

《特集》選ばれるお店の条件とは?!

ミッドナイト仕様
限定販売

RX50 *Special* 新発売!



YAMAHA NEWS No.218 AUG. 1981

<特集>選ばれるお店の条件とは!?
 他業界にみる、選ばれるお店の条件……………3
 お客さまが語る、選ばれるお店の条件……………6

XT250ベア、シルクロード踏破レポート
 パートII ……………12

●カラー

ポータブル発電機「ET800」新発売
 限定販売「RX50Special」ミッドナイト仕様……………15
 ヤマハスポーツプラザ 各地にオープン……………16
 ヤマハショールーム……………ヤマハ和船……………18

話のパドック……………19
 フレンド店登場⑧……………20
 連載⑧ セールス最前線……………22
 パワーアップ★ヤマハ奥さま……………24
 ヤマハトピックス……………26
 セフティ★コーナー……………29
 SUGOインフォメーション……………30
 ヤマハ用品★部品コーナー……………31



3月末、スポーツランドSUGOで開かれた、第1回YSPミーティングからスタートしたヤマハの新しいスポーツ政策「YSP」は、以来めざましい進展をつけています。中でも、新時代に即応した「クオリティ・ショップ」として注目されていたニューショップ「YSP」(ヤマハスポーツプラザ)も相ついで誕生、最盛期のスポーツバイク商戦に大きな話題を投じています。今月のカラーページは、東と西からオープン間もない2店の「YSP」さんをご紹介します。

2人に1人、運転免許! 7月2日、警察庁が発表した'81年5月末現在の運転免許保有状況によると、免許適齢人口に対する保有者の割合がついに50%を突破しました。4380余万人という免許人口はアメリカに次いで世界第2位。20才から60才までの年齢別に絞ってみると1.7人に1人。男性だけでは1.2人、女性は2.8人に1人という保有率。こと男性に限ってみれば国民皆免許は実現されたノといえそうです。

<表紙> 木漏れ日の輝き、緑をわたる風、野鳥のさえずり、澄みきった溪流……林道ツーリングの楽しみはつきない。

特集：選ばれるお店の条件とは!?

「選択の時代」などという言葉が聞かれて、もうずい分経ちます。人びとの消費活動は、依然として停滞気味。堅実な消費者は、厳しい選択の眼で、モノを選び、お店を選んでくれています。さて、こんな時代、どんなお店がお客さまから選ばれるのか?! 今月は「お客さまに選ばれるお店の条件」をさぐってみました。



↑もっかヤングに大流行のオリジナル商品が並ぶ店内は、平日でもこの盛況ぶり

↓ブルー&ホワイトを基調に海のイメージを売る「ポートハウス」さんのしょうやかな店舗



独自のブランド・イメージがヤングのハートをとりえた

●ポートハウス(東京・渋谷)

加藤益男店長

スポーツバイクのヤングユーザーと同世代の若者が、それこそ北海道から沖縄まで文字通り日本全国から来店するという驚異的なお店、それが話題のファッションティック「ポートハウス」さんです。

「平日でも1日2000〜3000人、週末ともなれば日本全国から5000〜10000人の来店客があります」と、その驚くべき「選ばれぶり」を語る加藤店長。これがなんと、店舗面積11坪のお店というのですから、売上げ効率・日本一という加藤店長の言葉もうなずけようというものです。

「ポートハウス」さんのナニがこれほどヤングをひきつけているのでしょうか?

「ひと言でいえば、ブルートラディショナルのブランドイメージで統一したうちのオリジナル商品を身につけること、ポートハウスを着ることがこの夏のヤングの流行になっってしまったということですね。

それも、商品はヤングのファッションライフをカバーするものがすべて揃っていますから、トータルコーディネートで演出できる」では、この流行、ブームを波及させていっ

まずは、さまざまな業界でお客さまの評判を集めているお店から直接“選ばれるお店の条件”をさがってみましょう。

なにしろお客さまにしてみれば「バイクの代替は延期して、海外旅行へ」などという“異業種間競争”の時代、こうした他業界の動向も、私たちの業界に決して無縁ではないのですから。

婦人層を対象に

“ホビーのある楽しい暮らし”をアピール

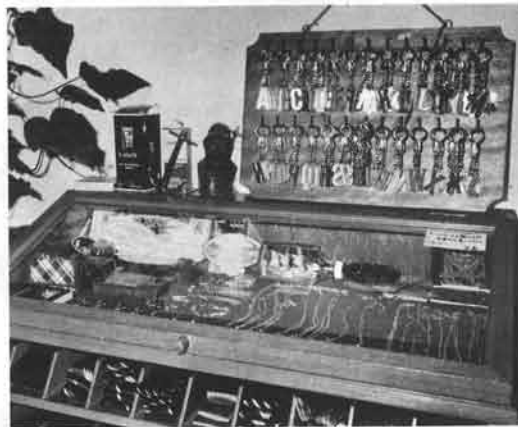
◎ホビィラ・ホビィレ(東京・銀座)

女性の間でずいぶんブームを呼んでいる「手芸」。その素材や機材を扱う趣味のお店「ホビィラ・ホビィレ」さん。単にモノを売るだけでなく、つくる楽しさ、つくったものを使う楽しさを提供していくというお店のポリシーが、多くの女性の共感を呼んでいるのです。

「既存の手芸店とはちがいますヨ」と開口一番、前記のご商売のポリシーを話してくれた釜谷店長。このポリシーは、その商品構成、店内演出などにはつきりと打出されています。いわば「生活提案」の明快なお店。

「モノを売る」という中には物質的なものと精神的なものとの2つの意味があるわけですね。目に見えるモノに、目に見えないモノをつけて売って行くことができれば、お客さまは必ず満足してくださるはずですね。

うちでは、実際に手織りの素材を売っているわけですが、プラス「こんな楽しいつくり方がありますヨ」とか「つくったモノを使えば生活がこんなに楽しくなりますヨ」というところまで、お客さまに提供していきたいと思っています。この意味からも「ホビィラ・ホビィレ」さんのご商売で最も大切にされているのが、お客さ



↑こんな小物も揃えてトータルコーディネートをもりあげる



←加藤益男店長



←東京・銀座のファッションビル内にある「銀座ホビィラ・ホビィレ」さん

←藤製品、手芸小物そして参考書籍も……



→釜谷美由紀店長

↓素材、機材、それらを使って作りあげた各種製品がカラフルに並び「ホビーのある暮らし」の楽しさをアピールしている



た原動力は？
「都内の場合はほとんどヤングの口コミ。地方へはポパイ、メンズクラブなど男性ファッション雑誌の記事ですね。それも広告ではないパブリシティ記事です。そうしたものを通じてポートハウスが作り出すファッションの世界がヤングの間に広まっていったのだと思います」
時代はまさにホンモノ指向の時、そしてヤングの間ではブランド指向の傾向が一段と顕著になっている時、こうした時代背景にまさにジャストミートした「ポートハウス」さんです。



他業界にみる選ばれるお店の条件



「まとお店のコミュニケーション。そのために、お店ではゆっくりくつろいでいただけるように、そしてどんなことでも気軽に相談していただけるような雰囲気づくりを心がけています」

もりだくさんの品ぞろえも欠かせぬ条件。ロッド、リール、ウェア、バッグ……いずれも世界の有名ブランドが並んでいる



コーナーの隅ずみに至るまでゲームフィッシングの楽しさを伝えるキメ細かい工夫が



南 祐二店長

「集客は専門誌広告で」と店舗はテナントビルの3階。白木の壁がアウトドアムードを演出

アタルトのライフスタイルの中に
釣りをしっかりと位置づける普及活動
●キング フィッシャー(東京都・町田市) 南 祐二店長

量販店の台頭が話題の釣具業界。そんな中でも奥深い釣りの楽しさを普及しながら堅実なご商売を展開する専門店が、マニアの信頼を集めて盛況。フライ&ルアー専門店「キングフィッシャー」さんも、そんなお店の1店です。

数多い釣りの中でも、いまや小学生からアタルトまで最も幅広く愛好者を増やしているのがフライ&ルアーと呼ばれる擬似餌を使うゲームフィッシング。しかし、この外来の釣りは、まだ普及途上というわけで専門店としてのお店づくりにも、さまざまな要素が求められています。

「やはりお客さまにしてみれば、道具を売りっ放しということではなく正しく、安全なゲームフィッシングの世界を教えて欲しいということでしょうね。うちでは、これを「無料個人レッスン」のようなアフターサービスの一環として実施して、量販店との差別化をはかっています」

ビッグバイクと同様な高度な趣味の世界、それだけにまた、長く楽しんでいたがための努力も大切。

「そうですね。ですからお客さまのライフスタイルの中で、釣り自体をしっかりと位置づけられるようにする。そしてだんだんと深い世界へ、長く楽しんでいたがためにすること。そのためには、釣りだけにこだわらずアウトドア・スポーツのひとつとしてとらえて行く商売も必要でしょうね。いずれにしても、遊びの世界。なんてですから、売る側もお客さま以上の遊びの精神で、お客さまに楽しい世界を提供できれば……」

ユーザーが語る 選ばれるお店の条件

多様化するユーザー・ニーズに对应して、ますます「個性」が求められるお店づくり。さて、バイク販売においても、商品構成や地域特性に合わせたお店づくりが、いま、緊急な問題となつています。そこで、以降の6頁で展開するのが、実際のユーザーが求める理想の販売店像。ヤングユーザー、女性ユーザー、アダルトユーザーが語る「選ばれるお店の条件」を、今後のお店づくりにお役立てください。

ヤングユーザー20人に聞いた 「選ばれるお店」の条件

たえず新しい情報を追い求めるヤングのお客さまは、当然のことながら代替サイクルも早いといえます。それだけに、お店に対する評価もきわめてシビア。ここでは、いま話題のRZ50をはじめとする50ccスポーツから、バツソルやベルガのスクーター、さらにXJ400を頂点としたスポーツバイクに乗る20人にインタビュー。ヤングユーザーの生の声をまとめてみました。

1 なにがお客さまの心をとらえるのか?!

- いまのお店を知ったキッカケは?
- ・友達で紹介して知った (17才/高校生)
 - ・家の近所にあるから (18才/大学生)
 - ・催しのチラシを見て (16才/高校生)
 - ・教習所の看板広告で (16才/高校生)
 - ・用品類が豊富だと雑誌広告でうたっていたから (18才/会社員)
 - ・スパーで展示会をやっていた (18才/大学生)

仲間ひらびらへ話題に上るお店は、

- ・技術力が秀れたお店 (17才/高校生)
- ・アフターフォローのいいお店 (17才/高校生)
- ・いつも話ののつてくれて、すごく気やすいお店 (17才/高校生)
- ・バイクの台数をたくさんそろえているお店 (19才/大学生)
- ・人気車種を多く置いてあるお店 (19才/大学生)
- ・明るい雰囲気サービスがいいお店 (16才/メッキ工)



- ・ていねいで修理が早いお店 (16才/高校生)
- ・外車を扱っていて、用品類も豊富なお店 (19才/大学生)

外から見てどんなお店が気になるか?

- ・新商品をいち早く飾ってあるお店 (18才/大学生)
- ・大型バイクが展示されているお店 (16才/高校生)
- ・明るくて、きれいで、バイクの数が多いいお店 (17才/高校生)
- ・センスのいいショーウィンドがあるお店 (19才/大学生)
- ・パーツ類がたくさん揃っているお店 (20才/大学生)
- ・若い客が多く集まっているお店 (17才/高校生)
- ・いつも忙しそうにしているお店 (19才/大学生)
- ・よく売れていそうなお店 (16才/高校生)

2

お店を選ぶ条件とは?!

なぜ、いまのお店でバイクを買ったのか?

- ・アフターサービスがよさそうだったから (17才/高校生)
- ・お店の人の対応に好感がもてた (18才/高校生)
- ・後あともいろいろと相談できそうだった

実際に入りやすいお店といつたら?

- ・外からでも店内の様子がわかるお店 (18才/大学生)
- ・新商品がつねに展示されているお店 (16才/高校生)
- ・お店の人の愛想がよくて親しみやすく話しかけてくれるお店 (17才/高校生)
- ・きちんとバイクが整理されていてスポーツ専門的なお店 (17才/高校生)
- ・子供だからといって馬鹿にせず、黙って見せてくれるお店 (16才/高校生)
- ・明るく見るからに楽しそうなお店 (17才/高校生)
- ・若い店員がいるお店 (19才/大学生)
- ・大きなお店で整備に力を入れているお店 (16才/高校生)
- ・店の前に商品が飾ってあるお店 (20才/大学生)
- ・お客の出入りが多いお店 (16才/高校生)
- ・ショールームがあって、自動ドアで、冷暖房完備のお店 (16才/工具)

たから (16才/高校生)

- ・新車・中古車を問わずどのバイクにも値段がちゃんとしているから (17才/高校生)
- ・社長がいい人だといわれている店だから (17才/高校生)

※お客さまのニュアンスをそのままくみとっていただくために、回答はできるだけ忠実に再現しました。重複する内容の回答は省略させていただきましたので、あしからずご了承ください。なお、氏名については匿名とさせていただきます。

・友人から買った中古車の修理も気やすくしてくれたので(17才/高校生)
 ・車検もやってくれる(16才/高校生)
 ・家にもっとも近い(16才/メッキ工)

他のお店とどんな点で比較したか?
 ・ひとつひとつのバイクに値段が決まっているかどうか(17才/高校生)
 ・購入時にどんなサービスをしてくれるか(17才/高校生)
 ・お店の親しみやすさ(17才/高校生)
 ・商品の揃え具合(19才/大学生)
 ・店の大きさと店内の整理状態(20才/大学生)
 ・注文してから納車までの期間(19才/大学生)
 ・サービスと価格(16才/工員)
 ・お店の雰囲気(16才/メッキ工)

3 感じのいいお店とは?

お店に入って、まず自分が行くときは?

・用品、部品、そして新商品(17才/高校生)
 ・新商品の展示(16才/高校生)
 ・もっとも大きな排気量のバイク(17才/高校生)
 ・自分と同じクラスのバイク(16才/高校生)
 ・修理中のバイクをどんな故障なのか確認する(19才/大学生)
 ・展示バイクがきれいかどうか(18才/無職)
 ・店員の表情(16才/高校生)

バイク展示についてどう思うか?

・車種が多く並べられているので比較しやすくていい(17才/高校生)
 ・あまりつめて並べないで、またがれるようにしてほしい(18才/高校生)
 ・大きなバイクをもっと置いてほしい(17才/高校生)
 ・ただ並べるだけじゃなく、そのバイク

4 長いおしほいをするためには?

いま最も不満に思っていることは?

・暗くて乱雑でキタなく、専門家ぶっておうへいな口のきき方をする(18才/高校生)

・修理の際の親切さ(16才/高校生)
 ・アフターサービスのよさ(19才/大学生)

どんなお店が好きか?
 ・何でも面倒がらずに相談にのってくれる店(17才/高校生)
 ・お店のスタッフが明るく話しやすいお店(16才/高校生)
 ・メカのことを親切に教えてくれるお店(17才/高校生)
 ・気軽に出入りができるお店(16才/高校生)
 ・小さなことでもちゃんとやってくれるお店(16才/工員)
 ・修理をキチンとやってくれるお店(16才/高校生)
 ・ショールーム的な大きな展示場がある見て楽しめるお店(19才/大学生)

に関連のある用品類や小物なんかも飾っておくと楽しそう(19才/大学生)

・自転車屋さんみたいに、もっと空間を利用すれば見やすくなるのに(18才/大学生)
 ・ホコリをかぶったバイクを見るのはイヤ(18才/高校生)

その他の店内演出についてはどうか?

・店内が混んで落ち着けない(17才/高校生)
 ・パーツ類を豊富に揃えてほしい(17才/高校生)
 ・ミラーやウィンカーなど壊れやすいパーツについては、すぐにでも手に入るよう置いてほしい(16才/高校生)
 ・バイク用品はかなり揃っているけど、みんなセンスが悪いので買う気はしない(19才/大学生)
 ・もう少し種類を多くして、個々に値段をハッキリ書きなりしてほしい(18才/高校生)

・学生だからといって小馬鹿にしたような態度をとり、試乗すらさせてくれない(16才/高校生)
 ・有名なバイク店ほどアインがないかん



じがした(20才/大学生)
 ・暴走族っぽい客を平気で出入りさせていること(17才/高校生)
 ・部品をたのんでもなかなか取り寄せてくれない(19才/大学生)
 ・古い顧客が第一優先で、新しい人や初めてのお客には冷たい(19才/大学生)

今までどこにイヤ/と感じた経験は?
 ・呼んでもなかなか出てこない(17才/高校生)

・修理がいいかげんな店。原因もなにも教えてくれない(17才/高校生)
 ・見ているときまどって、落ち着いてバイクを見れない(16才/高校生)
 ・売ってやる/という態度で対応された(16才/高校生)
 ・お店の前を通りすぎた時、オヤジさんにじいっとにらまれた(17才/高校生)

・ツーリング途中で故障して、近くのお店に行ったら他社のバイクは扱っていない/といわれた(19才/大学生)
 ・こっちの言う/を充分に聞いてくれない(16才/工員)
 ・他の店に比べて修理費が高かった(16才/メッキ工)

・たまたまお客がたぐさいた時、お店に入ったら全員が目でヨソ者みたいに見られた時(19才/大学生)
 ・買わない/とわかったら急にツツケンドンになった(18才/高校生)

5 お店にきくべきこと

バイク販売店のイメージについて何?

・修理屋さん(16才/高校生)
 ・バイク好きがいつもたむろしている所(16才/高校生)
 ・暴走族のたまり場(17才/高校生)

・若者たちに合わせよう/合わせよう/と頑張っている(19才/大学生)
 ・めんどう臭そうな商売(16才/高校生)
 ・案外いい商売なんじゃないかな(20才/大学生)
 ・若い人の仕事って感じ(17才/高校生)
 ・油くさい(19才/大学生)
 ・楽しそう(18才/無職)

・カッコイイ(16才/メッキ工)
 ・小さい。メカニカル(16才/高校生)
 ・まだ町工場的なイメージから抜け出て

逆にかばい印象に残っていることは?
 ・買う際に自分の立場に立っているいろと相談にのってくれたこと(18才/大学生)

・修理をしてもらった時に、その直し方もいちゃいちゃ教えてくれた。他のお店では修理中に立ち会うのはイヤがっていたので(16才/高校生)
 ・オイル交換をたのんだら、そのついでに他の部分もチェックしてくれた(17才/高校生)

・納車の時に、わざわざ家までトラックで運んでくれた上、何かあったらいつでも来ます/と言ってくれた(16才/高校生)
 ・わからないことが起って電話で聞いたら、すごく親切に教えてくれて直すことができた(17才/高校生)

・いつ行っても親切にしてくれて決して子供あつかいしないこと(17才/高校生)
 ・わざわざ電話でツーリングにさそわれた時(20才/大学生)
 ・どんな小さなことでもよく覚えてくれていた時(17才/高校生)

・部品などオマケしてもらったし、海にも連れてもらった(16才/工員)
 ・モトクロスレース観戦に連れていってもらった(16才/メッキ工)
 ・どんなバイクでもすごく大切に扱っていたのに気がついた(19才/大学生)

お店のスタッフのイメージは?
 ・気取らない人。バイク仲間(17才/高校生)

・若くて元気がいい(18才/高校生)
 ・話しやすい(16才/高校生)
 ・面倒くさがらず聞いた事をすぐ教えてくれる(17才/高校生)

・親切でやさしい(16才/高校生)
 ・自分の知っている範囲では、悪いの一言につきる(17才/高校生)
 ・2人しかいない店ですが、とってもいい人たちです(17才/高校生)

- ・みんな地元仲間といった感じで面白い(19才/大学生)
- ・新しく大きな店で、展示コーナーなんかある店のスタッフはイキイキしているみたい(19才/大学生)

他業界ではどんなお店が気になるか?
 ・カメラ屋さん。カメラの他にもいろんなアクセサリがそろっている(18才/大学生)

- ・用品専門店。もちろんオートバイの(16才/高校生)
- ・健康的でカラフルなスポーツ専門店が好き(16才/高校生)

- ・いろんなメーカーの型式がそろったオートバイ専門店(17才/高校生)
- ・楽器屋さん。なんとなくバイク屋さん
- ・話題性が共通しているみたい(19才/大学生)
- ・チューニング屋(16才/高校生)
- ・パーツショップ(19才/大学生)

最後に、お店に対する要望は?
 ・お店の人は最低でも2級整備士の資格をもってほしい。そのお店で車検が受けられれば言うことはなし(18才/高

- ・輸出車などめずらしいバイクを展示してほしい(16才/高校生)
- ・展示、用品、修理と各コーナーをわけてほしい(17才/高校生)
- ・いつでも試乗させてほしい(17才/高校生)

・クルマのようにゆとりのあるショールームを作ってほしい(17才/高校生)
 ・有料でもいいからコーヒーが飲めて、バイクの話ができるお店にしてほしい(16才/工員)

- ・よく話を聞いてくれてコミュニケーションを深めたい(17才/高校生)
- ・部品をすべて揃えたい(17才/高校生)
- ・自由で、自由に工具を使えるスペースを与えてくれて、夜おそくまでみんなでバイクをいじれるお店をつくってほしい(16才/高校生)

- ・お店の雰囲気をもっと大人っぽくしてほしい(16才/メッキ工)
- ・修理はもっといいねい、素早くやってほしい(18才/無職)
- ・夢があって、僕たちのおもちゃ箱的なお店であってほしい(19才/大学生)

女性ユーザー20人に聞いた 「選ばれるお店」の条件

女性ユーザーにインタビューしてみても、圧倒的に多く耳にしたのが、「明るい」「やさしい」「きれい」といったことば。また、意外や意外と思われたのが、より専門店化されたバイク販売店さんを望んでいたこと。女性ユーザー20人の答えは、必ずしも積極的にハネ返ってきたものはありませんが、それだけに遠慮がちに話されたことばには、多分に本音がかくされていったようです。

1 なにがお客さまの心をとらえるのか?

いまのお店を知ったキッカケは?
 ・知り合いの紹介で(23才/OL)

・自宅の近くだったから(32才/主婦)
 ・面倒見がいいと近所で評判だったから、



- ・自転車で行きつけの店(19才/ウエイトレス)
- ・通りがかりに寄って(23才/デパート勤務)
- ・家の近くでは最も雰囲気よかったから(18才/専門学校)
- ・ママハ原付免許教室を受講して知った(36才/パート)
- ・近所の人(22才/OL)
- ・デパートへ行けばバイクもあると思いついて、そこに出入りしているお店を紹介してもらった(28才/主婦)

仲間うちでよく話題に上るお店とは?
 ・大きくて明るいお店(27才/主婦)
 ・明るくて女性も入りやすい雰囲気のお店(32才/主婦)

- ・新車が早く入荷しているお店(19才/ウエイトレス)
- ・いろんなサービスがいいお店(23才/ブティック店員)
- ・アフターサービスのいいところ(23才/デパート勤務)
- ・若いおにいさんがいっぱいいるようなお店(18才/専門学校)
- ・自転車と併売でなく、オートバイの専門店(28才/主婦)
- ・若いスタッフでやっているお店(25才/理容師)
- ・価格表示のハッキリしているお店(36才/パート)
- ・原付免許教室をやっているお店で親切なところ(22才/OL)
- ・人の良いご主人がやっているお店(30才/OL)
- ・新しく開店したお店(28才/主婦)

- ・外から見てどんなお店が気になるか?
 ・店舗が明るいお店(23才/OL)
- ・修理工場を、もっているお店(27才/主婦)
- ・商品数の多いお店(39才/主婦)
- ・新車がきれいに飾られているお店(19才/ウエイトレス)
- ・外にバイクがずらりと並んでいるお店(23才/ブティック店員)
- ・やさしい感じの店員がいるお店(23才/パート勤務)
- ・自転車屋さんみたいでなく、店内が広い専門店(18才/専門学校)
- ・商品の展示方法やディスプレイが工夫され、つねに前面に惹きつけるものが飾られているお店(25才/理容師)
- ・ショールームがあるお店(30才/OL)
- ・美しいお店。やはり女だと見た目で決めちゃう(28才/主婦)

実際に入りやすいお店といったら?
 ・いつも店内にお客さんがいるお店(26才/主婦)
- ・店頭でバイクが展示してあるお店(45才/主婦)
- ・お客に気軽に話しかけてくれるようなお店(23才/OL)
- ・お店の奥さんが応対してくれるところ(34才/パート)
- ・展示台数が多く、実車を前に選べるお店(32才/OL)
- ・商品が揃っていて明るいお店(41才/主婦)
- ・外からも店内が見えて、中で何をやっているのかがよくわかるお店(33才/主婦)
- ・お客に対する受け答えがハキハキしているお店(39才/主婦)
- ・大道路に面しているところで、明るい感じのお店(19才/ウエイトレス)
- ・入口が広くて街道沿いのお店(23才/ブティック店員)
- ・こじんまりしたお店(23才/デパート勤務)
- ・ドアが開いているお店(18才/専門学校)
- ・自動ドアであるとか、観葉植物が飾ってあるとか雰囲気の良いお店(25才/理容師)
- ・小さいバイクがたくさん並べられたお店(23才/OL)
- ・昔から地元で販売しているお店(30才/OL)
- ・自転車やクルマの販売を兼ねていないお店(27才/主婦)
- ・あんまりナウすぎるのもちょっと抵抗あるけど、バイクだけじゃなしにファッション類が展示されているお店(33才/主婦)

- ・自転車やクルマの販売を兼ねていないお店(27才/主婦)
- ・あんまりナウすぎるのもちょっと抵抗あるけど、バイクだけじゃなしにファッション類が展示されているお店(33才/主婦)

特集：選ばれるお店の条件とは？!

2 お店を選ぶ条件とは？!

- ・なぜ、いまのお店でバイクを買ったか?
- ・店主の態度がとてよく親切に面倒を見てくれた(26才/主婦)
- ・修理工場があつてバイクもたくさん置いてあつたので(23才/OL)
- ・きれいで、こざっぱりしていて、入りやすかつたから(32才/主婦)
- ・女性だからと差別しないで、何でも相談のつてもらえた(41才/主婦)
- ・紹介だったので特にそれ以上の理由はないが、商品も多かつたし対応もよかつたのでおまかせした(27才/主婦)
- ・スタッフの感じのよさ。人間的なものです(39才・主婦)
- ・自分の家に近かつたので(19才/ウエイトレス)
- ・夜にバイクを買いにいったら8時頃にはその店しか開いてなかつたので(23才/デパート勤務)
- ・アフターサービスを含めて、サービスのよさで(18才/専門学校)
- ・チラシなどで特選車を知らせて、積極的なお店だと思つた(33才/主婦)
- ・原付免許教室で知つていたし、近くの

3 感じのいいお店とは?

- ・お店に入つて、まず自分が行くところは何?
 - ・まず店員(23才/OL)
 - ・ディスプレイとか話題の商品(32才/主婦)
 - ・バイクの展示スペース(39才 主婦)
 - ・ソフトバイクは色もハデで数も多いから、やっぱよしそこ(41才/主婦)
 - ・新車とか新車のポスターとか、そのときの話題を集めてあるコーナーを見る(23才/ブティック店員)
 - ・ヘルメットがほしいから、ヘルメットコーナーが気になる(18才 専門学校)
- ・バイク展示についてどう思うか?
 - ・半分位は満足している(26才/主婦)
 - ・ぜんぜんよく見えないし動かせないのですね、確かめようがない(45才/主婦)
 - ・品数が多いからいい(32才 主婦)
 - ・個性的な展示がない(27才/主婦)
 - ・ソフトバイクが前の方に置いてあるの
- ・スーパードも展示会をやつていたので(36才/パート)
- ・他のお店とどんな点で比較したか?
 - ・中古を買うつもりで3軒ぐらいい回り、自宅との距離やサービスの度を比較した(23才/ブティック店員)
 - ・買ったとき、どんなサービスをするのか(18才/専門学校)
 - ・価格と店員の態度(36才/パート)
- ・どんなお店が好きか?
 - ・面倒見がよく、ささいなことでもちゃんとやってくれるお店(26才/主婦)
 - ・落着いてゆっくり商品が観察できるお店(27才/主婦)
 - ・どんな時でもすぐ相談のつてくれるお店(39才/主婦)
 - ・若者がやつているお店(23才/ブティック店員)
 - ・新しい感じの明るいお店(25才/理容師)
 - ・自分のほしいバイクが展示してあるお店(22才/OL)
 - ・明るく感じがよいお店(28才/主婦)
- ・でいいと思う(19才/ウエイトレス)
- ・セル付き、キックのみなど種類別に分けて置いてくれれば、もっと決めやすいのに(25才/理容師)
- ・全車種を揃えてくれればすぐにでも決められるのに(32才/OL)
- ・その他の店内演出についてはどうか?
 - ・ウェア類でセンスのあるものが少ない(26才/主婦)
 - ・用品、部品類はやはり豊富に置いてあつた方がいい(23才/OL)
 - ・直接バイクとは関係なくとも、持つておかしくないバッグや小物、アクセサリ類もきれいなお店なら扱つてもいいのではないかしら(27才/主婦)
 - ・ソフトバイクのアクセサリをもつておいてほしい(19才/ウエイトレス)
 - ・ジーンズ屋さんにあるようなステッカーを置いたら(23才/デパート勤務)



4 長いお付き合いをするためには?

- ・いま最も不満に思つていることは?
 - ・女相手だから馬鹿にした顔をしてる店員が多い(19才/ウエイトレス)
 - ・私の欲しいヘルメットがない(18才/専門学校)
 - ・点検ぐらいいはタダで(22才/OL)
 - ・店が狭いのでバイクを一日以上預かつて修理をしてほしい(30才/OL)
 - ・男のお客が独占しているようなので、もっとお店の中での奥さんの地位を強くしてほしい(28才/主婦)
- ・今までにとくにイヤ?と感じた経験は?
 - ・おしつけがましい売り方(26才/主婦)
 - ・安い買物ではないので、もっと親身になつて相談のつてほしい(39才/主婦)
 - ・ちよつと見るつもりでお店に入つたらバイクにスカートをつけて破いてしまつた(33才/主婦)
 - ・買うつもりがなかつたけど、興味があつたので「見せてください!」といつたら店員がいやな顔をしてくる(19才/ウエイトレス)
 - ・買つて一ヵ月頃、エンジンがかからずお店に電話したら、女だと思つて馬鹿にされ、私が「おたんじやないか」と言われた(23才/ブティック店員)
 - ・どうしても調子がわるいので電話をしたのに、なにかと言ひのがれて来ようとしなかつた(45才/主婦)
 - ・修理してもらつたときに、工賃と部品代の明細がハッキリしてもらえず気分が悪かつた(33才/主婦)
 - ・女性には縁遠い存在。主人がついていつてくれなければ、私とは一生無縁だつたかもしれません(32才/主婦)
 - ・油くさく汚れたお店。でも、いまはまだまきになりましたネ(27才/主婦)
 - ・男の世界ですね(19才/ウエイトレス)
 - ・女一人ではこわくて入れない(23才/デパート勤務)
- ・が悪かつた(32才/OL)
 - ・バックミラーをつけてもらつたら左右違うのをつけられた(30才/OL)
 - ・オイルのことで近くのお店にいったらそこで買ったバイクではないのでイヤな顔をされた(41才/主婦)
- ・逆にいちばん印象に残つていることは?
 - ・モトクロスのことをいろいろ教えてくれた(23才/OL)
 - ・何も知らなかつたけど、いろいろ面倒臭がらずに聞いたことに対してわかりやすく教えてくれた(32才/主婦)
 - ・故障した時にすぐ駆けて直してくれた(27才/主婦)
 - ・免許試験に合格したら、その日の夜にお店の奥さんがわざわざお祝いに来てくれた(45才/主婦)
 - ・ローン(スムーズ)に手続きしてくれた(33才/主婦)
 - ・お店でバイクを見ていたら「コーラをどうぞ!」とすすめてくれた(23才/デパート勤務)
 - ・夜、遅くにバンクを直してくれた(22才/OL)
 - ・バイク修理のため、買ったところではないお店に行った時、イヤな顔ひとつせず一週間修理して自宅まで届けてくれた(28才/主婦)
 - ・ワンデーツーリングにさそわれ不安ながらにいっていったら、とても親切に面倒みてくれ楽しかつた(41才/主婦)
- ・ほかに何にもできないけどバイクのことならまかせとけて感じ(18才/専門学校)
- ・いろんなバイクに乗れてうらやましい(36才/パート店員)
- ・まだもうひとつハイセンスなところがない。ドロくさいところがある(28才/主婦)
- ・お店のスタッフのイメージは?
 - ・親切で明るい人たち(32才/主婦)
 - ・家族ぐるみでいいじゃないですか(23

- ・オプティック店員)
- ・油污れの服装はなんとかならないのかなあ(26才/主婦)
- ・若い店員はあまりバイクのこと知らないみたい(23才/デパート勤務)
- ・ちょっと暗いイメージがある。ことば使いが身なりか、わからないけど(33才/主婦)
- ・乗り方まで指導してくれるし、とても親切(34才/パート)
- ・奥さんが活発で免許教室から納車、乗り方指導までやってくれた(41才/主婦)
- ・他業界ではどんなお店が気になるか?
- ・東急ハンズ。遊びの精神が全館通じて感じられるから(23才/OL)
- ・明るくきれいに整理されたブティック(32才/主婦)
- ・観葉植物や藤家具や、木づくりなど、ちょっと個性のある喫茶店(19才/ウエイトレス)

- ・テニスショップ(22才/OL)
- ・陶器屋さん。どこの駅に降りても一軒は搜してのぞく(28才/主婦)
- ・最後に、お店に対する要望は?
- ・飾りつけをもっとセンスよくすればイメージが上がるのでは(26才/主婦)
- ・用品類を豊富に置いてほしい(23才/OL)
- ・女性が腰をおろせて、ゆっくりバイクの話や世間話ができるお店ができてほしいのに(33才/主婦)
- ・練習できるスペースがお店の脇にあれば、もっとサービスがノステッカーでも年賀状でも、お店の小物類をもっとください(23才/ブティック店員)
- ・故障の時など電話一本で修理に来てくれるようになれば(36才/パート)
- ・1日以上預かって細部まで点検してほしい(30才/OL)

「選ばれるお店」の条件

今回のインタビューで、最もこと細かく、そして幅広い視点に立ってお答えいただいたのが、アダルトユーザーのお客さま。ペルーガからXV750スペシャルまでのバイクに乗る20人は、いずれもがサービスの向上を切望。ゆっくりくつろげ、より多くのバイクに触られ、さらにお客さまと同次元に立ってのコミュニケーションが確立されたお店での、楽しいバイクライフを求められているのです。

1 なにがお客さまの心をくすぐるのか?

- ・いまのお店を知ったキッカケは?
- ・友達から聞いていた(31才/会社員)
- ・近いためお店の前を何度も通っていた(23才/獣医師)
- ・雑誌の広告で(23才/会社員)
- ・変わったバイクがほしくて街を走り回っているうち、小じんまりとした入りや

- ・すい店を見つけた(33才/喫茶店経営)
- ・クルマに乗っている頃からのつき合いで車検、修理に出していた(42才/会社員)
- ・通勤の途中にあり、ショーウィンドの雰囲気よかったから(33才/会社員)
- ・自宅から近いし、暴走族のバイクを扱



2 お店を選ぶ条件とは?

- ・なぜいまのお店でバイクを買ったのか?
- ・人のよさと技術の高さ(31才/会社員)
- ・やはりアフターサービス。金銭的な面ではなく良心的なつき合いという意味での(22才/会社員)
- ・パーツ類が豊富だから(20才/大学生)
- ・店主がバイク通で、自ら乗っているから(33才/喫茶店経営)
- ・暴走族が出入りしないので(30才/会社員)
- ・修理をよくやってくれるから(25才)

- ・飲食店勤務)
- ・他のお店とどんな点で比較したか?
- ・お店の雰囲気と技術力のみで(23才/獣医師)
- ・そのバイクに対する知識の深さ(20才/大学生)
- ・契約時のサービスの仕方を(22才/ブレス工)
- ・代替するバイクを最も高く買い上げてくれるお店(23才/会社員)

- ・わないと聞いたから(30才/会社員)
- ・以前、小さな修理で見てもらった時、よくやってくれたので利用するように(25才/飲食店勤務)
- ・専門誌の広告で(23才/タレント)
- ・仲間うちでよく話題に上るお店とは?
- ・用品がそろっている(31才/会社員)
- ・技術力の高さ(22才/会社員)
- ・お店に行くと話題が尽きないというか、いろんな情報を仕入れられるお店(23才/会社員)
- ・バイクのことを知っているお店(20才/大学生)
- ・遊び方も知っているお店(20才/大学生)
- ・ファッション性の高いお店で、やはり大型から小型までのバイクが数多くそろっているお店(22才/ブレス工)
- ・常連のお客が集まりツーリングクラブが作られているところ(64才/弁理士)
- ・修理の早いお店(23才/会社員)
- ・チューニングパーツをやってくれる(25才/会社員)
- ・外車を含めたビッグバイクが置かれたお店(33才/会社員)
- ・新車がいち早く展示されている(30才/会社員)
- ・外から見るとどんなお店が気になるか?
- ・外にも店内の明るい雰囲気は伝わってくるようなお店(31才/会社員)
- ・展示車種が多いお店(23才/会社員)
- ・サービス工場などメンテナンス面が充実しているお店(20才/大学生)
- ・専門店といった感じのお店(25才/会社員)

- ・パーツ類が豊富にあるお店は気になります(33才/喫茶店経営)
- ・店頭に最新モデルが置かれたお店(21才/会社員)
- ・シヨールム的にきれいに飾られたお店(42才/会社員)
- ・大きくカラフルなお店(24才/コック)
- ・外車や古いバイクが飾ってある(27才/医師)
- ・実際に入りやすいお店といったら?
- ・多感覚の楽しいお店(31才/会社員)
- ・かしまってなく、気楽に入れるお店(23才/獣医師)
- ・他のお店にないオリジナル用品があるのも魅力のひとつ(22才/会社員)
- ・気軽に話しかけてくれるお店(23才/会社員)
- ・プロショップという感じのお店(20才/大学生)
- ・パーツが多くそろっているところ(64才/弁理士)
- ・大きなお店(23才/会社員)
- ・バイクだけでなくパーツ、アクセサリーがいっぱい揃っていて、ステッカー一枚でも買える雰囲気のあるお店(33才/喫茶店経営)
- ・外に商品を飾ってあるお店(42才/会社員)
- ・歩道より低いお店(33才/会社員)
- ・ライダーが多く出入りしている(30才/会社員)
- ・明るくて親しみのあるお店(23才/タレント)
- ・何も言っていないで、自由に見える店(27才/医師)

特集：選ばれるお店の条件とは？!

- ・自分好みのバイクがあるかないか (33才/喫茶店経営)
- ・店員の態度 (27才/会社員)
- ・どんなお店が好きか?
- ・いつもお客の話に耳を傾けてくれるお店 (31才/会社員)
- ・技術力に自信をもっているお店 (23才/獣医師)
- ・人間関係が最後には大きな要素を占めるので人柄のいいお店 (22才/会社員)
- ・大きなお店より一人か二人でやっているお店。細かいたところまで直接相談に
- ・新しい用品が入ったかなあって (31才/会社員)
- ・他店にはないオリジナルのもの。Tシャツや小ものやパーツなど (23才/獣医師)
- ・整備工場の設備とスタッフの仕事ぶり (22才/会社員)
- ・大型車の展示 (23才/会社員)
- ・ピカピカにみがいであるバイク (22才/プレス工)
- ・新型車の展示 (25才/会社員)
- ・店員の態度 (27才/会社員)
- ・バイクの展示の仕方はどうか?
- ・一台一台の間かくを開けてほしい (31才/会社員)
- ・狭いけど展示台に段々をつけて全部が見れるのはいい (23才/獣医師)
- ・いま最も不満に思っていることは何?
- ・閉鎖的なお店が多い (23才/獣医師)
- ・新車がでたらすぐ乗り換えを強要する (22才/プレス工)
- ・若い店員が、バイクのことを知らない (64才/弁理士)
- ・暴走族っぽいものが多い (23才/会社員)
- ・バンク修理をイヤがる (25才/飲食店勤務)
- ・何かにつけお金をとる (23才/タレント)
- ・職人気質がない (26才/会社員)
- ・いままでにイヤ/だと感じた経験は?

4 長いおしおきめいをするためには?

- ・乱雑な展示はバイクがかわいそう (31才/会社員)
- ・直してもらったのに、すぐ故障した (23才/獣医師)
- ・指名しているのに他のバイクを押しつけてようとする (23才/会社員)
- ・他の店で買ったバイクは面倒見ない (20才/大学生)
- ・買うのか、買わないのかって、表情をあらわにした (33才/喫茶店経営)
- ・外車のお客とたまに居合わせた時、こつちをあまり相手にしてくれなかった (30才/会社員)
- ・のってしゃれた雰囲気ので (22才/プレス工)
- ・しゃれた雰囲気、パーツがたっさんあり、外国のバイク雑誌があるお店 (64才/弁理士)
- ・バイク以外の世間話も気軽に話せるところ (33才/喫茶店経営)
- ・お客の対象を絞っていない店 (42才/会社員)
- ・お客の中に同世代の人がいるお店 (33才/会社員)
- ・いつ行っても気軽に迎えてくれるお店 (27才/会社員)
- ・活気のある店 (20才/大学生)
- ・もっとしゃれた雰囲気づくりの店が増えればいいね (23才/会社員)
- ・何を売りたいのかわからない並べ方は駄目 (33才/会社員)
- ・ヤマハの全車種をそろえてほしい (50才/会社員)
- ・その他の店内演出はどうか?
- ・このお店でないと手に入らないというものがほしい (23才/獣医師)
- ・グローブ、ヘルメット、ブーツ等はせめて揃えてほしい (22才/プレス工)
- ・用品はいろいろなパーツをそろえるべき (64才/弁理士)
- ・価格表があれば予算立てもできるので置いた方がよい (33才/喫茶店経営)
- ・遊び心をもっととり入れるべき (27才/会社員)

3 感じのいいお店とは?

- ・逆だ、いちばん印象に残ったことは?
- ・始めてツーリングに行った時 (31才/会社員)
- ・店主と一緒に遊んだりバイクの乗り方を教えてもらったこと (23才/獣医師)
- ・初めてサーキットランに連れていってもらった時 (22才/会社員)
- ・古いバイクのレストアを、無理をいつて助けてもらった (20才/大学生)
- ・いいツーリングコースの穴場を教えて
- ・バイク販売店のイメージは?
- ・油っぽくてうすよこれている (31才/会社員)
- ・マニア向けというより一般大衆の店になりつつある (22才/プレス工)
- ・男のロマンを語り合う場 (64才/弁理士)
- ・女の子を連れていけない (25才/会社員)
- ・自転車屋さんの発展した感じ (33才/会社員)
- ・陰湿な感じ (27才/会社員)
- ・いろんなバイクに乗れてうらやましい (30才/会社員)
- ・修理をやっているオヤジさん (25才/飲食店勤務)
- ・スタッフのイメージは?
- ・小さく何でも話せる (23才/獣医師)
- ・みんな仲間というかんじで楽しい (22才/会社員)
- ・大きいお店は新人にまかせっきりでゆうつうがきかない (22才/プレス工)
- ・いろいろメカのことを教えてくれていいですネ (25才/会社員)
- ・店が大きくなると店員の応対も横柄になる (21才/会社員)
- ・年はとつても気が若く話しが合う (23才/タレント)
- ・他業界で気になるお店は?
- ・釣具のレジャーショップ (31才/会社員)
- ・キャンプ用品、アウトドア用品のお店 (23才/獣医師)
- ・スキー用品などのプロショップ (23才/会社員)
- ・外国のバイク販売店 (64才/弁理士)
- ・チューンナップショップ (25才/会社員)
- ・最後に、お店への要望を?
- ・バイクに限らず遊びの用品をそろえてもらいたい (31才/会社員)
- ・いつでもお客の目の高さと同じところでつき合ってもらいたい (23才/獣医師)
- ・お客どうしの交流に力を尽くしてもらいたい (22才/会社員)
- ・お店で長期のツーリングの企画をしてほしい (23才/会社員)
- ・部品の在庫を充実させてほしい (22才/プレス工)
- ・商売もいいけど、もっとバイクに愛情をもってほしい (64才/弁理士)
- ・暴走族はハッキリ拒否するお店になってほしい (23才/会社員)
- ・買ってもらったあとも親切第一にしてほしい (33才/喫茶店経営)
- ・バイクもより高度化してくるのでお店としてももっと勉強して、ソフト面も含めた知識を高めてほしい (21才/会社員)
- ・定期的な乗り方指導なり、安全教育をしてほしい (42才/会社員)
- ・シヨールーム的な感覚をもっと育ててほしい (23才/タレント)

5 お店にきかめめいをするには?

- ・このインタビュは、関東地区を対象として実施したものです。なお、回答者の一部に匿名希望の方がいらっしゃいましたので、あえて氏名は出さず、了解者のみのお写真を掲載させていただきました。紙面を通じて、あらためてご協力お礼申し上げます。
- ・くれた (22才/プレス工)
- ・廃車のミラーを無料で片側につけてくれた (33才/喫茶店経営)
- ・免許取得法を親身になって教えてくれた (30才/会社員)
- ・バイクを買った時に用品をサービスしてくれた (50才/会社員)
- ・オートバイから離れてもつき合えるようになったこと (25才/飲食店勤務)
- ・ジーンズショップなど個性のある店 (33才/会社員)
- ・アウトドアまで広げたウェア屋さん (27才/医師)





渡辺 繁さん
対談
浜村直美さん

先月号でご紹介したXT250ペアのシルクロード踏破レポートは、多くのお客さまや販売店さまの間で話題を呼んだものですが、今月号は当のご本人・渡辺繁さんと浜村直美さんの対談で思い出多いエピソードの中から、とくにバイクにまつわる話題をお話しいただきました。

ただ、まつすくな道をバイクで走りたいかた！

浜村 そもそも言い出しっぱは、私だったのよネ。シルクロードについては、中学校の地理の教育で「まつすくな道」というイメージをもっていたの。バイクについては24歳の時に自動二輪をとって病みつきに。で、30歳というのは人生のひとつの区切りでもあるし、ということと、シルクロードをバイクで走ろう！って決意したわけ。最初は一人で行くかと思っていたのだけれど、女手ひとつでは心細いということもあって、冗談みたいに会う人びとに「一緒に行かない!？」って誘っていたのネ。

渡辺 僕が浜村さんを知ったのは、確か浜村さんが引越するって時に手伝ってからのことなんだ。その前からも同じ会社に面白い人がいるなと思っていたんだけど、シルクロードの話聞いて「そりゃあ、いいや」と思ったわけ。その時は、僕はまだ免許を持っていなかったんだけど、話を聞いてまず浮んだのが映画の「イーजीライダー」のシーン。で、さっそく北海道の人が書いた体験記「シルクロード驚走記」を本屋で見つけて、浜村さんに読ませたんだって。

浜村 要するに、私は誰でもよかったのネ、腕っぶしさえ強ければ(笑)。本当はもう一人、ジープで行くって話もあったんだけど、その人は坐折して、最終的には渡辺さんと私のペアで準備を進めることにしたというわけ。

XT250のキマ手は足つき性と軽さ

渡辺 行く！と決意して、僕の最初の問題は当然のことながらバイクの免許をとることだったわけ。すでに浜村さんはバイクを乗り回していたので、かなり焦っていたというのが本音だネ。もともとバイクには興味もっていただけ、実際に乗ったのはこの時が初めて。教習所までよく浜村さんの後に乗せてもらって通ったわけネ。

浜村 結構、免許を取るまで苦労したみたいネ。それからDT1の中古を買ったんでしょ。渡辺 もう、この頃は頭の中はバイクのことばかりで、読むものもすべてバイクの本ばかり。そしてGX400が発売されて、す

ぐそれに乗り替え、いよいよ本格的にシルクロードツーリングのバイク選びを始めたんだ。浜村 バイクの情報は、もっぱら渡辺さんだった。もちろん、ヤマハで4サイクルのトール車が出るようになってきたのもネ。この間いろんな人に、どんなバイクがいいかって聞き回ったんだけど、結論は4サイクルで、丈夫で、軽いことだったのネ。

渡辺 最初はXT500に焦点を絞ったんだけど、浜村さんがどうしてもキックが大変になるだろうってことで、250ccを狙ったんだよ。

浜村 とにかく渡辺さんは178cmあるからいいけど、私は155cmでしょ。足がつかないことには仕方がないし、重いのも駄目なのでXT500はあきらめたんです。そして、そうこうしているうちに出したのがXT250。それは、もう衝撃的なニュースというか、興奮しましたネ。その足つき性の良さと、軽さには、一も二もなく即決定！って感じ。

完璧主義と体当りの主義のぶつかり

渡辺 XT250を手にしたのは浜村さんの方が早かったんだって。ちょうど出発の一カ月前。それから、20日のタンクを発売して、業務用のリヤキャリア、ライトカバー、メインスタンドをつけたんだね。メインスタンドをつけたのは、最初のうちに浜村さんがステップに乗ってじゃなければキックができないからだったけど、これは結果的にはツーリング後一カ月で不要になった。

浜村 渡辺さんのXT250はなかなか手に入らなくて最後までハラハラさせられちゃったのよネ。出発予定日が近づくにつれ、当然忙しくなるし、持ち物もかき集めなくちゃならないでイライラしっぱなし。私はお金さえあればなんでもなると思っていたけど、渡辺さんはキャンプ用品からパーツ類にいたるまでリストアップして完全装備を求めたの。ついにケンカになっちゃったり(笑)。

渡辺 キャンプ用品では、簡易テントや寝袋をはじめコッヘル、コンロなど。パーツ類は、チューブをはじめチェーン、スプロケット、レバー、ワイヤー、チェンジベダル……と、いまから考えれば結構いじげんに集めていたんだよネ。浜村さんは「いまだきのバ

●XT250ペアのシルクロード踏破レポート・第2弾
めざすはシルクロードのみ。
もちろんバイクなくしては
考えられなかった……

イクはそう壊れはしないノ」って言うし、JAFはJAFで「リストを提出してください」っていうし。ホント、なればノイローゼ気味になっちゃうたり。

浜村 ヤマハでメカニックの特訓も受けたでしょう。あれは、でも役立ったみたい。渡辺さんが図書館で、立ち寄る国々にお国事情を調べたのは、あまり役に立ったとはいえないけどホッ笑。

感動的だったXT250との出会い

渡辺 船便でパキスタンのカラチまで送ったのが6月10日頃。そして僕たちが飛行機で成田を飛び立ったのが7月2日。途中、パンコクへ寄ってカラチに入ったのが7月8日。でも、すぐXT250を受け取って出発ノというわけにはいかなかったでしょう。

浜村 実際にはXT250と対面できたのは7月21日なんだよネ。その間、何回も港の税関へ行って様子を見てくるんだけど、一度は見たものの、翌日コソ然と消えちゃったりして、一時は行方不明騒ぎにも。なんとか、引き渡された時は、それこそ嬉しくて、これからの苦難の旅のプレッシャーもふきとんだほどでしたネ。

渡辺 7月21日に受け取って、翌日は荷物なしでのウォーミングアップ。この時、どうだった？

浜村 それがこわくてネ。交通ルールなんてメチャメチャだし、バイクにも慣れていないし。

渡辺 僕もすごく緊張したのを覚えてる。とにかく現地のトラックやバスがこわくて、僕らが走っているのはおかまいなしで、ピュンピュンとばすものだから、しまいいは道路の脇のダートを走るハメに陥ったり。

浜村 まして、20kg以上の重い荷物を積んでるものだから、うまくハンドルを押さえないでしよう。最初のうちは、それこそフラフラで、周囲の景色が見えるようになって、1ヵ月位からかしらネ。

警戒心が居直りに変わって

ようやく好奇心も芽生え始めて

渡辺 パキスタンはメチャクチャに暑かったと思わない？砂の熱風でヒリヒリしどおし

だったけど。

浜村 暑さにもまいったわネ。なんか、予想以上に消耗しちゃって。私なんかすぐホームシックもかかっちゃったり。おハズカシイ渡辺。(笑)

渡辺 それと、地元の人に対しての警戒心がなかなかとけなかった。もう、こっちは身構えながら、話しをしていたり……(笑)

浜村 最初はどこへ行っても黒山の人がかりでしょう。あれにはマイッタわね。ちょうど通った時期がラマザン(太陽が出ている間は断食する習慣)にぶつかって、食事をするのも気がねしたり。

渡辺 半月ぐらいいは、夜なんかチェーンでバイクをつなぎとめて、その上にシートをかぶせて、ヒモでグルグル巻きにしたり。

浜村 私はそんなにしなくたっていいっていても、渡辺さんはかなり真面目に実行していたわけ。目的地に着くと、もう疲れているから、私なんかはすぐひと休みしちゃうわけ。で、すぐケンカになっちゃうたりネ。

渡辺 宿舎がしとバイク置き場には、ホントに神経をつかっちゃった。でも、慣れつつ怖いもので、そのうちだんだんルーズになっちゃうんだよネ。仕舞いには余裕ができて、好奇心も旺盛に。人とも積極的につき合おうようになったのも、その頃からだネ。

ネパールの山を越えてからはマシンの不安もどこかへ

浜村 不安といえ、マシンに対しても最初はかなりあったじやない。私なんかは、とくにタイヤについては、心配だった。

渡辺 とにかく暑かったからネ、パーストでもしやしないかって、ハラハラしどうし。

浜村 なるべく日陰を探しながら走ったり。しかも、私のXT250は未調整のままスタートしたので、若干回転が不規則でもあったし。

渡辺 1日の走行距離がだいたい300km前後でしょう。街から街までだから、だいたいガソリンの心配はないわけだよネ。もっぱら、心配のタネは、動物や子供の飛び出しやクルマとのトラブルか、タイヤの問題。でも、ネパールの山並みをノンストップで越えてからは、マシンの不安も消えちゃったんじゃない？



フル装備したXT250。どこの国でもヤマハのスーパーバイクの人気の人気は抜群だった



↑微粒子ともいえる砂漠での走りは、かなり疲れた。時にはアクセルターンを楽しむ余裕もあったが……



パキスタンのド真ん中のムルタンという町で立寄ったヤマハの販売店。XT250を乗せてあげたお礼に英文のヤマハニュースをもらった



一日ではめずらしいSしも、こっちはよく目にして一緒に走ったり……

夫だよノって気持ちネ。そのうちタイヤの不安もなくなっちゃって。結局、パンクが渡辺さんの一回だけ。タイヤにしたって、8000km位でツルツルになったけど、交換したのは渡辺さんの前輪1本だけだったものネ。

渡辺 XT250に関しては、全くといっていい位、トラブルはなかったでしょう。結果的には、重たい思いをして積んでいたパーツのほとんどが不用だったわけだけど……。

浜村 まあ、このことに関しては私はいまさら文句はいわなければ……。(笑)

渡辺 いや、ラッキーだったノと考えるとこうよノ(笑)。

バイクだからこそ味わえた360度の風景と人間関係

浜村 いちばん印象に残った景色って、どこだった？

渡辺 それは絶対、パキスタンの西部。

浜村 わたしも、そうよ。

渡辺 とにかく、ここは気持ちよかったです。いまでも目を閉じればイメージが浮かんでくるくらい、強烈。

浜村 よく、2人で止まっては「いやあ、せいせいするネ」って言い合っていたものネ。その点、お次のイランは、かなり期待外れ。できれば、もうちょっとパキスタンにい

たかったなノなんて、後髪を引かれる思いで前へ進んだっけ。

渡辺 イランもそうだけど、トルコも寒かったね。バイクにツララはできるし、鼻水まで凍っちゃうし。

浜村 手なんか、もうきかなくなつて、どうしてハンドルを握っていたのか、今になって考えてもわからない。(笑)

渡辺 でも、やはりバイクだからいろいろ感動したことって、あったじやない。たとえばパキスタンのラフォールで、宿を捜していたらバイクに乗った若者が「オレについてこいノ」って。

浜村 その日は、彼の兄の事務所泊めてもらったんだけど、そのうち本家に招かれちゃって都合3週間ぐらいお世話になったり。

渡辺 各国でヤマハの販売店やディーラーにもお世話になったね。めずらしいからか、親しみもあってか、ホントにすくすくやってくれた。オイル交換から、グリスタップまで、たのみもしないのに全部好意でやってくれたのは、もうカン・ゲ・キノ(笑)

浜村 視界の広さといい、じかに肌で感じる空気といい、コミュニケーションといい、ホントにバイクならではのもの。やっぱ、「たとえ、あこがれのシルクロードでも、バイクなくしては考えられないノ」っていう私の考えは、正解だったみたいネ。

「ET800」新発売!

ご商売拡大の新戦力

ヤマハポータブル発電機をよろしく!

ご存知ですか!? いま新しいお客さまをつくる、新しい取扱商品としてポータブル発電機が注目を集めています。

これは従来の業務需要に代わってレジャー用の個人需要が近年めざましい伸びを示しているからです。去る7月10日からは、期待の新製品「ET800」も加わって、ますます充実したヤマハポータブル発電機シリーズ、

この機会にお店でもぜひ、ヤマハ発電機を取扱い商品にお加えください!

● 伸長めざましい小型発電機の需要

国内の小型発電機(0・3〜2・9kW)の需要は、ここ10年来めざましい伸長をつづけて、今年度は約11万台に達するものと期待されています。



これは、従来からの土木建設、農林水産業など業務需要の拡大とともにレジャー需要、さらには防災用の予備電源などの需要が大幅に拡大していることによるものです。

2サイクル、4サイクルあわせて全5機種0・3kW〜2・4kWまで揃ったヤマハポータブル発電機シリーズが、この急ピッチな需要拡大を推進してきたことはいまでもありませんが、中でも新しい発電機需要の開拓の尖兵となっているのが79年に登場した「ET500」です。

小型・軽量のハンディタイプながら0・5kWの高出力を発揮するところから、特に家庭用、レジャー用としての需要を切りひらいたのがこの「ET500」です。

● 期待される「レジャー需要」の伸び

ちなみに、その「ET500」のお客さまを対象に実施したアンケート調査によれば、約80%は新規のお客さま。その内訳もレジャー用途が33%を占め、日曜大工など軽作業を加えると43%にもぼり、業務用途の40%を上まわっています。

発電機イコール仕事の道具、という図式が完全に塗り変えられつつあることが、はっきりとおわかりいただけるでしょう。これを裏付けるようにこのアンケートでは約60%のお客さまが、発電機需要のレジャー中心化はますます進むものと予測しています。

こうした市場背景の中で、この7月10日から新登場したのが「ET800」。カラーペーじにご紹介のように、音の静かさ、始動性のよさ、充実した安全性と電圧変動の少ない安

定した作動で定評のヤマハ発電機シリーズの中間出力機種として登場したもので、粘りづよい2サイクルエンジンを採用、0・8kWのハイパワーを生み出すものです。

みなさまのお店でも、この「ET800」を手がかりに、全6機種、一段と充実したヤマハポータブル発電機をご商売拡大の新戦力として、ご活用されてはいかがでしょうか。

ご参考までにポータブル発電機のおもな用途(需要対象)をご紹介しておきます。きっと、みなさまのお店の間近にも、必要としている方がたが多ぜいいらっしゃることでしよう!?

● ヤマハポータブル発電機のおもな用途

	用 途	使 用 機 具
業務用	農 林 業	稚芽栽培、林業、田畑、茶刈作業、山小屋、その他作業場照明の電源
	水 産 業	しらすうなぎ漁、網漁、地引網電源、コンブ小屋電源、船舶修理、釣宿サービス用 夜釣等
	土 木 建 設	石工作業、左官業、大工業、水道業、リース、電気工事
	その他工事	出張修理の電源
レジャー	釣、ヨット、ボート、船上、ダイビング、水上スキー、船体改造、アマチュア無線、キャンプ、日曜大工、ドライブ、山小屋(別荘)、16%・ビデオ撮影用	チェーンソー、草刈機、ドリル、洗網機、照明(投光器)、サンダー、電動カンナ、茶刈機、半田ゴテ、電気ノコギリ、集魚灯、送風機、コンプレッサー、グラインダー、回転灯、水中ポンプ、アルミ切断機、水道工具、バイブレーター、マンホール内照明、溶接機、その他電動工具
非常用	自治会、病院、役場、旅館、飲食店業、個人(家庭)、会社(工場)	投光器、照明器具電源、ドリル、モーター(水中ポンプ等)、その他非常用(医療用)

RX50 Special にもミッドナイト仕様!

RX50 Special

ミッドナイト仕様

● 限定販売 ●



「XJ650スペシャル」「ポッケQA50」「XS250スペシャル」と相ついで登場して話題を呼んでいるミッドナイト仕様車が、いよいよ50ccスポーツのベストセラー『RX50スペシャル』にも新登場します。

車体関係はもちろん、エンジン、マフラーなどにもヤマハブラックの入念な塗装、艶出しを施し、同時にメッキ部を特殊ゴールドメッキで仕上げ、ゴージャスな「スペシャル」イメージを一段とアップしたミッドナイト仕様車です。どうぞよろしく、ご拡販ください。

小型軽量ボディで余裕の800W ニュー・ヤマ・ポーターダブル発電機「E1800」

1. 持ち運びも簡単な小型軽量ボディ
重さはわずか23.5kg。コンパクトなボディは便利なハンドル付で持ち運びも簡単です。
2. 余裕ある800Wの高出力
小型・軽量ながら出力は800W。軽負荷なら2台の工具を同時に動かしたり、いくつかの照明を一度に使用できるなど、幅広い用途に活躍します。
3. 定評のヤマ2サイクルエンジン
エンジンは、すぐれた安定性、耐久性で定評のあるヤマハ2サイクルエンジンです。
4. CDI点火でメンテナンスもフリー
点火装置には、おなじみのCDI点火方式を採用。発電装置もブラシレスとしてメンテナンスを大幅に削減させています。
5. 4・8時間以上の連続運転を可能に



6. 60ホーン(50Hz)の静かな運転音
大型エアクリナーと大型マフラーの採用で、発電機に求められる「静かさ」も抜群。夜間や市街地での使用にも十分配慮しました。
 7. 操作の確実な前面集中パネル
各スイッチ類、メーター、コンセントなど操作機能をすべて前面パネルに集中。いつでも確実にす早い操作が可能です。
- 燃料タンクは、大型4ℓ入り。50Hzで4・8時間以上の長時間連続運転が可能で、大型エアクリナーと大型マフラーの採用で、発電機に求められる「静かさ」も抜群。夜間や市街地での使用にも十分配慮しました。
- オプションとして、集魚灯(水上用と水中用の2種)と投光器を用意しました。

発 電 機	周波数(Hz)	50	60
	定格出力(VA)	650	800
	定格電圧(V)	100	
	定格電流(A)	6.5	8.0
電 機	定格回転数(rpm)	3,000	3,600
	連続定格出力 (ps/rpm)	12V-8.3A	
	励磁方式	自己励磁方式	
エ ン ジ ン	力率	1.0	
	駆動方式	直結	
	エンジン型式	2サイクル空冷エンジン	
	総排気量(cc)	63.1	
	連続定格出力 (ps/rpm)	50	60
	音量(ホーン)	60/7m	62/7m
	使用燃料	混合ガソリン(50:1)	
燃料タンク容量(ℓ)	4.0		
燃費	満タンで約5時間50分 満タンで約4時間50分		
重量(kg)	23.5		
寸法(全長×全巾×全高)	395×308×347(mm)		
型式認可番号	甲第96-267号	甲第96-268号	

オープン!



壁面は部品・用品コーナーとして利用

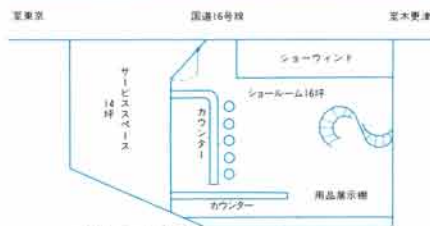


イメージを統一。後方がサービスカウンター

将来の断えることがないという立地条件
ショールームを2階にも設置。同時に
も細かい工夫がこらされている



←YSPの基本カラーであるスターリングシルバーとミッドナイトブラックで統一したショールーム内部。外部の騒音は完全にシャ断され、冷房のきいた室内でゆっくりとバイクと接することができる



※建坪61坪、1階30坪、2階ショールーム約15坪

7月7日にオープンした「YSP千葉南」(高橋誠社長)さんは、千葉県内でも最高の交通量という国道16号線・蘇我陸橋際のこれまでのお店(タカハシ・オートプラザ)を一新したものだ。「これまでは徹底したアフターサービスで紹介中心の商売でした。これからはこの技術サービスに、周辺の情報やサービスをプラスしていきたい。ヤマハの高級イメージ、店のハイセンスなイメージにふさわしい質の高い商売を展開したいですね」
●YSP千葉南：千葉市蘇我町2-932
☎0472(61)1435



新しいスポーツミクの時代をリードするクオリティショップ

ヤマハスポーツプラザ 各地にオー

「クオリティショップ・フォー・クオリティピープル」のコンセプトのもとに、ヤマハの新しいスポーツ政策がスタートして4ヵ月。その「クオリティ思想」を存分に展開した「ヤマハスポーツプラ

ザ」も東京、京都、大阪、千葉と相ついで誕生。これまでとはイメージを一新したハイクオリティなお店づくりが、早くもお客さまの話題を集めています。



「YSP大阪南SKY」さんは、浜本和男社長が独立され現在地に新規開店したお店。「これからはバイクを売るだけでなく、バイクを使って生活をエンジョイしていただく、その楽しさを売る時代でしょう。私たち販売店は、そのための手がかりであり、アドバイザー。その意味からもYSPとして、ヤマハ車だけに的を絞って、深く掘り下げた商売をやっていきたくですね。スポーツバイクに関すること、ヤマハに関することなら、どんなお客さまにも絶対に満足していただけるという……」
●YSP大阪南SKY：大阪府堺市浜寺船尾町東3-170-1 ☎0722(64)6622



↑ゆったりとしたショールーム内部。展示車もさまざまな角度からじっくり眺められるよう配置されている

←認証工場資格の取得にあわせて十分なスペースをさいたサービスコーナー。中2階を部品庫とし、完全なスペアパーツのストック状況がお客さまにもわかるよう配慮されている



※敷地面積120坪、
建1996坪、1階751坪
※ショールーム2階は
ミーティングルーム



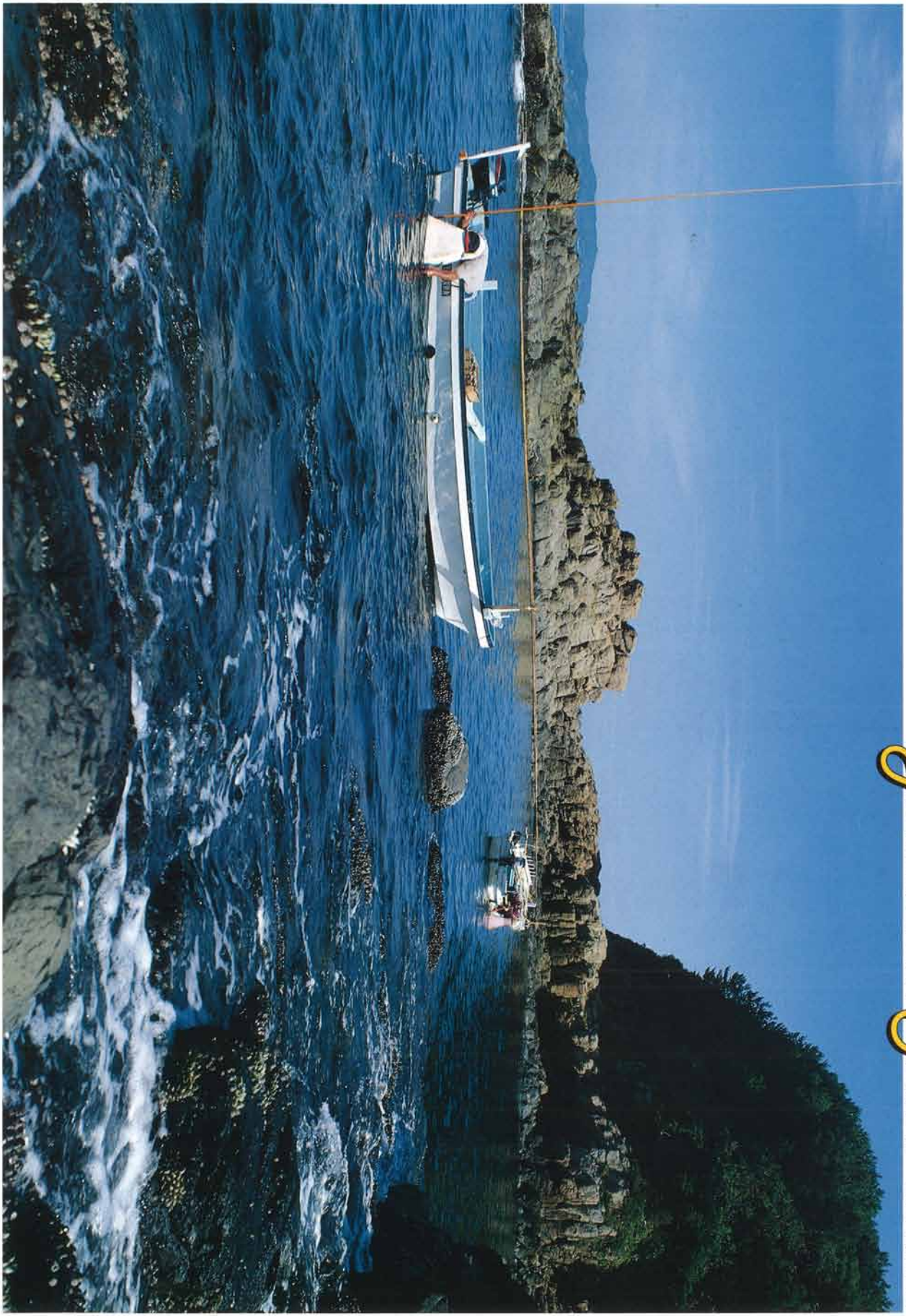
マイカーで来店のアダルトユーザーも多く、前面を駐車スペースにさいている。ショールームを囲むように設けた展示スペースは、毎日の展示車の配置にかかる従業員さんの手間を省き、雨の日のお客さま対策にもなっている



↑接客カウ
スコーナー
→終日車
のに合わせ
て夜間の演
出



Yamaha Showroom



全国の漁師さんは、その仕事によって二つのタイプに分かれます。磯で釣りをしたりアワビ、サザエ、ウニ、海藻などを採る人々と、大型の船で沖へ出てカツオ釣や

網魚をする人々です。東北の三陸地方では、磯漁の漁師を「根っ子渡世」、沖へ出る漁師を「沖乗り」と呼んでいます。

ヤマハは磯の漁業にヤマハ和船・ヤマハドライブ船・ヤマハ船外機を、沖の漁業へはヤマハ漁船・ヤマハディーゼルをおとどけして、沿岸漁業振興の一翼をにいます。



●ついに日本人の2人に1人が
ドライバードライバーに!

ついにノが国の運転免許保有率が初めて50%を超え、運転適齢者の2人に1人がドライバードライバーになったそうです。

これは警察庁が5月末現在の運転免許保有者を調べて明らかになったもので、オートバイを含め16才以上の運転免許保有者は4384万1702人。これは総人口の37.5%にあたり、運転適齢人口の50.1%なのだそう。

ご承知のとおり、この増加の原動力は女性ライダーと女性ドライバードライバー。なんと、この3年間で女性の増加率は36.1%で男性の増加率9.5%を大幅に上回る急成長ぶり。

同庁ではこの傾向がつづく、10年後のわが国の免許保有者数は、5400万16200万人となり、男女の比率も、ほぼ半数に近づくとはいえないかと思えます。

●クルマの寿命は8・7年

世界的に有名になった日本の乗用車。いったい平均寿命はどのくらいなのでしょう? この計算に取り組んでいた運輸省は、今年3月末現在で「8・7年」という数字をはじき出しました。

さかんに車検の期間延長などを議論している運輸技術審議会からデータを求められ、それに答えたものですが、今回算出したのは55年度末の分。

平均寿命といっても、どのくらいで走行不能になるかという、耐久性だけを示したのではなく、新型車への買い替えなども含んだ、ユーザーの平均的な使用

年数を示したのですが、同省では「年を追って着実に延びており、10年以内には欧米の水準に達するだろう」と予測しています。

その理由については、耐久性の向上。モデルチェンジが減ったことにより、新型車に買い替える傾向が弱まった。中古車の利用が広まってきた。マイカーの平均走行距離が下降する傾向にある……などと分析しています。さて、こんな風にしてバイクを見ると、一体何年ぐらいの寿命が一般的なのでしょう!?



●ナン!? バイクで
目隠し運転1200キロ!

インドを旅行したことがある人によれば、「郊外の道路ではいたる所にウシが寝そべっていたり、ラクダやソウが荷物を背負って堂々と歩いているので、クルマの運転手には事故の原因ともなり、非常に走りにくい」とか。

ところが、そんなインドで首都の北方に位置するアーメダバード市からニュー

つてすこいんですネノ

●冷房病の防ぎ方

暑い毎日が続くと、涼しさを求めて海へ山へと行きたくなります。しかし今は夏休みの真最中。どこへ行っても家族連れの人・人・人です。やむなく手近ですませる方法と言え、クーラーのガンガン効いた部屋で、静かにしているのが一番。ですが気をつけなければいけません。冷房病というやっかいな病気があ

んです。

この冷房病を防ぐには、外気温との温度差に気をつけることが最大のポイント。せいぜい外気温との差は5〜7度くらいにおさえることです。それと同時に、室温も摂氏25度以下にしないこと。なにがなんでも涼しければいいというものではなく、とても冷房病を防ぐことはできません。個人的には冷気への反応はそれぞれ異なるので、お店などで自由に温度調節ができない場合は、事前に衣類(長袖)を用意し、こまめに着たり、脱いだりするのが一番です。

●タバコと血圧

健康診断を受ける時に、血圧を測る前はタバコを吸わないように注意を受けますが、なぜだかご存知ですか? それは、喫煙と血圧は大いに関係があるからなのです。

喫煙の習慣のある健康な学生達に、力いっぱいタバコを吸ってもらったところ、何と最高血圧が40くらい上がったそうです。次に、普通にタバコを吸ってもらったら、約65%の学生が、やはり20以上も血圧が上がります。静かにしていても喫煙前の血圧に戻るのに20分くらいかかったとか。

この喫煙による疲れは、20kgの重い物をかかえて座っているのに等しいんだそうです。こういう次第で、成人病の検査などで血圧を測るときには喫煙をご遠慮願うことになってくるのです。

タバコに含まれるニコチンは、タバコ以外に利用されているものがあります。いったい何に利用されているのでしょうか? 何と殺虫剤なんです。こう聞いただけでも、いかにタバコが身体によくないかわかるといえるのです。



シーバックス札幌
加我 稔店長
札幌市西区宮の沢427-38 ☎011(662)6526



マリン商品とバイクがみごとに調和してレジャームードを盛りあげているのが「シーバック札幌」さんの特色



「バイク販売だけに体験で、新しい意欲的なお客様を集めたい」と意欲的な加我店長

45坪の広びろとしたショールームに、遊びごころいっぱい演出を展開して幅広いお客さまの人気を集める「シーバックス札幌」さん。その名のおりポート、ヨットなど海のヤマハを中心3年前にスタートしたお店ですが、この5月29日からはバイク部門も新設。船のご商売で確立した普及活動↓販売活動↓アフターサービスを確実に実践して、早くも売上げ比率50%ずつという、めざましいスタートダッシュを示しています。

陸のヤマと海のヤマをみごとに調和 これまでにない遊びの仲間 新しい層の集客をめざしてまいります。

●レジャーセンスあふれる店内演出

「シーバックス」さんが、ご商売拡大の一環としてバイク販売に取組まれたそもそもの動機は、「6輪使い分けを始めとする一連のヤマハの政策が、時代の要請をしっかりとふまえていること。加えて、スクーターのフルラインアップのように、すべての商品が時代感覚をフルに活かしたものであり、ポート、ヨットなどの相乗効果を十分に発揮できると予想したから」というわけだ。

オープン以来2ヵ月、加我店長のこの狙いがいかにスムーズに軌道に乗りつつあるか、は従来のポート・ヨットとみごとに調和した

バイクの展示ぶりを見れば一目瞭然でしょう。この店内演出のポイントについて加我店長は次のように語っています。

「ベルギーを始めとする一連のスクーターやスポーツバイクがすべてハイセンスなスポーツ感覚でつらぬかれている、これがマリン関係の商品とマッチして狙いどおりの効果を生んでいるわけですが、一番気をつけたのはソフトでハイセンスなフアッション感覚をいかに活かすか、ということでした。

どんなにデザイン感覚のすぐれたバイクでも、どんなに店内を明るくしても、やはりバイクだけの展示ではハードなイメージをぬぐい去ることはできないし、またバイクの世界の広がりも表現できませんからね。これを救っているのがポート、ヨットであり、またカラフルな用品類というわけです」

●新しい客層をつかむ、新しいバイクショップのイメージづくり

こうして生み出されたショールームいっばいにお客さまへのレジャー感覚。これをさらに効果的にするために、お店のスタッフはお客さまへの接客応待にもキメ細かい心くばりを見せています。

「レジャーポート、ヨットなどの販売で経験したお客さまへの接客応待は、バイクのお客さまにも何ら変わりません。マリンスポーツは、まだまだハイクラスなスポーツレジャーという意識もありますから、この点で接客態度には自信を持っていますよ。」

それと同時に、店のスタッフが季節ごとにお客さまと同じ服装でお店に出ているのもうちの特徴ですが、この方がお客さまの心をほぐせるようですし、お客さまとの会話もスムーズに運ぶようですね」

●免許教室でバイク普及とお客さまづくりを

先の店内演出も、この接客応待も、すべては、これまでのバイク販売店のイメージを捨て、今まで集めきれなかった客層を集めようという「シーバックス札幌」さんのポリシーによるもの。



スクーター、スポーツ、カートから用品類までカラフルでもりだくさんのショールーム内部

シーバックス札幌さんの ご商売の概要

- 開店……3年前に開店したヤマハ・ヨットポート店のバイク部門としてこの5月にオープン。
- 立地と商圏……札幌市の中心部から12~13kmの郊外。国道5号線に面している。お客さまの多くは半径2~3km以内の方。男女約半々のお客さまで女性は婦人層、男性はアダルト層が70%以上を占めている。
- 店舗……総面積200坪（間口5間×奥行9間）、ショールーム45坪、オープンスペース146坪、工場9坪
- スタッフ……加我店長以下5名が2輪、ボート、ヨット、用品、サービスをそれぞれ担当
- 普及・販促活動……広告活動として折込みチラシを利用。普及活動として「女性らくらく原付教室」を毎月第1日曜日に開催。



夏のレジャーシーズンとあって、こんなコーナーも設置されて、人気を集めている



「女性らくらく原付教室」やこの女性用コーナーなど、お客さまを絞り込んだキメ細かいアプローチが好評



ショールームに一步入ると天井から下げられた各コーナー表示が目にとび込んでくる。お客さまは目ざすコーナーへスムーズに

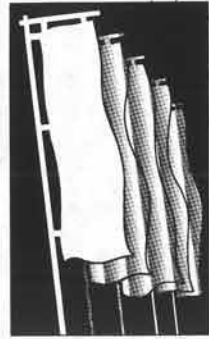
最初は何んどうがらされましたが、おかげで今では高校生ユーザーの10人に8人は親子そろって来店されるほどです。そして、こんな方には特にバイクの正しい理解を促進するようなセールストークに力を入れているんですよ。お訪ねした7月下旬は、短かい北海道の夏の始まりとあってお店の前を通る札幌と小樽を結ぶ国道5号線も海水浴場へと向うマイカークルマでにぎわっていましたが、レジヤームードいっぱいのお店は、そんな人びとの目を確実にキャッチしていったものです。

「地域への密着、信頼度のアップにも特に気を使っています。そのひとつとは、高校生のお客さまには購入の際に必ず保護者の承諾印を持参いただくようにしています。最初は「地域への密着、信頼度のアップにも特に気を使っています。そのひとつとは、高校生のお客さまには購入の際に必ず保護者の承諾印を持参いただくようにしています。」

同時に加我社長によれば「商品の普及という活動がその店にあるのとなんでは、新しいお客さま、その世界に全く無縁だった人たちの親しみやすさも全くちがうのではないのでしょうか!」ということ。この言葉を裏づけるように、「シーバックス札幌」さんは、着実に新しい客層を開拓し、地域の信頼を集めています。

そして、この新しいご商売へのトライは、こうしたイメージづくりの面ばかりでなく、実際の販売活動でも、しっかりと実践されています。それは、普及活動↓販売活動↓アフターサービスというサイクルを完全に回転させていることです。中でも柱は免許教室を中心とした普及活動。これも特に「女性らくらく原付教室」と銘打ったユニークな教室で確実に受講生を集め、安全普及と同時にバイクのある暮らしの広がりを伝えているのです。

セーリング最前線

●吉川 雅之
(産業能率短期大学講師)

ご商売にまつわる折おりの話題をシリーズでとりあげているこのコーナー。今月からは、ちょっと視点を変えて、販売店みなさまが直面するさまざまな問題。そして、その対応策の考え方などをとりあげてまいります。一回目は顧客管理、さてお店ではいかがでしょうか!?

顧客管理は、お客さまへのサービス。お店にとつては、次の需要を開拓する拡大再生産への道!

私たちのバイク業界は、ここ数年非常にめざました状況で推移してきました。パッソルを初めとして最近のパセッタ、ベルギーに至るまで、つぎつぎとヒット商品が登場し、需要に供給が追いつかないほどの状況を呈しており、ビッグバイクにおいても全く同様の盛況ぶりです。

当然、5年前にくらべれば来店され、購入されたお客さまは相当な数になっているはず。しかし、数は増えたとしても今日のような状況の中で一番重要なことは、これらのお客さま(顧客)が、完全にお店の手で管理されているか、どうかということです。

顧客管理というのは、名簿やカードにお客さまに関するデータを書き込んで、ため込んでさえあれば、それでよい、ということではないのです。

名簿化されているお客さまがいかに多くても、これが使われ、活用されなければ管理を

していることにはなりません。管理という言葉はしばしば誤解されているようですが、よく使う「ことこそ本来の意味なのです。在庫管理、予算管理、人事管理などと同じように上手に使うことが管理であり、しまい込んでしまったのでは、場所をとり、費用を使うだけ損だ、ともいえるでしょう。

スリーピング・カスターマーをめぐめさせるアプローチ

以前に来店され、購入されたお客さまでも最近はずっと店を訪れることがないというのは、眠れる顧客(スリーピングカスターマー)といわれます。こんな方たちこそ、もう一度眼をさませ、来店していただくなくてはなりません。

しかし、このような眠れる顧客といわれる人たちは、そのままいつまでも同じように眠

っているわけではありません。あまり長い期間放っておかれるとお店のことなど忘れてしまったり、あるいはヨソのお店に行くことになってしまいます。こうした人を「失われた顧客(ロストカスターマー)」と呼んでいます。こうした「失われた顧客」を再び自店のお客さまとしてとり戻すことが容易でないことはお店のみならず、一番よくご存知のことでしょう。このようなことにならないようにすることが、まさに顧客管理なのです。

そのためには、以前に購入され、現在では来店機会がほとんどなくなっているようなお客さまに、もう一度アプローチをかける必要があるのでしよう。

通用しないお客さまの「使い捨て」

最近のバイク業界でちょっと気になること

があります。それはパッソルなど、初期のスクーター、ソフトバイクの中古車が少ないことです。あれだけ爆発的に売れたパッソルですから最初の頃に買われたお客さまは、当然買替えの時期にきています。

自動車の代替え周期が、最近やや長くなる傾向にあるとはいえ、平均は3年、ということから考えても、もうそろそろパッソルの代替えが大量に始まってよい頃ではないでしょうか!?

パッソル以降も、パッソラにはじまり最近のパセッタ、ベルギーに至るまで、すばらしい新商品が相ついで登場していることを考えあわせると、パッソル代替え需要の大きさがいささか気になってくるのです。

「パッソルは故障が少ない」とか「中古車が出てすぐ売れてしまう」とかいうような



ことだけではなさそうです。このままで放っておくと、一度バイクを購入したお客さまはそのままになってしまい、本当にバイクが古くなって使えなくなれば再購入しないということになってしまいます。

さらに、現在の購入者が一巡してしまおうと当分の間は需要が停滞して、市場全体が小さくしぼんでしまうということにもなりかねません。

次つぎに新しい顧客を求めつづけ、古い顧客はかえりみない、これでは顧客の使い捨てです。資源である顧客を使い捨てにして、次つぎに新しいお客さまを見つけ出そうとしても当然限界があります。このような顧客の使い捨てをしているお店や業界が、順調に伸び

つづけたためしなどは当然ありません。

しかも、新規顧客の開発のための手段が、相もかわらず「特価サービス」という値引きだけというのでは、高いお金を出して購入していたあなたお客さまを馬鹿にしている、といわれても仕方がないでしょう。

価格を下げて売るだけ、というのならスーパーマーケットの方が、はるかに有利になっただけです。事実、このような形で推移したために、スーパーや専門の大型店にお客さまをさらわれてしまった業界も多いいでしょう。お客さまのみならず、ここでもう一度「顧客管理」の意義を原点に戻って考えてみたいものです。

アプローチその1 「訪問」

顧客管理のもととなる管理カードの具体的な作成方法、活用方法などについては、このシリーズの2回目(81年2月号)で詳しくご紹介しましたので再読いただくとして、ここでは顧客管理のより具体的な方法を考えてみ

ましよう。

自店のお客さまに対するアプローチの方法としては、訪問、電話、ダイレクトメールなどが一般的です。広告宣伝によく利用されるチラシや看板、ポスター等の類は不特定多数

に対するものであり、既存のお客さまという特定の対象に働きかけるものとは、おのずと目的の異なるものなのです。
ここでは、まず訪問のしかたから見ていきたいと思います。

この場合、第1にすることは3年以上経っているお客さまのリストアップです。これは古い顧客カードや名簿があればそのまま利用できますが、なければ保険の控えなどを利用します。これらの顧客リストは、地域別に分類しておきます。一度訪問に出かけたら、アチコチ訪れるよりも、できるだけ集中して訪問して歩いた方が効率が良いからです。

訪問の目的は、「無料点検」がベスト。ブレーキやバッテリーなどの点検が中心となるでしょうが、安全性という点からも本来、販売店さんが実行していなければならぬサービスなのですから……。

「近所まで来たので帰ってみました」と点検をすませ、部品交換の必要のあるときなどはできるだけ来店していただくようにします。再訪問の間を省くのではなく、来店のきっかけをつくるのです。お店で最新のバイクを見せて代替のきっかけをつくることにもなるからです。また、この訪問の時には、新しいバイク(モデル)で出かけ、新型車の説明から試乗にまで話を発展させられれば、「スリーピングカスターマー」も即、目をさますことになるでしょう。

古いバイクに長く乗っているお客さまは、案外「バイクとはこんなもの」という思い込みがあって、それ以上のことは気づかないことが多いものです。そんな人にこそ、一度試乗してもらおうことが大切なのです。

また、訪問時には、そのお客さまの機種はもちろん、購入年月日や使い方も頭にに入れておきたいものです。お客さまというものは、自分がいつ購入したのかも忘れていて、もう3年にもなるのか……などと驚くことも多いもの。さらに販売店さんが、そんなことまで覚えていてくれた、ということからまた新

たな親しみも生まれてきます。

トライ&エラーのくり返しさらに大きな需要をつくる

訪問活動の最大のネックは、時間がかかることです。「それだけでなく多忙なのに、そんなことまでしても手がまわらない」といわれるかも知れません。午前中や夜など、こちら先方も比較的暇な時間を利用するのがコツです。そして「1日に5軒」などという目標をたてて近所のお客さまから訪ね歩くだけならそれほど時間もかからないでしょう。

1日に5軒でも、ひと月つづければ150軒、決して少ない数ではありません。1年つづけば1500軒のお客さまを訪問でき、その10パーセントに代替えをしていただいたら……。当然、代替えですから上級車種、さらに下取り車の販売も……と考えただけでも損な話ではありません。

さて、最後に実施上の留意点を書いておきます。ちよつとやってみただけで簡単に「やっただけダメ」効果はない、などと結論をいそがずに、ひと月5軒を少くとも2カ月は続けて欲しいものです。

始めの1カ月は慣れていませんし、やり方もわからず失敗のケースも多いことでしょう。1カ月間、訪問では1台も売れない、それでもよいのです。何故ダメなのか、どうすればいいのか、こうやったらどうだろう……と反省し、実験しながら少しずつ経験や知識を身につけていきます。

まさに「トライ&エラー」。失敗が次のより大きな成功へのステップとなるからです。

「顧客管理」それは、お客さまへのサービスであると同時に、お店にとっては次の大きな市場の開拓であり、顧客という資源の使い捨てや浪費ではなく、拡大再生産への道なのです。今回は「訪問」による顧客管理について考えましたが、次回は、電話やDMについて考えてみましょう。(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ちいただける情報のかざりをお届けしてまいります。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)

修理・サービスは男性の仕事、奥さまはまだそんな固定観念をお持ちではありませんか？ そんな奥さまにこそ、ぜひ知っていただきたい鈴木敏子さんの活躍ぶりです。そういえば、ヤマハ本社工場のパツソルラインもすべて女性……です。

●聞くところでは、なんでも奥さまの十八番は、修理サービスとか——
 ええ、よく意外だと、みなさんにびっくり

されるんですけど、自分の性に一番合っているのが修理なんです。昨年11月に自動車の3級整備士の試験を受けて実技だけは合格しているんです。あとは学課だけ、でも店が忙しくて……

●たしかに、修理がお得意という奥さまもめずらしいと思いますが——
 特別なきっかけがこうなっただけではないんですが、潜在的に機械モノが好きだったのですね。店に始めるまでは、実際にバイクに触れることなどありませんから、全

く意識はありませんでしたけど。なにしろ初めの頃は「ブライヤー取って！」なんていわれても、どれが何やらみんな同じに見えたものです。でもくやしいうから、主人の留守にこっそり覚えたんです。

●修理・サービスの中でも、特別お得意というのがありますか——
 ポイント交換！ 最近はあるCDIになつて腕がふるえませんが（笑）あとはキャブレター調整。もちろん4気筒でもOKです。今も「XS250スペシャル」の納車整備でポケットにドライバーを入れて走ってきたところなんです。

●テスト・ランまでなさるんですか！
 ええ。自動二輪免許ですから750まで乗れるんですけど、やはり中型二輪までですね。体格的にも。

●奥さまの技術力は、ご商売のうえでも十分に活かされていますか？
 もちろんです。自分で乗ってみて、しかも直せて、始めて自信を持ってお客さまに勧められるんじゃないかしら？ これでも何でも答えられる自信はありますからね。

●若し男性のお客さまとの会話でも困まることはありますか（笑）
 技術的なことでも何でも答えられるので、意外な親近感を持たれることもあるようです（笑）

●初めてのお客さまとはどんなセールストークをされるのですか？
 あまり複雑な話はしません。メカの違いをいうよりも乗車フィーリングでその車の特徴を伝えるようにしています。

●さて、奥さまのこれからの夢は——
 そうですね。いろいろありますけれども、いつまでも若く元気でありたいということですね。

●12月で38才になりますが、いつも25才〜26才のようなつもりで行動しています。夜になると、娘とよく原付免許教室を開く部屋で、卓球をしたりしているんですよ（笑）

ドライバーをポケットに、ビッグバイクのテスト・ランまでやってのける
技術力ナンバー1奥さま

鈴木敏子さま 愛知県春日井市・鈴木モータース商会



これが、うちのセールスポイント!

店頭にならぶりだくさんの商品にも、みなそれぞれに、他にはない「セールスポイント」があるように、お店自身にも、そのお店ならではのセールスポイントがあるはず。今月は、そんなお店の「売りどころ」をうかがいました。さて、あなたのお店のセールスポイントは?

アットホームな店

店と客をこえた一体感

小林佳江さま

北海道釧路市

小林モータース(小林雅俊社長)

主人が25才と若いだけに、お客さまも若い人がほとんどなんです。そんな人たちが30名ばかりでクラブをつくり、モトクロスに出場したり、キャンプに出かけたりと一緒にあって



楽しんでます。この、お店とお客さまとの一体感が、うちの一番良いところかしらね。

みなさんが自然に集まれるような、店の雰囲気づくりには、私も積極的に心がけているんですよ。

私の免許教室

合格率は100%!

佐々木幸子さま

福島県二本松市

ニホンマツサイクルセンター(佐々木威社長)

なんとといっても毎月1回の免許教室でしうね。1回20名程度ですが、合格率は100%! 教室開催の間合わせ電話も毎日のようにあるんですよ。

主人がSLモトクロスなどモータースポーツの方をやっているんで、この免許教室はほとんど私がやっています。それもズブズブ弁丸出しても全く気にしないでネ。それがかえって若いお客さんの人気を集めているのかしらね!?

婦人ユーザーの安全を守る

徹底的な乗り方指導

岩波文恵さま

長野県諏訪市

中原モータース(岩波靖弘社長)

徹底的な乗り方指導がうちのセールスポイントです。納車後もお客さまの自宅のまわりの道路で指導したり、また通勤に使うお客さまには、通勤時間を変えていただいたり、日

曜日など交通量の少ない時間を利用して、お家から会社までのコースを、一緒に走ったりしているんです。30〜40代の女性客の安全を守るために私が始めたサービス。おかげで諏訪市内の道はほとんどわかりました。

豊富な商品知識で

お客さまに最適なバイクを!

松本定子さま

三重県久居市

南松本商会(松本富生社長)

四輪もやっていると二輪部門は私が一手に引受けてるんです。一番心がけていることは、お客さまに一番合ったバイクをおすすめすること。そのためにも、バイク専門誌を一生懸命に読んだり、自分で乗ったりして商品知識の吸収につとめています。

もうひとつは月2回、300km程度のツーリング。20〜50才と幅広い人たちが一緒に楽しんでるんです。

お客さまの期待感を

もり上げる販売活動

田中恵子さま

滋賀県大津市

ビワコサイクル(田中義一社長)

いつも何か活動している店」というイメージで、お客さまに期待感を抱かせているのが、うちの個性だと思います。

告知はほとんど折込みチラシを使っていますが、実はいまも「8周年記念大セール」と銘打った一大アプローチを企画中なんです。8月末から9月にかけての一大セールで、また地域の人のびとの話題を集めようと思っています。

スポーツユーザーには「技術力」

ファミリー層には

「やさしい」おつきあいで

岡本トクエさま

大阪市西区

モーターサイクル玉船(岡本勝雄社長)

うちはスポーツとファミリーが半々の商売ですが、スポーツバイクのお客さまには、主人が中心となつての技術サービス力、またファミリーのお客さまには、私が中心になつてのお客さまのおつきあいで売れ込んでいます。

8月は主人の活躍のとき、スポーツバイクの最盛期ですが、秋口からはガラリと雰囲気を変えてヤングレイディ的を絞ったスクーターセールを展開するつもりです。

特製ポードで

商品価格をはっきりと表示!

藤本愛子さま

高知県高知市

藤本商会(藤本伸郎社長)

うちのセールスポイント? ひと言でいってたら「入りやすい店」じゃないかしら。商品がたぐさんある。価格がはっきり表示してある。それもクレジットまで含めて……

なんといつてもお客さまが気になるのは、商品の次に値段でしょうからね。ですから、うち特製のポードに蛍光塗料を使ったプライスポードを作って表示しています。これで初めのお客さまでも気軽に、価格がわかり、安心して買えると評判なんです。

誠意を持った応待で

人と人とのむすびつきを!

山田光枝さま

福岡県行橋市

南山田モータース(山田清社長)

あらゆる面で誠意を持ってお客さまに接すること、それと敏速なアフターサービスが、うちのセールスポイントだと思います。

初めてのお客さまなど、接客にも十分に気を配っています。最初から押しつけがましい言い方を極力避けて、自由にゆっくりと商品を見ていただくように……ネ。一担、店の外へ出ればお客さまの心は簡単に変わってしまうもの、やっぱり一番大切なのは人と人とのつながりでしょうから。



マリンレジャーの新しいメッカ すんざ 寸座ビラージ・オーブン!

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

またひとつ、新しいヤマハのレクリエーション施設がオープンしました。静岡県の奥浜名湖に7月1日にオープンした、本格的マリナーズポート、寸座ビラージがそそります。

波静かな浜名湖に面したこの寸座ビラージは、ゆったりとした宿泊施設にマリナーを備え、ヨットやボートなどのマリンスポーツも手軽にお楽しみいただけるもの。

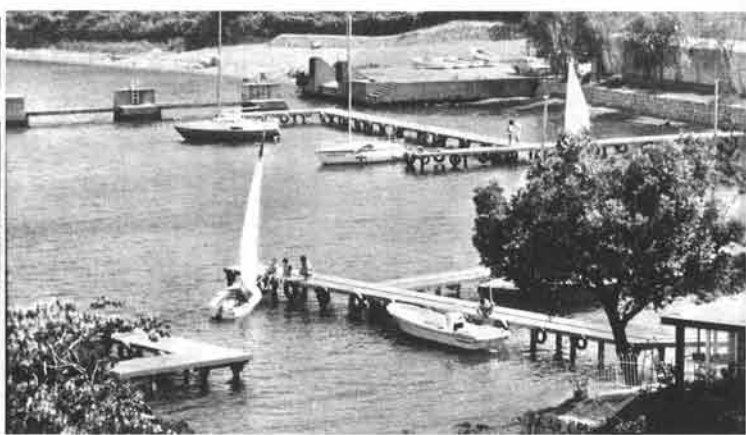
レンタルのヨット、ボートも用意されているほか、各種マリンスポーツ教室なども開かれることになっていきます。同時に奥浜名湖の豊富な魚類を対象とした釣りのベースとしても愛好者の話題を集めるなど、バラエティあふれるマリンスポーツレジャーのメッカとして、早くも各方面に反響を呼んでいるものです。

折りしも、マリンスポーツシーズンもたけなわの8月。販売店みなさまも、お客さまとおそろいでどうぞこの寸座ビラージをご利用ください。

▼交通は、東名高速道路・三ヶ日インターチェンジより車で10分。
▼お問合わせ、お申込みは左記へどうぞ

寸座ビラージ・静岡
県引佐郡細江町気賀1
1417-1

☎05352(2)
1171



滞在型のリゾート寸座ビラージだけに、施設のすみずみにまでゆったりとくつろげる配慮が

マリーナでは、ローボートやヨットのレンタルをはじめ、さまざまなマリンスポーツ教室が開かれる



地域の話題を集める 販売店さんのテクニカルセンター

〔ヤマハ青森株〕青森市長島の「ハナイチモーターズ」(伊藤平八郎社長)さんでは、この6月、市内梨の木3000坪の敷地に全国でも珍しい「ハナイチ2輪テクニカルセンター」をオープン。免許教室、乗方教室、レンタルバイク、トライアル教室、安全運転講習会など多彩な話題を集めています。

中でも特に原付乗方教室は、今春から強化されている原付技能講習に対する販売店さま側の積極的な姿勢を示すものとして注目されています。



▼伊藤社長の話「女性層を中心とした原付乗方教室は、これまで自動車教習所を借りて実施していましたが、これにて開催日も制限されることなく実施できお客さまにも喜ばれています。

現在うちの教室は、原付技能講習の事前講習ということになるわけですが、これがそのまま技能講習として認められることを期待して、万全の指導態勢づくりをすすめています。

MOTOR SPORTS HIGHLIGHT

世界選手権モトクロスシリーズ

M・バルケニアス、首位に肉迫!



バルケニアス・YZM125

2位と上位入賞をつづけ、ランキングでも確実に2位をキープしている。

H・カルキビスト 完全優勝!!

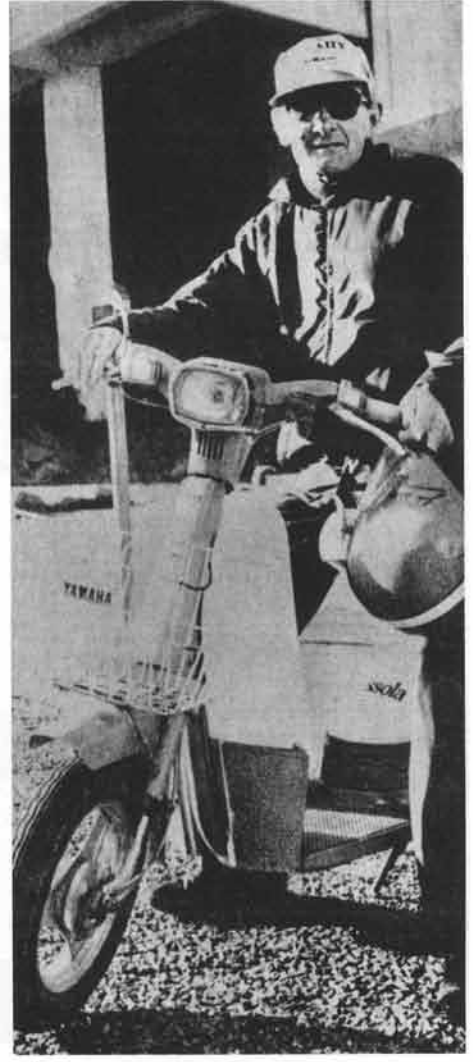
500ccシリーズも、6月21日のアメリカGP、7月5日のイギリスGPで12戦中の8戦を終了。このうち、カリフォルニア州カルズバットでのアメリカGPでは、ヤマハモーターUSAのB・グロバーが第1ヒートに独占優勝して人気を集め、H・カルキビストとヤマハ同士の1・2フィニッシュを演じて3万人の大観衆を喜ばせた。つづくイギリスGPでは、YZM500のカルキビストが、予選時からダントツの速さ。第1ヒートは22秒、第2ヒートも15秒という大差を2位以下

シリーズ戦も中盤から終盤へ、各シリーズとも興味はし烈なチャンピオン争いに絞られてきた。

125ccシリーズは、7月5日のスイスGPで8戦を終了。この大会ではランキングの首位を行くH・エバーツが不調に終わったのに対して、ヤマハのホープ、バルケニアス(ベルギー)が、確実に総合4位入賞を果たした。

この結果、首位を行くエバーツの124ポイントに対して3点差に肉迫。8月の残る3戦に、逆転の期待が寄せられている。

一方、イギリスの新鋭N・ハドソンがYZM250を駆って活躍する250ccシリーズは、6月21日のイギリスGP、7月5日の西ドイツGPで9戦を消化した。このうち、ハドソンは地元イギリスGPで3位、1位の総合2位。西ドイツでも、6位、2位の総合



1キロわずか2セント！ 経済性とタフネスで ニュージーランドでも話題のパッソーラ

写真の男性は、ニュージーランドに住むR・マクレガーさん。愛用の「パッソーラ」を駆って、何度もニュージーランド国内の長距離ツアーをくり返し話題を呼んでいます。

最新のツアーは、往復1100kmの旅。彼の計算によればなんと1km当りのランニングコストが2セントという超経済性を立証したとか。この「パッソーラ」は、走行距離も2万

ブラジルで大盛況の アルコールバイク専用レース

世界初の2サイクル・アルコール燃料専用バイク「RX125AL」が5月からブラジル国内で発売されていますが、これに先立ってヤマハの現地法人「ブラジル・ヤマハ」では、昨年からのアルコールバイク専用のレース「フォロミユラ・ヤマハ」を開催。モータースポーツの普及とアルコールバイクの普及の両方に大



今年はシエルとタイアップ。アルコールバイクによるロードレースやモトクロスより参加しやすいシリーズ戦として、手頃なチューニングキットを市販するなどして若者の人気を集めています。



世界選手権ロードレースシリーズ・500cc級 ケニーの逆転に注目！

チャンピオンのケニー・ロバーツとM・ルツキネリ、R・マモラの3人にほぼタイトルの行方が絞られた感のあるロードレースGP500cc級。

シリーズは、7月5日のベルギーGPで7戦を終了したが、この大会で最終ラップまで首位を走っていたケニーとYZR500プロトが、最終ラップのヘアピンで周遅れライダーとからみルツキネリに0.063秒という僅差で2位に終わってしまった。

このアンラッキーで、ケニーは依然ランキング3位。15点差でトップのルツキネリを追っている。

全日本選手権 モトクロスシリーズ

7月の恒例、札幌大会、大和ルツスキ一場で第8戦を終了した全日本シリーズ。この大会125ccで、鈴木秀明（秀明道場）が総合3位に入賞して気をはき。また250ccでは、第1ヒート藤秀信が3位入賞を果たした。



カルキビスト・YZM500

につけて快勝！この勝利によってチャンピオン・ポイントでも2位のマライベとの差を大きく縮め、終盤戦の追い越みが注目される。

'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

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。

交通のルールとマナーをよりわかりやすく ヤマハ原付免許教室“パネル教材”完成

販売店のみなさまが開催される原付免許教室の自主教室を、より活発に、いつでも、どこでも開催いただけるように、ヤマハ安全運転推進本部では、全く新しい教材“パネル教材”を制作しました。どうぞご活用ください。

●紙芝居形式の教えやすさ

今回製作した“パネル教材”は、写真のように、ほぼ新聞1ページ大の大きさで、68枚から構成されています。

そして、“目から覚える”という視聴覚教育の効果をフルに活かして、1枚1枚に交通のルールや運転に必要な知識を紙芝居のように図解。さらに、それぞれ裏面には、講師のための解説のポイントを刷込んであります。

内容は、もちろんヤマハ原付免許教室テキスト「二輪車と法令」の重要なポイントを余すところなく網羅したものです。

●お客さまに合わせた幅広い活用法

こうご説明してくれば、その利用法はもうおのずとおわかりいただけるでしょう。社長さま、奥さま、従業員さん……お店のみなさまが、お客さまの要請に応じてキメ細かく“免許の手ほどき”を実施していただけるもの。

そして、黒板に文字や絵を書いて教える手間が省けるばかりでなく、学習の要点がきわめて要領よく整理されていますので、短時間で効率的に教えることができるものとなっています。

さらに加えて、この“パネル教材”は、携帯に便利なカバン状になっています。このため店頭やお店の免許教室会場ばかりでなく、お客さまのご家庭、職域、学校などでの出張免許教室も、これまでとは格段に容易に開催いただけることでしょう。

もちろん、免許教室に制限することなく、各種の交通安全教室、地域の交通安全普及活動などにも幅広くご活用いただけるものです。

どうぞこの新しい“パネル教材”を、お店にも常備され、より活発な免許教室活動、安全運転推進活動をご展開ください。

なお、このヤマハ原付免許教室“パネル教材”のご利用につきましては、担当のヤマハセールスマンにお問合わせください。



“思いやり運転”の徹底を!

8月10日
まで '81二輪車安全運転推進月間 展開中!!

(社)全国二輪車安全普及協会の主催による恒例の二輪車安全運転推進月間が、今年も8月10日までの期間で展開されています。

特に今年は、下記の5項目を重点推進項目として店頭から、職域から多彩な普及活動がつつけられています。

1. 「思いやり運転」の普及徹底
2. 「ワンポイント・アドバイス運動」の強調
3. 学校における交通安全運動の推進と協力
4. 初心者に対する原付技能講習の100%受講運動

講運動

5. 二輪車の健全利用の推進

さて、この安全運転推進月間に合わせてヤマハ安全運転推進本部では、写真のような“思いやり運転”ステッカーを、販売会社のセールスマンのクルマに貼付。このキャンペーンの地域社会への浸透をはかっています。

みなさまの店頭から、お客さまへの指導をどうぞよろしくおねがいたします。

みんなで思いやり運転

二輪車安全運転推進月間
7月11日～8月10日

YAMAHA

さあ、夏 ことしもSUGOへ!

恒例のSLサマーフェスティバルで幕を開けたスポーツランドSUGOの8月イベント。ことしもビッグなグリーンフィールドにふさわしく、内容タップリなスケジュールが組まれています。ご商売の一助に、ご家族ぐるみのレジャーに、どうぞみなさまおそろいでスポーツランドSUGOの夏休みをお過ごしください。

8/15(土) 第2回SUGOふるさとまつり

●開場/午前10時~午後9時 ●プログラム/①お祭り広場=大騒日、チャリティオークション、一万人の大クイズ大会、SUGO記録挑戦会。
②音楽広場=ピクニックコンサート、のど自慢大会、盆踊り大会、③光と音の観演=大線香花火大会、大花火大会、夜を彩るレーザー光線●入場料=無料※雨天順延 8月16日(日)



8/9(日) SUGOサウンドフェス "ロックンロールオリンピック'81"

●出演/RGサクセッション、ハウンドドック、ARB、ステーション、ウルセイダース、大仏、ロックジャム'81グランプリバンド ●開演/午後2時~7時 ●会場/SP広場 ●入場料/前売¥2,000(当日¥2,500)、仙台~SUGO往復バス券付き前売券¥3,000 ※雨天決行



8/22(土)~23(日) '81SLサマーフェスティバル 全日本選手権ロードレースSUGO大会

●クラス/プロダクション125cc、250cc、ノービス125cc、250cc、国際B級125cc、250cc、350cc、500cc、国際A級125cc、250cc、350cc、500cc ●出場選手(予定)/金谷秀夫、高井幾次郎、木下恵司 ●入場料/通常入園料のみ



8/20(木)~23(日) ヤマハSUGOカップ '81セイコーワールドスーパートニス 国内予選大会

●出場選手/国内一流プレイヤー ●種目/男子シングルス、女子シングルス、混合ダブルス ●会場/SUGOテニスクラブ ●入場料/8月20、21日=大人(前売¥1,000、当日¥1,200)小・中学生以下(前売¥500、当日¥600)、8月22、23日=大人(前売¥2,000、当日¥2,400)小・中学生以下(前売¥1,000、当日¥1,200) ※SUGOテニスクラブ会員は、両日ともに前売料金の10%引き

8/30(日) 宝さがし 大くろんぼ大会 テニス会員トーナメント(8/28~30)

●キャンプ村とプールガーデンはこの日がフィナーレ。夏休みの間めぐくりをSUGOでビッグに飾ろう! ●料金は通常通り

9~10月もビッグ・イベントが続ぞく開催!!

- 9/4(金)~6(日) 第2回企業対抗テニス大会
- 6(日)~20(日) 秋のジャルダンウィーク
- 12(土)~13(日) 第2回宮城県少年サッカースポーツ大会
- 15(祝) SUGO記録挑戦会
- 20(日) 日本FP選手権シリーズSUGO大会
- アーチェリー大会

- 9/23(祝) アーチェリー大会
- 27(日) アーチェリー大会
- 10/3(土)~4(日) 第10回ビッグロードレース
- 10(祝) SUGO記録挑戦会
- 10(祝)~11(日) ジャパンカートグランプリ
- 11(日) バターゴルフコンペ
- 16(金)~18(日) テニス会員トーナメント
- 17(土)~18(日) 全日本モトクロス選手権シリーズ日本グランプリ大会

●前売券・詳細についてのお問合せは下記へどうぞ

スポーツランドSUGO

〒989-14 宮城県柴田郡村田町菅生 ☎022483-3111

SUGO仙台営業所

〒980 仙台市一番町一丁目4番1号福田ビル1F ☎0222-66-8401

SUGO東京営業所

〒105 東京都港区東新橋1-1-2 秀和新橋ビル3F ☎03-574-8021

こゝろ 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



ヤマハスポーツRZ50
オリジナル・アクセサリ新発売!

ヤマハ用品・部品コーナー

スーパー50のためのスーパー・グッズ!

いまヤングの話題を独占するエキサイティングマシン "RZ50"。そのスーパーフィーリングを、一段とアップするオリジナル・グッズの登場です。ヤングのバイクライフを彩る豊富なアクセサリ群。バイク本体とセットで、おすすめください!



オリジナル・ヘルメットRZ-005：車体と同一グラフィックのオリジナル・ヘルメット、FRP製、JIS 2種規格品です。サイズはS、M、L、XLの4種。●14800円



ツーリング・グローブ（近日発売予定）：しなやかな皮にブルーのパッドをあしらった機能的なグローブです。●価格未定



カウリング・セット：レーサームードいっぱいのアッパーカウリングとアンダーカウリング。車体色にあわせて、ホワイト、ブラック、レッドの3カラーがあります。●18000円（セット価格）



サブキャリアセット：ツーリングには欠かせないサブキャリア。●5000円



左バックミラー●620円



オートループスーパーオイル 使いやすい! & キャップ缶。●890円
ロングライフクーラント 1 & 缶 ●1500円
スプレー式チェーンオイルPJ1 ●900円



チャンピオンGPプラグ N3G ●1400円



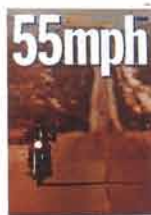
ポケットショルダー：免許証やサイフなど小物入れに重宝なポケットショルダーバッグ。最高級牛皮製。●6800円



●ヘルメットをかぶりましょう。 ●写真はXT500アメリカ仕様です。 ●ヤマハ発動機株式会社 千438 静岡県磐田市新貝2500 TEL05383(2)1111

人間にいちばん近い乗りものなんだ。 YAMAHA SPORTS BIKE

日曜日の朝、太陽のまぶしさに目を覚ました。ベッドの中で最初に考えたのは、オートバイのことだった。絶好のお天気。こんな日は、オートバイも機嫌がいい。ミルクをたっぷり腹の底にしみこませて、テラスの外に出る。わが愛車と、おはようの挨拶をかわす。昨日オフロードでこびりついた泥を洗ってあげよう。ボディがキラキラと輝く。ああ、気持ちよさそうだね。言葉はなくても、コミュニケーションがそこにある。僕と一緒に、オートバイもこの空気を呼吸している。オートバイは、単なる機械じゃない。生きものなんだ。



A BOOK FOR MOTORCYCLISTS
55mph オートバイを知るための一冊
先着10,000名にプレゼント
片岡義男のオートバイ小説、フォト、エッセイをはじめ、ライディングテクニック、マシン紹介などホットな記事を満載。このオートバイの本を先着1万名の方にプレゼント中です。いまずぐ切手500円分を同封して下さい。あて先/〒104-91東京機郵便局私書箱33号(S)ヤマハ55mph係

広告活動ご紹介

スペシャルブック『55mph』の話題とともに、もうすっかりおなじみとなったスポーツバイクのマス広告キャンペーン。これは8月発売の一般誌、男性誌に掲載するシリーズ第3弾です。アダルトユーザーの共感を集めて、最盛期のスポーツバイクシーズンをよりあげる、この広告キャンペーンの成果をどうぞご利用ください。