

ただいま'83秋キャンペーン実施中!

成果はビッグ! 意欲をもやすお店の成功事例集

新登場! NEW YZ80/125/250



# 世界の桧舞台でヤマハが大活躍。 '83チャンピオン続ぞく誕生!



## カルロス・ラバード(TZ250) '83ロードレース世界選手権 250ccクラス・シリーズ

ジョニー・チェコットゆずりの鋭い走りで、全11戦中4戦に優勝を飾ったラバードは、2位を32ポイントも引き離して初のワールド・チャンピオンに輝きました。



## 斉藤光雄(TZ250) '83ロードレース全日本選手権 250ccクラス・シリーズ

チームカナヤの秘蔵っ子、国際A級3年目の斉藤は、第7戦(全9戦)にして2位を43ポイント引き離してチャンピオンを獲得。多くのファンを前にして、TZ250の速さを印象づけたのです。

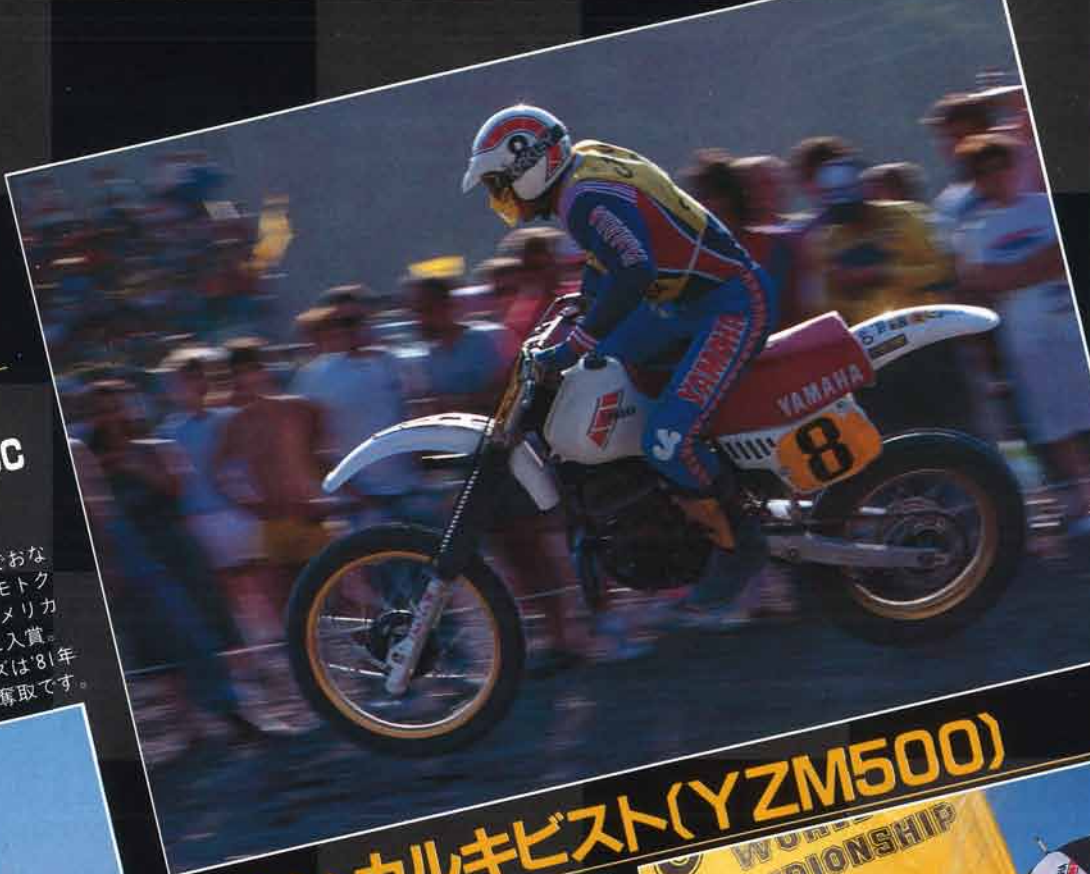
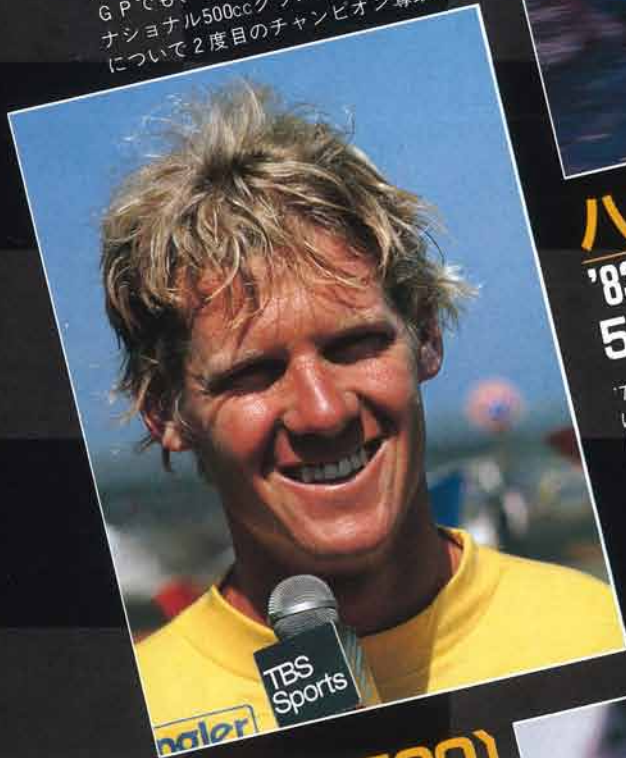


※'83チャンピオン決定は、  
9月15日現在のものです。

## ブロック・グラバー (YZM500)

### '83モトクロスAMA 選手権ナショナル500cc クラス・シリーズ

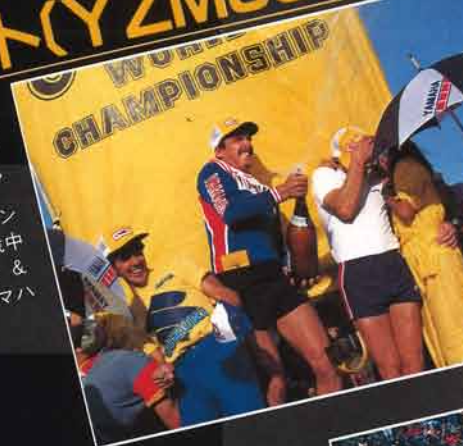
昨年の東京スーパークロス第2位でおなじみのアメリカのグラバーは、'83モトクロス世界選手権 500ccクラスのアメリカGPでも、カーラに続いて2位に入賞。ナショナル500ccクラス・シリーズは'81年について2度目のチャンピオン奪取です。



## ハカン・カルキビスト(YZM500)

### '83モトクロス世界選手権 500ccクラス・シリーズ

'79年に250ccクラスのワールド・チャンピオンに輝いているカーラは、今季絶好調で全12戦中6戦に優勝してチャンピオンを獲得。250cc & 500ccのダブル・タイトル獲得は、同じくヤマハのヘイキ・ミツコラに続く快挙です。



## 平 忠彦(YZR500)

### '83ロードレース全日本選手権 500ccクラス・シリーズ

木下恵司とともにわが国ロードレース界をリードする平は、最後まで木下とポイント争いを展開。冷静かつ確実な走りで、V型4気筒マシンを表彰台に押し上げました。



# 総合的な戦闘力を高めて新登場!

## '84 YAMAHA YZシリーズ

### YZ80



### YZ125



### YZ250



'84YZシリーズが、いよいよ新登場します。この3機種は、いずれも吸・排気効率の改善を主眼に、全回転域で出力向上を果たしたニューエンジンを採用。車体各部も操安性、整備性、耐久性の向上をシビアに追求、あらゆるコース状況に対応可能な、ハイレベルな戦闘能力を備えています。とくに出力特性の向上に合わせてサスペンションを強化。スポーク張りはゆるみの少ないZタイプを採用するなど、新しいレーシングテクノロジーを幅広く盛り込んで完成しています。

'84YZシリーズ仕様	YZ80	YZ125	YZ250
全長/全幅/全高	1,795mm/765mm/1,060mm	2,135mm/850mm/1,230mm	2,170mm/850mm/1,220mm
軸間距離	1,235mm	1,450mm	1,470mm
シート高/最低地上高	800mm/290mm	930mm/350mm	950mm/340mm
乾燥重量	60kg	86.5kg	96.5kg
エンジン	2サイクル水冷ピストンリードバルブ	2サイクル水冷ピストンリードバルブ	2サイクル水冷ピストンリードバルブ
気筒数/総排気量	単気筒/79.1cc	単気筒/123cc	単気筒/246cc
内径×行程	47.0mm×45.6mm	56.0mm×50.0mm	68.0mm×68.0mm
最高出力	21PS/11,500rpm	32PS/11,000rpm	44PS/8,250rpm
最大トルク	1.32kg-m/11,000rpm	2.15kg-m/10,000rpm	4.01kg-m/7,000rpm
1次減速(比)	ギヤ(63/20=3.150)	ギヤ(60/18=3.333)	ギヤ(63/24=2.625)
2次減速(比)	チェーン(48/14=3.429)	チェーン(50/12=4.167)	チェーン(48/13=3.692)
変速比	2.769/2.062/1.631/1.375/1.227/1.130	2.461/1.857/1.500/1.250/1.105/1.000	2.142/1.750/1.444/1.200/1.000
タイヤサイズ・前/後	80/80-17-4PR/110/80-14-4PR	3.00-21-4PR/4.00-18-4PR	3.00-21-4PR/5.10-18-4PR
制動装置・前/後	ドラム(リーディング・トレーリング)	ドラム(2リーディング)/(リーディング・トレーリング)	ドラム(2リーディング)/(リーディング・トレーリング)
ホイールトラベル・前/後	255mm/260mm	300mm/310mm	300mm/320mm



スクーター免許教室  
 展示試乗会  
 訪問販売  
 代替促進  
 事業所販売  
 スポーツBIG商談会

特集  
 ただいま  
 '83秋キャンペーン実施中!  
 成果はビッグ!  
 意欲を燃やす  
 お店の成功事例集

スポーツの秋、読書の秋、食欲の秋……そして、販売店さんにとっては、販促キャンペーンの秋。そう、全国各地の商戦では、それぞれアイデアあふれるキャンペーンを展開。店頭で、展示会場で、はたまた事業所を舞台として、積極的なセールス・アプローチが繰りひろげられています。



# スクーター免許教室

## アプローチと対応の仕方次第では まだまだ免許教室の販促効果は大きい!

回 ぶなやまサイクル・船山拓郎社長 / 奈良県北葛城郡

奈良市の中心部より南西へ30km下った北葛城郡で販売するぶなやまサイクルさんが、今年とくに力を入れているのはスクーター免許教室です。

それまでも、合同免許教室には機会あることに名をつらねて、随時有力見込客を送り込んできましたが、今年4月からは単店開催へチェンジ。動員から開催、そしてアフターフォローまでを、自店のパワーで展開して着実に新規客の掘り起こしを行なっているのです。

そもそも、この北葛城郡は奈良と大阪の県境に位置し、いわば大阪への通勤者のベッドタウンとして発展しつつあ

ります。ここ数年の急激な人口の伸びはいうまでもなく、ぶなやまサイクルさんの商圏においても統ぞくと新しいお客さまが増えているのです。

船山社長は語ります。合同教室から単店教室へと方向転換した理由を。

「一番の理由は、合同教室の会場が遠くにお客さまを送り込むのに手間がかかりすぎたことですね。それに、合同開催の場合は、なかなか自店のPRがしにくいわけです。とくに、うちみたいに新しい人びとがどんどん住みついてくる土地柄では、お店のPRは必須。そこで単店開催し、お店の印象づけを図ったんです」



「まだまだ免許教室の開催をのぞんでいるお客さまは多い」と語る船山社長(右)とヤマハ東大阪(株)奈良営業所の橋田セールス



見事、船山社長の読みは当たりました。単店開催してからは、新規客の来店率も倍増。電話の問合せなども多くなる一方で、難なくご商売の幅を広げるに至っています。

「毎回8名前後の受講者があつまり、合格率、実販率はともに100%。この間のアプローチでまだまだ免許取得希望者は商圏内に潜在していることが、よく

# 番外編

## お客さまはデザイナー

イラストコンテストに応募者殺到!

ご覧の写真は、全国から集った「カラーリング&イラストコンテスト」(モチーフはすべてXJ400Z)への応募約200点を審査する販売店さまとヤマハ社員の姿。実はこれ、スポーツショップでおなじみのモーターサイクルドクター須田(東京都町田市・須田高正社長)さんが、「モト・ライダー」誌を通じて公募したユニークな企画のひとつ。

話題づくり、お店の知名度アップ、そしてお客さまがどんなバイクを望んでいるかという傾向把握まで……その狙いはいろいろですが、須田社長はこう話しています。「この企画は、単なる話題づくりのためだけではありません。お客さまに自由な発想でひとつのモデルを提案してもらい、お客さまが今、何を欲しがっているのか?どんな傾向にあるのか?……を知りたかったのです。」

実際に集った作品をながめていくと、いろいろなことに気づきます。お客さまの乗り方とか、住んでいる環境とか……。これをもとに、どんどんオリジナリティあふれる商売を展開していきたいですね!



プロ顔負けの素晴らしい作品が揃い、9月2日に行なわれた審査会は、最後まで難航を示していました



横断幕やいま人気のお子様向けキャラクター商品など、「スクーターランド・キャンペーン」のツールの飾りつけを通して店頭演出する工藤純夫・二俣川店店長(右)とヤマハ東神奈川㈱の桑田セールス

わかりました」と語る船山社長。この秋のキャンペーンでは、もちろんスクーター免許教室を軸にアプローチを展開。キ

キャンペーン・ツールの実力診断セットや、自習セットをフル活用して潜在需要の掘り起こしに力を入れていたのです。

## 地域や客層などターゲットを絞った

## キメの細かい展示試乗会で打率を上げる!

◎オートプラザ青木・青木茂美社長／神奈川県横浜市

国道16号線沿いで、総業30年のご商売を展開するオートプラザ青木さんでは、支店の二俣川店をベースとして、近くの西友ストアーでの展示会を4年前から継続的に開催。あらゆる層のお客さまに、それぞれのターゲットに合わせたアプローチを展開して、確実に商圏を拡大しています。

西友ストアーでの展示会は、ざっとこんな様子です。まず、常時、店内に7、8台は展示車を置かせてもらっており、展示会は月に1回、金・土・日曜の3日間だけです。この展示会ではだいたい40台を展示。開催前には西友ストアーのチラシにも告知を掲載。自店のチラシとで相乗効果をおおります。

青木社長はこう振り返りかえります。「西友さんとの友好関係、これはお店にとって信用を増しています。これだけやってこれたのも、元はといえば無理しないで、自分で管理できる範囲内で頑張ってきたからでしょう。売ったバイクは後あとまで面倒を見る。自分で言うのも恥しいんですが、そこらへんの真面目さが、西友さんにも認められてきたんだろうと思いますね」

これ以外にも、オートプラザ青木さんでは店頭展示会の開催に力を入れます。つねに、ご商売に変化をつける。これがオートプラザ青木さんのご商売におけるコンセプトだからです。

「地域や客層など、それぞれのターゲットに絞ったキメの細かいアプローチこそ、これからの商売の仕方だと思うんですね。皆んな同じ方法ではダメ」と語る青木社長。この秋には、西友ストアーでの展示会に加えて、二俣川店の店頭での「スクーターランド・キャンペーン」を展開。駅前には並べられた自転車へのタッグ作戦をはじめとした誘導策とともに、新しいお客さまの獲得へ意欲を燃やしていたのです。

ちなみに、応募作の中で多かったのはレーサームードいっぱい作品。特別賞にはDT125のプレゼントも用意されていました。

## 動く用品アプローチ

「スクーター・バザール」でファッションショー



若い女性の集まるところに積極的に打って出る「スクーター・バザール」。ファッションショーでは、動きのある用品アプローチ

SUZUYA(鈴屋)といえば、若い女性の根強い人気を集めるファッション・スポット。そんなSUZUYAの本家、東京青山のベルコムズ特設会場で、さきごろ開かれたのがご覧の「スクーター・バザール」。

都内の7販売店(横浜、浅井モーターズ、榎植松商店、伊能オート、熊沢サイクル、モーターショップトム、モトショップユキ)さんの協賛で、ヤマハ南東京㈱が開いたこの展示即売会ですが、スクーターファッションショーをはじめ、コンピュータ占い、VTRコーナー、ドリンクサービス、抽選会などで連日にぎわいを見せていました。

協賛した販売店さんは一様にヤングギャルのニーズの多様さにあらためて驚いた様子。そのおひとり伊能忠雄社長は、「7月に支店をオープンしたばかりですが、これからはスクーターファッションショーなど動く用品アプローチのほか、緑日に合わせた催物、商店街での売り出しなどにも積極的にかわり商売の幅をひろげていきたいですね」と意欲を話していました。

# 訪問販売

## あらゆる機会を通じてアンテナを張り “確かな情報”のもとに訪問アプローチ!

①(有)ヒダオートセンター・菱田良雄社長／福島県福島市

「訪問販売を始めた動機は？」という質問に対し、「この商売も選挙と同じだと思うのです。ローラー作戦をやらないとお客さんが増えません」と語るのは、(有)ヒダオートセンターさんの菱田社長。

訪問販売というのと、とかくカタログを持って、知らない家を一軒一軒尋ねて歩く姿を連想しがちですが、菱田社長はもっと効率を大切にします。あらゆる機会をとらえてアンテナを張り、見込客についての情報を収集し、それから訪問へと移るのです。

菱田社長が役員を勤める商工会の会合や従業員さんたちの早起き野球も、すべてが情報を手に入れる機会として活用されています。いわば、会社ぐるみ、家族ぐるみのアンテナ。こうして得た情報が確かだからこそ、「1回か2回の訪問で商談は成立」します。いわば「訪問」よりも「情報」がキメ手になっています。

一昨年、新規開店した飯坂店(支店)の場合、お客さまの100%が訪問販売によるものです。若い菅野正店長が菱田社長の志を正しく継いで活躍している結果です。

さらに、ことしの8月からは地元商店街の有志と共同で山間の農家を借り、「ふれあいの広場」と名付けて、地域の人々が開くさまざまな催しに無料で会場を提供しています。いも煮会、カラオケ大会、生花教室、お料理教室……菱田さんの家族や従業員さんも参加するこれらの催しを通じてのふれあいの中から、見込客の訪問先を発見するのです。



ヤマハの訪問販売促進ツールを開いて計画を練る。左から菱田社長、奥さまの米子さん、従業員の佐藤隆二さん

安全運転のテクニクの普及と、オフロードバイクの販売促進。一石二鳥の効果を兼ねて、SLオフロードライディングスクールを主催する販売店さんがふえています。その一例。宮城県仙台市のヤマハ黒松、ワンダーランド高田、仙台モーター商会の3店共催によるSLオフロードライディングスクールが9月15日、ヤマハ東北(株)仙台営業所の協力のもとに、スポーツランドSUGOモトクロスコースで開催されました。朝から降り続く秋雨で、路面はぬかり、転倒者が続出した1日でしたが、女性5人をまじえた40人の受講者たちは、基本バランス走行のあと、広大なコース一杯に走り回り、オフロード走行の厳しさとはらしさを満喫していました。



この秋も、販売店さまの間で人気集中のSLオフロードライディングスクール(写真は、9月15日のSUGO)

好評/SLオフロードライディングスクール  
お客さまには転んでいただく!

ワンダーランド高田の高田 泉社長は、「オフロード走行こそライディングの基本なので、女の子たちにも参加するようすすめたわけです。せっかくオフロードバイクを買って、その楽しみ方を知らないというのはいけません。それに、商売の上でも400ccのオンロード車プラスDTというお客さんをふやしていきたい気持ちがあり



# 店頭と出張による点検キャンペーンで 商圏内の代替時期をキャッチ!

回(有)和田モーターズ・和田光永社長/千葉県館山市

館山駅から1.4km離れた所にある(有)和田モーターズさんは、スクーターなどのソフトバイクのお客さまが8割と、アンダーボーンタイプのお客さま、そして最近増えはじめたスポーツバイクのお客さまを抱えています。

そして、こうしたお客さまへのご商売に対する特長といえば、10年前から続けている出張点検サービス。この秋も、ヤマハのキャンペーンに合わせて出張点検キャンペーンを実施。それを軸として、代替促進に積極的な取り組みを見せています。

「安全点検キャンペーンを始めたきっかけは、整備不良車を走らせて、かえって維持費の負担を背負っているユーザーを多く見かけてからです」と語る和田社長。10年間の歴史を振り返りながら、出張点検サービスの成果の大きさを話してくれました。

「愛車を大事に乗っていたらこうと始めたこの活動、頭初はお盆と年末の2シーズンに行なっていました。というのは、この時期はバイクがひと息つく頃。そこで、お客さまの所を

トラックで訪問し、その場で修理できるものは直し、そこでは到底無理なバイクを持ち帰っていたんです」

当然のことながら、お客さまの反響は大でした。そして、この活動を通じてお客さまとの信頼を高め、代替へと結びついたことはいまでもありません。

「代替のポイントは、当り前のことですがお客さまが代替意識を持たれる頃なのでしようが、アプローチの仕方によってはもっと早めることが可能です。解り

やすく言うなら、「まだ使える、まだもつたない」と思っているお客さまでも、充分代替を促進することはできるということです。そして、それをさぐることに、実はこの安全点検キャンペーンなんです。逆にいうと、この時期を逃がした場合は、バイクが動かなくなるまで、お客さまは新車購入をのぼす結果になります。これですと下取りも不可能になるわけですね。修理見積りや下取り価格を提示して、新車購入の資金にあてた方がお得であることを説得することが出張点検サービスのポイントなんです」

(有)和田モーターズさんでは、この秋も店頭をヤマハの代替促進キャンペーンのツールで演出。ジョグやメイトを軸とした販促活動に力を入れていたのです。



「代替時期をいち早くキャッチすることがポイント」と語る和田社長(中央)と神作サービスマン(左)

ます」と。  
また、ヤマハ黒松の若生政敏社長も「お客さんと一緒に私も受講しました。バイクは転ばなければうまく回るものではないですね。こういう安全なところで転びながら腕をみがいていくのはとても良いことです」と話していました。

## もうひとつの地域密着型

### マクドナルドとタイヤアップ展示会

おなじみマクドナルドとタイヤアップした西ドイツでのスクーター・キャンペーンは、以前にもご紹介しましたが、いよいよこのタイヤアップが日本上陸です。

ドライブスルー形式で人気を呼ぶ東京郊外のマクドナルド店とタイヤアップした展示即売会が、この秋連続して開かれました。ヤマハ西東京(株)管内の7販売店(イマイオートセンターさん、YSP日野さん、㈱スタッフ屋さん、モトハウスアルファさん、牛車モーターズさん)さんが、それぞれ近くのマクドナルド店の店頭で実施したのがそれ。

各会場3日間の開催期間中、ジャンケン大会、交通安全クイズ、来場者へのスポーツクジ、そして成約者にはマクドナルドのサービス券をプレゼント……そんなプログラムで連日にぎわいをみせていました。



YSP日野(草下和衛社長)さんでは、近くのマクドナルド豊田店とタイヤアップして展示即売会を実施

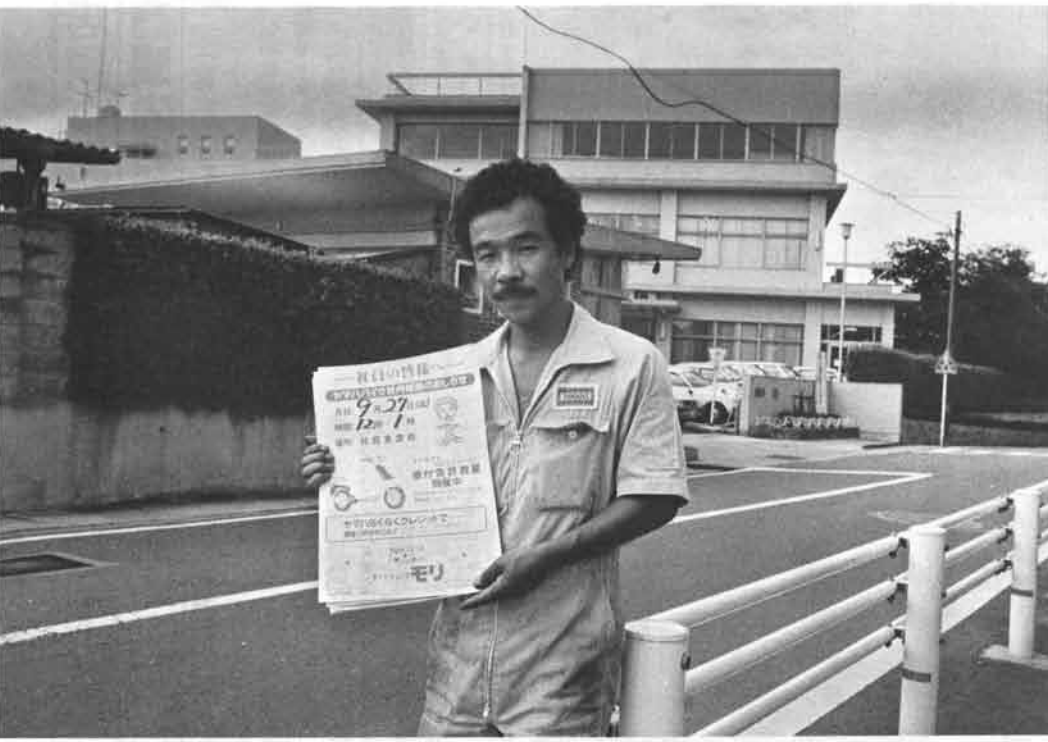
# 給料日直後の昼休みにタイミンクを合わせて 社員食堂で事業所展示会を開催！

②オートショップ・モリ・森正巳社長／京都府長岡京市

長岡京市に本店を、京都市に支店を持つオートショップ・モリさんでは、今年の春から事業所販売に本腰を上げていますが、この秋の商戦ではさらに積極的な展開を図り大きな成果を上げています。オートショップ・モリさんの第1目標

は、本店から1・2kmのところには本社と工場の一部を置く電機製品等の大手部品メーカー・村田製作所(株)さんです。以前から、同社の従業員さんの中にもオートショップ・モリさんのお客さまはかなりの数でしたが、ヤマハのバックアッ

↑展示会開催のポスターを持って事業所を訪問



ヤマハ京北(株)京都南営業所の山川所長(左)と事業所販売用のツールに見入る森社長

プもあって毎月1回、その社内で展示乗車を開かせてもらうことに成功。開催は、毎回給料日後の正午から1時までのお昼休みで、場所は30000人に近い社員で賑わう食堂前という好条件です。当日は、アクティブやジョグなどスクーターばかり約10台、それに試乗車も用意して、森社長と2名の従業員さんが出張。「社員の皆さんは、それぞれ名札を付けているので、それを見て名前を呼ぶと展示車に近寄っていただけます」と、カタログを配ったり商品を説明している合間に、興味を促すコツを語ってくれました。

以前にも、アフターサービスの能力がものをいって、新聞販売店や保険会社などを対象にした小規模な事業所販売を行ってきた経験をもつオートショップ・モリさんですが、長岡京市には大きな工場も多い上、クルマによる通勤が増えて駐車場難が叫ばれているので、「バイクの事業所販売は今後ますます有望だ」と森社長はヤル気を見せていたのです。

お客さまは「走りたい！」

3店合同で「ミニYRS&サーキットラン」

SUGOのロードコースなどを利用した「ミニYRS&サーキットラン」も、このシーズン、新しいニーズを開拓する活動として定着しています。

9月11日のSUGOでも、仙台市のいたばしオートショップさん、塩釜市のいたばしオートショップさん、花巻市の花巻オートショップさんの3店合同による「ミニYRS&サーキットラン」が37名の参加をみて開かれましたが、初めてのサーキット体験などに参加者の好評の声が聞かれていました。

主催した販売店主のおひとり照井清社長(花巻オートショップ)も「今日とはくに走りたい」というクラブのお客さまを連れて来たくです。サーキットでそれを満足していただければ、また来なくなる。それに、ヤマハに乗っていると、こんな特典がいっぱいある/ということのアピールにもなりますね。ヤマハの販売店だから、こういうイベントができるわけですが、また機会をつくって参加したい」と話してくださいました。



ミニYRS & サーキットランは、この秋も人気集中です

有職ヤングを対象としたXJ400ZSの  
体験試乗会で、BIG商談会も大盛況!

◎YSP太田中央・小沼宏有社長／東京都太田区

都内でも有数の住宅地で、しかも比較  
的交通量の多い2つの幹線道路の交叉点  
という好立地条件のもと、秋商戦もまっ  
さかりの9月18日にオープンしたのが、  
YSP太田中央さん。店舗周辺には工場  
やオフィスも多く、通勤途中のお客さま  
の目にもよくとまるため、有職ヤングを  
中心にかなりの需要が見込まれています。  
そこで、幸先きよいスタートで一氣に  
ご商売を軌道に乗せたいと考えた小沼  
社長が、このタイミングに企画したのが  
、秋のスポーツBIG商談会とオープ  
ンセールをドッキングさせたパワフルな  
オープンイベント。店頭を、秋のスポー  
ツBIG商談会、ツールで演出、新聞折  
り込みチラシで集客を図り、XJ400  
ZSの試乗会や粗品の進呈などのセール  
を中心に、周辺地域に対するPRを試み  
たのです。

結果は、スポーツバイクの取扱はもち  
ろん、スクーター需要の掘り起しまで果  
して大成功。小沼社長は、以下の感想を  
語ってくれたのです。

「場所がよかったこともあり、当日は



←人目につく場所柄だけに店頭ツールの効果はバツグン!

↓オープンセールの準備に余念のない田中店長とヤマハ南東京の松浦課長



大盛況でした。それに、秋はやっばりス  
ポーツバイク需要が伸びるシーズン。有  
職ヤングにターゲットを絞ったXJ400

0ZSの体験試乗会は、とくに販促効果  
を高めたようです。  
交通量もあり、人目につきやすいお店  
でのキャンペーンだけに、フリの客も  
かなり来店。今後も、つねに店頭のイメ  
ージを新鮮に保ち、いろいろなイベント  
やセールを展開。幅広い地域に向けて話  
題づくりを図っていききたい、と考えてい  
ます。

このほりでゴー!

「がんばれカーブキャンペーン」展開中!

こちらは9月4日、広島市民球場での話題です。V奪  
還へ燃える広島東洋カーブが、ジャイアンツを迎えて首  
位攻防戦を展開しましたが、カーブ応援に駆けつけたの  
がヤマハ西中国株広島営業所管内120店の販売店みな  
さま。9月10日の需要ピーク時にあわせ、ガンバレカー  
ブキャンペーンを展開中なのです。

このほり、オリジナルのほり等の店頭演出はもちろ  
ん、お客さまぐるみで、街ぐるみでカーブに声援を送り  
ながら販売を狙うこのキャンペーン。協賛販売店さん  
のおひとり、オートショップウジナ(北野政臣社長/広島  
市南区)はこう話してくださいました。

「夏バテを解消するような清涼感があるのがこのキャ  
ンペーン。特に、広島といえばカーブ、カーブといえ  
ば広島というほどカーブは市民に密着していますから、商  
売にハズミが生れます。」

それに、需要のピーク時と、プロ野球が盛りあがる時  
期は、だいたい同じ。お客さまと一緒にってキャンペ  
ーンを盛りあげることができまますから、店の活性化にも  
最高」と。



「がんばれカーブキャンペーン」で意気盛んな北野社長(左)。  
中央はスタッフの新谷勲さん、右が奥さまの富貴江さん

# ヤマハ奥さま 登★場

⑩

## この秋はひと味ちがった 趣向を考えてみました、私たち。

尾張・名古屋は城でもつ——といわれた時代は、すでに昔のはなし。東西を貫く東海道の要として名古屋は工業、産業で膨大な大都市に発展しています。その名古屋の東地域といえば、いま新興住宅地として脚光を集めている所。今回は、ヤマハ名古屋㈱・名古屋東営業所管内のヤマハ奥さまを訪ねてみました。



これからの店舗計画として、ブティック感覚のお店づくりにトライしてみるつもりなんです。商売も毎年違った打出しをしています。秋から冬のシーズンこそビッグバイクを中心とした展開のチャンス。いま、そのための市場調査をしている最中なんです。

●古川雅子さま・名古屋市緑区/サイクルシヨップふるかわ(古川洋美社長)



今は仕事が楽しくてしかたがないの。ひとつのかべ(目標)を乗り越えることに、増ます意欲がわいてくるみたい。そんなヤル気をいつまでも持続させて、商売の幅を大きくしていきたい。継続は力なり。という言葉をもっとにひとつひとつ積み重ねていきたいですね。

●波多野朝子さま・名古屋市熱田区/ハタノ商会(波多野貴社長)

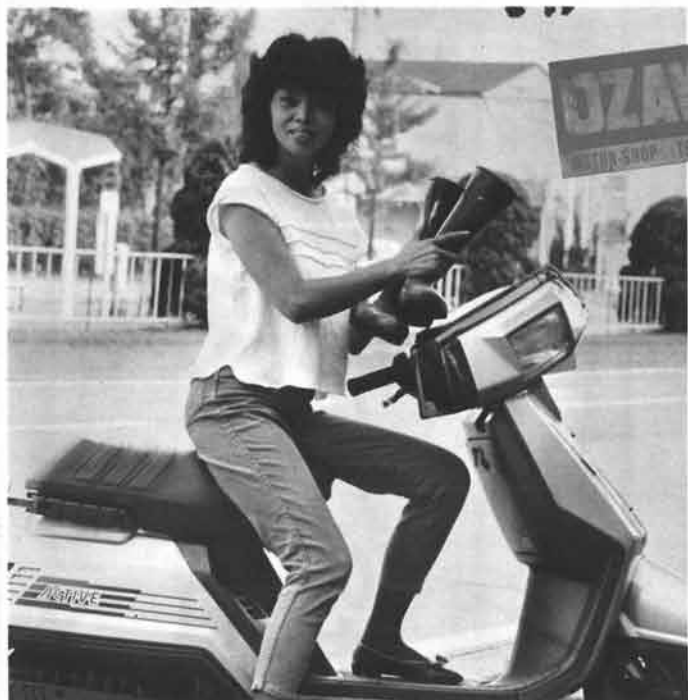




50~60代のご年輩のお客さまが増えて  
いるんですよ。もうバイクに乗れない  
と自分からあきらめていた人たちを、  
スクーター免許教室に誘い、バイクの  
手軽さを訴え続けたことが功を奏した  
んでしょうね。その後も毎日立ち寄っ  
てバイクの便利さを話していけます。  
●竹内スエ子さま・常滑市市場町/サイ  
クルセンタータケウチ（竹内将順  
社長）



今のこの戦国時代を勝ち抜くためには、  
ひとつには、知恵比べじゃないから。  
お店の個性をいかに打出していくかな  
んですけど、ウチは先行投資のつもり  
でパソコンやパーソナル無線を入れて、  
新しいニーズをつかまえていくつもり  
なの。できるだけ情報を多く集めること  
って大切なのよね。  
●福井智江子さま・名古屋市瑞穂区/南  
福井サイクルセンター



お客さまのニーズをいち早くキャッチするためには、自分のアンテナをど  
んな時でもはっておかなくちゃだめでしょう。ショッピングや食事に行っ  
た時なども。それで、このお店は何かあるなって感じさせるようになれば、  
しめたものね。店内にコーヒーが飲める丸いカウンターを設置したのも、  
受け入れられたみたい。

●小沢カヨさま・名古屋市南区/モーターサイクルショップオサワ（小沢  
紀代士社長）

●一見藤子さま・名古屋市天白区/名古屋東カワサキ一  
見啓介社長）  
オープンして4か月目なので、まだまだ新人。でも、樹  
木の自然な感じが好きだったので店内はログ・キャビン  
風にしてみたり、野鳥を大きなカゴに入れて置いて置い  
てみた。田舎風な味を出したり、いろいろとチャレンジ  
しているんです。イベントも考えていますが、できるだ  
け利益率の高いものを企画しよう、とね。



●中島商会・中島荘三社長×ヤマハ西神奈川㈱・太田英俊セールス

▲▲中島社長

# 「職域販売は、会場設定がポイントだね」

▲▲太田セールス

# 「社内報に載せてもらっているのも効果大です」

人口46万。相模原市は、神奈川県下で横浜市、川崎市につぐ第3の都市として成長しています。そんな中で、創業30年のご商売を展開する中島商会さんは、さらに今年から近くの事業所への職域販売にも着手。2代目・中島荘三社長は意欲的などり組みをみせていました。

創業30年を迎えた中島商会さん（中島正雄代表）▼店舗面積45坪▼展示台数60台▼商圏：住宅地、商工地域▼スタッフ3名



NECさんより田村電機さんの方が効率はよかったです！

太田 現在、事業所販売のお得意さんといったら、NECさんと田村電機さんですよね。どちらも相模原市では大きい事業所ですけどいいとこ見つけましたね。

中島 そうですね。NECさんの場合はこの半年間、展示会を月例化できていますし、田村電機さんの場合はすでに春に開催して大成功を収めていますから、これからも大事にしていきたいね。それぞれの特徴に合わせて、お付き合いの仕方を考えていくといった。

太田 まず、社員数が違うでしょう。NECさんは4000人、田村電機さんの方は800人位。だから、展示会の規模なんかも変えざるをえませんか。

中島 けれど、効率から見ると田村電機さんの方がはるかによかったですね。台数は20台弱と同じでも、NECさんの方は半年間での数。田村電機さんは1回の開催の話だからね。

太田 必ずしも、大きな事業所のほうが大きな商売ができるわけではない、ということですね。中島 ひとつには、会場設定の方法に問題があるのかなアと思うんです。NECさんの場合は、事業所としての規模が大きい。工場内



店頭演出にも意欲的な中島社長(左)



“秋の収穫セール”の打合わせに話はずむ中島社長(左)と太田セールス(右)。中央は奥さま宏恵さん。

●太田英俊セールス(ヤマハ西神奈川機)  
昭和53年ヤマハ入社。以来、オートバイ営業ひと筋。「ソフトな対応、ハードな販売」がモットー。ゴルフは今年3年目。早稲田大学卒。神奈川県出身の29歳。

に社員食堂が2か所、購置部はその食堂とは離れたところにあつて、またそれとも違う所でうちが展示させてもらってますからね。それに、NECさんの工場はやはり大企業だけあって厚生施設が整っている。昼休みになるとテニスやバレーホール、と社員の人は遊ぶのに忙しくて、社員が昼休みに一か所に集中するというものもない。

太田 そういった意味では、田村電機さんの方が、ダイレクトな販売ができたということですね。食堂は1か所ですから、社員が昼休みに集中する。厚生施設も、NECさんほど完備されていないので、そんな中に展示車をもつていくとインパクトが強い。それでいい結果が出たんでしょうね、きっと。しかも、事業所としての協力度がよかったみたい、田村電機さんは。値段を入れた事前告知を社内報にまで載せてもらえたほどですから…。

ポイントは社内報に載せてもらうこと！

中島 そうそう。社内報の力は大きいよね。逆に、NECさんの場合はそこまでの協力はやってもらえなかったのが実状だからね。

そういえば、NECさんの社員の人がたまたまうちに来たので職域販売の話をしたら、こうなんです。「ええ？そんなのいつやったの？全然知らなかった。社内報にでも載せればいいのにね。」って。

太田 NECさんへの職域販売は、社内報での告知とか、工場内のポスターとか、場内アウンスとか、そんな形で事業所としての協力度を高めてもらうよう働きかけていけば、いいのではないのでしょうか。

中島 たしかにそうだね。やるからには、相手に自覚を持ってもらわなくちゃあ。それ

と、NECさんの場合は、もう半年にもなるんだから、やり方も再検討のときかもしれないね。たとえば試乗車をもつていくとか…。太田 定例化のマンネリ化だけは防いでおきたいですね。いつも同じ展示車ばかりっていうんじゃないかと、ときにはスポーツバイクをもつていくという感じで変化をつけたいですね。前回も、シグナスとかトレシーを展示したので、結構あつまりが良かったでしょう。これからも考えましようよ、いろいろと。

小規模の販売店にとって職域販売は有利！

太田 ところで、大きな事業所だけでなく身近で小さな事業所へも、どんどん職域販売をやっていくことって、必要ですよ。

中島 三洋証券さんにこの間ジョグを6台入れたんですよ。あれは、まあ事業所用として入れたんだけど、そういう身近なところでアプローチしていないところって結構あるんだよね。

太田 たとえ、社員の数が少なくてもね。

中島 東京のある販売店で聞いた話ですが、その店で社員40名弱の事業所に職域販売をやったところ、社員の半数近くの成約があったというんです。その事業所は、たまたまヤマハ関係の仕事をやっていたということもあつたそうですが、やはりそういう話を聞くと職域販売の魅力を感じますね。

太田 魅力ですね。しかも、スーパーなんかでの展示会とは違って、11時ごろから搬入して2時ごろにはもうお店に戻ってこれますからね。時間的なロスも少なくて済みますし。

中島 うちみたいなのに3人くらいでやっている小規模な店にはピッタリですね。実際に職域に出掛けるのは、ひとりだつていくくらいですからね。また、職域の場合、すでに免許をもっている人が多いので、改めて免許教室とのドッキングという必要も、あまりないよう

太田 これからも頑張りますよ。



【太田克彦氏プロフィール エッセイスト。43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。】

ですから、取材たって時間がかかってしょうがない。けっきょくいちばん速くて細い道にも入れるのがバイクだとわかって、乗りはじめたわけですよ」

——そうすると、そのバイクで実際に犯人と追っかけっこなんかやったわけですか？

「そうですね。各社スクープ合戦ですからね」

——土屋さん自身、バイクでスクープをもの

にした経験は……？

「忘れられない取材があるんですよ。たしか昭和39年だから、いまから20年近くまえの話になるかな、<sup>ウツノ</sup>榎原村という小さな村がいまでも東京にあるんですが、ここで落盤事故がありましたね、ええ、4人ほど死亡しました。ここは石灰石がとれるんですが、作業している人たち二十数人が生き埋めになっちゃったんです。急な山道だし、絶対にクルマじゃはいれない場所なんです。

夕刊の締切に間に合わせたいから、情報は早くほしいし、かといって現場へいくしか方法がないわけです、警察の無線を盗聴する以外はね。

それでバイクを利用したまではいいんですが、このころオフロード・バイクなんて一般化してないし、いまから考えるとずいぶんムチャやったなと思いますよ。バイクのケツにカメラマンのつけて写真とりましてね、まだ電送写真なんてものないから、有楽町にあった本社までスッとはしましたよ。おかげで社についたのが他社よりも1時間早くて、夕刊の締切にギリギリ間にあいました。

ただね、記事と写真もって出発したのは、ほかの社も同じだったんです。でもバイクとクルマとのスピードの差が、私にスクープをつくってくれました」

——海外でも同じようにバイクを利用されたことがあるそうですね。

「ほんとにバイクに乗ってて、ありがてえなと思ったことがあるんです。ほら、まえに名古屋のほうで、専務と社長がひと殺して、保険金を2億だからもらって逃げた事件があったでしょ、最後にはブラジルで撃ち殺されたけど、あのとき私、取材してるんですよ。

そのとき私は南米にとんで、通信衛星の取材をしてまして、パラグアイにいたんです。仕事が終わってアスンシオンというところの旅館から社に電話して、『帰るよ』っていったんです。そうしたら実はこれこれこうで、犯人がそっちに逃げたからあと追っかけてくれるというんですね」

——支局のひとでなく、別件取材の記者に相乗りするんですか？

「そういうことはちょくちょくあるんですよ。で、警察とで2週間のうちに犯人の居場所つきとめたはいんですが、これが600キロもあるから足がない。さあどうするってんでホテルのマネージャーの子どもの乗ってるバイク借りたんです。

軍や警察は、ヘリもセスナもありますが、報道のほうは困った。たいていはクルマかテコテコ——小さい飛行機のことをこういうんですけど、まずこれに集中します。とにかくクルマでも、目的地にいくだけで半日かかるんですから、バイクでいっていったら、もうドン・キホーテあつかいですよ。

ところがみんなはバイクのよさを知らない。長い距離と時間を短縮するにゃバイクに限りますね。けっきょく道はしっかりしてるんですけど、夜はコワイからね、現地に着くまで2日間かかりましたよ。地図と磁石だけがたよりのハードな取材でしたけど、犯人の2人が撃ち殺されるころまで取材して、UPから通信衛星にのせて、記事は無事東京に送られました」

——いまでも取材には、バイクが有効だとお考えですか？

「いまみたいに技術が発達してくると、とかく電話だとか、電送写真にたよる傾向がありますね。でも、みんなが殺倒するし、もし故障でもしたら一巻の終りっていうこともあるでしょ。だからバイクは記事の輸送手段として、いまだに新聞社は認めているんですよ。いま、毎日新聞だけでも40台はあります」

——そうしますと、新聞社は一般的にはバイクを否定する傾向にありながら、有効性もいっぼうでは認めている。いや、認めざるを得ないわけですね、その矛盾を。

「だから新聞にも、バイクにたいする新しい見方が生まれなければダメだ、と私は思うのです。いまのところは残念ながら、暴走族だとかそのほか現象的な面からしか考えない、つまり背景がないから、バイクは世間をさわがす余計なものだというふうに見える人が多いんです。

あれだけファンのふくれあがった鈴鹿の耐久レースも、安全対策へのメーカーの努力もとあげようとはしないですから」

——郵便屋さんやソバ屋さんのように、バイクで働いているというカッコがつけば、いちおういいわけですね。

「そう、マスコミの見方をまず変えないことにはバイクはいつまでたっても歪んだ方向でしか広がっていかないんです。だからこそ私も声を大にして、いまだにバイクの魅力をとなえているわけですよ」





# WORLDWIDE YAMAHA NEWS



## From Sri Lanka

### 陸軍のキャンペーンで DT400がスタントショー

スリランカでは毎年夏に、陸軍のキャンペーンとして各地で夜間行進のデモンストレーションが開かれています。今年ここで最も注目を集めたのが最近陸軍に納入されたばかりのDT400でした。

このデモンストレーションで、DT400はスタントショーに出演。軍隊から選ばれた4人の女性を含む8人のライダーは、会場を所狭しと華麗なテクニクを披露。優秀なバイクに乗る優秀なライダーたちは、行く先ぎの会場で賞賛をもって受け入れられていたのです。

なお、スリランカの陸軍には、これまでDT400以外にXS250、XS400、DT175を納入していますが、いずれも大変評判よく、ヤマハのパワー、耐久性、扱いやすさに高い信頼が寄せられています。



## From Paraguay

### より機能の集中化を図り 業務を統括した新社屋を建設!

南米のパラグアイのヤマハ・インポーターといえばオートバー・コマーシャル(Autoper Commercial)ですが、ヤマハとの歴史は早や10年以上にもなり、オートバイはもちろんマリン関係も含む全商品にわたって取引が続けられています。

とりわけオートバイに関しては、年間3000~3500台の販売実績を上げ、マーケットシェアも35~40%へと占めるに至っていますが、このたび業務の能率化を図るため新社屋を建設。サービス、営業、倉庫を一体化して機能を集中、さ



らに大きな飛躍をめざしているのです。

交通の要所に建てられた新社屋は、1階が350㎡のショールームと250㎡のワークショップで構成され、2階は事務所にあてられているもの。また、地下には612㎡の広いパーツセンターが設けられるなど充実、ヤマハ・ファミリーの一員として意欲を見せていたのです。

## From U.S.A.

### 007のジェームス・ボンドが またもヤマハのバイクを指名!

<007>

といえば、いわずもがな過去10数年にわたって映画界に君臨している超大作娯楽映画ですが、その新作がまたまた来年に、わが国で封切られます。

「ネバー・セイ・ネバ

ー・アゲイン」と題したこの映画は、世界制覇を企む巨悪集団に対してかの有名な007ことジェームス・ボンドが立ち向かうという、例によって例のストーリーで作られたものですが、ここに花を添えるのがヤマハのXJ650ターボ。過去にもXT250が登場し、アイスバーンでバイク・チェイスを繰りひろげましたが、今回もそれを上回るリアル・アクションが披露され、さらに映画を盛りあげます。

ちなみに、その他のアクションとしては、タイガーシャークとの死闘や乗馬、ロッククライミングなどが用意。30億円とも40億円ともいわれるショー・コネリーのギャラにふさわしく、見せ場たっぷりな話題作として早くも注目されているのです。



## From Venezuela

### 新聞の第1面を埋めつした 世界チャンプのカルロス・ラバード

“新しい英雄の誕生、カラカス市は歓喜でいっぱい!”、“カルロス・ラバード、世界チャンピオン/国民の誇り”、“カルロス、2人目のベネズエラ人世界チャンピオン”、“母親から見たカルロス・ラバード——12歳で始めたオートバイへの情熱が世界チャンピオンにまで”………etc.

これは8月1日——つまり7月31日にシルバ



ーストーン(イギリス)で、TZ250を駆るカルロス・ラバードがロードレース250cc世界チャンピオンを決めた翌日——のベネズエラの新聞の見出しの一部です。

同じベネモトス(ベネズエラのヤマハ・インポーター)のライダー、ジョニー・チェコットが350ccクラスでチャンピオンになった時と同様に、この日の新聞はまさにカルロス・ラバード1色といったところでしたが、ここ当分はまだ人気が続きそう。ベネモトスとヤマハに係わりのある人びとに誇りと活気を与えるとともに、健全なモーターサイクルスポーツの普及に大きな影響をおよぼしたのです。

## From Portugal

### ポルトガルの2輪車メーカー S.I.S社と提携が成立!

ポルトガルで初めての日本製オートバイの製造に、ヤマハが来春より着手することになりました。

これは、かねてよりヤマハとポルトガルの二輪車および二輪車用エンジンのトップメーカーであるS.I.S社(S.I.S VEICULOS MOTORIS ZADOS LTDA社)との間で進めていた、二輪車の



製造に関する提携が両社間で合意に達したため、今後はヤマハブランドの125ccバイクを中心とした生産・販売等の業務が行なわれることになったものです。

ポルトガルの二輪車市場は、昨年が66,500台という規模で50cc、80ccクラスが主体を占めています。最近では上級車への志向も強くなるなど、需要の多様化が見られます。来春よりスタートする生産は、年間9,000台前後を予定していますが、今後の飛躍が、大いに期待されています。

# INFORMATION FROM YAMAHA

●詳しくは近所のヤマハマンにお問合わせください

## SALES

期間は10月末まで

**'83秋ヤマハキャンペーンを積極的に  
ご利用ください！**

ジョグ、アクティブ、トレーシーの3機種をキャンペーン対象とした「ヤマハオリジナルCOMPO BAGプレゼントセール」。そして、200cc以上のスポーツバイク（コンペ・モデルは除きます）をキャンペーン対象とした「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」——'83秋ヤマハキャンペーンも、残すところ1か月。10月末までとなっています。

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とキャンペーンを大いに活用して、積極的なご販売をおすすめください。

また、9、10月の2か月間実施中の「ヤマハフレンド店・秋の収穫セール」も、どうぞお楽しみください。



傘の柄がハンドルのグリップ状のプレゼント用ヤマハオリジナル・レーシングアンブレラ



「ヤマハオリジナルCOMPO BAGプレゼントセール」は10月末まで

## ST

**'83 SLサマーフェスティバル**

**ご支援、ご協力ありがとうございました**

'83 SLサマーフェスティバルは、7月2、3日の「83田沢湖MOTO・RING」を皮切りに、全国11会場に延べ8200名の参加者を見て大成功をおさめることができました。このビッグイベント開催に、ご支援、ご協力いただきました販売店みなさまに、あらため

て厚くお礼申しあげます。

'83 SLサマーフェスティバルは、初の試みとして全国各地に分散して会場を設定。地元販売店さんを窓口とし、ヤマハ販売会社、ヤマハセールスが一体となって動員を図り、開催してきました。その結果、参加ユーザー、

販売店さん、ヤマハ販売会社、ヤマハセールスとの間に新しいコミュニケーションが生まれ、これがイベント成功の大きな原動力になりました。これは'83 SLサマーフェスティバルの、もうひとつの成果といえそうです。ヤマハでは、今後とも販売店みなさまとの



## SAFETY

### 好評のバイクランドを 今年も実施します 第25回東京モーターショー

10月29日から11日間、第25回東京モーターショーが東京・晴海で開催されますが、毎回その中で好評の「バイクランド」が今年も特設会場で実施されます。

この「バイクランド」は、国内4メーカーが協力して実施する原付車の安全運転講習会。ヤマハ安全運転推進本部でも、インストラク

ターの派遣、講習車の提供など、全面的に協力しております。

とくに、首都圏のお客さまにとって、この「バイクランド」は、安全運転講習会を受けながら各種のモデルの試乗もできるとあって、毎回大人気を集めています。お客さまへのご案内、どうぞよろしく。



オリジナルYZジャンパー  
プレゼント用

連携を強め、広汎なスポーツバイクユーザーを集めたビッグイベントの実現を通じ、健全なスポーツバイクユーザーの育成、健全なモ

### '84YZシリーズ 発表・試乗会を各地で開催します

いよいよ'84年YZシリーズの登場です。モータースポーツ愛好家のお客さまの間では、日増にニューYZの話題が沸とうしています。お店ではいかがですか？

ヤマハでは、この'84年ニューYZシリーズの新発売にあわせ、新しいお客さまを確実に増やしていただけるよう、ふたつの企画をたてております。どうぞご利用ください。

その第1弾は、ニューYZ予約者にもれなくYZジャンパーをプレゼントする。YZジャ

ータースポーツの発展のために努力してまいります。これからも、ご支援、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

ンパー・プレゼントセール。もうひとつは、お客さまを対象とした、'84年YZシリーズ発表・試乗会の実施です。

とくに、10月1日から各地で開催予定（詳しい地区別日程は、別途ヤマハセールスのご案内します）の発表・試乗会では、カタログだけでは決して解らないニューYZの軽さ、速さをダイレクトに訴求できるもの。お客さまへの試乗ご案内、どうぞよろしくお願い申し上げます。

## SERVICE

### この秋、サービス活動で勝負！

### ご利用ください「定期点検整備作業要領サービスマニュアル」

一つのシーズンでも、お客さまのバイクへのスムーズな定期点検の実施は、お客さまに信頼を与え、売り上げ増加への確実なきっかけとなるものです。この秋、お店では、定期点検サービスを、いかががおすすめですか。

にビジネスバイク用に編集した「定期点検作業要領サービスマニュアル」をご紹介します。このマニュアルは、①7月1日の車輛法一部改正にあわせた点検要領、②ビジネス車に絞ったマニュアル、③必要工具、作業方法が写

も、ぜひお店に備えていただきたい一冊といえます。

この秋のサービス活動の充実にぜひご利用ください。ご注文は、ヤマハ特約店及び最寄りの販売会社の営業技術課までどうぞ。



くところで今月はこの秋こそサービスタ活動で勝負、とお考えの販売店みなさまに、とく

## ACCESSORIES

# 用品・ウェア類のセレクトイベント、お店の個性化を打出してくだろ〜!

秋商戦——バイク本体も用品・ウェア類も活発な動きを見せるこの時期ですが、こんなデータをご存知ですか? スポーツバイクのお客さまもスクーターのお客さまも、用品・ウェア類の購入については、新車購入時の比率が最も多い——というデータです。

実際、新車販売時にその新車にあわせて用品・ウェア類をセット販売することは、付加価値を高めて単価率をアップさせるわけですから、お店の売上げに直結していくこととなります。

また、用品・ウェア類を通じてお客さまとのつながりを保つには、新車販売時が絶好の

真入りで理解しやすい、などを特徴としていますが、作業の確実性と効率アップのために

製品No. || TVY——28197100  
価格 || ¥4000、

チャンスであるということ。逆に、新車販売時を逃がしたら、その後に用品・ウェア類の売上げを伸ばすためには、かなりの負担を背負わなければならない、というデメリットが出てきます。

そこで、この秋お店で力を入れていただきたいのが、バイク本体のセレクトショップとともに、用品・ウェア類のセレクトショップで店のオリジナリティを打出していただくこと。コ

ンセプトを絞り込んだ豊富なアイテムの品揃えで、お店の売上げアップをお図りください。

とくに、ヤマハではいま、スポーツバイクユーザーのニーズを先取りした個性的なアイ

テムの開発を続け、販売店みなさまの店頭へお届けしています。それらは、RZ+チームヤマハシリーズ、DT+チームヤマハシリーズ、という形で、本体と用品のセット販売を可能としています。

写真は、この秋に新登場したヤマハメルヘット・グラフィックシリーズの第3弾ですが、チームヤマハシリーズのウェア類とセットするなどして、RZ250R/350RやXT250T、DT125等の拡販にお力添えください。

※写真はYF3500 Team YAMAHA 価格 || 39,000円



## スポーツランドSUGO

# 10月秋のSUGOはジャンプイベント満載です

スポーツの秋、販売店みなさまにおかれましては、いかがお過ごしですか? スポーツランドSUGOでは、この秋ビッグなモーターイベントを毎週のように開催。みなさまのお越しをお待ちしております。

10月9日の第11回TBCビッグロードレース、10月16日の第20回モトクロス日本GP大会……と、いずれもスピードとテクニックに酔わせてくれること間違いありません。どうぞ、お見逃しなく。

10/9(日) 第11回TBC

## ビッグロードレース

さながら世界GPを思わせるスプリント・レースがこれ。キング、ケニー・ロバートはもちろん、今年GP初参戦ながらランキング4位の成績をおさめたエディー・ローソンもSUGOに初登場します。国内一流ライダーとのバトルが期待できます。

料金/大人2500円(前売2000円)、中・高校生2000円(前売1600円)

円、小学生以下2000円

10/16(日) 第20回モトクロス

## 日本グランプリ大会

今シーズン、モトクロス世界GP500ccクラスでチャンピオンに輝いたカルキビストも出場。国内外の強豪入り混ったのバトルが繰り広げられます。

料金/大人2000円(前売1600円)、中・高校生1600円(前売1200円)、小学生以下2000円

リゾートライフもSUGOにおまかせください。

この秋、SUGOのメニューは、もちろんビッグイベントだけではありません。お忙しいご商売にひと息入れていただくために、バラエティに富んだリゾートメニューをご用意しました。

大自然の中でみちのくの情報を満喫できる「いも煮会パック」から、思いっきり身体を

動かし身体をリフレッシュできる「テニスパック」まで、ご家族で、グループで、たっぷりお楽しみいただけるものばかり。ご商売を離れて、あるいはお客さまとのツーリングを兼ねて、ぜひご利用ください。

## いも煮会パック

材料はすべてSUGOがご用意します。(料金/中学生以上1800円、小・幼稚園児1300円、入園料、材料費、マキ代含む。11月13日まで。お申込みは4名さま以上で。1週間前より受付けております。)

## テニスパック

3時間のテニスプレイにフランス料理をセッとした「日帰りテニスパック」(料金/3500円、日・祝を除く)、3時間のテニスプレイとホテルくぬぎ山荘での1泊2食をセットした「1泊2食テニスパック」(料金8500円、2人以上でお申込みください)などがご



- SUGO東京営業所  
〒105 東京都港区芝2-31-16  
☎03(4556)0191
- SUGO仙台営業所  
〒980 仙台市一番町1-4-1 福田ビル1F  
☎0222(66)8401
- スポーツランドSUGO  
〒989-14 宮城県柴田郡村田町菅生  
☎02248(3)3111



↑「ママシの兄弟」の名前でもう有名な三谷モータースポーツさんには、いつもトライアル仲間がいっぱい

←ビデオや雑誌などソフト情報もいっぱい。トライアルだけに、イベントのない日や夜でもトライアル談義の花はすぐに咲く

→歩いて地形を覚えるなど、自然に密着したところがアウトドア志向人間にも受けている理由



# いま、トライアル・ブーム!

## 競技に、教室に集まるトライアル・ファン

テレビで、雑誌で、新聞で、何かにつけてモータースポーツの話題が取り上げられている昨今。スポーツバイクのブームは、いよいよもって本格的な到来を示しています。

なかでも、自然の中で楽しむトライアルやモトクロスの競技は、現代の風潮でもあるアウトドア志向ともマッチして大人気を集めているもの。ことトライアルにいたっては、年齢・性別・そして楽しむ場所等を選ばないこともあって、急激にブームが巻き起っているのです。

実際MFJ（日本モーターサイクル協会）が公認するトライアル競技会への参加人口も、'80年で6000人弱だったのが、昨年には1万人強まで増加して、2年間でなんと倍近くの伸びを示しています。

また、ここに掲げた数字は、ほんの頂点の人口にすぎないわけですから、未公認の競技人口や、競技には参加せずに一人であるいは仲間と一緒にトライアルを楽しんでいる人を加えると、その数たるやモトクロスのそれに充分匹敵するともいえます。

このトライアル・ブームの盛り上がりは、販売店さんも認める場所です。神奈川県川崎市市のAST（横山政社長）さんは、こう語ります。

「うちではトライアルを通じてバイクの楽しさをお客さまに理解してもらおうと、トライアルの各種競技会やテクニカル教室を毎月定期的で開催しているんですが、毎回30名の定員を越す人気で驚いているんです。どこで聞きつけてくるのか、とにかく参加希望者は増える一方。みんながみんな、テクニクの上達に意欲を燃やしているんです」

もちろん、このブームの人気の裏には、TY175以来ヤマハが7年ぶりにデビューさせたTY250Rの存在が大きな影響を及ぼしていることは否定できません。粘り強いエンジン性能をはじめ、軽合金や樹脂を多用した軽量ボディ、さらにリンク式のモノクロスサスペンション等の充実装備は、いまトライアルの間で大きな話題を独占しているのです。

古くからトライアル競技に情熱を注ぎ、現在も



▶8月21日に行なわれたASTさん主催によるトライアル教室では、雨の中にもかかわらず難セクションを次つぎにクリアしていく「TY250R」が注目の的となった。

▶参加者には女性や少年の姿も目立ち、14歳から40歳までの層の幅広さからもトライアルブームの一端がうかがえる。

なお優秀なトライアルの育成に力を尽くすトライアル界の大御所のおひとり、三谷モータースポーツ（三重県多気郡）さんの三谷正次社長は、この間のTY250Rの果たした役割についてこう語ってくれました。

「久びさの満点車ですね。TY250Rに乗ると誰でもワンランク腕が上がるみたい。なにしろチヨットしたステアケースならサスペンションの性能でクリアしますからね。粘り強さとい、耐久性とい、これこそトライアル車の決定版。うちでは店に3時間以上、TY250Rを置いたこ

とがないんですよ。何しろすぐ売れちゃうんですから」

今ではクラブ員はもとより、全国各地からTY250Rのオーダーが殺倒し、バックオーダーを抱える有様。競技車両の分布も、次第にTY250Rが広げつつあるとのことでした。

頭初の子想をはるかに上回るヒットを飛ばしたTY250Rは、いまなおフル稼働で生産中ですが、これからますますトライアル・ブームは上昇傾向になることが予測され、今後の活躍が期待されているのです。

# STANDSTILL TO 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 ●

## BOOKS

●古いオートバイを美しい状態で見るとは、もう「カタログコレクション・日本のオートバイ」しかありません

日本のオートバイの歴史を通史として把握する方法のひとつとして、年代順に並べたカタログを見るとい方法があります。オートバイのカタログは、その年代によってデザイン処理、コピーの方法、そして登場人物などが異なります。

たとえば1961年に登場したヤマハYD S1は、石原裕次郎がそのキャラクターとし

て登場しました。ヤマハ初のX.S.1はカタログの中にトヨタ7という怪物4輪レーサーがワンカット使われています。

オートバイのカタログを単に機械のチラシとして見るだけでなく、こうしてその時代背景をしっかりと見るといいうのもそれなりに楽しいと思うわけです。

この「カタログコレクション・日本のオートバイ」は、オートバイをよくモチーフとして使う作家の片岡義男氏と二輪ジャーナリストである柏秀樹氏の共同編集によるもので1953年の陸王から登場しています。

カタログの復刻だけでなく、日本のオートバイ技術の流れ、そしてオートバイ年表まで編集されており、見るだけでなく貴重な資料として使うこともできます。発売/樹双葉社、2,200円。

☆☆☆

●地球をめいっぱい走りまわりたい。そんな人のための一冊「オートバイコレクション2」——地球を駆ける——

ポパイやブルータスで胸のスクのような写真体験をさせてくれる長浜治さんのバイク・フォトを満載していますが、ターゲットはオートラウンドにバイク・パーク、スーパークロス、サンデーレース、クラシックバイクラリー、トライアル、ロードレース、アウトバーン、そしてニュージランドでのバイク・パッキングなどなど、ようするにあらゆる角度からバイクを見つめ直した写真集です。サイズはA4判、128ページ。オールカ



ラーの迫力本で、中沖満さんをはじめとするエッセイが写真をさらにおもしろく引き立てています。

79年1月25日に刊行された「オートバイ・コレクション」に劣らぬ出来で価格は2000円。発売/CBS・ソニー出版。

☆☆☆



●自然とのふれあい方法をしっかりと教えてくれる「さすらいの野宿ライダーになる本」は、だよりされるワレワレの先生。

ネットからアウトドア人間である著者、寺崎勉は実に無口な男。しかし、時々ボソッとでてくる彼の哲学は温かく、誰をも惹きつける

ものをもっています。それは今までの自然の中での生活が彼自身であり、まさに土の香りを漂わせているからなのでしょう。

彼の旅の基本は、自然の中で寝るといふことにあります。だからそのための方法論は、幅があり奥行きも感じさせてくれるのです。経験から導き出した彼のノウハウを吸収すれば、一気に本格的アウトドアライダーになれるわけです。発売/樹山海堂。価格は1000円です。

## TOURING

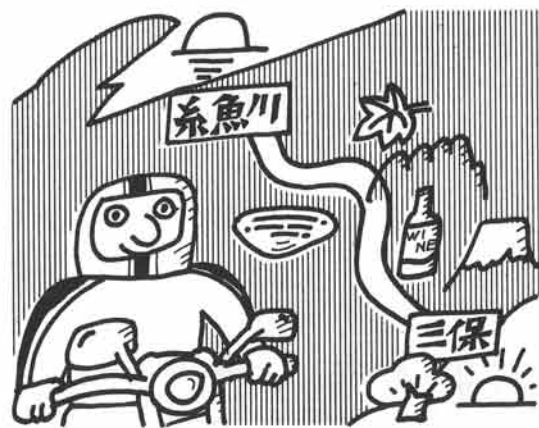
●日本は地震の国だから、フォッサマグナラインのツーリング497km

有史以前の造山活動によってできたフォッサマグナは、本州のほぼ中央をまっぶたつにするように走っています。

たとえば、フォッサマグナラインツーリングを南は清水の三保の松原で日の出を見るところからツーリングを始めます。ということはお前日に清水の街に入っておく必要があります。お泊りは「タウン民宿」が気さくでいいでしょう。泊2食付で¥4000円から。問い合わせは清水市旅館組合 ☎05431-64346。

日の出を楽しんだ朝には、ルート52を走り富士見峠を越えて、富士川を臨みながら、日本の代表的なブドウの産地である甲府盆地





へ向かいます。ブドウの収穫期にあたる秋はワイン工場もフル操業。工場見学も一番見応えある時です。サントリー山梨ワイナリーの問い合わせ☎05512・8・3233。

20号線に入ったら、気持ちのいいハイウェイ走行。小淵沢でおいて、八ヶ岳横断道路を走って299号線へ大門峠からビーナスラインを目指します。

ちよっとテクニクを磨くのに役立つオフロードランで142号線。和峠から扉峠。秋の爽快な風を体いっぱい浴びながら走るツーリングならではの最高の気分をここで味わえるはず。

さて、信州入りしたら、やはり、なんといつても、ここでソバを食べるしかありません。道端に数多くみられる道阻神。一つひとつに挨拶をしながら松本へ向かいます。すこし賑やかな松本市を抜け158で上高地方面へ。そしてT字路につきあたったら右折。147号線に入ります。北アルプスの玄関口として名高い大町。気がむいたら秋の黒部ダムを見ます。

148号線に入って小谷村へ。そしていよいよ日本海へ向かいます。糸魚川市に入ったから、それはもう海の幸しかありません。フォッサマグナツーリングのしめくりは

日本海の夕陽を眺めながら、一杯ヤル！これがまさに最高といえるでしょう。はるか遠くにみえる能登半島を見ながら、たつぷりと旅情を味わうというのはいかが。ざっと497km。変化に富んだツーリングコースといえるでしょう。

## FASHION

●聞き耳を立てたくなるような耳よりのお話「ミミタン」

馬の耳に念仏、馬耳東風、耳年増など、昔から「耳」に関する例え話はいっぱいありますが、これはホントに耳よりのお話。



いち早く情報をつかむことが競争に勝てる第一条件という今の世の中、いい耳をもつことは、決して無駄なことではありません。そこで、かの有名な漫画家の赤塚不二夫さんが考案したのが写真の「ミミタン」です。

別名・簡易軽量オールウェザー型集音器と呼ばれるこの「ミミタン」は、ようするに耳の裏側にさらに大きなプラスチックの耳をあてて、音をより鮮明に聞こえるよう工夫したものです。コンサートはもちろん、バイクや4輪のレース観戦や、野球、サッカー等のスポーツ観戦、寄席や観劇、バードウォッチングなどに使えそうです。

それにしても、なんとファッショナブル(?!?)なデザインなこと。これをつけて街を歩くと「ミミタン族」なのだそう。どこまでブルムになるかが見もの。カラーはレッド、ブル

1、イエローの3色があり、価格は800円。発売は株式会社(03・400・5435)。

## CARE

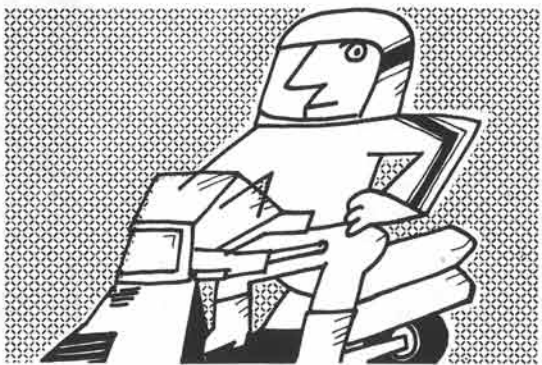
●ライティングまでオートマチックにならないで!!

いやはや、ジョグ、アクティブ、そしてトレシーの高性能ぶりには誰もが感激、そして大満足なのでありますが、自動車と同じ感覚で乗れるスクーターだけに、乗り方まで自動車のではよくないようです。

やはり、スクーターは2輪。バランスがいのちの乗りものですから、コーナリング、加速減速なども、しっかりとマシンをホールドしていなければいけません。とくに、トレシーの速さなどは特筆ものですから、けっしていい加減な走り方はいないようにしたいものです。

加速はすべてオートマだから、ついついすべてがルーズになりがちです。しかし、ハタから見た感じを良くするために、普通のスポーツバイク以上にきちんとマシンに乗るよう心がけたいものです。

トレシーについては、さらにウェアやヘ



ルメットを、スポーティかつ前衛的にするという方法があります。「フルフェイスが似合いだ」のコピーのように、お客さまにはカッコよく乗ってもらえるような、お店の環境づくり(乗り方指導と、センスアップ用品展示)を大切にしたいですね。

## ACCESSORIES

●たつた1&のガソリンのために泣くなでことがないように

ツーリングへ行っても、たまたまガソリンスタンドがお休みで、ガス欠で泣いた人は論外ですが、どんなに用心深い人でもたつた1&



のガソリンに泣かされそうになったって経験はあるのではないだろうか。

たとえば、スクーターのユーザーで、もうガソリンがなくて明朝入れようと思っていた矢先きに、深夜に急用ができた、とか。そんな時に便利なのが、このガソリン携行缶「スベアキング」。もちろん消防法適合品のお墨付きで、堅牢にして軽量。ヤカンのように流し口が設けられているので、ホース着脱の面倒がないのが自慢のひとつでもあるのです。写真は4ℓ入りで、そのほか8ℓと20ℓ入りを用意。問合せは、小段金属株式会社(06・791・9023)まで。

実践編

# 商圈管理のすすめ方

「商圈」良く使われる言葉ですが、実際には「ウチは商店街のはずれにある」とか「隣の町からも客が来る」とかいう程度の認識で、直接販売に活かせるだけの知識とはなっていないのが現状のようです。そこで今回は、「販売を営むうえで必ず知っておかなければならない重要なポイント」として、商圈の具体的な把握の仕方について考えてみましょう。

## 商圈とは何か

本題に入る前に、まず商圈という言葉の説明しておきましょう。商圈（商勢圏ともいう）とは、自分のお店へ購入を目的に来る可能性がある見込客のいる地域のことです。

場合によっては商圈を2つに分け、その地域内の70〜80%の人が来る可能性のある地域を第1次商圈、20〜30%の人が来る可能性のある地域を第2次商圈というように区別している人もあります。（左ページイラスト）

いずれにしても商圈とは、植物が張りめぐらしている根の広さにたとえることができます。そしてこの根の張り方は、育ち方によって、さまざまな形をしています。

## 商圈の形成要因

その形をつくる要因の第1は、その販売店がもつ販売力の強さです。力（販売力）の強いお店ほど、広い範囲に根を伸ばします。ということは、逆に考えると強い販売店が隣にあれば、こちらの商圈も喰われる可能性があることになり、競合店の存在も商圈に大きな影響をもっています。

次に影響するのは、売っている商品の種類によるものです。たとえば食料品のような最

寄品（前号参照）の場合には、商圈は徒歩で10分位、距離にしてお店を中心に6〜700mと、きわめて狭い範囲内にあります。

しかし、特殊な専門的な商品を扱う買回品、専門品（前号参照）の店では、一定地域あたりの見込客の密度が低くなるため、広い範囲が商圈として必要になります。たとえば、オフロードバイクとその用品だけを専門に扱うお店であれば、わずか半径1km以内の顧客だけでは経営は成り立ちません。ひとつの果全体ぐらいを商圈と考える必要はないでしょう。

それでは、ごく一般的な販売店で、ファミリーバイクやスクーターからビッグバイクまで扱うお店の場合を考えてみましょう。オートバイというのは食料品のように、どここの家庭でも毎日のように頻りに購入する商品ではありません。さらにオートバイの購入者は機動力（車やオートバイなど）を持っており、一回の購入額が高く、多少遠くても購入のために努力するだろう、という点から考えて、商圈もやや広く考え、販売店を中心として半径2km程度と考えると良いでしょう。

しかし、この他にも鉄道や大きな道路、山や川、大きな工場などさまざまな地理的要因も商圈に影響します。したがって半径2kmというのはかなり大きな決め方であり、コンパスで円を描けば終りというものではありません。

実際には地図を見ながら2kmを一応の目安として、自分なりの商圈図を書いてみると良いでしょう。これが商圈管理の基礎となります。

## 商圈を把握する

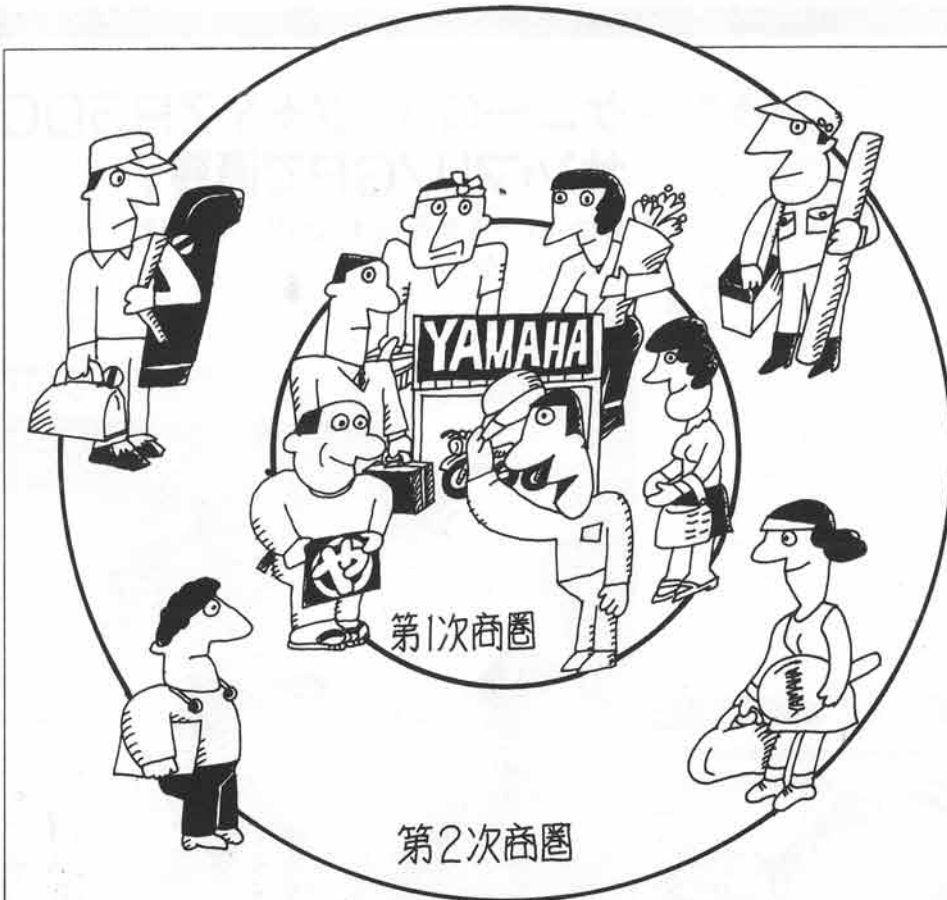
では、商圈を把握するためには、どのような分析が必要か、ということについてお話ししましょう。ここでは、オートバイ販売に最も有効と思われる2つの方法をご紹介します。

### 数字を利用した分析

第1は統計的な分析をすることです。そのためには市役所などに行き、統計をもらって来ます。これは「市勢要覧」とか「〇〇市統計」などといわれており、地区別の人口などが細かく出ています。入手にあたっては、市の統計課、経済課、商工課などで最新のものを入手してください。

これらのデータをもとに、商圈内の状況を把握します。人口や所得など数多くの資料がありますが、オートバイの場合には世帯数を基準に見ていきます。

商圈内の地区ごとに世帯数をとり、その合計を100%として、各地区ごとの世帯数の比率を出します。自分のお店で売ったオートバイの販売台数も同じように各地区ごとに数



字を出し、比率を計算します。それを下の表のように整理します。

なお、右端の差異というのは、世帯数の比率から販売台数の比率を引いた数字で、その差の値が大きいほど世帯数の割には売れていない地区ということになります。この表の例では、A町3丁目はまだまだ売れる地区という見方ができます。

さらに人口の伸び率なども解りますから、それも考慮に入れて、今後どの地区に力を入れるかを考えていきます。またこれらの世帯数に、その地区でのオートバイの普及率を掛ければ、商圏内のオートバイ保有台数の推定ができます。これまでに自分のお店で売った

地区名	世帯		販売台数		差異	
	数	比率(%)	台数	比率(%)		
A町	1丁目	1182	7.3	39	12.2	△4.9
〃	2丁目	921	5.6	38	11.9	△6.3
〃	3丁目	1416	8.7	22	6.8	1.9
B町	1丁目	・	・	・	・	・
〃	2丁目	・	・	・	・	・
〃	3丁目	・	・	・	・	・
C町	2丁目	・	・	・	・	・
〃	5丁目	・	・	・	・	・
合計		16256	100.0%	320	100.0%	0.0

オートバイの台数と、その地区の保有台数を比較すれば、商圏内のマーケットシェアもわかります。

### 地図を使った分析

商圏分析の第2の方法は、地図による目で見える方法です。この方法は、前に述べた統計を使う分析に比較して、キッチリした数字で把握できるものではありません。しかし一目で市場の状況がわかり、色いろな分析にも使える便利なものです。

手順としては、まず書店に行って白地図を買って来ます。2万分の1ぐらいの大きさが便利でしょう。この地図に自分のお店を位置を赤丸印で書き込みます。競合店についても青印などをつけます。なお、競合店の記入にあたっては、それぞれのお店の規模(推定される売上げや店舗面積など)を表すために、大きさをかえて印をつけると強さが一目でわかって便利です。

次にマチ針を買ってきます。針の頭の部分に赤、青、黄などカラフルなプラスチックの玉のついている針です。それを顧客の住所にあわせて、白地図の上にさしていきます。

マチ針の色は、区分けのために利用します。例えば、顧客の購入した商品にあわせて、スポーツバイクは青、赤はファミリーバイクと

いうように区別します。また、固定客、時どき来るお客、新規客というように分け、各色を対応させることもできます。今年購入の顧客、昨年の顧客、2年目の顧客というように区別しても良いでしょう。

このようにして制作したマップを、ジックリ眺めていると、色いろな事がわかってきます。自分のお店の顧客は、どのような広がりをもっているのか。さらに、商品別に区分けされていけば、スポーツの顧客とファミリーの顧客と、地理的にどのような差があるのか。2年前と今年では、顧客のいる地域はどのように変化しているのか、などです。

また、もう少し見方を深めると、商圏は広がっているのか縮小傾向にあるのか、今後はどの地域に何を売り込んでいけば良いのか、さらに、統計なども合せて、今まで充分に開拓されていない地区や、伸ばしていきたい地区もわかります。でき上がったものは、時系列的变化を知るためにも写真に撮って保存しておくのも良い方法です。

### 商圏を肌でつかむ

スーパーなどでは、顧客一人ひとりの住所がわかっている訳ではありません。商圏を知るために、ゴミ収集日に各ゴミ捨て場をまわり、どの地区ではどのスーパーの袋が多いかを見るという手段を使います。

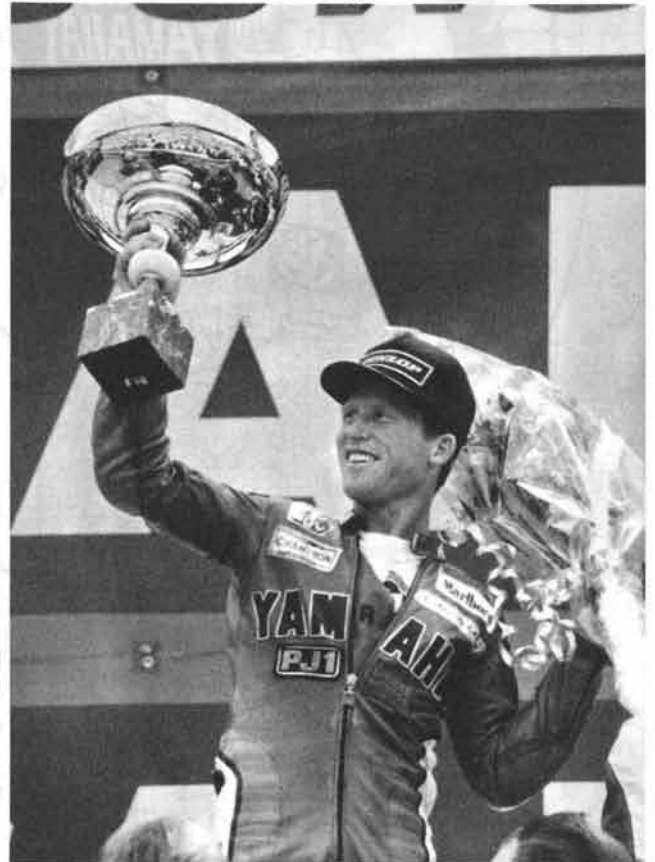
オートバイの場合、顧客の住所もわかりませんが、地域を回ってみれば、ゴミ捨て場をのぞかなくても、オートバイは見えます。また販売したお店のステッカーも貼ってありますから、競合する販売店もわかります。スーパーよりはずつと楽に商圏のチェックができるということですね。

時どきは、このように自分の商圏をまわってみて、状況を肌でつかむことも大切なことです。ついで、サービスのために、その地区の顧客を訪問し話を聞くのも良いことです。

この時にデモンストレーションもかねて、機動性があり小まわりのきくオートバイを活用すれば、より効果的な仕事ができるということです。

# ケニー・ロバーツ+YZR500 サン・マリノGPで優勝!

●ロードレース世界選手権シリーズ第12戦・  
500ccクラス



'83年ロードレース世界選手権シリーズの最後を飾る第12戦サン・マリノGPは9月4日、好天に恵まれたイタリアのイモラに、11万人の大観衆を集めて行なわれ、YZR500を駆るケニー・ロバーツが、今季6度目の優勝を飾りました。

第11戦スウェーデンGP終了時点でロバーツは、ランキングテーブルで127ポイント。首位を行くスペインサーに僅か5ポイント差と肉迫して



↑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展開したV4YZRとケニー・ロバーツ。写真はサン・マリノGP

→シリーズ最終戦を、今季6度目の優勝で飾ったケニー・ロバーツ

# 平忠彦+YZRR500 全日本チャンピオン決定!

●全日本ロードレース選手権シリーズ第9戦・500ccクラス

'83年の全日本ロードレース選手権シリーズも、9月11日の第9戦・日本GP(鈴鹿)で早くも幕をとおしました。

注目の国際A級500ccクラスにおいて、ヤマハYZRR500を駆る平忠彦選手が初のシリーズチャンピオンを獲得しました。国内ロードレースの最高峰といえるこのクラスで、

# ヤマハ勢が ランキング1・2・3位を独占

●ロードレース世界選手権シリーズ第11戦・250ccクラス



第3戦のイタリアGPのスタート。先頭を行くのがラバード選手+TZ250

一方ロードレースの世界選手権250ccクラスも、8月7日のスウェーデンGPで全11戦を終了。このシリーズ、最終戦を待たずして見事チャンピオンに輝いたベネゼエラの星川カルロス・ラバード選手の活躍ぶりは、前号でお伝えしたとおりですが、ヤマハTZ250で活躍した選手は、もちろん彼ひとりではありません。

最終戦の第11戦スウェーデンGPでは、ラバードと同じくヤマハTZ250に乗るクリスチャン・サロンが優勝。シリーズ最終ランキングでも、1位にC・ラバード、2位にC・サロン、3位にC・デ・ラディゲと、TZ250を駆る各選手が入り、ヤマハ勢のランキング1・2・3位独占でシリーズの幕をとおしました。

# D・ラポルテ+YZRM250 シリーズ最終戦を飾る!

●モトクロス世界選手権シリーズ第12戦・250ccクラス



ヤマハパワーが2年ぶりの栄光に輝いたのです。ご声援ありがとうございました。

このシリーズ、前半は阿部孝夫選手にポイントリーダーの座を許したものの、6月26日、筑波での第7戦では、木下、平の両ヤマハラライダーが1・2フィニッシュを飾り、このふたりがポイントでも阿部選手を逆転。

そして、新しくシケインが設けられハイレベルなレースが予想された8月28日のSUGO・第8戦でも、木下、平両選手が圧倒。なんと3位以下をラップする快走を見せて今季4度目の1・2フィニッシュを飾ったのです。

最終戦・日本GPでは、特別参加のF・スベンサー選手を追う木下選手が惜しくも転倒リタイヤしましたが、一方の平選手がスベンサー選手につづく2位に入り、その結果、トータルポイント86でシリーズチャンピオンを決めたのです。

## 光安鉄美+YZM250、総合優勝を飾る！ '84YZもデビュー！

●全日本モトクロス選手権シリーズ第8戦・250ccクラス&125ccクラス

のどかな丘陵地帯のひろがる福島県えびす高原牧場。シリーズ第8戦は、このえびす高原を舞台に9月3・4日の両日開かれましたが、メイレースの国際A級250ccクラスでは、ヤマハYZM250を駆る光安鉄美選手がベテランらしい安定した走りで見事総合優勝を飾りました。スタートでは8番手につけながら、除じよにペースをあげ3位でゴールした第1ヒート。つづく、第2ヒートでも、藤選手との3位争いから抜けだし、40分を経過したラスト2周でトップを奪い逆転優勝を決めたのです。

一方、国際A級125ccクラスでは、ヤマハYZM125を駆り初のタイトル獲得に燃える庄司覚選手が27ポイントをあげ、トータル167ポイントと依然ランキングトップをキープしています。

そして、この大会でもうひとつ話題をさらったのが、'84年型YZ125のデビューです。鈴木秀明、谷地晃実、金徳春夫、佐々木博の4選手が'84YZで参戦しましたが、中でも鈴木秀明選手は総合で5位に入賞、'84YZへの高い評価を集めていたのです。



←'84YZをデビューさせる鈴木秀明選手

シーズン中、たえず注目をあびたダニー・ラボルテ+YZM250



今年4月にスペインGPでスタートしたモトクロスの世界選手権シリーズ・250ccクラスも、8月21日のフィンランドGPで、シリーズの全日程を終了しました。

この最終戦で、昨年のワールド・チャンピオンD・ラボルテ選手とYZM250は、第1ヒート4位、第2ヒート1位の健闘。第6戦西ドイツGP、第7戦イギリスGPにつづく、今季3度目の総合優勝を奪いシリーズの最後を飾るとともに、来シーズンのタイトル奪還へ向けての大きな期待が寄せられていました。



この大会で総合優勝を果たした光安鉄美選手



# 西日本総合レジャーの拠点 “合歓の郷”で ポップギヤルが大活躍!

〔ヤマハ名古屋機〕 温暖な気候に恵まれる三重県紀伊半島の最東端に位置し、ゴルフ、テニス、マリンスポーツなどあらゆるレジャーが楽しめるリゾート地として、ヤングからアダルトまで幅広い人気を集める合



歓の郷に、このほどポップギヤルを使ったレンタルバイクが登場しました。現在、用意されているポップギヤルは20台。すべて、三重県のデパートである第一自動車さまより納入さ

操作が簡単で乗りやすいとあって、女性にも大ウケ



ヤングを中心に受付は連日大賑わいとなっている。

れたものです。このポップギヤルは園内での安全を考えて、20%のスピードリミッター付の特別仕様車ですが、アップダウンの激しい230万平方メートルにも及ぶ施設内を機敏に移動できるとあって、ヤング女性や男性グループ客などを中心に大好評を得ています。このポップギヤル・レンタルの手ごたえを担当の一人である合歓の郷の桜井課長にかがってみました。「今までの評判はとも良くて、1日に約40名位のお客さまが利用して下さっています。もっとも利用しているのは男性のグループや若い女性客なのですが、中には50代のアダルトや30代後半の主婦のお客さまなどもあります。やはりポップギヤルの持つ機動力と扱いやすさがうけているんでしょうね」とのお言葉。

また、今まではパンフレットでの紹介などは一切していなかったとのことですが、需要としてはかなり有るようなので、増車も考えており、今後は対外的なPRもしていく予定という事です。



地域に密着しておこなわれるミニYRS。これは9月11日に北豊島園自動車教習所を会場にヤマハ北東京主催によって開催されたもの。実技だけではなく、運転心理テストなども行なわれた

〔ヤマハ安全運転推進本部〕 すでにご承知のとおり、二輪ライダーへの安全運転啓蒙を目的とした「二輪車事故防止キャンペーン」は今春より実施されていますが、さらにこの9月より11月にかけての3ヵ月間にわたっては強化キャンペーンが展開され、大きな成果をあげています。このキャンペーンの重点地区となっているのは東京、神奈川、愛知、大阪など、今年前期の死亡事故の構成比率が大きかった8都府県で、主に免許取得後6ヵ月以内のライダーおよび若年ライダーを対象として行なわれています。これはバイク・ワンデースクールの積極的な開催を通して、安全運転意識の高揚をはかるといふもので、ヤマハでは販売店さん、自動車教習所、地元警察等の協力のもと、ミニYRSのさらに積極的な開催で、地





あらゆる走行状況に対応した訓練を付ける大阪の受講生。これは東大阪市にある近畿自動車学校を会場におこなわれたものです



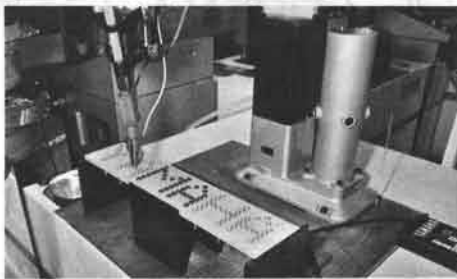
域に密着した自動二輪ライダーへの安全啓蒙を展開しています。この機会に、重点地区以外の販売

店さんにおいてもミニYRSを積極的に活用して、お客さまの安全運転の啓蒙にお役立てください。

## 『83国際産業ロボット展』にヤマハが出展 来場者の脚光を浴びる！



スリムで少ない設置面積を特長とするヤマハ組立用ロボット『CAME』と多種類の部品を供給できる「多重ボウルフィーダー」の組み合わせは会場でも話題をよんでいました



『CAME』による実演はビスを使ったYAMAHAの文字作り

〔ヤマハ発動機株式会社〕 9月7日  
11日までの5日間にわたり、東京晴海にある国際見本市会場で、(株)日本産業用ロボット工業会、日刊工業新聞社の主催による『83国際産業ロボット展』が開催され、ヤマハが従来にならぬ新タイプの産業用ロボットを展示し、来場者の注目を集めていました。

この日展示したロボットは、ファクトリーオートメーション(自動化)時代に適応するヤマハ自動化、省力化システムの最先端をいく、2つのシステム。そのひとつは、人間の腕に基き、縦、横、斜め、逆さなど、どの方向からも取り付けが自由に出来る組立て用ロボット『CAME』。またもうひとつのシステムは従来まで単一のパーツしか供給できなかったパーツフィーダーに対して、多種類のビス、ナット類を供給できるという画期的な「多重ボウルフィーダー」です。

この2つの産業用ロボットは、今まで人手に頼るしかなかった複雑な

## 三ツ子の姉妹が お揃いのジョグで快走！

〔ヤマハ南東北柳古川営業所〕 仙台市から車で国道4号線を30分ほど北上したところに黒川郡大衡村があります。人口5千人ほどのこの村で近頃話題の中心となっているのがお揃いのジョグに乗る三ツ子の、跡部えみ、るみ、ゆみさんの姉妹です。

顔はもちろん、声や体格までそっくりの3人は、8月末に原付免許試験を受け、揃って合格。即、全員一致でジョグ購入となった訳ですが、選んだ理由はそれぞれ違い、えみさ

## 快挙!! スーパースター秀明さん結婚!

モトクロス界のスーパースター鈴木秀明選手(34才)が、同期の選手にグッと差をつけられてのゴールイン/長い間周りをジラせただけありその成果は大きく、みごと花嫁の座へおさまったのは22才の和恵さん。

結婚式も秀明さんらしく、お色直しにはなんとフル装備のモトクロス姿で登場。やっぱライダーの矜持姿はこれに限る/といったところか。ちなみに負けずぎらいの秀明さんだけあって、早くも次のレースを意識したらしく、12月には子供が誕生すること。秀明さんオメデトウ!



ヤマハのモーターサイクル生産ラインで採用されているものだけに、技術的な信頼性は高く、年々小型化する他の生産分野からの引き合いも多く、多方面からの期待が寄せられています。

また家から16kmほど離れた県立高校に通う3人は、近いかバイク通学の許可も貰える予定で、3人揃ってジョグ通学ができる日を楽しみにしています。

んはフロントパネル、るみさんはサイドのエンブレム、そしてゆみさんは横から見た全体のボディラインが気に入ったとのこと。このジョグを納めた地元・桜井輪業の桜井智徳社長と3人のお付き合いは古く、「若くてやさしい、何んでも相談のつてくれるお兄さんのような人」と3人に評され、当の桜井社長は照れながらも「ケガにだけは充分注意しろよ」と、暖く見守っています。



左からゆみさん、るみさん、桜井社長、えみさんの順。3人で赤、青、白のジョグに乗っています。区別がつかないですね



# 第16回二輪車安全運転全国大会 全国47都道府県から186名が参加

三重県鈴鹿市の鈴鹿サーキットにて、8月20日、21日の2日間に渡り全日本交通安全協会・二輪車安全運転推進委員会の主催による「第16回二輪車安全運転全国大会」が開催されました。

この大会は、二輪車の安全運転技能と交通徳の向上をはかり、交通事故を防止するという主旨のもとに毎年開催されているものです。今大会の参加者は全国47都道府県より、地方大会で選抜された186



## 野口モータース ショールームOPEN!

あの平忠彦選手の生みの親であり、ご自身も浅間で大活躍の往年の名ライダー・野口種晴氏のお店、野口モータースさんが、横浜市旭区の店舗に新しくショールームをオープンさせました。このショールームは間口5軒、約16坪のスペースをもつもので、ヤマハモデルとライダーズ用品の展示に活用していくとのことです。



名。一般A・B、女性、高校生の4クラスに分かれて安全運転技術を競い合い、団体優勝は各クラスで高得点を上げた広島県チームが第7回、第8回について3度目の優勝を飾りました。昨年の優勝チームである鹿児島県チームは今回第6位にとどまりました。

# みんなですすめる交通安全! 第7回交通安全フェア開催

8月19日から24日までの6日間に渡って東京新宿の副都心にあるNSビルを会場として、交通対策本部、首都交通対策協議会等の主催により「第7回交通安全フェア」が開催されました。

として歌手の三波春夫さんが来場した他、有名タレントによる歌とサイン会なども開かれ、会場に色どりを添えました。

みんなですすめる交通安全——がテーマとなっているだけに、今フェアは親子が一緒になって楽しみながら交通ルールを会得してもらおうと会場内はいくつかのコーナーに分けられ、来場者が参加しながら交通安全意識を高めるシステムを採用。バイクの乗り方を手ほどきする乗り方コーナーをはじめ、どのコーナーもチビっ子からお父さん、お母さんまで一緒になって楽しむ姿が見られ、交通安全への感心の高さがうかがえました。



## YAMAHA NEWS '83/10 No.244

★もくじ★

世界の繪舞台でヤマハが大活躍。  
'83チャンピオン続々誕生!  
総合的な戦力を高めて新登場!  
'84ヤマハYZシリーズ



4 2

### 「特集」ただいま'83秋キャンペーン実施中! 成果はビッグ!

意欲をもやすお店の成功事例集

- スクーター免許教室
- 展示試乗会
- 訪問販売
- 代替促進
- 事業所販売
- スポーツB・G商談会

### ヤマハ奥さま登場⑩

ヤマハ名古屋株東営業所管内

社長さん・ヤマハマン対談⑩

中島商会・中島三社長(神奈川県相模原市)

太田克彦の「一緒に走ろう」⑩

今月のゲスト/土屋省三さん

ワールドワイド・ヤマハニュース

18 16 14 12 11 10 9 8 7 6 5

### インフォメーション・フロム・ヤマハ

グラフィックボックス

いまトリアル・ブーム

センスUPコーナー

販売店経営講座⑩

実践編・商圏管理のすすめ方

モータースポーツ・ハイライト

ヤマハ・トビックス

バイク&アクセサリ⑩

チームヤマハ&ライダーズクラブ・ウェア

ショールーム拝見⑩

エルドランド・モーターサイクルショップさん(静岡県袋井市)

最新の広告活動のご紹介

36 34 33 30 28 26 24 22 19



さあ、ホットな冬を先取り！

## ヤマハバイクウェア'84モデル

個性あふれたラインナップでセット販売の積極展開を——。

肌にあたる風も冷たい季節がやってきました。そこで、ホットな冬を先取りする、ヤマハウインターグッズをご紹介します。

今回ご紹介するのは、ヤマハバイクウェアの'84モデル。ライダーの立場に立って開発した、個性あふれるブルゾン&ジャケットの8アイテムです。



チームヤマハSPジャケット

●素材/表=420ナイロンオックス(アクリルコーティング)、中綿=アルミサンステート、裏=ナイロン ●サイズ/M=90890-50185、L=90890-50186、LL=90890-50187 ●価格/¥24,000。

チームヤマハブルゾン

●素材/表=210ナイロンオックス、中綿=サンステート、裏=ナイロン ●サイズ/M=90890-50191、L=90890-50192、LL=90890-50193 ●価格/¥15,000。



チームヤマハSPブルゾン

●素材/表=420ナイロンオックス(アクリルコーティング)、中綿=アルミサンステート、裏=ナイロン ●サイズ/M=90890-50188、L=90890-50189、LL=90890-50190 ●価格/¥22,000。



●サイズ/M=90890-50217、L=90890-50218、LL=90890-50219 ●価格/¥24,000。



●サイズ/M=90890-50220、L=90890-50221、LL=90890-50222 ●価格/¥24,000。



ライダーズクラブSPブルゾン

●素材/表=420ナイロンオックス(ウレタンコーティング、耐水圧1000%)、中綿=リフレテックス、裏=ナイロン

●サイズ/M=90890-50211、L=90890-50212、LL=90890-50213 ●価格/¥22,000。

●サイズ/M=90890-50214、L=90890-50215、LL=90890-50216 ●価格/¥22,000。

レーシングブルゾン

●素材/表=ロDESTA、中綿=サンステート、裏=ナイロン ●サイズ/M=90890-50208、L=90890-50209、LL=90890-50210 ●価格/¥21,000。



※以上の商品のほかにも、ヤマハバイクウェア'84モデルは各種取り揃えてございますので、詳細は担当パーソンまでお問合せくださいませうお願い致します。

## エルドラード・モーターサイクルショップ/友田和夫社長

静岡県袋井市国本2104-1 ☎05384(3)4646

昭和56年12月にオープンした『エルドラード・モーターサイクルショップ』さんは、3300㎡の広い敷地を持っています。その敷地の約半分は外周180mのポケバイコースで占められていますが、残る半分のスペースには257㎡の店舗と980㎡の駐車場兼オープンスペース、100㎡のサービス工場、313㎡の倉庫が配置。店舗には129㎡の明るいショールームがつけられ、余裕のある演出で多くのお客さまの心を惹きつけているのです。



国道1号線に面した『エルドラード・モーターサイクルショップ』さま

ライダーたちの憩いの場であるコーヒールーム。点検整備待ちの方が利用したり、ツーリング中に立寄ったり活用は様ざま

ショールーム内は、大小の展示台でリズムがつけられ、輸出用バイクの展示はライダーたちに話題をまいています



大小の展示台を使ってショールームにリズムを持たせたお店

# 用品との展示で生活感あふれた ショールームはライダーに好評!!

## ●お店のオアシス、 コーヒールームの誕生

東名自動車道路・袋井インターチェンジから降り、静岡方面に向って5分のところ、国道1号線沿いに『エルドラード・モーターサイクルショップ』さんがあります。

スポーツバイクを主流としたご商売のため、商圏は地元の袋井市を中心に隣接した掛川市、磐田市、浜松市と広く、お客さまも20代から40代の社会人を中心としたアダルト層が主流を占めています。

また最近の傾向として女性のスポーツバイクユーザーが増えて、『モトジェンヌ・スカレット』という女性ツーリングクラブまで発足されているほどです。

その『エルドラード・モーターサイクルショップ』さんの目標は、お店の名前どうりライダーたちの『理想郷』となることか。それについて、松浦靖雄専務はこう説明してくれました。

「そもそも3年前に、オートバイ好きが集まって、当時、整備面やスポーツ活動などのアフターまでライダーの気持を組み入れた専門店が少なかったことから、自分たちライダーの理想郷を作ろうということでスタートしたのです。

お店づくりでいちばん注意したことは、購入していただいてから始めてお店とお客さまとの付き合いが始まるわけですが、購入後も気軽に立ち寄り、いつでも相談のできるお店です。



129㎡のショールーム内は展示台数を限ってその時々メインの商品を展示。ヘルメットやウェアなどの展示と合わせて生活感あふれた演出が施されています



↑ウェア、ブーツ、ヘルメット、グローブ等に分けられた豊富な用品類

→約30㎡の事務所はショールーム入って左にあり、いつもきれいに整理されている



松浦靖雄専務は「これからも理想郷作りに頑張っていきます」と意欲満ちた

### エルドラドさんのお店、オートバイ店として最も望ましい姿といえますね。店名のエルドラド、つまり理想郷という意味でしょうが、まったくその感があります。それでは、なぜ理想郷の感があるのでしょうか。それは、敷地の広さはもとより、それよりも店内にオートバイとの生活感があるからです。ヤマハのキャッチフレーズの中に、「It's a way of life」や「A Beautiful Motorcycle Life」等がありますが、これらのフレーズのフィリングがこのお店にはあります。

きつと、女性達もこのようなお店で買いたいと思うでしょうね。ここで、ひとつ「レディス・コーナー」でも設けられたら、いかがでしょうか。「レディス・コーナー」を設けることにより、店内に相乗作用が生まれ、この作用が「商売の発展へとつながります。生け花においてもそうですが、必ずや添えが必要であり、添えがあつて始めて成り立つということ、常に心の中に納めておいてください。

株主・バイ・デイ ヤマハ店舗相談室

伊藤 隆蔵

同時に、お客さま同志の間にもコミュニケーションを築き、モーターサイクルライフがより広がっていくような触発をつねに続けていくお店であるということです。お店づくりにおける具体的な演出といったら、こうです。

「まず、整備力の充実と共に、店舗内にお客さまコーナーをより発展させて想いの場となるコーヒールームを設けたことです。

狙った通りの効果で、自然にお客さま同志のコミュニケーションが広がるし、購入後も顔を出しに来る方が多いです。

またこれによってその時々のお客さまの思考が把握できるということは、商売を展開していく上で大いに役立ちましたね」

### ●輸出バイクでニュース性を持たせ 演出は小さき展示台で

「コーヒールームのある店舗。しかしメインというべき顔はやはりショールームです。

「エルドラド・モーターサイクルショップ」さんは、お客さまを店内に招き入れるための魅力あるショールーム作りと、商品を効果的に見せるための演出として、こんな工夫を凝らしていました。

「お店のショールームのタイプには2つあると思います。

まず一つはバイクをびっしり並べて量売りものとするショールームと、もう一つは一台一台のバイクを多方面から見られるような余裕をとり、量よりは商品の質を見せるショールームの2つです。

うちの場合は後者の方ですが、ただ余裕を持って並べるだけではショールームの中にリズムが生まれませんし、魅力もありません。

そこで大ききや高さが様ざまなオリジナルの展示台を使うことでアクセントをつけ、同時に豊富な量の用品との展示でより生活感が出るようにしました。

また、お客さまの印象を良くするためにも、うちならではのヤマハの輸出バイクの展示をしてニュース性を持たせています」

