

YAMAHA SCOOTER
BELUGA 50 80

《特集》

幕開く本格スクーター時代。

2サイクル・水冷・ツイン

RZ350 新発売! **NEW GT50/80**



《特集》幕開く本格スクーター時代

パッソル&パッソーラ 生産100万台突破…………… 3

ペルーガはいま、街の話題…………… 4

週刊誌で、男性誌で——

話題一番、よき友ペルーガ…………… 6

ペルーガでスタート!

マイ・スクーターライフ…………… 8

なぜ`差別化、なのか!?

ペルーガ拡販のポイントをさぐる…………… 10

●カラー

ペルーガ・マス広告キャンペーンスタート…………… 16

《新商品ご紹介》

RZ旋風再び! RZ350新発売…………… 14

ヤマハ★ショールーム…………… 18

話のバドック…………… 19

フレンド店登場…………… 20

連載③ セールス最前線…………… 22

パワーアップ★ヤマハ奥さま③…………… 24

セフティコーナー…………… 26

ヤマハ★トピックス…………… 27

ヤマハ用品★部品コーナー…………… 31



量 感陳列から質感陳列へ——本格スクーター「ペルーガ」の登場を契機に、これまでとは全く異なった新感覚のお店づくりにトライする販売店さんが目立っています。一見ファッション・ブティックかと思まがうほどのバイクショップ……これもお店の差別化、商品の差別化のひとつ。そんな本格スクーター時代のご商売を先進的な3店さまに語っていただきました(10ページ)

R Z旋風再び! 3月1日より「RZ350」が新発売となります。昨年夏の登場以来本場ヨーロッパのマニアたちの話題を一身に集めた「RD350LC」の国内デビュー。単に「RZ250」のポア・アップにとどまらないスーパースポーツぶりが、春のスポーツシーズンに再び`RZ旋風、を呼び起こします(14ページ)



〈表紙〉ナベサダさん、グルーシンさんと本格スクーター・ペルーガ。よき友のすばらしい出逢い。話題のテレビCMのワンシーン

ステツプスルー生産100万台突破！ この実績がベルーガに活きる



2月11日、ヤマハ発動機本社工場のソフトバイクラインでは、「パツソル&パツソラー」の生産100万台突破を記念するテープカット式が行なわれました。

小池社長と根本常務のテープカットによって、新発売のセル付パツソラー・SA50Eが女性従業員の手で記念のラインオフを行なったのです。

発売以来わずか4年目にして、「100万台」を突破したソフトバイクの主流「ステツプスルー」2機種。この大きな実績は、いま「ベルーガ」の登場で幕開く「本格スクーター時代」に、さらに大きなパワーを発揮するのです。

よき友、ベルーガ。

YAMAHA SCOOTER

BELUGA 50 80

特集 幕開く本格スクーター時代

スクータータイプの先駆「ステップスルー」100万台の実績を背景に新登場した『ベルーガ』は、発売ひと月足らずで大きな話題を呼び起こしています。本物の時代の本格スクーター、「6輪使い分け時代」の本格ス

クーター——という時代を先どりした独自の商品性が、ナイスミドルを中心に幅広い層の人びとから大きな支持と、共感の声を集め始めているのです。『ベルーガ』特集第一弾は、そんな発売直後の大きな反響を、まとめてご紹介しましょう。

丸の内

●会社のバイクもこんなのにすればスーツのまま乗れるのに！ お得意さんになんて好感もたれるヨ

●進んだバイクだね。こんなのに乗ったら若返えると思うヨ。

●ゼイタクだね、スタイルが。メーターもゴージャスだ。

●コレ本当に50cc？ 大きいねえ！

●4年前からパツソルに乗ってる。買替えようと思っていたんだ。



●デザインはナカナカだね。☆☆
●いいですねー、何ていう名前ですか？ ☆
●おしゃれね、かどがとれていいデザイン。 ☆

●リヤがすくくしゃれてるネ。 ☆
●メーターなんかまるでクルマみたい。 ☆
●丸の内走るのにいいんじゃないかな。 ☆



●女の子にも人気が出そうね。 ☆
●いくら？ まあそのくらいするだろうネ ☆
●通勤にパツソラ使ってる、買い換えよう！ ☆
●あっちで見ていてステキだなと思っ来てみたんです。 ☆
●パツソラで軽井沢まで行ったけど、これならもっと速くまで行けそう。 ☆



これが本格スクーター！
ベルーガはいま、街の話題





原宿



- 画期的だよ、ボクも予約してあるんだノえっ80もあるの、80ccにしよう。
- ☆ クリストル族だから、進んだバイクが欲しいんだ。
- ☆ 売れるでしようネ、タウニイより爆発的に。
- ☆ セカンドバイクには最高だネ!
- ☆ 外車かと思った、欲しいなアー。

まず最初にご紹介するのは、街行く人びとの「ベル1ガ」への反響。マス広告もスタートしていない2月上旬、日本を代表するビジネス街・東京丸の内と若者の街としてにぎわう原宿に、赤と白、2台のベル1ガ50を置いてみました。驚きの声、感心のこえ、そして……のコエ、さあ、こんなお客さまに、お店のみならずなんとどうお応えになりますか!?

- バツソルより大きいし乗り心地も良さそう。
- ☆ いいスタイリングだネ、最高。

- テールランプがとてもしゃり素敵だ。
- ☆ 高。50にはとても見えない。



- 噂さには聞いていたんだけど、こんなにいいとは思わなかったナ。
- ☆ 都会のクルマという感じ、田舎じゃ乗れないネ。

- 軽そう、重々しさはないけどイイネ!
- ☆ ベスバに乗っているけど、これ今ふうって感じネ。



いまの時代感覚にピッタリ！
阿久沢久雄様（フジテレビ）



学生時代のことですから、もう20年前に
なるといいますか。小さなバイクに乗って楽しん
でいたのは。それ以後はバイクともさっぱり
縁がなくなり、興味も薄れてきちゃったよう
で、この歳になっていさらバイクなんて！
という感じに。でも、正直のところこの「ベル
ーガ」には久びさに興奮させられました。な
にしろ、私を試乗する気にさせちゃったんで
すから。とにかく、全体の印象がいまの時代
感覚にピッタリ。バイクに自分の感覚を合わ
せるというよりも、自分の感覚にバイクが歩
みよってきたんだなあ、という印象を受けま
した。

ナウなスタイルは、
ファッション写真の
脇役にも最高！
井上吉晴様（平凡パンチ・カメラマン）

普通免許しかありませんので50ccだけしか
乗れませんが、これほどファッションナブルな
スクーターが国産で出てきてビックリです。
グレードの高い重厚感のあるデザイン、特
にテールランプなんか画期的ですね。走って
みるの音も静かだけど、やはりスタイルにひ

話題一番「よき友」ベルーガ



男のガレージへ、いまプラスワン
「6輪時代」の予感、ベルーガ完成！
——このなんともシャレたタイトルは、男性誌「GO
RO」2月26日号のベルーガ紹介記事のタイトルです。
このように、本格スクーター「ベルーガ」の登場
は、雑誌、週刊誌、新聞、テレビなどマスコミの各
方面からも注目を集めています。

なにしろ、1月21日、東京・品川のホテルパシフ
ィックで行なわれた「ベルーガ記者発表会」には、
約200社400名という、この種の催しでは例をみない
ほどの報道関係の方がたが詰めかけたほど。同時に
開催された試乗会から、マスコミの最前線で活躍さ
れるみなさまの「ベルーガ、インプレッションをう
かがってみました——

大きな体格、
スリッ姿にもぴったり
新井修一郎様（日本テレビ）

2輪に乗ったのは初めてです。思っていた
よりもスピードが出るというか、スピード感
があるんですね。スポーツ（野球）をしてい
ますので異和感よりも、楽しいものだとい
うことがわかりました。

「タウニイ」の時から乗ってみたいと思っ
ていましたが体格と背広姿で、いまひとつ乗
り切れなかった、これならそんなこともあり
ませんし、ぜひ使ってみたいですね。

つくりにも品格がある
加藤忠雄様（月刊マダム・編集部）

「マダム」5月号で50ccバイクを特集する
のです。その企画もあって、さっそくベル
ーガを試乗してみました。

一番の特徴は、つくりにも品格があることで





コレはアダルト層がターゲット、という説明でしたけど、これなら若者にもウケますよ。ジーンズとトレーナーのシティボーイにだって格好の乗りものとなるでしょう。なにしろファッショニ性は最高のシティ・ビークル、というわけですからね。
走ってみては80ccがパワーもあり、近距離のツーリングなんかにもよさそうですね。安定感もあるし。

ヤングにも絶対にウケますヨ!
小野寺慎一郎様(ポパイ編集部)

かれる。当然カメラマンとしては、これからいろいろな場面で使っていくようになるでしょうネ。



週刊誌で、男性誌で



二輪にはほとんど乗ったこともなかったのですが、今日は思い切って乗ってみました。うまく乗れたのは「ペルーガ」が素人にも乗りやすいからでしょう。
スクーター、と聞くと古いイメージがあるんですがスマートでモダンなデザインに正直びっくり。男性にはたしかに格好の乗り物ですね。実用的な使い方はもちろんレジャー面でも相当広く楽しめるのではないですか!?

スマートでモダンな
現代のスクーター
嶋田忠夫様(大阪・日刊スポーツ新聞)

しよう。80ccには女性編集部員をリヤに乗せて走りましたが、取りまわしが楽でずし、加速がいいですね。私はベスパのユーザーですがこの点を特に感じました。デザインもよくまとまっていると思いますよ。





さて3番目にご紹介するのは、発売旬日にして早ばやと「ベルーガ」のユーザーとなられ、「スクーターのある暮らし」をエンジョイされている3人のお客さまです。お客さまの特徴は、ライフスタイルは、そして「ベルーガ」のナニが、みなさんの心をとらえているのでしょうか……

ベルーガでスタート。マイスクーターライフ

ベルーガの「風格」が、
クルマ・マニアの心をとらえた

東京都渋谷区にお住まいの除村雅志さんは32才、奥さまとお子さま1人の3人家族。高校生時代はバイクユーザー。原付、小型二輪に乗っていましたが、大学入学後は四輪へとステップアップ、現在までワーゲンなどの外車も含めて15台ものクルマを乗り替えてきたという正統派のクルマ・マニア。「クルマは私の道楽、独身貴族の頃から小づかいのほどをつき込んできました」

大学卒業後は大手の服飾メーカーに勤めていましたが、昨年、高級ニット洋品を輸入・販売する会社にかわり今では都内の特約店をまわるセールスの仕事をされています。「得意先をネクタイ姿でまわるわけですが、クルマでは渋滞が激しく非効率。そこで、そんな服装が似合い、高級な感じがするバイク、つまりスクーターがあればなあと思っていたところ、ベルーガが発売されたのです」

仕事柄ファッションには人一倍気を使い、いつもダンディであろうと心がけていますが、このベルーガなら、メンズショップなど得意先をまわっても恥しくないし、むしろセンスの良さをPRできると思い購入しました。

ベルーガの良さをひと言いでいえば、いままでのファミリーバイクとはなにしてる「車格」が違うということ。高級感が全体から溢れていて、「比較的かっぶくの良、除村さんにはベルーガの大柄な車体もピッタリです」

「自宅から上野にある会社まで行き、銀座や赤坂、渋谷などにある得意先をまわると一日50キロ以上走ることがありますが、少しも疲れません。車体が大いなので走りも安定しています」と語る除村さん――

「ベルーガはクルマの間をチョコチョコ抜けていくような乗り方は似合いませんね。ゆったりとリッチな気分分で走るべきです」と得意先まわりを楽しんでいます。

「趣味のモノはブランド主義」のアタルト、
「6輪使い分けはベルーガで」

同じく東京は江戸川区の伊藤幹夫さんは31才。自宅からわずか1キロほど離れた看板製作会社にお勤めです。伊藤さんはバイクマニアではありません。四輪に加え、二輪があれば便利だし、より楽しい生活ができるという昨年からはじめました。

「オートバイスタイルよりステップスルータータイプが好きでパッソラにしましたが、一日に乗る距離や時間はわずか。歩いても行けるような会社への通勤と、休日に気晴らしにちよつと走る程度です」



↑「趣味のものはブランド主義」の伊藤さんのハートを「ペルーガ」の格調、あるスタイルが直撃した

→都内のブティックを回る除村さん。ハイセンスな「ペルーガ」が、「仕事にも大きなプラスになっている」とか



←「目立ちたがり屋」を自認する兼子さんにとって「ペルーガ」は、最良の友。「それが若さの証し」と誇らしげ

しかし、伊藤さんはペルーガの発売を知り、販売店で現物を見た瞬間「たまらなく欲しくなった」といいます。「私は、趣味のもの、家具とか服などを購入する時は、グレードの高いよいものを選び、それを長く楽しむといった主義。倦きがこない、いわゆる「ブランドもの」を求めるわけですが、ペルーガを見た時、そうした印象を強く感じ、どうしても欲しくなってしまうのです」ペルーガの格調の高さ、細部に至るつくりの良さが伊藤さんの心を捉えたわけですが、伊藤さんは「パッソラに乗りはじめた時以上の喜び、満足感をもって、いまペルーガに乗っています。家にペルーガがあること自体が楽しく、乗る時間もパッソラの時より増えそうです」と惚れ込みようもひとしおです。

「オールドファンには、昔の恋人が帰ってきた、若返り、一段とキレイになって」

大阪府寝屋川市の兼子清さんは45才。バイクとの出会いは23年前で、当時のフットブレイキの二人乗りスクーターに乗って青春を謳歌したそうです。お仕事は銀行の外交員。お仕事柄その後もいろいろなバイクを乗りついできましたが、スクーターに対する「哀愁」といった気持を抱き続けてきた、といいます。「ヤマハが本格的なスクーターを発売すると聞いてひそかに期待していました。現物が販売店に並ぶ前にカタログを見せてもらい、「これこそ自分が待っていたスクーターだ」と胸おどりました。昔の恋人と再会した感じ。しかも、その恋人はなぜか若がり、一段とキレイになって貴婦人のムードを漂わせていた、そんな感じでした。現物を確かめることなく即座に予約し、お店の一号車をいただき、毎日、ワクワクした気持ちで通勤に、外交にと乗りまわしています」

兼子さんの周囲の人々、特に同年輩の仕事仲間やお客さまたちのペルーガ評も極めて高く、ペルーガとこれに誇らしげに乗る兼子さんはそうした人々のセン望のマト。「私はいつまでも若さを大切にしたい。そして、目立つことはすごく気持がいい」と思っています。この気持がなくなったら、もう若さが無くなったといわれても仕方がない、それを認めざるを得ないと考えているのです。本体の良さにマッチしたオプション類が豊富に揃い、カスタム化する楽しさも十分に満たしてくれるペルーガは、国産のスクーター体験のある私たち中年に、若さ、青春をよみがえらせてくれる素晴らしい魅力をもったスクーターです」



**販売店
座談会**

なぜ「差別化」なのか!?

「ベルーガ拡販のポイントをさぐる！」

市場を活気づけた本格スクーターの出現

——まず、本格スクーターの登場をどうお店では受けとめられているのでしょうか。

大谷 パツソル&パツソラーではつかめなかった男性アダルトに格好の商品が出たという感じで、いろいろな意味で期待していますヨ。もちろん、すてにかなりの反響もあるんですが、ヤマハとしてもベルーガを売るルートはかなり厳選していくことなので、うちとしても早くベルーガを売っていく店として、認めてもらいたいと思っているところです。

大月 私自身、新年大会の時にベルーガを見てその商品性に対して気に入っちゃったんですけど、いまの市場状況にうまくマッチングしたなとまず思いましたネ。パツソル&パツソラーでは物足りなかった層や、女性モノを男性が使うことに抵抗のあった層にアピールするという点で、市場がかなり活気づけられるともいえるでしょう。

老沼 うちの商売の中心が昨年はベスパで、1年間に180台以上売ったんですが、今回のベルーガの登場はスクーター人気が拍車をかけたという感じがすネ。いまだベスパ人気は相変わらずですけど、このベルーガによっていよいよスクーターブームが確立されるノという感触ですか。もちろん、これまでのお客様さまはパツソル&パツソラーで育った人たちや触発された人たちが多くですけど、とくに

ご出席いただいた方がた

オオタニモータープロダクト
大谷吉一社長
大月ヤマハスポーツショップ
大月信和社長
オレンジボックス
老沼映輔社長 (50音順)

● ヤマハ東京(株)営業部
北川悠久部長

司会/ヤマハニュース編集部

オオタニモータープロダクト
大谷 吉一社長



はやくからショールームとサービスペースを分離して、本格派のモーターサイクルマニアを顧客として持つこのお店は、約6割が250cc以上のスポーツバイク。オープンから9年目の今年に店舗も新装してさらに飛躍をめざしており、スクーター時代の幕開けとしてベルーガの販売にも意欲を見せる。

ベルーガについて期待しているのはトータルファッションの観点から多くの魅力をひめているということですね。

大谷 それについては同感ですネ。いままでのバイクにも用品開発は同時にされていたんですけど、既存の用品に手を加えてきたくらいで独自の開発がされていなかったんですよ。しかも、機能部品だけで、今回のベルーガのようにトータルファッション的には開発されなかった。その点、ベルーガのは、いいなあ」と思わせる用品がいっぱいあるので、ここらへんからも需要の掘り起こしが期待できそうですね。

—— だいたいベルーガについてのイメージは皆さま同じような受け止め方をされているようですが、実際のご商売の中ではどんな受け入れ方をしているのでしょうか。

大月 とにかく、この商品に関しては、差別化ではありませんけど、受け皿となる店舗から変えざるをえないと思ひましてネ。うちでは、4店舗のうちから行徳店を選び、こ

「時代に乗ろうよき友ベルーガ」のキャッチフレーズとともにデビューしたヤマハの自信作・ベルーガ。一方、お店においても「これが本格スクーター」のスローガンのもと、この2月より販売活動が開始されました。本物志向を追求した新しい二輪車、本格スクーター時代を幕開けるベルーガについての各方面の評価は、前ページまでにご紹介したとおりですが、ここではその拡販におけるポイントにスポットをあて、他の車種との差別化をはかった売り方について販売店さんの声をうかがってみました。

の2月にベルーガショップに改造。ファッションとバイクの出会いの場として、ベルーガ用品のほかにもジーンズ製品を扱い、同時に店名も「エル・ムーン」(エルはラージのLで大月をもじって英語読みにした)に変えて、イメージチェンジをしたんです。

老沼 うちでも2月からベルーガに合わせた店づくりをしようと思っていたんですが、なにしろ1台しかないの伸び伸びになっていくんです。今度は、スクーター以外は扱わないのはよそうと思っていて、名前も「スクーターハウス」に変えちゃおうと。外装も現

大月ヤマハスポーツショップ
大月 信和社長

東京は城東地区を中心に4店舗をオープン。その積極的な分店政策にもとづく販促活動はつねに業界に話題をなげかけている。ベルーガ新発売と同時に、この2月には行徳店を大改装。ファッションとバイクの出会いをもとめた新店舗として「エル・ムーン」をオープンした。



在は丸太づくりなんです。メカニク的な感じにしようとかメタリックでおおちゃやう予定なんです。店舗面積が狭いのがいまひとつなんですけど、だからといってこのベルーガは量感陳列するバイクではないですよ。ですから、せいぜい置いても5〜6台しか考えていないんです。

大谷 うちの場合は、ちよつと条件が違うので、このベルーガの陳列にもものすごく勇気がいるんですよ。というのは、大型車種でいまいち売っているの、Fグループのバイクはいままではオマケだったわけですよ。とはいえ、先ほども言いましたようにベルーガも無視できないとなると、どこかにコーナーをつくるくらいしかいまのところ手がないでしょう。ついこのあいだ店を改装したばかりなんですけど、もともとスペースいっぱい台数をつめ込むのが好きじゃないほうなので、むしろもう1店舗近くにベルーガ主体の店を出したいという気持ちなんです。

問われる店頭での「差別化」とお店の意識変革

— 同じ東京とはいえ、商圏の違いによつてもそこらへんのお店づくりは違ってくるのではありませんか。

老沼 まさにベルーガの商圏といえるのがうちなので、その点は全然問題はありません。ただ商品のグレードに合わせた店づくりをしよう。洗練されたセンスさえ見失なわなければ、お客さまは飛び込んできてくれま



一瞬、ブティックと見間違ふほどの余裕のあるレイアウトが、商品のグレードをさらに高めている

すから。

大月 私が、たとえ千葉とはいえ行徳店を選んだのは、そこに住むほとんどの人が東京に勤めに出る人で、センス的には最もベルーガにマッチした商圏であると感じたからです。それに、店がマンション一階のテナントで、ペットショップとパーマ屋さんにはさまれており、いままでがあまりに周りに対して異和

感があつた。そこで、この機会にとばかりイメージチェンジしたんです。

大谷 大月さんのところなんかもそうでしょうが、以前からショールームとサービス工場を分けた店づくりをしてきましたが、それだけでもお客さまの質は違ってきましたよ。ベルーガの店にしても、独自の店が出せたらどんなにいいだろう、スクーターだけを並べた店ができたらどんなにいいだろうって、考えているんです。

大月 大谷さんのところは難しいですよ。

なぜかという、お店のイメージが本格モーターサイクルショップとして築き上げられちゃっている、かえってベルーガを置いたらどちらのイメージもこわし兼ねない……。

大谷 そうねえ。だから、分店の考えのほうが強いですよ。たまたま、近くにいい店があるんですよ。10坪ほどの店舗ですけどもレストランで、床が板ばりて、そのまま使えそうなやつが。それに、パツソルやパツソラでは用品の売り上げもバスケットくらいしかなかったけど、今度のベルーガはかなり期待できそうです。ですからベルーガ一色の店をつくりたいんですよ。そのほうが在庫なんかにしてもロスがなくなりますからね。



オレンジボックス 老沼 映輔社長

東京のド真ん中にオープンして1年10か月ながら、ポケバイをはじめ次から次へと時代を先取りした商品を販売して注目を集める。昨年のベスパブームの火つけ役のおひとりともいわれ、その実績は180台を上回るとか。ベルーガ新発売を機に、より大きなスクーターブームの到来を予感し、今年4月には「スクーターハウス」への変身を図る予定。



——ところで、ベルーガを迎えて今後、お店はどう変わっていくとお考えですか？

大月 とにかく、悪い意味ではありませんけど、ベルーガが出たことよってまた商売が難しくなりましたネ。いままでのオートバイ屋さんの観念というものから、またひとつ脱皮しなければならなかったみたいで。

大谷 だからオートバイ屋さんが、皆、お店をきれいにブティック風に変えなくちゃいけないんじゃないか、いままでのままのドロ臭い店舗ではいけないんじゃないだろうか、って意識は結構できちゃったのではないかな。

大月 それこそ、差別化ではないけど、ほんとうにいままでの既存車売る店と、ベルーガを売る店とは違うノという意識はできてきましたよネ。そういう意味では、店づくりにしても、販促活動にしても、販売店はますますこれからも考えさせられてくる。店づくりというなら、完全に量感陳列と質的な陳列の2つの方法に2極分化がなされていくのではないかと思いますね。

老沼 そうですネ。うちなんかは大月さんのところと違って一店舗しかありませんから、どちらかひとつを選ばざるをえない。実際には店舗面積が狭いので、必然的に後者を選ぶことになるわけですヨ。で、ベルーガ1本の店づくりということになるわけですが、これが結果的にはうちの他店に対する、差別化



ファッションとバイクの出会いをめざしたこのお店には、文字通りカラフルなバイクウェアとともに有名ブランドのジーンズが勢揃い

として表われてくるわけです。大月 うちでも行徳店以外の店では、その難しさを抱えているわけで、そこではベルーガを浮き上らすために3尺×6尺の展示台を特注して、お店の中での他車種との差別化を図っている。いわゆる、これが過渡期における商売の仕方といえるのではないかな。



ひとときわ高い展示台上げられたベルーガ。これによって他のバイクとの「差別化」が図られている

マシンではなくホビイを売っていく感覚が必要

——ということは、お客さまに対するアプローチも、かなりいままでとは違った観点からの訴求が必要となってくるということに。

老沼 もちろん、そうですよ。うちの場合は、ベルーガはファッションであり、遊び

道具のひとつとしてとらえていますでしょう。ベスパの場合もそうですが、だからアプローチといっても専門誌ではなく一般誌やファッション誌にパブリシティとして載せてもらっていましたし、これからもそうするつもりで

す。そういう意味でも、スクーターハウスとなれば話題性も高いノというわけですよ。

大月 うちはチラシが主体だったんですけど、ベルーガに関してはやはりファッション誌あたりの媒体を利用したパブリシティに力を入れていきたいと思っています。いままではどちらかというと専門誌に広告を打ってきましたが、ベルーガに関してはちよつと違うかんじがしますし。

大谷 たとえチラシにしても、ベルーガの場合は本物志向の男性アダルトに訴えかけるものでなければいけません。他の車種と並列して置いたところでしょうが、それを作つて、それなりにオリジナリティを出していく必要があるでしょう。

50ccと80ccということでの訴求の仕方の違いということについては、別に意識していません。

大月 僕がベルーガ80を最初に見た時、女房と2人でどこかへ行ったら面白いなと思っ

キメ手は大きな話題性を生かした積極政策

——最後に、超現実的なお話として、具体的なベルーガの売り方についてお聞きしたいのですが。

大谷 これはベルーガが狙うところの男性アダルトとは違うのですが、ベルーガを待っていたお客さまとしてポラ化粧品店の女性外交員さんがいるんですよ。もちろん現在はパツソーラに乗っているんですけど、どうしてもうひとつグレードアップしたいと80を待っているんです。こういう人たちは最高速度の問題や2人乗りの問題がかなり大きな比重を占めているので、小型免許を取つてもノといった気持ち強い。ですから小型免許教室なんていうのも、真剣に考えていかなければならぬかなりそうですね。

大月 私のところでは、行徳店でのベルーガショップのほか、化粧品店と洋装品店に展示スポットを交渉中ですが、これがかなりい

たんですよ。ベルーガに女房をのせて郊外に遊びに行く——そんな楽しさを80ccについては特にアピールしていけないかなと思っただんです。

大谷 このあいだの日曜日なんですけど、お客さまと八王子のサマーランドへツーリングに出かけたんですけど、女房も一緒に原付に乗ってたんなんですけど結構楽しんでるんですよ。いま、女房は中型2輪に挑戦しているんですけど、それが取れたら2人して後にそれぞれ子供を乗せてツーリングするって考えがある。そういうのはうつつけてですよ、とくにベルーガの80は。

大月 そういう意味でも、チラシを通してこれらの楽しさを地域にメッセージしていく必要はあるといえます。

老沼 いくら本格スクーターの時代といっても、具体的にそこでの楽しさも提示してあげなければ。マシンではなくホビイを売っていく感覚が、これからの商売には必要だと思います。

い線に進んでいる。これには結構期待をかけているんですけど、このほか全店にベルーガコーナーをつくり、差別化を図るなど、様々な角度からのアプローチを予定しています。

老沼 昨年、ベスパを都内のイタリアンレストランにタダで置かせてもらって、それぞれの店で5、6台の実売を生んだんですが、今年は生活のツールという意味合いから家具屋さんや家電販売会社とのタイアップを考えている。事実、家具の大正堂とは話もまとまっているほか、4月には東急デパートでスクーターフェアを予定しています。かなりこちらが想像する以上にベルーガの話題性に対して周囲の評価が高いことが実感として感じられ、それだけ期待も大きいのです。

へカット写真は、いずれも「エル・ムーン」さんの新装店内です。

RZ350



●全長2080mm ●全幅740mm ●全高1085mm ●シート高785mm ●軸間距離1365mm ●最低地上高170mm ●乾燥重量143kg
 ●燃費31km/ℓ(60km/h定地走行テスト値) ●登坂能力27° ●最小回半径2.5m ●制動停止距離14m (50km/h)
 ●2サイクル・トルクインダクション・水冷2気筒・347cc ●内径×行程64×54mm ●圧縮比6.2 ●最高出力45PS/8500rpm ●最大トルク3.8kg-m/8000rpm ●始動方式キック ●潤滑方式ヤマハオートループ ●オイルタンク容量1.6ℓ ●燃料タンク容量16ℓ ●キャブレターVM26 ●点火方式CDI ●点火プラグB8ES ●バッテリー容量12V5.5AH

●1次減速(比)ギヤ(2.869) ●2次減速(比)チェーン(2.437) ●リターン式6段変速 ●変速比①2.571②1.777③1.318④1.083⑤0.961⑥0.888 ●鋼管ダブルクレードルフレーム ●キャスト26"50 ●トール101mm ●タイヤ(前)3.00S18-4PR (後)3.50S18-4PR ●ブレーキ(前)油圧式ダブルディスク(後)機械式ドラム ●懸架方式(前)テレスコピック(後)スイングアーム ●緩衝装置(前)オイルダンパー・コイルスプリング(後)ド・カルボン式モノクロスサスペンション ●ホイールトラベル(前)140mm(後)110mm ●ヘッドランプ12V60/55W ●テールランプ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各種パイロットランプ類12V3.4W

ミニ・トレ イメージ一新! NEW GT50/80 新発売



ミニ・トレ「GT50/80」がイメージを一新。新しいカラー、グラフィックで新登場です。「GT50」「GT80」ともにブラックとホワイトの2色、グラフィックも同一です。

●カラー：ヤマハブラック
ホワイト

一ガ広告キャンペーンスタート!

友、ベルーガ。

YAMAHA SCOOTER
BELUGA 50 80

を告げる「ベルーガ」新発売広告が、春の商戦のスタートを大いにもりあげています。
 「旋風をまき起こすマス広告。どうぞ、この圧倒的なパワーをみなさまの販促活動にお役てください。



雑誌広告

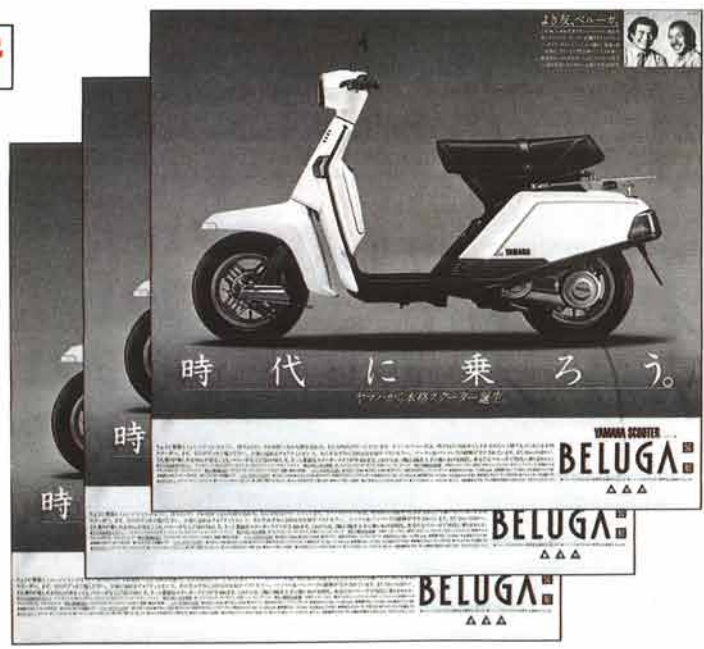
雑誌広告は、男性週刊誌、男性月刊誌を中心にメインターゲットである30代・男性をはじめ幅広い層の人びとに本格スクーター「ベルーガ」の登場を強烈に印象づけてまいります。

新聞広告

2月の新発売と同時に、全国紙、ブロック紙に掲載、本格スクーターの登場をはなばなく告げて、大きな反響を呼んだ新聞広告。



← ナベサダさん、グルーシンさん、そしてベルーガ……テレビCM「出逢編」の撮影風景



春一番の商戦を盛りあげる

ベル

時代に乗ろうよき

渡辺貞夫さん、デブ・グルーシンさんのさわやかな笑顔が、本格スクーターの登場を告げる。よき友ベルーガ、あらゆるメディアを駆使し、みなさまの市場にダイナミックな「ベルーガ」

テレビCM

「やあ、デブ」
「ハイ、サダオ」
「これ、どこのスクーター？」
「コレ、ヤマハのスクーター」
「いいねえ。じゃ」
「シー・ユー・レター」

本格スクーター、ヤマハ「ベルーガ」新発売!

マス広告活動の中心は、集中スポットCMを中心としたテレビCM。グルーシンさんとナベサダさんそして「ベルーガ」のステキな出逢い。すでに2月より全国ネットでオンエアを開始していますが、提供番組での放映は「オールスター家族対抗歌合戦（CX系25局ネット・日曜日）」と「クイズグランプリ」（CX系24局ネット・月10本）です。



Yamaha Showroom



世界をリードする“総合マリンメーカー”ヤマハ。中でも船外機は、ガソリン燃料のスタンダードモデルが2馬力から85馬力までの16モデル、エントデュロモデルが15馬力から75馬力の8モデル、

さらにケロシン燃料モデルが3モデル……と完璧なラインナップ。世界全域140以上の国々にの海で、川で、湖で、レジャーに、漁業に、交通にと活躍しています。

話のバツ



●アメリカでも
「原付ブーム」

スポーツバイクの伸長率が160%というアメリカで、ここ2年間になんとモペッド(原付)が3倍もの売上げを示しているといえます。文字通りアメリカでも「原付ブーム」、ソフトバイクブーム、というところ。

アメリカの政府統計によると、走っている4輪車のうち、乗っているのがドライバーだけ、というのが半数。しかも4輪を使う理由の80%が、10マイル以内の用事。こんな現状の中で、ガソリン高騰と4輪利用の不合理を一気に脱皮しようとした。若者が、このブームの中心、というところも特徴的です。

中には「モペッドは、ある意味で何台かのバイクを持ちたい、というアメリカ人共通の夢をいくらかでも満足させてくれる、というのを見落せない人気の秘密」というスルドイ考察もありますが、モータリゼーション先進国アメリカでも、「6輪」いやそれ以上の「使い分け」は着実に進んでいるようです。

●1リットルで
東京から下関まで!

ガソリン車で出した燃費の世界記録、一体どのくらいだと思いますか? なんと950・4km、じつに1リットルのガソリンで東京から下関までの距離を走ったことになるという燃費率。

この「省エネ世界記録」は、シエル石油が世界5カ国で開催している「マイルツジマラソン」の'80年オーストラリア大会で樹立されたもので、なんと未公認記録では1200km以上というのであるそうです。

一定の平均速度を保って、一定の距離を走り燃費を競うこの「マイルツジマ

ラソン」マシンづくりのポイントは、なんととっても軽量化と空気抵抗の減少……省エネ時代にピッタリのこのレース、この9月には鈴鹿サーキットでの開催も予定されています。

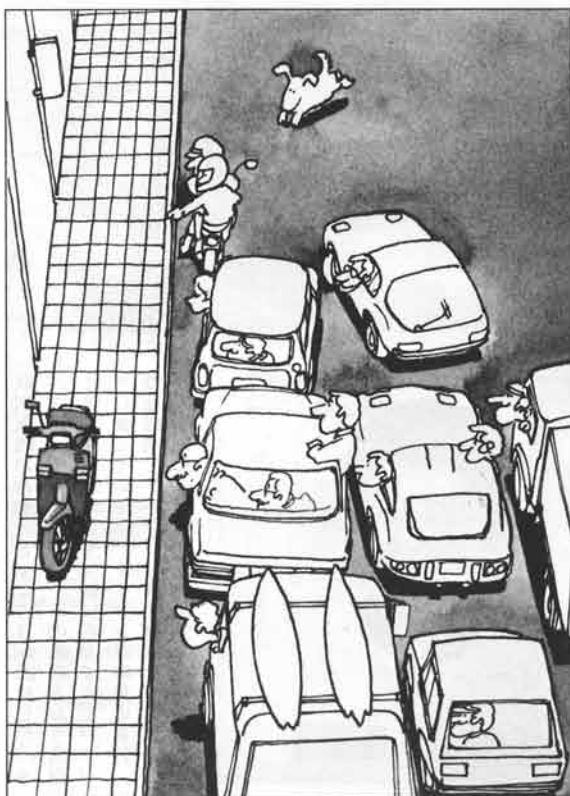
●今度はアダルト向け
「110番」登場

日常生活のさまざまな悩みことの相談に電話で応じる電話相談がもてはやされ、

ていますが、今度は30代から50代の男女を対象にした相談電話が4月2日から東京に登場します。

その名も「熟年110番」。職場ではトップと若手の板ばさみ、家庭では健康、老後の生活設計、住宅問題、夫婦・親子問題……と悩み多いミドルエイジ。そんな人たちのあらゆる相談に応じ、悩みに応えようというもので、4月2日の開設をめざして約30人のカウンセラー態勢を準備中。

30才以上、医学、年金、趣味などの専、



門分野につよい人……というのがカウンセラーの募集条件でしたが、はたしてこの「ダイヤルサービスマ熟年110番」どんな反響を呼び起こすことでしょうか。なお、電話番号は未定です。

●ヒット商品になるか!!
地震感知器

近い将来、東海大地震が必ず……とか、東京に直下型大地震が……など恐ろしい地

震の話題が相かわらずつづいています。

地震は、いつくるか判からないから恐ろしい……そう信じ込んでいたら、案外そうでもなくいつつありそうです。というのも昨年10月「P波センサ式地震感知システム」なる地震感知器が三菱電機から新発売されたのです。これは、地震の発生を直前に探知して被害を最少限にとどめようというもので、「地震予知」とは別物。

まだ「予知」までの機械ではありませんが、本震の10秒位前に発生を知らせて

くれるもので、大地震の心構えには、効果はありそう。昨年1月にエレベーター用として発売されたこのシステム、すでに300台以上が設置済みで、昨年10月から一般用として宣伝中です。

ご協力ありがとうございました

ありがとうございました!

81新年大会のチャリティ募金
33万3072円(初全交母へ寄附)

「81全国選抜優秀販売店新年大会」の懇親会で開催しましたヤマハライダースイン会、懇親会100円コーナーのチャリティ募金が、総額33万3027円にのぼりました。

販売店みなさまによるこのチャリティ募金は、過日ヤマハ発動機を通じ初全交交通安全母の会連合会に寄附いたしました。ご報告およびお礼申し上げます。





(有)神戸モータース
米山 徹社長
 鳥取市賀露町美濃隈123-1 ☎0857(28)5615



●県内1の
 バイク専門店をめざして

(有)神戸モータースさんのお店は2店舗。鳥取駅南側の吉成店と、この日お訪ねしたバイク店。バイク店は、その名のとおり鳥取と米子を結ぶ国道9号線に沿って走るバイクに面しています。オープンは昨年8月の敷地面積130坪、店舗面積はサービスマ工場の7坪を含め40坪という大型店です。いまから5年前、当時まだ20才という米山

記録的な豪雪にみまわれたこの冬の日本海側の各地。1月下旬にお訪ねしたここ鳥取市でも歩道脇には人の肩口ほどの高さまで、除雪された雪が積みあげられています。
 「こんな中で雪国の販売店さんは、どんなご商売を……」とおじやました神戸モータースさん。しかし、戸外の冬景色とは一変、明るい店内にはひと足早い春のムードがみちあふれ、若い米山社長のお話しも、4月のシーズンインとともにスタートする行動的なご商売のことばかりです――

徹社長が、県内1のバイク専門店「をめざして」独立、4年目にして2番目のお店を出店されたわけですが、このいきさつを米山社長はつぎのように語ります。

「オープン以前ヤマハとともに成長してきた、というカンジですが年ごとにヤマハの商品構成も充実して、吉成店では陳列どころか並べるだけが精一杯。とてもお客さまにゆっくりと商品を見ていただく、選んでいただくことなど無理になってしまいました。」

そこで、昔から考えていた広く明るい店舗、それもスポーツバイク中心のバイク専門店を、と思いついてここに出店したのです。」

●新規客を拡げる
 立地条件と販促活動

ソフトバイク主体の吉成店に対して、ここはスポーツバイク中心。しかし、すぐ近くに鳥取大学があり、また、小山町という新興住宅地の入口でもあるために、実際のお客さまはヤングから主婦、OLまできわめて幅広く広がっています。

「最初からバイクス浴い、という立地条件とそれに合わせた店づくりを考えてオープンしたところです。当然、店舗前には十分なオープンスペースをとって常設展示ができるようにし、クルマで、バイクで、通行する人びとの目をひきつけ、バイク専門店」を強くアピールするようにしたつもりです。」

店内も、それぞれの車種の特徴が判かるよう、ゆつたりと展示してあります。」
 こうした立地条件と店づくり、そして活発な販売促進活動が功を奏して、バイク店のスポーツバイクの紹介販売、ソフトバイクのフリーのお客さまと圧倒的に新規客が多いのが特徴です。」

春のバイクシーズンももう目前
**お客さまとともに楽しみ、一緒に考える
 うちの商売もシーズンインです。**





↑広びろとしたスペースにゆったりと展示されたスポーツバイク、そして十分な品ぞろえの用品類。冬場でも長グツ姿のお客さまが訪れてバイク選び。納車、クレジットの開始は春になってから

→平均年齢23才、の若さとバイタリティをフルに活かして、県下1のバイク専門店、をめざす、神戸モータースのスタッフ。左から奥さま直子さん、米山社長、サービス担当の三田孝一さん



有神戸モータースさんのご商売の概要

- 店舗……ソフトバイク中心の吉成店とスポーツ中心のバイパス店の2店。バイパス店は、敷地130坪、店舗33坪、サービス工場7坪
ソフトバイク20台、スポーツバイク20台、総額150万円ほどの用品類を常時展示している
- 商圏……バイパス店は、鳥取大学や新興住宅地に近い賀露町にあり、ヤングから主婦、OLまで幅広いお客さまを集めている
- 販促活動……3月から11月までのシーズンにラジオスポット、展示会、チラシ配布を3年ほどつづけている

「うちの商売の特徴は、なんとといってもこのお客さまと共に行動する、楽しむ姿勢でしょうね。」
オフロードばかりでなく、ツーリングにもよく出かけます。そんな中でお客さまと店という関係でないユーザー同志のつきあいの中から、いまお客さまがどんなことを考え、どんなことを望んでいるのか、を吸収して販売に反映させていくことです。
学生を中心に口コミや紹介販売が特に多いのもこうした活動があるからでしょう。今からそんなお客さまと、シーズンになってからのツーリングの話などでもち切り、雪融けの4月がいまから楽しみです。
もっかのところは、完全なオフシーズン。それでも、商品は即納、クレジットは4月から「をキャッチフレーズに積極的なお客さまの開拓をつづける米山社長。昨年の2500台から「今年は300台めざして！」という春商戦のスタートも、もう目前です。

販売促進活動とは、3月から11月のシーズン中に1日2回程度のラジオスポットを流し、春、夏、秋の3回市内のスーパーマーケットとガソリンスタンドを会場に開催する展示会そして、シーズン中月1回のペースで約2万枚を配布する新聞折込みチラシ……など。
「ラジオスポットも展示会も、3年ぐらいい前から続けています。店の特徴として定着してきましたし、これが新規客が多い要因ではないでしょうか。クレジットの利用率も高く販促活動の成果は十分に上がっています」と米山社長も自信のほどを語っています。
●お客さまと一緒に楽しむ中から、お客さまのニーズをキャッチ！
そしてもうひとつ、特にスポーツ拡販の面で忘れてならないのが、25才の米山社長、まだ22才という奥さま直子さん、そして24才の三田孝一さんという若いスタッフの若さと、バイタリティあふれる行動力です。
中でも、中学時代からモトクロスを楽しんでいるという米山社長は、今でも毎月1回はお客さまと連れだって、倉吉市内にあるモトクロスコースに走りに行かれるほどのバイクマニア。



社長さんと奥さまだけのご商売に従業員さんが加わる、支店や分店の出店によって店長も生まれる……ご商売の拡大になくてはならないのが「人材」。そして、ある意味では一番難かしいのも、この人材の「育成」。今月は理想的な「人づくり」パターンをとりあげてみました。

月ごとの販売目標が 自分のお客さまを大切に する「心」を育てた!

Aさんのお店は、それほど大きなお店ではありませんが、優秀な従業員さんが2人います。このお店で2人というのは、ちよつと多いようですが、実はこの2年ほどのうちに、もう1店出店の計画があるのです。

土地はなんとか知人から借りる予定です。しかし、その前にしなければならぬことがたくさんあります。ひとつは資金。借りるにしてもそれ相応の実績がないことには、簡単に融資もしてくれないでしょう。そこで、いまは、いかに実績を上げるか、が第1の課題です。

つぎは人の問題です。地理的にも支店は誰かにまかせなければなりません。店長をつくらなければならないのです。

ふたつの問題、つまり金づくりと人づくり。これはどちらも大切ですが、難しさ、という点では「人づくり」でしょう。

社長さんがいて、自分も仕事を教えながら補助的に使う人ならそう苦労なく見つかるかも知れませんが、店長として経営全般についてまかせることができるような人が、そう簡

単に見つかるとは思えません。そこで、現在のスタッフを支店長に仕立てあげることになりました。もちろん、社長さんには金づくりの問題もありますので、仕事をしながら店長としての資格をつけさせる方法(OJT・オン・ザ・ジョブ・トレーニングまたは、職場内教育)をとることにして、もつか進行中。今月は、この「人づくり」ぶりをご紹介してみよう。

●自分で決める自分の目標

2人の従業員さんは、もともとバイクが好きで就職した人です。当然、修理などのサービスは大好きでした。しかし、若いこともあって、経営という意識はありません。またメカにかけては社長顔負けの優秀なサービスマンですが、販売という仕事にはどうも興味が薄かったようです。中でも、ソフトバイクのご婦人は、苦手なお客さまの代表……これは店長としては片手落ち。そこで社長さんは彼を販売に積極的にしむけるよう考えました。まず最初は「来年の売上げ目標は……」と

相談を持ちかけました。それまで社長さんが1人で来年度の売上げ目標を決め、それに就いて従業員さんと話しあうことなどありませんでした。せいぜい雑談程度。

夜、お店を閉めてからの話し合いで、最初はぐんと低目の目標しか出さなかった従業員さんも、社長さんからこれまでの実績を聞き、最近のお客さまの動向などを話合っているうちに次第に自信が湧いてきたようです。

さらに、決算の数字を見せ、自分たちの給与も含めてどのくらいの経費が必要か、なども話しあった結果、ほぼ社長さんが考えたとおりの目標値が出てきました。ここで本当は、1人1人が何台ずつ受け持って売るか、を決めたいところですが、そこまでは無理なようなので、とりあえず各月ごとに何台売るかを話し合いました。昨年と一昨年の月ごとの売上げ比率を出し、修正を加えながら各月ごとの売上げ比率とし、台数で表わしました。そして、この他に各月の終りにちよつとした販売会議(名前は大げさですが、ミーティングのこと)を持つことにしました。



●「オレが売った」の大きな自信

この月末の会議の議題（話題？）はふたつあります。ひとつは、その月の目標達成状況について話し、反省をすること。

もうひとつは、「来月は誰が何台売るか」を決定することです。これには最初ちよつと抵抗がありました。というのは、店で売れる物について「誰が売るか」という点については考えたことなどなく、商談のマトメは社長の役目に決まっていたのです。

はじめは「できない」といつていた従業員さんに対して「援助はするから大丈夫」といって2台、3台という台数から始めたのです。お客さまが見えて、あるいは電話で、従業

目標は 働く人のザル気を引き出す

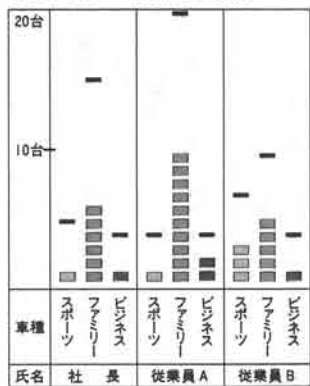
ここに、従業員さんを育てるポイントがいくつかあるようです。

第1は、目標の設定は管理のためばかりでなく、働く人にヤル気（意欲）を起させるものだ、ということ。金一封の金額自体は残業代にも当らないほどですが、額の多少が問題ではなく、達成したことが何かの形で認められた喜びにつながっているのです。

第2は、思い切った従業員さんにもやらせてみる。そして結果が良かったらほめてあげることです。人に何かをまかせ、のほろほろとむずかしいものです。つい自分でやってしまった方が……と手が出てしまうものですが、これでは人は育ちません。

第3は、目標を知らせ、決算書も見せるなどして経営内容をオープンにしていること。「従業員には知らしむべからず、よろしむべし」という江戸時代の殿様のような態度からは、本当の従業員さんのヤル気は生まれませ

●月間売上目標と実績



■太い横線が各自の目標。1台売ることにも目標を増やして行きます。

員のBさんと話したら、その方はBさんのお客さま、ということにし、途中で社長さんがかわってもBさんのお客さま、売上げもBさんの売上げとしたのです。こうすると「自分のお客さま」という意識

ん。悪く解釈される、誤解される、というのは話し合いの不足が原因。十分に話し合えば、解りあえる場合がほとんどでしょう。

●台数プラスもうひとつの目標

最近このお店では、もうひとつの月間目標をつくらせています。売上げ目標のようにはっきり数字に表われるものではありませんが、例えば「店内の整理」「工具の整理・整とん」「電話応対の改善」などです。

この目標も、いままでは社長さんが設定していましたが、しだいに「どうするか」は話し合いによるようになってきました。電話がかかってきたら「はい、バイクのA商会です」ということとし、終りには「私はサービスのことに決めました。1カ月これをやれば身についたものになります。それだけでも、お客さまの印象はずっと良くなるはずですよ。

が出てきますから親しみも増し、最近では社長さんが途中から入り込む余地などないほど。自分のお客さまは自分が大切にすると、いうようにさえなっています。

自分が担当して売ることによって販売にも自信ができましたから、最近では従業員さんが自分で自分の月間販売目標を設定できるようにさえなっていました。

この目標は、上のようなグラフにして店の奥に貼ってあり1台売ることにはグラフを伸していきます。そして、目標が達成できたら月末の会議で「おめでとう」という言葉とともに社長さんから、金額はわずかですが金一封が送られ、従業員さんも「ヤッター」という気が本当にする」と話してくれました。

これらの目標も、毎月紙に書いて店内に張ってあります。そして毎朝、これを読んでから仕事にとりかかっています。「わざわざ従業員さん2人、わざわざ揭示することもありません」と思われるでしょう。しかし、目標など2、3日したら忘れてしまうもの。毎朝の確認があつてこそ徹底もできるのです。

また、「目標」などと改まらずに従業員さんの態度を、社長さんが気がついた都度注意しながら直させる方法もあります。当然これも長続きはしません。目標は「みんな、こうやろう」と約束したことです。

従業員さんも大人「これが目標設定の基本ですし、さらには従業員さんと接する基本。約束や契約は、私たちの社会に不可欠の大切なもの。しかし、これを守るのには、相手もその気にならなければできないのだ、ということが大切です。したがって、上からの強制であるノルマとは基本的に異なります。(つづく)

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。ぜひ奥さまもこの誌面にご参加ください。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)

●なんでも成約率が100%だとか
 「いえ、それは言いすぎですけど、いちど来店されたお客さまをそのままお帰しするよなことは、絶対しないように努力していることは確かです」

●その、お客さまに喰い下がる「商売ぶり」は、ご主人も舌を巻かれているほどだそうです
 「それは、うちの主人が短気なだけですヨ。お客さまに好き嫌いが激しくて、若い人相手ならニコニコしているのに、お年寄りや女性のお客さまだと、すぐ奥へ引っ込んでしまいますから(笑)」

●その点、奥さまはお客さまを選ばない?
 「女性って、もともと執着心が強いのでしようネ。いちど喰いいたら離れないっていうか、よいか悪いのかはわかりませんが諦めることが苦手なのではないでしょうか」

●いつ頃から本格的な「商売」を?
 「経理事務は結婚した年からやっています。でも、田舎から出てきたので引っ込み思案でしょう、電話の応対も逃げてばかりでした。積極的にお店に出はじめたのは、それこそファミリーバイクがブームになってからですネ」

●ということは、主に女性のお客さまを専門に
 「ええ、女性にはやはり女性がいいノと主人に引っぱり出されて(笑)、原付免許をとって自分でも乗り始めたり……」
 ●ようするに、体験から学べノと



セールストーク・ナンバー1

大阪府枚方市中宮西之町・野崎輪業(野崎晴造社長)
 野崎玲江さま

「自慢じゃないですけど、ほとんどバイクって知らなかったんです。乗っているうちに、アクセルはそのままのほうかエンジンばかりやすいんだ、なんて知ったり……」

●ところで、奥さまの守備範囲は
 「いまは経理事務とセールスでせいっぱい。でも、パンク修理は無理としても、オイル交換やアクセサリーパーツの取付けぐらいは、やらなければネ。なぜって、こんなところからもお客さまとの接触が深まるわけですから」

●いま、いちばん難しいことといたら
 「たとえ新規の女性客でも、いまはかなり

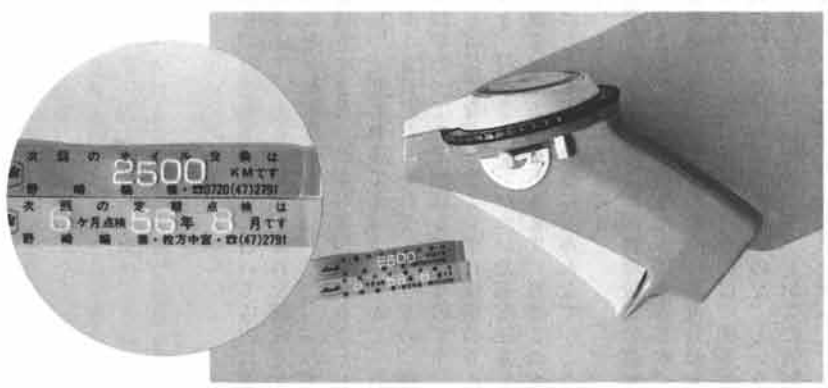
の予備知識をもっているんで、気をゆるせないうってことでしょうか。最近紹介客もふえていますし、ほとんどが指名買いて来られるので、いかにこちらの話を納得していただくかが勝負なんです」

●最後に、ズバリ/今年の目標をお聞かせください
 「帳簿を見ていつも思うんですが、効率のいい台数の増やし方をしていきたいですネ。宣伝費にしても、より効果のある方法を。幸い、ユーザー管理をしっかりしていますので、今年はDMに力を入れてみようかとも思っています」

こ れ は 便 利 !

サービスチェックテープ

忙しければ忙しいほど、必要となってくるのが仕事の合理化。ここに紹介する『サービスチェックテープ』も、そんな中で生まれたアイデア品です。もとはといえば、アルファベットや数字を打ちつけて貼るダイモのプラスチックテープ。ここではそのテープに「次回のオイル交換は□□KMです」や「次回の定期点検は○ヵ月点検○年○月です」の文字を印刷して、それぞれの空いている部分にそのつど数字を打ち込んで使っています。



わたしの『よき友』交友録

『よき友』ベルギー、にちなんで今月のこのコーナーは、ヤマハ奥さまの交友録を伺ってみました。女性の友情は育ちにくい……などといわれますが、どうしてどうして、ナベサタさんとグルーシンの交友に負けず劣らずの奥さまばかり……

商店街の奥さまトリオ

時には、デイス・プレイの相談も

中尾友子さま

北海道美唄市・中尾商会（中尾弘治社長）
同じ商店街に古いお友だちが2人います。いつも3軒のうちのどこかのお店に集まって井戸端会議。最近の話題は、もっぱら子供のこと。中学生がいますので進学のことなど、親の悩みは同じですね。

それと、このお2人のお宅が、じつはインテリアのお店と看板屋さんなんです。そんなわけで、うちの店のデイス・プレイやPOPの相談などにものってらって大助かりです。

ツーリングで知ったお嬢さん

おかげで私も若返っています

福田弘子さま

青森県弘前市・福田自転車商会（福田則夫社長）
学生時代に、新体操クラブで一緒だった



る日本舞踊のお師匠さん。私より年下ですけど、師弟関係を越えておつきあいしています。

年上のお友だちは精神的な支えに
山野晴美さま

主人の親友と

家族ぐるみのおつき合い

平野津代志さま

静岡県磐田郡・平野モーターズ（平野功社長）
私には7年ほど前から続けている「ママさんバレー」のチームメイト、昔OLだった頃のお友だち、そして主人の友だちのご家族……と3通りの友だちがいます。特に主人の親友とは子供たちも同年代です。家族ぐるみのおつきあい。先日主人を店に残して、先方の奥さまとカラオケ・スナックへ行ってきました。

何でも話せる『お隣り』さん

石川敏子さま

兵庫県洲本市

オートサイクル石川（石川勝社長）

いまの店がここに開店したのが4年前、その時以来お隣りの奥さまとおつき合いが始まって、今では何でも相談ができる間柄です。私たちがかりでなく、家族構成が似ているので家族ぐるみのおつきあい。でも、親しき仲にも礼儀あり、には特に気をつけているつもりです。お互い忙しい時は、どちらも口に出さずに解かり合えるということですね。

友だちは私の『宝』

お互い負担にならないことと不

田窪千秋さま

愛媛県松山市

タクボオートショップ（田窪博志社長）

地元で生まれて育ちましたから、友人もたくさんいます。忙しくて行き来もできませんので、もっぱら井戸端会議は電話。それと、子供の教育についてのサークル活動もしています。『愛護班』なんてすけれど、その友人もたくさんいます。友人は『宝』ですからね。姉妹のようなおつきあいの方もいますけどお互い負担にならず、イザという時に相談相手になれる——これが理想です。

すぐお友だちに……これ私のクセ!?

高間咲子さま

宮崎市・東洋モーターズ（高間靖智社長）

私のクセって、すぐ友だちになってしまうことかしら!? PTAの役員もしているの、この関係のお友だちもたくさん。それと、2年前から近所の人たちと始めたソフトボール仲間。

なんといっても、昔の学校の同窓会、昔の職場のOB会など普段なかなかお会いできないお友だちと会うのは楽しみなことですね、みんな童心に帰って……。

はい、ここまで……

——と思われたのが、この記事。ヘアファッションと生活情報の100%マガジン「ギャルズニッポン」の特集で、そのタイトルが「女を変えるカタログ」で、最初のページを開いてみると、ファミリーバイクの写真がずらりと勢ぞろいで、なんと「バイクに乗ると女が社会化する人」ですって……



‘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ど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。

変わる免許試験や教習内容に どうぞ的確な対応を！

ご存知ですか？ この4月1日から自動二輪車の教習内容や免許試験内容が一部変更されます。年間取得者25万人、合格率12.3%という自動二輪免許が、また難度アップされるわけです。これと同時に、1月号の本欄でご紹介した原付技能講習の強化も実施

されます。これらはいずれも増加傾向にあるバイク事故への対策のひとつ。どうぞ、変更点とその意図するところをご理解のうえ、「これから免許を！」というお客さまへの店頭指導をよろしくおねがいいたします。

●「運転未熟、事故の防止をめざして

警察庁の集計によると、昨年1年間の自動二輪車による事故死者数は841人。’79年にくらべ88人、12.6%増にのぼっています。中でも、免許取得後1年以内の運転者による人身事故率が52年の4%から、53年4.7%、54年6.1%と年ごとに増加していることが特徴的傾向として指摘されています。

この傾向を警察庁では、「運転未熟、が事故増加傾向の大きな要因となっている、ととらえそのために自動二輪免許試験や教習内容を強化しようというもの。したがって今回の改正ではとくに運転者のバランス感覚を技能試験の段階で徹底的にチェックするのをはじめ、事前教習段階で安全運転知識や技術を十分に指導していきたいとしています。

●中型にも坂道発進の課題

具体的な自動二輪免許の改正内容はつぎのとおりです。

①これまで大型二輪にだけ実施してきた「坂

道コースでの一時停止、発進」を中型二輪にも採用する。

②中型二輪以上の課題であった「直線狭路コースの走行」を小型二輪にも加える。

③指定自動車教習所での技能教習時間を2時間増やし、中型は10時間、小型は7時間とする。同時に学科教習も4時間増の16時間とする。

—自動二輪免許の年間合格者は中型二輪で20万人、小型二輪5万人。うち7割を20才以下の若者が占めています。そして、現在の合格率は中型が11%、小型が17%というところ。決して易しい内容とはいえません。こうした合格率が、この試験内容の強化によってさらにダウンする。あるいは受験者数そのものが減少する、ということも容易に想像されるところ。それはそのままスポーツバイク市場の拡大を阻む大きな要素ともなりかねません。それだけに、お客さまの円滑な免許取得をサポートする活動が望まれているのです。

なお、この改正にあわせて20才未満の免許取得者には、各都道府県の交通機動隊員等が

講師を勤める講習会を受講させる、など指導も強化されることになっています。

●「原付技能講習」強化も4月より実施

この自動二輪と同時に、すでに1月号でご紹介のように原付技能講習も一段と強化されてスタートします。昨年度の原付車による事故死者は852人。自動二輪をしのぐ件数となるため、警察庁では実技講習内容の強化と、その100%受講を各県警本部に指示しました。

この警察庁の完全受講指示を受けて二輪車安全運転推進委員会は、二輪車安全普及協会の協力を得て「原付技能講習の強化推進要綱」を作成して都道府県推進委員会に通知、その内容は1月号でご紹介したとおりです。

この「技能講習」の受講は、道交法で義務づけられたものではありません。しかし警察庁と推進委は「免許証交付の際、試験場の窓口で受講を強く勧め、少しでも事故防止に役立てたい」としています。

原付の場合、被害者側の立場に立つケースが多いことから「身を守るために、必ず受講を！」とも呼びかけています。

●ますます増える販売店さまの活躍の場

一方、原付技能講習の指導については「二輪車安全運転推進委の認定を受けた特別指導員、指導員および地方推進委認定の準指導員」という指導員資格が設けられていますが、この「原付技能講習」の強化につれて指導員不足は確実視されています。

そのため、都道府県二輪車安全運転推進委では準指導員等の認定審査の機会を増やす方針で、いま販売店のみなさまや地域の安全運転リーダーの方がたの参加を呼びかけています。どうぞ、積極的なご協力をお願いします。

また、「ヤマハ原付乗り方教室」は、これまで原付免許を取得しようとする人びとを中心に開催されてきましたが、今後は、この「原付技能講習」の予備講習として、ますますその重要性を高めているといえるでしょう。



中・小型を中心に強化される自動二輪免許試験と教習内容にあわせて、販売店さまの指導力アップも大いに期待されている(ヤマハ・ライディング・スクールにて)



販売、安全指導、アフターサービスの一貫した流れを徹底 地域の話題を集める超大型店オープン!

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。
ご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 宣伝部宣伝一課
「ヤマハニュース」係
☎05383(2)1111 内線356



↑店頭展示スペースもゆったりとした「エルドラード」さん



友田社長

お店のシンボルでもある店舗脇の外周180mのミニサーキットは、乗り方教室の会場ともなる

明るいショールームにはビッグバイクがずらり



〔ヤマハ静岡・浜松営業所〕最近のバイク業界のめざましい拡大につれて、画期的なお店が各地に相ついで出現していますが、去る2月11日には、バイクと用品販売からミニサーキット、運転免許教室、喫茶コーナーまで完備した超ビッグショップが静岡県袋井市に誕生、地域の人々の話題を呼んでいます。

袋井市国本の国道1号線沿いにオープンしたこのお店は、その名も「エルドラード」。940坪の敷地に80坪の店舗（うち40坪はショールーム）、30坪のサービス工場、さらに外周180メートルのミニサーキットを備えたもの。こんな超ビッグショップ誕生のいきさつと、今後を友田和夫代表取締役は次のように語っています。
「ポケバイを作っているコースが欲しいなと思ったのがこの起り。コースだけよりは展示場も、展示するなら販売も、売るならポケバイばかりでなくバイクも、カートも、船外機も、とオールヤマハになっちゃいました。」

主力はバイク。最近の暮しへの浸透ぶりとスポーツとしての愛好者の広がりはずいぶん大きいですからね。ヤマハの商品構成も万全。これならどんなお客さまの要望にも応えられると思います、ヤマハ全製品の展示販売を、と全国にも例の少ない大型店をつくったのです。

ご家族づれにも気軽にバイクの楽しさを知ってもらおうと、コースと喫茶コーナーも設けました。コースはポケバイと乗り方教室用。この他サービス工場も充実させて、販売→安全指導→サービスの一貫した販売を店の特徴としていくつもりです。大きさにいえば、ここから新しいバイクの文化が育って欲しい、そんな気持ちです……

3月のイベントふたつ

81ジャパン・ショップ (3月5日～11日)

東京モーターショーの会場としておなじみの東京・晴海の国際貿易センターで3月5日から1週間、日本経済新聞社主催の「81ジャパン・ショップ」が開かれます。

昨年まで開かれていた、店舗総合見本市の第10回記念大会。今回のテーマは「ショップ・フォー・ザ・フューチャー」、20代のヤングに対する魅力ある店づくり、というわけですね。このテーマのもと、ひとつのゾーンに7業種の小売店がモデルショップを展開するテーマゾーンには、ヤマハ・バイクショップも展示されます。店舗に対するヤマハの姿勢を示すというものではありませんが、80年代の町と店舗との調和を考える「81ジャパン・ショップ」の春の一日、どうぞお店のみなさまでお出かけください。

3月27日から3日間 第10回東京モーターサイクルショー開催

一方、春の恒例行事として熱心なバイクファンの間にはすっかり定着した「東京モーターサイクルショー」も今年で10回目、3月27日から3日間、東京文京区の後楽園展示センターの1号館で開催されます。

内外の最新鋭モデルに加えてユニークな名車、珍車、クラシックバイク、カスタムバイク、レーサーなど約200台が展示され、安全運転講習会、映画会、人気バイクコンテスト、スポーツ相談……等も盛りだくさんの催しもあわせて開催されます。お客さまとおさそいあわせてぜひどうぞ。

▼主催・第10回東京モーターサイクルショー実行委員会
▼入場料・大人700円、中学生500円



ベルギーに、XVに人気沸とう!

1日5000人を集めた '81ヤマハニューモデル発表展示試乗会

〔ヤマハ神奈川・平塚営業所〕本格スクーター「ベルギー」と話題のVツイン「XV750スペシャル」春商戦の人気のマトとなるふたつの新商品の発表展示試乗会が、ヤマハ神奈川(株)平塚営業所主催のもと平塚市茅ヶ崎市の10店の販売店さまの協賛を集めて2月15日、平塚市の荒井自動車学校・花水校で開かれました。

春のシーズンに先がけてのこの催しは、今年で3回目、お客さまにもおなじみのものとなり、年々規模を拡大していますが、特に今回は話題の新商品の発表会とあって折込みチ

ラシ8万枚、店頭ポスター200枚、タウン誌「湘南ジャーナル」への広告掲載など一大告知も行なわれました。また新商品の前評判も良く、話題のニューモデルに初めて接するチャンスとあってお客さまの関心も最高のもりあがりを見せたもの。お目当ての「ベルギー」と「XV750スペシャル」の試乗会はもちろん、会場ところ狭しと並べられた展示コーナー、また中古車コーナー、用品コーナー、乗り方教室……とどこも大盛況。なんと5000人のお客さまが、心ゆくまで見て、触って、

乗って、バイクの一日を楽しまれました。

なお、協賛店さまは次のとおりです。

- ▼オートショップ水沢輪業(水沢昇社長)
- ▼アサヒモーターズ(相之間政義社長)
- ▼南豊田モーターズ(大島正勝社長)
- ▼湘南オート(夏目正勝社長)
- ▼オートショップワタナベ(渡辺達比古社長)
- ▼オートセンタ―湘南(井沢克彦社長)
- ▼モリサイクル(森輝雄社長)
- ▼オートショップ中村(中村幸雄社長)
- ▼南青木輪業(青木幹茂社長)
- ▼ホリデーバイク(富山唯志社長)



↑ヤングのお目当てはもちろん「XV750スペシャル」。「ワーツ、こんなに楽に足がつく」、「750とは思えない」、「乗りやすいね」……という声がいっぱい出ていた

←本格スクーター「ベルギー」の試乗会には、ご家族づれやナイスミドルが多数つめかけていつもとはちょっと違った雰囲気も



RD250で走破した
6大陸17万キロの記録
玉井洋造 著
「あるときは闇の砂漠」

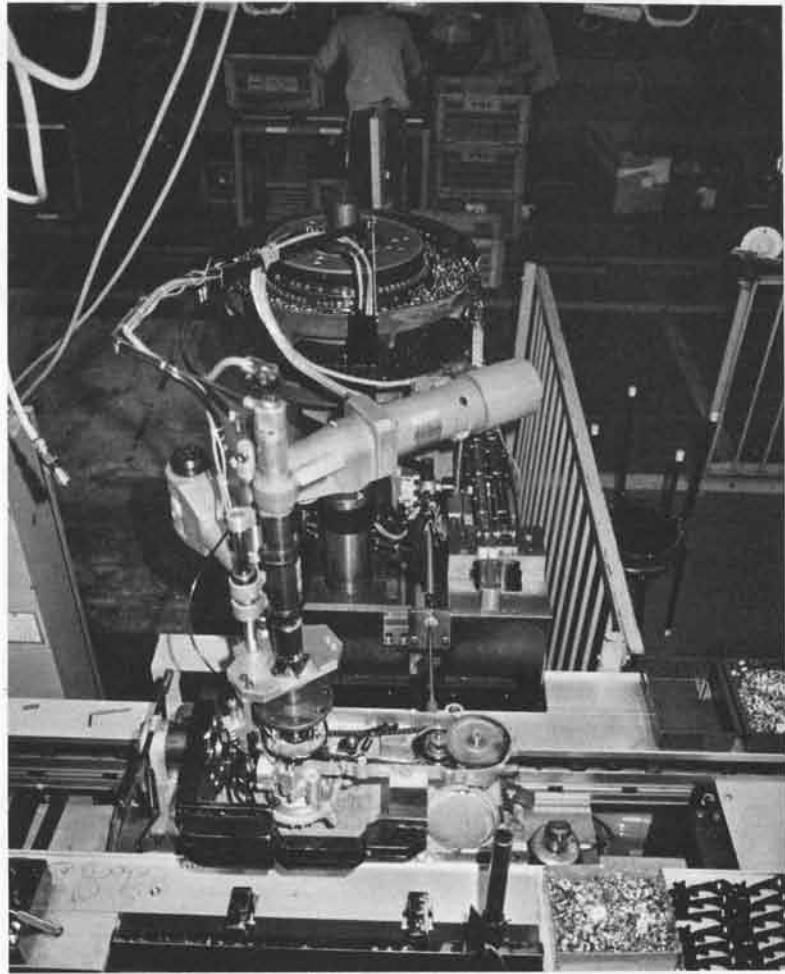


「実に地球を4周するバイクの旅で若者は何を得たのか? あるときは緑の草原を、またあるときは闇の砂漠を爆走する——人の心のぬくもり、に泣き、悪意に傷つき、文化の落差にとまどいながら……」

昨年の本誌7月号でご紹介した玉井青年とRD250のバイク世界一周記が、単行本にまとめられ出版されました。

足かけ3年におよぶ17万キロ、世界57カ国走破の記録。RD250で駆けめぐった大自然と、人びとのふれあいが克明につづられています。春のバイクシーズンに先がけて格好の読み物、お客さまにもどうぞご紹介ください。

▼立風書房刊 定価980円



↑CAME 1号(手前)と多重フィーダーの組合わせで一段と自動化したパッソル・エンジン組立てライン



→わが国初の本格的な多機能ロボット組立てラインとして注目を集めるCAME 1号

さらに進むモーターサイクル生産の自動化、省力化 新システム3種を新導入!

ヤマハでは、以前からモーターサイクル生産の自動化、省力化について独自の研究開発をすすめていますが、今年度から新開発の次の3システムを本格的に導入しました。

- 組立て用多関節ロボット・CAME 1号
- ピストン・ナット類多重フィーダー
- リニアモーター式コンベア

また多重フィーダーは、一台の加振機に数ユニットの部品ポウル(皿)を組合わせることにより多種類の部品を自動供給できるという業界にも例のないフィーダー。多関節ロボットとの組合わせによって自動化効果を一段と進歩させたものです。さらにリニアモーター式コンベアは、パッソルのボディ組立てライン、4サイクル車のボディ組立てラインに導入されています。ユニットの長さ10mというコンパクトサイズで接続によって延長が可能、移動も簡単。使用後のパレット返送に日本で初のリニアモーター方式を採用しているものです。

パッソルエンジン組立てラインに投入された11台をはじめ計28台が導入されている「組立用多関節ロボット・CAME 1号」は、マイクコンピュータのコントロールによって人間の腕と同様の機能を持ち、人間以上の精度とスピードを持つ画期的なロボット。

モーターサイクルは、自動車とちがって1ラインで多機種大量生産が基本。車体構造もコンパクトで入り組んでいるために組立ては人手に頼らざるを得ず、画一的な自動化は困難とされてきました。このネックを解消し、生産効率を向上させるために研究開発したこの3システム。モーターサイクル業界での組立て用ロボットの本格導入はこれが初めて、リニアモーター式コンベアの実用化もわが国で初めてのことで。



→大成功の「发表展示会」で'81年春商戦に快調なスタートを切った協賛販売店のみなさま

そだてよう! スポーツどころ、遊びどころ

'81 スポーツランドSUGO



いちめんを雪におおわれていたスポーツランドSUGOも、もう春の訪れを感じさせる季節に。屋外のプレイゾーンも、いよいよこの3月21日からオープンします。

求められるレジャーセンスのシェイプアップに!

バイク販売になくてはならないレジャーセンスのシェイプアップも、スポーツランドSUGOならバッチリ。アーチェリー、バターゴルフ、クロッカー、frisbeeの軽スポーツから、スイミング、テニス、フィールドアスレチックの本格スポーツまで、心ゆくまでお楽しみいただけます。



休日のひとときは、それこそご家族ぐるみでリラックス!

新緑まばゆいゴールデンウィークや、太陽がさんさんと降りそそぐ夏休み、さらに真っ白い雪につつまれるお正月は、ご家族ぐるみでリラックスする絶好のチャンス。お子さまから大人までがフルに楽しめるイベントはもちろん、SUGOならではの味覚の数かずもお楽しみいただけます。



みちのくツーリングのワンポイントベースに!

東北自動車道の村田ICから約10分のスポーツランドSUGOは、お客さまとのコミュニケーションを高めるみちのくツーリングのワンポイントベースに最適。SUGOのホテル・くぬぎ山荘は、その日のライディングの疲れをいやしてくれます。



ロス(4/25~26、10/17~18=GP)やジャパニカートグランプリ(10/10~11)をはじめ、ロード、モトクロス、トライアル、カートのSLサマーフェスティバルも開催されます。



SUGOのビッグイベントでモータースポーツの醍醐味を!

恒例のSUGOビッグロードレースは、今年も5月3日と10月4日の2回。また、全日本モトク

ご入園料

	平日	日・祝日
小学生	150	200
幼稚園	えん	えん
中学生	300	500
高校生	えん	えん
大人	500	800
	えん	えん



■お問合せ、ご予約は下記へどうぞ。

スポーツランドSUGO
〒989-14 宮城県柴田郡村田町菅生
☎022483-3111
SUGO東京営業所
〒104 東京都中央区銀座8-8-5 陽栄銀座ビル
ヤマハ発動機株式会社東京支店内 ☎03-574-8021
SUGO仙台営業所
〒980 仙台市一番町4番1号 福田ビル1F
☎0222-66-8401~4

まさに乗用車感覚——ベルーガコレクション お客さまのスクーターライフを広げる36種。

名づけて「ベルーガコレクション」。——ハイセンスな本格スクーター『ベルーガ』とのトータルコーディネートをめざして開発したオリジナル用品のかずかずです。ファッション、メンズ・グッズ、オプション&アクセサリ……その数、じつに36種のベルーガコレクション。フルオプションの1台の『ベルーガ』が店頭イメージをがらりと一新し、お客さまの用途に合わせた適確な本体とのコーディネートが、お客さまのスクーターライフをさらに拡大します——

●ヘルメット

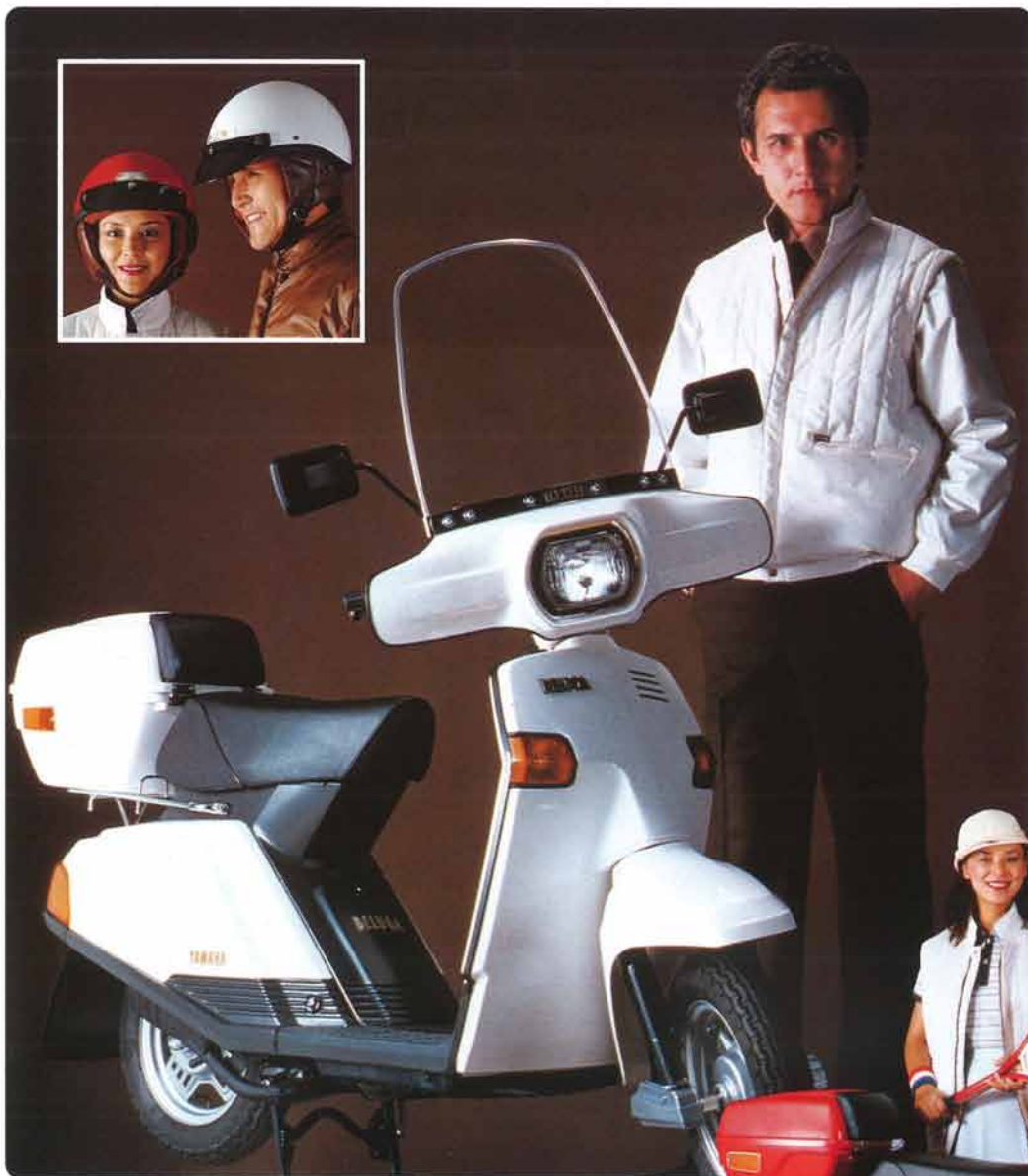
行動派アダルトにぴったりのニュータイプのオリジナル・ヘルメット。ホワイト、レッド、ブラックの3カラーに各S、M、Lの3サイズがあります。11000円

●フェアリング

ハイセンスなベルーガのシルエットを一段とセンス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の2色。9500円

●ブルゾン

おしゃれなブルゾンは、ぴったりのスクーターウェア。リバーシブルでも着れ、しかも袖のファスナーを外せばベストとしても着用可能です。素材はポリエステル65%と綿35%の撥水加工。中綿はポリエステル100%。アイボリーとブラウンのリバーシブルでM、Lの2サイズがあります。18000円



●リアボックス

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・ヘルメットもらくらく入る大容量です。FRP製、カラーは車体色と同じホワイトとレッド。アタッチメント付。15000円。80cc用アタッチメント1800円

●サイドキャリア

便利なサイドキャリアはスポーツ派の必需品。テニスラケットなら2本は納まるゆったりサイズです。3000円



