

秋商戦は実り大きく!

ヤマハ'83秋キャンペーンご紹介



いま、バイクは スポーツツアリング! 今流行二輪車遊技指向派顧客気質



250ccバイク・ブームから、アダルトユーザー・ブーム、そしてレディスライダー・ブーム……と続くスポーツバイクの需要傾向。そんな中で、いま着実に育まれているのが、オン&オフのツーリングをはじめ、モトクロス、トライアル、ロードレース等のスポーツバイク活動です。

この夏、全国11会場で開かれた'83SLサマーフェスティバルでも、印象に残ったのは「見るスポーツ」から「参加するスポーツ」へのスポーツバイク活動の質的転換。ここでは、東北、関西、九州で開催された'83SLサマーフェスティバルにおける参加者の声を取材。スポーツバイク活動の期待をさぐってみました。



●たっぷり汁を流して楽しいモトリングでした。(宮城県仙台市/佐藤和彦さん)

●丸1日バイクと触れ合った感じ。とても満足です。(宮城県仙台市/長谷川道夫さん)

●トライアル競技を通じてモーターサイクルを肌で感じています。(福島県福島市/岡本重信さん)

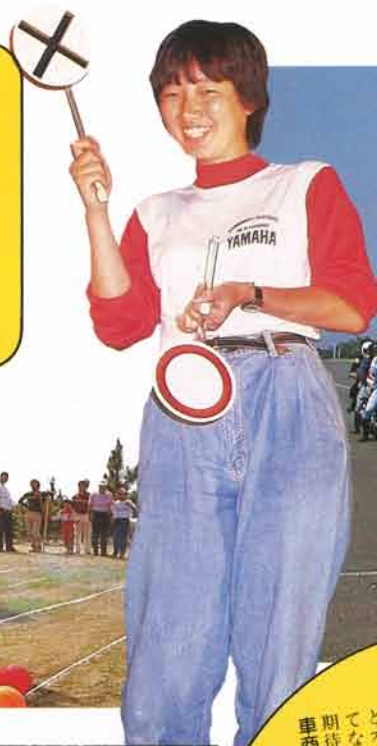
●自然の中でのキャンプとフェスティバルはバイクライフをまたひとつ楽しくしてくれました。(福岡県福岡市/寺田邦広さん)

●チャリティオークションで何も手に入れられなかったのが残念。(福岡県福岡市/小田代朋子さん)

「やはりスポーツバイクの拡販にツーリングなどのスポーツ活動は欠かせませんね。モトリングの目玉は他クラブとの交流。9月にはさっそく星野へ全日本MXの観戦ツーリングを考えています」(佐賀県佐賀市/中村サイクルセンター・中村健一郎社長)

「誰もが参加し楽しめるオープンなバイクイベントっていいですね。日頃スポーツ活動に参加できない一般のユーザーに、バイクの本当の楽しさを知ってもらおう絶好のチャンスですから。来年もぜひ参加します」(大分県豊前市/YSP豊前・馬場真人社長)

「8時間かけて8名でやってきました。キャンピングしてバーベキューをつつく体験は初めて。これを期に、今後はテントを持ってツーリングに出かけてみようとも。お店自体のモトリングを考えています」(鹿児島県鹿児島市/協和モーターズ・伊地知洋社長)



「今年はおうちのお客さま17名が参加したんで、今年初めての人がほとんどですが、バイクを使って遊び、汗を流すメニエーがこんなにあったなんてビックリ。思う存分楽しめました」(宮城県名取市/モトショップ 次男・佐藤次男社長)

「モトクロスを中心に30名が参加しましたが、他のクラブとの交流も深められ大感激。オファとオンのお客さまが一同に集まったのも初めてなので、今後のお客さまも同志のまとまりも期待できそうです」(青森県弘前市/福田自動車商会・福田剛夫社長)



●ロードレースをやりたいのでサーキット走行を体験しにきました。(宮城県仙台市/山岸久敏さん)

●国際A級ライダーの後について走りが勉強できたのが最高。(福島県古川市/佐々木浩信さん)

●こんな大勢のツーリングは初めて。他のクラブと交流できたのが印象的でした。(福島県古川市/加藤貴浩さん)

●今日はモトクロスのノービス125に出る。賞品がいっぱいなのでガンバります。(宮城県柴田郡/佐藤勝也さん)

●毎年フェスティバルには参加しています。ノービス以下のライダーも楽しめるから好き。(宮城県仙台市/千葉信一さん)

●今年初めてですが、こんな企画だったらどんどんやって欲しいですね。(岩手県久慈市/小田秀明さん)

●ライディングコンテストではあらためてバイクの取り回し方を再認識させられました。(宮城県遠野郡/中島要治さん)



●テントでバイク仲間と一緒に過ごしたのが心に残りました。(宮崎県延岡市/日高範孝さん)

●来年もモチロン参加しますよ、ゼッタイ!(宮崎県延岡市/大森正人さん)

●あこがれの光安鉄美選手と会えたのが最高!(宮崎県延岡市/中山喜代美さん)

●他のクラブと知り会えたのが収穫。バイクに乗ってよかったな、と実感した1日でした。(福岡県大牟田市/古賀哲也さん)



「今回のモトリングで、よりお店とお客さまの距離が縮まったみたいですね。大勢のバイク仲間が集まってモーターサイクルスポーツを楽しむ。これからのユイ・ザイブくりには絶対に必要なことです。」
 (宮崎県仙台市/ワンダーランド 高田、高田泉社長)

「モトリングのレースではなく、家族的な雰囲気の中で楽しめたのがよかったですね。レースと無縁だった人も結構楽しんでいたし、販売店を受付窓口にしたのもいい。今後はうちでも普及活動に力を入れていくつもりです。」
 (大阪府東大阪市/バイクショップ・ウィンティ 富社長)



●工藤選手のスーパートライアル・テクニクにはただただビックリでした。(福岡県博多市/足立正人さん)

●いっぱい遊びが用意されていたので大満足できました。(大分県豊前市/兎田隆明さん)

●家族で参加できるバイクイベントが気に入りましたネツ。(福岡県福岡市/田原憲一郎さん)

●フローティングターンがとても印象的。機会があればトライアルも始めてみたい。(福岡県福岡市/伊藤政彦さん)





ヤングを中心に7500名が応募!

「クイズに答えてトレーシィCZ125をもらおう!クイズに答えてトレーシィ選手のサインボールを当てよう!」——実はこれ、ヤマハ東神奈川株とヤマハ西神奈川株が7~9月の3か月間実施している「トレーシィ発売記念・ビッグヒットプレゼント」というキャンペーン。8月初めの第1回抽選には、ヤングを中心に7500枚のハガキが殺到、トレーシィ人気的一端を示しています。



スクーター・ジャンルを超えて話題騒然 走りですべてを圧倒! エアロススクーター・トレーシィ

スポーツフィーリングいっぱいのトレーシィは、二輪専門誌の誌面でも活躍中です。中には、テストコースを利用してRZ125などと比較試乗する企画も飛び出すほどで、専門誌記者の視線は急上昇。水冷・2サイクル・16馬力が生み出す新しいスポーツフィーリングが、これまでスクーターには見向きもしなかったスポーツバイクユーザーの間でも、大きな関心を集めているのです。
専門誌の評価もスクーターを超えているのです



「二商売の中心を占めるスクーター商戦ですが、そんな中でこの夏、新登場のトレーシイは、確実に新しいお客さまを増やしています。そこで、ここではトレーシイのお客さまの声と、販売店さんの声を追ってみました。」

ヤングに人気のトレーシイ スポーツ・フリーリングが受けられます！

フルフェイスとスニーカーが似合うヨ！

●庄子龍弥さん(埼玉県川口市・23歳・会社員)



「ワット開こう、トレーシイのスロットル」と、トレーシイの走りに満足する庄子さん

フルフェイス、Tシャツ、ニュースリムのジーンズ、そしてスニーカーという姿で、ピカピカのトレーシイに乗る庄子龍弥さんに登場してもらいました。バイク歴は16才から。現在は400ccの4サイクルロードスポーツ車と、80ccのモトクロッサーのユーザーで、しかも全日本ロードレースに出場する知人のメカニックを務めるというマニアの庄子さんにとって、トレーシイはこんなマシンです。

「トレーシイに決めたのは、速そうだから、面白そうだから、水冷だから、そしてカッコイイから……なんです。」

RZ250Rも欲しかったんですが、通勤(往復50km)にも使うので、距離を走ると何だかもつたような気がして……。それに軽くてオートマチックだから疲れないでしょう。

実際に乗ってみると、形はスクーターだけれど、スクーターではなくてスポーツスクーターという感じがします。これまでのスクーターの域を脱したマシン、という印象ですね。それに、2サイクルの特性が生かされて、走っていると浮きそうな感じになります。

3台のバイクのうち、今はこのトレーシイばかり乗っているんですよ。スポーツバイクだと、スニーカーで乗るとあまり絵にならないでしょう。その点、トレーシイならスニーカーとフルフェイスで決まっちゃうからイイですね。

それでいて、日常生活に必要な足

試乗車フル回転——ターゲットは若いスポーツユーザーの「セカンドバイク」

●大月信和社長(YSP京葉・南大月ヤマハスポーツショップ・エルムーン店/東京都江戸川区)



中型・大型バイクユーザーのセカンドバイクにノセしてユーザーの組織化を通じて新しい層の開拓を狙う大月信和社長の第一の活動はトレーシイの店頭試乗

トレーシイの新発売とタイミングをあわせ、早くも店頭試乗車のフル回転で新しいお客さまを獲得しようという意欲を燃やす大月社長取材しました。

「トレーシイは、走りに徹した作りというのが第一印象ですね。外見はスクーターの形をしているんですが、シートに座り、いざ走ってみるとスポーツバイクそのもの。何か新しいジャンルの乗りものが誕生したようですね。」

この魅力は、まずお客さまに乗っても

らって伝えなければと思い、うちでは1台おろして試乗車にしているんです。ターゲットは大学生や20代前半の方。しかも、現在250cc以上のスポーツバイクに乗っていて新しい時代の新しい感覚に敏感な方、と考えているんです。いま持っているスポーツバイクと同じ感覚、そして同じレベルで、より気軽に乗れる。セカンド・スポーツバイク」といった感じでの増車をまず狙っているんです。

『ワインディングロード』ならRZR、 『スポーツ感覚の生活の足』ならトレーシーさん！

●加藤 勝さん(東京都葛飾区・19歳・学生)

愛車RZ250Rは通勤やバイト先への足やツーリングなどに使いながら、「スポーツバイクと同じように乗れるから」という理由でセカンドバイクにトレーシーを選んだ加藤勝さんをご紹介しましょう。「スクーターだ、という先入観を持ちながら初めて試乗したときは驚きましたね。加速の良さ、スピード、機敏さはスポーツバイクそのものでしたから。これはスクーターの形こそしているけれど、スクーターじゃなくてスポーツバイクの新しいタイプなんだ、と思いましたよ。」

以前から、気軽に乗れるセカンドバイクとして50ccクラスのスクーターを狙っていたんですが、私としてはもっとパワーが欲しかった。そこへ来て、このトレーシーと出逢い、これならスポーツバイクと同じ感覚で乗れる、自分が望んでいたセカンドバイクこそこれだ、と思って決めました。

街中で乗るにも、RZに比べて気軽なんです。たとえば、バイトの訪問先によつては「バイクで来た」ということから、肩をしかめられたりすることもありませぬ。トレーシーなら主婦なんかに乗っているスクータータイプなので、どこでも異和感なく受け入れてもらえます。

そのうえ、走りではRZと同じとあっていくらいよく走るんです。いまでは、RZはワインディングロードを攻めるツーリングを主体に、トレーシーはスポーツ感覚を満足させてくれる生活の足として、乗り分けています。

また、オートマチックだから加速のなめらかさなんかはギヤチェンジ車よりイイみたいです。」

「走りはスポーツバイクそのもの。トレーシーは友達の間でも、たいへんな話題になっています」と話す加藤さん

としては、最高のスポーツ性を持っているでしょう。街中では、ひよいひよいという感じで、乗った面白味がありますから」



もちろん、試乗してくださった方は、従来のスクーターを超えた性能・性格に驚いているようですよ。これからは、新しいトレーシーのお客さんを主体に、「トレーシー・クラブ」

でも満足させて、RZやXJとはまた違ったトレーシー独自の世界を楽しんでもらえれば、なんて考えているんですよ。何ととっても、トレーシーは新しいジャンルの乗りものだからね……」



トレーシーの拡販は、「まず”試乗。から」と意欲満々の石井社長

トレーシーは次元の違うバイク——
だから「試乗」がポイントです。

●石井重行社長(㈱スポーツショッパイシイ/東京都江戸川区)

スポーツバイクの専門店としておなじみの㈱スポーツショッパイシイさんでも、トレーシーは新しい人気者です。この夏の店舗改装というタイミングの良さもあって、ご商売の意欲に燃える石井社長にお伺いしました。

「すごい美人がいるでしょう。すごい美人だと、最初は何か話しづらくって、とつきにくいことがあるでしょう。でも、少しずつ話しをしていると、意外と楽しくて、おもしろい、という人がいる——そんな経験ってありませんか？」

トレーシーはそれと全く同じ。ちょっととつきにくい乗り物っていうか、新次元の乗り物というか、とにかく乗ってみたいと解らない乗り物なんです。もちろん実際に乗ってみると、若い人

も気に入ってくれます。うちでも、一台おろしているんですが、店のスタッフは、ちょっとした用事や買物でも、皆んなトレーシーに乗って出掛けちゃうんですから。それだけ乗りやすくて気に入っているんでしょうね。

若い人にとっては、最初、トレーシーが一体どんな乗り物なのかよく解らない人が多いと思うんですが、やはりその辺は試乗してもらったほうが、ひとつひとつときほぐし、増車のお客さんや、新しいお客さんを増やしたいですね。

ターゲットですか。そうですね、やはり20代、若い方にどんなアピールしていきたいですね。スポーツバイクとは、また次元の違う新しいスポーティな商品ですからね」

秋商戦を乗り大きく!

ヤマハ83秋キャンペーンのご案内

さあ、秋です。

いよいよ秋商戦へ突入。

今シーズン最後のチャンスに、
キャンペーンを強力推進して、
大きな飛躍を勝ち取りましょう。

ヤマハ83秋キャンペーンは、スクーターとスポーツバイクの2つの分野で実施されます。いずれもユーザー向けプレミアムセールを柱として、来店促進キャンペーンを展開するもので、お店の内外での、見せて、触らせて、乗せての積極的アプローチに大きな比重が占められています。

83秋スクーター・キャンペーン

「ヤマハオリジナルCOMPO BAGプレゼントセール」

お店の内外で話題を起こそう!

ヤマハがこの秋、展開するスクーター・キャンペーンは、「ヤマハオリジナルCOMPO BAGプレゼントセール」です。

このキャンペーンの狙いは、ジョグ・アクティブ・トレシーの秋期拡販重点商品および利益商品に、お客さまの目をひときわ向けさせ、さらにユーザー化の促進を図ることにあります。

従って、お店では店頭および商圏内におけるご商売のあらゆる場面で話題づくりが必要となります。店頭演出はもちろんのこと、免許教室や展示試乗会、訪問販売代替促進、職域販売等の機会を通じて、そこで出会うすべての人びとにキャンペーンを訴求し、お店の内外で話題の盛り上げをお図りください。

4つの顔をもったコンポバッグ

「ヤマハオリジナルCOMPO BAGプレゼントセール」のプレミアムは、ご覧の大小ふたつのショルダーバッグがセットされたヤマハオリジナルバッグ。ヤング

の生活に多用途に対応できる、4つの顔をもったコンポバッグです。

キャンペーンの対象機種は、いま人気のジョグ、アクティブ、トレシーの3機種。もちろん、コンポバッグにはそれぞれのユーザーに合わせて、それぞれの機種のロゴが入ります。

また、キャンペーン期間は9月1日から10月31日までの2ヵ月間を設定。スポーツスクーターにジャストフィットするグッズの提供で、ヤマハスクーターのヤング人気をおおります。

店頭イメージもキャンペーン二色に!

さらに、このキャンペーンについては、以下の6種の店頭ツールをセットした店頭基本セットが用意されています。

〈店頭基本セット〉

- ① 店内シーリング——店内中央天井に期間中はコンポバッグ現物を吊して、期間後は通常のPOPとして活用。
- ② 連続旗——店内入口にセット。コンポバッグの特徴を訴求します。



「ヤマハオリジナルCOMPO BAGプレゼントセール」のキャンペーン対象車種はジョグ、アクティブ、トレシーの3機種

←傘の柄がバイクのグリップとなったヤマハオリジナル・レーシングアンブレラ



店頭試乗用としてデモバイクの特別条件が設定されたXJ400Z-S

「83秋スポーツバイク・キャンペーン」 ヤマハオリジナル・レーシングアンブレラ・プレゼントセール

商品の良さを身体で理解させる!

スクーター・キャンペーンと同じく、9〜10月の2ヶ月間にわたって実施するヤマハの'83秋スポーツバイクキャンペーンのテーマは、「じっくり乗って選ぼう!スポーツバイク」です。

読んで字のごとく、これは、お客さまを実際にヤマハのスポーツバイクに乗せて、商品の良さを身体で理解してもらおうキャンペーンで、それを前提にアドバイザリー・セールスを行なうところに大きな力点を置いていきます。今回のキャンペーンにおける重点モデルは、XJ400 OZ/Z-S、RZ250R/350R、XT250Tの4機種5タイプ。キャンペーン期間中のユーザー・プレミアムとしては、写真のイエロー&ブラックのUSカラーによるブロックパターン入りのヤマハ・レーシングアンブレラを用意しました。

デモバイクはXJ400Z-Sを用意

とくに、9月という季節は、夏休み中に中型や限定解除の免許試験に合格した人たちの免許交付が急増する季節でもあります。このキャンペーンでは、そうしたフレッシュライダーへのアプローチを重視。自動車教習所の卒業生を対象としたミニYRSの開催や、免許取得者に対する合格おめでとうプレゼント、さらに、そうした人々たちへの練習バイクのレンタル……等の政策展開に期待

③のぼり——店頭、展示会でのアイキャッチャーとして使います。

④ポスター——セールの内容詳細告知。

⑤ウィンドステッカー——店のウィンドに内側から貼り付けます。60cm×90cm。

⑥短冊ビラ——展示商品に直接貼付。展示会で活用。



そのほか、セール告知とジョグ、アクティブ、トレイシーの重点告知を兼ねたチラシとDMハガキも用意。店頭演出はもちろん、この間のセールスアプローチはすべてこのキャンペーンを前面に押し出した展開をお願いいたします。

をかけているものです。

なお、このキャンペーンの重点モデルのひとつXJ400Z-Sについてはデモバイクの特別条件も設定。試乗をさせて密度の濃い対面販売を推進します。

YSP、YSSでは全国統一フェスタも

また、キャンペーン期間中の9月23日〜25日と10月8〜10日には、もうひとつの目玉としてYSP、YSSの店頭を中心に全国統一フェスタ「ヤマハ秋のスポーツBIG商談会」も開催されます。

このフェスタでは、XJ400Z-Sのデモバイクを中心とした試乗アプローチをはじめ、上記のスポーツバイク重点モデルをはじめRZ&XTのYSPリミテッドバージョンの訴求、XT600Zテネレの新発売告知、さらにお買得バイクバザールやお買得用品バザールの展開が予定されています。

新規、代替双方の需要拡大が見込まれるこの絶好の機会に、ぜひお店でもこれらの話題や企画を大いに活用して、積極的なスポーツバイクの拡販のための店頭動員をお図りください。

9、10月の2ヶ月間にわたっては、さらに全販売店さまを対象に、ヤマハフレンド店・秋の収穫セールも実施されます。以上、2つのセールスキャンペーンと合わせての詳細は担当セールスマンまでお問合せください。



見直そう！——お店の基本活動

商圏内の土壌を潤す5つの作業

秋商戦のこの時期を迎えて、あらためて言うことではありませんが、やはりご商売を展開するにあたっては基本活動の継続が大きな意味をもっています。たとえ、奇抜なアイデアでお客さまの関心を得ようとも、それと同時に確実に、しかも効率よくお客さまをユーザー化する基本活動のフォローがなければ、ご商売の大きな飛躍は勝ち取れません。以下に紹介するのは、ヤマハがこの秋、力を入れる5つの基本作業の見直し。あなたのお店では、どの活動を軸にすえてご商売を展開していきますか？

同じパターンではインパクトはゼロ！

1 スクー 免許教室

新規需要の開拓に慣れてはならない原付免許教室ですが、毎回同じチラシや同じパターンでは、いくら関心を抱いているお客さまであっても興味が薄れるというものです。それに、毎回同じ媒体や方法を使っていたのでは、見る人も同じ。スクーター免許教室の動員力が落ちていくという現象も、ひよつとしたらそんなマンネリズムが足を引っばつ

ているともいえそうです。

おりしも、いまは網で大量にすくう時代から、手間暇をかけた一本釣りの時代。こと、スクーター免許教室に関しても、告知はもちろん開催方法やプログラムの設定の段階で、ひと味違った工夫を凝らし、他店との差別化を図ることが決め手となっているのです。

ターゲットを絞り込んだので、ニーズに合わせた教室の開催（『実力診断キャンペーンの実施等』や開催告知方法や、利用媒体の見直し（『商圏2km以内での投げ込みや、自転車へのタッグ取付等』）、お店と受講者とのコミ

ユニケーションの強化（『事前講習の実施や、購入時特典の先渡し等』）を通して、新規客の発掘をお図りください。



目先をかえた誘店・集客アプローチを！

2 展示試乗会

いくら立地条件に恵まれているお店であっても、商圏内でリーターシップを握るためには、機会あるごとに店頭およびスーパー等での展示会や試乗会等によるイベントは無視できません。

季節に合わせたセールの展開や、新商品の発売セールなどの際には、最も効果を発揮する展示試乗会の開催が必要不可欠ともいえる

ものです。ですから、お店ではその目的を熟考した上で、ユニークかつ効率の高い活動展開を組み立ててください。

たとえば、誘店・集客の一方法としては、

- 「一斉店頭整備の日」等を設定するとか、子供向けイベントの実施で話題性を盛り上げる（『金魚すくい、どじょうつかみ、落書コーナー』）とか、フル装備車を勢揃いさせた「フル装備フェア」の開催——なども可能。

人の集まる所に打って出て、お店を売り込み、さらに店頭までお客さまを呼びよせる工夫を、お考えください。



見逃しがちな身近かにいる有力見込客!

3 訪問販売

訪問販売というと、誰しもが思うかべるのが、門前払いや不在による肩すかしなどのパッド・イメージ。確かに労多くして成果なしといった苦い経験は、どんなお店でも一度ならず味わっているはずだ。

でも、だからといって訪問販売はご商売の中で無意味と判断することは、早計というも。ターゲットの選定や、目標の設定によつ

ては、これほど効率のよいセールス・アプローチは、他には考えられないともいえるからです。

ヤマハの訪問販売に対する基本的な考えはこうです。店頭売りが商売の基本である事を認識した上で、お店にこない人や、顧客に対して直接働きかけをしていく活動を定着させるということ。具体的には、①店に来てくれるお客さま、電話をしてくれるお客さまを増やす②従来の免許教室、展示会と併せて基本SPの柱とする③顧客訪問の中で紹介販売を組み合わせていく④ヤマハ奥さまの活動として展

開する——ことに目標を置いていくのです。最初から大きな期待をもたずに、まず身近かな商圏(たとえばお店から500m内の商圏)からアプローチして、確実なフォローを行なう作業をおすすめください。



4 代替促進

点検キャンペーンを軸に確実に売る!

かつてほどに総需要の拡がり著しく見られない今日、ご商売の中で代替需要の掘り起こし作業は大きな意味をもっているといわざるをえません。

既存客の代替促進を図り、1台1台を確実に売っていく作業を、スクーターユーザーはもちろん業務バイクユーザーやスポーツバイ

クユーザーに対して、いまこそ積極的に展開していく必要があります。

一般ユーザーに対する安全点検キャンペーンや特別下取りセール、シヨク等デモバイクの無料貸出しのキャンペーンを通じた誘店策や、業務バイクユーザーに対する出張点検キャンペーン、特別謝恩下取りセール、タウンメイト無料貸出しキャンペーンを通じた代替アプローチなど、キメの細かい販売促進策でお客さまへ呼びかけてお店の信頼をお築ください。

身近かな事業所からアプローチを展開!

5 職域販売

お店が単独で展開した職域販売の場面で、つねにネットとなっていたのは、協力的にに応じてくれる事業所があまりに少ないという事実でした。

では、実際、お店のご商売の中で職域販売の可能性はないのでしょうか。いえ、そんなことは決してありません。まだまだ、掘り起こすべき事業所は、お店の身近かにいっぱいあるのです。

この間の調査で明らかになったデータのひ

とつに、こんな事実がありました。職域販売に対して過大なイメージを抱いていたため、

大きすぎる企業へのアプローチ、大きすぎる販売規模の設定、大掛かりな仕掛け等に終始し、具体的かつ効果的な展開があまり見られなかった、という結果です。



ここで視点をガラリと変えて、お店でもっと身近かな事務所(たとえば取引先の銀行や保険会社や近くの町工場など)にターゲットを絞り、それらの事業所に適した対応(たとえば広い事業所では展示試乗会、狭い事業所では無料点検や試乗車貸与など)を図っていくことが得策と申せましょう。

職域販売は時間的にも立地条件の克服という観点からも効率がよく、継続的に展開していけばかなりの成果が期待できるものです。再度、商圏の見直しを図り、できる事業所から実行に移していくよう心掛けてください。

以上の基本活動については、それぞれツールバックが用意されています。9月早そうより効果的にご利用ください。

▲▲石田社長

「バイクを売る側の姿勢を大切にしたい」

▲▲高柳セールス

「長期的な物の見方に期待しています」

かつては、白雪の解けて流れる東海道の宿場として栄えた三島市は、今日、人口9万7千、静岡県有数の商工業都市として成長を遂げていますが、ここでもスポーツバイクの需要は急伸中。群雄割拠の販売界にあって、ツーリングやオフライ、レース活動、さらには二輪用品専門店の開設と、ユーザーの心を捕える行動的な石田オートサロン(石田守社長)さんが前年比150%と販売を伸ばしています。

昭和55年4月から三島市長伏で営業している石田オートサロンさん(石田守社長)▼店舗面積30坪▼展示台数70台▼商圏:三島市、沼津市中心▼スタッフ2名



何といつても人命尊重が第一

高柳 石田さんの回りには「御用」という名前のスポーツクラブなどもあって、お客さんと一緒にツーリングやモトクロス、ロードレースなどを盛んにやっていると、ホクが一番感じるの、オートバイに乗る人の姿勢を大事にしていることですね。

石田 いわれるまでもなく、オートバイを売る側にとつては、結局、人命尊重が一番大事なことだと思っし、それは、スポーツバイクのお客さんに口をすっぱくして話してきたことなんですよ。

高柳 改造車締め出しの姿勢も貫いている。

石田 やっぱ、うちはノーマル志向で、たとえお客さんが改造をやるにしても、自分の

技量を知ってから、やるようにしてもらいたい。事故を起こすと、お客さんの回りの方、たとえば両親とか会社とかに迷惑がかかるし、これからオートバイに乗る方々にも、その辺を身にしみて考えて貰えるように訴えていきたい。やっぱ、人間の命の有難さ、これを一番わかってもらえるようにしていきたい。

オートバイ屋さんには売らなくて、事故を起こすと、回りに大きな影響をおよぼすことを考えなくてはいいけない。

高柳 社長はレース経験も深く、ロードレース、モトクロスと、いろいろやってきておられるけど、いまTZも持ってますね。

石田 愛車としてTZ350、TZ750、それにYZ125。ふだんはXV750に乗っている。

高柳 XVね。

石田 これが面白いことなんですよ。レースで極限を走り、自分の限界を知ること、逆に、ふだんはゆったりしたものに乗りたくなく、それが自分で一応悟った道ではないかな。これがなかなか、一般の人にはわからないもので、自分を過信して、飛ばしたり、ケガしたりする人が多いんですから。

高柳 なるほどね。

石田 やっぱ人間とは、どんな業種でも、控えた気持、オートバイに乗っても、控えた気持を持っていかなければならぬというのがレースで教えられたことなんです。

ユーザーの体験を広げてあげたい

高柳 ところで、クラブのメンバーは、いま何人ぐらい？

石田 クラブ員を別に募らないからね。自由についで。でも30人はいるだろうね。

高柳 こういう姿勢に引かれて、他の販売店さんのツーリングクラブのメンバーまでが気軽に参加したりする。

石田 クラブとして正式にだれだれが会長、だれだれが副会長という役を押しつけたことはないですよ。これでやっぱうまくいって。会費も集めないけど。

高柳 何せ、店主とお客さんというより、お互い仲間同士という感じだから、若い人が入りやすく、ビッグが売れるんですね。

石田 その辺を走っていた一般のお客さんが今までと違った分野ね、オンロードからオフロードをやり出したりして、オートバイの乗り方、楽しみ方を悟ったような行動をしてく



用品専門店「オプション・ワン」の前で。石田社長(中央)と従業員の中山さん(左)高柳セールス(右)

れば、一番有難いことだね。またケガのないようにすることが一番。こうしたことが、自分らが謳ってきて、やってきたことなんですね。

高柳 先日のヤマハオフロードライディングスクールには女性も参加したんですね。

石田 中学校の先生で、はじめてこういう練習する場所に行ったんだが、本人かなり感激して、今はDT125の水冷に乗ってますからね。こんど第2回目をやってみたいと思っている。

高柳 タイムトライアルでは社長が一番早か

つたんでしよう。

石田 以前、スポーツランドSUGOで開かれたインスタラクター研修会に参加したしね。

用品を売ってバイクを伸ばす

高柳 用品専門の「オプション・ワン」を開いた動機というところ。

石田 やっぱ、前向きな姿勢で行きたいというところ。自分をおおる意味もあったし。

高柳 用品が売ればオートバイも売れる。オートバイが売れば用品も売れるという関

連性がある。宣伝の方法としてはチラシもあるけど、ほとんどの店でやっていないテレビスポットをやっているのも珍しい。

石田 第一テレビを通じて、半年間の予定でやってるけど、用品の方がメインですね。

高柳 こうやって、スポーツの方は問題ないけど、やはり課題としてはファミリーをもう少し伸ばしたいと思いますね。

石田 ファミリーを売るためには、建物を重視しなければならぬし、それに、日ごろ店の中に仲間が集まれるようにと、椅子をたく

さん置いといてある。こんな雰囲気だと、なかなか一般の奥さんが入りにくいんじゃないかってネットもあるけど、逆に、仲間の紹介による販売が多いというメリットがありますね。まあ、みんながあつて自分があるって考えているもんですからね。お客さんがきてくれる環境を変えてまで、ファミリーを売る手段にしたくない。別の仕方ファミリー車の台数を伸ばしていこうという考えでいる。

高柳 昨年あたりから、職域を通じて販売することをひとつの柱として始めている。

石田 昼休みに展示会を開いたりして。

高柳 この店は、車も無線車を作つて、店と出先との連絡ができる。アフターサービスでも他店との差別化ができていんじゃないですか。こういう時代だからこそ、価格競争だけでなく、アフターサービスなどを前面に出さなくては行けないと思いますね。

●高柳圭三セールス
(ヤマハ静岡沼津営業所)
昭和56年4月入社、ただちに沼津営業所に配属。三島市担当は昨年9月から。RZ250で販売店さんを訪問することもあるバイクファン。石田社長とはゴルフのライバルでもある。28歳。浜松市出身。



高柳セールス(右)のライディングフォームに注文をつける石田社長(中央)と従業員の倉田さん(左)

★★★★★★★★★★★★★
**ヤマハ奥さま
 登★場**
 ㊟

秋からのアフターフォローは 私たちが務めます！

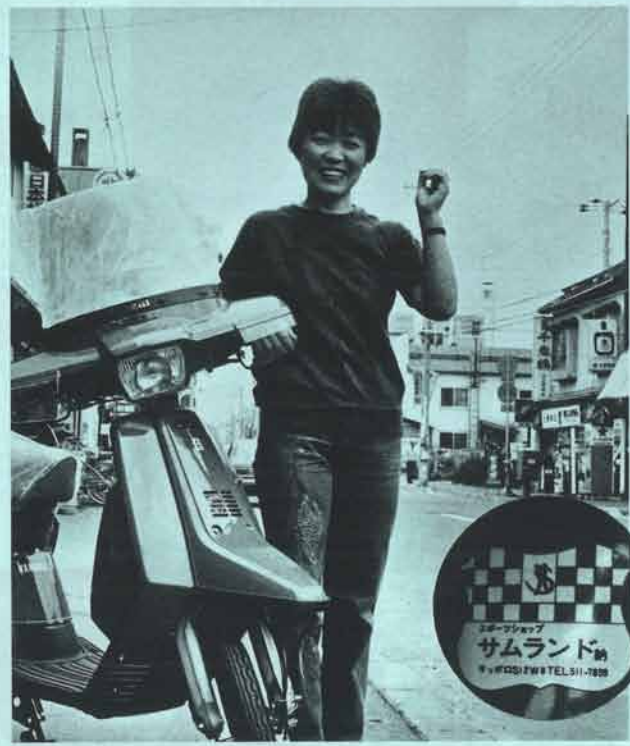
さすが広大な土地の北海道だけあって、ご商売もビッグスケール。ただし活況を呈す需要期は夏の終りまで。それでも秋口からはスノーモビル、除雪機の販売、さらにはインナーな仕事であるアフターサービスなどで全開。そんな北海道・札幌営業所管内のヤマハ奥さまをご紹介します。

この夏はスポーツ心をかき立てた販促を展開したので、秋口からはそのアフターフォローと訪問販売を中心にやる予定。新規に来店されたお客さまには「バイク購入予定の方がいらっしゃれば、ご紹介をお願いします」と必ずひと言付け加えるの。これ、けっこう効くんですよ。

●渡辺千恵子さま 札幌市中央区 南トヨモ渡辺商会(渡辺誠社長)



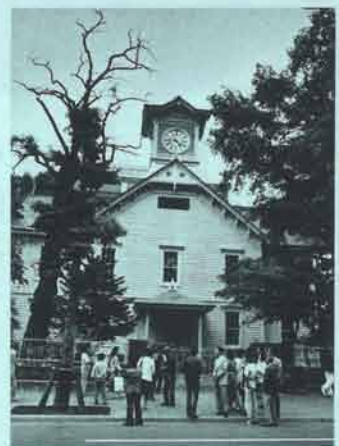
販売店の社会的な役割は、お客さまにバイクの良さを知ってもらうことでしょうか。ですから、誠心誠意お客さまに尽くし、いつまでもお客さまの支持を受けるお店づくりに心掛けています。小規模



お客さまの立場になって売ることが真ごころ商売のヒケツ。ユーザー層も20歳前後が多く、まるで子供たちによろず相談をやっているみたい。商売も「売らんかな。精神ではデメリットに通じるし、逆に「あなたのご希望は？」という気持ちで接することが大切ですね。

●吉田淑子さま 札幌市中央区ノスポーツショップサムランド(吉田敬勇社長)

二級安全運転指導員・MFJ競技役員
 SLKC競技認定員・二級整備士資格
 二輪車整備士の時★サブワゴン車検の代行★バイク用品の購入★車検整備★車検12ヶ月保証
 ※札幌・苫小牧・札幌中心、各種メーカーカーローレもご利用下さい。
(有)富岡商会
 札幌市豊平区万寿寺4-1-1 011-851-3959



「ヒバツ」特別教室

心算された方で更新期間1年以内の方は、更新料が免除されます。

ヒバツの特別教室は、初心者から上級者まで、幅広いレベルのライダーに合わせたコースをご用意しています。最新の安全装備や最新の法規制についても、最新の知識を身に付けてください。

第1期生	1972年	1973年
第2期生	1973年	1974年
第3期生	1974年	1975年
第4期生	1975年	1976年

講習は無料です。



本店での電話番がもっぱらの日課。私では判断できない場合は社長をポケットベルで呼び出すこともしばしばなんです。奥さまサークル以外にもサークルって数えたらいっぱいあるわね。そんな活動には積極的に参加し、顔売ることも商売には必要なことだと思います。

●勝木まゆみさま・札幌市東区
／榊勝木商会(勝木恒桑社長)



ながらも効率の良い商売の展開——これがうちの目標です。
●神保千起子さま・札幌市東区／南ジンボ(神保宏一社長)



ヒバツ・ツリング
クワク員
大集合は休日は必ず
募集中心

マンガからアパまで
みんな集まろう
ヒバツの魅力を
もっと広げよう
たまたまは仲間になるのかもしれない

開店3年目。展示車も200台が置けるようになり、ライディング・グッズ類もカー用品店に見習って展示販売するようになりました。ファッション雑誌などを参考に店の雰囲気づくりに心がけているんです。若がえりのためにもヤング向けマガジンには目を通してらるんです。
●山本禎子さま・札幌市豊平区／榊オートパーク(山本皓士社長)

昭和2年創業で、次の息子で3代目になるこの店。近々が拡張し展示台数も増やす計画を立てています。私が札幌市の体育スポーツ指導員をやっているため、わりと広い範囲に顔を覚えてもらっていますし、販売にもプラスになってるわ。商売って第一印象で全てが決まるでしょう。だから、親切一番、販売二番をモットーにしています。
●富岡葉子さま・札幌市月寒中央通／南富岡商会(富岡英男社長)



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。



田舎にいて自給自足を目ざしています」

——すると野菜とかサカナなんかも……。

「ええ、畑で野菜は作っているし、サカナも船を出して漁をしています。昔から伝わっているワナを仕掛けると、黒鯛やカワハギ、そのほかたくさんサカナがつかってきますよ。

お米もね、いま作ろうと思って。田んぼが借りられるんです。農家の手伝いをしながら、いま基本を覚え始めています」

——わ、労働力は奥さんと2人だけでしょ？たいへんなエネルギーだ。しかし漁をやったり、畑を耕したり、それぞれ難しい技術があると思うんですが、どうして身につけていったんですか、そのやり方を？

「ぼくはもともと民俗学に興味をもっていたから、古い民具ですとか、漁のためのワナにずいぶんたくさん出会っています。そしてそれらの道具が、一体どのように使われているのかなと思って知識をたぐっているうちに、自分の生活とも繋がってきたというわけです」

——民俗学って資料集めて歩くのが好きなん



とはかなりいたと思うけど、遠藤さんのように、この時代に実際に素材を生かしているというひとは、初めて会ったんじゃないかな。「とにかく民俗学というアカデミックでしょ。ぼくは民俗学と学問とを引き離したいんです。昔の人たちが、生活の必要に応じてあみ出した知恵は、いまだって便利なんですから、継承すべきだと思います。そういう意味でぼくは『ビッグコミック』に『男の民俗学』を連載しているんですよ。

ほとんど1年の3分の1は取材に出かけているんじゃないかな。頼まれ仕事でも、自分でテーマを決めることできるから、そのてん楽しいですよ」

——だいたいどんな取材をするんですか？

「北海道のマタギですとか、トド撃ちとか、沖縄の白へび獲りとかね。現場にいったら1週間でも10日でも、一緒に暮らして体験することになっているんです」

——接触は難しいでしょ？職人とか、そういう人たちって人見知りするひと多いから。どういうふうにはいりこむんですか？

「別に特別な方法をとっているわけじゃないんです。ぼくは運よくそういう人たちに好かれるみたいですね。

こういう取材をしながら感じたんですけど、ぼくらのオヤジの世代がたいへんよくないですね。年寄りの話を聞かないでしょ。「また始まった、昔話が」式に、おじいさんたちに喋らせないでしょ。でも、その中にいい話がいっぱいあるんですよ。ちょうど孫の歳にあたるぼくが、少しでもそういう昔のひとの知恵を掘り起こそうと思っているんです。

でも、これまでにだいたい日本中あっちこっちにいったかと思うけど、考えてみるとそれは点にしかすぎなかったんです。点と点を繋いでいく作業が大変なんです」

——そういう取材にバイクを使うことはありますか。

「もちろん。バイクは、とても便利ですからね。もしクルマでいったら『あいつクルマな

んかで乗りつけやがって』と反感を買うと思うんですけど、バイクだと反応が違うんです。それにひとと接触する機会は、バイクだと問題にならないくらい多いですね」

——それがバイクに乗る理由だったわけ？

「いえ、違います。17歳ぐらいのときカミナリ族でした、ぼくは。それ以来、ずっとバイクに乗ってないし、そのうえクルマの免許も書き換えにいかなかったからなくなってしまっただけで、だから中年になってから、バイクの免許だけ再びとったんです」

——ハハハ、いまじゃボースー（房総）族というわけですね。しかし、これが暴走族だったら、アメリカ大陸8000キロの横断なんてできませんよ。それにしても快挙ですね。息子をタンデムに座らせて旅に出るというのは。ぼくもやりたいんですが、でもアメリカ横断のまえには声なしだな。

「息子は中学1年ですから、ちょうどいい時期だったと思います。決して楽な旅じゃなかったけど、エスキモーのひとも、インディアンも、アメリカ人も、肌の色が違っても同じ生活者で、日本人とかかわらないということと、地球が広いことを知らせてやりたかった。ぼくもそうだけど、彼の心の中にも考えるべき大きな課題がたくさん生まれたのはたしかです」

——学校をひと月も休ませることに抵抗なかったんですか？

「学校も教育のひとつの要素にすぎないと思っていますからね。知識を詰めこむだけの受験教育からは遠ざけたいんです。そもそも子どもを都会の学校にやりたくないの、9年前から丸太小屋の生活を始めたんです。

とにかくここでは、タイム・スケジュールがなくて、気分しだいで生活できるようにしたいと思っています。あれもやろう、これもやろうとワクワクすると、けっきょく環境は変えたけれど、生き方は変わらないということになりますから、『いつやっただって、何年かかったっていいじゃないか』という姿勢をとおしていこうと思っています」

STREET 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●

BOOK

◎「スターもバイクに乗れば普通の人」がわかる本

街を走るライダー一人一人は、見方によってはスター。それもバイクを楽しむように乗れば乗るほどスターに見えるものだと思うのですが、バイクに乗る前からスターである音楽家や俳優・作家達がバイクに乗れば、さらに絵になってしまうのです。

そこで作家の山川健一さんがバイク大好きスターにインタビュー。その一冊が三推社・講談社から出版された「バイクフリークたちの午後」なのです。

登場する人物は、根津甚八、清水国明、伊丹十三、豊田有恒、生沢徹、堀ひろ子、星野一義、御厨さと美、パンタ、松本隆、富田勲、リリー、長濱治、夏木陽介、猪木義弘、柳家



小三治といった豪華メンバー。しかし、彼らがバイクから学んだことは、ごくごく一般的なことです。スターとはいっても感じることは同じなのだ、ということがよくわかる一冊です。

スター達のオハナシの間に、山川健一さんのショート・エッセイが入っています。これも、私達がよく体験することをまとめた親近感のあるオハナシ。ティーブレイクの相棒として目を通すのもわるくない一冊です。¥850。

MEMORY

◎旅の思い出をVCD/VTR/マチックにしてくれる1冊

ロングツーリングだけでなく、日帰りツーリングでも旅は旅。旅をあとから振り返るときと美しく見えてくるものです。でも、それは時間とともに薄らいでゆくもので、しっかりとメモすることが、旅をドラマチックにする一番いい方法です。

そこで使ってみるといいなあ、といえるのが文庫本サイズ・93ページだけの美しい装丁のメモリアルブック「旅の思い出」です。この中は、鉄道図と道路図が資料として30ページほど入っており残りのページはパッチリと自由に記入できるようになっています。



旅の記録として書きこんでゆけば、そのままドラマチックな自分だけの小説集となるわけです。お店の展示品としてもナカナカ魅力の一品です。¥400。国際地図出版㈱/03・294・0215

VIDEO

◎ビデオでスタディ!!
加藤文博のトライアル・テクニク

日本のトライアル界の大御所、加藤文博選手が自ら演じ、自らが解説したトライアル・テクニクのビデオが販売されました。称して「加藤文博のトライアル・テクニク」



これがTY250Rだ!

教材に使われるマシンは、今トライアル界でセンセーションを巻き起こしているヤマハTY250R。世界選手権でも通用するこのニューマシンの特長が乗り手の身になって解説されています。マシンの特長、特性を知らずして練習するのは時間の無駄です。ですから、初心者だけでなく上級者にもこのビデオを見せることは非常に有効で、短期間で素早く乗りこなせるようになるはずです。

また、初心者に合わせて基本テクニクから目立ちたがり屋の人のためのスーパードテクニク解説まで入っています。

ビデオをお店に置いて、お客さまとアーでもない、コーでもないテクニクについてのディスカッションもなかなか楽しいものです。なお、ビデオの型式は、ベータとVHSの2種類。時間は25分間。¥1000です。問合わせ先/本社・営業課SL担当までどうぞ。

IMPRESSION

● 気合いを入れた造りがうれしい
ヤマハオリジナルヘルメット
YF3500



ヘルメット選びはお客さまにとってバイクと同じくらいむづかしいことですね。デザイン的な好みはもちろん、かぶり心地や風や音の問題は、かぶる人それぞれに評価が分かれるところですよ。

しかし、誰に聞いても高い評価を得ているのがヤマハのYF3500。以下は、2輪ジャーナリストの柏秀樹氏のインプレッションです。

「かぶっての第一印象はまず軽量であること。頭全体のホールドが自然で、頬のしめつけも十分に高速ランでもグラつくことはないようです。そしてこのヘルメットの最大の特徴は、シールドの開閉が左側レバーを前後に動かすだけでできるところ。開度は5段階でどこでも止めることができるため、雨の日に少しだけシールドを開けておくことが可能。またシールドと本体の密着性が良いために、風の巻き込みがなく、目が痛くなることはありません。デザイン的にはオーソドックスなYF3500ですが、各部の造りは気合いを入れたものでまずは安心の一品ということができます」

もう少し派手なのが欲しい……という人には「YF3500チームヤマハ」というTZ風のカラーリングを施したタイプが揃えられています。

最後に柏氏は「前傾姿勢の時の視界が優れている」ともつけ加えていました。ということとはロードレースにも向いているということですね（MFJ公認ヘルメット）

DRESS-UP

● 補修やメンテナンスアップのためのケミカル用品ご紹介

バイクのおもしろさのひとつにカラーリング変更というのがあります。といいますと、どうしてもタンクやサイドカバーのカラーリングだけを考えがちですが、使い込んで少しサビ始めた各部分の、メッキを補修するためのカラーリングも、この際そんな仲間に入れてあげたいものです。



そもそもメッキきれいの表面は、カガミのように滑らかで、しかも光沢があり、耐摩耗性、耐腐食性に優れています。が、いったん傷がついたメッキ部をそのまま放置しておきますと、内部は腐食が始まり、メッキの被膜がバリバリとはがれて、傷がじよじよに広がってしまわけてです。

こうしたときに簡単に補修できるのが「メタリックコートスプレー」です。使用方法はカラーズプレーとまったく同じ。金属だけではなく、木や樹脂、紙などにもメッキコートスプレーすることが出来ます。ですから、メッキ部の補修だけではなく各部のドレスアップやヘルメットのメンテナンスにも使えるという点になります。

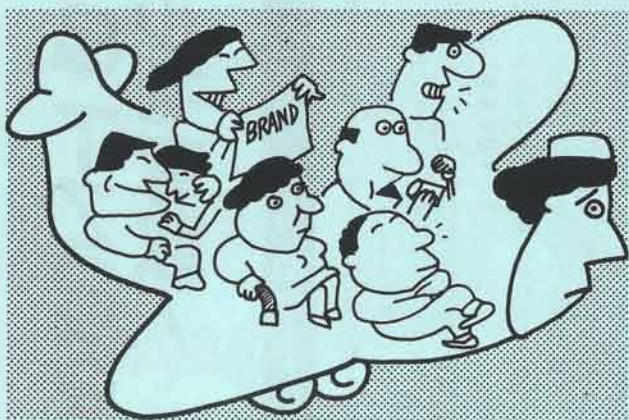
スプレーの種類はステンレス、銅、真ちゅうの3種類で、3缶セットとして売られます。1缶の容量は220ml、1缶で量一枚分のスプレーが可能となります。ユニークなケ

ミカル用品としてお店に置くのも一つの手ですね。¥7500。お問合せ先/台東区東上野4-26-7 コスミック株

ETIQUETTE

● バイクよりの速いヒコキのおハナシ

とはいってもヒコキそのもののハナシではなく、ステューワーズが教えてくれた海外旅行客のおハナシ。まず、隣の人が「これ」というと「あ、それボクも」と同じ物を頼む人、これは嫌いなのだそうです。次に教授タイプの人で、ネチネチと質問攻めをする人、さらに嫌われるのがシートベルトを締めない人、よくあるのが新婚風ベタベタ。ブランド物を見せつけるキザ人間。通るたびに用事をいいつける人。ただ酒を遠慮なくガブ飲みする人。「ねえちゃん」と呼ぶ人。変に乗り慣れている人。飲み物や食べ物みんな欲しがると好奇心旺盛人。以上こんな人が嫌われます。



USEFUL

● 4500回も貼つたり、はがしたりつて本当引

たとえば、外出中の従業員への伝言って、どうしていますか？または、修理中のバイクや補修部品の管理メモって、どんなものをお使いですか？



ここに紹介するのは、貼って、はがせて、また貼れるという、不思議で便利なメモ用紙。正式には、スコッチの「ポスト・イット付箋紙」と呼ばれるこの紙は、裏面の一部に球状の固体の粘着剤が塗布。上質紙に貼る場合でも、なんと450回も貼つたり、はがしたりが可能という高性能を誇っているのです。

おまけに、紙の色が黄、青、ピンクと3色そろっているため、色分けによる情報の選別もOK/電話のメモは直接電話に、修理バイクの納車日時は直接バイクに——といったように日常業務の能率アップにお試しください。価格は、1箱50パッド入り6,000円。1パッド(100枚)120円。お買い求めはお近くの文具店、画材店、デパートどうぞ。

'83ロードレース世界選手権250ccクラス・シリーズは、3月19日の南アフリカGPを皮切りにスタートした。

カルロス・ラバード&TZ250が '83シリーズ・タイトルを奪取!

'83ロードレース世界選手権250ccクラス

まず第1戦で優勝を奪ったのはJ・F・バルデで、マシンはシュバリエ・ヤマハのTZ250だった。続く第2戦は舞台をフランスに移して4月3日に行なわれたが、ここで勝ったのはA・カーターでマシンはヤマハTZ250。さらに4月24日にはイタリアで第3戦が行なわれ、同じくTZ250を駆るC・ラバードが栄冠を獲得した。

しかし、この時点でのランキングポイント・トップ

は以上の3選手の誰でもなく、第1戦5位、第2戦2位、第3戦5位につけたJ・コルヌ(TZ250)が占めた。また2番手にも2・4・9位のD・デ・ラデイグス(シュバリエ・ヤマハTZ250)が入るなど以後のレース展開に興味が寄せられた。

そんな混線レースの中から、いち早く抜け出したのは第3戦の勝者、C・ラバードだった。ラバードは5月8日の西ドイツでの第4戦にも優勝。第5戦(スペイン5/22)、第6戦(オーストリア5/29)は7位に甘んじたものの、第7戦(ユーゴ6/12)、第8戦(オランダ6/25)に連勝。一挙にポイント

重ねてチャンピオン戦線の筆頭に踊り出たのだ。

'75ロードレース世界選手権350ccクラス・チャンピオンに輝き、ベネズエラの星の名声を世界に轟かせたジョニー・チェコットの活躍は記憶に新しいところだが、C・ラバードもまたベネズエラのヤマハ・インポーターであるベネモトスチームのスターライダーのひとり。ベネズエラの国民の期待を一身に背負ってチャンピオン獲りに人一倍、意欲を燃やしていたのだ。

続く第9戦は7月3日にベルギーで行なわれた。このレースで勝ったのは、目下ランキングポイント2番手のD・デ・ラデイグス。C・ラバードはいまひとつ牙えず3位にとどまるが、着実にポイントを重ねラデイグスとの差を19とする。

いよいよシリーズは大詰めを迎えた。残る2戦のうち7月31日の第10戦(イギリス)でC・ラバードがランキング2番手を16ポイント以上引き離せばチャンピオンに輝くとあって、大観衆はラバードの走りに注目する。そして、ラバードはこのレースも期待に応え4位に入り8ポイントを獲得。2番手のラデイグスは9位にとどまったため、その差を25ポイントまで開くこととなった。

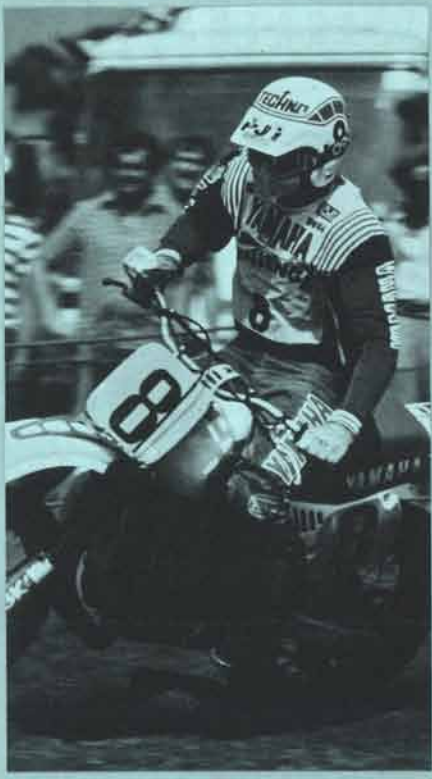
結局、最終戦のスウェーデンGP(8/7)を待たずして、C・ラバードはランキングトップを確定。'83ロードレース世界選手権250ccクラス・チャンピオンの栄誉を獲得した。

チェコットに続いてベネズエラが生んだ2人目のワールド・チャンピオンとなったカルロス・ラバードはバリー・シーンを尊敬する27歳のバイク・フリーク。第10戦を終了したその顔は、激しいバトルを演じたシリーズ中の表情とは違って変って、ロック・ミュージックを愛する若者の笑みがあふれていたのだ。

★速報★

カルキビスト+YZM500 ワールドチャンピオン決定!

'83モトクロス世界選手権500ccクラス・シリーズ





←'76年にRD400でロードレースに初挑戦し、その2年後から250ccクラス世界選手権にチャレンジしたラバードは、地元ベネズエラでのデビュー戦で見事2位に入賞する



↑バリー・シーンのレース・センスや度胸、インテリジェンスのすべてにあらわれている——と語るラバードだが、YZ250を駆るその姿はすでにトップライダーとしての誇りがあった

カーレースへ転向したチェコットなきあとベネモトスチームの期待に応じて、初の250ccワールドチャンピオンに輝いたカルロス・ラバード

理論編

小売業と立地を考える

よく小売業は立地産業である、と言われていきます。これは、立地が良ければ成功するし悪ければ成功はおぼつかない、というように小売店にとって立地がいかに大切な条件となっているかを物語っています。そこで今回は立地条件による商売のあり方、そして来月は実践編として、その商圈管理と対応について考えてみましょう。

扱い商品と立地条件との関係

小売業とは何か？ まずメーカー側から見ると、商品を消費者の一人ひとりに届けるための配達経路としての役割を持っています。また消費者側から見れば、商品をメーカーに行かずとも手近に買える場所となっています。それだけに一般的にいえば、消費者にできるだけ近いことが条件の一つになります。ただし、商品によって多少の差がありますから、ここで商品をいくつかに分類して、その差を見てみましょう。

まず第1は最寄品といわれる商品群です。たとえば食料品、薬、タバコ、日用雑貨などで、これらの商品は主として近所にある、最寄りのお店で購入されます。多くの場合、それを作ったメーカーが明確で、広告などを通じてブランド名も浸透しています。消費者は一つひとつ吟味して購入するというよりも、なかば習慣的に、必需品として購入する傾向が強い商品群です。小売店としては、できるだけ消費者の身近にあって、手軽に購入できるお店ということが大切な要素です。したが

って、もつとも立地の影響を受けやすい商品ということになります。

第2は買回品（カイマワリヒン）といわれる商品で、先に述べた最寄品とはちょうど逆の性格をもっています。典型的なのはスーツとかアクセサリー、ハンドバッグなどファッション性の高い商品です。これらの商品を購入する場合は、少しぐらい遠くても都心の専門店や百貨店にまで出掛け、何店かのお店の商品と見比べて良いものを選んで購入します。メーカーの名前よりもデザインが重要で、どこのお店で購入したかが重要なポイントになります。

たとえば最寄品であるインスタントラーメンを食べて美味しければ、どこのメーカーのものというラーメンかをたずねるのですが、

オートバイ販売店の場合は？

以上見て来たように、小売店の立地を考える時に、そこで、どのような商品を売ろうと

買回品のスーツの場合であれば、どこで買ったか、つまりお店を聞くことになり、大きな違いがあります。この買回品は、きわめて趣味性の高い商品であり、多種少量生産が建前になっています。

この種の商品を売る場合には、品揃えが重要であり、質・量ともに揃っていることが大切です。ただし、お店の場所はかならずしも消費者の近くにある必要はありません。多少遠くても、お客さまが自分で来てくれるからです。当然商圈も広くなってきましたが、そのかわりに、人が来やすい場所にあることが条件です。

第3の商品は専門品といわれています。これは売るのに高度な知識を必要とする商品です。たとえば耐久消費財でピアノや自動車などがこれにあたります。価格的にも比較的高額であり、消費者はメーカーやブランドとともに購入するお店も重視します。

しているかが大切な要素であることがご理解いただけたことと思います。



それでは、オートバイ販売店についてはどうなんでしょうか。これはやや複雑な問題です。スポーツバイクに限って考えてみれば、これは自動車と同じ専門品ということになります。

それに対して、パツソルの出現以来、ソフトバイクについては近所のお店で購入するという最寄品の傾向が出ています。さらに、オイル交換や修理などのサービスも消費者の身近でなくてはならないという最寄品の傾向をもっている商品と考えられます。

また、最近増えているアクセサリーやウェアなどについては、買回品としての性格を持っています。このようにオートバイの販売店

というのは同時に3つの商品を売っていると

いえます。

消費者の住居の近くで、しかも人の来やすい交通便利な繁華街の中に広い店舗を持つていけば申し分ありませんが、そう容易に手に入るとは思えません。立地というのは店の内装などとは違って簡単に変えたりできないところに悩みがあるのです。

先に述べたように、オートバイの販売店は複雑です。が、逆に考えれば、それだけ打つ手もあるということです。それでは、その方法をいくつか考えてみましょう。

店の性格を明確に出す

まず第1は性格を明確にしましょうことです。たとえば、スポーツバイクだけを扱うという専門品の専門店にしてしまうことです。これなら多少地理的に不利なところに位置していても、お客さまが自分から足を運んで来るといって特徴が出せるでしょう。特にオートバイの修理やサービスにもなる騒音や汚れ駐車の問題を考えると、繁華街の一等地である必要はないようです。むしろ、街道沿いなどに目立つ広い店舗を持つ方が有利といえます。この場合は、アクセサリーやウェア類などの豊富な品揃えも大切です。

逆に、消費者に比較的近い住宅街などにあるときには、お店をきれいにし、ファミリーバイクを中心とした、サービスまでこなせる最寄品の店舗にしてしまう方が有利といえます。女性でも気軽に入れる、地域密着型の気安いお店というイメージを打ち出していくことです。

このように、店の性格を明確に打ち出すことにより、立地を活かした展開が可能になります。

地域の不利をカバーする

第2の方法は、地域の不利をカバーするための方法です。これは、特に地域的に何ら特徴もなく、店舗も狭いお店に有効な方法ですが、第1の方法（性格づくり）とあわせて展開することにより、より大きな相乗効果が発

揮されます。

その具体的な手段としては、展示会や出張販売があります。スーパーの店頭などを借りたり、大きな会社や大学などで、昼休みや終業時間後を利用して職域販売活動を行なうことで、もうすでになじみの方法といえるでしょう。

この方法は一時的にもっとも有利な場所に支店を持ったのと同じで、膨大な資本の投下（お金が出る）もなく、それにもなうリスク（危険）も最少限で済みます。しかし会場は支店のひとつであるという意識を忘れず、充分な計画と準備をすることが成功へのカギとなります。

その他に広告やチラシ、DMの活用があります。不利な地域にあるお店を、なんとか目立たせお客さまを引きつけるように働きかけることです。くり返し広告を見せることにより、お客さまにとってより身近なお店となります。さらに訪問、巡回サービスなど、積極的に出て行くことにより、より大きな効果が得られます。

まずはお店と立地のチェックを

たしかに、立地が悪いということは、それだけで大きなハンディキャップになります。しかし、立地が良いからといって安心してしまふのもっとも危険なことです。問題は現在の立地をどう生かして、対応するかにあるのです。そのためには、立地が良いにつけ、悪いにつけ、それを生かして、欠点を補っていくという積極的な姿勢こそが、今後の小売店に要求されるものといえます。

小売店を植物にたとえたら、荒れた土地に生きた草木ほど石の間や岩を割ってまでガツガツ根を張っています。そういう植物こそ、環境の変化に充分耐える強い力を持っています。

まずは自分のお店のお店の立地をもう一度見直してください。そこに合ったお店になっているかどうか？さらに、その立地を商圏としてとらえ、充分に活用しているかをチェックしてみましよう。

INFORMATION FROM YAMAHA

●詳しくは各店にパンフレットをお取りください

SL

モータースポーツ・プールのいま、ヤマハSLクラブ活動で大きな飛躍を!

全国各地のモトクロスコースやロードコースにおける走行希望者がますます増えている現象はすでにご存知のことと思います。また、トライアルも、この8月5日より新発売されたTY250Rの影響でさらに大きなブームを呼んでいることは、お客さまの感触で把握されていることでしょう。

こうしたモータースポーツ・プールの気運を、よりご商売の中にとり入れスポーツバイクの拡販を実現するために、ヤマハのSLクラブ活動にご参加しませんか? ヤマハでは全国各地でモトクロス・トライアル、ロード

レース(一部地域のみ)、カートの各競技を開催して、モータースポーツの普及につとめています。

スポーツバイクの普及になくはならないモータースポーツ普及。いままでもモータースポーツ活動に積極的にかかわってこれなかった販売店さまも、ぜひこの機会にお客さまともどもご参加いただき、販促活動のひとつとしてお取り組みいただくようお願いいたします。

なお、SLクラブ活動については、各支店・販売会社の普及担当者にご相談くださるようお願いいたします。

秋のMSビッグ・イベント

ますます盛り上がるモータースポーツイベントですが、この秋、スポーツランドSUGO

●83ジャパンカートグランプリ
10月1日(土)・10月2日(日) ●スポーツランドSUGO ●午前9時開門 ●大人800円、中

●高校生500円、小学生以下200円

●第11回TBCビッグロードレース
10月8日(土)・10月9日(日) ●スポーツランドSUGO ●午前8時開門 ●大人2,500円

●第20回モトクロス日本グランプリ大会
10月15日(土)・10月16日(日) ●スポーツランドSUGO ●午前7時開門 ●大人2,000円(前売1,600円) ●中・高校生1,600円(前売1,200円) ●小学生以下200円

では、レーシングカート、ロードレース、モトクロス3つのビッグ・イベントが開催されます。お客さまお誘いの上、ご観戦くださいますようお願い致します。

(前売2,000円) ●中・高校生2,000円(前売1,600円) ●小学生以下200円

●第20回モトクロス日本グランプリ大会
10月15日(土)・10月16日(日) ●スポーツランドSUGO ●午前7時開門 ●大人2,000円(前売1,600円) ●中・高校生1,600円(前売1,200円) ●小学生以下200円

SAFETY

秋の交通安全運動

今年も来たる9月21日から30日までの10日間に渡り、秋の交通安全運動が実施されます。今回の運動は、毎年増え続ける交通事故の歯止めを目的として――

○歩行者および自転車利用者、特に子供と老人の事故防止

○二輪車の安全利用、特に交差点での安全確認の励行とヘルメット着用の徹底

○安全運転の確保、特に安全速度の遵守とシートベルト着用の推進

の3つを重点に展開されます。一人ひとりの安全運転意識の高揚を促進し事故を防止するために、販売店みなさまからのお客さまへの呼びかけと、ご協力をお願いいたします。

お客さまへの指導を強化し、事故増加の歯止めを!

“MINI YRS”を活用し、安全運転意識の定着と事故防止を!

この秋の交通安全運動にともない自工会では、「事故防止キャンペーン」の一環としてワンデースクールの強化を呼びかけています。

残念ながら今年1月から6月までの二輪車事故は、昨年の同期に較べて5%増、一昨年のスクーターで街へ出る前にヤマハ・スクーターライフ・ガイドブック

ヤマハ原付免許教室を卒業されたお客さまや、スクーターを初めて購入されてこれから街へ乗り出すというお客さまに、ぜひとも一読していただきたいのが「ヤマハ・スクーターライフ・ガイドブック」。このガイドブック

同期に較べて39%増となっており、この動きに歯止めをかける意味でも販売店さまレベルでのワンデースクールの開催は必至となっています。この機会に、さらに積極的な“MINI YRS”の開催をよろしくお願いいたします。

クには、スクーター操作の基本から、歩行者と運転者の立場の違い、運転前の心がまえなど解り易く説明してあります。お客さまにスクーターを安全で有効に利用していただくためのツールとして、ぜひご活用ください。

ACCESSORIES



バイクに乗る人間のための性能を追求したヤマハオリジナルヘルメットをどうぞ！

ヤマハオリジナルヘルメットにニューシリーズが加わり、さらにラインナップが充実しました。この新シリーズは従来のシリーズで定評のあった扱いやすさと安心の強度を、さらに扱うライダーとマシンの側から研究しよりハイレベルに完成させたものです。

ヘルメットはもつひとつのBODYです。

ヤマハのヘルメットはバイク本体とライダーというトータルな考え方から出発し、真の安全のためにヨット・ボート造りで培われた高度なFRP技術を駆使して造られています。

風圧抵抗を低減したフォルムや、風雨の浸入を防ぐシールド、視界を妨げず開閉できるレバーアクションなど優れた機構を採用。単に軽さや強さの面だけではなく、その向う側にある人間のための性能を考え開発に取り組んでいるのです。以下は、ヤマハオリジナルヘルメットの3つの最新デバイス。お客さまへのセールストークにご利用ください。

ヤマハヘルメットテクノロジー

エアロ・ダイナミックス
ヤマハが誇る先進のエアロ・ダイナミックス・テクノロジーが、理想のフォルムを生み

ました。ヘルメットの生命ともいえるフォルム。ヤマハでは幾多の風洞実験から、風圧抵抗を低減し高速走行時の安全性を高め、しかも風切音をおさえたいフォルムを生み出したのです。

ヤマハアドバンスド・コンポジット・システム

永年にわたり、蓄積されたヤマハのFRP技術と、NASAの宇宙工学から生まれたケブラー(ケブラーはデュポン社の登録商標)がドッキング。軽くて強い、ヤマハ独自の素材Y.A.C.S.(YAMAHA-ADVAN

GED-COMPOSITE SYSTEM)を開発しました。これにより従来のヘルメットより10%の軽量化、20%の強度アップ(当社比)を実現しました。

SUPER FIT SHIELD

段差のあるトリムにシールドを密着させ、帽体との一体性を高めて走行中の風雨の浸入を防止。また硬化処理シールドを使用しているため、傷つきにくくクリアな視界を確保しています。しかも、シールド開閉は5段階のレバーアクション方式を採用。風の流入を自在に調節でき曇り止め防止にも威力を発揮するほか、シールドに手を触れないメカニズムのため、視界を妨げず、表面を汚す心配などありません。

SERVICE

秋こそサービス力がものをいいます！

整備、点検作業をスムーズにする『二輪車用整備台(一柱式リフト)』

夏の間には酷使されたバイクを、秋にキメ細かく点検、チェックする——こんなアフターサービスこそ、お客さまに安心と信頼を与え売り上げ増加の足掛りとなります。そこで、省力化に役立つ新製品「二輪車用整備台」をご紹介します。この整備台は油圧一柱式リフトになっており、大きな特徴は下記の通りです。

- ①作業台がリフトするため、任意の位置に高さをセットできます。このため整備作業が楽な姿勢でおこなえ、作業効率を高めます。
- ②オイル受槽付ですから、オイル交換もスムーズにおこなえ、またオイルによる汚損を防止します。
- ③埋込式のため、作業台と床がフラットになり、乗り入れがラクです。また作業台を使用しない時にも、床面有効スペースを確保できジャマになりません。

以上のような特徴を持つこの「二輪車用整備台」を、秋の商戦に合せサービス力強化にご活用下さい。詳しくは本社営業技術課までお問合せください。

スポーツランドSUGO

カルチャーライフの演出はSUGOにお任せください！

あわただしく躍動的な夏が過ぎて、次はジツクと自分を磨く季節「秋」がやってきました。

この時期にSUGOが贈るのは、そんなみなさまのカルチャーライフを有意義に演出する特別バック3点です。広大な自然と秋のみのちのく情趣が皆さまのお越しをお待ちしています。

スポーツライフを演出する

SUGOテニスバック

●日帰りテニスバック

3時間のテニスプレイにフランス料理のランチがついています。(料金/3,500円、日曜・祝日は除く)

●1泊2食テニスバック

3時間のテニスプレイとホテルくぬぎ山荘での1泊2食をセットしました。(料金/8,500円、2人以上でお申込みください)

リゾートライフを演出する

いも煮会バック

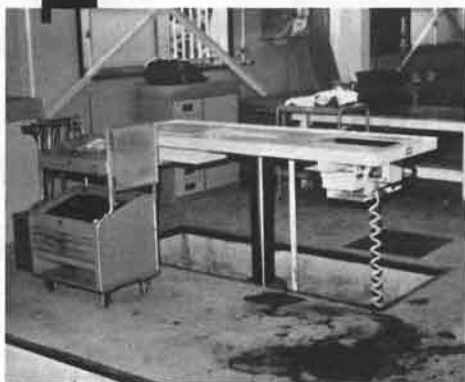
大勢の仲間をお誘いください。大自然の中で、みちのく情趣が満喫できます。材料はす

べてSUGOが用意します。(料金/中学生以上1,800円、小・幼稚園児1,300円※入園料、材料費、マキ代を含む、期間/9月1日~11月13日、※お申込みは4名以上でお願いします。1週間前より受付けております)

カルチャーライフを演出する

研修バック

お客さまとの勉強会、講演会など、あらゆる会議、集会にご利用ください。恵まれた環境と充実した設備のSUGOがお役に立ちます。(料金/4,500円※宿泊、朝食、会場



使用料などすべてを含みます。またロードコースその他の施設利用に関しては、専門担当員がご相談に応じます)

- 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
〒989-1-4 宮城県柴田郡村田町菅生
☎022248(3)3111



'83 SLサマーフェスティバル

全国各地にヤマハファンが集う!

真夏に送るビッグイベントとして恒例となったSLサマーフェスティバルが、今年も全国各会場に大勢のヤマハファンを集めて開催されました。各会場で用意されたアトラクションは、その地域性に合せモトリングからオフロードレース、サーキットランとメニューも豊富。夜もゲームやパーティが盛大に行なわれ、参加者全員が真夏の祭典を満喫していたものです。



三重ではタイのオフロードライディングスクール・チャンピオンのPitsanuwat君とNarong君を招待し、モトクロスレースが開催されました。特にNarong君(写真右)のテクニックはすばらしく、ゲストながら125ccクラスのレースにおいて、トップでゴールを決め歓声を受けました



阿蘇国立公園の長者原キャンプ場でおこなわれたサマーフェスティバル in 九州では、トリアル国際A級の工藤靖幸選手らの妙技が披露され、600名の参加者の大きな拍手を受けました

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。二面売に関する話題、二質問、二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)1111(内線2356)



第25回東京モーターショー

開催のお知らせ!

モーターサイクルファンはもちろん、すべての車ファンが注目する2年に一度の超ビッグイベント、東京モーターショーの開催が近づいてきました。

今回も国内・外の各メーカーの新车を始めとして、部品・用品など多数出品される予定ですのでぜひ、お見逃しなく。



- 開催場所——東京・晴海
 - 開催日——10月29日(土)～11月8日(水)
 - 開催時間——9時30分～16時30分
 - 入場料——9時～17時30分 一般800円
小中学生350円
- ※会場への自動車、二輪車の乗り入れはできません。



昼間の疲れもなんのその!夜のアトラクションで暑さを吹き飛ばす北陸のヤマハファンのみなさんです

→東北では仙台の七夕と期日が重なり、七夕モトリング in SUGO と名うって開催。約700名にも及ぶ参加者は、ロードコース、モトクロスコース、トライアルコースとSUGOの本格的施設を利用し、モーターサイクルライフを楽しみました



関西ではオフロード・パラダイスと名づけ、奈良県生駒で開催されました。会場をレースゾーン、スクールゾーン、イベントゾーン、リラックスゾーンの4つに分け、市販車レースやオフロードライディングスクール、ポップギャルによるゲームなど楽しいイベントがめじろ押しで、2000名の参加者は大満足の2日間を過ごしました



アジアの西端「パキスタン」でも ヤマハのバイクは大好評!

先ごろアジアの西端パキスタンでオートバイの展示会が開催されました。各メーカーが出品する中、きびしい自然に囲まれた国だけに、ヤマハのバイクは「タフで良く走る。」との評を得、注目の的となりました。



いまバイクはスポーツ・フィッシングノ..... 2
 今流行二輪車遊技指向派顧客気質

走りて圧倒ノエアロスクーター・トレーシー..... 5
 ・スクーター・ジャンルを超えて話題騒然
 ・ヤングに人気のスポーツ・フィッシング

秋商戦を乗り大きくノ..... 8
 ・ヤマハ'83秋キャンペーン案内
 ・見直そうノお店の基本作業

社長さん・ヤマハマン対談⑨..... 12
 石田オートサロン・石田守社長(静岡県三島市)

ヤマハ奥さま登場⑨..... 14
 北海道ヤマハ札幌営業所管内

太田克彦の「一緒に走ろう」⑨..... 16
 今月のゲスト/遠藤ケイさん

センスUPコーナー..... 18
 グラフ・トビックス.....
 カロス・ラバード&T250が'83シリーズタイトルを奪取ノ

販売店経営講座⑨..... 22
 理論編・小売業と立地を考える

インフォメーション・フロム・ヤマハ..... 24
 ヤマハ・トビックス.....

パーツ&アクセサリ..... 29
 ヤマハ・オリジナルヘルメット紹介

シヨールーム拝見..... 30
 バイクショップ・ウカワさん(愛知県名古屋市)

最新の広告活動ご紹介..... 32

東大阪のヤングパワーがつくる！ オフロードライディングスクール



〔ヤマハ東大阪機東営業所〕去る7月10日(日)奈良県のライダーパーク生駒にて、オフロードライディングスクールが開催されました。

このスクールを主催したのは、東大阪の活気あふれるヤング販売店主

家族そろって交通安全について話し合ってみましょう！

総理府、全日本交通安全協会などが、家族の中で話し合われている交通安全をテーマにした作文を募集しています。主題は「我が家の交通安全」で、一人ひとりの交通安全意識の高揚と「交通安全家族会議」の普及を目的としています。

●募集区分

小学校低学年の部(1年〜2年)

5名によって組織される「ヤングヤマハ会」。

当日は天気も良く絶好のオフライ日和となり、参加した24名のライダーたちも全員無事にカリキュラムを消化し、好評の内に終了しました。またヤングヤマハ会では、このスクールを定例化してオートバイと交通安全意識の普及に勤めたいと意欲を燃やしています。

小学校中学年の部(3年〜4年) 小学校高学年の部(5年〜6年) 中学生の部、母親・一般の部

●募集方法

(1)小学生の各部および中学生の部 四百字詰原稿用紙三枚以内。直接郵送にて(〒日本交通福祉協会(〒101東京都千代田区外神田2-2-17 共同ビル)まで、募集区

(2)母親・一般の部 分、住所、郵便番号、氏名、学校名、学年、学校所在地を明記してください。

郵送にて総理府交通安全対策室〒100東京都千代田区永田町1-6-11)まで、募集区分、住所、郵便番号、氏名、年令、職業を明記して下さい。



スーパークロス旋風 南米上陸!

アメリカに始まり、オーストラリア、ヨーロッパなど各地へ波及し、日本でも大きな話題をつくったスーパークロスが、今、南米ベネズエラ首都カラカスで大人気。もともと熱しやすい南米の人たちだけに、エキサイティングなレース展開に我をも忘れ大興奮!

隔週ごとに開催されるレースは、ベネズエラ各地から多くの観衆を集め、まるでお祭りさわぎです。このスーパークロス・フィーバーはまだまだ続きそうとのことです。

この秋、ヘルメットをアピール!

おそろえください! ヤマハ・ヘルメット・ラインアップ

新発売/ヤマハ・ヘルメット
グラフィックシリーズ第2弾

独自の開発・製造による信頼のヤマハオリジナル・ヘルメットに、新たなシリーズが加わりました。

そのシリーズとは、サーキットの熱い雰囲気そのままカタチにしたチームヤマハ・シリーズ。すでに多くのファンをもつチームヤマハ・ウェアのイメージを継承したブロックパターン・デザイン採用のこのヘルメットは、先進のエアロダイナミクス・テクノロジーのもとに誕生。雨風の吹き込みを防ぐスーパーフィットシールドや、ワンタッチで5段階に開閉できるレバー・アクション機構、さらに軽くて強い新素材のY.A.C.S.を採用するなど、美しさだけでなく機能性や安全性を重視したハイパフォーマンスを誇っています。

なお、このチームヤマハ・シリーズの新発売にあたっては、同時にYFグラフィック・シリーズのニューフェイスも登場。チームヤマハ・シリーズ、YFグラフィック・シリーズ合わせて、4アイテムのヤマハ・ヘルメットが追加されました。(いずれもMFJ公認)

※特注限定品のため、ご注文から発送までに時間がかかる場合もございますので、ご了承くださいませようお願い申し上げます。

ヤマハ・ヘルメット・テクノロジー



先進のエアロダイナミクス・テクノロジーの追求による理想のフォルムを実現。



風雨の浸入をシャットアウトした新設計。クリアな視界を確保した硬化処理シールド。5段階のシールド開閉レバーアクション方式。



ヘルメットをさらに軽く、強くしたヤマハ独自の新素材(YAMAHA ADVANCED COMPOSITE SYSTEM)。

YF3500 Team YAMAHA



- 55cm～56cm/90890-51724
- 57cm～58cm/90890-51725
- 59cm～60cm/90890-51726
- 61cm～62cm/90890-51727

価格=39,000円

YF2500 Team YAMAHA



- 55cm～56cm/90890-51728
- 57cm～58cm/90890-51729
- 59cm～60cm/90890-51730
- 61cm～62cm/90890-51731

価格=30,000円

YC1500 Team YAMAHA



- 55cm～56cm/90890-51732
- 57cm～58cm/90890-51733
- 59cm～60cm/90890-51734
- 61cm～62cm/90890-51735

価格=24,000円

YF2500Z



- 55cm～56cm/90890-51736
- 57cm～58cm/90890-51737
- 59cm～60cm/90890-51738
- 61cm～62cm/90890-51739

価格=29,000円

※詳しくは本誌25ページをご覧ください。

バイクショップ ウカワ(東店)/鶴川佳久社長

愛知県名古屋市市中川区中島新町2-102 ☎052(353)6664

495㎡の敷地に立つ297㎡の倉庫を、まるごと店舗にした『バイクショップ・ウカワ』さん。奥から99㎡のメカニカルサービスルーム、99㎡のショールーム、それをし字型に囲むように設けた99㎡の店内オープンスペースを備えて、全国に例のない一大バイクショップへと変身させているのです。

→165㎡のオープンスペースを持つ『バイクショップ・ウカワ』さんの正面全景



倉庫を改装したロフト形式のユニークなお店

広いワンフロアーの利点を生かし 開放的な演出でお客さまをキャッチ!

●演出の可能性が高い倉庫に着目

名古屋市の中心部から南西へ約10kmほど離れた地下鉄東山線・高畑駅から1kmのところ、国道1号線に向かうバイパス沿いに『バイクショップ・ウカワ』さんの東店があります。何の変哲もない倉庫を、ご覧のようなバイクショップに生まれ変わらせたのは、もちろん鶴川社長のアイデア。お店の角ずみには、

店内（いわゆる倉庫内）に設けた99㎡のショールームは、99㎡の店内オープンスペースを確保。上部のネットが張り下へ追いついて

いままでにない若く新しい試みが行なわれており、オープンして2か月で早くも多くのお客さまの心をとらえているのです。

「昭和54年12月に40㎡の本店（名古屋市中川区中郷）をオープンした時から、3年目で新店舗を設ける計画を持っていたんです。いわば、この3年間は私にとってテスト期間。3年間の経験で、商品の売れ筋や客層を正確に見極め、本格的に商売を展開していこうと思っていたからです。」

そこで、具体的に新店舗を出すにあたって考えたのが、多様化したユーザーのすべてのニーズに応えられるお店。自由に演出できるだけの広い空間と、誰もが寄れる間口の広さが、課題だったわけです。

従来の店舗では、スペースが狭すぎると改装費がかかりすぎる。また、それだけ改装費をかけても、どこまで効果が期待できるかが疑問。それなら、いっそのこと広い空間を確保して、その中で自由にバイクショップをつくっちゃおうと倉庫に目をつけたんです。

●倉庫のクロースドされたイメージを一掃

広いワンフロアながら柱が無く、色いろなレイアウトがトライできる上、天井が高いために空間演出の可能性もある倉庫。しかし、倉庫はメリットばかりかというところ、そうでもありませんでした。

「天井が高いということは、しまりがなくな



「お客さまの変身願望をかなえてあげるようなバイクショップにしたい」と語る鶴川社長

る恐れもあるわけです。それに、来店されたお客さまの視線が上に向いてしまい、ショールーム自体の商品が目がいかなくなる可能性もある。また、入口が狭いため、中に何があるかがわからず、お客さまを誘店させる上で大きなハンディキアップを背負っているといわざるをえないんですね」

そこで考えたのが、以下のデメリット解消法。31歳の鶴川社長ならではの、若いセンスが生かされていました。

「視線を上へに逃がさないためには、入ってすぐのオープンスペースの上部高さ3m位にグリーンネットを張り、同時にショールームの上部にも白い角材で吊り天井をつくったんです。間口の狭さについては、倉庫の正面とサイドの一部をくり抜き、倉庫内のショールームを外からでもひと目でわかるように改装しました。」

とはいえ、倉庫はどうしてもクロースドな雰囲気になりがちなので、このほか床材や壁材の選定や、ショールームや用品コーナーの演出にはことのほか注意を払って、明るく楽しいイメージづくりに心掛けています。



赤い床と白い壁で商品を引き立たせたショールームの内部。角材を使った吊り天井も効果的



26㎡の用品コーナーはトータルコーディネーションの提案がなされ、セット販売を自然にアピール



← 13㎡の高談コーナーと事務カウンターはカラフルに、しかも必要最少限のスペースにまとめられている

↓ ショールーム奥から見た入口方向。明りどりの窓の広さが印象的



店

「NOWい」これが「バイクショップ・ウカワ」さんの第一印象です。

私は、このような店が大好きです。アメリカではやっているロフトは、「ウカワ」さんのような形式をいいます。物事にとられず、自由な発想で空間を自分達のものにしていく、これぞまさしくシングルライフの原点であると思います。

このような発想の空間には、あえてアンバランスなものが似合ったりするものです。従って、思い切ったことが抵抗なくできます。たとえば、太い鉄柱を真黄色に塗ったり、ショップ・イン・ショップの外壁には横文字のネオンサインを光らせるとか。

天井に漁網を張って、高い方の天井からは3〜4m程の模型飛行機が下っている——等々、自由な発想で個性豊かで、しかも人間味のある店づくりが、ますます「ウカワ」さんの店を発展させていくに違いありません。

株式会社 伊藤 隆蔵

ヤマハ店舗相談室

