

YAMAHA Marine News

2009 No.168



YAMAHA Now: イベント事例に見るお客様の満足度

MARKET TREND: マリーナを切り札に市場を活性化させるネットワークショップ

Hello Marine Shop: 総合マリン沖縄

PRODUCT REPORT: FR-23Active Sedan

ツーリングと競技が一体化した新たなイベント

猪苗代湖アドベンチャーフォトラリー



湖上のポイントを探しながらカメラで撮影



ポイントを競うだけでなく普段は見落としがちな自然の美しさにも興味を抱く

6月28日に福島県の猪苗代湖で行われた「猪苗代湖アドベンチャーフォトラリー」は今回で3回目の開催となった。事前に配布された9個所の写真が撮られたのと同じ場所を制限時間内に探し出し、同じアングルの写真を撮ってくるという競技で、S-1や通常のツーリングといったイベントの他に何か遊びを提供できないかと考案された新たなテイストのイベント。

基本的に湖をくまなく一周すればポイントは探し出せるというが、かなり難易度の高い場所も織り交ぜられている。撮影による得点はその難易度によってポイントが異なり、さらに競技時間中、湖上を移動している3隻の運営船から、予告なしに5分間だけ掲げられる得点数の掲示されたボードの撮影ポイント、競技終了後の人命救助に関するペーパーテストの得点などがポイントとして加算され、最終的な順位が決まる。

競技開始時は一斉スタート。なんとなくグループができあがって、最初の撮影ポイントが誰からともなく探し出されると、みんな同じ場所で撮影を始めるが、次第にそのグループがばらばら

になっていき、気づくと単独で撮影ポイントを探しながら、湖のあちこちを走りまわっていることになる。ツーリング感覚で湖を走りながら順位を競うだけでなく、くまなく観察して湖を一周することで、普段は見落としがちな湖の、そして湖を取り囲む自然の美しさに改めて気づき、水辺の環境について考える機会を与えてくれる。

ホストとなった地元・磐梯マリーンのマリネットアドバイザー、穴沢一真さんに、このイベントの効果についてお尋ねすると「お客様同士の新たな繋がりが生まれ、環境についても考えていただける機会になる」との答えが返ってきた。

また普段はレース活動が主体というマリネットショップ、コスモスファミリー（東京都福生市）の古谷浩司社長は「レースで味わう緊張感から解放されて、たまにはこうしたイベントに仲間とワイワイやりながら参加するのもいいですね」と、日常とは異なった雰囲気イベントの魅力について語っている。

「地元の人でも探すのが難しいポイントが毎



「ライダーの仲間の輪が広がる」とイベントの効果語る磐梯マリーンの穴沢さん



東京都のマリネットショップ、コスモスファミリーの古谷社長はレースとはひと味違った魅力をこのイベントに見出した

回1個所入ってるんですよ。月に一回のペースで猪苗代湖に通っていますが、今回もその場所を探し出せなかったのが、ホントにくやしいですね」とは東京都から参加したお客様の一人、新井弘一さんの談。

競技の結果はそれぞれだったが、隅から隅まで、それこそなめるようにして猪苗代湖をほぼ一周してきた参加者たちの表情は、どれもみな明るく楽しそうだった。

キーワードは「気軽に、家族揃って」三浦・海のフェスティバル2009

8月1日(土)、三崎フィッシャリーナ・ウォーフ「うらり」(神奈川県三浦市)で「三浦・海のフェスティバル2009」が開催された。フィッシングトーナメントや大型ヨットの試乗会が催されたこのイベントは今年で4回目。海を生業の場とする漁業者と、マリネジャーを楽しむ人たちが、より深い相互理解のもとで海を共有できる関係を構築することが主な目的となっている。

そのなかで、漁業協同組合と一般の方々協力して実施された稚魚放流体験会に、今年もヤマハは「Sea-Style」として参加。マダイの稚魚約7,000尾を、城ヶ島沖、諸磯沖、油壺沖などに放流した。

夏の海を楽しめるという魅力に加え、親子揃って放流を体験できるとあって、参加された方々には笑みが溢れていた。「Sea-Style」会員の安部賢一さん(東京都中央区)ご家族は、「5歳の娘が海好きなので参加しました。はじめて体験する稚魚の放流もそうですが、その後城ヶ島を一周



するクルージングも魅力的でした。今回の稚魚放流では乗船時間が約1時間と短く、若い娘にも負担がかからないので気軽に参加することができました」と、夏の海を満喫された様子。今回の稚魚放流に参加された方は「Sea-Style」の会員を含めて総勢約100名。海への意識向上のため、マリネ業界が推進する取り組みが、親子間での思い出作りや海の楽しさを知るきっかけ作りにも一役買っていた。



お客様を満足させるマリンイベント その事例に見る、確かな手応え!

夏から秋にかけて全国各地でマリンイベントがピークを迎える。そこで今回は、例年ユーザーに好評を博しているイベントを取材した。お客様がイベントに期待することとはどのようなことなのだろうか? 場所とジャンルの違う2つのイベントを取材した。また、昨年に引き続きシースタイルの会員様が参加した稚魚放流イベントに同行した。

7年間で100名規模のイベントに成長したフィッシングトーナメント

2009ライトタックルトーナメント広島大会

6月7日(日)、瀬戸内海の周防大島、怒和島、中島を中心とした海域(山口、広島、愛媛の三県にまたがる水域)で「2009ライトタックルトーナメント広島大会」が開催された。この大会は中国地区のトラスト店を中心とするヤマハボート販売店とヤマハ発動機(株)で構成される実行委員会によって開催されているもの。7年前にYF-23に限定したユーザー活性化イベントとして初めて開催されたが、その3年後には艇種の枠を取り払い、いまでは誰もが気軽に参加できるフィッシングトーナメントとして春の広島大会(今大会)、秋の竹原大会の2大会が開催されている。今回の広島大会は山口、広島、愛媛、香川、岡山の各県から26隻が、それぞれの地区の販売店様とともにエントリー、参加者も100名を超える大規模なイベントとなった。

同トーナメントのルールはいたってシンプル。対象魚はタイとハマチで釣りはジギングのみに限定。参加艇は朝の6時からのスタートフィッシングに合わせ、前日に近辺の港に舫をとったり、当日ホームポートから出港したりと、スタートの方法には制約を受けない。

大会概要に記載されたルールを要約すると
1) ジギングのみで対象魚であるタイまたはハマチの釣果(指定魚2尾の長寸の合計)を競う。
2) 検量審査に関する抗議は一切受け付けない。
3) 参加艇にはジギング用以外のタックルは持ち込まない。――の3点だけ。

複雑なルールを排除しつつ、エントリーのハードルを下げ、初心者でも気軽に参加できることが魅力のひとつとなっていて、実際、今大会では初めてジギングに挑戦したという参加者が良型のハマチをあげている。

早朝6時から、12時30分のストップフィッシングまで6時間半。その間、参加艇は指定海域内のポイントを次々と移動しながら対象魚である魚を狙っていく。手返しのはらはらな釣りは、ルアーならではの。

競技時間が終了すると、参加艇は検量時刻に合わせて、表彰式会場の中島・長師漁港に入港。この日の釣果は各艇とも上々の様子。検量所に持ち込まれたハマチのアベレージサイズは50センチほどだが、その中で、優勝した



広島県福山市から参加したチーム。中国自動車商会の森上さんは瀬戸内海でのジギングトーナメントの仕掛け人の一人



ヤマハ発動機チームもエントリーした今大会



福山から参加したYF-27のオーナー、松川啓一さん。ボートは6隻目だがジギングは最近になって魅力に目覚めたという



大会を通しての釣果は上々で、参加者たちにも納得のいくものだった



ストップフィッシングの後、松山沖に浮かぶ中島の長師漁港に集った参加者たち

チーム「BROTHER」は69センチと68.4センチと、みごとにサイズを揃えていた。また、タイ部門では大会中の最大魚となる71.5センチ、そして61.2センチの合計ポイントでチーム「KORO」が優勝した。

大会終了後の表彰式では上位入賞者ばかりでなく、ほとんど全員に賞品が行き届き、参加者はイベントの醍醐味を二重に感じていたようだ。

ボートメーカーなどで構成される社団法人 日

本舟艇工業会では、ボートフィッシングの普及を目的として国内の5大会(いずれもライトタックルトーナメント)を公認大会として支援することになっている。今大会の上位3チームはそのうちのひとつ、今年11月7日、8日の両日に渡って広島で開催される予定の「瀬戸内海ライトタックルトーナメント」に招待チームとして出場する権利を得ている。

保管施設を切り札に市場の活性化に取り組む ネットワーキングショップ

取材協力



有限会社太平洋マリン



共栄マリン株式会社



株式会社徳山マリン(マリンサポート五日市)

顧客にとってマリナーや係留施設は単なるボートの保管場所ではなく、日常生活とマリナーライフの接点として、他のレジャー形態では見られない機能と役割を求めている。今回は今シーズン、オープンした保管施設に焦点を当て、設立の経緯とその取り組み、また市場動向について伺った。

マリナーを核としたコミュニティ
ケーションの確率を目指す

「高知・太平洋マリン」



高知のマリン情報の中心地にして
いきたいと話す西沢史生社長

商圏である高知はもとより、四国でも老舗のマリンショップとして、マリナーレジャーの普及に尽力している太平洋マリンさんが、去る4月に既存のマリナー施設の運営を引き継ぐ形で、新店舗を市内五台山にオープンさせた。市況が厳しい中で、太平洋マリンさんではどのような考えで、マリナー運営を始めたのだろうか？西沢史生社長にお話を伺った。「先代がこの商売を始めたときから、



約70艇が保管されている太平洋マリンさんのヤード。保管がメインではなく販売の延長というスタンスをとりたいたいという

マリナーを持つという理想を掲げていました。以前からさまざまな物件を見てきましたが、今の自分たちに合った場所でのしめました。そうして経緯でビジネス的な面よりも、ショップとしての夢や理想が、動機としては合っていると思います」高知市内に店舗を構えてから45年目を迎える太平洋マリンさんは、ボート販売とメンテナンスを両軸としてヤマハ製品品の拡販に努め、現在は管理顧客だけで

も800名以上、ボートオーナーは200名以上をサポートしている。

「これまではずっと市内で営業してきましたわけですが、マリナーのない私たちが一番大きな差と感じていたのが、販売の時にお客様に与えられる安心感でした。特に新規のお客様は購入後のサポートに気を遣われますので、マリナーがあることで、少しでもその不安が解消できるのであれば保管場所以上の価値があると考えています。まだ始まったばかりですから、今後どのようなケースが増えるかわかりませんが、マリナーライフを提供する私たちにとっては、保管をするだけの場所以上の価値のある場所にしていきたいと考えています」

マリナー業務を引き継いでからは、既存のお客様に加えて、マリナーに保管されているオーナーとの積極的なコミュニケーションを心がけ、5月にはフィッシングダービーを、6月にはその釣果のパティを開催して、信頼関係の構築を図り、お客様のニーズや代替えの可能性などを把握してきたという。

「また全員のオーナーさんと顔合わせが済んだわけではないので、すべてを把握しているわけではありませんが、できればオーナーさんの許可を得て、地元の人々とオーナーさんやボートユーザーの方との交流の場所にしていきたいと考えています。まあ、それができるまでには



いろいろと取り組まなければならない、課題が山積みですが」

その課題の一つはボートの拡販、市場の活性化だと話す西沢さん。高知県の動向についても伺った。

「やはり高知ではYFシリーズへの注目度が高いですね。特にYF・23は新艇、中古艇の商談を問わず、話題になることが多いですし、外洋ではYF・27やUF・29といった商品にお客様の注目が集まります。需要の動向としては経済もありませんが、やはり釣れなければお客様の動きも鈍くなるので、釣り頼みという部分もあります。いずれにしてもマリナーにいたることで、お客様と接する機会が多くなったことはプラスになります」

マリナーに移ってから商談の話もあるなど、新しい体制の効果が始めているという中で、西沢社長がコツコツと作り上げているのが同社のウェブサイトだ。西沢社長自身、その反響の大きさに驚いているという。

「岡山のナスポートさんや日生さんなど、ヤマハの先輩マリナーのサイトを参考にしながらいろいろやっています。たまにしかお店に足を運ばない方でもブログなどはチェックされているようで、お客様と会話をしていても「見ているよ」という声をよく聞きます。リアルなコミュニケーションはもちろんです。こうしたWEBを通してのコミュニ

ケーションというのも、今後は大事になっていくのだと思います」

従来の来店や訪問というリアルな接点に加えて、ネットやメールといった物理的な距離を感じさせることがないコミュニケーションは今後ますます大きなウェイトを占めることになる。と話す西沢さん。同社のマリナーを核として、さまざまな情報を発信し、高知の市場を活性化させていきたいとその意気込みを語った。



コツコツとマリナーの計画を進めてきた富山社長。「まだ」期目が終わったばかり」と店舗の新設に向けて動き出している

漁協と協力して、マリナレジャーの発信地を築く

「宮崎・共栄マリン」

建設会社のマリン部門として31年前にスタートした共栄マリンさんは、16前に店舗を独立させ宮崎県の県北を商圏として市場の開拓とヤマハ製品の拡販に取り組まれてきた。

「延岡は港を出たところが釣り場という場所柄、お客様の大半はフィッシングポートですね。サイズ的には16から25フィート、新艇で言えばYF・23などが主力のサイズになります。それともうひとつがパヤオやカツオ釣りをされる方で40〜50フィートクラスのボートを買われるお客様もいらっしゃいます(富山優社長)

ボートフィッシングな盛んな延岡エリアだが、これまでにはマリナーなどの係留施設はなく、漁港などでの保管が余儀なくされていた。そのような状況の中で、今年の6月に県北エリアで初めてとなる保管施設「浦城マリナー」がオープンした。

「このあたりは保管場所がないので、港々でボートの保管をお願いしていたのが現状です。浦城湾にもボートの係留をしていたのですが、年を追うことにその数が増えて、なんとか係留施設ができないうらやま、漁協と話し合いを続けながらきた結果、ようやく漁協が主体となって係留施設を作ることができました」

30年来の地道な活動がようやく実ったと話す富山さんは、係留設備の話が本格的に動き出してからは、漁協への説明はもろもろのこと、地域住民への理解促進や既存のフィッシャリーナへの視察など、漁協と協調を図りながら実現に向けて尽力した。

「本来レジャーと漁船は相反する存在なんです。これからの漁協の在り方を考えた場合には、反するよりも、共存していくことの方がメリットが大きいというのを組合員の皆さんに対して理解を求めました。もともとこの浦城湾時自体が漁場としてもいい場所なので、係留しているボートが増えることによって、漁場が限られたものになってしまうことにもなりかねないという事情もありました」

約200隻分のバースが完成した浦城マリナーだが、今後は係留施設の拡張や陸上保管施設、さらにメンテナンスヤ-

ドといったユーザーの利便性を図るための施設の拡充が計画されている。

「私たちの話に限ったことではありませんが、インフラが整備されているか否かは、今後の発展を考える上では一番重要な問題です。オーナーはもちろんですが、ボートとの関わりを持たない人にとっても、係留施設に整然と並ぶボートを見る印象と、港や入り江に係留されているボートを見るのでは、「ボートっていいな」と思った時の購買意欲の高まりや不安要素の解消に差が出ると思います」

係留施設による告知効果や社会的地位の向上など、ボートの認知向上という



浦城湾に設けられた係留施設。来年には陸置きスペースや、メンテナンスヤードが新設される。目下のところモデル事業として行政が注目している

点では計り知れない効果をもたらすと富山さんは考えている。

「保管施設が整っても私たちが出来ることといえば、これまで通りにお客様に對してしっかりとサポートすることにつきると思います。インフラ整備への取り組みは漁協と一緒に進めています。販売やアフターサービスは、私たちの商売の根幹ですからね。お客様から信頼される仕事をしていきたいと考えています」

お客様と共に栄えるマリンショップが店名の由来。その共栄マリンさんの強みは、商圏特性にあるという。

「延岡は田舎ですから、手つかずの自然が沢山残っている。釣りが盛んなものもその現れです。それと大学があるおかげで若い人も案外多くて、釣りに凝る人もちらほら見えます。少し前までは団塊の世代の方がオーナーになりましたが、今はそのお子さんがポートオーナーになるケースが増えてきましたので、世代交代を図りながら、拡販に繋げていきたいと思っています」



修理過程はデジカメで記録し、お客様に確認していただいている

今後は浦城のマリーナにも拠点を増やして、ユーザーやマリンファンを拡大させていきたいと話す富山社長。頭の中では更なる市場の活性化に向けた青写真が描かれていた。

遊びの提案ができるサービスショップを目指して

「広島マリンサポート五日市」徳山マリン



サービス、サポートを中心に、将来はお客様に遊びの提案ができるショップにさせていきたいという大川昌秀さん

「私たちが店舗を構える周南市と広島市は人口だけでも10倍の開きがあり、サービス指定店として入った五日市メイプルマリーナは700隻のキャパシティを持つ広島でも最大級の保管施設です。今はまだスタートしたばかりで、なにもない状態ですが、今後の事を考えると、やりがいのある場所だということとは間違いないですね」

そう話すのは山口県周南市に店舗を構える徳山マリン社長の大川昌秀さん。昨年7月にオープンした五日市メイプルマリーナに、サービス指定店として店舗を構えたのが今年の5月。以降、お客様への告知活動を中心にサービス面でのコミュニケーションを図っている。

「この場所はフィッシャリーナとして、もとの漁港に係留していたオーナーさん方を保管施設にまとめたので、マリーナのような一体感というのはまだありません。お客様にとっては私たちが新参者になりますので、様子見をしているような状況です」

同じ保管施設というものの、自社マリ

ーナと五日市店では、お客様の層も立場も違うために一概にはまとめられないという大川さんだが、理想は民間のマリーナと同じようにオーナー同士の交流の場として機能することを目標に掲げている。シンプルな目標だが、その道程は容易ではない。サービス指定店として一方で自社マリーナを持つ徳山マリンさんだけに、お客様を活性化させる取り組みが、代替えを含めた売り上げにつながることを十分に認識されている。

「漁港としてのプロフィールを持つ場所だけに、コミュニケーションの取り方やサービスの提案では、業務の方と同じようにリーダーにアプローチしていく方法が効果的だと感じています。ユーザーのネットワークもリーダーの方を中心に、釣りの情報や機装例などが伝わっているようですので、私たちとしては、そのユーザー同士の繋がりが情報発信していくことで、お客様の拡大に結び付けていきたいと思っています。まだ、この店舗がオープンしてから3カ月ほどですが、最初はまったくいなかったお客様も、今では保管ユーザーの1割ほどに増えてきましたので、今後はさらにコミュニケーションを深めて、その数を増やしていければと考えています」

お客様との信頼関係を築くことができれば、いずれは販売の話も増えてくるだろうと大川社長は予測している。

「私たちのお客様であれば待ちの姿勢でも、いろいろな相談



お客様の憩いの場として活用したいというショップ

を受けることがありますが、他社のユーザーも多いこのマリーナでは、サービスといえどもこちらから積極的にコミュニケーションを図らなければ、私たちのお客様になることは難しいと思います。もともとゼロのところからスタートしていただきますので、失敗は覚悟の上でいろいろな策を講じてやっていければ、長い目で見た時には必ず成果が上がるものだと思います」

徳山マリンさんでは、今シーズンはイベントの開催を倍増させて、保管オーナーの活性化を図っている。「できないと考える前に、どうしたら成功させることができるのか」と前向きな姿勢をスタッフとともに実践しているそうだ。

他社販売店はもとよりヤマハディーラーも点在する広島市場。日本一の保有隻数を誇るこの市場で、どのようなショップとして認知されていくのか。今後の展開に注目と期待が寄せられている。





那覇市の北、宜野湾市にある宜野湾マリーナ。沖縄のマリンビジネスにとっては重要なマリン基地となっている



マリンライフアドバイザーのシステムを介して成約に至ったラクシアとYF-27。いずれも宜野湾マリーナに係留されている



米軍基地でのカーニバルに照準を当てて作ったチラシ

総合マリン沖縄

沖縄県那覇市

■データ

- 創業: 平成10年
- スタッフ: 5名
- 主力商材: プレジャーボート、業務用和船、船外機、漁船等
- 商圏: 沖縄県全域



那覇市内の(有)総合マリン沖縄。取材中にもエンジンやボートについて問い合わせるお客様が目立った



総合マリン沖縄の永山貞課長

「攻め」と「待ち」のマリンビジネスで新境地を拓く

新たな「商圏」を開拓する

北緯26度14分、日本列島の最南端に位置する沖縄県。コーラルリーフに囲まれたこの亜熱帯の島の中心地である那覇市に、(有)総合マリン沖縄(以下、総合マリン)は店舗を構えている。観光や漁業に欠かせない美しい海や島々は、沖縄の代表的な資産といえるが、これは総合マリンさんにとってもそのままではまる。

「景気低迷の影響は避けられず、特に個人所有のプレジャーボートの販売数は減少しています。ただ、ダイビングボートや漁業に使われる和船・船外機、また漁船やデューセル、それらに関わるメンテナンス・修理の分野は堅調ですね」(総合マリン沖縄・永山貞課長)

「といっても手をこまねいて見ているだけではない。永山課長の言葉を借りれば「攻めと待ちの商売」で現状を切り開いている。日本にある米軍専用施設は75%が沖縄に集中しており、それらは県土面積の11%を占めている。居住する米国人は約5万人にのぼる。総合マリンさんでは、「ここを可能性のあるマーケットとして位置づけ、アクションを起こした。」

「これまでもエンジン修理などで基

地には出入りしていましたが、今年米国の独立記念日のカーニバルに合わせて7月3日と4日の2日間、はじめてブースを出させてもらいボートとマリンジェットを展示しました」(永山課長)

ボートはBF・25とAG・21の2隻、マリンジェットは付き合のある県内のマリンジェットショップ・エックスパワーさんから3台を借りての展示だった。終了後には船外機の換装の商談の他、ボートやジェットへの問い合わせもあった。確かな手応えを感じ取った永山課長は今後も同様の催事を継続していきたいという。

マリンライフアドバイザーシステムで新規顧客を開拓

一方「待ち」のビジネスでは、ヤマハ発動機のホームページ内で展開しているマリンライフアドバイザーのシステムがうまく機能しているようだ。

マリンライフアドバイザーを通して成約に「着けたのはこの2年でラクシアが2隻、YF・27が2隻、BAYS SPORTSが1隻の計5隻。実はそのうち4隻が本土(いずれも本州地区)からの問い合わせで、いずれのお客様も沖縄県内に移住予定、またはセカンドハウスを持っている方たちだ。客層は医師や投資家、飲食店経営者など、永山さんにとっては優良だったという。ネットのやりとりから高額商品の成約に至るまでの間、何か気をつけるポイントなどはあったのだろうか。

「特に気をつけたのは最後に丁寧に返信し続けることですね。今でこそ慣れてきましたが私はパソコンが苦手でした。メールの

返信をするのも最初は「苦勞」でしたが、どんな細かい質問にも懸命に迅速にお答えしてきました。メールのやりとりの中で多かったのは泊地に対する不安でしたが、幸い、社長の人脈などもあって、情報を多く持っていたこともあり、お客様に最適な場所をおすすめできたことも成約に至った大きなポイントといえるでしょうね。また購入後のメンテナンスについても気にかけてお客様が多かったです。これについても責任を持ってお付き合いする」と確約してきました

もちろんメールだけのやりとりでは限界もある。「お客様に電話をかけるタイミングにも気を使いました。そもそも電話でなくメールでのやりとりを選んで問い合わせてきた方たちですから、いきなりおかけするのはなく、必ずメールで「電話をしても良いか」を確認していました」

マリンライフアドバイザーのシステムを通してカタログの請求もままあるそうだが、「当たり前のことかもしれないですが、カタログ請求にも迅速に必ずお送りするよう心がけています。実際には、すべての艇種のカタログの在庫を揃え、お送りするのはコストの面でも苦勞があります。また、ラインナップカタログの請求は購入に結びつきにくいなど経験上わかっているのですが、それでも必ず対応しています」

相手の実像が見えにくいネットの繋がりがだからこそ、可能性をつなぎ止める努力も必要となる。その結果、メールのやりとりから購入に結びつけたお客様たちとは、今でも親密な付き合いが継続しているという。

「マリーナを出なくても楽しめるボート」
「一人で取り回せるジャストサイズが魅力です」



FR-23 Active Sedan

2009年モデルとして登場したFR-23 Active Sedanは、23フィートという大きさながら、クラスを超えたキャビンの居住性、船外機艇初となるエアコンシステムの採用、凌波性、安定性に優れた走行性能などを兼ね備えた、マルチクルーザーだ。

東京都の夢の島マリーナに保管されている逸見辰男さんは、ヨット歴30年以上というベテランのシーマン。23フィートというサイズでありながら充実した装備に惹かれたという。

「釣りがクルージングで楽しめればと思って買ったんですが、陸電があるマリーナだと、友人を呼んでちょっとした宴会ができて、マリーナを出なくても十分に楽しめます。オーナー次第でいろいろな遊び方に使えるのがこのボートの魅力だと思いますね。サイズも小さいだけに取り回しもいいし、マリーナの保管料金も抑えられますね」

FR-23 Active Sedanで初めてのボートライフを楽しんでいる山中俊郎さん(55歳・広島県在住)は、「クルーザーに憧れて、この船に」と購入の動機を振り返る。

「友人がクルーザーに乗っていて、自分もと思って免許を取ったんです。そして手頃な中古の船を買おうとデルタさんに相談したら、中古で壊れて直すより新艇で買った方が後々心配がなくていいと言われてね。ちょうどFR-23が雑誌に載っていて、すぐにこれだと決めました」

エアコンが付けられればサロンクルーザーとしては完璧だったという山中さんだが、進水してからはフィッシングボートに変わってしまったと笑う。

「家内と二人でクルージングのはずが、気がつけば竿を出してベラやキスなんかを狙っている。サロンクルーザーに仕立てたつもりが漁船になってしまったと家内と話しています(笑)。でも、夏休みに子ども達が帰ってきたら一緒にクルージングに出たいですね」

また千葉県我孫子市に住む井上康さん(60歳)は、定年を控えた昨年にボートの購入前に免許を取得し、ボートショーでFR-23 Active Sedanを契約した。

「釣りと家族でクルージングを楽しみたかったので、キャビンのあるボートが欲しかった。最初はシエスタの中古を検討していたのですが、セントラルさんで試乗すると、キャビンの天井も高いし、安定性もしっかりしているのがよくわかりました。予算よりもだいぶオーバーでしたけど、このサイズで、これだけの装備のあるボートは他にはなかったですからね。ひとりでも家族でも、十分に遊べるボートですよ」

逸見さん、山中さん、井上さんに共通しているのは、代替えではなく新規のお客様であり、いずれも中古艇を第一希望にボートの購入を検討されていたという点だ。700万円以上する購入費についても、「保管料の差額。このボートサイズが気に入れば、あとはイニシャルかランニングコストかの違い」(逸見さん)「中古艇で後々エンジンを載せ替えることを考えれば、新艇で他にない魅力があると思います」(山中さん)というように、中古艇の予算を超える金額でもニーズが合致すれば、そのハードルも高いものではないと考えていた。

