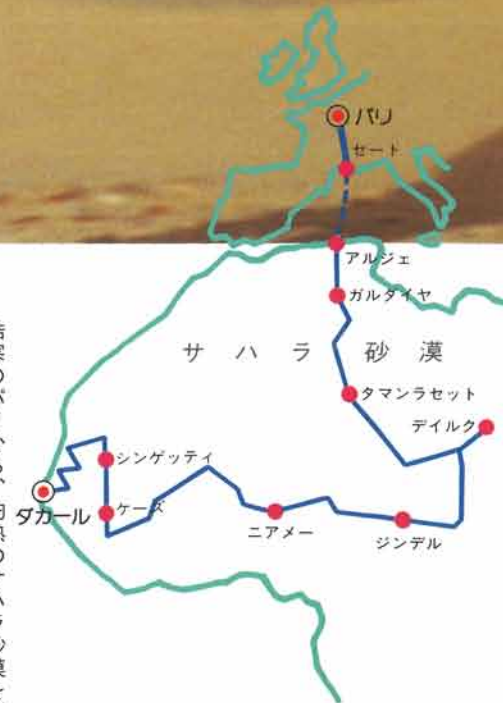


'86商戦スタート





酷寒のバリから、灼熱のサハラ砂漠を越えて大西洋にのぞむ西アフリカ・セネガルの首都ダカールまで、じつに1万4千キロを走破する世界一過酷なレース・パリ〜ダカールラリーが、今年も1月1日から22日間にわたって行なわれました。

年ごとに知名度を高め、人気を集めているこのパリ〜ダカールラリーも今年で8回目。元旦・早朝からスタート地点のバリ西郊ベルサイユ宮殿前には、3週間にも渡る砂漠のサバイバルレースに旅立って行くライダーやマシンをひと目見ようと、30万人にもものぼる大観衆が詰めかけるほどで、いまでは新しい年の到来を告げるフランスの国民的行事として定着した感さえあります。

そうした中で、今年最も注目を集めたのは150台が参加したモーターサイクル部門で40余台、じつに3分の1近くがXT600テネレをはじめとするヤマハマシンによって占められていたこと。ヤマハマシンに寄せられる世界のライダーの信頼の大きさを、いままさらながらに物語っていたものです。

さらに、昨年也大活躍したフランスのゴロワーズ・ブロンド・ヤマハチームからは、Sバクー、T・シャルポニエの2選手が、XT600テネレ改で、また昨年2位入賞を果したJ・C・オリビエが、スーパースポーツFZ750ベースの「FZ750テネレ」で出場。同時に昨年初出場のこのレースで9日まで首位を走って注目されたF・ピッコを筆頭に

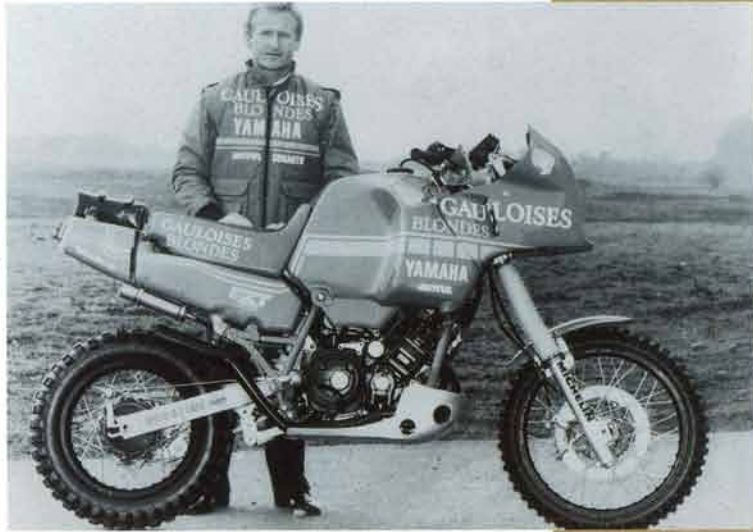
/// '86パリ・ダカールラリー

パリ〜ダカール 14000キロに挑む XT600テネレ改、FZ750テネレ

ジェネシス・パワー、パリ〜ダカールに挑戦！▶
今回のラリーで注目の的となったFZ750テネレと
ゴロワーズ・ブロード・ヤマハチームの総帥J・C・
オリビエ。

「私は昨年2位になった。しかし私が狙っている
のは成績だけではない。ハードなこのラリーを通
じてさまざまなテクニカルデータを収集し、マシン
開発に活かしたい。その意味から将来への布石
として、あえて高性能スポーツバイクを選んだ。
F1や耐久レースで十分に実証されているFZ750
のハイポテンシャルを実戦のデザートで試すのは
胸おどることだ」とフランスにおけるヤマハ・イ
ンポーター、ソノート社の重役らしいJ・C・オ
リビエの言葉。

このFZ750テネレは、前傾・並列4気筒ダウン
ドラフト吸気のFZ750の5バルブ・エンジンを、
特別開発のフレームに搭載している。乾燥重量は
205kg。タンク容量61ℓ。



▶ XT600テネレ改とゴロワーズ・ブロード・
ヤマハチームの3選手。左からT・シャルボニ
エ、J・C・オリビエ、S・バク

ゴロワーズ・ブロード・ヤマハチームの
2選手とヤマハ・イタリアチームの3選
手の手でサハラ砂漠をつっ走るXT600テ
ネレ改。出場140台、完走25台という結果
に終わった昨年のこのラリーで、上位10台
中なんと半数を占めて注目されたXT600
テネレをさらに改造。最高速度のアップ、
快適性の向上などがはかられている。フ
ューエルタンクは2ピース式で55ℓ容量。



**XT250Tに
ニューカラー追加**
2月25日より、4サイクルトレール「XT2
50T」に、写真のようなホワイト/ファイ
ヤーレッドカラーが追加されます。仕様や標
準価格などは現在のホワイト/スペースフル
ーと同じ。お客さまへのご案内よろしく、お
ねがいいたします。

★表紙★

冬はオフロード・スポーツの
季節。昨年11月から登場のニ
ューDT200Rが、オフロード
の話題をホットにもりあげて
います。

G・フィンダノ、A・マリノーニの3選手から
なるヤマハ・イタリアチームもフランスチ
ームの2選手と同じXT600テネレ改で出場
し、地元国民の熱心な声援を集めていま

江口社長、竹下蔵相、大来前外相と新春対談

新しい年を迎えて、国内外の経済動向がさまざまに予測されています。そうした中、先頃、ヤマハ発動機株式会社・江口秀人社長は静岡新聞の新春企画で産業界を代表して竹下登大蔵大臣、前外務大臣で現在も外務省の顧問をつとめる大来佐武郎氏と親しく会談。その内容が、1月1日付静岡新聞1面特集記事として紹介されました。

(写真右から大来前外相、竹下蔵相、江口社長そして司会の大石益光・静岡新聞社長)



特●集

'86年商戦スタート



業界紙の表現をそのままにすれば「ヤマハは、ブランドイメージを高めるニューモデルが相ついでヒット。各クラスに充実した販売実績を残した、実りの多い1年であった」という。さて、みなさまのお店ではいかがでしたでしょうか。

明けて'86年は、7月から始まる原付運転者へのヘルメット着用義

務づけなどもある、前途多難が言われ、厳しい市場環境が予想されています。

しかし、1月6日から各地のヤマハ販売会社・営業所でスタートした新春セール、さらに1月20日、東京に約700店の販売店さんを招いて開かれた選抜優秀販売店新年大会の盛りあがりを見ると、蓄えた実力を存分に発揮して、多難

な年を力づくよく乗り切ろう、という多くの販売店さんのつよい意気込みが感じられたものです。

販売店のみなさま、'86年もどうぞよろしくおねがいいたします。

※なおこのページの写真は、獅子舞に扮したヤマハセールスチームが、販売店さんを訪問。威勢よく'86年商戦のスタートを飾ったヤマハ東京(株)東京支店の初荷セールの模様です。

成熟の時代に確かなご商売を！

さて、'86年商戦のスタートに当たってまず念頭においておかなければならないのは、めまぐるしく移り変わる市場の状況です。

昨年の国内二輪車市場は、堅調なスポーツバイクと安定したスクーター需要を支えられて、220万台という総販売台数を記録しました。

しかし、昨年で、1200万台を越えると思われるスクーターの保有台数や急上昇をつづける二輪車の普及率をみると、この安定した市場も、成熟の段階に入っていることがわかります。そして、これと同時にユーザーニーズの多

様化、代替需要構成比の高まりなど、需要そのものの構造も著しい変化を遂げようとしていることは、みなさまご承知のとおりです。

「新しいお客さまがつかみにくい」「以前は新聞折り込みチラシなどを撒くとそれなりに店のPRや販売に結びつき、その効果を確かめることができたのに、いまやチラシだけで店の魅力をアピールすることはできなくなりました」

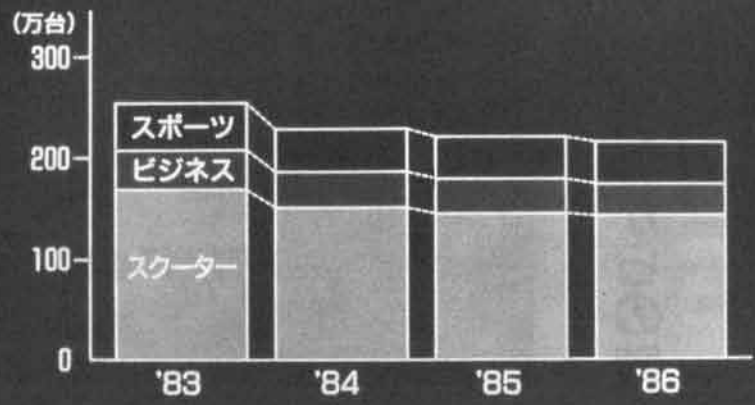
「一度買っていたいただいたお客さまの来店頻度が少なくなりました」「お客さまが本当は何を望み、何を期待しているのか把みにくい」

——こんな思いは、どこのお店にもきっと共通してあることではないでしょうか。

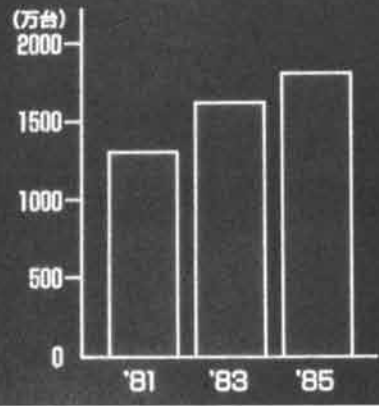
こんな暗模索の状態から脱け出す第一歩は、まず、広い意味でのユーザーの考え方や欲求の変化を、しっかりと理解しておくことです。

そして、このための参考となる現代日本人の消費意識の変化について、日本マーケティング協会理事・牛窪一省氏のおはなしを次ページにご紹介いたしました。それを二輪業界に当てはめ、時代が求めている二輪車販売店像をさぐってみると、これまでとは大きく異なる次の3点に整理できそうです。

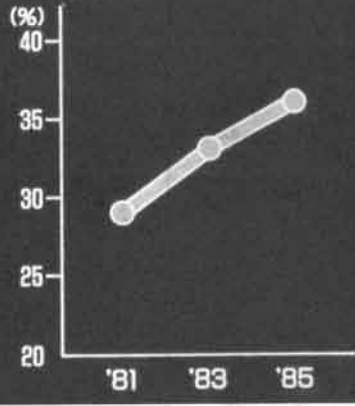
86年 総需要予測



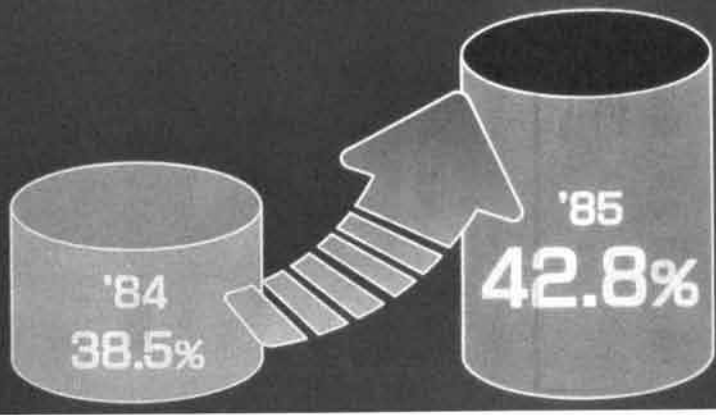
2輪車保有台数推移



2輪車普及率の推移



スクーター代替需要の構成比

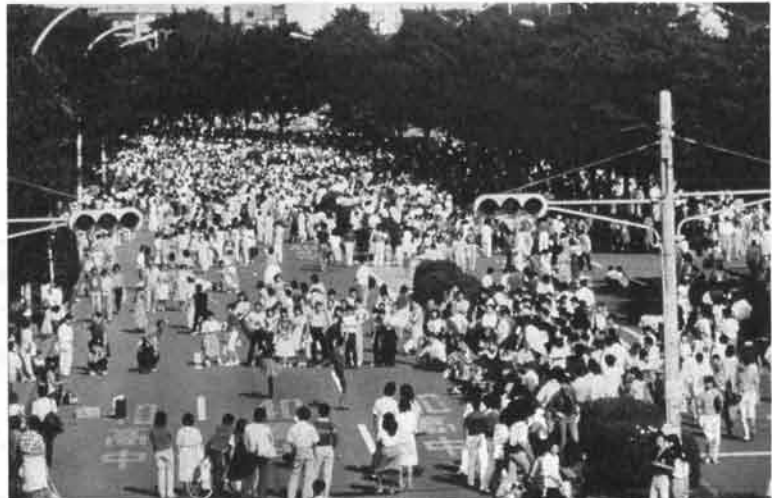


(グラフは、いづれもヤマハ調べ)

ユーザーニーズを的確にとらえたご商売の展開

その第1は、単に商品売りさばく、モノ寄りのご商売にとどまることなく、サービスの質の向上を図り、さらに情報の提供や綿密なアフターマーケット活動によってお客さまの心をつかむようなお店。

ことに「サービス」に対するお客さまの目は厳しく、単純な値引きや物品の無償提供では満足されないという傾向は、今後一層つよまっていくことでしょう。質の高いサービスとさまざまな価値を商品につけ加え、販売後もしっかりとお客さまをフォローして、そのライフスタイルを一層豊かにする努力がますます





求められているというわけです。

第2は、地域のユーザーの個性をつかみ、それに合わせた品揃えやサービス体制、店頭での演出、来店しやすい雰囲気のあるお店です。そのためには、みなさまのお店の得意とする商品や売り方、得意なお客さまなどを知り、それと見つけ直し、地域のユーザーの意識や欲求にあったお店づくり、品ぞろえやセールスアプローチの展開が必要となってきます。

そして第3は、現在のお客さまが、何を求めているかを積極的にとらえて、その動向を確実にフォローし、お客さまをお店に来店させる努力をしているお店です。

またこれに加えてさまざまなコミュニケーション活動やクチコミなどを通じて新規客を開

拓し、お客さまの裾野を広げる努力も一層重要になっていきます。そして、それは結局サービスの質の向上や付加価値の提供、得意分野の見きわめに他ならず、それがそのままお客さまの活性化につながる事なのです。

'86年ヤマハのバックアップ活動

そうした中で、'86年もヤマハは市場の動向や需要構造の変化、さらにユーザーニーズを的確にとらえたさまざまな活動を展開してまいります。

ヤマハスポーツ専門店として、お客さまの間に完全に定着した「YSP」に加えて、このたび地域に密着した新しいスクーター専門店「YOUショップ」を、提案しているのもそのひとつ。

また、販売店さまのバックアップ活動とし

これからの時代に、繁栄するための3つの条件

日本マーケティング協会理事・牛窪一省氏(談)

「いま日本の世の中は非常に大きく変わり始めています。人びとはモノがあっても幸せとは思わない。モノの次にむしろその中身だとか、使い方だとか、質だとかそういう事を追求するようになっていきます。同時に、いわゆる価値感の多様化も進んでいます。」

こういう中で、小売店がどういふふうな経営をしていったらよいか、そのためには次の3つの条件が欠かせぬものだろうと思います。

第1は、いかによいサービスを作るか、です。人びとがモノで幸せを感じないで、生活全体の生き甲斐を考え出した以上、やはりお店もモノでサービスするのはなく、もつとちがったいろいろな「コト」でサービスしなければならぬでしょう。イベントをしたり、いい情報を与えたり、ということ一度真剣に考える必要があると思います。

もうひとつは、人のサービスです。楽しい、気持ちいい接客、商品知識の豊富な従業員さんによる的確な情報の提供など、人によるサービスも重要なことです。

つまり、第1は「モノ」のサービスに加えて、「コト」のサービス、「ヒト」のサービスを考える。つまりそれが、サービスの質の問題なのです。

2つ目は、商圏の個性をどのようにしてとらえて、それをいかにお店の経営に結びつけていくかということだ。

その個性は、これからますます広がって行くこととして。商圏の個性をしっかりとらえて、そのお客さまに合ったご商売をしていかなければなりません。

家電の世界の例をみると、同じ地域店なのに神奈川県のあるお店では、昨年度のカラータレビの平均単価が6万円でした。同じ時期に奈良県の地域店のカラータレビは、



て、お客さまとお店とのコミュニケーションの場をつくる「YES」。YESの一環としてモーターサイクルの楽しさを安全に広げる「YRS」。

さらに、お客さま情報をシステム化し、効率的な販売活動をバックアップする「VOIS」。迅速、正確な部品情報と供給を約束する「ドレス・テレフォン」、そして「販売店技術講習会」や最新技術や新商品情報を提供する「ビデオソフト」またお客さまのための24時間緊急輸送サービス「バイク119番」などです。

さあ、お店でもこうした'86年ヤマハの活動を存分に活用して、成熟の時代にどうぞ確かな販売を勝ち取ってください。



1台平均で18万円でした。こんなに違うのはなぜでしょう。その商圏の客層がちがうということ。そういうわけで、これからは商圏の個性をしっかりと見極めて、そ

の中でお店の得意分野をつくっていくことが大切です。

3つ目は、お客さまを活性化することです。活性化というのは、お客さまが、いつも、いきいきと、お店に来てくれることなのです。

確かに固定客をたくさん持っているお店は、今まで安定したご商売をしてきたと思います。しかし、いつまでも古いお客さまだけに頼っていくわけにはいきません。お客さまの裾野を広げる努力、それがお店の活力をつくるのです。

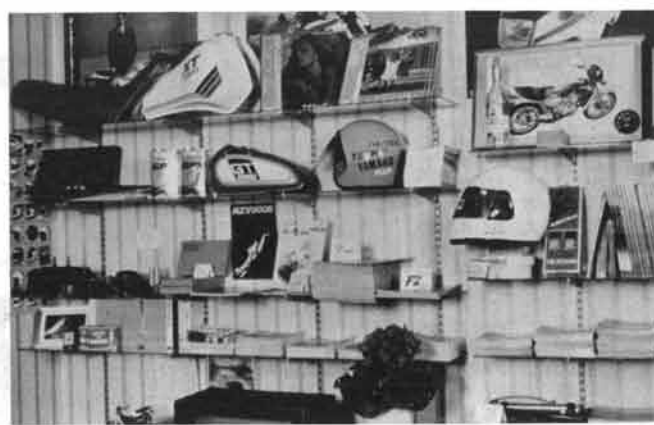
したがって、これからの顧客管理は、単に古いお客さまをじっと守って情報を集めるだけではなく、お客さまの立場に立ったサービスができるような顧客管理であるこ

とが必要なのです。

以上のようなことは、じつはあらゆる業界で共通して求められていることです。家電の世界でも、化粧品業界でもフレッシュなお店がどんどん現われています。オートバイ販売の世界でも、新しい時代に即した、フレッシュな感覚を表現していく必要があると思います。

以上のように考えると、これから繁栄するお店は――

いいサービスが提供でき、地域にしっかりと根をはって、その中で商品の個性を十分に説得でき、商品の良さを伝えられる、――そんなお店ということが、できるでしょう。



'86年に賭ける

女性ユーザーをターゲットにお客さまのニーズにフィットした商品を

(南トヨキ渡辺商会札幌市) 渡辺誠社長



雪に閉ざされた期間が長く、年間を通して6カ月ほどしかオートバイを楽しむことができない北海道では、そのシーズン中にお客さまを楽しませることができるか、というのが店の顧客づくりのカギなんです。

そう思って昨年は、ツーリングを中心に毎月1回は店のイベントを開催してきましたが、このおかげで、北海道全体では1昨年の2割減といわれる中で、どうにか前年並みの実績を残すことができました。

その活動を通じて痛感したのが、女性ユーザーの大切さですね。女性はクチコミが発達しているというか、1人がうちのツーリングに来て楽しい思いをすると、その次は2人、3人と連れだつてみえる。昨年もシーズンの終り頃には、3分の1は女性ライダーになっていたほどですからね。女性でも、特に今年はスクーターからスポーツバイクへのステップアップ需要や、セロー225のユーザー、またSRX250のような廉価で手軽に楽しめるモデルへの需要、さらにFZ250フェーサーやTZR250などスポーツバー

『厳しい市場環境だからこそ、本当の販売力を発揮して内容のある商売を展開できる』――'86年商戦のスタートに当って各フロックの販売店さんにかがった今年の抱負は、そんな深い自信に満ちているようでした。

の需要と、お客さまの内容を見きわめてアプローチしていきたいと思っています。

『顧客管理の徹底』と『遊びの提供』で'86年の商売を乗り切ります！
福田自転車商会(青森県弘前市) 福田則夫社長



数年前の急激な需要の伸びで、つい忘れてしまっていた二輪車販売の原点を、いまこそ

もう一度見直してみたいと思っています。今年も、そして来年もそうだと思いますが、黙っていても新規客が店に入ってくるという時代は終りましたからね。

やはりこれからは、既存のユーザーをしっかりとフォローしていくことがより大切になっていく。当り前の話ですが、ユーザー管理をより徹底し、そのつながりから生まれてくるお客さまの輪を広げていきたいですね。

もちろん、このユーザー管理のつぎに来るのは、いかにしてお客さまを固定化するか？ということですが、これはやはり『遊び』の提供にかかっています。外見だけ見ると、イベントをやっても直接販売に結びつく確率というのは、くさくさないように思いますが、やらないと確実にお客さまは他店のイベントに参加してしまいますから。今までウチで



やっていたイベントはオフロードが主体だったのですが、今年はスクーターからオンロード、オフロードスポーツまで、その幅を広げてお客さまの固定化を図っていくつもりです。商品もそれぞれに、しっかりと揃っていますからね。

86年もテーマは変わりず

「お客さまと遊ぼう」をメインに

YSP 京葉（東京都江戸川区） 大月信和社長

'85年は結果的に良かったですね。商品の発売タイミングのおかげです。11月から12月と



例年落ち込む時期にTZR250のような売れる商品を出してくれたので、年間を通しても途切れることなく安定した商売ができた。

今年も「お客さまと遊ぼう」をテーマにやっています。これは私が商売を始めた時から一貫して思っていることですが、オートバイはホビー、だからいかにお客さまを遊ばせるかが商売のポイントだと思えます。

だから、オートバイに限定せずスキーツアーや海外レース観戦ツアーなど、オートバイを通じて、うちの店を通じて知りあった仲間が、より楽しめるような企画を考えています。

商品性の高いモデルをメーカーが揃えてくれば、そこから先は我々販売店のウテシだ。特に今年は、モーターショーで見たFZ X750に期待しているんですがね……。

幅広くいろいろな乗り方、遊びができるバイクに、幅広く、多角的な付加価値をつけて売っていく。これだから、本当に店の力を発揮できる、と楽しみにしています。

トータルなバイクライフをスポーツとして楽しんでもらう

YSP 浜松（静岡県浜松市） 友田和夫社長



昨年は、本店の「エルドラード」に加えて、「YSP 浜松」をオープン。この業界に参入

して5年目になりますが、おかげさまで過去最高の販売台数をマークでき、いい商売ができたこと喜んでます。

YSPのイメージがしっかりとお客さまの間に浸透しているからこそだと思っています。いま、うちの店で一番心がけているのは、最近よく言われることですが、モノ（商品）だけを提案するのではなく、遊びや情報をプラスして、トータルなバイクライフを、スポーツとしていかに楽しんでいたかか、ということなんです。

いまはたしかに、急激な需要の伸びを期待するのは難しい時代でしょう。でも、だからこそ、モノだけでなく、お客さまを楽しませ、満足させる活動が必要なんです。

いまの若者は「余裕の時代」で、クルマにスポーツに、レジャーにと、豊かで贅沢で、それを十分に楽しめるだけの遊び方も知っているし、レベルも高い。

これを無視せず、積極的にお客さまをフォローして楽しませようと思っています。

YSPスタート当初に立返ってソフト面の感性を磨く

YSP 大阪南（大阪府堺市） 濱本和男社長

ここ大阪地区でもYSPが各地に誕生し、順調に浸透してきたこともあって、もうウチだけがYSPということでアグラをかいてい



ることはできなくなってきました。

一昨年と昨年では台数的に30%ぐらいの伸びはあったものの、利益率から見ると84年の方が85年よりよかったような気がします。

そういう意味でも、86年はYSPとしてスタートした当初の気持ちに戻って、もう1度

基本的なところからビッグバイクの拡販に取り組んでいこうと考えています。

環境は、あまりいい状況にあるとはいえませんが、まず目標を「すべて1%アップ」に設定して、各担当者の努力を促しています。具体的には、ソフト面の充実・強化ということでしょうか。もともとウチは販売力に關しては自信を持っているつもりなので、お客さまが遊び楽しめる企画を各ジャンルで具体化していきたいと思っています。

世間一般では女性ライダーが増えてきているといった話題も耳にしますが、そういう傾向に対しては女性のためのフィッティングルームや化粧ルームの設置を考えていたり、バイクが女性から見離される前に、いろんな意味での下準備を進めています。

付加価値の充実で、しっかりと「お客さまの心をつかむ」

付加価値の充実で、しっかりと「お客さまの心をつかむ」

YSP 福山（広島県福山市） 岡田安広社長



ひとことで昨年の商売を振り返ると、質の良い商売ができた、ということでしょうか。ビッグバイク対スクーターの販売比率は6対4でしたが、ビッグバイクに関してはバタバタせずに商品が流れ、効率のいい商売ができました。

でも、今年はチョッピリ厳しくなりそうです。よくても横バイ、どちらかというとマインナスでは。でも、だからといってその状況に甘んじていたのでは需要は落ちる一方なので、なんとかオリジナルな企画で商圏の活性化を図っていくと考えているところです。これからは、商品以外の部分で商売の競争が求められているから他店にはない付加価値

をいかにお客さまに提供できるか、このことが今年の課題になると思います。

うちが今年1月から認証工場として本格的な活動に乗り出すのも、実はそうした課題に対する答えとして決めたことです。また、お客さまの個性に合わせていくつもクラブを育成しているのも、そうした付加価値提供の具現化です。

顧客管理を徹底し、アフターサービスを充実する中で、オンロードユーザーにはオフロードバイク、オフロードユーザーにはオンロードバイクのアプローチを展開することから、この春商戦をスタートしたいと考えています。

**知名度アップは「電波」のせいで
86年「YOUNG」を売ります**
オートサイクル谷口(愛媛県伊予郡谷口盛久社長)



創業11年、松山市内から15分という立地で商売しているうちの店。トライアル、ツーリングなども店の活動として定着しているんですが、やはり需要の中心はスクーターで、全体の80%を占めています。

さて、今年の抱負はズバリ10%アップ。特にヤングの新規需要の伸びに期待しています。うちでは3年前から、これらヤング需要の誘導策としてラジオ番組の提供をやっているんです。FM愛媛は月曜夜8時から1時間番組「ポップ・オン・ザ・ロック」の提供です。中・高校生、大学生、OL向きの番組ですが、若い方に店の名前を浸透させるには最高の方法だと思っています。店の名前を覚えてもらってあげば、はじめて来店してくださったときでも会話が大いにはずむんですね。もうひとつ、今年の私の抱負は、「商品を売

るのではなくまごころを売る」ということ。ヤマハのジョグ、というよりも「オートサイクル谷口のジョグを売る」というぐらいのつもりで頑張ります。

**九州地区初の「YOUショップ」で
心機一転。今年の焦点は代替需要**
深谷モータース(福岡県久留米市) 深谷憲男社長

今年は販売台数、利益率などすべての面で20%以上の伸びを期待しています。うちはスクーター80%、スポーツ20%という商売なんです。いずれも昨年からは市場が安定している。正常な価格で安定した商売ができる年



それが今年だと思っています。店舗もこの1月に「YOUショップ」として改装したばかり。うちの場合、おかげさまでYSP店さんと肩を並べるぐらいのスポーツの販売台数があるわけですが、「YSP」と「YOUショップ」を両方やっていくわけにはいかないでしょう。やはり地域性に合わせて「YOUショップ」という独自性を強調しながら、幅広い商売をすすめたい。他所さんから見ると「戦略目標」にされるぐらいの店として頑張りたいですね。

今年のターゲットは、ズバリ代替層。従来から近所のスーパーマーケットさんとタイアップした展示会を定期開催しているんですが、今年はこの展示会も単純に新商品をアピールするのではなく、「無料点検」の告知と実施に力点を置いたものとして考えています。「ブレーキ、バッテリー、空気の具合はいかがですか」といった打ち出しで、春の需要期に期待しているんです。

'86ヤマハ全国選抜 優秀販売店新年大会ひらく

**販売店のみなさまとの
連携をつよめながら
活発な需要創造活動を!**



江口社長

3年ぶりの「全国選抜優秀販売店新年大会」が、1月20日、東京・千代田区の赤坂プリンスホテル・クリスタルパレスに、全国から700店の販売店さまをお招きして開かれました。

大会ではまず、江口秀人・ヤマハ発動機社長が販売店みなさまの日頃のご努力に対してお礼のべた後、'86年度ヤマハの基本方針を説明。

つづいて、三浦勝彦営業部長が、'86年二輪車市場の動向とヤマハの営業政策をスライドを使って紹介。さらに'86ヤマハレーシングチームの日本人ライダーの紹介とつづき最後に小宮功常務取締役が、需要拡大への積極的なご活動を願ひして、大会を終了しました。

一段と厳しさが予想される'86年商戦を前にしての大会とあって、参集された販売店みなさまの表情も真剣そのもの、改めて販売への決意を誓いあっていました。



WE LOVE YAMAHA

2サイクル・スポーツユーザーのYDSクラブ、SRとSRXユーザーのユニコーン・ユニオンなど、全国規模のユーザー組織の例をみるまでもなく、ヤマハ党ともいえる熱心なファンが多いのもヤマハブランドの大きな特徴といえるでしょう。最近再び増加の兆がみえるそんなヤマハファンの中から、今月は乗りついで40台という実年ライダーと、ヤマハを愛する共通の心でヤマハを売る販売店さんグループの姿をご紹介します。

目の前で見た浅間火山レースの勝ちっぷりが私を、30年来のヤマハファンにした

●森本文男さん(山梨県甲府市池田町・会社役員)



思い出深いバイク10台が、いまま現役でならぶガレージで

昔からヤマハはマニアの支持を集めていた

武田信玄ゆかりの地として知られる山梨県甲府市。ここにお住まいの森本文男さん・51才は、自他ともに認める根っからのヤマハファンです。

昭和32年、19才で初めて乗ったY A 1を皮切りにY C 1、Y D 1から最近のX V 7 5 0 E、R Z 2 5 0 Rまで、29年間で乗りついでバイクがじつに40台。そのほとんどがヤマハで、いまま自宅のガレージにはY A 1をはじめ10台ものバイクが、いつでも走れる状態で森本さんとのツーリングを心待ちにしているほどです。

「若い頃よく家にあった自転車で静岡へ、乗鞍へと出かけて行ったんです。そんな時、自転車の横をバイクがさつそうと追越して行くその姿が、たまたま魅力的でした」と当時をなつかしむ森本さん。

「最初は友達3人と共同でバイクを購入したんですが、長くつづかず、3台目にしてやっとY A 1を手に入れることができたんです。ちょうどその頃です、私がヤマハの虜になったのは。観戦に出かけた浅間火山レース」

でまったく他を寄せつけずに優勝した、あの勝ちっぷり。その時からヤマハ・2サイクルは私の頭に焼付いたまま。いまでも、あの場面がくつきりと浮かんでくるほどです。

Y A 1につづいてよく乗ったのは175ccのY C 1。これは3台も乗りつき、分解と組立てをくり返してバイクのメカニズムを1から教えてもらったりもした、一番思い出の深いモデルです。

そういえば、あの頃からライダーの服装を見ても本格的な皮ツナギでキメていたのは、ヤマハのライダーが多かった。すでに、その頃からマニアに支持されていたんですね」

若いバイク仲間と一緒に走る楽しさ

そして、51才のいまま親しくおつきあひされている「スポーツプラザ・ソネカワ」(曾根川嘉昭社長)さんの若いお客さんと一緒になつてツーリングを楽しまれている森本さん。

「若い頃は、日曜日に箱根へ、湘南へと出かけては先々でウデくらべをしたものです。そんなところから、今でも若い人たちのツーリングはまったく苦にならず、今年も1月3日、「スポーツプラザ・ソネカワ」さんの



いまはYDS2のレストアに余念のない森本さんと「森本さんはうちの若いお客さんの最高のアドバイザー」という曾根川社長(左)

「初詣ツーリング」に元気に参加。また昨年の夏のツーリングでも200キロを一気に走って「若い者が負けてるヨ」と曾根川社長を驚かせたほど。それだけに、若いライダーたちも大先輩として森本さんを慕っています。

「昔も今も、基本的にライダー気質って変っていないと思いますよ。でも、いまのライダーに欠けている点があるのが残念ですね。それはメカニズムに対する興味。その分だけ、バイクに対する親しみも浅くなってしまっているんです。単に走るばかりでなく、もっとバイクのことを良く知って、自分の体の一部のように調子まで判かるようになる、もっともっと楽しいハズなんですがね。」

とはいえ、私自身、こうしてバイクに長く乗りつづけているからこそ、若い人たちとも

安心して走りせられる高品質が私にとつての「ヤマハラ」だ」

こうしたツーリングのほかにも、森本さんはいままも充実したバイクライフを送っています。単身で赴任している群馬県の会社での役員という重責から解放されて、甲府に戻った日曜日には、心ゆくまでバイクを走らせたり、思い出深いバイクのレストアに時の経つのを忘れて打込んでいるのです。最後に、森本さんの心をしっかりとらえたヤマハバイクの魅力、「ヤマハラ」さ、についてうかがってみました。

「ヤマハという言葉聞いて私の頭にまず浮かぶのは、高品質」ということでしょうか。その次は、2サイクルのヤマハ。いまでも、数ある2サイクルモデルの中で低速から高速まで本当に扱いやすい2サイクルをつくっているのは、ヤマハだけだと思っています。

先日も販売店さんでTZR250を見ましたが、さすがつくりがいい。ヤマハだからこそ生まれたモデルだなあと感じました。

こうした伝統に加えて、人間とマシンがじかに触れあうような4サイクル・ビックシンドルも生まれていますし、これからは私のように長くバイクに乗る人間が増えるんじゃないですかね」

取材におじゃました日は、折りしもYDS2レストアの真っ最中。思い出深いバイクたちに囲まれて、実年ライダー森本さんの毎日、本当に充実しているようでした。



親しくなれ、一緒に走り、バイクの話もでき、いつまでも楽しいバイクライフをつづけられるのですから、幸せだと思っています」

WE LOVE YAMAHA

ツーリングに出かけるときは、
必ず着用するユニフォーム



いつまでも乗り手の心を忘れずに 遊びぶらぶらで集う販売店さんたち

●ヤマハオーナーズクラブ(宮城県)

たまには自分たちも
遊んでみよう……

最初にこのクラブの存在を耳にしたのは昨年11月、お客さまとのコミュニケーションを第一にスポーツバイクの拡販に取り組み「バイクショップ・アサノ」浅野民夫社長(宮城県仙台市)をお訪ねした時でした。

お客さまと一緒に集い、オートバイの楽しさを追求することを信条とする浅野社長の口から「いつまでも乗り手でいたいので、仕事とは別のところでオートバイを楽しんでいるんですよ」というお話をうかがったのです。そして、その活動こそがここに紹介する「ヤマハオーナーズクラブ」だったのでした。

みちのく仙台を中心に活動を展開し、発足4年目を迎えたこのクラブに集う人たちは、その名の通り根っからのヤマハファン、それ

に加えて平均年齢37才にして現役ライダーも顔負けの走りを楽しむ、ヤマハR S S店の社長さんたちです。

クラブの代表である、サイクルプラザ・クリン」の角田秀夫社長(宮城県遠田郡)にその内容をうかがうと「クラブの特徴は全員が飲んべエ(笑)なんてジョークも飛び出しますが、実はこのクラブ、全員が東北のモータースポーツの拠点・スポーツランドSUGOのオフィシャルも動める、元モトクロスライダーでもあります。

発足のキッカケはこのオフィシャル会議の席上、「いつも若い人たちの面倒を見ているばかりなので、たまにはオフィシャル仲間であってみたいよ」という、誰からともなく出た一言でした。もともと走ることが好きで、何かにつけて顔を合わせる気の合ったみなさんだけに話はトントン拍子で決まりました。

現在の活動は年3回のオフロードツーリングと、忘・新年会。販売店主さんばかりのクラブとは言っても、活動はご商売とは一切無関係で、純然たる気持ちで「遊び」を楽しんでいるといえます。が、じつはこの「遊び」こそが、若いお客さまたちを引きつける原動力ともなっているようです。

遊びの心で、 オートバイの楽しさの普及は ヤマハの伝統

角田会長はこのことについて――

「ただ漠然とした興味からオートバイに乗っているだけの若い人たちは、モータースポーツを通して節度の守れる一人前のライダーへと育てるためには、やはり自分たちが遊び」



↑「ヤマハオーナーズクラブ」とそれを支えるヤマハ東北圏のみなさん。前列・左から岩間社員、下本社員、バイクショップ・アサノ/浅野民夫社長、モトショップ次男/佐藤次男社長、サイクルプラザ・カクリン/角田秀夫社長、よこえヤマハ/横江幸一社長、トレールショップ・タケダ/武田俊秀社長、後列・左から神田社員、ライダーズサロン大泉/大泉浩一社長、志賀社員、黒坂社員、佐藤社員、吉野社員

→「初めてオートバイに乗った時からヤマハファンです」と熱烈なヤマハ党ぶりを語ってくれた角田秀夫会長、最年長(42才)のためか、クラブ員の良き兄貴分として人望を集めている



や、モーターサイクル”の何んたるかを知らなければ無理だと思います。若い人たちの思い切り走りたい”という気持を、ちゃんと判かってあげてほしいとね。

このことは私たちがヤマハファンになったこととも大いに関係するのですが、ちょうど自分がモータースポーツを理解していくうえでもそういった人たちのお世話になってきたからです。

私はまだヤマハの90cc、H3なんていうバイクを改造してモトクロスの真似ごとをやっていた頃。今から20年以上も前の話ですが、当時なんの規制もなく、速く走ることだけが目的でオートバイに乗っていた私たちの気持を理解して、モトクロスという競技とともにマナーや本当のライディングの楽しさみたいなものを教えてくれたのが、他ならぬヤマハだったんですね。

ヤマハのそんな活動の中でもっとも印象に残っているのが、もっと本格的にレースをやってみたくて思いはじめた頃に、古川市（宮城県）郊外の加護坊山にトレールランドをオープンしてくれたことです。今でこそSUGOという立派なコースが東北にはありますが、当時は正式なコースなんてなかったですからね。地元のライダーはみんな喜びましてね。あの時の感激はいまでもみんなシッカリと心に残っていますよ。

こういった活動というのはいわばヤマハの伝統で、今ではそれがYESSの活動に集約されていますが、ユーザーのことを親身になって考えてくれるメーカーという感触は、今でも変わっていませんね。そんな部分を、今度は私たちが引き継いで、お客さまにしっかりと伝えていかなければと思うんです。

現在YESSにも積極的に参加し、ユーザーの輪を広げている「ヤマハオーナーズクラブ」のみなさん。これからも、共通の意識のもとに集う良き仲間としますますその結束をつよめ、単にオートバイを売るだけでなく、乗り手の心を忘れない若わかしい情熱を込めて、若いライダーを育てているのです。

お便り
待っています！

普段のお仕事や生活の中の、ちょっとした話題をお知らせください。ご商売に関すること、お客さまにまつわる話題、ヤマハやヤマハニュースに対するご意見、ご希望など、どんなことでもけっこうです。写真やイラストも大歓迎です。

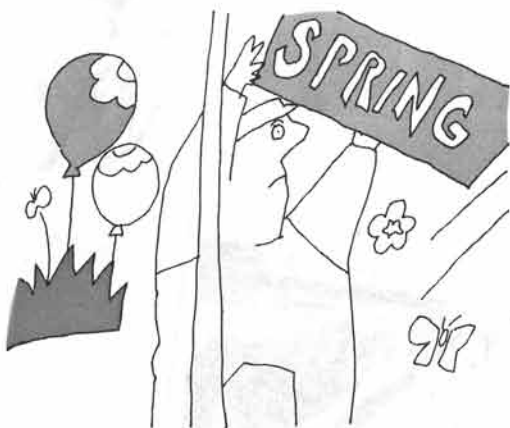
若い人たちに信頼される
良き話し相手になりたいですね
村瀬慎助さん・26才（わんわん高針店／名古屋）

今、修理のちゃんときのお店を目指しているんです。当り前の話ですけど、人が乗るものなので、親切に、安全に走れるだけの物を、どんなときもお客さまに提供していきたいと思っています。



あんなお店、こんなお店 とごもさわやかで、ありふれた毎日だけども...

売るのが得意なお店やイベントの豊富なお店など、色いろなタイプのお店がありますけれど、私自身はサービスのシッカリしたお店



にお客さまは集まるとおもいます。

お客さまの中で一番元気があがるのは、スクーターに乗る若い人たちなんです。いつても彼らにとって信頼できる良き話し相手ではない。サービスっていうのは、そんな部分の基本ですからね。

これからも、もっとオートバイのことを覚えて、いつも乗り手の気持ちをお忘れず。最近では商売第一主義になりすぎて、オートバイを愛する心が薄れている気がします。自分たちもふくめてヤマハさん、バイク好きでいましょう。

ディスプレイのグッドアイデア
教えてください。

前田富男さん・44才（トミヤサイクル／静岡 県伊東市）

ヤマハからもディスプレイのツールは良く届くんですが、より個性のある、季節感あふれる店頭装飾をやりたいな、なんて思っても

なかなか上手くいきません。

季節感を大切にしたいので、年4回ぐらいは模様替えをやっていますけど、ここは街が小さいものですから気軽に使える装飾品を売っているような店がないんです。

ですから、自分で工夫しながら作ったりして、あまり大がかりなものじゃないですけどね。ヤマハニュースに載っている店舗紹介のページなんか大きいので紹介店のようにはないかないけませんかね。

今は冬なので、店の中に、なるべくオレンジ色とかの暖か味のある色を多く使うように心がけています。これからはバステルカラーがいいかな、なんて考えていますけど、何か手軽にできるディスプレイのアイデア、あったら教えてください。

今、楽しくてたまらない
クラブ作り

藤田啓二さん・24才（ながたモーターズ商会／神戸市）

「サイドワインダー」という店のクラブを担当しています。活動は月一回のミーティングと2回のツーリングをやっています。クラブ員は10代から40代まで15名いて、18年もの歴史を持っています。

私がこのクラブを担当するようになって4年ぐらいたちますが、最近になって楽しさが判ってきたんです。私が若いこともあり、個性あるみなさんをまとめていくって大変だなと思ってはいたんですけど、最近になってチームワークが良くなって、この役が楽しくなってきましたね。

走ることだけじゃなくて、忘年会あり新年会あり、クラブでスキーに行ったりもしているんです。女性会員も2名いて結構にぎやかです。商売とは離れた部分での人との結びつきみたいなのが、とても楽しいんです。今はもっと力を入れて、どんどん拡大していきたいですね。

お便りの宛先は
〒438 静岡県磐田市新貝2500
ヤマハ発動機株 広報室・宣伝課
「ヤマハニュース」編集部まで



若い人たちとのコミュニケーションのために、ただ今二輪車勉強中ノ
尾野恵子さん・25才（尾野モーターズ／長野 県飯田市）

うちは二輪と四輪の両方を扱っています。今は雪があるので、二輪の方の商売はひと休みという感じですけど、この期間を利用してオートバイのことをもっと勉強しようと思っています。

私が二輪を担当していた頃は、50ccクラスがほとんどでしたが、主人がやるようになってからは、50cc以上のクラスが増えてきました。もっとも車名も良く知らなかったのですが、当然といえば当然ですけど。今は女の子がバイクに乗っても当り前の時代ですから、私ももっと勉強しなければ。免許も取りたいと思っています。結婚する前に取っておけば良かったんですけど、ちょっと後悔しています。

お客さまとの付き合いも、オートバイのことを知らなければね。仕事の帰りにお店に寄ってくる女の子なんかもいますので、今年はそういったお客さまとちゃんとコミュニケーションできるようにしたいです。

モーターサイクルを操ることの奥深さ、
おもしろさをヤマハは教えてくれる。
それはまず、安心して乗れるハンドリングがあるからだ。

操安性に見るヤマハラしさ

■「らしさ」の追求は、
みずからを知る

まず本題に入る前に一緒に考えて頂きたいテーマがある。通俗的に我々は「男らしさ、女らしさ」という言葉をよく使うが、この場合の「らしさ」についてである。

観念的には「らしさ」の使い方を知っていてもたとえば、いざ実際に「男らしさ、女らしさ」を明確に定義しようとすると、えらくむずかしいことがわかってくる。

これから連載してゆく「ヤマハラしさ」についても、「男らしさ、女らしさ」を語る以上に困難を極めるに違いない。しかし、そうだからといっていつまでも「らしさ」を野放しにしているのは、男なり、女なり、そしてヤマハという本質を理解しそこねることになる。

「らしさ」をきちんと取り上げ、自分なりに分析することによって、実は自分自身のアイデンティティ——生活や仕事上の方向性を決める立脚点——を見い出すことができる。「らしさ」の追求は結局、自分自身を知る、という意味に置きかえても良い。

そして、確固たる立脚点を持った人にはやはり信頼が寄せられる。これこそがお店づくりの根幹ではないだろうか。この「らしさ」の解明が、有形無形のカタチとなってお役に立てれば幸いである。

さて、今回の「ヤマハラしさ」のテーマその1は「操縦安定性におけるヤマハラしさ」である。俗に操安性として使われるこの特性も意外にわかりやすいようでわかりにくい性質のものであるが、ヤマハ車には果して「ヤマハラしい操安」というものがあるのだろうか。答えはYESである。

長い歴史を持つヨーロッパのクルマ達、たとえばベンツやボルボ、サブ、もちろんフェラーリやポルシェなどはいうまでもないのだが、およそ名車と呼ばれるクルマ達には、「思想」という名の明確なクルマ作りのコン

セプトが静かに息づいており、もちろん操安についても一定のベクトルを持っている。つまり、ボディやエンジンのサイズが異なってもベントはベントの乗り味が系統だったものとして必ず存在するのである。

もちろんモーターサイクルに求められる乗り味は、クルマのそれとは次元が異なるものだが、ヤマハのスポーツ車にも排気量のいかにかわらず一定のベクトルが存在する。より詳細にいうなら、操縦性と安定性という相反する成分の統合の方法がパターン化されている。これが他社にはない「ヤマハらしい操安」のルーツとなっているわけである。その統合方法の答えは後で述べることにして操安性を決定づける各要素について検討してみることしよう。

■パワーユニットからの操安へのアプローチ

操安性は各要素の分析と組み合わせで一義的に割り出せるものではないが、操安の特性を理解する上では、やはり各要素別に考えるのがもっとも正攻なやり方だといえよう。

現在2スト・クォーターで話題のTZRを例に検討してみよう。2スト・ロードスポーツの世界をリードし続けてきたヤマハは、'80年のRZ250以来、革新につぐ革新というカタチでTZRを生み出した。それはRZの究極の姿ともいえるものだが、車体系だけでなくエンジンを含めた意味での総合的な見地から優れた操安性を導き出している。

操安性を決定づける要素を単純に書き並べるなら、フレームの剛性、キャスト角、トルール量、前後輪の重量配分、重心位置、前後輪の径、タイヤのプロファイル、サスペンション特性、パネ下重量など、モーターサイクルを構成するすべての要素が挙げられる。TZRは、ヤマハのワークスマシニングZ500から操安のノウハウを市販車レベルにマッチングさせつつ、その技術をフィードバックさせたものであるが、ワークスマシンと同様に極力無駄をなくした設計、という点が重要である。

つまり、RZRから受け継いだ素直なハンドリングをそのままに、車重と車体積を大幅に縮小したことに尽きるのだが、具体的には、TZRはエンジンもフレームもきつちりと250cc専用設計にしたことで高度な操安性のまとまりを見せたのである。

エンジンは重量で7kg、前後長で82mmも軽量コンパクト化。このコンパクト化はエンジンをより前方へ寄せてマウントさせることができることを意味し、市販車としては理想的といわれている50対50の前後重量配分を可能とした。実際にTZRに乗ると、前輪からでも後輪からでもなく、ライダーを中心として車体が動いてくれる、という結果を生む。まさに人車一体の妙である。

操安の改善は通常、フレームでフォローするものだが、エンジンからの本格的なトライは2サイクルではヤマハが初である。しかしこの操安思想の歴史をさかのぼると、実は70年にデビューしたXS1以降からヤマハの一連の思想として育まれてきたものであった。XS1の後に登場したTX750がツインで

あったのも、マルチ全盛期でも敢えて3気筒でトライしたGX750にしても然りであった。たしかにこの2台にはヤマハが早期から描いていた「エンジンによる操安性向上」の思想をはっきりと読みとることができている。

近年の国内モデルとしては、ジェネレーターをシリンドラー後背部にセットしたXJ750や400があった。国内市販モデルとしては、いち早くこの方式を採用、モーターサイクルを操る上でいかにエンジンのコンパクト化が大切であるかをヤマハは主張し続けてきた。コンパクト化の具体的メリットは前面投影面積の縮小、バンク角の増大、低重心化、車体系の軽量化など複合的なカタチで生まれ、造詣が深いマニアやジャーナリスト達は、こんなヤマハらしさを高く評価した。

■車体からの操安性の追求

さて、次にフレーム系によるヤマハらしい操安アプローチを分析してみよう。定説的にいわれているモーターサイクルにおける運動特性の向上は、やはりフレームの高剛性化とコンパクト化である。TZRのアルミデルタボックスフレームは軽量化の点で絶大な貢献を果す一方、ステアリングヘッドからスイングアームピボットまで一直線に結んだデザインとなっている。基本的なラインはRZRからパイプフレームによって形成されつつあったが、ワークスマシニングZRのデルタボックス型をそのまま適用することによって、TZRのフレームは極みに達した。

RZRのフレームよりも重量で40%ダウンし、剛性は35%も向上している。絶対的に少ない排気量の250ccクラスにとつて、上限馬力の45馬力をいかに有効に引き出すかがポイントとなるが、かつてこれほどの軽量化と剛性アップを計った例はない。

飛躍的なパワーアップとフレーム系の改善により、サスペンションは前後ともナナハン

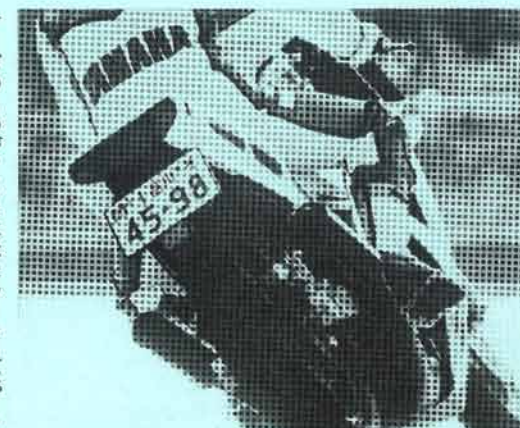
サイズのものTZRにはセットされた。こうしてデビューしたTZRは各専門誌にことごとく絶賛されて誌面を賑わせるに至る。

優れたパワー特性と高剛性フレームが織りなすコーナーやストレートでの走りは、不安を感じさせないものである。換言するならば長時間にわたって、その人なりの限界を極めてみたくなるマシンということができよう。これが大方の共通した意見である。

軽量コンパクトなエンジンと高剛性で軽量のフレーム・サスペンションがそのような評価をTZRに与えたわけだが、ただこれらの要素は「ヤマハらしい操安」の解答足り得えず、あくまでも手段であることに気付かなければならないだろう。

つまり、問題はそこから先なのである。レースからフィードバックした技術をどのように使うかがテーマであり、実のところTZRが評価されたのは、まさに技術から先の部分なのである。操安性のどれだけを操縦性とするか。それは結果として安定性の割合を決定することになるわけだが、ヤマハの場合は単なる割合配分ではない。根本的には、安定性をベースに、操縦性を加えるという方法。逆説すればコーナーリング中にも安定性が加わっているのだ。

よく分析すれば理解できることとして、平





忠彦が操るYZR500を観察するといひ。他メーカーのマシンがパワーオンの時に前輪を浮かせてしまう傾向があるのに対して、平のそれはフロントがしっかりと路面をとらえている。これはマシンの縦方向に対する安定性分の表われでもあるが、2サイクル500ccが生み出す凄まじいパワーを自在にコントロールするためには、まず安定性がマシン作りの基本として確立しているからだ定義づけることができる。

どんな人間でも、まず安心して乗れなければ与えられたパワーを存分に発揮することはできない。ヨレヨレの車体では恐くてパワーオンなどできない。安定性分は技術的には高剛性のフレームとサスペンションを中心に形成するものだが、じつはライダー心理の安定化にその目的があり、心理的な安定感、的確な判断力と精神的疲労を防ぐ。これがYZRの基本姿勢であり、TZRのベースとなっているのである。

各専門誌が図らずも絶賛した操安性は、この部分に深く根ざしており、まさに「安心して限界を攻められる」の言葉がすべてを集約しているといえよう。

パワーの出方にしても、高回転時にのみトルクが出るのではなく、回転の上昇にしたがってリニアに出力が高まる方がライダーにとってコントロールラブル。つまり、安定性分に根づいたパワー特性であることが重要であり、これはTZRの特性そのものなのである。

■最初に安定性ありき

安定性分に立脚した操縦性の追求はこのようにエンジン系、フレーム系の両面から行なわれているわけだが、「ヤマハらしい操安」は他メーカーと異なり、小排気量からオーバー・ナナハンまで統一されたハンドリングでまとめられているという点も特筆できる。排気量をアップしてゆくたびに、基本的ハンドリングが異なるという例をよく聞くが、それで



は、そのつどライダーはとまどってしまいうし、そのモーターサイクルメーカーが何を考えているのか理解できなくなってしまう。

先に触れた「ヨーロッパの名車たち」と同じようにヤマハは一貫したポリシーをハンドリングに生かしている。4サイクルのFZ250フューザーやFZ750でもそうであるし、軽さが身上のSRX250にしてもヒラヒラ感はある程度抑えた上で同一傾向をみせる。


ヤマハの操安性で最後に加えておきたいもう1つの特徴は、いわゆるニューフィーチャーに対する慎重さである。以前、前輪の16インチ化が一斉に進んだ時もヤマハはじっくりと構え、すぐに迎合しなかった。操安上確固たる裏付けがとれない限り、一般市販車には採用しなかったのである。そしてヤマハから登場した前輪16インチ車は一貫して落ち着きのあるハンドリングを示した。

ヤマハは、プロトのマシンが出来上がってから完成までの操安に関する煮詰めが長い。人間の大切な命を乗せて走る乗りものである以上、けっして未完成な、そして不統一な操安性にはできないからである。

ヤマハが目的とすることは「ライダーをいかに安全に快適に乗せるか」である。

この定義はあらゆるスポーツ車に共通して求められることであるが、その根幹は「まず安定性ありき」である。誤解を恐れずに言うならば本質はこう表現しても良いだろう。テーマは単にライダーの安全のため以外のなものでもない。操安にみるヤマハらしさの原点はまさにここにある。

フオー・ザ・トレンド
仕掛人が語る、若者たちはいま。



（プロフィール）1984年に（株）クラブハウスを設立し、「アルバイトニュース」の発行元・学生支援会との提携で雑誌「CLIP」を創刊。その後、学生を中心とするユーザーのデータベースをもとに新展開のセールスプロモーション、ダイレクトマーケティング、文化事業等に取組む。主な活動として、おまけマガジン「CNL」（クラブハウスニューズレター）や学生クラブ・サークルのユーザー自主参加によるファンクラブ「アルキメデスファンクラブ」組織化、新鋭のクリエイターによるメディアミックスパーティー「メディアスクッチ」開催などがある。1960年2月15日生まれ25歳。

株式会社クラブハウス 河西保夫氏
代表取締役社長

「ひと口に大学生といっても」も「ひとつものに部族」に分類できる

化する。さらに、その中から高感度人間を抽出してスーパーバイザーとしてファイリングすることが第1の目的です。

実績としては1年ちょっとしかないわけですが、この間データはどの位まとまっていますか。

「昨年の10月現在で、サークル数にしてざっと8,000〜10,000位のデータが集まっています。また、スーパーバイザーのファイルも、実施して2ヶ月目で早くも1,000人を超えました」

「それは凄いな、で、今はこれらのデータをもとに、企業の商品作りから広告作り、販促や流通のネットワーク作りまでのお手伝いを展開しているわけですね。」

「そうですね。ヤングアダルト市場の主体をなしている大学生といえども、いまはひとつにくだらない状況にありますよね。そこで、学生生活や日常生活における様々な意識や行動の違いと、その裏にある深層意識を分析したところで、企業もセールスプロモーション展開や流通ネットワーク作りをしていけば、もつと効率よく、2倍も3倍もの成果を上げられるのではないだろうか、と提案しているわけです」

「昔は、大学生といえば、勉学にいそむ人」だったんですね。（笑）

「今は違う。いってみれば、クロウト」の学生は姿を消しちゃって、みんな「シロウト」の学生ばかり。たまたま学生であって、勉強は二の次って人ばかりになっちゃった。勉強する大学はもはや解体されちゃって、ビジネスや遊び、カルチャーがキャンパスの中に持ち込まれている。そして、授業は単に

道具化され、それ以上の意味はもたえなくなっている。だから、「大学生」というカテゴリはあっても、さらにその中にいくつもの階層——われわれの間では「部族」って呼んでいるんですけど——が存在しちやっていますよね」

□コミ・横コミ情報

「すると、たとえそれがヤング対象商品であつても、大学生にアプローチを図る時にはそれらの階層（部族）を十分に意識してかからないと、これからは意味がないということですね。」

「大学生も含むヤングアダルトを分析した結果なんですが、8つの部族に分類できることがわかったんですね。ということは、ヤングアダルトの「ナウさ」といっても、実際には8つの「ナウさ」があったわけですね。」

「ナウさ」が8つ違う！これは大変なことですね。それぞれにお気に入りがあるんですから、狙いどころをもっと絞っていかなければいけない。商品の魅力をもっと感じとる部族をまず捜し出して、そこに集中して売り込んでいって、はじめて効率のよい商売もできるということですよ」

「そうなる、当然1,000人のスーパーバイザーのデータが必要になってくるわけですね。」

「とくに最近では、マスメディアからの情報入手よりも、サークルやクラブといった溜り場からの口コミ・横コミ情報の方が、むしろ商品購入の主な要因になっているんですよ。ですから、いろんな部族から抽出したスーパーバイザーの存在は、大きな意味をもっているんです」

「シロウト」の学生たち

「昨年の10月に創刊した『CLIP』から『クラブハウスコレクション』や『CNL』の発行まで、ずっと大学生を中心としたヤングを対象としているようですが、具体的にどのようなアプローチを展開されているのでしょうか。」

「『CLIP』についても『クラブハウスコレクション』や『CNL』についてもそうですが、これらの目的はまず全国にあるキャンパスのサークル・ネットワークを確立することにあります。」

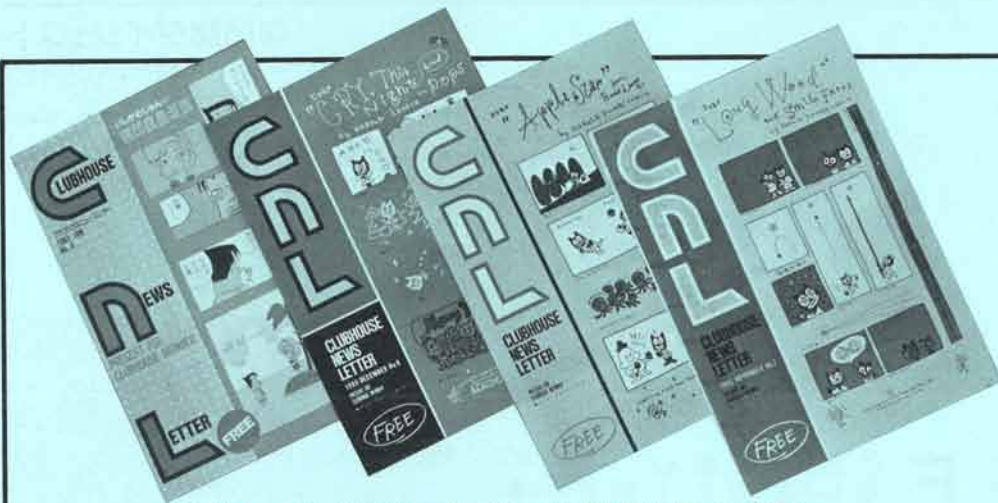
「全国の大学のクラブおよびサークルとコンタクトをとり、その人間なり集団をリスト



大学サークル・クラブの紹介カタログ「クラブハウスコレクション」

史上最大の大学特集!!

クラブハウス情報2400満載!!



時にはカセットテープや化粧品、カップラーメンがおまけに付くという『CNL』

です。
ヤング市場だったらヤング市場で、ついこの間まではその最先端を走っている人間を攻め略さしていけば、その他の人間は、そのあとからドックとついてくるって言われていましたよ。

でも、これはもうウソだと思っんです。口コミ・横コミ情報の方がパワーを持っているというところは、すでにヤング市場の中においてもさらに部族ごとのピラミッドができていくということですよ。ですから、ここで大事なのは、その部族のオピニオンリーダーをまず商品共感者に仕立てて、部族内への浸透を

図ることなんですよ。

スーパーバイザーとは、ようするに部族内のオピニオンリーダーなわけですから、彼らを巻き込んで始めて具体的な商品アプローチもできるというものですよ」

部族社会のオキテ

「アルキメデスファンクラブ」なんかは、まさにその好例ですね。

「そう、わが『CNL』が媒介した食品業界初の、ユーザー自主参加によるファンクラブなんです、これはかなりのパワーをもっています。」

ようするに、アルキメデスに対して特に選好度の高い部族の高感度ユーザーが企業をスパーバイズして、企業と共同で商品流通のアイデアを打出しているんですけど、かなりユニークな企画が集まって各地のキャンパスでさまざまなセールスプロモーションが展開されている。マスメディア情報とはひと味もふた味も違った、彼らなりに加工した情報を送り合うなど、理想的な消費者ネットワークとしての活動が続けられていますからね」

「アルキメデスを食べることによって、部族内の連帯が高まり、商品が口コミによってさらに広がっていくわけですね。そういうえば、おニャン子CLUBのユニフォームとなっているセラーズ・ブランドが、女子高生の間で流行しているという現象も、やはりひとつの部族のあらわれといってもいいのじゃないか。」

「セラーズの袋なんかは、まさに部族内の通行許可証みたいなところがあるわけで、それを学校に持っていくことで共通項を見出しているわけですね。埼玉の女子高生なんかは、ハッキリいってそれを持っていないと部族内での階級も下がっちゃう。これなんかは、もう仲間と交感するための、つき合い購入以外の何物でもないんです。」

でも、もう一方では、そうした現象を冷ややかな目で見ている女子高生たちもいる。こんな彼女たちとセラーズ派の彼女たちと



『CNL』に毎回はさみこまれたスーパーバイザー募集アンケート

は、言語まで違うところがあるんです。つまり、同じ商品でもニュースの伝わり方や所有している人の部族の違いで、ナウくもなればダサくもなっちゃうんですよ。

よく聞いてみましょう。「こういうのどう思う？」って聞くと、『マジかよオ』って答えるヤツら。彼らにとっては、ああして友人なりに一応の打診をしてみることで、一抹の不安から逃がれているようなところがある。そうやって自分たちの部族社会のオキテを確認し合っているところがあるんです」

1人だから淋しくない

「(B)から表面化した階層社会ですが、こうした現象は今後ますます若者の間で顕著になって行くものではないか。」

「どこのグループに所属しようか、どのマネーを身につけていこうかなどといった意識は、これからはますます強くなっていくでしょうね。ですから、そうした情報に対しては、彼らはすくく期待しているし、敏感に反応します。」

逆に、つねに待っているし、いろいろ捜しているからこそ、でっかい戦略としてまででき上がってこない」

とにかく、自分を高めるための情報に対するニーズは強いということですね。

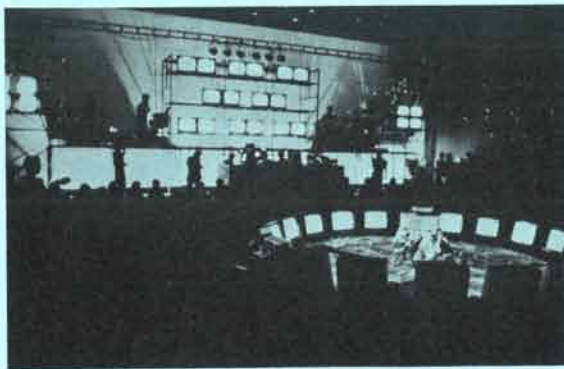
「これはというものに会った時には、彼らは確実に手に入れますね。けれども、いざ必要がなくなれば、簡単に手離しちゃうところがある。その引き際は、もう人間離れしている見事というほかはないですね。(笑)」

60年代以降の人といたら、もう完全にパソコン世代ですからね、彼らは1人だから淋しくない！っていう感性を持つちゃってるところがある。消費傾向もさらに単一化されバーマネート化されたものが求められてくるから、商品自体も1人ひとりのユーザーに対して商品を作っていくという経済構造を迎えてくるものと思われれます」

「そんな消費生活の先には何が見えてきそうですか。」

「食べる、着飾るの次には、精神的なところに向けてくる商品が出てくるでしょうね。」

宗教とも違いますが、インナートリップを保証する商品なり空間が出現するのではないのでしょうか。消費活動で疲れたら精神をリフレッシュして、再び現実社会へ飛び出していく。そこらへんのバランスがうまくとれてくる時代がやってくるでしょうね」



昨年暮れには新進気鋭のクリエイターを集めて映像・光・音・パフォーマンスのメディアミックスパーティーも開催した

一体いま日本では、毎月どのくらいの種類の2輪専門誌が発行されているかご存知ですか？ざっと20誌近くにもものぼるほどです。そして、これらの専門誌がユーザーのバイブルとして読まれ、市場のオビニオンをリードしているというわけです。販売店さんにとっても生きた情報満載の2輪専門誌。そんな中から直接、間接にご商売にお役立ていただけそうな記事をピックアップし、毎月お届けしています。

『モトライダー』誌では、B W 80 / 200がウインドサーフィンと並んで登場。サンドビーチでの新しい遊びを紹介



記事1 それにしても4スト・クォーターが180km/hオーバだなんて、FZのハイパフォーマンスぶりには、あらためて驚かされてしまった。唯一のツインカム16バルブマルチエンジンがもたらす、ズバ抜けた高回転高出力と軽くコンパクトな車体とのマッチングは、まさにライバルを寄せつけない実力だ。レブカウンターの針は、なんと1万5500回転を越える。そのクォーターという小気味よいクルージングサウンドはなかなか気分がいい。(中略)

記事2 ニューモデルラッシュと呼ばれるほどの新車のモデルチェンジサイクルが、レーサーレブリカをも発売から1年足らずで陳腐化してしまふこの時代。ところがここにデビューから何と6年目にして過去最高の販売台数を記録し、その後も常にコンスタントに上位のセールスを続ける驚異的なマシンがある。ヤマハSR400、SR500。

マシンというよりも、敢えて「単コロ」と呼んだ方が似合うSRシリーズは、77年の第22回東京モーターショーで初めて我々の前に姿を表わし、78年3月に正式発表、久しく絶えていた大排気量のシングル独得の「タツタツタツ」という単コロロードスポーツサウンドを現代に甦らせた。(中略)

すでに初代SR誕生から8年、基本設計の優秀さを身を持って証明しているわけだが、開発の段階には相当の苦労が付きまどったはず。(中略)

しかし、低回転からの大トルクを利した走りは、時としてレーサーレブリカに後塵を浴びせるほどの動力性能で、必要十分。

〔「ミスターバイク」2月号〕

モトライダー
Mr. Bike
CYCLE
SOUNDS
CYCLE
WORLD

前月号までの各誌面ではTZR250新登場に関連した記事が圧倒的多数を占め、オフシーズンのスポーツ市場に強烈な活気を与えてくれましたが、TZR250に関連した記事もひとまずここで一段落。これに代って1月発売の各誌では、おなじみライバル車比較などが主流となっています。

さて、このライバル車比較記事の中で目を引くのが4サイクル・クォーター7車種を比較した『ベストバイク』誌の特集、「オールラウンド勝ち抜き「ナメント」と銘打たれたこの企画の中では、「最高速」「ゼロヨン」などの各項目で

FUNUSON FUSER

が抜群の成績を収めています。(記事1)

また、発売以降8年。他に例を見ない安定した人気を集め、根強いファンに支持されている4サイクル・シングルスポーツ

SR400 / SR500

に関連した記事を扱っているのが『ミスターバイク』誌。「基本設計の優秀さを身をもって証明」したモデルとして高く評価しています。(記事2)

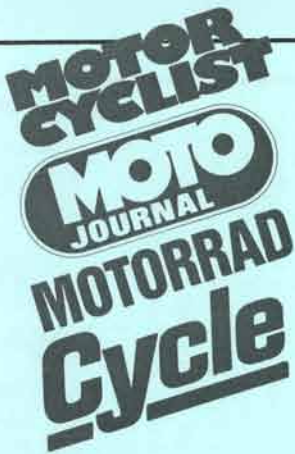
また、11月から新登場して話題のニューDT200Rについては数誌が試乗記事を扱っています。とりわけ

ゼロヨン

を、ニューDT200Rを生み出した発端のひとつと評価。それぞれのポジションや

GOGGLE
モトチャンク
カンダマシン

MOTORAD
D-ライダー
RIDING SPORT
ザバイク
The Bike



開発コンセプトを正確にとらえている『ロードライダー』誌の記事は最も興味を引かれる記事のひとつです。(記事3)

一方、オフロードスポーツに全く新しいジャンルを切り拓くモデル、BW80/200の試乗記事も数誌がとりあげて各誌とも、幅広タイヤのため、砂地の恐さがまったくなく、とか、初心者からベテランまでたっぷり楽しめる

スーパーマシン

などと絶賛しています。(記事4、記事5)

デビューした昨年、スズキで、ポルドルで大活躍をみせた、FZR750の試乗記事も数誌が扱い、いずれも高い戦闘力を評価しながら'86シーズンへの期待を集めています。

〔記事6〕

海外専門誌、とりわけヨーロッパの各誌の誌上を賑わせているのが、日本国内でもテレビ放映されるなどすっかりポピュラーになった、パリ〜ダカールラリー。とくに地元フランスの『モトジャーナル』誌では、同誌編集長のP・Mポリ氏自身が、このプロローグレースにおいて

スパイクタイヤ

を履いたXT600テネレで優勝—という記事が目まぐるしく引いています。(記事7)

より戦闘力をアップして新登場した『DT200R』の試乗インプレッションも、各誌面を賑わせている

記事3 スーパートレールのヤマハDT200Rが1年9カ月ぶりにモデルチェンジを受けた。ひと言でいうと、走りのポテンシャルを飛躍的に向上させたといえる変身である。

2馬力アップされたエンジンは、たしかにピークパワーでの力強さを感じさせてくれるが、単にそのための旧型の変更にすぎず、トルクフルだった旧型の、とくに中速から高速域にかけてをさらにパワフルにしている。

これは、スーパートレールとしての走りよりもクイックにするのに、大きな効果をもたらしている。たとえば、タイトなコーナリングの立ち上がりで、細かなクラッチワークをさほど駆使しなくても、十分に素早い加速が得られるし、上り坂でも、その力強さは旧型に比べて大きな差を感じる事ができる。(中略)

このDTの変更は、先ごろ登場した同社のセロー1225が、トレール

〔ロードライダー』2月号〕

マシン本来の性能を持ちながらも、デュアルバールバスマシンとしても高いポテンシャルを備えているからこそ可能となった。オフロードの世界の、いろんなジャンルにチャレンジしているヤマハが、スーパートレールの自信作として送り出したのがこのニューDT200Rといえる。

記事4 私、何でも挑戦してみたい

年頃の18歳の専門学校生です。なんの免許も持っていないけど、好奇心だけで頑張ってみました。(中略)

絶対乗れない、きつと転んじゃうと思いつつも、走ってみた。走り出すと気が動転して、それはもう、ここはどこ、私はダレの世界。だけど、慣れてくると乗っていること自体が楽しくなってきました。

今まで、なぜみんなオートバイなんかにか夢中になっているんだろうと

思っていたけど、いざ自分で乗ってみるとその楽しさというものが分かった気がします(中略)

〔モトライダー』2月号〕

このBWでオートバイに乗ることの面白さを知ってしまった私は、今日からライダーを目指すんだ♡

レポート/石戸由美子

記事5 砂丘にもち込まれたBW200とBW80を前にしたアツちゃんズ(天田淳選手と伊藤敦志選手)

編集部注)のふたりは、まずその独特なスタイルリングに見とれている。(中略)まずはジャンプ大会となる。ジャンプならおまかせの天田アツちゃんが、軽く様子をみたあとに、ワンハンド、両手放し、そしてノーフットジャンプを披露。さらにカウンタ

ーやテールトップなどをビシビシと決める。(中略)

コーナリングでもワンハンドカウ

〔モーターサイクリスト』2月号〕

記事6 とてつもないハイパワーをもちながら、それをしなやかさのうちに速さへと変換してしまう。その巧みさはストリートバイクの最高峰と折り紙つきのFZ750だ。それをベースにしているのだから、いかにワークスレーサーといえども、FZR750も同傾向のフィーリング

インターや、ハンクオンが楽しめちゃうという、まさにブレイクバイクとしては最高のBWだ。

結局朝から乗り始めたアツちゃんズは、昼食時以外ほとんど一日中BWに乗り続けた。

〔モーターサイクリスト』2月号〕

記事7 突然の吹雪に襲われた今年のレース(セルジ・ポントワーズ市で行なわれたパリ〜ダカールラリーのプロローグレース)は、P・Mポリのアイデアがものを言った。ヤマハテネレにスパイク・タイヤをはかせたのだ。彼の計算どおり、接地の良さ

で他を圧倒し、2位のシル・ラレーが操るホンダNXRに1分の差をつけ、3位のアラン・セラーは全く問題にせず、アマチュアながら見事にプロを敗って優勝した。

〔仏誌『モトジャーナル』730号〕



情報スクランブル

お忙しい販売店さんのための情報アンテナ

BOOKS

●TZRのすべてをこの一冊に集約

『TZR Case』街を駆けぬけるGold Drinker

GPマシン「YZR500」の開発スタッフ
Fが手がけた初の市販マシン誕生までのプロ
セス。究極の走りを生み出す最新メカニズム



のかずかずの紹介とメンテナンス。そして、
それら新技術をフルに生かしたライディング
テクニクまで、発売と同時に各プロダクシ
ョンレースを総ナメにして、センセーショナ
ルな話題を巻き起す「TZR250」のすべ
てを網羅。オーナーズマニュアルとして、ま
た購入に際しての貴重な参考資料として、必
ず役に立つ一冊です。

●魅力爆発クォーター

『250CC/いまクォーターバイクが最高』

バリエーションがもつとも豊富で、しかも
初心者からベテランまで楽しめる250ccク
ラスを徹底的に解説した、ちょっと変わったハ
ウツー・ブックです。諸経費や維持費の参考
資料までついた車種選定のポイントから、メ
ンテナンス、構造、扱い方までが親切に紹介



されていて、とくに初めてバイクに乗って
みたいという女性や初心者にもとても判りやす
い内容となっています。

柏秀樹著 池田書店/¥800

★★★

●走りの基本はオフロード・テクにあり
『ベストバイク・スポーツエクストラNo11』
万沢康夫のライディング特訓塾

タイトルは長いのですが、早い話がオート
バイの各分野でのノウハウを解説して好評を

WAVE MUSIC SENSOR

お店の雰囲気や軽快に変えるポイントとは、
なんといっても観葉植物とBGM。どうせな
ら、どちらも、とびつきり新鮮な方がいいで
すね。六本木「ウェーブ」がおすすめするヒッ
ト間違いなしのニューアルバムで、お店の空
気を一新しましょう。

●筋金入りのハードサウンド

『White City (ホワイトシティ)』

ロックンロールのカリスマ的存在「WH
O」のリーダー、ビート・タウンセントのニ
ューアルバムで、彼自身の映画『ホワイトシ



集める月刊『ベストバイク』別冊シリーズの
11番目です。この号ではライディングの基本
はすべてオフロードの走行テクニクにある
という信念から、斯界の第一人者・万沢康夫
氏がヤマハ・セロー1225を駆使してオフ
ロードテクニクを解説しています。肩のコ
ラない内容で、楽しく学べるノウハウものです
(株)ベストバイク社/¥480



ティのサントラ版です。どの曲も彼の持つ
独特のロックンロール魂いっぱい仕上がり
り。中でもシングルカットもされた「フェイ
ス・ザ・フェイス」は聞きもの。

★★★

●心やすらぐソフトサウンド

『This Loves For Real (this love for real)』

ビバリーヒルズに住む大金持ちたちのレー



ベル、ビバリー・グリーンが作ったニューア
ルバム。ソフトなバラードナンバー主体の気
持ちの良いBGMアルバムで、アーティスト
の「チャプター8」も、新人グループとは思
えない好演をしています。



ACCESSORIE

●大きさを工夫したら使いやすくなった
「セキスイ・ミニ・カイト」

冬のライダーの必需品ともなっている使
捨てカイロが、グツク使いやすいくなって新発
売されました。このカイロの最大の特徴は60
mm×90mmと通常の半分以下の大きさ。でも温
度や持続時間は今までも同様、小さいのでグ
ロープやブーツにも入れて置くことができます。
冬のライディングを快適にしてくれます。

お問合せ・積水化学工業(株)消費財企画部
06(365)2683/¥80

EVENT

●本格的なバイクシーズンの到来を告げる
『第15回東京モーターサイクルショー』

年毎に規模を拡大し、今ではすっかりライ
ダーのための恒例行事として定着した『東京
モーターサイクルショー』が、今年も開催さ
れます。展示されるのは内外の新車をはじ
め、モーターショーでは見ることのできな
かった各ショップ自慢のカスタムやクラシッ
クバイク、それに特殊車など約500台。また
関連用品なども数多く出品される予定。ぜひ
お客さまとご一緒にお出かけください。

開催日…3月20日〜23日 会場…東京流通
センター展示場(東京都大田区平和島)
入場料…大人¥1000/中学生¥800/
小学生¥200

◇スクーター奥さまの来店促進策

代替の時代といわれて久しくなりますが、DMを出そうがチラシを配布しようが、まったく動じないのが「走りさえすれば用は足りている」、というタイプの奥さまユーザー。ゲタ替りにスクーターと馴染んでくれるのはうれしいのですが、あまりにも身近になりすぎて、普段のメンテナンスをまったく忘れ、動かなくなるまでお店には顔を出さないという人も多いようです。

そこで、神奈川県M店さんでは、このよきな奥さま方に今乗っているスクーターの状態を認識させ、来店へと結びつけるために「スクーター・チェックリスト」作戦を企画されています。その内容としては――

- エンジンの始動はスムーズですか？
- 坂道をちゃんと登りますか？
- 排気煙は出ていませんか？
- ブレーキはききますか？
- 夜、ライトは暗くありませんか？



などのように超具体的な項目をならべた手渡しDMタイプのチェックリストを作成。そして最後に「もし、どれかひとつでもあなたのスクーターに当てはまる項目がある場合は、早目にご来店ください。当店が責任を持って整備いたします。〇〇サイクル」という受け皿をきちんと銘記しておきます。

このチェックリストを、スーパーの店頭や商店街の駐車場など、スクーター奥さまの集まりそうな場所で配布します。このときに来店者キャンペーンなどのプレミアムをつければより効果的。ご自分のスクーターをお客さま自身の手でチェックさせ、早目にその状態を認識していただき、来店へ、そして代替へと結びつけていこうというアイデアです。

◇KJUNKIE、みんなにも繊細

二輪専門誌に女性コーナーができた、女性専用の二輪専門誌が登場したり、このところ急激に注目を集めた女性ライダーたち。



ち。しかし、どの雑誌を見てもファッションや初心者向けのライディングテクニックなどが中心となり、女性ライダーの本音の部分というのは、なかなか把握していないようです。そこで、某ヘルメットメーカーの販売担当者がこっそり説明してくれた、女性ライダーのヘルメット選びの本音を少し――。

「外見やかぶり心地が最優先されるのは男女とも同じですが、女性の場合はこれにもうひとつ、内装色というのが加わります。人気があるのは茶色なのですが、この理由というのが男性ではまず気が付かないこと。それは化粧と密接な関係があり、口紅やファンデーションの色が内装に書いても目立たないという理由からなのです。黒とかグレーだとヘルメットを脱いだ時に、どうしても付着した化粧品の色が目立ってしまいますから」

どうです。ご参考になりましたか？繊細な女性ライダーの心を握るには、こちらもかなり繊細な気が必要なようです。

◇必ず集まる顧客の顔と名前

お店に来てくださる方は全員見込客、とい

セールス・ワンポイント2月

- 3日 節分
- 4日 立春
- 7日 初午
- 11日 建国記念の日
- 14日 聖バレンタインデー
- 15日 確定申告受付開始
- 28日 全国火災予防運動(3月31日まで)

☆つい消極的になりがちな2月の商戦。「二ツパチ」といった観念を打破って、売る側が積極的に打って出る心構えがこの時期とくに必要なようです。

☆歳寒期とはいっても暦の上ではすでに春、一足早く春のムードづくりを心がけて、節分、バレンタインデー、ひな祭りなどを題材にした華いだ感じのセールルも効果的。

☆また、こんな時期こそ、二商売のヒマを見つけて、従業員さんともども、他業種店の見学、接客技術の訓練など、忙しくなっているからといってできないようなことをやっておくのもよいでしょう。

うことは判ってはいらぬものななかなか集めづらいのが来店者の資料ですね。なにしろ初めてのお客さまに、いきなり住所や氏名を聞くのは失礼なものですし、忙しい時はいちいちそんなこともしてはくれません。

ところが、東京のR店さんでは、ちょっとした工夫でこの問題を一気に解消。毎日訪れるお客さまのデータをほとんど集め、見込客の発掘やイベントの参加呼びかけに大いに役立てています。

その方法というのはいたって簡単で、カウンターに氏名、住所、年令、興味ある車種等を記入できるノートと、記入者への謝礼用のオリジナルステッカーを置くだけのものです。

もともとアツケラカントした若いお客さまが多いだけに簡単な項目を埋めるだけでステッカーが貰えるとなつて、来店客のほとんどは積極的に記入し、勝手にステッカーを持っていくといわれています。「顧客リストがなかなか充実しない」なんて悩んでいるお店では、ぜひ一度お試しになってはいかがですか。

スノーモビル天国 国際スノーモビルランド・イン・小樽オープン!

クラブチャリティーの収益金で
地域にカーブミラー・5基を寄贈!

〔北海道ヤマハ機〕北海道小樽市はスキーを中心にした冬の観光誘致に以前から積極的に取り組んでいます。この冬はそれをさらに活発にしようとして、市街地からわずか15分程の毛無山周辺の土地を利用して、国際スノーモビルランド・イン・小樽をオープンしました。

そして、このスノーモビルランドで開く、スノーフェスティバル、フレッシュユマンレース、スノー運動会、スノーモビルツアーなどを、この冬の小樽観光の目玉に、と12月から3月のシーズン中、毎日曜日ごとにイベントをくりひろげることになっています。

北海道のヤングたちにとってスノーモビルはもうすっかりおなじみとあって、この国際スノーモビルランド・イン・小樽も、日曜日毎に大盛況。ヤマハスノーモビルで冬のモータースポーツに汗を流す家族つれやヤンググループの歓声がこだましています。



↑今日は豪快に雪煙を上げてスノーモビルレース。このランドの誕生で道産子たちの冬のモータースポーツは一段と活発に。2月16日にはここで全日本選手権レースも開かれる



↓12月14日毛無山の北海道ワイン広場でのオープンには、ヤマハスノーモビルで、北極点に挑んだ女優の和泉雅子さんも駆けつけてテープカット

祝国際スノーモビルランドイン小樽OPEN



訂正とお詫び

本誌1月号、24ページにご紹介しました通産省グッドデザイン商品選定のヤマハ商品のうち、SRX60の写実は誤りです。'86年Gマーク商品選定のSRX600は、ファイアインシルバタイプです。お詫びして訂正させていただきます。

〔ヤマハ中部株・豊橋営業所〕愛知県豊川市の和田スポーツレジャーショップさん（和田敏社長）に本拠を置く和田ツーリングクラブ（古池宏己会長）は、60名のメンバーが全員YES Sスタッフ。同時に、結成以来毎年つづけている年3〜4回の自動二輪ツーリングは、15年間・無事故、という、安全運転の模範的なクラブでもあります。

そして、もうひとつのこのクラブの特徴は、昭和48年から毎年つづけている地域社会への活発な奉仕活動です。クラブチャリティの収益金を地元の社会福祉施設に寄附したり、クラブ員全員で献血運動に参加したり、その活動は地域のひと



ともにもすっきりおなじみのものとなっています。

そんな和田ツーリングクラブのみならず、昨年11月30日と12月1日の2日間、静岡県のヤマハマリーナ浜名湖で恒例のチャリティ忘年会を開催。そして、この日の収益金約40万円を、交通安全施設・カーブミラー5基の設置資金として豊川市の山本市長に贈呈しました。「交通事故が増えている折、大きな話題を呼んでいました。」

チャンピオンもビックリ!



前人未踏の3年連続全日本チャンピオンを決めた後も、雑誌のインタビューに、撮影に、サイン会に、そして'86シーズンの準備にと超多忙のシーズンオフを送っている平忠彦選手。

そんな平選手が、忙中有閑のひとつとき、しげしげと眺めているのは、愛車? YZR500、12分の1プラモデルVR3を記念して柳田宮模型から贈られたものですが、その精巧な模型のつくり、平選手も思わずビックリといった様子です。

ビギナーにも、女性ライダーにも人気の「オフロードYRS」

〔ヤマハ東京株〕ビギナーや女性ライダーなどを中心にいままで以上に多くの方がたに、オフロードの楽しさを味わっていただく。また、お客さまご自身でオフロードの魅力を発見し、拡大していただくとうと、販売店さん独自でも十分に開催できるように、昨年から内容を一新した「オフロードYRS」の模様は、本誌先月号でも詳

しくご紹介しましたが、そんな新しい「オフライ」が、各地でお客さまの好評を集めています。

東京都杉並区のYSP阿佐ヶ谷（天野清次店長）さんが、12月22日に自店のお客さま22名を、山梨県のスポーツランド山梨に集めて開催した「オフロードYRS」もその一例。開催日の数日前、参加希望のお客さまをお店に集めて

ミーティングを開き、テクニクや希望の受講内容を確認。そして、当日は、それにもとづいた講習がくりひろげられたのです。

東京から片道150キロの道のりを愛車を駆って参加したお客さまたちは、愛車で、また用意されたレンタルバイクで、冬の一、二、心ゆくまでオフロードライディングを楽しんでいました。

この日は、天野店長（写真左）がインストラクター。販売店さん独自で、手軽に開催できるのも新しい「オフロードYRS」の特徴だ



FORMULA



ワールド・レーシング・カレンダー'86

- ① 3月8～9日 鈴鹿2&4
- ② 3月22～23日 筑波

人気の全日本選手権ロードレースは今年も昨年同様、スポーツランドSUGOで3戦、筑波サーキットで4戦、鈴鹿サーキットで4戦の計11戦のレースが開催されます。国際A級部門では500cc、250cc、125cc、F1、F3の5クラスで、また、ジュニア部門では250cc、125cc、F3の3クラスで、それぞれ全日本選手権のタイトルが争われます。

全日本選手権 ロードレースシリーズ

- ③ 4月5～6日 SUGO 鈴鹿
- ④ 4月19～20日 鈴鹿
- ⑤ 5月10～11日 筑波
- ⑥ 5月24～25日 SUGO
- ⑦ 6月7～8日 鈴鹿200キロ
- ⑧ 6月21～22日 筑波
- ⑨ 8月9～10日 筑波
- ⑩ 8月30～31日 SUGO
- ⑪ 9月13～14日 第23回日本GP (鈴鹿)

《その他のビッグイベント》

- 7月26～27日 世界選手権第5戦・鈴鹿8時間耐久レース
- 9月20～21日 富士インターナショナルレース
- 10月4～5日 SUGOビッグロードレース
- 10月26日 筑波フェスティバル

相乗効果ばつぐん!



最新モードとならんでパリのデパートのファッションコーナーに登場したヤマハのスクーター、スポーツそしてトレール。これは、パリと近郊のヴィトリにお店を持つヤマハ販売店・モトシティ社が、最新ファッションのよりざん新な発表や展示のアイディアを血まなこで求めているデパートのために「貸出し」たもの。「モーターサイクルはヤマハ、というイメージを少しでも広めようとしたこの企画の狙いは、ズバリ的中したようです」とこの写真にはコメントされていました。

YPVSが 第1回富塚賞に!

わが国の2サイクル・エンジン研究の第一人者として知られる、富塚清先生が、昨年から2サイクル・エンジンの技術革新運動を一層高めようと学術的、技術的にすぐれた業績を上げた個人、企業を表彰する「富塚賞」を設立されました。

そして、この栄えある第1回の表彰に、排気タイミング制御付高性能2サイクル・エンジンに関する研究開発とその実用化について多大な成果を上げた」として、ヤマハの「YPVS」が選ばれたのです。

ファクトリーマシンからTZR250やDT200Rまで、いまでは高性能ヤマハ2サイクル・エンジンの代名詞としてお客さまに親しまれていく「YPVS」に、またひとつ輝かしい記録が加わったこととなります。



富塚賞の表彰状を手にする溝口・MS開発部長

「レーシングスポーツ」開店

ロードレースチーム、チーム・レーシングスポーツの生みの親でありヤマハ・ロードレースチームのマネージメントを10年以上にわたって続けてきた内田隆氏が、先頃、東名・浜松インター脇に「レーシングスポーツ」をオープン。新たにヤマハ販売店さんの仲間入りをしました。

1月15日に行なわれた開店披露には、平、河崎の両選手をはじめ、ライダーやレース関係者多数がお祝に駆けつけましたが、内田社長は「これまでの経験を生かして、バイクの販売、レース活動、ライダーの育成などに幅広く取り組んでいきます」と抱負を話していました。





全日本選手権

モトクロスシリーズ

シリーズ戦は昨年同様全10戦が開催されます。レギュレーションも昨年同様で、125cc、250cc両クラスとも国際A級は30分+2周×2ヒート（国際B級は25分+2周）でタイトルが争われます。

- ① 3月15～16日 関東（桶川）
- ② 4月5～6日 中国（岡山）
- ③ 4月19～20日 九州（大分）
- ④ 5月10～11日 中部（鈴鹿）
- ⑤ 6月7～8日 東北（SUGO）
- ⑥ 7月5～6日 北海道（ルツス）
- ⑦ 7月19～20日 東北（青森）
- ⑧ 9月6～7日 近畿
- ⑨ 9月20～21日 四国（香川）
- ⑩ 10月11～12日 第23回日本GP（鈴鹿）

全日本選手権

トライアルシリーズ

今年から中国大会が新たに加わり、全10戦のシリーズ戦として争われます。

- ① 4月13日 四国（徳島県）
- ② 5月18日 九州（熊本県）
- ③ 6月1日 関東（栃木県）
- ④ 6月29日 中国（広島県）

JAF・FDJ

全日本選手権シリーズ

国内4輪レースの最高峰、JAF・FDJシリーズは全8戦。2年目を迎え、一段と熟成度を増したヤマハOX66の活躍ぶりに注目が集まっています。

- ① 3月8～9日 鈴鹿2&4
- ② 4月19～20日 富士スピードウェイ
- ③ 5月11日 西日本サーキット
- ④ 5月24～25日 鈴鹿サーキット
- ⑤ 7月5～6日 鈴鹿サーキット
- ⑥ 8月9～10日 富士スピードウェイ
- ⑦ 9月27～28日 鈴鹿サーキット
- ⑧ 10月31～11月2日 JAF鈴鹿GP

世界選手権

ロードレースシリーズ

例年よりも約2ヶ月遅く、5月4日のスペインGP・ハラマサーキットからスタートす

- ⑤ 8月24日 北海道（夕張市）
- ⑥ 9月7日 東北（山形県）
- ⑦ 9月21日 北陸（富山県）
- ⑧ 10月5日 中部
- ⑨ 10月19日 近畿
- ⑩ 11月2日 第14回日本GP（神奈川県 津川）

'86世界GPシリーズ。タイトル奪還に燃えるE・ロソン+YZR500の活躍をはじめ、世界中の注目を集めて、久びさに話題満載のシリーズ戦となりそうです。（最終戦の西ドイツGPは、80cc、125cc、サイドカーの3クラスのみ開催）

- ① 5月4日 スペイン（ハラマ）
- ② 5月18日 イタリア（モンツァ）
- ③ 5月25日 西ドイツ（ニュルブルクリンク）
- ④ 6月8日 オーストリア（ザルツブルク）
- ⑤ 6月15日 ユーゴスラビア（リジエカ）
- ⑥ 6月28日 オランダ（アッセン）
- ⑦ 7月6日 ベルギー（フランコルシャン）
- ⑧ 7月20日 フランス（ポール・リカード）
- ⑨ 8月3日 イギリス（シルバーストーン）
- ⑩ 8月10日 スウェーデン（アンダーラスト
ーブ）
- ⑪ 8月24日 サン・マリノ（ミサノ）
- ⑫ 9月28日 西ドイツ（ホッケンハイム）

500CC級世界選手権

モトクロスシリーズ

- ① 4月6日 スイス
- ② 4月20日 オーストリア
- ③ 4月27日 オランダ
- ④ 5月4日 スウェーデン
- ⑤ 5月11日 フィンランド
- ⑥ 6月8日 西ドイツ
- ⑦ 6月22日 カナダ
- ⑧ 6月29日 アメリカ
- ⑨ 7月6日 フランス
- ⑩ 7月13日 イギリス
- ⑪ 8月3日 ベルギー
- ⑫ 8月10日 ルクセンブルグ

250CC級世界選手権

モトクロスシリーズ

- ① 3月9日 オランダ
- ② 4月13日 オーストリア
- ③ 5月4日 フランス

- ④ 5月11日 イタリア
- ⑤ 5月25日 チェコスロバキア
- ⑥ 6月1日 ユーゴスラビア
- ⑦ 6月8日 イギリス
- ⑧ 6月15日 ベルギー
- ⑨ 6月29日 スイス
- ⑩ 7月6日 西ドイツ
- ⑪ 7月20日 アメリカ
- ⑫ 8月24日 スウェーデン

125CC級世界選手権

モトクロスシリーズ

- ① 4月6日 フランス
- ② 4月13日 オランダ
- ③ 4月20日 イタリア
- ④ 5月4日 ベルギー
- ⑤ 6月1日 スペイン
- ⑥ 6月15日 チェコスロバキア
- ⑦ 6月28日 北アイルランド
- ⑧ 7月27日 スウェーデン
- ⑨ 8月3日 西ドイツ
- ⑩ 8月10日 フィンランド
- ⑪ 8月24日 アルゼンチン
- ⑫ 8月31日 ブラジル

AMA

スパークロスシリーズ

- ① 1月18日 アナハイム
- ② 2月1日 ヒューストン
- ③ 2月8日 サンジェゴ
- ④ 2月15～16日 シアトル
- ⑤ 2月22日 アトランタ
- ⑥ 3月8日 デイトナ
- ⑦ 3月15日 フェニックス
- ⑧ 4月12～13日 ボンティアアック
- ⑨ 4月19日 オーランド
- ⑩ 4月26日 ダラス
- ⑪ 6月7日 ロサンゼルス

●このページは、ヤマハ発動機各課から販売店のみならずへの業務連絡です。さらに詳しくは、担当のセールスマン、各特約店販売会社の営業技術課(サービス)、普及課(セフティ)、S「マン」(モータースポーツ)部品営業課(パーツ)までお問い合わせください。

SALES



XT250Tニューカラー、セロー225YSP仕様も新登場 充実した新商品でオフロード需要を盛り上げよう!

オフロードシーズンまっさかり。寒さにふるえながらのオンロードユーザーを尻目に、オフロード派のお客さまたちは、林道を、モトクロスコースを元氣いっぱい走りまわって楽しんでます。

そうした中でヤマハでは、この時期のオフロード市場を大いにもりあげていただくよう昨年11月よりニューD T200Rを新発売、お客様の好評を集めてきました。また、D T200Rにひきつづき、2月中旬からはYSPのみなさまを対象に「セロー225」YSPリミテッドバージョンを、同時に本誌カ

ラーページにご紹介した「XT250T」のニューカラーも新発売いたします。

とくに一段と個性的なカラーリング、グラフィックで登場の「セロー225」YSPリミテッドバージョン(写真)は、ダンピングアジャスター装備のフロントフォーク、アルミ製ハンドルブリッジ、ハンドルグリップエンド、テフロンチューブにステンレスのメッシュカバーを装備したブレーキホースの採用などによって、オフロード装備を一段と充実させています。

「D T200R」から「セロー225」YSP

Pリミテッドバージョン、「XT250T」ニューカラー……これら新商品群で、この時期こそオフロード需要の活性化をどうぞ、おすすめください。

とくに陽春3月からスタートする本格的なバイクシーズンに先がけての、オフロード市場の活性化は、春商戦のもり上がり大きき左右するものです。その意味でも、どうぞ積極的な活動をご展開ください。

なお、スクーター、スポーツとも春商戦ではことしもさまざまな販売促進キャンペーンを企画しています。どうぞご期待ください。

Y.E.S.S.

お客さまと一緒に参加ください! 大盛況の『BIG・BUM沖繩』、第3回を追加!

本誌前号で紹介しましたY.E.S.S.ジェットトゥーリング「BIG・BUM沖繩」の実施がいよいよ間近に迫ってまいりました。

全国Y.E.S.S.ショップを窓口として行なわれた募集も、2月22日(土)・24日(月)の第1回実施についてはすでに募集締切を前にして定員をオーバーするという大反響。また、3月29日(土)・31日(月)の第2回実施についても、参加申込みの勢いは衰えず、間もなく定員数に達しようという盛況ぶりです。

このためY.E.S.S.事務局では、定員オーバーを考慮して新たに第3回実施を追加。日程も3月30日(日)・4月1日(火)に決定して、参加募集を開始することになりました。3月末の沖繩は、まさに海開きのシーズン。お店のY.E.S.S.スタッフと一緒に、ひと足早い初夏のツーリングをお楽しみください。



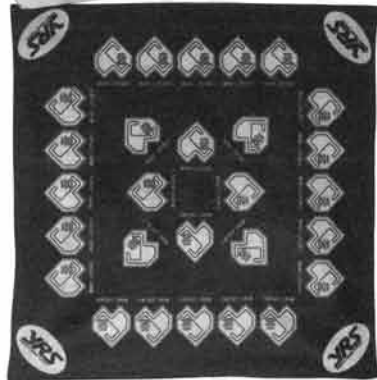
※「BIG・BUM沖繩」についてのお問い合わせは、最寄りのヤマハ特約店および販売会社のY.E.S.S.担当者までどうぞ。



実施	日程	募集締切	出発地	旅費	定員	宿泊
第1回	2/22(土)	締切	羽田・発	89,100円(63,900円)	40台	100名
	23(日)		大阪・発	77,700円(54,700円)	15台	
	24(月)		福岡・発	65,900円(45,100円)	15台	
第2回	3/29(土)	3/14(金)	羽田・発	89,100円(63,900円)	60台	150名
	30(日)		大阪・発	77,700円(54,700円)	30台	
	31(月)		福岡・発	65,900円(45,100円)	15台	
第3回	3/30(日)	3/14(金)	羽田・発	89,100円(63,900円)	60台	150名
	31(月)		大阪・発	77,700円(54,700円)	30台	
	4/1(火)		福岡・発	65,900円(45,100円)	15台	

- 参加は、あくまでY.E.S.S.スタッフに限り、(定員になり次第、締切り)
- 旅費には、往復航空運賃、バイク空輸代、宿泊代(2泊)、食事代(2朝食)が含まれています。
- 旅費欄の()内は、タンデムライダーの参加料金です。(つまりバイク空輸代を差引いた金額)
- 宿泊は3名1室を基準とします。(ツイン希望者は1名1泊につき1,000円追加)
- 上記料金は、250ccクラスの車両を基準とします。(251~600ccは7,000円追加、601cc以上は10,000円追加)
- その他、ヤマハワークスライダーをまじえたパーティも予定しています。

●YRSサーキットクルーカード(会員証)



●'61年3月以降入会の方へのプレミアム・クルーバンダナ

YRSサーキットクルーシステム、'85年以前該当者の申込み締切り迫まる!

本誌1月号のこの欄で紹介した「YRSサーキットクルー」システムの進捗状況はいかがですか? この「YRSサーキットクルー」システム

は、YES加盟店さんと、YRSサーキットランに参加されたYESスタッフで、ヤマハスポーツバイクのオーナーの方が対象としたものですが、昭和60年以前にこの条件に該当する入会希望者の方がたの受付締切りが2月末日に迫ってきました。お客さまの登録申込み書にヤマハスポーツバイクのオーナーであることを証明する軽自動車届出済証または車検証コピーを添付のうえ、もよりのヤマハ販売会社・営業所にお申込みください。登録料は無料です。一方、今年3月以降に前記条件に該当されるお客さまは、サーキットラン参加時にヤマハスポーツバイクオーナーであることを証明する軽自動車届出済証または車検証をご提示いただければ、サーキットラン参加時に自動的に「YRSサーキットクルー」に登録されま

す。また、サーキットランに参加後、ヤマハスポーツバイクを購入されたお客さまは、参加年内は入会資格が継続します。そして、入会された「YRSサーキットクルー」には、クルーカード(会員証)が発行され、年4回会員情報誌・クラブプレスが送付される他、YESをはじめさまざまなイベントでご活躍いただくことになっていきます。さらに、3月以降の入会者には入会プレミアムとして特製クルーエンブレムやバンダナ(写真)も用意しました。まずは60年以前に入会資格を有するお客さまを対象に、お店でもどうぞ積極的な募集活動をご展開ください。 ※YRSサーキットクルーに関するお問合わせは、もよりのヤマハ特約店・販売会社の普及課へどうぞ。

認証工場資格取得に必要なサービスマン・工具の特別セール実施中!

ただいまヤマハでは、みなさまのお店のサービスマンに、ぜひお備えいただきたいサービスマン・工具をお求めやすい特別価格で斡旋する特別セールを実施中です。今回は、とくに認定工場の資格取得に必要な機器を中心に、省力化機器を豊富にとりそろえて斡旋しております。4月30日までの、この特別セールを活用されて、どうぞサービスマン・工具の拡充を、おすすめください。

●3月〜4月技術講習会スケジュール

〔研修センター東京〕

3月4日(火)〜6日(木)	4〜DOHC
11日(火)〜13日(木)	2〜2気筒
25日(火)〜27日(木)	電装コース
4月8日(火)〜10日(木)	2〜単気筒
15日(火)〜17日(木)	4〜DOHC
22日(火)〜24日(木)	2〜2気筒

〔警田研修館〕

3月5日(水)〜7日(金)	2〜2気筒
12日(水)〜14日(金)	4〜DOHC
19日(水)〜21日(金)	女性コース
4月9日(水)〜11日(金)	2〜単気筒

新人サービスマン

〔12月3〜5日・4〜DOHCコース(東京)〕

後列左からバイクハウスオレンジ・島田均社員、ロッツカーズ大槻治幸社員、(南)サンエスマート・椎橋良三社長、松本サイクル・松本裕之社員、松崎モーターズ・菅部宏之社員。前列左からYSP厚木スペース・伊佐野元信社員、モトショップ梶ヶ谷・藤原信彦社員、(南)ホリデーオート下山・小野好宣社員、(南)鈴木商会・長網雄次社員、スズキスポーツ大島・佐藤たかね社員



〔研修センター神戸〕

3月4日(火)〜6日(木)	2〜2気筒
11日(火)〜13日(木)	2〜単気筒
25日(火)〜27日(木)	4〜DOHC
4月2日(水)〜4日(金)	2〜単気筒
8日(火)〜10日(木)	4〜DOHC
15日(火)〜17日(木)	電装コース

※この欄に関するお問合わせは、もよりのヤマハ特約店・販売会社の営業技術課へどうぞ。

■ヤマハ技術講習会修了者ご紹介



〔12月17日〜19日 4〜コース(東京)〕
後列左から(株)ウメダモーターズ・山崎哲雄社員、貝原達也社員、石丸夏基社員、横浜SC・加倉井明一社員、サイクル松村・松村竹治社員。前列左から丸富オート販売・竹下恭人社員、金田光明社員、松崎モーターズ・北内朗社員。



〔12月10日〜12日・2〜2気筒コース(東京)〕
後列左から、スポーツショップフクシマ・雨海成典社員、(南)アルタミット・高野茂社員、YSP平井・鈴木淳社員、サイクルショップキョミヤ・小川勲社員、(南)松崎モーターズ・富樫昭社員。前列左からホリデーオート下山・小野好宣社員、スポーツショップフクシマ・宮本誠社員、オートショップ寺門・沼田章社員、佐藤太社員。



〔12月18日〜20日 電装コース(九州)〕
左から(南)バイク屋七田・山領弘紀社長、2月出店予定・田野克幸社長、オートショップ飛龍・横田直平社員、1人おいて森部サイクル・水溜栄一社員、中村輪業・中村利男社員、BBサイクルやまぐち・山口輝洋社長、前列木戸商会・船本工社員。



〔11月21日〜23日 2〜2気筒コース(神戸)〕
左から(南)田サイクル・副島賢一社員、中谷商会・中谷正博社員、(南)ビコック・岸浩之社員、杉浦聡社員。

アットホームな雰囲気を楽しむ スクーターレース ———— みのわレーシング

④みのわモーターズ 鳥居富二社長／章二専務（愛知県安城市箕輪町切戸16-1）

●クラブ発足はY.E.S.S.シリーズ戦

その「軽さ」がスクーターに乗る高感度や、
シグたちの「遊びごころ」を駆りたてて、急

速に人気を高めているスクーターレース。

トライ、ジョグ、チャンプなどの大活躍も

あって休日にはあちこちで、にぎやかなスク

ーターレースがひらかれています。ここ愛

知県では昨年の6月から毎月1回、ヤマハ中

部岡崎営業所が管内24店のY.E.S.S.加盟店

さんの協力を得て、Y.E.S.S.杯ソフトバイク

レースを開催。そして、このシリーズ戦が



らは、ここに紹介する「みのわレーシング」
さんのような楽しいスクーターレースのクラ
ブまで生まれています。

●白熱化するレースの中で……

「みのわレーシング」の本拠地、みのわモータ
ーズさんのお店から15分ほど離れた矢作川
の河川敷にある全長650メートルのカート
コース、トヨタスピードランドで開かれるシ
リーズ戦には、クラブ員20名のうち10名が参
加しています。

そして「今年からは、スプリントレースと
耐久レースがひと月おきに開かれるので楽し
さも倍増だ」というのが、もっかクラブ員
の間の一歩の話。

というのも、誰でも、手軽に参加でき、楽
しいといふ、のハズのスクーターレースも
最近では常時80台を越すエントリーがあるた
め、予選を通過して決勝レースに進出するだ
けでも至難のワザ。2人1組で走る耐久レー
スですら、2人のチームワークがピタリあ
わないと、なかなか予選を通過できない、と
いうほどの厳しい状況にあるからなのです。

そんなところから、最近ではクラブのメン
バーも土・日曜にコースで早朝トレーニング
を行ったり、峠道にスクーターツーリング
に出かけてはコーナーリング感覚を磨いたり
と真剣。そのうち、ストップウォッチを購入し
たり、革ツナギをオーダーしたり、はては店

お済みですか?
お店のお客さまの
全員スタッフ化



**Y.E.S.S.スタッフを核に
オピニオンリーダーの育成を図ろう!**

お客さまに対する'86 Y.E.S.S. スタッフへのお誘いは、お店ではどこまで進行していますでしょうか? '86年度の動員活動では、ぜひともすべてのお客さまのスタッフ化を目標に掲げ、さらに大きな Y.E.S.S. の輪をお店におつくりください。

全員スタッフ化で完璧な顧客管理を

お店のお客さまを Y.E.S.S. スタッフ化させるということは、顧客管理を完璧にするだけでなく、お客さまのお店への固定化にも大きな成果をもたらします。

さらに、Y.E.S.S. 活動をお店のご商売の核にすることは、お客さま同志のコミュニケーションを円滑にさせ、お店に明るく楽しい雰囲気をもたらします。

バイクビレッジからサマーフェスティバル、ジェットツーリング……と話題を賑わせてきた Y.E.S.S. ですが、今年度も昨年以上のビッグプランを数多く用意して皆さまのご商売をバックアップさせていただきます。お店でもぜひとも多くのお客さまをスタッフ動員し、Y.E.S.S. ならではの楽しさを体験させ、オピニオンリーダーの育成をお図りください。

※ Y.E.S.S. に関することは、ご遠慮なしに担当セールスマンまでご相談ください。



「クラブ員の中に生まれてきた連帯感を大切に……」と、クラブ運営に精力的に取り組む鳥居章二専務



内にはコース攻略法ポスターを掲示するということまで、エスカレーターをつけています。

●芽ばえた仲間意識を大切に!

そんな中で、クラブの陣頭指揮をとる鳥居専務は――

「みんながアツクなってきたことは確かですね。でもその中からお客さま同志の気心もわかり、連帯感も生まれている。レース前の練習やスクーターの整備をみんなですしているうちに仲間意識が高まってきたんですね。

レース中に転倒してスクーターが壊れたら、みんなが代わって出動してあげたりしていますからね。それとクラブ員たちの性格も変わってきた。自閉性だった子が完全に直ってみんなと一緒にワイワイやりながらレースに出たりしているんですよ」

こうしたことから鳥居社長は、さっそくクラブ員揃いのジャンパーを製作。この連帯感を大切に育てていこうとしています。

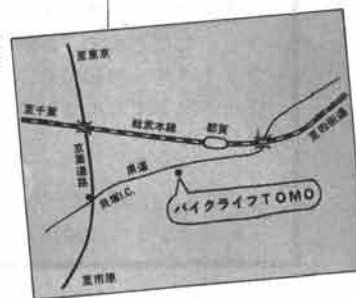
「遊び、レジャーとみんなが割り切って楽しんでいるのがスクーターレース人気のヒミツでしょ。これで何かを目指すんだ」なんて誰も思っていない。その「遊び」をいつまでも大切にしていきたいですね」とも語っています。



活発なオフロードの活動が シーズンオフの落込みをなくした

バイクライフTOMO / 吉原朋正社長

千葉市貝塚町1-115
☎0472(33)46006



「バイクライフTOMO」さんは、全日本モトクロスで活躍するヤマハラライダー・吉原朋正選手のお店。明るく、気さくな吉原社長の人柄もあって、スポーツバイクのお客さまも、しだいにオフロードへと関心を広げていますが、このおかげで秋から冬にかけてのオフシーズンにもお客さまの減少がありません。1年を通じてきわめて安定したご商売を展開されています。

●お客さまはスクーター5割、オフ3割、オン2割

3年前の83年4月、千葉市郊外の新興住宅地にオープンした「バイクライフTOMO」さん。149平方メートルの敷地に建つ66平方メートル、ワンフロアの店舗は、ショールーム、サービススペース、事務コーナーの3つに大別され、ここで吉原社長と奥さま洋子さんを含めた6名のスタッフが、お客さまの応対に当たっています。



左から奥さま洋子さん、吉原社長そして「ヤング・スポーツユーザーはまかせとけ」と頼もしい3名のスタッフ

商圏は、千葉都民 などといわれる、都心への通勤サラリーマン世帯の住宅地。そのためお客さまの約半数は、16才から20代前半の女性を中心としたスクーターユーザー。残りの3割がオフロード、さらに2割がロードス

「うちに来るお客さんは、オフロードを楽しんでいる人でさえ、私が現役の国際A級モトクロスライダーだなんてほとんど知らない。知っている人は1割にも満たないでしょうね(笑)」

開口一番、吉原社長の口からは意外な言葉がとび出してきました。

「いまじゃバイクは、まったくのレジャー用品。だからモータースポーツなんか全然知らなくても、街の中でライダーの姿を見かけ、「カッコいい、自分も乗ってみよう」と思い立ってやってくる。そんな人にとって、モトクロス国際A級ヤマハラライダー・吉原朋正という名前は、あまり関係ないですよ。(笑)」

実際、いまオフロードバイクに乗っているうちのお客さんも、最初は人気のスポーツバイクを求めて来店され、いまも乗っている人がほとんどなんです。

つまり、RZやFZに乗るヤングたちは、バ

豊富なレース経験に裏づけられた吉原社長のセールストークはお客さまにも好評。「オフロードのウェアや用品は、使い方が激しいだけ消耗も早く、オンロード用よりも回転がいいですね」



ブーツのお客さまという比率。とくにスポーツユーザーは、千葉県下一円はもとより、都内から足を伸ばしてくる人も多く、そんなお客さまに対してオフロード派は吉原社長が、オンロード派は若いスタッフの方が中心となつてアフターフォローをくりひろげています。

●オフロードの楽しさを広めて、スポーツユーザーの増車を促進!

バイクのより幅広い楽しさ、オンとは全く違ったオフの楽しさを知らされ、DT200Rやセロー225を増車されているのです。スポーツバイクの楽しさがある程度知って、バイクってこんなものか」と思い始めたお客さんの眼をオフロードに向けさせる時の、セールストークの第1はこれですね。

「ロードスポーツは、オン以外は遊べないよ、オフならコケても笑って済ませられますよ」というところ。

「交差点でおられることもないし」とか、自分のペースで楽しめる」というのも効果的。

「インテリジェンスが感じられる」なんて話

●吉原選手のアドバイス

無理なく楽しめる林道ツーリング

そのために、「バイクライフTOMO」さんが、現在行なっている活動は、2カ月に1回

もしますよ……(笑)」

人気のロードスポーツに比べれば、たしかにいまオフロードは下火。しかし――

「だからこそ、マスコミなどにあおられることなくオフの楽しさを、店のペースで正しく広げていくチャンス。マナーをわきまえたライダーを育てるいい時なんです」と吉原社長は、力説します。

お店の活動は、店内でもはっきりと告知

**貴方もバイクの楽しさを
サークルと一緒にエンジョイしませんか……**

Enjoy Bike Life

オフロード&ロード教室

市販車モデルを中心に基礎からレースまでテクニックをアドバイスします。
モトクロスクラスA級ライダー
ロードレースクラスB級ライダー

吉原朋正

BIKE LIFE Totto

千葉市貝塚町1115

営業時間
AM 10:00 から
PM 8:00
水曜定休日

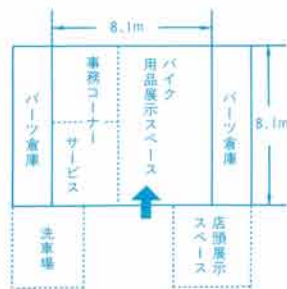
TEL 0472
33-4666

「ショールームはお客さまとのコミュニケーションの場」という吉原社長の考えて、展示車はすべて店頭へ。店内は用品を中心にスポーツムードを演出



2カ月に1回の林道ツーリングは、こんなアルバムにまとめられ参加者全員に実費で配られる

ポスター類は、すべてパネル張りにして店内に掲示しグレード感を高めている



ショールームとは用品棚で仕切られたサービススペース

開いている林道ツーリング。そして、ここにも多くの人に、無理なくオフロードの魅力を知ってもらうための細かな配慮がなされています。

「その第1は、タイム・スケジュールですね。林道に行けばバンクや小さなトラブルはつきもの。そこで全行程8時間のツーリングを計画したら、実際は6時間程度で走れるコースにする。」

また、林道に入る手前に手頃な広場をみつけておいて、ここで簡単なオフロード・ライディングスクールを開催しています。さらに中間地点では、休憩とお遊びの時間をとって、参加した人たちのコミュニケーションを十分に深めている。

とくにオフをやり始めた人というのは、林道に行くたびに『上達して帰って来たい』という意識が湧いてきますからね。ここでお客さま1人1人に私が直接アドバイスするんです。そして、もうひとつのポイントは、グループツーリングとはいえ、お客さまのレベルに合わせて無理なく走ってもらうための工夫。「中間地点に着くまでに、お客さま1人1人のレベルを確認して、開きがありすぎるようなら、途中からコースを分けることもしているんです。」

オフロードの場合、一度つまらない思いをしてしまうと、イヤ気がさして後がつづかないことが多いですからね。この辺はなんでもないので、大変なことです。」

こうして、会費1000円(うち500円は当日のかけ捨て保険料、残る500円は通信費)という『バイクライフTOMO』さんの林道ツーリングは、ロードスポーツ派のお客さまの増車を促し、オフシーズンのお客さまの減少をカバーするばかりでなく、オフロードウェアや用品販売の収益も高めて、ご商売全体を大いにもりあげているのです。

●これが売れ筋！

ひと足お先きにお店に春を

「06スプリング&サマー・ヤマハライディングウェア」が、いよいよこの3月より順次新登場してまいります。よりファッションナブルに、色鮮やかに、より機能的に……. 斬新な感覚でヤングのあそびどころ、スポーツどころをかりたてるニューヤマハライディングウェアで、お店にもひと足早い「春」の訪れを演出してください。

PURE SPORTS

スポーツバイクの主流を占めるレーサータイプのライダーがターゲット。レースファン、ヤマハファンにおすすめください。



※写真の背中のプリントはオーダープリント例です。



LIGHT SPORTS

流行に敏感なポパイ世代。ポップな気分の新しがり屋、Gパン・スニーカー派の街乗りライダーがお客さまです。

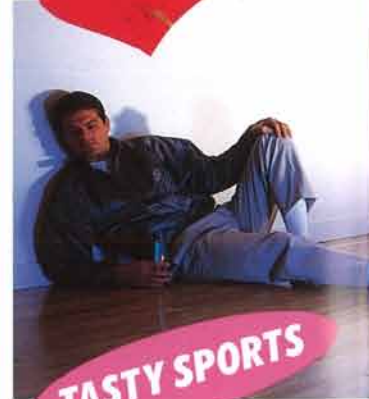


'86 SPRING & SUMMER YAMAHA RIDING WEAR



georama

ヤマハ車ユーザーだけでなく、他社ユーザーへの売りやすさをも考慮したgeoramaブランド商品。サーキット派やツーリング派から通勤・通学派までの幅広いライダーにおすすめください。



TASTY SPORTS

個性を大切に、ハイクオリティでマンアックなものを指向するブルータス世代。自己主張が強く本物志向、高感度、多趣味なアダルトライダーがターゲットです。

バイクシューズからTシャツ、ライター、ポーチ、レインスーツ、ウェストバッグまで、すべてのお客さまのニーズにお応えできる商品も勢揃いしています。

ACCESSORIES



LEATHER GOODS

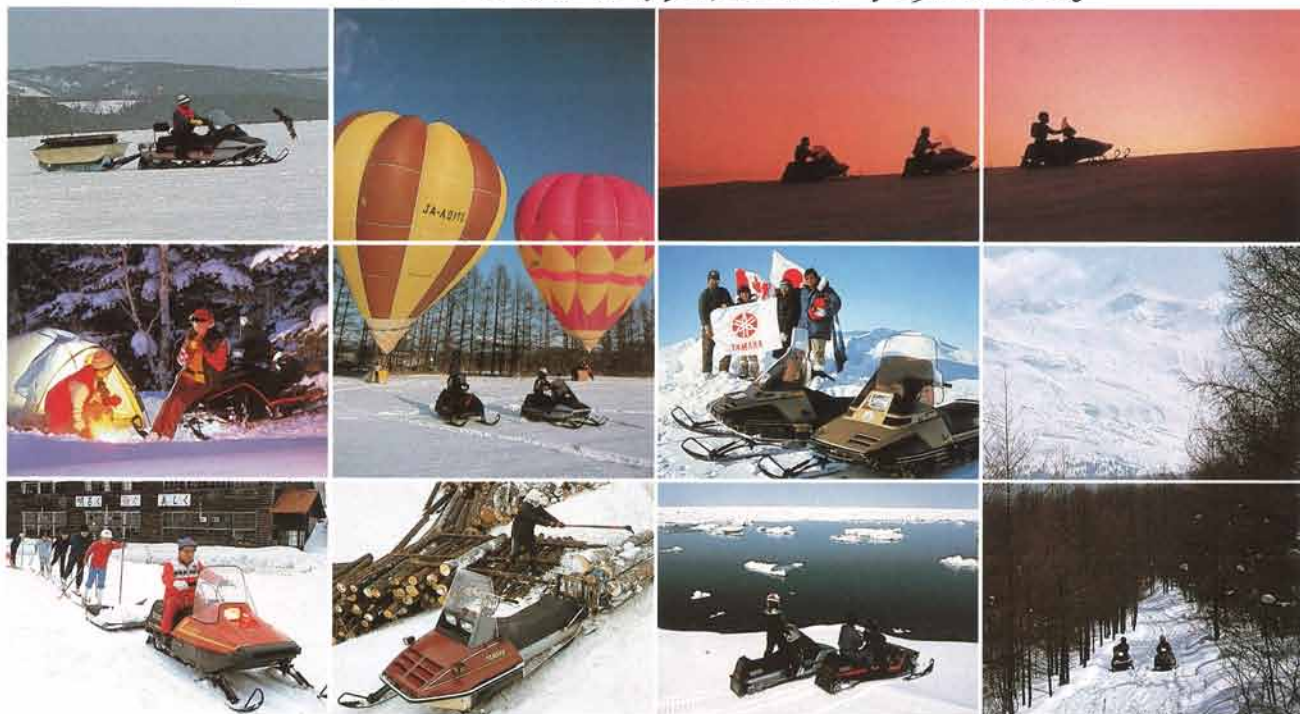
スポーツバイクの熱烈ファンで、走りにこだわるヤングライダーがお客さま。レディスライダーのニーズにも応えて、アイテムを充実させています。



●この欄に関するお問合せは、最寄りのヤマハ特約店および販売会社の部品営業課までどうぞ。

THE LATEST AD

スノーモビルでなければ、出会えない世界がある。



400cc 4ストロークエンジン搭載のコンパクトなボディで、初心者にも扱いやすい。積雪の多い山間部での使用に最適。
 400cc 4ストロークエンジン搭載のコンパクトなボディで、初心者にも扱いやすい。積雪の多い山間部での使用に最適。
 400cc 4ストロークエンジン搭載のコンパクトなボディで、初心者にも扱いやすい。積雪の多い山間部での使用に最適。
 400cc 4ストロークエンジン搭載のコンパクトなボディで、初心者にも扱いやすい。積雪の多い山間部での使用に最適。
 400cc 4ストロークエンジン搭載のコンパクトなボディで、初心者にも扱いやすい。積雪の多い山間部での使用に最適。
 400cc 4ストロークエンジン搭載のコンパクトなボディで、初心者にも扱いやすい。積雪の多い山間部での使用に最適。
 400cc 4ストロークエンジン搭載のコンパクトなボディで、初心者にも扱いやすい。積雪の多い山間部での使用に最適。

ヤマハスノーモビルの
 取扱店をお探しください
 このマークのお店で
YAMAHA
 ヤマハ発動機株式会社
 〒438 静岡県静岡市新井12500
 TEL:0535(2)1111

■冬たけなわ。雪国では、スクーターやスポーツバイクに代わってヤマハスノーモビルが大活躍をしています。

■毎日の暮らしに、レースやツアーなどのスポーツやレジャーに、豊富なラインナップで雪国の冬を行動的に変える、国産唯一のヤマハスノーモビル。

■スノーモビルでなければ、出会えない世界がある。——スノーモビルのスポーツ活動を積極的に推進している日本モーターサイクル協会発行の『ライディング』誌などを通じて、ヤマハではスノーモビルがつくる行動的な冬を、広くアピールしています。