

スパークリング★  
スプリンター

## champ 新登場

新発売 XJ400Z-E RZ350RR RZ125S TY80

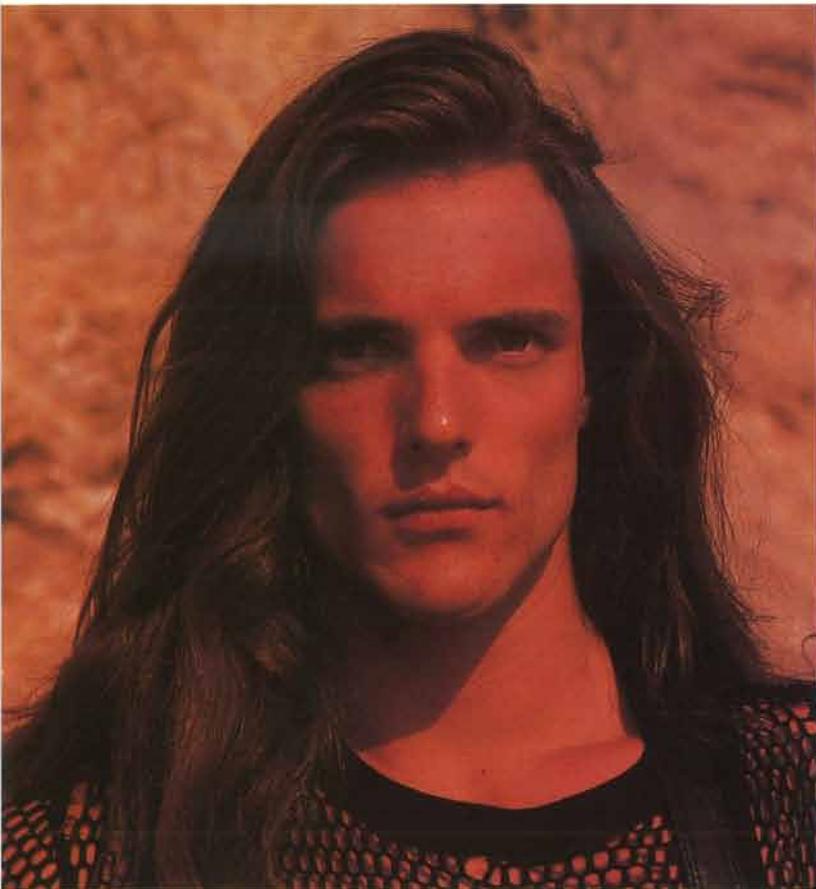


スパークリング★  
スプリンター

champ

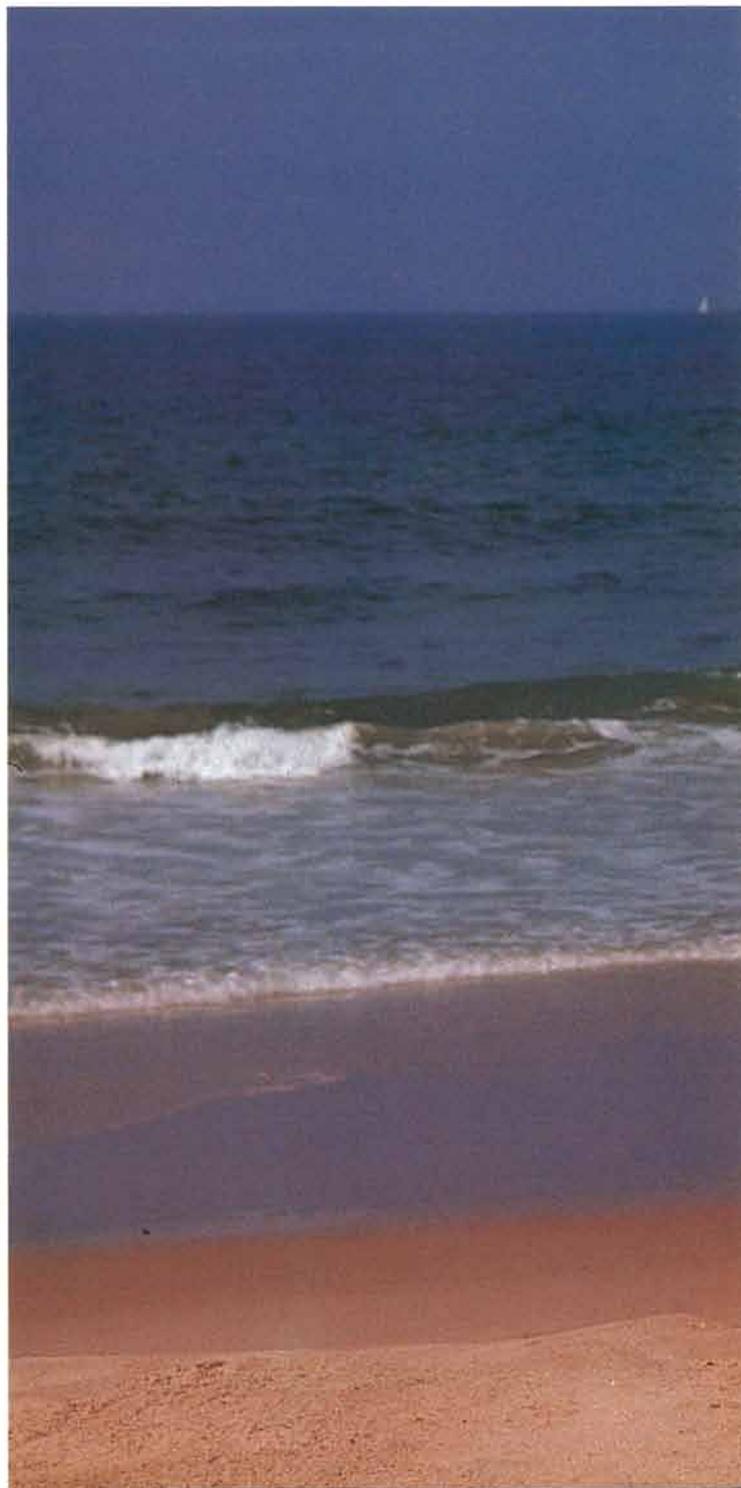
新発売!

4月16日より



ウェッジシェイプのスピード感あふれるスタイル  
50ccスクーターでは群を抜く走り  
そして上級スクーター同等のハイレベルな商品性  
——を備えて、ニュースクーター・チャンプの新登場です。

このチャンプは、いまスクーター市場を独走するジョグとともに、ヤング層をメインターゲットとし、スクーター市場にライトウェイト・スポーツという新ジャンルを開拓し、確立しようとする期待の新商品です。



## この春ヤングの間に、 チャンプ旋風を!

ニューヨークのトップ男性モデル、アッテラ・フォン・ソモギをキャラクターに、チャンプ新発売キャンペーンをにぎやかに展開します。

サーフィンでシェイプアップしたソモギのホットで、ヘビィで、シャープな現代感覚は、そのままチャンプに通じるもの。

テレビスポット（5～7月）、雑誌広告（4月下旬～6月下旬）  
キャンパスポスター（5月） 駅貼ポスター（5月上旬）など多彩な媒体を使つてのマス広告キャンペーンによって、ヤングの間にソモギ&チャンプの話題をつくり出してまいります。

また、これと連動してチャンプ新発売記念キャンペーン、ジョグ&チャンプ・ヤングキャンペーン、大学生チャンプキャンペーンなどのセールスキャンペーンも企画されています。これら新発売キャンペーンをフルに活用して、お店のまわりのヤングの間にチャンプ旋風を吹き込んでください。

# ヤマハの新感覚スクーター、チャンプ

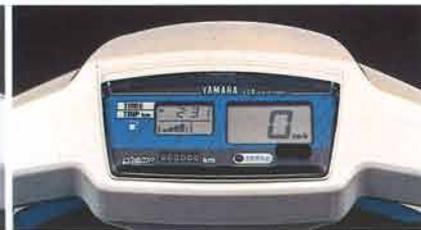
●標準現金価格:アナログ仕様¥119,000 デジタル仕様¥129,000(北海道、沖縄を除く)

## アナログメーター仕様とデジタルメーター仕様の2タイプ

チャンプは、シンプルなアナログメーター仕様とこのクラス初のデジタル時計(トリップ兼用)を組み込んだデジタルメーター仕様の2タイプ。(フュエルメーターは両仕様とも電気式) デジタルメーター仕様車は、インナーラックも標準装備。スクーターパネルにCHAMPロゴが入っています。



アナログメーター



デジタルメーター

## ジャストフィットの大型シート

しっとりとした感触の新素材を使った大型シート。しかもジャストフィット設計で、乗り心地も快適。

## 便利なハンドルスタンディング

ボディデザインの一部として組込んだハンドルスタンディングが、スタンド立てをグーンと簡単にしています。

## 大型テール&フラッシャーランプ

リヤにビルトインしたテール&フラッシャーランプは、大型で被視認性も向上。

## このクラスでは初めてエクステリアインテリアを塗り分けた新鮮なカラーリング

ホワイト&ブルー、ホワイト&レッド…鮮やかなボディカラーが、チャンプの走りをさらに引き立て、ヤングの目を奪います。

## ゆったり広びろフットスペース

フロント、ミドル、バック……広びろとしたフットスペースで、足の位置も思いのまま。理想的なライディング・ポジションが選べます。



●カラー: クリーミーホワイト  
スペースブルー

●カラー: クリーミーホワイト  
ポビーレッド

●カラー: バーニングレッド  
ヤマハブラック  
(アナログメーター  
仕様のみ)

●カラー: グリタリングブラック  
ポビーレッド  
(アナログメーター  
仕様のみ)

### ■チャンプのおもな仕様諸元

●全長1565mm ●全幅605mm ●全高955mm ●シート高690mm ●軸間距離1110mm ●最低地上高95mm ●乾燥重量51kg ●舗装平坦路燃費90km/ℓ (30km/h) ●最小回転半径1.6m ●制動停止距離3.5m (20km/h) ●2サイクル、ピストンリードバルブ・単気筒・49cc ●最高出力5.2PS/7000rpm ●最大トルク0.58kg-m ●始動方式セル・キック併用式 ●点火方式C D I ●燃料タンク容量3.5ℓ ●オイルタンク容量0.8ℓ ●バッテリー12V 4 A H ●変速機Vベルト式自動無段変速 ●タイヤ (前)3.00-8-2 P R (後)2.75-10-2 P R ●ヘッドランプ12V 25W 25W

その鮮烈な走りがスクーターのイメージを一新する!



スッキリまとめたハンドルまわり、  
ヘッドランプは25W/25W  
上下切換式

走りを感じさせる斬新な  
フロントビュー

フラッシャーランプをビルトインしたスクーターパ  
ネル、それと一体となったウェッジシェイブなフェ  
ンダ……走りを感じさせるチャンプの顔。

小物入れに便利なインナーラックを  
デジタルメーター仕様に標準装備

フロント8インチタイヤの、  
きびきびフットワーク

フロントタイヤは、リヤよりもひとまわり小さい3.00-8インチ。(リヤは2.75-10インチ) 軽やかなハンドリング、きびきびしたフットワークを生出します。



オプション&アクセサリで  
走りのチャンプに実用性をプラス

- |                       |                    |
|-----------------------|--------------------|
| ①フェアリング ¥9,800        | ⑦リヤバスケットセット ¥2,000 |
| ②フロントスポーツバスケット ¥1,900 | ⑧リヤボックス ¥8,900     |
| ③フロントバスケット ¥1,500     | ⑨リヤマッドガード ¥700     |
| ④フロントバスケットバッグ ¥1,000  | ⑩左バックミラー ¥500      |
| ⑤サイドスタンド ¥1,500       | ⑪デジタル時計 ¥8,500     |
| ⑥リヤバスケットバッグ ¥3,000    |                    |



5.2馬力のパワフル・エンジン

51kgの軽量ボディとのマッチングで、スタートダッシュ、追越し加  
速とも50ccスクーターではピカー。燃費も90km/ℓと経済的。

ご活用ください! チャンプ商品ガイド

チャンプのスムーズな市場導入のために、開発意図、商品特徴、拡販の手  
引き、サービスガイド等すべてを一冊にまとめた「チャンプ商品ガイド」も  
用意しました。どうぞご活用ください。

## フルフェアリングを標準装備して **RZ350RR** 新発売



- カラー:シルキーホワイト/ストーミーレッド、シルキーホワイト/フレンチブルー
- 標準小売価格:¥499,000(北海道、沖縄を除く)

3月の新登場とともにクォーター・スーパースポーツ市場の話題を集めているRZ250RRにひきつづいて、4月10日よりRZ350RRが新発売となります。

**Y** PVS装備の2サイクル・水冷・ツインエンジンは、クラス最高の55馬力を発揮。148kgの軽量ボディとの組み合わせで、パワーウエイトレシオは、じつに1馬力当り2.69kgと750ccをはるかにしのぐもの。まさに強烈な瞬発力です。

**R** Z350RRでは、フルフェアリングを標準装備。これもコーナリング時の切り返しや、

低速時の取りまわしのスムーズなフレームマウントタイプ。スタイリングも一段とレーシーです。

★この他セミメタルパッドの対向ピストンキャリアーを装備したトリプル・ディスクブレーキ、高剛性ワイドタイプ・ダブルクレードルフレーム、バリアブルダンパー装備のセミ・エア式フロントフォーク、ニューリンク式モノクロスサスペンション、Hグレード偏平チューブレスタイヤ、角型ハロゲンヘッドランプ、アルミ鍛造セパレートハンドル……など、走りに徹した充実の仕様装備は、RZ250RRと共通です。



## グラフィック一新

## **NEW RZ125S** 新発売

- カラー:ホワイト/チャビィレッド、ホワイト/クールブルー
- 標準小売価格 ¥268,000(北海道、沖縄を除く)

RZ125Sもグラフィックを一新。RZ250/350RRと共通イメージで、レーシングムードを高めて新発売です。

## ビッグバイク・イメージをさらにアップ

## **XJ400Z-E** 4月16日より新発売

- カラー:クォーツシルバー、シルキーホワイト
- 標準小売価格:¥565,000(北海道、沖縄を除く)

精悍なスタイル、格調あるフォルムでビッグバイク・ドリームの中型ヤングユーザーから根強い支持を集めているXJ400Zシリーズに最上級グレードZ-Eの登場です。これによりXJ400は、Z、Z-S、Z-Eの3バリエーション、お客さまにあわせておすすめください。

**フ** レームマウントのハーフフェアリングとアンダーカウルを新たに標準装備。同時にマフラーもブラックロームメッキ仕上げとしました。



子供たちに、バイクを操る楽しさを!

# MINI TRIAL TY80 4月16日より新発売

●標準現金価格 ¥139,000

大自然の中でバイクを通じて親子の新しいコミュニケーションを——というスポーツマインドいっぱいのファミリーが、めっきりと増えています。そんなご家庭にぜひおすすめしたいのが、このTY80。TY250Rのイメージをそのまま再現した、ジュニア用の本格派トライアル・マシンです。

●全長1560mm ●全幅690mm ●全高890mm ●軸間距離1025mm ●シート高600mm ●最低地上高220mm ●乾燥重量54kg ●2サイクル・ピストンリードバルブ・単気筒72cc ●4.9PS/6000rpm ●0.6lkg-m/5500rpm ●燃料タンク容量2.5ℓ ●変速機リターン式4段 ●タイヤ(前)2.50-16-4PR(後)3.00-14-4PR



## RACING EXPRESS '84 DAYTONA 200

→ 抜群のチームワークで今年もナンバー1の人気を集めたヤマハチーム



### "キング、ケニー新記録のV2でヤマハ13連勝達成!! 平 忠彦、堂々の5位入賞



全日本チャンプ平忠彦も快走!

↑ 序盤ごみなランデブーランをくりひろげて大観衆を魅了した②ケニーと③ローソン(4位)のYZRベア

世界のモータースポーツ界に本格的なシーズンの到来を告げるデイトナ200マイルレースは、3月11日、アメリカ、フロリダ州のデイトナ・インターナショナル・スピードウェイで開催された。

この世界で最も速く、最もハードなロードレースにおいて、ヤマハYZRを駆るケニー・ロバーツが、昨年にひきつづいて優勝。みずから史上初の3回目の優勝という快挙を樹立するとともに、ヤマハに13年連続勝利という驚異的な記録をもたらした。

レースは、序盤ケニーとチームメイトのエディ・ローソンにフレディ・スぺンサーを加えた三者の首位攻防となったが、18周目以降は52周のゴールまでケニーの独走。1時間46分35秒717(平均速度181.028km/h)のレースレコードも樹立しての快勝であった。「ボクはバンクの走り方やタイヤの使い方を心得ているんだよ」という言葉どおり、スペンサーの1回、ローソンの2回に対して、ケニーはタイヤ交換なしで200マイルを走り切っており、その超人的な走りに改めて賞賛の声が集中している。

また、日本から初参加の平忠彦は、予選18位からのスタートだったが、安定した走りでラップを重ね、堂々5位入賞を果した。

**速報**  
ヤマハパワー  
快進撃

世界選手権ロードレース第1戦・南アフリカGP 500ccクラス **エディ・ローソン/YZR500優勝**

全日本選手権第2戦・筑波、第3戦・SUGO **平 忠彦/YZR500連勝**  
ロードレース国際A級500ccクラス

特集

# 春商戦にダッシュ!



陽春、4月。いよいよ本格的なバイクシーズンの到来です。  
商品面でも、営業面でも、すべてに基本に立返り、的を絞った質の高い活動をトータルパワーで推進する'84年のヤマハ。これに歩調をあわせるように、『魅力の新商品を迎え、お客さまに信頼されるお店に』と販売店みなさまの活動も、にわかには活発化しています。  
スクーターに、スポーツバイクに、さあお店でもエネルギーギッシュな春商戦の展開で、'84年のご商売に弾みを!



# '84 YAMAHA 新商品発表会開催

# 充実の新商品群で打って出よう!

春商戦に精力的な活動を展開する販売店さんの姿。まず最初にご紹介するのは、去る3月7日(西日本大会)と8日(東日本大会)の両日、静岡県掛川市のみま恋に、600店さんを集めて開催された'84 YAMAHA 新商品発表会の模様です。

## 必要であり、ヤマハでなければ という商品で、堅実な仕事を展開

恒例の新年大会に代わる'84ヤマハ新商品説明会。これはシーズン開幕を目前に控えた時期を選び、今年度商戦の軸となる新商品のかずかずを、販売店のみなさまに実際に見て、乗っていただき、あわせて'84ヤマハの営業政策をご理解いただくという開かれた意義深い大会です。その中で、冒頭あいさつに立ったヤマハ発動機・江口秀人社長は、'84年商戦に臨むヤマハの姿勢を大要次のように語りました。

▼業界は、一昨年、昨年と大変残念な状態にあるが、基本的に我われはオートバイ業界そのものに、いささかの不安も持っているわけではありません。世界に冠たる日本のオートバイ産業、業界は現在も少しも変わらない。

むしろ、この恵まれた条件を業界全体としての繁栄につなげることができず、逆の方向に行ってしまったのは、あげてメーカーの責任と、改めて深くおわび申し上げます。

同時に、これからのあり方を販売店のみなさまとじっくりご相談しながら、うるおいのある業界をもう一度つくり直そうと決意して臨んでいます。ヤマハの再建、オートバイ業界の再構築に、販売店みなさまの全面的な協力をお願いいたします。

▼メーカーである以上、みなさんのご期待に添える商品をつくり出して行くのが使命。基本的な技術開発については、いささかも手をゆるめることなく、従来よりも重点を絞った魅力のある商品づくり、ヤマハらしい商品づくりを第1に掲げています。当然、昨年の当社の希望退職募集による人員の削減の中でも、結果的には技術部門については1人も減ってはいません。過去に営々として積み重ねてきた技術ノウハウに新しい技術開発を含み、機種種の数をたくさん出すということではなく、本当にヤマハらしいもの、市場から見ても必要であるという商品を吟味しながら商品づくりをすすめてまいります。当社の商品企画部門をはじめ、販売店みなさまの意

見を十分汲みとり、必要であり、ヤマハでなければ」といつていただけの商品を、次つきにお届けしていく覚悟です。

▼ヤマハが再建に取組んでから後も今日に至るまで、市場の評価、みなさま方の販売を通じてのご支援は、大変心づく感じています。マーケットシェアは、いささかも下がってはいないし、むしろ上昇している地域もあります。こうした堅調な推移をみるにつけても、こうした励ましと、ご支援にいかに応えていくかが、我われの課題だと思っています。

▼'84年の国内総需要は、250万台規模でしょう。これが今後、急速に増えるという期待

## 満足される商品、 信頼されるお店へのお手伝いを さらに積極的に行う

江口社長のあいさつにつづいて、モーターサイクル事業部・三浦勝彦国内営業部長が、「今年度の前半の商戦を迎えて」と題して、昨年からの市場の動向と'84年商戦の行方、その中でヤマハの考え方をスライドを使って次のようにご説明しました。

1、'83年の商戦をふり返って

'82年の328万台という国内総出荷台数に對して'83年は242万台と27%もダウンしている。しかし、スポーツバイクは、対前年比36

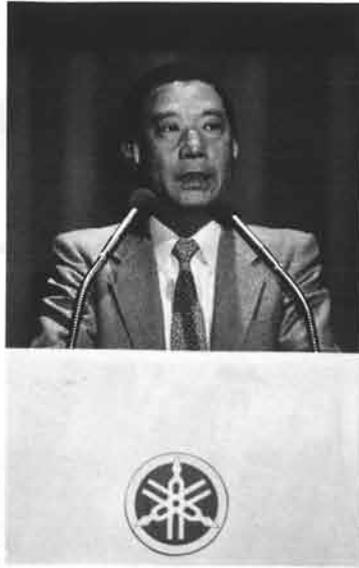
を持って臨むのも誤りであると思います。健全なあくまでも健全な中味の濃いひとつひとつの商売が、経営に寄与できる姿で、今後の業務を遂行してまいります。

なんといつても、安売り競争で下がってしまったバイクのイメージを、我われ自身の商品と商売のやり方で回復していかなくてはなりません。市場には依然後遺症もありますが、懸命の努力で、販売店みなさまとともに築き直していかねばなりません。ある程度時間をかけながら、堅実な仕事をつづけることが第一であると考えています。みなさまのご理解とご協力を改めてお願い申し上げます。

%も伸長しており、ファミリー・スクーターが大幅ダウンしたことになる。

これを登録ベースで見ると、'82年の290万台に對して'83年は260万台。約10%のダウンにとどまっている。登録台数が出荷台数を上まわった'83年、この差が圧縮された流通在庫である。

このうち、東京都における原付・二種の登録台数をみると、'82年の206万台に對して'83年は187万台。約10%のダウンだが、ヤマハはほぼ横ばいの販売台数を確保。逆に





期待のニューモデルがつつぎに登場。販売店さんの熱気で会場もホットなムードに



「お客さまに数多く愛されているヤマハが、昨年のようなケースに陥ったのを、一気に回復して再び明るいヤマハのイメージを広げてまいりましょう」とカブよく呼びかける小宮功常務取締役



今年1月からスタートしたモーターサイクル事業部を代表して森永国彦・取締役事業部長があいさつ「売れる商品の企画、開発、市場導入、販売、サービスを一貫してフォローし、商品満足度の向上を図り、お客様に喜んでいただくことが、事業部の使命です。ヤマハらしい魅力ある新商品を投入していく。」

32%から34・8%とシェアを高めている。この傾向は、大阪でもほぼ同様で、厳しい環境下でも、多くの熱心なヤマハファンに支えられていることが立証されている。

一方、保有台数が急速にアップしている中でお客さまの動向をみると、商品に対しては●よりシビアになっている選択眼●下駄がわりの廉価モデルの需要が一巡している●売れる商品とそうでない商品が明確に分かれている、といった点が指摘できる。

また、購入店の選択理由調査をもとに選ばれるお店の条件をみると●メカニック（技術力）●メンテナンス（サービスタ）●メンタル（精神的満足度の提供）の「3M時代」の到来が感じられる。

## 2、今年度商戦の行方

以上の動向をふまえ、今年度の商戦の行方を予測すると●乱売は収束し●登録は堅調に推移●出荷はマイナス伸長だが●軽二輪はとくに大幅な伸長が期待されよう。

昨年にも増して需要の集中ゾーンに、各社から新商品が集中的に投入されることになる。



## 3、'84年ヤマハの狙い

●需要が確実に伸長している分野にターゲットを絞り、ヤマハらしい魅力ある新商品を投入していく。

●販売店のみなさまには、とくに基本に立返った営業活動を展開され、長期的な信頼関係で、ヤマハと共存共栄できる方向を目指していただくようお願いいたします。

●1人でも多くのお客さまをお店に集めるためのお手伝い。信頼され、満足されるお店づくりのお手伝いを積極的に展開する。

●お客さまに対しては、モーターサイクルファン育成の意味で、新しいモーターサイクル・レジャーの開発、提供にも従来とはちがった形で取組んでいく。

この後、会には先に新登場し、早くもお客さまの話題を集めているDT200R、RZ250Rから、4月から新登場のRZ350R、ニュースクーター・チャンプ……と、'84年ニューモデルの紹介へとつづきます。

スクーター、2サイクルスポーツ、4サイクル・マルチスポーツ、4サイクル・シングル……それぞれのモデルの開発スタッフが代表してプロジェクトリーダーがステージに登り、商品の狙いをご説明。販売店みなさまの盛大な拍手を浴びていました。

# '84 YAMAHA 新商品試乗会

# このフリーリングをお客さままで!

つま恋会場での新商品発表会の翌日は、会場を袋井市のヤマハコースに移して、'84ニューモデルの試乗会です。あふれる情報をどん欲に吸収して感度アップしていく最近の若者。売り手以上に商品知識や技術知識を深めていくヤングユーザー。そんなお客さまにあわせて「セルスのキーポイントとなる走行フリーリングを肌で確かめよう」と期待のニューモデルを走らせる販売店さんのスロットルも、ついつい開きがちです。



「どれも人車一体感が一層つよまっているってカンジですね。ポジションが、すごく良くなったダブルアール。2サイクルなみに吹きあがる4サイクルスポーツ……このカンジをみんなお客さまに伝えます。私の乗車感にプラス試乗車があれば、鬼に金棒だね」  
 ●ラフリーサイクル・タカイ 高井敏仁社長  
 (奈良県北葛城郡)



「僕はサービスマン担当。お客さまがよくバイクの相談に来るんです。そんな時は、ライダー同志というカンジで接しています。当分は僕の試乗レポートで持ちきりでしょうね」  
 ●スーパードライブ 白井正美さん(角田潤一社長・群馬県前橋市)



# 特集：春商戦にダッシュ!



「84ヤマハのニューモデルは、みんな走る。速い。操安性がすごくいい。お客さまから、じっくり試乗してくるようにたのまれて来たんですが、手応え十分です」  
 ●カワサキ堺販売・八尾店 関本博司店長  
 (大阪府八尾市)



「アクセルを開けた時、体がちよつと持っていられるようなチャンプのパワー、いいですねえ。走りに関しては、いまのスクーターの中じゃ一番じゃないですか。たくさん売りたいね」  
 ●川瀬モーターズ 川瀬孝則社長(名古屋市北区)

「いろいろ乗りましたけれど、これは売れそう!」と自信を持ったモデルが何台もありました。もちろん、私の感想をプラスしてお客さんに説明します。お客さまも安心してくれるし、その効果は絶大ですよ」  
 ●YSP志村 橋本兼一社長(東京都板橋区)



「うちは店のスタッフが全員ヤマハのユーザー。お客さまと同じレベル、同じフィーリングで会話できるので喜ばれています。今日も「DT200Rにしっかり乗って来て」って言われてるんですけど、いい話ができそうです。満足しています」  
 ●モーターサイクルショップ・ウイング 曾根原修店長(開始社長・長野県松本市)







ヤマハコースを一日じっくりと走りこんでニューモデルの商品性を確認するヤマハセールスチーム



↓セールス、サービス、パーツ各担当が一体となって情報もグリーンと広がっている



↑そして各販売会社では、一丸とモーターサイクルのキャンペーン展開中!

「こうして本格的に走り込んでみると、言葉による情報伝達だけでは見落していた新商品の内容というのが、ずいぶん改めてビックリしています。こうした経験をぜひ販売店さんのためになるように、いろいろ考えてみたいと思います」

松竹研一郎社員・ヤマハ東京



「やはり新商品は自分の手で乗ってみてから販売店さんへお届けしたいですね。商品の内容や魅力が完全にわかっていれば、社長さんと一緒に立てやすいですからね」

岡島良昭社員・ヤマハ北関東株野都宮営業所



「乗ってみると、人に説明したいことがいっぱい見つかります。ターゲットとなるユーザー層もピンとくるし、そのための売り方などいろいろ浮かんでくる。チャンプに乗って、そのことを実感しました」

片谷達也社員・ヤマハ千葉株館山営業所



セールスマン、サービスマン、パーツマン……全ヤマハマンが、それぞれのパワーを集。ヤマハセールスチームとして活動することによって、より強力に販売店のみなさまのお仕事をお手伝いさせていただこうというのが84ヤマハの方針。

そのために、お届けする商品を完全に理解し、販売店さんの立場に立って、さらにはお客さまの立場に立って行動する。小売りにつきまざまな新しい活動を全国規模で展開中です。

その第1は、各販売会社が新商品の発売時に行なっている新商品研修会とその研修結果を確認する全国一斉テストです。この一連の活動は、モーターサイクルに強くなるコンテンツと名付けられ、所長はもちろん女子事務員を含む営業マン、サービスマン、パ

ーツマン全員が参加。販売会社ごとに競いながら、商品知識を深めていこうというので、去る3月14日、第1回目の全国一斉テストデーが開催されました。

その第2は、3月11日(東日本大会)、18日(西日本大会)の2回にわたり、静岡県袋井市のヤマハコースで開催された「ヤマハセールスチーム体感試乗会」。

みなさまのお店にお届けする、84ヤマハニューモデルの商品性を、みずからの手で体感しようというもので、これを機会にのべ600名にものぼるヤマハマンが、84ニューモデルの試乗を終了するというほどの大規模なものです。

乗る人の、売る人の心を理解したセールス業務をめざす、こうした活動の成果にご期待ください。

# トータルパワーで「販売店さん」をバックアップ! 特訓、ヤマハセールスチーム

一方、販売店のみなさんの精力的な活動をこれまで以上に強力にバックアップさせていただけでなく、とヤマハセールスチームも、もっかパワーアップに懸命に取り組んでいます。



# 三愛RC

三愛モーターズ/森 武彦社長(奈良市秋篠町1543)

## 高校生中心のモトクロスクラブに、林道部も誕生。

土曜日の午後はクラブ員をクルマで駅まで迎えに行くんです

土曜日の午後、私はいつも近鉄の西大寺駅までクルマで迎えに行きます。高校生のクラブ員を乗せて、マシンと一緒にコースまで運んであげるためです。早く学校の終わったクラブ員は店に自転車が集まることもあり、駅から店まで歩くと30分はかかりますから、そして練習。店から20分くらいのところにある生駒のコースです。

練習の成果？もちろんレースで頑張っています。全日本選手権シリーズには、いつも3〜4名がエントリーしているんです。

三愛RC。うちのモトクロスクラブは今年で7年目。会員は16歳から24歳の15名。MFJへの登録番号は「420018」です。

実際には、もうひとつ林道部が活動しています

25歳くらいの人もクラブに入ってくる場合があります。でも、あまり長つづきしません。体力が問題というわけでなく、雰囲気なんですよ。何というか中高年者の再就職みたいな感じで、自分より年下の人に頭を下げるものを教えてもらうことが、シャクにさわるんだと思うんです。

まあ、クラブとしては遊びの人を増やしても意味がないので、それはそれでいいと思っています。

で、モトクロスをやらない人は林道へ行く。いつの間にか10人くらい集まり、うちのもうひとつのクラブ、三愛林道部も誕生しました。店のサービス担当の平尾君、ヤマハ営業の加藤君らが中心となって林道ツーリングを最低月に一度。白河林道など紀伊山脈の奥、そして京都なら五波峠近辺へ日帰りで行っています。

お店のもうひとつのスポーツクラブ＝三愛林道部は、林道ツーリングを月例化



高校生が60%。若さあふれる三愛RCのみなさん

私はモトクロスクラブのリーダー兼カメラマン

私の方はやはり三愛RCのリーダー役。いろいろ細かい世話も大変ですが、コースでパイクーや冷しうどんを囲むのも楽しいもの。国際B級の堀口君のお母さんが作ってくださる冷しうどんのダシは、とにかく最高。カツオとコンブのコンビネーションがいいんでしょうね。

それと私はカメラマン役。今年は一瞬レフにモータードライブと75〜150%のズームもつけましたし。やはり、一枚のカットより連続写真の方が、見る人にとってもおもしろく、ライダーにとっても役立ちますから。それに、カシャーツ、カシャーツというモータードライブの音もいいし。何だか機関銃を射ってるようで楽しいですよ。

今年、モトクロスは全日本を6戦追っかけます。



店頭に掲げられたモトクロスレースの報告写真展。「これが私」と説明する森社長(左)と、お店の林道ツーリング仲間のヤマハセールス加藤一陸社員(ヤマハ東大阪店)

# こんにちは 奥さま

今井道子さん  
 「笑顔をいっぱい振りまいて、店を明るくしてくれるので大助かりです。いまのまま、お客さまの応待に全力投球して欲しいね」  
 ●今井商会（神戸市北区）・今井康雄社長



（社長さんが語るうちの女房）

## 神戸

みなと神戸にも春の香りがいっぱい。スクーターで、スポーツバイクで、お客さまたちも元気いっぱいに活動開始。店頭ではハッスル奥さまたちが、はやくもフル回転です。



林かおるさん  
 「僕がいなくても、うまく店をやってる。案外僕いない方がいいのかもね……（笑）。昔、すごく苦労した頃、女房のお陰で切り抜けたこともある、感謝しっぱなしだ」  
 ●バイクサロン・ハヤシ（神戸市北区）・林正賢社長



山下恵子さん

「これからは、もうちょっと家事にもウエイトを置いて欲しいね。家族全員でツーリングなんかにも行くけど、とにかく**精力的**に動きまわるからね、女房は」  
 ●礒石屋モーターズ（神戸市灘区）・山下政美社長



花尾規子さん

「ほんとは、店の仕事は手伝わせた  
くないんだ。ところが、あるキッカケで  
**猛烈**にヤル気になっちゃって……。  
それが、ヤマハ奥さまセミナーだっ  
たってワケ」

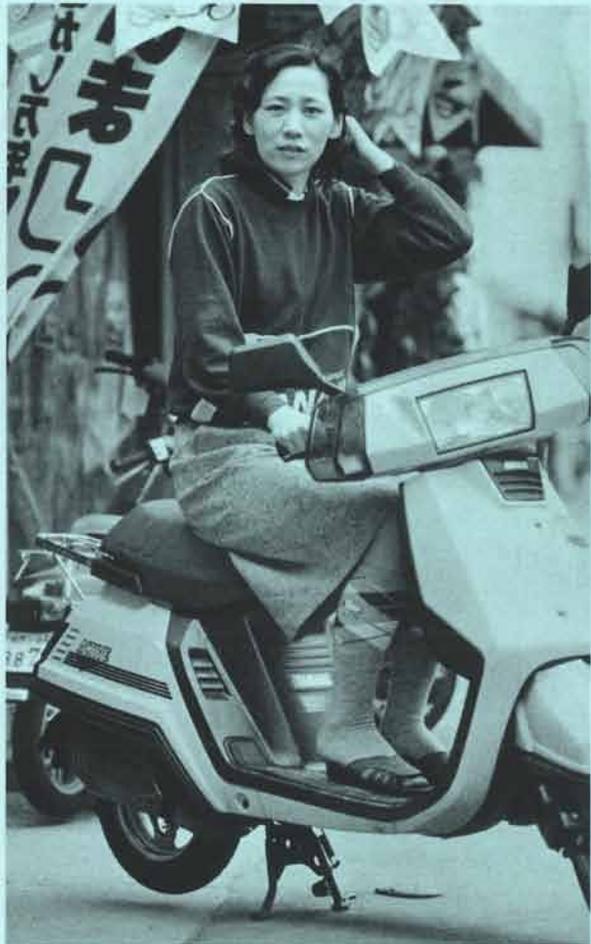
●YSP神戸中央・ハナオ商会（神戸  
市兵庫区）・花尾健二社長



富士野多津子さん

「町内の人とのコミュニケーションをだいにしたいら  
しくって、安いスーパーまで行かないで町内の市場を1  
店ずつ回って買い物してくる**義理**堅いところがある  
んだね」

●浜田二輪センター（神戸市中央区）・富士野良昭社長



金谷久美子さん

「スクーター専門の小さな店をす  
べて任せてるでしょ。目の前の損  
得を度外視してやっているとこ  
ろが、お客さんたちに**ウケ**てるよ  
うですよ。これ以上は、望むことな  
いね」

●ライダーズハーバー・カナヤ・  
パートII（神戸市中央区）・金  
谷秀夫社長



●太田克彦が人気マガジン編集長に聞く当世若者気質

## Magazine &amp; Magazine ④



## オートバイ

〔創刊〕1923年。今年600号を迎え、秋口には600号記念の特別企画も予定されている。

〔発行所〕モーターマガジン社。

〔編集部構成〕男7名。外部スタッフ（ライダー、ライター、レイアウト、カメラマン、アルバイト）約50名。

〔読者対象〕メインは高校生で、最近では中学生の読者も激増。16-18歳が全体の50%を占めている。女性性は5%弱。

〔編集方針〕“楽しく、見やすく、わかりやすく”をモットーに、免許を取る、オートバイを買う、オートバイに乗るの3本柱をテーマとして掘り下げている。

〔編集内容〕ニューモデルの紹介をメインとして、オートバイに関するあらゆる情報を満載。その厚さ（4月号は810ページ）は雑誌の中では世界一ともいわれ、別名・二輪車業界の電話帳と呼ばれている。

“FISCOのゼロヨン” “俺達のサーキット” “俺のマシンを見ておくれ”など読者参加のレギュラー企画が多いのも特色のひとつ。

〔発行部数〕公称55万部。

〔編集長プロフィール〕1971年4月モーターマガジン社に入社。オートバイ誌ひと筋に12年間、編集にたずさわる。編集長には昨年4月より就任。昭和23年7月14日生まれ、血液型A型。趣味は渓流釣り。

# 「女性であることが中年であることが オートバイにまたがったときは、 一人のライダーがいるだけなんです」

ここ5、6年のあいだに、『オートバイ』誌が世に送り出した情報の密度は、過去10年から20年の全情報量にも匹敵するほど高いのではないかと想像している。もちろんマシンの性能も、オートバイのファッションもテンポの速い変化を見せているからだ。これまで、大いにほくもその恩恵にあずかってきたといえる。

老舗中の老舗であるこの雑誌に、ぼくは時代がどう変わろうと、絶大な安心感をもって接している。『オートバイ』誌は、ぼくに与っては、いわば、オートバイ情報の主食の役割を果たしている。

新車の情報に胸ときめかせ、モーター・シヨンの記事に心躍らせている読者のひとりであるぼくは、きょうは梶田編集長におつきあ

## ●第4回ゲスト

# オートバイ

編集長 梶田 卓氏

「ええ、もう業界の電話帳なんていわれてるんですよ。そのかわりオートバイに関しては完全にデータ・バンクを自負しています。なにしろ全部で800ページを越えてるんですよ。自分でもよくまあ、これだけのボリュームを編集していると思いますよ」

「ボリュームもさることながら、ぼくは情報の信頼度も他の追随を許さないと思ってるんです。いえ、お世辞めきで。とくに新車の情報にしても、マル秘の段階で相当のところまで迫ってますよ」

「そのあたりは、いくら推測でも正確を期すよう努力をしています。なんといっても古いですからね、社の歴史が」

「老舗ということはわかりませんが、いったいどれくらいいますか？」

「創刊は大正12年です」

「えっ！ それはすごい。古いとは聞いてましたが大正とはね、読者でも知らない人が多いんじゃないですか？」

「まあ、今年に通巻600号を迎えるわけですから、逆算すれば50年なんです。計算があわないのは、戦争中に休刊したからです。いまも創刊当時の号から下の倉庫に保存してありますが、かなり貴重な資料だと思います。メーカーにだつてない写真が、いっぱいあるんですからね」

「大正時代のバイクなんて、見てみたいものです。そういう環境にいたら、編集者もオートバイの生き字引みたいなひとがいっぱいいるのでしょうか？」

「以前、新車の試乗会へいったら、『オートバイ』誌の編集者がプロはだして、さすが専門誌と感心しておほえがりますよ」

「編集者よりもライダーといったほうがいいという時代もあったんですがね。でもいまは試乗はスタッフがやらないんです。マシンのレベルがあがっていますから、テクのほうもそれだけシビアに要求されるわけです。それにインプレッションについて生半可に語ってはいけません。ですからライダーはA級ライセンスをもったプロを起用しているんですよ」

「なるほどそれはよくわかります。ここ2、3年、とにかく厚いですね、『オートバイ』は、ほかにも厚い雑誌ってありますけど、『週刊就職情報』とか。でも、この雑誌の比じゃない」

「いしていただいた。空は晴れている。東京中を見おろせる東京タワーの上で、まず話が始まった。」

「とにかく厚いですね、『オートバイ』は、ほかにも厚い雑誌ってありますけど、『週刊就職情報』とか。でも、この雑誌の比じゃないな。」

3年のあいだで、ほんとにマシンの性能は変わりませんでしたからね。しかしこれだけマシン自体が機能もパフォーマンスも変化してくると、それを扱う層も、また雑誌の読者層も当然変化しているんじゃないですか？

「読者が変わったというよりも、読者が多層化したといったほうがいいのかもしれないですね。年齢層も少年から中高年齢まで、いままでは広がりをもっています。また免許取得年齢にも達していない中学生の読者なんかもふえているんですよ。それは読者のフィードバックでよくわかるんですよ」

——拡散している層の、どのあたりに照準を定めているんですか？

「免許を取りたい、オートバイを買いたい、オートバイに乗りたいというひとたち、つまり高校生がいちばん多いですね。でも欲が深いようですが、実はオートバイに乗る層ならぜんぶ吸収したいというのが本音です。おかげで古い読者からは、なんか最近ではチャラチャラしているけれど、もつと深く掘り下げてくれ！という声も聞こえるんですよ」

けれどオートバイが、もはや飽和状態といえるほど社会的に広がっているという状況をまな、ウチはデパート方式をとっているわけですよ。せっかくオートバイが社会的に根を下ろしつつある過程ですからね、いまは。いまいろいろの雑誌があるでしょ、二輪専門誌だけでも。アグルト向けとか、レース中心の雑誌ですとか。そういう類の雑誌と併読してもらえればと考えています」

——女性ライダーが最近ふえましたね。以前は女性ライダーといえばソフト・バイクが多かったようですが、このころはクォーターですとか400ccクラスでも街中でよく見かけるように思います。とくに女性ライダーを意識したページなんかは……

「ほんととはすごく気になる存在ですし、女性ライダーに関する情報収集やリサーチもやっています。最近ではウェア関係などに、男性ライダーも女性から大きな影響をうけていますからね」

もつともそれらが、ダイレクトに誌面に反映されることはまずありません。というのは、

▼インタビュー：プロフィール

本田克彦(おたか・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、一挙にバイクファンとなる。オフ・ロード用として、執筆活動の合間にツーリングを楽しむ。主な著書に、『ロス・オナー・メッセジング』、『ジャナリスト感』、『冬樹社』、『ロング・ロード』、『グランプリ出版』、『30秒で3万語(POP)研究所』、『東京ゴールドラッシュ』、『BSブリタニカ』……etcがある。

女性ライダーといえども、オートバイに乗るときは女性の意識で乗るといったことはないから。むしろ増えたといっても、オートバイに乗る女性はいちばん特殊で、むしろ男の子になりたかったのではないかと思えるフシもあるんですよ。

子どもも、いつまでも子ども扱いすると反発するでしょう。同じように『女性ライダー』とか、『中年ライダー』というワクをかぶせると反発されるんじゃないかと思えます。オートバイにまたがったときは、そこにはひとりのライダーがいるだけなんですよ」

——ひとりのライダーがいるだけか。それはずいぶんホットな接し方だと思えますよ。だから読者もひとりのライダーとしてたくさん登場するんですよ。

「そうなんです。読者のエネルギーという迫力はすごいですよ。毎月編集部に送られてくる写真の数や、しごきを削ったライディング・ポーズも驚異的です。実はこの雑誌、読者に支えられている面は非常に強いです」

——たしかに、『俺サ五輪ブラスター』ですとか、『俺のマシンを見てくれ』といった企画を見ても、読者がイキイキしている様子がよく伝わってきますね。まるで投稿雑誌みたいじゃない、投稿雑誌ではなくて登場雑誌って呼んでるんですよ、ウチは。投稿よりさらにアクティブなんです。けっきょく自分自身が誌面に載ったりするとハクがつくんでしょ、仲間うちで。ライダーって、あいつよりちょっと目立とうという意志が極端に強いように思いますね。

それとオートバイにたいする素朴な感動の表現でもあるんです。だからこそ40、50歳になっても、せっせとまじめにツーリング・レポートを送ってきたりして」

——ほく、あのナマのレポートが好きなんです。決してプロのライダーのように、書き方はうまくないんですけど、すごくわかるんですよ、感動が。すばらしい体験も、困った状況も、どちらも簡単に追体験できますからね読んでいて。

誌面で見ると『オートバイ』誌の読者は、かなりマニアックの度合いが強いように思えますね。時代が変わってマシンがどんなに先鋭的になっても、ちゃんといってくるから。ところでオートバイはこれからまだまだ変わるのでしょいかね？

「クルマもそうですが、コンピュータが導入されたりして、将来的になるほどまた素朴なマシンにたいする願望が強くなるものです。個人的な好みからいいますと、カバーに魅力がないんですよ。フェアリングもいやですな」

雨なら濡れて、雪のうえでは滑る、そんな素朴さがオートバイの本質じゃないですか？ オートバイのクルマ化だけはさげたいと思います。

——ちよつと気になるんですけど、マシンのタイプが新しくなってきたんですけど、販売店の印象も変わってきたんです。小ぎれいな店が増えて、近代的な雰囲気はあるんですけど、どうも売りっぱなしでアフターケアに欠けるきらいがあるんじゃないでしょうか。

——むかしよくあったでしょ、いかにもオヤジさんって雰囲気、悩みごととか機械のことなんかすべて相談に乗ってくれるような温かい店が。商売として突き放すんじゃないかって、喫茶店にたむろしているような、そんなムードがある販売店がふえたらいいな、なんて思っているんですけど」



「読者が変わったというより、読者が多層化したんでしょね」と話す本田編集長(左)と本田氏

## SENSE 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

# 小さなラジオの向こうから 躍動するアメリカが聞こえる

ペラペラ早口言葉で喋りまくる極東放送 (FAR-EAST NETWORK) は、内容が完全に把握できなくても、何か魅力あるラジオ番組だと思えます。

なぜ日本なのに横田基地で英語放送するのか? と思いつきながら、じつくりと聞いているとなんとなく暖かさが伝わってきます。これが FEN の魅力なのでしょう。それではどうして暖か味が出てくるのか。それは日本に住む少数のアメリカ人のために特別にあしらえた料理だからなのです。

ふるさとを遠く離れて極東地区 (勝手に欧米人が極東と呼んでいるだけなのだが) に勤務する米軍の軍人、その家族にタイムラグのない本国アメリカと同じ放送を提供しようとしているわけです。それは最新のアメリカ文化や政策とのつながりを強く保持しようという目的なのです。もちろん軍人教育的な放送もすくなく多くて、ちょっと意外? な部分もあったりして。しかし、基地内の催し物やクラブの参加案内、教育プログラム、火災予防の呼びかけ、台風警報、日本の行事についてのお知らせ、迷子の捜索なんというのもありま

いるというよりも、アメリカの一部を切り取って、日本地図の上に乗ったりと貼りつけた感じさえますね。

FEN の開始は第 2 次大戦直後とちょっと歴史があります。パールハーバーでの出来事以来アメリカはとて FEN の重要性を感じとったということです。

東京を第一番目として次に沖繩でも放送を始めた FEN ですが、それから全国各地に放送局が設置されました。稚内、千歳、八戸、仙台、新潟、名古屋、三沢、神戸、奈良、岩国、小倉、佐世保といった駐留米軍の基地があったところに FEN の電波が生まれました。今現在 FEN が残っているのは、三沢、東京、岩国、佐世保、沖繩で、朝鮮戦争やベトナム戦争でだんだんと減っていききました。

ところで FEN で一番楽しいのは、とても個人的で恐縮してしまいますが、やはりウルフマン・ジャックがいいですね。映画「アメリカングラフィティ」に出てきたウルフマンのインパクトが一番大きいのです。

東京で FEN を聞くとしたら、チューニングは 810 kHz で 24 時間放送。昔から 24 時間頑張っていたのは TBS でも JQR でもあり

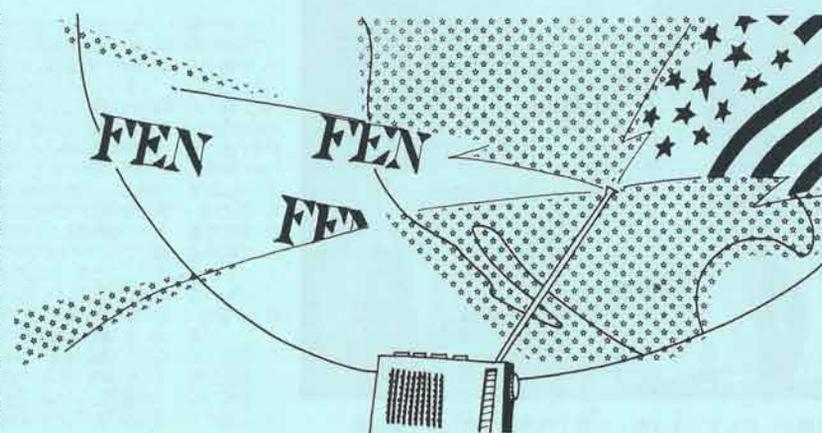
ません。FEN なのです。FEN は中波だけでなく短波も出しています。FEN 東京では出力は 50 kHz で、関東一円はカバーできること。沖繩は中波 648 kHz、三沢、岩国、佐世保は 1575 kHz ですが出力はぐつと小さくなります。でも、東京にいなから沖繩や各基地の天気のことがよくわかります。英語に弱くても、天気予報の時のクラウディ、ファイン

ティなどすぐに聞きとれます。もちろん短波はどこにいてもラジオで聞くことができます。FEN では、日本人によるリクエストは受けつけてはいませんが、ファンレターはばっちり喜んでくれます。

最新の全米ヒットチャートなどが聞けるお店もナカナカのセンス。やっぱりバイクはアップテンポで迫る FEN のようであればと思うこの頃です。

古いシングルディスクなんか聞かせてくれる FEN。ときどきスクラッチが原因で同じ歌詞を何度もリフレインしてドジッているのがわかって、ホントに親しみを感ぜさせてくれます。

アメリカでは一日中ジャズだけ、交通情報だけ、ニュースだけというふうに一つの



絞った放送局が無数にあります。その氷山の一角が基地向けの FEN なのです。FEN を聞いていると躍動するアメリカを感じとれてアメリカのデカさも同時に伝わってくるような気がします。ちっぽけなラジオの向こうに巨大なアメリカがあるようで、FEN を聞いているとボクの心は風船のようにだんだんふくらんでくるのです。(小野寺 秀悟)

BOOKS

●お店に一冊あれば話が広がる本

とかくバイク仲間というのは旅が好き。旅の話となれば、何時間でも話題が尽きないほど熱くなってしまうものです。そんな旅好きのたくさんのお客さまのために置いておけば便利な一冊があります。「マップちゃん全国目的別ペンションガイド」(日地出版 地図の本No.82 ¥980)なのです。全国に山とあるペンションですが、男の子



も女の子もペンション大好き人間ばかり。ペンションのことを詳しく、たくさん載せているから、もう本を読んでいるだけで旅をしている気分になってしまいます。本の中身の方といえばオールカラー。要所に色を使い分けられているために読みやすく、写真もきれいで文句なしの出来上がりを見せています。

この本に載っているペンションは全国千五百もあるペンションの中から、編集者が独断で選んだのですが、結果として330軒。情報量が多ければいいというものではありません。本から、本当に冗談抜きで良いと思う本です。

●人間分析の新手法を書いた意欲本

この本のタイトルは「マリッジハンターの教科書」でサブタイトルは「最高の出会いをするための100か条」。出版元は主婦と生活社で値段は750円。タイトルからすでに想像がおつきかと思いますが、要するに良い結婚相手を見つける女性のための本なのです。著者である荒谷めぐみさんは、この本のためにかなり詳しいデータを集めたようで、読



んでいて、男性の方がフムフムと随分納得してしまふほど興味をそそめるものが数多く書かれています。

たとえば、「話し方で見分けるのは、きわめて重要なポイントだ。目を見て話す男は鈍感か鉄面皮。極端な無口は傲慢。身内語使って喜んでいるのはガキ」という項目など、人を見分ける一つの手法として参考になるものですし、これは女の立場からだけでなく男の立場からみても言えることです。

女性が男性をどういうところから見ているかがよく理解できるように、という意味で、この本は人間分析の新手法を書いた本ということができるでしょう。人づきあいが多いご商売の方にはとても勉強になる本として、さらに男から男を見る時にも役立つ本としてオススメできます。

GOODS

●期待したい次の複合商品

ラジカセが今の常識となっていますが、もちろんこれはラジオとカセットの複合商品を略してこう呼んでいるわけです。複合商品とは一つで二つ、あるいは二つ以上の機能を持った商品のことで、あなたはいくつの複合商品をご存知でしょうか。

- 双眼鏡+ラジオ+ラジビノ
  - シェーバー+ドライヤー+ヒゲドラー
  - ラジオ+カメラ+ラジカメ
  - カラーテレビ+カセットレコーダー+ラジオー+カラカセ
  - ポールペン+計算機+カルキュペン
- まだまだいろいろと複合商品はありますが一つだけ何と云ったら良いかわからないものがあります。螢光灯付電気鉛筆削り付地球

機付時計付子供用勉強机です。複合商品というのは時に非常に役立つ商品となりますが、算盤と電子計算機を合体させたものなど本当に必要なものでしょうか。ほとんど必要のない商品ではなく、遊びのための商品として複合モノが受けているのでしょうか。すべてがジョークとして受け入れられればいいのですが、さてこれから先いったいどうなるのやら。



MUSIC

●レゲエ、それは単調大好き音楽

そもそも暖かな島で生れたレゲエという音楽は、あつたかだったのです。レゲエの出身地はジャマイカ。なににパーフェクトなオリジナルサウンド性で白人音楽だけでなく、日本人もレゲエっています。これを悪いとか良いとか言うのではなく、ただ黒人音楽だから黒人がもっとガンバッテ欲しいのがレゲエな



FOOD

●個食の時代にいま……

まんが「サザエさん」のように、丸いちゃぶ台を囲み、一つ釜の飯を食うという形態で語られた「一家団らん」は今、時代の流れとともに大きく変貌をとげようとしています。家族ひとりひとりがそれぞれに個室を持ちそれぞれに時間と、情報空間、ライフスタイルを有する「家族」という小世界が新たなカゾクへと移りつつあるように思われます。

その一つの例としてあげられるのが、食生活です。テレビコマーシャルで何千万回ともなく繰り返される「インスタント料理」のPRなどはその代表例です。一人前パッケージの食品として、カレー、ベジタブル、パスタソース、マーガリン、チーズ、みそ汁など、わたしたちがお袋の味として親しんできたものすべてにわたって、個食用として用意されているのです。

個食は忙しいオヤジやママ、ボクにオネエちゃんにとって非常に便利なものです。しかし、個食だけでは満腹にならないサムシングエルスがあると思います。それはきつと、オヤジの笑顔であり、オフクロの笑い声だと思うのです。便利だったからそれでいい、という時代はもう終りたいと人々は願っているはず。手間をかけて食事をするそれが最高の贅沢だと思うのです。

# チャレンジするヤマハ

THE WAY  
TO  
NEW YAMAHA



ヤマハの歴史は常にチャレンジの記録で綴られています。  
ヤマハが創立された昭和三十年は、国内の二輪車メーカーがしのぎを削るなかで、需要も一巡し、淘汰の嵐が吹き荒れ始めたときまで。  
規律協同、工夫改善と並んで不撓不屈のチャレンジする心を創業の精神としてきたヤマハは、以来、経営面でも幾多の困難を克服し続けてきました。

エンジン、カート、ゴルフカー、発電機、ウォーターポンプと、皆様のご商売にも取り入れていただいている多彩な商品を開発し、これらに関連して、ボート、ヨット、和船、漁船、プールと、水の世界にもチャレンジ。加えて自動車エンジン、航空機エンジン、風力発電装置、組立ロボット、メッキ装置など、新分野開拓へのチャレンジが最近の新聞紙上ににぎわっています。

南米の奥地へ、中近東の砂漠へ、北アジアのツンドラ地帯へ、ヤマハマンの足跡が広がるにつれ、ヤマハは世界的な信頼を高めてきました。

チャレンジ精神は、常に新しい創造のエネルギーを生み出してきました。  
ヤマハの技術陣は、基礎技術から管理技術、そして技術開発、商品開発と、幅広い分野でたゆまぬ努力を続けています。

ときには、バッテリーやRZシリーズのように、時代を画すヒット商品として、またドイツナ200マイルレース13連勝といった栄光によって、その努力が報いられることがありますが、一方では、目立たない場所でのヤマハマンたちの日々のチャレンジ精神が、ヤマハの性能や品質を支えています。

新商品の開発と並行して、ヤマハの良さを広く世界に知ってもらおうと、懸命の営業努力を積み重ねてきました。

商品開発に、作業の改善に、オールヤマハが今日もチャレンジをつづけている



昭和44年、製造部門に発足したQCサークルや、IPC運動もそのひとつです。  
IPC運動は、当初、職場の小集団グループを中心に、自主性に基づいて、改善による生産性向上をめざそう、という主旨でスタートしました。

今日では、人間の能力の向上に主眼をおき、合わせて作業の合理化を図るIPC（インプルーブメント・パーソナル・キャパシティ）へと発展しています。

500を超える小グループが、作業の方法や工具の改善についてのアイデアを出し合い、実行してきました。

IPC運動が生産性の向上、ひいてはコストの低減に果たしてきた役割ははかり知れないものがあります。

自分たちの意見やアイデアを仕事に生かしていきたい、良い仕事を通じて社会への貢献を果していきたいという意欲を支えられて、IPC運動は大きな成果を上げています。

チャレンジする新生ヤマハは、来年、創立30周年を迎えます。

●ヤマハニュースは、販売店みなさまの情報誌です。みなさまの積極的な誌上参加をお待ちしております。ご商売に関する話題、ご質問、ご相談なんでも結構です。お気軽にお寄せください。

(〒438 静岡県静岡市新貝2500 ヤマハ発動機株 広報室宣傳課「ヤマハニュース」係)

電話 05383(2)1111(内線2356)

## 遊びを演出した3階建の新店舗が京都にオープン



↑角地をうまく生かしたモダンな西院店



谷本社長と奥さまの悦子さん

〔ヤマハ京北(株)京都西院〕3月3日  
京都市右京区に地下1階地上3階建の新店「(株)レオ・タニモト西院店」(谷本賢司社長)がオープンしました。地下を倉庫、1階は用品・グッズ、2階に新商品フロア、3階には中古車と各163㎡のフロアは、入りやすさと楽しさを全面に出した店舗です。この新店オープンにあたって、浦崎厚店長は、「お客さまが店に求めているのは、個性的なイメージです。つまり自分を満足させてくれる店かどうか、店を選ぶ基準となっています。この西院店では、遊びを広げ



←いかにも若者受けするようなハイテク感覚でまとめた西院店の店内

ることをテーマに個性化を図りました。誰にでも興味を持たれる用品、グッズ類を1階に、そして2階は新商品だけを立体的に演出、3階は中古車とお客さまのスペースというように、上へ行くほど新しい情報が得られるというところで、自然と足が上へ向う工夫をしました。今後は新車情報やレース速報、レースのチケットを扱うブレイクガイド的な要素も盛り込み、「建物自体がブレイクゾーン」といった感じにしたいですね」(株)レオ・タニモトさんでは、情報主体のこの新店で幅広いユーザーを

## ヤマハ営業マンが自らライディングスクールを体験!

〔ヤマハ北大阪(株)〕去る2月14日から16日の3日間にわたって、大阪と京都のヤマハ販売会社の営業マン160名を集めて、オートランド生駒を会場にオフロード、オンロードそれぞれのライディングスクールが開



↑インストラクターの説明を聞き入る顔は真剣そのもの  
→カートコースを利用したのオンロード講習

集めて、上級を志す人はもうひとつの支店・洛西店へ送り、さらに本店で両支店のサービス工場を受け持つという、3店を使ったシステム販売で積極的な活動を展開されています。

## ヤマハ発電機 発売10周年記念クイズ・当選者発表



超小型発電機「エレキボーイ」(T250)をラインナップに加えて、ますます充実したヤマハ発電機。

昨年12月から今年1月にかけては、発売10周年を記念して「ヤマハ発電機・発売10周年記念クイズ」が実施されてきましたが、この2月25日にはその抽選会がヤマハ本社で開かれました。全国各地から寄せられた多数の応募ハガキの中から、警察官立ち合いによる厳正な抽選が行なわれ、以下の方がたが幸運を射止めました。

- 1等/ヤマハスクーター・JOG 堀田三雄様(北海道)
  - 2等/ヤマハ小型発電機・エレキボーイ 河野諭様(東京都)、井筒常史様(神奈川県)、平野実様(静岡県)、横田ひろみ様(石川県)、江口泰子様(福岡県)
- 多数の応募ありがとうございました。

催されました。これは、普段自分たちが扱っている商品への理解をより深めようということと、お客さまであるライダーの気持ちに少しでも近づき今後のセールス活動に役立てたい、という主旨のもとに開かれたものです。当日はコースサイドに雪が残り、決して良いコース条件とは言えませんでした。集まったヤマハ営業マンの受講態度は真剣そのもので盛り上ったもの。さらに、このライディングスクールは北陸、兵庫のヤマハ販売会社でも開催されました。

## 積雪10cmにもめげず オフライに80名が参加

〔ヤマハ東大阪(株)東大阪営業所〕ヤマハ東大阪では2月18日、積雪10cmという恵まれた(?)条件の中でSLオフロードライディングスクールを開催しました。会場のライダーズパークタイヤには、YSP大阪さんのお



客さまをはじめ女性5名を含む80名が集合。午前中のライディング講習午後の模擬レースに全員汗を流していました。ちなみに一番よい賞品を手に入れたのは派手な転倒をした人。参加者からは「また開催してほしい」という声がかけていました。

●詳しくは担当のヤマハマンにお問合わせください

## PARTS & ACCESSORIES

### お店とヤマハをオンライン。 部品供給システム「DRESS」をお備えください

ヤマハでは、81年5月よりヤマハサービスマンパーツの供給サポートシステム・DRESS（ドレス）のテストを開始。以来、2年9ヶ月にわたって本社↓パーツセンター↓営業所（特約店）の全国ネットで導入を進め、部品供給のオンライン化を図ってまいりました。従来の部品注文におけるやりとりとは違つて、このコンピュータによる部品供給システムは、業務の確実性と省力化、さらには時間の短縮化などで大きな成果をあげているのですが、昨年の12月からはいよいよ販売店

のみならず、オンライン化もスタートし、さらにスピーディーな部品供給体制が確立されつつあります。

DRESSシステムの主な役割をあげますと、

- ① ヤマハパーツの注文  
お店の在庫の確保
- ② ヤマハパーツの問合せ  
お店の発注残の問合せ

ヤマハ営業所在庫の問合せの2つの業務に分けられますが、すでに導入されている販売店さまの間では、簡単な

#### スケジュールがすぐ立てられるのがいい！

（株）モーターサイクルドクター須田  
（須田高正社長／東京都町田市）

「いままではFAXでやりとりをしていましたが、DRESSはさらに営業所の在庫もチェックできるので、入荷スケジュール

までわかる。ですから、パーツを切らしていた場合でもお客さんにその場で修理の完了予定を知らせられるんです。こちらとしてもサービスの計画がキチッと立てられるので、より合理的になった。業務の省力化や確実性はもちろん、お客さまの信頼性も高まりメリットは大。ますますスポーツバイク需要が広がるこれからの時期には、DRESSのパワーが発揮されることは間違いないありませんね」

お店とヤマハをオンライン  
早く正確な部品供給システム DRESS

DRESSはコンピュータによる部品供給システムです。

- DRESSお店のユーザーサービス  
に入会しご利用いただけます。
- ① ヤマハ各店からの注文  
② ヤマハ各店からの発注

※お問い合わせ先 各店にお問い合わせください。  
DRESSではオンラインで、

「お店にもパソコンにできる  
損耗在庫検索実施中。」

操作で確実な情報が素早く得られる」と好評。オーダーを伝えるドレステレホンもコンパクトサイズで電話回線をそのまま利用できるため、工事費と債券だけでなく導入資金はわずか。と、その経済性を歓迎しています。

部品供給についての情報を早く、正確に入手することができるヤマハの部品供給システム

ム・DRESSを、ぜひこの機会に皆さまのお店にもご導入いただき、お店のアフターサービスをもっと充実させてください。

※DRESSシステムについての詳細は、ヤマハ販売会社のパーツマンまでお問合わせください。

## SALES

### VOCSS（ボックス）がさらに充実！ 新規プログラム「販売分析システム」のご案内



ヤマハが開発した二輪車販売店さま専用のコンピュータシステム・VOCSS（ボックス）に、このたび新たに「販売分析システム」を在庫管理システムおよび顧客管理システムに追加して導入する運びとなりました。

ご商売の上で欠く事のできないものに地域戦略がありますが、この「販売分析システム」はお店において販売戦略を立てる際に基礎となる情報を、正確に、しかも素早く提供してくれるプログラムです。

- 具体的には――
- ① 地域戦略情報  
どの商圏（地区）に、どれだけのお客さまがいて、どのようなオートバイを所有されているか、等を分析
  - ② 売上情報  
月々の荒利の把握、対前年比売上げ等を分析
  - ③ 顧客情報  
お客さまの属性（年齢別、職業別）、等を分析
  - ④ 拡販情報

お客さまの来店形態分析の4つの情報が得られるもので、この春商戦においても、これらの情報を基にした販売戦略は、必ずや実りある。ご商売の展開に結びつくものとなるでしょう。

なお、この「販売分析システム」につきましては、VOCSS導入後6ヵ月以上経過した販売店さまにご案内申し上げております。また、VOCSSに関する資料、ご質問等は、担当のヤマハ・セールスマンにおたずねください。

# 「バイクワンデースクール」本年も4～6月と9～11月に開催

自動二輪車の事故抑止を図ることを目的として、警視庁交通局の指導を得て(株)二輪車安全普及協会(旧)日本自動車工業会が主催する「バイクワンデースクール」が、今年も4月から6月と9月から11月の2回にわたって開催されることになりました。

昨年度からスタートしたこの「バイクワンデースクール」ですが、今年は東京、埼玉、群馬、千葉、茨城、静岡、愛知、大阪、兵庫、

岡山、山口、福岡、熊本の13都府県に拡大して実施されることと決定。すでに、開催広報ポスターや横断幕、紹介状などの各種ツールが用意され、参加員が展開されています。

なお、「バイクワンデースクール」のカリキュラム内容としては、基本的な安全運転訓練に加えて、実力を判断する級別審査などがあげられますが、さらに今年も多発事故情報(カーブ、交差点)とそれへの対応をはじめ、二

人乗車やバランスの訓練、新機構・異車種の体験走行、初心者コース新設による指導、参加者と交通警察との懇談等が追加。受講者の技量、経験に合わせた指導が行なわれることになっていきます。

一般ユーザーが3,000円、高校生ユーザーが1,500円という割安の参加料金のこの「バイクワンデースクール」。重点実施県下の販売店さまにおきましては、ぜひともお

店のお客さまをお誘いくださいませようお願ひいたします。

※詳細につきましては、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。



# ただいま「ヤマハ整備用機器の工具」の「スプリングセール」実施中!

お店の整備業務にご活用いただいておりますヤマハのオリジナル整備用機器。日頃のご愛顧にお応えして、このほど国内サービスクでは販売店さまを対象としたヤマハオリジナル整備用機器および工具の特別セールを実施しております。

今回の特別セールにおける対象ツールは、以下の31品目ですが、いずれも大幅な割引価格で販売。たとえば、整備業務に必要不可欠なバイクリフトが220,000円→165,000円、二輪車用業務充電器が57,000円→39,800円、ハンドタッカーが18,500円→13,000円、二輪専用ホイールバ

ランサーが700,000円→395,000円、というように、販売店さまに満足いただける価格を設定させていただいております。

## 〈特別セール・対象ツール一欄〉

- ① バイクリフト / MLI-3A
- ② キャディーツールスタンド / VTI-M
- ③ キャディーツールスタンド / VTI-M II
- ④ デラックスメカニックキット / D
- ⑤ PRO TOOL ツールキット / 2000MKX
- ⑥ ミニスチームクリナー / NCC-170
- ⑦ バイススタンド / PS-600
- ⑧ 作業台 / KW-381
- ⑨ マイティバッグ (ブレーキブリーディングキット) / NO-6820

⑩ ハスコベアリングブローラー / HBP-10257

- ⑪ 二輪車用業務充電器 / Z-126M
- ⑫ エアリーチャックレンジ / 6-1CY
- ⑬ エアードライバー / KW-8PY
- ⑭ エアードライバー / KW-8S
- ⑮ トルクレンチ / 450QL
- ⑯ トルクレンチ / 900QL
- ⑰ ハンドタッカー / HTIG-7
- ⑱ バキュームゲージ / VA-140M
- ⑲ ヤマハポケットテスト / 3002Y
- ⑳ タイミングライト / TL-5BA
- ㉑ エアリーエアリール / HA-208N
- ㉒ エアコンプレッサー / GP5-7SY
- ㉓ エアコンプレッサー / GP6-7SY

- ⑳ パーツハンガー / Z-4-YB
- ㉑ 中量棚 / B2745
- ㉒ デブコン / F
- ㉓ デブコン / HR-303
- ㉔ 二輪専用ホイールバランス / バルコ91
- ㉕ 二輪専用ホイールバランス / CWB-6201
- ㉖ ホフマンタイヤチェンジャー / MON-31MC
- ㉗ CO排気ガステスト / MEXA-201F

なお、当セールの実施は4月30日まで。詳しくは、最寄りのヤマハ特約店、販売会社、営業技術員までお問合せください。

# アウトドア用品の充実をめざして周辺用品もお揃えください

魅力あふれるスポーツバイクのニューモデルが立て続けに登場するこの時期は、お店に訪れるお客さまも一段と増えます。それだけにまた気をつけたいのが、お客さまの遊びごころをくすぐるお店からの、生活提案の数々でしょう。

ヤマハの関連用品のなかにも、バイクで楽しむアウトドアライフをさらに盛り上げる周辺用品が各種揃っており、店頭演出のディスプレイ・ツールをかねて、この機にお店にご用意くださいますようお願いいたします。

- ① ヤマハポータブルライト・YLL-10ミニライト、バッテリー、充電器が一体となったポータブルライト。軽量3.3kg、10W連続点灯3.5時間(充電5時間)。価格/¥19,800
- ② ヤマハポータブル発電機・エレキポイ(ET250) ヤマハ発電機シリーズの最軽量モデル。小型・軽量13kg。2サイクル。出力は60Hz/250VA/50Hz/200VA。価格/¥44,800
- ③ ヤマハポータブル発電機・EF500S 4サイクル版の最小モデル。ラジカセ並み

- ④ ヤマハエンジンポンプ・YPP20G 田畑や施設園芸用の灌漑をはじめ一般工用まで幅広く活躍するヤマハエンジンポンプシリーズの最小モデル。モトクロス・イペント等の開催には必携のアイテムです。価格/¥80,000
- ※詳しくはヤマハ販売会社の担当セールスマンまでお問合せください。



## お知らせ

84SLシリーズのスケジュールが変わりました。本誌前号で紹介しました84SLシリーズのレース・スケジュールのうち、SL山梨シリーズとSL生駒シリーズの日程が次のとおり変更されました。

- SL山梨シリーズ(モトクロス)第6戦 10/4/10/21
- SL生駒シリーズ(オフロード・ライディングコンテスト) ①5/13、②6/10、③7/1、④9/16、⑤10/21 ※競技はコンペティションモデルを除く市販車を対象とします。

# 4月のセールス・ワンポイント

産業能率短期大学教授・吉川雅之

最需要期を迎えて、どちらのお店も日毎に忙しさを増している昨今でしょう。忙しさにかまけて、毎日の仕事がついおろそかに……それだけは絶対に防ぎたい4月です。

## ルーチンワークの効率アップが、最需要期のご商売をスムーズにする

これから夏場にかけては、バイク販売店さんのかき入れ時。この時期が忙しくなければ困りますが、忙しさに追いまわられてしまうというのも困りもの。どんな時期にも、冷静に、きちんと仕事ができる態勢を考えておきましょう。

お店には、毎日くり返ししなければならぬいやっかいな仕事があります。店内の清掃、簡単な点検や修理、伝票の整理や帳簿づけなどで、それほど頭を使っているものではなく、何日もくり返す仕事、これをルーチンワークといいます。このルーチンワークを効果的に処理するには、次のような方法があります。

第1は、店内（サービスクーナーや経理・事務機も含め）の整理整頓です。工場でも生産性の高いところほど、この整理整頓が行届いているものです。

第2は標準化。方法はいろいろですが、要は作業の時に使う道具類、事務用品、伝票類

材料などをいつも定められた場所に置いておき、探すことなく、無意識のうちにでも手がそこに行くようにしておくことです。物を捜しまわるなどは、最もムダな時間です。

もうひとつの標準化は、手順の標準化です。ひとつの作業について、どこから始め、どのようにするかを決めます。そして、これに従って作業を進めていきますが、できるだけ時間を計りながら実施して、その時間を徐々に短縮する改善の方法を考えていきます。もちろん十分に慣れてしまえば、時間もかからず、楽にこなせるようになるでしょう。

最後は、習慣化することです。毎朝の歯みがきやヒゲソリは、考えてみればずいぶん面倒なものです。習慣化してしまえば、何の抵抗もないばかりでなく、それをしないと何となく落ちつかない気分になります。

ルーチンワークも同じこと。いかに時間や労力をかけずにすむか、それがポイントです。



## 記憶より記録、仕事を追いつめるための行動予定表

ルーチンワークではないけれども、その日その日によってしなければならない仕事もかなり多いはず。忙しさに追われて大切な

用事を忘れてしまうこともあるでしょう。これを防ぐには人間の記憶だけではとうてい無理ですから、メモを利用します。そこで、上

手なメモのとり方をひとつ。まずは、大きなノートを一冊用意します。これは、毎月1冊を使い、1日2ページ。62



# しないとできないの違い、上手な値引きの断わり方

ページ以上必要です。表紙に年と月を書き込んでおきます。

ノートを開いて右側のページの上に、1日から月末までの日付けと曜日を入れてしまいます。左側のページは、その日の予定欄として、いつでも用事・予定が発生した時に記入します。

右ページは、行動予定を記入します。まず、まん中の欄は仕事名ということで、毎朝、今日なにをしなければならぬかを午前午後にかけて、思いっくままに順不同で記入していきます。この時に、左側のページに前日まで書いてある予定も組込みます。右端の欄は、その仕事にどのくらいの時間をかけるかを記入します。

① 次は、左側の仕事を処理する順序です。  
②③...と順序を示す番号をつけていきます。  
ただし、この時にできるだけ似た仕事はまと

めてする。サービスコーナーでする仕事、机でする仕事、外出しなければならないこと、のように整理しておく、仕事そのものも時間を短縮することができます。

終った仕事は、横線を引いて消しておきます。このような行動予定表のメモは、黒板などを使ってもできますが、黒板ではスペースが限られ、何日分も記入するわけにはいきません。またノートは保存が可能ですから、何月何日に何をしたか、が後になってもわかりますし、自分の仕事はどんなことが多いのかという記録にもなつて、後に分析する資料としても活用できます。

忙しい忙しいと仕事に追われるだけではなく、自分から仕事を追いたいもの。そのためにも、メモによる行動の計画化が必要です。それが改善にもつながるのです。

先頃までの販売合戦も一段落とはいえ、お客さまの中には依然、当然のように大幅な値引きを要求してくる方も多いことでしょう。そんな時の応待の仕方、これもしっかりと考えておきたい時期です。

お客さまが、値引きの要求を持ち出した時には、まず本気かどうかを確かめます。これはお客さまの表情やその話をする時の言葉の抑揚などからつかめるでしょう。もしも、本気で値引きを考えていることがわかった場合には、どうするか？

ここでは、断わるべきことははっきりと断わります。ただし冷たく突っぱねるのではなく、値引きができないというのを伝えると同時に、できなくて自分としても残念である、ということも付け加えます。これは嘘をいっているわけではなく、お店の仕入れや利益を考え、お店を運営していくことを考えると、値引きはしないのではできないことなのです。したがって、できないと伝えます。そして、お店のご主人としては、お客さまが本心に望んでいることであれば、それをしてあげたいと思うのも本心です。

しかし、できなくて残念だ、というのはいささかの嘘もありません。したがって、価格が高いということ、お客さまと一緒に残念がるのです。そうである、いくつかの代替案を出していきます。例えば、クレジットや、ホーナス時の支払を増やすこと、あるいは他のもっと安い機種など、お客さまの好みにあいそうな提案をします。お客さまとしても、それはダメだとか、これならいいとかの案が出てくるでしょう。

お客さまは、できたら商品を買いたいと思っっています。お店としても何とか売りたいということ、お互いの利益は一致しています。悪いのは価格が高いということだけなので、それをどうするかを一緒に考える姿勢が大切なのです。

こうしておけば、結果的に不成立に終わったとしても、あの販売店は一生懸命に考えてくれた誠実なお店だという印象は残すことができるでしょう。例えば今日は失敗に終わっても、きつと次回にも来店する気持ちになるはずですよ。

行動予定欄		月 日 曜日	
順序	仕事名	見積	所要時間
午前			
午後			

# ●バイク、スクーターを大量に扱う事業所、官公庁を訪ねて

## 起伏の多い赤坂の街をスマートに、パワフルに メイトとパツソーラが走る

●富士銀行・赤坂支店（東京都港区）



ヤマハに乗って、やる気充分！ヤング揃いの取引先課のみなさん



自らもパツソーラに乗ってお取引先を回る久松課長さん  
メイトのパワーがお気に入り中村長代理さん  
背広姿がお似合いの鎌田主任さん  
バイクの知識も十分の小沢さん



お取引先を訪ねて、混みあう都心部を走りまわる銀行の外交業務。しかも、お客さま相手とあつて、その姿はあくまでスマートでなければなりません。

創業103年の歴史を持つ富士銀行さんでは、行風そのままにスマートな外交活動の足としてヤマハバイクが活躍していますが、中でも今回お訪ねした赤坂支店さんの足は、5台のメイトとパツソーラ。おしゃやかな赤坂の街並を今日もさつそうと走りつづけています。

### 訪問効率のアップに、実力発揮！

赤坂は、その小綺麗な街並とは対象的に谷の多い台地からなり、いたるところに急な坂道があります。それだけに外訪活動の足としては、スマートなスタイルとともに、こうした地理的条件を難なくこなす実力が絶対条件。そんなところからヤマハのメイトとパツソーラが採用されているのです。取引先課の久松課長さんにうかがってみました。

「お得意さまを回る私どもの仕事では、訪問効率のアップということが大きな課題のひとつとなっています。お客さまのところから別のお客さまのところへ移動する時間をいかに短縮するかというのを考えると、細い路地が多いこの地域では自動車は無理。しかも地名でも解るとり、なしろ坂が多いために自転車でも良い結果は得られません。そこで、オートバイが

ベストということになるわけですが、ヤマハメイトとパツソーラはパワーも十分にあるし、使い勝手も良いということを選びました。スタイリングにしても、センスに気を使うヤングが多いウチの課員から、合格点をもらっているようです。」

久松課長さんは、ご自身外訪活動へお出かけのときもパツソーラに乗ってというだけあつて、バイクに対するご理解もひとしおです。

### パワーも使い勝手も十分です

では、毎日実際にメイトやパツソーラにお乗りの方々の感想はいかがでしょう？取引先課の中村課長代理さん、鎌田主任さん、小沢さんにかがってみました。

中村 メイトを使いだしてからは、交通渋滞による時間的なロスがなくなったことや、駐車の手配がなくなったということで、訪問効率が上がったということが一番強く感じます。都内の交通渋滞がもつとも激しいといわれる通称ゴトビ(5と10の付く日)というのは私たちの仕事が忙しくなる時でもあります。こんな日にスイスイ走れるのはとても助かりますね。それにメイトは、幹線道路などでも交通の流れに十分にのれるパワーがありますので、山手線の内側ならどこでも出掛けていきます。

鎌田 やはり、簡単に乗れるということが大きな魅力ですね。簡単に乗るだけに、交通安全には十分に気を使って走っています。とくに追い越しや追い越されの時に注意しています。それにパツソーラは、スラックスが汚れないので、背広姿で乗るには最高です。

小沢 メイトの方は昨年の8月頃に購入したと思いますが、買ってからまだ一度も故障していません。1日に20km以上は走っていますが、故障しないというのはやはり安心です。それにロータリー式のギヤチェンジは靴がこわれなくていいですね。ちょっとと欲をいうと私たち銀行マンは、カバンを常に自分の目の届くところへ

置いておきたいもので、カバンがスッポリと入るような、大きなフロントバスケットが装着されているればベストだと思いますよ」  
メイト&パツソーラに乗るのは、全員が20代

というヤング揃い。しかもチームワーク抜群の富士銀行・赤坂支店さんでも、ヤマハバイクの評判は上じようです。

## 独自のプロジェクトチームを中心に 乗務員さん、保守店さん、 トータルパワーで守る配達業務の安全

### ●三鷹郵便局（東京都三鷹市）

東京都都心と三多摩地区の中間・三鷹市。副都心・新宿から電車で15分という距離にありながら、附近には雑木林やキャベツ畑なども残る閑静なベッドタウンです。

人口16万人を数える、ここ三鷹市全域の郵便業務の拠点となっているのが、今回お訪ねした三鷹郵便局さん。86両の郵政機動車のうち90%に当たる77両のヤマハメイトが、徹底した安全管理のもとに集配や保険、貯金業務の足として活躍しています。

### 乗務員さんの声で生まれた 安全への手がかかり

6574世帯の、たいせつな郵便物を扱っている三鷹郵便局さんには、安全・確実に業務を遂行するために、集配課のみなさんが独自に組織された『交通安全プロジェクトチーム』があり、大活躍しています。このプロジェクトチームは、全11班に分かれる集配課の班員の中から、安全運転指導者の研修会を修了した局員さん11名と事務局長さん1名により組織されているもので、毎月1回の定例会議と車輛総点検を実施して安全意識の浸透を図っています。プロジェクトチームを代表して、集配課の尾崎主事さんにお話をうかがってみました。

「このプロジェクトチーム発足のキッカケは、研修会を受けてきた局員さんが何かの形で自分たちが勉強してきたことを局全体にフィードバックしたい、と申し出てきたことからです。チームの主な推進事項としては交通法規や車輛構造の

知識向上をはかり、交通事故防止に役立てようというものです。実際の活動としては毎月第1

木曜日に開く定例会議で、交通事故防止、安全運転に関する協議、それを「赤いくるま」という課内報に掲載して課員に配布しています。また、月1回の車輛総点検では、毎日やっている運行前点検箇所をもう少し細かく見ることや、運行前点検の点検事項に入っていない工具や書類の有無を『機動車点検表』というチェックリストに照して確認していきます。またこの

ときには、今日の点検ポイントと称して、普段は点検できない箇所の特別項目をつくり、この箇所に関しては特に念入りに点検しています。この点検日には、保守を担当してくださる三森モータース（三森誠社長）さんにも局へきていただき、車輛構造やメンテナンスなどで、ご指導いただいているんですよ」



↑街でストレッチがっつても「気をつけて!」と声をかけあう局員さん  
→局員さんとの呼吸もピッタリ。保守店28年のキャリアを持つ三森モータース・三森誠社長（左）と邦彦さん  
↓三鷹郵便局の安全業務の中心となっているプロジェクトチームのみなさん



さて、安全のために努力を重ねる三鷹郵便局さんですが、努力の成果の方はいかがでしょうか。

「安全運転への意識づけという意味では、確実に成果が上がっています。その良い例が、年

### 年末年始の超多忙期も事故ゼロ

プロジェクトチームのメンバーは各班から選ばれた人たちが構成されているため、各班員さんたちも自分たちで選んだ人のことだから守ろう、という意識があり、会議で決定したことや、車輛点検などもスムーズ。また保守店の三森モータースさんは、保守店28年のキャリアを持ち、三鷹郵便局さんの他に、保谷郵便局さん、田無郵便局さん、武蔵野郵便局さんなどの保守も担当される超ベテラン。それだけに修理技術も抜群で、局員さんからも厚い信頼を集めています。

年末年始の忙しい時期に来てもらう非常勤の方たちの仕事ぶりに反映されました。プロジェクトチームのメンバーを中心として、ふだん交通規則にうとい学生さんなどのアルバイトの方たちに、業務や安全への指導をするのですが、交通安全の要点や指導のポイント、要領などが解り、適確な指導ができて今年のこの時期の事故はゼロを達成することができました。プロジェクトメンバーと乗務員の交通安全に対する真剣な取り組みの成果だと思っています」





ショールーム前面を効果的に活用したYSP

# ユーザーの気持が伝わる 遊びごまぐるの広がるお店

YSP豊橋南 / 加藤静利社長

愛知県豊橋市曙町字南松原98-2 ☎0532(48)2618

白と黒を基調としたハイテクな店舗、ハードウェアからソフトウェアまでお客さまの要求を幅広くカバーする販売姿勢——ヤマハスポーツバイクの新しい販売拠点・YSPはお客さまの間にも完全に定着し、ヤマハの先進基地(ユーザー調査結果)のイメージをどんどんと浸透させています。今月は、誕生から4年目、いまや全国各地に80店、今年度中には120店にまで拡大が予想されるこのYSPの店内演出ぶりを、3月3日にオープンしたばかりの「YSP豊橋南」さんにのぞいてみました。

## ●オープン展示の弱点をカバーする オープン・エア・ショールーム

ホワイト&ブラックのさわめて印象的な店舗外装、トラック&シルバークのシックな内装と、YSPさんのイメージは全国どこでも共通。しかし、そこにもり込まれているお店の姿勢、社長さんのポリシーはまさに十店十色。それが強烈な各YSPさんの個性となつて、お客さまの支持を集めているのです。

マニアが嵩じて販売店経営者へ、という加藤社長は、26才。それだけに、若いスポーツバイクユーザーの心をつかむ、店内演出の工夫をすい所に目にする事ができます。

その第1は、102平方メートルの店頭屋外展示スペースとショールームの間に設けた幅2・6メートルの展示スペース。みずから「オープン・エア・ショールーム」と名付けたこのスペースの狙いを、加藤社長は次のように語ります。

「バラエティ豊かなバイクのラインアップに用品まで加えると店内はぎゅうぎゅう。とても余裕のある展示などできません。それを

解決するのが、オープン展示をわけてすけれども、それにも雨や埃りによる商品の汚れという問題があります。

そこで、YSPへの変身を機会に、屋根を2・6メートル前方にオーバーハンクさせ、その下を展示スペースとして使うことにしました。いつも外気が流れるショールームだから、オープン・エア・ショールームというわけ。屋内で展示車を見るのよりも、自然で身近かだね」とお客さまにも好評なんです。

しかし、オープン展示場から、この軒先きの展示、さらにショールーム内の展示とつづくと、お客さまにとっては周囲の明暗差が上げすぎます。

そこで、できるだけ光を多くまわすために足元には白色タイルを敷き、夕方からはスポット照明を灯してお客さまの目が自然に慣れるようにという配慮も施されています。

●トータルなバイクの楽しさを  
用品コーナーでアピール

そして、ショールームの中は、新商品コーナーと用品コーナーに大きく2分され、用品コ

新たにYSPの仲間入りを果たしてハリキル、加藤社長(右)と奥さま・桂子さん、左は辻達治サービスマン



ーナー中央では、バイクとマネキンを使ったディスプレイが雰囲気をもりあげています。「バイクの楽しさを広げるための情報をぜひショールームの演出にもり込みたいと思っています。」

そこで一番近かで、バイクとトータルな情報提供、演出が可能な用品から始めてみたんです。それまでもヘルメット、グローブ、ブーツといった用品類は扱っていましたが単純に陳列していただけ。これじや当り前での魅力もありませんからね、バイクとマネキンを使ってトータルな演出をし、ファッションもオートバイの大きな楽しみであることを出してみました。

この用品コーナーには、オーバーブーツなどのように広く扱われてはいないが、きわめて実用性の高い「便利品」も、多数もり込まれているのも特徴。こんな所にも、ライダーの心を持ったお店の姿が、うかがわれます。

## ●お客さまとともにつくる ステキなお店

そういうえば「店の雰囲気は、お客さまが作ってくださるもの」というのが加藤社長の説。「この商売を始めた年は、改造車は扱いません」と打出したためビッグバイクのアドルトの方が多く来店していただきました。おかげで店の雰囲気も落ち着き、その方たちがいま

ではライダーとなって、新規のヤングユーザーを育ててくださっています。

そして、こうしたことのために店の内にコミュニケーションのためのスペースもぜひ欲しかったんです。しかし限られたショールームの中で、このコーナーを独立させることは難しかったので、あるコーナーの一隅をこうしたお客さま方のくつろぎの場としました。

テーブルをはさんでイスが6脚。ビデオや専門誌、サービスマニュアルなどが並ぶこのコーナーには、情報ボードもおかれています。「これからは、ここに二輪専門誌のバックナンバーも揃えて、ライブラリーとしても使ってもらえるようにしたい」という楽しいプランも持っている加藤社長。

「ショールームはひとつの道具なんです。使い込んでいくほどに落ち着き、なじむもの。各コーナーそれぞれを、より機能的なものに時間をかけて仕上げていくつもりです」とも語っていました。



オープン・エア・ショールームと称する店頭の陳列コーナーをはじめ、店内のレイアウト、各コーナー、じつによくお客さまのことを考えたお店ですね。

このような店内は、シーズンに応じたりフレッシュがしやすい、いつもいきいきとした商空間をつくりやすいくといえるでしょう。ところで最近、接客コーナーを設けられるお店がふえています。これも人間同士のかかわりにご商売のポイントを置かれる結果でしょう。このコーナーは、お店のカラーや客筋によって内容や形態もさまざま。現に呼称も接客、お客さま、ミーティング、商談……といろいろです。

しかし、いずれにせよ、コミュニケーション・コーナーであることには変わりません。そしてこのコミュニケーション・コーナーは、そのまま店を表すものとなるのです。「YSP豊橋南」さんでも、機能は十分に果されていると思いますが、テーブルやイスの配置を一考されると、さらに機能的なスペースとなるでしょう。

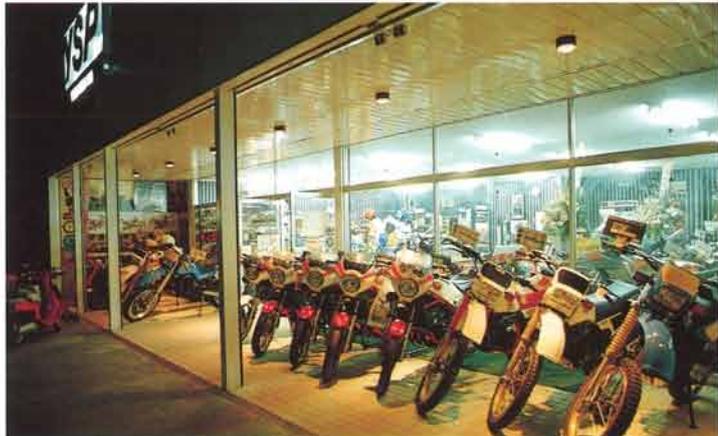
機デイ・バイ・デイ ヤマハ店舗相談室  
伊藤 隆哉

# シヨールーム拝見

シヨールーム右半分を占めるニューモラルコーナーは、63平方メートル。奥の壁際にお客さまコーナーがある



夜間にはスポットライトが灯る「オープン・エア」スペース。



輸出モデル、ベンチャー・ロイヤルも置かれたお客さまコーナー



店内の半分をさいた用品コーナー。バイクとマネキンで、トータル・コーディネートがアピール。このコーナーの奥が、経理・事務コーナー

# georama



## ヘルメットが世界を変えた。

## ヤマハ・ニューヘルメット・シリーズ「ヘジオラマ」新登場!

乗る人の安全のために、つねに人間を見つめた性能を考え続けるヤマハのヘルメット・テクノロジーが、新たにニューヘルメットを開発しました。その名は、ヘジオラマ。高品質、高性能を誇るヤマハ・ヘルメットに、さらに新開発のヤマハベンチレーションシステムを採用。いま、ここに全12モデルを揃えて、皆さまにお届けします。

大地の息吹きと友達になれる!

ヤマハ・ヘルメットのニューシリーズ「ヘジオラマ」の特徴には、第一に新開発のヤマハベンチレーションシステムがあげられます。

このヤマハベンチレーションシステムは、シールド下のアゴ部に設けたエアインテーク（開閉自在）より新鮮な空気をヘルメット内部に取り入れ、頭の上を通過させて後頭部下に設けたエアアウトレットより逃がす方式がとられているもので、ヘルメット内の快適性を最大限に向上させています。長時間のツーリングや激しいスポーツ・ライディング時にはまさに効果が大きく、ヘルメット内の湿気や熱気を外に出して汗を抑え、さらにシールド内側のくもりを取り除くこと

身体の一部となった「ヘジオラマ」

より込んだことです。

度重なる風洞実験によって風圧抵抗を低減させ、しかもライダーにとって耳ざわりで疲労の原因になる風切り音を抑えた理想のフォームを実現。頭部にジャストフィットする新内装材の採用と合わせて、さらに身体の一部へと質を高めています。

なお、帽体はヤマハの高品質・FRP樹脂を使用し、シールドはすでに実績のある5段階開閉方式を採用。サイズは55、56cm、57、58cm、59、60cm、61、62cmの4サイズを用意。4グラフィック・12モデルのいずれも、MFJの公認ヘルメットとなっています。



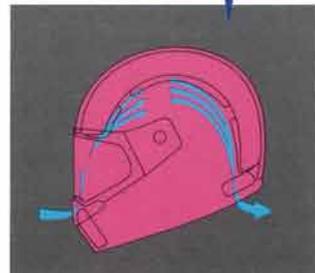
ヤマハ  
エアロダイナミクス・  
テクノロジー



ヘジオラマのもうひとつの特徴としては、ヘルメットの生命ともいえるフォームに、ヤマハの誇る先進のエアロダイナミクス・テクノロジーを



ヤマハ  
ベンチレーション  
システム



により視界を良好にし、快適で安全なライディングを約束。大地の息吹きをダイレクトに伝え、バイクの世界を新たに広げるものです。

# PARTS & ACCESSORIES

**georanna・B1**



- カラー/ブラック(クリアシールド)
- 価格/24,000円

**georanna・B2**



- カラー/レッド(クリアシールド)
- 価格/24,000円

**georanna・B3**



- カラー/ホワイト(クリアシールド)
- 価格/24,000円

**georanna・G1**



- カラー/ブラック・レッド&ゴールド(スモークシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G2**



- カラー/ブラック・ゴールド&レッド(スモークシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G3**



- カラー/ホワイト・ブルー&ネイビー(クリアシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G4**



- カラー/ホワイト・レッド&ブラック(クリアシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G5**



- カラー/ホワイト・レッド&ブラック(スモークシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G6**



- カラー/ホワイト・ブルー&ゴールド(クリアシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G7**



- カラー/ホワイト・レッド&ゴールド(クリアシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G8**



- カラー/ホワイト・ブルー&ブラック(スモークシールド)
- 価格/29,000円

**georanna・G9**



- カラー/ホワイト&レッド(スモークシールド)
- 価格/29,000円

ちなみに、「ヘジオラマ」とは、「大円球の内側に描かれたパノラマの絵」という意味で、宇宙感覚あふれた新しい時代の新しいヘルメットをイメージしてネーミングしたものです。

皆さまのお店でもぜひ従来のヤマハヘルメット・ラインナップに、このヘジオラマのニューヘルメットシリーズを加えて、スポーツバイクユーザーのみならず、おすすめください。

# THE LATEST AD

## いままた、RZの挑戦が始まった。

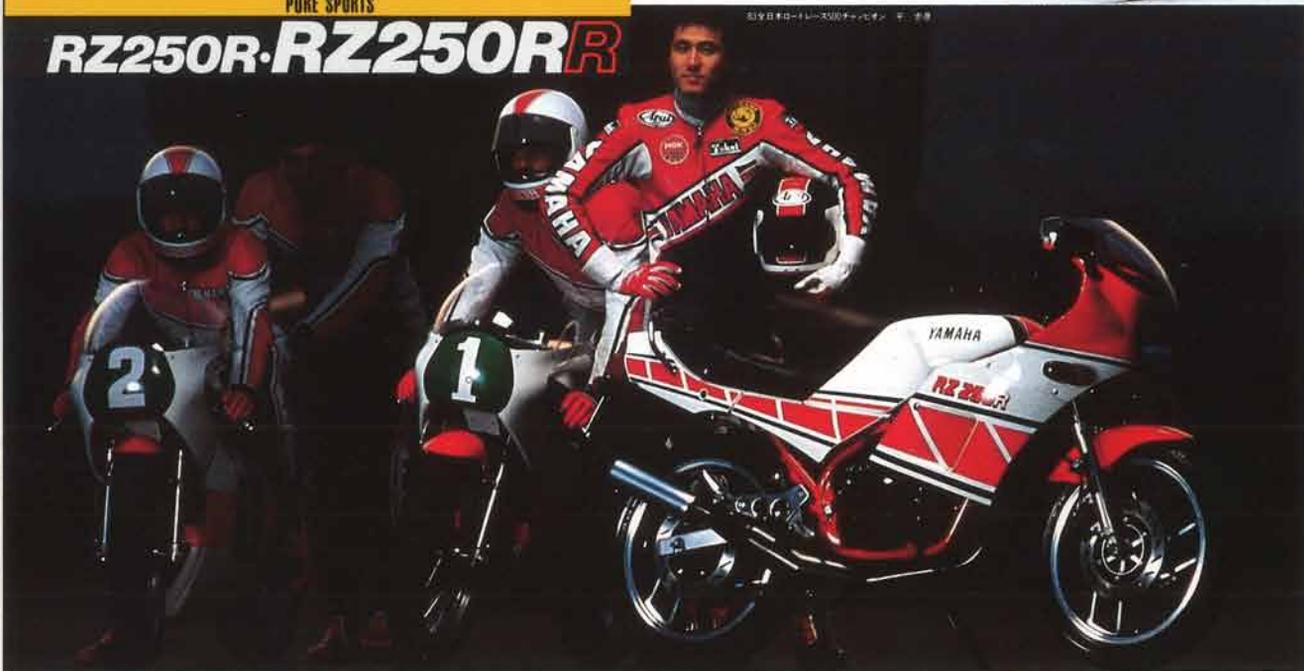
RZがもうひとつの個性を持った。待望の(RR)ダブルフル新登場。最高出力45ps、電子制御Y.P.V.S.、フレームマウントハーブエアリクス、Hクレードタイヤ……、スリルタンをきわめたスベックで包まれた(RR)「ワールドチャンピオンマシン」TZで頂戴した最先端テクノロジーと、走ることを純粋なスポーツとらえる正統RZの精神を全身に受け継いで、いまデビュー。

RZ250R SPECIFICATIONS ●最高出力45ps 最大トルク3.9kgm 3,000rpm、TZ9サイズの水冷2ストロータリング ●全周駆動で160km/hを発揮、ヤマハ独自のマイコン内蔵電子制御Y.P.V.S. (ヤマハハイパーカムシステム) 搭載 ●車に理想の空動圧、パフォーマンス目標の強制閉鎖キャブレター ●最新の高圧リチウムニッケル電池もクロスキャセーション ●従来のハンドリングを実現したリアアルカンターレーション機構のフロントサスペンション ●優れた制動力とタッチを持つ対向にスピンキーパー式リアディスクブレーキ ●メーターパネル一律、フレームマウントのハーブエアリクス ●エンジンカラー「RZ」4、チタニウム、シルバー、ホワイト、フレンチブルー ●標準現金価格 ¥438,000 (北海道は2%増税を別)



PURE SPORTS

## RZ250R・RZ250RR



HAVE A NICE RIDE!

ナイスライディングをよろしく、——安全のための選達はゆめまじり

●ヘルメットを正しくお持ちください。安全基準を守りましょう。

●点検・整備を怠らねばなりません。

●ロードはスピードをひかめ、

●安全のためには必ずヘルメットを正しくお持ちください。

●点検・整備を怠らねばなりません。

●ロードはスピードをひかめ、

●安全のためには必ずヘルメットを正しくお持ちください。

●安全のためには必ずヘルメットを正しくお持ちください。

YAMAHA

■「オートバイ」「モーターサイクリスト」「ベストバイク」「ザ・バイク」「ライダーズクラブ」「ミスターバイク」の2輪専門誌6誌を通じて、RZ250RRの新発売広告を展開中です。

■4月号から6月号(5月発売)までの3ヵ月間は、導入編。“いままた、RZの挑戦が始まった。”をキャッチフレーズに、確固たるブランド・イメージを築きつつあるRZの商品完成

度の高さと、実績にもとづいた信頼性をアピールします。

■キャラクターは、3月の'84デイトナ200マイルレースで、YZRで堂々5位入賞を果たした平忠彦選手。2スト・スポーツのニューチャンプRZ250RR、そして2年連続の全日本チャンプをめざす平選手。ヤマハのレーシングスピリットが、いまスポーツユーザーの話題をさらっています。