

YAMAHA MARINE NEWS

すべてのヤマハマリン販売店のための情報誌

ヤマハマリン ニュース No.106



1996
3/4
MAR/APR

特集／煩雑な事務仕事をラクに楽しく

話題のパソコン、どう使う？

漁船、和船主力店のための ● 浜を訪ねて

MJショップ必見の新コーナー HOP STEP JET!

Info-Wharf

ボートショーに登場するニューモデル～その狙いと開発背景は

したヤマハニューモデル

今年も2月、3月に東京と大阪で国際ボートショーがそれぞれ開催される。ニューモデル、キャンペーン、企業活動等、ヤマハの最新情報をお伝えするこのコーナー、今回はボートショーで注目を集めそうなニューモデルを中心に、その開発背景、セールスポイントをまとめてみた。



〈主要諸元〉

- 全長：8.65m ●全幅：3.05m
- 燃料タンク容量：200ℓ
- 最大馬力：200PS
- 定員：12名
- 航行区域：限定沿海



カラーも2タイプ用意された（キャビンのクッションカバーも異なる）

お洒落な海のキャンピングカー CR-27 SEDAN

ヤマハがボートの製造を開始して35年。その間ヤマハが行ってきた日本の海、風土、気候にあったボート造りは、海外輸入製品が氾濫する中で常に目指してきた思想のひとつだ。CR-27は、日本の海を見続けてきた、ヤマハの強みとも言える部分を生かし、開発されたクルージングモデルだ。相次ぎ誕生する大規模係留型マリーナでオートキャンプならぬ「ボートキャンプ」。海外の模倣ではない、日本での新たな海での過ごし方を提案するニューモデルといえよう。

開発背景

昨年のSRVのヒットは、多くの新規客を獲得したばかりでなく、多くのアウトドアファンの眼を海に向けさせた。コンセプトこそSRVとは異なるが、CR-27は、SRVに続くもう1ランク上の新規需要開拓の担い手として注目される。

現代のニューファミリーの典型的な家族構成である「4人」が1泊できる居住性は、この4月に供用を開始する横浜ベイサイドマリーナ、泉佐野かんくうマリーナなど、また今後も開発されるであろう係留型の大規模マリーナを意識したものだ。海で遊ぶことはもちろん、マリーナという非日常的な空間で何ができるかを考えたボートなのである。

大人4名が1泊できるキャビンがセールスポイント。明るいサロンが充実した週末を予感させる



ヤマハのフィッシングボートラインナップはかなり充実しているが、CR-27の投入によってクルージングタイプのゾーンを強化する意味もあった。価格は900万円以下に抑えられ、商材としてはもちろん、ユーザーからみても魅力的であろう。

他社にも同等スケールのサロンモデルはあるが、価格の面でかなり優位と言える。搭載エンジンは船外機だが、世界最高水準の性能、耐久性を誇るヤマハ船外機あってこそその選択だ。

セールスポイント

- 家族で1泊が可能な居住性能。大人4名と子供1名分のバースを確保し、軽食が調理できるギャレー、独立トイレスペースを確保した。
- 陸電装置と陸電対応エアコンをオプション設定し、係留型マリーナでのキャビンライフに対応した。
- 広い船体幅を確保したほか、アフトデッキとメインキャビンの一体感重視したデザイン。
- 採光性のある全天候対応クローズドタイプのメインキャビン。
- 艇体とエンジンのトータルデザインと騒音対策により船外機カバーを装備。フルチルトアップも可能。

買えそう、乗れそう、楽しそう!

FESTA 24

ニューモデル・FESTA24の開発コンセプトは、タイトルに示した「買えそう、乗れそう、楽しそう」。同じシリーズとして一昨年の秋にFESTA31がデビューし、人気を集めたが、31フィートクラスの価格設定としてはともかく、一般にとっては未だ「買えそう」とまではいかなかった。FESTA24の艇体価格・298万円は、FESTA31によって触発された潜在需要層に対して、より購入を現実的にさせる力を持つ設定だ。

開発背景

FESTA24の開発の狙いは、SRVと同様、新規入門層の拡大と市場活性化があげられる。現在、ヨット市場の低迷がよく話題に上がるが、一般的にその原因として考えられるのは操船の難しさや煩わしさ、さらに高価なことがあげられるだろう。その2点を解消したのがFESTA24だ。

バブル時代のころからヨットのボリュームゾーンといえば4級のフルスケールモデルである31フィートクラス。国産モデルを含め、輸入艇もこのゾーンで熾烈な競争を繰り広げてきた。しかし、ヨットとい

う、ボートに比べ趣味性の強いこの乗り物のファン層を考えた場合、やもすると1000万円はするこのクラスは必ずしも現実的ではない。したがってヨットに興味のある若者は、たとえレーサーでなくとも、まずオーナーになることは据え置き、人のヨットにクルーとして乗り込むことでしか、ヨットに乗る術がなかった。同モデルのメインターゲットは「30歳代のファミリー」そして「小型旧モデルのからの代替え」。多くの「現実的な」ヨットファンのニーズに応えた商品といえる。また入門者、新規客をも引きつけるデザインも意識している。

セールスポイント

- 30歳代のファミリーでも購入しやすい価格設定、艇体価格298万円。
- 購買意欲をそそる、ファッショナブルなスタイリング。
- 操船の難しさ、煩わしさを感じさせないシンプルな機装。
- FESTA31の流れを組んだ、楽しさを感じさせるテーブル付のデッキレイアウトと、広いコックピット。
- クォーターバースと一体感を持たせた広いキャビンスペースと、このクラスでは初めて実現させた独立トイレ。

スペック変更による価格改定で新登場

YAMAHA26IIS

各地のクラブレースで変わらぬ快速ぶりを披露するヤマハのセイリングクルーザー「S」シリーズ。そのミニマムサイズのボートとして人気の高いYAMAHA26IIS(Y262S)が一部仕様を変更し、ニューモデルとして再登場した。新艇はホワイトを基調としたニューカラーでY262EXと明確なシリーズ分けがなされた他、スペックの一部変更により、より買いやすい価格設定となっている。

- 全長:7.99m
- 水線長:7.50m
- 全幅:2.79m
- 喫水:1.83m
- バラスト重量:630kg
- セイル面積:32.20㎡
- 航行区域:沿海



初心者向け、入門艇としてシリーズでの展示、販促を

前号でご紹介した通り、ヤマハではマリンラブコールキャンペーンを展開中。特に新規客獲得を目指す一貫として、入門者向けモデルをシリーズ化し、マリンの訴求を図ります。ぜひ、これらモデルの常時展示を促進し、新規マリンファンの獲得にお役立てください。(14頁にマリンラブコール関連のツールをご紹介します)

■この頁でご紹介したニューモデルFESTA24が新たにマリンラブコールセレクションとして加わりました。SRV、Tackle-20、JEANNEAU20 SUN FAST、さらにボートライセンススクールの4モデル、1アイテムの積極展開をお願いします。



クォーターバースと一体感を持たせたキャビンは24フィートながら広さを感じさせる

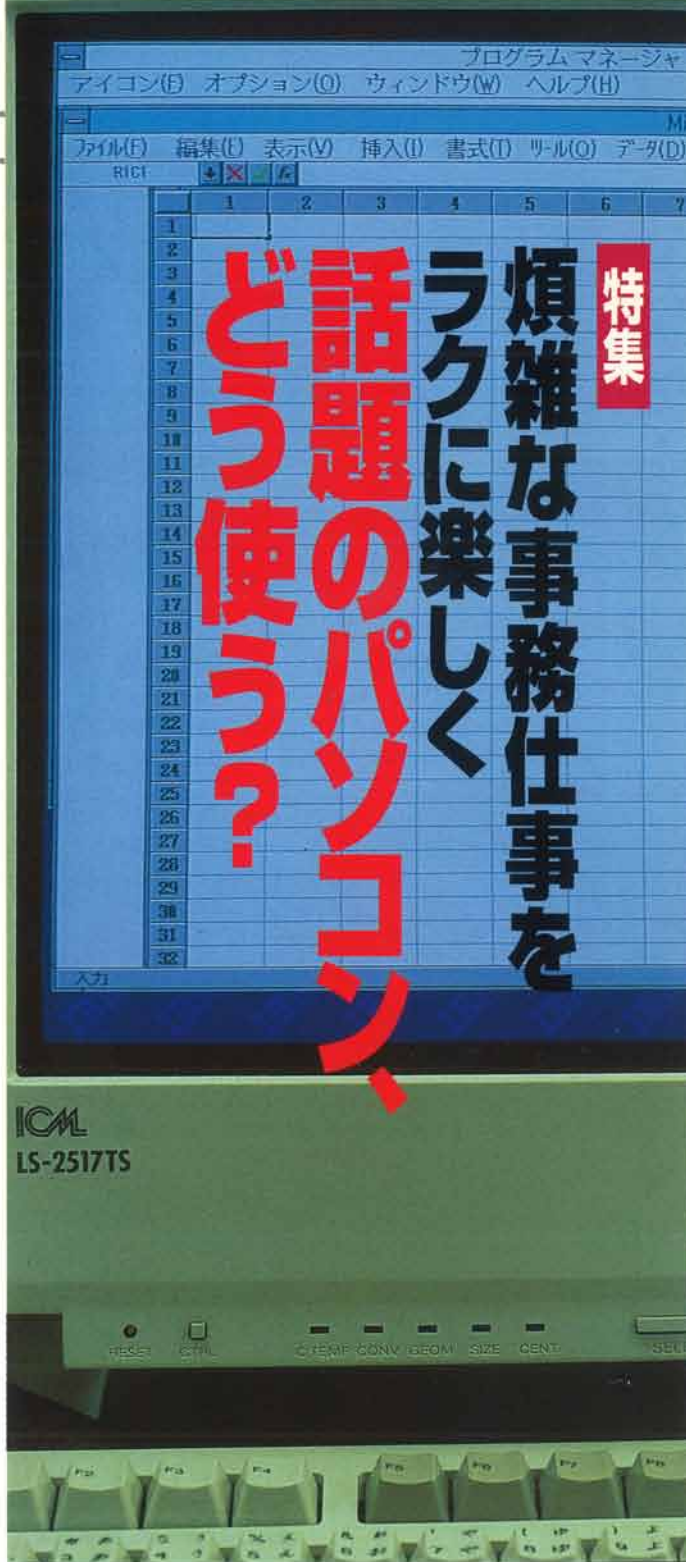
LTDタイプのキャビン。チークを用い、トラディショナルなイメージを演出



- 〈主要諸元〉 ●全長:7.42m ●水線長:6.55m
 ●全幅:2.72m ●喫水:1.50m
 ●セイル面積:25.57㎡ ●エンジン:8PS
 ●航行区域:沿海 ●定員:10名(平水)、8名(沿海)

煩雑な事務仕事を ラクに楽しく

話題のパソコン、 どう使う??



その1 パソコンはいつでも使えるはずじゃない?

パソコンはいつでもどこまで普及しているのか、キーワードをかき集めながら、マリンビジネスとパソコンの関連の一部を検証してみた。

a 「机上で世界を飛び回る」「インターネット」

昨年、大いに話題となったインターネット。コンピュータとコンピュータをつないだネットワークが世界中に際限なく広がったものと思えばわかりやすい。このネットワークに参加することで世界中のサーバーコンピュータに、自宅にいながらして一般的な電話回線を利用してアクセスできる。

インターネットのサービスの中でもっとも一般的なものとしてWWW (World Wide Web) があるが、まず、クライアント (いわば我々) が、サーバーにアクセスすると図の

ような「ホームページ」と呼ばれる画面が現れる。我々はその画面から情報が得られると同時に、ホームページによってはこちらから情報を送ることもできる。そのためこのシステムを利用した通信販売も実際に成り立っている。さらにボタン操作ひとつでその画面とリンクした別のホームページへと飛び移ることができる。そして次々とサーバーへと飛び移るサーバーへと飛び移ることを巷ではネットサーフィンと呼んでいる。なんだか難しそうだが、

ようするにタッチTVのような方法で世界中のコンピュータを行ったり来たりできる。

今、もっとも現実的な利用方法は、情報収集ではなからうか。例えば先日、我が編集部

で、96年にアメリカで行われるボートショーの日程表が必要になった。そこでインターネットを利用して、アメリカのマリン関係のホームページにアクセスし、ボートショー情報を引き出した。その間わずか5分足らず。輸入雑誌の情報に比べてもリアルタイムの情報が入手できるところが味噌だろう。

しかも我がパソコンにはキーボードをたたくことなく、そのアメリカばかりか世界の主だったボートショー約200件の情報がデータとして納められているのである。これは確かに便利。アメリカにはこんな情報の他にフィッシングやセーリングスポーツ、ボートの新製品情報や中古艇情報など情報が山とある。だからといって、我々の売り上げが即伸びるということ

「デジタルかアナログか?」つい最近までは腕時計のことでそんな話をしていたような気がする。しかし、最近になってふと周りを見渡してみると、あらゆる場面でデジタル化の波が押し寄せているではないか。特にパソコンの普及はめざましい。使わなければ使わずに済んでしまふ。しかし、電話だって、ファックスだって、コピー機だって、みんな最初はそうだった。話題のパソコン、果たして本当に便利なのか、どのように役立つのか、パソコン周辺の話題を探るとともに、ビジネスシーンで実際どのように使われているのか探ってみた。



はあるまいが、お客様への話題提供は十分にできそう。なお、日本では雑誌「KANZI」の発行元



トコンピュータを介して他人のコンピュータ同士、情報を交換するシステムだ。

この商用ネットワークにも多種多様なサービスがある。代表的なものでは電子メール（インターネットにもあるが）、商用ネットワークに入会すると、まずIDナンバーが個々に与えられる。これはいわば私書箱のようなもの。これを利用して、例えば我が編集部のパソコンにある情報を、特別なネットワークを組まなくても二フティサーブが用意したホストコンピュータ（にある私書箱）を介して、皆様のお店のパソコンに転送することが可能になる。

舵社がこの2月からホームページを新設し、各種マリン情報の提供を行う他、マリンフォトライブラリーなど、ユニークなサービスも行う予定だ。

b 『BBS』電子メールに情報検索

インターネットが流行する以前、そしてもちろん今も、ネットワークの主流として年々利用者数を増やしているのがBBS、商用ネットワークだろう。パソコン通信の最もポピュラーな利用法なのではないだろうか。国内大手BBSの代表的なものとして「二フティ・サーブ」や「PC・VAN」などがある。

まず最初にコンピュータにつないだモデムという端末機器に電話をかけさせ、ホストとなる大型コンピュータにアクセス。そのホス

関係するものといえばフォーラムがある。これはいわば愛好会のようなもので、様々なテーマのフォーラムがあるのだが、マリン関連ではジェットスポーツ、セイリング、釣りといったフォーラムが設置され、多くのファンが会員同士、パソコンを通して情報交換を行っている。規約によって商業目的にネットを使用することは禁止されているが、市場の生の声を直に覗き、全国のマリンファンと直に情報交換できるという意味では価値がある。

c ヤマハにもある『ワイズマリンネット』

我々に身近なパソコン通信といえばワイズマリンネット。ヤマハが設立した中古艇事業の専門会社・ワイズマリンが独自のネットワークを構築し、運営しているものだ。システムはおおよそ大手の商用ネットワークと同

様だが、ワイズマリンでは専用のソフトウェアを使って、グラフィカルな画面上で簡単な操作で情報を収集、登録することができる。

特徴としては、目的の中古物件を、最新情報からキーボード操作なしで（タッチV形式で）検索する事が可能。また検索方法は、艇種に限らず、金額、メーカー、年式などの様々なキーワードを元に検索できる。

また、自分の売りたい物件の情報をホストコンピュータに登録することで即全国に「売りたい」情報を発信したり、艇の写真情報をコンピュータのモニター上で見ることができ、そうした画像情報を持ち出しプリンタに出力できるのだ。雑誌広告等と比べると、リアルタイムで情報の受発信ができるのが最も大きなメリットだ。

なおワイズマリンネットはハードにNEC製のPC-98シリーズのパソコンを利用。もちろんこのパソコンは、通常のパソコンとしての使用が可能だ。

d 最も現実的な利用法？『データベース』

これは最もポピュラーな使用方法として、読者のみなさんも古くから利用していらっしやる方が多いだろう。具体的にどんなことができるかは、後のレポートをご覧いただくが、市販のパソコンにひとつのデータベース作成ソフトをインストール（ソフトウェアをハードに読み込ませる作業。簡単です）する事によって、顧客管理や給与計算、在庫管理など、様々な利用ができる。もちろん、それぞれの使用目的に合ったソフトもあらかじめ多数用意されており、ソ

フトウェア自体おおよそ1〜3万円の価格帯で購入することができる。

コンピュータによるデータ管理の長所は、一度入力してしまえばそのデータを何回でも使い回す事ができ、さらに半永久的に利用することができる点だろう。一度作成し、修正、追加を重ねながらデータを育てていくことによって、それはお店にとって掛け替えのない財産となる。

e プリプレスを自分で『DTP』

DTPとは、デスク・トップ・パブリッシングの略。つまり机上で印刷物を作成してしまうことをいう。実は、みなさんが今お読みの『ヤマハマリンニュース』も編集部内にあるマッキントッシュというパソコンで原稿が作られ、レイアウト専用ソフトで割り付けが行われ、写真を読み込んだ状態でデータとして印刷所に入稿しているのだ。パソコンを利用することによって、これまで特殊な機械や技術を持った印刷会社でしかできなかった印刷前の版下作成などの作業工程を、編集部内でできるようになったのである。

これだけでは、みなさんのビジネスとはあまり関係ないと思われるかもしれないが、DTPの一番のメリットは印刷コストの削減だ。お店ならば、ポットや簡単なチラシなど、従来専門の業者に依頼しなければならなかった分、ちょっとしたセンスさえあれば、わずかな時間で作成できるのだ。さらによほど高い品質と大量の部数を求めるので無ければ、安価なプリンターで印刷まで出来る。これについても後のレポートでご紹介しよう。

その2 マリン販売店の活用事例

さて、インターネットやら、ウインドウズなど最新情報は置いておき、もう少しベーシックなパソコンの導入事例について触れてみよう。実際、これまで取材させていただいた販売店さんの多くはこれからご紹介する、「顧客管理」という面で、パソコンを活用されている。今回は栃木県宇都宮市のマリショップ・栃木マリンを訪ねた。

免許取得者のデータをパソコンで管理 それは使ってこそ効果がある

2千3百名分の顧客データが宝物

栃木県の県庁所在地、宇都宮市に店舗を構える(有) 栃木マリン(星森雄社長)は昭和50年の創業、昭和53年に組織変更し、現在に至っている。同社でパソコンによる顧客管理を実際に担当しているのが木村正明常務だ。木村常務は同社に入社される以前は食品関係の企業で25年間に渡って経理部門を担当され、パソコンにも永く携わってきたという。

同社が導入しているのは国産のPC98シリーズ(NEC社製)の旧式モデル2台。決して最近話題になっているような最新機種ではないが、「ここに入力されているデータがわが社最大の財産です」(木村常務)というほど、特に顧客管理という面において、大いに威力を発揮しているのだ。

主に使用しているアプリケーションソフトはデータベースの「桐」。表計算ソフトの「ロータス1.2.3」。「表計算ソフトである「1.2.3」は野線をわざわざ作成する必要がないので、書類作成にも活用しています」という。

入力されている顧客情報は全部で2300件。同社で申し込みをした免許取得者の情報が全て個々に納められているのである。

パソコン導入時にはこれまでノートで管理していた情報を、社長の奥様が中心になって全て入力し直したが、約1ヶ月半の時間を割いたそう。読者の中には「それだけの時間を裂くのなら他の仕事を」と思われる方もいるかと思われるが、前述したとおり、一度入力したものは何度でも使い回しができること、あらゆる角度からの検索ができること、そのことを考えれば、木村常務が「わが社の財産」と言うのも頷けよう。

さて話は少々横道にそれるが、ここで栃木マリンのご商売の概要をご紹介したい。

同社は長い間、中禅寺湖をメインの市場としてご商売されてきた。ところが、平成2年の国立公園法の改正により、湖内における動力船の使用が禁止されてしまった(平成8年までは許可制で、載せ換え、買い換えは禁止)。免許の講習や実技試験については特例として認められているものの、以来、多くのお客様は福島県の猪苗代湖や茨城県の大洗方面へと遊び場を移すことになった。



栃木マリンで顧客のデータベース管理を進める木村常務

こうした製品別のDM類もターゲットを即座に絞り出すことができ、さらに宛名ラベルまですぐさま印刷可能だ



栃木マリンさんの顧客管理入力項目

●氏名●読み仮名(ひらがな/カタカナ)●郵便番号●住所1●住所2●電話番号●免許番号●新免許番号●性別●誕生時の元号●誕生年●誕生月●誕生日●本籍●免許種類●有効起算日●更新日●有効期間●取得年月日●その他

生年月日にしても細分化した情報が入力されているのが特徴。〈その他〉については「企業秘密です」と木村常務。営業活動に必要な情報を入力しているという。

■93年のヤマハマリンニュースに掲載した世田谷店の顧客管理の入力フォーマット

免許関連のデータは栃木マリンほど詳しくないが、個人情報や購入形態、サービス関連の項目が充実している。これらの項目によるデータの抽出(リストアップ)が即座にできる。

「最も実用的な使い方としては、情報発信です。毎年行う展示会や、新製品の案内、免許

データの加工が 価値を生む

「特に大型艇のお客様の場合はクルージングに同行するなどマメにアフターフォローをしています」と木村常務。それでも、遊び場が散ってしまった分、通常ならばユーザーとのコミュニケーションが希薄になりがちだ。そこで顧客情報の把握が大いに重要性を持つ。少なくとも販売店から顧客へメッセージを伝えるのにこのデータベースは大いに役立つ。それに営業活動にも。

「その場合は、ターゲットとなる年齢層や免許取得時期をもとに製品別のターゲットを絞り込み、その方たちだけに案内はがき等を発送します」

更新講習会の案内などですね」
同社では毎年3月と4月に展示会を開催しているが、第1回目の展示会の際は顧客リストに基づき2300名ほほ全員にDMを発送する。2000件分もの宛名書きを考えた場合、手書きではどんなに時間があっても足りないだろうが、パソコンに入力してあればソフトに付属しているテンプレートを利用して、即座にラベル印刷することができ。新製品の案内をするときは、それこそ2300名全員に行っていたのでは効率が悪い。

ももちろんその操作も簡単にできる。しかし、これがデータベース作成の大変さなのだが、情報収集がしてあること、それを確実に、正確に入力してあることが大前提となる。

先ほど、2300件分のデータを1ヶ月半かけて入力したと書いたが、その苦労は避けられない。さらに、個人情報には常に変化している。「住所の変更や免許の更新があったたびにデータも更新しなければならぬ。知ったそのときにすぐに入力すればラクなんですけど、やはり、ついいため込んでしまうんですよ」と木村常務も苦笑していた。

「これだけではまだまだ」だという。

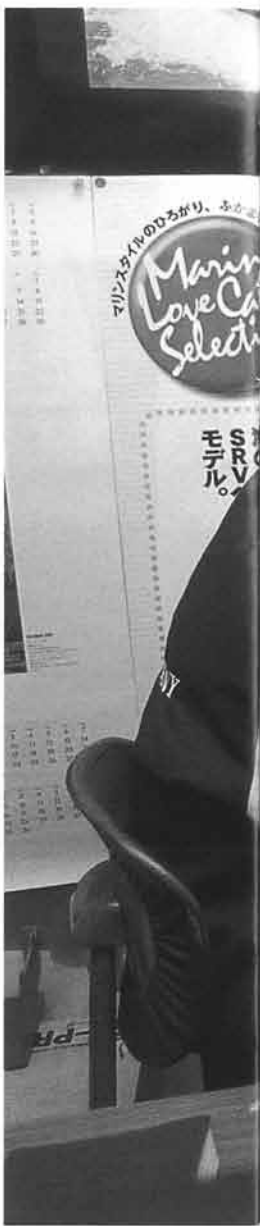
「今後は艇体関係の情報を収集してこの顧客情報に反映させ、データベースを完成させたいですね。情報収集や入力作業は確かに大変ですが、その後そのデータを加工して役立てていく楽しみがありますからね」と意欲的だ。そういうことなら、以前の顧客管理特集で取材した、ヤマハの直営ショップ・ヤマハマリンプラザ世田谷が利用していた顧客管理の項目も掲載してみたので、参考にされたい。

通常の来店時以外に情報収集として展示会の来場者を対象にも行っている。昨年の春はSRVに関するアンケートを100件以上収集し、顧客リストにその結果を反映させた。これによって、例えばアンケートに大変気に入ったと記入した来場者の住所、氏名はもちろん、大まかなプロフィールまで把握できるのだ。同モデルの分析、販促に役立ててもある。

同社の顧客管理用のデータベースの入力項目は別項の通り。ご覧のように免許関連の情報が中心だ。木村常務は



宇都宮市内の栃木マリン店舗。海辺に店舗を構えるショップに比べると、より顧客への積極アプローチが重要だ。その意味でもパソコンによる顧客管理が役立つ



その3 パワーユーザーによるパソコン導入指南

東京の下町、台東区の根岸で和菓子の製造・販売業を営む「竹隆庵岡埜（ちくりゅう あんおかの）」。「同店の常務取締役・吉原一行さんはパソコン関係の著書をもつ、マッキントッシュ（パソコンの一種）のパワーユーザーである。今回の特集企画の締めくくりに、さっそく吉原さんを訪ね、和菓子製造販売業の経営に、いかにパソコンを活用しているのか、うまく導入するポイントは何か、お聞きしてきた。

効果は省力化とコストの削減 なんといつでも楽しく仕事ができること

これまで何度も「パソコン」と書いたが、パソコンの種類もいろいろある。昨年の11月に発売され、話題となった「ウインドウズ95」はパソコンの基本ソフトの名称である。パソコン本体は、このソフトをインストールすることで他のさまざまなアプリケーションソフトを利用することが可能になる。この「ウインドウズ95」の対価をなす基本ソフトが「MAC OS（マッキントッシュIIマック）」や

「OS/2」「UNIX」などで、これらの基本ソフトはハードによって動作するものではないものがある。

吉原氏が利用しているパソコンは、常に先進的な技術開発をしてきたことで知られ、話題のウインドウズ95と何かと比較されることの多い、米国アップル社のマックを利用して

いる。「確かに今は気に入って使っていますが、

マックを利用する事にしたのは本当にたまたま。初めて行ったパソコンショップがマッキントッシュ専門店というだけのことだったんです。ただ表計算ソフトのデモンストレーションを見て、本当に簡単な操作でモニター上の表がパッとグラフに早変わりする様をみて驚きまして、そのままマックを買ってしまったんです。確かにマックは初心者にも使いやすい、優れたパソコンですが、ウインドウズも新しくなったことで使いやすくなり、これから性能そのものは、大差がなくなると思っています」

さて和菓子屋さんの経営に携わる吉原さんは、一体どのようにパソコンをご商売に活用しているのだろう。

竹隆庵岡埜がマックを導入したのは5年前のこと。そのころは吉原さんもパソコンに関しては全くの素人で、よもやパソコンが趣味になるとは思ってもいなかった。義理の父親の家業を手伝うことになって、初めてパソコンの導入を考えたという。

「給与計算、現金出納、納品伝票の作成等の一般的な経理、事務関係の仕事は効率よく行えないかと考えたのがきっかけでした」

吉原さんは今、お店のデスクトップ型のマックの他、個人で「パワーブック」というノートブック型のマックを所有している。朝、本店の階上にある自宅から荒川区の支店にそのパワーブックを携えて出勤する。支店業務では来客の合間を縫ってノートブック型のマックを使い、給与計算、伝票整理などの事務仕事をこなす。19時の閉店後は本店に戻り、都内に展開する7店舗の支店から寄せられる売り上げ情報を集計、本店のメインマシン（「ファイルメーカープロ」というデータベース用のソフトを利用）に入力していく。ノートブック型のパソコンとメインマシンはケー



本店の階上のマンションの一室が専用のOAルームになっている

ブル一本で簡単に接続が可能で、入力した情報をリンクさせることができる。

吉原さんの場合、この作業を毎日行っているが、本人の趣味とも言えるパソコンを利用するだけに、通常では煩雑で、面倒なこうした事務関係の仕事は「楽しくこなせる」のだそう。また、これらの作業は和菓子の販売という業種柄、毎日行わなくてはならないが、どんな業種でもデータベースはため込まず、毎日必ずこつこつとでもいいから作り上げていくことが成功の秘訣のようである。

さらに「一円でも多く売り上げてなんぼの商売だから、専門の事務員一人を雇うのもどうかと思う。パソコンを利用してはいるからこそ省力化につながり、自分が販売と兼任できるのだ」という。

一度パソコンに入力したものは普通の帳面などに書いたものに比べ、検索が容易なこと、そのデータを元にした加工がしやすいことも大きなメリットとしてあげている。



吉原さんはノートブック型パソコンとデスクトップ型のパソコンを上手く組み合わせて利用している

パソコン導入に気を付けたいこと

●何をしたいのか目的をハッキリさせること
 他のお店でもやっているからと言う、あいまいな理由では長続きしない。ハード、ソフトも何のために導入するのか、それに合ったものを選ばなければならない。

●信頼のおける販売店から購入する
 パソコンへの依存度が高くなるにつれ、ハードのトラブルは業務に大きな支障を来す。趣味の範囲ならともかく仕事に使うのであればアフターサービスのいい信頼のおける業者から購入する。

●毎日触ること
 購入後、10日ぐらいでパソコンに触らなくなるケースをよく耳にする。吉原氏もその時期が最初の壁になったそうだ。少しずつでもいいから毎日操作しよう。吉原さんの場合は息抜きにゲームを楽しんだという。

吉原さんは今、ニフティ・サーバに入会し、パソコン通信を楽しんでいるが、これも趣味とはいえず、幾分仕事に役立っているのだという。まず、本が書けるほどマックの知識が得られたのはパソコン通信でより多くのマックユーザーと会話できたから。

特に初心者の内はちょっととしたハードのトラブルや、ソフトのことで分からないことがあると、ネットワーク上に質問を書き込むことで多くのベテランユーザーから、電子メールでアドバイスしてもらいうことが出来る。

大手BBS内で「異業種ネットワーク」を

中古艇のパンフレットも作れそうである。パソコン、プリンタ、スキヤナなど、ハードの価格はいずれも個人で購入できるレベルまでこなれている。吉原さんが言うにはパソコン本体、プリンタなど20万円ぐらいの予算で一通りのことができるハードがそろえられるそうだ。ぜひ現実的なヒントとしてとらえてみたい。

パソコンを使用する事で アイディアも生まれる

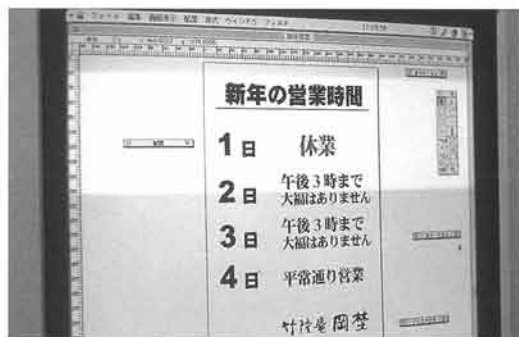
竹隆庵岡笠の場合、雑祭りのシーズンや子どもの日、春と秋の彼岸、敬老の日など、毎年決まって忙しくなる次期がある。そして毎年同じ時期に材料や包装紙など資材関係を大量に購入する。吉原さんは、これまでこうした伝票関係を毎年データベースとして蓄積してきたので、資材関係の価格変動が一目で分かるだけでなく、どのぐらいの量が必要かなど、データに基づいた予測も建てられる。

吉原さんは、マックならではの強みを生かしDTPの機能もご商売に役立てている。写真のポップはいずれも吉原さんが通常の事務仕事を終えた後の時間に若干の残業時間で作りに上げたものだ。また、贈り物用の掛け紙に書く名前などもマックを使って作成し、印刷している。

「なんとと言っても、制作費、印刷費の削減と

いうのが大きな効果としてあげられます」

また取材時に、「敬老の日」用にマックで作った菓子への包みに添えるカードを見せていただいたが「従来必要なものを作るだけでなく、こうしたちよっとした工夫を生み出せる」こともマックというパソコンがあるからだ。



店内に掲示するお知らせポスターもきれいに仕上がる



吉原さんがマックで作成した店内用のポップ

また、パソコンを通じていろいろな業種の人たちと知り合うことができたとも。

「パソコンを商売にどう生かすかだけではなく、ビジネス全般のノウハウといった情報も得ることが出来ます。かつこよく言うとも異業種ネットワークですかね」

最後に、よくパソコン導入について相談を受けるという吉原さんに、パソコン導入時に気を付けたい点をお聞きしておいたので、別項にてご紹介しよう。

吉原一行 ●よしはらかずゆき
 東京都台東区根岸で和菓子製造販売を営み都内の百貨店等に7つの支店を持つ(有)竹隆庵岡笠(昭和33年創業)の常務取締役。5年前にマックintoshを購入し、以来、パワーユーザーへの道を歩む。最初はパソコンについて批判的だった社長も、最近になってやっとそのメリットを理解してくれているという。現在パソコンは本店と個人用しかないが、パソコン通信による支店のネットワーク化を構想。著書に「マックユーザーのための超・時間管理術」(発行/株式会社光栄)がある。1961年生まれ



浜

を訪ねて

岡山県／水島灘

倉敷市(有)シラガカーシップ

社員全員がすべての業務を担当。
小規模経営ならではの迅速な対応が自慢です。



全員が営業であり、サービスマンであり、社長でもある。
だれもがどんな仕事でもこなせるのが自慢だ



瀬戸大橋の北のたもと、高梁川が流れ込む倉敷市の水島灘一帯は、岡山県屈指のノリの産地として知られている。

「川が運んでくれる真水と海水がほどよく混じりあい、そこに瀬戸内ならではの潮流が加わって、良いノリが育つんですわ」

今年56歳になる原田勇さんは、ここ水島の海で15年前からノリ漁に励んできたペテランの漁師さん。収穫船、足船、それに酸処理と呼ばれるノリ網の消毒という3つの作業にあわせてヤマハ和船W-25を3隻所有し、それぞれを使い分けながら漁場を守っている。

原田さんが加入している黒崎漁協の組合員は60人ほどだが、1人で複数の船を使うため、港には150隻ほどが舳われている。

「メインテナンスしなければならぬ船の数が顧客の2、3倍ありますから、シーズン中は大忙し。とにかく急ぎの仕事に追われっぱなしですね」ヤマハ和船の販売修理で原田さんたちのノリ漁を支えるシラガカーシップの高越さんは横に座った社長の白神さんと顔を見合せて笑みを浮かべた。

同店は、もともと自動車修理関係がメインだったが、昭和50年代初頭に工場の拡張計画が持ち上がったとき、海の仕事に進出。ちょうど水島の浜がノリ漁で盛況を呈するようになった時期と合致したため、その後はヤマハの和船と船外機が主力商品となった。

ノリ漁は、技術の勝負といわれている。海面に張られたノリ網の下に船を潜らせ、デッキに設置したレールの上で網を滑らせながらノリを採取。その後は、他の海藻が網に付着しないよう、先に述べた酸処理作業が待っている。

白神社長は、それまで手作業に頼っていた酸処理の機械化に挑戦。苦心の末、揚網・薬品塗布・降網までを一つの行程で行える機装を考案した。

(有)シラガカーシップ

(有)シラガカーシップ

- 創業……昭和49年2月
- 従業員……5名
- 商圏……倉敷市水島灘一帯
- 主力商品……和船Wシリーズ、船外機、他

白神社長とサービスの高越さんの2名ではじめた会社で、家族的な小規模経営に徹している。ノリ漁船の機装という特殊な仕事の事情もあり、いきなり職安から紹介されてもなかなか仕事になじめない人が多いという。白神社長が拝み倒して家業へ入ることを説得した2人の息子さんは、それぞれ大学と高校を出たばかりだが、中学時代から仕事を手伝っていたので即戦力として活躍している。酸処理の機装を考案した白神社長は、よそへ出向いたときなどに、その浜の漁船を写真に撮るなど努力を欠かさない。そんな地道な努力が評価され、店内はいつも地元漁師さんたちのたまり場となっており、情報交換の基地と化している。

■デリケートなノリ漁場

水島のノリ漁に使われる和船はW-25〜27までが多く、ノリ漁以外にもツボ網と呼ばれる定置網漁で、ペイカという瀬戸内独特のイカが水揚げされている。水島のノリ漁は、9〜10月にかけて網の仕掛けに入り、11月初旬に種付けをして、11月10日あたりから漁がはじまる。その後、3月中旬まで水揚げが続き、忙しいときは夜明けから漁に出向き、夜は収穫したノリの加工作業に追われる。加工作業は各自の責任で行い、乾燥機械などへの資本投資も怠ることができない。漁から製品づくりまで、作業が多いので家族の協力なしではできないという。なお、網を仕掛ける位置は、毎年くじ引きで決められる。最近では沿岸の埋め立て地が増えて風や潮の流れが変わってきたため、場所どりはあなどれない。淡水と海水の混ざり具合、それに潮の流れがノリの出来不出来を決める大きな要因になるそうである。



原田さんが所有する3隻の和船。左から採取船(W-25AF)、酸処理船(W-25BF)、足船(W-25CF)。同じW-25シリーズだが、作業によって機装は大きく異なっている



ノリ漁から帰ってきて水揚げに励む、原田さんの仲間。これから自宅の加工工場へ運んで商品化する仕事が行われている



シラガカーシップの社員一同が勢揃い。手前前列が、白神社長と経理事務を担当する奥さま。後列に社長の片腕である高越さんと、家業を継いだばかりの息子さん2人が並ぶ

採取船(W-25AF)の機装。海面に張られたノリ網の下に船ごと潜り込み、アーチ状のフレームの上で網を滑らせながら徐行してノリを採取する



白神社長が考案した、酸処理作業の機装。船の上に揚がった網が、デッキ中央に設けられた水槽のなかで薬品に浸り、その後、艦の木製デッキから海面に落とされる

黒崎漁港へ向かう国道沿いにある、シラガカーシップ。明るく清潔なショールームが同社のお客様を迎える姿勢を物語っている



原田さん(右)と、シラガカーシップの頼れるサービスマン高越さん

「漁師さんによって仕事のパターンが微妙に異なるので、ノリ漁船の機装は規格化できません。また、漁師さんの細かい注文を一つずつ聞いてくれる鉄工所もないので、私どもが知恵を絞るしかないのです」

この機装は他の浜でも真似をされ、またたくまに普及したという。

「1隻の修理で浜に行くのと、近くの漁師さんが自分の船もついでに見ていってくれと声をかけてくれます。特に悪い箇所がなくても、点検してあげると安心してくれます」

浜の信頼を一手に集めているのは、仕事をする人の身になって機装の相談を引き受ける親身な姿勢があつてこそ、といえよう。

「ノリ漁に使う大がかりな機装をする場合、安定性がよい船でなくては自信をもって顧客に勧められません。その点、ヤマハの和船は船底のバランスが良い。いざ荒れても安心できます」

独自の知恵と自信をもって売れる船、これらがあれば、あとは営業力だけである。

「ウチは小さい店ですが、それだけに対応力は自慢できます。たとえば留守番電話の対応はしていません。店が閉まっても、お得意さまには自宅の番号を教えてください。急な修理でも即座に対応できます」

また、会社が抱える仕事は、つねに事務をのぞく4人の社員全員が頭に入れるよう心がけている。いつ電話が入っても、担当者が不在で対応できないということがある。小規模経営だからこそ發揮できるメリットをフル活用している。

「機装から船外機の修理まで、やることが多いので仕事に飽きることがありません」

家業に入ることを拝み倒して説得したという白神社長の2人の息子さんも、今は仕事を楽しんでしかたがないと張り切っている。

① 数字で見る日本のプレジャーボート市場



着実に拡大している底辺層 買い換え需要にどう対処するかがキーポイント 廉価版。パッケージボートは市場活性化の立役者

今、日本のプレジャーボート市場はどのように動き、そしてユーザーはどんなボートやヨットを求めているのだろうか。たんに感覚だけで判断せず、その裏付けとなるデータも欲しい。そこで、まずは日本舟艇工業会がまとめている、国内出荷状況の統計を見てみよう。

図1は、同会加盟8社（輸入も含む）による、モーターボート、ヨット、およびPW（水上バイク）の年間出荷隻数である。これによると昨年、ヨットとPWは前年比でマイナスだったが、モーターボートは17%アップと健闘した。

もっとも、これを金額ベースで見ると、昨年度の実績はモーターボートが前年（1994年）比98%、ヨットとPWをあわせた3機種合計では99%となり、ほぼ横這いの結果となっている。つまり、昨年のモーターボート市場は、あまり売り上げ自体には変化がなかったものの、出荷隻数だけは著しく伸びたことになる。

この状況を単純に考えれば、高価な大型艇が伸び悩んだ反面、低価格な小型艇の売れ行きがよかったという結論になる。実際、図2で示したとおり、モーターボートの昨年の出荷内容をサイズ別に見てみると、実に全体の70%が全長6〜8mで占められている。となりに並べた一昨年のデータが59%だったことを考えると、これはかなりの増加である。全体的な販売隻数を一昨年に比べて17%も押し上げた功労者が、こうした小型艇だったことが大いになぜか。

肝心の売り上げが横這いではしなかったが、という意見もあるが、小型艇の数が増

えて底辺が拡大しつつある傾向は望ましいことである。バブルの時代、興味本位から高価な大型艇を買ったものの、すぐ手放してしまつたユーザーも少なくなかったが、それに比べて現在は、無理のない購入計画のなかで自分にあつた艇を慎重に選んでいるユーザーの姿がうかがえる。その一方、同会の調べによれば、モーターボートの1991年度の平均出荷単価は約470万円だったが、昨年のそれは280万円になっている。これは、市場ニーズにあわせた、あくなき企業努力の結果であろう。

また、景気の低迷が言われるなか、たんに興味本位だけでモーターボートを買う人は少ないはず。にもかかわらず艇数が増えたということは、それだけ海の遊びに関心を寄せている人が多いということに他ならない。ここ1〜2年、相次いで発表された低価格の小型ボートは、こうした潜在需要の掘り起こしに大きな成果をあげているはずである。

▼ユーザーの素顔

市場の動向を探るうえで、ユーザーの意識も把握したい。ヨット・ボート専門誌「KAZU」では、定期的に読者のアンケート調査を行い、「マリン白書」と題して誌面発表している。残念ながら、現時点で1996年度の調査は実施されていないが、1994年度版（マリンスポーツガイド95）から、いくつかのデータを参考にさせていた。

図3は、ユーザー（読者）が現在所有しているモーターボートの種類を地域別に見たもの。これによると、小型フィッシャーマンは

近畿や中国・四国の瀬戸内を群を抜いて多く、全体でも約25%を占めてトップに立つ。これに、スポーツフィッシャーマンも加えれば、わが国のモーターボート人口は、約半数が釣りを目的に乗っていることになる。ちなみに図4は、今後5年以内に購入を予定しているモーターボートの種類。キャビンクルーザーが約31%と一番多いが、釣りを目的とした小型フィッシャーマンとスポーツフィッシャーマンをあわせると、両者で全体の45%を占める結果となる。

今後の予定を示す図4になると約25%と大幅にアップする。同じ比較で小型フィッシャーマンとキャビンクルーザーを見た場合、前者が多少の減少、後者が多少のアップにとどまっていることを考えれば、この違いは著しい。スポーツフィッシャーマンに対する憧れが強く、実際に将来は購入しようとして決めているユーザーの数も多いことがよくわかる。ただし、図5で示すように、購入予定艇のサイズは25〜30ftに集中しており、40ft未満と答えたユーザーは、わずか5.7%。ビッグトロリングに挑戦する何千万円もするような大型艇までは望んでいない。買い換えて自艇をランクアップさせるにしても、バブル時代のような派手さはないが、これは現在のユーザーが堅実に自分の夢を追っている証拠といえるだろう。着実なる市場の発展を考えたら、歓迎すべきことではある。

図1 国内主要8社の年間出荷速報 ※日本舟艇工業会

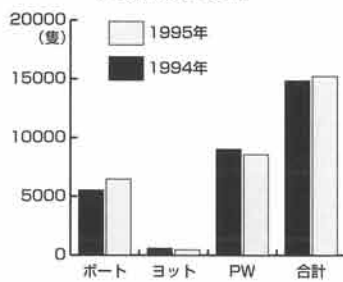


図2 国内出荷実績速報（モーターボート） ※日本舟艇工業会

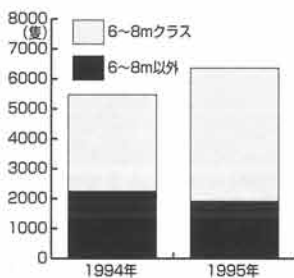
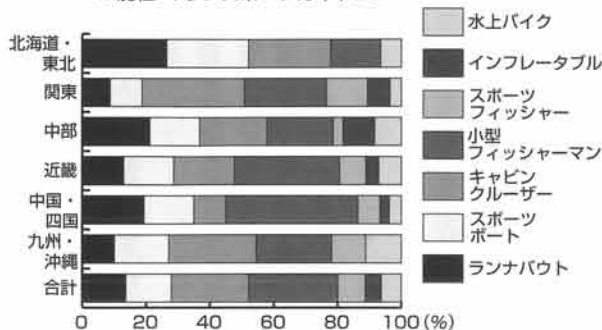


図3 所有艇の種類（モーターボート） ※舵社/マリンスポーツガイド95



(レーサー/クルーザー)タイプをあわせると、実に全体の80%近くを占める。これは、同調査における今後の購入予定でも同じ結果となっており、そのサイズは30ft未満、35ft未満がそれぞれ30%と他を圧していた。両者をあわせて60%という数字は、このクラスがスタンダードとして定着していることを物語っている。

▶プレジャーボートをとりまく環境

日本はプレジャーボート後進国と言われるが、図7のように数字で比較するとよくわかる。他国のユーザー像を知るため、米国舟艇工業会の資料を拝見させていただいた。

図8は、1994年時点で米国が保有するプレジャーボート1664万2千隻の内の訳を示している。ちなみに、同年度における日本の保有隻数は約32万隻。とても比較にならない数字だが、その内訳に関していえば、ヨットとモーターボートの比率が類似しているため、参考にした。

この図で興味深いことは、船外機仕様艇が実に全体の半数近くを占めている点にある。なお、同年度に販売された船外機の平均馬力は67馬力。艇体の平均サイズは16・7ftで、軽量かつ安価なアルミ製が多い。

これは、米国には数多くの湖や川が存在しているためであるが、だれでも手軽に買える安価な小型艇が、世界有数のプレジャーボート大国の底辺をしっかりと支えていることがわかる。いまでも、ヨットやボートは金持ちの遊びだという観念が強い日本とは、感覚的なところから、すでにギャップがあるといえよう。

これら米国の小型艇ユーザーの多くは、トレッラーを使って水辺にアプローチしているといわれている。米国の岸边には、いたるところにスロープ施設が用意されており、だれもが数ドル程度の利用料で気軽に使えると

聞く。まさに、大衆レジャーの一翼を担っているといえよう。

図9は、前出の「KAZI」誌マリン白書による保管場所の推移を調べたものである。これによれば、公共マリナーの利用が年々増加しているが、その一方で海岸や河川に係留する人たちの数は、減るどころかむしろ増えている。

なお、図10は、同マリン白書による保管料の調査結果である。これは、全国各地をひとまとめにしたもので実際に地域格差もあるはずだが、もともとの無料であることが、図9の推移を裏付ける結果になっている。また、無料も含めて年間30万円以下をまとめると、全体の約70%に達することにも注目したい。このあたりが、ユーザーにとって抵抗なく支払えるコストであると想像できるからである。

米国のように、わずか数ドル程度で利用できるスロープを早急に造れというのはいささか酷いものだが、誰もが手軽に使える安価な施設の整備が待ち望まれているといえよう。

今、水産庁が推し進めるフィッシャリーナ計画や、運輸省による簡易係留施設「PBS」といった、これまでになかったプレジャーボート保管事業がスタートした。すでに、場所によっては年間利用料が数万円といった施設も登場しており、今後の展開に期待が寄せられている。

こうした環境整備を見守り、時に参画しながら市場を形成していくことはもちろんだが、現状の中でどのようなビジネスが効果的か、さらにどのような製品が受け入れられるかは常に考えていかなければならない。それが昨年からヤマハが提唱している「日本型マリンビジネス」の確立に結びつく。

このコーナーでは、皆様のご商売に関わるマリン市場の現状を、取材記事やデータで分析していきます。次号以降は保管施設、規制緩和などのテーマに取り組み予定です。ご期待ください。

図4 購入予定艇のタイプ (モーターボート)
※舵社/マリンスポーツガイド95

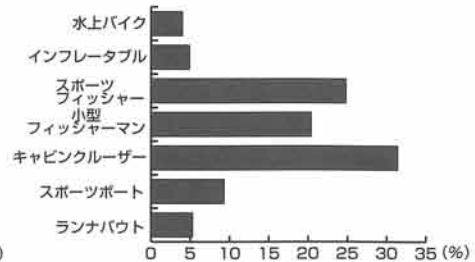


図5 購入予定艇のサイズ (モーターボート)
※舵社/マリンスポーツガイド95

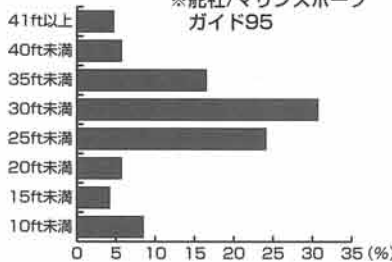


図7

各国のボート・ヨットの1隻当たりの人口
※日本舟艇工業会 (日本は平成2年、ニュージーランドは昭和57年、その他の国は昭和61年の数値)

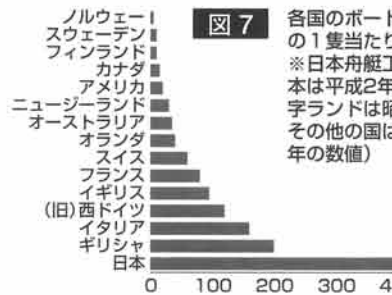


図8

アメリカのボート保有隻数 (1994年)
※米国舟艇工業会

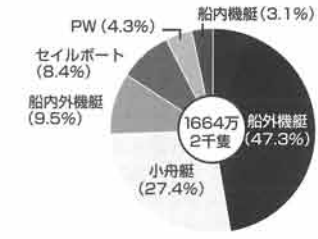


図10 所有艇の年間保管料
※舵社/マリンスポーツガイド95

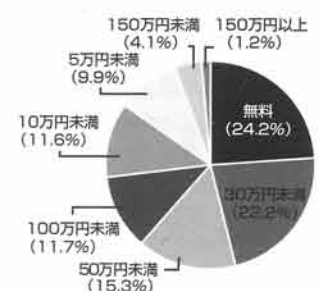
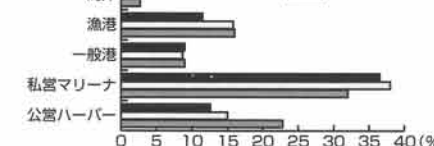


図9

保管場所の推移
※舵社/マリンスポーツガイド95



【参考文献】
図1、2 JBA マリンレポート1996年1/2月号
発行/社団法人 日本舟艇工業会
図3、4、5、6、9、10
マリンスポーツガイド95「マリン白書」
発行/株式会社 舵社

【参考資料】
図7: 社団法人 日本舟艇工業会
図8: 米国舟艇工業会

マリン「LOVE CALL」キャンペーン
がっつりサポーター！

ヤマハでは新規入門者向けのボート&ヨットを対象にロングランのキャンペーンを実施中です。

各種ツールも豊富に取り揃えております。ポスター、のほりによるマリンLOVE CALLセレクションの露出度アップ、DM用封筒、DMカ

タログによる積極的なアプローチ活動など、皆様のキャンペーン活動にぜひご活用ください。

また、SRVオリジナルジャンパーはスタッフジャンパーとして、お客様へのプレミアム商品として、ご自由にお使いいただけます。



SRVオリジナルジャンパー
(斡旋価格 ¥4,500)

■詳しくは各販売会社にお問い合わせください。



のほり (斡旋価格 ¥1,000)

DMカタログ
(斡旋価格 ¥45)

※2月発表のニューモデル・フェスタ24を加えた新しいバージョンを2月よりご用意しています。



DM用封筒・あいさつ文
(斡旋価格 ¥15)

ポスター
(斡旋価格 ¥1,000)

※2月発表のニューモデル・フェスタ24を加えた新しいバージョンを2月よりご用意しています。

ボート、ヨット、MJの低金利
キャンペーン スタート!

ラブコールセレクション「3.9%」キャンペーン
2月7日から7月末日まで

SRV、UF-20、J-20SF、FESTA24の4モデル
(LOVE CALLセレクション) を対象にした低金利キャンペーンです。(マリンLOVE CALLキャンペーン)との連動した販促策としてご活用ください。

例えば…MJ-700SJが月々7,500円
「2.9%」キャンペーンは3月末まで!

憧れのマリンジェットがより身近に、話題のニューモデルをさらにお求めやすく…とヤマハでは、今年もMJファンの熱いラブコールにおこたえて、低金利クレジットのキャンペーンを実施しています。

このキャンペーンを有効的に活用され、MJの拡販・MJファンの獲得にぜひお役立てください。

【お支払い例】

(セット価格: ¥902,150 ※1)

●ボーナス併用(10回)60回払いのお支払い例

頭金(下取り含む) …¥202,150

所要資金 ……¥700,000

ボーナス時 ……¥30,000×10回

月々 ……¥7,500×59回 ※2

(初回のみ¥10,350)

※1.セット価格には船舶検査料、代行料等は含まれておりません。またセット価格は標準価格例で地域やその他の諸条件で異なる場合があります。

※2.お支払いコースは10回から最長60回払いまであります。

美しい愛艇で快適に「クリーニングキット」

ヤマハでは2月より「YAMAHA 愛艇クリーニングキット」を発売いたします。昨年発売し、大好評をいただいた3M社製のクリーニング用品9アイテムを1セットにまとめ、オリジナルキットケース付きで、さらにお求めやすい価格にしました。ボート&ヨットに常備すれば、いつでもクリーニングやメンテナンスにお使いいただけます。ぜひ、オーナーの方々にご紹介ください。

【主な特徴】

- ブラシ・ハンドパットなどクリーニングのためのツールもキットにしました。
- ハンドパット(白)はゲルコート表面を傷つけません。
- バタイン目(スベリ止め)の汚れはブラシにボートソープやレストアアンドワックスをつけて使用すると汚れが良く落ちます。
- セット品の補充も純正部品番号で購入できます。



[NEW] No.90794-46523/¥23,500

品名	部品番号	キット数	定価	計
ボードソープ	90794-74064	2	1,800	3,600
ファイバークラス用レストア&ワックス	90794-74055	2	1,100	2,200
プロテクティブキットワックス	90794-74059	2	1,300	2,600
メタルレストアアンド ポリッシュ	90794-74061	1	2,300	2,300
ハンドブロック	90794-77116	1	4,050	4,050
ドゥードゥルバッグブラシ	90794-79167	1	4,160	4,160
ハンドブラシ(白)	90794-78118	2	850	1,700
ハンドパット(5枚)	90794-79168	1SET	2,200	2,200
ツイストロックホルダー	90794-74064	1	850	850
キット合計金額				特別割引23,500

■詳しくはヤマハマリン用品営業グループにお問い合わせください。

用品情報が満載「96アクセサリーカタログ」

毎年、皆様方にご利用いただいている「ヤマハマリンアクセサリーカタログ」の1996年版が完成いたしました。

前年版からの大きな変更点は、漁船関連機器等の業務用機器類を充実させたことで、より豊富な情報をお届けいたします。

マリンビジネスに欠かすことのできない用品部門、今年もこのカタログをぜひご活用ください。



斡旋価格 ¥4,000

■詳しくは、パーツセンター又は担当用品セールスマンへお問い合わせください。

ヤマハマリニアカデミー

第11期('96年3月まで)の開講スケジュール

マリンのプロフェッショナル育成を目的とする「ヤマハマリニアカデミー」は、第11期講座を開講中です。皆様のスキルアップの場として積極的にご利用ください。

■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	3/14~16
ヨット講座 I	3/21~23

●通信講座NAV I

講座名	受講期間	レポート提出	講座内容
航海	11月	~12/10	沿岸航法/航海計器/潮汐
運用	12月	~1/10	用語/錨/操船/海難/気象
法規	1月	~2/10	海上衝突予防法/海上交通安全法/港則法

※終了認定スクーリングを講座終了後3ヶ月以内に実施する予定。

募集対象者◆マリンプラザ、マリショップ、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営業マン、マリサービスマン及びマリパーソン

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◆マリニアカデミー事務局
☎053(594)6518

INFORMATION

◆カレンダーを要チェック! 最新96イベント情報◆

ヤマハでは、今年も主催、協賛、協力といった様々な形でマリイベントに関わっていきます。イベントの参加・観戦など、お客様との話題づくりにいかがですか。その中から、主なヤマハ関連のイベントスケジュールをご紹介します。

〈ボートフィッシングイベント〉

- 土佐ビルフィッシュトーナメント1996/7月5日~7日(高知県・夜須)
- ビッグファイトトーナメント/第1戦・7月7日、第2戦・9月8日(伊豆大島近海)
- 勝浦ビルフィッシュトーナメント1996/7月11日~13日(和歌山県・那智勝浦)
- '96合歡ビルフィッシュトーナメント/7月12日~14日(三重県・合歡の郷)
- 下田国際カジキ釣り大会/7月20日~23日(静岡県・下田)
- 遠州灘ビルフィッシュトーナメント/8月30日~9月1日(静岡県・ヤマハマリーナ浜名湖)
- ヤマハボートフィッシングコンテスト/4月~10月(全国各地)

〈ヨットイベント〉

- ◆クルーザー
- 鳥羽パールレース/7月26日~(三重県・鳥羽)
- ミニ全日本選手権大会/9月21日~23日(静岡県・浜名湖)
- 企業対抗ヨット選手権大会/10月下旬(会場未定)
- ニッポンカップ国際ヨットマッチレース/11月中旬(神奈川県・葉山)
- ◆ディンギー
- 資生堂カップヨットレース/3月5日~11日(神奈川県・佐島)
- JMPFジュニアチャンピオンレガッタ/3月28日~31日(静岡県・浜名湖)

- シーホッパー級東日本選手権大会/5月25日~26日(秋田県)
- シーホッパー級西日本選手権大会/7月19日~20日(広島県・呉市)
- 国体ヨット競技リハーサル大会/10月上旬(大阪府)
- ヤマハヨットウィーク/11月2日~4日(静岡県・浜名湖)
- シーホッパー級全日本選手権大会/11月2日~4日(静岡県・浜名湖)

〈マリジェットイベント〉

- ヤマハマリジェットジャンボリー全国大会/10月12日~13日(愛知県・蒲郡)
- MJCLレース/年間(全国各地)

〈その他のマリイベント〉

- 海の日記念イベント/7月20日(全国各地)
- 浜名湖ソーラーボートレース/7月予定(静岡県・浜名湖)
- 熱海オーシャンカップ/7月予定(静岡県・熱海)

ここに掲載されたマリイベントの他、全国各地で様々なマリイベントが開催されています。

※ここに掲載されたイベントは、1996年1月10日現在の予定です。日程会場等は変更される場合があります。※ヤマハ、または関連会社が主催するイベントの他、ヤマハが協賛、協力、後援等の形で関連するマリイベントも含まれています。

マリ予備群に熱いラブコールをおくりませ SEA SPIRIT 1996

毎年ボートショーの開催時期に合わせて発行している「SEA SPIRIT」ですが、今年はより多くの場面で、より多くのマリ予備群に読んでいただくこと、内容も一新。各ジャンルのトップユーザーや愛好者が語るフィッシング、セイリング、MJライディングの魅力、ボートオーナーへの道など、新規の見込み客を「その気」させる情報が満載です。

また、実際に購入を考えているお客様に、免許ツール・ラインナップカタログ・価格表とあわせて活用いただければ、より効果的です。



皆様の力作お待ちしております 大漁フォトコンテスト

ヤマハでは昨年に引き続き、今年も「大漁フォトコンテスト」を実施いたします。日頃、現場の第一線で活躍される皆様ならではの作品を大募集。詳細は次号マリニュースにてお知らせします。この時期に、冬の写真にチャレンジしてみるのはいかがでしょうか?

【ファミリーフィッシングの部】

●沖繩はむるぶしビッグフィッシングツアー当選者20名
黒河幸夫(紋別マリオン機械株)/奥山満夫(南ボートショップ酒田)/阿部健造(南ボートショップ酒田)/大田和雄(セントラル株)/曾我正雄(南平野ボート)/中根文雄(石川農機株)/田中武男(清水マリナーサービス)/関武雄(日本海マリ株)/藤盛宏(マリ大坂株)/柴田幸雄(マリ大坂株/寝屋川店)/岩切房義(兵庫トヨタマリ株)/亀平高基(大谷マリ株)/江見勝人(サントピアマリーナ)/三宅健(日生マリーナ)/佐々木幸雄(株岡山ボートセンター)/藤原潔(株岡山ボートセンター)/小山末広(室本マリーナ)/岡田久治(南小松島マリーナ)/瀬戸口靖(ヤマハ九州株小倉店)/嶋田藤夫(ヤナセマリーナ商会)

【ビルフィッシングの部】

●グアムフィッシングツアー当選者5組10名
高松忠次(瀬くろしお)/石原昭仁(ヤマハ東京株)/岩城芳明(株ダイイチ)/古川直一(ヤマハ関西株)/松村元(ヤマハ関西株)

【大物賞】(応募総数66件から決定)

●アブ社製フィッシングバッグ1名
佐藤信夫(株磐梯マリーナ松川浦マリーナ) カレイ 64cm



TOPICS
ご協力ありがとうございました
ボートフィッシングコンテスト

昨年4月1日から11月30日にかけて実施した第18回ヤマハボートフィッシングコンテストは、6554名が参加、販売店の皆様のご協力により、無事終了することができました。ここに各賞の当選者の方々をご紹介します。 ※敬称略、(一)内は主催された販売店

95年はア杯がトップ マリン10大ニュース

ヤマハ広報室がメディアを対象に発信している報道資料「ヤマハマリンインフォメーション」では、毎年末にその年の10大ニュースを特集。

マリンレジャーを楽しむ一般ユーザーをはじめ、マリンジャーナリストおよび一般マスコミ、関連公共団体や販売業界のご協力を得て、アンケート形式で答えていただくもの。

95年は何といてもア杯の年。ヘンIPPONのセミファイナル敗退、次回挑戦も含め、ランキングトップに輝きました。

また、特に注目したいのが5位の「小型ボートの低価格化でオーナー人口急増」。ヤマハのSRVをはじめ、各社がパッケージボートを販売。業界活性化の起爆剤として話題を呼びました。

さて、今年1996年はいったいどんな年になるのでしょうか。

■1995年マリン10大ニュース

- 1位 第29回アメリカスカップ開催 (131点)
- 2位 阪神大震災とプレジャーボートの関わり (102点)
- 3位 ムルロア環礁での核実験 (67点)
- 4位 各地に新しいマリナーが完成 (44点)
- 5位 小型ボートの低価格化でオーナー人口急増 (37点)
- 6位 海の日が祝日に制定された (35点)
- 7位 横浜市が放置艇の強制移動条例を制定 (25点)
- 8位 記録的な猛暑 (19点)
- 9位 千葉県行徳沖で家族連れボートが転覆 (16点)
- 10位 重・木下組、五輪種目の470級で世界ランキング1位 (14点)



プレジャーボートの保管施設

「このところボートやヨットの専門誌で、不法係留問題や、泊地整備に関するジャーナリストティックな記事が目立つ。

「KANZ」2月号巻頭の「泊地」では、官庁や自治体主導型の一部の泊地整備に対し、編集チーフ田久保雅己氏の疑問が投げかけられている。例として取り上げられているのは東京都の新中川に一部完成した「暫定係留施設」と埼玉県新芝川の不法係留対策として誕生した「芝川マリナー」だ。

「東京都の説明によるとすべてを収容できるいくつかのマリナーが完成するまでの暫定措置（中略）これは私からすると暫定にする必要のない立派なマリナーだといいたい」

やもすると、ついついクラブハウスやレストランなど、過剰な施設を造り、結局現実離れた保管料を設定せざるを得ない公営マリナーが出現

する。これまでただ同然で係留してきたオーナーは納得するはずもない。

その事例として田久保氏は芝川を挙げ、県が作った芝川マリナーの係留料金を「高額すぎる」と提唱し続けてきたオーナーたちの苦悩を紹介している。

「ヨットینگ」2月号では「特集「泊地」その現況と将来」を10頁に渡って掲載している。「保管場所は確実に不足している」ことを前提に、岡山県の一步進んだプレジャーボート対策などを紹介している。ヨットینگの記事の中で気になったのは「相次ぐ公共マリナーの出現は民間のマリナーの経営を圧迫するという意見も多い」の行だ。

ここでリンクするのは前述した「KANZ」の論調だ。民間は本来、他との差別化をすすめる、ある程度のサービス、施設を充実させてこそ利用

者を集めることができる。

しかし、同じことを行政が税金を利用して行ったのでは太刀打ちできないのも仕方のないことだ。

雰囲気や快適なサービス体勢を求めらるなら、多少高くても民間へ。船の面倒は自分でみれる、とにかく安い係留施設がいいから公共へ」という環境が望ましいと思うのだが。

▼読者にはマリナー経営に携わる方も数多いと思います。「ご意見をぜひ編集部までお送りください。」

編集後記

▼今回の「パソコン特集」はいかがでしたか。私の場合、自分のパソコンを手に入れてから1年になります。機械の箱にこれほど魅せられるとは思いませんでした。本末転倒とはよく言ったもので、パソコンのおかげで全く仕事がかどりません。さぼりついでに今回は個人の電子メールアドレスを公開します。マリンのこと、ヤマハのことはもちろん、パソコン通信で世間話でもしませんか。(〒)

◆皆様からの情報をお待ちしています

マリンニュースでは皆様からの情報ページもご用意しています。以下のテーマにてお便り、写真、FAXによる情報の提供をお願いいたします。またイベント等、事前にお知らせいただいた場合、編集部にて検討の上、取材させていただく場合もございます。

- ・販売店様の販促(展示会や試乗会の開催事例)情報
- ・お客様へのアフタフォロワーフィッシングイベントやヨットレース等のレポート
- ・ヤマハマリンへの要望やご意見
- ・マリンニュースへのご要望

- ・読者の皆様のマリンブレイ体験談
- ・マリン業界への提言や主張

★情報を提供くださる際は販売店名、氏名、ご連絡先をお知らせください。また匿名希望の場合はその旨お書き添えください。

★採用させていただいた方には、もれなく編集部より記念品を進呈させていただきます。

■情報の送付先
〒1106 東京都港区西麻布1-1-15
オリエンタルビル7F 玄株式会社社内
ヤマハマリンニュース編集室
FAX 03 5474 7898

NIFTY-SERVE/MXI03322
INTER-NET/wildjive@po.ijinet.or.jp



応募総数5,145点 子供たちの力作が勢揃い

「第7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11月29日に東京都内で審査会を開催、5名の審査員により入賞作品を決定しました。

全国から寄せられた作品は、どれものびのびとした表現や色使いで描かれた力作ばかり。応募数も過去最高の5,145点とあって審査は難行、会場は審査員の熱気に包まれました。

【審査員】

- 工藤和男氏(創元会副理事長、日展審査員)
- 江口秀人氏(日本マリンスポーツ普及教育進行財団会長)
- 秦 英樹氏(フィッシャリーナ協会 専務理事)
- 小松一憲氏(現在アトランタオリンピックを目指す日本を代表するヨットマン)
- 横田絵海さん(日本ジェットスポーツ連盟の95年全日本女子チャンピオン)

小学生高学年の部



〈金賞〉西崎智史くん(6年/兵庫県美方郡)



〈5年賞〉梶原しのぶさん(5年/鹿児島県薩摩郡)



〈財団賞〉長久保喜義くん(6年/兵庫県美方郡)

小学生低学年の部



〈金賞〉福島達勇くん(2年/兵庫県姫路市)



〈金賞〉青木 彩さん(3年/愛知県小牧市)

小学生低学年の部(金賞)



〈金賞〉後藤浩之くん(5歳/愛媛県松山市)



〈財団賞〉内畑真奈栄さん(1年/岡山県笹岡市)



〈金賞〉平井賀夫くん(6歳/鳥取県鳥取市)



〈財団賞〉平野雄貴くん(5歳/岡山県笹岡市)

SHOP FORUM

オーナーも大満足のSRVバスフィッシング仕様

●ヤマハボート肥後橋店

写真のボートはは昨年の10月に琵琶湖に進水したバスフィッシング仕様の「SRV」。オーナーは奈良県に在住の中西啓祐さん(38)です。中西さんは服飾用ボタンの製造・販売を業務とする会社の常務ですが、新事業としてルアーの開発・製造に取り組みことになり、その市場調査のためにSRVを購入しました。

特に注目して欲しいのはコンソールの前部。デッキは上げ底になっていて絨毯敷き。座椅子の段差を利用して、物入れを二間、新たに設置しています。キャスティングシートとフットコントロールローラー式のエレキ、コック

クピットにあるのは別に、魚探を追加。「これが本当にSRV?」と疑いたくなるほどの変身ぶりなのです。「専用のバスボートに比べたら釣りやすさの点でかなわないでしょうが、遊びで釣るには申し分ありません」とその付加価値の高さを買っています。

鞆装を手がけたのは滋賀県大津市のサービス指定店、レックビワマリンサービスの岩本隆さん。岩本さんは以前、バスプロショップにいたこともあり、バスボートのことに関してはお手の物。それでもデッキにきれいに絨毯を張り込む作業に苦心したと言います。



日本型マリン文化の創造へ決意 平成8年度ボートヤマハ会新年総会

さる1月12日、静岡県浜松市において、平成8年度ボートヤマハ会新年総会が開催されました。

当日は、新年総会に先立ち、ヤマハ発動機の長谷川社長が挨拶、来年度のヤマハマリンの重点テーマとして「技術開発力、商品力」をいっそう高めることをあげました。

特にプレジャー事業については昨年のSRVにおける成功を事業創造のモデルケースとしてとらえ、「その経験を生かしながら、ベストの物造りに注力したい」と明言。市場拡大への意気込みを見せるとともに、日本の市場にあった商品開発をすすめ、昨年度からのテーマでもある日本型マリン

ビジネスを創造していくことを誓いました。

ボートヤマハ会の会員の販売店様のみならず、マリンビジネスに携わる全ての方々に、「ご理解、ご協力をお願いいたします。また当日は、平成7年度の優秀販売店がヤマハより表彰され、長谷川社長より感謝状が贈呈されました。

【平成7年度優秀店】

- 片岡商会 ●互洋大船度マリーナ ●タカハシ ●大阪マリン ●岡山マリン ●トビセンター ●香川マリン ●セーラーズ ●小松島マリーナ ●南予オートセンター ●ウエスタマリン

(以上、敬称略/順不同)

HOP STEP JET!

MJビジネスのヒントを探す

香川マリン(株)屋島マリーナ

環境整え、新規顧客開拓

130台が収容可能なマリンジェットのための施設を完成させて以来、目に見えて新規のジェットユーザーが増えているという。さらに取材を進めるうち、話題はウエイクボードビジネスの効果にも及んだ。業績好調なマリンジェット販売店を訪ね、MJビジネスのヒントを探る「HOP STEP JET!」。その第一回は、昨年の夏、マリンジェットのための総合施設「JET YARD」を完成させた香川県のマリンプラザ、香川マリン(株)を訪問した。



昨年の夏に完成した「ジェットヤード」の全景。従来からあったクレーンに隣接し、そのクレーンを使って各フロアから直接MJを海上に降ろすことが可能だ



1階にはMJユーザーのためのオーナーズルームもある



収容能力は130台。現在は90台のMJが保管されているが、今年中には満杯になる見込み



建物は3階建てで全てのフロアに保管スペースを備える

マリーナ内に完成させたジェットユーザーのための施設

香川マリンの屋島マリーナは、その名が示す通り、源平の戦いで有名な屋島にある。こうした勇壮なイメージとは裏腹に、マリーナの目の前の海はとても静かな入り江で、なるほどマリンジェットを楽しむには好都合だ。

同社はボート店として昭和40年に創業した老舗で、マリンジェットの販売に関して「最初はボートのついでに売っていたという感じ」(マリンジェット企画担当・浅田有起さん)だったそう。しかし、次第に売り上げ比率が高まってきたことで認識を改める。「将来的なボートオーナーを育てること、さらに、事業として確立し、シェアを高めることが課題となってきた」

今ではボートのついでという感覚は全くない。ボートオーナーへセカンドボートとしてお奨めすることは、もちろん今でもあるが、その比率はここ数年で逆転しており、現在はジェットユーザーの内7割がジェットオーナーのお客様だという。

マリンジェットの保管施設「ジェットヤード」は、同社のそうした姿勢の現れのひとつに違いないが、ボートオーナーへの配慮という点もあった。同社の浅田博社長が説明する。

「ジェット専用の保管施設を建てる前は、たまたまジェットユーザーがボートの艇庫周辺にジェットを置くなど、ボートオーナーからの苦情がありました。ジェット自体、平置きだったので、数も増え現状では対処しきれなくなっただけという面もありました」

その施設を見せたいだいた。建物は3階建てで、1階にはロッカールーム、シャワールーム等が完備されている。また海に面してゲレンデを監視することのできる事務室、ユーザーのためのサロン。保管スペースは3階全てのフロアに設けられている。ジェットはそれぞれのフロアから隣接されたクレーンによって上げ下ろし可能だ。また3階にはテラスが設けられていて、ユーザーたちはここでちょっとしたパーティーも開ける。

総工費は2000万円。以前からあったマリーナのクラブハウスと同様のデザインが基本で、壁は同じく緑色にペイントされている。

「総合的なマリンレジャー施設として、マリーナ全体の景観を意識しました」と浅田さんが説明してくれた。

施設完成後は着実に販売面で効果を上げている。当初60台だった保管艇は、このシーズンだけで90台に増えた。これはほとんど新規購入によるものだという。料金は年間9万円、つまり年間810万円の売り上げで、これはマリーナの収入に大きく貢献している。

さらに「温水シャワーの完備によりユーザーの乗艇シーズンが長くなり、若い女性客も増えて、マリーナ全体の雰囲気も活気に満ちてきた」そう。

「120〜130台の保管能力ですが、今年中には満杯になりそうです。もちろん早急に増設するつもりですが」と浅田さんは見通しを語っている。

ウエイクボードで新規需要を伸ばす

同社では、1993年に高松市内にセブンスィーズというセカンドショップをオープンさせている。当初はマリンジェット関連の

INFORMATION

MJ+ウェイクボードで新たな市場づくり

ヤマハでは本編でも登場しているウェイクボードの取り扱いを本格的に開始し、ラインナップを大幅に充実させています。ぜひお客様にお奨めください。また、新たなファン獲得をサポートするアイテムとしてご注目ください。

- コネリー社製「デュアリー」(右)
No.90794-44521/ ¥65,000 抜群の安定性と加速性を実現させたニューモデル
- コネリー社製「オクタン」
No.90794-44522/ ¥39,000
- 幅広で乗りやすい
初心者向けの
ニューモデル



人気のウェーブゲッターに新作登場

- WG143ボレロ/ ¥30,000
- WG144ロングジョン/ ¥45,000
- アグレッシブなレース対応モデル



- WG145ボレロ/ ¥27,000
- WG146ロングジョン/ ¥41,000
- レースからレジャーまで幅広く対応する高性能マルチモデル

- WG130アクア
バイザー/ ¥6,800
- 水・気密性の高い
マリンスポーツ専用
ゴーグル



- WG153ライフジャケット/ ¥15,900
- WG128グローブ/ ¥5,400
- レース対応のプルオーバータイプのライフジャケット、フィット感、強度を増したグローブなど各アイテムにニューモデルを投入。



※ウェイクボード、ウェーブゲッターのニューモデルはここに掲載した以外にも多数ございます。詳しくは、用品営業担当にお問い合わせください。

■本誌Info-wharfのコーナーにもMJビジネスに関わる情報が掲載されています。本コーナーと併せてご覧ください。



ジェットヤードの他、従来のクラブハウスはショップやレストランを備えている。ジェットばかりでなく総合マリレジャー施設としても充実



目の前は波静かな格好のゲレンデ。今年ではウェイクボードの公認大会の会場にもなる予定。写真は浅田有起さん



高松市内の「セブンシーズ」。冬場はスノーボードや用品、アパレルの販売がメイン。売り上げを伸ばすだけでなく、MJの新たな市場を形成している



用品や、マリウエアの販売がメインだった。さらに冬場のビジネスとしてスノーボードの取り扱いを開始したが、これが爆発的なヒットとなり、従来のマリッジットユーザーとは全く異なる消費者との接点を作ることに成功する。

さらに3年前からはウェイクボードの取り扱いを開始し、多くの消費者の目を海に向けさせることに成功した。もちろん、これまでのジェットのユーザーに、新たな遊びを提供したという点でも効果があった。

「マリッジットのユーザーは、比較的代替えるケースが少ない。彼らに新たな遊びを提供することでユーザーの息を長くすることが出来ます。また、ウェイクボードの場合、ボートへの買い換えも期待できます。まだこれからと言うところですが、昨シーズンは中古でしたが実例もできました」

セブンは1シーズンは数十本単位のウェイクボードを販売。シーズン1000本というスノーボード、そしてウエアの販売と合わせ、もはやサブ店というレベルを脱

却し、独立採算で着実に利益を上げています。「セブンはウェイクボードを取り扱い始めてジェットのお客様も多様化しています。これまでジェットに乗りたいたからジェットを購入する方がほとんどでしたが、今ではその逆、つまりウェイクボードを牽引する道具としてマリッジットを購入する方も増えはじめています」

7~8月のサマーシーズンには、ウェイクボードのスクールも独自に開講。さらにマリナではボードとウエットスーツのレンタルも開始、着実にファンを取り込んでいます。「これからの課題はセブンはシーズンで得た情報をマリナにフィードバックしていくこと。連携して見込み客の取りこぼしがないようにしたい」

これまでセブンの営業に専念していた浅田さんは今、マリナとショップの双方を精力的に行き来している。



香川マリンの浅田社長

私もヤマハ

1

Tackle-25 O/B



神秘的なまでに美しい、ルアーの創造主

メガバス(株)
代表取締役/伊東由樹さん

バスフィッシングファンでメガバスの名を知らぬ者はいないだろう。水中(時に水面)でのリアルなアクションを追求したそのルアーは、どこか優しさを感じさせ、神秘的なまでに美しく、手に取るだけで、明日の釣果に自信を抱かせる。そして何よりも凄いのは、本当に釣れる。

時は宗教的な感性を大切にす
る。そしてそれを養うために
自然と直に接していたい。ルア
ーのデザインは工学知識も大
切ですが、それ以上に感性が
求められるんです」
ひとつのルアーを生みだすま
でに、最低でも1000個のプロ
トタイプを作る。日本中のバ
スレイクのあらゆる季節、コン
ディションのなかでフィールド
テストが行われ、製品化する
ルアーを絞り込んでいく。その
生産工程に妥協の言葉は見あ
たらない。

ルアーのフィールドテストで
遠征する際は、よくテントで
野営するのだそうだ。その
甲斐あつてか、水面に手を触れ
ただけで水温も分かるし、天
気予報も当たるといふ。開発
のヒントは釣り人からよりも、
漁師さんとの会話から得るこ
とが多い。

昨年はソルトウォーター用ル
アーの発売を開始、今年の2月
には同社が開発するバスロッド
「テストロイヤル」がシリーズと
して発売される。

これらの開発の際、常に側

にあつたのがアルミを含めた3
隻のバスボートにとりつけられ
たヤマハ船外機と、タックル25
だった。

これは面白いと思ったのだ
が、伊東さんの個人的な魚釣
りは、ルアーにそれほどこだわ
ってはいない。タックル25から
海に餌仕掛けの竿を5、6本投
げ込み、アタリを待つ間、デッ
キで鍋に火をかける。魚が釣
れると、そのまま鍋に放り込
み、仲間と一杯やりながら時
を過ごす。そんな遊びが好だ
という。

「釣りがお洒落だなんて思った
ことは無い。もともとワイル
ドな男の遊びなんです」

従業員40名の会社の経営者
でもある伊東さんだが、31歳
の笑顔には未だ、少年のよう
な純真さが宿っていた。

