

## 1984年 新しいバイク・エイジの予感

●オンロードでは、いま… ●オフロードでは、いま… ●スクーターユーザーは、いま…

今月のニューモデル

**New Salient**

4サイクル・トレール **XT200**

ロードレーサー **TZ250**



# NEW XT200 新発売

●カラー:ホワイト  
●標準現金価格: ¥285,000  
(北海道、沖縄は除く)



98kgの軽量ボディと18PSパワフル・エンジンの絶妙のマッチングでオフロードにコントロールな走りの世界を提供し、「200ccトレール」という新しいジャンルを切拓いた「XT200」が、1年半ぶりに装いを一新。1月10日より新発売されます。XT250Tゆずりのレーシーで、ワイルドなスタイリング、回転全域で一段と扱いやすく、カブよくなったパワーフィーリングに加え安全性や整備性も大きくアップしています。

## オフロードを より安全に、より快適に

●ギヤ駆動の一軸バルンサーを装備してエンジン振動を大幅に低減、その快適さが好評の4サイクル・単気筒エンジンには、新たに●オートデコンブを採用。女性でも軽がるとキック始動ができます。また●オート・カムチェーンテンショナーも採用してカムチェーン調整を不要にしました。

さらに●エキゾーストパイプには3層のニッケルメッキに耐熱塗装を施し、また●マフラーにはアルミメッキ鋼板を採用して防錆対策も万全。●バッテリーも、充電性能をアップしてより強力にバッテリー上がりを防いでいます。そして●リアアームにグリスニップルを新設。ピボット軸まわりの潤滑性を向上させてオフの走破性をアップしているのも新しい特徴。●左右のレバーホルダーも分割式として整備性を高めています。

### ■NEW XT200仕様諸元

●全長2115mm ●全幅845mm ●全高1155mm ●シート高835mm ●軸間距離1330mm ●最低地上高265mm ●乾燥重量98kg ●舗装平坦路燃費60km/ℓ (50km/h) ●登坂能力30° ●制動停止距離14m (50km/h) ●4サイクル・単気筒・196cc ●内径×行程67×55.7mm ●圧縮比9.5:1 ●最高出力18PS/8500rpm ●最大トルク1.6kg-m/7000rpm ●始動方式キック ●点火方式CDI ●燃料タンク容量7.3ℓ ●潤滑方式強制圧送ウェットサンプ ●バッテリー容量6V4AH ●1次減速(比)ギヤ(3.318) ●2次減速(比)チェーン(3.000) ●変速機リターン式6段 ●変速比①2.923②1.888③1.428④1.125⑤0.925⑥0.793 ●フレーム鋼管ダイヤモンド ●タイヤ(前)2.75-21-4PR(後)4.10-18-4PR ●懸架緩衝装置(前)テレスコピック・オレオ(後)モノクロス・サスペンション ●ホイールトラベル(前)205mm(後)180mm ●ヘッドランプ6V35W/35W ●テールランプ6V5.3W ●ストップランプ6V25W ●フラッシュランプ6V17W ●パイロットランプ6V3W





レーシーに、ワイルドに……  
ジャスト・フィット・トレール

## レーシー&ワイルドな ニュースタイリング

●ライトカウル装備の角型樹脂レンズヘッドランプ ●ブーツ付フロントフォーク ●ゴールド中空アルミリム ●モトクロス・イメージのサイドカバー ●大型フロントフェンダー ●YAMAHAロゴ入りウーリーナイロンレザーシート ●ニューグラフィック燃料タンクーなどの採用でニューXT200は、レーシーでワイルドな4サイクル・トレールに生まれ変わりました。

パワー、ウェイト、スリムなボディ、低いシート高、十分なホイールトラベル……ニューXT200の卓越したトータルバランスが、オフロードをダイナミックに走破する楽しさを広げます。



## より扱いやすく、より力強く パワーフィーリング大幅アップ

18P S / 8500rpmのパワフル・エンジンは、●キャブレター・スロットルバルブの小径化(26mm→24mm)とセッティングの変更 ●クラッチ性能の向上 ●サイドブルスロットルの採用などが相まって、低速から高速までより扱いやすく、より力強いパワーフィーリングを發揮します。この●スロットルバルブの小径化とセッティング変更は、同時にアイドリングの安定、暖機時の再始動性、マウンテン走行の安定にも特に威力を見せています。さらに、このニューエンジンには、摩耗につよい●焼結チップ・ロッカーアーム ●バーカー処理カムシャフトを採用して作動性と耐久性を向上させています。

# New Salient

## 新 発 売

- カラー：ニューパールホワイト/ シャンパンゴールド
- 標準現金価格：¥138,000(北海道、沖縄を除く)

最新のメカ、充実の装備、軽やかなダッシュ……完成度を飛躍的に高めて新登場のニューサリアン。しかも価格はすえ置き。『今年はスクーターを新しくしたい』そんなお客さまにこそ、ぜひニューサリアンのハイ・コストパフォーマンスをご紹介ください。



**30** W/30W上下切換式のハロゲン・ヘッドランプを装備して、夜間の安全性も一段とアップ。さらにレクチファイヤー、レギュレーターを備えて、ランプ類やバッテリーをいつも適正状態に保ち、寿命をのばしています。

ニューサリアンの新しい顔は、レグシールドと一体化したフロントフェンダー。フットスペースはひろびろ。ライディング・ポジションもゆったりです。

**オ**ーターチョークも大気温センサー付。エンジン温度ばかりでなく大気温も検知して理想的な混合気をエンジンに供給するので始動はスムーズ。その上燃費の向上にも役立っています。



**ボ**ディ全周をプロテクターでしっかりと保護。ボディのキズ付きを防ぎ、同時にニューサリアンのスタイルをきりりと引き立てています。

**バ**イブレスリンク式のエンジンマウント、ボトムリンク式のフロントフォーク、オイルダンパー付リヤサスで乗り心地もひときわ快適。

**ト**ルクカム付自動無段変速のニューパワフルマチックが、ハイパワーを確実に後輪に伝えます。

**新**採用の7ポートトルクインダクションエンジンは、パワフル5馬力。56kgの軽量ボディと相まって鋭いダッシュ、なめらかな加速、力づよい登坂……走りは一段と鮮やかです。80km/ℓの低燃費も大きな魅力。

### ■ニューサリアン仕様諸元

●全長1590mm ●全幅615mm ●全高1045mm ●軸間距離1125mm ●シート高690mm ●最低地上高100mm ●乾燥重量56kg ●舗装平坦路燃費80km/ℓ(30km/h) ●最小回転半径1600mm ●制動停止距離3.5m(20km/h) ●登坂能力20° ●2サイクル・7ポートトルクインダクション・単気筒・49cc ●内径×行程40×39.2mm ●最高出力5.0P S/7000rpm ●最大トルク0.55kg-m/5500rpm ●始動方式セルキック併用 ●点火方式C D I ●燃料タンク容量3.8ℓ ●オイルタンク容量1ℓ ●バッテリー容量6 V 8 A H ●フレーム鋼管アンダーボーン ●タイヤ2.75-10-2 P R(前後とも)

●水冷・2サイクル・並列2気筒 ●内径×行程56×50.7mm ●最高出力57P S以上/11000rpm ●最大トルク3.73kg-m/10750rpm ●リターン式6段変速

## ヤマハ・ロードレーサー NEW TZ250



'83年もワールドチャンピオン・マシンに輝き“最強の市販レーサー”の定評をますますゆるぎないものとしている「TZ250」が、4シーズンぶりに大幅チェンジ。ノービスから世界GPまでをカバーする幅広いポテンシャルにさらに磨きをかけて、2月1日より新発売です。

### ■NEW TZ250の特徴

1. 新開発の軽量・高剛性フレーム&サスペンション
2. マイクロコンピューター制御式Y P V S採用によるパワーバンドのワイド化
3. クロスフロータイプ・ラジエター採用による冷却効率の向上
4. 足まわりの強化とブレーキ性能アップ



## 販売店のみなさまへ

ヤマハ発動機株式会社

代表取締役社長 江口 秀人

昭和59年という年は、いわばヤマハ発動機という船が、船首の立て直しにつづいて、目的地を目指しその推力を上げていくとする初めての年であります。昨年来の当社の状態は、前方に暗礁が現われ、急減速をしながら方向転換しようとする大船の姿であったかと思えます。船内は揺れ動き、船体はきしみ、またその引き起こした波は外部に少なからぬ影響を及ぼしました。

社内外に残る変動の余波をおさめながら、この船の舵を新しい方向へ向けて、しっかりと押えて行くことが船長である私の課題であると思っております。この意味で、当社の経営陣から従業員の一人ひとりまでが、日々の仕事を考え行動するうえで、次の三点を指針といたしました。

「質」の最重要視

「独自性」の創造活動

「人間尊重に基づく相互理解」の推進

「質」の問題は、商品の品質、サービスの質、販売店のみなさまとの取引関係の質、さらには経営の質に及ぶものであります。全社員、全部門がおのの仕事の質を見直し、その向上のために行動を起こすよう厳しい目を注いでまいります。

「独自性」。かつては「ヤマハらしさ」のイメージの中で最も大切な要素のひとつでありました。またユニークさを求める市場のニーズはますます高まっ

ております。独自性を生み出すための創造的な活動を社内で開催してまいります。当社のようなメーカーにとつて企業の姿勢を理解していただく手段は、何にもまして「商品」にあります。この意味で人、物、金の資源を最大限に開発部門に投入し、ヤマハらしい商品を送り出し、当社の姿勢の証明としたいと考えております。

「人間尊重に基づく相互理解」。この立場を忘れるなら、「質」も「独自性」も単なるひとりよがりになります。メーカーと市場の関係では、何よりもユーザーが何を求め、販売店のみなさまが何を望んでおられるかを理解したうえでなされなければなりません。市場の声をより正確に業務活動につなげ、責任あるアクションを起こすため、今回、思い切った組織変更を行いました。同様に、私自身を含め会社幹部の一人ひとりが、販売店のみなさまやユーザーの方々がたと直接対話する機会を大いに増やす考えであります。ぜひみなさまの歯に衣着せぬご意見を頂きたいと存じます。

以上、年頭にあたって、これからの当社の考え、行動の基本について述べさせていただきました。

みなさまのご理解とご支持を得て、ヤマハの総合的活力を発揮させていただけますよう、心からお願ひ申しあげます。

昭和五十九年一月

# 1984年 新しいバイクエイジの予感

バイクの選び方、使い方、遊び方……最近のお客さまを見てみると、ずいぶん分色いろなことが変わりつつあると思いませんか？  
そんな兆候は、今後どう発展し、みなさまのご商売にどんな変化をもたらすのでしょうか。'84年の市場動向予測の一助に、スクーター、オンロード、オフロードそれぞれの分野のさまざまな変化にスポットを当ててみました。

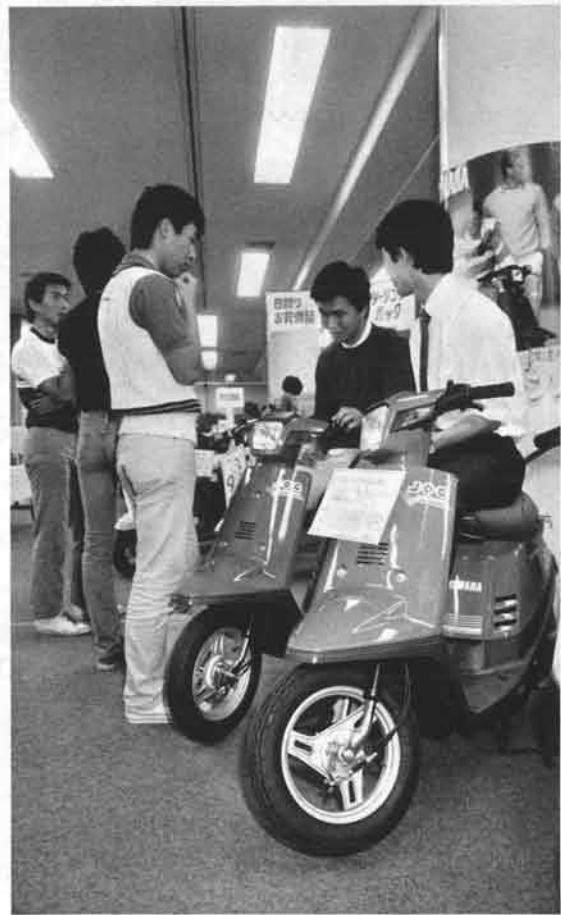
**走りを楽しむ  
高校生ユーザーの間からは  
スクーターを使った  
新しい遊びも生まれている！**

ジョグの軽快な走りが、ヤングの圧倒的な人気を集めている姿を例にとるまでもなく、かつての婦人層に代わるスクーター市場の新しい主体はヤング。そして、その一方の中心が高校生を中心とする需要です。彼らはステッカーや小物を使ってアクセントをつけたりオリジナルペイントを施したりしてスクーターを自己表現のツールとし、同時にスクーターの走りを楽しもうというのが特徴。

そんな彼らの間からは、当然のようにスクーターを使った新しい遊びも生まれています。写真は昨年12月4日、東京都立川市のカートコース、ムサシノサーキットで開かれた「スクーター4時間耐久レース」のワンシーン。ジョグやパツルII、サリアンなどを駆って50台余りの若者が参加していましたが、これもシリーズ戦を始めた6月にはわずか11台だったといいます。単なる暮しの足から走りを楽しむスポーツツールへ、スクーターもその性格を変えているのです。そして、この傾向は、主体がヤングだけに浸透も急ピッチ。さらにバリエーションの広がりも無限の可能性を秘めているといえるでしょう。

## いま SCOOTER USERは……





## 同じヤングユーザーでも キャンパスで求められるのは コストパフォーマンス

ヤング、スクーターユーザーのもう一方の中心は、もう少し年令層の高い大学生。キャンパスライフにスクーターを導入する彼らは、スクーターに対してどんな要求を持っているのでしょうか？

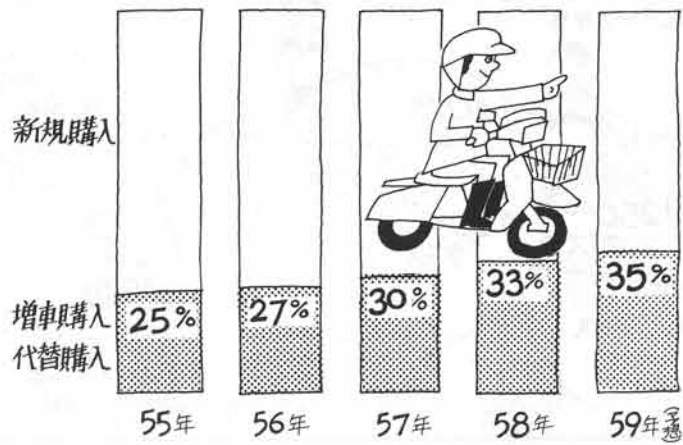
昨年の夏に行なわれた、「大学生協ヤマハモーターサイクルフェア」で実施した調査では、大学生のほとんどが「同じ機能なら、価格が安いものほど良い」と答えています。一見、当り前のようですが、決して、走りさえすれば何でも良いという意味ではありません。自分が欲している機能、性能と価格が見合えば、ミドルスクーターでも、本格スクーターでも乗る。つまり、コストパフォーマンスにひときわシビアだというわけです。

いまキャンパスでジョグが人気を集めているのも走りの良さ、燃費のよさ、スタイルのよさ、それと9万9千円の価格が、彼らのシビアな選択眼にかなった結果です。

ともあれ、ファッションツール、スポーツツールとしてスクーターをとらえる高校生層、コストパフォーマンス追求型の大学生層、これらヤング需要をどうつかむか？これが、'84年ス

スクーター商戦の最大のカギであることは確かです。

## セールスに、集金に…… 業務用としてもスクーターは注目を集めている！



## 1500万台保有時代を迎えて '84年は代替需要も確実に伸びる！

パッソル発売から7年。いまやスクーター／ファミリーの保有は、1500万台にも登ろうという時代です。かつてスクーター需要の中心であった婦人層は、比率こそ下がっているとはいえ、30万台規模の安定した需要を誇っています。そして'84年は、これら婦人層を中心とした代替需要が、大きく伸びるものと見られています。

図はヤマハが調査した、スクーター購入形態の推移。代替え、増車の比率が着実に増加し、昨年では新車を買った人の3人に1人が代替え、増車となっています。

また、昭和53年にスクーター／ファミリーを購入したユーザーを追跡調査してみると、昨年までに3分の1の人が代替えし、半数の人が5年前のバイクを使っているというデータが表われています。

当然のことながら、新規を中心としたヤング需要の開拓とらんで婦人層を中心とした代替の促進が、'84年スクーター商戦を大きく左右するのです。

スクーターのめざましい普及につれて、その手軽さ、機動力、耐久性などが暮しの場のあらゆる所で立証されていますが、この結果、今まで自転車や四輪に頼っていた営業や集金業務などを主体とした事業所でも、手軽な仕事の足としてスクーターを導入するケースが目立っています。三洋証券・相模原支店（神奈川県）も、そんなスクーターのメリットを實際に活かしている事業所のひとつ。

「ジョグを使っていますが、とつても操作が簡単なのが最高ですね。アクセルとブレーキだけで走れますから。それに背広姿で気軽に乗れる。混んでいる道もスイスイ走れる。燃費もね……ともかく業務に使うのにもメリットはいっぱいだと思いますよ」（営業担当 藤本直氏談）

'84年のスクーター販売計画には、こうした事業所、工場など職域販売も加えて、大型需要の掘おこしを図るのも有効でしょう。

著書『乗らずに夢中RZ-R』を片手に話す近田氏。「RZこそ今の2スト・クォーターブームの先駆者です」



79年の東京モーターショーでヤマハが「250cc新時代」を提唱してからまる4年。この間オンロードだけをみても78年の1万9千台から'83年の15万台以上（予測、いずれも出荷台数）へと、実に5年で8倍近い伸び。また軽二輪以上のオンロードモデル全体の55%は250ccというほどの伸びを示し、いまや完全にオンロードの主役はクォーターバイクの時代。さて、その人気の理由と、クォーターブームの今後を、二輪ジャーナリスト近田茂氏に占ってもらおう……

# 5年前の8倍！いまやオンの主役クォーター 今後は250ccの中での個性分化が……

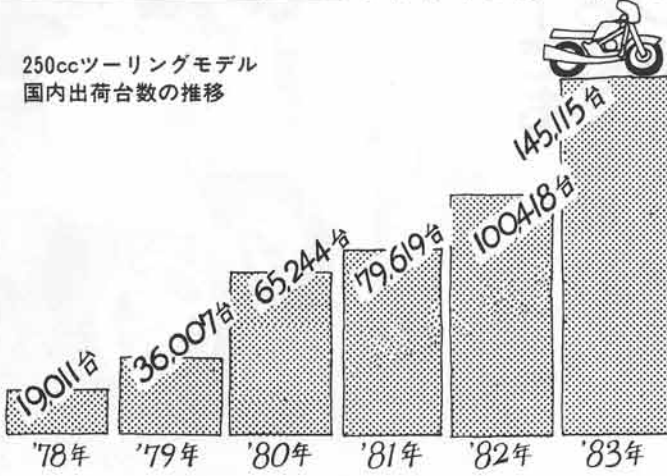


レーシンググムードの広がりはいまやモーターサイクルとその周辺だけにとどまらない

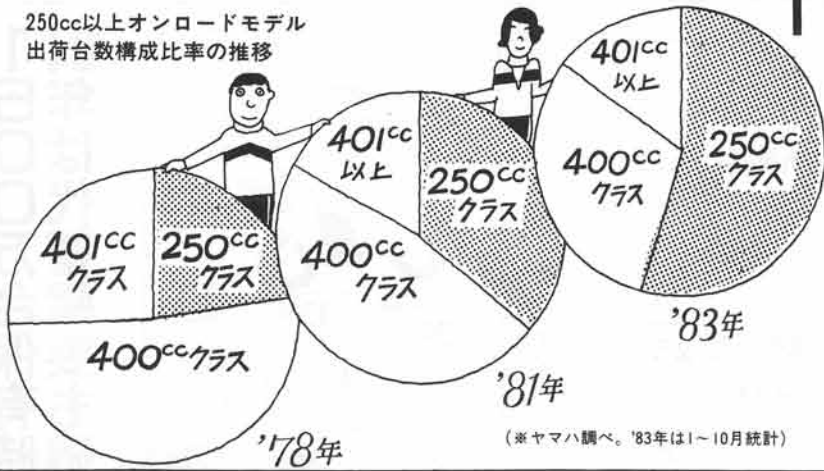
モーターサイクルとその周辺は、いまやレーシングムードいっぱい。80年RZ250の登場で口火を切ったこの傾向は、アットという間に世界的な広がりを見せていますが、84年にはこれが、さらにエスカレートすることは必至。では、こうしたブームの土台となっている肝心のロードレースはどうでしょう？ かつてはせいぜい好きな若者が見て楽しむ程度とされていたロードレースに、昨年は25万人もの人が足を運び、なんとこれは3年前の2・5倍！参加台数も市販車ベースのフォーミュラIIIクラスを中心のべ4000台にもなるほど。見るスポーツ、参加するスポーツの両側面からロードレースは、完全に定着したといえそうです。そしてこれを知られば、YRSサーキットランコースや各種サーキットラン走行会の大人気も、先の東京モーターショーでRZV500RやFR400に集中した爆発的な反響の大きさもうなずけるところ。

それだけではありません、「少年サンデー」や「少年マガジン」といったマンガ雑誌でもロードレースを素材とした連載物が人気を集め、さらにはロードレーサーのプラモデルの売上げが急増という現象も……。

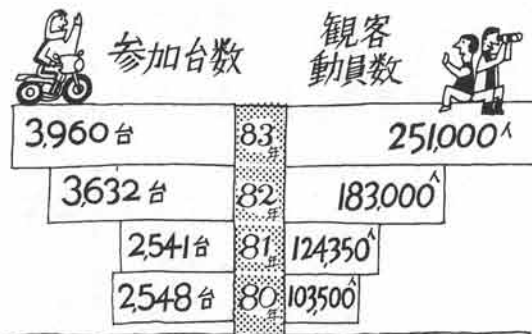
250ccツーリングモデル  
国内出荷台数の推移



250cc以上オンロードモデル  
出荷台数構成比率の推移



●全日本選手権ロードレース・  
年間参加数と観客動員数の推移



「うちのプラモデルの中でオートバイの商品は47種、全体の1割程度。売れるのはレーサーものはですね。RZ250が出たところからです」とは、榊田宮模型企画室の毛利氏の話。このレーシングムードの広がり、いまやモーターサイクルとその周辺にとどまらぬ勢いです。







「スポーツバイクは必ずしも皮ツナギだけが似合うとは限りませんね」と森さん

森さんが現在揃えている用品類一覧

|             |        |          |
|-------------|--------|----------|
| オーダー皮ツナギ    | <GOTO> | 110,000  |
| レーシングブーツ    | <ガエルネ> | 35,000   |
| ウェスタンブーツ    | <クシタニ> | 27,000   |
| グローブ(冬用)    | <ベーツ>  | 9,800    |
| グローブ(夏用)    | < // > | 8,000    |
| フルフェイスヘルメット | <GPA>  | 53,000   |
| //          | < // > | 39,000   |
| ジェットヘルメット   | < // > | 25,000   |
| ツーリングバッグ    | <USA製> | 13,000   |
| 防寒ツナギ       | < ? >  | 42,000   |
| 防寒ジャケット     |        | 46,000   |
| レインウェア      | <ベル>   | 32,000   |
| //          | <ヨット用> | 25,000   |
| 計           |        | ¥464,800 |

RZ-Rなどレーシーなバイクが主流のオンロード。当然、ユーカーのファッションもそれにふさわしいレーシーなもの、本格的なものへとエスカレート。街には一見ニュー・ロバーツが、いっぱいいます。

## レーシンググムードいっぱいバイク それにあわせてファッションも本格化

「ウェア・用品にお金をかけるのは当り前。四輪のボディが、二輪のウェアですからね。美しく、安全でなければ。ワインディングロードでは、気分はケニー」と皮ツナギで決めることでもあります。街での買物や今風のレストランなどにも気軽に入れるような小奇麗なウェアが欲しいですね。

これからは、バイクを買替える余裕があるとすればウェア類を充実させるという人が増えるんじゃないですか」とはRZ250Rの森裕示さん(32歳・フリーライター・東京都)。ちなみに森さんの場合、披露してもらったウェア・用品類の総額は約46万円。用品類の市場がいかに幅広いかがおわかりいただけるでしょう。

「日本人は小さなものを悪く考えることがあります。それは違います。実際250ccのモデルは、モーターサイクルとしての基本的なところをすべて備えています。日本で使用するモーターサイクルとして機能は十分。まさにジャストフィットなのです。」

これからは単にアメリカンとかヨーロッパとかといったジャンルだけでなく、もっと新しいコンセプトをもったモデルが出現するかもしれないが、そんな新しいコンセプトが最も受入れられやすいのが250ccの市場ではないかと思っています。250ccの中で、いろいろ個性化が進んでいく時代ですね。これからは」

## レディス専用ショップも出現！ 女性ライダーは、今年ますます増えそう

ロードスポーツに乗る女性の姿。最近では通勤時間帯の幹線道路で、休日の峠道や観光地、休日の市街地で、そして深夜の街道で、どこでも決して珍しい存在ではなくなってきました。そうした傾向にあわせて最近では、女性オーナーによる二輪販売店や、女性ライダーをターゲットとした用品ショップもオープン。84年もこの女性ライダーの成長はつづきそうです。

東京・板橋区の二輪用品ショップ「ビッグマ

ート大山さんでも、このほど川越街道沿いにレディス専用の用品ショップ「レイブ大山レディスショップ」をオープン。広い層の女性ライダーから注目を集めているといえます。

「オリジナルのウェア類、ヘルメット、グローブ、レインウェアからスクーフ、ウェストバッグまで品揃えは100%女性用。スポーツバイクの方はもちろん、これから教習所へ通うという人、近所でスクーターに乗っている人、そしてロードレースを始めるという人まで、広い層の方が来店してくださいます。年令層でみれば10代から30代後半。やはり、女性ライダーが広汎にいらつしやるのが実感できます」と大橋店長は話しています。

## 400マルチのビッグバイク・ドリーム派や4スト・シングル派も健在。ロードスポーツもますます多様化に！

の事実です。400ccオンロードは、78年の4万台が、80年には7万台、82年10万台規模へと確実に市場拡大をつづけ、84年も年間10万台の需要が見込まれています。

一方、マニアックなユーカーにとって、SR400が、いまやシンボリック的存在となつてい

るのは、ご承知のとおり。「SRのお客さんの層はふたつ。ひとつは若い方の層で、SRをファッションで乗る方。もうひとつの層は、やはりシングルがいい」という25才以上の方。この中には、アンチマルチ派の方もいらつしやれば、懐古趣味的な方もいらつしやいますが、こちらの層の方がこれからは増えるでしょう。うちはこれからシングル&

いまオンロードはクォーター一色、とはいってもかつての中型の雄・400ccが、依然、大型二輪へのステップアップを夢みるビッグバイクドリーム派の憧れのマトであり、一方Vツインやシングルなどモーターサイクルにテイストを求める人たちが根づよく存在しつづけている



勤め帰りのOLでにぎわうレイブ大山レディスショップさん



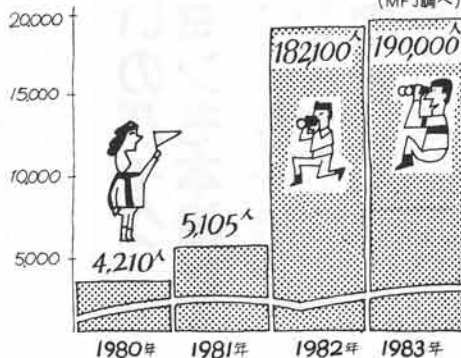


モトクロスブームを反映して大盛況のSLモトクロス



前列右から太麻樹君、勝樹君、直樹君。MXファミリー芥沢さんご一家は元気いっぱい

全日本選手権モトクロス、年間観客動員数の推移 (MFJ調べ)

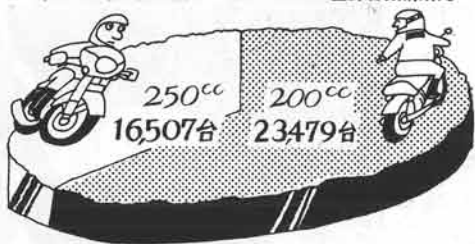


# いま OFF ROAD では……

## '84年オフロードライダーの目は200ccへ！

なんとといっても'84年、オフロードユーザーの最大の関心は、200ccトレールモデル。  
 '82年8月、XT200の登場で口火を切った、200ccトレール。ブームは、'83年も確実に拡大し、ニューXT200、さらにはニューIDT200の登場が待たれる'84年は、一層の広がりが期待されています。いうまでもなく取りまわしやすい軽量・コンパクトサイズと必要にして十分なエンジン・パワーのグッドバランス、そして手頃な車両価格が、きわめて幅広い人びとから注目されているのです。  
 「16才でバイクに乗り始め、25才の今日までずっと乗りつづけている私が、いま一番気に入っているのがXT200。毎月1度は林道に出かけますが、125ccの乗りやすさで250ccに匹敵するパワーは林道での一番の魅力。それに燃費の良さも見逃せません。最近じゃ、これでエンデューロレースなどにも出ているんです」(山崎浩さん・25才・埼玉県浦和市)というファンの声は、すべての200ccトレールユーザーに共通しているのです。

'83年1~10月・軽二輪オフロードモデル登録台数構成比



## 装具一式10万円以上もザラ。オフロードライダーも、ますますファッショナブルになっていく！



アライ 12,000円

モトフォックス 5,800円

GOTO 4,500

シニサロ 30,000

ガエルネ 53,000

その他ゴアール・グローブが 20,000円  
 替えのトレーナー(2着) 12,000円  
 合計……………137,500円

お気に入りの国際A級風にコスチュームをキメて、ワークスライダー気分で行楽を楽しんだり、いまはやりのアウトドア・グッズをコーディネートして個性的なスタイルを楽しんだり……と、オフロード・ライダーのファッションに寄せる関心は、かつてないほどの高まりを見せています。

当然のことながら、ウェア・用品類にかける彼らの予算も膨らむ一方。トータル10万円などというユーザーも決して珍しい存在ではありませんが、この傾向は'84年もますますエスカレートしそうです。  
 例えば、XT250Tの高校生ライダー木村憲男君(16才・埼玉県浦和市)の装具一式は

## レーシーなモデルがぞくぞく登場の背景に モトクロス人気の急速なもり上がりがある

XT250T、XT600Zテネレそして1月から新登場のニューXT200、さらに先の東京モーターショーで人気をさらったDT200……と、オフロードもオンロードに負けず劣らずレーシングムードいっぱいモデルが顔をそろえる'84年。もちろんこの背景にはモトクロスを頂点とするオフロードスポーツが、人びとの暮しの中に定着しつつあるという事実があります。

まさにブームと呼べるこのもり上がりは、全日本選手権モトクロスシリーズのここ3年間の年間観客動員数の推移を見ても歴然。また、昨年12月、2週間に2回も開催されたスタジアム・モトクロスの熱狂的な会場風景を見れば、さらに明らかでしょう。(26ページ参照)

### MXファミリも各地に誕生

観客の増加はそのままた競技人口の拡大につながるもの。モトクロスを楽しむ人びとも、数年

前とは比べものにならないほど層も幅も広がります。SLモトクロスなどでは家族ぐるみで楽しむウエストコーストスタイルも決して珍しい存在ではありません。

芹沢栄さん一家(埼玉県朝霞市)も、東京周辺のSLモトクロスではおなじみのMXファミリ。長男の太麻樹君(11才)、次男・勝樹君(9才)、3男の直樹君(6才)の3選手を栄さん(35才・自動車板金塗装業)と奥さま道子さんがサポートしています。

「なんといつてもスリルがあるわりには、きちんとした装備でトレーニングさえすれば、安全だというのがモトクロスの魅力ですね。3ヶ月に2回ぐらいの割合でSLレースに参加。レースのない時は河原でみんなで楽しんでます」と栄さん。奥さまも「うちのように家族で楽しんでいる人たち、すこく増えていますね。レースの時の昼休みなどはそんな家族の交流も多いんですよ」と語っています。

## オフロードランの楽しさは 女性ライダーの間にも広く、深く浸透している

「峠道で休憩している時など、通りすぎるライダーの中に女性の姿を必ずみかけるようになったね」オフロードライダーの間で、最近こんな話をさかんに耳にします。女性にも取りまわしが簡単だから、という理由でオフロードモデルを選んでいたヤングレイディたちが、一歩進んでオフロードランの楽しさに目を向け始めたから、ともいえそうです。

XT200を駆って男性に混じり、シーズン中は毎週末かならず林道に出かけるという田中万里さん(OL・東京都大田区)もその典型。

「シーズンオフでも月に1回は林道に出かけます。最近ではキャンプをしたり、山の温泉巡りをしたり、いろいろと楽しんでます。この頃は、ヤビツ峠(神奈川県丹沢山中)へ行くと一緒に楽しんでいる女性やペアで来る方などともたくさん会えるんですよ。」

オフの魅力って、やればやるほど出てくるけどやっぱり適度な緊張感と停まった時に目に入る四季折おりの景色、そして開放感ですね。メカや地図の見かたなども勉強したい。今年はずますますオフロードファンになりそうです。」



図のとおり。総額13万7500円といえは、XT250Tの35万8千円の3分の1以上なので。「雑誌でアメリカのスーパークロスの写真を見てから、乗る時のファッションや配色がすこく気に入りました。仲間との話題もバイクのこと、レースのこと、ウェア・用品のこと

## オフロードラン・エンジン派と ゆったりアウトドア・スポーツ派。 '84年オフの楽しさも、さらに多様化する

最後に自他ともに認めるオフロードマニアから、'84年オフロード市場を分析してもらいました。バイクウェアも含めたスポーツウェアの企画・開発にたずさわる根本貴志さん。根本さんは、XT500発売当時からオフマニアで、現在はXT600Zテネレのオーナーです。

「林道へ出かける魅力は、やはり規制の多い都会では味わうことのできない開放感。自然と人間の素朴な会話を楽しむことじゃないですか。走るたびに路面も変われば、目に飛び込んでくる景色も変わる。これはオンロードではなかなか味わえない変化。だからオン、オフ2台のバイクを持つ人が増えているのだと思います。」

1年を通じて見ているとシーズンの最初と最後は「走り屋」の人が多く、シーズンの最中はグループや1人でゆつくり自然を楽しもうという人が多いようです。それに、最近では5、6台のグループに女性が1、2名というケースも多い。女性も増えているんです。

それと、1人の人が今日はモトクロスの走りを楽しもう、とか逆に今回は仲間と一緒にキャンプでもしようといういろいろ楽しみ方のパターンを変えている例も見かけます。いずれにしてもオフの遊びもますます多様化する'84年。走り屋にはオフロードライティングを、また自然派にはアウトドアスポーツの楽しみ方を、きちんとアドバイスしたいですね。」



# バイク、スクーターを大量につかう 事業所、官公庁、 大学生協を訪ねて

①

おなじみの郵便局からガス、電気、水道局そして市町村役場などの官公庁。銀行、保険、証券業や新聞販売などの事業所。そして大学生の暮しの足としてバイクを提供する大学生協——スクーターやバイクは、いまさまざまな所でその手軽さ、機動性、経済性、耐久性で、幅広く活用されています。

そこで、このページではそれらの分野で実際にバイクをお使いのお客さまの姿、またそんなお客さまにバイクをお届けし、保守を担当する販売店さんの姿をご紹介します。

## 都内を走り回るにはダッシュが勝負 メイトがピツタリです

●富国生命保険相互会社 池袋月掛支社（東京都豊島区）

大正12年に創業して以来、生命保険業界でも最高の配当水準と数かずの社会奉仕活動で、大きな信用と実績を誇る富国生命保険相互会社さんは、日常の集金業務の足としてヤマハオートバイを使用していただいているお得意さまでもあります。現在、富国生命さんで使っているオートバイは326台、内ヤマハ車は319台、社用車の98%という大きなウイットを占め、大活躍をしています。

ここに紹介する富国生命・池袋月掛支社さんでは、この内の14台（メイトV50が13台、YB90が1台）を普段の集金業務に当てています。集金といっても、池袋月掛支社さんの

場合、地域が都心から西の千代田区、中央区、新宿区、豊島区、板橋区など広いエリアに渡っているばかりでなく、さらに集金件数も月に1600件を越え、しかもお客さまの支払いの関係で、この仕事のほとんどが月末から月はじめに集中するハードなものです。

場合、地域が都心から西の千代田区、中央区、新宿区、豊島区、板橋区など広いエリアに渡っているばかりでなく、さらに集金件数も月に1600件を越え、しかもお客さまの支払いの関係で、この仕事のほとんどが月末から月はじめに集中するハードなものです。

行動半径も知れています。こんな面からいっても私どもの仕事にはオートバイは不可欠なんです。月末の最終日もなりません。1500件から1800件もの集金が1日に集中します。そこでオートバイに求められるのは行動力や機動性といった部分です。当社でヤマハ車を使用しているのには色いろな理由がありますが、一番の理由はやはりフットワークの良さですね。出足の快調さが最大のメリックじゃないかと思えます」

フットワークの良さで選びました

このような状況の中で、ヤマハ車を選ばれた理由を池袋月掛支社の築紫係長さんにかがってみました。

「都内を主に回るため道が混雑するということと、四輪車では駐車できない場所が多いんです。かといって自転車では体力も使うし

### 排気音はウグイスの鳴声

さらに2年で3万km以上走ることもあるという、実際に現場で使っている人たちの評価

もちろんこれには、保守を担当されている久保本自転車店（久保本正世社長）さんの集



集金業務の面倒を見られる築紫係長さん



お疲れさまでした / 1日の仕事を終え帰社してきた川島さんと金田さん



金業務に対するご理解もひと役かっています。つまり実際の良い修理に加えて、毎日使うものだけに、修理に時間のかかりそうなどときには、代車の手配も怠りないほどの細かい気くばりがあるのです。

## 経験を生かした交通安全

また、これだけのオートバイを管理しているだけに、安全運転への心配りも大きな仕事となっているはず。そこでどのような配慮をされているのか、築紫係長さんにかかってみます。

「実際に乗っている人は、みんな何年もの経験を持つベテランばかりなので、メカ部分の

## 南国・紀州を

## 45台の赤バイ・メイトが走りまわる

●海南郵便局（和歌山県海南市）



メイトの乗りやすさは郵便保険の女性にも評判です

### 今日も一日無事故運転

- 交差点では 必ず左右を確認しよう
- 右折・左折時には 必ず徐行しよう
- カーブの手前では スピードを落そう
- 子供の飛び出しに 十分注意しよう

郵便局

ちょっとした心づかいが安全運転への第一歩



運行日誌を見ながら使用状況を確認する日高主事さん(左)と北端社長

異常については、かなり微妙なところまで解ります。作業点検も義務づけていますが、それより個人個人が自主的に毎日キチッと点検しているようですね。また、走るときにも昼間点灯するなど、個人レベルで経験を生かした安全策をはかっているようです。もちろん会社としても年に1回は安全講習をやっています。今後は技術的なものも含めて、年に4回ぐらいの講習は予定しています。」

都内の複雑な交通事情の中を、毎日走り回る仕事だけに、会社から個人レベルに至るまで、交通安全に対する意識がいきとどき、着実に仕事に取り組む富国生命池袋月掛支社のみなさんです。

温暖な気候と豊富な山海の幸に恵まれた紀伊半島の中心・和歌山県。古くは木の国(紀国)と呼ばれた場所だけに、半島の中央部を紀伊山脈が走り、その西部より清流貴志川が流れ出ています。この貴志川の河口、和歌浦湾に面して広がるのが、人口5万5千の海南市です。今、この海南の町で手紙や小包みを運ぶ足として、45台の赤いメイトが大活躍をえています。

### 山間地用でその実力を発揮したU7

海南市の中心にある海南郵便局さんが受けてもつ世帯数は13495世帯。郵便の乗務員さんだけで、1人当たり1000軒から1600軒もの世帯を受けもっています。また1日の走行距離は平均すると50kmから60km。年賀状の季節には100km以上も走ることもあります。走って止まっての繰り返しでこの距離をこなすハード走行に、ヤマハメイトが選ばれたわけです。

最初に海南郵便局さんにメイトがお目見得したのは、今から15年以上も前。メイトのU7タイプでした。このメイトは、その力強い走りを買われ、海南市の南側に広がる海南高原の山間地用として導入されたものです。当時この地区の集配担当者は、海拔500mの道を小気味良く駆け上るU7に大感激。15年も前から、ヤマハ車のメイトが実証され、現在のメイト100%へとつながってきたものです。

### 業務の安全を陰から支える立役者

そして、このハードな使用を陰から支えてきたのが保守店である北端自転車店(北端滋社長)さんです。この北端社長の活躍ぶりを海南郵便局車輦担当である、郵便課の日高主事さんにかかってみました。

「局の人は全員北端さんの友だちですね。なにしろどんなに忙しいときでも毎日局へ顔を出して、オートバイの面倒を見てくれます。途中でパンクしたときでも、局を最優先して現場へ直行してくれますのでとても助かります。保守店としては言うことなしですね。普段一生懸命やってくれるので、局の人間が自分でバイクを買うときも、信頼できる北端さんを選んでいきますよ」とのおはなし。

次に北端社長に保守店としての仕事上の留意点をうかがってみました。

「留意点といっても、故障らしい故障がまったくないからね。ただ毎日使うものだけに、何かあったらみなさんにご迷惑をかけると思います。毎日局へ寄らせてもらいブレーキやステップのガタ、チェーンやフラッシュシャワーなどを点検しています。でも定期点検をやった次の日なんかに、消耗品であるワイヤーが切れたりすると、ガククリですわ(笑)とニコやかに話してくれました。普段の仕事上のご苦労もさることながら、どうやらその人柄も信頼を集める大きな一因のようです。」

### 安全運転はみんなできてるもの

また、この海南郵便局は無事故500日間達成でつい最近も表彰されたという安全運転の

優秀局でもあります。この秘訣を日高主事さんは、「この無事故500日達成も、局側からあれこれ指示したわけではなく、知らないうちに300日とか400日とか過ぎていつ、だんだん局員から自主的にあと100日がんばろう、あと50日だというぐあいに盛り上げていったんです。一人ひとりが交通安全を十

## 店頭受け渡しとアフターサービスの充実で 大学生の信頼を獲得

●(尙早坂サイクル商会 (宮城県仙台市))

仙台市の中心より徒歩13分。昔ながらの屋敷街の中にある尙早坂サイクル(早坂英夫社長)さんは、春と秋に大学生協を通じて東北大学の学生を対象とした校内販売に取り組み、着実に成果をあげています。

### 立地ハンディを克服した キャンパスアタック

6年ほど前から本格的な活動に入ったという大学生協とのタイアップ販売ですが、その具体的な内容を早坂忠専務さんが、次のように話してくださいました。  
「ウチはメインの通りを外れたところに店舗があるために、店売りの需要を伸ばすことが難しいというハンディがあるんです。

このため15年ほど前から乗り物の供給がされていない大学構内に着目したんです。初めは自転車から手掛けて、本格的にソフトバイクが生協を通じて学生の方がたへ行き渡るようになったのは6年前からです。ちょうどオイルショックによるバス代の値上り、また大学生たちの普通免許取得の伸びなどがあり、そこへヤングの足としてピッタリのソフトバイクが登場して、自然にキャンパスの中へ溶け込めたんだと思いますね」

### 『ロードサービス』で高い信頼

場所がキャンパス内ということもあって、

分に認識しているからできたんでしょね。それと、基本的な作業点検以外に、交通安全運動などの期間中は局内放送によって安全を呼びかけたりするのが主な活動ですかね。大きな事故はもう何年も発生してません。コケたことのないですよ」と、たのしいお言葉をいただきました。

店売りのお客さまとは当然、気の使い方というのも異なっています。しかし苦心することもある反面、大学生ならではの得る部分も多しとか――

「大学生を相手にするとき、もつとも気を使わなければいけないことは、一人ひとりの大学生は多くのコミュニケーション・メディアを持っているということです。

つまり自分の寮やクラス、サークルなどの情報交換の場をもっているんです。たとえば、ひとつのクレームがアツという間に全員に伝わってしまいます。そのために、購入段階からアフターサービスまで、全ての学生に対して平等に正直に接することを心がけています。

セールストークにしても、売るといふよりは、その学生の使用する環境を聞き、相談に乗ってあげるようにしています。またアフターフォローにしても『ロードサービス』という、営業車3台を使ったシステムをつくっています。これはどんなトラブルでも電話一本で駆けつけるといふサービスなんです」  
このロードサービスには、お客さま以外の大学生からも連絡が入るほど、たいへん人気があります。

「大学生というヤングユーザーと接することにより、若者の流行やニーズを先取りすることもでき、いち早く店頭での販売にも生かせる

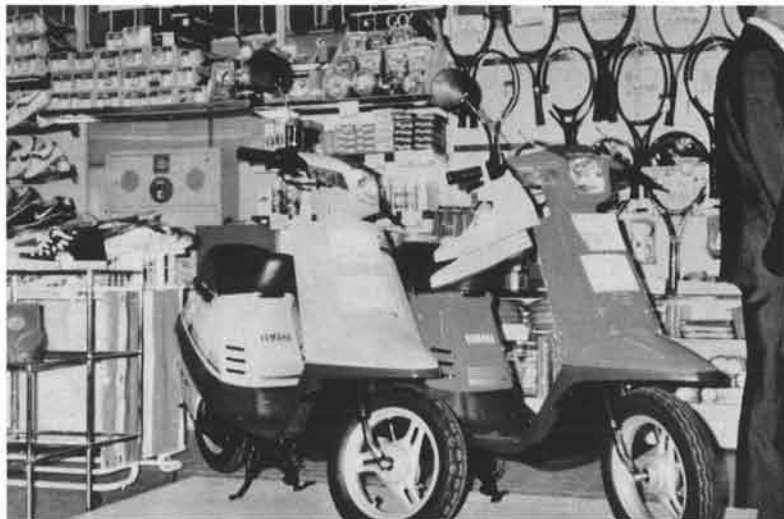
るんですよ。最近の傾向としては、色やバリエーションの豊富なものが好まれていくようです。これは人と同じ物には乗りたくない、という個性化の現れだと思えますが、ジョグがヒットしたのもこんなところが引き金となっていると思いますよ」

### コミュニケーションを 一層深めるために

この他にも、早坂サイクルさんでは、必ず

お店に来てもらって、商品を受け渡すようにしています。これは、お店の場所を知ってもらうとともに、お互いのつながりをより深め、円滑なサービスができるようにとの配慮からです。

また安全活動についても、「今後は安全教育を含めた販売活動に力を入れていきたいと考えています」と、あくまでも大学生の立場を考えたご販売を大切にされる早坂サイクルさんです。



北大学校内の生協に  
展示されるジョグ。大  
学生の間では人気一  
等と云

店内にも学生さんの姿が多く、  
ムードも明るい



安全運転の普及とより一層の  
販売にハリキル早坂忠専務さん





# お客さまの輪が広がって わいわい、がやがや……13年

# 大泉ライダーズ

(有)マカベモーターズ／真壁秀信社長  
東京都練馬区東大泉2-9-20

## ●楽しくなくっちゃクラブじゃない

私が練馬区大泉のいまの所に店を移転したのは13年前。その頃から店のクラブ「大泉ライダーズ」は活動しています。会員は20名くらい。ぐくぐくというのには、特別に会長は誰か、会費はいくら、会則はこれ、といった細かい規定などないからです。自然に発生したクラブで、自由にみんなでモトクロス、ツーリング、ミニYRS、レース観戦などを楽しんでいるのです。

なにしろ、いまの人はマンガ以外は読みません。バイクの取扱説明書にもロクに目を通しません。だからブレーキ調整ひとつでできなかったり、レバー交換ひとつできない、というのが普通。とくにロードタイプにしか乗ったことのない人はそうです。そんな人達と一緒に遊んで修理や応急処置のやり方も教えてあげたい。クラブの活動には、そんな思い入れもあるんです。

## ●人気ナンバーはモトクロス+バーベキュー

クラブ員にとって一番人気のあるのは、バーベキュー+バーティ付モトクロス。私もYZ80で走ります。荒川や日高のモトクロスコースに出かけるんですが、私が行けるのは実際には月1度くらいです。台帳の整理もありますから。

そんな時は、クラブ員にYZを貸してあげます。「乗ってみたら」と私。「怖いア」とお客さん。でもいつの間にかみんな走っています。昼休みには持参の鉄板を使ってバーベ

キューを開きます。肉の目安は12〜13人で、5kgというところでですね。

## ●ツーリングも定例化してきた

昨年の8月からはツーリングも定例化してきました。企画から実施まですべてはクラブ員まかせで、毎回15名くらいが参加しています。日帰りで400km程度。店からは従業員が工具一式と無線を積んだトラックで伴走します。参加した人に見れば、店の誰かが一緒に行くこと、伴走車が一緒だということが最高の安心になるようです。キャリアのあるクラブ員に会長を務めて欲しい、というのが私の本音。でもみなさんお忙しくて、なかなか簡単には行きませぬ。

## ●84年はみんなでSUGOOのYRSにも

ヤマハの販売会社は、土曜日が休みの時がありますね。でも翌日にイベントがある時は、ヤマハから電話があります。「明日のミニYRSよろしく……」と、ヤマハ北東京の金原課長が、自宅からかけてくるんです。それで私もつい土曜の夜は「明日はおみやげ、お弁当付。絶対にタメになるヨ！」とお客さんを電話でお誘いするんです。もちろん、そんな日は、私も必ず出かけます。

こうして、一度ミニYRSに来た人は「また行く」ということになりましたね。中には遠くのヤマハ販売会社のミニYRSまで遠征する人もいます。だから、今年は3店くらいの合同で、クラブのみんなをSUGOOのYRSに案内したいな、と思っているんです。

土曜日の午後、YZを整備するクラブ員の狩野敏さん(25)と真壁社長(左)



ツーリングも昨年から定例化



\*モトクロス&バーベキュー。はクラブ員の人気ナンバーワン・イベント



「女房の留守にきたお客さんなんか、帰ってくるまで待ってるくらい。修理も自分でやるし。ちょっと働きすぎだよ(笑)。今年ではできるだけ休ませてやりたいね」  
 ●和佐国男社長 / 米子さん のりものセンター和佐(和歌山市鳴神)



「女房専用の軽トラックは無線付き。私の指示で出張サービスにまっしぐら。おかげでお客さまの評判も最高。仕事慣れしているし、とにかく働きの女房です」  
 ●伊藤敏文社長 / スミ子さん いとうモーターサイクル(和歌山市北出島)



'84年も奥さまパワーは、ご商売の重要なカギ。全国のヤマハ奥さまの活躍ぶりをご紹介するこのコーナーも今年からは社長さんの女房自慢付。トップバッテリーは、バイク普及率No.1の和歌山からです。

# 和歌山

「細かく指図しなくても自分ですごい仕事をしていくタイプです。ファッションなどにも興味があるようだし、これからはちがう業界の人ともつき合って欲しいね」  
 ●飯屋誠社長 / 記代さん カリヤ商店(和歌山市木ノ本)



「顧客名簿の管理なども女房がばっちり。それをもとにしっかりと代替を進めています。セールストークにも説得力あるんですよ」  
 ●前田勲志社長 / 敏子さん 前田勲商店(和歌山市松江北)



「悪くいえば、タダの従業員でしょ、女房って(笑)。とっても助かってる。12月に新店舗もオープンしたしね。(小声で)ロじゃちょっといいにくいけど感謝してるよ」  
 ●笠松郁男社長 / 文子さん かさまつ自転車店(和歌山市善明寺)







「接客は女性の方がうまい、ってよく言うけどウチのはその見本みたいや(笑)。修理もやるし、修理もやるし、私の友人が来ればママに相手もしてくれる。今年は時間をくっつけて趣味を持たせたいね」

●三谷一豊社長 / 喜美子さん みたにサイクル (和歌山市小雑賀)



## こんにちは 興さ ヤマハ



「うちの店は、女房がいないと始まらない。それほど仕事の虫。接客から青色申告までだね。お客さまのウケもいいようだし。ストレス解消は飲んで歌って、みたいですヨ」

●芝寿辰雄社長 / 繁代さん 芝寿商店 (和歌山市西長町)



「社長が2人いるみたいだね。店も2店舗なのでちょっといい。本店は女房にまかせっきりです」

●真下充社長 / 久栄さん モーターサイクルました (和歌山市北島)



●太田克彦が人気マガジン編集長に聞く当世若者氣質

Magazine &amp; Magazine ①

●第1回ゲスト

〔編集長〕小平恒郎氏

## 平凡パンチ

『平凡パンチ』の創刊号のページを開いたのは、ぼくがまだ学生のころだった。男のこ向けの雑誌は、それまであったのは多分に泥くさく、田舎ぼかった。それだけに夢中でオシャレや遊びや、男としてのマナーを身につけようと、『平凡パンチ』に読み耽った。やはりブランド少年と呼ばれても仕方のない日々を



送っていた。それでも当時『平凡パンチ』の読者であったぼくたちといまの読者とは、ひとことではいえないちがいがあつた。この読者としての差が、おそらく『平凡パンチ』の誌面の変化に反映しているのだらう。大橋歩さんが描く、力強いイラストレー

ョンの表紙、ビートルズを始めとする海外の新しい音楽情報、サイケデリックなアート・ページ、ヴァン・ジャケットのファッションと当時を思い出してきて、ちよつとまでよと思つた。これらの言葉を羅列していくと、いまでも変わりなく若いひとたちに支持されているものばかりではないか。ビートルズも依然とつぎの世代に人気があるし、アイ・ビー・スタイルのファッションも愛されている。しかしそれらとのつきあい方がだいぶちがう。ぼくたちの世代は、欧米の情報に飢えていた。音も色も形も、紹介されるものすべてが目新しく、新鮮で、強烈なショックを与えてくれた。そういう場が『平凡パンチ』だった。ところがいま、若い人たちにとって海外情報を提供してくれる媒体の数は多い。しかもそこにある情報自体にたいしてハングリイではなく、接触の仕方に余裕がある。

むかしの『平凡パンチ』から、いまの『平凡パンチ』にいたるまでのあいだに、『ポパイ』がある。そしてぼくたちが目を皿のようにして捜していたアメリカ情報などは、すべて日常生活の中にとりこまれていく感じが強い。そういうバック・グラウンドがあつて、おそらく『平凡パンチ』は大変身をとげたのだとぼくは思う。そこで時代が変化していく緒を、ぼくは小平編集長にお聞きしてみたかった。

太田 『平凡パンチ』がガラリとスタイルを変えたときにはびっくりしました。でも毎週見ているうちに、だんだん目が慣れてきたというか、ごく自然にページをめくるようになりましたが。

小平 このところ表紙にも色をつけて、当初の白いイメージをだんだん変えているんですよ。雑誌は——若いひとを対象にしている媒体は、とくに時代にたいして敏感である必要があると思えますね。

太田 しかしあの大改革は、何がキッカケだったんですか？

小平 昭和51年から57年あたりまでは、20歳ぐらいの男子がほとんどの読者でしたが、読者全体の年齢層が上にあがつていく傾向がありました。けれど上の年齢層には『週刊ボス



週刊『平凡パンチ』

1964年6月に創刊された、ヤング男性にターゲットを絞った総合週刊誌。20歳をピークに中学生からサラリーマンまでの読者を獲得、つねに漸新な問題提起を行ない衝撃を与えている。昨年7月よりは表紙をヤングギャルの顔からサトウサンペイのイラストに変身、さらにビジュアル面の充実を図るとともに、知的快感をくすぐる情報提供に力を入れる。本年2月には1000号を迎える。発行部数は公称50万部。

ト」と「週刊現代」があり、後続の「週刊宝石」も、けっこううまくいっている。その上には「週刊新潮」「週刊文春」がひかえてますから、ムリして年齢の高いところで勝負するよりも、もういちど若い人の層を見なおそうという発想に行きついたのです。

太田 20歳くらいの男子は、どういふふうに変化していると思えますか？ ごく一般的にいまして……。

小平 興味がいまわって平面的だと思えます。ま、いちおう何にでも興味はもつわけです。けれどその興味を、つっこんでいくまでずいぶん時間がかかるんです。

経済的にも知的にもかなり平均化されている時代ですから、現実的には高校生と大学生とのあいだには、それほど情報における格差はないわけですよ。ただ、情報の質は、きわめて個人的なものになる。

太田 それは若いひとたちのライフ・スタイルにつながるものですか？

小平 ええ、そうなんです。たとえばかつて男のこの雑誌ですと、インテリアの特集なんかは、独立して人気をもつというところは考えられませんよ。ところが、先鞭をつけたのは「ブルータス」ですが、あの「居住空間学」の特集です。

いま、他人との共同生活にたいしてよりも、自分自身のライフ・スタイルに興味をもつ時代なんだと思いますよ。といいますのは、「結婚しない女性」がふえたという言葉を最近よく聞くでしょ、離婚したひとを含めて。男も結婚しない例がふえてますが、結婚する必要性が、生活自体からはあまりなくなっているわけです。だってコンビニエンス・ストアの数はふえているし、また売っている品数も多い。洗濯物などはコインランドリーをつかうし、それに住宅も、子どもの個室化がいま問題になっていきますね。

太田 そういふ中で、もちろんセックス・ライフなども変わるわけだ。

小平 そう思います。女性はいま強いですよ。そこにも女性が一ひりで大丈夫だという自信の裏づけがあるのだと思います。

太田 ビンナップ写真にしても、男が女性の

ハダカをただ鑑賞するということでは、女性に逆ネジを巻かれる。「平凡パンチ」の創刊号にあった、中村正也さんのビンナップは、いまでもはじめて見たときの衝撃を忘れませんね。それまでであった「ヌード写真」と呼ばれていた一連のクライイメーヂをガラリと変えたんですから。

いまここで「平凡パンチ」が新しいコンセプトで女性ヌードを見せてくれることに実は期待してらるんですが。

小平 ヌードが必要かどうか、社の内外からいろいろの意見を聞きまして、ちよつとまえに読者調査をしたんです。そうしましたら結果は5対5のまっぴらついでして、なかなかむずかしい問題だと思えます。

最終的には何を載せるかということよりも、どういふふうな料理するかが重要だと思うんです。それはエンターテインメントであつて、面白がるのが基本です。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「平凡パンチ」のバイク・ページのチーフをやっているスタッフは40歳くらいですよ。彼の弁を借りると、バイクに乗りはじめてから風邪を引かなくなったそうです。もうひとつはネクラが明るくなったといつてますが、それほど解放感があるんでしょうね。

太田 ほくはオートバイの本をつくつていううちに、とりつかれてしまったんですが、小平さんもお乗りになりませんか？

▼インタビュアー・プロフィール  
太田克彦(おたかつひこ)。エッセイスト。1940年9月10日生まれ。バイクの本をディレクトしたことから、一筆にバイクファンとなる。オン・オフ両刀使いとして、執筆活動の合間にツーリングを楽しむ。主要著書に「クロスオーバーメッセーヂ」(ジャナナリスト感覚)(ともに冬樹社)、「ロング浪漫ティックロード」(グランプリ出版)、「30秒で3万語」(PHP研究所)、「東京ゴールドラッシュ」(TBSブリタニカ)etcがある。

小平 先日、京大広告研究会の学生たちが書いたレポートの中に、こんなのがありました。「戦争がクライダイ！ なせならデートもできなくなるし、個人的楽しみのための時間がなくなる。」

こういう傾向は若いひとたちの中にふえています。戦争をきらうのは、人類の問題として考えるからではないんです。

太田 なるほど、だから楽しむための素材が、「平凡パンチ」のページをあけるとほとんど出てくる。オートバイもそういうもののひとつなんです。

小平 「平凡パンチ」も新年号は、一冊まるごとオートバイ特集をやりますよ。

太田 「ポパイ」や「ブルータス」は特集主義の雑誌ですが、「平凡パンチ」では珍しいことですね。もつとも創刊まもなくのころやられた「ニューヨーク特集」は、一冊まるごとで、いまだに強烈な印象が残つてますが……。

編集部でオートバイに乗られる方は？

小平 ウラの駐車場を見ますと、もうズラッとならんでますよ。それだけでも、いかに媒体側の人間にもライダーがふえているかという認識をもつわけですが、とりわけ中年のライダーもけっこういますね。

「平凡パンチ」のバイク・ページのチーフをやっているスタッフは40歳くらいですよ。彼の弁を借りると、バイクに乗りはじめてから風邪を引かなくなったそうです。もうひとつはネクラが明るくなったといつてますが、それほど解放感があるんでしょうね。

太田 ほくはオートバイの本をつくつていううちに、とりつかれてしまったんですが、小平さんもお乗りになりませんか？

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

「ブルータス」でもセックスの特集はやりませんが、あれは「当たり狂言」と考えているんです。週刊誌になりますと、同じ発想というわけにはいかないと苦勞します。

太田 ホンネの部分が必要になる。

小平 一冊、一冊に実益の面が要求される。そのてん女性のハウツウとは、まったくちがってきます。女性のハウツウは具体的でしょ？ ところが男性は、ロマンも夢もひっくりめて実益を提示しないと納得しない、つまり概念の幅が広いんですよ。

太田 それについては、いまもむかしもあまり変わりませんね。

小平 役に立てばいいかというのと、それだけでない。木滑(良久氏)が以前「知的快感をくすぐる」という言葉をつかいましたが、実的に射ていると思えます。雑誌を読むのは知的快感のための情報量が欲しいわけだから、「平凡パンチ」は読者にたいして、それにこたえてやらなければいけないと思つています。それもおそらく、先ほどいいましたが、個人が自分自身を大切にしている時代だからでしょう。

太田 ひととちがった生活をするることによる快樂ともいえますね。

# SENSIBLE UP 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●

今月のセンスアップ

## たかが雑音

われわれの生活からまわりついて離れることがないものの代表選手はなんといっても「雑音」でしょう。雑音というのは万人に等しく聞えるのに、それを不快だと思う人がいれば、快く思う人もいます。雑音を気にすればするほど不快度は増す、というのも雑音の特徴で、人によってはこれを無視できるといってもやはり雑音の特質といえそうです。

雑音を含めて、人間の声や音楽など広い意味での「音」はわれわれの心理状態にとっても大きな影響を及ぼしている、というのはなぜか教科書的ですが否定できないことです。「音」の持っている性質やコントロールの方法を知っていればサラ金のCMではありませんが、「もつと楽しく、もつと愉快に」なるのではないかと思うのは私だけではないはずですが。たとえば、受話器の向こうの話し手が感情的にガナリ立てている時に、当方は逆に冷静になれば、会話は前に進むもの。とはいっても、相手のペースにはまって電話でケンカ、というパターンも時にはあります。

音の発生源が人間の場合のもう一つの例としては、赤ん坊の泣き声があります。これにはパターンがあるようで、母親に訴えようとする内容によって、泣き声のトーンや音量が決まっているといえます。

そういえば、うまい寿司屋というのややはりパターンがあるようで、必ずといってほど

板前のカケ声がいい。テレビを見ながら寿司を握っているのもタマにいますが、こんなお店は一回キリのおつきあいです。ペンションでもテレビをカケているところがタマにありますが、寿司屋と同じでこれも今一つのペンションですね。ペンションは、テニスボールの弾ける音やオーナーとのハナシに価値があると思うのです。

寿司屋のついでに食べ物のハナシをします。日本の料理の代表選手であるうどんやそばの種類の食べ方についても音の問題があります。ナイフやフォークを使う西洋料理なら、カチャカチャと皿の音を出すのはタブーですし、スープを飲む時の「ズズット」は厳禁ですね。これに対してうどんやそばはツルツツと音を立てながら一気に流し込むのがやはり正しい作法で、またその方が他人様から見ても実にうまそうに見えるものです。

まあ本当は西洋だの東洋だのシヤラクサイことは置いておき、好きなように食べるのが一番うまいはず、と思えますが、い年してあまりマナー悪く食するのも何だから、「音」についてだけ最低限の注意を払えば、「食事マナー」としては充分ではないかと思うのです。

食事の時のこのような雑音にもそれなりの気くばりがあれば充分ですが、「雑音」というのはそれにしても不思議です。自分の興味の対象であれば、よほど虫の居どころが悪くな

いかぎり、寛容にその雑音を受け入れてしまおう、ということがあるからです。

子育ての経験があれば、隣の赤坊の泣き声も許容できるし、犬猫が好きならワンワンニヤニヤも聞き流せるのです。

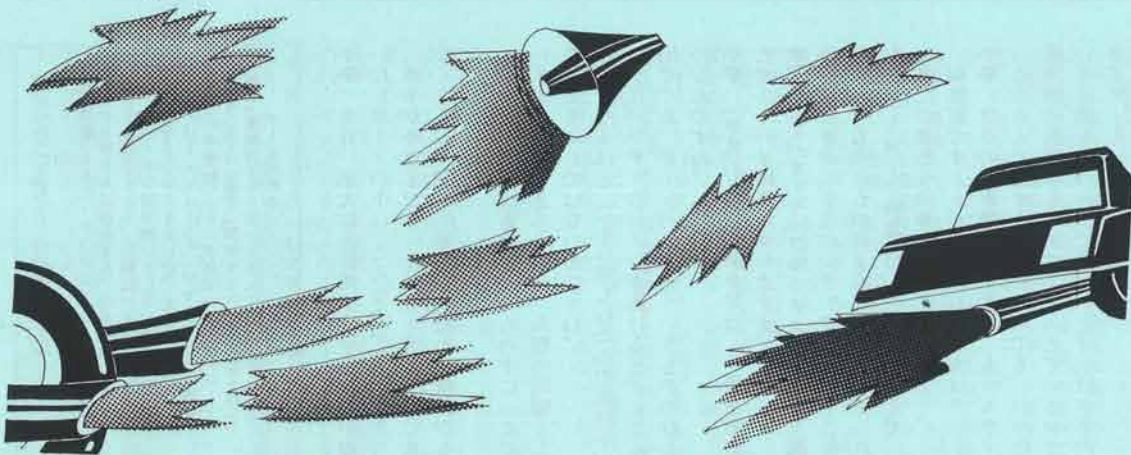
ところがです。頭から嫌いと思っっていることや、経験のないことについては許容できない雑音としてつけて受け入れられません。これには誰にでもいえる「食わず嫌い」の要素がありオートバイの排気音が嫌いだった人も、スクーターに乗ってその音を理解できるようになった、というパターンもこの類に入ります。

さて、雑音というレベルを越えたオートバイの音はあり得るでしょうか。

薄明るくなり始めた海辺のハイウェイ。朝もやと少しだけの寒さの中から、遠く小さく4サイクル単気筒の音が聞えてくる。かすかにヘッドライトの明りが見えるだけなのに、なぜかそのオートバイのライダーがカッコ良く見える。排気音を雑音以上にみせる方法は、このように走る場所と時間を厳選し、ギヤポジションとアクセルの開度を決めること、なのです。スピードは速すぎても遅すぎても魅力は出ません。エンジン性能やデザインはつまり二の次です。要はいかにそのオートバイの一番美しいスピードとギヤポジションを選ぶかで決まります。つまり小さなオートバイでも絵になる走りはあるのです。

われわれは確かに雑音に包まれて生きています。しかし、どんな状態が一番バランスよく聞こえるか、無理がないのかをよく考えれば、雑音一つで気分が良く、他人ともうまくやれることになり得ます。たかが雑音、なんて軽く見ないで、時々振り向いてみるといいかもしれません。

〔小野寺秀一〕



DISK

●オートバイで夜間飛行のレコード

空に星くずがちりばめられた夜のハイウェイを一人で走り続ける時に欲しい音楽、それがカーティス・クリーク・バンドの「ラブ・ソングス」(M-12509/¥2800)です。とかくハードボイルドになりがちなオートバイライディング。でも時に、しっとり一人きりで夜間飛行してみたくなることがあります。相棒はオートバイの音。しかし、頭の



中から自然に浮かんでくるのは優しいリズムとすき透るようなメロディ。それをそのままバックしたのがこのレコードみたいです。テープにダビングしてスロットルも握ったまま聞き込んでしまうというのもいいですね。オートバイってなんてこんなにロマンチックなのと彼女が思いこむ可能性もこのレコードにはあります。ただし、ひとつ、これはオートバイのレコードではありません。

BOOKS

●クリスマスは過ぎたけれど、オトナが読んでホッとする子供の本

普通、絵本といえば子供のためのものですが、この「オートバイにのったサンタクロース」は大人が読んでも心が安らぐ絵本です。何十年も何百年も働きつづめのサンタクロースは、重い荷物を持ってぎっくり腰になっ



てしまいます。それを聞いた神様が、オートバイに乗る少年天使を手伝いにまわします。サンタクロースと天使は最初あまり仲良くなかったのですが、天使の弟思いの気持ちに打たれ、天使の願いを叶えることになりました。オートバイのことがときどき書かれていますが、その本質をついた表現はナカナカのものです。

「オートバイにのったサンタクロース」松澤睦実作・飯野和好・文化出版局・¥1,000

☆☆☆

●ヤマハRZ-1Rのすべてがわかる本

2サイクルロードスポーツの革命児としてその名を世界に轟かせているヤマハRZシリーズに、そのすべてがわかるマニア必携本が登場しました。その名もユニークに「乗らずに夢中ノヤマハRZ250Rの本」です。

内容は、開発ストーリー、YDS-1からの歴史、乗りこなしテクニック、パーツカタログ、ウェアガイド、ショップ紹介、メンテナンス法、そして親切にもひとつひとつ価格まで触れています。

この本一冊あればマニアだけでなく、これからRZを買うおとする人やバイクショップのご主人の基礎知識としても、きつと重宝するはずですよ。だから本屋さんで一冊だけ買ってくるだけでなく、まとめて何冊かをお店に置いておく、という手もあります。

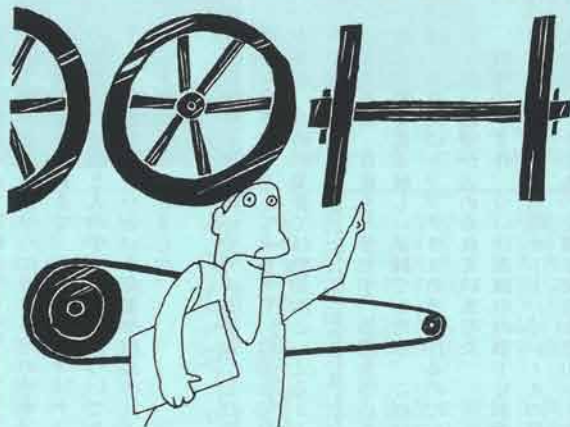


著者・近田茂、A4判109ページ、定価1400円、講談社。

BIKE

●オートバイの本当のルーツは

オートバイに限らず、どんな機械でも根源的な五つの種類の機械要素に分類できるといわれています。それは二〇〇年も昔から続いている要素で、西暦が数えられたころにはすでにこの五つの要素が説明されていたといえます。これをギリシャの天才発明家ヘロンは、テコ(レバー)、車輪(ホイール)と車軸(アクスル)、滑車(ブロック)、くさび



(ウェッジ)、ねじ(スクリュー)の五つの要素で説明しています。

まず、車輪と車軸は、太古は原木のコロから発展したもので、実用車輪は推定年代紀元前五〇〇年といわれます。テコはごく小さな力で大きな重さのものを動かすことによく応用されますが、オートバイに使う代表例はブレーキでしょう。一七〇〇年以上も前から利用されていた滑車ですが、オートバイには一次・二次減速機構に使われているのがその代表例。くさびは斜面を主要部分とする道具

の一種ですが、オートバイには、エンジン部の機械パーツの結合や固着に使われています。さて、ねじは、らせんの幾何学によって重いものを持ち上げたり、物を押えたり、固めたりする機能を発揮します。このねじの基礎は紀元前二〇〇年頃ギリシャで築かれたものです。これらの五つは古代ギリシャ人が発明したもので、われわれの乗っているオートバイのルーツ中のルーツといえるでしょう。

USA

●アメリカのタクシー

アメリカ人は日常会話ではタクシーのことを「タキ」(キャブ)といっていますが、上品には「タクシー」(タクシー)といっています。日本の場合と違ってタクシーはかなりの大型で、しかも荷物がたっぷり積めるステーションワゴンが多く見られます。一人だけで乗ると広すぎて何となく落ち着かないものですが、やはりフルサイズカーの乗り心地はアメリカらしいゆったり感を覚えます。

アメリカの場合、夜は屋根の社名をライトで明るくしており日本と同じですが、昼間は「空車」にあたる英文やサインが出ていないので、車の中をのぞきこんでみないとわかりません。

ドアの開閉は日本とちがって自分で開けます。また、タクシー料金はメーターがきちんと計算してくれるので安心、とは言いきれないのがアメリカらしいところです。つまり法外な金額を請求してくることがあるからです。だから乗り込む前に目的地までいくらかをきちんと聞いておいた方が無難です。

料金の算出法も州によって違いますし日本のように画一的でない点もアメリカらしさを漂わせています。

チップは日本人には慣れていませんが普通10%~15%です。荷物を積せた場合は20%ぐらいが適当のようです。しかし料金メーターにあらかじめチップ料金がセットされているタクシーもあるので、よく料金の内容を確認してから支払った方がいいでしょう。チップの二重払いをした苦い経験があるからです。

THE WAY  
TO  
NEW YAMAHA

# ヤマハ・クオリティ(質)

## の追求

世界的な景気の低迷にともなう二輪車業界の苦難の時期、ヤマハ発動機では、これを乗り越えるパワーのひとつとして「ヤマハラしさ」の発揚を重要視しています。企業の姿勢に、商品に、あるいは販売店さんやユーザーとのお付き合いのあり方に、ヤマハはいま、全社をあげて、原点を踏まえたより良いヤマハラしさを追求しようとしています。

「高品質のヤマハ」それは、創業以来つちかかってきたヤマハの伝統であり、かえがたい資産でもあります。

昭和28年、メーカーの数が42社にもほばる競争の激しい二輪車業界に、後発メーカーとして進出を決めたときから「生産台数やコストで優位に立つことは困難だが、それだけに商品の品質については最高のものをつくらう」という強い意志がヤマハにはあったのです。以来30年後の今日まで、ヤマハ・クオリティの思想は、企業と人の中に脈々と息づいてきており、またヤマハという企業や商品のイメージを形づくってきました。

昭和29年8月31日、ヤマハ125YA-1の試作第1号車が、そして9月7日には第2号車が完成。当時の業界では画期的といえる1万キロ走行テストが、あたりに開始されました。1カ月間、日夜をわかつた、風雨について浜名湖畔を巡る厳しい試練でしたが、これには、品質的にトップクラスの車を作るのだという強い願望が込められていました。

昭和30年2月、ついに市販用の第1号車が誕生。間もなく、当時オートバイレースの最大のイベントであった第3回富士登山レースに出場し、みごと優勝。つづく浅間高原レースをも制覇し、名車の誉れと高品質・高性能の名声を獲得したことは有名です。

一方、ヤマハの工場には「品質絶対」のブレートが掲げられ、生産現場でも妥協を許さない品質の追求が成されてきました。

早くから人のクオリティを重視したヤマハでは、他社に先駆けてT・W・I・(トレニング・ウイズイン・インダストリー) 監督者

訓練を導入したばかりでなく、同様にアメリカで行なわれてきたSQC(統計的品質管理の手法)を昭和35年ごろから取入れ、それをヤマハ流に消化してTQC(全社的品質管理)に役立てています。

創業以来「品質絶対」を旗印に、商品の開発や製造を行なってきたヤマハですが、メーカー側のひとりよがりの品質の押し売りでなく「ユーザーが求めるクオリティとは何か」を常に考えることを忘れません。消費者が満足する目標原価を実現させるため「品質+コストのつくり込み」という厳しい条件をみずから課すようになったのもその一例です。ユーザーニーズを求めの線密な市場調査、それに応えるためのたゆみない研究や厳しいテストもこうした方針に沿って行なわれています。

ヤマハにとって「品質」という言葉は、商品の質だけを指しているわけではありません。ヤマハは「すべての品質」を高めることを目標に努力しています。研究、開発、設計、製造、販売、アフターサービスまでを含めたトータルなクオリティ。ヤマハ商品を製造する過程での品質ばかりでなく、仕事の流れそのものの質、さらには人のクオリティまでを包み込んだものが「すべての品質」という意味です。ヤマハセールスマンと販売店さんとのコミュニケーション、販売店さんのユーザーへのアフターサービスなど、すべての質が高まると同時に有機的に働き合っている、トータルなクオリティを確立できるのです。

ヤマハでは「質」を最重要視し、全社員、全部門がおのおのの仕事の質を見直しすることをあらためて確認し合いました。



高性能・高品質ヤマハの象徴・技術センターと内部でのテスト風景。  
ヤマハは常に、ハイクオリティの商品づくりに力を注いでいます。



# 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、「質問・相談」なんでも結構です。お気軽にお寄せください。  
 〒438 静岡県豊田市新貝2500 ヤマハ発動機 常務部宣伝課「ヤマハニュース」係 ☎05383(2)1111(内線2356)

## ヤマハバイク、'83年度も内外でマシン・オブ・ザ・イヤーに!



一方、ヨーロッパでは、フランスを代表する専門誌の「モトジヤナ

## '84うちの主力車種は2サイクル&4サイクルグメイト



「性能でも、耐久性でもビカーのメイトは、うちのつよい味方」と話す岸本社長(右)とヤマハ京都小坂所長

昨年末から新年にかけて、内外の2輪専門誌では恒例のマシン・オブ・ザ・イヤー(その年販売された最も人気の高いバイク)の話題でもちきりですが、今年度もヤマハバイクは、多くの雑誌で、このマシン・オブ・ザ・イヤーに輝いています。

まず、国内では、今年で11回目を迎えた「ヤングマシン誌」のマシン・オブ・ザ・イヤーに、オフロード部門でXT250Tが、また、スクーター部門でトレーシーが選定されました。

12月6日、東京で行なわれた表彰式には、XT250Tのプロジェクトリーダーを務めた、ヤマハ発動機技術部の大城信昭課長も出席。盛んな拍手を浴びながら、表彰を受けていました。(写真)

(ヤマハ京都) 京都市四条通りの岸本商会(岸本道夫社長)さんは、昨年10月の新装開店を期に、「これからはVメイト、タウンメイトを柱にアンダーボーンの商売に取り組んでいく」とハリキっています。

最近では珍しい「アンダーボーン主力店」宣言ですが、11月には早くも15台のメイトを売り、月に1回の店頭展示会を通じて年間120台は売りたい」と岸本社長はハリキっています。

「これまでアンダーボーンは、展示してはなくてもカタログで売れるとか、スクーターで十分、という觀念が売る方にあつたんですね。それが落し穴。やはりきちんと展示車が必要も広がるのです。また変化の激しいスクーターに比べてお客さまの買控えもなく、需要が安定しているのもアンダーボーンならでは。'84年うちの主力車種はメイトです」



## '84全日本選手権シリーズ戦日程決まる

ロードレース、モトクロス、トライアルの'84年度全日本選手権シリーズ戦の日程が、MFJよりつぎのとおり発表されています。

|             |                   |                |                |                |                  |                   |                    |                |                    |                      |                 |
|-------------|-------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|-------------------|--------------------|----------------|--------------------|----------------------|-----------------|
| ▼ロードレースシリーズ | ① 3月10日～11日 鈴鹿2&4 | ② 3月24日～25日 筑波 | ③ 4月7日～8日 SUGO | ④ 4月21日～22日 筑波 | ⑤ 5月12日～13日 SUGO | ⑥ 5月26日～27日 筑波    | ⑦ 6月9日～10日 鈴鹿200km | ⑧ 6月23日～24日 筑波 | ⑨ 8月25日～26日 SUGO   | ⑩ 9月8日～9日 日本GP・鈴鹿    | ⑪ 10月27日～28日 筑波 |
| ▼トライアルシリーズ  | ① 2月26日 中部・土岐     | ② 3月18日 生駒     | ③ 4月8日 四国・正蓮寺  | ④ 5月6日 九州      | ⑤ 6月3日 鶏頂山       | ⑥ 6月24日 北陸・牛岳スキー場 | ⑦ 7月22日 北海道        | ⑧ 7月16日 東北・栗子  | ⑨ 11月4日 日本GP・日本ランド |                      |                 |
| ▼モトクロスシリーズ  | ① 3月3日～4日 桶川      | ② 3月24日～25日 四国 | ③ 4月21日～22日 中国 | ④ 5月12日～13日 鈴鹿 | ⑤ 6月9日～10日 SUGO  | ⑥ 7月7日～8日 北海道・ルスツ | ⑦ 9月1日～2日 東北       | ⑧ 9月15日～16日 熊本 | ⑨ 9月29日～30日 生駒     | ⑩ 10月13日～14日 日本GP・鈴鹿 |                 |

## 007をもり上げる ヤマハスポーツのデモンストレーション

ジョン・コネリー演じるジェームス・ボンドの強力な武器としてヤマハXJ650ターボが大活躍する「ネバー・セイ、ネバー・アゲン」は、お正月一番の話題を呼んで上映中ですが、これにあわせて昨年12月には、東京・新宿のミラノ座でヤマハスポーツバイクのデモンストレーションが行なわれました。





# 冬も、元気いっぱい。 SL安全普及活動、各地で盛況!!

## 2輪車事故減少に積極的な沖縄県で ミニYRS開催

〔沖縄ヤマハ〕 交通事故が増加の一途をたどる中で、二輪事故減少をめざすさまざまな活動が、盛んにくりひろげられています。沖縄県でも昨年の秋、二輪車安全普及協会の「バイクワンテースクール」の一環としてミニYRSが、2度にわたって開かれました。

交通事故・全国ワースト8の沖縄は、いま関係者が一丸となって、この不名誉返上に燃えており、今回のワンテースクールの会場となった宜野湾自動車教習所などは、「二輪車事故防止に役立つ活動には一切無料でコースを提供する」というほどの熱の入れよう。

こうした姿勢がユーザーにも伝わり、10月2日、11月6日の2回にわたって行われたワンテースクールには、のべ50余名が参加。一日たっぷり本格的な安全運転指導をうけ、

確かに運転技術が向上したと思う…12名  
好評のミニYRS



最後はスロレーズやパン喰い競走などのジムカーナで、テクニックの向上ぶりを確かめていました。

〔ヤマハ西東京〕 一方、ヤマハ西東京（株）でも、管内販売店さんと一体となって毎月第3日曜日に、大和自動車教習所を会場にミニYRSを開催。お客さまの好評を集めています。この実績をもとに、昨年11月20日には、このミニYRSを、二輪車安全普及協会の「バイクワンテースクール」活動の一環として開催。女性8名を含む35名を集めて、充実したトレーニングを行いました。参加者全員の感想は、次のとおりです。

- 1、運転技術が向上した……………12名
- 2、大変楽しかった……………7名
- 2、自分の技量の程度がわかった……………7名
- 4、もっと走りたい……………5名
- 5、"乗る"と"乗れる"のちがいがよくわかった……………2名
- その他……………2名

## オフライで にぎやかにバイクシーズンのしめくり

〔ヤマハ北東北水沢営業所〕 活発な安全運転普及活動とならんで、SLモトクロスやSLオフロードライディングスクールなど、SL活動もさかんに行なわれています。11月20日といえば、北国岩手では



心ゆくまでオフライを楽しんで、来春までしばらくバイクともお別れという岩手のライダーたち



（株）カバヤ食品の玩具菓子〈デラックス・ビッグ・ワン・ガム〉は、ガムとプラモデルが一体となったもので子供たちの人気を集めています。このシリーズにヤマハスノーモビルの最大モデルS-540が加わりました。定価150円。プラモデル好きのお客さまにご紹介ください。





一昨年の11月、東京・後樂園球場を舞台に日本で初めて開催され、大反響を呼んだスタジアム・モトクロススーパーバイクロスが、ま

一年ぶり東・西ふたつの会場で行なわれた。12月4日、滋賀県大津市の皇子山球場での『KBS京都ジャパン・スーパーバイクロス』（主催：KBS京都、MFJ関西モーターサイクルスポーツ委員会）と18日、神奈川県川崎市

の川崎球場で行なわれた。第2回コカ・コーラスーパーバイクロス（主催：日刊スポーツ新聞社、MFJ関東信越モーターサイクルスポーツ委員会）のふたつ。

両大会とも、スリリングなアメリカン・モトクロスの再現を待ちわびる熱狂的なファンが詰めかけ、一昨年以上にエキサイティングなシーンの連続となった。

AMAスーパーバイクロスシリーズのトップライダー13名を迎え、日本の国際A級ライダー35名が出場、計48選手が参加した皇子山球場では、午前9時の開門と同時に16000人の収容の球場が、ぎっしり埋められたほど。

そして、つめかけた大観衆は、4連続ジャンプ、テーブルトップジャンプ、ウォッシュ

ボード、タイトコーナーと息つく間もなくつづくスーパーバイクロスならではのダイナミックな走りにやんやのかっさいを送っていた。

この『KBS京都ジャパン・スーパーバイクロス』では、48選手が3組に分かれての予選で上位各4選手計12名が決勝へ。さらに2組の敗者復活戦から8名が決勝へ進み、20人のライダーによって決勝レースの2ヒートが行なわれた。

この中で、今回も圧倒的な速さを見せつけたのが、ヤマハYZ250を駆る一昨年・後

楽園での覇者リック・ジョンソン。まだ19才というリックは、両ヒート1位のパーフェクトウィンで、関西のファンに強烈な印象を焼きつけてしまった。

また、リック・ジョンソンの快走にあわせて、'83AMAナショナル500ccチャンピオンのブロック・グローバー（3位）はじめウォレン・リード（2位）キース・ポーエン（4位）などのYZライダーが大活躍。上位4位までを独占して、またまた高まるスーパーバイクロス人気に、YZ旋風を吹き込んでいった。

## スーパーバイクロスブームに火がついた。今度もヤマハYZのヤングアメリカンが主役だ！



日本でもすっかりおなじみとなったリック・ジョンソン(右)とブロック・グローバーのYZコンビ。グローバーも12月18日の川崎球場で優勝！





華麗なカウンターでテーブルトップジャンプ  
をクリアするリック・ジョンソンとYZ250



16,000人の大観衆がかたず  
をのんで見つめる中で決勝  
ヒートのスタート

●詳しくは担当のヤマハマン、パーソンに  
お問合わせください

## お店の武器と「VOCSS」を導入ください！

販売店さまのストア・オートメーションの  
一環として、ヤマハが開発した二輪販売店さ  
ま専用のコンピュータ・システム「VOCSS」  
は、いま全国各地の販売店さまに導入され、  
販売に大きな成果をもたらしています。  
とくに、代替中心の商売展開の傾向が強ま

### 最少限の労力で最大限の成果！

顧客（人）管理、在庫（物）管理、経理（金）管  
理の3本柱で構成した「VOCSS」のプログ  
ラムは、それぞれが独立してインプットされ  
ているのではなく、在庫管理を軸として連動  
されています。したがって同じデータを何度  
もインプットする必要はなく、最少限のイン  
プットで最大限の情報が出せるようにシステ  
ムが組まれています。

また、顧客管理のプログラムにおいては、  
個々に異なるお店の市場特性に対応できるよ

りつつある今日では、「VOCSS」の情報管  
理能力や整理能力は、強力な武器のひとつと  
いえます。みなさま方のお店でも「VOCSS」  
を導入して、適確なデータをもとに、積極的  
かつ効率のよい商売を展開してください。

う、販売店さんご自身で自由に情報が引き出  
せるようなプログラムが用意されています。  
参考までに「VOCSS」の仕事の一部を紹  
介しますと、

- 顧客管理——お客さまのあらゆるデータ（住  
所、免許種類、購入車種など20余項目）に  
応じて、お店が自由に組み合せて情報が出  
せる。
- 在庫管理——仕入れ明細、在庫（買取り、  
委託）、売上げのリストが、新車・中古車

別、メーカー別等  
で出せる。

○経理管理——お店  
の収益状況があら  
ゆる角度から分析  
されたリストが出  
せる。

等々があります。  
○「VOCSS」導入  
ご希望の方には、「V  
OCSS」のデモン  
トレーション展開や  
資料をお渡ししてお  
ります。お申込み・  
お問合せは担当セー  
ルスまでご連絡くだ  
さい。



## '83世界GP (MXRCC) のビデオをどうぞ！

'83年500cc級モトクロス世界GPにおけ  
るH・カルキピスト選手とYZM500のチ  
ャンピオンへの足取りを追った「バイキング  
・トウ・ピクトリイ」と、世界GPロードレ  
ース500cc級でのケニー・ロバーツ選手の

活躍ぶりをまとめた、100%プロフェッ  
ショナルの2本のグランプリレースVTRが  
完成しました。  
いずれも、昨年の東京モーターショー・ヤ  
マハコーナードで上映し、お客さまの人気を集

めたVTRですが、これをご希望の販売店さ  
まに頒布しております。価格は各5,000  
円。ショールームのイメージアップに、ど  
ぞご活用ください。

## AD



## RZR-R、タウンメイト、テネシのサービスマニキュアルができました！

点検・整備に便利なサービスマニキュアルの  
ニューフェイスをご紹介します。

その①は、初刊を昭和58年3月に発行した  
RZ250RのサービスマニキュアルにRZ3  
50Rの諸元を合本し、新点検整備方式を掲

載した「RZ250/350Rサービスマニ  
キュアル」。

その②は、初刊を昭和57年12月に発行した  
タウンメイトサービスマニキュアルにT80を加  
え、新点検整備方式を掲載した「T50/80サ

ービスマニキュアル」。

その③は、「83ニューモデルのXT600Z  
を取り上げた「XT600Zサービスマニ  
キュアル」。



## SERVICE

## SALES

# POWER PRODUCT

# SAFETY

# ACCESSORIES

問合せは、最寄りの特約店またはヤマハ販売会社の営業技術課まで。製品ナンバーおよび価格は以下の通りです。

## お備えください！主要車種のバッテリー・ストックを。

- ① RZ250 / 350R  
29L-28197-02。3、000円。
- ② T50 / 80  
22F-28197-00。1、700円。
- ③ XT600Z  
39F-28197-00。1、300円。

オフシーズンのバイクメンテナンスで忘れてはならないのがバッテリーです。とくに冬場はバイクを利用する機会も少ないため、充電不足になりがち。この時期にこそ、お客さまの愛車のバッテリー点検をおすすめいただくとともに、お店のストックも万全にお備えいたいただきたいものです。

なおヤマハではバッテリー点検の際に必要なボケットテスター(¥10,000)や各種充電器(¥9,800/¥69,000)も取揃えております。あわせてご利用ください。



ヤマハのヘルメットからアパレル、ホルトオン、メインテナンス商品のすべてを掲載した「ヤマハバイクアクセサリイカカタログ」の'84年度版が完成しました。頒布価格は、1部2000円。お客さまとのコミュニケーションをより深めていくためにも、ぜひともお店に1冊お備えください。



## 「RZコース」も新設 '84YRSサーキットラン・コースの日程が決定しました！

昨年よりスタートしたYRSサーキットラン・コースは、毎回定員オーバーの盛況ぶりを見せ、さらに2回も追加開催するという大人気でしたが、今年も多くのスポーツバイクユーザーの期待に応じて実施することが決定。新たに上級者向けコースとして「RZコース」を開設するなど、昨年以上に内容の充実を図っています。

以下は、袋井ヤマハコースと筑波サーキットの開催スケジュールですが、皆さま方のお店でもスポーツバイクのお客さまに呼びかけて、安全運転啓蒙をおすすめくださいますようお願いいたします。

〈袋井ヤマハコース〉  
4月1日、8日、22日、27日、6月10日、7月1日、8日、22日、8月19日、26日、9月2日、9日、10月21日、28日、11月11日、18日。

〈筑波サーキット〉  
4月16日、17日、6月18日、19日、9月17日、18日、10月15日、16日。

※なお詳しくは、最寄りのヤマハ安全運転推進本部までお問合せください。

## 小型発電機の高出力モデル・2機種4タイプ新発売！

レジャー用、業務用、非常用などの電源として、幅広いニーズに応えたヤマハの発電機シリーズに、新たに2機種4タイプのニューモデルが加わりました。

今回新発売のモデルは、小型発電機の高出力モデルで、「EF4300」と「EF3600」の2機種。出力4300VAと3600VAの2モデルには、セル付の豪華モデルEタイプと使い勝手を配慮した標準タイプが揃い、電気工事・土木工事等の電源から農業・畜産業、官公庁、その他事業所などでの非常用電源としての需要に応じて開発しています。なお、両機種共通の特徴としては、

- 新開発のエンジン——静かで耐久性に優れた新開発の4サイクルエンジンを搭載。
- メンテナンスフリー——C・D・I点火とフラッシュ発電機の採用により大幅なメンテナンスフリー化を実現。
- 安全性への配慮——オイル不足によるトラブルを防止するオイル警告装置や電圧を自動的に制御するAVRを採用するなど安全性を配慮。

等があげられます。また、それぞれのEタイプには、エコノミーアイドルとオートチョークの採用をはじめ移動用4輪キャスターを装備(オプションとし

てリモコンキットも用意)。一方の標準タイプは、大型二輪キャスターを採用したほか、収納スペースを節約する折りたたみハンドルや吊り下げハンガーなど使い勝手を配慮した装備としています。

各機種・各タイプの価格は以下の通りです。

- EF4300E——338,000円
- EF4300——288,000円
- EF3600E——280,000円
- EF3600——238,000円

※詳しくは、最寄りのヤマハ特約店もしくはヤマハ販売会社の特担当セールスまでお問合せください。(写真は、EF4300E)



# 1月のセールス・ワンポイント

●産業能率短期大学助教授・吉川 雅之

ご商売が拡大すればするほど、小さなことへの心くばりも薄れがち。そこで、このコーナーでは、お忙しい社長さん、奥さまのために、月々のご商売のポイントをとりあげてまいります。

★

1月、2月は販売店さんにとって、あまり売上

げは伸びない時期。しかし、こんな閑な時期の時間の使い方の上手、下手が、先々のご商売を大きく左右するのです。日頃忙しさに追われて後まわしにしていたことを、いろいろと手がけて、来たるべき春商戦にそなえる。今月はそのためのポイントを、いくつかあげてみました。



## 社長さんから従業員さんまで みんなで84年のご商売を考えてみるよ……

一年の計は元日にあり……とか。84年の店の営業計画は、もう完成されていますか？ 昨年1年をふり返り、その反省をし、今年1年がどのように変化するかを考えたうえで計画を作成します。1月、2月はどんな商売も比較的閑な時期。昼食後の一服のとき、3時のお茶の後などにでも、この計画をさらに細分化してみましょう。

例えば、春先の売上げは昨年はどうだったか、それに対して今年はどうするか。車種別に、地域別に、今年はどこに、どのように力を入れていくかを具体的に考えるのです。今年はずいぶん、社長さんと奥さまばかりでなく、若い従業員の方も一緒になって考え、話しあわれてはいいでしょう。

とかく、従業員さんは、毎日の仕事に追わ



れ、広くご商売全般を見通す目を失いがちです。昨年の反省と今年の計画を一緒に

考え、その中で自分の役割は何なのか、不足している能力は何か、今後どうなっていくかをわかむことができれば「ヤル気」も自然と湧いてくるはず。そして、お店の全スタッフが「一丸」となって、84年商戦を大きく乗り切ろうではありませんか。

## 用品類の“冬物一掃セール”は 春商戦の絶好の糸口

在庫のチェックをしてみましょう。

資産チェックのための棚卸しなどという気むづかしいものではなく、気楽な気持ちで商品のみなおしをします。

バイク本体は形も大きく、金額も張るためまず見落しはしないでしょうが、肝心なのはパーツや用品類です。とくに冬物については、気をつけましょう。バイクのパーツや用品は腐るものでもないし、流行があるとはいってもファッション製品ほど激しいものではありません。そのため、「また来年売ればいいや」という安易な気持ちで、在庫を増やす結果になってしまうのです。しかし、お店のスペースは限られています。ちょうど枝の少ない金なる木です。そこをたいして役にも立たない商

品で一杯しておくよりは、思い切って処分してしまった方が有利、という商売もあるはずです。

冬の寒さはまだまだ厳しくなります。防寒用品を買いそびれて寒さの中で不便をしてお客さまもいるでしょう。時期をとらえて「冬物一掃バーゲンセール」などはいかがでしょうか。昨年獲得した新しい顧客や日頃からの馴染みさんには、特にダイレクト・メールなどでお知らせします。お客さまに喜ばれると同時に、そこから春の商戦へのつなぎもできてくるでしょう。

こうして空いたスペースは、春商品のためのスペースです。次の冬に売る商品は、また仕入れます。一見損をするようでも、その方がかえって効率的なことも多いようです。もう一度見なおしてみましょう。

# 冬の二日を 本と一緒にへんごつひみるよ……

情報の収集といっても他所の秘密を探り出すということではありません。すでに公にされているものを、もう一度自分で確かめ、自分の頭の中に入れておきましょう。

ひとつの方法は、本です。大きな本屋さんに行つて、小売関係の単行本、雑誌などを買い集めてみます。雑誌は広く一般的な傾向を知るのに有効ですし、単行本は、ひとつのテーマについてつっ込んで考えるのによいでしょう。

1万円もあれば、かなりの量の本が手に入ります。でも、これを1冊1冊、片っ端から読んでしまおうとすると、大変な時間がかかります。とりあえず、パラパラとめくってみて、面白そうなところ、興味のあるところだけに目を通します。必要があれば傍線を引いたり、カコミをつけたりします。雑誌であれ

ば必要なところだけを切りとってしまおうといひでしょう。本などというものは積んどく、ではなんの役にも立ちません。まず自分の頭の中に入れてしまふことを考えた方が得。

このようにして、一日を本と一緒に暮らしただけでもかなりの量の知識が頭の中に入ります。現代は情報の時代といわれ、印刷物だけでなく、たくさんのものが出まわっています。昔のようにじっくり本を精読する、というやり方だけではなく、それなりの読み方を考えていかないと、とり残されることにもなりかねません。



## “自分の目で見たこと”だけが その人のセンスを磨いてくれる

もうひとつの情報収集法は、自分の目で実物を見ることです。

例えば、いま話題になっているコンピューターにしても、コンピューターとは何んで、どんな働きをするのか、というようなことはまさに、百聞は一見にしかず。直接自分の目で見てしまった方が、理解はずっと早いはず。同業のお店で使っているところがあれば、頼んで見せてもらうのが一番です。コンピューター・メーカーのショールームなどへ足を運ぶのもよいでしょう。

お店の外装や店内の演出などもそうです。よいお店をセールスマンなどに紹介してもらい見て歩くことです。同業者ばかりでなく他業界も参考になります。有名な百貨店、専門店などを見て歩き、最近の傾向をつかみとるのです。

バイク業界も変化しているように、他の業界も変わってきています。百貨店や専門店などは、その意味では最先端を走っている業界です。そこでお店の状況は、そのまま自分のお店に活用できなくても、何らかの参考になるはず。

このように自分で歩いて見てきた知識というのは、一見まとまりのないものですが、しだいに良否の判断ができるようになります。これがセンスといわれるものです。商売で他店より一歩先を行くためには、このようなセンスを磨くことが大切でしょう。

また各種の会合や講習会への参加も、この時期が最も出かけやすい時です。センスを磨くのもとてもよいチャンス。積極的に活動しましょう。

# 流行を先取りした演出で ヤングの遊びグッズをキャッチ

(有)モーターショップ・ユアサ/湯浅好隆社長

京都市右京区太秦京の道町10-10  
☎075(871)8621



学生数2万人という立命館大学も近く、商圏内には若者が多いところから、いつも流行に敏感に、ヤングにとつて魅力のある店づくりを心がけているという(有)モーターショップ・ユアサさん。215㎡の敷地の132㎡の店舗(店内面積83㎡)は、54年7月以来、一昨年2月に大改装を施したものです。

## ●カラフルな商品が、魅力的に 浮き上がってくるショールーム

「モーターショップ・ユアサ」さんが、それまでのオレンジ、イエロー、クリーム色の3色を基調とした一見パラー風の明るくにぎやかな店舗から一転、白い壁に黒い床の落ち着いたショールームに変身したのは、一昨年の2月のこと。これももちろん、ヤングの流行に敏感な店づくりを心がける湯浅社長の先取り姿勢のあらわれです。

「時代の流れに即応した店づくり」というのは、ファッション業界だけのことではありません。せんからね。われわれバイク店も同じこと。うちは、親しみやすい明るい店舗を目標にしてショールームもとてもカラフルにしてスタートしたのですが、そのうち商品の方がとてもカラフルになってきた。スクーター、スポーツバイクそして用品類までね。そうなると、今度はカラフルなバックにカラフルな商品が溶込んでしまつて浮き出してこない

## ●白と黒のハイテック感覚

改装に当たっての湯浅社長の考えはつぎのようなものです。「いまの若者感覚は?と考へてみた時ファッション・ブティックなどで流行っているモノトーンが頭に浮かんだんです。それをもとにショールームも白と黒でシンプルにまとめてみようと思つたんです。汚れやすい床を黒一色にして、壁は自由な演出が可能な白にしました。」

これと同時に、思い切つて展示台数もそれまでの3分の1に減らして余裕を持たせ、バイクの展示スペース全体を15センチのステージとして平板になるのを防いだつもりです。それと、ブラック&ホワイトという配色は、予想どおり展示した商品を浮き出させることには効果てき面なんですけど、どうしても無

## ●楽しさを演出する各コーナー

バイクの展示方法とならぶお店づくりのもうひとつのポイントが、さまざまなコーナーを、どのように配置し、効率のよい機能なお店としていくかということです。「たしかに、その部分は何のためのコーナーなのかをはっきりと区分し、それをどう配置していくかも大切なことですね。ショールームに入つてすぐのところや通路のすぐ脇で整備をやっていたのでは、お客さまも奥へ入りづらいし、客層も限られてしまつてしまう。また馴染客ばかりが店内をうろろしていてもフリーのお客さまは入りづらいです。」

そこで、うちではまずサービスクーナーを分離し、ショールームの左奥に配置してみました。間の壁にガラス窓を付けて、ショールームからお客さまが、自分のバイクの整備状況を見られるようにしてあります。それと、今度新しくお客さまコーナーもつくつてみました。店内のスポットとなるようにベンチとテーブルを置き、ビデオなども見られるようにしてあります。これも店内の一番奥です。

事務・商談コーナーは、サービスクーナーの隣、位置的にはまん中ですが、こうすると1人で店内すべてに目が届きますからね……」

こうした、各コーナーのレイアウトの成果は、はつきりと表わされていて、お客さまは自



「ショールーム演出のヒントは、いつも女房が見つけて来るんです」とおつしやる湯浅社長と奥さま千恵美さん

店 今このバイクが極めてカラフルなことは、みなさんご承知のとおりです。こうしたカラフルな商品を目立たせるにはバックとなる壁や床を無彩色にするのも、ひとつの方法。ユアサさんの場合もその成功例です。しかし、白い壁面は商品が目立ち、しかも清潔でよいのですが、あまり白い壁面ばかりが広いと間延びがして、殺風景になりがちです。一般的には、2間以上の同色同質の壁がつづくときは、なにかアクセントが必要といわれています。

ユアサさんのお店のステージバック壁を例にとると壁面右3分の1あたりに巾90センチほどの原色または黒の縦のストライプを入れそこに英語の切りぬき文字などを付けるとよいでしょう。こうすることで、壁面がひきしまり、その後の壁面の飾りつけもやりやすくなるはずですよ。

一般的に壁面の構成を考へる場合、思い切ったアクセント、ワンポイントを付けることで見ちがえるようになるものです。

備 デイ・バイ・デイ ヤマハ店舗相談室  
伊藤 隆廣

分の目的のコーナーへスムーズに足を運ばれるとか。そのため、ある部分にお客さまがたまることもなく、入りやすい雰囲気新規客も増え、特に若い女性の姿が目立つそうです。

「いまのショールームは、ほぼイメージどおりで満足していますが、これからはもっと遊びに来て、一緒に楽しめる店」にしたいですね。女性が気軽に用品などを買いたい。これらようなコーナーもつくりたいし……」

と湯浅社長は意欲的です。



# ショールーム拝見



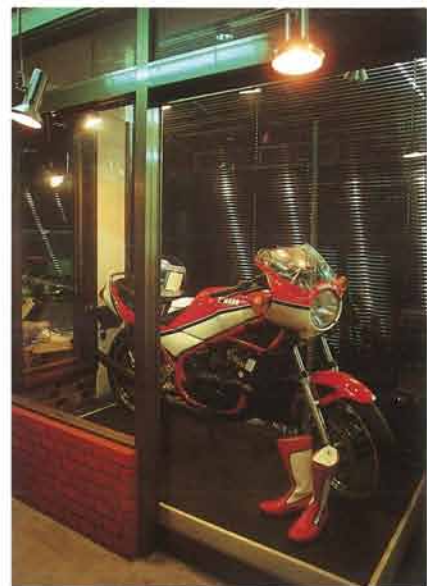
格好のコミュニケーション・スポットとなっているお客さまコーナー



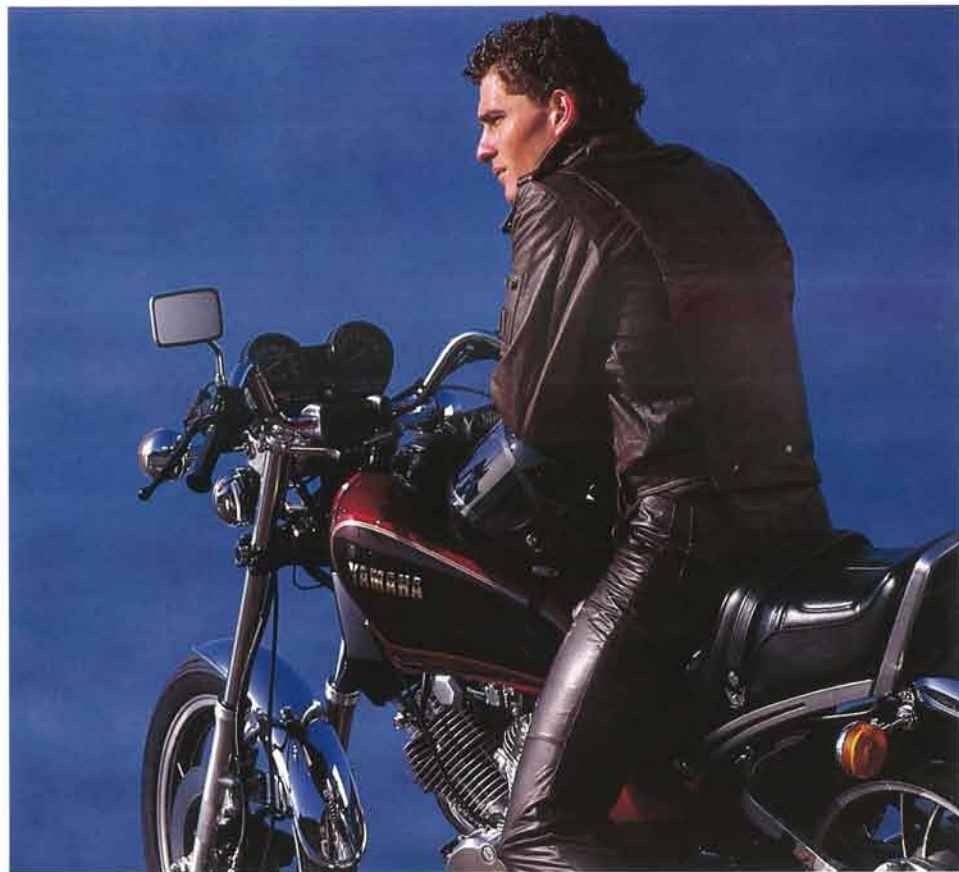
豊富な用品類を整然とまとめた用品コーナー



事務・商談カウンターとその向こう完全に仕切られた一角がサービスコーナー



入口左手のホットコーナーは、黒ブラインドを使って用品コーナーと仕切れ、夜間はスポット照明が入る



寒いから冬は  
バイクに乗らない。  
ならば「寒さ」を  
シャットアウト!

ウィンタースポーツ・シーズンまっさかり。でも、バイクライダーにとっては、最も過酷な季節といえそうです。なぜなら、スキーやスケートや冬山登山などと比べれば、冬のバイクライディングは、運動量が少ない割に身体に負担をかけやすいスポーツだから。それだけに、バイクウェアも風や雨を完全にカットして体温を保護、しかも軽くて動きやすい機能が求められているのです。

寒さを嫌い、

バイクから遠ざかっていた彼がこの冬、  
「バイクで故郷へ帰るゾ」と言った。

バイクをこよなく愛するお客さまでも、さすがに冬はバイクから遠去かり気味。いざ、里帰りといってもバイク以外の乗りものを利用するというケースが大半です。

もちろん、彼らの理由は「寒いから」のひとこと。それだけでなく長い旅路を、寒風に見舞われながら走る苦痛が、自慢のバイクを旧友に披露する気力を失せさせてしまうのに違いありません。

しかし、この冬、ヤマハヘビィデュエーティブイクウェアを購入されたお客さまの間で、しきりに会話されているのがバイクで故郷へ帰る話題。防寒さえ完璧に対処できれば、冬のバイクライディングも「また楽しノ」というわけです。

寒さをカットする4つのポイント。  
これがライダーの  
コンディションを守る!

では、ヤマハヘビィデュエーティブイクウェアは、どんな優れた機能を備えているのでしょうか。以下は、ライダーの快適コンディションを維持する4つのポイント。お客さまへのセールストークとしてご活用ください。



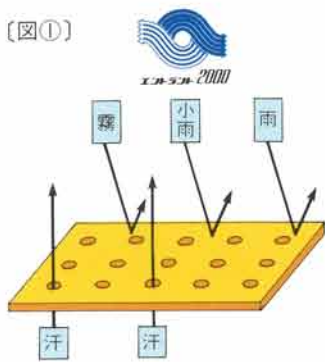
1・首のハイカットが風を防いでくれる。2  
重防寒方式の採用。(写真①)

2・袖口は、長目で作成。動きに余裕を持た  
せている。袖止めはマジックテープを採用  
(写真②)

3・長距離クルージングタイプには、腰部の

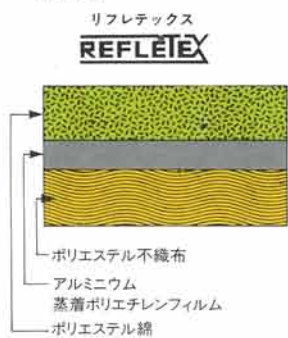
# PARTS & ACCESSORIES

〔図①〕



(エントラントの穴は0.5-3μφ)

〔図②〕



機能的なデザインもさることながら  
新素材の採用でさらに防寒効果を発揮!

③



①



②



④

内部への風の巻き込みを防止したウインド・カットを装備。(写真③)

4・足元からの冷え込みを防止したウインドカット・スパッツを採用。ブーツをはいたまま脱着OKのサイドフアスナーも装備。(写真④)

さらにヤマハヘビィデューティバイクウェアの素晴らしさは、その素材選びにあります。ともすれば完全防寒と機動性とは対立しがちですが、ヤマハヘビィデューティバイクウェアでは2つの機能を備えた新素材を採用。まさに、科学の力によって自然の過酷な条件を乗り越えているのです。

その新素材のひとつ、エントラント2000は、外からの雨や水を通さず、しかも内からの汗を外へ発散させるという、「防水性」と「透湿性」の2つの機能をもった画期的なコーティング素材です。(図①)

そして、もうひとつが、機動性も抜群な薄くて暖かいリフレテックス。アルミニウム蒸着ポリエチレンフィルムに、密度の違う2種類のポリエステルファイバーを両面にパンチングしたこの新次元の保温材は、両面の綿に保たれた空気の層が極めて高い断熱効果を生み、体温が外に出るのを防御。さらに中心のアルミフィルムにより体温を反射させ、安定した保温力を保つというものです。(図②)

ウエザーオーバーオール  
(YA-A301) ¥42,000  
ブラック、ネイビー



ウィンターサロベツ  
(YA-E201) ¥28,000  
ブラック、ネイビー



デザートジャケット  
(YA-O101) ¥29,000  
レッド&ブラック、ブラック  
&レッド、ネイビー&レッド



クルージングジャケット  
(YA-E101) ¥29,800  
レッド&ブラック、グレー&ネイビー、  
レッド&ネイビー

性能抜群!  
いま人気の全天候型7モデルの  
ヤマハヘビィデューティバイクウェア。

※なお、詳細についてのお問合せは、担当パーソンまでどうぞ。



ウィンターオーバーパンツ  
(YA-O201) ¥21,800  
ブラック、タン、ネイビー



ティンバーランドジャケット  
(YA-O102) ¥29,800  
ブラック、レッド、タン、ネイビー



ロードジャケット  
(YA-E102) ¥29,000  
レッド&ブラック、グレー&ネイビー、  
レッド&ネイビー

数あるヤマハヘビィデューティバイクウェアのバリエーションの中から、今回ご紹介するのは、以下の7モデルです。詳しくはヤマハバイクウェアセサリーカタログをご参照ください。

# THE LATEST AD

## LIGHT WEIGHT TRAIL

**98kg**  
**18ps/8,500r.p.m.**  
**1.6kg-m/7,000r.p.m.**

意のままに、大地を攻める。

ライダーとひとつになってオフロードを攻めるマシンは、何よりもまず軽量・コンパクトでなければならない。その上で、十分なパワーをもたなければ、トレールの名に値しない。ヤマハのオフロードコンセプトが生んだトレールの名車XT200。オフローダー選からベスト・ハートナーとして賞賛されたこのマシンがさらにポテンシャルを高めた。軽量98kg(乾燥重量)のウェイト、低中速から十分なパワーを発揮する41ストローク116ccエンジン。全身に野生感を加えて、いまだしく大地を駆け回る。XT200。この一台はライダー達に、オフロードランの快感を覚悟するに違いない。

## 新発売 XT200



20 中空ゴールドアルミム  
→より重量の軽減を図るために

21 ウェーナイロンシート  
11速が標準装備された1000ccのエンジンを搭載した4ストロークエンジンを搭載します

22 小物入れ

23 MXタイプサイドカバー  
横断からオフロードでの転倒によるダメージを軽減する構造です

24 スネルカム式  
 チェーンプラー  
チェーンの緩み調整が容易です

25 モノクロスサスペンション  
コンパクトな車体設計に35mmのシートポストを採用。そして低重心化を図るために500ccのヤマハ独自のモノクロスサスペンションを採用

16 ダイナミックバルンサー  
4速駆動の1種1ストロークエンジン高効率で燃費効率も優れ、燃費効率に優れる350cc。燃費効率に優れる350cc。燃費効率に優れる350cc。

17 オートチョップ機構  
軽いチョップで、燃費効率も優れ、燃費効率に優れる350cc。

18 オートカムチェーンテンショナー  
燃費効率に優れる350cc。

19 フルエンジンプロテクター

13 三層ニッケルメッキ処理  
 エキゾーストパイプ

14 レクチファイヤーレギュレーター  
燃費効率に優れる350cc。

15 電子進角式C.D.I.点火

1 大型フロントフェンダー  
→雨天時の視界を確保し、大型フロントフェンダーは雨天時の視界を確保します

2 YZタイプグリップ

3 ショーラーレバー

4 分割レバーホルダー

5 サイドフルスロットル

6 ヘッドライトカウル  
燃費効率に優れる350cc。

7 小型・軽量フラッシュャー

8 軽量樹脂レンズ  
燃費効率に優れる350cc。

9 フロントフォークブーツ

10 Duメタル採用(大径38)

セリアフロントフォーク

11 可倒式チェーンベタル

**HAVE A NICE RIDE!** ナイスライディングをようし。

YAMAHA

■本誌2-3ページにご紹介した「ニューXT200」の新発売広告が、1月下旬~2月発売の2輪専門誌に掲載されます。

■いまや、その数17誌にもものぼるといふ2輪専門誌は、特にスポーツバイクユーザーにとってのオピニオンリーダーとして、またバイヤーズガイドとして大きな影響力を発揮していますが、そうした媒体を通じての広告だけに、内容もダイレクトに「ニューXT200」のセールスポイントを表現。そのまま店頭でのセールストークにお使いいただけるものです。

■ちなみに、ジャストフィット・トレール「XT200」の扱いやすさを象徴したカウンタージャンプは、実際に平地にジャンプ台を設けて、国際A級ライダーが行なったものです。