

ヤマハ マリン ニュース

YAMAHA MARINE NEWS No.89

■ This is it! — **YAMAHA NEW MARINE JET**
市場活性化の急先鋒に注目あれ — 〈MJ-700TZ〉 & 〈MJ-700TX〉

■ 特集 / マリンジェットが商売の領域を広げてくれる /
「ますますおいしくなる、MJビジネス」

'93
4・5
月号



'93
4・5

市場活性化の急先鋒に注目あれ。

世界No.1 のシェアを誇るヤマハのパーソナルウォータークラフト、マリッジット。その実績を確固たるものとし、さらに落ち着きをみせている国内PW市場に再び新風を吹き込もうと、2月9日、MJ-700TZ、MJ-700TXの2モデルをリリースしました。

MJ-700TZ は、“波とマシンとライダーが一体化する”ことをコンセプトに開発。チャート上では、マルチユースなTXとハイパフォーマンスなSJとの中間に位置づけられるものですが、ビギナーからハイスキル・ユーザーまでの層にライディングの楽しさを十分に与えることのできる、全く新しいカテゴリーの商品とすることができます。

MJ-700TX は、ファミリー分野のトップポジションを確保するタンデムシリーズのハイパフォーマンスモデル。上級指向のユーザーに、ワンランク上の走航性能を提供することができます。これらニューモデルの開発意図、そして特長を再びご確認いただき、お客さまにお知らせいただくとともに、みなさまのご商売の成功にお役立てください。

遊んでいても700TXは ライダーに語りかけてくる。

液晶表示の多機能メーターを設置。残量が簡単に把握できる燃料計、オーバーヒートを警告するアラーム機能、250rpmと500rpmきざみのタコメーターなどを見やすく表示しました。

シリーズ最高級モデルに 相応しい、快適な 走りが楽しめる。

ベアリング受け部に大型ダンパーババーを装着し、エンジン音を低減。適度な柔らかさを持ち、震動・衝撃を吸収する二重構造シートパッドを採用しました。



少しばかり重くなったけど、運動性能は 数段レベルアップ。アグレッシブに楽しめる。

船形は定評のある650TXから継承し、コーンケーブV型船形を採用。高度な旋回性能と直進安定性を実現します。エンジンはTZと同タイプを搭載。インペラも同じくステンレス製で、出力の安定と耐久性を向上させています。ビルジ排出はスパウトシステムを改良し、スムーズな加速と最高スピードの向上を実現しました。

クルージングにも、ピツパリ、 ということがわかるはず。

燃料タンクは30ℓという大容量に設定しました。また、クルージング中に燃料量が乏しくなっても、スイッチひとつで補助燃料タンクに切り換え可能な機能を採用しました。



CONTENTS

- 特集……………4
マリッジットが商売の領域を広げてくれる！
「ますますおいしくなる、MJビジネス」
- 浜を訪ねて……………12
サンコーマリン／浜川満社長
- ヤマハマリンアカデミー通信……………14
愛知海運産業株田原マリーナの社員教育／
続・マーケティングかんたん講座
- サービスだより……………17
CCSキャンペーン実施中！
- 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
ヤマハ九州株小倉店

＜MJ-700TX／主要諸元＞ ●全長／2.77m ●全幅／1.02m ●全高／0.90m ●重量／185kg ●定員／2名 ●最高速度（参考）／70.5km/h ●静止スラスト／235kg ●最大馬力／63PS・6250rpm ●燃料消費量（参考）／26.0ℓ/h ●燃料タンク容量／30.0ℓ ●価格（東京地区店頭渡し）／1,033,000円 ※エンジン仕様は＜MJ-700TZ＞と同様。

This is it!

YAMAHA NEW MARINE JET

この小柄な船体に施した ヤマハの芸当を 知らしめて欲しい。



MJ-700TZ



MJ-700TX

<MJ-700TZ> & <MJ-700TX>

充分なパワーとスポーツ性を引き出し、
2人が乗っても余裕で遊べる。

最高出力63PS、排気量701ccの新開発エンジンを搭載。既存モデルの重量、サイズはそのままにボアとピストンを拡大し、パワーアップしました。また、構造に改良を施し、エンジン音を50PSモデルのレベルに抑えています。さらにパワーとパフォーマンスを向上させるため、ステンレス製のインペラを装備しました。

アクティブな動き、
そしてリラックスした体勢も取りやすい。

既存モデルより、シート高を約10cm高くしました。ヒザを深く曲げずに済み、長時間の走航が快適に楽しめるばかりでなく、素早くスタンディングポジションを取ることができます。また、二重構造のシートパッドを採用し、振動と衝撃を柔げます。

MJ-700TZ



ライダーの動きに柔軟。
ビギナーでも鋭い
ターンや走りが楽しめる。

重心の移動に対して安定性を保つようにデザインされた新設計のマルチコーンケープ・ハルを採用。これにより、バンクアングルを深く取ることが可能になり、ビギナーでも安心してハイパフォーマンスを楽しめます。

使ってみて思い知る、
数々の機能。安心して
おもいっきり遊ぶことができる。

エンジン回転数に合わせ、エンジンオイルの量を自動的に調整するオイルインジェクションシステム、エンジンオイルの残量をひと目で確認できるオイルレベルゲージを採用しています。

“アクティブ”ばかりか
“セーフティ”にも気配り。

滑り止め効果を向上させた新しいフロアマットを採用。また、リアトレイを広く取り、水上でもスムーズに再乗船ができるように配慮しました。

<MJ-700TZ/主要諸元> ●全長/2.43m ●全幅/0.88m ●全高/0.91m ●重量/149kg ●定員/2名(136kg) ●最高速度(参考)/69.0km/h ●静止スラスト/235kg ●最大馬力/63PS・6250rpm ●燃料消費量(参考)/26.0ℓ/h ●エンジンタイプ/2ストローク ●気筒数/2 ●排気量/701cc ●気化器/BN44 ●吸気方式/リードバルブ ●潤滑方式/分離給油 ●燃料タンク容量/25ℓ ●価格(東京地区店頭渡し)/898,000円

レジャー志向

(商品特性)

レース志向



「ますますおいしくなる、MJビジネス」

ボート市場に好影響を与える マリンジェット拡販効果

左記のグラフを見てもおわかりのように、パーソナルウォータークラフトは、その商品特性の違いにより、ユーザー動向はレジャーユースとレースユースの2分化が確立しています。

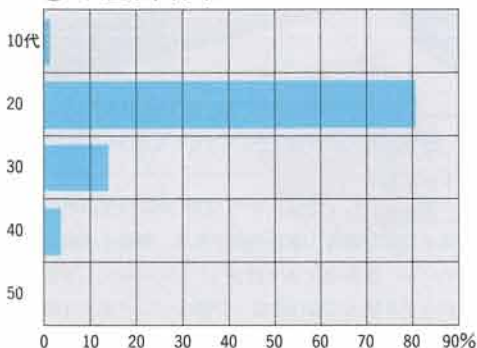
もちろん、前者は座り乗りタイプで年齢層も広がりを見せ、後者は一人立ち乗りタイプで圧倒的に20代の若者に人気を集めています。

これは、ヤマハのマリンジェットについても同様であり、それぞれのモデルの位置付けは、おおよそ左の表の關係にあります。

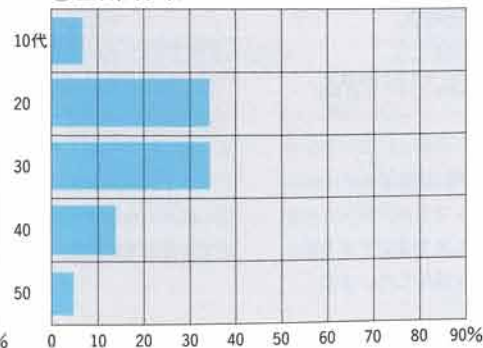
従来のボートやヨットのユーザーとも、若干異なるユーザー像を持つマリンジェットは、皆さまのお店の客層をさらに広げるだけでなく、ボートライセンス取得も含めたお店のご商売に活性化をもたらし、マリンビジネスの領域拡大に貢献することはいうまでもありません。

■パーソナルウォータークラフト年齢別購入者層

① 1人立ち乗りタイプ



② 座り乗りタイプ



※スポーツ志向のユーザーの多い1人乗り立ち乗りタイプは20歳代が圧倒的に多いのに対して、多用途に使える座り乗りタイプはユーザーの年齢層が広い(資料: 財団法人日本船舶工業会パーソナルウォータークラフトG)。



1986年、わが国市場に本格的に登場して以来、わずか6年の間に約138億^(注)円もの市場に成長したパーソナルウォータークラフト。この伸長は、今後もなお勢いを増し、わが国マリンビジネスの重要な位置を占めることは間違いありません。とはいえ、このビッグマーケットの主役は、マリンジェットプロショップ等のパーソナルウォータークラフト専門店。商品の性格上、レース活動やクラブ活動といったアフターフォロー等の2次的ビジネスが、拡販の最大要因になっているからです。そこで今回は、そうしたパーソナルウォータークラフト・ビジネスを検証し、マリンビジネスの領域拡大に欠かすことのできないマリンジェットのご商売のあり方を探ってみました。

(注) 1991年度の出荷金額 (社)〔日本舟艇工業会調べ〕

特集 マリンジェットが商売の領域を広げてくれる

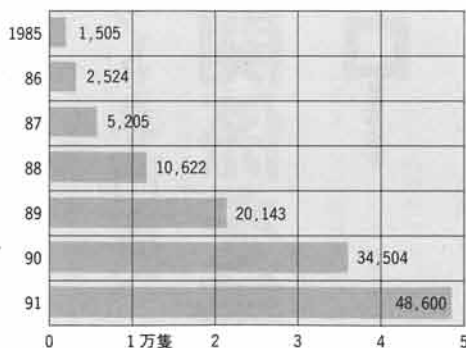
倍々伸長で拡大を続ける パーソナルウォータークラフト

発売以来、人気は年々上昇し、マリンスポーツ参加人口を急激に増加させる原動力ともなったヤマハのマリンジェット。その後も、パーソナルウォータークラフトの輸入モデルが、わが国市場に新規参入するなどして、この分野のビジネスは、いよいよもって戦国時代の様相を呈しています。

それはともかく、パーソナルウォータークラフト市場自体が、相変わらずの拡大傾向を続けていることは事実。この勢いを、皆さまのマリンビジネスにも取り込み、ひいてはご商売の領域拡大につなげることが、'93年商戦の成功のカギともいえそうです。

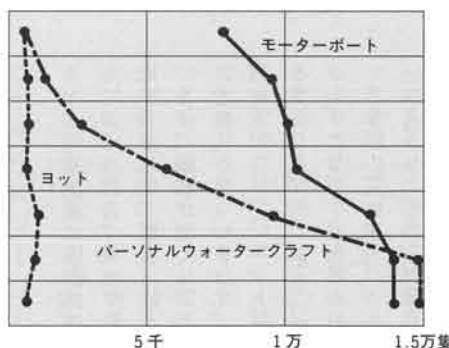
ヤマハのマリンジェットは、この春〈MJ-700TZ〉と〈MJ-700TX〉という強力なニューモデルを加えて、全9バリエーションと充実。今年こそ、マリンジェット効果をお店のご商売に反映させてください。

■ パーソナルウォータークラフトの保有隻数の推移

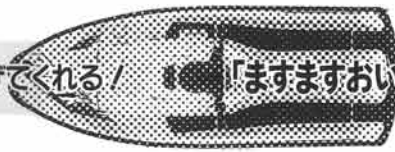


※パーソナルウォータークラフトは、1983年頃から輸入が始まり、1986年からは国内生産もスタートし、その保有隻数は飛躍的に伸びており、一昨年末現在で、約4万9,000隻となっている (資料: 日本小型船舶検査機構)。

■ モーターボート、ヨット、パーソナルウォータークラフトの第1回定期検査の推移



※モーターボートやヨットと比較しても、パーソナルウォータークラフトの急伸長ぶりがかがえる (資料: 日本小型船舶検査機構)。
(注) 第1回定期検査とは、初めて航行の用に供する時に行う検査のこと。



今年からはプロライダー3名をサポート。レース分野にも力を入れている

●繁盛店に聞きました● お店を活性化させたMJビジネス

新製品の発表で、勢いを増すヤマハマリンジェット。市場もますます拡大する様相を呈しています。このチャンス逃す手はありません。そこで、MJのご商売をもっとおいしくするにはどうすれば良いのか。ボート主力店、ジェット専門店のそれぞれにお話を伺いました。形こそ違え、共にマリンジェットがお店に活性化をもたらしたことは間違いありません……。



ボートショップから、ジェット専門店へ 他店との協力関係を築き、 ユーザーをフォロー

愛知県高浜市／マリンプロショップ・デッキ

パーツ、用品を充実し、
ユーザーとの付き合いを継続させる

愛知県の高浜市にお店を構えるプロショップ・デッキは、長年に渡ってボートの専門店として営業を続けてきましたが、一時、ボート市場が成熟してきたのを機に、マリンジェットを主力商品として取り扱ってきました。

「マリン市場の底辺を一度見直し、より多くの人々にマリンスポーツを体験して欲しか

もちろん、マリンジェットクラブにも加盟。掲示板には新製品やイベント告知などの情報がギッシリ



った」というのが、同店の代表・古橋敏範さんの考え方でした。こうした方針に転じて4年。同店では着実にマリンジェットの販売実績を築く一方、今では専門店としての認知も高まっています。'91年の夏には、同じ高浜市内の産業道路沿いに店舗を移転、より広い保管スペースとサービス工場を確保し、営業を展開しています。

「当初は毎週日曜日に試乗会を行ったり、職域をターゲットにした展示会でアプローチす

るなど需要創造に意欲的に取り組んできました」という同店。その甲斐あって、昨年度の販売台数は95。顧客は約500名にも登っています。顧客が増えたことで、ご商売の方法にも変化が見られました。

まず、マリンジェット用品の取扱いを充実させたことが一つ。ヤマハ純正部品以外にも、さまざまなパーツを輸入して展開し、売上へ

「こうした用品を充実させることで、一度

現在の店舗は'91年の夏にオープン。サービス工場と保管スペースを充実させた。なお、ここからメイン・ゲレンデの幅豆までは車で約40分という立地



スタッフの稲葉さん。サービス、営業、インストラクターまでをこなす



屋外の他、ラックを利用した艇庫もある



サービス工場。工具類はきちっと整理されていた。メンテナンスへの信頼の高さも、同店の人気の要因の1つである

増えるレース志向のユーザーを 確実にバックアップ

買ったお客さまが黙っていてもお店に戻ってくる。長く付き合うことができます(古橋社長)と、アフターフォローとしても役立っていることを強調しています。

同店が販売するマリンジェットのうち、タデム・モデルは65%。残りはスーパージェットで、昨年度の実績でみると約30台の実績があります。つまり、レース志向のお客さまも増え、こうしたお客さまへの対応も、ご商売の中で重要な役割を担ってきます。ヤマハのイベントや、中部ジェットスポーツ連盟主催

のレースをお客さまにお知らせし、参加する他、同店では近郊にある他店と合同でレースを開催しています。

「知立、内海、名古屋にあるジェット専門の3店とうちとで、フォー・ショップと呼んでいます。販売店どうし、横の継がりを大切にしています。レースは年4回のシリーズ戦で、多いときは70艇、少なくて40艇の参加を得ています(同店・稲葉大二さん)」

独自に遊びを見出すアウトドア派、ツーリング派に比べると、レースの場合はやはりこうした環境を提供してあげることが大切です。一店では困難でも、何店かが協力して行うことで、充実したイベントを開催すること

ができるという、好例ではないでしょうか。

さらに「横の継がりを密にし、協力し合っていくことで、商売もやり易くなる。例えば4店がお互いの協力関係にあることで、値引き競争も起こらない。うちも含めて正常な価格で販売ができていますよ(古橋さん)」

さらに同店では、今年度より3名のプロ・ライダーと契約し、JJSF等のレースにMJ-650SJで参加。メンテナンスのサポートをしていくことが決定しています。

マーケットリーダーを育て

ユーザーの中にセールスマンを作る

「うちの社長はね、1人のお客さんから商売を広げていくのが本当に上手なんです」とスタッフの稲葉さん。リーダー格のユーザーとは徹底的に付き合い、そこから客層を広げていく、というわけです。そのことについて古橋社長は、「そうしたお客さまの友人だったら試乗させる必要もないし、即商談に入れますから」と説明してくれました。

ユーザーとのコミュニケーションを図る上で一つのクラブを組織することも有効な手段といえますが、自然派生したいくつものユーザーのグループそれぞれと上手に付き合っていくことができれば、それだけ大きな営業的効果が生まれていくのかもしれない。同店のスタッフは古橋さんと稲葉さんの2名、そして女性アルバイトが1名とのこと。少数精鋭のスタッフで、500名の顧客を管理し、さらに新規ユーザーを開拓していくためには、やはりマーケット・リーダーたるユーザーを育てていくことが必要だといえます。さらにポータルライセンススクールについても積極展開。受講者を対象に新製品のお知らせや、「SeaBap」などの情報誌を郵送するなどのアフターフォローも欠かしていません。



JEUGIAの成功の裏には普及、サービス、営業のバランスの取れた政策がある。そして、フロント業務を行う店頭スタッフの活躍も欠かせない

「底辺拡大」的性格から「主要商品」の二つに。

成長の鍵は

「安心して購入でききる」「体制づくり」

京都市山科区 / (株)JEUGIA

ボート・ヨットのオーナーにも
人気のマリンジェット

全国でもトップクラスのMJ販売実績を持つ、京都市の(株)JEUGIA。昨年度(91年9月〜92年8月)の販売台数は約1700台。今年度も好調な実績を築いているようです。新製品・MJ700TZについても「大阪国際ボートショー(2/19〜22)」の段階で、約20台相当の有力見込み客を獲得し、既に販売を進めています。

「他社製品からの代替や、TLのユーザーがもう1台というパターンが目立ちます。アクティブな中にも気軽に楽しめるという、ヤマハらしさ」が受けているようです。評判は上々です。(同社・岩崎孝治課長)

元々、同社ではボート、ヨットという主力商品以外に、マリンの普及を目的にボードセイリングなど底辺を拡大することのできる分野に力を注いできました。パーソナルウォータークラブフトについてもヤマハが発売する以前からチームを運営するなどの展開を行ってきました。ヤマハがパーソナルウォータークラブ市場に参入してからは、マリンジェットの販売に絞り込んできています。

「タンデムで、気軽に楽しめる、ミニマムボートとしておすすめできる、そんな商品性が店の政策にもピッタリだった」(岩崎課長)

事実、こうした商品性が普及に効を奏し、また、既存のボート、ヨットのオーナーにまで需要を広げるようになりました。同社の昨年度の販売台数1700台のうち、40台ほどはボート、ヨットのお客さまだったということです。そして今、同社にとってマリンジェットのご商売は、普及という段階を越えて、売上げの面でもかなりのウェイトを占める「事業」として確立してきています。

**ゲレンデの確保は第一条件、
専任サービスマンが信頼性を高める**

もちろん、同社はその商品性だけで実績を築いてきたわけではありません。岩崎課長によると、営業、普及、サービスの各分野がバランス良く機能したことが伸長の要因です。

「お客さまから、JEUGIAで買えば安心」と思っていたことが大切。その意味でも保管場所、ゲレンデを確保することは重要でした。

同社では琵琶湖の湖畔に滋賀県の志賀町観光協会から場所を借りるなどして、お客さまが安心して遊べる場所を確保。お客さまが購入の際に最初に持つであろう不安を解消しました。

サービス業務については、マリンジェットの専任を1名おいて、メンテナンスに当たっています。



さまざまなマリンプレイが体験できるバックを商品化。需要創造にも貢献している



展示場も充実。ジェットパディも展示し、幅広い遊びを提案している



ボートライセンススクールは地下1階で。今年度は2000名の受講者獲得を目標にしている



新製品の人気は高く、〈MJ-700 TZ〉については既に20台相当の見込み客を獲得したという

「専門的な知識もさることながら、迅速さも要求されますので、専任のサービスマンの必要性を感じました」というのがその理由でした。

普及という事業から見れば MJは有効なツールとなる

同社のマリジェット拡販にとって欠かせない要素に「普及事業」があります。

「うちの場合、普及のセクションが独立しているんです。営業の地下作りのな、普及の効果はもちろん、採算の取れる一つの事業として位置づけています」

例えばボートライセンススクール。同社は今年度、2000名の受講者獲得を目標に設定しています。ライセンス取得者の中から

見込み客を探し出す、という作業はもちろんですが、普及セクションから見れば、マリジェットのような親しみ易い「ツール」を核としてボートライセンススクールの収益を上げる、という目的が生まれ、結果、営業セクションとのバランスの取れた連携が図れるわけです。

こうした普及セクションの事業のひとつに、さまざまなマリンプレイを用意した「体験バック」の販売があります。例えば、ヨットクルージング、マリジェット、水上スキー、ボートクルージング、ランチタイムパーティをセットにした「リゾートプラン」は、20人バックで1名17300円。同社ではこうしたバックを紹介したパンフレットを製作し、企業等を対象に営業をかけています。

「営業の側からいえばこれが初心者にとってマリジェット体験の場として機能しています。マリジェットはこれの中でも人気アイテムです。やはり複雑な操作等が無い分、親しみ易いでしょうね。魅力も伝え易い」

ちなみに、このバックではインストラクターは外部スタッフを利用し、社員はディレクター的な仕事を担当しているそうです。

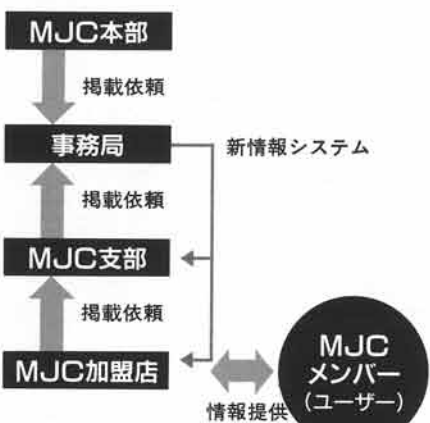
「ゲレンデがあり、メンテナンスも信頼が高く、普及も積極的に行っている。こうしたバックグラウンドがあればこそ、セールスは安心して、自信をもってマリジェットを売ることができるんです」

岩崎課長はこのようにお話を締めくくってくださいました。



ヤマハマリジェットクラブ——。ご存知の通り、さまざまな特典を用意したユーザーのための組織です。しかし、視点を変えて見れば、販売店にとってこれほど都合のいい(!?)組織は他にありません。マリジェットクラブにお店として加盟すること、これはマリジェットのご商売を成功させるための必須条件といえそうです。お問い合わせは担当セールスまで。

『MJCコミュニケーションウェブ』の流れ



- 加盟店からの掲載希望情報は、各支部を通じて事務局へ掲載を依頼していただけます。
- MJCメンバーは、加盟店から情報を提供されることになります。
- 情報提供エリアは、全国一斉のほか地区限定でも送れるようにします。(＝ヤマハ中部管内のみ、ヤマハ東京とヤマハ東北管内の2地区など)
- 情報供給は月に1回または2回定期的に行いますが、本部または支部の必要に応じて随時このシステムを使用します。

発信元：マリジェットクラブ・イベント事務局
TEL 03-3464-3251
FAX 03-3464-3252

③新レギュレーションの採用でレースも充実 加盟店は積極的に利用できる

これまでのMJCメンバーから支持を得ていた“遊び色”の濃いレースイベントに加え、今年度は、全国統一レギュレーション、統一運営のもと、より本格的なレース＝MJCレースを各地で行われるジャンボリーの中で開催します。

MJCレース

- ルール/JJSF(日本ジェットスポーツ連盟)の競技規則と整合性を持たせ、全国で統一採用します。
- 運営/レースは本部、支部が加盟店の協力を得て開催。また新たに発足するイベント事務局が必要に応じてサポートします。

これにより、本格的レース指志者など新たなユーザー層の創造、獲得を目指します。

なお、全国大会はMJCレースの頂点イベントとして位置づけ、各地でその出場権をかけた地区大会を行います。

- 対象艇/MJ-650SJ、MJ-700TZ、MJ-650T、MJ-650TX、MJ-700TX
- クラス/リミテッドクラス(MJ-650SJのみ→ルール内での改造が可能)
ストッククラス(SJを含む全艇種→無改造クラス)

④恒例のジャンボリーももちろん開催 あらゆるユーザー層がフォローできる。

新レギュレーションのもと、装い新たにスタートするMJCレースの他、MJCの特色ともいえるツーリングイベント、ゲームイベントももちろん開催。レース派、ブルーウォーター派とMJCに加盟することで幅広いジャンルのユーザーをフォローすることができます。今年の本部イベントは右記の通り。他、恒例のMJジャンボリー＝東京大会、ヨカ・ヨラカップも予定されています。

'93/主なMJCイベント (全国一斉MJウィーク)

- 期日/1993年5月16日(日)～23日(日)
- 内容/MJCレース地区大会、ツーリングなど
(マリジェットジャンボリー全国大会)
- 期日/1993年9月11日(土)・12日(日)
- 内容/93年より実施するMJCレースの頂点大会として位置づけ、地区大会の勝者により競うレースイベントのほか、参加艇数、タイムスケジュールによっては、ゲームイベントを同時開催。

(マリジェットジャンボリー・サイパン大会)

- 期日/1993年10月15日(金)～18日(月)
- 内容/MJライディングスクール、MJツーリング、MJタイムトライアルなど、マリジェットユーザーだけでなく、未体験者、免許取得者、P・Pなど広く参加者を求めマリジェットの体験機会となるイベントとします。



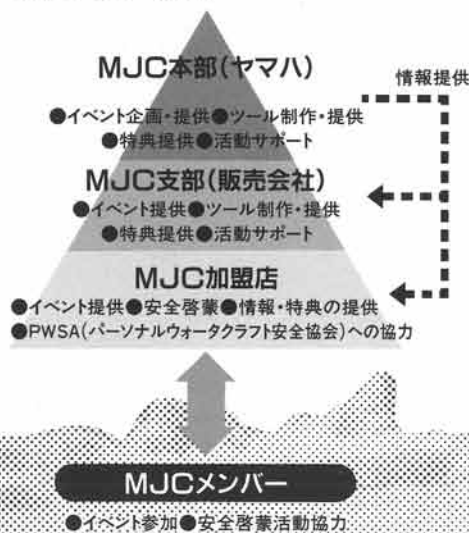
マリンジェットのご商売を有利にする—— M J C が 欠 か せ ない。

マリンジェットクラブ

① ヤマハマリンジェットクラブ=MJCとは

ヤマハマリンジェットクラブは、マリンジェットユーザーのための全国組織。全国各地に広がる提携施設で優待が受けられ、またマリンジェットクラブ主催のイベントに参加できるほか、障害保険への自動加入など、さまざまな特典が受けられます。もちろんメリットはユーザーだけにとどまりません。販売店としてMJCに加盟することで、MJCを利用したユーザーフォローがスムーズに行える他、今年度からスタートする新しい情報システムにより、商品やイベント等に関するさまざまな情報が、タイムリーに、スピーディに入手することができます。

MJCの全体像



メンバーの特典例

共有ゲレンデで 思い切りプレイできる!

ツーリングやレースでの気の合う仲間と思いつきプレイしたい。テクニックを磨きたい。のんびり海上を漂いたい。そんなメンバーのための共有ゲレンデを用意しています。心ゆくまでMJが楽しめます。

提携施設での 優待が受けられる。

全国各地に広がるMJクラブ提携施設。メンバーズカードを提示するだけで優待が受けられます。宿泊施設、マリンスポーツはもちろん、うれしいサービスがいっぱい。メンバーならではの特典です。

情報満載の SEABAPが貰える。

全国各地のマリンジェットに関する様々な情報を満載した「Sea Bap」を無料で郵送いたします。マリンジェットの話はもちろん、ゲレンデ情報、ショップ、ジャンボリーなど、タイムリーな話題をメンバーだけに提供します。

傷害保険で もっと安心して楽しめる。

マリンジェットを運転、搭乗中に偶発の事故による死亡、後遺障害にのみ、最高100万円を限度として保険金が支払われます。

愉快的イベントが 待っている。

MJクラブが企画・運営するジャンボリーなど愉快的イベントに参加できます。レースに、運動会に、バーベキューなど、魅力的なイベントが豊富です。

② 新システムの スタートでホットで タイムリーな情報をお店にお届けする

マリンジェットクラブメンバーにお送りしている「Sea Bap」に加え、今年度からは、新しいシステムを導入して各支部、加盟店へ情報を提供していきます。内容は、ジャンボリー等イベントの告知、結果報告、PWSAとの安全啓蒙活動報告、さらには加盟店が行うイベントの募集や報告など多岐に渡ります。これを店内に定期的に掲出していただき、MJCメンバーとのコミュニケーションづくり、来店促進にと役立てていただけます。

なお、情報はファクシミリによる一斉同報で提供、誌名は「MJCコミュニケーションウェブ」に決定しています。もちろん、加盟店からの掲載依頼も受け付けていきます。

秋から春にかけて、毎朝ワカメを満載したドライブ船や和船が潮流の激しい水道を抜け、母港を目指します



徳島県

鳴門

門

確かな仕事は何よりの

営業政策

徳島県鳴門市
サンコーマリン
浜川 満 社長



新しいショップで、お客さまとの商談が盛況です。取材当日も、新艇の契約がまじりました

メカ一筋の浜川社長、創業以来地元漁師さんの信用を一手に集めています

経験豊富なスタッフ馬詰さんと奥さんが浜川社長を支えます

鳴門 門の渦潮という観光名所を控えた、徳島県鳴門市。流れの早い潮は恵まれた漁場を形成し、入り組んだ海岸線に囲まれた静かな海は、今後レジャー需要の増加も大いに期待される所です。

今 回お話を伺った浜川社長は、この風光明媚な鳴門の海で育ち、学生の頃から自作のボートで水上スキーや釣りに熱中。実家の自動車修理工場に就職したものの、マリんに魅せられて昭和45年に独立し、現在のサンコーマリンを設立しました。

「陸も海もエンジンという共通点がありましたので、どうせやるなら好きなボートを仕事にしたいと思いついてね。当時この地域にはマリンエンジンを専門に修理する所がなく、ユーザーさんはバイク店や鉄工所などに持ち込んでいました。でも、思うように直らなかつたのです」と浜川社長。

マ リンを専門に手掛け、自ら水上スキーを楽しむなど、ボート事情に詳しい浜川社長のもとには、次第に修理の依頼が来るようになっていきました。しかし肝心の販売には、なかなか結びつきません。オープンと同時に2台のヤマハ船外機を展示しましたが、半年経って1台も売れないありさま。それでも、地道に修理を続ける浜川社長に1つの転機が訪れました。

「独立した時は、プレジャーしか頭になつたのですが、ある日、知人の紹介で漁師さん

漁師さんからプレジャーまで幅広く対応

サンコーマリン

- 創業…昭和45年
- 従業員…3名
- 商圏…徳島県を中心に、北は香川県境、南は鳴門市の外れまでが対象
- 主力商品…ヤマハ船外機／(30馬力を中心に、9.9馬力～145馬力まで) ヤマハ和船／(W-23、W-27、W-32など) ヤマハボート／(FR、UFシリーズなど)



サンコーマリンさんは、ボート展示を行う街道唯一のマリンショップとして新装オープン。今後はプレジャーにも期待が寄せられています

■漁カレンダー

- 10月から3月末＝ノリ
- 11月から3月末＝ワカメ
- 4月から10月まで＝1本釣り、刺し網など



「しゃみせん」艀装はノリ漁の先端技術。船首のバーで網をすくい上げ、船を網の下へ潜せませす

ノリ漁は、ここ15年の間に機械化が進み、それに伴い1人の漁師さんで数隻を運用するのが一般的になりました。

使用する船の主役は収穫船で、「しゃみせん」と呼ばれる艀装を施しています。これは、船ごと網の下へ潜り込み、網を持ち上げながら進んで、船の中央に設置したバリカン式のローラーでノリを刈り取っていくもの。船の上を網が移動して行けるように、船首から船尾にかけて両舷にレールを敷いてあるのが特長です。

手作業で行っていた頃と比べ、能率は数段アップ。船も船外機の和船からドライブ船へと移行しています。

収穫船が、このように複雑な艀装を施しているので、網のメンテナンスには別の作業船を用意。こちらは船外機付きの和船が主流となっています。

また、この地域のもう1つの特産、ワカメ漁は9.9馬力から145馬力の船外機を付けた和船が主力。地元でワカメ漁に励む森さんは「大量のワカメを一度に収穫するので、船はバランスが問題。また、作業効率を考えると、船は大きければよいというものではない」との理由で、ヤマハW-27DFを最近購入しました。

ノリとワカメの収穫が同時進行する、秋から春にかけては、サンコーマリンさんにとっても大忙し。完璧なアフターケアを目指して、浜を回る毎日が続きます。



ワカメ漁の担い手、電動ネットローラー。効率よくワカメ網を船上に引き上げます



新しいショップには専用の免許教室も設置。プレジャー需要拡大に備えます



明るく新談が進みとまりま

の船外機を修理したのでをきっかけに、業務市場の世界を知ったのです」(浜川社長)。

鳴 門周辺は静かな内海で、しかも潮の流れが強いので、腰のあるコンブや良質なノリの産地になっています。ここで漁師さんたちは、9.9馬力の船外機船からドライブ船にいたる、あらゆる小型・中型和船を使用。まさに浜川社長が持つエンジンの経験がすべて生かされるフィールドだったので。

「足を使って浜を回り、難しい修理でも何とか直してやろうと懸命でした。若かったので、仕事ができるだけでも楽しかったのです」

当時は振り返って、浜川社長はこのように語ってくれました。

ワ カメもノリも、冬場の数ヶ月が収穫の勝負どころ。この時期は1日たりともおろそかには出来ません。そのため、修理には迅速さとの確さが常に要求されますが、浜川社長はメカニックとしての腕をフルに発揮して信用を獲得。気が付いた時には修理業務だけでなく、販売も順調に伸びていきました。

「船が売れて艀装に掛かる際、予算がないから簡単にと言われても手は抜けません。出来上がった船は、同業者も含めて皆から見られますよね。私は口べたなので営業的な会話は苦手ですが、人に見せて恥ずかしくない仕事をすれば必ず信用は得られます。私の場合、「口より腕」が仕事の心得となっています」と結んでくれました。

徳 島、鳴門にかけて道路沿でボート展示をしている唯一のショップとして、今年1月に新装オープンしたサンコーマリンさん。冬場の漁関係とともに、今後は夏場のプレジャーにも力を入れて行きたいと、浜川社長は意欲を燃やしていました。

最後は人対人のコミュニケーションが大切

積極的な人材を育て、顧客のニーズを的確につかむ

愛知県渥美郡

ヤマハマリンプラザ／愛知海運産業株田原マリーナ



三河湾というマリンスポーツファンにとって恵まれた地を背景に持つ愛知海運産業株田原マリーナさん。社員数220名をかかえ、陸運、土木その他を幅広く経営する同社のマリンドアメントとして、10年前に設立され、現在ではマリンプラザに同マリーナのハーバーマスターである山田真一さんは社員教育にとっても熱心で、3人のサービスマンの全員がアカデミーを受講したとのこと。

時代に合わせた研修が必要ですね

「アカデミーを受講してもらったのは、他に受けさせたい内容を持つ講習会などが身近に少なかったためです。受講講座は三人とも同様で、エンジン講座Ⅰ・Ⅱの二つです。もちろん技術向上のためというところが目的でしたが、それに加えて、ヤマハが長年に渡って蓄積したノウハウが吸収できるということも大きな魅力でした」と山田さん。

——他に社員教育として実践していることはありますか。

「基本的に人材教育については、各事業

所の所長に一任されており、事業所ごとに独自の研修を行っています。一つのケースとしては例えば、ガソリンスタンドを営んでいるセクションでは、元売りの石油会社に社員を研修に派遣するなど、人材交流も行われています。うちのマリーナでは、他のマリーナとの間で人材交流などはしていませんが、ヤマハ中部静岡店主催の講習会やセールスマン教育などを、時代に合わせて積極的に取り入れています。けれども、一社単独で教育を行うには、コスト的にも時間的にもあまり余裕が持てませんので、マリーナで働く上で必要な知識やマナーを集中的に学べる教育機関が必要だと考えています。そのために、マリーナビーチ協会への協力提案などの具体的なアクションを起こしています」

——それでは、今後どのような人材を育てていきたいとお考えですか？

「当り前のことですが、最後は人と人とのコミュニケーションが大切になってくると思います。料金面ではどこで作業をしてもあらってもあまり変わらない。なぜお客さまがついて来てくれるかというと、結局は人について来る。そのためには、何事にも前向きな、積極的な人間になって欲しいですね。常に自分で考え、道を切り開いて前につき進んで行くようなタイプが理想です」

——最後に、マリーナを運営していく上で、将来の展望についてお聞かせください。
「東三河地域で、技術力、サービスどれを取っても総合トップのマリーナを目指



アカデミーで学んだことをふまえて、より専門的な知識・技術の習得に励みたいという、豊田さん



東三河湾に位置する田原マリーナ。フィッシングボートや、25フィートクラスの中型艇を中心に、98艇が保管されている

★実際にエンジン講座Ⅰ・Ⅱを受講されたサービスマンの方々に聞きました

黒田 獄さん（サービスマン歴二年）

(第6期('93・4~9)マリンアカデミー開講のご案内)

マリン業界における優秀な人材の育成を目的として、1990年に開講したヤマハマリンアカデミーは、今年で早や4年目を迎え、のべ2,400人の受講生を数えました。

マリンアカデミーはマリンのさまざまな領域について多様な講座内容を持ち、経験年数と講座の種類の組み合わせにより、段階的なレベルアップを図る階層的講座カリキュラムを持っています。

この4~5月は、新入社員あるいは配置変更の方にとっても有益となる講座を開講していますので、積極的に活用されてはいかがでしょうか。また、その他の講座も豊富に用意しておりますので、今まで未参加の方はもちろん、過去に何らかの講座を受講された方も、別の領域へのチャレンジを図り、幅広い知識・技術を習得されることをお奨めいたします。

■ヤマハマリンアカデミー・カリキュラム

クラス	コース	アカデミー
		マリンセールスマン、マリンサービスマン、マリンパートマン
スキルアップ	入社時 (1年未満)	●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
	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I・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
	4年次	●ヨット講座II ●ダイビング講座
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

資格習得	マリンサービスマン
●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対象	
●YMSS認定講習会 / 1級サービスマン対象	

募集対象者…マリンプラザ、マリンショップ、サービスショップ、サービス指定店、ヤマハ販売会社のマリン営業マン、マリンサービスマンおよびマリンパートマン

開催場所…●ヤマハ発動機株式会社・研修会館
静岡県磐田市新貝2500 ☎(0538)35-9711
●ヤマハマリーナ浜名湖・マリンアカデミー事務局
静岡県湖西市入出字長者1380 ☎(053)578-3268

申込方法…担当販売会社宛にお問い合わせください。

■ヤマハマリンアカデミー開講スケジュール ('93・4月~9月)

コース	講座名	日程
アカデミー	航海講座I	5/12~15、6/23~26、7/20~23、8/18~21、9/8~11
	航海講座II	4/20~22、5/25~27、7/8~10、8/26~28
	ヨット講座I	6/1~3、6/4~5、8/6/9~11、7/15~17
	ヨット講座II	5/20~22、7/1~3、9/2~4
	スポーツフィッシング講座	5/21~22、6/29~30、7/6~7、8/3~4、8/24~25、9/1~2
	ダイビング講座	6/15~19、7/27~31
	商品概要講座	4/21~23、5/26~28
	接遇講座	4/24、5/29
	エンジン講座I	4/15~17、6/1~3、6/4~5、8/6/9~11、7/8~10、9/13~15
	エンジン講座II	5/11~13、7/20~22、9/16~18

向かって左側から、疋田さん、山田さん、浜野さん、豊田さん、黒田さん



したいですね。数年後にはすぐ近くの地に、保管隻数600という大規模なマリナーが建設される計画もありますので、これからは顧客獲得競争も厳しくなると思います。我々のような、保管隻数100隻規模の中堅マリナーが大手に対抗するためには、一人一人の顧客を大切に、誰もが気軽に立ち寄れる雰囲気を持ったマリナーにすることが最善の策だと考えています。そのためには、お客さまのニーズに的確に答えることができるコミュニケーション力のある人材の育成が必要です。これからのアカデミーをはじめ、様々な方法を用いて、社員のレベルアップを図って行きたいですね」と力強く抱負を語ってくれました。

●自動車整備士の資格も所有。
マニュアルについての説明なども有り、理解し易い内容でした。この内容ならば、オーナーの方々にも必要な知識ですから私から伝えていきたいです。特に大型艇のオーナーの場合は沖合まで出ることもあるので故障やイサという時にこのような知識があれば役立つと思います。

●自動車整備士を20年間努めた後、マリン業界へ転向。
マリン業界に入ってから間もないので、マリン関係の専門用語が覚えられたのが大きなメリットでした。今後は、もっと細分化した講座があればおもしろいと思います。例えば、ミッドシーズン関係のみの講座とか、内装のメンテナンス講座など、色々考えられると思います。

疋田五十司さん(サービスマン歴一年)
●他のマリナー施設で2年間サービスマンを経験。
教え方がとても丁寧だったため、専門的な内容のエンジン講座IIもとても理解しやすかったですね。

続・マーケティングかんたん講座—②

産能短期大学/吉川 雅之

「いい夕マを揃える」、
販売店の商品計画について考えよう。

前回は売るための方法を網羅したマーケティング・ミックスについて説明しました。今回はその中でも最も重要だとされている商品計画について考えてみましょう（なお、メーカー等のように自分で商品を作っている企業では「製品計画」という言葉を使うのが普通です）。

商品計画のために、第一に考える事は商品を広く考えることです。皆さんのお店で売っている商品とは何でしょうか。言うまでもなく、ボートやヨットだという答えが出そうですがそれだけではないはずです。

用品やパーツ類、それにメンテナンスや修理による売上も大きいはずです。これらを全て含めたものが売っている商品なのです。

自分の商品を狭く考えると、目に見える商品を売ることばかり考え、本当にお客さまが必要とする商品やサービスがないがしろにされてしまう危険性があります。

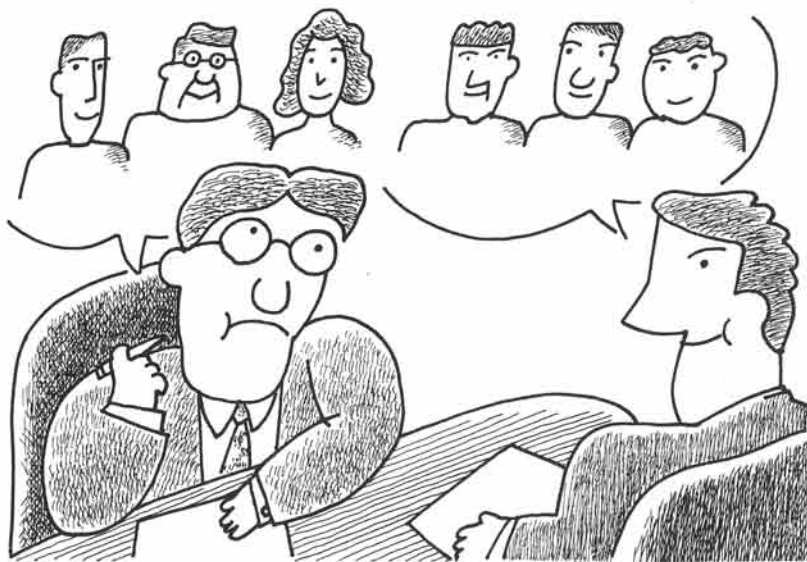
第二は商品を限定することです。どんなお店でも、お客さまが求めている商品を全て揃えるということは、限られたスペースでは不可能です。そのためには商品を選び、絞り

込むことが重要なのです。

お客さまが本当に求める商品とは何かを知るには、ちょっと想像力が必要になります。

まず、お店のお客さまで代表となるような人を十人ほど選び、名前を書き出して行きます。その時に、その商品が自分の店にあるかどうかは考えません。あってもなくても、とにかく欲しがっていると思われる商品を、相手の立場に立って全て書き出します。

次に、上記の品の一覧表を見ながら、それに近い商品を探し出して行



きます。これが「売れる」商品です。それを全て揃えることは無理としても重点を置く商品が見えてきます。

×メーカーの場合には、自分で工場を持ち、商品を作る事が可能です。つまり、機能や性能、品質、デザイン等の決定をしていきます。販売店の場合には自分で作ることはできませんが、どの様な商品を揃えるかを考える事は可能です。

むしろ、自分の工場で作るのではなく、仕入れて来るので自社の技術力などに制約されることもなく、よ

り広い選択が出来ます。これに、前に述べたサービスや用品類なども組合せる事によって、さらに多くの商品を作る事が可能になるのです。

第三に、商品の品揃えには上に述べたような、現在お客さまが必要としている商品を揃えるだけでは不十分で、それに加えて、欲しがらせる商品（つまり「売る」商品）も置くことが重要です。現在、お客さまが必要とする商品しかないと、便利ではあっても魅力の少ないお店になってしまいます。お客さまにこれから

欲しがらせようとする商品を加える事によって、そのお店の主張が出てきます。例えば、漁船中心のお店でも、プレジャーボートを置き、お客さまの目を引き付け、意識をそちらに向けさせることもできるのです。

商品というのは売れるものだけでなく、それに加えて売りたいものを置くことが、お店の次の発展のためにも必要となるのです。

今回は「お店」について考えます。

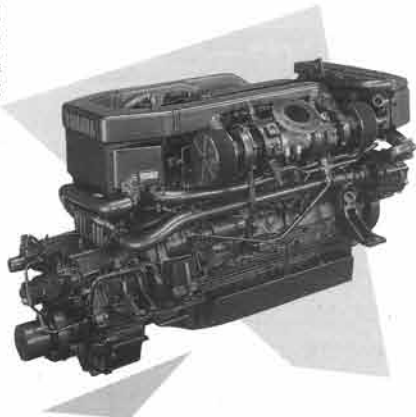
★このコーナーに関するお問い合わせは、ヤマハの各販売会社、または担当セールスマンにお尋ねください。

PRODUCTS

漁船法120馬力、
クラス最大600馬力の
ニューマリンディーゼル

「MD1250」新発売!

漁業や遊漁業に従事している全国のお客さまから大好評をいただいているヤマハマリンディーゼルのラインナップに、シリーズ最大120馬力の「MD1250」が加わりました。最大馬力はKUH仕様で600馬力。ヤマハマリンディーゼルの開発コンセプトである「軽量、コンパクト、高信頼性」を踏襲し、各所に新機能を投入しています。



- 主な特徴
- 最大出力は、法120馬力クラス最大の600PS。
- 低速応答性、安全性向上を意識し、水冷ツインタイポを採用。
- 4バルブ方式、6気筒一体型の特殊耐熱合金鉄製シリンダーヘッド。
- 低温始動時の白煙を抑える自動減筒運転装置IIオートPSDを採用。
- アルミ製マリンギアの採用等、軽量化に努め、乾燥重量1,680kgを実現。
- 低振動を実現したエンジンマウント6点化。
- メンテナンスサイドを左舷に統一。
- 応答性、安定性に優れ、制御範囲を拡大する電子式自動低速装置を採用。
- 熱交換器と水冷マニホールドを別体化し、冷却能力を向上。

EVENTS

鳥羽カップへ向け、今年も全国各地で開催
「YAMAHA 23 マッチレース」

「見る」マッチレースから「参加する」マッチレースへ。一対一で競うヨットレースの魅力を全国のアマチュアセイラーに知らしめた「鳥羽カップマッチレース」が、今年も三重県の菅島水道、答志島沖の海上で9月2日から5日にかけて開催されます。

また、鳥羽カップに先駆けて北海道から九州までの8地区において、「YAMAHA 23 II」を使用しての「YAMAHA 23 マッチレース」を開催（一部地域では他モデルを使用）。「鳥羽カップ」への出場権を向け、白熱したレースが繰り広げられそうです。ご注意ください。



鳥羽カップマッチレース'93大会概要
 ■開催日程/1993年9月2日(木)～5日(日)
 ■開催場所/三重県鳥羽市(菅島水道・答志島平石崎沖)
 ■主催/鳥羽カップマッチレース実行委員会
 ■共催(予定)/ (財)日本ヨット協会 日本経済新聞社
 ■競技内容/YAMAHA 23によるマッチレース及びフリートレース

<MD1250・主要諸元>

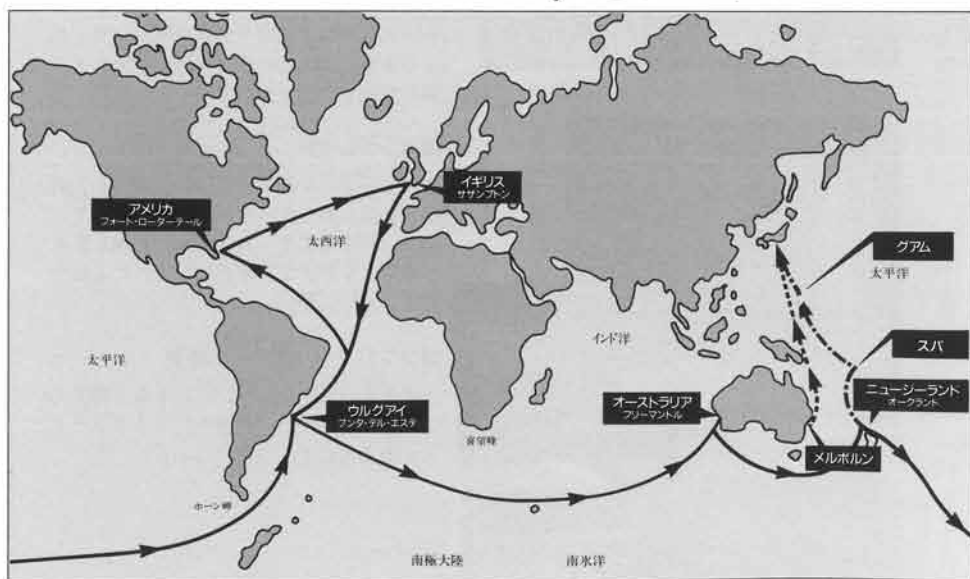
- 内径×行程/132.9mm × 150mm ● 総排気量/12484 cc ● 漁船法馬力/120馬力 ● 連続定格出力/495PS・2100rpm ● 連続最大出力/495PS・2100rpm ● 最大出力/510PS・2200rpm (MD1250K)、550PS・2200rpm (MD1250KH)、600PS・2200rpm (MD1250KUH) ● 全長×全幅×全高/1959×1102×1125mm ● 乾燥重量/1680kg

SPRITS

感動創造企業として、これからも
チャレンジスピリットを応援していきます。

昨年はアメリカズ・カップで沸いたヤマハのイベント活動でしたが、今年も国際外洋レースの年。この4月にはタイトルルスポンサーとして支援する「オークランド」福岡ヤマハカップ」がスタート、また9月にはヤマハとニュージーランドのオーシャンベンチャーズとで組織したシンジケート「YAMAHA ROUND THE WORLD」が「ホイットブレッド世界一周レース」に参戦します。

さらに、去る2月には、95年3月にスタートする「メルボルン/大阪YAMAHA CUPダブルハンドヨットレース」の開催記者発表会が行われ、「感動創造企業」、ヤマハの姿勢を改めて打ち出しました。これらのレースをお客さまとの話題づくりにご利用いただくとともに、ヤマハのイベント活動へのご声援をお願いいたします。



- ホイットブレッド世界一周レース
- - - オークランド-福岡ヤマハカップヨットレース
- メルボルン/大阪ヤマハカップダブルハンドヨットレース

■4月24日にオークランドをスタートする「オークランド」福岡ヤマハカップヨットレースには、ヤマハが建造したIMSレーサー「ヘリベルテ・エクスプレス」(YAMAHA IMS 13.5m)が参加。また、ホイットブレッド世界一周レースにチャレンジする「YAMAHA 2」号艇は同じくオークランドで4月22日に進水後、同レースのスタートに伴走し、イベントに花を添える予定です。

ACCESSORY

「ボートリニューアルシステム」新登場

お客さまの愛艇が、ワンクラス上の居住性に
 ポートをご購入後、継続してマリンスライ
 を楽しんでいらっしゃるお客さまに、さらなる満足感
 を提供するため、ヤマハではこのほど、ボー
 トリニューアル用の内装品を新発売しました。
 商品は、Aクラス、Bクラスのヤマハ艇を対
 象に(別表参照)、カーテン、カーベットの他
 ウォールカバー、トイレカバー、キャビンマ
 ットを揃えた他、照明器具やチーク・グッツ
 など、ボートの居住空間をよりグレードアッ
 プし、リフレッシュすることのできるのです。
 また、これに合わせて素材見本資料、DM
 セット、パンフレット等も用意いたしました。
 ツールを有効にご利用の上、ぜひお客さ
 まにお知らせください。



(ボートリニューアルシステム)

■カーベット

オーダーメイド感覚のジャストフィットサイズで、ハッチの開閉等も考慮したカッティングを施しています。また全周のほつれを防ぐロック加工、ズレ、メクレを防ぐオリジナルベルクロの採用など細部にまでこだわりました。裏面にはFRP床面湿気を遮断する塩化ビニール加工を施しています。

カラー・種類	素材、仕様	バイル長/全厚	[対象艇]	
ブラウンYC1 グレー06	表地/裏地 裏加工 縁周リ	ポリプロピレン 塩化ビニール加工 ロック加工	7/8mm 6/7mm	PC-30, 27, 26 SR-25
オリジナルブルー オリジナルグリーン	表地/裏地 裏加工 縁周リ	ナイロン100% 塩化ビニール加工 ロック加工	7/8mm 7/8mm	FR-34, 28, 27II, 26, 25, 24
グレーSP14 ブルーSP15	表地 裏地 裏加工 縁周リ	ナイロン100% ポリプロピレン 塩化ビニール加工 ロック加工	10/12mm 12/14mm	UF-33, 30, 27

■カーテン

カーベット同様、各艇にジャストフィット。4種類のレース柄デザインをご用意しました。手軽に洗濯のできるポリエステル素材とし、レール等金属部分は防錆仕様にするなどメンテナンスも簡単になっています。

イメージ	シリーズ	生地素材(地糸、柄糸)	防炎性	[対象艇]
マリン	かもめ	インハウス ポリエステル100%	×	PC-30, 27, 26
ポピュラー	ラティス	シンコール // 100%	○	SR-25
レリーフ	アイビー	サンゲツ // 100%	○	FR-34, 28, 27II, 26, 25, 24
レリーフ	バンブー	サンゲツ // 100%	○	UF-33, 30, 27

■ウォールカバー

- 対象艇/FR-24, 25, 26, 27, 28 UF-27, 30, 33
- カラー/ライトグレー、ホワイト(全2色)

■キャビンマット

- サイズ/450×800%、450×600%
- カラー/ブルーグレー、アームグレー(全2色)

■トイレカバー

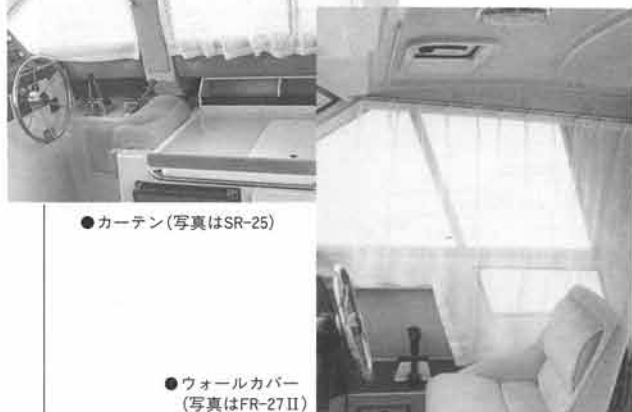
- カラー/ピンク、ブルー、グリーン(全3色)



●カーベット(写真はUF-27)



●カーテン(写真はSR-25)



●ウォールカバー(写真はFR-27II)

●YSA協会報「テルテール」(年6回発行)を会
 員のみさまへお届けしています。



●93年度会員になられたお客さまには、もれ
 なくYSAオリジナルTシャツをプレゼント
 中。お客さまにぜひお知らせください。

底辺拡大に欠かすことのできない、ディ
 ングのご商売。そのアフターフォロー策の一
 環として、「YSA」を新規のお客さまにご紹
 介してはいかがでしょうか。

より魅力にあふれたセイリングワールド
 「YSA」をお客さまにお知らせください
 ヤマハディンギー・ユージャーで組織された
 全国組織「YSA」。1972年の設立以来、
 レース等のイベントを通じて日本中のセイラ
 ーが親睦を深め、充実したセイリングライフ
 を送っています。
 さて、本格的マリンスイーズンを迎えた4月
 YSAでは'93年度の会員を募集しています。
 ヤマハヨットウィークなど魅力あるイベント
 に参加できるだけでなく、全国100カ所
 あるフリートに所属していただくことで、よ
 り楽しく、また初心者の方にとっては安心し
 てセイリングライフを満喫することができま
 す。

ASSOCIATION

TOPICS

多くのマリナーやファンに訴えた
ヤマハ・マリナーワールド。



本格的なマリナーシーズンの幕開けを象徴する東京・大阪の両国際ポートショーが、それぞれ2月9日から14日、2月19日から22日にかけて開催され、合わせて18万人もの来場を集めました。

ヤマハでは、高まるファミリーレジャーブームに迎え、「FC-23HT」、「MR-27」、「FR-28」等、数々のファミリー/フィッシングボートを展示。また、「MX-40」や「PC-43」などの大型艇も展示し、増加するスポーツフィッシング愛好者の注目を集めていました。さらに、今年もリーディングカンパニーならではの情報提供がより充実。ポートライセンスをはじめとする各種スクール、マリナー、イベント、そしてマリナーライフをより楽しくするウェアや用品の展示など、本体に



劣らず訪れた人々の注目を集めていました。決して良好とはいえない経済状況にある昨今ですが、マリナーファンの人口は確実に増え、マリナースポーツが人々の間に定着したことを感じさせる、今年のポートショーでした。

- 日時/ '93年2月9日~14日 (6日間)
- 場所/ 東京国際見本市会場
- 出展/ 174社
- 入場/ 12万3434名
- 日時/ '93年2月19日~22日
- 場所/ インテックス大阪
- 出展/ 52社
- 入場/ 5万1754名

WORLD of YAMAHA

新エンジン「OX10A」を搭載、
「イレル・ヤマハ」にご声援を！



ヤマハでは、このほどイギリスのエンジンデベロッパーメンツリミテッドと共同で、V型10気筒のニューエンジン・ヤマハ「OX10A」を新開発、1993年度のF1世界GPに参戦中の「イレル・ヤマハ」のマシンに搭載しています。

このニューエンジンは、「軽量・コンパクト化」と「高出力化」の高次元での両立をコンセプトに新開発したもので、ニューマティックバルブ、1気筒あたり2インジェクター、可変吸気管長システムなどを採用したものです。'93年度F1世界GPは3月14日、南アフリカで既に開幕。ニュー・マシンを操る片山右京、アンドレア・デ・チェザリスの両ドライバーの活躍にご注目ください。

YAMAHA ON and OFF

やっと春がやって来ましたね。静かだったマリナーやビーチにも人々の陽気な声が響きます。さて、4月のON and OFFも元氣一杯。ヨットに釣りにマリナーで、お茶の間に潮の香りをお届けします。乞う、ご期待！

<4月放送スケジュール>

- 4月3日(出) / MC編
「春のナチュラル・クッキング」
- 4月10日(出) / マリン編
「フィッシャーマンの海上料理」
- 4月17日(出) / MC編
「XJR400のハード・ライディング」
- 4月25日(出) / マリン編
「マリナージェットを楽しむ大工さん」

<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
 - ティー・エクス・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。

新しくなりました

My SHOP

お客さまに受ける
お店づくり

集客率を高め、効率の良い営業展開 をするためのショールーム

以前にご紹介した福岡店に続き、ヤマハ九州株では北九州市の直営ショップ小倉店をさる2月に移転。新たにショールームを新築するとともに、広い展示スペースを確保し、集客率を高めていく方針を打ち出しています。今回は、そのヤマハ九州株小倉店を訪ねました。



ヤマハ九州(株)小倉店

- 所在地 福岡県北九州市小倉北区
 - 店舗面積 約120㎡
 - スタッフ 店頭受付専任1名
 - 営業時間 9時～17時30分(日・月曜定休)
 - 立地条件 北九州市の中心地、小倉。同店はJR小倉駅から東へ2km、関門海峡を臨む国道199号線沿いに建つ。目の前は海で、敷地は約450坪。
- ショールームの他、常時10艇を展示できるスペースと駐車場を持っている。





用品コーナー

在庫している商品の半分はスポーツフィッシング関連の用品（リール、ロッド等）でした。今後はボートオーナーのためのショップを意識し、実用品中心の品揃えで用品の取扱いを充実させていく構えです。



きれいなショールーム(営業拠点)は社内的な活性化にも継がる

移転する前は、幹線道路からも奥まった位置にあり、展示スペースも広くはなかったという小倉店。2月1日に移転オープンした店舗は、目の前が海で立地条件も良く、お客さまの来店率も高まりそう。

「足で稼ぐのがセールスの基本かもしれませんが、これからの時代、効率良くお客さまを開拓していく上でもお店づくりは大切な事です。新店舗では海、船、マリングッズを見ながら商談もできる。そうした意味では、話がリアルになる、というメリットも生まれます。きれいなお店はお客さまへ安心感を与えることもできます。そして、ここを拠点とする従業員にしてみてもリフレッシュできるし、自信を持って営業活動ができるのではないのでしょうか」

同店の黒原店長はこのように、店舗移転の背景とメリットを語っていました。

スポーツフィッシング用品を充実。遊びの提案を通して売り上げ拡大を

大きな窓で採光性も充分な明るい店内。「ヨットのキャビンなど、アンティークなイメージから一步脱却して、近代的なマリンのイメージを打ち出したかった」と黒原店長。

マリン用品の扱いについては、「売れ筋をもう一度洗い直して模索していきたい」と現在は控え目ですが、「フィッシングボートのオーナーが多いので、魚探などの計器類や艀装品など実用的な商品を充実させたい」意向です。その中で、黒原店長自身もファンであるスポーツフィッシング関連の用品は今も充実。お客さまにワンランク、ステップアップした遊びを提案しながら、用品、本体とも売り上げの拡大を目指しています。



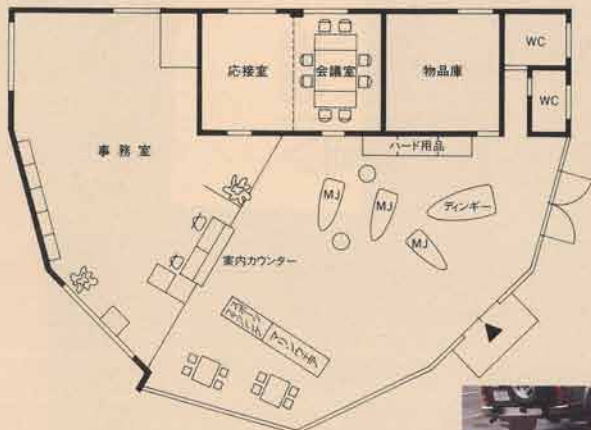
本体展示

屋外の展示場は約330坪。駐車場を兼ね、常時10艇は展示していきたいとのこと。展示艇の入れ替サイクルも短かくし、常に新鮮さを訴えたい、とも。ショールーム内にはディンギー、マリンジェットなど小型艇が展示されていました。

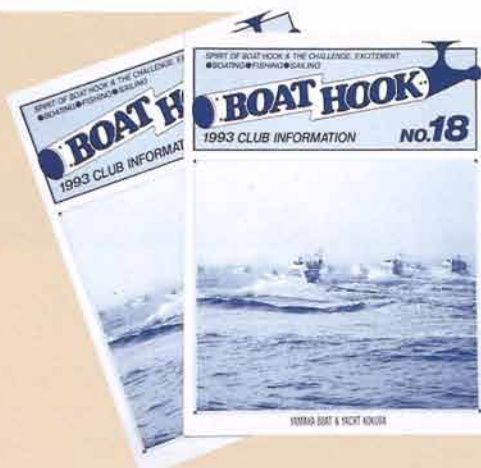


商談・接客コーナー

商談、接客のセットは2カ所、いずれも窓際で海を臨んでいます。



教室名	教習日程	会場	開校日程	会費	書類	メロ
1	10/10	10/10	10/10	10/10	10/10	10/10
2	10/17	10/17	10/17	10/17	10/17	10/17
3	10/24	10/24	10/24	10/24	10/24	10/24
4	10/31	10/31	10/31	10/31	10/31	10/31



情報提供

ボートライセンススクールについてはかなり詳しくインフォメーションしています。移転後間もない同店ですが、免許に関する問い合わせ件数は確実に増えているといいます。なお、同店ではボートオーナー向けの情報誌「Boat Hook」を独自に編集・発行。店からの情報の他、お客さまのマリン体験記を掲載するなどして、コミュニケーション作りを図っています。



HOT EYE

IMSレーサー登場

ご注目ください<<オークランド~福岡>>



1971年にIOR(インターナショナル・オブショア・ルール)が採用されて以来、世界のクルーザーレース界はこぞってこの新ルールのもとでレース艇の設計・建造を競うようになってきました。

しかし、グランプリレーサーの道をたどってその人気は'80年代に入り下降の一途となったのです。そこでIORに替わる新ルールが登場し多くの支持を集めるようになりました。それはIMS(インターナショナル・メジャーメント・システム)で、公式に

は'86年に採用されています。

●
ヤマハ発動機(株)は、こうしたクルーザーレース界の動向と、ヤマハクルーザーオーナーの声にお応えして、レーサータイプのヨットをシリーズとして発表してきました。

なかでもIMSの本格レーサーとして、当社が初めて設計・建造したYAMAHA R-44. IMS13.5mの1号艇は、注目の的。<リバルテエクスプレス>(川村安正オーナー/福岡)と名付けられたこの船は、4月

24日、オークランド(NZ)をスタートする“オークランド~福岡ヤマハカップ1993”に出場予定で、箱守康之(当社海洋普及室)をスキッパーに迎え体制も万全、その活躍に期待が集まります。

(オークランド~福岡ヤマハカップヨットレース'93)

- コース(レグ：スタート日：コース：距離)
第1レグ：4/24：オークランド(NZ)~
スバ(フィジー)：2,140Km
第2レグ：5/8：スバ~グアム：5,000Km
第3レグ：6/6：グアム~福岡：3,060Km