

スーパーVツイン ハイパフォーマンス・クルーザー

スーパーフォーマー

XZ550D / XS400新発売!



なスポーツ・ツーリングモデル2機種が新登場します。

フル 新登場!



〈XZ550D仕様諸元〉

●全長2145mm ●全幅750mm ●全高1330mm ●シート高780mm ●軸間距離1445mm ●最低地上高135mm ●乾燥重量201kg ●舗装平坦路燃費40km/ℓ (60km/h) ●登坂能力29度 ●制動停止距離14m (50km/h)
 ●エンジン4サイクル・水冷・DOHC・4バルブ・V型2気筒・552cc ●内径×行程80×55mm ●圧縮比10.5 ●最高出力62PS/9500rpm ●最大トルク4.8kg-m/8500rpm ●始動方式セル式 ●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ ●エンジンオイル容量3.4ℓ ●燃料タンク容量17ℓ ●キャブレタBD36(三国) ●点火方式トランジスタ ●点火プラグD8EA (NGK)・X24ES-U (ND) ●バッテリー容量12V14AH ●バッテリー型式YB14L ●1次減速(比)ギヤ(2.212) ●2次減速(比)シャフト(3.070) ●クラッチ湿式多板 ●変速機リターン式5段 ●変速比①2.866②1.950③1.476④1.185⑤0.966 ●フレーム鋼管バックボーン ●キャスト26度40分 ●トレール124mm ●タイヤ(前)100/90-18・56H(後)110/90-18・61H ●ブレーキ(前)油圧式ダブルディスク(後)ドラム ●懸架方式(前)テレスコピック(後)モノクロス・サスペンション ●緩衝装置(前)オイルダンパー+エア+コイルスプリング(後)ガス+オイルダンパー+コイルスプリング ●ホイールトラベル(前)140mm(後)90mm ●ヘッドランプ12V60/55W(ハロゲン) ●テールランプ12V8W ●ストップランプ12V27W ●フラッシュランプ12V27W ●マーカーランプおよび各種パイロットランプ類12V3.4W

カラー:ニューヤマハブラック

ヤマハ・フルフェアリングスポーツの第3弾「XZ550D」は、ひと味違ったビッグバイクの世界を提供する高性能スポーツ・ツーリングモデル。

550ccというユニークな排気量から生み出されるゆとりのパワーと、さらに鍛きあげられたエアロダイナミックス・フルフェアリングが、アダルト感覚いっばいのビッグバイクの世界を演出します。

年間1万人にもほる中型限定解除人口に支えられて確実な伸長をつづける大型二輪市場にあって、こうしたニューコンセプトの「XZ550D」は、独自の需要層を着実につくりあげていくのです。

ハイパフォーマンス・クルーザー スーパーVツイン

XZ550D

●カラー:ニューヤマハブラック

XZ550Dワンポイント・セレストーク

- 1 62馬力のハイパワーを発揮する4サイクル、水冷、DOHC、4バルブ、70度Vツイン・エンジン
- 2 高速クルージングをより快適にするエアロダイナミックス・フルフェアリング YICSで高出力と低燃費を両立
- 3 メンテナンスフリーのシャフトドライブ
- 4 セミ・エア式フロントフォークとアジャスタブル・モノクロス・サスペンション ロングツーリングに威力を発揮する燃料計も装備
- 5 ハンドル、フロントレスト、チェンジペダル、ブレーキベダル、タンデムステップ
- 6 ……には、すべて高級ジュラルミン鍛造部品を採用
- 7

春のスポーツバイク・シーズンに先がけて、個性ゆたか 個性派2モト

DOHC・パラツイン
スーパーフォーマー

XS400

カラー…クリスタルシルバー/スーパーレッド

自動二輪市場の中核として年間9万台を越える安定した需要を保っている400ccクラス。

多様化一途のユーザーニーズにあわせて、商品ラインアップもバラエティあふれるものとなっていますが、その中で見逃すことのできないのが、ベーシックなモデルを求める根づよい需要です。

この傾向にあわせ、400ccの底辺拡大をめざして新登場したのが『XS400』。

高性能400ccスポーツ車群の中でも一歩もひけをとらないハイパワー、軽量・コンパクトなボディ、ツインならではの高度な経済性など、ベーシックモデルに求められる合理性を徹底追求したミドル・スポーツです。

XS400(JOHN BOYNTON・TUNING)セルスタート

- 1 4サイクル・ツインモデル最高の45馬力のハイパワーを発揮するDOHCエンジンYICSでリッター43.3の低燃費を実現
- 2 一軸バルブサワーを装備して振動を低減
- 3 メンテナンスフリーのフルトランジスタ点火
- 4 軽量・高剛性プレスバックボーン・フレーム
- 5 すぐれた操安性を生み出すセミエア式フロントフォークとモノクロス・サスペンション
- 6 強力なストッピングパワーを発揮するフロント・ダブルディスクブレーキ
- 7 20ℓの大容量フニエルタンク
- 8 60W/55Wの明るいハロゲンヘッドランプ

XS400仕様諸元

●全長2045mm●全幅730mm●全高1110mm●シート高780mm●軸間距離1380mm●最低地上高140mm●乾燥重量169kg●舗装平坦路燃費43km/ℓ(60km/h)●登坂能力28度●最小回転半径2.3m●制動停止距離14m(50km/h)
●エンジン4サイクル・DOHC・並列2気筒・399cc
●内径×行程69×53.4mm●圧縮比9.7●最高出力45PS/9500rpm●最大トルク3.5kg-m/8000rpm●始動方式セル●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ●エンジンオイル容量2.9ℓ●燃料タンク容量20ℓ●キャブレターBS35(三国)●点火方式トランジスタ●点火プラグD8EA(NGK)・X24ES-U(ND)●バッテリー容量12V12AH●バッテリー型式12N12A-4A
●1次減速(比)ギヤ(3.068)●2次減速(比)チェーン(2.375)●クラッチ湿式多板●変速機リターン式6段●変速比①2.733②1.947③1.545④1.240⑤1.035⑥0.931●フレーム・プレスバックボーン●キャスト26度30分●トレール95mm●タイヤ(前)3.00S18-4PR(後)4.10S18-4PR●ブレーキ(前)油圧式ダブルディスク(後)ドラム●懸架方式(前)テレスコピック(後)モノクロス・サスペンション●緩衝装置(前)オイルダンパー+コイルスプリング+エア(後)ガス+オイルダンパー+コイルスプリング●ホイールトラベル(前)140mm(後)95mm
●ヘッドランプ12V60/55W(ハロゲン)●ストップランプ12V27W●フラッシャーランプ12V27W●各種パイロットランプ類12V3.4W



●'83 YAMAHA 全国選抜優秀販売店新年大会 売れる時代から“売る時代”へ



↑『販売店みなさまと手をたずさえて息の長いご商売を考え、業界の繁栄にまい進して行く』というヤマハの姿勢を象徴するように、表彰式では各都道府県代表の販売店さんと小池社長の固い握手がつづく

→話題の『RZ250R』を筆頭にスクーターから、スポーツバイクまで、'83年商戦に臨む新商品がつぎつぎに登場。田中、森永両技術担当取締役より開発の狙いが紹介された

↓大会には、史上最高の1200店以上の販売店さんが参加



新春恒例の「全国選抜優秀販売店新年大会」が1月11日、東京・品川の新高輪プリンスホテル・飛天の間に1200店にのぼる販売店さんを集めて盛大に開かれました。急成長の時代から安定成長の時代へ、大きなターニングポイントの中の大会とあつて会場は例年にも増して真剣な雰囲気につつまれ、「今年こそ小売りの原点に戻つた商売を」という声、しきりに聞かれたものです。

83年に賭けるヤマハの意気込みを象徴するよ
うに、大会は冒頭から新商品の登場で開幕です。
まずは「パッソルII」「シグナス180」に続く
スクーターの83年ニューモデルが相ついで登場。
開発の最高責任者である田中俊二取締役が、ヤ
マハのスクーター開発の姿勢を紹介しました。

52年のパッソル以来、一貫しているヤマ
ハのスクーター開発の信念は、2輪車の市

年頭挨拶

昨年、全世界的な不況の中で、国内2輪業
界は、さまざまな条件があつたとはいえ、10
%前後の成長を達成しているわけで、これは
販売店みなさまの大変なご努力の賜物といえ
るでしょう。そして、この状態を83年もつづ
けていくためには、私もメーカーとみなさま
ともども売れる時代から売り込んで行く時代
へ、大変な智慧と行動力を必要とするものと
考えております。

そのために、ヤマハとしては商品開発、営
業、宣伝活動などそれぞれの機能について、
ひとつひとつ、商品の一品一品、セールスマ
ン1人1人が、もう一度販売の原点に立戻つ
て努力し、販売店みなさまの期待と信頼に応
えていかなければならないと考えております。
従来の「ヤマハらしさ」は、それぞれの
店に対して骨身を惜しまずに協力させてい

民権確立のために、まったく初めての人に
も安心してお乗りいただけるクルマをつく
ること。そのために安全性、乗りやすさ、
経済性、信頼性を兼ね備えたクルマづくり
を進めていくことです。
さらにこんごは、これに加えてますますオ
リジナリティを高め、販売競争に打ち勝つ、
魅力ある商品づくりを進めてまいります。

取締役社長・小池久雄

ただくということでしょう。この原点をもう
一度見つけ努力を徹底してまいる所存です。
一方、販売店さまにとりましては、昨年来
広く拡大されたご商売のスケールを、より強
固な基盤に定着させながら、一方で増々激し
くなる競争に打ち勝つていかなければならな
い年と申せましょう。

昨年のような販売の混乱は、お店の信用や
お店の持つ経営ノウハウの展開などすべてを
吹きとばしてしまふもの。今年はずいぶん
ご商売の姿だけでなく、1年先、2年先のお
店の経営のあるべき姿を十分に描いて、そこ
に83年のご商売を少しでも近づけられますよ
うおねがいたします。いうまでもなく、ご
商売は1年、2年の単位で終るものではなく、
ません。長期にわたって事業は存続し、ご商
売は継続して行くのですから。

2輪業界にとつては、交通事故の増加、免
許問題、高校における三ナイ運動など改善を
要する問題があることも事実です。こうした
もろもろの問題を乗り越え、販売店みなさま
方と手をたずさえてヤマハは、息の長いご商
売を思考し、潜在需要を開拓しながら業界の
発展と繁栄にまい進する所存です。本年もど
うぞよろしく、お願い申しあげます。

つづいては、販売店さんのナマの声を収録し
たスライドを使って、83年ヤマハの営業政策の
ご紹介。83年のテーマは「お客さまを守り、つ
かみ、創り、殖やす」量から質へ、ハードからソ
フトへ、成熟時代を迎えた2輪市場でよりつよ
く求められるキメの細かいご商売をヤマハと一体
となって展開していただくというものです。

途中20分の休憩をはさんで、ともに「日本一
の栄冠をかちとった野球部とサッカー部の紹介
さらに別掲の小池久雄社長の年頭挨拶、恒例の
優秀販売店表彰とつづき、大会は後半のクライ
マックス、83年スポーツバイクのニューモデル
紹介へと一気にもりあがって行きます。

2月1日から新登場の「RZ250R」を皮
切りに、需要集中クラスに的を絞った魅力の新
商品がヤマハライダグの手でつぎつぎとデビュ
ー。そして森永国産取締役が次のように、83ヤ
マハスポーツの開発コンセプトを説明しました。

83年はスポーツバイクの開発についても
新しい出発の年であると考えています。ユ
ーザーのニーズが多様化する中で、商品開
発も多方面にわたる要求をこなさなければ
ならない時代になっているわけですが、と
くにヤマハとしてはスタイリング、性能も
ちろん総合性能ですが、これらを追求し、
商品性の高い商品に的を絞って開発してま
いります。

そして大会の最後は、小宮功取締役・国内営
業本部長によるまとめです。

昨年の国内総販売台数は、300万台強
ではないかとヤマハでは推定しております。
大変な数字ではありますが、「台数は出たけ
れども儲けの方は……」というお話もよく
耳にするところです。

いわゆる「安売り」ですが、これが一般
のお客さまに与えた影響。オートバイは安
く買わなければならないもの。という認識
を植えたことは、私たちの業界にとつ
て大変なものであると考えています。

さてそうした中で、今年の商戦は昨年に
も増して厳しさを増しています。スクータ
ーは生活の道具として定着し、スポーツバ
イクは広い人々に趣味のひとつとして抵抗
なく受け入れられるようになって……
というように市場拡大の余地ができてあがつ
ているとは思いますが、一方で事故の増加
やそれにもなう免許制度検討の動きなど、
マイナス要因もいろいろとあるわけござ
います。

このような中で、販売店みなさまと私
どもが、向かつていかなければならない方
向というのははきわめて明確です。つまり他
業界との競争の中で、お客さまをオートバ
イクの方に引き込む。完全に安全思想を植込
みながら、それを行ない需要増加を助長さ
せていくことが重要な仕事になってい
ると思います。これはある意味で商売の根源的
な原点。その原点をはっきりと打出し、仕
事をしていく年であろうと思っております。

小さなご商売を確実につみ上げる時代、
お店の実力がはつきりと発揮される年、そ
の中で83年度のヤマハの主な商品は、先に
ご紹介したとおりですが、今後ともすべて
の需要に対して、すべての商品をミートさ
せていくつもりはありません。やはり重点
需要に対して的確に商品を出していくつ
もりです。

その他みなさまのお店に對しましては、
2輪専用プログラムを組込んだコンピュ
ーターのごあつせんをはじめ総合保険制度、
店舗新設計画をお持ちの方への融資制度な
ども新しい形で展開してまいる予定でおり
ます。

いづれにしましても、業界全体が新しい
時代に向けて動き出す83年、ヤマハもすべ
ての面でこれに對換し、販売店みなさまと
のきずなを一層深めてまいります。よろし
くお願いいたします。

こうして約3時間にわたる大会は、83年拡販
への決意も新たに幕を閉じたのです。





シーバックス札幌

加我 稔店長(北海道札幌市)

ますますラインナップが充実されていく中で、我われ売れる側としてはターゲットの絞り込みがポイントとなりそう。お客さまのニーズをいち早く先取りし、それに合わせた車種を自信もってぶつけていくことに主力を注いでいきたいと考えています。

乗物センターほんごう

本郷弘治社長(宮城県仙台市)

昨年は乱売合戦に惑わされたので、今年はマイペースの維持につとめる。3月には、YSP[®]として大変身するので、この勢いをかりニューRZをはじめとした重量車の新商品群の販売に力を入れていくつもりです。



株はごや

佐藤輝義社長(埼玉県川口市)

外へ打って出る積極的な販売は引続き展開するが、今年は特にスタッフ個人個人の営業力アップに力を注ぎ、あらゆる面でムリ・ムラ・ムダを再度見直し全体的な収益率のアップをめざしたいですね。



・昨年11月の社会人野球大会と今年1月1日の全日本サッカー選手権大会で、それぞれ日本一に輝いた野球部ナインとサッカー部イレブンも販売店さんのご声援にお礼を

・販売店さんの経理事務の合理化にパーソナルコンピュータも紹介された



↑'83年ニューモデルがずらりと並んだ展示コーナー

↑高橋源治・全国ヤマハ会会長の音頭で懇親パーティの開幕



↑'83年は総合的な利益向上を……と大きな関心を集める用品コーナー

'83年に賭ける

太田モーターズ

太田 勲社長(京都市)

ニューRZをはじめ、400ccから750ccまでの新商品群には大いに期待しています。これら新商品の登場で新規客を獲得し、さらに既存客の組織化を図る春先はとくにここがポイントになりそうです。



塚本輪業

阪本孝文社長(岡山県倉敷市)

昨年店の経営を引きついでばかりなので、この1年はできる限り新鮮な気持ちでトライするつもり。メイン車種はスクーターとアンダーボーン。代替層へのアプローチを中心に、お客さまを守り、つかみ、創り、殖やす作業に力を入れます。



桒中モーターズ

桒中春男社長(愛媛県宇和島市)

'83年に贈ける

秀明サイクルモーター

鈴木秀明社長（東京都東大和市）

2年目の今年は、まず昨年のお客さまを大切に育て固定客化し、さらに商圏に対して積極的なアプローチで新規需要を増やしていくことにつとめる。お客さまの義理に頼らず、売る以上は責任をもってアフターサービスに尽力し、真に「愛されるお店」として飛躍をめざします。



江南自動車販売株

吉成重彦社長（横浜市）

乱売合戦は一時的現象ですが、今年はその対応として、それに耐えられる企業体質の構築に力を入れていく。社員の志気高め、営業力をアップし、つねに新規客獲得の気構えで需要の掘り起しに臨む。これが今年の目標です。



安全運転推進活動、SLS普及活動など'83ヤマハのさまざまな活動もコーナーを設けてご紹介



スクーターの伸びは、今年も期待できそうです。より明るく健康的なお店づくりを、をわたくしどもの目標として、店舗の拡張を図るとともに、健康管理には十分つとめて、お客さまに好まれるお店としての条件を満していきたいと考えています。



バイクショップたけまさ

武政道夫社長（高知市）

今年の抱負は、約20坪の店舗スペースをいかに効果的に、有効に演出するか、ということですね。そうした見直しをしたうえで、用品類の充実、コンピュータの導入などを実現させたいと考えています。



モーターサイクル川口

川口健治社長（能本市）

今年もスクーターを中心に、外に打って出る販売を展開します。月一回の展示会も、会場をスーパーだけに限らず、駐車場や職域などにも進出。'83ニューモデルを中心に、いろんな企画を考えて市場を拡大していきます。



●開発スタッフが語るセールスポイント

「RZ250R」の登場で例年よりひと月早く開幕した春のスポーツバイク商戦。そこで今回は、話題の「RZ250R」の開発に当たった若きエンジニアたちに、技術者の立場からみたセールスポイントを語ってもらいました。

発進！ RZ250R



ビギナーにも満喫できる

「RZファイリング」……………エンジン設計から

「性能には絶対の自信があります。」

エンジン設計で苦心したのは、Y P V S をストリートモデル用としてモノにすること。レーサーならユーザーのメンテナンスに期待することもできますが、一般モデルではメンテナンス・フリーでなければいけませんからね。レーシング・テクノロジーといってもフィードバックするためには、それなりの技術が必要なんです。

「Y P V S の効果は、乗ってみればすぐに体感していただけるはず。とくに上の方の吹き上がりでね。われわれエンジン設計の者もヤマハコースや谷田部のテストコースで走行テストをしますが、ニュー R Z は本当にわくわくしてしまいますよ。」

「もちろん R Z といっても、初心者無用」ではありません。性能を 100% 引き出すというのは無理かもしれませんが、「R Z ファイリング」というのは十分に味わってもらえると思います。」

静かな排気音、軽快なフットワークでゆったりと郊外を走るなんてのも R Z の意外な楽しみなんです。サーキットを走ればレーサーなみ、郊外を走れば最高に爽快……というのが、Y P V S で生まれ変わった R Z 250 R なんです。

シリンダー、ピストン、クランク、コンロッド、クラッチ、ミッション……などエンジンパーツはすべて新作。

従来のエンジンに Y P V S を装備しただけなどと思われるのは残念ですので、お客さまへのご説明もよろしく。「アダルトや女性にもどんどん乗って欲しい。青春の過ぎ去ったおじさんにもせひ乗って欲しいですね。」

性能に自信あり。



コーナーで操る楽しさを………車体設計から

「専門誌記者の方がたの試乗会でも、安定したコーナリング性能、コーナリング時の挙動変化が実に安定しているということ、ブレーキ性能とフィードバックが評判になっていましたね。もちろん、これはフレーム、サスペンション、タイヤ、ブレーキなどの総合的な成果のおかげで、コーナーで操る楽しさを一段と高めています」

「ニューリンク式のモノクロス・サマペンションは、車載工具のスパナひとつで簡単にダンパー調整が行なえます。これは、アジャスターとダンパーをベルトで結び、しかも回転比を変えてあるために、調整しやすい位置で、小さな力で容易に調整できるのです。」

またリアフル・ダンパーの付いたフロントフォークは、ヤマハのロードモデルでは初めてインナーチューブの上部を肉抜きしています。軽量化の努力は、こんな細かい部分にまで及んでいるということです」

「フロントのダブル・ディスクブレーキ、これは当初シングルで設計を進めていたのを強烈的な動力性能には、どうしてもダブルでなくてはという技術部サイドの要請で実現したものです。リヤのディスク化も大きなセールスポイント、前後ともセミメタルパッドを採用してブレーキング・パワーとフィードバックをあげています。」

ディスク・プレートも、従来モデルは1枚ですが、RZでは3枚。とはいっても1枚当り300g軽くなっていますので全体のウェイトは、ほとんど変わっていません」

胸おとらせる

Y P V S のスターティング・セット音…電装設計から

「メインスイッチをオンにするとジーッと聞えてくる Y P V S の作動音（スターティングセット音）は、ニュー R Z ユーザーにとってスタート前のたまらない一瞬になるんじゃないでしょうか。」

Y P V S といっても T Z はガバナード式、Y Z は電気式プラス・アナログ式ですが、この R Z 2 5 0 R では、Y Z タイプのものを一般モデル用として開発したわけですが、マイクロコンピュータ制御ですから、メンテナンスフリーですし、作動には自信を持っています」

「マイコン化とか電子回路などという、つい無縁なものと思われてしまうようですが、C D I ユニットからエンジン回転数を検出するというのは、電気式タコメーターなども同じ。ヤマハが先鞭をつけたモーターサイクルのマイコン化は着実に進歩をつづけているんです」

今年も二商売の中心を占めるスクーター商戦。

その市場が、昨年末以来はつきりとした変化を示しはじめています。

これまでのスクーターでも、スポーツバイクでも触発されなかった人びとが、新登場の軽二



輪スクーター「シグナス180」に、ガ然注目しているからです。

「シグナス180」の持つ大きな市場開拓力で、早くも新しいスクーター市場の開拓に取組む2店の販売店さんをご紹介します。

いまスクーター市場が変わる

シグナス180が拓くスクーター新時代

一度バイクから離れた人たちを、

もう一度引き戻すことのできる新商品「シグナス」

●安藤オート商会／安藤隆社長（東京都大田区南千束）

半径30kmという広い商圏を確保しながら、東京・大田区の住宅地で二商売を展開する安藤オート商会さんでは、シグナス180の新発売と同時に「シグナス店頭試乗会」をスタートさせています。

「スポーツバイクには自信がないが50ccスクーターでは物足りない、ということとこれまでバイクに乗りきれなかったアダルトの方々に店頭でシグナスは注目的」とのことですが、さっそく安藤社長からシグナスがつくりだす新しい市場についてお話を伺ってみました。

「シグナスを店頭で展示していると、アダルトの方は必ずといっていいほど立ち止まります。通勤途中の方が、わざわざクルマから降りてきて「また乗りたいなア」なんて話しをされているのもしばしば。奥さんがご主人に対

クライフを実現させることのできる待望の商品だと思えますね」

と安藤社長は、シグナス180を切り札として、店頭試乗会やチラシ広告などによってヤング・アダルトやUターインライダーをメインターゲットとした「軽二輪スクーター需要」という、新しいスクーター市場の開拓に取組まれています。

そんな安藤オート商会さんからシグナス180を購入された庄子武司さん（42才・東京都大田区、自営業）は、4、5年前までは大型二輪を楽しんでいたというベテラン。「二輪への夢さめやらず、かといっていまさらナハンでも……」という所へ、シグナス180が登場し、迷わずスクーターユーザーとなった。典型的なカムバック・ライダーのおひとりです。

シグナス180だけのクラブをつくる

そんな展望をもてる新商品

●今井商会／今井康雄社長（神戸市北区鈴蘭台）

神戸の中心街と、有馬温泉を結ぶ神戸電鉄からは、さながら登山電車を思わせる風景をみる事ができます。鈴蘭台駅。山あいを切り拓いた神戸の新興住宅地の典型がそこに広がっています。

市街地までは約15km。その間の標高差は実に400m。「何よりもパワフルなスクーターが求められている」という今井商会さんで、今井康雄社長からお話を伺いました。

「180ccという排気量からみて、シグナスは全くライバルなき一台。125ccのスポーツとはまた違ったスポーツ性、そしてファッション性を持っていて、アダルトの高級指向を満足させてくれる商品だと思います。

いわゆる高級指向の人の中でも、特にファッション性を兼ねて乗りたいという人。例えば、仕事柄背広姿で乗りたい人で、しかも余

造活動を展開したいと思います。

スポーツバイクとは違った味を持っているので、シグナスだけのクラブなんかを作り、スクーター談義に花を咲かせてもらうのも面白いですね。そして「シグナス」というひとつの市場のジャンルを確立したいところです」

そんな今井商会さんを通じて、いち早くシグナスユーザーとなった武田恵裕さん（52歳／神戸市北区／会社員）は、これまでXS250、XJ650、そしてベルギーガ80と乗り継いできたアダルト・ライダー。

「ほんとうのシティ・バイクがこのシグナス。通勤や市街地走行には最高です。それに音がいい。従来のスクーターはジーンツという音ですが、こちらはトントントン……。だからサウンドも楽しめます。

若い人達は皮ツナギでスポーツバイクに乗



↑店頭の試乗車は通勤途中のドライバーからも熱い視線を集めている

→「アダルトやリターンライダーにまずシグナス180の走りを」と店頭試乗で、新規開拓に取組む安藤オート商会さん

↓「まずはハイオリティ指向のアダルトへのアプローチを」とはりきる今井社長（右）とサービスの浅羽洋幸さん。中央は、取材当日、侍望のシグナス・ユーザーとなった武田恵裕さん



して「これなら安全だし、買ったなら」と、勧めている40代のご夫婦の例もありました。だからシグナスは、いろんなことから一度バイクを降りてしまったアダルトの方とか、社会的な立場や環境からバイクをあきらめていた多ぜいの人びとにとって、抵抗なくバイ

「シグナス180は、エンジン音も低く加速も良い。シートも大柄で疲れません。今は、クルマ代わりに都内を走るのに使っていますが、夏には湘南方面やフェリーを使って千葉の海へも行動半径を広げたい」と満

裕のあるパワーを求める人、そんな人に乗って欲しいですね。いずれにしても、これまでのスクーターではアプローチ不可能だった市場へのトライはこのシグナスは可能にしてくれたわけですから、その点を最大限に活かした販促、需要創

っています。その横をスーツを着てスツと走るのもカッコいいよ」と。ちなみに以前乗っていたベルギー80は、大学生の娘さんに。シグナス180の登場で、武田さんファミリーのスクーターライフにも変化が起っています。



『販売店とセールスは二人三脚。互いに智恵を出しあわなければ』

名古屋市の閑静な住宅地・瑞穂区。この一帯はまた、名古屋大学、名城大学、名古屋工業大学、名古屋市立大学などのキャンパスが集中する文教地区でもあります。
 そんな瑞穂区で、創業40年という伝統あるご商売をつづけている「福井サイクルセンター」さん。2代目福井秀起社長と奥さま智恵江子さんは、長年のご商売で築きあげたお客さまの信頼をもとに、業界の混乱にも左右されることのない堅実なご商売を展開中。担当の大橋セールスが加わった会話にも、早くも春商戦への意欲がうかがわれます。

●一番大切なのは店の「格」を守ること

大橋 まず、昨年のご商売のお話からすめましょうか。台数は伸びたけど利益率はいまひとつ——なんていう声も一部販売店さんからは聞かれるようですが……?

福井 確かに昨年はお互いに「乱売合戦」をやってそれが一番きつかった、なんて言われているようですね。でも、うちではそうでもなかったですが。

奥さま たしかに「乱売」という情報に乱されたことはありましたが、利益率からいうと決してそんなことはなかったですね。
 大橋 台数も伸びて利益もあがったということですね。

福井 そう。早い話、周囲の情報に巻き込まれなかったんです。

奥さま そりゃあ最初は迷いましたヨ。こんなにツツパッていいのかなアッて……(笑)でも、店の方針を守ったことが良い結果になったんでしょ。

大橋 内容のあるご商売を守ったということですね。

福井 そうですね。きれいな店に来てもらって、落着いて座ってもらって、というのかな。やはり同じモノを買うなら誰だっけきれいな店を選ぶでしょ。それだと思います。ゆっくり話ができるということが、やはり信用の第一ですから。

大橋 安物買いのお客さんは、積極的に誘店しなくてもいい……というか(笑)

奥さま というより、最初からそういうお客さんは来ないんです。(笑)やはり店の「格」を守ることが大切なんだ、とつくづく感じさせられましたね、去年は。

●もうひとつ大切なのは立地条件を冷静に振り返ってみること

大橋 とところで昨年は展示会等の開催は見あわせていたわけですが、今年は大学生協とか

外食産業とのタイアップでグリーンと商圏を広げられるとのこと……。相手さんとの話も順調に進んでいますね。

福井 ええ。近所のデニーズとの話は進めています。やはり大学に近い外食産業は人が多くて効率も良いようですし。24時間営業のところなんか魅力ですね。

奥さま それに学生さん達は、滞在時間がすごく長い。コーヒー一杯で何かノートを書いたり、グループでミーティングしたりで。そ



名古屋市内の幹線道路＝環状2号線沿いの「福井サイクルセンター」さん(福井秀起社長)▶店舗面積60坪▶展示台数50台▶商圏・住宅地▶スタッフ3名

隣りの名古屋市立博物館からはお店の商圏が一望できる。コンピュータの導入、メカニック教室や展示会の開催、ビデオ設置……とすでに春商戦の準備もおこたらない左から福井社長、奥さま智恵江子さんと大橋セールス



の辺も狙えそうです。

大橋 その中で、今年は触れてもらって、買ってもらうというパターンを定着させたいですね。

福井 そうです。例えばカメラを買う人は、必ずピントを合わせてシャッターを押すわけですね。オーディオ製品なんかも同じ。それと同様に、メカ的なものに納得してもらうこと、自分がそのバイクに乗って走っているところを想像してもらうことが大事なんです。

大橋 それとチラシ、DMを充実させる場合ですが、2月に導入予定のコンピュータも威力を発揮しそうですね。

奥さま プリンターもついているので、これを活用してDMをドンドン出したい。従来のチラシで新規のお客さまを、DMでは代替のお客さまをとるように、的を絞り込みます。

大橋 商圏が住宅地だからといって、単純にチラシの数を増やすんじゃなく、確実に代替の狙えるDMの割合を増やしたいですね。

奥さま DMも単なる商品紹介とか点検の案内でなく、クイズをつけて来店客に抽選で何か当たるような面白い工夫を考えています。

福井 商圏という言葉がでしたが、立地条件を振り返ってみることも今年は心掛けています。ちよつと売れなくなると、「どうもうちの店は立地条件が悪い。おたくの店はいい場所だね」なんて、私たち販売店仲間の間ではよく話に出るんですが、決してそんなことはない。店の環境を冷静に分析することも商売の基本だと思います。

大橋 それにしても福井サイクルさんの店頭展示車はいつもピカピカ。私が立ち入る余地もない感じだ。

福井 いや実はね、販売店にとってセールスさんというのは非常に待ちどろしいものなんです。今日は来たかな、まだかな？……って来てもらおうと気がおさまるわけだ。

奥さま やっぱりセールスの方と販売店とは二人三脚みたいなものですから、お互いに色いろ知恵を出し合って頑張りたいですね。息の合ったセールスと販売店でありたいです。

●大橋三男セールス（ヤマハ名古屋株・名古屋東営業所）昭和32年生、静岡県出身、高千穂商科大学商学部卒、56年4月ヤマハ入社、56年6月からヤマハ名古屋株勤務。みずからRZ350のユーザーでもあり、販売店さん主催のツーリングにもよく同行する行動派セールスマン。



免許教室



うちは、この春も免許教室です。月に一回開催で30名以上は必ず集めています。開催の度にお客さまが増えて行くのは楽しみね。そんなお客さま同志で、「ソフトバイク会」ってグループを作って、いまツーリングを計画中の。楽しみな春休みだわ。

●水本英子さま・横浜市緑区・南三ノ木ト
(水本義照社長)



店をキレイにすることが、お客さまに来店を促す最高の方法と、いつも思っています。ですから、店の顔ともいえる店頭のミラーは、いつもピカピカに磨きあげているんですよ。

●半澤幾子さま・横浜市港南区・南さかえ輪業(半澤栄社長)



この春は、タウンメイトの集中的な売込みをかけるんですよ。近所のおソバ屋さんや、新聞屋さんなどへ。もちろん私も出向いていきます。そのためのチラシには、主人と私の顔写真を刷り込みました。まずは顔を覚えていただくという作戦なんです。

●伊藤志津江さま・横浜市港北区・サイクル宮田(伊藤敏広社長)



やっぱり表に出ることね。納車に、修理車の配送にと外に出るのは私の仕事。その時が、お客さまとのコミュニケーションを作る最高のチャンスとばかりハリキっています。

●三ヶ尻春子さま・横浜市旭区・白根サイクル(三ヶ尻忠社長)



太田克彦氏プロフィール エッセイスト。42歳。バイクの本をディレクトしたことから、一挙にバイク・ファンへ。オン・オフ両刀使いとして、多忙の合い間にツーリングを楽しむ。

ヤを高速に叩きこみ、ぼくの前を走っている
リリーの姿には、デビュー・アルバムのころ
の若さがあった。

——ずいぶんトバすね！ いつもこんな？

「そうね。どっちかっていうとトバすほうだね。RZにしたんだって理由は簡単。単純に速いからなの。でも信号で止まるでしょ、一



定の回転保つんでビーン、ビーンてフカ
していると、なにか挑戦してツッパってるよ
うでテレクさいのね。だけどそうやってない
と、すぐパッと飛び出せないんだもん」

——どこまでもスピードにこだわるほうなの
かな？

「いいえ、ほんとはテク指向なの。あたし決
してムリはしません。だから道にしても、直
線であまり面白くないのね。とくにオートバ
イってそうだけど、あたしクルマに乗ってた
ころから、うんエスハチ(S800)、コーナリ
ングが好きだった。

むかしはクルマに狂っていて、15歳で運転
おぼえて、16歳でレースにとりつかれたの。
もう夢中で、A級ライセンスほしかったけど、
まだ免許とれる歳になってないからね。成人
するまでのブランクのあいだに熱もさめちゃ
った」

——2台目もRZ買ったって聞いたけど。カ
ウルつけて…。

「20万円以上かけてヤジマでとびきりのつく
ったの。でもさ、聞いてくれる？ あたしま
だ一度も走ってないのよ。できてきた日に友
だちに試乗させたらコケちゃって、カウルに
はヒビがはいるし、フットレストもとんじや
った。プレスの仕事をしてる人だから、バイ
クのベテランだと思って安心してたんだけど
ね。またすぐ工場に逆もどりよ。まだ修理終
ってないの」

——リリーは今までにコケたことないの？

「ほとんどないね。さっきもいったけど、自
分のテク以上のムリしないもん。あつ一度あ
るかな？ いや、二度ある。カウルつけたR
Zで、まだ塗装するまえ、パンタと走って
るとき、六本木4丁目のところで右へ折れよ
うとしてパタッ。

もう重くて、だれかがすぐとんできて起こ
してくれたの。急ブレーキで荷重が変わるこ
とを予測できなかった恥ずかしさで、ありが
とうもそこそこに、その場を離れることばっ
かり考えてた。

もう一度はね、RZのまえにチョッパー・
タイプの400ccに乗っていたんだけど、駐車
場のところまで戻ってきて力つきてガシャッ
て倒しちゃった。そのときは疲れていて、起
こす気力もなくなっちゃったから、いちど部
屋までいって友だちよんできたの。オートバ
イって走ってるときより、止まってるときの
ほうがコケやすいね」

——リリーって都会のイメージが強いタイプ
なんだけど、オフロードには興味はない？

「いーえ、まえはXTの250をもってたの。だ
けど仕事が仕事でしょ、バイク買ったとたん
オフロードに行く機会なくて売っちゃった。
興味はすごくありますよ、いまでも。



はじめてオフロードへいった時は、たしか
日光沢だったけど、あたし400ccだったでしょ、
重くてほんとにつらかった。なんかすごいツ
ーリングで、ナナハンの人とかイモラ(モト
グッチ)なんかいるのかね。その人たちにと
って舗装してない道だから、ほんとにかわいそ
うだった。

道が細いとこいっぱいあって、そこであた
しの手ちょっと当って、ステンてひっくり
返った人がいたのね。あたしうしろ向いて
「大丈夫ですかあ？」って叫んだの、そうし
たら土のカベのところにドスンではりつい
ちゃった。いまはきつともう少しまくって
ると思うけど」

——そういえばバイクに乗りはじめてからず
いぶん曲つくったように思うんだけど、直接
バイクにかかわる曲は少ないね。リリーの内
面に影響してるってことなのかな？

「ウッフ、未発表のはいっぱいあるの。アル
バムにはいらんないんだよね。たいてい」

——そういうの聞いてみたいもんだけど、ど
ういう感じなんだろう。

「たとえばタンデムでうしろに乗せてもら
ったときがある。話ちがうけどあたしタン
デムってきらいなんだよね。死んだら困るから、
自分も相手も。

でもタンデムで夜空を見上げてるとき感動
したの。だってあれ動くプラネタリウムなん
だもん。だからそのまま歌にしたの。もっ
とも空見てたのははじめのうちだけで、その
あとは意味もなく叫んでいたから、もう2度と
乗せてやらないっていわれちゃった。人のう
しろに乗ってると40キロでも恐いの」

——お酒が好きらしいけど、バイクと両立す
るの？

「やっぱり飲む時は乗らない。飲めばバラ
ンスはとれなくなるし、思考力も判断力もニ
くなるもん。だって、バイクって、コンマ以
下の秒数で決断させられるじゃない。

あたしなんか本業あるからキチガイチック
になれないのね。いつも気をつけなきゃい
けないと思うから、そんなに無理もできない。
でもバイクを心から愛してる。忙しくて乗
れなくても、あるだけで安心なの。いまバイク
はブームだけど、ブームで乗った人ってブ
ームが終わったらきつとおろるね。あたしバイク
には夢中だけど、レースまではいかないと思
うよ。そうなるって歌をすてることになるん
だもん」

●お忙しい販売店さんのための情報アンテナ ●話題と流行の最新情報 ●

BOOKS

●風の中、心はいつもアウトバーン 仲倉重郎著 ブックマン社

最近、中年ライダーが多く、寒い風をモノともせずに、満面喜々として走り抜けて行く、それがミドルエイジのいまや常識となりつつある、といっても過言ではないでしょう。映画監督の仲倉重郎もその一人。30代半ばにして、ある日バイクの免許を取ろうと練習所に走り、2年半というロングチームで実ナナハンの免許まで掌中に。そのロングチームのハナシ。スッタモンダの泣き笑いがこの本のミソといえます。

これからバイクに乗ろうとする人、いま免



許取得でがんばっている人、もういいかげん走って、そろそろバイク病になりそうな人が読んで、うーん実感という一冊。¥1200です。

☆☆☆

●ギネスワールド「モーターサイクル」 L・J・K・セットライト著 万沢康夫、鈴木誠一郎共訳 講談社

人間だれしも「記録の世界」には興味を持つし、でき得ることなら自分でその記録を打



ち破りたいと思うはず。とはいっても、好きでなければチャレンジする気にもなれないのが記録。

また、記録にチャレンジしなくても、一応は話のタネに知っておくことも楽しいのが記録ですね。そこでおすすみたいのが講談社から発行されたこの「ギネスワールド・モ

ターサイクル」という本。

内容的には、イギリスのモータースポーツジャーナリストであるL・J・K・セットライト氏の訳出もので、モーターサイクル発達史、名ライダー107、名ブランドカタログ、モーターサイクルスポーツと、4つの章から成っています。

一見、これらすべては過去の客観的事実だけで構成され、何か砂をかむような感じさえしがるのですが、よく読むにつれ、モーターサイクルの主観の世界が浮かび上がってくることに気づくでしょう。¥1200

☆☆☆

●森の生活 ウォールデン

H・D・ソロー著 真崎義博訳
JICC出版局

モーターサイクルはもともとアウトドアグッズであり、大自然の中に飛び込む道具でもありそう。で、その大自然とは何たるかをセツセツと訴える本がこれ。

1847年、アメリカ・マサチューセッツ州コンコードに生まれ、カナダへの旅行と、西海岸へ旅した時と、数回におよぶ河川探険の時の例外として、生涯のうち大半をコンコードという深い森林の中で過した著者ヘンリー・デイヴィッド・ソローの自然への愛と敬重の心を書き綴ったこの書は、130年以

上の歳月を経た現在でも、十分な価値を見せています。

「自然というものを讚美するには、まず自らが自然というものに飛び込み、戯れ、その驚異に接しなくてはならない」といい、さらに平面的に自然というものを教えるだけでなく、対人間と社会のあり方や接し方にも深い思想を投げかけています。

根をつめて読まなくても、時々ひっぱり出しては少しずつ読む、というのがワリとこの本には合っているようです。¥1500



FASHION

●スクーターだからトレンチ・コート

スクーター時代が再来して、街もソフトで



美しくなってきた、といわれるほどスクーターは、殺伐とした都会の中では、気分のよい清涼的存在なのです。そうはいっても着のみ、着のままではやっぱりネが暗く、街も暗くなってしまうわけで、おもいっきりカッコよくスクーターに乗る方法を考えてみるというのも、何か新しい気分であれしくなりそうです。

そのひとつが、シブくて、実用性のあるレインコート。なにしろ、スクーターには背広姿が似合うといえますし、アノこく普通のビジネス用皮靴でも走れるものですから、やはりレインコートなのです。雨だからレインコートではなく、スクーターだからレインコート。

中でもおすすめはトレンチコート。このコートは、クリミア戦争の折に、ざんごうの中の兵隊たちが着たというきわめつけのヘビィデューティで、アクアスキュータムとパーバリーが名品といわれています。とはいっても日本にもなかなかのスタイルがあります。ズバリ、チロルのカスタム・コートがそれ。霧よりも雨の国の日本のためにつくられたこのコート。

スクーターのライダーには是非一着欲しいコートだと思えます。180,000円と高めですが一生もんですよ、これは。

☆☆☆

◎3拍子そとつたワークブーツ

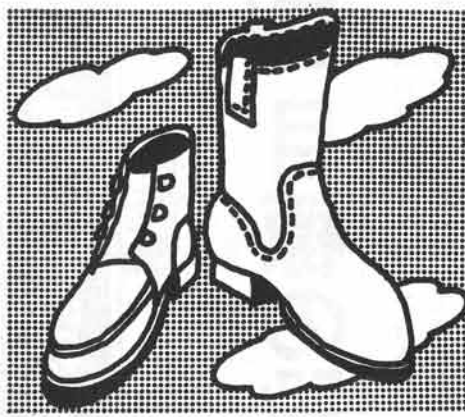
1970年代はアメリカ・ウエストコーストの波がドツと押しよせてきた時代。その中

でも、とりわけ若者に定着した感があるのがワーク・ブーツです。

「IC」(石井スポーツ)のワークブーツはいわゆる海外の有名ブランドもの、たとえばサンタ・ローザ、レッドウイングをはじめとするワーク・ブーツに劣らぬ出来のよいブーツのひとつといえるでしょう。

クツ底はビブラムソールで、すべて手造り仕上げ。しなやかな高級皮革と日本人の高レベルの縫製とがマッチして、ヘビィデューティそのもの。既製品とオーダー製の2パターンがあるためにジャストフィットはまちがいなしの保障もの。高さも6インチと8インチの2サイズがあり、バイクに乗る人のためにチェンジベダル部には皮がオーダーで付けられます。

バイク用として乗ってよし。整備の時によし。そしてタウンでもパツチリの3拍子がそ

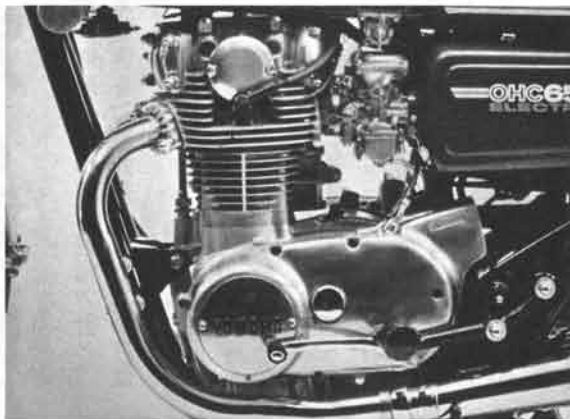


ろっているウレシイ製品です。6吋・2万7千円、8吋・2万9千円。IC 神田店03(295)3215

MACHINE

◎匠巻のXSサウンド

バトル・オブ・ツイン、というタイトルのレースが去る1月17日、筑波サーキットで開かれました。このレースは、4サイクル、2気筒のモーターサイクルだけのもの、70年から活躍しているヤマハXSシリーズが、



ここでも人気のマト。

過去13年もの長い間、基本を変更せずに改良を重ねてきたエンジンもちよつと珍しく新旧のXSが轟かせたXSサウンドは、たまたまなくダイナミックで、パーチカル・ツインファンを大いに喜ばせたものです。

初期のXSは、セルを持たず、きわめてシンプルな構造で、故障知らずのエンジンの定評を集め、のちに、セルがつき、クラッチも強化されて、より扱いやすいエンジンへと変

身していったわけですよ。

また、エンジン・デザインの素晴らしさも多くの人々が認めるどころ、日本のベスト3に入るのでは、というもつぱらの噂。最新鋭メカニズムの魅力もたまりませんが、こんなトラディショナルなバイクも、やはりマニアにはたまらないものです。

MUSIC

◎THEUSUAL・2 三好鉄生

ALFAPALR28046

涙をふいて……というCMで一躍スターに踊り出た三好鉄生のアルバム、パート2が出ました。男らしい歌いかたが、そしてちよつとおどけた感じが何とも親しみを与える三好鉄生。オサラを回すすぐに温かく響く鉄生のヴォーカルが聞く者の心をとらえて、ゆきふりかけてきます。あの「がんばります」の雰囲気まんまなのです、これが。

ヒット曲「涙をふいて」を上回る(?)「夕陽に向かって」からエンディングの「我が心のエンジェル」まで、一気に聞き通させるほどの仕上りを見せています。

フュージョンやロックに限らず、こんなミュージックもちよつと小ざれいなバイクショップで流れていると、やっぱりいい気分といえそうです。



実践 目標の設定と計画の立案

前回は、お店の性格づけ、もって行きたい方向の明確化、つまり経営方針と、それを実現するための目標についての基本的な考え方をご紹介しました。今月はその実践編。目標設定と計画立案の具体的なノウハウです。

目標というのはお店の性格づけであり、どこにウエイトを置くか、を決めることである。前回でも書きました。オールラウンドというのは、限りある資源—お店のスペース、資金、人手などを考えると、ちよつと無理です。そこで、どこにウエイトを置き、どう性格づけるかが、「目標」だったのです。

さて、目標はただスローガンのように書き出して、時どき大声で読めばよい、というものではありません。(もつとも、それも無駄だというわけではありません。やらないよりは、やればそれなりの効果は期待できると思いますが…) 目標を経営の中に生かすためには、それ以上に、より具体化することが必要になります。具体化の方法について考えてみましょう。

1. 目標の設定……何をするのか

先月号でご紹介した「利益向上のためのデシジョンツリー」(意志決定のための樹木図)を思い出してください。

まず、売上げのアップか、コストのダウン

かのふたつのうち、どちらにどのくらいウエイトを置くかを考えます。

売上げをアップするとすれば、つぎはお客さまの購入金額(客単価)を高くするか、あるいはお客さまの数を増やすかを考えます。

さらに、お客さまの数を増やすとすれば、新規需要の開拓(市場開発)か、他店にまわる顧客をこちらに向けさせるか、あるいは現在の顧客の来店頻度を多くさせる、などの方法もあります。

例えば、比較的新しいお店であれば、来店客数を増やすことが第一、先決になるでしょう。これまでの顧客でも、数のうえでは十分というお店であれば、それらの顧客の来店を促す方が、より楽な方法です。このようにして、目標が設定されます。

2. 達成基準と期限……どれだけを、いつまでに

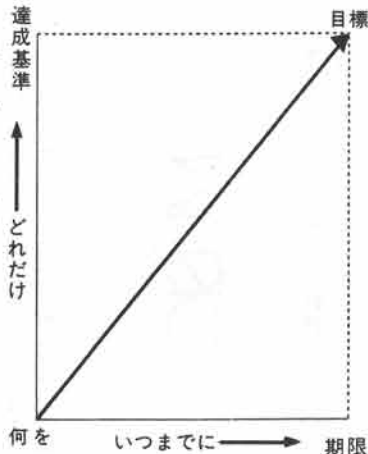
目標が設定されたら、つぎは目標の達成基準です。「できるだけ」というのでは、努力のしがいもありません。

これだけが必要だ、という数字を明確にします。例えば、荒利益を〇〇パーセント以上

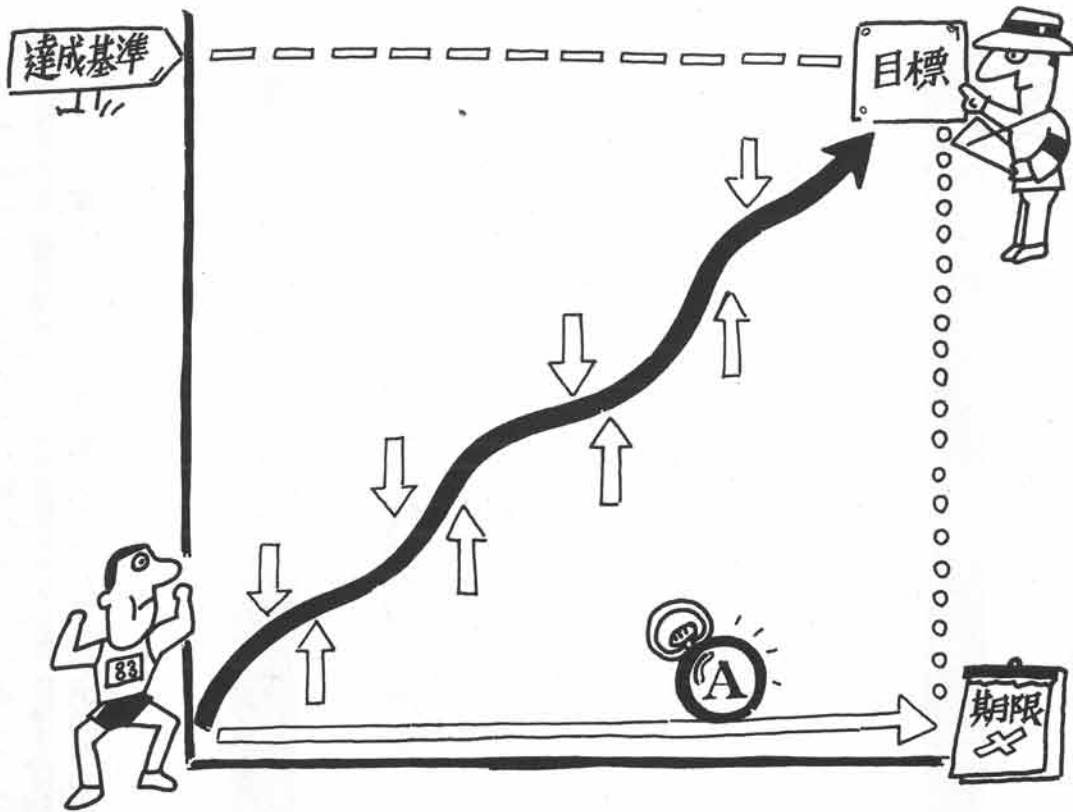
にするとか、新規顧客を△△名以上にするとしように、目標の達成基準をできるだけ具体的に数字で出します。

つぎは期限です。その目標をいつまでに達成させるかも決めておきます。具体的に何月何日まで、という日付まで考えます。

以上をまとめると、目標とは「何を」「(目標項目)」「どれだけ(達成基準)」「いつまでに(期限)」を明確にしたものということになります。



ただし、ここまでできたからといって、それで安心して放り出しては、達成はできません。もうひとつ、大切な「どのようにして」という手段を考えることが残っています。



目標というのは、作ってしまえば黙っていても達成できるという魔法の呪文ではありません。どのような計画を立て、それを実行してはじめて目標が達成されるのです。どのような方法をとったものが計画です。

つきに、目標を達成するための計画について考えてみましょう。

3. 目標達成のための方法 「計画」の立案

計画には、ふたつの種類の計画があります。第一は予定表といわれるもので、一日あるは一週間、一ヵ月単位の行動予定表がそれです。何時に何をするか、書いたもので、すべきことは忘れないように、また時間を効果的に使うのにきわめて有効です。

第2の計画は、目標を達成するための計画です。上のイラストで考えてみましょう。目標を設定しただけで、もしも何も努力をしないでいたとすると、目標は達成できず時間だけが過ぎていきます。したがって下のAの矢印のような横に流れた形になるでしょう。これに対して、達成のために努力をして目標に近づけます。これは下から上へ向う↑印で示します。

これに対して、上から下へ押えつける力もあります。例えば、不況だとか、消費者の抵抗、予算の不足、あるいは自分自身の中にある怠け心なども含まれるでしょう。

これらは、目標達成をさせまいと邪魔する力で、これを外部条件といふ上から下へ向けての↓印で示します。これに打ち勝つ努力、つまり下から上へ向けての矢印があつてこそはじめて目標は達成されるのです。したがって、達成までの道すじは、上下の圧力にはさまれて、単純な直線ではなく、太線で示したように曲りくねったものとなるでしょう。

4. 予測が計画の質を決める

これで計画についての図ができました。計画を立てるに当たって必要なことの第1は、その計画は何のために行なわれるのか、という目標の設定です。

第2は目標達成の邪魔、障害となる外部条件の把握で、これには予測が必要になります。例えば「1、2月は寒さという大敵があり、売り上げの伸びは少ないだろう」とか「5、6月は販売が多忙で、あまり混み入った手間

と時間のかかる仕事（顧客名簿の整理など）はできないだろう」というようなことも、この予測のひとつです。

競合するお店がどのような手を打ってくるかというような、高度に戦略的なものだけが予測ではありません。しかも、この予測が計画の質を決めるといわれているくらい大切なものなのです。とりあえずは、カレンダーと首っぴきで、昨年、一昨年のご商売を思い出しながら予測を立てて行きます。

第3番目は、どういふ努力をするか？つまりいふべき行動は何か、を決定することです。いふまでもなく、これが目標を達成する原動力です。この努力、とるべき行動、打つべき手というのはできるだけ多種多様なものを組み合わせる方が、より効果的です。

さらに、昨今のオートバイ業界のように取りまく環境が厳しい中であつては、目標を、達成するために思い切った手を打つ必要があります。斬新なアイデアも必要になるでしょう。これらを、時間的に組合わせ、展開した時にはじめて目標が達成できるのです。厳しい状況の中で、今までと同じ手を打つだけでは、事態の解決はできません。智慧をしばって考える、それがこの計画の段階です。

5. 計画の着実な実行が、経営を革新する

このようにしてできあがつた計画表は、さらに行動予定表に移します。月末には、目標達成のために何をすべきかを考え、さらに毎週一度は、次の週にすべきことを予定表につくりかえます。最後に、1日の終りにその日の反省とともに明日すべきことを考えます。

このように行動予定表を作ることにより、最初にも述べたように、モノ忘れやムダな行動をしなくてもすむようになるのです。

このように計画を立て、それを着実に実行して行くことが、厳しい局面を打開し、新しい状況に対応した、経営の革新をすすめることにつながるのです。

INFORMATION FROM YAMAHA

●この記事を「バイクの安全」のコーナーに掲載させていただきます

STILERS

『リバイクル・キャンペーン』スタート！ 安全点検意識の徹底と代替の促進を

2月をお店の安全点検強化月間として、安全点検意識の徹底と円滑な代替の促進を「展開いただこう」と『リバイクル・キャンペーン』がスタートしました。

春のバイクシーズンももう目前。冬の間放置していたり、乗る機会の少なかったバイクは、この機会にぜひ一斉点検を実施したいものです。

また、ソフトバイクの初期のお客さま方のバイクは、車輪的にもキメ細かい点検整備を必要とする頃です。

この機会にぜひ一斉点検を実施して、代替のおすすすめと同時に、『バイクは安全

に乗るもの』完全に整備されたバイクがあなたを守る』という意識を徹底させていただきます。

ちなみに、パツソル&パツソラーのユーザーは160万人にものぼるほど増えています。いまこそ、この安全点検が、お店の春商戦スタートの格好の起爆剤となるはずですよ。

▼安全点検DM各種▼819安全点検のほり▼819安全点検ステッカーなど既存の安全点検用ツールに加えて新しい安全点検チラシなども用意いたします。どうぞご利用ください。



SL

ふるつてご参加ください SLオフロード・ライディングスクール 開催コンクール実施中！

春のスポーツバイク商戦の中で、とくにオフロードモデルの需要促進にお役立ていただこうと、2月1日から3月31日までの2カ月間にわたり、『SLオフロードライディングスクール』の開催コンクールを実施しております。

これは、期間中に販売店さまが開催さ

れたSLオフロード・ライディング・スクールの内容や開催規模に応じて、最優秀店、優秀店、優良店さまを表彰させていただきますというものです。

オフロードを自在に、思いっきり走りまわる楽しさを通じて安全運転の基礎をつくり、モーターサイクルの活用度を高

めようというSLオフロード・ライディング・スクールは、この春もオフロード需要拡大のキメ手となるもの。
お店のスポーツクラブを中心に、より幅広くお客さまを募って、どうぞ積極的な開催をおねがいたします。



ヤングターゲットへのアプローチに 「活用ください」新しいビデオ自習セット

昭和57年度の原付免許取得状況を見ると男性では81・2%、女性でも45・8%が10代のヤング層によって占められています。しかし、現状の免許教室では、これらヤング層を吸収しているとはいえないのが現状です。

まのお店に引き込むために、ご活用いただきたいのが「原付免許自習セット」です。特に、伸長著しいビデオの世帯普及に対応して、今年1月からは「ビデオ自習用セット」も完成。また、すでに多くの販売店までご利用いただき、高い合格

率を収めている「カセットテープ+絵とテキスト」の自習セット最新版も同時に完成しています。どうぞ、これら自習セットをフル活用させて、急増するヤングターゲットへのアプローチをご展開ください。

'83 YRS開催スケジュール決定!

SUGO、ヤマハコース、筑波サーキットの3会場で開催されるヤマハ・ライディングスクールの'83年度開催スケジュールが決まりました。

▼YRS・IN・SUGO
●3月14日、15日 ●4月11日、12日 ●5月9日、10日 ●6月13日、14日 ●7月11日、12日 ●8月8日、9日 ●9月12日、13日

▼YRS・サーキットランコース・ヤマハコース会場
●3月20日、27日 ●4月17日、24日 ●5月22日、29日 ●6月19日、26日 ●7月17日、24日 ●8月21日、28日 ●9月18日、25日 ●10月16日、23日



PR

RZ250R専門誌記者発表試乗会開催 Y.P.V.Sの威力に驚異の声

2月1日の「RZ250R」の新発売に先かけて1月14日、15日の両日、静岡県掛川市つま恋と袋井市・ヤマハコースで「RZ250R」の専門誌記者発表

試乗会を開催しました。モーターサイクル専門誌および男性誌20誌、約70名を集めて開かれたこの会では、開発スタッフによる技術説明、ヤマ

ハコースでのテスト走行が行なわれましたが、「さすがY.P.V.S、パワーフィードバックが歴然とちがう」という声や、異音同音に聞かれたものです。

月刊『オートバイ』誌が、 YRSサーキットランコースとRZ試乗会開催

月刊『オートバイ』誌は、RZのふるさと、ヤマハコースをRZ250Rで走らう。のキャッチフレーズで、「RZ250R」の試乗をかねたYRSサーキット

ランコースを開催します。期日は3月13日。受講資格は、中型二輪以上の免許を持つ「オートバイ」誌読者・先着100名。なお毛利良一、江崎

正の両ヤマハライターが指導に当たることになっていきます。●お問合わせは「オートバイ」誌編集部 ☎03(434)3151



SOCCER

日本一、ヤマハサッカー

●第62回天皇杯全日本サッカー選手権大会

83年1月1日、初春の穏やかな陽ざしがふりそそぐ東京・国立競技場の空に、杉山隆一監督の体が、小池久雄社長の体が、2度、3度と舞いあがる。

平均年齢23・3才というフレッシュなヤマハ

パワーが、日本リーグチャンピオンの三菱重工業（準々決勝）をはじめ読売クラブ（準決勝）フジタ工業（決勝）とつきつきに強豪を打ち破り、ついにサッカー日本一の座についたのだ。ヤマハにとっては、昨年11月の「社会人野球

日本一」につづく快挙。販売店みなさま、ご声援ありがとうございました。また今シーズン、日本サッカーリーグ一部に復帰する、ヤマハイレブンの活躍にご期待ください。





元旦の国立競技場に25000人の観衆を集めて行なわれた対フジタ工業との決勝戦は、90分にわたる熱闘の末延長戦にもち込まれた。94分、右コーナーキックからヤマハの猛攻開始。内山篤、志田と渡ったボールを最後は吉田(写真中央・倒れている)が、左足ボレーシュートで決勝点をあげた

ヤマハ・サッカー部を卒いて10年、若い闘志をみごとに開花させた杉山監督、応援にかけつけた小池社長とがっちり勝利の握手



若さで走り勝ち、守り勝ってついに日本一。念願の天皇杯を手に喜びいっぱいのヤマハイレブン



バイクに乗って

タウンメイトが四輪セールス戦線で大活躍!

'80年、いち早くヤマハが提唱した“6輪使い分け”が、いまいろいろところで、さまざまな発展をみせています。ここにご紹介する2例もそんなひとつ。機動力や経済性を最大限に発揮してキメ細かい四輪セールス戦線に活躍するパッソルとタウンメイトです。



80台のパッソルが、セールスに、サービスに 三河全域でフル回転 ●日産サニー東愛知販売株式会社

愛知県の三河全域をテリトリーとする日産サニー東愛知販売株式会社さんが、パッソル80台を一挙導入さ

れたのは昨年の11月のことでした。それまでは四輪や公共交通機関を
利用してセールス活動を展開してい

たというこの会社ですが、パッソル導入のキッカケは新入社員の親交グループ「木曜会」の提案にあったと



「僕ら新人の意見を会社は認めてくれた」と矢野浩二さん

(愛知県豊橋市)

いいです。

パッソル導入に至るいきさつを、「木曜会」のおひとり・矢野浩二さんはこう語ります。

「そもその発端は、会のメンバーのひとりが個人的にサリアンを購入。セールス活動に利用して成績を上げたことにあるんです。そして、そのメリットが「木曜会」で報告されたわけです。

四輪によるセールス活動で最大のネックとなっていたのが駐車問題だったんですけど、スクーターの場合はどこでも止められる。それこそ駐車場を探している時間が節約できまし、一軒一軒丹念に細かなセールス活動ができる。そうした機動性に加えて、燃費や保険、税金などの諸経費の点でも、スクーターの場合ははるかに安いという利点がありますでしょ。

最初は、セールスマンを中心にスクーターの導入化の可能性をさぐり、多くの同意を得たところで社長へ話を持っていったところ、逆に社長がサービス活動などにも利用したら…ということになって、話が一挙に80台導入へと大きく飛躍したのです。現在、12拠点を抱える日産サニー東愛知販売株式会社さんでは、全拠点にパッソルを配車。セールス、サービスはもちろん本社の事務関係におよぶ全セクションでフル回転しています。

→各拠点のショールーム前には、いつでも自動オーケーのパッソルがズラリ





セールスは パッソルやタウン



↑セールスマンやサービスマンだけでなく女子事務員の間でも大好評のパッソル。写真は16台が導入された本社で

↓「スクーターだとそれこそ玄関先まで行けるので、次はどこのお客さまを——と欲が出てきます」と語るのは、販売課の八田浩伸さん



訪問サービスの新兵器に34台のタウンメイトを導入

（東京都目黒区）

年ねん性能向上

する四輪市場にあつて、販売後のお客さまとのコミュニケーションが再び大きくクローズアップされていますが、東京の大手ディーラーのひとつ・トヨタ東京カローラ株式会社さんでは、サービス活動の充実を狙って、新たに「訪問サービス」を展開。その活動の足として34台のタウンメイトを導入されました。

この「訪問サービス」は、新車納入後の無償点検の誘致や法令点検の誘致、車検、車輻保険や購入後のクルマに関する相談などを、直接訪問サービスマンが出向いて行なう活動のこと。従来の電話やDMでの対応をさらに充実させ、販売後のお客さまとのコミュニケーションを深めようというものです。



訪問サービスの新兵器タウンメイトにまたがった訪問サービスマンたちは、そろって「1日30軒の訪問が可能となった！」と意欲を燃やす

訪問サービスマンの足としてタウンメイトが選ばれた理由は、バイクの機動性に加えて、リッター160キロの燃費やメンテナンスフリー、耐久性など。今年1月11日にはトヨタ東京カローラ株式会社さんの本社に、傘下23営業所から38名の訪問サービスマンと関係者を集めてタウンメイト引渡式が行なわれました。式後には目黒警察署による交通安全講習会も行なわれるなど、訪問サービスに賭ける意欲がうかがえました。

「お客さまのフォローをより積極的に展開しよう！」と意気込みも新たに開かれた「訪問サービスモーターバイク引渡式」。





お店のクラブ員を対象 ミニYRS



〔ヤマハ神奈川機〕ヤマハライディングスクールの思想をより広汎に定着させようと、いま全国的に実施されているミニYRS。横浜市丸

集まれ! シックスティーズ・ヤマハ YDSクラブミーティング 3月19日開催

「YA、YD、YDSなどよき'60年代の、すばらしいヤマハ2ストローク車をベストコンディションで後世に残しつつけていこう」というお客さま方が、このほどYDSクラブ、設立準備委員会を発足。その第1回ミーティングを企画し、全国のオールド・ヤマハユーザーに参加を呼びかけています。

- ▶ 期日：昭和58年3月19日(土)
- ▶ 会場：ヤマハマリーナ浜名湖
- ▶ 内容：参加者全員の愛車コンクール、当時のレース映画等多数
- ▶ お問い合わせ：YDSクラブ設立準備委員会
並木廣男
〒299-32 千葉県山武郡大網白
里町木崎 120-7 ☎04757(2)7046
※TELは(PM9:00~11:00)

富オート販売(長田憲治社長)さんでも、このほど自店のスポーツクラブ「キング・オブ・ジャパン」と「レディース・ツーリングクラブ」のメンバーの中から15名が参加して、このミニYRSを開催しました。

会場の菊名自動車学校には、ヤマハ安全運転推進本部のインストラクターも応援にかけつけ、楽しさの中の安全教育を実施。昼休みにはXJ650ターボの試乗会やエキジビションも開かれ、参加者の人気を集めていました。

足利商工会議所の 会員大会を盛り上げた 赤、青、白のベルーガ

栃木県足利市の足利商工会議所の恒例行事である会員大会は、昨年11月末に開かれましたが、そのアトラクションとして行なわれたラッキープレゼント抽せん会で注目を浴びたのが3台のベルーガ50。足利市に

本社を置く横田自動車販売株式会社(横田彰義社長)が納車したこのベルーガは、厳正なる抽せんの上、写真でご紹介の3名の女性に当たったものです。



ベルーガ80に手作りサイドカー

栃木県小山市の宇都木モータース(宇都木勲次郎社長)さんから送られてきた写真は、なんとサイドカー付きベルーガ80。実はこのサイドカーは、もともとサイドカーファンの宇都木社長が製作したもので、現在はシグナス180用のサイドカーも製作中とか。それにしても、なんとも見事な出来栄ですね!



ヤマハエース '83年2月号 No.236

●もくじ●

●新商品カラーご紹介) XZ550D/XS400.....2

●'83ヤマハ全国選抜優秀販売店新年大会
売れる時代から売れる時代へ.....4

●発達/RZ250R 開発スタッフが語るセールスポイント.....8

●いまスクーター市場が変わる
シグナス180が拓くスクーター新時代.....10

●販売店さん×ヤママン対談
パートナリシップで行こう.....12

●ヤマ奥さま登場
さあ、春商戦/この春の私のプラン.....14

●太田克彦と一緒に走ろう
歌手・リリイさん.....16

●センス・アップコーナー
販売店経営講座②.....18

●実践...目標の設定と計画の立案
インフォメーション・フロム・ヤマ.....20

●グラフィックス
日本一、ヤマハサッカー.....24

●ヤマ・トピックス
ヤマ・トピックス.....26

●パーツ&アクセサリ
店内を2分する展示コーナーと用品コーナー.....29

●シヨールム拝見
最新の広告活動紹介.....30

●最新の広告活動紹介.....30

.....30

.....30

.....30

.....30

.....30

.....30

.....30

.....30

レーサー感覚、さらにアップ!

RZ250Rオプション&コーディネート用品

新 発 売

話題のニューモデル『RZ250R』の新発売にあわせて、同時開発の専用オプションとコーディネート用品が、新登場します。

いずれも、『RZ250R』のレーサー感覚をさらにアップするハイグレード用品。サーキットのホットな雰囲気をもそのままストリートに再現するものです。どうぞ本体とペアでおすすめてください。



スペシャルヘルメット RZ035R ¥49,000

●カラー：白/赤、本体とコーディネートの特典カラー●サイズ：57-58cm、59-60cm、61-62cm●CLC(複合基材積層構造)製、スネル'80規格●ツインデフレクター装着●スベアシールド付



タンクバッグ ¥19,000

●カラー：白/赤、黒/赤

シートカウル ¥15,000

●カラー：白/赤、黒/赤

アンダーカウル ¥7,500

●カラー：白/赤、黒/赤

YL-308 レーシングスーツRZR ¥135,000

●カラー：赤/黒●サイズ：M、L、LL●レーシングユースも考慮した大型パッド●着脱しやすいメッシュ裏地●YAMAHAロゴ入り

YL-501 レーシンググローブRZR ¥11,000

●カラー：赤/黒、ブルー/ダークブルー●サイズ：S、M、L

YL-604 レーシングブーツRZR ¥30,000

●カラー：赤/黒●サイズ：24cm-27cmまで0.5cmごと●脱着の簡単なバックファスナータイプ

店内を2分する

スポーツコーナーと用品コーナー

自店の姿勢を率直に表現した店内演出

典型的な新興住宅地を商圏とするムサシさん。「フリーのお客さまを」とスクーターはすべて店頭に展示。ビル壁面の大看板は前を通る路線バス乗客を狙ったもの



ムサシ

松井 正雄社長

横浜市緑区あざみ野4-2-11

☎045(902)1364

住宅地の幹線道路に面した3階建てマンションの1階・76㎡の店内に、バイクコーナー、用品コーナー、修理サービスコーナー、接客事務コーナーと、お店のすべての機能をみごとに組込んだ「ムサシ」さん。

特に店内を2分するスポーツバイクコーナーと用品コーナーは、バイクと用品のトータル販売をめざす「ムサシ」さんの姿勢をそのまま表現しているのです。

●イメージを拡げる風景写真の壁紙

「バイク本体と用品のバランス良い販売」これが松井社長のご商売に取組む姿勢。そして、それをそのまま表現したのが、昨年3月にオープンしたこの店舗です。

「用品販売の重要性は、これからますます高まっていくでしょう。以前から私は、バイクと用品は一体のものと考えていたので、この店も思い切って半分を用品コーナーにしてみました」

というほどですが、その結果は「ハードなかんじがなくて入りやすい」とお客さまにも好評。

そして、その結果狭くなったバイクの展示スペースをいかに広く、さわやかに見せるかが、店内演出のポイントになっているわけですが、松井社長はこれを写真のようなさわやかな風景の壁紙でカバーされています。

●見せる整備も、店内演出のひとつ

「ムサシ」さんのもうひとつの特徴は、23坪の限られたスペースの中に、サービスコーナーまで設けられていること。しかもそれがカラフルな展示コーナーとみごとに調和していることです。

この狙いを松井社長は——
「サービスコーナーをショールームの中に設け、整備作業そのものを店内演出のひとつとしたつもりなんです。

もちろん、店の技術力に対する信頼度を高めたいからですが、いつもお客さまの目に触れるというところで、設備機材、工具類から棚に納めた細かい部品まで、整理整頓には細心の注意を払っています」

——と語られています。このサービスコーナーはまた、お客さまのメカニズムに対する関心を深めるうえでも大きな効果を現わし、スポーツユーザーを増やす原動力ともなっているのです。



↑「ヘルメットだけでも100個以上」というほど充実した用品コーナーは、ムサシさんの顔



若い感覚でお店をきりもりする松井社長と奥さま恵子さん





狭いスポーツバイクコーナーも、風景写真の壁紙やさまざまなポスター類を活用してイメージの広がりを狙っている



店づくり*ワンポイント

株デイ・バイ・デイ
ヤマハ店舗相談室
伊藤 隆蔵

ムサシさんのお店は、一見して隅々にまで神経が行きとどいているのがわかります。こうした、気づき知らず知らずのうちに、お客さまに好感、信頼感を与えるのです。

ご商売に対する熱意が、お客さまにまで伝わってくる、そんなお店といえるでしょう。

これをさらに効果的に演出するには、細かいセンスアップを心がけられること。

例えば、観葉植物などをあしらったり、スポーツバイクコーナーなどは、天井からしゃれたウェアやヘルメットを吊すなどして、空間演出を試みられ、ハイセンスの中にも親しみやすさを打出してみたいかがでしょう。

細かな点では、スポットライトの位置が気になります。もっと有効な場所に移動されるとよいでしょう。

このように、店内の隅々にまで神経の行き届いたお店が増えることは、そのままバイク人口を増やすことにも直結するはずですよ。



気持ちいほど清潔なサービスコーナーが、お店の遊びごころをもりあげている



接客カウンターと事務コーナー、手前のテーブルの後はウェアや用品のお客さまのためのフィッティング(試着)コーナー

