまニーズに合わせてお薦めください。

WV商品企画課

サービスマンにとって
メンテナンス性に優れた一台

このMJ-650TLはエンジンのサイズに比べて艇体が大きく造られているため、サービスマンにとってはメンテナンス性に優れているといえるでしょう。また、MJ-650TLで培われてきたエンジンとジェットポンプは、ますます、性能の充実が図られています。重量が大きく、陸上での運搬の容易性は他の機種に比べて落ちるかもしれませんが、サービスという面では扱いやすい一台です。

マリンサービス課

●MJシリーズラインナップと価格帯

MJ-650T



- 全長.....2.77m
- 全幅.....1.02m
- 全高.....0.87m
- 船体重量.....172kg
- 呼称最大馬力.....42ps
- 定員.....2名
- 燃料タンク容量.....22ℓ
- ★価格.....879,000円

MJ-650TW



- 全長.....2.77m
- 全幅.....1.02m
- 全高.....0.87m
- 船体重量.....172kg
- 呼称最大馬力.....42ps
- 定員.....2名
- 燃料タンク容量.....22ℓ
- ★価格.....879,000円

MJ-650TX



- 全長.....2.77m
- 全幅.....1.02m
- 全高.....0.90m
- 船体重量.....170kg
- 呼称最大馬力.....50ps
- 定員.....2名
- 燃料タンク容量.....30ℓ
- ★価格.....928,000円

MJ-650M



- 全長.....3.05m
- 全幅.....1.26m
- 全高.....0.83m
- 船体重量.....198kg
- 呼称最大馬力.....42ps
- 定員.....3名
- 燃料タンク容量.....22ℓ
- ★価格.....974,000円

MJ-650TL



※このモデルは上記写真のカラーリングも用意されています。

- 全長.....2.99m
- 全幅.....1.11m
- 全高.....0.95m
- 船体重量.....206kg
- 呼称最大馬力.....50ps
- 定員.....3名
- 燃料タンク容量.....40ℓ
- ★価格.....991,000円

85万円

90万円

95万円

100万円

This is it!

ヤマハがマリンジェットという名でこのパーソナルウォータークラフトを国内市場に送り出したのが1986年11月。初代モデルは「MJ-500T」と「MJ-500S」の二機種でした。その市場においては後発であったものの、安全性と安定性を徹底追求し、さらにタンデムという新たな魅力を切り開いたことで、「マリンジェット」の名は一躍メジャーに。パーソナルウォータークラフトの代名詞として使われることもあるほどで、独自の商品イメージを築き上げてきました。現在は、ご存知のように5モデル・9バリエーションと広がり、その需要も毎年拡大しています。今回は、人気モデル「MJ-650TL」のご紹介を中心に、ヤマハMJシリーズのセールスポイントと、その市場背景を探ってみました。



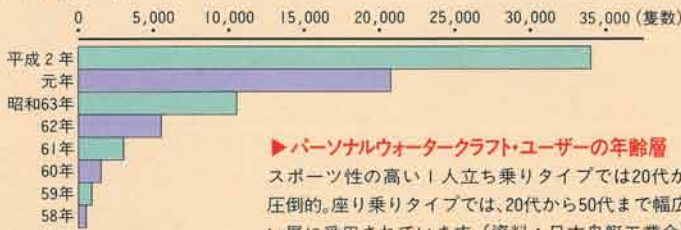
データにみるMJ市場

●パーソナルウォータークラフト全体では

▶パーソナルウォータークラフトの保有隻数

昭和58年ごろから輸入されはじめたパーソナルウォータークラフトは、特にヤマハのマリンジェットが登場した後に急速な台数の伸びを見せ、平成2年度には約3万5千隻にまで達しています。

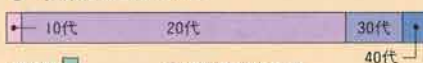
[資料：日本小型船舶検査機構]



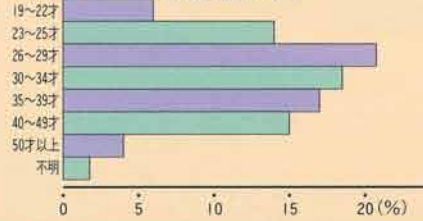
▶パーソナルウォータークラフト・ユーザーの年齢層

スポーツ性の高い1人立ち乗りタイプでは20代が圧倒的。座り乗りタイプでは、20代から50代まで幅広い層に愛用されています。[資料：日本舟艇工業会]

●一人乗り立ち乗りタイプ

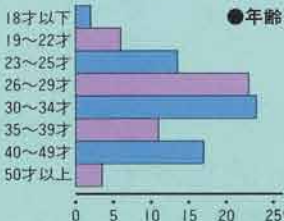


●座り乗りタイプ



●MJユーザーはいま……

PW市場の全体像を見たところでの我がMJユーザーのデータです。サンプルは91年度のヤマハマリンジェットの購入者で、735名の回答によるものです。



▶マリンジェット

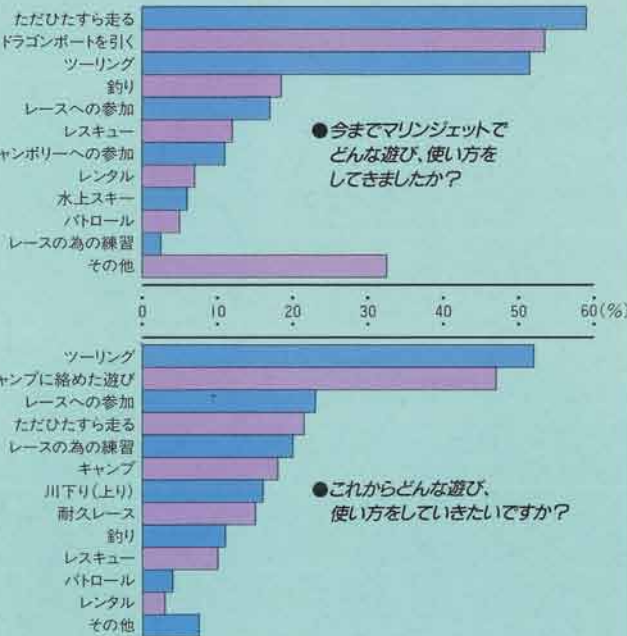
ユーザーの年齢層

PW市場全体の年齢構成に似ています。つまり、全市場をカバーするラインナップによる結果でしょうか……。

▶マリンジェット

ユーザーの遊びは……

「今まで～」の質問に対しては「ただ走る」と答えた方が60%にも。「これから～」の質問に対しては「ツーリング」や「キャンプに絡めて」が人気プレイ。アウトドア性の強い遊びに憧れる傾向が目立っています。



幅広い年齢層に
応えることができます!

MJシリーズの中でも特にこのMJ-650TLは、大人2人が乗っても十分な安定性を発揮し、3人までの乗船(204kgまで)を可能にしました。この一台でグループや家族でのマリンプレイに 대응することができます。さらに1人で乗るときでも、その機敏な運動性能はスポーツ感覚を存分に味わうことのできる優れた一台だと自負しています。

WV商品企画課

全国的な売れ筋が

MJ-650TL。
イベントでお試しくささい

3人乗りで楽しめるMJ-650TLは、全国的に人気の高いモデルです。安定性にも優れ、ツーリングには最適。5月17日は全国一斉MJツーリングDAYを開催いたしますので、お客さまをお誘いして、この650TLを乗り出してはみませんか? なお、ヤマハではPW安全協会に加入し、PWの安全啓蒙に努めています。みなさまもぜひご協力ください。

マリン営業第1課

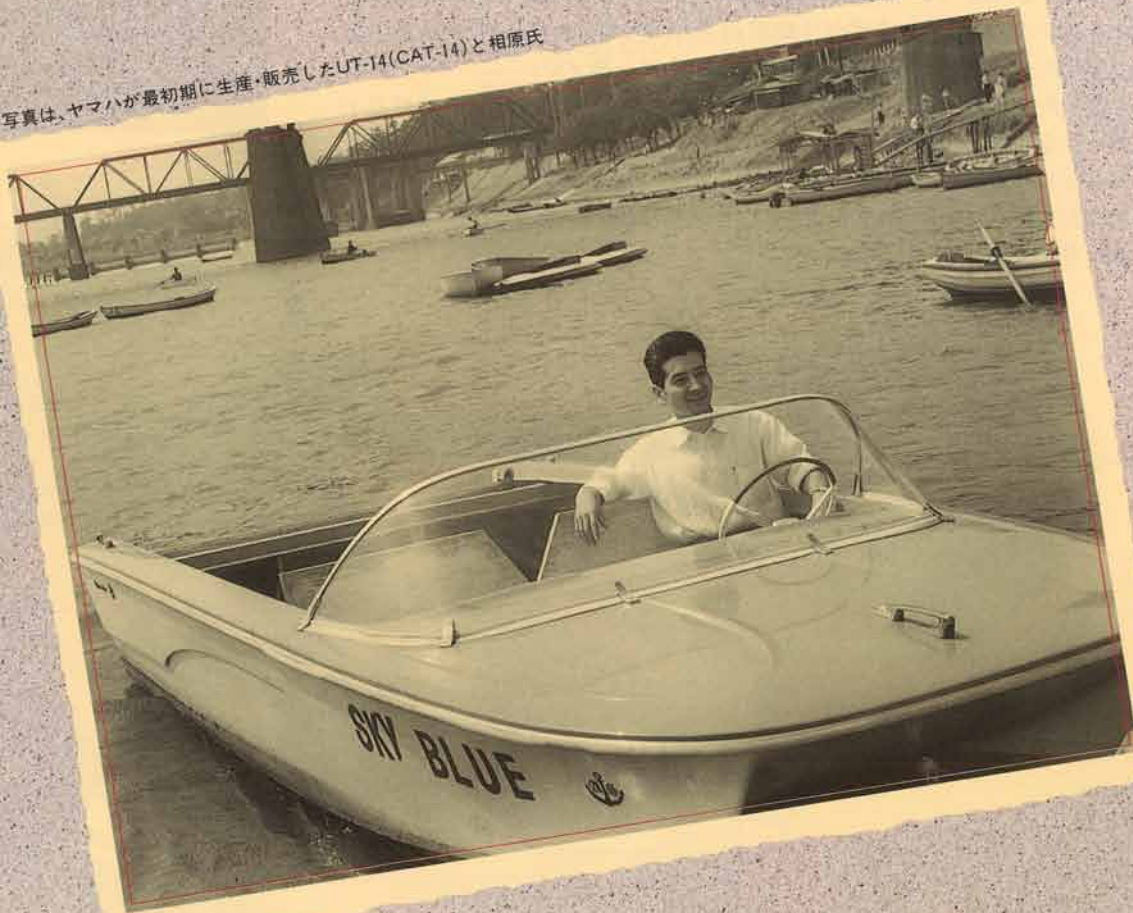
MJ-650SJ



- 全長……………2.24m
- 全幅……………0.68m
- 全高……………0.66m
- 船体重量……………130kg
- 呼称最大馬力……………50ps
- 定員……………1名
- 燃料タンク容量……………18ℓ
- ★価格……………809,000円

小型艇で新規需要を開拓する

写真は、ヤマハが最初期に生産・販売したUT-14(CAT-14)と相原氏



今回の特集の冒頭にご紹介するのは神奈川県在住のお客さま、相原章氏です。氏は、ヤマハがブレイジャーボートを初めて生産販売した昭和35年、ヤマハUT-14（カタマラン）を購入。以来30余年にわたってボートライフを楽しまれています。その間に選んだ船はすべてヤマ製。現在は6艇めでPC-30Ⅲを所有されています。「友達の中でも永くボートに乗っているのはみんな小さな船からコツコツと買い替えてきたものだね。それは今の時代でも同じだと思おう」と氏は語ります。特集テーマ「小から大への系譜」では、いかに相原氏のようなお客さまを探しだし、育てて行くか——、その第一のステップとして、小型艇による新規需要の開拓についてレポートします。

無理に大型を押しつけると「海離れ」が起きる。お店も小型艇からオーナーを育てて欲しいね。

ボート歴30年の●相原章さん

「ヤドカリではないけれど、自分の柄に合ったボートに乗るのが面白いし、安全なんだ」と語る相原章さん（横浜市）。ヤマハ艇を30年乗り継いできた本当のベテランです。

30年ということは、相原さんのボート歴はそのままヤマハボートの歴史に重なるわけです。最初の愛艇がヤマハ最初期のモデルUT-14（後のCAT-14）、しかもその2号艇でした。次が名艇と謳われたSTR18CR、そして19。その次が、いまだにその名を語り継がれるSTR25FB。「エンジンと艇体のバランスが最高」と惚れ込んだ相原さんは、同型を2隻、乗り継いでいます。

現在の愛艇は6代目の「ヘガVI」で、90年9月に進水したPC-30IIIです。このモデルもエンジンとのマッチングが気に入っての乗り替えてした。50フィート・オーバーが珍しくない今日、30年間乗り継いで30フィートクラスというのは小さすぎるようにも思えます。しかも相原さんは経済的にも十分な余裕があり、もっと大きなボートに乗っていて何の不思議もありません。昔から一緒に楽しんで、今でもボートに乗っている連中のフネを見ると、これが揃って30フィ



相原さんの1号艇は「SKY BLUE」、UT-14。ヤマハの最初期の艇です



3隻めのSTR19CR。18からの乗り替えてした



4隻めがSTR25FB。エンジンと艇体のマッチングが気に入り、同型艇の在庫を探し、2度購入しています



現在は'91年に購入したPC-30IIIでボートライフを満喫されています

ートクラス。長く乗る人はやはり質実剛健タイプですね。これまで何度も景気の波があつて、いきなり大型艇でボートを始めた人を何人も見てきたが、みんな続かなかつたねえ」

「販売店さんもそういうオーナーをこそ、育てるべきなんだ。確かに



相原さんにとってボートの機材いじりも大きな楽しみ。何しろ自宅にはミニ・ファクトリーをこ持ち、溶接から工具造りまでこなしています

高価な大型艇は利益を生むけれど、後が続かなくてはなんにもならない。無理して高いフネを押しつけば必ず「海離れ」を起こすんだから……」。オーナーを小型艇から育てていくことが結局は販売店の利益につながり、マーケット自体を広げると、ご自分でも多業種でお店を展開している相原さんは考えています。ベテランだけに相原さんはボート購入のアドバイスをよく求められます。

「そんなときは必ず、25フィート前後の艇、それもときには中古を1隻めとしてすすめます（昔なら19フィートでしたが）。心置きなく乗れるし、1シーズン乗ってれば自分の遊び方のイメージがはっきりする。2隻目は間違いのないボート選びができて、結局長続きする。だから販売店も喜ぶ……（笑）」

小型艇と中古艇を組み合わせ、新しいボートマンを育てる——相原さんの目のつけどころは、さすがに経験の深いボートマンならではの感じさせられます。販売店さんの立場からしても、貴重な視点といえるのではないのでしょうか。

トップセールスが語る

「小型艇拡販」のポイント

一艇当りの利益からみれば、大型艇になればなるほど有利なのは当たり前。しかし、長いレンジで考えた場合は、小型艇のご商売がいかにお店の利益に貢献しているかがお判りになるかと思えます。そこで、92マリン商戦における「小型艇拡販」のポイントを第一線で活躍するセールス担当者に向いました。

小型艇情報の充実で
トレーラー艇の拡販をめざす

●ヤマハボート札幌店 札幌市西区 猪川 裕司さん(33)

「こちらはもともとトレーラー艇の市場だったんですね。それが2年前位から、小樽マリーナができたことも手伝って、一気に中・大型艇へと移行。しかし、泊地が満杯になったことも起因して、再びトーンダウンしているのが現状です。ですから今は、以前のようにSR17などのトレーラー艇を中心として、新規需要の開拓に力を入れています。」

店頭にはトレーラークラスのボートを優先して展示し直し、小型艇オーナーが入りやすい店作りをしたほか、小型艇に関する情報を充実させています。また、ボート免許の受講者に対しても、機会あることに接触



して、セールスチャンスを生み出す努力をしています。

そして、もう一つ大事なことは、イベントの見直しと活用による既存客のスキルアップ。単に運営するだけでなく、お客さまと一緒に遊び、レベルアップさせることだと思えます。お客さまはある程度レベル化すれば代替も可能ですし、マーケットリーダーにもなりますよ」

クルージングパックを設定し
試乗体験の機会を提供する

●セントラルボート株式会社 木更津市富士見 小林 浩美さん(27)

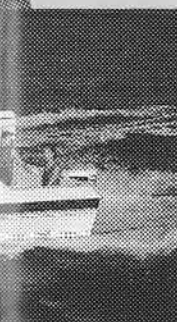
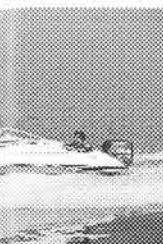
「昨年は全般的によかったですね。小はマリンジェットからFR21、Y23、Y25ML、そして中・大型ボートまでコンスタントに売ることができた。ところが今年は、中・大型艇こそ既存客からの紹介等で何とか目途がついていますが、逆に小型艇が読めていないんですね。」

で、小型艇の拡販については、当社では今、ボート免許受講者を確実に顧客化しようと、クルージングパック(無料)を企画して試乗体験のアプローチを行っています。艇種としてはマリンジェット、FR17、FR21、Y23ですが、クルージングを体験させることにより購入意欲



を喚起させるだけでなく、海の上で私達が直接セールスできるので成約率がいいというわけです。

私達の仕事はお客さまの夢をかなえるお手伝いですから、最初はゴムボートに船外機からだっていい。そのことからお客さまとの信頼関係が始まるということに肝に銘じています」



職域での免許教室の開催で 新規需要の掘り起こしを図る

●ヤマハボート浜松店 浜松市新橋町 有本 潤一さん(36)

「小型艇の取扱はいつの時代にも、健全な市場を育成するために必要であることは、今さらいうまでもありません。当店でも商売を確実に詰める部分として、新規需要の開拓による小型艇市場の育成を行ってきました。」

具体的な商品としては、ひと頃はFR-17で、これをおいておけば近い将来は代替が期待できた。しかし、ここ2-3年はFR-24やFR-26に代わりつつあります。FR-21なんか、ユーティリティという意味でもっと売っていかねばと考えられています。

政策として今、一番力を入れているのは、職域を対象としたボート免



許教室の開催です。こちらは幸い浜名湖という恵まれた一大マリンスポーツ基地を抱えていますので、潜在需要がかなり見込めるんですね。免許を取得していただいて、9・9馬力の船外機やマリッジジェットからでもこの世界に入っていたらいいと思います。今は、どれだけ多くの人と接触できるかがポイントでしょう。」

中古艇フェアと新規フェアの 2本立てで来店を促進させる

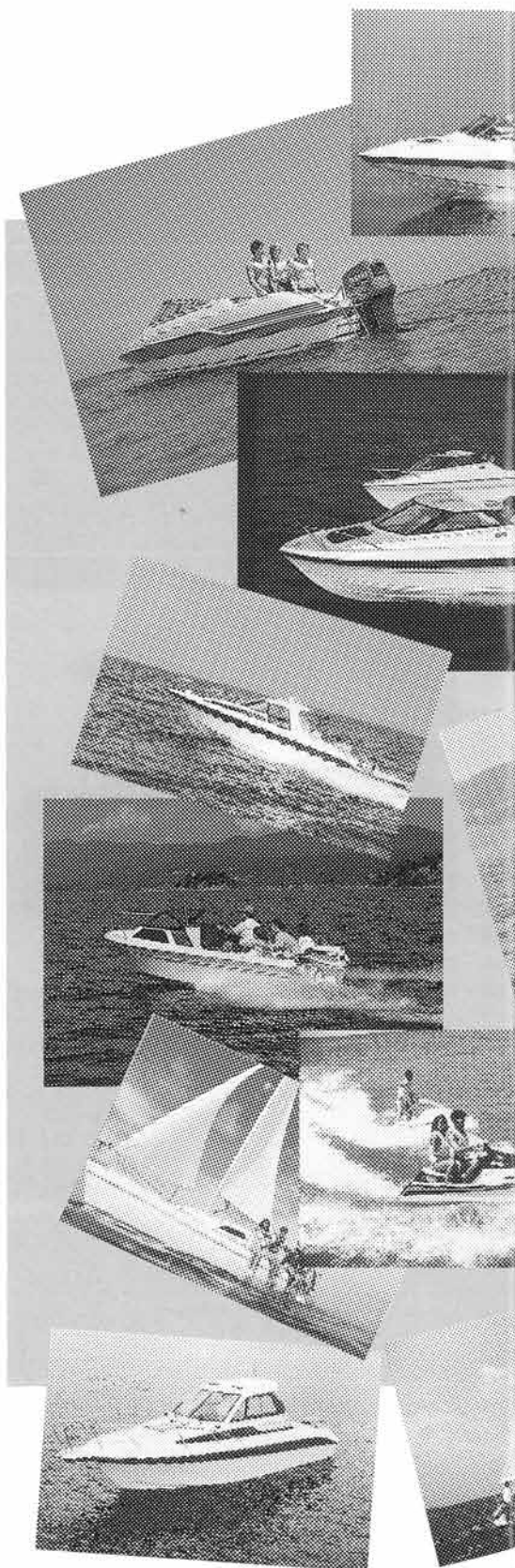
●株JEU-GIA山科ショップ 京都市山科区 笹井 伸介さん(27)

「お客さまのニーズって千差万別ですよ。それこそ小型艇から大型艇までありますし、小型艇の中でも中古艇もあればニューモデルもあるわけです。そこをどう見定めて、どの商品を訴求するかが商売のポイントだと思いますね。そのためには、いろいろな方法でのお客さまの情報収集が必要となる。ボート免許教室受講者のアンケートもそのひとつですが、その他、当社ではいろいろな方法でお客さまのニーズを見定める試みを行っています。」

この春から定期的に開催しているニューモデルフェアと中古艇フェアも、そうした試みのひとつです。ニューモデルを求めのお客さまと中古



艇を求めのお客さまを意識的に分けて誘導を図ることから、セールスアプローチをしやすいです。また、こちらのマリンスポーツ基地は琵琶湖と日本海なのでその違いもある。琵琶湖はSR-20C、SR-23、スターエース、日本海はFR-24、FR-26、UF-25を売り分けていきます。」



保管場所の確保が新規顧客獲得に有利 商品は300万円代中心に

山口県岩国市 株広島西部マリン／有野豊彦社長



設立当初は保管場所の確保に 全力投球

山口県の広島西部マリンさんは、昭和63年、広島との県境、岩国市に設立。新規店ということで、その設立以来、新規の顧客獲得に全力を注いできたマリンスイッチャップさんです。同社の代表、有野社長にお話を伺いました。

「これからボートを買おうという人にとっては、置場の確保が課題になります。その点広島は飽和状態。岩国は広島から高速で40分という立地で、しかも海というプレイフィールドは広島と同じですから、ここに土地を確保できれば、広島と岩国を商圏に、新規客が有利に獲得できると考えました」

その言葉通り、同社はオープンと同時に船の揚げ降ろしができる運河沿いに土地を確保、近隣の土地の借地権を得て50隻分の陸置保管スペースを整備しました。現在は30隻のオーナーボートを保管しています。

「借地代は保管料でチャラといった感じではありません。船を買ってもらうための投資という考え方ですね。逆に土地を確保したら、船を売らなきゃやっていけない。必然的に営業にも力が入ります。2名の営業スタッフが外に出て積極的にセールス活動を続けています」

顧客への徹底した技術サービスを目的に屋根付の整備工場も新設。サービススタッフも4名と充実しています



海へは店舗敷地内に設置したクレーンで降ろします



現在約30隻のボートを保管。新規客の獲得に保管スペースの確保は欠かせないという有野社長は新たに土地を探しているところです





販促、広告・宣伝で需要喚起を

保管場所を整備した後は、積極的な販売促進と、広告・宣伝活動で、顧客候補を生み出してきたという有野社長。

「広告・宣伝だけで年間約500万円を使っています。ポート免許の募集を中心にちらし、刷り込みの広告が多かったですね。また、地元の釣り情報誌も利用しました。反応があれば、営業マンがフォローするという形を続けてきました」

ところで、ここ中国地区のポート免許事情ですが、教室は養成コース(国家試験免除)が主流だということです。そこで同社では、あえて受験コースを全面に打ち出し、価格も安く、短期間で取得できるというメリットを訴求したといえます。

「新しく参入し、新しい顧客を獲得するならば、他と違うことをやらなくては」という有野社長の思想によるものです。

同社では独自で開催する展示会以外に、異業種との合同展示会を開催し、話題を集めて

広島市、岩国市を商圏に積極的な営業戦略で顧客を開拓する有野社長。独立する以前は徳山のマリンプラザ、徳山マリンさんで経験を積んできました

外車ディーラーと共同で開催した展示会には、2000名が来場。実売の効果より、知名度のアップに役立ったといえます。今後、新たな効果が生まれてきそうです



います。

「これまでに2回行いました。一回は外車ディーラーと、もう一回は外車、ダイビング、そしてマリレンジット専門店との共同です。一回の来場者は2000名といったところ。ターゲットが絞りがいい、というデメリットはありましたが、店名の知名度はかなり上がったという手応えを感じています」

**新規だけで300名の顧客を獲得
今後は代替促進にも尽力**

同社のお客さまの内訳の特徴は一般のサラリーマンの方々が50%を超えること。フィッシングよりクルージングが好き、といったファミリー層が多いことです。

「売れ筋はFR21、以前はFR23、25といったところでした。新しく、初めてポートを買われるお客さまはグレード感よりも割安感を求められる傾向が強いです。価格は400万円以下。そうした意味では底辺を広げるために中古艇の販売も大切だと思います」

3年間の積極果敢な施策が実って、現在、同社のリストにある顧客は約300名。そろそろ紹介客や現オーナーの代替需要も見込める時期を迎えようというところです。

「ダイクルージングの情報など、ソフトの提供はこれまでも力を入れてきましたが、これからはイベント開催などソフトを形にした展開が必要で、これが課題ですね」

広島西部マリンさんの今後の活躍が期待されます。

株式会社 広島西部マリン

- 年商・約3億2千万円
- 社長以下のスタッフ・7名(営業2、サージャック4、事務1)
- 対新規客獲得のポイント
- ① 保管場所確保によるメリットの打ち出し
- ② 専任営業マンによる積極的なセールス
- ③ 果敢な広告・宣伝活動と販売促進

紹介客獲得の鍵は信用を築くこと イベント開催による需要創造もポイントに

宮城県塩釜市 有仙塩マリーン／小野 勤二社長



小野社長は豊富な経験と知識を活かし、遊びと技術の情報を提供。結果、顧客を増やし、紹介客の増加へと結びつけました

自分を売ることがポイント

創業は昭和38年。業務用和船、船外機のご商売から徐々にプレジャーへの転換を進めてきた仙塩マリーンさん。先述した広島西部マリーンさんと背景は異なるものの、ここでも小型艇を武器に新規客を獲得し、さらに3〜4年のサイクルで代替を進めています。

「UF-23、FR-17、FR-21。新規客にとって買い易く、我々にとって売り易い商品がこれですね。うちの売れ筋です」

新規のお客さまに、これらの商品をどのようにお勧めするのか、そのポイントをお野社長にお伺いしました。

「初めてうちにいらつしやるお客さまの場合、その方がうち以外の店、ディーラーも回っていることを前提に商談を進めています。そのときどのように他店と差別化するか、割安感を与え、うちで買った方が得だと思わせるか、さらに信用してもらうか、この辺りがポイントになります」

仙塩マリーンさんの場合、まずヤマハ製品の優位性とアフターサービス（メンテナンス等）の確実性を強調。さらに、

「30年にわたって海と付き合ってきた自分の経験、知識を売ることが効果をあげています。この3つを納得していただければ、値引

クラブ会員が紹介の原動力

同社のスタッフは社長ご夫婦と息子さんご夫婦の4名。主だった広告・宣伝も実施しておらず、新規客の多くは紹介によるものだというのが小野社長が語る実情です。

「顧客から新規客を紹介してもらうためにも、信用が大切。確かな技術と知識をもって誠心誠意お客さまに尽くすことです。商談時の話し込みからメンテナンスなど徹底したアフターサービスをこなすこと。これに尽きま

きをせずとも割安感を与えることができるというのが私の持論です」



クラブメンバーを中心とする来店客のために店内に設けられたスペース。店舗活性化に役立っているといいます



クラブのイベントの他、独自の釣イベントも開催。参加規模も年々膨らみ、代替需要の促進にも効果を上げています



売れ筋はUF-23、FR-21など。それらの艇が敷地内に展示されています

常にユーザーとの接点を持つ

仙塩マリンクラブは、新規客の紹介のほか代替需要の開拓という面でも威力を発揮しているわけです。

仙塩マリンクラブの事務局として店内の一部を開放している同店は必然的に来店率も高く、クラブメンバーを中心にお客さままで賑わっています。クラブメンバー以外のお客さまに対しては、電話でフォロー。世間話のついでに来店を促すといえます。常にユーザーとの接点を持ち、情報を得ることが紹介による新規客獲得のポイントになるということです。

最後に代替の進め方について小野社長の考

すね」

さらに聞くと、同社の顧客獲得の影に、ユーザー組織、仙塩マリンクラブが存在していることを教えていただきました。

「ユーザーを組織化するには経費の面や、分裂化したりと危険性も伴うんですが、うちの場合はお客さんが、仙塩さんは商売が下手だから」と業を煮やして(笑) 動いてくれたんです。ボートオーナーの正会員が約40名、マリンに興味があるといった準会員を含めると100名近くのメンバーになります」

このメンバーが紹介の原動力になり、さらに準会員が次期オーナー候補となっています。イベントは釣り、クルージング、バーベキューなど年間5回。運営はメンバー中心ですから、手間もそれほどかかりません。

「例えばクルージングイベントのときなどは、クルージングに適したボートのオーナーさんの協力で小型艇オーナーを分乗させてもらっています。このクラブのおかげでどんなボートのオーナーもあらゆる遊びが楽しめるし他艇種の魅力も体験できます」

仙塩マリンクラブは、新規客の紹介のほか代替需要の開拓という面でも威力を発揮しているわけです。

えを尋ねてみました。

「商品的にはただ大きいものを勧めれば良いというものではない。その方の予算やライフスタイルを考え合わせると、同クラスでグレードの高くなったニューモデルといったパターンも多くあります。うちの場合、代替のサイクルも4、5年と永いんですが、最初に永く付き合える船をお勧めしますし、アフターサービスに力を入れてるから当然です。それが信用にも繋がっているのだと思います」

有仙塩マリン

- 年商…約1億円
- 社長以下のスタッフ…3名(営業兼サービス、事務2)
- 対新規客売筋…UF-23、FR-21、FR-17

〈新規客・代替客獲得のポイント〉

- ①永年の信用に基づく紹介客の獲得
- ②幅広い層を対象にしたクラブ活動
- ③クラブ・イベントによる代替促進
- ④保管場所の確保(現在整備中)



店舗から車で1分ほどの浜・越の浦。漁協の協力を得て、プレジャーボートを陸置保管することになりました。プレハブの作業場も設置する予定で、「有利な商売が可能になった」と意欲をみせています

売上を高める販売促進の方法と
いうのは通常考えられている
以上にたくさんあるものです。

例えば、

- 取扱い商品の種類を増やしてみる
- チラシなどを配る
- DMを出す
- お店でイベントを行う
- 試乗会を行う
- 店内をきれいに飾りつける
- TV、ラジオなどに広告を出す
- 野立て看板を出す

●営業マンを雇う

このように、できるかどうか、効果があるかどうか等を考えずに、思いつくままに、みんなで考えてみれば200や300は簡単に出てくるでしょう。

しかし、たくさんありすぎるのも、結局何もないのと同じで、どうしてよいのかわからなくなります。

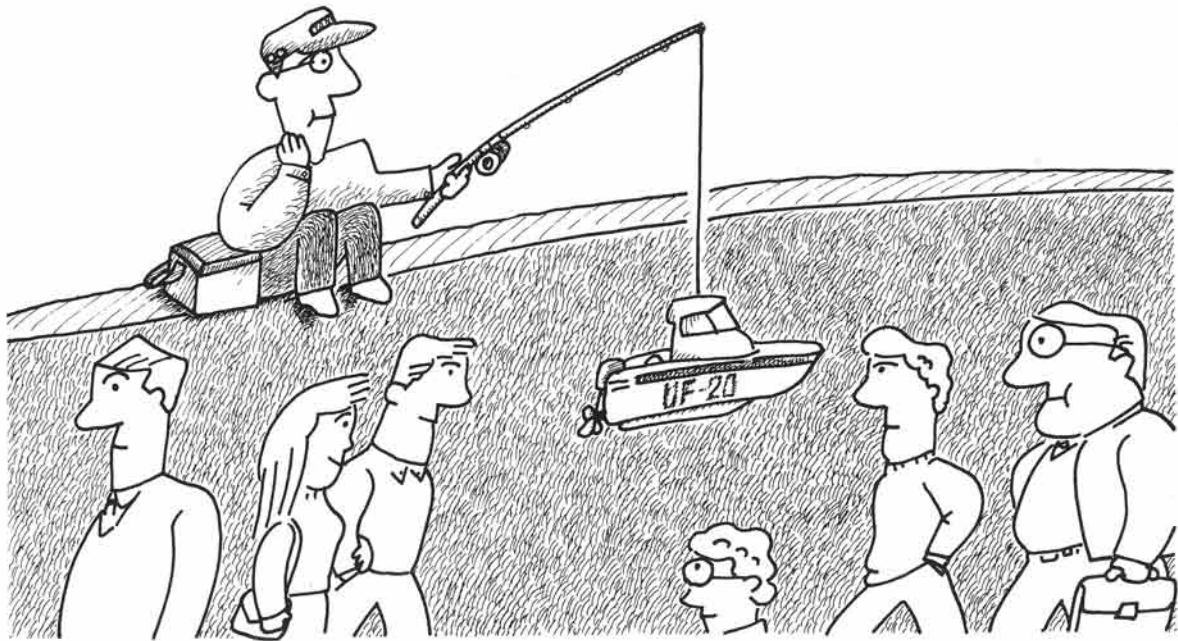
挙げ句の果てに、誰かが成功したからとか、とりあえず思い付いたものを実施しても、的はずれの可能性

の方が大きいでしょう。「販売促進をしたけど思ったほど効果が出なかった」というのは、そのためです。

うまく販売促進の効果を上げるためのコツは、「誰に」伝えるかを決定することから始めることです。

かつては誰でもいいから、できるだけ多くの人を相手にして販売しようという考え方もありましたが、それは無駄なことだと気付いてきたのです。釣りを例にして考えれば、どんな魚でも釣れる仕掛けを考えるこ

ひとつの仕掛けで
色々なサカナは釣れぬもの



とができないのと同じ事です。

相手を絞ってマーケティングを展開することをセグメンテーション（市場細分化）とっており、現在のマーケティングでは欠かす事のできない考え方となっています。

具体的には次のような事を考えてください。

- 対象となるのはこれまでお店にきたことのない新規のお客さまか、それとも、今までの顔見知りの顧客でしょうか。
- これまでポイントを持っていた買い

替えのお客さまでしょうか、新規購入のお客さまでしょうか。

- お客さまの知識の程度は？
- ポイントのどの様な事に関心や期待を持っているお客さまでしょうか、またその程度はどのくらいでしょうか。
- 年齢や職業、趣味は何でしょうか。
- お店に対してはどの様な期待や気持ちを持っているでしょうか。

これらは、当然お客さまの一人一人によって違いがあるでしょうが、その中でも代表的な人を選ぶのです。

そして、このお客さまに話しかけるのだ、というつもりで考えます。

ちょっと想像力が必要です。しかし、これによつて的はずれな販売促進を展開することもなくなるのです。したがってかなり重要なことだと言えるでしょう。

まず、お客さまの立場から考える、ここから新しいバッチのあるアイデアや販売促進が出てくるのです。

ターゲットが決まったところで、次号からは具体的な販売促進の方法について考えてみましょう。

新しくなりました

My SHOP

お客さまに受ける
お店づくり

リゾート型マリンライフの プレゼンテーション・スペース

日本有数の観光都市・沖縄県那覇市。ここはまた、年間の平均気温が22.4度という環境から、周辺にマリンスポーツが1年中楽しめるリゾート施設が充実しています。今回は、この那覇市にリニューアルしたばかりのお店を構えるマリンプラザ、(株)スバルマリンさんをご紹介します。



- 所在地 沖縄県那覇市港町
- 店舗面積 ショールーム約208㎡
(事務所等を含めた面積は約429㎡×2)
- スタッフ 店頭専任2名
- 営業時間 8時～18時(日曜定休)
- 立地条件 沖縄県の人口は約125万人。そのうちの約25%に当たる30万人が那覇市に在住している。スバルマリンは、那覇の中心街から車で10分たらずの海岸沿いに位置し、宣野湾、浦添、糸満など周辺の都市からも交通のアクセスが良い。

ヤマハマリンプラザ
(株)スバルマリン





本体の底辺拡大後の施策として 用品の拡販を進める

スバルマリンさんが店舗をリニューアルし、新規オープンさせたのが今年の1月26日。社屋の新築に伴ってのことでした。その狙いについて、同社の永山達磨専務にお聞きしました。

「この沖縄でも営業努力が実ってハード(本体)の分野では底辺が広がってきました。そこで、そのオーナーの方々に周辺のグッズを取り入れることによるマリンライフの広がりというものをご提案したかったことが一つ。もうひとつが、数あるリゾート施設の業者とのパイプを強化し、マリンジェットなどの本体ばかりでなくライフジャケットをはじめとする用品の情報を提供することです」

さらに、これまで機装品を含むマリン用品の売り上げが年間約1億円だったという同店では、今回のリニューアル後は倍増の2億円を目標に設定。店頭専任スタッフも設置して、用品の拡販を考えています。

業務ユーザー、プレジャーユーザーに 対応できるショップ

今回のリニューアルは、ヤマハが提案しているショップづくり「MOS計画」に基づいて行われたものですが、その中で打ち出されたショップテーマは「沖縄におけるマリンレジャーキーステーション」でした。

「業務ユーザー、プレジャーユーザー共に対応できるショップ」として、お客さまに信頼感を与えること、落ち着いた雰囲気でご相談できるスペースの確保を条件に、大きな窓をとって、採光性を良くしたり、観葉植物を配置するなどの工夫を施しています。

リニューアル後、間もない同店ですが「客層、売れ筋商品の幅が広がってきました」と、永山専務は確かな手応えを感じ取っていたようです。



ディスプレイ

同店のショールームは三方が窓に囲まれた造り。その窓に沿って、店外に向けたさまざまなディスプレイが施されています。商品もマリンジェット、ウェアなど多岐に渡っています。



レジャーグッズの展開

水上スキー用品、マリンジェット用品を中心に、リゾート地ならではのマリンブレイを提案。一般ユーザーばかりでなく、リゾート施設を対象に、遊びのメニューの啓蒙や、安全に対する意識をも高めていきたいと考えています。





業務用商品・ハード商品

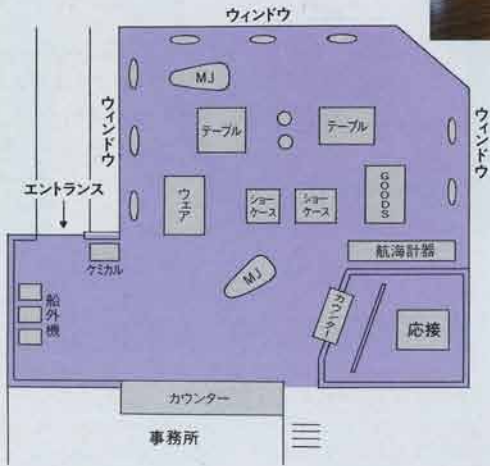
同店では和船・船外機、さらに漁船のオーナーを含め多くの業務のお客さまを抱えています。「当初はリニューアルすることでそうした方々に反感を買うのでは」ともお考えになったとか。今までの実績からか、その心配は関係ないようでした。ただし商品についてはこれまでと同様に取り扱いしています。



レイアウト・什器

最少限に抑えた什器、大きな窓から取り入れる自然光の影響か、明るく、広々とまとめられています。陳列用の什器はウェア、グッズなどが置き、多目的に利用できる物を使用しています。ラインナップポスターの見せ方にもひと工夫。

<1F ショールーム略図>



商談・免許教室

免許教室の受付を兼ねたカウンターはショールームの入口に、商談のテーブルはショールーム奥、窓際に備えられています。免許教室については同店が力を入れている分野の一つ。2階に広々とした専用の講習室を確保しています。





仕掛人が語る仕掛のイロハ



写真提供/小学館

●「海星」スケジュール

乗船日・乗船地	下船日・下船地	参加費用
4月6日 マルタ島(地中海)	4月17日 バルマ(地中海)	12万円
4月20日 バルマ	4月30日 カディス(スペイン)	11万円
5月1日 カディス	5月11日 ラスバルマス(カナリー諸島)	11万円
5月11日 ラスバルマス	6月12日 サンファン(プエルトリコ)	33万円
6月13日 サンファン	7月5日 ニューヨーク	23万円
7月6日 ニューヨーク	7月14日 バーミューダ(大西洋)	9万円
7月18日 バーミューダ	7月27日 アンティグア(カリブ海)	10万円
7月30日 アンティグア	8月1日 クリストバル(パナマ)	13万円
8月12日 クリストバル	8月28日 アカブルコ(メキシコ)	17万円
8月30日 アカブルコ	9月13日 サンディエゴ(アメリカ)	15万円
9月16日 サンディエゴ	10月3日 ハワイ	18万円
10月6日 ハワイ	10月31日 グアム	26万円
11月1日 グアム	11月14日 三崎(神奈川県三浦市)	14万円

●「海星」

1990年8月進水。ポーランド・セイルトレーニングセンターがセイルトレーニング用に建造したもののだが、折からのポーランド経済の悪化のため、新艦のまま売却された。ポーランドで日本船として改装の後、イギリスで安全性と帆走性能向上のための改良が加えられた。その際に、オーストラリアの帆船「ルーウィン」の乗り組み経験者らが技術と労力を提供。セイルトレーニングに最適の帆船となった

- 船 型 / 2本mast・ブリガンティン
- 帆 枚 数 / 15枚
- 全 長 / 42.0メートル
- 主 機 関 / 200PS×1基
- 全 幅 / 7.6メートル
- 定 員 / 50名
- 喫 水 / 3.4メートル
- うち訓練生38名
- 総トン数 / 180トン

帆船は人間をスケールアップする「場」になります。

日本セイルトレーニング協会設立準備委員会委員長
大儀見 薫氏



30年ほど前にイギリスで始まったセイルトレーニング。普通の人が、乗員として帆船に乗り組むだけで、何の講義も訓練もありませんが、その成果は高く評価されています。昨年は、日本初の専用帆船「海星」が誕生、イギリスからスペイン、アメリカそして日本への航海を続けています。生みの親である大儀見薫さんにお話をうかがいました。

◆海は人の日常から もっとも遠く離れた場

なぜ帆船なのかとよく聞かれますが、セイルトレーニングで帆船を使うのは決してロマンチックだからとか、過酷な労働を課すためではありません。それが、一般の人にとって日常生活から最も遠い環境である、という理由によります。

海は陸と違います。私は、ヨチヨチ歩きのところから海に親しんできました。父が海好きで、当時外交官としてスペインにいたので、最初はスペインの海に放り込まれたのだそうですが、それから60年もつき合っても、海には本能的な怖さを感じます。陸生動物としては、足の下に地面がなく、絶え間なく動いているというのは、理解はしていても感覚的には異常なことなのでしょう。

登山やキャンプなども非日常的な環境ですが、大地に接しています。海では大地に代わって、揺れる船がよりどころとなるのです。「海星」は180トン。セイルトレーニング

グに使う船が各国とも小さいのは、そういう環境が望ましいからです。大船に乗った気にならないように。(笑)

また、大きな船だと、たとえ帆船でも怠けることができますが、「海星」のように36人が3交代でウォッチとなれば、12人しかいないのですからズルはできません。常に誰かと協力しなくてはならない。マストに登るのだから私は怖いとはかりは言っていられない。横帆も、ウインチなどの動力の排除も、力を合わせざるを得ないシステムのひとつです。

乗り組みの期間は参加者によってさまざまですが、必ず大きな収穫があります。父と娘の二人で乗られた方は、たった10日間で19年間の親子関係がすっかり変わったようでした。また、休学して5カ月間の予定で乗っている高校生がいますが、お父さんや先生が言われたとおり、学校では得られない経験をしています。

◆海と船が生み出す新しい人間性

人によって得るものは違うし、得たもの全てを言葉で表現できるわけではありません。しかし、波と風を相手にみんなで協力して船を走らせることから、誰もが自然や地球、協調や忍耐、勇気などについて何かを感じます。もっと広く、人間のあり方についても考え直します。産業革命以来、いわゆる先進国が追い求めてきた生産性、効率といったものと無縁のところから人類を見ることが出来ます。

「海星」はそのような場を提供する船です。日本でいま最も必要とされている人づくり、人間のスケールアップを図る船なのです。

私は10年以上前からこのようなプロジェクトをやりたいと思いながら、できない、とあきらめていました。しかし1987年にオーストラリアで帆船「ルーウィン」に出会い、実際に運営している人々との親しいつながりができて気持ちが変わりました。

その後すぐ、メルボルン大阪カップに出たわけですが、その間中考えていました。1人で(相棒は寝ているわけですから)星空を見ながら、出来ないと思っていても出来るものだ、レースが終わったらきっと自分のライフワークにしよう、と。

「海星」は今年11月に三崎港に入り、職業・性別・国籍不問で、日本でセイルトレーニングを始めます。個人にも企業にとっても、最良の教育の場になると思います。

■大儀見 薫

1929年スペイン生まれ。旧制武蔵高校、アメリカ Reedカレッジ卒。

20世紀フォックス映画会社極東宣伝部長、日本リーダーズダイジェスト社代表取締役、西武百貨店取締役などを歴任。1991年、海王コーポレーション(海洋レジャー・スポーツの企画運営等)代表取締役。

日本を代表するヨットマンであり、1986年東京ーグナムレースで優勝、1987年にはメルボルン大阪レースで優勝。日本外洋帆走協会副会長ほか海と船に関する公職多数。



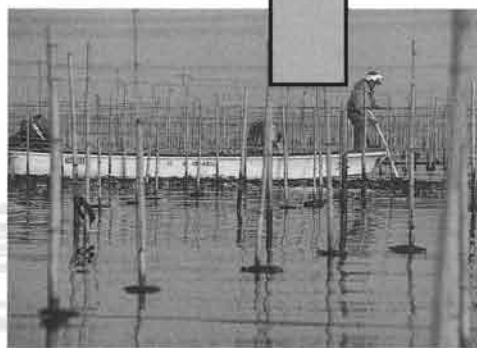
浜を訪ねて

千葉県 木更津

養殖技術の進歩が

船体更新に直結してきます

千葉県木更津市貝測 (株)栄家商店 / 桜井 勝取締役



木更津周辺のノリ養殖はベタ流し(ブイを使い水面にノリ網を張る)が主ですが、ノリヒビもまだ残っています



摘み取りは、まず船外機を上げ、フネごと網に乗り上げます。左手のフックを網にかけ、船を少しずつ移動させ、右手の「パワーライト」で電気掃除器のようにノリを吸いとっていきます。

作業中の小倉源衛さん(60歳)は木更津漁協の理事でベテランの養殖家。「良いノリを育てるには、子供と同じで、ある時期には厳しいシツケが必要」と語り、「ピカッと赤く光って芽の出た来たときは、そりゃうれしい瞬間だね」と、ノリの養殖の面白味を教えてくださいました

浅

草海苔という名称が物語るように、その昔の東京湾は湾岸全体がノリの一大生産地でした。物流と工業の湾になってしまった現在でも、その伝統は東京湾東岸に色濃く残り、千葉県のノリ生産は全国の約5%を占め、しかも高品質で知られています。

「11月、12月に水揚げされる木更津のノリは絶品ですよ。ピロドのよいうな色、つや、柔らかさです」。木更津市のマリンショップ、(株)栄家商店さんは、25B船外機の時代から20年以上、木更津市周辺のノリ養殖漁家のお手伝いをしてきました。

「九州や瀬戸内に比べ小規模ですが、この辺りで使うフネは20〜22尺が中心になりますね」とは、桜井勝取締役の説明です。したがって船外機も30〜40馬力が主力で、「償却期間の関係もあり、代替は5〜7年が一一般的」とのことですが、逆に船体の代替サイクルが短いそうです。

養殖技術と機械化のテンポは急速で、それに合わせた仕様変更の要望が非常に強いのです。



念入りな新規整備が好評

株栄家商店

- 創業……………1967年
- 従業員数……………2名
- 商圏……………木更津周辺
- 年商……………約1億円

(ノリ生産設備の販売を含む)

扱い商品は業務が9割でノリ用和船・船外機が主体。他にアオヤギ漁(大捲漁)向けにW-36クラス、スズキ・アナゴ漁向けのYD-28C、YDX-30Bクラスが出ています。

キャンペーンとしては、毎年3月末、ヤマハ千葉店との共催で、エンジンの無償オイル交換及びグリスアップをサービスしています。「ちょっとした修理で代替を勧めてもダメですね。ロコミでお客を失うこととなります。4年は使ってもらおうという気持ちで、最善の努力をするのが、一番大事だと思います」

栄家さんではむしろ、新規整備を重視し、メーカー出荷時のグリスアップをさらに強化して、お客さまに渡しています。「チルトやスイベルなど、2年ぐらいで重くなるところがかなり防げるんですよ。後の定期点検が楽になるんです」余力を販売強化に振り当てることができます。

●木更津周辺のノリ・カレンダー

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12



- 5月～8月はアサリ漁が主体になります。

「パワーライト」に吸いとられたノリは、途中、「セパレーター」で水と分離され、モーターの後ろに取りつけた袋にボサッ、ボサッとたまる仕組みです



「掃除器」の先端には固定刃と回転刃のカッターが組み込まれています

ノリ網は木更津港のすぐ外に展開しています。夜明け前からノリ漁に精を出す榎本伸二さん(木更津漁協。46歳)は素晴らしいノリを生産することで知られる養殖家。栄家商店さんとは20年以上のお付き合いです。使っているのはヤマハW-20 NFを2隻(撮影用に1隻使わせていただきました)。



栄家商店を仕切る桜井勝さん(45歳)。川崎～木更津に架かる東京湾横断道路の完成をにらんで、将来はプレジャーの扱いを増やしたい意向です。泊地の確保にはすでにメドをつけています

栄一くん(右)は桜井さんのご長男で、将来、お店を継ぐ予定です。機械いじりも好きですが、「海にいるのがもっと好き」という好青年。今春、高校を卒業後、外の会社に修業にでます。時々、榎本さんのフネの「乗り子」を勤めます



二 の場合、艇が大型化するわけではなく、作業性を重視した船型やデッキの細かい改良が要求されます。オモテの高さなど、3センチ刻みで良し悪しが出るほどです。地元にはライバルがあるため、ある意味では時間勝負の側面もあり、桜井さんはその対応に神経を使っています。

「品質には文句のつけようがない。あとは、小量モデルの開発期間をいかに短縮するかが課題でしょう」と、船外機ですでに70%のシェアを占めながらも、桜井さんは攻めの姿勢をくずしません。

後 継者難から養殖漁家の数そのものが減る中で、ユーズアの信頼を勝ち取り着実に売り上げを伸ばしてきた秘訣をうかがうと、桜井さんはキツパリと一言、

「ユーズアによって販売価格を変えないことです」。ヤマハの品質と自社のアフター技術に絶対の自信を持っていればこそその言葉です。

暖かくなってくると、新たにスポーツフィッシングに挑戦するお客さまも増えます。アウトリガーや新しい航海計器の取り付けや調整に、西沢さんも忙しくなります



サービスマンの喜びは お客さまの笑顔に出逢うこと

(有)太平洋マリン/高知県高知市潮新町

西沢 史生さん

黒潮に育まれた南国、土佐の高知。今回は高知県の中心地、はりまや橋から車で10分程のところにある(有)太平洋マリンさんを訪問しました。常務取締役の西沢史生さんは、社長のご子息で「二代目」というわけですが、中学時代には、ヨットや水上スキー、ボードセイリングも楽しんでいた根っからのシーマン。仕事を離れた休日も、時間があればスポーツフィッシングに出るほどの海好き、ボート好きです。

西 沢さんとマリンスポーツとの出会いは社長である父君・春水氏を抜きには語れません。「特に海が好きというよりも、子供ですから冒険的なことが魅力だったんですね。小学生のときには多分自作のものでしょうか、社長(父親)からデインギーをもらいました。セイリングを覚えてくれたのは、ハーバースター達で、その人達とは、いま仕事のお付き合いもさせて頂いています。水上スキーやボードセイリングも中学時代にはやっていました」という恵まれた環境で育った西沢さん。きつと父親の春水氏が将来会社を継がせようと、幼い頃から英才教育を施していたのかも知れません。でも、当の西沢さんは海よりも空に憧れていた時期がありました。

「機械いじりが好きだったこともあって、中学時代、本当に夢中になっていたのはラジコン飛行機ですね。それが高じて高校時代の将来の夢はパイロットでした。で、航空大学を受験したんですが、目が悪かったこともあって、見事落ちてしまいました(笑)」

パ イロットになれないのなら大学には行きたくない、卒業後1年間のアメリカ留学。

「向こうのエンジンメーカーで講習を受けたマリナーを見てまわったりもしましたから、現在の仕事には役立ちましたね」

現在、西沢さんは常務取締役と同時に営業技術主任という役割を担っています。太平洋マリンさんには、技術サービスマンが4人いて、高度なメカニック技術も大きなセールスポイントになっていますから、責任も重大です。

「日頃は、店の工場かマリナーに行っってボートのメンテナンスをするのが主な業務です。土曜日曜は、お客さまと一緒にクルージングやフィッシングに出掛けることもよくあります。特に忙しいのは、新艇の進水式を間近に控えた時。いろいろなオプションを装着したり整備したりで徹夜になることもあります。やはり進水式にはボートを最高の状態にしてお渡したいですからね。当日にお客さまの笑顔を見れば、疲れも忘れてしまいます」

休日にも西沢さんは、よく海に出かけます。「社長はもともとダイビングが好きで、現在でもオリジナルのウェットスーツを製造販売しています。私はスポーツフィッシングが好きで、休みには二人でボートを出すこともあります」

太平洋マリンは高知のスポーツフィッシングクラブ『黒潮トロリングクラブ』の事務局も兼ねています。昨年の八重山の大会でタグ&リリース賞も獲得しました。

「高知でもこの2年くらいは、リールやロッドも大型のものが売れるようになって、スポーツフィッシングが盛んになってきました。私のスポーツフィッシング好きが、少しは役立っているようです」

海を良く知っていて人当たりもよく、多くのお客さまに信頼されている西沢さんに、マリンショップとしてのサービスの心構えを聞

太平洋マリンの店舗は、裏にメカニック工場があり、2階ではウェットスーツを製造しています。店舗の周囲には常時6、7台のボートが展示してありますが、近くに専用のボート展示場もあります

事務所で伝票チェックに追われることもあります。お客さまやボート、エンジンとの付き合いは得意な西沢さんですが、これからは経理や人事など、会社全体を把握する勉強が課題だといいます

シーズンに合わせて店内のレイアウトも考えます。高知でのボートینگは何といっても釣りが主流。特にスポーツフィッシングの需要は高まっていて、リールやロッドの品揃えを充実させています

シーズンの土曜・日曜ともなると、クルージングやフィッシングへの誘いも多くなります。西沢さんは「もともと好きだし、いいお客さまばかりなので仕事といっても苦になりません」と、楽しそうです



有太平洋マリン

- 代表取締役／西沢春水
- 創業／昭和39年4月
- 資本金／260万円
- 従業員／10名

太平洋マリンには4人のサービスマンがいます。エンジンの修理や調整はもちろん、ステンレスの加工や難しい溶接などにも定評があります

店舗の前で、社長であり父親である西沢春水さん(右)と。春水さんは昭和39年4月に太平洋マリンを創業。当初はダイビングが中心だったそうですが、スポーツフィッシングも水上スキーもこなす大ベテランです

いてみました。

「フィッシングやクルージングなどの情報の提供はマリンショップとしては欠かせないサービスです。それと、技術的にしつかりしていることは必要ですが、同時にお客さまが何を望んでいるのか、どうしたいのか、ということをしつかり聞き出すことが大切だと思います。私達の役割はお客さまがそれぞれのマリナライフを快適に過ごせるように手助けすることです。そして、お客さまの満足した笑顔に数多く出会うことが、サービスマンとしてのやり甲斐だと思います」

仕事から離れたところでも西沢さんは多忙です。スイングジャズのビッグバンドでドラムを担当。「毎週月曜の夜に練習するので月曜バンド」に所属しているのです。また、家族との時間も大切にしています。

「子供達とドライブやキャンプに行きたいのですがなかなか時間がなくて……。最近では長男が5歳になったので、ボートに連れていくようにしていますが、結構喜んでいます」

最後に、将来の夢に関しては次のように語ってくれました。

「当面の問題としては、サービスの部分だけでなく、営業や経理関係など、会社全体のことを、もっと勉強しなければいけません。将来的には、お客さまが1日のんびり過ごせるような、ゆったりしたマリナーを造りたいと思っています。まだ具体的には何も無い、ホントの夢ですけど」

何年後か、高知の新しいマリナーには、西沢さんの清々しい笑顔が、三代目と共に見られるかもしれません。

★このコーナーに関するお問い合わせは、ヤマハの各販売会社、または担当セールスマンにお尋ねください。

CAMPAIGN

「ご利用ください」
ボートライセンス・全国統一
《HAPPYマリン・キャンペーン》
ツール



ヤマハでは、4月30日まで全国統一のボートライセンス活性化キャンペーン「HAPPYマリンキャンペーン」を実施しています。期間中に受講された方には、オリジナルテレフォンカードをプレゼント。告知ツールとしてポスターや店頭用POPのご用意がございますので、有効にご利用ください。



「Catch the Summer '92」 海びんごきょく

'92マリン・シーズンスタートに向けて、7月31日まで「Catch the Summer '92」海で会いましょうのテーマを掲げ全国統一のキャンペーンを展開いたします。キャンペーンは2種類です。このキャンペーンをぜひ、ボート、ヨット、MJの拡販に、ご利用ください。

- ファミリーボート・フィッシングボート・釣りレジャー和船 拡販セール
- 対象艇/主にファミリーボート(FR-24、23、21、17、SR-17)、フィッシングボート(UF-25、23、20)、釣りレジャー和船(FW-23、W-14CH、17AH、19FH、19EH(EH-2)、19CF-5、20CF-5、23FF-5、25DH) ※地域によって異なります
- 特典/地域によって異なります
- キャンペーンツール/ポスター、チラシ、DMがありますので有効にご利用下さい。
- マリンジェット拡販セール
- 対象艇/マリンジェット全艇種(MJ-65OMPは除く)
- 特典/ユーザーに写真のMJチェアを進呈。期間中に(第II期)の数量契約×110%伸長のお店に対し楽しみな特典があります
- キャンペーンツール/チラシ、MJチェア(プレミアム用)など有効にご利用ください。



GOODS

コンパクト・簡単操作を追求した GPS航法装置KGL-95

写真のKGP-95は、速度、針路、目的地、方位、コースのずれ、目的地までの距離と所要時間、平均速度、平均方位情報などを表示できる高精度、高機能のGPS航法装置です。今やその精密性から、航法装置の主流となりつつあるGPSですが、この製品は従来のものよりもさらにコンパクトで操作も簡単、しかも豊富な機能が付いています。お客様に、ぜひお勧めください。



No. 90794-33074
¥238,000

- 特長**
- デジタル5チャンネルパラレル受信方式
 - 初期設定不要のフルオート
 - 電源を入れるだけで現在位置表示
 - 3段階表示のLCDで、位置情報(緯度、経度またはロランCLOP)と2種類の操船情報を表示
 - 磁気偏差による方位ずれを自動補正
 - 現在位置を10地点まで登録
 - 任意位置を89地点まで登録
 - 衛星からの受信状態をモニター
 - 航法モードで、目的地までのコースに対するずれを距離(コースずれ)と角度(偏位角)で表示

水上スキーシーズンに向けて ベスト、ロープ、板の3点セット

お客様のボートライフの幅が広がり、年々ボートオーナーの方々の間で水上スキーファンが増えています。水上スキー用品は今やマリンショップにとって必須アイテムのひとつ。そこで今年の本格的マリンシーズンに向け、ベスト、ロープ、板の初心者向け3点セット(サイプレス)を取り揃えました。黄色を基調としたカラフルなデザインの板と、紫色を基調としたベストとロープは、まっ白なシュプールにひととき映えます。



No. 90794-43158
¥59,000 (FRP製)

SCHOOL

ヤマハ スポーツフィッシングスクール 参加者募集中!!

これからスポーツフィッシングを始めようという方や、さらなるグレードアップを目指すボートオーナーの方を対象に、今年も「ヤマハスポーツフィッシングスクール」を開催いたします。

IGFAのルールに基づいた講習内容で、座学、船上実践をミックスした充実のカリキュラムです。また、スクールにはライトタックルフィッシングコースとビルフィッシングコースがあります。内容にあわせてお客さまにお勧めください。

●受講料/ライトタックルフィッシングコース……15000~30000円
ビルフィッシングコース……6000~70000円

●講師/IGFAルールに熟知したインストラクター
●申込締切/開催日の10日前

'92 スポーツフィッシングスクール日程			
地区	コース	実施月	開催会場
北海道	1日	5,6月	マリンウェーブ小樽
東北	1日	7,8,9月	ヤマハSC塩釜
東京	1日	4/26,5/17,8/9,9/6	葉山マリーナ
	2日	6/27・28,7/18・19	葉山マリーナ(城ヶ島ブルーマリン泊)
中部	1日	5/17,6/28,7/17,8/28,9/13,10/11	名鉄西浦マリーナ
関西	1日	6/21,9/23,10/4	深日ボートマリーナ(大阪)
	2日	4/25-26,5/16・17,8/22・23	深日ボートマリーナ(大阪)
	2日	6/27・28	舞鶴(京都)
中国	1日	5,6月	未定
四国	1日	5/9	屋島マリーナ(香川)
		5/23,24	ヤマイチマリン(松山)
	2日	6/6・7(6/6夜座学)	ロイヤルマリン(高知)
九州	1日	5/24,6/14(福岡店)	海の中道マリーナ(福岡)
		5/17,6/7(小倉店)	ヨットハーバー芦屋(小倉)
		7/18,19,8/8,9(Y熊本)	ヤマハバールマリーナ(天草)
		4,6,8月上旬(マリコム九州)	シーサイドももち「マリゾン」(福岡)

EVENT

「ルールとマナー」の遵守が参加資格 '92全国一斉MJツリーディングDAY



昨年まで行われていた全国一斉MJ DAYが、今年は5月17日(日)に'92全国一斉MJツリーディングDAYと装い新たに全国各地で開催されます。

ツリーディングはレースのような高度な技術を必要とするわけではなく、「ルールとマナー」を守る人であれば誰でも参加することが可能です。日頃見られない大自然との出会いや新しいMJ仲間との出会いも楽しいものです。具体的なツリーディングのコースは、今後、各地区で決定されます。お客さまに、ぜひ参加をお勧めください。

ひと足早い、夏を満喫 八重山マリンカーニバル'92 inはいむるぶし

今年も、沖縄の小浜島「はいむるぶし」をベースに、「八重山マリンカーニバル'92 inはいむるぶし」が行われます。メインイベントは例年通り、スポーツフィッシング、ダイビング、マリッジェットです。それぞれのカーニバル中、花火大会、パーティ、ビーチコンサートなどがあり、盛りだくさんのオブションプレイも楽しめます。

お客さまに、ひと足早い夏のイベントをご紹介ください。



八重山ビルフィッシングシュートナメント'92

▼5月21日(木)・23日(土)
未知の大物が潜む八重山の海でビッグゲームフィッシングを楽しみます。

MORE FUN DIVING

▼5月28日(木)・30日(土)
もっと潜りたい人のためにレンタルのダイブコンピューターを用意、一日3ダイブにチャレンジ。また、スクーパーボーンの展示と体験モニターも実施します。

マリッジェットアドベンチャーツリーディング

▼6月4日(木)・7日(日)
小浜島から西表島・南風見田海岸・鹿ノ川湾・新城島(ばなり)をまわる魅惑のMJツリーディングです。

ヤマハセイリング協会 YSA の 活動スケジュールが決定

デインギーフアン待望の今年のYSA各支部のレーススケジュールが決まりました。この中でも、代表的なレースをご紹介します。

■シーホッパー級(SR) 東日本選手権大会
6月20日(土)・21日(日)・北海道 江差

■シーホッパー級(SR) 西日本選手権大会
4月25日(土)・26日(日)・香川県 志度

■第18回ヤマハヨットウィーク in 浜名湖
5月29日(土)・31日(日)・静岡県 浜名湖

■第18回全日本シーホッパー級ヨット選手権
第3回全日本女子シーホッパー級SRヨット選手権大会
10月15日(木)・18日(日)・香川県 仁尾町

★YSA 会員募集中★

ただ今、YSAの会員を募集しています。ヤマハデインギークラスのオーナーなら、どなたでも、また、そのクルーや、オーナーの仲間、家族の方も、オーナーの艇に登録できます。

ここで紹介したレースに楽しく参加するためにも、デインギーフアンのお客さまに、ぜひ入会をお勧めください。

※詳しくはヤマハ販売会社のYSA担当者までお問い合わせください。

鳥羽カップマッチレースを目標して 全国マッチレース、いよいよ開催

アメリカズカップやニッポンカップのテレビ放映などですっかり定着したマッチレース。そのマッチレースをお客さまに広く体験していただくため「全国マッチレース」が全国8地区で開催されます。

例年どおり各地区の勝者には、9月3日から開催される「鳥羽カップ・マッチレース'92」への出場権が与えられます。

ヨットファンのお客さまにお知らせするとともに、こいっしょに観戦されてもおもしろそうです。

TOPICS

セールス活動の活性化をめざして
ヤマハ熊本が3隻の試乗艇を進水

島原湾や天草灘を活動ベースとして、マリンスポーツ・レジャーの振興に尽力するヤマハ熊本㈱が、マリンスポーツの体験機会を増



自分の名字を艇名に採用されて興奮気味の管理担当者達

やすことにより新規需要層の開拓をめざして、このほど3隻のフィッシングボートを社有艇として進水させました。

この3隻は、(F-R-24)、(F-R-28)、(H-U-F-27)で、同社ではこれらの試乗艇の管理をマリン営業担当者3名にそれぞれ委託して、カタログを中心としたセールス活動から脱却した実艇による試乗アプローチの展開を図っています。

晴天に恵まれた3月3日(火)、合同進水式の会場となったヤマハパールマリナーには、



同社のマリン関係者をはじめ傘下のマリシヨップの方々も参集し、とどおりなく神事が行われたもの。山本社長は「マリシヨップさんも含めて大いに利用してこそ意味がある」と、その活用に期待を賭けていました。

第31回東京国際ボートショーにおいて
'92ヤマハマリンレディ5名がデビュー

去る1月14日の最終選考会において選出された「'92ヤマハマリンレディ「ミュー」」の5名が、第31回東京国際ボートショー(2月11日~16日)においてデビューいたしました。

ヤマハマリンレディはヤマハマリン事業のイメージガールとして、ヤマハ関連のマリンイベントに参加したり、マスコミの取材や販促ツールなどへモデルとして出演、また、これらの活動を通じてマリンスポーツの魅力や安全な楽しみ方の訴求や、マナーの向上を図ることを目的としています。

今年で5年目をむかえるマリンレディ。今年には4~5名の一般公募の中から最終選考会に35名が臨み、写真の5名が選出されました。



写真右より西浦ますみ(18歳)、上野貴子(19歳)、小林典子(23歳)、倉橋町枝(21歳)、波根展乃(19歳)の各嬢

今年一年間、ヤマハのさまざまなマリニ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ひ致します。

WORLD of YAMAHA

風間深志さんとともに南極点を極めた
ヤマハOU70
『ウイスパーク・ダンサー』



史上初のバイクによる南極点到達に挑んだ冒険家、風間深志さん(41)は、南極大陸約2,000キロを走破、日本時間の1月3日に南極点に立ち、昭和62年の北極点に続き、バイクによる両極点走破を成し遂げ大きな話題を集めました。

今回の南極遠征の目的は、史上初のモーターサイクルによる南極点踏破を通じて地球環境問題への認識を広め、同時にモーターサイクルと自然との共存を世界にアピールすることでした。

この偉大な冒険のために開発されたスーパーバイクがヤマハOU70『ウイスパーク・ダンサー』です。その開発においては、極地での始動性や機能はもちろん、低騒音、低公害の極限に挑戦することが要求されました。

騒音面では、吸気と排気に大型のサイレンサーをつけ、エンジンを水冷にし、それら全体をFRPと吸音材を組み合わせた特殊なカウリングで覆うことで対処。公害面では、低温での始動性とメンテナンスを考慮し、2サイクルエンジンを採用、HC(炭化水素)とCO(一酸化炭素)の除去のために触媒を使

用しました。

こうして徹底した騒音対策、低公害化が施された『ウイスパーク・ダンサー』は来たるべき公害規制対策モーターサイクルの出発点としても、重要な役割を担いました。

ジョーダン・ヤマハ
第二戦南アフリカGP結果&
F1観戦ツアー情報

いよいよF1グランプリが開幕しました。今、シーズン、ヤマハはジョーダン・グランプリチームと組みF1グランプリにエントリーしています。

第一戦、7年ぶりに開催された南アフリカGPに臨んだ『サウル・ジョーダン・ヤマハチーム』は、ステファノ・モテナ選手が予選落ちを喫するという厳しいスタートとなったものの、公式予選ではモテナと同じエンジン・オーバードライブで悩まされたマウリシオ・グージェルミン選手が3月1日に行われた決勝で、みごとに11位という成績を収めました。

■F1モナコGP観戦ツアー

今年のF1は全16戦あります。株ヤマハトラベルサービスでは、その中の第6戦目にあたる、『モナコGP観戦ツアー』を企画しました。今回のこのツアーはジョーダン・ヤマハチームの全面協力により、レース関係者だけが入れる特別観戦席『パドック・クラブ』のチケット付き。最高のロケーションで観戦できます。

●日程/5月27日(水)~6月3日(水)

●内容/モナコGP観戦、ジョーダン・ヤマハチームとの会食、ニース市内観光、ロンドン市内観光など

●料金/750,000円(1名) 東京、大阪、福岡発着

※お問い合わせは株ヤマハトラベルサービス
053-4600-2567

〈SR-30SP〉今回のボートショーでデビューしたニューモデル。SRシリーズの最大モデルとして開発され、快適な加速性、高速性、乗り心地を実現させるためデュオ・デルタコニック・ハルを採用。船外機部分にはデッキと一体化したハードカバーが設けられ、美しい外観を生み出しています



〈JET BUDDY／参考出展〉マリンジェットのパレイアイテムをさらに広げるニューコンセプトクラフト。ドッキングタイプとブルタイプの2種類が展示され、マリンジェットの推進力で航行し、ポンツーンボートとして、また、クルージングも楽しめるという全く新しい発想が注目を集めました



〈フェニックス／参考出展〉この人力による水中翼船は、ペダルからチェーン、ベベルギヤを介してプロペラを回転させ、その推力で走るものです。離水速度10.8km/hを超えると水中翼が効果を発し船体を浮上させ、ミズマシのように滑走、巡航速度18km/hという驚くほどのスピードを実現します

本物のマリンブームを感じさせた 東京・大阪の国際ボートショー



〈OR-55／参考出展〉地球環境重視の視点から企画された、太陽エネルギーを利用するコンセプトボートで、リゾート地や観光地などの遊覧船として開発されたものです。全長は5.73m。天井のソーラーパネルからエネルギーを吸収、充電コントローラーからバッテリーを介し、ヤマハの電動モーターを作動させるシステム。音や振動がほとんど無いことも特長です

本格的なマリンシーズンの到来を告げる「第31回東京国際ボートショー」、「第7回大阪国際ボートショー」が、盛況のうち幕を閉じました。両ボートショーの出展社数と入場者数は、東京が185社、6日間で116,480名、大阪が72社、4日間で54,321名（共に舟艇工業会発表）。

この数字だけを見ると、確かに昨年を下回り、バブル経済の崩壊の影響を受けたと分析できるかもしれませんが。それでも関係者は、「確かに買い控えというケースはあるかもしれないが、来場者のマリンに対する関心はこれまで以上のものを感じる。本物のマリンブームの到来を感じさせます」と口を揃えるようにボートショーの感想を語っていました。

こうした言葉を裏づけるかのよう、ヤマハばかりでなく出展各社は熱の入った展示、演出で、今回の国際ボートショーを盛り上げていました。

ヤマハではテーマに「海で会いましょう」を

掲げ、海で得られる感動をさまざまな演出で表現しました。東京でのボートショーを例にあげると、屋外では本格的コンバーチブル〈PC-43〉、海の別荘を思わせる〈フィロソファ-45〉、ゴージャスなサロンクルーザー〈SC-60〉など大型艇を展示。屋内では、パワーボート、フィッシングボート、セイリングクルーザー、ディンギーなどラインナップモデルのほか、新製品〈SR-30SP〉、さらにソーラーボートや人力水中翼船などヤマハのテクノロジーを集めた参考出展モデルも多くの来場者の目を引いていました。

また、これらのハードの展示のほか、スポーツフィッシングや各種スクール、協会活動、プレイフィールドの紹介など、多岐にわたるソフトを幅広い人々に提供し、その手応えを得ることができました。ヤマハでは今後もハードからソフトまでをより充実、さまざまな形で、みなさまのビジネスにお役に立てる環境造りを推進してまいります。ご期待ください。



地元の河川岸壁に並ぶヤマハのポート。ここに係留されている多くのポートは株サンヨーさんが販売して、アフターケアを行っています



国道沿いに構える株サンヨー本店社屋。地の利に恵まれ、お客さまは気軽に車で来られます。2階ではポート免許教室なども行われ、ポートファンの底辺拡大にも力を入れています



国道を挟んで本店の向かいにある南店は展示場とともにサービスの拠点でもあります。ここでは頻繁に航海計器の取り付けが行われています。写真はサービス担当の黒田さん

航海計器販売に力を注いだ15年 魚探だけでも400台以上の実績

兵庫県姫路市／株式会社サンヨー

あると便利な航海計器。でも取付から始まって操作を覚えるまでがひと苦労です。使い方がわからなくなると、そのつど販売店へ駆け込むお客さまも多いことと思います。販売してからアフターケアまで、一貫して手間のかかる仕事ですが、今回ご紹介する姫路市の株サンヨーさんは、創業当時から今日にいたるまで、艇体販売はもとより、それに付随する各種の航海計器をお客さまのニーズに合わせて積極的にセールス展開し続けています。関西地区における用品のご商売ではトップクラスの実績を持つ、株サンヨーの嶋田憲吾社長に、航海計器のご商売について、いろいろとお話を伺ってみました。

口コミほど強い宣伝効果はない！

瀬戸内海に面した兵庫県姫路市は、家島群島を目の前に控え、小豆島や淡路島などへもすぐ手が届く距離。なんともうらやましいロケーションです。

株サンヨーさんは、昭和50年、そんなポート天国の地に設立され、社長の嶋田さんを含めて現在9名のスタッフが活躍中。西は相生市、東は加古川市までを商圏としながら地元姫路

市を中心にポートオーナーの信頼を集めています。

「この辺のポートオーナーさんは、ほとんどが釣り指向。創業当時から魚探が良く売れました。当時はまだ記録紙を使うタイプがありませんでしたが、その後ブラウン管方式がでたり液晶のものが出たりして、買い換え需要にも恵まれて来ました。うちのお客さまの9割が魚探を付けていると思いますよ」と齒切れのよい返事が返ってきました。



「この仕事を始めた当時、ヤマハの担当セールスの方が航海計器を売ろうと積極的だったんです。そして去年まで15年間、わが社の担当マンとして、いっしょに市場開拓に携わってくれました。彼のおかげで早い時期から市場に参入できた成果がいまあるわけです」

釣りマニアが多いというこの海域の将来性に早くから目を付け、最初は魚探からアプローチをかけたとのこと。これが成功に結びついた最初の鍵と言えそうです。実際の販促活動はどのようなものだったのでしょうか？

「釣りマニアは、沖のポイントで仲間と落ち合いますが、その時が勝負です。良い計器を付けて、たくさん釣れたら、その場であつという間に話題になります。実際の現場で見ることになりますから、その宣伝効果は抜群です。さっそく自分も同じ物が欲しいと店の戸を叩きに來るわけです」

オリジナル・マニュアルでフォロー

口コミの効果は大きいようですが、逆に言



フルノのGPS/GP-1250も今後期待される製品のひとつ



㈱サンヨーさんの売れ筋商品の1つが、この魚探・YFV-630 II。ヤマハのオリジナルで、148,000円という手頃な価格と、高性能、高精度が人気です

目につきやすいディスプレイで、お客様の興味を引きます。売れ筋商品を厳選、わかりやすい説明書を添えています

例えばその分、いい加減なことではできません。アフターケアについて、特に何か力を入れていることがあるのでしょうか？

「ロランからGPSと、年々計器は高度・精密化していきます。その中で、購入したのはよいけれどマニュアルが複雑過ぎて、よく理解できないお客さまも多い。製品でも取扱いが複雑なのは自然に敬遠されてしまいます。私どもでは、売れすじ商品に関しては、独自のオリジナル・マニュアルを作っています。これは本当に簡単な刷り物ですが、最もよく使う機能に絞って説明していますので、好評のようです。また、納艇の際にボートの説明と合わせて計器の説明もしっかりやっておくと、けっこう覚えてもらえますよ」

以前は実際にお客さまのボートの上でマンツーマンで説明していたという嶋田さん。最近では、このような販売のアイデアによって、使いかたがわからないというクレームは少なくなったそうです。しかも今ではベテランの



㈱サンヨーの社長、嶋田豊吾さん。独立直後のオイルショックでしばらくの間はつらかったとのことですが、今では400名以上の顧客を抱え、関西でもトップクラスの航海計器販売の実績を誇り、地元オーナーさんから信頼を集めています

サービスマンが、現場をしっかりと固めています。

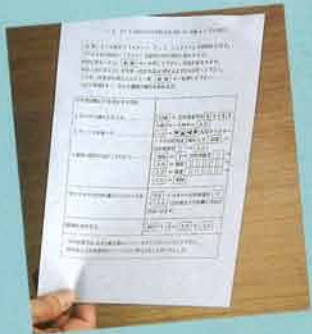
そんな嶋田さんの心強い味方、サービス担当の黒田さんにもお話を聞きました。

サービスは販売戦略の要です

「最近のお客さまは、かなり航海計器を使い慣れて来ていますよ。フィッシング・ポイントへいち早く、しかも正確な場所へ誰もが行きがります。ロランやGPSなどをフルに活用して、ウエイポイントをシビアにインプットしています」(黒田さん)

航海計器を販売する上で、サービスマンは重要な位置を占めることになる、嶋田さんは断言します。

「黒田君は、昭和53年入社以来、航海計器に関して、ずっとお客様との接点となっています。彼から製品が売れることも多く、営業的にも活躍してもらっています。知らぬ間に黒田君は有名人になってしまいました(笑)」



フルノのプロッター用に作られたオリジナルマニュアル。地元オーナーさんのボートの乗り方を考慮に入れながら親切に解説しています

どうしても技術的な相談を受けるサービスマンは、お客さまにとっては頼りの綱であるようです。そのお客さま、特に新規のユーザーを獲得するにあたって何かアイデアをお持ちでしょうか？

「展示商談会を年2回行っておりますが、新聞広告などを見て初めて訪れるお客さまもけっこういます。また、免許教室を行っています。ここに集まった生徒さんたちは将来のお得意さま。積極的に商品を紹介しています」

DMや新聞広告などは、欠かせない販促材料のようです。年2回の展示商談会は、艇体販売がメインなのですが、航海計器もかなりの予約をいただくとのことでした。最後に、最近よく売れている機種と、今年の感触についてお聞きしました。

「魚探ではヤマハのYFV-630 II。ロランプロッターはフルノのLPI-250でしょう。GPSではコーデンのKGP95ですが、今年になってからお客さまの間でもGPSの関心が高まってきました。ヤマハさんでも価格を抑えた新機種をいろいろと取り揃えてきましたので、これからはGPSの商談が増えそうです」

長年のキャリアと信頼できるスタッフ。そして独自の展示場を本店の向かいに控えた㈱サンヨーさん。これからも地元のお客さまを中心に、積極的なセールスを展開して行くこととしましょう。

海が好き、
ヤマハが好き。

10



UF-20ⅡDX

浜名湖といえば、うなぎやノリの養殖が盛んな、波静かな恵まれた水域。魚影も濃く、釣りファンにはこたえられないフィールドになっています。

「毎週貸しボートで釣りに出ていましたが、買った方が安上がりだと思い、15年ほど前に最初のボートを買いました。それからというもの、暇さえあれば湖の上。このタックルが発売された時は、コレだと思い、迷わず買い替えました」

浜名湖で25年以上も釣りに親しんでいる、奥井修平さん(60歳)が選んだ2代目のマイボートはヤマハ・タックル、UF-20ⅡDXでした。

「これは、小さいけれどキャビンがついているから何かと便利。子供を連れていても、雨が降って来たら中に入れられるので安心です」

このボートを手にしてから、釣り以外にも、島に渡ってバーベキューをするなど、家族ぐるみ



奥井さん(右)と坂原さんは共にタックル-20のオーナーです。遊ぶ機会が増えたそうです。

「船は自分一人では買えませんよ。やっぱりカミさんにも興味を持ってもらわないとね……。おもしろいですよ、夫婦喧嘩をした後、二人で湖上に出ると、お互いにそれまでのことを忘れてしまう。でも、家に帰ると思い出して、また一戦交えることになってしまうんです。まあ、それだけボートに乗ることが楽しいということですかね(笑)」

その奥井さんに、最近うれしい仲間ができました。亡き釣り友達の子息さん、坂原勲美さん(48歳)が同じ船を買って、同じ船だまりに置いたからです。

「19フィートのヤマハの和船に2年間乗っていましたが、奥井さんのボートを見せてもらい、自分もこれに決めました。購入したのが今年の2月。まだ慣らし運転が終わったばかりという感じですが、奥井さんと同じように家族でレジャー中心に楽しんで行きたいですね。このボートは、利用価値が高いのが魅力です」

今、坂原さんは家を離れて大学に通っている息子さんに「早くボート免許を取って来い」としきりに誘いをかけているそうです。

なにやら、今年の夏はおもしろくなりそうな雰囲気坂原さんご一家。そして、仲間ができて、いつもの年より忙しくなりそうな奥井さん。浜名湖を舞台に、タックル-20の活躍が続きます。