

# YAMAHA MARINE NETWORK NEWS



ヤマハマリンネットワークニュース No.139

2001  
9/10



この海この店 ● ヤマハマリンネットワークショップ訪問  
神奈川県・相模湾エリア

海から陸を眺めると ● 酒類販売 [リカーポート蔵家]

データールーム ● 購入者に聞いたUF-29の製品評価

Close-Up ● マリンジャンボリー2001

# マリンジャンボリー2001



新規需要層をおもなターゲットに展開された今年のマリンジャンボリーは7月をもつて多くのイベントが終了した。今回のマリンジャンボリーは「お父さんのマリン塾」(全国一斉体験フェア)、「ウエイクボードジャンボリー」(女性向け体験試乗会)、「全国一斉釣り大会」といったブレイクメニューを用意し、潜在需要やエントリーユーザーといったマリンファンへの拡大を目標に行われた。

既存のポートオーナーとレンタルユーザーを対象に行われた「釣り大会」には全国で約160名のエントリーが、またウエイクボードジャンボリーには52名が参加した。今回はこのマリンジャンボリーのプログラムから「お父さんのマリン塾」についての取材を行い、参加者の感想や理想のマリンライフについて伺った。

## 琵琶湖会場

7月21日、琵琶湖南湖畔に位置する滋賀県大津市のヤマハマリナ琵琶湖で「お父さんのマリン塾」が開講されました。

7月初旬に「免許教室」卒業者を主体に新規取得者の200名と更新講習受講者400名を対象にDM発送で告知を行い、午前9時の集合時間に集まった受講者は6グループ・21名。晴天に恵まれた当日は、まさにマリン日和。インスタラクターがついた3艇のSRV20に分乗し



## 横浜会場

の体験ボートは好評で、代わる代わるステアリングを握りながら60分の湖上クルーズを満喫していただけたようです。

一方、平行して行われた座学では、ドリンクを片手にゲレンデやボートの基礎知識の講義に耳を傾けたり、渡された舳いロープでエイトノットやボーラインノットに真剣に取り組む姿が目立っていました。

そして1日の締めくくりのボートライフガイドでは各種マリンブレイをはじめ、免許教室やレンタルボートクラブに関する説明も行われ、今後のマリンライフのステップアップを真剣に考える受講者も数多く見受けられ、半日という短時間にもかかわらず、受講者表情からは満足感とともに、今後のマリンライフへの期待感が十分感じられました。

アウトレットモールが有名な横浜ベイサイドマリナでは7月22日にマリンセンター横浜が「お父さんのマリン塾」を開講し、総勢30名の方が参加されました。

「お父さんのマリン塾」ではありましたが、低料金で半日という体験プログラムに気軽さを感じられた参加者が多く、そのほとんどが家族連れで占められていました。

そしてマリン塾のメインともいえる体験クルージングはベイサイドマリナを出航後、横浜港内で行われ、晴天にも恵ま



れたことからボートの操船を楽しみながら、普段は見慣れない海からの景色を堪能していたようです。

また、お父さんよりも奥さまの方が積極的に操船をされる光景が多く見受けられました。

今回マリンセンター横浜が募集した参加者は、まったくの初心者よりも、免許取得者やボートに乗船した経験のある参加者が半数を占めていました。また、やってみたいマリンブレイではフィッシングよりもクルージングが多く、これもファミリーユースが多い結果といえます。

マリン塾の閉講後には免許やレンタルボートクラブへの問い合わせも多くあり、新規ユーザーへのファーストステップとして、また休眠ユーザーへのアプローチにも一役買っていたようです。

## 家内を説得するにはちょうどいい機会

松本秀信さん(40歳) 会社員 埼玉県在住

マンションの知人に誘われまして、一緒に参加しました。このマリン塾は金額も安いですし、時間も短時間なので私みたいな子どもが小さい家族連れには有り難いですね。子どもが飽きちゃうと結局は振り回されることになりますから。

バスフィッシングは子どもの頃から続けていましたが、免許を取る機会がなかなか無くて。だから今回は家内を説得するにはちょうどいい機会なんですよ。家族サービスにボートはびったりでしょう。それで時間があれば釣りを楽しむ。理想を言えば仲間の2家族分が乗れるようなボートが欲しいです。自分たちだけだったら長続きはしないけど、だれか他の家族と遊ぶにはボート遊びは賢沢なぐらい環境が整っている。今日体験してみてもボート遊びがイメージできるようになりました。帰ったら家内を説得して免許を取りに行こうと思います。



## ボート本体は入手できても維持費が高価…

渡辺光博さん(42歳) 公務員 京都市在住

ボートを持っている友人がいて、一念発起して免許教室で免許をとったんです。借りるとはいえ(友人も)親戚などと共同所有してましたので、そういうも借りることはできませんよね。だからといって、自家用車と同じ価格程度のもなら本体は何とか買えるんですが、維持費のかかるマイボートはなかなかすぐには手ができません。そんなことで海から足がだんだん遠のいて……。マリンスポーツクラブに入会していますので、頂いたDMで開催を知って、操船の経験を少しでも積もうと思って参加に踏み切りました。操船は結構楽しめましたし、座学に関しても免許を取るときに学んだ内容のいい復習ができましたね。



これからもマリン塾のような機会を、誰にも遠慮せずに操船できるボート経験を積んで、今後ともマリンライフを楽しみたいです。

## 家内が応募したんですが、結構楽しめました

土田孝司さん(35歳) 会社員 大津市在住

琵琶湖のほとりに住んでいるんですが、過去には一度しかボートに乗った経験もなく……。今回は、5~6回と私よりボート経験が多い家内が、新聞での告知を見つけて、応募したんですよ。どちらかと言えば、家内の方が乗り気だったんですね(笑)。体験ボートでの操船はやっぱり面白いですよね。娘がまだ小さい(2歳4か月)なので、怖がるかなとも思いましたが、私たち家族だけで乗せていただけなので、ゆっくり走っている分にはまったく大丈夫でしたし、これまでは乗せてもらえばかりだった家内もずいぶん楽しんでたようでした。



ね。せっかく、マリンライフを楽しめるフィールドが近くにあるのだから、子供が大きくなればもっと楽しめるでしょうから、それまで続けていきたいなど家内とも話しているんですよ。

## 大所帯なんですけど早く対応していただけて…

中島勝博さん(33歳) 医療事務 京都市在住

今回のマリン塾の開催を知ったのはヤマハのホームページからです。以前からMJを楽しんでいたので免許を持っているんですが、仕事が不規則なのでなかなか乗る機会を見つけ出せないんですよ。ゲレンデに出かけるときはひとりが多かったんですが、今回はいい機会なので家族で応募しました。大所帯(奥様とお子様3名)で、下の子もまだ小さい(11か月)ので大丈夫かなと心配してはいたんですが、早く対応して



いただけて。海でジェットボートに乗ったときに怖がっていた子供たちも、ここ(琵琶湖)では安心して楽しめたようです。体験ボートでは家内も操船が楽しめて、免許を取りたいと言い出しましてね(笑)。下の子供がもう少し大きくなればレンタルボートを利用して、家族ぐるみでマリンライフを楽しんでいきたいと思っています。

## マリンジャンボリー in 有珠海岸

### 次はエアロギアを買いたい。

工藤裕幸さん(38歳) 会社員

11年前に初めてマリンジェットを購入して以来、毎年欠かすこと無くMJに乗り続けている工藤さんは北海道のなかでも最も熱心なユーザーのひとり、現在の所有艇は800GP。スタンドアップ上がりの工藤さんはマリンジェットにどれだけの魅力を感じているのだろうか。「マリンジェットは基本的にはひとりの世界じゃないですか。操船するときの孤独感と陸に戻ったときの仲間を楽しむ時間の両方が楽しめる。そのあたりが長続きしてきた理由だと思うんです」

次はMJではなくエアロギアを買いたいという工藤さん「そろそろジェットは飽きて、というのではなく純粋にウェイクボードにはまったんですよ。だから次はジェットよりもエアロギアですね」。

デモンストレーションに使われていたエアロギアに熱い眼差しを寄せていた。



去る7月8日、北海道は洞爺湖に近い有珠町でマリンジャンボリーが開催されました。北海道で行われるマリンジャンボリーとしては最大規模となった同イベントにはマリンジェット約32艇が参加。当初予定されていたウェイクボードジャンボリーは参加者が少ないため、急遽S1グランプリを中心としたプログラム内容に変更して行われました。

北海道ではマリンジェットでウェイクボードを楽しむユーザーが圧倒的に多く、現在のウェイクボーダーはジェットからボートへの代替を検討している移行期間となっているようです。

今回のマリンジャンボリーは地元、有珠町とのタイアップにより有珠「磯まつり」会場に隣接した有珠海岸で行われ、祭に訪れた一般客も足を止めて眺めるなど、多くのユーザー自身も大きなイベントの開催が久しぶりだったため大いに盛り上がったマリンジャンボリーとなったようです。

# この海この店

ヤマハマリンネットワークショップ訪問

## 第9回

### 神奈川県・相模湾エリア

すべてのマリンスポーツが楽しめる湘南は、首都圏ばかりか、全国的にもその名が知れ渡るマリンレジャーのメッカであり、江ノ島や鎌倉、稲村ヶ崎やえぼし岩といった、抜群のロケーションを誇る。今回はこの相模湾を主な商圏とするネットワークショップ6店を訪ねた。



**相模川**  
平塚と茅ヶ崎を隔てる相模川は馬入川とも呼ばれ、平塚エリアの主な保管場所が隣立する。マリーナ等では陸置保管が主流でその中心が20~25フィートの船外機艇である



**逗子**  
小坪海岸にある逗子マリーナが中心となり、海岸線は首都圏の別荘地・高級住宅地を形成している



**江ノ島**  
片瀬海岸にある島で、かつては渡船で行き来をしていたが、現在では橋が架けられ、湘南を代表する名勝となっている。島内には東京オリンピックで使用された江ノ島ヨットハーバー等があり、周辺は釣り場としても人気がある



**片瀬川**  
江ノ島を河口に持つ片瀬川は、暫定係留場所としてプレジャーボートのほか遊漁船なども数多く訪れている



**葉山**  
葉山御用邸に代表されるように、葉山地区は湘南エリアのなかでも、宮宅や名士の別邸が数多く建てられ、その風情は現在でも味わえる。また、鎌倉海岸は日本のヨット発祥地として知られ、葉山マリーナがある

## MJ、デインギ、ボート、クルーザーヨット すべてがマリッジジャーが楽しめる相模湾

首都圏のマリッジボートのメッカである相模湾は、夏の海水浴からセイルボード、MJ、デインギ、ボート、クルーザーヨットといった、あらゆるカテゴリーの船が一堂に会する、日本でも最もマリッジボーツが盛んなエリアで、シーズンの週末ともなれば、マリッジジャーを楽しむ人々の姿が、さまざまな場所で見かけられることができる。

これには、首都圏からの安・近・短という立地条件に加え、加山雄三や石原裕次郎、最近ではサザンオールスターズなど、湘南をイメージさせる数多くの芸能人、文化人や映像メディアがマリッジボーツとしての湘南のイメージを作り上げてきた結果といえよう。

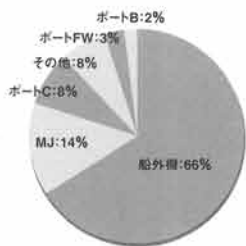
しかし、ボートビジネスでは全国と同様に苦戦を強いられているエリアである。他のエリアと比べた場合、最も異なる点は大型クラスでは国産ボートよりも、輸入艇の方が圧倒的に多いことだ。これは相模湾エリアだけではなく、東京湾も含めた首都圏一帯の特徴といえるだろう。B・Cクラスは国産艇。S・A・クラスでは輸入艇というのが多くのマリッジに見ることができ。

次に中小型艇では、他と同様にフィッシングニーズが高いことがあげられる。三浦半島を含む東側は底釣りを中心とした釣り派が多く、逆に相模川を含む西部ではライトロアリングなどルアーフィッシング派に人気が高い。

また、クルージングでは、大島や八丈島など伊豆諸島へは日帰りもしくは、1泊2日という航程が可能なこと、この伊豆諸島への長距離クルージングを目標としてビッグボートへの代替えを行うユーザーも少なくはないという。さらに最近では、ウエイクボードの普及による小型艇のニーズも高まり始めている。

日本のヨット発祥の地を抱える相模湾のネットワークショップさんでは、どのような商売をされているのか。内陸型、マリナー併設店など、さまざまなショップのご担当者にお話を伺った。

■過去1年間の湘南エリア販売比率データ (出荷台数ベース)



### (有)大西マリン

■創業：平成9年1月  
■従業員：3名

■代表者：大西紘

旧今関商事の業務を引き継ぐ形で創業され相模原市内に店舗を構える大西マリンさんは、内陸型の立地条件を生かし、商圏も相模湾や富士五湖、相模湖など、内水面をもカバーしている。以前にもご紹介したとおり、大西マリンさんは免許スクールの積極的に活用し一般募集以外にも、官庁への呼びかけやメディアとのタイアップによりマリッジショップとしての認知度の向上に努められている。また、内陸店舗ながらレンタルボートクラブも山中湖の白鷹マリンさんと提携を組み、新規層の取り込みや休眠ユーザーの需要促進に繋がられている。

### ■担当セルスから一言

独立して、4年目になる大西マリン様は、神奈川県エリアで常に免許募集実績がトップランクに位置しており、着々とお店の財産である管理顧客を増やしております。また、伊豆大島、式根島、三宅島等の業務市場船外機も一手に担当しており、免許、プレジャー、そして業務市場までトータルをカバーしています。大西社長のバイタリテイ溢れる行動にいつも勉強させて頂いております。

### (有)コグレマリン サービス

■創業：平成2年

■従業員3名

■代表者：小暮孝

マリッジエッセとボートをメインにご商売を展開され

ているコグレマリンサービスさんのセールスポイントが小暮社長の豊富な知識とソフットの提案力である。もともとアウトドア派というだけに釣りや水上スキーなどさまざまなマリッジスポーツに精通し、良いアドバイザーとしてユーザーからの信頼を得ている。また、同店の特徴ともいえるのがイベントの豊富さだ。伊豆諸島や三浦半島へのクルージングイベントを始め、マリッジエッセではS1を実施されるなど、ユーザーを楽しませることをモットーにマリッジビジネスを展開されている。

### ■担当セルスから一言

内陸から相模湾に出る国道129号線は、車の往来が一日中たえない為、お客さまもフリーな方の来店が多いためです。アットホームな雰囲気がお客さまの心を捉え、事務所もオーナーの方の憩いの場所となっています。また、小暮社長の海の知識、技術力がしっかりと2代目、職さんに引き継がれており、マリッジエッセの販売も任されている。営業力も益々パワーアップし、これからも楽しみなお店です。

■創業：昭和41年  
■従業員：5人

■代表者：河川和郎

相模川河口でボートの販売、保管、メンテナンスと屋形船を営業されている片倉ボートマリンさん。片倉社長は「必ず釣っていた」をキーワードにご商売を展開し、さまざまな釣り方をレクチャーすることで釣りが

ほぼ100%という同社のオーナーの満足度を高めている。さらにユーザーの釣果は同社のホームページに掲載し、信頼性の高い情報を提供することでフィッシングユーザーの活性化を促している。また大島へのクルージングや日本ビルフィッシングーナメントへの参戦などイベントも開催し、ソフトを主軸に据えた拡張に挑まれている。

■担当セルスから一言

老舗と生粋の言葉が合う「ボート屋」です。ボート販売、保管以外に屋形船も営業しており、ご家族全員でお店を盛り上げています。愛娘が現在ボートライセンスのインストラクターの勉強中。一度、こちらのホームページを閲覧してください。片倉社長はじめ、保管オーナーの方々の釣果レポートが毎週更新されていて、スピード作りに一役買っています。

■創業：昭和37年  
■従業員：4人

■代表者：山口博

伝馬船の時代から「貸しボート屋」として江戸島を背景にご商売を続けていた江戸島モーターボート商会さん。現在でもボートの販売、保管、メンテナンスといった業務の他にSRVレンタルボートクラブや独自のレンタルマリッジエッセを手掛け、潜在需要層に対して積極的なPRを行っている。

### ■担当セルスから一言

現在の主力はフィッシングボート。河口付近ではキスを始めとする底ものが楽しめることも同社の魅力。また最近では、エッセットを利用した

ウエイクボードユーザーも増加している。

■担当セルスから一言

湘南という言葉が似合うお店はここ「江戸島モーターボート商会」さんが一番です。店舗から徒歩で5分程の片瀬川に保管場所があり、出航すると目の前が江戸島というロケーションの良さ。ボート販売以外にマリッジクラブもされており、なかでもエッセットのマリッジクラブは盛況を呈しています。山口社長のアイデアとシャレに周りにはいつもユーザーさんが多く、和やかな雰囲気がある一つの魅力となっているようです。

■創業：昭和42年  
■従業員：167名

■代表者：松尾俊之

98年に逗子マリンを運営する(株)エスエルビーと合併し、現在の(株)マリンリゾートとなった。三浦半島の南端に位置するシーボニアマリンさんはさまざまなマリッジブレイが楽しめる総合マリンとして、古くから首都圏のボートユーザーやセーラーから支持されているマリンナである。

クルーザーヨットが浮かぶ小網代湾を多くのようにマリナーがあり、多くのオーナーがこのロケーションに魅了され、ボートを保管するという。また設備面でも日本初

### ■担当セルスから一言

三浦半島のほとんどの業務市場、船外機のメンテナンスを担っている長島鉄工所さんです。東京湾側と相模湾側の両面をもつ半島でその突端が城ヶ島。お店は東京湾側の三浦海岸沿いに位置しています。メンテナンスと販売をすべて任されている担当の関本さんは、三浦の市場になくはない船外機の名匠といっています。

■担当セルスから一言

(株)マリンリゾートさんは相模湾のマリンナを代表する、逗子マリンナ、シーボニアを所有する会社です。どちらも陸置きと保留バースを備え、リゾートの雰囲気も最高です。ペタテユーザーを相手に難なく対応できるのは、荻和さんと、伊藤さんのベテランセルスの力でしょう。

■創業：昭和20年  
■従業員：8名

■代表者：長嶋幸雄

三浦半島一円と相模湾東部の業務市場を商圏とする長島鉄工所さんは、半農半漁のユーザーにきめ細かなサポートを行うことで、新規ユーザーを開拓してこれた。業務ユーザーは磯漁がメインのため、同社の主力材材は4馬力から25馬力といった小馬力の船外機で、2ストロークがその大半を占め代替サイクルは4.5年。現在の顧客は200名ほどで、市場は全体的に漁業離れの傾向にあるという。単価の安い商材だけにサイバース、代替にはサイバースの正確なアドバイスが求められるという。

■担当セルスから一言

三浦半島のほとんどの業務市場、船外機のメンテナンスを担っている長島鉄工所さんです。東京湾側と相模湾側の両面をもつ半島でその突端が城ヶ島。お店は東京湾側の三浦海岸沿いに位置しています。メンテナンスと販売をすべて任されている担当の関本さんは、三浦の市場になくはない船外機の名匠といっています。

■担当セルスから一言

三浦半島のほとんどの業務市場、船外機のメンテナンスを担っている長島鉄工所さんです。東京湾側と相模湾側の両面をもつ半島でその突端が城ヶ島。お店は東京湾側の三浦海岸沿いに位置しています。メンテナンスと販売をすべて任されている担当の関本さんは、三浦の市場になくはない船外機の名匠といっています。

# 内陸の利点を生かしながら 新規需要の取り込みを狙う 大西マリン ● 神奈川県相模原市

神奈川県、相模原市に店舗を構える大西マリンさんは、年間の免許受講者が100名を超えるマリンショップ。相模原という内陸型のショップながら、免許を切り口にしたご商売を展開されており、ボート、マリンジェット、船外機など偏りなく販売されているのが特徴となっている。

「免許の募集や更新、講習などはお客様との大切な接点です。ただの繋がりとして捉えるのではなく、お客様のニーズを聞き出すチャンスとして考えれば、これほど有意義な接点はないと思います」

拡販はまず免許から。この基本を徹底的に実践されている大西マリンさんは、神奈

川県内では常にトップクラス募集実績を残し、新規顧客の開拓に当たられている。

「新規の募集や更新はタウン誌やホームページからの問い合わせがほとんどです。ホームページは立ち上げてから2年ほど経ちますが、いまではメールでの問い合わせが多くなりましたね」

ホームページでの問い合わせについては年々増加していると話す大西社長。制作こそ外注で行っているが、資料請求などは自らが行い、顧客管理に努められている。

「問い合わせのすべてが免許の受講やビジネスに直結するとは思いません。うちでも問い合わせがあった後に免許の受講をさ



店舗は駅前通に面しており通行量も多く、飛び込みの新規客も少なくはない



大西社長。プレジャーでは免許を切り口に需要を広げ、業務では伊豆諸島のユーザーをサポートする

れないお客様には再度連絡していますが、受講を見合せるお客様も少なくありません」

免許の募集を積極的に行う一方で、ボートの販売でも内陸地というハンディキャップを感じさせずに拡販に挑まれている。

「内陸といっても、このあたりのお客様は海に対して強い憧れを持っているのが特徴なんです。たとえば、相模川や片瀬川、葉山といった海岸線沿いでは、海に近い分、逆にボートを持つような人は少ない。逆に保留してある人の多くが、こちらの人だったりといった感じで、内陸と言うことが必ずしもハンディキャップにつながると思えません。むしろマリンジェットなどはトレーラーとセットでという方が多い。トレーラーがある種の憧れを抱かせるからでしょうね」

この他にも伊豆諸島の業務市場向けに船外機を拡販するなど、多方面に展開されている大西マリンさん。次なる戦略は法人需要へのアプローチだという。

「これだけ景気が低迷すると個人だけのお客様では限界が、例えば昔ながらの代替ごとにサイズアップするというのが望めませんよね。でも、法人客の福利厚生としてボートを拡販でき、ボート遊びの楽しさを感じていただければ、次につながるのではないのでしょうか」



同社のホームページ。制作こそ外注だが運営は大西社長が担当する。ホームページ開設後は免許の問い合わせも多くなったという



店内は明るく、消耗品やマリンジェット、ウェイクボード用品がディスプレイされている

免許の募集から代替え戦略まで、内陸の利点を生かしながらボートの拡販を行う大西マリンさん。「こんな時代だから売れなくて元々。でも今販売できれば次の代に繋げることができる」そう話す大西社長のバイタリティーが同社の原動力となり、多くのユーザーを生み出していた。

# ユーザーサポートにはソフトの提供が必須 遊びが代替ビジネスの基盤をつくる

コグレマリンスーパースタッフ ● 神奈川県平塚市

「この商売を始める前は、キャンペーンカードを製作していたのですが、そのときに内装の参考にしようとボートを手掛けたのが、販売するきっかけになりましたね」と話すのは平塚に店舗を構えるコグレマリンスーパースタッフの小暮孝社長。ボートの販売を始める前から、趣味としてパスポート17やディングシーを楽しんでいたという小暮社長だが「まさか販売す

るとは自分でも思っていませんでしたよ(笑)」と当時を振り返る。

以降、サービスを軸にマリッジビジネスを展開され、現在ではマリッジジェットや中小型ボートを主力商材に拡販されている。

「ボートで見れば、ほとんどの保管場所が相模川になりますので、ニーズとしては船外機艇が圧倒的に多いです。ジェットは3人乗りモデルでトレーラーとのセット販売が主流です」

東名高速と相模湾を結ぶ国道129号線沿いに店舗を構えているために、東京や埼玉など商圏も広く顧客も分散しているのが同店の特徴となっている。

「伊豆の下田や伊東に別荘を買ったから、そちらの方でボートを持ちたいという、都市部のお客様も珍しくはないんですよ。まあ相



小暮社長と奥さま、息子の勲さんでご商売を切り盛りする。今後は販売面を強化するためにスタッフを一人補充する予定

模川がうちの中心ではありませんが、お客様も保管場所も分散しているのが特徴ですね」

主力のボートは20から23フィートのUF系でお客様の遊び方も釣りが70%とフィッシングニーズが高い。またもう一つの主力商材であるマリッジジェットもXL系が圧倒的に多くトレーラーブルスタイルが定着しているという。

「これまではジェットのお客様は、ジェットのグループで、ボートのお客様はボートのグループでという遊び方が多かったのですが、昨年あたりからボートとジェットをミックスさ

せた遊び方が増えてきました。よくよく考えればジェットユーザーだってボートが傍にいれば安心して遊べますし、釣りも楽しめる。逆にボートのオーナーさんだってたまにはジェットに乗ってみたいというのが本心でしょう。

「そういった意味ではいい流れができてきましたね」マリンプレイの種類が



今年も早々にマリッジジェットのイベントを開催した。ゲレンデ問題が取り沙汰されるマリッジジェットだが、イベントを開催することでユーザーとのコミュニケーションが取れ、マナーの指導にも一役買うという

増えることで代替のきっかけも作りやすくなるという小暮社長。もっとも同社ではイベントにも力を入れており、オーナー組織が中心となってクルージングや釣り大会をこまめに催している。

「ボートのクルージングでは城ヶ島や初島、大島など、島巡りを中心に行っています。必ずしも私たちが主催ということではなくて、ベテランのユーザーさんに初心者の方を同行していただいたり、なるべく経験の浅いオーナーさんには声をかけて出してもらおうようにしています」

このほかにもマリッジジェットユーザーを対象にS・Iプログラムを開催するなど、イベントを通じてユーザーフォローを積極的に行っている。

「買っていただいたら楽しく遊んでもらう。ただ販売するだけではなく、いかに遊ばせるか。それが次の商売につながると思います」



休日ともなれば、帰港後のオーナーさん達で賑わう店舗。アットホームな雰囲気多くのユーザーを育んでいる



# 小回りの利く対応力が、 信頼関係を築き上げる

片倉ボートマリナー ● 神奈川県平塚市

相模川の河口に店舗と保管場所を構える片倉ボートマリナーさんは、ボートフィッシングユーザーをメインに「商売を展開されている。同社の片倉和郎社長にお話を伺った。

「もともと屋形船のお客様が多くいらっしやいまして、その中から「ボートを預かってくれないか」という相談があって、少しずつ手掛けるようになったんですよ。それから徐々に展開してきました」

80隻ほどのキャバシティを持つマリナーは店舗から2、3分の場所であり、ボートの上下架は、店舗前の河川敷で行っている。主力商品は、20から30フィートのフィッシングボートで、現在は約70隻が稼働しており、そのほとんどがカツオやメジを狙うライトトロールینگ派だという。

「このあたりでは、底ものといってもキスぐ

らいで五目釣りを楽しむよりもライトトロールینگの方がかえって釣果はいんですよ。ガソリン代はかかりますが餌代もありませんし、お客様はほとんどトロールینگで楽しまれているようです」

自己完結をモットーとする片倉社長は、新規ユーザーの獲得については既存ユーザーの紹介をメインにレンタルボートクラブからの取り込み、また代替艇の販売面についてもそのほとんどが社内で完結されている。

「それほど規模が大きいというわけではないので、なるべく紹介をメインにしてボートの販売をしています。販売だけを考えれば募集をかけて、お客様を集めることもできるのですが、オーナーさんを楽しませるといいう販売後のアフターフォローをしっかり出来なければ、やがてはボート離れにつながってしま

いますからね。

ただ最近景気も悪く、既存のオーナーさんもだいたい年齢が上がってきまして、もう一度原点に立ち戻って、ユーザーを育て上げて、次につながる基盤を作り上げていきたいですね」

既存オーナーのフォローアップに力を入れている片倉社長。夏には大島クルージングやJGFAが主催するジャパンインターナショナルビルフィッシングトーナメントへの参戦、また2年に一度の割合で1級免許へのステップアップを促し、日頃のアフターフォローと同様にオーナーさんを楽しませることに注力されている。これはレンタルボートも同様で、3年間で4名がオーナーにステップアップした。

「レンタルボートクラブのお客様が、すなりとボートオーナーになれることは少ないですが、何回も来ていただけたお客様には、信頼関係も築けますし、釣り方もいろいろレクチャーできるので、一見のお客様よりもオ

ナーさんになる確立は高いと思います」ソフト主導できめ細かなアフターフォローを行っている片倉ボートマリナーさん。オーナーのニーズに合わせた小回りの利く対応力が同社の武器となっていた。



保管艇は20ftから30ftの船外機艇が中心(上)  
ボートの上下架は店舗前の棧橋で行う(下)



片倉ボートマリナーの片倉和郎社長は、良きフィッシングアドバイザーとしてユーザーから慕われている



片倉ボートマリナーさんのホームページ。釣果情報やイベント情報など頻度の高い更新でユーザーの活性化に一役買っている



# ロケーションを武器にレンタルユーザーのステップアップを目指す

江ノ島モーターボート商会 ● 神奈川県藤沢市

湘南のシンボルでもある江ノ島が眼前に控える片瀬川。この片瀬川に係留場所を持つ江ノ島モーターボート商会さんは、ボート、マリッジットのレンタルを始め、販売、保管、修理を行う江ノ島では数少ないトータルマリンショップとして知られている。

「ボートの販売をするまでは、『貸しボート』とか江ノ島一周の観光クルーズをメインにや

っていたんですよ」と穏やかな笑みを浮かべながら話す山口博社長。20から26フィートの船外機艇が同社の主力商材となり、マリンプレイも圧倒的にボートフィッシングが多い。「いまはUF-21や23カデイといった商品がほとんどですね。お客様はこの片瀬川に泊める人がほとんどですから、朝夕に左右されない船外機艇を選ばれる方がほとんどですよ」

ボートを出せば目の前は江ノ島。そのすぐ隣ではキスやアジなどのポイントも多い。抜群のロケーションと多くの釣りスポットが混在するフィールドは同社の魅力のひとつとなっている。

「よっぽどお金が無くなった人ではない限り、ボートを売ることはありませんね。シーズン中にしか

遊ばないお客様が多いのにもかかわらずボートを持ち続けている理由は、やはりこのロケーションだと思いますよ」ハイシーズンとなる7・8・9月の3ヶ月間はボートオーナー以外にもレンタルクラブ会員やジェットユーザーで賑わいを見せる。もともと貸し船屋としての素地がある同社では、これらの需要にも積極的に対応し、エントリー層に対してボートやジェットの楽しさを伝えている。

「レンタルもオーナーさんも東京、横浜といった都市部にお住まいの方が多く、地元の方よりもマリライフへの憧れはみなさん強いと思います。そういったイメージを持ち続けていただくことが、ボートの販売や代替促進には欠かせない要素だと思っています」

今後の課題はレンタル需要の活性化だと話す山口社長。年間100名以上いるレンタルユーザーをいかにボートオーナーに育て上げられるか。そのストーリー付けができれば今以上に拡販が望めると期待を膨らませる。

「ボートオーナーの平均年齢が40歳から50歳前後に対して、レンタルユーザーは20代、30代とジェットのユーザーに近いのが特徴です。この年代ですとすぐに購入というわけにもいきませんから、当分はレンタルでボートライフを身近に感じてもらい、生活に余裕が出てきたところで、オーナーへのステップアップというのが理想でしょうね」

ロケーションを武器に「こ商売を展開されている江ノ島モーターボート商会さん。今後ともレンタルをベースにボートの拡販に臨みたい」とその意気込みを語った。



シーズンともなれば3隻あるレンタル艇は常にフル稼働となる。このレンタルユーザーをいかにステップアップさせていくかが同社の課題でもある



写真中央が山口社長。スタッフはこの他に山口社長の弟さんを含めた4人



ジェットの上下架もシーズン中は毎日行われる。山口社長はPWSAの地方副本部長も務められている

# マリナーの総合力でボートの拡販に挑む

株式会社マリンリゾート(シーボニアマリナー) ● 神奈川県三浦市

湘南にある逗子マリナーとシーボニアマリナーはあらゆる設備が整う日本を代表するマリナーで、この両マリナーの運営を行っているのが(株)マリンリゾートさんである。同社舟艇販売担当部長の刈和幹夫さんにお話を伺った。

「当社は小網代湾にあるシーボニアマリナーと逗子マリナーの運営を行っておりますが、大きな違いは逗子マリナーがマリナーやマンション、リゾートクラブ運営などの不動産を含めた総合リゾート施設に対して、シーボニアはボート、ヨットの販売、保管、メンテナンスといったマリナー本来の機能に重点を置いていることです」

シーボニアマリナーはボートヤードだけでも、水面係留、陸置き、ボートラック、パレックなど、顧客のニーズに合わせた保管形態がとれる。またオーナーのステイタスを満たすクラブハウスやレストランなど施設の要素も充実しており、一般客にもチャーターボートイングリや体験セーリングといったメニューを用意し、さまざまなマリナーが楽しめるマリナーとして多くのユーザーを育んできた。

「この魅力はなんといっても小



(株)マリンリゾートの舟艇販売担当部長、刈和幹夫さん

網代湾に面しているために、出航停止となることがほとんどないことだと思います。逆にウィークポイントが首都圏からのアクセス面ですね」

三浦半島の南端に位置するシーボニアマリナーは、オーナーのほとんどが東京や横浜といった都市居住者。観光地でもある三浦半島はシーズンの週末は必ずといっていいほど渋滞が起こるために、絶対のロケーションを抱えながらも敬遠するボートユーザーも少なくない。

「ロケーションだけを見ればみなさん満足されているようなのですが、やはり都心からだとアクセスの問題を上げる人もいらっしゃいます。」

以前はボートも中、大型艇というのがメインでしたが、SRVなどの小型艇が発売されてからは会社員の方が増え、ユーザーもばらけてきたのが特徴ですね。遊び方も釣りをしたりクルージングを楽しんだり、オーナーさんによってまちまちですね。志向が掴みにく



保管料金は陸置き、自動立体艇庫(ボートラック)、パレックなどで差別化を図り、オーナーのニーズに合わせた保管形態が選べる



ボートとヨットの比率は7:3だが、本格的ヨットハーバーとしてスタートしただけにクルーザーヨットの数も多く見受けられる

「というのが、特徴だといえるでしょう」  
現在中心となるのは30フィート前後のボート。景気の影響が強く、ユーザーのニーズも中古需要に傾きがちだと話す刈和部長。今後も魅力あるマリナー作りをベースに新規顧客を獲得していきたいという。

「老朽化した施設の改善などの課題もありますが、まずは小網代湾と相模湾、そしてマリナーの機能をPRしながら、新規層にアプローチをかけていきたいですね」

## 半農半漁のユーザーをきめ細かくサポート

三浦半島東側、三浦海岸のすぐ裏手に事務所を構える長島鉄工所さんは、三浦半島から、相模湾東部の業務ユーザー向けに船外機ビジネスを展開されているネットワークショップである。半農半漁のユーザーをサポートされている長嶋幸雄社長に商圏特性を伺った。

「うちがメインとしているのは半農半漁のお客様です。まだ船外機が発売される前から農機具でお付き合いさせていただいて、その流れで徐々に船外機のオーダーが増えていったんです。漁はその時々で変わるんですが、ワカメやタコ、エビやイカなど25馬力以下で磯漁を営んでいらっしゃる方がほとんどですね」

長島鉄工所さんの主力商品は4馬力から

25馬力の船外機で、20から27フィートの和船との組み合わせで使用されるケースが多い。現在でも2ストロークが主流となっており、ヤマハのシェアは高いという。

「故障が少ないのがやっぱり漁師さんには喜ばれますよね。もう20年近くになりますので漁師さんの方も使い方を分かっていますからね。今のところ4、5年が代替のサイクルです。やっぱり業務で使っている方に信頼性が一番ですよ」

「漁業離れが進む中であって三浦半島も同じような状況だという長嶋社長。現在は半農半漁という形態よりも専業漁家への傾向が強いという。」

「サザエやアワビといった貝類が全然採れなくなったのが、漁業離れに拍車をかけてい



長嶋幸雄社長。業務が縮小する中で何とか活路を見いだしたい、と抱負を語る

ます。また相模湾側では漁も行われていますが、東京湾側はほとんどが今いる世代で終わりでしょう。半農半漁でやられている方の後継者は会社勤めを選ぶ方が多いですが、専業の方はわりと継ぐ人が多いです。ちょうど私たちがマーケットとしている部分のボリュームが少なくなってきたんですよ」

東京や横浜といった都市部に近い分、漁業に求められることも少ないという。また、レジャー需要も少ないことから、長島鉄工所さんでは、現状の業務ユーザーのテコ入れを図るために、4ストローク船外機の導入キャンペーンを行っている。



浜で出来ないメンテナンスは事務所裏の工場で行われる



長島鉄工所さんがサポートするのは三浦半島と相模湾東部の漁港。ヤマハ船外機のシェアも高い



「普段から点検キャンペーンを行って極力お客様との接点を設けるようにしているのですが、今後は4ストロークの普及にも力を入れてやらなければ、縮小していく市場のなかでの生き残りは難しいですよ。現状では2ストロークでも充分ですが、環境対応や製品のバリエーションといった意味では期待できる商品ですからね」

「まだまだ4ストロークの認知は低く、今は普及の段階だと語る長嶋社長。「しっかりしたサポートとスムーズな納入を心がけてお客様に喜んでいただける船外機ビジネスを続けていきたい」と、その抱負を語った。」

## リカーポート蔵家

(和・洋酒販売)

●東京都町田市

規制緩和によって危機に立たされている、中小酒類小売店。いわゆる「町の酒屋さん」は軒並み苦境に立たされており、92年以降の調べでは毎年100件以上の倒産があり、増加傾向だ。そのような中で東京・町田市の「蔵家」は、「小さな酒屋さん」でありながら年商3億円を計上している。人と人との触れ合いやもてなしの心を重視しながら、独自の商品展開を買ったことが成功のカギだ。

「温かいもてなしがお客様に受け入れられる商品と」

57㎡という決して広くはない店内に足を踏み入れると、所狭しと並べられたお酒に取り囲まれる。ワイン、日本酒、焼酎、合わせて約1700種。しかもそのほとんどが社長の浅沼正臣さんと奥様の清子さんが自らの足を使って集めた「こだわりのお酒」。他ではあまり見られない、酒好きにはたまらない銘柄がズラリと並ぶ。

「温かいもてなしがお客様に受け入れられる商品と」

「他にない豊富な品揃え。そして細やかな心遣い。たとえ一見さんでも、まるで常連客だったかのように思わせてくれる。そんな温かさで、店内は満たされている。」

創業は76年。それまでご主人はカメラマン、奥様はテレビ局の秘書課に勤めていた。いわば「お酒の素人」が、何も分らないままに酒販業を始めた。しかしその先入観のなさが、「蔵家」の大きな武器となった。

「プロとしての意識が個性ある店作りの基盤」

「蔵家」創業のきっかけは、酒販組合からの依頼だった。組合とつながりのない新規安売り店の出店計画を警戒し、浅沼さん夫婦に出店の打診があったのだ。酒類小売業免許の発行は、酒販店間の距離や地域人口などによって規制を受ける（現在は緩和されつつある）。組合の息がかかった酒屋さんを作ってしまったら、新規安売り店の出店は難しくなる。そこに白羽の矢が立ったのが、浅沼さん夫婦だった。

「とにかく何も分からない。何しろ「いらっやいませ」も言ったことがなかったんですから」

と清子さんは思い出し笑う。しかし、「お店をやるからには」という熱意は強かった。

「今までにもあるような普通のお店を



店内に並ぶ酒類は約1700。すべてのお酒について詳細な知識がある。それを生かして、会話の中から引き出した来店客のニーズに添えていく。

オープンさせたところで、新規店がいきなり売れるものじゃないだろう、と思っただけです。だったら他がやっていることをやるしかない」

そこで目を付けたのがワイン。26年前はワインを販売するお店自体がない時代だ。正臣さん自らフランスまで買い付けに行った。他店との差別化が目的とはいえ、1ドル360円の時代。1回の買い付けにかかる費用が150万円を超えることもあった。しかもワインが受け入れられるかどうか保証はない。当然リスクは大きかった。

しかし正臣さんは、「勉強代ですよ。例え誰にも受け入れられなかったとしても、自分を高めるためにには役に立つでしょう？」と笑う。

「何も知らないゼロからのスタート。」

しかし販売するからにはしっかりと知識を身に付けたい」と、ワインやカクテルのスクールにも通いつめた。

現在、正臣さんは「コンセイエ」という日本でも数少ないワインアドバイザーの資格を所有している。日本酒・焼酎を担当する清子さんは、女性初のきき酒師の資格を取得した。とにかく夫婦そろって勉強熱心。だが浅沼さん夫婦は特別お酒好きだったわけではないそうだ。

「お酒を販売して代金をいただく以上、できるだけのことほしなさい。惜しみなく時間も使いますよ。それは当たり前のことだと思おう」

と清子さんは言い切る。情熱の源はブ口意識なのだ。そしてその情熱が「蔵家」の個性を築き上げることになる。

## 今売ればいいのではない オリジナルな品揃えを守る

89年の抜本的見直し以降、酒類販売に関する規制緩和が段階的に進んだ。大型店やディスカウント店、コンビニなどでの酒類販売が始まる。しかしその頃すでに「蔵家」は、独自の仕入ルートを生かした商品展開によって「他にないお酒が手に入るお店」として名を馳せていた。

ワインは正臣さんがフランスに渡って買い付けをしたり、農場と契約して作ったオリジナルワインを輸入販売す

お酒の話はもちろん、世間話に花が咲くことも。長くやるようだとそっと飲み物が差し出される。来店を感謝するもてなしの心の表れた



店内のPOPはほとんどが手書き。とにかく手間はかかるが「温かみがあるし、やはり手書きが目を引くでしょう?」と清子さん

「ただ販売するだけではなく、お酒やそれを取り巻く素晴らしい文化を知ってもらいたい」との願いでイベントを企画。ワインに合う料理教室やフラメンコ教室など、お酒にまつわるさまざまな催し物を年数回開催し、好評だ



る。日本酒は、清子さんが蔵元に日参し長い時間をかけて取引をさせてもらう。取り扱い点数は、秘蔵の地酒を含めて300を数えるまでになった。

だが浅沼さん夫婦は、ライバル店の研究も怠らない。ディスカウントショップなどでは、店員との会話の必要がない大手メーカーのビールが主力商品。「それなら」と、「蔵家」ではビールの取り扱いを思い切って減らした。

「日本酒も、TVCFなどが盛んで誰もが知っているような銘柄は、ほとんど扱わないことにしたんです」

また景気の良かった時代の話だ。メジャーブランドのビールや日本酒は置くだけでほとんど売れていった。

しかしそういう商品はディスカウント店にも同じものが並んでいる。価格競争では大資本の店に敵うわけがない。「激安」「薄利多売」の潮流には背かかた

ちになっても、独自商品の路線をいっそう強化することにした。

これですます「蔵家」のオリジナルティは高まった。さらに元来コミュニティションを大切にしていたことから、自然に固定客は増加していった。98年には優良経営食料品等小売店全国コンクールで農林水産大臣賞を獲得するに至っている。ディスカウントの逆風を逆手に取ったのだ。

「本当に来店していただくことがありがたい。だから自然とおもてなしをしなくなる。商品も絶対によいものを提供して、大事なお客さまを裏切りたくない。それだけのことなんですよ」と清子さん。最近では「どこで買ってもどうせ同じ」「それなら1円でも安く」と、買い物も殺伐としてきた。しかし「蔵家」では、ここでしか買えない商品に囲まれ、ゆったりとした会話の中で自分のお酒を選ぶことができる。安さだけでは決して味わえない買い物本来の楽しさが、ここにはある。

### ■取材を終えて

「もし別のご商売をされていたとしても、今と変わらない情熱を傾けられると思いますか」と奥様の清子さんに尋ねると、「もちろんです。何かを売って代金をいただく以上、扱う商品は関係ないですよ」と即答された。手間や時間がかかり、決して効率が良いとは言えない商法での成功。それは時局に関わらず独自性を貫く強い意志と、極めて高いプロ意識に支えられていた。

## PROFILE

### (有)蔵家

(有)蔵家

- 創業:昭和51年
- 資本金:500万円
- 年商:3億円
- 社員数:9名
- (アルバイト6名含む)



### 浅沼正臣さん・清子さん

ご夫婦で始めた「蔵家」は創業26年。町田市内の団地群そばに立地。通販も行っており、顧客は町田近隣を中心に全国に広がっている。ご主人の正臣さんはソムリエ、コンセイエなどワインに関する資格を有する他、フランス・ブルゴーニュの中でも特にシャブリの名を知らしめた者に送られる、レピリエ・シャブリジャン騎士号を受章している。奥様の清子さんはSSI認定き酒師であり、ワインで言うソムリエにあたるビール専門家・ビアテイスターの資格を持つ。



## CAMPEIGN

**お急ぎください 8月末日まで。2001年アーリーサマーキャンペーン**

### ■ CR-28FB・2001Flying Package

FB艇のエントリーモデルとして人気の高いCR-28FBに総額60万円相当のオプション(ゲストマスト・冷蔵庫・DGPS/GPSプロッタ魚探)をパッケージした「2001 Flying Package」をプレゼントしております。期間限定となっておりますので、ぜひこの機会をお見逃しなく、拡販にご活用ください。

\*このキャンペーンは8月31日までのご契約、9月30日までに納艇できるお客様に適用されます。また「Flying Package」の取り付けに関わる費用は含まれておりません。



### EXCITER 1430 SPORTS Wake Version 用品キャンペーン展開中

ウェイクボードを中心にさまざまなマリ  
ンプレイが手軽に楽しめる、EXCITER  
1430 SPORTS Wake Versionの用品キ

ャンペーンを展開しております。内容は  
EXCITER 1430 SPORTS Wake Versionを  
購入されたお客様に10万円分の用品をプ  
レゼントするものです。

ぜひこの機会をご利用い  
ただき新規、代替の需要喚  
起にお役立てください。

●期間：2001年9月30日ま  
で

●対象：9月30日までに登  
録を済まされるお客様

\*チラシをご活用ください



### ボート免許教室30周年キャンペーン 3rd ステージ、スタート

開設以来100万人以上の卒業生を数え、ボート免許教室の分野に  
おいて支持され続けてきたヤマハボート免許教室。現在30周年キ  
ャンペーンを1st、2ndと継続して行っておりますが、7月からは3rdス  
テージがスタートしております。

●期間：7月から9月末日

●対象：ヤマハボート免許教室(直営教室・フランチャイズ運営教室)  
の受験コース受講者

●内容：先着3000名様にポロシャツ(1級/4級)、Tシャツ(5級)をプ  
レゼント

30周年キャンペーン最後のステージとなっておりますので、ぜひ多く  
のお客様にお知らせいただき、新規需要の開拓にご活用ください。

### ■ ワンドリンクキャンペーン

コミュニケーションツールとしてダイドウドリンコ(株)のMIU(ナチュラルサポート飲料)を配布しております。ボート免許教室受講生やレンタルボート利用後の会員にぜひお配りください。なお、教習艇やレンタルクラブ艇には同梱されておりますMIUのステッカーをお貼りいただくようお願いいたします。



## NEW MODEL

### 世界初の4ストローク 搭載マリンジェット 「FX140」 来春デビュー

ツーリングWithパフォーマンスをコンセプトに掲げた世界初の4ストロークエンジン搭載マリンジェット「FX140」を新開発し、2002年春世界同時発売いたします。



#### 「FX140」の特徴

- マリンエンジンのテクノロジーを集結した998cc、DOHC5バルブ、直列4気筒の軽量・コンパクトな専用エンジン「MR-1」を新開発。ベースとなっているのは欧州のモーターサイクル市場で定評のある「YZF R-1」搭載エンジンである。
- 新設計のエンジンとエレクトロニック・フューエル・インジェクションの組み合わせにより煙や匂いのほとんどない排ガスを実現。また操作性でも鋭いスロットルレスポンスで小気味良い加速性が味わえる。
- 新開発の4ストロークエンジンは低燃費、静粛性、排ガスのクリーンさといった環境性能を大幅に向上させ、EPAの2006年規制値、及び舟艇工業会の2006年自主規制値を大幅にクリアする。

### 「YAMAHA Touching your heartキャンペーン」

この夏ヤマハでは、新規需要の拡大とマリンの社会的認知、理解の向上を目的とした「YAMAHA Touching your heartキャンペーン」を展開しております。

このキャンペーンの内容は、今年の思い出となるような海にまつわる写真を期限内に応募すると「海の思い出アルバム2001」と題した、オリジナルアルバムがプレゼントされるものです。(作品多数の場合は、選考の上掲載)

ぜひ、多くのお客様にお知らせいただき、コミュニケーションツールとしてご利用ください。



#### ■募集要項

##### <応募方法>

「海っていいな」と感じた思い出の写真と ①その時の簡単なエピソード ②住所 ③氏名 ④年齢 ⑤性別 ⑥電話番号 ⑦職業を明記した別紙(書式自由)を封書にてお送りください。住所と氏名にはフリガナをお願いします。

##### <応募規定>

応募資格は自由です。お一人様、何点でもご応募できますが、2001年に撮影したものに限りです。作品はプリントでご応募ください。白黒・カラーどちらでも結構ですが、サイズはサービス判(L)からキャビネ判(2L)もしくはA4サイズまでとさせていただきます。

●応募作品は返却いたしません。●著作

権は応募者本人に帰属しますが、応募作品を自由に使用する権利についてはヤマハ発動機株式会社に帰属するものとします。

また、応募作品はホームページの掲載のほか、弊社の印刷物などに利用させていただくことがあります。

●応募者多数の場合はヤマハ発動機株式会社にて掲載写真の選考を行います。

●アルバムの発送は年内を予定しています。

<宛先>〒104-0041東京都中央区新富1-3-2新富町1丁目ビル(株)トーシン社クリエイティブ内「海の思い出アルバム2001」事務局宛

<応募期限>平成13年9月3日(月)当日消印有効

### バスフィッシング専用船外機の ハイエンドモデル VMAX250 新発売

バスプロトーナメントの本場であるアメリカにおいて抜群の人気を誇るVMAXシリーズ。そのラインナップに最大モデルとなるVMAX250が加わりました。

主な特徴はエレクトロニック・フューエル・インジェクションを採用することで燃焼効率を高め、燃費を向上。またVMAX225と同等のサイズ、重量のため換装もスムーズに行えるようになっております。



#### <主要諸元>

- エンジン形式：2ストローク76° V6
- キャブレター：エレクトロニックフューエルインジェクション
- 排気量：3,130cm<sup>3</sup>
- ボア×ストローク：90×82mm
- プロペラ軸出力：183.9kW(250hp)/5,000rpm
- 舵角：左右各35°
- 全高×全幅×全長(L)：1,685×562×864mm
- トランサム(L)
- 乾燥重量：235.5kg



### 購入者に聞いたUF-29の製品評価

沖釣りを満喫できる29フィートのフィッシングインボードモデルとして登場したUF-29は、発売開始後多くのユーザーから注目を集めた一艇である。3次元設計を施し、SXエンジン初の簡易微速装置(オプション)の設定や新型船型の採用など、次世代のUFシリーズのベースモデルと謳われるUF-29/B。オーナーの方々はどのようなところに満足し、どのようなところに不満を持たれているのか。今回はこのUF-29のオーナーである方々にマイボートの製品評価を行っていただいた。

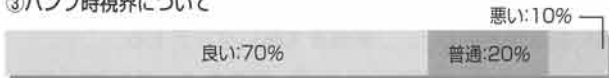
#### ①加速性能について



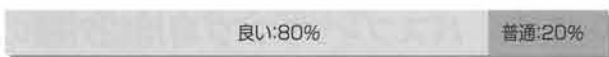
#### ②スピードについて



#### ③ハンパ時視界について



#### ④走行時視界について



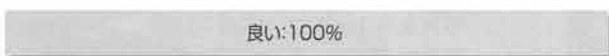
#### ⑤走行時エンジン音について



#### ⑥走行時エンジン振動について



#### ⑦凌波性について



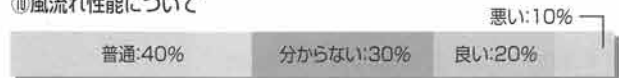
#### ⑧舵効きについて



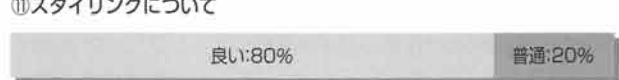
#### ⑨静止安定性について



#### ⑩風流れ性能について



#### ⑪スタイリングについて



#### ⑫デッキ広さについて



#### ⑬デッキ上物入れスペースについて



#### ⑭イキス容量について



#### ⑮ブルーワーク高さについて



#### ⑯パワースタック広さについて



#### ⑰ドライビングポジションについて



#### ⑱ワイパー拭き取り面積について



#### ■追金について



単位:万円

上記の回答ユーザー(=オーナー)は、職業別では自営業が9割を占めており、新規と代替の比率では代替層が100%。新規オーナーの意見は含まれていないのがアンケートの特性として挙げられる。

また、被代替艇としては、UF-28S/Dが半数を占めており、以下CR-27、FC-27と同程度の大きさを持つボートからの代替となっている。フィッシングボート以外のマルチボートからの代替も少なくはない。

実際のオーナー調査では凌波性、走行バランスなどの基本性能や艙装性ではユーザーの評価を得る内容となっている。ボートの経験が豊富であり、かつ商品についても厳しい目を持つオーナーをも納得させている。

さらに金銭的には、「品質を考えると当然だが他社に比べると高い」

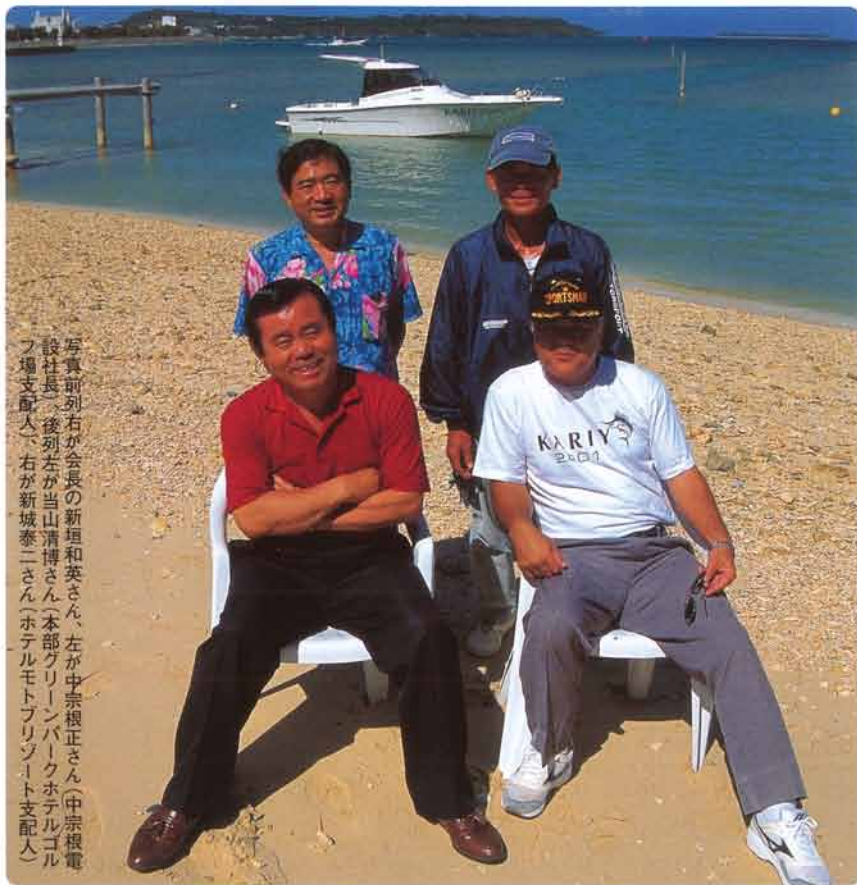
という意見もあり、目新しさよりも、本来の機能を踏まえてボートの選択をするユーザーの実像が出てるといえる。また別途で「追金」の調査をしたところ、600万から700万円台が50%で、このクラスであれば比較的商談がまとまりやすいことを示している。



# 「海のある生活」

〈KARIY2001〉(UF-26S/D) 新垣和英さん(代表) 沖縄県

「マイボートで海の素晴らしさをアピールし、町の活性化に活用したい」



写真前列右が会長の新垣和英さん、左が中宗根正さん(中宗根電設社長)、後列左が当山清博さん(本部グリーンパークホテルゴルフ場支配人)、右が新城泰二さん(ホテルモトブリゾート支配人)

沖縄県中部、西海岸に位置する本部町は、かつてカツオの町と知られ、港は勇ましいカツオ漁船で賑わいを見せてきた。そして、カツオ漁は沖縄の戦後復興に重要な役割を果たしてきたことでも知られている。しかし、ここ数年は、後継者不足からその船数も相当に減ってしまったという。それでも本

部の「海」という素晴らしい資産は健在だ。周辺には水納島、瀬底島などの島、数々のダイビングスポット、グルクンやアカジンが豊富な釣り場といった具合にマリンスポーツには最高の環境を備える。本部の町は今、素晴らしい自然を生かした観光業に活路を見出し、美しい海、豊穡の海をアピールしている。

そんな本部の町に生まれ育った男たちが、共同でボートを持つということになった。  
「最初は、4〜5人が集まって釣りでもしようかという話だったのですが、話を詰めていくうちに、どうせなら本部の町の活性化に役立てられないか、ということになりました」と語るのは新城泰二さん。

「このボートを使って海のすばらしさをアピールしよう。カツオが衰退していく中でも、何か海に関する明るい話題を提供できないかと話が盛り上がりつつあります(新城さん)」。集まったメンバーは元町長、役場の観光課の課長、リゾートホテルの支配人、土産店の店長、建設会社の社長、そして僧侶などの16名。クラブの会長は役場の町民課課長の新垣和英さんが務めている。

「カツオの衰退は漁師だけでなく町民みんなが寂しく思っていた。ならば自分たちが海に出ていこうじゃないかとなったんです。何か発見があるだろうと。自分たちの余暇、遊びの中から、町の活性化に繋がる何かをつかめるんじゃないかと思っただけです(新城さん)」。こうして4月14日に進水したボートがKARIY2001(UF-26)だ。カリイとは沖縄の方言で「縁起」や「幸運」を意味する言葉だ。これまでにKARIY2001はフル稼働。自分たちの楽しみのためだけでなく、マリイベントの運営に一役買ったり、旅行代理店の視察にボートで近隣の海を案内したりと、公共のためにも使用されている。



高知市の中心部よりほど近い国道32号と56号線をつなぐ通りの一角・潮新町に構えられた太平洋マリンさんの店舗兼サービス工場。展示スペースには売れ筋の新艇から中古艇までがギッシリと並んでいる

ボードやビンディングなどエキップメントに加え、ウエット、ライフジャケットのウエア類からボードメーカーのステッカーなど小物類まで品揃えの豊富なトイニングコーナー



ファイティングチェアやロッド&リールまで揃ったゲームフィッシングコーナー。店舗内のイメージ作りには欠かせない

「多彩なマリンスライフ」の浸透を目指して  
遊びのソフト提供で新たな市場を切り開く  
(有)太平洋マリン ● 高知県高知市潮新町



老舗として知名度の高い太平洋マリンを支えるスタッフ。右から西沢苜子社長、営業の武さん(右奥)、常務の史生さん(中央)

商品の趣味的要素をかざり  
市場のニーズを喚起する

「37年前に先代がダイビング用のウエットスーツの製造と販売を始めたのがきっかけ。ボート関係も(ヤマハ製)船外機が発売された当初から扱っていましたが、これまで二輪やセイルボードなどいろんな商品を扱ってきたようですね」と、創業当初を振り返るのは、四国南岸の高知市内で、長年マリネビジネスに取り組まれている(有)太平洋マリンの西沢史生常務(40歳)。

先代・西沢春水氏が他界されてからは、母・苜子さんが引き継がれ、現在に至っている。

「とにかく先代は、根っからの高知県民気質の持ち主で、凝り性として……。フィッシング用のタックルの収集や外国製二輪を所有したり、自他ともに認める趣味人だったんですね(笑)」

「自らが使いたいと思うような商品を扱う」というその姿勢は、現在もなお同社の経営方針に根付いており、その商品の持つ趣味的な魅力を訴求することで、地元市場のニーズを喚起しているようだ。

トロリーングとウエイクソフトを主軸に据えた販売戦略を目指す

太平洋マリンさんが拠点を構える高知市は、その沿岸部を黒潮が流れるため温暖で、年間通じてマリンスポーツが楽

しめるとともに、カツオをはじめとする青物など回遊魚の豊富な場所でもあり、トロリーングなどボートフィッシングにも適した場所でもある。

「目の前にポイントはあるんですが、実際に(自分で)やってみないことには(お客様に)どのように乗ってもらえばいいのか分からないですね。FR34が売れたのをきっかけに、自分でもトロリーングを始め、そのために社有艇を準備して座学と実践まで含めた(トロリーング)勉強会などを積極的にしてきました」とは、フィッシング部門でもトロリーングのエキスパートとして顧客からの信望が厚い史生常務。

これまで大型艇のニューモデル登場に合わせて、自社艇(津吉丸)もFR34、SF38とサイズアップを図り、トロリーングの普及イベントというソフトの提供に力を注ぎながら、ハードの販売に結び付けてきた。

「広告塔としては随分高いものではありますがですけどね……(笑)。新艇ばかりが出るとは限りませんが、(お客様は)やはりモニター艇に注目しておられて、同じもので揃えていきますからね」

時間さえとれば積極的に海へと出かけ、毎年夏には吉川村ポーターマリーナをベースとした「とびうおフィッシングクラブ」から地元・土佐や和歌山・勝浦で開催されるビルフィッシュトーナメントに出場(昨年の勝浦では153kgのブルーマリーンで優勝)し、顧客との横の

# ネットワーク店に見る 当世マリンビジネス

毎年顧客とともに通っていた勝浦ビルフィッシュトーナメントで、昨年153.8kgのブルーマリンを50ポンドラインでランディングし優勝。「今年も参加しますが、裏方に徹します」とは西沢常務



顧客の9割近くがポートフィッシング需要とあって、独自やハーバーとの共催の釣り大会にも積極的に取り組む。同時にゲームフィッシングイベントへの遠征や近日開催予定のウエイク関連イベントなど顧客サービスにも余念がない



独立した用品スペースには航海計器などの電装品からロッドホルダーなどの織装類、シャックルやクリートなどの部品類まで豊富な在庫が並ぶ

「即ポートの販売に結びつく訳ではないんですが、レンタルポートに関しては、ウチではほとんどがウエイクのお客様に占められています。最近では免許教室にも興味を示すボーダーが増えていて、以前は誰かが持っていたという感覚だったんですが、とりあえず取っておこうと考える方も増えているようですね」

同店が力を注ぐマリンショップの売り場スペースも、トロリーリングや部品などと同様の面積を割いて、

つなかりを築くのに役立っている。「バスフィッシングやマリンジェットは頭打ちになっているんですが、そんな中で定着してきた感があるのがウエイクボードなんです。以前(同社では)水上スキーの高知県の連名事務局をしていたんですが、その頃の10倍以上の人口がいると思われませんか」

とは、同社の営業兼ウエイクボード部門担当の、西沢常務の弟・武さん(32歳)。もちろんご本人も週末にはゲレンデへ出掛けるボーダーであり、浜に集う方々との交流の中から、ポートや用品スペースで扱うハードの選択に浜の声を取り入れている。

年間を通じてマリンスポーツを楽しむことができる環境とサーフィンやセイルボードなど横乗りスポーツへの認識の高さも加わって、土佐市宇佐地区の浦ノ内湾では休日ともなれば、近隣からボーダーたちが集まりゲレンデを埋め尽くしている。

「即ポートの販売に結びつく訳ではないんですが、レンタルポートに関しては、ウチではほとんどがウエイクのお客様に占められています。最近では免許教室にも興味を示すボーダーが増えていて、以前は誰かが持っていたという感覚だったんですが、とりあえず取っておこうと考える方も増えているようですね」

「現時点でのソフト提供といえは、週末ゲレンデで、初心者の方にレクチャーするぐらいなんです。当店主催のプロによるエキシビジョンや一般参加のコンテストなど、ウエイクのイベントを企画中です。準備さえ整えば夏の終わりに開催したいですね」

ポートやバンディング、ウエア類からステッカーなどの小物までトリーニング専門店に勝るとも劣らぬ品揃えを誇り、ポート関連で年間40〜50本の販売実績を有する。

## 多彩なマリンブレイの浸透が今後のカギを握る

ポートフィッシング、マリンスポーツの両面において恵まれた環境にある高知でも、昨今の慢性的な不況の影響はポートの販売拡大に少なからず影響しているようだ。「ポートの買い替えが動かないなら、装備の充実やエンジンの載せ換えなど可能な部分に積極的に目を向けて、顧客サービスの向上とともに、新規層の発掘に力を注がなければならぬと思っています」と前向きな史生常務。

品揃え豊富なショップ・展示スペースを有する同店では、それらの充実を図るとともに、「お父さんのマリン塾」や釣り大会をはじめとする独自のイベント開催にも積極的に取り組んでいる。

「独自のイベントで好評なのが、地元のレストランと共催して行った有料参加のクルージング体験会です。今年で4回めなんですけど、MJ

やウエイクそして大型艇の方々が集めて、アウトドア料理とビールやワインなどを愉しみながら交流を深めてもらうのが目的です」

同じマリンでも分野の違う楽しみ方をする者同士の接点はあるよううでいて意外と少ない。そのような現状を踏まえ、互いの交流を図ることとで、新たな遊びの領域への興味を発掘できればと考えている。

「ウエイクの場合、MJでトリーニングする方も目にしますし、週末混み合うゲレンデでは練習は朝夕のみに絞って、昼間の時間はポートフィッシングを楽しむ方々も少なくないんです」とは、武さん。

そんな新たな楽しみ方の提案に期待を寄せる同店が注目している分野はいえ、ジギングなど海でのルアーフィッシング。シーバスフィッシングの講習会にも興味を示し、積極的に参加している。

魅力あるフィールドル海を眼前に控えた太平洋マリンさんの今後の展開は令ルチがキーワードだ。

- 創業 ● 1964年
- 社長 ● 西沢窈子さん (58歳)
- 商圏 ● 高知県一円
- 主力商品 ● MJ/プレジャーボート全般
- 従業員数 ● 6名(社長を含む)
- 施設 ● 店舗・整備場・屋外展示場



## 江ノ島に集う海浜レジャー層にヤマハマリンをPR

### 「Loco Station with YAMAHA SIESTA」

湘南の中心地である片瀬海岸は東京の都心から、電車でわずか1時間ばかりの距離にあり、古くから湘南を代表する海水浴場として栄えてきた。現在でも江ノ島を眼前に眺めるロケーションの良さは抜群で、夏期だけで200万人以上の海水浴客が集まる文字通り日本一の海水浴場として知られている。

昨年ヤマハでは、この片瀬海岸の西浜に湘南ビーチハウス「Siesta」とネーミングした海の家を出展し、海浜レジャー層にアプローチを図り、多くの来場者へ身近に楽しめることを伝え、免許需要とレンタルボートクラブ会員の拡大に繋げることができた。

2回目を迎えた今年は地元のラジオ放送局、「横浜FM」とタイアップを図り、「ロコ・ステーションwithヤマハ・シエスタ」と題した海の家を出展した。これは前年の経験を踏まえて「海の家」の来場者だけにしか情報提供が出来ない部分を克服し、情報発信機能を強化することで、来場者ばかりかラジオの聴取者にも積極的にPRする内容となっている。

期間中はミニコンサートやライブなど横浜FM主催の湘南ビーチイベントにジョイントするほか、マリンジェットの実験試乗会やボートクルージングといったメニューを用意し、海への関心度が高い「海浜レジャー層」へ体験機会の場を提供することで、新たな需要の創出を図り、ヤマハマリンのイメージを浸透させる狙いがある。無料で行われたマリンジェットの実験試乗は老若男女を問わず多くの申込みがあり、試乗者はマリンジェットならではの爽快感と「海から眺める海水浴場」という非日常的な時間を思う存分楽しんでいた。

