

ヤマハ マリン ニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.84

特集 紹介と代替を生む、顧客フォロー

- 紹介と代替に至る顧客フォロー成功事例
 - プロショップにみる『代替』訴求ポイント
- 注目される北海道のショップ戦略

'92
6・7
月号



'92 YAMAHA BOAT & YACHT

新製品 FW-23

年々人気が高まるボートフィッシング。それとともに、ヤマハのUFシリーズなどのフィッシングボートの需要も著しい伸長をみせています。さらに並行して、リーズナブルでシンプルな汎用和船、いわゆるWシリーズも釣りマニアの間で根強い人気を保ってきました。今年4月に発売したFW-23はこの汎用和船にさらなる高性能、高品質、充実した釣り機能を加えたニューモデルです。キーワードは「カジュアル&リーズナブル」。マニアックなフィッシングライフに、ひとつのツールとして取り入れることのできる一艇です。



リモコン操作が容易なステアリングボックス

機能性を追求し、ステアリング、リモコン操作を容易に。ダッシュボードには6インチまでのカラー魚探の装着が可能な専用ボックスを装備して、操船しながらの魚探の操作、画面の確認を容易にしています。

充実のバウデッキ

バウデッキには、アンカー、ロープ等を収納する物入れに加え、ステアリングボックス前部にも物入れを装備。この物入れは、スカッパを取り付けることでイケースとしても使用が可能です。

釣りに適したブルワーク高

ブルワークの高さは中央で430mm、スターンで500mm。スムーズな竿出しや、取り込み易さを実現しています。また、ガンネルは、オーニングやロッドホルダー等が取り付け易いオープン仕様とし、現地機装における簡便性を高めています。

●商品告知ポスター



●商品カタログ

●商品説明ビデオ



●FW-23の販促ツールはお揃いですか？

「FW-23」のより効果的な販売促進活動を推進していただくため、商品告知ポスター、商品説明ビデオなどの販促ツールをご用意しております。販売マニュアル、カタログ等の基本ツールと併せてぜひご活用ください。

This is it!



85馬力CVモデルを標準装備

業務用エンジンとして定評のあるCVモデル船外機を標準装備したことで、信頼性、スピード性に加え、購入のし易さをアピールできます。操舵システムは油圧ステアリングを標準装備し、操船性能を向上させています。

ニューモデル・FW-23 セールスポイントを再チェック!

釣り機能を十分に意識した スターンデッキ

1200×1720mmという余裕の釣りスペースを確保したばかりでなく、スターンにイケスを標準装備し、釣りにおける利便性を向上させています。また、スターンにイケスを設置したことで、イケスの深さを十分に確保しています。



＜主要諸元＞

- 全長.....7.00m
- 全幅.....2.00m
- 全深.....0.89m
- 定員.....8名
- 最大保証馬力.....85PS
- 航行区域.....限定沿海

独自の船体形状を採用

浅めの乾舷とコンパクトなステアリングボックスは風流れを最少限に抑え、アンカリング、流し釣りに威力を発揮します。また和船に比べ船底勾配に角度をつけ、ストライブを入れることで走航性能を高めています。

CONCEPT

●汎用和船をベースに釣り機能をプラス

本格釣りレジャー和船「FW-23」の商品コンセプトは、無駄な要素を削り、機能とグレードの高い先進的な「新しい本物」。高機能・高デザインを持ちながら100万円台というリーズナブルプライスで、UFシリーズとは一線を画した、新たな需要層が狙えます。

リーズナブル&カジュアル FW-23



- ハイクオリティ
- ハイマテリアル
- ハイデザイン
- ハイファッション

汎用和船

SP GUIDE

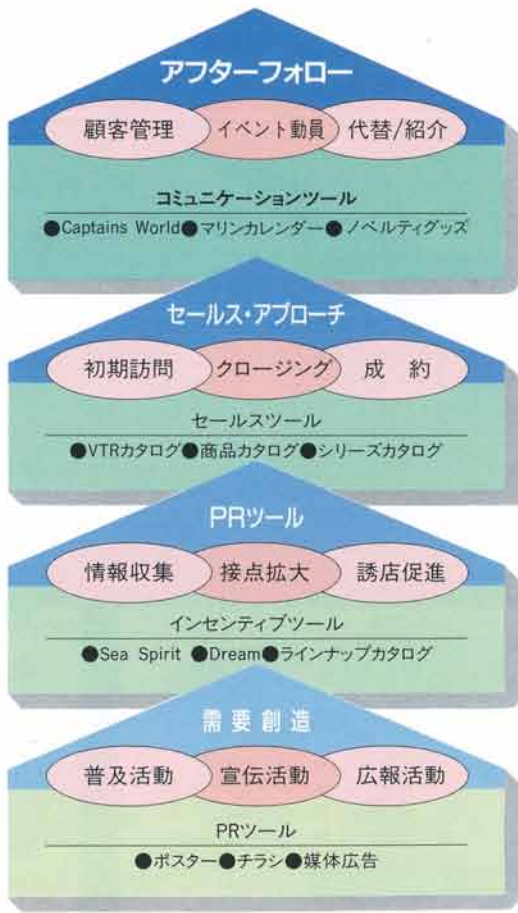
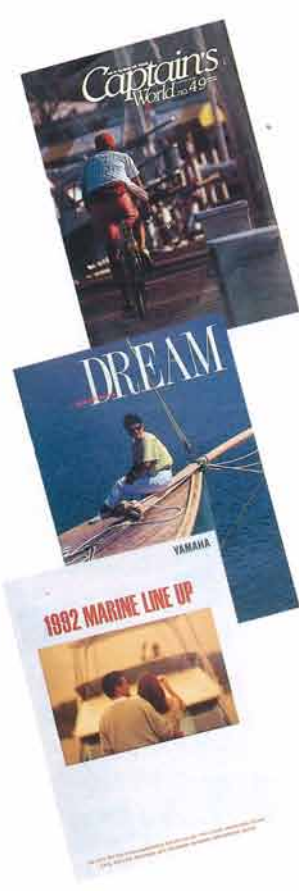
●拡販キャンペーン実施中!

すでにご存知のように、ヤマハでは「Catch the Summer'92 海で会いましょう」と題したプレミアムセールを7月31日まで実施中です。期間中ご成約の方にプレゼントを進呈するこのキャンペーンを徹底的に告知、ご活用いただき、ニューモデル「FW-23」の拡販にお役立てください。

特集

紹介と代替を生む、顧客フォロー

長年にわたる「商売」の中で、最も印象に残っている成約にいたるキッカケといえは、何を思い浮かべますか？
 一つひとつのご商売にそれぞれ思いはあるでしょうが、なかでもお客さまとの長いおつき合いの中から生まれた『代替』や『紹介』はひととき印象も深いことと思われます。
 そこで今号では、そうした『代替』や『紹介』に焦点をあて、「お客さまとの『コミュニケーション』や『顧客フォロー』のあり方について考えをみる」といたしました。



検証① 代替、紹介に至る顧客フォロー成功事例

セントラルボート機浦安店／マリンドラサ
岡本清さん

ボーディングプロ・アオキボート／マリッシュヨブ
風間清さん

南平野ボート／マリンドラサ
杉田誠治さん

顧客フォローのポイント

販売艇▼

客層▼

他の候補艇▼

代替の
きつかけ、理由▼

紹介者との
コミュニケーション▼

販売艇▼

紹介者▼

客層▼

紹介後の
フォロー▼

代替前の
コミュニケーション▼

S F I 51

- 職業、年齢……………自営業（50歳）
- 所有艇、乗艇年数……………カーバー38（1年）
- 楽しみ方……………クルージング&フィッシング

より走航性能の高いボートを求めている。ボートショーで実艇を見て決定。

サービスショップのある浦安マリナーのお客さままで、普段、修理やメンテナンスを誠心的に見ていた。時にはクルージング等に同行することも。

S R I 25

- 職業、年齢……………自営業（40歳）
- 所有艇、ボート歴……………デヘラー34（20年）
- 店との交際年数……………約5年
- 職業、年齢……………自営業（56歳）
- 紹介者との関係……………友人
- ボート歴……………3年

3回ほどの商談で、実艇に試乗して最終決定。

代替のケースと同様、メンテナンスを通しての付き合い

浦安店は原則として物販はせず、お客さまには木更津の本店でお買い上げいただくことになり。いわば浦安は「サービスを売る店」として割り切っていますので、他社艇のお客さまに対しても積極的にメンテナンスにあたりたいです。
S R 25のお客さまとの商談時にはサービス工場を実際に見ていただきアフターフォローの充実を理解していただきましたが、それが購入の決定打になったように思います。（談）

P C I 27

- 職業、年齢……………自営業（50歳）
- 所有艇、乗艇年数……………F R 27（2、5年）
- 楽しみ方……………フィッシング

新しい物が好きな方で代替を急いでいた。ディーゼル2基掛を希望し、マリナーの都合で27に決定。

日曜日の翌日は必ずといっていいほど来店し、前日の釣りについての話をよくしていた。イベントにも積極的に参加していた。

P C I 27

- 職業、年齢……………会社社長（60歳）
- 所有艇、ボート歴……………ナシ
- 店との交際年数……………ナシ
- 職業、年齢……………会社社長（60歳）
- 紹介者との関係……………友人
- ボート歴……………ナシ

飛び込みで来店し、その場で見積り、成約。

特に面識の無い方が、昔から永くボート店を営んでいた同店を知っており、お客さまを紹介してくれた。

ボートに関しては、毎月1回の釣りのイベントに参加していただき、お客さまとコミュニケーションを図っていますが、なるべく来店していただいて会話することが、基本にあります。（※詳しくはP 88。この場合の紹介は、うちの立地条件が有利に働いたと思っています。環八に看板を出して20年になりますので。）（談）

S C I 32

- 職業、年齢……………自営業（52歳）
- 所有艇、乗艇年数……………F R 26（8カ月）
- 楽しみ方……………ファミリークルージング

より遠くへのクルージングに憧れており、家族ぐるみでゆとりのあるボートを探していた。ボートショーで実艇を見て決定。

マリナーをフィールドに家族ぐるみの付き合い。同乗してフィッシングを楽しむなどしてきた。

U F I 30

- 職業、年齢……………会社員（50歳）
- 所有艇、ボート歴……………ナシ
- 店との交際年数……………約2年
- 職業、年齢……………マリン同好会
- 紹介者との関係……………右記同好会のメンバー
- ボート歴……………ナシ

5、6回にわたって来店し商談成立

海の好きなお客さままで何度か釣りの話題など雑談を交わっていたマリナー内のレストラン利用客。

代替していただいたお客さまとはマリナーのレストランで食事や魚の話をしたり、フライベイトでも誕生日パーティを開いたりなどとしてお付き合いしてきました。
お客さまの誕生日を覚えておくのはコミュニケーションのひとつ手段となります。紹介の場合のお客さまはレストランの利用客だったんですが、私たちはここにいらずにやる方は何らかの形で海に興味を持っているものとして接しています。普段からきつかけつくりを意識してこうしてお客さまとも接していたわけです。（談）





有涵沼ヨットハーバー／マリンシヨップ

白田忠教さん

販売艇▼

客層▼

他の候補艇▼

代替の
きっかけ、理由▼

代替前の
コミュニケーション▼

販売艇▼

紹介者▼

客層▼

紹介後の
アプローチ▼

紹介者との
コミュニケーション▼

PC 27

- 職業、年齢……会社社長（53歳）
- 所有艇、乗艇年数……FR 27（1年）
- 楽しみ方……フィッシング

シレイ、ベイライナー

茨城沖は風が強く、より耐航性のあるボートを検討。その結果PC 27に。展示会にて決定。

知人の友人ということで個人的な付き合いも少々。初めて海に出たとき、ちょっとしたアクシデントがあり、その時サービスが即対応。普段からアフターフォローに気を遣っていた。

デインギー



YSAのフリート事務局として機能。月1回のポイントレースなど。

うちの場合、デインギーが商売のメインなんです。こちらはほとんど紹介によるものなんです。YSAのフリート活動場所になつており、毎月1回、ポイントレースを開催し、活動は活発です。メンバーはスクールのコーチを務めてくれたり、台風で壊れた棧橋を修理してくれたりと、スタッフ同様に動いてくれています。ボートの方はこれからといったところ。マメなアフターフォローで今後拡販していきたいですね。（談）

株タカハシ上越出張所／マリンプラザ

内山昭男さん

UF 33

- 職業、年齢……自営業（58歳）
- 所有艇、乗艇年数……FR 24（6年）
- 楽しみ方……フィッシング

UF 30

エンジン不調のため。当初、30を希望していたが、新艇発表会で内山氏が33に試乗。早速すすめて決定。

アフターサービス、エンジンの修理、冬季の保管、格納等のアフターサービスに力を入れていた。また年1回のクルージングイベントに同行。

FR 27

- 職業、年齢……会社社長（52歳）
- 所有艇、ボート歴……FR 23、ベイライナー（6年）
- 店との交際年数……6年
- 職業、年齢……会社社長（60歳）
- 紹介者との関係……取引先
- ボート歴……ナン

長野の会社まで出張し、ボートライセンススクールを開講。修理、メンテナンス等、艇体管理を依頼され、面倒をみています。

代替のお客さまの方は一時期、他社艇に浮気したこともあったんです。紹介についても現在他社艇のオーナー。本来、ヤマハ以外の製品については面倒みないんですが、どうしてものということで、メンテナンスに当たっていました。向うも引け目を感じたのか、お客さまを紹介してくれています。この2つのケースは特殊なので印象に残りました。普段はキヤブテンスワールドを定期的に持つていくなどしてコミュニケーションを図っています。（談）



今関商事株／マリンプラザ

西濱悌二さん

FR 25

- 職業、年齢……インテリアコーディネーター（43歳）
- 所有艇、乗艇年数……FR 17（3年）
- 楽しみ方……フィッシング

Y社、N社のフィッシングボート

家族で乗艇するため、大きく、トイレ付のボートを求めていた。セールスマンのすすめで決定。

オーナーはセイリングクルーザーも所有し、クルーとしてたまにクルージング等に同乗していた。また、他のお客さまとの橋渡しをしながらのお仕事を紹介したことも数回あり。

FR 24

- 職業、年齢……会社社長（45歳）
- 所有艇、ボート歴……FR 23（10年）
- 店との交際年数……8年
- 職業、年齢……自営業（53歳）
- 紹介者との関係……友人
- ボート歴……2年

会社と自宅へ、計3回の訪問で決定。自宅の近くでスターバーを経営しており、買い物に利用していた。その関係で家族ぐるみの付き合いに発展。

紹介でつかんだお客さまは、契約がスムーズにまとまるケースがほとんどです。また価格の面でも値引きを要求されず、定価でお買い上げいただいています。顧客とのコミュニケーションについては、この2人ともそうなんですが相手の懐に飛びこみ、個人的なお付き合いができればベスト。お店に客として顔を出したりして、関係を保つようにはしていました。（談）



顧客フォローのポイント

紹介

代替



有リタ/マリンショップ
平田紀昭さん

東京ボート株/マリンショップ
鈴木尹宏さん

株エニシ/マリンショップ
平田寛昭さん

販売艇

客層

他の候補艇

代替の
きっかけ、理由

代替前の
コンニケーション

販売艇

紹介者

客層

紹介後の
アプローチ

紹介者との
コンニケーション

顧客フォローのポイント

紹介

代替

代替にしろ、紹介にしろほとんどがクラブ組織を通じてのものです。代替のお客さまは、3年間で輸入艇を含め3艇を購入しているのて印象的な例としてあげました。クラブ活動は盛んで、毎月、毎週のようにメンバー中心の運営で釣りやクルージングイベントを開催しています。会報は毎月1回、メンバー以外にも発送し、クラブの活動をアピールし、ユースターの遊びの機会を増やそうと務めています。(談)



SC132
●職業、年齢………自営業(45歳)
●所有艇、乗艇年数：STR123(3年)
●楽しみ方………ダイクルージング
ナシ
ボートショーでひと目見て気に入る、衝動的に購入。クラブ組織のリーダー的存在でイベントにも毎回参加。

PC130
●職業、年齢………会社役員(30歳)
●所有艇、乗艇年数：STR25FB(6年)
●楽しみ方………フィッシング
PC126
より大きなボートを求めていた。ボートショーで両モデルを比較して決定後、2級ライセンス取得。
25のFBは他店で購入。用品、パーツの購入のため来店いただき、その後メンテナンスを依頼され付き合うようになった。
STR25FB↓PC130

●職業、年齢………会社社長(25歳)
●所有艇、ボート歴……STR25FB
●店との交際年数………1年
●職業、年齢………会社役員(30歳)
●紹介者との関係………友人
●ボート歴………2年
約1カ月で成約。実艇に試乗して決定。
毎日のようにショールームに来ていただいていたお客さま。クラブのメンバーでもありイベントには必ず参加し、よく話をしていた。

つちの場合、訪問セールはほとんどせず、来店していただくことを基本としています。部品、パーツ類の在庫を豊富にしておりそのため顧客の方もよくちよくいらつしやるし、他社のユースターも来店しています。アフターフォローとしては、購入後、自動的にオーナーズクラブにご入会いただき、毎月、イベント案内を定期発行しています。参加率もかなり高いですね。(談)

FR125
●職業、年齢………自営業(40歳)
●所有艇、乗艇年数：F123(6年)
●楽しみ方………クルージング、フィッシング
ナシ
これまで何度かボートショーを見て、凌波性が良く、キャビン、トイレ付、多目的に使用できる同艇が気に入っていた。
近所でガス器具を販売しており、個人的にもお世話になっていた。他店のお客さまだったので、特に売り込みはせず、普段は用品の販売をしていた。

F124↓SC1950
●職業、年齢………自営業(48歳)
●所有艇、ボート歴………F122(15年)
●店との交際年数………17年
●職業、年齢………自営業(47歳)
●紹介者との関係………取引先
●ボート歴………ナシ
免許教室からスタート。6、7人のグループで、出張して行った。
友人付き合いで、マリンビジネスを始めるにあたり、いろいろと力を貸してくれた方。クラブ組織のメンバーとしても参加していただいているマーケットリーダー。

実は兄が経営している平田マリンから独立して商売をしているんですが、その時代に個人的に付き合っていたお客さまが力になってくれています。実際には代替、紹介によるビジネスはこれから、というところ。今は免許教室で得た見込客をフォローし、新規客を獲得していくことが課題です。(談)



夫婦の二人三脚で店を盛り上げる
そのマメな顧客フォローをご拝聴



検証・2 ボーディング・プロショップに見る「代替」訴求のポイント

基本は来店や、せろ、しと。そして、
イベント、電話、手紙で親密さを築く

東京都世田谷区／ヤマハマリンショップ・ボーディングプロアオキポート

風間 清社長・裕子夫人



東京23区をぐるりと囲むように走る環状8号線。通称・カンパチに面した一面に店舗を構えるアオキポートさん。活発な独自のイベント活動に加え、大勢のお客さまとともにヤマハ主催のイベントに参加するなど、お客さまとのコミュニケーションは抜群です。社長と奥さまのお2人でアットホームな雰囲気を作っているお店には、来店客が絶えません。ユーザーフォローに定評のある、そんなお2人にお話を伺いました。

お客さまへのアフターフォローには定評のあるアオキポートさん。お客さまと親密なコミュニケーションを築きつつからは、初期の商談から始まるとのこと。釣りやクルージングなどの話題を提供しながら、打ち解けた雰囲気の中で商談をすすめることが根本的な考え方としてあるようです。

風間社長（以下敬称略）

——とはいえ、合う人、合わない人、っていうのはありますね。僕の場合は短気な方が苦手です（笑）。釣りが好きなもので釣りが好きな人とは特に打ち解けられます。とにかくこれから永く付き合っていくんだ、ということを前提にして、相手とのフィッシングを大切にしたいと思っています。

裕子夫人（以下敬称略）

——そうですね。最初の段階でフィー



初期の商談でお客さまとの間に生まれる
フィーリングっていうか……、
そんなものを永く大切にしていきたいですね。

風間——店は家内と二人で切り回しているんですが、彼女に頼る部分は大きいんですよ（笑）。とにかく明るいから、お店の雰囲気もよくなる。お客さまは仕事中、時間が空いたりすると作業服を着たままで気軽に立ち寄ってくれます。部品やパーツの在庫も意識して揃えていますので、来店してくださるケースは多いですね。

裕子——お客さまとはこの前に釣った魚の話とか、そのポイントとか、クルージ

イベントやお客さまとのプレイシンのスナップがところどころに。どれも楽しそうで、「この店で買えば何か楽しそう」と思わずにいられます



電話も重要な顧客フォロー。整理された顧客リストは、いわば強力なフォローツールです



店舗は環八通り、千歳台の交差点付近。交通量も多く、展示艇も人目を引きます。永年の営業で知名度も高まっています



裕子「釣り大会やクルージングなどのイベントには私も参加するんですが、それだけでもお客さまは奥さまやご家族とで参加しやすくなるようですね。家族ぐるみでいい関係ができるし、イベントも盛り上がりがあります。マリッジボートのように若いお客さまもイベントに彼女を連れてきて、私に紹介してくれたり……。そんな効果もあるみたいですよ。

仲のいいお2人がお店にアットホームな雰囲気をもたらし、お客さまとのコミュニケーション作りにも効果があります。ようですが、やはり通常の業務は多忙を極め、お客さまの所への訪問はなかなかできないといえます。それでもアオキボートさんでは時間を有効に使いながらコミュニケーションづくりへのアクションを起こしています。

風間「新規のお客さまのボートが進水するときには、なるべく古くからのお客さまにも参加してもらおう、その都度お誘いするんです。——もちろん新規客の方の了承を得てですが——、お客さまにあってはベテランのオーナーがいることで安心してくれますし、当店を核としたお客さまの輪も広がる。忙しい僕としてもその場でいっぺんに多くのお客さまと会

話ができるので、一石三鳥です(笑)。

裕子「お客さまは主にゴムボート、マリッジボート、フィッシングの三つのタイプのグループがあるんですが、進水式のときはそれぞれ20〜30人は集まってくれます。それにお客さまから、今度こんなことして遊ぼう」というお話があって、それに他のお客さまをお誘いすると、やっぱり20〜30人集まっちゃう。有り難いことですよね。

こんな状況ができたのも、忙しい中にもあってもなるべく多くのお客さまとコミュニケーションを保つという姿勢があったからです。

風間「彼女はね、書くのが好きなんです。とにかく時間があれば書いている。裕子「手紙ですね。時間が空くと筆を取ります。イベントのお誘いとか、展示会とか、そんな刷り物のDMでも、空いているところに自筆で、最近お見えになりましたが、お元気がいいですか」とか、この前どきそこそここんな魚が釣れました」とか書き加えています。請求書を出すときでも自筆のお手紙を添えているんです(笑)。

イラストも好きで、隅々の方に自分たちの似顔絵を書き加えてみたり。一応、工夫してるんです。

そんな請求書をいただいたら、ニコニコ顔で多目に支払ってしまっただけです。ついつい疎遠になってしまっただけです。には、こうした手紙の他、電話も使います。

裕子「電話といっても内容はイベントへのお誘いや釣りの情報など。お元気でですか」から始まって遊びの話ばかりなので苦になりません。

風間「残業をしないで済むときは二人でお客さまのところに出掛けたりもします。飲食店を経営なさってるお客さまとか。



手紙を書くのが好きだという奥さまの裕子さん。時にはイベント参加などのメッセージに、こんなイラストを添えたりもしています

お店を開いている方へはよく出掛けていって利用させてもらったりもするんです。

アオキボートさんのお客さまとのコミュニケーション方法は、来店していただく雰囲気を作ることが基本。そしてそのきっかけは商談のときから始まります。イベントにお誘いして、一緒に遊び、それができなければ手紙や電話をかける。奥さまのお力が太くに活かされていることも特長でした。こうした日々のマメなユーザーフォローが、ご商売の大部分を占める「代替」、「紹介」を生み出していることは言うまでもありません。

私がイベントに参加することで、奥さま連れ、ご家族連れのお客さまが増えているんです。



**「サービスマンの独りごと」
連載にあたって**

今号のヤマハマリンニュースより、永い間ご愛読いただきました「サービスマン最前線」を一新し、サービスマンにとってより身近な話題をご提供する「サービスマンの独りごと」を連載いたします。

確かな腕を持ったプロ中のプロ、ヤマハマリンサービスショップのサービスマンの方々の独白をお楽しみください。

●ヤマハマリンサービスショップとは……

マリン業界の飛躍的な伸長と広がりに対応するため、ヤマハではマリンサービスマンのスペシャリスト化を推進してまいりました。こうした背景の中で生まれたサービス専門のショップが「ヤマハマリンサービスショップ」です。

●ヤマハマリンサービスショップの条件

ヤマハサービス政策を理解し、顧客満足を第一に考え、思いやりのあるヤマハブランドにふさわしいサービスを実施し次項の資格を



有する店にヤマハマリンサービスショップの資格が与えられます。

*ヤマハマリン整備士の上級の資格制度を有する

▶I級エンジン整備士

▶I級艇体整備士

*ヤマハマリンサービススタッフ

認定講習会修了者

●ヤマハマリンサービスショップ会

平成2年9月にヤマハマリンサービスショップ会を32店の集まりで発足。現在は34店となっています。

ヤマハマリンサービスショップ会は、会員相互の連絡を密にし、技術知識の向上と相互の発展を図る事を目的として活発な活動にあっています。

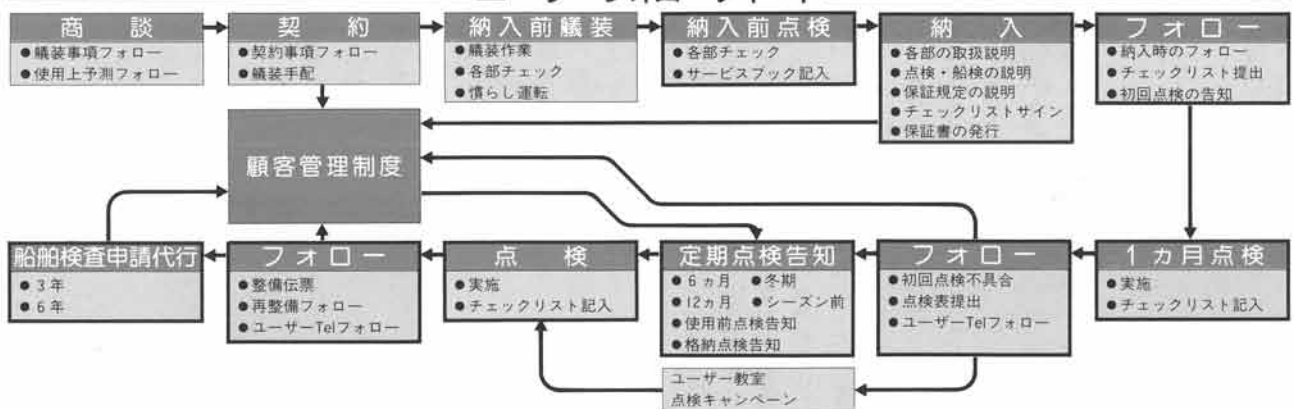
SERVICE INFORMATION

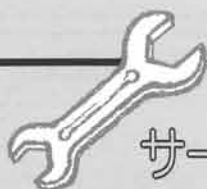
**マリンシーズン、ピークは目前。
技術サービスによるアフターフォローは
万全ですか？**

今回の特集でもお客さまとのコミュニケーションについて多くの事例が掲げられましたが、日々のマメなメンテナンス、技術的なユーザーフォローは、代替えや紹介による新規客の獲得に欠かせない要素のひとつです。

夏を迎え、マリンシーズンもピークとなる今、再度、技術サービスによるアフターフォローをご確認いただき、お客さまの満足度アップにお役立てください。

ユーザーフォローチャート





サービスマンの独りごと

城南工業/石山 孝栄代表(東京都)

●1946年、新潟生まれ。夜学に通うかわら、自動車整備工場に入社、以来サービスマンとしての道を歩む。卒業して上京後、大手自動車メーカーのサービスマンを経た後、25歳で独立。マリンへの転向は12年前。現在はヤマハ東京圏指定のサービスショップとして、また全国ヤマハマリンサービスショップ会の会長として多忙な日々を送る。



『ときどき思うんです。時間を気にせず、とことんやらせてくれたらなあ、と。』

よく晴れた某日、東京・勝どきにあるヤマハ東京のサービスセンター晴海で石山さんにお会いしました。作業を中断して事務所の小部屋に現れたときの第一印象は「真面目な方」。インタビューが始まり、ことお仕事の話題となると一生懸命にお話くださるその様子は、第一印象そのものでした。

経験で集めたデータが自然と頭の中に……。

ボート人口も最近になってかなり増えただけ、ボート自体もかなり進化しましたよ。昔のエンジントラブルはボートの構造上によるもの、つまり浸水によるトラブルがほとんどだったんです。けれど今は違います。多くはエンジンの構造上が原因ですね。といってもエンジンもかなり良くなっているから故障の率というのはかなり減っているのではないのでしょうか。

この仕事を続けていくなかで、一番大切なのは、とにかく経験を積むことだと思うんですよ。エンジンもボートも進化するけれど、経験を積んでいけば、新しい機構が出て戸惑うことはないし、マニュアルに目を通せばすぐに納得できます。

それに、経験を積むことによって、あらゆる

故障のパターンやサービスに必要なデータが頭のなかにインプットされていく。こうなればしめたものです。故障したエンジンについて説明を聞き、それを目にした時点で、それらのデータの中から必要なものが、頭の中のスクリーンに浮かび上がってくるんです。経験が瞬時に何をどうすれば治るのか、教えてくれるわけです。

常に先を見て仕事をしていかないとネ。

いろいろなケースはありますが仕事に難しい、簡単というのは無いんですよ。問題は時間とお金。この2つを惜しまずに、最後の最後までとことん整備させてくれた時っていうのは充足感が味わえる時です。

程度によってはかなり時間がかかる場合があるわけだけど、当然こういう時はお金もかかります。それをサービスマンの腕のせいだと思われた時っていうのは、本当にイラダチを感じますよ。

ひどいものになると、整備中のボートを途中で引き上げて、他の工場に回してしまう人もいますから。正直いってアタマにきますね。でもまあ、仕方がないか。

家に帰った時は仕事のこと、一切考えない

し、翌朝はその日の仕事のことしか考えないからストレスはたまらないんです。

こういう風に、いろいろなお客さまがいるわけだけど、これからますます多様化してくるでしょうね。そうなるとますますサービスマンは腕を上げていかなきゃならないでしょう。これからのサービスマンに求められるのは、今、悪いところを直すだけでなく、先のことまで、つまり一度手を加えたらしばらくはそのボートとお目にかからないようにすることじゃないかな。

常に先を見ながら仕事をしていかないと、同じことの繰り返しでつまらなくなってしまいます。

本当にお客さまに満足してもらえて、その声が届いた時が、この仕事をやって一番良かったと思える時です。今はフロント業務が別になっていて、その声がなかなか直接聞こえないんですが、そういった話は人から伝わってきます。

サービスマンとしては個人の能力が評価されるよりも、今の立場でいえばヤマハのサービス力が評価されることが嬉しいし、そのことが、プロのサービスマンの仕事だと思っています。

早くも次回アメリカズカップに向けて チャレンジを表明

ニッポンチャレンジ、クルーの募集活動を開始

アメリカズカップ'92は、今年1月から丸4ヵ月間をかけての予選の後に、この5月9日より防衛側のアメリカ・キューブと挑戦側のイルモロ・ディ・ベネチアの間で本戦が行われ、白熱戦の末、アメリカ・キューブが栄冠を獲得し、長い戦いの幕を閉じました。

この戦いに初挑戦したニッポンチャレンジは、予選第3ラウンドまでをトップで通過し、準決勝でも健闘しましたが、不運にも見舞われて惜しくも涙をのむ結果となりました。

とはいえ、ニッポンチャレンジは、帰国後の報告会をかねたパーティの席上で、早くも次回大会へのチャレンジを表明するとともに、次回大会への第一歩として新しいクルーの募集活動を開始する旨の発表を行いました。

まず、次回大会へのチャレンジについて

準決勝のラストセイリングでは「SAYONARA — See you Again」のスピンナーカーでサンディエゴの別れを告げた



ニッポンチャレンジの報告会では、スキッパーを務めたクリス・ディクソンの「声がかれば次回大会も日本から挑戦してみたい」との発言もあった

は、4月中旬に新しい活動母体となる新組織の設立を終えており、正式には『ニッポンチャレンジアメリカ杯〇〇〇〇委員会』という名称がつけられ6月中に発表されるとのこと。『〇〇〇〇』には、次回大会の開催年をいれる予定で、現在のところ1995年になるものとみられています。

また、クルー募集については、6月12日を募集締切りとしてすでに各方面を通じて募集活動に入っており、6月27日(土)と28日(日)にはその選考会が蒲郡ベースキャンプで行われることになっています。今回の挑戦艇<Nippon>も蒲郡ベースキャンプに戻される予定で、次回挑戦艇開発のモデル艇として、またクルーの海上練習艇として活用されます。

NEWS FLASH

世界一周レース挑戦に向けて レース活動をスタート

<YAMAHA Round the World>、1号艇を進水

イギリスのサザンプトンから4ヵ国に寄港し、全6レグで世界を一周するヨットレース「ホイットブレッド世界一周レース」の1993~94大会に、ヤマハ発動機がニュージーランドのオーシャンベンチャーズと共同でシンジケート<YAMAHA Round the World>を結成し、わが国から初挑戦することはすでにお知らせした通りですが、このほどホイットブレッド60クラスとしては世界第1号艇となる当シンジケートの1号艇が建造され、その進水式がニュージーランドのオークランドで挙行されました。

4月15日、オークランドのバックランドビーチ・ヨットクラブで開かれた進水式には、内外のメディアが取材に駆けつける中、関係者による盛大なセレモニーが行われましたが、中でもマリッジットの編隊を従えた1号艇

「YAMAHA」のロゴも鮮やかなスピンナーカーを上げてセイリングする<YAMAHA>号



セイリング・スタッフはロス・フィールドの他、9名のクルーを予定しているが、現在6名までが決定し歴戦の勇士が集まりつつある

がそのブルーの巨体を現すと、クラブハウスにつめかけた約1,000名の招待客から大きな拍手が湧き起り、盛り上がりは最高潮に達しました。

この席上、挨拶に立ったスキッパーのロス・フィールドは、「ホイットブレッド60クラスの登場で、世界一周はより白熱したものとなるだろう。我がシンジケートは中でも最も強力なキャンペーンを展開しているので、勝利に最も近い位置にいる」と表明。ヤマハ発動機の江口社長からも「世界一周レースへの挑戦は、感動創造を提唱し、頂点イベントに挑戦するYAMAHAの意志を示すもの」とのメッセージが読み上げられ、意義ある挑戦の確認が行われました。

新しくなりました

My SHOP

お客さまに受ける
お店づくり

「小売り店」としての

基本に立ち返った「マリンショップ」

北海道・室蘭にオープンした「室蘭港エンルムマリーナ」。そのマリーナ施設のひとつとして開店したのが「ヤマハマリンショップ・シークル」です。本体の販売はせず、マリングッズを専門に扱うショップですが、商品の見せ方、接客など、「お客さまに物を売る場」としてのマリンショップとはどうあるべきかを考えさせてくれる小売りスペースとなっています。



●所在地 北海道室蘭市絵鞆町
●店舗面積 99㎡(うちストックルーム兼事務所6・6㎡)
●スタッフ 2名
●営業時間 10時30分～18時(木曜定休)
●立地条件 4月25日にオープンした「室蘭港エンルムマリーナ」のセンターハウス内にある。同マリーナの保管能力は陸置、係留あわせて204隻。室蘭市の人口は約12万人だが、札幌から高速道路利用で約2時間というアクセス。市の活性化策「室蘭ポルカノベイ・マリンジャー構想」の布石となるマリーナで、今後周辺にはホテル、親水公園、ショッピングアーケード等の建設が予定され、文化・観光・レジャー基地造りが一帯で進められている。

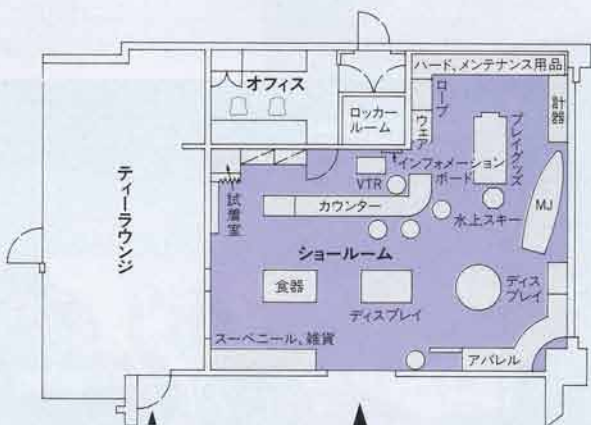
北海道ヤマハ株 ヤマハマリンショップ・シークル





レイアウト・ディスプレイ

店内に入っすぐ左手がスーベニールグッズ、右手がアパレルのコーナー。ハード用品は奥で展開し、一般客にとって入店しやすい構成に。商品や小物を駆使したポイントのディスプレイはお店のセンスを伺い知る決め手になります。ロフト風の天井に取り付けられたスライド式のスポットライトは、店内レイアウトに合わせてライトを移動させるためのもの。照明は店内を明るくするためのだけでなく、より商品を魅力的に見せるための手段となります。



購入して初めて持つ
 マリンへの興味

室蘭における市民の憩いの場、そして観光・レジャー・文化の基地のひとつとして生まれた室蘭港エンルムマリーナ。こうした背景を持つマリンショップ・シークルは、単に、マリーナ利用者、つまりボートオーナーに必要なマリン用品を提供するためだけでなく、ここに集まるあらゆる人々にマリンの世界を知ってもらい利用してもらい、特に若者の目をショップとマリーナに向けさせ、利用してもらうことが出店の目的となっています。

「とはいえ、単にマリン用品を並べただけではマリンの世界を知ってもらうことはできません。お店とお客さまの間にお金の行き来がある状況、つまり実際にお金を出していただく、そこで初めて両者の関係が生まれる。そしてお店に対してより親近感を抱いてもらえ、マリンに対しても初めて興味を持ってもらえることになるのではないのでしょうか」(北海道ヤマハ・和田二郎部長)

買いたくなる雰囲気作りが
 ショップの基本

では“物を買っていただく”ためにはどうすればいいのでしょうか。

「魅力ある商品を魅力を持たせるように見せること。照明の当て方などは工夫が必要です。品数を多くして、流行に敏感で、気楽に入店できる雰囲気をつくること。また、予想される来店客を分析して、売れ筋商品の予測をたてることも必要です。小売り店にして当然の考え方ですけれども」

“お客さまに物を買っていただくためのスペース”。ショップとしての当たり前の考え方が忘れられてしまっているケースも見受けられる中において、こうした基本を考えてみるのもいい機会かもしれません。



レジャーグッズ

釣りが遊びの中心となる北海道にあって、和田部長は「用品を提供することでポートオーナーのプレイメニューを広げていきたい」といいます。



アパレル

Tシャツからウインドブレーカーまで、タウン用としても魅力的なマリナーウェアを取り揃えています。マリナーオープンの当日、訪れた一般客の方々も買い求めていました。



スーベニール・グッズ

マグカップをはじめとする食器類から、ナントお菓子まで。所狭しと雑貨が陳列されています。誰が入っても楽しくなるお店、何か買いたくなってしまうお店……。「衝動買いしてもらうことが小売店の基本。そこからお店とお客さまとのコミュニケーションが生まれる」と和田部長はいます。



ハード商品

マリナー利用客、ポートオーナーの要望に応えられる品揃えも大切です。航海計器は実際に操作しながら選ぶことができます。



「マーケット拡大への布石」として注目される

北海道のシヨップ戦略

フアイティングを中心にトレーラーボートなど中・小型艇の確固たる需要がある北海道。それに加え、一昨年の小樽、今年の室蘭マリナーナオーブンをはじめ各地でマリナーナ構想が浮上し、北海道では今、大型艇の需要増も期待されています。今回は、そんな時代の波に乗り遅れることなく、先を見越したシヨップ戦略を築く5店舗のグラフィレポートを特集してお届けします。



株丸井クレオコーポレーション
ヤマハマリンプラザ ウィンドローズ札幌店



ヤマハマリンプラザ
株片岡商会 本社・里塚ショールーム



ヤマハマリンスター
ベアブット



ヤマハマリنشヨップ
ハラダオート&マリン

● 北見



株函館オート用品マリン事業部
ヤマハマリنشヨップ つしま

● 函館



ヤマハが創る総合的な遊びの世界を提案

北見 ヤマハマリニンシヨップ
ハラダオート&マリン

●所在地……………床呂郡端野町三区
●シヨールーム面積……………198㎡
●営業時間……………9時30分～19時
道東の川湯、札幌、斜里の3店舗で自動車の修理・販売、マリンジエットの販売を展開して

いた同店が、4月29日、人口12万人の北見市をメイン商圏として、モーターサイクル、マリンジエット、ボート等ヤマハの総合シヨップとしてオープン。これまでのマリンジエットの販売同様、「ユザーと遊びながら」のビジネスを目指すという。在庫商品はマリン部門で約500万円。ロフト風の店内にバイク用品とともに展示されている。





小売業のプロが展開する 品揃え豊富な高感度マリンショップ

館 ヤマハマリンショップ
つしま

- 所在……………函館市港町
 - ショールーム面積……………231㎡
 - 営業時間……………10時～18時(元旦以外無休)
- 函館を中心とした道南地区で、スパーをはじめ、各種小売業、ホテル、スポーツクラブなどチェ

ーン展開をはかる「つしまグループ」が多角化の一環としてマリン業界に参入。4月24日、同店をオープンした。漁業用の網工場を改装した店内はアンティークな高級感を生み、インショップ風のレイアウトで充実したショッピングゾーンを創り出している。用品、部品の在庫は約2000万円。つしまに来れば何でも揃う「体制で集客に当たっている。



トレーラーボート、マリンジェットで アウトドア指向のマリンライフを提案

札幌 ヤマハマリンストア
ヘアフット

- 所在地…札幌市手稲区西宮の沢
 - ショールーム面積…82・5㎡
 - 営業時間……………9時～18時
- 北海道ヤマハの直営ショールームに隣接し、4月29日にオープン。社長の池端裕実さんは父親の経営するスポーツ用品店勤務を経て、

同店の代表を務めている。取扱い商品はマリンジェットを中心に、19フィート以下のプレジャーボートに限定し、若者を中心とした底辺層の需要に応えたショップ戦略を展開。本体以外の在庫商品は約700万円。他店に無い商品を扱いながらアウトドア指向のボートライフを提案したい」という。



大規模な展示場とショールームで より信用度、知名度をアップ

札幌 ヤマハマリンスプラザ
札 片岡商会 本社 里塚ショールーム

●所在地……………札幌市豊平区里塚
●ショールーム面積……………363㎡
●営業時間……………10時～19時
札幌のマリンショップでは草分けともいえる
片岡商会が国道36号線沿、約500坪の

土地に建設した展示場とショールーム。「ち
よっと時期早尚という感もあったが、近い将
来必ず必要になる」と考えての出店。本体以
外の在庫商品は約1000万円、ウェアを
はじめ用品、部品が豊富に陳列されている。
他社の出店をはじめ一大マリン市場として
注目されつつある札幌にあって同社では「信
用度、知名度をこれまで以上に上げながら来
店率を高め、効率的な拡販を目指す」という。



近未来オーナーのミドルエイジに向け 本体+ソフトの情報を提供

札幌 ヤマハマリンスプラザ
札 ウィンドローズ札幌店

●所在地……………札幌市白石区本通
●ショールーム面積……………990㎡
●営業時間……………10時～18時
小樽マリーナ内にあるウィンドローズ小樽
店は観光客をも受け入れるブティック型店舗

であるのに対し、こちらはオーナーのためのフ
ロショップとして2月8日にオープンしたのも
広々としたショールーム、天井の高さは6.
5mでPC127クラスのボートが展示可能
在庫商品は約1600万円、ショップを本
体と周辺のソフトの情報提供の場と位置づ
けている。同社では輸入自動車の販売も行っ
ており、そのショールームとは同棟、潜在オ
ナーの発掘に効果を上げているという。



なぜショールーム戦略が問われるのか——。

札幌の“ウインドローズ” 斉藤誠店長は次のように語っています。

「ショップで情報を提供するといいますが、言い換えれば“情報を提供してもらう”ということなんです。お客さまから得た情報を収集して、ときには加工してお客さまに伝えていく——、いわばショップは情報交換の場といえます」

また、北見の“ハラダオート&マリナ”原田由治専務は「お客さまがお店を選ぶ時代。もし自分が客だったら、少しでも品物が豊富で雰囲気の良い店を選びます。サービスの良さというのは、その次の段階で気づくものです」と語ってくれました。

今回取材した5店舗は、言葉こそ違ってもそうした考え方が根底にあります。そして情報をスムーズに得るため、訪問ではなく、いかにお客さまを来店させるかがショップづくりの基本となっています。

その手段として各店とも豊富な品揃え、艇の展示を実践し、そしてお客さまが、お店にただで楽しくなる雰囲気作りに努めているわけです。

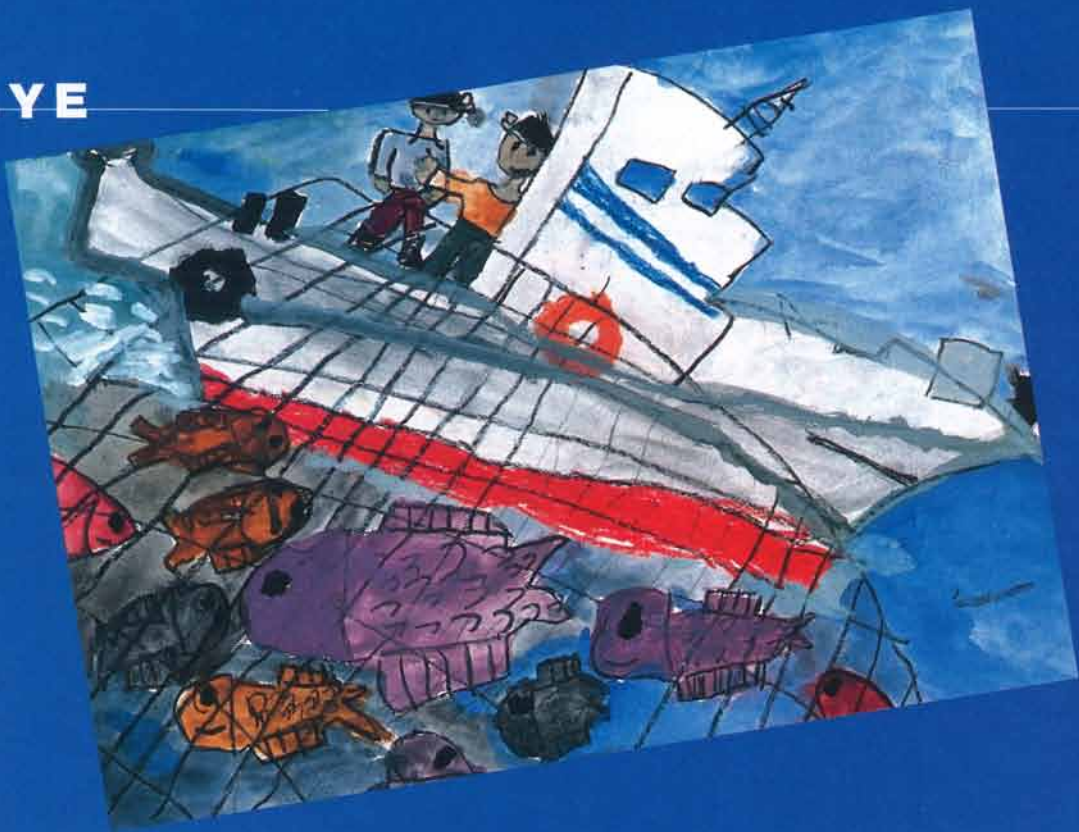
環境、ターゲットに合わせたショールーム

お店づくりのコンセプトは各店それぞれです。“ウインドローズ”、“つしま”のように大型小売店がバックボーンとして存在しているところではその企業イメージを大切にしながらショップにも高級感を打ち出しています。

また、19フィート以下のプレジャーボートを専門に扱う“ベアフット”の池端社長は28歳と若く、「これまで高級感のあるマリナショップに行くたびに僕自身、場違いな感覚を受けていたんです。そんな経験もあって、誰もが気楽に入れるショップにしようと考えていました」と、真に底辺を取り込む姿勢を伺わせています。

プロ指向のイメージを強く感じさせる“片岡商会”、遊び感覚を全面に打ち出した“ハラダオート&マリナ”と、各店とも市場背景やターゲット別に、独自の、特色あるショップづくりを進めていました。





●第4回ヤマハ全国児童 《浜の風景画コンテスト》

「より多くの子どもたちが、海の絵を描くことで日本の海への理解を深め、さらに環境保護への関心を持ってもらうことができれば」。浜の風景画コンテストは、こんな願いを込めて1989年より開催しているものです。ささやかな試みとしてスタートしたこのコンテストも今年で4回目を迎えますが、年々応募数も増え、去年は2378点もの作品と出会うことができました。

環境破壊が問題視されている中であっても、子どもたちの純粋な目で見た日本の海はどれも活気にあふれ、楽しそうで、美しいものばかり。開催当初の主旨は、私たち大人へも振り向けられていることに気づかされます。

「第4回ヤマハ浜の風景画コンテスト」の募集期間は7月1日から9月30日まで。今年はどうな「海」と出会うことができるのか、いまから楽しみです。

前々回の応募作品を使用して、ヤマハでは環境保護への関心を高めていただくイメージポスターを制作しました。今回のコンテスト終了後も子どもたちから大人へのメッセージとして同様のキャンペーンを展開する予定です。ご注目下さい。



〈募集要項〉

- 対象——小学6年生以下の児童・幼児。
- テーマ——浜の風景を自由にスケッチして下さい。
- 募集期間——'92年7月1日～9月30日(当日消印有効)
- 応募規則——用紙はA3サイズ(297mm×420mm)以上の画用紙、または同サイズ以上のキャンパス。入賞は1人1賞であり、他人の名前や仮名を使った応募は無効となります。
- 応募方法——作品の裏側に住所・氏名・保護者氏名・電話番号・学校名・年齢・学年・作品名・性別を記入の上、郵便または宅配便にて応募先までお送り下さい。(団体応募の場合も必ず記入して下さい。)
- 応募先——〒435 静岡県浜松市篠ヶ瀬町810番地 ヤマハ®浜の風景画コンテスト®係。
- 審査方法——日展委嘱、工藤和男先生及びコンテスト審査員により厳正審査を行います。
- 審査部門——小学4～6年生、小学1～3年生、及び小学生未満の三部門の審査です。
- 賞——各部門/金賞2名＝楯及び副賞、銀賞4名＝楯及び副賞、銅賞6名＝楯及び副賞、佳作10名＝楯及び副賞。また、入賞者以外の方全員に記念品を贈呈致します。
- 発表——ヤマハマリンニュース、ヤマハ大漁ニュース等。入賞者には直接連絡致します。
- その他——●作品は全て返却致しません。また、作品の著作権はヤマハ発動機㈱に属します。
●郵送中の事故・破損については責任を負いかねます。
●応募作品に関するお問い合わせはご遠慮下さい。

販促の手始めは社内から
人が伸びれば物も売れる

販売促進には、多様な方法がありますが、ここでは対象別に二つに分けて考えてみましょう。

それは

1. 社内に対する販売促進
2. お客さまに対する販売促進

今回は社内に対する販売促進を考えてみますが、その中でも販売員に対する対策を取り上げることにしました。

社内販促の中で、最も重視される

のは販売員教育です。

大企業と違って、小規模な販売店では営業マンを集めて行う教育などではできないと思われるかもしれませんが、机の前に座った学校の授業のようなやり方だけが教育ではありません。一対一で修理の仕方やお客さまへの話し方を教えるのも立派な教育です。

また、こちらから一方的に教えるのではなく、販売員に考えさせることも重要な教育だといえるでしょう。

例えば、

- 新製品の特徴は何かをカタログや資料から引き出してみる
 - 新製品をどのようなお客さまを対象として売るかを考えてみる
 - 来年の目標とその根拠を話し合う
- このような仕事に関連した話し合いはすべて教育になります。

さらに、実際の仕事を通じてやってみせたり、相手にさせてアドバイスをすることなども教育の一つです。

実際の仕事をしながら、このように



教育をしていく方法を専門用語ではOJT(On the Job Training=職場内教育)といっています。

このOJTは教育の方法としては手軽で、効果も大きいといわれています。したがって、販売店でも十分に使える教育の方法だといえるでしょう。ただし、この教育は手軽なために、かえっていい加減に行われていることが多く、そのために失敗に終わることもあるようです。

OJTを成功させるためにはいくつかのポイントがあります。

○

そのポイントとは、

- まずなにをどの様に教えようとしているのかという計画をきちんと作る

ただ仕事をさせていればいずれは覚える、というのではなく計画的に進めることで効果が出てくるのです。

- その計画を教育を受ける人にも知らせること

教育を受ける人が何のために何を教育されているのかも知らずに教育を受けても効果が出るはずがありません。

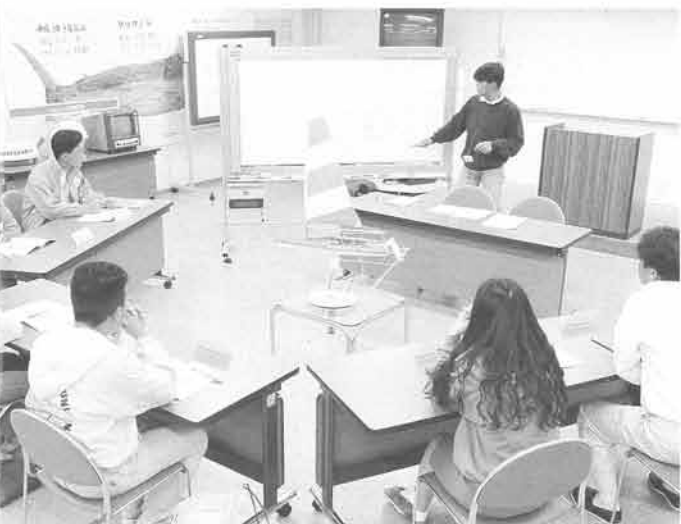
- 教育が終わった時にはその結果を

相手に知らせること

よくできた時にはほめ、不十分な時にはどこが、なぜ不十分なのかを相手に教えます。自分の行ったことに対して、その結果がどうであったかがわからなければ、不安になるだけではなく、次の教育への動機づけにもならないからです。

○

以上の三項目を守ることがOJTを教育として成功させるコツといえるでしょう。そして、社員を教育することは販売促進の重要な手段となるのです。



セールススタッフの戦力強化に
サービススタッフの質的充実に

『ヤマハマリンアカデミー』で スキルアップ&スキルチェック

マリン業界のプロフェッショナル育成を目的として、1990年10月に4講座の開校からスタートした『ヤマハマリンアカデミー』も早や1年半を迎え、現在17講座を揃えるまでに内容充実のべ1、700名の修了生を数え、全国各地のマリンスタッフのスキルアップ&スキルチェックに貢献しています。

この4~5月は、新入社員や配置変えによるスタッフ研修等を目的とした受講が集中していますが、そのほかセールスの最前線活躍するセールスマンやお店の経営に参画する管理職の方々の受講もあり、ご商売の質的向上や領域拡大への意欲がうかがえます。

ここでは『ヤマハマリンアカデミー』のカリキュラムをご説明するとともに、6~8月に開講する講座のご案内いたします。

お客様さまの要望に添えられる "知識と技能"の修得をめざす

『ヤマハマリンアカデミー』は、マリンの多様な領域に関して多様な講座内容を持ち、講座と経験年次の組み合わせでプロフェッショナルレベルに進めていく階層的講座カリキュラムを持っています。

具体的には、コースは①マリンブレイコースと②実務コース③資格取得コースに分けられ、クラスは入社時から4年次までの段階を設けた①スキルアップクラスと5年次以上と10年次以上の経験を対象とした②スキルチェッククラスに分けられ、それぞれの領域における以下の講座が用意されています。(別表参照)

マリンブレイコース

- ◆マリンブレイ体験講座
マリンブレイを一通り体験し、初歩的・基本的な知識および技能を修得する。
- 期間 4日間 ●受講料 60,000円
- ◆スポーツフィッシング講座
ビッグゲームフィッシングを中心としたボート装備からルール指導、釣り方や操船等の技能を修得する。
- 期間 2日間 ●受講料 45,000円

航海講座 I

4級以上の小型船舶操縦士免許所有者を対象として、大型艇の航海技術および運用術や操船術を修得、レーダー・GPS・漁探等の操作の実習も行う中でシーマンシップを育成。

- 期間 4日間 ●受講料 70,000円
- ◆航海講座 II

航海講座 I の修了者を対象として、航海講座 I で修得した技術のレベルアップと、緊急時やトラブル発生時における対応力の向上を図る中で、オーナー指導力を育成する。

- 期間 3日間 ●受講料 50,000円
- ◆ヨット講座 I

ヨットの初心者を対象として、ヨットの機装および基本的な帆走技術を実習する。

- 期間 3日間 ●受講料 45,000円
- ◆ヨット講座 II

ヨット経験者を対象として、帆走技術の向上やレースに必要な技術やルールを実習の中で身につける。

- 期間 3日間 ●受講料 45,000円
- ◆水上スキー講座

水上スキーの一般知識および技能を修得。

- 期間 2日間 ●受講料 45,000円
- ◆ダイビング講座

スクーバダイビングの初級講座を行い、初級認定証(Cカード)を発行する。

- 期間 5日間 ●受講料 80,000円

実務コース

◆商品概要講座
新入社員教育として春期に開校し、ヤマハマリン取扱商品の全体概要と基礎的な商品知識を修得する。

- 期間 3日間 ●受講料 30,000円
- ◆接遇講座

社会人としての基本的なビジネスマナーを修得する。

- 期間 1日間 ●受講料 15,000円
- ◆エンジン講座 I

2サイクル船外機の基本的な構造、機能と取

扱いを理解し、部分分解や調整実習を通じて知識と技術を修得する。

- 期間 2日間 ●受講料 30,000円
- ◆エンジン講座 II

4サイクル船内外機、船内機の基本的な構造と部分分解実習、日常の保守点検等の知識と技術を修得する。

- 期間 3日間 ●受講料 50,000円
- ◆艇体講座

船の速力、旋回特性、乗り心地や波かぶり、風流れなど、船舶工学的知識を習得する。

- 期間 1日間 ●受講料 15,000円
- ◆経理講座

日常業務の経理処理の流れから、法人経理(税法)処理方法の理解まで、基礎的な経理知識を習得する。(秋冬期に開催)

- 期間 2日間 ●受講料 25,000円
- ◆債権管理講座 I

契約の基礎知識の入門田周とケーススタディによる研修。(秋冬期に開催)

- 期間 2日間 ●受講料 25,000円
- ◆債権管理講座 II

営業活動で起こりうる契約上のトラブルに対処するための法律知識を習得する。

- 期間 2日間 ●受講料 25,000円

資格取得コース

◆2級マリン整備士養成講座

3級取得後2年以上経過のサービスマンを対象として、2級マリン整備士の受験をバックアップする。

- 期間 3日間 ●受講料 15,000円
- ◆YMS認定講習会

1級サービスマンを対象として、ヤマハマリンサービスマンスタッフの資格認定を行う。

- 期間 1日間 ●受講料 10,000円

※受講料は前泊を含む宿泊費込みです(但し資格取得コースは除く)。

※資料のご請求・お問い合わせはマリンアカデミー事務局(☎053-578-3269)までご連絡ください。

ヤマハマリニアカデミー修了者(1992-3月)

(敬称略・順不同)

◆2級マリン整備士(漁船)養成講座(1992.2/6~8)
鈴木敏正(共栄鉄工所)、中村明彦(沼津マリーナ)、伊村正人(伊村無線サービス)、嶋田静治(島田商会)、常川純一郎(とやまマリーナ)、西村啓(沼津パワートレンサービス)、早記宏(和歌山マリンサービス)、伊藤昭博(デルタマリン防府店)、山枝隆弘(徳山マリン)、西山賢(土井万)、金城順一(ウェスタンマリン)

◆スポーツフィッシング講座(1992.2/7~8)
小松晃(ヤマハ北陸店)、上田義雄(ヤマハ松山店)、濱本敦弘(ヤシママリン)、中野弘隆(ヤマハ東京)、田島尚純(ヤマハ東京)、佐藤美之(ヤマハ仙台店)、杉山正剛(出光興産)

◆航海講座 I (1992.2/10~13)
伊藤亘(伊藤商会)、布川昭浩(布川商会)、三原政秀(釧路サンマリン)、岩田英幹(ヤマハ北陸店)

◆債権管理講座 II (1992.2/18~19)
吉田道弘(ダイイチ)、富永秀郎(ダイイチ)、岩本豊彦(ダイイチ)、中野豊弘(ダイイチ)、濱本敦弘(ヤシママリン)、岩花光博(マリーナ河芸)、岩崎恒雄(ヤマハ長崎店)、林稔樹(ヤマハマリーナ浜名湖)、浅野秀明(ヤマハマリーナ浜名湖)

◆YMPサービス責任者研修会(1992.2/18~20)
長井章(くろしお)、村山清司(タカハシ)、村山光正(タカハシ)、掛谷秀男(ダイイチ)、畑正義(兵庫トヨタマリン)、西川豊(ニューポート)、西平友英(土井万)、武田秀昭(岡山マリンポート)、香西晴久(岡山マリンポート)、阿部光昭(岡山マリンポート)、松岡伸憲(徳山マリン)、戸田均(デルタマリン)、川田恵(デルタマリン)、石川義英(高木兄弟商会)、松野勇次(セーラーズ)、藤田守(小松島マリーナ)、西沢史生(太平洋マリン)、土肥祐聖(太平洋マリン)、多田知弘(瀬戸内マリン)、小川文明(ウェスタンマリン)、米須豊永(スバルマリン)

◆艇体講座(1992.2/25)
河合雅之(ヤマハマリーナ浜名湖)、鈴木邦生(ヤマハマリーナ浜名湖)、末次剛(ヤマハ長崎店)、山本等(ヤマハ千葉店)、瀧美正人(ダイイチ)、杉山正剛(出光興産)、五藤敏(ヤマハ発動機)

◆航海講座 II (1992.2/26~28)
原長文(ヤマハ姫路店)、猪川裕司(ヤマハ札幌店)、明石正規(日生マリーナ)、横山勝(日生マリーナ)、正井英三(ヤマハ和歌山店)、川島敏也(ウェスタンマリン)、八重樫敏宏(ヤマハ名古屋店)、水野守彦(ヤマハ北陸店)、中野正俊(ヤマハ発動機)

◆ヨット講座 I (1992.2/27~29)
鈴木峯(ヤマハ千葉店)、井上大志(ヤマハSC神戸)、青山祐介(ヤマハSC琵琶湖)、永井慎二(ヤマハSC名古屋)、杉谷茂(ヤマハSC広島)、清水敏宏(ヤマハ高知店)、加藤晴康(ヤマハSC城ヶ島)、小林宏樹(ヤマハSC大阪)、龍門芳弘(ヤマハSC大阪)

◆航海講座 II (1992.3/4~6)
奥河睦明(ヤマハSC塩釜)、上野幹夫(ヤマハSC晴海)、高橋昌彦(ヤマハSC名古屋)、龍門芳弘(ヤマハSC大阪)、松井武(ヤマハ舞鶴店)、小堺和彦(ヤマハSC岡山)、大石賢二(ヤマハSC海の中道)

◆YMSS認定講習会・東京(1992.3/4)
矢沢智亮(ヤマハSC室蘭)、上野幹夫(ヤマハSC晴海)、尾崎欣一(小湊鉄工所)、松本圭司(小湊鉄工所)、篠田引一(篠田鉄工所)、石田豊(ホーエイ)、藤枝俊夫(フジマリン商会)、進藤孝男(金谷マリン)、内田誠(沼津マリーナ)、長井文夫(長井船舶)、勝浦宏仁(兵庫トヨタマリン)、佐藤運哉(ヤマハSC大阪)、八重樫民本(ヤマハ発動機)

◆YMSS認定講習会・広島(1992.3/6)
山田琢磨(デルタマリン)、空河内一人(デルタマリン)、西平友英(土井万)、香川清治(マリンエンゼル)、河崎公典(河崎マリンサービス)、川野真一(岡山マリンサービス)、久山克己(岡山マリンサービス)、香西晴久(岡山マリンサービス)、弓取嘉剛(ヤマハSC広島)、石飛陵一(ヤマハSC広島)、湯上聖二(ヤマハSC広島)、森孝司(ウェスタンマリン)、仲尾欣也(スバルマリン)、浜元泰(コスモマリン)

◆ヨット講座 I (1992.3/10~12)
太田善久(ヤマハSC名古屋)、曾我部新也(ヤマハSC沼津)、中島猛(ヤマハSC小樽)、畑中孝文(ヤマハSC広島)、松橋将孝(ヤマハ函館営業所)、窪家雅史(ヤマハSC城ヶ島)、新真一(ヤマハ東京)、新園勉(ヤマハSC葉山)、西嶋良介(ヤマハ発動機)

◆YMSS認定講習会・四国(1992.3/18)
青野孝(ヤマハ高知店)、羽鳥澄夫(羽鳥マリンサービス)



「この業界に入った以上はすべてのマリンスポーツを体験したい」とは新入社員の兵庫トヨタマリン㈱の田口知宏さん(左)と㈱岡山マリンスポーツセンターの水野秀明さんの抱負

㈱岡山マリンスポーツセンターの景山善行さんはサービスマン1年生ながら「お客さまの信頼を得るためには遊びを知らなくては」と語ってくれた

マリンプレイ体験講座は水上スキー、マリッジット、ディンギー、ボードセーリングが一通り体験でき、初歩的、基本的な知識及び技術が習得できる

㈱JEUGIAの滝本裕子さんは昨年9月からマリン普及に配属され今回の受講となった



ヤマハマリニアカデミー・カリキュラム

クラス	コース	マリンプレイコース	実務コース	資格取得コース
	対象	マリンセールスマン、マリンサービスマン、マリンパーズマン		マリンサービスマン
スキルアップ	入社時(1年未満)	●マリンプレイ体験講座	●商品概要講座 ●エンジン講座I(サービスマンは対象外) ●接遇講座	●2級マリン整備士養成講座 ●YMSS認定講習会
	1~2年次	●航海講座I ●ヨット講座I ●水上スキー講座	●エンジン講座II(サービスマンは対象外)	
	3年次	●航海講座II ●スポーツフィッシング講座	●債権管理講座I ●艇体講座	
	4年次	●ヨット講座II ●ダイビング講座	●債権管理講座II ●経理講座	
スキルチェック	5年次以上	●航海講座I・II ●スポーツフィッシング講座 ●ヨット講座I・II		
	10年次以上	●航海講座I・II ●スポーツフィッシング講座		

ヤマハマリニアカデミー開講スケジュール(6~8月)

コース	講座名	日程
マリンプレイコース	マリンプレイ体験講座	7/15~18
	航海講座I	6/24~27、7/7~10、7/22~25
	航海講座II	7/1~3、8/4~6
	ヨット講座I	6/25~27、7/6~8
	ヨット講座II	6/22~24、7/20~22
	スポーツフィッシング講座	7/29~30
実務	エンジン講座I	6/22~23
	エンジン講座II	6/15~17
	艇体講座	7/4

※お申込はマリニアカデミー事務局(☎053-578-3269)までご連絡ください。各講座の募集は定員になり次第、締切らせていただきますのでお早目にお申込みください。

島の西側には養殖のイケスがずらりと並んでいます。餌は新鮮なイワシ。大型船の船倉からポンプで海水と一緒に汲み上げてイケスへ流します。餌が流れ落ちると同時に、イケスの海面はハマチで盛り上がり、なかなか壮観な光景です。イケスの回りには、餌のおこぼれを食べにくる魚も多く、給餌しながら釣りをして、それで100万円単位の収入を得る漁師さんもいるそうです



宮崎県

島

浦

親子代々の仕事は 島の漁業を支えています

宮崎県延岡市島浦町 漁船店 (合) 島野浦造船所 / 山本重樹代表



島の漁師さんにとってなくてはならない存在の島野浦造船所。県北部では最も大規模のドックがあるので、どんな船にも対応でき心強い存在です



島

浦町は、宮崎県の北端、大分県との県境近くに位置する島浦島にあります。町は漁港を中心に形成されていて、人口は約2千人。ほとんどの人が漁業に携わっている「漁業の町、漁業の島」といえるところです。単調な海岸線の多い宮崎県の中では、この島浦町の周囲は大小の根が点在し、海も穏やかな好漁場として古くから知られています。また、海水がきれいなため、ハマチやタイ、ヒラメの養殖地としても大きく発展してきました。

昭

和15年頃から、この町で造船所を営む山本社長は、まさに町の漁業を支える縁の下の力持ち。島浦町での漁業の特徴は、養殖の他、定地網漁、巻き網漁、巾着網漁、ハエ縄漁など、漁の種類が多く、使用される船体も大小様々とのことです。山本さんのご商売の相手は、町のこうした漁師さんたち全てというわけです。

漁

のシーズンに合わせて、山本さんのところにドック入りする船は集中します。しかも1隻の船を各種の漁に使うケースもあって、漁期毎に改造する作業も多いのです。

「現在は、ドックでの修理やメンテナンスが業務の中心。最近はやまハ船の売り込みとドックでの仕事が忙しいので、新造船はほとんど造っていません」という山本さんですが、

お客さまとも身内の付き合い

(合)島野浦造船所

- 創業……1940年
- 従業員数……2名
- 商圏……島浦町
- 年商……4500万円

ご商売はドックでの修理、メンテナンスが中心ですが、ヤマハの業務用漁船、ドライブ船やエンジンの扱いも徐々に増えています。主力商品は、40呎前後のヤマハ漁船、マリンドーゼルなどで、26ft~28ftのヤマハドライブ船も多い。早朝の漁での水揚げを1分でも早く延岡の市場に持ち込みたい漁師さんにとっては、ヤマハの漁船、ドライブ船は「スピードがある」と評価されています。の弘幸さんが二代目として活躍しています。町の人々とも身内同然の付き合いをする、頼もしい跡継ぎといえます。



まるまると太ったハマチ。同じ養殖ハマチでも、稚魚が獲れた場所によって味も値段も違ってきます。島浦周辺のハマチは一級品です

◆養殖の秘訣は魚への愛着

島浦町の周囲、特に島の西側にはずらりと養殖イカダが並んでいます。魚の養殖には様々な苦労があるようですが、この島で25年前から養殖を始め、現在は定置網漁もおこなっている古谷さんに伺ってみました。

「ハマチは4月頃に稚魚を仕入れ、約2年で4~5kgになります。やはり大変なのは、病気対策です。特に水が温くなる夏場は要注意で、餌をやるときや見回りのときにどれだけ愛着を持って観察できるかどうかで違ってくると思います。なにしろ養殖魚のいろいろな病気に対する特效薬はないのですから」

つまり魚に対する愛情が、いちばんの特效薬というわけです。苦労して育てたハマチの売値は1kg当たり、約1000円、これは10年程前からほとんど変わっていません。

楽しいこともあります。生簀に餌をやりながら釣り糸を垂らすと、タイやヒラメが良く釣れるのです。取材当日も5分位の間に釣り上げた30cmのタイを刺身で頂き、舌鼓をうちました。



株古谷水産の主要メンバー。代表の古谷静男さんとご子息の3兄弟を始め、ハマチの養殖と定置網を主体とした漁をおこなっています。2隻のヤマハドライブ船を含む計6隻を所有していますが、ヤマハの船は、定置網で揚がった魚をいち早く延岡の市場に運び込む運搬船として威力を発揮しています。



島野浦造船所の二代目の弘幸さんは、この仕事に就く前に、ヤマハの天草工場と大分店で1年3ヵ月も研修を積んでいます。しかも新婚間もないころの「単身赴任」でしたから生半可な決意ではありません。時にはお客さまの船に乗って、漁を手伝ったりもする頼り甲斐のある好青年です

取材当日は、延岡のマリンショップで働くご長男が来ていて、一緒に記念撮影。漁を間近に控えた忙しい時期には、親子二代の奥さまたちもドックに出て手伝うそうです。このアットホームな雰囲気、お客さまに信頼感を与えています



漁師さんたちに頼りにされているのは、「とにかく漁に間に合わせるのが、いちばん大切」という責任感ある仕事ぶり、この地域でもっとも大きなドックを備えているからでしょう。

港を眺めて感じるのは、意外と古いタイプの漁船、地元製漁船が多いこと。ヤマハにとっても山本さんにとっても、島浦はこれからのマーケットのようです。

「島という特殊事情もあって、新しいものには慎重になる傾向があるようです。でも、性能や品質の評価は漁師さんたちの間で高いし、スピードにはすでに定評がありますので、ヤマハ漁船はこれから増えてくるでしょう」

山本さんは、漁の種類に細かく対応するオプションや改造のしやすさが増せば、ヤマハの船は飛躍的に売れると予測しています。

最後に、山本さんにとってのご商売のモットーを伺ってみました。

「島の人のほとんどが知り合いのような町ですから、商売以外でも誰とでも付き合うことがポイント」と明るく応えてくれました。

★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

フィッシングファンのフアローに……

『第15回'92ヤマハボートフィッシングコンテスト』を今年も開催

今年で15周年をむかえるヤマハボートフィッシングコンテストは、延参加者数も7万人に達し、ビッグイベントとしてその地位を確立してきました。



今年も4月1日より10月31日まで、全国各地の水域において統一レギュレーションのもとに開催します(開催日は実施主催者が決定)。全国のボートオーナーの方へのサービスプランの一端として、また代替需要創造の場として、さらにオーナー相互のコミュニケーションの場として、ぜひ、コンテストを開催していただきたいと思えます。

なお、地区大会入賞者の中から抽選で服部名人と3泊4日でビッグフィッシングツアーにご招待、地区大会優勝者の方にオリムピック協賛のアイスバッグをプレゼントするなど賞品も盛りだくさんです。

また、告知用ツール・ポスター、チラシ、営業ツールなどもご用意しておりますので、有効にご活用ください。

「ご活用いただけますか?」
『CATCH THE SUMMER'92 海をこまごま』

前号でもご紹介した通り、ヤマハでは本格的なマリンスーツを迎え、フアマリーボート、釣り・レジャー和船、マリンジエットの拡販キャンペーンを実施中です。期間は7月31日まで、もう目前です。キャンペーンツール等を有効にご活用の上、セールスプロモーションとしてお役立てください。

●対象艇

へフアマリーボート

FR124、23、21、SR117

へフィッシングボート

UF125、23、20

へ釣り・レジャー和船

FW23、W14CH、17AH、19FH、19EH(EH2)、19CF5、20DF5、23FF5、25DH

SCHOOL

お客さまへの安全啓蒙に……

本格的な沿岸クルージングを学ぶ
『ヤマハナビゲーションスクール』



ヤマハでは、ボートオーナーのクルージングテクニクの向上を目的としたナビゲーションスクールを5月より開講しています。定員を最大12名に限定し、2泊3日のスケジュールで航海実習を含んだ密度の高いカリキュラムをご用意しています。

安全で快適なクルージングをお客さまに楽しんでいただくためにもベシックテクニクを磨くことのできる当講座をぜひお勧めください。

●受講資格/四級小型船舶操縦士免許以上の海技免状を所有していること

●講習艇/46フィートモータークルーザー及び53フィートモータークルーザー

●日程

第2回 7月5日・11日・12日(5日は日帰り、11日合歡の郷一泊)※申込締切日▼6月27日

第3回 8月2日・8日・9日(2日は日帰り、

8日合歡の郷一泊) ※申込締切日▼7月25日
第4回 9月25日・26日・27日(ヤマハマリナー浜名湖一泊・26日合歡の郷一泊) ※申込締切日▼9月12日

●受講料/95,000円(テキスト代、宿泊費を含む)

●講習内容/航海術(座学)・運用術(座学)・航海計器(座学)・機関保守点検(実習)・航海計画立案(実習)・2軸大型艇操作(実習)・沿岸航法、航海(実習)

●航海実習コース/浜名湖合歡の郷・浜名湖

※お問い合わせはマリニアカデミー事務局
053(578)3269

'92ヤマハスポーツフィッシングスクールの日程が一部変更となります



前号でもご紹介したヤマハスポーツフィッシングスクールの日程が一部変更になりました。また、日程、開催地など未定の箇所が決定しましたのでお知らせします。

へ日程変更

●関西地区(舞鶴) 7月11日・12日▼6月27日・28日

へ日程決定

●北海道地区(マリンウェーブ小樽) 6月7日、6月27日・28日

●東北地区(ヤマハSC塩釜) 6月7日、7月19日、8月23日

●中国地区(ヤマハSC広島) 6月21日

GOODS

海を愛する人の
生分解性船外機オイル
『PROMAR』新発売

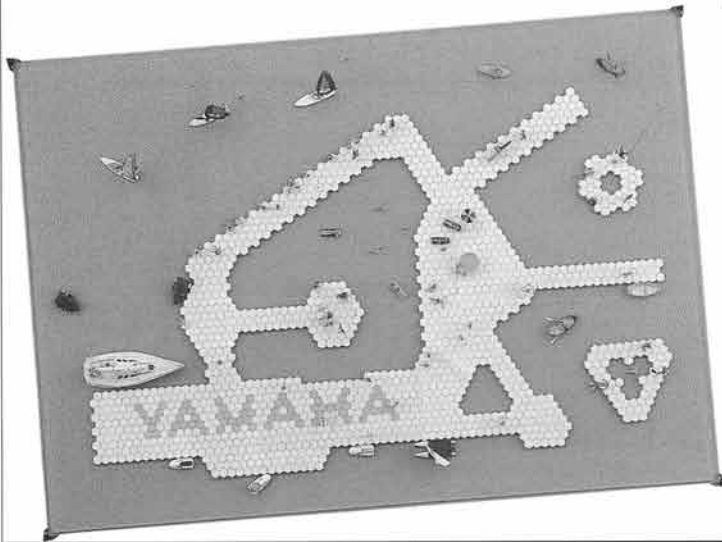


●P.No.90790-70402 (12缶)

洋上レジャー基地に最適!
遊び感覚で組み立てが可能なフロート
ハニートラント

ヤマハでは6月20日よりポリエチレンを材質としたフロート・スペース『ハニートラント』の販売を開始します。これは、六角形のフロートを自由で演出性の高い組み合わせで構成するフロート・システムで、海辺や湖畔のレジャースペース、洋上におけるディンギーやマリッジェット、水上スキー、ダイビング、パラセイル等のスペースとして手軽に利用できるものです。

六角形の各コーナーにジョイント部が設けられているため、水面に浮かべたままでもフロート上面より組み立て作業ができることも特徴のひとつ。71ピースで16畳相当という大きな面積を確保し、遊び感覚で自由なイメージの洋上スペースを敷設することができます。



世界的に環境汚染問題に対する関心が高まっている中、ヤマハでは自然保護と高性能を両立させた船外機用オイル『PROMAR』を6月15日より発売いたします。

船外機用エンジンは、排気ガスを水中に排出しており、2サイクルエンジンは潤滑を行った後、排気ガスに同伴されるため水質汚濁が懸念されています。したがって生分解性の高い潤滑油を使用し、水質汚濁を防ぐオイルが求められていました。

これを見事にクリアし、さらに現行の当社Sオイル以上のオイル性能を確保したのが『PROMAR』です。

海を愛する人のために作られた船外機オイル『PROMAR』を、お客さまにご紹介ください。

EVENT

お客さまに魅力を広めたい
『ビルフィッシュトーナメント』
今年も各地で開催!!

自然を慈しみ、魚と対等の立場に身を置いて釣りを楽しむスポーツフィッシングは年々人気が高まっています。中でも豪快なファイトが楽しめるカジキ釣りは注目の的。全国各地で開催されるトーナメントに参加、見学し、お客さまとスポーツフィッシングの魅力を体験してはいかがでしょうか。



社団法人

国内で開催される
主なビルフィッシュトーナメント

- 土佐ビルフィッシュトーナメント'92
7月3日〜5日
- 勝浦ビルフィッシュトーナメント'92
7月17〜19日
- 第14回下田国際カジキ釣り大会
7月22日〜25日
- '92合歡の郷ビルフィッシュトーナメント
7月31日〜8月2日
- マリンフェスティバル牡鹿スポーツフィッシング
8月8日〜9日
- 遠州灘ビルフィッシュトーナメント
8月28日〜30日

EVENT REPORT

全国からジュニアの精鋭
107隻が浜名湖に大集合



第10回ミニホッパー級・第3回シーホッパーMSR
JUNIOR CHAMPION REGATTA

4月3日から5までの3日間、静岡県浜名湖にて、『第10回ミニホッパー級ジュニアチャンピオンレガッタ』及び、『第3回シーホッパー級SRジュニアチャンピオンレガッタ』が行われました。今回は、北は函館から南は福岡までの選手が参加し、2種目合わせて107隻がエントリーし、大会史上最多を記録した昨年の75隻を大幅に更新しました。

レースは4月3日の初日は南の風4〜5%とほどよい風にめぐまれ、2日目の第3レースには時折10m/s近くのブローが吹きつけるコンディション。シーホッパー級SRはスタートしたもののリタイヤも目立ち、ミニホッパー級のレースは中止になりました。優勝はシーホッパー級SRでは最終日の5日も順調だった愛知県立半田高校のヨット部の永井彰選手(永井選手は昨年のミニホッパー級の優勝者)、ミニホッパー級では各レースでコンスタントに上位を守った安来ジュニアヨットクラブの門脇裕二選手が獲得しました。

TOPICS

北海道南岸で最大規模の
〈室蘭港エンルムマリナー〉開設

室蘭市絵鞆町に北海道南岸で最大規模のマリナー〈室蘭港エンルムマリナー〉が、4月25日にオープンしました。

このマリナーは、室蘭市と北海道ヤマハや住友重機械工業等の民間会社からなる第3セクターによって作られた。〈エンルムマリナー室蘭〉が管理・運営するもので、市の構想である「室蘭ボルカノベイマリナージュ構想」の一大拠点となり、ここを中心としたウォーターフロント開発が将来にわたって計画されています。



また、〈室蘭港エンルムマリナー〉は、ベイサイドリゾートのキーステーションとして遊・憩・食それぞれをクオリティ高くブレゼンテーションする新しい空間です。遊びのステージが太平洋となるためクルージングはもちろん本格的なスポーツフィッシング、イルカや鯨との感動的な出会いなど、洋上でしか味わえない満足感を提供します。

交通のアクセス面においても、現在建設中の白鳥大橋が完成（平成9年予定）すると、高速道路室蘭ICと直結されるため、札幌・千歳方面及び函館・洞爺方面からマリナーへのアクセスも一段とスムーズに。道内のマリナージュヤーの一大拠点として注目を集めています。

斬新なスタイリングが注目の
ヤマハ製の監督測量船が
青森、宮城で活躍



ヤマハ蒲郡工場に関係者が集まる中で開かれた〈翔洋〉の進水式



サーフェス・ステップ・ドライブの採用で快走する〈つがる〉

このほどヤマハ蒲郡工場にてニュータイプの監督測量船が2隻建造され3月に進水し、それぞれの港へ出航しました。そのうちの1隻は、青森県青森港のつがる。船体にはFRP製単胴V型船型を採用し、従来の監督測量船のイメージを一新した斬新なスタイリングが特徴。

推進方式にはサーフェス・ステップ・ドライブを用い、優れた高速性能を確保すると同時に、最新の航海計器を搭載、耐波性、凌波性、操縦性にも富んだ全天候型船舶に仕上げられています。

船体横には、青森りんごのデザインが入っており、地域のシンボル船として、また視察船としても活躍が期待されています。

もう一隻は、宮城県塩釜港の「翔洋」。スベック、エクステリア等はほぼ「つがる」と同様。船体横のシンボルマークには伊達正宗の兜を用いるなど、地域に密着した形の監督測量船になっています。

関西の漁業資源保護運動に
ヤマハが支援

ヤマハ関西㈱では、兵庫県漁連播磨支所が三年前から資源保護を目的として行っている「バックフィッシュ運動」を支援、稚魚の再放流に対する意識を高め、貴重な漁業資源を大切にしよう、このほど操業時にかぶって運動をアピールする特製の帽子千五百個を製作し、同支所に贈呈しました。帽子の本体は明るいマリンブルーで、中央に、運動への協力を呼びかけるシンボルマークが描かれています。

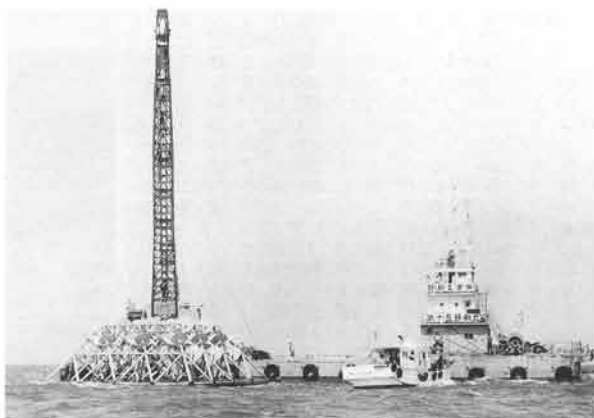
「バックフィッシュ運動」とは、資源をムダにしない漁業をキャッチフレーズに、底引き網、船引き網漁などの際混獲される稚魚を、海に再放流しようという運動です。

資源保護に対する関心が高まっている中、今回の帽子の贈呈は地元の新聞等でも紹介され話題を呼びました。



沿岸海洋資源の確保をめざして
人工漁礁の海洋実験スタート

WORLD of YAMAHA



ヤマハでは沿岸海洋環境資源に新機軸を拓く、汎用性の海洋構造OESTラスの実用化を目指して、三井物産、中村建設の2社とともにOESTラス研究会を設立、このほど「OESTラス構造体漁礁」の実証実験を静岡県大井川港沖で開始しました。

OESTラスとは、海洋・軽量弾性トラス構造の略で、トラスとは三角形を基本にした立体骨組み構造のこと。

珊瑚礁からヒントを得て創案されたこの漁礁、今回の実験では固着性藻類の足場としての有効性や、シラスなどの幼稚稚魚等の成育環境としてのエコロジー評価、さらに将来OESTラスが水産海洋構造物として実用化される際の漁業振興効果などの具体的な検証に力点を置いているもので、早くも水産関係者間でその成果が期待されています。

遂に発売! <Jet Buddy>

ジェットバディ

広がるマリッジジェット

遊

ワールド



ジョイントは洋上でもラクにドッキングできるワンタッチ式。特別な道具も必要ありません（カラーリングは実際の商品と異なります）



専用テーブルを取り付け、小粋な洋上パーティが楽しめます（カラーリングは実際の商品と異なります。写真奥のプルタイプは参考商品）

〈主要諸元〉

- 全 長：5.02m
- 全 幅：1.99m
- 全 高：0.98m
- 船体重量：290kg
- 主推進機：MJ-650TL
- 定 員：6名(MJ定員を含む)

さらに船外機を取り付けることにより、単独航行もOK、トレーラーでの運搬も可能です。手軽に、そして多彩にMJの世界を演出する「Jet Buddy」。既存のMJユーザーに新しい遊びの世界を提供するばかりでなく、MJとセットでご紹介することで、新たなMJのユーザー層を開拓する強力な助っ人ともなりそうです。

2月に開催された東京・大阪の両国際ボートショーで参考出品としてご紹介した「Jet Buddy」。ヤマハではマリッジジェットの遊びの世界をさらに広げるジョイントビークルとして注目を集めた同製品を商品化、この6月より限定100台を発売いたします。発売されるのは、写真のドッキングタイプ。MJ-650TLとのドッキングで6人乗りのジェットボートに早変わり、ショートクルージングが楽しめるだけでなく、目的地で離脱すればマリッジの洋上基地として海水浴や日光浴、洋上パーティなど幅広いマリッジを楽しめることができます。



ヤマハ・オートバイの卸も兼業とする株第一自動車さんは、茨城県中に幅広いネットワークを持っており、ポートライセンススクール受講者の獲得に結びつけています



地元新聞の広告担当者とは細かい打ち合わせが続き、広告のレイアウトが決まっています。坂本社長にとって、これは大切な仕事のひとつです



最近若い人の受講が多くなっています。受付カウンター奥は、左が専務職を務める社長の奥さま、そして受付担当の鈴木さん

プレジャー指向に変わってから活発化したポートライセンス
 (株)第一自動車さんは昭和33年にヤマハのモーターサイクル卸として、創業を開始。その後、霞ヶ浦という大きな市場を背景にヤマハの和船や漁船の販売を手がけ、プレジャーボートにも力を注ぐようになりました。

「昭和40年代に入ってからでしたか、小型船舶操縦士の免許制度ができ、早速私も免許教室を設けました。当時、販売の主力はプレジャー指向ではなく漁船関係。しかし、漁師さんたちは、漁協で行う講習会などで免許を取得するのが普通で、私どもの所へ来るお客さまは、数少ないプレジャーボートファンの方たちでした」と当時を懐かしそうに語った坂本社長。スタート当時は、現在のような隆盛は想像できない状況だったようですが、時代とともに転機が訪れました。

ボートやマリッジットを販売していく上で一つのポイントとなるのがポートライセンス。茨城県土浦市の株第一自動車さんは、ポートライセンスの重要性にいち早く着目し、プレジャーボートに免許制度が取り入れられると同時にライセンススクールを開始。地元の霞ヶ浦を中心に大きな実績を上げてきました。

今回は、DMの名簿だけでも常に1,000名を超えるお客さまの名前を控えているという、その集客力の秘密や、日頃の販売戦略などについて、同社の坂本社長にお聞きしました。

免許制度発足とともに始めた ボートライセンス・スクール 現在の顧客リストは 1,000名

茨城県土浦市
株式会社第一自動車



「後継者不足や魚の減少などで漁船が減り、その代わりプレジャーボートが次第に増えました。私どもの商売でも7〜8年ほど前を境にプレジャーボートの取扱いが漁船や和船を抜き、それと同時に、ポートライセンス・スクールが活発になっていきました」

その後、マリッジットなど若者向けの商品が登場したことも影響して、スクールの受講者はうなぎ登り。今では年間100〜150名の卒業を送り出すまでになりました。この実績を生むようになった陰には、免許制度発足時から地道に続けてきた豊富な経験とともに、積極的な集客努力が上げられます。

多数の情報チャネルで集客率をアップ

(株)第一自動車さんは、ヤマハ・オートバイの茨城県総代理店でもあります。坂本社長は、まずこの販売ルートに着目しました。

「200軒ほどあるバイクのお得意先に、

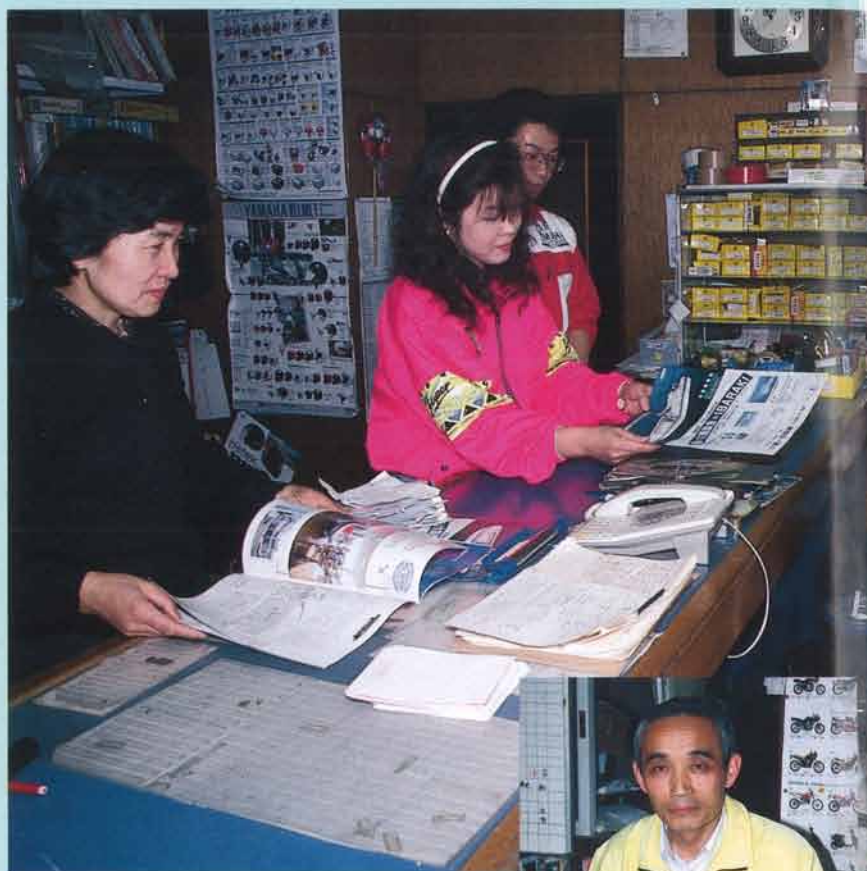


広い敷地にポート、オートバイが在庫され、サービスセンターやショールームなどが設けられている株第一自動車さんの社屋

ライセンス取得客がどれだけポート購入につながるのかが、最も大きな課題。購入していただいたお客さまのポートの整備には、力が入ります。サービスの良さは必ずロコミで広がり、次の免許受講者に影響します

この他、坂本社長は、積極的に地元の新聞社に新聞社の人が広告のゲラ刷りを持って訪れていました。

毎回くまなく受講案内のチラシを配布します。バイクに興味を持っている若者を、海にも引張ろうという狙いで、特にマリッジエットのお客さんを掴むのにも効果が上がっています。ライセンスの窓口としてきつかけを持ったバイクショップさんには、次の段階としてマリッジエットを取り扱ってもらいます。バイクのつながりで免許を扱ってもらい、続いて商品も販売してもらおう。まさに一石二鳥です。



「新聞には、ほぼ毎週広告を掲載しています。そして、募集に合わせて時々バブリシテイ記事を書いてもらいます。記事になると、一般の人の目を惹き、飛び込み客が期待できるのです。言ってみれば、ウチにとつての需要創造活動ですね。」

狙いを分けた集客活動で、さまざまな人をポートライセンスに引き込む努力は見事と言わざるを得ません。このようにして集めた顧客リストには、常に1,000名以上の名前が控えられています。そして、この情報をもとに年3〜4回、DM作戦を展開。浮動票的な存在のお客さまへ、とどめのセールスを行います。

免許取得後のアプローチを積極的に行いたいという坂本社長



今後の課題は、受講者へのアフターフォロー

常に先を見ている坂本社長、次の課題は、ライセンス取得客に対するその後のアプローチだそうです。

「ウチで免許を取ってもらえたということで、確かにその後のつながりはできません。取得後、今度は商品のDMを送り、電話でトーク・セールス。これが普通の方法ですが、今のところライセンススクールを卒業したお客さまのポート購買率は約10%。この数字を何とか大きくしたいですね」

ライセンス取得客に対するセールス方法について、現在いろいろと検討している最中とのこと。きっと良いアイデアが浮かぶことでしょう。

株第一自動車さんには、ポートライセンススクール専門の受付担当者を置き、煩雑な受講手続きを処理しています。

「問い合わせはほとんど毎日ですね。ここ2〜3年の間に、若い人たちの受講が増えたのには驚いています。申請のため、来店されるお客さまの書類不備にはよく泣かれますが、自分の顔を覚えていくと、合格された後にお礼をいわれたりすると、嬉しいですよ」

受付担当の鈴木さんが、細かいリストの整理に追われながらも笑顔で答えてくれました。



新聞広告、チラシ、DM。媒体によって顧客のターゲットを絞り、総合的な情報としてリストアップされて行きます

海が好き、
ヤマハが好き。

YAMAHA 28

「今日はお昼頃に前線が通過しますから荒れますよ」と笑顔のなかに厳しい表情をのぞかせたのは広島市の現市長の平岡敬さん。

この日は平岡さんが会長を務める「デルタヨットクラブ」のクラブ内マッチレースの開催日。瀬戸内といえは穏やかな海を連想しますが、この日はあいにくの強風。レースが行われた広島湾も白波が立つほどの荒れ模様でした。

「たしかに、ヨットで海に出ると日々のストレスを解消することができるんですよ。のんびりとクルージングをしていると本当に楽しいですね。でも、それと同時に緊張感というものを常に持っています。自然が相手ですから。急変する天候など、様々な可能性にすぐに対処できるような緊張感が必要です。今日のような日は特にそうです」

平岡さんがヨットを始められたのはちょうど学生の頃。それからというもの、海との関係は切っても切れなくなってしまったとのこと。その後、新聞記者時代にはレンタルのディンギーを楽しむようになり、ぜひ自分のヨットをということでお買い求められたのがヤマハ艇でした。

「私はこれまでに4艇のヨットに乗ってきましたが、すべてヤマハなんです。最初が17。その後21、26と徐々に大きくしていきまして、現在は28に乗っています(笑)」

平岡さんの現在のヨットはYAMAHA28 Woody Saloon。月に1回のクラブレースの他にも、忙しいスケジュールの合間をぬって瀬戸内海でのクルージングを楽しんでいます。

「海という自然を相手にする場合、やはり、無理をしないということこそ最も大切だと感じますね。危険な状況に直面した時の判断。進むか戻るかの判断基準となるのは、やはり無理をしないということなんです」

結局、強風のため、この日のマッチレースは第2レースのスタートを前に中止と決定。残念ながら平岡さんの雄姿は拝見できませんでしたが、シーマンとしての厳しい姿勢は知ることができました。愛艇「Sauer Klee」号との今後の活躍が楽しみです。



デルタマリン・江波マリーナで開催されたマッチレースに参加。当マッチレースにはYAMAHA-23IIが競技艇として使用されました