

水冷・2サイクル 16馬力 **CZ-125 トレーシー** 新発売!

新登場! NEW DT125

特集: いまここがウケてます! '83ヤマハニューモデル



Z-125 トレーシー 新発売!

●カラーリング:グリタリングブラック / クィーンズシルバー

バイクシーズンもいよいよ最盛期。好評のジョグ、アクティブにつづいて6月25日からは、'83ヤマハスクーターの第3弾『CZ125・トレーシー』が新登場します。エアロダイナミクスを追求した漸新なスクーターフォルムに、スーパースポーツのパフォーマンスをのせた『CZ125』が、また新しい市場、トレーシーの需要を切拓いていきます。



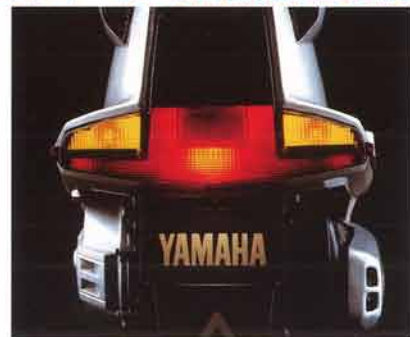
ビルトイン・フラッシャーランプはクリアランスランプ(車幅灯)も兼用

表皮一体成形のロングシートはストッパー付でニードグリップも可能

7ℓ大容量フューエルタンク

便利なリヤキャリア

ブラック・フェイスのテールランプ、リヤフラッシャーランプは被視認性も抜群



強制空冷機構を備えたトルクカム付オートマチックVベルト無段変速

水冷・2サイクル・125cc・Y.E.I.Sエンジン

ほぼ水平にセットしたエンジンは、16PS/7000rpm、1.7kg-m/6500rpmとスクーター最高。まさにスーパースポーツなみのハイパワーを発揮。

足の位置が自由に選べるステップボード。
2段式でバックステップも可能

ギヤ(2.333) ●クラッチ乾式多板 ●変速機Vベルト式無段変速 ●変速比2.250~0.800 ●フレーム形式プレスアンダーボーン ●キャスト27 ●トレール75mm ●タイヤ3.50-10-4PR (前後とも) ●ブレーキ機械式ドラム(前後とも) ●懸架方式(前)テレスコピック (後)ユニットスイング ●緩衝装置コイルスプリング(前後とも) ●ホイールトラベル (前)72mm (後)65mm ●ヘッドランプ12V35W/35Wハロゲン ●クリアランスランプ12V8W ●テールランプ12V8W ●ストップランプ12V27W ●フラッシャーランプ12V27W ●その他パイロットランプ類12V3.4W

水冷・2サイクル・16馬力エンジン搭載の エアロスクーター



スーパースポーツ感覚の4連メーター

大型メーターバイザーに囲まれたメーターパネルは、左からスピードメーター、燃料計、水温計、電気式タコメーターをセットした豪華4連メーター。スイッチ類もニュータイプで扱いやすさを向上。ホーンスイッチを押すとメインスイッチ部の文字が光るキーガイド・イルミネーションも装備。大型バックミラーは、乗用車感覚のタルボタイプ(中のミラーのみを動かして視界変更を行なう)



12V35W/35Wの 明るいハロゲンヘッドランプ

精悍なラジエターグリル

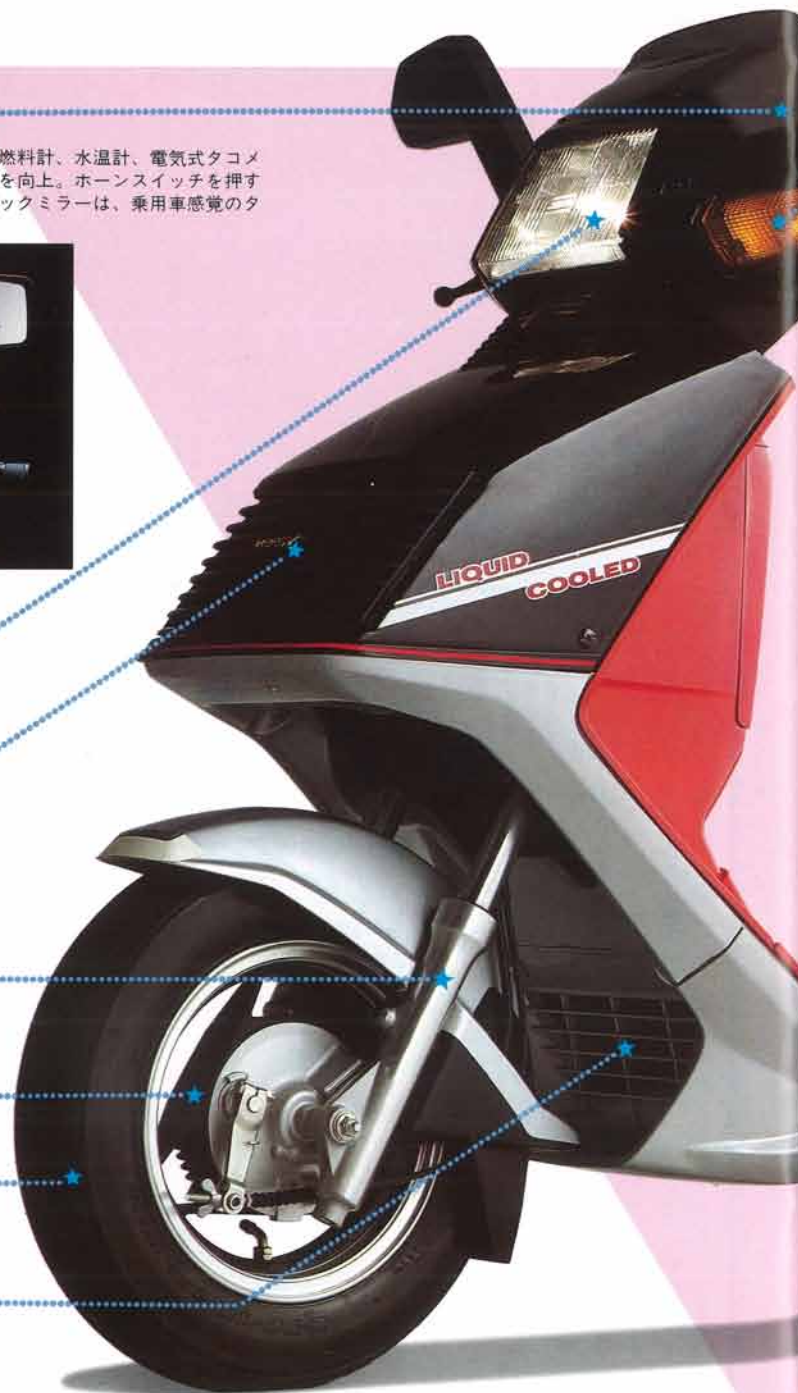
この部分には軽量・アルミラジエターをはじめリザーブタンク、12Vバッテリー、車載工具までを一括収納。これはスーパースポーツと同じ前後重量配分を狙ったもので、同時に整備性もきわめて容易にしている。

アルミ・アウターチューブの テレスコピック・フロントフォーク

スポーティなニューキャストホイール

3.50-10-4PR ラジアル・パターンの チューブレスタイヤ(前後とも)

エアクリーナー吸入空気、 キャブレターまわり冷却風を導入するエアスクープ



トレーシィCZ125仕様諸元

●全長1875mm ●全幅725mm ●全高1135mm ●シート高750mm ●軸間距離1250mm ●最低地上高105mm ●乾燥重量92kg ●舗装平坦路燃費55km/ℓ(50km/h) ●登坂能力20° ●最小回転半径1.8m ●制動停止距離8m(35km/h) ●水冷・2サイクル・単気筒・123cc ●内径×行程56mm×50mm ●圧縮比7.0 ●最高出力16PS/7000rpm ●最大トルク1.7kg-m/6500rpm ●始動方式セル ●潤滑方式ヤマハオートループ ●ラジエター容量0.25ℓ ●オイルタンク容量1.4ℓ ●燃料タンク容量7.0ℓ ●キャブレターY24P-4A(TK) ●点火方式CDI ●点火プラグBP7ES、B7ES、BP8ES、B8ES(NGK)W22ES、W22EP、W24ES、W24EP(ND) ●バッテリー〔型式〕12V8AH(10hr)、〔GM7-3B、PB7-A〕 ●1次減速(比)ギヤ(3.066) ●2次減速(比)



このスリムなボディが、スーパースポーツなみの走りを可能にした。バンク角は45°ポジション変更を容易にしたシートまわりのスリムさにも注目/これはエンジンの水平化によってはじめて実現したもの

CZ125専用オプション



- ① ナックルガード…………… ¥ 3,500
 - ② フロント・インナーキャリア…………… ¥ 3,000
 - ③ シートカウル…………… ¥ 12,000
 - ④ サイドスタンド…………… ¥ 1,500
 - ⑤ リヤマッドガード…………… ¥ 1,000
- ※価格はいずれも標準小売価格です。



エアロダイナミックスを追求したシャープなスクータースタイル。フロントビューも前面投影面積を可能な限り縮小して空気抵抗を押さええている

クラス最高18馬力。エキサイティングに変身して—— NEW DT125 新登場!

●カラー:ホワイト、スカイブルー

18PS/7500rpm、1.7kg-m/7000rpm、セミエア式フロントフォークに12V35Wハロゲンヘッドランプ……2サイクル・トールの代名詞DT125が、よりパワフルに、よりエキサイティングに変身して新登場です。

サイドブル・スロットル

スロットルワイヤーはXT250TやYZシリーズと同じサイドブル・タイプで操作性アップ。あわせてキルスイッチも大型化して安全性アップ。

ウーリーナイロン・シート

寒冷時でも硬化しないウーリーナイロン製シート。

リヤバッグ&保険証入れ標準装備

サーモスタットを装着した水冷システム

水冷システムには、新たにサーモスタットを装着。寒冷時のアイドリングを一段と安定させています。

18PS/7500rpmのハイパワー・エンジン

水冷・2サイクル・トルクインダクション・Y.E.I.Sエンジンは、排気ポート、マフラーなどの変更で18PS/7500rpm、1.7kg-m/7000rpmとクラス最高の動力性能を確保。同時に中低速パワーも向上させ初心者のお客さまにも、きわめて扱いやすいモデルとしています。

分割式レバーホルダー

グリップを外さずにレバー交換を可能にした分割式レバーホルダー採用

12V35Wの明るいハロゲン・ヘッドランプ

電装も6Vから12Vに変更。ヘッドランプには35Wハロゲンを装備して安全性を高めています。

レクチファイヤ&レギュレーターを採用

レクチファイヤとレギュレーターも装備してバッテリーやバルブの寿命向上をはかりました。

セミ・エア式フロントフォーク採用

DUメタル装備のフロントフォークは、さらにグレードアップしてセミ・エア式に変更。オンでの快適性を高めながら、同時にオフの走破性を向上させています。

軽量・ゴールド・アルミリム

前後リムにはゴールドメッキのアルミ製を採用。精悍なイメージを強調しながら、パネ下重量も軽減してサスペンション効果を高めています。



NEW DT125仕様諸元

●全長2115mm ●全幅830mm ●全高1170mm ●シート高845mm ●軸間距離1345mm ●最低地上高270mm ●乾燥重量96kg ●舗装平坦路燃費58km/ℓ(50km/h) ●登坂能力31° ●水冷・2サイクル・単気筒・123cc ●内径×行程56×50mm ●圧縮比7.2 ●最高出力18PS/7500rpm ●最大トルク1.7kg-m/7000rpm ●ラジエーター容量0.7ℓ ●オイルタンク容量1.0ℓ ●燃料タンク容量9.0ℓ ●キャブレターVM24(三国) ●点火方式CDI ●点火プラグB8ES(NGK) ●パツ

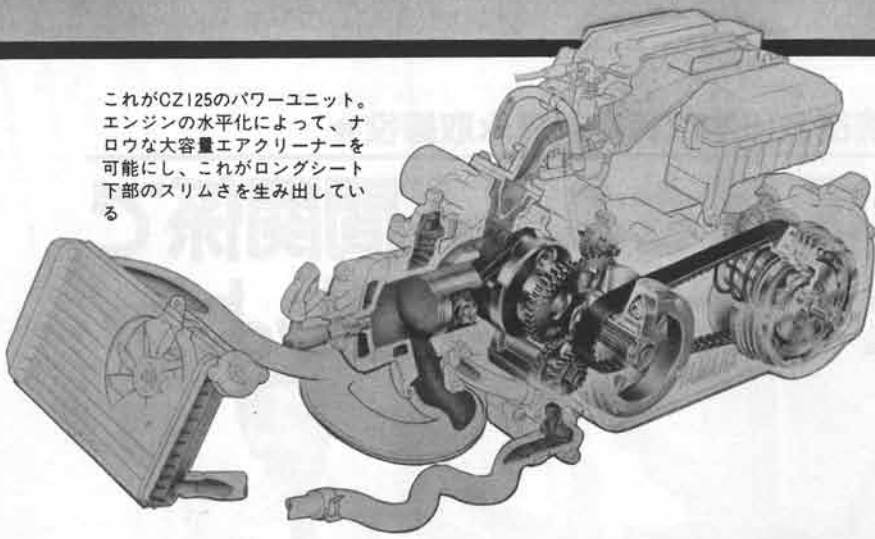
テリー 12V3AH ●1次減速(比)ギヤ(3.227) ●2次減速(比)チェーン(3.333) ●変速機リターン式6段 ●変速比①3.500②2.214③1.555④1.190⑤1.000⑥0.840 ●フレーム高強度鋼管セミダブルクレードル ●タイヤ(前)2.75-21-4PR(後)4.10-18-4PR ●緩衝装置(前)オイルダンパー、エア、コイルスプリング(後)ガス、オイルダンパー、コイルスプリング ●ホイールトラベル(前)230mm(後)200mm ●ヘッドランプ12V35W35W

「発進から80 km/hがアットという間、テストライダーの間では『ゼロヨン・スクーター』なんて呼んでいたんです」というほどの強力な走りをも身にとするCZ125・トレーシー。新しい需要層を開拓する、その強烈な個性をご紹介しましょう。

16馬力……スクーター最高のハイパワーが、
スーパースポーツなみの走りを生み出す！

CZ125のエンジンは、高性能で定評のRZ125をベースとした水冷・2サイクル単気筒、YEIS装備のクランク・リードバルブ式ヤマハ得意の2サイクル・テクノロジーを存分に投入して16PS/7000rpm、1・7kg/m/6500rpmと、もちろんスクーター最高のハイパワーを発揮します。スーパースポーツにも匹敵するこのパワーユ

これがCZ125のパワーユニット。エンジンの水平化によって、ナローな大容量エアクリナーを可能にし、これがロングシート下部のスリムさを生み出している



ニットが生み出す走りは、先のテストライダーの言葉そのままに強烈なものです。吸排気タイミングの設定やYEIS効果によって、パワーフィーリングは特にパワフルな中低速性能とシャープなスロットル・レスポンスに重点を置いたものとなっています。

そして、この高性能を支え、熱ダレを防いで長時間の連続走行にも安定したパワーを生み出しているのが、RZシリーズ、DTシリーズで高い信頼性を立証している水冷システム。サーモスタットと電動ファンを装備したこの水冷システムは、軽量・コンパクトなアルミ製のシングル・コア式ラジエターをフロントパネル部にセットしていますが、これは冷却風の導通、整流に独自の工夫を施して冷却効果を高めたものです。

つまり、このラジエターを冷却した風は、スムーズな流れとなってステップボード下のアウトレットから抜けまわります。一方、エアクリナーへの吸入やキャブレターまわりの冷却はアンダー

カウル前面のエアスクープからボディ中央のダクトを通して導入された風によって行なわれ、後方のアウトレットから排出されます。ボディの中に設けられた2つの風の通り道。CZ125のエアロダイナミック追求は、単にデザイン・スタイルばかりでなく、このようにエンジン性能に直結する部分にまで及んでいるのです。

一方、駆動にはVベルト式無段変速を採用。これも強力な動力性能にあわせてVベルトまわりを新設計とし、2・8という大きな変速幅を持たせて、エンジンのハイパワーを最大限有効に引き出し、シティランからロングクルージングまで幅広い走行シーンに対応させています。

足まわりも、 もちろんスーパースポーツ級

もちろん、CZ125はパワーユニットばかりでなく足まわりもまたスーパースポーツに匹敵する強力なものです。

まずフロントフォークには、スクーター初のアルミ・アウトチューブの本格的テレスコピックフォークを採用。リヤにもイニシャル荷重5段階調整式のカム式サスペンションを装備。パネ下重量の軽減をはかったニューデザインのカヤスト・ホイールやドライ、ウェットともにグリップ性能を高めたラジアルパターン・チューブレスタイヤの採用、さらに45度という深いバンク角が相まって、まさにスーパースポーツなみの走りを生み出しています。

そしてもうひとつ、CZ125ならではの走行安定性とすぐれた操縦性を生み出しているのが、前後の重量配分。ラジエター、リザーバタンク、バッテリー、電装品、工具、などは一括してフロントパネル部にセットし、整備性を向上させていますが、これも実はフロント40%、リヤ60%というスポーツバイクなみの前後重量配分を実現させたものなのです。

エアロダイナミクスを極めた この斬新なスクーター・スタイル

さてスクーターのイメージをはるかに超えるホットな走りと同様に、CZ125・トレーシー

イのもうひとつの顔といえるのがフロントフェンダーからテールランプまで流れるウェッジシェイプ（くさび形）のボディライン。いうまでもなく、これはXJ750D以来モーターサイクルの分野へのエアロダイナミクスの導入を積極的に推進してきたヤマハが、ロードレーサーでの長年のフェアリング開発技術、ポード部門の樹脂成形技術、船体設計にともなう流体力学などのノウハウをベースに、風洞実験の積み重ねによって造りあげた新しいスクーターフォルム。マシン・コントロールの楽しさとマン・マシンの一体感を追求した新しいスクーター・スタイルリングなのです。

以上、CZ125・トレーシーの技術特徴を中心にセールスポイントをご紹介します。カラーページの売りどころとあわせて、セールストークにお役立てください。

また、CZ125新発売キャンペーンのために●セールスマニアル●店頭掲出用透明シート●のほり●DMハガキもあわせて用意いたしました。どうぞご利用ください。



エアロダイナミクス：空気力学または流体力学。バイクや四輪車などで走行性能を追求する際の最大の敵となる空気抵抗を最少限に抑え、空気の流れを最大限に活用しようというもの。

愛される商品と信頼される人間関係で ともに大きく前進しよう!



お客さまの支持が集中するジヨグ

田中、森永両技術担当重役は、今年も販売店さんをお訪ねし、市場の実態をつぶさにご覧になってこられたわけですが、まずはそのへんからお話を始めていただきますよ。

田中 今年3月から5月にかけて関西、東京、神奈川、愛知などの地区を回ったんですが、一般的にいえることは、昨年ああした乱売合戦などがあつたにもかかわらず、依然として二輪車の需要は伸びつづけ、お客さまの層も厚くなっているということですね。

それと、お客さまの選ぶクルマがいろいろな意味で本物指向になっている。安ければ売れるという時代は去ったんじゃないかということですね。逆にいいますと、われわれがお客さまの欲しているそういうクルマを出しさえすれば、お客さまは非常に力よく支持してくださるんだということを痛切に感じました。私はいまスクーター系を中心に担当しておりますので、そちらを重点的に売っておられるお店を回ったんですが、もうひとつはヤマハが前から言っていた二輪車の市民権というものが、小宮常務などがずいぶん前から唱えていた市民権が本当に具現化したんだなあという感じを受けました。だから誰が二輪車に乗る、誰が乗らないということではなくてあらゆる階層の人たちが二輪車に乗りはじめているということが一番よく印象づけられました。

より具体的に申しますと、今年はジヨグにしろ、アクティブにしろ、非常に大きなお客さまの支持を集めているわけで、大変にありがたいことだと思っています。

新しい経営スタッフのもと、ヤマハはいま新生の意気に燃えて、再び大きな歩み始めています。

そこで新たに常務に就任した小宮功取締役とスクーター、モーターサイクルそれぞれの製品開発を担当する田中俊二、森永国彦両取締役に登場ねがい、新生ヤマハの決意、その方向性などを語ってもらいました。

——ジヨグ好調！の話は非常によく聞かれるのですが、先程の本物指向とあっているということでしょうか？

田中 ええ。手軽な乗りものでありながら、しかもきちんとした走りの機能を備えているということだと思います。手軽さと本格さがきちんとひとつのクルマの中にまとまっている、ということではジヨグは現在市場に出ているスクーターの中でも最右翼ではないかと……。それが正確にお客さんに評価されて、あれほどの支持をいただいているということだと思います。

もつと具体的には、非常によく走る、燃費もいい、お値段も手頃だし、非常にコンパクトにまとまっている。それでいて乗るときは非常にゆつたり乗れるということですね。まあ狙ったところのところがスバツとお客さまに評価されたということでしょう。

森永 ジヨグは私も期待しているスクーターのひとつなんです。ジヨグはいろんなスクーターの中でいちばん差別化を明確にしたものだと思えます。なにしろ田中重役が力を入れたすぎたせいか、フロントが上がりすぎてちょっとパワー押えたくらいですからね(笑)。

やはり他のスクーターにはないものがある。販売店さんのお話では、前輪を壁にドーンとつけてね、グリーンとアクセルを吹かすと尻を振るのはジヨグだけだそうですね。他のはウアーとまとまっているだけ。若いお客さんにこれやったら一辺に売れちゃうって(笑)。

田中 いや私がうんと悪口いったんでね、エンジン屋が「なにくそ、それなら目にも見せてやろう」ってやったのがあれなんです。今度はこのちがビクリして、ちょっとやり



すぎかな……なんてね(笑)
——スクーターもやはり走りなんです、選
択の基準が。

田中 ジョグはいま走りということを第一に
支持されていますけど、他社も含めて考えて
みると必ずしもそうではない。あるイメージ
だけで非常に良く売れているものもあります

しね。スクーターも性格的なバリエーション
が出てきたということじゃないでしょうか。
小宮 そうだと思えますね。結局ヤマハの場
合、パッソル、パッソラ、ベルーガ、サリ
アンとスクーター本来の感じの、おとなし
き路線できたわけですが、今のよう
に若者もほとんどスクーターに乗るとい
う場面、ジョグのようなクルマが、そ
んな若者にびつたりマッチしたん
です。

田中 使い方自体が広がっていますから
ね。これまでとはちがって、50ccのスク
ーターでもか他の交通と一緒に走れる、
坂でもなんでも自動車と一緒に走れる
というところで用途が広がり、混合交通
における安全性にもなっているんです。

その傾向がさらに顕著なのがアク
ティブでしょう。走りも一段とグ
レードアップし、ゆったり余裕ある
ものになっていますし、クルマその
ものもクオリティを感じさせます。

ジョグの若々しい走りに対して、
ハイオリティ、風格ある高級感の
アクティブということで、ジョグより
は多少年齢の高い人たちからより
多く支持されているようです。あ
る程度長い距離の通勤などに使
いますと、クルマの良し悪しがす
ぐわかります。この点、アクティブ
はガクツクションも加えて、本
当の良さを味わっていたクルマ
となっています。

——ジョグ、アクティブにつづく
のがトレーシイですが……。

田中 トレーシイは水冷、2サイ
クル、125ccとエンジンがきわめて
ユニークなこと、それをさらに
ユニークな乗りものとして表
現しているところが開発した
わけですね。新しい時代の新しい
乗りものということ。

それと、トレーシイは乗って走
ってみていただく走り味という
のが、いいわけですね。低速
から高速まで切れ目のないめ
らかさ、乗り心地もいいし、お
そらくハンドリングもスクーター
というジャンルの中では最高だ
ろうと思っています。いままで
のスクーターとはちがった異
次元の走りということで、これ
また大いに期待しているんです。

250cc市場確立の時

——それでは、スポーツバイクに
話題を移していただいて、担
当の森永重役から。

森永 ニューモデルの市場評価とい
うことか
らいえば、一番の話題はRZ
1Rだと思
うんです。全然敵なしの3年前
から、今年
は三社三つ巴の競争ですが、RZ
1Rに
対する高

い評価、RZ神話がうまく守られて
いて、かなり長い期間安定して
売れるクルマだろう、という
販売店さんの評価をいただ
いている。また、いまの新車
は45日とか、長くて60日
なんていう冗談もあるよう
ですが、そんな中でもRZ
1Rはその何倍も寿命の
長いクルマじゃないだろ
うか……といわれています。
旧RZをすべての面で上
まわるクルマづくりの努
力が報われたかんじが
しますね。

それとXT250T。あれじつは、
昨年東京の販売店の方とい
ろいろお話をしている時
に「オフモデルでもツ
インカムがあってもい
いんじゃないか」と言
われたんです。すでに
こちらの計画には入
れてあったんで、販
売店さんの言葉で、
大いに意をつよく
打って出たという
のが真相なんです。
それと開発の若い
連中が、若い買
う人の立場に立
って意見を出し
あい細かいところ
までつくり込
んでいった。カ
ラーリングな
んかでも、青
とか、ピンク
とか、まっ
黄色とか……
いろんな
意見が出て、
最終的には
2色に落着
いたんで
すけれども、
おかげさ
まで青は
今でも足
りないほ
どだそう
です。

一番の期待はXJ400Z1S。これは
走りに対しては、作った人間が
いうのもなんです。すが
いろんな面で傑作だと思
っているんです。いままで
の750に乗っていた
人がZ1Sに乗
たらすべて
用が済んで
しまう。ツ
ーリングは
もちろん、
通動にも
いい、そ
ういう
広い可能性
を持っている
んです。

それと、販売店さん
をお訪ねして今回一番
感じたのは、250cc
がビッグバイクの中
のひとつのジャンル
を確立した年じゃ
ないかという
ことですね。われ
われが力を入れて
きた250ccが
いよいよホン
モノになって
きた。当然
こちらも、
さらに力
を入れ、
ヤマハ
らしさ
があり、
若い人
のハート
をとら
えるクル
マづくり
をして
いかな
ければ
ならぬ……と
痛感
しています。

小宮 そう。250ccは3年、4
年も前
からひとつ
のカテ
ゴリー
として
必ず確
立する、
と信じて
いろいろ
やって
きたわ
けなん
です。で



もいろいろな条件がうまくみ合わない、なかなか確立はできないんです。それが各社の競争の中からのいい形になってきたのが昨年であり、今年だと思っただけです。クルマ自体もお客さまの要求にあっただけならいいものになってきている。

実際に需要の推移をみても、スクーター以外は全体としては横バイなんです。アンダーボーンが落ちてるでしょう、じゃあ何が変っているかといえばその分をカバーし、さらに総量を伸ばしているのが250ccというわけなんです。

それで、400ccが落ちるかなと思っただけは安定している。だから250ccの増えている分だけ市場も拡大しているわけで、これは免許人口の増加ぶりなどからみても、どんどん増えていくと思います。

田中 やはり最初にも申しましたように、二輪車の市民権というのが本当に定着してきたということでしょう。ですからメーカーとしては市民生活にさらに密着した二輪車のあり方というものを一層真剣に考えていく必要

があるということを感じましたね。

ヤマハを一生懸命売ってください お店のためにも 先進性のヤマハ、高品質ヤマハ商品を

——ところで、今回の当社の経営スタッフの交代などに関して、販売店さんの受けとめ方などはいかがでしょう？

田中 今回販売店さんをお訪ねして一番感じたのはそれですね。「ヤマハもいろいろあって大変だろうが、しっかりやれよ」とか、「いいクルマをどんどんつくってよせよ、オレたちがガンバって売るから」といった激励をどこのお店でもいただいたこと。

森永 ありがたかったですね。みなさん事態を非常に冷静に受けとめてくださっていて混乱などまったくありません。

田中 それだけに私たちとして考えなければいかんのは、お客さまのヤマハに対するイメージというものをより強く、よりきちんとしてきたカタチでつくり上げていかなければならぬということだと思います。

小宮 人間的な関係がいささかも崩れていない。これは新生ヤマハ全体の大きな励みになりました。それだけに、販売店さん、お客さまの期待にはつきりと応えていかなければ、と決意を新たにしています。

田中 そのためには、いい商品をつくらなければ、いい技術を持たなければ。そこで、われわれとしては、先進性のヤマハ、高品質ヤマハを標榜してやっていこうと思っただけです。でなければ、ヤマハを一生懸命売ってくださっている販売店さんに申し訳ない。

森永 いい商品を出す、いい技術があることを立証しなければ……。そのためにはレースを通じて極限の追求をつづけて行くことも重要なポイントだと考えています。

小宮 営業の立場からもまさにそうですね。オートバイのようなアフターサービスとか代替えのある耐久消費財を造り、売っている企業の社会性、社会的責任というものを改め

て痛感しています。

中古車価格の問題、部品供給の問題、アフターサービスなどで、お客さまの間で商品に対する評価というのが、ガラッと変わってしまっていますからね。ですから他の業界とちがってあまり極端なカタチにはなり得ないんです。息の長い、信頼にもとづいた仕事をじっくりとつづけていきたいと思っています。

開発、製造、販売……の効率を追求し あくまでもヤマハらしいスクーターを

——大変に力づよいお話が出たところで、それでは今後の方向性。まず商品開発の方向性を可能な範囲でご紹介いただきたいのですが。

田中 お客さんが二輪車に求めておられるのは一体何か？ ということ。物理的なパフォーマンスだとか、見た目のスタイルというのは当然のこと最低の条件で、そのうえにのったイメージとか、情報とかそういうものも含めてお客さまはトータルにそのクルマを評価されているのですから、そういう大きな要望に積極的に応えていく。当然その中にはいつも新しい技術というものも入り込まれていなくてはならないでしょう。そして、その基本的な姿勢が先にいった「先進性のヤマハ、高品質のヤマハ」ということになると思っています。

——スクーターの場合は、特にお客さまが多岐にわたり、それにつれてニーズも多様化しているわけですが、その対応というのは？

田中 スクーターも衣服に近づいてきたなあという感じですね。それを着ることでお客さまは自分自身を表現しているわけですが、スクーターもその自己表現のひとつ。そのクルマを持つことによって、あるいはそれを乗りまわすことでお客さまは何を表現しようとしているのか？ どのような要求を満そうとしているのか？ ということを十分に理解し、応えていくということになります。

——ニーズも多岐にわたっているのでも機種も増えてくるということですか？

田中 いえ、販売店さんもそうですね、メー



カーにとつても当然機種が増えるということ
は効率という面から考えますと、必ずしも望
ましいことではないので、そのへんの折り合
いをどうつけるかということですね。
むずかしいことですが、売れるから増えて

もいんだということではなく、あくまでも
そこにはヤマハラしき、先進性とか、高品質
とかをもち込んでいかなければいけない。
「ニューモデルはたしかに欲しいけど、そ
うべらぼうに出してくれんな」という販売店
さんの声が多いのも事実ですから。機種は現
実に増えてきているんですけど、極端なカタ
チではなくて、あくまでもリースナブルな範
囲でなければならぬということですね。

感性があつて、価値感がちがう ヤマハラならではのスポーツバイク

——ビッグバイクについては、いかがでしょう。
森永 オートバイの原点というのが、やはり
乗る楽しさ。走り、乗りこなすということだ
と思ふんですね。これを踏まえて持つことの

誇り、価値感があるべきだし、当然そういうも
のを加味した他社とひと味もふた味もちがう
ヤマハラしきがあるべきだろうと思つていま
先程も出ましたね「ヤマハラしき」。具体
的にはどんなことになるでしょう。

田中 やっぱり丈夫で長持ちなんてこととは
ちよつとちがうでしょうね。(笑)スマートで
洗練されて、アカ抜けて、高性能で、高品
質で、しかも技術的な先進性があつて……と
言葉にするとたくさん並ぶんですが。

森永 大きくいえば乗る人に夢を与えるとい
うことも。結局、信頼感が積み重ねられてブ
ランドイメージが生まれてくるのだから、こ
れからもそういう商品をどしどし出していか
なければいけませんね。中でもゾクツとくる
ような750ccなんかを！

小宮 感性があつて価値感が大きい、いかに
もヤマハラらしい商品ということですね。
田中 そうそう。それとこういう話は言葉ではな
く、商品が本物でなければなりませんからね。

お店のよきパートナーとして ご商売に直結する営業活動を

——いろいろ技術のお話をうかがいましたが、
それを踏まえて最後に、小宮常務に営業面から
の方向性について。

小宮 オートバイ全体の需要が大きく拡大す
るということではないにしても、国内市場は
まだ相当に期待できる、世界一の市場だと思
います。今後は、ぜひこれを内容のともなつ
た、よいものにしていかなければならない。

最近でも、出店を増やしましたとか、新し
いYSPの店を開きます、なんていう案内状や
招待状をたくさんいただくのですが、こうし
たことをみてもヤマハのクルマづくりだとか
商売に対する姿勢だとかがしっかりと評価され
ていると思つています。

ですから、今後は安定需要期の中で販売店
さんのご商売に直接反映できるように営業活
動というものを考えていかなければならない。
商品がヒットする、しないということとは別

に営業活動単独でも、販売店さんにお客さま
を吸引できるように活動とそのための体制を
つくりあげていくということですね。
——スクーター市場は成熟期だという見方も
あるようですが……。

小宮 保有率が非常に高まっていますからね。
その意味からするとこれまでのように急激に
伸びるというのはむずかしいですね。

しかし、安いもの、高いもの、性能のよいもの、
単に下駄がわりのようなもの……とお客さま
の要求がはっきりしてきています。さらに趣
味性という要素の入ったクルマなどはまだま
だ伸びる可能性はあるでしょうね、安定した
ペースで。

そのためには、いままでのお客さまを大事
にしていかなければならない。

銘柄でどのクルマがうんぬん、いいとか
悪いとか、買うとか買わないとかいうのは、
結局お店に来てからの問題なんでね。いかに
して来店客数を増やすか、というのがこれか
らのご商売の焦点だろうと考えています。昨
年の来店者数は何千人だから、今年は何%ア
ップしよう……というように考えていかに
とこれからのような状況では繁栄していきに
くいと思つていますね。

ちよつといまパートナーなんかもそうですね。
固定客ばかりで若いお客さんが少ない……と
いうとヤング誘導のための方策を必死になつ
て考えている。販売店さんでも顧客を循環さ
せる方と、新しく広げる方とお店の特性によ
つてちがいはあるでしょうけど、来店客数を
増やすことに変わりはない。

そのためには、クルマばかりでなくいろん
なものとの関連を広げていかななくてはならぬ。
他業界との関連づけなどもそうですね。まあ
そういうところからも、この業界の中でヤマ
ハとともに歩んでくださるお店には、従来以
上に力を入れていきたいと考えています。販
売店さんとの人的なつながりを強化させる、
信頼関係づくりをまず第一としてですね。

これからも、どうぞよろしく願ひいたし
ます。

特集 いまここがウケてます! '83ヤマハニューモデル

ジョグ、アクティブ、XT250T、RZ250R、XJ400Z/Z-S……おかげさまで、'83年ヤマハのニューモデルは、どれも大好評。走りのよさで、スタイルのよさで、着々とお客さまを増やしています。お客さまにとっての買いどころ、お店にとっての売りどころ……今月は話題いっぱいの、'83ヤマハニューモデルの魅力にスポットを当ててみました。





→アラレちゃんの生みの親
・鳥山明さん(右)と水野モ
ータース・水野賀津朗さん



アラレちゃんもジョグに乗って ウホホ〜イ!

愛知県春日井市郊外ののどかな田園地帯に春風が吹く頃、人気マンガ・アラレちゃんの生家にあざやかな黄色のジョグが到着しました。ベルギーユーザーでもあるアラレちゃんの生みの親・鳥山明さんが、奥さまのためにと近所の「水野モータース」(水野好己社長)さんから購入されたものです。

「僕のベルギーに乗った奥さんがすっかり気に入って、「私もスクーターに乗りたい」って言い出したんです。そこで軽くて、乗りやすそうな「ジョグ」にしたんです。乗ってみると小柄なのに安定感があって、とっても速いですね。それとフロントパネルとフェンダーが一体となったスタイルもかわいいし。奥さんが黄色の「ジョグ」なんで、ボクももう1台黄色のボクを買っちゃった。お天

気のよい日は、よく2台でショッピングセンターまでウホホ〜イってでかけるんです。では、バイちゃん!

**187cm、92kgのボクが
100パーセント満足した
スクーター、それがジョグ**

アラレちゃん・鳥山明さんのお話にもありましたが、ジョグに関する話題で必ず登場するのが、その走りのよさ。お次は、この走りのよさを立証するようなジョグ・ユーザー飯田匠さん(東京都日野市)にご登場ねがいます。17才で187cm、92kgという堂々たる体軀の高校生ユーザーです。

「雑誌の広告で、ジョグを知って、かわいいスタイルがとても印象に残っていたんです。それで試乗会に出かけて乗ってみました。すくなく走るんでビックリしました。

この体格ですから、前の50ccスクーターじやどうしてももの足りなかった。でもジョグだと体格のことなんか忘れさせてくれるんですね。スイスイ走っちゃう。

走りの良さ、かわいいスタイル、そして手頃な値段……オートバイタイプにしようかな?なんて迷いも一気に吹飛んじやいました。駅までの通学やちょい乗りに使ってますけどハンドロックやシートロックも申しつかり



価格にこだわらずに売れる ジョグは本当の意味のヒット商品



ジョグのように良い商品は、なにもいわずとも売れるんです——と力づく話してくださったのは「YSP日野」(東京都日野市)の車下和衛社長。

「これまでのスクーターでは、何台かの機種を店頭で比較して購入されるというのが当り前でしたけど、ジョグはほとんどのお客さまが指名買い。広告で見たり、試乗会で試されたりして、ジョグの良さを本当に理解されているんですね。

私が思うに、ジョグの一番のセールスポイントは「価格設定のよさ」だと思いますよ。パワレスリンクで振動がない。4・5馬力のハイパワー。女性にも簡単に扱える大きさ。それにセルスターターやフェューエル・ゲージ、シートロックなどどれを取ってもひとクラス上の装備。それで9万9千円ですからね。お客さまが飛びつく気持もよくわかります。それと、かわいいスタイルにピッタリのジョグというネーミングも、とてもお客さまへの浸透が良いようです。

価格にこだわらずに売れる、ジョグは本当の意味でのヒット商品ですよ!」

パワー、スタイル&価格 お客さまはこんな理由で選んでる!

'83ヤマハニューモデルの中でも、ひとときわ快調な売れ行きをみせているジョグ。ヤマハ

本社にはお客さまからのユーザーアンケートがぞくぞくと寄せられています。そんな中から男性・女性・未婚・既婚別にジョグ選択の理由ベストファイブをピックアップしてみました。

▼未婚・男性

- 1、4・5馬力のハイパワー
- 2、9万9千円の手頃な価格
- 3、スポーティなスタイル
- 4、リッター100kmの低燃費
- 5、加速感

▼既婚・男性

- 1、スマートなスタイル
- 2、4・5馬力のハイパワー
- 3、手頃な価格
- 4、ゆったりした乗車感
- 5、力づよい登坂力



▼未婚・女性

- 1、かわいいスタイル
- 2、軽くて、扱いやすい
- 3、馬力がある
- 4、手頃な価格
- 5、燃費が良い

▼既婚・女性

- 1、シャれたスタイル
- 2、軽くて、扱いやすい
- 3、馬力がある
- 4、手頃な大きさ
- 5、燃費が良い、価格が安い

アクティブは、 私の通勤特急

走りのよさでお客さまの人気を博している点では、アクティブもジョグと全く同様。しかもアクティブは、この古川清治さん（神奈川県茅ヶ崎市・会社員）のように毎日乗らなければならぬ人、ビジネスなみの性能を求める人たちから、ひとクラス上の走りで、特に大きな評価を集めています。

「雨が降ろうが、寒かろうが片道7kmの距離を毎日走らなければならぬです。ところがファミリーバイクからアクティブに代えて、これがグーンと楽になったんです。

現実に、同じコースを走っていて所要時間が5分以上短縮されている。発進加速のちが



です。それと、いままでは週1回、ガソリンスタンドに寄らなければならなかったのですが、大型タンク（5・6ℓ）のおかげで3週間に1回の給油ですむようになった。燃料計を見て給油時期がわかることや、デジタル時計がついているのも、私たちのように忙しい人間には助かります。

また、私は趣味でスキングややっているのですが、その時などは、仲間といっしょに1日90km以上も走って三浦半島まで潜りに行きます。休日の混んだ道をアクティブでスイスイ走るのは、とても気持ちいいですよ。仲間たちにもアクティブは、たいへんな人気者なんです。」

スタイルのよさとスピード感。 主人と2人で選びました

主婦、母親そして看護婦さんと、1人3役の多忙な毎日を送る相内弘子さん（神奈川県相模原市・28才）にとっても、スクーターは絶対に手放せない生活の必需品。

「いままでも他社のスクーターに乗っていたんですけど、性能的にも不満だったし、そろそろ買い替えの時期だな」と思っていたんです。

そんな時、新聞にバイク屋さんのチラシが入ってきてアクティブを初めて目にしました。主人も私もスタイルの良さがいっぺんで

気に入って、その日のうちにバイク屋さんへ直行、その場で決めてしまいました。出足、加速が良かったのが一番の決め手。それに大きめの割に操作も軽くなって、片道3kmの通勤もとてもラクになりました。通勤に夜間走行はつきものですが、車幅灯がついているのと、ヘッドランプが明るいので帰り道も安心です。

最近では主人も会社へ乗って行きながら、2人で交代で使っています。会社まで片道30km以上もあるんですよ。アクティブで走るのが楽しくてしょうがないみたい……」



大人のスクーターとして 自信を持って売っています！



「他社モデルとの比較試乗をしたら、売れるのは絶対にアクティブです」と力づよく語るのは神奈川県茅ヶ崎市の「モリサイクル」森輝雄社長さん。アクティブのもりだくさんのセールスポイントの中でも、やはり一番は走りというわけですね。

「ベルーガと同じ車格で、スポーツバイクなみの走りを実現した最高のスクーターですね。アクティブは、ガッチリとしたフロントフォークや、リヤサスペンションの良さ、足元の広いスペース、ずば抜けた発進加速など、どれをとっても二輪車を知りつくしたアダルトユーザーに、安心して勧められるスクーターです。

他社のハイパワー・スクーターに乗っていたお客さまが、そのニューモデルを買いに見えんたんです。新旧乗りくらべても「あまり差がない」というですね。そこでアクティブに乗ってもらったら、いっばつで満足。即成約です。何よりも走りっぷりの良さが、気に入られたんです。アクティブなら大人が乗っても恥しくないスクーターとして、自信を持って売れます。」

行動派ギャルも注目する ジョグ、アクティブの走り

従来の乗りやすさに加えて、4輪車との混合交通にも十分に対応できるハイパワーと安全性を身につけ、その行動半径をグーンと広げた'83ヤマハスクーター。

折りからのスクーターブームと、スクーターならではの開放感に着目した女性雑誌や一般雑誌は、夏のレジャーシーズンを迎えてさまざまな企画にスクーターをとりあげています。'83ヤマハスクーターは、その中でも中心的存在。



中には、アウトドアライフ専門誌「BE-PAL」6月号のように、ジョグ、アクティブ、サリアンによる女性だけのスクーターキャンプまで紹介する雑誌もあるほど。

一般道から国道、はては林道まで走って河原でキャンプするという内容ですが、これもヤマハスクーターの走りの良さと現代ヤングギャルの行動力がドッキングして、はじめて実現した企画。

今やスクーターは生活の足から、アウトドアライフを演出する新レジャーツールにまで広範囲な乗り物として注目されているのです。

XT250T



幅広く楽しめる
デュアルパーパス……
といえば27馬力、
ツインカムのXT250T

一念発起で中型免許を取得、心おどらせながら第1号車にXT250Tを選んだ小泉智資さん（27才・会社員／東京都練馬区）。若葉マークライダーにとってもオン・オフの幅広い楽しさを持つデュアルパーパスマシンXT250Tと27馬力のハイパワーは、たまらない魅力であったといえます。

「はじめは400ccオンロードモデルを考えたのですが、楽しみ方が限られてしまうと、思ってたよりデュアルパーパスに目を向けたんです。これだと自分のペースでオンロード、オフロードいろいろと楽しむことができる。そしてなによりもボクにとつての第1号車なので、モーターサイクルのすべてに共通する基本テクニックやバランス感覚も身につけられると思っただけです。」

その中でひとときわ光ったのが、27馬力、ツインカムのXT250T。
林道を走ったり、河原でトライアルをしたりと、いつでもそこへ行くまでは一般道や高速道路です。やっぱりロードモデルなみに速く、快適じゃなくては。その意味でもXT250Tは、求めていたバイクだったのです。」

迫力満点のスタイリングと
美しいグラフィックに
魅せられた！

都会の中でデュアルパーパスモデルをファッショナブルに乗りまわす、ご承知のとおりこれもここ数年の特徴的な傾向。舞台監督を職業とする木村公治さん（28才、東京都世田谷区）もそうしたアーバンライダーの典型でしたが、XT250Tのおかげで、心は日一日と大自然に向いているようです。

「私はXT250からの代替。発売前に販売店で写真を見て、美しいスタイリングとグラフィックに一目惚れしてしまっただけです。職業がら、モノを選ぶ時も性能、機能と同じか、それ以上にフィーリングを気にしてしまう。XT250Tは、その点でも私にピッタリだったんです。実際に乗るのは、家から職場までの通勤とショッピングなど日常の足。でも最近このXT250Tはこんな使い方じゃ絶対にもつたいないと思えてきたんです。そこで多摩川の上流の方へ登って行って



オフを楽しんだりもしています。ファッションだけで乗っていたのが、本当のバイクのおもしろさを教えられて、メカ的にも、楽しみ方も、だんだんエスカレートしていった。XT250Tってそんなバイクなんです。」

発売と同時に8台も販売！
XT250Tは
うちの主力商品

月刊オートバイ誌6月号で鈴木忠男さんとともにダイナミックなXT250Tのテストランを披露した浅井明さんは「（浅井井モータース）（東京都世田谷区）の社長さん。オフロード大好き人間で、同誌面でも、XTは常時100在庫を7などと豪語しているほどです。XT250Tのセールスポイントの第1は前後のサス。セミエア・フォークとリンク式モノサスのバランスとストロークの長さがものすごくいいんです。」

発売と同時に仕入れた8台が売れてしまったほど。今でも毎日XT250Tが欲しいというお客さまが、必ず現われますよ。初めての人だと乗りこなせるかな、と不安のようですけれど、ツインカムでも113kgと軽いから取りまわしが楽ですよとか、パワーがあるから高速も余裕あるし、12ℓとタンクも大きいので遠くへも出かけられる、などいろいろ魅力をお伝えしながら不安を除去してあげています。オフロードモデルの潜在需要は、すごく多い。うちではXT250Tをひとつの主力商品として売っていきます。店内にオフロードマップを掲示したり、林道コーナーをつくったりして情報提供にも力を入れています。」



プロが乗っても
デュアルパーパスの決定版！



XT250Tのカタログでみごとなカウンタージャンプをキメてくれたのは、モトクロス国際A級のヤマハライダー吉原正選手。吉原選手は、この5月、千葉市に「バイクライフトモ」をオープンして、販売店さんの仲間入りをされたばかりですが、プロが勧めるXT250Tは、早くもお店の看板商品になっています。

「撮影の時、YZ250と同じかんじで飛んで欲しいっていわれて、ボク自身驚いてしまったんです。ところが走ってみるとXT250Tは、ちゃんと飛んでくれるんですよ、それでまたビックリしてしまいました。」

ツインカムにYDISだからツキがいい。急なアクセル操作でも機敏に反応してくれるし、サスもオンでは腰があって、オフに入るとソフトにショックを吸収する。

それが一番良くわかるのが、オンからオフへの変わり目で、オンを走っていたそのままのペースでオフも走れるんです。振動も少なく乗り心地も最高。プロの目から見ても、こんなバイクを持てるユーザー、恵まれてるなって、うらやしいですよ。」

RZ250R

**クラスナンバー1の完成度
しかもこの高性能でこの価格**

16歳で免許取得後、ヤマハ車だけでも何と16台を乗り継いできたという木島啓次さん(30才・電気技士/東京都三鷹市)は、根っからのヤマハ党、2サイクル党。

「一度RDやRZに乗ると、やはり2サイクルのとりこになってしまいます。それに、ヤマハの水冷・2サイクルには、100%の信頼を持っていますので。このクラスで、いちばん完成されているのが「R」じゃないでしょうか。」

メインスイッチを入れたとき、約1.2秒のジューッという音がかもしだす安心感。Y.P.VSによる6千回転からの吹きあがり。同じスピードでも安心してフルブレーキングのできるブレーキタッチのよさ。シフトタッチのよさ。そして、横からみたデザイン……とどこも最高ですから。

また、「R」はこのクラスで最も安いでしょう。最も高額なものに比べて6万1千円の差があるなんて、とても信じられません。高だけ能じゃない。安くていいものはイノ!と言っておきたいですね。」



**「RZの実績で拡販もスムーズ
ニーズに応え輸入タイヤも準備**

発売以来すでに本支店あわせて30台近くを納車。「もちろん今もコンスタントに売れています」という景気のいい話を聞かせてくれたのは東京三鷹市の「脩オートショップ・フルタ」古田哲郎社長さん。

「RZというイメージは、いい意味でお客さんの間に定着しています。だから「R」を売る場合も、お客さんの抵抗が全くなく非常スムーズ。つかわれた実績を買っていただけ、という感じですね。」

正直なところ、いろいろマイナスイメージが少なくちやあいやない商品もある最近ですが、その辺の心配がゼロというのが「R」。安心して買ってもらえる商品ですし、だから安心して売れる商品なんです。

成約率アップのために、納車時の用品サービスで海外モノのタイヤを希望する方にも、しっかりと応じられるようにと、ひと通りの銘柄も揃えているんですよ。」

**トータルバランスがいいから
ハイパワーも確実に
コントロールできる**

RZ250Rの店頭デモ用VTRで、みことな走りを見せているのは、映画「汚れた」

英雄」で主役のスタンディンもつとめたロードレースの平忠彦選手。そんな彼に、RZに息づくヤマハレーシングテクノロジーを披露してもらいました。



「Y.P.VSの効果で非常に扱いやすいエンジン特性に仕上がっています。その結果1速から6速まで、ギヤのつながりもギクシャクすることが全然なく、楽にクラッチをミートできるわけです。もちろん、操安性、フィーリングなどのマッチングも最高ですね。それと、クセのないマシン。ある程度バイクを経験している人が乗るなら、全然心配ないマシンだと思います。」

たとえば、TZ2500と比べてみましょう。TZ2500は、そのハイパワーゆえに操作が難しい、と思われるかもしれませんが、普段TZ125やTZ250に乗っている人がパッと乗り換えてもそこそのタイムが出るマシンなんです。それと同じように、この「R」も普段250ccや400ccのスポーツバイクに乗っている人がパッと乗り換えても、すぐなじめるマシン。要するにクセがなく、トータルバランスがすごくいいマシンなんです。」

ヨーロッパでもRZの登場でスポーツ熱沸とう

ちょっと珍しい光景ですね。写真は、輸入されたRD350LCの梱包をといっているオランダの若者たちです。今年からオランダでも開催されることになったRD350LCカップの第1戦を1週間前にしたこの日、エントリーを予定している若者たちが、待ちかねてディーラーを訪ね自ら納車作業を手伝ったというわけです。

エキサイティングなプロダクションレースとして人気を集めている「RDカップ」は、フランス、西ドイツ、デンマーク、スイス、

イギリスにつづいて、今年からオランダでも開催される運びとなったのです。オランダ西部のハロゲン・パーセルリンクサーキットを舞台に4月16・17日に行なわれた第1戦では70名のエントリーを集め、83RD350LCばかりのエキサイティングなレースがくりひろげられました。

Y.P.VSの採用などで一段と完成度を高めた「R」(輸出仕様はRD350LC)の登場は、ヨーロッパでもまたまたお客さまのスポーツ熱を高めているというわけです。



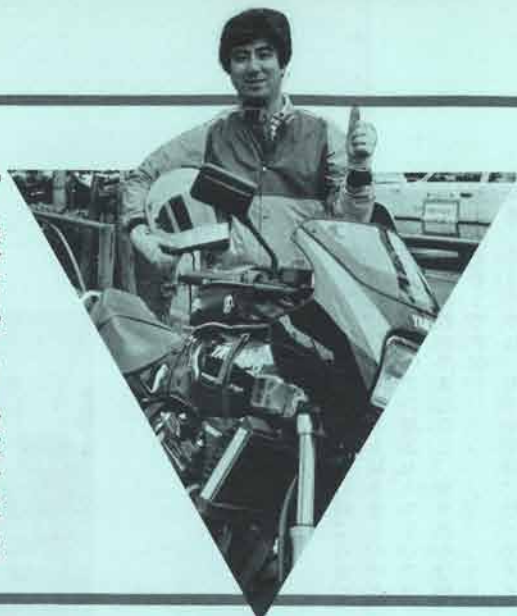
XJ400Z-S

「もし空冷を買ってしまえば、街で水冷のマシンを見かけて後悔するんじゃないかな。そんなことを考えると、最もパワーがあつて水冷であり、4バルブであり、そしてスタイルも含めてあらゆる面でトップクラスのものを買ってよかった」

購入の動機をこう語るのは、今年新たに中型免許を取得して、ミドルクラス・ユーザーの仲間入りを果たした国松正彦さん（29才・医師／埼玉県川口市）

F4EJファントム戦闘機の離着陸音からイメージした排気音も「とっても気持ちがいいですね」と国松さん。

「実際に乗ってみると、普段乗っているポルシェ911にとってもよく似たフィーリングなんです。カウルもコンパクトに仕あがっているんで50ccのバイクが通れるところなら、どこでも行っちゃいます。それに、プッシュユキャンセルフラッシュャーはとっても使い易いですね。信越方面への出張は、すべてこのXJ400ZSで出かけているんですよ」



愛車ポルシェ911に通じる
フィーリング
Z-Sはすべての面で
トップモデルノ

XJの拡販は「空気圧点検サービス」から、と意気盛んなサンベストAUTOのスタッフ。左から伊達さん、武田さん、森永店長



オープン以来はじめての夏商戦を迎えた「サンベストAUTO・東信池袋営業所」清田明徳社長（東京都板橋区）さん。森永弘三店長以下3人のフレッシュジュニアは、人気のXJ400Z-Sを主力商品に、ユニークな活動を企画中です。

「Z-Sは400ccのイメージを一新するモデルだといえるでしょう。3千回転を越えると、ナナハンと変らないフィーリング。レスポンスも今までの400とは全く別物といえるほどシャープです」

ポジション、シート材質それに集合管をふたつ連結させたような感じの排気音も、どれも最高。まちがいない、うちのこの夏の主力商品です。

いま、スポーツユーザーの来店促進を図ろうと「空気圧無料点検サービス」を企画しているんです。携帯用のエアコンプレッサーを手に女性スタッフが交差点に立って、通りかかるスポーツバイクに「空気圧点検」を呼びかける。そこで生まれたコミュニケーションで来店を促し、試乗、代替に結びつけようというわけ。Z-SをはじめRZ-R、XT250Tなど商品魅力は絶対ですからね」

ユニークな空気圧点検サービスで
この夏の主力商品Z-Sを売る

大盛況のきさしをみせる
プロダクションレースでも、
注目を集める
XJ&RZR

エントリー台数なんと320余台、AからF組まで6組に分かれての公式予選「ロードレース史上にも例のないようなこんなシーンが出現したのは、4月23日、スズカサーキットで行なわれた全日本選手権ロードレース第2戦のフォーミュラIIIクラス。

いわゆるプロダクションレースといわれるもので、2サイクルは250ccまで、4サイクルは400ccまでの出場が認められ、RZ250RやXJ400Z-Sなど高性能スーパーバイクのユーザーが、限られた改造範囲一杯に工夫をこらしたマシンで出場してくるというわけ。そして、このクラスがこれほどの人気を集めているということは、スポーツ需要の一角に、プロダクションレース派が確実に育っていることを実証しているともいえるでしょう。

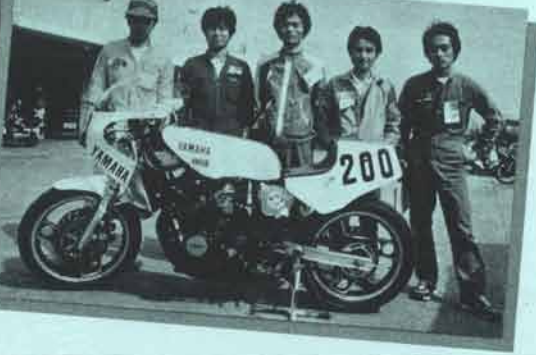
高速クルージング、ワインディング・ロードのツーリングといったオンロード派の楽しみはサーキットラン、レース出場へというところまで拡大しているのです。

そして、ここでもRZR-R、XJ400Z/Z-Sは、ユーザーの注目の的。先のスズカにXJ400Zをパートナーに、エントリーした岡田隆之選手（磐田レーシングファミリア、ヤマハ技術34課）も、そのポテンシャルに大きな期待を寄せています。

「エンジンの耐久性には絶対の信頼があります。タンク、シート、カウル、フットレスト



仲間で仕上げたXJ400ZでFIIIレースに挑戦する磐田レーシングファミリーのメンバー



デビューレースのスズカを攻める岡田選手とXJ400Z

トなど改造規定にあわせて軽量化して、145kgに仕上がりました。デビューレースなどで、マシンが完全に煮つまっていませんが、ポテンシャルは十二分。7月の4時間耐久レースに照準をあわせて仕上げていきます」

ヨーロッパにおける「RDカップレース」の登場で、日本でも大きく育ちつつあるので。



YSP越谷・岡井営業部長
×
ヤマハ埼群・大宮営業所
川本恵介セールス

『緻密な計画でオープン記念セールは大成功』

「従業員さん、クラブ員のみなさんの団結力ですヨ」

二三年前、年間6千人というハイペースで人口増をつづける埼玉県越谷市。ここの旧日光街道沿いに4月17日『YSP越谷』さんがオープンしました。越谷で創業36年のご商売をつづける『有原サイクル』(原敏郎社長)さんが、出店した3つ目の支店です。
大盛況をおさめたオープン記念セールの余韻もさめやらぬ5月のはじめ、絶妙のコンビネーションで順調なスタートダッシュを成功させたお店のチーフ岡井勝彦部長と担当の川本セールスに登場いただきました。



旧日光街道沿いに新装オープンした『YSP越谷』さん(原敏郎社長)▼店舗面積50坪▼展示台数40台▼商圏…住宅地▼スタッフ3名

緻密な計画で、大成功のオープンセール

川本 オープンの準備に夜中の12時ごろまで頑張ってもらった日が何日も続きましてけど、その甲斐あってオープン記念セールとしてはまずまずの台数が出ましたし、滑り出しは順調といえそうですね……。

岡井 そうですね。セール中は、ビッグスポーツだけで30台くらいは決まりました。まあ、夜遅くなって皆さんで準備したり雑談していると、その中からまた新しいアイデアも生まれたりしますね。

オープンセールのとき、川本さんの方でタイムスケジュール表を作ってもらったでしょう、2日間の。あれをもとにして、店のスタッフにそれぞれ作業の割当てを徹底したので、それでスムーズにいったようですね。受付係、販売係とか、駐車場係、抽選係とかね。それから、クラブ員の応援もあったし。もちろん川本さんの活躍も。(笑)

川本 確かに準備としては煮つめに煮つめたんですよ。ステカン、アドバルーン、それにDM400通、チラシは10万枚でしたよね。私としては、スポーツフェスタの縮小版的なものと考えて、細かく計画した。それがよかったみたいですね。それに、浅見選手のチャリティーサイン会なども人気が集まって。

岡井 当日になってあわてる、というのは何でもダメですからね。どんな活動にしても、店のスタッフとセールスの人が一緒になって動かないとイイ結果は出ないですね。

川本 まあ、原サイクルさんのところは、くに従業員さんたちの団結力もいいし。(笑) 売るための企画というのは、どこのメーカーでもいろいろ考えている。でも、一番の課題は実際どう動くか、ということですから。

岡井 そういえば、これからは、こんなものもどうですか。たとえば、部品の納品がどうしても遅れちゃうとき。そんなときは、店で部品を待っているお客さんの目の前で、川本さんが直接部品のサービスセンターへ電話し、強く強く催促したり文句を言う……そんな演出という演技みたいなのをやるとか……。

川本 商売の原点に戻って、と言われているんですが、私たちセールスにとっては、実はそういうことかもしれませんね。販売店さんの準備という意識って、いかにかな。

万全のアフターを支える営業無線

岡井 YSP店もオープンしたのですが、スポーツバイクのお客さんの掘り起こしには、やはり時間を作ってお客さんと一緒に遊ぶ、ということを中心に掛けないとね。

川本 YRSの地域版というのかな、ミニYRSがあるでしょう。ああいったものは、その普通のお客さんに呼びかけて販売店さん自身がどしどし開催して欲しいわけですね。岡井 会場の確保が今のところは課題です。ね。いずれにしても、面白い企画をたてない



新店舗に新商品——意欲も新たな岡井勝彦部長(右)と川本セールス

と「あの店で買ってよかったな」と、お客さんは思ってくれないわけですから。
 川本 これからは値段だけの競争は絶対ダメですね。ところで、原サイクルさんで昨年から入れている無線サービス体制なんか、ひとつの理想的なアフターですよ。営業無線といたんですか。たしか電波管理局の許可を持った人がひとりいれば使えるんですよ。
 岡井 そう、免許はサービスの大松さんが持っているんですよ。設置には300万円近くかかったようですが、半径30kmはパッチリで

すからね。本店に1台とサービスカー3台に設置しているので、出張中のサービスカーとすぐ連絡がとれて、どんなトラブルでも現場に急行できますから。
 川本 対象はもちろんスポーツバイクのお客さんだけじゃありませんし、とにかくサービスに機動力がでてきますよ。
 岡井 機動力という言葉が出たけど、今年はヤマハのセールスの人もバイクでセールスにまわったら……。(笑)
 川本 じゃあ私はタウンニーでまわらなくちゃ。

岡井 いや、そうじゃなくて、たとえばXJの新型が出れば、それに乗ってセールスにまわったりするわけ。機動力もあって、すごく効果あるんじゃないかな。
 川本 そうですね。部品は部品担当が配達しますし、私が普段持って歩くのはアタッシュケースひとつですからね。(笑)
 岡井 いずれにしても、川本さんの持っているデイスブレイとか売りのセンスを精いっぱい吸収させてもらいますよ、これからも。
 川本 こちらこそ、よろしく。

●川本恵介セールス
 (ヤマハ埼玉大宮営業所)
 新潟大学人文学部卒。昭和53年10月ヤマハ入社。前橋営業所を経て、57年11月から大宮営業所に勤務。読書家が身上の29才。新潟県出身。

私たちが頑張っています——本支店3店舗のスタッフの皆さま。左から原専務、横川さん、岡井部長、八木橋さん、大松さん、大野さん、今井さん、山口セールス、栗原さん、福永さん、星野さん



ヤマハ奥さま 登★場

⑥

店を美しくしたい——というのが私の信念。だから丸1日中、店の掃除だけで過ごしてしまうこともしょっちゅうです。バイクって放っておくとすぐホコリをかぶってしまいます。大切な商品ですからね。いつもピカピカに磨いています。

●久保田君江さん・水戸市元吉田町
／元吉田サイクル(久保田豊彦社長)



元吉田サイクル
水戸市元吉田町
☎47-2176

まばゆい新緑とともに 常陸路は、もう初夏商戦。

今月は、ヤマハ北関東水戸営業所管内の奥さまにご登場願いました。水戸といえば黄門さまと納豆……なんて認識不足です。いまや東海村の原子力発電所とお隣りの筑波学園都市。最先端産業とともに商圏にも活気が満ちあふれています。

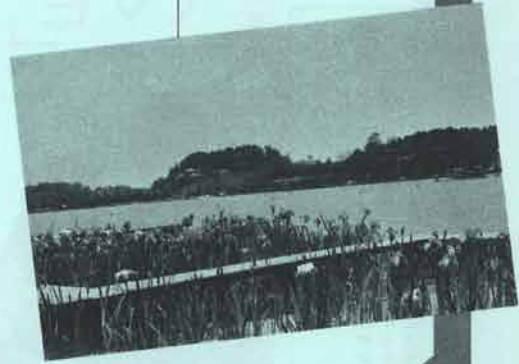


水戸市西原二丁目
有中央オートサイクル
ヤマハ・ホンダ・スズキ・カワサキ
☎(53)535344(51)2621

●久野ふみさん・水戸市西原町／有中央オートサイクル(久野克雄社長)

うちはお客さまからの電話問い合わせがすごく多いの。応待はもっぱら私の役目ですよ、どんなお客さまの、どんな用件にも即、適確に応えるって、考えるほどやさしくないのよね。もっとガンバラなくっちゃ。

「オートサイクル・ヌマさん」なんて店名、覚えやすくて、とってもユニークでしょ。友だちの店ってかんじで……。お客さまにも





店のカラーを決めるのは、なんといっても店内の雰囲気ですね。ですから毎月2回も陳列替えをして新鮮さを打出すようにしています。まだ創業2年目、これからはいろいろなイベントを企画して、お客さまと一緒に商売していきたいわ。

●宮本睦子さん・水戸市千波町
バイクハウス モト (宮本英治社長)

オビニオンライダーを育てようと、ツーリングクラブをつくって、どんどんお客さまに参加してもらっています。こういう活動って楽しいですね。商売にハリが出るわ。ツーリング前の作業点検なんてテントコマイですけど。

●倉持みち子さん・水戸市新庄／
くらもち輪業 (倉持京社長)



MOTOR SPORT SHOP
ISHIDA
MITO TEL.0292(31)2652

月4回発行されている地の元のミニコミ誌「茨城朝日」に出稿する広告を考えるのが、私の仕事。私はヒマをみつけては、旅行に出かけて、いろんな所を歩きまわっているんです。気分転換にね。それが広告づくりにも役立っているみたいです。

●石田咲子さん・水戸市大町／石田輪業(石田幸造社長)



オート・サイクル BIKE&CYCLE
ヌママさん
水戸市千波町 (41) 5748

好かれていますんで、それにしっかりと応えるように、どんなお客さまにも良い印象を持ってもらおうってガンバっています。

●笹沼栄子さん・水戸市千波町／オートサイクル・ヌママさん (笹沼茂社長)

NO 2853
(有)くらもち輪業
水戸新庄店 ☎21-6221
見和店 ☎53-5221





暗いし、あまりそういう日にバイク乗るのが好きじゃないんです。

荻窪の自宅と青山の事務所とのあいだ、またはクルマか電車を利用してなんですが、バイクに乗り出したら、かかる時間がまるでちがうんです。そのかわり本が読めなくなりましたが、もともと本読むのがそれほど好きなほうじゃなくて、ほくはからだ動かしてるほうが性に合ってるようです」

——じゃあ機械を分解したり、組み立てたり。

「そっちのほうはダメ！ メカに強いてってわけじゃないんです。ただ、日曜大工が好きだから、もっぱら外観には凝りますね。

だからバイクのリストアは大好き。むしろ乗るよりも直しているほうが楽しいくらいで、このバイクもずいぶん手をかけました。タンクも自分で塗ったし、とくにメッキの部分はどうしようかと随分迷いました。あちこち捜して、とうとう家具専門のメッキをやる人を見つけて、キレイにメッキしてもらったんですが、半分は塗装にしたかったんで、前半分をこんどはガリガリと削って苦労しました。半分だけメッキをするという方法もあると思うんですがね」

——うん、たしかにデザインや色彩を自分で

考えるのは楽しいことですね。

「SRってリストアしやすいマシンなんですよ。このデザインもずいぶん考えました。やたらヴィンテージ・バイクっぽいのは好きじゃないし、まるでうるさいコーヒー通のようなスノップな感じがあるでしょ？ それでカラーリングも苦心しました。

それに、これは買ったときはキャストホイールでしたから、わざわざスポークホイールを捜してきたり、結構手を入れてるんです」——そこまで名実ともに手塩にかけたバイクですと、走りに対しても慎重でしょう。

「ところが初めのころ、まだコワさを知らないからスピード出してジャリに突っこみ、転倒して8針も縫ったんです。箱根に行ったときですけど。バイクもひどく傷ついて、それをまたキレイに直すのがたいへんで。

そういえば、うちの犬もひどい事故にあったっけ。柴犬のメスですが、おもてに向かって勢いよく飛び出したら、クルマにガチャ、もう死んだかと思った。そうしたら全身打撲で助かった。珍しいケースです。

その犬がね、数日前にお産して、ほくそれに立ち合ったんですよ。夕方から部屋を出たり入ったり、お腹がパンパンに張ってるし、

こんどはベッドの下に入ったり、また出たり、とにかく落ち着かないの。夜中の3時ごろ、ほくのふとんの中に入れてやって、撫でてやってたんです。そうしたら明け方に、クウォーン、ていったと思ったら、ポロッ、ポロッと3匹産みました。

3匹目は全体にかぶった袋がなかなか破れなくて、ほくが手つだってやっと外に出ました。よく人間の赤ちゃんにやるように、逆さにしてバンバン叩いて叩いたら、しばらくしてヨクヨクと親のところ歩いて行って、お乳にかぶりついてました。もう感動しましたよ、ホントに」

——そういう、人間が感じる本来の感動って、ステキなことだとほくも思いますね。でも、だんだんそういうナマの感動が弱くなる時代に、ほくたちが生きてるような気がして……。

「オートバイに乗っていてもそれは感じます。日ごろ街をブラついたり仕事をしたりしていると、山の中のこうした空気の実感って忘れてしまうんですね。忘れてしまうというよりも、あまりにも別次元のところで息をしているような。

また機会を見つけて、第3回目のロングツーリングを試みてみたいと思ってます」

ぼくは、角井さんは資生堂の専属イラストレーターなのかと思っていた。まえに資生堂の美しいポスターを描いていたからだ。しかし角井さんはいま、イラストレーションよりもテレビCFや広告デザインのアートディレクションのお仕事が多いという。

さすが仕事गराか、御自宅のデザインやインテリアまで、細かいところに神経が行き届いている。そして、角井さんが愛用しているSR400は、シブいグレーのトーンで統一したセンスのいいバイク、に仕上がっている。まさにバイクから家まで“リストア魔”と呼ばれるほど部分修正を積み重ねている。

きょうは中央高速を通過して八ヶ岳までツーリングする計画を立てた。ところが朝からビシャビシャと雨が降っていた。ぼくは晴れ男のはずなのにおかしいなと思ったが、エイッ、行ってしまえ！と決行したら、山梨県に入ると真夏のようなカンカン照り。気分よく小淵沢で昼食をとった。

——さっき入ったレストラン、どっから見てもウェスタン調の建物なのに、見事に日本的ムードのレストランですね。どうしてこんなところを知ってたんですか？

「まえにCMの写真を撮りに来たとき寄ったから覚えてるんですよ。小海線で小淵沢を出てしばらく行ったところのカーブを走ってくる電車が、とってもいい雰囲気です……」

——なんのCM？

「丸井です」

——そういうお仕事が多いわけですか？

「ええ、丸井の“好きでいっしょで”というシリーズをずっとやってきましたから」

——ほかにはどんなものを……？

「サントリーに“トワイライト・ガールズ”というキャンペーンがありました。それですとか西武や西友のポスターとか、それに資生堂の小雑誌なんか」

——大手ばかりですね。

「でも大手の中のビッグ・キャンペーンというわけではないんですよ。けっこう面白がってやっていますがね」

——オートバイでロケハンなんかはしないんですか？

「実をいうとね、こんな長いツーリングは2度目なんです。なにしろ乗りはじめて、まだ2年生ですから。」

初めのツーリングは秩父まで行きました。最初だから興奮しているうえに、ちょうど毎年恒例の“火祭”にぶつかったもんですから、舞いあがりっぱなしでしたよ。

聞くとところによりますと、地元の人たちには祭そのものよりも、ぼくたちのワーッ、キャーッという興奮状態を見ているほうが、ずーっと面白かったそうです。だって、ふつうは川びらきの様子があるんですが、あそこの花火、山のうえでシュバーッと打ちあげるから、ちょっとしたトリップ感覚になりますよ。

ちょうど病院の屋上でぼくたち見てたんですが、階下の患者さんなんてたまったもんじゃなかったと思いますね。それでも一年に一度の地元の祭ですから、みんな文句も言わずに、むしろいっしょに楽しんでました」

——こんども山に向かって走ってきましたが、山の空気がって、やっぱり来てよかったという気にさせますね。さっき甲斐駒の雄姿を左手に見てきましたけど、ドロンとした空の純い



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。

感じが、ちょっと恐ろし気に思えました。

「寒かったですね、あのとき。ぼくヘルメットの中でクシャン、クシャンて、くしゃみしましたよ。」

「だいたいぼくは藤沢で育ったから、山よりも海の風景に慣れてるんです。本来サーフィンとかヨットとか、そんな遊びの方が日常的でしたから」

——ああ、色が黒いと思ったら海で焼けた地黒なんですか。

「いえ、もともとぼくは色白のほうだったんです。このあいだシンガポールに行ったときの焼けのこりなんですよ、これ。もっともそのあと庭や屋上でジワリ、ジワリ焼いたりしてますが」

——でもいいですね、黒くなるから。ぼくは以前インドへ行ったときも、パツと赤くなつてすぐに消えちゃったんです。現代人は“色の黒いは七難かくす”というのがぼくの説なんですけどね。少々プロボーション悪くても、顔がマズくっても、赤銅色の肌ってコンプレックス消えますからね。」

ところでバイクには、どれくらいの頻度で乗っていますか？

「毎日です、雨の日以外は。雨ってコワイし



STANSTON COOPER

●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 ●

SOUND

●バイクサウンドでお店の演出

「ウィンディ・ビープル」
ユビテルレコード YD27・7001
¥2800

やっぱりバイクは音。というよりバイクを音で表現したらこうなった、というレコードができました。その名も「ウィンディ・ビープル」。ガラガラとガレージを出て行くシーンからツーリング中の音、そしてその間をバイク感覚でアレンジしたミュージックで埋めつくすというシロモノ。

以前「グッド・タイム・ツーリング・X S」 というバーチカルツイン・ヤマハX Sのレコード（X X・7007）がありました。このレコードはフェリーを使ったバイクツーリング版で、音楽はまったく無し、た



だSE（効果音）にナツタンと都はるみの歌が少し聞こえてくるというものです。つまり、ややマニア向けのレコードだったわけです。まだ注文すれば入手可能この「ウィンディ・ビープル」はライト感覚で迫った現代風の一作というところ。バイクのレコードをいっばい集めて、お店で流すというのもナカナカ気分がのってよるしいのではないのでしょうか。

BOOK

●バイクメカの決定版と用品選びの好参考書

「バイクメカニズム図鑑」・出射忠明著
グランプリ出版 ¥980
「ライダーズマニアル改訂版」
柏秀樹編・山海堂 ¥980

お客さんから、YICSってなに？ モノサスってなに？ ときかれたとき、一発で答えられなければやはり尊敬されるお店にはなれません。なんといってもバイク屋さんにはバイクのプロショップだからです。というわけで、これからしっかりとバイクメカのことを知っておこうというヤル気満々の人におすすりめるのがこの本です。その名もすばり「バイクメカニズム図鑑」なのです。バイクのメカを口でアードコードだといってもなかなか理解するのはむずかしいことですからそこで考えられたのが図による解説なのです。



カラーをふんだんにとり入れたこの本、イラストも解説も著者・出射忠明さんの手によるもので、このオジさんは元モーターファン編集長。しかも自動車アーチスト協会（JAA）理事で、メカもイラストも特級の人物。前作の「自動車メカニズム図鑑」も大好評で、その2輪版がこの本になるのです。メカニズムのトラの巻として、しっかりとひそかに読んでおきたい一冊なのです。

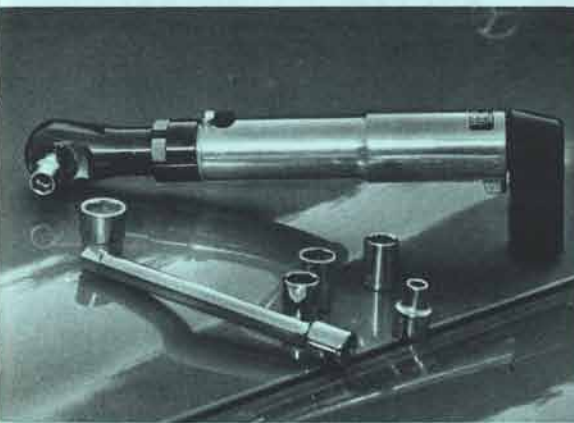
それから、もう一冊。バイク用品選びの基礎知識を身につけるための本「ライダーズマニアル」が改訂されました。バイクメカと同様にバイク用品もそれなりに知識がないとお客さまのするとい質問にお答えできなかつ

たりします。ヘルメットを始めとする各種ウェアやバイク用品の本質を詳しく解説したこの労作、バイクショップの新入社員の教材として使っているお店もあるとか。お店にどんな用品をおくべきか、という時にきつと役立つ一冊でもあります。

TOOL

●世の中、すべて電動式。だから工具もモーターで勝負

フッソー、ポルトやナットの脱着は手動。忙し



いお店のご主人にとっては、まさに職人といえるほど素早く作業をすめることになりま
す。しかし、それはとても疲れることでは
さつと整備を済ませて、お客さまとの対話に
時間をかける。それが新しいやり方なのです。
というわけで、「充電式ラチェットレンチ」
をおすすめしたいのです。この新兵器は、頭
部にラチェット部をもち、DC3・6Vのパ
ツテリーを電源とするモーターを内蔵。電動
工具の作業の早さとハンド工具の手軽さをあ
わせもつ工具で、ボルトやナットの仮締めは
モーターの力で、仕上げはハンド工具として
増締めし、ボルトなどの脱着を短時間でおこ
なうものなのです。

全長30cm。重量0・9kg。無負荷の状態
で連続約20分使用でき、充電は1時間で完了し
ます。もちろんコードレスなので場所を選ば
ずに作業ができるので便利さは抜群といえま
す。㈱ハイオス製 価格¥29,800
問合わせは㈱ハイオス ☎03-5855-5
535 へどうぞ。



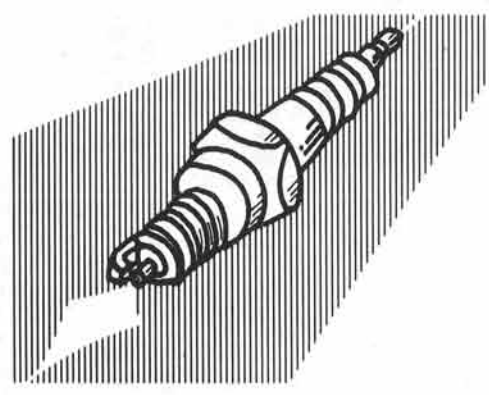
●点火プラグに革命!!

普通、点火プラグといえば混合ガスを爆発
させるための着火機能しかもちません。しか
し、その単一機能はモーターサイクルが20世
紀初頭に登場して以来、まったく変化のない
ままに今日に至ったのです。つまり、革新を
続けるバイクメカニズムの中で唯一、とり残
された部分だったわけですね。

ここに登場した革新プラグは、SDKブラ
グといえます。何が革新かといえますと、プ
ラグの電極部分をフレッシュエアが吹き抜ける
システムで、プラグ芯から吹き出すこのエ
アが、燃焼室にスワール効果を生じさせ、燃
焼効率をあげて、パワーを十分に発揮させる
というまるでヤマハのYICSそのまんまみ
たいなシステムなのです。これにより燃費も

10パーセント以上向上するとか。

また、低回転時燃焼後の2次空気導入によ
って、爆発直後の負圧を低減し（逆にいえば
常圧に近づける）エンジンの回転をスムーズ
にもします。これは当然のことながら振動を
低減するという点でもあります。このプラ
グが良いとか悪いとかを言う前に、燃焼室に
は一体何が起っているのか、またどのよう
にしたらもっと効率が良いなるのかを、お客さ
まと一緒に考えるということがまた楽しいの
ではないでしょうか。SDKプラグ一本9
50円 ㈱コーケン 03-5551-0951



●いま女子大生の間では……

「商店界」という雑誌によりまずと、首都
圏および近畿圏の女子大生500人を対象に
調査したところ、彼女たちのおしゃべりの内
容の1位は男性のうわさ。まあ、これは当然
のことでしょう。やはり女の子なのですから
2位はファッション。3位勉強、4位音楽と
いった順だそうです。ただ関西は、4位の音
楽に対して、食べ物。食いだおれの大阪のこ



とだから、この食べ物が関心の的になるのは
無理もないことです。

そこで、それ以下のおしゃべりの内容を見
ましたところ、クルマが25位中16位とやや
低迷していますが、この中には当然バイクの
ことも含まれているのではないかと思われま
す。今や、ファミリーバイクをはじめとして
スポーツバイクに乗る女子大生は急増してい
ます。50ccや125ccのバイクにまず関心がある
ようですから、お店が喫茶店風で、しかも50
cc/125ccのバイクが置いてあれば女子大生が
立ちよる可能性も大いにあります。というよ
り、女子大生が寄つてみたくなるお店づくりを
してみるのが親しまれるお店の新しい
やり方なのかもしれません……。



●ライトウェイトの時代。とはいっても
雑誌のあの重さが好きだという人も

目方でマガジンを分析すると、女性雑誌は
平均的に重く、男性雑誌は読みすてタイプの
軽量級が多いという結論が、毎日新聞に紹介

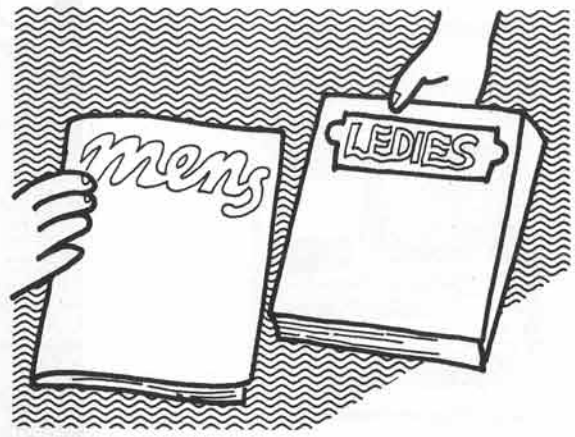
されてきました。
ちなみに、「家庭画報」(1・4・10号)、「ミ
セス」(8・20号)、「モア」(7・10号)に対して、
「フォーカス」(1・21号)、「ダカーポ」(1・22
号)、「スタップ」(1・9・4号)など。

重い雑誌は読んだあと本棚に収める。マガ
ジンラック・マガジン。と、読みすての。ポ
デイサイド・マガジン。とに分類できるそう
です。

ところでバイク雑誌の方はいかがでしょう。
軽い気分を伝える「オートバイ」は第3種郵
便物から小包扱いになった1kgオーバーの重
量級。続いて「モーターサイクリスト」。やは
り伝統の重みが雑誌の重みになるのか。今や
「モトライダー」もあの判型では重い方に属
します。

軽い気分で攻めるのは新人「ライディング
スポーツ」。スポーツ誌を超えた良い雑誌。
対して「ライダーズクラブ」「別冊モータ
ーサイクリスト」「サイクルサウンズ」は重
さよりも平とじA4判型の雰囲気、マガジ
ンラック・マガジンの部類とでもいいしまし
ょうか。じっくりとき合える種類ですね。

バイクマガジンに言えることは、重さより
もいかに個性があるか、ということ。そもそ
もバイクは個性的なのりものだからなのです。



理論編

あなたのお店にもコンピューター

ヤマハでは、かねてから販売店さんの管理事務の合理化の一環として、コンピューター導入のための準備を進めてきましたが、このたび2輪販売店専用のソフトシステム「VOCSS」(ボクス)を開発、お店のみなさまにご紹介することになりました。そこで、この講座でも、これから3回にわたり2輪販売店さんへのコンピューター導入のための予備知識をご紹介します。第1回は、コンピューター導入のための基本的な考え方で、なお、VOCSSについては、担当のヤマハマンにお問合わせください。

これからの「商売を左右する」情報 それを管理するのがコンピューター

最近では、バイクもつきつきにニューモデルが登場し、機種もずいぶん多くなってきました。昔のように機種が、4種類か5種類というような状況であれば、ちょっとしたマニアならそれぞれの特徴をすべて知っていても不思議ではなかったでしょう。しかし、最近のように機種が増えてくると、全部を知っている、ましてや全ての実物に触れてみるなんてことは、ほとんど不可能になってきます。

そこでバイクを買おうとする時はどうするか、雑誌の試乗記を読み、カタログを集め、馬力は、トルクは、車重は……とスペックを調べていきます。つまり、よいバイクを選ぶために必死の情報収集と検討がなされているのです。一般に何かを決定する時に、その対象が複雑になり、数が多くなればなるほど、決定もむずかしくなり、そのために必要な情報も増えてきます。

販売店さんの経営にもまったく同じことがいえます。

昔のように販売台数も少なく、顧客の数もたいしたことはない、という時代であれば、

全てを頭の中に覚え込んでしまうこともできましたし、勘に頼ったところで、たいした間違いもなかったでしょう。

しかし、最近のように販売台数も増え、顧客の数も多くなる、しかもこれまで以上にキメの細かい活動をし、1人1人のお客さまを大切に守り、育てていかなければならない、という状況では、情報の必要性も格段に高まっていくのです。

そして、この情報を専門に取扱う機械が、コンピューターなのです。

コンピューターも 販売店経営の道具のひとつ…… 導入のための考え方

コンピューターは今や、一大ブーム。各種の業界で企業から小売店までが、競って導入に熱中している状況です。

「乗り遅れては大変」と焦る気持ちにもなります。たしかに、コンピューターを上手に使いこなせば素晴らしい働きをしてくれまします。しかし、焦ってコンピューターを導入してみても、使い方が悪い、使いこなせなければ何の役にも立ちません。小売店に限らず、コンピューターを導入したけれども結局使い

切れずに埃りをかぶっているというところも多いようです。

そして、これらの所に共通しているのが、コンピューターに過大な期待を抱きすぎたこと。

コンピューターといえども経営のための道具にすぎないのです。どう使うかは、使う人によって決まるのです。そこで、コンピューターに関する基本的な考え方のいくつかを紹介してみよう。

まず第1に、コンピューターは何かをしてくれる魔法の機械ではなく、人間がそれを使って何かをさせる機械だということです。つまり受身の態度ではなく、積極的な姿勢が要求されるのです。しかも、このコンピューターに何かをさせるためには、それなりの手続きが必要なのです。

その手続きがプログラムといい、機械に命令を与える基となるのです。通常はうんざりするぐらい長つたらしく、複雑なものです。偉大なる「バカ」といわれるコンピューターに間違いなく仕事をさせるには、そこまで細かく命令を出さなければならぬのです。

その次に必要なのはデータです。例えば、今日は、どの機種の、何色のバイクが、どこ





で売れたか、とか購入者はどこ（住所）の誰か（氏名）というようなことを、カナと数字を使ってタイプライターから打ち込む必要があります。これは毎日のこと、当然これがい加減であれば、いい加減に書いた帳簿と同じで何の役にも立ちません。

第2は、最初から経費や人手の節約だけを目的にコンピューターを導入しても、効果は期待できないということです。むしろ、当初は今までになかったコンピューターが入ったために、仕事が増えたり、人手もより多くかかり、経費もかさむことでしょう。

では、多くの企業や商店が何のためにコンピューターを導入しているのかといえは、それは、より多くの情報を集め、経営戦略上の判断材料として、よりよい決定を下すためです。つまり、人手やお金の節約よりも、よりよい決定のためにコンピューターが導入されているのです。

もちろん、これらの情報は、人手を使って集めたり、管理するのは不可能ともいえるもの。実際に行なったとしてもほう大な経費と

手間がかかります。その意味では、大変な節約になるといえるでしょう。

さらに、コンピューターでは一度処理するための仕組み（システム）ができあがってしまえば、あとはデータが増えても、す早く正確に処理できることから、その後規模が大きくなっても、それにつれて経費や人手が増大することもなく、長期的には、はかり知れない節約になるのです。

最後に、コンピューターの限界も考えておきましょう。

例えば、コンピューターで昨年の売上げデータを出すことは簡単です。その中で、何が一番良く売れたかも判ります。仮りにAという商品が最も良く売れたとしますと、それをどう判断するかが次の問題となります。

「昨年はAがたたくさん売れて品切れになった。今年もAが多くと仕入れておこう」と考えるか、あるいは逆に「昨年売れたのだから今年はずっと売れなくなるだろう、だから今年はずっとBを仕入れよう」と考えるかも知れません。

「昨年はAが売れた」というひとつの情報から、全く反対の結論が引出されています。どちらが正しいか、通常はコンピューターはこんなことには答えてくれません。その答えを出すのは、使う人なのです。

ただコンピューターを利用することで、昨年1年の月別のAの売上げを見ることができ、尻上がりに売上げが伸びているのか、逆に減少傾向にあるのかなどは一目瞭然です。

さらに、Aだけではなく、他の製品についても同じようにデータを見ることができ、それにより、Aと同じ高級品が伸びていることがわかれば、高級な新製品の仕入れを増やすこともできます。このようにデータとして入れてさえあれば、必要な情報を、必要な形で次つぎと引出すことができるのが、コンピューターの最大の特徴なのです。

導入の際のいくつかの留意点

さて、以上のことを頭に入れて、それではコンピューター導入の際の留意点に少し触れさせていただきます。

1、目的（何のために導入するのか）

ただ時流に遅れないため、とかコンピューターがあれば何か役立つのではないかと、とバク然と考えてコンピューターを導入しても、使いこなせない場合が多いようです。まず、どんな情報が欲しいのか、その情報があれば何ができるのか、から考えその目的を明確にし、それに最も合ったコンピューターを導入することです。

2、プログラムの実状にあっているか？

コンピューターで最も重要なことは、機械に命令を与えるプログラムが、使う人の意志とマッチしているかということです。

一般には、①既製プログラムの転用や②自作オリジナルプログラムの開発が考えられますが、①はどうしても実状にそぐわない、②は開発に莫大な時間や費用がかかります。そこで、こうした問題を解消し、2輪販売店さんの実状にあわせてヤマハが開発したのが、VOCSプログラムなのです。

3、かかる費用や手間の見積り

これは覚悟とといった方がよいかも知れません。（もちろん、そんなに大げさではありませんが）コンピューターは、バイクと違って買ってきたらすぐに使えるものではなく、どう使うかを考え、データを入れてはじめて働きはじめるのです。

しかし、VOCSの場合、この最初のデータの作成は、インプリント伝票をお送りいただき、ヤマハ本社で代行することになっていきますので、全く問題はありませぬ。そして、操作を覚える手間も、きわめて少なくすむのが特徴です。

しかし、コンピューター・システムというのは、育てあける、という部分が多分にあります。手間をかけ、ヒマをかけて毎日手入れをし、使い込んでいけば、やがては大きく育つて、お店の強力な経営スタッフ、お店に欠かせないのでないブレインとなるはずですが、次回、ヤマハが2輪販売店さまのために開発したソフトウェアVOCSと、それを使うためのハードウェアについて、より具体的に

にご紹介します。（つづく）

INFORMATION FROM YAMAHA

● 詳細な情報は「ヤマハ」の各店舗にてお問い合わせください

SALES



インホームショッピング時代を先取り！ 夏のヤマハショッピングカタログ「ホットライン」完成

教室、乗り方教室、クレジット販売などヤマハの需要創造活動に関する情報を紹介したオリジナルヤマハ総合商品情報誌「ヤマハショッピングカタログ」が完成しました。

これは、お店に1冊常備して店頭用総合カタログとしてご利用いただくばかりでなく、訪問販売、テレフォンショッピング、カタログショッピングなどますます盛んになるインホームショッピング時代を先取りしていただくための画期的なツール。

なにして、この「ホットライン」に納めたヤマハ商品を展示するには後楽園球場なみの広さが必要というほど多くの商品を掲載していますので、この1冊がお店の店頭スペースを数倍にも広げ、取扱い商品を飛躍的に拡大することになります。

さあ、お店でもこの夏「ホットライン」をフルに活用して業界にも例のない本格的なインホームショッピングの開拓にトライしてみませんか？！

商圏内の事業所へも積極的なアプローチ！

こうしたインホームショッピング開拓の一環として同時に定着させたいのが、商圏内の事業所に対するアプローチ。お昼休み時間をお借りしてのヤマハスクーター・ミニミニ展示試乗会などは、これからの時期、特に効果が期待できるもの。このために「スクーター」社内販売のお願いとご案内パンフも用意しています。



819安全点検と自賠責保険満期告知で代替促進

また、ますます重要になってきているリサイクルセル（代替促進）を推進するためにヤマハ独自のユニークな安全点検キャンペーン「819安全点検」を実施してみませんか。これは819円の費用で安全点検を実施、同時にオイル1ℓをプレゼントしていただく

というもの。さらに、自賠責保険満期のお客さまに、保険の更新をお知らせし、これをリサイクルのきっかけとしていただくとともに案内DMと専用封筒をあわせてDMセットも準備しました。「819安全点検」とあわせて、どうぞ有効にご利用ください。



メイト&タウンメイトの拡販も、いまがチャンス！

夏のボーナス期を控えた6〜7月は、メイトなどビジネス車を中心としたお店にとって最高の需要期。この時期に、ヤマハだけの

2サイクル&4サイクル・メイトを積極的に売り込んでいたと、メイト、タウンメイトそれぞれの特徴や適性をわかりやすくまとめたB2判、8ツ折パンフと展示車POPも準備しています。



夏の店頭を、さわやかに、いきやかに演出!

以上のような、この夏の販促メニューと専用ツールの他に、この夏お店の店頭を、涼しくさわやかに、かつにぎやかに演出いただくためのツールとしてユニークなスクーターP

OP、ヤマハ・スクーターのほり、ヤマハのほりも完成しました。

特にスクーターPOPは、仲間で陽気に走るなら……ジョグ、ダイナミックな男の1台なら……アクティブと、ヤマハスクーターそれぞれの個性を明快にアピールしたものです。

いち日バイクデパート、YSPスポーツフェスタも継続開催!

さらに、この春から継続的に開催されている「いち日バイクデパート」と5月からスタートして好評の「YSPスポーツフェスタ」も、6月〜7月、さらに活発な開催が予定されています。特に、YSPスポーツフェスタは、会場の雰囲気をもりあげる横断幕のほりに加えて、RZ、XJ、XTなど各機種別のほりも完備。夏商戦のスタートに大きな話題を提供します。どうぞご活用ください。



SAFETY

ビデオ免許教室が、さらに手軽に

新型ビデオ・カセットを特別価格であつ旋!

テレビに映る画面とインストラクターの解説で原付免許試験の内容が楽しく学べる「ビデオ免許教室」は、お客さまのご要望に応じて販売店さんがお店で簡単に開催できることもあって好評を集めています。

そこで、ヤマハ安全運転推進本部では、この「ビデオ免許教室」をさらに多くの販売店さんで、さらに手軽に、さらに活発にご展開いただくとうと、最新型ビデオ・カセットレコーダー2機種をお求めやすい特別価格であつ旋することになりました。

ご紹介するのは、サンヨー・マイコンックシリーズの最新型機・F4 (VTC-F4) とG2 (VTC-G2) の2機種。

F4は、ワイヤレスリモコンをはじめ、逆転再生、クリーン・サーチ、静止などを備え、多機能タイプ。標準小売価格148,000円 (リモコン付) を99,800円であつ旋します。一方、G2は逆転再生、静止画再生、クリーン・サーチなどの機能を備えながらも操作の易しさを追求した簡便タイプ。こちらは標準小売価格128,000円を79,800円

円であつ旋することになっています。

そして、わかりやすい内容で好評の「ヤマハ・ビデオ免許教室」用テープは、15,000円。ベータとVHSの両タイプがあります。いまや、ビデオの全世帯に占める普及率は、10%にものぼろうというほど。お客さまの中にも、教材を借り出して自宅で自習したいという方も多いことでしょう。こうした人のためには、ビデオテープとテキストをセットした貸し出し用教材も用意しています。お店にはどうぞご常備ください。



SERVICE

お客さまの入手希望が増えているサービスマニュアルを
セールスにも積極的に役立ててください！

みなさまのお店の修理・サービス作業にお役立ていただくために、ヤマハでは機種別にサービスマニュアルを作成しています。各機種ごとの分解整備および点検調整等の方法を、具体的に写真でわかりやすくご紹介したものと

ですが、最近ではスポーツバイクのお客さまから、このサービスマニュアルの入手を希望する声が増えています。

そこで、サービスマニュアルをお店のサービス作業の参考書として常備いただく他に

こうしたお客さまの要望に応えられるだけのストックを用意され、セールス活動にも積極的に役立てたいと思います。

価格、ご注文等は特約店・販売会社の営業技術課へどうぞ

TS

SLオフロードライディングスクール用VTR完成！

話題のXT250Tの登場で再び活況をみせているオフロード市場。そして、このXTやDT拡販の原動力として全国で展開されているのがSLオフロードライディングスクールですが、このほどこのオフロードライディングスクールのビデオが完成しました。

その名も「オフロードへの道」と題した約25分のこのビデオは、実際のオフロードライディングスクールの模様を通じて幅広いオフロードの楽しさをアピールしようというもので

もちろんオフロードライディングスクールの座学講習用にご活用いただくばかりでなく、お店のスポーツクラブのミーティング用に、また展示試乗会などイベント時のデモンストレーション用に、さらに普段の店内演出のひとつに……と、ご商売のうえでもきわめて幅広くご利用いただけるものです。

B-IIとVHSの両タイプがあります。お店にも、どうぞお備えください。

(販売店さま回転価格7千円)



スポーツランドSUGO

販売店さま向けのバックを「用意しました！」

スポーツランドSUGOでは、この夏販売店みなさまに①「ヤマハ親子教室」(7/20、8/31、大人¥20,000、子供¥15,000、ホテル1泊・キャンプ1泊)②「サマーバック」(7/1、8/31、大人¥9,000、

子供¥8,500、キャンプ2泊より)、お客さま向けに③「ツーリング&ロード・モトクロス走行」(15名以上1名様¥16,000、ホテル1泊3食)をご用意しました。どうぞご利用ください。(詳しくは東京営業所まで)

SUGOイベントカレンダー

4(出)~5(回) ●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

11(出)~12(回) ●SUGOゴルフスクール
12(回) ●SLサーキットラン
19(回) ●SLカップトライデューロ第2戦
26(回) ●SUGOラン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

7月

1(金) ●ウイメン祭(18/31)
●キャンプ場オープン(19/4)
●全日本カート東日本大会
●SLカップエンデューロ第3戦
●ブルオープン
●SCS東日本自動車レース
●SLカップトライロード第3戦
●SLカップロードレース第3戦
●SLサーキットラン
●MFJ宮城県選手権モトクロス第3戦
●夏休み軽スポーツフェスティバル(18/28)

●バーベキュー祭・イタリア祭・ステキ祭(18/31)
●SLカートサマーフェスティバル

30(出)~31(回) ●SUGO東京営業所
105 東京都港区芝2-31-16
03(456)019-
SUGO仙台営業所
980 仙台市一番町1-4-1 福田ビルF
0222(66)840-
スポーツランドSUGO
989-114 宮城県柴田郡村田町管生
022483-311





YAMAHA TOPICS

●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誌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 ヤマハ発動機株式会社 営業部宣伝課「ヤマハニュース」係 ☎05383(2)「フリーダイヤル」内線2356

MOTOR SPORTS

3月19日の南アGPで開幕した'83世界選手権ロードレースシリーズは、5月11日の西独GPで4戦を終了しました。メインレース500ccクラスの注目の的、ケニー・ロバーツとYZR500は、第1戦以来つねにリーダーシップを握り、激しい首位攻防戦を演じていましたが、周遅れ

ライダーとからんでの転倒、チャンパー破損による後退などアンラッキーがつついていました。しかし、ホッケンハイム・サーキットに15万人の大観衆を集めて行なわれた西独GPでは、激しい雨の中でも終始安定した走りを披露。待望の今季初勝利をおさめました。

タイトル奪還へゴー！ ケニー、待望の今季初優勝



序盤戦の快走でV4YZRの戦闘力は実証済み、首位進出の期待が集まるケニー・ロバーツ(写真は第3戦イタリアGP)

上野真一、TZ500で 全日本第4戦を制覇！

筑波

この結果、ランキングテーブルでも35ポイント。首位を行くスペインサーを射撃圏内にとらえて、注目を集めています。



ポールからスタート。ベテランらしい安定した走りで優勝した上野選手とTZ500

国内のモータースポーツシーズンも、いよいよ中盤戦に突入。各シリーズ戦とも熱のこもったレースが人気を集めています。5月7、8日の両日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4戦にも1万人の観衆が詰めかけるほどの人気を示しましたが、ヤマハTZ500を駆る上野真一選手は、注目の国際A級500ccクラスで初優勝を飾りました。

予戦では1分04秒86を記録、久びさのポールポジションを得た上野選手は、スタートこそやや出遅れたものの、中盤以降はトップを快走。後半も、天候の急変で風雨が強まる中で安定した走りを見せ、みごと26周のチェッカーをうけました。第2戦平、第3戦木下、第4戦上野……とヤマハパワーの快進撃がつづいています。

庄司寛十YZM125 全日本第4戦で総合優勝！

鈴鹿

一方、5月14、15日には全日本モトクロス選手権シリーズの第4戦が、鈴鹿サーキット・モトクロスコースで開催されました。このレース、ヤマハYZM125を駆る庄司寛十選手は、メインレースの国際A級125ccクラスで両ヒートとも安定した走りを見せ、トータル22ポイントで総合優勝を飾りました。

第1ヒートでは、スタート直後8番手につけながらも後半追いあげを

みせ3位でゴール。午後から降り出した雨による悪いコンディションの中で迎えた第2ヒートでも、スタートで出遅れながらもラスト2周で2位にまで浮上する健闘をみせ、3万8千観衆の惜しみない拍手を浴びていました。



今季初の総合優勝を果たした庄司選手とYZM125



大学生と二輪車を結ぶニューコミュニケーション!

第1回『大学生協モーターサイクルフェア』



季節も最高、通学はスクーターで…… / ヤマハスクーターは大学生にも人気のマト。ジョグは4日間で12台も成約

4月26日から29日までの4日間、「大学生協モーターサイクルフェア」が、東京・渋谷の大学生協渋谷会館を会場に、大学生協東京事業連合に加入する東京、千葉、埼玉、神奈川の38大学の学生を集めて開催されました。会場のヤマハコーナーでは、スクーター、スポーツバイクなどの展示のほか「技術・安全相談コーナー」での原付免許教室、YRSの紹介・

受付など盛りだくさんの催し物に加え、VTRを利用した『汚れた英雄』の上映が学生たちの人気を呼んでいます。期間中の来場者は1600名を超えジョグ、アクティブ、RZ250R/350R、XJ400Z/Z/S、XT250Tなどのニューモデルを中心に、予約を含めて98台もの成約が結ばれていました。

地元警察署も応援!

販売店さん主催のミニYRS

「ヤマハ名古屋株・岡崎営業所」講演会のスナップ写真やクラブ規約などもおみせして、アピールした

効果があつたようです。私たちの安全普及活動を認めてもらったように、今回のミニYRSには警察署交

通課の方が初めて応援にかけつけてくださったんですよ」

これは、今年早くも3回目のミニYRSを開催した金毛利モーター（愛知県岡崎市・金毛利晴美社長）さんの社長の言葉。4月17日、会場の上地自動車学校には14名のクラブ員が集い、熱心で楽しい講習が繰り広げられました。

☆ ☆

「この講習会は楽しいからね。毎年楽しみにしているんです」という受講者のおひとり三浦誠さん（20歳／会社員）の姿を追ってみました。「慣熟走行は楽しいですよ。直線狭路もそこそこのタイムが出ます。でも、離関はやっぱり千鳥バランス。何回やっても上手にクリアできななんです。もちろん来年も参加します。参加すると、日頃から基本を重視した運転ができますからね」

その三浦さんが、調子に乗って直線コースを走っていると、応援の岡崎署のパトカーがサイレンを鳴らして追いかけるという楽しいハプニングが飛び出します。

「三浦さんはセンスがいい。バイクの特性もよく理解しています。でも、自分のウデを過信して、ミスが目立ちます。状況判断の読みが遅れがちです」とは前田チーフインストラクターの指摘。それを聞いた三浦さんは「さすが鋭い指摘」と納得顔。それでも各セクションの審査結果は総合3位。賞品を片手に「ヤッター! 来年も必ず参加します」

☆ ☆

「評判ですか? そりゃあ最高ですよ。年に2回は開催して欲しいという声もあり、ハードな内容だからこそ参加したい、という方が多いようです」と金毛利社長は話されていました。

←バッチテストにのぞむ三浦さん。「次回も必ず参加します」



↓金毛利モーターさんが主催するミニYRSも今回で3回目。回を重ねるごとに評判もひろがる。この日は、お店のツーリングクラブから14名が参加。

ミニYRSで安全普及と代替促進

（ヤマハ西東京株）
東京・福生市の米軍横田基地前で
ご商売するサイクルセンターKEYI

SHO（佐竹庄社長）さんでも、昨年10月につづいて第2回目のミニYRSを5月1日に開催しました。会場の大和自動車学校には、基地内の軍人さん達で組織しているツーリングクラブのメンバーをはじめ、お店のクラブ員を中心として36名のスポーツユーザーが集合。座学、実技、バッチテスト、講評……と盛りだくさんのプログラムが消化されました。開講の挨拶、米軍参加者との通訳写真撮影、さらに参加者へのアドバースと大忙しの佐竹社長ですが、ミニYRSの狙いについて「スポーツクラブ員に参加してもらい安全運転を啓蒙してもらいます。さらに春・秋の定例開催を通じ、代替ならケイシヨウ」をお客さまの中にぜひとも定着させたい」と語られていました。





各地で定地、定例化するすむ

SLオフロードライディングスクール

オフロードランの楽しさを通じてライディング・テクニクをマスターしよう、というSLオフロードラ



山本商会さん主催のスクールには、相模川河川敷を会場に30名が大集合

イディングスクールは、この春からつづけられていた開催コンクともあつて、全国各地で開催され、



こちらは筑後自動車商会さん(城島孝行社長/福岡県山門郡)のスクール。終了後には「市販車エンデューロ大会」も実施



成田モトクロスランドを会場に開催したのは、YSP東大和(鈴木秀明社長/東京都東大和市)さん。YZも使用したこのスクールには、小学5年生から45歳の方まで30名が参加。インストラクターは、もちろん秀明選手

西ドイツでも活発な販促活動

マクドナルドと提携してサリアンをアピール



他業種とのタイアップで販促効果を狙う活動が注目を集めています。海の向こう西ドイツでは、日本でもおなじみのマクドナルドとの提携でスクーターのアピールが進められています。

西ドイツのヤマハインポータ・三井マシナリーが、マクドナルドとの提携で実施しているこの活動は、マクドナルド利用者の中から170名にサリアンをプレゼントするというもの。これで同国内170のマクドナルド店は、サリアンムード一色というところ。期間中のべ50万人もの利用者へのアピールで、ヤマハスクーターへの話題を盛りあげています。

急ピッチで定地、定例化が進んでいます。

お客さまたちの間でも広く「オフライ」の愛称で親しまれているこのイベントについて、先の開催コンクールで優良賞を獲得された山本商会(山本俊彦社長/神奈川県鎌倉市)

「うちのオフライは、家族づれのお客さまがわりと多く、とってもいい形なんです。代替促進にも効果絶

大。今後は、もっとみんなと一緒に楽しめる要素をとり入れて、定地、定例化したいですね」と語られています。

公開セミナー 第3回『路上の仲間たち』開催

4月23日、東京日比谷の第一生命ホールで、『路上の仲間たち』公開セミナー(主催:朝日新聞、後援:総理府、警察庁、全日本安全運転協会)が各地の二輪ユーザー、交通関係者など270名の参加者を集めて開かれました。

言が交わられていました。ほかに、俳優の川津祐介さんによる「私とオートバイ」と題した講演、安全な服装をアピールする「バイクファッションショー」、ママさんコーラスグループによるコーラス、など楽しい雰囲気の中でセミナーを終りました。

この公開セミナーは、ヤマハ安全運転推進本部も協力して混合交通社会の中で相互理解を深め、交通安全を図ろうと昨年春から始められたもの。第1回の「幼児の交通能力」、第2回の「若者とバイク」につづく3回目の開催です。

今回は「バイクを語ろう」をテーマに、四輪ドライバーが日頃感じている二輪車、また二輪ライダーから見た四輪車を、お互いの立場から自由に語り、相互理解から事故を防ごうというもの。

シンポジウム「ライダーとドライバー」の席では、原付に乗る主婦や新聞社のプレスライター、運送会社のトラックドライバー、白バイ隊員なども混え、会場からも積極的な発



↑安全運転と安全な服装というテーマで行なわれた「バイクファッションショー」では、パッソルIIやヤマハウェアも活躍

→シンポジウム「ライダーとドライバー」では、運転している時の心理や状況を2輪、4輪それぞれの立場から意見交換





フレッツゴで小気味いい、と人気もうなぎのほりのヤマハサッカー (写真は対日産自動車戦)

吹きまくるヤマハ旋風! 日本リーグ前期終了

日本サッカーリーグは、5月22日
で前期すべての日程を終了しまし
たが、2年ぶり1部リーグに復帰した
ヤマハは、前期の主役となって大活
躍、5位の成績で前半を折返しまし
た。

前期・最終週の1戦を残した時点
で、なんと勝ち点10で5強が並走す
るという、史上初の大混戦となった
今年の日本リーグ。この時点でヤマハ
は得失点差で首位に立っていました
が、最終戦でおしくも古河電工に2
対0で破れ、勝ち点10の5位で前半
戦を終了したわけです。

ヤマハの試合ぶりを見た全日本の
森監督をして「こんなサッカーを日
本代表でやりたいんだ」といわしめ
たほど気力充実のヤマハイレブン。
天皇杯優勝チームとしてリーグ戦の
インターバル中にはジャパンカップ・
キリンワールドサッカー'83へも出場。
そして、後期再び上位進出を目指す
ヤマハイレブンに、ご声援よろしく
おねがいします。

動きだしたヤマハ風車発電機

ヤマハではローカルエネルギー開
発の一環として、静岡県小笠郡浜岡
町にある資源エネルギー展示施設・
ローカルエネルギー実証展示館に、
「ヤマハ風車発電機」を納入しまし
たが、さる5月15日には、多くの関
係者を集めて同施設の開所式が行な
われました。

原子力館に隣接したこの施設は1
日700人、年間25万人の入場者が
見込まれているもの。風力、太陽光
を利用したヤマハ開発のハイブリッ
ド発電装置・ヤマハ風車発電機はこ
このシンボルとして、来場者の話題
を集めそうです。



水冷、2サイクル、125cc、16馬力
CZ125・トレーシー 新発売.....215

■重役鼎談
愛される商品と信頼される人間関係で
ともに大きく前進しよう!.....6

〈特集〉
いまニコがウケています
'83ヤマハニューモデル.....10

●社長さん・ヤマハマン対談
パートナーシップで行こう.....16

●ヤマハ奥さま登場⑥
茨城県・水戸地区.....18

●太田克彦の一緒に走ろう⑥
今月のゲスト/角井 功さん.....20

●センスUPコーナー.....22

●販売店経営講座⑥
あなたのお店にもコンピュータ(一).....24

●インフォメーション・フロム・ヤマハ
ヤマハ★トピックス.....26

●パーツ&アクセサリ
'83ヤマハニューモデル用オプション&アクセサリ.....33

●シヨールーム拝見
オートギャロップ・コヤマさん.....34

●最新の広告活動ご紹介.....36

FEELING UP!

'83 NEW MODEL オプション&アクセサリ

'83ヤマハニューモデルの話題は、前半特集ページにご紹介したとおりですが、これらニューモデルの商品性を、さらに高めているのが、それぞれのモデル専用に開発したオプション&アクセサリ。

スクーターの機能を広め、スポーツバイクの走りをグレードアップするこれらオプション&アクセサリを、どうぞ本体とペアでおすすめてください。お店の収益アップに直結します。

デュアルパーパス機能さらに充実

XT250T



- ① オーバーフェンダー..... ¥ 2,100
- ② ハンドルプロテクター..... ¥ 2,100
- ③ サブキャリア..... ¥ 5,000
- バイクカバー(LLL)..... ¥ 7,000

さっそう、ジョギング気分

JOG



- ① フェアリング (DX)..... ¥ 8,500
- ② フロントボックス..... ¥ 8,700
- ③ フェンダーマスコット..... ¥ 1,000
- ④ フロントフォークカバー..... ¥ 2,500
- ⑤ ステップマット..... ¥ 2,500
- ⑥ インナーポケット..... ¥ 2,600
- ⑦ サドルカバー..... ¥ 1,500
- ⑧ リヤボックス..... ¥ 8,900
- ⑨ ライセンスホルダー..... ¥ 1,000
- ⑩ サイドキャリア..... ¥ 3,800

みなぎるレーサー感覚

RZ250R/350R



- ① タンクバッグ..... ¥ 19,000
- ② アンダーカウル..... ¥ 7,500
- ③ シートカウル..... ¥ 15,000
- サブキャリア..... ¥ 4,500

アクティブをよりアクティブに

ACTIVE



- ① ウィンドシールド..... ¥ 4,000
- ② ナックルガード..... ¥ 3,300
- ③ フロントスポーツキャリア..... ¥ 4,500
- ④ アンダーキャリア..... ¥ 4,500
- ⑤ サイドガード..... ¥ 2,300
- ⑥ サイドスタンド..... ¥ 1,500
- ⑦ オーバーレグシールド..... ¥ 4,500
- ⑧ リヤボックス..... ¥ 16,000
- ⑨ リヤマッドガード..... ¥ 900

スーパースポーツドレスアップ

XJ400Z/Z-S



- ① アンダーカウル..... ¥ 11,000
- ② シートキャリア..... ¥ 3,900
- (その他のオプション)
- デジタルクロック..... ¥ 8,500
- アッパーカウル (Z専用)..... ¥ 28,000
- エンジンガード..... ¥ 5,500
- バイクカバー..... ¥ 6,500

[写真はXJ400Z-S]

(有)オートギャロップ・小山隆司社長
 東京都八王子市北野町538-21 ☎0426(46)2655

330㎡(約100坪)の敷地に115㎡(約35坪)2階建ての(有)オートギャロップさん。1階をバイクのショールーム、2階を用品フロアとし、油汚れを徹底的に排除したブティック感覚の店内は、女性客からヤング、アダルトまですべてのお客さまに、さわやかな印象を与えて好評です。

黄色の壁面にブラック・ストライプ。印象的な2階建店舗は街の目印にもなっている



ブティック感覚でまとめた2階建てのお店

お客さまとお店のツー・ウェイ コミュニケーションを生み出す “お客さまコーナー”



◀ 商談カウンター

↓ 国道16号線の交差点角という好立地を生かして、ウィンドは可能な限り大きくし、道行く車の中からも店内の様子がわかるほど



↑ 115㎡の1階ショールーム。スクーター、ロードスポーツ、オフロードスポーツとスツキリと区分けされ、中央には話題の新商品を配してニユース性も十分

← 2階はヘルメットやウェアを中心とした用品コーナー



ブティック感覚の店づくりに意欲的な小山社長と高橋幸男専務(右)



→ お客さまに好評のお客さまコーナー。窓の向うが49㎡のサービス工場で、整備待ちのお客さまがここから整備ぶりを眺めることもできる

●狙いは「バイク・ブティック」

「オートギャロップ」さんの創業は、ちょうど2年前の7月。当時のお店をふりかえって小山社長は語ります。

「最初の店舗は、面積もわずか43㎡(13坪)。その中にバイクの展示、用品の展示、さらに修理サービスとすべての機能をぶち込んでしまったので、どう整理してみてもゴチャゴチャとして一向に整理がつかないんです。おまけに油污れも目立って、とても今風の店とはいえなかった……」

そしてこの時の反省をもとに、4月8日にオープンしたばかりの新店舗が、ここにご紹介したお店。その狙いは「バイク・ブティック」とか。

「当り前のことですが、お客さまがいつ見てもきれいで、入りやすい店にしたかった。そこで、2階建にして1階をバイクのショールームとサービス工場に、2階全体を用品・ウェアフロアとして独立させてみました。また、1階のショールームは、できるだけバイクそのものを浮か出させようと、ゴテゴテした装飾を避け、白の壁にグリーン色の床でシンプルにまとめてみたつもりです」

●月1回のイメージ・チェンジが

お客さまの来店を促進

イメージを一新したお店をさらに効果的にお客さまに印象つけていこうと、小山社長は

店づくりのポイント

オートギャロップさんのお店は、店舗・外装をはじめ至るところに売って行くための積極的な姿勢が感じられます。

感じとれることは、いろいろな活動を実行されていること。これはじつに素晴らしいことです。いろいろなアイデアを実際にトライしてみる。それに対するお客さまの反応を感じとり、これを積み重ねていく——これこそ繁栄するお店づくりの第一条件であり、そんなお店が、活気のあるお店といえるのです。

毎月1回の店内演出のリフレッシュ、そして「お客さまコーナー」の充実を、もっかの課題とされています。

「毎月1回展示車の陳列変えと、店内演出を変更してショールームにいつも新鮮なイメージをつくり出し、お客さまに「活動的な店だな」という印象をうえつけたい」ということです。当然「今度行ったら何ががあるかな」とお客さまの来店回数も増え、コミュニケーションも深められますからね。

また、商談コーナーとは別に「お客さまコーナー」も設けています。これは、新車情報などを掲示する大型伝言板(コルクボード)やビデオテレビ、二輪専門誌などのバイク情報を集めたコーナーで来店されたお客さまや整備待ちのお客さまに好評なんです。

ショールームの演出上からも、営業面から、こうしたコミュニケーションの場というのは絶対に必要ですね。

「お客さまの感覚や流行は、めまぐるしいほどの早さで移り変わっていく。そこでブティックなどのように3年ぐらいのサイクルで時代、時代にあわせた店全体の模様変えも考えていきたいと思っています。3年も経つとちやうど店も汚れてきますからね……」とも語られています。

オートギャロップさんからは、こうした雰囲気が十分に感じとれますが、店内演出に限ってみれば、店内の中心的存在・核となる部分をもう少し鮮明に打ち出すと、一層よい店となるでしょう。

XT250Tなど、オフロードモデルが展示してある辺の床の材質や色を変えるなどして、存在感を明確に打ち出してみたら、ショールーム全体がひきまわってくると思います。

株式会社 伊藤 隆蔵

ヤマハ店舗相談室

