

特集：春商戦まっさかり。

最需要期に大きく売り込む販促活動実例集





人の集まる所へ 打って出よう!

話題のニューモデルの登場とお店の存在を、より広い地域のより多くの人びとに積極的にアピールする展示試乗会は、需要期の活動のメインプログラム。今年も3月下旬から毎週末ごとに開催されている“いち日バイクデパート”を中心に、販売店さんとヤマハが一体となった多彩な催しがくりひろげられています。

まさか

活動実例集

83年のご商売の行方を決定づける春商戦もいま最高潮。ニュースクーター・ジョグ、アクティブからRZ250R、XT250T、XJ400Z/Z-S、XJ750E-IIまで、話題の新品もずらりと顔をそろえて、今年も販売店さんのひとさわ活発な活動がくりひろげられています。そんな中から今月は、売れる時代から売る時代へ、大きな転換期の中でも確実に成果をあげている、販売店さんとヤマハ一体となったの活躍ぶりをレポートしましょう。

ご商売と密着したかたちで安全運転を普及し、お店のスポーツクラブの活性化をはかるのが、YRSの地域版・ミニYRSです。安全講習やコンテストを主体としたものから遊びの要素を取り入れたもので、その内容もさまざまですが、この春はとくに自動車学校を会場にしたニューモデル発表試乗会との併催が人気を集めています。



安全普及とユーザークラブの 活性化を図ろう!

バイクの幅広い楽しさを売り込もう!

RZ250RやXJ400Z/Z-S、XT250Tなど強烈な個性を誇るニューモデルの相づく登場で、いまお客さまの間に高まっているのが「そうしたバイクの持ち味を100%満喫できる機会が欲しい」ということ。そして、これに応える活動として人気を集めているのがサーキットのスポーツラン

を中心としたYRSサーキットランであり、SLオフロードライディングスクール。静岡県袋井市・ヤマハコースでのサーキットランには速く東京、大阪からの参加者もかけつけるほどの人気で、スポーツバイク拡販の一大原動力となりつつあります。



特集 春商戦

最需要期に大きく売り込む販促



お客さまの ステップアップを サポートしよう!

原付から小型へ、小型二輪から中型へ、そして大型二輪免許へと、お客さまの上級免許志向、大型免許志向には根づよいものがあります。そして、このステップアップを確実に指導し、サポートして行くのもスポーツバイク販売には欠かすことのできない活動。その中で二輪車安全運転講習会は、年間1万人を越える中型限定解除ユーザーにとって、格好のトレーニングの機会としてこの春も活況を呈しています。

手ごたえ十分 いち日バイクデパートで '83商戦へダッシュ!



RZ-Rがある、ニュー XJ がある、XTがある……ずらり並んだ話題のニューモデルが来場者の目をひきつける



「これで私も、林道ツ
ーリングへ!」

お目当てはもちろん、ニューモデル試乗会



「さすが55馬力、さ
すが4連メーター」



「見るからに、走りソ〜!」

YAMAHA DYNAMIC FESTA
— いち日 バイクデパート —

特集：春商戦まさかり

最需要期に大きく売り込む販促活動実例集

協賛店さんの声

1人ひとりのお客さまと、しっかりパイプをつくっておくために……

羽田ホンダ 佐藤隆夫社長／東京都大田区



「春だから……ってことじゃなく、365日いつでも需要期という意識込みで販売してる。でも「いち日バイクデパート」に参加して、この時期の打出しを一

層活気づけ、もりあげたいと思っています。

これからの商売、モノを数多く売るだけではダメで、店とお客さまとのつながりを、たくさん、しっかりと確保することが大事なんだな。そのパイプづくりにもこうした催しは効果あるしね。

ニューモデルもかなりの数が期待できそう。特にRZ-RとXT250Tはね。XTは私も気に入った商品。お客さまの反響がいいというだけでなく、メカも商品性も十分な強力モデルだと思うよ。

展示試乗会で触発したお客さまを

YRSへご案内して、積極的に売りにむすびつける

モトショップ 田口・田口正光社長／東京都目黒区

「この「いち日バイクデパート」のように、多くのお店と合同して大規模に、見せて、触らせて、乗せることは、

この春一番の販促活動として各地で展開されているのが「ヤマハいち日バイクデパート」。特に4月中は、毎週末ごとに全国のべ73の会場で開催され、ジョグやアクティブなどのスクーター、RZ250R/350R、XJ400Z/ZIS、XJ750E-II、XT250Tなど話題のスポーツバイクに、いち早く見て、触って、乗って、み

たいという若者たちで大きなにぎわいをみせていました。そんな中から、4月2・3日の両日、東京品川の大井競馬場、10日東京流通センター会場で開催されたヤマハ南東京(株)主催の「いち日バイクデパート」を訪ね、売り込む時代には積極的な取り組みをみせる協賛販売店さんの声と、つめかけたお客さまの反響をうかがいました。

ヤマハいち日バイクデパート・東京流通センター会場



最新ヤマハ大集合！と話題のニューモデルを一堂に集めた新車コーナー。スクーターコーナーにはハッソルII、ジョグとならんでアクティブも登場。スポーツバイクコーナーには、RZ250R、350R、XJ400Z、Z-S、XJ750E-II、XT250Tなど話題の機種を全て陳列

お客さまの声

●大田区・吉沢さん(16才)
「この、いち日バイクデパートは雑誌の広告を見て知ったのですが、どうしてもRZ250Rに乗りたくて、やって来ました！」



●大田区・大西さん(16才)
「いま、XJ400Zに乗ってきたばかり。ウインカーのスイッチは、プッシュキヤンセルっていうんですか、すごく使いやすい。加速もスムーズだし、ブレーキのききぐあいもいいし最高！」



●大田区・田中さん(27才)
「RZ250Rに乗りたくてね。今まで2サイクル車に乗ったことがないので、乗りこちを確かめたくなって。ええ、販売店からDMをもらってやって来たんです！」



●横浜市・風間さん(23才)
「このXJ400Z、いいですね。エンジンが並列4気筒で水冷でしょう。スタイルも申し分ないし、味のあるバイクですね！」



とくに、ニューモデルの登場する時には効果的です。

しかし、これを実売に結びつけるのは、やはり店頭。この次は店頭の展示会に

少し力を入れてみたいと思っています。開催会場を十分に検討したうえで、積極的に打って出るつもり。スクーターはまだまだだまっています。スポーツ車はしっかりとお客さまを獲得しなければ。

それと、うちではいまビッグバイクのお客さまをYRSに連れて行って、安全面の教育に力を入れているので、こうした展示試乗会で触発したお客さまにもぜひ参加してもらい売りに結びつけて行きたいですね。



バイクデパートでニューモデルをじっくり味わったお客さまを、確実にフォロー

（南池上オート販売・佐藤幸雄社長／東京都大田区）



「私たちは、大田区内のヤマハ販売店8店合同で毎月展示会をやっている。で『いち日バイクデパート』といっても、特別な意識はない。でも、出たばかり

りのホヤホヤの新車に見て、触れて、乗れてということはお客さまにはたまらない魅力だろうね。そこでお客さまには、ここでその魅力をたっぷり味わってもらい、その後で来場者を対象に確実なフォローを展開したいと思っている。それと、やっぱり売り放しで終わってしまっただけはお客さまはついて来てくれないから、私たちはモトクロスレースに誘うなど、お客さまに正しく、安全に遊んでもらうことも大切にしている。

今年のニューモデルは、どれも強力だが、一番気に入っているのはRZ-Rと、ニューXJ400Z/ZIS。絶対今年の主力商品だね。ジョグも好調。1日で4台売った日もある。やはりお客さんは、試乗してみれば、なぜそれを勧めているのか納得してくれるものだ。」

●協賛販売店さん・13店 ●協賛金・50000円（内20000円はチラシ代） ●案内DM・12000枚配布 ●会場・約300坪（屋内） ●展示車・新車120台、特価車130台 ●試乗車・10台



YAMAHA DYNAMIC FESTA

42-3-10-16-17

1 最新YAMAHA大集合

2

3 4万円台から40万円台の最新買得車大販売!

4 5万円台から30万円台の最新中古車

5 5000円からスクーターショウピング

6

会場内には協賛販売店さんのブラカードがならび、ニューモデルへの代替から特価車、中古車の販売まで、それぞれに積極的な売り込みがくりひろげられた。

●大田区・渡辺さん（18才）
「ここでは、XJ400ZとRZ250Rに試乗してみたい。でも乗る前から、もうXJを予約しちゃってるんです。55馬力でパワーもありそうだから……」



●大田区・平泉さん（28才）
「メーカーが中心となった、こんな展示・試乗会をもっと数多くやってほしいね。試乗できるってことは、購入する前の一番の判断基準になるから。XJ750E-II、ブレイキ感触はバツグンにいいね。タイヤもミシユラだし……」



●目黒区・関口さん（18才）
「XT250Tに試乗しましたが、オフよりもオンロード、高速道路でもバツグンのパワーを発揮するみたい。もうすでに兄がXTを予約しているんです」



●川崎市・月岡さん（17才）
「こういう展示・試乗会をもっとやってほしいですね。ヤマハからニューモデルが登場するつど、やってほしいな。見るだけならカタログでもいいけど、試乗できるからね。XJ400Zに乗ってきたけど、すごくいい走り、価格も手ごろだからぜひ欲しい」



●大田区・横山さん（20才）
「DMが送られてきたのでやってきました。XJ400Zのレスポンスは最高。スムーズ

特集：春商戦まっさかり

最需要期に大きく売り込む販促活動実例集

この経験を生かして
大学生協での月例展示会も開催

安藤オート・安藤隆社長／東京都大田区

「催し物としては毎年同じことをやっているようだが、でもそれだけの効果は必ず上がっていますね。この会場で、潜在ユーザー、見込客を発掘して来店にむすびつけていく『いち日バイクデパート』の協賛は、うちにとって重要な活動です。」



開催前にも、案内DMを発送したら、それがXJ400ZやZSの子約に結びついたりして、相乗効果も大ですよ。RZ-Rのようにまた若いお客さんの心をかきまてる商品が出たおかげで、お客さんがついて来てくれる。

この傾向を生かして、うちでは近くの東京工芸大学の生協を通じて4月20日から3日間ヤマハ全車種の展示試乗会をやるんですが、それを第1回目として、毎月実施することになっているんで、大いに楽しみにしています。」

この効果を定例展示会に結びつけて
効率のよい拡販を

㈨植松商店・植松利之社長／東京都大田区



「いち日バイクデパートは、ニューモデルを見せて関心を持たせ、お客さまの目をこっちに向けさせるのが一番のポイント。その意味では効果はありますね。これからの商売けっして楽ではないでしょう。厳しきは覚悟のうえ。数よりも質で、できるだけ楽しく商売したいと思っています。展示会にしても極力経費をかけないで効率の良い企画を考えていきたい。幸い、月1回、区内8店の販売店さんと合同で定期開催している展示会も順調。年間売上げの25%は確保しているほど。この『いち日バイクデパート』も、その定例展示会にいい影響を与えられそうなので期待しているんです。XJ400Z/ZSの登場で、夏までは中間クラスを絞った商売をしてみたいと思っています。」

インストラクターの先導で、RZ-R、Z/Z-S、XT250Tなどの試乗会。お客さまの商品知識は十分。ほとんどの人が、頭いっぱいにつめ込んだ知識を、自分の身体で確かめようとやってくる。そしてこれが購入決定へのステップボードとなるわけだ。



アクセサリやウェア、パーツ用品類の即売コーナーや『汚れた英雄』のビデオを上映するビデオコーナーなど、会場内にはお楽しみコーナーもいっぱい。ヤングの人気をさらっていた。

なコーナーができて、ブレーキもいい。ウイーンカーのスイッチが改良されていて、使えば楽しくなってますね。」

●大田区・山下さん(47才)

「XJ400Zに乗りました。スポーティな感じで、若い人にはまさに最高のバイクですね。私はどちらかというと、XJ650スペシャルやXZ550Dが好きですが。」



●大田区・福井さん(30才)

「デュアルパーパスというだけあって、オフどちらでもいいですね。このXT250T。私は林道の方が好きだから、これを買えば高速を使って遠出ができそうですね。」



●横浜市・福田さん(28才)

「雑誌の広告でバイクデパートを知りました。XJ750E-IIに乗りましたが、低速が良かったです。バンク角もたっぷり、手こたえある乗車感が楽しめました。」



●港区・マック・ファアラ(36才)

「美しいバイクですね。XJ400Z。価格も手ごろだし、友だちにすすめようと思っています。ヤマハ、ベリーグッドです。」



YSA サーキットランコース

静岡県袋井市のヤマハコースと茨城県の筑波サーキットの2会場で、今年も年間24回の開催が予定されていますが、3月の第1回目から「RZ-Rでサーキットを走る」とあって話題沸騰。中には遠く関西方面からツーリングをかねて参加するお客さまもいるほどの盛況ぶりです。

100のセールストークより 1回のサーキットラン!

3月27日のヤマハコースにも、そんなスポーツユーザーが東西から多数駆けつけました。そして春商戦のまつり中とあってスポーツ商戦に一気に注目を集めようとして、スポーツバイクのお客さまを誘って参加された販売店さまの姿がひときわ目立っていました。

東京からお客さま6名とともに参加した山賀モーターズ・山賀重和社長(東京都調布市)もそのおひとり。ニューモデルの拡販に与えるサーキットランの大きな効果を次のように語られています。

「話題のニューモデルに試乗できるということと、店頭告知ポスターなどを通じて参加者を募集したんですが、RZ-RやニューXJをぜひ一度走らせてみたい、ぜひ一度サーキットを走ってみたいというお客さんで、あつという間に予定は満杯。

それにしても、サーキット走行を通じて新鮮な気分、商品魅力をしっかりと理解してもらえらるというのは、販売店にとって何よりの魅力ですね。100のセールストークより

この春スポーツバイクのお客さまの話題といえば、いうまでもなく続々と登場する高性能スーパースポーツモデル。エンジン出力やパワーウエイトレシオなどという言葉までとびかかってお客さまの関心も最高潮。そして、そんなお客さまの間で「ニューモデルの試乗と夢のサーキット走行があわせて実現できる」と人気を集め、ニューモデル拡販の大きな力となっているのが、ヤマハ安全運転推進本部が主催する「YRSサーキットランコース」です。

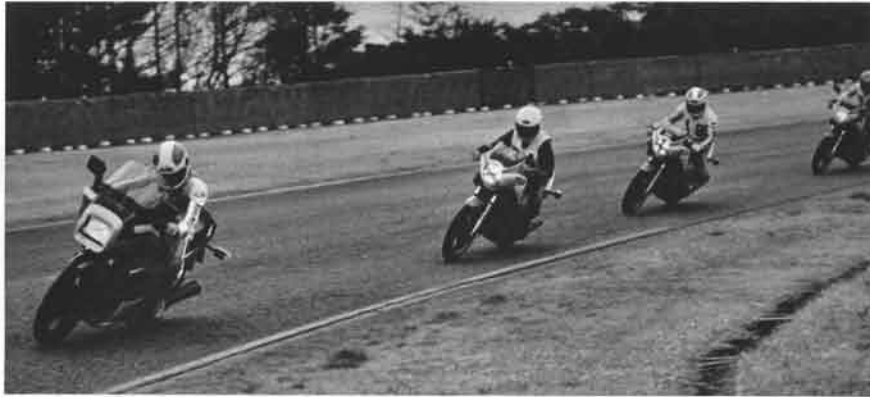
RZ250R、XJ400Z、Z-S……

ニューモデルの高性能ぶりを、サーキットランで強かにアピール

も1回の試乗、それもサーキットランを通じてですから印象も強烈です。それと、スポーツバイクの店頭の話題づくりに最高材料。つぎは筑波へ、SUGOへ……とお客さまの間で話はどんどん広がっていきいからね。筑波なら東京からもつ

と近いので、初心者のお客さんや125ccのユーザーも誘おうと思っています。テクニクも磨いてもらえるし、代替も促進できますからね。一方、参加したお客さまたちにも人気は上

じょう。「中型免許を持つてるんですけどいづもは原付。でも今日はRZ250Rにも乗れたしすごく自信がきました。今度は中型にします」などと、興奮さめやらぬ様子で語っていたものです。



↑さながらレース気分!? 国際A級ライダーが先導する“高速ラン”。でお客さまは新商品のハイパフォーマンスを実体験



→女性やアダルトの姿も目立つYRSサーキットランコース

↓普段は「関係者以外立入禁止」の袋井ヤマハコースも、この日は歓声がこだまする。国際A級ライダーによる“高速ラン”。指導に熱中する参加者



ミニYRS

原付から上級車種へ、ロードモデルにトレールを…… クラブ単位のミニYRSで代替、増車を促進！

一方、YRSの地域版「ミニYRS」を活用して、春商戦のスタートにはずみをつけようという販売店さんの姿が目立つのもこの春の特徴。市場の特性にあわせてカリキュラムをアレンジしたり、対象層を絞り込んだ開催によってご商売への実効を一段と高めようというものです。

「それでは、一番成績の良かった人から順番に発表します。最高得点の人は……石井さん」「ワァーッッ」「やったァァ」「ヒューッッ」

パーティー会場での抽選発表を思わせるこのなごやかな雰囲気は、さる4月10日、横浜市緑区のムサシさん（松井正雄社長）がお店のスポーツクラブ員を対象に、近くの菊名自動車学校で開催した「ミニYRS」での成績発表風景です。

「春商戦スタート」というこの時期にタイミングを合わせてこの「ミニYRS」を開催した松井社長は、その狙いをこう語られています。

「今回は初めての試みだったんですが16名のお客さまが参加。すごく好評で、「次回はいつ」といった声もすでにあがっているんですよ。で、うちではこの「ミニYRS」の効果をふたつ期待しています。

ひとつは、上級車種への代替促進。今回の参加者の中にも50ccでの参加者がいたんですが、こういった機会に、他のクラブ員のひとの中型バイクを借りて乗ってみたりすると、自信につながるんですね。

もうひとつは、トレールモデルを印象づけられることです。「ミニYRS」の基本訓練を経験すると、バイクのオフロード的楽しみ方もすっかりとわかってもらえます。どちらかといえばロードタイプが中心のうちの商売ですが、ひとりのお客さままでオンロード1台、オフロード1台というのがやはり理想ですからさらにまた、こうしたクラブぐるみのイベ



ントで、店とクラブが楽しく盛りあがることのプラスは計り知れませんね。
また、うちでは女性ユーザー10名からなる50ccだけのクラブもあるんですが、その会員を対象とした「50cc女性だけのYRS」開催も考えているんです。
この日のミニYRSは、お客さまの反響も上じよう。「気心の知れたクラブ員ばかりな

ので和気あいあい楽しめました」「上手になりたい。自分のとはちがうバイクにも乗ってみたい、という気持は誰にもあるはずなんでぜひまた開催して欲しい」「千鳥走行なんかやってトライアルみたいな走り方のおもしろさも発見しました」……という感想がさかんに聞かれました。



↑販売店さんが主催、お客さまも生活圏内で気軽に参加できる「ミニYRS」。この日は近くの菊名自動車学校を会場に開催

↓小型から中型へ、中型から大型へステップアップのきっかけにもなるバッジテスト



「今後は50ccスポーツに乗っている方を対象のミニYRSも考えているんです」と意欲的な松井社長と奥さま恵子さん

二輪車安全運転講習会

イディングスクールは、お客さまにとっても理想のイベントとなるのです。
こゝ、大阪市鶴見区の加世田オート（山下重人社長）さんでも、生駒山の旧アスレチックランドを会場にヤマハ東大阪機東営業所が主催する「SLオフロードライディングスクール」への動員に積極的です。
「特に3月からはXT250Tの試乗を盛り込んでいるので、お客さまもお誘いしやすいし、われわれにとっても楽しみです。楽しみながらXT250Tをじっくりと理解し

自動二輪免許に中型限定という制度が設けられ早や8年が経過しますが、最近では若者のビッグバイク志向も一段と強まり年間約1万人という限定解除者を数えています。
とはいえ「ビッグバイクは欲しいけど、実技免除のない大型二輪免許の取得には自信がなくてあきらめている」といったお客さまの数が圧倒的なのも事実。そこで、そんなお客さまに適切な指導・サポートを施し、これをビッグバイク拡販につなげようといった活動も活発になっていきます。

お客さまのステップアップをサポートし
確実にビッグバイク拡販を

ヤマハ兵庫機が一昨年11月から、毎月一回開催している「ヤマハ・YRS・自動二輪安全運転講習会」もそのひとつです。さる3月27日にも、会場の兵庫県自動車学校にはビッグバイク志向のヤングが駆けつけ、熱心な講習会が繰り広げられました。
午前中は基本走行訓練、午後はコース全域を使った法規走行講習というカリキュラムですが、中型免許所持者の限定解除へのステップとしてだけでなく、原付、小型免許所持者の中型免許へのステップとして大いに利用されています。
もちろんこの講習会は、エリア内の販売店さまとの連携で動員を図っているもの。
店頭告知ポスターなどを通じて、毎回5、6名のお客さまをこの講習会に案内、春商戦の中で積極的に活用されている西山一二社長（YOUオートショップ/神戸市西区）にお話を伺ってみると……

てもらえる。店頭での説明より数倍の説得力がありますよ。それと、オフの楽しさを知らない人もまだまだたくさんいますので、そんな人にはあわせてオフの楽しさを訴求していきます。モトクロスとなるとエスカレートしすぎですが、オフロードツーリングは、どなたでも自分のクルマで楽しめますからね」
と、この春、加世田オートさんでは重点商品XT250Tを柱に、SLオフロードライディングスクールで、大きな売り場がみせています。

「交通法規に沿った講習会なので中型免許希望、限定解除希望、いずれの方にも案内しているんです。
一度でもこの講習会を紹介してあげた方は、やっぱりどうせ買うなら知っているところを買いたい」ということで商談もスムーズにいきます。もちろん代替促進、上級車種移行には効果大で、おかげで店の規模の割にはビッグスポーツ車の動きがいいんです」
また、参加者からは「昨年3月に原付免許を取りましたが、今日は中型免許を受けるための勉強で参加（19歳学生）、中型免許を取って2年になります。ヤマハの販売店で今日の講習を知り、できるなら限定解除にチャレンジしようと思ってきました。初めてあこがれの750ccに乗りましたが、意外に楽しく乗れました（36歳会社員）」といった声が聞かれ、お客さまの心の中には、すでにステップアップ後の購入希望者種までが決定されているようです。



オフロード経験15年。SLオフロードライディングスクールにも、お客さまとともに参加して、新需要開拓に意欲を燃やす山下社長

↑原付免許所持者にとっては小型・中型免許へのステップとして、中型免許所持者にとっては限定解除へのステップとして利用されている「自動二輪安全運転講習会」



→「一度でも講習会に案内したお客さんとは、やはり商談もグッとスムーズ」と語る西山社長

YAMAHA
ヤマハ YRS
自動二輪安全運転講習会
受講者募集中

日時 3月7日(日) 10:00~16:00
場所 兵庫県自動車学校(現地集合)
費用 4000円(昼食は各自御用意下さい)
教習車 XT700A・XT700E・XE400・XSZ60E
持参品 ヘルメット・グローブ等
申し込みは当店又は下記迄

管内20店の販売店さまの店頭をにぎわす告知ポスター。今年は4~5回の開催が予定されている

『どんな活動も、電話でのフォローが決め手だね』



『チラシ・DMづくりは おまかせください』

定期定例で開催する免許教室や展示試乗会は、横ばい傾向にあるスクーターの需要を掘り起こす大切な活動として再び活況を呈しています。

そんな中で、これらの活動をキメ細かくスケジュールに組込んで、春商戦を盛りあげている販売店さんが、今月ご登場いただいた㈱大塚モーターズ南支店（宮崎市大塚町／長友利光社長／中村年弘店長）さん。もう初夏の香りただよう南国・宮崎で、支店オープン2年目を迎え免許教室にも、展示試乗会にも、ますます意欲的に取組まれています。

宮崎市の中心街から宅地化のすすむ大塚台団地方面へぬける幹線道路沿いの㈱大塚モーターズ南支店さん▼店舗面積15坪▼店頭オープンスペース10坪▼展示台数50台▼立地条件住宅地▼スタッフ2名

免許教室は、動員数より実販数

米山 この春はオープン2年目、外へ打って出る展示会をもっと充実させたいですね。

中村 まあ、この辺だとタイアップ先はいろいろ探していますが……。そこでもスーパークラになりませんが……。そこでも色いろ新しいところも探しているんですよ。

米山 いままで中村さんのところでは「マル

シヨク」市内の有カスパー」だけでしたよね、タイアップ先は。今度「かどや」とヤマハの間でも、いつでも展示会をやるように話がまとまりましたから、ドンドン利用してくださいよ！

中村 同じ系列のスーパークラでも私なんかはまだ知らない支店が結構あるようですね。高台の団地の中にあるところなんか、ほんとうに

地元の人しか知らない。そんなところを見つけてなくちゃあ。

米山 あと2〜3年すれば大塚台団地の奥に新しく生目台団地ができる。4千戸の規模だといえますから、その辺は今から狙っておいでもいいですね。

中村 でも、店からちょっと離れた展示会は、近くに同業者があったり、何かと気を使ったりしますね（笑）。まあ、実際には展示会だけ決めるというケースは少ないですね、やっぱり。野菜や肉を買いに来た人が、すぐスクーターを買うというようにはなりませんからね。米山 だからこそ、定期・定例展示会と連動させて免許教室を開いたり、地道なチラシ活動とかが一番大切ということになるんですね。中村 そういうこと。いま、うちでは高校生や若い子にはカセットの貸出し、主婦層や年

配の方には店での免許教室という感じかな？

米山 免許教室の自主開催の方は、人数も結構集まっているみたいですね。

中村 だけど、単店で開くときは人数を集めることを目標にするより、ひとりひとりマンツーマンで教えた方が確実に実販に結びつくようですよ。

人数が多いときに「せっかく教えたんだから買ってくれるだろうなア……」なんて思っ



ヤマハ奥さま 登★場 ⑤

いまが春満開の信州・安曇野で 今年もどんどん売り込みます。

雪どけ水が梓川を満たす頃。ここ信州・松本にも遅い春がやってきました。でも、ご商売はひと足お先に春商戦の真只中。ヤマハ奥さまの活躍も、いま最高潮です。



中源モータース
諏訪市諏訪2-2-20050

お客さまの眼も昔とちがってずい分肥えてきましたね。ですからいままで以上に、まごころのこもったサービスを売っていかねばと思っています。最近やっと売ることが楽しくなってきたんですよ。

●岩波文恵さん・諏訪市諏訪／中源モータース（岩波靖弘社長）

PLAZA
I W A S A K I
T O Y O S H I N A



MURA
T S U M O T O
25-4 31
L 25-4 138

いま3店合同の展示・試乗会を開催してとっても好評なんです。3月から本格的にやり出したんですけど月一回約100台展示の規模。やっぱり、広い範囲から、幅広いお客さまを

5月3日から10日まで新装開店記念セールをやるでしょう。その前にも無料点検サービスのDMをまいているのでテンテコまいです。めったに見えないお客さまも、こんな時は来てくださいますし、代替をお勧めしたり、用品を売ったり、ともかく大忙しです。

●水野美智子さん・南安曇郡穂高町／水野商会（水野秀丸社長）



※春のスクーター商戦に活躍されるヤマハ奥方のご参考にと「ヤマハ奥さまインフォメーション」を発行。この号に挟み込んであります。あわせてご一読ください。

(古幡一社長)

●古幡春子さん・松本市元町／モトサウンドス・フルハタ

若いお客さまたちに合わせるためには、自分も若くなつて、一緒に考えなければダメね。どんなことに関心が欲るのか、どんな志向をもってるのか、どんなバイクが欲しいのか、いち早く感じとれるように、心がけてます。



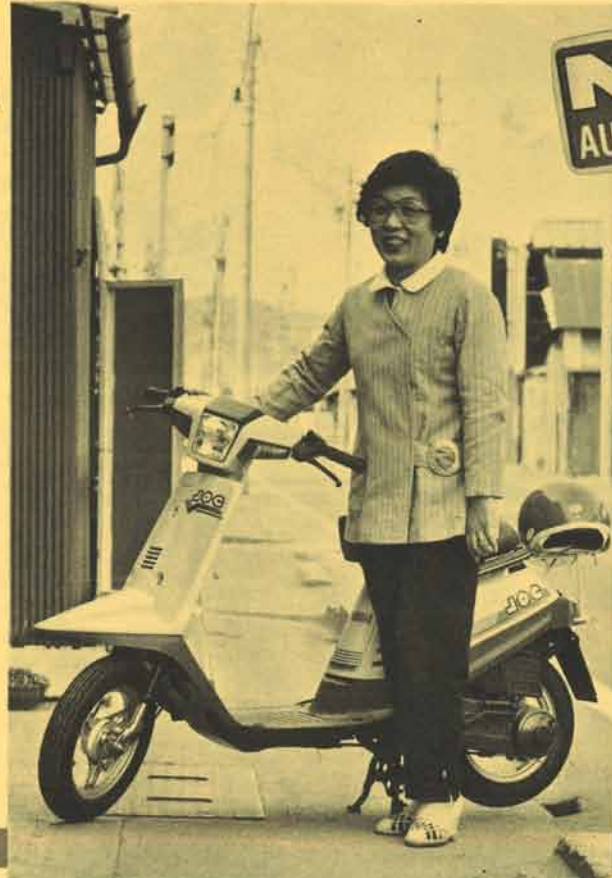
店に出るようになって、ちょうど1年。急に欲も出てきたみたいで、この春からRZ250Rを降ろして乗っています。バイクに親しまなくっちゃ、という気持と、お客さまの立場でモノを観られるようにと思ひまして。

●岩崎陽子さん・南安曇郡豊科町／モトプラザ・イワサキ (岩崎澄雄社長)



この春は展示会です。規模は小さくても、地域に密着した展示会をつづけていくつもりです。毎回の積み重ねで、店の名前をうり、お客さまを増やしていこうってハリキっています。

●上島真砂子さん・松本市大字島内／上島サイクル商会 (上島伸治社長)



つかめますね。

●野村豊子さん・松本市庄内／オートニエノ野村野村健治社長)

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、多忙の合間にツーリングを楽しむ。



にいちばん金をかけたクルマを知ってるよ。なぜかというドアの音は、まずドライバーにとってファースト・インプレッションだし、しかもクルマの安全感覚につながるからなんだって。

そういう神経の使い方をしてもらいたいのんだね。そこいくとバイクの音はさみしいよ。いつも音が大きい小さいかに還元されてしまっているけど、問題は音の大きさじゃなくて音色なんだよね。ぜんぶがマルチになって音色が犠牲になっちゃった。バイクやクルマだけじゃなくって、工業製品一般にこれはいえるんじゃないかな。ライターもカメラも、日本製ってみんな音に魅力を感じない。ジッポーのライターが、単に実用の面だけから見たら、あの蓋をあけるときの独特のカチン、で音でなくなったっていいわけだからね。

もっといろいろあっていいんじゃないかね。

日本は何でもかんでも平均的なんだよ。それこそ道具から生活水準までが。アメリカだと貧富の差はげしいからね、いろいろあるよ。金持はスゲスリムジン乗ってるかと思うと、貧乏人はドアをガムテープではりつけたり、ひどいのはドアがなかったりして」

——アメリカ生活は長かったと聞きますが、むこうではバイクに乗らなかったんですか？

「バイク乗るといい雰囲気だったんだけどねえ、乗らなかった。何でアメリカで乗らなかったのかね。むかしから好きなほうで、近所に停めてあればジッと見たりはしてたんだけど。まわりにバイク乗るヤツいないし、それに4輪のレースに出たりしてたから、4輪の意識のほうが強かったんだろうね」

——そういえばミッキーさんは、本格的にカー・レースに入れこんでいましたね。

「いすずのファクトリーでね、もう20年ほど前のことだけど、あのころはレーシング・ドライバーだったし、メカまでやったから。どっちかっていうと、すぐのめりこんじゃうほうなんだ。もともとメカいじるの好きだし」

——じゃ、いまも故障なんかすぐ直しちゃう。

「いや、いまのメカはわからない。もうバイクもクルマも、直すという感覚じゃなくって取りかえたほうが早い時代だから。

古い、シンプルなメカには惹かれるね。いま凝っているのは、メカじゃないけど、タミヤが出しているジオラマ用のバイク。ツングッとかBMWなんか2台は買って300円のヤツ。30分の1のスケール・モデルだけどプロポーションがいいんだ。組むの簡単だし、いまはそればかり。20台ばかりできたらキレイに並べて額に入れようかと思って」

——プラモデルが好きなんですか？

「キャリアからいったらプラモづくりの専門家みたい。ふつうどこでも買えるプラモだと、5台もつくれば飽きちゃうんだけど、4万円くらいのヴィンセントあたりになると、ピスやフレームはメタルだし、ホース、ワイヤーはほんとのゴム、これが出来上ると重量感あって、思わずウォーって感じ。

いまポッケルの7万円くらいするアルファロメオをつくってるんだけど、3年ごしでやるとあとは塗装すれば終りという段階までできた。これはね、スポークを1本1本うめてく

んだ。シートは本皮だし、ぜんぶビス止めでつくるから、もう気の遠くなるような作業だった。スポークには愛着あってね、だからこんどのSR400、即座に注文したんだ」

——こんどはアメリカンじゃないんですね。アメリカンに乗ったのは？

「ロックンロールやってたから、アメリカン・タイプが自然に好きになったみたい。ボクはミッドナイト・スペシャルを見たとき、ほんとに美しいバイクだと思って。そんな影響もあるのかも知れないね」

——これまでのアメリカン・タイプを、やめちゃおうっていうのではないんですね。

「もちろん。XS400スペシャルのほうは足に使って、週末はSRでというふうに、ちょっと贅沢になったの」

——奥さん、何もいいませんか？

「それがさ、このあいだ北の丸公園の『東京モーターサイクル・ショー』に連れていったの。そうしたらもういっぺんに狂っちゃって、あしたから教習所に通うことになっているんだ。しっかり欲しいバイクは決めたんだって。まだいわないんだけど。もともと彼女、カメラやってるからメカ好きなんだ。バイクって絵になるしね。

これからたいへんだよ。ボクは子どもにもバイク教えちゃうと思うから。上の子いま10歳だけど、7月からモトクロストレーニングやることにしてる。下の子は4歳で、ボケバイに乗せてやるんだ」

——ほんとにたいへんだ。ミッキーさんが2台だから、全部で5台ということに……。

「それにトライアルも欲しいね。なにしろ所有したいバイクって常識で3台だから。でもこのままいくと、どんどんエスカレートしそうで困ったな。

でも、ボクは1台でもいいから、ホントに自分にピッタリあったバイクが欲しいね。だっていまバイクは既成服と同じでしょ？ 服にあわせるみたいに、バイクに自分の身体の大きさ合わせていかなきゃいけないんだもの。人間てみんなからだの大きさがちがうんだから、ハンドルとかフットレストの位置なんかもちがって当然だと思うんだけどね。バイクが改良されて、乗りやすくなればなるほど不思議なことにそんな不満が出てくるんだ」

むかし銀座によく行くロカビリー喫茶が3軒あった。「ABC」と「テネシー」と「白馬車」という名前の店だ。学校をサボって、友人と出かけては興奮して帰った。そのため停学をくらった要領の悪いクラスメイトもいた。

これらの店の出演者で、当時いちばん人気が高かった御三家といえば、山下敬二郎・平尾昌晃・それにミッキー・カーチスだった。ロックンロールを身体じゅうで表現するかれらは、ステージの上で輝いていた。雲上人だったミッキーさんとツーリングに出かけるなんて、ぼくが高校生の頃だったら、想像するだけで恐ろしかった。

ミッキーさんにお会いしたのは、これで2度目。以前、ぼくが音楽雑誌の編集部にいたとき、座談会に出席していただいたことがある。そのときは雲の上の人ではなく、地上で対面できた。そのときのミッキーさんの印象

がとてもよかったので、こんどのツーリングは楽しみだった。

この日は、朝早くから六本木で落ちあい、首都高速・横羽線を抜けて横浜へ。朝食前のせいか、途中からどんどんどんどん身体の熱がうばわれていく。山下卓頭の前まで来たときは、寒くてガタガタ震え、手がかじかんでしまった。まずは横浜のホテルでコーヒーを一杯、ひと休みしてから油壺のヨット・ハーバーへ行き、湘南海岸をゆったりとクルージングした。

——音楽とバイクって関係あるんでしょうか？

「ないね、ボクは音楽活動するうえで足に持っているけど、少なくともまわりを見ているとミュージシャンでバイク乗るようなキンチョー感ないよ。朝はまるでグメ、寒いのはイヤ、だから彼らのフィーリング自体がバイクじゃないのね」

——でもロックのリズムは、バイクとピッタシあうように思うんですが。

「それはそう。音もバイクも同じ流れもってんだよ、メロディもリズムも。ずっと音楽やってきたから、バイクも音がすぐく気になるのね。バイクにまたがっていると、自然にロックンロールの世界いっちゃう。だからまわりのミュージシャンも、実際に乗ってみると虜になってしまうものなのかも知れないね」

——どんな音が好みですか？

「トン、トン、トン、トンで歯切れのいい音が好きなんだけど、最近はブシュ、ブシュって静かかも知れないけど音にあまり魅力がなくなったね。むかしはいい音のバイクあったよ」

——日本は音にたいして規制が強いですから。

「そう、アメリカだとね、音に金かけるって習慣があるの。極端な例だと、これはクルマの話だけど、ドアをカチャッと閉めるその音



SEAN'S TIP CORNER

●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●

LESSON

●いつかアメリカを走りたい。
だから今、楽しく勉強できる英語の教材
「英語で歩くアメリカ」
草風社 ☎03(233)3536



勉強というちょっと肩が凝ってきそうだから嫌い。だけど英語ぐらいはカタコトでもいいから身につけたい。そんな人のためにラクラク英語が身に付く教材ができました。とはいっても値段がはってしまうと買う気になれない。だから¥3500という手頃な設定と

なっています。

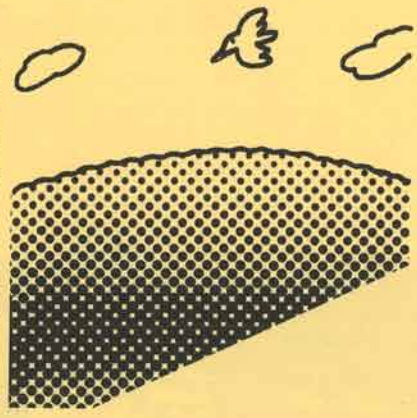
内容は、一冊にうまくまとめられた本と4本のテープからなっています。読むだけでも勉強できるし、テープを聞きながらでもOKというもの。さらに目で英語を考えると考える人にはビデオシステムもあります。これは、アメリカの観光コースをビデオで収録したもので、目と耳の両方から英語に馴染もうと考えられています。こちらは値段が少し高くて、¥8500。お店のご主人だけでなく、お客さんと一緒に英語を、というのをもたよいのではないのでしょうか。

OUT DOOR

●2輪+4輪—アウトドアパッキングへ

ワンボックスカーにバイクを積んで、みどりの森へ。鳥はうたい、森はささやき、小川はキラキラと眩しく、まったく、アウトドアは最高の一語に尽きますね。

そこでバイク好きの方に一つのアイデア。まず、人っ子一人いない山奥あるいは、見渡すかぎりの草原、そんな気分がいいところでバイクをクルマから降します。次に、愛用の工具やワックスをとり出してとことんバイクに触れ、具合の悪いところや錆をおとしたりします。



うまい空気を存分に吸いこんでバイクとたわむれるということは何とも素晴らしいことではありませんか。ただバイクを山の中で走りまわるといっても悪くはありませんが、広々としたところでバイクを整備したり磨くのもわるくないということです。

そして、ちょっと疲れたら、入れたてのコーヒーを飲むのです。視界360度の天国のようなガレージの出来上りです。

EQUIPMENT

●雨でも走りたい。そんな人の秘密兵器。

バイクのつて旅。さあ、いざゆかん、と

いう時に、お天気は最悪の雨。楽しみは半分減って、どうしようかとふとんの中で考えてしまう。

雨は見えない、冷い、滑りやすい、だから走りたくなくなります。それが普通ですが、しかし、この中の一つ、「雨は見えない」を解消したらいかがでしょうか。きっと雨でも少しだけでも走る気になるのではないのでしょうか。その秘密兵器がコレです。称して「ワイバーノン」。もともとクルマ用なのですが、これをつけると雨の日にワイバーンを使わなくてもというシロモノ。

さっそくヘルメットのシールドにつけてチェック。さすがです。80km/h以上の高速ではみるみる雨がはじけて、視界良好。タウンでも、水滴がドラツとせず、球のようになるので、視界がゆがまないのも特徴。フェアリングのシールドにも一つ塗ってみるのもいいでしょう。¥1850 発売・マリナイインターナショナル ☎03(456)4081。

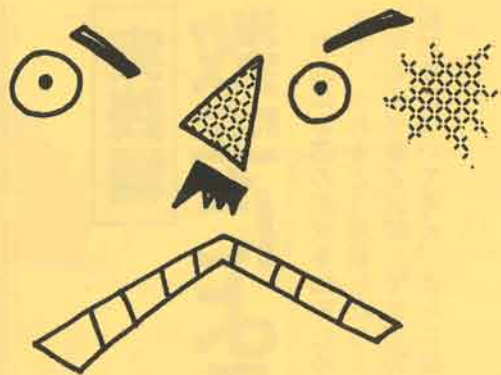


LEADER

●時にはオコリンポのオジサンになつてますか

いつもニコニコのバイク屋さん、というの
はとて面白い。しかし、それだけではつまら
ないという若いお客さんがいるかもしれませ
ん。もちろん、「おい、こらッ」のしかり方
ではうまくありません。自分の感情丸出しの
おこり方ではちよつと相手もビビルだけで、
逆効果になります。

なぜ、「おこる、しかる」のことをいい出し
たのかというと、やはり、バイクに乗り始め
た若い人たちは何かと人生経験が不足して、
他人の迷惑になつていることを平気でしてい
ることがあります。そんな時、バイク屋のオ
ジサンがそれとなく、模範を見せたり、じつ
くりと言ひ聞かせてみるということが大切な
のではないのでしょうか。親身になること。そ
れは、彼らのオヤジの代理であり、また、良
きライダーを育てることが、長い目でみて大



な収穫になるといふことです。いつもニコニ
コしておこる、しかるのオジサン。メリハ
リのある対応こそ、信頼の第一歩ではないで
しょうか。

SAFETY

●イタリア人の
バイク安全意識が少し欲しい

バイクがどんどん普及して、老若男女いろ
んな方々が街に、郊外に乗り出しています。
だから当然、バイクを使った競技も盛んにな



りつつあるわけです。たとえばロードレース
やモトクロスやトライアルといった3大バイ
ク競技。その競技に興味を抱いて、実際にエ
ントリーを始める人も少なくありません。

しかし、はつきりいまして危険なスポー
ツというものは確かなのですが、それにも増
して、安全に対する意識が今一つというのも
日本のモータースポーツの実情ではないかと思
うのです。

たとえばイタリア。どんな田舎の草レース
でも常時救急車は2台。そしてエントリーす

る選手も医師の診断書が必要となります。走
る側にも開催する側にも相互に安全をいい意
味で強要しているわけです。ショップ単位の
小さなイベントでも、やはり、しつかり安全
なイベントにすべきたと思うのです。

BOOK

●春から夏へ。
ツーリングのためのベストブック

「二輪車行楽街道図鑑」
田中邦夫著 グランプリ出版 880円

バイクでどこへ行こうか。とお客さんから聞
かれて、答一発これでも見たら?といえる本
がこれ。「二輪車行楽街道図鑑」田中邦夫著
なのであります。

この本、北は青森から南は兵庫までを収録
しています。しかし、ただ単に道案内をして
いるのではなく、それぞれの道を走る時の注
意ポイントや見どころ、遊びどころも入って
いてなかなか立体的なのがうれしい。

オフロード好きの人にも役に立つような林
道ガイドも入っていますから、XT250T
やDT125でビンと走るのもいいですね。
また、アウトドア派の人ならキャンプ場も
こまかに紹介されていて、実に具合がよいの
です。

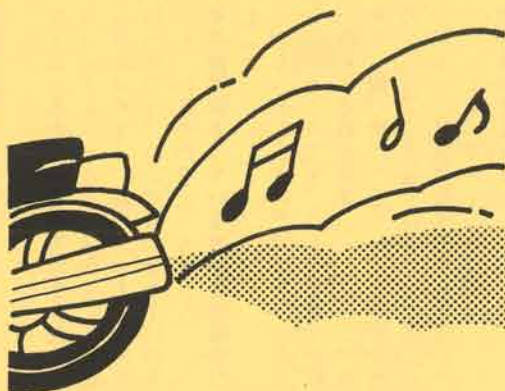
オンオフ問わず、バイクの排気量に限らず
ツーリングプランニングの時の心強い友がこ
の本といえるでしょう。



AUDIO

●バイクショップ+オーディオの世界へ

バイクショップといえばフューはオイルと
汚れた作業服というイメージがあります。そ
れも誰のあたまの中にもシツコクあります。
だけど急に、小ざれいにするのもやっぱ



変だと思ひ、ちよつとずつ「キレイ」のイ
メージにする方法をとるのがベストでしょう。
前号でご紹介した、店の中にエレクトーン
というのも一つの案ですが、これはたまに弾
く人がいなければ絵になりません。かざりも
ちではダメなのです。

もつとかんたん。もつと一般受けするのが
美しいメカニズムのかたまり「ザ・オーディ
オ」なのです。

バイクはメカニカル。オーディオもメカニ
カル。そして両方とも音が出る。両方とも楽
しい。そして両方とも生活に潤いをあたえる
大切な道具なのです。

特別大きなオーディオもいいし、コンパク
トにしてちよつと洒落れてみるのもいいの
です。バイク好きのお客さんには意外とオー
ディオ好きがいるのではないのでしょうか。

実践編

数字によるお店の現状分析の実際

前回はお店の現状を知るための数字をどう出すか、ということについてご説明しました。しかし数字が出ても、それをどう解釈したらよいか、ということが解からなければ何の役にも立ちません。数字というのは何かの対象と比較してはじめて、良いか悪いか判断できるのです。そこで今回はより具体的に、その比較対象について考え、さらに後半では、その数字をどう理解するかを考えてみましょう。

比較するための3つの対象

まず第一は統計資料を利用した比較です。中小企業庁が毎年発表している「中小企業の経営指標」やTKC計算センターが発行しているTKC全国会議システム委員会報集の「TKC経営指標」などが役に立つはずですが、なお、両資料ともオートバイ販売店の数字そのものではなく、自転車小売業と一緒になっています。図1

統計資料には、自店にあった資料が手に入りにくい、遅れがあるなどの欠点がありますので、それらを割引いて考えるべきでしょう。しかし、逆にこれらの資料には他業界のことも出ているので、似ていると思われる家電や自動車などの販売店との比較も可能だという興味もあります。

第2の方法は、同じ仕事をしている仲間との情報交換をすることです。これですとギブ&テイクで、こちらの数字も出すかわりに先方の数字も教えてもらい、お互いに話し合い研究することで、なぜそのような数字が出たかという原因まで突込んで考えることが出来ます。第3の方法は、自分のお店について、前の期間と比較する方法で、時間的にどのように

【図1】「自転車小売業(自動2輪車を含む)の経営分析」

対前年売上伸長率	13.0%
労働分配率	53.9%
総資本営業利益率	2.9%
売上高営業利益率	1.2%
総資本回転率	2.5回
自己資本比率	19.1%
流動比率	126.4%

「TKC経営指標」57年指標より

※この数字を出した対象企業は、平均従業員5.5名、とかなり大きな販売店であることを注意して下さい。

変化して来たかを見ることが出来ます。この方法で時間的な数字の流れを見ることにより、単に現在までの傾向が解るというだけでなく、今後の方向を予測することも可能です。

数字との上手なつき合い方

数字というのは、とかく面倒なものという感覚がありますが、より正確に物事を把握するためには欠かすことのできないものです。オートバイを知るにも同じようなことが言えるでしょう。ただ「とにかく早いヨ」など

というより、馬力や重量、それを合わせたパワーウェイトレシオなどで説明した方が他の人にも分かりやすく、説得力があるものとなるのは当然です。そこで数字と上手につき合うコツを、いくつか考えてみました。

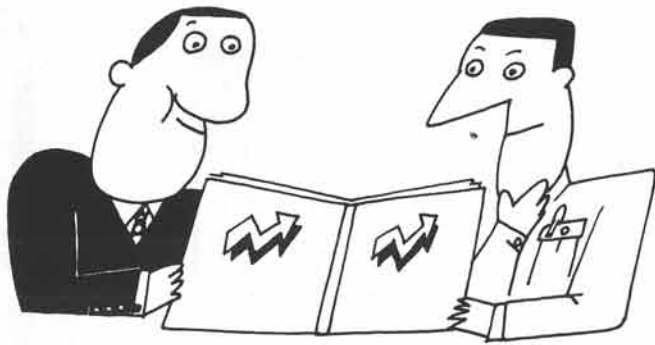
1、その数字のもっている意味を正確につかむこと

これがかつとも基本的で、しかも、もつとも難かしいところですが、ひとつの数字を取り上げた時に、それが比率(パーセント)であれば、何を、何で割ったものか、その数字が大きい時、または小さい時とはどういう場合か、平均や望ましい目標値はどのくらいなのか、などについて知っておくことです。

2、数字をおぼえること

大切な数字は覚えてしまうことです。最初は小さな紙切れなどにメモとして記入し、時どき出しては覚えるようにします。これは数字に強いといわれる政治家などもよく使う方法なのです。

数字を覚えるということは、数字に親しめる、というのではなく、それを使って考えることを意味します。たとえば売上げについても、漠然と「もっと多く売りたい」と考える(思う)だけでなく、「今月の目標金額は〇〇



万円、台数に換算すると△△台なので、今月はあと××台売りたい」というように具体的に考えることができます。

先程、オートバイの性能も数字であらわされる、といいましたが、数字はより正確で説得力があります。「今度発売されたRZ250Rのパワーウエイトレシオは……」と数字を使うことによって、ユーザーの納得の仕方が違ってきます。この説得力というのも数字のもつ効果のひとつです。優れた経営者は数字に強い、というのもこのような説得力を自分を含めた関係者に発揮しているからでしょう。

3、視覚化する

数字がズラリと並んだ表というのは見ただけでウンザリします。しかし、時間的な推移などは、ひとつの数字では意味がありません。こんな時に便利なのがグラフにすることです。最近、コンピューター化が進むにつれて、大企業の中には色んな数字があふれています。したがって経営者が意志決定するためには、全体を見ることができるとグラフ化が必要になっており、コンピューターを使って、様々なデータを即座にグラフにする、コンピュータープログラムが使われています。

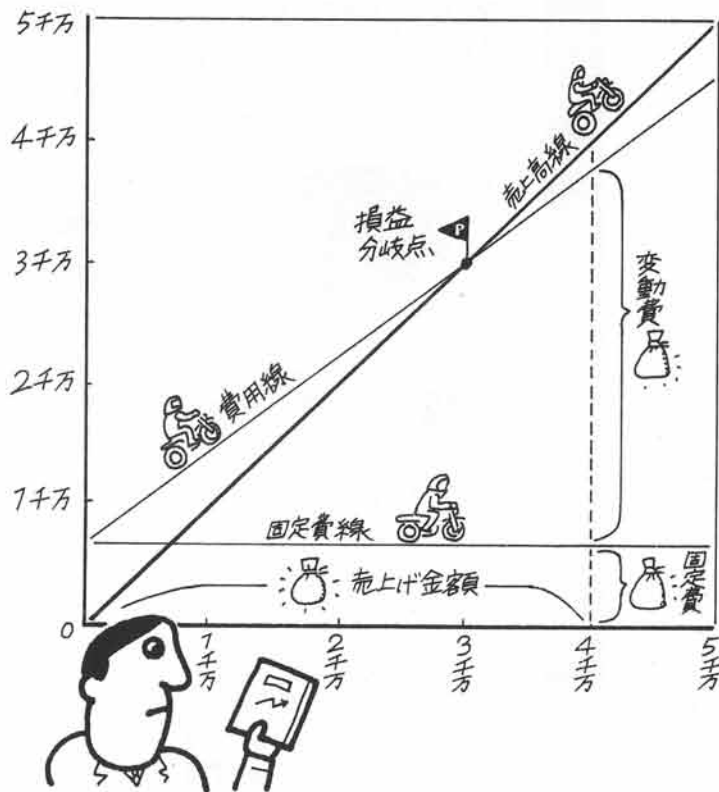
コンピューターの利用ができれば理想的ですが、コンピューターを使わなくても安いグラフ用紙だけで、かなりの分析ができるはずです。グラフを作ることによって、これまで

損益関係がひと目でわかる「利益図表」

このグラフにより売上げ、費用、利益の関係を明確にすることができ、それによってどのくらい売れば、どの程度の利益が出るか、から始まり、目標利益をあげるにはどのくらいの売上げが必要か、不況になっての売上げ減にどのくらいまで耐えられるかが明確になります。

まず損益計算書の中で、費用を変動費と固定費の2つに分けます。変動費というのは、売上げの増減につれて比例して増減する費用のこと、販売店にとって最大のものは商品原価になります。その他、広告費や売り出し

売上げ4000万円
変動費3200万円の場合の利益図表
固定費 600万円



見えなかったものが見えてきて、意外な発見もできるものです。以下にグラフを応用した分析の例をあげてみましょう。

「利益図表」

の時に臨時に雇うパートの人の費用なども含まれると考えてよいでしょう。

これに対して、固定費というのは売上げの増減にかかわらず、いつも一定の額でかかる費用で、人件費、減価償却費、賃借料、光熱費、保険料、税金などです。

次にグラフ用紙を用意し、縦軸と横軸に売上げよりもやや大きいぐらいの同じ金額単位の目盛りをつけます。たとえば年間4千万円程度の売上げのお店を例にとると、右のイラストのように5千万円までの正方形のグラフを作ります。左下の0から右上の角へ対角線

を引き、これを売上げを示す売上げ高線とします。次に、固定費の金額を縦軸にとり、横軸に平行の線を引きます。

今度は横軸の上に売上げの金額をとり、これから上に垂線(図では点線)を引きます。この垂線と縦軸の固定費線と交わる点で結んだ線を費用線といいます。費用線と売上高線が交わる箇所を損益分岐点といい、これより売上げが多ければ利益が出ますが、少ないと損失が出ます。この例では売上げを4千万、固定費6百万、変動費3千2百万として

損益分岐点は3千万円と出ています。したがってこのお店では3千万円以下の売上げでは、損をするということです。しかし、もし5千万円まで売上げを伸ばせば、4百万円の利益が出るということが図から解ります。

このように、グラフによって売上げの変化や、利益はどう違うかが明確になるのです。

INFORMATION FROM YAMAHA

●詳しくは各店のヤマハマンにお問合わせ下さい

SAFETY

5月にも合同いち日バイクデパート開催!

全国のべ73の会場を舞台に、4月の毎週末ごとに開催してきた「いち日バイクデパート」は、協賛販売店さんの大活躍もあって、大きな実戦成果を収めました。この効果をさらに確実に拡販にむすびつけていこうと、5月にも再度「合同いち日バイクデパート」を開催します。

全国24の会場で、新発売のRZ350Rを

5月の各週末にはYSPスポーツフェスタも

。合同いち日バイクデパートに合わせて、各週末にはスポーツ店各店で「YSPスポーツフェスタ」の開催です。ニューモデル試乗会をはじめ用品コーナー DO IT YOURSELF

スポーツユーザーにスペシャル情報

XT250T、XJ400NZ、XJ400Z/NZ-S

テクニカルパンフ完成

ヤマハのハイテクノロジーとそれをつくり出した技術スタッフのナマの声で構成した新形式の商品パンフレットが完成しました。その名も「開発物語」。XT250TとXJ400Z/NZ-Sの2種でB2判、ポスター型式、4色2色刷。片面が開発物語、片面がカラー

加えたニューモデル発表会、試乗車、新古車、中古車、用品バザール……などをもり込んだ総合イベントです。DMやチラシ配布に加え、オートバイ、モーターサイクリスト両誌を通じてのマス広告も実施します。春商戦最後のビッグイベントに、お店でもどうぞご参加ください。

コーナーなどによって、地域的话题を集め、スポーツバイク拡販にお役立ていただくというもの。専用のDM、チラシも用意し、積極的な集客活動を展開します。

ピンナップ。それぞれのニューモデルに込めたヤマハ技術陣の情熱と苦勞談、失敗談までもり込んだこのスペシャル情報は、スポーツユーザーにとって最高の情報となるはず。お店でも、一日バイクデパートやYSPスポーツフェスタ等で、どうぞご利用ください。



AD

デュアルパーパスの世界をビデオで紹介

『XT250T』デモ用VTR完成



先に製作した「RZ250R」にひきつづいて「XT250T」のデモンストレーション用VTRが完成しました。

このVTRは、「XT250T」の商品特徴や技術紹介よりもデュアルバース「XT250T」の世界を的を絞ったもので、市街地、ハイウェイ、ワインディングロード、砂浜、林道、トライアルラン……といった、さまざまなステージでの「XT250T」の走りっぷりをストリートに表現したものです。

SERVICE

サービスカアップにご活用ください。 ヤマハ研修センター東京、オープン!

関西、中国、四国地区の販売店さんを対象としたヤマハ研修センター神戸にひきつづき5月1日から、北海道、東北、関東のみなさまを対象に「ヤマハ研修センター東京」がオープンしました。

ここは、神戸同様、販売店みなさまの实情に合わせた種々の研修メニューを用意、充実した設備機器を駆使して、最新のサービス技

術をマスターしていただくための場です。

オープン当初は、2サイクル・単気筒コース（3日間、定員8名）と4サイクル・DOSHCOコース（3日間、定員8名）を予定しております。社長さん、サービスマン、奥さま……お店のみなさんのサービスカアップに、どうぞご活用ください。

▼ヤマハ研修センター東京

約13分間のこのVTRを通じてデュアルバース「XT250T」の世界は、お客さまに十分にご理解いただけるはずで、店頭でのセールズツールとしてばかりでなく、スポーツ感覚いっぱいのお店内演出に、さらに展示試乗会などイベント会場でのデモンストレーション用として、きわめて幅広くお使いいただけるものです。お店にも、どうぞお備えてください。

- ▼所在地・東京都目黒区碑文谷5-25-12
ヤマハ南東京㈱サービスセンター内
☎(792)7541
- ▼研修センター・338・9平方メートル
2階 実習室・82平方メートル、倉庫
3階 研修室96・3平方メートル、休憩
ホール、事務室、更衣室(男・女)
詳しくは最寄りの販売会社
営業技術課へどうぞ。

スポーツランドSUGO

YZR500、SUGOに登場!

5月21〜22日、SUGOロードレース大会

スポーツランドSUGO、5月のメインイベントは、なんといっても全日本選手権ロードレース第5戦SUGO大会。木下恵司、平忠彦、浅見貞男のヤマハライダーがYZR5

00を駆って登場します。みちのくは、いま最高の季節。お客さまとおそろいで、ツーリングを楽しみながらのレース観戦などもゴキゲン。みなさまおそろいでお出かけください。

SUGOイベントカレンダー

〈5月〉

- 9(月)〜10(火) ●ヤマハライディングスクール
- 15(日) ●SLカップエンデューロ第2戦
- ロードライセンスクール
- 21(土)〜22(日) ●全日本選手権第5戦SUGOロードレース大会

〈6月〉

- 29(日) ●ザ・カートまつり
- SLカップトライアル大会
- カートライセンスクール
- 4(土)〜5(日) ●全日本選手権第5戦SUGOモトクロス大会
- テニスマガジン杯東北大会
- SUGOゴルフスクール

- 12(日) ●SLサーキットラン
- SLカップトライデューロ第2戦
- SUGOグラントドチャンピオン自動車レース
- SLカップモトクロス第3戦

- SUGO東京営業所
〒105 東京都港区芝2-31-16
☎03(456)0191
- SUGO仙台営業所
〒980 仙台市一番町1-4-1 福田ビルF
☎0222(66)8401
- スポーツランドSUGO
〒989-114 宮城県柴田郡村田町菅生
☎022483-3111



よみがえるYDSファンズ

●ヤマハ2サイクル・スポーツの系譜を偲んでYDSクラブ設立

3月19日、静岡県湖西市入出のヤマハマリーナ浜名湖に、YA1、YDS1、DT1など往年のヤマハの名車が大集合。時ならぬヤマハ2サイクルサウンドの大合唱をくりひろげた。

これは、'55年から'69年の間に生産されたヤマハ2ストロークモデルのオーナーたちによってかねてから準備が進められていた「YDSクラブ」の、設立総会。全国から熱心なヤマハ2サイクルファン約40名が、愛車を駆って、あるいはトランスポーターに積んで駆けつけたもの。

総会では、当時YDS1の開発スタッフであった

長谷川武彦・常務取締役、小宮功・取締役国内営業本部長、またYDS1が華ばなしいデビューを飾った浅間火山レース、富士登山レース時代の監督で現・㈱スズカ常務取締役・渡瀬善三郎など往年のヤマハの関係者が一行を迎えて懇談会も開催。

さらにマリーナピラ前広場での愛車コンテストや懇親パーティーでの浅間火山レース映画の上映も行なわれ、懐しのヤマハ名車を前に、当時のエピソードやレストアの苦心談などが尽きることなく交わされていた。

参加したYA1、YDS1、DT1などの名車は

翌20日、みな当時に偲ばせる凝った服装で浜名湖レイクウェイを快走、次回の再会を約して解散した。それにしても最新鋭2サイクル・スーパースポーツRRZ250/350Rが、現代の若者の心を熱くしている中でこのYDSクラブの発足は、脈々と受けつがれているヤマハ2サイクル・スポーツの系譜と、それを支えている熱心なヤマハファンの存在を示す、何ともうれしいニュース。

「ヤマハオートバイが好きだという共通の接点を大切に、これからクラブの輪を広げていきたい」とは会の世話役・並木鷹男氏の言葉だ。



スポークの1本1本まで丹念にレストアされたYDS1は、今も快調そのもの。アイドリング時の白煙を懐しむマニアもいた



YDS1を見つけるや、思わずまたがって開発当時を懐しむ長谷川常務



懇親会では、小宮功・取締役国内営業本部長も当時のエピソードを語って一行を歓迎



(株)スズカの渡瀬常務も、レース監督当時の思い出を披露

おなじみヤマハの第1号車125cc・
YA1「赤トンボ」も元気に参加



YDSやYA1のふるさと浜名湖の水面に、なつかしいヤマハサウンドがひびいていく

活動を開始した「YDSクラブ」の一堂。今後は年1回の総会、各地区ごとのミーティングを通じてヤマハ2サイクル党の輪を広げていくという





●ヤマハニュースは、販売店みなさまの情報誌です。みなさまの積極的な訪上参加をお待ちしております。ご商売に関する話題、ご質問、ご相談なんでも結構です、お気軽にお寄せください。(〒438 静岡県磐田市新貝2500 ヤマハ発動機株 営業部宣伝課「ヤマハニュース」係 ☎05383(2)ー11ー内線2356)

「温泉に行きましょう」が合言葉、シグナスだけのツーリングクラブ発足!



高速道路あり、峠道あり、変化に富んだ京町温泉へのツーリングに胸おどらすシグナスのお客さま

〔ヤマハ南九州株・宮崎営業所〕昨秋登場したシグナス180は、とくにアゲルト層のお客さまから人気を集めています。ここ宮崎市で創業16年の「商売を展開する東洋モーターさん(高間清智社長/宮崎市錦町)のお客さまの間でも、シグナスの落ち着いたスポーツマインドに人気が集中しています。

若いころからのスクーターファンという40代、50代のお客さまが中心となって、その名も「ヤマハ180ツーリング」という会員数12名のツーリングクラブが発足しているのです。「シグナスはスポーツ志向の高いスクーター。また、お客さまにとって最も大切なのが「健康」です。そこで、「健康のためにも、これを買って一緒に温泉に行きましょう」と商品を買って一緒に温泉に行きましよう」と語る高間社長ですが、もつか宮崎市から西へ約70km、えびの市の京町温泉への第1回ツーリングが計画されています。

地域の人がとの間に定着した奈良市の5店合同免許教室



↓新商品の紹介もかねての乗り方教室。それだけにお客さまも興味深げ



定地定例の合同免許教室で、確実にお客さまの掘りおこしを!

〔ヤマハ東大阪株奈良営業所〕奈良市とその周辺のヤマハ販売店、バイクショップムカイ、田中自転車店、福井自転車店、富田サイクル、金星商店の5店さんは、以前から原付免許教室の合同開催を継続的に実施し大きな成果をあげています。この春も、3月27日に奈良市の春日自動車学校を会場に57名の受講生を集めて第1回目を開催。主婦向けの地域のミニコミ紙を通じて募集活動を展開したこと、もあって、反響は昨年にもまして大きく、5店さんでは「今年は毎月1回のペースで開催していこう」とハリキッテいます。

気分はもう海

東京・神戸で'83国際ポートショー開催



本格的なマリンスポーツシーズンの到来を告げる恒例の国際ポートショーが、今年も3月下旬から4月にかけて東京と神戸の2会場に、10万人のぼる来場者を集めて開催されました。今年のキャッチフレーズは「気分はもう海」どのコーナーもひと足早く夏の雰囲気がいっぱい。中でも最大の規模を誇るヤマハコーナーでは、小型ヨットから大型ポートまでバラエティに富んだフルラインアップをそろえて最高の話題を呼んでいました。また、コーナーの一隅には新登場のスクーター・ジョグも並べられ、カラフルで可愛らしいスタイリングが、シーマンたちの人気を集めていました。



もうごらんになりましたか？ 毎週金曜日、午後9時から朝日放送系ネットワーク15局で全国に放映されている新番組「新・女捜査官」。ここで活発で明るい下町娘の新米女捜査官に扮し、主役をつとめているのが名取裕子さん。そして、名取裕子さんの通勤の足となつてさっそーとした走りを見せているのがヤマハ・サリアンです。

このサリアン、じつは名取さんの希望でテレビにも登場となったもので、お気に入りのまっ赤なサリアンは、彼女のプライベートタイムにも、ショッピングに、レジャーにと、足となつて大活躍しています。



サリアンでさっそー！ 新・女捜査官 名取裕子さん

内外のモータースポーツは各シリーズ戦とも序盤戦から熱のこもったレースをつづけていますが、3月26、27日の両日、茨城県筑波サーキットで開催された全日本選手権ロードレースシリーズの第2戦では、ヤマハYZR500を駆る平忠彦選手が、メインレースの国際A級500ccクラスに優勝。期待の今期1勝目をマークしました。

筑波サーキットを得意とする平選手は、予選で1分00秒19と自己の持つコースレコードを更新する大記録を樹立。雨の中で行なわれた決勝レースでも、スタートこそ出遅れたものの16周目の最終コーナーでトップに進出。終盤はYZR500を駆る藤本泰東選手（チームカナヤ）以下の追撃をふり切ってチェッカーフラ



フォーミュラIIIレースなどブレイクに支えられて、ロードレースの人気もうなぎ登り。表彰式でも大観衆の応援がにぎやかだ。中央が平選手

ッグを受けたものです。鎖骨骨折のため戦列を離れていた木下恵司選手も第3戦から復帰。若いヤマハコンビの活躍が、今シーズンの話題をさらいます。

MOTOR SPORTS

平忠彦+YZR500 '83全日本第2戦を制覇！



自己の持つコースレコードを0秒44縮めた平忠彦とYZR500



YAMAHA NEWS '83/5 No.239

★もくじ★



お店とお客さまをつなぐ 豪華情報誌でDM効果倍増!

〔ヤマハ上信(株)松本営業所〕「いいてんき」——タイトルもさわやかなこの小雑誌は、長野県松本市で「(株)ウィング」と用品専門店「モトハウス」の2店を経営する開始社長が発

行しているお客さまとのコミュニケーション誌。

B5判、16ページ、オールカラーという豪華なもので、ニューモデルコーナー、モーターサイクル・メンテナンス、お客さま紹介、ツーリングレポート、読者の投稿、街の散策……といったもりだくさんの内容が、これまたバラエティいっぱいの内容が、ともにもり込まれています。「うちはDM中心の商売なんです

が、いつまでも案内DMだけでは進歩もないので思い切ってこんな雑誌にしました。7000部印刷して、県内のお客さまには、約50000人分のユーザーカードからコンピュー

情報スクランブル

二輪車も若葉マーク
事故防止へ 福岡県警が「制定」

〔静岡新聞・4月6日〕

福岡県警はオートバイ、バイクの交通事故抑止策としてヘルメットに張る「二輪車初心者マーク」を制定。4月18日から免許取得1年未満の運転者を対象に配布する。道交法は四輪車に対する初心者用「若葉マーク」を定めているが、二輪車については福岡県独自のものが、全国でも初の試み(中略)

同県警は、強制ではないが初心者の自己防衛のためにも「二輪車初心者マーク」の普及を図りたいとし、

マスコミに見る業界の動き、ヤマハの動向

18日から運転免許試験場、警察署、自動車教習所、二輪車販売店などで配布する。

風力と太陽光利用の発電装置
ヤマハ発電機が納入
ローカルエネルギー展示館に

〔日本経済新聞・4月12日〕

ヤマハ発電機はこのほど、静岡県が小笠原浜岡町に建設したローカルエネルギー実証展示館に風力と太陽光を利用したハイブリッド発電装置を納入した。同装置は、風力発電、太陽光発電、補完用の商用電源の三種類のエネルギーからバッテリーを

介して電力を供給する複合システムで、同展示館の照明の一部に使用される。(中略)

ヤマハ発電機は、国が進めているサンシャイン計画に協力する目的もあつて、石油に代わる新エネルギーの開発に取り組んでいる。昨年四月には通産省工業技術院機械技術研究所に実験用風車発電機を納入するなど風力発電に関する実績を持っている。今回開発納入したシステムは、この風力発電技術と太陽光の利用技術を複合化したもので、同社では今後さらに各種エネルギーの複合化を図り、代替エネルギーの発電装置市場を開拓していきたいとしている。

〈特集〉

春商戦まで盛り

最需要期に大きく売り込む販促活動実例集

- ヤマハいち日バイクデパート……………4
- YRSサーキットランコース……………8
- ミニYRS……………4
- オフロードライディングスクール……………8
- 自動二輪安全運転講習会……………4
- 社長さん・ヤマハマン対談……………12
- ヤマハ奥さま登場⑤……………12
- 信州・安曇野はいま春満開……………14
- 太田克彦の一緒に走ろう⑤……………16
- 今月のゲスト/ミッキー・カーチスさん……………16

●センス・アップコーナー……………18

●販売店経営講座⑤……………20

●インフォメーション・フロム・ヤマハ……………22

●グラフィック……………24

●グラフィック……………26

●パーツ&アクセサリ……………29

●ヤマハバイクウェア・チームヤマハシリーズ……………26

●シヨールーム拝見……………30

●最新の広告活動ご紹介……………32



サーキットの熱気がファッションになった。
YAMAHA BIKE WEAR
チームヤマハシリーズ

ヤマハレーシングチームの
 コスチュームをそのままお客
 さまに、と開発したチームヤ
 マハシリーズ。RZ250 R、X
 J400 Z/Z-Sなど、レーシング
 感覚いっぱいのニューモデル
 の登場とあいまって、いま大
 好評。春のスポーツバイクシ
 ーズンのもりあげに、どうぞ
 お役立てください。



メカニックスーツ ¥8,200 サイズ：M~LLL
 メカニックサロペット ¥7,300 サイズ：M~LL



ウォームアップスーツ ¥14,500 サイズ：M、L

マルチポンチョ ¥2,900

リバーシブルブルゾン ¥13,500 サイズ：M~LL

ツーリングブルゾン ¥10,000 サイズ：M~LL

トレーナー ¥5,400 サイズ：S~L



スポーツシャツ ¥3,800 サイズ：S~L

メッシュトレーナー ¥5,200 サイズ：M、L

Tシャツ(1) ¥2,000 サイズ：M、L

Tシャツ(2) ¥2,000 サイズ：M、L

Tシャツ(3) ¥2,000 サイズ：M、L

※価格は昭和58年4月1日現在の標準小売価格です。



↑ 商談コーナーをソフトに演出する白いベンチとテーブル。用品は商談中のお客さまの目に自然に止まる位置に陳列されている



→ 街かどの雰囲気、お客さまを誘導する横断歩道

お客さまに 強烈な印象を残す 楽しい店内

シヨールームの中に街角を演出「お店の中にまたお店」



サイクルオートショップ クラオカ

蔵岡 正博 社長

広島市安佐北区高陽町諸木1309

☎082(842)2674

広いシヨールームを有効利用、余裕のある展示スペースに街角を演出して、お客さまの心をキャッチした『サイクルオートショップクラオカ』さん。信号機や交通標識など、いつも街で見かける小物たちが、スポーツバイクやスクーターを楽しく引き立てています。



●お店の中に遊びを取り入れた
親しみやすいショールーム

店舗周辺は、いまでこそ広島市のベッドタウンとして発展していますが、オープン当時はフリーのお客さまがほとんど来ないほど立地条件が悪く、ご商売の中心はもっぱらお客さまによる紹介販売が主流となっていました。そのため2年前の店舗改装に当って蔵岡社長がまず念頭においたのは、「お客さまの心に親しみ深く刻み込まれるお店」ということでした。

「改装前のお店は、ただバイクを並べてあるだけで、正直なところ倉庫の中といった感じでした。そこで改装するに当って以前から思っていたことですが、これからのお店に必要なのは、お客さまが入りやすいことはもちろん、息の抜けるムードづくりをすること、つまりお店の中に遊びを取り入れることが必要だと考えました。」

具体的には50平方メートルから142平方



↑23平方メートルの商談コーナーは、入口にひさしを付けて演出、パーキングの標識と相まって街角的なレイアウトが大きなポイント



←信号機と観葉植物で、店内をいっそうカラフルに演出している



→魅力ある店づくり
に燃える蔵岡社長

メートルにショールームを広げ、ゆとりのある商品陳列をするとともに、入口からは横断歩道風の通路がスクーターコーナーへ、スポーツバイクコーナーへ、そして用品を並べた商談コーナーへと伸びています。

商談コーナーは入口にひさしを付け店舗のように見たて、ショールーム全体をひとつの街角のように演出してみました。

おかげで、以前の雑然とした店内での商売と比べ、展示される商品の品質が正確に伝わり、お客さまに納得して買ってもらえるため値引の話がほとんど出ないという大きな効果を得ています。

●商談コーナーもソフトに演出

壁面に用品を配し、白いベンチとテーブルで街角の小粋なブティック風に仕上げた商談コーナーは、ショールーム全体の目玉となっていることはもちろん、BGMの効果と相まってリラックスした気分で商談ができるように配慮されています。

「商談コーナーと用品のドッキングは、オートバイのトータル販売をめざすとともに、今までのようにオートバイの前で、オートバイ販売だけに意識が集中してしまうような商談のやり方から、忘れがちなヘルメットやグローブ、オプションパーツなどの用品販売へ自然と話しがすすめられるというメリットがあ

ります。」
改装から2年、遊びも取り入れた親しみやすいショールームのおかげで、お客さまがお客さまを呼び、多くのバイクユーザーの心をつかんでいます。また、今後のショールーム作りとして「季節感を折り込んだ演出を考えていく」と夢多く語られる蔵岡社長です。

「楽しいお店ですね。」

まさにお店が生きています。『クラオカ』さんのように個性あるお店づくり、今後ますます必要になってきます。

ただ商品が並べてあるだけのお店よりも、そこに売って行く姿勢が感じとれるお店でありたいものです。

遊びの表現、美しさ、新しさ、わかりやすさ、ダイナミックさ、などは、それぞれのお店の売って行くための意気込みであり、それぞれの店の個性となり、お客さまを

引き付けることになりました。『クラオカ』さんの場合もうひとつ感心させられたことは、外装です。

ほどよい程度ステツバックして建てられている店に、明るく、シンプルにしてわかりやすい外装、しかもダイナミックです。外装は告知の役目を担うと同時に、その店にとってノレン的存在です。

「クラオカ」さんのように、どうしようと胸をはった外装、リッパです。

株式会社・バイ・ディ

ヤマハ店舗相談室 伊藤隆蔵

