

YAMAHA SCOOTER  
**BELUGA** 50 80

**これが、本格スクーター。**

よき友、ベルーガ。 **新発売**

インラインVツインのピュアスペシャル **XV750 Special**  
**NEW パッパロー / XS400 Special / MR50**



YAMAHA NEWS No.212 FEB. 1981

'81ヤマハ全国選抜優秀販売店新年大会  
より大きな飛躍をめざして……………3

これが本格スクーター  
《ベルーガ》商品特徴ご紹介……………6

インラインVツイン、ピュアスペシャル  
《XV750スペシャル》商品特徴ご紹介……………11

●カラー

時代に乗ろう——よき友ベルーガ……………15  
これが本格スクーター・ベルーガ50/80……………16

●カラーピンナップ XV750スペシャル……………18

セル付も新登場！ニュー《パッソーラ》……………20  
ニュー「XS400スペシャル」「MR50」

ヤマハ★ショールーム……………22  
話のパドック……………23

モータースポーツハイライト……………24  
フレンド店登場……………26  
連載② セールス最前線……………28  
パワーアップ・ヤマハ奥さま②……………30  
ヤマハ★トビックス……………32  
セフティコーナー……………34  
ヤマハ用品★部品コーナー……………35



'80 MOTO OF THE YEAR

RZ250

- '80モト・オブ・ザ・イヤー
- '80人気ナンバーワン・モト
- '80モト・オブ・ザ・イヤー  
・オンロード部門
- 以上「モト・ライダー」誌  
主催モト・オブ・ザ・イヤーより

●'80国産二輪車人気投票・ロードスポーツ部門第1位  
——「ヤングマシン」誌主催'80国産二輪車人気投票

●ザ・ベスト・バイク80、250ccクラス第1位  
——「オートバイ」誌主催国産車人気投票

- ★
- バイク・オブ・ザ・イヤー (RD250LC)
- 同250ccクラス第1位 (RD250LC)
- 同500ccクラス第1位 (RD350LC)

——以上、イギリス「モーターサイクルニュース」紙主催バイク・オブ・ザ・イヤーより

——これは話題のスーパースポーツ「RZ250」（輸出モデル RD250 LC、RD350LC）が、昨年度受賞した内外の二輪専門誌紙主催のコンテスト結果です。ユーザーの人気投票をはじめモータージャーナリスト、評論家などの意見を集大成したこれらのコンテストは、その商品の市場評価を物語る最も権威あるもの。その中でこれだけの賞を独占した「RZ250」とヤマハの先進技術に、いま世界の驚異の目が注がれています。

この大きな成果を受けついで展開される'81年のスポーツバイク商戦。その第1弾が話題のニューマシン「XV750スペシャル」と\*クオリティスポーツ・フォー・クオリティビープル。をスローガンに展開されるビッグスポーツキャンペーンです。どうぞご期待ください。

〈表紙〉おなじみ渡辺真夫さんの笑顔とともに新登場！男性アダルトの本格スクーター《ベルーガ》



# より大きな飛躍をめざして！ '81ヤマハ全国選抜優秀販売店新年大会

二輪車業界は史上最高の盛り上がりを見せた'80年商戦。それを受けての1981年ヤマハの営業政策の発表の場ともいえる「'81 YAMAHA 全国選抜優秀販売店新年大会」が去る1月9日、ヤマハのホームグラウンド静岡県磐田市の市民会館で盛大に開催されました。

北から南から、今年もヤマハとともにより大きな飛躍をめざして、意気込みも新たに参集された販売店さまは、これまた過去最高の800余店。大会は、昨年度の販売実績と市場動向の推移の確認にひきつづき今年度のヤマハ営業政策についての発表が行なわれ、期待のニューモデルを前により大きな飛躍への挑戦が約束されたのです。





# '81 YAMAHA 全国選抜優秀販売店新年大会



↑'81ニューモデルのペルーガやXV750スペシャルなどを一堂に、フィナーレはまさに圧巻

←本格スクーター時代を幕開くペルーガは展示とともに試乗会も実施。乗用車感覚いっぱいの走行フィードバックに「ようやく本格スクーターの登場だ！」といった評価がとびかっていた

↓800店余の優秀販売店さまを前に'81年度のヤマハ政策を力強く述べるヤマハ発動機・小池社長



## 基礎的な技術の確立と 潜在需要のニーズに応えた商品づくりで 100万台ラインの突破をめざす!

席上、新年のあいさつに立った小池久雄代表取締役社長は、まず「元氣な皆さま方と再びこの席でお会いできたことを心からお喜び申し上げます。昨年はご要望に対し生産面、供給面で充分お応えできなかったということもあって、今回はぜひこの大会と同時に工場で一息懸命働いている従業員の姿をひと目見ていただこうとこの地で開催いたしました」と前置き。続いて「昨年の二輪車業界は国内外とも省エネ気運が高まる環境の中で、しかも新商品の投入によって例年になく増産・増売がで、国内外で700万台という過去最高実績を記録。とくに国内では2割以上の需要増加で230万台がらみの販売を実現、これはひとえに販売店みなさまの絶大なご協力のおかげ」と、厚くお礼の言葉を述べるとともに、大要つぎのように所感を述べました。

▼昨年は創立25周年を迎え将来に向けてのヤマハの決意と姿勢を示したが、これを受けて本年は商品の開発と増産体制に一層力を入れ、具体的には国内外で300万台という数字を掲げ、国内市場では100万台の壁を破る。そして、そのためには基礎的な技術を確立することによって、潜在的な顧客のニーズに応えた商品をつくり、それらの商品によって多彩な需要創造を図る。もちろん、そこの商品開発については、当社の技術開発力に大きな自信をもっている。

▼とはいえ、100万台の販売は一朝一夕にできるものではなく、販売店みなさまとヤマハが一体となった不断の努力が必要といえる。具体的にお店では、①お客さまの選定思考



毎年恒例の親睦パーティは、4会場に分かれて開催。関東甲信越地域の会場では、小池社長と地元浜松市の川島モータース・川島光恵社長が威勢よく鏡開き



式典途中には、つま恋でキャンペーンしていた「ナベサダ」さんが駆けつけるハプニングも



→つま恋・エキジビションホールをつかった展示会での焦点のひとつは、昨年から専門誌を販わしていたXV750スペシャル。その完璧なまでの仕上がりが話題をさらった



←完成度の高い'81ニューモデルを目のあたりにして意欲満々の販売店みなさま



## 「本格スクーター時代」と「クオリティスポーツ・フォー・クオリティ・ビープル」の2本立てでさらに新しい需要創造を!

にまかすだけでなく、それぞれの商品特性を伝える積極的な姿勢をヤマハ製品に対してとっていただき ②同時にユーザーへの安全指導面における対応力の強化と ③スポーツモデルのアフターフォローとしてのテクニカルサービス力の充実を図っていただきたい。

ついで行なわれた優秀販売店さまの表彰の後は、いよいよ'81年ニューモデルと営業政策が三浦勝彦営業部長より紹介されました。「本格スクーター時代」を告げるコミュニケーション「ベルーガ」や、「クオリティスポーツ・フォー・クオリティ・ビープル」と位置付けられたビッグスポーツの話題作ビュアスペシャル「XV750スペシャル」らのベルーガはがされる中で、発表された'81年営業政策の概要は以下のとおりです。

まず、新商品についての具体的な対応は――

▼ベルーガについては、新しい需要開拓の原動力としてスクーター市場の形成を図っていく。ただし、より高い付加価値として位置づけていくため、店頭展示での差別化や周辺用品のセット販売でより強く、より広いインパクトを与えていただきたい。

▼セル付モデルを加えたパッソラーの新機種については、女性層に対し、より親しみやすい商品ぞろえを試みたので、従来以上の拡販をお願いしたい。

▼さらに、スポーツについては、グレードの高い商品の充実を図っており、今後は販売数量の拡大に合わせて、よりユーザー層への対応ができるお店づくりを浸透させていく。

一方、'81年市場予測とその中での店の役割については――  
▼52年以來、この4年間で約2倍の需要増加が実現でき、なお拡大の期待は大きいものと思われるが、必ずしもこの2年間の高い伸張率が今後も維持できるかどうか楽観はできない。

▼業界の販路構造がはつきり変わってきており、経営態が家業から企業化に移行しつつある中で、本年以降はこうした販売店の個々の販売力の向上による新しい需要の創造が最大の課題となろう。

▼すでに1200万台を越える保有台数を背景にした安全問題についても、自らの意思にかかわらずその動きが要請されているといえ、むしろこのノウハウを将来の拡大に積極的に取り組むことのできるお店づくりの姿勢が必要となっている。

※なおこの新年大会の席上で初めて紹介され、2月より新発売される「ベルーガ」XV750スペシャル「ニューパッソラー」等の商品内容については次ページ以降をご参照ください。



# これが、本格スクーター よき友べルーガ

50  
80  
新発売!

「81全国選抜優秀販売店新年大会」の席上販売店みなさまの拍手と歓声の中でヴェールを脱いだ本格スクーター『べルーガ50/80』。

これこそ、ソフトバイク時代のリーダー・ヤマハがステップスルー「パツソル&パツソラ」生産100万台の実績のもとに、'80年代前半の市場の多様化とクルマ社会の変化に焦点を当てて開発した新しい主力商品のひとつ。そのすぐれた商品性が、私たちバイク業界にまた新しい時代をもたらすものです。ここに『べルーガ』開発の背景、商品特性そして主な対象需要層をまとめました。ご一読のうえ、どうぞ積極的な拡販をご展開ください。

私ならこう売る！  
本格スクーター  
『べルーガ』

「全国選抜優秀販売店新年大会」が行なわれた1月9日、小池社長、長谷川常務のテープカットで「ペルーガ」がラインオフ



## ペルーガ開発の背景

# 時代がいま、新しい乗りものを求めている

まず80年代のモーターゼーション環境の変化を考えると第一に予測されるのが、つぎのようなくつかの変化です。

●大都市への人口の集中化は著しく鈍り、地方都市や郡部へと人口の拡散が進むにつれ

て、人びとのクルマへの依存度が高まる。●女性の家庭外での活動がますますさかんになり、さまざまな移動手段が求められる。●余暇時間の増大とレジャーの活発化がさらに進み、そのための移動が増える。

●免許保有者は、今後

も確実に増えつづけ昭和60年には日本全国で5千万人、なんと16才以上の人口の2人に1人の割合をこえると予測される。

●しかしながら、省エネルギーの社会的要請はさらに高まり、エネルギーの有効消費の意識が高まる。

そして、これらのさまざまな変化の意味するところはナニか？

といえば、個人の移動の増加、移動目的や手段の多様化につれて、簡便で経済的な新しい乗りもの「が、いま社会的に求められているというところにほかなりません。

### すすむ乗りもの使い分け

一方、こうした社会的変化を個人生活のレベルで考えてみると――

●ガソリン代の高騰などもあって四輪車の不合理性は承知しながらも、乗用車を手離すことは考えず乗用車が生活必需品となりつつある。

●これにつれて、駐車難、交通渋滞、ガソリン代・維持費の高騰、1人乗りのムダ……といったさまざまな問題が増加し、四輪車への不満が増幅している。

●このように、四輪車が生活の中に深く浸透しながらも、それを使う人びとの意識には、矛盾するいろいろな考えが生じ、微妙にからみあつてきつたとはいえそうです。

そして、こうした傾向を何よりも明快に物語っているのが四輪使用形態の変化といった現象です。つまり、最近の四輪ユーザー傾向を詳細に眺めてみると――

●保有車種の下級移行や代替サイクルの長期化さらには四輪使用の掌控えなど、使用形態に著実な変化が生じている。

●その最も顕著な傾向が、二輪車と四輪車の使い分け。昨年3月に発売した、男のソフトバイク「タウニイ」のユーザー調査では、タウニイと四輪車との併用が58%にも伸び、これを20才以上のユーザーに限ってみると65%にも達している。さらに、それまで女性層を主体に浸透してきたソフトバイクも、年ごとにユーザーの男女構成比が平均化しつつある。

――というほど。まさに六輪使い分け時代の提唱とともに、昨年来ヤマハが展開してきた男性アダルトへのアプローチは、時代の要請にマッチしたものであり、2年目を迎えた今年さらには大きな成果が期待されているといえるのです。



展示スポットも広げて100台の販売はいける！

北海道札幌市

(南)アヤマモーターサイクル 鮎谷 孟社長

デザインがすくくいい。とくにテールのまとは最高だ。オプション類も本体デザインに良くマッチしており、高級感をいっそう高めている。タウニイよりもうひとつランク上の人にうけそうだな。とくにビジネスマンといった感じの人に売りたいので、うちでは札幌市内のメンズショップやスポーツショップに展示スポットをお願いするつもり。4月まではいろいろな方向からPRにつとめ、年間100台は売っていきたくと思っています。

### ビジネスマンの通勤バイクとして積極的にアピールします！

宮城県泉市

(南)丹野輪業商会・ワークサイクルコーナー

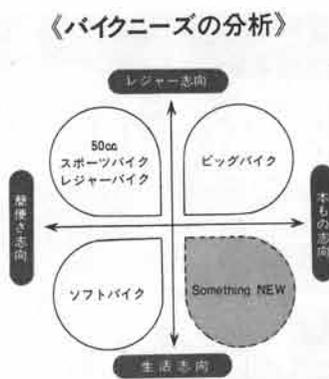
丹野日出夫店長

さすが本格スクーターだけに、いままでのファミリーバイクとはひと味違いますね。太目のタイヤはクッションもいし、走りに安定感がある。うちの店は仙台市郊外のベッドタウンの真ん中にあるので、ぜひともビジネスマンの通勤バイクとして積極的にアピールしていきたいですね。とにかく、仙台市街まで10キロという距離は、ファミリーバイクではきつし、クルマでは大袈裟すぎるでしょう。そういう意味でもいいバイク、いえスクーターが出たと喜んでます。



## 多様化する男のライフスタイル、 男たちのバイクニーズ

では、81年以降もバイク需要の最大の焦点といえる「男性アダルト」について考えてみましょう。これは、昨年「タウンニー」の発売時にも大いに考慮されたところですが――



●生活意識の面では、クオリティライフ志向が一段とよまる。生活のゆとり、創造性、個性といった自分らしさの追求。  
●消費生活の面では、選択消費が定着。自分の生活意識にてらして本当に必要なもののみを吟味して購入する。  
――という傾向が、昨年にも増して明確になっています。  
昨年来の「タウンニー」の伸長は、まさにこうした多様化する男のライフスタイルに合致した結果に他なりません。では「タウンニー」発売から1年、男性アダルトのバイクニーズの変化はどうでしょう？  
ビッグバイクのアダルト需要の増加、「タウンニー」のめざましい伸長などをあわせて考えてみると男性アダルトのバイクニーズを左右するのは次の2つといえそうです。  
●簡便さ志向が本物の志向か――というバイ

## ベルーガの商品コンセプト

# 本物の志向を追求した新しい二輪車 それが、ベルーガ

つまり、いま時代が求めている新しい二輪車の姿を具現化した「ベルーガ」。それは、以上のような時代背景をふまえて、かつ●人間工学の立場から●使われ方の立場から、さらに●乗り手の情緒的な満足感「ふさわしさ」の立場から……というようにこれまでになく多角的なコンセプトの追求から生み出された商品なのです。  
まず、人間工学の立場から見れば、男性アダルトのパーソナルな乗りものとしての二輪車は、何よりも男性用として機能的でなければなりません。  
●男性の体格にあったポジションと車体寸法  
●男性の機械操作能力、スピード感覚に合った仕様と性能

いるパート、つまり①通勤を中心にかなり高い使用頻度②通勤に限らず近所の用足し、遊びレジャーと幅広い用途――への配慮が特になされたようなポイントがビッグアップされています。  
●四輪車に乗り慣れた人にも十分に満足できる快適な乗車フィードバック  
●スーツなどの服装にもマッチするデザインとスタイリング  
●汚れない、多少の雨もOK、収納スペース、疲れにくい……といったキメ細かい機能性  
●ビジネス以外の使用にもパーソナルな乗りものとして十分フィットすること  
そして、3番目は「男性アダルト」の乗りものとしての「ふさわしさ」の検討です。すなわち、乗り手である男性アダルトに、十分

クに対する価値要求  
●レジャーの動具か生活の動具か――というバイクの用途要求  
この2つのキーを軸に、男性アダルトのバイクニーズは、さまざまな方向に多様化していくことが考えられます。

## 本物の、リビンググッズの バイクが求められている

このように見てくると、いま求められている二輪車像は、ゆとりある機能、性能とともにリッチなイメージをあわせ持った「本物の志向でリビンググッズ(暮しの道具)」としてのバイクである、ということが容易に予測されてきます。これこそ、いま時代が求めている新しい二輪車の姿。そして本格スクーター「ベルーガ」こそ、このニーズに応えるものとして開発されたのです。

な精神的満足度、情緒的価値感を与えられるか？ ということです。  
●気品、風格、落ち着き、高品質、ハイグレード――男性アダルトの乗りものとしての新しい「ふさわしさ」らしさの表現です。  
**ハイグレード感あふれる  
本格スクーター「ベルーガ」**

さて、以上のような検討を通じて開発した新しい男性アダルト用の二輪車「ベルーガ」それは、気品と風格に満ちた、乗用車感覚あふれる本格スクーターです。  
まさに「ベルーガ」は、男性用としてのゆとりある性能、機能を商品化しただけでなく、男性アダルトの情緒的な満足感、気品、風格、ハイグレードなイメージをあわせて追求した「本物の志向」の二輪車なのです。

## 自分のためのビークルとして 男性アダルトに受けるでしょうね！



六輪時代はうちの商圏でも着実に育っていますが、ベルーガの出現でさらに決定的になりましたね。通勤にチャイ乗りバイクを求めている男性アダルト層が増える中で、このベルーガはさらに、自分のためのビークルとして人気を集めることでしょう。見た瞬間にお医者さんが乗っている姿を想像しましたが、まさに本格的な新しいスクーターだと感じました。うちでは試乗車をおりますが、いまは引退した昔のツーリング仲間顔が目に見えます。

## 本物志向の商品づくりは 販売をさらに広げるだろう！

いいスクーターができましたね。本物志向のポリシーが、随所から感じられる。従来のステップスルーとは本質的に違いますね。もちろんこのベルーガのお客は男性アダルト。とはいえ、ステップスルーのユーザーの中にもさらに大型で上級のものも求めている人もいます。そうした代替需要も期待できます。現在、うちの店のお客さまの60%は女性客ですが、このベルーガは81年商戦をさらに大きなものとする強力な武器になりそうです。



愛知県豊田市・川原オート 川原勝利社長

# ベルーガの商品特性

## ハイセンスなデザイン、リッチな乗車フィーリング これが本格スクーター『ベルーガ』のメカニズム

このような開発コンセプトによって誕生した「ベルーガ」は、50ccのCV50Eと2人乗りを可能にした80ccのCV80Eの2タイプ、いずれもセル付きです。

1、乗用車感覚あふれるハイセンスなデザイン  
●本格的スクータースタイル……フルカバードタイプの本格的スクータースタイル。機

械的イメージを排し、洗練された軽快さと清潔感を表現。  
●ボディと一体化したテールライト、ウインカー……「ベルーガ」のハイセンスなスタイルを印象づけるテールライトとウインカー……  
●情報集中タイプの大型メーターパネル……スピードメーター、電気式フュエルメーター

2、快適でソフトな乗り心地  
●ボトムリンク・サスペンション……フロントには路面からの衝撃を回転方向で吸収し、

積算距離計、オイルコーションランプ、ウインカー・ハイビーム・始動の各パイロットランプを大型パネル内に組み込んだゴージャスなメーターパネルを装備。

積算距離計、オイルコーションランプ、ウインカー・ハイビーム・始動の各パイロットランプを大型パネル内に組み込んだゴージャスなメーターパネルを装備。



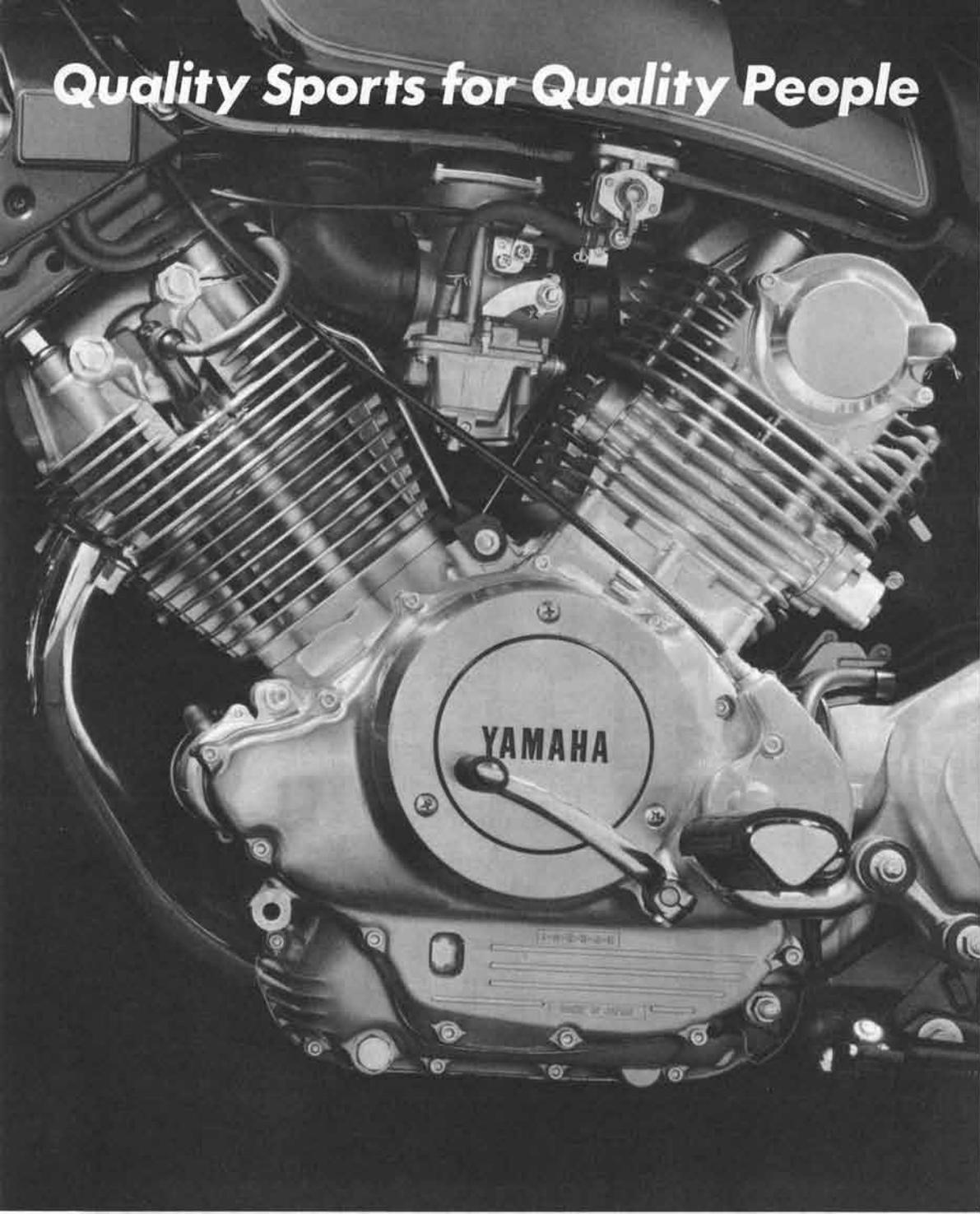
商品が店まで変えそうなインパクトが感じられる！  
大阪府南河内郡・スカイホンダ 浜本哲一社長  
よくできているネ。文句なしです。このスクーターによって、きっといままでになかったバイク店も出現するでしょうネ。地域によってはベルーガだけを扱う店が成り立つだろうし、実際にも都心で10坪から20坪ぐらいのシャレたシヨールームができるのではないかな。ただベルーガだけでなく、関連オプションや用品類を配して、気のきいた店員が男女1名ぐらいお客さまを接待する。そんな店をぜひつくってみたい気がしますネ。



価格以上の価値があるスクーター  
とくに80ccに期待しています！  
愛知県名古屋市・練グッチ 阪口利広社長  
四輪でいえばエステートワゴンが誕生したというのが第一印象かな。実用性かレジャー性のどちらか一方を狙ったものではなく、その両方を兼ね備え、しかもせいでゆとりがある感じ。試乗をしてみたければ、なおさら価格以上の価値がわかってもらえるでしょう。とくにうちでは80ccに期待していますが、スポーツバイクに乗るアダルトのセカンドバイクや従来の商品揃えの中ではメイトを選ばざるをえなかったタイプの男性にまで売っていいこうと思っています。



Quality Sports for Quality People



# '80年代、新しいビッグバイクの世界をひらくVツイン・ピアススペシャル XV750Sスペシャル

本格スクーター「ベルガ」ともに'81全国選抜優秀販売店新年大会の話題をさらったのが、'80年代ヤマハの新しいいちから、4サイクル・インライン・Vツイン、エンジンのピアススペシャル「XV750スペシャル」。

「クオリティ・スポーツ フォークオリティ・ビープル」のスローガンのもとに、'81年、フィジカルスポーツのひとつとしての新しいモーターサイクルライフを提唱するヤマハのイメージリーダーともいえるビッグバイクです。

「XV750スペシャル」にもり込んだヤマハの主張、ヤマハのテクノロジーをここにQ&Aスタイルでまとめました。その意図するところを十分にお汲みとりいただき、ヤングアダルトを中心とした新しいビッグバイク市場の形成にお役立てください。

# 開発意図と商品の狙い

## ビッグバイクに新しいジャンルを確立する ヤマハスベシヤルの頂点モデル

Qまず「XV750スベシヤル」の開発が企画された意図は？

Aヤマハの技術陣は時代の変化、人びとのライフスタイルの変化、人間とモーターサイクルのかかり方の変化そして具体的な需要の変化など新商品の開発に当たってのさまざまな考察から、乗る人の個性を堂々と主張しえるバイク、走りの実感を意のままにコントロールできるバイクしかも低燃費、低維持費など時代の要請に応えられるバイク、そんなビッグバイクがいま全盛のマルチモデルとは別に存在しえる時代がそこまできている、という見解に至ったのです。そして、こうしたビッグバイクの新しいジャンルの確立をめざして企画されたのが「XV750スベシヤル」というわけです。



Q現在750ccの主流となっているマルチモデルの中でも、ヤマハ独自のラインを確立するモデル。

●他に先がけてヤマハが開発し、市場に定着させてきた「スベシヤル」シリーズの頂点モデルとして位置づけられる「ビュアスベシヤル」モデル。

Qでは、より具体的な商品の狙いは？

A「XV750スベシヤル」は、いわば「ラ

### 各部の特徴

## 野太いトルク、強烈な加速感 インラインVツインのパワーファイリング

Qでは個々の特徴について、まずVツイン特有のパワーファイリングとは？

Aなんとといっても広い回転域で野太いトルクを発生することです。このパワーファイリングはこの他扱いやすく鮮烈な加速感を生み出すものです。そしてシャープなレスポンスは75度インラインVツインの不等間隔爆発による特有の鼓動と一体となって、一層強烈なパワーリングを体感させます。

Qこの感覚こそ、高回転・高出力型のマルチエンジンとは明らかに趣きを異にするVツインの個性なのです。

QVツインエンジンのメリットは？

Aいうまでもなく、Vツインエンジンは2気筒でありながら単気筒と

イバルなき1台。競合他車との比較の中に価値を求めようというのではなく、それだけで独自の存在価値を発揮するものです。具体的には、これまでのマルチモデルとは全く異なった新しい走行感覚です。それは、インラインVツインならではのパワーフルでコントロールブルなパワー特性と、インラインVツインだからこそ可能なスリムで軽量、超低シート高の車体構成のマッチングによって、750ccビッグバイクを、これまでにない乗りやすいものとしていることです。

しかも、力感あふれるスタイリングと「スベシヤル」の頂点モデルにふさわしい車格、装備、仕上げによって「XV750スベシヤル」のクオリティを一段と高め、高質感を追求した完成度の高さで乗ることに、持つことに大きな喜びと誇りを抱かせるものとしています。

Q同じクランクシャフトの構成が可能なこと。しかも「XV750スベシヤル」のようにインライン（横置き・進行方向に対してクランクシャフトが横配置）のシリンダー配置とすることで並列2気筒よりもさらに狭いパワーユニットが実現できるのです。

Qもちろん、このナローなエンジン設計が実現されてこそ深いバンク角が得られ、スリムな車体構成も無理なく生み出され、そして軽い重量に仕上げられるのです。

Q一般的なVツインのメリットとは別に、ヤマハのインラインVツイン独自の特徴は？

AインラインVツインの最も重要なポイントにはシリンダーの展開角度です。狭角45度から広角90度までさまざまなバリエーションがあります。XV750スベシヤルでは、振動バランス、Vゾーンへのキャブレター配置、理想的なシート高の設定、ルツ

## 私ならこう売る XV750スベシヤル

予想以上の仕上りに自信。  
心は春商戦に二直線です！

宮城県仙台市  
板橋和男社長

最初はヤング対象のスーパースポーツ的なイメージを抱いていたんですが、実際にはアダルト層の注目を集めそうです。なにはともあれ、その仕上げの良さとカラーリングは、気に入りました。いままでのナナハンにはない雰囲気を持っていて、V型エンジンのため足つき性は抜群でしょう。ギンギンに飛ばす従来のナナハンとはひと味もふた味も違っていて、幅広い層から支持を得ることと思います。うちでは、この2月からさっそく四輪ユーザーの名簿をもとに、ベルギーと合わせた、六輪キャンベーン」のDM作戦を展開しますが、予想以上の出来に自信満々。まだ寒さは厳しいですけど、心はずで春商戦に一直線なんです。



主張のあるバイクだけに  
売り方次第で需要はつくれる！

埼玉県川口市  
佐藤輝義社長（写真右端）

いいせんを狙いましたよネ、このXVは。だって4気筒は各社そろっていますし、かと

トラディショナルなスタイリングにヤマハテクノロジーをフル投入したピュアスペシャル  
 〈XV750スペシャル〉のおもなセールスポイント

- 温度補正ダンパー付エアモノサス
- 使いやすいダイヤル調整ダンパー
- 750mmの超低シート高
- ピュアスペシャルを表すシートインシート
- エアモノサス+シャフトドライブ
- ゴージャスなアルミダイキャストグラブバー
- チュープレス超偏平タイヤ
- 大径リヤドラムブレーキ
- ショートカットメガホンマフラー
- 212kgの軽い車重
- ゴージャスなアルミマフラーステー
- 新設計フルバックハンドル
- ブーツ付ブラックコーティングのパワーレバー
- 手元操作式チョーク
- 国産初の電気式クコメーター
- ステアリングロック運動式メインスイッチ
- 60/55Wハロゲンヘッドライト
- Wホーン
- エアサス・フロントフォーク
- イタリックタイプキャストホイール
- チュープレスタイヤ
- 75°インラインVツインエンジン (60 PS/7000rpm)
- 無接点式フルトランジスタ点火
- SUキャブレター
- 始動安全装置付セルスターター
- オイルレベル点検窓

クス・デザイン上のイメージ……からあえて75度Vを採用。デザイン、性能の両面において「ヤマハらしさ」を打出しています。

Q 一般的インラインVツインの場合、よくリヤシリンダーの冷却が問題とされるが、この点「XV750スペシャル」での対策は？

A シリンダーヘッドはボアリングを介してダイレクトにシリンダーに結合し熱伝播効率を高めたほか、排気ポートの短縮、十分に配慮した冷却ファインの設定と高効率の潤滑システム、さらに後方へ抜けのよい冷却風通路の設定などによって前後シリンダーの均等な冷却を確保しています。

しかし、冷却面積からいえば元来Vツインは前後にそれぞれ独立した8面を持つだけに並列配置よりもむしろ有利な面もあるほどです。「XV750スペシャル」では、ボアリングの採用によって従来のガスケットを廃し、主たる熱源であるシリンダーヘッドをシリンダーに結合している効果がとても大きく発揮されています。

Q インラインVツインとしては初のシャフトドライブの駆動方式が採用され、しかもビッグバイクとしてはこれまた初のモノクロスサスペンションが採用されるなど、この辺はヤマハテクノロジーがフル投入されていることがひと目で読みとれるところだが……。

A Vツイン特有の幅広いトルクレンジに合わせるミツシヨンは5段変速です。動力の伝

Q 車体関係でまず第1に目をひくのは、印象的なプレス鋼板のフレームだが、この特徴と効果は？

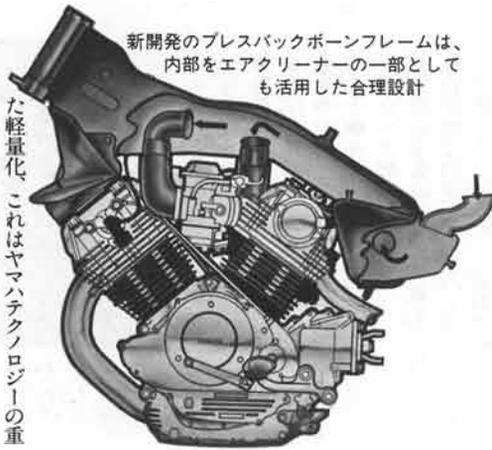
A たしかに「XV750スペシャル」のフレームはユニークです。これは前項でもふれ

プレスバックボーンフレーム、  
 モノサス+シャフトドライブ、  
 合理的構成の追求で「212kg」の車重に！

達にはシャフトドライブ方式を採用してメンテナンスフリーを図っています。

特にこのシャフトドライブをモノクロスサスペンションのリヤアームと一体化させたり、また動力伝達方向を変換させるミドルギヤをクランクケース内に収納するなど合理性を徹底させた設計で積極的に重量の軽減を果たしています。

新開発のプレスバックボーンフレームは、内部をエアクリーナーの一部としても活用した合理設計



た軽量化、これはヤマハテクノロジーの重要なポイントでもあるのですが、について基本構造から検討を進めた結果なのです。具体的には右図のような形状のプレスバックボーンフレームです。

前方のシリンダーをフレームメンバーの一部として活用したほか、プレスフレームの内部をエアクリーナーの一部として使用しています。こうした合理的な構成によってフレームの強度と剛性を完全に確保しながら、相反する条件である軽量化も両立させているのです。

これは「XV750スペシャル」のすい所にもり込まれている合理性追求の一例ですが、こうした努力の積みかさねによって、2

スポーツバイクの主軸に置いて  
 ソフトバイクと互格に売りたい！

大阪府富田林市  
 ライトオートバイ 声辺英一社長

どうしてもハーレーの印象があり最初は抵抗あったんですが、全く別印象でスッキリおさまっているので驚きました。冷却の問題もうまく処理されているようだし、モノサスもいいし、カラーリングも新鮮そのもの。あら



12 kg」という、まさに750ccでは注目すべき軽い車両重量にまとめあげることができたのです。

**Q**フレームとともに車体関係のもうひとつの印象的なメカニズムは、ビッグバイクとしては初装備のモノクロスサスペンションだが、ヤマハ独自のサスペンション機構として完全に評価の定着したモノクロスサスペンションですが、これも新開発の「エアモノサス」つまりクッションユニットをコイルスプリング併用式エアクッションとした新機構を採用しています。

この「エアモノサス」は、ド・カルボン式ダンパーを採用し小さなショックに対してはバネ力の変化を少なく押えソフトな乗り心地を確保する一方、大きなショックには十分なバネ力を発揮して底突きをなくす理想的なクッション性能を発揮するものです。また、ダンパーには作動オイルの温度上昇による機能変化と性能劣化を自動的に補正する温度補正機構を備え、つねに安定したクッション性能が得られる構造です。

**Q**シート右下(写真)に、モノクロスサスペンションのアジャスタダイヤルがセットされているが?



初採用の「エアモノサス」は、モノクロスサスペンションの構造を調整できる。写真のダイヤルは、シート右下に設置されている。

な1名乗車からタンデム走行、フル装備状態まで荷重に応じて自由に調整できるので。調整は、シート右下のノブで6段階の調整クリックによって簡単にこなえ、あらゆる走行条件に対してつねに理想的なセッティングを可能としているのです。

**Q**リアのモノクロスサスペンションに対してフロントフォークは?

**A**フロントフォークもコイルスプリング併用式のエアクッションを採用しました。もちろんこれも、エアクッションはエア量でクッション性能を調整できるのです。フロントのエアサスとリアのエアモノサスの装備によって「XV750スペシャル」のサスペンション性能は、一段とすぐれた機能を持つものとなり、快適な乗り心地を得ると同時に、操縦性、安定性をこのうえなく高めているわけです。

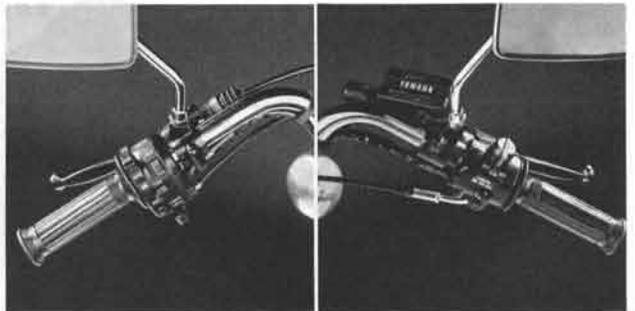
### ハイレベルな経済性、安全性 そして親切設計

**Q**80年代のビッグバイクとしては、省エネルギー、経済性の高さも重要なポイントとなるが?

**A**「XV750スペシャル」の燃費は、60km/hの定地走行テスト値で33km/ℓ。また通常の運行燃費でも現存の750ccモデルに比べ大幅に向上しているといえます。これは、ビッグVツインの特性が、低回転高トルク型であること、車両の全体構成の隅々に至るまで徹底した軽量化を施したこと、さらに単気筒モデルなみの前面投影面積のため空力特性上きわめて有利なことなど、やはりインラインVツインならではの大きな特徴であるといえます。

**Q**最後に「ビュアスペシャル」としての充実した装備、親切設計、安全への配慮といったものを整理してみよう。

**A**ビュアスペシャルと呼ぶにふさわしい充実した装備が走る楽しさを広げ、持つ喜びを大きくしていることも「XV750スペシャル」の特徴といえます。  
●ピクアップの良い電気式タコメーター



XV750スペシャルのハンドルグリップまわり。レバーはブラックコーティングのパワーレバー、チョークノブは左グリップ部にセット

- ステアリングロック連動式メインスイッチ
- 左手元式チョークレバー
- 雑音防止装置付プラグキャップ
- 負圧式燃料コック
- 豪華なアルミ製グラブバー、マフラーステー
- スタートアップラバー
- 安全への配慮
- 始動安全装置付スターター
- 12V60/55W、明るいハロゲンヘッドランプ
- 音色、音量にすぐれたWホーン
- 足つき性のよい750mmの超低シート高(メンテナンスフリー)
- シャフトドライブ
- 電子進角式フルトランジスタ点火
- オイルレベルコーションランプ/エンジンオイル点検窓
- ブレーキラインング摩耗インジケータ
- チューブレスタイヤ



昨年からのいろいろな雑誌で話題に上ったので、まあだいたい形はわかってしまっただけで、実際に見てあらためてそのユニークさというが新鮮さに感心させられました。まず、ひじょうにデザイン自体がまとまっていますし、仕上げがきれい、キレイ。従来のバイクとは違ったイメージを感じさせられました。それにシート高が低く足がつかやすいし、車重が軽い。加えて低・中速のクルージング性能を上げているとのことなので、ナナハンとはいえ親しみやすいですね。誰もが乗ってみたいくなるナナハン、それがXVの最大のセールスポイントといえますが、うちではさつそくXVをメインにしたいスポーツバイクの展示会を企画。春の商戦の下準備をすすめています。

誰もが乗ってみたいくなるナナハン  
それがXV最大の  
セールスポイントだ!

岡山県倉敷市  
バイクプラザ・ヤマノ 山野洋之助社長

ゆる点で定期的なバイクといえます。うちの商売はファミリー7割、スポーツ3割の比率ですが、ツーリングクラブを運営している関係で結構ビッグバイクのお客さまも多い。とくにこれからはファミリー市場だけで商売していたのでは生き残れないので、今年はXVをスポーツバイクの主軸に置いて飛躍を届けたい。具体的にはXVは他のナナハンと別格扱いのディスプレイを試するなど、話題を盛り上げていきたいと思っています。

# 時代に乗りろ。

よき友、ベルーガ。

YAMAHA SCOOTER  
**BELUGA** 50 80



'81年、新しい需要をつくり出す本格スクーター『ベルーガ』。ベルーガの新発売キャンペーンは、マス広告とSP広告を連動し、圧倒的なパワーで、ダイナミックに展開してまいります。

マス広告のスローガンは「時代に乗りろ」。本物を求める〈本格の時代〉、〈6輪使い分け時代〉……時代の流れはいま本格スクーターへと向いつつあります。その流れをつくるヤマハ。『ベルーガ』に乗ることは、まさに「時代に乗りろ」ことなのです。

このスローガンを、メインターゲットといえる30代の男性を中心に拡大する幅広い

層の人びとにアピールしてまいります。

キャラクターは、ご存知渡辺貞夫さん。そして渡辺さんのよき友デιβ・グルーシンさん。渡辺さんのミュージシャンとしての活動のよき理解者であり協力者でもあるジャズマン・グルーシンさん。『よき友 ベルーガ』そのままのキャラクターといえるでしょう。

そして、渡辺さんとグルーシンさんによるマス広告は、2月下旬からテレビの集中スポットを中心に、新聞、雑誌、ラジオ集中スポット、駅貼りポスターなどあらゆるメディアを連動して展開してまいります。

一方、「これが、本格スクーター」をスローガンに展開されるSP広告は、店頭ポスターや各種POPを通じてみなさまの店頭から、またさまざまな販売促進活動の場から、「本格スクーター」ベルーガの差別化を徹底するものです。

どうぞ、みなさまのお店でもこのマス広告、SP広告を新しい需要層の開拓にお役立てください。

※提供番組として放映されるテレビCMは、「オールスター家族対抗歌合戦」(CX系25局ネット・日曜日)および「クイズグランプリ」(CX系24局ネット)。いずれも2月下旬からの放映です。

※デιβ・グルーシンさんのプロフィールは、30ページにご紹介しました。

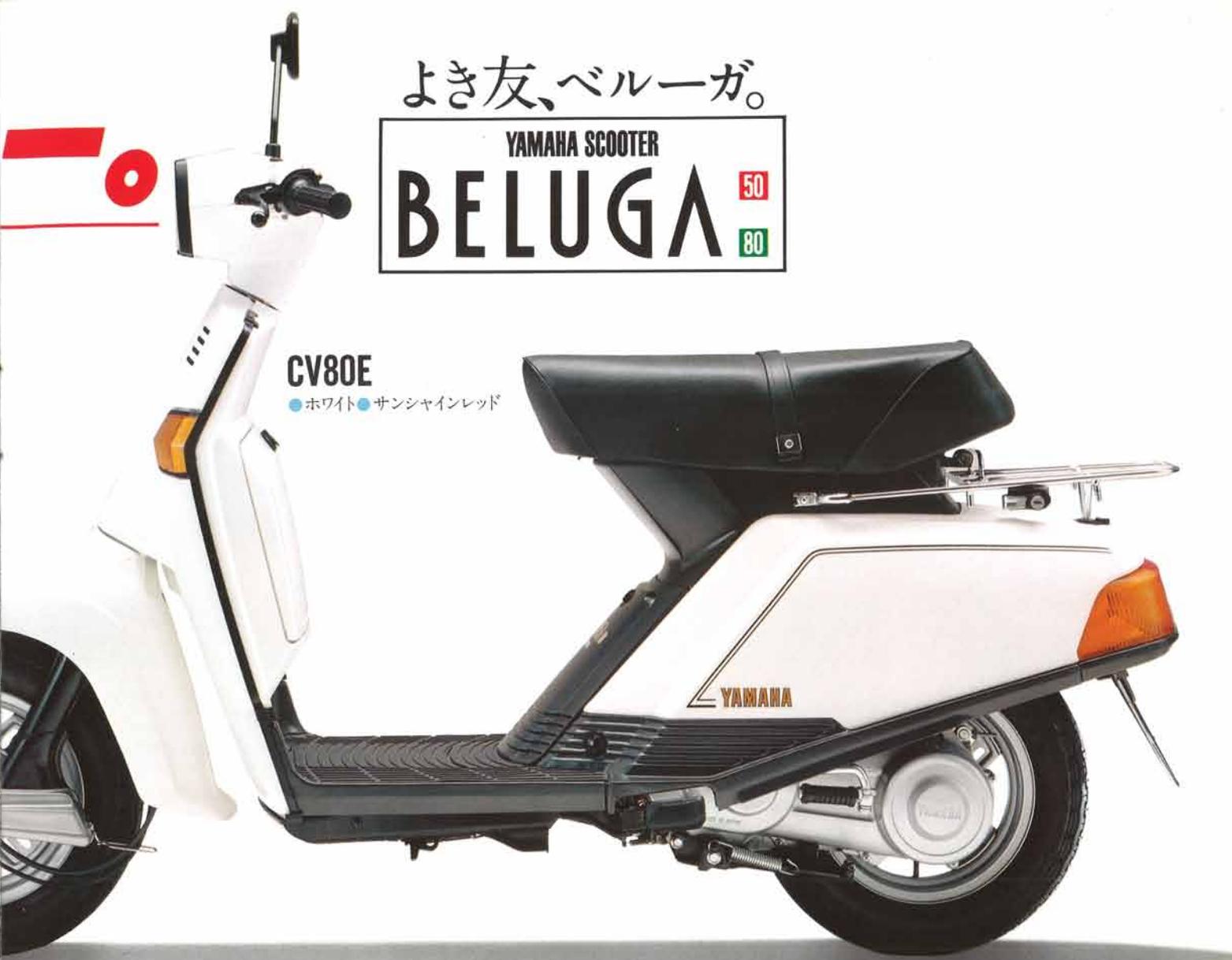
よき友、ベルーガ。

YAMAHA SCOOTER

BELUGA 50 80

CV80E

●ホワイト ●サンシャインレッド



## ハイクオリティなデザイン、 リッチな乗車フィーリング…… これが、本格スクーター 「ベルーガ」のセールスポイント

- ハイグレードな乗用車感覚あふれるデザイン……メカニカル部をすべてカバーした本格的スクータースタイル。ウィンカーやテールランプもビルトイン。
- 快適でソフトな乗り心地……ゆったりとしたポジションがとれる大型シート、ボトムリンク式フロントサスペンション、オイルダンパー式リヤサスペンション、二重防振機構によるエンジンマウント。
- 軽快でかぶよい走り……高出力2サイクル強制空冷エンジンとスムーズなパワフルマチック（Vベルト式無段変速）が理想的にマッチ。
- 機能的な新機構と親切設計のわずかず……情報集中タイプの大型メーターパネル、操作しやすいマルチタイプのハンドルスイッチ、ハンドルロック一体式のメインスイッチ、フロントポケット（CV50E）、フロントトランク（CV80E）……。
- 低公害と省エネへの配慮……大型マフラー、サイレンサー付エアクリーナー、SE（セーブエナジー）ベンチュリー形状の新型キャブレター。



### ベルーガ50(CV50E)の主な仕様諸元

●全長1745mm ●全幅670mm ●全高1015mm ●シート高750mm ●乾燥重量75kg ●2サイクル・強制空冷・49cc ●最高出力3.8PS/6000rpm ●最大トルク0.57kg-m/4500rpm ●登坂能力19° ●燃費75km/ℓ(30km/h定地走行テスト値) ●始動方式セル・キック併用 ●点火方式CDI ●燃料タンク容量4.7ℓ ●オイルタンク容量1.1ℓ ●チョーク方式オートチョーク ●変速機Vベルト式無段変速 ●タイヤサイズ3.00-10-2PR(前後とも) ●ブレーキ前後ともハンドブレーキ ●ヘッドランプ25W/25W

### ベルーガ80(CV80E)の主な仕様諸元

●全長1750mm ●全幅670mm ●全高1020mm ●シート高755mm ●乾燥重量79kg ●2サイクル・強制空冷・79cc ●最高出力5.0PS/6000rpm ●最大トルク0.8kg-m/4000rpm ●登坂能力16°(2名乗車時) ●燃費65km/ℓ(50km/h定地走行テスト値) ●始動方式セル・キック併用 ●点火方式CDI ●燃料タンク容量4.7ℓ ●オイルタンク容量1.1ℓ ●チョーク方式オートチョーク ●変速機Vベルト式無段変速 ●タイヤサイズ3.50-10-4PR(前後とも) ●ブレーキ前後ともハンドブレーキ ●ヘッドランプ25W/25W

# これが、本格スクータ

前半グラビアページにご紹介のように、本格スクーター「ベルーガ」には、ソフトバイク時代のリーダーとして新しい需要を開きつづけるヤマハの主張がこめられています——

●100万台の実績に裏づけられたスクーターの先駆ステップスルーの「パッソル&パッソラ」を生んだ商品開発思想と技術を受けつぐ本格スクーター。

- 真に本格スクーターと呼ぶにふさわしいハイクオリティとハイデザイン。しかも手軽な50cc.に加えて2人乗りも可能な80cc.もラインアップ。
- 2輪と4輪、6輪使い分け時代。を提唱する本格スクーター

——ベルーガは、本もの志向で暮しにクオリティを求める男性アダルトを中心に、新しい需要層を開拓し、お店の基盤をより豊かにする新商品です。

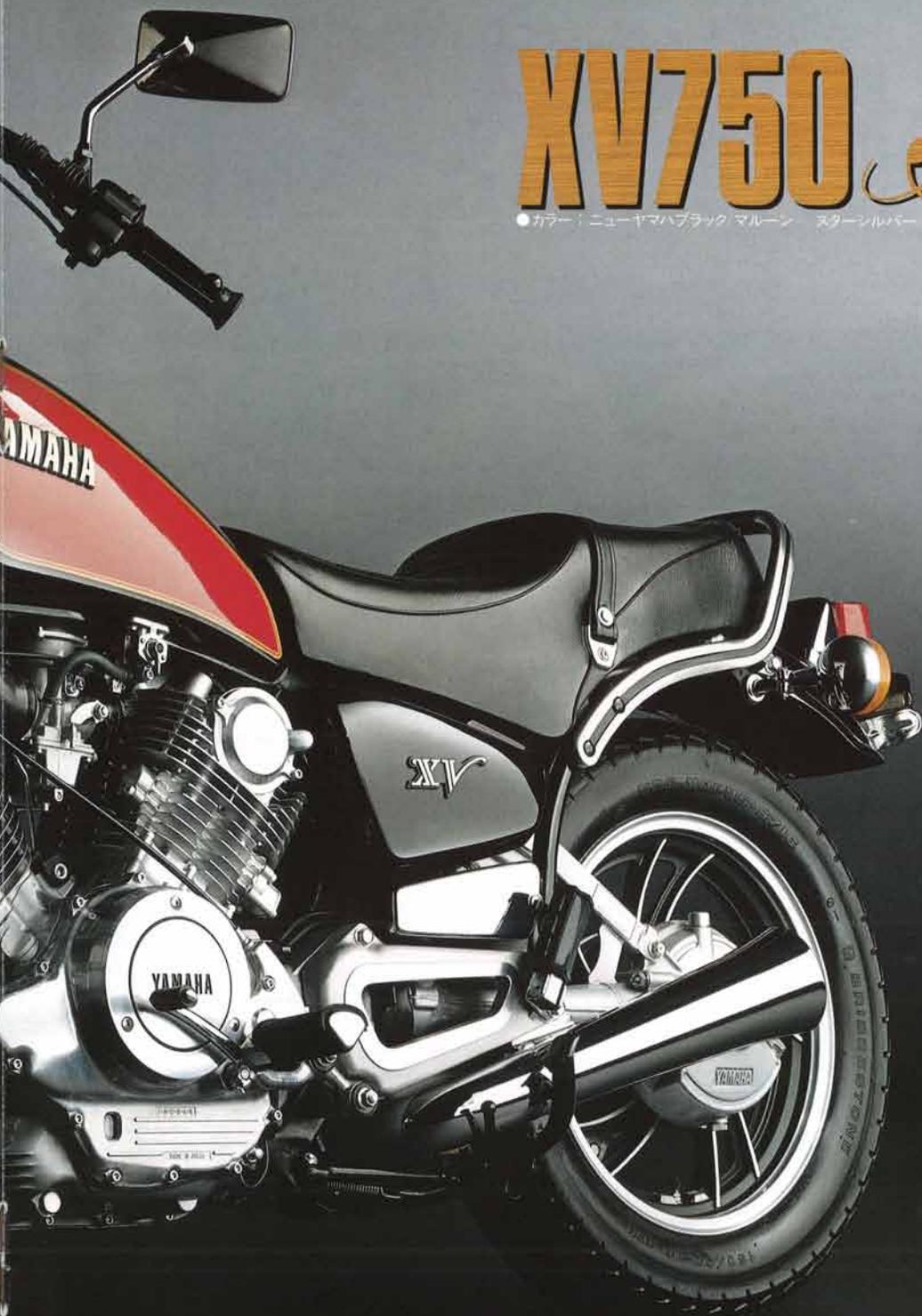
CV50E

●ホワイト ●サンシャインレッド



# XV750 Special

●カラー：ニューヤマハブラック/マルーン スターシルバー/ブラック



●全長2240mm ●全幅805mm ●全高1160mm ●シート高750mm ●軸間距離1520mm ●最低地上高145mm ●乾燥重量212kg

●燃費33km/ℓ(60km/h定地走行テスト値) ●登坂能力30° ●最小回転半径2.6m ●制動停止距離14m(50km/h)

●SOHC・75°Vツイン・748cc ●内径×行程83×69.2mm ●圧縮比8.7 ●最高出力60PS 7000rpm ●最大トルク6.4kg-m 6000rpm ●始動方式セル ●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ ●エンジンオイル容量3.6ℓ ●燃料タンク容量12ℓ ●キャブレターHSC40 ●点火方式トランジスタ ●点火プラグBP7ES ●バッテリー容量12V16AH

●1次減速(比)ギヤ(1.660) ●2次減速(比)シャフト(3.207) ●変速機リターン式5段 ●変速比(1) 40/17=2.353 (2) 40/24=1.667 (3) 36/28=1.286 (4) 32/31=1.032 (5) 30/33=0.909

●フレーム形式プレスバックボーン ●キャスト29°30' ●トレール133mm ●タイヤ(前)3.50H19-4PR(後)130/90-16-67H ●ブレーキ(前)油圧式シングルディスク(後)ドラム ●懸架方式(前)テレスコピック(後)モノクロス・サスペンション ●緩衝装置(前)オイルタンパー・エア・コイルスプリング併用(後)ガス・オイルタンパー・エア・コイルスプリング併用 ●ホイールトラベル(前)150mm(後)100mm

●ヘッドランプ12V60W55W(ハロゲン) ●テールランプ、ライセンスランプ12V8W ●ストップランプ、フラッシャーランプ12V27W ●マーカーランプおよびパイロットランプ類12V3.4W





# やすさを増してNEWパッソーラ新発売!



ニューパッソーラのおもな仕様諸元  
( )内はSA50E

●全長1570mm●全幅615mm●全高985mm●軸間距離1115mm●乾燥重量51kg(55kg)●燃費・定地走行テスト値75km/ℓ(30km/h)●最高出力2.8PS/6000rpm●最大トルク0.39kg-m/4000rpm●始動方式キック(セル・キック併用)●燃料タンク容量3.0ℓ●オイルタンク容量0.9ℓ●バッテリー6N4-2A(6GM8-3B)●タイヤ2.75-10-4PR(前後とも)

グラフィックで新登場!》



## NEW XS400 *Special*

●ニューヤマハブラック

スーパースポーツ「XJ400」とともに、中型二輪市場の人気を集める400cc.アメリカン「XS400スペシャル」も、黒色系のカラーをニューヤマハブラックに変更して新登場。赤色系ニュールビーレッドは、従来同様のカラーです。





100万台のご愛顧に答えて!

# セル付 SA50E も新登場。さらに売り

「パッソル」とともに100万台のご愛顧を集めるステップスルータイプの上級車『のびのびパッソラ』が、安全性、経済性を中心に一段とグレードアップして新発売。

同時に、ソフトバイクでは初のセル付モデル『パッソラ・SA50E』も、新登場です!

パッソルによって幕開いた日本のソフトバイク時代も迎えて5年目。お客さまの年代層や性別、購入動機や使用形態も大きく変化し、多様化していますが、セル付モデルも加わって一段と充実したステップスルーの「パッソル&パッソラ」は、'81年もソフトバイクの主流として新規需要の開拓を強力に推進するものです。

## ニューパッソラの新たな特徴

### 1. セル付SA50Eもラインアップ

ソフトバイクでは初のセル付モデル「パッソラSA50E」も新登場です。

### 2. より安全に、よりゴージャスにデザイン一新

ヘッドライト、メーターまわりをニューデザインとしヘッドライトも大型化。またレッグシールドの高さと形状を変更して泥よけ性能を向上そしてニューカラーとニューグラフィック……軽快さ、やさしさをそのままにニュー「パッソラ」は、より安全に、よりゴージャスにデザインを一新しています。

### 3. 安全性の向上

ヘッドライトの大型化、メーター類の視認性向上など安全にも一段とキメ細かい配慮を施しています。

### 4. 経済性の向上

カタログ表示の燃費は75km/l(30km/h定地走行テスト値)と旧モデルと同一ですが、新しい半球形式燃焼室、SE(セーブエナジー)ベンチュリー形状のキャブレターの採用によって実用速度域の燃料消費率を大きく向上させているのが特徴です。

### 5. 排気騒音フィーリングの向上

吸・掃気ポート形状の変更によって高周波音域の騒音を一段と低減させています。静かなパッソラは、聴感フィーリングもさらにアップ。

●ニューホワイト



●フォークスゴールド



●クリスタルブルー



●チャビイレッド

\*カラーリング、グラフィックはセル付、キック仕様とも共通です。

## 《ニューカラー、ニュー

## NEW MR50

●ヤマハブラック ●ホワイト

高性能トルクインダクションエンジン、ヤマハモノクロスサスペンション、フロントの19インチホイール、リーディングアクスル型フロントフォーク……本格的なオフロード性能と充実した装備で幅広い人気を集める「MR50」が、カラーリング、グラフィックを一新。一段とフレッシュに、スポーティにイメージアップして新発売となります。



# Yamaha Showroom



1968年にヤマハスノーモビルが登場して以来13シーズン目の冬を迎えています。雪に閉ざされた北国のたのもしい交通機関として、また活動的なウィンタースポーツとして、ヤマハスノーモビルは雪国のくらしを一変させてきました。

特に、アメリカ北部やカナダ、北欧諸国では、冬のくらしの足としての利用に加えて、スノーモビルによるスポーツレジャーがさかん。ここでもヤマハスノーモビルは、ナンバー1の信頼を集めています。

# 話のバツ



## ●石川さゆりさんも ソフトバイクユーザーの仲間入り

大ヒット。津軽海峡冬景色。以来テレビにラジオに大活躍の石川さゆりさん。彼女もヤマハのバイクを愛用していることを、ご存知ですか？

おしとやかそうに見える彼女ですが、どうしてどうして、なかなかの行動派。一昨年の夏に、忙しい仕事の合い間をぬって原付免許を取得、かねてよりお気に入りの赤いマリツクを買ったというわけ

です。「本当はもっと大きなバイクに乗りたかったんだけど、指が短かすぎてブレーキレバーが握れずあきらめた」とは、当の石川さゆりさん。

そんなちいさな可愛らしい手でマリツクのハンドルを握り、さっそうと買い物に出かける彼女の姿……なんとも愛くるしいではありませんか!?

## ●高速道路で身を守るための本

「あなたの運転常識では高速道路で身を守ることはできない!」

そんなキャッチフレーズがまさにドンピシャリといった感じの異色の一冊、「3秒間の恐怖」(トラッカー・ニュース社発行・¥03-268-3203)が今、静かな話題を呼んでいます。

東名・名神高速道が開通して10数年。現在では高速道路は一般道路の延長ぐらゐの気安さで利用されていますが、不注意は禁物。たとえば、夜間の実態をご存知でしょうか?

夜間の東名神は、産業道路。そのものです。乗用車とトラックとの割合は1対9、いやそれ以上かも知れません。ですから特に、高速道路における夜間の走行は、乗用車とトラックを切り離して考えることは安全を放棄したとさえいえるものです。

東名高速道路における追突事故の8割は、何らかの形でいねむり運転が関係しているという驚くべき事実。まさか、バイクで走行中にいねむりするというような大胆不敵なライダーはいないでしょうが、いまやトラックの特性を知らなければ、あなたもそこに巻き込まれてしまうかも……。3秒間があなたの命を左右するのです。

## ●朗報! 三國峠でカーラジオ向け雪情報

「この大雪の中を順調に流れているよ、



」さらに注意して運転すべき場所などの指示まで盛り込まれるなどより親切さを増しています。

東京方面から出かけるドライバーにとっては、塩沢付近までの情報が聞けることですが、今年の冬のようなドカ雪の時などは、事故から身を守るという意味でも必聴。

いまやバイクにもラジオを取りつける時代を迎えているので、三國トンネル方

うですから、成果は出ているのでしょう(交通情報センター談)。  
マイカー利用のスキーヤーに朗報が、冬の難所・国道17号線(高崎-新潟)の三國峠で今年から実施されているカーラジオ向けの「雪情報」。  
毎年豪雪による交通渋滞に悩まされてきたドライバーのために、最新の道路情報を提供しようとして開設されたこの放送は、三國トンネル内でダイヤルを「16-1キロヘルツ」に合わせると聞けるものです。

もちろん、これまでも電光表示板などでは情報が送られていましたが、それより、比較的なじみやすい「信号」のページではよく話が理解できるらしく、ウンウンとうなづきながら納得顔。しかし自信に満ちた顔もそこまで。  
以後、聞き慣れない用語がポンポン出てくるせいか、「私、自信なくしちゃった」「合格できそうもないわ」と弱気に一変。

しかし、こう言う人達も試験日までは頑張つて勉強するらしく、多くの人が一回で合格してくるそうです。「合格率10割という時もあります。悪くても5割、平均すると7割くらいの人が一回で合格するようです」と自信満々のインストラクター氏。

ちなみに、このインストラクター氏が受けた受講生の中には、67才のオバアチャンと72才のオジイチャンがいたということですが、二人とも見事一回で合格したとか。  
「試験に合格するためのコツは、年齢とか性別に関係なく、ようするにヤル気ですよ!……とはインストラクター氏のお話でした。

## ●売りたい中古車? ただしJ・レノン愛用につき……

スーパースターが相ついで消えていった1980年、中でも最もショッキングな最後はやはり元ビートルズのジョン・レノンでしょう。

ところで、彼が全盛時代に乗っていた乗用車がアメリカ・アリゾナ州で競売に付されました。この競売会で落札したのは、自動車販売業者のロン・モーガン氏、気になるお値段は5万ドル(約1千万円)の意外な安値だとか。

当のモーガン氏の言葉では「20万ドル(4千万円)までは出すつもりだった。もちろん、もう一度売りに出してもうけますヨ!」

はてさて、モーガン氏の思惑、どこまで成功しますことやら。



世界選手権ロードレース



M・フルッチ

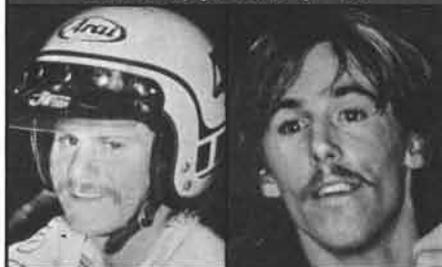
B・V・ドルメン

C・サロン

B・シーン

K・ロバーツ

AMAモトクロスシリーズ



R・バージェット

B・ハナ

世界選手権モトクロス



D・ワトソン

J・ピモンド

M・バルケニヤス



M・ベル

B・グローバー

A・プロマンズ

H・カルキヒスト

N・ハドソン

全日本選手権モトクロス



光安鉄美

藤 秀信

全日本選手権ロードレース



木下恵司

高井幾次郎

金谷秀夫

1月下旬、ヤマハは世界のモータージャーナリストに  
対して、81年も活発なレース活動を展開することを宣言。  
注目のライダー構成と参加シリーズを発表しました。  
ロードレースGP500cc級に挑戦する、キングダウケ

ニーとバリー・シーンの両雄を筆頭に、今シーズンもま  
た世界中にさまざまな話題を提供し、革新技術の開発に  
貢献するヤマハのレース活動、その成果にどうぞご期待  
ください。

# '81年 レース活動計画発表





**ナカノオート有限会社  
金本 光潤社長**

東京都八王子市中野山王1-10-7 ☎0424(26)0236

'81-2

自分がユーザーだった頃の気持ちを  
絶えず意識して、お客様にまっすぐ  
もろい店をめぐります。



いまでこそ大型店、量販店といわれる販売店さまでも必ず「ピカピカ」の一年生時代があったはず。中には「ピカピカ」なんてとんでもない「泥まみれ」の一年生だった、なんてお店もありません。今月お訪ねした東京・八王子の「ナカノオート」さんも激戦区の市場でなみいる先輩店さんにもまれながら大奮闘の一年生時代を修了、新しい期待を胸に2年目を迎えたばかりです。



●マニアが転販売店さんに

金本光潤社長は、四国は高知県のご出身。明星大学の電機工学科入学と同時に、ここ八王子の人となったのです。大学卒業後はプラント用の計器類を扱う会社の営業技術員としてサラリーマン生活を4年半、この間に八王子に生まれ育った奥さま恵美子さんと結ばれています。そんな金本社長が一転、販売店さまのお仲間になるに至った動機はといえば、「いろいろわずらわしいことの多いサラリーマン生活から思い切って独立、商売を、と考えていたんです。もともと私は高校生時代に16台ものバイクに乗っていたマニア、好きなバイクで生活できればと思いついたというわけです。もちろんその裏には最近のバイクブームということもありましたがね」

開業は昭和54年の10月、決意から開業まで金本社長は次のようにふり返ります。

「マニアとはいえ商売はズブの素人、もちろん不安ばかりでした。ちょうど女房の実家の土地が道路工事の買収などもあって、2つに分断されてしまったのです。そこで、小さな敷地の方を安く借りての開店です。立地条件がどうこう……なんていっていられたかったです」

しかし、ここ八王子は「昔から力のある量販店が群立する激戦区。一方市内や周辺には工学院大学や創価大学など16もの大学がありヤング需要の多いところ。また周辺の宅地化によってソフトバイクの需要もまさに急増中で、新規参入のお店でも工夫と努力しだいで確実にお客さまを掴むことができる市場なのです」(ヤマハ東京㈱八王子営業所・宮崎俊雄チーフセールス)ということもあり、初年度から軌道に乗った快調な商売がスタートしました。

●来店客を確実に顧客に  
を肝に銘じて

「最初は大学時代の友人と2人で開店しました。特に販売面は不慣れなことばかりなのでヤマハさんと2人3脚「トライ&メイク」をモットーにやってきました。周囲を大型店さんに囲まれた、ご覧のとおり小さな店。それでもいろいろやっているうちにお客さまは確実に来てくれるのです」

こうしてスタートしたご商売の中で金本社長が、まず最初に取組んだのは、一度来店された方を確実に顧客にするんだ、ということ。

「最初は修理だけといったお客さまも多かったのですが、お客さまに学ぶ、謙虚な態度で接しているうちに顧客となり、そんな人が次のお客さまを紹介してくれるようになってきました」

●夜明けまでの修理で信頼をつくる

そんな来店者の顧客に大きな効果を上げたのが、誠実な接客態度と親切な修理サービス



2年目の販売戦略やお店の方向を話し合う金本社長と宮崎セールス



店の真前が奥さま恵美子さん（右）の実家

### ナカノオートさんのご商売の概要

- 開店…昭和54年10月
- 店舗…敷地22坪、建坪10坪。  
もっか、店舗後に2階建のべ10坪を増築中。この改装で用品コーナー等を充実。
- 商圏…人口約40万、\*織物の町。として栄えてきた八王子市の北部。八王子駅より車で10分、市街地を抜けた所にあり、店から500mの所に約2千世帯の団地がある。
- 顧客…最近都心部から大学の移転が相ついだこと、お店の立地が\*国道からわずかに奥まっていることもあってロコミを中心とした高校生、大学生の若い人が集まるお店。



お客さまの大半は大学生を中心とする男性客。昨年はスポーツバイクのお客さまを誘って伊豆半島などへ3回もツーリングに出かけました。

「自分がユーザーであった頃の気持を忘れずにお客さまが店に求めるものを絶えず意識して、お客さまに満足してもらえる店に、2年目を迎えて金本社長の意気込みはますます高まっています。」

それと、今のこの地域を吹きまくっている「値くずれ」の風に巻き込まれないよう、うち独自の魅力、メリットを創出していかねければ。そうして総体的な店の「格」のアップなど、多くの課題に取り組んでいきます。本当にこれからが正念場ですからネ」

●独自の魅力づくりをめざす2年目

さて無我夢中だったという1年目をふり返って金本社長は――

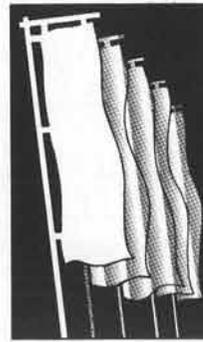
「1年目で約200台、その30%は中・大型。自分でも信じられない感じです。いままでは陳列、店内装飾などとも手がまわらない状態でしたが、2年目の今年こそ「ナカノオート」なら頭の前から瓜先までバイク用品全部が揃う、というように用品コーナーを充実させていきたいと思っ、もっか店内の整理を進めているところです。

「いくら高校時代マニアでメカにもある程度の自信があったとはいえ手に負えない修理が持ち込まれるのも再三。そんな時『うちでは判かりませんのよそのお店へ』とは絶対言えませんよネ。信用をかちとるためにも。そこで「忙しいので明日まで預からせてください」といってあとはサービスマニュアルと首っぴき。夜中はもちろん夜明けまで修理を、なんて何度もありました」

昨年、「ヤマハ技術講習会」に再三にわたって参加、技術力アップを果した金本社長にとってこんな経験もいまでは一年生時代の楽しい思い出。「修理が明け方までかかっても疲れは全く感じません。好きなバイクをいじっているから」とサラリーマン時代には味わえない充実感を実感されているのです。

# セールス最前線

●吉川 雅之  
(産業能率短期大学講師)



「お客さま」というご商売の資源は、お店の育て方によって必ず育つ資源。そして満足したお客さまは最上のセールスマン……というお話を先月号のこの欄でしました。ではよそのお店では、よその業界ではどんな育て方で成功しているのでしょうか？ そのカギをにぎるお客さまカードについて今回はとりあげてみました。

## お客さまカードは活きもの よいカードを育てる最新データ

顧客カードを知らないお店は少ないでしょう。顧客を作っているお店は、逆にかなり多いはず。

では、顧客カードを利用しているお店となると、これはずーっと数が少なくなるはず。

前回は顧客カードについてちよつと触れました。しかし、これを本当に使いこなしているお店というのは、意外と少ないようです。オートバイなら、自分で所有してピカピカに磨きあげるのも楽しみのひとつでしょう。しかし、顧客カードは、ただお店に備えているというだけでは何の役にも立ちません。今回は、顧客カードを巧みに使いこなしているお店をご紹介します。

このお店にお客さまが電話をしたとします。「もしもし、私はA町の〇〇(お客さまの名前)ですけれど……」「はい、〇〇さんですね。毎度お世話になっております……」

という何でもない会話の最中に、手は顧客カードの中からそのお客さまのカードを引き出しています。

このカードの中には、そのお客さまの住所、

氏名、生年月日はもとより、購入機種や購入年月日、現金クレジットか、免許証の種類、これまでのサービスの状況……が記されており、それを見ながら対応することで、お客さまと適確な会話ができるのです。また、これは来店された場合も同じです。

現在、このお店には600枚ほどの顧客カードがありますが、お客さまの名前でア、カ、サ、タ、ナ、ハ、マ、ヤ、ラ、ワの順に並べられており、とくにこの地方に多い「高橋」と「佐藤」の性については別項目が作られています。

さらに、カードの右上にはA町とB町は赤C町とD町は青、E町とF町は緑……など6色がつけられています。したがって、A町の田中さん、ということになれば、タ行の中で赤い色のついたカードの中から田中さんを見つければよいのです。

これは思ったよりもわかりやすいようで、慣れば10秒とかからずに一枚のカードを引き出せるそうです。カードの見本を出しておきます。

このカードは参考までに出したものです。裏面には、何月何日にお客さまとどうい

車種別色分け		地区別色分け	
お名前	住所	様	〇〇〇-〇〇
生年月日	大昭 年 月 日	お住まい	1 持家 2 アパート 3 マンション 4 団地 5 借家
ご家族	年 月 日生	免許	1 普通自動車 2 中型 3 小型 4 原付
ご購入商品	月/日	商 品	支 払 方 法 現 金 ク ー ー ー 信 用 卡 代 替 時 の 処 分 方 法 下 取 り 他
	年 月 日	年 月 日	所 在 地
	年 月 日	年 月 日	所 在 地
			その他 (記入) (お客さまの使用目的などを 鹿車等を記入) (お客さま宅への地図)

接触があったかを記入しておきます。また、このカードの左側の購入年別色分けというのは、55年に購入されたお客さまは赤54年のお客さまは青、53年のお客さまは緑、52年のお客さまは黄色、などとマジックで色をつけておきます。これにより、そろそろ買替えの時からどう



このような顧客カードは、すでに多くの業界で使われています。化粧品業界でも、たとえば資生堂は全国に一千万の会員を持つ花椿会を組織しており、そのデータも持っていますが、それは各小売店が管理しています。したがって、安定した売上げが上げられるというだけではなく、どのようなお客さまが次には何を買うか、ということまで予測できるために、次の年についてもかなり正確な売り上げの予測が立てられるようになってきます。

また、顧客（とそのお子さま）の誕生日には花をお届けする、というお店もあるようです。お客さまは家族や自分でも忘れていた誕生日に、お店からたとえささやかでも記念品が届いたとなれば、驚くと同時に大喜びになるでしょう。

また、自動車業界では、2カ月に1度は必ずお客さまと接触を持つ、ということ、セ

# 1人のお客さまも忘れない。

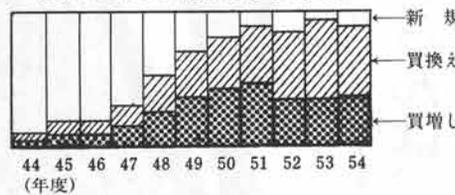
の判断が可能となるわけです。上の車種別色分けは、購入車種によって、赤……ファミリールバイク  
青……50ccスポーツ  
緑……トレール  
黄……ビッグスポーツ  
などと、分けておきます。

このような色分けを使うことによって、たとえば53年にファミリールバイクを買ったお客さまを見つければ、上の色が赤で左側が緑、というカードを抜き出せばいいのです。もつとカードが増えて、引き出すのに時間がかかりすぎるようでしたら、このカードの右上の色別、つまり地域別にまとめ、その中をA行、カ行、サ行……と配列していけばよいのです。

このお店では、カードを利用して、DMで定期点検のお知らせを出していますが、この他に時に応じて有力見込客の訪問点検もしています。あらかじめ電話をして訪問し、10分が15分の間にチェックと調整をしています。この間、もちろん黙っているわけではなく、お客さまとの話し合いが行われます。ここからつかんだ新しい需要も、かなり多いとのことでした。お店にとっては、むしろお客さまと話す絶好のチャンスなのです。

お客さまとしても、わざわざ自宅まで来てくれて、点検してくれるお店に悪い印象をもつはずがありません。とても親切なお店という印象が残ることでしょう。それだけでも、次の注文は間違いなくこのお店に来るはずで、使用上の注意としては、このカードを作成

●カラーテレビ購入理由の変化



1ルスの訪問とDMを送っているところもあります。

上のグラフは、カラーテレビの購入理由を新規購入、買換え、買増しの3つに分けて、とって見たものです（昭和55年版国民生活白書より）。これを見ると、49年ぐらいいから買換え、買増し、新規購入を上回っていることがわかります。

幸い、オートバイ業界は、まだまだ新規需要も多いためです。しかし、一度、顧客になったお客さまを見逃す手はありません。「1人のお客さまも忘れない」という心構えが必要です。

する時はもちろんですが、その後においても充分注意してほしいことがあります。それは、①次々と新しいことを書き加えること、ともうひとつは②いつもキッチンと元に戻して整理しておくことです。

ホコリをかぶって隅の方に放置されていたのでは、何の役にも立ちません。顧客カードというものは生きもののようなものです。毎日欠かさずエサ（新しいデータ）を与えて育て、育てていくべきものです。毎日少しずつでも確実にそれをやっていくことが、よいカードを作ることなのです。そうして育ててこそ役に立つカードになるので、最初からいいカードを作ろうとしてもなかなかできるものではないかもしれません。育てるための努力の継続が必要なのかもしれません。

そのためには、ただそう思っただけでも人間の記憶には限界があります。有効な手段を大いに活用すべきでしょう。

最近では、オフコン（オフイス・コンピュータ）という小型のコンピュータも出回ってきています。昔から比較すれば、かなり高性能な機械でも、安く手に入るようになりました。しかし、基礎となる手作業による顧客管理がしっかりできていることが、コンピュータを入れて使いこなす上での大きな助けになります。基礎がしっかりしていないのに、コンピュータを入れるというのは、自転車に乗れないのに、ビッグバイクを買うようなものです。

オートバイ業界でも、いくつのお店ですべてにコンピュータも入ったと聞きます。皆さまで、焦らず一歩一歩と、基礎を固めていってください。それが、安くなったとはいえない高価なコンピュータを入れるための、経済的な基礎を作ることにもなるからです。

このページは、ヤマハ奥さまのためのスペースです。奥さまの話題や奥さまから寄せられたメッセージ、さらに奥さまにお役立ていただける情報のかずかずをとりあげてまいります。ぜひヤマハ奥さまもこの紙面のよりあげにご協力ください。なお、ご投稿の宛先は、〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株式会社 宣伝部 宣伝一課 ヤマハニュース係 ☎05383-2-1111(内356)



ベルギーがとともに登場する「ナベサダ」さんのよき友  
**デイブ・グルーシンさんは、**  
**何をかくそうアメリカの有名なアレンジジャー**

「いいなあ、コレ」という流行語まで生んで昨年のテレビCMの話題をさらった渡辺貞夫さんと、いいなあ、おじさん。いまや世界の「ナベサダ」は、タウニイ人気に欠かせないキャラクターとなっています。

ところで、この「ナベサダ」さんが、今年本格スクーター「ベルギー」のキャラクターとしてテレビに、新聞・雑誌に……はなばなしく登場するのは、カラーページに……ご紹介のとおり。そして今年はおじさん、ナベサダさんのよき友として人間味あふれる外人キャラクターが登場します。

そこで、彼のプロフィールをヤマハ奥さまに特に詳細にご紹介しましょう。

名前は「デイブ・グルーシン」さん。年齢は1934年6月生まれといいますが46歳の、アメリカ人。職業は、「ナベサダ」と同じくミュージシャンかつアレンジジャーで「ナベサダ」とは真正正銘の「よき友」の間柄にあるのです。

父はロシア出身のクラシック・バイオリン奏者、母はインディアナ州出身で素人ながらピアノの名手と、音楽性豊かな家庭に育った

彼は、幼ない頃からピアノを学び、父から音楽教育を受けたといえます。正規の教育はのちにコロラド大学の音楽科で受けるわけですが、この頃より次第にジャズに傾倒。そして1959年からわが国でもおなじみのアンディ・ウイリアムスのピアニストとしてプロミュージシャンのスタートを切ったのです。

もちろん、ここでの彼の活躍はいうまでもありませんが、それよりさらに才能を発揮したのがアレンジジャー（編曲者）としての仕事ぶりです。ちなみに彼が手がけた映画音楽を並べると「卒業」「天国からきたチャンピオン」「グッバイガール」「チャンプ」「ジャ

ステイス」……など。「ナベサダ」さんとの出会いもまた、「マイ・ディア・ライフ」というLPにアレンジジャー兼コンダクターとして参加したことから始まるのです。

すでに「ナベサダ」さんとの間では「マイ・ディア・ライフ」に続いて「カリフォルニア・シヤワー」「モーニング・アイランド」といったLPが続々と創られています。いまやアメリカではアレンジジャーの第一人者として君臨。さらに、ピアニストはもろろんのことキーボード奏者やコンポーザー、プロデューサーとしての立場からも活躍が大いに注目されているのです。



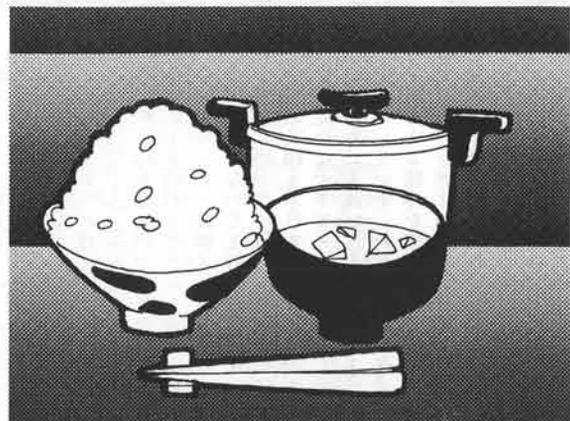
**海産物を豊富に利用した**  
**おつゆは必需メニューのひとつ**  
**高島トキエさま**

北海道小樽市  
 (南高島屋商会(高島忠男社長))  
 商売の忙しさにあわせて、スタミナ料理を考えています。幸い北海道にはおいしい食べ

物や材料がたいへん多いので、メニューの苦労はありません。とくに、うちで好評なのはおつゆ(ミン汁)で、具には四季おりおりの海産物を使い、3食そのつど出しています。そうそう、私の18番が八宝菜なんですけど、これを出すとき主人はニコニコ顔。目下の悩みは昼食時間で、息子、主人、私と順番で食べる方法を、なんとか一緒に食べられるようにと思案中なんです。

**わが家の3食切り盛り法**

どんなにパワーアップされた奥さまでも、毎日の生活で頭を悩まされるのが一日3食のお料理メニュー。そこで今回は毎日のお食事にテーマを絞り、仕事や家事や育事に忙しい中でヤマハ奥さまの切り盛りぶりを電話インタビューしました。



食べざかりが3人いると

6合炊いたってペロリなんです

鈴木かつ子さま

宮城県塩釜市

南鈴木屋輪業商会（鈴木文孝社長）

朝・昼・晩と米食が中心ですが、おかずは3人の子供たち（大学生・高校生）が大きくなるにしたがつて肉を使った料理が増えていきます。なにしろ食べざかりなので毎日のメニューが大変。夜ともなると6合炊いても足りないくらいで、店の仕事で忙しい時なんかはテンテコ舞いです。主人は手をかけていないもの、例えばパック料理やインスタント食品には一切ハシをつけませんので、母から免許皆伝をいただいた。お煮しめ、てゴキゲン取りしているんです。

休日は主婦業から解放され

外食を楽しんでいます

北島照子さま

千葉県野田市・北島輪業（北島康孝社長）

やっぱり一番晩ごはんが大変です。店は

忙しいし、小学生の子どもたちはおなかをすかせて「ゴハン、まだ！」ってウルサイ。一時しのぎに子どもたちにお菓子やパンをあげても、今度は夕食が中途半ばになるので困っているんです。というわけで献立ははどうしても子どもの好み優先して、主人には申し訳なくって。幸い、主人はなんでも食べてくれるので助かっています。私が唯一、ホッとできるのが休日で、主婦業からも解放され外で食事するのが楽しみです。

お昼は給食を利用していますが

必ずウドンかミン汁を用意

三沢光子さま

静岡県富士市・三沢サイクル（三沢正雄社長）

以前は仕事より食事、つまり主婦業を優先して考えていましたが、いまは逆。食事の仕度についても、なるべく時間をかけず合理的にするよう心掛けています。たとえば、買物もナンバー登録などで外に出たついでに4、5日分買い込むとか。毎日のスケジュールはまず6時半に起きて2人の子ども（高校生）のお弁当と朝食を用意。昼は、2人の従業員も含めて給食をとり、これに加えてウドンやミン汁を作っています。そして夜ですが、たいていが8時から9時に。この間、若い従業員には3時から4時にラーメンやパンなど間食も用意します。

夜は主人を中心に

こちらの名物「フナズシ」を

木村咲子さま

滋賀県大津市・木村自転車商会（木村昇社長）

子供が嫁入りして、いまは主人と犬の3人（？）の生活。少人数ですから食事もうりとカンタンなんです。毎朝8時の朝食は主人がウドン、私がパン食。主人のウドンにはタマゴや天ぷらなどを入れてボリュームたっぷり。お昼は店が一番忙しい時なので、ありあわせのものですませています。夜は仕事によって6時から9時の間にとっています。主人が毎日3合から4合の晩酌をしますので、鍋物が

中心。それにこちらの名物「フナズシ」が好物なので、毎日出しています。

毎日のメニュー考えるし

頭が痛いです

織田博子さま

広島県安芸郡・ザ・バイク（織田典信社長）

主人がごはん党なので朝のミン汁は欠かせません。また住まいと店が離れているのでお昼は毎日お弁当です。朝のかたづけが済むと主人と私と子供のお弁当を作るのが日課です。栄養に気をつけてメニューを考えているつもりですが、つつい忙しさに追われて急きょ変更、なんて日ばかり。手際よく、ムダなく、かつおいしく、なんて考えると毎日頭が痛いです。

家族全員が会して団楽の食事を

壬生聖子さま

高知県高知市

壬生モータース（壬生輝男社長）

どんなに忙しくても必ず家族全員で食事をするのがうちの鉄則。現在の家族構成は、従

これは便利！

名刺からDM、横幕までなんでもOK！  
「ヤマハの印刷屋さん」

お店独自の名刺やDMを作りたい！——と欲しているが印刷するとすると面倒くさいものです。そこで、手軽で便利な印刷機をご紹介します。その名も「ヤマハの印刷屋さん」。ガリ版刷りと同じくらいに簡単なこの印刷機は、しかしながらカラー印刷も可能な万能選手。ユニークな名刺からDMハガキ、布への印刷まで、奥さまのアイデア次第で活用範囲も広がります。



- 横幕、チラシづくりにB5サイズ
- DM、DHづくりにB6サイズ(写真)
- 詳しくは担当セールスマンにどうぞ。

従業員1人に子供が3人（高校生、小学生、4才）、そして主人と私の計6人。みんな好き嫌いがなくて、特別に気をつかうことはありません。最近の食品は、何んでも栄養がありますので片寄りの心配などもなくなってよくなりました。ですから季節に合わせてお料理を少し変えるぐらいなもの。とくに冬は鍋物が多いかな。とにかく食事の時間をみんなで楽しむことに心がけています。

私の有効時間をみつめる秘訣は

一週間分のまとめ買い

森アキノさま

熊本県水俣市・南森整備工場（森三千年社長）

やはり主婦として一番心配するのは、毎日のメニューです。お店の手伝いと主婦の仕事と両刀使いをこなすにはいけないので、一日の時間が短くなってなりません。そこで私は日曜日に一週間分の買いだめをして、「省時間」を実施。栄養があり、かつ調理時間も短縮できる物を主体に選んでいます。実際、店で一番忙しくなるのが昼から夕方間で、仕事の合間をぬって食事を作るといった毎日。大きな声ではいえないんですが、料理の本を片手に頑張っているんです。



**Yamaha Topics**

ヤマハニュースは  
販売店みなさまの  
情報誌です。

お店のみなさまがつくる、みなさまのための「ヤマハニュース」をめざして、積極的な誌上参加をお待ちしております。二商売にまつわるさまざまな話題、明るいニュースなど、どんなものでも結構です。お電話で、お手紙でどうぞお気軽にお寄せ下さい。取材要請、ご質問、ご相談もどうぞ。宛先は——

〒438 静岡県磐田市新貝  
2500 ヤマハ発動機株式会社  
社宣伝部宣伝一課  
「ヤマハニュース」係  
☎05383(2)1111 内線356

# ステップスルー100万台の成果も 多業界のキャンペーンプレミアムとして人気呼ぶソフトバイク

# 応募総数175万 空前の反響呼んだ ロッテチョココレート まろやかアッププレゼント

まず最初にご紹介するのは、菓子業界の大手「ロッテ」が、恒例の秋期キャンペーンとして展開した「ロッテチョココレート、まろやかアッププレゼント」。

80年9月から12月15日の3カ月にわたって展開されたこの全国統一キャンペーンでは、オーブンクイズのプレミアムとして3000台の「パッソLD」が採用されました。

これは、ソフトバイクのトップブランド「ヤマハ」からNo.1商品パッソLDを選定。しかもチョココレートのパッケージと同じ特別色の赤いパッソLDとし、高級イメージを狙ってデラックス仕様となったもの。もちろん、このプレミアムパッソLDの決定の陰には、100万台の実績と、日本全国の販売店さまを通じての完全なサービス網があることも大きな要因であることはいうまでもありません。

テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、交通広告：などあらゆる媒体を駆使しての広告活動もあって、キャンペーンは応募総数175万3525通という空前の反響を集めました。そしてこのキャンペーンの盛り上がりには、菓子業界紙筋も改めて目をみはっているほど、話題のキャンペーンを大成功に導いた話題性あ

↑ 大々的に展開されたキャンペーン広告、これらを通じてパッソLDもさらに深く人びとの暮らしに浸透

← その数なんと175万枚、菓子業界でもこの大反響が話題を呼んでいる



真っ赤な「パッソLD」を前に、応募者、菓子店、卸店、業界紙、警察、主催者……による抽選会。右端が平井ヤマハ発動機東京支店長

今年1月、発売わずか4年（パッソラは3年）目にして累計出荷100万台を突破したパッソLD&パッソラ。この成果は、そのまますべての生活必需品として暮らしの中に根ざしたソフトバイクの姿、バイクの市民権の確立ぶりを立証するものです。

そして、そんな傾向を象徴するように、ここ数年にわかに脚光を集めているのが、さまざまな業界のさまざまなキャンペーンでプレミアムとして活躍するソフトバイク。ここにご紹介するふたつのキャンペーンとその驚異的な反響も、まさにそんな姿の典形です。



# 日本酒離れのヤングにも大人気 鳥取・県産酒「愛飲感謝セール」

るプレミアムとしてソフトバイクは改めて注目を集めているのです。  
こうした中で、先頃行なわれた抽選会にはヤマハ側を代表して平井五郎東京支店長が出席。「パッソルド」選定のお礼を述べるともに●全国のヤマハ販売店を通じての納車と以後の定期点検、アフターサービスの実施●販売店さまによる「原付免許教室」乗り方教室の実施●安全用品のおすすめと安全運転をアピールしました。



こちらは、「県産酒ご愛飲感謝セール」の抽選会風景。「パッソルド、ヤングやニューファミリーの目を再び日本酒に戻すことに成功」と酒造組合のみなさまの表情もいきいき



一方、ロッチェコロレットのような全国キャンペーンの一方で、地域社会単位のキャンペーンでもソフトバイクの人気は格別です。  
これは、昨年11月12日から今年1月10日まで、鳥取県酒造組合連合会が開催した「年末年始・県産酒御愛飲感謝セール」抽選会のもよう。このキャンペーンには、特賞として350台の「パッソルド」が用意されました。  
この企画を推進した倉吉酒造組合・広谷覚氏によれば、「このセールはもう20年もつづけています。毎年プレミアムを何にするかが最大の問題です。もちろん、ご家庭で喜ばれるもの、みなさんでお使いいただけるものという観点でいつも選定しています。  
今回は思い切って、いま一番人気のソフトバイクにしました。若い男性も女性も、奥さまも、どなたにもピッタリでしょう。おかげで問合わせも例年になく多く。年末年始の県産酒取扱は大成功でした。  
こちらでも、ロッチェに負けず劣らず抽選券の発行枚数は、なんと125万6千枚にものぼったといいますが、とくに、日本酒離れのヤングやニューファミリーに対して、パッソルドを選んだことは大成功」という声が高まっています。  
1月16日に、鳥取酒造会館で行なわれた抽選会の結果は地元「新日本海新聞」と「山陰中央新報」を通じて発表され、いまその結果が雪の鳥取の話題を呼んでいるところです。

‘80年代のバイク専門店、それは生活圏の交通問題のエキスパートでもなければなりません。交通社会の中でいまだこんなことが問題になっているのでしょうか？ 地域社会の交通問題のリーダーとして

どんな取り組みが期待されているのでしょうか？ このページにご紹介するさまざまなテーマは、どれも私たちが真剣に取り組んでいかなければならない問題です。

## バイク、中高校の正課導入の動きも！ 社会的に高まる高校生のバイク利用論議

高校生は「免許を取らない、バイクに乗らない、バイクを買わない。」——いわゆる「3ナイ運動」が昨秋の広島、神奈川でのスタート以来、再び社会的な論議を高めています。

しかし、今回の特徴は、こうした動きの一方で一方

的な「禁止」から「積極的な指導」こそ第1という意見が多方面から高まっていること。中でも今春からスタートする政府の第3次交通安全基本計画では、中・高校の正課にバイク実技指導の導入の方針が固められているほど。その成行きが大いに注目されるどころです。

### ●「3ナイ運動」、是非論

昨年10月、神奈川県高等学校交通安全運動推進会議が、首都圏で初めて高校生の「3ナイ運動」をスタートさせたのをひとつの契機として再燃した高校生の二輪車論議。

しかし、この運動に対する懸念や強い反論が当の高校生や二輪愛好家はもとより多くの教育関係者、交通安全専門家などの中からも出されてきていました。そしてまた、朝日新聞、読売新聞などの全国紙、NHKをはじめとするテレビなどマスコミ関係の関心もかつてない高まりを見せてにぎやかな是非論がたかかわされています。

この是非を大分すると——

▶事故の際の補償能力もなく、体力的にも乗りこなせない高校生になぜ750ccの免許が与えられるのか。学校での安全教育には限界がある。高校生の健全育成のためにもオートバイは与えるべきではない。

▶危険だからといって一方的に禁止してしまうのは教育の放棄だ。高校がやらなければならないのは禁止運動ではなく、徹底した交通安全教育である。

——というのが一般論（いずれも12月7日

の朝日新聞に掲載された、3ナイ運動に対する読者の声から）のようです。

### ●教育こそクルマ社会の安全対策！

こうした賛否両論の高まるさ中に出された政府の第3次交通安全基本計画。

この方針の根底にあるのは、高校生がこれほどまで大きな関心を寄せているバイクについて、これを一方的に押えるのではなく逆に早い段階からクルマ社会の一員としての自覚を植えつけ、技術とマナーを指導しようという考え方です。

そして、この「学校における交通安全教育」の第1歩として①中学、高校に安全教育の専任講師を置く②中学・高校で年間10～20時間程度の「交通安全教育」の授業を設ける③自転車、バイクの実技指導を授業に取り入れる——などの具体策のもり込みが検討されています。

### ●高まる販売店さまの安全指導意識！

しかし、総理府を中心に、政府が‘80年代以降の交通安全対策に不可欠の方法（読売新聞）としてこの運動を推進している一方で、先の3ナイ運動実施地区や、禁止論側との間

で再びさまざまな論議が展開されることは当然です。

こうしたふたつの運動、ふたつの意見のはざまにあって、私たち業界にいま求められているのは、いうまでもなく責任ある販売態度と安全指導です。

こうした中で神奈川、千葉と3ナイ運動が実施されて無関心ではいられない埼玉県の販売店さまは——

「お客さまに対する安全指導を強化しようと指導員資格を取ったばかりです。3ナイ運動によってバイクに対する社会的な理解が向上したり、ユーザーの質的アップが期待できるというのなら納得もできますが、やはり禁止よりは指導ではないでしょうか」（越ヶ谷市 原サイクルさま）

「本当のオートバイの愛好者が、困ってしまうでしょう。結果的に、3ナイ運動は今よりも悪い状態を招くような気がします。うちはお客さまのほとんどが高校生。運動の動向に関係なくビッグバイクの乗り方指導を強化していきます」（杉戸市 大島オートサービスさま）

——と亮る立場に立って、安全指導徹底への姿勢を見せています。

先の第3次交通安全基本計画は、3月の中央交通安全対策会議（会長・鈴木首相）の結果で正式に決定しますが、その動向が注目されるどころです。

←禁止か教育か、高校生のバイク利用のなりゆきが注目される中で、業界の指導態勢づくりが着実に進められている



安全を売るお店。

信頼を売るお店。

### ‘81年開講スケジュール決定

## ヤマハライディングスクール

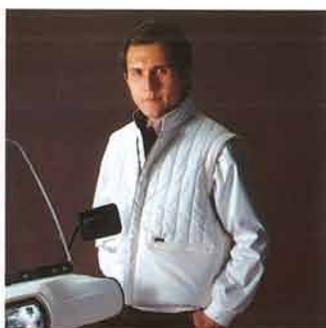
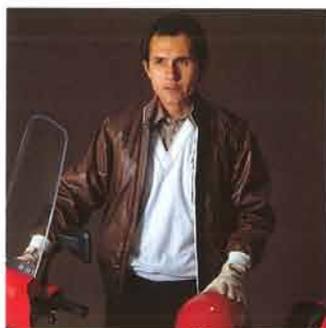
### 〈二輪車安全運転教室〉

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
1日コース	—	—	14日	12日	9日	13日 27日
2日コース	13～14日	18～19日	15～16日	13～14日 27～28日	10～11日 17～18日	14～15日 28～29日

※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。

# 乗用車感覚————ベルーガコレクション 本格スクーターの用途を広げる36種。

暮しにクオリティを求める男性アダルトの本格スクーター『ベルーガ』。そんな『ベルーガ』の世界を飛躍的に広げ、商品性をまた一段と高めるのがトータルコーディネートをめざして開発した用品類のかずかずです。ファッション、メンズグッズそしてオプション&アクセサリ……その数じつに36種。暮しに、ビジネスに、そしてレジャーにお客さまの用途にあわせておすすめください。



↑  
ベルーガブルゾン  
¥18,000

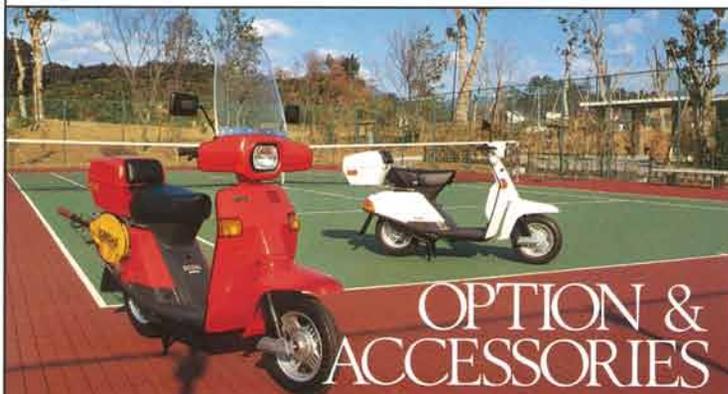
リバーシブルで着られ、しかも袖の取外しも可能でベストとしても着られるブルゾン。ショッピングに、ビジネスに、レジャーにどんな用途にも最適です。  
●素材：ポリエステル65%・綿35%の撥水加工、中綿ポリエステル100% ●カラー：アイボリー、ブラウンのリバーシブル ●サイズ：M、L



←ヘルメット ¥11,000

行動派アダルトにぴったりのニューデザイン。  
●カラー：ホワイト、レッド、ブラック ●サイズS、M、L

※この他ファッション用品としては●ハーフジャケット ●ベルーガセーター ●ベルーガトレナー ●レインスーツ ●ブーツカバー ●ベルーガキャップ ●ベルーガグラス ●MUバッグ ●ショルダーバッグ ●グローブ ●スポーツタオルがあります。



## OPTION & ACCESSORIES



フェアリング ¥9,500

ハイセンスなベルーガのイメージをグンとアップするオリジナルフェアリング。カラーは車体色にあわせてホワイトとレッド。

※この他オプション&アクセサリ用品としては●左バックミラー ●フロントフェンダーモール ●フェンダーマスコット ●リアマッドガード ●サイドキャリア ●リア大型キャリア ●ハンドルカバー ●リアバスケット ●リアバスケットバッグ ●サドルカバー ●サイドスタンド ●バイクカバー ●ビジネスボックス ●愛車セットが用意されています。

※またメンズ・グッズコレクションには●クラッチバッグ ●サイフ ●カードケース ●キーホルダー ●ループタイがあります。お客さまへのプレミアムとしてもご利用いただけます。

リアボックス →  
¥15,000

ベルーガラインに美しくフィットする、リアボックス。フルフェイスヘルムもくらくら収容できる大容量です。素材はFRP、車体にあわせホワイトとレッドの2カラー。



世界GP500ccクラスでV3の王座に輝くケニー・ロバーツ。マシンから降りた彼は、笑顔絶やさないスマートな紳士だ。その姿には「キング・ケニー」の名にふさわしい風格が漂う。ヤマハのXJ400、400ccのイメージを超えるその車格と、スリムな4気筒エンジン。このマシンにはケニーと相通じるスピリットがある。その華やかさの中に潜む力強い走り。大いなるパワーを内に秘めて、いまXJ400はあなたが乗るのが待っている。

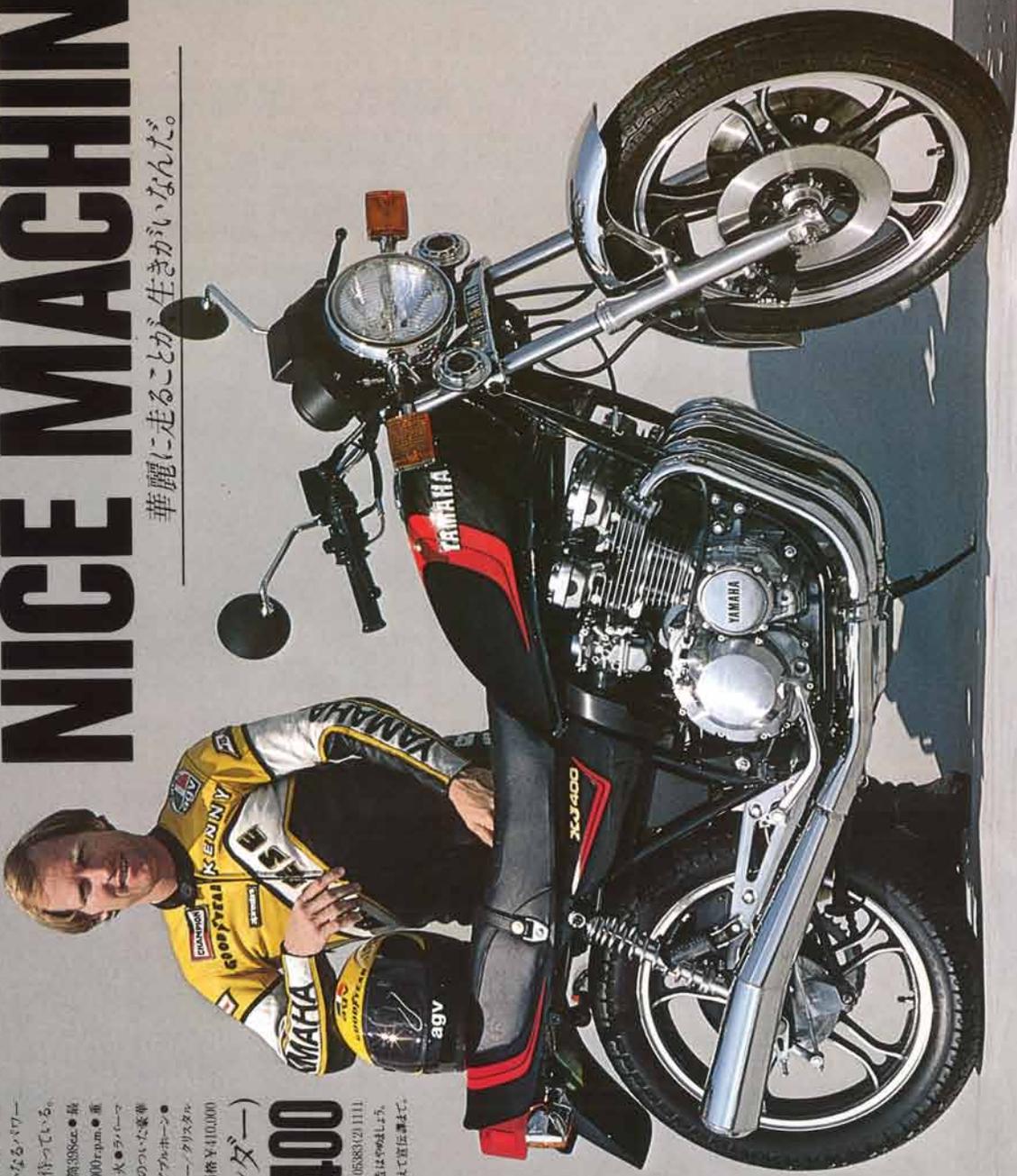
●2気筒なのにナローなエンジン ●1ギヤ・DOHC・4気筒388cc ●最高出力45PS / 10,000rpm ●最大トルク3.5kg・m / 8,000rpm ●重量178kg ●リタナー式6段 ●電子流角式フルタイムスタター ●カムシャフトによるエンジンの振動、メカ音低減 ●電圧計、燃料計のついた豪華な4連メーター ●エンジンオイルレベルウォーニング ●高低ダブルホン ●専用アルミキャストホイール ●チェーンプレスタイヤ ●ボブタイカラ / クリスタルシールドプロテクトヘッド ●ニューキヤバツラック ●標準現金価格¥410,000

(ザ・エクストラ・4シリンダー)  
**YAMAHA XJ400**

ヤマハ 発動機株式会社 〒428 静岡県磐田市新井2500 TEL05383(2)1111  
 ●ベクトルを飛ばそう。●定期点検を受けよう。●バイクの改造はやめよう。  
 ●カタログ希望の方は機種名を明記のうえ、郵便用紙150円を添えて責任課まで。

# NICE MAN, NICE MACHINE.

華麗に走ることが、生きがいなんだ。



広告活動ご紹介

ナイス・マン、ナイス・マシン——先月号にひきつづき2月発売の2輪専門誌広告は「キング・ケニー」の登場です。V4をめざしてまもなく始動するスーパースターと人気絶調のスーパーペーススポーツ、話題性豊かなマス広告活動が、春の需要期をいち早くもりあげます。どうぞご期待ください。