

特集:さらに広がるRZの世界!

NEW RZ250R 新発売





操る楽しさをグリーンと身近に! ニューRZ250R新発売

●カラー：ホワイト/チャビレッド ●標準現金価格：39万9000円(北海道・沖縄は40万5000円)

総合性能と完成度の高さに幅広い支持が集まるRZ250RRをベースに、よりシンプルに、よりハイコストパフォーマンスに、走りの楽しさを追求した「RZ250R」が、8月1日より新登場します。

ニューRとRR—RZならではの「ファンツーライド」の世界をさらに広げる強力ベアデ、夏から秋へのクォーター・スポーツ商戦を、どうぞ積極的に展開ください。

★ コスト・クォーター・スーパースポーツのハイパフォーマンスを、極端にレーシーな雰囲気ではなく、しかもよりローコストで楽しみたい—お客さまの間に増えつつあるそんなニーズに、いち早く対応して新登場したのがこの「RZ250R」です。

RZ250RRをベースに、フェアリリング、クラブバー、メインスタンド等を廃して、一段とシンプルに、一段と軽く(143kg)まとめあげたスタイリング。

同時にハンドルとシート形状変更によってさらにマッチングを高めたライディング・ポジション。

★ 新採用のニューバタイン・セミレーシングタイプタイヤ。

—などが「RZ250R」の特徴。これらがRZ250RRで定評の幅広いパワーバンドとクイックなレスポンスを誇る水冷・2サイクル・Y P V S 装備エンジンをはじめとするかずかずの技術とあいまって、RZの身上であるスポーティな走りの世界を、さらに多くの人びとに、さらに身近かなものとしていきます。



■NEW RZ250R仕様諸元

※赤字以外は、RZ250RRと共通です

- 全長2095mm ●全幅690mm ●全高1070mm ●シート高790mm ●軸間距離1385mm ●最低地上高175mm ●乾燥重量143kg ●制動停止距離13.5m (50km/h)
- 舗装平坦路燃費42km/ℓ(50km/h) ●登坂能力31° ●最小回転半径2.7m ●水冷・2サイクル・トルクインダクション・2気筒・Y P V S 装備・247cc
- 内径×行程54×54mm ●圧縮比6.4 ●最高出力45PS/9500rpm ●最大トルク3.5kg-m/9000rpm ●始動方式キック式 ●潤滑方式ヤマハオートループ
- オイルタンク容量1.6ℓ ●燃料タンク容量20ℓ ●キャブレタVM26(三國)
- 点火方式C D I ●点火プラグB R 8 E S (NGK) ●バッテリー容量12V 5.5Ah ●1次減速(比)ギヤ(2.869) ●2次減速(比)チェーン(2.562)
- 変速機リターン式6段 ●変速比①2.571②1.777③1.318④1.083⑤0.961⑥0.888 ●フレーム高張力鋼管ダブルクレードル ●キャスト26°30' ●トレール99mm ●タイヤ(前)90/90-18 51H(後)110/80-18 58H ●ブレーキ(前)油圧式ダブルディスク(後)油圧式シングルディスク ●ディスク有効径236mm(前後とも) ●懸架方式(前)テレスコピック(後)スイングアーム ●緩衝方式(前)オイルダンパー、エア、コイルスプリング併用(後)ガス、オイルダンパー、コイルスプリング併用 ●ホイールトラベル(前)140mm(後)100mm ●ヘッドランプ12V 60W/55W(ハロゲン) ●テールランプ12V 8W ●ストップランプ12V 27W ●フラッシャーランプ12V 27W ●各種パイロットランプ類12V 3.4W



さらに広がる

RZ
の世界

ロードレース志向のヤングの夢を満たす ヤマハRDロカップレース



↑揃いのマシン、お揃いのスーツ……あくまで同一条件のもとでテクニックを競いあうのがRDカップレース。マシンも変更が許されるのはメインジェットとリヤスプロケットのみ、これは各国共通の規定（写真は5月27日、ニューブルクリンクでの西ドイツGPの際に行なわれたヤマハ・カストロールカップ'84の第4戦）

→有望な若手ライダーの育成もRDカップの大きな成果。こんな若者たちがつぎつぎに頭角を表わし、腕を上げている（写真は4月22日のル・マン24時間耐久レースの際に開催された'84カップ ゴロワース・ヤマハ第3戦）



'80年のデビューから4年、RZは世界中の人びとにスポーツライディングの楽しさを広めてきましたが、その最大のイベントがヨーロッパ8カ国で開催されているRD（RZのヨーロッパ呼称）カップレースです。9月30日には、オランダ・アッセンで3回目のインターナショナル・ファイナルが開かれるまでに成長した、この話題のワンモデル・ロードレースの現況をご紹介します。

●最もエキサイティングな レースシリーズ

'78年、西ドイツのカツセル・カルテンで、フェアリングとレーシングシートこそ装備しているものの、どこから見てもスタンダードのXS400が35台、スタートラインで武者ぶるいていました。XSに負けぬほど武者ぶるいていた若いライダーたちが一勢にクラッチをつないだ時、それが今日、ヨーロッパ中の若者たちにこれほどまでに夢を与え、2輪ジャーナリストたちに「ヨーロッパで最もエキサイティングなレースシリーズ」と形容されるまでに成長したヤマハRDカップレースのスタートになろうとは、一体何人の人が予想したことでしょう。

XS400のセールスプロモーションを第一の狙いとして始められたこのワンモデルレースは、その目的を十二分に果たす一方、ロードレースに出場したくてもできずにいた多くの若者たちに、その野心を思う存分発揮でき、しかも全く同じ条件で他のライダーと競いあう最高の機会を提供してきたのです。

●RDの登場が決定づけた カップレースの成功

さらに、このワンモデルレースの成功を決定づけたことは、'80年にRD250/350L

世界GPと同時に開かれるレースでは、ご覧のとおりの大観衆を前にデッドヒートをくりひろげることになる



各国シリーズのトップライダーを招いてインターナショナル・ファイナルが開かれる

西ドイツ

ヤマハ・カストロール カップレース

'81、'82年はRD350LCとXS400のふたつのヤマハカップレースが行なわれていた西ドイツも、昨年からRDカップに1本化。
今年にはカストロールオイル、FLMレーサースーツ、NGKプラグ、ダンロップタイヤ等のスポンサーを得て、3月から9月までに全10戦が行なわれている。

イギリス

ラングレー・ウィッチバイク プロアマシリーズ

'81年に第1回が開かれて以来、イギリスは最もRDカップレースの盛んな国のひとつとなっている。'82年、第1回RDインターナショナル・カップ・ファイナルがブランズハッチからテレビ中継されるや、ヤング向けの健全なスポーツイベントとして大いに注目を集め、昨シーズンも3レースがテレビ放送された。今年には、ラングレー、ウィッチバイク、シェル、チャンピオンプラグ、ダンロップタイヤのスポンサーシップを集めて5戦が行なわれている。

フランス

カップ ゴロワース・ヤマハ

150名が参加するカップ ゴロワース・ヤマハは、今年から

1/3が初心者、1/3が他のプロモーションレース出身の若手ライダー、残る1/3が過去のカップ ゴロワース・ヤマハ出場者となったことから、出場選手の平均年齢がグンと下がり興味を集めている。

今年このシリーズのスポンサーとなっているのはゴロワースのほかフリガン・レーシングスーツ、ダンロップタイヤ、GPAヘルメット、ビクター、ソノートヤマハ、CFMレーシングスクール、クロノオーガニゼーション、モトレビュー誌、モーターの各社。

スイス

パークレイカップ'84

昨年まではRD250LCでシリーズ戦が行なわれていたスイスも、今年からはRD350LCでのレースとなる。特殊事情でレースは、フランス、ドイツ、イタリアなど隣接国での開催となり、今年は10戦が予定されている。

デンマーク

RDカップレース

昨年からRDカップがスタートしたデンマーク。1年目は5戦であったシリーズ戦も今年は一挙に2倍に増え、ジュニア/セニアとノービスの2クラスに60名のライダーがチャレンジしている。

メインスポンサーはメツラータイヤだが、個々のライダーをサポートしている販売店さんも多い。

オランダ

RD350LCカップレース

オランダも昨年からシリーズ開催国の仲間入りをし、販売店さんも、ヤマハモーターNVも、オランダモーターサイクル協会もと、このレースにかかわったすべての人々が、RDカップに夢中になっている。スポンサーは、ヨコハマタイヤ。今年の参加者は70名。

ベルギー

カップ ヤマハ・トータル1984

ベルギーは、RD350LCの人気がきわめて高く、プロダクションレースに出場する人の95%はRD350LCというほど。トータル・ベルギーとディエツテレンスポート（ヤマハインポーター）をメインスポンサーとして行なわれ、チャンピオンにはRD500LC（RZV500R）が贈られることになっている。

フィンランド

ヤマハ・シニサロカップ'84

他のヨーロッパ諸国での評判をもとに、フィンランドでも今年からRDカップがスタートした。スポンサーは、メツラータイヤとシニサロ。4戦にわたるシリーズ戦の結果、チャンピオンはRDインターナショナルカップ・ファイナルに派遣される。

●インターナショナル・ファイナルも開催!

'82年になるとRDカップシリーズは、ヨーロッパのモータースポーツの中で、さらに評価を高め、新鋭ライダー育成の場として注目されるようになりました。

例えば、'82年のイギリスGP250ccで優勝したマーチン・ワイマーは、'78年の第1回ヤマハカップレースのスタートとともにレース活動を開始した若者であり、この年250ccランキング4位になっています。

デンマークもRDカップレース開催国の仲間入りをした'82年、最も注目すべきことは、イギリス、フランス、西ドイツ、スウェーデン、ベルギー、オランダ、デンマーク、スイスの8カ国からRDカップシリーズのトップライダーをイギリスのブランズハッチ・サーキットに招いて第1回ヤマハRDカップ・インターナショナルファイナルが開かれたことです。

優勝した19才の学生ステイブ・チャンバースと2位の17才のアラン・カーターとの差わずか0.2秒。1位から5位までの差がたった1.2秒というこの素晴らしいレースの模様は、テレビでも放送され爆発的な反響を呼んで、多くの企業がまだスケジュールも決まっ

Cがヨーロッパに上陸したことです。市販ロードレーサーTZを思わせる水冷・2サイクル、45馬力のスーパースポーツはすばらしく速く、どこのプロダクションレースでも入賞を独占してしまうほどの勢いでした。西ドイツにおいても当然のように、レースモデルはXS400からRD350LCへと移行。こうして'81年、現在のRDカップレースが開始されました。

同時に、ヤマハカップレースのコンセプトは、またたく間に全ヨーロッパへ拡大して行きました。イギリスでは、ヤマハRD350プロ・アマシリーズとして、フランスでは有名なタバコ会社ゴロワースのサポートを得て、さらに自国にサーキットのないスイスでさえ、フランスやイタリアのサーキットを使って、

●底辺拡大の大役を果たしつつけるRDカップ

'83年には、オランダが6番目のRDカップ開催国に。これを持ちこがれていたオランダのライダーや販売店さんの打込みようは大変なものでした。

そして、この年2回目を迎えたRDカップインターナショナルファイナルは、8カ国から24名が参加して西ドイツのGPコース・ホッケンハイムリンクで行なわれました。トップが7回も交代する激しいバトルの末、第1回の優勝者チェンバースを半車輪押さえて優勝したのはマン島出身のヴラハム・キャネルでした。

★

他のワンモデルレースが相ついで消滅したり名前だけのものと化している中で、フォードやフォード・ミュラ・フォードやフォーミュラ・ルノーがカレースで果たした大役を、ヤマハRDカップレースはモーターサイクルで果たしており、これがRDカップレースが若いライダーたちのプロへの登竜門といわれるゆえんでもあるのです。

注目の第3回インターナショナル・ファイナルは、今年9月30日、オランダGPの舞台となる、アッセンで開かれます。



さらに広がる

RZ

の世界

空のカップル、 RR&FZで 2700キロの ハネムーンツーリング

航空機の整備士をされているご主人とスチュワーデスの奥さま、新婚ホヤホヤの空のカップルが、ハネムーンツーリングに選んだパートナーは、奥さまがRZ250RR、そしてご主人はFZ400R——RZが広めたスポーツライディングの浸透ぶりを物語るような、なんともうれしい話題です。

鬼首温泉郷で



出発前のチェックもすべてOK——ギャルソンさんの店頭で、柿山社長をはさんでVサイン

全日空の国内線スチュワーデスをされている小松恵理子さんは、5年も前からスポーツとしてバイクを楽しまれています。50ccからスタートして、125ccトレール、400ccオンロード……と車歴も十分。

一方、同社の運航整備課にお勤めの小松忠二さんは、高校時代だけバイクを楽しみ、そのままリタイアしてしまった元ライダー。しかし、交際が始まるや小松さんは、林道ツーリングに出かける恵理子さんをエスコートするためにDT125を購入。再びバイクライフを開始したのです。

そんなお2人がめでたく結婚式を挙げられたのが弥生・3月。忙しいスケジュールをやつと調整されて、6月23日から9日間、みつき遅れのハネムーンに出発しました。

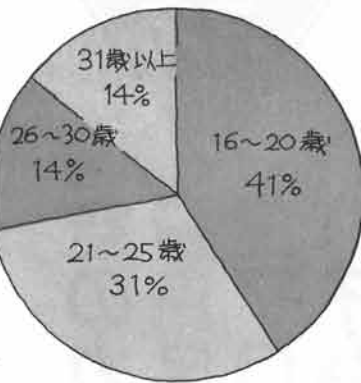
「新しい門出を新しいバイクで」というお2人が選んだのはRZ250RRとFZ400R、2サイクルと4サイクル、2台のヤマハスポーツです。ルートは、奥さまの出身地・山形県天童市を経て、津軽半島、下北半島を巡るみちのく1周、2700キロ。行きつけの販売店「ギャルソン」(柿山政行社長・東京都中野区)さんから、発売ホヤホヤのFZ400Rが納車されるや、即旅立ちとなりました。

東京↓新潟↓天童↓秋田↓男鹿半島↓弘前



「悪路を何時間も走り、淋しい山道を空腹に耐えながら、疲れに打ちかちながら走った充実感はないものにも代えられない」(恵理子さんの日記から) 下北半島恐山で

↓岩木山↓竜飛崎↓青森↓恐山↓十和田湖↓八幡平↓湯沢↓天童↓猪苗代↓東京……と8泊9日、全走行距離2688キロ。
季節柄行く先々で雨に降られながらも、蔵王エコーライン、岩木山スカイライン、八幡平アスピーテライン、西吾妻スカイパレーなど、RZやFZのためにあるような道路に恵理子さん)でコーナーリングを満喫したり、秘境下北半島のオフロードを空腹に耐えながら深夜12時すぎまで走りつづけたり、秋田市で立寄った販売店さんで、しばしFZ談義に花を咲かせたり……数えきれぬほどの貴重な体験を重ねながら、ライダーもマシンも完全にノントラブルで、2700キロを走破したのです。
「転倒も事故もマシントラブルもまったくなし。素晴らしいツーリングをすることができました。初めて乗った2サイクルのスポーツバイクで、女性にも乗りやすく扱いやすかったですね。加速感がとって気持ち良かった」と奥さま・恵理子さん。
「FZも私もとにかく快調でした。それにしてもフェアリングの効果は大きいですね。疲れを全く感じさせない。思う存分コーナーリングを楽しんできました」とご主人・忠二さん。まさにハッピーな、空のカップルの初フライトでありました。



1 ヤングもアダルトも、男性も女性もみんながSRXに乗りに来た!



あいにくの雨にもかかわらず、早朝からSRX250の試乗に駆けつけたお客さまたち。まずは彼らの年齢から、SRX関心層をみてみました(図1)

6月のFZ400R発表試乗会の際の試乗者が、19才~24才のヤング男性に集中していたのを考えると、SRXの場合はまさに好対照。16才のヤングから46才のアダルトまで、幅広い人びとが集まっています。とくにグラフでは、5才ごとに年齢を区切っているため、



SRX250発表試乗会にみる ホットPPFのプロファイルと試乗評価

こんなスポーツバイクが欲しかった!

ヤングも、ギャルも、アダルトも みんな大注目のSRX250

6月25日の新発売と同時に、お客さまの間からは『こんなシンプルなスポーツバイクが欲しかった』の声があがり、またお店のみなさまからも『これで新しいスポーツバイク需要層の開拓にチャレンジだ』とにぎやかな話題を呼んでいるSRX250。

7月に行なわれた全国一斉発表試乗会は、前回のFZ400Rの時とは、打って変わった幅広い層の人たちで大きなにぎわいをみせていました。さてそんな中から、SRX250にいち早く熱い関心を寄せているのは、どんな人たちなのか? また、彼らのSRX試乗感は何? をさぐってみました。

※なお、データは、SRX250全国一斉発表試乗会のうち7月8日、ヤマハ東京(株)東神奈川営業所会場、ヤマハ関西(株)阪神営業所会場、7月15日、同南営業所会場で集収したアンケートによるものです。



中型免許のOLベアは、SRXの軽さ、がお気に入り

●SRX250試乗者の所持免許(図3)

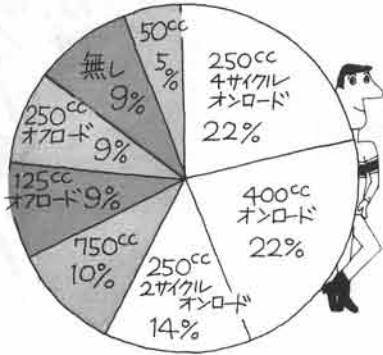
自動二輪
免許



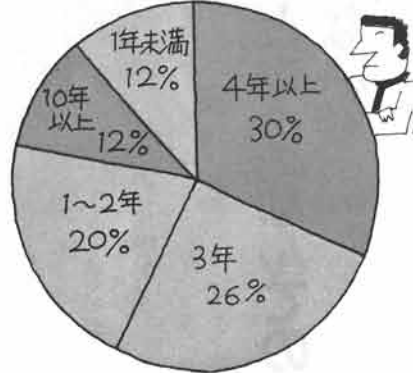
中型限定
免許



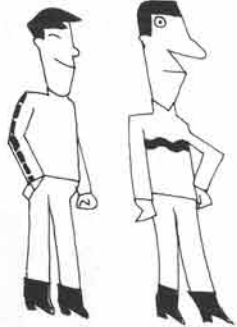
●現在の所有車(図4)



●オートバイ乗車歴(図5)



2 若葉マークも10年選手も、オンロード派も、オフロード派も、そしてリタイア組も……



●職業(図2)

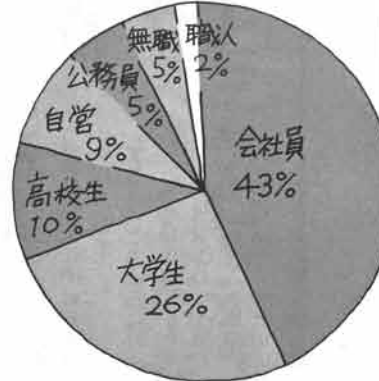


図5の二輪乗車歴も加えてみましょう。1年未満のホヤホヤの初心者から10年以上の大ベテランライダーまでが、10%前後の割合で各年令別に分布しています。これらからは、SRX250に初心者、ベテランの別なく、オンロード派、オフロード派の差なく幅広い関心が集まっていることがわかります。中でも、もうオートバイはやめた」というリタイア組のバイクごころを、SRX250が再び強烈に触発している姿が手にとるまじにおわかりいただけるでしょう。

図3は、試乗いただいた方がたの所持免許を、さらに図4は彼らの所有車をグラフ化したものです。ここには、SRXならではの興味深い特徴が、いくつも表われています。その第1は、250ccモデルにもかかわらず、大型自動二輪免許を持っている人が4分の1もいること。そして、所有車でみると、50ccから750ccまで、さらにオンロード、オフロードと、あらゆるタイプのバイクに乗っている人たちが、一様にSRX250に関心を寄せていること。加えて、二輪免許は持っているものの現在は所有車がない人、つまりある年令まではオートバイを楽しんでいたものの途中なんらかの理由でやめてしまった人たちが9%も含まれていること。

構成比率にバラつきがでていますが、実際は16才から35才まで、平均的にお客さまが分布しています。そして、このうちには約一割の女性が含まれていることも注目されます。さらに、これらの人を職業別に分類したのが図2。やはりFZ400Rの時と比べると社会人の割合が多く、しかもデザイナー、カメラマンといったカタカナ職業から音楽家、教師、大工さんまで多岐に渡っています。



足が長くなったような気分です

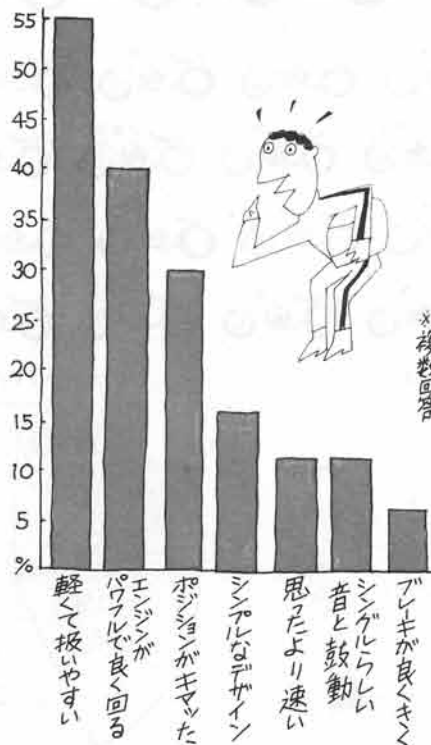


どの会場でもギャルの姿が目立ちます



3 乗りやすい！足が着く！速い！ SRXはどれも見かけ以上

● SRX250に試乗して最も気に入ったところ(図6)



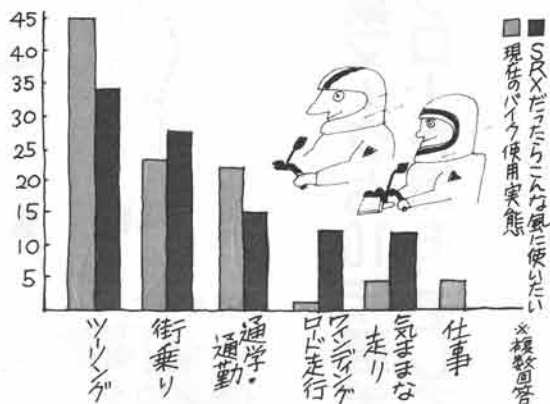
※複数回答

フルゾンにジーンズ、スニーカーといったカジュアルなスタイルで、一方、フルヘルにレーシング・スーツで、またが丈夫なオフロードブーツで……さまざまな服装でSRX250に試乗するお客さまたち。それでは、気になる彼らの試乗感を、うかがってみましょう。

- ▼想像してたのより速い——池波公男さん(31才・大阪市)
- ▼足が着いた！身長155cmのボクでも——歎崎修さん(16才・横浜市)
- ▼軽くて、小気味よくってセカンドバイクとして最高——柄岡誠さん(22才・西宮市)
- ▼スムーズに走って、ムリなく曲がる、とっても安心して乗れます——重森美千代さん(18才・大阪市)
- ▼とっても素直。自分の思ったとおりに走ってくれる——吉岡大介さん(18才・横浜市)
- とライトスポーツSRX250は、走りも上じょうの評価を集めています。

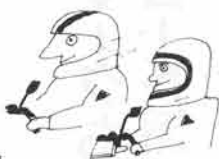
4 「ちょっと海を見にひと走り」なんでもSRXならキザじゃない

● SRX250をマイバイクにしたならこんな風を楽しみたい(図7)



■ SRX250ならこんな風に使用したい
■ 現在バイク使用実態

※複数回答



最後に「では、SRX250をマイバイクにしたなら、あなたはどんな風に使いたいですか?」とたずねてみました。

現在の所有車ではツーリングを楽しんでいるお客さまが圧倒的に多いのですが、SRX250になると、「仕事」を除くすべての面に使用用途がわかれていきます。

▼ちょっと海を見に行く、そんな時に最高のバイクですね、SRXは——立花正治さん(36才・大阪市)

▼ツーリング、街乗り、デート、それに暇な時は磨いて

——佐倉尚志さん(22才・貝塚市)

さて以上を総合してみると、SRX250はこれまでのスポーツバイクにはない、幅広い人びとを吸収する力を持ったバイクであること。そして、多くの人びとにこれまでとはちがったスポーツバイクの楽しみ方をクリエイトさせるような夢を与えているバイクであることが、はっきりとおわかりいただけるでしょう。

発売直後の試乗会とあつて、これから免許を取ってバイクに、とか、SRXに乗りたいたから免許をとりたいた、というお客さまには、残念ながらお会いできませんでしたが、新しいスポーツバイク需要層の開拓と、新しい趣味生活の広がりは、大いに期待できそうな全国一斉発表試乗会のいち日でした。



オフロード派も燃えています！

足着性とってもいいですね。彼女はRX50スペシャルからSRXへ代替予定

SRX250とミケロツティ、 熱血イタリアンスタイルがヤングに人気!



レッドとシルバー2台のSRXとミケロツティ・ファッションがジャスト・フィット



みずからもバイクに乗る高橋係長

いま流行のイタリアン・カジュアルファッションとライトスポーツSRX250の組合わせ——これは、東京・池袋にある西武百貨店本店の4階メンズフロア・ミケロツティコーナーの演出です。

イタリアン・ファッションと熱血イタリアンスタイルのSRX250のコーディネートが訪れるヤングやギャルたちの人気をさらっていました。同店紳士服飾部メンズ・テックの高橋義孝係長は、この展示の狙いをつぎのように話されています。

▼この売り場のターゲットは、20才前後のヤング男性なんです。当然、売り手からの情報として売り場演出にも、つねにニュース性を折り込むようにしています。それが、今回はSRX250というわけです。SRX250のコンセプトにも共鳴しましたし、若者にうける、話題性十分のバイクだと思いましたので。

▼以前にもオーバードライバーのバイクを展示したことがありますが、その時とはバイクに注がれるお客さまの眼差しが、完全にちがいますね。自分の生活と同じ高さの視線でみている、そしてまわりのファッションとのマッチングにも注意している。それにしても、ファッションセンスのあるバイクですね。SRX250です。

▼いまの若者って「マルチ行動派」。そしてハードよりもソフトに興味を持っているんですね。自分の生活が昨日より気持ち良くなるものならどんどん取り入れる。それが主、どれが従ということもないですね。自分の生活空間という舞台の上で、いろんな道具を使って、いろんな生活を演じて楽しんでいるんです。

今回のこの展示も、ミケロツティのモーターサイクルファッションとSRXのライト感覚がジャストフィットしたからです。



テニスウェアのアダルトも、新しい趣味生活。求めて

先手必勝

いち日バイクデパートの 反響を秋商戦へ

8月7日は立秋。ご商売もみのりの秋に向けて一気に加速の時期です。6月のFZ400R、7月のSRX250と2度にわたって開かれた全国一斉発表試乗会で蒔いた種も大きく育ち、それを刈り取るのもこれからの時期。この秋、販売店さんはどんな拡販プランを企画されているのでしょうか。東西4店の社長さんにうかがってみました。



夏から秋への企画もいっぱい、新規ユーザー拡大へ意欲みなぎる井上社長(左)と芝田勝美店長

バイクデパートで蒔いた種を刈り取る
秋は「新規ユーザーづくり」のとき

●YSP南柏・(有)井上輪業(千葉県柏市) 井上金男社長

千葉県柏市の国道4号線に面して、昨年2月にオープンしたYSP南柏さんは、場所から東京や茨城からもフリーのスポーツユーザーが来店します。中心は20代前半のヤング層。そんな若者たちに向けて井上社長は、すでに6月から綿密な新規ユーザー獲得作戦を展開中、その総決算となるのが、この秋商戦です。

「この秋商戦のメインターゲットは、ずばり学生層です。それも、うちの『いち日バイクデパート』に来店してくれたヤングたち。学生さんにとって9月は、夏休みのアルバイトで貯めたお小遣いをどう使おうかと考える楽しい時期です。よね。ところがいまは、やれデニスだ、四輪だ、と欲しい物がたくさんあって、なかなかバイクに全額投入とはいかない。じつは、そのところをバイクに集中してもらったための種蒔き作業が、夏の『いち日バイクデパート』だったわけです。夏休み前にニューモデルの魅力を試乗を通じてじっくりと覚えていただき、アルバイトの「目標」にしておくと……。実際、FZ400Rなどは50人以上の方に試乗してもら

っていますので、これからのフォローが楽しみです」

アフターフォローは
ツーリングへの誘い

さて、そのアフターフォローの具体策は「ニューモデルの魅力とバイクの楽しさをもう一度強烈に体験させて、最後の購入に結びつけることですね。そのための活動として考えているのはツーリングです。

「いち日バイクデパート」や雑誌広告、チラシなどで来店してくれた方を、積極的にうちのツーリングにお誘いして、参加してもらおう。そして、ツーリングでは、ただ走って帰ってくるだけでなくFZ400RやSRX250などの試乗、バーベキュー大会、撮影会などを盛り込んで楽しさを倍増させるつもり。また「いち日バイクデパート」の継続のような形で9月まで、SRX250やチャンプなど新商品の店頭試乗会をつづけて、あわせてお客さまを育てて行くつもりです」と語る井上社長。自店ユーザーの代替は夏までに一段落。これからは新規ユーザー獲得の時期です。と、意欲もまんまんです。

下取りセールで代替促進、接客時間を伸ばし コミュニケーションづくりも

●(有)丸富オート販売 (横浜市) 長田耕作常務

「ビッグバイクの需要は確実に上がっているようにですね」と力づくよく語る長田常務。市場の動きに的確に対応した秋商戦の準備も、もったいなく進行中です。

「夏場は、どうしてもバイクの使用頻度が高まるので、この時期に代替する人は少ないですね。だから『いち日バイクデパート』でニューモデルに試乗しても、いいなあー」と思うだけで、成約まではいかない。

ところが、そんな人たちがなんとなく代替を考えるのが、秋なんです。そこで、うちでは「下取りセール」をこの秋のメインにして、ニューモデルの拡販を進めていくつもりです。それと、定期的なチラシの配布によるセールの開催告知などの他に特にこの秋は、お客さまとのコミュニケーションを大切にして、来店した人の固定客化を考えていきます。こ



「秋商戦ただ今じっくり準備中」と長田常務

れからの商売、大切なのはお客さまと店との信頼関係ですよ。

そのために、1人10分ぐらいで済ませたい接客応待も、30分とかじっくりと時間をかけてやっていきたいと思っています。店の姿勢や活動をきちんとお客さまに説明して、理解していただく。それが店の個性化にもつながり、固定客の増加にもつながると思いますのでね。」

秋の主力商品はFZとSRX。 DM&チラシ作戦で来店促進を図る。

●YSP甲子園 (兵庫県西宮市) 西上正己社長

この6月に2番目の店舗「YSP甲子園」をオープンされたばかりの西上社長。持ち前のバイタリティーで過去最高の販売台数にチャレンジされていますが、その原動力となっているのが徹底した顧客管理にもとづくDM&チラシ作戦です。

「いち日バイクデパート」の成果を、確実に販売に結びつけるには、店独自の試乗である興奮を再度体験させてあげることでしよう。店頭試乗会ではなく、いつもデモカーを用意しておくということです。うちの商売の中心は、コンピューターにインプットした1000名以上の顧客リストに



「SRX250全国一斉発表試乗会」で、クラブの会長・藤原さんと西上社長(右)

もづくDMと、毎月最低でも5万枚は配布しているチラシ。「チラシはもったいない」なんて同業の人から良く聞きますが、内容の問題ではないですか？ 効果は。DMもチラシも内容は、すべて私が考えます。お客さんの立場になってね、大変だけど楽しいですよ。チラシも毎月配布することで効果が出るんです。1回目で触発して、次のチラシで来店を

スポーツ拡販で店のグレードアップを 店独自のライディングスクールで需要発掘!

●木下オートセンター (大阪府岸和田市) 木下満社長



「このSRXの登場で、ヤマハスポーツのラインナップは充実。この秋はSRXなどスポーツ中心に頑張ります」と話す木下社長(右)とお客さま

「6月に店舗を改装したばかりですから、夏から秋にかけてはうちの勝負どき」と意欲的な木下社長は、秋商戦の展望をつぎのよう話してくださいました。

「いち日バイクデパート」などイベントを成功させるカギは、やはり動員活動。幸い、うちでは30名ほどのツーリングクラブ、チームオーバーレフが活動していますから、クラブ員の口コミを中心に動員活動を展開することができました。

また、たまたまお店に寄ってくださる新規のお客さんにも、「いち日バイクデパート」を知ってもらおう工夫を考案中です。つまり、「いち日バイクデパート」のいち日をビデオ

促すというように。

この秋、自信を持って売ろうと思っているのがFZ400RとSRX250。もちろんDMとチラシをフルに活用してね。うちの場合、購入していただいたお客さまへのアフターフォローには絶対の自信があるんですけど、口コミなどで来店しただけの人のフォローはまだ不十分。それがこれからの課題ですね。」

に搬ってそれを店内に流しておくんです。イベントの楽しいプログラムを細かく紹介してあげるには、これがベストですね。

さて、この秋はやはりSRX、FZR、DT200、などのスポーツを主体とした商売を展開します。スポーツを売るとは、店の信頼につながり、店の格も上がり、また修理依頼も増え、またそれらの影響でスクータ需要も増えることは間違いありませんからね。具体的なプランは、ミニバイクレースの開催、店独自のライディングスクールの開催……といったところ。うちでは過去6年間のスポーツのお客さまのリストを管理していますから、DMなどもどんどん打って、こうしたイベントを成功させようと思っています。」

チャンプ人気、秋のキャンパスにさく裂! 関東6大学で、2600名が試乗



6月下旬には、各大学の代表を集めて表彰式も行なわれた

夏休み直前のキャンパスを舞台に、ヤマハが展開してきたニュースクーター・チャンプの話題づくりは、大きな反響を呼んで無事終了。再びにぎわいを取り戻す秋のキャンパスで、その波及ぶりが大いに期待されます。

キャンパスにチャンプ旋風を——とヤマハではこの夏「花の関東6大学広告研究会対抗チャンプ・リレーモニター・コンテスト」を開催。同時に、関東、関西圏の220の大学でチャンプ・キャンパスボード広告を掲載するなど、積極的な話題づくりを展開してきました。特にリレーモニターコンテストは、6月号でもご紹介のように、慶応、明治、立教、青山学院、明治学院、成城の6大学の広告研究会が参加。5月末から約20日間にわたりリレーモニターをつづけ、試乗者の人数、試乗距離、試乗会の趣向を競っていたいたものです。

この結果は、6つの大学でのべ2600名のヤング、ギャルがチャンプに試乗。のべ2100キロの距離を走破しました。そして、先頃このコンテストを締めくくる表彰式も行なわれ、総合優勝の慶応大学をはじめ、各大学に多彩な賞が贈られました。

●インプレッションもいろいろ

さて、興味深いリレーモニターの結果をみてみましょう。

試乗した学生のうち約70%は「スクーターは持っていない」という潜在需要層。そして彼らのチャンプ試乗感は一

「加速が良い。乗り心地が良い。カッコいい」とやはりチャンプのズバ抜けた走りや、先鋭的なスタイルに人気が集まっています。しかし、その一方でいかにも現代の大学生らしいユニークな印象表現も目立っています。「気持ちがいい」「おもしろかった」「嬉しかった」「良かった」「浮き浮いた」「さわやか」といった試乗感。

「かわいい」「今風」「好き」「素敵」「明るい」「フアイン……」といったスタイル感。

なんとなく、彼らがチャンプに寄せる共感ぶりが、想像いたただけるでしょう。

370名が試乗して「努力賞」を獲得した明治学院大学・広告研究会の横井浩史さんは「スクーターは、いまの大学生にとって決して特別なものではありません。キャンパスライフの中に完全に溶け込んでいるんです。みんなの試乗ぶりをみていても、日常生活用品のひとつ、ジュースなどの試飲と同じ感覚で試乗しているんですね。そんな学生のフアイリングに、ビッタリのスクーターといえるのではないですか、チャンプは」

こうしたチャンプの人気は、夏休みも再び学生たちが戻ってくる9月のキャンパスで、さらに大きく花開くことでしょう。

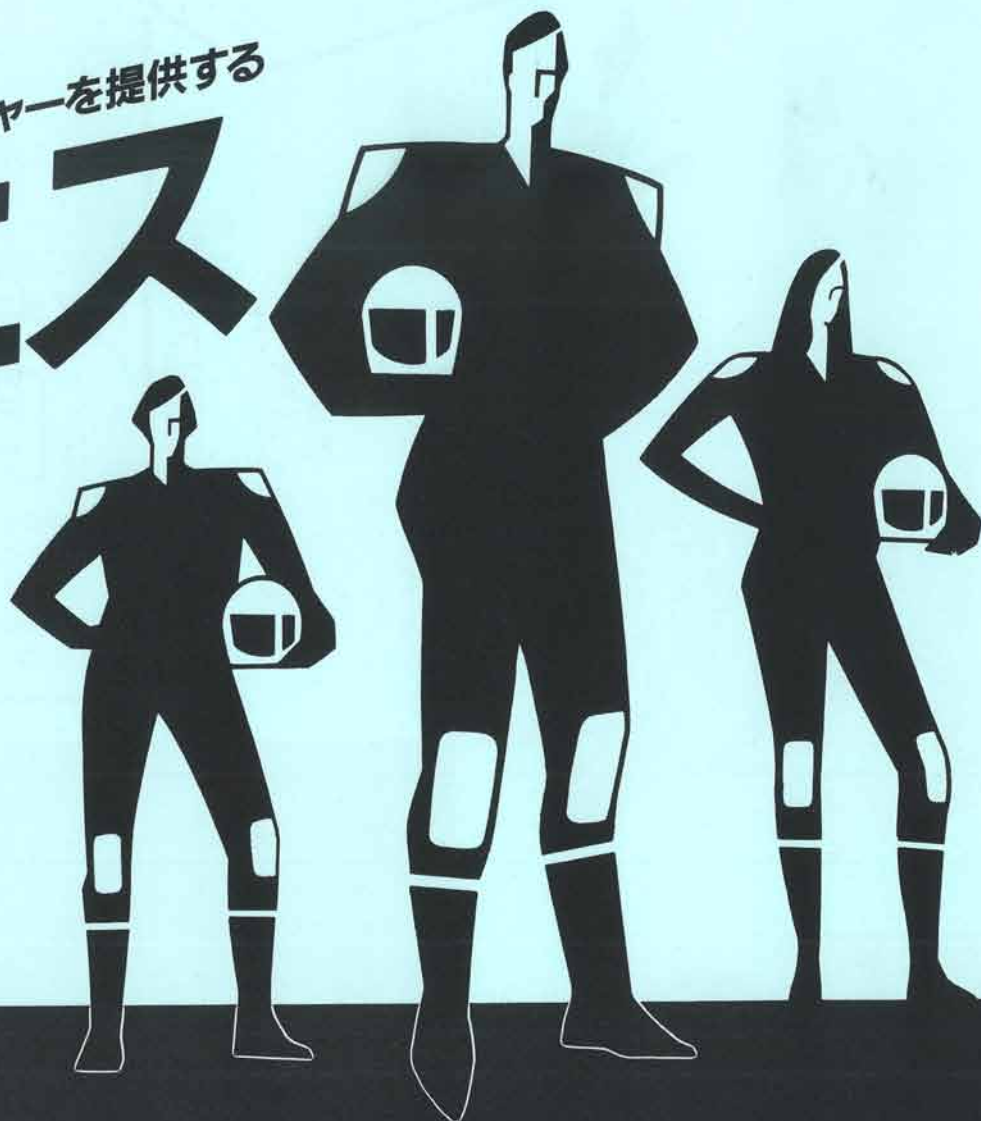


加盟店募集開始!

新しいクラブづくりに、みなさまのお店もふるってご参加ください。

モータースポーツ・レジャーを提供する

イエス



単純に商品を販売するだけではなく、それを使った“遊び、の提供が、ますます重要になっているスポーツバイク販売。

そこでヤマハでは、モーターサイクルをスポーツのひとつとして位置づけ、その普及と需要の創造を旨とするモータースポーツ普及政策、Y.E.S.S.=イエスを展開することになりました。

ヤマハと全国の選ばれた販売店さま、そしてお客さまが一体となって展開する、この新しいモータースポーツ普及活動に、みなさまのお店も、どうぞふるってご参加ください。

Y.E.S.S.の参加資格は

モータースポーツの普及を共通の目的として、イエス・スタッフ(お客さま)にモータースポーツ・レジャーを積極的に提供できる、意欲的な販売店さんに限らせていただきます。(初年度の募集店数は、全国500店)

Y.E.S.S.の参加費用は

- 入会金…………… 1万円
- 年会費…………… 2万円(初年度の有効期限は'85年12月31日まで)

Y.E.S.S.販売店さまには、かずかずの特典も用意しております。詳しくは、担当のヤマハマンにお問合わせください。

こんにちは 函館さま ヤマハ



♥大野信代さん
「私が戦闘機なら、さしずめ女房は航空母艦。私はツーリングが好きで、普段でもフラックと出かけてしまっただけ、その間一人で店を守ってるんだから苦労も多いと思うよ。最近じゃ安心して行かせてもらってるけどね」

●南大野モーターズ(函館市昭和町)
大野宣彦社長



(社長さんが語るうちの女房)

函館

日本のモーターサイクル・ユートピア北海道。本州からのツーリング・ライダーがドツと押しかけて、まさに夏まっさかり。そんな北海道の玄関・函館ではヤマハ奥さまたちも、元気いっぱい、短い夏商戦に大忙しの毎日です。



♥砂田笑久子さん
「免許教室を担当させて一年半。いまじゃ合格率100%ですよ。どうも自習セットの使い方と、答案の書き方を細かく教えているのがいいみたいです。メカに弱いところもカタクをよよく読んで勉強してるし、お客さまの信頼度も高いですよ」

●スナオート(上磯町久根別)
砂田章一社長



♥伊藤順子さん
「私は外まわりで店にいない時の方が多くいらいなんです。そんな時にもよく店を守ってくれてますね。欲を言えばキリがないんだけど、これからは免許教室の講師をやらせるつもりなんです」

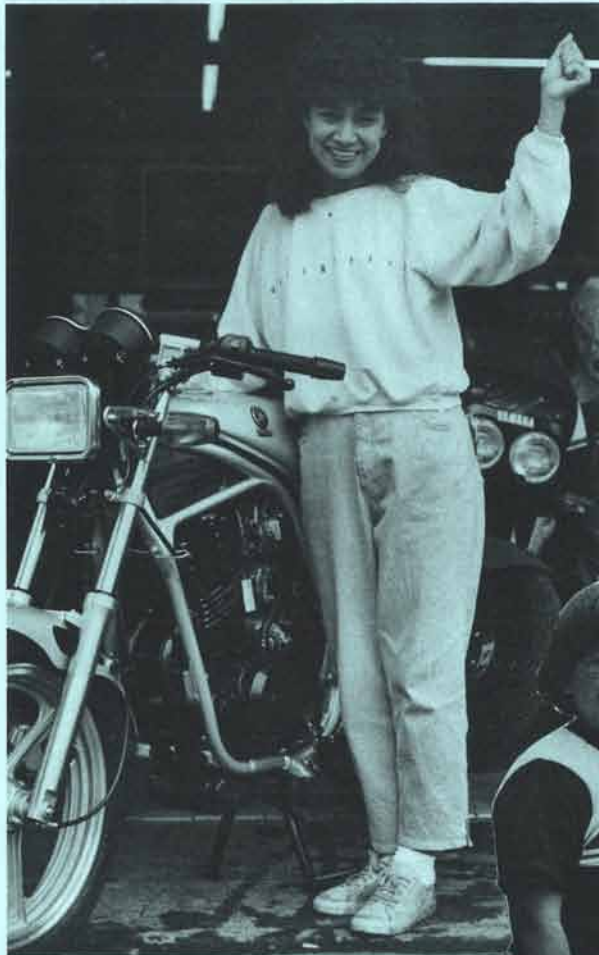
●南伊藤商会・茂辺地支店(上磯町茂辺地) 伊藤洋一専務



♥間島康子さん

「ヤマハ奥さま大会に出席してから、見
ちがえるほど積極的になったね。いまじ
ゃ商品ガイドをじっくり読んで、商品知
識を仕入れてるよ。自分の手でつかんだ
セールスポイントをひと
つでも持っていると、つよいものだよね」

●南函館マジマ（函館市松蔭町）
間島正明社長



♥細川和子さん

「商売のことには **勉強熱心** な女房で
す。お客さんにあわせて、商談もうまいしね。
値段のこと、デザインのこと、メカのこと、
オプションのこと、なにを聞かれてもOK。
最後はおいしいコーヒーまでいれてあげる」

●細川商会（函館市万代町）細川清吉社長



♥渡辺友子さん

「元デパート店員だからね、なんと
いったってうちのは。接客には絶対の自
信持ってるし、事実うまいよ。とくに
初めてのお客さんの対応は天下一品。
それに **声美人** だから、免許教室
卒業生のアフターフォローの電話作戦
も効果的なんだ」

●株渡辺商会（函館市宝来町）
渡辺健二社長



●太田克彦が人気マガジン編集長に聞く当世若者気質
Magazine & Magazine

⑧



「ザ・バイク」

(発行所)毎日新聞社
 (創刊) '81年3月21日創刊。'81年6月から隔月刊となり、さらに'83年3月から月刊化(毎月1日発売)。現在29号を編集。別冊は5号発行。
 (編集部構成)8名(男6名、女2名)。外部スタッフは約20名。
 (読者対象)大学生および若年社会人を中心として、幅広い年代層に愛読されている。女性ライダーの読者が多いのも特徴のひとつ。発行部数は21万部。
 (編集方針)ニューバイクライフの提示、特集主義、バイク環境諸問題への発言と提言、二輪文化の発展——を基本とした総合バイク雑誌。「ワイドな視点で、人とバイクのかかわりを大切に、新しいバイクライフを提唱する」(内木場編集長談)。
 (編集内容)新しいバイクライフを提案する巻頭第1特集と、ライダーに直結するホットラインとしての第2特集を機軸に、ジャーナリスティックな連載提言企画や国内外の気になった最新情報、人間とバイクのかかわりの原点に語りかける感動のメッセージ——等を満載。
 (編集長プロフィール)高校卒業後、広告制作会社・アドセンターに入社。その1年後に桑沢デザイン研究所で2年間グラフィックデザインを学び、多方面にわたってヴィジュアル関係の仕事にたずさわった。桑沢卒業後、毎日新聞社で6年間『毎日グラフ』の制作にたずさわった後、『ザ・バイク』の初代編集長となる。1949年8月4日生まれ。血液型はA型。

●第8回ゲスト

ザ・バイク
The Bike

編集長 **内木場博美氏**

「専門誌的といっても、この雑誌にはメカとかハードウェアよりも、もっと情緒的な面が強いように感じるんですが。」

「もちろんそうなんです。ほく自身がマシンよりも人間のほうに興味があるほうですから人間が乗るといふ前提なしにオートバイを考へることができないんですね。その点いまはバイクが生活の中に溶けこんでいるという例をよく目にするのができるようなったので、やりやすいですね。ブームというのはどうもさらいですが、オートバイに乗る人がふえたことはいいと思います。」

「そうしますと、ギンギンにとばしたがる読者ですとか、バラノイアのような機械嗜好の人たちとはちがう層が読む雑誌なんですよ。」

「初めてバイクを買いました」という読者が多いですね。女性の数もかなりいます。ハカキですとか読者調査の結果でわかったんです。創刊当時は丸の内界限ですく売り切れたりしました。」

「それは警視庁あたりに売れたとかか。」
 「ええ、そうですね。ハデにキャンペーンやりましたからね。」

「どちらかというと、ぶつうのバイク雑誌よりも年令層はいまでも高いかもしれませんが。つくるほうでも大学生くらいを頭においてます。読者を絞ってこんで考えたほうが、企画のイメージが具体的になるんですよ。」

「こんどオフロード特集を組んだんですけど、オフロード・ファンから、ちょっとちがうんじゃないかな?」なんていわれました。でも理由があるんです。あれは日ごろオンロード・タイプに乗っているAくんに向けてつくったからです。オートバイには乗っているけど、オフロードを体験したことはないという読者が多いでしょ、Aくんもそうだったんです。」

「オフロード・ファンに向けたオフ特集っていうのは、どうしてもむずかしくなっちゃいますから、これを会話形式で進めて、こうすればAくんわかるかな?」というふうな考えながら編集していったんです。スベック集めだけの、データだけの仕事っていやですかからね。」

「飽きずに長く乗ってほしいから、むしろバイクって、
未来的だと思えますよ!」

レース場などときどき見かける内木場編集長の姿は、たいへん華奢に見える。しかし指宿で育った九州男児だそうで、タフな身体とハードなロマンティズムをもっているようだ。聞くところによると桑沢デザイン研究所を出て、多くの後輩にあたるのだそう

だ。やはりオートバイで道を踏みちがえたひとりにらしい。そのかわりたくさんの読者がいま、ユニークな企画の恩恵にあずかっている。大きな誌面の見開きいっぱい、旅だとか、オフロードのすばらしい風景が展開されている。どこの国で撮ったのかさえわからないぞ

の場所は、内木場編集長に聞いても教えてくれない。秘密の画面づくりを楽しんでいる彼の映像感覚はたしかなものだ。
 この雑誌にほくは、一見矛盾した言葉だが「品性のあるラディカルさ」という姿勢を保つことを注文したいと思っている。

「表紙も内容も、初めて出たころに比べると『ザ・バイク』はずいぶんイメージががらうんですが、どんなきっかけで変わってきたんですか?」

「ちょうど暴走族が騒がれていたころだったんです。創刊したのが。ウチの特徴は新聞社が出しているってことでしょ、規制のキビシサにたいしているんなキャンペーンはったり、

とにかく専門誌とはちがう位置にいたことはたしかですね。いまはそれが専門誌のほうに近くなってきたというか、時代そのものものちがいに反応してきたと思うんです。」

「そういうハウ・トゥウのほかに、どうい

うことを読者につたえたいと思いますか？
「以前はバイク、イコール暴走族のイメージが強かったですよ、でも、いまはバイク、イコール事故なんです。どんどん発売されるのがレーシーなタイプでしょ。ほくは個人的にはカンベンしてほしい世界ですけど、憧れる気持ちもわかるんです」

公道はあらゆる条件を考えたってレース場とはちがう。そこをレーシングマシンで走るイメージをもちたいというのは、一種のシミュレーションですよ。時代そのものが模倣的世界に向かっていますからね、そういう方向にいくのはわかる」

「ただね、テクがないのに憧れで選ぶから危険が大きくなるんです。メーカーはメーカーで、つぎつぎ新しいバイクを発表せざるを得ないわけですが、ユーザーはメーカー以上に賢くならなければいけないだと思っただけですよ」

トラディショナルなバイクがもつと見直されるべきだと思えますね。ヤマハのパーチカル・ツインみたいなやつが、過激ではなく、乗り手のことを考えたバイクがほく自身ほしいですから。だいたいふつうのかっこうで乗ることができるバイクって、いま無いでしょ。それで半年も乗ると、もう飽きちゃうんですからね。飽きずに長く乗ってられるバイクこそ未来的だと思えますよ」

読者にもそういう感触はつたわっているのでしょうかね。

「いま50ccに乗ってる読者ってあまりいません。編集のほうも中型以上の読者に焦点をあわせてつくっています。中型のほうは入門者がとても多いんです」

「ザ・バイク」は過激でない！——と、よく指摘されるんですが、まちがった過激ってのはやりたくないですからね。でも、プレス関係の試乗会ですとか、対抗レースをやるというも速いんです。なぜか成績がいいんですね、実際は」

内木場さんは、いつごろからバイクに乗りはじめたんですか？
「16歳のときです。トーハツ・ランベットというマシンでアルバイトをやっていたんです」

ラーメンの出前もちです。ほくは鹿児島で育ったんですが、ときには刑務所まで出前をやらされました。4人の囚人の前まで運ばされたときはホントに恐かった。

そのころオートバイは買えなかったんですが、いちど味を知ったらやめられなかったですね。もっと早くに始めてれば、もっともつと楽しめただろうと、いまでも思います」

「ザ・バイク」はファクションのページに神経をつかっているようですね。カラーでヴィジュアルな雑誌のせいですか。

「読者にたいしては、なんといつても安全性をいちばんうたててます。プラスよくフィットしたものです。ライダーってたいいていマシンには気を使うものなんです。でも、それと同じようにウェアにも気がかりが欲しいと思います」

使う側のことを考えたいから、でき得るかぎり現物をとりよせて実験してから載せるようにしています。その結果、仕上り中程度というふうにやったら、お叱りがきてしまいました。そういうときがむずかしいんです」

「暮しの手帖」のように中立の立場で徹底的にツツパるわけにもいきませんから。実はこういうやり方をしてると、人には言えない悩みもあるんです。仕事中に破損して買ったつたりするケースも出てきて、金がかかるんです」

しかし雑誌を長い目で見ようと思つたら、そういう誠実さが必要だと思えますね。「雑誌をパターン化したくない。つきは何をやろうという楽しみをいつももちつづけたいたいと思います。そういう発想が独立して別冊をいくつか企画して発売したんですが、ありがたいことにどれも売れているんです」

これは他誌とちがうぞ、という企画は？
「鈴鹿です。鈴鹿のレースについては、『ザ・バイク』は他誌よりもいちばんやつたと自負しています。だいたいどうして日本では一般誌でやらないんですかね。イタリアへいったら、ふつうの新聞に鈴鹿のレース記事がデカデカと載ってるんです。日本ではこんなに騒がない、といったら、どうしてだ！」って連中目をマルクして驚いていました」

こんども鈴鹿の耐久レースでは別冊を出します。8月3日に発売しますから、どの週刊誌よりも早いでしょう」

どうしてそんなに早く出せるんですか？
「新聞社つよ味でしょうね。それに速報は毎日グラフの選抜高校野球でトレーニングしてるんです」

有利な条件がそろってますね。今年もまた参加人員がふくれあがるのか？
「もはやバイクはブームなんかじゃないですね。5年以上もつづいてるんですから。そういう意味で鈴鹿は国民的イベントとして、もっと広めたいと思つてます」

しかしレースの記事を本社は理解してくるんですか？
「以前は説得に時間がかかりましたが、いまはモータースポーツを広げようという傾向にあります。旅の企画は万人の欲求があるからスナリだけど逆にページにするのがむずかしくて、四苦八苦しています。グラフィックな雑誌ですから、旅のいいページをつくりたいいつも思うんですが……」



いま話題のRZV500Rにまたがり話が弾む内木場編集長(左)と木田氏

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

6種類のノリモノ…… ボクのロマン製造機

機能を考えたらボクの場合、6種類のノリモノが必要になった。しかし、むやみにバイクを所有することは、経済的にも、スペース的にも厳しい。よって6種類のノリモノがマキシマムとなった。

その1つは、いつも気軽に使える生活の足スクーター。しかもクラスは50ccよりも125ccあるいは180ccがいい。どっちにしてもヘルメットを着用するのだから、パワフルでエンジンイデできるオーバー50ccのスクーター

ーとなる。

スクーターは、生活に完全密着していなければならないので、普段着でも似合うデザインとカラーリングがまず必要。もちろん泥で服が汚れては困る。さらにボクに必要な項目とは、コンパクトであることだ。軽くて省スペースでなければスクーターの意味がない。さしづめトレシーカシグナス。トレシーカの加速は絶対的な魅力。あまりに気持ち良く走るから、そのまま高速道路に入



れたら、もつといいのに。造形としてはシグナス125が魅力だ。渋滞の中やゴー・ストッパばかりの道路ではスクーターほど疲れないバイクはない。オートマチック車こそシテにピッタリだとしみじみ思ってしまう。

2種類目のバイクは自由自在にコントロールできるオフロードバイク。排気量は125か200か250のクラス。自在性を重視するならば250ccよりも200ccがいい。候補としてはDT200RかXT200。XTはDT200Rほどトレシーカになっていないが、コンベンショナルなメカで固めたのは長い目で見て好感がもてる。

3種類目は750ccのロードバイク。好みとしてはシャフトドライブ。エンジンはパレルフォア。ちょっと昔に活躍した3気筒DOHCのGX750もいい。あれにミニフェアリングとリヤサイドにFRP製のスポーツバッグがワンタッチで脱着できるというパターンが理想。

XV750Eもナカナカ好みのツアラーだ。あのロングホイールベースは長く走れば走るほどアガタ味が出てくる。そして、シンプルな色あいもいい。ナナハンは渋くジェントルに乗りたいたいからXV750Eは有力候補だ。さて、4種類目のバイクは、腕を磨くためにトライアル車かモトクロス車。30歳までは元気よく全開でモトクロスでスピードをつけ30歳を越えたら、精神コントロールも含めてトライアルバイクがいい。とくにトライアル車は極めてシンプルに作られていて、見ていて気分までスッキリとする。国際A級の加藤文博選手みたいにウィリーでフロントフェンダーにキックスをしてみたいものだ。ナンバーや保安部品が取り外せるTY250スコテイ

ッシュなら最高だ。

5種類目のノリモノはワンボックスカー。ジャンルとしては4ナンバーの商用車。これをモトクロスやトライアルの練習のためのトランスポーターとして使う。ケガを考えて、オートマチック車がいい。スタイルと大きさがタウンエースのハイルーフといったところが友達にバイク・トラブルでもこの一台があれば助けてあげられる。それにバイクを積んで彼女とのキャンピングにもいい。

6種類目のノリモノはバイクの親戚、自転車。これにはとても迷いがある。スピードを求めるロードレーサーか野山を走るマウンテンバイクか、というところ。見ていて美しく乗って健康的な自転車に再び恋愛感情を抱いてしまう。

以上が今、ボクがざっと揃えたいノリモノの候補だ。6種類のノリモノはそれぞれに夢を与えてくれる。さしずめ、ロマン製造機といったところが。そして、この特殊な製造機を大切に保管できる空間が必要だ。明るさいっぱいのガレージだったら最高だが贅沢はいわない。湿気の少ないところだったらどこでもいい。そして気が効いた工具一式も。

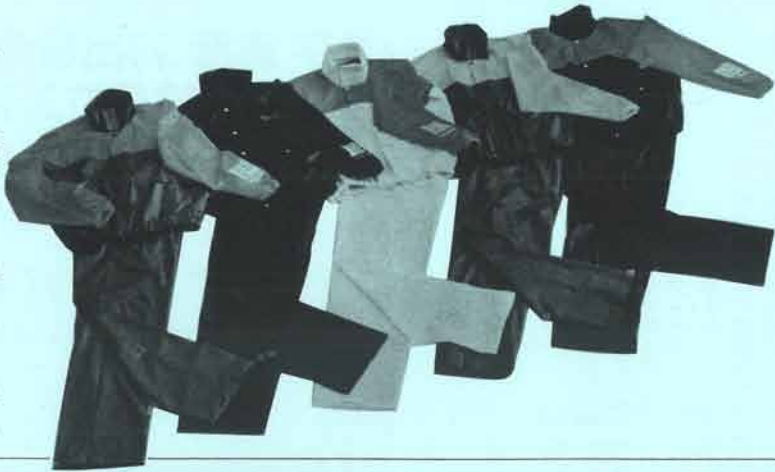
これら、6種類のターゲットはボクだけでなく、バイク大好き少年や青年や中年の、とりあえずのノリモノに対する現実的な夢ではないだろうか。マガジンハウスという出版社から出ている「ブルータス」が、すでに4回も続けている居住空間特集が好評とのこと。取材対象は違えども、結局が「そうやってみたい」という欲望をそのまま表現したものの、ノリモノ中心の居住空間も考えて見ては？とブルータスに言いたくなってしまふ今日この頃だ。

(小野寺秀悟)

FASHION

●コストパフォーマンス最高のバイク用レインウェアが強烈デビュー

バイク用のレインウェアといえば今までは高くてまずまずの性能が、安くてカッコ悪く



て、そして性能が良くない、というものがばかりでしたが、ここにヤマハ純正としてデビューした「オーガニック・レインスーツ」は一口に言って、安くて性能バッチリのおすすり品です。安くて、とってもいろいろあります。一万円以下でも品数は山ほどあります。そして大抵の場合、バイク用としてライディングフォームにジャストフィットしなかつたり、濡れてしまうものが多いのですが、3800円という低価格でこの点も見事にクリアしています。

素材は寒くてもけつて固くならない特殊な塩化ビニール。古くなってヒビ割れるってことはないものです。ぬい目は溶着加工して

あるから水モレの心配もありません。そしてバイクライダーにとってもっとも嬉しいのは、素材の伸縮性があることです。常に動きやすいことがライディングする上での必須条件ですから、これはきつとバイク好きの人が作つたものに違いありません。

素材の表面には、ゴルフボールのようにディンプル加工が施されており、シートに座つても滑りにくく、ベタつかないという特徴があります。前合わせはもちろん2重構造の本格派。オンロードに限らず、転倒の多いオフロードでもこの価格なら、そんなに気にせずバシバシと使えます。なおサイズはM、L、LLの3種。カラーは赤/青、黄/青、赤/白、赤/黒、黒の5色です。

BOOK

●本気で海外ツーリングしたくなる本

バイクライダーにとって、海外ツーリングは、永遠のメインテーマですね。島国日本が



ツーリングに適していない、ということはないのですが、広大な大陸を一日中走りまわるのは想像するだけで、胸ドキメイクするもの。そんな感動百パーセントのバイクツーリングの体験談と美しい写真で、そして海外ツーリングのノウハウを手際よくまとめたものが一冊の本になりました。

題して「海外アドベンチャーツーリング」(毎日新聞社刊、¥1500)。「このA4サイズ、160ページの一冊は、月刊ザ・バイクの臨時増刊として出版されたもので、監修はアドベンチャーライダーの風間深志氏。

ツーリング体験記は、風間氏を始めとして賀曾利隆、小島重雄、戸井十月、坂庭貞夫など、そして海外ツーリングのノウハウが

AからZまでギッシリ。備えあれば憂いなし。読んでから旅すれば、ノントラブルで楽しい旅ができることでしょう。

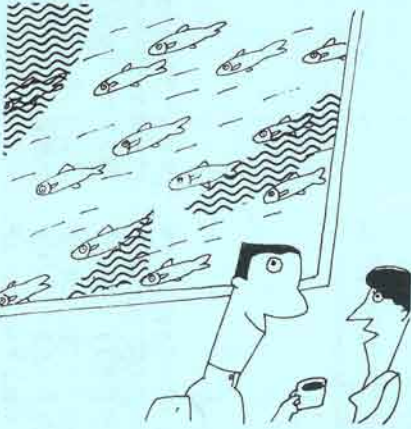
VIDEO

●目を奪われないBGV

BGVって何。BGMなら知ってるけれど、あまり聞きなれない言葉ですが、バック・グラウンド・ビジュアルの略なんですね、コレがBGVのジャンルのビデオ・ソフトが続々とリリースされ、出荷も好調だといえます。

そもそもBGVとは、ブラウン管の映像をインテリアとして活用しようという環境映像(エンバイラメント・ビデオ)のことです。2年ほど前に、アメリカで流行した「フィッシュ・ワン」というビデオは、魚の悠然とした泳ぎを固定カメラで撮影し、音声は水の音だけというシロモノ。それが売れて、一種の文化となつて今、根づこうとしているわけですね。

じゃあ、BGVの効用は? もちろん、現代社会のササクレだった人たちの神経を休ませようとすることです。そのBGVの種類にもいろいろとあり、人工的な編集を一切入れないもの、写真的なイメージで迫るもの、そして環境芸術的なもの、などなど。バイクがもともと感覚的品とするなら、BGVのターゲットに充分なり得るのですが、大きな画像で仲間とコーヒーのみながら、ゆつくりと会話を楽しみながら、チラホラ見ていると、話がひろがったり、イメージがふくらんだりという効果が期待できる、ということですね。



CANDY

●8月のアイスクリームはまだウマイ

いや世の中、本当にジョーク&ジョークの時代ですね。ビールの容器がロケット型になったり、ベンギンの絵で飾つたり、あしたがあるさ、なんていうステッカーを付けたりで、ホントにモウ、味より外観。地味より派手という指向ですね。ビールに負けず劣らずスコイ世界がアイスクリームの世界なのですね。まず、日本の商品名からいってみましょう。「雪見だいふく」(ロッテ、百円)、「さくら



もち」(かしわもち)(井村屋、百円)、「月見だんご」(仙台食品、五十円)、「餅きんつば」(カネボウ、百円)といった具合で味つけも名の通りにはあるからスコイ。

ネーミングの面白さでは五十円キャンディが主流。「秘宝探険」(森永)、「大予言」(雪印)、「あみだくじアイス」(雪印)、「おみくじ横丁」(マーメイド)、「ひょうきん坊」(カネボウ)、「そして、まいったね」(森永)には本当参つたですね。

形にこだわっているのがどんぐりコロコロの「くりころりん」(エスキモー、百円)、味も形も「とつてもいちご」(カネボウ、五十円)、「そしてギョッとするのがまんまメロンの「メロン」(井村屋、五十円)。もつとスコイのが「\$1,000,000パー」(マーメイド、五十円)。「その他いろいろとドキドキするようなアイスクリームがありますが、これだけは季節商品。暑い時に食べるのが一番です。

平忠彦、初出場の世界GPで 2戦連続6位入賞!

ローソン/YZR500、依然トップ!



初めてのヨーロッパのコース・アッセンで、世界の強豪を向うに堂々の走りをみせる平忠彦とYZR500

注目の世界選手権ロードレースシリーズは、7月1日の第8戦・ダッチTT(オランダGP)、8日の第9戦・ベルギーGPで中盤戦のヤマ場を迎えた。

この2GPの焦点は、快調にランキングをリードするYZR500のエディ・ローソンに対して、猛追するチャンピオン、F・スペンサーがどこまでポイント差を縮められるか? そして、孤軍奮闘のローソンの強力な助っ人として世界GP初出場の全日本チャンピオン平忠彦が、どこまでその大役を果たすか……というところ。

16万人の大観衆が見まもる中で行なわれたダッチTTでは、二週目でスペンサーが早々とリタイア。ポールポジションからスタートしたローソンは、マモラ、ロッシのNSコン



ヨーロッパの強豪を押さえ堂々のワン・ツーフィッシュを決めたジョンソン(左)とグローバーのYZコンビ

グローバー・ジョンソンのヤマハコンビ アメリカGPで1-2位独占!

ビと激しいバトルを演じながらも、確実に3位入賞。スペンサーとの差を27ポイントと開いた。

デッドヒートがつづいている500cc級世界選手権モトクロスシリーズは、7月1日のカナダGPで9戦を終了したが、中盤戦のハイライト、アメリカGPでブロック・グローバー、リック・ジョンソンのヤマハコンビが総合1、2位を独占。地元ファンの人気を一手にさらってしまった。

6月24日、カリフォルニア州カールズバットで行なわれたこのアメリカGPの見ものは、第2ヒート。日



FZR400+江崎正

一方、500ccに劣らぬ激戦をつづけている250ccクラスでは、ヤマハTZ250を駆ってブライベイト参加をつづけている福田照男が、ダッチで6位入賞。ランキングでは、フランスのC・サロン(ヤマハ)が2位に12点差をつけてリードしている。

本でもおなじみのグローバーとジョンソンの2台のヤマハが、マラーベ、ゲボース、ソープ、ジョベといったヨーロッパ勢を完全に押さえてワン・ツーフィニッシュを果たしたものの、総合でもグローバー、ジョンソンの順で1位、2位。世界中のモトクロスファンに、ヤング・アメリカンコンビの速さのほどを、まざまざと印象づけた。

全日本選手権レポート

▼ロードレース▲▲

全日本選手権ロードレースシリーズは、6月24日の筑波大会で8戦を終了。約2カ月のインターバルを置いて終盤の3戦に突入する。

8戦までの結果は、国際A級500ccクラスで、V2を狙う平忠彦が5優勝をマークして132ポイント。わずかに5ポイントの差で首位を行く木下恵司を追っている。

一方、国際A級フォーミュラIIIでは、FZR400の江崎正が、2大会に優勝。こちらもトップに5点差の2位。

ヤマハコンビのチャンピオン獲得

8月のレーシングカレンダー

- 8月5日 ▼ロードレース⑩ イギリスGP
- ▼500ccモトクロス⑩ ベルギーGP
- ▼250ccモトクロス⑩ スイスGP
- ▼125ccモトクロス⑩ フィンランドGP
- 8月12日 ▼ロードレース⑪ スウェーデンGP
- ▼125ccモトクロス⑪ ルクセンブルグGP
- 8月19日 ▼250ccモトクロス⑫ フィンランドGP
- 8月26日 ▼全日本ロードレース⑨ SUGO
- ▼500ccモトクロス イタリアGP

なるか? 注目の終盤戦は、8月25、26日のSUGO大会から再開される。

▼▼モトクロス▲▲

藤、庄司
YZコンビそろって2位



復調が楽しみな藤秀信とYZ250

7月7、8日、ルーツ高原で開かれた札幌大会で、全日本選手権モトクロスシリーズも6戦を終了。

この日15000人の大観衆が見まもる中で、国際A級125ccクラスに、チャンピオン庄司覚が、YZ125で久びさの快走。総合2位と健闘すれば、第3戦から出場している藤秀信も250ccで素晴らしい走りをみせて、同じく総合2位。北海道のモトクロスファンを大いに喜ばせた。

交通警察官の指導者講習会を開催

〔テクニカルセンター〕さる6月7日、静岡県掛川市のヤマハテクニカルセンターで静岡県下の主任以上の交通警察官30名が参加し、二輪車安全運転指導者の養成講習会が開かれました。

これは静岡県警本部が実施したもので、「安全運転指導者の資格をもって指導・取締りにあたること」によって運転者への安全教育も強力に推進できる」というのが開催の主旨。XJ400、XJ750などを使っての実技講習、そして指導員の審査等のプログラムに全員がしっかりと取り組んでいました。



清水国明さん、YBSで自動二輪限定解除にチャレンジ



〔テクニカルセンター〕FIIIレースに出場したり、みずからのレーシングチームを持つなど、タレントの中ではナンバー1のバイクフリークと自他ともに認める清水国明さんが、自動二輪限定解除にチャレンジするため、この7月上旬ヤマハ・ビッグバイク・スクール（YBS）を受講しました。

「ついついサーキットの癖が出てしまいますね」「左の小回りが意外と難しいですね」という感想を話しながらも熱心に2日間の訓練を終えた清水さん。近いうちに「清水国明さんナナライダーの仲間入り」といったニュースが聞けそうです。

大盛況!! モーターサイクル チャリティショー



〔ヤマハ東京八王子営業〕東京都二輪車安全普及協会八王子支部は、日頃からサンデーバイクスクールや、市内の安全運転パレードなど幅広い

立川郵便局で 連続無事故記録300日を達成

活動を続けていますが、7月7、8日の2日間、市民体育館前の特設会場で、第1回モーターサイクルチャリティショーを開催しました。この日は、ニューモデル展示、中古バイクチャリティー特価抽選即売会、有名ライダーサイン会、一般市民によるチャリティーバイク用品が

〔ヤマハ東京営業〕ヤマハ車を毎日の業務に使われている公官庁のひとつである、東京都立川市の立川郵便局さんでは、局の目標となっていた連続無事故記録300日を6月10日に達成しました。この記録は機動車を使って郵便・貯金・保険の外務作業にあたられている乗務者102名をはじめ、職員全員が一致団結してつくりあげたものです。ちなみに郵便局さんの事故とは、相手があつての事故や自損事故に加えて、駐車中の転倒まで含む厳しい枠の中で数えられるもの。それだけに70台以上の機動車を使う大型局さんでは大変に貴重な記録となっています。さらに立川郵便局さんでは、達成日の10日を毎月の交通安全日に設定。次の目標の500日へ向けて、安全運行への意欲を新たにされています。



記録達成に尽力された「交通安全プロジェクトチーム」のみなさん



●詳しくは担当のヤマハマンにお問合わせください

SRX2500でスポーツバイクのヤング需要を拡大しよう!

ハイレベルな運動性能とファッションナブルなイタリアン・スポーツスタイルで、いまヤングからアダルトまで幅広い人びとの話題を独占しているライトスポーツSRX2500。先きに行われた全国一斉SRX2500発表試乗会でも、そのハイパフォーマンスぶりが大いに発揮され、多くのお客さまの共感を集めていたものです。

すでに各地の販売店さまの店頭では、SRXマス広告とイメージ運動した演出ツールによる話題の盛り上げが進められています。この8月からはさらにヤングマーケットにターゲットを絞り、ヤングとギヤルの需要拡大をめざす「DM作戦」キャンペーンを展開します。

いちを展開して、SRXによるスポーツバイクの新ジャンル開拓をおすすめてください。

＜ヤング男性&ヤングギヤルDM作戦＞

① キャンペーンの対象

ヤングマーケットにターゲットを絞った本キャンペーンですが、さらに具体的なターゲットを選出すると、次の3タイプのユーザー像があげられます。

① モーターサイクル・リタイヤ予備軍

現在バイクに乗っているが、就職や結婚等でバイク離れしそうなお客さま。

② スクーター満足派

バイクはスクーターで十分と思っているヤング男性ユーザー。

③ 活発なスクーターギヤル

現在スクーターに乗っている活発なギヤル。

上級志向の強い女性ユーザー

② キャンペーンの展開

みなさまのお店のスクーターユーザー名簿より、ヤング男性およびヤングギヤルをリストアップし、DM(写真)を送付。来店促進にあたっては、SRX2500の試乗車を準備。来店者にはSRXステッカーやWAY・SRX特集号などのプレゼントを用意することで、いっそうの効果が図れます。

★

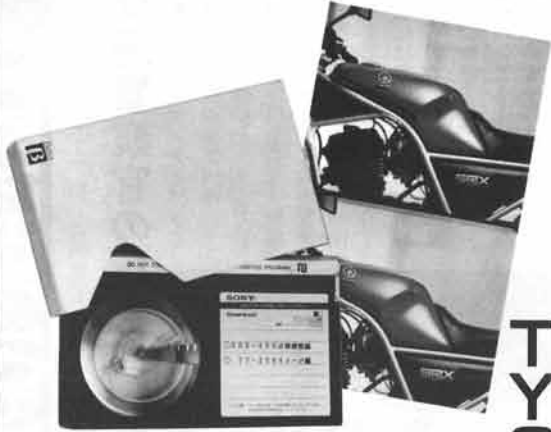
SRXはあらゆる意味において、新しい魅力を秘めた商品です。いままでスポーツバイクに興味や関心がなかった層や、興味や関心はあってもそれにふさわしいバイクがなくて乗らなかつた潜在需要の掘り起こしも可能な商品といえます。

皆さまのお店でも、より多くのヤングユーザー



サーにSRXを見せて、触らせて、試乗させる積極的なアプローチを展開してください。
※キャンペーンについての詳細は、担当セー
ルスまでお問合わせください。

SERVICE



TY2500スコティッシュ(SRX2500)のギヤルをユニーク!

7月に新発売して話題沸とうのライトスポーツ・SRX2500と、TY2500Rのハイポテンシャルをそのままにストリートバージョン化したTY2500スコティッシュのサービスガイドビデオが完成しました。

まず「SRX2500編」は、エンジン、車体の点検と調整の要領を解説。また「TY2500スコティッシュ編」ではトライアル会場における加藤文博選手のデモンストレーション走行をはじめ、TY2500スコティッシュの商品説明、さらにスコティッシュからコンペモデルへの変更要領等の解説が織り込まれ、見て楽しいビデオに仕上げられています。SRX2500&TY2500スコティッシュのサービスガイドビデオの価格は、6000

TY2500スコティッシュのサービスマニュアルも完成しました

TY2500スコティッシュの点検・整備業務にお役立ていただくサービスマニュアルが、このほど完成しました。

●製品ナンバー/53Y128197-00

●標準小売価格/2400円

なお、SRX2500のサービスマニュアルは、8月下旬に完成予定です。いましばらくお待ちください。

9月の技術講習会のご案内

整備技術の充実にご活用いただいております技術講習会の9月度の開催スケジュールが下のとおり決定しました。どうぞ、ふるってご参加ください。

研修センター東京		本社研修会館	
コース	日程	コース	日程
●2〜2気筒	11日(火)〜13日(木)	●2〜単気筒	5日(水)〜7日(金)
●4〜DOHC	18日(火)〜20日(木)	●車体(※)	12日(水)〜14日(金)
		●電装(※)	20日(水)〜22日(土)

※本社研修会館での車体、電装の各コースは、全国より参加者を募集します。

この8月、ハイスportsバイク普及の絶好機です!

EF2600S
 パワフルで粘り強い高性能エンジンと現場の使い勝手を考えた親切設計で人気を博しているヤマハ発電機にヤマハ初の本格防音機構を施した「防音」シリーズが追加されました。
 「市街地や住宅地での夜間工事にも気にならない静かな発電機を」という工事業に携わるお客さまの声にお応えして新登場したこのシリーズは、「EF2000S」と「EF2600S」



- 音の小さな防音型発電機新登場。
- 00S」の2モデル。ともに箱型ボディを装着して、発電機の内部で起る音が外部へ洩れることを防いでいます。
- ＜MILNOOS / NOOOS商品特徴＞
1. 低騒音——56ホーン（EF2000S・50Hz 7m測定値）というこのクラスで最も静かな騒音値を実現。
 2. オイルウォーニングの採用——オイル不足によるエンジン焼きつきを防ぎます。
 3. 長時間の連続運転が可能——大型燃料タンクの採用により、長時間の連続運転を可能にしています。
 4. メンテナンスフリー——エレクトロロイグニッション（TCI）とブラシレス発電機の採用で、メンテナンスを大幅に軽減しています。
 5. 負圧燃料コックの採用——吸入負圧でON/OFFする負圧燃料コックの採用により、エンジンが始動すれば自動的にON、停止すればOFFになるため、従来のコックの様にロック・10会場で盛大に繰りひろげられています。

6. 移動・運搬がラクな親切設計——4輪キャスタワー、吊り下げフック、バンパー兼用の取手などの採用で、移動や運搬を楽にしました。
 7. その他——ダイヤル式チョークやフェューエルゲージなど、ヤマハならではの機能と装備を充実しています。
- EF2000Sは50Hzで1.6KVA、60Hzで1.9KVA（定格出力）、ES2600Sは50Hzで2.2KVA、60Hzで2.6KVA（同）。エンジンは、ともに4サイクル強制空冷ガソリンエンジンを搭載。EF2000Sが179cc（97kg）、EF2600Sが256cc（105kg）です。
- ※詳しくはヤマハ特約店およびヤマハ販売会社の特機担当セールスマンまでお問合せください。

小さなボディに頼れるパワー
 ヤマハの10馬力汎用エンジン
MF410A / A-R新登場!



徹底した軽量・コンパクト設計により、従来の6.5馬力タイプよりわずかに大きいサイズで、最大出力10馬力を発揮します。

標準小売価格 / 78,500円

『自動二輪大型免許・取得実戦ノート』
 世界で最も難しい免許試験——とさえ言われるわが国の大型自動二輪免許試験。その狭き門にチャレンジするライダーのために出版されたのが、ここに紹介する『自動二輪大型免許・取得実戦ノート』です。
 大型自動二輪免許取得の特訓道場として高い評価を集めているヤマハビックバイクスクールを開講するヤマハテクニカルセンターの

監修のもと、「ザ・バイク」編集部によってまとめられたこの一冊は、受験前準備から事前審査・法規走行・課題走行・練習方法にいたるまでのテクニックを、豊富な写真とイラストを使って解説。さらに、Q&Aをはじめ全国試験場コースガイドや合格者による体験レポートを添えて、大型自動二輪取得希望者へのアドバイスを展開しています。

皆さまのお店でも中型自動二輪免許の限定解除を希望されるお客さまも多いことでしょう。この本は、そんなお客さまの参考書としてお役立ていただくばかりでなく、お店の安全運転活動の指導ツールとしても十分ご活用いただけるものです。
 ヤマハ安全運転推進本部では、この『自動二輪大型免許・取得実戦ノート』を、販売店の

みなさまに斡旋いたします。斡旋価格は、680円（安価800円）。ヤマハ特約店、販売会社の安全普及課までお申込みください。

本誌前号でもご紹介のとおり本年度のサマールフェスティバルは7月21〜22日の陸中モトリング（東北ブロック）を皮切りに全国7ブ



ロック・10会場で盛大に繰りひろげられています。
 この8月は、4〜5日の2日間にスポーツランドSUGO（東北）、ヤマハスポーツランド丹弁（中部）、北陸スポーツランド（中部）、大山（中国）、久万高原ふるさと村（四国）、飯田高原長者原キャンプ場（九州）の6会場で開催。
 また、11〜12日には西湖紅葉台キャンプ場（関東）と忌部高原（中国）の2会場、さらに25〜26日にはルスツ高原カントリーランド（北海道）でスポーツツーリングの2日間の若者たちによるモーターサイクルの真夏の祭典が開催されます。
 すでに販売店さまは、それぞれのブロック

におけるサマールフェスティバルへのエントリーを完了されていることと思われませんが、いまだエントリーされていない販売店さまはすぐに各ブロックのモータースポーツ課までお申込みください。
 なお、8月25〜26日に行なわれる84ヤマハフェスティバル・イン・北海道では、関東地区のお客さまを対象とした北海道サマーバイクツーリングも実施。羽田から千歳まではライダー&バイクを空輸する3泊4日と5泊6日のツーリングパックで、さらに大きな動員を狙っています。
 遊びどころが一斉に花開く8月。大型休暇をフルにエンジョイする8月。スポーツバイ

84全日本ロードレース第9戦
8月25日(土)〜26日(日)
スポーツランドSUGOで開催
 ※詳細についてのお問合せは、SUGOSポーツクラブ(☎022483-3111)へどうぞ。



8月のセールス・ワンポイント

・プロモーション研究所・川口政士所長

南へ、北へ、海へ、山へ、お客さまはバイクを駆って存分に走りを楽しまれている頃でしょう。でも、お店ではそろそろ秋商戦の準備の時期です――

ファミillionの秋は用品販売で利益率アップ!

最近のライダーは、一時期の黒一色の服装から比較すると見ちがえるほどカラフルで凝ったものになってきています。それだけ、バイクに対する見方も明るくなってきているでしょう。商売上からも大いに望ましい傾向です。バイクを一台購入されたお客さまが、用品類も揃え、人によってはそれだけで20万円以上になることも珍しくないとか。しかも、用品類は利益率も大きいので、お店にとっては利益確保の絶好の商品といえるでしょう。

とはいえ、ヘルメット、ウェア、ブーツ、グローブなどの用品類はファミillion用品であり、買回り品(かいまわりひん)。それだけ、売り方にもむずかしい面があります。

つまり、ファミillion製品は他の商品と異なり、メーカーがよい商品をつくり、それをマス広告などで知らせ、お客さまはそれによって購入商品を決定してお店に買いに来るといふ形をとるわけではありません。

お客さまは、販売店(場合によっては複数)

に見に来て、気に入った商品があれば購入を決定し、なければ別のお店に行きます。

したがって、ファミillion製品は、メーカーのマス広告パワーや販売促進力に頼ることが少なく、それよりもお店での『売る』力が重要になってくるのです。例えば、一般に買回り品といわれるファミillion製品(スーツやハンドバッグなど)では、他の人がいもないを着ているのを見た時、どこかメーカーかをたずねることは少なく、どこ(のお店)で買ったかを聞くのが普通です。それだけ、お店自体の品揃えの力が高く評価され、期待されているということでしょう。お店に対する利益率が高いのも、まさにそのためです。

お客さまが来て見てまわり、商品を選べるそんなお店にするためには、まずは商品の品揃えを充実させることが大切です。ファミillionの秋を控えて、お店の用品コーナーの様変えと、品揃えをそろそろチェックされてはいかがでしょう。



品揃えと重点化、買回り商品販売のふたつの方法

買回り品のもうひとつの特徴としては、商品は多種少量生産をしたもので、とくに種類が多くなる傾向があります。お客さまとしては、地味好みの人であれば、派手な好みの人もある

るといふように好みも多様です。

さらに、ひとつの商品を購入するに当っては、自分の購入する商品ひとつがあるだけでは満足せず、いくつかと比較して購入するこ

とを好みます。したがって、商品の数は多くなくてはなりません。

とはいえ、できる限り多く、とはいっても本当に揃えるとなると大変です。ヘルメット、

スーツ、ブーツ……と商品の種類が多いうえに、カラーやサイズちがいまで、となるとますます普通のお店では全て揃えることは不可能とさえいえるでしょう。

経営という点から考えてみても、商品が多すぎては商品回転率が落ち、在庫のためにかけた資金が眠ることになり、在庫投資効率が低下してしまいます。さらに、すべての商品が売れるわけはありませんから、不良在庫の増加を防ぐ管理も大変になります。

そのためには、ふたつの方法が考えられます。ひとつは、在庫を絞ること。

お店のお客さまの層にあわせて、商品の品揃えをするのではなく、売れそうな商品の品揃えをすることです。ここには、お店の経営者としての眼が必要。専門店経営者の眼で、

売れそうなものを選び出すことです。買回りの利益率が高いのは、この経営者の「眼」に対する報酬と考えてもよいでしょう。

二番目は、重点化をはかることです。

すべての商品を万遍なく売ろうとすると、すべて中途半端になりかねません。せめてこれだけは、という商品を決め、それについては他店に負けない品揃えをして、お店の特徴を打出していくことです。

いずれにしても、これらに共通するのは、仕入をする人が、どこまでお客さまを理解しているかという「眼」です。

お客さまの好みは、日々刻々と変化しています。それに遅れないよう、いつも数歩先を勉強しておくことが大切なのです。

お客さまとの心をつなぐ電話作戦 わずか3分間で、お客さまの満足感をグッとアップ!

春夏の
お客様



バイクの保有率が高まるにつれて、新規よりも、代替需要の方が多くなる傾向にありますね。当然、一度売ったお客さまをいかに大切にするか、これがお店に対するお客さまの評価として大きな影響力を持っています。

そこで、この春、夏に購入していただいたお客さまにフォローアップの電話を入れてみましょう。春、夏商戦のピークをすぎた今がちょうどよい時期でもあります。

売りっぱなしで後は音沙汰なし、これではお客さまの心をつなぐことはできません。一般的にいつ、お客さまとの接触は多いほど有利なのですから。

電話で話す内容は、次の3点です。

- 1、購入のお礼……「先日は、お買い上げいただきありがとうございます」
- 2、その後のお伺い……「その後バイクの調子はいかがでしょうか? 不具合がありませんか、何なりとお申しつけください」
- 3、商品への満足感の向上……「お買いあげいただいた○○○(商品名)は、おかげさま



で他のお客さまの評判も大変よいのです」

この時、なぜ評判が良いのか、例えばデザイン、性能、操作性、乗り心地など、良さを具体的に述べるとさらに効果的です。

これだけのことを話しても、1通話で十分です。電話代といえはハガキよりも安く、たかの知れた金額ですが、それでお客さまの満足感を高め、お店のイメージアップがはかれるのですから、しない手はありません。

また、商談はされなくても、購入までには至らなかったお客さままで電話番号がわかっていれば同じように電話をしてフォローをつけましょう。

この電話は、社長さんがご自分でかけてもよいのですが、従業員の方に任せて、お客さまと直接話す機会を増やすのもよいでしょう。お客さまの応対、言葉の使い方を訓練する絶好のチャンスにもなります。この場合、従業員さんには「私はサービス担当の○○○です」のように、自己紹介をきちんとするようアドバイスもお忘れなく。

●バイク、スクーターを大量に扱う事業所、官公庁を訪ねて

お客様さまへのご奉仕に メイトがひと役員つてます

●三井生命保険相互会社・水戸支社(茨城県水戸市)

誠意とチャレンジ精神により常に業界に新風を送りつづけた2年後には創業60周年を迎える三井生命保険相互会社さん。今月は、この三井生命さんで、日常の集金業務に、保全維持活動に活躍するヤマハ車を訪ね、黄門さまと偕楽園で知られる茨城県水戸市の水戸支社さんにお話を伺いました。

マジメな仕事ぶりが無事故の秘訣

茨城県内に13の営業所を持ち、南部の取手市を除く全県を統轄する水戸支社さんでは、全社をあげてのスローガンとなっている「人とのふれあい」を合い言葉として、日本一の支社を目指して積極的なお客様さまへのサービス活動が展開されています。

そしてこの活動を末端で支えるのが、県内各所でヤマハ車とともに活躍する9名の顧客奉仕係のみなさんです。

まずは三井生命・水戸支社さんの事務長・渡辺貞栄さんに、顧客奉仕係のみなさんのお仕事の内容をうかがいました。

「顧客奉仕係の仕事は、郡部のご家庭を二軒一軒訪問しながら、集金をはじめとして、お客様さまへのサービスとしてプレミアムツールを配布したり、保険更新の面倒を見たりする保全維持活動と呼ばれるものです。そのため、1日の走行距離がかなり多くなるので、交通事故やお金の管理などに対しては、とくに注意を呼びかけています。

でも、県民性というんでしょうか、茨城の人たちはとてもモラルが高くマジメなんです。そんなところが反映されてか、今までに事故らしい事故はほとんどありません」

3万キロを走ってもメイトは快調

実直なサービス活動でお客様さまからの信頼も厚い顧客奉仕係のみなさんですが、実際のお仕事の中でどのようにヤマハ車が使われているのか、メイト80に乗って活動をつづけられる、土浦地区担当の岩崎さん、牛久地区担当の中島さん、そして水戸市内担当の吾妻さんの3人にお話を伺いました。

岩崎 私の担当している地域は山坂がかなりあるんです。そんな所を日に45kmぐらいです。月にして多い時は1200km以上も走ります。ヤマハ車に乗ってまず気に入った部分は、加速がいいことと走っているととても安定感があることですね。

吾妻 私は市内を回っているものですから、駐車場の心配をしなくて済むことが助かります。

中島 そうですね。私なんか近場を回るときなんかは本当に重宝しています。毎月スケジュールを決めて訪問していますが、二輪車は効率がいいので、つまらないところでムダ骨を折らなくて済みますね。ただ、田舎道を走っているときにバンクした、なんていうと大変ですけどね(笑)。



顧客奉仕係のみなさんとのコミュニケーションもバッチリの渡辺事務長さん



メイトで水戸市内を回る吾妻さん

やはり事故には注意したいですね。4輪との混合交通や子供なんかは、十分に意識して走らないとね。それと日頃の点検なんかもきちっとやっておきたいですね。やはり自分自身の足となるものですから、どんな場合でも注意し過ぎということはありません。

岩崎 私も出掛ける前にはチェーンやタイヤ、オイルなんかの点検をするようにしています。雨の日でも乗るので、やはり点検はきちっとやっておきましょう。

これは余談になりますが、ワイパー付きの風防があったら便利だと思つたので、ヤマハさん、作ってもらえませんか(笑)。まあ、毎日乗っているものだけに、細く話せば話題はつきませんが、いま乗っているメイト80は今日で2年と15日目。色いろなバイクに乗ってきましたが、3万キロも走ってくれたバイクはこれが初めてですよ」

『科学万博・つくば'85』を間近に控えて湧きたつ茨城県を、メイト80に乗ってさつそうと走る三井生命・水戸支社のみなさんです。



もうすぐ3万kmを走りきる岩崎さん



牛久地区担当の中島さん

メイトに乗って活躍される顧客奉仕係のみなさん



安全活動365日、局をあげての運行管理

●横浜港郵便局（横浜市中区）



→安全を管理する車輛運管担当者のみなさん

↓横浜らしくモダンな心づかい。受付フロアまではエスカレーターを利用できます



安全施策のまとめ役、会計課の沖野課長さん



1000輛にも及ぶ機動車の面倒を見られる大村商店さんの大村社長(右)と弟の則夫さん

安政6年の開港以来、諸外国交流の窓口として常に日本の文化をリードしてきた街、ミナト横浜。横浜港郵便局さんはそんな横浜の中心地、大橋橋や山下公園などの名所を目前にしたところにあります。

安全管理に組織で対応

横浜港郵便局さんの受持ち区域は472233世帯、約12万人をかかえる中区の全域です。場所柄もあり国内郵便物に加えて、諸外国との郵便物取り扱い件数も多く、504人の局員さんと、120両の郵政機動車(内二輪車112両)によってこれらの郵便物の円滑な業務処理がつけられています。

そしてこの業務遂行にとって切り離せないのが、機動車の安全運行です。中区は横浜の中でも、官庁街や商店街、観光名所などをかかえているため交通量の多いところ。そんな環境の中で郵便・貯金・保険業務の安全遂行を図るため、局をあげての数かずの安全施策が練られ実行されています。まずは局内の機動車全般に渡って面倒を見られる会計課の沖野課長さんに、その管理状況をおうかがいました。

「局全体での安全組織的なことからいうと、私どもの課は局内で機動車を使用する集配課、貯金課、保険課のすべての課に共通する安全施策を練っています。つきにそれぞれの課単位でも、各担当者の手で課ごとのスケジュールに合せた別の安全施策が計画されています。これに一般の春・秋の交通安全運動、ゼロ災害運動なども加えて、年間を通しての安全計画ができあがっています。これらを合すると月平均2回から3回くらいの割合で、何らかの施策が実行されていることになりましたね」

身近な呼びかけが効果的

「活動の具体的な内容は、安全運転講習会や事故例映画の上映、紙上テスト、ヘルメットの正しい着用運動などです。また、これらの施策に加えて、機動車の使用台数の多い第1集配課から第3集配課では、7人から10人の単位で班を構成して、この班単位で活動を行ない安全運転の意識づけにかなりの効果をあげています。

朝のミーティング時や出発前に、気をつけていってらっしゃい」というような呼びかけをしたり、無事故という文字を30日分に分割して、無事に業務を済ませた日は、その日の分を塗りつぶしていく、というようなことで安全意識の浸透を図っているんです。中にはもうすぐ無事故記録1000日を迎える班もあります。やはり身近なところで呼びかけが功を奏しているんでしょうね」

各班そろって無事故記録を更新中という第2集配課の村井課長さんも、安全運転のポイントを次のように語ります。

「やはり無理をしない、ということが安全運転の基本だと思います。荷物が多いときでも無理をして走らないように、といったことを朝のミーティングなどで強調しますね。それと意識づけが大切なので、事故に対する注意とともに、機動車の完全な点検も呼びかけています。乗務者には公私に渡ってバイク好きな人がいるので、簡単な点検や整備なら自分たちで処理しています」

保守店さんは日本一

また、これらの活動を陰から支える保守店の大村商店(大村喜一社長)さんは、保守歴52年目を迎えた超ベテラン。港郵便局さんの他に9局、機動車の台数にして1000両近くの保守を担当する日本一の大型保守店さんです。大村社長に日常の保守に当たっての留意点をお聞きしました。

「不稼働車をなくす、ということが一番心がけています。1000両近くの機動車を十分に整備するために、スタッフ全員がローテーションを組んで、各局さんの運行前点検に週3回は顔を出すようにしています。郵政点検時も、全員で土・日曜日を利用して出掛けています」と話される大村社長、もちろん局員さんたちからは厚い信頼を得ています。

朝の局内放送でも局員さんの気分をやわらげるために、ポピュラーやクラシックのBGMを流すという横浜港郵便局さん。こんなところにも、安全・確実な業務遂行へのキメ細かな配慮がうかがえました。



手VSPOTが生きこめる 遊び道具をあふれるコーナーで 商品の持ち味を120%表現

川勝モーターズ 川勝銃造社長

京都市左京区岩倉花園町283-1 ☎075(791)6404

閑静な住宅街のお店ながら、同志社大学などキャンパスが近くに多いことから、7割はヤングユーザーという「川勝モーターズ」さん。なるほど、アイデアを凝らした明るく楽しい店内は、そんな若者たちをひきつけるに十分なシヨッピング・スポットといえそうです。

●狭さを感じさせない鏡張りコーナー

「ブームだからというだけでなく、これからは人びとの暮らしにバイクは欠かせないものとなる」と敢然と判断。昨年の春にそれまでの4輪販売店から「2輪専門店」に、一大変身をとげた「川勝モーターズ」さん。

店舗改装に当って川勝社長が、最も苦心されたのはショールームの機能とサービス工場の機能とをしっかりと両立させることでした。

「ショールームとサービススペースがバラバラで機能していること、それが良いバイクショップの絶対条件だと考えています。

だから、改装時にもショールームとサービス工場は、同じ広さ(66㎡)にしてはつきりと分離、ショールームを裏側から囲むようにしてサービススペースにしました。

でも、ここでもなかなか割り切れないのが、ショールームをもっと広くとりたい……という気持なんですよ。そこで、ショールームの壁全面を鏡張りにして、狭い感じを打ち消そうと考えたんです。ところが、これでは雰囲気が変わりすぎてとてもバイクショップには見えない。やむなく鏡を張るのは一隅だけにして、他の壁面はPOPをふんだんに使って演出することにしました。」

この壁に鏡を張ったコーナーは、2段にわたって上にスクーター、下にオフロードモデルが展示されていますが「広びろと明るく感じられるね」とか「まるでバイク屋じゃないみたい」と若いお客さまにも好評。気軽に立寄られる方が多いといえます。

●手づくりPOPで商品性を強力にアピール

そんな川勝モーターズさんのショールームに入って、もうひとつまず目にひくのが各コーナーを楽しく演出している、色とりどりの手づくりPOPです。

「お客さまというのはおもしろいもので、カタログ入れにカタログを置いただけでは、なかなか気にもとめてくれないのに、手づくりのPOPに直筆でセールスポイントなどを書いておくと、じつくりと読んでくれるんですね。ですから新商品が発売になると必ず専用のPOPを作って演出に使っています。」

もちろん、手づくりPOPの狙いはそれだけではありません。そのバイクの商品性を、より明確に、幅広く伝えること。

「スポーツバイクをハード一辺倒にならずに、ソフトに演出できるのも手づくりPOPならではのですね。それにその商品にあわせて、

ターゲットとなるお客さまに合わせていろいろと雰囲気づくりができ、商品性をグッと浮き上がらせることもできるんです。

これはとても大切なことだと思えますよ。なにしろ今のヤングなどは、バイクもテニスなど他のいろいろなスポーツと同じように考えて、そのひとつとして楽しんでいるんですね。スクーターも、スポーツバイクも、テニスもサーフィンも……みんな同じスポーツのひとつ。お客さまの感覚がそうなら、ショールームもそれに合わせて演出していかなければ……」

●季節に合わせて、変わる演出

この楽しいショールーム演出は、四季に応じてみごとに変化し、それがまたお客さまの好評を呼んでいます。

年末にはクリスマスツリーが、春商戦には桜の花が、そして夏には岩に綱を掛けてビーチボールが、雰囲気をつくり出していきます。

「季節に合わせた演出は、店のスタッフ全員でアイデアを出しあって決めていきます。ただ配置を変えるだけでは新鮮味はありませんから、季節感を最大限に出すようにしてい

ます。ポイントは、いかにお金をかけずに、効果を出すか。そりやもうみんな夢中で考えますよ。いまは、若者の季節・夏。そこでスクーターとトレールの2段になったらコーナーを、海辺のイメージでまとめてあります。ジョグやキャンプ、キューート、アクティブな人かにはびつたりでしょう。」

とこやかに語られる川勝社長。この若い感覚こそ、大学生を中心としたヤングユーザーに評判の川勝モーターズさん人気のヒミツといえそうです。

●POPのポイント

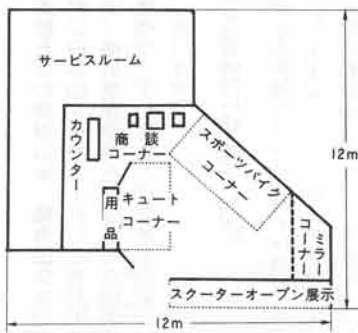
ピンナップが上手、POPの扱いがよい、手づくりPOPがシャレてる、カラーがきれい……川勝モーターズさんのお店、本当に楽しさにあふれていますね。

中でも自作のPOP類には、キラッとアイデアが光っています。告知ひとつにしても三角の紙にしてタッグのように壁にピンナップする。あるいは人の形をしたボードを使う……ずい所にアイデアが見られます。

そのひとつひとつにご販売に寄せる愛情さえ感じられて、とても好感が持てます。これらが総合されてお店の雰囲気がつくり出されるわけですが、ひとつひとつに心がこもっていることがなによりも大切。

バイクライフの楽しさ、明るさを売っているとする川勝モーターズさんのご商売の姿勢が、こうしたアイデアを生んでいるのだと思います。

この素敵なセンスで、用品コーナーをもっと充実させてみてはいかがでしょうか……?



川勝社長、奥さま淑子さんを中央に左が池田基宣さん、右が黒田志郎さん

機デイ・バイ・デイ
ヤマハ店舗相談室 伊藤隆蔵

シヨールーム 拝見



↑ヤマハのPOPと市販のポップアートを巧みに使ったビッグバイクコーナー

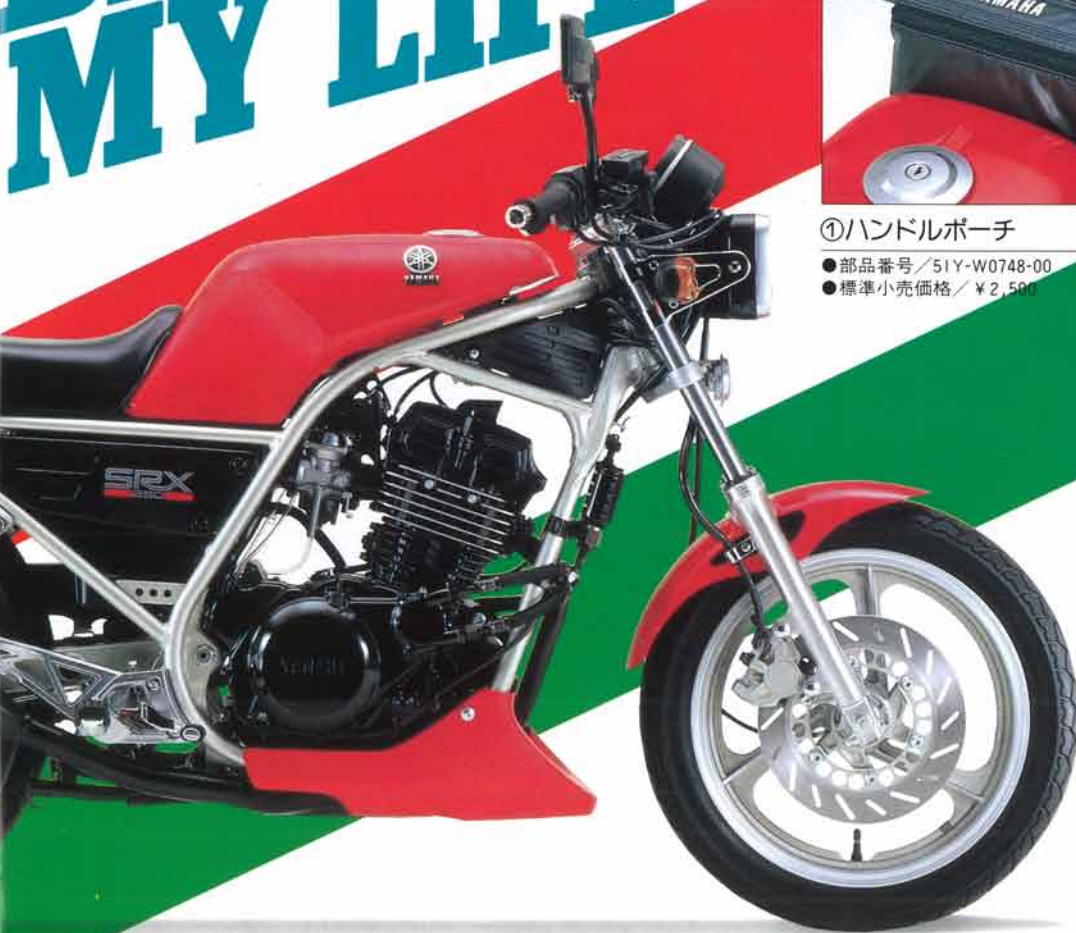


限られたスペースを最大限有効に使ったスクーターとオフロードモデルコーナー。壁面の鏡で狭さを忘れさせ、ネットやロック、ビーチボールがサマームードをみごとに演出している



こちらは、この夏の重点商品キュートのコーナー。手づくりPOPが効いている

ム宣言!

BIKE
MY LIFE

①ハンドルポーチ

- 部品番号/51Y-W0748-00
- 標準小売価格/¥2,500



②オイルクーラー

- 部品番号/51Y-W0793-00 ●取付時間/0.5H
- 標準小売価格/¥20,000

限りない可能性を秘めた、ライトスポーツのSRX。もちろん、SRXを選ぶお客さまの大半は、フリーダム志向のフリーリングライダーといえそうです。

音楽やスポーツなどと同次元の、数多い趣味のひとつとしてバイクに乗りたいと考えている人たち。あるいはファッションの一部としてバイクを楽しみたいと考えている人たちが、オリジナリティを大切にすれば、バイクのドレスアップについてもこのほか関心が深いもの。SRXライフをよりテイストに演出するかずかずのアイテムを、どうぞお客さまの個性にあわせておすすめください。

①ハンドルポーチ

ハンドル取付けタイプのオシャレな黒ビニール製小物入れです。高速道路通行券や小銭入れなど、走行中に必要なちょっとした小物を収納するのに便利です。

②オイルクーラー

エンジンオイルの冷却を促進、油温上昇を抑えて長距離走行や高速走行に威力を発揮するオイルクーラー。機能はもちろん、メカニカルな雰囲気をもりあげるファッショナアイテムとしても効果的です。

③アンダーカウル

本体とトータルコーディネートで開発したアンダーカウル。安定した走りを生み出し、ファッショナブルなスタイリングを強調。イタリアン・ムードをかもし出します。

④シートカウル

シングル・ライドイングで、トルキーなパワー・フィーリングを楽しみたい!...というライダーのために開発したシートカウル。イタリアン感覚のSRXを、さらにモダンに演出します。

⑤グラブバー

タンデム・ライドイングの機会が多い方には必需品なのが、このグラブバー。シルバークラッシュがSRXのリアをさらに引き締めます。

⑥サブキャリア

スポーティなフィーリングはそのままに、暮しの足としてSRXをお使いのお客さまのために、サブキャリアも用意しました。(注/取付けにはグラブバーが必要です)

PARTS & ACCESSORIES

大地をすいこめ。 ヤマハ・ニューヘルメット **georaima** フル・ラインナップ

高性能、高品質に加えて、斬新なデザインでデビューしたヤマハ・ニューヘルメット〈ジオラマ〉。その豊富なバリエーションは、いま、ヤングユーザーはもちろんレディスやアダルトのお客さまの間でも好評を博しています。



ヤマハ
ベンチレーション
システム



ヤマハ
エアロダイナミクス
テクノロジー

- 帽体 / 高品質FRP樹脂
- シールド / 5段階開閉式
- サイズ / 55-56cm, 57-58cm, 59-60cm, 61-62cm (※のみ61-62cmは無し)
- 公認 / MFJ公認ヘルメット

今日からフリーダ

誰からの制約もなく、自由気ままにバイクを楽しみたい！既成の概念にとらわれず、自分のセンスでバイクに乗りたい！だからSRX、だからSRX専用のオプション&アクセサリ。

MY

④シートカウル

- 部品番号 / (レッド) 51Y-W0771-00-AJ (シルバー) 51Y-W0771-00-IU ● 取付時間 / 0.2H ● 標準小売価格 / ¥8,500



⑥サブキャリア

- 部品番号 / 51Y-W0736-00 ● 取付時間 / 0.2H ● 標準小売価格 / ¥3,200



⑤グラブバー

- 部品番号 / 51Y-W0735-00 ● 取付時間 / 0.3H ● 標準小売価格 / ¥3,500



③アンダーカウル

- 部品番号 / (レッド) 51Y-W0714-00-AJ (シルバー) 51Y-W0714-00-IU ● 取付時間 / 0.3H ● 標準小売価格 / ¥9,000

georaima・B1



- カラー / ブラック (クリアシールド)
- 価格 / 24,000円

georaima・B2



- カラー / レッド (クリアシールド)
- 価格 / 24,000円

georaima・B3



- カラー / ホワイト (クリアシールド)
- 価格 / 24,000円

georaima・B4



- カラー / シルバー (スモークシールド)
- 価格 / 24,000円

georaima・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

georaima・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

georaima・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

georaima・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

georaima・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

georaima・G6



- 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

georaima・G10



- カラー / ホワイト & シルバー (スモークシールド)
- 価格 / 29,000円

georaima・G11



- カラー / パープル & ブラック (スモークシールド)
- 価格 / 29,000円

georaima・G12(※)



- カラー / パステルホワイト (クリアシールド)
- 価格 / 29,000円

georaima・G13(※)



- カラー / パステルグリーン (クリアシールド)
- 価格 / 29,000円

georaima・G14



- カラー / シルバー & オレンジ (スモークシールド)
- 価格 / 29,000円

georaima・G15



- カラー / ブラック & オレンジ & シルバー (スモークシールド)
- 価格 / 29,000円

georaima・G16



- カラー / ホワイト & レッド & ネイビー (スモークシールド)
- 価格 / 29,000円

※表示価格は、すべて標準小売価格です。詳しくは、最寄りのヤマハ特約店およびヤマハ販売会社の部品営業員までお問合せください。

