

〈特集〉さあ夏! 50c.cスポーツを売ろう

NEW YZ50 新発売!



今月の「こんにちはヤマハです」は、日本の最南端・石垣島にやってきました。ニューGTのキャラクター具志堅用高選手の出身地、それだけにヤマハの人気の高さもうなずけるところです。古い民家の屋根には、写真のような魔よけの獅子(シーサー)が置かれ、光も風も亜熱帯地方そのもの、そんな中をソフトバイクがさっそうと走りまわっています。



ヤマハ用品・部品コーナー
用品コーナー拜見
神戸市・今井商会さん

30 ヤマハ名車の系譜⑱
ヤマハトレール「MR50」

ヤマハ★トピックス
陸のヤマハ・海のヤマハ・世界のヤマハ

26 モータースポーツハイライト
★内外レース最新情報★

23 高品質・高性能ヤマハ技術⑦
ディスクブレーキのはなし
〈販売繁盛・これからの販売店経営⑦〉
顧客管理をみなおそう

18 話のパドック
いまこんな話題が、これからこんな流行が……お客さまとの話題づくりのページ

15 あなたの街から、こんにちは地域に密着した新テレビCMご紹介

12 新らしいちからオールヤマハで八重山の島々に馳せる夢
沖縄県石垣市石垣・第一販売さん

8 ヲグラフ・ルポ
ヤマハ・ライディングスクール・スタート!

3 〈特集〉私の50ccスポーツ・レジャーバイク拡販策
さあ夏! 50ccスポーツを売ろう
ヤングのお客さまには待望の夏休みも、もう目前。「この夏こそバイクを」というお客さまも多いことでしょう。そんな高校生ユーザーを中心にしたいこの夏の50ccスポーツバイク特集です。どうぞご参考に!

31

28

24

20

16

12

8

31

28

24

20

16

12

8

育てロードマスター! スポーツユーザーの大きな話題を呼んで「ヤマハライディング・スクール」(2輪車安全運転教室)がいよいよスタートしました。今月号は第1回教室のカメラレポートですが、なんといいお客さまの好評を博しているのは、テクニックやマナーなどすべてを楽しみながらマスターすること。菅生の大自然の中で多彩なレクリエーションを加えながらの教室、準備体操ひとつも右の小冊子のような新しい内容がもり込まれています。ぜひお客さまにおすすめていただきたい「YRS」です。



特集

私の50ccスポーツ・
レジャーバイク拡販策

夏!

さあ

50ccスポーツを売ろう

いよいよ1年のうちで最も盛り上がりを見せる夏の商戦。お店の飛躍のカギを握る、ヤング市場を舞台とした一大決戦を迎えています。そこで、今月号の特集は、「私の50ccスポーツ・レジャーバイク拡販策」。優秀販売店さんが語るこの夏の50ccスポーツ・レジャーバイク拡販への抱負です。おりしもヤマハではニューGTやニューMRなど50ccスポーツ・レジャーバイク拡販キャンペーンを実施中ですが、いまこそお店でもこのキャンペーンを活用してヤング需要への積極果敢なアプローチをご展開ください。



夏

いちがいに50ccスポーツ・レジャーバイクの拡販策といつてもいろいろあります。それこそヤング市場に的を絞ったセールス・キャンペーンの展開から、日常の身近かなスポーツ活動まで種々様々。そこでまずは50ccスポーツ・レジャーバイクの拡販に力を入れる販売店さんに、この夏の商戦の抱負をうかがってみました。



『50ccはワンデーツアー
中・大型車は1泊2日
ツアーで次期の代替と
上級車移向の促進に
力を入れます』

岡山県津山市山北
オートショップ津山 小野弘久社長

「夏はいつも子供たちと一緒に遊ぶことにしているんです。といいながらも、その子供たちとは若いお

『北海道は夏が最後の
商戦。シリーズ戦を軸
にした50ccスポーツ拡
販をめざします』

北海道旭川市四条
四条一輪商会 本間靖仁社長

「やはり50ccスポーツバイク拡販の決め手はスポーツ活動。うちではモトクロスやエンデューロが軸になっているものですが、この夏はとくに8月5日の旭川地区シリーズ戦に焦点を合わせてヤング客へのアプローチを図ろうと思っています。とくに北海道市場は長くて8カ月が勝負。なかでも夏の商戦はその年の商売の成否を決定づける重要期なので、モノサスのニューGTやニューMRを武器とした販促活動を展開していく予定です。」



『この夏の二大飛躍は
2つのアプローチ
ミニ・エンデューロ大会
とヘルメット・プレゼ
ントセールスの展開！』

北海道松前郡松前町
ハッピー・イトウ 伊藤幸司社長

「この夏の第1のアプローチは8月に予定している地元の観光協会とタイアップしたミニ・エンデューロ大会。これは折戸浜海水浴場脇に確保したレース場で前の晩からキャンプファイヤーや映写会を行い、その翌日にレースを開催してヤング市場の掘り起こしを狙っているものです。そして、第2のアプローチが50ccスポーツお買上げのお客さまに高級ヘルメットをプレゼントするセールスの展開。今年の夏の商戦はこの2つのアプローチで一大飛躍を勝ちとろうと考えているんです。」



客さまのことですが、なにしろこちらは大山や蒜山など景勝地が多いので、今年も2本立てでツーリングを計画。ひとつは50ccスポーツを中心とした150〜200kmのワンデーツアー、もうひとつが中・大型車による1泊2日のロングツアーと一緒に楽しみながら、代替や上級車への移行促進を展開していきたいと思っています。」



『本当の勝負は夏休み開始前。』
「ギャッチ・ザ・サマー」で
高校生に集中攻撃を！」

千葉県印旛郡四街道町
越川モーターズ 越川幸雄社長

「うちの50ccスポーツのお客さまといったらほとんどが10代。いわゆる高校生なんです。だから夏の商戦といっても、真夏よりは夏休み前の1〜2週間が本当の勝負時なんです。ですから、まずはこの時期に徹底した「ギャッチ・ザ・サマー」キャンペーンを展開することが第一の目標。そして、そのキャンペーンを通してサービスを宣伝していこうと考えています。なにしろ8月後半にはUSAツアーにお客さま8名、うちから私を含めて3名が大挙参加しますので、とにかく前半戦に勝負を賭けるつもりです。」

『狙いは市内の高校生。』
ヤング市場の喰い込みは
サマーバイクフェスティバルで頑張ります！」

大阪府八尾市山本新町
栄興オート八尾 吉田純一社長

「この夏の目玉は、なんといっても7月6・7・8日の3日間に渡る「サマー・バイクフェスティバル」八尾店のオープン記念と「ギャッチ・ザ・サマー」キャンペーンをドッキングしたスポーツバイクの展示会です。すでにDMは市内の高校生に発送済みですが、この期間はジュニアの無料試飲券と安全運転講習の受講券、原付免許教室の申込み券をサービス。50ccスポーツバイクをメインに80台位を勢揃いさせて、ヤング需要の堀り起こしを行なおうと思っています。」



※カット写真はいずれも「ギャッチ・ザ・サマー」キャンペーンのツールです。

Catch the Summer
キャンペーン
実施中!

夏休みの高校生を対象にした、ニューGTやニューMRなど50ccスポーツ・レジャーバイク拡販キャンペーンが実施されています。
ヤマハからの高校生に対するDM発送、販売会社・特約店からの高校周辺における手渡しパンフの配布、そしてお店からの最終フォローと、3段階の攻撃を展開するものです。
このキャンペーン期間中に50ccスポーツ・レジャーバイクを購入のお客さまには「XSイレブン」のポスターパネルのプレミアムつき。
お店のこの夏の50ccスポーツ・レジャーバイクの拡販に、ぜひこの「ギャッチ・ザ・サマー」キャンペーンをご活用ください。

50c.c.スポーツ

さて、こちらは早くもこの夏の50ccスポーツ・レジャーバイク拡販の下準備を進めているお店からの活動報告。それぞれのお店の特性に合わせて、創意と工夫をこらしたセールス・アプローチの数々です。皆さま方のお店でもぜひこれらのノウハウをご参考に、この夏の50ccスポーツ・レジャーバイク拡販に大きな成果をお築ください。

すでにこの夏の準備は完了!! これがうちの50ccスポーツバイク拡販作戦

ツ感覚の店づくりでヤングの熱い視線を一手に受けとめる

モトブラザ・ハトヤさん (埼玉県戸田市下笹目)

この夏、ヤングの関心のマトといえ、もちろんモータースポーツをはじめ、サーフィンやスケートボードやヨットやボケバイなどアウトドアスポーツの数々。その感覚をお店全体に生かしてヤング客へのアプローチを図っているのが、本年5月にオープンしたモトブラザ・ハトヤ(佐藤輝義社長)さんです。

モトブラザ・ハトヤさんは写真でこれらのとおり、この夏のヤマハ50ccスポーツ・レジャーバイクキャンペーン「キヤッチ・ザ・サマー」とまるで申し合わせたようなお店。広い敷地を利用したオープン展示とオープンサービス、山小屋を思わせるバイク展示コーナー、そして全体的にはアメリカ西海岸のサーフショップを思わせる演出など、まさに現代の若者感覚にピッタリです。

「今どき、喫茶店に入る時だってオシャレした店、居心地のよさそうな店を選ぶでしょう。高額商品を扱うバイク店ではなおさら、お客さんが思わず立ち寄ってみたいくなるような魅力を感じたい」と、モトブラザ・ハトヤさんのこの夏の商戦を意図したヨットの展示もそのひとつです。

「ヨットといえば、まさに夏のイメージということで、うちでは一気にこうした店づくりになったわけですが、店内に若者の人気を集

とにかく「ヨット」の展示もそのひとつです。季節や売りたい商品にポイントに合わせて店頭・店内の演出・展示方法をかえるだけでもお店の印象をだいぶ変えることができるものですが、モトブラザ・ハトヤさんのこの夏の商戦を意図したヨットの展示もそのひとつです。

「ヨットといえば、まさに夏のイメージということで、うちでは一気にこうした店づくりになったわけですが、店内に若者の人気を集

とにかく「ヨット」の展示もそのひとつです。季節や売りたい商品にポイントに合わせて店頭・店内の演出・展示方法をかえるだけでもお店の印象をだいぶ変えることができるものですが、モトブラザ・ハトヤさんのこの夏の商戦を意図したヨットの展示もそのひとつです。

絞ったサマー・キャンペーンが50ccスポーツ拡販の決め手

モーターサロン・オオトモさん (宮城県仙台市長町八本松)



↑キャンペーンのもうひとつの狙いは「高度なサービス」によるお客さまとの信頼関係作り
⇒50ccスポーツを前面に打出したお店づくり、もちろん店頭にはGTとMRを展示



今年3月に新店舗をオープン。以来、積極的な販促活動で着々と成果を上げるモーターサロン・オオトモ(大友賢二社長)さんのこの夏の商戦の主軸は、ヤング市場に狙いを定めたサマー・キャンペーン。夏休みを目前に控

動の集大成ともいえる一大ツーリングでヤング市場を攻略

スカイオートバイさん (大阪府南河内郡岷山町)

夏の商戦の最も大きなターゲットともいえる高校生や大学生。そのヤング市場を、スポーツバイクユーザー全員に呼びかけた7周年記念の一大ツーリングをはじめとするスポーツ活動で攻略を図っているのがスカイオートバイ(浜本哲二社長)さんです。

バイクの楽しさの普及からマーケティングの育成まで、無限の可能性を秘めたスポーツ活動

スカイオートバイさんが創業以来の一貫した方針として打出しているのが、ヤングユーザーに対するスポーツ活動。この夏の商戦でも、まずはこうした活動を通じた需要喚起に力を注いでいるものです。

浜本社長は語ります。50ccスポーツ拡販におけるスポーツ活動の重要性について。

「50ccスポーツのヤング客は、いわばソフトバイクの女性客と同様にバイクに初めてのお客さまが圧倒的。それだけにまずはスポーツ活動を通じてバイクの楽しさを知ってもらうことが先決です。ただしソフトバイク層と違う点は、その指導という育成のいかによっては充分に中・大型スポーツのお客さまにもなるということ。さらには、いまいるツーリングクラブのお客さまたちのようにマーケティングトリガーとしても活躍してくれる」といった可能性を秘めていることだ。

普及活動としてのツーリングをさらに販促活動として発展

そこで、この夏の具体的なアプローチ策のひとつが、創業7周年の謝恩を兼ねた一大ツーリング大会の実施。従来から続いていた普及活動としてのツーリングをさらに販促活動へと発展させて、全スポーツバイク客に呼びかけた1泊2日の山陰海岸めぐりです。「ツーリングの内容は海岸めぐりの他、魚

アウトドア・スポー



「キャッチ・ザ・サマー」に合わせたような店頭展示の壁面をバックに、左から近藤さん、佐藤社長、矢代店長、大買さん



まるでホテルのロビーか喫茶店といった感じの接客コーナー

めているレジャー用品やスポーツ道具をチョッとした工夫やシャレた感覚で飾るだけでも、ヤングユーザーにアピールすることは可能でしょう。ですから要は、そうしたお客さまたちを大切にしたい、しようといったお店の姿勢の問題にあるのではないだろうか」と佐藤社長。

「ツナギ服を脱ぎかえてアロハシャツでサービスの仕事にもあたりようかと思っている」とは矢代店長の大胆な発想のひとつですが、従来のバイク店のイメージを一新するような同店のご商売はいま、夏休みを目前にスポーツバイク購入の意欲を高めているヤングユーザーたちの大きな支持を得ているのです。

学生に“的”を

DMはお客さまから入手した学生名簿を利用

えての高校生や大学生を対象としたDM作戦の展開をはじめ50ccスポーツバイクのプレゼント・セールや無料点検キャンペーンの実施です。

まず高校生や大学生を対象としたDM作戦についての太田社長の狙いはこうです。

「オープン時にチラシで告知をして早や3カ月。この6月にはさらに1万枚の新聞折込みをしましたが、やはりヤングにはそれなりのアプローチをしなければDMを作成。まだ顧客名簿が少ないのでヤング客から彼らの学校の生徒住所録を借りて、この夏休みの誘店を図ったというワケです」

プレゼントセールで購入意欲のあおりと他店との差別化

そのDM作戦の内容というのが、50ccスポーツバイクのプレゼント・セールと無料点検サービスの実施。いわば、新しいお客さまの獲得と、既存ユーザーの誘店から固定客化への働きかけです。

「プレゼントセールといってもせいぜいうちがやれるのはデジタル時計やTシャツをはじめとする用品関係ぐらい。でも、こんなものでもその打ち出しと対象さえ間違わなければ、結構購入意欲を高める効果は大きいはず。さらに今回はヤマハ宮城のYZFトレーナー・プレゼント。キャンペーンも同時に展開しているの、うちのセールは他店との差別化という面でも期待しているんです」

無料点検キャンペーンを通してサービス力の誇示も

一方、無料点検キャンペーンについてはその狙いをこうも語ってくれ、今後のご商売への地固めを着々と進めています。

「そもそもこちらはヤング市場への進出をめざしているの、このキャンペーンはいわばうちの売り物のひとつ。高度なサービス力の徹底告知なんです。ですから、もちろんこのキャンペーンでの拡販にも期待していますが、むしろこれをキッカケとした今後のお客さまとのおつき合いを大切にしていきたいというのが本音なんです」

スポーツ活

釣り、宴会、抽選会、アトラクション、魚市場見学、国立公園を整備する奉仕活動など。80名位の参加を見込んでいますが、その他のお客さまにもこのお店は楽しそうだなという印象を植えつけられればいいのではないかと考えています」

すでにスカイオートバイさんではこの6月には顧客名簿をもとにしたDM発送を完了させていますが、その他にも機会あるごとにこの一大ツーリングの案内を行なうなど、早くもお店の雰囲気からは夏の商戦への意気込みが感じられたものです。

← ツーリング時に全員がつけるゼッケンと腕章。いまやヤング客たちのあこがれのひとつにもなっている



夏の商戦へ意欲を見せる浜本社長



来店客の旅心をさそう店内壁面に飾られたツーリング記念写真と各地のペナント



二輪車安全運転教室

YRSスタート!!

ヤマハ ライディングスクール

二輪車の地域安全活動のリーダーの育成を目的としたヤマハ・ライディングスクール(YRS)が、この6月よりいよいよ本格的にスタート。全国各地のバイク・リーダーを対象として、2泊3日の充実したカリキュラムのもとにライディング技術とマナーの向上をめざしたトレーニングが実施されています。



スポーツランド菅生(宮城県)とテクニカルセンター磐田(静岡県)の2会場を舞台として、定期的な開催が予定されているこのヤマハ・ライディングスクール。まず第1回日の教室は、さる6月4・5・6日の3日間にわたってスポーツランド菅生で開かれました。北は秋田から南は名古屋まで、各地から集まった受講ライダーは、女性1名を含む総勢22名。職業別には販売店さんや社外の原付インストラクター、自動車教習所の指導員など業界関係者から学生、会社員、主婦までが参加。一方、年齢も19歳から43歳まで幅広く、いずれ方々の中・大型二輪免許を保有するベテラン・ライダーばかりです。

そして、始められた講習は、まず最初が開講式、オリエンテーリング、作業点検に次いで、カートコースにおけるバランスおよび基本走行の訓練と級別審査。続いて、ロードコースにおける中・高速時の走行訓練や、モトクロスコースでのオフロード走行の基本訓練。さらに安全運転の理論を解説した座学や録画ビデオによる走行チェック等が実施されたものです。

一流インストラクターの指導で真のロードマスターにふさわしい運転技術とマナーを身につけ、地域のモーターサイクル愛好者の模範になつてもらおうという意図のもとに開催されたこの教室。もちろん、それだけに講師陣も豊富で、警視庁の白バイ隊の指導に当たる大月信和インストラクターをチーフにヤマハのベテラン指導員が8名。

さらに宮城県警からも5名の交通機動隊員が応援に駆けつけるなど内容の充実した指導が行なわれたもの。厳しい指導の中にもモータースポーツの楽しさを折り返させたYRSのカリキュラムは受講者の間でも好評で、皆一様に「本格的なモータースポーツ施設を使い、しかも楽しみながら安全運転の技術やマナーが学べてとても有意義だった」とその受講の感想を語っていました。

主人の「受けてこい」



の言葉に励まされて
東京都葛飾区 渡辺誠子さん(主婦)



そもそもバイクは子供の送り迎えや近所への買物などのために購入したもので、77年暮れに小型限定を、そして78年4月には中型限定を取得しています。もともとスポーツが嫌いじゃなかったのだから乗るにつれ走りにも興味を覚えるようになり、主人ともツーリングへ出かけるようになったのです。このYRSは販売店さんで知ったのですが、主人が理解してくれたので申込んだようなもの。「まずお前が受けてみるよ」のひと声、私を励ませるに立派な声です。さすがにオフロード走行はちよつと恐くて皆さんとは一緒に走れませんでしたが、この2日間の講習はとても役立ち、楽しかった。次はせひとも主人を体験させたいと思っています。

得たものは多く、
さつそく仕事でも利用

名古屋市南区 谷口行雄さん

(自動車教習所・二輪指導員)



いやあ、本格的なコースで走るのが、こんなにも恐く、それでいて気持ちよく、しかも勉強になるなんて思ってもいませんでした。とにかくこの2日間は自分の技量の見極めができたということだけでも満足ですが、それに加えてロードやモトクロスコースを初体験することもできました。また、バイクの仲間もできたということが、大きな収穫でした。作業点検の順序の暗記法なんているのは、うちの教習所でもさつそく使わせてもらいたいひとつ。そのほか、ヤマハのインストラクターや交通機動隊員の皆さんの指導の中からは多くのものを吸収することができ、今後の私にとつての安全運転推進活動に大いに生かしていきたいと思っています。

「スピード」の話まで、インストラクターの経験談をまじえた1時間はあっという間に過ぎてしまう



実技Ⅰ・バランス基本訓練

実技のスタートはカートコースでのバランス基本訓練から。乗車姿勢、スラローム、一本橋走行のアドバイス。この後には級別審査も行なわれ、受講ライダーはチョッピリ緊張気味



↑
時には気分転換も大切なもの。昼食後の休憩時にはスポーツランド菅生の人気スポーツ・アーチェリーで腕だめしする一幕もみられた



実技Ⅱ・オンロード訓練

本格的なロードコースを利用したのオンロード訓練は、まず5人1組の慣熟走行。つづいてインストラクターによる模範走行が行なわれ、主なコーナーにおける正しいコースの取り方とアクセルワークのアドバイスが。その後の中、高速時の仕上げ走行では受講ライダーも見違えるようなきれいな走りを見せてくれた

Yamaha Riding School

受講生募集中!

お店のお客さまをお誘いください!
ヤマハ・ライディングスクール

第2回 7月/26(土)・27(金)・28(土)

第3回 9月/6(木)・7(金)・8(土)

会場/スポーツランド菅生

会費/2万円(受講料、宿泊料・2泊6食含)
 資格/中型限定二輪免許または大型二輪免許の取得者で、地域安全運転活動のリーダーによさわしい能力の修得を志す方。
 車両/練習車両はヤマハのロード用400cc

~750cc。オフロード用125ccの新车を用意しております。

*お問合せ、お申込みは、スポーツランド菅生・ヤマハライディングスクール係(☎022483-3111)へどうぞ。

座学Ⅰ
 安全運転理論

「斜めに景色が見えるからバイクは楽しい!」という話から「認知・判断・操作」や「バランス」



実技Ⅲ・オフロード訓練

全日本モトクロスが行なわれたばかりの菅生ハイランドに会場を移してDT125による慣熟走行やバンクを利用した走行訓練。ひととりのアドバイスが終わった後にはフルコースを利用したオフロード訓練が行なわれ、受講ライダーはさわやかな汗を流してオフ感覚を楽しんでいた



2日間にわたったYRSも無事終了。受講ライダーには写真入りの修了証とライダーズ・ジャケットが手渡される

こんにちは
ヤマハです

第販売(石垣雅克社長)

沖縄県石垣市石垣33
☎09808(2)5528



八重山の島々に馳せる夢

新しい「ちから」オールヤマハで

「海と陸の総合大展示会」手書きの大横断幕が、亜熱帯のまっ青な空にひるがえっています。ここは東京から南へ1700余キロ、日本の最南端・八重山諸島の主島・石垣島。世界的ヒーロー具志堅用高選手を生んだこの島にも、昨年の春以来ソフトバイクが急増していると伺っての取材行ですが、その原動力となっているのが今回お訪ねした「第一販売」さん。27才、若さあふれる石垣雅克社長は、特約店「沖縄ヤマハ」とのスクラムもがっちりとした独自の免許教室を柱に、開店1年で450台にもものぼる販売実績をあげています。

一大飛躍のカギは

新しい「ちから」オールヤマハ

人口38000人の石垣市を中心に、周辺の町村を合わせても43000人という八重山諸島。砂糖キビとパイナップルの栽培をしてコバルトブルーのサンゴ礁の海に魅せられる遠くから訪れる観光客、これが島の人びとの暮らしを支える主要産業です。

そんな石垣島で結婚間もない石垣雅克社長と奥さま敦子さんが、従兄弟の池村英男さんと奥さまのお兄さん高木健さんの協力を得て、若い力を結集して昨年5月5日にオープンした「第一販売」さん。それはまさに「古き皮

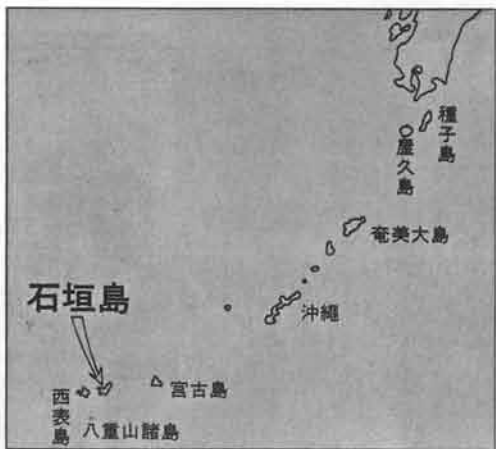
袋に新しい酒を」という言葉

のままのスタートでした。この島で2輪車販売30年という石垣社長のお父さま益三氏のお店から独立した若い力は、がっちりとした根をはりめぐらしたこの古い市場に「ヤマハ」という新しい酒を注ぎ込んだのです。このいきさつを石垣社長は次のように語っています。

「私自身10代の頃からモトクロスやトライアルを盛んに楽しんでいましたが、当時からヤマハの商品やいろいろな活動は群を抜いて

いましたね。ですからヤマハの時代が必ず来ると。独立する時にはヤマハを、と以前から心に決めていたのです。

ヤマハボートや和船、漁船、船外機などは前から父の店で扱っていましたが、ソフトバイクからマリオン関係までオールヤマハを扱うことで単に商品が豊富になったばかりでなく、店の大きなイメージが生まれきたようです。『よい商品』と『誠意ある販売』開店わずか1年で予想どおりの成果が上げられたカギもここにあると思います。幸いこの島は昔からスクーターの特に多かった地域で、そ



「第一販売」さんの「関係者全員集合」。このみなさんがそのまま大展示会のスタッフ。力強い団結が、お店発展の一大パワーのようだ。左から石垣社長、池村さん、奥さま敦子さん、中央が石垣益三氏と右・高木実氏、高木健さん



ソフトバイクからボート、和船、漁船、船外機までオールヤマハが展示され大きな成果を収めた「海と陸の総合大展示会」



奥さま登場

石垣敦子さん

お店の経理面を一手に引受け、さらに原付免許教室の名講師から店頭でのお客さまの接待まで「第一販売」さんの躍進を語る時に奥さま敦子さんの大活躍は欠かせない。「免許教室の生活、展示即売会にしろ、売り上げの80%を占めている。らくらくクレジット。の手続きにしろ、全部主人がレールを敷いて私はその運営をするだけ」と控え目におっしゃる夫嶋謙隆の名コンビ。

石垣島におけるヤマハの急伸長は、そのま「第一販売」さんの急成長ぶり、ともいえるほど躍進めざましい「第一販売」さんをお訪ねしたのは年に一度の大展示即売会の開か

奥さまの「免許教室」と 社長さんの「乗り方教室」 島の人びとの心をとらえた2大活動

れだけにステップスルーのパスソル&パスソラに対する人気は大きなものがあるのですが、さらに2輪車は「沖縄ヤマハ」、マリオン関係は「スバルマリオン」とヤマハとの強力なコンビネーションが大きな力となっていることも欠かせないことですね



本土とまったく変りのないメインストリートを一歩外れると、路地を狭んで赤瓦と白い喰喰の低い屋根が軒をつらねる昔ながらの家並。「第一販売」さんは、そんな中の一隅にある

参考までにその一端をご紹介しますと――
毎週日曜日、お店から数軒離れた奥さまの実家（学習塾）で定地定期開催。受講料5千円（購入者にはクレジットの頭金にスライド）。
月2回の試験日前は、夜8時から11時まで3日間連続開催。「ヤマハ原付免許ビデオ講座」を講習内容毎に区切って解説。練習問題もテーマ毎、出題傾向毎に再編集した独自のものを活用――と非常にキメ細かいものです。

講師役は奥さま敦子さん、「主人と2人で昨年の暮には沖縄ヤマハまで免許教室開催の勉強に行っていました」と控え目ですが、その充実した内容は「お客さまの心をとらえた教え方」とい、工夫をこらした教室の進め方や奥さまが独自に作成された教材や模擬テストなど今ではこちらが勉強させてもらうことの方が多いくらいです」（沖縄ヤマハ許田和利課長）といわれるほどになっています。

そして「第一販売」さんの大躍進のキメ手も実はここにあるのです。つまり「第一販売」さんのお客さまの80%は、女性層を中心としたソフトバイクユーザーですが、そんな人たちへの販売活動の中心は、独自のヤマハ原付免許教室です。

真夏を思わせる強烈な陽射しを避けて、大屋根の下にずらり並べられたヤマハバイク。来場者の1人1人に即座に冷やしたヤクルトが益にのせてさし出されていますが、こんな所にも「温情に厚い」といわれる八重山の人びとの島民性がうかがわれるようです。

「こんなに狭い市場でも父の店も含めて競合店は7店。結構競争は激しいんですよ。そんな中で店の存在をPRし、店の「ちから」を知ってもらうためにも大規模な展示即売会は絶対必要なのですね。もちろん父の店と合同開催ですが」

れていた6月3日。会場の農協前広場には、前述の言葉そのままにソフトバイクや50ccス

第一販売さんの ご商売の概要

- 昭和53年5月5日開店 石垣雅克、池村英雄、高木健の3氏の共同出資。
「当初はバイクファンの若者が集まる店に」とスタートしたが、現在はソフトバイクの女性層が多い。
- 開店1年間の販売実績—約450台
お父さんのお店と合わせ昨年度の八重山諸島の販売台数の80%をカバーしている。
- 店舗—約10坪
狭い店舗だが、「坪当りの売上げ単価は60万円ぐらにもなるんです」というほど効率が高い。現在さらに2店の出店を進行中。
- 販売促進活動
 - 女性ユーザー対象の「ヤマハ原付免許教室」ロコミだけの動員で1回平均10~13名が受講。合格率90%、実売率も80~90%と高い。
 - ヤング向けには、「モータースポーツ映画会」をはじめ、トライアルやツーリングなどのスポーツ活動を展開。
- 広告宣伝活動—新聞広告
地元の「八重山毎日新聞」に月に4回定期的に出稿。4回で費用19,800円。



▲「第一販売」さん躍進のカギともいえる原付免許教室。教子さんの名講師ぶりが評判を呼んでいる。ビデオ講座はあくまでもサブとして活用されているのも特徴

◆免許教室と合わせてキメ細かな乗り方指導もきちんと行なわれている



「一家に一台のクルマの島で 限らない需要創造に挑戦！」

こうした教子さんの努力が実って「合格率は平均90%、毎月10台以上はこの免許教室で販売しています」というほどの成果を上げていますが、「この免許教室は前述の『島民性』にまさにマッチした販売促進活動なのです。「アフターフォローは、不合格の人びとにも一度がんばってくださいね」と電話するくらい。合格された方は、自然に来店され、購入していただきます」というほどです。

もちろんこの陰には、免許交付時の正しい乗り方講習会で、石垣社長が唯一人の特別指導員として指導に当たられていることも見逃せないファクター。奥さまの免許教室と社長さんの乗り方教室、お2人のイキもびつたりとお店の2大基本作業はきわめてスムーズな回転を見せているのです。

ところで昨年度の八重山諸島合わせての2輪車の登録台数は、1千余台。この80%を「第

一販売」さんとお父さまの「石垣ホンダ」さんの2店で販売されているわけですが、この狭い市場で、これほど急激な伸長を続けながら今後の需要拡大はどのように展開されていくのでしょうか？ 最後にこの気になる点をうかがってみました。なにしろ「バイクと四輪を合わせて保有台数は1万3313台（54年1月末）、10年前の5倍にも達し世帯割りでは「1家に1台」人口割りでも3・1人に1台と都市部なみの車社会に変容」（八重山毎日新聞）している石垣島なのですから。

「たしかに四輪の場合、新車1台の販売には必ず下取車がついている現状です。2輪車の場合、海の影響で2・3年で代替しなければならぬという「自然の摂理」も幸いしていますが、やはり代替えの促進とそれに伴う下取車の問題は大きいですね。

しかし、夢は大きいほどいいに決まっています。今、この店をサービスセンター的なものにしてさらに2カ所の出店計画を進め、もう店名も決まっているほどのことです。それと観光客を対象にしたレンタルバイクの実施ですね。これも約30軒ある民宿を経由して、ぜひソフトバイクでやりたいと思っています」

ソフトバイクのお客さまは、家にほとんど4輪もあるといわれる中で、お父さんが築き上げた30年の実績と、若い石垣社長のもとに集まるバイク好きの若者たちを基盤に、この限られた市場でもひととき活発な需要拡大の挑戦がつつまげられています。

取材当日の2日間に渡る大展示即売会ではバイク22台、船外機6台、漁船関係6隻と大きな成果が収められました。これもそんな日頃の活動のたまものでしょう。

昔から「サバニ」と呼ばれる独得のくり舟を駆って八重山の人びとは南の海にこぎ出して行ったそうですが、そんな最南端の島の人達の「進取」の気性が脈々と息づいているような「第一販売」のご商売です。



あなたの街から こんにちは

桃井かおりさんと「キャロット」の『ケライバイク』編、八千草薫さんと「パッソル」の『シッティング・ビューティー』編——ヤマハソフトバイク勢ぞろいのテレビCMが、いま大きな話題を呼んでいます。加えて7月からは水沢アキさんと「パッソーラ」の新しいCMがスタートします。

「きょうは九州・宮崎へやって来ました…」水沢アキさんがさわやかに語りかけるこのCMは、直接パッソーラのお客さまをお訪ねし、バイクのある暮らしの拡がりをエンジョイされているお客さまと、足となって活躍するパッソルの姿を地域性豊かにご紹介するものです。

第1弾としてご登場いただきたいのは、南国宮崎の観光名所「こどもの国」の従業員のみなさまと、みちのく岩手山の麓岩手県岩手町の「ママさんホッケーチーム」のみなさま。

いずれも各地元テレビ局の企画によるものですが、ソフトバイクの代表的ユーザー層ともいえるみなさまの、地方色あふれるバイクライフが地域的话题をつくり、また新しいお客さまを触発するものです。地域社会に密着したみなさまのご商売に、この新しいCMをぜひお役立てください。従来のCM同様、「おはよう700」(JNN系)と「クイズグランプリ」(CX系)のヤマハ提供番組を中心に放映されます。



パッソーラって……..
よかネ!



めんこいネ!……..
パッソーラもアキさんも



●地域に密着したテレビCMが、
地域的话题をつくります

キング・ケニーV2へゴー!



- ★第2戦 オーストリアGP 優勝
- ★第3戦 西ドイツGP 2位
- ★第4戦 イタリアGP 優勝
- ★第5戦 スペインGP 優勝
- ★第6戦 ユーゴGP 優勝

第2戦オーストリアGPで劇的なカムバックを果たしたチャンピオン、ケニー・ロバーツとヤマハYZR500は、その後もめざましい快進撃をつづけ、またたく間に'79世界選手権ロードレースGP500cc級の首位に立っています。

全12戦のシリーズはいよいよ中盤戦のヤマ場。いま世界の注目を一身に集めて、2年連続ワールドチャンピオンへばく進する“キング”、ケニーとヤマハYZR500の活躍に、どうぞご期待ください。



新発売!

出力9馬力・ピストンリードバルブレス5速ミッションのパワフルな構成したもので、操縦安定性や走破力に迫るものです。増加傾向にあるジュニア層へ向けて、チェーンケースやチェーンガード、プッシュ式キルスイッチなど、安全対策の充実を計ったのジュニア用として、オプションのインナーパーツも用意されてい

出力9.0PS/10500rpm ●最大トルク12



40台以上のマシンすべて「ヤマハスポーツX S400」(G X 400)スタンダード車。ヤマハスポーツに寄せられる世界のヤングの人気の高さを物語るワンシーンですが、いま西ドイツで絶対的な人気を誇る「X S400」単一機種レースが第3戦西ドイツGPで行なわれたのです。“キング”ケニーの大活躍とともにホッケンハイム的话题を独占した「スポーツのヤマハ」です。

「スポーツのヤマハ」に世界の人気!



ザルツブルク（2戦）で、ホッケンハイム（3戦）で、ハラマ（5戦）で、つぎつぎとラップレコードを塗りかえながら勝ち進む④ケニーとYZF500。まさに驚異的なヤマハパワーの快進撃だ。第4戦イタリアGPで



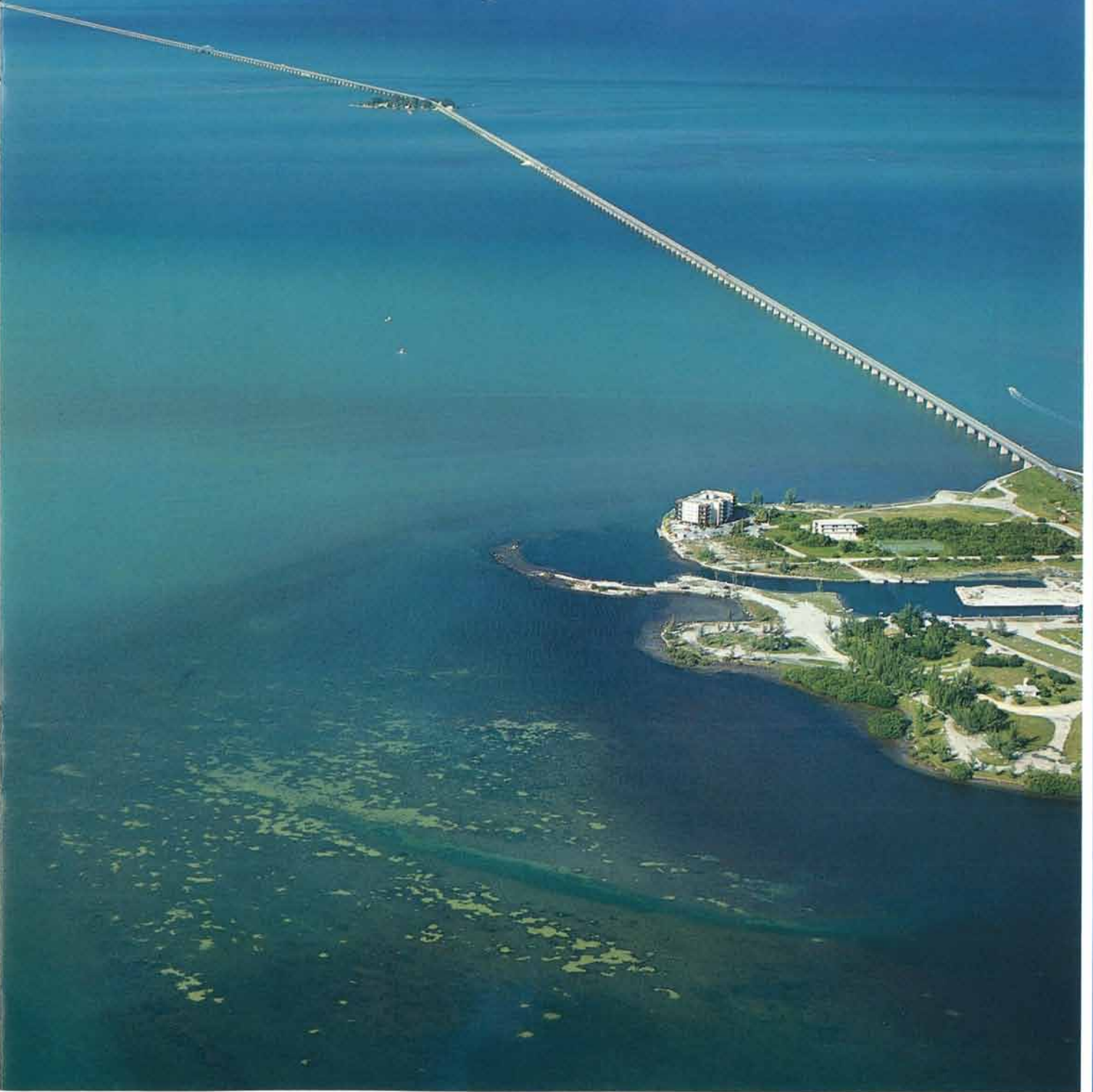
ヤマハモトクロスサー NEW YZ50

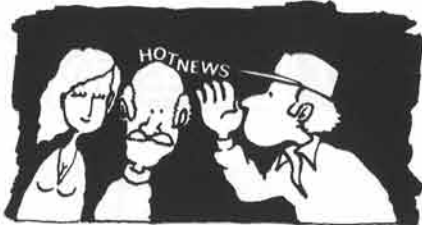
ミニバイクレースやミニモトクロスなど、ミニバイクを使った手軽なモータースポーツが各地で大盛況を呼んでいます。こうしたファン層を対象に市販モトクロスサー「ヤマハYZ」シリーズの最少排気量モデル『YZ50』が、7月1日より新発売されます。

このニュー『YZ50』は鋼管セミダブルクレードルフレーム、リーディングアクスル型フロントフォーク、ド・カルボン式モノクロスサスペンション……などYZ125/250と同一システムの車体構

成に新開発の最高出力エンジンとクロワーユニットを搭載。破性は上級モトクロス。また、最近著しい安全な普及のため、リングガイド・テンションチを標準装備としても特徴。とくにジュサスペンション・イ

- 全長1510mm ●全幅740mm ●全高845mm ●シート高625mm ●乾燥重量50kg ●最高出力0.62kg-m/10000rpm ●リターン式5段変速 ●タイヤ（前）2.50-14（後）3.00-14





いまだんなことが話題になっているのでしょう。これからどんなものが流行るのでしょうか。ヤングからミセスまでの話題と流行の情報コーナー「話のバドック」です——

● オフ感覚——こんな言葉がファッションなヤングの間でさかんに交わされています。オフはオフロードのこと、DTやMRなどのオフロードバイクで自然を走りまわるように、日常生活の中でも脱日常的な楽しみを求める志向のこと、とか。

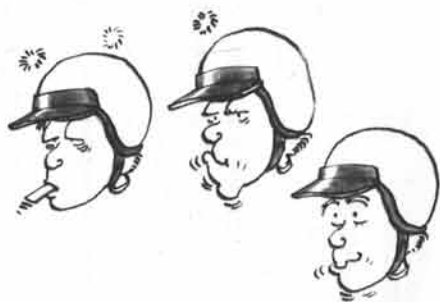
自然を求め、個性を求めるヤングのところがエスカレートしたもののようですが、こんなオフロードバイクやオフロード用4輪(4輪駆動車など)を都会のまん中で乗りまわすのがまた「ナウ」なのだそう。規格にとられない目新しさ、いかにもヤングらしい発想。そういえばオフ感覚のオフは、「規格外」の意味もあるのです。



● ヒット商品・風船ガムの人気で久方ぶりに活気が出てきたチューインガム業界。このチャンスに一気に需要拡大を計ろうと業界をあげてもっか一大キャンペーンの展開中です。

このキャンペーン、「ガムが眠気防止に役立つ」という研究結果を活用して、ガムの新しい需要層としてトラックの運転手や4輪ドライバーに積極的なアプローチをはかろうというもの。

この作戦がどんな効果をみせるか注目されていますが、勧進元の日本チューインガム協会によると「ガムをかむとコメカミの筋肉が活動するため、大脳を刺激して眠気防止になる」とのこと、昨年日本交通科学協議会でも同様の研究成果が発表されていますが、交通事



故の減少に役立つとあれば、願ってもないキャンペーンといえそうです。

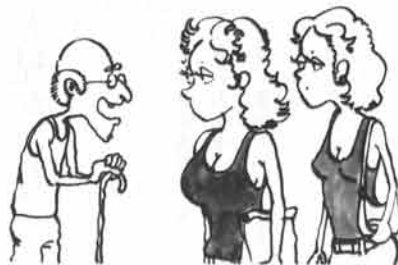
● ヤングの86%がマンガを読み、ひと月のうちに男性で千円、女性700円をマンガ購入費に当てている——「マンガ世代どっぷり」という調査結果が発表されています。

都内の12才から24才までの男女200人を対象に実施した調査ですが、これによると——1ヵ月の購読冊数は、男性で平均11冊、女性6冊。読む場所は自分の部屋というのが圧倒的ですが本屋の店頭という、立読み派が多いのも特徴。人気マンガ主人公のキャラクターも「強さ」より「やさしさ」というところに時代の推移がはっきり表われているようです。

● もっか話題のマトともいえるのが「省エネファッション」。ところが、案外こんなさわぎを冷やかな目で眺めているのが女性ではないでしょうか？

なにしろ、昨年大ブームとなった「タンクトップ」をはじめとして女性は「省エネルック」の先駆者ばかりなのです。ところで、このタンクトップ、どうやらこの夏も猛威をふるいそうな勢いです。もちろん、「省エネ」なんかとは全く無関係に。

デザインや色柄も一新して、ストラップレス、ワンショルダータイプなども増えてきそう。と、このこと。眺める男性陣にはどんな夏になりますことやら。



● 似たような話をもうひとつ。毎年今頃になると「出るゾ、増えるゾ」といっては男どもの心をウキウキさせておきながら、まったくカラ手形に終わっているのが「ミニスカート」。

またまた今年も出てきました、こんな話題が。またか！という気もするのですが「むかしのような超ミニではなく、せいぜいひびを出す程度」などという条件がついているとなんとなく、信じたくもなくなってしまいますね。「これまでのビッグファッションは約5年で終りを告げ、これからは機能性主体のクリー



ンルックの時代。すこしづつ明るくなった世相の反映でスカートのすそも上昇しはじめた——というのが売る側の共通した見方。まあ、あまり期待しない方がよろしいようで……。

● もっかその数441万人——みなさんのご商売で欠かすことのできない高校生の数です。

ところで、興味深い高校生の生活意識調査が発表されていますのでご紹介しましょう。日本リクルートセンターが高校生6000人を対象に実施した調査の結果です。

まず、個人生活でみると満足度は62.4%、学校生活に対しては42.6%が満足、ただしこれが社会に対する満足度となると24%と急激にダウン。家庭から学校、社会と範囲が広がるほど個人の自由度も小さくなるわけですがそれにつけて自分の考えも通りにくい、不満が増える姿を反映しているのでしょう。

彼らの関心事をみると音楽、映画、友達が一番。逆にはワーストスリーは、生徒会、先生、授業の順。生きがいは「友人や仲間」といふとき、「趣味やスポーツに打込んでいる時」に限られている。相談相手は3分の2が友人、4分の1が母親、父親7%で先生はわずかに2%……無気力、無責任、無関心の3無世代に、無行動、無教養……などが加わってしまや「8無世代」なんて厳しい声も出ているようですが、なんと複雑な世代であることはたしかのよう。お店の高校生のお客さまと比べて、さていかがでしょう？



〈バイクで走る世界の道、日本の道〉紺べきのメキシコ湾を一直線。フロリダキーズへのセブンマイル・ブリッジは水上を走っているような錯覚さえ覚える壮大な海の中道。

いまキャンパスでも バイクがめっきり増えている!

ソフトバイクの女性層と高校生中心のヤング層——お店の2大需要層の谷間で、意外なエアポケットとなっているのが「大学生」ユーザーではないでしょうか!!

春の「キャンパス・キャンペーン」の確実な成果にも見られるように、高校時代のさまざまな規制や厳しい受験競争から解放されて生活の足に、またスポーツやホビーにバイクに乗り始める大学生が目立って増えています。

4年制だけでも全国で433校、約19万人といわれる大学生。そこで今月は「キャンパスの中のバイクライフ」にスポットを当ててみようとする8名の大学生ユーザーの方がたにお集まりいただきました。いずれも各大学の2輪クラブ（同好会）の代表として、この4月に発足した「学生2輪倶楽部連盟」で活動中のビッグバイクユーザーの方がたばかり。そしてまた、このみなさんはバイクのあるキャンパスライフをエンジョイしながら、すばらしいバイクの世界づくりにも大きな抱負を抱いているのです。

(文中敬称略・文責編集部)

「49年頃は構内でバイクの姿などほとんど見かけなかったのに、最近の増え方スゴイですね」

司会 みなさんがこの4月に結成・発足された「学生2輪倶楽部連盟」は、会報によると単に大学生ライダー間のコミュニケーションを図るばかりでなく、2輪車を取りまく現在の社会環境を改善したり、ひいては「2輪文化」を育成しよう、というきわめて大きな

●ご出席いただいた方がた(順不同)

- 能村 哲さん (武蔵工業大学モーターサイクル同好会)
- 広松 敏士さん (東京大学モーターサイクルファンズ)
- 藤村 出さん (明治学院大学モーターサイクルリストクラブ)
- 米山 純雄さん (東京学芸大学)
- 森下 洋行さん (東京都立大学)
- 安藤 浩夫さん (慶応大学エルフィン・モーターサイクル・アソシエーション)
- 疋田 隆久さん ()

司会 ヤマハニュース編集部

車も含めて今でも全部に乗っています。「速い」とか「風を切って走るのが楽しい」とかオートバイならではの魅力はありますが、生



目的を持たれているわけで、この点「バイクに市民権を」というヤマハの基本方針とも共通するわけですが、これを「大学生」という比較的自由な、中立な立場で働きかけようというわけですね。

そこでまず、みなさんのこうした活動の基盤となる「大学生ライダーのバイクライフ」の現状からお話いただきたいのですが……

藤村 私人の場合、16才でオートバイ、18才で4輪の免許を取得したのですが、自転



のは今年からです、ついに(笑)機械工学の先生が顧問、ナナハン免許が4人、会員の半分は入学してからバイクに乗り始めた人たちですね。高校時代から乗っているのは灘高(日本有数の進学校)の連中だけ(笑)

司会 クラブに入っていない一般学生の方へのバイクの浸透ぶりはいかがですか?

広松 49年頃は構内でほとんどバイクの姿なんか見かけなかったのが50年、51年とドツと増えています。本当におそろしく(笑)

100台以上は駐車場に置いてある。250cc以下がほとんどですね。

米山 うちの学校(東京学芸大学)でも、

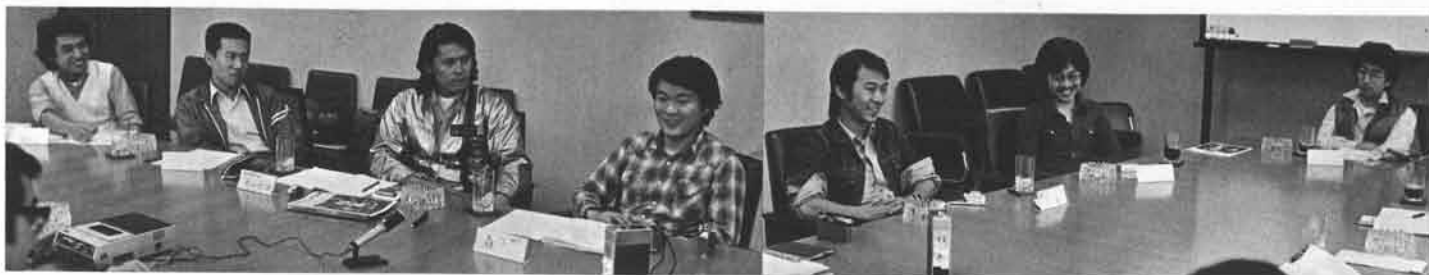


活の中では同じようにとらえています。ともかく自分で運転する物が好きだし、楽しいですね。

疋田 バイクを単なる足がわりと考える人は、感覚的に4輪車のなんじやないですか? 学生にも多勢いますけれども。

藤村 学内(明治学院大学)のクラブは会員20名、本当に好きな連中が集まってツーリングを楽しんでいるというところですね。

広松 東大のクラブは現在12人。2年前から発足していますが学内の公認団体となった



乗って来る人だけで150台はいますよ。半数は50cc。学生総数4000人くらいの大学でもこれだけの。3、4年前はやはりチラホラでしたけれども。

それと750、650といった大型2輪がどんどん増えています。50ccの場合はほとんどがスポーツタイプそれも半分はMR50などオフロードタイプですね。

森下 都立大の場合は、クラブそのものもこれからというところですし、オートバイで



の通学もまだ少ないですね。私は650で通ってますけれども。電車とバスだと片道1時間半もかかるのが、オートバイだと40、50分ですみますから。それと定期代よりもぜんぜん安くすみますしね。

安藤 慶応では原則として電車以外の通学は認められていないんですね。ですから乗る



学生がどのくらいいるのかも把みにくい、クラブづくりのむずかしさもここにあるんですけど、現在それでも会員は15名います。

能村 そこへ行くところは工業大学(武蔵工大)ですからだいぶ様子もちがいます。バイク通学だけで150台以上はいる。ほとんどが400ccか原付のどちらかです。ソフト



バイクもけっこういますよ、完全に足がわりとして使っている生活派ですね。とはいって

「学内でのバイクへの関心は高いですよ。みんな『乗せてくれ』っていうし」

司会 みなさんのお話で想像以上に大学生の生活にバイクが浸透していることに驚かされるようですが、みなさんのようにクラブ活動としてバイクを楽しんでいる人と一般学生との交流はどんな形で展開されていくのですか? 当然みなさんの活動を発展させていくためにはまず仲間を増やすことでしょうか?。

藤村 たしかにそうですね。しかし連盟は各大学クラブの集合体ですので、そうした具体的な個々の活動は内部に「組織拡充委員会」を設けて行なっているのです。

米山 大学生といってもやはり若者の集まり、学内でのバイクへの関心は高いものがありますから、これを大切にしなくては。事実バイクで学校に行くとみんなに「乗せてくれ、貸してくれ」とよく言われますよ。女の子なんかも「後に乗せて」なんていうし。

疋田 それと2輪車販売店さんをはじめ一般の人たちとの会話や連携を深めることも大切でしょうね。

私はこの春ツーリングで鹿児島に行ったんです。そこで市立大学の人たちと話し合う機会があったのですが、うらやましいなアーと思っただのは鹿児島の場合、大学生が行動を起こすと一般市民の人びとの反応がすくある

も私が入学した頃はバイク通学ゼロの時代でした。

クラブ員も現在では25名、レース志向というかともかく思いっ切り走りたいという連中が多く、ツーリングも、レースもすべてやるという感じです。こちらにも入学した頃は、750ccが主流だったので、時代の変化がキャンパスにははっきり表われているわけです。



んですね。当然バイクでも、市民権が高まってきた反面風当りも出てくるわけですから、それなりの活動もしたい。

今一番必要なのは、バイクに全く関心を示さない人びとと話し合ってみることだと思っております。自分たちが正統派だと思っていないで……。

能村 その意味では一般の人たち、中でもソフトバイクのユーザーの人たちなどと話しあってみたらおもしろいと思うね。

疋田 私個人のことですけど、私はオートバイに乗りたいと思ってから免許を取って買うまでに1年以上かかっているんです。両親の説得のためです。なにしろ自分のまわりを見まわしてもオートバイに縁のある人なんてまったくいないんですね。

買うまでには父とケンカもしたけど、オートバイに何の知識も関心もないのに「危険だ、



「使う人の暮しの中でこんなに大きなウエイトを占める2輪車。これは完全にひとつの文化と呼べるものじゃないか？」

司会 さて「学生2輪倶楽部連盟」の大きな目的のひとつでもある「2輪車文化」のお話が出たところで、最後にそのへんをお聞かせいただきますよう。

安藤 2輪車を作る人、売る人の方では以前から積極的なソフトウェアの開発や普及活動を行っていますね。オートバイの使い方も楽しむ方それによってどんどん広がっていくオートバイの附加価値の開拓を。でもまだまだユーザー側、オートバイを使う方の側にはいろいろな面で理解不足もあるし、定着してない点もある。それを使う方の立場から定着させたいということなんです。

もちろんオートバイに乗る人ばかりでなく

やめろ」だけだから、よけいオートバイの本当のすばらしさを知ってもらいたかったので話せたのですね。おかげで子供の頃から突っ込んで話したことがなかった父親と対話の機会ができて逆によかったですよ。今ではまわりの人もわかって来て、みんな知らないうちにオートバイの話をしているの、おかしいくらいです(笑)

司会 話は変わりますが、最近の若者の傾向としては16才でバイク、18才で即4輪へ、という例もかなり多いようですね。

藤村 前にもいいましたが、私は生活の中でバイクも四輪も自転車もみんな同じようにとらえている。

広松 今日のメンバーの中でも2輪免許だけというのは3人だけ。私は2輪免許よりも先に4輪免許を取って一時はクルマに乗ろうかと思っただけで、バイクは乗っていませんが、定田でもライダーの方にもバイクから4

受入れる社会に対する理解を深めることも含めて。

定田 もう少し具体的にいえば、オートバイには単に乗るだけにあるんじゃない、というところが非常にある。乗る個人個人に実に大きな影響を与えている物だと思っただすね。それはもう完全に「文化」といっていいものだと思います。

米山 僕もそう思うな。オートバイ派と4輪派では僕らの世代ではタイプがちがうと思う。かかわり方も全く異なるしね。

能村 例えば、われわれの周囲を見まわしてみても、若者の生活の中でバイクはもう完全に相当大きなウエイトを占めている。それ

輪に移っていく人に対する偏見というのもあるんじゃないですか？ 車にもそれなりの価値はあると思うし。ただバイクは使う環境にもよると思うけど、心の友的な乗り物ですね。これはバイクだけだ。

安藤 ただ4輪に乗って遊ぶ方がカッコイイ的な風潮は改めたいという気はしますね。うちのクラブではツーリングもやればトライアルも、エンデューロもなんでもやる。僕はオートバイってのはツーリングだけとか、通勤・通学だけとかという楽しみ方や使い方というのが考えられないですね。そうしたオートバイを何かに付随したものとか考えない使い方だと、それなら4輪でも……という方向にすぐ進んでしまわないですか？ ツーリングといってもオートバイは旅の足と考えてしまえばつまらない。やはりオートバイがまだそんな状況にあるのも「2輪車の文化」がないからだと思うな。

をひとつの文化として、確立したいということとです。

広松 とはいえ、じゃあ社会の中で2輪車の置かれた立場はどうか？ といえはまだまだ誤解、無理解も多い。そこで「2輪車文化」の育成のためには、まず乗る方のコミュニケーションを図ること、これと歩調を合わせて受け入れる社会に対する働きかけもしなければ、ということなんです。

藤村 もちろんソフトバイク・ユーザーもこうした2輪文化の一翼を担うもので、いまのような増加はそのまま底辺拡大につながる。森下 やはりオートバイは走ることが基本なわけですから、それが制限されるようなことが増えてくればそれを取り除きたい。この意味で一種の市民運動みたいなものともいえるでしょう。

外部的な活動としては正当なオートバイの権利を主張できる機関でありたい。そのためには当然それなりの義務をまっとうしなければならぬし、実績も積みかさねていかなければ。その意味でもより多くのライダーと親睦を深めていかなければなりません。

広松 そのへん昨年12月の道交法改正がかなりきつかけになっているんです。もうツーリングもできなくなっちゃうんじゃないかという懸念から。

そこで具体的な活動としては道交法の研究会を開いたり、講師を招いて講演会をひいたりということをやってきたわけです。

司会 貴重なご意見のかずかずどうもありがとうございます。

この「学生2輪倶楽部連盟」への加盟大学はすでに19校。キャンパスの中にも確実に浸透するバイク、そんな中でこの連盟の活動に寄せられる期待も日毎に高まりつつあるところだ。

をひとつの文化として、確立したいということとです。

広松 とはいえ、じゃあ社会の中で2輪車の置かれた立場はどうか？ といえはまだまだ誤解、無理解も多い。そこで「2輪車文化」の育成のためには、まず乗る方のコミュニケーションを図ること、これと歩調を合わせて受け入れる社会に対する働きかけもしなければ、ということなんです。

藤村 もちろんソフトバイク・ユーザーもこうした2輪文化の一翼を担うもので、いまのような増加はそのまま底辺拡大につながる。森下 やはりオートバイは走ることが基本なわけですから、それが制限されるようなことが増えてくればそれを取り除きたい。この意味で一種の市民運動みたいなものともいえるでしょう。

外部的な活動としては正当なオートバイの権利を主張できる機関でありたい。そのためには当然それなりの義務をまっとうしなければならぬし、実績も積みかさねていかなければ。その意味でもより多くのライダーと親睦を深めていかなければなりません。

広松 そのへん昨年12月の道交法改正がかなりきつかけになっているんです。もうツーリングもできなくなっちゃうんじゃないかという懸念から。

そこで具体的な活動としては道交法の研究会を開いたり、講師を招いて講演会をひいたりということをやってきたわけです。

司会 貴重なご意見のかずかずどうもありがとうございます。

この「学生2輪倶楽部連盟」への加盟大学はすでに19校。キャンパスの中にも確実に浸透するバイク、そんな中でこの連盟の活動に寄せられる期待も日毎に高まりつつあるところだ。



今月は「RD50」から「XS750スペシャル」まで、2サイクル、4サイクルの別なくヤマハスポーツ全機種に採用されている油圧ディスクブレーキにスポットを当ててみました。バイクの性能を語る時、意外に軽く見られがちなブレーキですが、その大きな役割とそこに息づくヤマハ独自の技術は、ぜひお客さまにお伝えいただきたいところです。

ディスクブレーキのはなし

効き味に活きる“高品質・高性能”、ヤマハイズム

●“走る、ことと止まる、ことの関係

まず最初に、バイクにとって“ブレーキ”はどんな意味を持つのか、から改めて考え直してみましょう——

エンジンをはじめとするパワーユニットのめざましい性能向上、フレームやサスペンションからホイール、タイヤに至る各部の技術開発によって、現在のバイクが飛躍的な進歩をとげていることをご承知のとおりです。

当然のことながら、“走る”ことのような性能向上は、必然的に“止まる”ことに対してもそれに見合ったより高度な“性能”を要求するものとなっているわけです。

●“ブレーキ”に求められる性能とは

では一般的にバイクのブレーキに要求される性能とはどんなものなのでしょう——

- ①どんな走行条件、路面条件のもとでも制動停止距離が短いこと。
- ②故障がなく、熱、水、塵埃などに影響されることがなく、信頼性の高いこと。
- ③車輪のロックがなく、いつも適切な制動力が得られブレーキング時の挙動が安定していること。
- ④作動フィーリングが良いこと。
- ⑤メンテナンスが簡単であること。

——などが一般的な要素といえます。そして、こうした“性能”の中でも、お客さまにとって特にポイントとなるのは、パニックブレーキング時にもロックしにくい制動特性と、そしてなによりもブレーキング時のフィーリングつまり“効き味”ではないでしょうか。

人間の手足のデリケートな操作感覚に敏感に反応するブレーキフィーリング——これこそヤマハのドラム式ブレーキが、長い間高度なスポーツユーザーの定評を集めてきたところであり、現在のディスクブレーキにも活かされている、ヤマハの伝統的な“効き味”なのです。

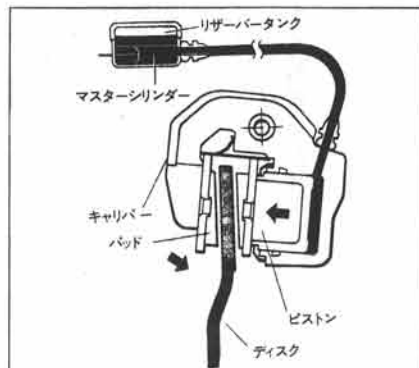
●ディスクブレーキの作動

この点をより具体的にするために、ディスクブレーキの作動とそのメリットをみてみま



しょう——

ホイールとともに回転するディスク(円盤)をキャリパーのパッドで狭みつけ回転運動を摩擦熱に変えて制動する、これがディスクブレーキの基本原理です。



つまりブレーキを操作するとマスターシリンダー内のピストンが押しされ、ピストンカップがポート内をふさいでブレーキフルードに圧力を加え、その圧力がブレーキホースを通じてキャリパーに伝えられる。これによりキャリパーシリンダー内のピストンが押し出され先端のパッドでディスクを強力に挟み制動するもので、このパッドがディスクを挟みつける力は、レバーやペダルを操作した力の約35倍にも達するのです。

●ディスクブレーキのかずかずのメリット

そしてこのディスクブレーキは一般的なドラムブレーキに対してつぎのような多くのメ

リットを備えています。

- ①ディスクが露出しているため放熱にすぐれハードな作動に対しても熱による摩擦係数の低下(これが極端に低下することをフェード現象と呼ぶ)が起りにくい。
- ②水やほこりの影響を受けにくい。
- ③パッドとディスクの間隙が常に一定に保たれる機構のためメンテナンスの必要性が少ない。
- ④高速走行時の制動能力が高く安定している。

●伝統の“効き味”、ヤマハのディスクブレーキ

こうしたメリットを持つディスクブレーキの中でもヤマハスポーツ各車に採用されているのはフローティング・キャリパー型と呼ばれるもので、ピストン・シリンダーをディスクをはさんで片側だけに備え、ピストンがパッドをディスクに押しつけた時、キャリパーはパッドを介してディスクからの圧力を受け、これで反対側のパッドを押し付けるもの。

またこのタイプでも「GX750」を除くすべては、“スイング型、フローティングキャリパー式”。1本のピボットピンでキャリパーを回転自由に保持していますので、特に作動時キャリパーのバランスがよくひきずりトルクも小さく、円滑な作動が得られるのです。

こうした特徴と合わせ、ディスクブレーキの“効き味”を決定づける「パッド」に対してもヤマハ独自の構造、材質が採用されて、あの伝統的なデリケートな“効き味”がもたらされているのです。



商売繁盛

これからの販売店経営

⑦

前回の商圏管理にひきつづいて、今月はお店の販売管理のうちひとつの柱「顧客管理」をとりあげました。この機会にもう一度お店での管理システムとその活用をみなおしてみましよう。

顧客管理をみなおそう 効果的な顧客管理のすすめ方と活かし方

顧客がお店を支えている！

前回ご紹介したようにお店の商圏にはおのずと限界があり、無制限に新規客が増え続けていくという期待は持てません。当然従来のお客さまを大切に守り、育てていくことも安定売上げを図るうえで欠かすことのできない作業です。競合店も売上げアップに躍起となっているのですから、ボヤボヤしては、今まで自店のお客さまだと思っていた人が、いつの間にか他店に移っている、ということにもなりかねません。売上げがダウンしてから慌てても間に合わないことは当然です。

このように顧客管理の重要性は、日頃からお客さまの状況をしっかりとつかみ、お店との関係をいつも緊密に保ち、固定客〓お店のファンとしておくことに狙いがあるのです。まさに、顧客はお店の安定売上げと収益確保の前提となる経営基盤の支柱なのです。

顧客の分類はなぜ必要なのでしょう？

販売を成立させる前提条件として、まず①商品(車種)、②顧客、③販売方法を考えなければなりません。

どの商品を、どの顧客に売るかということと、どの顧客にどの商品を売るか、そしてそれをどんな方法で売ればよいか——つまり「誰れに、どの車種を売るか」によって売り方を変える必要があるということです。

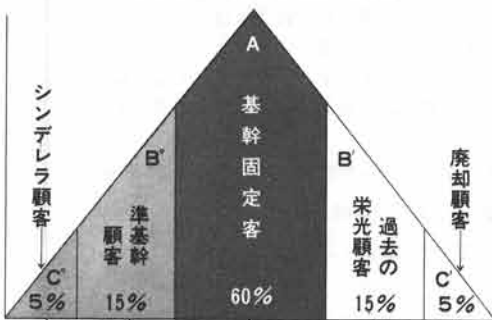
顧客を十把ひとからげに「お客さま」という概念でとらえるのではなく、いろいろな角度から細かく分類し、対象とする顧客に最も適した販売促進策を実施することが大切なので

す。年齢、性別、所得別、地域別、用途別：などいくつかの区分に分け、それぞれの客層に合わせた展示車種、品揃え、販売促進策、具体的な売り方を決める必要があるわけです。このように顧客管理の大切なはたらきとしては、ひとつは顧客の分類により新しい販売対象を積極的ににつかみ、お客さまへの働きかけを効果的にすること、さらに固定客へのキメ細かいアフターサービスや情報提供を通じてユーザーに確実かつ十分な満足感を与えることとしてしっかりとお店とのキズナを保ちつづけるという両面効果を狙ったものなのです。

顧客のタイプ別重点管理を

お店の営業年数にもよりますが、お客さまの数は何百軒にも達していることでしよう。しかしお客さまのすべてがお店にとって同一の「重要度」ではありません。どんなことが

〈表1〉 お店への貢献度からみたお客さまの5タイプとその理想的な構成比率



あっても死守したいユーザーもいれば、いつの間にか接触が途切れていて縁の薄くなった方もいるでしょう。そこで、一率的に顧客を管理することは労多く、決して効果的とはいえません。その意味で先の「顧客の分類」とあわせて、ぜひおすすすめしたいのが重要度に応じた「タイプ別管理」です。

〈表1〉はお店への貢献度からみた5タイプの分類です。ご商売は長期的なものですから、目先のことだけにとられず、お店の長い将来を考え顧客の育成と「親派化」をはかる必要があります。その意味で、このタイプ別分類の中からお店の営業方針に基いてA・B・Cといった将来期待できる顧客層を重点的に管理することです。

新商品の発売、イベント開催の案内などお客さまにとっての有益な情報の提供、DMや電話などによる定期的なフォロー、さらには最近では取引関係もほとんどなく将来をも見込客になり得ないユーザー

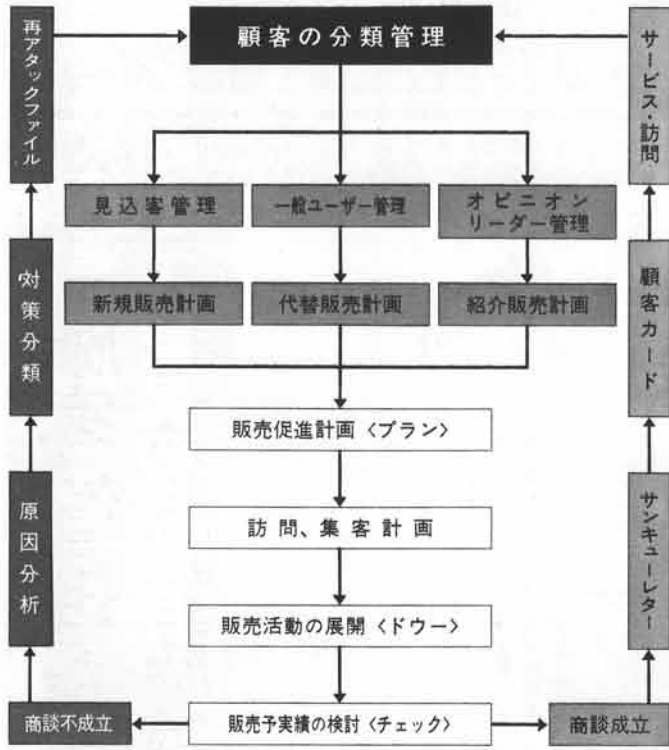
かつて優良顧客であったが、しだいに来店回数も減少し、代替周期も遅れているユーザー

人間的なおつき合いも深く、来店回数も多く、修理や用品販売等の上得意先、オピニオンリーダー的要素もあり、紹介販売も多く、支払い良好

取引開始は浅いが、右の条件を備え近い将来基幹顧客となり得る人

取引も浅く、人間関係も未完成だが本人の交友関係が広く、人格的にもすぐれているユーザー

〈表2〉 計画販売に活きる顧客管理システム



自宅訪問、定期点検などのアフターケアといった形の管理が望れるところですが。

計画販売には欠かせない顧客管理

また、お店の販売計画を設定するうえでもこの顧客管理は絶対に欠かせない要素です。

〈表2〉のように計画販売を進めるためには①紹介販売による販売台数 ②代替販売台数 ③集客、免許教室等による新規顧客への販売台数—この3つの柱が基盤となります。

①は現在お店で保有している固定客の中からオピニオンリーダーの発見と育成がキーポイントとなります。②は一般ユーザーの購入代替時期の把握と、定期点検、イベント案内DM、電話連絡などによる販売促進策からの働きかけがポイント。いずれも日頃から顧客を分類し、それぞれに合わせた差別的販売促進策を企画実施し、訪問活動やお店への誘導活動に役立ててはじめて効果があるものです。

オピニオンリーダーの果たす大きな役割

この顧客管理の中で、お店が最大の力点をおいて管理したいのはオピニオンリーダー的

優良顧客であることはいまでもありません。オピニオンリーダーによる紹介販売は、お店にとっていつも外部にセールスタッフが活動しているのと同じ効果を持つわけですし、販売効率の点からもきわめて効果的な販売手段といえるからです。

顧客による口コミ販売(特に女性客)は、お店の売上増進に大きく影響することはご存知のとおりですので「優良基幹顧客」をいつも意識して管理し、当然そのお客さまにはそれなりの特別優遇策が必要ですよ。

一方、オピニオンリーダーの存在にはこうした販売面での直接的な効果以外にも、お店の評判を高め、商品の市場評価やお店のサービス体制などに対する信頼を集めるという大きな効果もあります。これがお店の経営方針や販売促進活動を是正しつつもお客さまに合わせた販売活動を可能にするという、まさに有形、無形のプラスになるのです。

顧客管理の一環として販売店さまでよく実施されているものに顧客の組織化があります。前記のオピニオンリーダーの紹介客を中心に自然発生的に発生するケースも多いようですが、お店が意識的に優良客を中心に組織化するのが一般的です。

組織化しての顧客管理

お客さまとのおつき合いが長くなればなるほど、自然に人間関係も深まるもの。特に同じ趣味、レジャーを持っていらっしゃるお客さまとの緊密化を計る層別組織化はお店にとっても大きなメリットを持つものではないでしょうか。これは、先の顧客の分類管理が組織的に可能だけでなく、お客さまのお店に対するファン化、親派化をより円滑に促進することになるからです。多くのお店が実施されているツーリーグクラブやモータースポーツ愛好会は、まさにこの一例。

一方、このような組織化を進めるうえで注意したいことは、優良客を中心に運営、企画を行なうこと。類は友を呼ぶ。健全な組織化を図るためにリーダーとそのメンバーの厳選にはぜひお店サイドで関与したいものです。

このように、顧客の組織化は、顧客の層別管理を通じて営業側面からご商売に貢献するものですから、一種の宣伝、販売促進費、交際費と考えられますが、会費制を含めてこの点の費用面でのコントロールも忘れるわけにはいきません。さらに組織のマンネリ化を防ぐための新しい企画や他の客層に対する配慮影響も忘れてならない大切なポイントです。

「売掛金」管理と合わせた総合管理を

以上は特に店の営業基盤を強化するための顧客管理の役割りとその進め方をご紹介してきましたが、一方重要なお店の経営管理として「売掛金管理」という面からの顧客管理も見逃すことはできません。

もちろん、広い意味の顧客管理というと当然、売掛金、受取手形など受取債権管理や与信管理も含まれるわけですから各々を別に考えることはできません。お店によってはむしろ売掛債権管理イコール顧客管理とお考えのこともあるでしょう。

いずれにせよ、顧客はお店の財産ですからお店の経営全般からみて顧客を総合的に管理することが重要だといえるでしょう。

普通の2輪車の販売は①現金、②手形、③クレジット、④ローン、⑤分割……といったところで、いずれの場合も代金が決済される前には「売掛金」が発生します。さらに修理代金、部品・用品の販売代金などの売掛金も出てきます。これらを顧客別に管理し、大切な運転資金ができるだけ滞留したり、貸倒れにならないようにするのがご商売の鉄則であることはいまでもありません。

しかし特に重要なことは売った後の事後管理だけでなく、売る前のお客さまの選別や販売方法にあらかじめしっかりした方針を持つことです。むしろ顧客管理の主たる目的は事前管理にあるといえるのですから、お客さまの支払い状況、残債金額、期間などをしっかりとつかんでいれば、次の販売アクションも当然早くおこなうことができるわけで、この意味からも売掛債権の個別・顧客別管理は大切な役割を持つていえるのです。(つづく)

カラーハイライトで紹介のとおりケニー・ロバーツがついに待望のランキング首位進出を果たした。一方ヘイッキ・ミッコラの復活も急ピッチ。中盤戦に突入した内外のシリーズ戦でヤマハパワーが、その真価をいかんなく発揮しはじめている。

世界選手権ロードレースGP500CCクラス

2連覇へ快進撃! キング・ケニー驚異の3勝目

第2戦オーストリアGPにおけるチャンピオン、ケニー・ロバーツとヤマハYZR500の劇的なカムバックは、まさに序盤戦のハイライトであったが、その後シリーズは第3戦西ドイツGP（5月6日）、第4戦イタリアGP（5月13日）、第5戦スペインGP（5月20日）といよいよ中盤戦に突入している。

そして焦点は「ケニー・カムバック」からキング・ケニーのV2へと完全に移っている。シリーズ5戦、出場4戦、優勝3回、2位1回ももちろんランキング首位——まさにめざましい。キングの快進撃がつづいているところだ。

● その経過を追ってみると——ホッケンハイムでの第3戦西ドイツGPは、結果こそ1位のW・ハートク（スズキ）にわずか3秒差の2位に終わってしまったが、ラスト3周で見せたケニーとYZR500の追上げはすさまじくこの間にB・シーンの持つ500ccラップレコードばかりかG・アゴスチーニのコースラップ記録をも更新するみごたえであった。この2位で貴重な12点をプラスして27点。ランキング2位に上昇したケニーは、つづく



第5戦スペインGPで今季初の連続優勝。絶好調のケニーとYZR500

第4戦イタリアGP（イモラ）で圧勝。一気に首位フェラーリ（スズキ）との差を4ポイントと縮めた。そしてハラマサーキットでの第5戦スペインGPでついに待望の連続優勝が実現した。チャンピオン・ケニーとハートクの二騎打

ちとなったこのレース、36周に渡る果てしないデッドヒートが展開されたものだが、周遅れライダーをラップする一瞬のキレ味で差をつけたケニーが、この果敢な挑戦者をしりぞけて快心の3勝目をマークした。

これで選手権ランキングでも、4位に終わったフェラーリを抜いてケニーが念願の首位進出を果たした。GP復帰後ぐんぐんと調子を上げていくケニーと昨年にも増してその高度な戦闘力が安定度を増した79 YZR500、最

500CC級世界選手権モトクロスGP

ミッコラ+YZM400

3年連続、5度目のタイトルへ猛追撃!

ヤマハYZM400を駆って2年連続世界チャンピオンの座を守っているヘイッキ・ミッコラもシーズン前の靱帯切断のケガで苦しい闘いをつづけているが、一戦ごとに確実な回復を示しランキング3位まで急ピッチの上昇を果たしてきた。



強ヘアは完全にV2へのダッシュを開始したので。

●第5戦までのランキング

ライダー	1	2	3	4	5	小計
ケニー・ロバーツ (ヤマハ)	ベネズエラ	オーストリア	西ドイツ	イタリア	スペイン	
W・ハートク (スズキ)		12	15	12	15	54
V・フェラーリ (スズキ)	10	12		12	8	54
ミッコラ (ヤマハ)	15		10			57



5度目のタイトルめざして「鉄人、ミッコラは、1戦ごとにめざましい復調ぶりを示している

Motor Sports Highlight

'79 AMA スーパークロス・シリーズ



アメリカのモトクロスで最も人気の高いスーパークロスシリーズは、6月2日のルイジアナ州ニューオーリンズで全12戦のシリーズ中10戦を消化したが、今シーズンもまたヤマハYZ250のハリケーン・ハナことボブ・ハナが残る2戦を待たずに3年連続のチャンピオンを決定した。

スタジアムでの250ccマシンによるモトクロスは、アメリカで最も人気の高いモータースポーツ。また、ハリケーン・ハナはアメリカ最大のスーパースターだが、今シーズンの彼は10戦中7優勝、253ポイント（カワサキに2位のJ・ワイナート）をマークし、70点もの大差をつけてチャンピオンを決定した。

ハリケーン・ハナ YZ250 3年連続チャンピオン!

6月10日のアメリカGPでシリーズは5戦を終了したが、スーパースター・ミッコラの苦闘で12GP・24ヒートのシリーズ戦は例年になく激戦の様相を呈している。

こうした中でミッコラの戦いぶりを振り返ってみると、第1戦オーストリアGPでのリタイア、第2戦フランスGPで4位/3位、さらに第3戦スウェーデンGP3位/2位、1戦ごとヒートごとに確実なカムバックを続けてきた。そして5月27日のイタリアGPで、ついに待ちわびた両ヒート1位の完全優勝を達成するまでに至っている。

とくにこのイタリアGPでは、両ヒートともスタートから猛烈なダッシュをみせ、第1コーナーまでを引離してしまおうという、いわゆる「ホールショット」を演じながらの圧勝ぶり。「せひとも、5度目のタイトルが欲しいんだ。今日の走りをおと8回くり返すしかないよ」というレース後の言葉にも、チャンピオンの決意の大きさが込められている。

ランキング首位のノイス（ホンダ）でさえ、「ミッコラは完全に調子を取戻したようだ。彼は何をしてもマークしなくてはならない男なんだ」と、その復讐に驚きを示していたものだ。

この後、一気にランキング逆転が期待される。

全日本選手権モトクロスシリーズ

藤、光安のヤマハコンビ ランキング1、2位独占

A250

大激戦の国際A級125、250の2クラスがモトクロスチームの再来をもたらしている全日本選手権シリーズは、5月13日の第4戦鈴鹿大会、6月3日の第5戦菅生大会で全9戦の折り返点を通過した。

注目の250ccクラスでは、今シーズン絶好調の藤秀信が4戦目にして今季このクラス唯一の両ヒート完全制覇を達成。最大のライバル、チームメイトの光安鉄美が2位となつて第3戦にひきつづき、ヤマハYZ250コンビ

たアメリカGPは、カリフォルニア州カールズバットで行なわれたが、気温40°、湿度も高く、観客にも暑さで倒れる人が続出するといふ最悪のコンディション。この中でミッコラは両ヒートともイタリアGPの再現ともいえる「ホールショット」を見せたものの第1ヒート、

リタイア、第2ヒートはわずかの差で2位に終り、待望のランキング逆転は第6戦カナダ以降に持ちこられることとなった。

なお、第5戦までのランキング・ポイント はノイス95点、ラッキー（カワサキ）84点、ミッコラ82点の順。

のワン・ツーを実現。同時に選手権ランキングでも、この結果そのままに1、2位を守りつづけたものだ。

さらにスウェーデンGP菅生での第5戦では、チャンピオン光安が、第1ヒートぶっち切り1位、2ヒート3位の総合優勝を果して藤とのポイント差を一気に縮小するかに思われたものの、好調な藤も確実に3位、2位（総合3位）と上位入賞を果してヤマハラライダー同士の大接戦を第6戦北海道以降に持ち越し、ファン注目を一手に集めているところである。

藤、光安のYZ250コンビは、125ccクラスでも好調で、全ファクトリーマシンが水冷化したこのクラスで、先駆者YZ250のパワーを存分に発揮している。

首位を行く杉尾良文（ホンダ）を猛烈に追いつけて250の2クラス制覇を目ざしているのは藤秀信だが、光安も菅生大会では第1ヒート1位、第2ヒートのトラフル（鈴木秀明）との首位争いで両者接戦「転倒」がなければ今シーズン初めての両クラス総合優勝、というほどの好調ぶりを示しているだけに、これからの活躍が期待されるところだ。



▲第2戦から5戦までA250の総合優勝は①光安と⑤藤のヤマハコンビが独占している。（菅生大会A125のスタートシーン）
→菅生大会で今シーズン3回目の総合優勝を果し、チームメイト藤を追い上げる光安とYZ250



●国際A250クラス5戦までのランキング

選手	1	2	3	4	5	合計
ライター	1	2	3	4	5	15
藤 (ヤマハ)	3	1	2	1	1	15
光安鉄美	5	3	1	2	1	15
杉尾良文 (ホンダ)	4	12	10	10	12	58
福本敏生 (カワサキ)	8	15	12	10	12	67

イギリスのテレビ局

ヤマハバイクを徹底取材!



見るからにタフそうな写真の男性はオーストラリアのマイク・ランドマンと父親。彼こそヤマハYZ400を駆って「79BPデザートラリー」を制したオーストラリアのヒーローなのです。オーストラリア・ビクトリア州のイースター（復活祭）は、バイクマニアにとってはたまらない。バザーストでのオーストラリアGP（ロードレース）とサンレイシア地方の砂漠ラリーが同時に行なわれるからだといわれるほどのビッグイベントであるこの砂漠ラリー。今年には640台が参加し18万7千エーカーの広大な砂漠に壮烈な走りくりひろげたものですが、例によってリタイヤ続出の中で3・5ガロ



ン入りの特製プラスチック燃料タンク、フロントフォークにスペアのガロン入りタンクを装備したランド

マンが、YZ400の高性能と抜群の耐久性を存分に発揮してこのハードレースを制覇した。ちなみに過去10年の歴史をふり返ってみると日本車の優勝は、わずか2回。ヤマハにとっては初めてという記念すべき、大記録でもあるのです。

タフガイとタフネス「ヤマハ」オーストラリアの砂漠ラリーを制したYZ400

GTクイズで
デジタルウォッチ
1000名
プレゼント

当選者決定!!



応募33000余通を集めた「GTクイズ」

- プロボクシングの世界J・フライ級チャンピオンは圓田堅用高
- オートバイのJ・フライ級チャンピオンはニューヤマハGT50

“小さな巨人”の実力をさらに高めて好評のニューヤマハGT50の発売を記念し、3月1日から2ヵ月間にわたり全2輪専門誌を通じて展開されていた「GTクイズ・デジタルウォッチプレゼント」には33,302通ものご応募をいただきましたが、去る6月5日この抽選会が厳正公平に行なわれ、1,000名のご当選者が決定しました。

代表当選者の方々は以下の通り。なお残る990名のご当選者の方々には賞品の発送をもって発表にかえさせていただきます。

また、ご応募いただいた全員の方に「GTメカニカルブック」を郵送いたしました。

★代表当選者の方गत★

- | | |
|--------|------------------------------|
| 上田 雅様 | 高岡市伏木東一宮1-7 |
| 玉城深忠様 | 那覇市繁多川414 |
| 日高浩二様 | 鹿児島市宇宿2-20-6 |
| 阿多弘樹様 | 八代市平山新田2627 |
| 瀬野一二様 | 徳島県阿波郡阿波町字西ノ岡 |
| 里本 茂様 | 京都市北区鷹ヶ峰堂ノ庭町9-2 |
| 徳岡 貢様 | 西脇市島町168 |
| 池本志郎様 | 滋賀県神崎郡五個荘町小幡86-19 |
| 大村富士男様 | 横浜市旭区上白根町西ひかりが丘
20-13-203 |
| 小谷 隆様 | 鳥取市卯垣182-8 |
- 他990名様



お便り、お電話、お待ちしております。

ヤマハニュースは、販売店みなさまの情報誌です。みなさまの積極的な誌上参加をお待ちしております。これは！と思う話題、明るいニュースなど、どうぞお気軽にお寄せください。取材要請、ご質問、ご相談も大歓迎です。宛先は——
 〒438 静岡県磐田市新員2500 ヤマハ発動機株式会社
 広報部PR課「ヤマハニュース」係
 ☎05383 (2) 1111 内線356

イギリスの民間主要テレビ局のひとつである「サザン・テレビ」は78年に「トリーキング・バイク」と題するバイクに関する特別番組を7週間に渡って放映、大反響を呼んだものですが、この79年版の製作に当って同局は取材対象にヤマハを選定。先ごろヤマハの生産組立ラインから完成テスト、レーサーテストに至るまでの徹底した取材が行なわれました。今年のテーマは、「安全問題」。「ユーザー、ディーラー、メーカーが一体となって安全に取組み、バイクの安全で楽しい乗り方、楽しみ方を主張したい。そのために乗り手、売り手、作り手は何をしているか？ また何をすべきか？」を説明しアピ



お客さまにもご案内ください！

恒例の「ヤマハ水上スキー教室」スタート！

マリンスポーツの夏の恒例行事として販売店のみなさまにもおなじみとなっている「ヤマハ水上スキー教室」が、今年も下記の要領で開催されます。手軽に楽しめる“水上スキー”。ことしこそお客さまとおそろいでマスターしてみませんか？ 夏休みのお店のスポーツ活動にもまさにぴったりの行事です。
 ●期間：7月21日(土)～8月22日(水)
 ●教習：午前10時より午後4時まで 1日コース、1泊1日コース、1泊2日コースがあります。

- 会場：ヤマハマリーナ浜名湖（静岡県湖西市入出 字長者1380 ☎05357-8-0711）
 - 受講料：お1人様 1日コース11,000円、1泊1日コース16,000円、1泊2日コース24,000円。
 - お申し込み：お申し込みはご予約が必要です。ご予約金10%。10名様以上の団体には割引優待制度もあります。
- ※詳細は担当のヤマハセールスマンにお問合わせください。

ルしたい」というのが製作者の意図ですが、ヤマハにおける安全への研究開発では「サスペンションとハンドリング」に焦点がおかれヤマハ独自の技術、モノクロス・サスペンションに重点的な取材が行なわれていました。
 日曜日の7時からというゴールデンタイムの放映、というのも2輪車の発祥国イギリスらしいところですが、このヤマハ取材分の放映は当初の1回予定が3回に増やされています。シリーズの中心となっています。



夏休みはSUGOへ！ 近づくモータースポーツの祭典 サマーフェスティバルインSUGO



夏休み恒例のモータースポーツの祭典「サマーフェスティバル イン SUGO」が繰あふれるスポーツランド菅生で開かれます。さわやかなみちのく路のツーリングを楽しみながら、ことしもお客さまとおそろいでお出かけください。きっと、この夏最高のお店のスポーツ活動となることでしょう！

7/21-22

サマーフェスティバル ロードレース大会
兼全日本選手権第7戦・菅生大会

7/22

第4回SLトライアル大会

8/5

第5回SLモトクロス全国大会

8/4-5

'79SLカート・サマーフェスティバル

8/5

ヤマハサマーフェスティバル イン SUGO

〈出演〉大場久美子 中原理恵 円 広志
 〈司会〉所ジョージ

※詳細は担当のセールスマンにお問合わせください。

ヤマハトレールMR50

〈1972年(昭和47年)6月発売〉

ニューGTにひきつづきモノクロス・サスペンションを装備して6月から新登場した50ccトレールの本格派『MR50』。今月はいまヤングの人気を集める『MR50』7年の系譜をふり返ってみましょう。

'68年3月の『ヤマハトレール250DT1』の登場がもたらしたオフロードブーム、トレールブームが最高のもり上がりを見せていた'72年、この新しいバイクの楽しさを50ccの世界にまで広げるものとしてデビューしたのがこの『MR50』。前身モデル『F5C』が、7ポーンフレームのF5のトレール仕様であったのに対し、この『MR50』は、本格的なダブルクレードルフレームに、新開発のトルクインダクション・エンジン、アップマフラー、セリアーニ型フォーク、大径ホイールとアップフェンダー……とデビュー当初から本格的なトレール志向で固められていたもので、『MR50』のこのポリシーは、現在のニューMRまで一貫して受け継がれているのです。

エンジンやフレームの基本構成を同一とするFX50(RD50の前身)との同時デビュー。オンロード対オフロード、FX&MR、50ccのライバル同士として、ヤングの話題を集めたことは記憶に新しいところでしょう。



この『MR50』は、'77年まで同一スタイルを踏襲。'77年にタンク、サイドカバーの変更をはじめタイヤも前輪2.50-18、後輪3.00-16となってトレール志向を一段とつよめ、この6月のフルモデルチェンジへと至っているものです。

●全長1830mm ●全幅790mm ●全高990mm ●軸間距離1190mm ●車重70kg ●2サイクル・ピストンリードバルブ・単気筒49cc ●ボア×ストローク40×39.7mm ●圧縮比6.9 ●最高出力6PS/9000rpm ●最大トルク0.5kg-m/5000rpm ●最高速度90km/h ●リターン式5段変速 ●懸架方式(前)テレスコピックオレオ(後)スイングアームオレオ ●タイヤ寸法2.50-17(前後とも)



MR50：'75年6月発売。



MR50：'77年2月発売。タンク、サイドカバー、フェンダー関係を変更。タイヤも変更されてより一段とトレール性能をアップ。



MR50：'79年6月発売。ニューエンジンにモノクロス・サス……7年ぶりにフルモデルチェンジのニュー「MR50」

店舗スペースの半分を 用品コーナーに すべてのお客さまをカバーする商品揃え

今井商会・鈴蘭台店(今井康雄社長)さん ● 神戸市北区鈴蘭台



店舗外観。左は整備工場



整備工場右手の純正部品コーナー。この奥には大量の部品類が整然とストックされている



①入口右側のウェア類のコーナー



②入口左側のヘルメットコーナー。一段高い奥のスペースにも壁面に沿って豊富な用品類が陳列されている



豊富な商品知識で接客する今井社長。商品の管理から販売まで自ら担当されている

先月まで4回にわたって用品コーナー開設のモデルプランをご紹介してきましたが、今月は実際の販売店さんの用品コーナー拝見です。

しやれた新興住宅地・神戸市北区鈴蘭台に15坪の店舗を構える今井商会さんは、店舗面積の半分近いスペースを用品コーナーに当てています。そして、この広いコーナーの特徴は、ソフトバイクの婦人層から、スポーツバイクのヤングユーザー、さらにビッグバイクのマニア層まで、お店のユーザー構成そのままにすべてのユーザー層のニーズに片寄りなく応えられる豊富な品揃えを実現していることです。

今井社長の話「用品コーナーを充実させ、用品類を豊富に取揃えておくことは、お客さまの安全を守るうえからも欠かせないことですね。

それとお客さまに最も適した用品をおすすめするには、こちらもプロとしての商品知識を持たなくてはなりません。うちの商売の中でも用品販売に関して特にこの2点に留意しています。例えばヘルメットひとつをとってみても、お客さまには予算をはじめ、じつにさまざまな要望もあるわけですから。

まあ、この用品コーナーもその点を考えタイプ、サイズ、カラー、価格まで可能な限り揃えたもので、少しずつ段階的に拡充しながら現在のような形となっていったものです。波及効果としては用品のお客さまが、逆に本体のお客さまにというケースも少なくありません。それと、この用品コーナーの商品構成は80%がヤマハの扱い用品なのです」

今井商会さんの用品コーナー・データ

- 店内スペース 49.5㎡ (15坪)
- 用品コーナー 約23㎡ (約7坪)
- 陳列商品総額 約300万円 (標準小売価格)
- 用品の月平均売上高 約100万円
 - 用品単独売上げ 約50万円
 - 本体販売時の売上げ 約30万円
 - 消耗部品等の売上げ 約20万円
- ※ 平均的にみてバイク本体1台の販売に付ずいしてヘルメット、キャリア、バックミラー、車体カバーなど本体価格の約10%の用品売上げがある。
- 売れ筋商品——ヘルメット (用品総売上げ高の20%)、ウェア類 (同約25%)
- ※ ヘルメットの常時陳列は約30種類、ストックとして70個を常備。

●ヘルメットをかぶりましょう。●定期点検をうけましょう。



スニーカーバイク、 気分はモトクロッサー。

軽快なフットワーク。みなぎるスポーツ心。まるで芝生を駆けるスニーカーのようなバイク、それがヤマハニューMR50。足まわりには、走りを変えた画期的なクッションユニット、モノクロス・サスペンションを装備。新たにセットされたタコメーターとともに、走りをさらに精悍に見せる。ニューMR50。これは干し草のやさしさをもつオフロードランナーだ。

ヤマハ発動機株式会社 ☎438静岡県磐田市新貝2500 TEL.05383(2)1111 カタログご希望の方は機種名を明記の上、郵便切手150円を添えてPR課までお送りください。

仕様諸元 ● 標準現金価格- ¥127,000 ● 2サイクル・空冷・49cc ● リターン式5段ミッション ● 最高出力6.0ps / 8500rpm ● 最大トルク0.51kg-m / 8000rpm ● ボディカラー / コンペティションイエロー、クリスタルシルバー

走りを変えたモノクロス・サスペンションを装備して新登場。

YAMAHA NEW MR50

広告活動ご紹介

スニーカーバイク、気分はモトクロッサー。——これは、6月発売の2輪車専門誌に掲載したニューMR50の新発売広告。夏休みを迎えてもりあがる50ccスポーツバイク市場を、また一段と活気づけるものです。お店の夏の商戦にお役立てください。