

《特集》人気のヒミツ全解剖

なぜ、いまヤマハスポーツか？



人気のヒミツ大解剖
なぜ、いまヤマハスポーツか!?!? 3

あなたの街のあなたのフェア
個性あふれる積極アプローチで
さらに多くのお客さまを獲得 8

見て、遊んで、大満足
ヤマハUSAツアー 12

●カラー

'81ヤマハ除雪機&スノーモビル登場 14

ニューヤマハ・チャンピオンズ 16

ヤマハショールーム(ゴルフカー) 18

話のパドック 19

フレンド店登場⑩ 20

連載⑩ セールス最前線 22

パワーアップ★ヤマハ奥さま 24

モータースポーツハイライト 26

ヤマハ★トピックス 28

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

私 もヤマハファン。抜群の歌唱力で幅広いファンを魅了する歌手・菅原洋一さんもプライベートタイムには「XV750スペシャル」を駆って走りを楽しむアダルトライダーのおひとり。こんなところにも急テンポでユーザー層を拡大するヤマハスポーツの人気の一端が表われているようですが、今月のトップグラビアはそんなヤマハスポーツの人気のヒミツにスポットを当ててみました。一方、菅原洋一さんは9月17日、静岡県の「つま恋」で開かれた『ヤマハ奥さま全国大会』の親睦パーティで2時間近いワンマンショーを披露。集まったヤマハ奥さまの人気を独占したものの、当夜の模様は次号でたっぷりレポートいたします。どうぞお楽しみに。



マスコミでも話題の菅原さんと「XV」

〈表紙〉秋の色濃い住宅街にひととき鮮やかに映えるホワイト・ベルーガ。

人気のヒミツ大解剖 なぜ、いまヤマハスポーツか!?

月毎に月間販売台数記録を塗り変えながらすさまじいばかりの市場拡大をつづけるヤマハスポーツシリーズ。その圧倒的な勢いのほどは、7月にはXJ400/Dが、単一機種としては史上最高の3398台を記録、という事実がすべてを物語っているといえるでしょう。

では、ヤマハスポーツシリーズの「ナニ」が、これほどまで

に幅広いお客さまのハートをとらえているのでしょうか?

めざましい需要伸長の中で、こうしたことに改めて思いを駆らせてみることも決して無益ではないでしょう。——というわけで、今月はお客さま、販売店さまにヤマハスポーツ人気のヒミツを分析していただきました。題して「なぜ、いまヤマハスポーツか!？」あなたの分析は、いかがでしょう。

いまライダーの「ジュニア」を
一番よく理解してつくったのは、
それがヤマハ。

● 鳥井誠一さん (千葉県流山市)

SR400に乗りたいたばかりに中型二輪免許を取得した鳥井さんは、28才の典型的なアダルトライダー。バイクへの興味は、いつしかメカニズムへと深まり、ついにはRZ250の1号車を手にして、ゴキゲンなバイクライフを送っています。

「中型免許を取って4年になりますが、そ

のキッカケを作ってくれたのがSR400。それまでは、バイクに興味はあっても、所有して乗ってみたいと思うバイクなんてなかったからです。それが、ビッグ・シングルロードモデルというSR400の強烈な個性に出会って「これダッ!」と思ったんです。今ではSRからRZ250に替わっていますが、これも2サイクルの魅力を変えて教え

てくれたからです。それにしても、モノサスといい、水冷エンジンといい、コンピュータで分析したというフレームやユニークなエンジンのマウント方式といい、ヤマハの先進技術には驚かされてしまいますね。最近では誰が乗っても同じ平均的なモデルばかりの中で、これだけ主張のあるモデルを、最新の技術をもり込んでつくり上げていくヤマハの姿勢に共感しています。その中には、私たちがライダーが求めているモノがうまく汲みとられているしね。いまライダーのころを一番よく理解しているメーカーじゃないかな。これからもこの姿勢だけは崩さずに味のあるバイクをつくって欲しいですね。じつは今、大型二輪免許を取ろうと思ってるんですが、これもXJ750Eにどうして





**どんなお客さまにも
一度は乗ってみたい
と思わせるモデルが、必ずある。**

●(株)スポーツショップイシイ

石井重行社長(東京都江戸川区)

バイク専門誌のテストライダーとしても活躍する石井社長。そのシビアなテスト体験からみても、走り、スタイルで、個性で、ヤマハスポーツは他を大きくリードしている。

クールな分析。

「昨年の250ccシリーズから、今年のXV750スペシャル、XJ400と750の

シリーズまで、つきつぎにデビューしたヤマハのニューモデルが、なぜこれほど大きな人気を集めているかといえば、話題の先進技術を盛り込んだそれぞれの商品づくり、各クラスの商品ぞろえが完成して「ライダーなら一度は乗ってみたい」というモデルが必ずピックアップできるということではないでしょうか。そして、50ccから750ccまで一貫したポリシーが感じられる。それは何かといえば、「よく走る」ということ。乗りやすい、こと、さらに先進技術を採用しながらも、スタイリングはオンドックスで風格がある、ということ、それぞれのモデル自体が、幅広いユーザー層をカバーする商品力をもっていることです。

タリとフィットする。だからXJ400でも16才から30才代までとお客さまの層も幅広いんですね。このあたりが、ヤングとか、アダルトとかに片寄らないヤマハの商品づくりのうまさだと思えますよ。

また技術的にみても、YICSとか、XJ750Aのコンピュータモニターとか、画期的なRZシリーズとか……つねに話題を供給しつづけているのも人気の要因でしょう。商品づくり、先進技術、デザイン・スタイルの総合的なレベルの高さが、市場をリードしているのです。あとは、各モデル毎のオプション用品の充実と、オフロードではXT250の1クラスアップのパリ・ダカールマシンのようなモデル。オンロードでは、XJの250cc版とターボ……これで文字通り盤石の布陣ではないですか?」

**開店以来3カ月、YSP大阪南SKYは
周辺のヤマハファンへの基地の中心
なりつつある。**

●YSP大阪南SKY

濱本和男社長(大阪府堺市)

これからのスポーツバイク販売を先取りしたクオリティショップ・YSP。ヤマハが打出したこの新しいスポーツ店も、急伸長ヤマハスポーツシリーズを語る時には欠かせぬもの。濱本社長は自からもバイクマニア、ヤマハファンを自認するおひとり。

マハファンの基地的なショップになりつつあることも事実ですね。

こうした中で、私たちはヤマハスポーツの全機種と全パーツのストックを裏づけとして、ヤマハという単一ブランドを売る」という大きなプライドを持ってお客さまに接するようになっています。私たちはビッグバイクのトータルアドバイザー、とくにヤマハについてはエキスパート」という自信と責任を持ってね。ですから、店のスポーツ活動もヤマハでなければ、YSPでなければ実施できないものばかり。夏のヨット、冬のスキーなどをミックスしたツーリング、またベルギーのお客さまだけのテニス・ツーリング……といったように。開店以来、日も浅いですが、急テンポでお客さまが増えていることは、YSPという政策の内容が、いかに時代の要請にマッチしたものであるかを立証しているのではないのでしょうかね。」

「以前から正統派といえるビッグバイクユーザーの芽を自分の手で撤き、育て上げたいと思ってビッグバイク専門店の構想を描いていたのです。それがちょうどヤマハのYSP政策と合致して、この7月に「YSP大阪南SKY」としてオープンしました。

お客さまの層は従来の販売店とはかなり異なるだろう、という当初の予想がみごとに的中しています。お客さまの平均年齢が高いし、カムバックライダーが特に多いということですね。ここはヤマハのショールームですか?」

「ここはヤマハのショールームですか?」

「ここはヤマハのショールームですか?」

「ここはヤマハのショールームですか?」

YSPのよんこ
ポリシーのはっきりした店は
ユーザーにとってもすばらしい存在。

●西川裕基さん（大阪府堺市）

先の鳥井さんと同様、西川さんもXJ400スペシャルに惚れ込んで教習所通いを始めたおっしゃるホヤホヤのアダルトライダー。そんな西川さんを大いに満足させているのは、ハイセンスな「YSP大阪南SKY」さんでの、バイク談義のひとつなのだそうです。

「私は「YSP大阪南SKY」さんのユーザー。濱本社長とも古い友人で、YSPとい

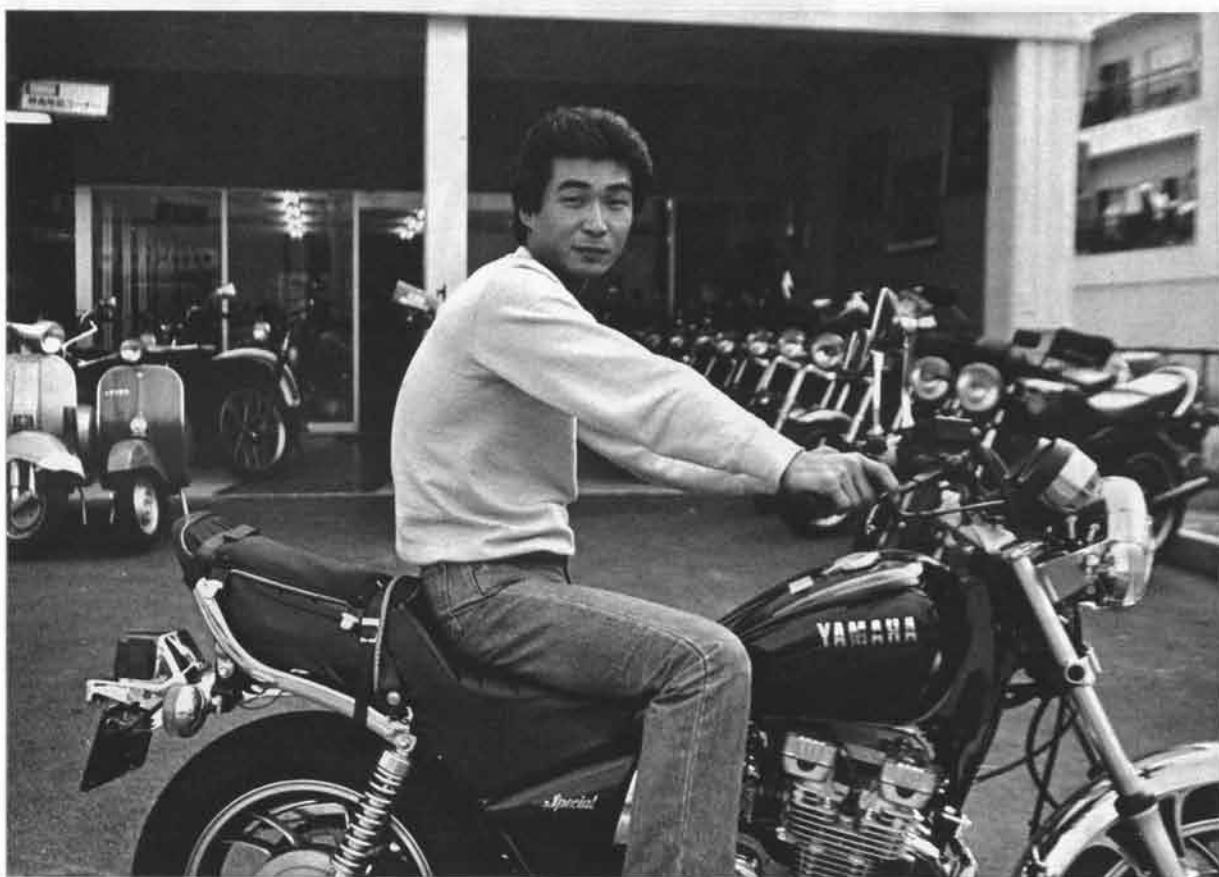
うのがどんな構想の店であるか、ということもあらかじめ聞いて知っていました。こうしたポリシーのある、一本筋の通った店というのは、ユーザーにとってもすばらしい存在ですね。

ここにくれば、ヤマハスポーツのすべてを見て、購入することができ。しかも用品、サービスからスポーツ活動まですべてが完全に実施される。私のようなヤマハファンにと



っては嬉しい限りですね。
 私自身、本当はベルUGを買うつもりで来店したのですが、店頭にあったXJ400スペシャルをみてどうしても欲しくなっただけ。急換教習所通いを始めて中型免許を取ってから注文したんです。注文後は約束通り希望日

に納車してもらって、サスガYSP（笑）。
 こうした、YSPの考え方というのがもともとユーザーの間に浸透していけば、単にYSPのお客さまということだけでなく、ヤマハファンがもともと増えていくと思えますヨ」



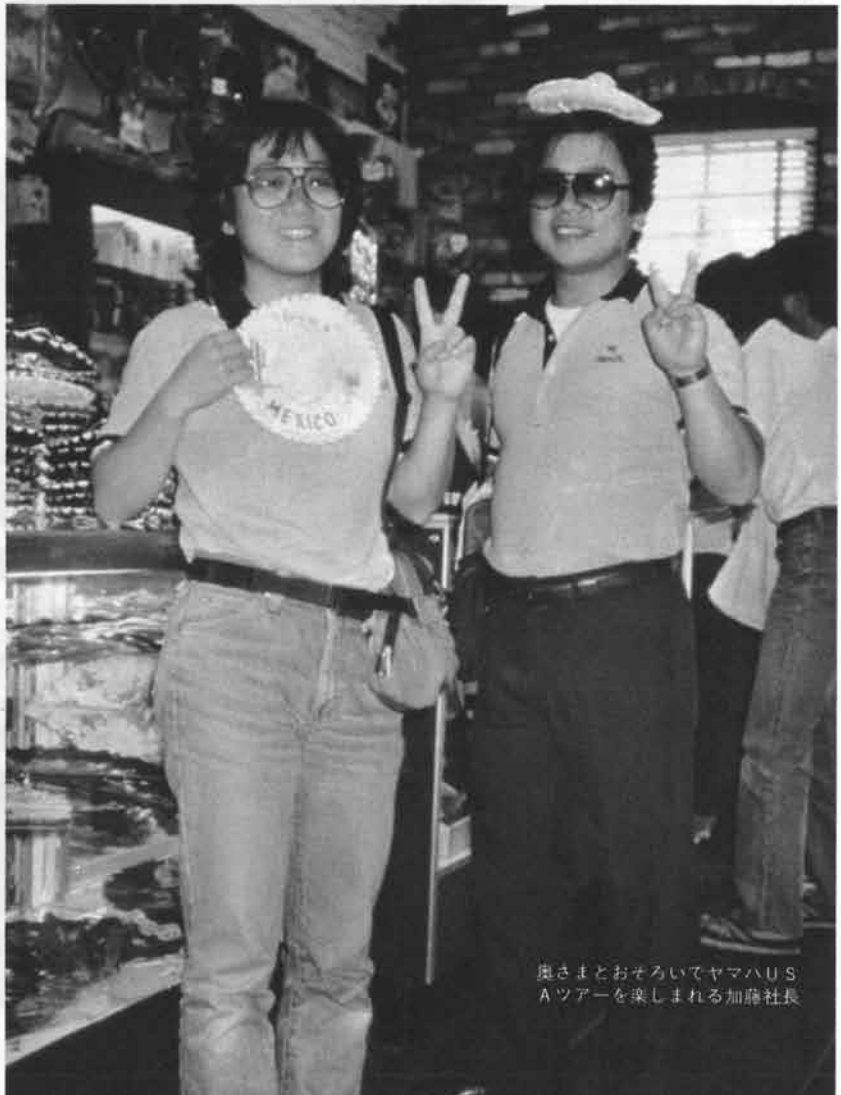
話題を呼んだUSAツアー、 スポーツユーザーの間に 定着の兆しも。

●オートバイの店・NSTC 加藤重樹社長(神奈川県相模原市)

春から夏へ、最盛期のスポーツ商戦を盛りあげてきた拡販キャンペーン「ヤマハUSAツアー」。今年で2回目のこの企画は、お客さまにとっても、販売店さまにとってもさまざまな話題を呼び起こし、ヤマハスポーツ急伸長の一翼を担っています。

「2回目ということもあって今回のUSAツアーは募集期間中から店のお客さまの間でもずい分話題を呼んでいました。行きたい、という人はたくさんいたのですが、スケジュールの都合で断念した人が多いですね。こうした企画は、どうせなら毎年開催して欲しい。私たちにしてもこのキャンペーンを目標にして販売活動に打込みますからね。」

着しつつあるし、ユーザーの心をつかんだユニークなコトをやるメーカーだな、ヤマハって、というイメージは相当地浸透していますね。
私は、ご夫婦のお客さまとうちの女房と4人で参加。オフショナルツアーには行かずに4人でレンタカーを借りて、ロス周辺の販売店を見学してきました。店のつくりの大きさ、きれいに演出された店内、ディスプレイのキメ細かい工夫……どれも参考になることばかり。サンディエゴへまで足を伸ばして全部で7軒ものショップを訪問したのですが、7軒とも在庫管理にコンピュータを導入、日本の営業所なみの部品倉庫を備えているんですネ。これを機会に、今後は年1回くらいは海外をまわって店づくりや商売の参考になることを吸収していきたいと思っています。」



奥さまとおそろいでヤマハUSAツアーを楽しまれる加藤社長

充実したYRSの体験が 店とお客さまのキズナを深めて スポーツユーザーを増やしている。

●菊田モーターズ 菊田洋一社長(福島市)

スポーツバイクの拡販を支えるお店の安全運転推進活動として、お客さまの話題を集めているYRS(ヤマハ・ライディングスクール)これはまた、販売店さまのスポーツどころ、遊びどころをリフレッシュするものとしても定評のもの。菊田モーターズさんのヤマハスポーツ拡販にも、このYRSは欠かせぬ存在なのです。

「こんな時代ですから、スポーツバイクの安全指導とか安全運転の普及活動はスポーツバイクを販売する時に、絶対に外せないものになっているんですね。
うちでは、この活動としてスポーツランドSUGOで開かれているYRSを利用しています。これは安全活動としてはかりでなく、トレーニングもかねて参加できますので店のス



スポーツ活動としてもお客さまに喜ばれているんですよ。

最近では、参加したお客さまの口コミで、参加者が増えている。そして、これがうちのスポーツバイク拡販の力ともなっているようです。

この夏などは、ツーリングを兼ねて私もお客さまと一緒に参加。帰りに全員で遠刈田温泉につかってみました。お湯の中でも初体験のサーキット走行や一番苦しかったオフロード走行の話でもちつきり。全員リタイヤも

せずに完走できて大喜びで「また参加したい」という人ばかりなんです。自動車学校では教えてくれない高度な技術のマスター、そしてひと味違った厳しさ、合宿生活から自然に生まれてくるライダー同志の友情……そうしたYRSの魅力が、「菊田モーターズ」とお客さま、またお客さま同志のキズナを強めているんですよ。いま考えているのは、YRS受講生だけのツーリング大会、それとこのYRSのノウハウを活かして店独自に50ccスポーツも含めたスクールを開いてみたい。」

**男のロマンを感じさせる
ヤマハのスポーツバイク広告に共感して
再びバイクに乗りはじめた。**

● 今村康則さん（埼玉県戸田市）

一昨年の「ビューティフル・モーターサイクルワールド・ヤマハ」から今年の。人間にいちばん近い乗りものなのだ、ヤマハスポーツバイク。まで、一貫して新しいスポーツバイクの世界を提唱してきたヤマハのスポーツバイク広告キャンペーン。その世界に共鳴してスポーツバイクに乗り始めたアダルトライダーやカムバックユーザーも少なくはありません。この今村さんもそんなお一人。

「おとしの今頃ですか、ビューティフル・モーターサイクルワールド・ヤマハのキヤッチフレーズで、ヤマハがユニークなイメージ広告を始めたのは。かつて、TX500に乗っていた私は、あの男のロマンのような世界に大いに共鳴したんです。広告写真の中のシーンが、自分の頭の中に強烈に焼きついてしまっ、無性に「旅ごころ」がかきたてられました。それまで、あんなバイクの世界



なんてあまり体験したことがありませんでした。それが、今年、舞台をアメリカに移して再現された。しばらく忘れていたバイクの味がまた触発されて、今までやっていなかったツーリングから、旅を楽しむみたい、と思うようにな

って。ユニークなオートバイの本「55mph」を手にしてからというもの、この思いはつるばかり……とうとう何年かぶりで再びライダーの仲間入り、XJ400デラックスを手に入れてしまいましたよ」



あなたの町のあなたのフェア

個性あふれる積極アプローチで

さらに多くのお客さまを獲得!!

ちょっとしたアイデアが、ご商売に一大飛躍を——とまではいかないまでも、いまやご商売になくはならないのが、お店の個性化。スクーターフェアやスポーツフェスタの大きな実績からもおわかりのように、市場特性にあわせてご商売の展開は、確実にその成果を上げていっています。夏と秋の全国一斉スクーターフェア、スポーツフェスタを終了したいま、お店に求められているのはそれら統一イベントの成果を確実にお店の実績に結びつける個性あふれるアプローチ。秋から冬への、そんなご商売の参考に、全国の販売店さんのユニークなアイデアの一端をご紹介します。

奥さま族には果物、野菜の原価提供、ご家族連れにはヨーヨー釣りで幅の広い集客を実現!

北海道札幌市・シーバックス札幌(加我 稔社長)

今年5月末にオープンとはいえ、早くもその積極的なアプローチで地元需要を一大喚起するシーバックス札幌さん。さらに、この夏には果物、野菜の原価提供とヨーヨー釣りをプログラムに入れたスクーターフェアを開催して大きな話題を呼んでいます。

オープンしたてに「女性らしく原付教室」と銘打った原付免許教室の展開で大成果を上げたシーバックス札幌さん。もともとがアイデアマンの加我社長さんのお考えはこうです。「まだまだ主婦の需要はあるとみて、とにかく集めようと考えたのがこれ。トマトとメロンとトウキビは直接農家から仕入れ、ヨーヨーはヤマハの協力をあおぎ、お子さま連れに用意しました。結果は、かなりのお客さまを迎えて大好評。うちではポータル販売もしているのですが、そちらのお客さまも駆けつけるなど、大成功だったんです」

シーバックス札幌 サマーセール開催中!

7月29日水～8月10日月迄 シーバックス札幌スペシャルプレゼント!!

8月1日土曜 9:00～11:58
産地直送トウモロコシとトマトをなんと50%OFF
産地直送で大量仕入します。

ヤマハオリジナルシャツ 特別セール
オール4割引!!

店内の商品もセール特別価格で販売します。

抽選会開催

原付免許

ユニークなプログラムがもりだくさん! シーバックス札幌さんの特別セールチラシ



自店でのスクーターフェアの演出に キャラバンカーを利用。より賑やかさを 増して来店をあおる!

青森県八戸市・イリヤモーターズ(入谷洋三社長)

八戸市の町はずれにあたる住宅地で、商売するイリヤモーターズさんにとって、最大の課題は町中の人びとの誘導促進。建坪50坪、敷地300坪のスペースに常時100台以上のバイクを展示——という恵まれた店づくりを、多くの人びとに知ってもらうこととした。そして、この夏、チラシは免許教室を中心、に月2〜3回配布、新聞広告は1年契約で月4回掲載という広告宣伝に加えて展開したのが、ヤマハのキャラバンカーを活用した自店

におけるスクーターフェア。店頭で常駐したキャラバンカーからは常に音楽が流れるなど、賑やかな演出に人気が集まったものです。「即、売りに結びつけることは今回あまり重きを置けなかった。とにかく多くの人びとに店を知ってもらおうと。店の規模には自信があったので、一度来店すればバイクが必要な時は買いに来ると信じていますので」と語る入谷社長。さらに試乗会も続けて開催するなど、意欲を燃やしていました。



商圈拡大に積極的なタイプアップフェア。 TBC夏まつりを筆頭に、外食産業や4輪ディーラーで展示会を開催!

宮城県仙台市・いたばしオートショップ(板橋和男社長)

もともとお店がお寺町ということで、外に打って出る商売をせざるをえないと語るいたばしオートショップさん。日頃の積極的なご商売の展開が効を奏してか、この夏は仙台で七夕まつりと並ぶビッグイベントとして知られる、TBC夏まつりにも参加。より大きな商圈の獲得に、意欲的な活動を展開されました。

「東北放送が主催するこの夏まつりは、七夕まつりが昔からの祭りですれば、こちらは現代の祭りといえるもの。青葉城公園の会場ではタレントが勢揃いしてそれこそ若者男女で賑わいます。そこで運よくファミリーバイク展示会が開けたわけなんです。うちの場合テレビでも広告していたため、結構名前が知られたりして効果もあった。人手不足は

あったものの、お客さまには不自由しませんでしたね。この秋には市内の外食産業のひとつへミルキウエイでも展示会を実施中ですが、こどもも同時に駐車場を試乗会を開くなど多彩な活動を展開。春の4輪ディーラーの新車発表会とのタイプアップも含めて、大きな商圈で確実なご商売を展開しつつあります。

合同展示会の乗り方教室に狙いを絞り、受講後にカタログと名刺に加え キャンディを配布。女性客の心理を巧みにつかむ。

千葉県千葉市・桜木オートショップ(武部 均社長)

いくら合同展示会だからって、主催者の一人として名前を連ねている以上は、それだけのことをしていかなければモッタイない——というも。桜木オートショップさんでは、つねに主体的な関わりをする中でチャンスをも最大限利用して、着実な成果をかちとっているのです。

「別に他意はないんですが、乗り方教室の後なんかにこちらの話を聞いてもらおう場合って、なかなか話しづらいでしょう。そんな時に『お疲れでしょうけど……』ってキャンディでも配りながら、名刺を手渡しカタログの説明

をする、意外とすんなり聞いてくれちゃうんです。せっかくなので多くの人と接触する機会が目前にあるんですから、なんとしてもそのチャンスをつぶしたくない。どんな場合でもそうですが、売り込みの工夫にもT・P・Oが必要ですからね」(武部社長)



↑いたばしオートショップさんが参加した「TBC夏まつり」の新聞広告

→キャラバンカーから終日BGMやナレーションがにぎやかに流れて活気あふれるイリヤモーターズさんの店頭展示会



オフィス街でのスクーターフェアが、 職域展示会のきつかけをつくり いままでにはない客層の広がりを招く！

香川県高松市・スポーツショップユアサ(湯浅 進社長)

RSKプラザといえば、山陽放送高松支社の1階ショールームのこと。ここでの展示会の開催が可能となったため、急拠スクーターフェアを開いたのがスポーツショップ・ユアサさん。ユアサさんはこの外に打って出た積極商法で、さらに大きな客層を獲得。新たな商圏へのチャレンジを開始しているのです。

「確かにいま現在の商圏だけでは満足しきれなかったことは事実です。でも、なかなかそこから飛躍できなかったのも事実。そういう意味からいったら、このRSKプラザでのスクーターフェアの開催は、うちにとって大きな意味がありましたね」
オフィス街のド真ん中、それだけにここに集まってくる人は各地域にわたる商圏拡大の糸口としては最高。集中した商売ができたのも良い。例えば、時間がいえば昼休みと終業時。商品構成がいえばスクーターといったように。また、このスクーターフェアがきっかけとなって「職域展示会の可能性も拓けた」とのこと。湯浅社長は早くも次のステップへとお考えを向けているのです。

近所のスーパーの土曜夜市に参加して、 オールナイトのヤマハフェアを開催。 地元の問題を集めて夏の恒例行事に定着。

福岡県北九州市・サイクルショップ・オザキ(尾崎 久社長)

たまたま近所のスーパーが夜中の1時まで営業しているからと、展示会もしいに夜型に移行していったというサイクルショップ・オザキさん。すでに4年目になるナイト展示は好評で、いまではスーパー主催の主催夜

市のメインイベントとして大活躍です。「今年は7月18日に開いたんですけど、ヤマハのバイクを全車種ずらりと揃えたときは壮観でしたよ。どうせやるなら賑やかにいこうとエレクトーンも4台集めてBGMふうにして

官公庁の指定店という資格を活かして他業種店との交流を図り、 毎月1回昼休みに職域の合同展示会を開催！

宮崎県延岡市・サイクルセンターまばら(輪業 馬服 勝社長)

市役所はもちろん県税事務所や県病院、国鉄等の指定店として活躍するサイクルオートセンターまばら輪業さん。その活動範囲の広さもさることながら、驚かされるのは展示会の展開方法で、わずかの労力と時間に最大限の成果を上げるヒット・エンド・ラン打法を繰り返している点です。

「例えば、職域の場合は、お昼休みの1時間勝負。展示車種も、看護婦さんだったらパセッタをメインにするとか一本に絞って、メインに人気商品をすえるようにおきます。それと、もうひとつは、できることならバイクだけでなく、他の業種の指定店にも声をかけて2〜3店合同で開催すること。これこそ人

を集めるには最も率のいい方法なんです」
おたがいが客を呼ぶ―相乗効果がそれですが、ことクレジットの場合でも、団体が相手の場合は金利負担が先方でもつもらえるために優利と、馬服社長は話してくれたのです。



これはめずらしいナイト展示会。サイクルショップ・オザキさんのこの展示会は、夏の夜の風物詩として地域に定着

ん で、大満足！



いま、スポーツユーザーの話題を集める

ヤマハUSAツアー

春から夏のビッグバイク拡販キャンペーンとして4月から3ヵ月にわたって展開されていた『ヤマハUSAツアー』は、'79年の第1回をはるかに上まわる反響を集めて7月25日に募集活動を終了。8月22日から10月3日まで、9グループに分かれてのアメリカ西海岸の旅がつづけられています。

お客さま、販売店さまあわせて今回のツアーにはのべ約600名が参加。当初の予定を大幅に上まわる応募に、2フライトを増便するほどの盛況ぶり。まさに、ヤマハスポーツシリーズの快調な市場拡大を支える一大パワーとなっています。

●お客さまの、販売店さまの
「遊び心」が「スポーツ心」
に触れる旅

今回は最高120名から最少25名まで10グループに分かれてのツアー。ここにご紹介するのは8月29日から9月4日までの1週間、お客さま、販売店さま計46名の方がたが楽しまれた第3陣の模様です。5泊7日にわたる今回の旅で、参加されたみなさまの第1のお目当てとなったのはライダーシテイ・ロスアンゼルスのは肌で感じるモーターサイクルパーク・サドルバックでのレース観戦でしょう。この「ヤマハUSAツアー」ならではのプログラムは、かずかずのオブショナルツアーに先がけてロスアンゼルス到着と同時に開始されました。

まず、入国手続きをすませた一行はその足で、ロスアンゼルス空港からロングビーチの近くハンチングビーチにあるヤマハ販売店「プレミアヤマハ」さんを訪問。ここでポール・ラリック社長以下お店のスタッフの歓迎を受けたのです。

「ようこそLAへ。私の店はビッグスポーツがほとんど、いまはヤマハビラーゴ(XV750スペシャルのUSA仕様)がめざましい勢いで売れています。客層も16才から40才ぐらいまでと広汎。またモトクロスも盛んで中には5才ぐらいから楽しんでるチビッコもいるんですよ」というラリック社長の説明に耳を傾けながら、一行は決して広くはありませんが、隅ずみまでモーターサイクル・ファンならではの神経の行き届いた店内を熱心に見まわっていました。

そして2日目の午後はもうひとつの目的地「サドルバックパーク」へ。日程の都合上、きわめて短時間のレース観戦となっていました。アメリカならではの

ご商売にも貴重な体験

● 江口隆仁さん、由香里さんご夫妻 (有)丸富オート販売さま(横浜市神奈川区)



このヤマハUSAツアーを新婚旅行に、と8月28日に結婚式を挙げたのです。カリフォルニアに来てみて、アメリカ人の大らかで開放的な気風に日本人とのちがいを一番感じました。フリーウェイをはじめ、これだけ道路網が発達しているのですからビッグバイクの大きな需要もうなづけますね。交通マナーも良いし。具体的にどうこうということではありませんが、こんな雰囲気味わったことは日本での商売に大いに生かせそうです。

● 今村節子さま(右端)/さつまオートセンターさま(兵庫県尼崎市)

娘といとこ、兄嫁の女ばかり4人でやってきました。すばらしい道路環境と交通マナーの良い中でドライブは最高ですね。狭い日本にいとサドルバックパークのような雄大な景色にはびっくり。あそこでモトクロスを見れたのは良かったわ。それに街を走っているバイクを見ると日本車ばかり、つくづく私たちが扱っている商品の「強さ」を感じました。



さらに豊かなバイクライフへ貴重な体験

● 椎橋良三さま、保子さまご夫妻/横浜市港北区



販売店の社長さんご夫妻と4人で来ました。アメリカの販売店を中心にモーターサイクルに関係のある所をレンタカーを借りてじっくりと見てまわろうという目的でね。

パーツや用品、アクセサリ関係の店を見てまわりましたがどれも感じがよく、ステキな品物がいっぱいですね。それとアメリカはなんといってもモータースポーツの国、モトクロス以外の競技も見なかったですね。とにかくヤマハのUSAツアーに参加して本当に良かった。

● 辻野明美さま(写真左)/大阪府泉南市

私はいつもパッソラに乗っているんですが、その関係でよく行くお店「モテック泉南店」の辻野圭子さん(右)に誘われて参加したのです。来てみて一番印象深いのは、広く、大きいということ。モトクロス場も、フリーウェイにもかまがね。もっと大きなバイクに乗って、こんな道をゆったりと走ってみたいなアッってつくづく思いました。このスケールの大きさにひたったり、たくさんの友人ができたこと、このツアーの収穫はとも大きかったですね。



見 て、遊

→「ウワーひろい！」広大なサドルバック・パークでは、モトクロスレースを観戦

↓オフロード用品を中心にウェストコーストならではの品ぞろえが一行の目を奪った「プレミアヤマハ」さんの用品コーナー



ウェストコーストでも圧倒的に多いヤマハラライダー



のスケールの大きさには皆さん一様にビックリ。バイクを駆って走り出したい気持ちを押えるのにひと苦労といった様子です。こうしてモーターサイクルを介してアメリカに親しんだ後は、3日間にわたる自由行動。オフショナルツアーに参加する人、レンタカーを駆って広大なウェストコーストを走りまわる人、みなさん思い思いの旅を満喫されていました。こうして過したアツという間の1週間、言葉のハンディを感じながらも肌で触れた西海岸の風物や人びとは、参加されたみなさまを完全に魅了したものです。

特に「ヤマハUSAツアー」ならではの、モーターサイクルという共通の話題を持つ人びとのツアーとあって、その印象は一層鮮やかなものとなっているようです。

家庭用を中心に急成長する除雪機市場へ 好評スノーメイト(YSM250)と小型除雪機(YT665)を!



雪国の冬の暮しに欠かすことのできない除雪作業。長い間雪国の人びとに大きな負担を課してきたこの重労働も、最近ではそのイメージを大きく変えようとしています。つまり、除雪機の着実な普及、とりわけこれまでの大型除雪機にかわって家庭用の小型除雪機が暮しの中へ急ピッチで浸透しているからです。

こうした中でヤマハでは、従来の6馬力から小型除雪機(YT-665)に加え、昨年からは手軽なホームタイプとして2馬力エンジン採用の家庭用除雪機・スノーメイト(YSM-250)を新発売して好評を博しています。

特にこのスノーメイトは、家庭用として玄関まわり、庭先、自宅周辺の道路、車庫周辺などの除雪に大活躍。軽量・コンパクトな作り、おもとめやすい価格、すぐれた操作性と簡単な取りまわしから、これからのホームタイプの主流として大きな注目を集めています。一方、小型除雪機(YT-665)は、本格タイプながら購入しやすい価格、大量除雪に

なればなるほど威力を発揮する軽量ボディとすぐれた操作性に人気が集。ホテル・旅館、病院、商店など商工自営業あるいは事業所や官公庁などで特に多く使用されています。

そして、ここにご紹介するのが、'82年モデルのスノーメイト(YSM-250)は、定評の使いやすいやすさにさらに改良を加える一方、除雪作業をひとまわり豊かにするオフショナル・パーツ(スキー、シュートコントロール等)をご用意して、奥さまタイプとしての商品性をまた一段と高めています。

ヤマハスノーモビル 好評3モデルを'82年度も発売

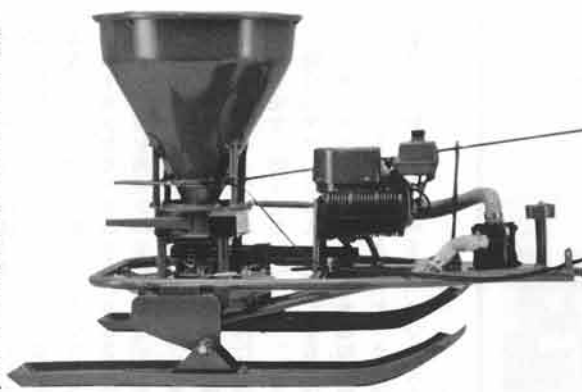
一方、この冬で14年目のシーズンを迎えるヤマハスノーモビルは、暮しに、スポーツレ

また(YT-665)も、ギヤ・ミッシェン方式を採用して作業スピードをアップ、デイスチャージシュートをリモートコントロール式として投雪角度が手元で変えられるようにするなどさらにキメ細かな改良が施されています。(さらに詳しくはサービスマニュアル等をご参照ください)

520万余……これが日本の積雪30cm以上(年間30日以上)の降雪地域の普通世帯数。あらためて家庭用小型除雪機の市場の大きさに驚かされますが、こうした大規模な潜在需要の発掘をどうぞ積極的にご展開ください。

ジャーにしっかりと日本の雪に定着した3モデルを一段とグレードアップして'82年度新登場いたします。

このうち、初めての方にも気軽に乗りこなせる(S-250)は、プラグとキャブレター(フロート型)を一新してエンジンの安定性を高め、同時にメインスイッチからライトスイッチを独立させて操作性をアップ。また、定評の最大排気量モデル(S-540)は、ファンシャフトまわりの改良によって耐久性を向上させての新発売です。



また、(S-540)とのコンビネーションで北海道、東北の耕地の融雪剤散布に活躍するプロードキヤスター(YSM-11)も、ひきつづき発売いたします。

10月の声とともに降雪地の販売店さまでは、冬期商品の2商売のスタートです。家庭用除雪機スノーメイト、小型除雪機(YT-665)、さらにスノーモビル3機種に融雪剤散布機プロードキヤスター……と今シーズンもヤマハは、一段と充実した商品群を雪国のみならずにお届けいたします。予約セールや展示会など一足早い販促活動の展開によって、この冬もどうぞ積極的にご拡販ください。

冬

まじか。雪国のご商売に、 ことしも主役の登場です。

6馬力
本格タイプ



2馬力
奥様タイプ

ヤマハ (家庭用 除雪機) スノーメイト YSM-250

“一家に一台”雪国の冬のくらしの必需品ヤマハスノーメイトは、奥さまを除雪作業の重労働から解放します。21kgの小型軽量タイプ、扱いやすい前面集中パネル式などのかずかずの特徴に加えて、'82年モデルでは特に低温時の始動性、きめ細かな操作性などを向上。タンク容量もアップして1時間の連続使用を可能にしました。家の周囲やお店の前などの除雪に最適。手間のかかっていた除雪作業もラクラク行なえます。

ヤマハ 小型除雪機 YT-665

1時間に35トンもの除雪能力を発揮する、空冷4サイクル・エンジン搭載の本格タイプ。商店、病院、駐車場、ホテルの玄関まわりなどの大量除雪には定評のYT-665も、新しくギヤ・ミッション方式を採用して作業スピードをアップするなど一段と扱いやすくなっています。

S-250 (公道も走れる認定車)

初めての方にも扱いやすい小型・軽量の雪原のランナバウト。



'82ヤマハスノーモビル



S-340 (公道も走れる認定車)

ハイパワー・エンジンと卓越したスポーツ設計が、雪原のツアーで真価を発揮します。

S-540 (公道も走れる認定車)

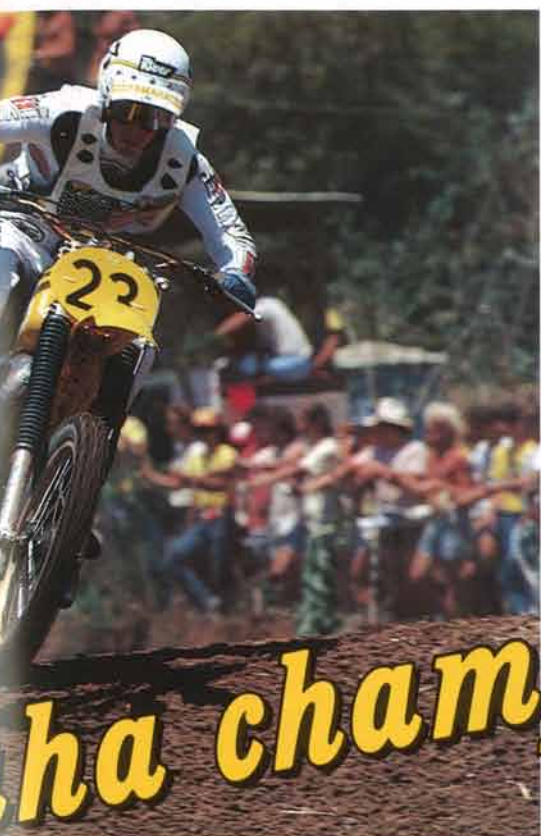
高性能エンジンと419mmのワイドトラックが生み出す安定した走りが、日本でも定評のビッグマシンです。



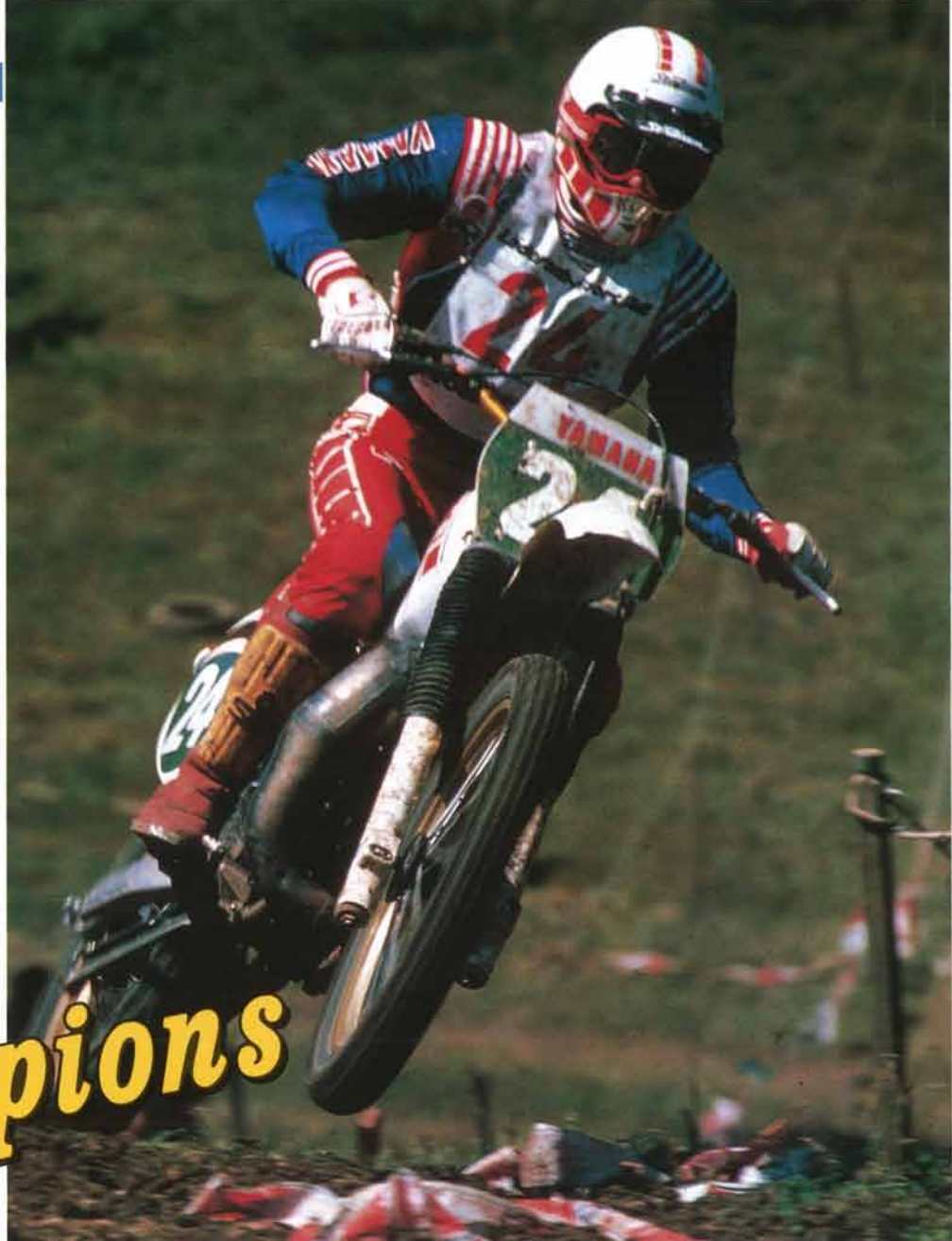
活躍をくりひろげたヤマハマシンとヤマハライダーが、つづけていたこの1年の活動から、今6ページに詳報)

500ccクラス

500cc初制覇 独占!



Yamaha champions



●世界選手権モトクロスシリーズ 250ccクラス

N・ハドソン/YZM250 大逆転のワールドチャンピオン 獲得!

ファンの注目を一身に集めてライバルG・ジョベを最終戦の第2ヒートで大逆転、ハドソンとYZM250はみごと世界一へ



●全日本選手権ロードレースシリーズ・国際A級500ccクラス

木下恵司/TZ500 ぶっちぎりの全日本制覇!

高井、金谷につづく日本ロードレース界のホープ木下。今季3優勝をマークし、最終戦を待たずして初の全日本チャンピオンを決定。



ロスアンゼルスヤマハ販売店さんを訪問して大歓迎をうける一行（ハンチントンビーチの「プレミアヤマハ」さんで）



春から夏へのスポーツ商戦を盛りあげてきた拡販キャンペーン『ヤマハUSAツアー』は、予想をはるかに上回る反響を集めて無事終了。8月22日から10月3日まで、9グループに分かれて、のべ約600名にのぼるお客さま、販売店さまが、アメリカ西海岸の旅を満喫されています。（関連記事12ページ）

見て、遊んで……大満足

★ヤマハUSAツアー★



有名なモーターサイクルパーク「サドルバック」でモトクロスを観戦



ことしもまた内外のビッグシリーズ戦でめざましい大活躍。技術革新への挑戦とモータースポーツの振興をシーズンも3名の新チャンピオンが誕生しています。

●AMAナショナル選手権モトクロスシリーズ

**B・グローバー/YZM500
ヤマハコンビ、1位、2位**



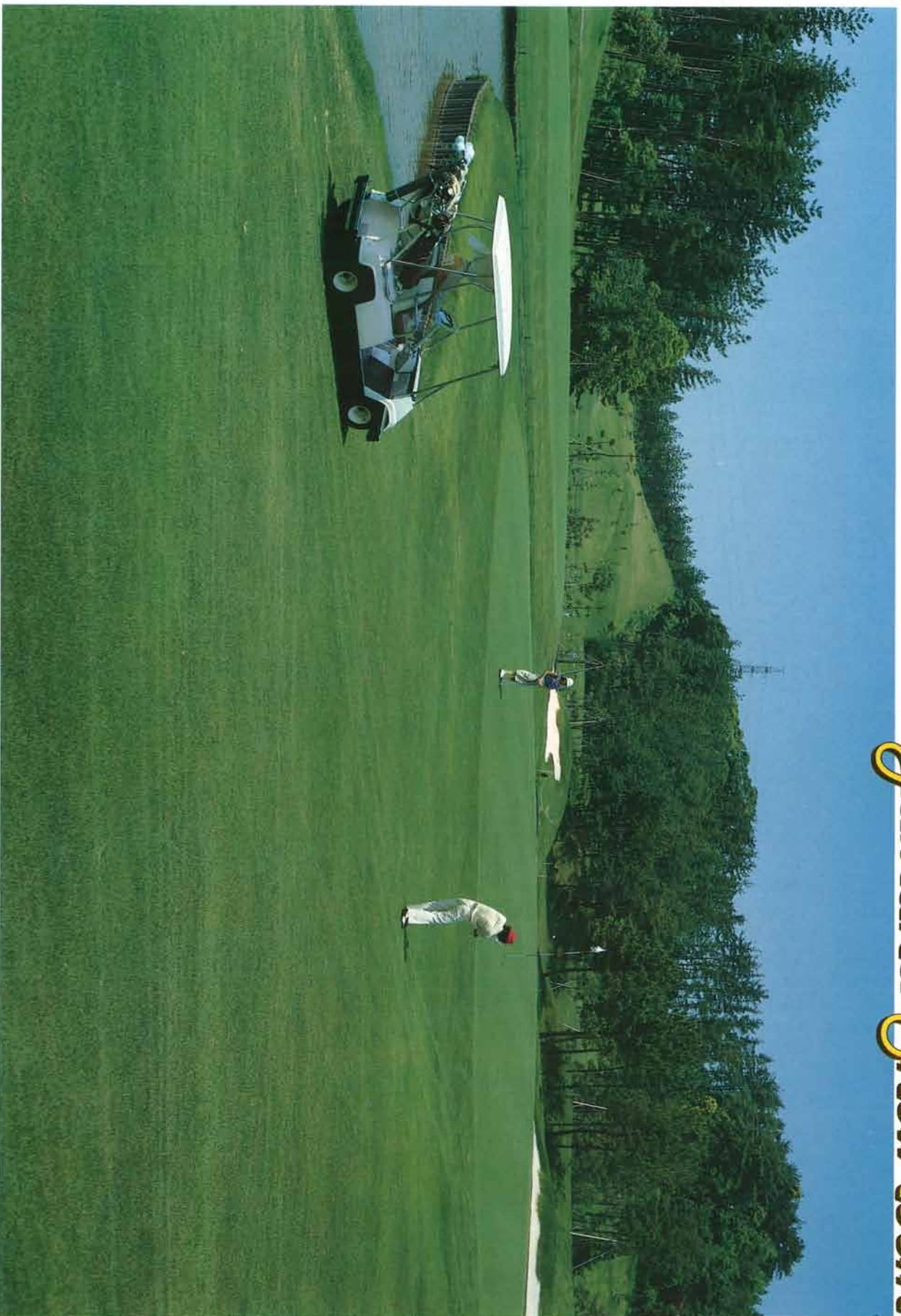
アメリカ・モトクロスのビッグシリーズ500cc級では、グローバーがダントツのつよさで初のチャンプ。2位もYZM500のM・ベル



New yamaha



Yamaha Showroom



鮮やかなグリーンのうえをスイスイと泳ぐように走りまわるゴルフカー。これもヤマハのエンジン技術をいかした多彩な商品のひとつです。日本国内はもとより世界の国々にも輸出され、ゴルフ場の省力

化に貢献しているのです。また、このゴルフカーの姉妹車ランドカ―も、スホーツランドSUGOやつま恋など、各地のレジャーランドで活躍しています。

●6輪使い分け時代の
任意保険登場!

以前からバイクの任意保険の加入率の低さが問題になっていましたが、これを一気に解決し、加入率アップをはかろうと、このほど保険料の改定が行なわれました。

その目玉商品と言えるのが、6輪使い分け時代の保険ともいえる「ファミリーバイク特約(125cc以下)クルマとバイクの両方を持つている人のために、別個に保険加入をしなくても、クルマの保険に付属させるだけでOKというものです。この特約を受けた場合、一家で2台以上バイクがあっても、どのバイクでも対象になるし、他人から借りたバイクで事故を起こしても補償されとか。

特約保険料は「自動車保険」で対人5千万円、対物100万円(年齢不問)の場合、これまでは1万1千240円。それに対し「特約」では7千990円と割安。このほか「家用自動車保険」にも単独で加入できるようにするなど加入者の便宜が図られています。

●日本は世界有数の「電話国」

全世界で使用されている電話機の数は、79年現在で4億4千825万台とみられ、ざっと人口1000人当り15台の割合になる計算。

そして、世界には電話機の数で50万以上ある国が41カ国、100万以上の国が36カ国、1千万以上の国が9カ国あるのだそうです。国別の第1位は言わずと知れたアメリカで、1億6899万台。日本は第2位で、5294万台とグッと差があります。

では都市別ではどうでしょう? 電話機数が50万台を越す都市は全世界で78あり



ますが、その中の8都市は日本にあるのです。世界の人口を有する東京都の電話機数は589万台。ニューヨークの585万台を抜いて、これも世界一となっています。

ともかく、この数字から見ても、わが国は世界有数の電話国であることに違いありません。大いに電話を利用して、ご商売も効率アップといきましょう。

●クルマからモシモン

電話の話題をもうひとつ、「道路が大渋滞してるから、〇×さんのベルギーの納車は遅れそうだ」といった具合に、クルマからお店や自宅への電話が可能なら自動車電話が静かなブームを呼んでいます。

神奈川、埼玉、千葉を含む63地点の、いわゆる東京地区。それに、大阪、神戸、京都、奈良といった地区で、それぞれ別個に自動車電話サービスが受けられます。クルマから全国の一般電話と通話可能ということで、幅広い分野で人気を集めて

いるとか。

なかでも、ビジネスマン、個人タクシ―、個人商店などへの普及が最も多いそうです。現在、全国で約1万台(東京地区で約7千台)が利用されていますが、今後さらに普及しそうです、と電々公社は話しています。

気になるのはお値段ですが、加入費は8万3000円で一般電話と同じ、電話債券はありません。基本料金3万円はチョットお高いようですね。お申し込みは電々公社まで。

●モーター付は「航空機」?

山のテッペンから空に向かって飛び出すと、風に乗って鳥人間になれるのが、ご存知のハンググライダー。さらにそれより一歩進んだのが、モーターハンググライダーなんです。

どちらも「空を飛びたい」という若者達の間でうなぎ昇りの人気。財団法人・日本航空協会に登録されているハンググ

ライダーの愛好者は、現在6500人。さらに、ほぼ同数くらいの非登録者がいるというほどです。このうち、モーターハンググライダー愛好者は50〜60人で、まだまだ少数派ですが、平地からも飛び立てる魅力に引かれ、急増の勢いを見せています。

ライト兄弟が乗った飛行機よりも、ハンググライダーはずっと飛行機とも言われ、最新のモーターハンググライダーにいたっては、津軽海峡横断飛行などもやってのけました。

「野放しでは事故を招く」と対策を検討していた運輸省は、モーターハンググライダーを、とりあえず「航空機」と認定し、今後は免許証が必要になります。原付免許程度の内容の試験にしてくれると、気軽に楽しめるのですがね。

●用心ノコインランドリー

雨の日が長く続いたりすると、独身者でなくてもコインランドリーのお世話にならざるを得ません。ですがご用心。洗たく槽は大腸菌などの細菌で汚染されているのだそうです。「このまま放置すれば、コインランドリーが伝染病の媒体となる」という調査結果さえ出ているほどです。

この調査は、広島市衛生局と衛生試験場のプロジェクトチームが今年の5月から7月にかけて、山口市内のほぼ全施設に当たる182のコインランドリーを対象に行なったものです。

その結果、大腸菌、黄色ブドウ球菌が検出された機械もあり、その汚染度は予想以上だったとか。大腸菌は80度で死んでしましますが、コインランドリーの機内は60度。生存菌も残ってしまうわけです。

その対応策としては、「消毒の徹底。利用者側は殺菌効果の強い洗剤を使用する」といいでしょう」ということです。

フレンド店
登場

81-10

スポーツショップ ナラシノ

矢嶋義正社長

千葉県船橋市三山町7-17-10 ☎0474(79)3322



50ccから750ccまでヤマハスポーツシリーズがびっしりとならぶ店内

商圏内に3校もある大学の学生さんを中心に

南店の3年目にしてユーザー340名も
お客さまカードを揃えることができました。

これから期待される需要層を考えたとき、まっ先に思い浮かぶひとつに「大学生」があります。さまざまな制約を離れ、精神的にも、経済的にも、自由にゆとりを持ってバイクに乗れる人たち。今月ご登場いただいた「スポーツショップナラシノ」さんは、開店わずか3年にして「1340名」のお客さまカードを数えるまでに急成長を遂げていますが、その5分の1は、この大学生ユーザーという特徴的なお店です。

●お客さまの20%を占める大学生ユーザー

「小売業は立地産業、商圏の特性を無視してご商売の成功はありえない」とは、よくいわれること。まさに「スポーツショップ・ナラシノ」さんは、この良い方の典型ともいえるお店でしょう。

お店のある千葉県船橋市三山町は通りの向うは習志野市、その脇は八千代市、さらに千葉県との境もまじかというところ。そして半径4キロという商圏の中には、日本大学生産工学部、東邦大学、順天堂大学と、3校もの大学がお店をとり囲むように点在しているのです。

こうした中で「スポーツショップ・ナラシノ」さんのご商売の現況を、矢嶋社長はつぎのように分析されています。

「1340名のユーザー名簿のうち、230名以上は学生さん、やはりうちのお客さまの中心ですね。なにしろ3校あわせて1万人近い学生さんが商圏内にはいるのですから。大学生のお客さまのほとんどは他の地方から来て下宿

をしながら通学している人。それだけに、学生生活の足としてパッソル、パッソラなどのスクーターを使う人と、レジャーにスポーツバイクに乗る人これはRZとXJ400がほとんどですが、はつきりと分かれてしまっていますね」

●大学生にチラシは効かない!

一見、きわめてめぐまれた商圏の中での単純なご商売のように聞えなくもありませんが、そこにはやはりご苦労も多いもの。

その第1は、各大学とも生協組織がないために、積極的にキャンパス内に打って出るご商売が展開しにくいこと。第2に、広告などでお店をPRしようとしても、多くの学生さんは新聞をとっていないので折込みチラシは効果なし、また住所が不明確なのでDMなども送りにくいこと。さらに、これは当り前のことですが数年の学生時代がすぎればこの地域から離れていってしまうということです。

こうしたいくつかの不利な条件をこどもなげに克服しているのが、30才と若い矢嶋社長の「人柄」というか、明るく親しみやすいお店の雰囲気。つまり、友達が友達を呼んで「お客さまの輪を広げているのです。」

「特別に紹介販売を増そうと思っって何かを

→これはユニークなアイキャッチャー、ショールームの天井から吊下げられたパズル

→店頭にはスクーターを大量展示して道行く人の目をひきつける

↓開店以来3年間のお客さまはすべてカード化されている。お客さまからの電話も、誰れが応待に出ても用件が通じるように、独自の電話連絡ノートが用いられるなど事務処理のシステム化がはかられている



↑みずからもバイクマニアの矢嶋社長。お客さまとの会話の中にも技術特徴や性能の話がポンポンとび出してくる

←「スポーツショップ・ナラシノ」さんのスタッフとお客さま、後列左から2人目が矢嶋社長



スポーツショップ・ナラシノさんのご商売の概要

- 開店……53年6月カートショップとしてオープン。55年11月バイク専門店として再スタート。
- 商圏と立地……周辺は新興住宅地。また大学が3校もある学園都市。お店から半径約4kmの範囲を商圏にしている。
- 顧客……大学生が約4割、全体的にみてもヤングが主体。56年8月までにお客さま名簿の人数は1340名、を数えている。スポーツバイクとファミリーバイクは約半々。
- 店舗……総面積26.5坪。うちショールーム9坪、展示コーナー兼サービスコーナー15坪。
- スタッフ……矢嶋社長の他に3名の従業員さんがセールスとサービスを兼務。
- 販促活動……新聞折込みを主体とした広告活動が中心。このチラシは毎月1回定期的に配布する他、セールスのたびに約1万2千枚を折込んでいる。

学生さんは走れなくなつてしまふ。そこで、お客さんには「工具や場所は提供しますから、自分でできることは自分でやらないさ」といっているんです。こうして自分のバイクを自分でいじることが、逆にお客さまには大きな楽しみのひとつになつていようですよ。おかげでうちは、パーツの仕入れ額は、ヤマハ千葉(株)でもトップクラスだそうで、月に200万円はありますからね」

さらに、お客さまとのコミュニケーションづくりとして実行されているのが、親しいお客さまとの「月例夕食会」。お店とお客さまという立場をこえてのバイク談義から、さまざまな情報やお客さまの要望が「つぎと」びざつたアツプされ、これが次のご商売へと還元されていくのです。さらに、この秋には念願のツーリングクラブも発足。10月10、11日の連休には約30名のメンバーで第1回目のツーリング大会が予定されています。

しているわけではありませんが、バイクばかりでなく「楽しみ」まで提供しようとお客さまとコミュニケーションを深めているのが、口コミで広がっていくのしょうね。新規のお客さまの6割は「紹介」です。

「ともかく、つねに新しい話題をつくり、お客さまに楽しんでもらいたくする店でありたいんです。『あそこ買って良かった』といわれたいですからね。そうすれば1人のお客さまが1人で終つてしまふことはない」

こうした姿勢があるからこそ、先輩が後輩をお店に紹介していくというように確実に回転していく大学生ユーザーを、確実にお客さまとされているのでしよう。

「大学を卒業されて、他の地方へ行ったお客さまから手紙をもらつたりしますが、うれしいものです」という矢嶋社長の言葉に、この関係が「あざやかに象徴されているようです」

●来年は女性客の獲得にトライ!
こうした中で、もつた矢嶋社長が最も真剣に取り組んでいるのが、新しい需要層の開拓。「お客さまの層が片寄るといふのも悩みのタネでしてねえ。そこでヨソとは逆に、うちではこれから主婦を中心に女性層の開拓に組もうと思つているんです」

「スポーツショップ・ナラシノ」さんは、商圏内に競合店が10店近くもひしめきあつて、昔ながらの激戦区。多くは自転車との併売で、昔ながらのつながりでお客さまを固定化しているお店が多いのです。

「そんな中でうちの店を売っていくには、宣伝しかりませんよ。これには折込みチラシを使うつもりです。そして近くのスーパーで展示会を開き、ここで発端したお客さまを免許教室に集めて顧客化していく、もう他店では当り前のこととしてしまふが、うちにとってはこれが来年の目標のひとつ。すでに展示会と免許教室の会場のメドは立っているんですけどね。何かのきっかけがあれば新しいトライは起こしにくいものですよ。またそれがなければ新しいお客さまもつかめない。来年はぜひ展示会、免許教室。見せて、触れさせて、乗せて……ということをうちの店に定着させたいものです」

と秋から冬の商戦に意欲的な矢嶋社長。大学生ユーザーの「良さ」から、地域のユーザーの「良さ」を相対的に、来年は、その顔をまたひとつ増やされていることとしてしよう

●吉川 雅之
(産業能率短期大学講師)



いまや販売店さんのご商売に欠かすことのできない広告・宣伝。今月から3回にわたって、この広告・宣伝活動を取りあげてまいります。販売店さんが実施する広告はどうあるべきか、それはメーカーの広告活動とどう関連づけられるのか……第1回は広告についての基本的な考え方です。

広告は、お客さまが購入に至るまでのキツカケのひとつ。 決して広告がすべてではない。

「最近ではチラシをまいても効果がない」そんな話をよく耳にします。

以前ならチラシを一度まけば、3台や4台のバイクが売れたものが、最近はどうも手応えがはつきりしない、という悩みです。

バイクに限らず、広告をすればモノが売れる、というのは一見当り前のようですが、案外当り前ではないのです。多くの業界で広告をすればモノが売れた、という時代は昭和30年代に終わっており、この時代を「広告神話の時代」という人までいます。

では広告は効果がなくなってしまったか、という点と毎日のテレビや新聞、雑誌、ラジオなどで目に、耳に絶えまなくとび込んでくるように、やはりそれなりに効果があり、各社ともそれなりの効果を期待して広告活動を行ひひろげているのです。

広告だけをしても商品は売れなくなった、しかし広告にはそれなりの効果がある、とい

うのが結論です。では、それなりのそれとは何かをここで少し考えてみましょう。

広告は購入への動機づけのひとつ

一般に消費者が商品を購入するには、さまざまなキツカケが必要です。バイクの場合で考えてみると、まずバイク自体に対して欲しい、と思わなければ買うわけはありません。

このバイクの利便さ、快適さを知るキツカケは広告をみた場合もあれば、友人の話や街で走っているバイクを見かけ、よさそうだなと思つたという場合もあるでしょう。さらに駅から自宅までが遠いとか、坂が多いとかという外部の環境条件もかわつてきます。

その上で、友人にすすめられ、偶然見かけた販売店さんのチラシ広告で、売っている店を見つければ、店員さんの勧めで購入を決定するということになるわけです。

このように多数のキツカケがあつた中で、

どれかひとつが欠けても、購入が中止されるか遅れるということになるでしょう。広告というのは、消費者が購入を決定する時のキツカケのひとつであり、決して広告がすべてではないのです。多数のことが積み上げられてはじめて売上げに結びつくのであり、漫然と広告だけを出しても、そのままでは売上げは上がらないでしょう。しかし、広告もなければ、もつと売上げは上がらないのです。

お客さまが満足に至るまでの5つの段階

一般に消費者の心理は、次のように変化するといわれています。

1、認知の段階

商品の存在や名称を知る段階です。たとえば「ベルギー」という名前前のスクーターがあるということを知る段階。この時テレビなどの広告が効果を発揮するのです。

2、理解の段階

その商品が、どんな商品かを理解する段階です。良さがわかる段階ですが、まだ客観的であり、自分が持ちたいという気持は出ていません。「おもしろい商品だな」という程度の興味の段階。この段階では、簡単な理解であればテレビ広告なども効きますが、ちよつと複雑な内容になると雑誌や新聞の方が有効、友人など周囲の人の話も効果的です。

3、欲求の段階

単なる興味、関心から脱して自分で欲しいと思う段階。ここではじめて販売店さんに来店する、ということになるのです。

なお、さらに比較の段階、確信の段階を入れて考えることもあります。他の商品と比較し、他の販売店と比較した上で、よし買おうと決心する段階です。

最近では、この欲求の内容が複雑化しています。バイクに対して実用性から考える人も

いけば、ファッション性から考える人もあり、スポーツとして考える人もいる、という具合です。これを欲求の多様化といっていますが、それに対応するには、やはりキメ細かな配慮が必要になるのです。

4、購入の段階

ここで、いよいよ購入という行動がとられるのです。プレミアムや値引きなども購入のきっかけとして有効ですが、やはりお店の人の説得、セールストークが効果を持っています。

5、満足の段階

購入後、よい商品を手に入れたという満足感ですが、これにはアフターサービスなども当然関連してくる部分です。これが、その後の購買にもつながるのです。

さて、以上の5段階を図にすると、右下のようになります。この図で見るように、認知



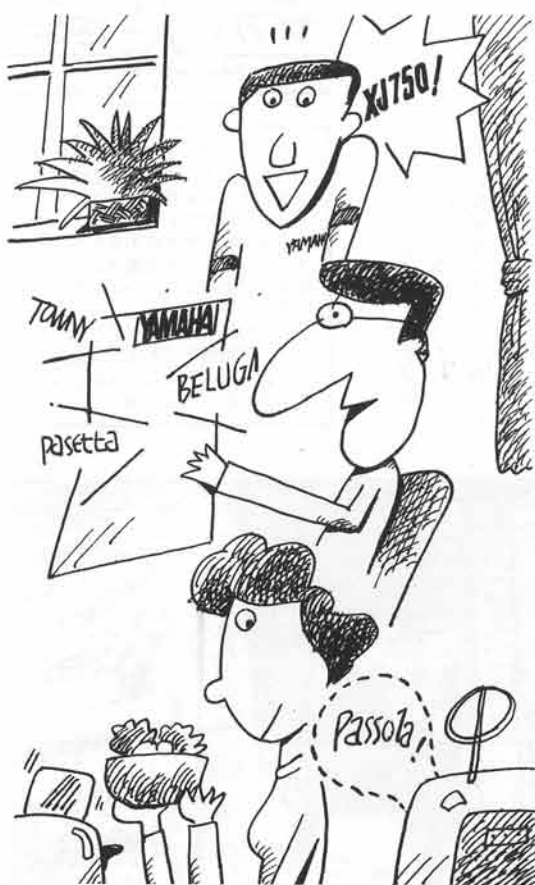
つまり名前を知っているという人が最も多く、理解している人、欲しい人、欲している人……と上に行くほどほしい人数も減ってくるのが一般的なスタイルです。バイクについては、この5段階の中で認知の段階は、かなりよい（浸透している）ようですが、理解と欲求を起さざる段階が弱いようです。これをどう訴求していくか、これがみなさんのご商売を決定づけていくといえそうです。

モノを売る、お店を売る、販売店さんの広告はどうするべきか？

こうした中で、では販売店さんの広告はどんなところに注意したらよいのか考えてみましょう。

① 目的またはテーマ

広告における目的・テーマとは何を情報として伝えたいのか、ということ。目的や



テーマは大きく分けるとふたつになります。第一は商品を売ることです。ここでいう売るといふ言葉は、良さを知ってもらおうという意味です。これには、通常メーカーが大きな力を注いでいます。テレビCMや雑誌広告などメーカーの広告宣伝はほとんどが、このタイプであるといってもよいでしょう。まずは商品そのものの良さを知ってもらおう、これがなければ販売はできません。

第二の目的は、お店を売ることです。いかにすぐれた商品でも、売っている場所がわからなければ売れるわけがありません。ここで売っていますよ！、ということを知らせること、この店は他とは違ってこういうよいところがある、ということを知らせることです。これは、もちろん販売店さん独自の広告活動の範囲です。

これまでの販売店さんの広告を見ると、目的のはっきりしない広告というのが案外多いようです。この目的は、現在自分の商圏のお客さまにナニを伝えれば最も効果的か、という点から考えて決定していきます。

ただ、商品をずらりとすべて価格が書いてあるだけ、という広告ではお客さまに何を伝えたいのかもはっきりせず、それと広告を目にしたお客さまも、どう判断してよいかわからないでしょう。

② 対象の設定

目的・テーマの決定とこの対象者の設定は非常に関連性があります。

対象者の限定のし方は、地域別（繁華街、郊外ベッドタウン、農村地帯などの分け方。あるいはお店から何キロ以内、それ以上という分け方もあります）用途別（通勤用、買い物、レジャー用など）、性別、スクーターとスポーツ……などいろいろな分け方があり、これらを組合わせて、どのような対象者を狙っていくのかを明確にします。

これにより、より目的にあった確かな内容と訴え方が可能になるからです。誰れにでも適用できるような内容というのは、結局誰れにも訴求しない広告になってしまうのです。

③ 相乗効果を考える

来店を促す広告をする場合でも、何も無いのに「ただ来てください」だけでは訴求力はありません。店頭スクーターフェアなど具体的な催事があればお客さまもずっと来店しやすくなるはず。メーカーでもさまざまな広告やセールスキャンペーンを展開します。これらとお店独自のものを組合わせることで、ひとつひとつの力よりもより大きな力を出せるのです。相乗効果というのは、5と5を足して10にするのではなく、5と5をかけて25にする方法。メーカーのキャンペーン展開、販売店さんの広告活動、店頭のイベント、店内の演出、接客などが組合わされて大きな効果を発揮するのです。

④ 継続と反復

一度広告を出したら、それを見た人がすべて理解し、覚えていくと、そんなことは絶対にありえません。何回も何回も同じことを、くどいほどいわれればじめて理解もできるのです。広告の場合には、とくにこの傾向が強いのですが、ややもすると2〜3度広告してみても効果が無い、とあきらめてしまうことが多いようです。継続と反復があつて、はじめてお客さまの日常会話の中に少しずつ入っていくことができるのです。

⑤ 独創性

折込みチラシを例にとって考えてみても、ずい分たくさんのチラシが毎日のように折込まれてきます。

その中のいくつか、お客さまの眼をとらえることができているのでしよう。チラシだけでなく看板でも同じことです。たぐさんの看板があり、その中で自分のお店の看板が目立たないという傾向も多いはず。せっかく出した広告が見られもせずにクズ箱に……などというのは思っただけでもがっかりです。

これを防ぐには、できるだけ目立つものではなく、必要ありません。オヤツノ、と息を引きたるホルドノ、と思わせる、そんな内容が必要でしょう。この辺に、ちょっとした工夫を加えられるかどうかで広告全体の効果が大きく違ってきてしまうのです。

(つづく)

このページは、ヤマハ奥さまのたのめスペースです。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の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)

「9時から5時まで」とは、この春話題を呼んだアメリカ映画。仕事に追いまわされるアメリカOLの生活をコミカルに描いたものですが、ここにご紹介するヤマハ奥さま頼所美奈子さんは、そんな彼女たちもマッ青の超多忙奥さま。なんとこちらは、お店の仕事を追って9時から22時半まで、連日16時間以上のフル回転です。

●なんでも奥さまの1日のお仕事は膨大な量とか、参考までに平均的な日課を教えてくださいー
 6時半起床、7時までに子供のお弁当を作って、朝食をすませ、8時までに全員学校に送り出します。9時までは店を開け、店頭で展示車を並べ終えます。それから午前中は役所に登録に行ったり、簡単な修理や納車の準備、そうこうして昼食は1時頃です。
 午後はまた登録、これは1日2回は行くんですヨ。それに修理や来店されたお客さまのお相手まで7時頃まで。それから買い物、8時すぎまでに夕食をすませてまたお店へ、主人と一緒に店のシャッターをおろすのはだいたい10時半頃かしら。就寝はほとんど12時すぎですね。

●まさに超多忙ですね。従業員さんを採用するようない話も出ませんかー
 時間が欲しいというのが実感、店を閉めるとパターンキユーという感じで、主婦として、母親としてはまず落第でしょうね(笑)。主人



9時から22時30分までフル回転 忙しさナンバーワン奥さま

頼所美奈子さま 東京都八王子市・サイクルショップめじろ台(頼所豊三郎社長)

は従業員を1人雇いたいなんていってありますが、私にすれば「お手伝いさん」を1人欲しいくらい(笑)。私は忙しすぎるくらいの方が張りあいがあるんですよ。

●実際にお店ではどんなお仕事が一番多いのですかー
 もちろん、すべて主人のサポートですけれどもお客さまの応待、登録手続き、乗り方指導、簡単な修理……とひととおり何でもやっています。だから忙しいのかも知れませんが、1日平均レジを打つのは25名くらい、土日で60回くらいですからね。

修理といっても簡単なもの、バッテリーの充電とか。主人の見よう見まねでやっています。私の手に負えないものはすぐ主人に代わってもらいます。修理やサービスは、やはり女性の手よりも男性の方がお客さまの安心感も大きいでしょうからね(笑)。

●それだけお忙しい奥さまを支えているのは、ご主人とお子さまたちの理解ですねー
 そうですね。理解してくれているので助かります。子供は高2(女)、中1(男)、小2(女)の3人ですが、下校後のわずかの時間をみつけては極力スキップをはかるように

しています。それと、この夏休みには5日間だけ休業して子供と一緒にすごせました。これが本当によかったと思います。

●そんな奥さまが考えられる、これからの夢はー
 いま中1の息子が早く店をやってくれようになることですね。いまでも土日には手伝ってくれますが、そうしたら、私たちは引退(笑)そして、いまの店をもっともっと大きく広げて、こんなにたくさんバイクを並べないで雰囲気のあるハイセンスな店にしたいですね。あと10年かしら……。

私のスポーツ

スポーツの秋。今月のテーマは、ヤマハ奥さまのスポーツ体験です。きつこ、商売がお忙しくてスポーツどころでは……と思いつつも、例によって全国8店の奥さまにお電話したのですが、びつくり。皆さま、スポーツ大好き奥さま。ばかり、受話器の向うでみなさまの明るいお声がハズンでいらつしやいました。



麻雀もスポーツのうち!?

ウデ前はなんと8段

藤木千鶴子さま

北海道北見市

藤木商会(藤木慧志社長)

私のスポーツは、麻雀なんですヨ。こんなスポーツの内に入るのかしら? でも頭のスポーツかな。北見市には「てんぐ会」という160人くらい会員のいる麻雀クラブがあって、月1回の大会があるんです。学校の先生などが多いこのクラブで私は最高位の「8段」なんです。入会して5年、いまではこのクラブが社交の場、スポーツの場です。

トランポリンとマット

宙返りで若返えり

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)

市内の親子サークルに入って体操をしています。ジュニア体操スクール。っていうんです。ここでトランポリンやマットなどで飛んだり跳ねたり、月に2、3度ですけどけっこう若返りになりますヨ。

また別のサークルでは、バドミントンもやっています。そしてモトクロスレースのある日曜日はレース場へ行ってクラブ員の応援、その暇を見つけて私も走ったり……とまあ、我ながら充実したスポーツライフですネ!

気分転換にスポーツは最高!

今は息子のお相手でもトクロス

渡会春江さま

千葉県船橋市

ビットクルー(渡会安次社長)

うちは開店してまだ1年半、以前は私も3食昼寝付きの団地の奥さまだったわけなんです。ところが店の仕事を始めてからは気も使いますので、私も気分転換にいろいろやっています。昨年の今頃はヨガにこって、教室に通っていたのですが店が忙しくて中断。いまは9才の息子が主人の影響でミニモトクロスサーで走っているの、私も相手をしてトクロス走っています。ともかく何もかも忘れて打込めるスポーツっていいですね。

スポーツ気分

バツラーの走りを楽しんでいます

岡田花代子さま

愛知県岡崎市

スポーツプラザタカハシ(岡田貴二社長)

この7月25日にオープンしたばかりの店なんです。私もホカホカのヤマハ奥さま、4月まではOしてしたから、でも当時からスポーツは苦手、運動神経がにぶいのかしらネ。バツラーで走りまわるのが最高のスポーツなんです。ところが最近では、だんだん慣れてきてついスピードもアップしがちで、気がつくといスピードを楽しんでいるというカンジ。今度は400ccの免許を狙っているんですヨ。

ソフトボールチームの一塁・七番

昨年は市民大会で優勝も!

重田博子さま

大阪府岸和田市

モトボックス・オモダ(重田 保社長)

スポーツは大好き! とくにソフトボールはネ。5年前からその名も「アンバランス」なるチームまでつくって練習に、試合にははりきっています。近所の方やお友達などお仕事を休んだ女性ばかりが集まったチームで、私はファーストで7番打者。こちらでは春秋2回の市民大会があるんですけど、昨年については念願の優勝までやっつけたんですヨ。ところが今年には気がゆるんでか、集まりも悪く、もっぱら自主トレの毎日。しかたなしにPTAの試合まで顔を出しています(笑)。

ママさんバレーで奮闘中!

スポーツって本当に楽しいですね

角田志津子さま(角田稔副社長の奥さま)

広島県呉市

角田モータース(角田寛治社長)

もともとはソフトボールをやっていたのですが、1年半ほど前に誘われてバレーボール

をやってみたの、以来その楽しさのトリコというかんじで今はバレーに夢中です。週に1回、土曜の午後2時から小学校で練習があるんです。年に1度のPTA対抗大会もあって、ちよつとしたハードトレーニングなんですヨ。他に店の近所の人とソフトボールチームをつくる計画もあって外出の機会も多く大変。でもスポーツは心は明るくなるし、おつきあも広がって本当に楽しいですね。

デイスコでひと汗

これが、いまの私のスポーツ

溝淵美恵子さま

香川県高松市

(有)亀命商会(溝淵憲治社長)

別に特別なスポーツというの……。でも5年ほど前からデイスコに踊りに行っているの、これがスポーツといえばスポーツかしら? 最初は店に来る若いお客さまに誘われて行き始めたのですが最近では週1回のペース。従業員やお客さまと一緒に歩いて、若い人たちに混じって汗を流すのはとってもいい気分。新しい感覚、時代の流れや若い人の気持なども分かるようで、それが商売にも反映できますから一石二鳥ネ。

主人とわたし、そして子供たち

一家そろってのツーリング

古川祝代さま

長崎県平戸市

モーターショップフルカワ(古川勝義社長)

本当は私、テニスをやりたいんですけど、店が忙しくて思うように行かないんですヨ。中学生の頃は陸上競技の選手でしたから体を動かすことは大好き、でも今は走ることにいえば乗り方教室でお客さまの後に歩いて走るぐらい……(笑)

でも主人と私は、それぞれ400ccのバイクを持ってますから、2台で家族ツーリングに出かけられる、これが一番のスポーツね。主人の後ろには小3の息子、私のリヤには中1の娘を乗せて(笑)。

N・ハドソン/YZM250 大逆転の世界選手権獲得!

最終戦の第2ヒートで大逆転。ニール・ハドソンとヤマハYZM250が、すばらしい粘りづよさをみせて初の世界チャンピオンに輝いています。

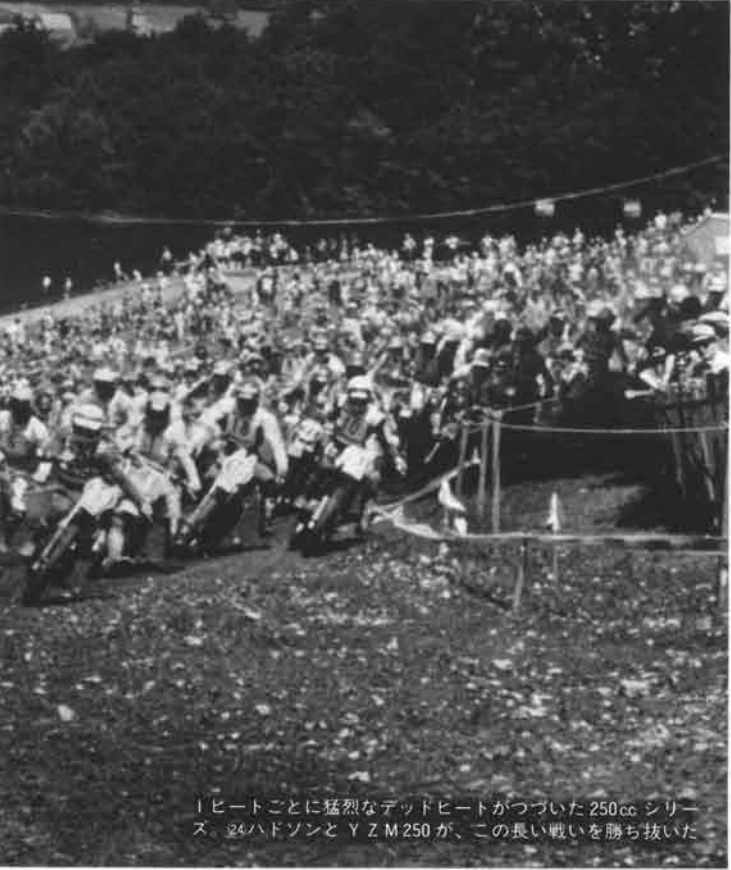
今シーズンの250cc級世界選手権モトクロスシリーズは、下表のように全12戦、24ヒートにわたる熱戦をくりひろげました。このシリーズに初めてヤマハファクトリーマシンYZM250を駆って出場(ヤマハモーターNV契約)したハドソンは、快調にランキング争いをリードするG・ジョベ(スズキ)に対して最後の最後まで執ような追撃戦を展開してファンの目を一身に集めたものです。

7月5日、第9戦の西ドイツGP終了時点のポイント差はじつに53点。残るはずか3戦。しかしハドソンとYZM250は、ここで驚異的なタフネスぶりを発揮して第10戦ア

メリカ、第11戦ソ連と2連続総合優勝。最終戦までにその差を11点と一気に縮めてしまいました。

そして、最終戦オランダGP。好調の波に乗るハドソンは第1ヒート堅実に走って4位入賞。また第2ヒートを確実に6位入賞を果してトータル13ポイントマーク。ジョベが両ヒートとも無得点に終わったためついに、今シーズン一度もリードすることができなかったライバルを最後に抜き去って劇的なタイトル獲得を果したわけです。

新チャンピオンのニール・ハドソンは、24才のイギリス人ライダー。この250ccシリーズでは78年5位、79年2位とめざましい進境をつづけ、3年目にしてついに念願の世界一の座についたわけです。



1ヒートごとに猛烈なデッドヒートかつづいた250ccシリーズ。24ハドソンとYZM250が、この長い戦いを勝ち抜いた

●250cc級世界選手権モトクロスシリーズランキング

| 順位 | 1 | 2 | 3 |
|----|-----------------|-------|----------|
| | N・ハドソン (ヤマハ) | G・ジョベ | K・V・デルベン |
| ① | フランス | 6 | 15 |
| ② | スペイン | 15 | 10 |
| ③ | オーストリア | 8 | 10 |
| ④ | イタリア | 15 | 15 |
| ⑤ | チェコ | 15 | 10 |
| ⑥ | ブルガリア | 6 | 6 |
| ⑦ | スイス | 15 | 3 |
| ⑧ | イギリス | 12 | 15 |
| ⑨ | 西ドイツ | 12 | 6 |
| ⑩ | アメリカ | 12 | 10 |
| ⑪ | ソ連 | 12 | 15 |
| ⑫ | オランダ | 8 | 15 |
| 合計 | 235 | 233 | 159 |

M・バルケニアス '81ランキングは4位

一方、125cc級世界選手権シリーズは、8月16日のスペインGPで全12戦にわたるシリーズを終了しました。ここでヤマハYZM125を駆るM・バル

ケニアスは、最後までタイトル争いの一角を占めて注目を集めていたのですが、この最終戦でポイントを加算することはできずトータル164点で、'81ランキング第4位となっています。

なお、このバルケニアスは、スポーツランドSUGOで開催される'81モトクロス日本グランプリ大会に出場の予定です。

AMAナショナルモトクロス選手権シリーズ500ccクラス B・グローバ、初の500cc級制覇 ヤマハコンピ、ワンツィー独占!

アメリカのナショナルモトクロス選手権シリーズの中でもひとときわ高い人気を集める500ccクラスは、5月17日のサウスウィック大会から8月16日のカールズバット大会まで全8戦にわたる熱戦をくりひろげました。

125cc級では無敵を誇るブロック・グローバーが、今年から初めてYZM500を駆って、この500ccシリーズに挑戦。チームメイトのマイク・ベルとともに、序盤戦から快調にポイントテーブルをリードして注目を集めたもの。そして、シリーズ中ただの1度も首位の座を明け渡すことなく、366ポイントをマークして、みごと初の500ccタイトルを獲得しました。

また、M・ベルもがっちりと2位の座をキープして、堂々ヤマハコンピは'81ランキング、1位、2位独占を果したものです。



ぶっち切りのつよさでアメリカの500ccタイトルを獲得したグローバーは、500cc級世界選手権のアメリカGPでもヒート優勝を飾った

全日本選手権ロードレースシリーズ 木下恵司、3優勝でタイトル決定!

国際A級
500ccクラス



全9戦が組まれた81全日本選手権ロードレースシリーズは、9月13日の鈴鹿大会で全日程を終了しました。

注目の国際A級500ccクラスでは、ヤマハTZ500を駆ってつねに群を抜く速さをみせた木下恵司(ブレイメイトRT)が、8月23日の第8戦SUGO大会の優勝で、タイトル58ポイントマーク。最終戦を待たずにみごとチャンピオンを決定しました。

また鈴木修、上野慎一のTZ500勢同士でくりひろげられていた2位争いは、最終戦で鈴木修が逆転して2位を確保。また4位には毛利良一が入り、上位4位までをヤマハTZ500のライダーが独占しています。

新チャンピオン木下は、第4戦の日本GPでの3位入賞を皮切りに、第5戦SUGO、第6戦鈴鹿そして第8戦SUGOとみごとな3優勝、まさにぶっち切りの速さでタイトルを獲得した。ゼッケン①をつけての来シーズンの活躍が早くも話題を呼んでいます。

世界選手権ロードレースシリーズ500cc級

B・シーン最終戦を飾る!

'81世界選手権ロードレースシリーズも8月16日のスウェーデンGPをもって、全11戦に



最終戦をまたずに81チャンピオンへひた走る木下(第8戦SUGOで)

わたった熱戦の幕を閉じました。スカンジナビアレースウェイで行なわれたこの最終戦で、メインレース500ccクラスに久しぶりの大活躍をみせ、大観衆の人気を

一手にさらったのがヤマハYZR500のバリ・シーン。公式予選でも最高ラップをマークして、ポールポジションからのスタート。しかし、決勝レースではスタートに遅れ、首位争いの戦列に加わるまでに13周も費やすほど。しかし、その後は首位を行くドルメン(TZ500)を猛烈なファイトでかわしてトップに立つと以後は確実な走りでも30周を走破。81シーズンの最後をみごとな優勝で飾ったもの。また2位にはTZ500のB・V・ドルメンが入っています。

この結果、注目の81世界選手権ランキング500cc級では、イタリアのM・ルッチネリが初のタイトルを獲得。V4が期待された、キング・ケニーとYZRは、惜しくも3位にとどまり、4位にB・シーンとYZR500勢がつづいています。

M・バルケニアス モトクロス日本GPに出場!

10月17、18日の両日、'81全日本選手権モトクロスシリーズの最終戦「モトクロス日本グランプリ大会」が、宮城県のスポートランドSUGOで開催されます。全日本モトクロスメインイベントと

なるこの大会には、今シーズンも、125cc級世界GPで活躍したベルギーのホーブM・バルケニアス選手も出場します。お客さまにもご案内のうえ、どうぞみなさまおそろいでご観戦ください。



↑2位のドルメン(左)、3位のミドルブルグも肩車でバリー快勝をたたえる

→復活バリー! 独特のフォームで2年ぶりの優勝へまっしぐら





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



二輪車安全運転全国大会ひらく 4クラスに運転技術を競いあう

全日本交通安全協会と二輪車安全運転推進委員会が主催する「2輪車安全運転全国大会」が8月22、23の両日、三重県の鈴鹿サーキットでひらかれました。

今年で14年目を迎えたこの大会には、各地区の予選を勝抜いた精鋭たちが参加。女性クラス、高校生クラス、一般Bクラス、一般Aクラスの4クラスに分かれて日頃の運転技術を競いあつたものです。

折りからの台風15号の影響もあつて開催がやぶまれたものの、法規履行走行、技能走行A・Bと予定どおりすべての競技を終了。この結果、注目の団体戦では、山梨県が山形県を3・5点差で押えて優勝。3位は兵庫、4位長崎、5位広島とつづいています。

お客さまとおそろいでどうぞ！
10月31日から11月10日まで
'81東京モーターショー開催

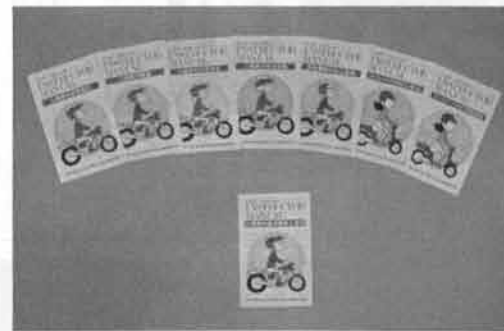
2年ぶりの開催で話題を集める東京モーターショーが、10月31日から11日間、おなじみ東京・晴海の国際貿易センターで開催されます。毎回二輪車館の主役をつとめて人気を集めるヤマハコーナーは、今回も最新鋭技術をもり込んだかすかすの参考出品車を展示、80年代をリードする先進のヤマハ技術をご紹介します。秋の一日、どうぞお客さまをご案内のうえぜひご来場ください。



多彩な販促活動を展開して注目を集めるYSP京葉「エルムンモト」(大月信和社長)さんは、8月21日から26日まで、東京の西武新宿線と山の手線が合流するターミナル駅高田馬場駅にあるスポーツプラザ「ビッグボックス」で「ヤマハモーターサイクルフェア」を開催して話題を呼んでいました。

この催しは、昨年につづいて2回目のもので、早稲田大学をはじめ都内でも有数の学生街とあつてヤングを中心にひととき大きな人気を集めたものです。

都心のターミナル駅を会場に ヤマハモーターサイクルフェア開催



二輪車安全運転教育映画に 指導マニュアル完成

すでに本誌でもご紹介しましたが、ヤマハ安全運転推進本部の協力によって学研映画「二輪車安全運転シリーズ」全8巻が完成、販売店さまはもとより学校、職域、団体などでの幅広い活用が期待されています。

そして、この二輪車安全運転教育映画の効果をさらに高めるために、ヤマハ安全運転推進本部では、このほど8巻の映画それぞれの内容にそつた8冊の指導の手引き書を完成しました。わかりやすい映画と映画の後の簡単な講義(30分程度)によって、視聴覚教育効果をグンと高めようというものです。どうぞご利用ください。

’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。

販売店さまの店頭指導でも 安全運転態度の養成を!

「これまでの二輪車の安全運転指導は、ややもすれば技能偏重に陥っていたのではないが、安全運転に必要な基本的態度の指導を補うことによって、指導成果は一段と高められるだろう」——先頃行なわれた交通安全教育指導者研修会で大阪大学の長山泰久助教授は、注目される研究成果を発表。新しい安全運転推進活動のあり方を示すものとして話題を呼んでいます。特に販売店みなさまにもお客さまに直接指導する立場から大いに参考にしたい内容です。



大阪大学・長山泰久助教授

●欠落している基本態度の指導

この研修会は、高等学校や地域および各企業の安全会における交通安全教育の効果的な指導法について研修するとともに、二輪車の運転についての理解を持ち、安全教育の充実と改善に資する、という目的のために(財)日本交通安全教育普及協会が開催した「交通安全教育指導者研修会」です。

7月28日(つま恋ミーティングルーム)29日(ヤマハテクニカルセンター)の2日間にわたったこの研修会で長山助教授は「青少年に対する交通安全教育の効果的手法について」と題する講演を行ない、多様化する交通事故の防止を目指した研究成果を発表したものです。

その中で長山教授は「安全運転態度や安全であろうとする基本的な態度の養成、そして遵法精神、法令の知識、意味、理解……といったことを運転者に対し繰り返し教え、身につけてもらうことが大切」とし、さらに「運転中、他のクルマや歩行者が、どういう気持ちでどういう考えを持って何をしようとしているのか……など、他人の気持ちをよく読み、自分自身もそれに適応する行動をとる必要がある。にもかかわらず、これまでの安全運転教育では、この部分が完全に欠落している」と指摘しています。

この欠落部分を補うことによってこれまでの安全指導の効果は一段と高まり、この安全態度こそ今後の「望まれる運転者の条件」のひとつであるといえるでしょう。

さらに長山助教授は、「安全運転態度や安全であろうとする基本的な態度の養成……」の指導がいかに大切で、いかに急務となっているかを次のような事故の分析結果をもとに指摘されています。

●事故分析から知る、 運転者の心の働かせ方

事故の主原因は運転者の「発見の遅れ」と「判断の誤り」にあります。

- ①発見の遅れ 78.7%
- ②判断の誤り 46.3%
- ③速度の不適 32.5%

以上の3点が事故の3大原因と言ってもいいでしょう。

「発見の遅れ」はほとんど事故の原因に関係しているもので、認知距離が足りない、脇見をしていた、視界不良、ぼんやりしていたなどで、気がついた時はどうにもならなかったというのが5分の1を占めています。

判断の誤りについては危険ではないと思った、相手がルールを守る、譲る、止まると思ったというのが多かったという結果が出ています。

一方、「操作上の欠陥」が事故原因のケースはわずかに13.2%にすぎず、技能講習等であたいたずらに操作能力の向上のみを追求しても、事故防止につながらないことは明白となっているのです。

警察庁の交通統計によりますと「起こりやすい事故のうち、単独で起こす事故は6.3%に過ぎず、問題となる事故の90%以上は他人との関係で起こる」という結果から見て、自分の心、他人の心の動きを十分に知っておくことが事故防止につながり、運転部分の重要な部分である、と長山助教授は報告しています。

事実、二輪車の事故は右折時側面衝突が29

%を占めており、次に、二輪車が直進し、四輪車が左折する時の事故も多く、21%を占めています。これらの事故原因は、形態が違っていても、前述した3つの事故原因と同様の理由であり、長山助教授の「他人と自分の心の動きを知ることが、事故防止につながる」という指摘を裏づけています。

●安全運転態度の養成に ビデオも用意!

以上、長山助教授の指摘をもとに、多様化する二輪車事故に対する新しい視点をご紹介してきましたが、こうした二輪車の運転技術指導にとどまらず、運転者の心の働かせ方まで言及した指導教材があります。

それは、7月号の本欄でご紹介した「二輪車安全運転シリーズ」映画全8巻のひとつ第5巻に収めた「二輪車の安全知識」編。ここでは、ここにご紹介した長山助教授の指摘をもとに「運転に必要な人間の感覚や判断能力、をインストラクターの実走行とアニメーションで解説しており、安全態度の指導に最適の内容となっています。そして、この「二輪車の安全知識」は、ビデオテープにおさめヤマハの販売会社、特約店の各営業所に配備されています。どうぞお気軽にご利用ください。



安全であろうとする基本的な態度が訓練されていれば、どんな状況にもいち早い対応が可能となる、これこそ今後の安全運転指導の大きな課題

世界のパトカー&白バイが大結集!! 世界のパトカー博覧会

11月15日(日)まで開催



世界の主要都市で活躍するパトカー & 白バイが、スポーツランドSUGOにやってきました。オランダのボルシェはもちろん、ドイツのBMW やイギリスのジャガーなど、世界の名車がずらり勢揃い。ヤマハXSイレブンの白バイも展示されています。

●時間/午前9時～午後5時
●料金/通常入園料でご覧になれます。



当会場で販売されている「世界のパトカー&ボリスバイクカタログ」



交通安全教室も同時開催!

宮城県警交通機動隊の白バイ隊員の指導のもと、自転車やファミリーバイクの楽しい乗り方教室も毎日曜日に開かれます。

さあ、10月。モータースポーツを楽しむ季節!

◎秋のビッグ・イベントをお客さまどうぞ◎

世界のトップカーターが激突!

'81ジャパンカートグランプリ

●FIA/JAF 公認国際レース ●トニー・ゾーセル、マイク・ウィルソン、ラース・フォースマン、セナ・ダ・シルバ、ハム・シュールマンとわが国トップカーターが激突!



10/10(祝)、11(日)

バルケニヤスも出場!

'81モトクロス日本グランプリ



10/17(土)、18(日)

●'81全日本選手権モトクロスの総決算! ●光安鉄美、藤秀信、鈴木秀明をはじめ、わが国トップライダーが勢揃い。

●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

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 |



行動的な冬に……………

前号でもご案内いたしました秋から冬への用品類のかずかず。お店の用品コーナーへの品ぞろえは、もうお済みですか!? この冬もヤマハは、豊富なウインター用品類をとりそろえて、お客さまに暖かく、安全なバイクライフをおとどけます。どうぞよろしくご拡販ください——



ウインドシールド

レッド&ホワイトをメインカラーにした新作のスクーター用をはじめ、ソフトバイク用、メイト用、スポーツ78、ヤングと一段と品ぞろえを増したウインドシールドです。お客さまのバイクにあわせ、ボディカラーにあわせておすすめください。



ハンドルカバー

冬のバイクライフの必需品・ハンドルカバーもすべて新作。デザインも機能も一段とアップして新発売です。



ウインターライダーグローブ

スポーツバイクのお客さまに、すぐれた防寒性と機能性で好評のオリジナル・グローブ。ホワイトとブラックの2色、セミロングとロングの2タイプがあります。



※ここにご紹介したウインター用品類をすべて網らした「ヤマハウインター用品カタログ」もご用意しました。どうぞご利用ください。

ちょっと手こずるが、オートバイは飼っていて楽しい。



●ベストをかせいだ。●写真はXV750Specialのイメージです。●ヤマハ発動機株式会社 〒438 静岡県磐田市新貝2500 TEL.05383(2)1111

人間にいちばん近い乗りものなんだ。 YAMAHA SPORTS BIKE

オートバイに対しての、感情というものが、僕には確かにある。それは、いとおしさ、とか、可愛い、とかに近いようなものだ。オートバイは、決して柔順ではない。凸凹があれば転ぶこともあるし、雨が降れば、濡れる。ちょっと手を焼くこともある。だけれど、そのぶん正直だ。ウソをつかない。そこが、可愛い。とことん、付き合ってみたくなる。いっしょうけんめい世話を焼きたくなる。なにか動物を飼っているような、そんな感じだ。僕は、当分この熱から醒めないだろう。それは、とても気持ちのいい熱病なのだからね。



55mphポスターセット・プレゼント
この広告シリーズに登場した写真を中心にまとめた「55mphポスターセット」(10枚1組)を、抽選で1,000名様にプレゼント。お申し込みは官製ハガキに住所、氏名、ご覧になった雑誌名を明記して下記へ。〆切は昭和56年10月15日(当日消印有効)。発表は発送をもって代えます。あて先/〒104-91 東京橋郵便局私書箱93号(S)ヤマハ55mph係

広告活動ご紹介

スポーツバイク需要の最盛期にシリーズで展開してきたマス広告キャンペーンも、この第5弾をもって終了します。スポーツユーザー層の拡大とスポーツバイクの市民権確立をめざして5ヵ月、その成果は、秋から冬へのみなさまのご商売でさらに大きく発揮されていくものです。今月末から始まる東京モーターショーの話題とともに、秋のスポーツ商戦にどうぞご活用ください。