

スタイリッシュ・スプリンター

New JOG 新発売

特集：前傾・低重心 / ナゼ5バルブ
ニューヤマハ4サイクル・コンセプト大研究



スクーターのニュースタンダード誕生 「ニュー・ジョグ」新発売!

●標準現金価格・10万9千円

〈北海道、沖縄地区は3千円高〉

発売わずか14カ月で30万台突破——いまやスクーターのスタンダードとして完全に定着しているヤマハ・ジョグが85年に向けて装いを一新。ヤングの支持を集めるその商品性をさらにグレードアップして新登場しました。



パターンを刻んでフィット感を増したシート



鋭い加速や軽快な走行性能で圧倒的な人気を集めるミドルスクーターのヤマハ・ジョグ。そのスプリンターとしての性能はそのままに、より質の高いハイセンスなニュースタンダードとして新登場したのが、シテイ感覚いっぴいの『ニュー・ジョグ』です。

従来のヤング層を中心とした旺盛な需要に加えて、女性層や男性アダルト層へもターゲットを広げたこの『ニュー・ジョグ』は、カラーリング変更をはじめとして、各部にわたって改良を加えたもの。より洗練されたスタイルッシュ・スプリンターとしての風格を備えて、さらに大きな需要をめざしています。

「ニュー・ジョグ」の新たな特徴

●シテイ感覚のカラーリング

ボディとフロアとの色彩上のコントラストを強め、より洗練されたシテイ感覚を強調。

●ニューパターン・タイヤ

『ニュー・ジョグ』のために開発したオリジナルパターンのタイヤを採用。よりスポーティな雰囲気をもりこんでいます。

●ホルド感が抜群のシート

ライダーズシートにパターンを刻んで、フ



■ニュー-JOGのおもな仕様諸元

●全長1555mm ●全幅605mm ●全高965mm ●シート高690mm ●軸間距離1075mm ●最低地上高100mm ●乾燥重量49kg ●舗装平坦路燃費100km/ℓ (30km/h) ●最小回転半径1.6mm ●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4.5PS/7000rpm ●最大トルク0.54kg-m/5500rpm ●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3.0ℓ ●オイルタンク容量0.8ℓ ●バッテリー12V4AH ●変速機Vベルト式自動無段変速 ●タイヤ(前)2.75-10-2PR(後)2.75-10-2PR ●ヘッドランプ12V25W25W



標準装備となったフロアマット



- イット感やホールド感を向上させました。
- より大型化したメーターパネル
メーター類の表示を大型化して、より機能的にするとともに、メーターパネルのデザインを一新。いっそう見やすくなっています。
- スクウェアタイプのバックミラー
従来の丸型から角型へと変更、視界を広げるとともに高級感を増しています。
- 安全性を高めたスターター
従来のワン・ツー・スタート方式に替えてキユートと同様、ブレーキをかけていないと始動装置が作動しない安全機構を採用。
- フロアマットを標準装備
ジョグの広いフットスペースが、よりリッチに生まれ変わりました。

プレザー感覚のツートンカラーリング ニューJOG・カラーバリエーション



ニューJOGのボディカラーは、新色4種。しかも、すべてツートンカラー。プレザー感覚とでも呼びたいような、シック&ファッショナブルなカラーリングです。

写真左より●アップルレッド／ヤマハブラック●シルキーホワイト／フォッグイグレイ●コスミックブルー／ニューホワイト●カムイイエロー／ニューホワイト

ニューJOGツールで新発売をアピール! ニューJOG・新発売告知セール

ニューJOG新発売にあたって、新発売告知のプレミアムセールも実施します。これは期間中ニューJOGご購入の方に、[★]JOG、ロゴ形ビスケットを進呈するもの。

同時に、店頭演出用のニューJOG新発売告知ツールも豊富に用意しました。これらPOPで年末年始の店頭をにぎやかに彩り、[★]ニューJOG新発売、をアピールしてください。



●ニューJOGシーリングPOP



●ニューJOG新発売告知ピラ



●ニューJOGのほり



●ニューJOGハンドルPOP



●ニューJOGプライスピラ

※北海道、沖縄地区の新発売告知ピラ、プライスピラは、地区価格表示となります。

※詳しくは、担当セールスにお問合せください。

大地が続くかぎり バイクのロマンは生まれ続ける!



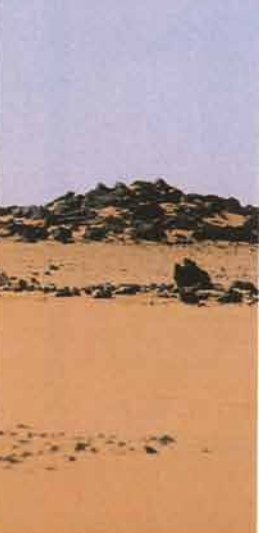
“壮大なオフロードの遊び” 第3回ロスマンズ・ファラオ・ラリー



↑第1日目のスタートはピラミッド横。そして8日目のゴールもここになる

←コースを示すサインボードも比較的多く、親切だった

バイク。写真はプライベート
選手とXT600Zテネレ



見渡す限りの砂漠の中にボツンと人影が。それがスペシャルステージのチェックポイントである

ラリーの始まりを待つライダーとバイク。砂漠の苛酷なレースとはいえ、“パリーダカール・ラリー”ほどの緊張感は見られなかった

不可能といわれているものに挑戦して、可能ならしめてきた人間の歴史。どうやらバイクの楽しみ方にまで、そうした傾向が定着しつつあるともいえそうです。

最も苛酷なアドベンチャーといえば、すぐ思い浮かぶのがヨーロッパとアフリカを股にかけて行なわれる「パリ〜ダカール・ラリー」。それこそバイクもクルマも、メーカーあげての精鋭チームを組んで、世界各国から大挙エントリー。厳しい条件下で繰りひろげる激烈なバトルは、他のどのアドベンチャーをもしのぐ迫力を見せてくれます。

もちろん日本でも、このラリーへの関心は年々高まる一方で、回を重ねるごとにエントリーするタフガイは増えるばかり。ことバイクに限っても、何らかのスポンサーを見つけてチャレンジするガッツ・ライダーの姿が目立っているこの頃です。

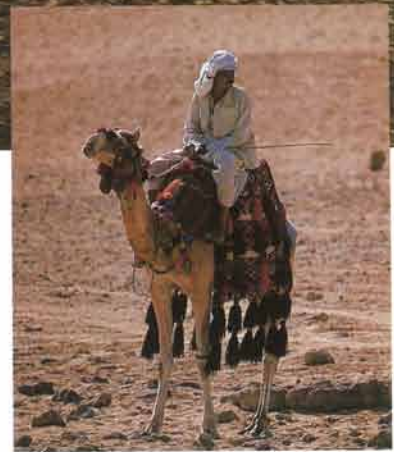
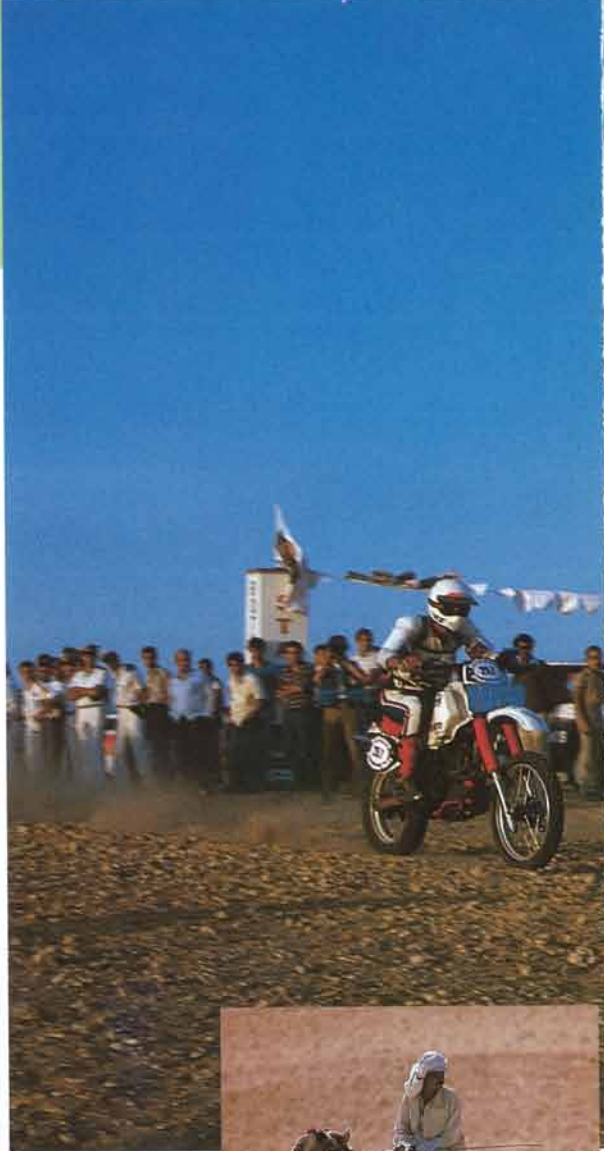
とはいえ、ワークス体制のサポートを受けたプロライダーがひしめくこのラリーにあつては、プライベートライダーの参加する余地は、あまりに少ないといわざるをえません。そこで、そうしたロマシチスト達の間で、にわかに人気を集め

ているのが砂漠や砂浜を舞台とした『デザート・ラリー』なのです。

ここに紹介する「第3回ファラオ・ロスマンズ・ラリー」も、そうしたラリーのひとつ。日程こそ8日間と長いものの、その内容はエジプトの町から町を走りめぐる周遊コースが組まれているもの。全行程4000キロの内、11カ所2000キロのスペシャルステージの大半は、砂地の平地コースという設定がなされています。

3回目の今大会には、62台のバイクと65台のクルマが出場。カイロのピラミッド脇をスタートして、湖やオアシスをはじめアスワンダムやアブシンベルの岩山を通過。さらに紅海や王家の谷近くを走り、ナイル河沿いを通って再びピラミッドまで戻るコースで、オフロードランの腕が競われました。

そもそもは、パリ〜ダカール・ラリーに出場して砂漠を走る楽しさを知った人達によって企画されたという「ファラオ・ロスマンズ・ラリー」ですが、このラリーに限らずいまや『デザート・ラリー』の人気は高まる一方で、今後ますます、壮大なオフロードの遊びがエスカレートすることが期待されています。



→ラリーを見に来た地元の人の中には、こんなシーンも

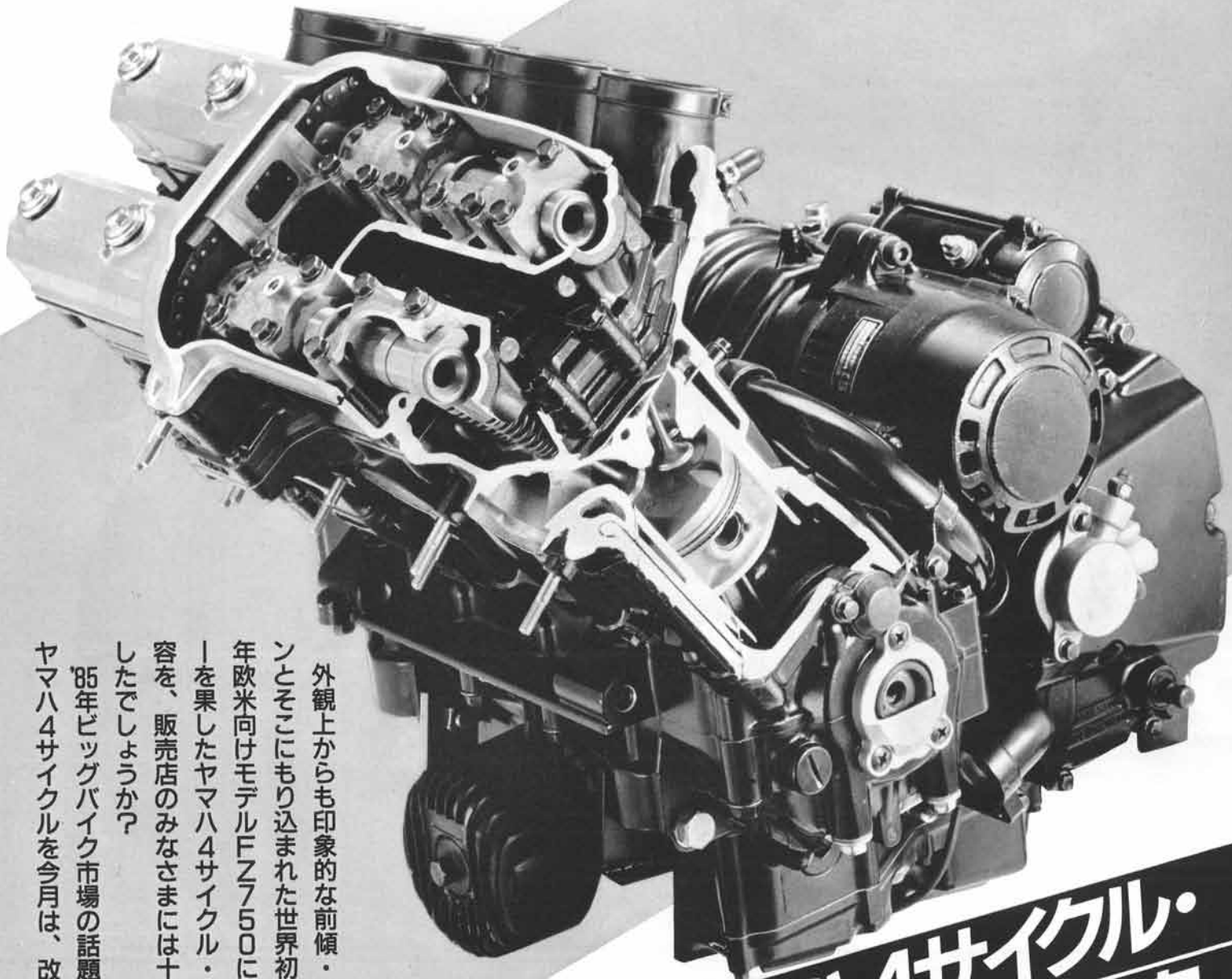
←ときにはスペシャルステージなしの移動で終った日もあった今大会。スペシャルステージも平均300kmと短かくアマチュア向けのコースが設定されていた



ただひたすら砂塵を舞い上げて疾走するながら3位に入賞したイタリアのシ...



前傾・低重心 5バルブ



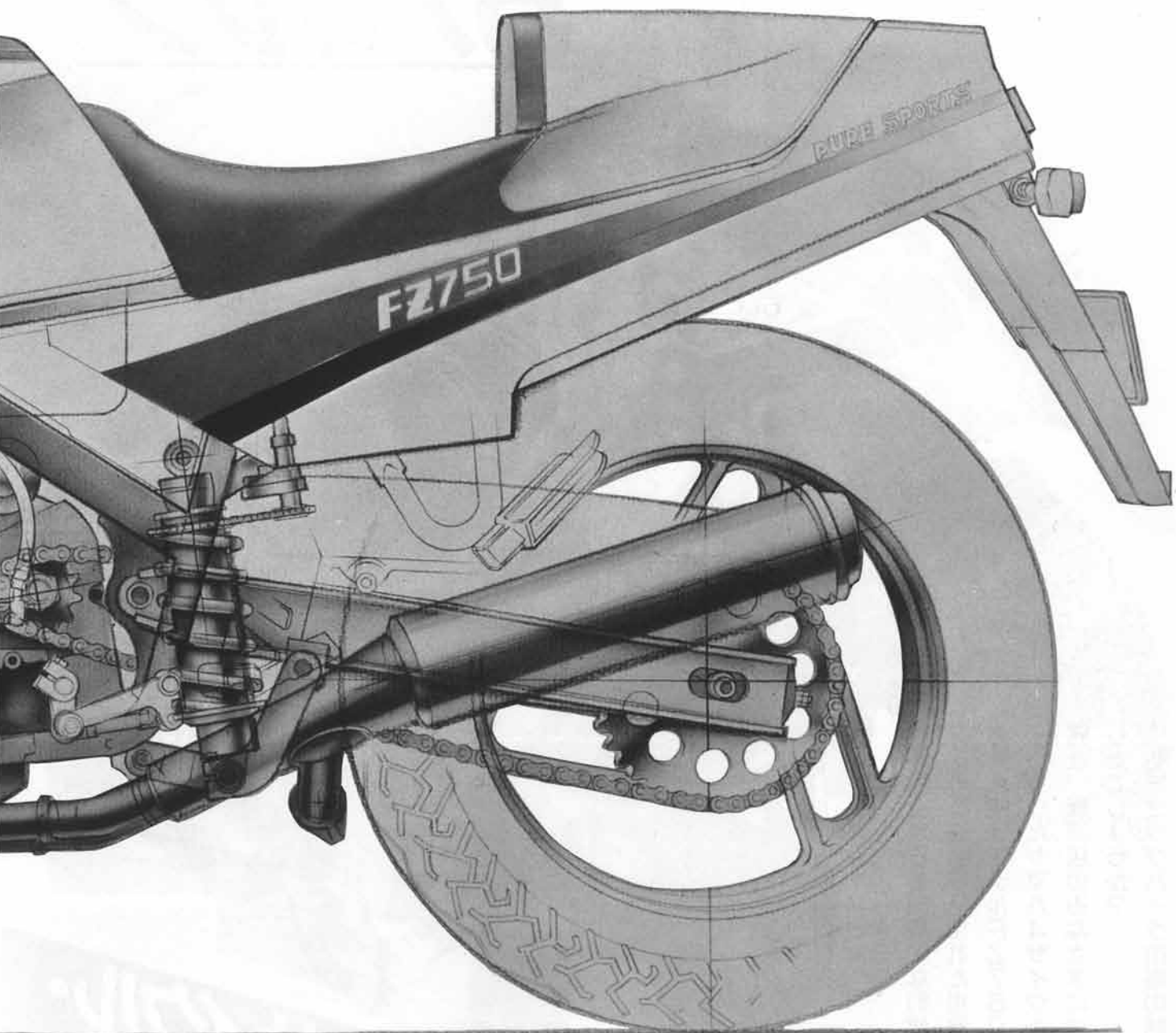
ニューヤマハ4サイクル・
コンセプト大研究

外観上からも印象的な前傾・低重心のニューエンジンとそこにもり込まれた世界初の5バルブ機構——'85年欧米向けモデルFZ750に搭載して衝撃のデビューを果たしたヤマハ4サイクル・第四世代エンジンの全容を、販売店のみなさまには十分にご理解いただけましたでしょうか？

'85年ビッグバイク市場の話題を独占するこのニューヤマハ4サイクルを今月は、改めてご詳解しましょう。

なぜ前傾、低重心?

ニューエンジンは、構成そのものにワケがある。



すべては
トータルパフォーマンス
のために

前傾・低重心ニューエンジンを説明する前に、ヤマハのマシン開発の基本を念頭に置いてください。

それは、何よりも「トータルパフォーマンス」が優先されるということ。エンジン、フレーム、サスペンション、ブレーキ、タイヤ……マシンを構成するすべてのユニットは、それ自体の性能もさることながら、1台のマシンとして結果されたときにいかにすぐれた「総合性能」を発揮できるか、を第1として考えられているということ。

当然、第四世代のヤマハ4サイクル、前傾・低重心エンジンも、パワーストースとしての高性能の確保とあわせて、操縦性・走行安定性の向上、乗りやすさ・扱いやすさの向上など、より高度な走行性能を得るために開発されたものなのです。

四輪F1と同じ
ダウンドラフト吸気と
理想的な排気システム

まさに、エンジンの構成そのものがトータルパフォーマンスの向上に直結する前傾・低重心エンジン。

では、より具体的なニューエンジンの狙いと効果を見てみましょう。上の透視図のようにこのエンジンの最大の特徴は、シリンダーを大きく(45°)前傾させ、その真上(燃料タンク前部)にスベースもたつぷりと大容量のエアクリナーを配したところ。

こうして四輪F1レーシングカーと同様にストレートなダウンドラフト吸気とすることによって、出力アッ



プの第1条件である吸入効率を向上させることに成功しています。

一方、排気系もシリンドラーの前傾化によってエキパイの曲がりが少なくスムーズな排気となるばかりでなく、1・4、2・3エキパイのクロスレイアウトが容易になり、排気干渉の少ない理想的な排気システムを実現。

こうして吸・排気双方の大幅な効率アップによって全く無理なく、大幅なパワーアップを達成しているのです。

操安性向上にも直結の 『前傾・低重心』

では、走行性能の向上面でこのニューエンジンはどんな効果を発揮しているのでしょうか。

まずシリンドラーの前傾化によって重心位置は、『前方下部』に移動しています。つまり、重心位置の低下と前後輪荷重の均等化が同時に実現されているわけで、これにより操縦性、走行安定性も飛躍的に向上しています。

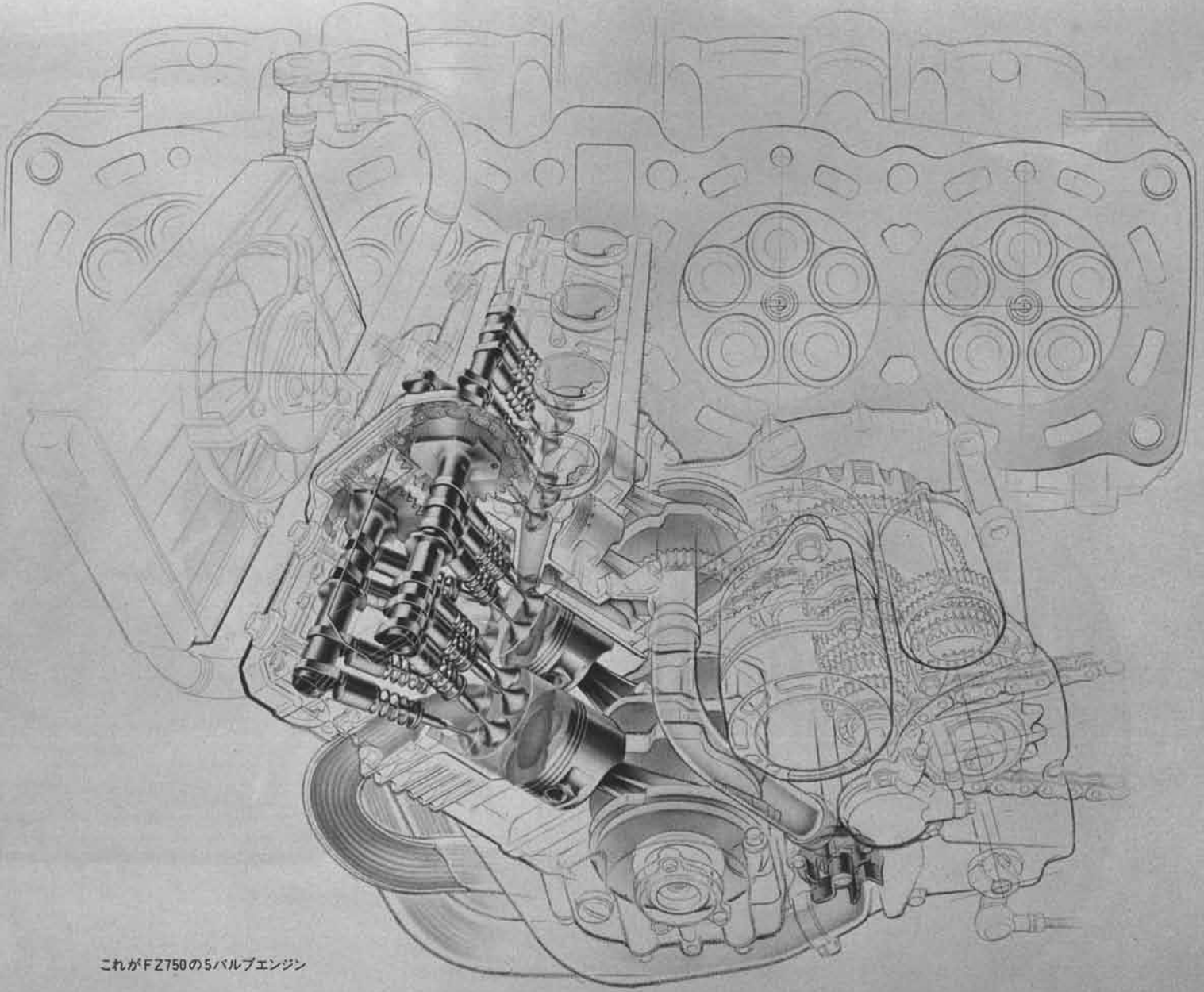
そして、さらにこの効果は、角パイプワイドクレードルフレーム、前16インチ、後18インチの幅広Vグレードタイヤ、高剛性前後サスペンション、ベンチレイテッドタイヤのトリプル・ディスクブレーキ……等と相まって従来のイメージを打破る卓越した運動性能を生み出しているのです。

さらに、ニューエンジンは、乗りやすさ、扱いやすさという面でも多大なメリットをもたらしています。

つまり、エアクリナーやキャブレターなどの補機類の配置が前方に移動しているためにシート下まわりに余分な突出がなく、すっきりとスリムなレッグスペースが構成され、ニードグリップしやすいライディングポジションが確保されたほか、足つき性も一段と向上しているのです。

なぜ5バルブ?

パワーと燃費の両方を一挙に向上させたもう1本のバルブ



これがFZ750の5バルブエンジン

ハイパワー、低燃費、軽量・コンパクトそして高信頼性……現代のエンジンに求められるすべての条件を満たすものとして、ヤマハが4年間にわたる研究開発の結果、実用化に成功したのが、FZ750の前傾・低重心エンジンに採用した「5バルブ」。もちろん、世界初のエンジン技術です。

10%のパワーアップと5%の燃費アップを果たした5バルブ

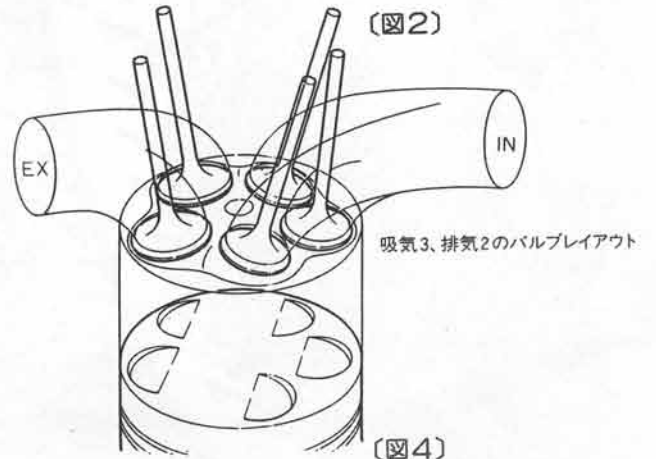
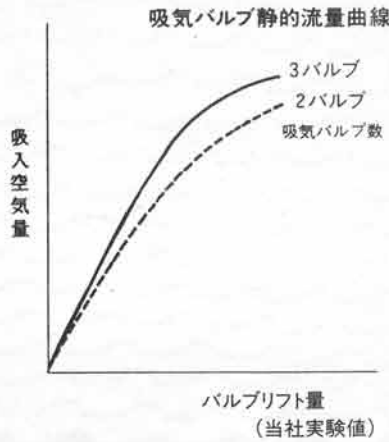
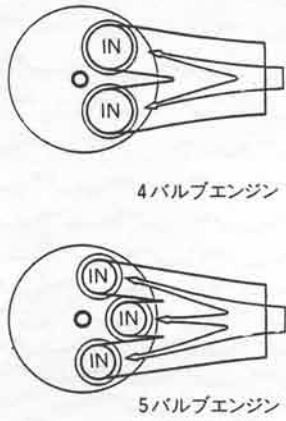
では、世界のエンジン技術の最先端を行くヤマハは、なぜ「5バルブ」でエンジンに対するさまざまなニーズに一挙に答えたのか、ご説明しましょう。

「エンジン自体が持つポテンシャルをいかに引き出し、育てあげるか」これが4サイクルエンジンの高出力化と低燃費を両立させようとする時のヤマハの基本的な考えでした。エンジン自体の吸気効率を最大限に高め、同時に理想的な燃焼を得られる燃焼室の形状を追求しようというわけです。

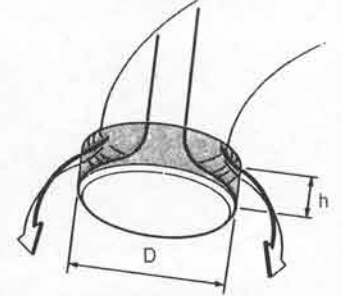
そして、この可能性の最も高いものとしてトライを開始したのが、多バルブ化。5本、6本、7本、さまざまな多バルブエンジンのテストを繰り返した結果、吸入空気量の増大（吸気バルブの3本化）、燃焼効率の向上（コンパクトな燃焼室による高圧縮比化）、ロス馬力の低減（バルブ1本当りの重量軽減）のすべての面で最も効果的な「5バルブ」の採用に至ったのです。

こうして誕生した5バルブエンジンは、4バルブエンジンに比べ約10%のパワーアップと5%の燃費アップ（いずれも当社テストエンジン実験値）を果したばかりでなく、独特のバルブレイアウトによってシリンダヘッドまわりの軽量・コンパクト化を促進、さら

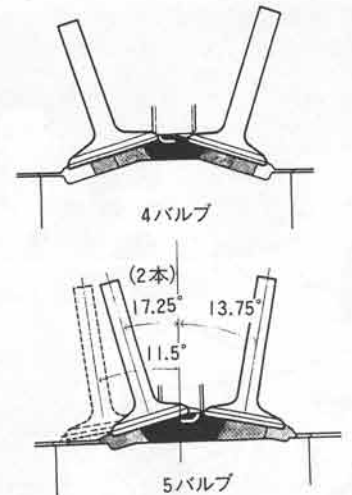
〔図3〕4バルブと5バルブの静的吸入空気量比較



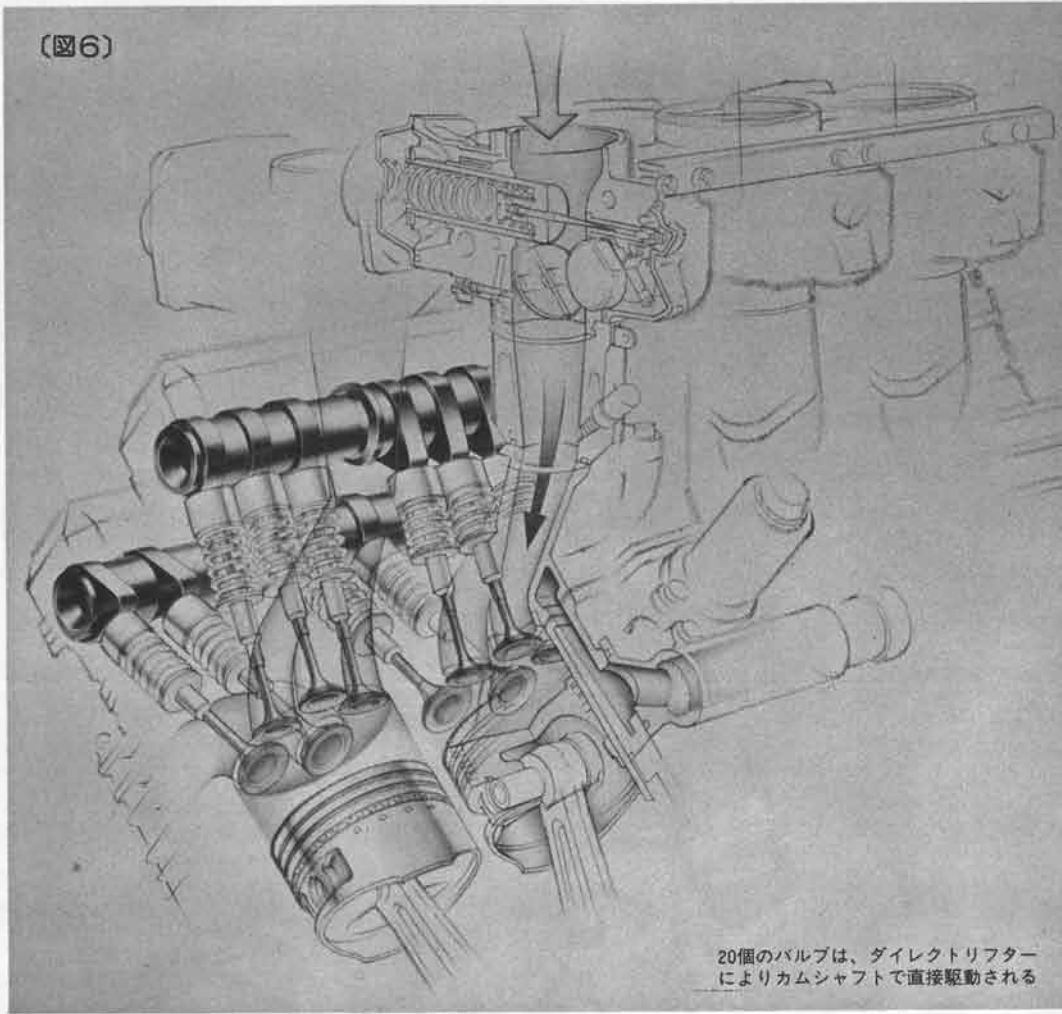
〔図4〕
有効吸気バルブ面積
=バルブ周長 πD ×リフト h



〔図5〕4バルブエンジンと
5バルブエンジンの燃焼室形状



5バルブエンジンは燃焼室のプラグまわりの面積が大きく、全体としてコンパクトな形状のため、燃焼が短時間に行われ、省エネルギー(低燃費)、高出力化が得やすい



〔図5〕
さらにバルブそのものも、従来の4バルブとは異なり吸気バルブの方が排気バルブよりも傘径、重量ともに小さくなっています。重量はじつに吸気バルブ1本が21g、排気バルブが25gと軽いもの。これにより、高回転化がきわめて容易になり、パワーバンドも一段と広いものとなっています。
そして、シリンダヘッドの総計20個のバルブは、図6のようにダイレクタリフターによってカムシャフトで直接駆動されるもので、高回転域でも正確なバルブ作動が保証されるため、低回転から高回転までつねに安定した性能が確保されているのです。

また2本の吸気バルブは17・25度、中央の1本は11・5度、排気バルブは13・75度に設定していますが、このようにバルブ狭み角を極限まで小さくして、5本のバルブをシリンダボア内に合理的に配置することによって、フラットなピストンヘッドを持つコンパクトな燃焼室を高圧縮比を維持したまま形づくることに成功。その結果として、きわめて効率の高い燃焼を得ています。

さて、FZ750の5バルブエンジンをじっくりとご覧ください。(図2)バルブは吸気3本、排気2本の計5本。吸気バルブの3本化によってバルブ周長とバルブリフト量の積で表わされる有効バルブ面積は4バルブに比べ14%もアップ。吸入空気量を大幅に増大させています。(図3・4)
**高回転・ハイパワー
そして広い
パワーバンドも確保**
に幅広い回転域でパワー、トルクともにアップした扱いやすいエンジン特性をも確保しているのです。



Vフォー!

ツツをとらえつつけるRZV500R



山本社長（左から4人目）を囲んで「走っているときよりも熱くなる」というRZV談議

ヤマハのフラッグシップモデルとして、今年5月にはなばなく登場したRZV500Rは、以来連続して750ccクラスのトップセラーをつづけ、日本中にさまざまな話題を生み出しています。

これらはどれも、ヤマハの2サイクルテクノロジー、レーシングテクノロジーに集まる信頼性の高さを改めて立証するもの。そんな中から今月は、神奈川県鎌倉市の山本商会・深沢店（山本俊彦社長）さんに集まるRZVファンのみならずの生の声をご紹介します。'85年、RZV500Rはさらに熱成されて登場して行きます。

バイクの楽しさと厳しさを教えてくれるRZV

山本商会さんのRZVユーザーは、自他ともに認める「正統派」ライダーばかり。この日お集まりいただいた7名も、平均年齢34・5歳。バイク歴10年以上のベテランぞろい、お仕事も設計技師、デザイナー、木型職人、公務員、会社役員と多彩です。

山本社長「みんなよく店に顔を出してくるメンバーばかりだけど、改めて顔をみるとモータースポーツの経験者ばかりだね。」



良くいえばバイクを知り尽くした連中。やはりRZVの良さってのは、ある程度バイクを乗り継いで来た人じゃないとわからないのかな？

佐竹さん「そうでもないでしょうけど、私がRZVに初めて触れたときに実感したのは、ヤマハ伝統の「仕上げの良さ」ですね。昔あこがれのバイクを見て感じた、持つ喜びみたいなものを思い出した。

乗ってみても期待どおり。イメージどおりのラインで走れますし、でも止めるのが難しいバイクですね笑。もちろんブレーキのことじゃなくて、心のブレーキとか自制心を持たないと乗れないということ。それだけにバイクと自分の両方を完全にコントロールし切ったときの満足感は格別です。楽しさと同時に厳しさを教えてくれるバイクだ。

石野さん「確かに誰れでも乗れるバイクじゃないですね。だからこそ、我われオーナーとしての誇りも大きい。」

手塚さん「僕は以前TZでロードレースもやっていたんですけど、RZV500Rのおかげで当時のホットな気持をまた甦がえらせることができている。性能とか、メカとかじゃなくてテクニクを100%発揮しようとする時の快い

興奮。昔を思い出しながら楽しんでます。

大人だけのRZVクラブをつくろう

二本木さん「私は「テクニクが一番ヘタだから四輪に乗ってた」なんて仲間にいわれるんですが（笑）、RZV500Rで改めてバイクのおもしろさを教えられました。こうおっしゃる二本木さん、実は元四輪のファクトリードライバー。よく中学生の息子とモトクロスをしに行きますが、息子さんの方がバイクの先生。親父は40にしてやっとバイクの魅力を理解できた。RZVのおかげだね。」

自営業ですけど、得意先でも私とRZVの姿は評判ですよ。それにあの排気音がたまらない。山本社長「みんな代替える気なんてないでしょう？ 商売上はコマルなあー（笑）」

佐竹さん「でも苦言をひとつ。完成されすぎていていじれないのが残念だね。」

山本社長「そりゃ賢いけど、でも完成されたバイクと、それをしっかりと理解できる仲間、ツーリングに行っても自然に隊列ができる大人の集まりなんだから、みんなRZV500Rだけの大人のクラブをつくってみたいらどうだろう？」

魅せられて
マニアのライダーズスピリ

1回の講習は午後7時から10時までみっちり3時間、「余さず覚えよう」と受講生の表情も真剣そのもの



明日の経営者めざして "ヤマハ予備校"で 従業員さんもパワーアップ

●受講・従業員さんひとこと



山下正道さん
(モーターサイクル玉船/大阪市西区)

「商売の常識は持っているつもりでしか、改めて専門家に教えられると本当に身につくような気がしますね。これまでは、自分が話しやすいお客さんとしがつき合わなかったけど、最近じゃどんなお客さんともうまく話せるようになりました」

●社長さんからひとこと

岡本勝雄社長

「商売人としての基本を覚えてもらおうと『教育』と思って参加させています。商人が少し身についてきたかな(笑)。すべてが即、実践で役立つとは思いませんが、意識が向上しているのは何よりいい。いい機会が与えられたと私も喜んでいきます」

●受講・従業員さんひとこと



具原総一郎さん
(バイクフリスザ光/大阪府八尾市)

「お客さんの応待も前とは変わったと思いますよ。『商品を通じて心を売る』なんて教わってからは、商品の扱いにも気を使うし、セールストークもお客さまのことを第一に考えるようになった。講習は厳しい面もあるけど、教えてもらった100%を実行できるように頑張りたいですね」

●社長さんからひとこと

土屋猛店長

「ヤマハ予備校開催の話聞いたとき大賛成で、まっ先に受講させました。今までと変わったことといえば、店長、今度のチラシはまっただですか」なんて、こっちが催促されるくらい積極的になったこと。店のスタッフとして一緒に商売のことを考えられるようになったのはすばらしい進歩だと思いますよ」



とくにスポーツバイク販売において
は、若いお客さまと同じ世代で、メカ
にも詳しく、ライディングも得意、そ
して何よりもバイクが大好きという若
い従業員さんの活躍が光った'84年商戦
ですが、そんな従業員さんにさらにバ
ワーアップしていただこうとヤマハ関
西(株)東大阪、奈良両支店の東営業所、
西営業所、奈良営業所では合同で従業
員さん研修会を開催。29店から46名の
方がたが9月から来年2月まで毎月1
回、計6回の特訓に取り組んでいます。

受講する従業員さんから「ヤマハ予備校」
の愛称で親しまれているこの研修会は、セー
ルスやサービスの第一線で活躍する販売店従
業員のみなさんに、販売の知識・技術を身も
もってマスターしていただき、同時に社会人
としてさらにスケールアップしていただこう
とスタートしたものだ。

㈱日本マネージメントセンターの折尾社長
を講師に、来年2月まで6回、次のようなカ
リキュラムが組まれています。

- ①期待される従業員(9月) ②③固定客づ
くり(10・11月) ④店づくりのポイント(12
月) ⑤販売促進のポイント(1月) ⑥販売の
基礎まとめ(2月)

東営業所を会場に行なわれる月1回の講習
は、午後7時から10時までみっちり3時間。
その日のノートは各お店の社長さんも目を通
し、また毎回必ずレポートの提出が課せられ、
このレポートも講師の添削の後、各社長さん
の元に届けられます。受講するみなさんの表
情も真剣そのもの。そして、半年間にわたる
特訓による理論・実戦をかねそなえた従業員さ
んの誕生に、大きな期待が寄せられているの
です。

●受講・従業員さんひとこと



富田健さん
(トミタサイフル/大阪市住吉区)

「サラリーマンから親父の店の従業員に転
向したんですが、バイク販売というのをしっ
かり知りたくて参加してます。モノの見方、
考え方が広くなり、応用力も少しは出てきた
と自分では思っています。最後まで休まず受
講し、すべてマスターするつもりです」

●社長さんからひとこと

富田一雄社長

「正直なところ親が、商売の心がまえは……
なんていっても身は入らんもんですよ。ヤ
マハ予備校は、自分の意志で参加しているん
で一所懸命。レポート提出なども真面目に取
組んでるし、同年代の人と一緒に学ぶのも刺
激になっていいようだね。なんとなく二代目
の自覚が生まれてきつつあるようだ」

●受講・従業員さんひとこと



安川年一さん
(RSVイチ/大阪府大東市)

「うちからは今回主任クラスの従業員7名が
受講していますけど、知識として知っていたこ
とも改めて先生のお話を聞いて、ノートを
とり、レポートを提出することでひとつひとつ
確実に身につけているようです。私たちがマ
スターしたことは、他の従業員にも伝えようと
店でも同じ研修会を開いているんですよ」

●社長さんからひとこと

吉村太一社長

「店主の講習の機会はいろいろありますけ
ど従業員となると毎日の業務に追われて、つ
いついおろそかになりがち。それだけに意味
あるものだと思いますよ。商売の厳しさを知
り、同時にお客さんの動きをいつも敏感にキャ
ッチできる感覚が磨かれてきたようですね」

こんにちは 奥さま

社長さんが語るうちの女房



♥ 本間貞子さん
 「家事、育児、セールス、事務と一人5役。中でもセールスワークのうまさは、**拔群**。90%代の確率だね。私が売るより、よっぽどいいっていつもいってるよ(笑)」
 ● 丸安サイクルセンター (藤沢市善行) 本間泰蔵社長



湘南

今年のカレンダーも残りわずか。どこのお店も最後の追込みに大わらわの毎日でしょう。さて、2年間にわたり日本全国のヤマハ奥さまの活躍ぶりをご紹介してきたこのコーナーも最終回。今月はヤマハ東京圏神奈川支店・西神奈川営業所管内の奥さま方です。



♥ 難波孝子さん
 「はつきりいって、私はうちにいま現金がいくらあるのか、全く判からない。信頼し切って女房におまかせです。**共同経営者**ですね、完全に」
 ● YSP 厚木 (厚木市妻田) 難波幸男社長



♥和田芳子さん

「地味だけど、店の**まとめ役**としてガンバって
 けているから大助かり。気分的にも女房がいると安心して
 いられるし。私のカゲの支えだね」

●和田モータース（平塚市中原）和田秀雄社長



♥森フミヨさん

「土曜、日曜など忙しい時の女房の協力は本当に助かるね。
 これからは特にユーザー管理に取り組んで欲しい。

4千人のお客さまカードがあるんだから、これをフルに活用できるようにね」

●衛モリサイクル（茅ヶ崎市南湖）森 輝雄社長



♥平井愛子さん

「87年6月にヤマハコースでYRSを受講して以
 来、もうスポーツバイクにロックオンなんです。月
 に2〜3回もツーリングに行く。女房がつくれた
女性ツーリングクラブがあつてね、
 夏なんかナイトツーリングですよ」

●オートショップヒライ（小田原市本町）
 平井 修副社長



♥栗原美智子さん
 「気がつよくて、元気なんだよ、うちの。お客さんが若い
 人ばかりだから気も若いしね。**社交的**で、お客さん
 の間でも人気者ですよ。おしゃべり上手は、商売の大事な要
 素だからね」

●北相モーターサイクル（秦野市若松町）栗原利一社長



●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

12



『ジェイ・ジェイ』

(発行所)光文社。
(創刊)1975年6月創刊。毎月23日発行、発行部数65万部(創刊時は15万部からスタート)。
(編集部構成)9名(男7名、女2名)。外部スタッフはライター、カメラマン、その他を含めて約30名。

(読者対象)18歳から22歳の女性がメイン・ターゲット。なかでも女子大生、短大生、OLといった独身女性が大半を占める。

(編集方針)18歳から22歳の女性の「ヘルシー&ファッションナブルライフ」の追求をテーマに、ファッションやビューティ等についてアドバイスしている。ファッションについてはベーシックなもの・長く着れるものを大切に、ビューティについてはシンプルメイクを基本とするなど、読者自身の個性を引き出す手助けとなる情報を提供している。

(編集内容)ファッションが60%、ビューティ(メイク・美容・健康に関するもの)が10%、その他、人物もの・インテリアもの・就職ものなど女性のための生活情報が30%を占めている。

(編集長プロフィール)1965年4月に講談社に入社。『女性自身』(8年間)、『別冊・女性自身』(2年間)を経て、『ジェイ・ジェイ』の創刊にタッチ。同編集長には今年4月より就任する。1942年10月13日生まれ。血液型はO型。

●第12回ゲスト

JJ

編集長

小井貞夫氏

選んで長く着ようという方向です。だからそのとき、そのときの流行で左右されないファッションをとりあげているわけです。
そうすれば学校で先生に会うときや、ショッピング、デートと、いろいろシーンが変化しても基本的なコーディネート感覚は身につくでしょう。

だからブランド指向になる?

「そうなんです。ウチがブランド指向を煽ったように、よくいわれるんです。でも本当のおしゃれの服をどうするかを考えれば、ブランド指向にならざるを得ないでしょ、ベーシックなもの行きつくところですから。

いいものはやはり高いんです。たとえロンドン・トラディショナルなファッションですとか、フランスもセリーヌやシャネルは高くて、いいということが、また買う人のステイタスにつながるというでしょう。

ただ、実際は読者の数がふえるにしたがつて誌面がだんだんポピュラーになってきています。生活水準が全体的にあがっていることや、メーカーのほうも消費者の願望をとり入れるようになって、必ずしも大金をかけなくてもベーシックなおしゃれができる時代になってきたからでしょうね。国産でもいいものありますよ、いまは。

読者も個性を求めてきてるんです。そうすると個性はブランドに頼れないでしょ、そういう読者を選び方の適切なデータを与えるようにしています。

いまの女子大生は平均してどれくらいおしゃれにお金をかけるのですか?

「具体的にデータをとったことはないのですが、ハッキリしたことはいえないのですがね、まあブランドものを買える程度にはお金をもっていると考えていいでしょう。」

ニセのブランドについてはどうお考えですか?

「コピーの氾濫、あれは困ったもんです。だから雑誌では本物指向をガイドしていくようにしています。そうしないと本当の美しさというものが伝わらないでしょ。」

「J・J」は女性が美しくなるための方法を教える雑誌ですから、ファッション&ビュー

「もはや個性はブランドに頼れないでほしい。だから、その選び方のデータが必要なんです。」

いまひとり平均どれくらいウェアもっているのかわからないが、たいていの人が一年間に一度も袖に手を通さない服が何着もあると思う。かつて暖をとるだけのために服が必要だった時代のことを考えると、やはり日本は豊かになったのだと思う。

を選んだらいいの、国民のひとりひとり自信をもてなくなるほど着るもの種類がある。そういう状況を背景に急激に成長した雑誌のひとつに「J・J(ジェイ・ジェイ)」がある。けっこう賛沢指向に見えるこの雑誌があれほどメジャーな人気をもっているということは、いま若い女性のあいだではバーゲンの服

を身につけるよりも、キチンとしたおしゃれをしたがっていると解釈したほうがいいのか。ほくのまわりにはちやうど「J・J」の読者にあたるような女性は見あたらないので読者像がよくわからない。そのへんから小井編集長に伺ってみることにした。

女性の雑誌はいま多様化してますね、一概に年齢層で区切ることもできないでしょうが、どうい読者にこの雑誌は支持されているのですか?

「いわゆるいいウチのコ、聖心女子大とかね、中学時代から私立に通っているような女の子が核になっているといえますね。」

「ええ、ウチの雑誌は古くからニュートラをいっててなんですが、いまでもその基本的な姿勢は変わっていません。ベーシックなものを



「つねに読者の憧れている部分を読面にだしていき……」と語る小井編集長(左)

「テイ」が基本です」

「『ビューティ』というのは？」

「メイクです。人間たいてい第一印象を顔で判断しますね。ですから第一印象をよくする方向でアドバイスをしています」

「バイクを通しておしゃれについて企画を考えたことはありませんか？」

「バイクといってもほとんど大きなタイプは

対象にしたことないですね。片岡義男さんの小説を連載したこともあるんですが、現実にはバイクが登場するのは50ccです。どうしてもクルマのほうが読者にアピールしやすいもので、徳大寺さんや生沢さんの記事は載ってません」

「スクーターはどうですか？」

「あれはよくファッションの小道具につか

ます。そういえばこのあいだレーシング・ウェアを街着にする企画をやりましたよ。レーズで使用するファッションをカジュアルにしてとらえてみようという試みなんです。四輪にかぎらずバイクがもっともファッショナルになって、読者からもカッコイイという声がかかるようになれば、ウェアのペーシングもたしかにもっと面白くなるでしょう」

「それでも女性が自分を表現する場がふえてきているというふうには考えられますか？」

「一般的に女性の職業は門が広がってきていますし、責任ある地位につく可能性もむかしよりはるかに多くなっています。経済的に向上して、発言力も強くなりましてから自立しやすくて、したがって離婚も容易になりましたね。そういう状況自体は歓迎すべきなんです。こういうと年寄りみたいな物言いになりますが、女性の強さに伴って女性としての優しさを忘れてほしくないと思いたすね。」

「街で見かけるかぎりでは、中型以上のバイクに乗る女性ライダーが急増しているという印象を個人的にはもっているんですが、以前とくらべて女性が変わったという点についてどう思われますか？」

「女性はずいぶん強くなったし、社会的にも地位は向上しましたが、実際は依然として男社会であって、女の時代とはいえませんね。こういう中で、『お茶汲み拒否』のような抵抗がよくありますが、あれは逆に損だと思いたす。ツッパらないほうがいいんです。」

「むかしは目立ちたがりの女性はあんなにいませんでした。たとえば『オルナイト・フジ』みたいに、やたら女子大生がテレビに出たがりでしょ。雑誌にも出たがんです」

「たばこを吸う女性がいまですけど、そのこと自体はいいんですが、吸い方がよくないひといますね。そういうひとに注意する関係がほしいと思います。つまり当たりまえがわからないうから気づかせてあげたい。そういう女の力を育てたいですね。そしてそういうコがどういう化粧して、どんな服を選んで、どうやってメイク道具を選び、どうメイク・アップするかということをご案内したいと思いたす」

「まあこの雑誌は読者参加の草分けでしたからね。ファッションのページで読者と強く結びついている面があります。出たがる人がいるから、それが雑誌のステイタスをつくっているともいえますが。」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「ただ、まえば、出る、ということでは満足していたんですが、いまは雑誌に登場することによってギャラがもらえるということがあたりまえになりました。それだけスレたんだともいえるので、シロウトが目立ちとうとすることによって、それが職業化していく傾向があるんですよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「『J・J』のモデルになる基準は何があるんですか？」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「まずちゃんとしたお嬢さんであることです。それと知的な面も大きな条件でしょう。いままではモデルという職業に憧れる人が多くて、モデルになることはステイタスでもあったんですが、最近はモデルから女優志願へと変わってきているようです。モデルと女優では本質がちがうと思うんですがね」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「モデルは女優になるための通過地点なんですか？」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

「たしかにそういう面はあるようです。でも女優というのはプライベートなところまでさらけ出すわけだから、また別の要素が要求されて苦勞すると思いたすよ」

「生活に密着した記事ですか、男がテーマのようなナマ臭いページがないのですが、意識的に外しているのですか？」

SENSIBLE TIP CORNER

●お忙しい販売店さんのための情報アンテナ●
●話題と流行の最新情報●

●今月のセンスアップ

スムーズな走りは、国民の義務!

「はやくそこをどいて欲しいなあ」なんて思う渋滞ばかり続く日本の高速道路……のっけから渋滞のハナシでスミませんが、やはり気になる「どうして渋滞なの?」的発想であえて渋滞にこだわらせていただきます。

西暦2千年にはほぼ完璧に東名高速は飽和状態となり、高速道路の機能を失うともいわれています。たしかに今の日本の人口増加率を考えれば納得しますが、どうもいまひとつ腑に落ちない点があるのです。要するに、今の時期からこんなに高速道路が混雑していいの、か、という問題です。

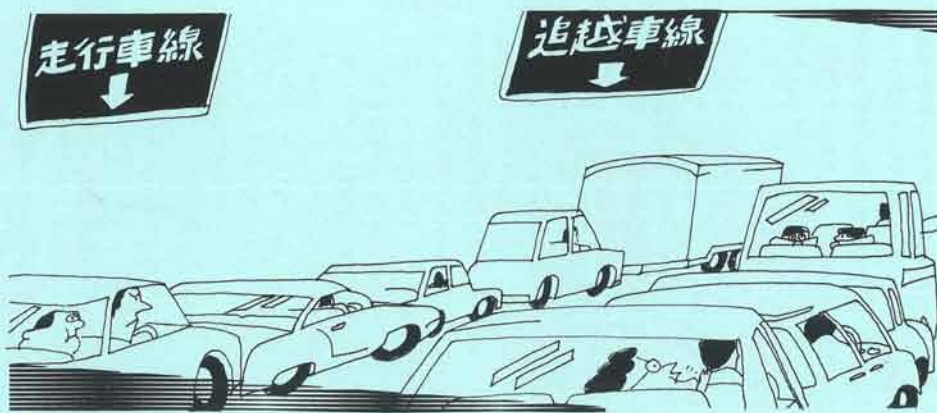
ズバリ、渋滞の原因は2つあります。あたり前のハナシですが、ひとつは「ドライバーのマナー」です。そして「道路の作り方」が2つめ。日本は法治国家だから制限速度で追越車線走ってナゼ悪い。なんて考え方が圧倒的に、しかも日曜祝祭日の日に多いのです。確かに法は守らねばなりません。違法精神はこれから先にも大切ですが、しかし、だからといって金魚のフンよろしく後続車を何十台もうしろにしたがえてトロトロと追越車線走るのはいいことでしょうか。ついついジョークで「公序良俗」に反するのだが、なにか強いていいたくなります。私は21世紀に大渋滞する東名高速は現実のところ、こういうヤカラがいるからと早い時期に自然大渋滞がくるのでは、と思うのです。

まずと、わざときちんとブレーキをかけて減速、そしてまたまた渋滞。なんでクルマにはパッシング機構がついているのか知らないのか?とまたまた思うのであります。

飛ばして事故を起こせばその人の責任だから誰だって無闇には飛ばしません。みんなそれなりにスピードが恐くて、しかもそれなりに運転技術をもっているのですから、「カラスの勝手でしょ」なんて気分である程度自由なスピードが出せるべきなのです。その方が道はスムーズに流れます。それは一般道でも同じことがいえますね。スムーズということは大渋滞よりもストレスはたまらないし、ブレーキをたくさん使わなくていいし、ガソリンも節約できて、結果として「安全」を生むと思うんですが……。「カラスの勝手でしょ」なんて気分がゆっくりと走る人がまだいるからコマルのです。私はソニーひとが嫌いです。道路はみんなのもの。スムーズに走れるよう心がけることが国民の義務だと思うのです。

もうひとつの渋滞の原因。それは道路をつくる側にもあります。高速道路には合流車線というのがあります。1と1を合計すれば2。2と1を足せば3ですね。それではなんで日本の道路は2と1を足して2になるのでしょうか。大半がこの設計をしています。合流するところにある加速車線など短かすぎて車線といえるシロモノではありません。

たしかに日本は狭くて土地がないから道路も狭い。しかし、土地のためだけでなく、走



る側と作る側の両方の責任といえるのです。なんでこんなことを言うのか?そうです。私は少し前にヨーロッパのアウトバーンを初めて走って、やっぱりカルチャーショックを受けた人間なのです。こういうのを「単純」とでもいうのでしょうか。でも聞いて下さい。

やっぱりアウトバーンはすごいのです。まず追越車線は追越しのためだけの道路になっただけです。ポルシェが200km/hでカッ飛んで行って追越しても必ずサッと走行車線に戻るのです。自分だけの道ではないことをよく知っているのです。もちろん追越車線をゆっくりと走る人はいません。

おまけに大型トラックのマナーのいいことだらけありません。まず端の車線をキープし、減速なことでは追越車線に出てくることはありませぬし、場所によってはこれに法的に制限を加えているのです。自由にスピードを出せるから事故が多いだろう?なんて思われるでしょうが、1週間走り続けて事故という事故にはついに遭遇しませんでした。制限速度を設定したら安全になるといふ安易な考え方は止めて欲しい日本国なんて思っています。

鉄道の踏切は電車が来なければそのまま通過が原則。これは日本と大ちがいでありますが、高速道路のハナシの原点はここにあると思います。来てもいない電車のためにいちいち停止させるのはナンセンス。えらく広い道をえらく低い速度で走らせる考え方と同じで一方的。対するヨーロッパはドライバーを信頼し、本人の責任で自由な速度で走らせる方式で民主的なのであります。そのかわり車線や車間距離などマナーについては厳しい態度をとり、流れを阻害することに目を光らせているのです。日本は違反行為ばかり目を配り、全体の流れ、つまり公序良俗などには目もくれないのです。

ああ、日本はだからいやなのだなんていってもやっぱり私は日本人。せいぜい酒など飲んでどこかで立ち〇〇などとして、公序良俗違反(実はケイハンサイ法に触れるのかな)なんてことにならぬように気をつけることにいたします。

(小野寺秀悟)

BOOKS

●お客さま用メンテナンスの教科書

人間のからだと同じで、バイクにもメンテナンスは必要不可欠ですね。新しくライダーになられたお客さまの場合、どこをどう整備すればよいのかチンパンカンパニング。おつかなびつくりの気持ちで工具を握っているのが普通です。といって私たちが手とり足とり整備方法を教えることも無理。

そこで、「これ一冊きちんと読んでおくとタメになりますよ」という本がデビューしました。本の名前は「バイク整備ハンドブック」。この本はバイクのメカの基本から具体的な整備方法や工具の扱い方までをきれいなイラストを使って解説してあります。



メカに通ずることは、バイクとのつき合いが長くなることです。ハナシのわかるお客さまがひとりでも増えるといいですね。
「バイク整備ハンドブック」佐々木和夫著
グランプリ出版 ¥900

●10代の雑誌で「いま」を読む

いろいろな雑誌が出てきて、「もう何を読めばいいのかわからない」なんていう人もおられるでしょう。どれを読んでも似たり寄ったり、というのには確かです。しかし、ここに紹介する雑誌はどうも「新鮮味」以上のものがあると思われます。

「ヒストリーズラン」というタイトルのこの雑誌は10代の人書き10代の人編集し、10代の人のための雑誌をめざしているところがユニークなものです。定価はタダ。ただし20歳以上は500円というもの。中身は？ それを見てからのお楽しみですね。彼らの作品を見れば、「いま」を読むことができるかもしれま



せんよ。

問合せ先 千05 東京都港区海岸 13
19-805 生開学舎出版部 03-437
1-862

VEHICLE

●だからあえてベアシック

都会だろうが田舎だろうが、クルマやバイクは今やテクノ感覚でいっばいですね。クルマなんかはフロントからリアまで、それこそテクノ感覚のおかげでデザインは似たり寄ったり。目隠して触れてみても何のクルマなのかまったくわからない。これを一つのテクノ現象とでもいうのでしょうか、やっぱり人間は「ぬくもり」を思わせるデザインやカラーが大切だと思うんです。

あえていいなのは、そこでスクーターのことなのです。車体のすべてをカバーするス



HOBBY

クーターだから、一つのセンスで見た目は大幅に変わります。テクノ感覚ばかりでは息がつまるし、すぐに飽きてしまうもの。スクーターは生活に密着したものととして、しつかりと「ぬくもり」が根をおろしたものが、長い目で見て多くの支持が得られるのではと、思います。

だからあえてベアシックなスクーター、「シグナス180」は魅力的なのです。

時代はいま2つの流れを見せていると思います。一つはより未来的で、挑戦型。もう一つはベアシックでどこにでもフィットする生活密着型。モノのセレクト基準をここに置くというのもひとつのテです。



●2ストの王者RZV500Rがブルモに!

世界GP500ccクラスで'84年度チャンピオンに輝いたE・ローソンのマシン、ヤマハYZR500。そのレプリカモデルとして世界中から高い評価を受けているRZV500Rのプラモデルがタミヤからデビューしました。

外観はもちろんエンジン、足まわりから細部に至るまで12分の1のスケールで極めてリアルに再現されています。10000円。

●あなたの隣にもいる? ハッカー

コンピュータが現代人の生活のなかに普及



して久しいのですが、最近ではコンピュータにのめり込んで部屋から一歩も出ないでいる青少年が多いと聞きます。この手の人たちはコンピュータ中毒者、ハッカー(Hacker)ともいわれ、自分の部屋を宇宙として自分だけのための誰とも関わらず、自分だけの楽しみにつける性格をもっていて、別名「コクビット症候群」にかかった人たちともいえるでしょう。

彼らのスタイルはひと目でわかります。まず髪は人と違わず没個性で自分から散髪屋へは行かず母親にいわれて行く。メガネはディスプレイを毎日見るために使用する人が多くフレームは安価で実用的なものを好む。服は母親があてがいが、ブランド指向もない。バッグはデイバックを使用し、面倒がついていつも折りたたみガサを入れている。凝縮したメカに異常な興味をもつため、ウォークマンを持ち歩き、アニメ主題歌をよく聞く。腕時計は多機能もので、コンピュータ処理速度を計るためにストップウォッチ付き。そして、数多く書かれたプログラムリストをチェックするために、蛍光ライナーマーカーを必需品としている。

そして彼らのノム、ウツ、カウはアルカリ飲料をノム、パソコンキーボードをウツ、周辺機器をカウことを意味しています。あなたのすぐそばにもハッカーはいるかもしれませぬね……。

仙台青葉ライダーズ

クラブ通信

12

ヤマハ黒松／若生正敏社長(仙台市双葉ヶ丘1丁目22の21)

オンとオフ、スクーターから750まで
 多彩な活動メニューで、家族ぐるみでの交流も実現!

SAR 仙台青葉ライダーズの発足は3年前。仙台市双葉ヶ丘、国道4号線沿いで20軒のヤマハ黒松さんを拠点に、家族ぐるみのスポーツ活動を展開中です。軌道に乗る活動内容を若生社長に話してもらいました。

豊富なんです、活動メニューが!

もとはといえば、ミニバイクなどのレースを主体に発足したのがうちのクラブですが、いつしか活動範囲がどんどん広がってきているんです。

SUGOで開かれるSLTライテューロやSLミニエンテューロへの参加、春、秋の1泊ツーリング、オン&オフの月例ツーリング、ツーリング、そして春のお花見会、夏のキャンプ、秋のいも煮会……と色いろなスケジュールが1年間ビッシリ。

オンなら蔵王のエコラインや牡鹿半島のコバルトライン、オフなら泉ヶ岳方面が中心ですが、とにかくオン・オフ両方のモデルに乗る人がほとんど、というのがうちの特徴。平均年齢32歳で、いま16名が登録しています。最初の2年間は私が会長を、1年前からはクラブ員の中から会長ほか数人の幹事を選び、いまは彼らに自主運営してもらっています。店としてはミーティングの場所を提供するだけで、私は監査役。まあ、この方が私自身がクラブを率先していく必要もないし、とても楽になりましたね。

それにしても、活動範囲が広いでしょう。

無事故をささえる『会員表彰』
 おかげさまで発足以来、ずつと無事故です。毎年行なっている『無事故・無違反会員表彰』が効を奏しているからです。1年間、無事故・無違反のクラブ員には、クラブから表彰状を贈るといだけのシステムですが、なかなか効力があるんですね。

運営面でも、これといって困ったこともな

く順調にやっています。

でも、たった1度だけ困ったことがあったんです。まあ今思えば、良い思い出なんです。クラブ員同志が結婚するっていうので仲人を頼まれたときですね。経験のない私が仲人をひき受けて、本当にいいものだろうか……と思ってね。本当に困りました。

もちろん今では楽しい思い出。クラブにとつて2世にあたる啓太君も、もうすぐ1歳の誕生日を迎えますから。

家族ぐるみの活動を生む
 ラーリング企画

誕生日といえば、毎月誕生日を迎えたクラブ員に、クラブからプレゼントを贈っているのも、うちの特色。でも、アットホームな活動は、これだけではありません。

スポーツバイク主体のクラブですが、中には原付免許だけという会員もいる。年に1度開いているラーリングは、そんな人をクラブとして大切にしたいから。しかも家族ぐるみでバイクを楽しんで欲しいからなんです。

日帰り100km程度のコースなら、半日費せばコース図も作れます。それに費用のかわらないのもラーリングの魅力。そして、スクーターでの参加者も、750ccでの参加者も同じように楽しめるんです。だから、家族での参加が毎回増えているんです。



クラブ運営に意欲的な若生社長(右)と奥さま美紀さん



↑キャンプや、いも煮会も定例活動として定着

←家族ぐるみでの参加者を集めるラーリング。XTも、サリアンも、同じように楽しめるイベントです

SENDAI
 AOBA
 RIDERS

●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。
〒4338 静岡県磐田市新貝25000 ヤマハ発動機機 広報室直伝課「ヤマハニュース」係 ☎05383(2)1111(内線2356)

九州、中国地区YES S加盟店さん主催で YRSサーキットラン開催

〔ヤマハ中国・ヤマハ九州安全普及課〕スポーツバイクのお客さまから受講希望が殺到している「YRSサーキットラン」ですが、このほど中国・九州地区のお客さまを対象とした、はじめての「YRSサーキットラン」が山口県の西日本サーキットで開催されました。

これは、中国・九州地区のYES S加盟店さんの主催によるもので、10月24・25日の開催日には、のべ200名が参加。おなじみ毛利良一選手らの指導でサーキットをひとり約30周走行するカリキュラムに、参加者は熱心にとり組んでいました。



サーキットラン、平選手を囲んでのゲーム大会やパーティ……という豪華メニューに、参加者は「ほんとうに感激です！」を連発していました。2年連続全日本チャンピオンの貫禄もすっかり板についた平選手は、こうしてオフシーズンを送りながら、モータースポーツファン、バイクファンを増やしています。



インタビュー形式で行なわれた平選手の講演会には600人が参集、東海大学松前記念館で



女性ライダーの間でも人気は、ほんとうに圧倒的！(スポーツランドSUGOで)

「シーズンオフはありません」 学園祭に、女性ライダーの集いに ひっぱりダコの平選手

10・11月は学園祭のシーズン。今年も各大学で趣好を凝らしたイベントが繰り広げられましたが、神奈川県秦野市の東海大学で11月1日から



4日間にわたって開かれたのが「第36回建学祭」。その中で11月3日に行なわれた体育会主催の「スポーツフェスティバル」には、人気ナンバーワンの平忠彦選手が登場。約2時間にわたる平選手の講演とビデオ上映に、600名を超えるファンが詰めかけて熱心に耳を傾けていました。

一方、この日から1週間後の11日、スポーツランドSUGOには全国各地からスポーツバイクの女性ライダーがぞくぞく集合。これは「平選手とともにサーキットラン——女性ライダーの集い」に参加したお客さまたち。お目あての平選手の先導によるサ



'85年型T250でライバルをおさえて見事優勝した奥村選手

●レーシング・エキスプレス

奥村裕選手、'85T250で今季の勝利！

モータースポーツの中でも、今シーズン特に人気を集めたロードレースですが、シリーズ戦も10月28日の第11戦筑波大会で全日程を終了。さて、シリーズ戦の最後を飾るこの筑波大会は、同サーキットが新装オープンして初めての全日本選手権ということもあって過去最高の2万8千のファンが朝早くから長蛇の列そんな中で各クラスに熱戦が繰り広げられました。

ところで500ccクラスやフォアミュラ3クラスと並んで、今年注目度満点なのが国際A級250ccクラス。毎戦優勝者の顔ぶれが違うとい

う、まさに激戦区だからです。その注目の250ccクラスでは、奥村裕選手(ブレイメイト・レーシング)が'85年型T250を駆って好スタート。3周目からはトップに立ち、その後も追いあげる小林、阿部のHRCコンビを振り切って見事優勝。クラシケイ・スリッドバルブにフロント17インチ&リヤ18インチ、という'85年型T2のポテンシャルを存分に披露しました。

これで奥村選手は2勝目。このクラスでただひとり、ふたつの白星を飾った奥村選手の来シーズンに期待が寄せられています。

●詳しくは担当のヤマハマンにお問合わせください

歳末商戦を多彩なセールス・キャンペーンでもりあげよう！

今年も残すは12月のみとなりました。この1ヶ月間の商戦は、84商戦の締めくくりとして、また85商戦へのステップとして大きな意味をもっています。皆さまのお店でも、ぜひこのタイミングに以下のセールス・キャンペーンを展開して、大きな飛躍をかちとってください。

■ニュージョグ新発売告知セール

本誌冒頭でもご紹介のとおり、さらに大きなスクーター需要開拓をめざしてニュージョグが新発売となりましたが、このセールではニュージョグの新発売告知および歳末の店頭活性化が柱となっています。

①店頭のニュージョグPOPの充実

店頭ニュージョグのイメージをあふれさせましょう。ツールとしては、シーリングPOP、ハンドルPOP、のほり、ブライズピラ、新発売告知ピラが用意されています。

②プレミアムセール

ニュージョグお買上げのお客さまに、JOGのロゴ形ビステットをプレミアムとして進呈します。ツールとしてはプレミアム用品の他、プレミアムセール告知ポスターが用意されています。

■歳末・新春店頭フリーン作戦

歳末商戦の前に、店頭をいっせいにクリン

ンにしてください。店内の清掃はもちろん、レイアウト変更や在庫処分等を行ない、気分一新して歳末および新春セールをスタートしましょう。ツールとしては、ハンドルPOPやウインドウディスプレイ、新春セールポスター等が用意されています。

■ヤマハ819健康診断

自店のお客さまに対するアフターフォローや代替促進はもちろん、見込客の掘りおこし作業や他店購入者の来店促進による顧客化など、多くの役割をもったヤマハ819健康診断は、12月も継続して実施されます。

819円という安心価格を前面に打ち出



し展開するこのキャンペーンは、そのほかにも冬物用品の積極販売や冬眠スクーターユーザーの利用促進に大きな効果を見せています。皆さまのお店でもぜひこの機会におすすめてください。

SERVICE

サービス力をアップしよう！—ヤマハ技術講習会—

「信頼されるお店」になくはならないサービス力。ヤマハでは東京・磐田・神戸のヤマハ研修センターで、各種技術講習会を開催しています。12月・1月の開催日程は以下の通りです。どうぞ、ふるってご参加ください。

■85年1月度のスケジュール

- ▼2～2気筒 研修センター東京(東京) 9日(水)～11日(金)
- ▼4 DOHC 23日(水)～25日(金)
- ▼4 DOHC ヤマハ研修会館(磐田) 21日(月)～23日(水)
- ▼2 単気筒 研修センター神戸(神戸) 9日(水)～11日(金)

■85年度2月度のスケジュール

- ▼2～2気筒 研修センター東京(東京) 6日(水)～8日(金)
- ▼4 DOHC 29日(水)～31日(金)
- ▼2 単気筒 研修センター神戸(神戸) 5日(水)～7日(金)
- ▼2 単気筒 26日(水)～28日(金)



▲写真はヤマハ研修会館で行なわれた女性コースのスナップ

〈サービスマニュアル〉新刊のご案内

サービス活動に便利な〈サービスマニュアル〉の新刊をご紹介します。お店に1冊ぜひおそろえください。

- CE50E 従来のジョグとの相違点を記載した追補版です。27V-28197-00のマニュアルと合わせてご活用ください。●製品番号=IHH-28197-00。価格=¥600。
 - TZ250(オーナースービスマニュアル) '85TZ250のすべてが紹介されています。●製品番号=59W-28197-00。価格=¥2,000。
 - RZ50 RZ50の新たなサービスマニュアルです。●製品番号=IHK-28197-00。価格=未定(12月中旬完成予定)。
- マニュアル保管には、ヤマハオリジナルファイル(製品番号=061416、価格=¥650)をご活用ください。

※ご注文は、ヤマハ特約店および販売会社の営業技術課までお申込みください。

地域に密着した安全運転活動で、あわただしい年末の交通事故防止を！

84年度もあとひと月を残すのみ。皆さまのお店における今年の安全運転推進活動の成果は、いかがでしょうか。

さて、暮れも押し迫るに従って、交通事故、

も多発する時期。時間に追われているため、ちょっとした不注意で事故を起こすライダーやドライバーが増えています。そこで、この時期にそうした事故を未然に防ぐ活動を展開し

ようではありませんか。たとえば、店頭でのひとこと安全アドバイスとか、自作ポスターによる安全運転励行のアピール……などなど。以下に、地域と密着

した安全運転推進活動の展開例の一部をご紹介しますので、皆さまのお店でもぜひユニークかつ効果的な安全運転推進活動を展開してください。

■ヤマハ819健康診断
50ccバイクのユーザーを中心に、819円の点検サービスを実施。合わせて安全運転指導を行います。↓営業キャンペーンとしてのヤマハ819健康診断と連動。各種ツールも用意されています。

■安全運転確認テレホン

日頃、顔を合わせているお客さまにはダイレクトに安全運転の心構えをアドバイスできますが、ご無沙汰しているお客さまには少くも用意されています。

とも電話でひとことアドバイスしたいもの。そうした電話でお客さまの来店が促進できれば、さらに効果も期待できます。

■安全運転の挨拶励行

「運転お気をつけて!」、「始動する前に必ず深呼吸をしてくださいネ!」、「スピードは控え目に!」——お客さまに挨拶することはその時の気分でもOK。点検を受けに立寄ったお客さまや、新車を見に来店されたお客さまには必ず、こうした安全運転をうながす言葉

をかけてください。安全運転推進活動——それは日常的な行為の積み重ねにこそ最も価値があるのです。

※安全普及に関するご相談は、最寄りのヤマハ特約店および販売会社の安全普及担当者までお問合せください。

合格おめでとつびやいす。

今年度の特別指導員審査は、下記の通り3回にわたって開催され、合計141名の特別

指導員が新たに誕生しました。

○第1回 5/11、北海道・東北・関東プロ

○第2回 7/13、中部・北陸・近畿プロ

○第3回 10/12、中国・四国・九州プロ

ク(広島市) 32名。

合格された特別指導員の方がたは、今後地域の交通安全普及の中心として、また指導員、準指導員の養成等といった活動において活躍されることをお祈りします。



イエスの「モータースポーツマニユアル」完成!

前号でもご紹介のように、イエス(Y.E.S.S.S)の加盟店はほぼ1000店、いよいよ本格的な活動の展開を迎えています。すでにヤマハでは、その活動のひとつとして、関連施設の優待サービスをはじめとした各種業務に取り組んでいます。このほどイエス加盟の販売店さまにご利用いただく「モータースポーツマニユアル」も完成。加盟販売店さまへの配布を進めています。

この「モータースポーツマニユアル」は、A4判サイズ、36ページからなるもので、中は①ツーリング編、②レース編、③スポーツレジャー編、④スクール編の4編から構成されているもの。イラストや写真も豊富に使われ、見やすくまとめられています。

イエス提携旅行社を「活用」ください

販売店さまだけでなく、スポーツクラブのリーダーにも役立つ「モータースポーツマニユアル」。ぜひとも普及活動の一助としてご利用ください。

イエス(Y.E.S.S)では、加盟販売店さまにおける活動をサポートするものとして、全国旅行業者やレジャー施設との提携を進めております。

すでに提携した旅行業者として、阪急交通社や毎日新聞旅行センター、日本フェリー旅行、国民休暇村協会、日本ベンション協会、ブチベンション事業部、ヤマハレクリエーション施設(スポーツランドSUGO、ヤマハマリーナ浜名湖、寸座ピラ、合歡の郷)等がありますので、どうぞふるってご利用ください。

※詳細は、最寄りのヤマハ特約店および販売会社の普及担当者までご連絡ください。

ヤマハラライディングウェア・カタログが完成しました

スポーツバイクファンに最も関心の高いライディングファッションの豪華なカタログが完成しました。題して「ヤマハラライディングウェア・カタログ'84'85、秋・冬」。

A4判50ページのこのカタログは、もちろんオールカラー。スポーツバイクをこよなく愛するライダーのための価値あるヤマハラライディングウェアのすべてが、もり込まれています。

そのほか、「84ワールドチャンピオンのエディ・ロビンソンや、「84全日本チャンピオンの平忠彦、さらに「キング」ケニー・ロバート

の迫力あふれる走りも紹介。お店に1冊、ぜひともおそろえいただき、ヤマハラライディングウェアの拡販にご活用ください。

「ヤマハ除雪機」で 「ドカ雪も二掃。」

バイクのオフシーズンを迎える豪雪地の販売店さまに、この冬、とくに力を入れて拡販していただきたいのが「ヤマハ除雪機」の85モデル。5.5馬力から10馬力までの3タイプが揃ったヤマハ除雪機は、いずれもラクラク操作が自慢。大雪に悩んでいたお客さまに飲ばれること間違いなしです。



YSM-555

YSM-555

30分で100㎡除雪(約20cm積雪)。ラクラク操作の実力派です。(5.5馬力)

YT-865

寒冷地仕様の4サイクルで、パワフル除雪の本格派です。(6.5馬力)

YT-1090

クラス最軽量で、強力10馬力。コストパフォーマンスもナンバーワンです。(10馬力)

※「ヤマハ除雪機」についてのお問合せは、最寄りのヤマハ特約店および販売会社の特約担当セールまでご連絡ください。



パーツカタログの整理にどうぞ!

YAMAHAパーツカタログ用バインダー



パーツカタログ専用のバインダーができました。リストがビツタリ収まるB5サイズ。背幅は5センチ、タックリ収納できる便利なバインダーの誕生です。ひと目で内容がわかる書込み式背カードもついているので、仕事の能率アップは間違いなし。シンプルなデザインは、店内を美しく整えることですよ。

● 単価価格 / ¥500

※ご注文はお近くのヤマハ特約店および販売会社のパーツマンまでどうぞ。

※お問合せは、最寄りのヤマハ特約店および販売会社の部品担当セールスまでご連絡ください。

12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

84年商戦もいよいよ大詰め、最後の追込みにお忙しい毎日でしょう。そんな中にも、今年をふり返り、来年のご商売を考える、心のゆとりもお忘れなく。

バイク用品をXマス・プレゼントに！ 12月ならではの特別セール。

12月ともなると、どこのお店も年末大売出しやクリスマスセールなどをくりひろげ、街にもわかに活気づいてきます。おもちゃ屋さんのように、この時期だけで他の月の何倍も売りさばくお店もあります。

バイク店だけが「季節はずれ」と何もしないのは、もったいない感じですね。

一部の雪の多い地域をのぞけば、冬でもバイクに乗らないことはありません。商品の性格がちがうとはいえ、アイスクリームやビールを季節商品ではなく、通年商品とするためにはらわれた業界や小売店の努力も考えてみるべきでしょう。

加えて12月はボーナス月。お客さまの懐も季

節とは逆に暖かい時期です。みなさまのお店でも、この12月はぜひクリスマスセールを実施してみたいかがでしょう。

商品はいつものバイクやスクーターばかりでなく冬のクロップ、風防やハンドルカバーなどの用品類も加え、これらをプレゼント品としておすすめするのです。

プレゼント用品ともなればこれまでの実用一点ばりとはいきません。当然、単価も高くなってきます。ウェアなども加えいつもより高級イメージを打ちだしてプレゼントにふさわしい演出をしましょう。

プレゼントのもつ暖かき、楽しさを商品にどう生かすかが、ここでのポイントです。

ご商売の実態を教えてください、手軽な店頭調査

市場調査を本格的に行なうとなれば大変なお金と費用がかかります。しかし、お店が知りたいことをちょっと調べてみるというのであれば、それほど大変なことではありません。

もちろん、調査である以上いくつかの守るべき原則があります。

まず一番は、知りたい内容は何かをはっきりさせ、質問をできるだけ少なくすることです。質問項目は少ないほうがやりやすく、電話などで聞く場合ならせいせい10項目くらいが、



具体的で
実的な
データ

じつじつ今年のご商売を分析しよう、来年打つべき手が浮かんでくる。



限度でしょう。つぎは調査対象者です。たとえば「主婦」とか「20代前半の男性」などというように対象もできるだけ明確にしておきます。またいつもお店にくる聞きやすい人ばかりを対象にしがちですが、それでは回答にかたよりが出きます。

名簿などからクジ引きの要領で誰が当たるかわからないようにして引き出すのがコツです。人数は最低でも50人はほしいところです。質問が「将来の購入予定車は」とか「うちのお店をどう思いますか」などという抽象的なものではお客さまも答えようがありません。できれば答えはイエス、ノーや数字などのように答えやすい具体的なものにすべきです。

また、答えさせ方も、いくつか答えを書いておいてそのなかから選ぶ選択式とスペースだけをあけておいて自由に記入してもらおうものがあります。後の集計を考えると前者の選択式のほうが楽でしょう。集計は年令別、地域別、購入車種別、など対象者をいくつかに分けて、その中で比重をとっておく傾向がつかみやすくなって便利です。

こんな簡単な調査でも、それを通してお客さまを考えるとすることは、根拠なしで考えるよりもはるかに具体的に、よい方法です。要は具体的、実際のデータがほしいというお店の強い意志が問題です。あまりむづかしく考えずに、ぜひ実施し、数字で具体的に考える習慣をつけたいものです。

今年一年の反省をしてみましょう。まず第一にすることは、売り上げの数字の検討です。データを中心に考え、目標や対前年と比較して多かったのか、少なかったのか、その程度はどのくらいかを把握します。

さらに、販売の内訳を知ります。スクーター、オートバイ、パーツ、用品というように分類し、そして購入したのは既存客か新規客か、男性か女性か、用途はなにか、どの地域の顧客か、などを調べます。これらはいわば売れたという結果に対する分析ですが、ここからも注意してみるといろいろな傾向が発見できます。例えば、年令は比較的若い人が増えているとか、スクーターでも走りの良いものか、まとめられているとか、地域は案外近くで売れず、遠くの顧客にかたよって増えている、などということですが。

これらからだけでも、来年はどんな手を打つたらよいか、というアイデアが生れてきます。

第二は、打った手にたいする反省です。

仕入れた商品（用品も含む）やその陳列はよかったか、チラシ、DMの回数や対象者、内容はどうであったか、その効果はあったのか、全体として顧客にたいしてどのようなイメージをどの程度訴えることができたのか、などを想像力を働かせながら考えていきます。

この時に、前に行なった販売分析の結果と照らしあわせて考え、打った手にたいしてどのようなお客が来ているか、逆に来た顧客から見て、打った手は正しかったのか、などを考えます。

「今年はどうも思うように行かなかった」とおっしゃるお店が多いようです。しかし、このような状況の中にも着実に伸びているお店もあります。

反省というのは、ただ結果を見てよかった悪かったと喜んだり、くやしがりたりするためにあるものではなく、それをつぎにどう生かすかを考えるためのものです。

客観的に、冷静に今年のデータを眺めてみましょう。



●バイク、スクーターを大量に扱う事業所、官公庁を訪ねて

小気味よく都心を走りまわるセールスの足 4輪車販売にヤマハバイクが大活躍

●トヨタ東京オート株式会社（東京都新宿区）



「機動力が最大のメリット」と話す木村工場長さん

営業マンの機動力が大きくものをいう自動車販売の世界。ここでも日常セールスの足として二輪車を使用する会社が増えています。今月はヤマハ車を「使用いたたくそんな自動車販売会社の中から、機動力をフルに発揮しメカトロリス東京の中心部での営業活動を効率的にこなす、トヨタ東京オート株式会社へおじゃましました。

機動力で訪問効率アップ

都市主要道路の交通量の多さはつとに有名ですが、ここトヨタ東京オート株式会社では、都心での営業活動の円滑化を図るために、小回りのきく二輪車を使い、訪問活動の効率を上げています。

↑まだ渋滞の残る朝の街へ出発



→技術が売りもの、新宿ヤマハさんのスタッフ中央が関口社長

現在都内に40の営業所を持つトヨタ東京オート株式会社では、メイト・パツソル、タウニー等187台のヤマハ車が各営業所に配置されていますが、その中の一台、タウニーメイトに乗って営業活動に当る新宿営業所・営業担当の菊地さんに、現場での評価をうかがいました。

「新宿、池袋、渋谷の3区が当営業所の受け持ち区域となっていますが、私は近場の5kmから6kmの範囲を回っています。担当地区が新宿近辺の繁華街や住宅密集地になるために、クルマでは身動きがとれないですね。ですから私にとって、メイトは必需品です。

歩道もエンジンを止めれば歩けるし、駐車スペースの心配もない。それにオートバイに乗って4輪車を売りに行くなんてちよっとおかしい気がしますが(笑)、お客さまの違和感もほとんどないみたいです。どちらかと言うと、小雨の日メイトで営業に行ったりすると「ガンバッてるな」なんて思われて好評だったりもします。

これは当社のシステムなんです。入社してすぐは自分の足で歩いてセールスに出るんです。当時を思えば、重いカバンも苦にならないし、ほんとにメイトに感謝しています」

サービス活動にも欠かせません

またここでは営業活動の足ばかりでなく、サービスの足としてもメイトが活躍しています。どのように使われているのか、サービス工場の木村工場長さんにうかがいました。

「正式にはサービス課の中の、営業サービスマンと呼ばれるスタッフが使っているんですが、私どもでお買上げいただいたお客さまはすべてコンピューターにインプットされていて、定期点検時期や車検時期がきた車が毎日のようにコンピューターからはじき出されて来ます。

車検時期そのものはDM等でお客さまに告知されますが、それに必要な書類や手続きなどのアフターフォローは、この営業サービスマンが直接お客さまのところへうかがい行なうんです。

このときに二輪車を使うわけですが、メリツトはかなり色々あるんです。例えば渋滞に巻き込まれないので時間に正確、なんていうのもありますし、場所をとらないのでお客さまのお宅の軒下にバイクを置かせてもらい、代わりに自動車を引き取ってくる、なんて言うことも可能なんです。またガソリン代なども微びたるものですし、良いことづくめですよ。」

そして、これらのヤマハ車のメンテナンスを受け持つ販売店さんの新宿ヤマハさん・関口源

安全運転を再認識。業務研修会の中にヤマハ安全運転教室を導入!

●三井生命保険相互会社

戸別配達の方からセールス活動、サービス活動に至るまで、毎日の業務の中で二輪車を使用される商店や事業所は数かぎりなくあります。そして、これら二輪車使用現場に必ずついて回るのが「安全」の問題。

今回はヤマハが行なっている安全普及活動のひとつ「安全運転講習会」を業務の円滑遂行へのひとつの手掛りとして取り入れ、安全運転に積極的に取り組まれる三井生命保険相互会社さんの話題をご紹介します。

ベテランの自己流運転を見直そう

11月12日から14日までの3日間、東京都世田谷区にある三井生命上馬教育所には、全国各地から保険契約者のアフターサービスの業務に当る三井生命顧客サービス係のみさん30名が集まりました。

これは日常の業務に対する討議や仕事上のノウハウなどを学ぶ、59年度第2回顧客サービス係本社集合研修会へ参加するためのものです。毎年2回行なわれるこの研修会のカリキュラムの中に、今回初めてヤマハ安全運転指導員による「安全運転講習会」が取り入れられました。それでは導入のキッカケを、料金保全総務課・藤本課長さんにかがきましょう。

「二輪車を含めて、交通事故に対する諸問題が

一郎社長は、――

「最近ではバイクの性能が向上して、なかなかウチが活躍する場面もないのですが、メンテナンス技術は、ウチの最大のセールスポイントでもありますから、修理や点検に見えられたときには、精一杯の対応をさせてもらっています」と、メンテナンスにかける意気込みもひとしお。

完璧な整備がほどこされて、トヨタ東京オート働さんのヤマハ車は今日も元気に都心を走りまわっています。

社会的な話題になっていきますね。当社でも業務の中でオートバイを使用する機会が多いので、交通安全に対する意識は当然のように高まっています。

今までも交通安全協会から「ライケー必携」という教本を購入し、二輪車乗務者に配布したり、色々と対策を図ってきましたが、今回の「安全運転講習会」の導入は、そんな交通安全教育の一環として行なったものです。

顧客サービス係は、仕事の中で常時二輪車を使っているし、平均年齢も40代後半から50代と高い。もちろん乗車歴も長いわけですから、どうしても運転が自己流になりがちです。そんなところを改めてもらい、安全への再認識が図れば、と思い実行しました」

「自分への過信が正せました」

つきにこの研修会に参加し、現場でも実際にメイト80に乗って活躍する大宮支社の清水利男さんに、講習会を受けての感想を語っていただきました。

「月に約20日間の稼働で、1日平均50kmぐらいの割合で10年以上も走っていますが、幸い無事故で済んでいます。自分なりに、スピードの出し過ぎなどに注意して走っていましたが、今回の講習で色いろなことを勉強させてもらいま



安全に対し、たいへん高い関心を示される藤本課長さん



「ユーモアたっぷりの楽しい講習会でした」と語る大宮支社の清水さん

した。

特に心理テストの結果では、決断力が平均よりちよつと低く出てしまったので、スピードを抑えて走る、という今までの注意点は間違っていないかったんだな、なんてことが解って、とても参考になりました。

仕業点検のやり方なんかも、さっそく次の日から実行して、チェインのゆるみなんかを発見できて、役立っています。

また、長年乗っていると、自分の腕を知らないうちに過信してしまっている。身近に事故が起きたときぐらいいしか、そうした点を反省しないものですか。自分の運転を見直す意味でも、こうした講習をときどきやってみたらどう助かりますね」と、さっそく講習会の成果も発揮。こうして心あたりにヤマハ車に乗り、安全運転を実施する三井生命保険相互会社のみさんでした。

受講態度も真剣そのもの、30名の顧客サービス係のみさん



テナントの狭さを感じさせない工夫

狙いを絞ったディスプレイで お客さまの遊びぶりをキャッチ



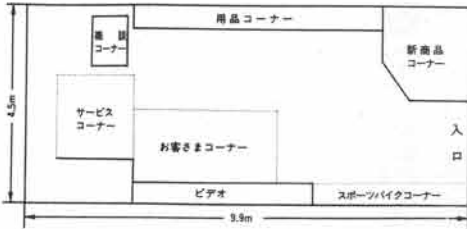
モトロード・アオヤマ／青山 淳社長

愛知県海部郡大治町大字花常字福島12 052-442-3193

名古屋の中心から西に約15キロ、地方道路に面して『モトロード・アオヤマ』さんがあります。青山淳社長は、四輪のフロント・サービス、整備を経て、二輪業界に転進。ヤマハ名古屋で1年間にわたりサービスを勉強し、昨年2月に念願の自分のお店をオープンされました。テナントという限られたスペースの中で、いかにアクセントをつけ、機能するお店に仕立てるか——これがお店作りにあたって最も苦心されたことですが、狭いスペースを有効に使った店内は十分に遊びごころを満喫させてくれました。

●テーマは「お客さまのお店」

新店舗の建設にあたっての青山社長の基本テーマは、「お客さまのお店」でした。お客さまにゆとり、気軽に、バイクや用品を見てもらい、そしてビデオやサービスを通して暖かい交流を育てあげる——ことが、第1の目標として立てられていたのです。



しかしながら間口4.5m、奥行9.9mの店舗面積から、それらのすべてを望むことは至難の技といわざるをえません。そこでまず最初に試みたのが、いかに狭いスペースを有効に使うか? にチャレンジすることでした。

「とにかく狭い店舗なので、いかに広く見せるかに苦心しました。それには、

●お店は常に生きていなければ……

実際のスペースよりはグリーンと広い印象を受ける『モトロード・アオヤマ』さんの店内。当然のことながら、そのディスプレイの仕方にも数かずの工夫のあとがうかがえます。



「ショールームの演出は、いつも2人で考えています」と語る青山社長と奥さまの京子さん

「入口右手の新商品コーナーは、店外からも商品が見えるようショーウィンド方式にしています。そして、他のフロアとの差別化を図る意味でステージを作り、展示バイクを浮き上がらせているんです」

ステージのスペースは、スポーツバイクが2台分。さらに、それに加えていちだんと目を惹いているのが天井から吊り下がっている黄色のキュートです。

「なんとこれも新商品コーナーには、強烈なアイキャッチャーが欲しかったんです。で、思い切って上の空間を利用したというわけ。単に天井のハリにチェーンを通しただけで吊り下げたんですが、結構これが店のアクセントになっているし、お客さまの間で話題になっているんです」

そのほかにも、青山社長のアイデアは随所に生かされています。例えば、サービスコーナーの床面に貼ったアルミ板とビニールシート。これはセンタースタンドによるへこみや汚れを防止するのに大きな効果を発揮しています。また、用品棚などの下にはキャスターを取付けることによって、ショールーム内の

レイアウト変更を容易にしています。最後に青山社長は、お店作りの基本をつぎのように語ってくれました。

「いくらアイデアがよかったとしても、そればかりが続けていたのではお客さまにアキられます。最底でも月に2回、早い時など2日間でガラリとレイアウトを変えたこともありましたが、やはりお客さまの目に、活動しているお店のイメージを新鮮に与え続けることが大切ではないでしょうか」

□□□□□□□□□□

いよいよ、このコラムも2年目を終ろうとしています。私事で恐縮ですが、よく書くことがあつたかと思えます。

店作りには、確たる原則があるわけではなく、TPOにどれ程かかっているかが問題となるわけで、従って矛盾した意見が多くなります。

例えば、ある店には、賑わい活気があるから良いとか、また一方の店には、落ち着いたムードが良いとか。要はTPO次第なのです。店作りは、TPOの把握に始まり、その追求に尽きると思っています。

「モトロード・アオヤマ」さんのお店にも、その追求の証しが感じられます。この追求をつねに一歩踏込んで、心掛けることが大切ではないでしょうか。

外のポール看板から店へかけて、白いスパンボードを建てたらお客さまが立寄りやすい雰囲気にならないだろうか。天井のイラストの布を傾斜に張ったら、もつと効果的かもしれない、……。

「店作り」とは、本来楽しいことなのです。
株主・バイ・デイ ヤマハ店舗相談室
伊藤 隆蔵

ショールーム拝見



↑入口から見て右側のスポーツバイク展示と用品コーナー。展示台数を限定し、車種をそのつと絞り込むことによって、店内の空間を確保している

↓入口から見て左側にもレーシングスーツのディスプレイとともにスポーツバイクを展示。奥には二輪専門誌やビデオを設置し、遊び心をつくりあげている



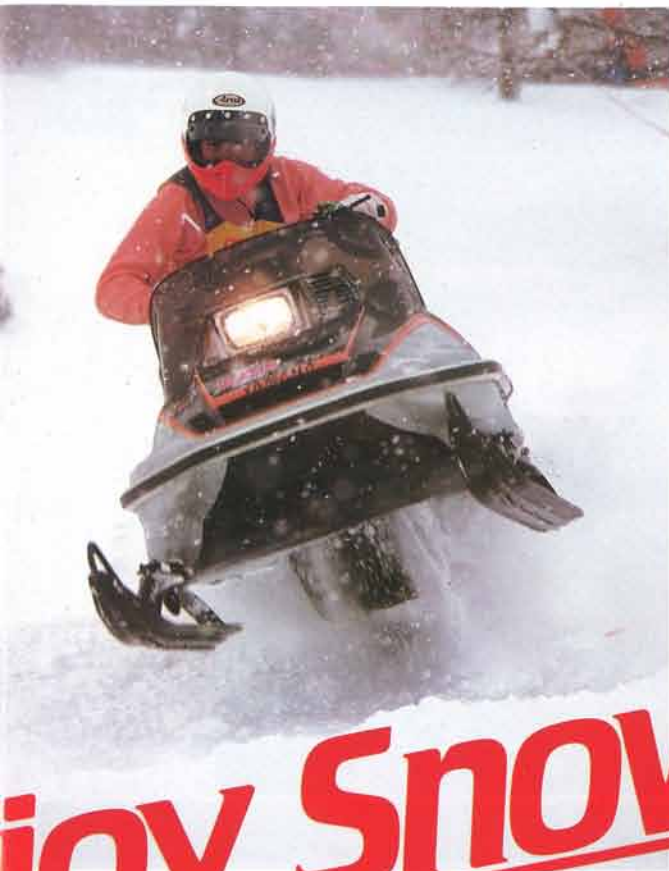
店外からも見える新商品コーナーはステージを作ってフロアとの分離を図っている。キュートはさらに目立つように天井から吊り下げる工夫も……



ショールーム奥のサービスコーナーの床面には、アルミ板とビニールシートを敷いてアクセントをつけるとともに、床面の汚れを防いでいる



狭い店内を有効に使おうと、天井にはアクセントとしてポスターのほか、スポーツバイク用のフェアリングやジョグのフロントフェンダーも飾られている



スノーモビル・ファン待望の
冬がやってきました。
そこで、アクティブ・ウィンターを
もりあげる
スノースポーツ・ウェアの
最新情報をひとつ

Joy Snow Sports!

より暖かく！より機能的に！
ヤマハ・スノースポーツ・ウェア

スノーモビルの開発とともに、長年にわたって取組んできたスノーモビル・ウェアの最新モデルが新発売されました。ニューモデルは3つ。カナダで生まれたスノーモビルスーツ・カナダモデルと、スノーモビルのグラフィックパターンそのままのスノーライザースーツおよびジャケット。
寒い冬を吹き飛ばす本格スノースポーツに、力強いパートナーの登場です。





スノーライザースーツ

スノーモビルのシャープなグラフィックパターンとコーディネートし、スノーモビルスポーツ特有の機能を備えたアクティブスーツ。表地は防水、透湿性に優れたエントラント2000コーティングを使用。防水性を高めた股部のカッティングのほか、パンツとジャケットの裾にはストームガードを装備。グローブストラップ用D環を備えた高機能スーツです。

●素材/(表) 210DナイロンO X エントラント2000コーティング、(中綿) サンステート、(裏) ナイロン。●カラー/グレー&レッド・オレンジテーブ&ブラック。●サイズ/M、L。

限定生産 標準小売価格/¥55,000

スノーライザージャケット

スノーライザースーツと同質のジャケット。保温性は抜群で、日常の防寒ウェアとしても最適。レッドとオレンジのストライプがキメ手です。

●素材/(表) 210DナイロンO X エントラント2000コーティング、(中綿) サンステート、(裏) ナイロン。●カラー/グレー&レッド・オレンジテーブ&ブラック。●サイズ/M、L。

限定生産 標準小売価格
/¥28,000



スノーモビルスーツ カナダモデル

冷たい風もシャットアウト、スノーモビルの本場カナダでおなじみのスノーモビルスーツ。黒地に白のバイピングの独創的デザイン。パンツにはストームガードを装備。ウェスト部のアクションブリーツで動きやすさと着やすさも倍増しました。

●素材/(表) 210DナイロンO X エントラント2000コーティング、(中綿) サンステート、(裏) ナイロン。●カラー/ブラック・ホワイトバイピング。●サイズ/M、L。

限定生産 標準小売価格/¥53,000



ストームガード



グローブストラップD環
(ジャケット部)



グローブストラップD環
(パンツ部)

Let's En

カラーウインター ライダーグローブ

しなやかで使い込むほどに手に馴染んできます。それでいて保温性は抜群。耐久性に優れた信頼のグローブです。

●素材/上質牛皮。●カラー/レッド&ブラック、ブルー&ネイビー。●サイズ/M、L。

標準小売価格/¥10,000



スノーモビルシューズ

ナイロンとラバーの組合せからなる保温性抜群のスノーモビルシューズ。もちろんクツ底は滑り止め用のカット処理も施されています。

●素材/ナイロン、ラバー。●カラー/ブラック。●サイズ/24.0cm、24.5cm、25.0cm、25.5cm、26.0cm、26.5cm、27.0cm。

標準小売価格/¥8,600

※詳細についてのお問合せは、最寄りのヤマハ特約店
および販売会社の部品営業員までお問合せください。

