

YAMAHA

MARINE NEWS

ヤマハマリンニュース No.100



特集／目指そう、1000隻 これが噂のSRV

メーカー、ディーラー、レジャーファン、それぞれのSRV

THIS IS IT!

2月発売ニューモデルにクローズアップ
FC-24/FR-23/他

100号
記念企画

Play Backマリンニュース
あの頃、あの店、こんなフネ

'95

2・3

月号

ボートショーでデビューした強力ニューモデル

〈主なセールスポイント〉

- 広いスペース、機装への配慮など、釣り機能にもすぐれています。
- 低い乾舷と適切なブルワークの高さは、釣りだけでなく、海水浴などあらゆるマリンプレイに対応する可能性を持っています。

- デッキレイアウトはセンターウォークスルー方式とし、デッキ間の移動もスムーズに。アフトデッキ、パウデッキとも、有効な遊びのスペースとなります。
- オプションの機装品、グッズを豊富に用意し、安い費用でオーナーの好みにボートを仕上げる事が可能です。
- インパクトのある価格設定を実現しました。

SRV

このスタイル、この機能、この価格
誰もが納得できること請け合いの「海のレクリエーションalビークル」



主要諸元 ● 全長：6.00m ● 全幅：2.00m ● 最大馬力：50PS ● 定員：0名 ● 航行区域：限定沿海

写真はFC-249/8



ROW-12/12T/ 12F

釣りに、レンタル市場に
バリエーションも豊かになって
モデルチェンジ

主要諸元 ● 全長：3.52m ● 全幅：1.12m
● 定員：3名
※ 釣り、フロア、スノコの3バリエーション

写真はROW-12



ハワイカイ (HAWAII, U.S.A.)

阪神大震災被災の皆さまに
謹んでお見舞い申し上げます。

また、一日も早い復興を
心よりお祈り申し上げます。

CONTENTS

- 特集4
目指そう、1000隻「これが噂のSRV」
- 100号記念企画14
PLAY BACKマリンニュース
「あの頃、あの店、こんなフネ」
- 浜を訪ねて18
静狩モーター商会(北海道山越郡)
- SERVICE18
当世サービスマン人物図鑑/海探隊
サービスABC
- YAMAHA NOW20
イベント、グッズ、他、ヤマハマリン最新情報
番外編/Jリーグ、F1、世界GP
- マリンショップ見聞録24
平野ボート(横浜市)
- SPECIAL TOPICS26
浜の風景画コンテスト入選作品決定
- HOT EYE28
アメリカスカップ/ニッポン、好調スタート!!

THIS is IT!

1995年、



FC-24 O/B・S/D 24フィートでクローズドキャビンを持つ
ファミリーフィッシングボート

主要諸元●全長：7.87m●全幅：2.40m●最大馬力：140PS(O/B)、130PS(S/D)●定員：10名●航行区域：限定沿海

〈主なセールスポイント〉

- 24フィートながら、風雨を防ぎ、3人分のパッセンジャースペースのあるクローズドキャビンを持ち、十分な居住性を備えています。
- ガネル幅を変更し有効デッキスペースを拡大。ハッチレイアウトは釣りを充分に考慮した配置となっています。
- 全高を極力低くして安定性を増し、風によるヒール

の不安を解消しています。

- アフトデッキのフロア高さを600mmとした他、オプションで電動トイレの設置を可能にするなど、家族での釣りにも安心です。
- ディーゼルスタンドドライブを搭載したS/D仕様は航続距離もアップ。釣りにクルージングにとマリンスライフの幅を広げます。また、プロペラが海面に出るチルト角を持つドライブを採用し、クローズドキャビン、セルフベ어링システムと合わせて海上係留にも安心です。

(限定販売) **FR-23LTD**

ベストセラーモデルの復刻版
限定販売スタート

〈主なセールスポイント〉

- 完成度が高く時代に左右されないFR-23のハルデザインをリバイバル。全国で150隻の限定販売としました。
- 90PSと115PS船外機の2バリエーションを用意し、幅広く対応します。

主要諸元●全長：6.87m●全幅：2.30m●最大馬力：115PS●定員：10名●航行区域：限定沿海

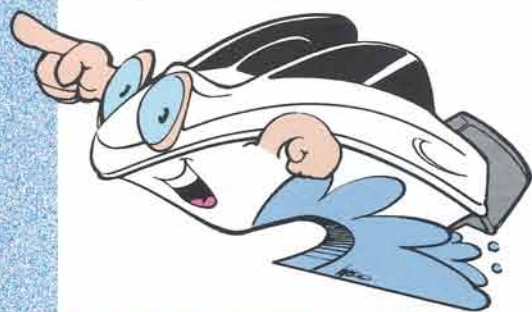


う、1000隻

噂のSRV

広がる遊び心

初めて採用されたセンターウォークスルー。パウとスターンのそれぞれのデッキがひとつの通路でつながっている。それだけのことだが、何だかデッキに部屋が二つあるような気分させてくれる。家族でいろいろ楽しめそうだ。(P6, 7)



ついに出了。希望小売価格150万円の粋な海のレクリエーションルビークル/SRV。タックル-23以来、1000隻売れたボートは今のところ無い。が、SRVならやってくれそうな気がする。今回はマリンファンと販売店の皆さん、そしてヤマハという3者の立場からこの戦略価格商品SRVを検証。この特集を1000隻へのプロローグとして企画した。

斬新なデザイン

斬新なスタイリングとグラフィック。コスト的な制約を受けながらも、一般にイメージされる「モーターボート」らしさを維持し、さらに新しさが盛り込まれている。一目見て、マリンへの想像力をかき立てる、そんなボートに仕上がった。(P10, 11)



これが

魅力の価格

あらゆる面でコスト削減の努力がなされ、実現した150万円という価格。決して画期的な技術が投入されたわけではないが、この価格実現のためには途方もない人的コストが費やされている。(P10、11)

新規需要獲得

SRVの広告については、専門誌に限らず、アウトドアレジャー雑誌、RV雑誌など、これまでとはちょっと違う路線にも積極的にアプローチ。そこでSRVに興味を持った人々をどうキャッチするのか、皆さんの腕の見せ所。(P8、9)

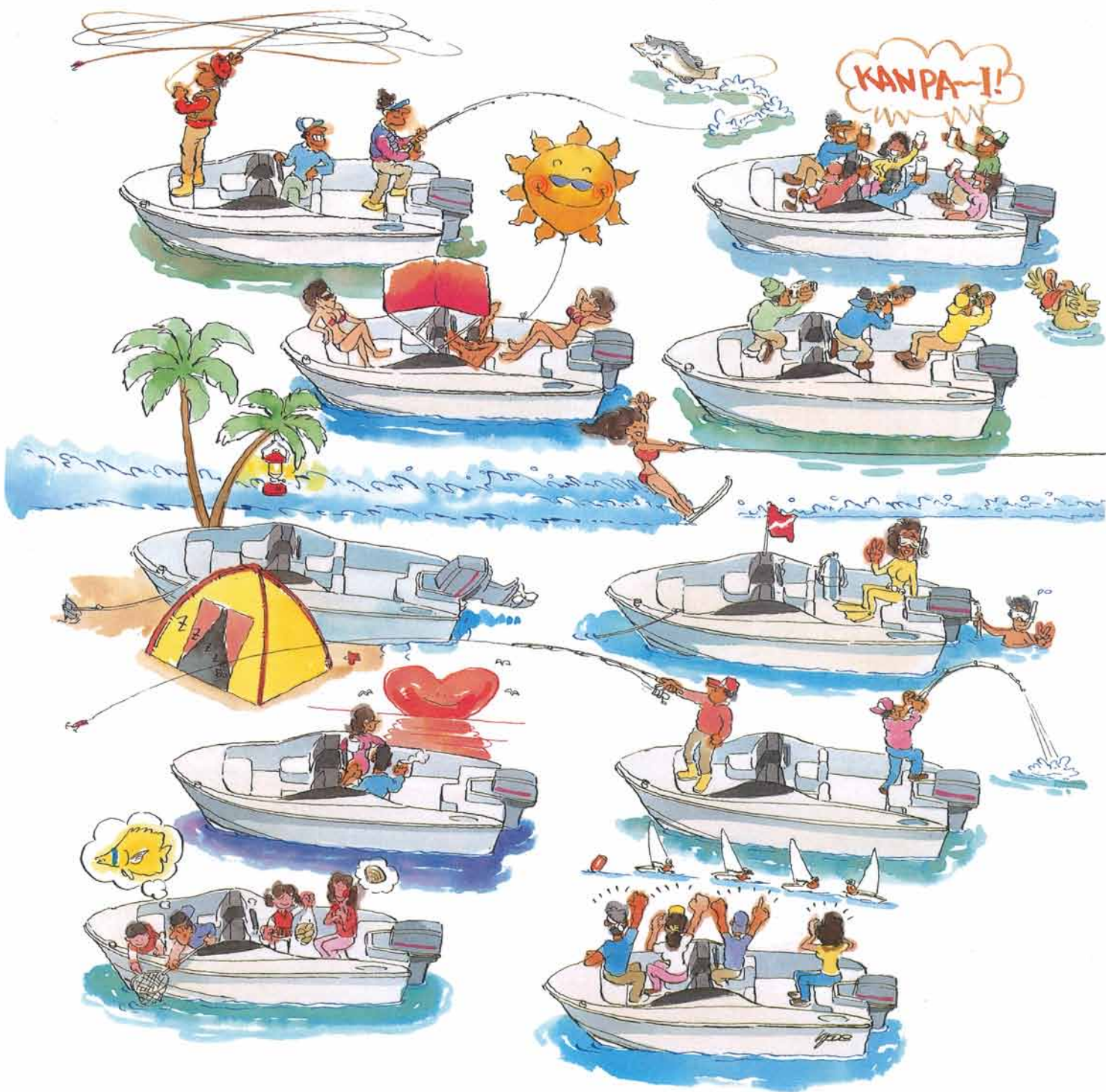
1000隻に向けて

タックル以来の一大キャンペーンを展開。広告に加えて販促ツールも充実し、拡販支援体制は万全。このフネが1000隻売れてこそ日本のマリレジャーも本物になる。今こそ力を合わせ、目標を達成しよう！(P12、13)

自己主張

豊富なオプション、そして関連グッズ。本体がシンプルなだけに、自分なりの艦装ができるし、遊びも生まれる。1000隻の、それぞれ違ったSRVが早く見たい。(P12、13)

SRVで 潮干狩りから カジキまで



キャブテンスワールドのイラストや、KAZI誌のボートレポートでもお馴染みのマリニイラストレーター・高橋唯美氏が、某日、SRVに試乗した。自らも夜な夜な船を出し、カニ獲りやシーバスフィッシングを楽しむという根っからの海好き、船好きの人間である。さて、氏の目に映ったSRVは…

本家クルマのRVより遊べる海のRV

今回デビューしたSRVというボートは、気象条件による影響はさておいて、陸上でいうところのRV（レクリエーション・ビークル）と同等か、それ以上いやまったり別の世界の楽しみを手に入れられるだろう。

RVとSRVと、どこがどう似てどう違うか――。釣り（餌釣り、ルアー、フライなど）、テントやランタン、クッキングストーブなどを積み込んだのキャンプ、バードウォッチングなどの楽しみは、陸上でも水上でも同じようなものだろう。

もともと、釣りに関して少しハッキリ言っちゃえば、SRVができないのは沢や溪流釣りくらいで、自由度はクルマに比べれば圧倒的といえる。クルマや人はここまでという水深のチョイ先から、遙か沖合（5マイルだけれど）まで意のままなのだ。

例えば、水際からキャストイングしている友人に、「もう30センチ先を狙うといのに、えっ届かない？ そう、惜しいなあ」そんな優越感とそれなりの魚は確

実に手に入る。ただしやりすぎると嫌われるが。

さらにトローリングはどうだ。SRVは、潮干狩りからカジキ（運が良ければ）までカバーできるのである。

釣り以外でのポテンシャルも凄い。酒盛り（誰か一人シラフでいること）、水上の花火大会観覧（水上から一度でも見ると病みつきほほ当確）、投網、クルージング、水上スキー、日光浴、スキューバ、



シュノーケリング、ニーボード、パーティー、海からのシテイウォッチング、水上での催しもの（レースなど）観覧、セーリングのコーチャレスキュー、それに海の上で眺める朝日や夕陽は、指定席なんてもんじゃない。まさにSRV・VIPシートなのである。ナンバ……まだまだあると思うが、これらの遊びが取りあえず150万円プラスαで始められるのって、スゴイと思う。

試乗感はバッチリ。これなら僕も欲しいと思う

さて、実物を見たところ、前情報より感じはかなり良かった。特に、ライン図では、ドライバーとパッセンジャーシートの両サイドに走る黒いパネルに感じていた違和感が、実物では無かった。

各シートの形状とシート間の距離も適当で、ゆったり遊べそうだ。上を見ればきりがなが、150万円以上のバリエーションは感じられた。

Wコンソールと、各シート下の物入れも使い易いと思う。パッセンジャー側コンソールの物入れのトヒラなどをはじめ、思っていたより充実していた。

試乗したのが運河だったのはつきりとは言えないが、波切りもやわらかい印象で、操船もサイズの割には楽だった。

家族や大人が3、4人でカニ獲りやピクニッククルーズ、シーバスフィッシングなど、ひよいと遊びに出るには格好のボートである。ハッキリいって僕も欲しい。



販売店の思惑

SRV特別内覧会で語られた拡販戦略

新規獲得の近道はやっぱりボート免許 リーズナブルな保管場所確保も鍵

東京国際ボートショーを間近に控えた1月18日、19日の2日間、東京都内のマリナー、ニューボート江戸川で関東地区の販売店を対象とした新商品説明会が行われた。ヤマハ東京が主催したこの内覧会にはボートショーでデビューするFCI-24、SRV、そしてFR-23LTDの3モデルが試乗艇として用意されたが、何と言っても注目のSRV。さっそく皆さんにお話を伺った。

「価格、性能ともにすすめやすい
これなら他社の攻勢にも勝つ」

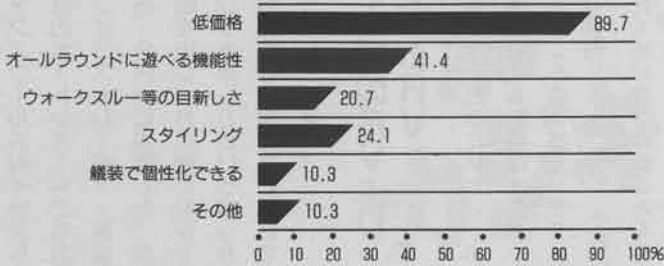
今回お話を伺ったのは、やまはマリンブラザ、マリンショップ、マリンストア、さらに直営セールスマン等、30名。セールスポイント、ターゲットなどの項目についてはアンケート方式で、拡販策等については直接聞き取らせていただいた。

まず最初の質問は「あなたの考えるSRVのセールスポイント」。結果は別表の通りだが、「低価格」と答えた方が89.7%となった。その他は「オールラウンドに遊べる機能性」「スタイリング」「センターウオークスルー等の新しさ」が目立つ。試乗感是好評で、「海上が荒れ気味だったから、パウはちよつと波をかぶるかな」という印象を受けた方（マリンブラザ／神奈川）も「まあ夏に割り切って楽しむタイプのボートだから」とそれほど意に介さず、かえって「乗り心地がソフトで

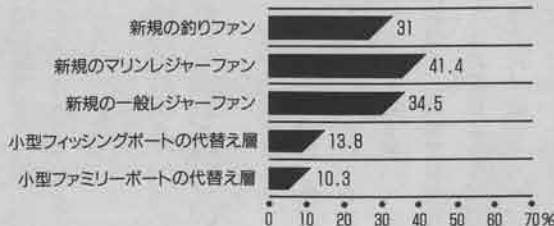
想像以上にいいフネだ」「文句なしにかっこいい。走りもいい」（直営セールスマン）等の声が目立った。

ターゲットについては「新規のマリンレジャーファン」が最も多かったが、マリンに限らない。「一般レジャーファン」と答えた方が編集部予想以上に多く、1000隻販売への手応えのようなものを感じさせた。ただ、こうした低額商品は他社からも発売されており、気になるところ。そこで併売を行っているマリニストアさんに事情をお聞きしてみた。「先日S社の試乗会に行ったばかり。価格的にはかなり安かったのですが、売りやすいことは売りやすいね」（マリニストア／神奈川）という意見にはドキリとさせられたが、「製品としての完成度が全く違う。SRVの方が明らかに良い」「50馬力とい

●あなたの考えるSRVのセールスポイントは？ 表1



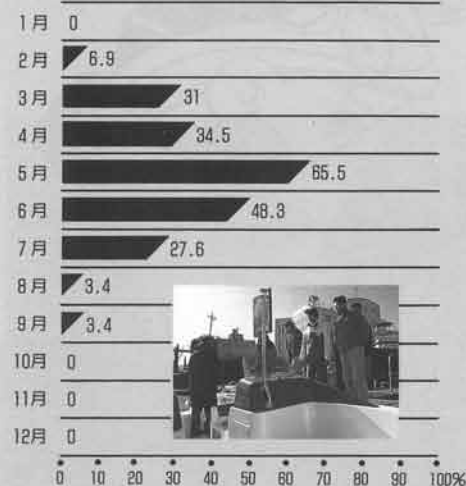
●ターゲットは？ 表2



うことを考えてみれば、かえってSRVの方が進めやすい」（マリニストア／茨城）という意見が圧倒的に多かった。また、N社の製品と比べた場合、「製品としてはもとより、価格的にもSRVの方が進めやすい」という声が多く聞かれた。



●どの時期(月)に最も売れると思いますか? 表4



免許取得者にアプローチ 紹介キャンペーンも考えている

さて、ほとんどのの方が「新規需要層を狙いたい」というSRVだが、実際にはいつ、どのようにアプローチしていくのか。商品を目の前にしてその場で一考していただいた。

最も多かった答えは「免許所持者、または受講者へのアプローチ」であった。「免許所持者ではまだ船を持っていない方に真っ先に「買えるフネが出た」ことを知らせたい(直営セールスマン)の他、「免許取得者を対象にした試乗会を開催してマリンの世界にどんどん引張り込みたいね。試乗会の場合は開催場所もポイントになる。なるべくいい雰囲気の中で開催できれば効果も上がるだろう(マリンプラザ/神奈川)」というかなり具体的な意見も聞かれた。

「免許所持者へのフォローはもちろん、現オーナーを対象にした紹介キャンペーンも考えてみたい(マリンショップ/神

奈川)」というアイデアもあった。

代替艇としての見方もある。「ゴムボートやAFのユーザーにとっては遊びの範囲も広がり安心感もある。代替候補としてはうってつけ(マリンプラザ/神奈川)」

「ハイクラスのMJと価格的にほとんど変わらないのでMJのユーザーにもおすすめしてみたい(マリンプラザ/千葉)」

その他「これまで全くマリンを意識しなかった方にもSRVを見てもらいたいが、販売店で宣伝するのも難しい。ぜひメーカーに実行していただきたい」という声もあったが、これについてはヤマハの宣伝、広報ともに、アウトドア系の雑誌等、新ジャンルの媒体で広告を展開したり、タイアップ記事を掲載することなどが決まっているのでご期待を。

専業マリナーとタイアップで保管場所確保 初夏に向けて春先にスタートダッシュ

拡販のポイントについての声を紹介してみよう。これについては「遊びの提案」「保管場所の提供」という二つのキーワードが頻繁に登場する。

「遊びの提案」では、「気持ち良さを訴えたい。ボートに乗ってデイズニールランドの沖にでもデイクルージングし、陸に上がってパーベキューをするなど購入前に遊びを体験させたい(直営セールスマン)」「ダイビングなど遊びを紹介する。ダイビング業界に売り込んでも新たな市場が

拓けて面白いのではないか(直営セールスマン)など、「遊びの提案をしながら」という方がほとんどだった。

首都圏や大都市でSRVを拡販していく上で、保管場所は最も大きなポイントといえるのではないだろうか。だが、実際にマリナーを運営している販売店にとっては大きな武器となる。

「SRVの特別保管料金を設定して本体とパッケージ化して売っていききたい(マリンショップ/神奈川)」が代表的な例で、

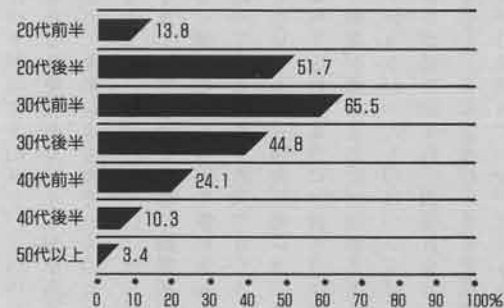
同様の施策を検討している販売店が多かった。では、自社でマリナーを持つていないところではどうだろうか。

「考えている以上に安い保管料で保留できるところはある」「販売をせず、マリナーのみの営業をしているところに特別料金を設定するよう働きかける(直営セールスマン)」という建設的な声もある。普段外に出て歩き回っているだけに情報量も豊富だからだろう、決して悲観はしていないのである。

最後にSRV拡販の上で「最も売れるのはいつか」と聞いてみた。トップは5月。そしてそれを中心とする3月〜7月という予測が多い。「ボートショー発表後、いち早く展示会なり試乗会を行いたい」という販売店がほとんどで、夏までには目標隻数を達成しようというところだ。

さあ、SRVの販売1000隻を目指し、春先にダッシュだ。

●年齢層は? 表3





ヤマハの信念 SRV開発スタッフ放談会

SRVをもっと知ってほしいから、皆さんに公開する「マジゴジだけの話」

1月の某日、ヤマハマリン事業部の会議室に、5人のヤマハマンに集まっていた。営業の他、商品企画、設計、デザイン、用品企画という、それぞれの立場で、今回のSRVプロジェクトに関わったスタッフたちである。普段はなかなか聞くことのできない開発スタッフの生の声、彼らの考えるSRVの売りどころ、セールスポイントを、販売店の皆さまにお届けしよう。

——まず初めに、皆さんがそれぞれのような立場でSRVの開発に携わったのか、簡単に教えてください。(編集部)
商品企画(以下・商企) ヤマハとしてどのような製品を出すべきかというところからスタートしています。市場調査から始まって、製品開発の背景、狙い、ターゲットの選定などをまとめ、各部署に「こういう製品を造りたい」というお願いをするわけです。

設計 うちではそこから出てきた企画をもとに設計するわけですが、SRVの場合は「販売目標1000隻のボート」というテーマがあったので、かなり早い時期から企画にも関わってきました。その意味では普段よりかなり仕事量も多くなりましたね。

デザイン 設計と同時期にこのプロジェクトに関わり始めました。船体の形状から各部のパーツ類を含めて仕事は多岐にわたりましたが、今回は特にグラフィック

クが大きなウェイトを占めていたのでそのあたりに力を入れています。

——SRVの場合は用品オプションが豊富でひとつのセールスポイントにもなっているわけですが、その担当として用品企画はどのようにプロジェクトに関わっていたのでしょうか。

用品企画(以下・用品) このフネのコンセプトを聞いたのが昨年の6月。それから約3か月という期間で形にしていきました。さまざまな用品をそろえてそのフネの魅力を増していくわけですが、今回は新作を極力減らして市販品を多用するという方向だったので、それらを使えるよう、設計とも連動してきました。

営業 今回は営業も今までにない形で早

「私たちが思いつかないような新たな遊びを提案してほしい」

●マリン用品企画／五十嵐英治

期からプロジェクトに加わり、タックル以来の販売1000隻を目指したセールスプロモーションを企画してきました。

——さて、SRVはこれまでにない新たな提案型の製品として伝えられています。開発のコンセプトはどのようなものだったのでしょうか。

商企 まず1000隻売ろうということ、そのために何が必要かということも考えました。そして破壊的な価格設定であること、より底辺を広げることを意識し、これまでにない新規の需要を取り込める製品であること。今回はその意味である程度釣りというポイントは抑えたいものの、一歩踏み込んで海をアウトドアのフィールドとしてとらえ、さまざまな遊び

「入門艇のビジネスは難しいと思う。でも何とか1000隻を実現したい」

●設計／内野一弘

びを体験できるボートということを意識しています。

——売る側にとつても一歩踏み込んだ考

どんな印象を抱いたのか、率直なところを聞かせていただきたいのですが。

設計 これまで1000隻売れたフネといえば最近ではタックル23が代表的なモデルなんですが、この不景気な時代にあつてあれだけ爆発的に売れたモデルを越えるのは本当にしんどいな、と。また、最初はプロジェクトのメンバーの中にある「1000隻売れるフネ」が本当に十人十色で、それをまとめていくのは苦労しました。

デザイン 初めて聞いた時は開発期間は短いし、価格設定にも驚かされました。正直言って「これじゃあ何にもできないな」と思いました。また、センターウォークスルーというようにスタイリングにかなり制約がありました。しかし、その反面、でき上がったものについては十分に斬新さが盛り込まれ、満足行くものができました。このフネが1000隻売れてこそ、日本のマリンレジャーも本物に

「新たなお客さまを獲得し、ボート市場の改革に挑戦したい」

●商品企画／福山美洋

なっていく——、そんな手応えを感じました。

——用品でも今回はかなりのご苦労があったのでは？

用品 苦労もありましたが、とにかく楽しいフネを造ろうという点では面白味もありましたね。もし自分がオーナーだったら、このフネでどんな遊びをしようか、こんなものがあつたらいいな、そんなタンスが基本になりました。また入門艇ということで、フネをなるべく使いやすくする用品を意識してそろえました。それにこれで終わりではなく、さらにSRVを楽しめるモノがこれからも出せたらいいと考えています。



——センターウオークスルという新しいスタイルについてはどうでしょう。

商企 何か新しさを形で表したかった。

設計 設計の段階でもいろいろな意見が飛びかいました。やはり、パウカダイにして、トイレの設置や雨風が凌げた方がいいのじゃないかという意見もありました。ただ、それだとボートの使い方も制限されてきそうな気がする。これから新たにボートの世界に入ってくる人たちの遊びの世界を考えていくと、そうですね……、例えばアフドデッキで親父と息子が釣りをして、パウデッキでは奥さんと娘がのんびり過ごす、そんなシーンが想定できる。より遊びに有効なスペースレイアウトは寄与しているんです。

商企 会議の度に議論になったんです。結局はパウカダイなら既存の製品でカバーできるし、新しさを全面に出そうというところでこのスタイルに決まりました。

設計 このスタイルにすると人が乗る時、デッキ上の片方に寄せなくてはならないということ、波を被るんじゃないかと、いろいろな心配もあつたんですが、フネをひとつ潰して、これと似た様なレイアウトのフネを造り実験を重ねました。

デザイン それにしてもデザインという面では苦労しました。二つのコンソールをいかに一体化してデザインするかなど。さらに一般の人が抱く「格好いいモニターボート」のイメージを崩さず、違和感を与えない、という点に苦労しました。

——結果的に150万円という価格を実現していますが、これも大変だったでしょ

よう。

設計 そうですね。通常は材料費、加工費、型の償却費といった部分でコストを計算するんですが、今回はそれに加えて物流費などの部分についても手を加え、低価格を実現しています。材料費についてはフネをなるべくシンプルにして余計なものは省くことで削減しています。型については御存知のようにUF120のハルを使用した他、型の数その物も減らしました。物流については、今うちはプレジャー系の製品についてはマリン九州で製造しているんですが、蒲郡でも並行して製造することでコストを削減しました。さらに備品についても一品ずつ目標金額を決め、コストを抑えています。

用品 オプションについても同様で、先程言ったように従来からある製品を利用できるように設計でも工夫しています。それは購入時のみならず購入後についても引き続きオプションや関連用品を買い足すことを想定して、なるべく低価格のものとの組み合わせが意識されています。

——確かにコストダウンは実現しましたが、そのためには労力含め、目に見えない部分で相当の努力があつたようですね。さて、最後に皆さんから販売店の皆さんへ、それぞれの立場からSRVのセールスポイントをメッセージしてください。

営業 セールスポイントは他の方に任せますが、今回は9カ月にわたるロングランのキャンペーンを実施します。市場開拓というこの商品の持つ意義を十分

にご理解いただいて、販売会社と一体となったセールスキャンペーンを実施して、皆さんのビジネスを成功させてほしいですね。

商企 今まで取れなかったお客さまを何とか取っていただきたい。難しいでしょうがSRVでボートの市場改革に挑戦してほしいと思います。

デザイン より多くの人の購入意欲をかき立てよう意識したので、価格の割りにカッコよく、今までなかったようなグラファイックを導入した点をお客さまに伝えてほしい。何とか10000隻を達成してほしいと思います。

用品 このフネはデイクルージングはもちろん、海水浴、ダイビング、ライトトロリングに至るまであらゆるマリンスポーツが楽しめる。それに加えて私たちが思いもつかないような新しい遊びをお客さまに提案しながら販売してほしいですね。また、お客さまの考え次第でどのようなタイプのボートにもなり得るといふ点もセールストークとして紹介してほしいですね。

設計 新たな市場への入門艇のご商売は本当に難しいと思うので正直言って私にも不安があります。ただ価格についてはこれまでにはない設定ができたと思いますし、その部分は自信があります。ターゲットや使い方など今までの考え方を一度振り払った、固定概念にとらわれないビジネスを推進していただければと思います。

「このフネが売れてこそ、日本のマリンは本物になる」

●エルムデザイン／薄雅弘

特集／目指そう、1000隻

豊富なオプションと用品、しかもリーズナブルに設定できることもSRVのセールスポイントのひとつ。お客様の好みをお聞きしながら仕上げるのもよし、また独自の機装を施し、オリジナルSRVをセット価格で打ち出して見るのも面白いかもしれない。ここでは豊富な用品オプションの一部をご紹介します。



●ファインダーグローブ
魚探(YFV-630)がピッタリ収まる



●フェンダーグリッパー
初心者でも簡単クリート
(インスペクションハッチは任意機装です)



●ロッドホルダー
スポーツフィッシングはぜひおすすめの



●シャワー
快適クルージングに必携



●トイレ用テント
これでどこでもキャンプができる
女性ゲストもこれで安心

ユーザーの好みに仕上げる…、それもSRVの魅力のひとつだ。

メーカー／販売店の皆さまが一体となった
セールスプロモーションを…
目指そう1000隻。
SRVセールスキャンペーン始動!!

新規需要を獲得し、将来のマリンビジネスを安定したものにすることを考える、SRVがいかに重要な商品に位置づけられるかがおわかりいただけると思う。ヤマハでももちろんこのことを認識し、従来にない約9か月間にわたるロングランのキャンペーンを展開し、販売店の皆さまとともに1000隻を目指すかまえた。以下にそのキャンペーンのアウトラインをまとめてみたので、ご参考にされたい。

活動のポイント

- 免卒者等既存リストによるDMアプローチ
- 店頭展示開始、誘店促進活動
- 既存需要層に対する展示試乗会の誘導

ヤマハの展開

- 一般誌、アウトドア誌、専門誌への告知、プレゼントキャンペーン
- RVショー等への展示

随時利用ツール

- 基本ツール
- 販売マニュアル
- 商品ガイド
- 契約書
- 注文書
- 商品カタログ
- SRV遊び方マニュアル
- プロモーションビデオ

オプション

- バウレール
- スターンレール
- 風防
- 航海灯
- 補機ブラケット
- ドライバーズシートクッション
- ナビゲーターズシートクッション
- イクسسカバー

取り付け用意

- トランサムステップ&ラダー
- ファインダーボックス

その他の用品オプション

- リヤクッション
- オーニング
- シート後部用ハンドレール
- ボートカバー
- トイレ用テント(簡易トイレ)
- ドリンクホルダー
- タープ
- テーブル
- フェンダーグリッパー
- ソーラーパネル
- ロッドホルダー
-
-



- ドリンクホルダー
今や夏の必需品



*写真のSRVは純正オプション、取り付け用意品によって積装が施されています。ご発注される際は、カタログの他、担当セールスマンにお確かめください。

東京国際ポートショーに



SRV鮮烈デビュー!!

2月7日に開幕した東京国際ポートショー会場にて、ついに一般マリンファンの目にその姿を表したSRV。今回はノーマル仕様とフルオプション仕様の2隻のSRVが展示され、多くの来場者の注目を集めていました。「これ150万円だって。よし買った!」という声があった……かどうかは、次号でレポートします。

第3弾 (8~10月)

- 活動のポイント
 - 釣りに対する喚起と追い込み
 - カスタムアイデア募集者、プレゼント応募者、来店者全員へのDM発送
 - 試乗会開催による追い込み
 - アウトドア商品等を使った魅力的なシヨツプ演出
- ヤマハの展開
 - 雑誌等への告知活動
- キャンペーンツール
 - アイデア募集応募用紙
 - モニター募集応募用紙
 - SRV低金利訴求ステッカー (第3弾と同様)

第2弾 (5~7月)

- 活動のポイント
 - 第1弾で得た問い合わせ、応募者に対するDM発送とイベントへの動員
 - 誘店促進のためのモニター&アイデア募集
 - 露出拡大をねらったキャンペーン展開
- ヤマハの展開
 - 雑誌広告による話題作り
 - アプローチリストの収集とその情報提供
- キャンペーンツール
 - アイデア募集応募用紙
 - モニター募集応募用紙
 - SRV低金利訴求ステッカー

第1弾

- キャンペーンツール
 - SRVオリジナルTシャツ
 - キャラクターステッカー
 - SRVパンダナ
 - アンケート用紙

- DMツール
- SRV・DM用パンフレット
- 展示試乗会案内刷込済短冊
- 店の飾り
- 店の飾りスクリーン
- 店の飾りスクリーン



遊び方マニュアル



カタログ

●ニュースフラッシュ

BACK MARINE NEWS

頃、あの店、こんなフネ

も変わることはありません。今後も皆様のご商売にとってより役立つ情報を元に誌面を充実させていく所存です。

さて、今回、創刊100号の記念企画として、本誌の100号を振り返ってみました。題して「あの頃、あの店、こんなフネ」。皆さんはあの頃、どんなご商売をされていましたか？

& ヨット、MJ——のべ646隻▶ 犯した誤植、ミス——多数



●'82年2月/26号

表紙イメージ刷新！第1弾

取材先の土地土地の風土をご紹介していく新シリーズの表紙がスタート。第1回目は東京湾。



'76年6月/創刊号

マリノスタアニュース創刊！

「マリノスタアニュース」として販売店のための情報誌が創刊。当時の内容は組立式の小型ポート・シーバックを中心にした拡販キャンペーン「バックバックセ

ール」一色。「伸ばそう、レジャー釣り需要」という特集では、当時大ヒットしていたパスポート17の需要層の、さらにはすそ野を広げることを提唱している。



●'80年12月/20号

ああ、幻のマリンジェット

ヤマハマリンジェットMJ-20を、81ニューモデルとして掲載。発売されたのは20フィートのジェット・フィッシングポートという画期的な商品。発売のタイミングが20年ほど早かったか。今無いのはちょっと残念。



●'78年7月/7号

ヤマハポート・和船 20万隻突破！

ヤマハポートと和船が生産20万隻に達し、この年、記念セールが実施された。巻頭の販売店ルポではついこの前の号でもご紹介した倉敷のオバタポート商会さんが登場、小幡社長の若々しい姿が掲載されていた。なお、この年より、ヤマハポートフィッシングコンテストがスタートした。



●'80年4月/16号

ディンギーキャンペーンに 水沢アキさん登場！

ディンギーのテレビCFが流された。しかも水沢アキをキャンペーンキャラクターとして……。思えば当時はサーフィンブーム。若者は海に憧れ、ツッパリアンちゃんさえも髪を伸ばし、サーファターの格好をしていたっけ。ディンギーにも勢いがあったのだ。





●'93年10月/92号

ビーバル編集部、本誌特集企画に乱入!

価格破壊商品第1弾、サンフレッド21が登場。アウトドア雑誌「ビーバル」編集部のスタッフと、サンフレッドに乗って東京湾で遊ぶという企画を決行。彼らの遊びっぷりに、マリンの可能性をあらためて思い知らされた。なお、表4の記事は「ホイットブレッド/ヤマハ号、世界一周へスタート」。

おかげさまで
100号
'95年2月/100号

PLAY
あの

おかげさまで『ヤマハマリンニュース』は、創刊以来100号の発行を迎えることとなりました。「時代に即応した、柔軟で、ダイナミックなご商売を展開して頂くために、よりたくさんの情報にふれ、お店の経営に役立つ考え方やアイデアを絶えず発見していかなくてはなりません」。1977年の『マリンストアニュース』創刊号に掲載された、このマリンニュースの発行目的は今

■99号の記録...▶登場した販売店——のべ667店▶掲載したポート

●'92年4月/82号

ニッポン、アメリカスカップに初挑戦!

この年のマリン業界の話題は何と言ってもアメリカスカップだった。5年間にわたる準備を経て挑戦したニッポンはルイ・ヴィトン・カップの準決勝まで進み、日本のみならず世界に「強豪」のイメージを植えた。



●'83年4月/33号

表紙イメージ刷新! 第2弾

風土紹介シリーズはわずか1年で終了。替わって表紙には再び販売店さんの元気な姿が。この号では大買モーター販売(現・大買マリン)さんが表紙を飾った。



●'91年2月/76号

特集にマリンショップが登場してない!

「最上のサービスは最大のセールス」と題した特集では、エレベーターメーカー、テニスラケットのガット張り、アウトドアショップ、自動車販売、ジュエリーショップ、婦人靴店といった他業種情報を満載。マリンニュースとしては画期的な特集となった。



●'84年7月/40号

表紙イメージ刷新! 第3弾

と思ったら、また1年で、風土シリーズが復活。当時の編集部の方針の無さを感じられるこの3年間であった。ちなみにこの号の表4にはディンギーキャンペーンのキャラクターとして堀江しのぶさん(故人・当時18歳)が登場。当時の宣伝担当者によると、よく気のきく本当にいい娘だったそうだ。

●'88年3月/58号

余暇産業が俄然注目を浴び始める!!

特集テーマは「今変わる! わが国マリン市場」。このころから一気に大型艇が注目を集め始めた。ポートショーレポートでは晴海に展示されたMY-53の美しい艇体が登場。なお、この号より題号が「ヤマハマリンニュース」に変更された。



●'87年11月/56号

タックル23が歴史を変えた!

特集は「タックル23/全国各地でヒット作戦始動」。姫路のサンヨー、尾道のさとうマリンサイクルなどの販売店さんの生き生きとしたセールス活動がレポートされている。「ウテよりフネだ」は翌年の流行語にもなった……ような気がする。



●'86年11月/52号

本物のマリンジェットが登場!

MJ-500T、MJ-500Sを新発売。以降、本格的なPWブームが到来。なお、今度再発売されるFR-23もこの年に誕生(FISH-23)。



浜

を訪ねて

北海道／長万部

山越郡長万部

● 静狩モーター商会

かゆいところに手が届く。 そんな心意気が自慢です。



連絡を受け長万部漁港へユニックの修理へかけつけると、周囲にいた漁師さんも手を貸してくれる



ホタテ貝洗浄機の修理を終え漁師さんに引きわたした。「うちはね漁師さんの作業場のストープまでめんどう見るよ」とは古畑さん。生活に密着した仕事うかがわれる



ホ

タテ養殖の貝のカゴ入れ替えと出荷作業で、一年でも最も忙しい季節を迎えている北海道・噴火湾。低くたれこめた雲が来て雪を降らせたかと思うと、たちまち青空がのぞいて、日が射してくる。「おやおや、変な天気だね」噴火湾を望む海岸沿いに店を構えて20年、ヤマハ漁船 エンジンの販売とアフターサービスに尽力してきた静狩モーター商会さんの村田定雄社長(48歳)がつぶやく。

静狩モーター商会が預かる海岸線は、噴火湾を中心とした約45km。同店のある静狩から南へ、長万部、国縫、黒岩、山崎、八雲といった漁港にはDX155、50などを中心とする漁船が並んでいる。静狩漁港では、そのほとんどがヤマハ漁船だ。

このエリアでの顧客数は約150名、これを村田社長、勤続20年の山崎裕さん(48歳)、同16年の古畑隆夫さん(45歳)の3人でカバーしている。

「早朝から沖に出てホタテを掲げて港に帰ってくる。エンジンはいまでこそ故障が少なくなってきたけれど、ユニックや漁撈機器の調子が悪ければ、すぐに無線が入ってくる。

静狩モーター商会

- 創業……昭和47年
- 従業員……3名
- 商圏……噴火湾一帯
- 主力商品……DXシリーズ

ヤマハマリンディーゼルエンジン

ヤマハ漁船、マリンディーゼルエンジンなど主力商品の他、ホタテ養殖関連機器(洗浄器、選別器、ミミ吊り用自動穴空け機など)も手がけ文字どおり漁師さんにとっては一から十まで頼りにされている静狩モーター商会。

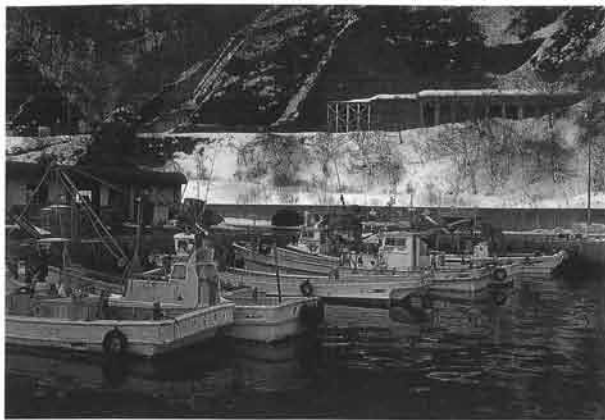
ホタテ漁などは毎月の第2日曜日が休漁、毎日曜日が出荷休日と決まっているため、それに合わせて同店も休日にしようとするのだが、そうはいかないのが実情らしい。「明日は漁に出ないから、修理しといて」と言ってくる漁師さんが多いためだ。

毎日毎日、仕事に追われストレスもたまろうというもの。そこで同店が毎年1回恒例にしているのが、家族ぐるみでの宴会だ。

「普段からお付き合いのある鉄工所や他の販売店さんの4つの会社が合同で、全家族が集まって賑やかにやるんです。1年積み立ててね。初めは、その4つの会社のオヤジ同士で旅行しようと思っていたんだけどバレてしまって……」と村田社長は苦笑していた。



寒さもなんのその。噴火湾を中心に漁師さんの縁の下力持ちとなって活躍する村田社長(左)と古畑さん(右)。(山崎さんは出張中でした)



静狩漁港に並ぶヤマハ漁船

静狩モーター商会のおひざもととも言える静狩漁港では、ホタテの入れ替え作業で大賑わい。村田社長はホタテの生育も気になって、漁師さんとの会話にも熱がこもる



雪がまぶしく冬の日子しをはね返す。静狩モーター商会社屋の向こうは噴火湾だ



明日の出漁までにきっちり修理しておくことは、漁師さんにもうちにも当り前のことになっていくから。きつい時もあるけれど、その期待に応えることが励みだし、ありがと「う」とひと言いつて出漁していくと、ああやって良かったなと思いますよ」と古畑さんが話してくれた。

その日、漁師さんから仕事を依頼されたら、明朝、船を出すまでに修す、そうした対応を積み重ね信頼を築いてきた静狩モーター商会。村田社長は言う。「漁師さんと苦勞を共にしていかねければ。漁師さんの漁が思わしくなくて、うちがいいというのは絶対ない」ホタテの稚貝を求め静狩の漁師さんと二人旅、あちこちの港や、他地区の漁師さんの家を訪ね歩いたこともあるという。

一方、地域と密着したご商売をする同店だが、主力となるエンジンの販売やアフターサービスについての計画立ったものは無いという。夏場に各漁港を巡って各艇のエンジンや機器の細部を点検、オーバーホールなどして多忙な時期に備える。

「メモ用のノートは持ち歩くけれど、データは頭の中。あの船はそろそろオイル交換の時期だなと思うと、オイル交換だけではなく、ベルトに触ってたるみや傷を見たり、ついでにできることをいろいろチェックする。その港に並んでいる船も、同時にできることはしてしまおう」漁師さんにとってみれば、かゆいところに手が届くとも例えられそうである。だから「静狩モーターがめんどくさいって見られるなら、機種はなんでもいいよ」とさえ言う漁師さんが多い。取材にうかがった日も、修理を終えた貝の洗浄器を引き取りに来た船主さんが、「本当だよ、静狩モーターがめんどく見てくれなかつたら、お手上げだよ」と真顔で話していた。

までこそ漁業市場で地域に無くてはならない存在の同店だが、昭和47年の創業当初は、自動車の販売・修理が主力だった。それが徐々に漁師さんに頼られるままに変わっていくうち、その結果が今日に至っているわけだ。

現在、静狩モーター商会の社屋は、事務所と工場を含め約100坪。そこからは噴火湾が一望でき、ホタテ養殖や刺網漁に働く漁船が見える。

「ここは陸からでも沖の様子をチェックできる利点はあるんですが借地なものでね、そのうち移転しようと思いつ分前からの別のところに土地だけは確保しているんですが、その後の計画がなかなか立たなくて。なにしろ、うちは漁師さんの水揚げしだいだから」

冗談まじりに笑顔で話す村田社長。漁師さんとともに歩み続けている、確かな実績と誇りが感じとれた。



一方、地域と密着したご商売をする同店だが、主力となるエンジンの販売やアフターサービスについての計画立ったものは無いという。夏場に各漁港を巡って各艇のエンジンや機器の細部を点検、オーバーホールなどして多忙な時期に備える。

収益効率アップに取り組み、元プロボクサー

「ボートを車と同じ感覚で乗り、日常の点検をさほど行わなくても故障しない」と思っているオーナーさんが意外に多いですね。しかし、例えば今ではキャブレターを使う車は稀ですが、ボートではそれが当たり前です。使用条件の違いなどから、海の世界は陸と比べて先端技術の導入が難しいのですが、こうした事情を知っていたからこそ始めなければなりません」

ボートのサービスマンになって7カ月目という堅野さん。自動車整備からの転職とあって、車と対比させながら話を進めた。

「車はガソリンスタンドに寄ったときでも、ボンネットを開けてエンジンを点検してもらえますが、ボートではオーナーさん自身のチェックが命です。しかし、車の感覚でいるとオイル交換もせずに壊れるまで乗る人も出てきます。私どものところにも、エンジンが壊れて初めて問い合わせをしてくるケースが多いのです。そんなとき、壊れる前に必ず症状が表れていたはずなのですが、という話になってしまっています」

堅野さんの仕事は、ほとんどが出張修理。パーツを1つ忘れただけで半日が無駄になってしまう。工具やマニュアルが揃っている工場が職場だった自動車整備のときとは、まるで条件が異なる。

当世サービスマン 人物図鑑



福岡県福岡市・海援隊

堅野 勝さん(30歳)

「サービスマンで収益を上げるには、いかに効率良く仕事をこなすかが課題です。修理は儲からないとよく言われるが、堅野さんは効率の良い定期的な点検でサービスマン収益を確保しながら、手間のかかる故障修理を未然に防ぐという図式を描いている。

「乗る側もサービスマンする側も、できるだけ車社会に近づきたいのです。そのためには点検整備が大切です」

こうした、合理的でチャレンジ精神にあふ

れた発想は、これまで堅野さんが歩んできた道のりを聞くことで大いになさすける。

堅野さんは、まずヤマハ発動機に入社し単車のエンジン設計に携わったが、学生の頃から抱いていたプロボクサーの夢を追うことを決心。退社後、弁当配達や工場のパート勤めをしながら見事にプロデビューを果たした。「2年間、本当にボクシング中心の生活を送りました。しかし、世界を目指さねばプロで食って行ける保証はどこにもありません」

生計は立てられなかったものの、プロデビューという夢を実現した堅野さんは、焦ることなく自分の人生を見直した。

「一度は外国で生活してみたかったので、今度は自動車工場の期間工員をしながら語学を身につけ、オーストラリアに渡りました」

堅野さんは、仕事をしながら1年間滞在してよいワーキングホリデーというビザを受け、自動車整備の仕事しながらシドニーやパースで生活を送った。

「日本では学歴だけで信用されますが、外国では実際のウデを試されます」

好奇心旺盛で形にはまるのが好きでないと、堅野さんにとっては、まさに貴重な人生経験だった。

その後、帰国した堅野さんは2年間、自動車整備の仕事に赴き、昨年に今の職場に転職した。

自動車整備と異なり、現場で個々のマンパワーが要求される現在の仕事は、さまざまな経験を積んできた堅野さんにとっては未知の魅力といえよう。

「確実な点検整備ができるように、お客さまの管理カルテを作成することが当面の課題です」と語った堅野さん。これまでの経験で培われた水平思考が、いままさに開花しようとしている。

マリンサービス・ABC

エンジン編

7 船外機の日常点検

航海中のエンジントラブルを未然に防ぐなどお客さまに安全にボートを楽しんでいただくために、また、長期間にわたるボートの保全のためにも、点検は欠かせない作業のひとつです。点検は大きく分類して納入前点検、日常点検、定期点検がありますが、ここではぜひお客さまに励行していただきたい日常点検の方法を説明します。

●日常点検

再三述べるように、お客さまに毎回船外機を使う前に点検することを説明、指導することは、サービスマン、セールスマンを問わず必要な作業といえます。万一の事故を起こさぬためにも、陸上において、また、暖機運転中に以下の作業を行うよう指導してください。

①プロペラ

翼部の欠け、曲がりなど、損傷が無い点検します。また、プロペラナットが締まっているか、コッターピンが折れたり曲がっていないかもチェックします。

②燃料

フェルタンク内は十分に燃料が入っているか、ゴミや水が混じっていないかなどを点検します。フェルホースについては亀裂が無い、フェルジョイントは確実に連結され燃料のもれが無いかなどを点検します。

③電気系統

バッテリーケーブルの極性が正しく連結されているか、チョークスイッチ、緊急停止スイッチが正しく作動するかを点検します。更に各種計器類も点検します。

④アイドルリング

暖機運転後、アイドルリングが規定回転数で安定しているか、この時エンジンから異常音が発生していないか点検します。

⑤冷却水

パイロットホールから冷却水が連続して排出しているかを点検します。

⑥リモートコントロール

リモートコントロールレバーがスムーズにシフトするか、また、フリーアクセルレバーを操作して加減速及びアイドルリングの安定性を

を点検します。

⑦チルトアップ/チルトダウン

チルトスイッチを入れスムーズに作動するかを点検します。

⑧ステアリング

ステアリングホイールを回してスムーズに作動するか、左右いっばいに舵をきって本体とワイヤー、パイプ類が干渉しないか点検します。

⑨予備部品/工具

予備のプロペラ、プロペラナット、コッターピン、スパークプラグ等が艇内に備えられているか、サービス工具が備わっているかを点

検します。

●使用後の整備

塩水や泥水を走行した後は真水を使用して外装部、及び冷却水経路を洗浄します。

●トラブルシューティング

日常、行き届いた点検・整備を励行することによってエンジントラブルは未然に防ぐことができますが、いざ、故障したら……。お客さまに尋ねられたりした時などのため、別表に最も考えられる故障とその推定される原因を示します。

故障

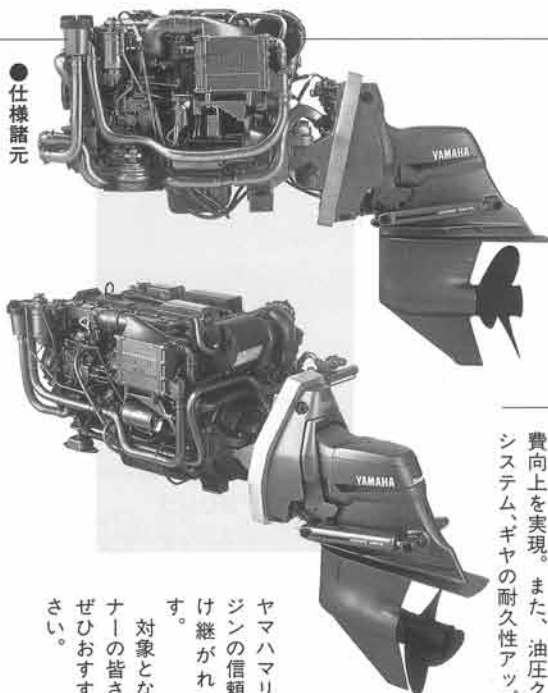
- ① スタートしない。
- ② 回転不規則または回転停止。
- ③ スタートするがすぐ止まる。
- ④ アイドリング不調。
- ⑤ エンジン回転が異常に高い。
- ⑥ エンジン回転が異常に低い。
- ⑦ 船のスピードが異常に遅い。
- ⑧ パワーチルトが作動しない。

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	推定原因
●	●	●						燃料タンクが空になっている
●	●	●						燃料パイプの連結不完全
●	●	●	●		●	●		燃料パイプが圧迫されているか、ねじれている
	●	●	●		●	●		燃料フィルタのゴミのつまり
			●		●	●		燃料混合中に悪いオイル混入
	●		●		●	●		燃料混合中のオイルが多すぎる
●	●		●		●	●		スパークプラグが汚れているか欠陥がある
	●	●			●	●		スパークプラグの熱価不相当
				●		●		キャビテーションを生じている
				●		●		プロペラの損傷
						●		船の積荷が不相当
						●		トランサムが低すぎる
				●		●		トランサムが高すぎる
				●	●	●		プロペラのサイズが不相当
●	●							スタータモータの作動不良
●								リモートチョークの作動不良
●							●	配線の間違いまたは接続不良
●							●	スイッチの不良
●							●	バッテリー容量不足
							●	ポンプ室のオイル量が少ない

PRODUCTS

「SXディーゼルエンジン」がよりパワフルになって新登場

ヤマハでは2月15日より、プレジヤードのセフトエンジン「SX370」「SX420」の単体販売を



はじめます。
小型水冷ターボチャージャーをはじめ、ハイテク技術による大幅な燃費向上を実現。また、油圧クラッチシステム、ギヤの耐久性アップなど、

ヤマハマリンエンジンの信頼性も受け継がれています。
対象となるオーナーの皆さまに、ぜひおすすめください。

項目	形式	SX370KS-P	SX370KS	SX420KS-SP	SX420KSH-SP	SX420KSH-SL
エンジン型式	水冷4サイクル立型ディーゼル					
シリンダー数配列	直列4気筒		直列6気筒			
最大出力(PS/rpm)	165		187		240	
連続最大出力(PS/rpm)	145/3250		160/3500		190/3400	
内径×行程(mm×mm)	102×112		94×100			
総排気量(cc)	3660		4163			
乾燥重量(kg)	370		450			
対象艇種	PC-26、PC-27		FR-27、FR-28 PC-30		SC-32	

●仕様諸元



●仕様諸元

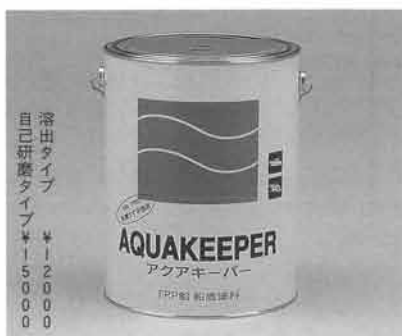
	9.9FMH			9.9FEMH			15FMH			15FEMH		
	S	L	SUL	S	L	SUL	S	L	SUL	S	L	SUL
トランサム高(mm)	440	567	709	440	567	709	440	567	709	440	567	709
エンジン型式	2気筒			2気筒			2気筒			2気筒		
総排気量(cc)	246			246			246			246		
最大出力(ps/rpm)	9.9/5000			9.9/5000			15/5000			15/5000		
サイズ(mm)	全長			873			873			873		
	全幅			332			332			332		
	全高			1040			1167			1309		
重量(kg)	36.0	37.5	39.0	36.0	37.5	39.0	36.0	37.5	39.0	36.0	37.5	39.0
操船方式	マニュアルハンドル			マニュアルハンドル			マニュアルハンドル			マニュアルハンドル		
始動方式	マニュアルスタータ			マニュアル・電動スタータ			マニュアルスタータ			マニュアル・電動スタータ		
点火方式	CDI			CDI			CDI			CDI		
点火プラグ	B7HS-10			B7HS-10			B7HS-10			B7HS-10		
潤滑方式	混合			混合			混合			混合		

船外機2モデルがマイナーチェンジ「9.9F/15F」
数あるヤマハ船外機のなかでも、小型エンジンシリーズは、軽量・コンパクト・使いやすさという点で、AFシリーズなどのユーザーの方々に好評をいただいております。
このほど、その中の9.9と15の2モデルがマイナーチェンジされましたのでご紹介いたします。

詳しくは、ヤマハ各販売会社にお問い合わせください。

GOODS

愛艇のメンテナンスに役立つヤマハオリジナル新商品グッズ ヤマハオリジナル船底塗料「アクアキーパー」

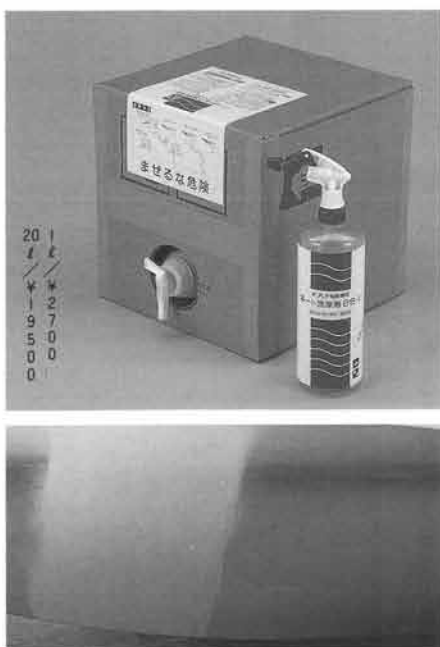


溶出タイプ ¥12000
自己研磨タイプ ¥15000

【主な特徴】

- ▼無公害タイプ(2タイプ設定)。
 - ▼作業性が良い。
 - ▼プライマーなしでも、FRPへよく密着します。
 - ▼乾燥時間が早い。
 - ▼乾燥時間/4時間(20℃)
 - ▼指触乾燥/40分(20℃)
- ※多機種にわたり使用できますが、アルミ、軽金属船等には使用できません。

黄ばみ汚れがラクに落とせる「ボート洗浄剤BS-1」



1L/¥2700
20L/¥19500

【主な特徴】

- ▼FRP船底専用。
- ▼スプレー後2〜3分間隔で数回スプレーを繰り返すだけ。
- ▼ハルの黄ばみ汚れをスプレーする

だけで、簡単に洗浄できます。
▼強酸タイプとは異なりますので、取扱いが便利です。
※黒ずみ汚れ、錆び汚れは落とせません。

お問い合わせ/ヤマハマリン用品課



TOPICS

2786隻、7178名が参加した「ボートフィッシングコンテスト」

昨年の4月から11月に全国各地で行われた、第17回ヤマハボートフィッシングコンテストは、開催回数、参加艇数、参加人数とも前年を上回る盛況ぶりです。ますます充実したイベントとなりました。

「お客さまと一緒に遊ぶ」ことから交流を深め、ご商売にも有効的にならせていけることで、販売店の皆さまからも好評をいただいております。なお、参加者の中から抽選で選ばれた各賞の当選者の方をご紹介します。

※()内は主催された販売店

●ファミリーフィッシングの部
はいむるぶしビッグフィッシングツアー 20名
別府利夫(紋別マリン機械㈱)／成田淳(南マリンサービスいわき)／浅栄之(東京ボート㈱)／平田良文(船平野ボート)／坪井昭(愛マリン)／林初男(船中野朝日自動車工業)／吉田伸一(清水マリンサービス)／岩田正次(船グリマリン)／坂口研二(船大阪マリン舞鶴店)／柴原英二(マリンルームオオタ)／

三保谷正司(大谷マリン)／井上正彦(ヤマハボート肥後橋店)／美濃修二(マリンショップ益田)／岡田洋(船川崎商会日生マリーナ)／小田一郎(船川崎商会日生マリーナ)／東藤亨(瀬戸マリーナ)／久保立身(香川マリン㈱)／猪井順也(船小松島マリーナ)／榎本次広(ヤマハ九州船小倉店)／原田安広(松崎自動車商会)／

5組10名
福山規夫(ヤマハ東京㈱・JGF A)／稲生義久(ヤマハ中部㈱・マリンコム東海)／森下三男(ヤマハ中部㈱・ヤマハリゾート)／松本善夫(ヤマハ関西㈱)／大下晴美(ヤマハ関西㈱) 2名
●大物賞 2名
岡本英三(瀬戸マリーナ)／織田一長(船康津興機) 長 敬称略

●地域別開催実績

	開催回数		参加艇数		参加人数	
	'93	'94	'93	'94	'93	'94
北海道	10	11	142	108	372	327
東北	4	8	107	191	226	473
東京	11	19	235	261	998	891
中部	32	29	514	523	1,337	1,302
関西	24	29	537	624	1,509	1,798
中国	23	17	477	482	1,115	1,109
四国	15	15	310	344	652	705
九州	18	13	255	253	560	573
合計	137	141	2,577	2,786	6,769	7,178

INFORMATION

ガンバレ!!ニッポンチャレンジ 応援キャンペーン実施中

アメリカズカップ挑戦艇決定シリーズ「ユルイ・ヴィトン・カップ」が

1月15日からスタートし、ラウンドロビン・2と、ヘニッポンは大健闘をみせています。そこでヤマハでは、米国サンディエゴにあるニッポンチャレンジエゴにお客さまとの話題づくりにかが

ムへの応援メッセージと、セイルナンバークイズの解答を大々的に募集しています。お客さまとの話題づくりにかが

ニッポンチャレンジはアメリカズカップ95に向けて、2艇を建造して挑戦します。この2艇の登録番号をお書きください。

JPN-□□ JPN-□□

応援メッセージは全て、開催地米国サンディエゴにあるニッポンチャレンジチームまでお届けします。また下記のクイズ正解者の中から抽選で、

特賞 ベア2組・4名様をご招待
アメリカズカップ本戦観戦ツアー(6日間)

A賞 10名様にプレゼント
シズンアメリカズカップウォッチ(4万円相当)

B賞 300名様にプレゼント
アメリカズカップ・現地記念Tシャツ



■応募方法：官製はがきまたは店頭のお客さまはがきに
①クイズの答え(JPN-□□ JPN-□□)
②住所③氏名④年齢⑤職業⑥電話番号
⑦ニッポンチャレンジへの応援メッセージをご記入の上、下記の宛先へお送りください。
*応援メッセージを必ずお書きください。記入もれの場合は無効とさせていただきます。

■応募先：〒437-11 静岡県浅羽郵便局 私書箱6号
ヤマハ発動機株式会社ガンバレ/ニッポンチャレンジ応援係

■応募締切：平成7年3月8日(当日消印有効)

■抽選・当選発表・発送：ニッポンチャレンジのスキッパー自ら厳正な抽選を行います。特賞当選の方には、サンディエゴより郵便にて3月下旬頃直接ご本人にご連絡致します。また、A賞・B賞の発表は商品の発送をもってかえさせていただきます。

■本戦観戦ツアー日程：1995年5月6日(土)～5月20日(土)の間を予定。
(詳細は当選通知にてご連絡致します)

■主催：ヤマハ発動機株式会社

■後援：ニッポンチャレンジアメリカ杯1995

アメリカで告訴された日系企業のPL訴訟例

判決年月と裁判所	製品	評決	原告とその主張あるいは事故
1982.10 連邦最高裁判所	軽自動車	賠償金 582.5万ドル (8.7億円)	大型車との衝突により、運転中の女性が下半身不随になった。衝突時の安全性に欠陥ありと主張。
1982.11 テキサス州地裁	オートバイ	和解金 700万ドル (10.5億円)	他車と衝突の際、ガソリンタンクのキャップがはずれ、運転者は大火傷を負い歩行不能になった。
1983.4 加州上級裁判所	自動車	賠償金 935万ドル (14億円)	後続車に追突され、後部座席に投げ出されて脊髄を折った。運転席に欠陥ありと主張。
1983.10 フロリダ州控訴審	自動車	賠償金500万ドル (7.5億円)	追突された際に燃料タンクのキャップが外れ3人姉妹が焼死した。
1984 ワシントン州控訴審	オートバイ	賠償金1,000万ドル (15億円)	事故で運転者が四肢障害になった。
1985.12 フロリダ州第一審裁判所	電子レンジ	賠償金 120万ドル (1.8億円)	作動中に手を入れ神経を損傷した。ドアを開けた際に動くはずの安全装置の欠陥のためと主張。
1986.4 テキサス州地裁	オートバイ	和解金 650万ドル (9.8億円)	同車かひっくり返り、同乗者が下半身マヒとなった。「2人乗り禁止」のラベルは見なかったと主張。

出典：吉村純郎著「PLP：製造物責任予防対策の実際」より

(1ドル=150円換算)

アメリカのPL法

今回はこのコーナーで、本年の7月から施行される製造物責任法について、簡単に概要をお知らせいたします。今回はPL先進国とも言えるアメリカの事例をご紹介しながら、もう一度PL法について理解してみようと思います。

アメリカの連邦地方裁判所では、1989年の時点で約1万5千件のPL訴訟があったそうです。全米レベルで見るとこれはとても膨大な件数になるものと見られます。このようなPL訴訟増大のきっかけとなったのが1965年に争われた「グリーンマン対ユバ・パワー・プロダクツ事件」といわれます。グリーンマン氏が妻からプレゼントされた日曜大工道具を使用中、その道具がはねた木片で頭部に重症を負ってしまった。そして彼は日曜大工道具の製造者を、過失責任と

保証責任を訴因として提訴しました。判決は製造業者の責任を認めるもので、製造業者が欠陥のある商品に市場に流通させ、その欠陥のために使用者が損害を被った場合には、製造業者の過失の有無にかかわらず、賠償の責任を負う、という主旨のものでした。その後、この手の訴訟が増大していくのですが、その賠償額は、時とともに高額化してきます。さらにその内容を見ると、製造上や設計上の不備によるものに比べ、警告の不備、広告・表示上の不備によるものが最も多いのだそうです。表は、アメリカで告訴された日系企業のPL訴訟例ですが、原告の主張を見てもそのことがよく現れています。今後、製品に警告ステッカーを確実に付着していくことや、取扱説明書に十分な危険防止のための説明を記載していくことが、いかに必要なことであるかがわかります。

ヤマハマリンアカデミー

第9期('95年3月までの)の開講スケジュール

「マリンアカデミー」第9期の最終スケジュールをお知らせいたします。

●お問い合わせは、担当販売会社まで。また、6名以上でのお申し込みには、スケジュール等ご相談に応じます。

講座名	日程
エンジン講座Ⅰ	※第9期は終了しました。
エンジン講座Ⅱ	
航海講座Ⅰ	2/15~18
航海講座Ⅱ	※第9期は終了しました。
ヨット講座Ⅰ	
ヨット講座Ⅱ	
スポーツフィッシング講座	

●通信講座NAVI

講座名	講座内容	現地スクーリング
航海	沿岸航法/航海計器/潮汐	2月10日
運用	用語/錨/操船/海難/気象	
法規	海上衝突予防法/海上交通安全法/港則法	

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及びマリンパーズマン

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
静岡県湖西市入出字長者1380
☎(053)578-0713

問い合わせ先...●マリンアカデミー事務局
☎(053)594-6518

マリンアカデミー修了者 (敬称略・順不同)

●第9期

▶航海講座Ⅱ 石川加太(釧路)、内山代穂(岡崎)、永井慎二(SC御津)、波田野大介(SC御津)、山下陽一(神戸)、山崎伸二(マリーナシーハウス)

▶ヨット講座Ⅰ 高井茂吉(ダイイチ)、三井圭司(ダイイチ)、武藤吉宣(ダイイチ)、已上佳志(ダイイチ)、舟戸浩紀(ダイイチ)、興津雅史(サントピア)、大浜勝也(サントピア)、角野宗久(岡山)、梶川恒蔵(デルタマリン)、野野勝(海援隊)

▶エンジン講座Ⅰ 石井大雅(高松進和工業)、江原督(長崎)、武藤吉宣(ダイイチ)、岳川次郎(ヤマハ長崎)、清水義弘(大分)

▶エンジン講座Ⅱ 清水学(岡崎)、中野好雄(鶴方)、戸川佳洋(堺)、神崎哲(神戸)、樹林謙(和歌山)、角野宗久(岡山)、宮崎智也(高松)、山崎伸二(マリーナシーハウス)

YAMAHA ON and OFF

マリン、そして、モーターサイクルの世界が生み出すドラマを、ヤマハならではの感覚でとらえたテレビ番組ON and OFF。今年も海の魅力、陸の魅力を、大いに満喫する人々の姿を通して、余すところなくお伝えしていきます。二期期待ください。

■テレビ北海道	土/18:30~18:45	■テレビ大阪	土/18:30~18:45
■山形放送	金/25:10~25:25	■びわ湖放送	金/22:30~22:45
■東北放送	木/24:45~25:00	■奈良テレビ	土/22:15~22:30
■テレビ東京	土/18:30~18:45	■テレビ和歌山	土/18:30~18:45
■テレビ信州	金/25:10~25:25	■テレビせとうち	土/18:30~18:45
■静岡放送	日/24:40~24:55	■伊予テレビ	土/11:30~11:45
■テレビ愛知	土/18:30~18:45	■テレビ新広島	木/24:45~25:00
■三重テレビ	金/18:15~18:30	■T.X.N.九州	土/18:30~18:45



新シリーズ「WAVE GETTER」も注目の的



新商品を初めラインナップも展示された説明会(東京の会場)

前号でもお伝えした、政策説明会「MJビジネスミーティング」は、その後も各地で開催され、全国6か所、300店の販売店の方々が出席されました。

この説明会では95年度のMJラインナップと販売政策を発表し、それをご確認いただきましたが、それと同時に、各モデルごとの販売予測台数を販売店の皆さまからご報告いただきました。

この予測台数は、今後の生産計画に反映させ、スムーズな商品の供給に役立てていきます。

なお、今回の説明会では、マリンジェットウェアの新シリーズ「ウェーブ・ゲッター」の発表も行い、今後、より総合的なマリンジェットビジネスを展開していくことを確認しています。ウェーブ・ゲッターについては、その説明会中に、早くも100店以上の販売店さんから受注をいただきました。



「95マリンプラザ新年総会」がさる1月12日、静岡県の浜松グランドホテルにて開催されました。

当日は、優秀販売店の表彰が行われた後、来季のマリンビジネスについての方針が発表され、21世紀を見据えた、マリンビジネスの改革と躍

来年度の躍進を誓った「95マリンプラザ新年総会」

進を確認しました。

ヤマハは'95年、将来に向けた基盤整備として「日本型のマリンビジネス構築のための発想」をテーマに、日本人の生活文化や価値観に密着した販売、普及、環境整備に取り組み、「200人に1人」というポート・ヨットの普及を具体的な目標に掲げています。

今回ご出席されたマリンプラザの皆さまのみならず、マリンビジネスに携わる方々の共通の認識としてご理解いただき、より一層の拡販にご協力くださいますよう、お願いいたします。

●94年優秀マリンプラザ(敬称略)
金賞/岡山マリンポートセンター
ダイイチ
銀賞/くろしお、マリン北上、タカハシ、セントラル、マリン大阪、兵庫トヨタマリン、マリン大兄弟商会、セーラーズ、太平洋マリン、ヤマハ長崎

TOPICS

全国各地で300店が参加「MJビジネスミーティング」

TOOL

マリンへの水先案内書! 『SEA SPIRIT』



毎年、東京国際ポートショーに合わせて発行いたしております「SEA SPIRIT」。

今回は、Stage・Style・Tasteの3アイテムから海の魅力を余すところなく伝えます。また、話題のニューモデル「SRV」をはじめとする、ヤマハラインナップの紹介など、わかりやすい内容となっております。

新規需要開拓ツールとして、皆さまのご商売に、ぜひお役立てください。

●A4判/16ページ/オールカラー
■ご希望の方は、ヤマハ各販売会社にお問い合わせください。

応援したい、ヤマハのチャレンジスピリット

YAMAHA NOW 番外編

ご存知のようにヤマハでは、「感動創造」を目指し、さまざまな形で世界の頂点イベントに参加してきました。現在、アメリカのサンディエゴで開催されているアメリカスカップに参戦中の〈ニッポンチャレンジ〉へのスポンサーと艇の建造、昨年優勝した〈ホワイトブレッド世界一周レース〉への参戦…。さらにモータースポーツの世界ではF1、世界GP、グラナダーダカールラリー…。さらにJリーグなど。今回はそれらマリ以外の話題を集めてみました。今年もヤマハの活躍せひご声援ください!

世界選手権ロードレース

台風の目になるか、日本期待のノリツク



阿部典史よ、世界中にその力をみせてやれ!

GP2(250CCクラス)のデフエンディング・チャンピオン、原田哲也の連覇に期待がかかった昨シーズンの世界GP。しかし、原田選手は開幕前の怪我のため、タイトル争いに大きく出遅れ、最終的には7位という不本意な成績に終わってしまった。

一方、最高峰のGP1(500CCクラス)では、シーズン2勝を挙げたルカ・カダローラが年間シリーズランキング2位を獲得した。

さて、今シーズンだが、何と云っても注目の的は昨シーズン中盤から世界GPに参戦した、ノリツク、こと阿部典史だろう。今年もGP1に参戦する予定で、今、世界中の注目を集めているライダーの一人だ。ヤマハのファクトリーマシンYZRにも慣れ、頂点クラスの台風の目になりそうだ。

世界GPは3月26日、オーストラリアで第1戦が開催される予定。

グラナダーダカールラリー

1995年、S・ビーターハンセルがモト部門で総合優勝

今年1月1日にスペインのグラナダをスタートした「1995グラナダーダカールラリー」。以前は「パリダカールラリー」として知られていたこのラリーは、「海のバリダカ」とホワイトブレッドが形容されるように過酷なレースの代名詞にもなっている。そのラリーのモト部門で優勝したのがヤマハXTZ850Rを駆って参戦したフランスのビーターハンセル選手(29歳)。過去にこのラリーで3度の優勝経験を持つ同選手は、今回も落ち着いたペースで1000kmを走破している。

なお、この2月で50歳になるヤマハモーターフランスの社長、J・C・オリビエ氏は、今回で8回目のダカールラリー参戦。見事総合9位で完走している。また、日本からヤマハTT250Rレイドで出場した山村雅康選手も健闘し、250CCで完走した二人目の日本人として話題を呼んだ。

F1世界選手権シリーズ

今年こそ右京の活躍を！
「ティレル・ヤマハ」
3シーズン目に挑戦



センターポールに日ノ丸を。頑張れ、右京!

昨年2年契約に調印し、今年も引き続きティレル・ヤマハチームとして参戦することになったF1世界選手権。その調印の席上、ヤマハのAM事業部の山下隆一郎長は、「今後2年間にわたるティレルとの契約ができたのは、これまで両者が効果的に力を出し合い、良いチームワークで参戦することができたから。次シーズンは毎回優勝争いに絡み、F1のトップチームの仲間入りを果たしたい」と力強くアピールしていた。

また、今季のドライバーのうちの一人に決まっている片山右京選手は「必ずセンターポールに日の丸を掲げて見せますので、声援をよろしくお願いします」とこちらも頼もしいコメント。現在ヤマハでは高速化・信頼性をテーマに新エンジンを開発しているところだけに、春に開催される第1戦が待ち遠しい。

ゴ中山復活でスキラッチと夢のツートップ!? ジュビロ磐田/Jリーグ

前期・後期とも7位という成績でシーズンを終えたジュビロ磐田。オフト監督の「3年で優勝を狙えるチームを」との言葉を考えれば、まあ妥当なところか?、と云ってられないのがファンの心理だろう。

ジュビロ磐田は1月22日より、新シーズンに向け始動。テレビで御覧になった方も多いと思うが、昨シーズンを怪我で棒に振ったゴ中山こと中山雅史選手も元氣な姿を見せてくれた。ドイツでの手術後、怪我も順調に回復しつつあり、今季はぜひとも活躍してほしい。

スキラッチ、そして好調・鈴木、さらに五輪代表としてめざましい活躍を見せている松原など、フォワード陣が実力を出し切れれば間違いなく優勝争いに絡んでいくと思われるのだ。

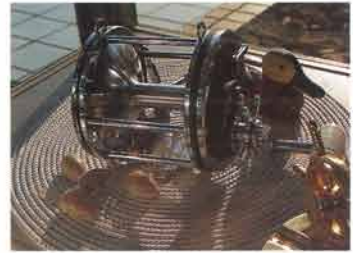


中山と2人で、得点王争いをしてほしい。いけ、スキラッチ!

なお、増築中のジュビロ磐田スタジアムは間もなく完成。3月7日には、ブラジルからサンパウロFCを招いてのプレシーズンマッチが行われる。

写真は優勝したビーターハンセル。オリビエ社長にも感動したぞ!

平野ボートさんのショールーム。*売れる品を選んで*、展示スペースを設けている



本体の展示会に合わせて

マリン用品の即売会を開催

過去最高の売上高は3日間で6000万円

港町・横浜の新杉田に社屋と店舗を構える平野ボートさん。本体とマリン用品の販売を行っている他、地の利を生かして横浜マリナーを運営し、順調な商売を続けている。ここ2〜3年の不景気で本体の売り上げの伸びは厳しいが、用品に関しては特に好調ということだ。そこで今回は、同社のマリン用品ビジネスについてレポートしようと、取締役部長の柳田雅道さんをお訪ねした。



用品の販売についてもプロショップでありたい、と語る平野ボートの柳田部長

経験豊富なセールスマンが 機器類の必要性を本体の商談時に説く

用品のお話をお聞きする前にまず、同社を取り巻く、ここ2〜3年の市場環境についてお話いただいた。

「確かに大型艇や、スタンドドライブ艇の数は落ちていますが。でもその分、船外機艇を中心とした小型フィッシングボートは人気があります。またマリンジェット売り上げについても伸びており、これは関東でもトップクラスの実績となりました」(柳田部長)

確かにバブルのころのように、高額商品がどしどし出ていくような、効率の良い状況は影をひそめたが、「小型艇を数売ることでも分母が広がる」と柳田部長が言うように、むしろ正常で健全な見通しが立てられている、といつてもよいだろう。

多くの読者が日々感じておられるように、新艇を買い控える分、用品や機装品を充実させるお客さまは増えている。それはヤマハの部品事業部内でも売り上げの伸長という目に見える形で現れている。一人当たりのお客さまから(言葉は悪いが)どれだけのお金を引き落すことができるか——、SRVのような新製品の拡販と合わせて考えてもいいだろう。

さて、用品の販売といってもそれには大きく二つの形態が考えられる。ひとつは本体販売と同時に出ていくもの。もうひとつがその後本体をグレードアップさせるために買い増したり、ボートライフに新たな遊びを導入しようと店頭へ赴いて用品を購入するというパターンだ。

前者のパターンが基本的で効率も良さそうだが、これにはセールスマンの腕も大きく問われそうだ。

「まず船を売れば必然的に魚探やGPSといった機器は出ていきます。営業の際にすすめていきますが、そういった用品がなぜ必要なのか、あるとどんなに便利か、それを自分の経験を元に説得できることがポイントです」

そしてどのメーカーの機器をすすめるかも大切なことだと柳田部長は言う。

「もちろんうちでも簡単な修理はできるけど、ちょっとしたトラブルにでもすぐに対応してくれるメーカーの機種を選んでいきます。結果的には98%がヤマハからの仕入となっておりますが……」

店頭販売では『プロショップに徹する』 対面販売の新しい形を模索中

平野ポートさんのある横浜には日本でも最大規模の売上高を誇る某船具販売会社、雑誌での通信販売から出店にまで進出した出版社系のマリンショップなどがあり、用品については競争も激しいが、店頭販売の在り方については「プロショップに徹したい」という明確なコンセプトをお持ちである。

確かにありとあらゆる商品を並べて物量で勝負する方法もあるかもしれないが、信頼できる商品だけを選んでおすすめするという店



平野ポートの社屋とマリーナ。レストランの他、サービス工場も整備されており、お客さまのあらゆるニーズに応えられる環境を造りあげている



こそプロといえるのかもしれない。

また、その後も壊れたらどうするのか、取り付けはどうするのか、といったことを考えれば、それこそが本体の販売店の大きな武器といえないだろうか。

「例えばプロペラなんかを扱うとしてもどの船のどのエンジンに取りつけるのか、ピッチのことも知らないお客さまに、それを説明してあげながら対面式で売れるのはうちの強み」と柳田部長は言う。

オイルスキンは売れ筋のひとつ。今話題のライトオイルスキンも機能説明を加えてディスプレイしていた



本体の好調に伴い、ウェア、アクセサリが売れているMJ関連商品。このコーナーは特に充実していた(写真下左、中央)

デッキシューズも人気商品。サイズも豊富だ(写真右下)



同社のマリン用品の販促で代表的なものに本体の展示会と同時開催する「用品セール」がある。

「もう20年も前から続けていて、5月と10月の年2回にわたって開催しています。過去には3日間で600万円を売り上げたこともあります」

600万円といえばSRVの4隻分だ。ちなみにセール時の売れ筋は水上スキー、アウトドアグッズ、オイルスキン、デッキシューズ、ブーツといったところだ。ただ難しいのは、今回ある商品が売れたからといって、次回も同じ商品が売れるとは限

らない」ということだ。日常の品揃えも同じこと。それには流行やトレンドを察知するべく日々の情報収集と、観察がものをいう。

「よく娘の意見を聞いています。どんな色のどんな形の商品がいい、だとかね」

と、柳田部長は照れくさそうに教えてくれたが、ヤマハ東京の部品担当者によると、こうしたことに限らず、平野ポートさんのセールスマンやサービスマンたちは、よくお客さまの声をお聞きしていて、用品のことについてさまざまな提案をしてくれるということであった。

浜の風景画コンテスト

★浜の風景画コンテストは、子供たちが身近な海(浜)の風景画を描くことによって海やそこで働く人、遊ぶ人に対する関心を高め、自然に対する思いやりや環境保護意識を芽生えさせることを願って、ヤマハ発動機が毎年開催しているものです。



池田奈保 / 9歳
(和歌山市・四箇郷小学校)

小学生
高学年の部

金賞



坂野高大 / 11歳
(下北郡・第一川内小学校)



清水祐子 / 11歳
(美方郡・居組小学校)



古川知香 / 8歳
(姫路市・城陽小学校)



内島真奈栄 / 7歳
(笠岡市・北木小学校豊浦分校)

銀賞



谷津也 / 12歳
(津名郡・江井小学校)

北川隆浩 / 11歳
(姫路市・城陽小学校)



高橋透 / 11歳
(許諾市・蓮江小学校)



中野桂世子 / 12歳
(許諾市・蓮江小学校)



山本聡 / 12歳
(倉敷市・赤崎小学校)



河野裕樹 / 6歳
(大阪市・生野南小学校)



田中栄太郎 / 9歳
(美方郡・居組小学校)

銅賞



宮城優 / 11歳
(徳島市・南小松島小学校)



佐藤裕 / 11歳
(許諾市・蓮江小学校)



山本聡 / 12歳
(倉敷市・赤崎小学校)



橋本雄太 / 9歳
(茅渚郡・森小学校)



江崎水郷 / 9歳
(津名郡・江井小学校)



笠置智由 / 11歳
(許諾市・蓮江小学校)



浜崎美由起 / 12歳
(美方郡・居組小学校)



原田美紀 / 11歳
(笠岡市・白石小学校)



山崎依輔 / 8歳
(下北郡・大間小学校)



森貞品絵 / 9歳
(倉敷市・見島小学校)



勝又久実子 / 7歳
(浜松市・新津小学校)

佳作



若知しづみ / 12歳
(許諾市・蓮江小学校)



堀知代 / 12歳
(許諾市・蓮江小学校)



黒木島早 / 12歳
(笠岡市・港小学校)



宮崎健太 / 9歳
(天草郡・中北小学校)



江戸龍 / 11歳
(津名郡・江井小学校)



高合美結 / 6歳
(名古屋市・守山小学校)



松林泰弘 / 8歳
(姫岡市・方財小学校)



三保谷真奈 / 9歳
(美方郡・居組小学校)



横地裕子 / 11歳
(姫路市・大塩小学校)



岡田達美 / 10歳
(津名郡・江井小学校)



金野佳奈子 / 11歳
(大船渡市・末崎小学校)



浜田智子 / 12歳
(許諾市・蓮江小学校)



中尾文香 / 12歳
(津名郡・江井小学校)

(財)日本マリンスポーツ普及教育振興財団賞

小学生
未満の部

岸卓朗 / 5歳
(姫岡市・富野保育園)



小学生
低学年の部

大越幸子 / 7歳
(姫岡市・城陽小学校)



小学生
高学年の部

今徳一洋 / 11歳
(許諾市・蓮江小学校)



第6回 ヤマハ全国児童

●お名前の敬称は省略し、順不同とさせていただきます。
●掲載されている氏名、住所、学校名等は、作品に添付された表記に準じています。

小学生 未満の部

金賞



川添央記 / 5歳
(川内市・水引保育園)



八木佑理子 / 5歳
(静岡市・八幡聖母幼稚園)

小学生 低学年の部

金賞



香川恵 / 9歳
(徳島市・北井上小学校)

銀賞



小橋啓史 / 5歳
(岡山市・朝日学園朝日幼稚園)



大畑はるな / 6歳
(取州市・富穂幼稚園)



福岡寛哲 / 6歳
(額路市・額路こたけ幼稚園)



下青水誠也 / 5歳
(川内市・水引保育園)

銀賞



高橋衣希菜 / 8歳
(教州市・児島小学校)



松園和樹 / 7歳
(額路市・額路小学校)

銅賞



甲田寛弥 / 6歳
(千葉市・あやめ幼稚園)



山本真帆 / 5歳
(浜松市・昭和幼稚園)



寺脇幸奈 / 5歳
(川内市・水引保育園)



三浦祐太郎 / 5歳
(西之表市・明瞭幼稚園)



樋口昌士 / 6歳
(大牟田市・竹の子保育園)



浜田祥子 / 5歳
(徳島市・マリヤ館)

銅賞



吉田理紗 / 9歳
(金沢市・金沢大学附属小学校)



血池雄志 / 7歳
(津名郡・江井小学校)

佳作



本村裕也 / 6歳
(大牟田市・竹の子保育園)



吉田早織 / 6歳
(額路市・愛光保育園)



棚原健太 / 5歳
(浜松市・春日幼稚園)



鈴木啓介 / 5歳
(磐田市・バテ幼稚園)



時田裕平 / 5歳
(神戸市・杉村学園内幼稚園)



竜谷淳二 / 6歳
(熊毛郡・麻里府保育園)



山下紗緒理 / 5歳
(静岡市・八幡聖母幼稚園)



中村由香里 / 5歳
(川内市・水引保育園)



市原麻生 / 4歳
(静岡市・八幡聖母幼稚園)



船田雄貴 / 6歳
(本渡市・本渡北幼稚園)

佳作



西垣奈帆 / 8歳
(美方郡・島郷小学校)



大枝未央 / 9歳
(津名郡・江井小学校)



納谷しおり / 6歳
(金沢市・諸江町小学校)



「第6回ヤマハ全国児童 浜の風景画コンテスト」にたくさんのご応募をいただき、ありがとうございました。昨年の12月7日、東京都の虎ノ門パストラルにおいて審査会が行われ、4196点の応募作品の中から、68点の入賞作品が決定いたしました。これら作品は、東京国際ポートショーを始め、ヤマハや(財)日本マリンスポーツ普及教育振興財団が主催するイベント会場にて展示していく予定です。また、今年も第7回コンテストを開催する予定です。皆さまの一層のご理解とご支援をお願い申し上げます。



「第6回ヤマハ全国児童浜の風景画コンテスト」

- 審査員 (敬称略、順不同)
- 審査委員長 工藤和男 (前会長常任理事、日展審査員)
- 審査員 桜田久美 (日洋会会員、日展審査員)
- 江口秀人 (日本マリンスポーツ普及教育振興財団会長)
- 小松一憲 (ホットプレート世界一周レース優勝艇クルー)
- 小谷雅直 (ヤマハ発動機マリン事業部国内営業部長)
- 片岡猛 (ヤマハ発動機マリン事業部国内営業部課長)

HOT EYE



アメリカズカップ '95へまっしぐら

ニッポン、4勝で第2ラウンドロビンへ

第29回アメリカズカップの挑戦権をかけたルイ・ヴィトン・カップが、現地時間(以下同)の1月14日、米国のサンディエゴで開幕。各チーム総当たりの予選を4回のシリーズに分けて行うルイ・ヴィトン・カップだが、その一回め第1ラウンドロビンは1月22日に終了、(ニッポンは4勝2敗という成績で3位につけている。世界選手権の優勝チームヘウン・オーストラリアンを初戦で下した(ニッポン)は、ニュージーランドの2チームには惜敗したものの、他の3チームに対しては圧倒的な強さを見せてつけている。この号が発行されるころには、すでに第2ラウンドロビンも終了しているが、セミファイナルへの進出はまず間違いなさそうだ。1月18日にヤマハの新居工場から出荷され、すでにサンディエゴに到着した最新艇/JPN-41が、どのタイミングで投入されるかも気になるころ。(ニッポン)の活躍に期待したい。

"Nippon" built by
YAMAHA

ヤマハ発動機株式会社はオフィシャル
スポンサーとして「ニッポンチャレンジ
アメリカ杯1995」を応援しています。

