

ヤマハ マリン ニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.87

■ This is it! — *YAMAHA NEW BOAT & YACHT*
魅惑のニューモデル第2弾!

■ 特集 / この冬がチャンス、フィッシングボート商戦

待ってました! UF-28

'92 '93
12・1
月号





遂に実現した、3000万円代
のスポーツフィッシャーマン
MX-40·40EX

ヤマハならではの高いコストパフォーマンスを実現し、11月1日に発売された大型スポーツフィッシャーマン。大きめのL/B比を生かした精悍なスタイリング、スポーツフィッシングにおける機能性と実用性を重視したインテリア等、細部にわたって充実しています。数々のトーナメントに参加してきたヤマハが、自らの経験とユーザーの声を十分に活かしたこのボートは、マリンジャーナリストからも高い評価を得ています。社製マリンディーゼルSX629KMを2基搭載し(EX)、スピード性能も申し分ありません。



〔主要諸元〕※()内はEX
●全長/13.00m ●全幅/3.58m ●全深さ/2.14m ●艇体重量/7.4(8.5)t ●総トン数/12t ●最大馬力/360PS×2 ●エンジン/ヤマハマリンディーゼルSX580KM(SX629KM) ●燃量タンク容量/900(1050)ℓ ●定員/12人 ●航行区域/沿海



名艇<PC-30>が10年
ぶりのモデルチェンジ
PC-31

ミドルクラスのコンバーチブルモデルとして定評のあったPC-30IIIをモデルチェンジし、より本格的なスポーツフィッシング機能と高い居住性を実現させたのが<PC-31>です。1フィートのスケールアップは滑走面が伸びスピード性能を高めた他、居住空間の大幅な拡大に寄与し、より優れた快適性を生み出しました。フライブリッジのシートレイアウト、トローリングポストの標準装備、メインサロン内のロッドケースや収納スペースなど、フィッシング機能も大幅アップ。欲張りなユーザーを満足させることのできる1艇です。



〔主要諸元〕
●全長/11.06m ●全幅/3.20m ●全深さ/1.75m ●艇体重量/3,140kg
●総トン数/7.2t ●最大馬力/240PS×2 ●エンジン/ヤマハマリンディーゼルSX420KSH ●定員/12人 ●航行区域/沿海

CONTENTS

- 特集 4
この冬がチャンス、フィッシングボート商戦「待ってました! UF-28」
- サービスマンの独りごと 12
榎札幌マリン/市岡幸一社長
- ヤマハマリンアカデミー通信 13
マーケティングかんたん講座/株JEUGIAの社員教育/'92年12月~'93年3月のアカデミー開講スケジュール
- 浜を訪ねて 16
糟谷造船/糟谷昌美社長
- ヤマハマリンインフォメーション 18
- 新しくなりましたMy Shop 21
ヤマハ九州(株)福岡店

This is it! YAMAHA NEW BOAT & YACHT

市場の期待に応じて
遂にデビュー

UF-28

UF-30、33に続いて登場したスタンドライブ仕様のUF-28は、UF-33の流れを組む、曲線を生かしたスタイリングのハルに、社製の新型マリンディーゼルSX420KSを搭載、高いスピード性能を発揮します。ブリッジ内はドライバーズシートその他、パッセンジャーシートを設置、ヘッドクリアランスも高く、さらにカディキャビン入口にはドアをオプションで設定、居住性をたかめています。釣り機能の優秀性はいうまでもなく、デッキ回りからキャビン内に至るまで随所に発揮しています。なお、スタンドライブには油圧クラッチを採用し、滑らかなシフト感を実現、足回りの耐久性を高めています。



【主要諸元】

- 全長/8.4m ●全幅/2.70m ●全深さ/1.30m ●艇体重量/2,100kg ●総トン数/5t未満
- 最大馬力/187PS ●エンジン/SX420KS ●燃料タンク容量/200ℓ
- 定員/9人 ●航行区域/限定沿海



ショートハンド・セーリング
を追求したクルーザー

YAMAHA 35EX

スマートなデザイン、ショートハンドを重視した操船性、そして落ち着いた雰囲気のインテリアを持つYAMAHA 35EX。ジブシート、各種ハリヤード、ブームバンク、そしてメインシートまでをドッグハウス上部にリードし、コックピットで集中的にコントロールできるレイアウトを採用しています。またメイントラベラーもドッグハウス上に設置され、コックピットの解放感は抜群、ゲストをわずらわせることもありません。35フィートとは思えない広いキャビン、機能的なギャレーは快適なロングクルージングを約束します。激しいレースをリタイアしたベテランセイラーや本格派クルージングファンにぜひおすすめしたいセーリングクルーザーです。



【主要諸元】*()内はEX

- 全長/10.72m ●水線長/8.90m ●全幅/3.49m ●吃水/2.05m ●完成重量/5,180kg
- バラスト重量/1800kg ●セイルエリア/51.69㎡ ●エンジン/3GMF(27PS)
- 燃料タンク容量/90ℓ ●清水タンク容量/180ℓ+20ℓ(ボリタンク) ●定員/12人(平水)
- 航行区域/遠洋



特集 この冬がチャンス、フィッシングボート商戦

待ってました！UF-28



UF-30、33に続くティーセルスタンドライブ仕様の
本格派フィッシングボートへUF-28が
去る11月1日、遂にデビューしました。
現在、市場ではこのクラスのティーセル仕様への期待が高く
抜群のタイミングで発表されたUF-28は今、注目の的。
もちろん、拡販のチャンスはこの冬。
今回はこの人気商品(UF-28)のセールスポイントを再度確認いたたくとも
早くも拡販に向けて動き出した販売店さんの声をお届けします。

みんな期待していた《UF-28》



ヤル気満々のセールスマン

今まで積んでいたエンジンに比べて吹け上がりもいいし、スピードも出る音や振動が大きいという今までのディーゼルに対するイメージを一新した。
(ヤマハ中部・岡崎店/吉野隆伝さん)

見るからに売れそうなボート。釣りをよく知っているお客さまほど、高く評価してくれます。
(ヤマハ中部・岡崎店/福井雅昭さん)



居住性も高く、スタイルもいい。釣りのマニアだけでなく、ファミリーコースにも。オールマイティなボート。
(ヤマハ関西・京都店/長島隆蔵さん)

居住空間が広く、中で作業するのも苦にならない。
(ヤマハ関西・神戸店/山本研介さん)

流線形のデザイン、配色、色彩感、寛など、明るく、爽やかなイメージが素敵。ユーザーを魅きつけるポイント。
(びわこマリンスervis/佐名木満利子さん)



お客さまにとっても買いやすい価格設定。売れると思います。
(ダイイチ/横山剛さん)



小物の収納スペースが増えるなど、フィッシングボートとしての機能が充実。社製マリンディーゼルは信頼できます。
(ヤマハ関西・堺店/大江和之さん)

マリンジャーナリストも大評判

美しく、センスを感じさせる。細部の造りこみや仕上げなど、品質感は申し分ない。(KAZI誌・広本馨さん)

釣りのボートとして充分すぎる品質感。ブリッジ内のバスセクションシートなど、ユーザーのことがよく考えられている。(オーシャンライフ誌・坂田圭介さん)

エンジンとのマッチングが良く、走りはかなり良い。直進性が素晴らしくリラックスして操船できた。
(ボートナウ誌・中島新吾さん)

特に前方から見た時の印象がスマート。カティは充分な広さ。トイレがOPP設定されているのは有難い。
(ボートナウ誌・植村文恵さん)

お客さまにも大好評

パワーがあり、安定感もある。走りは文句ナシ。(愛知県・石川敏昭さん)

28フィートのディーゼル・イン・アウトを待つていた。徹底的に釣り機能が追求されており、真に私のような釣りがキチのための1艇。
(会社員・川崎晴之さん)

ヤマハ製エンジンは信頼度二重丸。40ℓ/hという燃費も魅力。釣り専用艇として使ってみたい。
(会社役員・辻井恵治さん)

試乗したとき風が強かったのだが、凌波性はピカイチ。安定感のある走りだ。
(自営業・堀井政義さん)



試乗の印象は、安定性が素晴らしいこと。ディーゼルはガソリンエンジンと変わらぬパワーと静粛性を感じた。
(会社員・梶田直正さん)

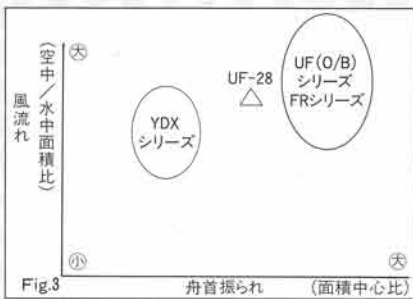
《UF-28》

「スピードだけではない、快適性の追求」

船の高速化に伴い、走航時の乗り心地こそ重要なポイントだと私たちは考えます。〈UF-28〉は、浜座りやハンプ越えが楽なフラットキールを残しつつ、乗員への衝撃を柔げるため、フラットキールの幅とその変化率に対して細心の注意を払いました。

「風流れを抑える工夫とは」

風流れやバウの振られという点では、吃水上の風圧面積の大きさと、その中心位置が大きな影響を及ぼします(Fig. 3)。そこで、ブリッジ等、上部構造物については小さく、低く、極力スターンへ寄せることにより、通常のプレジャーボートに比較して風流れしにくく、バウの振られを抑えることに成功しています。



た低い全周灯」「夜釣りに便利なデッキワークライト等の標準装備品」「トランサムステップ & ラダー等の豊富なオプション」「魚探や航海計器をスッキリ、コンバクトにビルトインできるダッシュボード」など……。数えればキリがありません。



釣り機能

「ひと口にイケスといっても……」

イケスについては70cm×65cmの大容量のものをエンジンケーシング前に2間キープ。デッキワークの邪魔にならない、フラッシュハッチタイプを採用しています。静止時に約35cmの十分な水深と容積で、大きな釣果に応えます。



「他艇が羨む、ヤマハ艇の機能」



「釣りに限らず特筆すべき特長を挙げると……「広く見渡せる視界良好のブリッジ」「デッキサイド物入れに装備されたフェンダーストラップ」「ドライバーの幻惑を最少限に抑えた舵灯」「橋くぐりを考慮し

デザイン

「人に優しいデザインを考えると」

シンプル＆クリーンなハイユーティリティデザインを目指しました。基本コンセプトは「お客さまが長く使って飽きのこない上品なスタイリングと機能性重視のレイアウト」です。直線的でシャープなラ



インと豊かな曲面を組み合わせ、「人に優しい」デザインを基本としています。また曲線は艇体の強度アップとも関わっています。

「釣り易さと外観美の接点」

釣りのメインステージであるスターンの乾舷は底物釣りを第一に想定し、やや低めの80cmとし、バウでは波かぶりや乗員への安全性を考慮し、先端は抑えながらも高めに設定しました。そのためシャーラインはなだらかなS字カーブをイメージさせ、外観上のデザインポイントともなっています。

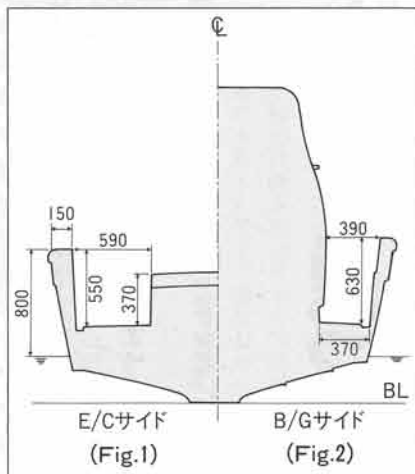
徹底的に こだわりました。

デッキレイアウト

「釣り機能を持つアフトデッキとは」



お客さまから寄せられた声をもとに、エンジンケーシングハッチに座わり、船外に竿を出すスタイルを想定してレイアウトしました。結果、エンジンケーシングは座りやすい高さに設定、必要かつ充分な通幅を確保しています。(Fig.1)また、ハッチ面は釣り道具等を置き易くするため、フラットな形状としました。



「フィッシングスペースとしてのバウ」

広く取ったバウデッキに加え、ブリッジ先端に釣り座を設けることで、バウでの釣りを楽なものにしています。また頑丈かつスマートな船体一体型バウスプリットを採用、アンカリング作業や乗り降りに対し、作業性、安全性を意識しています。



「余裕のサイドデッキを考える」

足元幅370%のサイドデッキ。この余裕のスペースに加え、ブリッジの通路側への膨みを極力抑え、さらにハンドレール等の位置を配慮しています(Fig.2)。実際に歩いてみると、上体が船外に大きく張り出ること無く、圧迫感も無いことが解るはずです。

走航性能/船型



「抜群の走航性能はどこから生まれたのか」

走りに関しては特に評価の高い当社の漁船船型の長所を取り入れ、従来のUFシリーズ同様、波さばきの良い細身の船型としました。また、フラットキール部分を持たせることで、ハンプ越えも楽なものにしています。さらに、船側フレアーの断面形状に改良を加え、デッキへの波かぶりを抑えています。

「横安定性を向上させるために」

細身の船型にありがちな、静止時のフラフラした不安定さ。しかし、UF-28は、バウ方向へチェーンをより長く接水させることでこれを解消。乗り降り時など、横揺れの少なさが体感できるはずです。





「道具」にこだわりを持つフィッシングファンにとって、その最大のこだわりギアはやっぱりフィッシングボート。ボートを制する者は釣りを制する、とばかり新艇への期待は大きくふくらんでいます。タックルUF-28に引き続き今回デビューした新艇、UF-28。フィッシングファンのシビアな要求をクリアしたこのモデルをどうセールスしていくか。お客さまの心をどうくすぐるか。最初に愛知県のマリンプラザ、石川農機(株)さんをお訪ねしました。



愛知県幡豆郡／石川農機(株)一色船舶修理センター

「これは、と思ったお客さままで丸一日遊べばいいから」

「要望」にピッタリ合ったUF-28

「このクラス(28フィートクラス)になると本当に釣りが好きで、船が好きでという方が購入すると思うんです。船をいくつも乗り継いで来たような、いわばベテラン。経験が豊富なだけに見る目はシビアですから、商品のごまかしがきかない。本当にいいもの、ニーズにあったものしか売れないんだ」

開口一番、ドキッとするような言葉を投げかけてきたのは石川農機(株)一色船舶修理センター営業部長の杉浦鏡一さんです。

一色船舶修理センターは愛知県幡豆郡一色町で船舶の販売・管理を引き受けるお店です。手がけるのはブレジャーボートから漁船、和船まで、修理はもちろん漁船の機装も行います。地元の漁師さんの信頼も絶大な、プロのためのショップ、それが一色船舶修理センターなのです。UF-28が杉浦さんのセールスハートをどう動かしたのか、さっそくうかがってみました。

知多湾、三河湾に面し、港を出ればすぐに釣りのポイント。しかも名古屋、岡崎からも近い好ポジションにあるのが一色船舶修理センターです。ここでは販売するブレジャーボートの7割から8割がUFあるいはFRシリーズで占められるとか。もちろん、お客さまのほとんどが釣りをメインに考えての選択です。

「今度のUF-28は特に力を入れて売りたいと思っています。というのも以前からお客さまの中から、27、28フィートクラスでディーゼル・イン・アウト艇がないかという要望が多かったものですから。ディーゼルエンジンはラニングコストが安く、しかも故障が少ない。お客さまには大きなアピールになりますよ」

浜名湖で行われた試乗会では一番に駆けつけたという杉浦さん。エンジン、ヘスX4 20KSの印象をお聞きしてみました。

「うん、静かでいいエンジンだね。新機構も盛り込まれているし、セールスの時には大きなポイントになるでしょう。パワーも十分だ

し、エンジンの格好もいい。エンジンケーシングを聞いてお客さまにエンジンを見せる、セールスではこんなこともしようかと思っています」

ターゲットを絞りニーズにあった艇を提供

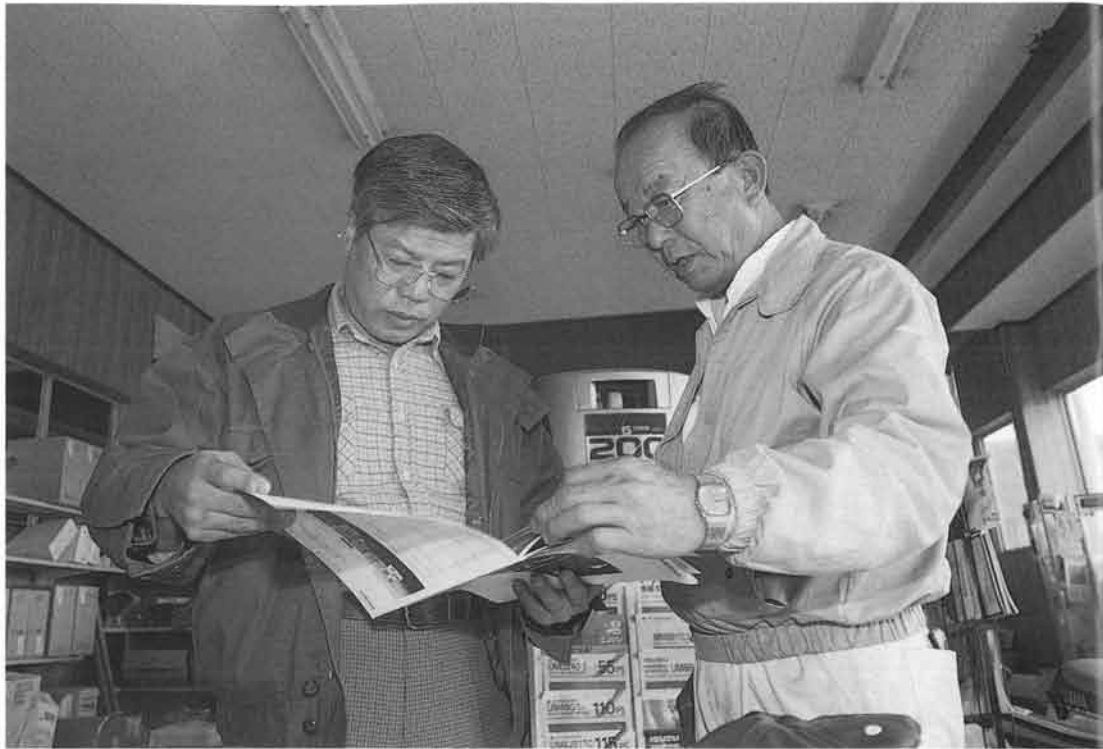
船を売るときに大切なのは、お客さまがどんな使い方をしているかしっかり把握し、ニーズにあった船を勧めること。すでにUF-28を勧めるお客さまはリストアップした、という杉浦さんにターゲットとなるお客さま像をお聞きしました。

「ウチのお客さまの中心は、25フィート前後の船の方が多いんです。釣りのポイントは近い順に三河湾内で楽しむ方、伊良湖水道から三重県沖、そして遠州灘の浜名湖沖近くまで遠出する方の3つに分けられます」

その中で杉浦さんが絞りこんだターゲット層とは……?

「UF-28の需要が見込まれるのは、内海を

来店されたお客さまには技術面と遊び、両方からセールストーク。初めてのお客さまでもすぐにきずなは深まります



中心に楽しんできた層。23〜25フィートクラスの船からの代替えのお客さまが期待できるとにらんでいますよ。

浜名湖での試乗では内海での凌波性がよかった。しかも使い勝手がいい上にデザインもいい。艇の格も上がる。ステップアップの素材としては申し分ないと思います。先ほど言ったように、ベテランにも満足してもらえましょう」

体感こそが何よりのセールストーク

今、お店には〈UF-28〉の実艇が展示されています。お客さまの反応も「次の代替え艇として注目している方も多い」（杉浦さん）となかなか。この〈UF-28〉を杉浦さんほどのようにアピールしていくのでしょうか。

「船は陸の事務所でいくら説明してもわかってもらえないですよ。試乗艇をしっかりと用意して、まずは乗って、体験してもらおう。試乗会と言っても1〜2マイルをさっと回ってハイおしまい、じゃだめですよ。実際の使い勝手や船の性能を知ってもらうには、丸々一日遊んでもらうんです。遊びながら、現場で艇の説明をする、これが一番理解してもらえますね」

言葉巧みなセールストークより、一度の体験が勝ると杉浦さん。実際に艇を楽しんでもらうことで細かな特徴もセールスポイントとして生きてくるといいます。

「例えばね、ブリッジの居住性がいいこと。



風が吹いているときや疲れたときに、この居住性のよさは何よりアピールになります。

あと、夜間の航行でウィンドガラスに陸の明かりが乱反射して見えにくいことがあるのしょう。これがオプションでブリッジに付けられるスカイライトハッチがあることで、トッパから顔を出して航路の確認ができる。夜間航行の難しさを体感しないと、スカイライトハッチのありがたさもなかなかわかってはもらえませんよ」

お客さまに存分に堪能してもらうためにはあらかじめターゲット層を絞り、これはと思うお客さまに乗ってもらうことが大切だと杉浦さんは考えています。

お店では〈UF-28〉の専用試乗会を開催する予定のほか、毎年の恒例となっているポーターショー時期に合わせた独自の展示試乗会、また4月のお店のオープン記念日の釣り大会にも〈UF-28〉をメイン艇として出すそうです。知多湾に浮かぶ〈UF-28〉の「雄姿」を見せることこそが何よりのセールスプロモーションなのだと言います。



道路をはさんだ店舗向かいに展示されたUF-28。展示早々お客さまから熱い視線が注がれています

UF-30でも実績を上げてきた大室社長。フィッシングファンの顧客が多いだけに〈UF-28〉には期待を寄せています



船溜りに出掛け、他社艇のオーナーさんにも積極的に声をかけていきます

ターゲットを絞り込んで訪問セールス、これが私の決め手です。

福岡市／(株)海援隊・マリンショップ大手門

目の前に玄海灘というポートフィッシングの好フィールドが広がる九州・福岡。ポイントが広範囲に渡ることもあって、この地区ではディーゼルエンジン仕様のフィッシングボートは元もと、売れ筋でした。そこへ、今回の〈UF-28〉新発売。この地区の販売店さんにとっては文字通り、待ってました！のニューモデルなのです。そんな販売店の一つ、福岡市内にお店を構えるマリンショップ大手門の大室博文社長に〈UF-28〉販売のポイントをお聞きしてきました。

発売を知ると同時にPPFの顔が浮かび上がりました

「今回発売された〈UF-28〉は本当にタイムリーなニューモデルだと思います。なにしろお客さまこそが、28フィートクラスのディーゼルスタンドライブ仕様のフィッシングボートの登場を待っていたんですから。初期のタックルシリーズのオーナーさんは、ちょうど代替え期に差しかかっていますから、私たちにとっても商売がやりやすい」

UF-30、33も、もちろん人気モデルとして位置づけられています。UF-28の1000万円以下という価格設定は、これら既存モデルを買い控えていたお客さまの食指を動かすに違いない——と、大室社長は考えています。

その大室社長に、〈UF-28〉拡販のポイントを聞いてみると、①代替え層にターゲットを絞ったセールス活動 ②実艇の露出による話題づくり ③ターゲットを絞ったイベントプロモーション、を挙げていただきました。「この船が出たと聞いて、すぐに有望な見込客の顔が思い浮かびました。それほどターゲットが絞りやすい商品なんです」

そのターゲットとして浮かんだお客さまの実像を聞いてみると、次のような答えが返ってきました。

「共通してタックル23を発売と同時に購入された方です。週に1回は釣りに出掛ける、だからこそ燃費にこだわる、自営業の40〜50

セールスに出掛けるときは店名入りの名札を付けていくことで、印象を深めているそうです



露出することが大切。展示スペースやマリナーがなくても、あらゆる方法にチャレンジ



普段の地道なセールス活動が実り、来店客も多く、お客さまからさまざまな情報が寄せられています



マリンショップ大手門は'90年6月にオープン。年々確実に売り上げを伸ばしてきました

歳位の方です」

このお客さまたちに対して、大室社長は一人ひとり、個別訪問をかけていく、といいま

「実は今晩から早速始めるんです。ツールはカタログでOK。私の場合、ビデオも必ず持って行き、一緒に見てもらっています。これは効果がありますよ」

もちろん顧客リストの活用も忘れませんが、同店ではカードで顧客管理をしています。そこから「UF-28」のPPをリストアップ、攻勢をかけていきます。特に、今シーズンのように商品供給の方法が変わってからは、こうした作業が重要な役割を担ってきます。同店では近く行われる福岡地区の新艇発表会にも、ターゲットを絞って誘いしていくとのことでした。

展示やイベントが行えれば効果は絶大

大室社長が二番目に挙げた「露出」について

ては、「展示場や自社のマリナーがあれば、即、導入すべき」と提言します。釣り好きのお客さまの目に止まる商品だから、というのがその理由。しかし、同店の場合、いまのところ独自の展示スペースはありません。

「最初の艇をなるべく早く成約し、納艇することが大切。マリナーで、船溜り、商品にインパクトがあるだけに、最初に売ったお客さまからの口コミは期待できます」

次が「イベント」。福岡の場合、冬期は時化が多く、海でのイベントはなかなか難しい、と前置きしながらも、

「釣り大会はぜひやりたい。天候や海象が許せば、釣り好きな人は必ず参加してくれます。そこで「UF-28」をお店として参加させたり、運営船として導入します。ハルには「新発売/UF-28」などのキャッチを入れるとより効果的でしょう」

もちろん、アフターイベントの場が大切になる、と大室社長。

「燃費が良かった」「スピードも申し分

ない」など、表彰式やパーティーで交わす会話の中にセールストークを盛り込んでいきます。これまで他のモデルでこうしたプロモーションを経験しましたが好結果を得ています。試乗会を併催してみるのもいいですね」

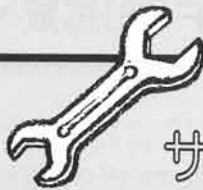
足で見つける有力な見込客

これらの対ニューモデル戦略の他、日常から行っている地道なセールス活動も大切だと、大室社長は力説します。

「土曜日など、フィッシングボートが多く保留されている船溜りに出掛けて行き、一人でも多くのお客さまに声をかけていくんです。一通り船や釣りの話題を終えたら、実は今度こういう船が出たんですよ」とカタログを開きます。

今、私を含め3名のセールススタッフがいますが、特に回るお客さまがいない時は平日でも港に出掛けます。知らない方や、他社艇のオーナーの方でも釣りや船の好きな方となら、いい雰囲気でお話も進みます。これまでもこうした方法が効果を上げています」

先述した新艇導入のためのプロモーションに加えて、地道な「浜歩き」が効果を奏しているのでしょう。同店ではこれまでも確実に売り上げを伸ばしてきました。もちろん、「UF-28」も……これからです。



サービスマンの独りごと

㈲札幌マリン／市岡幸一 代表取締役(札幌市)

●1941年生まれ。北海道十勝出身。昭和48年創業。'91年度はエンジンだけでも190基を点検した実績を持つ。鉄砲が唯一の趣味で、故郷・十勝で鹿などを追っていたがここ数年は忙しくてごぶさたとか。キャリアは28年。



使いやすく、美しく。モーターボートは"美"。 そんなサービスマン哲学が支えです。

北海道、札幌と小樽のほぼ中間あたり、国道5号線沿いにある㈲札幌マリンさんを訪ねたのは11月初旬。ひと足早く冬を迎えた北の海、人影のないマリナーで、上架されたボートに乗りこみ黙々と格納点検に精を出す市岡幸一社長にお話をうかがいました。

ノウハウの蓄積がまだ不十分。 クルマ屋時代の知恵を生かしてますよ。

ネコの手も借りたいよ。今は格納点検が一番忙しいときだからね。30フィートクラスのボート1艇を、2人がかりでやって3時間半から4時間、そのペースで1日でやれるのは2隻か3隻が精いっぱい。

人間でいえば頭のとっぺんからツマ先、そして心臓、内臓までチェックする。船やエンジンはここが痛いところが具合悪いなんて言わないからね。われわれがちゃんと見てあげないといけないんだ。

北海道などの寒冷地で一番気をつけないといけないのが水まわり。船内やエンジンに水が残って、それかしばれ(凍っ)たらヘタするとどうしようもなくなる。だから各部の水抜きとグリスアップは徹底的にやります。

海上係留ならまだしも、うちの顧客リスト約250名のほとんどの船や船外機が陸上保管だから、11月半ばを過ぎれば、残った水は確実に凍結してどこかを傷めます。内地の人が見たらビックリするくらい徹底的にやりますよ、それは。

私がこの仕事を始めたのは昭和47年のこと。ヤ

マハとはそれ以来のお付き合いだから、かれこれ20年あまりになる。それまでは自動車のサービスマンをしていただけたけど、自動車と船のエンジンの違いは大きくなって1つだけ、それはやはり水まわりなんです。それと、ノウハウの蓄積があるかどうか。

クルマ屋には先輩たちの技術の蓄積がたくさんあるんですね。船も今でこそそれなりに対応しているけれど、当時はずいぶん無駄なこともしているんです。エンジンは輸入ものが主流でマニュアルもない。あっても横文字でチンプンカンプン、要点だけを和訳してもらったこともありました。

自動車のサービスマン時代に学んだことは今でも大いに生きてます。まず、1回失敗したことは2度やるな。そして、顔をつつこんだら悪いところを探せ、悪くなりそうなところを見つけろ。1つ見るだけじゃなく、5つ見ろ。それは、事あるごとに言ってます。

国道5号線の今のところにショップと工場を構えたのが6年前のこと。祝津マリナーや小樽港マリナーならクルマで20分ほどで行ける立地の好いところですよ。トラックの荷台に工具やオイルなどを積んで、朝9時30分に出発して日が落ちて手もとが見えなくなる午後4時30分ごろまで仕事します。おかげさまでタバコは手を休めたときだけなので、1日1箱で済んでいます。

私にはヤマハのサービスマンだという 自覚があります。

うちの仕事のサイクルは10月半ばからの格納点

検がスタートになります。12月から3月がエンジンやドライブを修理、それから5月までが格納点検でチェックした分の修理と、始業点検、そして販売や通常の修理です。

お付き合いの長いお客さまばかりなので、点検、修理は全てこちら任せというオーナーがほとんど。これまでトラブルが無いので全面的に信頼されているのだと自負しています。

そんなわけで1年間通してマリンプレジャーのサービス業務をしていますが、ボートひと筋でやっていけるようになったのも4~5年前からのことで、それまでは冬季になるとスノーモビルや除雪機を扱ってました。3人のサービスマンと一緒に、現在こうして仕事できるのも地道な仕事の積み重ねのたまものだと思います。

オーナーから苦情がきても、メーカーとの間にいる人間だと決めこんで、他人ごとのように聞くのではなく、自分はヤマハのサービスマンなんだという自覚が何よりも支えになっています。



同じ作業をやってこれだけ仕上がりが違うのかい——そんな評価をされたことがありました。よく言うんです。同じやるなら使いやすく、美しく。モーターボートは美なんだ、てね。

これからもそんなプライドをもって仕事をしていくですね。そしてなんば不景気でも実績は落したくない。お客さんに迷惑をかけずにやってきたことを続けて、オーナーに喜ばれることをやれて、それでメシ食っていければいいと思うね。

誰が、何を欲しがっているのか、顧客名簿が教えてくれる。

お 店にとって、顧客というのは大切な財産です。昔、火事にあった販売店が顧客名簿を財産として持ちだしたために、災害の後でも立ち直りが早かったという例があります。

店舗や商品は何かと手配ができて、長年かけて培って来た顧客というのは、一度失ってしまうと簡単に取り戻すことはできません。

これまでのように、新しい需要が次々と開発され、新規顧客が増大しているときには各社ともあまり顧客管理には力を入れてはいなかったようですが、不況になるにつれて既存の顧客を大切にしようという動きが

でてきています。それでは、顧客の管理はどのようにすればできるのでしょうか。

ま ず第一は顧客名簿の整備です。めんどろな作業ですがこれがなければ、良い顧客管理は望めません。顧客名簿には氏名、住所、趣味などの他に、購入商品と購入年月日、写真や家族構成なども入れておきましょう。当然のことですが、名簿はノートよりはカード式の方が便利です。

顧客名簿は作成するのが大変なだけに、できてしまうとそれで安心して放り出してしまう人が多いようです。しかし、本当に重要なのは次の

二点です。まず第一は、メンテナンスを忘れないことです。氏名や生年月日は変わることがないはずですが、住所の移転や購入商品などは新しくなったらすぐに記入しておきます。

第二はこの名簿の活用です。いくら良いものでも使わなければ何の意味もありません。

使い方の第一として、まず名前を覚えることから始めます。写真を繰り返し見ることによって名前を覚えることが可能になるでしょう。そのためには顧客名簿にはチャンスをとらえて、できるだけ写真も揃えるようにしましょう。来店したときに名



前で呼ばれるというのはお客さまにとってはうれしいことで、それだけでもお店に対する親しみが感じられるのです。

次に、販売を増進させるための方法を考えてみましょう。たとえば、新製品がでたときには、顧客カードをめくりながら、どの顧客がほしがるかを考えます。こうすれば、必要な顧客に必要な商品を推奨することができます。

DMの発送の時にも、住所、氏名を書いたDMを右に置き、左に顧客カードをおいて顔を思い出しながら「その後〇〇の調子はいかがです

か」などのメッセージを手書きで、一言書き加えます。

これらのDMの発送にはコンピューターを利用して、名簿から発送対象者の抽出を行ったり、さらには適切な文章まで書く大掛かりなシステムもあります。そのためには、膨大な費用と手間がかかりますが、お客さまを考えながら行う販売店からのきめ細かなDMの方が効果は高いでしょう。繰り返すようですが販売促進に必要なのは費用やシステムではなく、細かい心遣いなのです。

既存顧客へのアプローチで有利なことは、名前や住所がすでにわかっ

ていること、そして面識もあり、そのお客さまが何をほしがっているかがわかっていることです。したがって、無駄のない効率的なアプローチができるのです。そのためにも、顧客という資源を有効に活用して効率をあげてください。顧客から慕われない販売店というのは、役に立たない販売店です。その意味では顧客管理というのは、その販売店の全ての活動の成果を示す評価だともいえるでしょう。これをいかに活用するかが、今後の販売店活動の要となります。



お客さまに楽しんでいただくために 人材教育にはおしみなく力を注ぐ

京都市
ヤマハマリンプラザ ㈱JEUGIA

今回お訪ねしたのは京都市の㈱JEUGIAさん。山科にある同社のショップにはサービスマンを含め30名のスタッフがいらっやいます。そのうち、11名のスタッフがのべ15講座に積極的に参加。主に中途採用者と新人教育の一環として「ヤマハマリンプラザアカデミー」を活用しています。

**即戦力となる人材を育てるために、
いかに効率よく教育をするか**

主に中途採用者や新人教育の一環として「ヤマハマリンプラザアカデミー」を活用している、㈱JEUGIAさんのマリンスポーツ営業部 服部部長に、具体的な活用方法などについて伺いました。

「当社の場合、中途入社でマリニ業界自体の知識がない社員や、入社1〜2年目の新人社員を中心として、アカデミーへ参加させていきます。上司からの業務指示として参加する者、自らの講座を受けたいと希望を出し

て受講した者と、形はさまざまです。受講後は、アカデミーで何を学び、感じたか、などをレポートとして提出してもらいます。このレポートは、私が見た後は役員へ回覧され、最後は社長まで目を通します。社長が目を通した後は、その社員がアカデミーの内容をどのレベルまで身につけたのかを判断し、その後の社内におけるフォロー策や必要な教育の種類や手段などを検討します。最終的には、会社のためにも社員のためにも、いかに早く効率よく、即戦力となる人材に育て上げていくかが重要なことですね」

実際に受講した方々のその後の仕事ぶりはいかがでしょうか。

「全体的によく勉強してきたな、という感じですが。体系だった知識が身に付いていると思います。でも、本当の意味で成果が表われるのはまだまだこれから、1年から1年半くらい先だと考えています。なぜなら、今回身につけた知識・ノウハウをいかに自分自身の血とし、肉としていくか、そして実際の仕事の上でどう応用していくことができるか、すぐに表われてこないですからね。でも、将来がとても楽しみです」

同社ではこの他にも、社内教育の一環として、滋賀銀行主催のセミナーも活用。接客対応、言葉遣いなどが中心の新人教育用講座をはじめとして、経理講座、管理職講座などのさまざまな講座に、年齢、役職、セクションを問わずに多くの社員の方々が参加しています。

異業種の分野からでも学べることは全て学んでいくという同社の姿勢に、人材教育にかける並々な情熱が感じられました。

**世の中の人々の役に立ち、
楽しみを与える仕事を**

ここで、実際に受講した方のお話を伺って



楽器、レコード、インテリアなど幅広い商品を扱っている㈱JEUGIAのボート、ヨット、マリニ用品販売専門店が山科ショップ。サービスマンも含め30名のスタッフで運営されています

写真左が日比野さん、写真右が岡田課長

きれいにまとめられた店内。社員の細かい気配りが行き届いており、こうした所にも教育の成果は表われます



みました。同社の営業1課長で、ショップの店頭で陣頭指揮を取る岡田太美雄さんは今年10月に航海講座Ⅰを受講しました。

「浜名湖合歓間の体験クルージングでは、客観的にクルージングのおもしろさ、楽しみ方などを体験できました。今後はヨット講座スポーツフィッシング講座にチャレンジしたい」



「個々人の能力が最大限に発揮できるように人材教育にはおしみなく力を注ぐ」と、服部部長

また、普段はボート免許教室、各種マリンプレイイベントの企画などを担当をしている瀧本裕子さんと、日比野谷子さんは、マリンプレイ講座を受講しました。

「普段の仕事では、当社で独自に開催しているマリンプレイ講座の講師をしています。お客さまへ教える時のポイント、具体的なアドバイスの方法など、教え方を身につけることができたことが一番の収穫です」と語っています。

「1日も早く立派なシーマンに育ってもらいたい」と語る服部部長は最後に、

「同じ仕事をするなら、世の中の人々の役に立ち、楽しみを与える仕事をする、つまりヒューマンライフディレクターたれというのが当社の経営理念としてあります。この考えに立ち、一人ひとりが最大限に能力を発揮できるように、これからも人材教育におしみなく力を注いでいきたいと考えています」と語ってくれました。

ヤマハマリンアカデミー修了者('92.10月) (敬称略・順不同)

- ◆航海講座Ⅰ(10/6~9)
井田崇(JEUGIA)、岡田太美雄(JEUGIA)、
- ◆スポーツフィッシング講座(10/13~14)
中村衛人(JEUGIA)、片山嗣郎(YA東京)、田口知宏(兵庫トヨタマリン)、前田隆(YA名古屋店)、田村宏之(YA)
- ◆エンジン講座Ⅰ(10/22~24)
松本和紀(YA)、藤原伸哉(YA)、山下昌和(浅野製作所)、鈴木良孝(ヤマハマリーナ浜名湖)、宮崎智也(ヤマハマリーナ播磨)、西田佳史(ヤマハマリーナ播磨)
- ◆エンジン講座Ⅱ(10/15~17)
村澤康弘(YA横浜店)、山浦伸介(YA横浜店)、江塚輝光(YA堺店)、鈴木康公(YA堺店)、安井尚人(YA世田谷店)、橋本耕(YA世田谷店)

■ヤマハマリンアカデミー開講スケジュール('92.12月~'93.3月)

コース	講座名	日 程
マリンプレイコース	航海講座Ⅰ	12/1~4、1/27~30、2/3~6、2/17~20、3/2~5
	航海講座Ⅱ	2/17~19、1/12~14、3/9~11
	ヨット講座Ⅰ	1/18~20、3/4~6
	ヨット講座Ⅱ	12/10~12、2/11~13
実務	スポーツフィッシング講座	12/15~16、2/25~26
	エンジン講座Ⅰ	1/18~20、2/8~10
	エンジン講座Ⅱ	12/17~19、1/21~23、1/28~30
	艇体講座	未定
	債権管理講座Ⅰ	未定
	債権管理講座Ⅱ	未定
	経理講座	未定

※お申込みについては別途ご案内させていただきます。

浜を訪ねて

愛知県

三

河

湾

ブランドへの信頼と

お客さま本位の対応。この二つですね。

愛知県吉良町 糟谷造船 / 糟谷昌美 代表



牧さんの第3 牧定丸(W-23HF)とノリ摘みのモグリ船。必ずモグリ船を横抱きにしたまま2隻でノリ漁に向かいます。「その時の状況で、モグリにするか、パワーライトにするか決めなければいけないからね」(吉田川にて)



波 静か、加えて遠浅の河口域……西三河湾の吉良吉田周辺の海はノリ養殖には絶好の場所です。沿岸にはビッシリと竹支柱のノリ棚が設けられ、それが延々と続きます。

「柔らかいノリだよ、ここのは。色合いでは有明産にかなわないかも知れないけど、負けない品質の高級ノリを目指しているんだ。美味しさで勝負できるからね」と、まぶしいくらい白い歯を見せ笑顔で教えてくれたのは、吉田漁協に所属する牧定治さん(45)。ヤマハが今年、三河湾周辺のノリ養殖向けに新開発したW-23HFをさっそく購入、愛用していただいているお客さまです。新モデルの使い勝手については、「オモテは高過ぎず、作業性がいい。その割に支柱竹の荷受けが良く、長い竹がたくさん積める。水切りも、第一印象以上にスゴク良い。動きが軽いね」と、ベタホメに近い評価をいただきました。

牧 さんにW-23HFをお世話したのは、この水域で30年以上の実績を持つマリンス

トア「糟谷造船」の代表・糟谷昌美さん(60)です。「いやあ。営業らしい営業も、キャンペーンなんかも、特にこれといってやってないんだけどね……。店頭で無造作に語る糟谷さんの横では、ひっきりなしに乗り着けるユーザーがノリの摘み取り器の調整修理を依頼していきます。なーんにもやっていない、と言われる割には千客万来、ノリ摘みが始まっ

明日から始まる摘み取りを前に、エンジンの調整依頼が殺到します。左から、ユーザーの牧さん、糟谷廣康さん、昌美さん



三河湾はノリとアサリの一大漁場。 W-23HFは両方の漁で有効です

糟谷造船

- 創業……1955年
- 従業員……4名
- 商圏……一色町、吉良町（西三河一帯）
- 主力商品……22、23フィートの和船／
40、60、70、馬力船外機

西三河湾一帯は速浅な上、たくさんの川が流れ込む汽水域なので、良質なアサリの産地として知られています。前出の牧さんは「水が甘すぎてもダメ、辛すぎてもダメ。ここは真水と海水が適当に混り合うから、日本でいちばん美味しいアサリができる」と自慢しています。

ノリ養殖の漁家は、9月から始まるノリのシーズンが3月いっぱいまで終わると、アサリ漁に精を出します（通年をアサリ漁で過ごす漁師さんも多い）。もちろん管理漁場になっていて、干潮時に人力で行ないます。これは「マンガ」と呼ばれるツメ付きのカゴにロープを付け、後ろ向きに歩いて曳く漁です。

獲ったアサリは停めておいた船に移すのですが、これにはW-22GFが多く使われています。新しいW-23HFもこれからアサリ漁に活躍することでしょう。



吉田新湊では初摘みのノリが次々に掲がってました。ギッシリと港を埋めた舟は、船体・エンジンともヤマハ製がほとんどでした



売り上げ台数が抜群で、川上源一氏から表彰を受けたこともあります。糟谷代表



クレーン付きのトラックを用意しているので、重量物の移動の依頼に気軽に応じられます



たばかりとは言え、大変な繁盛で、糟谷造船がいかに信頼されているかがわかります。「基本的にはヤマハ・ブランドへの信頼がありますね。はたから見ているとオヤジの方も何事によらずお客さま本位の対応に徹していますよ」と語るのは、お店の後継者、ご長男の廣康さん(33)。コンピュータ機器の企画設計の会社を5年前に辞め、吉良吉田に戻って主としてエンジン・メンテ全般を受け持っています。「今の仕事の方が人間らしい仕事という気がしますね」（廣康さん）。

お店のほかに、特機工事を行う場所とエンジン倉庫（修理工場兼用）を確保している糟谷造船さん。あとは艇置き場さえ確保すれば、近年増えているプレジャー需要への対応は完璧なのですが……

「あの伊勢湾台風の惨状が頭にこびりついていてね。絶対安全な場所というのは簡単にはみつからないし……。マリナー・オープンこそ、マリナーのトータルショップを目指すべく廣康さんに託す課題なのでしょう。」

★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。

NEW MODEL

マリジェットの新ラインアップに 待望のニューモデルが登場

ヤマハではこのほど、お客さまのニーズと販売店のみならず、ご要望にお応えし、マリジェットのラインアップをより一層充実させるために、ニューモデル「MJ-700TZ」、「MJ-700TX」の2モデルを発表しました。「MJ-700TZ」は、マリジェットシリーズ中最大排気量と馬力数を誇り、波とマシンが一体化することコンセプトに新開発されたハイパフォーマンスマシン。シート位置を既存モデルより約100mm高く設定したことにより、乗船時にひざを深く曲げる姿勢を取らない、自然なライディングポジションを実現。快適に長時間に渡る走行が楽しめることに加えて、立ち姿勢も素早く取れるので、アクティブな操縦にも対応できます。63馬力、700ccの新エンジンに加え、新設計のマルチコネクティブ・ハルの採用によ

MJ-700TZ<主要諸元>

●全長/2.43m ●全幅/0.88m ●全深さ/0.91m ●重量/149kg
●エンジン/63hp ●燃料タンク容量/25ℓ ●定員/2名
〈東京店頭渡し希望小売価格〉/898,000円
(法定安全備品除く、消費税別)



MJ-700TX<主要諸元>

●全長/2.77m ●全幅/1.02m ●全深さ/0.90m ●重量/185kg
●エンジン/63hp ●燃料タンク容量/30ℓ ●定員/2名
〈東京店頭渡し希望小売価格〉/1,033,000円
(法定安全備品除く、消費税別)



り、上級者はもちろん初心者でも高性能な機能を楽しめるモデルです。

一方、「MJ-700TX」は二人乗りの高性能スポーツモデルとしてすでに定評のあるMJ-650TXをグレードアップしたモデル。MJ-700TZと同様、63馬力、700ccのハイパワーエンジンを搭載し、新設計のエンジンハッチにはニュータイプのLCD多機能メーターを装備。エンジンのオーバーヒートに対してアラームが点滅して警告する機能も付き、従来モデルに比べてさらに快適な走りの世界を実現しています。

両モデル共、発売は'93年の2月9日から、来年度のパーソナルウォータークラフト商戦が本格的に動き出す前に導入されるので、既存のMJユーザーや、新規需要層へ広くアピールし、ご商売を有利におすすめてください。

GOODS

愛艇のメンテナンスを楽しむ時代 「クルーザーヨット用愛艇セット」 新発売



昨年11月の発売以来お客さまに好評をいただいていた、Sクラス・インボード艇・アウトボード艇用の愛艇セットに、このたびクルーザーヨット用の愛艇セットが加わり、11月15日から発売を開始しました。

ヨットオーナーの中には、自分でメンテナンスをしながら、ヨットライフを楽しむという方が大勢います。そんな方々のために、メンテナンスに類する商品をビックアップし、セットにしたのがこの愛艇セットです。それぞれを単品で購入するよりも金額的にもお得な同セット。愛艇をこよなく大切にするオーナーの方にぜひご紹介ください。

●価格/61,000円

(単品で購入すると64,580円分の商品)

●愛艇セットの内容/リギンテープ他全20種

FRPボートにマッチした
スマートなデザインの
「ロッド・スタンド」

MJの楽しい世界をお客さまに

'93 MJ 卓上カレンダー



「昨年からは始まった「MJ卓上カレンダーシリーズ」。今年のロケ地は八重山諸島。コバルトグリーンやエメラルドブルーの海を舞台に、MJの楽しい世界が広がります。

完成は11月末を予定しており、12月初旬にはお手元にお届けできます。

MJシリーズに新艇2モデルが加わり、さらなる商戦の盛り上がり予想されているMJ市場。この機会に、顧客フォローツール、あるいは販促用プレミアムとして、ぜひMJ卓上カレンダーをご利用ください。

'92 ヤマハ アクセサリー カタログに掲載され、好評を得ていた「αシステムボトムフィッティングセット」の中に含まれていたロッドスタンド(マウンター付)ですが、この商品のみを是非販売して欲しいとの市場の要望にお応えし、このほど別売を開始いたします。



●価格/23,000円
※オリムピック社製の商品です。

この「シーハンターαシステム・ロッドスタンド」は、マウンターのポートへの装着が簡単でロッドスタンドのワンタッチ脱着が可能なシステムが自慢。デザインもFRPボートにマッチするスマートな形に仕上がっています。新発売「UF-28」にももちろんピッタリ。スポーツフィッシング人気が高まる中、釣り好きのお客さまにぜひおすすめしてください。

EVENTS

93マリンスポーツの幕開けを告げる ●第32回東京国際ボートショー ●第8回大阪国際ボートショー

国内最大のマリンスポーツフェスティバルとして定着している東京・大阪両国際ボートショーがそれぞれ2月9日から14日、2月19日から22日の期間に開催されます。

実質的に両国際ボートショーで幕を開ける93マリンスポーツ。ヤマハではこの時期に、マリンスポーツの幕開けにふさわしいニューモデルの投入を予定しております。両国際ボートショーと、ニューモデルの相乗効果で、ぜひみなさまのご商売を有利におすすめてください。



MX-40



UF-28



PC-31



〔第32回東京国際ボートショー〕

●名称／第32回東京国際ボートショー

●主催／社団法人 日本舟艇工業会

●後援／運輸省、東京都（予定）

●会期／平成5年2月9日（火）～2月14日（日）

●会場／東京国際見本市会場（晴海）

●東館、西館、南館（1階・2階）、B館

●C館、屋外（50m道路）

●開館時間／午前10時～午後5時（予定）

●出展会社予定数／148社

●入場料／大人……1,000円（消費税込）

●小学生～高校生……800円（消費税込）

〔第8回大阪国際ボートショー〕

●名称／第8回大阪国際ボートショー

●主催／社団法人 日本舟艇工業会

●後援／運輸省、大阪府・大阪市（予定）

●会期／平成5年2月19日（金）～2月22日（月）

●会場／インテックス大阪（南港）

●1号館、2号館

●開館時間／午前10時～午後5時（予定）

●出展会社予定数／46社

●入場料／大人……1,000円（消費税込）

●小学生～高校生……800円（消費税込）

太平洋を南北に縦断する外洋レース 「オークランド」福岡・ヤマハカップヨットレース1993

市政100周年を迎えた福岡市が記念事業として3年前に開催して以来、今回で2回目の開催となる「オークランド」福岡・ヤマハカップヨットレース1993」が来年4月24日にオークランドをスタートし、熱戦の火ぶたが切つて落とされます。

レースは前回と同様、フィジーのスパまでを第1レグ（約2,410km）、スパからグアムまでを第2レグ（約5,000km）、グアムから福岡までを第3レグ（約1,000km）とする国際外洋レースで、今回も各国からの参加が予定されており、レース艇の建造やトレーニングなどの準備が進められています。

来年はホイットブレッド世界一周レースなども開催され、今年のアメリカズ・カップと同様に世間の注目がヨットに集まる絶好の機会です。お客さまに広くヨットの魅力についてお話ししてはいかがでしょうか。



NEW TOOL

店頭販促用ポスターとして 「ニューフラッシュ」 をご利用ください



以前より販売店のみならずからご要望をいただいております店頭販促用ポスターの一つとして、新艇販促用ポスター「ニューフラッシュ」を作成しました。

今年度から、ニューモデルの導入方法が3回分割型となりましたが、それぞれの導入時期にタイミングを合わせて作成します。

内容は、お客さまの関心が高いビジュアルを中心に、セールスポイントが簡潔書きになった、見やすい構成となっております。

ポスターとしての他、新艇カタログがお手もとに届くまでのカタログがわりとしてなど、いろいろな用途にご利用いただけます。ご商売にぜひお役立てください。

TOPICS

ホイットブリード世界一周レース出場艇
「YAMAHA」号クルーに
小松一憲が採用される



ヤマハ・ラウンド・ザ・ワールドシンジケートでは、第6回ホイットブリード世界一周レース(1993年9月25日、英国スタート)に参戦する「YAMAHA Round the World」号の正式クルーとして、小松一憲(44歳/ヤマハ発動機所属)を日本人として初めて乗艇させることを決定し、12月4日に正式発表しました。

小松一憲は1970年代から現在までヨットレースの第一線で活躍し続けている日本の代表的なレーシングヨットマンの一人で、世界でも過酷なヨットレースとして知られる同レースの全航程に乗艇します。

小松一憲のクルー決定とともに、残る2名の「YAMAHA」号のクルーも決定し、これで10名のレーシングチームのメンバーが勢揃いしました。現在、小松は、実際の参戦艇となる「YAMAHA」2号艇の建造開始に合わせ、今月初旬にニュージーランドへ渡り、以後、レース終了時までチームの一員として行動します。

洋上フロートインングスペース
「ハニールランド」
ジョン万カップで大活躍

全く新しいフロートインングスペースとして
6月20日より販売が開始された「ハニール



ド」ですが、早くも全国各地のレースやイベントなどで大活躍をしています。
その中の一例として、高知県土佐清水市で8月2日に開催された「第31回あしずり祭」のメインイベント、ジョン万カップ手漕ぎボートレース」に使用された時の様子をご紹介いたします。
当日は、ボートレースの発着場として、長さ約25mのハニールランドが浮かべられました。「ハニールランド」は六角形のポリエチレン製フロートを自由に組み合わせることができ、さまざまな形を作ることを可能にすると共に設置、撤去作業も簡単です。歩行安定性にも優れており、かなり大胆な扱いをしてもビクともしなかった、と参加者、運営スタッフにも大好評でした。
フロート本体の色も3色(ホワイト・イエロー・レッド)あり、文字や絵柄を作ったり自由な演出が楽しめます。今後、レースやイベントなどの際にはますます欠かせない商品となるでしょう。

YAMAHA ON and OFF

迫力ある映像、軽快なBGMによって描き出されるさまざまな人物のライフスタイル。15分という時間の中に見事に完成されているON and OFF ワールド。ぜひお客さまと一緒にごらんください。

<12月放送スケジュール>

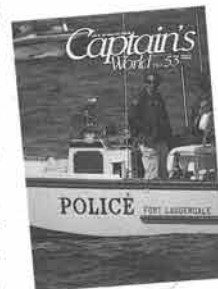
- 12月5日(出)：(バイク編)
マシンが見える夢
- 12月12日(出)：(マリン編)
ヨットで単独世界一周
- 12月19日(出)：(バイク編)
亀戸餃子愛情物語
- 12月26日(出)：(マリン編)
ニッポンカップマッチレース

<ON and OFF>ネット

- テレビ北海道 土/18:30~18:45
- 東日本放送 土/23:30~23:45
- テレビ東京 土/18:30~18:45
- 静岡放送 日/10:45~11:00
- テレビ愛知 土/18:30~18:45
- テレビ大阪 土/18:30~18:45
- テレビせとうち 土/18:30~18:45
- テレビ新広島 木/24:35~24:50
- テレビエクスプレス九州 土/18:30~18:45

※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。

「キャプテンズ・ワールド」
が変わります。



顧客フォロワーツールとして、あるいは新規ユーザー獲得ツールとしてなど、幅広くご利用いただいておりますキャプテンズ・ワールドが、来年度より企画、ページ構成も一新し、新キャプテンズワールドとしてスタートします。
この機会に顧客リストのメンテナンスをされ、ヘキサテニスワールドを通じてお客さまとのコミュニケーションづくりをお図りください。

WORLD of YAMAHA

F1界の名門チーム「ティレル」と契約
「ティレル・ヤマハチーム」を結成



ケン ティレル代表(左)とヤマハの長谷川武彦専務

来シーズン日本のメーカーとしてはただ一社、フォーミュラワン(F1)世界選手権シリーズに参戦するヤマハでは、このほどイギリスの名門チーム「ティレルレーシングオーガニゼーション」リミテッド(代表/ケン・ティレル)と組み、「ティレル・ヤマハチーム」として来年度のF1世界選手権シリーズに挑むことを正式に発表しました。
新チームは、ヤマハとエンジンテペロップメンツリミテッド(代表/ジョン・ジャッド)の間で新たに共同開発するV10エンジンを搭載したニューマシンで出場する予定です。
F1界の古豪ともいえるティレルと組んだことにより、もともとポテンシャルの高かったヤマハのレースに関する専門的な技術や知識も大幅にアップすることが予想されます。
来年度のF1GPでは、常勝「ティレル・ヤマハチーム」を見ることのできるかもしれません。どうぞ、ご期待ください。

新しくなりました

My SHOP

お客さまに受ける
お店づくり

オーナーフォローと潜在需要発掘のために生まれた マリン・プレゼンテーションスペース

今回ご紹介するのは、11月に誕生したヤマハ九州(株)福岡店のショールームです。同社が新築した6階建てのビルの1階に開かれたこのショールームは、オーナーのためのコミュニケーションスペースとして開放し、また福岡地区の数ある潜在需要層を発掘するための場として機能させるもの。オープン後、間もなく、品揃えや店飾もこれから手を加えていくということですが、まずはそのあたたかみのある店内の雰囲気だけでもご覧ください。



ヤマハ九州(株)福岡店

- 所在地 福岡市博多区上牟田一丁目
- 店舗面積 約330㎡
- スタッフ 3名(店頭及び部品担当者)
- 営業時間 9時~17時30分(日・月曜定休/但し、'93年4月より日曜開店)
- 立地条件 国道3号線沿の準工業地域。周辺にはカーディーラーのショールームが多い。近く、地下鉄が拡張され、空港、市内からのアクセスが容易になる。



The MAKING OF SHOPS

ヤマハ九州(株)福岡店

MOS



接客・商談

用品の展示・陳列はコンパクトにまとめ、フロアは広々とした商談スペースとして活かされています。他にクルーザーをイメージした接客カウンターを設置、またクラブハウスをイメージした店奥のオーナーズルーム（顧客に開放）が特徴的。



木目を基調にした温もりが感じられる内装。床はフローリングで、大きな窓からは自然光がふんだんに取り入れられています。天井から当てられている照明が明るさとムードを盛り上げ、店内に展示されたFR-21も一層魅力的に映ります。

このショールームの第一の目的は「本体販売を中心とした商談のためのコミュニケーションスペース」であること。そして「潜在顧客発掘のためのマリンイメージ訴求も行う」ことの2つがあげられます。

この素晴らしい店内のイメージで、これらの目的の一部は達成されるかもしれません。しかし、交通量の多い国道沿い、本体の展示スペースの確保など立地は好条件のようですが、福岡市の場合、小戸や百道に代表されるように「マリン」の中心地はどうしても「西」という先入感があり、今後、いかにして「東」にあるこのショールームに人を呼ぶかという課題が与えられました。

イベントによる話題づくりで集客を図る

同店の福元秀人店長は、こうした条件の中、集客を図るためには話題づくりが欠かせない、としています。

「新艇発表会を11月末にここで開催します。12月にはマリンウェアのセール、1月はオーナーズパーティ、3月に再び展示会、その他スポーツフィッシング教室など、このショールームを会場としたイベントの開催を予定しています」

潜在顧客の発掘については、ボートの展示はもちろんのことボートライセンススクールを核として行う考えです。

「この半年だけでも旧店舗で更新などを含め150～160名の免許客の来店があったんです。その方たちにひと言声をかけるだけでPPの発掘ができるんですね。それを免許担当の女性スタッフが実施して、5～6件の成約に結びつけました。新しいショールームでは、こうした部分を強化したい。いいムードの中で会話ができるわけだから期待しています」

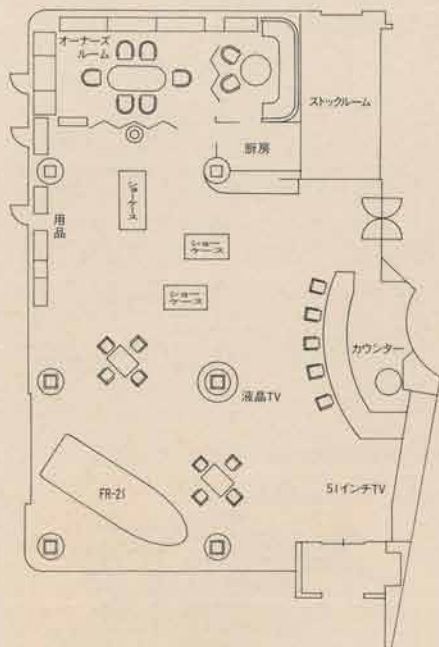
そのためには女性スタッフの商品知識が重要だと語る福元店長。それを受けた女性スタッフもヨット、マリンジェット、クルージングなどあらゆるイベントに参加した他、ボートライセンスを取得するなど意欲的にスキルアップに取り組んでいます。

ショールームとして「完成」する日も間近といったところで。

情報発信

店内にはポスター等の掲示を意識したスペースが多くとられています。円柱掲示用の入れ替え可能なポスターパネルなどの工夫も。また、大型ビデオプロジェクターを設置した他、柱に液晶画面を埋め込むなどビジュアルな情報提供を意識しています。





用品陳列

魚探、GPS等の計器類は配線を施し、デモンストレーションが行えるようにする予定。チャートはアンティーク風のボックスに。その他、シート、ケミカル、ブロック、シャックルなどオーナーのための用品を取り揃えています。



ディスプレイ

ガラスケースは3ヵ所に設置しています。またトローリングチェア+ロッド、リールといったディスプレイがコーナーで見られます。シートとブロックを使った天井の装飾にもご注目。



HOT EYE

応募総数
3,550点

《第4回ヤマハ全国児童浜の風景画コンテスト》

たくさんのご応募ありがとうございました。

去る10月29日、《第4回ヤマハ全国児童風景画コンテスト》の審査会が行われ、3550点の作品の中から66点（3部門よりそれぞれ金賞2、銀賞4、銅賞6、佳作12）の優秀作品が選出されました。

このコンテストは、子どもたちが身近な海の風景画を描くことによって、漁業や海に対する関心や理解を深めていただくとともに、自然に対する思いやりや環境保護意識が芽生える契機になることを願って1989年より実施しているものです。

今回入賞した作品は'93東京国際ポートショーをはじめ、ヤマハマリンのイベント会場などで展示いたします。機会があれば、ぜひご覧ください。

★金賞/黒田章裕



★金賞/寺本かずよし

★金賞/白矢しんご



★金賞/はまざきひろふみ

★金賞/赤須洋平



★金賞/池内江美奈

小学生高学年の部

●金賞

黒田 章裕(兵庫県姫路市/大塩小学校・6年)
寺本かずよし(兵庫県姫路市/八幡小学校・5年)

●銀賞

橋本 弘(兵庫県姫路市/城陽小学校・4年)
三上真由子(北海道茅部郡/森小学校・6年)
吉田 一精(熊本県天草郡/志岐小学校)
吉野 達也(徳島県徳島市/干松小学校・6年)

●銅賞

大城 秋乃(沖縄県米満市/米満小学校・6年)
川岸 留美(北海道松前郡/白神小学校・6年)
中山なつき(青森県下北郡/第一川内小学校・4年)
西崎 和紀(兵庫県美方郡/居組小学校・5年)
西野 崇(兵庫県姫路市/大塩小学校・6年)
吉川 雄也(鳥取県鳥取市/賀露小学校・4年)

小学生低学年の部

●金賞

白矢しんご(兵庫県姫路市/大塩小学校・3年)
はまざきひろふみ(徳島県徳島市/南小松島小学校・2年)

●銀賞

おがわさおり(徳島県徳島市/富田小学校・1年)
木村 真也(静岡県磐田市/磐田北小学校・2年)
那木 裕美(兵庫県津名郡/江井小学校・2年)
山本 桂子(兵庫県津名郡/江井小学校・2年)

●銅賞

今井 悠(青森県南津軽郡/松崎小学校・2年)
大ぞのゆかり(鹿児島県串木野市/串木野小学校・2年)
鈴木 伸一(青森県下北郡/第一川内小学校・3年)
たけうちみか子(徳島県徳島市/南小松島小学校・2年)
三谷あすか(兵庫県姫路市/大塩小学校・3年)
村上 絵美(兵庫県神戸市/高丸小学校・1年)

幼児の部

●金賞

赤須 洋平(兵庫県姫路市/真愛幼稚園・6歳)
池内江美奈(兵庫県姫路市/こどもライブラリー・5歳)

●銀賞

高松 桂代(兵庫県姫路市/日ノ本幼稚園・4歳)
竹之内麻良(鹿児島県西之表市/基督幼稚園)
とよながまさひと(徳島県徳島市/マリア館)
野崎 麻衣(鹿児島県西之表市/基督幼稚園)

●銅賞

大久保あゆみ(鳥取県鳥取市/賀露保育所・5歳)
小倉 裕也(鹿児島県西之表市/明朗幼稚園・5歳)
内藤 文雄(岡山県岡山市/3歳)
松本 唯(東京都江東区/つばめ幼稚園・6歳)
山口 智加(兵庫県姫路市/真愛幼稚園・5歳)